

Etelä-Karjalan matkailustrategia 2006-2015 ohjelman sopimus



Etelä-Karjalan liitto



Lappeenranta 1.2.2006

Sisällysluettelo

1	Johdanto.....	2
2	Strategian tausta.....	3
2.1	Valtakunnallinen matkailustrategia.....	3
2.2	Matkailun kehittämisen alueellinen työnjako ja vastuut.....	3
2.3	Julkinen tuki matkailuhankkeisiin Suomessa vuosina 2000–2003	3
2.4	Etelä-Karjalan elinkeinostrategia 2005.....	4
3	Sopimuspohja	5
4	SOPIUKSEN KOHDE: Etelä-Karjalan Matkailustrategian toteuttaminen.....	6
4.1	Lähtökohdat	6
4.1.1	Etelä-Karjalan matkailun nykytila (liite 1)	6
4.1.2	Etelä-Karjalan matkailun visio 2015	7
4.1.3	Etelä-Karjalan matkailun kehittämisen strategiset tavoitteet ja painopistealueet	8
4.1.4	Etelä-Karjalan matkailun kriittiset menestystekijät	9
4.1.5	Etelä-Karjalan matkailun määrälliset tavoitteet ja mittarit	9
4.1.6	Etelä-Karjalan matkailun toimijoiden tehtävän jako ja vastuut	10
5	Sopijaosapuolet.....	7
6	Sopimuksen sisältö	14
6.1	Matkailuelinkeinon tunnustaminen ja arvostuksen nostaminen.....	14
6.2	Matkailun koordinointi ja organisointi	14
6.3	Saimaa brändin luominen	15
6.4	Venäjän ja rajan hyödyntäminen Etelä-Karjalan matkailussa.....	15
7	Sitoutuminen jatkoneuvotteluihin ja hanketyöhön	16
8	Strategian ja ohjelmasonpimuksen tarkistaminen ja seuranta.....	17

Kuvalähteet

Etukansi:	Arto Hämäläinen / eKarjalan kuvapankki Matti Rautio / eKarjalan kuvapankki Pertti Rikkilä/Valokuvaamo Rikkilä Ky / eKarjalan kuvapankki
Sivu 4	Matti Rautio/ eKarjalan kuvapankki Hannu Vallas / eKarjalan kuvapankki Salpasafarit
Sivu 5	Helena Seppälä/ eKarjalan kuvapankki
Sivu 12	Vesa Mikkonen / eKarjalan kuvapankki
Sivu 13	Harry Europaeus / eKarjalan kuvapankki
Sivu 14	Suomen ilmakeuva Oy/ eKarjalan kuvapankki Matti Rautio / eKarjalan kuvapankki
Sivu 15	Seppo Pelkonen / eKarjalan kuvapankki
Sivu 16	Ekarjalan kuvapankki

Etelä-Karjalan liitto käynnisti maakunnan matkailun kehittämistä koskevan strategiatyön keväällä 2005. Strategiassa on määritelty toimenpiteet matkailun kehittämiseksi. Strategisissa kehittämistoimissa kiinnitetään erityistä huomiota matkailun alueellisiin vahvuustekijöihin, matkailun organisoimisen tehokkuuteen, Etelä-Karjalan erityisasemaan Venäjän matkailussa sekä Saimaan ja luonnon hyödyntämiseen.

Etelä-Karjalan matkailun strateginen kehittäminen on jatkuva prosessi, jossa toiminnan tulee pohjautua yhteisesti sovittuihin ja säännöllisesti tarkistettaviin linjauksiin. Nyt laadittu strategia ja ohjelmasuopimus toteutettiin yhteistyössä matkailun eri toimijoiden kanssa, jotta sitoutuminen yhdessä laadittuun strategiaan olisi mahdollisimman vahvaa.

Etelä-Karjalan matkailustrategia tulee ohjaamaan maakunnan matkailun kehittämistä määrittämällä koko maakunnan tasolla matkailun kehittämisen lähtökohdat ja painopistealueet. Strategian avulla rahoitusta voidaan suunnata tärkeimpiin asiakokonaisuuksiin, jotta saadaan riittävän vaikuttavia kehittämistoimenpiteitä.

Nykytilan analyysin tavoitteena oli saada kokonaiskuva Etelä-Karjalan matkailusta. Analyysi toimi tiedollisena pohjana koko myöhemmälle suunnittelulle, tavoitteiden määrittelylle ja toimien kehittämiselle.

Nykytilan analyysin ja yleisten kehittämistavoitteiden pohjalta määritellään yhteinen tavoitetila, johon kaikki osapuolet voivat ja ovat valmiita sitoutumaan.

Yhteisen tavoitetilan (visio 2015) perusteella on määritelty strategiset kehittämisen päälinjat ja tavoitteet.

Visiota ja päätavoitteita on työstetty Lappeenrannassa, Imatralla ja Parikkalassa järjestetyissä alueellisissa vuorovaikutteisissa keskustelutilaisuuksissa, aluepalavereissa. Aluepalavereiden tavoitteena oli toisaalta työstää visiota, strategisia linjauksia ja päätavoitteita, ja toisaalta sitouttaa matkailuyritykset ja alueelliset matkailutoimijat strategian valmistelutyöhön.

Strategiset linjaukset ja päätavoitteet on purettu yksityiskohtaisiksi, konkreettisiksi mittareiksi ja määrällisiksi tavoitteiksi. Mittareiden avulla voidaan seurata toteutuvaa kehitystä kohti määriteltyä tavoitetilaa.

Matkailustrategian tulee ohjata maakunnan matkailun kehittämistä määrittämällä sen lähtökohdat, tavoitteet ja painopistealueet. Kehittämisen yksityiskohtainen suunnittelu ja toimeenpano toteutetaan alue-, matkailukeskus- sekä yritystasolla. Strategia ei sisällä operatiivista toimintaa, vaan eri asiakokonaisuuksien osalta rahoitus ja toteutus täsmennetään erikseen.

Strategiaprosessin rahoitti Etelä-Karjalan liitto. Tilaajan nimeämän strategiarhman muodostivat seuraavat henkilöt:

- Pertti Timonen, Etelä-Karjalan osuuskauppa, Sokos Hotel Lappee, ohjausryhman puheenjohtaja
- Janne Huttunen, Lappeenrannan Seudun Elinkeino ja Matkailu Oy
- Olli Immonen, Etelä-Karjalan museo
- Anneli Kiljunen, Etelä-Karjalan maakuntahallitus
- Ossi Korhonen, Tietomaakunta eKarjala Oy
- Kari Korkiakoski, Joutsenon kaupunki
- Kirsti Laine, Matkatoimisto MatkaVerkko Oy
- Katja Meijer, Imatran Valtionhotelli
- Reijo Paaanen, Etelä-Karjalan maakuntahallitus
- Petri Parkko, Salpasafarit Oy
- Erkki Räsänen, Etelä-Karjalan maakuntahallitus
- Hannu Saarinen, Imatran Seudun Kehitysyhtiö Oy
- Paavo Tyrväinen, Luumäen kunta

Hankkeen valvojana toimi maakuntajohtaja Timo Puttonen, Etelä-Karjalan liitosta.

