

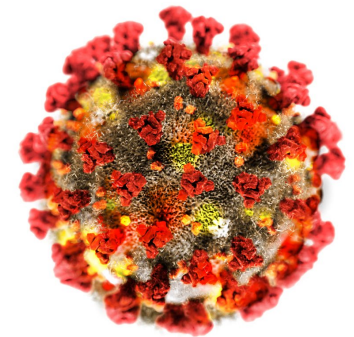
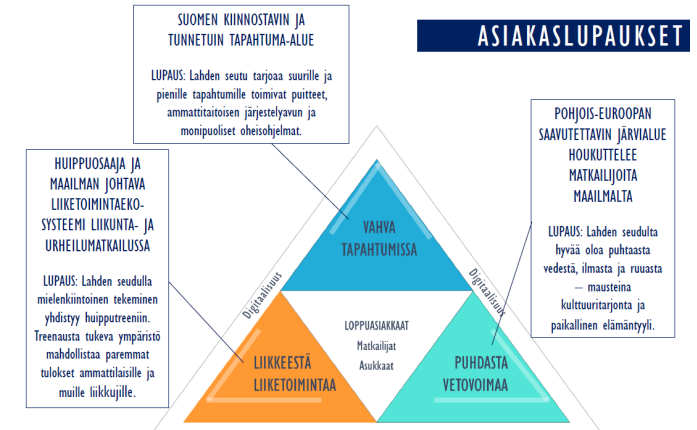
A person is running on a wooden pier that extends into a calm blue lake. The person is holding a black cloth aloft with their right arm. The background shows a dense forest of green trees under a clear sky. The scene is framed by trees in the foreground.

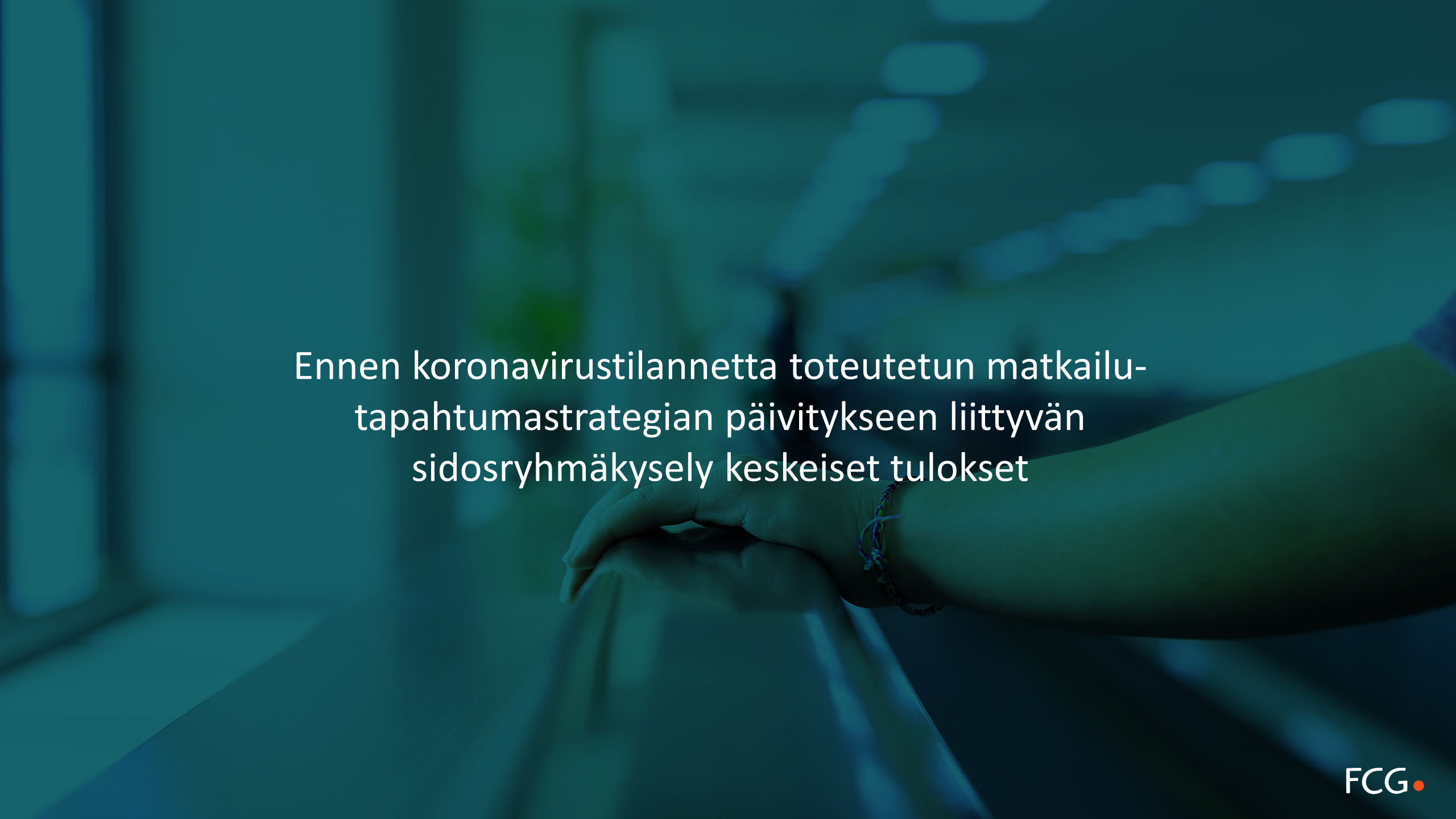
Päijät-Hämeen matkailu- ja tapahtuma- strategian päivittäminen & koronavirustilanteen skenaariotyö

