

Savonlinnan matkailun kasvuohjelma 2018-2021

LUONNOS 22.1.2018

Matkailun Kehitysjohdaja Pellervo Kokkonen

## Sisällysluettelo

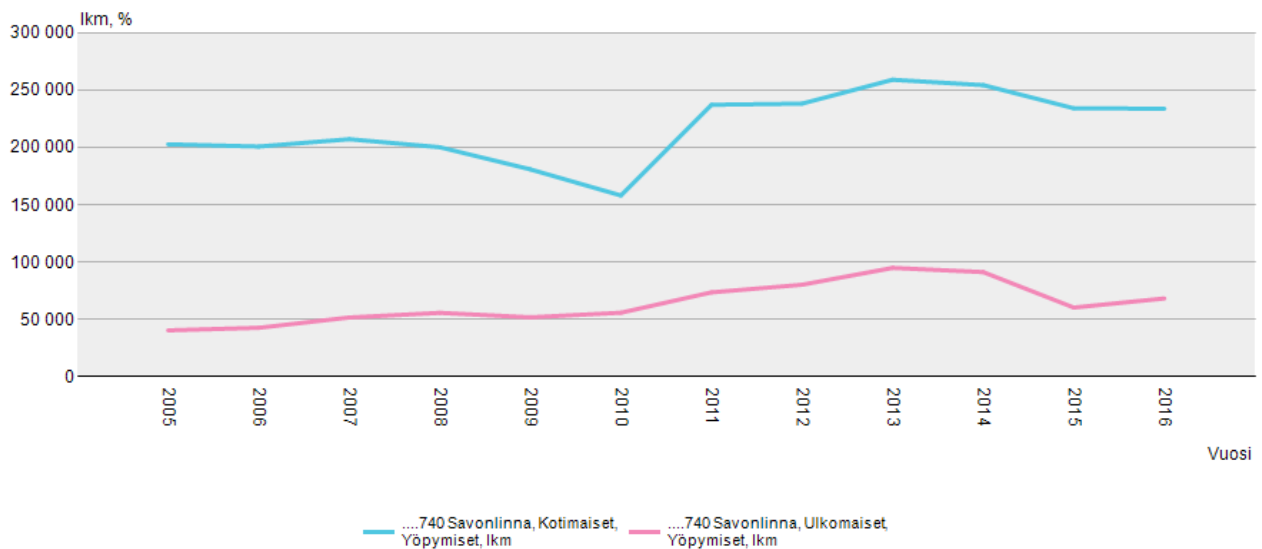
1. Tausta
2. Kaupungin strategia ja matkailun tavoitteet
3. SSM ja Sakke ry toteuttajina
4. Matkailutiimin toiminta ja työnjako

### 1. Tausta

#### 1.1. Matkailijamäärien kehitys

Savonlinnan matkailu kasvoi erityisesti 2010 alkaen venäläismatkailun lähdettyä kasvuun. Samalla myös kiinnostus Savonlinnaan kotimaassa kasvoi. Kotimaan kysyntää ohjaa kesäkauden tapahtumien vilkkaus. Venäläisten matkailu laski n. 40 000 yöpymisellä talouskriisin seurauksena vuodesta 2013. Erityisesti matkailukeskusten toiminta on ollut riippuvaista venäläisistä asiakkaista, joiden väheneminen on johtanut haasteisiin.

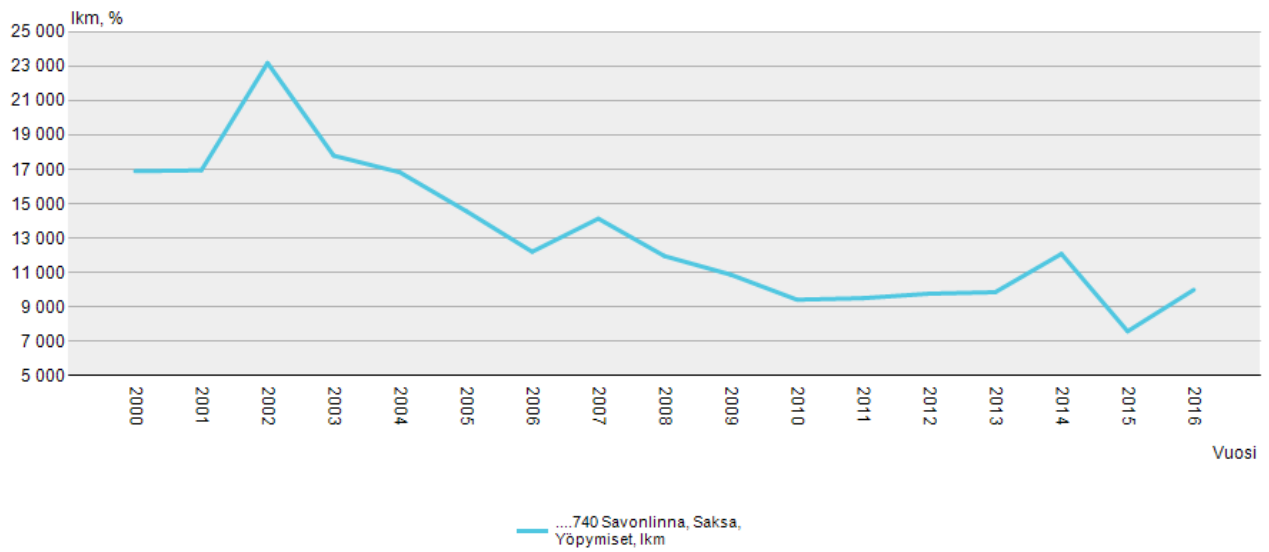
#### Vuosittaiset yöpymiset ja saapuneet asuinmaittain muuttujina Alue, Maa, Tiedot ja Vuosi



Kuva 1. Matkailijamäärien kehitys Savonlinnassa 2005-2016.

Savonlinnassa on vuodesta 2008 investoitu erityisesti korkeatasoiseen huvilakapasiteettiin. Isompien matkailuinvestointien käynnistyminen odotettavissa, mutta uusien hankkeiden liikkeelle lähtemiseksi on vielä työskenneltävä.

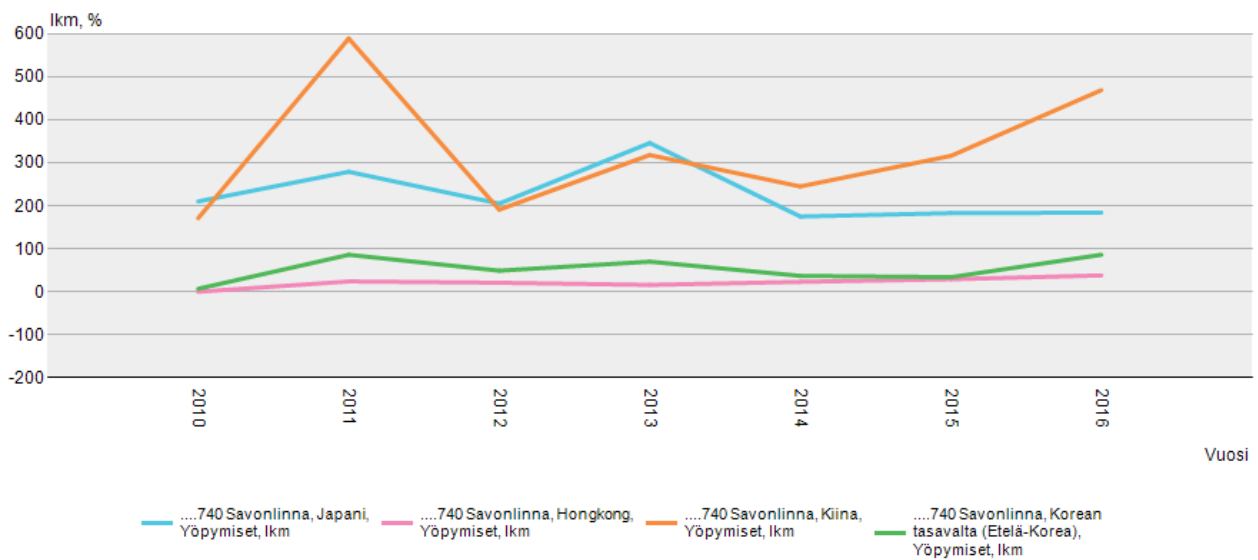
## Vuosittaiset yöpymiset ja saapuneet asuinmaittain muuttujina Alue, Maa, Tiedot ja Vuosi



Kuva 2. Saksalaisten matkailijoiden määrä on laskenut 2000-luvulla. Toimenpiteet saksalaisten houkuttelemiseksi alueelle uudelleen on aloitettu.

Venäläisten matkailijoiden määrän vaihtelun ohella kansainvälisessä matkailussa merkittävä muutos on ollut saksalaisten matkailijoiden määrän lasku 2000-luvulla. Tarkkaa syytä saksalaisten matkailijoiden kiinnostuksen hiipumiselle ei tunneta. Yöpymisten määrä on laskenut 2000-luvun alusta yli 10 000 matkailijalla. Vuosien 2015-2016 Visit Saimaa-markkinointitoimenpiteillä saatiin keskieuropalaisten matkailijoiden määrä käännettyä nousuun. Kasvu saksankielisen Euroopan markkinoilta vuonna 2017 oli erittäin vahvaa. Vuonna 2017 myös tehtiin läpimurto aasialaisten – erityisesti kiinalaisten – matkailijoiden yöpymisissä.

