



Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020

Rantasalmen kunta
Poikkitie 2
58900 RANTASALMI

ESITYS HANKERAHOITUKSESTA VISIT SAIMAA2 – LAKELAND FINLAND 2019 – 2021 -HANKKEESEEN

VisitSaimaa2 – Lakeland Finland 2019 – 2021 –hanke on maakunnallinen matkailun kehittämis- ja markkinointihanke, jonka tavoitteena on vahvistaa Saimaan brändiä, vetovoimaa ja asemaa merkittävänä matkailualueena Lapin ja Helsingin rinnalla erityisesti kansainvälisillä markkinoilla kotimaan matkailua kuitenkin unohtamatta. Hanke hyödyntää aikaisempien matkailun kehittämishankkeiden ja Saimaa-yhteistyön tuloksia, mutta siirtyy seuraavalle kehitysaskelle. Hankkeen painopiste siirtyy tuotteistamisesta entistä enemmän myynnin edistämiseen, digitaalisiin jakelukanaviin sekä kestävään matkailuun. Hanke tekee tiivistä yhteistyötä goSaimaan, Lakelandin muiden alueiden, Visit Finlandin sekä muiden yhteistyökumppaneiden kanssa.

Hankkeen kesto	Hankkeen kesto on 2,5 vuotta. Hanke alkaa aikaisintaan 1.7.2019.	
Hankesuunnitelma/ -hallinnoija	Liitteenä hankesuunnitelma. Hankehallinnoijana toimii Mikkelin kehitysyritys Miksei Oy.	
Hankkeen budjetti	Hankkeen kokonaisbudjetti	2 560 000 €
	- EAKR- ja valtion rah.	1 764 000 €
	- kuntien rahoitus	606 000 €
	- yksityinen rahoitus	190 000 €

Esitys Rantasalmen kunnan hankerahoitukseksi

Esitämme Rantasalmen kunnan hankerahoitukseksi yhteensä hankkeen aikana

25 000 € (10 000 €/vuosi, alv 0 %)

Kuntien hankerahoitus on edellytys kunnan matkailuyritysten osallistumiselle hankkeeseen, mutta se mahdollistaa myös alueemme kansainvälisen vetovoiman ja tunnettuuden kasvattamisen, joka luo uutta elinvoimaa kaikille toimijoille. Kuntien rahoitusosuudet määräytyvät kunnan koon ja matkailullisen potentiaalin mukaan.

Hankkeen ohjausryhmä Hankkeeseen osallistuville kunnille on varattu paikka hankkeen ohjausryhmässä.

Aikataulu Päätös osallistumisesta VisitSaimaa2 – Lakeland Finland 2019-2020 –hankkeeseen tulee toimittaa 22.3.2019 klo 16 mennessä osoitteeseen mais.hakkinen@mikseimikkeli.fi ja postitse 29.3.2019 mennessä osoitteeseen Mikkelin kehitysyritys Miksei Oy/Matkailu, Maaherrankatu 22, 50100 Mikkeli.

Yhteistyöterveisin – Yhdessä Etelä-Savo ja Saimaan alue nousuun!

Mikkelissä 1.3.2019

Maisa Häkkinen, matkailujohtaja
Mikkelin kehitysyritys Miksei Oy
044 794 2219, mais.hakkinen@mikseimikkeli.fi



Euroopan unioni
Euroopan aluekehitysrahasto

Hankehakemus
Kestävää kasvua ja työtä 2014–2020
Suomen rakennerahasto-ohjelma



ETELÄ-SAVON
MAAKUNTALIITTO

Viranomaisen merkintöjä

Saapumispäivämäärä 15.2.2019	Diaarinumero EURA 2014/7939/09 02 01 01/2019/ESAVO
Käsittelijä	Puhelinnumero
Hakemusnumero 306455	Hankekoodi
Hakemustyyppi Uusi	Tila Saapunut

1 Viranomainen, jolle hakemus osoitetaan

Viranomainen Etelä-Savon maakuntaliitto
--

2 Hakijan perustiedot

Hakijan virallinen nimi Mikkelin kehitysytio Miksei Oy	
Organisaatiotyyppi Muu julkisoikeudellinen oikeushenkilö, Kehitysytio	Y-tunnus 0600598-8
Jakeluosoite Maaherrankatu 22	Puhelinnumero 0447942219
Postinumero 50100	Postitoimipaikka Mikkeli
Tilinumero (IBAN) FI4650000120272124	BIC OKOYFIHH
WWW-osoite http://www.mikseimikkeli.fi	
Hankkeen yhteyshenkilön nimi Maisa Häkkinen	Yhteyshenkilön asema hakijaorganisaatiossa Matkailujohtaja
Yhteyshenkilön sähköpostiosoite mais.hakkinen@mikseimikkeli.fi	Yhteyshenkilön puhelinnumero 0447942219
Hakijoiden lukumäärä tai tuen siirto -menettely <input checked="" type="checkbox"/> Vain yksi hakija <input type="checkbox"/> Hakijoita on useampi kuin yksi (yhteishanke) <input type="checkbox"/> Hakija siirtää osan haettavasta tuesta yhdelle tai useammalle taholle hankkeen toteuttamista varten (tuen siirto)	

3 Hankkeen perustiedot

Hankkeen julkinen nimi VisitSaimaa2 - Lakeland Finland 2019-2021	
Alkamispäivämäärä 1.7.2019	Päätymispäivämäärä 31.12.2021
Toimintalinja 1. Pk-yritystoiminnan kilpailukyky	
Erityistavoite 2.1. PK-yritysten kasvun ja kansainvälistymisen edistäminen	

Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020

4 Tiivistelmä (julkaistaan internetin tietopalvelussa)

4.1 Hankkeen julkinen tiivistelmä (tavoitteet, toimenpiteet, tulokset)

Hankkeen tavoitteena on vahvistaa Saimaan brändiä, vetovoimaa ja asemaa merkittävänä matkailualueena Lapin ja Helsingin rinnalla erityisesti kansainvälisillä markkinoilla - kotimaan matkailua kuitenkin unohtamatta. Hankkeessa jatketaan edellisten matkailun kehittämishankkeiden työtä siirtäen painopistettä tuotekehityksestä myynnin edistämiseen, digitaalisiin jakelukanaviin sekä kestävään matkailuun. Työtä tehdään tiiviissä yhteistyössä goSaimaan, Lakelandin muiden alueiden, Visit Finlandin ja muiden kotimaan ja kansainvälisten yhteistyökumppanien kanssa.

Visit Saimaa 2 -hankkeella haetaan ratkaisuja Saimaan matkailun edistämiseen toteuttamalla mm. seuraavia toimenpidekokonaisuuksia:

- Alueen tunnettuuden kasvattaminen ja vahvistaminen kotimaassa ja kansainvälisesti: Lake Saimaa - Purest Finland - brändin vahvistaminen ja yhteismarkkinointi
- Alueellisen matkailumyynnin edistäminen
- Saimaan alueen yhteisen digialustan kehittäminen ja käyttöönotto
- Yrityksien digitaalisten valmiuksien edistäminen ja digitaalisten jakelukanavien käyttöönotto
- Vastuullisen matkailun edistäminen ja kestävä matkailun periaatteiden ja käytäntöjen jalkauttaminen yrityksiin
- Osaamisen kehittäminen yritysten tarpeiden mukaisesti
- Kansainvälisten yhteistyöverkostojen rakentaminen ja vahvistaminen

Kotimaan lisäksi, hankkeen kansainvälisiä kohdemarkkinoita ovat mm. lähimarkkinat (Ruotsi, Venäjä), Keski-Eurooppa (DACH, UK), Etelä-Eurooppa (Italia, Espanja) ja Aasia (Kiina, Japani). Hankkeen teemoitettuna kärkinä näillä markkinoilla ovat Saimaan kiertomatkat, puhdas luonto ja hyvinvointi, aktiviteetit ja outdoors, Saimaan ruokakulttuuri, paikalliset elämykset ja elämäntapa, kulttuuri ja perinteet. Asiakkaan ostopolku helpottuu digitaalisten ratkaisujen ja -alustojen käyttöönoton myötä ja saavutettavuus paranee mm. uusien lentoyhteyksien vuoksi.

