

Matkailun uudet tuulet ja tulevaisuuden näkymät Saimaalla

Kanavan vuokrasopimus jatkuu – Saimaan
vesiliikenne uudessa kehitysvaiheessa

Seminaari Lappeenrannassa 25.01.2012 klo 12.00 – 20.00

Pellervo Kokkonen

Saimaan matkailun näköalat

- Omaleimainen kansainvälinen matkailukohde, joka profiloituu järvimatkailulla.
 - Mikä on paras tapa kokea Saimaan ainutlaatuinen järviluonto?
 - Missä on osaamista, pääomia, asiakasvirtoja?
- Selvitys keskieuropalaisten toimijoiden kiinnostuksesta tulla rakentamaan uutta liiketoimintaa Saimaan alueelle.



Matkailun ja elämystuotannon osaamiskeskus

- Savonlinnan seudun osaamiskeskus – mukana viisi Itä-Suomen maakuntaa, matkailun alueorganisaatiot ja kehitysyhtiöt
 - Tavoitteena liiketoimintaosaamisen vahvistaminen ja innovaatiotoiminnan lisääminen yrityksissä.
 - Järvimatkailuliiketoiminta, sähköinen liiketoiminta, palvelumuotoilu, elämystalous.
 - Osana valtakunnallista verkostoa, jossa mukana Jyväskylä, Rovaniemi, Turku, metropolialue sekä Järvi-Suomi.
 - www.experiencebusiness.fi
 - www.soske.fi
- Klusteri auttaa matkailualan yrityksiä kasvamaan ja menestymään jatkuvasti muuttuvassa kilpailutilanteessa.
 - ME klusteri edistää alan uudistumistakokoamalla toimijat tuloksellisiin projekteihin, joiden avulla Suomi menestyy kilpailussa kansainvälisistä matkailijoista.
 - Matkailun ja elämystuotannon klusterin toiminnassa on matkakohdekohtaisesti mukana yli 1000 kasvuhakuista matkailuyritystä.
 - Osaamiskeskus on koonnut teemaverkostot Itä-Suomessa kalastusmatkailun, risteilymatkailun, sähköisen liiketoiminnan kehittämisen alueilla.

Waterways Forward



- Interreg IVC ohjelman hanke 2010-2012
- 17 partneria 11 Euroopan maasta
- Teemat
 - Ilmastonmuutos
 - Vesireittien moninaiskäytön kehittäminen, aluekehitys
 - Hallinnon, kehittämistoiminnan ja ylläpidon kehittäminen (Governance)
 - Sidosryhmäyhteistyön tiivistäminen
- Savonlinnan seudun kuntayhtymä suomalaisena partnerina PP8
 - Saimaan rahtiliikenteen ja kuljetusketjujen kehittäminen
 - Risteilymatkailu ja matkailupotentiaalin hyödyntäminen
 - Alueellisen yhteistyön kehittäminen
 - Kansainvälisen huippuasiantuntemuksen ja verkostojen hyödyntäminen



Cruise Saimaa -selvitys

- Tavoitteena tutkia edellytykset sisävesiristeilyliiketoiminnan käynnistämiseksi mallina keskieuropaan jokiristeilyt.
- Toteutus kolmessa vaiheessa vuonna 2011
 1. Shortlisting: lähestyttävien yhtiöiden tunnistaminen.
 2. Haastattelut tiedon keräämiseksi ja invest-in-prosessin käynnistämiseksi.
 3. Invest-in-palveluprosessi konseptin kehittämiseksi
- Mukana (1-2) EUROMAPPING s.a.r.l. *David Edwards-May* ja *Brian Kirton*.
- Tulokset: shortlisting 17 yhtiötä, haastattelut 5 yhtiötä.



CroisiEurope
THE FRENCH CRUISE COMPANY

Cruise Saimaa -haastattelut

- Haastattelujen avulla oli tarkoitus saada tietoa Saimaan risteilymatkailun kansainvälisen liiketoimintakonseptin mahdollisuuksista, edellytyksistä ja esteistä.
- Kysymykset:
 1. Oletteko harkinneet risteilyliiketoimintaa Suomessa? Miksi (ei)?
 2. Onko teillä Saimaan liikenteeseen sopivaa 82 m kalustoa käytettävissä?
 3. Mitkä ovat keskeisiä markkinatrendejä tämän hetken markkinoilla (2011)?
 4. Missä määrin matkustajat odottavat/vaativat uusia kohteita?
 5. Millä edellytyksillä uuden kohteen (Saimaan) tarjoaminen olisi mahdollista?
 6. Onko liiketoimintamallinne laajennettavissa uuteen kohteeseen?
- Vastaukset saatiin 5 haastattelulta yhtiön toimitusjohtajalta.

