



ETELÄ-  
KARJALA



# Etelä-Karjalan MATKAILUSTRATEGIA 2015–2020

*"Taasha myö tavattii, tuutha sie vastakii"*

# Sisällys

|                                                                                                  |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Miksi tarvitaan uusi matkailustrategia?                                                          | 3  |
| Etelä-Karjala matkailumaakuntana vuonna 2015                                                     | 4  |
| Ponnistetaan vahvuuksilla eteenpäin                                                              | 5  |
| Kohti vuotta 2020 – Vuonna 2020 Saimaan alue on Suomen kolmen tärkeimmän matkailualueen joukossa | 8  |
| Kenelle Etelä-Karjalaa markkinoidaan?                                                            | 10 |
| Miten visio saavutetaan?                                                                         | 11 |
| <i>Yhteistyöllä eteenpäin</i>                                                                    | 11 |
| <i>Saavutettavuus läheltä ja kaukaa</i>                                                          | 11 |
| <i>Kestävä kehitys turvaa tulevaisuuden</i>                                                      | 12 |
| <i>Kansainvälistyminen mahdollistaa kasvun</i>                                                   | 13 |
| <i>Välineet kuntoon</i>                                                                          | 14 |
| <i>Vieraanvaraisuus kannattaa</i>                                                                | 15 |
| Maakunnan matkailukohteet                                                                        | 16 |
| <i>Saimaan sateenvarjon alla</i>                                                                 | 16 |
| <i>Vetovoimakohteet kasvun moottoreina</i>                                                       | 16 |
| <i>Vetovoimakohteiden kehittämistoimenpiteet</i>                                                 | 17 |
| <i>Rauhan-Ukonniemen alue</i>                                                                    | 17 |
| <i>Imatrankoski, Vuoksi, Kruunupuisto, Valtionhotelli, ja alueen palvelut</i>                    | 17 |
| <i>Lappeenrannan Linnoitus, satama, Myllysaari ja keskustan palvelut</i>                         | 17 |
| Matkailustrategian toteutuminen                                                                  | 18 |
| Seuranta ja jatkotoimet                                                                          | 20 |
| Toimijat ja kunkin tehtävät strategian toteuttamisessa                                           | 22 |
| Matkailustrategiaprosessi                                                                        | 23 |

*”Kun on ilta Saimaalla, unhoitan muun,  
kaisloihin tuulikin jää haaveiluun.  
Rintaani rauhan niin tyynen mä saan,  
Saimaa on illalla kauneimmillaan.”*

Sauvo Puhtila

# Miksi tarvitaan uusi MATKAILUSTRATEGIA?

Karjalaiset ovat tunnettuja vieraanvaraisuudesta. *"Istu vieras veikkone, haasta vieras veikkone, jää yöks vieras veikkone"*, todetaan lappeelaisessa sananlaskussa. Matkailu elää vieraanvaraisuudesta; mitä lämpimämmin otamme vieraat vastaan, sitä todennäköisemmin he tulevat uudelleen. Matkailu on elämystaloutta. Se merkitsee merkityksellisten hetkien syntymistä ja halua kertoa omille ystäville, millaisia elämyksiä ja kokemuksia Etelä-Karjalassa voi saada.

Etelä-Karjalan matkailun näkymiä linjattiin edellisen kerran strategiaksi kymmenen vuotta sitten. Vuosien 2006–2015 matkailustrategiaa olivat tekemässä matkailutoimijat ja matkailun kehittäjät. Myös tätä strategiaa työstettäessä hyvä tekemisen meininki on koonnut joukot yhteisen asian pariin.

Matkailustrategia määrittää yhteisen tavoitteen ja ohjaa tekemistä. Päättävän strategiakauden aikana Etelä-Karjalaan muodostui merkittävä matkailukohde, Rauhan-Ukonniemen alue, sekä kehitettiin muun muassa Imatran kosken ympäristöä ja Lappeenrannan Linnoituksen ja sataman aluetta. Markkinointiyhteistyö goSaimaa-brändillä on osoittautunut toimivaksi ratkaisuksi. Näyttöä kuntarajat ylittävästä yhdessä tekemisen meaningistä ja yhteistyön onnistumisesta on saatu useista maakunnallista kehittämistoimista ja -projekteista. Strategiakauden aikana matkailutoimiala on noussut maakunnan elinkeinopolitiikan keskiöön vakavasti otettavaksi elinkeinoksi.

Etelä-Karjala on rajan ja vesistöjen maakunta, jossa on lähes 8 000 kilometriä rantaviivaa. Maakunnalla on pitkät, 1700-luvulle ulottuvat matkailuperinteet, sillä Imatran koski on Suomen vanhin matkailunähtävyys. Tänä päivänä Etelä-Karjalasta löytyy yritteliäisyyttä ja rohkeutta tehdä uusia asioita sekä karjalaisuudesta lähtevää elämäniloa. Nostetaan nämä tekijät maakunnan matkailun kehittämistyön kärjiksi. Meidän pitää huolehtia maakunnan saavutettavuudesta ja laadukkaasta palvelutarjonnasta sekä muistaa perinteet ja karjalainen vieraanvaraisuus – *"Hyvä vieras ei oo myöhäne milloikaa"*.

Wall Street Journal listasi kesällä 2014 Saimaan maailman viiden vaikuttavimman järvikohde joukkoon ja totesi, että se on oma maailmansa ja kaunis ympäri vuoden. Saimaasta riittää koettavaa oli sitten kesä tai talvi, tyyni tai myrsky. Saimaa on Etelä-Karjalan matkailun sateenvarjo, jonka alle muu tarjonta asemoituu.

Saimaa on meidän erityisyytemme. Matkailustrategian ykköstavoitteita on saada koko maakunta ja kaikki sen asukkaat tekemään yhdessä töitä Saimaan tunnettuuden ja matkailijoiden viihtymisen eteen. Yhdessä onnistumme! Vuonna 2020 Saimaan alue on Suomen kolmen tärkeimmän matkailualueen joukossa.

**Matti Viialainen**  
maakuntajohtaja  
Etelä-Karjalan liitto

**Kirsti Laine**  
puheenjohtaja  
Etelä-Karjalan matkailustrategian ohjausryhmä



# Etelä-Karjala **MATKAILUMAA-KUNTANA** vuonna 2015

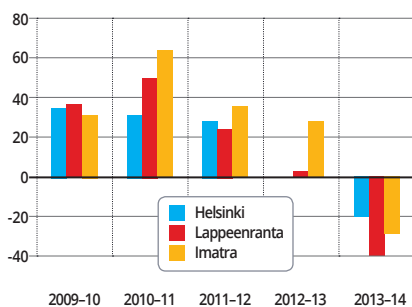
Etelä-Karjala on osa Järvi-Suomea, joka on yksi Suomen neljästä matkailun suuralueesta<sup>1</sup>. Maakuntaa leimaavat Saimaan lisäksi Vuoksi sekä pienemmät järvet ja joet, kuten Kuolimo, Kivijävi, Simpelejärvi ja Karjalan Pyhäjärvi sekä Hiitolanjoki. Etelä-Karjala on kiinnostava matkailukohde järvi-luonnosta, kylpylöistä ja rauhallisesta lomailusta sekä hyvinvoinnista ja ostosmahdollisuuksista kiinnostuneille. Investoinnit kylpylöihin, golfkenttiin, jäähalleihin sekä liikuntamatkailuun ovat lisänneet tarjontaa. Lappeenrannan ja Imatran uudet teatterit avaavat mahdollisuuksia myös kokous- ja kongressimatkailulle.

Etelä-Karjalalla sekä maakunnan kaupungeilla Lappeenrannalla ja Imatralla on kotimaassa perinteisesti kesäkohteen leima. Vuonna 2014 maakunnassa yöpyneistä 47 prosenttia oli ulkomaisia ja heistä 84 prosenttia venäläisiä. Kotimaan matkailijoita yöpyjistä oli 53 prosenttia. Kotimaanmatkailu on viime vuosina kasvanut ja kasvu on jatkunut vuonna 2015: Etelä-Karjalan kylpylät kiinnostavat suomalaisia.

Kaikkiaan Etelä-Karjalassa oli vuonna 2014 rekisteröidyssä majoitusliikkeissä 674 060 yöpymistä. Sen lisäksi tulevat yöpymiset sukulaisten ja tuttavien luona sekä vapaa-ajanasunnoissa, joita maakunnassa on 20 442<sup>2</sup>. Maaseutukuntien väkiluku kasvaa merkittävästi kesäkuukausina<sup>3</sup>.

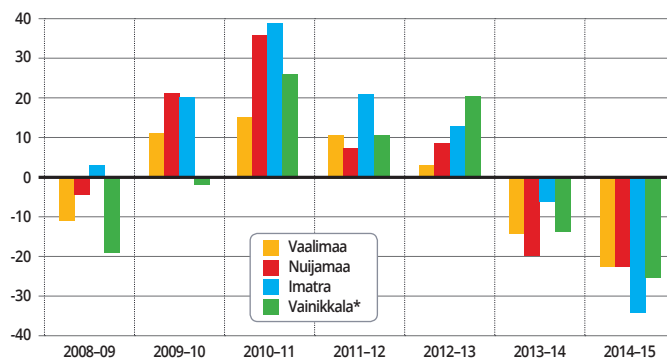
Etelä-Karjalan matkailua on viimeisen kymmenen vuoden ajan määrittänyt venäläisten ostosmatkailun kasvu ja sitä seurannut nopea suunnanvaihdos vuonna 2014. Kesän 2015 arvioiden mukaan aallonpohja on ehkä saavutettu: rajanylitysten sekä tax free - ja invoice-kaupan väheneminen

