

PAIKALLISYLPEYS ON ALUEBRÄNDIN SYDÄN

ELINVOIMAINEN MATKAKOHDE SYNTYY KUN PAIKALLISET
TUNNISTAVAT ALUEENSA POTENTIAALIN

18.1.2019 Matkamessut

RAMBOLL

ESITTÄYTYMINEN

ELISE LOHMAN

maisema-arkkitehti,
tarkastelee työssään ihmistä
maisemassa ja maisemaa
ihmisen ympärillä.



KAISA MERILAHTI

ympäristöekonomi (MMM),
kestävän matkailun
asiantuntija. Kaisa koordinoi
Rambollin monialaisia
asiantuntijapalveluja
matkailualan kehittämisen
tarpeisiin.

RAMBOLL VUODESTA 1945

OMISTAJANA RAMBOLL-SÄÄTIÖ

MISSIO: Luomme kestävää yhteiskuntaa, jossa ihmiset ja luonto kukoistavat.



13 000
asiantuntijaa



Lähes **300 toimipistettä**
35 maassa

PALVELUT MAAILMANLAAJUISESTI

- Kiinteistöt ja rakentaminen
- Infra ja liikenne
- Kaupunkisuunnittelu
- Vesi
- Ympäristö ja terveys
- Energia
- Johdon konsultointi

MITEN MAISEMASTA TEHDÄÄN BRÄNDI?

1. MATKAILUN KEHITTÄMISEN ODOTUKSET JA TRENDIT
2. BRÄNDIN JA YLPEYDEN RAKENTAMINEN
3. ESIIN JA NÄKYVÄKSI TUOMINEN
4. TARINALLISUUS
5. PAIKALLINEN YLPEYS
6. HYÖDYT PAIKALLISTEN ELINYMPÄRISTÖÖN

KOVIA ODOTUKSIA MATKAILUN TUOMALLE ELINVOIMAISUUDELLE

- Matkailu kasvaa: Erilaiset trendit tukevat Suomessa matkailua.
- Suomessa on paljon potentiaalia ja kohteita - usein luonnonkauniilla paikoilla.
- **Mutta miten erottautua?** Miten löytää paikan henki? Miten tehdä maisemasta brändi?



Lähde: visitsalla.fi

Remote town in Finland made a commercial for "nothing"

youtube.com/watch?...

Promo



MATKAILUN KEHITTÄMISEN MUUTOS

- Kehittämisen tavoitteena ei ole enää massaturismi ja matkailun kasvu.
- Tärkeintä on tuottaa **yhteistä arvoa sekä paikallisille että matkailijoille**:
 - Yhteinen pyrkimys tuottaa yhteisiä palveluita – ilman vastakkainasettelua.
 - Mm. Kööpenhaminan matkailustrategia vastaa trendeihin: "Localhood for everyone."
 - Esimerkiksi Helsinki Marketing on onnistunut saamaan **kansainvälistä näkyvyyttä paikallisia palvelevilla hankkeilla**.



PAIKALLISUUTTA TUKEVAT SIGNAALIT

- ♀ *Maata pitkin matkailijat* -ryhmä kasvaa kiihtyvällä tahdilla Facebookissa. Ruotsalaisessa *Tågsemester* -ryhmässä nyt 45233 jäsentä.
- ♀ Useita ratahankkeita ja radat näkyvästi esillä myös kansainvälisesti.
- ♀ Paljon erilaisia elämysmatkailun uusia nostoja ja palveluita: *kotamajoitus, tentsile, majakat yli vuoden jonotuksella...*
- ♀ Samaan aikaan järjestetyt *Maata pitkin* -varjomessut ovat saaneet paljon näkyvyyttä.

→ Ilmastoahdistus ja -herääminen avaa mieltä uusille ratkaisuille poliittisesti ja yksilötasolla.

→ Paikallisuus on avoimeen maailmaan syntyneille jopa eksoottista.

RAMBOLL

Kaupunki
Venäläisiä on tulossa Helsinkiin niin paljon, että VR tuplasi Allegro-junien pituuden – Ostosten ja kylpylöiden sijaan nyt vetää uusi trendi
Uuden vuoden sesonkina pelkästään Allegrolla on tulossa Venäjältä Suomeen yli 10 000 matkustajaa. Eniten itänaapureita on Helsingissä seuraavat kaksi viikkoa.
Katja Kuokkanen, HS, Julkaistu: 30.12.2018 20:00, Päivitetty: 31.12.2018 7:38

Mielipide | Kolumni

Matkustin junalla Barcelonan – siitä tuli kamareissu, ja lentäen matkustaneita ystäviäni hymyilytti

Junalla matkustaminen on huomattavasti mukavampaa kuin lentäminen. Stressitasot romahtavat jo matkalla, ja interrail-lippu kädessä voi kuvitella olevansa oman elämänsä Jack Kerouac.

