



Helsinki



Miksi Helsinki panostaa matkailuun?

An aerial photograph of a modern building with a complex, angular wooden facade. The building is situated on a large, dark brown wooden deck that extends into a body of water. The deck is furnished with numerous white rectangular tables and black chairs, arranged in rows. There are also some blue and yellow objects scattered on the deck. The building's facade is made of light-colored wood slats, creating a textured, geometric pattern. The water in the foreground is a deep green color with visible ripples. The overall scene suggests a high-end resort or a modern architectural installation.

Verotulot

Matkailun merkitys Suomen kansantaloudelle on matkailutilinpidon lukujen valossa kasvanut 2,7 prosenttiin.

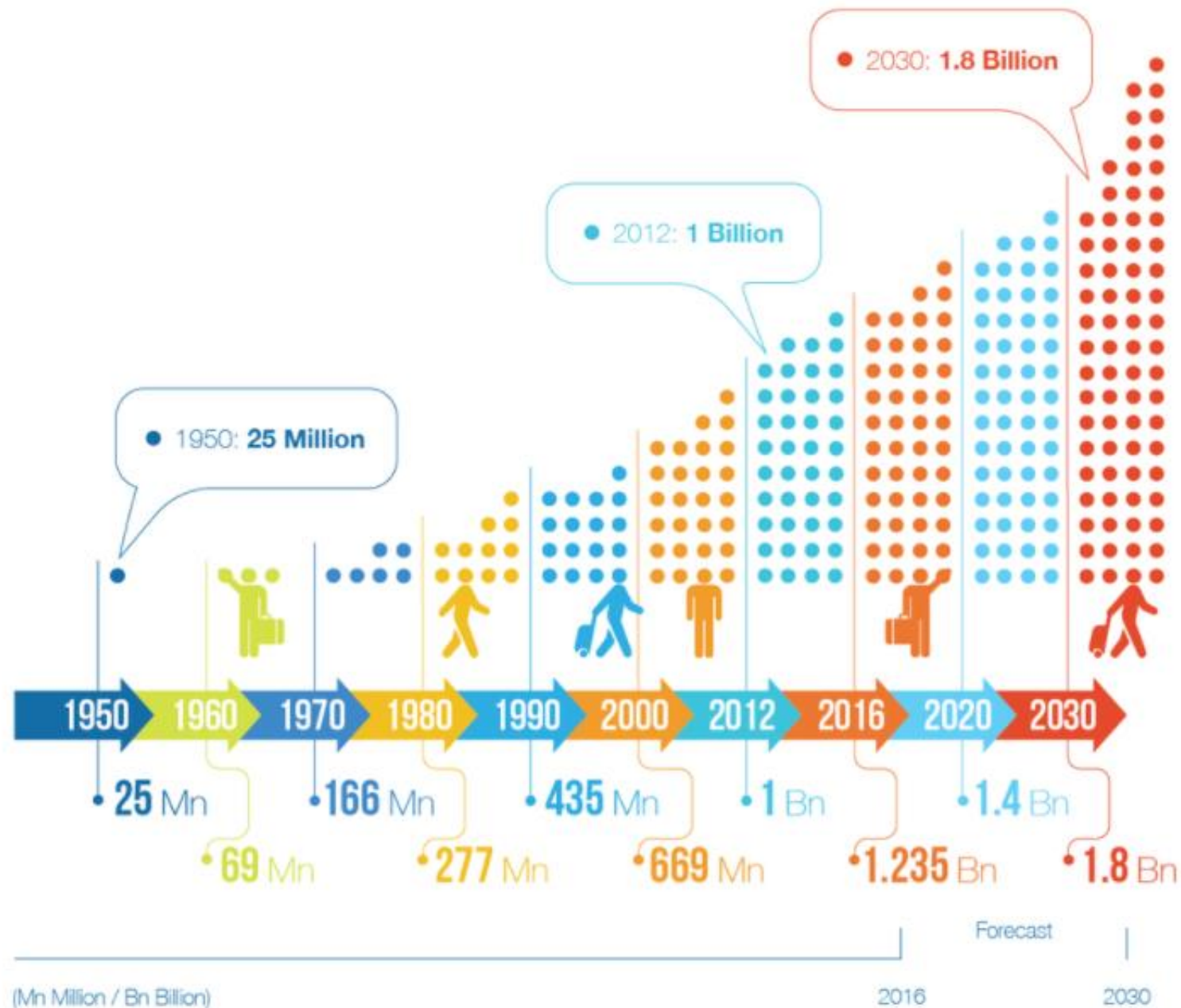
Vuoden 2019 ennakkolukujen perusteella matkailun aikaansaama kokonaiskysyntä oli euromääräisesti 16,3 miljardia euroa.

