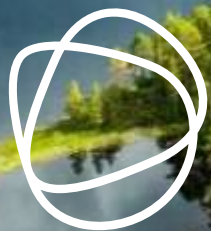




Iconic Lakeland Finland – Kansainvälisen matkailun kasvu Itäisessä Suomessa



Lakeland

Iconic Lakeland Finland – Kansainvälisen matkailun kasvu Itäisessä Suomessa -hankevalmistelu

IP AKKE -rahoitus, Itä-Suomi (Etelä-Karjalan liitto)

Kuuden maakunnan yhteishanke, mukana Kymenlaakso (Kotka-Hamina ja Kouvola, Etelä-Karjala, Etelä-Savo (Mikkeli ja Savonlinna), Pohjois-Karjala, Pohjois-Savo, Kainuu.

Teema 3. Kestävä matkailu: Itäisen Suomen matkailun alueorganisaatioiden toimet kv-matkailuprofiilin vahvistamiseksi mukaan lukien markkinatunnettuuden ja houkuttelevuuden lisääminen Lakeland-brändin alla.

Tavoitteena kehittää alueesta houkutteleva matkakohde, jossa korostuvat vastuullisuus, luonnon monimuotoisuus, paikalliskulttuuri ja ympärivuotisuus. Tavoitteena on kasvattaa matkailun taloudellista vaikutusta kestäväällä tavalla ja vahvistaa alueen tunnettua.

Jatkuva haku, ensimmäinen hakuarviointi 15.5.2026 (rahoitetaan 4-6 hanketta)

Flat rate 7 %

Hankkeen kesto: 1.10.2026 – 31.3.2029 | 2,5 vuotta (80% tuki)

Budjetti 4,5 miljoonaa (maakunnittain 600 000 e ja yhteispotti 900 000 €)





Hankkeen kriteerit

- Laaja-alainen ja merkittävä vaikuttavuus
- Yleisesti hyödynnettävät tulokset
- Hakijana/toteuttajana julkisoikeudellinen yhteisö tai yksityisoikeudellinen oikeushenkilö, jolla on riittävät taloudelliset ja muut edellytykset hankkeen toteuttamiseksi.
- Avustusta voidaan myöntää kehittämishankkeiden toteuttamisesta aiheutuneisiin kuluihin, esimerkiksi henkilöstö- ja matkakuluihin, asiantuntijapalveluihin, viestintäkustannuksiin, tapahtumien järjestämisestä aiheutuviin ja hallinnollisiin kustannuksiin.
- **Ei** yrityksen liiketoiminnan kehittämiseen.
- Ylimaakunnallinen: Kainuu, Pohjois-Karjala, Pohjois-Savo, Etelä-Savo, Etelä-Karjala ja Kymenlaakso. Vähintään 2 näistä.

Työpaketit

- TP1 Markkinointi – tunnettuus ja brändi
- TP2 Myynninedistäminen
- TP3 Teemalliset kiertomatkat
- TP4 Tiedolla johtaminen ja Itäisen Suomen kansainvälinen matkailustrategia



Yhteishankkeen koordinaatiomalli

Päätoteuttaja:

- vastaa hankkeen toteutuksesta,
- hallinnoinnista ja koordinaatiosta
- kokoaa ja toimittaa hankkeen
- rahoitus- ja maksatushakemukset
- huolehtii maksatuksista edelleen osatoteuttajille
- huolehtii, että osatoteuttajat ovat tietoisia velvollisuuksistaan
- huolehtii yhteydenpidosta rahoittajan eli Etelä-Karjalan liiton kanssa

Päätoteuttaja:

Business Joensuu Oy, Pohjois-Karjala

Osatoteuttaja:

- vastaa oman osahankkeensa toteutuksesta
- noudattaa samoja kustannusten seuranta- ja raportointi- velvollisuuksia kuin päätoteuttaja
- toimittaa päätoteuttajalle kirjanpitoraportit ja muut tarvittavat liitteet maksatushakemukseen liitettäväksi

Osatoteuttajat:

