



### Rahoituksen hakija (www-sivulle)

Hakijan nimi/Hankkeen hallinnoija (yritys/virasto/tms.):

Visit Vuosaari –matkailuhanke/Brutoff & Co Oy

### Hankkeen perustiedot (www-sivulle)

Hankkeen nimi:

Visit Vuosaari –matkailuhanke

Hankkeen kokonaisaikataulu (kk.vvvv – kk.vvvv):

10/2015-10/2018

(www-sivulle)	2016	2017	2018
Innovaatorahastosta haettava rahoitus (euroa)	25000	45000	45000
Oma rahoitus (euroa)	25000	50000	45000
Muu rahoitus (euroa)	15000	30000	50000
Yhteensä (euroa)	65000	120000	140000

### Hankkeen yhteistyökumppanit (www-sivulle)

Yhteistyökumppanit kaupungin sisällä:

Rastila Camping Helsinki, Vuosaaren Urheilutalo/ UH & FIX Vuosaari ja Port of Helsinki

Yhteistyökumppanit kaupungin ulkopuolella:

Finnlines Oyj, Vuosaari Golf Oy, Planmeca Golf Areena Helsinki, Kahvila Kampela (Alomino Oy), BEST WESTERN Hotelli Rantapuisto ja Siliä Oy

### Tiivis kuvaus hankkeen keskeisestä sisällöstä (www-sivulle)

Hankkeen tärkeimmät tavoitteet:

Alueen toimijoiden verkostoituminen (synergiaedut), digitaalisten sovellusten kehittäminen loppukäyttäjille, uusien matkailupalveluiden luominen ja tuotteistaminen, alueen vetovoimaisuuden kasvattaminen. Uudet työpaikat/yritykset.

Hankkeen konkreettinen sisältö lyhyesti:

Kehittää Vuosaareen uusi ja erottuva matkailun, liikunnan ja kulttuurin ympärille keskittyvä palvelukonsepti/brändi ja toimintamalli, joka tuottaa tyytyväisiä loppukäyttäjiä, toimijille tuloja ja aluelle työpaikkoja ja hyvinvointia. Saada Vuosaaren aktiivisen kaupunkimatkailun brändi ja palvelukonsepti yhdeksi Suomen ja Helsingin matkailun kärkihankkeista > kansainvälinen Vuosaari vientituotteeksi.

Mitkä elementit hankkeessa ovat uusia ja innovatiivisia?

Hanke jo itsessään täyttää innovaation määritelmän, koska siinä parannetaan olennaisesti tuotetta (Vuosaari) ja avataan uusia markkinoita sekä pyritään luomaan uusi kopioitavissa oleva konsepti-/toimintamalli. Toisaalta hankkeen myötä luodaan loppukäyttäjille myös täysin uusia innovaatioita, kuten tapahtumia, palveluita ja digitaalisia sovelluksia sekä parannetaan jo olemassa olevia palveluita.

Millä tavalla hanke tukee tulevaisuuden osaamis- ja elinkeinoperustaa?

Hanke vahvistaa Helsingin vetovoimaisuutta, alueen yritysmuotoisuutta ja työpaikkojen kehitystä. Paikallisten yrittäjien koulutus on tärkeässä roolissa houkuttelevaa palvelutarjontaa rakennettaessa.



## Kuvaus hankkeen taustasta ja toimintakentästä

### Hankkeen taustaa, miksi hankkeeseen ryhdyttiin, mikä ongelma hankkeen taustalla on?

Hankkeen taustalla on alueen yritysiltä ja organisaatioilta tullut palaute verkostoituneesta tekemisestä, toisaalta Vuosaaren vahvuudet matkailun näkökulmasta (vihrein ja merellisin kaupunginosa, sijainti ja logistiset yhteydet) ja jo olemassa oleva palvelutarjonta matkailun, aktiviteettien ja kulttuurin näkökulmasta. Edellisistä huolimatta yhteistä toimintamallia, konseptia tai brändiä ei ole aiemmin ollut. Matkailu kasvaa maailmalla taantumasta huolimatta, joten tässä piilee suuri mahdollisuus niin yrittäjiä, organisaatioita kuin Helsingin kaupunkia ajatellen.

