

Loppuraportti

Seikkaillen Saimaalle 1.5 - palveluntuotteistamishankkeen
esiselvityshanke



LEADER
SavonLuotsi



Euroopan unionin
osarahoittama



Sisällysluettelo

1. Lähtötilanne - Mistä kaikki alkoi? Mihinkä tämä liittyy?
2. Kuntalaiskysely - Mitä kuulumme kentältä?
3. Vahvuuksia ja heikkouksia - Missä asioissa Juva on vahva ja missä se jää jälkeen?
4. Yhteinen tahtotila - Mikä on suunta jonne Juvan matkailu haluaa mennä?
5. Kehittäminen konkreettisesti - Millä keinoilla päästään eteenpäin ja perille?
6. Onnistumissuunnitelma - Mitkä ovat asioita joissa on onnistuttava?
7. Suositukset jatkotoimenpiteiksi - Miten mennään eteenpäin?
8. Yhteystiedot - Keneltä saa lisätietoja ja neuvoja?

Johdanto ja tausta

Seikkaillen Saimaalle 1.5 - palveluntuotteistamishankkeen esiselvityshankkeen tarkoituksena oli kartoittaa toimijoiden näkemyksiä matkailuun liittyvästä yhteistyöstä sekä palveluiden tuottamiseen liittyvistä tarpeista, toiveista, haasteista ja myös mahdollisuuksista Juvalla. Esiselvityshanke määrittelee, millaista osaamista toimijat kokevat tarvitsevansa palvelutuotannossa sekä millaisia valmiuksia ja tavoitteita heillä on liiketoimintansa kehittämiseen tai laajentamiseen.

Lähtötilanne

Juvan kunnan toteuttamassa Seikkaillen Saimaalle 1.5 - palveluntuotteistamishankkeen esiselvityshanke kartoitettiin paikallisten matkailu-, palvelu- ja kulttuurialan toimijoiden nykytilaa sekä tunnistettiin haasteita ja mahdollisuuksia liiketoiminnan ja osaamisen kehittämiseen.

Toteutus sisälsi seuraavat toimenpiteet:

- Kyselytutkimus: kyselyn sisällöllinen ja tekninen suunnittelu, tietojen keruu sekä tulosten tulkitseminen ja koostaminen.
- Luentokeskustelu-työpajatilaisuuksien suunnittelu ja toteutus: asiantuntijapuhujan varaaminen tilaisuuteen, osallistujakoordinointi, tilaisuuksien johtaminen ja niissä kerätyn tiedon ja tulosten kokoaminen, purkaminen ja koonti
- Esiselvityshankkeen kokonaistuloksista laadittavan loppuraportin tuottaminen ja esittely.
- Yhteinen suunnittelu ja toteutuksen seuranta tilaajan kanssa.

Asiantuntijatyö toteutettiin 18.6.2025 - 15.10.2025. Verkkokysely toteutettiin oli 8.7 -31.8.2025. Työpajat pidettiin 25.9. ja 15.10.2025 Juvalla. Loppuraportti esiteltiin toimijoille yhteisessä tilaisuudessa Juvalla 9.12.2025.

Kyselyn ja työpajojen tarkemmat tulokset ovat tilaajan käytettävissä erillisinä dokumentteina.

Tämä loppuraportti koostaa verkkokyselyn avaintulokset, työpajoissa syntyneet vastaukset ja suositukset jatkotoimenpiteksi.



Toteutus kolmessa vaiheessa



Työpajat

Työpaja 1

Juvan matkailun tulevaisuuskuva

Aika: 25.9.2025, klo 16.30-19.00

Paikka: TeaHouse of Wehmais, Juva

Ohjelma

- Asiantuntijaluento: Matkailun yhteiskehittäminen ja matkailumarkkinointi – miksi, mitä ja miten?
- Kesällä 2025 toteutetun matkailukyselyn avaintulokset
- Työryhmätyöskentely: Juvan matkailun tahtotila ja tavoitteet
- Verkostoitumista ja keskustelua

Työpaja 2

Tahtotilasta kohti käytäntöä, konkreettisuutta ja vaikuttavuutta

Aika: 15.10.2025, klo 16.30-19.00

Paikka: Kannashovi, Juva

Ohjelma

- Asiantuntijaluento: Matkailun kehittämistä ja matkailumarkkinointia yhdessä – miten rakennetaan kestävä yhteistyötä ja vaikuttavia tekoja?
- Yhteenveto ensimmäisestä tilaisuudesta
- Työryhmätyöskentely: Kehittämistoimenpiteiden projektointi ja onnistumisen tekijät
- Verkostoitumista ja keskustelua

Kysely

Mikä on Juvan matkailun nykytila, mahdollisuudet ja koulutus- ja kehitystarpeet?

Kyselyn avulla kartoitettiin toimijoiden näkemyksiä matkailuun liittyvästä yhteistyöstä sekä palveluiden tuottamiseen liittyvistä tarpeista, toiveista, haasteista ja myös mahdollisuuksista Juvalla. Samalla selvitettiin, millaista osaamista toimijat kokevat tarvitsevansa palvelutuotannossa sekä millaisia valmiuksia ja tavoitteita heillä on liiketoimintansa kehittämiseen tai laajentamiseen.