25.5.2020

Johdanto

- Vuonna 2016 valmistunut Lahden seudun matkailu- ja tapahtumatoimialan strategia *Tahtoa ja tekemistä* ulottuu vuoteen 2025. Strategian avulla on saatu aikaan hyviä tuloksia. Menestyksestä strategiaa päivitetään parhaillaan vastaamaan toimintaympäristössä tapahtuneita muutoksia. Päivitystyö käynnistyi Lahden seutu - Lahti Region Oy:n (Visit Lahti) toimesta alkuvuodesta 2020.
 - Päivitystyötä koordinoi Lahden seutu – Lahti Region Oy:n kanssa yhteistyössä FCG Finnish Consulting Group Oy.
- Lähtötilannekartoituksessa Lahden seudun matkailu- ja tapahtumatoimijoilta kysyttiin mielipiteitä ja näkemyksiä toimintaympäristön muutoksista, trendeistä ja mahdollisuuksista. Näkemyksiä peilattiin alkuperäisen strategian tavoitteisiin ja toimenpiteisiin.
- Maaliskuussa 2020 alkoi näkyä ensimmäisiä merkkejä koronavirustilanteen ulottumisesta myös Suomeen ja Päijät-Hämeeseen. Tilanteen pahentuessa maaliskuun aikana strategiatyö päätettiin väliaikaisesti keskeyttää ja suunnata katseet matkailu- ja tapahtumatoimialan selviytymiseen Lahden seudulla koronaviruksen aiheuttamassa poikkeustilanteessa.



