

## KONGRESSISUUNNITTELUN OPAS



## KONGRESSISUUNNITTELUN OPAS

Kongressisuunnittelun oppaaseen on koottu yleisiä neuvoja ja ohjeita kansainvälisen kongressin hakijalle ja järjestäjälle. Olemme laatineet oppaan tukeaksemme suomalaisia tiedeyhteisöjä ja tieteentekijöitä hakemaan oman alansa kansainvälisiä kokouksia Suomeen.

Finland Convention Bureau auttaa kaikissa kansainvälisiin kokouksiin liittyvissä asioissa tapahtuman haku- ja suunnitteluprosessin eri vaiheissa. Maksuttomat palvelumme on esitelty tarkemmin kohdassa 1.3.

## Sisällysluettelo

1. Kutsuminen .....	3
1.1 Suunnittelu .....	3
1.2 Kutsumenettely .....	3
1.3 Maksutonta apua .....	4
2. Talous .....	5
2.1 Budjetin laatiminen .....	5
2.2 Rahoitus .....	5
2.3 Kongressin järjestäjän arvonlisäverotus .....	6
2.4 Vakuutukset .....	7
2.5 Esimerkkibudjetti .....	8
3. Järjestäminen .....	10
3.1 Järjestelytoimikunta .....	10
3.2 Tarjolla ammattiapua .....	10
3.3 Sopimukset .....	11
3.4 Projektikalenteri .....	11
3.5 Varaukset .....	11
3.6 Ohjelman suunnittelu .....	11
3.7 Kuljetukset .....	12
3.8 Ateriat .....	12
3.9 Turvapalvelut .....	13
3.10 Näyttely .....	13
3.11 Vapaa-ajan ohjelma, retket ja matkat .....	13
3.12 Ilmoittautuminen ja maksuliikenne .....	13
3.13 Passit ja viisumit .....	14
3.14 Järjestelyt kongressin aikana .....	14
3.15 Kongressin jälkeen .....	14
4. Markkinointi ja viestintä .....	15
4.1 Markkinointi .....	15
4.2 Painotuotteet ja verkkosivut .....	15
4.3 Esitteiden sisältö .....	16
4.4 Viestintä ja sosiaalinen media .....	16
4.5 Suomen vahvuudet .....	16
4.6 Tilastotietoa kongresseista Suomessa .....	17

# 1. Kutsuminen

## 1.1 Suunnittelu

Kun suunnitellaan kansainvälisen järjestön kongressin tai konferenssin kutsumista, on syytä analysoida kilpailutilanne ja mahdollisuudet saada kokous Suomeen. On tärkeää selvittää kansainvälisen järjestön osallistuminen järjestelyihin ja vastuukysymykset, kutsumenettelyä koskevat säännöt ja tavat, missä ja milloin päätös tehdään sekä se, kuka päätöksen tekee.

Päätös kongressin isäntäkaupungista/maasta tehdään useimmiten 1-4 vuotta ennen kokousta. Joistakin suurista maailmankongresseista päätös voidaan tehdä jopa kymmenen vuotta aikaisemmin. Valmistelut on syytä aloittaa hyvissä ajoin.

Mitä enemmän päätökseen vaikuttavista tekijöistä ja kutsumenettelystä tiedetään, sitä paremmat mahdollisuudet on valmistella kutsu. Aktiivinen osallistuminen kansainvälisen järjestön toimintaan antaa parhaat valmiudet tutustua järjestön sääntöihin ja tapoihin. Tiedot aikaisemmin järjestetyistä kongresseista ovat myös tärkeitä. Taustatietoja on mahdollista saada sekä kongressin edellisiltä isänniltä että FCB:ltä, jolla on pääsy kansainvälisiin kongressitietokantoihin.

## 1.2 Kutsumenettely

Kongressi voidaan kutsua Suomeen monella eri tavalla. Joskus kirje tai suullisesti esitetty kutsu voi riittää. Usein edellytetään kuitenkin perusteellista valmistautumista ja monia eri toimenpiteitä onnistuneen lopputuloksen varmistamiseksi. Hyvin ja huolella valmisteltu kutsu lisää kutsujan vakuuttavuutta.

Jokaisen kongressikutsun yhteydessä on arvioitava erikseen, minkälaiset toimenpiteet johtavat parhaimpaan tulokseen ja mitkä toimenpiteet on mahdollista toteuttaa. On päätettävä kutsumenettelystä ja arvioitava sen kustannukset. Kansainväliselle järjestölle on hyvä ilmoittaa kongressin kutumisesta heti, kun päätös siitä on tehty.

### **Kutsumiseen liittyviä toimenpiteitä**

- toimenpiteiden suunnittelu ja kustannusarvion laadinta
- ilmoitus tai kiinnostuksenosoitus kansainväliselle järjestölle
- ajankohdasta päättäminen (jos hakijan päätettävissä)
- paikkakunnan ja kokouspaikan valinta
- kokouspaikan ja hotellihuoneiden varaus (alustavat varaukset)
- kutsuaineiston eli bid bookin kokoaminen
- kutsuaineiston lähettäminen etukäteen päättävälle ryhmälle
- lobbaus henkilökohtaisia kontakteja hyödyntämällä
- tutustumisvierailu Suomeen
- toimenpiteet päättävässä kokouksessa

## Ajankohta

Ajankohdan valinnassa on huomioitava kansainvälisen järjestön perinteiset kokousajat, juhlapyhät ja lomakaudet. Pääallekkäisyyksien välttämiseksi on syytä selvittää myös muiden alan tapahtumien ajankohdat.

Kansainväliset ja kansalliset suur tapahtumat suunnitellaan vuosia aikaisemmin. Jo kutsuvaiheessa on syytä varmistua siitä, että sopivin kokouspaikka on vapaana toivottuna ajankohtana. Myös hotellihuoneet kannattaa varata tässä vaiheessa. Alustavien varausten tekemiseen saa apua FCB:ltä ja paikalliselta Convention Bureaulta.

