

LAPLAND

Above Ordinary

LAPIN MATKAILUSTRATEGIA

Päivitetty kesällä 2021

SISÄLLYSLUETTELO

1. JOHDANTO.....	3
2. TIIVISTELMÄ.....	4
3. KORONAPANDEMIAN VAIKUTUKSET LAPIN MATKAILUUN.....	5
3.1 Taloudelliset vaikutukset.....	5
3.2 Muut vaikutukset.....	8
4. LAPIN MATKAILUN STRATEGINEN TIEKARTTA 2020–2023	9
4.1. Arvopohja	9
4.2 Ympärivuotisuus kriittisenä painopisteenä	10
4.3 Teemakohtaiset kehittämiskohteet	10
4.4 Matkailun toipuminen: tavoitteet ja mittarit tuleville vuosille	11
5. TOIMENPITEET OSA-ALUEITTAIN.....	14
5.1 Matkailun elpymisen edistäminen	14
5.2 Lumettoman ajan matkailun kehittäminen.....	14
5.3 Saavutettavuus	17
5.4 Lapin matkailun vihreä siirtymä	19
5.5 Mahdollistava digitaalisuus	20
5.6 Tiedolla johtaminen.....	21
5.7 Yrittäjyys, toimintaympäristö ja toimialan arvostus.....	22
5.8 Myynnin ja markkinoinnin organisointi ja resursointi.....	24
5.9 Laatu ja turvallisuus	26
6. MATKAILUN KEHITTÄMISEN EKOSYSTEEMI	28
6.1. Matkailuekosysteemin kansainvälinen yhteistyö.....	29
6.2. Matkailuekosysteemin edunvalvonta	29
7. MATKAILUN VASTUULLISUUS JA VAIKUTUKSET	31
7.1 Ekologiset vaikutukset.....	32
7.2 Sosiokulttuuriset vaikutukset	33
7.3 Taloudelliset vaikutukset.....	34

1. JOHDANTO

Lapin matkailustrategia valmistui juuri ennen koronapandemian alkua keväällä 2020. Tämä nyt käsillä oleva matkailustrategia on kesän 2021 aikana päivitetty versio, jossa on huomioitu koronapandemian matkailulle aiheuttamat haasteet ja vaikutukset. Päivitys on tehty siitä lähtökohdasta, että monet alkuperäisen matkailustrategian pitkän aikavälin kehittämisteemat ja tavoitteet ovat edelleen ajankohtaisia ja valideja. Sen sijaan matkailun tilannekuva on ajantasaistettu ja sen myötä muun muassa kasvutavoitteita – tai pikemminkin toipumisen tavoitteita – on tarkennettu.

Lapin liiton hallitus hyväksyi alkuperäisen Lapin matkailustrategian joulukuussa 2019. Se tarjoaa vision ja tavoitteita matkailun kehittämiseksi vuoteen 2030 asti. Keskeisenä osana ovat valitut painopisteet ja toimenpiteet vuosiksi 2020–2023. Matkailustrategia laadittiin erittäin laajassa yhteistyössä matkailutoimijoiden kanssa. Näkemyksensä strategiaan antoivat matkailuyrittäjät, matkailun alueorganisaatiot, kunnat, matkailun koulutus- ja tutkimuslaitokset sekä matkailun kehittämisorganisaatiot. Työtä ohjasi Lapin matkailun arkinen ekosysteemi -hankkeen ohjausryhmä, joka on ohjannut myös nyt käsillä olevan päivitetyn matkailustrategian laatimista.

Lapin matkailustrategia pohjautuu maakuntaohjelmaan, Lappi-sopimukseen. Lappi-sopimuksen päätavoite on maakunnan kilpailukyvyyn ja hyvinvoinnin lisääminen. Tavoitteeseen pyritään strategisilla valinnoilla, joissa korostuvat seuraavat aihealueet: arktinen talous, työvoima, osaaminen, hyvä elinympäristö, ilmastonmuutoksen hillitseminen, hyvä saavutettavuus ja saamelaiskulttuurin elinvoimaisuus. Lapin matkailustrategia on linjassa näiden tavoitteiden kanssa, ja toimenpiteillä edistetään kaikkien strategisten valintojen osa-alueita. Lisäksi matkailustrategian päivityksessä on huomioitu erityisesti Lapin älykkään erikoistumisen ohjelma ja matkailun elinkeinon muutokset.

