



Euroopan unionin
osarahoittama

Uudistuva ja osaava Suomi 2021–2027
EU:n alue- ja rakennepolitiikan ohjelma
Euroopan aluekehitysrahasto (EAKR)



Kainuun liitto

Hankehakemus

Tunnistetiedot

Hakemusnumero
403803

Tila
Keskeneräinen

Hankehaun nimi
Uudistuva ja Osaava Suomi 2021–2027 – alue- ja
rakennepolitiikan ohjelman 3. EAKR-hankehaku

Hakuilmoituksen tunnus
KAILII-006

1 Rahoittava viranomainen

Kainuun liitto

2 Hakijaorganisaatio

Hakijan virallinen nimi
Kajaanin kaupunki

Y-tunnus
0214958-9

Postiosoite
KAUPUNGINTALO

Organisaatiomuoto
Kunta

Postinumero
87100

Organisaatiotyyppi
Kunta

Postitoimipaikka
KAJAANI

Puhelinnumero

2.1 Hankkeen yhteyshenkilö

Etunimi

Sähköposti

Sukunimi

Puhelinnumero

Asema hakijaorganisaatiossa

3 Hankkeen perustiedot

Hankkeen julkinen nimi

Kulttuurista uudistavaa vetovoimaa Kajaani-Oulujärven matkailuun

Alkamispäivämäärä

1.5.2024

Päätymispäivämäärä

31.12.2026

Toimintalinja

1 Innovatiivinen Suomi

Erityistavoite

1.3 Pk-yritysten kasvun ja kilpailukyvyn parantaminen

3.1 Hankkeen toteutustyyppi

Hanke toteutetaan Yhden toteuttajan hankkeena

3.2 Julkinen kuvaus

Hankkeen julkinen tiivistelmä

Matkailu on yksi Kainuun kehittämisen kärkitoimialoista ja viime vuosina siihen on vaikuttanut erityisesti koronapandemia, Ukrainan sota, digitalisaatio sekä ilmastonmuutoksesta juontuva vastuullisten matkailutuotteiden kysyntä. Matkailun muuttuneessa ja nopeasti muuttuvassa toimintaympäristössä uudistaviin toimenpiteisiin on pystyttävä tarttumaan entistä nopeammin, tarjoamalla kysyntälähtöistä sisältöä etenkin digitaalisissa kanavissa.

Hankkeen avulla haetaan ratkaisuja ajankohtaisiin haasteisiin ja tavoitteisiin pk-yritysten kasvun ja kilpailukyvyn parantamiseksi Kajaani-Oulujärvi matkailualueen kulttuuritarjonnan markkinointia tiivistämällä ja kehittämällä resurssiviisaan suunnittelun kautta, uuden ja ajantasaisen materiaalin kehittämisellä ja tarjonnan kehittämisellä, paketoinnilla, yhteismarkkinoinnin ja -toiminnan osaamisen kasvattamisella sekä hyödyntämällä digitalisaation mahdollisuuksia.

Palveluiden parantamisessa ja tuotteistamistyössä korostuu vastuullisen matkailun periaatteiden huomioiminen sekä ympärivuotisuus. Konkreettiset toimenpiteet toteutetaan seitsemän (7) työpaketin sisällä. Kaikissa toimenpiteissä vastuullisuus ja kestävä kehitys toimii läpileikkaavana teimana.

Työpaketti 1: Yhteistyön ja verkostoitumisen edistäminen

Työpaketti 2: Innovointitoiminta palveluiden (tuotetiden) parantamiseksi

Työpaketti 3: Kotimaan uudistavat matkailumarkkinointitoimenpiteet

Työpaketti 4: Kansainväliset uudistavat matkailumarkkinointitoimenpiteet

Työpaketti 5: Markkinointimateriaalien tuotanto

Työpaketti 6: Asiakaskokemuksen kehittäminen digitaalisissa kanavissa

Työpaketti 7: Vastuullisen matkailun osaamisen ja palveluiden kehittäminen

Strategioita tukevat tulokset ja vaikuttavuus: Hanke edistää Kainuun matkailun muutosta kohti Suomen valtioneuvoston asettamaa tavoitetta hiilineutraalista Suomesta. Hanke tukee osaltaan maakunnan yhteisiä ponnisteluja Kajaanin markkinaehtoisen reittilentoliikenteen varmistavan lentojen kysynnän vauhdittamiseksi, saavutettavuuden turvaamiseksi ja kehittämiseksi.

Kajaanin kaupungin ja Paltamon kunnan yhteinen hanke vahvistaa alueen pk-yritystoimintaa. Hankkeen avulla Kajaani-Oulujärven matkailumarkkinointia ja digitaalista saavutettavuutta parannetaan, mikä tukee alueen ja koko Kainuun matkailuelinkeinoja. Tärkein laadullinen tulos on sujuva yhteistyö kulttuuripalveluiden markkinoinnin toimenpiteiden suunnittelussa ja toteutuksessa. Määrällistä tuloksellisuutta voi seurata mm. uusien palveluiden ja

palvelukokonaisuuksien määrien kasvulla sekä Visit Kajaani-Oulujärven kanavien käyttäjädatalla ja kampanjoiden tuloksilla.

Pitkällä aikavälillä hankkeella saadaan aikaan pk-yritysten kilpailukyvyyn kasvaminen, Kajaani-Oulujärvi matkailualueen tunnettuuden lisääntyminen ja asiakasvolyymien kasvu kotimaasta ja kansainvälisiltä markkinoilta.

Hankkeen nimi englannin kielellä

Renewing attraction to Kajaani-Oulujärvi tourism through culture

Hankkeen julkinen tiivistelmä englannin kielellä

Tourism is one of the top industries for the development of Kainuu, and in recent years it has been particularly affected by the corona pandemic, the war in Ukraine, digitalization and the demand for responsible tourism products stemming from climate change. In the changed and rapidly changing operating environment of tourism, it is necessary to be able to tackle reforming measures even faster, by offering demand-oriented content, especially in digital channels.

With the help of the project, solutions are sought for current challenges and goals to improve the growth and competitiveness of SMEs by consolidating and developing the marketing of cultural offerings in the Kajaani-Oulujärvi region through resource-wise planning, developing new and up-to-date material and developing the supply, packaging, increasing know-how in joint marketing and operations, and utilizing the possibilities of digitalization. In service improvement and productization work, consideration of the principles of responsible tourism and year-round possibilities are emphasized. Concrete measures will be implemented within seven (7) work packages. In all measures, responsibility and sustainable development serve as a cross-cutting theme.

Work package 1: Promoting cooperation and networking
Work package 2: Innovations to improve services (products)
Work package 3: Domestic innovative tourism marketing measures
Work package 4: International innovative tourism marketing measures
Work package 5: Production of marketing materials
Work package 6: Developing the customer experience in digital channels
Work package 7: Development of knowledge and services in responsible tourism

Results and effectiveness supporting the strategies: The project promotes the change of tourism in Kainuu towards the goal set by the Finnish Government of a carbon-neutral Finland. The project contributes to the joint efforts of the province to accelerate the demand for flights that ensure market-based scheduled air traffic in Kajaani, to secure and develop accessibility.

The joint project of the city of Kajaani and the municipality of Paltamo strengthens the area's SME business activities. With the help of the project, tourism marketing and digital accessibility of Kajaani-Oulujärvi will be improved, which will support the tourism industry of the region and the whole of Kainuu. The most important qualitative result is smooth cooperation in the planning and implementation of cultural services marketing measures. Quantitative performance can be monitored e.g. with the increase in the number of new services and service packages, as well as with the user data of the Visit Kajaani-Oulujärvi channels and the results of campaigns. In the long term, the project will achieve an increase in the competitiveness of SMEs, an increase in the recognition of the Kajaani-Oulujärvi Tourism Area and an increase in the volume of customers from the domestic and international markets.

3.3 Maantieteellinen kohdealue

Onko hankkeen toiminta valtakunnallista?

Ei

Maakunnat

Kainuu

Kunnat

Kajaani, Paltamo

Hankkeen toteutuspaikka

Postiosoite	Postinumero	Postitoimipaikka

4 Hanketiedot**4.1 Hankkeen kohderyhmä, tarve ja tavoitteet****Mitkä ovat hankkeen varsinaiset kohderyhmät?**

Hankkeen varsinainen kohderyhmä on Kajaani-Oulujärven matkailualue sekä kotimaasta ja kansainvälisiltä markkinoilta kasvua hakevat Kajaanin ja Paltamon matkailuyritykset.

Mitkä ovat hankkeen välilliset kohderyhmät?

Hankkeen välillistä kohderyhmää ovat Kainuun Arctic Lakeland -yhteistyössä mukana olevat matkailualueet sekä alueen matkailuyritykset.

Muita välillisiä kohderyhmiä ovat myös matkailuyritysten kanssa yhteistyötä tekevät kuljetusyhtiöt, matkanjärjestäjät ja matkatoimistot sekä kohdemarkkinoilla toimivat kansainväliset matkanjärjestäjät.

Minkä tarpeen tai ongelman hanke ratkaisee?