## Kutsuaineisto

Kutsuaineisto voi koostua mm. kutsukirjeistä, tukikirjeistä, Suomea ja isäntäkaupunkia esittelevistä teksteistä ja muusta markkinointimateriaalista – miksi juuri Suomi olisi hyvä isäntämaa ko. kongressille. Tärkeää on myös tuoda esille hakijan motivaatio tapahtuman isännöintiin ja mahdollisen järjestelytoimikunnan jäsenten nimeäminen. Hakijalta voidaan odottaa myös panosta kongressin sisällöntuotantoon – hakemuksessa kannattaa siis mainita erityisesti se, mitä lisäarvoa Suomi ja/tai isäntäkaupunki voi tuoda kongressin sisältöön (teemoja, paikallisia puhujia, paikallisen osaamisen esittelyä, erityisiä vierailukohteita tms.). Usein kansainvälinen järjestö edellyttää kutsujilta myös kongressin alustavaa talousarviota. Kongressin rahoituslähteet on siksi hyvä selvittää jo tässä vaiheessa. Lista Suomessa jo järjestetyistä tai Suomessa pidettävistä vastaavankokoisista kansainvälisistä kongresseista voi myös vaikuttaa päätöksenteossa.

## Tutustumisvierailut

Päätöksentekijöitä on hyvä kutsua ennen kongressimaan valintaa tutustumisvierailulle Suomeen ja kongressin mahdolliseen isäntäkaupunkiin. Hyvin suunniteltu ja toteutettu vierailu kertoo hakijayhteisön motivaatiosta ja antaa hyvän käsityksen Suomen kongressivalmiuksista, vapaa-ajan ohjelmamahdollisuuksista sekä retki- ja matkakohteista.

## Toimenpiteet päättävässä kokouksessa

Ennen lopullista päätöstä kutsujamaiden edustajilla on usein mahdollisuus lyhyen suullisen kutsun esittämiseen tai esityksen pitämiseen päättävässä kokouksessa. Tiedotustilaisuudet tai vastaanotot päättävän kokouksen yhteydessä (lobbaus) saattavat parantaa viime hetken vaikutusmahdollisuuksia.

### 1.3 Maksutonta apua

Finland Convention Bureau (FCB) auttaa maksutta kaikissa kansainvälisiin kokouksiin liittyvissä asioissa. Varsinaisista hakutoimenpiteistä vastaavat kaupunkien omat Convention Bureaut.

FCB auttaa kongressijärjestäjiä kutsuprosessin ja kongressin suunnittelun alkuvaiheessa. Käymme järjestäjän kanssa läpi kaikki kongressin hakemiseen ja järjestämiseen liittyvät asiat ja autamme löytämään sopivat yhteistyökumppanit, jotka auttavat hakuasiakirjojen valmistelussa sekä käytännön järjestelyissä ja kongressin toteutuksessa.

Lisätietoja: Finland Convention Bureau, Visit Finland  
<https://www.visitfinland.com/fcb/> ja [ines.antti-poika@businessfinland.fi](mailto:ines.antti-poika@businessfinland.fi)

## 2. Talous

### 2.1 Budjetin laatiminen

Hyvin hoidettu talous, realistinen budjetti ja sen jatkuva seuraaminen ovat onnistuneen kongressin perusedellytyksiä.

Budjetti joudutaan usein laatimaan jo kutsuvaiheessa. Aikaa tapahtumaan saattaa silloin olla vielä vuosia. Koska palveluiden lopullisia hintoja ei usein tiedetä talousarviota laadittaessa, on budjetin perusteena syytä käyttää voimassa olevia hintoja ja päivittää niitä säännöllisesti.

Budjetin tekoa helpottaa, jos kulut jaetaan kiinteisiin ja muuttuviin kuluihin. Osanottajamäärästä riippumattomat kulut, kuten esimerkiksi kokouspaikan vuokra, painotuotteet ja postitukset ovat kiinteitä kuluja. Muuttuvia kuluja ovat osanottajamäärään sidonnaiset kulut, kuten kongressimaksuun sisällytettävät ateriat, kuljetukset, vastaanotot, retket, muu materiaali jne.

Budjetin loppusumma on riippuvainen kongressin osallistumismaksuun sisällytettävien palvelujen määrästä ja tasosta. On päätettävä, sisällytetäänkö esimerkiksi ateriat, iltatilaisuudet ja retket kongressimaksuun, vai peritäänkö niistä erillinen maksu. Osanottomaksujen on usein noudatettava aikaisempien kongressien tasoa. Järjestäjä voi harvoin päättää vapaasti kongressimaksuista. Jotta järjestelyt kongressin aikana sujuisivat mutkattomasti, kannattaa ainakin taukokahvitukset tai muut tarjoilut sisällyttää osanottomaksuun. Näyttelylle laaditaan usein erillinen budjetti.

Kulujen ja tulojen ajoittuminen on syytä huomioida rahoitusta suunniteltaessa. Kongressin järjestelyt aiheuttavat miltei aina kuluja paljon ennen osallistumismaksujen saamista. Ensimmäiset markkinointitoimenpiteet tehdään usein vuosia ennen kokousta.

### 2.2 Rahoitus

Suurin osa kongressin kuluista rahoitetaan yleensä osanottomaksuilla, mutta ne eivät useinkaan riitä kattamaan kaikkia kuluja. Muita rahoituslähteitä ovat mm.

- kansainvälinen järjestö
- näyttely ja mainokset
- säätiöt ja rahastot
- valtio ja kunnat
- yritykset

#### **Valtion tuki tieteellisille kongresseille**

Valtion tukea voi anoa Tieteellisten Seurain Valtuuskunnalta. Kansainvälisten konferenssien järjestämiseen ja kansallisten seminaarien ulkomaisten luennoitsijoiden kutsumista varten on vuosittain kaksi hakua: lokakuussa ja helmikuussa. Päätökset tehdään helmikuun alussa ja toukokuun alussa.

Lisätietoja ja tarkat hakuohjeet: <https://www.tsv.fi/fi/avustukset>

#### **Muita rahoituslähteitä**

Kongressit voivat hakea taloudellista tukea myös tieteenalakohtaisilta säätiöiltä ja korkeakoulujen tukisäätiöiltä.

