

Pohjois-Pohjanmaan elinkeino-,
liikenne- ja ympäristökeskus
Oulu

23.08.2011

Dnro POPELY

**PEURAN POLUN -
METSÄPEURANMAAN ALUEEN
YHTEISMARKKINOINTI
-HANKE**

ELINKEINOJEN KEHITTÄMISHANKE

LOPPURAPORTTI

Ajalta 1.6.2008 – 31.5.2011

CENTRIA tutkimus ja kehitys



Euroopan unioni
Euroopan aluekehitysrahasto
Euroopan sosiaalirahasto



CENTRIA
TUTKIMUS JA KEHITYS



Elinkeino-, liikenne- ja
ympäristökeskus

1. Hankkeen toteuttajan nimi

Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulu
CENTRIA Tutkimus ja kehitys
Vierimaantie 7
84100 Ylivieska

2. Hankkeen nimi ja hanketunnus

Nimi: Peuran Polun – Metsäpeuranmaan alueen yhteismarkkinointihanke
Hanketunnus (numero): 3454

3. Yhteenveto hankkeesta

Hankkeen yleistavoitteena on rakentaa Metsäpeuranmaan alueen matkailupalvelujen yrityslähtöinen yhteismarkkinointi ja matkailualueen tunnettuuden lisääminen eri keinoin sekä alueen matkailun toimintaympäristön kehittäminen. Hankkeen toimenpiteiden tarkoituksena on luoda pohja matkailutuotteiden saattamiseen myös kansainvälisille markkinoille.

4. Raportti (yksityiskohtainen kuvaus hankkeesta)

4.1 Hankkeen tavoitteet

a. Ylemmän tason tavoitteet, joiden osa hanke on

***Keski-Pohjanmaan matkailustrategiassa (2007–2013)** Peuran polun alue on nostettu yhdeksi matkailukeskittymäksi ja kehittämistyön painopistealueeksi. Matkailustrategian mukaan Keski-Pohjanmaan alueen muut matkailu-keskittymät Peuran polun alueen lisäksi ovat Kokkola, Kalajoki ja Kaustinen. Strategian mukaan maakunnan matkailun kehittämisessä on pohjimmiltaan kyse koko maakunnan matkailuelinkeinon kehittämisestä – koko maakunnan saamisesta kasvuun – koska toimenpiteitä kohdistetaan paitsi keskittymien sisäiseen ja ulkoiseen, mutta myös muiden alueiden väliseen yhteistyöhön.*

***Pohjois-Pohjanmaan matkailustrategia vuoteen 2013** määrittelee Pohjois-Pohjanmaan matkailualueiksi Koillismaan, Oulun ja Oulun seudun sekä Oulun Eteläisen (= Kalajoki ja Oulun Eteläinen). Strategian mukaan matkailukeskukset laajenevat kattamaan myös vaikutusalueensa matkailukohteet ja palvelut. Strategian laatinut ohjausryhmä suosittelee kolmea painopistealuetta: 1) matkailukeskusten kehittäminen 2) teemapohjaiset kehittämisohjelmat 3) profiilitapahtumien ja –kohteiden sekä matkailun yhteistyöprosessien kehittäminen. Kansainvälistymiseen on panostettava ja palveluketjun katkeamattomuuden varmistamiseksi matkailualue tarvitsee nimetyn vastuutahon (esim. matkailuyhdistys).*

Kalajoki ja Oulu tekevät yhteistyötä mm. Finnwest suuralueen kautta kansainvälisillä markkinoilla. Seutukunta- ja maakuntarajat on unohdettava ja kansainvälistymisen edellytyksiä arvioidaan saavutettavuuden kautta.

Strategian mukaan matkailukeskusten tulee verkottua niiden vaikutusalueella sijaitsevien yritysten ja muiden matkailukeskusten kanssa. Myös maaseudun matkailukohteiden tulee verkostoitua matkailukeskusten kanssa. Muita kehittämisen painopisteitä ovat mm. myynnin tehostaminen alueellisten myynti- ja markkinointiorganisaatioiden kautta, Internet-pohjaisiin myyntitoimintoihin panostaminen ja laadun kehittäminen. Kuntien tehtäviksi Pohjois-Pohjanmaan matkailustrategia katsoo mm. matkailun toimintaympäristön kehittämisen yhteistyössä matkailuyritysten kanssa ja osallistumisen alueen yhteismarkkinointiin (lisää alueen vetovoimaisuutta).

b. Hankkeen tavoitteet (tavoitteet, joihin juuri tämä hanke pyrkii)

Hankkeen yleistavoitteena on rakentaa Metsäpeuranmaan alueen matkailupalvelujen yritysälhtöinen yhteismarkkinointi ja matkailualueen tunnettavuuden lisääminen eri keinoin sekä alueen matkailun toimintaympäristön kehittäminen.

Kaikki myöhemmin esitetyt toimenpiteet seuraavassa kohdassa (4.2 Hankkeen toteutus c. Toimenpiteet) tähtäävät tähän yleistavoitteeseen. Hankkeen toimenpiteiden tarkoituksena on luoda pohja matkailutuotteiden saattamiseen myös kansainvälisille markkinoille.

4.2 Hankkeen toteutus

c. Toimenpiteet

a) Yhteismarkkinointisuunnitelman laatiminen hankeajalle ja vuosille 2011 ja 2012

Tavoitteena on rakentaa tiiviissä yhteistyössä alueen ydinkuntien (Sievi, Reisjärvi, Lestijärvi, Toholampi, Perho, Halsua, Kivijärvi, Pihtipudas, Kinnula) kanssa Metsäpeuranmaan -matkailualueen yhteismarkkinointisuunnitelma, johon kaikki osapuolet sitoutuvat hankeajan jälkeen. Tavoitteena on myös perustaa alueelle matkailuyhdistys ja neuvotella em. kuntien kanssa niiden osallistumisesta yhteismarkkinoinnin edellyttämään kuntarahoitukseen.

Hankkeen toimenpiteet aloitettiin kesällä 2008. Tavoitteiden saavuttamiseksi perustettiin syksyllä 2008 Metsäpeuranmaan Matkailu ry ja sen jäsenistä koostuva viisihenkinen markkinointityöryhmä. Suuri osa yhdistyksen jäsenistä on ollut mukana myös yhteismarkkinointihankkeessa.

Metsäpeuranmaan Matkailu ry:n jäsenmäärä on kasvanut tasaisesti hankkeen aikana. Vuonna 2009 yhdistyksessä oli 26 jäsentä, vuonna 2010 31 ja toukokuussa 2011 jäseniä oli jo 36. Matkailu ry:n ensimmäinen toimintakausi oli ylipitkä. Ensimmäinen vuosikokous pidettiin 25.2.2010 Hirvikosken kurssikeskuksessa, jolloin yhdistykselle valittiin uusi hallitus.

Hallituksen 18.3.2010 pidetyssä kokouksessa uudeksi puheenjohtajaksi valittiin Kimmo Hakala. Sihteeriksi valittiin projektinvetäjä Kristiina Malinen. Syksyllä 2010 Malinen jäi pois Matkailu ry:n sihteerin tehtävästä ja hänen tilalleen valittiin Marja Hakkarainen.

Matkailu ry:n hallitus on kokoontunut hankkeen aikana noin kerran kuukaudessa. Yhdistyksen jäsenillä on hankkeen alusta asti ollut vahva tahtotila yhteisten tavoitteiden saavuttamiseksi. Hankkeen loppuaikana yrittäjät ottivat entistä aktiivisemmän roolin toimenpiteiden suunnittelussa ja toteutuksessa tavoitteiden saavuttamiseksi.