Strategiaprosessin ohjauksesta on vastannut Suunnittelukeskus Oy, josta työhön ovat osallistuneet projektipäälliköt Pauli Santala ja Kimmo Koski sekä toimialajohtaja Heli Kotilainen.

2 STRATEGIAN TAUSTA

2.1 Valtakunnallinen matkailustrategia

Kauppa- ja teollisuusministeriö yllimpänä suomalaisena matkailuviranomaisena laatii parhaillaan (talvi 2005/06) ensimmäistä valtakunnallista matkailustrategiaa, joka valmistuu keväällä 2006. Strategiassa määritelty **Suomen matkailun visio 2020** on:

"Suomi-neito on Euroopan huipulla; helposti saavutettava työ- ja vapaa-ajan matkailumaa, jossa yritykset menestyvät tarjoamalla omaleimaisia elämyksiä eri vuodenaikojä, suomalaista kultuuria ja puhdasta luontoa hyödyntäen."

Valtakunnallisen matkailustrategiaproessin aikana on järjestetty alueellisia kehittämistilaisuuksia, joista Kaakkois-Suomen tilaisuus järjestettiin Kouvolassa. Tilaisuudessa Etelä-Karjalan matkailun toimijat esittivät näkökulmia maakunnan matkailun kehittämisen ja erityispiirteiden huomioon ottamiseksi valtakunnallisessa matkailustrategiasa.

2.2 Matkailun kehittämisen alueellinen työnjako ja vastuut

Kauppa- ja teollisuusministeriö on tehnyt tutkimuksen matkailun kehittämisen alueellisesta työnjasta ja vastuista. Tutkimuksen tarkoituksena oli tuottaa tehokkaita matkailun toimintamalleja maakuntatasolle ja kytkeä matkailun alueellinen kehittäminen nykyistä tiiviimmin valtakunnan tasolle. Tavoitteena on, että kaikki matkailuun suunnattavat julkiset resurssit tulevat mahdollisimman tehokkaaseen käyttöön ja sitä kautta maamme matkailusta kasvaa entistä merkittävämpi elinkeino Suomelle.

Suosittelavana alueellisen työnjaon toimintatapana pidetään mallia, missä:

- maakunnan liitolla on strategisen kehittämisen ja ohjauksen vastuu,
- rahoittajien matkailun toimialatiimi on päävastuussa rahoituksen ohjauksesta
- laaja-alainen ns. matkailun asiantuntijaryhmä toimii asiantuntijana ja strategian toteutumisen seuraajana.

- jokaisessa maakunnassa tulee olla toimiva alueorganisaatio
- seutukunnallisten olemassa olevien toimijoiden on tehtävä yhteistyötä alueorganisaation kanssa
- kunnissa vain asiantuntijaorganisaatiot kuten matkailutoimistot ovat matkailutoimijoita
- myynti- ja välitystoiminta toteutetaan yritysten kautta
- yhteistyön varmistamiseksi tehdään ohjelmaj sopimus eri osapuolten välille.

Tutkimusta ohjannut valtakunnallinen työryhmä laati lisäksi tärkeimpien tutkimustulosten pohjalta omat johtopäätöksensä ja esitykset toimintavoista:

- maakunnissa tulee tarkistaa matkailun kehittämisen tavoitteet, toimenpiteet sekä työnjako ja vastuut, jotka määritellään edelleen matkailustrategiasa.
- maakunnallisen matkailustrategian toteuttamiseksi laaditaan matkailun ohjelmaj sopimus.
- matkailun kehittämistoiminnan julkinen rahoitus tulee sitoa pääosin maakunnan matkailustrategiasa ja ohjelmaj sopimuksessa hyväksytyihin kehittämiskohteisiin.
- matkailustrategiasa tulee kuvata alueen matkailun palveluketju ja varmistaa sen katkeamattomuus.

2.3 Julkinen tuki matkailuhankkeisiin Suomessa vuosina 2000–2003

Kauppa- ja teollisuusministeriö selvitti matkailun kehittämiseen kohdistuvaa julkisen tuen määrää ja sen kohdentumista sekä hanketyön tuloksellisuutta Suomessa vuosina 2000–2003. Keskeinen rooli matkailun julkisen tuen myöntäjänä on useilla eri ministeriöillä, TE-keskuksilla ja sen eri osastoilla, maakuntien liitoilla ja lääninhallituksilla sekä myös kunnilla.

Selvityksen ohjausryhmä korostaa toimenpidesuosituksissaan matkailun kehittämisen strategista lähestymistapaa. Julkisen tukirahoituksen päätaavoitteena tulee olla kannattavan kasvun, kilpailukyyn, osaamisen lisäämisen ja uudistumisen tukeminen. Keskeistä on käynnistää sellaisia kasvu- ja kehitysprosesseja, jotka lisäävät matkailualan yritysten ja matkailukeskusten sekä luonnollisten matkailualueiden kilpailukykyä Suomes-

sa, mutta erityisesti kansainvälisillä markkinoilla. Ohjausryhmä suosittelee matkailun hanketoiminnalle kolmea strategista painopistealuetta:

- Matkailukeskusten ja -keskittymien kehittäminen
- Teemapohjaiset kehittämisohjelmat
- Profiilitapahtumien ja –kohteiden sekä matkailun yhteistyöprosessien kehittäminen



2.4 Etelä-Karjalan elinkeinostrategia 2005

Maakunnallinen elinkeinostrategia on laadittu elinkeinoelämän näkökulmasta yhteistyössä Etelä-Karjalan Kauppakamarin, Etelä-Karjalan Yrittäjien, Lappeenrannan teknillisen yliopiston ja elinkeinoelämän kanssa. Strategiassa on yhteinen osa sekä kymmenen toimialan toimialakohtaiset strategiat. Elinkeinostrategian matkailun toimialastrategia ja maakunnan matkailustrategia on laadittu yhteistyössä toisiaan täydentäen ja niiden painotukset ovat yhdenmukaiset.

