



Ohjelma tänään



Oo Las Palmas, oo Las Palmas

- Mikä ihmeen matkailuBID?

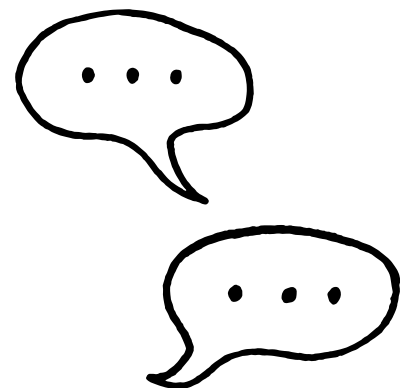
-BID esimerkkejä Skotlannista



Digi-pulinaisuus

- Sykähdyttävän matkailukokemuksesi? Miksi?

Mitä meillä matkailussa on hyvin? Mitä voisimme kehittää?



Miten tästä eteenpäin?

>> Työpaja ti 24.3.2023 klo 16:30 - Laitilan Louhenlinna,

ilmoittautumislinkki [täältä](#)

Oon kiinni kuin vahvoin köysin

LAS PALMAS

Lounaiskulman palvelu- ja matkailuklusterit

Oon kiinni kuin vahvoin köysin

LAS PALMAS

Lounaiskulman palvelu- ja matkailuklusterit

Hankeaika: 1.5.2025 - 31.12.2027

Hankebudjetti: 622 749 euroa

Las Palmas – Lounaiskulman palvelu- ja matkailuklusterit -hanke tuo Skotlannissa toimivaksi todetun Business Improvement District (BID) -mallin kokeiluun ja kehittelyyn Vakka-Suomen alueella.

BID-mallia on Skotlannissa menestyksekkäästi hyödynnetty erityisesti pienten ja keskisuurten kuntien sekä matkailualueiden kehittämisessä.

projektipäällikkö Soile Vahela, 044 773 2219, soile.vahela@ukipolis.fi

projektikoordinaattori Anni Kauppila, 044 773 2214, anni.kauppila@ukipolis.fi

 Varsinais-Suomen liitto
Egentliga Finlands förbund



Uusikaupunki

Laitila



Vehmaa

PYHÄRANTA TAIVASSALO



Kustavi

 UKIPOLIS

*Mukaan koko hankkeeseen:
matkailuyrittäjät, ravintola-, ruoka-,
kahvila- ja majoitusyrittäjät,
tapahtumatuottajat, kaupanalan
toimijat, erikoiskaupat, palvelut, ja
vapaa-aikapalvelut, kulttuuripalvelut
sekä kiinteistöjen omistajat, kunnat ja
ko. palveluja tuottavat yhdistykset.*

I NIMI

Las Palmas

Lounaiskulman palvelu- ja matkailuklusteri

II HAKIJA

Ukipolis Oy

Yhteistyökunnat

Uusikaupunki

Laitila

Vehmaa

Taivassalo

Pyhäranta

Kustavi

Mallia Skotlannista

Hankkeessa sovelletaan ja testataan Skotlannissa menestyksekkäästi käytössä olevaa *Business Improvement District* (BID) -mallia.

BID-toimintamalli on vakiintunut keinona

- **parantaa matkailun kilpailukykyä**
- **elävöittää kaupunkikeskustoja ja**
- **vahvistaa paikallisten yritysten yhteistyötä.**

Skotlannissa on kehitetty sekä matkailuBIDejä sekä keskustojen palveluBIDejä, jotka ovat onnistuneet luomaan pitkäjänteisiä kehityskäytäntöjä ja pysyvää alueellista yhteistyötä.

Tavoitteena on luoda ja kehittää Suomen olosuhteisiin ja Vakka-Suomeen soveltuva BID-malli, jossa yhdistyvät kansainväliset parhaat käytännöt ja paikallisten toimijoiden tarpeet.



Paikallinen, alueen elinvoimaisuutta tavoitteellisesti kehittävä toimijaryhmä eli BID



POINTTIA

- Maantieteellisesti ja/tai teemallisesti rajattu alue
 - tekevät 5-vuotis toimintasuunnitelman ja budjetin
 - alueen yrittäjät koostavat toimintasuunnitelman
 - yhteistyö paikallisten viranomaisten (esim. kunta) kanssa aina mukana
- Ryhmiä perustetaan esimerkiksi matkailualueille ja palvelukeskuksiin
- Alueella sijaitsevat yritykset äänestävät toimintasuunnitelmasta
 - vähintään 50 % kannatus vaaditaan

Laakso, joki, maastopyöräily.

Keskeiset paikat:

Peebles

n. 8 000–9 000 asukasta

Alueen selkeä “keskus”

Palvelut, hotellit, ravintolat

Innerleithen

n. 3 000 asukasta

Tunnettu erityisesti maastopyöräilystä

Galashiels

n. 12 000–14 000 asukasta

Suurempi palvelukeskittymä, osittain
laakson ulkoreunalla

Lisäksi:

Useita pieniä kyliä (satoja asukkaita)

Maaseutumaisia kyliä ja
maatilamatkailua

Koko alueen väestö matkailullisesti
relevantilla vyöhykkeellä:
karkeasti 25 000–35 000 asukasta.