Metsäpeuranmaan markkinointityöryhmän (MTR) kokoonpano on vaihdellut hankkeen aikana. Jäseninä olivat yrittäjistä Anne Hakkarainen, Marja Hakkarainen, Elina Tuikka, Esa Paananen ja Arto Tiainen. Lisäksi jäseninä ovat olleet Kimmo Niskanen, Lasse Takalo (12.2.2010 asti), Kristiina Malinen. Markkinointityöryhmä (MTR) on kokoontunut tarpeen mukaan. Markkinointitoimenpiteitä on suunniteltu tiiviisti puhelimitse ja sähköpostilla. MTR käsittelee kaikki Metsäpeuranmaan markkinointiin liittyvät asiat, työstää yleisesitteen ja yhteismarkkinointisuunnitelman sekä esittelee asiat Matkailu ry:n hallitukselle.

Yhteismarkkinointisuunnitelman laatimista varten perustetaan keväällä 2011 työryhmä, johon valitaan jäseniä myös hankkeen sidosryhmistä. Suunnitelma on työstetty alustavasti markkinointityöryhmässä. Suuntaa antavana lähteenä siinä käytetään mm. Oulujärven vastaavaa suunnitelmaa.

b) Metsäpeuranmaan matkailualueen linkittäminen muiden läheisten matkailualueiden kanssa tehtävään yhteistyöhön

Metsäpeuranmaan alueen yhteismarkkinointihankkeen avulla käynnistetään maakuntarajat ylittävät neuvottelut yhteistyön tiivistämiseksi lähialueiden matkailukeskittymiin, erityisesti Kalajoen matkailukeskukseen, mutta myös muualle lähialueelle (Kaustiselle, Kokkolaan ja Ylivieskaan). Tavoitteena on rakentaa uusia yhteistyömalleja / edesauttaa välillisesti yhteisten matkailutuotteiden syntymistä, jotka hyödyntävät eri alueiden vahvuuksia. Erityisen tärkeässä asemassa Metsäpeuranmaan erä- ja luontomatkailun kannalta on Keski-Suomen toimijoiden kanssa tehtävä yhteistyö reitistöjen tuotteistamisessa ja markkinoinnissa.

Yhteistyöneuvottelut lähialueen matkailutoimijoiden kanssa käynnistettiin syksyllä 2008. Vetelin (Kemora), Kaustisen seutukunnan (KASE) ja Keski-Pohjanmaan liiton kanssa yhteistyö on edistynyt hyvin hankkeen aikana. SSYP:n (Saarijärvenseudun yrityspalvelu) kanssa yhteistyötä on tiivistetty erityisesti Peura-Lutunen -hankkeen kautta.

Yhteistyötä Metsäpeuranmaan alueen ympäristökuntien kanssa on tehty koko hankeajan tiiviisti. Witas Oy:n ja Pohjois-Pohjanmaan liiton kanssa on tehty yhteistyötä Matka2010 messujen suhteen. Metsäpeuranmaa oli mukana ja esillä molempien messuosastoilla.

Kaustisen seutukunnan (KASE) kanssa yhteistyötä on tehty koko ajan aktiivisesti. Metsäpeuranmaa on yksi KASE:n kärkikohteista, joten sitä tuodaan esille seutukunnan markkinoinnissa. Suuri osa Metsäpeuranmaan alueen kunnista kuuluu Kaustisen seutukuntaan. Yhteistyötä on tehty kesätapahtumissa, kuten Kaustisen festivaaleilla. Yhteistyö jatkuu vuonna 2011 Oulun erämessuilla 19.–22.5. ja hankkeen päättymisen jälkeen eri kesätapahtumissa, kuten Kokkolan Asuntomessuilla.

Keski-Pohjanmaan liiton kanssa yhteistyötä on tehty alusta asti ja se on tiivistynyt vuoden 2010 aikana. Metsäpeuranmaan on ollut näkyvästi esillä Keski-Pohjanmaan liiton **NYT2 – hankkeen** kautta markkinointitapahtumissa eri messuilla ja Helsingin Narinkkatorilla 14.–18.6.2010. Lisäksi yhteisenä tuloksena on Metsäpeuranmaan sähköinen markkinointi- ja myyntisivusto. Metsäpeuranmaan Matkailu ry jatkaa yhteistyötä liiton uuden viestintä- ja markkinointihankkeen (**VIMMA**) kanssa.

Kokkolan Matkailun kanssa yhteiset majoitusresurssit ovat käytössä kesän 2011 asuntomessuilla. Metsäpeuranmaan alueesta tiedottaminen Kokkolan matkailun kautta on järjestetty hankkeen kautta. Kalajokilaakson alueelta yhteismarkkinointihankkeessa on mukana yrityksiä Ylivieskasta (1) ja Kalajoelta (2). Pihtipudas on saatu myös mukaan toimintaan, ja sieltä on 4 yritystä hankkeessa mukana.

c) Yhteismarkkinointi-ilmeen mukaisen markkinointimateriaalituotannon käynnistäminen alueella

*Yhteismarkkinoinnin vahva pohja luodaan rakentamalla uuden yhteisen tuotemerkin ympärille yhteismarkkinointiin soveltuva ja alueen kuntanimet huomioiva **yhteismarkkinointi-ilme ja esittelymateriaalit** sekä niiden hyödyntämisessä sovellettava kaikille yhteistä ilmettä käyttäville alueen kunnille ja matkailuyrityksille tarkoitettu **markkinointiohjeistus**. Alueen yritykset voivat omassa yrityskohtaisessa markkinoinnissaan hyödyntää laadittua yhteismarkkinointi-ilmettä ja markkinointiohjeistusta.*

Yhteismarkkinointi-ilme, Metsäpeuranmaan logo ja slogan valmistui keväällä 2009. Työ teetettiin tarjousten perusteella edullisimmalla mainostoimistolla (MainosLähde Oy, Kajaani). WWW – sivut (metsäpeuranmaa.fi) domain on hankittu PPO:lta. Internet -sivujen sisältö on luotu yhdessä yritysten kanssa. Käytännön työn on tehnyt **Tomi Jääskeläinen** (CENTRIA Haapajärvi), joka vastaa myös sivujen päivityksestä hankkeen aikana. Kotisivut päivitettiin keväällä 2011 ja toukokuussa Matkailu ry otti vastuun sivujen ylläpitämisestä.

Ensimmäinen yhteismarkkinointi-ilmeen mukainen esite (kesän 2009 viikko-ohjelma) valmistui kesäkuun alussa 2009. Viikko-ohjelma toteutettiin myös talvikaudella 2009–2010 sekä kesä- ja talvikaudella 2010. Talven 2009–2010 viikko-ohjelmasta tehtiin myös englanninkielinen versio, josta otettiin pieni painos Matka 2010 messuille. Viikko-ohjelmat toteutettiin myös sähköisenä. Viikko-ohjelmia on jaettu messuilla ja tapahtumissa, yritysten kautta sekä kuntien matkailuinfoissa. Samalle pohjalle voi jatkossa koota viikko-ohjelmia. Talvella 2011 Matkailu ry tekikin viikko-ohjelmat jo omalla kustannuksella.

Yhteismarkkinointi-ilmeen mukaista markkinointimateriaalia on tehty koko hankkeen aikana messuja ja tapahtumia varten. Lisäksi on tehty lehti-ilmoituksia ja painotuotteita jaettavaksi. Kesä-, syksy- ja talviaiheiset bannerit (roll-upit) messuja varten tehtiin vuonna 2009 CENTRIAssa (**Janne Heikkilä**). Niitä on käytetty myös muissa tapahtumissa 2010–2011. Bannerit jäävät Metsäpeuranmaan matkailuyhdistyksen käyttöön. Painopaikkana CENTRIA ja kaikkien em. tuotteiden kustannukset hankkeelta.

Peuran Polun retkeilyreitien opas uusittiin hankkeen toimesta talvella 2010, ja samana keväänä siitä tehtiin vielä korjattu painos. Työstä vastasi Art-Print Oy. Reittiopas on ollut erittäin suosittu ja kehuttu. Sitä käytettiin alueen yleisesitteenä ennen Metsäpeuranmaan varsinaisen esitteen valmistumista.