Pohjoismaiset kongressit voivat anoa tukea esim. Pohjoismaiselta kulttuurirahastolta ja NORFA - pohjoismaiselta tutkijakoulutusakatemialta.

Lisätietoja ja hakuohjeet: <https://www.nordiskkulturfond.org/fi/hae-tukea/>

## **Kaupunkien tuki**

Kunnat tukevat omalla paikkakunnalla järjestettäviä kansainvälisiä kokouksia tavallisimmin järjestämällä osanottajille vastaanoton tai muuta kokouksen ulkopuolista ohjelmaa. Näistä saa lisätietoja kaupunkien omilta Convention Bureau –toimijoilta. Heiltä voi tilata myös paikkakunnan esitteitä ja karttoja kokousvieraille jaettavaksi sekä tiedustella mahdollisuutta markkinointiapuun ennen kongressia.

## **Sponsorirahoitus**

Kongressit voivat kattaa osan kuluistaan liike-elämän ja teollisuuden sponsorirahoituksella. On hyvä muistaa, että sponsori edellyttää vastineeksi näkyvyyttä kongressissa. Yhteiset intressit, luova ajattelu ja rahoittajan osaan asettuminen tuottavat yleensä molempia osapuolia parhaiten tyydyttävän tuloksen. Sponsorointikohteita voivat olla mm. puhujiin liittyvät kustannukset, painotuotteet, kuljetukset, seuralaisten ohjelma, lahjat, kahvitukset ja ateriat.

### **2.3 Kongressin järjestäjän arvonlisäverotus**

Arvonlisävero maksetaan liiketoiminnan muodossa Suomessa tapahtuvasta tavaroiden ja palvelujen myynnistä. Kun Suomessa järjestetään kongressi, josta peritään osallistumismaksu, kysymyksessä on lähtökohtaisesti arvonlisäverollinen palvelun luovutus.

#### **Verovelvollisuutta koskevat pääsäännöt**

Verovelvollinen on pääsääntöisesti jokainen, joka myy tavaroita ja palveluja liiketoiminnan muodossa Suomessa. Yhdistyksen, säätiön tai muun yleishyödyllisen yhteisön kongressin järjestämisestä saama tulo on pääsääntöisesti yhteisön arvonlisäverollista elinkeinotuloa.

Jos ulkomaalainen yhteisö järjestää kongressin Suomessa, sen pitää ilmoittautua täällä verovelvolliseksi ja tilittää perimistään osallistumismaksuista arvonlisävero Suomeen.

#### **Verovelvollinen kongressin järjestäjä**

Verovelvollisen kongressinjärjestäjän on tilitettävä osallistumismaksuista arvonlisävero valtiolle. Se saa kuitenkin vähentää järjestämiskustannuksiin sisältyvän arvonlisäveron. Vähennyskelpoisia kustannuksia ovat esimerkiksi kongressitilan vuokra, aterointipalvelut, valaistus, laitteiden vuokra, tulkkaus sekä kopiointi- ja monistuspalvelut.

Jos osallistumismaksujen maksajat ovat arvonlisäverovelvollisia yrityksiä, ne saavat tietyin edellytyksin vähentää osallistumismaksuihin sisältyvän veron. Ulkomaalaisilla osallistujilla on vastaavasti mahdollisuus arvonlisäveron ulkomaalaispalautukseen.

#### **Ei-verovelvollinen kongressin järjestäjä**

Vaikka kongressin järjestäjä ei ole verovelvollinen, se joutuu hankkimaan edellä mainitut palvelut verollisina. Ei-verovelvollinen järjestäjä ei voi vähentää kustannuksiin sisältyvää veroa, joten vero on sen lopullinen kustannus. Osallistumismaksut eivät sisällä avointa arvonlisäveroa, mutta niihin sisältyy hankintahinnoissa maksettuja arvonlisäveroja. Tätä piilevää arvonlisäveroa eivät osallistumismaksujen maksajatkaan voi vähentää.

#### **Yleistä**

Yleispätevää ohjetta kongressinjärjestäjän verotusmenettelystä ei ole. Verotustiedot tulee aina tarkistaa veroviranomaiselta ja kongressinjärjestäjän arvonlisäverovelvollisuudesta on hyvä pyytää veroviranomaisilta aina ennakkoratkaisu. <https://www.vero.fi/>

## Linkkejä

[Ennakkoratkaisuhakemus – yhdistys ja säätiö](#)

[Verotusohje korkeakouluille](#)

[Verotusohje yleishyödyllisille yhteisöille](#)

[Palvelujen ulkomaankaupan arvonlisäverot](#)

[Ulkomaankaupan arvonlisäverotus](#)

[Verohallinnon palvelunumerot](#)

## 2.4 Vakuutukset

Kongressin järjestäjän kannattaa varmistaa, että mm. järjestelyorganisaation ja palkatun henkilökunnan henkilö-, omaisuus- ja vastuuvakuutukset ovat kunnossa.

Tämän lisäksi järjestäjät voivat ottaa kokoukselleen kongressin keskeytysvakuutuksen, jolla voidaan turvata kongressin taloudellinen toteutuminen yhdessä vakuutusyhtiön kanssa sovitussa vakuuttamislaajuudessa mm. seuraavien keskeytysvahinkojen varalta:

- tulipalot
- rikkoutumisvahingot
- kuljetusvälinevahingot
- luonnonilmiöt ja -mullistukset
- viranomismääräyksistä aiheutuvat vahingot
- terroriteot
- henkilövahingot
- tilavarausten peruuntumisesta aiheutuvat vahingot
- työtaistelutoimenpiteet erikseen sovittaessa

## 2.5 Esimerkkibudjetti

Tämä malli ei sisällä näyttelykuluja. Näyttelyistä laaditaan yleensä erillinen budjetti.

