

Kilpailukykyä ja kasvua matkailualan pk-yrityksiin - Kooste Destination SMEs - hankkeen hyvistä käytännöistä

Suurin osa Euroopassa toimivista matkailualan yrityksistä on pieniä tai keskisuuria yrityksiä, joiden rooli matkailukohteiden työllistäjänä ja monipuolisen tarjonnan ylläpitäjänä on merkittävä. Suurempiin yrityksiin verrattuna pk-yritykset ovat kuitenkin haavoittuvaisempia muutosten edessä ja yritysten kasvua voivat rajoittaa muun muassa rajalliset markkinointi-, myynti- tai kehittämisresurssit. Pk-yritysten kilpailukykyä ja tuottavuutta tulisivat tukea eri keinoin. Tukirahoituksen lisäksi muun muassa erilaiset kehitys- ja valmennusohjelmat, tutkimus- ja innovaatiopalvelut, markkinointitoimenpiteet, kumppanuudet ja investoinnit voivat vahvistaa pk-yritysten toimintaedellytyksiä. Tähän raporttiin on koottu esimerkkejä hyviksi havaituista toimintamalleista Sloveniasta, Ranskasta, Latviasta, Italiasta, Maltalta ja Irlannista.

KESTÄVÄ MATKAILU KILPAILUVALTTINA

Yhä useammat matkailijat tekevät ostopäätöksensä vastuullisiin näkökulmiin pohjautuen. Vastuulliset toimintatavat voivat tarjota yrityksille mahdollisuuden erottautua kilpailijoista ja parantaa kustannustehokkuutta. Kestävän matkailun sertifikaatit ja ympäristömerkit viestivät asiakkaille ja matkanjärjestäjille laadusta sekä luontoa ja ympäröivää yhteiskuntaa kunnioittavasta toimintatavasta.

Green Scheme of Slovenian Tourism on kansallisella tasolla kehitetty sertifiointiohjelma ja kehittämistyökalu, joka on suunnattu Slovenian matkakohteille ja -toimistoille, matkailuyrityksille, luonnonpuistoille ja nähtävyyksille. Vuonna 2009 käynnistynyt ohjelma antaa konkreettisia työkaluja toiminnan arviointiin ja kehittämiseen sekä tuo Slovenia Green -merkinnän saaneille toimijoille näkyvyyttä kansallisissa markkinointikanavissa. Tällä hetkellä ohjelmassa on mukana yli 100 yritystä tai kohdetta. Kansainvälisesti tunnetuin näistä on Slovenian pääkaupunki Ljubljana, joka on voittanut useita kestävän matkailun palkintoja matkailijat ja asukkaat huomioivan kaupunkisuunnittelun ansiosta. Esimerkiksi kaupungin keskusta on suljettu liikenteeltä ja parkkipaikkoja on muutettu kävelykaduiksi ja leikkipuistoiksi. Lisäksi matkailijamääriä pyritään ohjaamaan ajoittain ruuhkaisesta keskustasta Slovenian lähialueille ohjelmapalvelujen avulla.

Tutustu tarkemmin: [Green Scheme of Slovenian Tourism](#)

Ljubljanan keskustassa sijaitseva **Hotel Park Ljubljana** on Slovenia Green -sertifikaatin omaava vastuullinen hotelli, jonka toiminnassa näkyvät kunnioitus ympäristöä ja paikallisyhteisöä kohtaan. Hotelli kiinnittää huomiota energian ja veden kulutukseen, jätteiden lajitteluun ja hyödyntää hankinnoissa paikallisia tuottajia. Tämän



lisäksi hotelli huomioi ja kuuntelee paikallisyhteisön mielipiteitä uudistuksia tehdessä sekä järjestää avoimia tapahtumia, joihin alueen asukkaat voivat osallistua. Hotellin tavoitteena on myös ohjata asiakkaita kohti ympäristöystävällisiä toimintatapoja. Se tarjoaa asiakkailleen Go 'n' Act Green -lomapaketteja, joihin sisältyy ruokailun ja majoituksen lisäksi opastettu kierros Ljubljanan kaupungissa sekä retki Bledjärvelle. Pakettia varten suunnitellun mobiilisovelluksen avulla matkailijat voivat seurata matkustamisen vaikutusta hiilidioksidipäästöjen muodostumiseen sekä saavat vinkkejä vastuullisista palveluntuottajista alueella. www.hotelpark.si/en/

Tutustu myös: [Rahoitusohjelma kestävän matkailun hankkeille](#), Malta

MATKAILUPALVELUJA TUKEVAT INVESTOINNIT JA SAAVUTETTAVUUS

Matkailualan pk-yritysten toimintaedellytyksiä voidaan parantaa edistämällä matkailualueen infrastruktuuriin tai palveluvarustukseen tehtäviä investointeja sekä varmistamalla matkailukohteiden saavutettavuus ja sujuvat liikenneyhteydet.



