



Euroopan unioni
Euroopan aluekehitysrahasto

Loppuraportti

Kestävää kasvua ja työtä 2014 - 2020

Suomen rakennerahasto-ohjelma



Uudenmaan liitto
Nylands förbund

Viranomaisen merkintöjä

Saapumispäivämäärä 28.8.2019	Diaarinumero EUR A 2014/5305/09 02 01 01/2017/UML
Käsittelijä	Puhelinnumero
Hankekoodi A73079	Tila Saapunut

1 Hankkeen perustiedot

Hankkeen nimi Suomalaisen talviosaamisen kehittäminen - tuotteistuksesta vientiin	
Alkamispäivämäärä 1.5.2017	Päätymispäivämäärä 30.4.2019
Toimintalinja 2. Uusimman tiedon ja osaamisen tuottaminen ja hyödyntäminen	
Erityistavoite 4.1. Tutkimus-, osaamis- ja innovaatiokeskitymien kehittäminen alueellisten vahvuusien pohjalta	
Tukimuoto Alueellinen kehittämistuki: kehittämishanke	
Kustannusmalli Flat rate 24 %	

2 Tuensaajan perustiedot

Tuensaajan nimi Lahden seutu - Lahti Region Oy	
Y-tunnus 1074350-2	Hankkeen WWW-osoite http://www.visitlahti.fi
Yhteyshenkilön nimi Raija Forsman	
Yhteyshenkilön sähköpostiosoite raija.forsman@lahtiregion.fi	Yhteyshenkilön puhelinnumero 040 516 2803

Muut tuensaajat (osatoteuttajat)

Tuensaajan nimi Lahden Seudun Kehitys LADEC Oy	Y-tunnus 0855115-7
---	-----------------------

3 Tiivistelmä

3.1 Hankkeen toiminnan ja tulosten tiivistelmä

"Suomalaisen talviosaamisen kehittäminen – tuotteistuksesta vientiin" –hanke (WKH) tavoitteena oli kaupallistaa ja konseptoida Kiinan markkinoille alueellista talviurheiluun linkittyvää matkailu- ja vientitoimintaa sekä tähän liittyvää erityisosaamista.

Peking järjestää vuoden 2022 talviolympialaiset ja tämän taustalla Kiinassa on käynnistetty laaja-alainen valtiollinen ohjelma, jonka tavoitteena on rakentaa talviurheiluun liittyvää infrastruktuuria ja tutustuttaa 300 miljoonaa kiinalaista lumilajien maailmaan. Tämä avaa merkittäviä vientimahdollisuuksia suomalaiselle talviurheiluosaamiselle ja myös Suomeen suuntautuvalla urheiluun sekä liikuntaan segmentoidulle matkailulle.

Hankkeessa rakennettiin "Lahti – Winter Sports Capital" -brändi ja identiteetti, jonka vahvan asemoinnin ja tarinan alle tuotteistettiin alueen matkailu- ja vientitoiminnan talviurheilu- ja matkailuteeman mukaisesti. Tämä toimi koko hankkeen ohjaavana ja strategisena toimintona.

Hankkeet tavoitteet:

1. Alueen talviurheiluun liittyvän yritystarjonnan tuotteistaminen toimivaksi ja yhtenäiseksi brändiksi Kiinan markkinoille
2. Lahden alueen tunnettuuden edistäminen Kiinan markkinoille
3. Kiinan verkoston ja liidien luominen
4. Strategisen ja pitkäjänteisen yhteistyömallin rakentaminen ja kehittäminen

Hankkeen tulokset:

- Vahva ja tunnettu teemaan konseptoitu brändi, joka aktiivisella läsnäololla ja viestinnällä on saavuttanut Kiinassa jo tunnettua
- Lahden seudun aseman vahvistaminen Suomen johtavana talviurheilun ekosysteeminä
- Kiinalaisten yöpymisvuorokauden hankkeen aika +45% (talviaikana yli 300 %)

Hankkeen nimi: Suomalaisen talviosaamisen kehittäminen - tuotteistuksesta vientiin