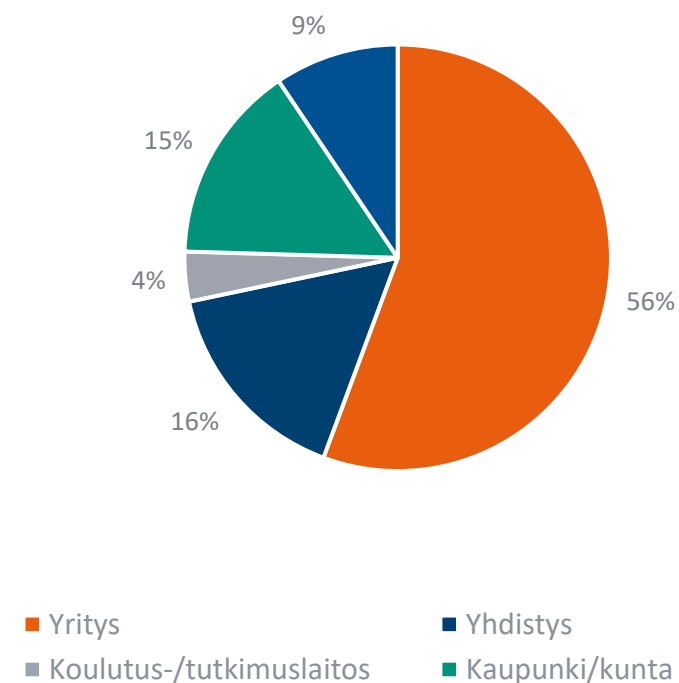


Ennen koronavirustilannetta toteutetun matkailu-
tapahtumastrategian päivitykseen liittyvän
sidosryhmäkysely keskeiset tulokset

Kyselytutkimus maaliskuussa 2020 ennen koronavirustilannetta

- Päijät-Hämeen yhteisen matkailu- ja tapahtumastrategian uudistamisen lähtölaukauksena on alueen matkailu- ja tapahtumatoimijoille suunnattiin tiivis kysely, jolla kartoitettiin kentältä esiin nousevia tarpeita ja näkemyksiä.
 - Muodostetaan tilannekuva strategiatyön taustalle
- Kyselyssä käsitellyt teemat:
 - Päijät-Hämeen matkailun nykytilanne peilaten vuonna 2016 asetettuihin tavoitteisiin ja mittareihin
 - Valtakunnallisen matkailustrategian analyysi Päijät-Hämeen ja laaditun strategian näkökulmasta (ml. suuralueyhteistyö)
 - Toimintaympäristön, trendien ja muutosajurien analysointi – mitä maailmalla tapahtuu ja mikä on muuttunut / muuttumassa
- Kyselyyn saatiin yhteensä 106 vastausta
 - Suurin osa vastaajista yrityksiä (56%) ja sijaintikuntana Lahti (47%)

Vastaajan organisaation tyyppi



Kyselyn tuloksia

Erityisesti Lahden seudun matkailun ja tapahtumien toimialan yritykset kokivat vuonna 2016 laaditun matkailu- ja tapahtumastrategian onnistuneen tavoitteessaan nostaa Päijät-Häme eläväiseksi ja vetovoimaiseksi matkailu- ja tapahtumaseuduksi. Päivitys on kuitenkin tarpeen toimintaympäristön nopean muutoksen johdosta.

Vastauksissa toistuneita **muutosajureita**:

- Lumettomat talvet ja ilmastonmuutos
- Digitalisaatio
- Lahden seudun epävarma aluetalous sekä globaalitalouden muutokset
- Lahden seudun merkittävät hankkeet ja investoinnit: ympäristöpääkaupunkivuosi Kymiring ja UNESCO Global Geopark

Kommentteja seudulliseen **tahtotilaan** liittyen:

- Päijät-Häme on Sustainable Travel Destination, jossa yritykset yhdessä puhaltavat yhteen hiilen kestävän matkailun puolesta
- Matkailu- ja tapahtuma-ala on seudun kasvun veturi ja luo alueelle uusia työpaikkoja
- Yhteistoimintaan perustuvat ansaintamallit tuottavat hyötyjä koko matkailuverkostolle
- Vastuullisuus ja kestävyys kaikessa tekemisessä
- Talviliikunta uudistuu luovasti Lahden seudulla
- Suomen paras Lakelandin stop-over-kohde, koulutusmatkailukohde, talvitapahtumakohde, liikuntamatkailukohde tms.

