

Toimintasuunnitelma Talousarvio 2010

POHJANMAAN
M A T K A I L U



ÖSTERBOTTENS
T U R I S M

Raastuvankatu 30, 65100 Vaasa
Puhelin 06 – 325 1125, faksi 06 – 312 5833
Sähköposti: office@botniatourist.com

Sisällysluettelo

1.	TOIMINTA-AJATUS	1
1.1	Strategiset tavoitteet.....	1
1.2	Toiminnalliset tavoitteet	2
1.3	Määrälliset tavoitteet.....	2
2	MARKKINOINTITOIMINTA	3
2.1	Kotimaan markkinointi	3
2.1.1	Valtakunnalliset markkinat.....	4
2.1.2	Muut toimenpiteet kotimaassa.....	4
2.2	Ulkomaan markkinointi	4
2.2.1	Ruotsi.....	4
2.2.2	Norja	5
2.2.3	Venäjä & Baltia	5
2.2.4	Keski-Eurooppa.....	6
2.2.5	Muu Eurooppa	6
2.3	Markkinointikanavat	6
2.3.1	Pohjanmaan Kautta – Via Österbotten 2010	6
2.3.2	Tuotekoosteita, messuja ja myyntitapahtumia varten.....	6
2.3.3	Tapahtumakalenteri 2010 internetissä	7
2.3.4	Pohjanmaan Matkailun kotisivut	7
2.3.5	VisitFinland	7
3	TUOTEKEHITYS	7
4	ALUEEN KEHITTÄMISTOIMINTA.....	7
4.1	Suuralue-yhteistyö FinWest 2010.....	8
4.2	Hanketoiminta.....	8
4.2.1	Land of the Rising Stones II.....	8
4.2.2	Reissaa ja Syö.....	8
5	VÄLITYSTOIMINTA	8
6	MUU TOIMINTA	9
6.1	Koulutus	9
6.1.1	Pohjanmaan Matkailun matkailuparlamentti.....	9
6.1.2	Henkilökunnan koulutus.....	9
6.2	Sisäinen tiedotus	9
6.3	Ulkoinen tiedotus	9
6.4	Matkailupalkinto ”Matkailukärppä”	10
7	TALOUS	10
8	ORGANISAATIO	10
8.1	Yhdistyksen kokous	10
8.2	Hallitus	10
8.3	Toimikunnat ja työryhmät.....	10
8.3.1	Markkinointiryhmä.....	10
8.3.2	Työvaliokunta.....	10
8.4	Toimisto	11
8.5	Yhdistyksen yhteistyöorganisaatiot	11
9	JÄSENET JA JÄSENMAKSU	11
9.1	Kuntajäsenet.....	11
9.2	Yritys- ja yhteisöjäsenet.....	12

TOIMINTASUUNNITELMA VUODELLE 2010

1.TOIMINTA-AJATUS

Pohjanmaan Matkailu ry (PM) on toimialueensa kuntien, matkailualan yhteisöjen ja yritysten yhteenliittymä, matkailumarkkinoinnin alueorganisaatio. PM toimii yhdistysmuotoisena ja sen tarkoituksena on markkinoida jäsentensä matkailutarjontaa ja siten tehdä Pohjanmaa tunnetuksi matkailukohteena.

1.1 Strategiset tavoitteet

Yhteistyön tiivistäminen matkailuorganisaatioiden kesken

Keskeisenä tavoitteena tulee olla Pohjanmaan maakuntien yhtenäisen matkailuimagon vahvistaminen. Tämä takaa Pohjanmaan alueen säilymisen yhtenäisenä.

Tavoitteena vuonna 2010 on jatkaa yhteistyötä Etelä-Pohjanmaan Matkailu Oy:n kanssa josta sovittiin vuoden 2008 lopussa. Pohjanmaan Matkailu ry ja Etelä-Pohjanmaan Matkailu Oy tekevät jo laajemmin yhteistyötä koordinoimalla markkinointisuunnitelmiaan ja tarkistamalla jäsentensä yhteishinnoittelun periaatteita. Osaamisalueiden määrittäminen on yhteistyön kannalta tärkeitä toimittaessa yhdessä maakuntarajat ylittävässä markkinoinnissa. Yhteisosastosta matkamessuilla sekä yhteisen esitetuotannon teosta on sovittu siten että vuodesta 2008 lähtien toinen yhtiö vastaa vuorollaan matkamessuista ja toinen esitteestä. Näin toimittaessa säästyy paljon työaika kun kumpikin taho voi keskittyä yhteen asiaan, tietenkin sovitaan yhteisesti periaatteet kummallekin tehtävälle.

Jakelukanavien avaaminen ja myynninedistäminen

Toimenpiteiden valikoiman tulee olla sellainen, jolla lisätään tunnettuutta ja valtakunnallista näkyvyyttä.

Tuotekehityksellä ja markkinointitoimenpiteillä luodaan mielikuva Pohjanmaasta ja alue profiloituu oman näköisensä. Samalla kilpailuasema matkailualueena vahvistuu.

Painopistealue v. 2010 markkinoinnissa tulee olemaan Pohjanmaitten yhteistyö ja sen vahvistaminen. Painopistealue markkinoinnissa tulee olemaan **Pohjanmaan kautta** teema kotimaassa ja **FinWest** ulkomaan markkinoinnissa. Yhteinen markkinointisuunnitelma, johon sitoudutaan, mahdollistaa laajan yhteistyön. Tällä tavalla pyritään samalla tiivistämään yhteistyötä jäsenten ja sidosryhmien kanssa.