Metsäpeuranmaan yleisesitteestä tuli 32-sivuinen neliväriesite ja se valmistui joulukuun lopussa Matka2011 messuille, painosmäärä 5000 kappaletta. Yleisesitteen raamit suunniteltiin markkinointiryhmässä. Esitteen toteutti tarjoustun perusteella valittu Arctosmedia Kaustiselta, painopaikka Forsberg.

Yleisesitteessä on yksi aukeama kustakin tuotelinjasta (kalastus, metsästys, melonta, ratsastus jne.). Tekstit on tehty teemaryhmien kokoontumisten syntyneiden materiaalien pohjalta mainostoimistolla ja markkinointiryhmässä. Kustannukset suunnittelusta ja painatuksesta maksettiin hankkeelta.

Yritysten omalla kustannuksella teetettiin vuonna 2009 Metsäpeuranmaan logolla varustetut T-paidat myyntiin, työvaatteiksi sekä messuesittelijöiden käyttöön. Tuoteryhmä kasvoi vuonna 2010 Savipaja Peltorannan valmistamalla Metsäpeuranmaan matkamuuistoesineillä.

d) Majoitusyritysten tai yksityisten mökkien omistajien aktivoiminen sähköisen markkinoinnin ja varaustoimintojen piiriin

Hankkeessa projektipäällikkö selvittää kuntakierroksin ja erilaista rekistereistä tutkien alueen loma-asuntojen lukumäärää ja sitä, onko mahdollista aktivoida yksityisten loma-asuntojen käyttöä matkailijavuokraukseen. Lapin matkailukeskuksistakin tuttu ongelmana on, että yksityisten / yritysten omistamat mökit ovat vähäisellä käytöllä ja tästä syystä niin sanotut "kylmät pedit" eivät tuo matkailutuloa matkailupalveluyrityksiin ja vähittäiskauppaan alueelle. Metsäpeuranmaan alueella on pula mökkimajoituskapasiteetista erityisesti lyhyen huippusesongin aikana (kesäkaudella).

Hankkeessa on ollut mukana 34 yritystä, joista lähes kaikilla on majoitustarjontaa, ruoka- tai ohjelmapalvelutoimintaa. Projektipäällikköiden rekistereistä ja kunnista keräämän tiedon pohjalta alueella toimii 20 – 30 yritystä, jotka eivät ole mukana hankkeessa. Tavoitteena on saada nämäkin yritykset aktivoitumaan mukaan Metsäpeuranmaan Matkailu ry:n jäseneksi.

Toukokuun 2011 lopulla hankkeessa on mukana 34 yritystä ja yhdistyksessä 36. Metsäpeuranmaan alueella on vielä huomattava määrä yrityksiä, jotka eivät ole olleet mukana hankkeessa tai Metsäpeuranmaan Matkailu ry:ssä. Yhdistyksen jäsenhankintakampanja syksyllä 2009 paransi tilannetta, joten se uusittiin keväällä 2010. Tärkeää on saada yrityksiä mukaan yhdistykseen, jonka on tarkoitus jatkaa kehittämistyötä hankkeen päättymisen jälkeen.

Kaikille alueen majoitusyrityksille yhteistä ja sopivaa järjestelmää on ollut vaikea löytää, koska yritysten tilanne, tarve ja tavoitteet ovat hyvin erilaiset ja eritasoiset. Markkinointi- ja varausjärjestelmää tarjottiin kahdeltakin taholta. Matkailuyhdistys päätyi käytännön syistä **Sportumin** tarjoamaan **TravelNet**-järjestelmään, joka on jo käytössä osalla Metsäpeuranmaan yrittäjistä sekä alueen muilla matkailutoimijoilla.

Syksyllä 2010 Keski-Pohjanmaan liitto, Metsäpeuranmaan Matkailu ry ja yhteismarkkinointihanke järjestivät kaikille alueen toimijoille tarkoitetun tiedotustilaisuuden TravelNet -varausjärjestelmän käytöstä. Tilaisuuden tuloksena kolme keskipohjalaista matkailukeskittymää päättivät yhdistää voimansa yhteismarkkinoinnissa ja -myynnissä. Kokkolan Matkailu Oy, Metsäpeuranmaan Matkailu ry, Lipputoimisto Kaustiselta sekä Kemora verkottavat Travelnet -varausjärjestelmänsä kevään 2011 aikana.

Koko maakunnan matkailupalvelutarjonnan yhdistävä yhteistyö palvelee erityisesti pieniä ja keskisuuria yrityksiä. Järjestelmän kautta matkailutuotteet on mahdollista saada online-myyntiin eli verkkokaupan piiriin. Matkailusta yhä suurempi osa tapahtuu verkossa ja tähän ajan haasteeseen matkailukeskittymät haluavat vahvasti vastata. Tavoitteena on, että varausjärjestelmät on linkitetty toisiinsa toukokuun 2011 loppuun mennessä. Metsäpeuranmaan Matkailun ry:n keskusvaraamo avataan kesällä 2011.

Kolmen keskittymän varaamoiden yhdistyminen mahdollistaa tulevana vuosina entistä helpomman erilaisten tapahtumien järjestämisen Keski-Pohjanmaalla, kun majoituskapasiteettia on keskitetty. Yhteistyöllä parannetaan matkailijoiden palvelua siis jo tulevana kesänä 2011 mm. Kokkolan asuntomessujen ja Kaustisen festivaalitapahtuman tarpeisiin. Lisäksi matkailuyrityksille tarjoutuu hyvä kanava lisätä myyntiään.

Hankkeen kustannuksella järjestettiin Metsäpeuranmaan yrittäjille opastusta järjestelmän käytöstä tarpeen mukaan. Kouluttajana ja asiantuntijana toimi Metsäpeuranmaan matkailuyrittäjä Anne Hakkarainen (Villipeura Oy), jolla järjestelmä on käytössä. Asiasta tehtiin ohjausryhmän päätös 3.11.2010.

Metsäpeuranmaan nettisivuille lisättiin myös linkki keskusvaraamoon, jotta yrittäjät voisivat tutustua järjestelmän käyttöön ja ominaisuuksiin myös itsenäisesti. Kevään 2011 aikana uusien yritysten liittymistä yhteiseen varausjärjestelmään edisti myös Keski-Pohjanmaan liiton VIMMA -hankkeesta saatava tuki.

e) Matkanjärjestäjien, tärkeiden sidosryhmien ja tiedotusvälineiden vierailukäynnit alueelle (fam-trip)

Keskeinen tapa alueen matkailupalvelujen tunnettuuden edistämiseksi ovat matkanjärjestäjien, tärkeiden sidosryhmien ja tiedotusvälineiden vierailukäynnit alueelle. Vierailukäynneillä haetaan maksimaalista näkyvyyttä ja vaikuttavuutta alueen matkailupalvelujen kysynnän kasvulle ja alueen tunnettavuudelle. Tavoitteena on järjestää hankkeessa varatulla resurssilla yhteensä noin sadanviidenkymmenen henkilön (hankeajana 50 henkilöä/vuosi) tutustumis- ja vierailukäynnit alueelle.

Toimintaa yritettiin käynnistää kesällä 2009, mutta keskinäisen kinailun ja kateuden vuoksi projektipäällikkö vihelsi pelin poikki. Ensimmäinen toimittajavierailu kutistui vierailuun kolmessa alueen eteläisessä yrityksessä. Yritykset itse hoitivat ohjelman, tarjoilut ja muut vierailuun liittyvät asiat. Uusia vierailuja ei saatu järjestettyä syksyn 2009 eikä vuoden 2010 aikana.

