

Saimaa Horizon 2030 – Invest & Grow

Savonlinnan ja Varkauden seudun osatoteutus

Saimaa Horizon 2030 – Invest & Grow

Saimaan matkailuinvestointeihin ja kasvuun tähtäävä hanke Etelä-Savossa

Saimaa Horizon 2030 -hankkeen **tavoitteena on kehittää Saimaan järvialuetta kansainvälisesti tunnetuksi kestävän matkailun kohteeksi, joka vastaa kysyntään ympäri vuoden ja houkuttelee alueelle uusia sijoittajia.** Edellisillä hankkeilla saavutettu hyvä pohinä ja alueen tunnettuus on hyvä pohja pitkäjänteiselle matkailun kehittämiselle. Entisestään on tarvetta vahvistaa yritysten kansainvälistymisvalmiuksia ja lisätä ympärivuotista matkailutarjontaa. Hankkeessa kehitetään matkailun liiketoimintaympäristöä tuotekehityksen, markkinoinnin tehostamisen, myynninedistämisen, saavutettavuuden parantamisen ja matkailuinvestointien houkuttelun kautta. Hankkeella jatketaan myös työtä Saimaan alueen tunnettuuden kasvattamiseksi yhteistyössä Etelä-Karjalan kanssa.

Toteutusaika: 1.1.2026 – 31.12.2027

Päätoteuttaja: Mikkelin kehitysyhtiö Miksei Oy, osatoteuttaja Savonlinnan Seudun Matkailu Oy,

Toiminta-alue: Savonlinnan, Mikkelin ja Varkauden seutu;

Enonkoski, Rantasalmi, Sulkava, Juva, Mäntyharju, Puumala, Kangasniemi, Joroinen

Hankkeen budjetti: 1,6 milj. euroa (tuki 80%)

Itäisen Suomen kestävän matkailun kasvuohjelma | Visit Finland

STRATEGISET TAVOITTEET:

1. Ulkomaiset yöpymiset kasvavat 161 000 (2021) 400 000 yöpymiseen (2027)
2. Ulkomaisten matkailijoiden viipymä alueella säilyy 7 päivänä (2023), joka on yli koko Suomen mediaanikeston 4 päivää.

VISIT FINLANDIN TOIMENPITEIDEN TAVOITTEET :

1. Tunnettuuden ja kiinnostavuuden kasvattaminen

2. Strateginen jakelukanavayhteistyö

- Syntyy vähintään 4 uutta strategista jakelukanavapartneruutta / maakunta
- Alueelle syntyy 1-3 uutta strategista OTA-partneruutta (Online Travel Agency)

3. Matkailutuotteiden kysynnän kasvattaminen

- Alueen näkyvyys ja tarjonnan tunnettuus valituissa jakelukanavissa kasvaa.
- Toteutetaan Itäisen Suomen alueella vähintään 20 myynninedistämisen kampanjaa matkanjärjestäjien kanssa.
- Matkailuyritysten tuotteiden määrä strategisten jakelukanavapartnereiden tarjonnassa kasvaa.

4. Matkaketjut

- Alueen kansainvälinen saavutettavuus paranee: syntyy vähintään 6 uutta lentoyhteyttä tai lentosarjan laajennusta Euroopasta itäiseen Suomeen vuoden 2027 loppuun mennessä
- Alueen sisäinen saavutettavuus paranee: lanseerataan vähintään 3 uutta fly&rail tuotetta Euroopassa

5. Kestävä matkailu

- Ensimmäinen matkailualue, jolla on yhteisölähtöinen tavoite matkailun kasvuun. (Savonlinnan valinta)

6. Tiedolla johtaminen



Mitä tavoitellaan?

1. Alueen tunnettuuden lisääminen
 - Näkyvyyden parantaminen eri myynti- ja jakelukanavissa
 - Messut ja myyntitapahtumat ulkomailla ja kotimaassa
 - PR- ja mediatilaisuudet kohdemaissa toimittajille ja vaikuttajille
 - Media- ja vaikuttajamatkat toimittajille ja vaikuttajille
2. Myynninedistäminen ja kysynnän kasvattaminen
 - Uusien matkanjärjestäjien houkutteleva alueelle uusilla tuoteperheillä (kalastus, pyöräily, golf)
 - Valikoitujen matkanjärjestäjien suora kontaktointi (sales run), PR-tilaisuudet
 - Tapahtumamatkailun nostaminen mukaan matkanjärjestäjämyyntiin (liikunta ja kulttuuri)
 - Mökkiloman tuotteistaminen ja myynninedistäminen
 - DMC yhteistyön kehittäminen
 - Ensimmäinen matkailualue, jolla on yhteisölähtöinen tavoite matkailun kasvuun (Kestävä matkailu)
3. Saavutettavuuden kehittäminen
 - Uudet lentoyhteydet
 - Seasonal Route kesälle 2027
 - Lentosarjojen kasvattaminen nykyisiltä markkinoilta
 - Uudet matkaketjut (vesireitit vahvuudeksi)
4. Invest & Grow
 - Invest In –tapahtuma sijoittajille 2027
 - Invest portfolio alueen mahdollisuuksista
 - Kansainvälisen matkailun kasvuohjelma alueelle