Corkin kreivikunnan valtuusto (Cork County Council) Irlannissa on avustanut ruoka-alan yrityksiä käynnistämään ja laajentamaan liiketoimintaansa **vuokraamalla yrityksille elintarvikkeiden ja ruoan tuotantoon soveltuvia tiloja ja keittiöitä**. Aluehallintoviranomainen on huomannut, että useat alalla toimivat yritykset valmistavat tuotteita kotikeittiössä, koska heillä ei ole resursseja hankkia kokopäiväisessä käytössä olevaa erillistä elintarvikehuoneistoa. Tästä syystä Cork County Council muunsi kaksi omistamaansa tilaa hyvin varustelluiksi leipomo- ja cateringkeittiöiksi, joita voi

vuokrata 15 euron tuntihintaan. Tilojen ansiosta yritykset voivat valmistaa tuotteita tehokkaammin sekä vapauttaa aikaa myyntiin ja markkinointiin.

Tutustu tarkemmin: Interreg Europe -ohjelman [nettisivuilla](#) tai www.corkincubatorkitchens.ie

Ranskan Auvergne Rhone-Alpesin alueella järjestettiin [kohdennettu rahoitushaku hankkeille](#), jotka parantavat **alueen luonto- ja ulkoilukohteiden kilpailukykyä ja houkuttelevuutta**. Ennen hakukulutuksen avaamista määriteltiin laadulliset ja määrälliset reunaehdot rahoitettaville projekteille. Tavoitteena oli saada aikaan hankkeita, jotka kehittävät matkailukohteita kokonaisvaltaisesti ja matkailutuotteen eri osa-alueet huomioiden. Hankkeiden avulla yhtenäistettiin kohteiden palvelutarjontaa, kehitettiin palvelujen laatua sekä edistettiin toimijoiden yhteistyötä ja kohteiden strategista kehittämistä. Hankkeissa toteutettiin kehittämistoimenpiteitä ja myös matkailukohteen kehityksen kannalta merkittäviä investointeja (Komission asetus N:o 651/2014).

Tutustu rahoitusta saaneeseen matkailukohteeseen: <http://praboure.fr/>



sähköavusteisia maastopyöriä, joita saa vuokrattua ostamalla 8 euroa maksavan matkailupassin. Passilla pääsee alueen nähtävyyksiin ilman erillistä maksua. Vuokrauksen ehtona on, että pyöräilijät käyttävät vähintään 10 euroa johonkin alueen palveluun. Tämä on todennettava pyörän palautushetkellä kuitilla. Pyörät ovat olleet suosittuja ja niiden avulla matkailijat ovat päässeet helpommin hajallaan sijaitsevien nähtävyyksien ja palvelujen äärelle.

Tutustu tarkemmin: [I.T.E.R.-hanke](#)

MATKAILUKOHTEN BRÄNDIT

Matkailukohteen brändin kehittäminen vaatii pitkäjänteistä työtä ja suunnittelua yhdessä alueen toimijoiden, kuten yritysten ja asukkaiden, kanssa. Onnistuneen brändityön avulla alueet pystyvät erottautumaan kilpailijoista ja kasvattamaan heihin kohdistuvaa kiinnostusta ja kysyntää. Tämä heijastuu luonnollisesti myös yrityksiin, jotka voivat toimintansa kautta vahvistaa matkailukohteesta syntyviä mielikuvia.

