



Toimijahaastattelut – yhteenvedo 9/2019 - 3/2020

TAUSTAA

HANKKEEN PERUSTIEDOT

- Rahoittaja: Päijät-Hämeen liitto
- Rahoitusmuoto: EAKR
- Kesto: 1.9.2019 – 31.8.2020
- LABin rooli: Hallinnoija
- Yksikkö: Liiketoiminta
- Painoala: Innovaatioiden kaupallistaminen

TAVOITTEET

- Selvittää kierrätysmateriaalin käytön mahdollisuuksia tapahtumien pientuotteiden tuotannossa hyödyntäen mm. 3D-printtausta sekä ruiskuvalumenetelmiä
- Toteuttaa konkreettisia kokeiluja kierrätysmateriaalien käytöstä ja uudentyyppisistä opasteista
 - demonstroida mahdollisuudet ja tuotteiden laatu tapahtuma-alan toimijoille
 - sekä testata tuotteen valmistusprosessi liiketoimintamahdollisuuksien selvittämiseksi.
- Selvittää liiketoimintamahdollisuuksia

KOHDERYHMÄT

Välittömät:

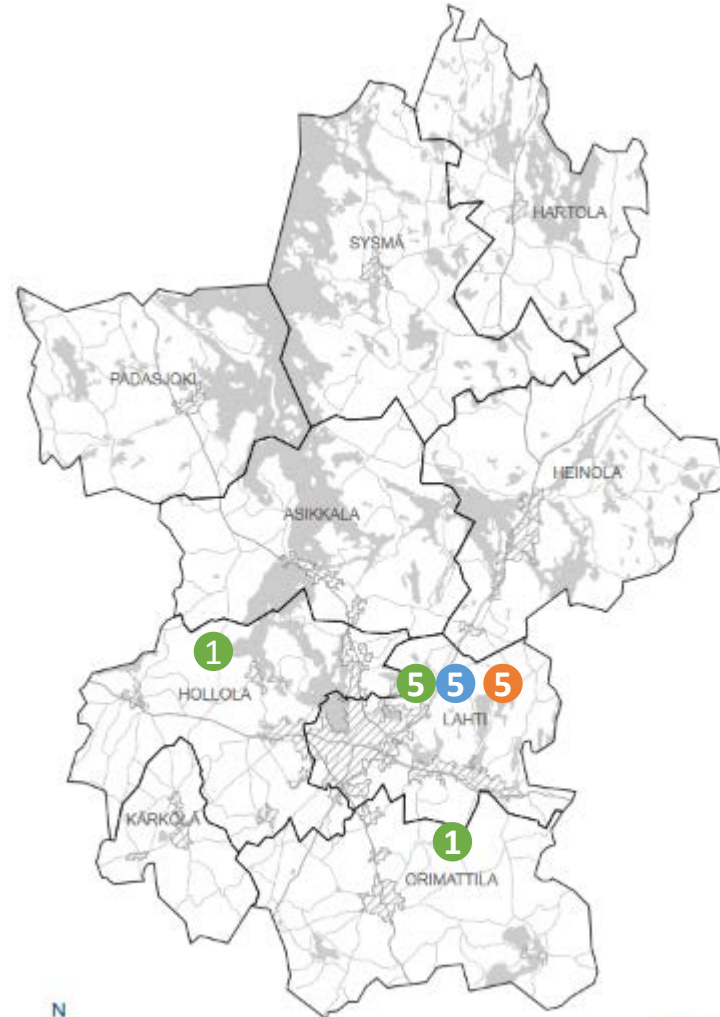
- Tapahtumatoimialalla toimivat mikro- ja pk-yritykset Päijät-Hämeessä, sekä yritykset, jotka haluavat kasvaa ja löytää uudenlaista tuotantoa ja liiketoimintaa.

Välilliset:

- Suuremmat tapahtuma-alan toimijat Päijät-Hämeessä
- Lahden kaupunki ja muut kunnalliset toimijat
- Tapahtumien järjestäjät
- Organisaatiot ja urheiluseurat

TOIMIJAHAASTATTELUT: syksy 2019, Päijät-Häme

2nd round
Jätelavalta palkintovetriiniin



- **Tapatumatoimijat**
(Välitön kohderyhmä 1.)
- **Urheilutoimijat**
(Välillinen kohderyhmä 1.)
- **Kunnalliset toimijat, asiakkaat ym.**
(Välillinen kohderyhmä 2: Muut)

Kartta: http://www.paijat-hame.fi/wp-content/uploads/2016/01/kartat_mv_kuntarajat_vesi_tiet_taajama_nimi2016.pdf



LAB University of Applied Sciences



HAASTATTELUT

haastateltu 9 miestä & 7 naista
(+2 naista lisähaastateltu 2020)

VÄLITÖN KOHDERYHMÄ 1.

Messutoimijat (5)

M5&N3

VÄLILINEN KOHDERYHMÄ 1.

Urheilukilpailut/-joukkueet (5)

M3&N2

VÄLILLINEN KOHDERYHMÄ 2.

kunnalliset toimijat, asiakkaat
ym.(3)

M1&N2

MIKÄ ON TAPAHTUMA, JA MITÄ TAPAHTUMATOIMIALALLA TEHDÄÄN? KUKA TEKEE?