Ehdotuksia **strategiseksi painopisteiksi**:

- Tapahtumat
- Vastuullisuus ja kestävyys
- Maaseutu
- Luonto, vesistöt ja retkeily
- Ostamisen helppous
- Tiede ja tutkimus
- Esteettömyys
- Aitous
- Ennakointi

Ehdotuksia **markkina-alueisiin ja kohderyhmiin** liittyen:

Päiväkävijät Helsinki-Vantaalta
Luontoelämyksiä etsivät matkailijat
Vetovoimaiset tapahtumat ja tapahtumäkävijät
Koulutusmatkailu
Aktiivilomailijat
Lähialueet: Viro ja skandinaavia
Muu Eurooppa: Ranska, Espanja ja Italia
Muu maailma: Kiina, Japani, Korea, Intia ja arabimaat

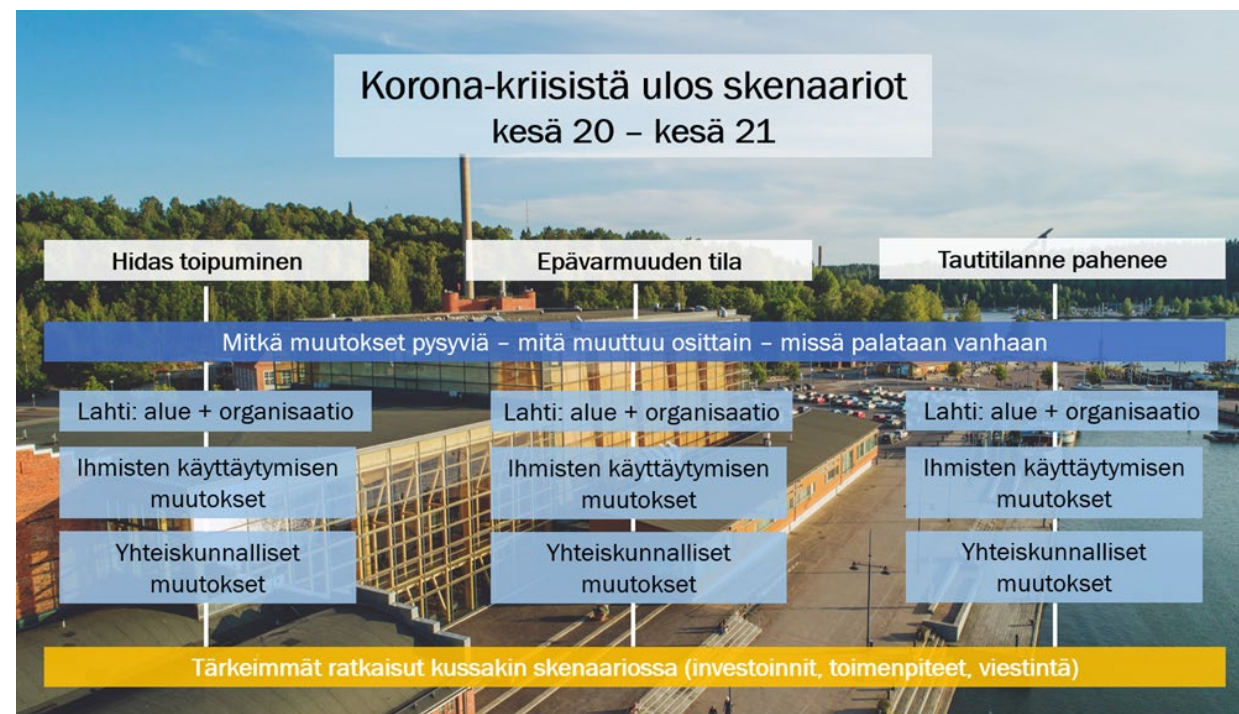


Vuonna 2016 laaditun strategian näkemys, johon liittyen kyselyssä pyydettiin mielipiteitä ja näkemyksiä.