Kajaani-Oulujärven matkailualue on kiehtova niin kulttuurihistoriallisesti kuin nykypäivän kulttuuritarjonnan osalta. Kulttuuri on myös nostettu Kajaanin kaupunkistrategiassa yhdeksi kärkitoimialaksi, jonka lumovoima halutaan nostaa kaupungin elinvoiman lähteeksi. Kajaanin kaupunki onkin panostanut kulttuuriin viime vuosina runsaasti mm. teatteritalojen peruskorjauksiin investoimalla. Kulttuurialan toimijoiden yhteistyötä on lisätty, mikä näkyy konkreettisesti esimerkiksi vapaan kentän toimijoiden sekä kaupungin kulttuurilaitosten yhteisenä uutena esittävän taiteen festivaalina, joka toteutettiin laajassa yhteistyössä ensimmäistä kertaa marraskuussa 2023. Kajaanin kesän tunnettu kulttuuritapahtuma Runoviikko sekä tanssitapahtuma Kajaani tanssii -toteutetaan myös laajassa kulttuurialan yhteistyössä ja toimintaa on kehitetty siten, että tapahtumat houkuttelevat uusia kohdeyleisöjä entistä laajemmin. Uutta matkailuliiketoimintaa on mahdollista luoda muun muassa kulttuuritapahtumien ympärille ja yhteyteen, näistä esimerkkinä marraskuun Kekri-tapahtuma Kajaanin Linnanvirta-alueella. Kajaani-Oulujärven kulttuuritarjonta sekä alueelta löytyvä infra tapahtuma- ja kokoustiloihin soveltuu tapahtumien lisäksi hyvin myös monenlaisiin kokouksiin. Kulttuuritarjonta on matkailijalle keskeinen syy tulla ja viettää aikaa Kajaanissa.

Paltamon kunnan hyvinvointisuunnitelmassa vuosille 2022-2025 kulttuurihyvinvoinnin edistäminen on yksi kolmesta hyvinvoinnin, terveyden ja turvallisuuden edistämisen painopistealueesta. Paltamon kunnassa on vireää kulttuuri- ja tapahtumatoimintaa ja tämän esille tuominen yhä laajemmalle yleisölle on keskeinen osa kunnan elinvoimaisuuden edistämistä sekä matkailuelinkeinojen kehittämistä. Tapahtumia suunnitellaan ja järjestetään tiiviissä yhteistyössä kunnan, paikallisten yritysten ja kolmannen sektorin toimijoiden kanssa. Keskeisiä tapahtumia ovat kesätapahtumat, joita järjestetään eri kohderyhmät (mm. ikä) huomioiden (Norssikarnevaalit, lasten kesätapahtuma, Eino Leinon päivän tapahtumat, Paltamo Rock, venetsialaiset) ja suurimpana näistä Suomen suurin vetouistelukilpailu Kuhakunkku, jonka yhteydessä on kunnan järjestämänä myös konsertteja ja ohjelmaa lapsille. Paltamossa on myös aktiivinen kotiseutumuseo sekä lelumuseo sekä kulttuurihistoriallisia käyntikohteita. Uusi

hirsinen kunnantalo toimii myös erilaisten taidenäyttelyiden ja tapahtumien järjestämispaikkana ja on myös itsessään mielenkiintoinen julkisen hirsirakentamisen vierailukohde.

Lisää kulttuuri-toimijoiden uusia yhteistyömuotoja on kehitteillä ja selvää on, että niiden avulla alueelle on mahdollista houkutella uusia kulttuurimatkailijoita sekä kulttuurin tekijöitä, mikäli tarjonta saadaan esille digitaalisille alustoille matkailijoiden tarpeiden näkökulmasta tuotettuna ja oikea-aikaisesti. Tarjontaa tulee myös kehittää eri kohderyhmät ja markkinat huomioiden.

Kajaani ja Paltamo ovat myös mukana Oulu 2026 Euroopan kulttuuripääkaupunkivuoden toteuttamisessa (European Capital of Culture, ECoC). Toiminnan keskeinen pääteema on kulttuuri-ilmastonmuutos ja Oulu2026:n tärkein tavoite on luoda ja tuoda kulttuuria, hyvinvointia ja elinvoimaa pohjoiselle alueelle. Kulttuuri-ilmastonmuutos yhdistää kulttuuria, taidetta ja teknologiaa yllättävälläkin tavalla, luo kohtaamisia ja synnyttää vuorovaikutusta. Pohjoinen Suomi on eurooppalaisen kulttuurin näyttämö vuonna 2026 ja Euroopan kulttuuripääkaupungin asema on merkittävä koko Suomelle ja suomalaiselle kulttuurille. Kulttuuripääkaupunkiv uosi on täynnä kulttuurin juhlaa ja erityisesti pohjoisen Suomen kulttuuri näkyy laajasti Eurooppaan. Kajaani-Oulujärven alueelta on tulossa runsas ohjelmakokonaisuus mukaan Oulu2026-ohjelmistoon sisältäen mm. tanssia, alueellista esittävää taidetta ekologisista teemoin, luontoa ennallistavaa taidefestivaalia ja Runoviikon 50-vuotisjuhluvuoden ohjelmiston, jossa huomioidaan kansainvälisyys ja yhdenvertaisuus entistä vahvemmin. Paltamon Oulu2026 Art and Trails -kulttuurikartta vahvistaa jo olemassa olevia kulttuuri- ja luontokohteita ja törmäyttää niitä taiteen keinoin.

Kulttuurimatkailijat ovat yksi niin Visit Finlandin kuin Arctic Lakeland -alueen pääkohderyhmistä, joille tarjontaa aktiivisesti markkinoidaan kotimaassa ja kansainvälisillä markkinoilla. Kajaani-Oulujärven alueella on paljon ja monipuolista, niin kotimaisia kuin kansainvälisiä matkailijoita kiinnostavaa kulttuuritarjontaa, mutta sen esille nostaminen edellyttää tarjonnan paketoimista sekä jatkokehittämistä asiakkaan tarpeet sekä vastuullisuus huomioon ottaen, saavutettavuutta digitaalisissa kanavissa eri kohdemarkkinoilla sekä tunnettavuuden parantamista osana Arctic Lakeland -aluetta.

Kajaanin kaupunki on omilla toimenpiteillään kehittänyt Kajaani-Oulujärvi-alueen markkinointia mm. uudistamalla Visit Kajaani-Oulujärvi-sivuston graafisen ilmeen, ylläpitämällä verkkosivua sekä sosiaalisen median alustoja, asentamalla verkkosivuille kävijäanalytiikkatyökalun. Kajaanin kaupunki ja Paltamon kunta osallistuvat myös Arctic Lakeland kv- ja kotimaan markkinointitoimiin. Kajaanin kaupunki ja Paltamon kunta ovat myös mukana Arctic Lakeland -uudistavaa vetovoimaa Kainuun matkailuun -hankkeen yhteisessä toteutuksessa, mutta kunnilla ei ole ko. hankkeessa omaa osatoteutushanketta. Tämä hanke tukee osaltaan Arctic Lakeland -alueen yhteisen hankkeen tavoitteiden toteutumista myös Kajaani-Oulujärven alueella.

Miten hanke on valmisteltu? Miten hankkeen kohteena olevia sisältöjä on aiemmin pyritty kehittämään?

Hanketta on valmisteltu yhdessä Kajaanin kaupungin, Paltamon kunnan ja Kajaani-Oulujärvi alueen yhteismarkkinointiryhmän toimijoiden kanssa ottaen huomioon matkailuyrittäjien tarpeet ja tavoitteet, Kajaanin lentokentän reittiliikenteen kehittäminen -hankkeen toiminta, sekä Kainuun 2022–2025 maakuntaohjelman matkailun kehittämisen tavoitteet sekä Kainuun kulttuurihankkeen tavoitteet. Hankkeen valmistelussa on huomioitu myös Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisu kotimaan matkailun kehittämisestä sekä Visit Finlandin ohjeistukset Suomen kulttuurimatkailun kehittämisestä (2021).

Hankkeeseen määritellyt tavoitteita ja tavoiteltavia tuloksia ovat ohjanneet seuraavat ohjelma-asiakirjat ja strategiat:

- Kainuun selviytymissuunnitelmasta kumpuaa tarve elvyttää Kainuun kansainvälistä matkailua, joka on kärsinyt koronapandemian vaikutuksesta. Suunnitelman mukaan matkailun haasteena on saavutettavuus niin fyysisen saavutettavuuden kuin digitaalisen saavutettavuuden osalta.
- Aktiviteettimatkailu on Kainuun älykkään erikoistumisen strategian mukaan yksi toimialoista, jonka erikoistumispohjaa halutaan alueella vahvistaa ja monipuolistaa. Aktiviteettimatkailu on lueteltuna strategian 2. teeman alle, osaamisintensiivisiin palvelualoihin. Palvelujen tuotannon tehostamiseen sekä palveluista saatavan lisäarvon kasvattamiseen halutaan hyödynnettävän digitalisaatiota.

- Kulttuurin vetovoiman lisääminen on yksi Kainuun kulttuuriohjelman yksi päätavoitteista. Kainuuseen tullaan ympäri Suomen ja maailmaa oppimaan, inspiroitumaan sekä kokemaan ainutlaatuisia taide- ja kulttuurielämyksiä, joiden vaikuttavuuden takaavat alueen luonto sekä korkealaatuiset palvelut.
- Kainuu-ohjelman tilannekuvasta nousevaan kehittämishaasteeseen ulkoisen ja sisäisen saavutettavuuden kehittämisestä sekä yhteistyön tehostamisesta maakunnan sisällä, maakuntien kesken, kansallisesti sekä kansainvälisesti.
- Suomen valtakunnallisen matkailustrategian toimenpidelistaukseen on merkitty matkailualan digitaalinen kehittäminen. Erityisesti painotetaan, että matkailupalveluiden digitaalisen ostettavuuden ja löydettävyyden lisäksi digitaalisten ratkaisujen käyttöä matkailupalveluissa ja -tuotteissa tulee kehittää.
- Oulu2026-ohjelma tekee kulttuuri-ilmastonmuutosta, jonka toteuttamiseen tarvitaan laaja-alaista yhteistyötä.
- Hankkeen avulla voidaan tukea ylläpitää ja vauhdittaa Euroopan komission julkaiseman Science, Research and Innovation Performance of the EU 2022- raportin pääkohtien peräänkuuluttamia (Kainuun alueen matkailutoimialan) kilpailukykyä ja eri toimijoiden yhdistämistä ja sitä kautta hajanaisuuden vähentämistä alalla.