### *KULUT*

#### *Kiinteät kulut*

##### **Kokouspaikka**

Vuokra  
Kalustus  
Kokoustekniikka  
Tulkkauslaitteet  
Henkilökunta  
Opasteet  
Koristelu, liputus  
Poster-näyttelyn tilat ja kalusteet  
(seinät/telineet)

##### **Sosiaalinen ohjelma**

Avajaiset (tilavuokra yms.)  
Tilaisuuksien ohjelmalvelut  
Retket ja muu ohjelma

##### **Markkinointi**

Yleisilmeen suunnittelu  
Painotuotteet ja verkkosivut  
Painotuotteiden suunnittelu ja painatus  
Verkkosivujen suunnittelu ja päivitys  
Käännöstyöt  
Ennakkotiedotteet  
Ennako-ohjelmat  
Ilmoittautumislomakkeet  
Abstraktilomakkeet  
Abstraktikirja  
Kokoomakirja luennoista (Proceedings)

##### **Muut markkinointitoimenpiteet**

Markkinointi edellisissä kongresseissa  
Ilmoittelu alan lehdissä ja verkkosivuilla  
Kutsuttujen esitelmöitsijöiden ja vieraiden kulut  
(matkat, majoitus, ateriat, palkkiot)  
Vieraat iltatilaisuuksissa ja retkillä  
Lahjat vs. aineettomat kiitoslahjat

##### **Hallintokulut**

Henkilökunta ennen kongressia  
Henkilökunta kongressin aikana  
Toimikuntien kulut  
Tulkit  
Toimistotarvikkeet, laitteet, välineet  
Viestintäjärjestelmä, sovellus  
Verkkosivujen palvelin  
Kongressipalvelutoimiston kiinteä maksu

##### **Rahoituskulut**

##### **Viestintä**

Lehdistötiedotteet ja -tilaisuudet  
Ilmoittelu alan lehdissä

##### **Vakuutukset**

Henkilökunnan vakuutukset  
Kongressin vakuutukset

##### **Turvapalvelut**

Turvapalveluyritysten palvelut



## *Muuttuvat kulut*

### **Osanottajat**

Kongressipalvelutoimiston palvelut/henkilö  
Kongressikassi  
Nimikyltit, nimilappukotelo ja kaulanauhat  
Lounaat  
Taukokahvit, virvokkeet  
Tervetulovastaanotto  
Banketti  
Muut iltatilaisuudet  
Kuljetukset  
Kiertoajelut  
Maksuliikenteen kulut

### **Seuralaiset**

Kongressikassi  
Nimikyltit, nimilappukotelo ja kaulanauhat  
Tervetulovastaanotto  
Banketti  
Muut iltatilaisuudet  
Kuljetukset  
Kiertoajelut  
Retket  
Lahjat

### **Ennakoimattomat kulut (ainakin 10 % kaikista kuluista)**

### **Kiinteät ja muuttuvat kulut yhteensä**

## *TULOT*

### **Osallistumismaksut**

Varsinaiset osallistujat (early bird, perushinta)  
Seuralaiset  
Peruuttaneiden osanottajien peruutusmaksut

### **Muut tulot**

Näyttelytulot  
Ilmoitustulot  
Yritysten sponsorirahoitus  
Pankkilainat  
Korkotulot  
Valtion tuki  
Isäntäkaupungin tuki (myös in-kind)

### **Tulot yhteensä**

## 3. Järjestäminen

### 3.1 Järjestelytoimikunta

Valmistelut käynnistyvät järjestelytoimikunnan nimeämisellä. Järjestelyistä vastaavan organisaation tulee olla riittävän pieni, jotta se pystyy nopeisiin ja joustaviin päätöksiin.

Ensimmäisiin tehtäviin kuuluu kansainvälisen järjestön ja kansallisen järjestelyistä vastaavan organisaation välisen työnjaon selvittäminen. Kansallisen järjestelytoimikunnan, sen johtohenkilöiden ja varamiesten nimeäminen sekä toimikunnan jäsenten välinen työnjako on päätettävä. Eri vastuukokonaisuuksia voivat olla esim. kongressin ohjelmasisältö, näyttely, vapaa-ajan ohjelma, seuralaisten ohjelma, kuljetukset, majoitus, markkinointi ja viestintä.

Suurissa kongresseissa tarvitaan useita eri vastuualueista vastaavia toimikuntia, joiden puheenjohtajat kuuluvat järjestelytoimikuntaan. Palkattavasta henkilökunnasta sekä maksullisten kongressipalvelujen käytöstä on hyvä päättää heti projektin alussa.

Järjestelytoimikunnan puheenjohtajaksi tai kongressin presidentiksi nimetään yleensä kansainvälisesti tunnettu ja arvostettu henkilö. Puheenjohtajan keskeisiin tehtäviin kuuluu järjestelytoimikunnan työskentelyn valvominen. Kongressin pääsihteeri vastaa puolestaan kaikista käytännön toimenpiteistä.

### 3.2 Tarjolla ammattiapua

Mitä suuremmasta kongressista tai tapahtumasta on kysymys, sitä enemmän ja aikaisemmin järjestäjä tarvitsee ammattilaisten apua. Kongressialan ammattilaisten kokemus ja ammattitaito kannattaa hyödyntää jo valmistelujen alkuvaiheessa. Se säästää monilta erehdyksiltä ja vapauttaa aikaa kongressin sisällön ja asiaohjelman suunnitteluun.

Suomen yliopistokaupungeissa omat Convention Bureaut palvelevat kongressinjärjestäjiä paikallisesti. Helsingissä, Espoossa, Tampereella, Lahdessa, Turussa, Jyväskylässä, Kuopiossa, Vaasassa, Oulussa ja Rovaniemellä sekä Maarianhaminassa on omat Convention Bureaut auttamassa kongressien hakuprosesseissa ja markkinoinnissa. Joissakin yliopistoissa on myös omat konferenssiitiimit, jotka tarjoavat tukipalveluita sisäisesti.

Suomessa on tarjolla runsaasti monipuolista kongressialan ammattiosaamista. Kongressipalvelutoimistot (PCO:t) ovat erikoistuneet hoitamaan kongressien käytännön järjestelytehtäviä. Näitä ovat mm.

