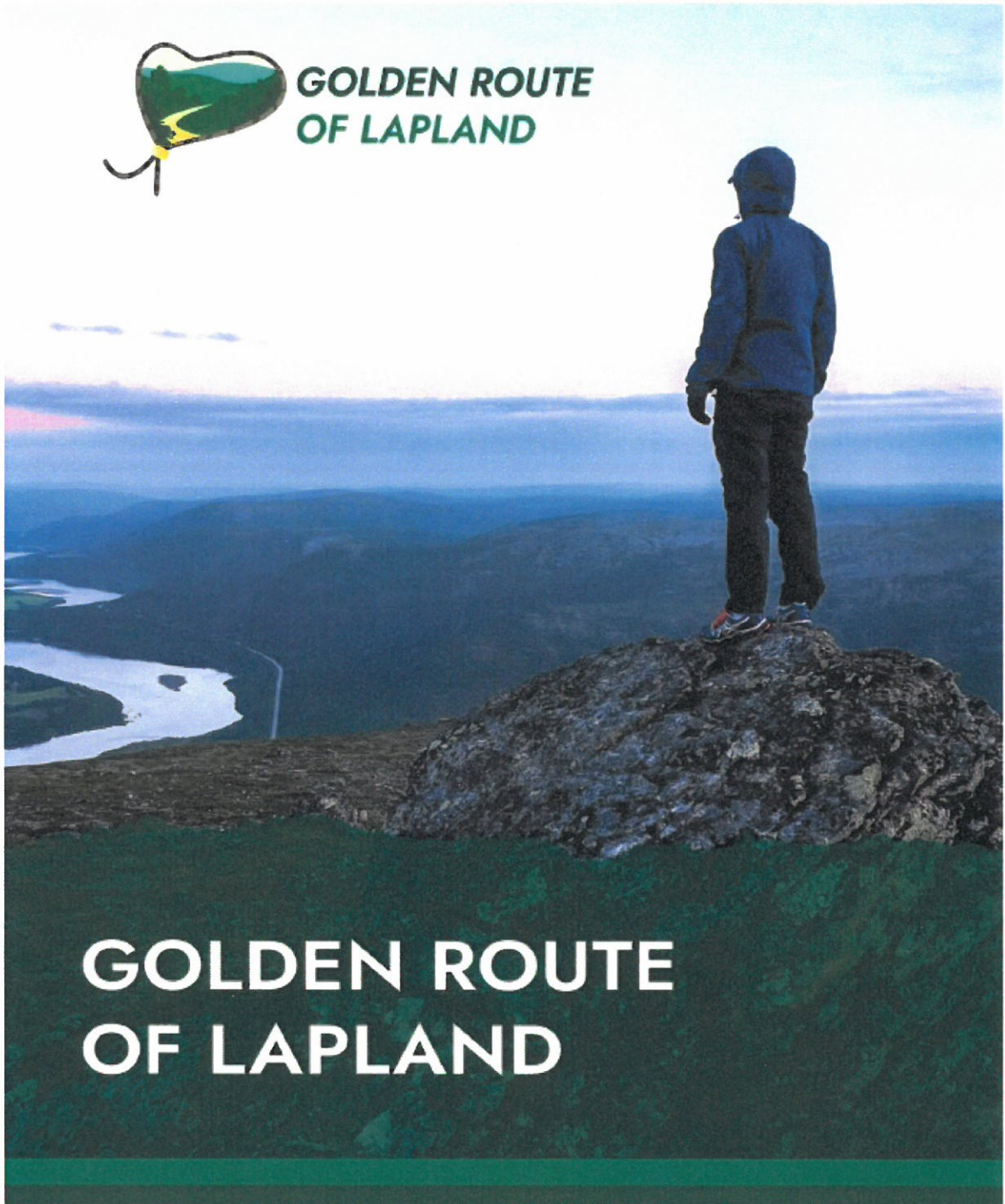


**GOLDEN ROUTE
OF LAPLAND**



**GOLDEN ROUTE
OF LAPLAND**

Golden Route of Lapland

LOPPURAPORTTI

1.1.2021-30.11.2022

1. Toteuttajan nimi

Yritysryhmä: Ateljee Huopapirtti/Paltto Elämysretket, Galddoaivi Safaris KY, Giellajohka Oy, Hotelli Inarin Kultahovi Oy, Lapin Tunturiliikenne Oy, Nuorgamin Lomakeskus Oy ja Ylävaulo Oy.