Wild Atlantic Way on maailman pisin maisemareitti (2 500 km), joka kulkee Irlannin länsirannikkoa pitkin Pohjois-Irlannin Derrystä aina Etelä-Irlannissa sijaitsevaan Kinsalen pikkukaupunkiin asti. Reitti on perustettu Irlannin matkailun kehittämisorganisaatio Fáilte Irelandin toimesta vastaiskuna vuonna 2008



alkaneeseen talouskriisiin ja sen aiheuttamaan matkailun notkahdukseen. Reitin suunnitteluun osallistui neljä alueellista ohjausryhmää, joiden jäseninä oli mm. aluehallintoviranomaisten, matkailuyritysten ja kansallispuistojen edustajia. Tavoitteena oli luoda riittävän laaja ja ainutlaatuinen reitti, joka herättää kiinnostusta ulkomailla asti ja houkuttelee niin ryhmiä kuin uudelleenkävijöitä. Tässä on onnistuttu, sillä Länsi-Irlannin matkailijamäärät ovat kasvaneet merkittävästi Wild Atlantic Way:n lanseerauksen jälkeen ja myös matkailijoiden viipymä on pidentynyt. Reitin varrella sijaitsevat yritykset ovat saaneet kansainvälistä näkyvyyttä ja pystyvät hyödyntämään brändiä markkinoinnissa ja palvelujen kehittämisessä. Yrityksille tarjotaan vuosittain koulutuksia ja työpajoja, joilla vahvistetaan niiden brändi- ja aluetuntemusta, ristiin markkinointia ja palveluosaamista.

Tutustu tarkemmin: www.wildatlanticway.com

Wild Atlantic Way -reittiin kuuluu 188 nähtävyyttä/näköalapaikkaa, jotka on jaettu kuuteen alueelliseen kokonaisuuteen, jotta matkailijoiden on helpompi löytää heitä kiinnostavat kohteet. Kävijät voivat kerätä leimoja näistä vierailukohteista **Wild Atlantic Way -passiin**. Passi kannustaa matkailijoita palaamaan reitille ja vierailemaan mahdollisemman monessa kohteessa. Kävijöille leimat ovat matkamuistoja ja todisteita koetuista elämyksistä.

Tutustu tarkemmin: www.wildatlanticway.com/passport

Fáilte Ireland loi [Ireland's Ancient East](http://www.irelandsancienteast.com) -brändin vahvistamaan matkailua Irlannin itä- ja eteläosissa. Brändiä rakennettaessa tarkasteltiin kävijöiden motivaatioita ja toiveita sekä etsittiin niitä vastaavia tuotteita ja palveluja. Alueesta haluttiin luoda Irlannin historiaan ja kulttuuriin nojaava matkailualue, jossa tarinoita hyödynnetään innostavien ja ikimuistoisten asiakaskokemusten luomisessa. Toisin kuin Wild Atlantic Way, Ireland's Ancient East ei ole matkailureitti, vaan **kohteista ja nähtävyyksistä koostuva kokonaisuus**. Alueelle on kehitetty 51 brändin mukaista matkaohjelmaa, jotka esittelevät tunnettuja ja myös uudempia nähtävyyksiä. Ireland's Ancient East -konsepti on pidentänyt matkailijoiden viipymää alueella ja kasvattanut yritysten liikevaihtoa.

Tutustu tarkemmin: www.irelandsancienteast.com

Tutustu myös: [La Marque Auvergne](http://www.auvergne.org), yhdistyksen voimin perustettu aluebrändi, www.auvergne.org

VOIMAA YHTEISTYÖSTÄ JA KUMPPANUUKSISTA

Yhteistyön avulla pienet ja keskisuuret yritykset voivat minimoida liiketoimintaympäristön riskejä sekä jakaa kustannuksia ja resursseja. Yhteistyö avaa myös uusia mahdollisuuksia muun muassa palvelujen monipuolistamiseen, vaikuttavampaan markkinointiin ja myyntiin sekä osaamisen kehittämiseen. Näistä syistä yrityksiä tulisikin kannustaa yhteistyöhön yli maakunta-, toimiala- ja sektorirajojen.



Latvian [kansallinen klusteriohjelma](#) tukee yritysten, tutkimus- ja kehittäislaitosten sekä muiden toimijoiden välistä yhteistyötä. Ohjelman kautta rahoitetaan matkailuklustereiden perustamiseen ja kehittämiseen liittyviä toimenpiteitä. Tuki on kohdennettu erityisesti klustereiden vientiä, innovaatioita, uusien tuotteiden syntymistä tai kansainvälistymistä edistäviin hankkeisiin. Edellytyksenä on, että klusterissa on mukana vähintään 20 yritystä, joiden liikevaihto on yhteensä 10 miljoonaa euroa vuodessa.