Hankkeen tuloksena Saimaan tunnettuus ja vetovoima kasvaa erityisesti kansainvälisillä markkinoilla, matkailutulo kasvaa 3-5 % vuodessa ja matkailusesongit pidentyvät. Alueen matkailupalvelut ovat helposti löydettävissä ja ostettavissa sähköisissä myyntikanavissa. Lisääntyneen myynnin johdosta yritysten kannattavuus paranee, työpaikkojen määrä lisääntyy ja alueen elinvoima kasvaa. Hankkeen päättyessä Saimaa tunnetaan kestävä matkailun edelläkävijänä ja arvostettuna yhteistyökumppanina eri sidosryhmien keskuudessa.

4.2 Hankkeen nimi englannin kielellä

VisitSaimaa 2 - Lakeland Finland 2019-2021

4.3 Hankkeen julkinen tiivistelmä englannin kielellä

The aim of Visit Saimaa 2 - Lakeland Finland 2019-2021 -project is to promote Lake Saimaa-region as a major tourist destination in Finland alongside Lapland and Helsinki, internationally and also in the domestic market. Utilizing the results achieved in previous development projects, the emphasis in this project will shift from product development to sales promotion and support both regionally and directly with the participating companies, in digital channels and through B2B and B2C campaigns. Sustainable and responsible tourism will also be a major focus point in the Visit Saimaa 2 -project. Results will be achieved in close co-operation with partners and affiliates on the Lake Saimaa-, Lakeland, Visit Finland and international levels.

Visit Saimaa 2-project seeks solutions for the following areas related to tourism in the Lake Saimaa-area:

- Strengthening the Lake Saimaa - Purest Finland -brand internationally and domestically, promoting the region and raising awareness

- Developing and supporting the regional tourism sales, increasing year-round tourism income
- Development and deployment of a regional digital sales platform (LakeSaimaa.fi)
- Enhancing the participating companies' potential and abilities to gain business through international digital channels and platforms, gaining regional visibility and foothold on major international platforms
- Implementing the region's principles of responsible tourism as part of the local companies' and communities' day to day activities
- Expanding expertise
- Creating new international contact networks in the field of tourism and utilizing these to build brand awareness especially in the target markets with new access routes to Lake Saimaa and to also develop regional best practices

In addition to the domestic market, the main target markets internationally are e.g. neighbouring markets such as Sweden and Russia, Central Europe (DACH, UK), Southern Europe (Italia, Spain) and Asia (China, Japan). The main marketing themes are roundtrips, clean nature and wellbeing, outdoors and activities, Saimaa gastronomy, local lifestyle and culture and heritage.

As a result of this project, the Lake Saimaa - Purest Finland -brand awareness and attraction of the region will increase. Regional tourism sales will grow 3-5% per year and new seasonal products and opportunities will arise. New digital channels and platforms will be deployed and the customer's digital journey will become more fluid - the region's products and services are easily accessible and purchased internationally and in Finland. Companies' profitability increases, hence creating new businesses and jobs. The Saimaa region will be renowned as a forerunner in sustainable tourism, both environmentally and socially.

5 Hankkeen tarve, tavoitteet ja kohderyhmä

5.1 Mihin tarpeeseen tai ongelmaan hankkeella haetaan ratkaisua? Miten hanke on valmisteltu? Miten valmistelussa on otettu huomioon aiemmin rahoitettujen hankkeiden tulokset?

Tällä kattohankkeella haetaan omalta osaltaan ratkaisua Etelä-Savon, Saimaan ja Lakeland -alueen matkailun kestävään kasvuun, kannattavuuteen, kansainvälistymiseen ja vetovoimaan. Pitkän aikavälin tavoitteena on, että Saimaa on osana Lakeland -aluetta tunnettu, vetovoimainen ja kehittyvä matkailualue Lapin ja Helsingin rinnalla.

Hankkeessa jatketaan ja syvennetään yhteistyötä mm. alueemme yritysten, asukkaiden, oppilaitosten, Saimaan ja Lakeland alueen sekä Visit Finlandin kanssa sekä luodaan uusia kansainvälisiä yhteistyöverkostoja.

Yhteiset, asiakaslähtöisesti suunnitellut palvelukokonaisuudet luovat uutta vetovoimaa kansainvälisillä markkinoilla ja auttavat meitä menestymään globaalissa kilpailussa. Yhdessä toteutetut kampanjat säästävät kustannuksia ja ne luovat alustan myös yhdessä oppimiselle. Kotimaan yhteistyön lisäksi haemme aktiivisesti kansainvälisiä yhteistyökumppaneita ja -verkostoja. Hankkeen tavoite on nostaa alueen matkailun tarjonta, osaaminen ja tavoitteet kansainväliselle tasolle. Hankkeen resurssoinnissa on huomioitu, että yhteistyö on työtä, jonka tulee olla tavoitteellista ja joka vaatii resursseja - sekä tekijöitä että euroja. Yhteistyö ja sen edellyttämä luottamuksen rakentaminen vaatii aikaa sekä yhteisen työn kohteen, joka meillä on tunnustettu ja tunnustettu jo aikaisempien hankkeiden aikana. Saimaa koetaan yhteiseksi brändiksi, jonka alla Etelä-Savon ja Etelä-Karjalan matkailuyritykset, kunnat ja kaupungit, maakuntaliitot ja kehitysyritykset haluavat toimia.

Hankkeen valmistelu ja edellisten hankkeiden tulosten huomioiminen

Hanketta on valmisteltu yhteistyössä VisitSaimaa - Lakeland Finland 2017-2019 -hankkeessa mukana olleiden matkailuyritysten, kuntien ja yhteistyökumppanien kanssa. Hankkeen suunnittelussa on huomioitu edellisten hankkeiden kokemukset sekä rahoittajien, yhteistyökumppaneiden, asiakkaiden ja yritysten antama palaute.

Tämä hanke hyödyntää aikaisemmin rahoitettujen hankkeiden (Tuotteista ja myy-, VisitSaimaa-MikkeliRegion-,

Hankkeen nimi: VisitSaimaa2 - Lakeland Finland 2019-2021

VisitSaimaa - Lakeland Finland 2017-2019 -hanke) työn tuloksia ja niistä saatuja kokemuksia. Jokainen aiempi hanke on luonut edellytyksiä seuraavalle kehittämishankkeelle ja rakentanut omalta osaltaan Saimaa-brändiä panostamalla vetovoimaisiin sisältöihin, kertomalla Saimaan tarinaa ja kehittämällä yritysten valmiuksia uusien asiakasryhmien laadukkaseen palvelemiseen. Kaikilla edellisillä hankkeilla on luotu sekä edellytyksiä että osaamista Saimaan nostamiseksi vetovoimaiseksi, kansainväliseksi matkailualueeksi.

