

SATAKUNNALLE OMA LUONTOMATKAILUOHJELMA

Luontomatkailun mahdollisuudet Satakunnassa -tilaisuus
Sanna-Mari Renfors, 31.3.2016

Hanna-Maria Marttila



Ohjelman laadinnasta

- Laadinta aloitettiin keväällä 2015 elinkeinoon toiveesta saada tarkennettuja toimenpide-ehdotuksia luontomatkailuun liittyvän liiketoiminnan kehittämiseksi käytännössä. Maakunnan tasolla kaivattiin yhtenäisiä suuntaviivoja ja tukea runsaille paikallisille kehittämistoimille sekä Visit Finlandin kehittämisohjelmalle.
- Ohjelmassa määritetään Satakunnan luontomatkailun kehittämisen teemat, tavoitteet ja toimenpiteet, joilla **maakunnan luontomatkailun liiketoimintapotentiaali saadaan esille.** Ohjelma keskittyy luonnon matkailulliseen hyödyntämiseen liiketoiminnan näkökulmasta.



Laadintaprosessi

- Kysely - 50 vastausta
- Asiantuntijahaastattelut 34 henkilöä
- Työryhmä kommentoi ja viimeistelee
- Kommenttikierrokselle haastatteluille henkilöille
- Aineistoraportti maalis-/huhtikuussa 2016, lehteen juttuja esille nousseista teemoista
- Valmiina kesään 2016 mennessä

OHJELMAN SISÄLTÖ

Jämikeskus





<p>"Edellytykset ovat kunnossa; ei tarvitse keksiä tai luoda väkisin. Nämä pitää saada tuotteistettua ja tietoisuuteen."</p>	<p>"Lintumatkailua ei ole hyödynnetty: tässä pitäisi tavoitella kansainvälistä tunnettuutta."</p>	<p>"Iso ongelma on kohderyhmän hakeminen. Ei tiedetä, kenelle tehdään ja myydään tuotetta."</p>	<p>"Ympäristö on hieno, mutta luontomatkoilijan näkökulmasta tuotetta ei ole mietitty loppuun asti. Luonnon merkitystä ei ymmärretä."</p>
<p>"Vesistöt tulee nostaa esille: meillä on kaikki vesistötyypit."</p>	<p>"Satakuntaa pitäisi tuoda esille geologia edellä. Geologiasta pitäisi lähteä liikkeelle."</p>	<p>"Ajatuksen tasolla on tehty paljon tuotteistamista, mutta resurssit ovat hukassa. Puitteet tehdä on, mutta toteuttaminen jää."</p>	<p>"Kuluttajat eivät löydä palveluja. Saa kaivaa, mistä palveluja saa: nämä eivät ole aktiivisesti tarjolla."</p>
<p>"Tuotteet eivät voi olla päälle liimattuja vaan tulee tuntea vetovoimatekijät Satakunnan luonnossa ja tehdä näihin liittyviä tuotteita."</p>	<p>"Luonto-osaajat tulisi löytää ja verkottaa matkailuyrittäjien kanssa."</p>	<p>"Myynti on liikaa sitä, että "ota yhteyttä ja pyydä tarjous".</p>	<p>"Tieto on todella hajanaista, tämä tulisi olla kootusti jossain."</p>



Vahvuudet

- Runsaasti erilaisia luontotyyppikokonaisuuksia
- Selkeän profiilin omaavat kansallispuistot
- Erilaiset kärkekohteet lähellä toisiaan, soveltuvat moniin aktiviteetteihin
- Kiinnostus luontomatkailua ja sen kehittämistä kohtaan lisääntyy maakunnassa
- Kasvavaa kysyntää ja erilaisia, potentiaalisia kohderyhmiä
- Runsaasti vetovoimaisia tuoteideoita, joilla selkeää liiketoimintapotentiaalia
- Ymmärrys luonnon liiketoimintapotentiaalista kasvamassa
- Paikallisia yhteistyöverkostoja



Heikkoudet

- Luontomatkailua maakunnassa ei aiemmin edistetty ja johdettu kokonaisvaltaisesti, ei yhtenäistä toimintamallia
- Uskon puute luonnon matkailullista hyödyntämistä kohtaan
- Yrittäjyys pienimuotoista ja sivutoimista
- Tuoteideoiden vieminen käytäntöön ontuu, ei riittävästi valituille kohderyhmille suunnattuja ja sisältörikkaita tuotteita
- Infran huolto ja ylläpito vaihtelevaa
- Kysyntää ja kohderyhmiä ei tunnisteta eikä heidän tarpeitaan ymmärretä, kysyntä ja tarjonta eivät kohtaa
- Maakunta suhteellisen näkömätön ja heikosti tunnettu luontomatkakohteena, tieto hajanaista, ei yhteistä kattoteemaa
- Koko maakunnan kattava, liiketoimintavetoinen myynti- ja markkinointiorganisaatio puuttuu, tuotteet heikosti ostettavissa eri kanavissa
- Yhteistyön aste vaihtelevaa, maakunnallinen yhteistyö heikkoa.