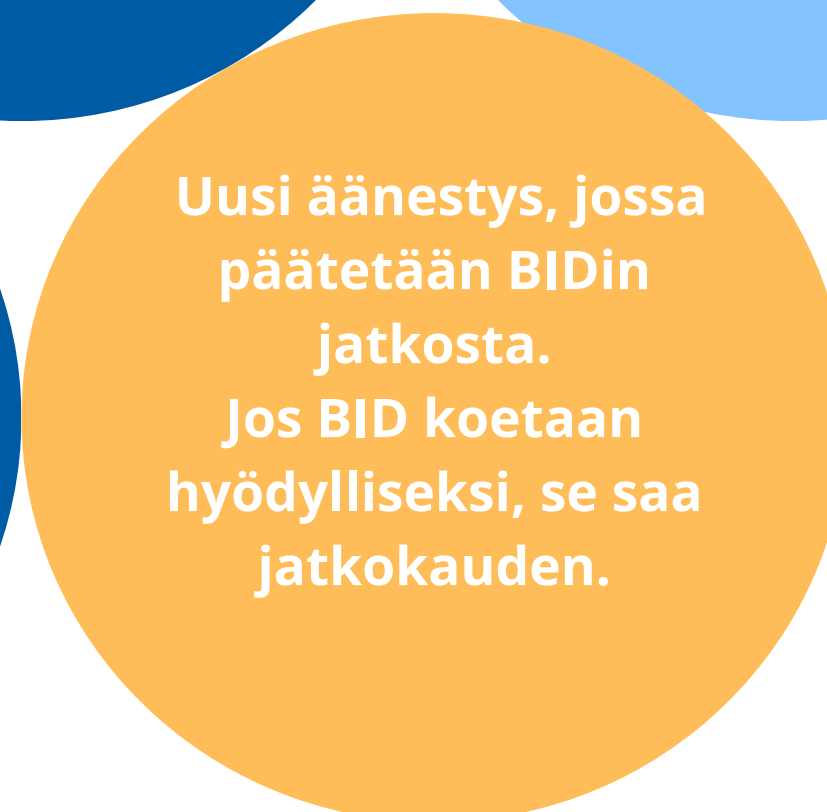
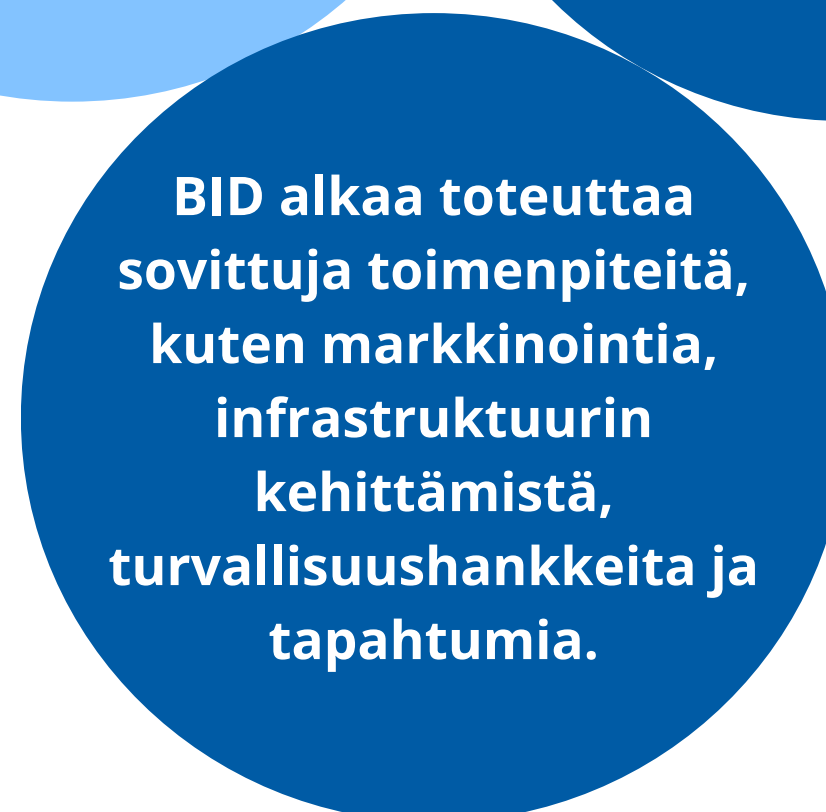
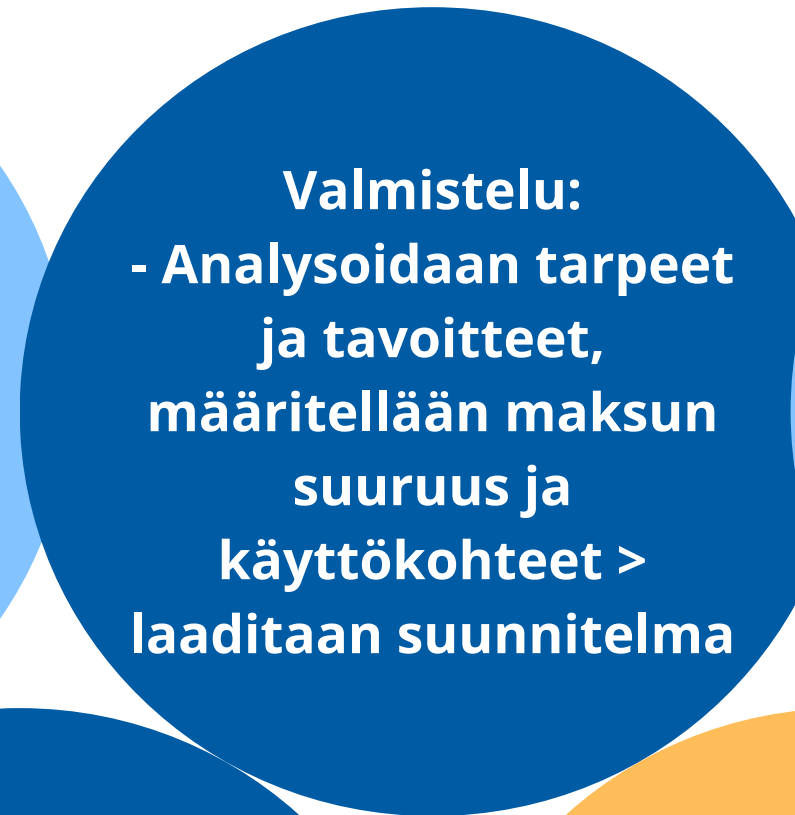
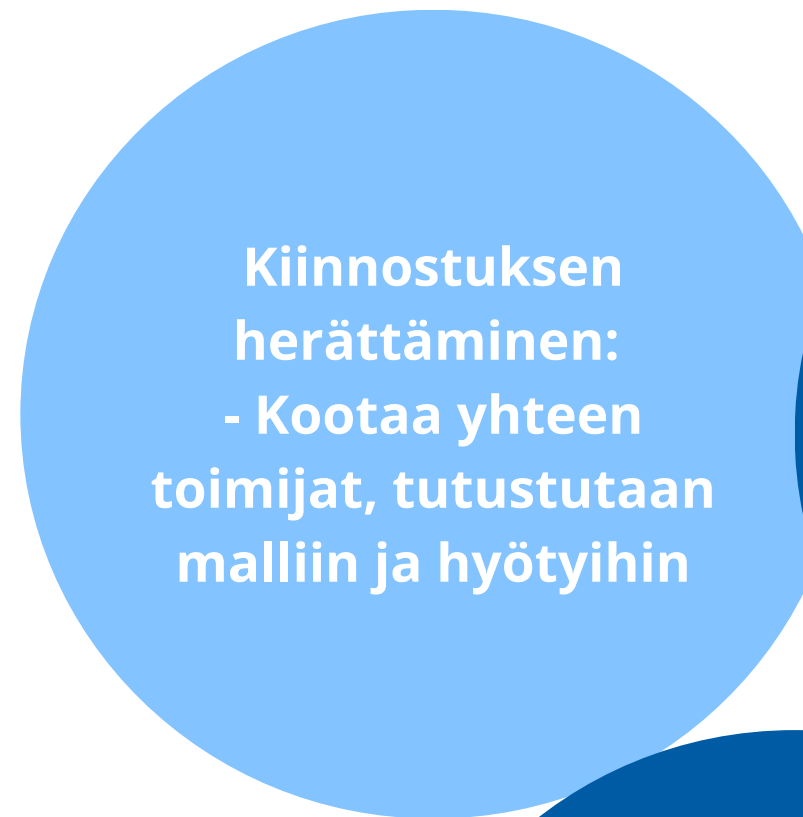
Go Tweed Valley.