Tuotteista ja myy -hankkeessa panostettiin erityisesti asiakaslähtöiseen tuotekehitykseen ja yritysten valmiuksien parantamiseen. VisitSaimaa-MikkeliRegion -hankkeessa jatkettiin tätä työtä panostamalla kansainvälistymiseen, yhteistyöverkostoihin ja yhteisen alustan - VisitSaimaa.fi - kehittämiseen yhdessä Savonlinnan seudun vastaavan hankkeen kanssa. VisitSaimaa - Lakeland Finland 2017-2019 -hankkeessa on yhdessä Etelä-Karjalan kanssa käynnistetty Saimaa-yhteistyö ja -yhteismarkkinointi, luotu yhteinen Saimaa-brändikäsikirja ja -arvot sekä tiivistetty yhteistyötä laajemman Lakeland-alueen ja Visit Finlandin kanssa. Hankkeen aikana on edelleen panostettu sisältöjen kehittämiseen ja tuotteistamiseen sekä matkanjärjestäjäyhteistyöhön. Hankkeen aikana on mm. saatu kymmeniä uusia tuotteita esille Visit Finlandin MyStay-alustalle, tuotteistettu lähes 80 tuotetta sähköisille tuotekorteille, luotu sähköinen matkanjärjestäjärekisteri (n. 250 toimistoa) yritysten käyttöön sekä otettu käyttöön Bókun-myyntialusta, jonka kautta on tällä hetkellä ostettavissa n. 20 hankeyritysten tuotepakettia online. Tämän lisäksi hankkeessa on panostettu eri kärkiteemojen kehittämiseen kuten esim. Outdoors, Wellbeing ja Gastronomy. Saimaa Gastronomy-verkosto on vakiintunut ja yritykset ovat yhdessä luoneet merkittävää vetovoimaa alueellemme kiinnostavana ruokamatkailukohteena ympäri vuoden ja rakentaneet yhteistyötä D.O. Saimaa-tuottajien kanssa.

Hankkeen aikana Saimaan tunnettuus on kasvanut merkittävästi alueella vierailleiden lukuisten matkanjärjestäjä- ja mediaryhmien ansiosta (yht. n. 350 henk.). "Saimaa is famous" totesi eräs kiinalainen matkanjärjestäjä, kun häneltä tiedusteltiin mistä hän tiesi ottaa yhteyttä alueemme matkailuyritykseen. Vierailijaryhmiltä saatu palaute on ollut hyvin positiivista ja se on luonut uskoa alueen potentiaaliin. Kansainvälistyminen on kuitenkin pitkäjänteistä työtä ja vaatii kärsivällisyyttä kaikilta osapuolilta.

Yritysten (n=33) palautteissa VisitSaimaa - Lakeland 2017-2019 -hankkeelle nousi esille mm:

- 91 % vastanneiden yritysten mielestä hanke on onnistunut hyvin tai kiitettävästi Saimaa-brändin rakentamisessa ja alueen tunnettuuden parantamisessa
- 70 % vastanneiden yritysten mielestä hanke on onnistunut hyvin tai kiitettävästi uusien, asiakaslähtöisten sisältöjen ja palvelujen kehittämisessä
- 61 % vastanneiden yritysten mielestä hanke on onnistunut hyvin tai kiitettävästi Saimaa-yhteistyön edistämässä
- 67 % vastanneiden yritysten mielestä hanke on onnistunut hyvin tai kiitettävästi matkailun kasvun ja sesonkien pidentämisen tavoitteessa
- 64 % vastanneiden yritysten mielestä hanke on onnistunut hyvin tai kiitettävästi osaamisen kehittämisessä
- 79 % vastanneiden yritysten mielestä hanke on onnistunut hyvin tai kiitettävästi markkinointikampanjoiden toteuttamisessa
- 52 % vastanneiden yritysten mielestä hanke on onnistunut hyvin tai kiitettävästi digitaalisten myyntikanavien kartoittamisessa, jalkauttamisessa ja kehittämisessä
- 55 % vastanneista yrityksistä kertoo kotimaan matkailijoiden määrän kasvaneen 2017-2018
- 52 % vastanneista yrityksistä kertoo kansainvälisten matkailijoiden määrän kasvaneen 2017-2018
- 58 % vastanneista yrityksistä kertoo liikevaihdon kehittyneen positiivisesti 2017-2018
- 55 % vastanneista yrityksistä kertoo kannattavuuden parantuneen 2017-2018
- eniten hankkeella on vastausten perusteella ollut vaikuttavuutta olemassa olevien palvelujen/toiminnan kehittämisessä, kv-toiminnan kasvussa sekä uusien verkostojen synnyssä
- uusia työpaikkoja on syntynyt 15 kpl, joista 5 kokoaikaista ja 10 osa-aikaista työpaikkaa

Edellä kuvattuja tuloksia on hyödynnetty uuden hankkeen suunnittelussa ja painopisteiden valinnassa.

Yhä useampi matkailija haluaa kokea aitoja, paikallisia elämyksiä ja tutustua paikallisten asukkaiden elämäntapaan. Hankkeella haetaan ratkaisuja myös siihen kuinka tähän kysyntään pystyttäisiin vastaamaan nykyistä paremmin. Uutena painopistealueena hankkeessa tulee olemaan ns. "local lifestyle" -sisällöt ja paikallisten asukkaiden osallistaminen matkailuelämysten tuottamiseen kestävän matkailun periaatteiden mukaisesti. Tällaisia elämyksiä voisivat olla vaikkapa mahdollisuus lähteä paikallisen asukkaan mukana torille ostoksille, maton pesuun tai saunan lämmitykseen. Tärkeitä ovat myös käyntikohteet, joiden tarjonta on kohdistettu paikallisille asukkaille, mutta joiden luoma lisäarvo voi olla matkailijoille merkittävä. Tällaisia kohteita voisivat olla esimerkiksi puutarhat, kahvilat, lavatanssit tai muut paikallisten suosimat tapahtumat ja nähtävyydet. Yhteistyötä tiivistetään myös viljelijöiden, elintarviketuottajien ja -jalostajien kanssa (D.O.Saimaa).

VisitSaimaa 2 -hankkeeseen toivotaan mukaan erityisesti niitä yrityksiä, jotka ovat edellisissä hankkeissa käynnistäneet oman tuotekehitystyön ja joiden valmiudet kansainväliseen matkailumarkkinointiin ovat jo hyvällä tasolla.

Hanke ei korvaa VisitMikkelin ja VisitSavonlinnan seudullista kattomarkkinointia. Hanke tukee näitä alueellisia toimijoita, jotka tekevät tärkeää ruohonjuuritason työtä yhdessä alueen yritysten kanssa. Näiden alueorganisaatioiden alla myös pienet yritykset, jotka eivät tähtää kv-markkinoille tai joiden valmiudet eivät vielä ole riittäviä, pystyvät kehittämään tarjontaansa ja osallistumaan yhteismarkkinointiin erityisesti kotimaassa.

5.2 Mitkä ovat hankkeen tavoitteet?

Hankkeen tavoitteena on vahvistaa Saimaan brändiä, vetovoimaa ja asemaa merkittävänä matkailualueena Lapin ja Helsingin rinnalla erityisesti kansainvälisillä markkinoilla - kotimaan matkailua kuitenkin unohtamatta. Hanke hyödyntää aikaisempien matkailun kehittämishankkeiden ja Saimaa-yhteistyön tuloksia, mutta siirtyy seuraavalle kehitysaskeleelle. Hankkeen työn painopiste siirtyy tuotteistamisesta entistä enemmän myynnin edistämiseen, digitaalisiin jakelukanaviin sekä kestävään matkailuun.