Lari Malmberg

Julkaistu: 14.1. 2:00, Päivitetty: 14.1. 7:39



MATKUSTIN joulukuussa junalla Barcelonan. Ja melkein takaisin.

Työpaikan ovi suhahti takanani perjantaina kello 16.30. Siitä tuli kallis reissu.



VIITEEN junamatkapäivään oikeutta **Matka | Kolumni**
Helsingin euroa. S Tukholman

On koomista, että tunnemme Thaimaan paremmin kuin isänmaan – Tämä yllättävä matkakohde on suomalaisten suosikki vuonna 2019

Pakko sen on totta olla, kun ulkomailakin näin ajatellaan: Suome.

Riku Rantala

Julkaistu: 12.1. 2:00, Päivitetty: 12.1. 6:20

AINA tammikuussa kolumnistien kuuluu esittää oman alansa ennusteet uudelle vuodelle. Mikä siis on vuoden 2019 kuumin matkailutrendi?

Tällä palstalla on aikojen haistettu hittihoiteet Sri Lankasta Meksikoon ja Albaniaan, joten nyt paljastetaan seuraava profetia: tämän vuoden kuumin matkailutrendi on Suomi!

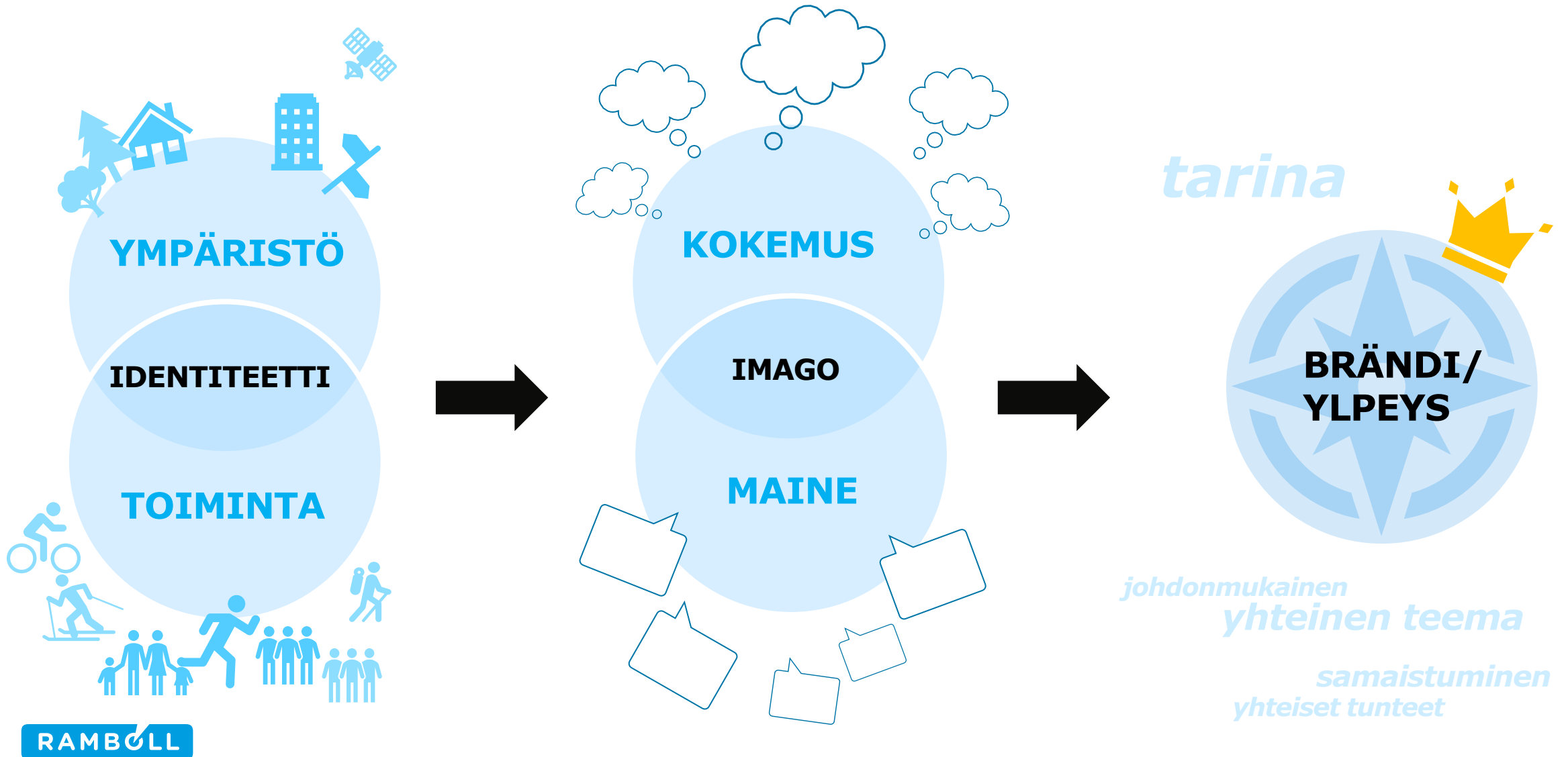


Näillä vinkeillä reissaat lentämättä – maata pitkin matkustaville järjestetään ensimmäiset matkamessut
Ilmastoahdistuksen ei tarvitse estää matkustamista.