2. TIIVISTELMÄ

Miksi matkailustrategia?

Lapin matkailustrategia on lappilaisten yhteinen tahdonilmaus siitä, miten matkailua kehitetään seuraavat neljä vuotta. Matkailustrategia tarjoaa suuntaviivat, raamit ja vision matkailun kehittämiseksi sekä ohjaa julkista rahoitusta.

Lapin matkailun visio 2030

Lappi on vastuullinen ja aito ympärivuotinen matkailukohde, joka kasvaa viisaasti (kuva 1).

Vuoden 2019 päivityksessä tavoitteeksi asetettiin seuraavaa: Lapissa on viisi miljoonaa rekisteröitynyttä yöpymistä vuosittain, ja matkailu on ympärivuotista. Matkailutulo on 1,5 miljardia euroa. Matkailu tuo elinvoimaa yrityksiin ja kuntiin ja hyödyttää paikallisia asukkaita. Tavoite on, että lumettoman ajan matkailutulo olisi 40 prosenttia koko vuoden matkailutulosta.

Lappi on saavutettavissa suorien kansainvälisten lento- ja ratayhteyksien kautta. Lapissa matkaketjut toimivat rajat ylittävästi.

Lapin matkailun ekosysteemi on tehokas yhteistyörakenne, johon kuuluu kansainvälisiä ja kansallisia strategisia kumppaneita. Lappi on matkailun digitaalisen myynnin ja markkinoinnin edelläkävijä.

Edellä mainitut tavoitteet, varsinkin määrällisten tavoitteiden osalta, siirtyvät pitkän aikavälin tavoitteiksi. Ensi vaiheessa tavoite on, että Lapin matkailu elpyy koronakriisin aiheuttamasta kysynnän laskusta takaisin vuoden 2019 tasolle. Tähän tavoitteeseen odotetaan päästävän noin parin vuoden aikana.



Kuva 1. Tärkeimmät strategiset painopisteet Lapin matkailun kehittämiseksi. (Huom! Kuva muokataan ja muutetaan Arktinen kesä _ Lumeton aika)

3. KORONAPANDEMIAN VAIKUTUKSET LAPIN MATKAILUUN

Vuoden 2021 loppupuolella koronakriisi ja sen vaikutukset matkailuun on kuvattu seuraavassa yhteenvedossa. Matkailustrategian koronapäivityksen haasteena on ollut jatkuvasti ja nopealla tahdilla muuttuva tilanne, joka on huomioita asiakirjaa luettaessa.

Alkuvuodesta 2020 Covid-19-virus levisi nopeasti ympäri maailmaa. Taudin leviämisen hillitsemiseksi ryhdyttiin toimiin ja hallitus julisti poikkeustilan Suomeen maaliskuussa 2020. Poikkeustilan aikana maassamme oli voimassa rajoitustoimenpiteitä ja suosituksia, jotka vaikuttivat matkustukseen ulkomailta Suomeen ja liikkumiseen Suomessa. Koronapandemia ja erilaiset rajoitukset aiheuttivat nopeasti vaikutuksia matkailuelinkeinoille ja sen liitännäispalveluille.