Kotimaan lisäksi, hankkeen kansainvälisiä kohdemarkkinoita ovat mm. lähimarkkinat (Ruotsi, Venäjä), Keski-Eurooppa (DACH, UK), Etelä-Eurooppa (Italia, Espanja) ja Aasia (Kiina, Japani). Hankkeen teemoitettuna kärkinä näillä markkinoilla ovat mm. Saimaan kiertomatkat, puhdas luonto ja hyvinvointi, aktiviteetit ja outdoors, Saimaan ruokakulttuuri, paikalliset elämykset ja elämäntapa, kulttuuri ja perinteet.

Työtä tehdään yhteistyössä goSaimaan, Lakelandin muiden alueiden, Visit Finlandin sekä muiden yhteistyökumppanien kanssa. Alueen vetovoimaa kehitetään ja markkinoidaan tiiviissä yhteistyössä jo olemassa olevien paikallisten verkostojen kuten (esim. D.O. Saimaa, Saimaa Gastronomy ja Saimaan Charmantit) ja tulevan ruokamatkailuhankkeen toimijoiden kanssa. Hankkeessa tavoitellaan myös uusia kansainvälisiä yhteistyöverkostoja, esim. Slow Food-organisaatio ja Culture Routes EU, ja Saimaan saavutettavuuden kannalta tärkeiden alueiden, kuten Milano ja Berliini, Visit-organisaatioiden kanssa nostaen myös paikallista matkailuorganisaatiotoimintaa ja toimintatapoja korkeammalle kansainväliselle tasolle.

Hankkeen toimenpidekokonaisuuksia (work packages) ovat:

- Lake Saimaa - Puresst Finland -brändin vahvistaminen ja yhteismarkkinointi
- Myynnin edistäminen
- Yrityksien digitaalisten valmiuksien edistäminen ja digitaalisten jakelukanavien käyttöönotto
- Vastuullisen matkailun edistäminen
- Osaamisen kehittäminen

Lake Saimaa - Puresst Finland -brändin yhteismarkkinoinnilla vahvistetaan ja kasvatetaan Saimaan alueen tunnettuutta

kansainvälisesti ja kotimaassa tiiviissä yhteistyössä Etelä-Karjalan vastaavan hankkeen kanssa. Tavoitteena on viestiä matkailijoille Saimaan monipuolisista vetovoimakohteista ja sisällöistä nostattaen mielenkiintoa ja ohjaten asiakkaat ostopolullaan eteenpäin aina ostopäätökseen saakka. Hankkeen myyinnedistämisen toimenpiteiden tavoite on tukea yrityksiä B2B ja B2C-myyntissä digitaalisissa kanavissa ja asiakasrajapinnassa ja näin ollen myös helpottaa asiakkaan ostopolun kulkua ja konkreettisesti kasvattaa yritysten myyntiä. Tässä on tärkeässä roolissa yritysten digitaalinen osaaminen ja läsnäolo. Hankkeen tavoitteena on kasvattaa yritysten osaamista ja tuoda käyttöön uusia digitaalisia myyntiratkaisuja. Tavoitteena on myös nostaa Saimaa vastuullisen matkailun kärkialueeksi ja edistää vastuullisen matkailun parhaita käytäntöjä ja arvoja yritys kentässä ja myös viestiä näistä alueellisesta ja yritys näkökulmasta.

Hankkeen tuloksena Saimaan tunnettuus ja vetovoima kasvaa erityisesti kansainvälisillä markkinoilla, matkailutulo kasvaa 3-5 % vuodessa ja matkailusesongit pidentyvät. Alueen matkailupalvelut ovat helposti löydettävissä ja ostettavissa sähköisissä myyntikanavissa. Yritysten kannattavuus paranee, jonka seurauksena yritykset investoivat kasvuun ja työpaikkojen määrä lisääntyy. Hankkeen päättyessä Saimaa tunnetaan kestävän matkailun edelläkävijänä ja arvostettuna yhteistyökumppanina eri sidosryhmien keskuudessa - myös kansainvälisesti. Hankkeen tuloksena syntyy myös Saimaan alueen yhteinen digitaalinen alusta (lakesaimaa.fi), joka kokoaa Saimaan kärkituotteet asiakkaan ostettavaksi.

5.3 Mikä on hankkeen uutuus- tai lisäarvo? Mitä toimintatapojen muutosta halutaan saada aikaan?

Hanke luo lisäarvoa nostamalla Saimaan matkailun seuraavalle kehityskaskelelle, jossa painottuu laatu, osaaminen, myynnin edistäminen, kansainvälisyys ja vastuullisuus. Hankkeen ytimessä toimii hankkeen tavoitteisiin ja yhteistyöhön sekä Saimaan yhteisiin arvoihin sitoutunut yritysryhmä, joka tiedostaa oman roolinsa kokonaisuuden kehittäjinä ja Saimaa-brändin rakentajina. Nämä yritykset ymmärtävät jatkuvan, asiakaslähtöisen kehitystyön ja laadun merkityksen paitsi oman yrityksen niin myös kokonaisuuden näkökulmasta.

Hankkeen aikana Saimaan alue verkostoituu yhä vahvemmin kansainvälisesti tavoitteena mm. osallisuus laajemmissa matkailukokonaisuuksissa kuten esim. Saimaa-Laatokka-Pietari -yhteistyössä ja tarjonnassa. Tavoitteena on myös verkostoitua mm. parhaiden sisältö-, markkinointi- ja digiosaaajien kanssa - haemme parhaita kansainvälisiä osajia oman kehitystyömme tueksi. Panostamme myös uusiin kansainvälisiin myynti- ja markkinointitapahtumiin, etsimme uusia jakelukanavia sekä uusia markkinoita (esim. USA, Israel, Ruotsi, Viro).

Hanke panostaa myös Saimaan saavutettavuuden parantamiseen ja tukee mm. Lappeenrannan lentoyhteyksien kehittämistä ja työtä Saimaan sisäisen saavutettavuuden parantamiseksi. Hankkeessa halutaan kehittää yhteistyötä kansainvälisten verkostojen, joiden ydintekeminen on linjassa hankkeen kärkiteemojen kanssa - kuten esim. Slow Food, Outdoor Active jne. - ja kansainvälisten Visit-organisaatioiden, kuten esim. Visit Berlin ja Visit Milano, kanssa niillä kohdemarkkinoilla, joilla on yhteys Saimaalle saavutettavuusnäkökulmasta.

Hankkeessa panostetaan vastuullisen matkailun periaatteiden jalkauttamiseen yrityksiin ja yritysten prosessien kehittämiseen vastuullisen matkailun näkökulmasta. Saimaan alueen yhteisistä arvoista viestitään sisäisesti ja ulkoisesti. Vastuullisen matkailun periaatteet kattavat ympäristövastuun lisäksi sosiaalisen vastuun ja hankkeen tavoitteena onkin nostaa Saimaan alue turvallisesti ja inklusiiviseksi matkailukohteeksi esim. seksuaalisesta suuntautumisesta huolimatta. LGTBQ-kohderyhmä on matkailullisesti merkittävä markkina maailmanlaajuisesti ja Suomen matkailualueista yksikään ei ole vielä ottanut LGTBQ-markkinaa markkinoinnin kohderyhmäksi alueellisesti. Hankkeen tavoitteena on esim. We speak gay-arvoyhteisön kautta saavuttaa Saimaalle ykkösasema Suomen LGTBQ-matkailualueena.