HANKKEEN TERMINOLOGIA

TAPAHTUMA:

- Yrityksen tai yhteisön järjestämä yleistöapahtuma, joka voi olla kaikille avoin tai vain tietyille, rajatulle kohderyhmälle suunnattu
- Sisällä tai ulkona

TAPAHTUMA-ALAN TOIMIJA:

- Tapahtumien mahdollistaja; suur tapahtuman järjestäjä, tilan tai tapahtumabrändin haltija
- Esim. alueellinen, kaupallinen tai järjestötoimija

TAPAHTUMAJÄRJESTÄJÄ:

- Taho, joka järjestää ko. tapahtuman, tai jonka osasto tms. on tarkastelun kohteena (myös asiakas)

TAPAHTUMARAKENTAJA:

- Taho, joka suunnittelee ja/tai toimittaa asiakkaalle tapahtuman visuaalisen ilmeen, kalustuksen, somistuksen tms. tapahtumaa varten
- Osia tai kokonaisuus avaimet käteen (sis. suunnittelu tai ilman) (myös toimittaja)

ESIIN NOUSSEET ASIAT

KENELLE: asiakas

- Kuka on asiakas?
- Onko markkina Päijät-Hämeessä, Suomessa vai maailmalla? (Esim. YouTube levittää tietoa)
- Tapahtuma-ala erittäin kilpailtua
- Mistä apua kausivaihteluihin?
- Kuinka varmistaa jatkuvuutta sitouttamalla asiakas juuri heihin?
- Ratkaisevin tekijä on hinta, toisena toimitusvarmuus
- “Tehdään mitä asiakas haluaa”
 - > kuinka saada kiertotalousnäkökulma tarjouspyyntöihin mukaan?
- Tavarantoimittajat/suunnittelijat taas ovat oman alansa asiantuntijoita, joita kuunnellaan
- Asiakkaat myyjäuskollisia -> myyjä tärkeä asennevaikuttaja
- Messurakentaja saa aina ”saman” rahan eli kuinka sanoittaa kierrätys ilman, että asiakas haluaa halvemmalla

MITÄ: a) materiaalit

- Alalla käytetään monenlaisia materiaaleja erilaisiin tuotteisiin ja käyttökohteisiin, kuten bannerit, liput, seinät, kalusteet, somistus, markkinointimateriaali, asiakasohjaus
- Kiertotalouteen suhtaudutaan positiivisesti
- Yritykset tekevät jo kierrätystä sekä miettivät tuotteiden uudelleenkäyttöä ja olemassa olevan hyödyntämistä. Perimmäisenä syynä usein säästöpainet.
- Modulaarinen ajattelu ollut vallalla jo pitkään (80-luvulta), saatava nyt myös visuaalisuuteen, jolloin tuotteiden uudelleenkäyttö helpottuu
- Turvallisuusmääräykset tiukentuneet, mikä asettaa haasteita kierrätysmateriaaleille
- Yksittäisiä vaikeita materiaaleja ja tuotteita
 - messumatto
 - roll upit, pvc-kankaat
 - budjettihaasteet ohjaavat myös halvempien tuotteiden (tuotettu halvemmista materiaaleista) puoleen, joiden uudelleenkäyttö ja kierrätys vaikeampaa

MITÄ: b) palkinnot

- Kiertotalous sinänsä positiivinen teema
- Ainakin lapsille fyysiset palkinnot tärkeitä
- Arvokas olemus voisi olla tärkeää ainakin arvokisoissa
- Kierrätetylle tai kierrätysmateriaaleista tuotetulle tarvitaan selkeä tarina
- Ostajina ei ammattilaisia, useilla ei hankintaohjeita tms. sääntöjä vaan hinta ja ostamisen helppous ratkaisevat
- Tarve suhteellisen vähäinen, satoja tai muutamia tuhansia per toimija vuosittain. Hinta yleensä vain muutaman euron luokkaa. Ei tarvitse olla kovin räätälöityä.
- Koetaan hyväksi jos saa läheltä (luotettavaa), mutta tuotteet voivat olla kuitenkin myös Kiinasta.

MITEN: kierrätys

- Kiertotalousratkaisun oltava hyvin helppo toteuttaa
- Fyysisten tuotteiden kierrätys usein kallista, aikaavievää ja työvaltaista
 - Logistiikka, kunnossapito, vastaanotto ja luovutus, varastokirjanpito yms.
- Uudelleenkäyttö ja vuokraus keinoja sitouttaa asiakas
- ”Onko uniikilla jälkimarkkinaa?”
- Painatuksissa yms. vaihtuvat logot, päivämäärät, sponsorit
- Monet materiaalit voi jo kierrättää ihan normikierrätykseen eli jätettä ei koeta ongelmaksi
- Myös ”jätteellä” on omistaja!