### Onko hakija tai muut tahot aikaisemmin edistäneet hankkeeseen liittyviä asioita ja miten mahdollisia aikaisempia tuloksia aiotaan hyödyntää?

Hakija on ollut käynnistämässä Vuosaaren yhteismarkkinointihanketta, jolla on ollut oleellinen merkitys myös Visit Vuosaari -matkailuhankkeen käynnistymisen taustalla. Lisäksi hakija on toiminut aluemarkkinoinnin konsulttina tehden aiemmin töitä mm. Kuuma-kuntien, Länsi-Uudenmaan kuntien ja esim. Lohjan kaupungin kanssa, myös matkailun liittyen.

### Mitä vastaavia hankkeita on meneillään muualla?

Hakija ja yhteistyötahot eivät ole huomanneet vastaavaa kaupunginosan kehittämishanketta muualla Suomessa.

## Kuvaus hankkeen kulusta ja lopputuloksista tarkemmin

### Hankkeen yksilöidyt toimenpiteet vaiheittain/osakokonaisuuksittain (kustannuserittely jäljempänä):

Osa1 Viestintä, tiedotus, tarinallistaminen (videot, kuvat ja tarinat) ja markkinointi | Osa 2 Digitaalisten sovellusten, palveluiden ja uusien tapahtumien suunnittelu, palvelumuotoilu ja konseptointi | Osa 3: Tapahtumien tuottaminen, digitaalisten sovellusten ja uusien palveluiden toteutus ja testaus sekä palvelutarjoajien koulutus | Osa 4: Projektijohto, verkostojen rakentaminen, resurssien varmistaminen (yksityinen rahoitus), sovellustan ja palveluiden käyttöönotto, tukitoimet ja jakaminen

### Hankkeen keskeiset lopputulokset:

Hankkeen tuloksena syntyy Visit Vuosaari -yritys- ja yhteistyöverkosto ja toimintamalli, tapahtumakalenteri, verkko-kauppa ja yhteinen tilausjärjestelmä ja erilainen aktiivikaupunkimatkailukohde, Visit Vuosaari brändi (media/kanava). Hanke luo uusia palveluita ja innovaatioita, tuo alueelle yrityksiä ja työpaikkoja ja vaikuttaa positiivisesti niin alueen imagon kehittymiseen kuin koko pääkaupunkiseudun imagon ja houkuttelevuuden kehittymiseen.

### Miten tuloksia viedään käytäntöön ja kuka vastaa niistä hankkeen loputtua?

Hanketta ollaan suunniteltu alusta asti niin, että tavoitteena on synnyttää aktiivinen toimintamalli, joka pystyy työllistämään kolmen vuoden kuluttua vähintään kaksi tuottajaa kokopäiväisesti.

### Kuka on hanketulosten loppukäyttäjä ja miten käyttäjä osallistetaan hankkeeseen?

Loppukäyttäjinä ovat alueen ja lähiympäristön asukkaat (1 milj.), muut kotimaiset sekä ulkomaiset matkustajat. Loppukäyttäjiä aktivoidaan tarinallistamalla sekä sosiaalisen median, tapahtumien, kilpailujen ja markkinoinnin/viestinnän avulla. Matkailijoiden tutustuttamista alueen arkeen ja kulttuuriin esim. jakamistalouden/kotimatkailun kautta.

### Miten hankkeen päätyttyä resursoidaan ylläpito?

Tavoitteena on, että hankkeen toiminta rakentuu hankkeen päättymisen jälkeen olemassa olevien avaintoimijoiden, tulevien alueellisten yritysten ja yhteistyökumppanien kautta saatavaan rahoitukseen. Jälkimmäisille tarjotaan näkyvyyttä ja erilaisia yhteistyöpaketteja yhdessä toimijoiden kanssa.

### Mitkä ovat hankkeen hyötyjen merkitykset hakijan kannalta? Missä määrin tehdään omaa tuotekehitystä ja missä määrin hanke hyödyntää kaupunkia ja kuntalaisia?