## Vuosittaiset yöpymiset ja saapuneet asuinmaittain muuttujina Alue, Maa, Tiedot ja Vuosi

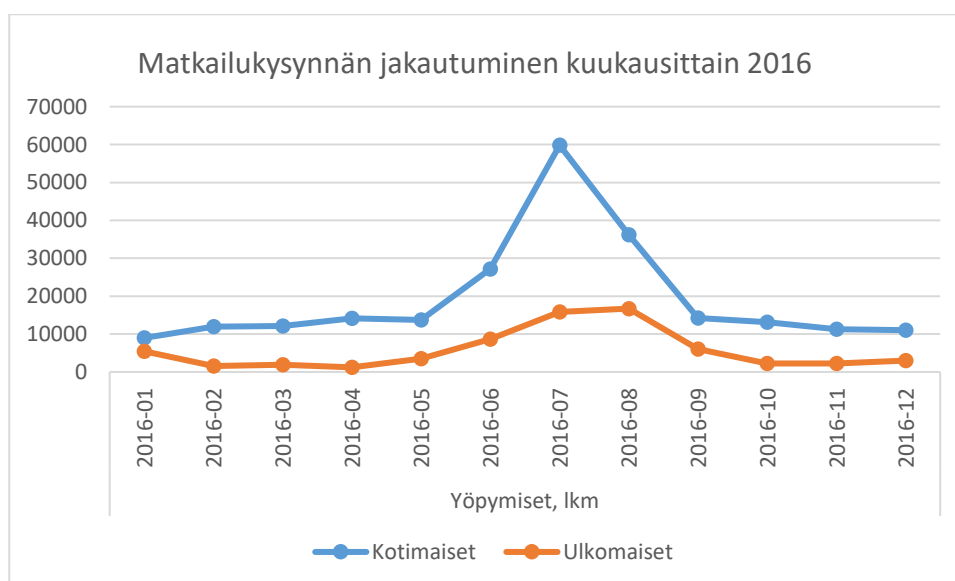


Vuosi

Kuva 3. Aasialaisten matkailijoiden määrä on ollut toistaiseksi lähes merkityksetön. Kasvua odotetaan varsinkin Kiinasta.

Erityisesti Kiinasta tulevien matkailijoiden yöpymisissä odotetaan monta kertaluokkaa olevaa kasvua lähivuosina. Markkinointihankkeissa ja yhteistyössä Visit Finlandin kanssa erityisesti Kiina on painopistealueena. Tilastoidut yöpymismäärät ovat vielä toistaiseksi merkityksettömiä.

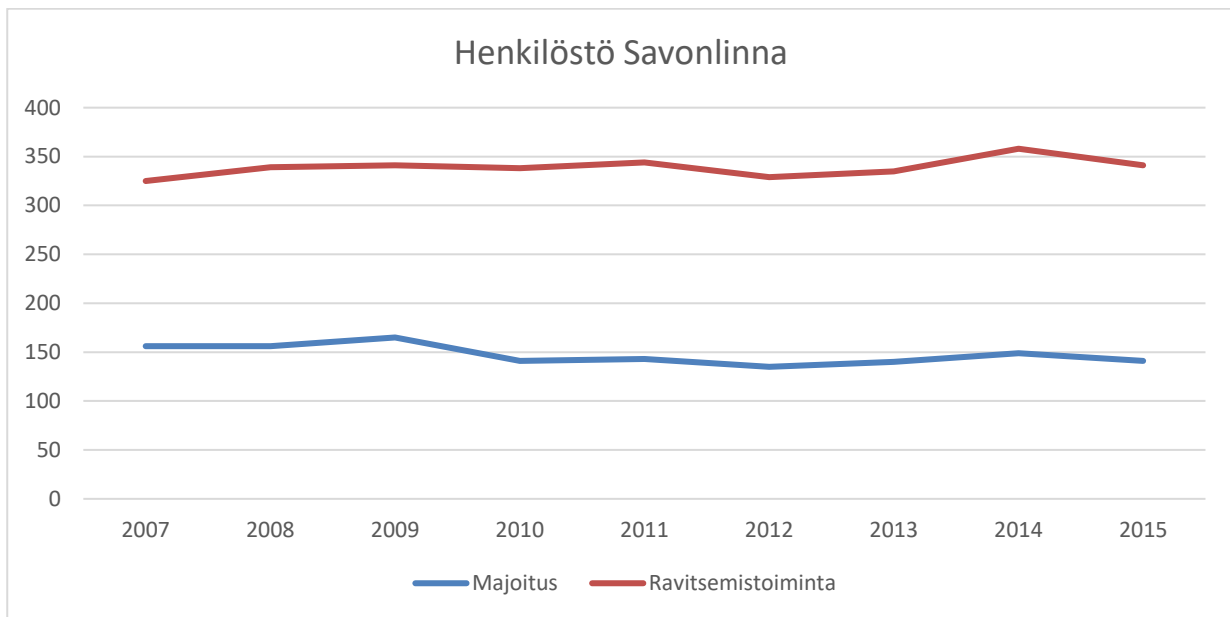
Savonlinnan matkailukysyntä on voimakkaasti kesäkauteen painottunut: 43 prosenttia kotimaisista matkailijoista ja 41 prosenttia ulkomaisista tulee Savonlinnan kolmen kesäkuukauden aikana. Kysynnän keskittyminen kesälle on alueen tarjontaan liittyen luontaista ja toisaalta heinäkuussa tilastoihin vaikuttaa oopperajuhlien aiheuttama kysyntäpiikki. Tavoitteeksi asetetun ympärivuotisuuden rakentamiselle on kuitenkin hyvät edellytykset, kun toimijat saadaan siihen sitoutumaan.



Kuva 4. Matkailukysyntä painottuu kesäkuukausiin. Erityisesti ulkomailta löytyy kohderyhmiä, joita kiinnostavat myös muut vuodenaajat.

## 1.2. Myynti ja markkinointi

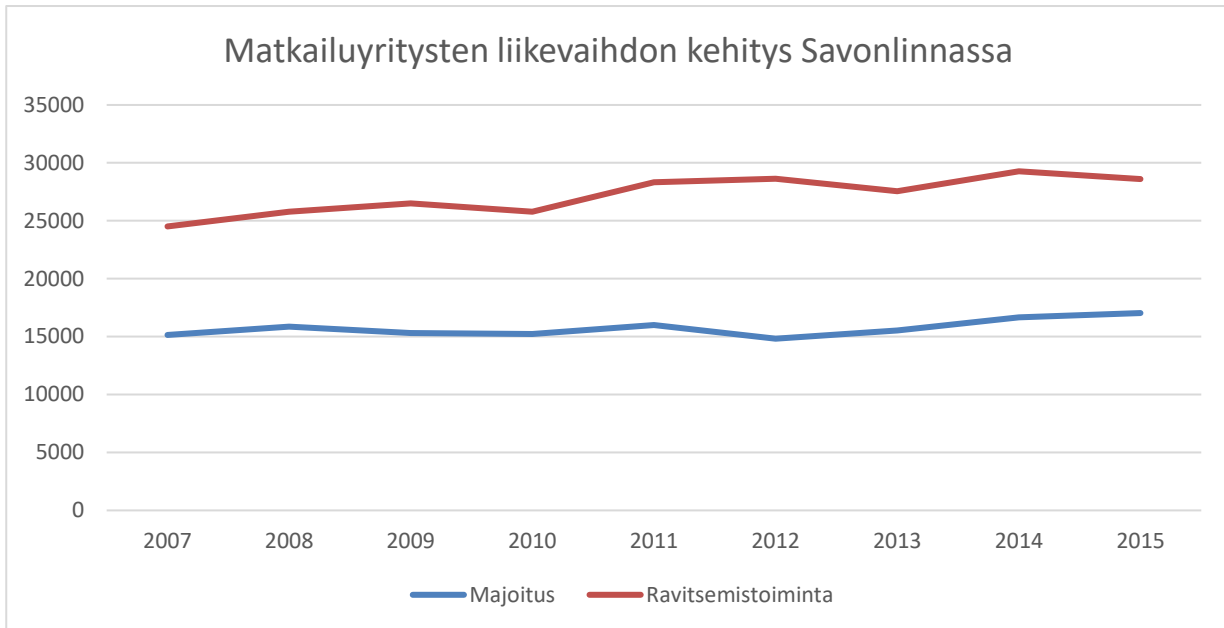
Savonlinnassa on vahvoja matkailuyrityksiä, jotka tekevät tai joilla on hyvät valmiudet tehdä kansainvälistä kauppaa. Monet Savonlinnan hotelleista ja majoitusliikkeistä tekevät aktiivista tuotekehitystä sekä kotimaan että ulkomaisten markkinoille. Lisäksi matkailuliiketoiminnassa on mukana perinteisen matkailusektorin ulkopuolisia yrityksiä, jotka uuden strategiansa pohjalta ovat panostamassa matkailuliiketoiminnan kasvattamiseen. Näillä toimijoilla on mahdollisuuksia kasvattaa liiketoimintaansa ja siten vahvistaa Savonlinnan matkailua sekä koti- että ulkomaan markkinoilla.



Kuva 5. Matkailuyritysten henkilöstömäärän kehitys Savonlinnassa.

