

30.12.2018

TARINAKYLÄ-HANKKEEN LOPPURAPORTTI

1. TOTEUTTAJAN NIMI

Sodankylän kunta

2. HANKKEEN NIMI, HANKETUNNUS JA TOTEUTUSAIKA

Tarinakylä, tunnus: 20353, toteutusaika 1.3.2016 – 31.12.2018

3. YHTEENVETO HANKKEESTA

Kyseessä on hanke, jossa kerätään faktatietoa kylien historiasta sekä fiktiivisiä tarinoita ja kokemuksia kylästä ja kyläläisiltä. Tarinat esitetään tekstin, äänen ja videon muodossa mobiilisovelluksessa, jonka matkailija voi ladata puhelimeensa esimerkiksi lentokentällä, vuokra-autossa tai matkailuneuvonnassa. Sovellukseen rakennetun reitin varrelta löytyy kuusi hankkeessa mukana olevaa tarinakylää; Vuotso, Kierinki, Joutsijärvi, Suvanto, Kairala ja Oinas. Kyläreitit suunnitellaan kylissä keskeisille ja kyläläisille merkityksellisille paikoille.

Tarinakylä-hankkeessa toteutetaan paikalliseen historiaan ja kyläkulttuurin pohjautuvia käyntikohteita, jotka ovat aina saavutettavissa. Jokaisesta kylästä valitaan asiantuntijan avulla 5 tarinaa, joista kaikista tehdään 2 minuutin video sovellukseen. Tarina-aihoita ovat paikallinen arki, myytit ja kummitustarinat, hauskat sattumukset, historia sekä legendat. Kylästä tehdään myös yleiset kyläesittelyvideot.

Tarinakylä-hankkeessa kehitetään uudenlainen ja täysin digitaalinen kulttuurimatkailukäyntikohteiden konsepti Keski- ja Itä-Lapin kunnissa. Hankkeen toimenpiteille nähdään tarve sillä alueella kulttuurimatkailukohteiden ja palveluiden kehittäminen on koettu haasteelliseksi hitaasti kasvavan asiakasvirran vuoksi. Uusia yrittäjiä ja palveluja on vaikea houkuttaa kyliin luonnollisen asiakasvirran, jonka peruspalvelut (esimerkiksi majoitusliikkeet ja ravintolat) muodostavat, puuttuessa. Sen sijaan, että kehitettäisiin suoraan alueiden välisenä yhteistyönä uutta liiketoimintaa kyliin esim. yrittäjien ja kyläyhdistysten matkailutuotteina, halutaan hankkeessa yhteistyöllä kehittää ja kasvattaa asiakasvirtaa kylissä aina saavutettavien käyntikohteiden muodossa ja sitä myötä rohkaista uusien palvelujen, tuotteiden ja liiketoimintamuotojen syntymistä kyliin ja käyntikohteiden ympärille.

4. RAPORTTI

4.1 HANKKEEN TAVOITTEET

- Ylemmän tason tavoitteet, joiden osa hanke on

Maaseutuohjelmalla halutaan parantaa yrittämisen ja elämisen edellytyksiä maaseudulla. Tarinakylä-hankkeessa ei suoraan kehitetä yrityksiä vaan luodaan edellytyksiä ja tarvetta yritystoiminnalle maaseudulla. Maaseudun elinvoimaa ja elämänlaatua vahvistetaan paikallisten omaehtoisella toiminnalla, jota myös Tarinakylä-hankkeessa tuotetaan.

30.12.2018

Tarinakylä-hankkeella halutaan edistää maaseutuohjelman seuraavia tavoitteita ja strategisia painopisteitä:

- osaaminen, tiedonvälitys, innovaatiot ja yhteistyö maaseudulla lisääntyvät,
- maaseudun yritystoiminta monipuolistuu ja työllisyys, palvelut sekä vaikuttamisen
- monipuolistetaan maaseudun elinkeinoja ja parannetaan työllisyyttä kehittämällä yritysten kilpailukykyä, uutta yrittäjyyttä ja yritysten verkostoitumista
- lisätään maaseudun elinvoimaa ja elämänlaatua vahvistamalla paikallista omaehtoista toimintaa

Tarinakylä-hanke Mannersuomen maaseudun kehittämisohjelman toimenpiteissä:

Tarinakylä-hanke on palveluiden ja kylien kehittämistä. Tarinakylä-hankkeessa kehitetään ympärivuotista toimintaa ja palvelutarvetta kyliin sekä lisätään kylien ja kuntien sekä matkailutoimijoiden välistä yhteistyötä. Tarinakylä on maaseutumatkailun uusia palvelu- ja tuoteinnovaatioita sekä kulttuurimatkailun uusi innovaatio, joiden suunnittelussa hyödynnetään palvelumuotoilua. Lisäksi Tarinakylä-hankkeessa lisätään matkailukeskusten ja niitä ympäröivien maaseudun yrittäjien yhteistyötä.

• Hankkeen tavoitteet

Tarinakylä-hankkeella on pitkäntähtäimen tavoitteena luoda Sompion ja Itä-kairan alueen kyliin vetovoimaisia ja innovatiivisia matkailukäyntikohteita, jotka lisäävät kylien vetovoimaisuutta, kysyntää ja synnyttävät alueelle uusia yrityksiä vastamaan kysynnän tarpeisiin.

Keski- ja Itä-Lapissa, erityisesti Sodankylässä, Pelkosenniellä ja Kemijärvellä halutaan matkailun kehittämistoimenpiteissä nostaa kylien merkitystä ja profiloitua niiden ainutlaatuisuudella. Lappilainen kyläkulttuuri sisältää teemoja, joita etsivät myös Visit Finlandin Suomen matkailumarkkinoinnin pääkohderyhmäksi valitut "Modernit humanistit". Modernit humanistit haluavat tutustua suomalaiseen paikalliseen elämäntapaan. Erityisesti Kulttuurifanit erottuvat joukosta paikallista elämäntapaa, perinteitä ja historiaa kohtaan kokemansa erityisen mielenkiinnon ansiosta. Tarinakylät tullaan suunnittelemaan kohderyhmänä modernit humanistit, kotimaiset omalla autolla matkustavat sekä kotimaiset ryhmämatkailijat.

Tarinakylä-hankkeessa on otettu huomioon nimenomaan Visit Finlandin julkaisema Modernit humanistit – työkirja, jossa esitetään kolmen eri segmentin alla kansainvälinen kulttuurimatkailija ja mikä häntä kiinnostaa Suomessa. Hanksuunnitelmassa esitetty tarinallinen kuvaus Tarinakylästä on kirjoitettu Modernit humanistit – pariskunnat segmentille.

Tarinakylä-hankkeessa on haluttu keskittyä tarinoiden voimaan juuri kohderyhmät ja segmentit huomioiden. Tarinat mahdollistavat autenttisen ja henkilökohtaisen elämyksen. Tarinoita voidaan kertoa ääneen, kuvallisesti ja tekstin keinoin sekä yhdistelemällä näitä elementtejä. Tarinat luovat ja kertovat aitoa ja alkuperäistä lappilaista kyläkulttuuria.

Matkailun sisältömarkkinoinnissa nimenomaan käyntikohteet ja aktiviteetit muodostavat asiakkaalle mielikuvan ja luovat tarpeen matkustaa alueelle. Haastavaa kylien matkailullisesta myynnistä tekee puuttuvat kohteet, joissa on laajat aukioloajat ja jotka olisi helposti saavutettavissa. Kylissä puolestaan on haasteena järjestää henkilöresursseihin sidonnaisia palveluja.