Tax free -myynnin muutosprosentit vuosittain 2009–2014



Etelä-Karjalan liitto. Tilastolähde: Global Blue Finland Oy, 2014

Rajaliikenteen matkustajamäärien vuosimuutokset prosentteina vuosina 2008–2014

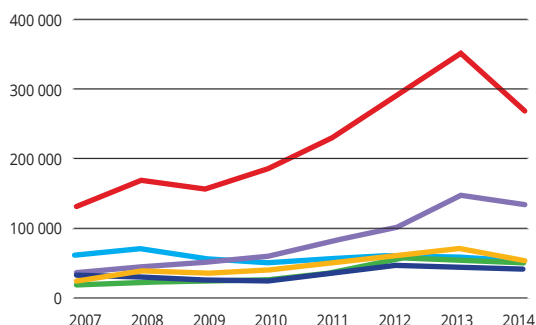


Etelä-Karjalan liitto 5.6.2015

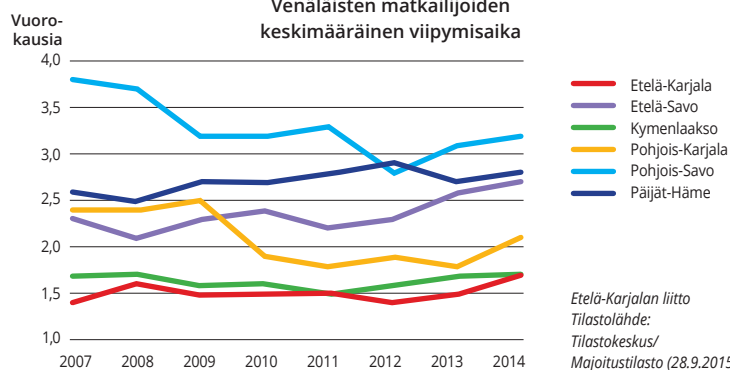
Tilastolähde: Kaakkois-Suomen rajavartiosto 2015 - \*Junamatkustajat

05/2014 vs. 05/2015

Venäläisten matkailijoiden rekisteröidyt yöpymisvuorokaudet



Venäläisten matkailijoiden keskimääräinen viipymisaika



Etelä-Karjalan liitto  
Tilastolähde:  
Tilastokeskus/  
Majoitustilasto (28.9.2015)

on tasaantumassa, mutta entiseen kasvuvauhtiin ei ole nopeaa paluuta. Maakunnassa on edelleen vahva usko Venäjän potentiaaliin ja Venäjän keskeiseen merkitykseen matkailijoiden lähtömaana sekä Etelä-Karjalan kautta Venäjälle suuntautuvan matkailun kohdemaana. Venäjä kiinnostaa sekä suomalaisia että kansainvälisiä matkailijoita.

Ostosmatkailun rinnalla Etelä-Karjalassa kasvoi venäläisten lomamatkailu, jossa viipymä oli ostosmatkailulle tyypillistä yhtä päivää pidempi. Suomi on venäläisten keskuudessa suosituin ulkomaankohde: sujuva saavutettavuus, luonto, palvelut ja turvallisuus kiinnostavat.<sup>4</sup> Yöpyvien venäläismatkailijoiden keskuudessa Etelä-Karjala on pääkaupunkiseudun jälkeen selvästi suosituin kohde<sup>5</sup> ja venäläisten keskimääräinen viipymäaika maakunnassa on hieman kasvanut, mutta venäläismatkailijoiden suhteen on varauduttava nopeisiin muutoksiin.

Euroopan Unionin alueelta sekä Skandinaviasta ja Aasiasta Etelä-Karjalaan tulleiden matkailijoiden määrä kasvoi vuonna 2014. Ruotsalaiset ja saksalaiset matkustivat Etelä-Karjalaan aiempaa enemmän, joskin kokonaisuudessa kansainvälisten matkailijoiden yöpymiset ovat vähentyneet. Sen sijaan matkailijoiden keskimääräinen viipymisaika maakunnassa on viime vuosina pidentynyt. Kasvaneesta huonemäärästä huolimatta huoneiden käyttöasteet ovat olleet naapurimaakuntia parempia ja huoneiden keskihinta niitä korkeampi.

Majoituksen ja ravitsemuksen työpaikkoja oli Etelä-Karjalassa 2 090 vuonna 2012<sup>6</sup> ja viiden vuoden ajanjaksolla työpaikkojen määrä oli kasvanut noin 400:lla. Matkailu työllistää myös matkailupalvelujen tuottajia sekä kaupan alan henkilökuntaa. Välillisiä työpaikkoja syntyy muun muassa kiinteistöhuoltoon, markkinointiin, mediaan, kuljetukseen ja rakentamiseen. Majoitus- ja ravitsemusyritysten liikevaihto kehittyi maakunnassa positiivisesti 2010-luvun alussa, mutta pieneni vuonna 2013, jolloin myös matkailun työpaikat vähenivät – venäläismatkailun suhdanteet tuntuivat Etelä-Karjalassa naapurimaakuntia enemmän.<sup>7</sup>

Naapurimaakuntien matkailun kehittäjiin mukaan Etelä-Karjalassa on onnistuttu rakenteellisessa kehittämisessä, saavutettavuudessa ja yleisessä matkailuinfrastruktuurissa sekä Venäjälle suuntautuvassa markkinoinnissa ja tarjonnassa. Sen sijaan teema- ja sisältöpohjaisten tuotteiden, paketoiminnan ja yhteistyön kehittämisessä on vielä tehtävää, samoin maakunnassa liikkumisessa. Sähköiseen markkinointiin ja myyntiin pitäisi panostaa, jotta se vastaisi tämän päivän tarpeita. Myös muualle kuin Venäjälle suuntautuvaa kansainvälistä tarjontaa, markkinointia ja myyntiä kannattaa kehittää. Siinä nähdään mahdollisuus maakuntarajat ylittävälle yhteistyölle.

1 Muut ovat Helsinki ja pääkaupunkiseutu, rannikko ja saaristo sekä Lappi.

2 Suomen virallinen tilasto (SVT): Rakennukset ja kesämökit. Helsinki: Tilastokeskus. Saantitapa: <http://www.stat.fi/til/rakke/uut.html>

3 Suosituimissa mökkikunnissa Taipalsaarella ja Ruokolahdella vapaa-ajan asuntoja on selvästi vakituisesti asuttuja asuntoja enemmän ja Savitaipaleella on vapaa-ajan-asukkaita suhteessa vakituisiin asukkaisiin eniten maakunnassa.

4 TAK Rajatutkimus 2014.

5 Tilastokeskus, Liikenne ja matkailu.

6 Tilastokeskuksen ylläpitämän Toimiala Online tilastointiperusteet muuttuivat vuonna 2013, joten vertailua ei voi ulottaa vuosiin 2013–2014.

7 Tilastokeskus, Elinkeinorakenne ja työssäkäynti.

## Ponnistetaan VAHVUUKSILLA eteenpäin

Etelä-Karjalan vahvuuksia ja heikkouksia kartoitettiin matkailustrategiaprosessissa kyselyllä ja haastatteluilla. Tämä on etelä-karjalaisten matkailutoimijoiden näkemys.



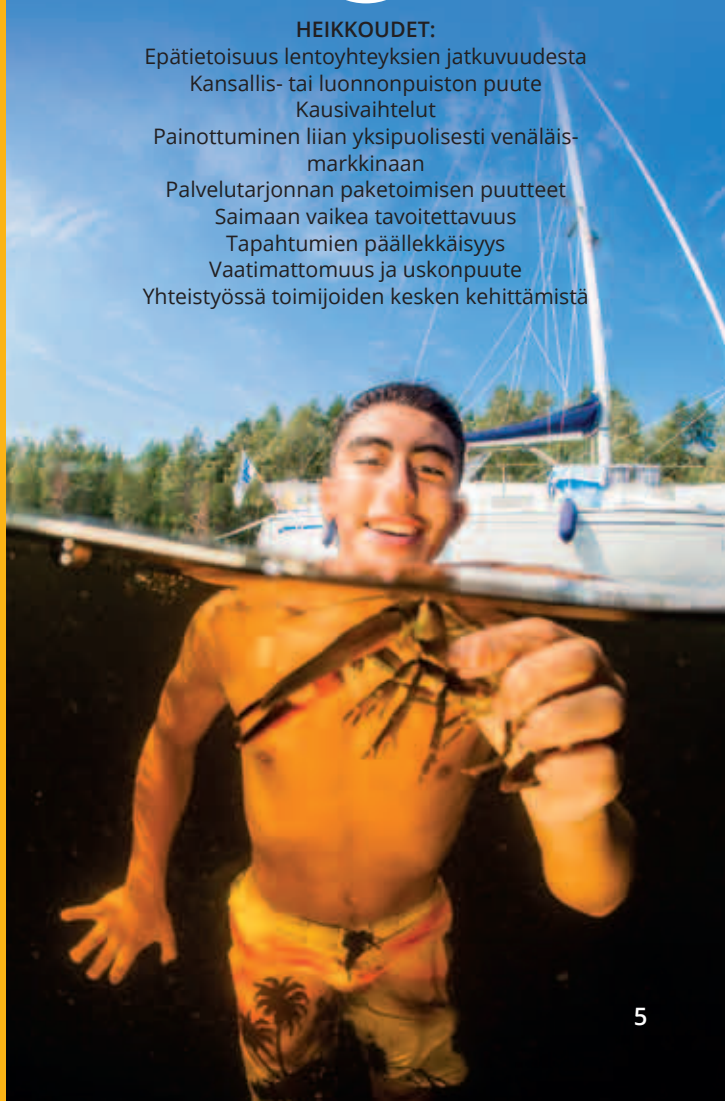
### VAHVUUDET:

