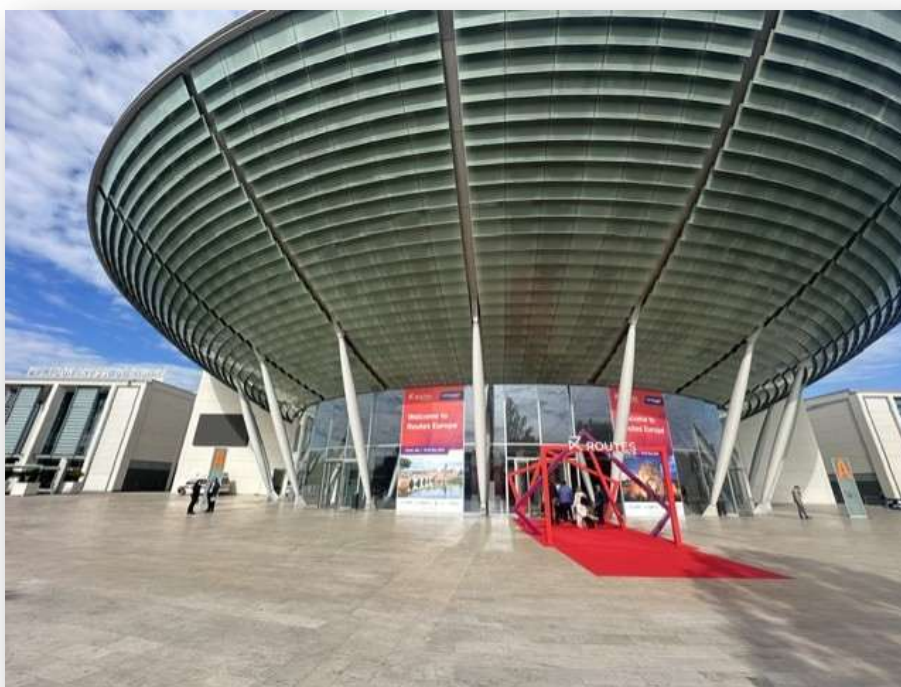


Tourism Seasonality Summit 2026

Rimini 17.-18.5.2026



Matkaraportti

Katja Kaunismaa ja Marianne Hietalahti
Kideve Elinkeinopalvelut Kittilän kunta

Uudistava ja kestävä palveluliiketoiminta Kittilässä -hanke



**Euroopan unionin
osarahoittama**



LAPIN LIITTO



Sisällys

Johdanto	3
Lauantai 16.5.2026 - matkapäivä	4
Sunnuntai 17.5.2026 – 1. tapahtumapäivä	5
Maanantai 18.5.2026 – 2. tapahtumapäivä	8
Yhteenveto ja johtopäätöksiä.....	11
Keskeiset havainnot hankkeen kannalta	12



**Euroopan unionin
osarahoittama**



LAPIN LIITTO



KITTILÄ
PUHDASTA KULTTAA

Johdanto

EU-osarahoitteisessa *Uudistuva ja kestävä palveluliiketoiminta Kittilässä* -hankkeessa toteutettiin toukokuussa 2026 opintomatka Riminiin, Italiaan. Opintomatkan tarkoituksena oli osallistua 17.–18.5.2026 järjestettyyn *Routes Tourism Seasonality Summit* -tapahtumaan. Matka liittyi hankkeen kolmanteen työpakettiin *Uudistuvat ja vastuulliset palveluratkaisut*, jonka tavoitteena on vahvistaa alueen yritysten osaamista kestävän kehityksen, vastuullisuuden sekä uudistuvan ja innovatiivisen liiketoiminnan teemoissa.

Hankesuunnitelman mukaisesti työpakettiin sisältyy toimenpiteitä, joilla tuetaan yritysten kehittämistyötä ja verkostoitumista, mukaan lukien osallistuminen kansainvälisiin tapahtumiin. Tavoitteena on hankkia ajankohtaista tietoa matkailualan kehityssuunnista, tuoda uusia näkökulmia paikalliseen kehittämiseen sekä rakentaa kansainvälisiä yhteistyöverkostoja. Lisäksi opintomatkojen yhteydessä pyritään tutustumaan esimerkkikohteisiin ja benchmarkkaamaan hyviä käytäntöjä, joita voidaan hyödyntää Kittilän alueen kehittämisessä.