Viranomainen: Uudenmaan liitto

- Matkailun teemoitus ja segmenttien valinnat kohdemarkkinat huomioiden
- Lahden kaupungin ja tulevan Olympiakaupungin Zhangjiakoun ystävyyskaupunkisopimus
- Vahva talviurheilun vientikonsortio, jonka toimijat ovat saaneet hankkeen työn tuloksena myyntiä Kiinasta (valmennus, koulutus, välineiden jälleenmyynti)
- Finlandia Ski Marathon -projektin edesauttaminen
- Business Finlandin Finnish Winter Sport Cluster konseptin rakentaminen yhdessä muiden suomalaisten avaintoimijoiden kanssa. Suomi-konsortion valjastaminen Lahden seudun yhteistyöverkostoksi Kiinan markkinalla.
- Lahden rooli on hankkeen toimien myötä rakentunut keskeiseksi suomalaisen osaamisen viennissä Kiinaan
- Weibo -sosiaalinen media
- Vaikuttava mediahuomio Kiinassa ja Suomessa
- Vahva verkosto Kiinan talviurheilun ja matkailun sektoreilla

3.2 Hankkeen toiminnan ja tulosten englanninkielinen tiivistelmä

The aim of the project was to form new winter related knowledge concepts and actively work in cooperation with local winter sports companies to develop suitable products for Chinese markets. The project promoted winter sports as a tool to develop international tourism and knowledge export activities in addition to winter sports equipment manufacturers. The aim was also to focus on the promotion of export-focused activities: expertise in winter sports, wellness, events as well as the promotion of special sports' technology.

The project outcomes:

- Created a new strong Lahti Winter Sports Capital Brand in China
- Friendship City agreement with the forthcoming Olympic City Zhangjiakou
- New products of the companies and parties involved in the project (R&D)
- Created a strong consortium in the field of Nordic Skiing training and equipment export to China
- Several visits of Chinese operators interested in the specific area of expertise (technical visits)
- The amount of Chinese tourists in Lahti Region raised with 45% during the project
- Strong cooperation with the Finnish Winter Sports Cluster
- Media visits together with Business Finland / Visit Finland
- Participation in certain export actions together with local companies
- Small and Medium Business have developed and brought to the market new and improved products, production methods, technologies and services
- New type of business have been established
- The regional tourism income have grown
- The Finnish winter image has strengthened in a new, fresh way

4 Hankkeen tarve, toteutus ja tulokset

4.1 Miten hanke onnistui vastaamaan kehittämistarpeeseen ja kuinka hankkeen tavoitteet toteutuivat?

Hankkeen lähtökohtaisena tavoitteena oli rakentaa Lahden seudun tunnettuutta ja edistää erityisosaamista Kiinan talviurheilu- ja matkailumarkkinoille toukokuusta 2017 huhtikuuhun 2019. Toiminnan käynnistävänä voimana toimi Kiinalle myönnetty talviolympialaiset, jonka tiimoilta maassa käynnistyi tavoite liikuttaa 300 miljoonaa ihmistä lumilajien parissa ja rakentaa kokonaisvaltainen ekosysteemi toiminnan ympärille - käytännössä tämä päätös teki Kiinasta suoraan maailman nopeimmin kasvavan talviurheilumarkkinan, jonka ympärille rakennettaisiin tuhansia jäähalleja, hiihtokeskuksia ja muita talviurheiluun liittyviä toimintoja. Tämän lisäksi Kiina päättös panostaa talviurheiluun uskottiin heijastuvan suoraan myös talviajan matkailukäyntään ja kohdentuen luonnollisesti seuduille, jossa on luontaisesti tähän vetovoimaisia tuotteita – Suomi ja Lahden seutu tästä hienoja esimerkkejä.

Hankkeen hallinnoijana toimi Lahti Region ja osatoteuttajana Ladec. Hankemalli toimi erinomaisesti yhdistäen tavoitteiden ja markkinoiden mukaisesti vienti- ja matkailutoiminnot sekä kehittämisen saman sateenvarjon alle.