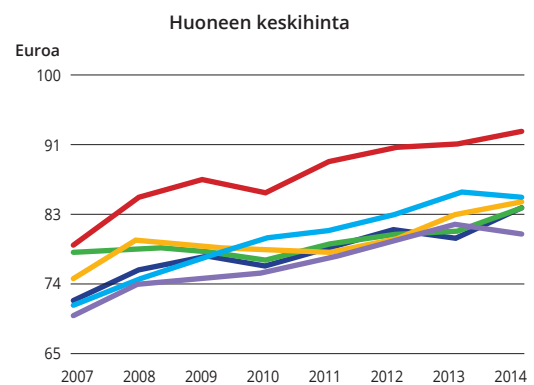
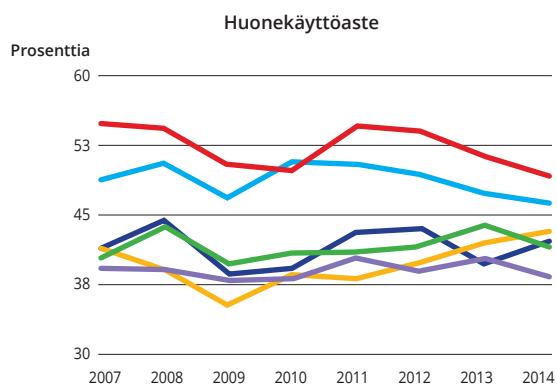
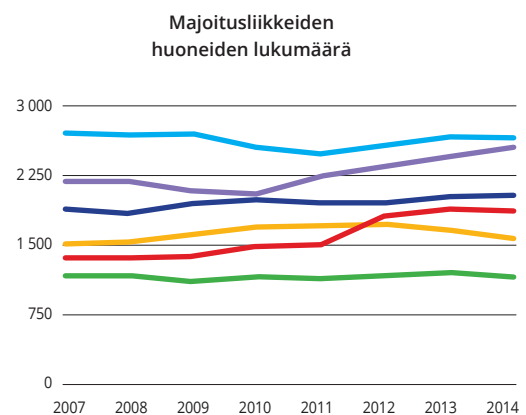
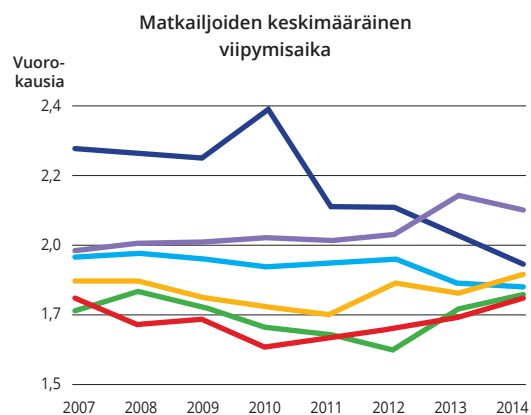
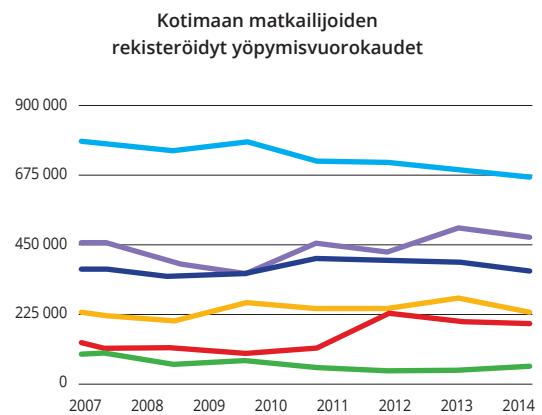
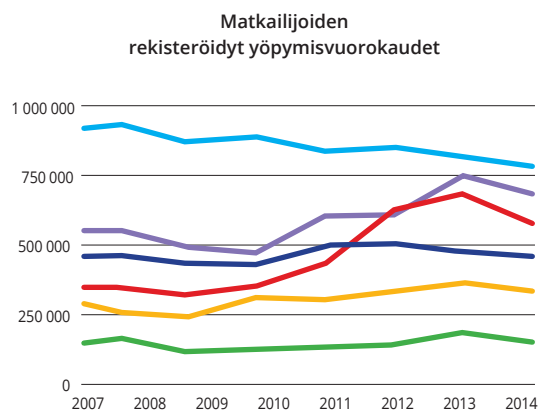
Ihmiset  
Kulttuuriperintö ja historia  
Kylpylät  
Liikuntamatkailu  
Luonto: erityisesti Saimaa ja vesistöt  
Monipuolinen majoitustarjonta  
Ostosmahdollisuudet  
Retkeilymahdollisuudet  
Sijainti rajan tuntumassa  
Tapahtumat  
Venäjän, Pietarin ja pääkaupunkiseudun läheisyys



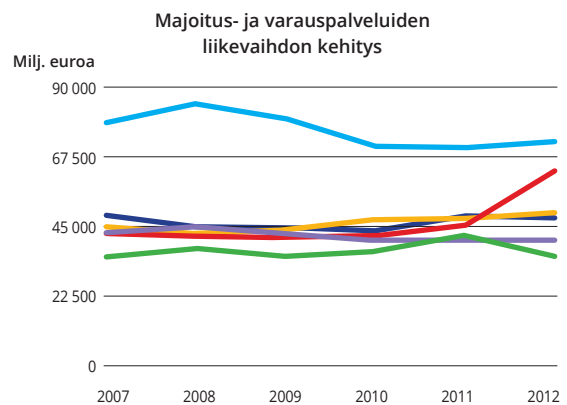
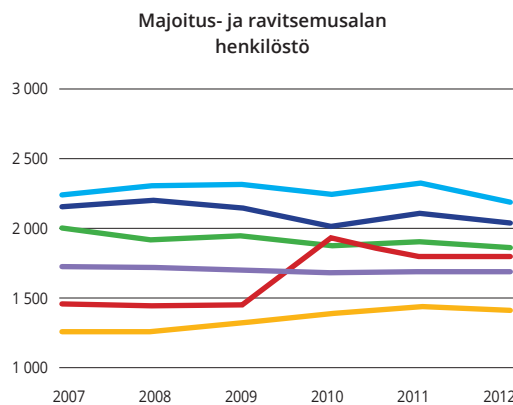
### HEIKKOUEDET:

Epätietoisuus lentoyhteyksien jatkuvuudesta  
Kansallis- tai luonnonpuiston puute  
Kausivaihtelut  
Painottuminen liian yksipuolisesti venäläismarkkinaan  
Palvelutarjonnan paketoimisen puutteet  
Saimaan vaikea tavoitettavuus  
Tapahtumien päällekkäisyys  
Vaatimattomuus ja uskonpuute  
Yhteistyössä toimijoiden kesken kehittämistä





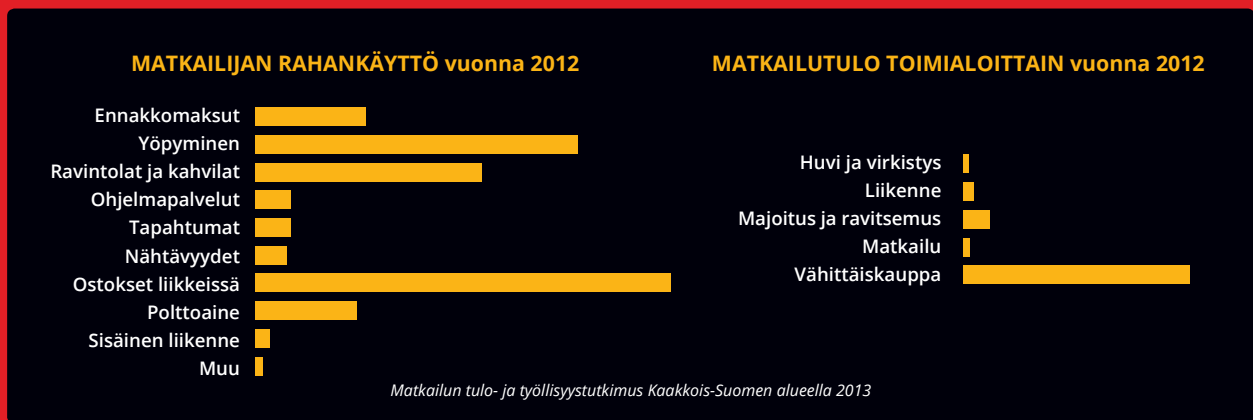
Etelä-Karjalan liitto • Tilastolähde: Tilastokeskus/Majoitustilasto (18.6.2015)



Etelä-Karjalan liitto • Tilastolähde: Tilastokeskus/Toimiala Online/Yritys- ja toimipaikkatilastot (18.6.2015)

Etelä-Karjala  
 Etelä-Savo  
 Kymenlaakso  
 Pohjois-Karjala  
 Pohjois-Savo  
 Päijät-Häme

# Etelä-Karjala matkailumaakuntana vuonna 2015



# Kohti vuotta 2020 –

## Vuonna 2020 Saimaan alue on Suomen kolmen tärkeimmän matkailualueen joukossa

Kansallisen matkailun strategiset teemat ovat hyvinvointi, kulttuuri, kesä- ja talvituotteiden monipuolistaminen. Painopistealueet ovat suomalainen ja paikallinen ruoka, hiljaisuus sekä kulttuurin ja luonnon yhdistäminen. Matkailun tiekartan tavoite on tehdä Suomesta Pohjois-Euroopan ykkös-matkailukohde, jossa on puhdas luonto, hyvinvointia edistävät olosuhteet, omaperäinen kulttuuri ja toimiva infrastruktuuri. Toimenpiteitä ovat matkailukeskusten ja yritysverkostojen vahvistaminen, kiinnostava tarjonta, vaikuttava markkinointi ja tuotteiden helppo ostaminen sekä kilpailukykyinen ympäristö. Matkailun odotetaan kasvavan viisi prosenttia vuodessa.<sup>8</sup>

Kansalliset teemat, painopistealueet, vahvuudet ja toimenpiteet sopivat Etelä-Karjalaan. Maakunnan elinkeinostrategian kärjet ovat ympäristö, kansainvälisyys ja teknologia, joihin matkailu liittyy vahvasti. Maakuntaohjelman tavoitteena ovat vihreä hyvinvointi sekä luonto-, hyvinvointi-, liikunta- ja kulttuurimatkailupalvelujen kehittäminen luontoarvot huomioiden ja kokeilevaa kehittämistä hyödyntäen. Kuntien strategioissa tavoitteina ovat sijainnin hyödyntäminen, matkailijamäärien ja palvelutarjonnan kasvattaminen sekä matkailuun liittyvän infrastruktuurin kehittäminen. Maaseutukunnissa esille nousee vapaa-ajanasukkaiden huomioiminen.

Matkailu on maaseutualueilla kasvava elinkeino. Se on yksi Kaakkois-Suomen alueellisen maaseudun kehittämissuunnitelman painopisteistä, joita ovat myös vapaa-ajan asuminen ja maaseudun infrastruktuuri. Euroopan maaseuturahaston osarahoittama maaseudun kehittämissuunnitelma antaa resursseja maaseutumatkailun ja matkailuyritysten kehittämiselle sekä maaseudun ja kaupunkien matkailukohteiden yhteistyölle.

