



Sustainable Tourism Projektplan

Projektägare: Kristinestads näringslivscentral.
Samarbetsparter: Företagshuset Dynamo,
Vasaregionens Utveckling VASEK,
Jakobstadsregionens Utvecklingsbolag Concordia

A photograph of a wooden boardwalk or path leading through a forest. The path is made of wooden planks and has a wooden railing on the left side. The sun is setting in the background, creating a warm, golden light. The trees are silhouetted against the bright sky. A yellow horizontal bar is positioned above the text on the right side of the image.

Projektets mål

Projektets mål är att utveckla besöksnäringen i Österbotten att motsvara kriterierna för Sustainable Travel Finland programmet. När vi marknadsför vår region är det naturen vi lyfter upp. För att motsvara den bild vi målar upp samt de krav som besökarna förväntar sig att få måste vi aktivt se till att de företagare och organisationer som är aktiva inom besöksnäringen också har den utbildning och den verktygsback som krävs av en allt kräsnare och miljömedveten besökare. Vi bör ta med hållbarhetstänk när vi utvecklar våra produkter. Viktigt i dag är att vi väger in miljömedvetenhet och hållbara värderingar när vi för ut grupper i vår fina natur. För att uppnå detta mål bör vi se till att de som erbjuder tjänster till besökare också har fått den information och utbildning som krävs. När Sustainable Travel Finland programmet lanseras fullt ut är det till områdets fördel om vi redan har direkt identifierade företag som uppfyller kraven för detta program. Projektet skall:

- identifiera vilka aktörer/företag som är villiga att utvecklas enligt dessa principer.
- ge dessa aktörer utbildning och coaching enligt inom hållbarhet
- skapa ett nätverk av företag som kan lära av varandra
- erbjuda tillfällen till dessa aktörer att delta i mässor med naturturism och ekologiska principer i fokus. Dessa tillfällen kommer samtidigt att fungera som benchmarking tillfällen för de aktörer från vårt område som deltar

Projektets mål är att också implementera de globala principer som FN slagit fast och som Business Finland omfattat [här](#). Bland annat lyfter man fram sociokulturell hållbarhet och lokala element i upplevelsen. Detta innebär i vårt fall att man värnar om det lokala kulturarvet, använder sig av lokala element i produktutvecklingen och lyfter fram det genuint lokala i upplevelserna. Tanken om jämställdhet lyfts också fram i projektet vilket innebär bland annat att alla kundgrupper behandlas på lika villkor. Dessa principer kommer att vara de genomgående teman som projektets arbetspaket består av.

Green Care – en tillämpning

Därför kommer också ett samarbete med Centria att genomföras, Centria erbjuder utbildningar och kurser inom begreppet Green Care, vilket också ingår som en viktig komponent inom hållbar turismutveckling. Det arbete som utförts inom Green Care har koncentrerat sig på det sociala välmåendet och framtagandet av bra guider för företagare som vill profilera sig som besöksgrändar som erbjuder till exempel närheten till djur och natur som resurs för att skapa socialt välmående. I vilket avseende vi kan tillämpa Green Care konceptet för att skapa kunniga företagare inom naturturism är ännu inte helt utrett. Ett av projektets syften är närmare utreda hur principerna inom Green Care kan skapa ett mera heltäckande koncept hos naturturismföretagare.



Konkreta mål

- Skapa ett nätverk av företagare som är aktiva inom naturturismen och erbjuda dem möjligheten att bekanta sig med Sustainable Travel Finland
- Hjälpa företagen att profilera sig tydligare när Visit Finland marknadsför oss på ett internationellt plan. Visit Finland har idag som ett av de primära målen att attrahera tyska turister som prioriterar naturturismen.
- Granska det utbud som finns idag och se hur dessa kan anpassas enligt de hållbara utvecklingsprinciper som identifieras inom Sustainable travel Finland.