WKH -hankkeen keskeisimmiksi tavoitteiksi hyväksyttiin ensimmäisessä ohjausryhmän kokouksessa seuraavat kokonaisuudet:

5. Alueen talviurheiluun liittyvän yritystarjonnan tuotteistaminen toimivaksi ja yhtenäiseksi brändiksi Kiinan markkinoille (nro 1)
6. Lahden alueen tunnettuuden edistäminen Kiinan markkinoille (nro 2.)
7. Kiinan verkoston ja liidien luominen (nro 3.)
8. Strategisen ja pitkäjänteisen yhteistyömallin rakentaminen ja kehittäminen (nro 4.)

Hankkeen tavoitteet toteutuivat erinomaisin tuloksin, mutta luonnollisesti myös haasteita ja epäonnistumisia kohdattiin.

Projektin alkuvaiheessa rakennettiin vahvoihin ja aitoihin arvoihin pohjautuva Lahti – Winter Sports Capital -brändi sekä identiteetti koko toiminnan keskeiseksi osaksi (nro 1). Päätös tämän luomisesta oli oikea ja tämä malli yhdisti alueen toimijoita sekä rakensi tunnettuutta oikeiden kohderyhmien suuntaan Kiinassa (nro 2). Hankkeen alkuvaiheessa havaittiin selkeästi oikeiden kohderyhmien ja päämarkkinoiden tunnistamisen olevan Kiinassa haasteellista sekä viennin että matkailun osalta – maailman väkirikkaimmassa maassa ja täysin erilaisessa kulttuurissa toimintamallit eroavat totutusta valtavasti. Epäonnistumisia kohdattiin neuvotteluissa sekä neuvotteluiden käynnistyttyä esillä olleissa projekteissa. Focusta pyrittiin kohdentamaan asiantuntijoiden, Business Finlandin (Visit Finland) ja oman henkilökunnan osaamisen kautta tiettyihin segmentteihin sekä maantieteellisiin markkinoihin. Hankkeen tuloksena saavutettiinkin Suomen mittakaavassa hyvin merkittävä verkosto niissä kohderyhmissä, joilla on potentiaalia matkailussa sekä vientitoiminnoissa. Lahden kaupunki teki hankkeen toiminnan tukemana ystävyyskaupunkisopimuksen Zhangjiakoun kanssa, joka vastaa Pekingin Olympialaisten pohjoismaisten hiihtolajien, ampumahiihdon, lumilautailun ja freestylen toiminnoista. Tämä sopimus on strategisesti hyvin merkittävä ja avaa vientimahdollisuuksia Lahden seudun yrityksille innovatiivisella tavalla. Hankkeen aikana tämä verkosto saatiin hyödynnettyä myös Lahden alueen eduksi myynnin silmin katsottuna (nro 3.). Hankkeen viitekehys, 2022 järjestettävät Pekingin Olympialaiset ja vienti- että matkailusektoreiden elinkaaren vaihe puolsivat ajatusta pitkäjänteisestä toimintamallista ja strategisesta tavoitteenasettelusta. Kahden vuoden toteuttamisaikana nähtiin mahdolliseksi tavoitteiden saavuttaminen, mutta strategisiin onnistumisiin nähtiin pidemmän aikavälin suunnittelu ensisijaisen tärkeänä.

Hankkeen nimi: Suomalaisen talviosaamisen kehittäminen - tuotteistuksesta vientiin

Viranomainen: Uudenmaan liitto

Matkailun sektorilla hankkeessa rakennettiin vetovoimaa ja kysynnän edellytyksiä vahvan talveen liittyvän teemoituksen kautta. Hankkeen aikana tätä teemoitusta laajennettiin myös lumettomaan aikaan, koska tämän nähtiin tukevan kysyntää paremmin. Matkailun toiminnoissa saavutettiin hyviä tuloksia, mutta kohdattiin myös selkeitä haasteita; näistä merkittävimmät liittyivät myynti- ja jakelukanaviin, potentiaalsiin volyymeihin ja myös kulttuurieroihin.