Kyselyn tulokset tiivistettynä

1. Vastaajien tausta

Kyselyyn vastasi kaikkiaan 25 henkilöä, suurin osa (92 %) vastaajista oli Juvalta, ja toimialoista korostuvat maatalous ja muu palvelutoiminta.

2. Juvan matkailun vahvuudet

Keskeiset vahvuudet ovat luonto, Saimaa, puhtaus, rauha, vesistöt ja hyvä sijainti valtateiden solmukohdassa. Myös yhteisöllisyys ja ystävällinen palveluasenne mainittiin usein.

3. Heikkoudet ja haasteet

Puuttuvat majoituspalvelut (hotelli), markkinoinnin heikkous ja yhteistyön puute nousivat vahvimmin esiin. Keskustan vetovoimaa ja näkyvyyttä toivottiin parannettavan.

4. Matkailupotentiaali

84 % vastaajista näkee Juvalla olevan paljon tai erittäin paljon potentiaalia.

5. Matkailun kehittämisen merkitys kunnalle

96 % pitää matkailun kehittämistä tärkeänä tai erittäin tärkeänä osana kunnan elinvoimaa.

6. Yhteistyön merkitys

Yhteistyö ja yhteismarkkinointi nähdään lähes yksimielisesti erittäin tärkeänä (79 %). Alueellisessa yhteistyössä eniten kiinnostavat lähialueen kunnat akseliilla Puumala – Sulkava – Rantasalmi – Juva ja Saimaan alue.

7. Valmiudet palvella matkailijoita

Vastaajat arvioivat, että pystyvät palvelemaan kotimaisia matkailijoita melko hyvin (keskiarvo 3,4), mutta ulkomaisia huomattavasti heikommin (2,8). Pullonkauloina ovat markkinointi, työvoiman saatavuus, kielitaito ja rahoitus.

8. Tiedon löydettävyyys

Vastaajat näkivät, että muiden matkailutoimijoiden tiedot löytyvät kohtalaisesti (keskiarvo 3,1), mutta yhteinen tietopohja ja koostettu kokonaistarjonta puuttuvat.

9. Puuttuvat palvelut

Vastaajat kaipaavat Juvalla hotellia, majoituskapasiteettia, ravintoloita, melontainfraa, tapahtumia ja parempaa näkyvyyttä.

10. Kehittämistoimenpiteet

Toivotaan yhteishenkeä, yhteismarkkinointia, yrittäjätapaamisia, näkyvyyttä ja uusia tapahtumia. Keskeiset konkreettiset ideat: hotelli Juvan keskustaan, markkinointipylöni, Pyhän Olavin pyhiinvaellusreitti, melontareitit, ristiinmyyntialusta.

11. Kasvu- ja kehityshalukkuus

Monet haluavat kehittää toimintaansa etenkin markkinoinnissa, myynnissä ja asiakaskokemuksessa, mutta resurssit ja rahoitus rajoittavat.

12. Osaamisen ja liiketoiminnan kehittämistarpeet

Osaamisen ja liiketoiminnan kehittämisen tila on tyydyttävä (3,4), mutta kehittämistarve merkittävä (3,8). Eniten kehitettävää on markkinoinnissa, myynnissä, digitaalisuudessa ja yhteistyöverkostoissa.

88%

Vastaajista pitää Juvan matkailun potentiaalia merkittävänä tai erittäin merkittävänä.

96%

Vastaajista pitää matkailun kehittämistä osana Juvan kunnan veto-, pito- ja elinvoiman rakentamista tärkeänä tai erittäin tärkeänä.

Kuinka potentiaalisena nähdään Juvan matkailu? Kuinka tärkeää on matkailun kehittäminen Juvalla?



100%

Vastaajista sanoo, että matkailun yhteistyö on tärkeää tai erittäin tärkeää.

78%

Vastaajista pitää oman tai edustaman organisaation toiminnan ja osaamisen kehittämisen tärkeänä tai erittäin tärkeänä.

Kuinka tärkeää on matkailun yhteistyö ja osaamisen kehittäminen Juvalla?



Tärkeät ja erittäin tärkeät kehittämisen painopistealueet

- 1 Oman yrityksen ja/tai oman tuotteen myynnin kehittäminen (58% vastaajista)
- 2 Liiketoimintaosaamisen kehittäminen, esim. hinnoittelu, kannattavuus, toimintaprosessit, (58%)
- 3 Markkinoinnin kokonaisvaltainen kehittäminen (53%)
- 4 Liiketoiminnan strateginen osaaminen, esim. trendit, muutoskyvykyys, strat. suunnittelu (53%)
- 5 Asiakkaiden / matkailijoiden profilointi ja segmentointi (50%)
- 6 Oman yrityksen ja/tai oman tuotteen markkinoinnin kehittäminen (50%)
- 7 Yhteisten tuotteiden, matkapakettien ja matkareittien kehittäminen (50%)

Vastaajien tunnistamissa kehittämistarpeissa korostuvat myynnin, liiketoimintaosaamisen, markkinointiin ja tuotekehitykseen liittyvät teemat.



SWOT

Vahvuudet, Heikkoudet, Mahdollisuudet ja Uhat

SWOT-analyysi kiteyttää ja antaa suuntaviivoja siihen, missä Juva on vahvimmillaan ja mihin suuntaan kannattaa kehittyä ja kasvaa – ja jotta kehittämisen päätökset syntyvät rohkeasti, mutta viisaasti.