- Cursor Oy, Kymenlaakso
- Kouvolan kaupunki, Kymenlaakso
- Mikkelin kehitysyritys Miksei Oy, Etelä-Savo
- **Savonlinnan Seudun Matkailu Oy, Etelä-Savo**
- goSaimaa Oy, Etelä-Karjala
- Pohjois-Savon Matkailu Oy, Pohjois-Savo
- Kajaanin ammattikorkeakoulu Oy, Kainuu

Tavoitteet ja vaikuttavuus



Hankkeen päätavoitteena on vahvistaa Itäisen Suomen asemaa kansainvälisesti tunnettuna, houkuttelevana ja helposti ostettavana Lakeland Finland-matkailualueena lisäämällä alueen yhteistä näkyvyyttä, brändiä ja myytävyyttä sekä kehittämällä tiedolla johdettua, ylimaakunnallista matkailuyhteistyötä. Tavoitteena on rakentaa Itäisestä Suomesta matkailijoille yhtenäisenä kokonaisuutena näyttäytyvä kestävä matkailualue, jossa maakuntien erityispiirteet, paikalliskulttuuri ja luonnon monimuotoisuus muodostavat yhdessä kilpailukykyisen ja kansainvälisesti kiinnostavan kokonaisuuden.

Hankkeessa vahvistetaan yhteistyötä Visit Finlandin kanssa Lakeland Finland -imagon yhtenäiseksi viestimiseksi, lisätään kansainvälistä kysyntää ja luodaan edellytyksiä matkailutulon kestäväälle kasvulle, ympärivuotisuudelle ja uusille yhteistyömalleille.

Työpakettikohtaiset tavoitteet:

TP1 Markkinointi – tunnettuus ja brändi:

- Koko Itäisen Suomen alue nousee asiakkaiden tietoisuuteen yhtenä Lakelandina valituilla kohdemarkkinoilla ja -ryhmissä.
- Itäisen Suomen matkailualueen kansainvälinen tunnettuus paranee ja vetovoima sekä kysyntä kasvaa.
- Kansainvälisten matkailijoiden määrä kasvaa ympärivuotisesti.
- Visitlakelandfinland.com -verkkosivuston ja muiden alustojen hyödyntäminen paranee ja tehostuu markkinoinnissa.

TP2 Myyninedistäminen:

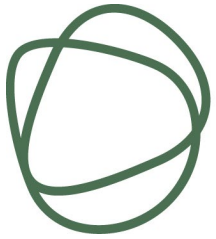
- Itäisen Suomen matkailutarjonnan myytävyys, kaupallinen valmius ja kansainvälinen jakelu vahvistuu ja paranee.
- Tuotteistetut kokonaisvaltaiset ja teemalliset matkailupaketit ovat helposti löydettävissä ja ostettavissa eri jakelukanavissa.
- Valituissa kohdemarkkinoissa on solmittu yhteistyösopimukset valittujen matkanjärjestäjien kanssa.
- DMC yhteistyö on tiivistynyt, tavoite yhteensä xx uutta hinnoiteltua ja paketoitua tuotetta.

TP3 Teemalliset kiertomatkat:

- Luodaan teemallisia ylimaakunnallisia kiertomatkatuotteita, jotka ovat kestäviä ja vahvistavat Itäisen Suomen vetovoimaa sekä tukevat alueen myytävyyttä, ympärivuotisuutta ja pidempiä viipyviä, tavoite yhteensä xx tuotetta.
- Suomen vetovoimaa sekä tukevat alueen myytävyyttä, ympärivuotisuutta ja pidempiä viipyviä, tavoite yhteensä xx tuotetta.

TP4 Tiedolla johtaminen ja Itäisen Suomen kv-matkailustrategia:

- Luodaan Itäisen Suomen kansainvälisen matkailun edistämiseen yhteinen strateginen suunta laadittavalla kv-matkailustrategialla.
- Hyödynnetään ja kehitetään Itäisen Suomen matkailun kehittämisessä erilaista tietopohjaa.