4.2 Mitä välittömiä tuloksia hankkeella saatiin aikaan? Mitä vaikutuksia tuloksilla on?

Vientitoiminnan näkökulmasta keskeiseksi tuotteistettavaksi kokonaisuudeksi valittiin pohjoismaisten hiihtolajien ympärille rakentuva vientikonsortio, joka pitää sisällään valmennukseen, infran kehittämiseen sekä välineisiin liittyvää osaamista ja tuotannollista toimintaa. Konsortiossa oleville yrityksille luotiin Kiinaan yhteistyöverkosto ja jälleenmyyntikanavat sekä tehtiin yhdessä Zhangjiakoun ystävyyskaupunkisopimuksen yhteydessä ensimmäinen valmennussopimus Zhangjiakoun Olympic Youth Schoolin nuorten maastohiihtäjien valmentamisesta. Keväällä 2019 lahtelaiset valmentajat kouluttivat Zhangjiakoussa nuoria hiihtäjiä ja heidän paikallisia valmentajiaan sekä tutustuttivat heidät Lahden seudulla valmistettuihin urheiluvälineisiin. Pohjoismaisten lajien lisäksi Lahden seudun osaamisen Kiinan viennin mahdollisuuksia edistettiin myös muiden lajien, kuten jääurheilun osalta. Lisäksi tunnusteltiin myös ympäristösektorin, erityisesti energia- ja jätehuolto-osaamisen vientipotentiaalia. Luodut kanavat hyödyttävät vientitoimintaa jatkossa laaja-alaisesti ja niitä tullaan hyödyntämään tulevissa hankkeissa toimialarajattomasti.

Vientitoiminnan kehittäminen keskittyi pohjoismaisten lajien osaamisen osalta Zhangjiakouhun ja sen kannalta ystävyyskaupunkisopimuksen allekirjoittaminen oli ratkaiseva askel konkreettiseen kaupankäyntiin. Projektin suurimpia opetuksia lahtelaisille toimijoille on ollut neuvotteluprosessin monimuotoisuus ja Kiinan toimintaympäristölle ominaiset pitkät proseduurit sopimusten rakentamisessa. Hankkeen rooli ja sen kautta Lahden kaupungin sitoutuminen vientitoiminnan edistämiseen on ensisijaisen tärkeää kiinalaisten kanssa tehtävässä yhteistyössä.

Kiinalaisten matkailukysyntä Lahden seudulla kasvoi hankkeen aikana yhteensä 45% ja talviaikaan vielä huomattavasti voimakkaammin. Tämä kuvastaa sitä, että hanke on pystynyt jo suhteellisen lyhyellä perspektiivillä edistämään alueen vetovoimaa valitulla kohdemarkkinalla ja segmenteillä. Hankkeen aikana tavattiin yhteensä 115 eri kiinalaista matkanjärjestäjää ja rakennettiin 9 uutta markkinointi- ja myyntialustaa. Näistä Weibo tärkeimpänä, johon houkuteltiin yli 2 000 seuraajaa 374 julkaisun siivittämänä. Hanke panosti paljon myös media- ja pr-toimintoihin ja useat merkittävät kiinalaismediat tekivät Lahden seutuun liittyvää viestintää. Matkailun teemoitusta tuettiin uusien video- ja still-kuvien tuotannoilla, joiden kautta kyettiin rakentamaan valittuja mielikuvia ja imagoa seutukunnasta.

Verkostoituminen, messu- ja tapahtumaosallistumiset olivat tärkeä osa hankkeen toimintaa. Tuloksena näistä syntyi yli 500 WeChat -kontaktin verkosto, joka käsittää kiinan talviurheilun ja -matkailun avaintoimijat sekä näihin liittyvät sidosryhmät.

Hanke tuki Hiihtoliittoa Lahdessa järjestettävän Finlandia -hiihdon lisensointineuvotteluissa ja konseptoinnissa Kiinan Harbiniin. Sopimus Kiinan Finlandia -hiihdosta allekirjoitettiin tammikuussa 2019.

Hankkeen käynnistyessä Suomella ei ollut yhtenäistä toimintamallia Kiinan talviurheilumarkkinoille. Tämän konseptin tekeminen osoitettiin valtiotasolla Business Finlandille. Hanke sekä Lahden seutukunta on ollut vahvassa asemassa tämän rakentamisessa ja lopulta vahvistumisessa ns. sateenkaareksi suomalaisen talviurheiluun linkittyvässä viennissä.