Etelä-Karjalan matkailutoimiala kehittyvä olemassa olevassa tilanteessa, mutta valintoja tehden. Kehitystyötä tehdään maakunnan yrityksissä huomioimalla matkailijoiden hiljaiset ja ääneen lausutut viestit. Sama tekeminen koskettaa kaikkia eteläkarjalaisia: jokainen asukkaan ja matkailijan kohtaaminen on mahdollisuus, josta voi seurata uusi matka maakuntaamme. Välittömät eteläkarjalaiset ja karjalaisuus ovat maakunnan vahvuuksia.

Etelä-Karjalan matkailutoimijat näkevät kotimaakuntansa vuonna 2020 kiinnostavana matkailukohteena ulkomaisille ja kotimaisille matkailijoille. Saimaata hyödynnetään sekä matkailumarkkinoinnissa että matkailupalvelujen kehittämisessä ja tarjonnassa. Tarjolla on hyviä ja laadukkaita tuotteita ja palveluita, joiden toteuttamisessa ja markkinoinnissa tehdään yhteistyötä. Asiakaspalvelu on hyvää ja mieliinpainuvaa ja kannustaa matkailijaa palaamaan.

Yhteistyö ulotetaan naapurimaakuntiin ja Saimaan alueelle. Siihen liittyen tehdään yhteismarkkinointia sekä yhteistyötä matkailupalvelujen kehittämisessä ja paketoinnissa ja matkailun tarpeet huomioivassa aluesuunnittelussa. Saimaan maakunnat tekevät yhdessä töitä, jotta Saimaa ja sen matkailu saadaan kansallisen matkailun kehittämisen ja -markkinoinnin ykköskoriin Lapin ja pääkaupunkiseudun rinnalle.

### Visiomme on:

**Vuonna 2020 Saimaan alue on Suomen kolmen tärkeimmän matkailualueen joukossa.**

8 Suomen matkailun tulevaisuuden näkymät, Katse vuoteen 2030. TEM raportteja 4/2014; Yhdessä enemmän – kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun. TEM raportteja 2/2015. Kansalliset teemat on asetettu vuoteen 2020 saakka ja tiekartta ulottuu vuoteen 2025.





*"Laulava Saimaa myrskyisin elkein  
tuulissa syksyn saa pelätä melkein  
Aallot kuin nousevat pois kodistaan  
taivasta harmaata suutelemaan."*

Tauno Kautonen





# KENELLE

## Etelä-Karjalaa markkinoidaan?

Suomen matkailumarkkinoinnin kohderyhmänä painotetaan moderneja humanisteja, joiden arvoja asennemaailmaan sopii Suomeen matkustaminen. He ovat nähneet paljon ja etsivät uusia elämyksiä ja mahdollisuuksia itsensä kehittämiseen.<sup>9</sup> Modernit humanistit sopivat hyvin luonto-, liikunta- ja hyvinvointimatkailijoiksi. He ovat esimerkiksi turvallisesta seikkailusta pitäviä, kevyttä irtiottoa kaipaavia ja aktiivisia perhematkailijoita, nuoria luontomatkailijoita tai eri-ikäisiä ryhmiä, kisa- ja harrastusjoukkueita.

Kulttuurimatkailun kehittämisstrategia nostaa modernien humanistien rinnalle venäläisen 25–55-vuotiaan keskiluokan sekä kotimaan matkailijat.<sup>10</sup> Suomen matkailumaakuvaa asemoidaan sanoilla luotettavuus, vastakohtaisuus, luovuus sekä päheys, englanniksi cool, joka tarkoittaa huipua ja hienoa, mutta sisältää viittauksen ilmastoomme<sup>11</sup>.

Etelä-Karjalassa tarjonta on kohdallaan: rauhallisen luonnon vastakohtana ovat Imatran ja Lappeenrannan hyvät ostosmahdollisuudet sekä elinvoimainen talousmaakunta. Tavoitteena on saada maakuntaan *kansainvälisiä matkailijoita* Venäjältä sekä Keski-Euroopasta, Ruotsista ja Aasiasta, *ympäri vuotista kotimaan matkailua* tapahtuma- ja palvelutarjontaa kehittämällä sekä *pidentää venäläisten ostosmatkailijoiden viipymää*. goSaimaan markkinoinnin kohdealueet ovat pääkaupunkiseutu sekä Venäjä – erityisesti Pietari ja Moskova – ja Keski-Eurooppa.

Matkailijoita varten kehitetyt palvelut ja rakenteet ovat maakunnan asukkaiden käytettävissä. Ne lisäävät palvelutarjontaa, asukkaiden hyvinvointia ja maakunnan vetovoimaa asuinpaikkana. *Lähi-matkailu* eli kokemusten ja elämysten etsiminen läheltä kotia on yksi kasvavista trendeistä.

<sup>9</sup> Moderneja humanisteja on maailman matkailuvasta väestöstä noin 15 prosenttia. Moderneja humanisteja kiinnostavat suomalainen luonto, kulttuuriperintö ja elämäntapa. Suomen matkailun tulevaisuuden näkymät, Katse vuoteen 2030. TEM raportteja 4/2014.

<sup>10</sup> Temaattiset painopisteet ovat suomalainen elämäntapa, ruoka, design ja arkkitehtuuri sekä luovan talouden sektorit, kuten peliala, elokuva ja musiikki. Kulttuurimatkailun kehittämisstrategia kansainvälisille markkinoille 2014–2018. Matkailun edistämiskeskus 2014.

<sup>11</sup> Asemoinnin johtotähtinä ovat neljä C:tä eli credible, contrasts, creative ja cool. Suomen matkailun tulevaisuuden näkymät, Katse vuoteen 2030. TEM raportteja 4/2014.

# MITEN visio saavutetaan?

## Yhteistyöllä eteenpäin

Olennainen tekijä Etelä-Karjalan matkailun kehittämisessä on tahtotila. Kun yrittäjät, julkisyhteisöt ja asukkaat haluavat tehdä töitä toimialan eteen, asioita tapahtuu. Kun matkailu kehittyy, se tarjoaa suoraan tai välillisesti elannon yhä useammalle eteläkarjalaiselle sekä tuo elinvoimaa maakuntaan.

Matkailutoimiala menestyy, kun *matkailuyritykset sekä koko matkailua palveleva infrastruktuuri uudistuvat yhteistyötä tehden*. Yhteistyöllä saadaan tehokkuutta markkinointiin, myyntiin ja resurssien, kuten sähköisen kauppapaikan, käyttöön sekä parannettua palvelujen laatua.

*Toisten palvelujen suosittelu* pyritään saamaan vakiintuneeksi toimintatavaksi. Se lisää isojen ja pienten matkailutoimijoiden yhteistä tekemistä ja palvelutarjontaa. Suosittelee edellyttää *tutustumista muiden yritysten tarjontaan*, mikä antaa pohjaa uusien palvelujen ja palvelupakettien ideoinnille. Ne luovat edellytyksiä matkailijan viipymän kasvattamiselle sekä tämän seuraavalle matkalle.

*Tuotekehitys ja paketointi perustuvat yritysten tarjontaan*. Tuotteita tarvitaan erityisesti talveen ja myös perhematkailijoille. Pietarin läheisyyttä hyödynnetään erityisesti Stopover-matkailutuotteiden paketoinnissa. *Yritysten liiketoiminta-, markkinointi- ja tuotteistusosaamista vahvistetaan*, jotta tarjolle saadaan lisää vetovoimaisia tuotteita, jotka löytävät ostajansa.

## Saavutettavuus läheltä ja kaukaa

Etelä-Karjalaa koskevat liikenteen kehittämislinjaukset on tehty Kaakkois-Suomen liikennestrategiassa 2035. Liikennejärjestelmästrategia nostaa esille kansainvälisten yhteyksien ja rajatoimintojen sujuvuuden tärkeyden, alemman tieverkon toimivuuden sekä työpaikkojen ja palvelukeskittymien saavutettavuuden parantamisen.

Saavutettavuuden turvaaminen eli *sujuvien yhteyksien turvaaminen* on selkeä tavoite. *Kansainväliset lento- ja rautatieyhteydet, riittävät kotimaan rautatie- ja linja-autoliikenneyhteydet sekä toimivat rajanylitykset* ovat keskeisiä menestymisen edellytyksiä. Matkailijan on oltava helppo saapua Etelä-Karjalaan riippumatta matkasuunnasta tai kulkuvälineestä.

Saavutettavuuteen liittyy vahvasti *maakunnan sisäinen liikenne*. Liikkuminen majoitusliikkeisiin sekä matkailu- ja luontokohteisiin on hankalaa, jos käytettävissä ei ole omaa tai vuokra-autoa tai veneä. Sujuvien liikenneketjujen aikaansaaminen lento- ja junayhteyksiltä matkailukohteisiin on tarpeellista, jotta matkailu voi kasvaa. *Laivaliikenteen, vene- ja retkisatamaverkoston, laivaväylien ja veneilypalvelujen kehittäminen* tukee saavutettavuutta ja mahdollistaa matkailijan pääsyn Saimaalle.

Etelä-Karjalan liikennejärjestelmäsuunnitelmassa 2030 tavoitteeksi asetetaan *joukkoliikenteen edellytysten parantaminen, käytön lisääminen sekä matkustajamäärien lisääminen*. Tässä yhteydessä on huomioitava matkailijoiden sekä matkailun parissa työskentelevien tarpeet.

## Kestävä kehitys turvaa tulevaisuuden

Aikaansa seuraava *matkailuyritys ymmärtää vastuullisten toimintatapojen merkityksen elinkeinonsa ja ympäristönsä tulevaisuudelle*. Erityisen tärkeää se on Etelä-Karjalan kaltaisille luonto- ja hyvinvointikohteina profiloituville matkailualueille. Matkailutoimiala ja sen kehittäminen Etelä-Karjalassa perustuu kestävän kehityksen mukaiseen yhteistoimintaan ja kolmeen keskeiseen teemaan:

### Liiketaloudellinen kestävyys

Matkailu perustuu vahvalle ja liiketaloudellisesti kannattavalle ja suhdannevaihteluja kestäväälle pohjalle.