Skotlannin malli

- **BID-malli on luonut Skotlantiin pysyvän ja pitkäjänteisen kehitysmallin**, toisin kuin yksittäiset lyhytkestoiset hankkeet > ja meilläkin toiminta voi jatkua hankkeen jälkeen jos kiinnostusta löytyy
- **BID perustuu yritysten ja toimijoiden vapaaehtoiseen osallistumiseen ja antaa lisäresursseja kehittämiseen.**
- **Skotlannin kokemukset osoittavat, että BID-malli toimii** sekä pienten keskusten elinvoiman tukemisessa että **laajemman alueellisen matkailun kehittämisessä.**
 - **Yhteinen matkailu-BID: Alueellinen brändi ja markkinointi, reitistöjen ja palveluiden parantaminen**
 - Paikalliset BIDit: Kuntakeskusten vetovoiman lisääminen, kivijalkayrittäjien tukeminen, tapahtumien ja markkinoinnin kehittäminen.

Miten malli toimii Skotlannissa?

BID organisoidaan yleensä
voittoatavoittelemattomaksi
yritykseksi / yhdistykseksi



BID kerää jäsenistöltä skaalautuvan osallistumismaksun sekä hankkii lisärahoitusta ja tukia toimintansa kehittämiseen.

Las Palmas- hankkeessa osallistumismaksuja ei kerätä toiminta katetaan hankerahalla eli käynnistys tehtäisiin tuetusti.
Varjobudjetti nk. BID Coin

Toimintakausi on yleensä 5 vuotta

BID-toimintamallin hyödyt matkailutoimialalle

(Skotlannissa)

- Vierailijamäärien kasvu
- Vierailijakokemuksen paraneminen
- Alueen ja koko seudun maineen ja vetovoiman vahvistuminen
- Kustannusten aleneminen yhteisten toimenpiteiden ansiosta (esim. markkinointi ja yhteishankinnat)

Oikeudenmukainen ja tasapuolinen toimintamalli
– kaikki osallistuvat, kaikki hyötyvät

Mitä BID-mallilla tehdään Vakka-Suomessa?

BID-yhteiskehittämismallia käytetään **kahdessa eri kontekstissa**:

1. Perustetaan jokaiseen Vakka-Suomen kuntaan ns. keskusta/palveluBID, esim.

UusikaupunkiBID

- Painotukset erilaisia eri kunnissa. Työ aloitettu, esim Kustavissa vahva matkailupainotus, Vehmaalla Vinkkilässä keskitytään keskustan viihtyisyyden ja elinvoiman lisäämiseen.

