

SUOMEN MATKAILUORGANISAATIOIDEN YHDISTYS -SUOMA RY

TOIMINTASUUNNITELMA KAUELLE 1.1. - 31.12.2023

1. TOIMINNAN TARKOITUS JA TAUSTAA KESKEISILLE TOIMENPITEILLE

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 teollisuusalanana ymmärretään ja siihen panostetaan myös paikallisesti.

Kestävän kehityksen mukaisen ja laaja-alaisesti vastuullisen matkailun periaate on keskeinen arvo, jonka toteuttamista SUOMA ja sen jäsenorganisaatiot edistävät kaikessa toiminnassaan. SUOMA pitää tärkeänä Suomen luonnonarvoista huolehtimista erityisesti luontoon tukeutuvilla matkailualueilla ja vastustaa ympäristöä vaurioittavan kaivostoiminnan ja muun teollisuuden sijoittumista niiden läheisyyteen.

Kansainvälisessä matkailussa voimakas kilpailu uusien asemien hakemisessa

Kansainvälinen matkailu on palautumassa Covid pandemiasta ja on tärkeää, että Suomi on palveluiltaan kilpailukykyinen, kun markkina-asemia taas Visit Finlandin johdolla haetaan. Venäjän markkina on nyt sulkeutunut eikä sen avautumisesta ole toivoa vuosiin tai luultavimmin vuosikymmeneen. Erityisesti itäisen Suomen matkailu tarvitsee nyt voimakasta panostusta uusille markkina-alueille ja myös tukea tähän työhön.

SUOMA on uudistamassa vihreää i-kilpeä käyttävien matkailuneuvontapisteiden toimintakriteeristöä täysin uudeksi ja uudistus astuu voimaan siirtymäajan jälkeen vuoden 2024 alussa. Tavoitteena on, että tämä yli 100 toimiston verkosto on moderni osa myös kansainvälisten matkailijoiden palveluverkostoa sekä digitaalisena että face to face palvelutoimistoina.

Liikkumisen infraa kehitettävä ympäristöystävällisyyden tähden

Tulevaisuuden kannalta on tärkeää, että Suomessa on hyvä liikkumisen infrastruktuuri ja toimivat liikenneyhteydet. Erityisen tärkeää kansainvälisen liikenteen osalta on huolehtia maakuntakenttien säilymisestä yli vieläkin jatkuvan lentoliikenteen taantuman, koska kansainvälisessä matkailussa kohteiden tarkastelu tapahtuu suurelta osin lentopohjaisesti ja lentoliikenne on tärkeää myös muun vientiteollisuuden kannalta. Näköpiirissä on mahdollisuuksia hyödyntää kenttäverkostoa myös pienemmällä sähkökäyttöisellä kalustolla. Samaan aikaan tulee painottaa ympäristöystävällistä maata pitkin liikkumista Suomen sisällä ja kehittää erityisesti raideliikenteen yhteyksiä ja palveluita.



Loma-aikojen siirrosta konkreettinen esitys ja vahva yhteisrintama sen taakse

Suomen matkailukohteiden palveluiden pitäisi toimia täysipainoisesti myös syyskaudella. Esimerkiksi monien Keski-Euroopan maiden lomakaudet ajoittuvat yli elokuun ja usein vielä syyskuun puolelle, jolloin Suomen koulujen alkaminen elokuun alkupuolella ja sen myötä kotimaisten matkailijoiden määrän väheneminen supistavat merkittävästi palvelutarjontaa ja pahentavat entisestään alan suurta työvoimapulaa. Lisäksi siirrolla olisi merkittävä työllisyysvaikutus myös muulle elinkeino elämälle. Siirrolla olisi vaikutusta myös yleisemmällä tasolla Keski-Euroopan maiden kanssa käytävään liiketoimintaan, mikäli loma-ajat lähestyisivät Euroopan yleistä ajankohtaa.

SUOMA ottaa konkreettisen askeleen asian edistämiseksi tekemällä Valtioneuvostolle perustellun esityksen vuoden 2023 alkupuolella. Vuoden 2022 on käyty sidosryhmäneuvotteluja niin, että hankkeen taakse saataisiin mahdollisimman laaja yhteisrintama. Kansalaisten ja erityisesti lapsiperheiden mielipiteitä on selvitetty kahdessa kyselytutkimuksessa.

Kotimaan matkailun kasvu jatkuminen vaatii matkailualueiden, yritysten ja valtion yhteisiä resursseja

Pandemia vauhditti jo ennestään kasvussa ollutta kotimaan matkailua. Vaikka ulkomaan matkailu avautui laajamittaisesti kesällä 2022, niin kesäkuukausien yhteenlaskettu yöpymisvuorokausien tulos ylitti pandemiaa edeltävän vuoden 2019 tason. Sen perusteella kotimaan matkailijoiksi näyttää jääneen pysyvä lisä pandemian aikana kasvaneesta matkailujoukosta.