### Sosiaalinen kestävyys

Matkailu tuo alueelle hyvinvointia, luo työ- ja opiskelupaikkoja ja edistää paikallisen väestön viihtyvyyttä, hyvinvointia ja harrastusmahdollisuuksia. Matkailussa hyödynnetään maakunnan tuotteita, omaa osaamista ja joukkovoimaa.

### Ympäristöllinen kestävyys

Luontoa hyödynnetään kestävän kehityksen mukaisesti eivätkä matkailun investoinnit ja matkailijavirrat muodosta uhkaa toimintaympäristölle. Suositaan energiatehokkaita ja ympäristöystävällisiä tuotantomenetelmiä sekä kiertotaloutta.

Kestävä kehitys tarkoittaa Etelä-Karjalan *luonnon ja kulttuuriperinnön hyödyntämistä palveluissa ja elinympäristöjen suunnittelussa* siten, että asukkaiden ja matkailijoiden hyvinvointi ja terveys kohen-  
tuvat. Etelä-Karjalassa edistetään kestävän kehityksen mukaista matkailua *suuntaamalla tarjontaa myös maakunnan asukkaille*.



*Kestävä kehitys vaikuttaa yhdyskuntarakenteeseen ja on yksi valtakunnallisten alueidenkäyttötavoitteiden mukaisista maankäyttö- ja rakennuslain sekä alueidenkäytön suunnittelun tavoitteista. Se on huomioitu Etelä-Karjalan maakuntakaavassa sekä Etelä-Karjalan kaupan, matkailun, elinkeinojen ja liikenteen vaihemaakuntakaavassa.*

Rakentaminen ja yhdyskuntatekniikan huolto ajoittuu Suomessa käytännön syistä usein kesäkauteen. Matkailutoimijat toivovat, että *kunnat voisivat rakennus- ja kunnostustöitä ajoittaessaan mahdollisuuksien mukaan huomioida matkailun tarpeet ja sesongit*, jotta ne eivät lisäisi matkailupalvelun tai tapahtuman saavutettavuuden ongelmia.

## Kansainvälistyminen mahdollistaa kasvun

Matkailun globaalit ilmiöt ja matkailijoiden kulutuskäyttäytymisen muutokset luovat Etelä-Karjalan yrityksille uusia liiketoimintamahdollisuuksia. Ne edellyttävät uudistumista, tarjonnan monipuolistamista sekä uusia avauksia myyntiin, palvelutarjontaan ja verkostomaisiin toiminta- ja palvelumalleihin.

Palvelu- ja tapahtumatarjontaa kehitetään siten, että se nostaa esille kansainvälisten matkailijoiden etsimät aidot asiat. *Paikallisuus, positiivisten viestien tuottaminen, erottautuminen sekä matkailijoiden ja asukkaiden omien kokemusten esille tuominen ohjaavat kehittämistoimintaa.* Niiden avulla voitetaan Suomen matkailun keskeiset heikkoudet saavutettavuus, tuntemattomuus ja Suomen korkea hintataso.

Etelä-Karjalalla on kiinnostusta kasvaa nykyistä kansainvälisemmäksi matkailualueeksi. Merkittävällä osalla alueen matkailuyrityksistä on halu kasvuun ja kansainvälistymiseen. Pienten yritysten kasvukäyrälle pääsyä edesauttaa *osaamisen kehittäminen, pilottimaiset kokeilut ja yhteistyöverkostojen hyödyntäminen.* Yritysten, oppilaitosten ja kuntien yhteistyötä tarvitaan matkailumarkkinoinnin ja kansainvälisten verkostojen hyödyntämisessä, kun tavoitteena on uusien markkinoiden ja matkailijasegmenttien valloittaminen. *Tutkimus- ja kehitystoiminnan tulee jalkautua osaksi käytännön matkailuliiketoimintaa.*

Alueellinen, kansallinen ja kansainvälinen yhteistyö tuo suuruuden ekonomiaetuja. *Esiintyminen yhtenä alueena* herättää kansainvälisten asiakkaiden mielenkiinnon, koska he haluavat vieraila useilla paikkakunnilla ja eri käyntikohteissa matkan aikana. Saimaan alueen yhteistyön lisäksi hyödynnetään Finnpron, erityisesti Visit Finlandin, matkailun kärkihankkeiden ja Team Finlandin toimintaa, sekä muita *kansallisia ja kansainvälisiä yhteistyömahdollisuuksia.*

*”Muistan kuin taikaa, kaunistaa aikaa  
kun suvituulet Saimaalla soi.  
Auringon raita, kultaili maita  
välkkyen laineet Saimaalla löi.”*

Helka Kuisma



## Välineet kuntoon

Etelä-Karjalan matkailun suurimpia ongelmia on palvelujen ja tapahtumien myynti. Yhteisiä voimavaroja suunnataan *myynnin kehittämiseen yhteistyössä kokeilevan kehittämisen ja nykYTEknologian antamin keinoin*. Erityinen haaste on digitalisaatio, joka muokkaa myyntiä ja markkinointia sekä antaa välineitä asiakkaiden käyttäytymisen seurantaan ja ennakointiin. Tavoitteena on saada muun muassa maakunnan matkailutarjonta sujuvasti saataville sähköiseen kauppapaikkaan, jotta ostaminen olisi asiakkaille mahdollisimman helppoa ja tuotteet jatkuvasti saatavilla.

*Markkinointiyhteistyötä jatketaan* goSaimaan puitteissa yhdessä Etelä-Savon kanssa siten, että se palvelee erikokoisia yrityksiä. Myös kunnat tekevät markkinointia. Majoituksen rinnalle markkinoinnin kärjiksi voidaan nostaa matkailutuotteita ja muita sisältöjä, kuten golf. Yritysten oma markkinointi on osa kokonaisuutta.

Tapahtumat ovat tärkeä osa kokonaisuutta ja maakunnassa on paljon ympärivuotista tapahtumatarjontaa. Isoa, kansallisesti tai kansainvälisesti tunnettua tapahtumaa ei ole, mutta *olemassa oleville tapahtumille annetaan mahdollisuus kehittyä luontaisen kasvun kautta*.

*Tapahtumajärjestäjien yhteistyötä lisätään* aloittamalla maakunnalliset tapaamiset. Olemassa olevien tapahtumien sekä uusien *tapahtumien ajoittamiseen ja päällekkäisyyteen* kiinnitetään huomiota hyödyntäen vuosikelloajattelua. Työkaluna ajoittamisessa käytetään *maakunnallista tapahtumakalenteria*, jota kehitetään, jotta sen käyttö lisääntyy.

## Vieraanvaraisuus kannattaa

Vieraanvaraisuus, asiakkaan sydämellinen huomioiminen, on hyvä perusta matkailuyrityksen kannattavalle liiketoiminnalle. Perinteisen ruuan ja yösijan tarjoamisen lisäksi vieraanvaraisuuteen liittyvät asenne, tarinat ja toimivat rakenteet, jotka tekevät matkasta nauttimisen sujuvaksi ja helpoksi.

Vieraanvaraisuus voidaan jakaa yksityiseen ja kaupalliseen vieraanvaraisuuteen. Jälkimmäisessä on mukana kaupallisen voiton tavoittelu, mutta myös yksityiseen vieraanvaraisuuteen kuuluva pyyteettömyys eli se ylimääräinen, joka tekee tilanteesta ylivertaisen asiakaskokemuksen. Vieraanvaraiset matkailukohteet ovat persoonallisia ja niissä on hyvä palvelu, mutta olennainen osa kokonaisuutta ovat laadukkaat palvelut ja tuotteet, osuva markkinointi ja helppo ostaminen. Tavoitteena on, että *vuonna 2020 Etelä-Karjalassa tarjotaan matkailijoille vieraanvaraisesti laadukkaita palveluja ja tuotteita.*

Vieraanvaraisuus on prosessi, johon kuuluvat innostuminen, ostaminen, saapuminen, viipyminen, lähteminen ja uuden ostopäätöksen tekeminen sekä asiakkaan huomioiminen prosessin eri vaiheissa. Vieraanvaraisuus on teko, jolla asiakas saadaan tuntemaan itsensä lämpimästi vastaanotetuksi ja johon osallistuvat matkailuyritysten ja muiden yritysten henkilökunta sekä maakunnan asukkaat. *Matkailija kohdataan Etelä-Karjalassa hyväntuulisesti ja avoimesti.* Samalla maakunnasta tulee sydämmellisempi paikka myös meille vakituksille asukkailla.

Eteläkarjalaista vieraanvaraisuutta kuvastavat välittömyys ja moderni karjalaisuus. Olemme ylpeitä kotimaakunnastamme ja sen tarjonnasta sekä haluamme menestyä yhdessä. Menemme positiivisina karjalaisina eteenpäin, mikä näkyy maakunnan ilmapiirissä ja elinvoimaisuudessa. Osana Suomi 100 -juhlavuotta toteutetaan *maakuntaportaalissa kampanja*, jossa maakunnan hyvät asiat noustetaan esille.

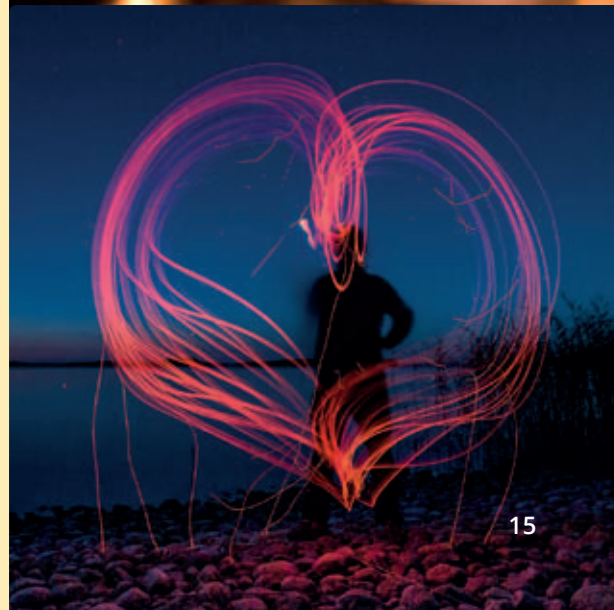
Vieraanvaraisuus ja erinomainen asiakaspalvelu luovat edellytykset matkailijoiden hyville kokemuksille. Asiakaskokemus on matkailijan henkilökohtainen näkemys Etelä-Karjalasta, sen tuotteista ja palveluista. Kokemus muodostuu kaikilla aisteilla tehdyistä havainnoista, kohtaamisista, mielikuvista ja elämyksistä ennen matkaa, matkan aikana ja matkan jälkeen.

