

# Verkostosta vetovoimaa

## Hankkeen taustaa

Kuntien rooli on muuttunut viime aikoina yhteiskunnassa ja ympäröivässä maailmassa tapahtuneiden muutosten vuoksi. Sote-uudistuksen myötä merkittävä osa kunnan tehtävistä siirtyi hyvinvointialueille. Uudessa tilanteessa kuntien rooli painottuu entistä enemmän elinvoiman, yleisen viihtyvyyden ja elinkeinojen kehittämiseen.

Korona-aika lisäsi maalle muutttoa ja pitkään jatkunut muuttoliike maaseudulta kaupunkeihin kääntyi ainakin hetkellisesti toiseen suuntaan. Etätyön tekeminen kakkosasunnoilla lisääntyi merkittävästi ja etätyön tekemisestä tuli pakon edessä sallittua monissa organisaatioissa. Työpaikoilla otettiin digiloikka, kun uusia sovelluksia etäkokouksien ja –palaverien pitämiseen opeteltiin käyttämään. Tässä muutoksessa jotkut kunnat ja alueet pärjäsivät paremmin kuin toiset. Kyese on alueiden vetovoimasta, johon vaikuttavat monet tekijät. Osaan tekijöistä voidaan vaikuttaa aktiivisin toimenpitein, osa taas johtuu esim. sijainnista tai työpaikka- ja koulutustarjonnasta, joihin vaikuttaminen on vaikeampaa ja hitaampaa.

Euroopassa käytävä sota nosti esiin turvallisuuteen ja omavaraisuuteen liittyvät asiat ja nämä molemmat liittyvät kiinteästi maaseutuun. Oma elintarviketuotanto, hajautettu ja monipuolinen energiatuotanto sekä turvallinen ympäristö ovat valtteja, joiden varaan tulevaisuutta voidaan rakentaa sen sijaan, että uskottaisiin vähittäisen näivettymisen olevan maaseudun vääjämätön tulavaisuudenkuva.

Nyt on oikea hetki nostaa esille maaseudun merkitystä koko yhteiskunnan kannalta ja sitä kautta saada maaseudun ääni kuuluviin julkisessa keskustelussa.

Luontomatkailu ja kaikki siihen liittyvä ovat myös kasvattaneet suosiotaan korona-aikana ja trendi on maailmanlaajuinen. Matkailussa kuntarajat eivät ole merkittäviä, matkailijan kannalta on oleellista palveluiden saatavuus ja kiinnostava tarjonta. Matkailuun liittyy monia alalajeja, kuten pyörämatkailu, luontomatkailu tai kulttuurimatkailu. Kaikkea luonto- ja maaseutumatkailua yhdistää se, että kestävyuden merkitys kuluttajien valintakriteerinä kasvaa.

Pohjois-satakunnassa ja Luoteis-Pirkanmaalla matkailua on kehitetty muutaman vuoden ajan Geopark-brändin alla. Yhteistyötä ja verkostoja on rakennettu kuntien, yritysten ja yhteisöjen kesken. Palveluita on tuotteistettu, infraa on parannettu ja myyntiä kehitetty. Paljon on kuitenkin vielä tehtävää, että matkaa suunnitteleva luonto- pyöräily- tai kulttuurimatkailija voisi helposti saada itselleen muutaman päivän paketin majoituksineen ja palveluineen ja maksaa sen yhdessä paikassa.

Geopark on kansainvälinen brändi ja verkosto, joten tavoitteena on myös ulkomaalaisten matkailijoiden määrän merkittävä lisääminen. Tämä vaatii palveluiden tarjoajilta paljon osaamista ja toiminnan kehittämistä. Moni meille arkinen asia on joillekin aivan erilaisesta ympäristöstä tulevalle unohtumaton elämys.

Pienten maaseutukuntien resurssit ovat hyvin rajalliset sekä vetovoimaan, että matkailun kehittämiseen liittyvissä asioissa. Siksi on herännyt ajatus alueellisen kehittämishankkeen käynnistämisestä. Suomessa on paljon kaunista maaseutua ja erottuminen tuossa joukossa vaatii kekseliäisyyttä ja luovia ratkaisuja. On herätettävä huomiota ja tunteita silläkin riskillä, että kaikkia eivät valitut keinot miellyttäisi.