On oletettavaa, että ulkomaille suuntautuva matkailun tarjonta tulee edelleen kasvamaan ja kotimaan matkailussa on nyt etsikkoaika säilyttää asemat ja kasvusuunta. Tämä edellyttää riittävän voimakasta ja kiinnostavaa näkyvyyttä niissä markkinakanavissa, mistä matkavaihtoehtoja haetaan. Riittävän huomion saaminen vaatii kansallista yhteismarkkinointia matkailualueiden ja yritysten oman markkinoinnin lisäksi.

SUOMA huolehtii kansallisen yhteismarkkinoinnin koordinoinnista ja panostaa entistä voimakkaammin 100syötä kampanjaan ja tavoitteena on kampanjan muuttaminen ympärivuotiseksi.

Kotimaisen matkailun merkitys on matkailuelinkeinolle elintärkeä. Koko maan yöpymisvuorokausista ennen pandemiaa kotimaan osuus oli 70 % ja pääkaupunkiseudun ja Lapin ulkopuolella osuus oli yli 85 %. SUOMA toivoo, että valtio tukee jatkossa kotimaan matkailun kehitystä nykyistä enemmän huomioiden, että kotimaan hyvä tulos mahdollistaa elinkeinon panostukset myös ulkomaan markkinoille. On hyvä muistaa, että pandemian yli päästiin pelkästään kotimaan matkailun voimin ja "huoltovarmuus" on syytä pitää kunnossa myös tulevaisuutta varten.



2. KESKEISET TOIMENPITEET VUODELLE 2023:

2.1. 100 syytä matkaillla Suomessa -kampanjaan myös pienet yritykset mukaan edullisen yrityshaku elementin kautta

Kansainvälinen matkailu elpyy vaihtelevaan tahtiin eri maissa ja maanosissa, mutta vuoden 2019 tasolle pääseminen on realistista aikaisintaan v. 2024. Tätä näkemystä tukevat sekä Maailman matkailujärjestön (UNWTO) että European Travel Commission (ETC) ennusteet.

Venäjän hyökkäys Ukrainaan ja sen monet pitemmän aikavälin vaikutukset ovat vielä vaikeasti ennustettavissa. Suomen osalta sodan vaikutus on nähtävissä ja se on erittäin suuri, kun yöpymisillä mitattuna suurin yksittäinen kansallisuus häviää käytännössä nollassa. Lisäksi venäläisten ostosmatkailun loppuminen tuottaa Itä-Suomen rajakaupungeille satojen miljoonien eurojen suoran tulonvähennyksen, joka pelkästään Etelä-Karjalassa on n. 300 miljoonaa vuodessa.

100syytä -kampanjalla on entistäkin tärkeämpi rooli nostaa kotimaan matkailua voimakkaasti esille paikkaamaan ulkomaisten matkailijoiden toistaiseksi jatkuvaa vajuusta. Toisaalta on tärkeää tarjota kotimaa erityisen kiinnostavana vaihtoehtona, kun ulkomaan matkailu on avautumassa täysimittaisesti myös suomalaisille.

Kampanjan sisältö laajenee pienten yritysten tarjonnalla

Kampanjan runkona ovat alueelliset paketit, jolloin 100syytä kampanjavälineiden kautta pystytään toteuttamaan myös alueellisten kokonaisuuksien markkinointia. Nykyisellään pakettien sisältä nostetaan 100 kohdetta erilliseen näkyvyyteen sivuston kohdekorttien avulla. Kuuden vuoden kokemuksella tiedetään, että yksittäiset kohteet saavat merkittävän lisähyödyn ollessaan osa alueellista pakettia. Alueellinen vetovoima vaikuttaa kuluttajien päätöksiin.

Kaudella 2023 tarjotaan erityisesti pienemmille yrityksille mahdollisuus päästä valtakunnalliseen näkyvyyteen alle 400 euron panostuksella. Tämä toteutetaan kesällä 2020 TEM erityistuella rakennetun Vinkkipankin avulla, joka otetaan nyt uudistettuna käyttöön ja mahdollisesti myös uudella nimellä. Siitä saatiin hyviä kokemuksia, vaikka valtionrahoituksen järjestelyistä johtuen se päästiin ottamaan käyttöön vasta heinäkuun 2020 lopussa.