Hankkeen valmistelussa on huomioitu

- (1) kevään 2022 Kajaanin reittiliikenteen kehittäminen -hankkeen matkanjärjestäjäkartoituksen todentama KV-kasvun potentiaali
- (2) Kainuun 2022-2025 maakuntaohjelman matkailun kehittämisen kärjet ja tavoitteet (kasvua markkinointiyhteistyöllä, Kainuun tunnettuuden lisääminen digitaalisia kanavia hyödyntäen, saavutettavuuden edistäminen) .
- (3) eTravel-hankkeessa 2021-2022 uudistetut Kajaani-Oulujärven verkkosivut, jotka ovat hyödynnettävissä uudessa hankkeessa.
- (4) Spot-lit kirjallisuusmatkailuhankkeessa syntyneet kulttuurituotteet kuten Eino Leino -risteily Oulujärvellä ja Kahvit Eino Leinon kanssa.
- (5) Vastuullisen matkailun Arctic Lakeland hankkeen kehittämistoimenpiteet.
- (6) Yhdenvertainen Oulu2026 - Moninaisuuden edistäminen ja vähemmistöryhmien osallisuuden vahvistaminen Pohjois-Pohjanmaalla ja Kainuussa.

Mitkä ovat hankkeen tavoitteet?

Hankkeen tavoitteet pk-yritysten kasvun ja kilpailukykyyn parantamiseksi:

- Tavoite 1: Yhteistyön ja verkostoitumisen tiivistyminen
- Tavoite 2: Palveluiden (tuotteiden) parantuminen ympärivuotisesti
- Tavoite 3: Kotimaan matkailumarkkinointitoimenpiteiden uudistuminen
- Tavoite 4: Kansainvälisten matkailumarkkinointitoimenpiteiden uudistuminen
- Tavoite 5: Laadukkaat markkinointimateriaalit
- Tavoite 6: Parantunut asiakaskokemus digitaalisissa kanavissa
- Tavoite 7: Vastuullisen matkailun osaamisen ja palveluiden kehittyminen

Palveluiden parantamisessa ja tuotteistamistyössä korostuu kestävän matkailun periaatteiden huomioiminen, vastuullisuus sekä ympärivuotisuus. Hanke edistää Kainuun matkailun muutosta kohti Suomen valtioneuvoston asettamaa tavoitetta hiilineutraalista Suomesta. Hanke tukee osaltaan maakunnan yhteisiä ponnisteluja Kajaanin markkinaehtoisen reittilento liikenteen varmistavan lentojen kysynnän vauhdittamiseksi, saavutettavuuden turvaamiseksi ja kehittämiseksi.

Mitä muutosta nykytilaan hanke tuo? Mikä on hankkeen uutuus/lisäarvo?

Hankeen avulla uudistetaan kulttuurimatkailun yhteismarkkinoinnin toimintamallia ja hyödynnetään uusia digitaalisia työkaluja palvelutuotannossa sekä asiakaskokemuksen ja saavutettavuuden parantamisessa. Hankkeessa kehitettävät ratkaisut sekä markkinoinnin uudet kokeilut nostavat Kajaani-Oulujärven kulttuurimatkailun sisällöntuotannon ja yhteismarkkinoinnin uudelle tasolle ja edistävät kokous- ja ryhmämatkailua alueelle. Kulttuurisisältöinen matkailutuote rakentuu verkostoissa, paikallistoimijoiden yhteistyönä.

Yhteismarkkinoinnin rooli vahvistuu ja luo toiminnallaan edellytykset matkailuyrityksille solmia uusia liikesuhteita, päästä kotimaisiin ja kansainvälisiin myyntikanaviin ja saada lisää kauppaa ja asiakkaita.

Kajaani-Oulujärven alueelle tuodaan hankkeen avulla kansainvälisiä matkanjärjestäjiä tutustumaan alueeseen, yrittäjiin ja palveluihin ja alueen yrityksiä saadaan sitä kautta uusiin myyntikanaviin.

Arvioi tuen ensisijainen vaikutus hankkeen toteuttamiseen

Hanketta ei toteuteta ilman tukea

Perustelut tuen vaikutukselle

Hankkeen toimenpiteiden toteuttaminen ilman hanketukea ei ole mahdollista. Hanke toteutetaan aikana jolloin Kainuun matkailu, koko Suomen tapaan, tavoittelee elpymistä koronapandemiasta, Ukrainan sodan aiheuttamasta shokista erityisesti Itä-Suomen matkailutoimialalle ja nopeasti kiihtyneestä inflaatiosta. Näiden haasteiden keskellä kehittämistoimenpiteet Kajaani-Oulujärven matkailualueella saadaan liikkeelle vain myönnettävän hanketuen avulla.

4.2 Toteutus ja tulokset

Millä konkreettisilla toimenpiteillä hanke saavuttaa kuvatut tavoitteet?

Hankkeen toimenpiteet on jaettu seitsemän (7) työpaketin alle.

Työpaketti 1: Yhteistyön ja verkostoitumisen edistäminen

- Kansainväliset hankkeen tulokset ja toimenpiteet on mahdollista saavuttaa, kun osallistutaan Visit Finlandin järjestämiin markkinainfoihin ja koulutuksiin. Hankkeen aikana kasvatetaan kansainvälisen matkailuelinkeinon osaamista, mikä edistää toimenpiteiden tehokkuutta.
- Osallistutaan kainuulaisten matkailukeskusten yhteiseen Arctic Lakeland – markkinointitiimin työskentelyyn.
- Benchmarking -tapaamiset muiden, erityisesti kulttuurimatkailusta tunnettujen matkailualueiden kanssa Kainuun ulkopuolella osaamisen kehittämiseksi, esimerkiksi Savonlinna ja Oulu.
- Toteutetaan kulttuuritoimijoille suunnattu kysely yhteistyöstä.

Työpaketti 2: Innovointitoiminta palveluiden (tuotteiden) parantamiseksi

- Lisätään palvelutuotteiden kehittämiseen liittyvää tietoa alueen toimijoille. Kasvatetaan tietoisuutta kysyntää vastaavista palvelutuotteista.
- Kajaani-Oulujärven kulttuuri- ja muiden matkailupalveluiden kausiohjelman kehittäminen eri sesongeille.
- Luodaan näkemys olemassa olevista kulttuuripalveluista ja niiden soveltuvuudesta kotimaahan ja kansainvälisille markkinoille. Samalla kirkastetaan alueen kulttuuritarjonnan vetovoimatekijät (USP).
- Kehitetään kulttuuritarjonnan kysyntää vastaavien matkapakettien/ohjelmien sisältöjä kotimaan markkinoille sekä kansainvälisille markkinoille.
- Tehdään yhteistyötä kotimaisten ja kansainvälisten opiskelijoiden kanssa matkapakettien/ohjelmien kehittämisessä.
- Kehitetään ja testataan tapahtumien ja/tai kulttuurikohteiden yhteyteen soveltuvia uusia digitaalisia matkailupalveluita tavoitteena saada uusia asiakkaita kiinnostumaan, lisätä matkailualueen tunnettavuutta ja pidentää viiptymän kestoa (esim. lisätty todellisuus Rauniolinnan vierailun kestoa pidentämään, 3D-mallinnukset tai vierailua tukevan äänimaailman luominen).

Työpaketti 3: Kotimaan uudistavat matkailumarkkinointitoimenpiteet

- Vaikuttajamarkkinointi alueen kulttuuripalveluiden, -tapahtumien -kohteiden ja -reittien esille nostamiseksi (1-2 kpl/vuosi).

- Osallistutaan tai toteutetaan itse kotimaisia myyntitilaisuuksia, joissa esitellään kulttuurimatkailua sekä kokous- ja ryhmämatkojen mahdollisuuksia ja palvelutarjotinta (2-4 kpl).
- Oulu2026-kanavien hyödyntäminen kulttuuritarjonnan esille tuomisessa tunnettuuden lisäämiseksi ja kiinnostuksen herättämiseksi kotimaassa.
- Markkinointikampanjat valtakunnallisessa mediassa kulttuuritarjonnan tunnettuuden lisäämiseksi.
- Sisältömarkkinointi digitaalisissa kanavissa ja /tai painetussa mediassa.

Työpaketti 4: Kansainväliset uudistavat matkailumarkkinointitoimenpiteet

- Kohdemarkkinat valitaan vuosittain ja niihin vaikuttavat mm. Arctic Lakeland -matkailualueen kohdemarkkinavalinnat, maailman tilanne sekä saavutettavuus.
- Vaikuttajamarkkinointi alueen kulttuuripalveluiden ja -kohteiden esille nostamiseksi (1 kpl)
- Osallistutaan kansainvälisiin myyntitilaisuuksiin, joissa esitellään kulttuuripalveluita sekä kokous- ja ryhmämatkojen mahdollisuuksia ja tuotteita (2-3 kpl).
- Osallistutaan Arctic Lakeland tai Kajaani-Oulujärvi-toimijoiden yhteistyössä toteutettavan matkanjärjestäjä- ja/tai mediavierailun järjestämiseen alueelle (1-2 kpl). Järjestelykulu, lennot/junat, tilausajopalvelut alueella ja maapalvelut paikallisilta tuottajilta omakustannehintaan.
- Kulttuuripalveluiden sekä kohteiden lisääminen Visit Finlandin Datahub-tietokantaan kieliversioineen, mikä parantaa niiden saavutettavuutta kansainvälisesti ja mahdollistaa sisältöjen pääsyn mukaan Visit Finlandin kulttuuriteemaisiin kampanjoihin.
- Oulu2026-kanavien hyödyntäminen kulttuuritarjonnan esille tuomisessa tunnettuuden lisäämiseksi ja kiinnostuksen herättämiseksi kansainvälisesti.

