

Kestävä matkailu Keski-Suomessa: nykytila ja tulevaisuuden näkymiä

Susanne Rasmus
matkailujohtaja, Visit Jyväskylä Region

Biosfääri-työpaja
3.2.2022 klo 15.00-18.00

Keski-Suomen matkailustrategia 2021-2025

Keski-Suomen matkailustrategian 2021-2025 taustat pohjautuvat

- Suomen matkailustrategiaan

‘Yhdessä enemmän – kestävää kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun’

Neljä painopistettä:

- kestävän kehityksen mukaisen toiminnan tukeminen
- digitaaliseen muutokseen vastaaminen
- saavutettavuuden kehittäminen matkailualan tarpeet huomioiden sekä
- kilpailukykyä tukevan toimintaympäristön varmistaminen.

- Visit Finlandin Lakeland-suuraluestrategiaan

Koko Lakelandin visio vuoteen 2030 mennessä:

Lakeland on maailman kiinnostavin järvialue, vetovoimainen ja tunnettu, ympärivuotinen rentouttavan loman kohde.



Keski-Suomen matkailustrategiassa 2021-2025 tarkennetaan ja korostetaan maakunnan omia matkailullisia vahvuuksia ja tavoitteita.



VISIO

Esimerkillisen vastuullinen ja kansainvälisesti menestyvä Järvi-Suomen luonto-, elämys- ja kulttuurimatkailualue, joka tunnetaan hyvästä saavutettavuudesta ja aktiivisesta yhteistyöstään.



Kuva: Julia Kivelä





MISSIO

Missiona on tehdä
hyvässä **yhteistyössä**
Keski-Suomesta
osaava, laadukas,
vastuullinen
ja asiakasystävällinen
matkailualue, joka on
tunnettu sekä
kotimaisesti että
kansainvälisesti.



Kuva: Jukka Paakkinen



DMO:N JA MATKAILU- ALUEEN ARVOLUPAUS

Arvolupauksen avulla alue haluaa viestiä matkailijoilleen tärkeiksi kokemistaan asioista - millaisena se haluaa matkailijoilleen näytettyä ja millaisia elämyksiä ja kokemuksia vierailijoilleen tarjota. Arvolupaus kertoo myös siitä, millaisia olemme ja mihin tinkimättömästi pyrimme myös tulevaisuudessa. Arvolupaus näin ollen ohjaa alueen valintoja ja toimintaa eri tasoilla. Konkreettisesti sen tulee toteutua niin alueen viestinnässä, markkinoinnissa, kehittämisessä, palveluissa, tuotteissa kuin asiakas kohtaamisissakin.

DMO:N ARVOT

- Asiakaslähtöinen ja yhteistyökykyinen
- Positiivinen ja luotettava
- Aito ja ammattimainen
- Ketterä ja kunnianhimoinen
- Vastuullinen

Keski-Suomen matkailun arvolupaus kiteytyy kolmeen sanaan: vastuullisuus, asiakaslähtöisyys ja aitous.



Arvolupaus toimii myös DMO:n toiminnan arvopohjana. Sisäisiin arvoihin kuuluu viisi kohtaa, jotka ohjaavat alueorganisaation tehtävää ja toimintatapoja.

Kuva: Ingmar Wein



Keskeiset painopisteet ja toimintaa ohjaavat ajurit

Digitaalisuus

Vastuullisuus ja kestävyys

Tieto ja osaaminen

Saavutettavuus

Verkostot

Kansainvälisyys

Edunvalvonta

Ajassa eläminen

Turvallisuus



Kuva: Jukka Paakkinen





TAVOITTEET

1

Tehdään Keski-Suomesta **yhteistyöllä, luottamuksella ja joustavalla toiminnalla** matkailijoille **asiakasystävällinen, laadukas, vetovoimainen ja kansainvälisesti tunnettu** matkailualue.

2

Luodaan **tiedon ja osaamisen vahvistamisen sekä toimintaympäristön kehittämisen** kautta **saavutettava, kestävä ja vastuullinen** matkailukohde.