2. Perustetaan koko Vakka-Suomen alueen MatkailuBID

- Tavoitteena on yhdistää alueen matkailutoimijat yhdeksi kokonaisuudeksi
- Alustavina kehittämisteemoina:
 - juuri- ja kulttuurimatkailu
 - merellisyys, saaristo, vierasvenesatamat
 - omintakeiset pitstopit ja vierailukohteet
- Läpileikkaavina teemoina ruoka ja majoitus

Hankkeen tavoitteet:

Päätavoite: **Soveltaa ja testata** Skotlannissa menestyksellisesti käytössä olevaa **Business Improvement District (BID) -mallia Vakka-Suomen alueella.**

Osatavoitteet:

- **Paikallisten yritysten yhteistyön tiivistäminen** (resurssit ja osaaminen tehokkaampaan käyttöön)
- **Kehittää kuntakeskuksia palveluympäristönä**, jotta ne olisivat **houkuttelevampia sekä asukkaille että yrityksille.**
- **Lisätä matkailun vetovoimaa ja vähentää sesonkivaihteluita**, jotta alueen matkailu toimisi ympärivuotisesti.
- Testata ja kehittää BID-mallin soveltuvuutta Suomeen, jotta siitä voitaisiin rakentaa pysyvä kehittämissmalli myös muihin alueisiin.
- **Vahvistaa elinkeinorakenteen monipuolistamista** ja tukea rakennemuutoksen jälkeistä kehitystä kestävällä tavalla.
- **Arvioida BID-mallin vaikuttavuutta ja kannattavuutta “BID Coin -mallilla”**, jolla mitataan eri toimenpiteiden vaikutuksia yritysten liiketoimintaan ja alueen elinvoimaan.
 - ns. varjobudjetti, missä hahmotellaan yrittäjien osallistumismaksuja BID-toimintaan hankkeen jälkeen suhteessa hankkeessa toteutettavien toimenpiteiden kustannuksiin ja mukana oleviin aktiivisiin yrityksiin.

Osallisuuden tasot

BIDIN “jäsenet” l. yrittäjät, yhdistystoimijat

Päättävät valittavat painopisteet kehittämisessä, ideoivat toimintasuunnitelman sisältöä ja äänestävät ehdolla olevasta toimintasuunnitelmasta ja budjetista.

Jokaisessa BIDissa oma suunnitteluryhmä

Jäseninä yrittäjiä ja keskeisiä toimijoita, kunta ja hankehenkilöstö
Laativat lopullisen toimintasuunnitelman ja budjetin.

Suunnitteluryhmästä jäsen aina koko alueen kattavaan BID-klusteriryhmään.

Kunnan rooli

Kunnat nimeävät hankkeeseen yhteyshenkilön, joka osallistuu suunnitteluryhmän toimintaan.

Lisäksi kunnat ja kuntien työntekijät toimivat hankkeessa omassa roolissaan mm. elinkeinotoimen, matkailun, maankäytön, lupapalveluiden, kehittämisen, liikenteen ja kaupunkisuunnittelun osalta ja antavat rooliinsa kuuluvaa apua, neuvoja ja tukea BIDEille, klusterille sekä hankkeen työntekijöille.

Ohjausryhmä

- Liiton edustaja
- Ärm-koordinaatiohankkeen edustaja
- **Kuntien (6) edustajat + varajäsenet**

Ohjausryhmä noudattaa Alueiden kestävän kasvun ja elinvoiman tukemisen määräraha (AKKE) rahoituksen tehtäväkuvausta. **Lisäksi se esihyväksyy BIDien toimintasuunnitelmat ja -budjetit.**

Klusteriryhmä

- Ärm-koordinaatiohankkeen edustaja
- Kuntien edustajat
- Jokaisen BIDin -yritysedustajat
- Lisäksi kutsuttuna liiton edustaja ja paikallisten Leader-ryhmien edustajat

Tehtävänä on seurata BIDien toimintaa ja jakaa tietoa

- Klusterissa keskustellaan haasteista ja onnistumisista sekä jaetaan kokemuksia ja hyvä käytänteitä
- Klusteriryhmä esihyväksyy BIDien toimintasuunnitelmat sekä toimintabudjetit
- Seurataan mittareita ja raportteja

KOKONAISBUDJETTI

LAS PALMAS klusteri, 622 749 euroa

PalveluBIDit, 240 000€

UUSIKAUPUNKI 120 000 €
- kaupunkikeskusta > kytkös matkailu

LAITILA - 60 000 €
kaupunkikeskusta > kytkös erit. pitstopit

VEHMAA - 15 000 €
kuntakeskusta kytkös erit. pitstopit

TAIVASSALO, 15 000 €
kuntakeskusta kytkös erit. pitstopit

PYHÄRANTA, 15 000 €
Palvelu/matkailu-BID > kytkös matkailu-BID

KUSTAVI, 15 000 €
Palvelu/matkailu-BID > kytkös matkailu-BID

MatkailuBID 156 000 €

MatkailuBIDin yhteinen brändi, 63 000 €

Meri, saaristo, rannikko ketju, 31 000 €

Kulttuuri, juurimatkailu ketju, 31 000 €

Pitstop-ketju, eli ne kaikki pienet ja vähän suuremmatkin yksittäiset vetovoimapisteen, joiden arvo ei yksinään riitä, mutta osana brändiä ja ketjuja hyvinkin toimiva, 31 000 e

Hallinto 186 000 € + FR 7 %

MatkailuBID BUDJETTI 156 000 €

Yhteinen identiteetti/ brändi, 63 000 €

Meri, saaristo, rannikko ketju, 31 000 €

Kulttuuri, juurimatkailu ketju, 31 000 €

Pitstop-ketju, eli ne kaikki pienet ja vähän suuremmatkin yksittäiset vetovoimakohteet, joiden arvo ei yksinään riitä, mutta osana brändiä ja ketjuja hyvinkin toimiva, 31 000 e

Mitä matkailu-BIDissä tehdään Vakka-Suomessa?