Uutuusarvona on myös asiakaslähtöisten digitaalisten ratkaisujen kehittäminen ja jalkauttaminen alueellisesti ja yritystasolla ja näin yritysten digitaalisen valmiuden kasvattaminen. Hankkeen aikana kehitetään ylimaakunnallisesti yhteistä Saimaan alueen digitaalista alustaa ja tietovarantoa.

Yhä useampi matkailija haluaa kokea aitoja elämyksiä, tutustua paikalliseen kulttuuriin ja ihmisiin. Tähän tarpeeseen pyritään hankkeella vastaamaan luomalla "local life style" -elämystarjontaa. Tällaisia kohteita ovat esim. Hurmaavat Puutarhat ja paikalliset maatilat.

5.4 Mitkä ovat hankkeen varsinaiset kohderyhmät?

Hankkeen toimenpiteiden keskiössä on asiakas – B2B sekä B2C-kentissä. Kohderyhminä myös hankkeen toimintaan ja Saimaan alueen yhteistyöhön sitoutuneet, liiketoiminnan ja osaamisen kasvua ja tavoittelevat matkailuyritykset Etelä-Savossa ja Saimaan alueella. Potentiaaliset kansainväliset yhteistyökumppanit kotimaassa ja ulkomailla, esim. matkanjärjestäjät, median edustajat, operaattorit, investorit. Matkailusisältöjä tuottavat "local lifestyle"-yritykset ja sisällöntuottajat ja paikalliset asukkaat. Jo olemassa olevat matkailuyritysverkostot, joiden jäsenistä suurin osa osallistuu hankkeeseen myös yritystasolla ja joilla on oma verkostoa vetävä resurssi.

5.5 Mitkä ovat hankkeen välilliset kohderyhmät?

Saimaan alueen matkailutoimijat, palveluyritykset, kyläyhteisöt, vähittäiskauppa ja tapahtumajärjestäjät jne. Maakunnan design-, ruoka- ja kulttuuritoimijat ja -yrittäjät.

6 Toteutus ja tulokset

6.1 Mitkä ovat hankkeen konkreettiset toimenpiteet tavoitteiden saavuttamiseksi?

I TUNNETTUUS - Lake Saimaa Purest Finland-brändin vahvistaminen ja yhteismarkkinointi

Hankkeen tavoitteena on jatkaa edellisen Visit Saimaa-hankkeen aikana tehtyä työtä Saimaan tunnettuuden kasvattamiseksi ja vahvistamiseksi niin kansainvälisillä kuin kotimaan markkinoilla.

Toteutettavat toimenpiteet, mm.:

- Markkinakohtaisien markkinointitoimenpidesuunnitelmien laatiminen ja toteuttaminen: PR tilaisuudet, mediavierailut, markkinointikampanjat, lehdistötiedotteet, ohjelmallisen ostamisen kampanjat
- Visit Finland-yhteistyö: yhteiskampanjat (Lake Saimaa / Lakeland / Finland), alueen näkyvyys VF:n kanavissa, ristiinmarkkinointi, PR tilaisuudet jne.
- Lakeland / Saimaa-yhteistyö: yhteisten markkinointimateriaalien suunnittelu, toteutus ja jalkauttaminen, yhteisen digitaalisen alustan ja tietovarannon kehittäminen, kampanjat / myynti- ja PR-tapahtumat
- Alueen tarinallistaminen: Saimaan tarinan tuottaminen, FAM- ja mediamatkojen alueellisen & kulttuurillisen käsikirjoituksen laatiminen ja jalkauttaminen
- Yhteistyö kansainvälisten matkailun alueorganisaatioiden kanssa kohdemarkkinoilla esim. Visit Berlin, Visit Milano
- Alueellisen näkyvyyden vahvistaminen kansainvälisissä myyntikanavissa, mm. Booking.com, Tripadvisor, Expedia jne.

De Minimis-tuki:

- Markkinakohtaiset markkinointitoimenpiteet hankeyrityksen valitseman omarahoitusosuuden mukaan (norppa tai muikku), Saimaan yhteiset markkinointimateriaalit, -tapahtumat ja kampanjat ja yhteinen digitaalinen alusta ja sisältö
- Arvo: Norppa 10 000 € / Muikku 3 000 €

II MYYNNIN EDISTÄMINEN - Myyntiratkaisujen kartoittaminen / kehittäminen / edistäminen alueellisella ja yritystasolla, myyntikanavien jalkauttaminen, kampanjat

Hankkeen tavoitteena on edistää matkailumyyntiä Saimaan alueella kehittämällä yritysten osaamista digitaalisissa

kanavissa ja asiakasrajapinnassa. Tavoitteena on tehdä asiakkaan ostopolusta entistäkin helpompi molemmissa, B2B ja B2C, kentissä ja tukea alueen yrityksiä asiakkaan saavuttamisessa ostopolun kaikissa touch pointeissa. Hanke tukee yrityksiä myyntitilaisuuksiin osallistumisessa ja tuo alueelle myyntiorganisaatioita tutustumismatkoille ja tuottaa näin verkostoitumismahdollisuuksia mahdollisten uusien myyjien ja kanavien kanssa tavoitteena myynnin kasvu ja uusien markkinoiden saavuttaminen.

Toteutettavat toimenpiteet, mm.:

B2B myynti:

- Matkanjärjestäjyhteistyö: work shopit, sales runit (MJ & DMC toimijat) yms. myyntitapahtumat ja messut tavoitelluilla markkinoilla, viestintä tulevista tapahtumista ja raportointi / jälkihoito tapahtuman jälkeen
- FAMit – kohdennetut kutsut teemojen / tavoitelluiden markkinoiden mukaan, jälkihoito ja palaute yrityksille
- Matkanjärjestäjätietopankin ylläpito
- Extranetin kehittäminen ja ylläpito matkanjärjestäjien käyttöön
- Tuotemanuaali – Saimaan yhteistuotteiden rakentaminen, manuaalin päivittäminen Visit Saimaa / Lake Saimaa / Lakeland-tasolla
- Saimaa / Lakeland kiertomatkatuotteiden kehittäminen ja markkinointi

B2C myynti:

- Myyntikanavien kartoittaminen, uusien ratkaisujen käyttöönotto ja osaamisen kehittäminen (esim. Bokun – analyysi/koulutus, Outdoor Active, OTAt)
- Kampanjasuunnittelu sesongeittain/teemoittain per kohdemarkkina – suorat kampanjat, yhteistyö esim. VF, Ryanair, Finnair, laivayhtiöt jne
- Kampanjoiden vaikuttavuuden seuranta, analyysi & raportointi
- Tuotekokonaisuuksien kartoittaminen markkinakohtaisen analyysin pohjalta
- Asiakkaan ostopolun kartoittaminen ja selkeyttäminen

De Minimis-tuki:

- Myyntitapahtumat, messut, FAM-vierailut, tuotemanuaali-näkyvyys, näkyvyys myyntikanavissa ja osaamisen kehittäminen myyntikanavien käytössä
- Arvo: Norppa 10 000 € / Muikku 0 €

III DIGITAALISUUS - asiakaslähtöisten prosessien ja myyntiratkaisujen kartoittaminen/kehittäminen, yritysten digitaalisen valmiuden saavuttaminen / edistäminen

Hankkeen tavoitteena on edistää alueen yritysten digitaalista valmiutta ja asiakkaan kohtaamista jalkauttamalla uusia digitaalisia myyntikanavia/ratkaisuja ja kehittää yritysten osaamista digitaalisessa kentässä ja näin edistää alueen matkailumyyntiä. Asiakaslähtöisten prosessien ja sisältöjen kehittäminen ja tuottaminen digitaalisissa kanavissa on myös toiminnan keskiössä.