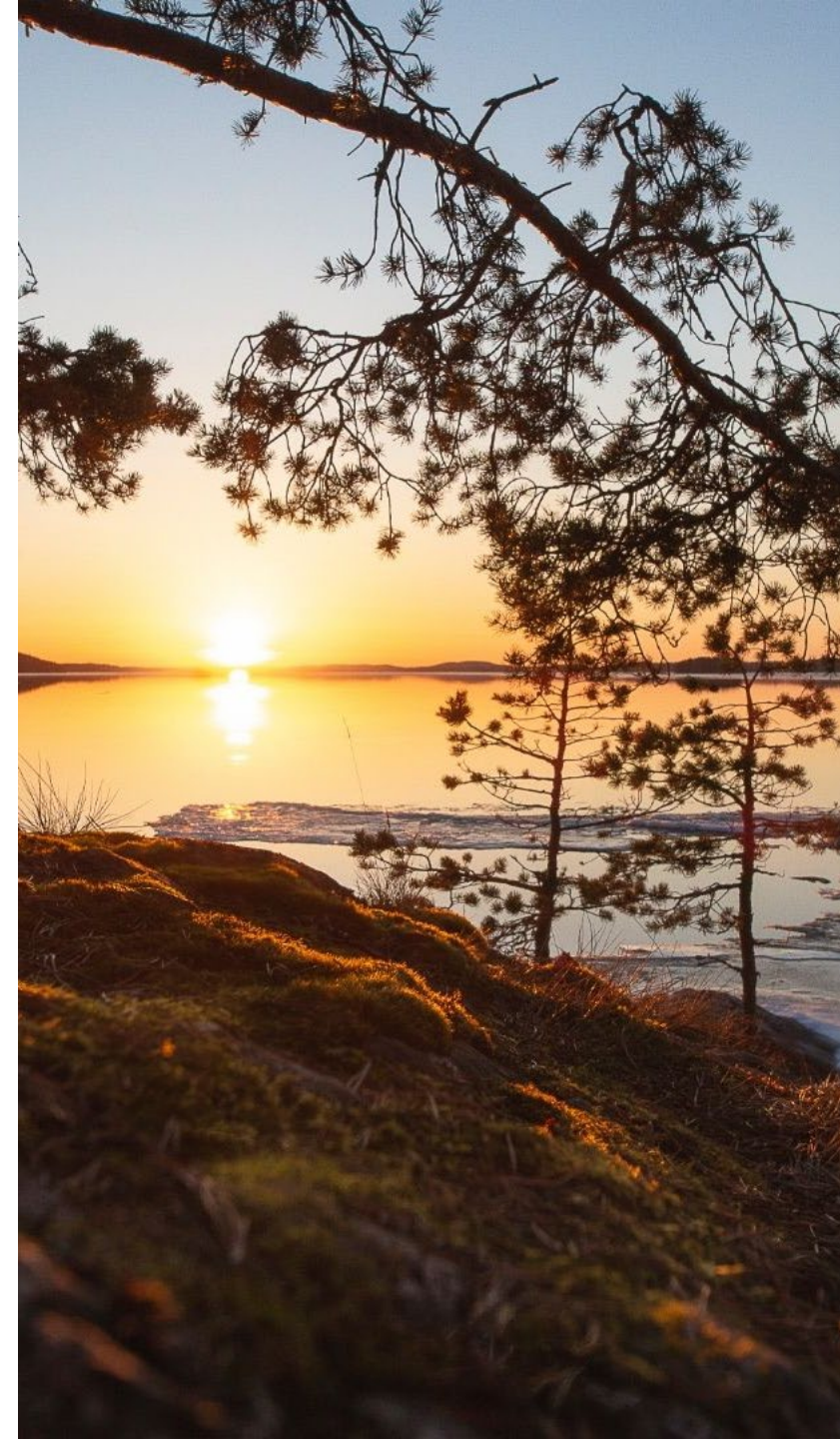


Lakeland

The Heart of Finland

Top Unique Selling Points:

- **Europe's Largest Lake District:** A, maze-like, blue-and-green landscape of interconnected lakes, islands, and ridges, ideal for boat-hopping.
- **Ultimate Tranquility & Nature:** Known for its deep silence, peace, and untouched nature, featuring 17 national parks and extensive UNESCO Geoparks.
- **Iconic Wildlife & Fauna:** Home to the rare and endangered Saimaa ringed seal. The Arctic Lakeland area is a premier destination for spotting the "Big Five" (bear, elk, wolverine, lynx, and wolf).
- **Authentic Cottage Life & Sauna:** The quintessentially Finnish experience of renting a lakefront cottage and relaxing in a sauna—of which there are more than cars in the country.
- **Year-Round Activities:** Endless opportunities including summer paddling, fishing, and hiking, plus winter ice swimming, skating, and Northern Lights chasing.
- **Borderland stories:** History of the borderland through centuries.
- **Sustainable & Organic Culinary Experiences:** A focus on, fresh, locally sourced food and, for example, artisan beverages from local breweries.