Alkuperäisen suunnitelman mukaan kansainvälinen opintomatka oli tarkoitus toteuttaa yhtenä kokonaisuutena, joka sisältää sekä tapahtumaan osallistumisen että uudistuvan matkailun kohteen benchmarkkaamisen. Sopivan tapahtuman ja benchmark-kohteen yhdistäminen samaan matkaan osoittautui kuitenkin haastavaksi, minkä vuoksi hankkeen ohjausryhmäkokouksessa tammikuussa 2026 päätettiin jakaa opintomatka kahteen osaan. Keväällä 2026 toteutettiin osallistuminen *Routes Tourism Seasonality Summit* -tapahtumaan Riminissä, ja syksyllä 2026 suunniteltiin erillinen benchmark-painotteinen opintomatka.

Riminin matkan keskeisenä tavoitteena oli syventää ymmärrystä ympärivuotisen matkailun kehittämisestä sekä matkailualan resilienssin vahvistamisesta. Teemat ovat erityisen ajankohtaisia Kittilän alueella, jossa matkailun kausiluonteisuus on merkittävä kehittämishaaste. Tapahtuma tarjosi foorumin kansainväliselle tiedonvaihdon, parhaiden käytäntöjen esittelylle sekä verkostoitumiselle alan toimijoiden kanssa. Matkalle tarjottiin myös alueen yrityksille mahdollisuus osallistua omakustanteisesti, mikä tukee hankkeen tavoitteita yritysten kansainvälisen osaamisen ja yhteistyön vahvistamisessa.

Opintomatkalle osallistuivat hankkeesta projektipäällikkö ja kehittämisasiantuntija. Alueen yrityksiä kutsuttiin mukaan, mutta yritysedustajien kiinnostus kohdistui syksyllä 2026 toteutettavaan benchmark-matkaan. Tapahtumaan osallistui myös Visit Levin edustaja.



1-2 Tapahtumamainoksia



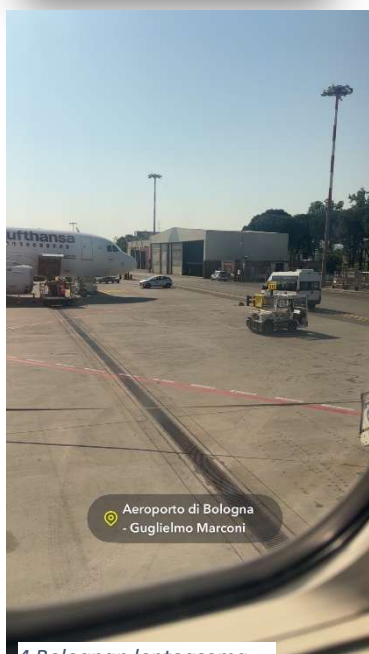
Lauantai 16.5.2026 - matkapäivä



3 Rovaniemen lentoasema

Saavutettavuuden ja sesonkiluontoisuuden merkitys havainnolistui meille jo ennen matkaamme, kun lentoyhtiö perui lauantaille 16.5.2026 varatun Kittilä-Helsinki -lentomme ja siirsi meidät maanantaiaamulle. Syytä peruutukseen emme tiedä - sitä voimme vain arvailla - mutta epäilemme matalan kysynnän vaikuttaneen ainakin osittain päätökseen vaihtaa kone esimerkiksi toiselle lentoreitille laiterikkoutumisen syystä. Saimme onneksi vaihdettua menolentomme lauantaille Rovaniemeltä, jotta tapahtuma ei mennyt kokonaan ohi lentoaikataulujen muututtua.

Lensimme Bolognaan, noin 1,5h matkan päähän Riminiltä. Bolognasta oli tarjolla hyviä yhteyksiä Riminiin. Lentoasemalta pääsi suoraan busseilla perille asti vaihdollisella yhteydellä myös junalla. Riminiin on myös lentoasema, mutta pohjoisesta emme ainakaan löytäneet järkeviä yhteyksiä suoraan Riminiin.



Aeroporto di Bologna
- Guglielmo Marconi

4 Bolognan lentoasema

Saavuimme perille melko myöhään, noin puoli kymmenen maissa, mutta kävimme siitä huolimatta hieman jaloittelemassa lähimaastossa ennen yöpuulle menoa. Routes-tapahtuma näkyi Riminiin hyvin, mm. rannoilla oli tapahtumasta kertovia kylttejä. Riminiin oli meneillään viikonlopun aikana myös toinen suurempi tapahtuma, 26. kansallinen karabinieerien kokoontuminen. Karabinieerit muodostavat valtiollisesta poliisista erillisen, asevoimiin kuuluvan puolustushaaran. Tämä sotilaallinen joukko huolehtii sisäisestä turvallisuudesta ja toimivaltuudet menevätkin osin päällekkäin poliisin kanssa. Poliisista poiketen karabinieerit voivat toimia myös sotilaallisissa operaatioissa ulkomailla. (www.carabinieri.it, rimiturismo.it/en/events/26th-national-gathering-carabinieri-rimini.)