Asiakasta informoidessa alueen matkailuneuvonnoissa tai vastaavasti markkinointitilanteissa huomataan usein, että asiakas ollaan lähettämässä keskelle kylää ihailemaan suomalaista rakennusperinnettä tien varresta tai katselemaan hiljaista kylän raittia. Kylästä ja paikallisesta kulttuurista; elämäntavasta ja tarinoista

30.12.2018

ei ole antaa asiakkaalle kärjistetyksi yleisesittelyä tarkempaa tietoa. Kohteet, jotka ovat auki mm. kesäisin, ovat henkilösidonaisia, eli aukioloaikoja määrittelee henkilöiden läsnäolo tai saavutettavuus. Usein nämä saavutettavat henkilöt toimivat kyläyhdistysten talkootyössä. Kylien resurssit tuottaa vaadittua palvelua on vähäiset; jotta uutta yrittäjyyttä ja liiketoimintaa syntyy alueille, on luotava tunnistettavia mahdollisuuksia kehittää resursseja ja palveluja.

Tarinakylä-hanke on palveluiden ja kylien kehittämistä. Tarinakylä-hankkeessa kehitetään ympärivuotista toimintaa ja palvelutarvetta kyliin sekä lisätään kylien ja kuntien sekä matkailutoimijoiden välistä yhteistyötä. Tarinakylä on maaseutumatkailun uusia palvelu- ja tuoteinnovaatioita sekä kulttuurimatkailun uusi innovaatio, joiden suunnittelussa hyödynnetään palvelumuotoilua. Lisäksi Tarinakylä-hankkeessa lisätään matkailukeskusten ja niitä ympäröivien maaseudun yrittäjien yhteistyötä.

Edistetään Lapin maaseutuohjelman ja Lappi –sopimuksen toimenpiteitä:

- Edistetään saavutettavuutta: Tarinakylät suunnitellaan kyläläiset ja kohderyhmät huomioiden palvelumuotoilua käyttäen tärkeimpänä päämääränä taata saavutettavat Tarinakylät.
- Kehitetään maaseudun uusia palvelumalleja: Tarinakylät ovat digitaalisia kulttuurituotteita Lapin kylissä, jotka ovat helposti saavutettavissa. Kulttuurituotteet, tässä tapauksessa helposti saavutettava käyntikohde, lisää kysyntää muille palveluille kuten majoitus-, ravintola- ja opastuspalvelut.
- Hoidetaan kulttuuriympäristö, kylämaisemaa ja vesistöjä: Tarinakylä-hankkeessa tallennetaan kylien fakta ja fiktio pohjaista tietoa sähköiseen muotoon. Lisäksi kyläläisten kanssa rakennetaan opasteet kyliin hoitaen samalla kylämaisemaa. Hankkeen jälkeen kyläläiset ylläpitävät Tarinakylän kylämaisemaa.
- Lisätään kylien ja kuntien välistä yhteistyötä: Kuntien matkailutoimet ylläpitävät Tarinakylän digitaalisia palveluita ja markkinoivat kyliä.
- Edistetään yrittäjyyttä ja yritysten välistä yhteistyötä: Lisätään asiakaslähtöistä kysyntää kylien palveluntarjontaan markkinoimalla Tarinakylä ja tuottamalla kulttuurimatkailukäyntikohdetta kyliin.
- Kehitetään maaseutumatkailua: Tuotetaan kulttuurimatkailukäyntikohdetta kuuteen lappilaiseen kylään.

Tarinakylä-hankkeella vastataan Lapin alueellisessa maaseudun kehittämisstrategiassa esitettyihin Matkailun tavoitteisiin ja toimenpiteisiin:

Maaseutumatkailun innovaatiot:

- Maaseutumatkailun uudet palvelu- tuoteinnovaatiot
- Palvelumuotoilua hyödyntävät kokeiluhankkeet
- Kulttuurimatkailun uudet innovaatiot

Maaseutumatkailuyritysten kilpailukykyyn edistäminen:

- Matkailupalveluiden sisällöntuotantoa edistävät hankkeet
- Matkailukohteiden saatavuutta parantavat hankkeet

30.12.2018

4.2 TOTEUTUS
1. TOIMENPITEET

Toteuttaja	Kuinka	Milloin
Hankehallinto		
Rahoittaja	Hankepäättös	9.6.2016
Hankehallinnoija	Muutoshakemus koskien tuensiirtoa, koska mukana ovat myös Pelkosenniemen kunta sekä Kemijärven kaupunki.	6.7.2016
Hankehallinnoija	Muutoshakemus; haettiin hankkeelle jatkoa sekä muutoksia hankesuunnitelmaan ja budjettiin	15.12.2017
Hankehallinnoija	Muutoshakemus; haettiin hankkeelle muutosta täsmennetyin toimenpitein ja kustannuksin	15.6.2018
Ohjausryhmä	Ohjausryhmän kokoukset, 7 kpl 11.10.2016, 25.11.2016 (spostikokous) 10.1.2017, 5.9.2017, 13. – 15.12.2017 (spostikokous) 11. – 14.6.2018 (spostikokous), 12.12.2018	
Hankehallinnoija	Ostopalveluiden kilpailutus koskien palvelumuotoilua, sisällöntuotantoa, teknistä toteutusta sekä viestintää ja markkinointia, toteutettiin HILMA:ssa.	2.-30.9.2016
Hankehallinnoija	Palkattiin osa-aikainen projektipäällikkö	1.8. – 31.12.2018
Kylien aktivointi / tarinoiden keruu		
Hanketoteuttajat	Hankkeen ja konseptin esittelyt kylille kunnissa. Kyläorganisaation ja kyläaktivaattorin rekrytointi	Kesä / syksy 2016
Kyläaktivaattorit / kyläorganisaatiot	Tarinailtojen järjestäminen kylissä, itsenäisesti tarinoiden etsintää	Loppuvuosi 2016 / alkuvuosi 2017
Palvelumuotoilu		
Reddo Partners Oy	- Järjestänyt yhdessä kunnan/kaupungin toimijan sekä kyläaktiivin kanssa työpajan jokaiseen kylään. Työpajoissa valittiin kyläläisten kanssa yhdessä viisi tarinaa ja tehtiin niistä tarinallisesti mielenkiintoisia. - Tehnyt videototeutuksia varten dramaturgiat jokaiselle videolle.	Kevät 2017
	Lopputulos: Tarinoiden käsikirjoitukset ja dramaturgia	
Sisällöntuotanto		
Seita-Säätiö	- Kuvannut videoita kylien tarinoiden pohjalta. Kuvaukset on suunniteltu yhdessä kunnan/kaupungin edustajan sekä kyläaktiivin kanssa. - Editoinut raaka-aineiston (valmiiksi videoiksi - Kieliversiovideoiden toteutus	Kesä / syksy / loppuvuosi 2017 Uudet kielet kesä 2018
	Lopputulos: tarinat videomuodossa, suomenkielinen kerronta, kieliversiot (englanti, saksa, ranska) tekstitettyinä	