Elinkeinostrategian matkailun toimialastrategian mukainen strateginen päätavoite on, että vuonna 2010 maakunnassa yöpyy 30 % enemmän matkailijoita kuin vuonna 2002. Strateginen päätavoite pyritään saavuttamaan seuraavilla alatavoitteilla:

- vuonna 2010 Etelä-Karjalassa on vähintään 10 jatkuvaluonteista ympärivuotista tapahtumaa (kulttuuri-, viihde- ja urheilu- sekä kongressi/kokoustapahtumia)
- lento- ja kauttakulkuliikenteen kehittäminen
- maakunnallisten elinkeinoyhtiöiden ja muiden toimijoiden yhteistyön optimointi
- olemassa olevat ja uudet vetovoimatekijät
- Etelä-Karjalan palveluportaalin tunnetuksi tekeminen informaatio- ja kauppapaikkana osana kehittyvää saimaa.fi –matkailuportaalaa
- matkailun kehitysponnistelujen selkeämpi alueellinen kohdistaminen

- kolmen keskeisen matkailukohteen jatkuva kehittäminen

Matkailun kehittämisen kärkihankkeiksi Etelä-Karjalan elinkeinostrategiassa on nostettu:

- maakunnallisen myynnin ja markkinoinnin organisointi
- Saimaa brändin rakentaminen Etelä-Karjala –vetoisesti
- ”Case Venäjä – kaikenlaisten liikkumisyhteyksien parannus rajan läpi” (Saimaan ja Pietarin yhdistäminen)
- kokous-, kongressi- ja tapahtumamatkailun kehittäminen
- lentokentän valmiudet sille tasolle, että lento-liikenteen merkittävä lisäys voidaan taata



3 SOPIMUSPOHJA

Alueiden kehittämislain (12.7.2002/602) 16 §:ssä todetaan, että laissa tarkoitettujen ohjelmien toteuttamiseksi voidaan laatia ohjelmäsopimuksia. Niissä voidaan sopia ohjelmaan sisältyvien toimenpiteiden ja hankkeiden toteuttamisesta. Ohjelmäsopimus laaditaan yhteistyössä ohjelman rahoittamiseen osallistuvien kuntien, valtion viranomaisten sekä alueen kehittämiseen osallistuvien oikeushenkilöiden kanssa. Ohjelmäsopimus laaditaan määräajaksi.

Sopimus on luonteeltaan aiesopimus (periaatesopimus) eikä sen noudattamatta jättämisestä aiheudu juridisia sanktioita.

Matkailustrategia on osa maakuntaohjelman, EU:n tavoite 2 ohjelman, maaseutuohjelman ja EU:n naapurisuusohjelman toteuttamista.

Sopimuksen kohteena olevana ohjelmana käsitellään Etelä-Karjalan matkailustrategia.



4 SOPIMUKSEN KOHDE: ETELÄ-KARJALAN MATKAILU-STRATEGIAN TOTEUTTAMINEN

Etelä-Karjalan matkailustrategia 2006-2015 on laadittu 05/2005-12/2005 välisenä aikana Etelä-Karjalan liiton toimeksiannosta. Työstä on vastannut tilaajan nimeämä strategiaryhmä, joka on koostunut laaja-alaisesta asiantuntijaryhmästä, jossa on ollut edustettuna matkailu-elinkeinon eri sektorit,

seudulliset kehitysyhtiöt, kunnat sekä Etelä-Karjalan liitto. Työn aikana on järjestetty kolme alueellista sidosryhmätilaisuutta sekä useita työryhmäkokouksia. Strategiatyön prosessikuvaus on liitteenä. Strategian sisältö strategiakartan muodossa on alla.



4.1 Lähtökohdat

4.1.1 Etelä-Karjalan matkailun nykytila (liite 1)

Keskeisistä Etelä-Karjalan matkailun nykytilaa kuvaavista tilastoista, tutkimuksista muista aineistoista sekä sidosryhmäkeskusteluista ja kehitystrendeistä on koottu Matkailun nykytila-analyysi, joka on sopimuksen liitteenä. Keskeisiä tunnuspiirteitä Etelä-Karjalan matkailulle ovat:

- Vuonna 2005(1-9) matkailun kehitys rekisteröidyillä yöpymisillä mitattuna on kasvanut voimakkaammin kuin koko maassa, kesäkuukausina kasvu on ollut valtakunnan keskiarvon luokkaa, mutta talvikaudella kasvu on ollut selkeästi voimakkaampaa. Erityisesti Imatralla yöpymiset ovat kasvaneet voimakkaasti. Maakunnan matkailun kysyntää leimaa kuitenkin kesäkauspainotteisuus, talvikaudet ovat hiljaisempia. Ulkomaalaisista matkailijoista venäläisten osuus on merkittävin.

- Vuonna 2005 Etelä-Karjalan välittömäksi matkailutuloksi arvioitiin 121 M€ vuodessa. Venäläisten ostosten osuus edellä mainitusta summasta on 20 M€. Matkailu työllistää maakunnassa 1033 henkilöä. Matkailun kokonaistaloudelliseksi vaikutukseksi arvioidaan 154 M€. Maakunnan matkailulle erityispiirteitä luo sijainti. Venäjän raja ja siihen liittyvä historia luovat Euroopassa ainutlaatuisuutta sisältöä matkailuelämyksille. Venäjällä varsinkin Viipurin ja Pietarin talousalueet luovat lisäarvoa sekä Etelä-Karjalan matkailun kysynnälle että tarjonnalle, erityisesti ostosmatkailulle. Toinen merkittävä vetovoimatekijä on Saimaa, jonka merkitys koko maakunnan matkailuimagolle ja tuotetarjonnalle on merkittävä eri vuodenaikoina. Nämä kaksi vetovoimatekijää yhdistää kolmas, niin ikään Euroopassa ainutlaatuinen, vetovoimatekijä: Saimaan kanava.
- Matkailumahdollisuuksia ei ole täysipainoisesti hyödynnetty eikä matkailuelinkeinoa tunnustettu tasavertaisena muiden elinkeinojen rinnalla.



4.1.2 Etelä-Karjalan matkailun visio 2015

Etelä-Karjalan maakunnan matkailustrategian mukainen matkailun vuoden 2015 tulevaisuuden kuva on:

Etelä-Karjala on Saimaan alueen merkittävin matkailualue, jonka vetovoima perustuu vesistöjen monipuoliseen matkailukäyttöön, rajan, Venäjän ja Pietarin läheisyyteen sekä iloiseen ja vieraanvaraiseen karjalaiseen kulttuuriin.