5 Karabinierien alppien yksikkö



6 Routesin kyltti rannalla

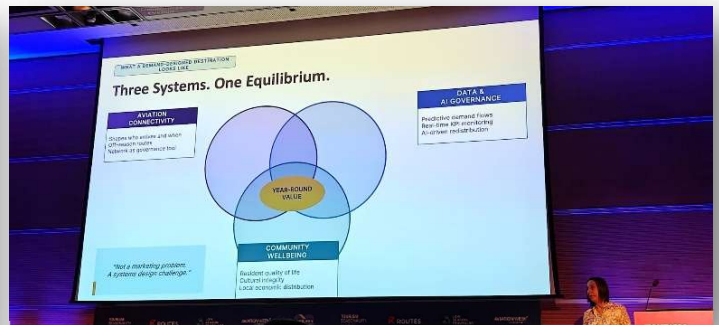
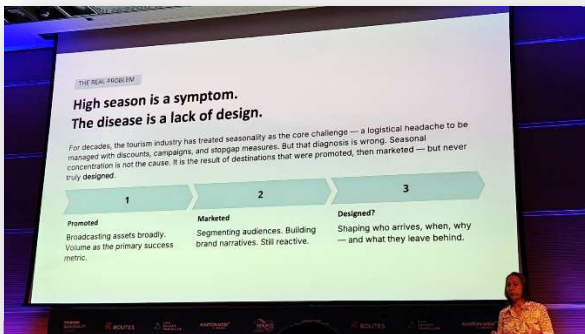
Sunnuntai 17.5.2026 – 1. tapahtumapäivä

Sunnuntaille olimmekin sopineet yhteiskyydin tapahtumapaikalle Visit Levin Satu Pesosen kanssa. Majoituimme vierekkäisissä hotelleissa, joten kulkeminen yhdessä oli helppoa. Tapahtuma järjestettiin noin 3 km päässä majoituksestamme Palacongressi di Rimini -nimisessä kokouskeskuksessa.

Tapahtumaan menttiin sisään etukäteen tulostetun QR-koodin kautta saatavalla tapahtumapassilla. Tapahtumapassi oikeutti pääsyn oheistapahtumiin sekä tapahtumakuljetuksiin. Oheistapahtumiin emme valitettavasti päässeet, vaikka tarjolla olisi ollut hienoja retkiä esimerkiksi maaseudulle, sillä oheisohjelmat menivät päällekkäin itse Tourism Seasonality Summitin kanssa. Ilmeisesti oheistapahtumat olivat verottaneet väkeä, sillä tapahtumassa oli huomattavan vähän osallistujia, arviolta vain noin 80-150 ajankohdasta riippuen. Tapahtuman järjestäjän mukaan ilmoittautuneita tapahtumaan oli ”200+”.

Avauspuheenvuoroissa korostettiin matkailijoiden käyttäytymisen muutosta: yhä useampi matkustaa tarkoituksella sesonkien ulkopuolella välttääkseen ruuhkia ja saadakseen laadukkaampia kokemuksia. Samalla matkailualan tarjonta ei ole vielä täysin vastannut tähän kasvavaan kysyntään.

ENIT:n (Italian National Tourist Board) presidentti Alessandra Priante haastoi alan toimijat tarkastelemaan matkailun menestystä uusilla mittareilla. Perinteisten kävijä- ja käyttöasteiden sijaan tulisi huomioida matkailijoiden kokemusten laatu, paikallisten asukkaiden hyvinvointi ja kohteiden aitous. Hän korosti myös tekoälyn merkitystä matkailun kysynnän ennakkoinnissa ja yksilöllisten matkailukokemusten suunnittelussa.