Savonlinnan Seudun Matkailu Oy:n suljettua toimiston syyskuussa 2016 ja lopetettua myyntitoiminnan, oltiin tilanteessa, jossa paikallistason myynti ja markkinointi piti järjestellä uudestaan. Kaupungin ja matkailuyhtiön sopimuksen mukaan 2017 kotimaanmarkkinointia koordinoi matkailuyhtiö. Ulkomaanmarkkinoinnissa resurssit kanavoidaan Visit Saimaa-yhteistyön puitteissa Saimaan alueen yhteiseen markkinointipooliin.

Vuonna 2016 valmisteltu ja hyväksytty Saimaa-sopimus tarkoittaa sitä että Saimaan markkinointi ja myynnin edistäminen Aasian, Euroopan ja Venäjän markkinoilla siirtyy toteutettavaksi alueen yritysten ja kaupunkien yhteistyönä verkostomaisen organisaation puitteissa. Tähän yhteistyöhön on saatu strategiseen työskentelyyn mukaan myös Visit Finland.



Kuva 6. Matkailuyritysten liikevaihdon kehitys Savonlinnassa 2007-2015.

Euromääräisesti myynti ja markkinointi hoidetaan valtaosin yritysten kautta suoraan. Yritykset kuitenkin hyötyvät ja tarvitsevat tarjontaa yhdistävää matkakohdetason markkinointia. Matkailun heikkoutena on myyntikanavien ja myyntitoiminnan vähäisyys koskien tuotepaketointia, tapahtumia ja ryhmämyyntiä.

## 2. Matkailu kaupungin strategiassa

Kaupungin strategian mukaan Savonlinna on kansainvälinen kulttuuri- ja sivistyskaupunki Saimaan sydämessä. Kaupungissa hyödynnetään ainutlaatuista luontoa ja ympäristöä matkailun kehittämisessä. Matkailijoiden ja asukkaiden viihtyvyyttä edistetään kehittämällä kulttuuri-, liikunta- ja hyvinvointipalveluja.

Menestys matkailussa perustuu Oopperajuhlien jatkuvuudelle, kaupungin kansainvälisen brändin vahvistumiselle sekä matkailun kehittämiselle ympärivuotiseksi.

Strategian käytännön toteuttamista matkailun osalta ohjaa Matkailun kasvuohjelma. Ohjelman toimenpiteitä peilataan jatkuvasti kasvutavoitteeseen ja toteutuneeseen kasvuun ja ohjelma päivitetään vuosittain loka-marraskuussa. Kaupungin elinkeinopalvelut ja viestintä huolehtivat siitä kasvuohjelman sisäisesti tiedottamisesta kaupunkiorganisaatiossa ja siitä että sidosryhmät ovat tietoisia ohjelmasta ja saadaan sitoutumaan sen tavoitteisiin.

## 3. Kumppanuudet

Strategian toteuttamiseksi kaupunki on solminut kumppanuussopimukset Savonlinnan Seudun Matkailu Oy:n (SSM) ja Savonlinna keskustan kehittämissyhistys Sakke ry:n (Sakke) kanssa. Lisäksi kaupunki on sopimuskumppanina Saimaa-sopimuksessa, jolla käynnistettiin Saimaan kansainvälisen matkailumarkkinoinnin yhteistyö.

Savonlinnan Seudun Matkailu Oy:n kanssa on sovittu matkailumarkkinoinnin koordinoimisesta ja toteuttamisesta. SSM:n tehtävänä on toteuttaa vuosittain Savonlinnan markkinointia ja pitää yhteyttä matkailuyrityksiin keräten yritysten panoksen matkailumarkkinointiin. Markkinoinnin koordinaatioon sisältyviä tehtäviä ovat yritysten yhteisen tuotekehityksen tukeminen, digitaalinen sisällöntuotanto Visit

Savonlinna –alustaan sekä valtakunnallinen ja kansainvälinen yhteistyö markkinoinnissa ja myynnin edistämisessä.

Kaupunki turvaa Sakke ry:lle resurssin perustoimintaan. Sakken tehtävänä on kehittää kaupungin keskustan elinvoimaa. Matkailun alueella Sakke toimii tapahtumien ja keskustan markkinointikampanjoiden järjestäjänä ja koordinaattorina. Sakke koordinoi erityisesti talvisesonkien markkinointia ja tapahtumatarjontaa.

SSM:ssä, Sakkessa, Savonlinnan Hankekehitys Oy:ssä ja kaupungin organisaatiossa matkailutehtävissä työskentelevistä muodostetaan matkailutiimi, joka hoitaa yhteistyössä operatiivista toimintaa liittyen matkailun toimintaympäristön ja matkailuvetovoiman kehittämiseen, matkailumarkkinointiin, myyntiin, tuotekehitys ja tapahtumien kehittämiseen.

#### 4. Sidosryhmäyhteistyö

Matkailumarkkinointia ja kehittämistä tehdään verkostoissa, jotka toimivat eri aluetasoilla. Paikallisella tasolla matkakohteessa (kaupungissa) tehtävä oma työ on kilpailukyvyyn kannalta ensiarvoisen tärkeää, mutta se ei yksin riitä. Kansainvälisellä tasolla jakelukanavia ja markkinointia pystytään tehokkaasti hallitsemaan vain laajemmissa verkostoissa.

Savonlinnan tärkeimmät toiminnan tasot ja verkostot ovat:

- **Yritysten yhteistyöverkostot** markkinointiin ja tuotekehitykseen. Esimerkkejä: Punkaharjun matkailu ry, Wanha Savonlinna, Sakke ry, tapahtumien tuottajat.
- **Kaupunkitason toiminta:** markkinointi ja kehittäminen: elinkeinopalvelut, Visit Savonlinna ja yritys yhteistyö.
- **Lake Saimaa – Purest Finland** –brändimarkkinointi ja Saimaan yhteinen myynnin edistäminen (Saimaa-sopimus). Toiminta ja rahoitus kanavoituu Visit Saimaa-yhteistyön kautta Miksei Mikkelin koordinoimana.
- **Lakeland Finland (East)** on Visit Finlandin hyväksymä neljän maakunnan aluekokonaisuus, jonka kanssa edistetään myyntiä erityisesti Aasian markkinoille.
- **Visit Finland (Finpro)** kehittää Suomen maabrändiä ja toteuttaa markkinointia Suomen pääkohdemarkkinoilla. Suomen maabrändissä pitäisi saada Järvi-Suomi nostettua Lapin rinnalla vahvasti esille.
- **Kansainvälinen yhteistyö.** Lake Saimaa tekee yhteistyötä Pietarin kaupungin matkailukomitean kanssa Corridor-hankkeessa, jonka tavoitteena on houkutella kolmansista maista uusista kohderyhmistä matkailijoita Pietariin ja Saimaalle.

#### 5. Strategiset tavoitteet

##### 5.1. Saimaan järvimatkailun keskus

Kasvuohjelma perustuu kaupungin strategiaan, jonka mukaan ”Savonlinna on kansainvälinen oopperakaupunki Saimaan sydämessä”, jossa kaupungin Oopperajuhliin, Saimaan norppaan ja järviluontoon perustuvan brändin varaan kehitetään ympärivuotista matkailutarjontaa.

Kasvuohjelmassa huomioidaan strategian mukaisesti toimenpiteet kävijöitä houkuttelemiseksi kotimaasta, Venäjältä, Kiinasta, ja saksankielisestä Euroopasta (3.1.), matkailun markkinointiin ja myyntiin

panostaminen (3.2), Olavinlinnan ja Riihisaaren muodostaman kokonaisuuden matkailullisen vetovoiman kehittäminen (3.3.) sekä matkailijoita ympäri vuoden houkuttelevien tapahtumien kehittäminen.

Savonlinna on Saimaan järvimatkailun keskus, joka tarjoaa elämyksiä matkailijoille ympäri vuoden puhtaan järviluonnon keskellä.

## 5.2. Määrälliset tavoitteet

Tavoitteena on, että vuonna 2022 Savonlinnassa matkailijoiden rekisteröityjen yöpymisten määrä on yli 400 000 ja näistä 40 prosenttia on ulkomaalaisia. Tornihotellin lisäksi on käynnistynyt kaksi suurimittakaavaista matkailuinvestointia. Kasvu perustuu tehokkaaseen ja kohdennettuun markkinointiin ja harkittuihin vetovoimainvestointeihin.

	2014-2016	2021	Kasvu % p.a.
<b>Kotimaa</b>	<b>240761</b>	<b>295115</b>	<b>6 %</b>
<b>Ulkomaat yht.</b>	<b>73320</b>	<b>103433</b>	
Aasia	1388	3965	30 %
Venäjä	43371	63500	10 %
Saksa	9888	13958	9 %
Alankomaat	1798	2270	6 %
Muut ulkomaat	16875	19741	4 %
<b>Yhteensä</b>	<b>314081</b>	<b>398549</b>	

Rekisteröityjen yöpymisten määrän lisäksi tarkastellaan matkailijoiden viipymän kehittymistä, yritysten liikevaihdon kehittymistä ja matkailualojen työpaikkamäärän kehittymistä.