Profiloituneet ja kiinnostavat matkailualueet ja –tuotteet, tapahtumat sekä tasokas ja monipuolinen vapaa-ajan asuntojen tarjonta houkuttelevat alueelle runsaasti koti- ja ulkomaisia matkailijoita ympäri vuoden.

Saimaan alue käsittää Etelä-Karjalan lisäksi Etelä- ja Pohjois-Savon sekä Pohjois-Karjalan. Tällä alueella Etelä-Karjalan matkailu on kehittynyt voimakkaimmin sekä kysynnän että tarjonnan suhteen. Matkailijat sijoittavat Saimaan mielikuvissaan ensisijaisesti Etelä-Karjalaan.

Vesistöt (Saimaa ja muut vesistöt sekä Saimaan kanava) ovat monipuolisessa matkailukäytössä siten, että tarjolla on sekä luonnonrauhaa että enemmänkin kehittyneitä vesistöön tukeutuvia keskittyviä/keskuksia kaikkina vuoden aikoina.

Raja, Venäjä, Pietari ja alueen historia on konkreettisesti tuotteistettu osaksi Etelä-Karjalan matkailutarjonnan sisältöä. Venäjä ja Pietari ovat merkittävä markkina-alue, josta maakuntaan suuntautuva taloudellisesti merkittävä matkailu on kasvanut entisestään. Etelä-Karjala toimii myös gatewaynä etenkin Pietariin, kuitenkin niin, että maakunnan läpi matkustavat matkailijat käyttävät eteläkarjalaisia palveluja.

Maakunnan matkailupalvelujen laatu on parantunut siten, että iloinen ja vieraanvarainen karjalainen kulttuuri on saanut uuden 2000-luvun sisällön. Matkailupalvelujen laatu on todennettavissa säännöllisillä laatumittauksilla, jossa maakunnan yritykset ovat parantaneet tuloksiaan. Etelä-Karjalan kaupungit ovat niin ikään parantaneet sijoitustaan muihin kaupunkeihin verrattuna matkailukaupunkitutkimuksessa (v. 2005 Lappeenranta oli 12:s)

Maakunnassa on selkeästi profiileiltaan erilaisia matkailualueita ja –tuotteita, siten että erilaiset matkailijaryhmät viihtyvät hyvin maakunnassa eri vuodenaikoina. Maakunnassa on tehty valintoja sen suhteen, mitä alueita kehitetään määrätietoisesti. Myös maakunnan kärkituotteet on tunnistettu ja niitä kehitetään edelleen.

Vapaa-ajan asuminen on tiedostettu myös maakunnan matkailun vahvuudeksi. Vapaa-ajan asukkaat tuovat merkittävästi lisätuloja kaupan- ja palvelualan yrityksille. Vapaa-ajan tarpeet huomioidaan hyvin. Myös vuokramökkien markkinat ovat kehittyneet sekä laadultaan että määrältään.

Kotimaiset matkailijat ovat tulevaisuudessakin merkittävin Etelä-Karjalan maakunnan asiakasryhmä. Kehittyvä matkailutarjonta houkuttelee sekä uusia että ”vanhoja” matkailijoita yhä uudeleen. Demograafisten muutosten aikaansaamat vaikutukset on huomioitu (väestön vanheneminen) tuotetarjonnassa. Ulkomaalaisten matkailijoiden osalta venäläisten matkailijoiden merkitys on edelleen suuri. Etelä-Karjalasta on tullut pietarilaisten vapaa-ajanvietto-keskus. Lisääntyvien lentoyhteyksien ansiosta maakunnan saavutettavuus on parantunut ja myös eurooppalaisten matkailijoiden määrä on kasvanut.

Matkailutarjonnan ja – kohteiden monipuolistumisen sekä tuotekehityksen ja uusien yhteistyömuotojen ansiosta maakunnan matkailuelinkeino hyödyntää entistä monipuolisemmin eri vuodenaikoja. Kehittynyt kokous-, kongressi- ja tapahtumamatkailu lisää kysyntää vapaa-ajanmatkailusesonkien ulkopuolella. Monipuolinen Wellness-matkailutarjonta (kylpylä, liikunta, luonto, kulttuuri) luo uutta kysyntää vapaa-ajan matkailusektorilla eri vuodeaikoina.

4.1.3 Etelä-Karjalan matkailun kehittämisen strategiset tavoitteet ja painopistealueet

Matkailu on vakavasti otettava elinkeino

- Etelä-Karjalan matkailun tulo- ja työllisyystutkimuksen mukaan yrittäjät toivovat lisää julkisia panostuksia. Lisäksi yrittäjien mielestä matkailun kehitystä haittaa päättäjien kiinnostuksen puute.
- Matkailun kehittämiseen osoitetaan riittävästi henkilöresursseja sekä kehittämisvaroja ja matkailua kehitetään ammattimaisesti. Eri tason päätöksentekijät kohtelevat matkailuelinkeinoa vähintään tasavertaisena muiden elinkeinojen kanssa. Maakunnallinen matkailualan koulutus ja tutkimus tuottaa entistä laadukkaampaa työvoimaa ja tutkimustietoa elinkeinon hyväksi.

Saimaa-brändin luominen

- Tutkimuksen mukaan yrittäjät pitävät Saimaata/vesistömaisemia vahvimpina vetovoimatekijöinä.
- Suomalaiset yhdistävät mielikuvissaan Saimaan Etelä-Karjalan matkailutarjontaan. Ulkomaalaiset matkailijat mieltävät Saimaan ainutlaatuisena ja monipuolisena matkailu- ja

luontoelämysalueena, joka tarjoaa mielenkiintoisia tuotteita ympäri vuoden. Saimaa-brändi on niin vetovoimainen, että matkailijat haluavat samaistua siihen. Yhteistyö on monipuolista muiden Saimaan alueen maakuntien matkailuelinkeinon kanssa.

Venäjän ja rajan hyödyntäminen Etelä-Karjalan matkailussa

- Etelä-Karjalan matkailijahaastatteluiden mukaan venäläisten matkailijoiden osuus maakunnan matkailutulosta on merkittävä, 17 %. Jo nyt osa maakunnan matkailijoista matkustaa myös Venäjälle, joko omatoimisesti, risteilyllä tai muulla ryhmämatkalla tai ohjelmapalveluiden merkeissä.
- Rajan historia sekä Venäjän puolella oleva matkailutarjonta hyödynnetään maakunnan matkailutuotteissa. Pietari on Etelä-Karjalan tärkein kansainvälinen vetovoimatekijä. Etelä-Karjala on Pietarin talousalueella asuvien venäläisten arvostama monipuolinen vapaa-ajanviettomatkailualue. Luodun konseptin avulla Etelä-Karjala muodostaa luontevan yhdistävän elementin pääkaupunkiseudun, Euroopan ja Pietarin välillä.