KENEN KANSSA: verkostot ja kaupunki

- Alalla tehdään jo yhteistyötä (alihankkijuus ja freelance-työvoima)
- Yhteistyö oravannahkakauppaa eli auttamista puolin ja toisin
- Alalla ollaan kiinnostuneita oman alan kehittämisestä
- Paikallisuus ei merkitse juurikaan – bisnes muualla
- Alueellinen haaste: Lahteen tarvittaisiin ”oikeita” massatapahtumia, kuten tiettyjen ammattiryhmien tapahtumia tai alojen tapahtumia, ei vain markkinoita
 - Yritykset satsaavat enemmän ammattilaisten tapahtumiin, joten siellä tarvitaan suurempaa työpanosta myös alihankkijoilta/tapahtumarakentajilta
- Monet tapahtumapaikoista kytköksissä vahvasti kaupunkitoimijaan
- Kaupungilla ollut jo ajatusta omasta alan toimintamallista
- Kaupungin tulisi olla mahdollistaja – onko se sitä?
- Vaikuttavuustutkimus tapahtumille tulossa

NYKYTILA-ANALYYSI: yhteenvetoa TP1 haastatteluista

- Kiertotalouden toimintatavat varsin laajalti käytössä (materiaalitehokkuus, uudellenkäyttö)
- Suhtautuminen vihreisiin arvoihin positiivista
- Raha ratkaisee toimintatavoissa ja “mitä asiakas haluaa, sitä tehdään”
- Palkintoihin käytetään varsin rajallisesti rahaa
- Paikallisuus ristiriitainen arvo – toisaalta arvostetaan (tuttuus, luotettavuus), mutta toisaalta tekijöillä varsin vähän paikallisia asiakkaita
- **Millainen on 2020-luvun “tapahtumarakentaja” (elämystehtailija, fyysisen markkinoinnin luoja, raksaaja)?**

PÄÄTELMÄT

- Toimiala on murroksessa: muutos tapahtumien luonteessa (elämyksellisyys), muutokset asiakasuskollisuudessa (asiakassuhteet lyhentyneet), ikääntyvät toimijat
- Ala erittäin kilpailtu
- Toimijahaastatteluita tulee laajentaa koskemaan myös tapahtumatoimistoja sekä asiakasyrityksiä, jotte toimialasta saadaan kokonaisvaltaisempi kuva mahdollisen uuden liiketoiminnan kehittämiseksi
- Useat yritykset ulkoistaneet/ulkoistamassa tapahtumatoimintaa – tämä vaikuttaa verkostojen rakenteeseen

VIHREÄMPIEN TAPAHTUMIEN JA TUOTTEIDEN KIERTOKULKU

2nd r^ound
Jätelavalta palkintovetriiniin

Tarjonta lisääntyy:
Saatavilla vihreitä
tuotteita ja ratkaisuja



Hinnat laskevat

Enemmän kysyntää

KUVA TÄYDENTYY

MUUT TOIMIJAT: TAPAHTUMATOIMISTO & YRISTYSASIAKAS

- TP 1 (syksy 2019) Tapahtumatoimijoiden haastatteluiden jälkeen haluttiin syventää aiheen käsittelyä ja ymmärtää alan muutosta.
- Kevättalvella 2020 suoritettiin 2 lisähaastattelua. Haastatteluun valikoitui 1 tapahtumatoimisto Helsingistä, jossa tämän toimialan yrityksiä toimii jo, sekä kansainvälisilläkin markkinoilla toimiva teollisuusyritys Lahdesta.
- Haastattelut noudattivat samaa kaavaa ja niiden aihepiirejä olivat:
 1. TAUSTAA/YRITYS
 2. ASIAKKUUDET
 3. TOIMIALA
 4. KIERTOTALOUS
 5. VERKOSTOT/KUMPPANUUS

HUOMIOITA LISÄHAASTATTELUISTA

- Lisähaastatteluiden tulokset tukivat aiempia päätelmiä alan kehityksestä; kiertotaloutta toteutettiin arjessa jo ja se oli osa strategiaa.
- Kummallakin yrityksellä oli talon sisäinen ympäristöasioihin liittyvä ohjeistus.

HANKKEEN JATKOA

- Paneudutaan hankkeessa suunniteltaviin ja toteutettaviin pilottituotteisiin (palkinnot ja asiakasohjaustuotteet)
- Pilottituotteita testataan ja arvioidaan erilaisissa tapahtumissa. Alkuperäinen pilottitapahtuma SELL student games 2020, sekä lukuisia muita yleisötapahtumia jouduttiin perumaan keväällä 2020 koronaviruksen takia, joten etsitään uusia tapoja testaukseen ja arviointiin.
- Kartoitetaan tapahtumatoimijoiden suhtautumista pilottituotteisiin esim. kyselyin
- Lisäksi kartoitetaan pilottituotteiden tai –tuotantomenetelmien liiketoimintamahdollisuuksia.

KIITOS!

SEURAA 2ND ROUNDIA TÄÄLLÄ:

<https://lab.fi/fi/projekti/2nd-round-jatelavalta-palkintovitriiniin>

FB: @kiertotalouttatapahtumista

Lisätietoja hankkeesta

Anna Pajari

Projektipäällikkö

Puh. 044 708 1109

Email: anna.pajari@lab.fi