## 5.3. Vetovoimatekijät

Savonlinnan keskeiset vetovoimatekijät ovat

- Punkaharjun ja Puruveden retkeilyalueet (137 300 kävijää)



- Oopperajuhlat (70 000 kävijää)
- Olavinlinna (52 385 kävijää)
- Linnansaaren ja Koloveden kansallispuistot (46 900)
- Metsämuseo Lusto (n. 33 000 kävijää)
- Riihisaari: Saimaan kulttuuri ja luontokeskus, maakuntamuseo (30 959 kävijää)
- Kauppatori, matkustajasatama ja maisemalisteilyt
- Saimaan norppa
- Vahva tapahtumatarjonta kesällä
- Luonto-aktiviteetit sekä liikuntatuotetarjonta
- Terveys- ja hyvinvointimatkailun tuotetarjonta

#### **5.4. Yritysvetoisuus ja yhteistyö**

Savonlinnan kaupunki toimii yhteistyössä kaupungin alueen matkailuyritysten kanssa. Kaupungin markkinointipanostukset matkailussa suunnataan yritysten linjausten mukaan. Sopimuksia markkinointipanostuksista voidaan tehdä kenttää laajasti edustavien yritysverkostojen kanssa. Esimerkkeinä verkostoja edustavista yhteistyötahoista ovat Savonlinnan Seudun Matkailu Oy, Punkaharjun Matkailu ry. Lisäksi edistetään ja kannustetaan aktiivisesti yritysten keskinäistä verkostoitumista teema- ja aluepohjaisesti.

#### **5.5. Saimaa- ja Lakeland yhteistyö**

Savonlinnan toimii Saimaa-sopimuksen (2016) mukaisesti tasavertaisena kumppanina Saimaan alueen kansainvälisessä markkinoinnissa yhdessä muiden Saimaan alueen kaupunkien ja kuntien kanssa. Savonlinna lähettää edustajansa Saimaan strategiaryhmään sekä operatiivisesta toiminnasta vastaavaan Saimaa-tiimiin ja osallistuu suunnitteluun, koordinointiin ja omalta osaltaan sisällöntuotantoon. Savonlinna myös osallistuu yhteisten markkinointi- ja myyntitoimintojen rahoitukseen suhteessa muiden sopimuskumppaneiden ja yritysten kohdentamaan rahoitukseen. Jatketaan vuonna 2017 lanseeratun Lake Saimaa – Purest Finland kansainvälisen matkailubrändin käyttöä kumppaneiden kanssa.

Visit Saimaan kanssa käynnistetyssä Lakeland Finland –yhteistyössä ovat mukana Etelä-Karjala, Etelä-Savo, Pohjois-Karjala ja Pohjois-Savo. Ensisijainen kohdemarkkina on Kiina. Vuonna 2017 European Tourism Commission hyväksyi Lakeland alueen EU-China tourism year –kohteeksi, joka osallistuu 30 miljoonan euron markkinointipanostukseen yhdessä muiden valittujen EU:n matkakohteiden kanssa.

#### **5.6. Digitaalisuus**

Sähköiset jakelukanavat hallitsevat matkailun myyntiä ja markkinointia lähes sataprosenttisesti. Näkyvyyskanavien lisäksi myyntikanavilla ja tuotteiden helpolla ostettavuudella on keskeinen merkitys matkakohteen kilpailukyvyille.

Yritysten tehokkaan toiminnan ja yhteydenpidon mahdollistavat digitaaliset palvelut. Sähköisten palvelujen kautta avautuu uusia liiketoimintamahdollisuuksia myös Savonlinnassa. Kaupunki tukee kehittämistä, jolla saatetaan asiakkaat ja palveluja tarjoavat yritykset yhteen netissä. Savonlinna hakee kustannustehokasta edelläkävijyyttä markkinointia ja myyntiä tukevien sähköisten online-sisältöjen kehittämisessä. Matkailijan kokemusta kohteessa parannetaan rakentamalla palvelupolkua sähköisten ja

offline-matkailuinfokanavien hyödyntämisessä. Matkailuinfon saavutettavuutta parannetaan kehittämällä mobiilipalveluja.

Tehdään selvitys matkailun sähköisen myynnin toteuttamisesta ja rakennetaan yhteistyökumppaneiden kanssa matkailun sähköinen kauppapaikka Savonlinnan matkailutuotteille.

### **5.7. Matkailun aluerakenne**

Savonlinnan matkailun kasvuakseli on kaupungin keskustan – Punkaharjun – Kerimäen akseli, joka on saavutettavuudeltaan hyvä, jonne keskittyvät merkittäviltä osin matkailukeskukset ja missä ovat tärkeimmät nähtävyydet ja käyntikohteet. Kehitysakselilla on myös toimintaympäristön ja maankäytön kannalta mahdollisuudet merkittävään matkailutoiminnan kasvuun. Oravin kylä on luontomatkailun kasvukohde. Savonrannan keskustassa on matkailun kehittämispotentiaalia. Kaupunki kehittää aluerakennetta niin että erityisesti näissä kohteissa edistetään matkailuyritysten kasvun edellytyksiä. Kasvukohteissa on tärkeää, että kaupunki yhteistyössä yritysten kanssa kehittää aktiviteettitarjontaa; erityisesti retkeilyreitistöjä ja alueiden kokonaisvaltaista tuotteistamista.

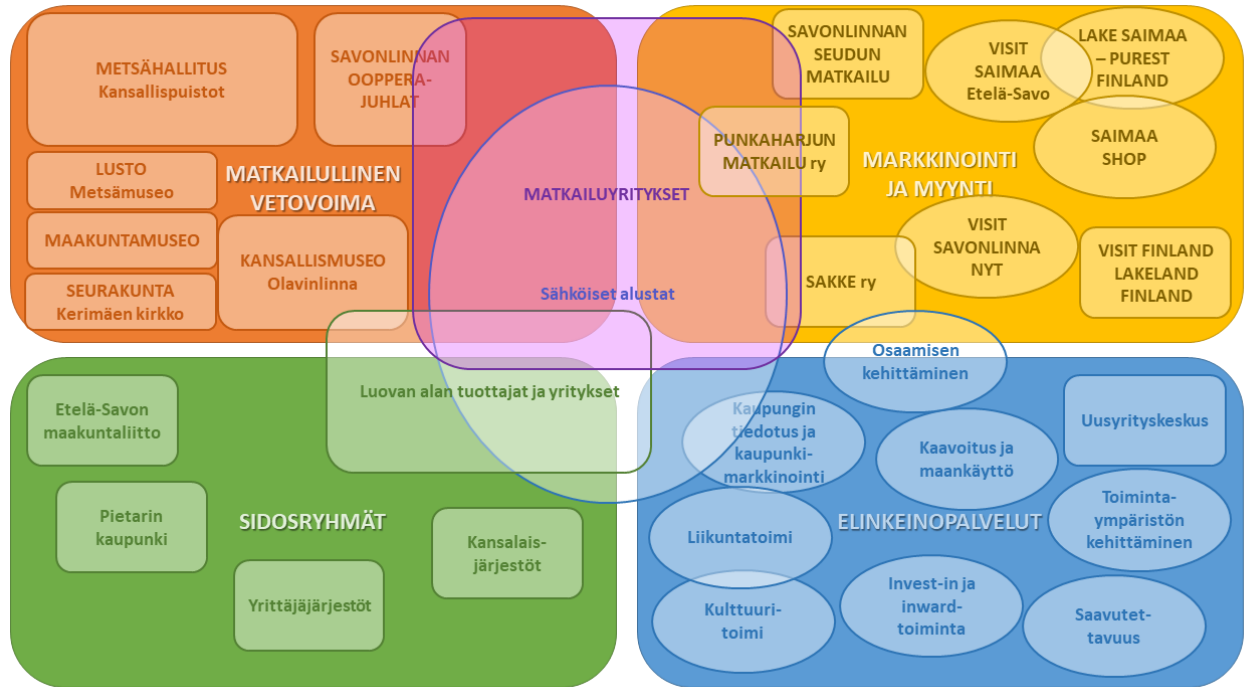
### **5.8. Tapahtumatarjonta;**

Tapahtumat ja kokoukset ovat tehokkain kanava tuoda kaupunkiin uusia matkailijoita. Kaupunki tekee yhteistyötä tapahtumatuottajien kanssa tapahtumien onnistuneen toteuttamisen mahdollistamiseksi. Matkailijoita kiinnostavien tapahtumien kehittäminen on tärkein osatekijä, jolla voidaan tavoitella matkailun ympärivuotisuutta.

Kehitetään tapahtumavuosisikelloa ja kootaan toimijoita keskustelemaan tapahtumien järjestämismahdollisuuksista syyskuun sesongin vahvistamiseksi, syys- ja talvilomien sekä uuden vuoden ja joulusesongin vetovoiman kehittämiseksi. Toimijat yhteistyössä markkinoivat Savonlinnaa myös kaupungin ulkopuolisille tapahtumajärjestäjille ympärivuotisena järjestämipaikkana. Tapahtumia tuetaan kaupungin viestinnän ja kaupunkimarkkinoinnin sekä kulttuuritoimen panostuksin sekä avustamalla käytännön järjestelyissä.

Tapahtumien online-näkyvyyttä vahvistetaan Visit Savonlinna ja Savonlinna Nyt –palveluissa ja niitä markkinoidaan osana Savonlinnan sesonki- matkakohde ja kaupunkimarkkinointia erityisesti online-markkinointikampanjoissa.