KAUPUNKIEN MUUTTUMINEN SAMAAAN SUUNTAAN

- Kaupunkistrategiat ovat inhimillisiä ja hyvinvointipainotteisia. Esim. sana "olohuone" toistuu usein. *Ajan kuva ja samalla esimerkki osajista ja asukkaista kilpailemisesta.*
- Kaupunkitiloista tai kaupungin palveluista muodostuu "**olohuone kaupunkilaisille**" ja "**vierashuone matkailijoille**". Kaupunki on oman elämän ja identiteetin jatke, mutta samalla yhteinen.
- Ihmiset myös ottavat itse julkisen tilan haltuun ja tuottavat merkityksiä rakennetussa "kulississa", esim. ravintolapäivä, siivouspäivä, kylätapahtumat...
- Ihmiset muodostavat elävän ja elinvoimaisen kaupungin ja mahdollistavat sen toiminnat.

SUUNNISTA TEORIAAN: *BRÄNDI*

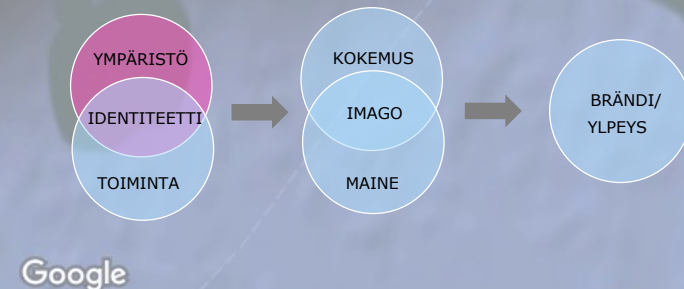


ESIIN JA NÄKYVÄKSI TUOMINEN

- Jokaisella suomalaisella kylällä ja kaupungilla on oma kansainvälisesti katsottuna **uniikki, puhdas ja turvallinen** ympäristönsä, sekä pysyvä maisemarakenne.
- Maisema on jokamiehenoikeuden turvin hyödynnettävissä - ja omaisuutta, jota myös kannattaa hyödyntää.
- On tärkeää nostaa **pysyvän ympäristön tuoma potentiaali** selkeästi käyttöön, eikä hukata sitä itsestäänselvyytenä.

Jokamiehenoikeus on esimerkki itsestäänselvyydestä, jota emme arvosta tarpeeksi!