Lappi: 1,1 miljardia euroa

Uusimaa: 8,2 miljardia euroa

Lähde: TEM

INTERNATIONAL TOURIST ARRIVALS 1950 - 2030

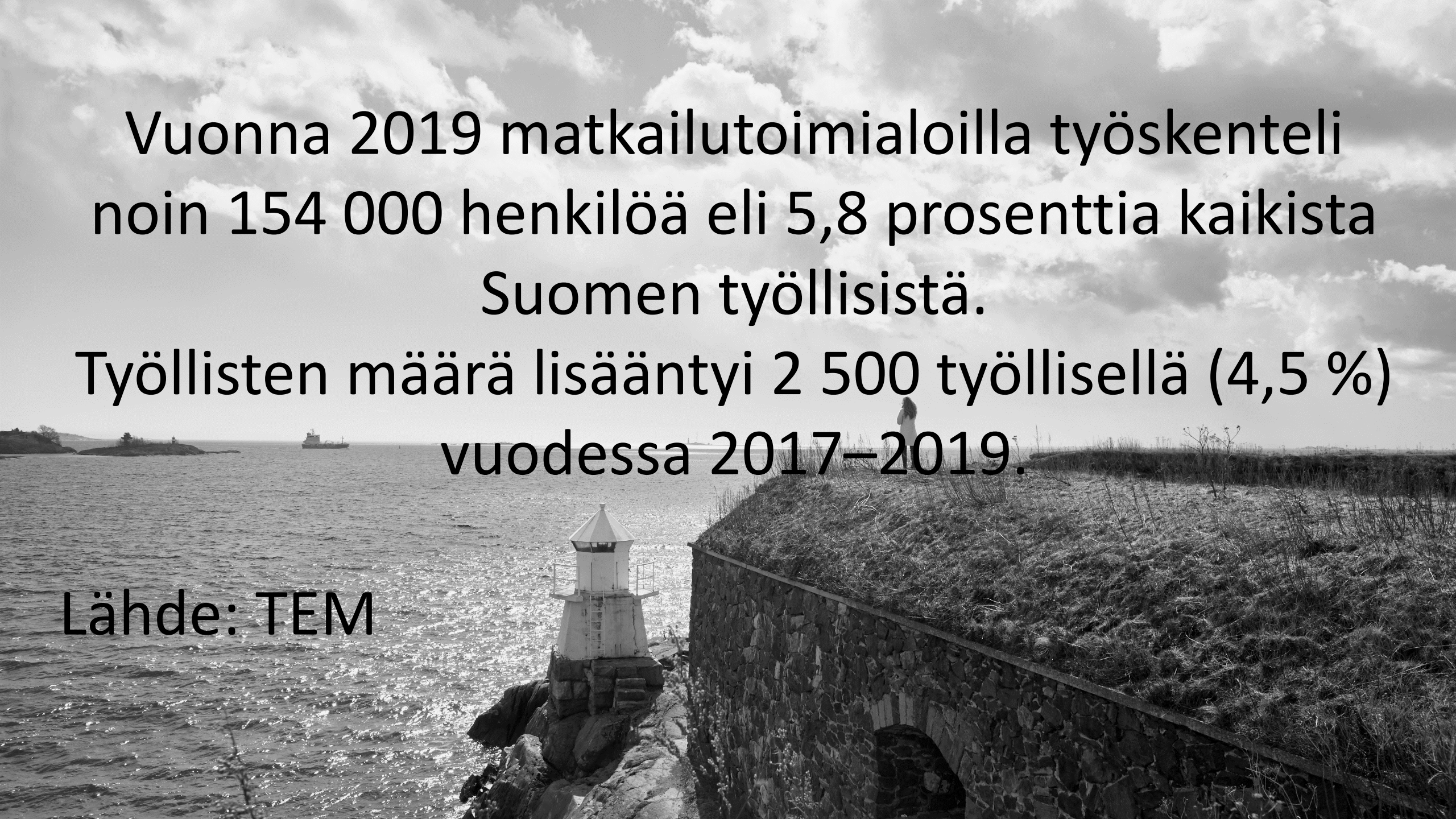


Työllisyys



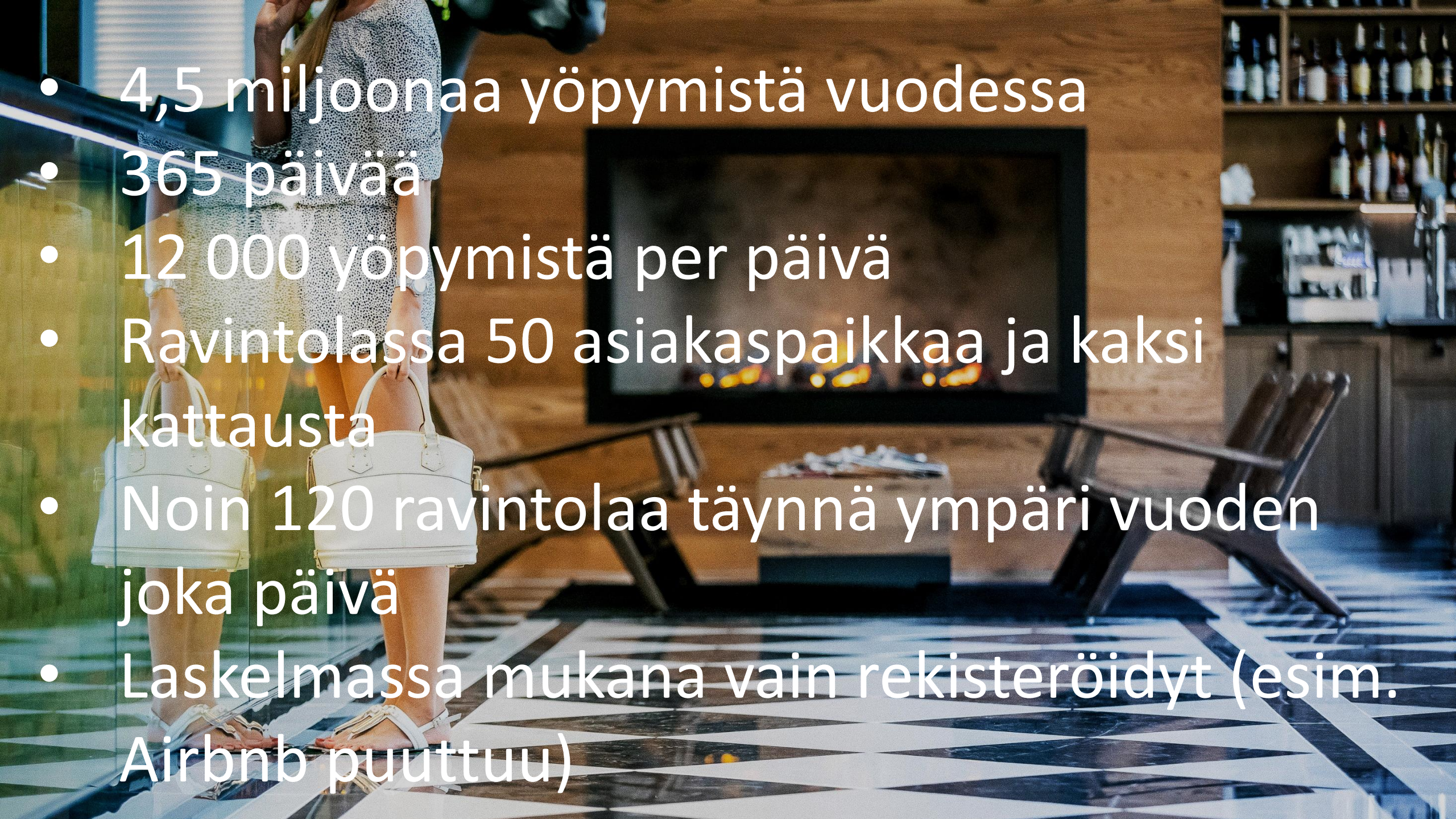
Vuonna 2019 matkailutoimialoilla työskenteli
noin 154 000 henkilöä eli 5,8 prosenttia kaikista
Suomen työllisistä.
Työllisten määrä lisääntyi 2 500 työllisellä (4,5 %)
vuodessa 2017–2019.

Lähde: TEM



Keskustan elinvoima



- 
- 4,5 miljoonaa yöpymistä vuodessa
 - 365 päivää
 - 12 000 yöpymistä per päivä
 - Ravintolassa 50 asiakaspaikkaa ja kaksi kattausta
 - Noin 120 ravintolaa täynnä ympäri vuoden joka päivä
 - Laskelmassa mukana vain rekisteröidyt (esim. Airbnb puuttuu)

Liikkuminen

A wide-angle photograph of a modern wooden deck or terrace overlooking a large body of water under a clear blue sky. The deck is constructed from light-colored wood planks and features a glass railing. Several lounge chairs are arranged on the deck, and a few people are visible, some sitting and some standing. The water is a deep blue, and the horizon is visible in the distance.



Digitaalisuus



Find your next adventure in Southern Finland!

The best selection of holiday experiences at your fingertips!

Whether you enjoy action-packed activities or just relaxing a couple of days in a wilderness cabin, we got it all covered! Bookingpoint brings you closer to the countless possibilities to what seducing Southern Finland has to offer. Booking is easy, fast and secure, so you're just a click away in creating new unforgettable memories for your next holiday!

Visit Finland DataHub

Finland's travel data all in one database

There are already

280

companies and organisations in
DataHub

750

products

[Join DataHub!](#)



▶ 0:00 / 1:33

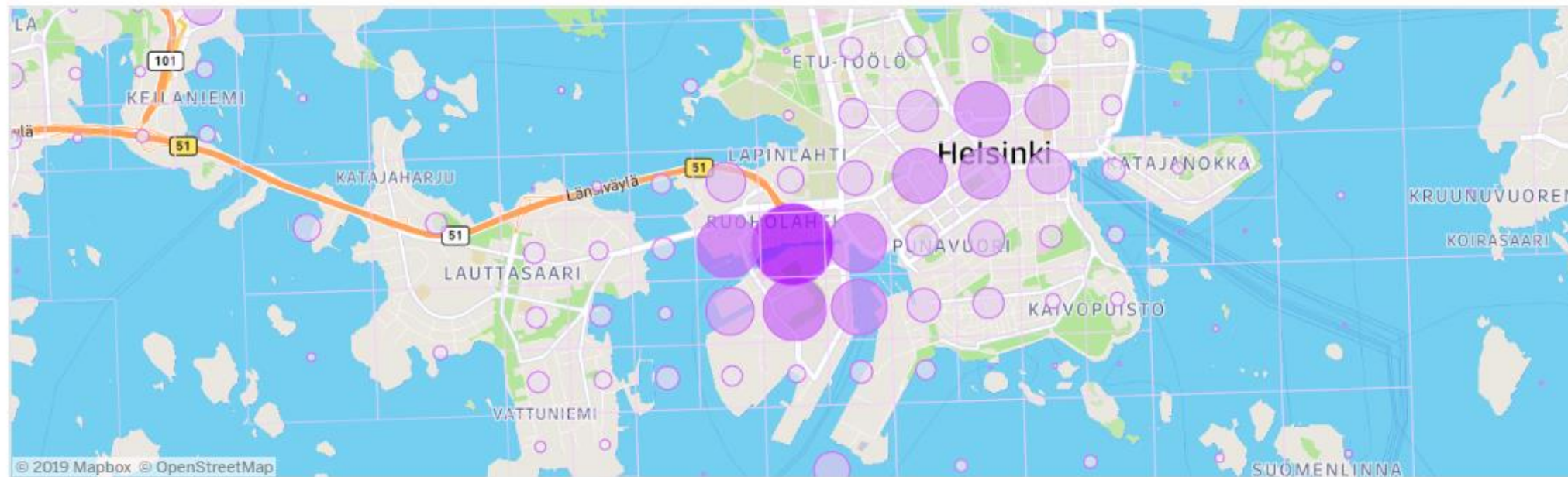


A woman in a dark coat stands on a cobblestone street, holding a smartphone and a stack of papers. A blurred green train is in the background. The text "Tiedolla johtaminen" is overlaid in white.

Tiedolla johtaminen

SIJAINTIANALYYSI

AKTIVITEETTI PER PÄIVÄ - JÄTKÄSAAREN ASUKKAAT



Aktiviteetti ikm
1 4 038

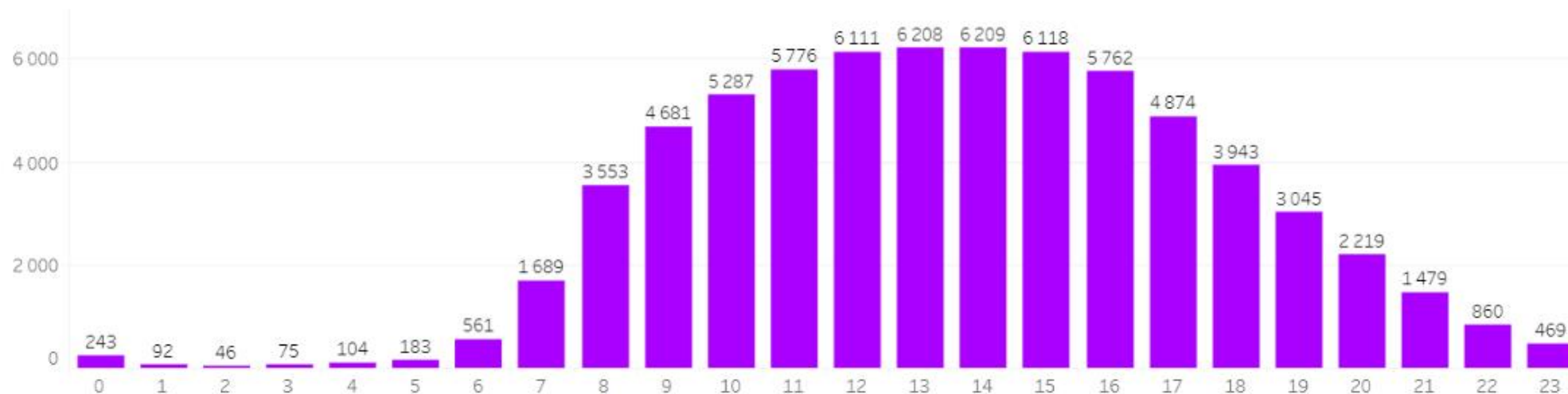
Kuukaudet
☒ Tammi-Helmikuu

Viikonpäivä
☐ (All)
☒ Arki
☐ Viikonloppu

Alueet (gridit)
☒ (All)
☐ Jätkäsaari
☐ Muut

Tunti
(All)

Aktiviteetti tuntitasolla



Hypercell Flow Vision - Actual crowd movement visualization

Poistu koko näytön tilasta painikkeella Esc.