Matkailun koordinointi / organisointi

- Etelä-Karjalan yrittäjiltä saadun palautteen mukaan matkailun kehittymistä haittaa toimintojen sirpaleisuus. Yrittäjät näkevät matkailun tärkeimmiksi kehittämistoimiksi yhteistyön lisäämisen sekä palvelujen että markkinoinnin kehittämisessä. Yritykset aikovat myös omalta osaltaan lisätä yhteistyötä.
- Katkeamattoman matkailun palveluketjun varmistamiseksi maakunnan matkailun kehittämis- sekä tuotekehitys-, markkinointi- ja myyntitoiminta on entistä koordinoitumpaa ja organisoidumpaa. Maakunnan matkailua kehitetään koko maakunnan etua ajatellen, mutta kuitenkin niin, että selkeitä valintoja on tehty. Vahva seutukunnallinen ajattelutapa on väistynyt. Maakunnan matkailutarjontaa myydään keskitetysti.
- Matkailumarkkinoinnissa ja – myynissä hyödynnetään viimeisimpiä alan tietoteknisiä ratkaisuja.

Strategiset maantieteelliset painopistealueet

Keskittymäajattelun mukaisesti Etelä-Karjalan maakunnassa on nimetty kaksi kehittämisen painopistealuetta, jotka omaavat paljon mahdollisuuksia toteuttaa strategian mukaisia kehittämistoimenpiteitä ja joilla on edellytyksiä kehittyä matkailukeskittymiksi. Muutkin alueet kuin tässä mainitut ovat potentiaalisia kehittämiskohteita. Nimetyillä alueilla on jo nykyisin paljon vetovoimaa joko asiakasvirtojen tai käytettävissä

sä olevien tilojen osalta. Kahden keskuksen tasapainoinen kehittäminen mahdollistaa suuremman yhtenäisen matkailualueen muodostumisen. Pienopistealueet ovat:

- Lappeenrannan sataman ja linnoituksen alue, joka on kulttuuri- ja tapahtumamatkailukeskittymä ja joka toimii solmukohtana maakunnan sisävesi- ja kanavaliikenteelle sekä veneilylle. Alueella toimii nykyisin kolmisenkymmentä palveluntarjoajaa ja siellä järjestään useita tapahtumia. Alueelle on suunnitteilla mm. Tali-Ihantala museo.
- Imatran vapaa-aikakeskus on vapaa-ajan matkailun keskittymä, jonka tarjonnan muodostavat Kylpylän allasmaailma ja monipuoliset majoitus- ja ravitsemispalvelut. Keskusta täydentävät monipuoliset liikuntamahdollisuudet, tapahtumat sekä Suomen matkailuhistorian merkkikohteet; Imatran koski ja Valtionhotelli. Vuoksi ja Saimaa ovat keskeiset elementit keskittymän sisällössä.

Rauha-Tiurun alueella on mahdollisuuksia kehittyä matkailullisesti vetovoimaiseksi keskittymäksi. Samalla se lähentäisi Lappeenrannan ja Imatran keskittymiä.

Etelä-Karjalan maaseudulla on yksittäisiä, merkittäviä ja kehittämiskelpoisia matkailukohteita, jotka eivät kuitenkaan yksin muodosta riittävän vetovoimaisia palvelukeskittymiä. Maaseudun matkailukohteiden tulee verkostoitua keskittymien kanssa.

4.1.4 Etelä-Karjalan matkailun kriittiset menestystekijät

Etelä-Karjalan matkailussa ei kaikkia mahdollisuuksia ole hyödynnetty parhaalla mahdollisella tavalla. Tämä näkyy mm. toimijoiden pirstaleisuutena. Maakunnalla on kuitenkin kaikki mahdollisuudet kehittyä entistä menestyneemmäksi matkailumaakunnaksi. Etelä-Karjalan matkailun kriittiset menestystekijät ovat:

- Matkailumarkkinoinnin ja – myynnin organisointi. Nykyisessä tilanteessa matkailun palveluketju ei toimi suositusten mukaisella tavalla. Maakunnan matkailutarjonnan tuotteistaminen, markkinointi ja myynti tulee organisoida uudelleen. Asiakkaat odottavat entistä yksilöllisempiä matkailupalvelukokonaisuuksia ja niiden tulisi olla entistä helpommin ostettavissa.
- Tietoteknisten ratkaisujen hyödyntäminen markkinoinnin ja myynnin työkaluna.

- Venäjä. Merkittävä osa Etelä-Karjalan matkailun nykyisestä ja tulevasta vetovoimasta on rajan takana. On tärkeää, että rajan ylitys pysyy sujuvana. Tämä on edellytys myös matkailun kehittymiselle ja sille, että Pietarin ja Etelä-Karjalan matkailupotentiaali voidaan yhdistää. Venäjän, Pietarin ja rajan merkitys on suuri molempiin suuntiin kohdistuvassa matkailussa. Parikkalan rajanylityspaikka on merkittävä mahdollisuus, koska se mahdollistaa Laatokan tehokkaamman matkailullisen hyödyntämisen. Lisäksi Venäjälle tulee luoda myynnin ja markkinoinnin yhteistyöverkostoja
- Saimaan Kanava. Saimaan kanava on ainutlaatuinen kohde koko Euroopassa. Saimaan kanavan vuokrasopimus tulee uusiksi.
- Lentoliikenne. Lappeenrannan lentokentän toiminnan tulee kehittyä ja laajentua. Tulevaisuudessa kentälle odotetaan uusia lentoyhteyksiä Euroopasta, jotka ovat elintärkeitä maakunnan matkailun kehittymiselle.
- Saimaan tuotteistaminen. Saimaan matkailupotentiaali on tuotteistettava siten, että Saimaa liittyy erilaisiin tuotekokonaisuuksiin eri vuodenaikoina, jotka ovat edellytyksenä Saimaa-brändille. Saimaa luo positiivista imagoa koko maakunnan matkailulle.
- Riittävä kapasiteetti. Strategisten ja määrällisten tavoitteiden saavuttaminen edellyttää, että maakunnan matkailutarjonnan kapasiteetti monipuolistuu ja kehittyy sekä laadullisesti että määrällisesti.

4.1.5 Etelä-Karjalan matkailun määrälliset tavoitteet ja mittarit

Matkailustrategian strategisten tavoitteiden ja vision saavuttamista seurataan määrällisillä tavoitteilla, jotka ovat helposti mitattavissa.