Myynnin ja tuotteiden välitystoiminta tulee olemaan keskeinen osa PM:n toimintaa nyt kun myyntijärjestelmä on yhdistykselle hankittu. Ensisijaisesti jäsenistölle suunnattu internetissä oleva kauppaa tulee edelleen kehittää ja tuotteita lisätään mahdollisimman paljon. Provisiopohjainen välityspalkkion suuruus on eri jäsenille kuin ei-jäsenille. Henkilöresurssin saaminen tähän toimintaan on haasteellinen mutta tavoitteena.

1.2 Toiminnalliset tavoitteet

- koordinoinnin kautta edistää matkailua entistä enemmän ympärivuotiseksi
- järjestää jäsenilleen matkailualan koulutusta ja neuvontaa sekä siten parantaa laatua, joka vuorostaan nostaa alueen tarjonnan kilpailukykyä
- toimia jäsentensä yhteistoimintaelimenä sekä laatia tiedotussuunnitelma ja lisätä sisäistä markkinointia jäsenille ja viranomaisille
- tiedottaa jäsenille PM:n toiminnasta sekä mahdollisista muista uutisista jotka tulisi saattaa jäsenistön tietoisuuteen
- olla jäsenalueella linkki projektitoiminnan ja pitkäjänteisen matkailutoiminnan välillä
- Sininen Tie -yhdistyksen kehittämistyöskentely

1.3 Määrälliset tavoitteet

Yhdistys pyrkii omalta osaltaan toimimaan tai myötävaikuttamaan

- kotimaisten matkailijoiden yöpymisvuorokausien lisäämiseen vuosittain 2 % tai ainakin yli maan keskiarvon. Tämän tavoitteen saavuttaminen on kuitenkin erittäin haasteellinen maailmanlaajuisen taloustaantumien takia.
- ulkomaisten matkailijoiden yöpymisvuorokausien määrän kasvattamiseen 2 % tai ainakin yli maan keskiarvon. Tämän tavoitteen saavuttaminen on myös erittäin haasteellinen maailmanlaajuisen taloustaantumien takia.

Seurataan tiivistä yöpymistilastoja, käyttöasteita ja kilpailutilannetta. Lähteenä käytetään Tilastokeskusta, MEKiä ja ETC:tä.

2 MARKKINOINTITOIMINTA

Markkinointitoimenpiteiden suunnittelu ja toteutus yhdessä jäsenten kanssa on yhdistyksen tärkein tehtävä. Järjestämällä jäsenilleen tilaisuuksia, joissa myydään ja markkinoidaan omia tuotteita, yhdistys omalta osaltaan luo lisää kysyntää ja nostaa kohteiden käyttöastetta. Tärkeimmät toimenpidelinjat kotimaan ja ulkomaan markkinoinnissa ovat seuraavat:

Kotimaa:

- yhteinen esitetuotanto Etelä-Pohjanmaan Matkailun Oy:n kanssa, otsikkona ”Pohjanmaan kautta”, sisältönä kolmen maakunnan matkailutarjonta
- yhteiset workshopit ja myyntipäivät
- yrityksille räätälöidyt markkinointitoimenpiteet
- yhteisesiintymiset valituilla messuilla
- kohderyhmittäin teemoitettut tuotemanuaalit
- tehostetut internetsivut
- nettikaupan kehittäminen

Ulkomaat:

- tärkeimmät markkina-alueet Ruotsi, Norja, Saksa, Hollanti sekä Venäjä/Baltia
- toimenpiteet FinWestin ry:n kanssa Keski-Euroopan, Venäjän ja Baltian markkinoilla
- Ulkomaan markkinoille tuotteet teemoitetaan selkeästi ja valitaan niille oikeat markkinat ja kohderyhmät.
- Näitten lisäksi hyödynnetään alkavien ulkomaan markkinointihankkeitten mahdollisuuksia.
- Ruotsin markkinoilla jatkamme matkatoimistokäyntejä sekä ryhmämatkanjärjestäjille suunnattuja toimenpiteitä, kuten tutustumismatkat ja workshopit, vastaaviin toimenpiteisiin osallistutaan myös Norjan markkinoilla

Seuraavilla sivuilla on toimintavuoden aikana suoritettaviksi suunniteltuja markkinointimatkoja, messuja ja tiedotustilaisuuksia. Yksityiskohtaiset suunnitelmat tehdään yhdessä markkinointityöryhmän kanssa ja ne toteutuvat, mikäli osanottajia jäsenistöstä löytyy riittävästi. Markkinointiosa muodostaa yhdistyksen varsinaisen toiminnan.

2.1 Kotimaan markkinointi

Kotimaa on Pohjanmaan Matkailun tärkein markkina-alue. Suurin osa yöpymisistä, noin 90 %, muodostuu kotimaisista yöpymisistä. Pääkaupunkiseutu, Häme, Pirkanmaa, Pohjois-Pohjanmaa sekä muu Länsi-Suomi ja Keski-Suomi ovat alueita, joihin suunnataan vahvimmat toimenpiteet, omia lähimarkkinoitamme unohtamatta.

Tärkeimmät kohderyhmät ovat perheet, kiertomatkoilijat, luontomatkoilijat sekä kokousmatkoilijat. Ryhmämatkailu on myös tärkeää. Muutama toimenpide on suunnattu ryhmämatkustajille.