Hankkeen vetäjänä toimi Ari Siivikko ja sen hallinnoinnista vastasi Inarin kunta.

2. Hankkeen nimi, hanketunnus ja toteutusaika

Hanke: Golden Route of Lapland

Hanketunnus: 144406

Toteutusaika: 1.1.2021-30.11.2022

3. Yhteenveto hankkeesta

Golden Route of Lapland -hanke on yritysryhmähanke, jonka tarve on lähtöisin yrittäjiltä itseltään. Hankkeen aikana yritykset kehittivät yhteistyössä Golden Route of Lapland -kiertomatkailetuotteen, joka on laadukas ja monipuolinen, helppo myydä sekä helppo ostaa, suunniteltu niin kansainvälisille kuin kotimaisille matkailijoille ja se on saatavilla ympäri vuoden. Hankkeen tarkoituksena oli uuden tuotteen ja yritysten välisen tiiviin yhteistyön kautta luoda uutta kestävä matkailua Pohjois-Lappiin, saada alueen yrittäjille enemmän ympärivuotista myyntiä, auttaa mukana olevia yrityksiä kehittämään toimintaansa ja kilpailukykyään, kehittää saamelaismatkailun vastuullista tuotteistamista sekä vahvistaa Pohjois-Lappia aitona ja kestävä kehityksen kohteena. Golden Route of Lapland -kiertomatkan kohderyhmänä ovat sekä kotimaiset että kansainväliset matkatoimistot, matkanjärjestäjät ja incoming-agentit.



4. Raportti

4.1. Hankkeen tavoitteet

- Ylemmän tason tavoitteet:

Inarin kunnan yritysryhmähanke Golden Route of Lapland on Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelman 2014 – 2020 sekä Lapin alueellisen maaseudun kehittämisstrategian mukainen kehittämishanke.

Hankkeella on selkeä yhteys strategian painopisteiden toiseen kohtaan. Hankkeen avulla luodaan uusi matkailutuote, jonka kehittämistyössä on yhteensä yhdeksän alueen yrittäjää mukana. Tämän kaltainen yhteistyö on omiaan edistämään yritysten välistä verkostoitumista. Hankkeen aikana jokainen mukana oleva yritys saa myös yritys kohtaista konsultointia, joka auttaa muun muassa yrityksen sekä ympärivuotisen toiminnan, että kilpailukyvyyn kehittämisessä.

Hankkeella on yhteys strategian painopisteiden kolmanteen kohtaan, sillä hankkeen avulla halutaan lisätä alueen yritysten myyntiä monipuolistamalla matkailutuotevalikoimaa. Tuote tulee olemaan laadukas ja monipuolinen, helppo myydä sekä helppo ostaa, suunniteltu niin kansainvälisille kuin kotimaisille matkailijoille ja se on saatavilla ympäri vuoden. Tuotteen hyödyt eivät jää pelkästään hankkeessa mukana oleville yrityksille sesonkiluontoisesti, vaan se hyödyttää koko aluetta ympärivuotisesti, koska mukanaolevat yritykset ostavat alihankintana palveluita muilta yrityksiltä, kuten kuljetuspalveluita, aktiviteetteja, ravintolapalveluita jne. Tuotteen ideana on, että matkailija ei jää vain yhdelle paikkakunnalle yhteen tiettyyn majoituspaikkaan, vaan hän kiertää koko Saariselkä-Inari-Utsjoki -aluetta ja käyttää niiltä löytyviä palveluita.