Skenaariotyö

Skenaariotyö, huhti-toukokuu 2020

- Lahden kaupunki on perustanut koronaan liittyvän skenaariotyöryhmän arvioimaan kolmea eri skenaariopolkua. Lahti Region on kutsuttu koordinoimaan matkailu ja tapahtumat -teemaryhmää.
- Skenaariotyössä tarkasteltiin seuraavia kestoilta ja vakavudeltaan eri asteisten kriisiskenaarioiden vaikutuksia matkailun ja tapahtumien toimialoilla:
 - 1) Hidas toipuminen
 - 2) Epävarmuuden tila
 - 3) Tautitilanne pahenee
- Skenaariotyöskentely toteutettiin kahden erillisen Lahden seudun matkailu- ja tapahtumatoimijoille suunnatun kyselyn ja tulosten purkutilaisuuden avulla
 - Ensimmäisessä vaiheessa vastaajia pyydettiin kirjaamaan näkemyksiä skenaarioiden **vaikutuksista** matkailu- ja tapahtuma-alalle suhteessa pandemian keston (vaikutukset ensimmäisen, toisen ja kolmannen vuoden aikana).
 - Toisessa vaiheessa vastaajia pyydettiin ilmaisemaan omat näkemyksensä **vaadittavista toimenpiteistä, investoinneista ja viestinnästä** kunkin skenaarion osalta matkailun ja tapahtumien toimialalla.
- Ensimmäiseen kyselyyn vastasi 13 ja toiseen 15 Lahden seudun matkailu- ja tapahtumatoimijaa



SKENAARIO 1 - HIDAS TOIPUMINEN

Epidemian kesto: 6-9 kk.

Epidemiaa hidastetaan, ettei sairaanhoidon kapasiteetti ylittyisi. Rajoituksia puretaan 5-9/2020. Otetaan käyttöön tehokkaita hoito-, seuranta- ja eristyskeinoja.

Myös muissa maissa viruksen tukahduttaminen onnistuu riittävästi ja maailmantalous lähtee hitaasti toipumaan. Poliittiset päätöksentekojärjestelmät toimivat lähes häiriöttä.

Suomessa palautuminen taantumasta on hidasta. Luottamus talouteen kuitenkin säilyy.

Skenaario 1: hidas toipuminen

- **Vuosi 1:**

- Varovaisuus kasvaa kuluttajakäyttäytymisessä, kun oman talouden kantokyvystä ei ole varmuutta pitkällä aikajänteellä.
- Kuitenkin kotimaan matkailu ja mökkeily elpyvät melko nopeasti, jo kesällä, mutta ulkomaisia asiakkaita ei ole loppuvuonnakaan ja operaattorit kärsivät tästä.
- Lahdessa ja Päijät-Hämeessä karsiutuu matkailuyrityksiä konkurssien kautta. Jäljelle jäävät vahvimmat, mutta ei välttämättä kiinnostavimmat yritykset.

- **Vuosi 2:**

- Ihmisten matkailukulutus on kotimaan matkailun osalta palautunut kriisiä edeltäneelle tasolle.
- Ulkomaille matkustetaan edelleen jonkin verran harvemmin kuin aiemmin ja ulkomailta Suomeen hieman aiempaa harvemmin.
- Kansainvälinen tapahtumamatkailu avautuu vaiheittain ja laajat ympäri maailmaa ihmisiä keräävät massatapahtumat palaavat rajoitetusti alalle periodin loppupuolella.

- **Vuosi 3:**

- Luottamus matkailun turvallisuuteen on suhteellisen vahva ja pandemia alkaa olla "muisto" haastavasta ajanjaksosta, josta selvittiin.
- Kolmen vuoden aikajänteellä matkailu- ja tapahtuma-ala on toipunut ja matkailuyritykset, jotka selvisivät koronakriisistä, toimivat kuten koronaa edeltävänä aikana.