Work Packages

Work Package 1: Identifiera de företag och aktörer som har intresse av att utvecklas enligt principerna för Sustainable Finland programmet. *Målnivå; målet är att vi identifierar 25-30 företag som är beredda att utvecklas enligt Sustainable Travel programmet*

Work Package 2: Ge verktyg och arrangera informationstillfällen som skapar möjligheter att utvecklas enligt dessa principer. Dessa tillfällen är naturligtvis öppna för alla och kommer att marknadsföras till alla som är intresserade av hållbarhet. *Målnivå; totalt arrangeras 10 informationstillfällen, dessa tillfällen arrangeras över hela Österbotten och alla intresserade inbjuds.*

Work Package 3: Skapa ett nätverk av företagare som är aktiva inom naturturism och erbjuda dem möjligheten att bekanta sig med Sustainable travel Finland konceptet *Målnivå: 5-7 nya samarbetsformer skapas, vilka kan inspirera våra företag, vilket också kommer att ge dem möjligheter till fortsatta samarbeten. Dessa samarbeten lever vidare efter projektets slut och skapar utvecklingsmöjligheter på längre sikt.*

Work Package 4: Skapa ett samarbete med utbildningsenheten Centria eftersom de erbjuder utbildningar och kurser inom begreppet Green Care, vilket också ingår som en viktig komponent inom Sustainable travel programmet. *Målnivå; 8-12 företagare är intresserade av att bekanta sig med Green care konceptet.*

Work Package 5: Informationstillfällen där företagare får väsentlig information för att skapa produkter och få ut dessa till marknaden. Detta sker med hjälp av köptjänster från sakkunniga och ämnen är bl a: Sustainable Travel Finland programmet (informationstillfälle med Visit Finland) // Certifiering, både nationella och internationella // Produktifiering // Prissättning // Hållbar turism // Säljkanaler // Marknadsföring // Virtual reality och vilka nya möjligheter det erbjuder. Detta har delvis gjorts tidigare inom andra projekt, men eftersom det rör sig om ett nytt begrepp i vårt område så kan också metoderna skilja sig åt.

Risker: Möjliga risker i genomförandet är att det kan vara svårt att få företagen att ta sig tid till workshopar och utbildningsdagar som planeras för dem. Det kan vara utmanande att motivera företagen att välja att certifiera sig eftersom det kan vara svårt att påvisa nyttan för företaget.



Samband med programmet för utveckling av landsbygden i Fastfinland samt regionala programmet eller den lokala strategin. Hur har tidigare projekt beaktats?

Landsbygdsprogrammet för FastFinland 2014-2020 har målet att stödja tillväxt och utveckling och öka välfärden i hela Finland. Via detta program strävas till att stöda näringar och sysselsättning på landsbygden. Med hjälp av landsbygdsprogrammet skall det skapas tilltalande turistattraktioner, och skapa förutsättningar för företag inom besöksnäringen att ta steget ut på en internationell marknad. När vi ser framåt så framhåller Visit Finland tydligt vikten av hållbarhetsutvecklingen inom besöksnäringen. Genom sitt program "Sustainable Travel Finland" erbjuds en verktygsback som ska hjälpa företagen att granska den egna verksamheten och på så sätt få verktyg för att ändra och utveckla verksamheten i enlighet med principerna för en hållbar produkt.

I programmet för utveckling av landsbygden i fastlands Finland är det bl a nämnt "att stödja miljön, främja näringarna och sysselsättningen på landsbygden" samt att "Med landsbygdsprogrammets hjälp har det skapats tilltalande turistattraktioner, många företag som tagit steget ut på en internationell marknad". Här finns en klar koppling mellan målet i projektet och strategin. I den SWOT analys som gjorts i den regionala programplanen nämns det ökade intresset för Landsbygds- och naturturism som en styrka. Även en ökad efterfrågan på lokalproducerad mat nämns, och mat är en viktig del i Sustainable Travel programmet

I strategin för Österbotten nämns det att "landsbygds- skärgårds- och fisketurism har stor tillväxtpotential men som inte är utnyttjat i tillräcklig hög grad". Man vill också att landsbygdsutvecklingen skall genomföras på "ett ekologiskt, ekonomiskt och socialt hållbart sätt" samt att målet är "miljöns, människans och djurens välbefinnande".



Detta passar mycket väl in i Sustainable Travel Finland konceptet. I Landsbygdsprogrammet kommer besöksnäringens betydelse klart fram och i synnerhet poängterar programmet hur företagande på landsbygden bör stärkas och verktyg ges dessa företag för att både kvalitets säkra sina produkter och utveckla dem till att klara av att lansera sina tjänster på en internationell marknad. I landsbygdsprogrammet efterfrågas innovativa verksamhetsformer på landsbygden, och en viktig aspekt i programmet är betydelsen av samarbete mellan företagen på landsbygden för att säkerställa tillväxtmöjligheter. Detta projekt erbjuder kompetensutveckling för dessa företag och bidrar till företagens nätverksbildning detta kommer att skapa förutsättningar för företagen för större lönsamhet, tillväxtpotential och därmed också möjlighet att anställa fler arbetstagare i sitt företag.