30.12.2018

Applikaatio / tekninen toteutus		
Citynomadi Oy	- Toteuttanut mobiililaitteella toimivan teknisen alustan, johon on mahdollista rakentaa myös reittejä.	Loppuvuosi 2017
	- Kyläaktiivien ja muiden koulutustyöpaja	Kesäkuu 2018
	- Kieliversioaineistojen lisääminen sovellukseen	Elokuu 2018
	- pidettiin mukana oleville kylille ja toimijoille suunnattu webinaarikoulutus WebTunerin (sovelluksen hallinnointi- ja päivitysohjelmisto) käytöstä 31.10.2018. Koulutus tallennettiin ja se on katsottavissa edelleen erillisen linkin takaa YouTubesta. Linkki on lähetetty kaikille hankkeen kyläaktiiveille, jotka ovat välittäneet sitä edelleen kylissään.	31.10.2018
	- Sovelluksen ohjeistuksen toteutus ja lisääminen sovellukseen, esittelyaineiston lisääminen	Marras-joulukuu 2018
Lopputulokset: Play-kaupasta (Android) ja App Storesta (iOs) ladattava Tarinakylät -sovellus White Label -palvelu: sovellus käytössä hankkeen kuntien kaikissa kylissä lisäsisältöjen osalta		
Viestintä ja markkinointi		
Focus Flow Oy	- Suunnitellut tuotteelle nimen, logon ja markkinointimateriaaleja alkuperäisen sopimuksen mukaisesti	Alkuvuosi 2017
	- Lisätyönä laatinut markkinointisuunnitelman konseptin markkinoimiseksi ja esille tuomiseksi	Elo – joulukuu 2018
	- markkinointisuunnitelman mukaisten materiaalien ja aineistojen suunnittelu ja toteutus	Loka – joulukuu 2018
Lopputulokset: Markkinointisuunnitelma; taustaa markkinoinnin suunnitteluun, ohjeistus kylille, ohjeistus visit- ja kuntaorganisaatioille. Suunnitelmassa esitellyt markkinointiaineistot - Esite A5 8-sivuinen, suomi ja englanti - Flyer A5 2-sivuinen, suomi ja englanti - Juliste A3, suomi ja englanti - Ikkunatarra 10x10 cm - Jaettava paperitarra 10x10 cm - Infotaulut kyliin, 90x90 cm, alumiinikomposiittilevy - Kohdekyllit, A5, alumiinikomposiittilevy - Laskeutumissivu (verkkosivu) www.visitsodankyla.fi/lapintarinakylat ja www.visitsodankyla.fi/laplandvillagestories - lehdistötiedote ja pitempi juttu Tarinakylä-konseptista Lisäksi aiemmin hankkeessa toteutetut - FB-kansikuva (suomi ja englanti) - FB-mainokset (3 erilaista, suomi ja englanti)		
Käännökset		
Semantix Oy	- Tarinoiden tekstien kääntäminen videoihin	Loppuvuosi 2017
	- Lisäkieliversioiden kääntäminen (englanti + ranska)	Kevät 2018
	- Lisätyönä: markkinointiaineistojen kääntäminen englanniksi	Loka-marraskuu 2018

30.12.2018

Valmennus matkailutoimijoille		
Entra Oy / Soila Palviainen	- Tarinkakylä-konseptin laajan käytön mahdollistamiseksi pidettiin kaikille avoin valmennuspäivä konseptin hyödyntämisestä. Kutsu lähetettiin kuntien ja matkailualueiden matkailutoimijoille. - Asiantuntijana toimi kylä- ja kulttuurimatkailuun erikoistunut Soila Palviainen Entra Oy:stä. Päivän aikana toteutettujen ideointityöpajojen antia hyödynnettiin myös Focus Flow'n työstämässä markkinointisuunnitelmassa - Koulutuspäivään osallistui 16 toimijaa – sekä hankkeessa mukana olevia että muita matkailutoimijoita hankekunnista	3.10.2018
Konseptin testaus		
Rural Explorer -hanke (Humak)	Valmistuneiden videoiden testausta (ilman vierailua paikan päällä kylissä), sekä suomalaisia että kv-opiskelijoita. - Tarinoita ja videoita ei koettu kovinkaan mielenkiintoisiksi YouTube katsottuna - englanninkielisen tekstityksen lukeminen kuvan kanssa samanaikaisesti koettiin kv-ryhmässä vaikeaksi. Syynä voi olla myös se, että monessa maassa ei ole totuttu elokuvien / videoiden tekstityksiin, vaan käytetään voice-overia	Syksyllä 2018
	Konseptia testaamaan löydettiin 2 opiskelijaryhmää. - Viisi Humak:ssa (Humanistinen ammattikorkeakoulu) kulttuurituottajaksi opiskelevaa saapuivat 2.12. Rovaniemelle ja kiersivät 3 päivän aikana kaikkien kuntien matkailuinfot ja hankkeessa mukana olevat kylät. Ryhmä sai perehdytyksen konseptiin, tekeillä olevaan markkinointi- ja infomateriaaliin sekä tarkan aikataulutuksen testimatkalta. Matkalla he arvioivat niin kokonaiskonseptia kuin kyläkohtaisesti tarinoita, videoiden toteutusta kuin kylän matkailupalvelujakin. Testiryhmä laatii yhden raportin matkastaan, jossa yhteenveto testikysymyksistä sekä matkaraportti. - Toisessa ryhmässä oli Lapin AMK:n englanninkielisen restonomilinjaa kolme opiskelijaa. He kiersivät myös kaikki kohteet 5. – 6.12. sekä 10.12.2018, täyttivät samat testilomakkeet kuin suomenkielinenkin ryhmä ja raportoivat testimatkinsa tuloksista kv-matkailijan näkökulmasta.	Suunnittelu marraskuun alku 2018, toteutus joulukuun alku 2018
Muut hanketoimepiteet		
Käynnit kylissä / projektipäällikkö	Varmistaakseen sovelluksen päivittämisen osaaminen hankkeen päätyttyä, projektipäällikkö vieraili marras-joulukuun vaihteessa kaikissa Tarinakylien kylissä ja piti halukkaille työpajaa WebTunerin käytöstä. Yhdessä myös pohdittiin millaista lisäsisältöä kylistä voisi edelleen	Marras-joulukuun vaihe

30.12.2018

	sovellukseen lisätä ja vielä nykyistä sisältöä hieman muokata. Samalla käytiin läpi toteutettavia markkinointiaineistoja ja niiden käyttöä hankkeen päätyttyä. Myös kuntien visit-organisaatioita on koulututettu.	
--	--	--

KYLIEN AKTIVOINTI, TARINOIDEN KASAAMINEN JA PROSESSI - HANKESUUNNITTELIJAN JA OSATOTEUTTAJAN SILMIN

Mika Tenhunen, Pelkosenniemen elinkeinokoordinaattori oli mukana suunnittelemassa hanketta sekä aktiivisesti kylien mukana aktivointivaiheessa sekä tarinoiden keräämisen, muotoilun ja itse videototeutuksen ajanakin. Lisäksi Mika oli yhdessä Marjo Harjulan ja Soile Holopaisen kanssa koordinoimassa hankkeen toimenpiteitä.

"Tarinakylähanke koottiin Laura Tervon kanssa kasaan hänen kylissä tekemien haastatteluiden pohjalta. Laura Tervo oli hienosti saanut löydettyä kultaisen kätkön ja oikeat ihmiset kertomaan näitä aarteita eli vanhoja tarinoita. Kertoipa Laura tirauttaneen kyyneleet vanhemman miehen kaihoisasti muistellessa Suvannossa aikaa ennen patoa.

Lauran kanssa mietittiin ja kirjoitettiin hanketta kasaan ja Laura keksi käyttää hyväksi Visit Finlandin kulttuuriasiakkaiden luokittelua joista modernit humanistit nousivat esiin. Tämä ryhmä on sellaista joita matkailu ja uudet kokemukset sekä varsinkin kulttuuri ja tarinat koskettavat. Heillä on on myös varallisuutta ja aikaa matkustella. He hakevat itsenäisesti kohteita ja käyvät ja tutkivat pienempiä kohteita myös matkailukeskusten ulkopuolella. Heille pitäisi saada näitä kylien hienoja Tarinoita kerrottua.

Tervo oli myös ottanut yhteyttä Kemijärveen ja Sodankylään ja heillä oli myös muutama asiasta kiinnostunut kylä. Ongelmana oli se että alue oli maantieteellisesti hyvin laaja.