Skenaario 1: ratkaisut

- **Investoinnit:**
 - kotimaahan suuntautuvien markkinointitoimenpiteiden merkittävä kasvattaminen
 - yrityksillä on nyt hyvä hetki tehdä remontteja, koska kohteissa on rauhallista
- **Toimenpiteet:**
 - tarpeeksi väljien tilojen ja alueiden tarjoaminen käyttöön
 - varmistetaan yrityksille suunnatulla neuvonnalla koronatukien saaminen
- **Viestintä:**
 - ihmisiä kannustetaan liikkeelle, mutta vältetään kokoontumisia
 - painotetaan sähköistä markkinointia, jotta viestit ovat jatkuvasti ajan tasalla - painotuotteessa oleva tieto voi vanheta nopeasti

SKENAARIO 2 – EPÄVARMUUDEN TILA

Epidemian kesto: 12-24 kk

Epidemiaa hidastetaan ja rajoituksia puretaan 5-7/2020. Suomeen tulee uusia epidemia-aaltoja ja joudutaan ottamaan uudelleen rajoitustoimia käyttöön. Suomessa on myös alueellisia eroja viruksen esiintymisessä.

Epidemia-aallot toistuvat, kunnes laumasuoja on riittävä tai rokote valmistunut ja sitä on riittävästi saatavilla. Päätöksentekojärjestelmän paineet ovat suuret ja kyky toimia uhattuna.

Talouden toimijat pelkäävät tilanteen pahenemista ja epävarmuus hidastaa kulutusta ja investointeja. Epävarmuudesta tulee uusi normaali.

Skenaario 2: epävarmuuden tila

- **Vuosi 1:**

- Matkailijamäärä puolittuu ulkomailta, Kiinasta suuntautuva matkailu on miltei 0%.
- Perinteinen fyysinen matkailu etsii tilalleen uusia muotoja virtuaalisista matkailukokemuksista.
- Ihmiset liikkuvat ja kuluttavat rahaa varovasti ja pyrkivät matkailemaan kotimaassa.
- Päivästä pariin yöpymiseen kestävien matkojen määrä suhteessa pidempiin vierailuihin lisääntyy.

- **Vuosi 2:**

- Matkailuala keskittyy tietyille isoille toimijoille joilla on vahva tase ja mahdollisuus kehittää uusia palveluja - myös kumppaniverkostot lisääntyvät.
- Virtuaalipalvelut lisääntyvät > digipalvelujen osaajat pärjäävät
- Erämaakohteet menestyvät imagollaan > matkailijat voivat olla pienessä yksikössä ja turvassa erämaassa.
- Yrityskenttä on kutistunut ja matkailusta on tullut marginaalisempi toimiala.
- Hotellien majoitustoiminta perustuu lähinnä liikematkustajiin ja loma-aikoina sukulaisissa vierailevien kysyntään. Hengityssuojainten käytöstä on tullut uusi normaali.

- **Vuosi 3:**

- Yhteiskunnan toipuminen alkaa vasta noin kolmen vuoden jälkeen, kun voidaan tieteellisesti todennetusti osoittaa, että on pystytty kehittämään tehoava rokote ja/tai laumasuoja on syntynyt.
- Matkailu- ja tapahtuma-ala saa kasvua kansainvälisten matkailijoiden kautta, mutta epidemiasykkien vuoksi matkailu on edelleen rajoitettua joko lähtö- tai tulomaiden rajasulkujen vuoksi.

Skenaario 2: ratkaisut

- **Investoinnit:**
 - varmistetaan investoinnit koronaepidemian jälkeiseen aikaan ml. hotellit ja retki-infra
 - vaikuttavuus- ja kävijätutkimus
- **Toimenpiteet:**
 - tuetaan liiketoiminnan ja palvelujen uudistamista ml. etäläsnäolo, virtuaali- ja lisätty todellisuus (hankkeet, tki-tuet)
- **Viestintä:**
 - kotimaan matkailun kasvun varmistaminen: pienet ryhmät, perheet, pienet kokoukset
 - seudun asukkaiden aktivointi

SKENAARIO 3 – TAUTITILANNE PAHENEE

Epidemian kesto: avoin

Eristämistoimista huolimatta virusta ei saada Suomessa ja globaalisti tukahdutettua ja sen leviäminen jatkuu. Epidemia-aallot toistuvat ympäri maailmaa. Tehokkaita hoitokeinoja ei löydy.