JUVAN MATKAILUN SWOT

Missä olemme nyt **hyviä**, missä on **vahvuus**? Mitä pitää vahvistaa entisestään?

Mitkä ovat **heikkouksia**, joita pitää kehittää?
Mitä Juvalta puuttuu?

Mihin **uhkiin** on hyvä varautua?

Mitkä ovat **mahdollisuuksia**, joihin voisi ja pitäisi tarttua?



Vahvuudet

Juvalla yhdistyy saavutettavuus, luonto ja ihmisten lämpö. Juvalla on kaikki ainekset rakentaa paikka jonne ei vain tulla tai olla läpikulkuasema, Juvalle halutaan palata uudelleen. Saimaan vetovoimatekijät, läheisten kaupunkien ja kuntien välinen yhteistyö on selkeä vahvuus.

1. Erinomainen saavutettavuus ja sijainti 5-tien varrella
2. Ihmisläheisyys, ystävälliset ja mukavat ihmiset
3. Paljon toimijoita, palveluita ja tapahtumia kokoon nähden
4. Luonto, järvimaisemat, hiljaisuus ja kulttuuri
5. Lähiruoka ja paikalliset tuotteet vahvistavat identiteettiä
6. Päätöksenteon yhtenäinen kulttuuri ja kunnan aktiivinen ote matkailuun

Mahdollisuudet

Juvalla on käsissään enemmän kuin osien summat. Juvalla on potentiaalin näkeviä, innostuneita ja sitoutuneita ihmisiä, tarinoita ja luontoa, jotka odottavat yhdistymistään yhteiseksi ja yhtenäiseksi ääneksi. Yhteistyön uudet muodot ovat merkittäviä mahdollisuuksia.

1. Persoonalliset pienyritykset ja aktiiviset toimijat
2. Kasvava Me-henki ja yhteinen tekemisen tahto
3. Yrittäjien rohkeus ja monipuoliset palvelut
4. Rikas kulttuurihistoria ja tarinat vuodesta 1442
5. Oma toimintaympäristö ja Saimaa: reitit, luonto ja aktiviteetit – ympärivuotisen matkailun perusta
6. Yhteisviestinnällä parempaa näkyvyyttä ja yhtenäistä brändimarkkinointia ja myynnin edistämistä Juvana ja yhdessä muiden kanssa



Heikkoudet

Puutteet eivät ole esteitä, vaan ne ovat lähtökohtia yhteiselle kehittämiselle ja kasvuille. Kun tietty vaatimattomuus käännetään rohkeudeksi ja aktiiviseksi yhteisiksi toimenpiteiksi, syntyy tuloksia ja voimaa myös pidemmällä aikavälillä. Sirpaloituneisuus näin myös vähenee ja yhdessä tekemisestä saadaan vipuvoimaa.

1. Hotellimajoituksen puute
2. Väestön ikääntyminen ja työvoimapula
3. Taloudelliset resurssit ja kunnan talous tiukilla
4. Talvikauden niukka tarjonta ja näkyvyyden puute
5. Jatkuvuuden ja yhteistyön hajanaisuus
6. Vaatimattomuus ja toimijoiden arvostuksen puute

Uhat

On parempi olla rakentamassa muutosta kuin olla muutoksen kohteena. Kun ei jäädä odottamaan, vaan rakennetaan yhdessä parempaa tulevaisuutta, heikkoudet voivat kääntyä yhteiseksi voimavaraksi ja myös erottautumistekijäksi. Uhista huolimatta Juva on paikka, jossa yhteinen tekeminen ja vankka usko huomiseen tekee siitä näkyvän, silloinkin kun maailma ympärillä horjuu.

1. Maailman ja talouden epävakaus, sota ja itärajan läheisyys
2. Pieni kunta isojen keskusten välissä, kuntien välinen kilpailu samoista matkailijoista
3. Ei nähdä riittävän isosti, innostuksen hiipuminen
4. Resurssien ja rahoituksen vaje, hankkeiden etenemisen hitaus, hankkeiden heikko vaikuttavuus
5. Väestön väheneminen ja yrittäjien sukupolvenvaihdosten epävarmuus / jatkuvuus
6. Metsätalouden ja luontoarvojen ristiriidat

Tahtotila

Kun kaikki on mennyt “nappiin” vuonna 2030

Tahtotila on yhteinen tavoitetila, joka antaa kehittämiselle suunnan ja myös tarkoituksen. Tahtotila kertoo, mitä Juvalla halutaan saavuttaa ja millainen matkailualue halutaan yhdessä kehittää. Tahtotila yhdistää yksittäiset teot yhdeksi yhteiseksi tarinaksi ja matkaksi kohti päämäärää.



TAHTOTILA

On vuosi 2030 ja kaikki on mennyt "nappiin".

Millainen on Juvan matkailun **yhteistyön ja kehittämisen** tilanne?

Mitä voisit sanoa **Juvan matkailun tunnettavuudesta, vetovoimasta, mielikuvasta** - mikä on kokonaistilanne?



Yhteisen tahtotilan kuvailua eri näkökulmista ja erilaisilla painotuksilla

Juva - kasvava ja yhdistävä matkailualue Tulokulma: Strateginen ja realistinen

Tahtotila

Juva tunnetaan Etelä-Savon elinvoimaisimpana matkailukuntana, jossa vahva yhteisöllisyys ja rohkea yhteistyö ovat tuoneet alueelle uusia yrityksiä, kasvavaa matkailutuloa ja ympärivuotista vetovoimaa.