Klusteriohjelman rahoituksella **Gaujan kansallispuistoon Vidzemen alueelle perustettiin**

[Enter Gauja -verkosto](#), jonka jäsenenä on yli 50 yritystä, 9 kuntaa, Latvian Luonnonsuojeluliitto, kansallisia ja alueellisia kuljetusalan yrityksiä sekä Vidzemen ammattikorkeakoulu. Enter Gauja -toimijat ovat yhteistyössä

kehittäneet alueen brändiä, laatineet matkailustrategian, toteuttaneet markkinointikampanjoita sekä suunnitelleet yhteisiä matkailutuotteita. Toimintaa rahoitetaan jäsenmaksujen avulla. Verkoston perustamisen jälkeen matkailijoiden yöpymiset alueella ovat lisääntyneet 30 prosentilla. Gaujan kansallispuistosta onkin tullut Latvian toiseksi suosituin matkailukohde, jossa vierailee yli miljoona matkailijaa vuodessa.

Tutustu kohteeseen: www.entergauja.com/en/



Introd on pieni kylä Aostan laaksossa Italiassa, jonka maltilliset matkailijamäärät ovat lähteneet kasvuun kylän asukkaiden, yritysten ja kunnan yhteistyön ansiosta. Toimijat kokoontuvat säännöllisesti suunnittelemaan yhteisiä toimenpiteitä, joiden tarkoituksena on tehdä alue tunnetummaksi matkailijoiden keskuudessa. Yksi onnistunein esimerkki yhteistyöstä on vuosittain järjestettävä **La Nuit des Temps** -tapahtuma, joka esittelee kylän historiaa. Kaksi tuntia kestävä tapahtuman aikana

vieraillaan kylän merkittävimmissä historiallisissa kohteissa oppaiden johdatuksella. Tärkeä osa kokonaisuutta on tarinankerronta, jota täydennetään puvustuksella ja kullekin ajankohdalle sopivalla rekvisiitilla. La Nuit de Temps järjestetään illalla pimeään aikaan. Kaikki kylän valot sammutetaan, jotta tunnelma olisi mahdollisimman taianomainen. Ainoastaan kädessä kannettavat lyhdyt toimivat valonlähteinä. Kunta tukee tapahtuman toteuttamista tarjoamalla markkinointiapua ja vuokraamalla tai antamalla järjestäjien käyttöön tarvittavia laitteita ja tiloja. www.nuitdestemps.eu

Tutustu myös:

[Sajūtu Parks](http://www.sajutuparks.lv/), Enter Gauja –verkostoon kuuluva aktiviteettipuisto, www.sajutuparks.lv/

[Ta' Dbiegi Crafts Village](http://www.gozartisans.com), käsityöläisten verkosto, www.gozartisans.com

[Taste Cork](http://www.tastecork.com), ruoka-alan yrittäjien verkosto, www.tastecork.com

TAPAHTUMILLA KOHTI YMPÄRIVUOTISTA MATKAILUA

Tapahtumat lisäävät alueiden vetovoimaisuutta ja vaikuttavat matkailijoiden kohdevalintaan. Lisäksi matkailusesongin ulkopuolella järjestyt tapahtumat ovat oiva keino lieventää matkailun kausiluontoisuutta. Niiden kautta syntyvä aluetalouden vaikutus voi olla hyvinkin merkittävä, sillä tapahtumissa kävijät käyttävät rahaa myös alueen palveluihin, kuten majoitukseen ja ravitsemuspalveluihin.

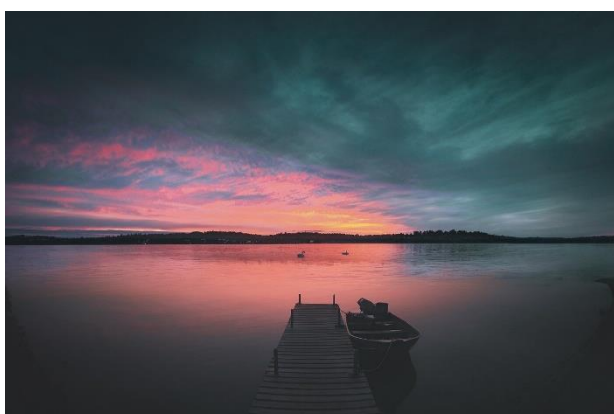
Kino Pedalis on Latviassa järjestettävä tapahtuma, jossa yhdistyy pyöräily ja elokuvat. Tapahtumaa varten on perustettu eripituisia pyöräilyreittejä, joiden varrella on pop-up elokuvateattereita. Teatterit on rakennettu uniikkeihin ja yllättäviin paikkoihin, kuten kasvihuoneeseen ja panimoon. Kaksipäiväisen festivaalin tavoitteena on

saada ihmiset liikkumaan ja nauttimaan kulttuurista samalla kun he tutustuvat paikallisiin nähtävyyksiin ja palveluntarjoajiin.