⌚ starttime ⚡ Select Y Axis

12/24 09:59am — 12/24 10:05am

0.5x 1x 2x 4x





Helsinki



HESPERIA PARK

TOONLONLAHDEN
PUISTO

KAISANIEMI
PARK

UNIVERSITY
OF HELSINKI

City center

TÄHTITORNIN
VUORI

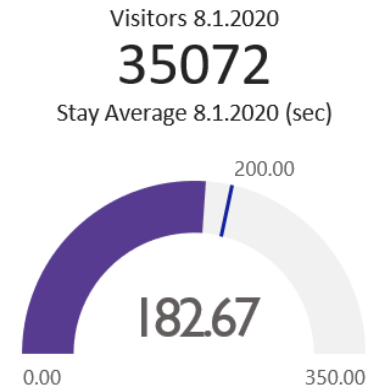
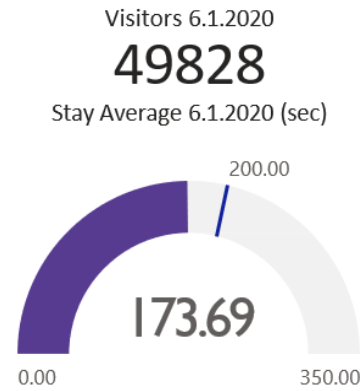
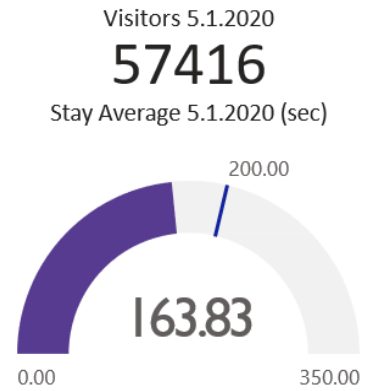
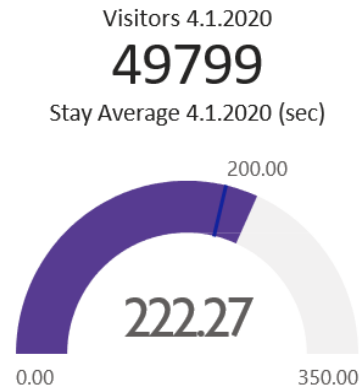
Viiskulma



Helsinki

Lux Helsinki 4.-8.1.2020 – All Stations

Total Visitors
227947



Stay Median 4.1.2020 (sec)
104

Stay Median 5.1.2020 (sec)
92

Stay Median 6.1.2020 (sec)
102

Stay Median 7.1.2020 (sec)
100

Stay Median 8.1.2020 (sec)
96

Stay STD 4.1.2020 (sec)
2180

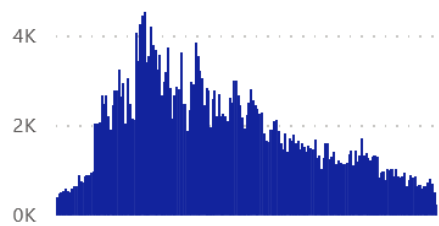
Stay STD 5.1.2020 (sec)
772

Stay STD 6.1.2020 (sec)
1288

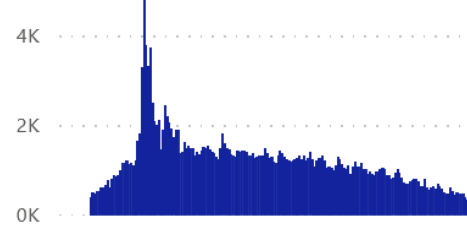
Stay STD 7.1.2020 (sec)
1248

Stay STD 8.1.2020 (sec)
588

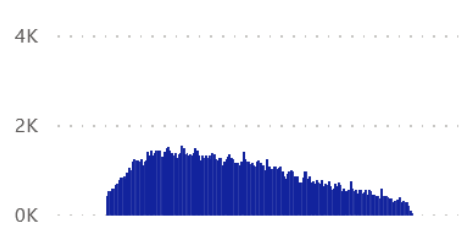
Visitors 4.1.2020



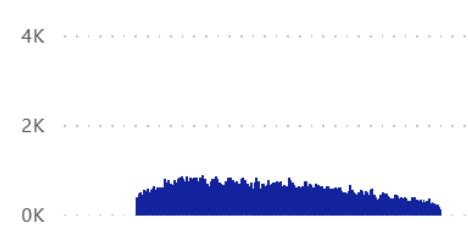
Visitors 5.1.2020



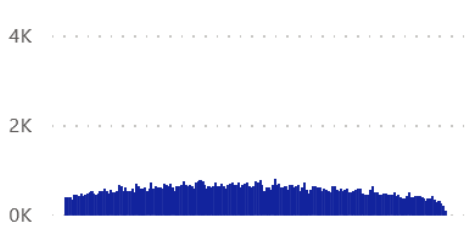
Visitors 6.1.2020



Visitors 7.1.2020



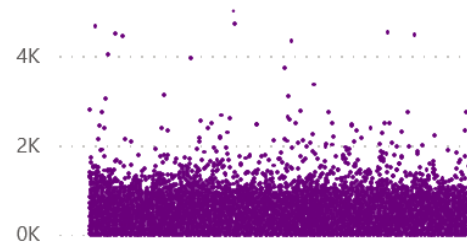
Visitors 8.1.2020



Stay 4.1.2020



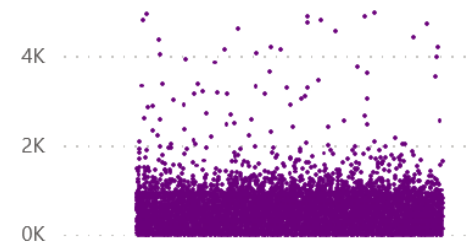
Stay 5.1.2020



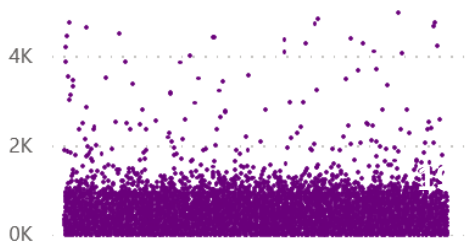
Stay 6.1.2020



Stay 7.1.2020



Stay 8.1.2020



Google Marketing Platform



Data Studio



SITE VISITORS

3 140 883

± 24.3%
vs last year



SITE VISITORS

101 183

± 269.7%
vs last year



SITE VISITORS

1 784 180

± 66.8%
vs last year



SITE VISITORS

2 224 734

± 77.3%
vs last year



SITE VISITORS

8 141 173

± 23.5%
vs last year



NEW VISITORS %

70.10 %

± 2.5%
vs last year



NEW VISITORS %

100.00 %

± 0.2%
vs last year



NEW VISITORS %

60.50 %

± -7.3%
vs last year



NEW VISITORS %

64.44 %

± -4.5%
vs last year



NEW VISITORS %

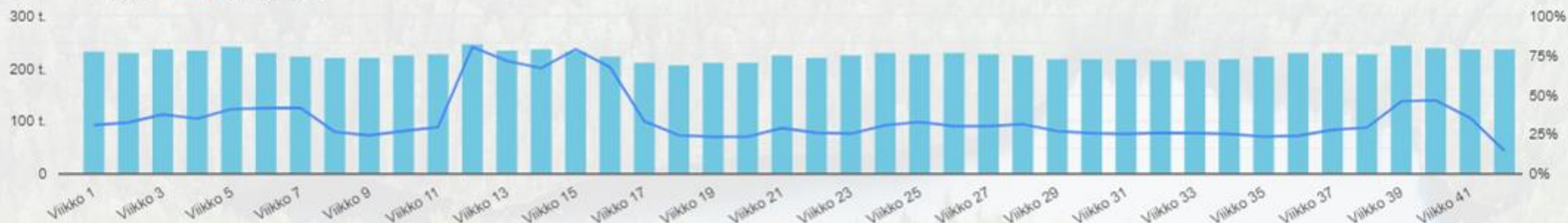
70.20 %

± 5.5%
vs last year



VISITOR TREND & NEW VISITORS %

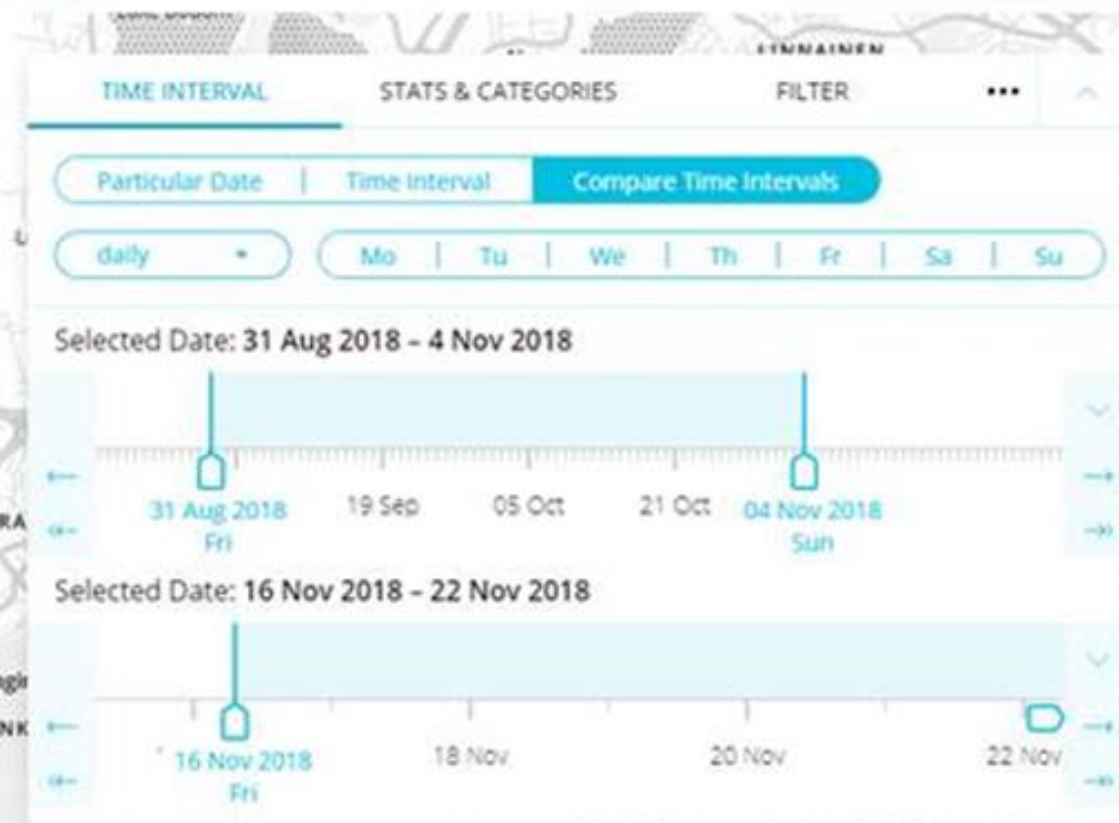
— Users — New visitors %



VISITOR TREND & NEW VISITORS %

— Users — New visitors %





Yliaset

Matkailija

Asukas

Helsinki Marketing

Nettisivut

Toimenpiteet

Matkailuneuvonta

Visit Finland

Nettisivut

Toimenpiteet

Markkinatutkimus

Forward keys, etc

Rajahaastattelut

Tilastokeskus

Majoitustilastot

Muut

Sää

Muut ulkoiset tekijät

↳ terrorismi-iskut

↳ kauppatila

↳ vuorokauden muutokset

↳ ym.