Toimenpiteiden päivämäärissä saattaa tapahtua muutoksia. Alla markkinointikalenteri ja suunnitellut toimenpiteet aikajärjestyksessä. (PM =Pohjanmaan Matkailu, EPM= Etelä-Pohjanmaan Matkailu Oy)

2.1.1 Valtakunnalliset markkinat

Messu- ja myyntitapahtumat

- * 21.-24.1. MATKA 2010, Helsinki
- * 10.3. Lähimarkkinointipäivä Seinäjoki
- * 16.-17.3. Länsi-Suomen kierros Pori-Rauma-Tampere
- * 25.-26.3. Pohjois-Suomen kierros Ylivieska-Raahe-Oulu-Kokkola
- * 16.-18.4. Kotimaan Matkailumessut, Tampere
- * 24.-25.4. Pohjanmaan Suurmessut, Vaasa/Mustasaari
- * 3.-5.9. Ruokamessut, Kauhajoki
- * syyskuu SUOMA 2 tuotetorit
- * 15.9. Sadonkorjuumarkkinat, Seinäjoki (EP Matkailu)?
- * 12.10. Lähialueen myyntipäivä, Vaasa
- * lokakuu Kotimaan ryhmämatkailun myyntipäivät
- * 26.-28.11 ELMA –maaseutumessut, Helsinki (Pohjanmaa on vieraileva maakunta yhdessä Etelä-Pohjanmaan Maakunnan kanssa)

2.1.2 Muut toimenpiteet kotimaassa

Toimittajamatkat

Erilaisten perhe- ja harrastelehtien toimittajien tutustumismatkat.

Muut toimenpiteet

Muita toimenpiteitä järjestetään jäsenten toivomusten perusteella tai muiden markkinointi-organisaatioiden lyhyen aikavälin suunnitelmien ja resurssien puitteissa.

2.2 Ulkomaan markkinointi

Ulkomaille suunnatut toimenpiteet ovat:

- | | |
|---------------------|---|
| * maaliskuuhuhtikuu | Ruotsi-Norja kampanja |
| * huhtikuu | Suur-Tukholman alueen kiertomatka |
| * 14.-16.5. | Värmässan, Skellefteå |
| * kesäkuu | Finland Purpuri, Helsinki/FinWest |
| * syyskuu | Riika-Tallinna workshop/FinWest |
| * syyskuu | Visit Finland/FinWest workshop, Tukholma |
| * lokakuu | FinWest Borrell, Hollanti |
| * lokakuu | Ruotsi-Norja –kiertue/Raymond Wesander/PM |
| * lokakuu | Moskova-Pietari Workshop/FinWest |

2.2.1 Ruotsi

Yhteydet Pohjanmaalle Ruotsista ovat; RG Line Uumaja-Vaasa, Blue1 lentää Tukholmasta suoraan Vaasaan useamman kerran päivässä. **Markkina-alueemme ovat:** Västerbotten, Norrbotten ja Västernorrland, jotka ovat lähimarkkina-alueitamme. Myös Suur-Tukholman alue on tullut yhä tärkeämmäksi markkina-alueeksi. Toimenpiteitä suunniteltaessa tehdään

yhteistyötä FinWestin, 7 Sillan Saaristo ry:n, Visit Kvarken- ja Res & Ät – hankkeiden, jälleenmyyjien sekä Visit Finlandin kanssa.
Suunnitellut yhdistyksen omat markkinointitoimenpiteet jäsenten kanssa ovat:

Huhtikuu: Markkinointitoimenpide Suur-Tukholman alueelle

Toteutetaan siten että Pohjanmaan Matkailun jäsenistön esitemateriaalia sekä informaatiota viedään henkilökohtaisilla käynneillä matkatoimistoihin ja matkailuinfoihin alueelle jossa asuu merkittävä määrä Suomesta muuttaneita asukkaita. 2010 käynnit kohdistuvat eri kaupunkien toimistoihin kuin vuonna 2009. Tavoitteena on korostaa hyviä liikenneyhteyksiä Pohjanmaalle ja Suomen Länteen.

Muut markkinointitoimenpiteet toteutetaan yhteistyössä jäsenistön kanssa sekä käytössä olevien resurssien rajoissa.

2.2.2 Norja

Yhteistyökumppanimme Norjan markkinoilla ovat mm. Visit Kvarken-hanke, RG Line, 7 Sillan Saaristo, Wesander Marketing sekä FinWest ry.

Muut markkinointitoimenpiteet

- Tuotekooste Pohjois-Norjan matkanjärjestäjille yhdessä FinWestin kanssa.
- Pyrimme järjestämään norjalaisille ammattilaisille lehdistö/matkanjärjestäjämatkan alueellemme.

2.2.3 Venäjä & Baltia

Yhdistys osallistuu yhteistyökumppaneiden kautta Venäjän ja Baltian markkinakampanjoihin. Venäläisiä kiinnostavat ostokset, korkeatasoiset mökkilomat, kalastusmahdollisuudet, puhdas luonto, hiihtomatkat sekä kylpylälomat. Lähempiä tietoja tälle alueelle suuntautuvista markkinointitoimenpiteistä saadaan toimintavuoden aikana. Yhteistyökumppaneina Venäjän markkinoilla ovat MEK ja FinWest.