Tärkein mittari on maakunnan saama matkailutulo. Sen kehittymistä voidaan seurata maakunnallisten seurantatutkimusten avulla, jolloin saadaan selville myös venäläisten matkailijoiden taloudellinen merkitys. Matkailutulon kehittymistä voidaan seurata myös Tilastokeskuksessa kehitettävien matkailun aluetaloutta kuvaavien tilastojen avulla.

Vuonna 2005 maakunnan välitön matkailutulo oli 121 miljoonaa euroa. Tavoitteena on, että vuonna 2010 matkailutulo olisi noin 150 miljoonaa euroa ja vuonna 2015 170–200 miljoonaa euroa.

Yöpymismäärien kasvun tavoitteena on, että vuonna 2010 yöpymismäärät ovat kasvaneet noin 30 %, jolloin maakuntaan kertyisi noin 557 000 rekisteröityä yöpymistä. Tämä merkitsee noin 4,4 %:n vuotuista kasvua. Tavoitteen toteutumisen edellytyksenä on uuden kysynnän aikaansaaminen kesäsesongin ulkopuolelta tai majoituskapasiteetin lisääminen. Vuonna 2015 yöpymisiä olisi noin 680 000. Erikseen seurataan majoitusvuorokausien kertymistä kansalaisuuksittain ja kuukausittain.

Yöpymismääriä ei pyritä kasvattamaan hinnan kustannuksella vaan tavoitteena on, että majoituksen keskihinta vuositasolla kasvaa 1,5 %. Mahdollisesta uudesta kapasiteetista huolimatta myös majoitushuoneiden käyttöaste paranee 1,5 % vuosittain.

Saimaaseen asetettujen strategisten tavoitteiden toteutumista arvioidaan seuraamalla vesistöön liittyvien palveluiden ja toimintojen saatavuutta eri vuodenaikoina. Myös vesistöihin liittyvän infrastruktuurin kehittymistä seurataan. Määrällisenä mittarina käytetään Merenkulkulaitoksen tilastoa Saimaan (Lappeenranta) matkustajaliikenteen osalta. Matkustajaliikenteen odotetaan kasvavan 2 % vuodessa sekä linjaliikenteen, että tilausliikenteen osalta.

Asetettuihin tavoitteisiin liittyy merkittäviä, sekä positiivisia että negatiivisia, epävarmuustekijöitä, joiden realisoituessa asetettuja tavoitteita tulee tarkistaa. Tällaisia muutoksia ovat mm.

- Muutokset Lappeenrannan kansainvälisessä lentoliikenteessä
- Muutokset EU:n ja Venäjän välisessä viisumipolitiikassa, esim. kanavaristeilyjen osalta
- Sisäiset muutokset Venäjällä (poliittiset, taloudelliset)
- Merkittävien tarjontaa lisäävien hankkeiden toteutuminen

4.1.6 Etelä-Karjalan matkailun toimijoiden tehtävän jako ja vastuut

Organisaationäkökulmasta tarkasteltuna maakunnan toimijoiden tehtävänjako on seuraava:

Matkailustrategian toimeenpano- ja seurantaryhmä

Toimeenpano- ja seurantaryhmä voi koostua yrittäjistä, suurimpien hankkeiden vetäjistä, kaupakamarin ja yrittäjäjärjestöjen edustajista, rahoittajista (Etelä-Karjalan liitto, TE-keskus), seudullisten matkailuorganisaatioiden edustajista sekä kuntien edustajista. Sen tehtäviin kuuluvat:

- toimintasuunnitelman laatiminen strategian toteuttamiseksi
- ohjelman sopimuksen toteuttaminen ja jalkauttaminen
- strategian seuranta ja käytännön ohjaus
- kehittämistoiminnan tuloksellisuuden seuranta
- maakunnallisen matkailun yhteistyön koordinointi
- neuvonantajana/lausunnonantajana toimiminen
- tiedon välitys
- ohjelman sopimuksen ulkopuolisten toimenpiteiden tarpeellisuuden ja hyödyn varmistaminen

Etelä-Karjalan liitto

- matkailustrategiatyön ja sen päivitysten käynnistämisestä huolehtiminen
- maakunnallisten linjausten varmistaminen
- matkailua koskevien esitysten edelleen vieminen maakuntahallitukselle, ohjelmien toimintaryhmille ja yhteistyökumppaneille
- huolehtiminen siitä, että matkailustrategia toteutuu maakuntatasolla ohjelman sopimuksen kautta
- yhteistyön ylläpitäminen valtakunnallisiin ja maakunnallisiin sidosryhmiin
- huolehtiminen siitä, että eri toimialojen päätöksissä otetaan matkailu myös välillisesti huomioon
- toimialan yleisten toimintaedellytysten kehittäminen
- toimialan kehityksen ja aluetaloudellisten vaikutusten seuraaminen
- matkailun painotuksista ja rahoituksesta huolehtiminen maakuntatasolla

Kaakkois-Suomen TE-keskus

- edistää yrittäjyyttä
- tukea ja neuvoa pk-yrityksiä niiden elinkaaren eri vaiheissa
- edistää palveluelinkeinojen kilpailukykyä teknologian keinoin
- auttaa yrityksiä vientiin ja kansainvälistymiseen liittyvissä asioissa
- toteuttaa alueellista työvoimapolitiikkaa
- luoda uusia työpaikkoja
- suunnitella ja organisoida työvoimapolitiittista aikuiskoulutusta
- edistää maatilataloutta ja maaseutuelinkeinoja
- kehittää kalataloutta
- osallistua ja vaikuttaa alueensa kehittämiseen mm. rahoittamalla strategian mukaisia hankkeita.