Hankerunko ja hakemustekstit kasattiin joulun alla 2015 Laura Tervon kanssa ja siinä oli myös mukana Kemijärveltä Soile Holopainen sekä Sodankylästä Marjo Harjula varsinkin siinä vaiheessa kun mietittiin miten saadaan kylät mukaan ja millä formaatilla tarinat kerätään ja mihin, että ne eivät hankkeen loputtua jäisi kunnille arkistoon vaan niillä saataisiin kyliin lisää vetovoimaa ja uteliaita turisteja vierailemaan.

Päätettiin käyttää Pyhällä kansallispuistossa ollutta mallia jossa kerätään pilvipalveluun tarinat ja niistä ei tehdä mitään dvd:tä joka jäisi arkistoihin pölyttymään vaan laitetaan materiaali applikaatioon kaikkien nähtäville ja eri kielisillä tekstityksillä. Tämä idea sai kannatusta ja muuttikin hankkeesta aidosti digitaalisen ja loi siltaa vanhan tarinankerronnan ja nykyaikaisen digitaalisen maailman välille.

Ongelmiksi muodostui myös miten kerätä tarinat noin laajalta alueelta. Siinä päätettiin koittaa mallia jossa ehdotettiin kylille että he päättäisivät kuka kylissä olisi kyläaktiivi joka keräisi kylän tarinat ja toimisi yhteyshenkilönä mm. Sodankylän hankkeen vetäjälle ja kuntien hankevetäjille. Tämä malli toimi hyvin lähes loppuun saakka mutta hankkeessa olisi ollut parempi olla kokoaikainen tai 70 % hankevästava sillä matkalla kuntien henkilöiltä alkoi loppua aika ja osittain tästä syystä myös hankkeen toteutusaika venyi.

30.12.2018

Tarinoita saatiin kerättyä hankkeen ensimmäisen vuoden aikana hyvin. Työ oli mittava ja siinä kunnissa käytettiin myös paljon aikaa iltatarinointitilaisuuksiin. Nämä oli kyläläisten vetämiä ja kyläläiset tekivät lopulta lähes kaiken työn tarinoiden keräämiseen. Aluksi tarinoita ei meinannut kertyä viittä haluttua kategorialla mutta lopulta kuntien henkilöt ja palkattu näytelmätaiteen ammattilainen joka oli kuitenkin ehkä liian vähän aikaa tai ennakkoon liian heikosti lukenut tarinoita koska siitä eivät kyläläiset eikä kuntien edustajat tunteneet saavan paljoo lisäarvoa tarinoiden muokkaamisessa. Todennäköisesti häneltä meni aika matkustamiseen ympäri aluetta.



Työpajat Suvannossa ja Kairalassa, Kuvat: Seita-Säätiö

Kuvaukset ja Seita-Säätiön työ oli erinomaista. He saivat kuvitettua tarinat hyvin ja haastava editointi eli kuvan, tarinan tekstin ja kertojan äänen yhteen saattaminen ehjäksi hienoksi kokoonpanoksi onnistui paremmin kuin minä, Mika Tenhunen, kymmenen vuotta Helsingissä alalla tuottajana/ yrittäjänä työskennellyt uskalsin odottaa. Heidän työpanos kuten myös kyläläisten oli jokaisen sentin arvoinen. Hintalaatusuhde on hankkeessa todella korkea heidän sitoutuneisuuden ansiosta.

Hankkeen loppuunsaattamiseen ja esilletuontiin, siihen tarvittavien materiaalien tekemisen organisointiin jne. saatiin onneksi palkattua osaava henkilö lyhyeksikin ajaksi. Tämä tuli todella tarpeeseen ja tehosti varmasti hankkeen tulosten aikaansaannosta.

Hankkeessa tehtiin mittava työ tarinoiden kokoamisessa ja hankkeen läpiviennissä. Työmäärä oli moninkertainen siihen mitä ennakkoon arvioitiin. Hankkeen työryhmä teki erinomaista ja pitkäjänteistä työtä kyläyhteisöjen ja kyläaktiivien kanssa. Ennakkoon ei osattu arvioida sitä että hankkeen ymmärtäminen kylissä ei tapahdu hetkessä. Vasta kun ensimmäisiä videoita kyläläiset näkivät niin heille alkoi kirkastumaan se mihin hankkeessa tähdätään. Uusi digitaalinen ympäristö ja aplikaatiot sekä niiden mahdollisuudet ovat hyvin hankalia asioita vanhemmalle polvelle ymmärtää. Toivottavasti jatkossa kyläaktiivit, koulutuksen saaneena, jaksavat jatkaa tarinoiden kokoamista aplikaatioon sillä siihen heillä on täydet mahdollisuudet."

HANKKEEN LÄPIVIENTI JA TOTEUTUS KYLÄAKTIIVIN SILMIN

Marja-Sisko Tallavaara, Kairalan kylän kyläaktiivi kertoo oman näkökulmansa hankkeen toteutukseen ja tuloksiin:

30.12.2018

"Kairalassa kutsuttiin kyläläisiä kahteen tarinointi-iltaan ja lisäksi kyläaktiivi kävi haastattelemassa erikseen mahdollisia tarinankertojia. Kylässä oli onneksi myös valmis Kari Tallavaaran kokoama tarinakirja, jota saatoimme hyödyntää. Tarinoita oli siis enemmän kuin hankkeeseen voitiin ottaa.

Valinnasta kyläseuran hallituksen jäsenet saivat esittää oman kantansa ja lisäksi valintaperusteita käytiin läpi työpajassa, jossa oli mukana kyläläisten edustajien lisäksi Mika Tenhunen, Reddo Partnersin ja Seita-Säätiön edustajat.

Valitut tarinat koekuvattiin ja videot ja tekstit laitettiin Driveen, jotta Julius Oförsagd pääsi luomaan dramaturgiaa varsinaista kuvausta varten. Mika Tenhunen piti huolta, että asiat etenivät Reddo Partnersin ja Seita-Säätiön kanssa. Dramaturgia viivästyi mutta saatiin yhteydenoton jälkeen kommentoitavaksi. Kaikilta osin dramaturgiaa ei semmoisenaan voitu toteuttaa, ei mm. ollut tarvittavaa rekvisiittaa saatavissa.



Kuvauskalustoa ja kuivaharjoittelua Suvannossa ja Kieringissä, Kuva: Seita-Säätiö

Kesäloimat ja muut kuvaukset pitivät Seita-Säätiön väen kiireisenä, mutta lopulta onnistuimme sopimaan kuvauspäivän. Kuvaukset jouduttiin tekemään kiireellä. Drone-kuvaajalla oli tiukka aikataulu ja ilmakuvaukset tehtiinkin ensin. Tarinoiden esitysten harjoitteluun ja dramaturgian miettimiseen paikan päällä ei jäänyt aikaa. Tarinoiden elävöittämiseksi olimme koonneet myös valokuvia driveen.

Lokakuussa Seita-säätiö pääsi Kairalan videoiden editointiin. Kun raakavideot valmistuivat annoimme vielä joitakin korjausehdotuksia ja niitä kyllä huomioitiin eli yhteistyö tältä osin toimi hyvin. Lokakuussa CityNomadille piti toimittaa reitit ja lokaatiot kartalla. Vielä joulukuussa 2017 lähetettiin Nadja Osipovalle kuvia lisättäväksi Kairalan lokaatioihin. Loppuvuodesta oli vielä käsiesitteen tekstin laatiminen ja sopivien kuvien etsintä siihen. Kyläaktiivi laati kaksi erilaista versiota ja pyysi kommentit kyläseuran jäseniltä.