- Kootaan alueen toimijat yhteiseen verkostoon → **kaikki toiminta lähtee yrittäjistä!!**
- Kartoitetaan nykytila ja selvitetään kehittämisen tarpeet (työpaja 1)
- Perustetaan matkailu-BIDin suunnitteluryhmä (t), joka lähtee koostamaan toimintasuunnitelmaa ja budjettia.
 - Mahdollisia toimenpiteitä:
 - yhtenäinen markkinointi- ja kehitysstrategia
 - aluebrändi
 - teemoitusta, esim. juuri- ja kulttuurimatkailu, merellisyys, saaristo, vierasvenesatamat, omintakeiset pitstopit ja vierailukohteet, läpileikkaavina teemoina ruoka ja majoitus
- Hyväksytetään toimintasuunnitelma verkostossa (50% kannatus vaaditaan)
- Toteutetaan toimenpidesuunnitelma
- Kootaan matkailu- ja palveluyrittäjien klusteri

LAS PALMAS BID-prosessi

Alueen tarpeiden selvitys, aiemmat hankkeet tai ennakkokysely

soile_vahela

Alueen painotusten ja toimenpiteiden ideointi, yhdessä toimijoiden kanssa

soile_vahela

BIDin suunnitteluryhmä valmistelee toimintasuunnitelman ja budjetin

soile_vahela

Ohry ja V_S liitto hyväksyvät toimintasuunnitelman ja budjetin

soile_vahela

Yrittäjät äänestävät toimintasuunnitelmasta

soile_vahela

**Jos TS saa yli 50% äänistä
→ TOTEUTUS**

soile_vahela

Esimerkkejä Skotlannin matkailu-BIDeistä

BID 4Oban, Greater Yarmouth ja
East Lothian Food and Drink

Mitä matkailu-BIDeissä tehdään Skotlannissa

- Matkailu-BIDit investoivat **alueen matkailumarkkinointiin, kuten digitaalisiin kampanjoihin, some-näkyvyyteen ja kansainväliseen mainontaan. Kehittävät yhtenäisen brändin**, joka parantaa alueen houkuttelevuutta matkailijoiden ja sijoittajien silmissä.
- Infrastruktuurin ja palveluiden parantaminen - **Investoinnit mm. kyltitykseen, opasteisiin, kävelyreitteihin ja vierailijaystävällisiin palveluihin.**
- **BIDit järjestävät ja tukevat suur tapahtumia, festivaaleja ja sesonkikampanjoita**, jotka tuovat alueelle lisää vierailijoita. Tavoitteena on pidentää matkailusezonkia ja tasoittaa kausiluontoisia vaihteluja.

Mitä matkailu-BIDeissä tehdään Skotlannissa

- **BIDin avulla voidaan luoda yhteisiä alennusjärjestelmiä, matkailupaketteja ja kumppanuusmalleja**, joista hyötyvät sekä paikalliset yritykset että matkailijat.
- Esimerkiksi Iso-Britanniassa **osa BIDeista perustettiin vastaamaan Destination Management Organisations (DMO) -rahoituksen leikkauksiin ja turvaamaan matkailualan jatkuvuus**



WHY SHOULD BID4OBAN CONTINUE?

If we do nothing, then nothing will be done!



BID4Oban

n. 8000 asukkaan kaupunki,
väkimäärä kaksinkertaistuu kesäisin.

Ennen harjoitettu laivanrakennusta ja
kalastusta.

Matkailu pääelinkeino, lauttasatama
Hebrideille ja myös risteilyalusten
satama, BID-alueeseen kuuluvat
kaikki keskustatoimijat

550 yritystä mukana

BID4Oban, markkinointi ja tapahtumat

- **Yli 50 000 karttaa ja esitettä jaettu vierailijoille**
- **Yli £250 000 sijoitettu paikallisiin tapahtumiin ja yhdistyksiin**
- **Tapahtumien järjestäminen**
 - Uudenvuoden ja marraskuun suuret ilotulitukset
 - Oban Live -musiikitapahtuma, Highlands & Islands Music and Dance Festival
 - Motorfest (klassikkoautot + stunt-esitykset), Oban Sportive
 - **Oban Winter Festival -viikko**, poroparaati ja joulun avaus
 - Uusia tapahtumia suunnitteilla: Kansainvälinen Sea Shanty -festivaali, “Storm”-merinukke-esitys

Oban Winter Festival 2025

Scotland's ultimate Highland celebration welcoming visitors with festive lights, music, and holiday cheer.