Lakeland

LAKESAIMAA
Savonlinna | Varkaus | Pieksämäki
Osatoteutus



Lakeland
The Heart of Finland

IP Akke matkailuhanke/osatoteutus

Toteutusaika: 1.10.2026 – 31.03.2029 (2,5 v)

Hankkeen kokonaisbudjetti 4,5 milj. josta 900 000 e yhteisiin toimenpiteisiin (hallinto ja markkinointi), maakuntien omat budjetit 600 000 €

Päätoteuttaja: Business Joensuu Oy

Osatoteuttaja: Savonlinnan Seudun Matkailu Oy

Toiminta-alue: Savonlinnan seutu, Varkauden seutu ja Pieksämäen seutu;
Savonlinna, Enonkoski, Rantasalmi, Sulkava, Varkaus, Joroinen, Pieksämäki

Osatoteutuksen budjetti: n 300 000 euroa (tuki 80%)

Muut osatoteuttajat:

Cursor Oy, Kymenlaakso

Kouvolan kaupunki, Kymenlaakso

Mikkelin kehitysyhtiö Miksei Oy, Etelä-Savo

Savonlinnan Seudun Matkailu Oy, Etelä-Savo

goSaimaa Oy, Etelä-Karjala

Pohjois-Savon Matkailu Oy, Pohjois-Savo

Kajaanin ammattikorkeakoulu Oy, Kainuu

Osatoteuttaja vastaa oman osahankkeensa toteutuksesta, noudattaa samoja kustannusten seuranta- ja raportointivelvollisuuksia kuin päätoteuttaja, toimittaa päätoteuttajalle kirjanpitoraportit ja muut tarvittavat liitteet maksatushakemukseen liitettäväksi



Mitä tehdään?

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

Myynninedistäminen ja kysynnän kasvattaminen

- Uusien matkanjärjestäjien houkuttelemine alueelle uusilla tuoteperheillä (high-end, kalastus, pyöräily, golf)
- DMC toimijaverkoston rakentaminen ja yhteistyön kehittäminen
- Kansainväliset matkanjärjestäjäverkostot aktiiviseen yhteistyöhön
- B2B-myyntisuppilo ja CRM-pohjainen seuranta
- Trade-myynti ja edustus avainmarkkinoilla
- Marketplace-yhteistyöt kv. varauskanavissa

Teemalliset kiertomatkat – Iconic 1000 Lakes Routes

Maakuntia yhdistävät teemalliset kiertomatkat ja matkakokonaisuudet

Mahdollisia teemoja voivat olla esimerkiksi:

- ✓ Nature & Iconic Landscapes
- ✓ Culture & Heritage
- ✓ Food & Culture Roads
- ✓ Finnish Lifestyle, Cottage Life & Sauna
- ✓ War History and Resilience

Tiedolla johtaminen ja Itäisen Suomen kv-matkailustrategia

Itäisen Suomen yhteisen kv-matkailustrategian laatiminen olemassa olevien alueellisten strategioiden ja tiekarttojen sekä vuonna 2025 laaditun Itäisen Suomen kansainvälisen matkailun kehittäminen -suunnitelman pohjalta.