TP 1 – Alueen tunnettuuden lisääminen

Toimenpiteet

Tavoitteet

- Alueen tunnettuuden parantaminen valituilla kohdemarkkinoilla (erityisesti saksankielinen Eurooppa, UK, Ranska, Espanja, USA ja Benelux) yhteistyössä Itäisen Suomen kestävän matkailun, New Nordic - ja Pro Lakeland II -hankkeiden kanssa
- Ansaitun medianäkyvyyden kasvattaminen kohdemarkkinoilla (Pelkästään vuonna 2024 uutisosumia oli 476 ja niiden mainosarvo oli yhteensä n. 9,5 M€)
- Alueellisen näkyvyyden parantaminen eri myynti- ja jakelukanavissa

1. Markkinointi ja kampanjat

- Osallistuminen messuille ja myyntitapahtumiin ulkomailla ja kotimaassa
- Visuaalisten markkinointi- ja esittelymateriaalien tuottaminen (esim. video- ja valokuvatuotanto, esitteet, kartat ym) sekä painokulut
- Sisällöntuotanto ja markkinointi digitaalisissa kanavissa kotimaassa ja kv-markkinoilla
- Sisällöntuotanto verkkoalustoille
- Verkkoalusta mökkituotteille
- Markkinointikampanjat kohdemarkkinoilla yhteistyössä eri sidosryhmien kanssa

2. PR ja mediatyö

- Tuotetaan mielenkiintoisia tarinoita ja sisältöä medialle alueesta ja kootaan alueen tietopaketti Visit Finlandin PR-toimistojen käyttöön.
- Järjestetään PR-tilaisuuksia kohdemaissa toimittajille ja vaikuttajille. (min 2 kpl)
- Järjestetään media- ja vaikuttajamatkoja toimittajille ja vaikuttajille tutustumaan alueeseen. (min 100 pax)
- Analytiikka ja raportointi

TP 2 – Myynninedistäminen ja kysynnän kasvattaminen

Toimenpiteet

Tavoitteet

- Ulkomaalaisten rekisteröidyt majoitusvuorokaudet kasvavat 15 - 25 %
- Ulkomaalaisten saapuneiden asiakkaiden määrä kasvaa 15 %
- Kansainvälinen majoitusmyynti kasvaa 10 %
- Uusia tuotteita ja/tai palvelukokonaisuuksia min 30 kpl
- Kansainvälisissä kanavissa myynnissä olevien matkapakettien määrä kasvaa 20 %
- Aluetta myyvien matkanjärjestäjien määrä kasvaa (min 10 uutta matkanjärjestäjää)
- Savonlinnan lentoaseman kansainvälisten matkailijoiden määrän kasvu 20 %
- Alueellinen elämyspalvelutoimijoiden ekosysteemi

1. Myyntitapahtumat ja FAMit

Osallistutaan kohdemarkkinoilla ja kotimaassa erilaisiin myyntitapahtumiin ja workshoppeihin

- Pre- ja post tourit ennen ja jälkeen kotimaan myyntitapahtumien
- Sales calls (väh. 2) | vierailaan matkanjärjestäjien luona kohdemarkkinalla esittelemässä palveluita
- Tuetaan yritysten osallistumista myyntitapahtumiin kotimaassa ja ulkomailla
- Tuetaan yritysten osallistumista myös teemallisiin online-myyntitapahtumiin, joihin osallistumisen kynnys on hyvinkin matala. Teemoja voivat olla esim. mökki, kalastus, talviaktiviteetit, jne.
- Tutustumismatkat (FAMit) matkanjärjestäjille ja medialle, hankkeen aikana vähintään 10, osallistujamäärä 6-8 ostajaa per matka.