Vinkkipankki on pitkälle automatisoitu ja jatkuvasti päivitettävissä oleva järjestelmä, jossa voi olla mukana satoja yrityksiä. Vinkkipankki tukee 100syytä.fi sivustoa kokonaisuutena ja suurten pakettien yksittäiset kohteet pääsevät siihen ilman maksua..

Toiveena suurempi tuki valtiolta brändimainontaan

100syytä kampanjan kesäkausi on pyritty tekemään mahdollisimman pitkäksi pitämällä kampanja aktiivisena toukokuun alusta syyskuun loppuun. Pitkän kauden aikana kohteiden tarjonta muuttuu



useaan otteeseen ja sen päivitystä pystytään hoitamaan erityisen tehokkaasti ja käytännössä rajattomasti kaudella 2021 käyttöönotetun Instagramin kautta tehtävän päivitysohjelman kautta. Tämä on erityisen tärkeää kauden alussa ja myöhään syyskaudella, jolloin myös luonto muuttaa ulkoasuun.

On selvästi todettu, että kampanja ja sen sisällä olevat kohteet on nostettava sivustonäkyvyyden lisäksi esille myös mainonnan kautta, jota on tehty omien somekanavien ohella keskeisissä valtakunnallisissa digikanavissa.

Pitkä kausi vaatii myös koko kauden käsittävää mainontaa ja nykyisillä resursseilla erityisesti brändimainontaan on liian vähän varoja. Brändimainontaa pitäisi pystyä tekemään myös massamedioissa, jotta brändin tunnettavuus kasvaisi. Elinkeinon panostusten lisäksi tähän toivotaan nykyistä merkittävästi suurempaa valtiontukea. Nykyisellään vuosittain saatu harkinnanvarainen valtion tuki on n. 7 % koko elinkeinolta kootusta kampanjabudjetista. Poikkeuksena oli vuodelle 2020 saatu erityinen 500 000 euron koronatuki.

Seuraava askel on kampanjan saaminen ympärivuotiseksi

Ympärivuotisuuden edistäminen on yksi matkailun avainkysymyksiä matkailuyritystoiminnan kannattavuuden kannalta. Tämä kehityksen suurimpana esteenä ei ole tuotekehitys, vaan pikemminkin palveluiden saaminen markkinoille ja niiden myyminen.

100syytä kampanjan muuttaminen ympärivuotiseksi ei ole teknisesti kovinkaan haasteellista, mikäli siihen on riittävät taloudelliset resurssit. Ympärivuotisuus vaatii kampanjan pyörittämisen talviasussa 5-6 kk ajan ja myös tälle ajalle on varmistettava riittävä sisältö ja sen lisäksi erityisesti alkuvaiheessa näkyvä brändimainonta. Päätöksiä voidaan tehdä vasta kun tiedetään, missä määrin talven yhteisesiintymiseen olisi kiinnostusta matkailukentällä.

SUOMALLA ei ole kampanjan toteuttamiseen liittyvää taloudellista riskiä.

2.2 Vihreää i-kilpeä käyttävien matkailuneuvonta toimistojen tulevaisuushakuinen toimintakriteeristö uudistus

SUOMA omistaa matkailuneuvonnan vihreä i-kilpi tavaramerkin ja myöntää sen käyttöoikeudet. Vihreää i-kilpeä käyttäviä neuvontapisteitä on reilut 100 kpl koko maan kattavasti.

Nykyinen viisiportainen tähtiluokitukseen perustuva kriteeristö on ollut käytössä pienin uudistuksin vuodesta 2007 lähtien. Kriteeristön ja toimistojen verkostoitumisen myötä on pystytty parantamaan verkoston laatua ja lisäämään vihreä i-kilven tunnettavuutta virallisen ja luotettavan matkailuneuvonnan tunnuksena.



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 ja vastaavasti ympärivuotinen face to face palvelu on vähentynyt.

Uudistuksella tähdätään siihen, että verkosto pystyy matkailun palautuessa entistä paremmin vastaamaan myös kansainvälisten asiakkaiden palvelusta.

I-toimistot ovat hyvin toimiessaan keskeinen osa matkailijoiden katkeamatonta palveluketjua sekä ennen matkaa että matkan aikana kohdealueilla. Toimistoverkoston näkyvyyttä lisätään mm. VisitFinland.com sivustolla (alustavasti sovittu Visit Finlandin kanssa). Lisäksi i-toimistot toimivat kokoavana kanavana oman alueensa matkailutarjontaan ja vievät sitä myös markkinoille.

Uudistuksen myötä i-toimistot ryhmitellään kahteen luokkaan: "Tourist Information" ja "Tourist InfoPoint".

"Tourist Information" luokkaan siirtyvät pääosin kaikki nykyisen 3-5 tähden kriteerit täyttävät toimistot ja "Tourist InfoPoint" luokkaan valtaosa 1-2 tähden toimistoista.

