

## SUOMEN MATKAILUORGANISAATIOIDEN YHDISTYS -SUOMA RY

### TOIMINTASUUNNITELMA KAUELLE 1.1. - 31.12.2021

#### 1. TOIMINNAN TARKOITUS JA KESKEISET TOIMENPITEET

SUOMA ry on jäsenorganisaatioidensa ja näiden kanssa yhteistyössä toimivien matkailuyritysten puolueeton edunvalvoja ja verkostoitumisen edistäjä. Yhteistyöllä ja hyvien käytäntöjen jakamisella parannetaan sekä matkailuorganisaatioiden että matkailuyritysten toimintaedellytyksiä ja toimintakykyä. SUOMA ajaa koko matkailuelinkeinon etua vaikuttamalla matkailun valtakunnalliseen päätöksentekoon sekä toimimalla mahdollisimman aktiivisesti eri foorumeilla ja yhteistyöryhmissä. Erityisen tärkeää on vaikuttaminen myös jokaisen jäsenen omalla alueella siten, että matkailu teollisuusalan ymmärretään ja siihen panostetaan myös paikallisesti.

SUOMA panostaa voimakkaasti kotimaan yhteismarkkinointiin yhteistyössä matkailuorganisaatioiden ja yritysten kanssa erityisesti **100syytä matkailua Suomessa -kampanjan avulla**, joka toteutetaan v. 2021 viidettä kertaa. 100syytä -kampanjan rooli valtakunnallisena kotimaan matkailumarkkinoinnin veturina nousi erityiseen arvoon, kun koronakevään jälkeen lähdettiin nostamaan matkailuelinkeinoa jaloilleen. Kampanjan tulokset ovat olleet kasvussa joka vuosi ja jo heinäkuussa 2020 ylitettiin koko edellisen kampanjakauden käyntien määrä 100syytä.fi -sivustolla. Matkailurajoitusten purkamisen myötä kotimaan matkailu pääsi käyntiin kesäkuussa ja heinäkuussa suuressa osassa Suomea tehtiin ennätysellisen hyvä tulos.

Ulkomailta Suomeen suuntautuva matkailu tulee elpymään hitaasti ja nyt on entistä tärkeämpää lisätä kotimaan matkailua ympärivuotisesti. Kesän 2020 aikana havaittiin miten tärkeää olisi viimeinkin saada toteutumaan koulujen alkamisen siirtäminen kahdella viikolla eteenpäin. Kesäkauden jatkamisessa jokainen viikko on merkittävä. Elokuun saaminen täysipainoiseksi matkailukuukaudeksi kotimaan matkailun osalta parantaa merkittävästi myös ulkomaisten matkailijoiden palveluita, koska elokuu on monissa Keski-Euroopan maissa tärkein lomakuukausi.

Kestävän kehityksen mukaisen ja laaja-alaisesti vastuullisen matkailun periaate on keskeinen arvo, jonka toteuttamista SUOMA ja sen jäsenorganisaatiot edistävät kaikessa toiminnassaan. Vastuullisuuteen kuuluu nyt erityisenä asiana turvallisen matkailun varmistaminen korona pandemian aikana.

SUOMA pitää tärkeänä myös Suomen luonnonarvoista huolehtimista erityisesti luontoon tukeutuvilla matkailualueilla ja vastustaa ympäristöä vaurioittavan kaivostoiminnan ja muun teollisuuden sijoittumista niiden läheisyyteen.

Vaikka kansainvälinen matkailu on nyt lamassa, niin tulevaa nousua ajatellen on tärkeää, että Suomessa on hyvä liikkumisen infrastruktuuri ja toimivat liikenneyhteydet. Erityiden tärkeää kansainvälisen liikenteen osalta on huolehtia maakuntakenttien säilymisestä yli tilapäisen lentoliikenteen taantumasta, koska kansainvälisessä matkailussa kohteiden tarkastelu tapahtuu suurelta osin lentopohjaisesti ja lentoliikenne on tärkeää myös muun vientiteollisuuden kannalta. Samaan aikaan tulee painottaa ympäristöystävällistä maata pitkin liikkumista Suomen sisällä.



## KESKEISET TOIMENPITEET VUODELLE 2021:

### 1.1.100 syytä matkailla Suomessa kampanja jatkuu entistä laajempina

Kansainvälisen matkailun elpyminen tapahtuu parhaimmassakin tapauksessa hitaasti ja 100syytä matkailla Suomessa -kampanjalla on entistään tärkeämpi rooli matkailuelinkeinon selviytymisessä pandemiasta johtuvan kansainvälisen matkailun taantumasta. Ennusteiden mukaan kansainvälinen matkailu voi palautua pandemiaa edeltävälle tasolle vasta vuonna 2023.