Hankkeen tavoitteena on rakentaa verkostoitunut toimintamalli ja konsepti, joka pystytään monistamaan ja viemään tarvittaessa myös muihin kaupunginosaan, kaupunkeihin tai maihin. Hankkeessa pyritään hyödyntämään kaupungin osaamista mm. Helsingin Markkinoinnin ja Visit Helsingin kautta. Tavoitteena on myös aktivoida alueen asukkaita jaka-



maan kokemuksiin kuvin, videoin ja tarinoin.

**Tunnista 2-4 mittaria, joilla voidaan seurata ja mitata hankkeen vaikuttavuutta hankkeen aikana ja sen päättymisen jälkeen. Kerro myös miten näitä tietoja tullaan keräämään.**

Yöpymistilastot, tunnettuus- ja mielikuvatutkimukset, kävijämittarit, matkailu- ja aktiviteettipalveluita tarjoavien yritysten ja työpaikkojen lukumäärä, oman sponsorori- ja mediamyynnin kehittyminen. Olemme kirjanneet edelliset strategiamme ja tehneet jo mielikuvatutkimusta heti hankkeen alussa, jotta meillä on jotain mihin verrata. Tietoa on kerätty Info-pisteillä Visit Vuosaari Weekendin aikana sekä netissä omilla sivuillamme.

**Tunnista kolme suurinta riskitekijää, jotka saattaisivat estää hankkeen tavoitteiden toteutumista. Kerro myös miten näitä riskejä voidaan vähentää.**

Rahoituksen saantiin liittyvät ongelmat, hankkeen sisäiset ristiriidat ja esim. Vuosaaren kaavoitukseen (täydennysrakentaminen), vihreyteen ja puhtauteen (eko-katastrofi Suomenlahdella) liittyvät ongelmat. Miten vähentää riskejä? Rahoitus on suunniteltu mahdollisimman laajalle pohjalle eli (oma, yksityinen ja julkinen tuki) ja eteneminen suunniteltu step by step rahoituksen kasvamisen myötä. Kokonaisuus on pyritty suunnittelemaan/rakentamaan niin, että alueen asukkaiden ja yrittäjien lisäksi myös kaupungin virkamiehet ja poliitikot ymmärtävät ne mahdollisuudet, jotka asiaan liittyvät. Viestintä on tärkeässä roolissa niin sisäisesti kuin myös ulkoisten sidosryhmien osalta. Työ-/ohjausryhmässä on vahvaa kokemusta ja osaamista, joka auttaa selvimään haasteista.

## Rahoituksen hakijan tiedot

<b>Y-tunnus:</b>
1857663-0
<b>Toimipaikka (osoite ja postinumero):</b>
Tallberinkatu 1 C 118
<b>Yhteyshenkilön nimi (hankkeen hankepäällikkö/vastuuhenkilö):</b>
Tj Pekka Pirkkala
<b>Yhteystiedot (puhelinnumero ja sähköposti):</b>
0400-608346, pekka.pirkkala@brutoff.fi
<b>Pankkiyhteys ja tilinumero:</b>
FI0957897120010112
<b>Onko yritys saanut valtiontukea viimeisen kolmen verovuoden aikana?</b>
Ei

## Hankkeen organisointi

<b>Ohjausryhmän kokoonpano:</b>
Puheenjohtaja Riina Dursun/Alomino Oy, Eeva Hietanen/Port Of Helsinki, Terhi Paarnio/Rastila Camping, Pekka Löfman/Planmeca Golf Areena Helsinki, Juha Ruponen/Vuosaari Golf, Päivi Toivanen/Finnlines, Tarja Korvenpää/Vuosaaren Urheilutalo ja Ilona Helsky/BEST WESTERN Hotelli Rantapuisto sekä tuottajat Pekka Pirkkala/Brutoff & Co ja Tiia Hamro-Drotz/Siliä Oy
<b>Projektiryhmän kokoonpano:</b>
Tuottaja Pekka Pirkkala/Brutoff & Co ja tuottaja Tiia Hamro-Drotz/Siliä Oy
<b>Hankkeen hyväksyjä, virastopäällikkö, hyväksymispäivämäärä (koskee vain virastoja ja tytäryhteisöjä):</b>

