

# Saimaa

Elämyksellistä järviluontoa  
puhtaimmillaan



LAKE  
SAIMAA  
PUREST  
FINLAND

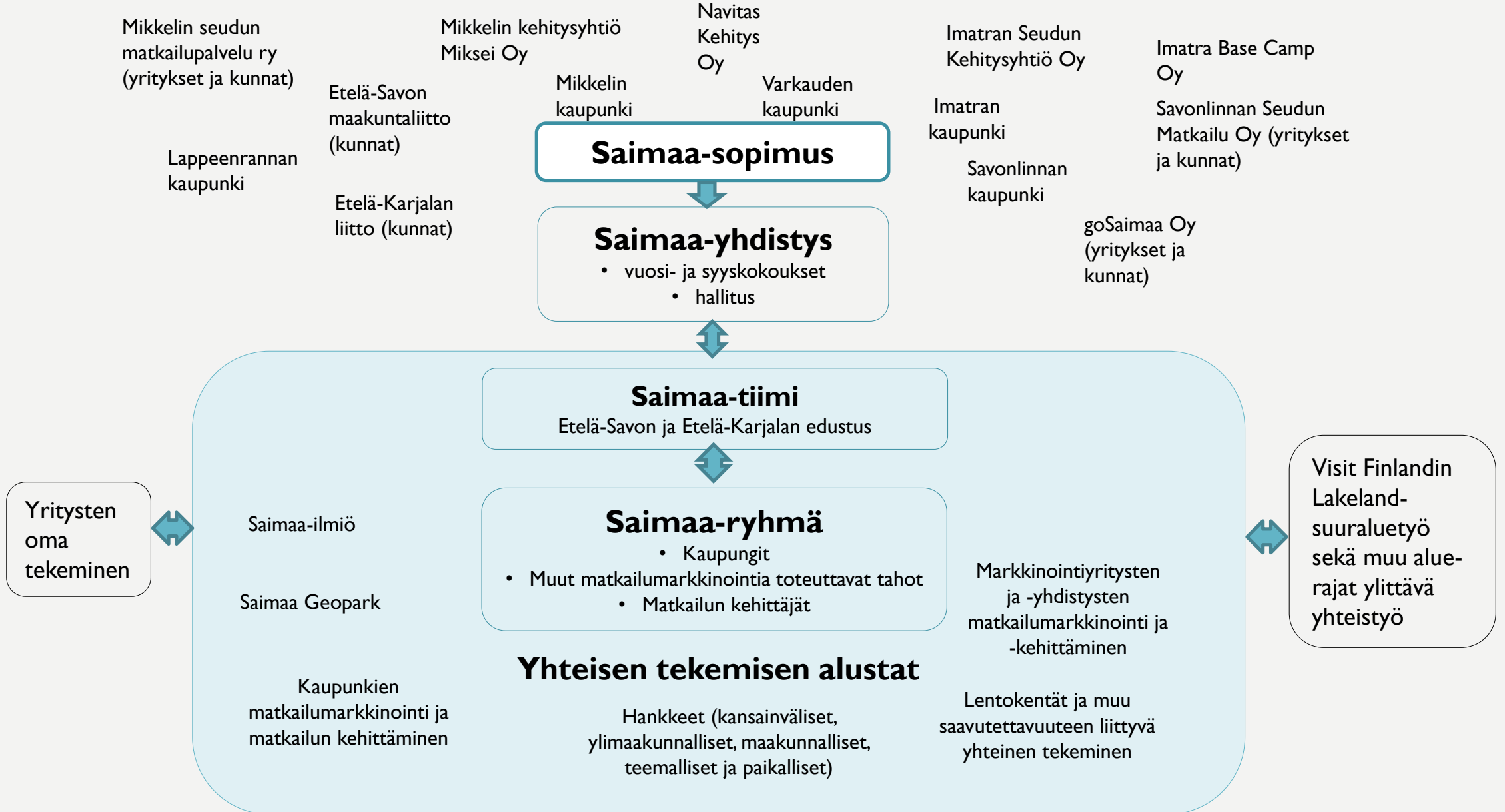
# Saimaa on myötätulessa

- Kiinnostus Saimaata kohtaan on kasvanut kotimaassa ja myös ulkomailla.
- Yhteistyö on vakiintunut. Ensimmäistä Etelä-Karjalan ja Etelä-Savon kaupunkien ja maakuntien Saimaa-sopimusta toteutettiin vuosina 2017–2019, nykyinen sopimuskausi kattaa vuodet 2020–2025.
- Yhteismarkkinointi ja yhteistyön tiivistäminen mahdollistavat asiakkaiden entistä paremman palvelun.
- Visit Finland on vahvistanut Lakeland-suuralueyhteistyötä.