Uusia yrityksiä suunniteltiin markkinointiryhmässä aktiivisesti vuoden 2010 aikana. Kesällä 2010 toimittajia saatiin paikalle, kun nepalilainen elokuvatähti vieraili häämatkalla Metsäpeuranmaan alueella. Vierailusta uutisoitiin eri medioissa, joten Metsäpeuranmaa sai sitä kautta valtakunnallista näkyvyyttä.

Median tutustumiskäyntien järjestäminen on edelleen yhtenä Matkailu ry:n tavoitteena. Neuvotteluja jatketaan mm. matkatoimistojen sekä alan (luonto/erä) median kanssa. Hankkeen kautta ei vierailuja saatu järjestettyä yllämainituista syistä johtuen. Alueellista näkyvyyttä eri medioissa on ollut hankkeen aikana ja sen kautta runsaasti.

f) Matkailualueelle kohdistuvien ryhmämatkatuotteiden synnyttäminen

Selvitysvaiheessa nähtiin erityisen tärkeänä sekä ryhmämatkatuotteiden että matkailuyritysten muiden tuotteiden tuotteistaminen.

Ryhmämatkatuotteet tuovat lisää liikevaihtoa tiiviin sesongin ulkopuolelle ja monet ohjelmopalvelutuotteet soveltuvat erityisen hyvin ryhmille.

Tuotteistustyötä varten hankkeessa varataan 6 asiantuntijapäivää työpajaprosessin ohjausta varten.

Työpaja/workshop-tyyppisissä tilaisuuksissa matkailuyrittäjät toteuttavat prosessin osallistujakeskeiseen dialogiin pohjautuvalla työskentelytavalla ja synnyttävät sekä kehittävät tuotteita yhteisesti.

Tuotteistamisen ensimmäinen tulos oli kesälle 2009 valmistunut viikko-ohjelma, jossa oli esitelty 16 alueen yritysten tuotetta. Viikko-ohjelman idea on, että tuotteen/palvelun voi varata viikko-ohjelmasta soittamalla suoraan yrittäjälle ja tuote/palvelu toteutuu takuuvarmasti, vaikka esim. retkelle osallistujia on vain yksi (ellei erikseen mainita muuta).

Talvi2010 viikko-ohjelma valmistui joulukuussa 2009 sopivasti Matka2010 messuille. Yritysten itse tai asiantuntijan avustuksella kehittelemiä tuotteita Talvi2010 viikko-ohjelmassa oli yhteensä 23 kpl. Tarjotut tuotteet soveltuvat yhtä hyvin yksittäisille matkailijoille kuin myös ryhmille.

Hankkeessa resursoituja asiantuntijapäiviä ei käytetty näiden tuotteiden synnyttämiseen vaan yhteistyötä tekevät yritykset kehittivät ne pienissä ryhmissä. Esimerkkinä näistä ovat erilaiset retket, joissa toteuttajana voi olla kolme yritystä siten, että yksi vastaa majoituksesta, toinen ruokailuista ja kolmas hoitaa varsinaisen retken ja sen vaatimat järjestelyt.

Tulevaisuudessa viikko-ohjelmien tekemistä jatketaan Matkailu ry:n toimesta samalla periaatteella eli kaksi kertaa vuodessa, kesä ja talvi ohjelmat. Näistä tehdään myös jatkossa englanninkielinen (mahdollisesti myös muilla kielillä) ja sähköinen versio. Viikko-ohjelma on helppo, nopea ja edullinen päivittää vanhan version tilalle.

g) Alueen matkailuun kiinteästi liittyvien matkailutapahtumien linkittäminen matkailuyritysten yhteistyöhön

*Metsäpeuranmaan matkailualueen vaikutusalueella on useita matkailullisesti merkittäviä tapahtumia. Linkittämällä tapahtumat tiiviimpään yhteistyöhön alueen matkailupalveluja tarjoavien yritysten kanssa saadaan enemmän matkailutuloa ja aluetaloudellista vaikuttavuutta aikaan. Lisäksi keskeinen tavoite on kokonaan **uuden matkailullisen kärkitapahtuman lanseeraaminen alueelle.***

Projektipäällikkö ryhtyy toimenpiteisiin alueen tapahtumien ketjuttamiseksi ja uuden kärkitapahtuman lanseeraamiseksi sekä yhteistyön vahvistamiseksi tapahtumajärjestäjien ja matkailupalvelujen tuottajien välillä.

Ensimmäinen ja valtakunnallisestikin merkittävä tapahtuma alueella oli syyskuun 2009 alussa järjestetty Erävaelluksen SM – kilpailut Reisjärvellä, jossa Metsäpeuranmaa oli voimakkaasti mukana. Muita tapahtumia kesällä 2009 oli mm. Farmari – näyttely sekä Kemoran ja Kaustisen tapahtumat. Lähimatkailun ja tiedottamisen kehittämiseksi on kartoitettu alueen kesätapahtumat. Hankkeen tavoitteena on olla mukana näissä tapahtumissa tiedottamassa Metsäpeuranmaan alueesta. Vuonna 2010 Metsäpeuranmaa oli mukana alueen tapahtumissa mm. Kaustisen kansanmusiikkifestivaaleilla sekä Lestijärven muikkumarkkinoilla ja Sievin markkinoilla.

Edellisessä kohdassa f) on nähtävissä jo hyvää kehitystä siihen suuntaan, että tapahtuman järjestämisessä tarvitaan useamman yrityksen välistä yhteistyötä. Markkinointiryhmässä on todettu, ettei uuden tapahtuman lanseeraaminen käy sormeaa napsauttamalla, vaan siihen kasvetaan. Tähän on kaksi mahdollisuutta. Ensimmäinen on se, että kerätään lista alueen tapahtumista ja mietitään niiden kehittämismahdollisuutta. Tällöin kyseeseen tulevat esim. markkinat, kyläpäivät, ravit jne. Toinen mahdollisuus on aloittaa puhtaalta pöydältä ja järjestää koko aluetta palveleva uusi tapahtuma. Tässä tapauksessa tietenkin lähdetään nolatilanteesta ja myös epäonnistumisen riski on suurempi kuin ensimmäisessä vaihtoehdossa.

Näitä uusia tapahtumia on markkinointiryhmässä ideoitu ahkerasti mm. kalastuksen, retkeilyn, valokuvauksen ja erilaisten kilpailujen tiimoilta. Työ on kuitenkin edelleen hyvin alkuvaiheessa, mutta ideoita on syntynyt runsaasti.

h) Messutapahtumiin osallistuminen

Alueen yhteismarkkinointi järjestää opintomatkan Matka2009 messuille, jolloin voidaan tutustua muiden vastaavien yhteismarkkinointialueiden tarjontaan. Metsäpeuranmaa esittäytyy omalla osastolla Matka2010- ja Matka2011-messuilla sekä kolmella muulla kotimaan messulla hankeaikana. Nämä kolme muuta messuesiintymistä valitaan kohderyhmäanalyysin ja Metsäpeuranmaan Matkailu ry:n esityksen mukaan, ohjausryhmän vahvistaa ne. Messuille voivat osallistua kaikki hankkeessa mukana olevat yritykset. Tätä varten hanke hankkii osaston messuilta, osastoilmeen sekä messuilla tarvittavaa muuta materiaalia (kilpailupalkintoja, yhtenäiset esiintymisasut henkilökunnalle jne.).

Yrittäjille järjestettiin tutustumismatka Helsingin Matka 2009 messuille, mutta yleinen mielipide messuista oli, että se ei ehkä ole oikea markkinapaikka Metsäpeuranmaalle. Sama todettiin myös Matka 2010 messujen jälkeen, missä hanke oli mukana Pohjois-Pohjanmaan liiton yhteisosastolla. Hyvä paikka suurella osastolla toi kyllä näkyvyyttä Metsäpeuranmaalle. Peuran polun reittiopas ja Metsäpeuranmaan talven viikko-ohjelma saatiin jakoon myös Keski-Suomen (Witas) osastolle. Lisäksi yksi henkilö oli messujen ajan osastolla esittelemässä Metsäpeuranmaata.