## Hankkeen yhteistyökumppaniin liittyvät tiedot (ei koske virastoja ja tytäryhteisöjä)

<b>Hankkeeseen sitoutunut Helsingin kaupungin virasto tai tytäryhteisö:</b>
Rastila Camping Helsinki, UH & FIX Vuosaari ja Port Of Helsinki



**Yhteys henkilön nimi ja yhteystiedot (puhelinnumero ja sähköposti):**

Terhi Paarnio, terhi.paarnio@hel.fi, 0500 602116 (Rastila),  
Tarja Korvenpää, Tarja.Korvenpaa@urheiluhallit.fi, 044-5414003 (UH & FIX) ja  
Eeva Hietanen, Eeva.Hietanen@portofhelsinki.fi, +358 50 354 3616 (Port of Helsinki)

**Päätös sitoumuksesta tehty (päivämäärä ja kenen päätöksellä):**

Osastopäällikkö Turo Saarinen/Liikuntavirasto, Pekka Laitinen/UH & FIX ja Eeva Hietanen/Port of Helsinki 21.4.2015

**Millä tavalla yhteistyökumppani sitoutuu hankkeeseen (euroa/työmäärä/ohjausryhmän jäsenyys)?**

Jäsenyys 1500 euroa (vuosi 2015) + omien tapahtumien rahoittaminen ja markkinointi/arvio työmäärästä  
10h/kk/jäsenyys ohjausryhmässä jokaisella

**Miten hanke tukee kumppanin ja kaupungin strategisia tavoitteita ja linjauksia tai olemassa olevaa kehitystä? Mitä valmiuksia hankkeen tulosten testaamiseen ja käyttöön ottamiseen organisaatiossa on? Onko resursseja työn ohjaamiseen varattu?**

Hanke tukee täysin Helsingin kaupungin elinvoimaisuuden tavoitetta. Se lisää kansainvälisyyttä, tunnettuutta ja veto-voimaisuutta. Samoin se tukee myös yritysmyönteisyyden tavoitetta ja pyrkii osaltaan parantamaan kaupungin kilpailukykyä.



## Hankkeen rahoitus- ja kustannuserittelyt

Muu rahoittaja/rahoituskanava (nimi):	Myönnetty rahoitus (euroa)	Haettu rahoitus (euroa)	Haettu rahoitus varmistuu (pvm)

Kuluerittely	Kokonaiskustannukset (euroa)	Innovaatorahaston osuus (euroa)
<b>Palkkakulut,</b>	80000	50000
joista henkilöstösivukuluja	17500	
<b>Matkakulut</b>	14000	2000
<b>Ostopalvelut,</b>	167000	60000
josta asiantuntijapalveluita	80000	
<b>Koneiden ja laitteiden hankintamenot</b>	7000	
<b>Toimisto- ja vuokratkustannukset</b>	28000	
<b>Muut menot</b>	29000	3000
<b>Yhteensä</b>	<b>325000</b>	<b>115000</b>

Kustannusten jakautuminen vuosille ja erittely hankkeen vaiheittain/ osakokonaisuuksittain	2015 (euroa)	2016 (euroa)	2017 (euroa)
Osa1 Viestintä, tiedotus, tarinallistaminen (videot, kuvat ja tarinat) ja markkinointi	15000	30000	40000
Osa 2 Digitaalisten sovellusten, palveluiden ja uusien tapahtumien suunnittelu, palvelumuotoilu ja konseptointi	18000	24000	20000
Osa 3: Tapahtumien tuottaminen, digitaalisten sovellusten ja uusien palveluiden toteutus ja testaus sekä palveluntarjoajien koulutus	13000	35000	45000
Osa 4: Projektijohto, verkostojen rakentaminen, resurssien varmistaminen (yksityinen rahoitus), sovellustan ja palveluiden käyttöönotto, tukitoimet ja jakaminen	19000	31000	35000
<b>Yhteensä:</b>	<b>65000</b>	<b>120000</b>	<b>140000</b>