# Saimaa-yhteistyö

- Tehdään yhteistyötä markkinoinnissa – ei vain kansainvälisessä markkinoinnissa.
- Yhteistyöhön pääsevät mukaan ne, jotka allekirjoittavat sopimuksen tai ovat edustettuja jäsenjärjestönsä kautta.
- Lake Saimaa ry. linjaa ja johtaa yhteistyötä sekä seuraa sen toteuttamista.
- Tiivis Saimaa-tiimi (= operatiivinen tekijä) ja laajempi Saimaa-ryhmä (= yhteistyöverkosto), johon ovat tervetulleita kaikki markkinointia tekevät tahot.

# SAIMAA-TOIMINTAMALLI



# Noste kannattaa hyödyntää

- Infrastruktuuria on kehitetty ja kehitetään yhdessä ja erikseen
- Tarvitaan lisää palvelutarjontaa, palvelujen paketointia ja myyntiä. Niitä voidaan tehdä yhdessä.
- Saimaa haluaa ja pystyy nousemaan Suomen kolmen tärkeimmän matkailualueen joukkoon, kun teemme vahvaa yhteistyötä sen eteen.
- Tekemistä ohjaamaan tarvitaan yhteinen visio eli

Saimaan matkailustrategia

# Saimaan matkailustrategia

- Linjaa Saimaan matkailun kehittämisen tavoitteet vuoteen 2025.
- Kyselyjä, työpajoja ja haasteluja.
- Kick off -kysely lokakuu 2020.
- Saimaan matkailufoorumin työpaja 29.10.2020.
- Tartu haasteeseen ja tule mukaan! Yhteisen Saimaan matkailustrategian tekemisen hetki on nyt!

”Saimaan mediat 20.9.2025

## **Saimaan matkailu kukoistaa – Kävijöitä on jo ympäri vuoden**

Kulunut kesä oli jälleen hyvä Saimaan rantojen matkailulle. Kävijä- ja yöpyjämäärät kasvoivat tasaisesti ennätyslukemiin. Moni matkailija kertoo kokeneensa lähes ainutkertaisia elämyksiä Saimaalla...”

# Missä onnistuttiin?

**”Saimaa viekään – vesilasimme on viimeinkin puoliksi täynnä!”**

- Saimaa on kokonaisuus ja ilmiö – saimaalaiset tarjoavat matkailupalveluja kestävästi
- Pitkäjänteinen markkinointi ja myynti – konkreettinen tekeminen tuo tulosta
- Yhteistyö, vuorovaikutus ja positiivinen asenne – naapuri ei ole kilpailija vaan voimavara
- Yrittäjät ja yrittäjämönnteisyys – sitoutetaan yrittäjät yhteiseen tekemiseen
- Matkailijan näkökulmasta tarkastelu – matkoja yksilöille
- Palvelutarjonnan kasvattaminen ja paketointi sekä palveluketjut perustuen vetovoimatekijöihin – itseensä uskominen
- Digitaalisuuden ja sosiaalisen median osaava hyödyntäminen – rohkeasti kohti uutta
- Saavutettavuus – Saimaalle on helppo löytää ja tulla digitaalisesti ja konkreettisesti

**”Villit ideat käytäntöön”**

**”Jos ei mitään tee, mitään ei saa.”**

**”Saimaalaisten heimo on syntynyt – ylpeys kuulumisesta joukkoon – yhteiset arvot ja kokemukset yhdistävät matkailijat ja vapaa-ajan asukkaat osaksi paikallista yhteisöä.”**



”Saimaan mediat 20.9.2025

## **Missä Saimaan yhteismarkkinointi näkyy? – Vetonauloja ei tunneta eikä palveluja osata myydä**

Kesä on päättynyt ja jälleen kerran moni matkailutoimija odottaa syksyä huolestuneena. Kesän myynti ei ollut sitä, mitä sen toivottiin olevan, joten pitkä hiljainen kausi huolestuttaa ja pahimmillaan tulemme näkemään jälleen konkursseja ja toimintojen lopettamisia. Korona-pandemia syöksi matkailualan vuonna 2020 syöksykierteeseen eikä siitä ole pystytty erilaisista tukitoimista huolimatta edelleenkään nousemaan...”