"Tourist Information" luokkaan kuuluvat voivat vihreän I-tunnuksen alla toimia pääsesonkeja lukuun ottamatta myös täysin digitaalisesti ilman face-to-face yleisöpalvelua.

Molemmille i-luokille on määritelty selkeät yleiskriteerit niin, että toiminnan laatu varmistetaan. Vihreä I-säilyy käytössä uudelleen modifioituna ja tunnuksen tekstiosa kuvaa toimiston luonteen.

Uutta kriteeristöä on valmisteltu kahden vuoden ajan ja sen käyttöönoton valmistelu, uudet lupasopimukset ja toimistojen tarvitsemat materiaalipohjat viimeistellään vuoden 2023 ensimmäisellä puoliskolla ja uuteen järjestelmään siirrytään vuoden 2024 alussa.

2.3 Koulujen kesälomien siirtämisestä valtioneuvostolle laajapohjainen esitys helmikuussa 2023

Pandemia siirsi alunperin vuodelle 2022 suunnitellun loma-aikojen siirtoesitykseen tähtäävään toimenpide kokonaisuuden toteutusta vuodelle. Vuoden 2022 aikana kuitenkin käynnistettiin sidosryhmäkeskustelut ja hankittiin tietoa kuluttajien näkemyksestä kahdella kyselytutkimuksella. Lisäksi muutoksen vaikutuksesta koulutusjärjestelmän eri osiin on tilattu tiivis asiantuntijaselvitys, joka valmistuu vuoden 2023 alussa.

SUOMAN esityksen taakse pyydetään lausunnot matkailuorganisaatioiden lisäksi mm. kaikilta maakuntien liitoilta, yrityksistä laajasti edustavalta Mara ry:ltä, Maaseutumatkailu yrittäjät ry:ltä, Leirintäalueyhdistykseltä, Suomen matkailijayhdistykseltä, Visit Finlandilta, Suomen yrittäjät ry:ltä ja sen maakunnallisilta jäsenjärjestöiltä, kaupapakamareilta, ammattiliitto PAMilta ja muilta keskeisiltä



työntekijäjärjestöiltä mukaan lukien erityisesti OAJ, lisäksi Lukiolaisten liitolta ja tarvittaessa muilta intressipiireiltä, joiden toimintaan loma-aikojen siirtäminen oleellisesti vaikuttaa.

Koulujen kesälomien siirto on ollut matkailuväen kestoaihe ja SUOMA on eri muodoissaan pitänyt sitä esillä 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 yli 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 Suomen kilpailukyvyllä nyt kun matkailumarkkinoilla kilpaillaan uusista pandemian jälkeisistä asemista. Monissa Suomelle erityisen tärkeissä maissa päälomakausi on nimenomaan elokuussa.

Siirto on perusteltavissa jo pelkästään matkailun laajoilla kansantaloudellisilla vaikutuksilla, mutta on luontevaa, että Suomi siirtyy muutakin liiketoimintaa ajatellen lähemmäksi sitä lomarytmiä mikä tärkeissä asiakasmaissa Euroopassa on käytössä. Muutos vaatii luonnollisesti suuren kertaluonteisen organisointityön koulujärjestelmässä, päivähoidossa ja uudenlaista porrastusta myös yritysten lomakäytäntöön mutta muutoksessa ei mikään taho menetä mitään. Loma-aikojen porrastaminen ja jakaminen useampaan osaan vähentää ruuhkia matkailukohteissa vaikuttaa myös työntekijöiden jaksamiseen.

Aikataulullisesti toimitaan niin, että Valtioneuvostolle voidaan tehdä hyvin perusteltu esitys helmikuussa 2023.

2.4. Ryhmämatkailussa tavoitellaan pandemiaa edeltää tasoa SUOMA ryhmämatka -kiertueilla

Kotimaan matkailun hyvät tulokset tehtiin kesän 2020 ja 2021 aikana täysin individuaalimatkailun kautta. Kesällä 2022 perinteinen järjestöjen ryhmämatkailu käynnistyi ja sillä oli merkittävä vaikutus erityisesti alkukesän ja loppukesän tulokseen. On mahdollista, että vuoden 2019 tasolle päästään jo vuoden 2023 aikana.

SUOMA ryhmämatka –myyntikiertueet ovat vuodesta toiseen jo 27 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. Normaali vuosina kiertueen tilaisuuksiin on



osallistunut yli 1200 ryhmämatkojen ostajaa ja palveluiden tarjoajina n. 220 matkailuyritystä/matkailuorganisaatiota.