14th Nov – 21st Dec 2025

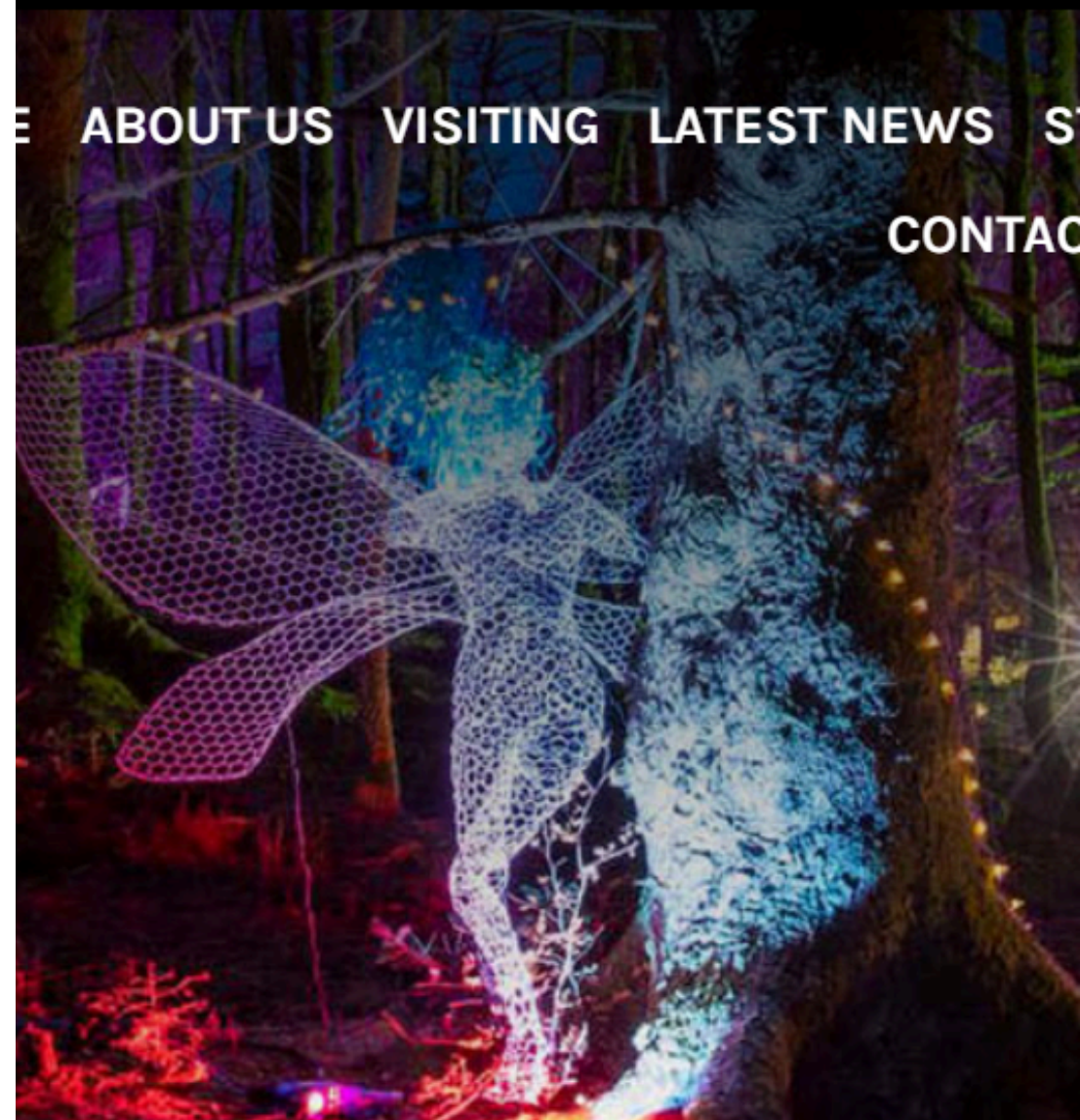
00 Days

00 Hrs

00 Min

00 Sec

SIGN UP FOR OUR FREE NEWSLETTER



**GREATER YARMOUTH TOURISM
& BUSINESS IMPROVEMENT AREA (GYTABIA)**

BUSINESS PLAN 2024-29



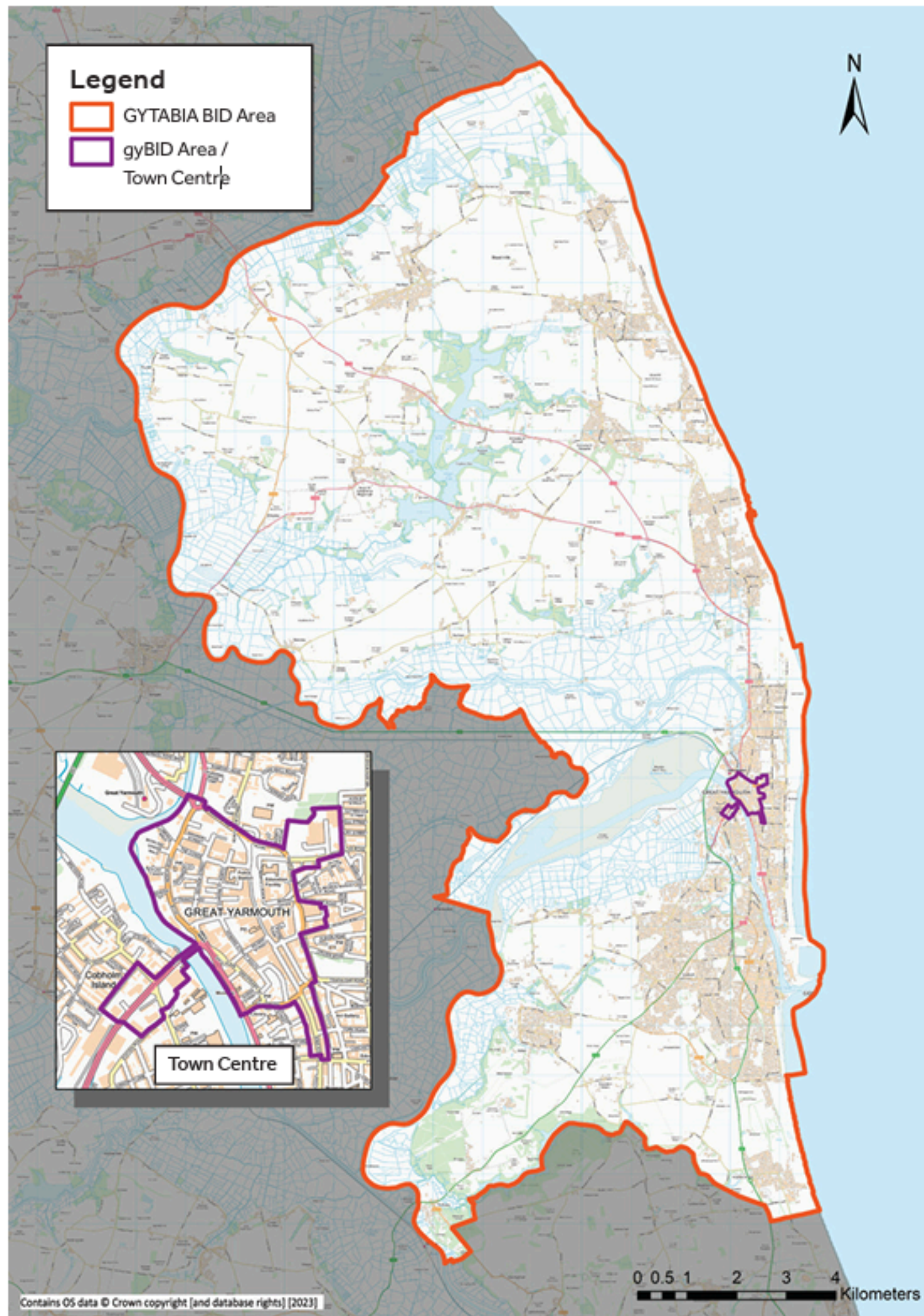
Greater Yarmouth (GYTABIA), matkailu BID

- Sijaitsee rannikolla Norfolkissa, Englannissa, Pohjanmeren rannalla.
- 3. suosituin rantalomakohde UK:ssa, matkailua jo 1750-luvulta lähtien.
- matkailun taloudellinen vaikutus 630 milj. puntaa ja 4 milj. vierailijaa vuodessa
- MatkailuBID ylläpitää myös alueen Visit-sivustoa ja toimii DMO:na
- 4. BID-kausi menossa
- myös oma keskustaBID

n. 1 250 yritystä mukana



**VISIT
GREAT
YARMOUTH**



GYTABIA BID:n markkinointitoimenpiteitä vuonna 2026

- Useita **toimittajavierailuja** alueelle
- 25 **lehdistötiedotetta** vuosittain, aiheita esim. kunnostettu hotelli
- **Markkinointimateriaaleja:**
 - What's on Guide 2026 (100 000 kpl painos)
 - Lyhyiden lomien opas 2026 (majoitus ja nähtävyydet, myös digi)
 - **verkkosivusto** Visit Great Yarmouth (yli 650 000 kävijää/v)
 - **uutiskirjeet matkailijoille** (joka kk, aiheina esim. tulevat tapahtumat, alennukset)
 - **yleisökilpailut**, tavoitteena tietoisuuden lisääminen kohteesta, esim. Golden Ticket -kilpailu (voi voittaa lippuja kohteisiin, 2 krt/v), mainostamiseen.