Vieraanvaraisuudella ja erinomaisella asiakaskokemuksella voidaan erottautua muista matkailualueista. Suusta-suuhun markkinointi, sosiaalisen median uutisvirta ja kokemuksen jakaminen on tehokas viestintä- ja markkinointikeino matkailutoimialalla. *Hyvien asiakaskokemusten luominen ja niiden hyödyntäminen alueen mielikuvan ja tunnettavuuden lisäämisessä* on väylä maakunnan vetovoiman lisäämiseen. Loppukäyttäjän eli asiakkaan palvelukokemus ratkaisee, miten onnistumme maakunnan matkailun kehittämisessä.



*"Laulava Saimaa vaihtuvin tuulin  
laulelee lauluaan hurmaavin huulin  
Aaltojen nousussa, laskussa saan  
kuunnella suloista liplatustaan."*

Tauno Kautonen



# Maakunnan MATKAILUKOhteet

## Saimaan sateenvarjon alla

Saimaa leimaa Etelä-Karjalan matkailua ja markkinointia sekä rakentaa mielikuvaa Etelä-Karjalasta yhtenä Saimaan maakunnista. Saimaan tunnetuksi tekemisessä tarvitaan maakuntarajat sekä kuntien ja yritysten väliset rajat ylittävää yhteistyötä. Vetovoimaa matkailuun Etelä-Suomessa -hankkeen tuloksena muodostui maakuntarajat ylittäviä verkostoja ja toimenpiteitä, joita halutaan jatkaa ja syventää.

Saimaa on alueen matkailunähtävyyksistä imagollisesti tärkein ja tunnetuin. Se ei ole matkailijalle kovin helposti saavutettavissa, vaikka goSaimaan yksi päätuote markkinoinnissa on Saimaalla tapahtuu eli aktiviteetit. Onkin tärkeää kehittää *matkailijoiden mahdollisuuksia kokea Saimaa ja ostaa Saimaaseen liittyviä palveluja*.

Saimaan tunnettuuden ja saavutettavuuden helpottumiseen tähtää Geopark-hanke, jossa selvitetään mahdollisuutta *perustaa Geopark Saimaa sekä tehdä Saimaan matkailun kehittämistyötä*. Geopark tarjoaa verkostoalustan Saimaan tuotteistamiselle, yhteistyön lisäämiselle, palvelupaketeille ja uusien markkinoiden haltuunottoon. Kokonaisuuteen liittyy *Sarviniemen retkeily- ja matkailukäyttö sekä Saimaan kanavan matkailullinen kehittäminen*.

## Vetovoimakohteet kasvun moottoreina

Etelä-Karjalassa on asemansa vakiinnuttaneita vetovoimakohteita sekä niitä täydentäviä tai vielä potentiaalisia matkailukohteita. Vetovoimakohteet houkuttelevat maakuntaan ja tarjoavat matkailijalle tekemistä sekä antavat kimmokkeen palata Etelä-Karjalaan.

Vetovoimakohteet toimivat maakunnan matkailutarjonnan runkoverkkona, jonka ympärille muu tarjonta, kuten retkeily- ja pyöräilyreitistöt sekä muut matkailu- ja majoituskohteet, rakentuu. *Monipuolisen matkailukohdetarjonnan kehittämistä jatketaan ja luodaan edellytyksiä niissä toimivien yrittäjien yhteistyölle*. Tässä hyödynnetään tarinallistamista ja palvelumuotoilua sekä paketointia siten, että pienet kohteet voivat olla suurten rinnalla osa esimerkiksi teemallista tai alueellista kokonaisuutta.



Vetovoimakohteiden rinnalla on maakunnan eri puolilla monia muita kiinnostavia kohteita ja palveluja, joita on kehitetty ja tarjontaa monipuolistettu. Kehittämistyötä jatketaan asiakkaita kuunnellen sekä helppoa ostamista ja sujuvaa saavuttamista tavoitellen. Laajempia kokonaisuuksia ovat esimerkiksi Luumäen Itsenäisyyden tie ja Kotkaniemi sekä Parikkalan Lintuinmaa, johon liittyen voidaan kehittää väylää Saimaalta Laatokalle ja päinvastoin.

Strategiakauden aikana kootaan *kiinnostavat kohteet kartalle*, joka on saatavilla paperilla ja goSaimaa-sivustolla. Sen pohjalta voidaan rakentaa myös mobiiliopastuksia ja hyödyntää jo olemassa olevia mobiilisovelluksia. Maakunnan luontokohteet lisätään Luontoon.fi-palveluun. Tietoja päivitetään säännöllisesti.

## Vetovoimakohteiden kehittämistoimenpiteet

### Rauhan-Ukonniemen alue

- Rauha ja Ukonniemi jatkavat luontevaa yhteen kasvua ja muodostavat Suomen mittakaavassa ainutlaatuisen matkailukokonaisuuden, jossa yritykset ja kunnat tekevät aktiivisesti yhteistyötä.
- Ukonniemen alueesta tulee yksi Suomen merkittävimmistä liikunta- ja huippu-urheilun harjoittelu- ja kilpailukeskuksista.
- Alueen saavutettavuutta, viihtyisyyttä ja opastusta parannetaan.
- Majointu- ja ravintolatarjonnan rakentaminen jatkuu.
- Satamapalveluja kehitetään. Imatralla Lammassaaresta kehitetään yksi eteläisen Saimaan houkuttelevimmista veneilykohteista.
- Imatran kaupunki järjestää Taimitarhan alueen suunnittelusta ja kehittämisestä virkistyskäyttöön ideakilpailun.

### Imatran koski, Vuoksi, Kruunupuisto, Valtionhotelli ja alueen palvelut

- Imatran kaupunki perustaa Vuoksi-ohjausryhmän, joka koordinoi Vuoksen alueen matkailun, virkistyskäytön ja infran kehittämistä.
- Valtionhotellin alueen jatkekehittäminen huomioiden uudet matkailutuotteet ja -palvelut liittyen Imatrankosken keskustan aktiiviseen uudistamiseen.
- Kruunupuiston kansallismaiseman ylläpito tehdyn ylläpito- ja hoitosuunnitelman mukaisesti sekä toimintojen edistäminen osana uusien luonto- ja kulttuurimatkailukonseptien kehittämistä.
- Vuoksen ranta-alueiden kehittäminen virkistys- ja matkailukäytön näkökulmasta esimerkiksi Varpasaareissa ja Pääsiniemessä sekä huomioiden Vuoksen ja Saimaan geologiaan, luontoon ja kulttuuriin perustuvan tietokeskuksen suunnittelu ja toteuttaminen uusia innovatiivisia teknologioita hyödyntäen.
- Optiona kansainvälinen ulottuvuus Vuoksen kalastusmatkailun kehittämiseksi (Veden Vuoksi -hanke).

### Lappeenrannan Linnoitus, satama, Myllysaari ja keskustan palvelut

- Lappeenrannan ydinkeskustaa uudistetaan rakentamalla uusia liike- ja asuinkortteleita, aukioita ja kohtaamispaikkoja, huolehtimalla kaupunkikuvasta ja viihtyvyydestä sekä yhteyksien rakentumisesta satama- ja ranta-alueelle. Opastusta on tarjolla usealla kielellä.
- Kulttuuripalvelut houkuttelevat vilkastuvan tapahtumatarjonnan kanssa lisää vieraita kaupunkiin.
- Linnoituksen vetovoimaa edistetään peruskorjaamalla toissijaisessa käytössä olevia kiinteistöjä. Linnoituksen uusi asemakaava tulee mahdollistamaan jossakin määrin myös historialliseen ympäristöön soveltuvaa ja alueen matkailullista elävöittämistä palvelevaa uudisrakentamista.
- Linnoitus-Satama-Myllysaari-alueen yrittäjien yhteistyö ja aktiivinen kehittämistahto ovat avaintekijöitä alueen kehittämissuunnitelman toimeenpanemiselle, palvelujen tuotteistamiselle, vireälle tapahtumatoiminnalle sekä ympärivuotisen toiminnan edistämiseksi.



## Matkailustrategian toteuttaminen

Mukana strategian toteuttamisessa ovat kaikki eteläkarjalaiset, maakunnan yritykset, kunnat ja muut toimijat. Markkinointiyhteistyötä jatketaan goSaimaan kautta ja sitä kehitetään yhdessä kuntien, maakuntaliiton ja yritysten kanssa. Tavoitteena on rakentaa laajempi Saimaan alueen yhteismarkkinointi goSaimaan toimintamallilla sekä hyödyntää Saimaan markkinoinnissa tiivis yhteistyö Visit Finlandin kanssa. Yhteistyön vahvistaminen matkailumarkkinoinnissa ja matkailupakettien toteuttamisessa on tärkeää.

Konkreettisia kehittämistoimenpiteitä tehdään erityisesti yrityksissä, mutta myös meneillään olevissa kehittämishankkeissa sekä osana kuntien, elinkeino-yhtiöiden ja muiden toimijoiden omaa toimintaa. Elinkeino-yhtiöt kantavat vastuuta yritysten liiketoiminta-, markkinointi- ja tuotteistusosaamisen vahvistamisesta. Liitteenä yksi on *listaus matkailun kehittämistyössä mukana olevista tahoista sekä kunkin toimijan roolista matkailustrategian toteuttamisessa*. Jokainen taho sitoutuu hoitamaan oman tonttinsa sekä olemaan yhteistyöhaluinen ja -kykyinen.