Asiakasmäärien romahtaessa Lapin matkailuyritysten taloudellinen tilanne muuttui nopeasti hälyttäväksi. Yritykset joutuivat sopeuttamaan toimintaansa muun muassa lomautusten, irtisanomisten sekä vuokrien ja maksuehtojen joustojen avulla. Koronapandemian levitessä Suomen hallitus päätti nopeasti koronatukivälineistä ja alueellisesta matkailurahoituksesta, tilanteen edelleen vaikeutuessa luotiin yleinen kustannustuki ja tuet ravitsemisalan yrityksille. Haasteellisessa tilanteessa matkailupalveluiden tuottajat osallistuivat aktiivisesti terveysturvallisten ratkaisujen laadintaan kansainvälisten matkailijoiden saamiseksi Lappiin. Erityisen riskienhallintamallin avulla Lappiin luotiin esitys ns. ”matkustuskuplasta”, jota hyödynnettiin menestyksellisesti ison kansainvälisen urheilutapahtuman järjestelyissä. Matkailun edunvalvontaa toteutettiin antamalla kannanottoja ja lausuntoja hallituksen exit -suunnitelmasta, kustannustuesta ja tartuntalaista. Pandemian torjunnassa hyödynnettiin myös Lapin ja Länsi-Pohjan sairaanhoitopiirien sekä markkinointi- ja viestintätalo House of Laplandin yhteistyönä toteutettuja Välitä-kampanjoita ja Koronaturvallinenlappi.fi-verkkopalvelua.

Vuotta 2021 ovat matkailutoimialalla leimanneet epävarmuuden lisäksi myös epäselvyydet matkailun avaamiseen liittyen. Varman tiedon puute ja tiedon tulkinnanvaraisuus matkustusrajoituksista sekä Suomen maahantulorajoitusten poikkeaminen yleiseurooppalaisesta linjauksesta ovat luoneet haasteita kansainvälisen matkustuksen käynnistämiseksi ja matkailutoimialan toipumiselle kriisistä. Matkailulla on merkittävät vaikutukset alueiden elinvoimaisuuteen. Korona on romahduttanut yritysten matkailutulon, ja alalta on kadonnut pandemian aikana tuhansia työpaikkoja. Kotimaisten matkailijoiden ansiosta kesämatkailu on piristynyt, erityisesti Lapin luontomatkailukohteissa. Lappi nähdäänkin ideaalina matkakohteena puhtaan luontonsa, turvallisuutensa ja ruuhkattomuutensa ansiosta. Kansainvälisen matkailun parissa toimivien yritysten tilanne on kuitenkin edelleen tukala. Uuden maahantulomallin ja kohtuullisesti hallinnassa olevan virustilanteen toivotaan helpottavan matkailutoimijoiden tilannetta.

Matkailu on herkkä toimiala, joka toimii kiinteässä vuorovaikutuksessa yhteiskuntaan ja maailmanlaajuiset yksittäiset kriisit ovat osoittaneet vaikuttavansa myös matkailuun Lapissa. Toimialan kilpailukykyyn ylläpitäminen ja Lapin matkailumarkkinoinnin yhteinen tulevaisuus edellyttävät jatkossa matkailun ekosysteemin uudelleen organisointia ja resurssien määrittelyä. Keskeistä on myös toimialan edunvalvonnan selkeyttäminen.