Tutustu tarkemmin: www.kinopedalis.lv

Taste of West Cork on yksi Irlannin vanhimmista ruokafestivaaleista. Tapahtuma esittelee alueen ruoka-alan osaamista muun muassa markkinoiden, kokkauskäytösten, illallisten, seminaarien ja kilpailujen kautta. Vuoden 2017 festivaaliohjelma rakentui yhteensä 230 tapahtumasta, joita toteutettiin eri puolilla Länsi-Corkia. Festivaalit kestävät kymmenen päivää ja ne järjestetään syksyisin viikkaimman matkailusesongin päätyttyä. Toimintaa rahoittavat Cork County Council, Fáilte Ireland ja useat sponsorit. Rahoitus käytetään lähinnä markkinointimateriaalien tuottamiseen, kuten Artisan Food Guide -esitteeseen, jossa esitellään kaikki alueen ruoka-alan toimijat. Jokainen toimija vastaa omista järjestelykustannuksista.

Tutustu tarkemmin: www.atasteofwestcork.com/



Latvian **Ezera Skanas** on musikillinen ja visuaalinen tapahtuma, joka alkaa aikaisin elokuisena aamuna ennen auringonnousua. Esityslavat sijaitsevat järven keskellä, jonne katsojat saapuvat omilla veneillään. Motorisoituja veneitä ei sallita niiden äänekyyden takia. Luonnon hiljaisuus, rauhallinen järviympäristö ja pimeys täydentävät esityksiä ja tekevät kokemuksesta ainutlaatuisen. Tapahtuma huipentuu auringonnousuun.

Tutustu tarkemmin: www.ezeraskanas.lv/lv

Tutustu myös: Elokuvfestivaali Gran Paradison kansallispuistossa: www.gpff.it

INNOVAATIOT JA UUDET KOKEILUT

Tukemalla pk-yritysten innovaatio toimintaa voidaan saada aikaan uusia matkailupalveluja ja –tuotteita, jotka auttavat koko matkailukohdetta erottautumaan kilpailevien kohteiden joukosta. Innovaatio- ja ideakilpailut kannustavat yrityksiä uudistumaan ja kehittymään.

Slovenian matkailuvirasto edistää innovatiivisten matkailutuotteiden syntymistä [Sejalec ja Snovalec -tuotekilpailujen](#) avulla. Sejalec-kilpailussa palkitaan olemassa olevia innovatiivisia toimintatapoja, jotka ovat lisänneet Slovenian matkailupalvelujen tunnettavuutta. Näihin voi kuulua erilaisia palveluja tai markkinointitoimenpiteitä. Sejalec-voittajat saavat rahallisen tuen sijasta näkyvyyttä kansallisella

matkailusivustolla ja markkinointiapua. Snovalec-kilpailu tukee puolestaan uusien kokeilujen toteuttamista. Palkintojen saajilta vaaditaan luovuutta ja kekseliäisyyttä, sillä tarkoituksena on kehittää jotakin omaperäistä, jota alueella ei ole aikaisemmin nähty. Kilpailun voittajat saavat rahoitusta idean toteuttamiseen sekä tukea markkinointiin. Lisätietoja löydät [Slovenian matkailusivustolta](#).

Tutustu palkittuihin tuotteisiin:

Vanhaan vankilaan perustettu hostelli: www.hostelcelica.com/en/

Yövy puumajassa: www.hostelcelica.com/en/

Fontana Piv - olutlähde: www.beerfountain.eu/sl/

AIRTH – Alliance for Innovators and Researchers in Tourism and Hospitality on verkosto, jonka tavoitteena on edistää innovatiivisuutta matkailualalla. Verkoston ylläpitämä innovaatioalusta (www.airth.global) kokoaa tutkimustietoa innovaatioista ja uusista ideoista. Näistä voi löytyä inspiraatiota hankkeisiin tai yritystoiminnan kehittämiseen.



Esimerkit ovat koottu Interreg Europe -ohjelman rahoittamassa kansainvälisessä Destination SMEs -hankkeessa.

Lisätietoja: www.interregeurope.eu/destinationsmes

Lähde: www.interregeurope.eu/destinationsmes/good-practices/

Valokuvat: Destination SMEs -arkistot (1, 3, 5, 6, 9) ja Pixabay (2, 4, 7, 8).