Myös myyntikiertueilla tuodaan 100syytä matkailla Suomessa teema näyttävästi esille ja tuodaan kiertuetilaisuuksiin eri tavoin kotimaan matkailuun inspiroivia elementtejä.

Kiertueiden ulkoistamista jatketaan niitä pitkäjänteisesti ja erittäin hyvin hoitaneen Ykkösmedia Oy:n kanssa <https://www.ykkosmedia.fi/suoma/>.

2.5. Paluu MATKA messuille

Matka -messuilla oli pandemian takia kahden vuoden tauko, mutta ne järjestetään taas entiseen tapaan 20.-22.1.2023. SUOMALLA on messuilla aikaisempien vuosien tapaan Info -osasto keskeisellä paikalla ja sen toiminnassa on mukana matkailualan opiskelijoita eri oppilaitoksista. Osasto ja infotoiminta toteutetaan yhteistyössä messuorganisaation kanssa. SUOMA messuosasto brändätään 100syytä-teemalla. Matka- messujen aikana tehtävä yhteistyö matkailualan oppilaitosten kanssa on tutustuttanut 12 vuoden aikana yli 1500 opiskelijaa konkreettiseen messutyöhön, matkailuorganisaatioihin ja myös SUOMAan organisaationa

2.6. Kotimaan matkailun kehittämisorganisaation selvittäminen jatkuu ja Suoma on ilmaissut kiinnostuksensa toimijan rooliin

Kotimaan matkailun virallisen organisaation synnyttäminen on ollut keskusteluissa usean vuoden ajan ja se tuli esille mm. keväällä 2019 Työ- ja elinkeinoministeriön teettämässä kotimaan matkailun kehittämisselvityksessä. 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.”*

Kehittämisorganisaatio tuli esille myös v. 2021 TEMin Kotimaan matkailun kehittämistyöpajat selvityksessä. TEM pyysi lisäksi esityksiä Matkailufoorumin jäseniltä kesällä 2022.

SUOMA on tehnyt kehittämisorganisaatiosta esityksen TEMille ja sama esitys on ollut käytettävissä myös Matkailufoorumin SUOMA jäsentahoja edustavilla jäsenillä.

Tarvittavassa määrin vahvistetun organisaation ja kattavan jäsenorganisaatio -verkoston, pitkäjänteisyyden sekä markkinoinnin näyttöjen osalta SUOMA varmasti täyttäisi kotimaan kehittämisorganisaation kriteerit.



SUOMA on valmis järjestönä ottamaan matkailun puolueettoman edunvalvonnan lisäksi vastuuta kotimaan matkailun edistämisestä myös laajemmin kuin tärkeässä roolissa olevan valtakunnallisen yhteismarkkinoinnin osalta, jota on nyt toteutettu 100syytä matkailulla Suomessa-kampanjan avulla kuuden vuoden ajan.

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 Visit Finlandin yhteistyökumppaneina ja tätä kautta SUOMA on sisällä myös kansainvälisessä toiminnassa ja edesauttaa osaltaan Visit Finlandin työtä.

Mikäli Työ- ja elinkeinoministeriö päätyy käynnissä olevan virkamiesvalmistelun jälkeen käymään neuvotteluja mahdollisten toimijoiden kanssa, niin SUOMA on siihen valmis. Keskeisessä osassa vahvistettuun pysyvään organisaatioon pyrittäessä on toiminnan taloudellinen resursointi, johon nykyisen jäsenmaksurahoituksen ja 100syytä kampanjaan kohdistuvan alue/yritysrahoituksen lisäksi tarvitaan erillistä pitempiaikaista valtakunnallista rahoitusta Työ- ja elinkeinoministeriön tai muun julkisen tahon kautta.

SUOMA on toiminut koko 30 vuotisen historiansa ajan hyvin pienillä kiinteillä resursseilla ja niiden vahvistamiseen on tarvetta myös nykyisten toimintojen osalta. Erityisesti 100syytä kampanjaan kytkeytyy kampanjatoimiston tekemän työn lisäksi paljon SUOMAN omia resursseja vaativia tehtäviä kampanjan ohjaamisessa, mediaviestinnässä ja tutkimuksissa. Tältä osin tavoitteena on päätoimisen toiminnanjohtajan ja sihteerin kokoinen organisaatio. Lopulliset ratkaisut tehdään sen jälkeen, kun tiedetään TEMin päätökset kotimaan kehittämisorganisaation osalta.