RAMBOLL



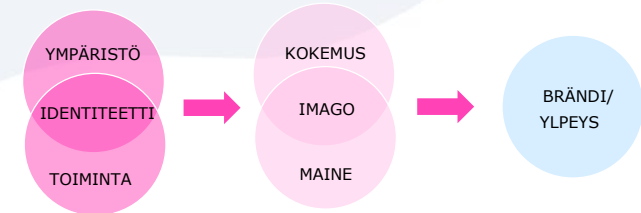
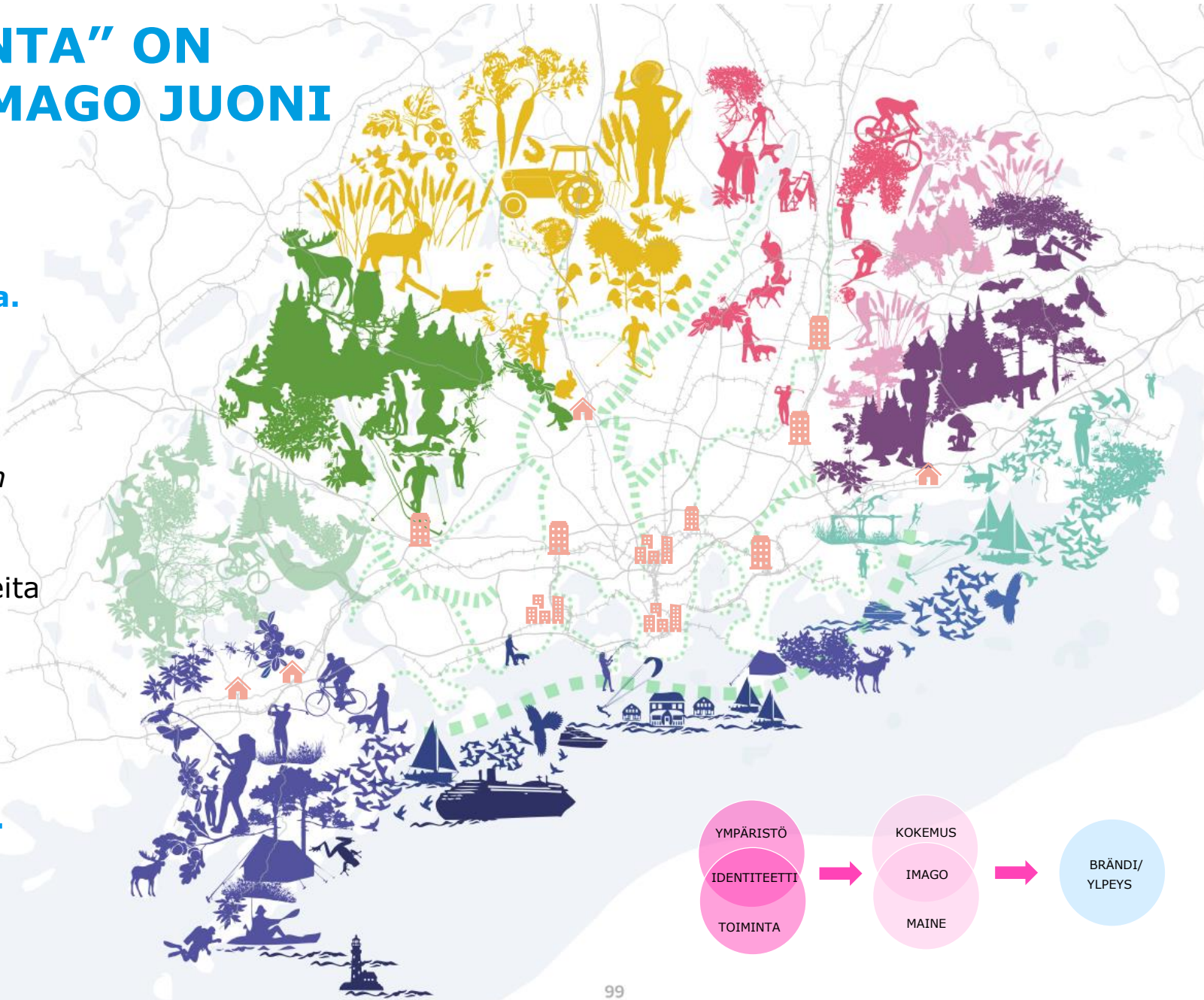
ESIIN JA NÄKYVÄKSI TUOMINEN

- Staattinen ympäristö toimii **selkänäjana monenlaisille toiminnoille.**
- Ympäristön ominaisuuksien tunnistamisen jälkeen **tunnistetaan niiden merkitys** ihmisille.