Monien kyselyiden mukaan maallemuuttoa suunnittelevia tai siitä haaveilevia on todella paljon. On myös selvitetty, mitkä ovat yleisimmät syyt muuttaa maalle tai toisaalta esteet haaveen toteutumiseksi. Tiedossa on myös, että perheiden elämäntilanteet ja tarpeet vaihtelevat paljon. Toiset kaipaavat tilaa ja ovat valmiita ostamaan ja kunnostamaan kiinteistöjä, toiset taas voisivat kokeilla maalla asumista pienessä vuokra-asunnossa tai asumisyhteisössä. Esim. yhden henkilön talouksien määrä on todella suuri ja juuri heidän on helppo muuttaa esim. työn tai asunnon perässä. Joillekin varteenotettava vaihtoehto on kesäasunnon muuttaminen ympärivuotiseksi asunnoksi. Osa haluaa olla monipaikkaisia, eli asua sekä maalla että kaupungissa.

Kaikki nämä asiat on otettava huomioon, kun kunnissa mietitään keinoja asukkaiden ja työntekijöiden houkuttelemiseksi.

Tässä hankkeessa pyritään aktiivisin toimenpitein lisäämään alueen vetovoimaa maallemuutosta haaveilevien, monipaikkaisten ja työpaikkaa etsivien kannalta. Kantavana ajatuksena on, että yhdistämällä voimat saadaan vaikuttavuutta ja näkyvyyttä ja rakentamalla yhtenäisiä toimintatapoja saadaan hankkeen toimenpiteille jatkuvuutta myös hankkeen jälkeen.

Toisena kärkenä hankkeessa on matkailun kehittäminen alueen luontaisista vahvuuksista lähtien ja Geopark-brändin alla aloitetun kehittämistyön määrätietoinen jatkaminen. Geopark-alueeseen kuulumattomat kunnat (Merikarvia, Ikaalinen ja Pomarkku) ovat kiinteästi mukana yhteistyössä ja ne ovat merkittäviä matkailukuntia omine vahvuuksineen ja erityispiirteineen.

## Hankkeen tavoitteet

- Alueen tunnettuus ja vetovoima lisääntyvät
- Matkailijamäärä lisääntyy ja matkailuelinkeino kehittyy ja ammattimaistuu
- Väestön väheneminen hidastuu tai pysähtyy
- Kuntien prosessit muuttajien vastaanottamisen ja kotouttamisen osalta saadaan kuntoon
- Paluumuuttajien ja monipaikkaisten määrä kasvaa
- Yritysten työvoiman saanti helpottuu

## Resurssit

- kuntien yhteyshenkilöt
- ohjausryhmä
- ostopalveluita tarpeen mukaan (riippuu työntekijöiden osaamisesta ja vahvuuksista)
- Leader Pohjois-Satakunta hallinnoi
- Projektipäällikkö ja hankekoordinaattori

Projektipäällikkö aloittaa 01/2024, koordinaattori 04/2024, kun hanke saatu käyntiin ja tarve/osaaminen kartoitettu. Molemmat kokoaikaisia. Projektipäällikön pääosaaminen hankkeen johtamisessa ja kokonaisuudesta, koordinaattori toimii viestinnästä vastaavana ja on ulospäinsuuntautunut eri tahojen kontaktoija

## Kohderyhmät

- Nykyiset asukkaat
- Entiset asukkaat
- Vapaa-ajan asukkaat
- Maalle muuttoa suunnittelevat (koko Suomi)

- Yritykset
- Matkailijat
- Koululaiset ja opiskelijat

## Toimenpiteet

Hankkeen toimenpiteet koostuvat työpaketeista. Osa työpaketeista toteutetaan koko alueella ja osa vain osassa kunnista. Tulokset raportoidaan ja parhaat käytännöt tuodaan kaikkien käyttöön.

Kaavion kohderyhmissä ensin lopullinen kohderyhmä, tummennetulla aktivoitavat tahot, jotka toimivat aktiivisesti työpaketin työstämisessä. Sinisellä merkityt työpaketit kuuluvat kaikille, vihreistä kunnat voivat valita.

# Työpaketit



## Työpaketti 1 (Muuta maalle!)

### Asumiskokeilut

Tarjotaan maallemuuttoa harkitseville mahdollisuus asua hyvin edullisesti vuokralla esim. 3 kk kunnan rivitaloasunnossa tai yksityisessä ”mummonmökissä”. Tähän liittyen kartoitetaan tyhjä myytävissä olevat kiinteistöt ja tontit ja viedään ne Talo maalta -palveluun

Kokeilun tulosten perusteella päätetään, laajennetaanko kokeilua esim. rakennuttamalla asuntoja tai hankkimalla ja kunnostamalla tyhjiään olevia kiinteistöjä. Kyseeseen voi tulla myös esim. useamman asunnon (pientalo)keskittymä, jolloin mahdollistetaan yhteisöllinen asuminen.