Juvalla on kirkas ja yhtenäinen brändi, joka perustuu puhtaaseen luontoon, vahvaan kulttuuriin ja erinomaiseen palveluasenteeseen. Juva toimii Etelä-Savon yhdistävänä tekijänä – solmukohtana, jossa viitostien helmet tekevät yhteistyötä ja kaikki tiet todella vievät Juvalle.

Painopiste

- Yhteisen brändin ja viestinnän kehittäminen
- Ympärivuotisen matkailun tuotteistus
- Yritysten ja kunnan välinen kumppanuusmalli

Juva – rohkeasti enemmän ja yhdessä Tulokulma: Inspiroiva ja kunnianhimoinen

Tahtotila

Juva on noussut yhteistyön symboliksi – paikaksi, jossa pienuus on käännetty voimaksi ja historia tulevaisuudeksi. Juvalla halutaan nähdä isosti, kokeilla uutta ja tehdä yhdessä enemmän kuin yksinään puuhaten.

Juvalla matkailu on ympärivuotista, palvelut monipuolisia ja vieraanvaraisuus vertaansa vailla. Esimerkiksi Partalan alue elää ja kehittyy elämys- ja palvelukeskuksena. Juvan uusi hotelli toivottaa tervetulleiksi niin kokousvieraat, retkeilijät kuin kansainväliset matkailijat. Vain taivas on rajana.

Painopiste

- Rohkeuden vahvistaminen, pilotit ja kokeilut
- Investointien ja yritysten tukeminen
- Palvelujen kehittäminen eri sesongeille

Juva - tarinoiden ja yhteyksien keskus Tulokulma: Ihmiskeskeinen ja tarinallinen

Tahtotila

Juva on elävä, lämmin ja tarinallinen matkailukunta, jossa pitkä historia, paikallinen kulttuuri ja puhdas luonto kohtaavat yritteliäisyyden. Matkailija tuntee olonsa tervetulleeksi ja palaa Juvalle uudelleen.

Me-henki on kunnan ja elinkeinoelämän yhteinen vahvuus. Yritykset ja kunta tekevät konkreettista yhteistyötä yli rajojen. Alusta(t) kokoavat eri palvelut yhteen, jolloin asiakas löytää koko tarjonnan ja asiointi on sujuvaa. Juvan tunnetaan matkailusta, sen tarinat elävät ja niistä myös puhutaan muualla.

Painopiste

- Yhdessä tekemisen vahvistaminen
- Diginäkyvyyden ja yhteisen alustan rakennus
- Kulttuuri- ja luontoelämysten tuotteistaminen

Toimenpiteet

Mitä pitää tehdä konkreettisesti?

Mitä toimenpiteitä tarvitaan?

Ilman tekoja muutosta, kohti tahtotilaa, ei tapahdu. Kehittämistoimenpiteet ovat arjen pienäkin käytännön tekoja ja myös kehittämistoimia pidemmällä aikajänteellä. Nämä yksinään ja yhdessä vievät Juvaa kohti parempaa huomista ja tekevät kunnasta entistä elinvoimaisemman ja houkuttelevan matkailukunnan.

Tarvittavat toimenpidekokonaisuudet

Yhteiskehittäminen ja yhteistyömallit

- Suunnitellaan ja otetaan käyttöön yhteinen matkailun markkinoinnin ja kehittämisen malli - huomioiden myös mahdollinen yhteistyö Saimaa Coopin ja lähialueiden kanssa.
- Kuvataan matkailijaprofiilit ja määritetään asiakassegmentit.
- Kirkastetaan Juvan matkailun brändiä, esimerkiksi ydinviestit, ainutlaatuisuusväittämät, visuaalinen tarinankerronta ja markkinoinnin sisältösuunnitelma.
- Aktivoidaan toimijoita tuottamaan sisältöjä omiin ja yhteisiin kanaviin
- Laaditaan Juvan matkailulle markkinointi- ja myyntistrategia ja markkinoinnin vuosikello.

Matkailutuotteiden ja -palvelujen kehittäminen ja tuotteistus

- Järjestetään tuotteistamiseen ja kaupallistamiseen liittyviä tuote- ja palvelukehitystyöpajoja ja koulutustilaisuuksia.
- Kehitetään olemassa olevia ja luodaan uusia matkailutuotteita.
- Viedään lähiruokaa lähemmäksi asiakasta ja Juvan kokonaistarjontaa markkinoinnin ja viestinnän keinoin
- Parannetaan tiedon saantia, esimerkiksi kohteen saavutettavuus julkisilla kulkuneuvoilla
- Koemarkkinoidaan kehitettyjä tuotteita ja ei-kaupallisia kohteita
- Esitellään tuotteita ja käyntikohteita medialle ja matkanjärjestäjille itsenäisesti ja osana Mikkelin seudun ja Saimaan alueen yhteismarkkinointia

Verkostot ja tapaamiset

- Kiteytetään ja ajantasaistetaan matkailun yhteistyö- ja kumppanuusverkoston toiminta
- Järjestetään säännöllisesti info- ja verkostoitumistilaisuuksia matkailutoimijoille, esim. Aamukahvit tms
- Tunnistetaan kuntarajat ylittävät verkostot joissa Juvan matkailu olisi hyvä olla mukana. (miksi, miten, mitä ja kenen kanssa)