Mikäli Suomen sisäiset matkailuolot saadaan säilymään turvallisina, niin kotimaan matkailulla on vielä runsaasti kasvupotentiaalia. Se kuitenkin vaatii näkyvää ja laajaa tarjonnan esilläoloa keskitetyssä kanavassa ja siitä helppoja siirtymiä kohteiden ja alueiden sivuille ja varausjärjestelmiin. Tarjonnan pirstaleisuus on useaan otteeseen todettu epäkohta kotimaan matkailun kehittämisessä ja sitä täytyy varoa nyt kun hyvin moni markkinointipalveluita tarjoava taho on julistautunut kotimaan matkailun edistäjäksi.

100syytä kampanjan ja 100syytä.fi -sivuston sekä some -kanavien tehtävänä on myös antaa eri kohderyhmille kiinnostavaa inspiraatioita kotimaan hienoista mahdollisuuksista. Kotimaan matkailija potentiaalia kasvattaa huomattavassa määrin se kuluttajaryhmä, joka on lomailut jopa vuosikymmenien ajan pääsääntöisesti ulkomailla. Kesän 2020 aikana 100syytä -sivuston käyntien määrä ylitti jo heinäkuussa koko edellisen kauden tason ja oli syyskuun puolivälissä 550 000 käynnin tasolla eli 41% suurempi kuin koko edellisen kauden aikana. 100syytä -brändi tulee tunnetummaksi vuodelta, mutta tunnettuus ei kehity automaattisesti ilman voimakasta mainontaa.

Tulevassa 100syytä -kampanjassa laajennetaan kohteiden määrää yli nykyisen 100 syyn. Jokaiseen kampanjapakettiin sisällytetään enemmän syitä pakettien hintojen säilyessä vuoden 2020 tasolla. Näin paketin sisällä yhden syyn hinta on jopa 55% alaisempi kuin aikaisemmin. Tämä mahdollistaa entistä laajempia alueellisia esiintymisiä ja kustannusten jakamisen useamman osapuolten kesken. Työ- ja elinkeinoministeriön tuella kesällä 2020 toteutetun Vinkkipankin tekniikkaa tullaan hyödyntämään syiden sisään syöttämisessä ja päivittämisessä. Yhtenä tavoitteena on entistä helpompi tarjonnan variointi ja päivitettävyyden kauden eri ajankohtien mukaan.

Hyvin toimivan sivuston ohella kampanjan tärkeä osa on brändiin, alueellisiin paketteihin ja jokaiseen syihin kohdistuva mainonta some- ja digikanavissa. Se on tuottanut joka vuosi entistä parempia tuloksia ja brändin tunnettavuuden kasvaessa myös orgaanisen näkyvyyden vaikutus on kasvanut. Lisäksi ulkomainonta toi hyviä tuloksia kesällä 2020 ja sen jatko on mahdollista, mikäli toivottu tuki Työ- ja elinkeinoministeriön puolelta jatkuu kohtuullisella tasolla.

Tärkeässä roolissa kotimaan matkailun ilmiöittämisessä on aktiivinen mediaviestintä, jonka tuloksena saatiin yli 140 mediaosumaa kesällä 2020 elokuun loppuun mennessä. SUOMAN asema kotimaan matkailun mediakommentoinnissa ja substanssiasiantuntijana vahvistui erityisen paljon kesän 2020 aikana ja myös matkailuorganisaatioiden rooli kommentoijina kasvoi yhteisen mediaviestinnän seurauksena. Mainontaa ja viestintää jatketaan hyväksi havaitulla ja tuloksia tuottaneella tavalla myös kauden 2021 aikana.

Kauden käynnistäminen aikaisin toukokuussa ja jatkaminen mahdollisimman pitkään toteutui jo 2020 kampanjassa kun kampanjakautta jatkettiin lokakuun loppuun. Lisäksi syyskesän markkinointia tehosti 100syytä sivuston laajennusosa Vinkkipankki, joka toteutui TEM tuella ja tukea saatiin myös sen markkinointiin. Kentältä on



tullut runsaasti kyselyitä 100syytä kampanjan saamisesta ympärivuotiseksi ja alustavien suunnitelmien mukaan kampanja jatkuu myös talvella 2021/2022, mikäli matkailukentän kiinnostus konkretisoituu panostuksina.

Kampanjan budjetin kannalta on oleellista, että mahdollisimman moni matkailualue ja organisaatio budjetoi kampanjaosallistumisen jo syksyllä niin, että valmius kampanjan käynnistämiseen saadaan tehtyä ajoissa toukokuun alussa.

100 syytä matkailu Suomessa -teema kiinnitetään näkyvästi myös Matka -messut esiintymiseen, SUOMA ryhmämyyntikiertueeseen ja muihin mahdollisiin SUOMAn esiintymisiin. Kampanjan valtakunnallista arvostusta kuvaa syksyllä 2019 Finnish Travel Galassa saatu ”Vuoden matkailukuvan nostaja” -palkinto. Syyskuussa 2020 Pohjoismaiden suurin vaikuttajamarkkinointitoimisto PING palkitsi kampanjan ”Vuoden ilmiö”-palkinnolla.