Kunta kattaa kulut, hanke kerää tiedot, valokuvaa kohteet ja markkinoi.

### **Etätyöpisteet**

Järjestetään kuntiin hyvin yhteyksin varustettuja etätyöpaikkoja, joista voi edullisesti varata joko pysyvämmän tai tilapäisen työpisteen. Tarjotaan lisäksi oheispalveluita ja mahdollisuus sosiaalisiin kohtaamisiin

Hanke ei varustele etätyöpisteitä? Hanke toteuttaisi kartoituksen mahdollisista kohteista ja tarjoaisi markkinointia. Kunnat ja yritykset tarjoaisivat tilat käyttöön hankeajaksi.

### **Yritysyhteistyö**

Tehdään yhteistyötä yrittäjien kanssa siten, että nykyisille koululaisille ja alueelle muuttaville järjestetään mahdollisuuksia tutustua yritysten toimintaan. Näin pyritään luomaan realistinen kuva kotiseudun työpaikoista ja lisäämään pitovoimaa nuorten keskuudessa ja helpottamaan alueelle muuttavien työllistymistä. Markkinoidaan avoimia työpaikkoja ja järjestetään nuorille suunnatut kesätyöpaikkamessut

### **Muuttajien asettautumispalvelu**

Luodaan yhtenäinen palvelumalli, jonka avulla alueelle muuttajat, kesäasukkaat, maahanmuuttajat ja matkailijat saavat tarvitsemaansa tietoa mm. palveluista, harrastuksista, asunnoista, kouluista työpaikoista jne. Kokonaisuus luodaan kuntien, yritysten yhdistysten, oppilaitosten ja viranomaisten yhteistyönä. (Posion malli).

### **Tapahtumamarkkinointi**

Ideoidaan, suunnitellaan ja toteutetaan pilottina yhteistyössä paikallisten yhdistysten ja yritysten kanssa kunnan vahvuuksiin pohjautuva, omaleimainen, säännöllisesti toistuva, kuntaan vahvasti yhdistettävä tapahtuma. (vrt. Villi Karvia, Pori Jazz). Tapahtuman pysyvyys luo jatkuvuutta markkinointiin ja ylläpitää kunnan tunnettuutta. Eri osapuolten sitouttaminen yhteensovittaa ja terävöittää kunnan markkinointitoimia ja vahvistaa niistä muodostuvaa kuntakuvaa.

### **Työpaketti 2 (Osallistu ja viesti!)**

#### **Kunta lähettiläät (Vaikuttajaviestintä)**

Järjestetään somevaikuttajien opintomatka Pohjois-Satakuntaan ja Luoteis-Pirkanmaalle. Mukaan valitaan 3-4 tunnettua vaikuttajaa ja heille järjestetään 2-3 päivän ohjelma yhteistyössä alueen kuntien, yritysten ja kylien kanssa. He julkaisevat vierailun aikana kuvia, videoita ja kokemuksiaan vierailusta omilla kanavissaan.

Voisiko tätä miettiä siitä näkökulmasta, että kuntalaisista löytyisi oman kunnan someväkijoukkoa, jolle annettaisiin oikeudet päivittää kunnan somekanavia. Paluumuuttajia, opiskelijoita, etätyöläisiä, rakentajia yms. Tämän lisäksi ostetaan vaikuttajamarkkinointia.

### **Paikkaan sidotut tarinat kunta- ja aluemarkkinoinnissa**

Luodaan koukuttavia autenttisia tarinoita ja tapahtumia. Kuntien ja kylien erityispiirteet tuodaan yhteiskehittämisen keinoin kuntamarkkinointiin esteettisesti ja visuaalisesti houkuttelevilla

tavoilla. Otetaan mallia joidenkin maaseudun yritysten onnistuneesta ”paikkaseksikkäästä” markkinoinnista. Järjestetään työpajoja tarinallistamisesta.

### **Kyläkummitoiminnan aloittaminen**

Aloitetaan kyläkummitoiminta kylien ja kunnan yhteistyönä. Haetaan vapaaehtoisia kummeja, luodaan toiminta/palvelumalli ja tiedotetaan toiminnasta.