Riihimäen erämessuilla 10.–13.6.2010 Metsäpeuranmaa oli esillä ensimmäistä kertaa omalla osastolla. Messuosastona toimi Metsäpeuranmaan yrittäjien talkootyönä rakentama laavu. Osasto keräsi paljon kiinnostuneita kävijöitä. Erämessut osoittautuivat Metsäpeuranmaalle oikeaksi paikaksi, joten niihin kannattaa panostaa jatkossa. Siellä tavoitetaan parhaiten oikea kohderyhmä.

ELMA2010 -messuilla Helsingissä 26.–28.11. Metsäpeuranmaa oli esillä Kaustisen seutukunnan kautta eikä sinne tarvittu resurssia hankkeen kautta. ELMA (Elävä maaseutu) – messut ei ole välttämättä paras paikka luonto- ja erämatkailualueen esittelyyn, vaan messut sopii paremmin elintarvike- ja käsityöyrittäjille.

Vuonna 2011 hanke oli mukana hankesuunnitelman mukaisesti kaksilla kotimaan messuilla; Helsingissä Matka2011 messuilla 20.–23.1. ja Oulussa Pohjois-Suomen erämessuilla 19.5.–22.5. Molemmilla messuilla tehtiin yhteistyötä Kaustisen seutukunnan kanssa. Yhteistyö KASE:n kanssa eri tapahtumissa ja messuilla jatkuu hankkeen päättymisen jälkeen.

Messut ovat hyvä paikka tutustua muihin matkailualueisiin ja alan yrityksiin. Hankkeen kautta Metsäpeuranmaan alueen yrittäjillä oli mahdollisuus päästä messuille esittelijöiksi sekä tutustumaan muiden tarjontaan. Samalla yrittäjät pystyivät verkostoitumaan ja luomaan uusia kontakteja myös ulkomaisiin toimijoihin. Valitettavasti vain muutamat yrittäjät tiedostavat messujen merkityksen ja ymmärsivät hyödyntää mahdollisuuden hankkeen aikana. Jatkossa erityisesti alueen pieniä matkailuyrittäjiä pitää saada aktivoitua mukaan messutoimintaan ja eri tapahtumiin.

i) Matkailuyhdistyksen toiminnan käynnistämistyö ja toimintaedellytysten vahvistaminen

*Metsäpeuranmaan alueen yhteismarkkinointihankkeen projektipäällikön tehtävänä on käynnistää **alueellinen matkailuyhdistystoiminta** siten, että hankkeen päättymisen jälkeen alueen matkailuyrittäjien yhdistyksellä olisi riittävät resurssit ja osaaminen ottaa kokonaisvaltainen matkailun kehittämisvastuu Metsäpeuranmaan matkailualueella. Tavoitteena on, että perustettu matkailuyhdistys jatkaa alueen matkailun kehittämistyötä kehittämishankkeen päättymisen jälkeen.*

Alueellisessa matkailuyhdistyksessä ovat mukana kaikki siihen liittyneet alueen matkailuyritykset.

Matkailuyhdistyksen perustamiskokouksessa oli läsnä 23 alueen yrittäjää. Kokous pidettiin Hirvikosken Maaseutuhotellissa 8.9.2008. Yhdistykselle laadittiin säännöt ja nimettiin 9 – jäseninen hallitus. PRH on hyväksynyt yhdistyksen merkittäväksi yhdistysrekisteriin 15.7.2009. Ensimmäinen vuosikokous pidettiin 25.2.2009 Hirvikoskella, jolloin valittiin uusi hallitus. Yhdistyksen hallitus on kokoontunut säännöllisesti noin kerran kuukaudessa. Hallituksen piiristä on muodostettu Metsäpeuranmaan markkinointityöryhmä, jonka tehtävä on ideoida ja toteuttaa kehityshankkeita.

Syksyllä 2009 todettiin, että matkailuyhdistyksessä on vain 13 liittymis- ja jäsenmaksun maksanutta jäsentä. Tästä syystä päätettiin käynnistää jäsenhankkimiskampanja, jolla pyrittiin saamaan jäseneksi kaikki alueen yrittäjät. Jäsenmäärä kasvoi kampanjan tuloksena 13:sta 26:een. Vuonna 2010 Metsäpeuranmaan Matkailu ry:n jäsenmäärä oli jo 31 ja hankkeen päättymisen aikaan toukokuussa 2011 yhdistyksessä oli 36 jäsentä. Jäsenmäärä siis kolminkertaistui hankkeen aikana.

Metsäpeuranmaan Matkailu ry:n ensimmäinen ylipitkä toimintakausi (16 kuukautta) saatiin päätökseen 31.12.2009. Vuoden 2010 aikana hallitus on kokoontunut noin kerran kuukaudessa. Toiminta näyttää vakiintuneen ja toimintaedellytykset parantuneen. Tärkeimpiä asioita hallituksen asialistalla ovat olleet jäsenmäärän kehitys ja alueella toimivien yritysten aktivoiminen yhdistykseen, kuntien ja seutukuntien sitouttaminen alueen kehittämiseen sekä yhteismarkkinointihankkeen tavoitteiden toteutuminen.

Markkinointityöryhmä tekee työtä itsenäisesti omana ryhmänä ja raportoi hallituksen kokouksissa aiheet, ideat ja päätökset. Markkinointityöryhmä ja myös Matkailu ry keskittyi hankkeen loppuajalla hankesuunnitelman tavoitteiden toteuttamiseen sekä yhteismarkkinointisuunnitelman laatimiseen. Välillä työ on rönseylläyt maan ja taivaan välissä ja hankkeen tavoitteet ovat jääneet taka-alalle.

Alueen muiden rinnakkaisten hankkeiden toiminta on sekoittunut välillä tämän yhteismarkkinointihankkeen toimenpiteisiin. Tämä on aiheuttanut paljon sekaannusta ja väärinkäsityksiä siitä mitä tämän hankkeen kautta voidaan toteuttaa.

j) Tutustuminen muihin yhteismarkkinointialueisiin

Yhteismarkkinointihanke järjestää Metsäpeuranmaan matkailuyrittäjille ja alueen matkailun sidosryhmien edustajille (esimerkiksi hanketoimijat, kehitysyhtiöiden edustajat, kuntapäätäjät) kaksi opintomatkaa hyvinä esimerkkeinä toimiville yhteismarkkinointialueille (esimerkiksi MeriLappi). Opintomatkat toteutetaan noin 30 hengen ryhmille vuosina 2009 ja 2010. Näiden matkojen tarkoituksena on sekä oppia toisten alueiden toimista että samalla tutustuttaa matkailuyrittäjät, kuntapäätäjät ja muut alueen matkailutoimijat toisiinsa sekä avata näkemyksiä matkailun yritystoiminnan mahdollisuuksista Metsäpeuranmaalla. Opintomatkoihin osallistujat maksavat omavastuuosuutena 50 % matkakuluista.

Tutustumismatka MeriLappiin ja Rovaniemen TE – keskukseseen on toteutettu 12.11.2008. Vierailun aiheina olivat matkailustrategiat, matkailukeskusten ja yritysten kehittäminen.

Tutustumismatkoja ei tehty vuonna 2010, koska niihin ei saatu riittävästi lähtijöitä. Yrittäjille tarjottiin yhteistä tutustumisretkeä valtakunnalliseen matkailuseminaariin Imatralle, mutta retkelle ilmoittautui vain kaksi ihmistä. Valmisteluja tutustumiskäyntiä varten tehtiin maaliskuulle 2011 Kauhavalla järjestettyyn seminaariin, mutta tämäkään retki ei toteutunut. Viimeinen yritys oli toukokuussa 2011 Pohjois-Suomen erämessuille Ouluun sekä Rokualle. Lisäksi tarjottiin vaihtoehtona pelkkää tutustumismatkaa Oulun erämessuille, ilman Rokuan päivää. Lopputulos oli sama eli vain muutama ilmoittautui retkelle eikä sitä voitu toteuttaa.