Projektet skapar kunnande, främjar nätverksbyggande för den enskilde företagaren på landsbygden och främjar till informations- och kunskapsförmedling. Projektet kommer även att skapa förutsättning för innovationsarbete och ett nytänk inom besöksnäringen som kommer att skapa en möjlighet för företagen att säkra sin verksamhet och skapa förutsättningar för tillväxt och att söka sig en ny marknad. Vi anser att de projektmålsättningar vi identifierat med detta projekt svarar på ett utmärkt sätt Landsbygdsprogrammets målsättningar med utveckling på landsbygden

Tidigare och pågående projekt som kommer att fungera både som samarbetspartners samt öka möjligheterna till större synlighet är projektet *Nordic Nature Health Hub* som är ett Botnia Atlantica projekt som omfattar Österbotten och Västerbotten. Projektägare är Luke och Kristinestads näringslivscentral är en av delgenomförarna på den finska sidan. Tack vara detta samarbete kan vi även lyfta upp för företagare inom besöksnäringen och de som ser naturen som en resurs konkreta forskningsresultat som kan användas i marknadsföringen.

Även den forskning som finns tillgänglig genom *Green Care* nätverket är till nytta för både detta projekt och för de aktörer som medverkar. *Green Care* är till "naturen och landsbygden kopplad verksamhet som upprätthåller och befrämjar välmående och livskvalitet hos människor". *Green Care* grundar sig på naturbaserade metoder och har närmast tillämpats på mentalt mående. I vårt projekt syftar vi till att närmare se på vilken nytta aktörerna inom besöksnäringen kan nyttja denna forskning och dess metoder. På vårt område är också projektet *Destination Kvarken* aktivt och via det nätverket kan vi även belysa för företagen vilka möjligheterna är för att nå en internationell marknad samt vilka kriterier som är avgörande för att vi ska klara oss som destination på en internationell marknad.



Verksamhetsområde, målgrupp, nyttohavare, tidtabell

Verksamhetsområde omfattar Österbotten från Kristinestad, Kvarkens världsarv, till Jakobstadsregionen. Detta område är även det som idag aktivt samarbetar med Visit Finland.

De workshops, mässbesök, benchmarkingresor och informationstillfällen som ordnas i projektets regi kommer att vara öppna för alla och vi skapar information på nätet samt via direktutskick till företagen som kan ha intresse av dessa tillfällen. Projektet kommer att ha nytta av utvecklingsbolagens kontakt till de olika företagen i detta avseende.

Målgrupper:

- företag som erbjuder upplevelser till besökare med naturupplevelser i fokus
- naturguider
- tjänsteleverantörer (ex. båtcharter)
- företag som erbjuder naturbaserade upplevelser
- leverantörer av till exempel kanoter, kajaker,
- leverantörer av matupplevelser som är kopplade till naturen
- nyttohavare blir både de som lever av sina företag samt synergieffekter för andra tjänsteleverantörer i området.

Tidtabell: projektet startar 2021 och pågår i 2 år



Tidtabell

2021

Inledande planeringsmöten med delgenomförarna
Rekrytering av projektpersonal
Arbetsmöten med delgenomförare
Rapportering till finansiären Marknadsföringsplanering för informationsspridning
Konkreta besök hos företag som berörs av åtgärderna i projektet
Samarbete skapas med både Visit Finland och programmet för Sustainable travel Finland och Rural Finland II
Planering och genomförande av informationstillfällen och evenemang
Utbildningsdagar, studiebesök, temadagar
Identifiering av företag inom besöksnäringen, samt konkreta besök hos dessa
Offertrunda för upphandling av externa föreläsare och experter
Rapportering till finansiären
Kartläggning och nätverksbyggande: Parter söks och nätverk byggs mellan aktörer i Finland och Sverige vilka på sitt område är föregångare och intresserade av att arbeta enligt Sustainable Travel Finland-principer

2022

Arbetsmöten med delgenomförare
Fortsatt rekrytering av företag till projektet
Identifiering av motsvarande verksamheter nationellt och internationellt som är föregångare inom hållbarhetsturism
Möten och träffar med samarbetspartners
Utvärdering av verksamheten genom förfrågningar, intervjuer, enkäter och feedback från workshops
Bearbetning av material för information på webben
Utvärdering av verksamheten genom förfrågningar, intervjuer, enkäter och feedback från workshops
Planering för benchmarkingresor
Utbildningsdagar, studiebesök, temadagar
Rapportering till finansiären



Hur utvärderas projektets genomförande?