Työpaketti 5: Markkinointimateriaalien tuottaminen

- Kajaani-Oulujärvi -alueen kulttuurimatkailun esite sekä kieliversio EN.
- Kulttuuriteemaisen digitaalisen materiaalin (kuva- ja video) ostaminen ammattilaiskuvaajilta tai tarvittaessa kuvaaminen ja editointipalvelut eri tarkoituksiin ja sesonkeihin. Kuvauksissa huomioidaan soveltuvin osin Arctic Lakeland both sides -konsepti.
- Kulttuuriteemaisen tekstisisällön tuottaminen markkinointi- ja viestintätarkoituksiin.
- Markkinointimateriaalin kieliversiot soveltuvin osin: Englanti ja tarvittaessa muut maat kuten Saksa ja Ranska. Materiaalia tarvitaan markkinointiin kaikissa kanavissa.

Työpaketti 6: Asiakaskokemuksen kehittäminen digitaalisissa kanavissa

- Uusien kulttuuriteemaisten sisältöjen tekninen toteuttaminen jo olemassa olevalle visitkajaani.fi- verkkosivulle (mahdolliset kiertomatkat, viikko-ohjelmat, kampanjasisällöt) suomi + soveltuvin osin EN. Uusista palveluista luodaan integraation kautta sisällöt myös arcticlakeland.com.
- Uusien sosiaalisen median, digimarkkinoinnin ja suosittelutyökalujen testaaminen ja käyttöönottoaminen asiantuntijapalveluna esim. Google Display -tuotteet ja TrustMary. Työkalujen käyttöönottoamisessa ostetaan työkalujen hyödyntämiseen liittyvää osaamisen kehittämistä ja siihen on mahdollista osallistua myös muiden alueen kulttuuripalveluiden toimijoiden.
- Seurataan digitaalisen markkinoinnin toimenpiteiden vaikuttavuutta.

Työpaketti 7: Vastuullisen matkailun osaamisen ja palveluiden kehittäminen

- Kulttuuripalveluiden kehittäminen ja tunnetuksi tekeminen vastuullisen matkailun sisältöteemalla.
- Kulttuuritoimijoiden osaamisen kehittäminen vastuullisen kulttuuri- ja matkailupalveluiden tuottamiseen asiantuntijapalveluna.
- Kerätään asiakaspalautetta ja hyödynnetään sitä matkailupalveluiden kehittämisessä ja markkinoinnissa.
- Kehitetään alueen sisäistä viestintää ja opastusta asiakaskokemuksen parantamiseksi.

Mikä tai mitkä ovat hankkeen konkreettiset tulokset? Mitä hankkeella saadaan aikaan? Miten tulokset voidaan laadullisesti todentaa ja määrällisesti mitata?

Tavoitteelle 1:

- Matkailualueen yhteismarkkinoinnin tiivistäminen mm. yhteinen toimintamalli kv-matkanjärjestäjien vierailujen järjestämisessä.
- Luottamus toimijoiden välillä on kasvanut ja tietojen jakaminen on luontevaa, vakiintunutta.

- On toteutettu benchmarking-matka ja opittu kulttuurimatkailumarkkinoinnin hyvistä käytänteistä.
Tärkein laadullinen tulos on sujuva yhteistyö yhteisten toimenpiteiden suunnittelussa ja toteutuksessa. Tuloksia todennetaan toimijoille suunnattavalla kyselyllä.

Tavoitteelle 2:

- Uusia kulttuurintarjonnan kausiohjelmia on luotu ja niitä on päivitetty digitaalisille alustoille kuten visitkajaani.fi ja soveltuvien osin arcticlakeland.com.
- Uusia kysyntää vastaavia matkapaketteja/ohjelmia on kehitetty.
- Vastuullisen matkailun elementtejä on tuotu esille palvelukorteissa.
- Matkailumahdollisuudet ovat kirkastuneet USPeja hyödyntäen.
Tuloksellisuutta voi seurata uusien palveluiden ja palvelukokonaisuuksien määrien kasvulla.
Matomo tuottaa visitkajaani.fi -sivustolta käyttäjädataa (dokumentoidaan hankkeen alussa ja lopussa, tulokset raportoidaan +/-).

Tavoitteelle 3:

- Myynti- ja markkinointitoimenpiteitä on toteutettu Arctic Lakeland -yhteistyönä sekä itsenäisesti tavoitteena lisätä alueen tunnettuutta.
- Digitaalisia markkinointikampanjoita on toteutettu kulttuuri- ja ryhmämyyntiteemalla.
- Sisältömarkkinointia on toteutettu monikanavaisesti.
Tuloksellisuutta voi seurata Matomon tuottamalla käyttäjädatalla visitkajaani.fi -sivustolta (dokumentoidaan hankkeen alussa ja lopussa, tulokset raportoidaan +/-).

Tavoitteelle 4:

? Myynti- ja markkinointitoimenpiteitä on toteutettu Arctic Lakeland -yhteistyönä sekä itsenäisesti tavoitteena lisätä alueen tunnettuutta osallistamalla valikoituihin myyntitapahtumiin, matkanjärjestäjätapaamisiin sekä messuihin. Matkailualueen kulttuuritarjonta on ollut esillä matkailun tapahtumissa.
? On tuotettu uutta, pääosin digitaalista sisältöä kulttuuripalveluista useisiin eri kanaviin ja parannettu näin palveluiden saavutettavuutta ja tunnettavuutta.
? Kansainvälisten matkanjärjestäjien tai median tutustumiskäynti tai käyntejä on järjestetty Kajaani-Oulujärven alueelle.
- Kulttuuripalveluiden näkyvyys Oulu2026-kanavissa on kasvanut.

Tavoitteelle 5:

- Uutta digitaalista sekä printtimateriaalia on tuotettu kieliversioineen alueen kulttuuripalveluiden esille nostamiseksi sekä edistämään alueen matkailuyritysten myyntiä.
- Materiaalit ovat alueen kulttuuritoimijoiden sekä matkailualan yritysten käytössä.

Tavoitteelle 6:

- Digitaalista asiakaskokemusta on parannettu verkkosivuilla, joille ohjautuu enemmän asiakkaita ja joilla vietetään enemmän aikaa.
- Uusia digitaalisia työkaluja on kokeiltu ja niistä saadut kokemukset ovat hyödynnettävissä kulttuurimatkailun kehittämisessä.

Tavoitteelle 7:

-Vastuullisuusteema näkyy digitaalisissa sisällöissä.
- Yrityksiä on kannustettu osallistumaan alueella ja verkossa järjestettyihin vastuullisuusteemaisiin koulutuksiin.

Hanke on edistänyt osaltaan Kainuun matkailun muutosta kohti Suomen valtioneuvoston asettamaa tavoitetta hiilineutraalista Suomesta. Hanke osatoteutuksineen on tukenut osaltaan maakunnan yhteisiä ponnisteluja Kajaanin reittilentoliikenteen kysynnän vauhdittamiseksi, saavutettavuuden turvaamiseksi ja kehittämiseksi.

Mitä pitkän aikavälin vaikutuksia hankkeella saadaan aikaan? Miten vaikutukset voidaan laadullisesti todentaa ja määrällisesti mitata?

Hankkeella saadaan aikaan pk-yritysten kilpailukyyn kasvaminen, Kajaani-Oulujärven matkailualueen ja Kainuun tunnettuuden lisääntyminen ja asiakasvolyymin kasvu kotimaasta

ja kansainvälisiltä markkinoilta. Yhteistyö ja verkostoituminen on tiivistynyt sekä palveluita/ tuotteita on kehitetty kysyntäpohjaisesti uusille kohderyhmille (esim. kiertomatkat, kokousmatkat) vastuullisuus näkökulma huomioiden. Hanke on edistänyt Kainuun digitaalista ja fyysistä saavutettavuutta. Vastuullisuus on alkanut näkyä tehokkaammin palvelutuotteissa.

Määrällinen todentaminen:

- vaikutukset näkyvät majoitusvuorokausien käyttöasteissa (Visitor matkailualue ja maakuntatasolla)
- visitkajaani.fi-sivustolla vierailleet asiakkaat ja sivustolla käytetyn ajan kasvaminen
- Visit Kajaani -digitaalisten kanavien tykkäyksien lisääntyminen

Miten tuloksia ja kokemuksia hyödynnetään hankkeen päättymisen jälkeen?

Digitaalisten kotimaan ja kansainvälisten toimenpiteiden kautta sisällöntuotannon kokemuksia voidaan hyödyntää alueen ja pk-yritysten matkailumarkkinoinnissa. Kampanjoiden tuloksia ja lisääntynyttä asiakasymmärrystä hyödynnetään kulttuuritarjonnan edelleen kehittämisessä matkailijoiden tarpeita vastaamaan alueen vahvuuksia hyödyntäen.

Hankkeen aikana syntyneet aineistot ovat hyödynnettävissä ja muokattavissa tulevaisuuden tapahtuviin muutoksiin.