### **Muuttajien asettautumispalvelu**

Luodaan yhtenäinen palvelumalli, jonka avulla alueelle muuttajat, kesäasukkaat, maahanmuuttajat ja matkailijat saavat tarvitsemaansa tietoa mm. palveluista, harrastuksista, asunnoista, kouluista työpaikoista jne. Kokonaisuus luodaan kuntien, yritysten yhdistysten, oppilaitosten ja viranomaisten yhteistyönä. (Posion malli).

### **Työpaketti 3 (Sydän paikkakunnalla)**

#### **Potentiaalisten muuttajien kartoitus ja kontaktointi**

Kartoitetaan paikkakunnalta pois muuttaneet tietyltä ajanjaksolta ja lähestytään heitä hyvin laaditulla, omaperäisellä viestillä. Tiedustellaan halukkuutta muuttaa takaisin kotikuntaan tai kotiseudulle ja selvitetään lisäksi, mikä saisi muuttamaan tai mikä estää muuttamasta. Tarjotaan tilaisuutta tutustua kotiseutuun ja sen tarjontaan esim. järjestämällä tilaisuuksia tai tekemällä videoita.

Hanke laatii kirjeen, joka sopii kunnan markkinointityyliin. Kustannukset rekisterinhaku ja kirjeiden lähetys.

#### **Mökistä kodiksi**

Laaditaan kesäasukkaille opas siitä, miten vapaa-ajan asunnon voi muuttaa vakituiseksi asunnoksi. Tarjotaan lisäksi esim. ilmainen kartoitus muutoksen mahdollisuuksista ja kustannuksista sitä haluaville.

Oppaasta löytyy malleja muualta, hanketyöntekijä koostaa joka kuntaan omansa. Laaditaan kesäasukaskirje kunnille, jonka mukana menee linkki oppaaseen. Hankkeessa ostetaan ostopalveluna kartoitukset x määrälle kesäasukkaita (omavastuu oltava?).

#### **Muuttajien asettautumispalvelu**

Luodaan yhtenäinen palvelumalli, jonka avulla alueelle muuttajat, kesäasukkaat, maahanmuuttajat ja matkailijat saavat tarvitsemaansa tietoa mm. palveluista, harrastuksista, asunnoista, kouluista työpaikoista jne. Kokonaisuus luodaan kuntien, yritysten yhdistysten, oppilaitosten ja viranomaisten yhteistyönä. (Posion malli).

#### **Seuraavat työpaketit kuuluvat kaikille kunnille:**

### **Työpaketti 4 (Maaseutumatkailu)**

#### **Kestävän kylä- ja luontomatkailun tuotteistaminen ja vieminen digitaalisille alustoille**

Kylien kulttuuri- ja luontokohteet sekä palvelut listataan ja tuotteistetaan esim. lanseeraamalla erilaisia reittejä (vrt. Karvian Taiteiden reitti). Tässä tehdään yhteistyötä Geopark-yhdistyksen kanssa.

Matkailutuotteista tehdään tuotekortteja ja ne viedään digitaalisille alustoille, jotta niitä saadaan levitettyä eri alustoilla ja kanavissa laajemman yleisön tietoisuuteen. Työtä on aloitettu Geoparkin hankkeissa, mutta se on vielä pahasti kesken.

Kaikessa matkailussa huomioidaan kestävyiden periaatteet ja asiasta järjestetään tarpeen mukaan koulutusta ja tiedotusta, niin että periaatteet omaksutaan ja otetaan kattavasti käyttöön alueen palveluissa.

Toteutetaan yhteinen koko alueen matkailukartta.

## **Työpaketti 5 (Työn tulokset)**

Loppuseminaari/opintoretki

Kierretään 2 päivänä alueen kunnissa tutustumassa hankkeen malliesimerkkeihin ja onnistuneisiin kokeiluihin. Mukaan kutsutaan kaikki kunnat, yhdistykset, yritykset ja muut organisaatiot, jotka ovat olleet mukana hankkeessa.

Kaikkien työpakettien osalta haetaan toimivia esimerkkejä ja ratkaisuja muualta Suomesta ja tarvittaessa sovelletaan niitä paikallisiin oloihin. Myös omalla alueella jo olemassa olevat hyvät käytännöt jaetaan muille ja jalostetaan tarpeen mukaan. Kaikissa toiminnoissa pyritään varmistamaan niiden jatkuvuus hankkeen jälkeen luomalla toimintamalleja ja etsimällä monipuolisia toteuttajatahoja.