- ilmoittautuminen ja siihen liittyvä maksuliikenne
- kongressin talouden hoitaminen
- kongressin painotuotteiden ja verkkosivujen suunnittelu ja toteutus
- osallistumisvahvistukset ja viestintä osallistujien suuntaan
- majoitusjärjestelyt: varaukset ja kiintiöiden hallinta
- sosiaalinen ohjelma
- kuljetukset

Järjestäjiä palvelevat myös kokouspaikat, liikenneyhtiöt sekä monet erityispalveluja tarjoavat yritykset. Näitä ovat esim. ohjelmalvelutoimistot, kongressitekniikan asiantuntijat, näyttelyjärjestelyihin erikoistuneet yritykset, tulkkaus- ja käännöspalvelut sekä vakuutus- ja turvapalveluja tarjoavat yritykset.

Kongressit voivat rekrytoida avustaviin tehtäviin kielitaitoisia ja koulutettuja kongressiavustajia, tai käytännön tehtäviin voidaan kouluttaa alan opiskelijoita ja vapaaehtoisia.

### 3.3 Sopimukset

Kirjalliset, yksityiskohtaiset sopimukset mahdollisine purkamisehtoineen tulisi laatia eri yhteistyökumppaneiden kanssa siten, että ne suojelevat kiistatilanteissa molempia osapuolia.

Yhteistyökumppania valitessaan järjestäjän kannattaa selvittää myös yrityksen taloudellinen tausta. Aiemmat referenssit tarjoavat arvokasta tietoa palvelun tarjoajan ammattitaidosta ja palvelun laadusta. Järjestäjä ja kongressipalveluja tarjoava yritys ovat yhteistyössä monia vuosia ennen kongressin toteutumista. On tärkeää, että osapuolten välinen yhteistyö sujuu hyvin.

### 3.4 Projektikalenteri

Onnistunut tehtävien ajoitus vaatii huolellisen suunnittelun. Ensimmäiseksi on hyvä suunnitella ja listata kaikki tiedossa olevat tehtävät ja laatia aikataulusuunnitelma. Suunnittelussa kannattaa lähteä kongressiajankohdasta taaksepäin ja arvioida montako päivää, viikkoa, kuukautta ja vuotta aikaisemmin kunkin tehtävän on oltava hoidettuna. Selkeän projektikalenterin laatiminen ja sen jatkuva seuranta auttavat pysymään aikataulussa.

### 3.5 Varaukset

Varaukset on tehtävä ajoissa. Tämä koskee erityisesti kokouspaikan, hotellihuoneiden, ravintoloiden, vierailukohteiden ja kuljetusten varauksia. Kokouspaikka ja majoitustilat varataan usein jo kongressia kutsuttaessa.

Kongressitiloja varattaessa tulee arvioida mm. avajais- ja yleisistuntojen tarvitsemat tilat, kongressin jakautuminen pienempiin luentoihin, näyttelytilojen tarve, sihteeristön tarvitsemat tilat ja lehdistötilat. Tiltatarpeista saa yleensä tietoa hakuohjeista (*bidding guidelines*) tai järjestön päämajasta.

Majoitusta varattaessa on arvioitava hotellihuoneiden määrä, hintaluokat ja hotellien sijainti. Hotellien peruutusehdot on otettava huomioon, kun päätetään kongressin ilmoittautumisajoista. Järjestäjän kannattaa kiinnittää huomiota myös siihen, tehdäänkö hotellivaraukset kongressin vai kongressipalvelutoimiston nimiin ja voiko varauksen siirtää kolmannelle osapuolelle, mikäli yhteistyökumppani vaihtuisi valmistelujen aikana.

Kaikista varauksista on sovittava kirjallisesti. Varaukset on syytä tarkistaa ja peruutusehtoja tulee seurata säännöllisesti. Mahdolliset lisävaraukset ja peruutukset tulee tehdä ajoissa, sillä peruutusaikojen laiminlyönti saattaa aiheuttaa järjestäjälle huomattavia peruutuskuluja.

Alustavien varausten tekemisessä saa apua paikalliselta Convention Bureaulta, joka voi hoitaa varausten tekemisen kongressinjärjestäjän puolesta. Tämä palvelu on yleensä maksutonta.

### 3.6 Ohjelman suunnittelu

Kongressin asiaohjelman sisällön suunnittelua ei voi siirtää ulkopuolisten hoidettavaksi. Ohjelman suunnittelu, toteutus, yhteydenpito luennoitsijoihin sekä luentojen tarkastus ja valinta vaativat järjestäjän työpanosta.

Edeltävien kongressien ohjelmista saa apua suunnittelussa. Kongressin teemoista, aiheista ja pääluennoitsijoista on tehtävä päätös mahdollisimman aikaisin. Mieluiten se tehdään jo kutsuvaiheessa, mutta kuitenkin viimeistään ennen ensimmäisen markkinointiesitteen ilmestymistä.

Kongressin päivittäisen ohjelman suunnittelu sujuu helpoimmin lukujärjestyksen muodossa. Ohjelman ja kaiken toiminnan kokonaiskoordinointi on tärkeää. Ohjelmaan kannattaa varata riittävästi aikaa luentosalista toiseen siirtymiseen, näyttelyyn tutustumiseen, aterioihin ja taukoihin, sillä osallistujat arvostavat erityisesti verkostoitumiselle ja epäviralliselle tiedonvaihdolle jäävää aikaa. Eri palvelupisteiden aukioajat on myös suunniteltava kongressin aikatauluun sopiviksi.

Jos kongressilla on enemmän kuin yksi virallinen kieli, se on huomioitava suunnittelussa. On mm. päätettävä kuinka monella kielellä painotuotteet ja verkkosivut julkaistaan. Mikäli järjestetään simultaanitulkkaus, on päätettävä, kuinka monella kielellä se tehdään ja kuinka monessa kokoushuoneessa. Tulkkausvälineet ja tulkit on varattava hyvissä ajoin.