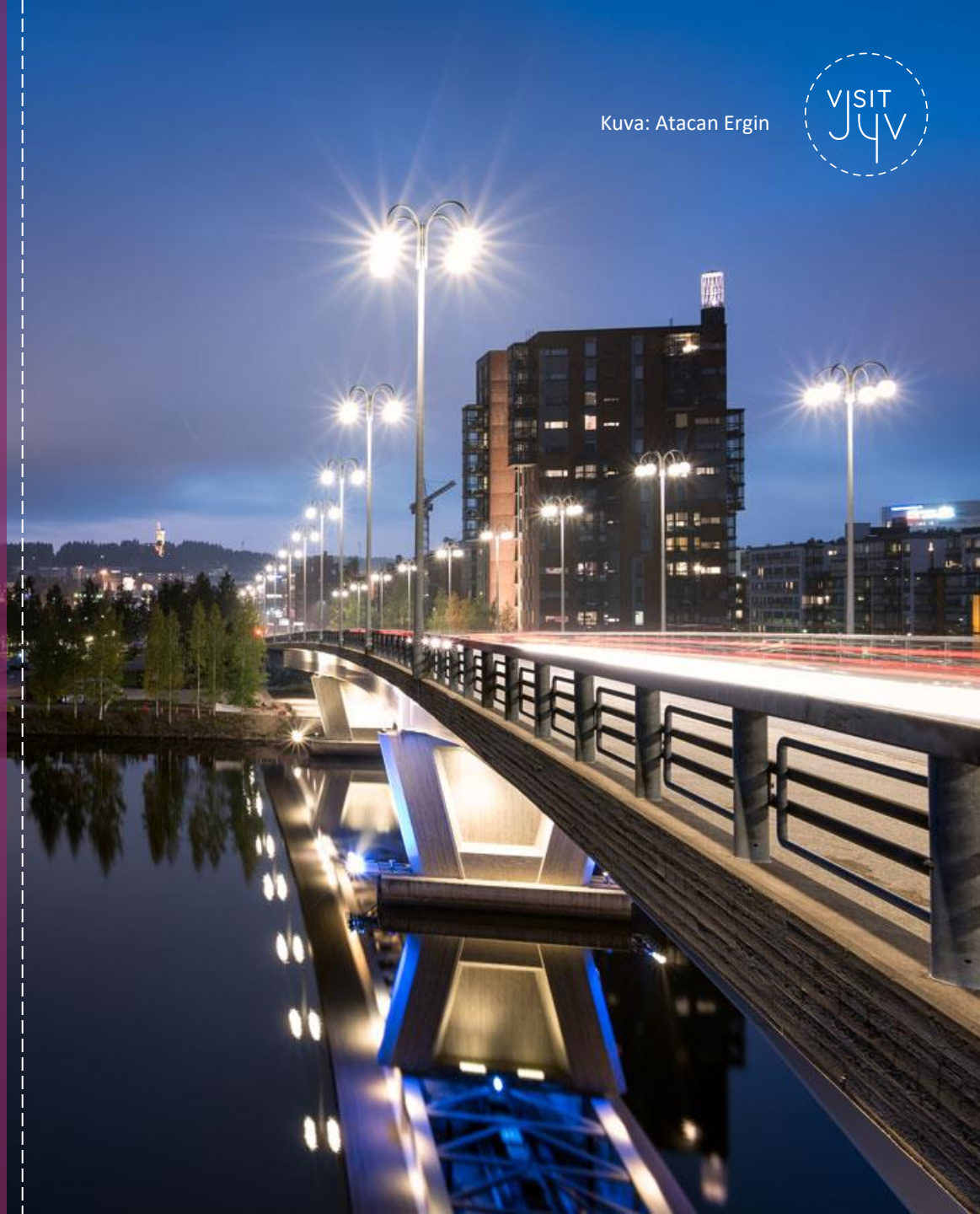
3

Markkinoidaan ja myydään kotimaisille sekä kansainvälisille asiakkaille **aitoja paikallisia vahvuuksia**, joista alueen matkailuyritykset ovat kehittäneet **kilpailukykyisiä, taloudellisesti kestäviä ja kannattavia tuotteita**.

4

Kasvatetaan **kotimaan markkinaosuutta, panostetaan koronasta toipumiseen ja sopeutetaan toimintaa** vastaamaan muuttuvan maailman haasteisiin.