## 6. Matkailun kehittämisessä mukana olevat tahot ja toimijoiden roolit



### Matkailutiimi

### Strategiset kumppanit

### Muut sidosryhmät

### Toimenpiteet ja vastuut.

Savonlinnan kaupunki	Rooli/tehtävä	Yhteyshenkilö
Kaupungin johto	Strateginen ohjaus	Janne Weander
Elinkeinotoimi	Inward- ja invest-in-toiminta, yhteistoiminnan kehittäminen, Saimaa-yhteistyö, toimintaympäristön kehittäminen, kaupunkimarkkinointi. Osaamisen kehittäminen. Matkailuinfo. Visit Savonlinna-ylläpito.	Janne Weander
Tekninen virasto	Kaavoitus, infra, kaupungin omien matkailualueiden markkinointi.	Kari Tikkanen
Liikuntatoimi	Liikuntapaikat & uimarannat, matkailunäkökulma mukaan. Tietojen tuottaminen matkailijoille helposti löydettävään muotoon esim. Visit Savonlinna-palveluun	Simo Rätty
Kulttuuritoimi	Tapahtumien koordinointi, matkailunäkökulman tuominen kulttuuritoimijoiden	Outi Rantasuo

	tapahtumajärjestäjien toimintaan	
Maakuntamuseo	Matkailuinfon ja Saimaan luonto- ja kulttuurikeskuksen kehittäminen, Riihisaaren alueen matkailullisen vetovoiman kasvattaminen	Mirjam Kosunen
<b>Savonlinnan Seudun Matkailu Oy</b>	Matkailutoimialan edunvalvonta. Osallistuminen matkailuinfon toteuttamiseen	Olavi Nolte
Savonlinnan Seudun Matkailu Oy markkinointitiimi	Kotimaan markkinoinnin koordinointi, Savonlinnan edustajan nimeäminen Saimaan strategiaryhmään.	Markus Kaskinen
<b>Punkaharjun Matkailu ry</b>	Punkaharjun matkailun edunvalvonta ja kehittäminen.	Markus Kaskinen
<b>Metsähallitus</b>	Kansallispuistojen tiedotus ja markkinointi, norppatiedotus. Matkailuinfo Savonlinnassa ja Punkaharjulla. Luontomatkailun kehittäminen.	Puistonjohtaja Matti Hovi
<b>Museovirasto, kansallismuseo</b>	Olavinlinnan toiminnan kehittäminen	Intendentti Jouni Marjamäki
<b>XAMK-ammattikorkeakoulu</b>	Osaavan työvoiman saanti. Yritysten tuotekehityksen ja innovaatiotoiminnan tukeminen. Matkailututkimus.	Eeva Koivula
<b>Visit Finland</b>	Savonlinnan kansainväliset kärjet osaksi Suomi-markkinointia. Kärkituotteiden ja yritysten nostaminen kansainväliseen liiketoimintaan. Tuki kansainväliseen tuotekehitykseen.	Kiti Häkkinen

## 7. Matkailun vuosikello: myynnin ja markkinoinnin tehtävät

Vuoden 2018 tehtävät ja vastuutukset toimijakohtaisesti löytyvät elinkeinotoimen tehtäväkortista.

Kuukausi	Valmistelussa	Toteutuksessa
Tammikuu	<ul style="list-style-type: none"> <li>Venemessut</li> <li>Talvilomasesongin markkinointi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Venäläisten uuden vuoden sesonki</li> <li>Matkamessut, messukeskus Helsinki</li> <li>Verkkopalvelualustojen päivitykset</li> <li>Aamiaistreffit</li> </ul>
Helmikuu	<ul style="list-style-type: none"> <li>Go expo-messut, valmistelu</li> <li>Kotimaan kesämarkkinointikampanjat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Venemessut</li> <li>Visit Savonlinna kesäsisältöjen päivittäminen</li> <li>Talvilomasesonki</li> <li>Aamiaistreffit</li> </ul>
Maaliskuu	<ul style="list-style-type: none"> <li>Oma Mökki-messujen valmistelu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Talvilomasesonki</li> <li>GoExpo-messut</li> <li>Kotimaan kesämarkkinointi käynnistyy</li> <li>Sisällöntuotanto: kuvaukset, talvi</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aamiaistreffit</li> </ul>
Huhtikuu	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kesän sisällöntuotannon suunnittelu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oma Mökki/Kevätmessut</li> <li>• Matkailuneuvojen rekrytointi</li> <li>• Matkailuinfon kehittämisen toimeenpano</li> <li>• Savonlinnan matkailufoorumi</li> <li>• (Aamiaistreffit, tarvittaessa)</li> </ul>
Toukokuu	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kesän famtripit ja mediavierailut: ohjelma ja työnjako.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Matkailuneuvoja ja kesätyöntekijäkoulutus</li> <li>• Aamiaistreffit</li> <li>• Kesänavaustapahtumat, venäläisten juhlapäivät toukokuussa</li> </ul>
Kesäkuu	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Syyskampanjan (kotimaa) suunnittelu</li> <li>• Slow Finland-sisältöjen tuottaminen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kesänavaustapahtumat</li> <li>• Sisällöntuotanto</li> <li>• Hostaukset</li> </ul>
Heinäkuu	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sisällöntuotanto</li> <li>• Matkanjärjestäjä ja mediavierailut</li> <li>• Oopperajuhlat, muut kesätapahtumat</li> </ul>
Elokuu	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Messupaikkavaraukset seuraavalle vuodelle</li> <li>• Kansainvälisen (Saimaan yhteinen markkinointi) markkinoinnin suunnitelman hyväksyminen seuraavalle vuodelle)</li> <li>• Seuraavan vuoden kv.-tuotteiden ja kampanjoiden kokoaminen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oopperajuhlat</li> <li>• Elokuun tapahtumasesonki</li> <li>• Keskieurooppalaisten lomasesonki</li> <li>• Visit Savonlinna syyskauden sisältöjen päivittäminen</li> <li>• Syyskauden markkinointikampanja</li> <li>• Matkanjärjestäjä- ja mediavierailut</li> </ul>
Syyskuu	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seuraavan vuoden Savonlinna-esitteen ja karttojen suunnittelu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keskieurooppalaisten Slow Finland-sesonki (ruoka, satokausi, sienet)</li> <li>• Sisällöntuotanto: kuvaukset, syksy</li> <li>• Aamiaistreffit</li> </ul>
Lokakuu	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seuraavan vuoden markkinointisuunnitelma – kotimaa, panostukset, toteutettavat toimet.</li> <li>• Verkkopalvelujen (Visit Savonlinna, Savonlinna Nyt) kehittämistoimenpiteiden suunnittelu seuraavalle vuodelle: päivitystarpeet.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Matkailuesitteen ja karttojen toteuttaminen</li> <li>• Visit Savonlinna talvisesongin sisältöjen tuottaminen</li> <li>• Aamiaistreffit</li> </ul>
Marraskuu	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Matkamessuvalmistelu</li> <li>• Matkailuinfon kehittämissuunnitelma</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Talvisesongin markkinointikampanja</li> <li>• Aamiaistreffit</li> </ul>
Joulukuu	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Talvilomasesonki</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Joulukampanja: joulupukin tupaantuliaiset, Tuomaan markkinat</li> <li>• Aamiaistreffit</li> </ul>
Muuta:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kansainväliset markkinointitoimenpiteet Visit Saimaa-hankkeen toimintasuunnitelman mukaisesti 2017-2019.</li> <li>• Osallistuminen Visit Saimaa-hankkeen johtoryhmän ja ohjausryhmän toimintaan</li> <li>• Osallistuminen Saimaa-tiimin toimintaan ja yhteydenpito Visit Finlandiin.</li> <li>• Savonlinna-sisältöjen tuottaminen käyntikohteista ja sesongeista/tapahtumista Visitfinland.com</li> </ul>	

## 8. Kehittämistoimenpiteet

### 8.1. Markkinointi ja tuotekehitys

*Kävijöitä houkutellaan erityisesti Venäjältä, Kiinasta ja saksankielisestä Euroopasta (elinkeinopalvelujen toimintasuunnitelma kohta 3.1)*

Lake Saimaa Pures Finland Saimaan markkinointiyhteistyön puitteissa tehdään markkinointi- ja myyntikampanjoita valituille kohdemarkkinoille. 2018 Lakeland East alue osallistuu Euroopan komission China Tourism year markkinointiprojektiin.

Vastuutahot: Matkailutiimi koordinoi tuotekehitystä ja sisällöntuotantoa yhteistyössä Visit Saimaa-hankkeen (Miksei Oy).

### *Matkailuverkoston ja matkailun ympärivuotisuuden kehittäminen (3.2.)*

Kehitetään uusia matkailusesonkeja tapahtumavetoisesti yhteistyössä yritysten ja tapahtumajärjestäjien kanssa. Matkailun vetovoimatekijöitä vahvistetaan ja ympärivuotistetaan pääyhteistyökumppaneiden yhteistyönä (Metsähallitus ja Museovirasto). Vahvistetaan tuotekehitystä, joka pidentää matkailijoiden viipymää kohteessa kaikkina sesonkeina.

Vastuutahot: Matkailutiimi, yritykset ja yhteistyökumppanit

### *Matkailun ympärivuotisuuden vahvistaminen (3.3.)*

Matkailutarjonta ja tuotteet kootaan sesongeittain ja organisoidaan yhteismarkkinointi erityisesti alkukesän, syyskuun, syys- ja talvilomaviikkojen ja joulun-uudenvuoden sesonkien vahvistamiseksi. Pidetään yhteyttä kulttuuritoimijoihin ja tapahtumajärjestäjiin tapahtumatarjonnan keskittämiseksi kehitettävälle sesonkiviikoille.

*Kesäsesongin* kohderyhmänä ovat kaikki matkailijasegmentit. Heinä-elokuun sesonkia tuetaan erityisesti markkinoinnilla. Yhdessä oopperajuhlien kanssa edistetään kansainvälistymistä.