Verkostoitumisen kautta saaduista kontakteista pidetään huolta myös hankkeen päättymisen jälkeen. Palveluiden parantamista halutaan jatkaa, arvokasta kokemusta ja tietoa hyödynnetään eri tasoilla.

Valitse vaihtoehto suunnitelmaksi toiminnan jatkumisesta hankkeen päättymisen jälkeen

Kehitettyjä työkaluja, toimintamalleja tai kehitettyjä tuotteita hyödynnetään toteuttajan normaali-toiminnassa

Kuvaa hankkeen yleisesti hyödynnettävät tulokset ja missä ne tulevat olemaan julkisesti saatavilla. Hankkeella tulee olla aluekehitysvaikutuksia, jotka ovat yleisesti hyödynnettäviä ja julkisia.

Hanke on edistänyt osaltaan Kainuun matkailun muutosta kohti Suomen valtioneuvoston asettamaa tavoitetta hiilineutraalista Suomesta. Hanke on tukenut osaltaan maakunnan yhteisiä ponnisteluja Kajaanin reittilientoliikenteen kysynnän vauhdittamiseksi, saavutettavuuden turvaamiseksi ja kehittämiseksi. Hankkeen toimenpiteiden tuloksista ja vaikuttavuudesta tiedotetaan sisäisesti Kainuun matkailun ammattilaisten yhteistyöfoorumeissa, Kajaani-Oulujärvi yhteismarkkinointitiimin sekä Arctic Lakeland kv-tiimin ja kotimaan tiimin kokouksissa, josta tiedot etenevät Kainuun matkailualueille ja -yrityksiin sekä Visit Finlandille. Tiedotusta tehdään lisäksi soveltuvin osin Kainuun mainetiimin kokouksissa, yhteistyötilaisuuksissa ja hankkeen ohjausryhmän kokouksissa. Ulkoista tiedottamista hoidetaan mediayhteistyön sekä kuntien ja visitkajaani.fi -verkkosivujen kautta.

4.3 Ympäristövaikutukset ja ilmastokestävyys

Sisältääkö hankesuunnitelma sellaisia toimenpiteitä, joilla todennäköisesti on merkittäviä ympäristövaikutuksia?

Ei

Sisältääkö hankesuunnitelma sellaisen infrastruktuuri-investoinnin toteuttamisen, jonka odotettu elinkaari on vähintään viisi vuotta?

Ei

5 Täydentävät tiedot

5.1 Muilta rahoittajilta haettu rahoitus

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

Projekti on hyväksytty Kajaanin kaupungin elinvoimapalveluiden hankkeeksi ja tukee osaltaan kaupunkistrategian toteuttamista. Kajaanin kaupunki on sitoutunut rahoittamaan omarahoituksesta (80%). Paltamon kunta on sitoutunut varaamaan vuosien 2024, 2025 ja 2026 talousarvioon määrärahan ulkopuolisen kuntarahoituksen kattamiseksi (20%).

Onko hankkeeseen haettu tai ollaanko hakemassa rahoitusta muilta rahoittajilta?

Hankkeeseen ei ole haettu eikä haeta rahoitusta muilta rahoittajilta.

5.2 Yhteydet muihin hankkeisiin**Liittyykö hakemus muihin alue- ja rakennepolitiikan rahastoista tai muista rahoituslähteistä rahoitettaviin hankkeisiin tai hankekokonaisuuksiin?**

Kyllä

Hanke 1**Mahdollinen hakemusnumero, hankekoodi tai diaarinumero**

155/04.03.00/2022

Hankkeen nimi

Kajaanin lentokentän reittiliikenteen kehittäminen

Miten tämä liittyy nyt haussa olevaan hankkeeseen?

Toimenpidepilotit, lentojen kysyntää vauhdittavat toimenpiteet kansainvälisen markkinoinnin keinoin ja digitaalisten toimenpiteiden kautta saatava tieto ovat auttaneet haussa olevan hankkeen toimenpiteiden suunnittelussa ja valintoja tehdessä.

Hanke 2**Mahdollinen hakemusnumero, hankekoodi tai diaarinumero**

46/00.01.05.05/2021

Hankkeen nimi

Kainuu yhdessä kotimaan matkailumarkkinoille

Miten tämä liittyy nyt haussa olevaan hankkeeseen?

Maakunnallisen kotimaan matkailumarkkinoinnin toimintamallin nivouttaminen kansainvälisen toiminnan kanssa. Pilotit ovat tukeneet kehittämistoimenpiteiden suunnittelussa. Digitaaliset kanavat ovat käytössä ja niiden kautta Kainuun tunnettuuden kasvattaminen pk-yritysten kasvun tukemiseksi ja kilpailukyvyyn ylläpitämiseksi on jatkettu. Laadukkaan ja vastuullisesti tuotetun sisällöntuotannon tärkeys on tunnistettu tuloksia aikaan saavaksi kokonaisuudeksi.

Hanke 3**Mahdollinen hakemusnumero, hankekoodi tai diaarinumero**

S22628

Hankkeen nimi

Vastuullisen matkailun Arctic Lakeland – Kainuu

Miten tämä liittyy nyt haussa olevaan hankkeeseen?

Osaamisen kehittyminen ja vastuullisuustyön alkaa pikkuhiljaa näkyä palvelujen laadussa ja tuotteiden sisällöissä. Kehittämistyön tulokset alkavat näkymään myös haussa olevan hankkeen toimenpiteissä ja markkinoinnin sisällöissä.

Hanke 4**Mahdollinen hakemusnumero, hankekoodi tai diaarinumero**

A77277

Hankkeen nimi

eTravel – digitaalisten asiointikanavien kehittäminen (vuokatti.fi, ukkohalla.fi ja visitkajaani.fi)

Miten tämä liittyy nyt haussa olevaan hankkeeseen?

Hankkeessa kehitettävä digitaalinen yhteistyö sekä integraatiot arcticlakeland.com kanavaan lisäävät haussa olevan hankkeen markkinointiin sisällytettävien, teknisesti saatavilla olevia matkailupalveluita ja tuotteita. Hankkeessa uudistettiin visitkajaani.fi -verkkosivusto, jolle on nyt mahdollista luoda mm. tuotekortteja sekä kampanjasivuja. Asiakkaan näkökulmasta palveluita on löydettävissä helpommin ja enemmän ympärivuotisesti.

Hanke 5**Mahdollinen hakemusnumero, hankekoodi tai diaarinumero**

190713

Hankkeen nimi

VEKE- Vesistömatkailun kehittäminen Tervareitillä Kuhmossa, Sotkamossa ja Kajaanissa-kehittämishanke

Miten tämä liittyy nyt haussa olevaan hankkeeseen?

Hankkeessa kehitettävät uudet sup-lautailu, melonta - ja veneilyreitit tulevat osaksi haussa olevan hankkeen tarjontaa niin kotimaisille kuin kansainvälisille kohderyhmille

Hanke 6**Mahdollinen hakemusnumero, hankekoodi tai diaarinumero**

2011017

Hankkeen nimi

Yhdenvertainen Oulu2026

Miten tämä liittyy nyt haussa olevaan hankkeeseen?

Hankkeessa edistetään moninaisuutta ja vahvistetaan osallisuutta Pohjois-Pohjanmaalla ja Kainuussa. Hankkeessa edistetään myös ihmisten yhdenvertaisia mahdollisuuksia käyttää kuntien kulttuuripalveluita sekä osallistua Oulu Euroopan kulttuuripääkaupunki 2026 -toteutukseen. Hankkeessa kehitetään lisäksi kulttuuritoimijoiden kyvykkyyttä tuottaa yhdenvertaisia, saavutettavia ja osallisuutta edistäviä kulttuuripalveluita.

5.3 Hakijan osaaminen, hankkeen riskiarviointi, ohjausryhmä sekä saavutettavuusnäkökulma

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

Kajaanin kaupungilla on vahva osaaminen projektien hallinnosta. Kajaanin kaupunki on toteuttanut EU:n rakennerahastohankkeita vuodesta 2010 lähtien, ja nykyisin käynnissä on vuosittain kymmeniä hankkeita ja projekteja, joita rahoitetaan lukuisista eri kansallisista ja kansainvälisistä rahoituslähteistä.

Riskit ja niiden hallinta hankkeen toteuttamisessa

Riskit liittyen hankkeen sisällön ja tulosten toteuttamiseen

1. Hankehenkilökunta siirtyy toisen työnantajan palvelukseen tai siirtyy muista syistä pois hankkeen toteutusresurssista.
2. Hankkeen tulosten hyödyntäminen hanketoimijoiden ulkopuolisissa organisaatioissa.
3. Hankehenkilöstön osaamiseen liittyvä riski
4. Kustannusten tukikelpoisuuteen liittyvät riskit

Toimenpiteet riskin toteutumisen todennäköisyyden pienentämiseksi.

1. Riittävä dokumentointi, yhteistyön tiivistyminen mm. tietojen jakaminen ja mahdollinen ennakointi henkilömuutoksissa.
2. Tuloksista saatavia hyötyjä korostetaan ja kerrotaan monikanavaisesti.
3. Rekrytointi tehdään huolellisesti ja laadukkaasti.
4. Rahoittajilta saatujen ohjeistusten noudattaminen varmistavat, että ostopalvelut hankintoihin ovat hankesuunnitelman mukaisia ja tukikelpoisia.