7-10 Alessandra Priante, Italian National Tourist Board

Päivän paneelikeskusteluissa käsiteltiin risteilymatkailun, lentoliikenteen ja matkakohteiden roolia ympärivuotisen matkailun rakentamisessa. Esimerkit Maltalta, Kyprokselta, Kroatiasta, Espanjasta ja Italiasta osoittivat, että onnistuminen perustuu pitkäjänteiseen yhteistyöhön lentoyhtiöiden, matkailuorganisaatioiden, satamien ja paikallisyhteisöjen välillä. Samalla tunnistettiin haasteita, kuten liikamatkailu, asumisen kallistuminen ja paikallisten palveluiden muutokset.



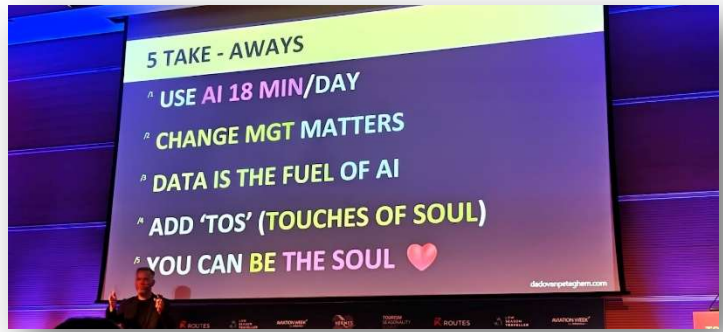
Euroopan unionin
osarahoittama



LAPIN LIITTO



Tekoäly nousi päivän aikana vahvasti esiin työkaluna, joka auttaa analysoimaan matkailijavirtoja, ymmärtämään asiakkaiden käyttäytymistä ja suunnittelemaan tehokkaampia markkinointitoimenpiteitä. Esitellyissä esimerkeissä tekoälyä käytettiin muun muassa matkailun ympäristövaikutusten arviointiin, sesonkien tasaamiseen sekä matkailijoiden mieltymysten tunnistamiseen.



11-12 Dado Van Peteghem: Scale vs Soul

Tekoälyä hyödynnettiin myös itse tapahtumassa. Tapahtumassa oli käytössä Snapsight-työkalu, joka työsti reaaliajassa puheesta keskeiset pääkohdat, ajatuspilven sekä yhteenvedon. Työkaluun voi tutustua tapahtuman Snapsight-sivulla: [Snapsight](#)

Kestävyys ja ilmastonmuutokseen sopeutuminen olivat myös keskeisiä teemoja. Keskusteluissa todettiin, että matkailualan tulee siirtyä pelkästä päästöjen vähentämisestä aktiiviseen ilmastonmuutokseen sopeutumiseen. Esimerkkejä esiteltiin muun muassa Maltaan vedenhallinnasta, Skotlannin ympärivuotisista luonto- matkailutuotteista sekä matkailuyritysten tekoälyratkaisusta ruokahävikin vähentämiseksi.

Päivän päätöspuheenvuorossa korostettiin tasapainoa teknologian ja inhimillisyyden välillä. Vaikka tekoäly tarjoaa uusia mahdollisuuksia tehokkuuteen ja asiakasymmärrykseen, matkailun vetovoima perustuu edelleen aitoihin kohtaaisiin, paikalliseen kulttuuriin ja merkityksellisiin kokemuksiin.



13 Snapsightin ajatuspilvi



14 Paneelikeskustelu Seasonality Meets Sustainability

Paluumatkan hotellille päätimme kävellä, jotta saamme happihypelyn ja liikunnan ohella tutustua samalla kaupungin nähtävyyksiin. Saimmekin samalla reissulla bongattua mm. Riminin vanhan kaupungin hieno Arco di Augusto -portin kera, EU-osarahoitetun hankkeen avulla remontoitavan Ponte dei Mille -sillan ja EU-osarahoitetun hankkeen avulla toteutetun taideprojektin, jossa taidetta oli maalattu suoraan paikallisväestön asuinrakennuksiin.



15 Arco di Augusto



16 Ponte dei Mille



17 Palazzo dell'Arengo



18 Teatro Amintore Galli



19-20 Taidetta talojen seinillä

Ensimmäinen päivä pähkinäkuoressa:

- Matkailijat suosivat yhä enemmän sesonkien ulkopuolista matkailua, mutta tarjonta ei vielä täysin vastaa kysyntään.
- Menestystä tulisi mitata kävijämäärien sijaan myös asukkaiden hyvinvoinnilla, kokemusten laadulla ja kohteiden kestävyydellä.
- Ympärivuotinen matkailu edellyttää tiivistä yhteistyötä matkailutoimijoiden, lentoyhtiöiden, satamien ja paikallisyhteisöjen välillä.
- Tekoäly tarjoaa uusia mahdollisuuksia matkailun suunnitteluun, markkinointiin ja sesonkivaihtelun hallintaan.
- Ilmastonmuutokseen sopeutuminen ja matkailun kestävyys nousivat keskeisiksi tulevaisuuden kilpailutekijöiksi.
- Matkailun tulevaisuus rakentuu teknologian hyödyntämisen sekä aitojen, paikallisiin vahvuuksiin perustuvien matkailukokemusten yhdistämisestä.