Matkatoimistojen opintomatkat Pohjanmaalle

Yhdessä partnereiden kanssa suunnitellaan 1-2 opintomatkaa Pohjanmaan maakuntiin sekä kohteisiin.

Helmi-maaliskuu Finland Workshop Moskova

Helmi-maaliskuu Finland Workshop Pietari

Matkanjärjestäjille järjestetään ehdotetusti FinWestin ja Mekin kanssa ammattilaisworkshop

Syyskuu, Riika workshop

Matkanjärjestäjille myyntitilaisuudet, yhdessä Air Balticin ja FinWestin kanssa

Baltian maihin järjestetään mahdollisesti toimenpiteitä liittyen FinWestin tai Mekin erilaisiin kampanjoihin.

Mahdolliset messuesiintymiset FinWestin puitteissa muotoutuvat vuoden aikana.

2.2.4 Keski-Eurooppa

Omalla autolla saapuvien asiakkaiden osuus Suomeen kasvaa.

Kiertomatkailu sekä autoilla, asuntoautoilla että moottoripyörillä kasvaa. Luontoon liittyvien elämysten tärkeys tulee entuudestaan kasvamaan. Kysytyimmät tuotteet ovat valmiit kiertomatkailureitit, melonta, pyöräily, kalastus ja vaellus. Tarvitsemme hyvätasoisia omaperäisiä ruokapaikkoja, yöpymiskohteita sekä ohjelmalveluja pystyäksemme vastaamaan kysyntään. Suomi on trendeihin nähden hyvässä asemassa. Tutkimusten mukaan edullisuus ei aina ole tärkein tekijä, vaan ympäristö, saasteettomuus, rauhallisuus ja turvallisuus ovat tärkeitä matkakohteen valinnassa. Näitä voivat tarjota myös Norja ja Ruotsi, joten kilpailu on kovaa.

Tärkeimmät yhteistyöpartnerit markkinoinnissa Saksaan, BeNeLux maihin sekä muihin valittuihin kohdemaihin ovat MEK ja sen valtakunnallinen kesämatkailukampanja sekä FinWest.

2.2.5 Muu Eurooppa

Yhdistyksen toimisto koordinoi alueen osallistujat mukaan FinWestin kampanjaan sekä MEKin kesä- ja talvi kampanjoihin. Kohderyhmänä sekä kuluttajat että ammattilaiset. On huomattava että Espanjasta ja Italiasta saapuu matkailijoita melko runsaasti elokuun aikana Suomeen, joka antaa omat haasteensa matkailuyritysten aukioloaikoihin ja palvelujen laajuuteen.

Toimintavuoden aikana yhdistyksen henkilökunta toteuttaa lisäksi ne esiin tulevat toimenpiteet, jotka talousarvion ja henkilöstöresurssien puitteissa pystytään toteuttamaan.

2.3 Markkinointikanavat

2.3.1 Pohjanmaan Kautta – Via Österbotten 2010

Matkailuorganisaatiot Seinäjoella ja Vaasassa ovat tehneet yhteistyösopimuksen. Yhteistyön tuloksena ilmestyy kolmen maakunnan yhteinen 56-sivuinen esite MATKA2010 messuille. Alueiden kärkituotteet esitellään niin kesä- kuin talvituotteiden osalta. Esitteen jaottelu on matkailualueittain, palveluiden haun helpottamiseksi. Painos: 160 000 kpl suomi, 17 500 ruotsi ja 12 500 englanti.

Kesällä 2010 aloitetaan vuoden 2011 Pohjanmaan Kautta -esitteen suunnittelutyö.

2.3.2 Tuotekoosteita, messuja ja myyntitapahtumia varten

Yhdistyksen omia erilaisia markkinointitoimenpiteitä varten kerätään eri kohderyhmille suunnattuja tuotekoosteita ja tarjouksia. Tuotteet kerätään aina tapahtuman ja kohderyhmän mukaisesti joko A4 –lehtisille, CD –levyille tai muistitikuille.

Ulkomaan markkinoita varten tehdään myös samat koosteet ja käytetään lähinnä muistitikkuja.

Yritysjäsenten ryhmätuotteet tulevat esille internetissä, osoitteella www.pohjanmaanmatkailu.fi.

2.3.3 Tapahtumakalenteri 2010 internetissä

Tapahtumakalenteri on näkyvissä internetissä; www.pohjanmaanmatkailu.fi. Omilla sivuillamme on linkit maakuntien omiin tapahtumakalentereihin. Liittojen kulttuurielimet päivittävät näitä jatkuvasti.

2.3.4 Pohjanmaan Matkailun kotisivut

www.pohjanmaanmatkailu.fi, www.osterbottensturism.fi,
www.botniatourist.com

Tavoitteena on olla näkyvissä ja helposti saatavana internetin kautta sekä luoda mahdollisuus jäsenalueen yrityksille profiloitua teemoittain kotisivulla. Tavoitteena on vuonna 2010 lisätä online-myyntiä. Varauskyselyiden välitystoimintaa jatkuu entisestään. Kotisivujen modernisointi tapahtuu vuoden 2010 aikana.

2.3.5 VisitFinland

Mek:in kehittämä uusittu valtakunnallinen maaportaali, VisitFinland.com, lanseerattiin syyskesällä 2009. Järjestelmä korvasi MEKin ylläpitämän Promis-järjestelmän. PM vastaa oman alueen yleisten tietojen päivytyksestä. Kunnat ja yritykset hoitavat itse omien tietojen päivytyksen MEKin ohjeiden mukaisesti. Jokaisen kunnan ja yrityksen on itse tehtävä sopimus MEKin kanssa.