Toteutettavat toimenpiteet, mm:

- Asiakaskäyttäytymisen ja asiakkaan ostopolun kartoittaminen ja analyysi alueellisesti ja yritystasolla
- Alueellisen näkyvyyden saavuttaminen jakelukanavissa, esim. Booking, Tripadvisor jne.
- Alueellisten nettisivujen ja some-kanavien (Visit Saimaa, Lake Saimaa, VF...) sisällön ja kävijäkäyttäytymisen analysointi, analyysin peilaaminen kohdemarkkinaprofiileihin -> toimenpidesuunnitelman (mm. sisällöntuotanto, markkinointi) laatiminen saatuun dataan perustuen
- Alueellisten nettisivujen SEO ja SEM valmiuksien analysointi ja vahvistaminen, SEO sopivan sisällön tuotanto

Hankkeen nimi: VisitSaimaa2 - Lakeland Finland 2019-2021

- Automaattisten raportointi- ja retargeting työkalujen käyttöönotto ja jalkauttaminen hankeyrityksiin analyysin ja vaikuttavuuden seurannan helpottamiseksi
- Inbound markkinointimallin testaus ja mahdollinen toteutus alueellisessa markkinoinnissa ja viestinnässä
- Visuaalisten markkinointimateriaalien tuottaminen – esim. video ja valokuvatuotanto, 360 videot, paikallisten osallistaminen,
- Digitaalisten työkalujen kehittäminen/ylläpito alueen toimijoille – mm. markkinointikalenteri, matkanjärjestäjärekisteri, tuotepankki, mediaseuranta, viestintätyökalut, kuvapankki jne.
- Extranetin kehittäminen matkanjärjestäjien/median käyttöön – kuvapankki, aluetietoa, tuotepankki jne.
- Saimaan yhteisen alustan kehittäminen & sisällöntuotanto yhteistyössä Saimaan muiden toimijoiden kanssa
- Digitaalisten markkinointialustojen, (esim. Tripadvisor, Airbnb elämykset, Doerz) kartoittaminen ja jalkauttaminen alueelle & yritys kenttään
- Hankkeen sisäisen viestinnän työkalujen kartoittaminen / kehittäminen ja käyttöönotto viestinnän tehostamiseksi, esim: Nettipohjaiset viestintäalustat, Tilaisuuksien / koulutusten striimaus / webinaarit, Ketterämmän raportoinnin standardointi, Verkostoitumisen ja vuorovaikutuksen mahdollistaminen, Lake Saimaa-brändin hyödyntämisen tuki (kuvapankki, logot, brändimateriaalit)

De Minimis-tuki:

- Digitaalisten työkalujen kehittäminen/ylläpito: mm. markkinointikalenteri(t), matkanjärjestäjärekisteri, tuotepankki, mediaseuranta, viestintätyökalut, kuvapankki jne.
- Arvo: Norppa 500 € / Muikku 0 €

IV VASTUULLISUUS - alueen vastuullisen matkailun periaatteiden (ympäristölliset / sosiaaliset) jalkauttaminen yritys kenttään, vastuullisten prosessien kehittäminen yritys tasolla

Vastuullisuus on läpileikkaava ja toimialojen rajat ylittävä teema hankkeessa. Hankkeen tavoitteena on kartoittaa ja kehittää yritysten toimintatapoja vastuullisen toiminnan / matkailun saralla ja jalkauttaa Saimaan alueen arvot ja vastuullisuuden matkailun periaatteet hankeyrityksiin. Tavoitteena on myös viestiä Saimaan arvoista ja vastuullisen matkailun periaatteista kansainvälisesti ja kotimaan markkinoilla ja auttaa yrityksiä selkeyttämään viestintäänsä omissa kanavissaan samojen periaatteiden mukaan. Hankkeeseen on kirjattu henkilöresurssi, joka jalkautuu yritys kenttään analysoimaan ja kehittämään tuotteiden ja toiminnan vastuullisuutta ja jalkauttamaan alueelliset periaatteet ja arvot. Sidosryhminä ja yhteistyökumppaneina toimivat mm. hankeyritykset, kunnat, VF, toimialan yritykset...

Visit Saimaa 2 - Lakeland Finland 2019-2021 -hanke hakee Saimaan alueena mukaan Visit Finlandin tulevaan vastuullisuuspilottiin "Sustainable Finland" ja osallistuu pilotin toimenpiteisiin näin vahvistaen Saimaan alueen näkyvyyttä vastuullisena matkailualueena. Saimaalla vastuullisuus tarkoittaa myös ympäristön lisäksi sosiaalista vastuuta ja osallistamista - paikalliset asukkaat halutaan osallistaa toimintaan ja tuoda Saimaa esille avoimena ja turvallisena matkakohteena kaikille kohderyhmille, mm. LGTBQ-matkailijoille.

De Minimis-tuki:

- Vastuullisen matkailun resurssin käyttäminen 2-3 per yritys
- Arvo: Norppa 3 000 € / Muikku 0 €

V OSAAMISEN KEHITTÄMINEN – yritysten toimintaedellytysten parantaminen osaamisen kasvun avulla

Hankkeen tavoitteena on tuottaa yritysten tarpeiden mukaista koulutusta / järjestää opintomatkoja mm. myynnin

edistämisen, digitaalisuuden ja vastuullisuuden kehittämiseksi, sekä verkostoitua kansainvälisten toimijoiden kanssa.

Toteutettavia toimenpiteitä ovat mm.:

- opintomatka(t), koulutukset esim. Tuotteistaminen & hinnoittelu, Vastuullinen tuotekehitys, Kohdemarkkinoiden tuntemus & kulttuurikoulutus, Tarinallistaminen, Palvelumuotoilu, Jakelukanavakoulutukset, FB / Instagram mainonta, Google mainonta & analytics, Some-sisällöntuotanto

De Minimis-tuki:

- Arvo: Opintomatka Norppa 2 100 €
- Arvo: Koulutukset Norppa 1 000 € / Muikku 500 €

6.2 Mitä tuloksia hankkeella saadaan aikaan? Mitä lyhyen ja pitkän aikavälin vaikutuksia sillä on?

Hankkeen lyhyen aikavälin vaikutuksia:

- Saimaan brändi, alueen tunnettuus, vetovoima ja palvelutarjonta kehittyi edelleen positiivisesti kotimaassa ja kansainvälisesti
- Saimaan palvelut ovat helposti ostettavissa on-line -kanavissa
- Matkanjärjestäjä- ja incomingtoimistoyhteistyö vakiintuu ja myynti kasvaa
- Sesongit pidentyvät ja uusien minisesonkien kehittämistyö jatkuu
- Lakesaimaa.fi -alusta ja muut yhteiset kanavat otetaan käyttöön (VF Digipilotti)
- Saimaa on vastuullisen matkailun pilottialue (VF Sustainable Finland)
- Matkailuyritysten osaaminen eri liiketoiminnan osa-alueilla kasvaa edelleen
- Hanke luo edellytyksiä paikallisille ihmisille ja toimijoille osallistua matkailuelämysten tuottamiseen näin luoden elinvoimaa myös maaseudulle
- Olemme osa kansainvälisiä verkostoja (esim. Slow Food, kestävän matkailun verkostot, matkailukoulutusorganisaatiot, markkinointiyhteistyö)

Hankkeen pitkän aikavälin vaikutuksia:

Etelä-Savo ja Saimaa tunnetaan vetovoimaisena, Järvi-Suomen johtavana matkailualueena, joka aktiivisesti kehittää matkailutoimialaa ja alueen elinvoimaa kestäväällä tavalla. Pitkäjänteinen kehitys- ja markkinointityö luo uusia palveluja ja yrityksiä sekä auttaa nykyisiä yrityksiä kansainvälistymään ja kasvamaan. Matkailusektori luo uutta työtä yli toimialarajojen ja tuo merkittävässä määrin vientituloa maakuntaan. Matkailutulo kasvaa 3-5 % vuodessa.