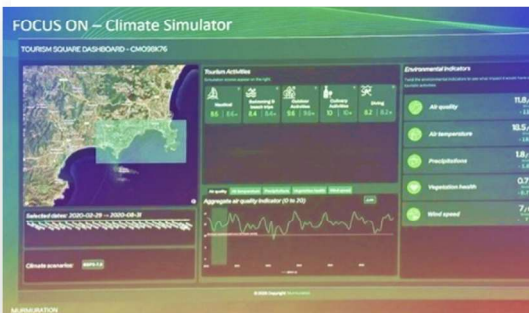
Maanantai 18.5.2026 – 2. tapahtumapäivä

Summitin toisena päivänä painopiste siirtyi keskustelusta käytännön ratkaisuihin. Päivän aikana korostuivat yhteistyö, innovatiiviset toimintamallit, nuorten sukupolvien rooli matkailun tulevaisuudessa sekä konkreettiset keinot matkailun kausivaihtelun vähentämiseksi. Keskeinen viesti oli, että matkailun sesonkiluonteisuus ei ratkea yksittäisillä kampanjoilla, vaan vaatii pitkäjänteistä systeemistä muutosta.



21 Emilio José Inés Villar, Data Appeal

Aamun Innovation Lab -osuudessa esiteltiin uusia työkaluja ja toimintatapoja matkailun ympärivuotisuuden edistämiseksi. Tekoälyn ja satelliittidatan hyödyntäminen nähtiin tärkeänä keinona seurata matkailun ympäristövaikutuksia, ennakoida ilmastonmuutoksen vaikutuksia ja tukea kestävää päätöksentekoa.



22-25 Tarek Habib, Murmuration



Euroopan unionin
osarahoittama



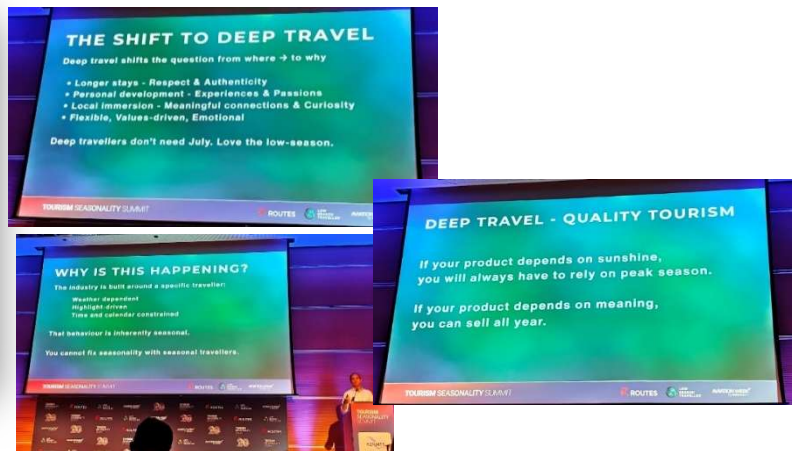
LAPIN LIITTO



Innovation Lab -osuudessa korostettiin myös niin sanottua "deep travel" -ajattelua, jossa matkailijat hakevat syvällisiä ja merkityksellisiä kokemuksia perinteisten nähtävyyksien sijaan. Kohdennettu sähköpostimarkkinointi nähtiin tehokkaana keinona houkutella matkailijoita hiljaisempina kausina.