Kuva: Atacan Ergin





MÄÄRÄLLISET TAVOITTEET

1

Ulkomaisten matkailijoiden osuus nousee nykyisestä 15 prosentista 20 prosenttiin

2

Vähintään 30 alueen matkailuyrityksellä palvelut ovat kansainvälisellä Steady- ja Go-tasolla. Visit Finlandin lähtötasotutkimusten 2018-2019 mukaan alueella on 10 matkailuyritystä Steady- ja Go-tasoilla.

3

Vähintään 50 yritystä on Sustainable Travel Finland (STF) -valmennuksen kehityspolulla ja 25 yritystä on saanut suoritettua STF-merkin. Lähtötasossa 25 yritystä on valmennuksessa ja kolme on saanut suoritettua STF-merkin.

4

Keski-Suomen markkinaosuutta kasvatetaan kotimaisissa yöpymisissä 6,5 prosenttiin. Lähtötaso lokakuussa 2020 on 6,0 prosenttia.

Kuva: Atacan Ergin





Keski-Suomen erottuvuustekijät (USP)

Lakeland USP's

- Land of thousands lakes
- Finnish National landscape
- To know Sauna is to know Finland
- Have a holiday like Finns do (Live a local)

Keskeiset kansainvälisen markkinoinnin vetovoimatekijät (Unique selling point =USP)

1



Kuva: Jukka Paakkinen

Luonto

- Luontokokemukset ja -aktiviteetit yksittäisille asiakkaille ja ryhmille
- Neljä kansallispuistoa, luontopolut
- Kaupunkeja ja kuntia ympäröivä luonto
- Uniikit majoituskohteet

2



Kuva: Julia Kivelä

Hyvinvointi

- Suomen ainoa liikuntatieteellinen tiedekunta: liikunnan ja hyvinvoinnin tutkimus
- Tutkimukseen perustuva tuotteistus
- Maailman Saunamaakunta
- Saunaelämykset ja -tuotteet, historia
- Hyvinvointia luonnosta: hiljaisuuspolku, metsäkylpy ja luontojooga

3



Kuva: Tero Takalo-Eskola

Kulttuuri

- Alvar aallon pääkaupunki
- Unescon maailmanperintökohteet: Petäjäveden vanha kirkko ja Oravivuoren kolmiomittauspiste
- Ainutlaatuiset kirkot
- Uniikit museot
- Paikallinen elämä ruuan, paikallisten ihmisten ja tapakulttuurin muodossa

Keskeiset kotimaan markkinoinnin vetovoimatekijät (Unique selling point =USP)



Kuva: AKK Sports Oy / Toni Ollikainen

Tapahtumat

- Täynnä tapahtumia
- 6 000 erikokoista tapahtumaa
- 16 suur tapahtumaa
- Paikallisuus, ruoka ja juoma, outous ja hulluus
- Keskeinen sijainti ja palvelujen läheisyys



Kuva: Jukka Paakkinen

Luonto

- Suomi pienoiskoossa
- Neljä kansallispuistoa
- 3 700 järveä
- Suoraan luontoon
- Maisemat
- Mökkilomat ja kesäviettoperinteet



Kuva: Julia Kivelä

Hyvinvointi

- Liikuntapääkaupunki
- Maailman saunamaakunta
- Luonto ja hiljaisuus
- Hyvinvoinnin osaamiskeskittymä KEHO
- Kulttuuri osana hyvinvointia



Markkinoinnin imagolliset teemat

VASTUULLISUUS

KANSALLISPUISTOT & LUONTOKOhteet

VESISTÖ

SAUNA

MERKITTÄVÄN KANSAINVÄLISEN
TUNNETTUUDEN OMAAVA TAPAHTUMA

MAAMERKIT

PAIKALLISET ERIKOISUUDET & ELÄMYKSET

UNESCO & KULTTUURIPERINTÖ

ALVAR AALTO / ARKKITEHTUURI

VALO

KESKUSKAUPUNKI

HILJAIKUUS

TURVALLISUUS

Kohti vastuullista matkailualueetta

-Sustainable Travel Finland –ohjelma
#sustainabledestination



Mikä on Sustainable Travel Finland (STF) -ohjelma?