- Ihmisen ja ympäristön yhdistäminen nostaa palvelut, viheraluepalvelut ja muut toiminnot esiin ja käyttöön.
- "Paikallisten erityispiirteiden" tai "pysyvän ympäristön tuoman potentiaalin" kartoittaminen on identiteetin rakentamisen **ensimmäinen vaihe.**

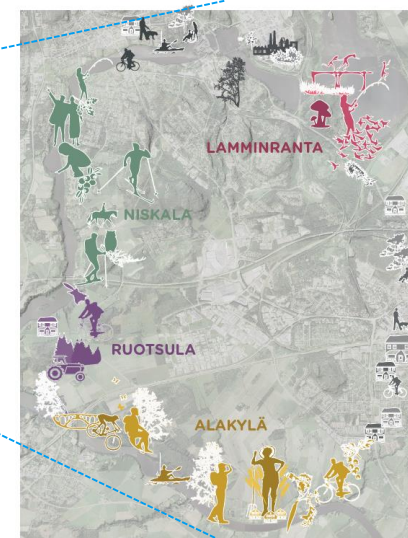
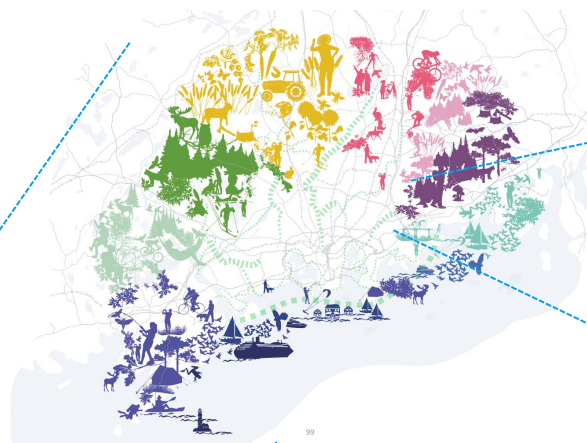
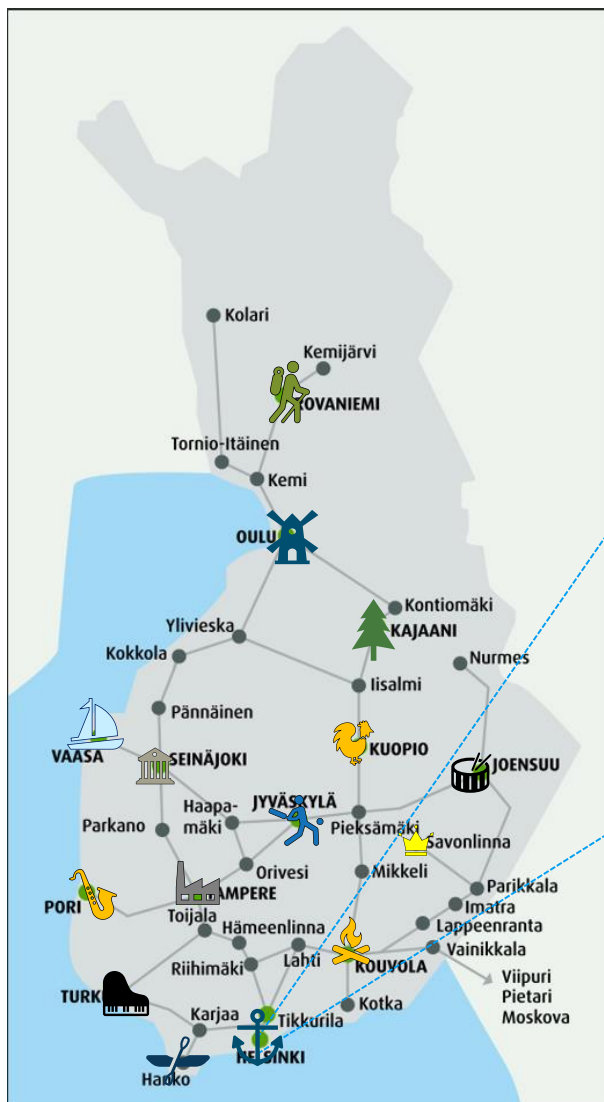