## MATKA messuilla näytävä 100syytä kampanjan esilläolo

**MATKA 2021** – messut siirtyivät tammikuulta toukokuulle ja ne pidetään **19.-23.5.2021**. Ajankohta on kotimaan matkailun esille nostamiseen erittäin hyvä ja sopii myös 100syytä kampanjan esilletuomiseen, kun 100syytä.fi sivusto on avattu jo toukokuussa. SUOMA messuosasto brändätään 100syytä -teemalla ja kuluttajia voidaan nyt tehokkaasti aktivoida, kun ajankohtainen 100syytä.fi -sivusto on käytössä toisin kuin messujen perinteisenä järjestämisaikana tammikuussa. SUOMA jatkaa myös toimintaa messujen info-osastona yhteistyössä matkailualan oppilaitosten kanssa, mikäli uuteen messuajankohtaan on saatavissa opiskelijaresursseja. Aikaisempina vuosina messuhallissa liikkuvia vihreä I- ja 100syytä -tunnuksin varustettuja oppaita on ollut yli 100 useasta matkailualan oppilaitoksesta. Yhteistyö oppilaitosten kanssa on tärkeää ja vuosien mittaan n. 1500 opiskelijaa on saanut messukokemusta ja tuntumaa matkailualueisiin ja valtakunnalliseen yhteistyöhön.

## Ryhmämatkat uuteen nousuun SUOMA ryhmämatka kiertueella

Vaikka kotimaan matkailussa päästiin erityisesti heinäkuussa 2020 hyvään tulokseen, niin se tapahtui käytännössä täysin individuaalimatkailun kautta. Ryhmämatkailua ei käytännössä ollut ja sen puuttuminen näkyi erityisesti elokuussa, jolloin koulujen lomien päätyminen hiljensi merkittävästi yksilömatkailua. **SUOMA ryhmämatka – myyntikiertueet** ovat vuodesta toiseen jo 26 vuoden ajan osoittaneet tarpeellisuutensa kotimaan ryhmämatkailun tehokkaana foorumina ja ovat selkeästi suurin Suomessa järjestettävä matkailun myyntitapahtuma. Vuosittain on perinteisesti järjestetty kaksi neljän päivän kiertuetta, toinen helmikuussa ja toinen lokakuussa. Mikäli matkustusolosuhteet näyttävät suotuisilta, niin erityisen tärkeässä roolissa on vuoden 2021 ensimmäinen kiertue, joka voidaan ajoittaa tarvittaessa myöhemmälle kevättalvella. Ryhmämatkailussa on nyt patoutunutta kysyntää, johon kannattaa kiertueen toteutuessa reagoida osallistumalla myyntikiertueille aktiivisesti jäsenetuhinnalla matkailuorganisaatio/yritykset yhdistelmällä. Myös ryhmämatkakiertueet brändätään entistä enemmän 100syytä henkiseksi. Kiertueiden järjestäminen on ulkoistettu Ykkösmedia Oy:lle <https://www.ykkosmedia.fi/suoma/>.

## 1.2. Koulujen kesäloman siirrolla parempi valmius kansainvälisen matkailun käynnistymiseen

Koulujen kesälomien siirto on ollut matkailuväen kestoaihe ja SUOMA on eri muodoissaan vaikuttanut siihen jo yli 10 vuoden ajan. Pieni liikahdus oli ministeri Lintilän aloitteesta v. 2018 tehty selvitys siirron tarpeellisuudesta,



joka osoitti konkreettisesti, että koulujen alkamisen siirtäminen kahdella viikolla toisi n. 200 miljoonan euron suoran matkailutulon lisäyksen.

Suoran matkailutulon lisäyksen ohella matkailulla on suuria kerrannaisvaikutuksia useille elinkeinoaloille ja esim. koululaisten ja opiskelijoiden työllistämiseen. Nuorten työllistämisaikutukset eivät rajoitu matkailuyrityksiin, vaan esim. kaupan ala on merkittävä matkailuhyödyn saaja ja myös merkittävä opiskelijoiden työllistäjä.

Siirto tekisi myös elokuusta täysipainoisen lomakuukauden ja palvelut olisivat nykyistä kattavammin käytössä ulkomaisten matkailijoiden keskeisenä loma-aikana. Ulkomaisten matkailijoiden palvelutarjontavalikoimalla elokuussa on erittäin suuri merkitys, kun toivottava kansainvälisen matkailun nousu ja myös kilpailu matkailijoista käynnistyy. Tavoitteena tulisi olla, että siirto on toteutettu v. 2024 mennessä ja päätökset siitä pitäisi pystyä tekemään 2021 aikana.

Siirto on perusteltavaa jo pelkästään matkailun laajoilla kansantaloudellisilla vaikutuksilla ja on luontevaa, jos Suomi siirtyy muutakin liiketoimintaa ajatellen lähemmäksi sitä lomarytmiä, mikä tärkeissä asiakasmaissa Euroopassa on käytössä. Muutos vaatii luonnollisesti suuren kertaluonteisen organisoitumisen koulujärjestelmässä, mutta muutoksessa ei mikään taho menetä mitään. Kun siirrytään ns. uuteen normaaliin, niin ei ole järkevää pitää kiinni perinteestä, että heinäkuussa Suomi suljetaan. Loma-aikojen porrastaminen ja jakaminen useampaan osaan vähentää ruuhkia matkailukohteissa oletettavasti vaikuttaa myös jaksamiseen paremmin kuin 4-6 viikon kertaloma. Muutos on tehtävä samaan aikaan koko maassa, mihinkään alueellisiin kokeiluihin ei ole tarvetta mennä, eikä se käytännössä ole mahdollistakaan.