Kaakkois-Suomen ympäristökeskus

- luontomatkailuun liittyvien hankkeiden rahoitus
- ympäristön tilan tutkimus ja seuranta
- ympäristönsuojelu
- vesihuoltohankkeet
- vesivarat ja vesistökunnostukset
- maankäyttö, kulttuuriympäristöt ja luonnon-suojelu
- lähialueyhteistyö

Lappeenrannan Seudun Elinkeino ja Matkailu Oy (SELMA) ja Imatran Seudun Kehitysyhtiö Oy (KEHY) sekä perustettava myyntiyhtiö

- matkailustrategian käytännön toteutus ja seuraaminen
- matkailuelinkeinon toimintamahdollisuuksien edistäminen
- rahoittajien sitouttaminen
- kysyntälähtöisten hankkeiden koordinointi
- yhteistyön koordinointi (yrittäjät, suuralueyhteistyö)
- tiedottaminen
- tiedon keruu, ylläpito ja jakaminen
- linkki yrittäjien ja viranomaisten välillä
- tuotekehitys ja siinä avustaminen organisomalla yhteistyöpäiviä, koulutustilaisuuksia jne. sekä palautteen anto yrittäjille
- yhteismarkkinoinnin koordinointi: markkinointisuunnitelman kokoaminen yhteistyössä toimijoiden kanssa, rahoituksen järjestäminen, käytännön toimenpiteiden organisointi
- myynnin koordinointi yhteistyössä elinkeinon ja muiden matkailutoimijoiden kanssa
- edunvalvonta yhteistyössä muiden matkailutoimijoiden kanssa

Kunnat ja kaupungit

Etelä-Karjalassa kunnat ovat jäseninä seutukunnallisissa kehittämissyhtiöissä, joissa molemmissa on riittävää matkailun osaamista. Tästä johtuen kuntien tehtävät matkailusektorilla maakunnassa ovat:

- kunnan matkailun kehittämiseen tarvittavan infrastruktuurin ja muiden toimintaedellytysten luominen ja ylläpito
- varmistaa, että matkailunäkökulma on otettu huomioon kunnallisessa päätöksenteossa
- tarvittaessa kuntakohtaisen matkailuinformaation ylläpito, tuottaminen ja jakaminen.

Matkailuyritykset

- vastaavat täysivaltaisesti omasta liiketoiminnastaan
- kehittävät, markkinoivat ja myyvät omia tuotteitaan valitsemiaan jakeluteitä pitkin
- luovat sisällön maakunnan matkailutarjonnasta

Etelä-Karjalan kauppakamari ja yrittäjäjärjestöt

- elinkeinoelämän edunvalvonta
- elinkeinoelämän sitouttaminen yhteistyöhön

Saimaan Matkailuakatemia SAIMA

- kouluttaa alalle matkailualan asiantuntijoita, jotka hallitsevat matkailualan luonteen ja pysyvät toimimaan matkailualan kehitystyössä.
- kehittää alueen elinkeinotoimintaa eri yhteistyökumppaneiden kanssa tutkimus- ja kehityshanketoiminnan avulla.
- projektiopintoja ja opinnäytetöitä voidaan käyttää suoraan osana tutkimus- ja hanketoimintaa.
- tukee matkailuyrittäjyyttä aikuiskoulutuksen avulla.
- matkailualan yrityshautomo, jossa hyödynnetään yhteistyötä Teknologiakeskus Kareltekin kanssa.
- toteuttaa Saimaan matkailuakatemialle ja sen markkinointiverkostolle sähköiseen toimintaan liittyviä ratkaisuja.

Tietomaakunta eKarjala Oy

Tietomaakunta eKarjala Oy on Etelä-Karjalan maakunnan tietoyhteiskuntakehitystä toteuttava kuntien yritys, jonka tehtävänä on:

- Etelä-Karjala Tietomaakuntahankkeen toteuttamisen tietoverkkopalvelujen ylläpito ja jatkokehitys.
- Etelä-Karjalan kuntien tietoyhteiskuntakehitystä toteuttavien tietoverkkopalveluiden tuottaminen
- eKarjala tietoverkkoinfran ja sähköisten verkkopalveluiden tuottaminen, kuten: seutuverkko, laajakaistaverkko ja – yhteydet, verkkopalvelupisteet ”Nettipointit”, portaalipalvelut sekä verkkopalvelukokonaisuuksien tuottaminen eri aloille: Matkailu-, kulttuuri-, vapaa-aikapalvelut, asumisen, opiskelun, elinkeinoelämän palvelut, yms.

Työnjako toiminnoittain esitettynä:

Strategian toteutus ja seuranta:	Matkailustrategian toimeenpano- ja seurantaryhmä
Koordinointi:	Etelä-Karjalan liitto, matkailustrategian toimeenpano- ja seurantaryhmä
Rahoitus:	Etelä-Karjalan liitto, TE-keskus, Ympäristökeskus, kunnat, yritykset, sijoittajat
Infrastrukturi	Kunnat, yritykset
Matkailuinformaatio	Kunnat, SELMA, KEHY
Tuotekehitys	Yritykset, maakunnallinen myyntiyhtiö, SELMA, KEHY, hankkeet, Tietomaa-kunta Ekarjala Oy
Markkinointi:	Yritykset, maakunnallinen myyntiyhtiö, SELMA, KEHY, hankkeet, Tietomaa-kunta Ekarjala Oy,
Myynti:	Yritykset, maakunnallinen myyntiyhtiö
Koulutus ja tutkimus:	Oppilaitokset, tutkimuslaitokset



5 SOPIJAOSAPUOLET

Tämän sopimuksen sopijaosapuolia ovat **Etelä-Karjalan liitto**, **Kaakkois-Suomen TE-keskus**, sekä seudulliset kehitysorganisaatiot **Imatran Seudun Kehitysyhtiö Oy** ja **Lappeenrannan Seudun Elinkeino- ja Matkailu Oy**,

jotka edustavat myös alueidensa kuntia. Elinkeinoelämän edustajina toimivat **Etelä-Karjalan kauppakamari** ja **Etelä-Karjalan yrittäjät ry**.



6 SOPIMUKSEN SISÄLTÖ

6.1 Matkailuelinkeinon tunnustaminen ja arvostuksen nostaminen

Matkailuelinkeino on merkittävä elinkeino maakunnassa tulo- ja työllisyysvaikutuksilla mitattuna. Suomen matkailun historiankin kannalta Etelä-Karjala (Imatrankoski, Saimaan kanava) on merkittävä matkailumaakunta. Kansallisella ja kansainvälisellä tasolla matkailusektorilla on vielä paljon hyödyntämätöntä potentiaalia.

- Tehtävät
 - Ohjelmასopimus. Keskeiset toimijat allekirjoittavat sopimuksen ja sitoutuvat noudattamaan sitä.
 - Matkailustrategian toimeenpano- ja seurantaryhmän perustaminen ja sen säännöllinen kokoontuminen puolivuosisittain.
- Aikataulu
 - Ohjelmასopimus allekirjoitetaan alkuvuodesta 2006. Ohjelmასopimusta ja matkailustrategiaa tarkistetaan vuosittain.
 - Seurantaryhmä nimetään heti strategian valmistumisen jälkeen, kun ohjelmასopimus on allekirjoitettu.
- Kustannukset ja rahoitus
 - Etelä-Karjalan liitto.
- Vastuutaho
 - Etelä-Karjalan liitto.