26-29 Deep Travel. Richard Lindberg, One Planet Journey

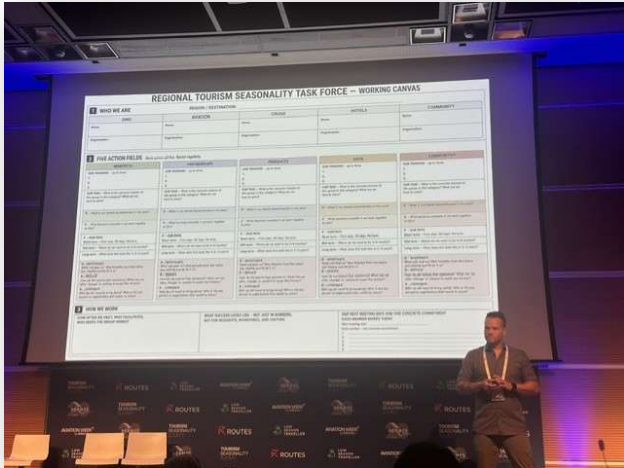


Nuorten sukupolvien vaikutusta matkailuun käsiteltiin Generation 365 -paneelissa. Keskusteluissa todettiin, että erityisesti Z-sukupolvi ja tulevat sukupolvet matkustavat joustavammin, useammin ja yhä useammin sesonkien ulkopuolella. Sosiaalisen median, erityisesti TikTokin, vaikutus matkakohteiden tunnettuuteen ja kysyntään nähtiin merkittävänä. Nuoret matkailijat arvostavat aitoutta, paikallisia kokemuksia ja mahdollisuutta osallistua yhteisöjen arkeen esimerkiksi sadonkorjuun, kulttuuritapahtumien tai muiden paikallisten aktiviteettien kautta.



30 Nuorten paneelikeskustelu

Iltpäivällä osallistujat jakautuivat kahteen eri ryhmään työpajatyöskentelyä varten. Katja osallistui Yrjö-Tapio Andersonin vetämään työpajaan, jonka aiheena oli Destination Playbooks. Marianne osallistui Bastian Hillerin fasilitoimaan sessioon: Ending the Blame Game – Co-Creating New Seasonal Business.



31 Bastian Hiller ja Tourism Seasonality Canvas

Työpajojen aikana nostettiin esiin myös rakenteellisia haasteita, joista merkittävin oli koulujen loma-aikojen vaikutus matkailun kysyntäpiikkeihin. Suomen esimerkki mahdollisesta kesälomien uudelleentarkastelusta herätti keskustelua siitä, miten julkinen sektori voisi vaikuttaa matkailun kausivaihteluun. Samalla todettiin, että matkailuala ei ole onnistunut riittävän hyvin viestimään paikallisille asukkaille matkailun taloudellisista ja yhteiskunnallisista hyödyistä.

Päivän lopuksi julkaistiin alustavia linjauksia Seasonality Action Manifesto -julistukseen. Työssä tunnistettiin kuusi keskeistä kehittämisaluetta: asiakas-segmentointi, kysynnän tunnistaminen, joustavat tuotteet, brändin uudistaminen, paikallisyhteisöjen osallistaminen sekä yhteistyö saavutettavuuden kehittämisessä.



33-34 Bastian Hillerin työpaja

Osallistajat korostivat, että matkailun tulevaisuus edellyttää nykyistä syvempää yhteistyötä matkailuyritysten, lentoyhtiöiden, viranomaisten ja paikallisyhteisöjen välillä.

Päätössessiossa korostettiin niin sanottua "cathedral thinking" -ajattelua eli pitkäjänteistä tulevaisuuden rakentamista. Koska kansainvälisen matkailun ennustetaan jopa kaksinkertaistuvan seuraavien 25 vuoden aikana, nykyiset päätökset vaikuttavat matkailukohteiden elinvoimaan vuosikymmenten ajan. Osallistujia kannustettiin siirtymään keskustelusta konkreettisiin toimenpiteisiin ja rakentamaan pysyviä yhteistyöverkostoja sesonkiongelmien ratkaisemiseksi.

Työpajojen tuloksena osallistajat rakensivat käytännön toimintamalleja matkakohteiden käyttöön. Esille nousi useita kansainvälisiä esimerkkejä onnistuneesta sesonkien tasoittamisesta. Erityistä kiinnostusta herättivät Lapin ympärivuotisen matkailun kehittäminen, Madeiran tekoälyratkaisut sekä Japanin Setouchin alueen tarkasti kohdennetut matkailutuotteet. Keskusteluissa painotettiin segmentointia, joustavia matkailutuotteita, paikallisten asukkaiden osallistamista sekä parempaa saavutettavuutta.