Benchmarkkausta ja tutustumista muihin yhteismarkkinointialueellisiin on tehty matka- ja erämessuilla Metsäpeuranmaan markkinointiryhmän ja osittain ohjausryhmän puolesta.

d. aikataulu

Kohdassa c. "toimenpiteet" jaottelu (a – j) viittaa hankesuunnitelman vastaaviin toimenpidekohtiin. Kursiivin alla kerrottu toiminnan ensimmäinen kappale on tapahtunut pääosin ajalla 13.5.2008 – 31.5.2009 (vuosiraportti 1) ja CENTRIAn omalla riskillä, koska rahoituspäätöstä hankkeelle ei siinä vaiheessa vielä ollut. Tähän vuosiraporttiin olen täydentänyt toimenpiteet ajalta 1.1. - 31.12.2010. Osa kuvatuista toiminnoista on tapahtunut vuoden 2009 aikana, ja se on mainittu tekstissä.

Rahoituspäätöksen tultua 15.6.2009 toiminta pääsi käyntiin normaalisti, vaikkakin kesäloma sotki aikataulua pahasti. Tästä eteenpäin toiminta jatkuu Ely – keskuksen ohjeiden ja hankesuunnitelman mukaisesti siten, että hanke päättyy 31.5.2011.

Tämä loppuraportti on kirjoitettu kumulatiivisesti keräten tapahtumat aina hankkeen alusta lähtien hankkeen loppuun saakka.

e. resurssit

Taloudelliset resurssit hankkeen suorittamiseksi on kunnossa, mutta hankkeen budjetin mukainen kustannuspaikkajako vaati korjausta. Lupa saatiin Pohjois-Pohjanmaan Ely -keskukselta keväällä 2010. Hankkeella on Pohjois-Pohjanmaan Ely -keskuksen rahoituspäätös (15.6.2009) ja alueen kunnat (9 kpl) sekä seutukunnat (3 kpl) ovat päätöksillään sitoutuneet hankkeen toteuttamiseen ja rahoittamiseen. Hankkeen ensimmäisen toimintavuoden aikana käytyjen neuvottelujen tuloksena hankkeeseen on saatu mukaan 34 yritystä Metsäpeuranmaan alueelta.

Yritysrahoitusosuus hankkeen rahoituksesta on ohjelman vaatima 10 % kustannusarviosta, kunta- ja seutukunta rahoitus samoin 10 %. Kunnat, seutukunnat ja yritykset ovat maksunsa hoitaneet ajallaan.

Hankkeen toimenpiteiden sekä tavoitteiden määrä ja laajuus sekä EU – hankkeiden yleinen byrokratia, seurannan, raporttien, laskujen ja maksatusten muodossa aiheuttaa työpaineita ja ongelmia projektipäällikölle. Tämä oli mm. syynä siihen, että budjetin kustannuspaikkajakoa oli korjattava, jotta hankkeelle saatiin lisää työresurssia, jos hankesuunnitelmassa esitetyt tavoitteet aiotaan saavuttaa. Myös ostopalvelut ja palkkiot oli budjetissa väärin mitoitettu. Jos alueen yrittäjistä muodostetut työryhmät, Matkailu ry ja markkinointityöryhmä saadaan toimimaan aktiivisesti, se keventää hieman projektipäällikön työtaakkaa. Joissakin toimenpiteissä tämä on onnistunutkin.

Taloussihteerin työpanos (2 kk/v), helpottaa osaltaan projektipäällikön työtä, mutta projektityöntekijän panos, 2 kk koko hankkeen ajalle on riittämätön. Sillä on saatu luotua Metsäpeuranmaalle www – sivut, mutta kotisivut vaativat täydennyksiä ja ylläpitoa jatkossakin hankkeen aikana. Työtä on hoitanut Tomi Jääskeläinen Haapajärven yksiköstä. Lisäksi on tarpeen mukaan käytetty myös muuta tilapäistä työvoimaa. Kesällä 2010 hankkeessa oli kuukauden ajan apuna opiskelija palkattomassa työharjoittelussa.

f. toteutuksen organisaatio

Hankkeen toteuttaa Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulun CENTRIA Tutkimus ja kehitys Haapajärven yksikkö (KPAMK:n päätöksellä Haapajärvi luetaan kuuluvaksi Ylivieskan yksikköön). Sisäisten järjestelyjen vuoksi hanke on siirretty CENTRIAn Ylivieskan yksikön alaisuuteen ja siellä Matkailutiimin vastuulle. Hakemuksessa ja päätöksessä hankkeen vastuuhenkilöksi on nimetty Antti Lauhikari. Hänen siirryttyä 1.9.2009 Sievi-Tools Oy:n palvelukseen, hankkeen vastuuhenkilönä toimii Hannu Leppälä.

Projektipäällikön tehtäviä on hoitanut hankkeen alussa Esa Aunola, mutta hänen jäätyä sairauslomalle 1.5.2009 ja määräaikaisen työsopimuksen päätyttyä 31.5.2009, CENTRIAn johto siirsi projektipäällikön tehtävät Lasse Takalolle 1.5.2009 alkaen. Projektipäällikkö vaihtui vielä kertaalleen 12.2.2010, jolloin tehtävää alkoi hoitaa Kristiina Malinen hankkeen loppuun. Lasse Takalo jäi osa-aikaeläkkeelle syksyllä 2010, mutta jatkoi hankkeessa asiantuntijana.

Hankkeen taloussihteerinä on toiminut 2008–2010 Piia Palosaari ja projektityöntekijänä Tomi Jääskeläinen, molemmat CENTRIAn Haapajärven liiketalouden yksiköstä. Piia Palosaaren jäi äitiyslomalle 1.11.2010 ja taloussihteerin tehtävää hoiti hankkeen loppuun asti Katja Koutonen.

Hankkeen toteutuksesta vastasi osaltaan Metsäpeuranmaan Matkailu ry sekä sen nimeämät työryhmät, kuten markkinointiryhmä. Projektipäällikkö kuului jäsenenä tai asiantuntijana näihin työryhmiin. Hankkeen loppuaikana, keväällä 2011 perustettiin työryhmä valmistelemaan Metsäpeuranmaan yhteismarkkinointisuunnitelmaa. Työryhmässä oli jäseniä Metsäpeuranmaan alueen yrittäjistä ja kunnista. Projektihenkilöt eivät kuuluneet tähän työryhmään.

g. kustannukset ja rahoitus

Koko hankkeen kustannusarvio on 228.000 € ja rahoitus jakautuu seuraavasti:

ELY – keskus, maaseutuosasto	182.400 € (80 %)
Kunnat ja seutukunnat	22.800 € (10 %)
Yksityinen (yritykset)	22.800 € (10 %)

Maksatushakemus ajalta 1.6.2009 – 31.12.2009 hyväksyttiin ohjausryhmän kokouksessa 12.2.2010, ajalta 1.1.–30.6.2010 kokouksessa 10.8.2009, ajalta 1.7.–31.12.2010 kokouksessa 14.1.2011. Loppuajan maksatushakemus ja hankkeen budjettiseuranta sekä budjetin toteutuminen käsitellään hankkeen viimeisessä ohjausryhmän kokouksessa toukokuun lopulla 2011.

h. raportointi ja seuranta (kokoukset, ohjausryhmätyöskentely)

Metsäpeuranmaan Matkailu ry:n hallitus on kokoontunut hankeaikana noin kerran kuukaudessa. Kokouksia on järjestetty eri puolilla Metsäpeuranmaan aluetta. Kokouksissa on käsitelty hankesuunnitelman mukaisia toimenpiteitä ja tavoitteita sekä miten niitä voidaan yhteistyössä toteuttaa sekä laadittu toimintasuunnitelmaa hankkeen päättymisen jälkeen. Kokouksista on pidetty pöytäkirjaa (sihteeri tai puheenjohtaja). Sihteerinä ovat olleet kukin projektipäällikkö vuorollaan; Esa Aunola, Lasse Takalo ja Kristiina Malinen. Sihteerin tehtävä työllisti ja kuormitti projektipäälliköitä liikaa. Syksystä 2010 Matkailu ry:n sihteerin tehtävää onkin hoitanut jäsenistä Marja Hakkarainen.