3 TUOTEKEHITYS

Tuotekehitys luo perustan alueen matkailun tulevaisuudelle. Yhdessä jäsenyritysten kanssa pyritään järjestämään sekä koulutusta että yhteisiä tuotekehitystilaisuuksia. PM antaa panoksensa tuotekehityshankkeisiin, osallistumalla esimerkiksi ohjausryhmätyöskentelyyn.

Tuotekehitys on tänä päivänä tehtävä teemoittain. Seuraavat teemat ovat erityisen tärkeitä: Perhematkailu, kiertomatkailu, tapahtumamatkailu, luontomatkailu, kokous- ja konferenssimatkailu. Sen lisäksi erikoisteemat; mm. historia-, kulttuuri- (musiikki, teatteri, taide, ruoka) ja ostosmatkailu soveltuvat ohjelmapalveluina, mutta erityisesti houkuttimina. Tuotekehityksessä pyritään aina huomioimaan mitä pohjalaisuus ja alueen erikoisuus ovat verrattuna kilpailijoihin.

Tuotekehitys vaatii kysynnän analysointia. Vuoden aikana pyritään uudelleen määrittämään ja vahvistamaan kohderyhmät ja osoittaa niille sopivat tuotteet ja markkinointitoimenpiteet.

4 ALUEEN KEHITTÄMISTOIMINTA

Yhdistyksen alueelliset kehittämispainopisteet liittyvät läheisesti matkailuorganisaatioiden yhdentymiseen sekä sellaisen toimintamallin luomiseen joka palvelee niin pieniä, keskisuuria kuin isojakin matkailualan yrityksiä.

4.1 Suuralue-yhteistyö FinWest 2010

FinWest -alue koostuu Pohjois-Pohjanmaan, Keski-Pohjanmaan, Etelä-Pohjanmaan, Pohjanmaan sekä Satakunnan maakuntien alueista.

FinWest ry:n tavoitteet

Tavoitteena on saada aikaan pysyvät jakelukanavat ja yhteistyökumppanisuhteet valituissa kohdemaissa sekä luoda yhteinen myyntijärjestelmä FinWestin alueelle. Mukana yhteistyössä on vuonna 2010 n. 12 matkailukeskittymää Länsi-Suomen alueelta. Myyntijohtajana toimii Lasse Haapamäki. PM osallistuu FW hallitustyöskentelyyn ja sen hankkeiden ohjausryhmätyöskentelyyn.

4.2 Hanketoiminta

4.2.1 Land of the Rising Stones II

Merenkurkun saaristolle myönnettiin kesällä 2006 UNESCO:n maailmanperintöstatus. Sen jälkeen maailmanperintöalueen kehittäminen kansallisesti ja kansainvälisesti kiinnostavaksi kohteeksi on aloitettu, niin hankkeiden kautta kuin viranomaisten toimesta. Pohjanmaan Matkailu ry on hallinnoinut kolmea eri kehityshanketta kuluneina vuosina ja kehitys jatkuu oikeaan suuntaan – vierailijat lisääntyvät vuosi vuodelta.

2010 alkaa kaksivuotinen hanke ”The Land of the Rising Stones”. Hanke suorittaa hankesuunnitelmassa luetellut markkinointi- ja kehittämistoimenpiteet. Hanke rahoitetaan Euroopan kehitysrahastosta Pohjanmaan liiton kautta yhdessä maailmanperintöalueen kuntien kanssa. Hanke jatkuu 31.12.2011 asti.

4.2.2 Reissaa ja Syö

Gastrobotnia hankkeen jatkoksi suunniteltu hanke, jonka pääpainona on jatkaa Gastrobotnia hankkeen saavutuksia ja tehdä ruokamatkailusta lisävetonaula alueellemme.

Västerbottens Turism toimii hankkeen omistajana ja Pohjanmaan Matkailu ry toimii hankkeen suomalaisena osapuolena.

Hanke rahoitetaan Interreg Botnia-Atlantica ohjelman kautta. Hanke kestää 31.5.2011 saakka.

5 VÄLITYSTOIMINTA

Lisääntyneen markkinoinnin ja tuotelähtöisen toiminnan ansiosta tarve matkailupalvelujen välitykseen ja myyntiin sekä ryhmien maajärjestelyjen hoitamiseen kasvaa.

Valmiita kiertomatka ym. paketteja on tehty ryhmille.

Yhdistyksellä on matkanjärjestäjäoikeudet, joka tarkoittaa oikeutta matkojen ja ohjelmien järjestämiseen sekä myyntiin. Ohjelmat ja matkat räätälöidään asiakkaiden tarpeiden mukaisiksi. Kotimaan pakettimyynti on vähäistä, sillä noin 90 % suomalaisista matkailijoista varaa palvelunsa suoraan matkakohteesta ja

yhdistyksen markkinoinnissa kontaktit ohjataan suoraan yritysjäsenille. Myyntityö tulee vuonna 2010 käsittämään lähinnä suomalaisten ja ulkomaisten matkanjärjestäjäkontakteja sekä incoming -toimistoja pääkaupunkiseudulla ja muualla Suomessa. Uuden vuonna 2009 hankitun myyntijärjestelmän avulla voimme tehostaa alueen matkailutuotteiden saavutettavuutta. Suora kaupankäynti majoitus sekä erilaisten ohjelmopalvelutuotteiden osalta on pitkään ollut jäsenistön tarvelistalla. Nyt kun se on teknisesti mahdollista voi PM omalta osaltaan tukea yritysten myyntiä.