“YMPÄRISTÖ+TOIMINTA” ON TARINAN LAVASTE, IMAGO JUONI

- Ominaisuuksien ja niiden potentiaalien kartoittamisen jälkeen niitä voidaan **luokitella ja kehittää kokonaisuuksina.**
 - *Palveluista ja kohteista muodostuu polkuja.*
 - *Kokonaiskuva tukee uusien palveluiden syntymistä ja pysyvyyttä.*
- Alueille alkaa muodostua yksittäisiä kohteita **yhdistävä tarina – brändin alku.**
- Liikkeelle lähtenyt ihminen ja ympäristö muodostavat kokonaisuuden, jossa oma tarina ja ympäristön tarina sekoittuvat.
Kokemus ja maine ruokkivat toisiaan.



POTENTIAALEISTA (SKAALAUTUVA) HELMIVERKOSTO



- Paikkaan sidotut palvelut voidaan osoittaa **kaikissa mittakaavoissa ja näkökulmissa** – myös sisätilatarkasteluna tai hybridinä.

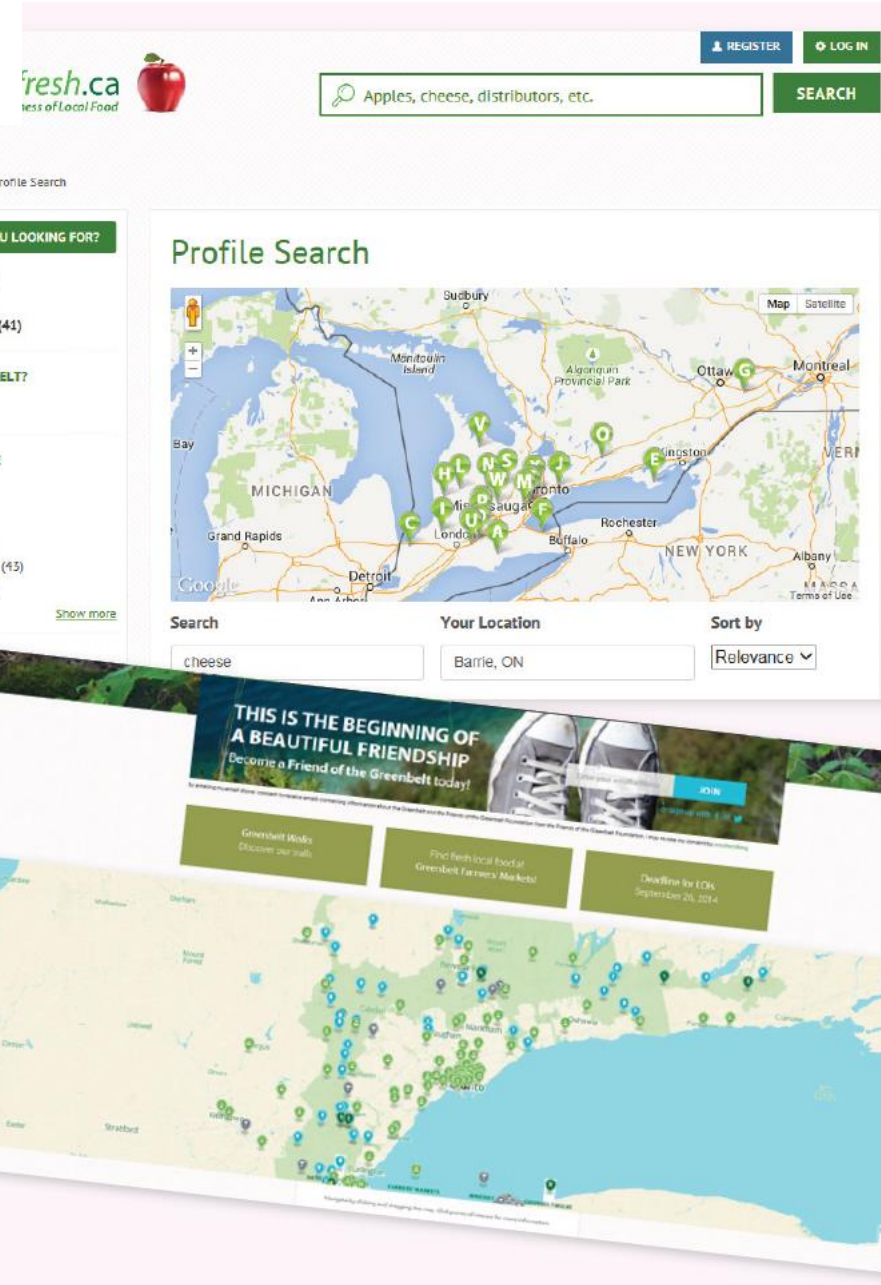
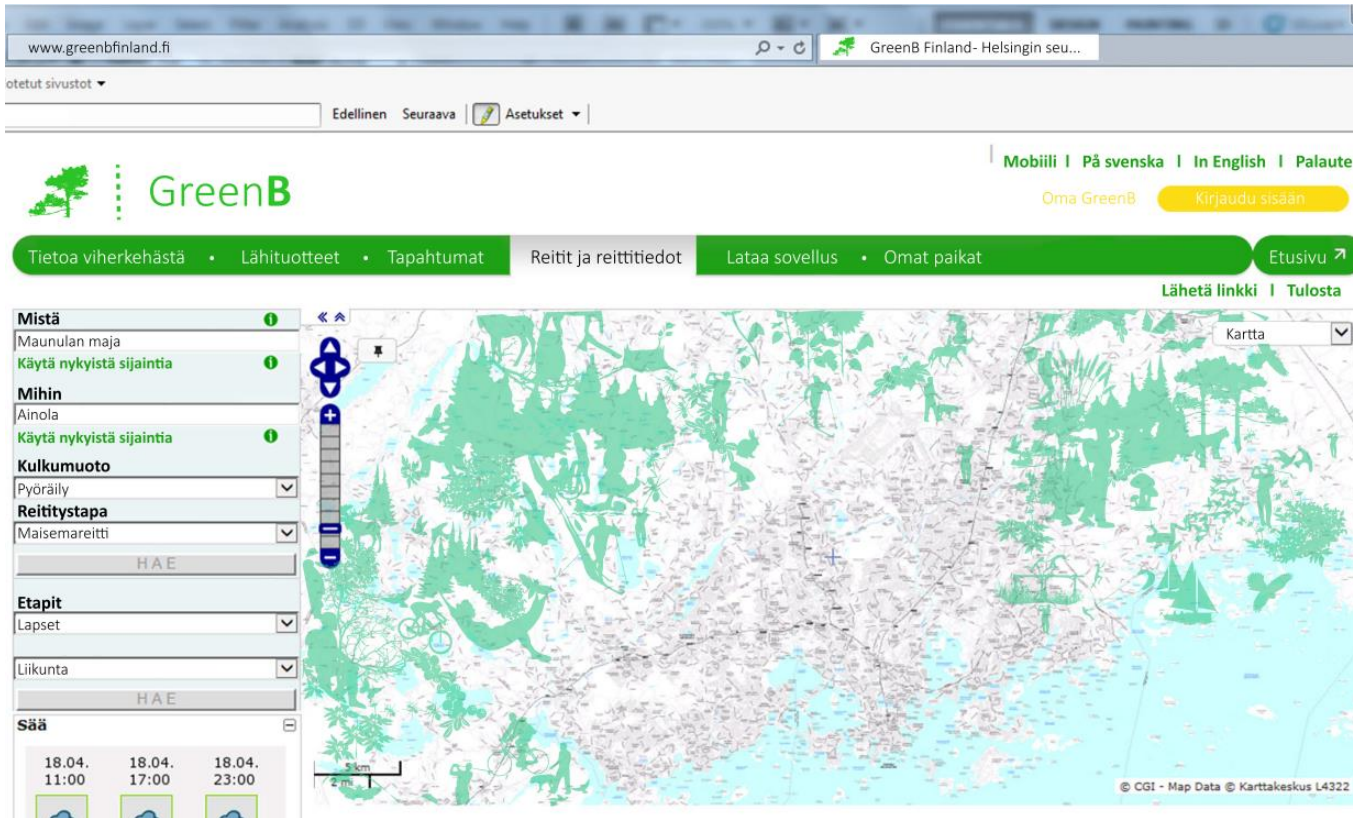
PAIKALLISYLPEYS JA ALUEBRÄNDI