Hankkeen aikana Lahden seudulla vieraili useita merkittäviä Kiinalaisdelegaatiota teemaan liittyen. Näistä nostettakoon esiin Kiinan varaurheiluministerin delegaatio (GAS), urheiluministeriöiden useat vierailut, Hebein kuvernöörin delegaatio, Zhangjiakoun kaupunginjohtajan delegaatio, Pekingin Olympialaisten puheenjohtajan delegaatio, Pekingin opetusministeriön johdon delegaatio, maailman suurimman sähköyhtiön vierailu teemaan liittyen, useiden merkittävien rakennusyritysten delegaatiot sekä lähes kaksikymmentä matkailun delegaatiota.

4.3 Miten hakemuksen kohteena olevaa toimintaa jatketaan ja tuloksia sekä kokemuksia hyödynnetään hankkeen päättymisen jälkeen?

Hankkeen sisällökokonaisuus on valittu alueellisesti yhdeksi kärkiteemaksi kansainvälisen vienti- ja matkailutoiminnan kehittämisessä Päijät-Hämeessä, Lahden kaupungissa ja hankkeen aikana toteutettu tulokellinen toiminta luo pohjan tulevaisuuden kehittämistyölle. Jatkossa alueellisen toiminnan lisäksi haetaan entistä vahvempaa synergiaa ylimatekunnallisesti ja valtiollisten organisaatioiden kautta (esim. Business Finland, Visit Finland, OKM). Hankkeen toimintamallia, jossa on yhdistetty innovatiivisesti vienti- ja matkailutoimintoja, on tavoitteena jatkaa strategisesti vastaavana.

4.4 Toteutuiko hanke aiotulla maantieteellisellä alueella tai kuinka alue mahdollisesti muuttui? Saavutettiinko suunniteltu kohderyhmä vai tuliko siihen muutoksia? Oliko muita toteutukseen liittyviä muutoksia?

Hankkeen alkuperäisessä projektisuunnitelmassa oli Kiinan lisäksi suunniteltu toimenpiteitä Etelä-Koreaan. Tässä taustalla 2018 Peyongchangin Olympialaiset. Hankkeen henkilöstö teki kuitenkin linjauksen Kiinaan keskittymisestä ja tämä hyväksyttiin ohjausryhmällä sekä tehtiin tarvittavat muutostoimenpiteet hallinnollisesti. Tämä päätös osoittautui oikeaksi, sillä Kiinan valtavat markkinat vaativat täyden fokuksen ja toisaalta myös Etelä-Korean vienti- ja matkailutoimintoihin liittyvä potentiaali urheilusektorilla osoittautui hyvin niukaksi.

5 Seurantatiedot

5.1 Päästiinkö toteutuksessa hakemuksessa esitettyihin (kohta 12) numeerisiin tavoitteisiin? Mistä mahdolliset erot johtuvat?

Numeeriset tavoitteet olivat hyvin linjassa toteutuneiden tulosten kanssa. Muuta kuin rahoitustukea saavien yritysten osalta toteutunut yritysjoukko jäi jonkin verran asetettua tavoitetta pienemmäksi. Tältä osin hankekokonaisuuteen osallistui vähemmän yrityksiä, kuin alunperin oli ajateltu, sillä toimenpiteet kohdentuivat vahvaan erikoisosaamiseen erityisesti pohjoismaisten hiihtolajien kohdalla. Osallistuneiden yritysten määrä ei kuitenkaan sinällään kerro tehtyjen toimenpiteiden tuottamaa hyötyä, sillä käytännön toimenpiteet kohdentuivat tiettyjen konsortioiden kehittämiseen. Tässä mielessä mm. Zhangjiakoun kaupungin kanssa tehtyyn yhteistyöhön osallistuneet yritykset ovat tehneet hankkeen puitteissa pioneeriötä ja luoneet suhdeverkostoa, jonka hyödynnettävyys tulevassa liiketoiminnan kehittämisessä koskee laajempaa yritysjoukkoa.

5.2 Miten asetetut numeeriset tavoitteet palvelivat hankkeen toteutusta? Mitkä indikaattorit olisivat tukeneet paremmin toteutusta? Mitä mahdollisia omia seurantatietoja tai indikaattoreita toteutuksessa hyödynnettiin?