- Kestävän matkailun pysyvä valtakunnallinen ohjelma (TEM)
- Viestintätyökalu
- Laatumerkki matkailijoille ja matkanjärjestäjille
- Jatkuva prosessi, johon matkailutoimija palaa vuosittain → työkalu kestävän toiminnan kehittämiseen
- Vuodesta toiseen yrityksen / matkailutoimijan toimintaa ohjaava työkalu.

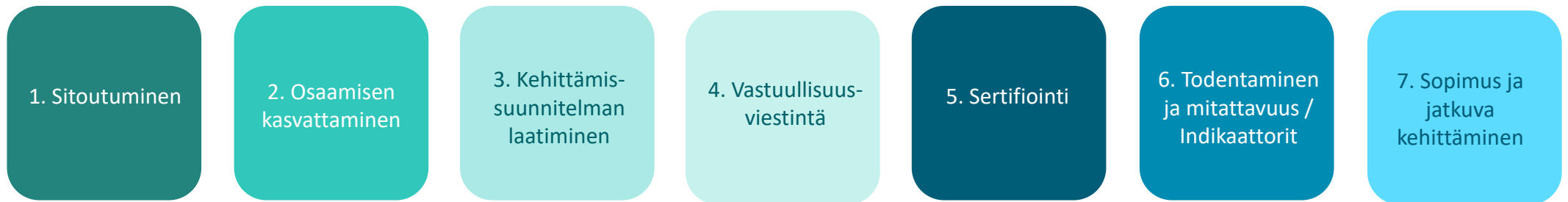
Sustainable Travel Finland ei ole:

- Sertifikaatti
- Yhdellä kertaa tai yhden kerran täytettävä hakemus

Matkailualue voi saada 'vastuullisen destinaation' tunnuksen vasta yritysten kuljettua STF-polkunsa, ns. 51 % sääntö.

Haasteita STF-ohjelmassa

- Matkailutoimijoiden taloudelliset resurssit: sertifiointi, askel 5
- Matkailutoimijoiden ajalliset tai henkilöresurssit: kehittämissuunnitelma, askel 3
- Ohjelma teettää työtä: vastuullisuus on tekoja



- Taloudellinen, sosio-kulttuurinen / yhteiskuntavastuu, ekologinen ja eettinen

Sustainable Travel Finland

– tilanne Keski-Suomessa

- Polulla tällä hetkellä n. 30 toimijaa
- Alkuvalmennus yli 70 toimijalle
- **STF-merkki 9 toimijalla:**
 1. AKK Sports Oy / Secto Automative Rally Finland (Jyv)
 2. Keuruselkä Hotels Oy / Hotelli Keuruselkä (Keuruu)
 3. Nukula (Toivakka)
 4. Nuorisokeskus Piispala (Kannonkoski)
 5. Original Sokos Hotel Alexandra (Jyv)
 6. Purola Farm (Saarijärvi)
 7. Scandic Jyväskylä Station (Jyv)
 8. Solo Sokos Hotel Paviljonki (Jyv)
 9. Tavolo Bianco Oy / Säynätsalon kunnantalo (Jyv)

EKOKOMPASSI

- Visit Jyväskylä Regionin omaa toimintaa kuvaava ympäristöohjelma
- Ympäristövaikutusten arviointi: merkittävimmät ja vaikutusmahdollisuus, tavoitteet
 - Hankinnat:
 - Vastuulliset vierailijalahjat
 - Hankintojen kotimaisuus / paikallisuus
 - Painoprosessin vastuullisuus
 - Viestintä:
 - Maakunnan oman matkailun vastuullisuusviestinnän tyylin käyttöönotto
 - Vastuullisuusteot esille viestinnässä
 - Matkailijoiden ja sidosryhmien kannustaminen allekirjoittamaan vastuullisen matkailun valtakunnallinen vetoomus
 - Vaikuttaminen:
 - Aktiivinen toiminta vastuullisuuteen liittyvissä verkostoissa
 - Visit Finlandin Sustainable Travel Finland -merkin saaminen Keski-Suomelle
 - Keski-Suomen matkailutoimijoiden sitouttaminen yhteiseen vastuullisuusviestinnän tyyliin
 - Vastuullisuusnäkökulman toteutumisen edistäminen myös erilaisissa yhteistöissä
 - Monipuolinen vastuullisuusviestintä medialle
 - Vaikuttajayhteistyö osaksi vastuullisuutta
 - Vastuullisuuden kehittämiseen riittävät resurssit



Olemme matkalla kohti ympäristövastuullisempaa toimintatapaa.