32 YT Anderson esittelee työpajan tuloksia

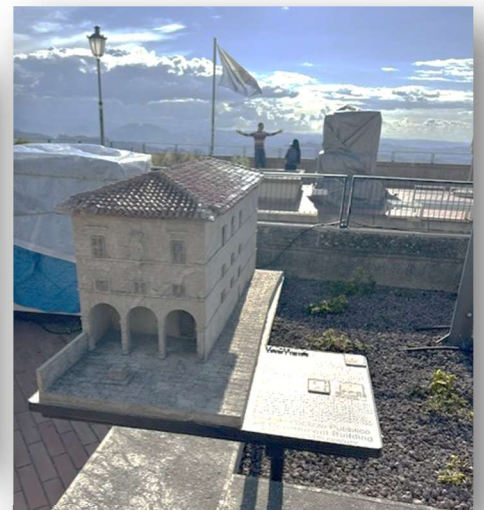


35 Ged Brow päättämässä tilaisuutta.

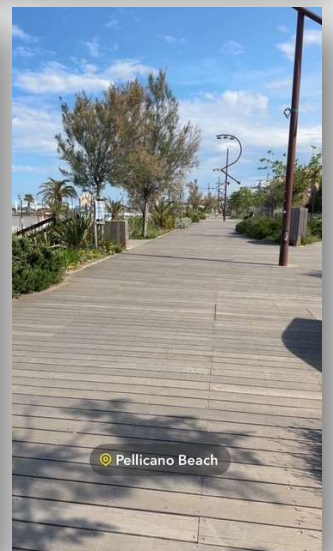
Toinen päivä pähkinäkuoressa

- Tekoäly, data ja satelliittiseuranta tarjoavat uusia työkaluja kestävän matkailun suunnitteluun.
- Nuoret matkailijat suosivat aitoja, paikallisia ja sesonkien ulkopuolisia matkailukokemuksia.
- Sosiaalinen media, erityisesti TikTok, vaikuttaa yhä enemmän matkakohteiden tunnettuuteen ja matkustuspäätöksiin.
- Työpajoissa korostuivat segmentointi, joustavat matkailutuotteet, paikallisyhteisöjen osallistaminen ja saavutettavuuden kehittäminen.
- Koulujen loma-ajat tunnistettiin yhdeksi matkailun sesonkivaihtelun keskeisistä syistä.
- Tulevaisuuden matkailu edellyttää pitkäjänteistä yhteistyötä, rohkeita päätöksiä ja kestävää kysynnän hallintaa.

Tapahtuman päätyttyä teimme vielä omalla vapaa-ajallamme lyhyen ekskursion naapurivaltioon San Marinoon, jonne pääsimme kätevästi tapahtumapaikan läheltä lähtevällä San Marino Shuttlebus -kuljetuksella. Hankkeessamme laaditaan paraikaa inklusiivisen matkailun kehittämiseen tähtäävää selvitystä sekä yrittäjille suunnattuja työkaluja. Selvityksen toteutus oli juuri käynnistynyt ennen matkaamme, joten teema oli tuoreena mielessämme. Siksi olikin erityisen ilahduttavaa havaita, että San Marinon vanhassa kaupungissa inklusiivinen matkailu oli huomioitu tarjoamalla nähtävyyksiä myös pistekirjoituksella. Mielestämme Riminin rantabulevardi oli myös hienosti suunniteltu ja siellä pystyi liikuntaesteistenkin helposti liikkumaan. Pyöräreitit oli mainiosti merkitty yhteentörmäysten välttämiseksi. Ehkä mekin voisimme ottaa näistä esimerkeistä oppia?



36-39 San Marino



40-42 Riminin rantabulevardia

Yhteenveto ja johtopäätöksiä

Tourism Seasonality Summit 2026 kokosi yhteen matkailualan asiantuntijoita, matkailuorganisaatioita, lentoyhtiöitä, satamia, matkailuyrityksiä ja teknologiatoimijoita keskustelemaan matkailun kausivaihtelun hallinnasta sekä ympärivuotisen matkailun kehittämisestä. Seminaarin keskeinen viesti oli, että matkailun tulevaisuuden haasteena ei ole pelkästään matkailijamäärien kasvattaminen, vaan kysynnän tasapainottaminen, paikallisyhteisöjen hyvinvoinnin turvaaminen ja matkailun kestävyys vahvistaminen.

Keskusteluissa korostui matkailijoiden käyttäytymisen muutos: yhä useampi matkustaa tarkoituksella sesonkien ulkopuolella hakeakseen aidompia kokemuksia, välttääkseen ruuhkia ja hyödyntääkseen parempaa hintatasoa. Tämä tarjoaa merkittäviä mahdollisuuksia myös suomalaisille matkailukohteille, mikäli palvelut, saavutettavuus ja markkinointi tukevat ympärivuotista matkailua.

