

Maakunnan matkailutoimijat muutoksen edessä

Matkailuala on yksi koronatilanteen kovimmista kärsijöistä juuri nyt, ja vaikutukset näkyvät myös Pohjois-Karjalan matkailu- ja ravitsemisalan yrityksissä. VisitKarelia on kerännyt kyselyn kautta tietoa koronaviruksen vaikutuksista Pohjois-Karjalan matkailualan yrityksiin. Kyselyvastausten mukaan tilanne on vaikuttanut yli 90%:iin vastaajista. Vahvimmin vastauksissa näkyy matkailupalveluiden varausten ja myynnin lähes täysi peruuntuminen. Vaikutukset ulottuvat tällä hetkellä jo syyskuuhun asti. Monet toimijat ovat sulkeneet toiminnan toistaiseksi ja useissa vastauksissa kommentoidaan epävarmuutta toiminnan jatkosta.

VisitKarelian toimitusjohtaja Jaakko Löppönen toteaa, että tällä hetkellä toiminnan pysähtyminen on johtanut muun muassa henkilöstön lomautuksiin, kassakriisiin ja epätietoisuuteen yritystoiminnan jatkuvuudesta. Löppösen mukaan tilanteella on myös epäsuorat vaikutukset alihankkijoihin, kuten pesula-, siivous- ja kuljetuspalveluihin. – *Lopullisten vaikutusten ennakoitiin on vielä tässä vaiheessa vaikeaa, mutta on selvää, että koronavirus tulee muuttamaan toimialaa pysyvästi*, Löppönen kommentoi.

Kirsi Partanen Äksyistä Ämmistä toteaa, että kaikki kotimaiset ryhmät ovat peruneet varauksensa, mutta kesän kansainväliset asiakkaat seurailevat vielä tilanteen kehittymistä. – *Meillä on verkkokauppa, joka on tässä tilanteessa ollut eduksi. Sitä kautta on myyty erityisesti lahjakortteja*, Partanen kertoo.

Alan yrityksissä on turvaututtu myös Business Finlandin poikkeustilarahoitukseen kehittämishankkeiden esiselvityksiä varten. Esimerkiksi huoneistohotelli Lietsua operoiva Lietsu Palvelut Oy on hakenut ja saanut rahoituksen, mutta akuutin kassakriisin uhatessa apu ei ole riittävä. Maria Saastamoinen Lietsusta kertoo, että 95 % varauksista tuleville kuukausille peruuntui parissa päivässä hallituksen poikkeustilailmoituksen jälkeen, ja tällä hetkellä ryhmä- ja kiintiövarauksia perutaan jo elokuulta. – *Juuri aloittaneelle ja paljon investoineelle palveluyritykselle ei ole ehtinyt kertyä vielä varakassaa tällaisen äkillisen kysynnän romahtamisen varalle. Mikäli tilanne venyy ja joustoja tai tuki-instrumentteja kiinteisiin kuluihin ei löydy, on tilanne erittäin vaikea*, Saastamoinen kommentoi.

Muuttuneet olosuhteet vaativat toimia, joihin VisitKarelia maakunnan matkailun kehittämisen ja markkinoinnin organisaationa on ryhtynyt. – *Kyselyllä kartoitamme koronaviruksen välittömiä vaikutuksia ja pidemmän aikavälin näkymiä. Tietoa käytämme mm. tulevien toimien suunnitteluun*, Löppönen kertoo. VisitKarelia seuraa alan tilanteen kehittymistä myös viikoittaisissa online-keskustelutilaisuuksissa, joissa toimialalla on mahdollisuus kokoontua ja välittää ajankohtaista tietoa. Omassa viestinnässään VisitKarelia keskittyy nyt alueen imagomarkkinointiin ja pyrkii tukemaan toimialaa kaikin keinoin. – *Käynnistämme juuri koko vuoden kestävä #lovekoli-viestintäkampanjan toimialan tueksi. Tällä kampanjalla pyrimme myös vahvistamaan alueen kärkiviestiä ja mielikuvaa tukien toimialamme valmiutta siihen, kun ihmiset pääsevät jälleen matkustamaan*, Löppönen kertoo.

Lisätietoja:

- Kampanjaan liittyen: <http://www.visitkarelia.fi/lovekoli>
- Kyselyyn liittyen: <http://dmo.visitkarelia.fi/koronainfo>
- Jaakko Löppönen, toimitusjohtaja, 0400 175569, jaakko.lopponen@visitkarelia.fi