Asetetut tavoitteet linjasivat hankkeen toimintaa siihen suuntaan, mihin alunperin sisällöt oli suunniteltu ja palvelivat hankkeen toteutusta hyvin.

6 Hakijan osaaminen, hankkeen riskiarviointi ja ohjausryhmä

6.1 Miten hanke kartutti tuensaajan hanketyöosaamista ja hankkeen sisällön mukaista osaamista?

Hanketiimillä oli entuudestaan vahvaa kokemusta urheilun ja matkailun markkinoinnista kansainvälisten tapahtumien ja muiden projektien kautta. Lisäksi tiimissä oli vankkaa osaamista Lahden seudun vientiyrityksistä ja -markkinoista. Hanketiimin osaaminen osui projektin teemaan erittäin hyvin ja tämä osaltaan mahdollisti tuloksekkaan työskentelyn. Kohdemarkkinoiden erityispiirteet ja kulttuurierot olivat loistava oppimisprosessi ja tämä jää legacyna myös hankeorganisaatioon. Hanke kerrytti huomattavaa uutta osaamista toteuttajan sekä osatoteuttajan organisaatioihin ja tämä heijastuu tulevaisuudessa alueen eduksi. Yhtälailla, kohdemarkkina ja teema on valittu yhdeksi kärjeksi Lahden kaupungin kansainvälisessä strategiassa.

6.2 Toteutuiko hankkeen aikana ennakoituja tai muita riskejä ja kuinka niihin reagoitiin?

Hankkeen alkuvaiheessa laadittiin toimintastrategia, joka ohjasi toimintaa hankkeen loppuun saakka. Tämä toi mukanaan selkeät suuntaviivat niin matkailuun kuin vientitoimintoihin ja toimintaa tarkasteltiin kuukausittain tiimipäivässä. Lisäksi projektitiimi järjesti viikottain kokouksen, joka ohjasi operatiivisesti hankkeen toteuttamista.

Kohdemarkkinoiden huomattava koko ja teemaan liittyvä markkinoiden kumentuminen heijastuivat hankkeen toteuttamiseen vahvasti. Yhteydenotot, delegaatiovierailu, epämääräiset tarjouspyynnöt ja yhteistyöesitykset olivat arkipäivää, joissa aitojen potentiaalisten liidien suodattaminen on oma taiteenlajinsa.

Kiina on maailman väkirikkein valtio ja tähän viitaten markkinoiden suuruutta on haasteellista sisäistää kulttuurierot huomioon ottaen. Alkuvaiheessa hankkeessa oli haasteellista tunnistaa oikeita ja aitoja markkinoita Kiinan sisällä sekä matkailussa että viennissä. Oppimisprosessi ja systemaattinen työ käänsivät tätä kuitenkin selkeämmäksi ja lopulta sekä viennissä että matkailussa löytyivät ne alueet sekä segmentit, joiden kanssa yhteistyön rakentaminen on mahdollista.

6.3 Miten ohjausryhmä tuki hankkeen toteutusta? Miten ohjausryhmä luonnehti hankkeen onnistumista?

Hankkeen ohjausryhmään kuului rahoittajien ja toteuttamisorganisaatioiden lisäksi teeman asiantuntijoita. Ohjausryhmä kokoontui hankkeen aikana seitsemän kertaa ja joka kerta päätösvaltaisena. Projektiryhmä raportoi jokaisessa kokouksessa erillisen materiaalin kautta toiminnan edistymistä ja merkittävimpiin linjauksiin haettiin näkemykset myös ohjausryhmältä.

Ohjausryhmä antoi erittäin myönteistä palautetta hankkeen toteuttamisesta ja tuloksista.

Sen mukaan hanke pystyi vastaamaan haastavaan teemaan hienosti ja ylitti hankkeen alussa asetetut tavoitteet selkeästi.