Ohjelman suunnittelussa huomioitavia asioita:

- kongressikielten valinta
- kongressin avajaiset ja päättäjäiset
- yleisluentojen määrä ja pituus
- rinnakkaisluentojen määrä ja pituus
- keskustelulle varattava aika
- hyväksyttävien abstraktien määrä
- poster-näyttely ja sen sijainti
- kaupallinen näyttely ja sen sijainti
- aika näyttelyyn tutustumista varten
- aika luentosalista toiseen siirtymistä varten
- järjestön yleiskokoukset, johtoryhmän kokoukset paneelit, keskusteluryhmät, työryhmät
- ammattivierailut
- satelliittikokoukset
- kuljetukset
- ateriat ja kahvitauot
- vapaa-aika ja seuralaisten ohjelma

### 3.7 Kuljetukset

Järjestäjän on harkittava, tarvitaanko tapahtuman aikana yhteiskuljetuksia vai riittävätkö julkiset liikenneyhteydet kokouspaikan ja hotellien välillä. Lisäksi tulee päättää, miten hoidetaan kuljetukset lentokentältä (satamista ja rautatieasemalta) sekä kuljetukset eri tilaisuuksiin, kuten bankettiin, vastaanotoille ja ammattivierailuille.

Suurten ihmisjoukkojen kuljetusten suunnittelu ja järjestelyt kannattaa antaa alan ammattilaisten hoitoon. Kuljetusten aikataulut on hyvä toimittaa kaikille osanottajille ilmoittautumisen yhteydessä. Kuljetusaikataulut on hyvä pitää esillä myös kaikissa kongressihotelleissa sekä kongressin omassa sovelluksessa. Kaupunkien taksikeskukset ottavat mielellään etukäteen tietoa suurten ihmisjoukkojen siirtymisistä (esim. tilapäiset taksitolpat).

### 3.8 Ateriat

Aterioiden suunnitteluun kannattaa kiinnittää erityistä huomiota. Kokouspaikan lounaiden tulee sujua joustavasti, ilman turhaa jonottamista. On myös päätettävä, mitkä ateriat ja taukotarjoilut sisällytetään osallistumismaksuun. Jos aterioista peritään erillinen maksu, on maksaminen tehtävä helpoksi ja nopeaksi. Ainakin taukokahvitusten ja virvokkeiden, ehkä myös lounaiden, sisällyttäminen kongressimaksuun on suositeltavaa.

Kongressin kaikkien aterioiden ruokalistat tulee koordinoita. Banketit, juhlaillalliset ja mahdolliset retket tulisi suunnitella niin, että tilaisuuksien ruokalistat ovat monipuolisia ja antavat edustavan läpileikkauksen suomalaisesta ruokakulttuurista. Erikoisruokavaliota noudattavat ja eri uskontokuntien edustajat on aina syytä huomioida.

### 3.9 Turvapalvelut

Suomi koetaan Finland Convention Bureauun teettämien tutkimusten mukaan turvalliseksi kongressimaaksi. Yleensä kongresseille riittää kokouspaikan ja hotellien normaalit turvajärjestelyt.

Järjestäjän kannattaa kiinnittää huomiota turvallisuuskysymyksiin silloin, kun kyseessä on suuri kansainvälinen kongressi tai mikäli voidaan olettaa, että ääriilikkeet ovat kiinnostuneita kongressin aiheesta, osanottajista tai puhujista. Tällöin on hyvä ottaa yhteyttä poliisiviranomaisiin.

Erikseen hankittavia turvapalveluja voivat olla mm. turvallisuuskysymysten konsultointi, riskianalyysit ja henkilösuojaus. Turvapalveluyritys voi myös kouluttaa henkilöstön esim. sairauskohtauksien, tulipalon tai erityyppisten häiriöiden varalle. Tarvittaessa järjestäjä voi hankkia tehokkaita kulunvalvontajärjestelmiä ja palkata alan ammattilaisia kokouspaikalle.

Järjestäjän kannattaa varmistaa viranomaisilta, että turvapalveluja tarjoavalla yrityksellä on kaikki toiminnan edellyttämät luvat ja ammattitaito. Tapahtumajärjestäjän vastuulla on myös turvallisuus- ja pelastussuunnitelman laatiminen.

### 3.10 Näyttely

Näyttelyn järjestäminen vaatii ammattitaitoa. Monet kongressipalvelutoimistot hoitavat näyttelyjärjestelyt, ja tarjolla on myös näyttelypalveluihin erikoistuneita yrityksiä.

Kongressin osanottajien ja näytteilleasettajien kannalta on tärkeää, että kongressi ja näyttely suunnitellaan toimimaan yhdessä. Näyttelyn sijainti lähellä kokoustiloja tai tauko- ja ateriointitiloja takaa sen, että osanottajat voivat helposti käydä näyttelyssä. Näyttelyyn tutustumiseen on varattava riittävästi aikaa muun ohjelman lomassa.

### 3.11 Vapaa-ajan ohjelma, retket ja matkat

Vapaa-ajan ohjelma on tärkeä osa kongressin kokonaisuutta. Se voi vaikuttaa myönteisesti jopa osallistumispäätökseen. Etenkin suurten kongressien vapaa-ajan ohjelman suunnittelussa kannattaa käyttää hyväkseen kongressipalvelutoimistojen, kaupunkien Convention Bureau -toimistojen ja ohjelmalvelutoimistojen asiantuntemusta.

Monipuolinen ohjelmatarjonta tarjoaa osanottajille mahdollisuuden tutustua isäntäkaupunkiin ja -maahan. Kongressin avajaistilaisuudessa kannattaa suosia paikallista osaamista ja paikallisia erityispiirteitä, mikä herättää osallistujassa kiinnostuksen myös isäntäkaupunkia kohtaan.

Seuralaisten viihtyminen vaikuttaa koko kongressin onnistumiseen. Ohjelman suunnittelussa on hyvä muistaa, että seuralaisina on sekä naisia että miehiä. Myös lasten mukanaolo kannattaa ottaa huomioon vapaa-ajan ohjelman suunnittelussa.

Vieraille kannattaa tarjota mahdollisuus osallistua matkoille ennen kongressia tai sen jälkeen. Suomessa on monia mielenkiintoisia matkakohteita järviolueella, Lapissa ja saaristossa. Matkat naapurimaihin lisäävät myös kongressin kiinnostavuutta. Etenkin kaukaa tulevia osanottajia kiinnostaa käynti Suomen lähinaapurimaissa.

### 3.12 Ilmoittautuminen ja maksuliikenne

Osanottajien ilmoittautumisten ja maksujen vastaanottaminen ja osanoton vahvistaminen ovat järjestelyiden keskeisiä tehtäviä.