GYTABIA BID:n markkinointitoimenpiteitä vuonna 2026

- **lähimatkailukampanjat**, lyhyt lomien esilletuontia, lehdistötiedotteita, esim. Wheels Festival
- **sosiaalinen media, Visit Great Yarmouth FB, YouTube ja Instagram** (orgaanista ja maksullista mark.)
- **tapahtumamarkkinointi**, verkkosivut ja some
- **tapahtumien järjestäminen**, esim. Big Tuesday ja Wednesdays, Great Yarmouth Wheels Festival (70 000 osallistujaa)
- **vakituiset ammattivalokuvaajat ja -videokuvaajat** ympäri vuoden (materiaali jaetaan tiedotusvälineille ja käytetään kohteen mainostamiseen).

GYTABIA BID:n markkinointitoimenpiteitä vuonna 2026

- **TV ja radio-mainonta**, etsivät myös kuvauspaikkoja ja isännöivät TV-tuotantoja
- **Bloggaaja-/vaikuttaja-lähettiläsohjelma vuosittain**, toteutetaan usein alkukesällä
- Luettelo vuosittaisesta **medianäkyvyydestä**
- **Mediaosumien kattavuus** (ilmoitetaan julkaisu, julkaisu pvm, median kattavuus/verkkosivuston kävijämäärä ja arvioitu rahallinen arvo näkyvyydelle, esim. pvm 5.1.26, julkaisu Daily Express, median kattavuus (reach) 114 249 ja rahallinen arvo julkaisulle 2 514,67 £ ~ n. 3 350 €)



[Home](#) [Directory](#) [Supporters](#) [News](#) [About us](#)