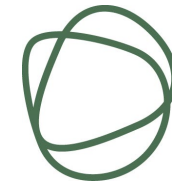
Tavoitteet

- Savonlinnan Seudun Matkailu toimii hankkeen osatoteuttajana ja vastaa yhteishankkeessa 1000 Lakes Routes -teeman alle sijoittuvasta myynnin ja myynninedistämisen kokonaisuudesta.
- Osatoteutuksen tehtävänä on varmistaa, että hankkeessa kehitettävät reitit ja niihin liittyvät matkailutuotteet etenevät kansainvälisesti myytäviksi, ostettaviksi ja jakelukanaviin soveltuviksi kokonaisuuksiksi.
- Osatoteutus linkittyy erityisesti yhteishankkeen työpaketteihin 2-3, jossa painottuvat reittien tuotteistaminen kv-myyntiin alueen DMC-toimijoiden ja matkanjärjestäjien kautta sekä digitaalisen löydettävyyden, myynnin ja ostettavuuden kehittäminen.

Alatavoitteet

Osatoteutuksen alatavoitteina ovat:

- rakentaa 1000 Lakes Routes -teemaan perustuvia myyntikelpoisia kiertomatkakokonaisuuksia
- tuotteistaa reitit ja niiden osat kansainvälisen myynnin tarpeisiin
- avata tuotteita matkanjärjestäjien, DMC-toimijoiden ja muiden jakelukanavien käyttöön
- parantaa reittien ja tuotteiden digitaalista löydettävyyttä ja ostettavuutta
- synnyttää toimintamalli, jolla usean maakunnan yhteisiä matkailureittejä voidaan kaupallistaa systemaattisesti kansainvälisille markkinoille
- Kehittää kotimaisten DMC:den yhteistyötä myynnin edistämiseksi



Kohderyhmät

Osatoteutuksen ensisijaisia kohderyhmiä ovat:

- kansainväliset matkanjärjestäjät
- DMC- ja incoming-toimijat ja OTA-kanavat
- kansainväliseen myyntiin soveltuvia tuotteita tarjoavat matkailuyritykset
- hankkeessa mukana olevat alueorganisaatiot ja matkailun kehittäjät

Välillisenä kohderyhmänä ovat kansainväliset matkailijat, joille hankkeessa rakennetaan aiempaa helpommin ostettavia ja ymmärrettäviä kiertomatkaehdotuksia.



TP1: Markkinointi

Osallistuminen yhteismarkkinointiin yhdessä muiden alueiden kanssa ja reittien näkyväksi tekeminen kansainvälisille yleisöille. Oman alueen toteutuksesta vastaaminen

Toimenpiteet

- reittien yhteismarkkinoinnin suunnittelu koko Itä-Suomen alueelle
- osallistuminen yhteisiin kampanjoihin Lakeland-brändin alla
- reittien inspiraatiovaiheen sisältöjen tuotanto
- karttapohjaiset lyhytvideot tai animoidut reittinostot
- some- ja digimainonta valituilla markkinoilla
- osallistuminen Itä-Suomen yhteisen brändin rakentamiseen
- FAM-matkat (matkanjärjestäjät, media ja vaikuttajat)
- PR –tilaisuudet kohdemarkkinalla



TP2: Myynnin edistäminen

DMC verkoston rakentaminen. Reitit tuotteistetaan kv-myyntiin alueen DMC-toimijoiden ja matkanjärjestäjien kautta sekä kehitetään digitaalista löydettävyyttä, myyntiä ja ostettavuutta

Toimenpiteet

- Yhteisen DMC-verkoston kokoaminen; Itä-Suomen DMC- ja myyntikumppanikartoitus
- DMC-toimintamallin rakentaminen
- B2B-reittikortit matkanjärjestäjille
- reittien myyntirungot DMC- ja matkanjärjestäjäkäyttöön
- DMC-klinikat ja ostajapaneelit
- digitaalisen ostopolun määrittely: mihin asiakas tai matkanjärjestäjä ohjataan
- tapaamiset erikoistuneiden matkanjärjestäjien kanssa
- yhteismarkkinointikampanjat (joint promotion)
- OTA kanavat; näkyvyys
- Sales Runit, workshopit

