

Järviseudun matkailualan järjestäytymishanke

Hanke nro 311138



Euroopan unionin
osarahoittama

LAPPAJÄRVI
INVEST OY



Impact Crater Lake
LAPPAJÄRVI GEOPARK
FINLAND



**Euroopan unionin
osarahoittama**

Rahoitus ja rahoittaja

Rahoitus

- **Hankkeen nimi:** Järviseudun matkailualan järjestäytymishanke
- **Toteuttaja:** Lappajärvi Invest Oy
- **Kokonaisbudjetti:** 280 224 €
- **Tuen osuus:** 100 % (EU + valtio)
- **Toteutusaika:** 1.3.2025 – 31.8.2027
- **Ohjausryhmä** asetettu

EU Rahoittaja

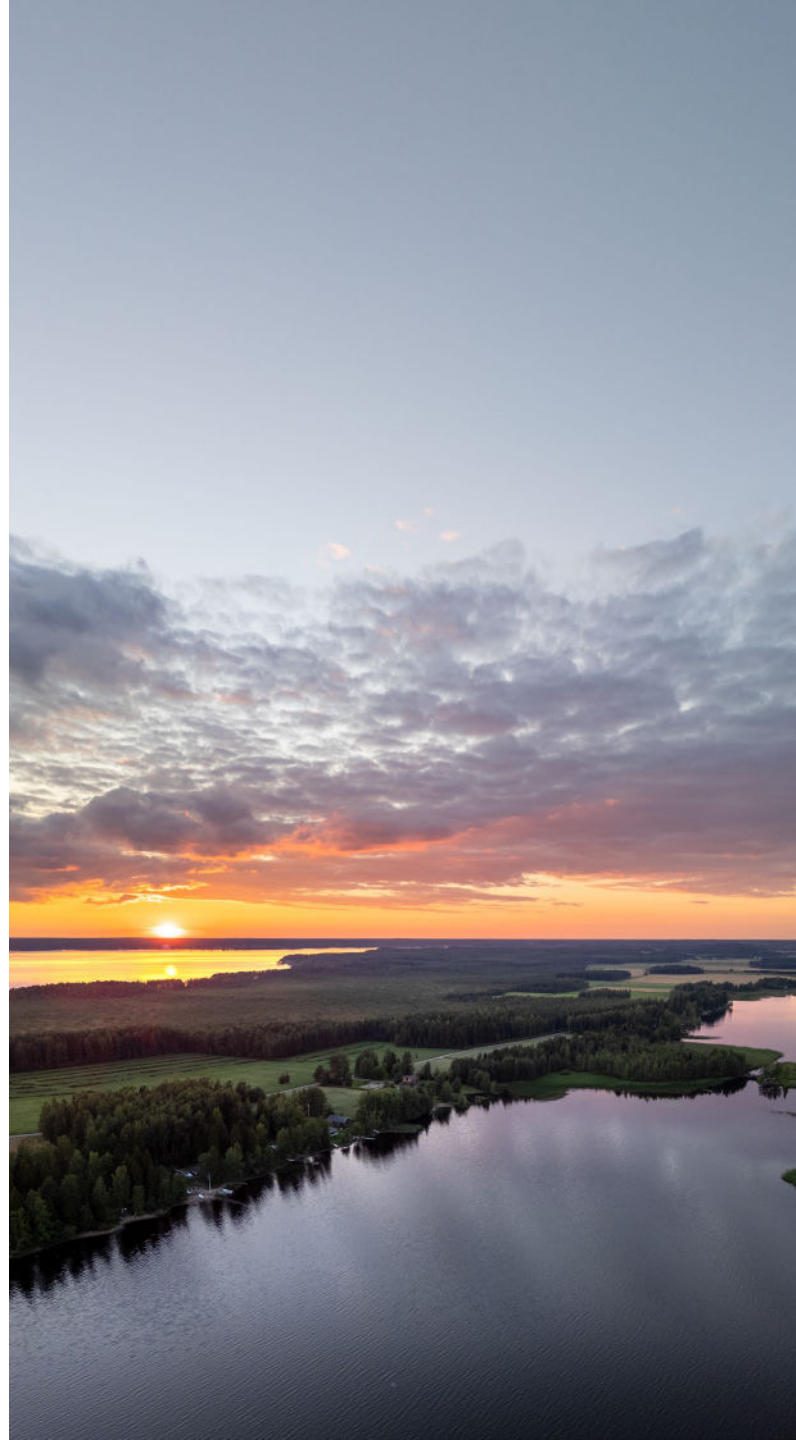
- **Rahoituskausi:** CAP-suunnitelma 2023–2027
- **Rahasto:** Euroopan maaseuturahasto
- **Toimenpide:** Yhteistyöhankkeet – Koordinointi- ja aktivointihankkeet
- **Myöntäjä:** Etelä-Pohjanmaan ELY-keskus