Kevät 2018 oli hiljaiseloa hankkeessa. Odottelimme esitteen raakaversiota, mutta siitä ei kuulunut mitään. Kesäkuussa toteutui CityNomadin koulutus. Valitettavasti siihen ehti osallistumaan kylästä vain yksi henkilö. Onneksi syksyllä järjestettiin vielä webinaari, joka tallennettiin. Kaiken kaikkiaan hanke on ollut mielenkiintoinen ja tarjonnut uudenlaista konseptia kylien esittelyyn. Kunpa sitä osattaisiin hyödyntää jatkossakin."

30.12.2018

2. AIKATAULU

2016 KESÄKUU – JOULUKUU

- hankepäättös saatu kesäkuussa 2016, aktiiviset toimet aloitettu syksyllä 2016
- muutoshakemus tuensiirrosta heinäkuussa 2016
- kilpailutukset Clouidiassa syyskuussa
- kylien / kyläorganisaatioiden ja kyläaktivaattoreiden etsinä ja rekrytointi syksy 2016
- kylien järjestämien tarinankeruuiltojen järjestäminen alkoi loppuvuodesta 2016

2017 TAMMIKUU – JOULUKUU

- aloituspalaveri asiantuntijapalveluiden toteuttajien kanssa helmikuussa
- palvelumuotoilutyöpajat ja tarinoiden kerääminen kylistä (kylien omat työpajat ja kokoontumiset), kevät
- koekuvaukset kylissä kevät / kesä
- käsikirjoitukset ja videoiden toteutus kesällä / syksyllä
- videoiden editointi
- konseptin ilmeen ja logon suunnittelua, graafisen ohjeen toteutus
- maksatushakemus

2018 TAMMIKUU – HEINÄKUUK

- konseptin ensiesittely Matka 2018 -messuilla ja Tampereen kotimaan matkailumessuilla
- Citynomadin vetämät koulutukset Kemijärvellä ja Sodankylässä kesäkuussa
- maksatushakemus

2018 ELOKUUK – JOULUKUU

- Valmennuspäivän suunnittelu ja toteutus; kutsut, ohjelma, järjestelyt
- Markkinointisuunnitelma; tarjouspyyntö, tarjouksen viilaus, markkinointisuunnitelman sisällön kommentointi
- Markkinointivälineet; tarjouspyyntö, tarvittavien aineistojen määrittelyt, aineistojen kerääminen, kommentointi, suunnittelu ja toteutus
- Konseptin testaus; ohjelman suunnittelu ja tarvittavat varaukset, testausryhmien valinta, testilomakkeiden suunnittelu, testimatkat, raportti
- WebTuner-koulutukset; Citynomadin webinaarin järjestelyt, työpajat kylissä – suunnittelu ja vierailut kylissä
- Hankkeen budjetin hallinnointi, maksatuksen valmistelu
- Loppuraportointi, ohjausryhmän kokous

30.12.2018

3. RESURSSIT

HANKKEEN HALLINNOIJA:

Sodankylän kunta, Marjo Harjula, matkailukoordinaattori

OHJAUSRYHMÄN KOKOONPANO:

Mirja Lampela Joutsijärven kyläyhdistys ry, varalla Taina Saavalainen

Erkki Ryttilahti, Oinas-Kalkiainen ry, varalla Tapio Lampela

Soile Holopainen, Kemijärven kaupunki

Annika Kostamo, Pelkosenniemen kunta

Mika Tenhunen, Pelkosenniemen kunta

Markku Kujala, Suvannon kyläyhdistys ry, varalla Paula Rantala

Kari Tallavaara, Kairalan Kyläseura ry, varalla Niina Kangas

Ulla-Maija Martin-Keinotie, Kieringin Kehitys ry, varalla Airi Kangas

Marko Touru, Vuotson Hurjat ry, varalla Teemu Kuukasjärvi

Anna-Kaisa Teurajärvi, Lapin ELY-keskus

Marjo Harjula, Sodankylän kunta, ohjausryhmän pj

Ulla Koikkalainen, projektipäällikkö 1.8.-31.12.2018

HANKKEEN TOTEUTUS:

Ulla Koikkalainen projektipäällikkö, 1.8. – 31.12.2018

Projektin koordinointi ja kuntien vastuhenkilöt:

- Sodankylä: Marjo Harjula matkailukoordinaattori
- Pelkosenniemi: Mika Tenhunen elinkeinokoordinaattori
- Kemijärvi: Soile Holopainen elinkeinoneuvoja

Jokaisesta kylästä on valittu kyläaktiivi(t), joiden tehtävänä on

- informoida kyläläisiä ja kyläyhdistystä hankkeen toimenpiteistä
- kutsua kyläläisiä kokoon hankkeen toimenpiteisiin, esim. erilaiset tarinaillat tms.
- suunnitella tarinatuotantoa yhdessä palvelumuotoilijan, sisällöntuottajan sekä oman kunnan vastuuhenkilön kanssa
- kerätä tarinamateriaalia kyläläisiltä
- toimia hankkeen yhteyshenkilönä kylissä ja kyläläisten edustajana
- sovellukseen vietyjen tarinoiden ja aineistojen päivitysoikeudet (päivitysoikeudet myös kuntien matkailu- / elinkeino-organisaatioilla)

Kyläaktiivit kylittäin:

- Vuotso: Marko Touru, Vuotson Hurjat ry
- Kierinki: Teija Raaterova, Kieringin Kehitys ry
- Suvanto: Markku Kujala, Suvannon kyläyhdistys ry

30.12.2018

- Kairala: Marja-Sisko Tallavaara, Kairalan Kyläseura ry
- Oinas: Erkki Rytilahti, Oinas-Kalkiainen ry
- Joutsijärvi: Taina Saavalainen, Joutsijärven kyläyhdistys ry

30.12.2018

4. KUSTANNUKSET JA RAHOITUS

Hankeaika 1.3.2016- 31.12.2018	Alkuperäinen budjetti	Muutettu budjetti 1.6.2018	Maksatukset 30.11.2017 ja 31.5.2018	Tot. 1.6. - 31.12.2018	YHTEENSÄ	SALDO
Palkkakulut	24360,00	29360,00	17464,80	10550,52	28015,32	1344,68
Projektityöntekijä Sodankylä 4 kk/kunta + proj.päällikkö 8 kk	8700,00	12271,43	3774,86	8544,50	12319,36	-47,93
sivukulut ja lomarahat 40 %	3480,00	4908,57	1509,94	2006,02	3515,96	1392,61
Projektityöntekijä Pelkoseniemi 2 kk	4350,00	4350,00	4350,00		4350,00	0,00
sivukulut ja lomarahat 40 %	1740,00	1740,00	1740,00		1740,00	0,00
Projektityöntekijä Kemijärvi 2 kk	4350,00	4350,00	4350,00		4350,00	0,00
sivukulut ja lomarahat 40 %	1740,00	1740,00	1740,00		1740,00	0,00
Palkkiot	12000,00	12000,00	12000,00	0,00	12000,00	0,00
Kylätuottaja palkkiona kylälle/kyläyhdistykselle	12000,00		12000,00		12000,00	
Ostopalvelut	75000,00	100250,00	47020,00	31377,06	99421,06	828,94
Osio 1. Digitaalisen palvelun suunnittelu ja toteutus (Citynomadi)	25000,00	22800,00	20064,00	4811,00	24875,00	-2075,00
Osio 2. Sisällöntuotannon suunnittelu ja toteutus (Seita-Säätiö)	20000,00	23860,00	19980,00	2646,00	22626,00	1234,00
Osio 3. Palvelumuotoilu (Reddo Partners)	15000,00	12880,00	12880,00		12880,00	0,00
Osio 4. Viestintä- ja markkinointi (Focus Flow)	15000,00	14960,00	13960,00		13960,00	1000,00
Painatuskulut: esitteet, tarrat, julisteet, rollupit		3600,00		5174,00	5174,00	-1574,00
Käännöstyöt (käännöspalvelu Semantix)		7050,00	1160,00	2725,00	3885,00	3165,00
Lanseeraus, pilotointi, markkinointi, mahd. kampanjat		6600,00		9215,00	9215,00	-2615,00
Citynomadin Whitelabel- palvelu, WLANin korvaaja		3500,00		4900,00	4900,00	-1400,00
Muut kulut: tuotetestaus & kv-mj / asiantuntijat		5000,00		1906,06	1906,06	3093,94
Matkakulut	8000,00	4000,00	0,00	2419,53	2419,53	1580,47
Tuotetestaus & kv-mj / asiantuntijat matkakulut		3500,00		2021,92	2021,92	1478,08
Työntekijän matkakulut		500,00		397,61	397,61	102,39
Flat rate 15%	3654,00	4404,00	2619,72	1582,57	4202,29	201,71
		4404,00	2619,72	1582,57	4202,29	201,71
TOSITTEELLISET YHTEENSÄ	150014,00	150014,00	100128,52	45929,68	146058,20	3955,80