Seminaarissa nousi vahvasti esiin tekoälyn ja datan merkitys matkailun kehittämisessä. Tekoälyä hyödynnetään jo matkailijavirtojen ennakoinnissa, markkinoinnin kohdentamisessa, asiakasymmärryksen lisäämisessä sekä matkailun ympäristö- ja yhteiskuntavaikutusten seurannassa. Tulevaisuudessa kilpailukykyiset matkailukohteet perustavat päätöksentekoaan yhä enemmän dataan ja ennakoivaan analytiikkaan.

Ympärivuotisen matkailun rakentaminen nähtiin ennen kaikkea yhteistyön tuloksena. Menestyneissä esimerkeissä matkailuorganisaatiot, lentoyhtiöt, aluekehittäjät, kunnat ja yritykset työskentelivät yhteisten tavoitteiden eteen. Erityisesti saavutettavuuden kehittäminen, tuotteiden monipuolistaminen ja tapahtumien sijoittaminen sesonkien ulkopuolelle nähtiin tehokkaina keinoina tasata matkailukysyntää.

Nuorten sukupolvien matkustuskäyttäytyminen nousi tärkeäksi tulevaisuuden näkökulmaksi. Z-sukupolvi ja tulevat matkailijasukupolvet etsivät aitoutta, paikallisia kokemuksia ja vastuullisuutta. Sosiaalinen media, erityisesti TikTok, vaikuttaa merkittävästi matkakohteiden tunnettuuteen ja matkustuspäätöksiin. Tämä haastaa matkailualueita kehittämään uudenlaisia sisältöjä ja viestintätapoja.

Seminaarissa tunnistettiin myös rakenteellisia haasteita, kuten koulujen loma-aikojen vaikutus matkailun sesonkihuippuihin sekä matkailun heikko kyky viestiä paikallisille asukkailla alan positiivisista vaikutuksista. Keskusteluissa korostettiin, että matkailun hyväksyttävyyys paikallisyhteisöissä on keskeinen edellytys kestäväälle kasvuille.

Hankkeen näkökulmasta erityisen kiinnostavia olivat esimerkit Lapin ympärivuotisen matkailun kehittämisestä, tekoälyn hyödyntämisestä matkailun johtamisessa sekä paikallisten yhteisöjen osallistamisesta matkailun kehittämiseen. Lisäksi seminaarissa korostui tarve rakentaa matkailua pitkällä aikavälillä niin, että ratkaisut tukevat sekä elinkeinoa että alueiden elinvoimaa tuleville sukupolville.

Keskeiset havainnot hankkeen kannalta

- Matkailijoiden kiinnostus sesonkien ulkopuoliseen matkailuun kasvaa jatkuvasti.
- Tekoäly ja data tarjoavat uusia mahdollisuuksia matkailun suunnitteluun, markkinointiin ja vaikutusten seurantaan.
- Ympärivuotinen matkailu edellyttää vahvaa yhteistyötä yritysten, kuntien, matkailuorganisaatioiden ja liikenneoperaattoreiden välillä.
- Aitous, paikallisuus ja vastuullisuus ovat yhä tärkeämpiä kilpailutekijöitä erityisesti nuoremmille matkailijoille.
- Tapahtumat, erikoistuotteet ja kohdennetut markkinointitoimenpiteet voivat tehokkaasti tasata sesonkivaihtelua.



- Paikallisyhteisöjen hyväksyntä ja osallistuminen ovat keskeisiä matkailun kestävän kasvun edellytyksiä.
- Pitkäjänteinen strateginen suunnittelu ("cathedral thinking") on välttämätöntä matkailun tulevaisuuden haasteisiin vastaamiseksi.

Seminaarin keskeinen viesti oli, että matkailun kausivaihtelun hallinta ei ole yksittäinen markkinointi- tai tuotekehityshaaste, vaan koko matkailuekosysteemin yhteinen strateginen tehtävä. Onnistuminen edellyttää dataan perustuvaa päätöksentekoa, laajaa yhteistyötä sekä kykyä kehittää matkailua paikallisten vahvuuksien ja kestävyiden näkökulmasta ympärivuotisesti.

Lue myös Ged Brownin 29.6.2026 julkaisema yhteenvedo tapahtumasta ja sesonkiluonteisen matkailun tilasta: [The State of Tourism Seasonality 2026](#).



43 Tapahtuman sisäänkäynti. Tapahtuma edelsi Routes-tapahtumaa.



44 Tapahtumapassit