Kestävyyden mittarit

Internet

Media

Blogit

Some

Elinkeino

Mara

Finnair

Finnair

VR

HSL

Laivaliikenne

Hotellit

Benchmarking allinca

Oppaat

Ravintolat

Mun elinkeino

Muut alueet

ECM → Tukholma, Köpi, ym.

Uusman

Tampere, Turku, Lappi, ym.

UNWTO

EU

DASHBOARD

ANALYYSI

TOIMINTA

Kaupunki

Koulut

Elinkeino

Muut julkiset
↳ Visit Finland
↳ TEM, jne

Helsinki Marketing

Media

Matkanjargestajat

Hotelli-investorit

Kotimaiset toimijat

Start-Up



Kestävyys

Helsinki

The Carbon-neutral Helsinki 2035 Action Plan



Yritysten Helsinki

[Tietoa yrityksille](#)[Luvat ja ohjeet](#)[Työvoima](#)[Matkailuelinkeino](#)[Ajankohtaista](#)

YRITYSTEN HELSINKI » MATKAILUELINKEINO » CARBON NEUTRAL TOURISM

MATKAILUELINKEINO

[Aineistoja ja tilastoja](#)[Tapahtumia](#)[Kestävä matkailu](#)[Turvallisuus](#)[Ravintolat](#)[Carbon Neutral Tourism](#)[Carbon Neutral Tourism
tapahtumat](#)[DigiTähti](#)

6Aika: Carbon neutral tourism -hanke

English version below.

Helsingin kaupungin elinkeino-osasto toteuttaa 6aika: Carbon Neutral Tourism -hankkeen yhteistyössä Turun Kaupungin, Visit Tampereen ja Forum Virium Helsingin kanssa.

Hankeaika: 1.3.2020 – 31.12.2021

Lisätietoja:

Jonna Pitkänen projektipäällikkö

jonna.pitkanen(at)hel.fi

Puh. 040 1950 306

Tiivistelmä

6Aika: Carbon neutral tourism -hankkeen pitkän tähtäimen tavoite on vaikuttaa



Oma yritys

Hae...



Ellä Ekologinen, Yritys Oy ▾

Aikaväli:

📅 01/2020 – 01/2021



Hiilijalanjälki / € (liikevaihto)

18,8 kg CO₂e

↓ -12.8% ⚠️ **Melko suuri**

Hiilijalanjälki / asiakas

2,36 kg CO₂e

↓ -10.7% ⬆️ **Erittäin pieni**

Hiilijalanjälki / yöpyminen

5,66 kg CO₂e

↓ -4.2% ⬆️ **Melko pieni**

Hiilijalanjälki / aterea

0,94 kg CO₂e

↑ +7.9% ⚠️ **Melko suuri**

Aikavälin kokonaispäästöt



- 40% Logistiikka 113t.
- 30% Ruoka 85t.
- 17% Majoitus 48t.
- 13% Muut 37t.

Aikavälin päästöjen kompensointi vaatii esimerkiksi

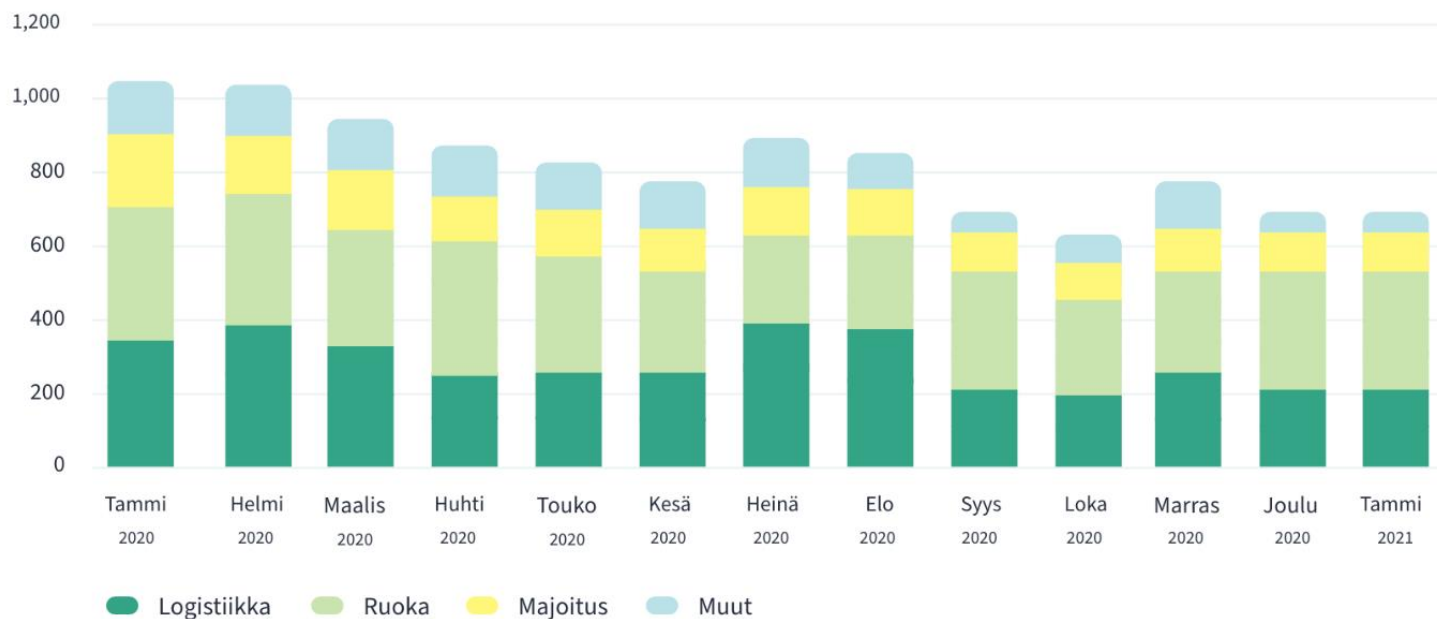
5 145 m²
sademetsän suojelua

tai

11 320
puun istutusta

Päästöjen kehitys

Päästölähteittäin ▾





Vertaile

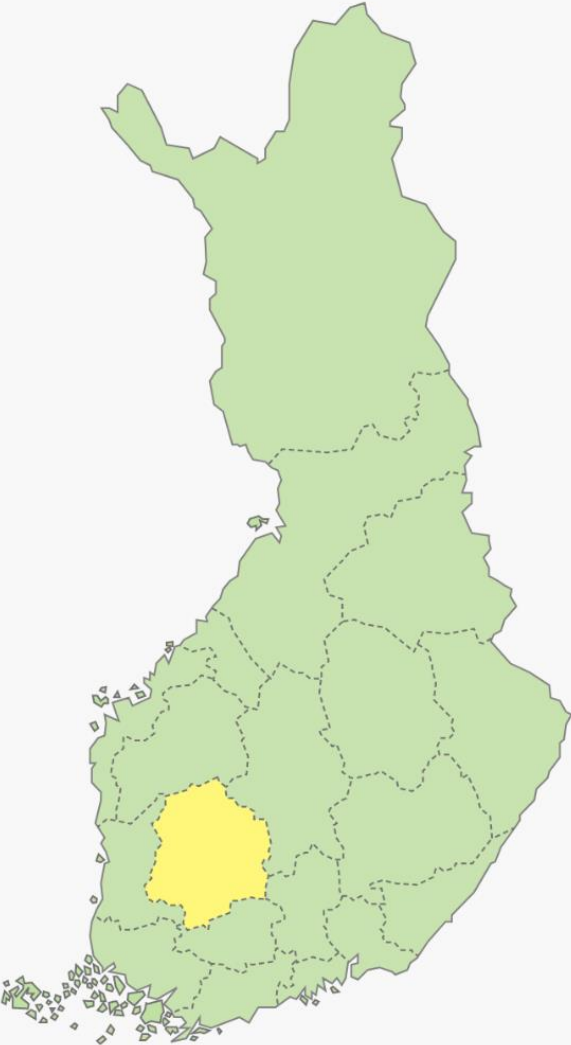
Hae...