6.2 Matkailun koordinointi ja organisointi

Maakunnassa toimii kaksi seudullista kehittämisorganisaatiota. Matkailusektorilla organisaatioiden toiminta on vuorovaikutteista ja toisiaan täydentävää. Organisaatiot ovat palkanneet mm. yhteisen myyntihenkilön. Suositusten mukaista matkailun palveluketjun katkeamattomuutta ei ole varmistettu, koska maakunnassa ei ole järjestetty/vastuutettu maakunnallista myyjää. Maakunnassa tarvitaan matkailun myyntiyhtiö, jossa elinkeino on vahvasti mukana.

- Tehtävät
 - Myynti- ja markkinointiyhtiön perustaminen ja resursointi
 - Selvitetään miten Etelä-Karjalan matkailutarjonta myydään tehokkaimmin keskeisillä ulkomaalaisilla markkinoilla (esim. Pietarin talousalue)
- Aikataulu
 - Tehtävien toteutus alkaa välittömästi. Tavoitteena on, että maakunnallinen myyntitoiminta olisi järjestetty uudelleen mahdollisimman pikaisesti.
- Kustannukset ja rahoitus
 - Etelä-Karjalan liitto, kehitysyhtiöt, yritykset
- Vastuutaho
 - Etelä-Karjalan liitto, kehitysyhtiöt, yritykset



6.3 Saimaa brändin luominen

Saimaa brändillä tarkoitetaan tuotekokonaisuutta, joka on rakentunut Saimaaseen kytkeytyvistä mielikuvista ja assosiaatioista. Saimaan brändin luominen edellyttää pitkäjänteistä markkinointia ja tuotekehitystä. Etelä-Karjalan nykyisille ja tuleville potentiaalisille asiakkaille juuri Saimaaseen liittyvien tuotteiden kautta voidaan luoda positiivisia mielikuvia ja mielle yhtymiä. Brändin syntymistä voidaan tukea mm. sähköisen ja perinteisen markkinoinnin keinoin.

- Tehtävät
 - Maakuntaan kehitetään toimintamalli, jonka tehtävä on tukea Saimaa-brändin mukaista tuotekehitystä ja markkinointia.
 - Maakunnan matkailumarkkinoinnilla vahvistetaan brändin syntymistä.
 - Varmistetaan, että maakunnan matkailun sähköisen markkinoinnin sisältö on ajantasaista.
 - Saimaan matkailuakatemia SAIMA:n tutkimus- ja kehitystoiminta sekä muut tutkimuslaitokset tukevat toimeksiannoitlaan tuotekehitystä.
- Aikataulu
 - Toiminta on jatkuvaa
- Kustannukset ja rahoitus
 - Potentiaalisimpia Saimaa brändin luomiseen vaikuttavia hankkeita tukevan toimintamallin rahoituksesta vastavat kaikki matkailutoimijat yhdessä
- Vastuutaho
 - Etelä-Karjalan matkailuyrityksillä on ensisijainen vastuu Saimaa-tuotteiden kehittämisestä. Seudulliset organisaatiot toimivat asiantuntija-apuna. Strategiaryhmä voi toimia hanke-esitysten arviointiryhmänä.



6.4 Venäjän ja rajan hyödyntäminen Etelä-Karjalan matkailussa

Rajaan liittyvät historialliset tekijät luovat Etelä-Karjalan matkailulle kilpailuedun muihin Suomen maakuntiin verrattuna. Venäjä on vielä osittain hyödyntämätön resurssi sekä kysynnän että tarjonnan näkökulmasta.

- Tehtävät
 - Tuetaan kehityshankkeita, joiden tavoitteena on kehittää tuotteita, joissa Venäjä matkakohteena on osatekijänä tai joissa palveluja suunnataan venäläisille asiakkaille
 - Tuetaan markkinointihankkeita, joissa kohderyhmänä ovat venäläiset matkailijat tai Etelä-Karjalan kautta Venäjälle matkustavat asiakkaat
- Aikataulu
 - Toiminta on jatkuvaa.
- Kustannukset ja rahoitus
 - Sopimusosapuolet voivat tapauskohtaisesti myöntää tuotekehitys- tai markkinointitukea lupaaville hankkeille.
- Vastuutaho
 - Yritykset, seudulliset kehitysyritykset, uusi myyntiyhtiö

7 SITOUTUMINEN JATKONEUVOTTELUIHIN JA HANKETYÖHÖN

Sopijaosapuolet sitoutuvat tarvittaessa jatkoneuvotteluihin ohjelmasuopimuksen sisällön mukaisten ja asetettujen strategisten ja määrällisten tavoitteiden saavuttamista tukevien hankkeiden rahoituksesta ja toteutuksesta. Sopijaosapuolet sitoutuvat

myös edesauttamaan ohjelmasuopimuksen mukaisen hankkokonaisuuksien käynnistymistä ja tukemaan hankkeiden onnistunutta toteutusta.



8 STRATEGIAN JA OHJELMASOPIMUKSEN TARKISTAMINEN JA SEURANTA

Etelä-Karjalan liitto asettaa matkailustrategialle toimeenpano- ja seurantaryhmän. Ryhmä kootaan strategian laadintaan osallistuneesta strategiaryhmästä ja sopimusosapuolista. Määrällisten tavoitteiden seurannassa tehdään yhteistyötä Saimaan Matkailuakatemia SAIMA:n ja muiden tutkimuslaitosten kanssa.

Ohjelman sopimusta tarkistetaan matkailustrategian tarkistamisen yhteydessä. Tarvittaessa sopimuk-

sen sisältöä voidaan tarkistaa muulloinkin sopijaosapuolten aloitteesta. Etelä-Karjalan liitto on vastuussa ohjelman sopimuksen tarkistamisesta ja sopimuksen toteutumisen seurannasta.

Strategiaa tarkistetaan tarvittaessa positiivisten tai negatiivisten epävarmuustekijöiden toteutuessa.

Allekirjoitukset:

Timo Puttonen
Maakuntajohtaja
Etelä-Karjalan liitto

Jarmo Pirhonen
TE-keskuksen johtaja
Kaakkois-Suomen TE-keskus

Pekka Ruotsalainen
Toimitusjohtaja
Imatran Seudun Kehitysyhtiö Oy

Hannu Alanen
Toimitusjohtaja
Lappeenrannan Seudun Elinkeino ja Matkailu

Mika Peltonen
Toimitusjohtaja
Etelä-Karjalan kauppakamari

Jukka Korkeila
Toimitusjohtaja
Etelä-Karjalan yrittäjät ry.