SUOMA jatkaa entistä määrätietoisemmin koulujen kesälomien nopeaan siirtoon tähtäävää vaikuttamista ja kokoaa asiaa edistämään mahdollisimman laajan rintaman. Matkailuelinkeino on yksimielisesti siirron takana, mutta asian vieminen eteenpäin vaatii laajempaa taustaa muilta elinkeinosektoreilta. Mikäli asialle saadaan matkailuelinkeinon lisäksi riittävän laaja hyväksyntä työntantajjärjestöiltä ja ammattiliitoilta ja tietysti myös lapsiperheiltä, niin sitten valtionhallinnon tulisi tehdä tarvittavat poliittiset päätökset ja ryhdyttävä laatimaan siirtosuunnitelmaa.

### 1.3. Matkailuneuvontatyön tulevaisuuden palvelutarpeiden kartoittaminen ja palveluluokituksen uudistaminen

SUOMA käynnisti i-toimistojen tulevaisuuden palvelutarpeiden kartoittamisen ja toimistojen kriteeristön uudistamistyön jo vuoden 2019 loppupuolella ja tavoitteena oli saada työ valmiiksi 2020 syksyyn mennessä. Korona kuitenkin hidasti hyvin alkanutta I-jaoksen työtä. Kevään 2020 olosuhteissa ei ollut mahdollisuutta sitä täyspainoisesti edistää, kun kaikkien energia painottui pandemiakysymyksiin.

Nykyinen i-kilpi kriteeristö on ollut käytössä pienin uudistuksin vuodesta 2007 lähtien. Vihreää i-kilpeä käyttäviä matkailuneuvontapisteitä on koko maan kattavasti reilut 100 kpl. Kriteeristön ja toimistojen verkostoitumisen myötä on pystytty parantamaan laatua ja selvästi lisäämään vihreän i-kilven tunnettavuutta.

Matkailijoiden palvelutarpeet ovat muuttuneet tänä aikana merkittävästi ja sen myötä myös matkailutoimistojen rooli on suuntautunut entistä enemmän some- ja digiympäristön ylläpitoon ja sitä kautta tapahtuvaan viestintään. Uudistuksella tähdätään siihen, että verkosto pystyy pandemian jälkeen entistä paremmin vastaamaan kansainvälisten asiakkaiden palvelusta. I-toimistot ovat hyvin toimiessaan keskeinen osa matkailijoiden katkeamatonta palveluketjua sekä ennen matkaa että matkan aikana kohdealueilla. Lisäksi ne toimivat kokoavana kanavana oman alueensa matkailutarjontaan ja vievät sitä myös markkinoille.



On tärkeää, että kattava i-toimistojen verkosto saadaan hyvin esille myös visitfinland.com sivustolla. Hyvänä esimerkkinä toimii visitdenmark.com sivusto i-verkoston esittely <https://www.visitdenmark.com/explore/service-and-information-cid74/all-tourist-offices-cid76>

Uudistuksen sisällöstä, i-toimistojen näkyvyydestä ja sen päivitystekniikasta käydään neuvottelut Visit Finlandin kanssa.

SUOMAN I-jaos vastaa uudistamissuunnitelman valmistelusta ja toimintavuoden aikana suunnitelma viedään kattavaan i-toimistojen käsittelyyn ennen lopullisia päätöksiä yhdistyksen hallituksessa ja tarvittaessa vuosikokouksessa.

#### 1.4. SUOMAN organisaation vahvistaminen

SUOMA on toimintansa alusta saakka toiminut hyvin pienillä kiinteillä resursseilla. Toiminnan kasvaessa erityisesti viime vuosien 100syytä kampanjan myötä on tullut selkeä tarve vahvistaa operatiivista organisaatiota.

Kotimaan matkailun ”virallisen organisaation” luominen oli esillä mm. keväällä 2019 Työ- ja elinkeinoministeriön teettämässä kotimaan matkailun kehittämiselvytyksessä. Huomattavassa määrin selvityksen kotimaan imagoon ja valtakunnalliseen markkinointiin liittyvät asiat olivat niitä, mitä SUOMA on vuosien ajan edistänyt 100syytä-kampanjalla. Kysyttäessä kehittämisen tärkeimpiä asioita, tiivistyi kentän vastauksista mm. seuraavaa: *”Kotimaanmatkailun edistämisen vakiinnuttaminen jatkuvaksi ja kokopäiväiseksi toiminnaksi valtakunnallisella tasolla esimerkiksi pysyvän TEM:stä erillisen organisaation avulla.”* Vahvistetun organisaation ja kattavan jäsenorganisaatio -verkoston, pitkäjänteisyyden sekä markkinoinnin näyttöjen osalta SUOMA varmasti täyttäisi tämän toiveen kriteerit.