Tavoite:

- **Kansainvälisesti kilpailukykyinen ja kestävä matkailun ekosysteemi Järviseudulle, yhteistyössä toimijoiden ja geopark-alueiden kanssa.**

Hankkeen esittely

- Järviseudun matkailun kehittämiseksi tarvitaan selkeämpiä organisaatiomalleja ja koordinointia.
- Alueella on paljon potentiaalia matkailun kasvulle, mutta sen hyödyntäminen on ollut hajanaista ja pirstaleista.
- Kraatterijärvi Geoparkin UNESCO-status tarjoaa ainutlaatuisen mahdollisuuden kestävän matkailun ja etenkin kansainvälisen matkailun kehittämiseen.
- Alueen erilaiset matkailutoimijat tarvitsevat lisää yhteistyötä, tietoa ja parempaa näkyvyyttä kansainvälisillä markkinoilla.



Hankkeen tavoitteet

- Luoda matkailun ekosysteemi ja verkostokartta, joka auttaa toimijoita tekemään yhteistyötä tehokkaammin.
- Kehittää kestävän matkailun periaatteita ja jakaa tietoa kansalaisille, koulutusorganisaatioille, yrittäjille, yhdistyksille ja kunnille.
- Parantaa alueen matkailutoimijoiden kansainvälistymisprosessia tiedon lisäämisen ja benchmarkkauksen avulla.
- Tehostaa alueen yhteistä näkyvyyttä, jotta alue tavoittaa paremmin kansainväliset matkailijat.



Keskeiset työpaketit

1. Matkailun ekosysteemin selvittäminen

- Verkostokartan luominen alueen matkailutoimijoista ja yhteistyökumppaneista.
- DMO- ja DMC-toimijoiden määrittely ja roolituksen selkeyttäminen.
- Alueellisten vahvuuksien tunnistaminen ja digitaalisen yhteistyöalustan suunnittelu

3. Kansainvälistymisopas ja laadunhallinnan kehittäminen

- Alueen matkailutoimijoille suunnatun kansainvälistymispolun kuvaaminen
- Laadunhallinnan ja kestävän matkailun periaatteiden kehittäminen
- Tiedon ja hyvien käytäntöjen kokoaminen digitaaliseen ja fyysiseen oppaaseen

2. Kansainvälisen markkinointistrategian kehittäminen

- Alueen kansainvälisen näkyvyyden ja brändin rakentaminen markkinointistrategian avulla
- Teemojen määrittely ja strategisten viestien muotoilu.
- Landing page -verkkosivuston kehittäminen ja digitaalisen materiaalipankin suunnittelu

4. Yhdistysten roolin vahvistaminen

- Yhdistysten roolin selkeyttäminen osana Geoparkin matkailun kehittämistä
- Toimintamallien ja yhteistyökäytäntöjen vahvistaminen matkailutoimijoiden kanssa
- Kulttuuriperinnön ja yhteisöllisyyden esiin tuominen matkailun keinoin