- Hankkeen tavoitteet:

Hankkeen tavoitteena on kehittää yhdessä hankkeessa mukana olevien yritysten kanssa ympärivuotinen kiertomatkatuote, jossa matkan aloitus- ja päätöspiste olisi Ivalon lentoasema. Kiertomatkatuotteen pääasiallinen sijainti tulisi olemaan Inari-Utsjoki -alueella. Matkakohteina tuotteessa olisivat Saariselkä, Ivalo, Inari, Lemmenjoki, Kaamanen, Utsjoki ja Kirkkoniemi. Norjan puolella sijaitseva Kirkkoniemi on mukana tuomassa tuotteelle lisäarvoa, sillä sen avulla voidaan luoda mielenkiintoinen kiertomatka Pohjois-Kalotin alueella. Palvelut Norjan puolella tullaan varaamaan mukana olevien yritysten kautta. Tavoitteena on, että hankkeen avulla tehtävä tuote olisi pysyvä kestävä kehityksen kiertomatkatuote. Se toisi uusia asiakkaita alueen yrittäjille ympäri vuoden ja vahvistaisi Ivalon lentoaseman asemaa Pohjois-Kalotin omana solmukohtana. Tärkeänä osana tätä hanketta on tukea kestävää saamelaiskulttuuria osana aitoa matkaelämystä Pohjois-Lapissa. Tälle kiertomatkalle tulee oma nimi, Golden Route of Lapland, josta on tarkoitus tehdä käsite, joka jää elämään myös hankkeen jälkeen.

Hankkeessa tehtävän yhteisen kehittämisen lisäksi mukana olevilla yrityksillä on mahdollista saada myös yrityskohtaista konsultointia. Tavoitteena näissä yritys-kohtaisissa toimenpiteissä on auttaa yrityksiä kehittämään myyntikanaviaan, markkinointiaan, tuotteistamista sekä liiketoiminnan sopeuttamista koronatilanteeseen. Näillä toimenpiteillä tuetaan yrityksessä tapahtuvaa yhteisen matkailutuotteen myyntiä ja markkinointia ja siten varmistetaan, että jokaisella yrityksellä on siihen tarvittavat edellytykset.

Hankkeessa tapahtuvan yhdessä kehittämisen sekä verkostoitumisen ansiosta kehittämistyö pystytään tekemään todella kustannustehokkaasti. Yhdeksän erilaisen yrityksen mukana olo tuo tuotteen suunnitteluun monipuolista osaamista ja tuotteistamista voidaan tehdä ja oppia yhdessä. Hankkeen puitteissa ostettavien asiantuntijapalveluiden hankkiminen erikseen vastaavan kokoiselle yritysryhmälle tulisi maksamaan huomattavasti enemmän kuin mitä tämän hankkeen budjetti on. Yhdessä kehittämisen lisäksi jokainen yritys saa yrityskohtaista konsultointia, hyödyn ammattimaisesti suunnitellusta ja hoidetusta tuotteen markkinoinnista sekä myyntikanavista.

Hankkeen avulla on myös tarkoitus luoda toimiva verkosto mukana oleville yrityksille, jotta he pystyisivät kehittämään yhteistyötään. Yritykset pystyvät hankkeen aikana verkostoitumaan keskenään, koska mukana ei ole kilpailevia yrityksiä. Yritysten välinen hyvä yhteishenki ja yhteinen kehittämishalu on hyödyksi myös hankkeen yhteisissä seurantatapaamisissa, joita järjestetään joka 3. kuukausi. Yritykset pystyvät näissä tapahtumissa jakamaan avoimesti kokemuksiaan, jotta saisivat mahdollisimman suuren hyödyn hankkeesta. Yritysten välinen hyvä yhteishenki sitouttaa osallistujat hankkeeseen paremmin ja mahdollistaa parhaan mahdollisen lopputuloksen.

4.2 Toteutus

- **Toimenpiteet:** Hankkeen toimenpiteet syntyivät yrittäjien verkostoituminen työpajojen, benchmarking-matkan sekä koulutuksen kautta. Hankkeeseen kuului myös yrityskohtainen konsultointi. Hankkeen aikana asiantuntija Ari Siivikko osallistui eri myynninedistämistapahtumiin sekä tapasi matkailualan tukkumyyjiä Kööpenhaminassa. Alkuperäiseen suunnitelmaan kuului myös osallistuminen Matka-messuille Helsingissä 2022 sekä ITB-messuille Berliinissä 2022, mutta koronatilanteen vuoksi nämä tapahtumat peruttiin. Näiden sijaan Ari Siivikko osallistui kiertomatkatuotteen myyntiä varten Rovaniemellä workshoppiin sekä Visit Finlandin järjestämään road show´hun Saksassa ja Sveitsissä.
- **Aikataulu:** Hanke alkoi 1.1.2021 ja päättyi 30.11.2022. Hankkeeseen anottiin jatkoaikaa 30.11.2022 asti, koska suunniteltuja koulutuksia ei saatu koronatilanteen vuoksi järjestettyä 31.05.2022 mennessä, joka oli alkuperäinen loppumispäivämäärä.