SUOMA on valmis järjestönä ottamaan matkailun puolueettoman edunvalvonnan lisäksi vastuuta kotimaan matkailun edistämisestä myös laajemmin kuin tärkeässä roolissa olevan valtakunnallisen yhteismarkkinoinnin osalta. Suomen matkailuelinkeinon menestymisen edellytyksenä on kotimaan matkailun hyvä kehitys, mikä antaa matkailualueille ja yrityksille resursseja myös toimintaan kansainvälisillä markkinoilla. Myös monet tuotekehityksen toimet ja pyrkimys kesän matkailukauden pidentämiseen palvelevat sekä kotimaan matkailua että kansainvälistä matkailua. SUOMAN jäsenorganisaatiot ovat keskeisessä roolissa VisitFinlandin kumppaneina ja tätä kautta SUOMA on sisällä myös siinä toiminnassa ja edesauttaa osaltaan VisitFinlandin työtä.

SUOMA käy tulevaisuuden suunnitelmista neuvottelut mm. Työ- ja elinkeinoministeriön kanssa ja tekee selvityksen organisaatiomallivaihtoehdoista. Keskeisessä osassa vahvistettuun pysyvään organisaatioon pyrittäessä on toiminnan taloudellinen resursointi, johon nykyisen jäsenmaksurahoituksen ja 100syytä kampanjaan kohdistuvan alue/yritysrahoituksen lisäksi tarvitaan pitempiaikaista valtakunnallista rahoitusta.

Ensivaiheessa tavoitteena voi olla kokopäivätoimisen toiminnanjohtajan ja sihteerin kokoinen organisaatio ja osa toiminnoista on nykyiseen tapaan ulkoistettu pitkäaikaisilla kumppanuussopimuksilla. Sekä 100syytä kampanjan että SUOMA ryhmämatkakiertueen osalta tästä on saatu hyviä kokemuksia useiden vuosien ajalta. Uuden organisaation yhtiömuoto voi luonnollisesti olla muukin kuin yhdistys, mikäli toiminta sitä vaatii. Organisaatiomuotoa tärkeämpää on kuitenkin tiivis yhteys matkailukenttään ja laaja matkailun eri osa-alueiden substanssiosaaminen.



## 2. JÄSENISTÖ

SUOMA ry:n jäsenmäärä on 14 varsinaista alueorganisaatiojäsentä (ml. matkailukeskusjäsenet) ja 43 matkailutoimistojäsentä ja 12 yhteistyöjäsentä. Tämän lisäksi toiminnassa on mukana i-toimistojen käyttöoikeusmaksulla 55 i-toimistoa. Osalla alueorganisaatiojäsentiä on useita i-toimistoja ja osalla i-toimistojäsentiä useita i-pisteitä. Yhteensä verkostoon kuuluvia organisaatioita ja näiden toimipisteitä on 124. Jäsenpiiri kasvoi vuoden 2020 alkupuoliskolla viidellä uudella jäsenellä. Yhteistyöjäsenyyksien määrää kasvatetaan harkitusti valtakunnallisten toimijoiden suuntaan.

## 3. HALLITUS

Sääntöjen mukaan vuosikokouksen valitsemaan hallitukseen kuuluu puheenjohtajan lisäksi vähintään neljä ja enintään kuusi jäsentä ja lisäksi jokaiselle valitaan varajäsen. Vuonna 2021 hallitukseen kuuluu puheenjohtajan lisäksi kuusi jäsentä ja näille varajäsenet. SUOMAn vakiintuneen käytännön mukaan myös varajäsenet osallistuvat hallituksen kokouksiin, vaikka varsinainen jäsen olisikin paikalla.

Hallitus nimeää SUOMA ry:n edustajat valtakunnallisten ja muiden laaja-alaisten yhteisöjen hallintoelimiin.

## 4. I-JAOS

Vuosikokouksen päätöksellä valitaan i-jaos, johon v. 2021 kuuluu seitsemän jäsentä ennen vuotta 2020 käytäntönä olleen kuuden jäsenen sijasta. Lisäresursointi on tarpeen palveluluokitustyön toteuttamisen takia. Näiden lisäksi i-jaoksen kokouksiin osallistuu myös yhdistyksen toiminnanjohtaja ja tarvittaessa hallituksen puheenjohtaja. I-jaokseen valitaan mahdollisimman hyvin erityyppisiä i-toimistoja edustava koostumus. I-jaos valitsee keskuudestaan puheenjohtajan.

