



Tiedote 10.10.2017

Kotimaanmatkailu nousee loma-aikojen uudistamisella ja yhteismarkkinoinnilla

Vaikka kotimaanmatkailu lisääntyi viime kesänä, joutuivat useat matkailu-alan yrittäjät laittamaan lapun luukulle juuri Keski-Euroopan lomasesongin aikana. Tämä miljoonien eurojen hukattu mahdollisuus heijastuu myös nuorten työllisyystilastoihin. Suomen Matkailuorganisaatioiden yhdistys Suoma ry ehdottaa ratkaisuksi koulujen kesäloman siirtämistä kaksivaiheisella mallilla ja yhteismarkkinointiin panostamista.

”Nykyisen loma-ajan seurauksena matkailu vähentyy dramaattisesti jo ennen elokuun puoliväliä. Kesätyöntekijät lähtevät opiskelemaan, jolloin tekijöitä ei riitä, vaikka töitä olisikin. Yrittäjät joutuvat supistamaan toimintaansa juuri Keski-Euroopan lomasesongin aikana, joten kansainvälinen toiminta ei pääse kehittymään”, kertoo Suoma ry:n vastavalittu hallituksen puheenjohtaja **Anne-Marget Hellén**.

Hellénin mukaan loma-aikojen muutos tulisi käynnistää koko maassa siten, että ensimmäisessä vaiheessa uuteen käytäntöön voisivat siirtyä ammattioppilaitokset ja ammattikorkeakoulut. ”Suurin osa kesätyöntekijöistä on opiskelijoita. Muutoksella parannettaisiin matkailualan yritysten mahdollisuuksia palvella asiakkaita. Samalla saataisiin tärkeä muutos nopeasti eteenpäin.”

Seuraavassa vaiheessa loma-aikojen pidentäminen ulotettaisiin myös peruskouluun ja lukioihin. Taloustutkimuksen tekemän Suomi tänään -tutkimuksen mukaan suuri osa suomalaisista näkee loma-aikojen muutoksen myönteisenä.

”Monet perheet toivovat, että lomat siirtyisivät kaksi viikkoa myöhemmäksi. Eurooppalaiseen rytmiin siirtyminen olisi myös elinkeinoelämän etu”, Hellén kertoo.

Onnistunut markkinointi suojaasi kotimaanmatkailua koleudelta

Kotimaanmatkailu lisääntyi koleasta säästä huolimatta kesällä 2017 reilun prosentin edellisvuoteen verrattuna.

”Suomen-matkailu on vahvasti kotimaanmatkailijoiden varassa. Kotimaisten matkailijoiden osuus kaikista yöpymisistä oli vuoden 2016 tilastojen mukaan 72 prosenttia. Kuluvan vuoden kasvu selittyy lukuisilla paikallisilla tapahtumilla, joita markkinointiin kaikkien aikojen suurimmalla yhteismarkkinointikampanjalla”, Hellén sanoo.

Suomessa ei ole nähty ennen kesää 2017 matkailualan toimijoiden yhteismarkkinointikampanjaa vuosikymmeniin, vaan markkinointi on ollut pirstaleista.

”Päätimme Suomessa tarttua haasteeseen ja lanseerasimme 100 syytä -kampanjan. Tarkoitus ei ole kilpailla keskenämme, vaan edistää koko Suomen matkailua.”

Kampanja herättää ihmiset näkemään, kuinka monipuolinen matkailumaa Suomi on. Onnistunutta kampanjaa jatketaan ensi vuonna.



”Yhteismarkkinointi mahdollistaa paikallisille toimijoille valtakunnallisen näkyvyyden. Monet ovat kiitollisia, että vihdoinkin joku edistää kotimaanmatkailua kootusti”, Anne-Marget Hellén kertoo.

Lisätiedot:

Anne-Marget Hellén, Suoma ry:n hallituksen puheenjohtaja, anne-marget.hellen@turku.fi,
+358 50 5590499

Hannu Komu, Suoma ry:n toiminnanjohtaja, hannu.komu@onvisio.fi, +358 400 615 756

100 syytä -kampanja: [www.100syytä.fi](http://www.100syyta.fi)
www.suoma.fi