Osaamisen kehittäminen

- Järjestetään koulutuksia, työpajoja ja/tai pitkäkestoisempia valmennusohjelmia
- Suunnitellaan koulutukset kyselyn pohjalta ja tarveperustaisesti
- Aktivoidaan yrittäjätarinoiden syntymistä, kerrontaa ja tarinoiden jakamista
- Seurataan ja reagoidaan uusiin osaamisen ja liiketoiminnan kehittämistarpeisiin

Tarvittavat toimenpiteet

Digitaaliset alustat

- Valintaan yhteinen alusta ja sosiaalisen median kanavat
- Sovitaan ylläpito- ja kehittäjärooli ja resurssointi.
- Viedään tuotteet digitaalisiin alustoihin
- Parannetaan Juvan digitaalista löydettävyyttä, tunnettuutta ja mielikuvaa matkailukohteena
- Asetetaan seurattavat mittarit ja tavoitteet digitaaliselle markkinoinnille ja näkyydelle
- Kehitetään Visit Juvan verkkopalvelua ja palveluhakemistoa sisällöllisesti, visuaalisesti ja teknisesti
- Tuotetaan sisältöjä sosiaalisen median kanaviin ja matkailun verkkosivuille
- Tehdään yhteisiin sivustoihin liittyminen mahdollisimman helpoksi ja houkuttelevaksi.

Palvelutarjonnan yhtenäistäminen

- Kootaan kaikki Juvalla sijaitsevat majoitusmahdollisuudet ja palveluntarjoajat saman sivuston alle.
- Ryhmitellään tuotteita ja palveluja erilaisten luokituksien ja ominaisuuksien mukaan, esim. Ryhmä- ja kokoustuotteet, Vastuullisuus/Kestävä Kehitys, Onlineostettava, Ympärivuotisuus,
- Parannetaan lähiruoan ja luomutuottajien roolia osana matkailuklusteria ja Juvan erityispiirrettä
- Huomioidaan yhtenäistämässä myös kanssainväliset asiakkaat ja englanninkieliset sisällöt
- Laaditaan ja/tai päivitetään kehitystyön pohjalta matkailun välttämättömät markkinointiaineistot

Matkailumyynnin kehittäminen

- Kehitetään Juvan alueen toimijoiden kimppa- ja ristiinmyyntimahdollisuuksia digitaalisten alustojen ja fyysisten myyntipisteiden avulla
- Suunnitellaan matkailun palvelu- ja myyntimalli, miten matkailutuotteita myydään ja miten asiakaspalvelua voidaan kehittää online ja offline
- Selvitetään Juvan matkailun verkkokauppa-alusta, ja mahdollisesta onlineverkkokaupan pilotointi ja käyttöönotto
- Konseptoidaan Juvan lähituottajat -myymälä, pop-up tai digitaalinen alusta, pilotoidaan mahdollisuuksien mukaan

Onnistumis- ja voittosuunnitelma

**Ne kaikkein tärkeimmät asiat, joissa on onnistuttava
- heti ensi vuonna 2026 ja myös tulevinakin vuosina.**

Kasvu, kehitys ja onnistuminen ei ole sattumaa, vaan seurausta suunnasta, sitkeydestä ja yhteisestä uskosta omaan potentiaaliin. Onnistuminen alkaa siitä, että Juvalla halutaan onnistua ja mennä eteenpäin yhdessä. Juva voittaa, kun jokainen näkee itsensä osana ratkaisua – ei sivustakatsojana, vaan tekijänä.



Onnistumisen tekijät

Yhteisöllinen ylpeys ja kuntalaisten osallistaminen



Juva menestyy, kun jokainen kuntalainen kokee olevansa osa yhteisöä, tarinaa ja voi olla Juvan matkailun puolestapuhujana.

Vetovoiman rakentaminen ja näkyvyyden lisääminen



Juvan luonto, lähiruoka ja luomu ovat brändin elementtejä – ne on syytä nostaa esille rohkeasti, näkyvästi ja yhdessä.

Matkailun rakenteellinen perusta ja infra kuntoon



Konkreettinen infra luo edellytykset kasvulle - majoitus, reitistöt, kuntakeskus, Partalan ja Vehmaan alue ovat Juvan matkailun peruskiviä.

Elinvoimaisuuden ja asumisen houkuttelevuuden edistäminen



Juva ei ole vain läpikulkupaikka tai nopean viipymän vierailukohde – Juva on paikka, jossa halutaan elää, yrittää ja viettää pidempääkin lomaa.

Yhteisöllinen ylpeys ja kuntalaisten osallistaminen

Juvan menestyksen ytimessä on yhteisöllisyys, yhdessä tekeminen ja yhdessä näkyminen. Kunta, yritykset, toimijat ja kuntalaiset eivät ole vain yksittäisiä matkailun tekijöitä, vaan yhteisö, jossa jokainen on tervetullut omien mahdollisuuksien ja intressien mukaan. Jokainen kuntalainen voi ja saa olla Juvan markkinoija, tarinankertoja tai myös esikuva. Tätä yhteisöllisyyttä vahvistetaan mm. asukas-, yrittäjä- ja matkailijatarinoiden ja paikallisten tapahtumien kautta. Kaikki nämä lisäävät ylpeyttä omasta kotipaikasta. Yhteisöllisyys tarkoittaa myös yhteistä näkyvyyttä - yhdessä ollaan enemmän. Tarkoituksena, että paikalliset kokevat, että he ovat osa Juvan matkailun brändiä ja tarinaa.. Kynnys osallistua on matala ja jokainen voi antaa jotakin yhteistä tulevaisuutta varten.