30.12.2018

Rahoitus:

RAHOITUSSUUNNITELMA		Toteutunut:
Julkinen tuki sis. EU, valtio ja kunta 100 %	150 014	146 058,20
Josta kuntien osuus 5 %	7 500,70	7 302,91

5. RAPORTOINTI JA SEURANTA

Ohjausryhmä kokoontui hankkeen aikana 7 kertaa

- 11.10.2016
- 25.11.2106 (sähköpostikokous)
- 10.1.2017
- 5.9.2017
- 13. – 15.12.2017 (sähköpostikokous)
- 11. – 14.6.2018 (sähköpostikokous)
- 12.12.2018

Seurantatiedot syötettiin Hyrrään tammikuussa 2017, 2018 ja 2019.

Raportointi

KILPAILUTUSASIAKIRJAT

- *Palvelumuotoilu (toimitettu aiemman maksatuksen yhteydessä)*
- *Viestintä ja markkinointi (toimitettu aiemman maksatuksen yhteydessä)*
- *Sisällön tuotanto (toimitettu aiemman maksatuksen yhteydessä)*
- *Tekninen toteutus (toimitettu aiemman maksatuksen yhteydessä)*
- *Käännökset (toimitettu aiemman maksatuksen yhteydessä)*
- Lisätyöt: Focus Flow (tarjouspyyntö, tarjoukset, sopimus)
- Lisätyöt: Citynomadi (tarjouspyyntö, tarjoukset, sopimukset)

MUISTIOT / HINTAVERTAILUT

- Valmennuspäivä, asiantuntijapalvelu
- Painatusten kilpailutus ja vertailu

MÄÄRITTELYT / SUUNNITELMAT / LISTAUKSET / RAPORTIT

- Lapin Tarinakylä Graafinen ohjeisto
- Tarinakylät -sovellus
- Kohderyhmämäärittely
- Markkinointisuunnitelma, taustaa ja ohjeistukset kylille sekä visit- ja kuntaorganisaatioille
- Testimatkan raportit, testauslomakkeet, ohjelma, ohjeistus

MARKKINOINTIAINEISTOT

30.12.2018

- Esite A5 8-sivuinen, suomi ja englanti
- Flyer A5 2-sivuinen, suomi ja englanti
- Juliste A3, suomi
- Ikkunatarra 10x10 cm
- Jaettava paperitarra 10x10 cm
- Infotaulut kyliin, 90x90 cm, alumiinikomposiittilevy
- Kohdekyllit, A5, alumiinikomposiittilevy
- Laskeutumissivu (verkkosivu) www.visitsodankyla.fi/lapintarinakylat ja www.visitsodankyla.fi/laplandvillagestories
- lehdistötiedote ja pitempi juttu Tarinakylä-konseptista
- FB-kansikuva (suomi ja englanti)
- FB-mainokset (3 erilaista, suomi ja englanti)

OSALLISTUJALISTAT

- Citynomadin koulutus 14.6.2018 Sodankylä
- Tarinakylä, valmennuspäivä 3.10.2018

HANKEHALLINTO

- Jatkoajan hyväksyminen sähköposti 14.8.2018
- Hyväksyntä lisätöiden hankkimisesta Focus Flow'lta, sähköposti 14.8.2018
- Hyväksyntä testausmatkan kustannuksista, sähköposti 13.11.2018
- Työaikaraportti_projektipäällikkö
- Ohjausryhmän kokouspöytäkirja 12.12.2018

TIEDOTTEET & JULKAISTUT JUTUT

- Tiedote_Matkamessut 2018
- Julkaistut jutut_2018
- Tiedote hankkeen päättymisestä
- Valmis juttu tiedotusvälineille
- Julkaistut jutut_2019

6. TOTEUTUSOLETUKSET JA RISKIT

Hankesuunnitelmassa mainitut:

Haasteena hankkeessa on, että se kasvaa sisällöltään ja datamassaltaan liian suureksi ja vaikeasti hallittavaksi. Siksi on äärimmäisen tärkeää, että sisällöntuottaja ja palvelumuotoilu rekrytointi vaiheessa määrittämään tarkat kriteerit millaista tietoa halutaan kerätä.

Haasteena on myös verkkopalvelut kansainväliselle matkailijalle, jolle matkapuhelinverkon käyttäminen ei ole mahdollista Suomessa. Teknisen toteutuksen työhön kuuluu selvittää mahdollisuudet tarjota verkko matkailijoille kylien alueella. Hankkeen kustannuksiin on laskettu mahdollinen ilmainen WLAN-yhteys kyliin Tarinakylän vierailijoille. Teknisessä toteutuksessa on otettava huomioon kautta linjan kehittyvät digitaaliset palvelut.

30.12.2018

Konseptin jatkuvuuden ja monistettavuuden säilyttämiseksi on luotava yksinkertaiset ja helpot käyttö- ja päivitysohjeet kuntien elinkeino- ja matkailupalveluihin sekä kyläläisille. Lisäksi on selvitettävä Tarinakyläiden tekijänoikeuskysymykset.

Aineiston säilytykseen etsitään luotettavia, olemassa olevia maksuttomia tai kustannustehokkaita palveluntarjoajia. Lisäksi hankkeessa halutaan rohkaista kyliä ja kyläyhdistyksiä itse tuottamaan ja päivittämään käytinkohdetta.

Haasteena voidaan pitää myös ostopalveluna tuotettavaa työtä johon kuuluu myös kylien aktivointi ja vuoropuhelu sekä suunnitelmat.

Hankkeessa tulee varmistaa myös kuntien aktiivisuus hankkeen jälkeisessä ylläpidossa ja vuoropuhelussa kyläläisten kanssa.

Toteutuminen

Tarinakylä-hankkeen sisältö rajattiin jo hankkeen alkuvaiheessa niin, että ongelmia sisällön kasvamisesta liian suureksi ei tullut. Toisaalta hankkeen edetessä huomattiin, että kieliversioiden tuottaminen omina videoina lisää ladattavan datan määrää sovelluksessa ja kieliversioiden määrä rajattiin neljään (suomi, englanti, saksa ja ranska).

Tarinakyläiden tekniseksi alustaksi valittu Citynomadi mahdollistaa sovelluksen sisällön lataamisen mobiililaitteeseen wifi-yhteydellä, joten tarvetta kylissä toimiville verkoille ei ollut.

Citynomadilla on olemassa helposti ymmärrettävät käyttöohjeet sovelluksen päivittämiseksi. Lisäksi webinaarikoulutuksesta on olemassa tallenne, joka on käytössä myös hankkeen päätyttyä.

Aineiston, valmiiden tarinoiden ja videoiden säilytys ja tallennus hoidetaan Citynomadin sovelluksessa. Vastuu kyläkohtaisten sisältöjen hallinnoinnista ja päivittämisestä siirtyy kylille hankkeen päätyttyä.