Hankkeen ohjausryhmä on kokoontunut säännöllisesti. Vuoden 2010 aikana se on ollut koolla kolmesti. Ohjausryhmä kokoontuu hankkeen loppujaksolla kolmesti. Projektisihteeri on pitänyt pöytäkirjaa kokouksista.

Ohjausryhmällä ja Metsäpeuranmaan Matkailu ry:n hallituksella on ollut aktiivinen ote hankkeen seurannassa, toimenpiteiden suunnittelussa ja osittain toteuttamisessa. Valitettavasti osa ohjausryhmän ja Matkailu ry:n jäsenistä eivät ole hankkeen aikana osoittaneet kiinnostusta eivätkä sitoutumista luottamustehtäväänsä kohtaan.

i. toteutusoletukset ja riskit

Vuosi 2009- 2010 oli hankkeelle haasteellisimmat. Suurimpia haasteita ja riskejä toiminnalle ja toteutukselle olivat henkilövaihdokset hankkeessa ja matkailuyhdistyksen hallituksessa. Lisäksi riittävät resurssit, niin henkilö kuin ajalliset ja rahalliset resurssit aiheuttivat paineita toteutukselle.

Sitoutumisen puute ja inottomuus yhteiseen tekemiseen on aiheuttanut haasteita koko hankkeen ajan. Tämä on myös turhauttanut kehittämistyössä aktiivisesti mukana olleita. Jatkossa on tärkeää aktivoida mukaan tähän asti taka-alalla pysyneitä alueen yrittäjiä. Samat ihmiset eivät jaksa eikä ehdi loputtomiin hoitaa ja järjestellä koko alueen yhteisiä asioita. Vaarana on toiminnan hiipuminen ja jopa loppuminen.

Metsäpeuranmaan matkailuyhdistys otti aktiivisemmän roolin tavoitteiden saavuttamiseksi erityisesti hankkeen loppuajalla. Matkailuyhdistys tarvitsee edelleen lisää jäseniä toiminnan jatkuvuuden varmistamiseksi ja alueen kehittämiseksi hankkeen päättymisen jälkeen. Yhdistyksen tavoitteena – ja haasteena - on saada mahdollisimman moni alueen yrittäjä Matkailu ry:n jäseneksi sekä saada myös kannatusjäseniä.

Tärkeitä toimenpiteitä on vaikeuksista huolimatta saatu toteutettua ja alueen matkailuelinkeinon kehittäminen on edennyt hienosti. Alkuajan sisäisiä ristiriitoja on saatu silotettua ja yhteistyö yrittäjien välillä tiivistyy koko ajan. Yrittäjille on hankkeen aikana syntynyt vahva tahtotila yhteisten tavoitteiden saavuttamiseksi ja alueen kehittämiseksi.

Hankkeen aikana yhteistyötä on syntynyt yrittäjien välille sekä muiden alueen toimijoiden (erityisesti KASE, Keski-Pohjanmaan liitto) kanssa. Yhteistyö muiden sidosryhmien ja alueen toimijoiden kanssa on toiminut hyvin. Metsäpeuranmaan Matkailu ry ei siis jää omilleen, vaan heillä on tukeaan mm. Keski-Pohjanmaan liitto ja Kaustisen seutukunnan uudet hankkeet. Alueen kehittämistyö jatkuu siis vahvana tämän hankkeen päätyttyäkin.

Metsäpeuranmaan yrittäjillä on vahva tahtotila alueen kehittämiseksi ja yhteistyön tiivistämiseksi. He ovat myös ymmärtäneet hanketyön rajallisuuden toiminnan kehittämisessä. Rahallisten kuin henkilöresurssien puute on ollut koko hankkeen ajan riski ja hidaste toiminnalle. Toimenpiteiden suunnittelu ja käytännön toteutus on yleensä ollut samojen aktiivisten henkilöiden hartioilla.

Yhteisöllisyyden ja luottamuksen synnyttäminen vaatii vähintään useamman vuoden työn. Hankkeen aikana yhteistyön ja yhteisöllisyyden luomisessa on ollut haasteita ja kivikoita. Kuitenkin jo hankkeen ensimmäisen vuoden jälkeen oli havaittavissa, että yrityskenttä hitsautuu yhteen - vaikkakin hitaasti. Luottamuksen kasvaessa yhteistyö helpottuu ja tiivistyy entisestään.

4.3 Yhteistyökumppanit

Hankkeen yhteistyökumppaneina ovat olleet alueen matkailuyritysten lisäksi Metsähallitus, Pohjois-Pohjanmaan, Pohjanmaan ja Keski-Suomen Ely-keskukset / maaseutuosastot, alueen kunnat ja kehitysyhtiöt, seutukunnat, Metsäpeuranmaan Matkailu ry, muiden matkailualueiden yhteistyötahot sekä alueella ja sen lähiympäristössä vaikuttavat matkailuhankkeet.

Yrityksiä hankkeessa on mukana 34 kpl, 13 kunnasta, 3 maakunnan alueelta seuraavasti:

Pohjois-Pohjanmaa		Keski-Pohjanmaa		Keski-Suomi	
Sievi	4 kpl	Toholampi	4 kpl	Pihtipudas	4 kpl
Reisjärvi	4 kpl	Lestijärvi	5 kpl	Kinnula	4 kpl
Kalajoki	2 kpl	Halsua	2 kpl	Kivijärvi	1 kpl
Ylivieska	1 kpl	Perho	1 kpl		
		Veteli	1 kpl		
		Kaustinen	1 kpl		

4.4 Hankkeen tulokset ja vaikutukset

- Metsäpeuranmaalle on saatu luotua oma brandi, mikä tarkoittaa logoa ja siihen liittyvää tekstiä (slogan), kuvia, niiden käyttöohjetta ja yleisilmettä.
- Metsäpeuranmaa – brandia on markkinoitu hankkeen kautta Jyväskylän Erä- ja luonto – messuilla ja Kokkolan Farmarissa vuonna 2009; vuonna 2010 matkamessuilla Helsingissä, Riihimäen kansainvälisillä erämessuilla ja Keski-Pohjanmaan liiton markkinointitempauksessa Narinkkatorilla Helsingissä, Kaustisen festivaaleilla ja ELMA -messuilla; sekä vuonna 2011 matkamessuilla, Pohjois-Suomen erämessuilla Oulussa sekä koko hankeaikana muissa pienemmissä tapahtumissa. Lisäksi markkinointia on tehty yritysten ja kuntien kautta ja lehti- ym. mainosten kautta.
- Hankkeella on tuotteistettu yrityskohtaisia ja yritysryhmäkohtaisia tuotteita, joista esimerkkeinä Kesä2009 ja 2010, Talvi2010 viikko-ohjelmat messuja ja markkinointia varten. Viikko-ohjelman toteutuminen jatkuu hankkeen päättymisen jälkeenkkin Metsäpeuranmaan Matkailu ry:n toimesta.
- Metsäpeuranmaan Matkailu ry on perustettu syksyllä 2008. Kiinteä yhteistyö on syntynyt alueen yrittäjien välille. Yhdistyksellä on vahva tahtotila alueen kehittämiseksi. Hanke on myötävaikuttanut yhdistyksen toimintaan ja tukenut sitä mahdollisuuksien mukaan. Matkailu ry:n hallitus kokoontuu säännöllisesti keskustelemaan yhteisistä asioista. Yhdistyksen jäsenmäärä on kasvanut tasaisesti hankkeen aikana.
- Karhun Kannoilla -seminaari ja näyttely on järjestetty kolme kertaa. Näyttely on tuonut tunnettavuutta alueen historiaan ja nykypäivään.