Hur kommer man att fortsätta den verksamhet som projektet ger upphov till, efter att projektet är avslutat? Kontinuerlig utvärdering görs under projektet bland de företagare och andra intresserade som deltar i projektets åtgärder för att utreda att projektets målsättningar motsvarar behoven hos företagen för att stödja deras utveckling. Projektets kvantitativa indikatorer utvärderas genom

- Kartläggning bland landsbygdens företag som är aktiva inom besöksnäringen
- Antalet företag som deltar i våra workshops
- Antalet företag som är intresserade av att certifiera sig enligt Sustainable travel Finland konceptet
- Antalet företag som vill utveckla sin verksamhet enligt hållbara principer
- Vilka nätverk har uppstått och hur kan de samverka med varandra

Information

Projektet kommer att ordna allmänna informationstillfällen om projektet för företagare inom besöksnäringen. Eftersom samarbetet sker mellan både utvecklingsbolag och aktiva organisationer inom besöksnäringen kan vi nå ut till de företag som är målgrupp för projektet på ett effektivt sätt. Projektet ordnar dessutom både presstillfällen som kick-off tillfällen på respektive orter som är med i projektet, informationen är naturligtvis på båda inhemska språken och målgrupper är både företag aktiva på svenska och finska.

Intern information sker via gemensamma digitala plattformar till exempel Facebook, Instagram och Whatsapp-grupper samt respektive organisations webbsidor och egna kanaler och nyhetsbrev. Informationen till samarbetspartners sker genom till exempel styrgruppsmöten



Informationsplan

2021

Informationsspridning om projektet på lämpliga evenemang och möten, samt i de tillgängliga kanalerna som utvecklingsbolagen använder sig av.

Projektinformation läggs ut på respektive webbsida; www.kristinestad.fi, www.dynamo.fi, www.vasek.fi, www.concordia.jakobstad.fi

Artiklar produceras samt infomaterial för att ge den potentiella målgruppen information om projektet

Kontakt till Visit Finland skapas, programmet för Sustainable Finland implementeras

Kontakt till nationella programmet Rural Finland II skapas

Offertrunda av externa föreläsare till de första utbildningstillfällena, samt spridning av kunskande och erfarenheter

Planering och genomförande av informationsträffar för besök inom besöksnäringen, samt övriga intresserade i hela Österbotten

Information sprids via sociala medier, via tidningar och informationsmöten samt utbildningspaket uppgörs

2022

Fortsatt kontakt till Visit Finland skapas, programmet för Sustainable Finland implementeras

samarbete med nationella programmet Rural Finland II fortsätter

Workshops planeras och genomförs

Aktivitet i sociala medier pågår kontinuerligt

Planering och genomförande av informationsträffar för besök inom besöksnäringen, samt övriga intresserade i hela Österbotten

Information sprids via sociala medier, via tidningar och informationsmöten samt utbildningspaket uppgörs

Fortsatt kontakt till Visit Finland skapas, programmet för Sustainable Finland implementeras

samarbete med nationella programmet Rural Finland II fortsätter

Workshops planeras och genomförs

samarbetsmodeller för lokala, regionala och nationella verksamheter kartläggs och utarbetas



Beskrivning av Projektorganisation

Kristinestads näringslivscentral fungerar som projektägare i projektet.

Näringslivscentralen är ett kommunalägt aktiebolag som har som syfte att i Kristinestad fungera som företagsutvecklare och sparringspart för ortens företag. Staden har i snart 10 år hört till Cittaslow nätverket och även inom detta nätverk sätts nu större fokus på hållbarhet och miljötank både inom besöksnäringen och i allmänhet för utvecklingen av de städer som hör till nätverket. Cittaslow rörelsen har sina rötter i slow food rörelsen och närhet, lokal producerat och småskalighet är viktiga delar för de städer som anslutit sig till nätverket. Näringslivscentralen är en erfaren projektägare och har lång erfarenhet av både projektplanering, administration, utveckling, och verkställande och rapportering av projekt. Näringslivscentralen har verkat som projektägare i ett flertal större regionöverskridande projekt på ett framgångsrikt sätt.