Kongressimaksut sujuvat sekä järjestäjän että osanottajan kannalta yleensä parhaiten luottokortilla ja verkkomaksulla. Osallistujille tulee myös tarjota mahdollisuus suorittaa maksunsa pankkisiirrolla. Kongressipalvelutoimistoilla on omat ohjelmat mm. ilmoittautumisten ja maksuliikenteen hoitamiseen.

### 3.13 Passit ja viisumit

Suomeen saapuva ulkomaalainen tarvitsee pääsääntöisesti voimassa olevan passin. Joidenkin maiden kansalaisilta vaaditaan passin lisäksi myös viisumi.

Schengen-alueen maiden välillä matkustusasiakirjaa ei yleensä tarkasteta, mutta matkustajan on kuitenkin pidettävä mukanaan voimassa oleva passi tai uudenmallinen henkilökortti.

Pohjoismaissa voi liikkua ilman matkustusasiakirjaa, mutta henkilöllisyys on varauduttava todistamaan asianmukaisella henkilöllisyystodistuksella.

Lisätietoja passi- ja viisumiasioista löytyy Ulkoministeriön verkkosivuilta:

<https://um.fi/ulkomaalaisen-tulo-suomeen> ja <https://um.fi/viisumi-suomeen>

Neuvonta viisumiasioissa virka-aikana: Ulkoministeriö, Maahantuloasioiden yksikkö, 0295 16001 ja [visas.mfa@formin.fi](mailto:visas.mfa@formin.fi) ja [KPA-20@formin.fi](mailto:KPA-20@formin.fi)

### 3.14 Järjestelyt kongressin aikana

Järjestelyorganisaation on oltava riittävän suuri ja joustava. Vastuunjaon ja tiedonkulun on toimittava hyvin. Tilapäinen henkilökunta tulee valmentaa tehtäviinsä. Ulkopuolisten järjestelyihin osallistuvien yritysten palvelupisteiden toiminta on tarkastettava.

### 3.15 Kongressin jälkeen

Kongressin päättymisen jälkeen järjestäjän tehtäviä ovat tilinpäätös, luentojulkaisut (*Proceedings*) ja kiitoskirjeet. Kongressin järjestelyistä ja sen kulusta, mahdollisista ongelmista ja puutteista on hyvä tehdä loppuraportti. Tästä on hyötyä järjestön tuleville kongresseille. Kongressin jälkeen on myös päätettävä, kuinka kauan kongressin verkkosivuja ylläpidetään, ja mikä on sivujen sisältö.

## 4. Markkinointi ja viestintä

### 4.1 Markkinointi

Tehokkaalla markkinoinnilla lisätään kongressin osanottajien määrää. On tärkeää, että oikein valittu kohderyhmä saa tarvittavan tiedon kongressista vaivattomasti ja oikeaan aikaan. Alan yleisen käsityksen mukaan kansainvälisen kongressin osanottopäätökseen vaikutetaan eniten ennako-ohjelmilla, jotka useimmiten julkaistaan sekä verkkosivuilla että painotuotteina. Markkinointi edellisissä kongresseissa on myös tärkeää.

Kongressimarkkinoinnin keinoja ja kanavia voivat olla esimerkiksi:

- kongressin omat verkkosivut
- sähköpostilistat (huom. GDPR)
- kansainvälisen järjestön verkkosivut
- painetut ennakotiedotteet ja ennako-ohjelmat
- alan kotimaiset ja kansainväliset julkaisut
- markkinointi edeltävissä kongresseissa
- markkinointi alan muissa tapahtumissa
- henkilökohtaiset verkostot ja yhteydenotot
- sponsorit ja yhteistyökumppanit

### 4.2 Painotuotteet ja verkkosivut

Markkinointiviestinnällä luodaan mielikuvaa paitsi tulevan kongressin tasosta, myös Suomesta kokousmaana sekä suomalaisesta osaamisesta. Suomen yleiset vetovoimatekijät kannattaa tuoda esiin houkuttelevasti. Kongressia markkinoitaessa on hyvä muistaa, että useimmat osanottajat saapuvat Suomeen ensimmäistä kertaa. Moni suomalaiselle itsestäänselvä asia, kuten juomakelpoinen hanavesi, ei ehkä ole itsestäänselvyys kansainväliselle vieraille, ja siksi asioista tulee kertoa ja viestiä selkeästi niin ennen kongressia kuin sen aikanakin.

Kongressin painotuotteiden ja verkkosivujen sisältöön ja ulkonäköön on kiinnitettävä riittävästi huomiota – myös pienellä budjetilla toimittaessa. On tärkeää, että kongressille luodaan alusta alkaen yhtenäinen ja helposti tunnistettava yleisilme. Selkeästi jäsennetyt, riittävät ja helposti löydettävät tiedot helpottavat osanottajaa suunnittelemaan kokousmatkaansa. Julkaisujen kieliasuun kannattaa myös panostaa.

Kongressin verkkosivut kannattaa linkittää kansainvälisen järjestön sivuihin, josta osanottaja on tottunut hakemaan tietonsa. On myös hyvä antaa linkkejä, joista voi hakea tietoa kokouskaupungista, Suomesta ja liikenneyhteyksistä.

Verkkosivut antavat mahdollisuuden jatkuvaan päivittämiseen ja uusien tietojen nopeaan tiedottamiseen – niiden tulee olla jatkuvasti ajan tasalla. Kongressin ennakkoesitteet (ks. seuraava kappale) laitetaankin usein kongressin verkkosivuille, jossa niitä on helppoa päivittää.

### 4.3 Esitteiden sisältö

Useimmat kongressit julkaisevat kaksi ennakkoesitettä. Osanottajille suunnattu ensimmäinen markkinointiesite, *First Announcement*, sisältää yleensä tiedot mm. kongressin ajankohdasta, paikasta, teemasta ja mahdollisesti tärkeimmistä luennoitsijoista sekä ohjeet luentojen lähettämisestä (*Call for papers*).