Pirkanmaa ▾

Kaikki toimialat ▾

📅 01/2020 – 01/2021



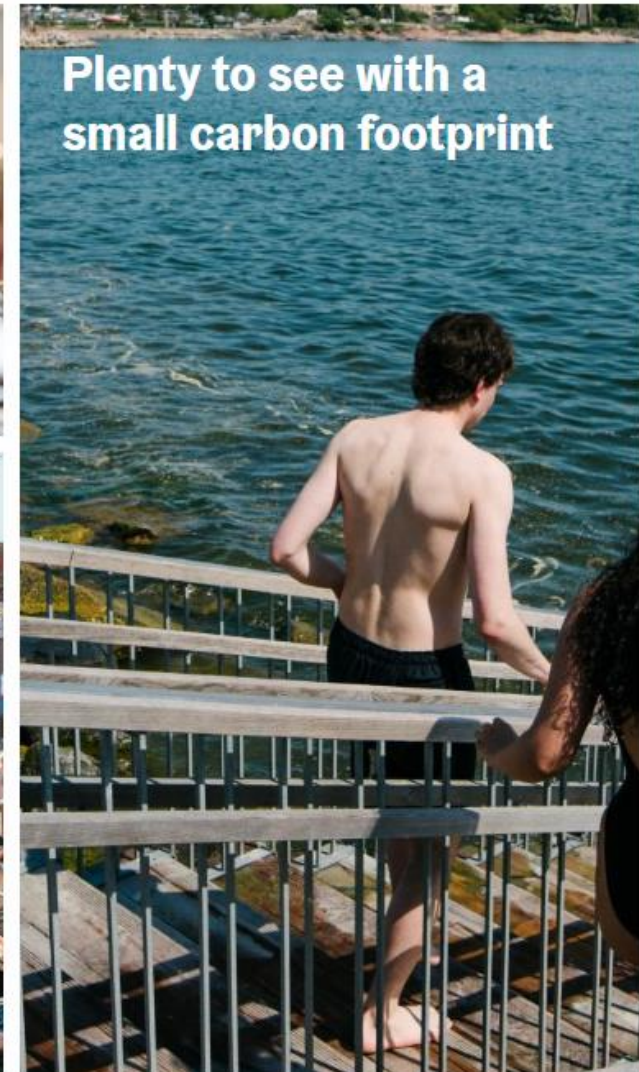
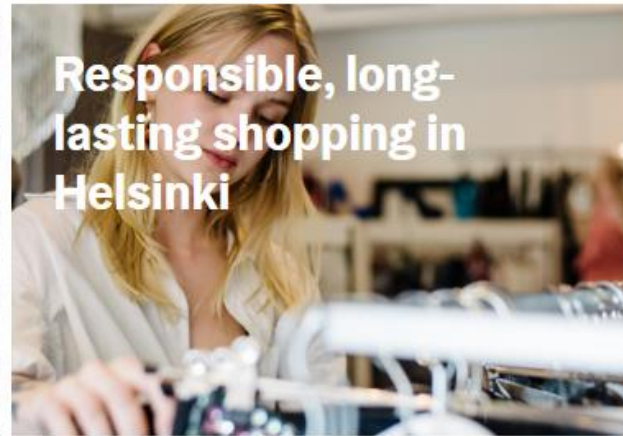
SIJA	YRITYS	TOIMIALA	CO2/€	VRT. OMA ▾	CO2/ ASIAKAS	VRT. OMA	CO2/YÖPY- MINEN	VRT. OMA	CO2/ ATERIA	VRT. OMA
#1	Yritys X	Majoitus	15,7 kg	-34%	1,89 kg	-17%	4,32 kg	-6%	0,76 kg	-17%
#2	Yritys X	Majoitus	15,7 kg	-34%	1,89 kg	-17%	4,32 kg	-6%	0,76 kg	-17%
#3	Yritys X	Majoitus	15,7 kg	-34%	1,89 kg	-17%	4,32 kg	-6%	0,76 kg	-17%
#4	Yritys X	Majoitus	15,7 kg	-34%	1,89 kg	-17%	4,32 kg	-6%	0,76 kg	-17%
#5	Yritys X	Majoitus	15,7 kg	-34%	1,89 kg	-17%	4,32 kg	-6%	0,76 kg	-17%
#6	Yritys X	Majoitus	15,7 kg	-34%	1,89 kg	-17%	4,32 kg	-6%	0,76 kg	-17%
#7	Yritys X	Majoitus	15,7 kg	-34%	1,89 kg	-17%	4,32 kg	-6%	0,76 kg	-17%
#8	Yritys X	Majoitus	15,7 kg	-34%	1,89 kg	-17%	4,32 kg	-6%	0,76 kg	-17%
#9	Yritys X	Majoitus	15,7 kg	-34%	1,89 kg	-17%	4,32 kg	-6%	0,76 kg	-17%
#10	Yritys X	Majoitus	15,7 kg	-34%	1,89 kg	-17%	4,32 kg	-6%	0,76 kg	-17%
#11	Yritys X	Majoitus	15,7 kg	-34%	1,89 kg	-17%	4,32 kg	-6%	0,76 kg	-17%
#12	Yritys X	Majoitus	15,7 kg	-34%	1,89 kg	-17%	4,32 kg	-6%	0,76 kg	-17%



Think Sustainably – good
living in Helsinki

Read more

Climate change affects us all. Helsinki is committed to promoting a more sustainable way of life – for everyone. Our new service helps you make more sustainable lifestyle choices.





GLOBAL
**DESTINATION
SUSTAINABILITY**
INDEX

BENCHMARKING, IMPROVING AND RECOGNISING THE SUSTAINABILITY
STRATEGY, PERFORMANCE AND REGENERATION OF DESTINATIONS

**The vision of the GDS-Index is to engage, inspire and enable
destinations to become more regenerative and sustainable
places to visit, meet and thrive in.**



SUSTAINABLE TRAVEL FINLAND®

[Do business with Finland](#) » [Visit Finland](#) » Sustainable Travel Finland label

TOWARDS RESPONSIBLE TRAVEL INDUSTRY

In order for the tourism industry to respond to the changing demand and continue to grow, the development must be sustainable. To help the tourism industry in Finland to adopt sustainable practices, Visit Finland has developed the Sustainable Travel Finland -programme, designed for tourism companies and destinations in Finland.



International

Oct 27th 2018 edition >

Wish you weren't here

The backlash against overtourism

More people are travelling, and many are visiting the same places

AMSTERDAM AND VENICE

EVER SINCE the fall of the Venetian Republic in 1797, locals have complained that Venice, its former capital, is being overrun by visitors. Having spent decades trying to attract tourists, the city council is now rethinking its approach. In May it erected pedestrian gates across the historic neighbourhood's main



Destinations have vowed to fight back against overtourism for 2020

Julia Buckley, CNN • Published 23rd January 2020



(CNN) — If 2018 was the year of overtourism, 2019 was the year destinations fought back

UPDATE

Cooler, Farther and Less Crowded: The Rise of ‘Undertourism’

Across the globe, travel providers and government agencies are responding to ‘overtourism’ with suggestions for less-crowded places and quieter seasons.



4,582 views | May 26, 2019, 11:36pm

How Cities Around The World Are Fighting Overtourism



Leslie Wu Contributor ⓘ

Dining

Writing about food, people and places...one plate at a time.

f Years ago, I saw Venice in the still days of January, on a lamentably short stopover returning from the Vicenza gold fair. The air was cold enough to

🐦 ensure I piled on almost every piece of the ludicrously inadequate business wear I had brought, most of the restaurants were shuttered for the season, and

in the closest I came to a gondola ride was my water taxi into the city.

How overtourism is ruining the world's most popular holiday destinations

Record numbers of tourists are flocking to see the world's top sites. Stephen Bleach asks if they're still worth the schlep



Senaatintori

20.9.2018



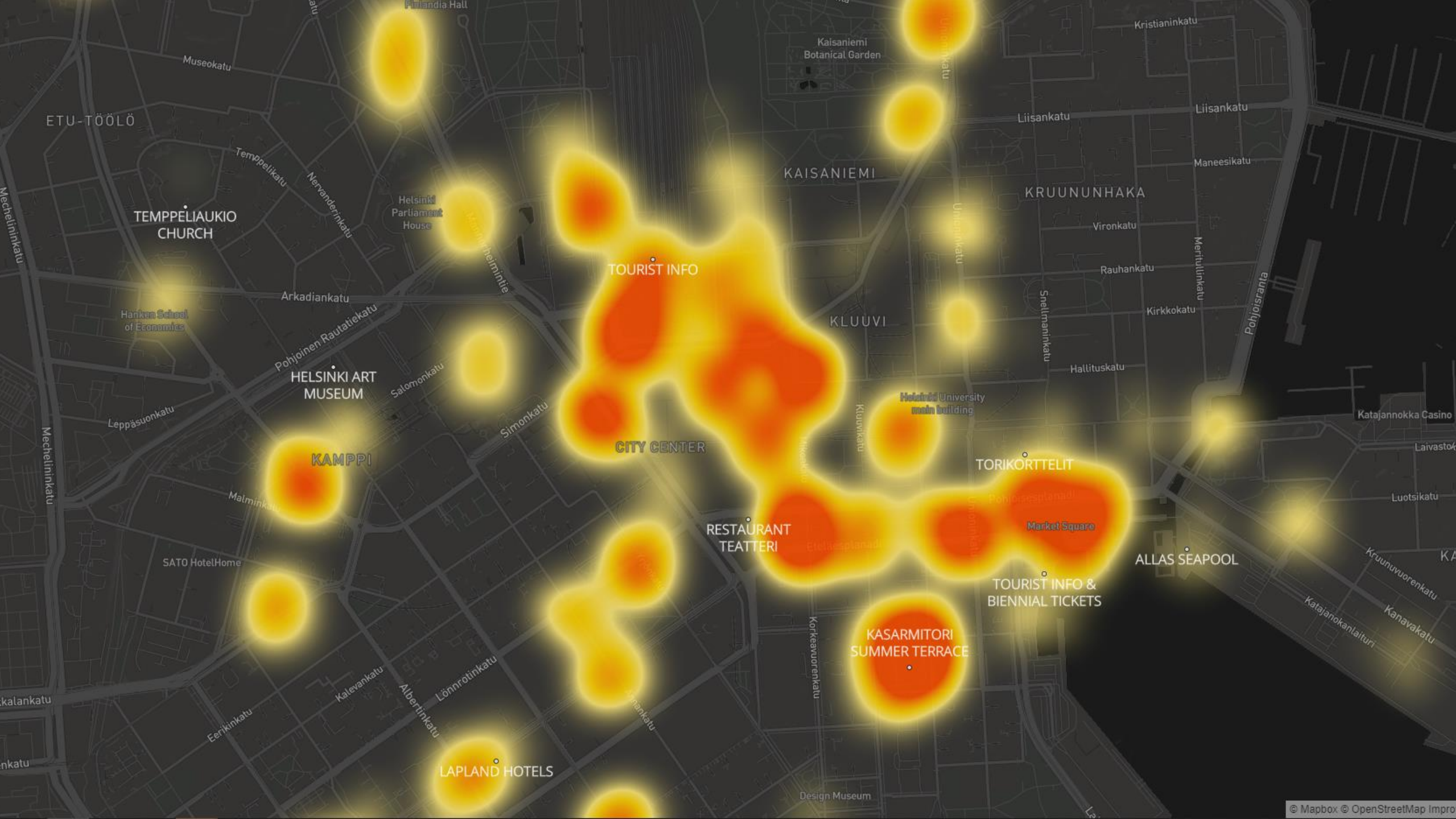












Tapahtumat

An aerial photograph of Helsinki, Finland, taken from a high vantage point. In the immediate foreground on the left, a large, green-patina copper dome with a cross on top is partially visible. The background shows a dense urban landscape with numerous buildings, some with snow on their roofs. The sky is a mix of soft pinks, oranges, and blues, indicating a sunset or sunrise. The word "Tapahtumat" is overlaid in a large, white, sans-serif font across the center of the image.