Odotetut tulokset

2. Kansainvälinen matkailu kasvaa ja alueen näkyvyys paranee

- **Hakukoneoptimoitu landing page ja digitaalinen materiaalipankki** tekevät Järviseudusta helpommin löydettävän kansainvälisille matkailijoille.
- **Tekoälyä hyödynnetään markkinoinnissa:** Se analysoi matkailijaprofiileja ja kohdentaa markkinointia tehokkaammin, lisäten matkailijoiden määrää.
- **Benchmarking-matkat ja kansainväliset yhteistyöt** (esim. Visit Arctic Coastin alueelle) tuovat alueelle uusia näkökulmia ja parhaita käytäntöjä matkailun kehittämiseen.
- **Kansainväliset markkinointikampanjat** ja vaikuttajayhteistyö parantavat alueen tunnettua. Kampanjoissa hyödynnetään alueen ainutlaatuisia vahvuuksia, kuten UNESCO Geopark -statusta ja meteoriittijärven tarinaa.



Odotetut tulokset

3. Kansainvälistymisopas ja laadunhallinta käyttöön

- Matkailutoimijat ottavat käyttöön hankkeessa kehitetyt kansainvälistymisoppaan laadunhallinnan työkalut ja itsearviointityökalut, jotka parantavat palveluiden laatua ja kilpailukykyä.
- Laatuksiteeristö perustuu kansainvälisiin standardeihin, kuten UNESCO:n ja Visit Finlandin kansainvälisyys ja kestävyyskriteereihin.
- Kansainvälistymisopas tarjoaa konkreettisia askelmerkkejä ja esimerkkejä matkailutoimijoille kansainvälistymiseen ja kestävään matkailuun.
- Opas julkaistaan sekä digitaalisessa että fyysisessä muodossa ja jaetaan matkailuyrityksille, yhdistyksille, kunnille ja koulutustahoille.



Odotetut tulokset

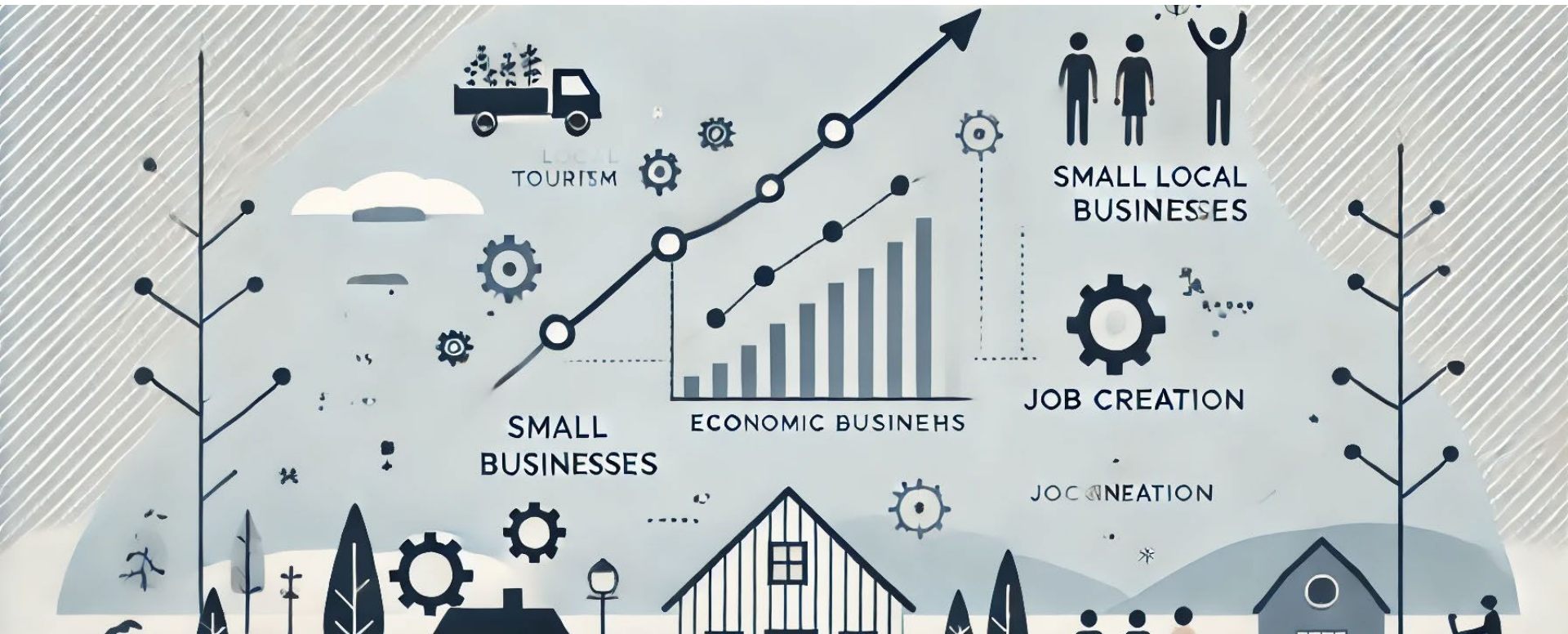
4. Yhdistysten vahvempi rooli matkailun kehittämisessä