Kunnat kehittävät alueensa yritysten toimintaedellytyksiä, matkailun tarvitsemaa infrastruktuuria sekä oman alueensa markkinointia, jotka ovat matkailustrategian tavoitteiden saavuttamisen kannalta keskeisiä asioita. Ne toteuttavat lähivuosina strategiaa myös muilla toimenpiteillä:

- Imatran kaupunki on sitoutunut alueellaan olevien vetovoimakohteiden kehittämiseen ja niihin liittyvien kehittämistoimenpiteiden toteuttamiseen. Tapahtumatuotannossa toimijana on Imatra Base Camp Oy yhdessä tapahtumatuottajien, urheiluseurojen, kaupungin ja Kehy Oy:n kanssa.
- Lappeenrannan kaupunki toteuttaa oman alueensa vetovoimakohteiden kehittämistoimenpiteitä. Lappeenrannan keskustaa elävöitetään tavoitteena kansallinen keskustan kehittämisspalkinto. Linnoitusta kehitetään hyväksymällä alueelle uusi asemakaava ja hyödyntämällä kiinteistöjä matkailu- ja liiketoimintakäytössä vuosina 2016–2018. Tapahtumapalvelut ja Wirma Lappeenranta Oy kehittävät sataman ja keskustan tapahtumatoimintaa.
- Alueellisenä tavoitteena on saavutettavuuteen liittyvien lento- ja raideliikenneyhteyksien monipuolistaminen eli Lappeenrannan lentokentän toiminnan alueellistaminen sekä Imatra-Taavetti-kaksoisraiteeseen liittyvän Imatran rautatieyhteyden kansainvälistäminen henkilö- ja tavaraliikenteelle.

Elinkeino-yhtiöt Imatran Seudun Kehitysyhtiö Oy ja Wirma Lappeenranta Oy tukevat matkailuyritysten kehittymistä. Samaa tekevät Parikkalan, Savitaipaleen, Lemin ja Luumäen kunnat, joilla on matkailun kehittämiseen liittyvää hanketoimintaa, kuten Itsenäisyyden tie -hanke Luumäellä ja Elinvoimainen kuntakeskus -hanke Savitaipaleella.





Matkailustrategiaa toteutetaan monissa meneillään olevissa tai suunnitteilla olevissa hankkeissa, joita rahoitetaan EU:n rakennerahastojen, CBC-ohjelman, Central Baltic -ohjelman, Manner-Suomen maaseutuohjelman sekä Leader-ohjelmien varoilla. Suunnitteilla on muun muassa sotahistorian hyödyntämiseen sekä urheilutapahtumien ja -aktiviteettien vuosikellottamiseen liittyvät hankkeet. Matkailustrategiaa toteutetaan erityisesti seuraavissa meneillään olevissa tai käynnistymässä olevissa kehittämishankkeissa:

- **Kasvua kansainvälisestä matkailusta -hanke** tukee yritysten kansainvälistymistä sekä tuotteiden ja palvelujen kehittämistä ja toteuttaa aluemarkkinointia. Hankkeessa tehdään maakuntarajat ylittävää yhteistyötä Etelä-Savon kanssa. Toteuttaja goSaimaa Oy, toteutusaika 2014–2017.
- **Saimaa Geomatkailukohteeksi -hankkeessa** selvitetään eteläisen Saimaan geologiset resurssit tavoitteena saada uutta sisältöä alueen luonto-, aktiviteetti- ja elämysmatkailun kestäväan kehittämiseen. Hankkeessa tehdään hakemus kansainväliseen Geopark-verkostoon liittymisestä. Siinä on mukana Saimaan alueen kuntia Etelä-Karjalasta ja Etelä-Savosta. Toteuttaja Imatran Seudun Kehitysyhtiö Oy, toteutusaika 2014–2015.
- **Liikunta- ja urheilumatkailun seutukaupunkipilotti -verkostohanke.** Tavoitteena on luoda kokeilukulttuurin omaisesti kansainvälistymistä tukevia malleja liikuntamatkailun yhteistuottamiseen ja aktivoida kymmenen seutukaupunkia vahvistamaan Suomea liikuntamatkailumaana. Hankkeessa valitaan ja tuotteistetaan kaupunkien liikuntamatkailun kärkituotteet, selvitetään liikuntamatkailun markkinapotentiaali ja tuotteiden kiinnostus koemarkkinoinnilla sekä matkanjärjestäjä- ja mediayhteistyöllä. Hanke osallistuu muun muassa Visit Finlandin ja Outdoors Finlandin toimintaan. Toteuttaja Imatran Seudun Kehitysyhtiö Oy, toteutusaika 2014–2015.
- **Saimaan alueen digitaalinen ja erikoistunut luotomatkatkailu -hankkeessa** tuodaan uusia sisältöjä ja edistetään matkailun kehittämistä, erityisesti kansainvälisille markkinoille. Toimenpidekokonaisuuksia ovat Kestävä malli yritysten kansainvälistymiselle, Matkailuliiketoiminnan uudet sisällöt, Matkailun liiketoimintaosaaminen kehittäminen sekä Digitaalisuus ja matkailuliiketoiminnan verkostot. Toteuttajia ovat Wirma Lappeenranta Oy, Saimaan ammattikorkeakoulu Oy, Imatran kaupunki ja Imatran Seudun Kehitysyhtiö Oy, toteutusaika 2014–2017.
- **Luotsie-hankkeessa** kehitetään luovien alojen yrittäjiä, esimerkiksi kulttuurimatkailun parissa toimivia, hyödyntäen kokeilukulttuuria tukevaa ja edistävää toimintamallia. Toteuttajat Suomen Humanistinen Ammattikorkeakoulu ja Saimaan ammattikorkeakoulu, toteutusaika 2015–2016.

# SEURANTA ja jatkotoimet

Matkailustrategian tavoitteiden toteutumista seurataan matkailustrategian toteutus- ja seuranta-prosessissa. Etelä-Karjalan liitto ottaa vastuun strategian seurannasta sekä kahden vuosittaisen, matkailutoimijoille tarkoitetun tapaamisen järjestämisestä. Niissä verkostoidutaan, saadaan pohdittavaa sekä käydään keskusteluja ja tehdään tilannekatsaus, jonka perusteella strategiaan tehdään tarkistuksia. Tapaamiset voidaan toteuttaa yritystreffeinä, joissa yritykset esittelevät omaa tarjontaansa toisille yrityksille. Maakunnan asukkaiden osallistamista matkailutoimijoiksi ja -markkinoijiksi toteutetaan osana maakunnan markkinointihanketta yhdessä kuntien ja kaupunkien kanssa. Saimaan alueen maakuntien matkailun kehittämistä selvitetään myös kaavoituksen ja yhdyskuntasuunnittelun näkökulmasta.

Osana matkailustrategian toteutus- ja seurantaprosessia käynnistetään teemoittaisten työryhmien kokoontumiset tai hyödynnetään olemassa olevia kokoonpanoja. Tavoitteena on lisätä yhteistyötä ja strategian toteuttamiseen sitoutumista sekä tutustumista toisten tekemiseen. Työryhmät muodostuvat seuraavasti: vapaa-aika (tapahtumat, liikunta ja kulttuuri; Culture Finland -aluetyöryhmä), luonto (Geopark Saimaa -hanke), matkailun kestävä kehitys (mukana esimerkkinä toimivia yrityksiä; Kehy Oy), majoitus- ja ravitsemus (Etelä-Karjalan kauppakamarin palvelualueen valiokunta), markkinointi (goSaimaa Oy) ja kuntajohtajat (Lappeenranta-Imatra-kaupunkiseudun työvaliokunta).



## Matkailustrategian seurannan mittarit:

### Yleiset mittarit:

- Saimaan alueen maakuntien hotelliyöpymiset, vuodepaikat, käyttöaste ja keskihinta sekä matkailun työpaikat ja yritysten liikevaihto verrattuna Lapin ja pääkaupunkiseudun sekä muun maan tilanteeseen
- Media- ja somesurannan sekä kyselyn avulla kartoitetaan Saimaan alueen brändin rakentumista ja vision toteutumista

### Strategian toteuttamisen osa-alueet:

- Tax free - ja Invoice-myynti ja rajanylitykset verrattuna naapurimaakuntiin
- Hotelliyöpymiset (ulkomaiset tavoitealueittain Venäjä, Keski-Eurooppa, Ruotsi ja Aasia sekä kotimaiset yöpyjät), vuodepaikat, viipymä (suomalaiset, kansainväliset sekä venäläiset matkailijat), käyttöasteet ja keskihinta sekä vuodenaikojen välisen vaihtelun seuranta – tavoitteena positiivinen kehitys ja kasvu verrattuna naapurimaakuntiin
- Matkailun työpaikat ja alan yritysten liikevaihto verrattuna naapurimaakuntiin
- Matkailutulo, palkka- ja verokertymät sekä arviot välillisistä tulo- ja verokertymistä
- Aloittavat ja lopettavat yritykset (kokonaisuus sekä matkailu ja vähittäiskauppa)
- Matkailun vaikutukset muille kuin matkailualan yrityksille (laadullisena kyselynä yrityksille)
- Vuosittain seurataan kymmenen tapahtuman otoksen kävijämäärän kehitystä (vapaa-aikatyöryhmä valitsee)
- Tapahtumakalenterin käyttö (kirjatut tapahtumat ja kävijät – tavoitteena selvä kasvu)
- Kauppakeskusten ja uusien teatterien kävijämäärät
- Asiakaskokemuksen keruu (kymmenen pikapalautetta keräävää aparaattia kiertää alueen yrityksissä ja kerää palautetta sekä vuosittain laadullinen kyselytutkimus riittävällä otoksella, jossa on mukana myös maakunnan omaa väkeä – tavoitteena myönteisen palautteen määrän kasvu)
- Matkailutoimijoiden haastattelut vuosittain (hahmotetaan suuntaa, johon ollaan menossa sekä kokemusta tavoitteiden saavuttamisesta)
- Media- ja somesuranta
- Osallistuminen matkailustrategian toteuttamiseen liittyviin tapaamisiin ja työryhmiin
- Liikenneyhteyksien kehitys: liikennemäärät ja laadullinen arviointi saavutettavuudesta ja sisäisestä liikenteestä



*"Saimaan saarella pikkuinen torppa, istuu portailla Nestori Miikkulainen. Huuliharppuaan soittaa, ja norppa nousee pinnalle pärskähtäen."*