I-jaoksen tehtävänä on käsitellä vihreän i-kilven käyttöoikeushakemukset ja myöntää käyttöluvut. Lisäksi i-jaos käsittelee myös muita matkailutoimistojen kehittämiseen ja henkilöstön koulutukseen liittyviä asioita ja järjestää resurssien puitteissa verkostoitumistilaisuuksia ja koulutusta i-toimistojen työntekijöille. I-jaoksen keskeinen tehtävä vuoden 2021 aikana on jatkaa i-toimistojen tulevaisuuden palveluluokituksen uudistamiseen tähtäävää työtä. Hyvin käynnistynyt työ keskeytyi tilapäisesti akuutin koronakevään aikana. Tavoitteena on, että suunnitelma valmistuu vuoden loppuun mennessä ja se voidaan ottaa I-sopimukseen liittyvät siirtymäajat huomioiden käyttöön v. 2023 alussa.

## 5. HENKILÖSTÖ

SUOMA hankkii ostopalveluna osa-aikaisen toiminnanjohtajan ja taloushallinnon palvelut. Sihteeripalveluita ja muita ulkoisia palveluita hankitaan tarvittaessa hallituksen päätöksin budjetin sallimissa rajoissa. Kauden aikana selvitetään tulevaisuuden organisaatiomallia ja henkilöresurssien vahvistamista.

## 6. KOKOUKSET

Hallitus kokoontuu v. 2021 vähintään neljä kertaa ja aina tarvittaessa. I-jaos käsittelee lupahakemukset pääsääntöisesti sähköpostikokouksissa ja i-luokituksen uudistamistyötä varten kokoonnutaan erikseen 3-4 kertaa. Vuosikokous pidetään sääntöjen mukaisesti syyskuun loppuun mennessä. Vuosikokouksen yhteydessä



järjestetään ajankohtaisiin asioihin ja tulevaisuuden trendeihin painottuva seminaari. Vuoden 2021 seminaari järjestetään Lappeenrannassa 23.-24.9.2021

Kokoukset järjestetään pandemiatilanne ja kokoontumissuositukset huomioiden tarvittaessa Teams kokouksina.

## 7. EDUSTAJAT TYÖRYHMISSÄ JA YHTEISÖJEN HALLINTOELIMISSÄ

SUOMAN hallitus nimeää tarvittaessa edustajat työryhmiin. Työryhmiin valitut henkilöt tuovat kokouksissa esille SUOMAN kannan ja toivomukset. Työryhmien jäsenet informoivat säännöllisesti hallitusta ja toiminnanjohtajaa. Puheenjohtaja ja toiminnanjohtaja jatkavat niissä työryhmissä ja muissa pidemmän aikavälin yhteistyöfoorumeissa, joissa he ovat toimineet edustajina aikaisemminkin ja informoivat näiden osalta hallitusta.

SUOMAN lausunnot antaa hallitus tai hallituksen valuttamana puheenjohtaja tai toiminnanjohtaja. Hallitus pyytää tarvittaessa erityisen tärkeisiin SUOMA ry:lle kohdistettuihin lausuntopyyntöihin kommentit jäsenistöltä, mikäli se on aikataulullisesti mahdollista.

SUOMAN tavoitteena on olla mukana mahdollisimman laajasti valtakunnallisessa matkailuun liittyvässä päätöksenteossa ja valtakunnallisesti tärkeiden hankkeiden valmistelussa.

## 8. KOULUTUS

Pääsääntöisesti SUOMA markkinoi yhteistyötahojen koulutustarjontaa. Yhteistyöjäsenistä SMAL on aktiivinen kouluttaja ja erityisesti asiantuntija matkapakettilain osalta, Matkamessuilla on laaja Matkatieto -ohjelma ja myös Maralla on runsaasti koulutustarjontaa. SUOMA markkinoi myös jäsenten ja yhteistyöjäsenten tuottamia koulutus- tai infotapahtumia mahdollisuuksien mukaan.

**SUOMAN vuosiseminaari** on kaikille avoin ja laadukas koulutustapahtuma ja se pidetään syyskokouksen yhteydessä. Vuoden 2021 vuosiseminaari järjestetään Lappeenrannassa 23.-24.9.2021

SUOMA on yhdessä Kuntaliiton ja Suomen Elinkeino- ja Kehitysyhtiöt SEKES ry:n kanssa kuntamarkkinointia ja viestintää edistävän Kuntamarkkinoinnin SM kisat -yhteisön organisoija. Se tarjoaa vuosittain erittäin monipuolisen pääseminaarin ja 3-4 muuta maksutonta koulutuksellista tapahtumaa. Se organisoii vuosittain myös Kuntamarkkinoinnin SM -kisat, joihin matkailuorganisaatioiden kannattaa aktiivisesti osallistua.

## 9. JÄSENREKISTERI

Jäsenrekisterin avulla alueorganisaatiot, matkailutoimistot ja yhteistyöjäsenet voivat päivittää omia tietojaan ja nähdä muiden toimijoiden perustiedot. Lisäksi rekisteriohjelman kautta luodaan suomi.fi sivujen jäsenluettelo ja hoidetaan jäsenmaksu- ja i-lupa laskujen tuottaminen. Rekisterin perusteella lähetetään myös kaikki SUOMAN sisäiset tiedotteet.

Vastuu tietojen ajantasaisuudesta on jokaisella jäsenellä ja erityisen paljon puutteita on havaittu henkilötietojen sekä osoite ja laskutustietojen päivittämisessä.