Vetovoiman rakentaminen ja näkyvyyden lisääminen

Juvan tulee olla erotuttava ja selkeä brändi, joka perustuu niin luontoon, lähiruokaan, luomuun, aitouteen, omaan identiteettiin, riikkaaseen ja pitkään kulttuuriperimään. Lähiruaan, luomutuotannon ja kestävän matkailun eri periaatteet tarjoavat kansallisesti ainutlaatuista yhdistelmää, jota tulee vahvistaa markkinoinnissa ja näkymään myös konkreettisesti eri palveluissa. Lähiruoka ja luomu on yksi Juvaa erottautuva ja positiivista ominaisuus niin Etelä-Savossa, Suomessa kuin kansainvälisestikin. Yhteinen digitaalinen alusta, mainospylväät, kyltitykset, vahva yhteinen sisällöntuontanto ja jakelu muodostavat näkyvyyden ja tunnetuutuksen selkärangan niin digitaalisissa maailmassa kuin tienvarsilla ja katukuvassa. Vetovoiman rakentamisessa ja näkyvyyden aikaansaamisessa on tärkeää tehdä se yhdessä. Yhdessä tekeminen, toistot ja myös kokemusten jako sitouttaa ja saattaa toimijat yhteisten ydinviestien ja bränditarinan ympärille.

Rakenteellinen perusta ja matkailuinfrastruktuuri kuntoon

Juvan kehityksen kannalta kriittisintä on rakentaa konkreettinen ja kestävä perusta ja avaintavoitteet matkailulle. Tämä kohdentuu etenkin majoituskapasiteettiin, palveluihin ja saavutettavuuteen. Hotelli on keskeinen tavoiteltavan kasvun kannalta - myös tavoiteltavia matkailijasegmenttejäkin ajatellen. Tärkeää on myös kehittää retkeily- ja pyhiinvaellusreittejä, kuten Pyhän Olavin reitti, sekä varmistaa reistöjen kunto, saavutettavuus ja reittien läheisyydessä oleva palvelurakenne. Partalan ja Vehmaan alueet ovat kehittämisen ydinalueita. Yhdessä nämä alueet muodostavat matkailun ja kaupallisen vetovoiman vetovoimakaksikon: toinen kulttuurin ja majoituksen keskuksena, toinen liikenteen ja kaupallisen palvelutarjonnan solmukohtana.

Elinvoimaisuus ja asumisen houkuttelevuus

Juvan tulevaisuuden kasvu ja menestys ei ole vain matkailua – se on tietoista ja systemaattista elinvoiman ja veto- ja pitovoiman rakentamista. Uudet tontit, työpaikat ja palvelut tukevat matkailun rinnalla Juvan kehittymistä houkuttelevaksi asumisen ja yrittämisen paikkakunnaksi. Nuorten ja lapsiperheiden viihtyvyyteen, kouluihin ja harrastusmahdollisuuksiin panostaminen vahvistaa positiivista kierrettä ja myönteistä Juvan brändikuvaa: viihtyisä ja hyvinvoiva yhteisö vetää puoleensa myös matkailijoita, uusia asukkaita ja uusia sijoittautuvia yrityksiä.

Suosituksset jatkotoimenpiteiksi

Jotta suunnittelu ei jää "piippuun", on päästävä seuraavaan vaiheeseen. Tämä myös innostaa ja sitouttaa toimijoita kun asiat etenevät.

Juvan matkailun tulevaisuudelle on kartoitettu kattavasti toimijoiden näkemyksiä ja toiveita. Kehittäminen ja yhteistyö vaatii pitkäjänteisyyttä ja systematiikka - ja pitoa huolehtimaan lyhyen ja pidemmän aikavälin tulosten saavuttamisesta.

JUVAN MATKAILULLA ON

vahva tahtotila, selkeät kehittämisen painopisteet ja hyvät mahdollisuudet yhteiselle kehittämispolulle

01 AJATELLAAN & MUOTOILLAAN

Luodaan vahva perusta.

02 MÄÄRITELLÄÄN & SUUNNITELLAAN

Muodostetaan näkemys siitä, miten toiveet, tarpeet ja yhteinen tahtotila muuttuu toiminnaksi.

03 TEHDÄÄN & VIEDÄÄN KÄYTÄNTÖÖN

Tehdään suunnitelmista totta.

**"Miksi tarjoaisit
vain aterian,
kun voit luoda ja
rakentaa **muiston**?"**

- Visit Finland

Systemaattinen suunnittelu, toteutus ja seuranta varmistavat vaikutukset

TAVOITTEET

Suunta mihin pyritään



AVAINtulokset

Määrittää kuinka korkealle tavoitteet asetetaan



ARVIOINTI

Miten varmistetaan pito & kehitys?