Juha Vainio

## Toimijat ja kunkin tehtävät strategian toteuttamisessa

| Toimija                                                                                                               | Tehtävän kuvaus                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Eteläkarjalaiset                                                                                                      | Matkailijoiden avoin, vieraanvarainen ja ystävällinen kohtaaminen sekä neuvonta, oman ympäristön siisteydestä huolehtiminen, lähimatkailu ja tapahtumiin osallistuminen sekä eteenpäinmeno positiivisina karjalaisina                                                                                                                           |
| Eteläkarjalaisten yritysten henkilökunta                                                                              | Matkailijoiden avoin ja vieraanvarainen kohtaaminen ja palveleminen sekä neuvonta ja naapuriyritysten tarjontaan perehtyminen ja siitä vinkkaaminen                                                                                                                                                                                             |
| Yrittäjät                                                                                                             | Liiketoiminta, tuotteistaminen, markkinointi ja yhteismarkkinointi, tapahtumien luominen, yritysten välinen yhteistyö ja oman yrityksen vieraavaraisen palveluilmapiirin rakentaminen, johon liittyy työntekijöille annettu mahdollisuus perehtyä naapuriyritysten tarjontaan ja vinkata siitä eteenpäin                                        |
| Tapahtumajärjestäjät                                                                                                  | Erilaisten tapahtumien järjestäminen, yhteistyö muiden tapahtumajärjestäjien kanssa, tapahtumakalenterin aktiivinen käyttö                                                                                                                                                                                                                      |
| Kunnat                                                                                                                | Matkailuneuvonta naapurikuntiin ja -maakuntiin ulottaen, infrastruktuuri, toimintaedellytykset, lupa- ja valvonta-asiat, tapahtumien järjestäminen, tapahtumakalenterin ja tapahtumajärjestäjien sekä matkailustrategian toteutumisen aktiivinen tuki, yhdyskuntateknisten töiden ajoittaminen huomioiden matkailun tilanne                     |
| Imatran Seudun Kehitysyhtiö Oy, Wirma Lappeenranta Oy, Parikkala, Lemi, Savitaipale ja Luumäki                        | Matkailun elinkeinokehittäminen, yritysten kansainvälistymisen, kasvun ja kehittämisen tuki yritysälähtöisesti (mm. liiketoiminta-, markkinointi- ja tuotteistusosaaminen), kehittämissankkeet, alueiden välisen yhteistyön edistäminen sekä matkailustrategian toteutumisen aktiivinen tuki, työryhmävastuu (Luonto ja Kestävä kehitys – Kehy) |
| Etelä-Karjalan liitto                                                                                                 | Maakuntien välinen yhteistyö, aluekehitys, maakuntakaavoitus ja liikennejärjestelmät, alueellinen edunvalvonta, rahoitus, maakuntamarkkinointi, matkailustrategian toteutumisen tuki ja seuranta, tapahtumakalenterin vastuutaho, työryhmävastuu (Kuntajohtajat)                                                                                |
| goSaimaa Oy                                                                                                           | Alueellinen yhteismarkkinointi, Kasvua kansainvälisestä matkailusta -hankkeen toimenpiteet, työryhmävastuu (Markkinointi)                                                                                                                                                                                                                       |
| Etelä-Karjalan kauppa-kamari, Etelä-Karjalan yrittäjät jäsenjärjestöineen, Imitsi, Lakes ja Saimaan matkailuyrittäjät | Kehittäminen ja edunvalvonta sekä yritysten yhteistyön edistäminen ja matkailustrategian toteuttamisessa tarvittavan ilmapiirin ylläpitäminen yrittäjien keskuudessa                                                                                                                                                                            |
| Leader Länsi-Saimaa ry ja Etelä-Karjalan Kärki-LEADER ry                                                              | Rahoitus sekä maaseudun toimijoiden aktivoiminen ja osallistaminen                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Etelä-Karjalan virkistys- aluesäätiö                                                                                  | Retkireittien ja -kohteiden kehittäminen ja ylläpito, kohteisiin liittyvä neuvonta ja markkinointi, maakunnan asukkaiden osallistaminen retkeilykohteiden asianmukaiseen käyttöön ja siihen liittyvään neuvontaan matkailijoille                                                                                                                |
| Pro Agria                                                                                                             | Maaseudun yritysneuvonta ja maaseudun kehitys sekä maaseudun matkailun kehittäminen                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Koulutuksen järjestäjät ja korkeakoulut                                                                               | Osaavan työvoiman koulutus yritysten tarpeet huomioiden, kehittämissankkeet, työryhmän vastuutaho (Vapaa-aika – HUMAK Imatran TKI-keskus)                                                                                                                                                                                                       |
| Yrityspörssi, kiinteistö-sijoittajat, kaupunkien liiketilayhtiöt                                                      | Toimitilat                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Visit Finland                                                                                                         | Kansallinen matkailun kehittäminen                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Finvera, Tekes ja muut rahoittajat                                                                                    | Rahoitus                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

# Matkailustrategiaprosessi

Matkailustrategian valmistelu käynnistettiin alkuvuodesta 2015. Strategian päivittämiseen sitoutuivat Etelä-Karjalan liitto, Imatran Seudun Kehitysyhtiö Oy ja Wirma Lappeenranta Oy. Huhtikuussa 2015 lähetettiin noin 120 matkailutoimijalle tai matkailun kehittämisen parissa työskentelevälle sähköpostilla kysely, jossa kartoitettiin matkailun tilannetta ja tulevaisuuden näkymiä sekä strategisia linjauksia. Siihen saatiin 56 vastausta.

Matkailutoimijoille suunnattu aloitusseminaari järjestettiin 20.4.2015 Holiday Club Saimaalla Lappeenrannan Rauhassa. Seminaarissa kuultiin teemaan liittyviä puheenvuoroja sekä katsaus kyselyn tuloksiin ja mahdollisiin kehittämislinjauksiin. Niitä työstettiin työpajoissa ja linjattiin keskusteluissa. Paikalla oli 60 henkeä.

Touko-kesäkuussa 2015 toteutettiin 22 yrittäjähaastattelua, joiden kysymykset pohjautuivat kyselyn ja työpajojen antiin. Lisäksi pyydettiin kommentteja maakunnan matkailun tilasta Savonlinnan, Mikkelin, Kouvolan ja Kotkan matkailun kehittäjiltä.

Matkailustrategiaprosessia ohjasi ohjausryhmä, joka koontui kesän 2015 aikana kolme kertaa ja käsitteli hyvin keskustelemissa kokouksissaan strategian tavoitteita, sisältöä sekä matkailutoimijoiden sitouttamista sen toteuttamiseen. Ohjausryhmän puheenjohtajana toimi Kirsti Laine Saimaan Matkaverkko Oy:stä ja jäseninä olivat:

- Hannu Saarinen, *Imatran kylpylä Oy ja goSaimaa Oy*
- Pertti Timonen, *Etelä-Karjalan Osuuskauppa*
- Alina Kujansivu, *Lappeenrannan kaupunki ja goSaimaa Oy*
- Janne Koskimies, *Urheilu Koskimies Oy*
- Liisa Marsio, *Imitsi ry*
- Asko Saikko, *Askon ja Maijan Maatilamatkailumajoitus*
- Eija Pajula, *Savitaipaleen kunta*
- Taina Tolkki, *Parikkalan kunta*
- Virve Niiranen, *Kulttuuripalvelu Kaiku Ky*
- Carita Liikanen, *ProAgria*
- Juha Sorjonen, *Kehy Oy*
- Antti Tuomaala, *Wirma Lappeenranta Oy*
- Anu Talka, *Etelä-Karjalan liitto*

Strategiasuunnitelma esiteltiin matkailutoimijoille 12.8.2015 Imatran Kylpylässä järjestetyssä työseminaarissa. Seminaarin aluksi kuultiin Suomen Shanghain pääkonsulaatin Suomi-promootiovirkailija Ding Man esitys, joka käsitteli kiinalaisten matkailun mahdollisuuksia Etelä-Karjalaan peilaten. Työseminaari jatkui strategian teemojen ja sisältöjen työstämisellä: jokainen ehti osallistua kolmen eri asiakohdan kehittämiseen.

Elokuun lopussa matkailustrategia lähetettiin lausunnolle Etelä-Karjalan kuntiin, Etelä-Karjalan Kauppakamarille, Etelä-Karjalan yrittäjille, goSaimaa Oy:lle, Lakes ry:lle, Imitsi ry:lle, Saimaan Matkailuyrittäjät ry:lle, Kaakkois-Suomen ELY-keskukseen, Saimaan ammattikorkeakoululle ja Humanistiselle ammattikorkeakoulun Imatran TKI-keskus Voimalle. Sitä esiteltiin eteläkarjalaisille kuntajohtajille Lappeenranta-Imatra kaupunkiseudun työvaliokunnassa 27.8.2015. Matkailustrategiasta saatiin 14 lausuntoa, joiden pohjalta sitä työstettiin. Strategian valmistuttua sen tavoitteista kootaan strategian jalkautusta varten tiivis esite, josta kokonaisuus hahmottuu yhdellä silmäyksellä. Etelä-Karjalan maakuntahallitus käsitteli matkailustrategiaa 21.9.2015 ja hyväksyi sen 5.10.2015 maakunnan matkailun ohjenuoraksi.

*"Rannalla Saimaan näin mietiskelen,  
katsellen kauaksi seljille sen.  
Laineiden laulu on rauhoittavaa,  
kun päivä päättyy ja yö tulla saa.*

*Kun on ilta Saimaalla, unhoitan muun,  
kaisloihin tuulikin jää haaveiluun.  
Rintaan rauhan niin tynen mä saan,  
Saimaa on illalla kauneimmillaan.*

*Paljonhan Saimaalla kuljettu on,  
vielä sen sielu on koskematon.  
Kauneimmat saaret ja seljät on sen,  
Saimaalla aina oon onnellinen."*

Sauvo Puhtila



ETELÄ-  
KARJALAN  
LIITTO

ekarjala.fi



Euroopan unioni  
Euroopan aluekehitysrahasto

Vipuvoimaa  
EU:lta  
2007-2013