Hankkeessa valittiin jo alkuvaiheessa kylissä ns. kyläaktivaattorit, jotka toimivat sekä yhteyshenkilönä hankkeeseen päin että hankkeen viestinviejänä kyläläisten suuntaan. Kyliä on aktivoitu lisäsisällön tuotantoon hankkeen loppuvaiheessa projektipäällikön kiertäessä kyliä. Hankkeessa olisi pitänyt olla alusta alkaen projektityöntekijä, jolla olisi ollut riittävät resurssit hankkeen vetämiseen täysiaikaisesti. Hankealue oli laaja ja kylien aktiivisuustaso vaihteli suuresti.

4.3 TULOKSET JA VAIKUTUKSET

Tavoitteet ja niiden toteutuminen:

- pitkäntähtäimen tavoitteena luoda Sompion ja Itä-kairan alueen kyliin vetovoimaisia ja innovatiivisia matkailukäyntikohteita, jotka lisäävät kylien veto-voimaisuutta, kysyntää ja synnyttävät alueelle uusia yrityksiä vastamaan kysynnän tarpeisiin.

30.12.2018

Toteutuminen

Konseptin aktiivisen markkinoinnin jälkeen on mahdollista arvioida kylien vetovoimaisuuden lisääntymistä. Mikäli konsepti houkuttelee matkailijoita vierailuille kyliin, synnyttää se selkeästi tarvetta palveluille erityisesti niissä kylissä, joissa tarjontaa ei tällä hetkellä ole.

- **Tarinakylät tullaan suunnittelemaan kohderyhmänä modernit humanistit, kotimaiset omalla autolla matkustavat sekä kotimaiset ryhmämatkailijat.**

Toteutuminen

Hankkeen loppuvaiheessa tarkennettiin hieman suunnitelmassa käytettyä kohderyhmämäärittelyä vastaamaan Visit Finlandin uusia tutkimustuloksia. Samalla määriteltiin myös potentiaaliset kansallisuudet ja ikäryhmät. Uutta määrittelytietoa hyödynnettiin markkinointisuunnitelmassa sekä markkinointivälineiston suunnittelussa ja toteutuksessa.

Lisäksi loppuvaiheen testauksen tulosten perusteella, tarinoiden ja aineistojen sisältö kiinnostanee enemmän iäkkäämpiä matkailijoita, joille historia, paikalliskulttuuri ja paikallinen elämäntapa ovat kiinnostuksen kohteita.

- **Tarinakylä-hankkeessa kehitetään ympärivuotista toimintaa ja palvelutarvetta kyliin sekä lisätään kylien ja kuntien sekä matkailutoimijoiden välistä yhteistyötä.**

Toteutuminen

Tarinakylä-konsepti sopinee parhaiten lumettoman ajan matkailijalle. Hanke on lisännyt erityisesti kuntien sekä matkailutoimijoiden välistä yhteistyötä. Myös loppuvaiheen testausmatka tukee sitä, että konsepti soveltuu parhaiten kesän ja syksyn tuotevalikoimaan.

- **Tarinakylät suunnitellaan kyläläiset ja kohderyhmät huomioiden palvelumuotoilua käyttäen tärkeimpänä päämääränä taata saavutettavat Tarinakylät.**

Toteutuminen

Palvelumuotoilua hyödynnettiin tarinoiden työstämisessä videoitavaan muotoon. Sovelluksen käytettävyyteen, tarinoiden sijoitteluun kylämaisemaan olisi ollut hyvä myös palvelumuotoilua käyttä.

Palvelumuotoilun osuus hankkeen toteutuksessa ontui; kohteita ja tarinoita oli liikaa käytettävissä oleviin resursseihin (aika ja henkilöstö) nähden. Niin kyläläiset kuin hankkeen toteuttajatkin totesivat, että palvelumuotoilu ei tuonut kaivattua lisäarvoa tarinoiden ja videoiden toteutukseen.

- **Tarinakylät ovat digitaalisia kulttuurituotteita Lapin kylissä, jotka ovat helposti saavutettavissa. Kulttuurituotteet, tässä tapauksessa helposti saavutettava käyntikohde, lisää kysyntää muille palveluille kuten majoitus-, ravintola- ja opastuspalvelut.**

Toteutuminen

Lapin Tarinakylät-sovellus ja sen karttapohja mahdollistavat kohteiden löydettävyyden ja saavutettavuuden helposti. Matkailijoiden mielenkiinto kylää ja sen tarinoita kohtaan lisäävät tulevaisuudessa myös muiden palveluiden kysyntää. Tällä hetkellä toimivat palveluntarjoajat hyötyvät tulevasta asiakasvirrasta ja voivat kehittää tarinoiden ympärille ja niitä hyödyntäen uusia palveluja ja tuotteita.

30.12.2018

- **Tarinakylä-hankkeessa tallennetaan kylien fakta- ja fiktiopohjaista tietoa sähköiseen muotoon. Lisäksi kyläläisten kanssa rakennetaan opasteet kyliin hoitaen samalla kylämaisemaa. Hankkeen jälkeen kyläläiset ylläpitävät Tarinakylän kylämaisemaa.**
Totetuminen
Osa kylien tarinoista on tallennettu sähköiseen muotoon, videoiksi. Hankkeessa toteutetaan sekä info- kyltit että kohdekyltit tarinoiden kohteisiin. Kyläläiset huolehtivat kylttien esillelaitosta ja mahdollisten telineiden rakentamisesta. Ja ylläpitävät opasteita hankkeen päätyttyä.
- **Kuntien matkailutoimet ylläpitävät Tarinakylän digitaalisia palveluita ja markkinoivat kyliä.**
Totetuminen
Kuntien visit-organisaatioille on laadittu osana markkinointisuunnitelmaa ohjeita Tarinakylä-konseptin markkinoimiseksi ja lanseeraamiseksi. Tarinakylä-sovelluksen sisällöistä vastaa pääsääntöisesti kylät, mutta matkailutoimet auttavat tarvittaessa.
- **Lisätään asiakaslähtöistä kysyntää kylien palveluntarjontaan markkinoimalla Tarinakylä ja tuottamalla kulttuurimatkailukäyntikohdetta kyliin.**
Totetuminen
Palveluiden kysynnän lisääntyminen voidaan arvioida vasta hankkeen päätyttyä, pitemmällä aikavälillä.

Konseptin testaustuloksia

Konseptia testattiin hankkeen loppuvaiheessa kahden opiskelijaryhmän voimin. Ryhmät kiersivät kuntien matkailuneuvonnat, kylät ja tarinakohteet joulukuun alussa, täyttivät kohteista testauslomakkeet ja laativat matkan päätyttyä raportin matkastaan. Raportti on toimitettu ohjausryhmälle ja sitä kautta palaute on saatu myös kylien käyttöön.

Lapin ammattikorkeakoulun englanninkielisen restonomilinjän opiskelijat kiersivät Tarinakylät ja havaitsivat näkemäänsä ulkomaisen matkailijan silmin:

"The stories were strongly influenced by war. That is also a feature that makes the Lapland Village Stories concept more interesting to Finnish people, rather than international tourists. The stories were, however, mostly interesting and told nicely.

Target group for these stories can be elderly people from Finland, who know already what has happened and are familiar with a Finnish history. The special tourism packages could have been made for them, which could include transportation, accommodation, meal and a special person (it could be a guide) who would accompany seniors and could assist them if needed.

Another target group can be tourists from any age or country, who are interested about war history and the events from that time. In this case, more services are needed and developed in the villages and closed municipalities. Also, when speaking about visiting villages, it is essential to put signs on the selected tourism attraction from the stories. Those signs need to be made at least in two languages – Finnish and English.