2. Tuotekehitys kansainvälisille markkinoille

- Tehdään tiivistä yhteistyötä matkanjärjestäjien sekä Visit Finlandin kanssa
- Kartoitetaan matkanjärjestäjien tarpeet, joiden pohjalta tehdään tuotekehitystyötä räätälöidysti niiden yritysten kanssa, jotka haluavat kansainvälisille markkinoille
- Järjestetään matkanjärjestäjien kanssa yhdessä tuotteistusworkshopeja (vähintään 2 per vuosi) alueen yrityksille
- Tuotteistetaan Saimaan Charmantit matkapaketteja kv myyntiin
- Talven tuotteistus yhdessä matkanjärjestäjien ja yritysten kanssa
- Rakennetaan **elämyspalvelutoimijoiden ekosysteemi** palvelujen saatavuuden varmistamiseksi
- **Paketoidaan tapahtumia (liikunta, hyvinvointi, kulttuuri) kansainväliseen myyntiin matkanjärjestäjien kanssa** (esim. Savonlinnan Oopperajuhlat, Saimaa Cycle Tour, Sulkavan Suursoudut, seikkailu-urheilu, jooga, City Run...)
- **Mökkiverkoston rakentaminen kansainvälisille markkinoille**

3. Matkanjärjestäjäyhteistyön kehittäminen

a) Yritysten osaamisen kehittäminen matkanjärjestäjäyhteistyöhön

Avataan matkanjärjestäjäyhteistyön vaiheita ja sitoutetaan sekä opetetaan yritykset yhteistyöhön pitkäjänteisesti.

Järjestetään 2 workshopia, joihin kutsutaan yritysten edustajia, matkanjärjestäjiä sekä Visit Finlandin asiantuntijoita kertomaan ja innostamaan kansainvälisillä markkinoilla toimimiseen.

Käydään läpi FAMien ohjelmanrakentaminen ja mitä yritysten pitää ottaa huomioon ennen, FAMin aikana ja FAMin jälkeen.

b) Matkanjärjestäjien kouluttaminen ja aluetuntemuksen lisääminen

Matkanjärjestäjien ja matkatoimistojen henkilöstön Saimaan aluetuntemuksen lisääminen tuomalla heitä tutustumaan alueen palveluihin sekä digitaalisen ”koulutuspaketin” avulla.

Digitaalisen ostettavuuden parantaminen ja kehittäminen matkanjärjestäjille.

4. Myynninedistämiskampanjat

- Kun tuotteita on saatu matkanjärjestäjien tuotantoon, myynnin vauhdittamiseksi tehdään kampanjoita, jotta matkanjärjestäjien potentiaaliset asiakkaat löytävät tuotteet, kiinnostuvat niistä ja tekevät matkavarauksia.
- Matkanjärjestäjä vastaa aina vähintään 50 % markkinointikampanjan budjetista ja toinen 50 % tulee VFn ja alueiden budjeteista.
- Myynninedistämisen kampanjoita tehdään hankkeen aikana vähintään 2:n eri matkanjärjestäjän kanssa.

5. Tiedolla johtaminen myynninedistämisen tukena

- Tehdään tiedolla johtamisen suunnitelma alueorganisaation ja yritysten hyödynnettäväksi: kuinka matkailutietoa voidaan hyödyntää kansainvälistymisessä, kuten asiakasymmärryksen lisäämisessä, palvelutarjonnan ja myynnin kehittämisessä
- Hyödynnetään alustoja, jotka auttavat yrityksiä ja alueorganisaatiota kansainvälistymisprosessissa (esim. Bislens ja CRM:n käyttö)

TP 3 – Saavutettavuuden kehittäminen

Tavoitteet

- Uusi lentoyhteys tai lentosarjan laajennus, 2 kpl
- Yhteistyön jatkaminen Zonistan ja Voigt Travelin kanssa
- Talvicharter-pilotit Frankfurtista/Rotterdamista 2026
- Seasonal route kesäkaudelle 2027
- Vesireittien kehittäminen alueelliseksi vetovoimatekijäksi

- Aloitetaan neuvottelut reittilennon avaamisesta. Tämä edellyttää hyvää matkanjärjestäjäyhteistyötä, jotta lennon käyttöaste saadaan kannattavaksi.
- Tehdään yhteistyötä matkanjärjestäjien kanssa Talvicharter-pilottien toteuttamiseksi talvella 2026
- Osallistutaan vuosittain Routes –lentoyhtiötahtumaan: verkostoidutaan, esitellään alueen mahdollisuuksia ja neuvotellaan lentoyhteyksistä
- Toteutetaan yhteismarkkinointikampanjat lentoyhtiön tai matkanjärjestäjän kanssa, jotka tuovat chartereita Savonlinnaan. Näissä kampanjoissa vakiintuneena käytäntönä on ollut, että kampanjakustannus jaetaan kolmeen osaan: matkanjärjestäjä/lentoyhtiö, matkakohde eli matkailun alueorganisaatio/keskuskaupunki, Visit Finland ja Finavia. Markkinointikampanjan tekee yleensä markkinoilla toimiva partneri (matkanjärjestäjä tai lentoyhtiö), joka laskuttaa sekä alueen että Visit Finlandin osuuden.
- Kartoitetaan mahdollisuuksia vesireittien kehittämiseksi järjestämällä vähintään yksi sidosryhmätapaaminen/workshop/seminaari vesiliikennetoimijoiden kanssa