3. JÄSENISTÖ

SUOMA ry:n jäsenmäärä on 14 varsinaista alueorganisaatiojäsentä (ml. matkailukeskusjäsenet), 38 matkailutoimistojäsentä ja 15 yhteistyöjäsentä. Tämän lisäksi toiminnassa on mukana i-toimistojen käyttöoikeusmaksulla 43 i-toimistoa. Osalla alueorganisaatiojäseneistä on useita i-toimistoja ja osalla i-toimistojäseneistä useita i-pisteitä. Yhteensä verkostoon kuuluvia organisaatioita on 110 ja näiden toimipisteitä n. 120. Yhteistyöjäsenyyksien määrä on kasvanut vuosittain ja sitä kasvatetaan harkitusti valtakunnallisten toimijoiden suuntaan.

Vuonna 2024 käyttöön tuleva i-uudistus ei olennaisesti muuta jäsenmäärää, jossain määrin InfoPoint pisteet voivat lisätä vihreän i-kilven käyttäjätahoja.

Mikäli SUOMAN toiminnan luonne muuttuu mahdollisen kotimaan kehittämisorganisaation toimijan roolissa, on jäsenpohjaa ja sen rakennetta arvioitava uudelleen.



4. HALLITUS

Sääntöjen mukaan vuosikokouksen valitsemaan hallitukseen kuuluu puheenjohtajan lisäksi vähintään neljä ja enintään kuusi jäsentä ja lisäksi jokaiselle valitaan varajäsen. Vuonna 2023 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.

5. I-Tiimi

Vuosikokouksen päätöksellä valitaan i-Tiimi, johon v. 2023 kuuluu seitsemän jäsentä. I-Tiimiin valitaan mahdollisimman hyvin erityyppisiä i-toimistoja edustava koostumus. I-Tiimi valitsee keskuudestaan puheenjohtajan.

I-Tiimin tehtävänä on käsitellä vihreän i-kilven käyttöoikeushakemukset ja myöntää käyttöluvut. Lisäksi i-Tiimi käsittelee myös muita matkailutoimistojen kehittämiseen ja henkilöstön koulutukseen liittyviä asioita ja järjestää resurssien puitteissa verkostoitumistilaisuuksia ja koulutusta i-toimistojen työntekijöille. I-Tiimin suuri tehtävä vuoden 2023 aikana on saattaa i-toimistojen uudistus käyttöön otto valmiustilaan ja käsitellä kaikki uusittavat i-luvat.

6. HENKILÖSTÖ

SUOMA hankkii ostopalveluna osa-aikaisen toiminnanjohtajan ja taloushallinnon palvelut. Sihteeripalveluita ja muita ulkoisia palveluita hankitaan tarvittaessa hallituksen päätösin budjetin sallimissa rajoissa. Kauden aikana voidaan joustavasti tehdä ratkaisut toiminnanjohtajan ostopalvelun korvaamisesta päätömisellä henkilöllä, mikäli henkilöresursoinnin laajentamiseen päädytään.

7. KOKOUKSET

Hallitus kokoontuu v. 2023 vähintään neljä kertaa ja aina tarvittaessa. I-jaos käsittelee lupahakemukset pääsääntöisesti sähköpostikokouksissa ja uuden i-luokituksen käyttöönoton valmistelu vaatii 3-4 läsnäolokokousta. Vuosikokous pidetään sääntöjen mukaisesti syyskuun loppuun mennessä. Vuosikokouksen yhteydessä järjestetään perinteinen SUOMA -seminaari.

8. 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.



SUOMAN lausunnot antaa hallitus tai hallituksen valuttamana puheenjohtaja tai toiminnanjohtaja. Hallitus pyytää tarvittaessa erityisen tärkeisiin SUOMA ry:lle kohdistettuihin lausuntopyyntöihin tai muihin merkittäviin kommentit jäsenistöltä, mikäli se on aikataulullisesti mahdollista. Tällainen asia toimintakaudella on mahdollisesti edistyvä kotimaan kehittämisorganisaatioon liittyvä ratkaisu.

SUOMAN tavoitteena on olla entistä enemmän edustettuna valtakunnallisessa matkailuun liittyvässä päätöksenteossa ja valtakunnallisesti tärkeiden hankkeiden valmistelussa. SUOMAN puheenjohtalla tulee jatkossa olla paikka matkailufoorumissa ja matkailustrategian seurantaryhmässä.

9. KOULUTUS

Pääsääntöisesti SUOMA markkinoi yhteistyötahojen koulutustarjontaa. Matkamessuilla on laaja Matkatieto -ohjelma ja myös Maralla ja SMALilla on runsaasti koulutustarjontaa.

SUOMAN vuosiseminaari on kaikille avoin ja laadukas koulutustapahtuma ja se pidetään syyskokouksen yhteydessä.