- Kartoituksessa esiin nostettavat erityispiirteet ja vahvuudet ovat **tunnistettavia ja aitoja**, eli paikkaan vahvasti perustuvia.
- Aito imagopohja ei tunnu tarinasta irralliselta lavasteelta ja elää luontevasti ajassa.
- Aitoon ympäristöön rakentuva pohja vahvistaa entisestään **sekä paikallisidentiteettiä että lisää kohteen kiinnostavuutta** matkailijoiden silmissä.
- Verkostomainen rakenne ohjaa ja levittää käyttöä hallitusti, ja tarjoaa kokonaisempaa elämyksellisyyttä.

JOKAISELLA ALUEELLA ON POTENTIAALINSA: USEIN SE KYTEE PIILOSSA



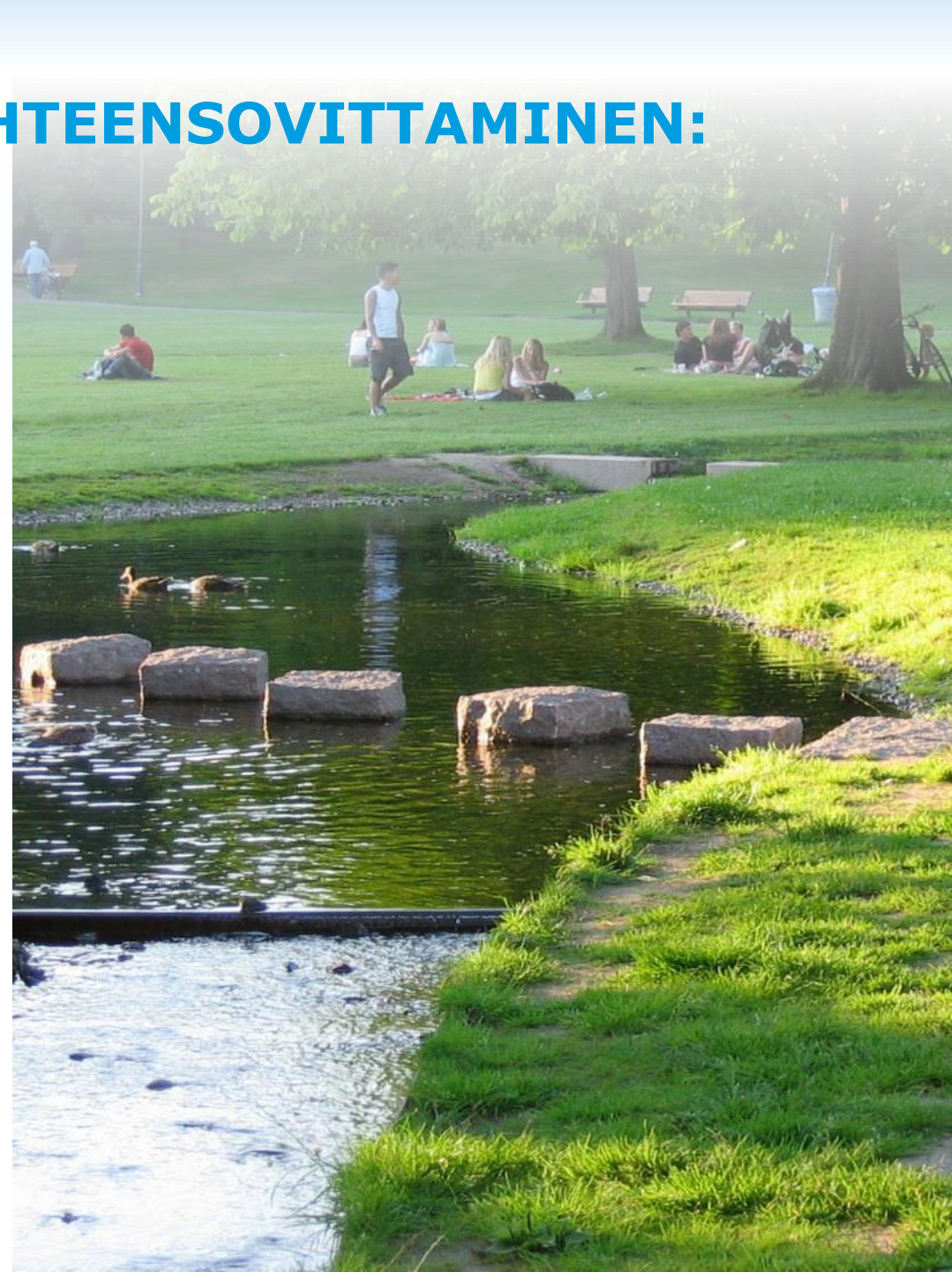
ESIMERKKEJÄ YMMÄRRETTÄVYYDEN JA SAAVUTETTAVUUDEN KEHITTÄMISESTÄ