6.4 Miten kohderyhmä koki hankkeen? Millaista palautetta kohderyhmältä on saatu?

Hanke koettiin tuloksekkaaksi. Hanke rohkaisi yrittäjiä lähtemään mukaan Kiinan markkinoille ja madalsi yrittäjien kynnystä yhdessä toimintaan työseisellä markkinalla. Hanke avasi konkreettisia vientikanavia yrityksille sekä toi tuloksekkaasti matkailun kasvua alueelle ja tätä kautta lisäsi työpaikkoja alueella. Yrittäjillä vahva tahtotila jatkaa yhteistyötä ja ponnistuksia Kiinan markkinoilla.

7 Horisontaaliset tavoitteet

7.1 Sukupuolten tasa-arvo

	Kyllä	Ei	Perustelu
Hankkeessa tehtiin toimintaympäristön analyysi sukupuolinäkökulmasta	x		Hankkeen toimenpiteet on suunniteltu sukupuolineutraalisti kohdentamatta toimenpiteitä erityisesti kumpaakaan sukupuolta suosivasti. Naisten ja miesten osuus kohderyhmässä vaihtelee toimialoittain.
Sukupuolinäkökulma huomioitiin hankkeen toiminnassa (valtavirtaistaminen)	x		Projektin toteutuksessa huomioitiin tasa-arvo mahdollisimman hyvin. Hankkeen toimenpiteet on suunniteltu sukupuolineutraalisti ja työpakettien sisällöt kohtelevat molempia sukupuolia tasapuolisesti.
Hankkeen päätavoite oli sukupuolten tasa-arvon edistäminen		x	Hanke on sukupuolineutraali ja kohtelee molempia sukupuolia tasapuolisesti tavoiteasettelun ja toimenpiteiden osalta.

7.2 Kestävä kehitys

Vaikutuksen kohde	Vaikutusaste		Perustelu
	Välitön vaikutus	Väiillinen vaikutus	
Ekologinen kestävyys			
Luonnonvarojen käytön kestävyys	0	0	
Ilmastonmuutoksen aiheuttamien riskien vähentäminen	0	0	
Kasvillisuus, eliöt ja luonnon monimuotoisuus	0	0	
Pinta- ja pohjavedet, maaperä sekä ilma (ja kasvihuonekaasut)	0	0	
Natura 2000 -ohjelman kohteet	0	0	
Taloudellinen kestävyys			
Materiaalit ja jätteet	0	0	
Uusiutuvien energialähteiden käyttö	0	0	
Paikallisen elinkeinorakenteen kestävä kehittäminen	0	0	

Vaikutuksen kohde	Vaikutusaste		Perustelu
	Välitön vaikutus	Väiillinen vaikutus	
Aineettomien tuotteiden ja palvelujen kehittäminen	0	0	
Liikkuminen ja logistiikka	0	0	
Sosiaalinen ja kulttuurinen kestävyys sekä yhdenvertaisuus			
Hyvinvointi	0	0	
Tasa-arvon edistäminen	0	0	
Yhteiskunnallinen ja kulttuurinen yhdenvertaisuus	0	0	
Kulttuuriympäristö	0	0	
Ympäristöosaaminen	0	0	

8 Julkisuus, tiedottaminen ja yhteydet muihin hankkeisiin

8.1 Miten hanke näkyi julkisuudessa? Miten hankkeesta tiedotettiin?

Hankkeen teema (talviurheilu) oli toteuttamisen aikana vahvasti esillä mediassa ja kansainvälisesti. Tästä keihään kärkenä Kiinan ja Suomen talviurheilun teemavuoden avajaiset, joka sai osakseen globaalia mediahuomiota ja keräsi esimerkiksi Kiinassa CCVT:n pariin yli 500 miljoonaa ihmistä. Samassa yhteydessä myös Lahden kaupunginjohtaja Pekka Timonen tapasi Kiinan presidentti Xi Jinpingin ja hankkeella oli tässä myös vaikutusta taustalla.

Hanke järjesti kaksi erillistä seminaaria teeman tiimoilta, joka keräsi molemmilla kerroilla lähes sata asiasta kiinnostunutta b2b vaikuttajaa sekä median edustajia paikalle. Toisessa näistä tilaisuuksista lanseerattiin myös Business Finlandin talviurheiluojelma, Finnish Winter Sports Cluster.