6 MUU TOIMINTA

6.1 Koulutus

Varsinaista koulutustoimintaa yhdistyksellä ei ole. Koulutustilaisuuksia ja seminaareja järjestetään ja toteutetaan yhteistyössä muiden tahojen kanssa.

6.1.1 Pohjanmaan Matkailun matkailuparlamentti

PM järjestää 10. helmikuuta 2010 matkailuparlamentin. Teemana tulevat olemaan yhteiset ajankohtaiset kysymykset toimialueellamme.

6.1.2 Henkilökunnan koulutus

Henkilökunta osallistuu tarpeelliseksi katsottuun koulutukseen talousarvion sallimissa rajoissa. Koulutus keskittyy lähinnä mm. myynti-, atk- sekä taloushallinnollisiin asioihin.

6.2 Sisäinen tiedotus

Tiedonjakoa yhdistyksen toiminnasta pyritään lisäämään ja tehostamaan sekä jäsenille että yhteistyökumppaneille. Jaettava informaatio koskee yhdistyksen markkinointitoimintaa, ajankohtaista markkinatietoa sekä konkreettisia markkinointitoimenpiteitä.

Jäsentiedotteet (n. 4-6 kpl / vuosi) lähetetään säännöllisesti jäsenille.

Viranomaisille ja päättäjille järjestetään tulevana vuonna **tiedotustilaisuuksia** toiminnasta. Yhdistyksen **kotisivujen** ja sähköpostiosoitteistojen kautta välitetään sisäistä tiedotusta.

Tapaamiset kaksi kertaa vuodessa Etelä-Pohjanmaan Matkailu Oy:n henkilökunnan kanssa on sovittu. Näiden tapaamisten päällimmäisenä tarkoituksena on vaihtaa kokemuksia ja kuulumisia joka puolestaan helpottaa jokapäiväistä kanssakäymistä, myös alueen palvelujen tunnettuuden lisääminen kehittyä.

6.3 Ulkoinen tiedotus

Pyritään saamaan artikkeleita ammattilaislehtiin ja julkaisuihin sekä kotimaassa että ulkomailla. Toimittajien opintomatkoja alueelle pyritään lisäämään yhdistyksen ja kehittämishankkeiden yhteistyönä.

Sisäistä markkinointia ajatellen käytetään mahdollisimman paljon paikallisia tiedotusvälineitä.

6.4 Matkailupalkinto ”Matkailukärppä”

Tunnustukseksi merkityksellisestä toiminnasta yhdistyksen toimialueen matkailun hyväksi, yhdistys jakaa matkailun palkinnon ”Matkailukärppä”, jonka saajan valitsee palkintolautakunta. Palkintolautakuntaan kuuluvat toiminnanjohtaja, yhdistyksen puheenjohtaja sekä puheenjohtajana Etelä-Pohjanmaan ja Pohjanmaan liiton maakuntajohtaja vuorovuosin, joka myös toimii palkinnon luovuttajana. Matkailukärppän suunnittelija on taiteilija Paula Blåfield.

7 TALOUS

Yhdistyksen talousarvio vuodelle 2010 on noin 320 000 € ilman hankkeita. Pohjanmaan Matkailun hallinnoimien hankkeiden yhteenlaskettu talousarvio on noin 100 000 € vuodelle 2010. Mikäli päätetään hallinnoida lisää kehittämishankkeita, yhdistyksen liikevaihto nousee. Tämä ei kuitenkaan vaikuta varsinaisen toiminnan tulokseen.

Painopiste talousarviossa on kotimaan ja ulkomaan markkinoinnissa. Ulkomaan markkinoinnin rahaosuus on pieni, koska ulkomaan toimenpiteisiin saadaan tukea FinWest ry:n sekä hankkeitten kautta. Talousarvioehdotus vuodelle 2010 on toimintasuunnitelman liitteenä.

8 ORGANISAATIO

8.1 Yhdistyksen kokous

Yhdistyksen päätösvaltaa käyttää yhdistyksen kokous. Kevätkokous pidetään viimeistään 30. huhtikuuta ja syyskokous viimeistään 30. marraskuuta.

8.2 Hallitus

Toimeenpanevana elimenä on hallitus, johon kuuluu puheenjohtajan lisäksi kymmenen - neljätoista jäsentä ja näiden henkilökohtaiset varajäsenet. Hallitus kokoontuu n. 6 kertaa vuodessa.

8.3 Toimikunnat ja työryhmät

Hallitus perustaa tarvittaessa toimikuntia ja työryhmiä toiminnan eri osa-alueiden kehittämiseksi ja nimeää niihin edustajansa.

8.3.1 Markkinointiryhmä

Hallitus valitsee vuosittain markkinointiryhmän matkailun asiantuntijoista, yhdessä toiminnanjohtajan kanssa suunnittelemaan yhdistyksen markkinointitoimenpiteitä.

8.3.2 Työvaliokunta

Hallitus valitsee tarvittaessa keskuudestaan työvaliokunnan, jonka tehtävänä on valmistella hallitukselle esitettävät asiat sekä olla toiminnanjohtajan ja toimiston välittömänä työnantajana.