Kiinnostus Saimaaseen

1. Oletteko harkinneet risteilyliiketoimintaa Saimaalla? Miksi (ei)?
 - Yksi haastelluista oli harkinnut risteilyjen aloittamista Saimaalla. Yksi muualla Suomessa (rannikko).
 - Syitä kielteiseen vastaukseen olivat Suomen tuntemattomuus massamarkkinoiden matkakohteena. Kysynnän vähäisyys. Koettiin, että Suomi/Saimaa vetoaa lähinnä pieneen asiakaskohderyhmään. Positiivinen kanta: Mahdollistaa uuden mielenkiintoisen tuotteen tarjoamisen.
2. Onko teillä Saimaan liikenteeseen sopivaa 82 m kalustoa käytettävissä?
 - 82 m kalustoa oli kahdella vastaajalla. Ongelmaksi koettiin asiakaspaikkojen vähäisyys: muodostuu kannattavaksi ainoastaan premium-tuotteena, jonka rakentaminen muilta osin on haastavampaa.



Markkinatrendit

- Kysynnän pirstaloituminen
- Teemojen korostuminen: aktiviteetit, wellbeing, return to nature.
- Uusien kohteiden löytäminen
- Hintakilpailukyky korostuu
- Kanta-asiakkuudet vahvistuvat päämarkkinoilla – synnyttää uusien kohteiden/tuotteiden kysyntää



Cruise Saimaa tuotteen edellytykset

- Tuote on kalliimpi kuin vastaavat Keski-Euroopassa: tarjottava korkeamman hinnan vastineeksi ekstraa
- Wow-faktori keskeinen kriteeri
- Tyypillinen kausi 7-8 kuukautta. 6 kk. Sesongista syntyy lisää kustannuspaineita
- Sopiva alus ja kapasiteetti
- Tunnettuutta, kiinnostava konsepti, nimi, näkyvyys
- Mahdollisuus yhdistää tuote esim. Pietariin
- Minisesonkeja (shoulder season) ja vaihtoehtoinen käyttötarkoitus talvella.

Cruise-liiketoimintamalli



Liiketoimintamallit ja verkostot

1. Varustamomalli

- Markkinointiyhtiö/varustamo riskinottajina, kumppaneina matkanjärjestäjät, palveluntarjoajat.

2. Operaattorimalli

- Business-operaattori (Matkanjärjestäjä/ markkinointiyhtiö) riskinottajana. Ulkomainen varustamo vuokraa laivan. Palveluntarjoajat kumppaneina/ostopalveluna.
- Paikallinen palveluntarjoajaverkosto keskeinen menestystekijä. Vaihtelevasti tarvetta tilauslennoille.

Jatkotyö ja tulokset

- **Sijoittumispäätös Adelle Cruises/Saimaa Lake Cruises.**
- Saimaa Cruise Investor's Handbook
- Selvitykset viranomaismääräysten soveltamisesta kv. Liiketoiminnan kontekstissa
- Reittivaihtoehtojen tarkastelu ja tuotesapluunat
- Alus- ja teknologiakartoitus, yhteistyö meriklusterin kanssa
- Käyntisatamien kartoitus
- Matkailutoimijaverkoston kartoitus

- Invest-in työn jatkaminen

Mitä olen oppinut?

Havaintoja matkan varrelta

- Kasvu ja kilpailukyky matkailussa syntyy kansainvälisissä liiketoimintaverkostoissa → ulkomaiset kumppanit ovat olennainen lisäarvo matkailuliiketoiminnan kehittämisessä.
- Jakelukanavilla on ratkaiseva merkitys menestyksen kannalta.
- Asiakaslähtöinen tuotekehitys ja ennakkoluulottomuus tärkeää.
- Suomessa kilpailu/kustannustietoisuus ei ole (vielä) kehittynyt.
- Ilman verkostoja on mahdoton toimia.
- Suomen liiketoimintaympäristössä on helppo toimia.

Kiitos mielenkiinnosta!

Pellervo Kokkonen

Osaamiskeskusjohtaja

Savonlinnan seudun osaamiskeskus, Matkailu ja elämystuotanto
Savonlinnan seudun kuntayhtymä

pellervo.kokkonen (at) savonlinnaseutu.fi
Puh. 044 758 5472

www.soske.fi

www.experiencebusiness.fi

www.facebook.com/SaimaaOske

www.twitter.com/pkokko