Riskit liittyen hankkeen yleiseen toimintaympäristöön

1. Matkailun toimintaympäristössä tapahtuu jotain odottamatonta, jolla on merkittäviä vaikutuksia suunnitelman sisällön toteuttamiseen (vrt. Ukrainan sota ja Koronapandemia).
2. Nopeasti kiihtynyt inflaatio, kustannustason voimakas kasvaminen ja sen vaikutus matkailutoimialaan.

Toimenpiteet riskin toteutumisen todennäköisyyden pienentämiseksi.

1. Hankkeen toimenpiteet on suunniteltu siten, että toimintaympäristön muutoksiin on mahdollista joustavasti varautua, tiettyjä kohderyhmiä tai kohdemarkkinoita painottaen.
2. Keinoina ovat mm. muutoshakemuksen kautta toimenpiteiden sopeuttaminen niin, että tulosten aikaansaamisen kannalta keskeisimmät toimenpiteet säilytetään.

Riskit liittyen toteuttajaorganisaatioiden toimintaan

Toteuttajaorganisaatio ei saa rekrytoitua riittävän ammattitaitoista henkilökuntaa hankkeen toteuttamiseksi. Toteuttajaorganisaation hankehallinnointi.

Toimenpiteet riskin toteutumisen todennäköisyyden pienentämiseksi.

Kiinnitetään huomiota rekrytointiprosessiin ja tehdään se huolella ja kattavasti. Hanke edistää elinvoimaohjelman ja kaupunkistrategian toteuttamista, jotka ohjaavat toteuttajaorganisaation päätöksentekoa ja toimintaa. Kaupungilla on useiden vuosien kokemus erilaisten hankkeiden hallinnoinnista.

Esitys hankkeen ohjausryhmän kokoonpanoksi

Ohjausryhmään pyydetään edustajat seuraavilta tahoilta:

- Kajaanin kaupungin edustaja
- Paltamon kunnan edustaja
- Matkailuyrittäjän edustaja (1-2)
- Arctic Lakeland -yhteismarkkinoinnin edustaja Kajaanin ammattikorkeakoululta
- Kulttuuripalveluiden edustaja Kajaanin kulttuurilaitoksesta (1-2)
- Kulttuuripalveluiden edustaja Kajaanin vapaalta kentältä (1-2)

Ohjausryhmän rooli on hankekokonaisuutta valvova. Ohjausryhmän koko on yhteensä 7-9 henkilöä.

Onko hankkeen pääasiallisena tarkoituksena tietyn verkkopalvelun kehittäminen, tarjoaminen tai ylläpito?

Ei

5.4 Horisontaaliset periaatteet: EU:n perusoikeuskirja, YK:n vammaisyleissopimus ja sukupuolten tasa-arvo

Miten sukupuolten tasa-arvon tavoite on huomioitu hankkeen suunnitelmassa?

Hankkeen toimenpiteiden kehittämisteema ei ole sukupuolten tasa-arvon kehittäminen, mutta sukupuolinäkökulma on huomioitu hankkeen toiminnassa. Yhdenvertaisuus- ja tasa-arvolaki ohjaavat toimintaa. Hanketoimenpiteet soveltuvat tasapuolisesti molemmille sukupuolille ja hankkeen tulokset kohdistuvat kaikille sukupuoleen katsomatta.

5.5 Horisontaaliset periaatteet: Muut EU:n perusoikeusasiakirjan mukaiset oikeudet ja periaatteet

Hakija vakuuttaa, että hankkeen suunniteltu toiminta noudattaa ainakin seuraavia EU:n perusoikeusasiakirjan mukaisia oikeuksia ja periaatteita:

Turvalliset työolot

Hanke toteutetaan turvallisissa työskentelytiloissa ja -oloissa Kajaanin kaupungin ohjeistuksia ja toimintatapoja noudattaen.

Syrjintäkielto kaikelle syrjinnälle

Hankkeessa noudatetaan syrjimättömyyden periaatteita. Hankkeen toteuttamisessa otetaan huomioon, ettei mikään hankkeen toimenpiteistä tai tavoitteista mahdollista minkäänlaista syrjintää.

Vammaisten henkilöiden sopeutuminen yhteiskuntaan. Huomioitu erityisesti saavutettavuus työvälineiden suhteen ja esteettömyys työtilojen suhteen.

Henkilötietojen suoja

Hankkeessa noudatetaan yleistä tietosuojaa-asetusta. Hankkeessa kerätään vain toiminnan kannalta välttämättömiä henkilötietoja.

Ympäristönsuojelu

Hankkeessa noudetaan kestävän kehityksen periaatteita, mm. Kajaanin kaupungin ympäristönsuojelumääräykset.

5.6 Kestävä kehitys: Ekologinen kestävyys

Luonnonvarojen käytön kestävyys

Selvästi myönteistä vaikutusta

Hanke korostaa kaikessa palvelu- ja tuotekehityksessä kestävän kehityksen periaatteita nojaten Visit Finlandin kestävän matkailun periaatteitteisiin ja edistää siten omalta osaltaan yritysten ja Kainuun matkailun muutosta kohti Suomen valtioneuvoston asettamaa tavoitetta hiilineutraalista Suomesta. Digitaaliseen markkinointiin ja sen osaamisen kasvattamiseen liittyvät toimenpiteet ovat linjassa Visit Finlandin kestäväälle matkailulle asettamien tavoitteiden kanssa.

Ilmastonmuutoksen aiheuttamien riskien vähentäminen

Jonkin verran myönteistä vaikutusta

Palveluiden kehittämiseen ja tuotteistamistyöhön sisältyy ilmaston kannalta hyvien valintojen korostaminen. Kajaanin alueella suuri osa palveluista on saavutettavissa kävellen ja autoilla liikkuville on tarjolla useita sähköauton latauspisteitä. Kulttuuripalveluiden sisällöt osaltaan myös käsittelevät näitä aiheita.

Kasvillisuus, eliöt ja luonnon monimuotoisuus

Jonkin verran myönteistä vaikutusta

Kestävän matkailun periaatteiden mukainen toiminta hankkeessa edistää luonnon monimuotoisuuden säilymistä. Kajaani-Oulujärven matkailualueella samoin kuin muualla Kainuussa luonnon monimuotoisuus on perusta matkailun vetovoimalle.

Pinta- ja pohjavedet, maaperä sekä ilma (ja kasvihuonekaasujen väheneminen)

Jonkin verran myönteistä vaikutusta

Kestävän matkailun periaatteiden mukainen toiminta hankkeessa edistää luonnonvesien, maaperän ja ilman säilymistä hyvässä kunnossa.

Natura 2000 -ohjelman kohteet

Ei myönteistä vaikutusta

5.7 Kestävä kehitys: Taloudellinen kestävyys

Materiaalit ja jätteet

Selvästi myönteistä vaikutusta

Markkinointimateriaalit ovat pääasiallisesti digitaalisia, jolloin painatusmäärät jäävät pieniksi. Fyysisiä esitteitä tarvitaan myös jonkin verran ja kaikissa painatusmateriaalivalinnoissa huomioidaan ympäristöystävällisyys. Painotuotteita tilataan myös rajallinen määrä tunnistettuun tarpeeseen.

Uusiutuvien energialähteiden käyttö

Jonkin verran myönteistä vaikutusta

Uusien tuotteiden kehittämis- ja tuotteistamistyössä suositetaan Visit Finlandin Sustainable Travel Finland -merkin ohjeistuksia uusiutuvien energianlähteiden käytöstä.

Paikallisen elinkeinorakenteen kestävä kehittäminen

Selvästi myönteistä vaikutusta

Hankkeessa luodaan uutta kilpailukykyä ja pitkällä aikavälillä hanke vaikuttaa myös uusien yritysten sekä lisääntyneiden työpaikkojen syntymiseen alueella. Hankkeen kautta syntyvä, toimiva yhteismarkkinointi rohkaisee osaltaan alueen toimijoita investointeihin, ja investointien kautta elinkeinorakenteen kehittyminen on kestävä. Hankkeen avulla Kajaani-Oulujärven alueelta tarjotaan monipuolisia matkailupalveluja sekä elämyksiä ympärivuotisesti monipuolisen toimijaverkoston kautta. Matkailualueen ja palvelujen digitaalisen saavutettavuuden merkittävän parantumisen myötä alueen matkailijamäärät kasvavat ja viipymä pitenee.

Aineettomien tuotteiden ja palvelujen kehittäminen

Selvästi myönteistä vaikutusta

Kulttuuri- ja matkailupalvelut koostuvat pääosin aineettomista elämyksistä. Aineettomien palveluiden ja tuotteiden kehittämiseen kiinnitetään erityistä huomiota työpaketissa 2.

Liikkuminen ja logistiikka

Jonkin verran myönteistä vaikutusta

Saavutettavuus julkisilla kulkuvälineillä on haaste Kainuun alueella. Kotimaan matkailun noussut suosio on lisännyt omalla autolla liikkuvia matkailijoita. Kainuun sijainti lähempänä Etelä-Suomesta saapuvia asiakkaita pohjoisen matkailukeskuksiin verrattuna vähentää polttoaineen kulutusta ja ajettuja kilometrejä. Liikkumisen suosittelussa annetaan asiakkaille ilmastoystävällisiä vaihtoehtoja.

5.8 Kestävä kehitys: Sosiaalinen ja kulttuurinen kestävyys sekä yhdenvertaisuus

Kulttuuriympäristö

Selvästi myönteistä vaikutusta

Kulttuuri sen eri muodoissa on tämän hankkeen keskiössä. Hanke vahvistaa kulttuurimatkailutoimijoiden osaamista ja vaikuttaa sitä kautta myös kulttuuriympäristöjen kehittymiseen ja säilymiseen. Matkailijoiden tuoma rahavirta sekä aito kiinnostus suomalaiseen ja paikalliskulttuuriin ylläpitää kulttuuriympäristöjä.