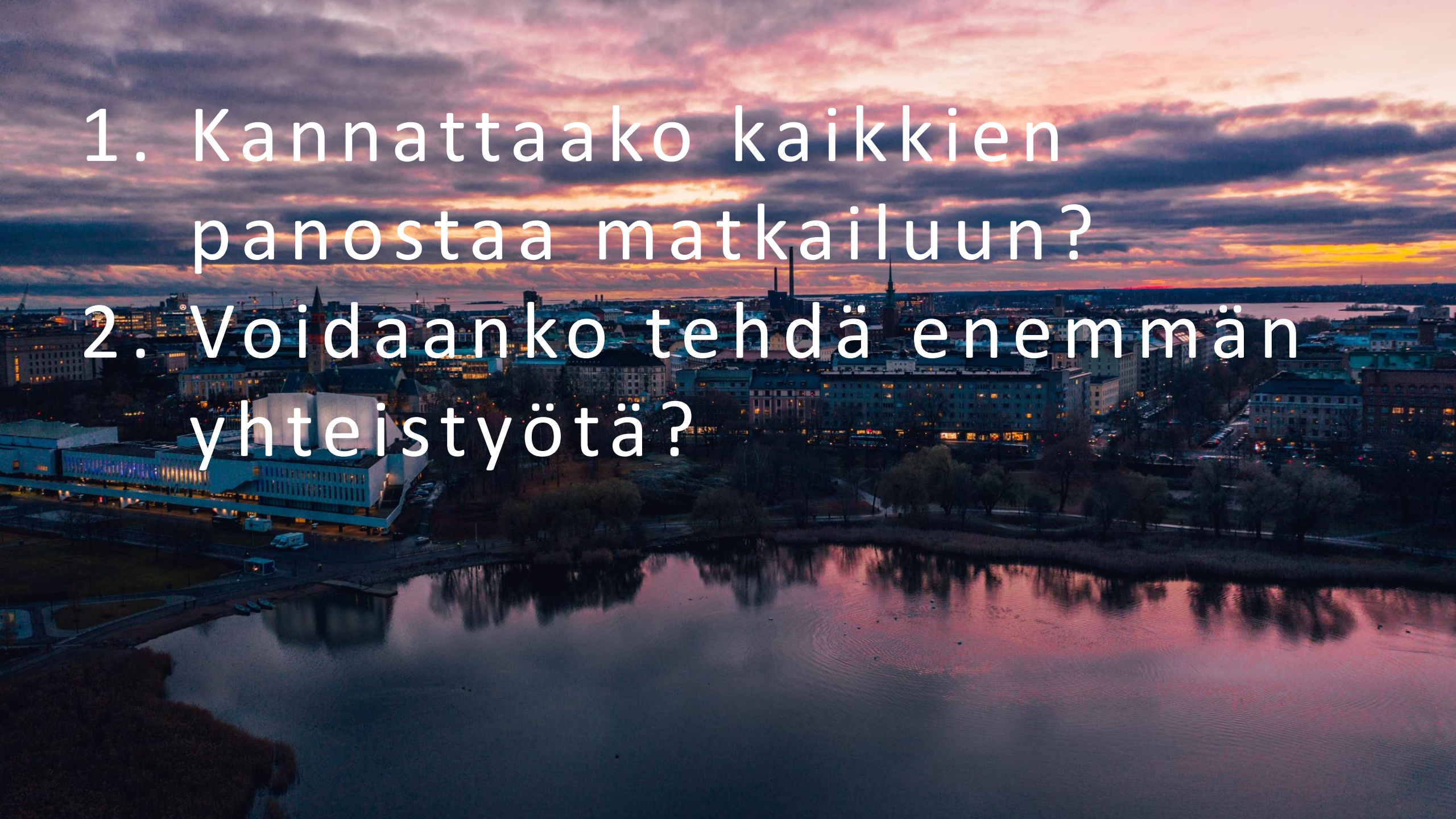
A dramatic landscape photograph of a sunset or sunrise over a body of water. The sky is filled with large, dark, textured clouds, with a bright yellow and orange glow from the sun breaking through in the center. The water in the foreground is dark blue and reflects the sky and clouds. A thin white horizontal line divides the image in half. Overlaid on this line is the text 'HELSINKI BIENNIAL' in a large, white, bold, sans-serif font. The text is split by the line, with 'HELSINKI' on top and 'BIENNIAL' on the bottom.

HELSINKI BIENNIAL



Matkailuyksikkö



An aerial photograph of a city at sunset. The sky is filled with dramatic, colorful clouds in shades of orange, pink, and purple. The city below is illuminated by streetlights and building lights, with a prominent white, modern building on the left. A river in the foreground reflects the city lights and the colorful sky. The text is overlaid on the upper half of the image.

1. Kannattaako kaikkien
panostaa matkailuun?

2. Voidaanko tehdä enemmän
yhteistyötä?



Helsinki



TAMPERE.
FINLAND

Visit Tampere & Tampereen matkailu

Jari Ahjoharju, matkailujohtaja

VISIT
TAMPERE

16.9.2021

Visit Tampere Oy

201
7

Perustettu

20

Henkilömäärä

2,6

MEUR

Liikevaihto

Tehtävät:

- **Matkailun myynninedistäminen** (btb ja btc)
 - *Kohdemaat: Saksa, UK, Japani, Ruotsi ja Pietari*
- **Matkailumarkkinointi**
- **Matkailuinfopalvelut > digitaalisesti**
- **Kokous- ja kongressit.** Suomen 2. suurin kokouskaupunki
- **liiketoiminnan kehittäminen / hankkeet**

Keskeisenä tavoitteena Tampereen seudun aseman vahvistuminen kansallisesti ja kansainvälisesti vetovoimaisena tapahtuma- ja matkailukohteena



Visit Tampere Partners

Yhteisöllä on noin 150 yrityskumppania, joiden avulla tavoitteena on kasvattaa yrityskumppanien kansainvälisten asiakkaiden määrää ja Tampereen tunnettua.

TAMPERE.
FINLAND

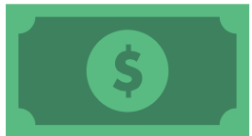


Kärkikohteet ja markkinointi

- Sauna Capital
 - Hyvinvointimatkailu
- Luontokohteet
 - Kansallispuistot
 - Teiskon alue
- Järvimatkailu, saaret (Näsijärvi 710 saarta)
 - Viikinsaari, Pyhäjärvi
- Kaupunkielämykset, tapahtumat
- Uusi Uros Live –Areena valmistuu joulukuussa
 - Euroopan ensimmäinen kaupungin keskustassa
- Uudistuva Särkänniemen alue ja Mustalahden satama



Yli 800 000 matkaa kesä-elokuussa (9 % kotimaan matkoista) Tampereen seutukuntaan.



Suomalaiset matkailijat kuluttivat Tampereen seutukunnassa lähes 100 miljoonaa euroa (125 €/matkailija/matka). (kesä 2020)

Pirkanmaan matkailun kokonaiskysyntä **926 milj. euroa** (TEM, 2019)

Matkailutoimialojen työllisyys, 2013 vs. 2017

Uusimaa 52 450 vs. 55 450 (+5,7 %)

Pirkanmaa 11 750 vs. 12 200 (+3,8 %)

Varsinais-Suomi 11 350 vs. 11 500 (+1,3 %)

Pohjois-Pohjanmaa 7 700 vs. 7 400 (-3,9 %)

Lappi 5 900 vs. 6 300 (+6,8 %)

Keski-Suomi 3 250 vs. 5 400 (+66,2 %)

Pohjois-Savo 4 900 vs. 4 450 (-9,2 %)

Päijät-Häme 4 150 vs. 4 350 (+4,8 %)

Satakunta 4 650 vs. 4 150 (-10,8 %)

Kymenlaakso 4 150 vs. 3 400 (-18 %)

Pohjois-Karjala 3 250 vs. 3 350 (+3 %)

Pohjanmaa 3 150 vs. 3 300 (+4,8 %)

Kanta-Häme 3 600 vs. 3 200 (-11,1 %)

Etelä-Savo 3 350 vs. 3 050 (-9 %)

Etelä-Pohjanmaa 3 200 vs. 3 000 (-6,3 %)

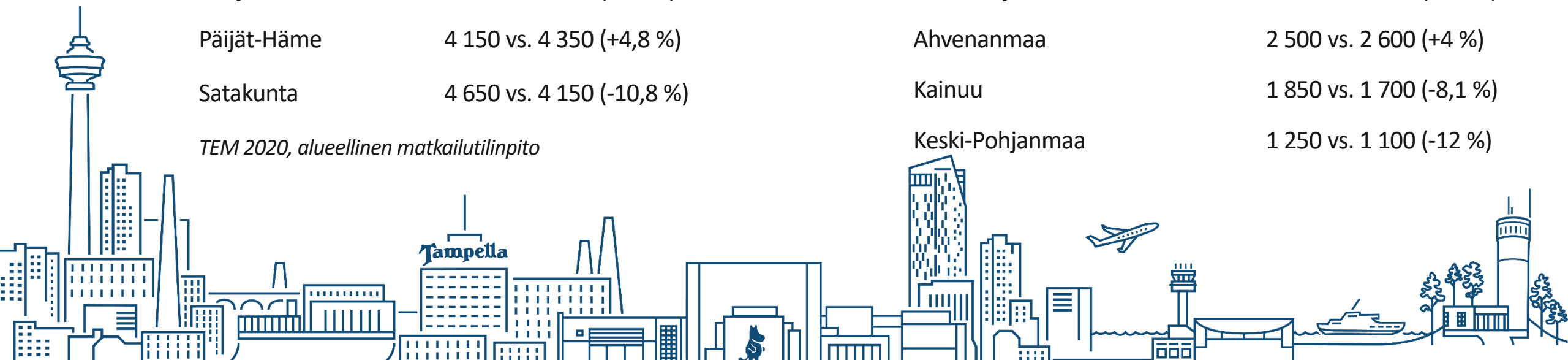
Etelä-Karjala 3 200 vs. 2 950 (-7,8 %)

Ahvenanmaa 2 500 vs. 2 600 (+4 %)

Kainuu 1 850 vs. 1 700 (-8,1 %)

Keski-Pohjanmaa 1 250 vs. 1 100 (-12 %)

TEM 2020, alueellinen matkailutilinpito



Miltä matkailun tulevaisuus näyttää

Koronan jälkeen matkailu elpyy nopeasti

- Kotimaan matkailu vähenee lähivuosina
- Yritysmatkailu kasvaa mutta ei enää palaa koronan edeltävään aikaan
- Kokoukset ja kongressit palautuvat > hybriditapahtumia
- **Suomella hyvät mahdollisuudet saada uusia ulkomaalaisia matkailijoita:**
- Kiinnostus puhdasta ja turvallista Suomea kohtaan kasvaa Keski-Euroopan markkinoilla entisestään Etelä-Euroopan sijaan
- Yksittäismatkailu lisääntyy
- Digitaalisuus vaikuttaa kaikkeen
- **Trendit suosivat Suomea** > turvallisuus, luonto, kestävyys, hyvinvointi (Sauna).