- Reitistöjen kehittämistarpeet on selvitetty. Tavoitteena on parantaa alueen palveluja sekä kiinnostavuutta.
- Yhteistyötahot on sitoutettu hankkeeseen ja alueen kehittämiseen. Tämä antaa laajemmat toimintamahdollisuudet jatkossa ja parantaa resursseja.
- Yhteistyö on käynnistynyt myös muiden matkailualueiden kanssa. Tiedotus alueen mahdollisuuksista ja palveluista on saatu levitettyä lähialueille. Kiinnostus yhteistyöhön Metsäpeuranmaan kanssa on lisääntynyt selvästi.
- Yhteistyötä on tehty myös alueen muiden hankkeiden kanssa, kuten Keski-Pohjanmaan liiton NYT2- ja VIMMA – hankkeiden, KASEn Rekrytointi- ja Veto! – hankkeiden sekä SSYP:n Peura-Lutunen karttahankkeen kanssa. Kaikki hankkeet tukevat osaltaan Metsäpeuranmaan alueen kehittämistä ja yhteistyö toimijoiden välillä jatkuu hankkeiden päättymisen jälkeenkin.
- Yhteismarkkinointi-ilme on valmis ja markkinointiohjeistus otettu käyttöön. Alue ja yritykset mielletään yhteisen logon ja ilmeen alle. Yhteistä ilmettä on hyödynnetty esitteissä ja muussa mainonnassa, verkkosivuilla sekä sosiaalisessa mediassa.
- Hankkeen kautta on tehty yhteisilmeen mukaista messumateriaalia, kuten roll-upit ja laavu. Näitä voidaan käyttää messuilla ja tapahtumissa myös hankkeen päättymisen jälkeen.
- Metsäpeuranmaan ilmettä on käytetty myös Peura-Lutunen hankkeen toteuttamassa alueen retkeilykartassa, joka julkistettiin toukokuussa 2011.
- Verkkosivut www.metsäpeuranmaa.fi on luotu. Sivusto palvelee alueen yhteismarkkinointia ja lisää tunnettua. Sivut uudistettiin keväällä 2011 palvelemaan paremmin yrittäjiä sekä alueesta kiinnostuneita matkailijoita. Verkkosivut tulevat toimimaan pohjana tulevaisuudessa avattavalle Metsäpeuranmaan yhteiselle varausjärjestelmälle, jonka toteuttamista hanke on ollut mukana tukemassa. Online – myynti on tärkeä edellytys alueen kehittymiselle, tunnettavuuden lisäämiselle ja se lisää myös yhteistyötä muiden alueiden kanssa.
- Metsäpeuranmaan kuvapankki on perustettu kotisivuille. Keväällä 2011 toteutettiin vielä muutamia kuvauspäiviä, jotta kaikki hankkeessa mukana olevat yritykset saatiin kuvattua. Kuvat ovat kaikkien hankkeessa mukana olevien yritysten käytössä markkinointitarkoituksiin. Kuvia on käytetty markkinoinnissa sekä Metsäpeuranmaan yleisesitteessä. Kuvapankki jää Metsäpeuranmaan Matkailu ry:n sivuille ja heidän käyttöönsä hankkeen päättymisen jälkeen.
- Visio ja strategia toiminnalle on laadittu, joka toimii tavoitteena hankkeelle ja yrityksille. Metsäpeuranmaan yhteismarkkinointisuunnitelman laatiminen hankkeen jälkeiselle ajalle on aloitettu ja se valmistunee keväällä 2011.
- Tuotelinjat (7 kpl) on valittu, mikä selkeyttää palvelujen tuotteistamista.
- Tuotelinjojen pohjalta on tehty Metsäpeuranmaan yleisesite, joka valmistui vuoden 2010 lopulla. Yleisesite on 32-sivuinen neliväriesite ja se on jaoteltu teemojen mukaan (retkeily, kalastus, metsästys, ratsastus, melonta, luonnonkatselu ja kuvaus, tarinaperinne ja kädentaidot, majoitus

- ja ruokapalvelut, muu ohjelmapalvelu). Esitettä on jaettu messuilla ja eri tapahtumissa, Metsäpeuranmaan alueen yrityksissä sekä alueen kuntien matkailuinfoissa ja muissa esittelypisteissä.
- Asiantuntijapalveluna tuotteistetut Metsäpeuranmaan matkamuiستoesineet, kämmenkuppi ja muinaiskoru ovat tuotannossa Savipaja Peltorannassa. Lisää tuotteita on suunnitteilla mm. Paja S:n huopatyöt, Kauniston Taidelasin työt.
 - Hanke on osallistunut seuraaviin messu- ja muihin tapahtumiin:
 - o vuonna 2009 Jyväskylän Luonto & Erä, Kokkolan Farmari, Erävaelluksen SM Reisjärvellä;
 - o vuonna 2010: Matkamessut, Riihimäen kansainväliset erämessut, Keski-Pohjanmaan markkinointitapahtuma Helsingissä, Kaustisen festivaalit, ELMA2010 (ei kustannuksia) sekä paikalliset tapahtumat;
 - o vuonna 2011: matkamessut ja Pohjois-Suomen Erämessut Oulussa
 - o tapahtumien kautta alueen tunnettuus on parantunut selvästi ja Metsäpeuranmaan brandi on vahvistunut. Lisäksi on saatu hyvää kokemusta messuille osallistumisesta
 - Hankkeen kautta Metsäpeuranmaan matkailualueetta on markkinoitu mm. seuraavissa lehdissä ja alue-esitteissä:
 - o Kaustisen seutukuntaesite
 - o Keski-Pohjanmaan liiton aluemarkkinointilehti Jatulit (numerot syksy-talvi 2009, kesä 2010, syksy-talvi 2010)
 - o Keski-Pohjanmaan matkailuviestin uusintapainos (kevät 2011, kieliversiot ruotsi, englanti ja saksa)
 - o Lomaseutu (kesä 2010 ja 2011)
 - o Pirityiset – hankkeen julkaisu, 2011
 - o lisäksi ilmoituksia ja artikkeleita sanomalehdissä (paikalliset lehdet sekä mm. Kaleva, Keski-Suomalainen, Maaseudun tulevaisuus)
 - Esitemateriaalia on toimitettu alueen kuntiin, Keski-Pohjanmaan liitolle, Kokkolan matkailuun ja seutukunnille, jotka ovat myös osaltaan markkinoineet Metsäpeuranmaata.
 - Hankkeen kautta tehtiin asiakaskysely kesällä 2010 koskien lomaviettoa. Tulosten perusteella yrityksillä on mahdollisuus suunnata palveluitaan.
 - Hanke on tehnyt hyvää yhteistyötä muiden alueiden ja hankkeiden kanssa. Tästä on tuloksena mm. Metsäpeuranmaan alueen uusi retkeilykartta, joka julkistettiin toukokuussa 2011 Pohjois-Suomen erämessuilla Oulussa.
 - Kaikilla edellä esitetyillä toimenpiteillä on vaikutusta alueen tunnettuuteen sekä yritysten käyttöasteeseen ja liikevaihtoon.

Ylivieska 24.5.2011

Kristiina Malinen
projektisuunnittelija
CENTRIA tutkimus ja kehitys