8.4 Toimisto

Hallituksen alaisena toimii yhdistyksen toimisto, jonka sijaintipaikka on Raastuvankatu 30 Vaasassa. Toimiston tehtävänä on toteuttaa toimintasuunnitelma hallituksen antamien ohjeiden mukaan.

Vuonna 2010 yhdistyksellä on 2 vakituista henkilöä, 1 osa-aikainen sekä 2 hankkeisiin liittyvää henkilöä:

Erkki Laakso, toiminnanjohtaja, 06-325 2904
Kurt Back, markkinointikoordinaattori, 06-325 1126
Carola Ingman, asiakaspalvelu, 06-325 1125
Kenth Nedergård, projektijohtaja, 06-325 2902
Ann-Christine Grönholm, hankesihteeri 06-325 1128

Toimiston yhteystiedot:

Puhelin vaihde: 06-325 1125

Telefaksi: 06-312 5833

Käyntiosoite: Raastuvankatu 30, 65100 Vaasa

Sähköposti: office@botniatourist.com

8.5 Yhdistyksen yhteistyöorganisaatiot

Pohjanmaan Matkailu ry on jäsenenä valtakunnallisessa SUOMA ry:ssä (Suomen alueorganisaatioiden yhdistys), joka on alueorganisaatioiden yhteinen jäsenyhdistys. Toiminnanjohtaja on SUOMAN hallituksen jäsenenä vuonna 2010.

Vuoden 2010 aikana jatketaan FinWest ry:n tiivistä yhteistyötä ulkomaan markkinoinnin osalta. PM toiminnanjohtajalla on yhdistyksessä hallituspaikka.

Yhdistys seuraa myös Suomen Sininen Tie ry:n, 7 Sillan Saaristo ry:n toimintaa ja tekee tarvittaessa näiden ja muiden vastaavien organisaatioiden kanssa yhteistyötä.

Näiden organisaatioiden avulla voimme tarjota jäsenillemme ajankohtaista tietoa matkailusta ja osallistumista erilaisiin koulutustilaisuuksiin.

9 JÄSENET JA JÄSENMAKSU

Jäsenistöön kuuluu sekä kunta-, yritys- että yhteisöjäseniä.

9.1 Kuntajäsenet

Kunnan jäsenmaksu määräytyy kunnan viimeisimmän vahvistetun kokonaisverokertymän (kunnallisvero + lähdevero) mukaan siten, että kokonaisverokertymä kerrotaan vuosittain yhdistyksen kevätkokouksessa päätettävällä kertoimella. Jäsenmaksukerroin vuodelle 2010 on 0,000354.

9.2 Yritys- ja yhteisöjäsenet

Yritysten jäsenmaksu perustuu yksikköhintaan, joka vahvistetaan yhdistyksen kevätkokouksessa vuosittain. Yksikköhinta vuodelle 2010 on 85 € Jäsenmaksua määritettäessä käytetään perusteena vakituisen henkilökunnan määrää seuraavasti:

1 -2 tt	1 yksikkö
3 -5 tt	2 yksikköä
6 -10 tt	3 "
11 - 20 tt	4 "
21 - 50 tt	5 "
51 - 200 tt	10 "
201 -	20 "

Yhteisöjen jäsenmaksu on 170 €

Pohjanmaan Matkailu ry

19.11.2009

1

TILI nro	BUDJETTI	BUDJETTI	BUDJETTI	
	2 008 €	2 009 €	2 010 €	
markkinointi kotimaassa tulot	3000	81 000	81 000	96 000
markkinointi kotimaassa menot	4000	70 000	72 000	71 000
1 KOTIMAAN MARKKINOINTI		11 000	9 000	25 000
markkinointi ulkomailta tulot	3200	3 000	3 000	3 000
markkinointi ulkomailta menot	4200	6 000	6 000	6 000
2 ULKOMAAAN MARKKINOINTI		-3 000	-3 000	-3 000
esite Pohjanmaan kautta tulot	3400	60 000	60 000	45 000
esite Pohjanmaan kautta menot	4400	60 000	60 000	38 000
3 ESITE POHJANMAAN KAUTTA		0	0	7 000
pakettien välitys tulot	3682	4 000	4 000	9 000
pakettien välitys menot	4682	3 000	3 000	3 000
4 VÄLITYSTOIMINTA		1 000	1 000	6 000
koulutustilaisuudet tulot	3700	1 000	1 000	1 000
koulutustilaisuudet menot	4700	1 000	1 000	1 000
5 KOULUTUS		0	0	0
Kiks +Rising Stones + Res o Ät tuotot		110 000	0	0
Kiks Rising Stones + Res äk Ät menot		110 000	0	0
8 RISING STONES HANKE YHTEENSÄ		0	0	0
KIKS projektin tulot		13 000		
KIKS projektin menot		13 000		
9 MAASEUTUMATKAILU YHTEENSÄ		0	0	0
Muu toiminta tulot	3800	6 000	0	0
Muu toiminta menot (Reissaa ja syö-)	4800	9 500	3 500	3 500
6 MUU TOIMINTA YHTEENSÄ		-3 500	-3 500	-3 500
I * TOIMINNANALAT YHTEENSÄ (1-6)		5 500	3 500	31 500
muut tuotot ALV 0 % (esim. työllist.tuki)	3810			
muut tuotot	3811			
huoneisto- ja kalustevuokrat				
7 MUUT TUOTOT		0	0	0
palkat	5050	98 300	110 136	128 942
lomapalkkavelan muutos	5061	0	0	0
lomapalkkavelan SOS kulut				
luontaiseturien vastatili	5089			
8 PALKKAKULUT		-98 300	-110 136	-128 942
TyEL maksut + stm +lakis. vak	5150	19 800	22 409	25 726
sosiaaliturvamaksut	5250	0	0	0
tapaturma- / työttömyysvakuutukset	5260	0	0	0
9 HENKILÖSIVUKULUT YHTEENSÄ		-19 800	-22 409	-25 726