Mitä tarvitaan

1. Yhteistyötä eri alueiden kesken
2. Digitaalisuutta
3. kansainvälisyyttä



Lisätietoja



JARI AHJOHARJU

Matkailujohtaja

+358 400 638 696

jarii.ahjoharju@visittampere.fi

Kiitos!

A nighttime photograph of the Lahti waterfront. In the background, a tall, dark industrial chimney stands against a deep blue sky. To its right, a large, modern building with a glass facade is brightly lit from within, reflecting on the water. Several boats are docked at the pier in the foreground, their lights also reflecting on the calm water. The overall scene is a mix of industrial and modern urban architecture.

Lahden seutu – matkailun jälleenrakennusohjelma

KUNTAMARKKINAT

Toimitusjohtaja Raija Forsman
Lahden seutu - Lahti Region Oy
16.9.2021

Visit
Lahti
Lakeland Finland



Lahten seutu – Lahti Region Oy:n tehtävä

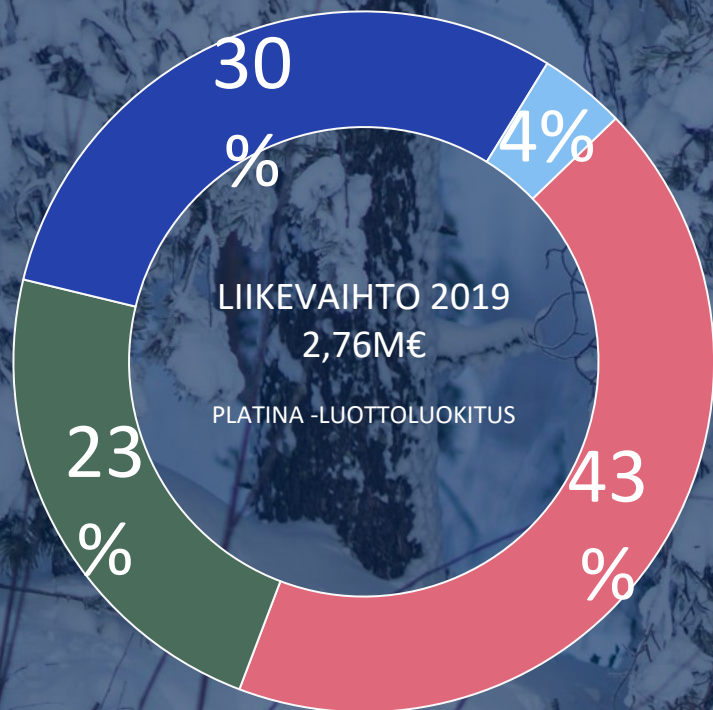
Yhtiön pääasiallisena tehtävänä on vastata maakunnan matkailullisen vetovoiman kasvattamisesta, houkutella alueelle lisää matkailijoita, ja näin kasvattaa alueen matkailu- ja verotuloja.

Yhtiön toiminnallisia kokonaisuuksia ovat pääasiallisesti: matkailun markkinointi, matkailullisen imagon rakentaminen, matkailupalveluiden myynti ja välittäminen, uusien tapahtumien hankinta yhdessä kuntien kanssa sekä matkailun kehittäminen yhtiön hallituksen erikseen määrittelemään strategian ja päätösten mukaisesti.

Yhtiön toiminta-ajatuksen pohjana ovat Lahden kaupunkiseudun kilpailukykystrategia sekä maakunnallinen matkailustrategia.

Visit Lahti – Lakeland Finland

Liikevaihdon jakauma 2019 – 2020 ja omistussosuudet



YHTIÖN OMISTUSSOSUUDET VUONNA 2020

LAHTI	53%
HOLLOLA	12%
HEINOLA	10%
ORIMATTILA	8%
ASIKKALA	4%
IITTI	4%
KÄRKÖLÄ	3%
PADASJOKI	2%
HARTOLA	2%
SYSMÄ	2%

Selkiytetty ohjaus



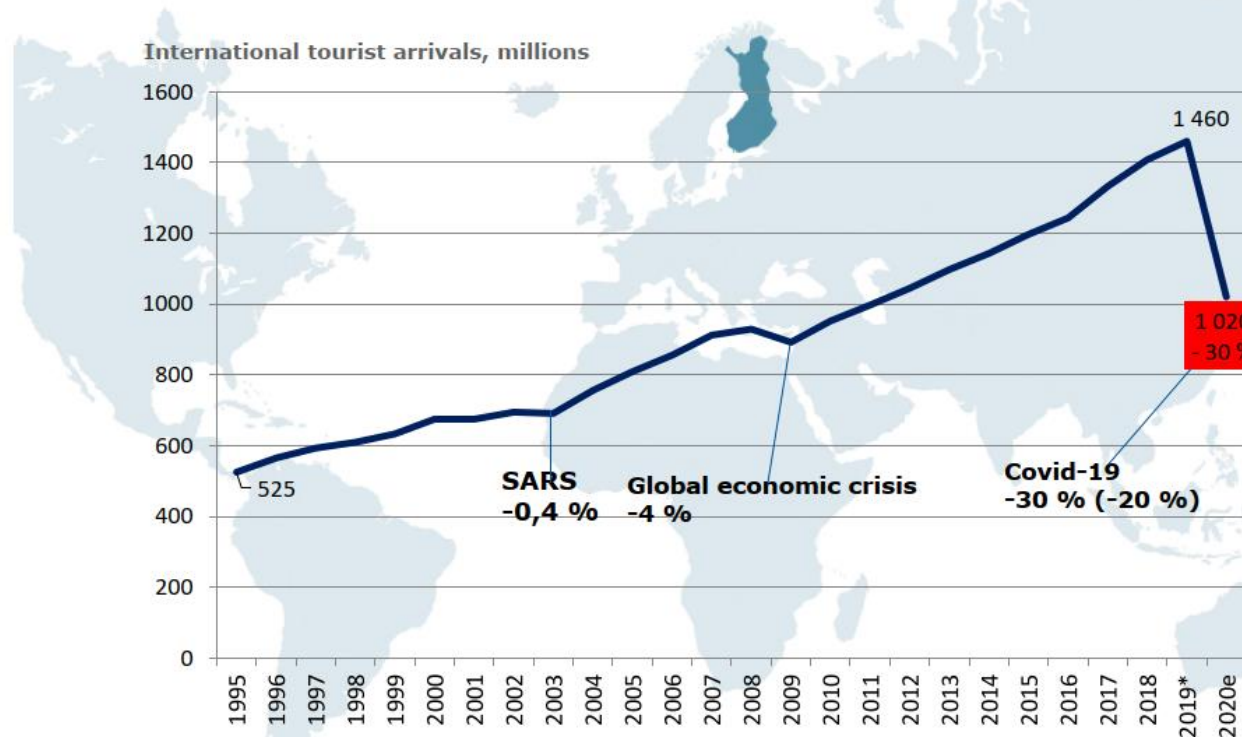
Tästä lähdettiin liikkeelle 3 / 2020

KANSAINVÄLINEN MATKAILU:

Kovaa kasvua, mutta sitten tuli korona

v. 2019* kansainväliset matkailijamäärät (1 460 miljoonaa) koko maailmassa kasvoivat lähes 4 prosenttia!
V. 2020e arvon mukaan kansainväliset matkailijamäärät laskevat 20-30 prosenttia!

Maailmanlaajuinen
kasvu vuodesta 1995
lähtien +178 %.



Euroopalla 51 prosentin
markkinaosuus
kansainvälistä
matkailijamääristä.
Suomella 0,23 prosentin
osuus.

- Ennen koronaviruksen
leviämistä UNWTO ennusti
matkailulle 3-4 prosentin
kasvua vuodelle 2020
(tammikuu 2020)
- UNWTO:n korjatun ennusteen
mukaan matkailu vähenee 20-
30 prosenttia vuonna 2020
(27.3.2020) => arvioitu
menetys 300-450 mrd. \$

Päijät-Hämeen yöpymiset 2017 - 7/2021



● KOTIMAA
● KV

Majoitusvuorokaudet, heinäkuu 2021 koko Suomi



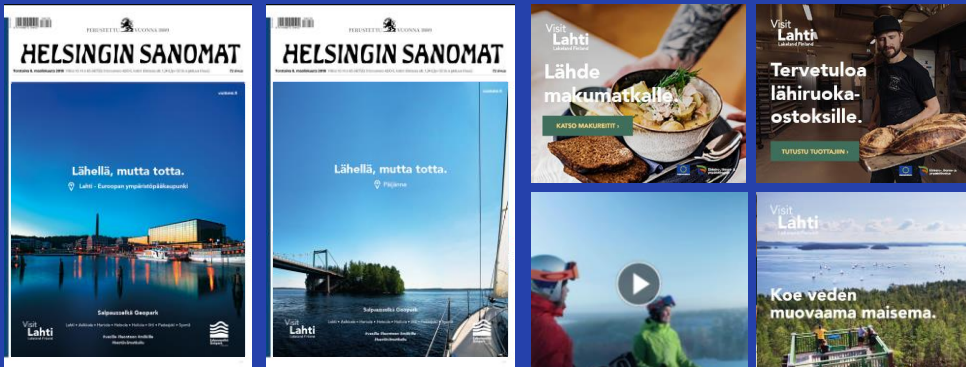
Visit Lahden brändin näkyvyys

4M

LÄHES NELJÄ MILJOONAA KONTAKTIA TALVEN JA KEVÄÄN AIKANA. LÄHINNÄ DIGITAALISESTI PK-SEUDULLE KOHDISTETTUA MARKKINOINTIViestintää

8M

KAHDEKSAN MILJOONAA KONTAKTIA KESÄN AIKANA. PÄÄOSIN DIGITAALISESTI PK-SEUDUN, TAMPEREEN JA PÄIJÄT-HÄMEEN ALUEELLE KOHDISTETTUNA



Jälleenrakennusohjelman portaat

Uskon tuominen

Mitä tarvitaan ja
mitä edellyttää

Mitä vähintään
vietävää maaliin?