Hankkeen alussa tiedotetaan tavoitteista ja toimenpiteistä laajasti ja sitoutetaan kuntien henkilöstö ja luottamushenkilöt sekä yritykset ja yhdistykset toimimaan yhteisen päämäärän eteen.

Hankkeen edistymistä ja tuloksia seurataan ohjausryhmässä, johon kootaan edustava joukko eri tahojen ja alueiden edustajia.

## **Yhteistyökumppanit**

- Leader-alueen kunnat
- oppilaitokset
- Suomen kylät
- Satakylät ja Pirkan kylät
- Geopark ry
- yrittäjäyhdistykset
- kyläyhdistykset

## **Aikataulu**

- aloitus 1.1.2024
- kesto 2,5 vuotta

## Budjetti

### Palkat

Projektipäällikkö (3 800 €/kk*11kk*1henkilö*2,5vuotta)	104 500 €
Hankekoordinaattori (3 200€/kk*11kk*1henkilö*2vuotta)	70 400 €
Hanke- ja talousasiantuntija (2950 €/kk * 1 kk/vuosi * 2 vuotta)	5 900 €

**Palkat yhteensä** 180 800 €

**Flat rate 39%** (sisältää sivukulut, lomarahat ja loma-ajan palkan) 70 512 €

**Ostopalvelut** 100 000 €

Työpaketti 1: Markkinointikuluja: some, painettua, tapahtumamarkkinointi, messuosallistuminen

Työpaketti 2: Työpajoja huomioiden paikkakunnan erityispiirteet ja kulttuuri, vaikuttajaviestintä

Työpaketti 3: Aineiston hankinta osoitteista, asiantuntijan sparraus sisältöön, mökistä kodiksi kartoitukset

Työpaketti 4: Kartan taittokulut, painatus, työpajoja yrityksille, valokuvaus ja videotuotanto

Työpaketti 5: Matkakustannuksia, tilavuokria, tarjoilukustannukset

Markkinointityökalut hanke ajaksi: Canva 120€/vuosi ja ChatGPT 60€/vuosi

**Henkilöstökulut ja ostopalvelut yhteensä** 351 312 €

**Flat rate 19%** 66 749,28 €

**Yhteensä** 418 061,28 €

### Rahoitus

**ELY keskus 60 %** 250 836,77 €, josta

Satakunta 60% 150 502,06 €

Pirkanmaa 40% 100 334,71 €

**Kunnat 40 %** 167 224,51 €

**Yhteensä** 418 061,28 €

### Työvälineet

Työntekijöille hankitaan asianmukainen tietokone, puhelin, Canva –markkinointityökalun Pro-versio (noin 120€/vuosi) ja ChatGPT:n maksullinen versio 4.0 Pro (20€/kk)

### Työnjako

Projektipäällikkö vastaa hankkeen johtamisesta, organisoinnista, aikataulusta, kilpailutuksista, budjetista ja raportoinnista. Toinen palkattava henkilö (koordinaattori) on projektipäällikön oikea

käsi ja he tekevät tiiviissä yhteistyössä hanketoimia. Koordinaattorin tehtäviin kuuluu esim. eri toimijatahojen kontaktointi ja tiedotus.

Leader Pohjois-Satakunnan toiminnanjohtaja osallistuu ohjausryhmätyöhön ja hankkeen työntekijöiden kanssa pidetään säännöllisiä palavereita. Lisäksi toiminnanjohtajan kontakteja ja verkostoja hyödynnetään hankkeen tavoitteiden saavuttamisessa.

Leader Pohjois-Satakunnan talous- ja hankeasiantuntija vastaa hankkeen taloushallinnosta ja maksatushakemuksista.

Projektipäällikkö pyritään rekrytoimaan niin, että hän voisi aloittaa vuoden 2024 alussa. Koordinaattori voi aloittaa 3kk myöhemmin, kun projektipäällikkö on perehtynyt alueeseen ja taustamateriaaliin sekä kontaktoinut kuntia ja muita toimijoita. Tehtäväjaosta vastaavat toiminnanjohtaja sekä projektipäällikkö. Projektipäällikkö osallistuu koordinaattorin rekrytointiprosessiin.

Ohjausryhmä kokoontuu vähintään kaksi kertaa vuodessa ja seuraa hankkeen etenemistä sekä tuo paikallistuntemuksensa ja kokemuksensa hankkeen käyttöön.

Kuntien yhteyshenkilöillä on merkittävä rooli paikallisten toimijoiden aktivoinnissa ja tiedonkulussa.