Rakennamme Ekokompassi-ympäristöjärjestelmää.

Toimenpiteet 2021-2025



Matkailun vastuullisuus näkyväksi Keski-Suomessa

VISIT
Jyväskylä
REGION

Kuva: Julia Kivelä



'Mitä minä edellä': Keski-Suomen matkailualueen vastuullisuusviestinnän käsikirja

VISIT
Jyväskylä
REGION

Kuva: Julia Kivelä

- Matkailun vastuullisuus näkyväksi Keski-Suomessa –hankkeen **Mitä minä edellä – Keski-Suomen matkailualueen vastuullisuusviestinnän käsikirja** esittelee matkailualueen vastuullisuusviestinnän tyyliä ja äänensävyä sekä tarjoaa käytännön vinkkejä arjen viestinnän tekemiseen.
- Matkailun vastuullisuus näkyväksi Keski-Suomessa -hankkeen (v. 2020-2021) tavoitteena oli *vastuullisuuden tuominen näkyväksi Keski-Suomen matkailualueella, matkailuyrityksissä ja luontokohteissa ensisijaisesti matkailijoille ja matkanjärjestäjille ja toissijaisesti paikallisilla ja medialle, matkailualueen elinvoiman varmistamiseksi*

Lue lisää: <https://visitjyvaskyla.fi/professionals/matkailun-vastuullisuus-nakyvaksi/>

Hallinnoija Visit
Jyväskylä Region,
osatoteuttaja JAMK.
Yhteistyössä
Keski-Suomen kuntia,
pilottiyrityksiä ja
Metsähallitus.

Kestävän toiminnan mallialueeksi: Biosfääritunnuksen hakeminen (v. 2018)

- Kilpailuvaltti
- Matkailullinen vetovoima, globaali matkailutrendi
- Myönteinen imago ja pehmeä arvo
- Liiketoiminnallinen valinta, profiloituminen
- Kestävien toimintamallien omaksuminen
- Osa verkostoa, osa isompaa kokonaisuutta

Kuva: Atacan Ergin



Biosfääritunnuksesta matkailullista hyötyä = mahdollisuus

- ✓ Tunnuksella on kansainvälistä tunnettuutta, lisää vetovoimaa matkailualueena. Unique selling point.
- ✓ Toimii Päijänteen alueen matkailutoimijoille liiketoiminnan punaisena lankana ja yhdistävänä tekijänä
- ✓ Parhaimmillaan synnyttää uusia, luovia matkailukonsepteja ja yritysideoita, eli toimii myös liikeideana
- ✓ Tukee Jyväskylän kaupungin resurssiviisautajasta
- ✓ Kestävä ja vastuullinen matkailu muuttunut globaalista matkailutrendistä alan elinehdoksi. Vaikuttaa ihmisten kohdevalintoihin yhä enemmän myös tutkimusten mukaan.
- ✓ Keski-Suomi sitoutunut Sustainable Travel Finland-ohjelmaan. Pilottialueesta Lakeland-alueen koordinaattoriksi. Biosfäärialueen tunnus sulautuu ideologisesti ja vahvistaa alueen sitoutuneisuutta vastuullisuuden teemaan.

Verkoston pohja
on valmiina:

Keski-Suomi DMO 2022-2024

Visit Jyväskylä Region yhteistyökunnat ●

Hankasalmi	Jämsä
Muurame	Keuruu
Petäjävesi	Multia
Toivakka	Luhanka
Äänekoski	Konnevesi
Joutsa	Witas-alue
Uurainen	(Viitasaari,
Laukaa	Kivijärvi, Kinnula,
	Pihtipudas)



A woman with blonde hair tied back, wearing a light-colored sweater, sits on a large, mossy rock. Beside her, a husky dog sits facing the same direction. They are in a forest of tall, thin trees. In the background, a town with red-roofed houses is visible, followed by rolling hills and mountains under a bright, low sun that creates a warm, golden glow and lens flare. The overall mood is peaceful and scenic.

Kiitos!

VISIT
Jyväskylä
REGION

Kuva: Jussi Judin