Toinen markkinointiesite, *Second Announcement*, sisältää yleensä yksityiskohtaiset tiedot kongressin organisaatiosta, paikasta, asiaohjelmasta ja vapaa-ajan ohjelmasta, ilmoittautumismenettelystä, maksuista ja majoituksesta, yleisiä ohjeita sekä ilmoittautumislomakkeet.

Mikäli osanottajien saamat painotuotteet ja verkkosivut on tehty hyvin, ne toimivat käyttökelpoisina tiedonlähteinä vielä kongressin jälkeenkin. Verkkosivuja on siksi syytä ylläpitää jonkin aikaa vielä kongressin jälkeen.

Kongressipaikalla ilmoittautumisen yhteydessä osanottajille jaetaan yleensä kongressin ohjelma sekä abstraktikirja, mutta järjestäjä voi myös päättää että mitään painettua materiaalia ei jaeta, vaan kaikki materiaali on saatavilla sähköisesti.

### 4.4 Viestintä ja sosiaalinen media

Jos kongressille halutaan julkisuutta, kannattaa jo valmistelujen alkuvaiheessa laatia viestintäsuunnitelma, joka pitää sisällään mitä, missä, milloin ja kenelle tiedotetaan.

Suurten kongressien yhteydessä viestintä on hyvä uskoa ammattitiedottajalle. Viestintä suunnataan tavallisesti alan medioille, paikalliselle medialle sekä sähköisille viestimille niin kotimaassa kuin kansainvälisestikin.

Sosiaalinen media tarjoaa kongressin järjestäjälle hyviä kanavia paitsi markkinoida, myös kehittää kongressia yhdessä osallistujien kanssa. Kongressille kannattaa luoda etukäteen oma tunniste (hashtag), joka voidaan liittää aina mukaan markkinointisisältöihin ja sosiaalisen median julkaisuihin eri kanavissa. Tunnisteen avulla yleisö pääsee myös osallistumaan tapahtumaan ja sen avulla voidaan helposti löytää eri kanavissa tehdyt julkaisut. Tunnisteen tulisi olla ainutlaatuinen, joten kannattaa tarkistaa etukäteen, ettei sama tunniste ole käytössä muussa yhteydessä.

### 4.5 Suomen vahvuudet

#### **Tieteen ja tutkimuksen taso**

Suomalaisen tieteellisen tutkimuksen korkea taso on kilpailutekijä kansainvälisten tieteellisten kongressien saamisessa Suomeen. Eri alojen järjestöjen tutkijoiden ja tieteentekijöiden aktiivisuus kansainvälisissä, omien alojensa järjestöissä, on myös keskeisen tärkeää.

#### **Turvallisuus**

Suomi on turvallinen kokousmaa. FCB:n tutkimusten mukaan 90% kansainvälisistä kokousvieraista antaa Suomen turvallisuudelle arvosanan ”hyvä” tai ”erittäin hyvä”. Valtaosa kokousvieraista kertoo suositteluvansa Suomea myös ystävilleen ja kollegoilleen.

#### **Korkeatasoiset palvelut**

Järjestelyiden eri vaiheissa järjestäjää auttavat ammattitaitoiset palveluntuottajat. Suomalaisten palvelujen laatu on korkea: kansainväliset osallistajat antavat myönteistä palautetta mm. toimivista palveluista, huipputasoisesta kokoustekniikasta, suomalaisten täsmällisyydestä ja hyvästä kielitaidosta.



## Kokouspaikat

Suomen modernit ja korkeatasoiset kokous- ja kongressitilat soveltuvat kaikenkokoisten kokousten järjestämiseen. Valinnanvaraa on runsaasti erilaisista yli tuhannen hengen kokoussaleista ja näyttelytiloista pienempiin kokous- ja ryhmätyötiloihin. Yli 30 kongressikeskuksessa eri puolella Suomea on valmiudet järjestää yli 500 hengen kokouksia.

## Saavutettavuus

Lentoyhteydet Suomeen ovat erittäin hyvät: tänne lentää lähes 60 lentoyhtiötä ja suoria lentoja on yli 140 kohteesta maailmanlaajuisesti. Suomeen pääsee myös laivalla Ruotsista, Saksasta ja Virosta. Venäjältä on hyvät maantie- ja junayhteydet.

## Vetovoima

65% kongressiosallistujista saapuu Suomeen ensimmäistä kertaa. Suomi nähdään kiinnostavana ja houkuttelevana kohteena, joka tarjoaa erinomaisia mahdollisuuksia kokouksen oheisten matkojen ja retkien järjestämiseen. Suosittuja pre- ja post-tour -kohteita ovat Lappi, saaristo, Järvi-Suomi sekä naapurimaissa Tukholma, Pietari, Tallinna ja Riika.

## Suomi-tietoa:

Visit Finland	<a href="https://www.visitfinland.com/">https://www.visitfinland.com/</a>
Business Finland	<a href="https://www.businessfinland.fi/">https://www.businessfinland.fi/</a>
This is Finland	<a href="https://finland.fi/">https://finland.fi/</a>
Good News from Finland	<a href="https://www.goodnewsfinland.fi/">https://www.goodnewsfinland.fi/</a> (Finnfacts)
Finland Festivals	<a href="http://www.festivals.fi/en/">www.festivals.fi/en/</a>
Tilastokeskus	<a href="http://www.stat.fi/index_en.html">http://www.stat.fi/index_en.html</a>

## 4.6 Tilastotietoa kongresseista Suomessa

Suomi on 12. suosituin kongressimaa maailmassa. Helsinki on listattu kongressikaupunkien joukossa 12. sijalle (*International Meetings Statistics Report, 61st edition – July 2020, UIA*).

Suomessa järjestetään vuosittain noin 700-800 kansainvälistä kokousta, joihin saapuu lähes 80 000 osallistujaa. Kongressin keskimääräinen koko on alle 200 osallistujaa. Eniten kongresseja järjestetään luonnontieteiden ja matematiikan sekä lääketieteen ja terveydenhuollon alalla. Suosituimmat kongressikuukaudet ovat yleensä touko- ja kesäkuu sekä syys- ja lokakuu.

Lisätietoa: <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/matkailun-julkaisut/#kongressit>

Opas on päivitetty syyskuussa 2020  
<https://www.visitfinland.com/fcb/>