- **Resurssit:** Hanketta hallinnoi Inarin kunta ja hankeasiantuntijana oli Ari Siivikko. Inarin kunnasta mukana oli irtisanoutumisten vuoksi useita henkilöitä: Sanna Aikio, Marja Männistö, Jennika Salomaa, Samuli Mikkola sekä Minna Vesterinen.
- **Toteutuksen organisaatio:** Ari Siivikko oli yhteydessä yrityksiin sekä edusti hanketta eri myynninedistämistapaamisissa. Inarin kunta hallinnoi hankkeen.
- **Kustannukset ja rahoitus:** Hankkeen kokonaisbudjetti oli 79 808 euroa. Rahoitus koostui seuraavasti:

Päätös	
EU-osuus	59 856,00
Yksityinen rahoitus	19 952,00
Yhteensä	79 808,00

- **Raportointi ja seuranta (kokoukset, ohjausryhmätyöskentely):** Hankkeen aikana Ari Siivikko tapasi mukanaolevat yritykset 3 kertaa (Top Staria mukaan luke-matta, heidät ainoastaan etänä syystä, että heidän edustajansa asuu Keski-Suo-messa). Tämän lisäksi järjestettiin 3 lähitapaamista Inarin kunnan tiloissa sekä benchmarking-matka Turun saaristoon toukokuussa 2021. Matkan piti järjestää Nor-jan vuonoille, mutta koronarajoitusten vuoksi matka siirrettiin Suomeen.



- **Toteutusolelutukset ja riskit:** Hankkeeseen liittyvät riskit ovat yritysten sitoutumisen hankkeeseen ja yhdessä kehittämiseen, hankkeen toiminnan jatkuminen hankeajan jälkeen sekä se, mikäli hankkeessa mukana oleva yritys lopettaisi yllättäen toimintansa kesken hankeajan tai sen jälkeen.

Riski siihen, etteivät yritykset sitoutuisi hankkeeseen ja yhdessä kehittämiseen on pieni, sillä tarve tähän hankkeeseen on lähtöisin yrityksiltä. Hankkeessa mukana olevat yritykset ovat hyväksyneet yritysryhmän jo etukäteen ennen rahoituksen hakemista, eli viestintä on ollut avointa koko ajan. Jokainen yritys on sitoutunut maksamaan myös osuuden hankkeen yksityisestä rahoituksesta.

Riski, että hankkeessa mukana oleva yritys lopettaisi yllättäen toimintansa, on niin ikään pieni. Suurin osa hankkeessa mukana olevista yrityksistä ovat toimineet jo pitkään. Mikäli tällainen tilanne tulisi kuitenkin eteen, tilannetta pohdittaisiin yhdessä yritysryhmän kanssa. Jokainen mukana oleva yritys on tärkeä linkki tuotteen onnistumisen kannalta. Mikäli yksi linkki tipahtaisi pois, se ei kaataisi koko tuotteen ideaa, mutta aiheuttaisi siihen kuitenkin loven, joka tulisi jollain tapaa korjata. Tarvittaessa keskusteltaisiin rahoittajan kanssa mahdollisuudesta hakea hankkeeseen muutosta sen osalta, että yritysryhmään etsittäisiin uusi vastaavaa palvelua tarjoava yritys mukaan.

Hankkeessa kehitetyn toiminnan jatkuminen myös hankeajan jälkeen tiedostetaan olevan suurin riski hankkeessa kuin hankkeessa. Tässä hankkeessa on kyse uuden tuotteen luomisesta ja sen myyntikanavien ja markkinointisuunnitelman sekä -materiaalin luomisesta. Yritykset, jotka halusivat lähteä viemään tätä konseptia eteenpäin, ovat sitoutuneet sekä rahallisesti että ajallisesti mukaan hankkeeseen.