Näringslivscentralen har även i uppdrag att ansvara på besöksnäringen i staden och uppdraget är både nationellt och internationellt till sin natur. Vi samarbetar med de lokala turismorganisationerna som Visit Vasa, Visit Jakobstadsregionen och Visit Närpes.

Viktigt i vårt arbete är det samarbete vi lyckats knyta till Visit Finland. Tack vare ett gott samarbete med de ovanstående organisationerna har vi tillsammans skapat en region som går under namnet Coast&archipelago vilket nu är en destination när Visit Finland marknadsför Finland på ett internationellt plan. I och med detta arbete med en internationell marknad har vi identifierat vilken typ av upplevelser och aktiviteter som besökare från kontinenten söker hos oss, och det framstår tydligt att naturen och naturturism är något som besökarna förknippar med vårt område. Viktiga aspekter som tydliggjorts är upplevelser som prioriterar hållbarhet, ekologiskt tänk, ett varsamt sätt att bruka naturen, ren natur och god kvalitet. Extrema naturupplevelser eftersöks inte i så stor utsträckning men den genuina naturupplevelser med fokus på välmående är en växande trend vi identifierat i vårt arbete med Visit Finland

Samarbetspartners i detta projekt kommer att vara Kristinestads näringslivscentral som fungerar som projektägare och administratör. För Vasaregionen är samarbetsparten Vasaregionens Utveckling Ab VASEK som har rollen av projektgenomförare för området som inbegriper Kvarkens världs naturarv. I Jakobstadsregionen är samarbetspart Jakobstadsregionens Utvecklingsbolag Concordia Ab som aktivt verkat för att utveckla besöksnäringen på sitt område. I Närpesregionen är samarbetsparten Ab Företagshuset Dynamo, Yritystalo Oy. De renodlade turismorganisationerna som omfattas av projektet är Visit Kristinestad, Visit Vasa, Visit Jakobstadsregionen samt Visit Närpes som alla redan har ett etablerat samarbete under namnet Visit Pohjanmaa. Ytterligare kommer en viktig samarbetspart att vara Kvarnens samkommun eftersom de är den organisation som idag står för utbildningen av Nordiska friluftsguider.

Besöksnäringen på landsbygden

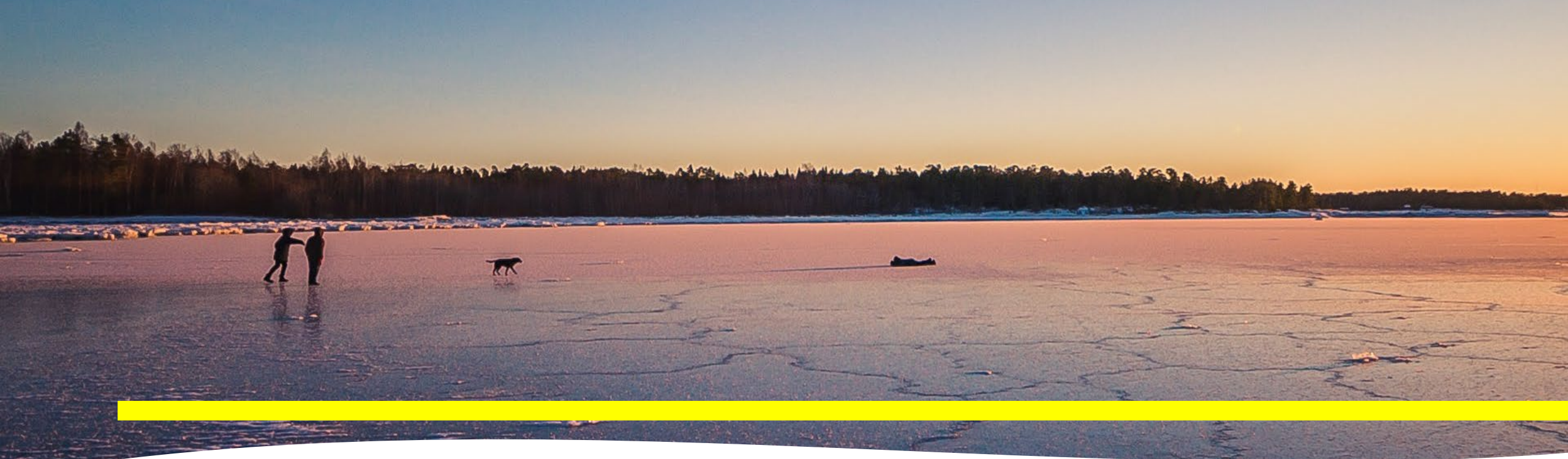
Det område som vi identifierar som Österbotten är i detta fall det område som dessa ovanstående organisationer opererar på, alltså kustregionen i Österbotten. Det som är typiskt för detta område är att vi alla har en landsbygd som kämpar med avfolkning, och att våra företag i allmänhet är små och sysselsätter endast företagaren själv. Detta är typiskt för de företag som är aktiva inom besöksnäringen, dessutom är många av dessa företagare endast deltidsföretagare eftersom de inte vågar ta steget fullt ut och satsa 100% på sitt företagande. Orsakerna till detta är flera men avsaknaden av tydliga mål, riktade marknadsföringsåtgärder och en känsla av att de behöver erbjuda allt till alla har hämmat dem i utvecklingen.