TOIMENpiteet

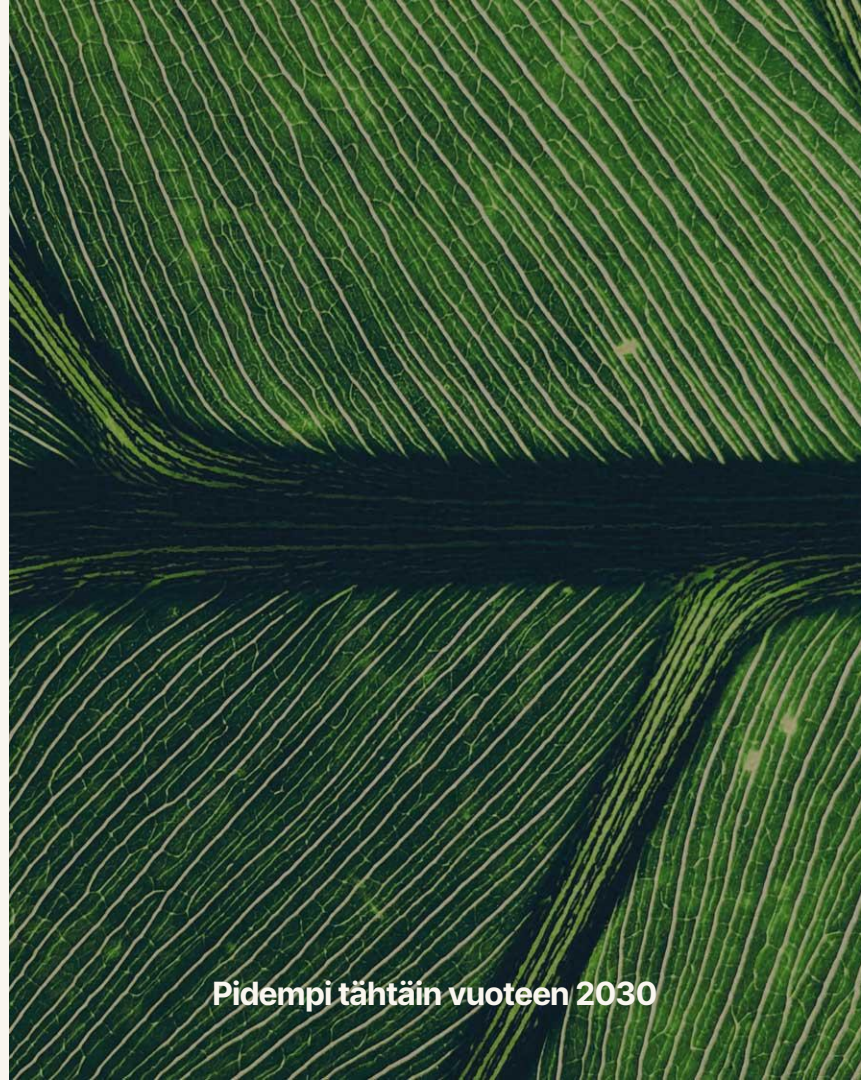
Toimenpiteet, prosessit, kyvykkyydet, ...



Juvan matkailu rakentuu yhteiskehittämiseen, yhteiseen suunnitteluun ja myös tulosten yhteiseen arviointiin.



Matalalla roikkuvat hedelmät 2026



Pidempi tähtäin vuoteen 2030

Seuraavat askeleet

Esiselvityshanke

- Tahtotila
- Tarpeet ja toiveet
- Mahdollisuudet



Oma arki ja liiketoiminta

- Omaehtoinen liiketoiminnan kehittäminen
- Tapaamiset ja arjen yhteistyö
- Yhteydenpito ja viestintä

Matkailun kehityshanke

- Suunnittelu - Toteutus - Arviointi
- Kehityshanke luo uutta ja uudistaa ja kehittää
- Yhdistää ja varmistaa myös jatkuvuuden

Kehittämishankkeen teemat ja polutus

Verkostot ja tapaamiset

Yhteiskehittäminen ja yhteistyömallit

Osaamisen kehittäminen

Palvelutarjonnan yhtenäistäminen

Digitaaliset alustat

**Matkailutuotteiden ja -palvelujen
kehittäminen ja tuotteistus**

Matkailumyynnin kehittäminen

Erillinen kehityshanke mahdollistaa Juvan matkailun yhteiskehittämisen tahtotilan ja tunnistettujen tarpeiden mukaisesti. Kehittäminen vaiheistetaan ja projektoidaan erikseen. Kehittämishankkeessa on sekä jatkuvia toimenpiteitä - kuten tapahtumia, viestintää ja verkostotyötä -, että myös selkeitä täsmäkehitystoimenpiteitä.



Mitä vastaukset ja käydyt keskustelut kertovat Juvan matkailusta?

Sekä kysely, työpajat ja kotitehtävät kertovat vahvasta, juurevasta ja tulevaisuuteen uskovasta yhteisöstä, joka näkee Juvassa selkeän matkailullisen potentiaalin. Vastauksista ja käydyistä keskusteluista näkee myös, että kasvu ja kehitys ei tule syntyään itsekseen, vaan kasvun aikaansaaminen vaatii rohkeita päätöksiä, napakkaa toimeenpanoa ja yhteistyötä niin kunnan sisällä kuin myös muiden lähialueiden ja verkostojen kanssa.