*Elo-syyskuun matkailusesonki:* Kohderyhmänä erityisesti keskieurooppalaiset ja kiinalaiset matkailijat. Kulttuuri ja paikallinen perinne, ruoka.

*Syyslomasesonki ja siihen liittyvät venäläisten lomat:* Kohderyhmänä kotimaiset ja venäläiset lapsiperheet. Erityisesti sisä- ja ulkoaktiviteetit, näyttelyt ja tapahtumat.

*Joulun ja vuodenvaihteen sesonki.* Kohderyhmänä suomalaiset matkailijat, venäläiset perheet. Ennen joulua tapahtumia ja ostomahdollisuuksien markkinoiminen, tunnelmallinen joulun vietto Savonlinnan kohteissa, venäläisten joulu/uusi vuosi aina loppiaiseen asti. Tapahtumat kohderyhmänä lapsiperheet, uutena vuotena myös aikuiset.

*Talvisesonki helmi-maaliskuu.* Kohderyhmänä kotimaiset matkailijat, keskieurooppalaiset ja venäläiset. Talviaktiviteetit: hiihto, luistelu, lumen ja jään hyödyntäminen, tapahtumat.

*Savonlinnan kesän avaus.* Kohderyhmänä kotimaiset matkailijat ja vapaa-ajanasukkaat. Kesän avaustapahtumat, ostosmahdollisuudet, palvelut vapaa-ajanasukaille.

Vastuutahot: SSM, matkailutiimi

### *Kaupunkikeskustan matkailuvetovoiman vahvistaminen (3.4.)*

Esitetään kansallisen kaupunkipuiston perustamista, kehitetään Riihisaaren-Olavinlinnan alueen vetovoimaa, kehitetään keskustan reittejä ja opastusta ja toteutetaan sesonkeja tukevia vetovoimainvestointeja kuten elämyksellinen valaistus.

- Olavinlinnan ympäristön ja Riihisaaren Saimaan luonto- ja kulttuurikeskuksen kehittäminen Saimaan alueen matkailun ensisijaiseksi vetovoimaiseksi käyntikohteeksi
- Investointikohteiden kaavoituksellisten valmiuksien kehittäminen kaupunkikeskustan alueella

- Torin ja sataman infran ja vetovoiman kehittäminen
- Valotapahtumien kehittäminen elo-joulukuun väliselle ajalle
- Kaupunkialueen opastusten ja viitoitusten kehittäminen, kaupunkikävelysten kehittäminen
- Rantojen käytön kehittäminen – Waterplan – matkailukäyttö huomioiden.

Vastuutahot: Sakke, kaupunki, matkailutiimi.

## 8.2. Matkailualueiden kehittäminen

### *Taajamien ja pienten keskusten matkailuvetovoiman vahvistaminen (3.6.)*

Yhteistyössä keskeisten toimijoiden kanssa laaditaan matkailualueiden kehittämissuunnitelmat, joita toteutetaan kaupungin ja muiden matkailutoimijoiden yhteistyönä. Elinkeinopalvelut avustaa rahoituksen hankkimisessa.

Kehittämällä aktiviteettitarjontaa, tuotteistamalla ja investoimalla viihtyisään ympäristöön & käyntikohteiden kunnostamiseen ja saavutettavuuteen pidennetään matkailijoiden viipymää alueella +1 päivä.

### *Luonto- ja hyvinvointimatkailutarjonnan kehittäminen (3.5.)*

Savonlinnan-Punkaharjun-Kerimäen matkailun kasvuakselille kehitetään aktiviteettitarjontaa suunnittelemalla ja toteuttamalla pyöräily- ja patikointireittiverkosto. Aktiviteetteja tuotteistetaan yritysten kanssa ja tarjonta tehdään näkyväksi Visit Savonlinna-verkkopalvelussa. Samoin kehitetään erityisesti Linnansaaren kansallispuiston tarjontaa.

Yhteistyössä Metsähallituksen kanssa panostetaan kansallispuistojen markkinointiin. Tuetaan yritysten tuotekehitystä liittyen luonto- ja hyvinvointimatkailun tuotetarjontaan.

#### 8.2.1. Kerimäki

- Kerimäen kirkon kehittäminen matkailukohteena: kävijämäärän kaksinkertaistaminen
- Kerimäen kirkkorannan kehittäminen palvelemaan matkailijoita
- Kerimäen palvelun nostaminen esille Visit Savonlinna-verkkopalvelussa

#### 8.2.2. Oravi

- Kaupungin tuki investointisuunnitelmien edistämiseksi ja saavutettavuuden parantamiseksi.

#### 8.2.3. Punkaharju

- Harjualueen reittien ja opastuksen parantaminen
- Yhteistyö Punkaharjun Matkailu ry:n kanssa
- Metsämuseo Luston kehittämisen tukeminen

#### 8.2.4. Savonranta

- Kylämiljöön matkailullisen vetovoiman vahvistaminen
- Kääpäsaaren investointikohteiden markkinointi ja matkakohdekonseptin kehittäminen

#### 8.2.5. Tanhuvaara

- Sport Resort-toiminnan kehittäminen
- Aktiviteettipalvelujen ja retkeilyn kehittäminen

Vastuutahot: Yritykset, SSM, matkailutiimi, kaupunki

### 8.3. Markkinointi

*Kävijöitä houkutellaan erityisesti kotimaasta, Venäjältä, Kiinasta ja saksankielisestä Euroopasta (3.1.)*

Kaupunki osallistuu matkailumarkkinointiin suhteessa yritysten markkinointipanostuksiin. Tehdyn sopimuksen mukaisesti kotimaan markkinointitoimenpiteet, joihin kaupunki osallistuu, määrittelee Savon Seudun Matkailu Oy. Saimaan yhteistä kansainvälistä markkinointia ohjaa Saimaa-sopimus. Kaupunki tekee lisäksi valitsemilleen kohderyhmille omaa kaupunkimarkkinointia.

#### 8.3.1. Kotimaa

SSM tavoittelee markkinointipanostuksen kaksinkertaistamista vuonna 2018 vuoden 2017 tasosta. SSM laatii vuosittaisen markkinointisuunnitelman, jossa linjataan panostukset esitteisiin ja niiden jakeluun, online-markkinointiin ja osallistuminen messuille. Sesonkikohtaisella online-markkinoinnilla pyritään erityisesti vahvistamaan kehitettäviä uusia sesonkeja (talvisesonki, kesäkampanjat eri teemoilla ja eri kohderyhmille, kesän tapahtumamarkkinointi, syysseongin ja syysloman markkinointi).

Vastuutaho: SSM

#### 8.3.2. Ulkomaat

Ulkomaan matkailumarkkinointi toteutuu yhteistyössä Saimaan kaupunkien, Itä-Suomen maakuntien ja Visit Finlandin kanssa. Pääkohdemarkkinoita ovat Keski-Eurooppa (erityisesti saksankielinen alue), Venäjä ja Aasia (painopisteenä Kiina). Saimaa-sopimuksen allekirjoittajat ovat sopineet tavoitetasoksi 1 miljoonan euron vuotuisen panostuksen Saimaan markkinointiin. Sopimuksessa ovat mukana Imatra, Lappeenranta, Mikkeli ja Savonlinna. Rahoitusta täydentävät muut osallistuvat kunnat. Tavoitteena on yritysrahoituksen osuuden ja yritysveltoisuuden vahvistaminen Saimaan markkinoinnissa käynnistysvaiheen jälkeen. Saimaalle on luotu oma brändi Lake Saimaa – Purest Finland, jota kaupungit ja osallistuvat yritykset voivat käyttää myös omassa viestinnässään.

Saimaan markkinointiyhteistyö toteutuu Etelä-Savon osalta kaupungin osallistumisena Visit Saimaa-matkailuhankkeeseen 2017-2019 vuositasolla 80 000 euron rahoituspanoksella. Hankerahoituksen lisäksi Savonlinnan pitää omana työnä vastata tuotekoordinaatiosta ja sisällöntuotannosta kansainväliseen markkinointiin.

Osa Visit Saimaa-markkinointipanoksesta kanavoituu Visit Finlandin ja neljän Itä-Suomen maakunnan (Etelä-Karjala, Etelä-Savo, Pohjois-Karjala, Pohjois-Savo) yhteistyössä toteuttamaan Lakeland Finland markkinointiin, jonka sisällöstä ja toteuttamistavoista sovitaan keväällä 2017. Itä-Suomen maakunnat on valittu matkakohteeksi EU:n matkailukomission (ETC) EU – China year-makrohankkeeseen, jossa 26 miljoonan euron panostuksella markkinoidaan valittuja EU:n matkakohteita erityisesti Kiinassa.

Vastuutahot: SSM, matkailutiimi

#### 8.3.3. Kaupunkimarkkinointi

Matkailumarkkinointi nivelletään tukemaan kaupungin viestintästrategiassa määriteltävää kaupunkimarkkinointia, jonka kohderyhminä ovat esimerkiksi asukkaat, yritykset, investorit ja vapaa-ajanasukkaat. Kaupungin tiedotus- ja viestintä toimii matkailumarkkinointia tukien ja vahvistaen.



Tiedotusaineistoihin kuten karttoihin, esitteisiin ja tiedotuslehtiin sisällytetään matkailusisältöjä, kuten tiedot matkailuinfosta ja Visit Savonlinna-verkkopalvelusta.