Koko Lapin matkailun tilanne on tällä hetkellä huolestuttava ja matkailun parissa toimivien yritysten tulisi pystyä nopeasti sopeuttamaan liiketoimintansa uuteen tilanteeseen ja etsiä uusia asiakkaita. Hankkeessa kehitettävän tuotteen avulla yritykset saavat valikoimiinsa laadukkaan, kiinnostavan ja ympärivuotisen tuotteen, jonka myynnin ja markkinoinnin hoitaa sitä varten palkattu asiantuntija. Yritysten kanssa tullaan hankkeen alusta saakka keskustelemaan ja tekemään suunnitelmaa, miten tuotteen myynti ja markkinointi sekä nettisivuston ylläpito hoidetaan hankeajan jälkeen.

4.3 Yhteistyökumppanit

Tärkeitä yhteistyökumppaneita hankkeen aikana olivat etenkin Inarin kunnan yritys- ja kehittämispalvelut, Visit Finland sekä kotimaiset että kansainväliset matkatoimistot, matkanjärjestäjät ja incoming-agentit.

4.4 Tulokset ja vaikutukset

Koronarajoitukset hankaloittivat hankkeen toimenpiteiden toteuttamista. Tämän vuoksi kiertomatkatuotetta ei päästy niin nopealla aikataululla myymään ja markkinoimaan kuin alun perin suunniteltiin ja koronarajoitukset aiheuttivat myös muita muutoksia alkuperäiseen hankkeeseen. Yritykset saivat kuitenkin luotua hankkeen aikana uuden yhteistyöverkoston. Moni yritys ei tuntenut toistaan entuudestaan. Uusia tärkeitä verkostoitumistoimia hankkeen aikana tehtiin esimerkiksi Spirit of Inari -kansainvälisessä matkailuseminaarissa, Visit Finlandin road show 'ssa ja pyörämatkailun osalta Ellare Oy:n Pirjo Räsäsen vetämässä työpajassa. Ulkomaan benchmarking/messutoimenpiteet jäivät pois pandemian vuoksi ja niiden tilalla järjestettiin koulutusta yritysten tarpeisiin liittyen.



Hankkeen tuloksena kehitettiin yhdessä hankkeessa mukana olevien yritysten kanssa ympärivuotinen kiertomatkailutuote, jossa matkan aloitus- ja päätöspiste on Ivalon lentoasema. Kiertomatkan voi toteuttaa joko vuokra-autolla tai mukana olleen kuljetusyrityksen tuottamana. Kiertomatkailutuotteen pääasiallinen sijainti on Inari-Utsjoki -alueella. Matkakohteina tuotteessa ovat Saariselkä, Ivalo, Inari, Lemmenjoki, Kaamanen, Utsjoki ja Kirkkoniemi ja majoitus tapahtuu hankkeessa mukana olevissa yrityksissä. Tälle kiertomatkalle lanseerattiin oma nimi, Golden Route of Lapland, jonka on tarkoitus jäädä elämään myös hankkeen jälkeen. Hankkeessa toteutettiin myös nettisivut missä kiertomatkatuote ja siinä mukana olevat yritykset ovat esillä.

Yritykset saivat myös yritys kohtaista konsultaatiota mistä on voinut olla apua yrityksen liiketoiminnan kehittämisessä.

5. Esitykset jatkotoimenpiteiksi

Matkailun parissa toimivien yritysten tulisi pystyä nopeasti sopeuttamaan liiketoimintansa uuteen tilanteeseen ja etsiä uusia asiakkaita. Hankkeessa kehitettävän tuotteen avulla yritykset saavat valikoimiinsa laadukkaan, kiinnostavan ja ympärivuotisen tuotteen. Yritysten kanssa on hankkeen alusta saakka suunniteltu miten tuotteen myynti ja markkinointi sekä nettisivuston ylläpito hoidetaan hankeajan jälkeen. Hankkeen lopuessa esitetään, että ryhmän yritykset jatkavat hankkeessa laaditun tuotteen kehittämistä tarpeen vaatiessa edelleen sekä miettivät tarvittaessa mahdollisia uusia markkinointi- ja myyntikanavia sekä nettisivuston ylläpitäjää.

6. Allekirjoittajat ja päiväys



Katariina van Boxel 24.2.2023

elinkeinojohtaja vt.

LIITTEET:

Hyrrässä: Golden Route of Lapland_matkaraportti_päivät 1-3.pdf

Hyrrässä: Golden Route of Lapland_matkaraportti_päivät 4-5.pdf