Uuden i-kriteeristön käyttöönottoa varten järjestetään i-toimistoille tarvittaessa webinaarimuotoinen tilaisuus. Lisäksi i-uudistukseen liittyy sähköinen koko maan perusmatkailutiedon koulutuspaketti, joka on jokaisen i-toimistoissa työskentelevän läpikäytävä. Koulutuspaketti valmistellaan käyttöönotettavaksi viimeistään v. 2024 alussa.

10. JÄSENREKISTERI

Jäsenrekisterin avulla alueorganisaatiot, matkailutoimistot ja yhteistyöjäsenet voivat päivittää omia tietojaan ja nähdä muiden toimijoiden perustiedot. Lisäksi rekisteriohjelman kautta luodaan suoma.fi sivujen jäsenluettelo ja hoidetaan jäsenmaksu- ja i-lupa laskujen tuottaminen. Rekisterin perusteella lähetetään myös kaikki SUOMAN sisäiset tiedotteet. Rekisterin tietojen läpikäyminen I-toimistojen uuden luokittelun myötä on välttämätöntä ja vaatii muutoksia myös rekisterin rakenteeseen tai sen uusimiseen kokonaisuudessaan.

11. TUTKIMUSTOIMINTA JA MATKAILUN VAIKUTUSTEN MITTAUS

SUOMAN oma tutkimustoiminta keskitetään nykytoimintojen säilyessä kevättalvella tehtävään matkakustuhaluukkuuden ja kiinnostuksen kohteisiin liittyvään mittaukseen, sen seurantamittaukseen kesäkuussa ja 100syytä kampanjan vaikutusten mittaamiseen ja sen kehityksen seuraamiseen kauden loppuvaiheessa. Tilastollinen tieto saadaan monipuolisesti Tilastopalvelu Rudolfin kautta ja niitä analysoidaan sekä jäsenkentän että mediaviestinnän tarpeisiin. Tutkimustulokset ovatkin tärkeä perusta mediaviestinnälle, josta on vuosittain saatu n. 100 mediaosuman ja useiden haastattelujen kautta hyviä tuloksia.



12. SISÄINEN JA ULKOINEN VIESTINTÄ

Sisäisen tiedottamisen tärkeimpänä välineenä on edelleen sähköpostiviestintä, jolla voidaan ohjata suoma.fi sivuille laajempiin tietosisältöihin. Sivuilta löytyy mm. 100syytä -kampanjamateriaalit ja kaikki ajankohtaiset tiedotteet. Nopeaan ja usein tapahtuvaan viestintään sähköposti on kokemusten mukaan toimivin kanava. Suoma.fi sivuston kaipaama uudistaminen mahdollistaisi säännöllisten uutiskirjeiden luomisen esim. 2-3 kuukauden välein. Tämä vaatii myös joko palkattua tai ulkoistettua henkilöresursointia.

Ulkoisen viestinnän painopiste on 100syytä kampanjan yhteydessä tehtävässä mediaviestinnässä, joka on onnistunut erittäin hyvin. Kampanjaviestinnän yhteydessä SUOMA on tuotu systemaattisesti esille myös järjestönä ja SUOMAN asema kotimaan matkailun asiantuntijana on merkittävästi vahvistunut erityisesti koronakesien myötä. Median kommenttipyyntöjä tulee viestinnän seurauksena kesäkaudella viikottain ja myös näyttäviä esiintymisiä valtakunnan medioissa on säännöllisesti. Muuta ajankohtaisviestintää tehdään tarpeen mukaan esimerkiksi mielipidekirjoitusten muodossa sekä keskeisiin toimenpiteisiin liittyen. Koulujen kesälomien siirto tulee olemaan merkittävä osa mediaviestintää myös vuoden 2023 aikana erityisesti siinä vaiheessa, kun esitys Valtioneuvostolle saadaan tehtyä ja voidaan julkistaa.

13. TALOUS

SUOMA ry:n perustoimintojen kokonaisbudjetti vuodelle 2023 on 81 000 euroa. Perusbudjetin lisäksi SUOMAN toimintaan kytkeytyvää rahaliikennettä on 100syytä kampanjan vuosittainen lähes 500 000 euron budjetti ja SUOMA ryhmämyyntikiertueen osallistumismaksut n. 150 000-190 000/vuosi. Vuosittainen TEMin myöntämä tuki (35 000 v.2022) on SUOMAN kautta 100syytä kampanjan budjettiin menevä läpikulkuerä.

Jäsenmaksut/I-käyttöoikeusmaksut

Alueorganisaatio-/matkailukeskusjäsenet	896 euroa
I-toimistot	567 euroa(käyttöoikeusmaksu sama)
I-toimistojen sivupisteet	113 euroa(käyttöoikeusmaksu)
Yhteistyöjäsenet	772 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.