Vid Mittuniversitetet i Sundsvall har genomförts ett flertal forskningsprojekt om verksamhetsmöjligheterna för företag verksamma inom besöksnäringen på landsbygden och på mindre orter.

<https://www.miun.se/Forskning/forskningscentra/etour/ETOUR---Forskning/projekt/avhandlingsprojekt/>

Forskningen har tydligt visat att avsaknad av tydligt brand och fokusering på kvalitet och genuina upplevelser skapar en otydlig bild av företaget vilket i sin tur gör att de inte kan koncentrera sig på det de är bra på.





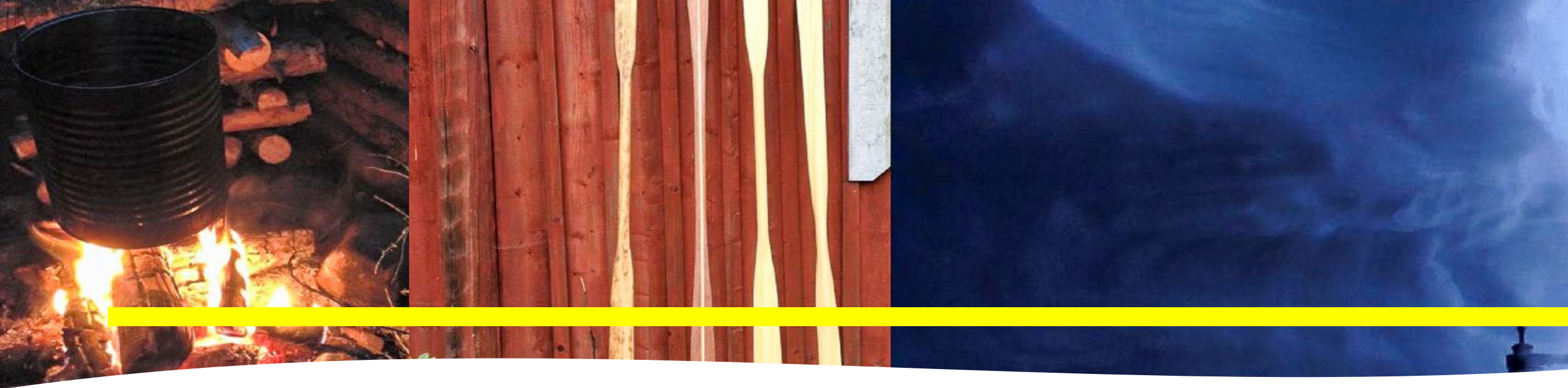
Projektets behov och bakgrund

I och med Coronapandemin är företagare inom besöksnäringen i en ytterst svår situation. Eftersom pandemin har begränsat människors möjlighet att röra sig, behövs nu åtgärder som kan stimulera besöksnäringen i vår region. Viktigt att betona i vår region är vilken resurs naturen ger oss och genom detta projekt vill ge företagarna både inspiration, möjligheter till nytänk och ett nytt mål med sin verksamhet. Vi ser att trenderna världsvitt mer och mer sätter fokus på hållbarhet, renhet och naturupplevelser bland annat visar en färsk undersökning gjord av Visit Finland i Japan och Sydkorea att 38% av japanska resenärer och 58% av de koreanska resenärerna kommer att fästa mer uppmärksamhet vid val av nästa resmål. Det program som projektet erbjuder kan ge företagarna på vårt område den hjälp de behöver nu när verksamhetsförutsättningarna ändrats i och med pandemin.