#### 8.4. Myynnin kehittäminen ja matkanjärjestäjätyö

Matkailun myyntikanavien kehittäminen on yksi suurimmista matkailun kasvun pullonkaloista. Erityisesti valmismatkalain tarkoittamien pakettien myyntiä Savonlinnasta pitää vahvistaa. Kaupunki voi myötävaikuttaa myyntitoiminnan vahvistamiseksi (ryhmämyynti, b2b-myynti, kokous- ja konferenssimyynti) tekemällä sopimuksia markkinointiyhteistyöstä ja palvelujen ostoista. Tärkeä osa myynnin tukea on että kaupungilla on matkailun palveluntarjoajista (matkailuyritykset) neutraali taho tai henkilö, joka voi esitellä kaupungin matkailukohteita ja yrityksiä vieraileville matkanjärjestäjille. Yhteistyö incoming-toimiston kanssa voi olla mahdollisuus edistää matkailuyritysten myyntiä.

Käynnistetään paikallisten toimijoiden kesken myynnin kehittämishanke, jota Savonlinnan matkailua kokonaisuutena palvelevien suurempien pakettien, ryhmätuotteiden ja kokousten myynti saadaan järjestettyä.

Vastuutaho: matkailutiimi

### 8 Matkailuinfo

Kaupungin omistamat Visit Savonlinna ([www.visitsavonlinna.fi](http://www.visitsavonlinna.fi)) ja tapahtumakalenteri Savonlinna Nyt ([www.savonlinnannyt.fi](http://www.savonlinnannyt.fi)) ovat Savonlinnan matkailumarkkinoinnin perusta. Visit Savonlinna on avoin kaikille palveluyrityksille. Myös kylät, kaupunginosat ja matkailukohteet voivat tuottaa omatoimisesti sisältöjä ja tehdä alustalla yhteismarkkinointia. Esimerkkinä tällaisesta verkoston näkyvyydestä on käsityöyrittäjien luoma Craft & Design Savonlinna –sivu sekä SAKKE ry:n luoma Shopping Savonlinna-konsepti. Visit Savonlinna on 4-kielinen (FI EN RU DE). Kieliversioiden laajuus riippuu ensisijaisesti yritysten tahdosta tehdä erikielistä sisältöä. Alustan tekninen ylläpidosta vastaa kaupunki. Sisällön manageroinnista ja kehittämisestä vastaa Savonlinnan Seudun Matkailu Oy. Kaupunki osallistuu manageroinnin kustannuksiin SSM:n kanssa tehdyn sopimuksen mukaisesti.

Matkailumarkkinointikäyttöön päivitetään vuosittain sisältöjen neljällä eri kielellä ja tuotetaan AV-materiaalia. Tätä varten varataan ostopalvelumääräraha. Kehitetään monikielistä opastusta museoissa ja kohdeopastusta Savonlinnassa omatoimimatkailijoita palvelemaan. Laajennetaan Visit Savonlinna-palvelun näkyvyyttä paikoilla, joissa matkailijat liikkuvat. Toteutetaan monikielinen Visit Savonlinna opastus-sovellus (app) strategisten kumppaneiden ja museoiden kanssa yhteistyönä.

1.4. 2017 alkaen matkailun neuvontapiste on organisoitu Riihisaareen Saimaan luonto- ja kulttuurikeskukseen yhteistyössä Savonlinnan maakuntamuseon, Metsähallituksen ja Savonlinnan Seudun Matkailu Oy:n kesken. Järjestely koskee matkailuinfopisteen järjestämistä museon lipunmyyntipisteen ja museokaupan yhteyteen ja se on tarkoitettu pysyväksi. Kaupunki palkkaa sesonkiaikoina matkailuneuvojia infopisteeseen. Metsähallitus ja Savonlinna Seudun Matkailu Oy panostavat yhdessä ympärivuotisen vastaavan asiakasneuvojan palkkaamiseen, jonka tehtäviin kuuluu matkailusezonkien ulkopuolella Visit Savonlinna-palvelun päivittäminen ja Savonlinnan Seudun Matkailu Oy:n markkinointitehtävät. Savonlinnan toinen matkailuinfopiste toimii omarahoitteisena Metsämuseon Lustossa.

Elinkeinopalvelut kehittää palveluprossia ulkopuolelta tulevien matkailuyrittäjien ja investorien palvelemiseksi Savonlinnaan sijoittumisen helpottamiseksi. Osana matkailun kehittämistä ja kaupunkimarkkinointia kerrotaan matkailun investointikohteista eri sidosryhmille ja osallistutaan Invest in Finlandin ulkomaisten investorien hakuun. Viestiä investointimahdollisuuksista pidetään esillä myös kansainvälisissä ammattilaistapahtumissa, joihin Savonlinna tai Saimaa osallistuvat.

Vastuutahot: Kaupungin elinkeinopalvelut, tekninen virasto.

## 10 Saavutettavuuden kehittäminen

### *Strategisten liikenneyhteyksien turvaaminen (1.6.)*

Kehitetään junayhteyttä ja sen markkinointia osana matkailutuotteita erityisesti Punkaharjun alueella.

Myötävaikutetaan Parikkalan rajanylityspaikan avaamiseen ja erityisesti sen avautuessa hyödynnetään täysimittaisesti sen myötä avautuvat kansainvälisen matkailun kehittämismahdollisuudet. Selvitetään mahdollisuudet parantaa yhteysliikennettä Vainikkalan rautatieasemalta Venäjän junilta Savonlinnaan.

Säilytetään lentoyhteys Helsinkiin. Myötävaikutetaan että yhteistyö lentoliikenteen operaattorin ja matkailun incoming-toimijoiden ja matkanjärjestäjien kanssa lisääntyisi. Huomioidaan lentoliikenteen kilpailutuksessa matkailulliset näkökulmat. Selvitetään mahdollisuudet ja tehdään suunnitelma Savonlinnan lentoasemalle saapuvan incoming-matkailuliikenteen lisäämiseen ja ryhdytään toteutettavuusarvion perusteella toimenpiteisiin.

Kehitetään sisäistä saavutettavuutta siten että kaupungin keskusta, Tanhuvaara, Punkaharju ja Kerimäki muodostavat ilman omaa autoa saapuville helposti saavutettavan matkailualueen, jossa on mahdollista liikkua julkista liikennettä ja polkupyöriä hyödyntäen. Tehdään aktiivisesti liikennemuotojen kehittämistyötä siten että matkailijoiden on helppo ostaa kuljetus perille matkailuyritykseen tai käyntikohteeseen saakka.

## 11. Tapahtumien kehittäminen

Tapahtumat saavat ilmaiseksi laajaa näkyvyyttä Savonlinna Nyt ja Visit Savonlinna ja [www.savonlinna.fi](http://www.savonlinna.fi) verkkopalvelujen kautta. Kaikki tapahtumat, jotka ovat syöttäneet tietonsa Savonlinna Nyt-alustalle, ovat halutessaan mukana online-markkinointikampanjoissa.

Tapahtumien kehittämisessä etusijalla ovat tapahtumat, jotka pidentävät kesäsesonkia ja tukevat uusien matkailusesonkien kuten joulusesongin luomista. Kaupunki rakentaa pitkäjänteisesti tapahtumille infraa ja toimintaedellytyksiä mm. kehittämällä toimintaympäristöä ja innovatiivisia valaistusratkaisuja. Tapahtumakehittäminen tapahtuu Savonlinnassa yritysveltoisena. Savonlinnan kaupungin elinkeinopalvelut voi tapahtumien käynnistysvaiheessa tehdä yhteistyötä uusien tapahtumien kehittäjien kanssa.

Savonlinnan kaupunki tekee yhteistyötä Savonlinnan oopperajuhlien kanssa ja rahoittaa oopperajuhlien järjestämistä ja kehittämistä. Yhteistyötä oopperajuhlien kanssa syvennetään. Huolehditaan oopperajuhlien näkyvyydestä kaupungin strategian mukaisesti kaupunkikuvassa. Neuvotellaan oopperajuhlien kanssa yhteistyösopimus, joka kattaa kaikki yhteistoiminnan osa-alueet.

## 12. Kaupungin elinkeinopalvelut ja yhteistyö yritysten kanssa

Yrityspalvelut palvelee aloittavia ja kehittyviä yrityksiä yritysjärjestelyihin, yrityksen kasvuun ja rahoitukseen liittyvissä asioissa. Huolehditaan että yrittäjillä on käytettävissään Yritys-Suomi-konseptin mukaiset yrityspalvelut, mutta myös sisäisellä markkinoinnilla ja koulutuksella sitoutetaan kaikkia matkailualan toimijoita Savonlinna ja Saimaan brändiin ja yhteismarkkinointiin sekä hyödyntämään yhteisiä työkaluja.

Invest-in ja inbound-toiminta matkailualalla. Kaupunkia markkinoidaan aktiivisesti matkailun investointikohteena ja ylläpidetään investoreita ja kiinteistökehittäjiä palvelevaa aineistoa matkailun kehityksestä. Yrityspalvelut palvelee investoinneista ja matkailukehittämisestä kiinnostuneita tarjoamalla apua liiketoiminnan suunnittelussa, rahoitusratkaisujen etsimisessä ja verkostoitumisessa.

Matkailun, kaupan ja palvelualojen aamiaistreffit järjestetään joka kuukauden toisena tiistaina kesäsesongin ulkopuolella (syys-loka-marras-joulu-tammi-helmi-maalis-huhti-touko). Tilaisuus on vapaamuotoinen tapaaminen, jossa on lyhyitä alustuksia ajankohtaisista aiheista.