Pohjanmaan Matkailu ry

2

TILI nro	Toteutunut		
	BUDJETTI 2 008 €	BUDJETTI 2009 €	BUDJETTI 2010 €
* HENKILÖSTÖKULUT YHTEENSÄ (8-9)	-118 100	-132 545	-154 668
poistot 5870			
10 POISTOT YHTEENSÄ	-500	-500	-300
työterveyshuolto ym 6000	700	1 500	1 500
11 VAPAAEHTOISET HENKILÖSTÖKULUT	-700	-1 500	-1 500
toimitilavuokrat alv 0 % 6110	4 100	4 100	4 100
toimitilavuokrat alv 22 %	0	0	0
siivous alv 22 % 6170	900	700	700
sähkö alv 22 %	0	0	0
muut toimitilakulut alv 22 % 6190	500	500	500
12 TOIMITILAKULUT	-5 500	-5 300	-5 300
kaluston vuokrat	700	0	0
koneiden korjaus 6270	0	0	0
3 v:n kalusto 6270	5 000	5 000	5 000
13 IRTAIMISTOKULUT	-5 700	-5 000	-5 000
matkakulut 6300	1 500	1 000	1 000
matkakulut alv 8 % 6304	2 000	3 000	3 000
päivärahat 6350	2 000	2 000	2 000
km - korvaukset - toim alalle siirr. 6360	4 500	8 000	4 000
hall. & markk. työryhmä matkakorvaukset	5 000	5 000	5 000
14 MATKAKULUT	-15 000	-19 000	-15 000
korjaukset ja huollot alv 22 % 6420	0	0	0
15 KORJAUKSET JA HUOLLOT YHTEENSÄ	0	0	0
edustuskulut 6500	400	400	400
merkkipäivä- ym. -lahjat 6510	400	400	400
mainos ja myynninedistäminen alv 22 % 6550	300	300	300
Pr-kulut 6555			
16 MAINOS- JA EDUSTUSKULUT	-1 100	-1 100	-1 100
postikulut alv 22 % 6610	2 100	1 500	1 500
puhelin- ja telefaxkulut alv 22 % 6620	2 000	2 000	2 000
pankkikulut 6650	300	300	300
toimistokulut alv 22 % 6700	3 000	3 000	3 000
ATK - tarvikkeet ja palvelut 6710	6 000	5 500	5 500
ammattikirjallisuus ja lehdet alv 22 % 6720	350	350	350
ammattikirjallisuus ja lehdet alv 8 % 6725			
ammattikirjallisuus ja lehdet alv 0 % 6730	500	500	500
vakuutusmaksut 6740	700	700	700
Vieraat palvelut 6770	2 000	3 500	3 500
Taloushallintopalv alv 22 % 6770	8 000	6 500	6 500
kokous- ja neuvottelukulut alv 22 % 6780	1 500	1 500	1 500
kokous- ja neuvottelukulut alv 17 % 6785			
jäsenmaksut 6800	1 800	2 300	2 300
liiketoiminnan muut kulut 6990	500	500	500
17 MUUT YLEISKULUT	-28 750	-28 150	-28 150
siirto toiminnaloille 6999			
21 J. SHIRRETTY TOIMINNALOILLE	0	0	0
II * MUUT KULUT YHTEENSÄ (10-17)	-57 250	-60 550	-56 350

Pohjanmaan Matkailu ry

3

	Toteutunut		
	BUDJETTI 2008 €	BUDJETTI 2009 €	BUDJETTI 2010 €
III * YLEISTOIMINTA YHTEENSÄ (7-17)	-175 350	-193 095	-211 018
IV * VARSINAISEN TOIMINNAN KULUJÄÄMÄ (I+III)	-169 850	-189 595	-179 518
jäsenmaksutuotot kunnat 7000	160 718	179 080	168 930
jäsenmaksutuotot yritykset 7010	11 000	10 000	10 320
jäsenmaksutuotot yhteisöt 7020	680	680	680
18 VARAINHANKINTA YHTEENSÄ	172 398	189 760	179 930
V * TUOTTO- / KULUJÄÄMÄ (IV+18)	2 548	165	412
korko- ja osinkotuotot			
korkokulut 7320			
19 Sijoitus- ja rahoitustoiminta YHT	0	0	0
VI * TUOTTO- / KULUJÄÄMÄ (V+19)	2 548	165	412
satunnaiset tuotot (esim. tiltojen avustukset) 8300			
20 SATUNNAISET ERÄT YHTEENSÄ	0	0	0
Vapaaehtoiset varaukset			
VII * TILIKAUDEN TULOS (VI+20)	2 548	165	412
TILIKAUDEN YLIJÄÄMÄ + (ALIJÄÄMÄ -)			
KOKONAISTUOTOT	450 398	338 760	333 930
KOKONAISMENOT	-447 850	-338 595	-333 518
	2 548	165	412