6.3 Miten hakemuksen kohteena olevaa toimintaa jatketaan ja tuloksia sekä kokemuksia hyödynnetään hankkeen päättymisen jälkeen?

Hankkeen aikana saatu kokemus ja oppi mm. uusista kansainvälisistä kohderyhmistä ja markkinoista jää yrityksiin ja se luo pohjaa laatu- ja kehitystyölle myös jatkossa. Hankkeen jälkeen yritysten valmius jatkaa kehittämistyötä ja yhteismarkkinointia on parantunut.

Saimaa-yhteistyö on vakiintunutta ja kehittämistyötä voidaan jatkaa myös ylimaakunnallisissa yhteishankkeissa.

Saimaan alueen yhteinen digialusta ja tietovaranto jää käyttöön ja se mahdollistaa tehokkaan markkinoinnin ja myynnin edistämisen myös hankkeen jälkeen.

Yhteiset Saimaa-tuotteet ja kansainväliset verkostot jäävät elämään hankkeen jälkeen.

7 Kustannusarvion ja rahoitussuunnitelman tiivistelmä

Hankkeelle haetaan ennakkoa <input type="checkbox"/> Kyllä <input checked="" type="checkbox"/> Ei
Kustannusmalli Flat rate 15 % palkkakustannuksista

Hankkeen kustannukset ja rahoitus

Kustannukset	Yhteensä €	Rahoitus	Yhteensä €	Osuus nettokustannuksista (%)
1 Palkkakustannukset	671 000	1 Haettava EAKR- ja valtion rahoitus	1 764 000	70,00
2 Ostopalvelut	1 655 000	2 Kuntien rahoitus	606 000	24,05
3 Matkakustannukset	133 350	3 Muu julkinen rahoitus	0	0,00
4 Kone- ja laiteinvestoinnit	0	4 Yksityinen rahoitus	150 000	5,95
5 Rakennukset ja maa-alueet	0			
6 Muut kustannukset	0			
7 Flat rate	100 650			
Kustannukset yhteensä	2 560 000	Rahoitus yhteensä	2 520 000	100,00
8 Tulot	40 000			
Nettokustannukset yhteensä	2 520 000			
		Rahoitussuunnitelma yhteensä	2 520 000	
Kustannusarvio yhteensä	2 520 000			

8 Muilta rahoittajilta haettu rahoitus

8.1 Mitä sitovia sopimuksia tai aiesopimuksia on rahoitussuunnitelmassa esitetyistä muun julkisen rahoituksen, kuntarahoituksen ja yksityisen rahoituksen osuuksista (ml. omarahoitusosuus)?

Kunnat:

Mikkeli
Savonlinna
Varkaus
Puumala
Rantasalmi
Juva
Enonkoski
Hirvensalmi
Sulkava
Mäntyharju

Yritykset:

LakelandGTE
LaatuLomat
Okkolan Lomamökit
Sahanlahti Resort
Savonlinnan Oopperajuhlat
Lomamokkila
Varkauden Teatteri
Kruunupuisto
Löydön Kartano

Järvisydän
Oravi

Harjun Portti
Hotelli Punkaharju
Tertin Kartano
SSVOY
TeaHouse of Wehmais
Kyyhkylän kartano
Raijan Aitta

8.2 Onko hankkeeseen haettu tai ollaanko hakemassa rahoitusta muilta rahoittajilta? Mistä ja milloin rahoitusta on haettu? Kuinka paljon rahoitusta on haettu tai myönnetty?

Hankkeelle ei haeta rahoitus muilta rahoittajilta.

9 Yhteydet muihin hankkeisiin

9.1 Mihin muihin Manner-Suomen rakennerahasto-ohjelmasta rahoitettaviin hankkeisiin tai hankekokonaisuuksiin hakemus liittyy ja miten? (Merkitse myös hakemusnumerot tai hankekoodit.)

Lake Saimaa - Purest Finland -hanke, Etelä-Karjala (A72959)/GoSaimaa
XAMK / Osaamisen kehittäminen -hanke

Visit Finland / Digipilotti
Visit Finland / Sustainable Finland
Visit Finland / Hungry for Finland

Etelä-Savon maakuntaliitto / Saavutettavuus -hanke

D.O.Saimaa - ruokamatkailun kehittäminen (suunnittelussa)

9.2 Mihin muista rahoituslähteistä rahoitettaviin hankkeisiin tai hankekokonaisuuksiin hakemus liittyy ja miten? (Merkitse myös hakemusnumerot tai hankekoodit, jos niitä on.)

Ei yhteyttä

10 Maantieteellinen kohdealue

<input type="checkbox"/> Hankkeen toiminta kohdistuu yhden maakunnan alueelle	<input checked="" type="checkbox"/> Hankkeen toiminta kohdistuu usean maakunnan alueelle	<input type="checkbox"/> Hankkeen toiminta on valtakunnallista
Maakunnat Etelä-Savo, Pohjois-Savo		
Seutukunnat Mikkelin, Savonlinnan, Pieksämäen, Varkauden		
Kunnat Enonkoski, Heinävesi, Hirvensalmi, Joroinen, Juva, Kangasniemi, Mikkeli, Mäntyharju, Pertunmaa, Pieksämäki, Puumala, Rantasalmi, Savonlinna, Sulkava, Varkaus		

Jos hanke toteutetaan yhdessä paikassa, mikä on toteutuspaikan osoite?

Jakeluosoite	Postinumero	Postitoimipaikka
--------------	-------------	------------------

11 Hakijan osaaminen, hankkeen riskiarviointi ja ohjausryhmä

11.1 Minkälainen on hakijan osaaminen ja kokemus hankkeiden toteuttamisesta ja hankesuunnitelman mukaisesta sisällöllisestä teemasta?

Mikkelin kehitysyritys Miksei Oy on kokenut hankkeiden toteuttaja ja hallinnoija.