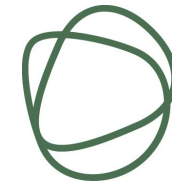
TP3: Teemalliset kiertomatkat

Toimenpiteet

- 1000 Lakes -kiertomatkojen suunnittelu
 - muiden teemallisten reittien konseptointi
 - maakuntia yhdistävien matkakokonaisuuksien tuotteistaminen
 - reittikuvaukset ja matkaohjelmat
 - reittien pilotointi ja testaus
 - reittien kytkeminen yritysten palveluihin, majoitukseen ja elämyksiin
 - reittien sisältöjen, pysähdysten ja sesonkien määrittely
 - karttapohjaiset animoidut reittivideot reittien avaamisessa
 - reittien hyödyntäminen kampanjoissa ja myyntimateriaaleissa
- Savonlinnan, Varkauden ja Pieksämäen seutujen kytkeminen reittikokonaisuuksiin
 - reittien yritys- ja palvelukartoitus omalla alueella, datahub tuki
 - reittien ostettavuusauditointi

Mahdollisia teemoja voivat olla esimerkiksi:

- Nature & Iconic Landscapes
- Culture & Heritage
- Food & Culture Roads
- Finnish Lifestyle, Cottage Life & Sauna
- War History and Resilience



Reittien markkinointi: inspiraatio, kiinnostus, ostopäätös

Vaihe	Tavoite	Toimenpiteet	Budjettiyhteys
1. Inspiraatio	Herättää kiinnostus Itäiseen Suomeen ja ikonisiin reitteihin	videot, karttanostot, some, PR, yhteismarkkinointi	TP1
2. Kiinnostus	Auttaa matkailijaa tai ostajaa hahmottamaan reitti	laskeutumissivut, reittikortit, ohjelmaideat, saavutettavuustieto	TP2
3. Ostopäätös	Ohjata asiakas tai matkanjärjestäjä eteenpäin ostettaviin palveluihin	DMC-kontaktit, B2B-materiaalit, tarjouspyyntöpolku, myyntirungot	TP3

Tämän avulla markkinointi ei jää pelkäksi näkyvyydeksi, vaan sillä on selkeä logiikka: **ensin kiinnostus, sitten ymmärrys, lopuksi myyntipolku.**



TP4: Tiedolla johtaminen ja Itä-Suomen kv matkailustrategia

Toimenpiteet

- osallistuminen Itä-Suomen kv-matkailustrategian rakentamiseen
- reittimarkkinoinnin mittaristo
- yhteinen kampanja- ja sisältöraportoinnin malli
- tekoälykokeilut reittisisältöjen, asiakasprofiilien ja ostettavuuden arvioinnissa
- tulosten koonti jatkokehittämistä varten

Alustava Budjetti/ osatoteutus

Omarahoituksen jakautuminen

	2027	2028
Savonlinna	25 000	25 000
Enonkoski	600	600
Rantasalmi	2 900	2 900
Sulkava	1 500	1 500
Pieksämäki	3 750	3 750
Varkaus	3 750	3 750
	37 500	37 500

Hankkeen omarahoitusosuuden lisäksi maksamme yhteismarkkinointitoimenpiteiden omarahoitusta **15 000 €** Business Joensuulle koko hankeajalta. Omarahoituksen osuudeksi tulee tällöin osatoteutuksen osalta 75 000 €. Yhteisten toimenpiteiden kokonaisbudjetti on 900 000 €

	2026	2027	2028	2029	yht	osuus
Haettava EU- ja valtion rahoitus	9 844	107 856	107 856	14 980	240 536	80,00 %
Muu julkinen rahoitus (kunnat)	2 461	26 964	26 964	3 745	60 134	20,00 %
Yksityinen rahoitus (yritykset)						
Rahoitus yhteensä	12 305	134 820	134 820	18 725	300 670	100,00 %
Kustannukset hankkeelle	2026	2027	2028	2029	Budjetti	
Palkkakustannukset	11 000	63 000	63 000	15 000	152 000	
Matkakustannukset	500	13 000	13 000	500	27 000	
Ostopalvelut		50 000	50 000	2 000	102 000	
Flat rate 7%	805	8 820	8 820	1 225	19 670	
Yhteensä	12 305	134 820	134 820	18 725	300 670	



Kiitos.

VISIT
LAKE SAIMAA
LAKELAND · FINLAND

Jaana Komi
Savonlinnan Seudun Matkailu Oy
jaana@visitsavonlinna.fi
040 7309765
visitsavonlinna.fi