Tilanne ei kuitenkaan johda sotatilaan, mutta tilanteesta ei ole selkeää ulospääsyreittiä.

Poliittisessa päätöksentekojärjestelmässä on isoja häiriöitä. Globaalin finanssijärjestelmän kestävyys on vaakalaudalla ja myös Suomessa luottamus talouteen rapautuu.

Skenaario 3: tautitilanne pahenee

- **Vuosi 1:**

- Liikkumis- ja kokoontumis-rajoitukset estävät suurten tapahtumien järjestämisen, joten ihmiset etsivät pieniä, eksklusiivisia palveluita.
- Ulkomaisia matkailijoita ei juuri ole missään > matkailuala näivettyy maailmanlaajuisesti ja melko pian, koska matkailukulutus jää kauas peruskulutuksen (ruoka, vesi, lämpö) taakse.
- Nyt päättäjien ja johtajien tulee aloittaa viestinnällinen työ, jotta tappiomieliala ja näköalattomuus ei pääse missään vaiheessa nousemaan vallitsevaksi.

- **Vuosi 2:**

- Toimintaympäristöt ovat haasteellisia, päätöksiä joudutaan tekemään epävarmuuden vallitessa, viranomaisten toiminta on osin sekavaa ja työttömyyden kasvun myötä tyytymättömyys lisääntyy.
- Vapaa-ajan asuntojen kysyntä jatkaa kasvuaan, mikä on merkityksellistä Päijät-Hämeelle, jossa on paljon mökkivaltaisia kuntia.

- **Vuosi 3:**

- Yleinen maksukyky on erittäin heikko > matkailu ja oheispalvelut ovat luksusta.
- Mökkiläisyydestä tulee aluetaloudellisesti aikaisempaa merkittävämpi ilmiö. Ihmiset viettävät enemmän vapaa-aikaa kotimaassa, mutta poissa kotoa. Tämä synnyttää uusia markkinoita paikallisesti. Pienet yhteisölliset tapahtumat "leirinuotiot" voivat lisätä suosiotaan.

Skenaario 3: ratkaisut

- **Investoinnit:**
 - varotoimet ja turvallisuutta parantava tekniikka
 - satsaukset virtuaaliseen materiaaliin ja etäpalveluihin
- **Toimenpiteet:**
 - alueen toimijoiden edunvalvonta yhdessä sidosryhmien kanssa (valtion tukipaketit)
- **Viestintä:**
 - Viestintästrategia on lähellä poikkeuksellisen ankaran kriisin (lähes sotatila) viestintää > sanoma: "tilanne on hallinnassa, tästä selvitään"
 - Alueen kannalta merkittävien investointien varmistaminen (Rantakartano ja Vierumäki)

Yhteenveto

- Koronaviruksen aiheuttama poikkeustila on ennen näkemätön ja vakava uhka Päijät-Hämeen matkailu- ja tapahtumatoimialalle.
 - Tilanteen vakavuus on tunnistettu ja siihen on pyritty varautumaan nopealla reagoinnilla sekä matkailun alueorganisaatiotasolla että alueen matkailu- ja tapahtumatoimialalla. Tilanteen vakavuudesta huolimatta usko alan selviytymiseen on Päijät-Hämeessä varovaisen toiveikas.
- Skenaariotyön avulla ja valmistautumalla toimenpiteisiin eri tyyppisissä tilanteissa minimoida alueen ihmisiin, yrityksiin ja aluetalouteen kohdistuvia uhkakuvia.
- Riippumatta skenaariorista, koronakriisi vahvistaa matkailualalla jo käynnissä olevia kehityskulkuja aikaansaaden pysyviä muutoksia:
 - Digitaaliset palvelut jäävät pysyväksi toimintatavaksi haastamaan perinteisiä matkailupalveluja
 - Turvallisuus saa matkailussa aiempaa suuremman painoarvon > maakohtaiset erot esimerkiksi rokotusten kattavuudessa vaikuttavat matkustuspäätöksiin lähivuosina



FCG

Hyvän elämän tekijät