Vihreän i-kilven sopimuksissa määritelty omavalvontailmoitusvelvoite on tullut pakolliseksi auktorisoinnin ehdoksi kerran vuodessa tehtävänä. Omavalvontailmoitusten tekemisessä on ollut huomattavia laiminlyöntejä ja tämä aiheuttaa vuosittain ylimääräistä työtä ja johtaa mm. laskujen uusintaan, mikäli laskutusosoitteen muutosta ei ole päivitetty. Kaikkien i-toimistojen tulee jatkossa tehdä omavalvontailmoitus sopimuksen mukaisella tavalla.

## 10. TUTKIMUSTOIMINTA JA MATKAILUN VAIKUTUSTEN MITTAUS

SUOMAN oma tutkimustoiminta keskitetään 100syytä kampanjan vaikutusten mittaamiseen ja sen kehityksen seuraamiseen. Lisäksi selvitetään kyselyillä tarpeen mukaan jäsenistön tilaa ja toiveita.

Kotimaan matkailun aseman ja arvostuksen vahvistumisen myötä tarpeita on myös laajemmalle kotimaan matkailijoiden profiileja, matkustusmotiiveja, tiedonhankintaa ja varauskäyttäytymistä selvittävälle tutkimukselle. SUOMA toteutti aikaisemmin tämän tyyppisen tutkimuksen vuosittain yhteistyössä Taloustutkimus Oy:n kanssa, mutta se tuottamisesta luovuttiin kustannussyistä. Tutkimuksen rahoittamisesta neuvotellaan TEM:n kanssa osana laajempaa kokonaisuutta.

## 11. SISÄINEN JA ULKOINEN VIESTINTÄ

Sisäisen tiedottamisen tärkeimpänä välineenä on kokemusten pohjalta edelleen sähköpostiviestintä, jolla voidaan ohjata suoma.fi sivuille laajempiin tietosisältöihin. Sivuilta löytyy mm. 100syytä -kampanjamateriaalit ja kaikki ajankohtaiset tiedotteet. Toimintavuoden aikana uudistetaan sivuston ulkoasua.

Ulkoinen viestinnän painopiste on 100syytä kampanjan yhteydessä tehtävässä mediaviestinnässä, joka on onnistunut erinomaisesti. Kampanjaviestinnän yhteydessä SUOMA on tuotu systemaattisesti esille myös järjestönä ja SUOMAN asema kotimaan matkailun asiantuntijana on merkittävästi vahvistunut. Muuta ajankohtaisviestintää tehdään tarpeen mukaan esimerkiksi mielipidekirjoitusten muodossa sekä keskeisiin toimenpiteisiin liittyen.

## 12. TALOUS

SUOMA ry:n perustoimintojen kokonaisbudjetti vuodelle 2021 on 78 515 euroa. 100syytä kampanjaan suunnatut valtiontuet ovat kasvattaneet budjettia ja voivat kasvattaa sitä edelleenkin, mutta niillä ei käytännössä ole tulosvaikutusta eikä niitä ennakoida budjettiin, koska ovat kampanjan läpilaskutuseriä.

Jäsenmaksut/I-käyttöoikeusmaksut pidetään v.2020 tasolla:

Alueorganisaatiojäsened/matkailukeskusjäsened	830 euroa
I-toimistot	525 euroa(käyttöoikeusmaksu sama)
I-toimistojen sivupisteet	105 euroa(käyttöoikeusmaksu)
Yhteistyöjäsened	715 euroa

Palkkiot ja matkakulujen korvaukset:

Palkkioita SUOMAN hallituksen ja i-jaoksen jäsenille tai edustajille työryhmissä ei makseta. Matkakuluja voidaan korvata hallituksen päätöksellä tapauskohtaisesti, mikäli edustajan oma työnantaja ei niitä korvaa.





## 13. YHTEISTYÖTAHOT JA JÄSENYYDET

SUOMA toimii laaja-alaisesti yhteistyössä muiden valtakunnallisten matkailuun vaikuttavien tahojen kanssa. Jatkuvaa yhteistyötä tehdään mm. seuraavien toimijoiden kanssa:

### VISIT FINLAND/BUSINESS FINLAND

Matkailualueet ja organisaatiot ovat olleet aktiivisesti ja ratkaisevassa roolissa mukana Visit Finlandin kasvuohjelmissa ja kansainvälisessä markkinoinnissa. Painopisteenä ennen pandemiaa oli erityisesti laajan Lakeland alueen kampanjointi, jonka toteutuksessa SUOMAN matkailuorganisaatioilla on keskeinen rooli. Toimenpiteitä jatketaan kansainvälisen matkailun elpymisen myötä. SUOMA käy Visit Finlandin kanssa keskustelun I-toimistoverkoston luokituksen uudistamiseen liittyen. Visit Finlandin näkemykset ovat tärkeitä kansainvälisen matkailun osalta ja tavoitteena on saada verkostolle myös näkyvyys Visitfinland.com sivustolla.