14. YHTEISTYÖTAHOT JA JÄSENYEDET

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

VISIT FINLAND/BUSINESS FINLAND

Matkailualueet ja organisaatiot ovat olleet aktiivisesti ja ratkaisevassa roolissa mukana Visit Finlandin kasvuohjelmassa ja kansainvälisessä markkinoinnissa. Kansainvälinen markkinointi luonnollisesti aktivoituu matkailun elpymisen myötä.

Visit Finlandin kanssa on alustavasti sovittu matkailuneuvontapisteiden esille nostamisesta visitfinland.com sivustolla datahubin kautta. Tämä tuo uudistuneen i-toimistoverkoston jäsenille näkyvyyden myös kansainvälisellä puolella. Visit Finland on ollut uudistuksen sisällön yhtenä kommentoijana.

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. SUOMA on valmis neuvottelemaan TEMin kanssa kotimaan kehittämisorganisaation toimijan roolista, mikäli TEM tekee päätöksen sen edistämisestä.

MAA- JA METSÄTALOUSHALLINTO MMM

Ministeriön alaisena toimii SUOMAN pitkäaikainen messuyhteistyö- ja 100syytä kampanja kumppani Saaristoasiain neuvottelukunta. Neuvottelukunnan kanssa käydään jatkokeskustelut vuoden 2023 kampanjaan osallistumisesta ja Matka-messut yhteistyöstä. Lisäksi ministeriön hallinnonalaan kuuluu matkailun kannalta tärkeitä virastoja ja laitoksia kuten Metsähallitus, Luonnonvarakeskus Luke ja matkailurahoitukseen vaikuttava Maaseutuvirasto Mavi.

SUOMEN MATKAILUALAN LIITTO SMAL

SMALIN kanssa jatketaan yhteistyötä ja yhtenä osa-alueena on MATKA- messujen aikana järjestettävä Matkatieto -koulutus. SUOMA on SMAL:n toimialajäsen ja SMAL on SUOMAN yhteistyöjäsen. SMAL on tärkeä asiantuntija pakettimatkalakiin liittyvissä kysymyksissä. Vaikka SMAL keskittyy pääosin Suomesta ulospäin suuntautuvaan matkailuun, niin SUOMA näkee sen tärkeänä osapuolena, kun tarkastellaan matkailua kokonaisuutena. Suomalaisten matkustaminen ulkomaille pitää yllä tarvittavia kansainvälisiä liikenneyhteyksiä, jotka palvelevat ulkomailta Suomeen tulevia matkailijoita.

LINJA-AUTOLIITTO

Linja-autoliitto on 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. Yhteistyötä liiton jäseniin lisätään erityisesti SUOMA ryhmämyyntikiertueeseen liittyen.

MATKAMESSUT

SUOMA jatkaa pitkään jatkunutta yhteistyötä Matkamessujen kanssa, kun messut nyt toteutetaan kahden vuoden tauon jälkeen tammikuussa 2023. SUOMA on organisoinut vuosittain messujen info-osaston yhdessä matkailualan oppilaitosten kanssa ja sama konsepti toteutetaan myös 2023 messuilla. SUOMAN osasto brändätään 100syytä matkailla Suomessa -teemalla ja somessa käynnistetään kesään tähtäävä kilpailu.

Toiminnanjohtaja sekä Satu Hirvenoja/ Visit Turku, ovat SUOMAN edustajina MATKA -messujen kehitysryhmässä. Suomen Messut on SUOMAN yhteistyöjäsen.

KUNTALIITTO JA SEKES

SUOMA on yhdessä Kuntaliiton ja Suomen Elinkeino- ja Kehitysyhtiöt SEKES ry:n kanssa kuntamarkkinointia ja viestintää edistävän Kuntamarkkinoinnin SM kisat -yhteisön organisoija.

Kuntamarkkinoinnin SM -kisat järjestetään vuosittain ja niihin myös matkailuorganisaatioiden kannattaa aktiivisesti osallistua. Palkintojen jako pidetään Kuntamarkkinoiden yhteydessä. SUOMAN toiminnanjohtaja on kisojen tuomaristossa.

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

MARA RY

Maran kanssa on tehty hyvää yhteistyötä mm. 100syytä kampanjan viestinnässä Maran laajalle jäsenkentälle. Useat SUOMAN jäsenorganisaatiot ovat Maran jäseniä.

ELY-KESKUKSET

SUOMA toimittaa vihreää I-kilpeä käyttävien toimistojen luettelon pyydettäessä ELYLLE ennako-opastehakemuksiin liittyen. Pääsääntöisesti lupa myönnetään vain vihreän I-kilven käyttöluvan saaneille toimistoille.

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