TP 4 – Invest & Grow

Toimenpiteet



Tavoitteet

- Aktiivisesti houkutella uusia sijoittajia matkailu ja yhteistyökumppaneita alueelle sekä tukea paikallisia yrityksiä laajentumaan ja kehittämään uusia tuotteita ja palveluita
- Koota Matkailun Invest in portfolio alueen mahdollisuuksista
- Luoda alueelle oma kansainvälisen matkailun kasvuohjelma

Invest in portfolio

- kootaan alueen matkailuinvestointimahdollisuudet yhteiseen portfolioon (tai alueellisiin)

Matkailun Invest in Saimaa –tapahtuma sijoittajille/investoreille vuonna 2027

- Yhteistyössä Etelä-Savon maakuntaliitto, kaupungit ja kunnat, Itä-Suomi Union, EEN, Business Finland, Kauppakamari
- yhteismarkkinointi/viestintä

Kansainvälisen matkailun kasvuohjelma

- Visit Finland – Itäisen Suomen kestävän matkailun kasvuohjelmaan peilaten luodaan alueen oma kasvuohjelma omiin vahvuuksiin pohjautuen ja konkreettisin toimenpide-ehdotuksin

Projektipäällikkö 100% - Jenni

Hankkeen hallinnointi (mm. kilpailutukset, maksatukset, ohjausryhmä, viestintä), yritys- ja toimijaverkostojen koordinointi, hankkeiden välinen yhteistyö, yritysten osaamisen kehittäminen sekä tiedolla johtamisen edistäminen. Invest in Saimaa tapahtuman koordinointi.

International Sales Manager 50% - Tanja

Lentoyhteysien kehittäminen yhdessä toimitusjohtajan kanssa; charter- ja reittilentoja tukeva matkanjärjestäjäyhteistyö, kumppaniverkoston rakentaminen ja ylläpito, joint promot.

Matkanjärjestäjäyhteistyön kehittäminen yritysten ja matkanjärjestäjien kanssa, uusien tuotteiden rakentaminen ja myynnin edistäminen. Yhteistyötuki DMC:lle uusien tuotteiden markkinointiin sekä FAMien järjestelyt ja hostaus.

International Sales Coordinator 50% - Cecilia

International Sales Coordinator toimii International Sales Managerin apuna matkanjärjestäjäyhteistyössä ja uusien tuotteiden kehittämisessä.

Projektikoordinaattori 100% - Sari

Sisällöntuotanto some-kanaviin, kuva- ja videomateriaalien tuotanto, yritysten some-markkinoinnin ja sisällöntuotannon sparraus sekä Datahub-tuki. Markkinointikampanjoiden toteutus. Vaikuttajayhteistyöt, Digitaalisten myynti- ja markkinointialustojen jalkauttaminen alueelle ja yrityskenttään sekä uusien myyntikanavien haku ja testaus. Yritysten myyntiosaamisen kehittäminen. Lisäksi hän toimii International sales managerin apuna messuilla, FAM- ja mediamatkojen järjestelyissä.

Aluekehityspäällikkö 20% - Jaana

Kasvuohjelman työstäminen yhdessä kuntien ja yritysten kanssa, Invest in portfolion koordinointi, Invest in Saimaa –tapahtuman koordinointi yhdessä projektipäällikön kanssa. Lentoyhteysneuvottelut ja uudet matkaketjut yhdessä hankkeen muiden toimijoiden kanssa

Budjetti

KULUT	2026	2027		
Palkkakustannukset	195 000	195 000	390 000	48 %
Matkakustannukset	25 000	30 000	55 000	7 %
Ostopalvelut	150 000	170 000	320 000	39 %
Flat rate 7%	25 900	27 650	53 550	7 %
Yhteensä	395 900	422 650	818 550	100 %
RAHOITUS				
Haettava EU- ja valtion rahoitus	316 720	338 120	654 840	80,00 %
Muu julkinen rahoitus (kunnat)	51 500	51 500	103 000	13,00 %
Yksityinen rahoitus (yritykset)	27 680	33 030	60 710	7,00 %
Rahoitus yhteensä	395 900	422 650	818 550	100,00 %

Kiitos

Jaana Komi | Savonlinnan Seudun Matkailu Oy
5.3.2025



Euroopan unionin
osarahoittama



Etelä-Savon
maakuntaliitto