Med detta som bakgrund har vi identifierat följande både behov och utvecklingsmöjligheter inom besöksnäringen i Österbotten. Viktigt som framkommit av forskningen är att det är **viktigt att specialisera sig och utveckla den egna verksamheten för att på ett tydligt sätt nå ut till målmarknaden. Trenderna inom besöksnäringen idag är att vi ska ha en hållbar turism, med naturen i fokus. Ord som klimatsmart, hållbart, ekologiskt, lokalt är ledord för utvecklingen inom besöksnäringen. Därför har det uppstått olika "slogans" kring detta som slow tourism, slow adventure med mera.**

Visit Finland lyfter allt tydligare vikten av att allt som görs, skall göras ur ett hållbart perspektiv. För att bygga på detta har Visit Finland lanserat programmet Sustainable Travel Finland. Syftet med detta program är att hjälpa företag aktiva inom turismen att adoptera hållbarhetstänket i sina verksamheter. Detta naturligtvis eftersom hållbarhet inom alla områden vi utvecklar idag bör ta i beaktande klimatförändringarna och hur vi kan svara mot att utveckla också turismbolag mot hållbarhetstänk.

(<https://www.businessfinland.fi/en/do-business-with-finland/visit-finland/sustainable-travel-finland-label>)



Andra centrala teman i Visit Finlands strategi fram till 2025 är teman som "Luontomatkailu" och "Hyvinvointimatkailu", detta skall naturligtvis beaktas när man gör åtgärder i projektet, exempelvis så att inbjudningar även till företag inom dessa områden bjuds in till informationstillfällen.

I Visit Finlands Sustainable Travel Finland-program finns 7 steg. (<https://www.businessfinland.fi/en/do-business-with-finland/visit-finland/sustainable-travel-finland-label>) Det finns idag en del områden som är utvalda som pilotområden för detta program, men målet är att detta program ska bli en del av hela Visit Finland organisationen. Vårt område har idag stor potential för att branda sig under detta program eftersom det redan konstaterats att naturturismen är något som är specifikt för oss, och det som gör vårt område unikt är vår fina kust och att vi har ett världsarv, Kvarnen, på vårt område. Behovet på vårt område är tydligt att vi bör utbilda och coacha våra aktörer så att de kan identifieras under denna rubrik, genom att vi kan coacha dem genom detta 7 stegs program som Visit Finland lanserat.

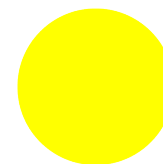
Företag som identifierat sig som en destination som arbetar enligt hållbarhetsprinciperna har följande fördelar och styrkor enligt Visit Finland:

- En hållbar turistdestination är den mest eftertraktade destinationen i framtiden
- Hållbar turism lockar besökare som är beredda att spendera mer pengar än genomsnittet av turister och de är dessutom beredda att resa utanför säsong
- Hållbarhetstänket har kommit för att stanna, både marknadsföringsorganisationer och resenärerna förväntar sig idag att företagen är angelägna om att utvecklas enligt hållbarhetsprinciperna
- I framtiden kommer endast de företag som utvecklas enligt hållbarhetsprinciperna att hållas med i en ökande konkurrens.
- Hållbarhet förbättrar servicen, skapar ett tänk präglat av värdskap
- Att arbeta medvetet med hållbarhetsprinciperna motiverar också personalen och är ett rekryteringsargument.



DYNAMO 
Närpes

VASEK



**Jakobstadsregionens
Utvecklingsbolag Concordia**



Närings-, trafik- och
miljöcentralen



Europeiska jordbruksfonden för
landsbygdsutveckling: Europa
investerar i landsbygdsområden

Projektansökan har skrivits i samarbete med:
Kristinestads näringslivscentral.
Samarbetsparter: Företagshuset Dynamo,
Vasaregionens Utveckling VASEK,
Jakobstadsregionens Utvecklingsbolag Concordia