Satakunnan luontomatkailun vahvuudet ja heikkoudet



SATAKUNTALIITTO

Kehittämisen teemat

Satakunnan luontomatkailua kehitetään neljän strategisen teeman alla:

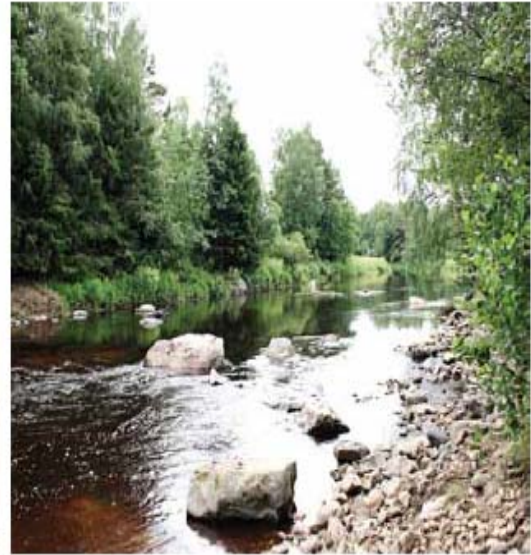


Toimintaympäristön tukeminen ja vahvistaminen

Tavoite

- Luontomatkailun kehittäjätahoilla on yhteinen tavoite ja toimintamallit sekä tiivistä yhteistoimintaa.
- Laadukkaat luontomatkailun kärkikohteet vahvistavat tunnettuuttaan ja profiiliaan.
- Vireä, kannattava ja verkostomainen yritystoiminta kasvaa.





KUVAT YLÄRIVISSÄ:

ensimmäinen vasemmalta:
Satakunnan rannikkoseutu
(Hanna-Maria Marttila)

toinen vasemmalta:
Hämeen kangas
(Jämikeskus)

kolmas vasemmalta:
Karviajoen vesistöalue
(Marianne Hakala)

KUVAT ALARIVISSÄ:

ensimmäinen vasemmalta:
Kokemäenjoki ja sen suistoalue
(Hanna-Maria Marttila)

toinen vasemmalta:
**Pohjois-Satakunnan suo- ja
metsäalue**
(Terttu Hermansson)

Tuotekehityksen lisääminen

Tavoite

- Osaavat yrittäjät tuottavat yhteistyössä maakunnan luonnon vahvuuksiin perustuvia, kannattavia ja sisältörikkaita luontokokemuksia erilaisille kohderyhmille.
- Maakunnassa on tarjolla runsasta aktiviteettitarjontaa.
- Tuotteiden elämyksellisyyttä lisätään sekä tuoteteemoja yhdistetään toisiinsa.





Markkinoinnin ja myynnin kehittäminen

Tavoite

- Maakunnan luontomatkailupalvelut ovat kootusti esillä erilaisissa kanavissa.
- Maakunta on näkyvä luontomatkakohde, jonka luontomatkailua markkinoidaan aktiivisesti sen sisältö edellä.
- Matkailijoiden on helppo ostaa luontomatkailun palvelukokonaisuuksia markkinoinnin ja myynnin ollessa verkostoitunutta ja aktiivista.



Yhteistyön vahvistaminen

Tavoite

- Satakunnassa luontomatkailu on verkostoitunutta sekä luontokohteissa että koko maakunnan tasolla.
- Toiminnassa mukana ovat luontomatkailuyrittäjien lisäksi majoitusyrittäjät, luonto-osaajat ja -oppaat sekä yhteisöt ja yhdistykset.
- Luontokohteissa toimivat majoitusyrittäjät ovat keskeisessä asemassa luontomatkailun kehittämisessä.



Kohderyhmästrategia

Lähimaakuntien **MATKAILIJAT**

- Tampereen seutu, Pirkanmaa
- Pääkaupunkiseutu
- Varsinais-Suomi
- Oman maakunnan asiakkaiden aktivointi

Kohdennetut **ASIAKAS- RYHMÄT**

- Omatoimiset, eritasoiset aktiviteettiharrastajat
- Ryhmät: yritykset, yhdistykset, koululaisryhmät
- Lapsiperheet, seniorit

Kansainväliset **MATKAILIJAT**

- Aktiviteettiharrastajat valikoiduilla markkinoilla:
Saksa, Ranska, Venäjä, Etelä-Eurooppa
- Potentiaalinen kasvu Aasian markkinoilta