Ympäristöosaaminen

Jonkin verran myönteistä vaikutusta

Hankkeen avulla lisätään toimijoiden ympäristöosaamista painottamalla Visit Finlandin ohjeistuksia vastuulliselle matkailulle. Tarjonnan tuotteistustyö kestävän matkailun teemoissa lisää matkailijoiden ymmärrystä sekä osaamista.

5.9 Horisontaaliset periaatteet hankkeen pääasiallisena tavoitteena

Onko sukupuolten tasa-arvon edistäminen hankkeen pääasiallinen sisältö?

Ei

Onko syrjimättömyys ja yhdenvertaisuus hankkeen pääasiallinen sisältö?

Ei

Onko kestävä kehitys jollakin ulottuvuudella hankkeen pääasiallinen sisältö?

Ei

6 Arviot määrällisistä tavoitteista

Hakemusvaiheessa ilmoitettavat arviot määrällisistä tavoitteista

6.1 Tuotosindikaattorit

Tunnus	Indikaattori	Arvio
RCO04	De minimis-tukea saaneet yritykset	0
RCO05	Uudet tuella aikaansaadut yritykset	0
ST01	joista naisten perustamia yrityksiä	0
RCO15	Perustettujen yrityshautomojen kapasiteetti, yrityksiä/vuosi	0

6.2 Tulosindikaattorit

Tunnus	Indikaattori	Arvio
RCR01	Uudet tuella aikaansaadut työpaikat	1
SL01	joihin työllistyvät naiset	0
RCR03	Tuote- tai prosessi-innovaatioita tekevät pk-yritykset	5
NR03	Pk-yritykset, jotka aloittavat uuden liiketoiminnan	3

7 Kustannusarvion ja rahoitussuunnitelman tiivistelmä

Täydelliset kustannusarvion ja rahoitussuunnitelman taulukot sekä de minimis -tuki-ilmoitus ovat hakemuksen lopussa.

Kustannusarviota ohjaavat kustannusmallivalinnat

Kustannusmalli	Flat rate 7 % kehittäminen
Palkkakustannusten ilmoitustapa	Tosiasiallisesti aiheutuneet palkkakustannukset
Matkakustannusten ilmoitustapa	Tosiasiallisesti aiheutuneet matkakustannukset
Sisältyykö arvonlisävero kustannuksiin?	Ei

Hankinnat ja hankkeen pysyvyys

Infrastruktuuri-investointeja tai tuotannollisia investointeja sisältävän hankkeen toiminnan tulee olla pysyvää yleisasetuksen 65 artiklaan perustuen vähintään viiden vuoden ajan viimeisen tuen maksamista koskevan päätöksen tekopäivästä. Velvollisuus yritystykiläin nojalla rahoitettavissa hankkeissa pienten ja keskisuurten yritysten osalta on kolme vuotta. Koskeeko edellä kuvattu velvollisuus hankkeen toimintaa tai investoinnin kohteena olevaa omaisuutta?	Ei
Suunnitellaanko hankkeessa kansalliset kynnysarvot ylittävien hankintojen tekemistä?	Ei

Kustannusarvion tiivistelmä

	Yhteensä €
1 Palkkakustannukset	152 941
2 Matkakustannukset	9 000
3 Ostopalvelut	74 500
4 Muut kustannukset	0
Flat rate 7 % kehittäminen	16 551
5 Tulot (vähennetään kustannuksista)	0
Nettokustannusarvio yhteensä	252 992

Rahoitussuunnitelman tiivistelmä

	Yhteensä €	Osuus %
1 Haettava EU- ja valtion rahoitus	202 393	80,00
2 Omarahoitus: Kuntarahoitus	40 599	16,05
3 Kuntarahoitus	10 000	3,95
4 Muu julkinen rahoitus	0	0
5 Yksityinen rahoitus	0	0
Rahoitussuunnitelma yhteensä	252 992	100,00

Ennakkomaksatus

Haetaanko hankkeelle ennakkomaksatusta?	Ei
---	----

Hakemuksen käsittelyn ehdot

Tuen hakija vakuuttaa tässä hakemuksessa ja sen liitteissä antamansa tiedot oikeiksi. Lisäksi hakija vakuuttaa, että hankkeen toimenpiteet eivät kohdistu samaan tai saman tyyppiseen toimintaan, joka on siirretty toisella suuralueella sijaitsevaan toimipaikkaan siten, että työpaikkoja menetetään alkuperäisessä toimipaikassa.

Tuen hakija vakuuttaa, että sillä ei ole takaisinperintäpäätökseen perustuvaa maksamatonta täytäntöönpanokelpoista saatavaa avustuksia ja tukia myöntäville julkisyhteisöille.

Tuen myöntävällä välittävällä toimielimellä on laissa säädettyjen tiedonsaantioikeuksien perusteella oikeus tarkastaa tuen hakijaa koskevat verovelkatiedot, arvonlisäverovelvollisuutta koskevat tiedot sekä muut välttämättömät toiselta viranomaiselta tai yksityiseltä saatavat tiedot, joilla voi olla vaikutusta rahoituksen myöntämiseen.

Suostumus sähköiseen asiointiin

Hakija antaa suostumuksensa siihen, että kaikki asiakirjat koskien tätä hankehakemusta annetaan tiedoksi vain sähköisesti EURA 2021 -järjestelmässä. Tämä suostumus koskee kaikkia asiassa myöhemmin annettavia asiakirjoja, joita viranomainen tekee EURA 2021 -järjestelmässä. Hankehakemusta ja hanketta koskevat asiakirjat ovat noudettavissa EURA 2021 -järjestelmästä.

Lainkohdat

Laki alueiden kehittämisen ja Euroopan unionin alue- ja rakennepoliitiikan hankkeiden rahoittamisesta (757/2021) 51 §.

Laki sähköisestä asioinnista viranomaistoiminnassa (13/2003) 19 §.

Suostumus Euroopan unionin alue- ja rakennepoliitiikan ohjelman varoista rahoitettavia hankkeita koskevien tietojen julkisuuteen ja julkaisemiseen

Euroopan unionin alue- ja rakennepoliitiikan ohjelman varoista rahoitettuja hankkeita ja tuen saajia koskeva tietojen julkisuus ja julkaiseminen on lakisääteistä. Kun tuen hakija on jättänyt hanketta koskevan hakemuksen, on hän hyväksynyt hanketta ja tuen saajaa koskevien tietojen julkaisemisen. Jos tuen hakija ei hyväksy ehtoa, ei hanketta voida ottaa käsiteltäväksi.

Hakija antaa suostumuksensa sille, että hanketta ja tuen saajaa koskevat tiedot julkaistaan EU:n alue- ja rakennepoliitiikan ohjelman verkkopalvelun tietopalvelussa.

Allekirjoitukset

Liitteet

Hakija on varmistanut ja vakuuttaa, että asiakirjan liitteet eivät sisällä henkilötunnuksia tai EU:n tietosuoja-asetuksen artikla 9:n mukaisia ns. erityisiä, eli arkaluonteisia henkilötietoja, kuten mm. yksittäisten henkilöiden rotuun, etniseen alkuperään, poliittiseen mielipiteeseen, uskonnolliseen vakaumukseen, ammattiliiton jäsenyyteen, geneettiseen tai biometriseen tunnistamiseen, terveyteen tai seksuaaliseen suuntautumiseen liittyviä tietoja.

Kustannusarvion liitteet**Rahoitussuunnitelman liitteet**

Kustannusarvio

1 Palkkakustannukset

Tosiasiallisesti aiheutuneet palkkakustannukset: kokoaikaiset

1. Tehtävänimike	Projektipäällikkö
Työaika	Kokoaikainen
Arvioitu aloituspäivä	1.5.2024
Arvioitu lopetuspäivä	31.12.2026
Hanketyökuukaudet	32

Työntekijän pääasialliset tehtävät hankkeessa

Projektipäällikkö vastaa hankkeen hallinnasta, taloudesta, viestinnästä ja yhteistyöverkoston toiminnasta mukaan lukien ohjausryhmätyöskentely ja muu toiminnallinen työskentely. Projektipäälliköllä on hankkeen kokonaisvastuu.

Innovointitoimintaa koordinoidaan ja tehdään eri toimijoiden kanssa yhteistyönä, jonka myötä päällikkö saattaa valmiit uudet tuotteet ja paketit sähköiseen muotoon digitalisoiden matkaohjelmat markkinoinnin sisällöksi. Digitaalisen markkinoinnin (kotimaa ja kv) toteutuksessa hän vastaa sisällöntuotannosta (suunnittelu, kilpailutus, tekstisisällöt, kuva/videomateriaali, tuotteet, reitit ja käyntikohteet jne.).

Projektipäällikkö vastaa myös projektisuunnitelman etenemisestä tavoitteiden, toimenpiteiden ja rahoittajan asettamien edellytysten mukaisesti. Hän hoitaa hankkeen hallinnointia sekä raportointia, vastaa ohjausryhmän kokousten valmistelusta ja kilpailuttaa sekä tiedottaa toiminnasta. Projektipäällikkö koordinoi yhteismarkkinoinnin tapaamisia ja pitää tiiviisti yhteyttä kulttuuritoimijoihin, yrityksiin sekä muihin sidosryhmiin.