- **Yhdistykset integroituvat osaksi matkailun ekosysteemiä** ja osallistuvat aktiivisesti tapahtumien ja palveluiden tuottamiseen.
- **Paikalliset matkailutapahtumat vakiintuvat** ja tukevat alueen matkailun kasvua.
- **Geopark-yhteistyön vahvistaminen:** Yhdistykset osallistuvat UNESCO Geopark -statuksen ylläpitoon ja hyödyntämiseen matkailun kehityksessä.
- **Yhteistyöfoorumit ja työpajat** tuovat yhteen matkailuyrittäjät, yhdistykset ja kehitysasiantuntijat, joissa kehitetään yhteisiä toimintamalleja.



Hankkeen pitkäaikaiset tavoitteet

- **Matkailutulot kasvavat ja matkailijoiden määrä lisääntyy.**
- **Paikallisille yrittäjille avautuu uusia liiketoimintamahdollisuuksia**, ja matkailuun liittyviä työpaikkoja syntyy.
- **Hankkeen lopputulokset jäävät elämään:** kehitetyt työkalut, verkostot ja toimintamallit jäävät paikallisten toimijoiden käyttöön hankkeen päätyttyä.
- **Alueellisen matkailustrategian integrointi:** Hankkeen tuloksia hyödynnetään Etelä-Pohjanmaan matkailustrategian kehittämisessä ja levittämisessä muihin alueellisiin matkailuverkostoihin.



Toteuttajat ja yhteistyökumppanit

-
- Hankkeen päävastuullinen: Lappajärvi Invest Oy.
 - Keskeiset yhteistyökumppanit:
 - - Kraatterijärvi Geopark ja Lauhanvuori-Hämeenkan gas Geopark:Yhteistyö kestävän matkailun kehittämisessä Geoparkkien näkökulmasta.
 - - Paikalliset kunnat, koulutusyhteisöt ja kehitysyhtiöt: Tukevat matkailutoimijoiden kehitystä ja osallistuvat hankkeen toimenpiteisiin.
 - - Seinäjoen ammattikorkeakoulu (SEAMK):Asiantuntijat strategisessa kehittämisessä. Visit Seinäjoki Region: Alueellisen matkailun asiantuntemus.
 - - Visit Finland ja Visit Arctic Coast:Tuo asiantuntemusta kansainväliseen markkinointiin.
 - - Matkailutoimijat ja yhdistykset: Osallistuvat hankkeen kehitystyöhön ja hyödyntävät uusia työkaluja.