Savonlinnan matkailufoorumi on huhtikuussa järjestettävä vuotuinen tapahtuma, jonka tarkoitus on tukea seuraavan matkailuvuoden tuotteistamista ja markkinointia sekä esitellä yrityksille hyödyllisiä uusia työvälineitä. Foorumi koostuu ajankohtaisteemojen käsittelystä luentojen ja keskustelujen keinoin sekä Savonlinnan matkailutorista, jossa toimijat esittäytyvät expo-muotoisessa tilaisuudessa. Kutsutaan foorumiin mukaan myös kaupungin ulkopuolisia toimijoita ja sidosryhmiä.

Lakeland-Saimaa-matkailufoorumi on vuosittain loka-marraskuussa järjestettävä Itä-Suomen matkailun kehittämiskysymyksiä käsittelevä foorumi. Järjestelyvastuu kiertää: 2015 järjestäjänä oli Savonlinna, 2016 Lappeenranta.

### 13. Yritysvalmennus

Edistetään erityisesti luovien ja palvelualojen start-up kulttuuria Savonlinnassa yhteistyössä Etelä-Savon toimijoiden kanssa. Järjestetään ideakilpailu- ja yrityshautomotyyppistä toimintaa matkailun liiketoimintamallien uudistamiseksi.

Järjestetään vuosittain matkailuyrityksille yrityskoulutusta ja valmennusta ajankohtaisista aiheista: sähköiset jakelukanavat, some-markkinointi, sisältömarkkinointi, tuotteiden hinnoittelu ja kulloinkin ajankohtaiset markkinasignaalit.

### 14. Strateginen johtaminen ja toiminnan organisointi

Matkailun kehittämistä koordinoivat yhteistyösopimusten perusteella kaupungin elinkeinopalvelut (ml. Savonlinnan Hankekehitys Oy), Savonlinnan Seudun Matkailu Oy (SSM) sekä Sakke ry. Yhteistoimintaa säätelee kaupungin. Em. toimijoiden työntekijöistä muodostetaan operatiivinen matkailutiimi, jossa toimivat SSM:n toimitusjohtaja, matkailun kehitysjohtaja, matkailuassistentit, kaupungin tiedottaja sekä Sakke ry:n koordinaattori/toiminnanjohtaja.

Savonlinnan kaupungin strategia ohjaa matkailun kehittämistä ja asettaa strategiset tavoitteet. Lisäksi matkailun kehittämissuunnitelmassa huomioidaan ja yhteen sovitetaan strategisten kumppaneiden tavoitteet.

Seurataan ja viestitään matkailun kehittämissuunnitelman toteutumista vuosittain Savonlinnan matkailufoorumissa. Matkailussa strategisia kumppaneita ovat ne tahot, jotka valmistelevat yhdessä toimenpidesuunnitelmia joillain strategian osa-alueilla ja panostavat resursseja niiden toteuttamiseen.

Selkeytetään johtamista siten että on vastuutahot ovat selvillä kaikkien tiedossa. Muodostetaan avaintoimijoista säännöllisesti kokoontuva johtoryhmä. Johtoryhmä seuraa matkailun kehitystä ja päivittää tietoja kaupungin poliittiselle johdolle säännöllisesti.

Kehitetään mittareita tukemaan strategista johtamista yhteistyössä Savonlinnan Seudun Matkailu Oy:n kanssa. Kaupungin tiedottaja huolehtii siitä että Savonlinnan matkailun kehittämisestä viestitään paikallisille ja valtakunnallisille tiedotusvälineille suunnitelmallisesti ja aina merkittävien uutistapahtumien yhteydessä ja näin luodaan positiivista kehitysnäkymää matkailulle ja koko kaupungille.

#### 15. Resursointi

Markkinoinnin yhteistyössä sovitaan resursseista Savonlinnan Seudun Matkailu Oy:n kanssa. Kaupungin keskustan alueella tehdään puitesopimuksen mukaisesti yhteistyötä Sakke ry:n kanssa. Puitesopimukset solmitaan valtuustokausittain.

Kaupunki koordinoi matkailun toimintaympäristön kehittämistä ja matkailuneuvonnan organisoimista, pitää yllä Visit Savonlinna ja Savonlinna Nyt –alustoja. Innovatiivisiin toimenpiteisiin haetaan hankerahoitusta käynnistysvaiheessa.

#### 16. Toimenpiteet

Matkailun kasvun kannalta keskeisimmät toimenpiteet. Ks. myös kohta 7.

Toimenpiteen nimi	Selostus	Resursointi
Lentoliikenteen kehittäminen	<b>Charter-/reittimatkailuliikenteen kehittäminen SVL</b> Kapasiteetin kerääminen matkanjärjestäjille Toteutettavuusselvitys Lentoyhtiöiden/matkanjärjestäjien kanssa käynnistettävä yhteistyö	Koordinointivastuu Pellervo Kokkonen. Tarkennettu toimenpidekohtaisesti SSM Oy, Visit Saimaa Toteutettavuusselvitys 60 000 €, Route Development Fund/Matkanjärjestäjäyhteistyö: 800 000 €. <b>Budjetointi 2019</b>
Retkeilyreittien kehittäminen	<b>Kehitetään ja tuotteistaan erityisesti kv. matkailijoille patikointi- ja pyöräilyreitistö</b>	Kaupunki omana työnä. Sivistystoimi, tekninen toimi ja elinkeinopalvelut. Matkailuyritykset yhteistyössä. Suunnitelma, <b>budjetointi 2018.</b>
Matkailun tuotekehitys	<b>Kokonaisvaltaisten ja viipymää pidentävien tuotteiden kehittäminen.</b>	SSM, yritykset, matkailutiimi. Oma työ, osittain hankerahoituksella.
Visit Saimaa	<b>Kansainvälisen matkailun kasvu: Aasia, Keski-Eurooppa, Venäjä</b> Etelä-Savon osuus (ml. Varkaus Pohjois-Savosta) Saimaan yhteismarkkinointipanostuksesta.	Kokonaisbudjetti 1,8 M€/2v Savonlinnan rahoitusosuus hankkeesta 160 000 €. Savonlinnalla ei omaa

	Hankkeen toteutusvastuu Miksei Oy	hankebudjettia. EAKR 60 %. 2017-2019. <b>KÄYNNISSÄ</b>
Matkailumarkkinointi, kotimaa	<b>Matkailun markkinointisuunnitelma.</b> - myyntiesitteet, markkinointikampanjat, messut	SSM Oy. Yhteistyösopimus kaupungin kanssa, yritysten yhteisrahoitus. SSM hallitus.
Visit Savonlinna ja Savonlinna Nyt	<b>Verkkopalvelun kehittäminen</b> - kieliversioiden (EN DE RU laajentaminen) - käytettävyys ja alustan kehittäminen - sisällöntuontanto - yritysten ja tapahtumanjärjestäjien aktivointi - hakukoneoptimointi	Matkailutiimi ja yhteistyökumppanit. Pääosin omana työnä.
Kulttuuri- ja luonnonperintökohteiden brändääminen ja markkinointi, Matkailufon kehittäminen Riihisaassa	<b>Etsitään uusia innovatiivisia tapoja vahvistaa Savonlinna- brändiä tuomalla esille kohteita.</b> - kohdeopastuksen kehittäminen; mobiilioppaan kehittäminen - monikielisen opastuksen kehittäminen - kohteiden saavutettavuuden parantaminen - kansainvälisen markkinoinnin vahvistaminen	Kaupunki, Metsähallitus, Museovirasto, Lusto. <b>Hankevalmistelu ENI Cultural Bridge.</b> <b>Rahoituspäätöstä odotetaan: Local Cultural Flavors</b>
Invest-in/inbound-toiminta	<b>Investoreiden, operaattoreiden ja kehittäjien hakeminen matkailukeskuksiin.</b>	Elinkeinopalvelut. Omana työnä/Aktivaattorihanke. Käynnissä.
Keskustan kehittäminen	<b>Joulukaupunkihanke Senior resort</b>	Hankevalmistelussa. R.V-K.
<b>Hankeilla rahoitettavat kehittämistoiminpiteet</b>		
Savonlinna Illumination	<b>Pimeiden sesonkien valaistus ja valoshowt kävijöiden houkuttelemiseksi.</b> LED-valaistuspilotit, video mapping-teknologian käyttöönotto Savonlinnassa. Laitteinvestoinnit	Investointihanke Kehittämishanke <b>ODOTTAA RAHOITUSPÄÄTÖKSIÄ TAMMIKUU</b>
RuralGrowth Interreg Europe	<b>Matkailun ja maaseutuelinkeinojen ideahautomo</b> Seitsemän EU-maan hanke, jossa etsitään parhaita käytänteitä maaseutualueiden elinvoiman uudistamiseen matkailutaloutta vahvistamalla 2016-2020. Etelä-Savon maakunnallinen hanke.	Kokonaisbudjetti 1,7 M€. Savonlinna 285 616 €. Omarahoitusosuus n. 7 % kokonaiskustannuksista. <b>KÄYNNISSÄ</b>

	Matkailun innovaatiotoimintaa (think tank).	
St. Petersburg Lake Saimaa Tourism Corridor	Pietarin kaupungin, Imatran, Lappeenrannan, Mikkelin ja Savonlinnan yhteinen hanke kolmansista maista tulevien matkailijoiden houkuttelemiseksi.	883 955 € 2018-2020. Hyväksytty. Savonlinna lead partner – oma budjetti 204 533 €. HaKe Odottaa ENI-rahoitusohjelman ratifiointia.