30.12.2018

Moreover, it could be great if tourists could experience the story by themselves. This could be done via workshops. For example, in Vuotso in shop of Arja Sompio, visitors could make some souvenirs by themselves. After workshop, tourists could have a cup of coffee and talk more with a lady from the shop or just walk around. More inspiration and details for this activity could be taken for example from Irene Kangasniemi – a pioneer of handicraft workshops in Rovaniemi.

Overall, Lapland Village Stories are nice, but not as interesting as we expected. They can be found in other places as well, meaning that it is challenging to have stories as the main tool to attract visitors. In addition, when the project will be over, it will be hard for locals to maintain the concept by themselves. Especially, when the average age of village citizen is over 60. More guidance is needed for both tourists and locals, otherwise the whole concept will be dead after several months. On the other hand, this project can become an additional source for other, already-existing summer tourism products in order to get more 'Lappish experience' for the tourists coming here during summer time."

Humanistisesta ammattikorkeakoulusta Jyväskylästä kiersi viiden opiskelijan porukka matkailuinfot, kylät ja tarinoiden kohteet. Heidän kokonaisarvionsa matkasta:

*"Lähdimme matkaan melko vähäisin odotuksin. Emme olleet tutustuneet hankkeeseen juuri lainkaan ennen reissua, joten eniten osasimme odottaa poroja ja lunta, joita tiesimme Lapissa olevan. Paikallisten ihmisten kohtaaminen osoittautui ehdottomaksi lempiasiaksemme koko reissulla. Koimme, että ihmiset loivat parhaat hetket koko reissussa. Oli hienoa huomata, kuinka ystävällisiä ja vieraanvaraisia lappilaiset meitä kohtaan olivat. **Heidän läsnäolonsa toi tarinat eloon, minkä vuoksi Vuotso olikin kirkkaasti onnistunein Tarinakylä.***

Kokonaisuutena koko matkaa arvioisimme hienoksi kokemukseksi. Oli mielenkiintoista nähdä erilaista Lappia, kuin mitä on tottunut näkemään laskettelukeskuksissa. Matkan aikataulu tuntui välillä hieman tiukalta, ja muutaman päivän aikana tuli istuttua paljon autossa. Kuitenkin näimme paljon hienoja maisemia ja poroja teiden varsilla. Tapasimme lappilaisia, mikä oli yksi mielenkiintoisimmista asioista matkaan aikana päästä kuulemaan heidän tarinoitaan.

Parhaimmat palvelukokemukset saimme kylien kaupoista ja kahviloista sekä hankkeen ulkopuolisilta toimijoilta. Matkailun kannalta uskomme, että palveluilla ja niistä saaduilla ihmiskontakteilla on paljon merkitystä matkailijalle. Mielestämme Lapissa olisi hyvä painottaa paikallisuutta ja omavaraisuutta sekä esitellä siellä asuvien erilaisia elinkeinoja. Matkailijoille kohtaamiset paikalliskulttuurin kanssa ovat nimenomaan sitä, mitä sinne matkatessa haetaan."

30.12.2018

VAIKUTUKSET

Hankkeella kerättiin talteen kylähistoriaa ja kylän elämään liittyviä tarinoita. Tarinat saatiin niin kyläläisten kuin matkailijoidenkin katsottaviksi ja kuunneltaviksi. Lisäksi sovellukseen on mahdollista lisätä tietoa, kuvia, liikkuvaa kuvaa ja ääntä määrättömästi. Sovelluksen sisältöjen omistajuus jää kyläläisille ja kyläorganisaatioille, jolloin aktiiviset toimijat hyötyvät.

Hankkeen loppuvaiheessa kyläläiset löysivät useita muitakin mahdollisuuksia hyödyntää sovellusta jatkossa. Tapahtumissa hyödyntäminen (esim. tapahtumakartan muodossa), retkeilyreittien, lisätarinoiden ja -tietojen tuottaminen.

Hankkeessa tuotettiin malli, jolla kylien historiaa ja mielenkiintoisia tarinoita tuodaan matkailijoiden tietoisuuteen ja ohjataan kyliin lisää kävijöitä. Matkailijoiden ja vierailijoiden määrän lisääntyminen luo kysyntää muille palveluille kylissä; tarvitaan ravintola- ja kahvilapalveluita sekä majoitusta. Haasteena osissa kyliä on kuitenkin vähäinen asukasmäärä ja asukkaiden nykyinen ikärakenne. Vaikka kysyntää olisi, ei kylistä löydy välttämättä tekijöitä tai yrittäjiä uusien palveluiden toteuttamiseen. Tarinat ja niiden markkinointi eivät itsessään tuo kylään lisää hyvinvointia tai matkailutuloa vaan uusien palveluiden ja yritystoiminnan kautta voidaan kehittää kylän matkailua ja hyvinvointia kokonaisuutena.

Kyläläisten aktiivointi onnistui hankkeessa keskimäärin hyvin, tosin aktiivisuus vaihteli kylittäin. Hanke vei paljon aikaa kyläläisiltä ja aktiiveilta; heidän tehtävänä oli kylätilaisuuksien järjestäminen, tarinoiden etsiminen, kuvauspaikkojen ja -lupien järjestäminen. Myös itse kuvauksiin osallistuminen ja järjestelyt kuvauksien aikana jäivät kyläläisten vastuulle. Aktiiviset kylät ja yhteisöt kokivat kuitenkin yhdessä tekemisen (tarinoiden kerääminen, kuvaukset etc.) koko yhteisöä vahvistavaksi toiminnaksi.

OHJAUSRYHMÄN ARVIO HANKKEESTA

Ohjausryhmä piti arvokkaana ja ainutlaatuisena että kylät saatiin aktivoitua mukaan. Kylät tekivät hienoa työtä ja osassa kylistä käytettiin paljon aikaa tarinoiden etsimiseen, työstämiseen ja videoiden toteutukseen.

Hanketta ja kylien aktivointia pidettiin onnistuneena. Myös videoiden toteutusta kiiteltiin.

Ohjausryhmä katsoo, että projektityöntekijän tai -päällikön palkkaaminen alusta alkaen olisi helpottanut ja sujuvoittanut hankkeen läpivientiä. Hankehallinnoijan näkökulmasta maantieteellisesti laaja hankealue sekä monet toimijat tekivät koordinoinnista työlää ja aikaa vievää.

5. ESITYKSET JATKOTOIMENPITEIKSI

Citynomadin White Label -palvelu mahdollistaa lisäsisältöjen ja uusien kyläkohteiden tuonnin sovellukseen. Kuntien matkailutoimijoiden tehtäväksi jää koko konseptin lanseeraus matkailijoille samoin kuin muille kylille ja matkailutoimijoille.

Hankkeessa mukana olevien kylien tulisi aktiivisesti tuottaa ja lisätä tarinoita joko tekstinä, videoina tai äänitteinä sekä kuvia kyliensä historiasta ja tarinoista. Matkailijoita pitäisi pyrkiä myös aktivoimaan tarinoiden ja tekemisen kautta kohtaamaan paikallisia ja käyttämään paikallisia palveluja.

30.12.2018

Konseptia tulee aktiivisesti markkinoida kuntien matkailunevonnissa ja infopisteissä.
Markkinointimateriaalit ja ohjeistus niiden käyttöön on jaettu niin kyliin kuin kuntien toimijoillekin.
Hankeosapuolet olivat kiinnostuneita myös jatkohankkeesta. Hankesuunnittelua ei ole vielä käynnistetty.

6. ALLEKIRJOITUS JA PÄIVÄYS

Sodankylässä 30.12.2018



Marjo Harjula
matkailukoordinaattori
Sodankylän kunta