Yhteistä on vahva tahto yhteistyöhön, toimeliaisuus, ylpeys Juvasta, alueen yrityksistä ja matkailun tekijöistä – joita tosin ehkä pidetään aivan turhaan ”vakan alla”. Juvalla on halu tehdä ja viedä matkailuasioita eteenpäin, eikä vain puhua.

Asenteissa näkyy, että Juvan matkailulla on erinomaiset hyvät edellytykset kehittyä ja kasva. Ihmiset eivät kaipaakaan suuressa määrin ulkopuolisia pelastajia, toimijat haluavat osallistua ja olla itse osa ratkaisua matkailun tekemisessä ja kehittämisessä eteenpäin. Joukkueajattelu ja yhteisön voiman hyödyntäminen vaatii kuitenkin koordinaatiota, ehkä myös aktivointia. Tarvitaan ennenkaikkea sisäisestä systeemistä ja ohjattuakin toimintaa ennen kun rutiinit ja vakiokäynneet saadaan syntyään.

Samalla vastauksista ja käydyistä keskusteluista huokuu kuitenkin ymmärrys reunaehdoista ja arjen realiteeteista: ilman konkreettisia panostuksia ja investointeja majoitukseen, markkinointiin, yhteistyöhön ja infrastruktuuriinkin ei ole mahdollista kääntää potentiaalia ja tahtotilaa todelliseksi kasvuksi – euroiksi, työpaikoiksi ja matkailutuloksi.

Juva matkailun tulevaisuus nähdään rakentuvan yhteistyön, paikallisen identiteetin ja käytännön tekemisen varaan – ei suurten visioiden varaan yksinään, vaan määrätietoinen askel, toimenpide, tapahtuma taikka projekti kerrallaan, ja niin että jokainen voi osallistua.

Yhteenveto

Juvan matkailun vahvuudet liittyvät luontoon, sijaintiin, paikan historiaan ja Saimaan vetovoimaan. Alueella on vahva potentiaali kestävän, rauhallisen ja luonnonläheisen matkailun kasvattamiseen, matkailijoiden pysäyttämiseen ja viipymään pidentämiseen. Matkailun taloudellinen vaikutus on jo nyt varsin merkittävä.

Juvan matkailun ja toimijoiden yhteinen ilmapiiri on positiivinen ja vahvan myönteinen. Yhteisö on vastaanottavainen, aktiivinen ja sitoutunut Juvan matkailun kehittämiseen ja yhteistyöhön. Tämä on merkittävä etu. Toimintaa kuvastaa ehkä kuitenkin tietty hajanaisuus ja vaatimattomuus, jotka voivat heikentää tunnettuutta, digitaalista löydettävyyttä, matkailijoiden kiinnostusta ja näin hidastaa kasvua ja kehitystä.

Juvan matkailun kehittäminen edellyttää yhteisen tahtotilan vaalimista, konkreettista toimintaa, yhteistyörakenteita ja näkyvää markkinointia. Näiden avulla toimijoihin, alueen luontoon, kulttuuriin ja sijaintiin perustuva potentiaali voidaan muuttaa vetovoimaiseksi ja taloudellisesti kannattavaksi matkailuliiketoiminnaksi.

Juvan matkailulliset edut

- Matkailun kehittämistä pidetään erittäin tärkeänä ja yhteistyöhalu on korkea.
- Perinteiset Järvi-Suomen vetovoimatekijät: luonto, järvet, hiljaisuus on vahva perusta.
- Yhteisön eteenpäinkatsova asenne ja arvostus toisia toimijoita ja Juvan kuntaan on merkittävä voimavara ja kilpailuetekijä.
- Kunnassa on pitkä kulttuurimatkailuun sopiva perimä ja aktiivisia toimijoita.
- Saavutettavuus, sijainti ja yhteistyömahdollisuudet lähialueen muiden kuntien, matkailualueiden ja -toimijoiden kanssa.

Mihin tulisi panostaa

- Yhteinen digitaalinen alusta, markkinointi ja näkyvyys vaativat kehittämistä, voimaa, yhtenäisyyttä ja kokonaistarjooman koontia.
- Tarvitaan yhtenäinen jatkuvaperustainen toimintamalli ja resurssointi, jotka kokoavat toimijat saman brändin, näkyvyystoimenpiteiden ja kehittämisen piiriin.
- Digiosaamisen, liiketoimintaosaamisen, markkinoinnin, tuotteistamisen ja myynnin kehittäminen ovat avainasemassa, varmistaen näin nopeat voitot ja pidemmän aikavälin pyrkimykset.
- Infrastruktuurinen kapeikko ja rakenteellinen puute: hotellitasoinen ryhmämajoitustarjonta on vähäinen, tämä ohjaa ryhmämatkailijoita Juvan ohi.

Yhteystiedot

Lisätietoja esiselvityshankkeesta

Rauli Koistinen

Matkailusihteeri

Projektipäällikkö, Seikkaillen Saimaalle -investointihanke

Hankekoordinaattori, Seikkaillen Saimaalle -esiselvityshanke

Juvan kunta & Visit Juva

0400 136 213

rauli.koistinen@juva.fi

Juha Sorjonen

Asiakkuusjohtaja

Visit Finland Akatemia valmentaja

Selvitystyön vastuukonsultti

Avidly Oy

040 66 10 131

juha.sorjonen@avidly.fi



AV
IDLY