Jämäkkä viiden
kohdan jälleen-
rakennusohjelma
(vastuutettu ja
aikataulutettu)

Etunojassa ylös
alhosta

Matkailun jälleenrakentamisohjelma

2025

BACK IN BUSINESS
— EVEN STRONGER

KV-MATKAILU
ELPYY

VAUHTIA VETOVOIMA-
INVESTOINNEISTA

KOTIMAAN- JA LÄHIMATKAILU
VAHVISTUVAT

2024

KV-SUURTAPAHTUMAT
TÄYSIMITTAISINA

KOTIMAISET TAPAHTUMAT
UUTEEN KUKOISTUKSEEN

2022

UUDET SEGMENTIT JA VAHVUUKSIIN
PERUSTUVAA UUTTA TARJONTAA

2021

YLÖS ALHOSTA KOTIMAASTA PONNISTAEN

Jälleenrakennusohjelman volyymitavoitteet

01

Kotimaisten majoitusvuorokausien määrässä entistä suurempi osuus, tavoitellaan vuoden 2019 tasoa vuonna 2022 ja siitä eteenpäin kasvua n. +4% / vuosi. Taustalla patoutunut kysyntä.

02

Kansainvälisten majoitusvuorokausien osalta tavoitellaan vuoden 2019 tasoa vuonna 2025 ja siitä eteenpäin kasvua n. +3% / vuosi.

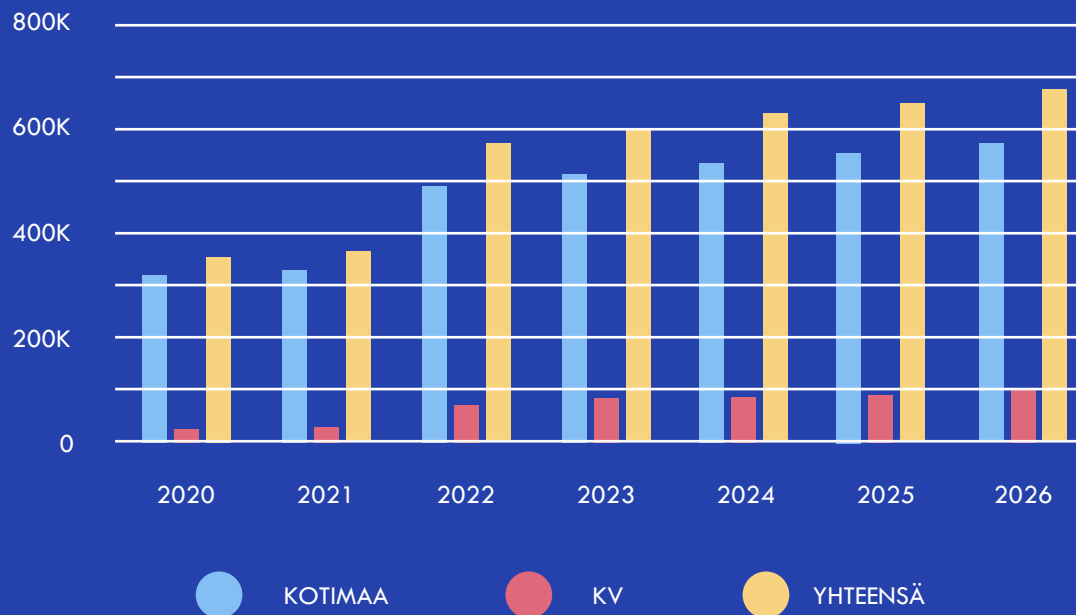
03

Hotelli-investoinnit ja suuret tapahtumat vauhdittavat kasvua vuodesta 2023 eteenpäin.

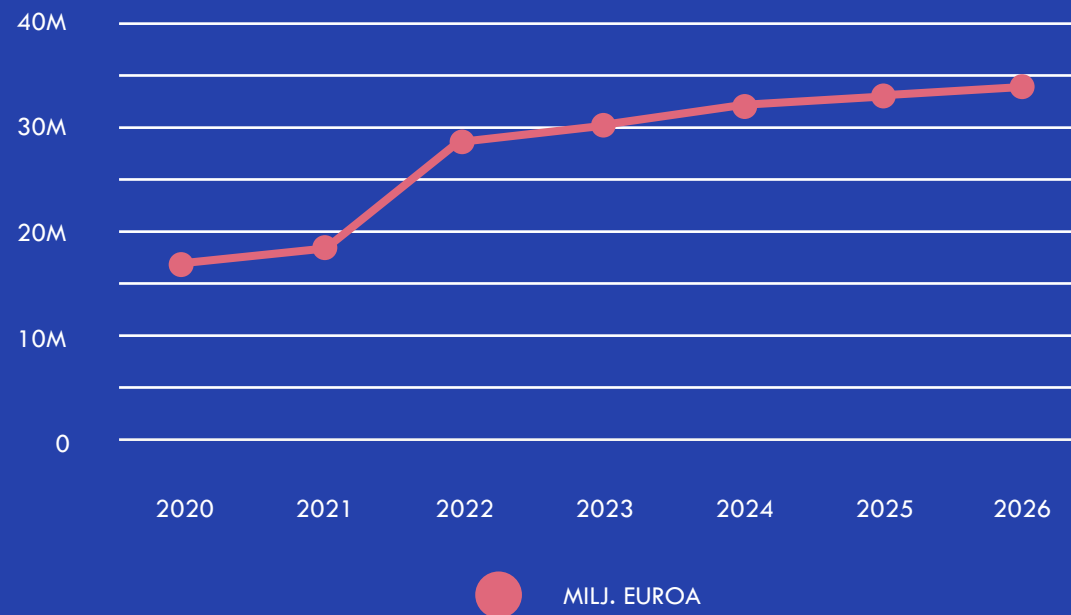
04

Vuonna 2023 ollaan vuoden 2019 majoitusvuorokausien tasolla (kv + kotimaa yhteensä).

MAJOITUSVUOROKAUDET



MAJOITUSMYYNTI



Strategiset kärjet

Suomen kiinnostavin ja tunnetuin tapahtuma-alue

Lupaus: Lahden seutu tarjoaa suurille ja pienille tapahtumille toimivat puitteet, ammattitaitoisen järjestelyavun ja monipuoliset oheishjelmat

Vahva
tapahtumissa

Pohjois-Euroopan saavutettavin järvi-alue

Lupaus: Hyvää oloa puhtaasta vedestä, ilmasta ja ruuasta
— mausteina kulttuuritarjonta ja paikallinen elämäntyyli

Huippuosaaja ja maailman johtava liiketoiminta-ekosysteemi liikunta- ja urheilumatkailussa

Lupaus: mielenkiintoinen tekeminen yhdistyy huipputreeniin. Treenausta tukeva ympäristö mahdollistaa paremmat tulokset ammattilaisille ja muille liikkujille

Loppuasiakkaat

Matkailijat

Asukkaat

Liikkeestä
liiketoimintaa

Puhdasta
vetovoimaa

DIGITAALISUUS | KANSAINVÄLISTYMINEN | VASTUULLISUUS

Visit Finland on jakanut Suomen neljään suuralueeseen

Visit Lahti – Lakeland Finland on Päijät-Hämeen
alueorganisaatio.

- Lakeland Finland – The Heart of Finland
- Helsinki Region
- Lapland – North of Finland
- Coast & Archipelago of Finland



Uusia kohderyhmiä ja uusia teemoja

ELINVOIMAA LIKUNNASTA JA URHEILUSTA

Urheilu- ja liikuntapaikat osaksi matkailupalveluita

Urheilu-
matkailusta
johtava
kasvuteema

Infra,
saavutettavuus,
palvelut

Suurtapahtumien
isäntäkaupunki Lahti

Lahti - Host City
veturi

Toimintaympäristön muutos

Vastuullinen matkailu
osaksi arkipäivää

Kokousmatkailun
murros

Digitaalisen
markkinoinnin ja online-
myynnin jatkuva
vahvistaminen ja
osaamisen
kasvattaminen

Kansainvälinen
myynninedistäminen ja
markkinointi uuteen
nousuun



Visit
Lahti
Lakeland Finland

Salpausselkä Geopark

TAVOITE



PÄÄTÖS



TULOS

UNESCO Global
Geopark

Hakuprosessi
käynnissä, tulos 2022

Kestävä matkailu

Veden muovaama maisema.

Rohkeasti kohti suurempia kokonaisuuksia

Lahden Seutu - Lahti Region Oy koordinoi Lakeland Finland -yhteistyön ja Suomen urheilun suurtahtumakaupunkien yhteistyön kehittämistä.

LAKELAND FINLAND

TEM rahoittaa viiden maakunnan Lakeland Finland -yhteistyön kehittämistä.

- Pirkanmaa | Visit Tampere
- Keski-Suomi | Visit Jyväskylä
- Kanta-Häme | Visit Hämeenlinna
- Pohjois-Karjala | Visit Karelia
- Päijät-Häme | Visit Lahti

SUOMEN URHEILUN SUURTAPAHTUMAKAUPUNGIT

OKM rahoittaa viiden Suomen urheilun suurtahtumakaupungin yhteistyön kehittämistä.

- Helsinki
- Tampere
- Jyväskylä
- Turku
- Lahti

Matkailun kokonaishyöty - välitön ja välillinen Päijät-Hämeessä n. 1Mrd €/vuosi ^{*)}

Matkailusidonnaisia toimijoita on maakunnassa perinteisesti matkailuun lukeutuvien majoitusliikkeiden lisäksi oheispalvelutoimijat, kuljetusliikkeet jne. Matkailun välilliset vaikutukset ovat usein kolminkertaiset varsinaiseen välittömään matkailutulon lisäksi.



LIIKENNE



AKTIIVITEETIT &
OHEISPALVELUT



RUOKA &
JUOMAT



TAPAHTUMAT



MAJOITUS



TIETOA

*) Lähde: Matkailun tulo- ja työllisyys selvitys 2016

A woman with long dark hair, wearing a bright yellow jacket and dark pants, is walking a small, light-colored, fluffy dog on a leash. She is looking down at the dog. They are in a forest with tall, thin trees. In the background, a lake is visible, and a few other people are sitting on a log. The overall atmosphere is calm and scenic.

Kiitos!

Raija Forsman, Lahden Seutu - Lahti Region Oy
p. 040 516 2803, raija.forsman@lahtiregion.fi

Visit
Lahti
Lakeland Finland