# Mikä meni pieleen?

**”Hissuttelu ja Saimaan pilkkominen pieniin, toistensa kanssa kilpaileviin alueisiin sen teki. Hei hei, loistava tulevaisuus.”**

- Yhteistyö ei ole toiminut – osaoptimointi ja keskinäinen kilpailu kukoistaa, yrittäjät ovat jääneet omiin poteroihinsa eivätkä julkiset toimijat ole löytäneet rooliaan.
- Markkinoinnin ainutlaatuisuutta korostavat kärjet katosivat – jäätiin paistattelemaan tuttuun ja turvalliseen.
- Ostaminen on vaikeaa – yritykset eivät osaa/halua myydä siellä, missä asiakkaat on.
- Palvelujen saatavuus heikkoa, ne eivät ole kiinnostavia ja yritetään miellyttää kaikkia – tarjotaan sitä samaa, mitä muutkin tai mitä ennenkin eikä alueen erityisyyttä ja tavoiteltujen asiakkaiden näkökulmaa ole huomioitu.
- Aikajana tuoteideasta myyntiin on pitkä – tekemistä ohjaavat satunnaiset hankkeet eikä myynnillisyyden kehittyminen.
- Missattiin mm. isoja infrahankkeita ja digitalisaatio (saavutettavuus) sekä savolais-karjalainen vieraanvaraisuus myyntivalttina – odotetaan messiasta pelastajaksi sen sijaan, että käärittäisiin hihat.

**”Pitäisikö meidän herätä talviunesta ja lähteä omasta pesästä tutustumaan ympäristöön? Ottaa itseä niskasta kiinni ja punoa uusia juonia? Pienistäkin puroista voi kasvaa iso joki.”**

# Saimaan matkailun skenaarioita

## Etelä-Savon matkailun tulevaisuuskuvia vuoteen 2030

- **Eldorado = ihannetila**
  - Saavutettavuus, palvelutarjonta ja digitaalisuus on kunnossa. Vastuullisilla tuotteilla on kysyntää sekä tarjontaa. Asiakasymmärrys toimii ja osataan tuottaa elämismahdollisuuksia.
- **Ryysyranta = vähiten ihanteellinen**
  - Alue ei ole saavutettavissa ja siellä on tarjolla vain massatuotteita. Matkailu on siirtynyt virtuaalisille alustoille eikä vastuullisille palveluille ole kysyntää eikä tarjontaa. Ostovoima vähenee eikä matkustamiseen ole varaa eikä asiakkaita enää tunneta.
- **Saimaa-ilmiö = todennäköinen**
  - Saimaalle pääsee, mutta siellä on vaikea liikkua. Palvelutarjonta ja vastuullisuus toimii. Digitaalisuus vaikuttaa osassa prosessista, ostovoimaa löytyy sekä asiakasymmärrystä ja elämismahdollisuuksia.

## Muita ajankohtaisia skenaariota

- **Kestävän matkailun edelläkävijä, Matkailusta kasvaa bisnes, Olemme jämähtäneet sekä Toivotaan, toivotaan** (Suvi Laine, Saimaan alueen matkailu vuonna 2030, XAMK, Matkailu- ja palveluliiketoiminta (YAMK) 2018)
- **Kurimus, Käperrys, Kohennus ja Karsta** (Etelä-Karjalan skenaariotyö 2020, MDI & Etelä-Karjalan liitto)

# Miten Saimaalle ja Saimaalla matkaillaan tulevaisuudessa?

- Seitsemän työryhmää Teamsissa; kussakin niissä on ennalta sovittu puheenjohtaja ja kirjuri, mutta sana on vapaa.
- Pohditte annettuja kysymyksiä oman esimerkkimatkaillianne näkökulmasta kohtuullista realismia harjoittaen.
- Kirjaatte keskustelun keskeisen sisällön ja lähetätte sen työpajan vetäjille sähköpostilla ([heli.gynther@esavo.fi](mailto:heli.gynther@esavo.fi) ja [anu.talka@ekarjala.fi](mailto:anu.talka@ekarjala.fi))



# Kiitos!

Anu Talka

Kehittämispäällikkö, Etelä-Karjalan liitto

[anu.talka@ekarjala.fi](mailto:anu.talka@ekarjala.fi)

040 350 8111