PAIKALLISUUDEN JA MATKAILUN YHTEENSOVITTAMINEN: KONKREETTISET ASKELEET

1. Ensin **konkreettinen potentiaalikartoitus**, jotta tarinan - eli muodostuvan brändin - tausta rakentuu johdonmukaisena ja pitävänä.
2. Huomioidaan imagon liittyminen inhimilliseen tasoon: **Elämykset ja tarinat** ovat monesti henkilökohtaisiin muistoihin ja pieniin hetkiin sekoittuneita.

 Konkreettisten helmien tavoin paikallisylypeyttä on aina, kun sen osaa kaivaa esiin! Sen päälle on hyvä rakentaa.
3. Sitoudutaan yhteiseen suuntaan yhdessä tekemällä. **Yhteistä tekeminen edistää sitoutumista.**
4. Vasta **viimeisenä** konkreettiset toimet, hankkeet, esitteet...



HYÖDYT SEKÄ MATKAILUN ETTÄ KAUPUNGIN KEHITTÄMISEEN

- Monipuolistaa palveluita ja vähentää kausiluontoisuutta:
 - Elävöittää arkiympäristöä monella tasolla.
 - Parantaa hyvinvointia
 - Parantaa palveluiden laatua ja edistää tasalaatuisuutta.



PALVELUT MATKAILUALAN TARPEISIIN

KESTÄVÄN MATKAILUN MONIALAISTA KEHITTÄMISTÄ

KONSEPTIN JA LIIKE-TOIMINNAN KEHITYS

- Konseptisuunnittelu
- Markkina-/ sijaintianalyysit
- Asiakastutkimukset
- Kohde- ja aluebrändäys, markkinointi
- Kiinteistökehitys ja investorien hankinta
- Valmennukset, benchmarking-matkat
- Palvelumuotoilu

ALUESUUNNITTELU

- Masterplanit, alueelliset kehittämissuunnitelmat, matkailustrategiat
- Maisema- ja ympäristösuunnittelu
- Valaistussuunnittelu
- Opasteet ja digitaalinen opastaminen
- Kaavoitus ja siihen liittyvät selvitykset
- Liikenne- ja saavutettavuus, liikenne palveluina

PÄÄTÖKSENTEON TUEKSI

- Aluetaloudellisten vaikutusten ja matkailutulojen laskelmat
- Tarvekartoitukset/analyysit
- Elinkeinopoliittiset selvitykset

KESTÄVÄT RATKAISUT kiertotalous, energiaratkaisut, vastuullisuus, ekosysteemipalveluiden näkökulma, vähähiilisyyden edistäminen

PALVELUMUOTOILU osallistamisen ja tarinallistamisen menetelmänä

KANSAINVÄLISYYDEN hyödyntäminen



RAMBOLLIN VAHVUUDET

- Menetelmänä osallistaminen ja palvelumuotoilu
- Paikkatiedon ja digialustojen hyödyntäminen, uudet teknologiaratkaisut
- Visuaalisuus ja havainnekuvat
- Kansainvälinen toimija, joka voi tarjota referenssejä ja benchmark-kohteita ulkomailta

- Kestävä kehitys läpileikkaavana teemana
- Tarjolla myös Rambollin muu laaja osaaminen esim. infra-, liikenne- ja rakennussuunnittelussa
- Monialaisen osaamisen ansiosta pystymme tarjoamaan laaja-alaisia kokonaisuuksia ja pitkäaikaista kumppanuutta

The background image shows a wide fjord under a cloudy sky. In the distance, a small town is nestled in a valley, with several large, dark, rectangular structures (possibly offshore platforms or dams) visible in the water. To the left, a red and white boat is docked near a snowy shoreline. The foreground shows the dark, rippling water of the fjord and a metal railing with a blue rope tied to it on the left side.

KIITOS!

KOMMENTTEJA? KYSYMYKSIÄ?

RAMBOLL FINLAND OY

Yhteystiedot:

Kaisa Merilahti

Projektipäällikkö, kestävä matkailu
kaisa.merilahti@ramboll.fi

Elise Lohman

Maisema-arkkitehti
elise.lohman@ramboll.fi

<https://fi.ramboll.com/palvelut/kaupunkisuunnittelu/kestava-matkailu>

Esitys tulee Slideshareen!

RAMBOLL