Scotland's food and drink county

East Lothian Food & Drink BID

- Lähellä Edinburghia
- BID perustuu alueen vahvaan elintarvike- ja juomatuottajiin (jäsenet, n. 40 yritystä)
 - yhteistyö palvelu- ja matkailutoimijoiden (ns. tukijäsenet, n. 10 yritystä)
- alueella n. 100 000 asukasta
- 3. kausi menossa



BID area



The BID area is the geographic boundary of East Lothian Council

Inverness
(196km 121miles)

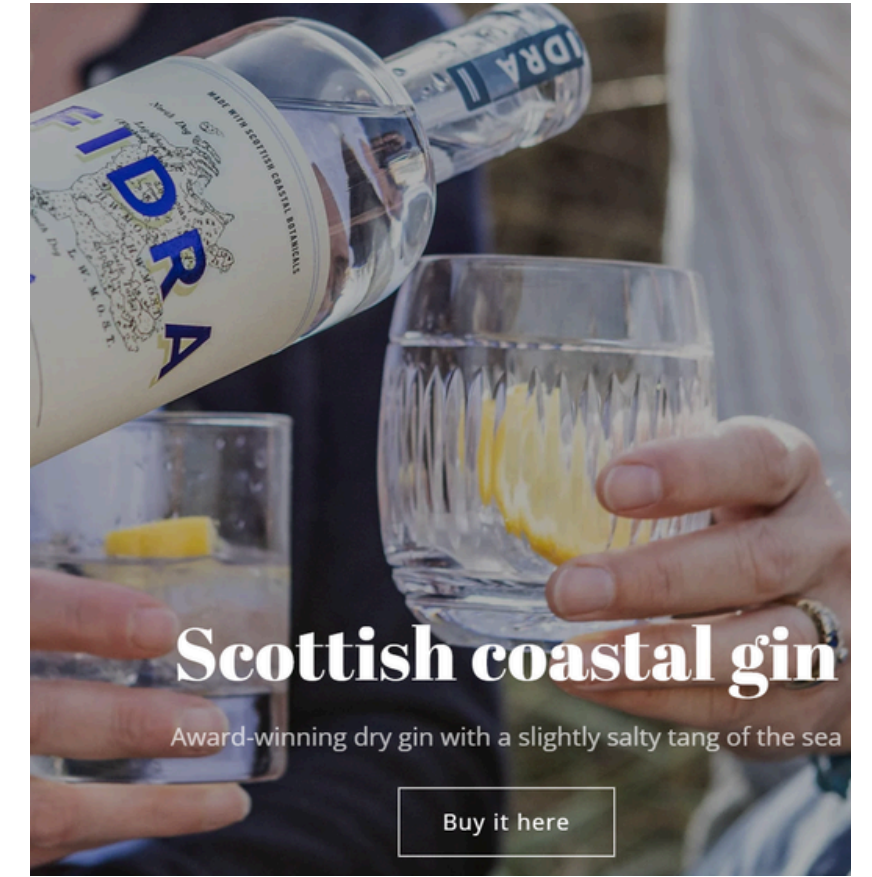
Aberdeen
(142km 88miles)

Edinburgh
(28km 17miles)

Glasgow
(94km 58miles)

Newcastle
Upon Tyne
(127km 79miles)







SMOKED SALMON
[SHOP NOW](#)

SMOKED TROUT
[SHOP NOW](#)

OTHER SMOKED FISH
[SHOP NOW](#)



Skotlannin

BIDit



PulinaosuuS

Pulinaosuus

Mene menti.com ja kirjoita 6209 4818 tai osoita puhelimesi kameralla QR-koodia.

1. Sykähdyttävä matkailukokemuksesi?
2. Miksi, juuri tämä kohde on jäänyt mieleesi?
3. Osin tähän peilaten, mikä meillä Vakka-Suomessa toimii matkailussa? Mitkä asiat on hyvin?
4. Mitä pitäisi kehittää?



menti.com
6209 4818

Muita kysymyksiä?

- Mikä pohdituttaa?
- Mitä sinun mielestäsi pitäisi erityisesti huomioida Vakka-Suomen matkailun kehittämisessä?
 - Kehittämisteemoiksi on nostettu juuri- ja kultturimatkailu, merellisyys, saaristo ja muut vesistökohteet sekä mielenkiintoiset Pitstopit, Egenland-kohteet. Läpileikkaavina teemoina majoitus ja ruoka. Ovatko nämä oikeansuuntaisia?
- Muuta?

MatkailuBID-työpaja, ti 24.3.2026 klo 16:30 – 19, Laitila, Louhenlinna

Työpajassa pääset vaikuttamaan Vakka-Suomen matkailun kehittämisteemoihin ja tavoitteisiin sekä hankkeen toimenpiteiden painotukseen. Tilaisuudessa asetetaan suuntaviivat seudulliselle matkailun kehittämiselle. On siis tärkeää, että osallistut!

Ilmoittaudu TÄSTÄ

welcome!



Oon kiinni kuin vahvoin köysin

LAS PALMAS

Lounaiskulman palvelu- ja matkailuklusterit

KIITOS KUN OSALLISTUIT!

projektipäällikkö Soile Vahela, 044 773 2219, soile.vahela@ukipolis.fi

projektikoordinaattori Anni Kauppila, 044 773 2214, anni.kauppila@ukipolis.fi


Varsinais-Suomen liitto
Egentliga Finlands förbund



Uusikaupunki

Laitila



Vehmaa

PYHÄRANTA TAIVASSALO



Kustavi

 UKIPOLIS