### TYÖ- JA ELINKEINOMINISTERIÖ TEM

Ministeriön matkailusta vastaavan ministeriin ja virkamiehiin ja muihin avainhenkilöihin pidetään jatkuvia yhteyksiä. Yhteydenpidossa korostuu kotimaan matkailun edistäminen, 100syytä kampanjan jatko ja muut SUOMAN keskeisissä toimenpiteissä mainitut asiat.

### MAA- JA METSÄTALOUSHALLITUS MMM

Ministeriön alaisena toimii SUOMAN pitkäaikainen messuyhteistyökumppani saaristoasiain neuvottelukunta, joka osallistui vuonna 2019 merkittävällä panostuksella myös 100syytä kampanjaan ja oli mukana pienemmällä panostuksella myös 2020 kampanjassa. Lisäksi Saaristoasian neuvottelukunta on ollut useana vuonna SUOMAN kumppani Matka -messuilla. Neuvottelukunnan kanssa käydään jatkokeskustelut vuoden 2021 kampanjaan osallistumisesta. Lisäksi ministeriön hallinnonalaan kuuluu matkailun kannalta tärkeitä virastoja ja laitoksia kuten Metsähallitus, Luonnonvarakeskus Luke ja matkailurahoitukseen vaikuttava Maaseutuvirasto Mavi.

### SUOMEN MATKATOIMISTO-ALAN LIITTO SMAL

Suomen matkatoimistoalan liiton kanssa jatketaan yhteistyötä ja yhtenä osa-alueena on MATKA- messujen aikana järjestettävä Matkatieto -koulutus. SUOMA on SMAL:n toimialajäsen ja SMAL on SUOMAN yhteistyöjäsen. Vaikka pääosa SMAL:n jäsenistä on outgoing yhtiöitä, niin SUOMA pitää myös matkatoimistoalan elpymistä matkailun kokonaisuuden kannalta erittäin tärkeänä. Ala on kaikista matkailusektorin tahoista kärsinyt kaikkein eniten pandemiasta.

### LINJA-AUTOLIITTO

Linja-autoliitto SUOMAN yhteistyöjäsen. Erityisesti Linja-autoliiton tilausliikenteeseen painottuneet jäsenyritykset ovat tärkeä kohderyhmä kotimaan ryhmämyynnin kannalta. Liiton jäsenyritykset ovat olleet hyvin suurissa vaikeuksissa pandemian aikana ja SUOMA pyrkii omien kanaviensa kautta auttamaan myös tämän sektorin nousua, kun ryhmämatkustus palautuu toimivalle tasolle.

### MATKA -MESSUT

SUOMA toimii kiinteässä yhteistyössä Matka-messujen kanssa ja yli kymmenen vuoden ajan Suoma on organisoinut messujen info-osaston yhdessä matkailualan oppilaitosten kanssa. Vuoden 2021 Matka- messut pidetään poikkeuksellisesti 19.-23.5.2021.

Toiminnanjohtaja sekä Satu Hirvenoja Visit Turku, ovat SUOMAN edustajina MATKA -messujen kehitysryhmässä.



## PIIRI

SUOMA on ollut jo 14 vuoden ajan aktiivisesti kehittämässä yhdessä Kuntaliiton ja SEKES ry:n kanssa PIIRI yhteisöä ([www.piiri.info](http://www.piiri.info)), johon kaikki SUOMAN toiminnassa mukana olevat henkilöt voivat maksutta liittyä. Yhteisön tavoitteena on kehittää kunnallisen sektorin markkinointi- ja viestintävalmiuksia. Piiri järjestää vuosittain useita koulutustapahtumia. Kuntamarkkinoinnin SM -kilpailut on ollut Piirin päätapahtuma, mutta jatkossa kisat toimivat itsenäisesti ja SUOMA osallistuu niiden organisointiin.

SUOMAN tavoitteena on pitää matkailua esillä osana kuntamarkkinointia ja matkailuorganisaatioiden aktiivinen osallistuminen Piiri -tapahtumiin ja SM -kisaan edesauttaa matkailun roolin esilletuomista kuntasektorilla.

## MARA RY

Maran kanssa on tehty hyvää yhteistyötä mm. 100syytä kampanjan tiedottamisessa Maran laajalle jäsenkentälle. Kampanja on saanut näyttävästi palstatilaa myös Maran Vitriini lehdessä. Useat SUOMAN jäsenorganisaatiot ovat Maran jäseniä.

## ELY-KESKUKSET

SUOMA toimittaa vihreää I-kilpeä käyttävien toimistojen luetteloä säännöllisesti Elylle ennakkopastehakemuksiin liittyen. Pääsääntöisesti lupa myönnetään vain vihreän I-kilven käyttöluvan saaneille toimistoille.

Ely -keskukset ovat nykyisin tärkein matkailun julkinen rahoittaja sekä kehittämis- että investointihankkeiden osalta. On tärkeää, että alueorganisaatiot pitävät säännöllistä yhteyttä oman alueensa Ely -keskusten matkailuasioista vastaaviin henkilöihin.