11.2 Minkälaisia riskejä hankkeen toteuttamiseen liittyy ja miten riskejä hallitaan?

Riski	Toimenpiteet riskin toteutumisen todennäköisyyden pienentämiseksi
Maailmanpoliittiset muutokset ja levottomuudet	Markkinoinnin ja toimenpiteiden hajauttaminen
Maailmantalouden heikkeneminen	Markkinoinnin kohdistaminen myös kotimaahan ja naapurimaihin
Ilmastonmuutos	Kestävän matkailun edistäminen alueellamme

11.3 Esitys hankkeen ohjausryhmän kokoonpanoksi

Rahoittajan edustaja: Heli Gynther, Etelä-Savon maakuntaliitto

Eeva Koivula, XAMK

Hankkeessa mukana olevien kuntien nimeämät edustajat

2-3 hankeyritysten edustajaa

12 Hakemusvaiheessa ilmoitettavat arviot hankekohtaisista seurantatiedoista**Tuotosindikaattorit****Toimintalinja 1. Pk-yritystoiminnan kilpailukyky****Erylistavoite 2.1. PK-yritysten kasvun ja kansainvälistymisen edistäminen**

Pk-yritykset hankkeessa, jossa keskeinen tavoite yrityksen kasvu ja kansainvälinen liiketoiminta	
Pk-yritykset, jotka aloittavat viennin tai laajentavat uudelle vientimarkkina-alueelle	
Pk-yritykset, joissa merkittävä liikevaihdon tai henkilöstön lisäys	
Uudet tuella aikaansaadut työpaikat yrityksissä	
joihin työllistyvät naiset	
Vähähiilisyttä edistävät yritykset	
Yrityksissä säästetty energia	

13 Horisontaaliset periaatteet**13.1 Sukupuolten tasa-arvo**

	Kyllä	Ei	Perustelu
Hankkeessa on tehty toimintaympäristön analyysi sukupuolinäkökulmasta	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Ei ole tehty.
Sukupuolinäkökulma on huomioitu hankkeen toiminnassa (valtavirtaistaminen)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Sukupuolinäkökulma ei ole olennainen hankkeessa.
Hankkeen päätavoite on sukupuolten tasa-arvon edistäminen	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Ei ole.

13.2 Kestävä kehitys

Vaikutuksen kohde	Vaikutusaste		Perustelu
	Välitön vaikutus	Väiillinen vaikutus	
Ekologinen kestävyys			
Luonnonvarojen käytön kestävyys	9	8	Hankkeessa panostetaan kestävän matkailun periaatteiden jalkauttamiseen hankeyrityksiin "Sustainability Ambassaro"-palvelulla. Yhä useampi matkailuyritys on kiinnostunut vähentämään hiilijalanjälkeään ja on kiinnostunut ympäristösertifikaattien käyttöön otosta, mutta tarvitsevat hakuprosessiin apua.
Ilmastonmuutoksen aiheuttamien riskien vähentäminen	8	6	Matkailu vaikuttaa ilmastonmuutokseen negatiivisesti mm. lentomatkustuksen vuoksi. Pyrimme edistämään joukkoliikenteen käyttöä ja kestävien kuljetuspalvelujen saatavuutta alueella. Yhä useampi matkailuyritys säästää energiaa ja vettä, käyttää paikallisten tuottajien raaka-aineita ja näin vähentää ympäristöön kohdistuvaa kuormitusta.
Kasvillisuus, eliöt ja luonnon monimuotoisuus	5	5	Hankkeessa edistetään rakennettujen luontokohteiden hyödyntämistä (mm. kansallispuistot ja merkityt retkeilyreitit) Näin pyritään suojaamaan muita alueita ja luonnon monimuotoisuutta. Kestävän matkailun periaatteet tuodaan matkailijoiden tietoisuuteen ja pyritään vaikuttamaan tietoisuuteen ja arvoihin niin, että jokainen matkailija kunnioittaa luontoa ja ottaa sen huomioon omassa käyttäytymisessään.
Pinta- ja pohjavedet, maaperä sekä ilma (ja kasviuonekaasujen väheneminen)	6	6	Kestävän matkailun periaatteiden jalkauttaminen yrityksiin ja asiakkaiden tietoisuuden kasvattaminen edistää myös veden ja ilman säilymistä puhtaana.
Natura 2000 -ohjelman kohteet	9	8	ks. edelliset vastaukset
Taloudellinen kestävyys			
Materiaalit ja jätteet	8	8	Matkailuyritysten tietoisuus ja panostukset materiaalien uusikokäyttöön ja jätteiden vähenemiseen on kasvanut merkittävästi.
Uusiutuvien energialähteiden käyttö	6	6	Yritysten tietoisuus uusiutuvien energialähteiden käytön hyödyistä on kasvanut ja entistä useampi panostaa niihin.
Paikallisen elinkeinorakenteen kestävä kehittäminen	8	8	Life style -palvelujen kehittäminen luo uusia mahdollisuuksia maaseudun asukkaiden osallisuuden kasvattamiselle osana matkailuelämystarjontaa. Design-, ruoka- ja elämäystuottajat linkittyvät tiiviisti yhteen perinteisen matkailutoimialan kanssa.
Aineettomien tuotteiden ja palvelujen kehittäminen	10	7	Matkailupalvelut ja erityisesti matkailuelämykset ovat aineettomia palveluja. Elämysten merkitys on kasvanut ja ne ovat useimmiten syy tulla alueelle. Alueemme matkailun rakenne suosii elämyksellisiä matkailupalvelukokonaisuuksia, joita tuottaa yritykset yhteistyössä.
Liikkuminen ja logistiikka	6	5	Pyrimme edistämään alueen saavutettavuutta julkisia kulkuneuvoja käyttäen, sähköautoverkoston syntymistä sekä markkinoimme aktiivisesti vähähiilisiä kuljetuspalveluja. Suosimme ns. "pehmeitä" ja luontoa kunnioittavia elämyspalveluja (ei motorisoituja).
Sosiaalinen ja kulttuurinen kestävyys sekä yhdenvertaisuus			
Hyvinvoinnin edistäminen	9	9	Luontomatkailu edistää tutkitusti hyvinvointia ja on useimmiten syy tulla Saimaan alueelle. Hyvinvoinnin kokemukset tulevat paitsi luonnossa liikkumisesta niin myös paikalliseen elämäntapaamme liittyvistä elämyksistä kuten esim. saunominen, järvessä uiminen, metsän antimista ja kulttuuritapahtumista nauttiminen.

			Hanke luo hyvinvointia myös luomalla elinvoimaa maaseudulle sekä mahdollistamalla paikallisten asukkaiden osallistumisen matkailuelämysten tuottamiseen.
Tasa-arvon edistäminen	8	8	Hanke edistää kaupunkien ja maaseudun tasa-arvoa ja tasapuolista kehittämistä.
Yhteiskunnallinen ja kulttuurinen yhdenvertaisuus	10	7	Saimaa on Suomen ensimmäinen matkailualue, joka panostaa erityisryhmien (mm. LGTBQ)matkailuun.
Kulttuuriympäristö	6	6	Hanke nostaa keskiöön paikallisen elämäntavan, kulttuurin ja historian. Alueen identiteetti vahvistuu ja omien vahvuuksien tunnistaminen paranee. Saimaalaisuus yhdistää yli maakunta rajojen.
Ympäristöosaaminen	9	7	Hanke edistää merkittävästi ja konkreettisesti yritysten ympäristöosaamista Sustainability Ambassador -työn kautta.

14 Liitteet

Hakija vakuuttaa tässä hakemuksessa ja sen liitteissä antamansa tiedot oikeiksi.

Viranomaisella on oikeus tarkastaa hakijaa koskevat verovelkatiedot, arvonlisäverovelvollisuutta koskevat tiedot sekä muut tarvittavat toiselta viranomaiselta saatavat tiedot, joilla voi olla vaikutusta rahoituksen myöntämiseen.

Yhteishankkeessa tarkastusoikeus koskee kaikkia hakijoita ja tuen siirto –menettelyssä hakijan lisäksi kaikkia tuen siirronsaajia.

Päiväys ja hakijaorganisaation sähköinen allekirjoitus

15.2.2019

Juha Kauppinen
toimitusjohtaja

(Allekirjoitettu sähköisesti vahvalla Katso-tunnistautumisella)