	2024	2025	2026	Yhteensä
Palkkakustannukset	30 240	45 360	45 360	120 960
Palkan sivukulut (26,44 %)	7 995	11 993	11 993	31 981
Palkka yhteensä (sis. sivukulut)	38 235	57 353	57 353	152 941

Palkkakustannusten tarpeellisuuden perustelut

Hankkeen sisällöllinen laajuus vaatii projektipäällikön kokoaikaisen tehtävän. Projektipäälliköllä tulee olla vahva sisällön tuntemus, hyvä organisointikyky, hyvät verkostojohtamisen taidot ja hankkeen hallinnointiosaaminen. Projektipäällikön tehtävä on sisällöllisesti ja toiminnallisesti vaativa ja projektipäällikön pitää pystyä uudistamaan vanhoja rakenteita.

Palkkakustannusten kohtuullisuuden osoittaminen

Palkkakulut ovat linjassa Kajaanin kaupungin vastaavien tehtävien kanssa. Palkkakustannukset ovat linjassa toteuttavan organisaation työehtosopimuksen kanssa.

Tietojen oikeaksi vakuuttaminen

Tuen hakija vakuuttaa, että ilmoitetut tiedot ovat oikeat.

Aineiston säilyttäminen

Tuen hakija sitoutuu siihen, että EURA 2021 -järjestelmässä ilmoitettujen tehtäväkuvaustietojen kanssa sisällöllisesti yhtäpitävä tehtäväkuvaus, johon on sisällytetty myös kyseisen työntekijän nimitiedot (etu- ja sukunimi), säilytetään tuen saajalla itsellään alueiden kehittämisen ja Euroopan unionin alue- ja rakennepoliitikan hankkeiden rahoittamisesta annetun lain (757/2021) 25 ja 46 §:n sekä tukipäätöksen ehtojen mukaisesti.

Tehtäväkuvauksen sisällöstä vastaava henkilö Esihenkilö

Etunimi	Sukunimi	Asema organisaatiossa
Milja	Korhonen	Viestintä- ja markkinointipäällikkö

Palkkakustannusten yhteenveto

	2024	2025	2026	Yhteensä
Kokoaikaiset (1 kpl)	38 235	57 353	57 353	152 941
Osa-aikaiset (0 kpl)	0	0	0	0
Palkkakustannukset yhteensä	38 235	57 353	57 353	152 941

2 Matkakustannukset

Tosiasiallisesti aiheutuneet matkakustannukset

Kotimaan matkat

	2024	2025	2026	Yhteensä
Kustannukset yhteensä	1 000	1 500	1 500	4 000

Ulkomaan matkat

	2024	2025	2026	Yhteensä
Kustannukset yhteensä	0	2 500	2 500	5 000

Matkakustannusten perustelut

Hankkeen sisällöllinen toteuttaminen edellyttää projektipäällikön matkustamista kotimaassa sekä kansainvälisesti osallistuakseen Kainuun yhteismarkkinoinnin tapaamisiin sekä hankesuunnitelman mukaisiin myyntitapahtumiin ja matkanjärjestäjävierailuihin.

Matkojen tarkoitus: (1) Kainuun Arctic Lakeland -tiimin toimintamallin mukaiset tiimin kokoukset kiertävät Kainuun matkailukeskuksissa (Teams-kokousten lisäksi) yhteisten toimenpiteiden suunnittelua, tuloksia ja oppia jakaen sekä tutustuen samalla alueeseen/yrityksiin (1krt/kk, 8-10 krt/vuosi Kainuussa), (2) Benchmarking-vierailut kotimaan yhteismarkkinoinnin kehittämiseen (3) Visit Finland uusien kohdemarkkinoiden tilaisuudet, kokoukset ja seminaarit (4) matkanjärjestäjä-, media- ja vaikuttajavierailuihin liittyvä omalla autolla matkustaminen Kajaanin ja Paltamon alueella (5) hankesuunnitelmaan sisältyviin myyntitapahtumiin matkustaminen kotimaassa ja kansainvälisesti.

Matkakuluihin on budjetoitu 9000 euroa. Budjetin riittävyys on arvioitu niin, että ed. mainittuihin tilaisuuksiin voidaan osallistua myös Teams kautta riippuen onko tapahtumaan etäosallistumisen mahdollisuutta.

Matkakustannusten yhteenveto

	2024	2025	2026	Yhteensä
Matkakustannukset yhteensä	1 000	4 000	4 000	9 000

3 Ostopalvelut

	2024	2025	2026	Yhteensä
Ostopalvelut yhteensä	12 000	36 500	26 000	74 500

Ostopalvelujen perustelut

Palvelut ovat kokonaishankintahinnaltaan pieniä.

Työpaketti 1: Yhteistyön ja verkostoitumisen edistäminen

-Ei ostopalveluja

Työpaketti 2: Innovointitoiminta palveluiden parantamiseksi

- Testataan tapahtumien ja/tai kulttuurikohteiden yhteyteen soveltuvia uusia digitaalisia matkailupalveluita (esim. 3D-mallinnukset).

- Palveluita kehitetään myös hankehenkilöstön toimesta yhteistyössä alueen toimijoiden ja Visit Finlandilta sekä markkinoilta saadun tiedon pohjalta.

Hankkeen nimi: Kulttuurista uudistavaa vetovoimaa Kajaani-Oulujärven matkailuun

Työpaketti 3: Kotimaan uudistavat matkailumarkkinoinnin toimenpiteet

- Digikampanjat ja -viestintä kotimaassa
- Somemarkkinointi ja -kampanjat kotimaassa (Facebook/Instagram/uutena esim. YouTube/Google Ads)
- Media- ja vaikuttajamatkat, maapalvelut (kulttuuriteemaiset vaikuttajamatkat).
- Myyntitilaisuuksiin osallistuminen ja/tai järjestäminen, osallistumis- ja/tai järjestämiskustannukset.

Työpaketti 4: Kansainväliset uudistavat matkailumarkkinoinnin toimenpiteet

- Kansainväliset yhteiset myyntitapahtumat ja messut, osallistuminen tai järjestämiskulut
- Matkanjärjestäjävierailut ja neuvottelumatkat mm. lennot/juna ja maapalvelut
- Media- ja vaikuttajamatkat (kulttuuriteemaiset vaikuttajamatkat)

Työpaketti 5: Markkinointimateriaalien tuotanto

- Kulttuuriesitteen suunnittelu ja tuottaminen
- Kulttuuriteemaisen markkinointi- ja viestintäsisältöjen tuottaminen sekä kielikäännökset tarpeen mukaan (eng, ger, sekä muut kiele)
- Digitaalisen raakamateriaalin (kuva- ja video) ostaminen kuvaajilta sekä markkinointipalvelutarjoajilta ja editointipalvelut ja/tai tarvittaessa kuvauspalvelut.

Työpaketti 6: Asiakaskokemuksen kehittäminen digitaalisissa kanavissa

- Asiantuntijapalvelu digitaalisen suosittelutyökalun käytön pilotointi visitkajaani.fi -kanavissa. Työkalun kustannus ja käyttöönotto.
- Uusien kulttuuriteemaisten sisältöjen tekninen toteutus visitkajaani.fi -sivustolle (esim. videobannerit, videoiden upotus, kiertomatkat, tapahtumat, digikampanjasivut, teemalliset tunnisteet)

Työpaketti 7: Vastuullisen matkailun osaamisen ja palveluiden kehittäminen

- Asiantuntijapalvelua osaamisen kehittämiseksi (yksi koulutus)

Flat rate sisältää mm. vuokra- ja laitekustannukset, yleishallinnon, kirjanpidon sekä ohjausryhmän työskentelystä aiheutuvia kustannuksia.

4 Muut kustannukset

5 Tulot

6 Nettokustannusten yhteenveto

	2024	2025	2026	Yhteensä
Nettokustannukset yhteensä	54 821	104 703	93 468	252 992

Rahoitussuunnitelma

1 Haettava EU- ja valtion rahoitus

	2024	2025	2026	Yhteensä	Osuus
EU- ja valtion rahoitus kehittäminen	43 857	83 762	74 774	202 393	80,00 %

2 Omarahoitus

Rahoituslaji Kuntarahoitus

	2024	2025	2026	Yhteensä	Osuus
Omarahoitus	8 771	16 753	15 075	40 599	16,05 %

3 Ulkoinen kunta-, muu julkinen ja yksityinen rahoitus

Rahoittaja Paltamon kunta
Rahoituslaji Kuntarahoitus

	2024	2025	2026	Yhteensä	Osuus
Rahoituksen määrä	2 193	4 188	3 619	10 000	3,95 %

Muun ulkopuolisen rahoituksen perustelut

Paltamon kunta kuuluu Kajaanin kaupungin lisäksi Visit Kajaani-Oulujärven matkailualueeseen.

Rahoituksen yhteenveto

	2024	2025	2026	Yhteensä	Osuus
Haettava EU- ja valtion rahoitus	43 857	83 762	74 774	202 393	80,00 %
Kuntarahoitus	10 964	20 941	18 694	50 599	20,00 %
Muu julkinen rahoitus	0	0	0	0	0 %
Yksityinen rahoitus	0	0	0	0	0 %
Rahoitus yhteensä	54 821	104 703	93 468	252 992	100,00 %
Julkinen rahoitus yhteensä	54 821	104 703	93 468	252 992	100,00 %
Julkinen tuki yhteensä	46 050	87 950	78 393	212 393	83,95 %

De minimis -tuki-ilmoitus

Harjoittaako hankkeen hakija hankkeessa taloudellista toimintaa, jossa on kyse tavaroiden tai palvelujen tarjoamisesta tietyillä markkinoilla?

Ei

Osallistuuko hankkeen toimenpiteisiin hyödynsaajina taloudellista toimintaa harjoittavia yksiköitä?

Ei