Hanke näkyi alueellisten medioiden lisäksi valtakunnan tasolla printissä, tv:ssä ja kuului radiossa. Tätä tuki myös luonnollisesti web ja sosiaalinen media. Mediaosumia tuli todella merkittävä määrä ja yksittäisenä innovatiivisena pr-casena voidaan nostaa esiin Etelä-Suomen Sanomien toimittajan mukanaolo Zhangjiakoun vintimatalla, jonka tiimoilta tuli merkittävä mediahuomio Suomessa ja myös tapaaminen teemaan liittyen presidentti Niinistön kanssa.

Hankkeen strategiana oli houkuttaa alueelle media- ja pr-kohderyhmää Kiinasta tutustumaan alueeseen, sen yrityksiin ja talviurheiluun ja -matkailuun liittyvään teemaan. Hankkeen aikana erilaisia mediaryhmiä kävi alueella lukuisia ja näiden vaikuttavuus kohdemarkkinoilla on erittäin suuri. Median toimenpiteitä hyödynnettiin myös hankkeen rakentamassa Weibo -sivussa, joka on yksi Kiinan tärkeimmistä sosiaalisen median kanavista. Kiinan mediaosumat olivat yksi hankkeen tärkeimpiä tuloksia ja rakentavat alueen tunnettuutta ja mielikuvia pitkälle tulevaisuuteen.

Yhteenvetona voidaan todeta, että hanke kykeni rakentamaan poikkeuksellisen suuren ansaitun mediahuomion ympärilleen. Tässä taustalla koko teemaan liittyvä noste, jota hanke kykeni käyttämään toiminnassaan strategisesti loistavasti hyväkseen.

8.2 Mihin hankkeisiin tai hankekokonaisuuksiin hanke toiminnallisesti tai muuten liittyi ja miten? (Merkitse myös hakemusnumerot tai hankekoodit)

Hankkeen osalta tehtiin yhteistyötä Lahden kaupungin, Lahden ammattikorkeakoulun ja Lahden Seudun Kehitys LADEC Oy:n Hyvinvointi ja puhdas elinympäristö HYPE -hankkeen (A74508) kanssa, jonka tavoitteena on viedä hyvinvointi- ja ympäristöosaamista Japanin markkinalle.

Hanke teki tiivistä yhteistyötä Lahti Regionin hallinnoiman "Matkailusidonnaisten yritysten kasvu- ja kansainvälistymishankkeen" kanssa. Hankkeiden sisältöjen ja toimenpiteiden välillä oli selkeästi toisiaan tukevaa synergiaa urheiluun, liikuntaan, hyvinvointiin sekä matkailuun linkittyen.

9 Aineiston säilytys

9.1 Missä hankkeen aineisto säilytetään tai arkistoidaan? Yhteyshenkilön yhteystiedot.

Materiaalit on säilytetty sähköisesti DevNetin palvelimella (konesalipalvelu) ja paperinen materiaali hankkeen hallinnoijan arkistokaapissa Salpausselänkatu 7, Lahti.

10 Liitteet ja allekirjoitus

Liitteet

Tuensaaja vakuuttaa tässä loppuraportissa ja sen taustalomakkeissa antamansa tiedot oikeiksi.

Päiväys ja hakijaorganisaation sähköinen allekirjoitus

28.8.2019 Raija Forsman
toimitusjohtaja

Asiakirja on allekirjoitettu sähköisesti

A73079 Suomalaisen talviosaamisen kehittäminen - tuotteistuksesta vientiin

Kustannusarvion ja rahoitussuunnitelman toteuma

Kustannukset	Yhteensä €	Rahoitus	Yhteensä €	% nettokustannuksista
1. Palkkakustannukset	264 407,07	Kuntien rahoitus: ulkopuolinen rahoitus	16 103,23	3,28
2. Ostopalvelut	162 820,32	Kuntien rahoitus: tuensaajan omarahoitus	126 180,48	25,72
3. Flat rate	63 457,69	Yhteensä	142 879,36	29,12
Kustannukset yhteensä	490 685,08			
Nettokustannukset yhteensä	490 685,08	Rahoitussuunnitelma yhteensä	192 000,00	
Kustannusarvio yhteensä	640 000,00			