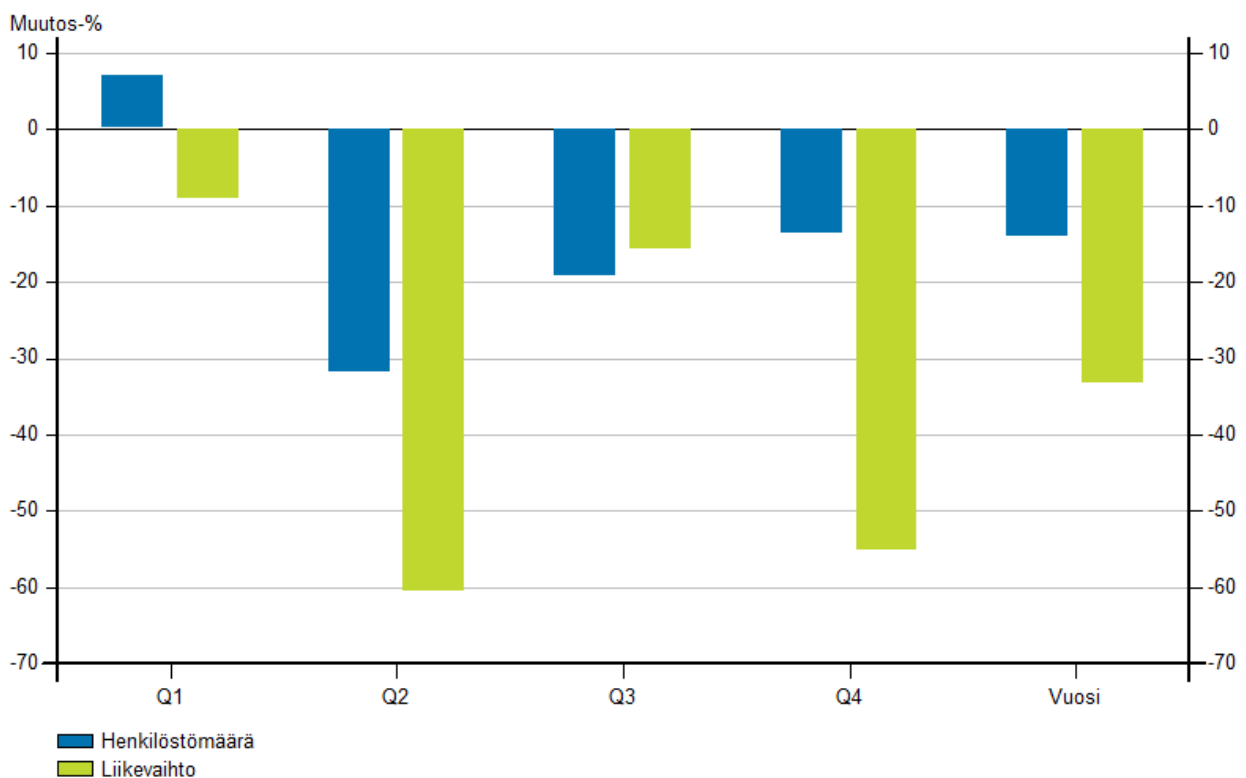
3.1 Taloudelliset vaikutukset

Lapin maakunnan **majoitus- ja ravitsemistoiminnan liikevaihto** supistui koronatilanteen seurauksena voimakkaasti vuoden 2020 aikana. Vuositasolla liikevaihto supistui 33,4 prosenttia vuoden 2019 tasosta. Ensimmäisellä neljänneksellä lasku oli lievintä, jolloin liikevaihto supistui 9,2 prosenttia edellisvuodesta. Toisella

neljänneksellä liikevaihto puolestaan supistui 60,6 prosenttia rajoitusten ollessa tiukimmillaan. Kolmannella neljänneksellä liikevaihdon supistuminen oli taas lievempää 15,9 prosentin laskulla. Vuoden 2020 viimeisellä neljänneksellä liikevaihto supistui puolestaan lähes yhtä voimakkaasti kuin toisella neljänneksellä: 55,2 prosenttia.

Lapin maakunnan **majoitus- ja ravitsemistoiminnan henkilöstömäärä** laski vuoden 2020 aikana voimakkaasti toimialan liikevaihdon tapaan. Vuotuinen henkilöstömäärä supistui 14,1 prosenttia vuodesta 2019. Ensimmäisellä vuosineljänneksellä henkilöstömäärä vielä kasvoi edellisvuodesta 7,2 prosentilla. Muilla vuosineljänneksillä henkilöstömäärän lasku oli voimakasta: henkilöstömäärä supistui 32,0 prosenttia toisella-, 19,3 prosenttia kolmannella- ja 13,7 prosenttia neljännellä vuosineljänneksellä.

Majoitus- ja ravitsemistoiminnan liikevaihto- ja henkilöstökehitys Lapissa vuonna 2020: vuosimuutos (%) vuosineljänneksittäin (Q) ja koko vuosi



Tilastokeskus / Asiakaskohtainen suhdannepalvelu

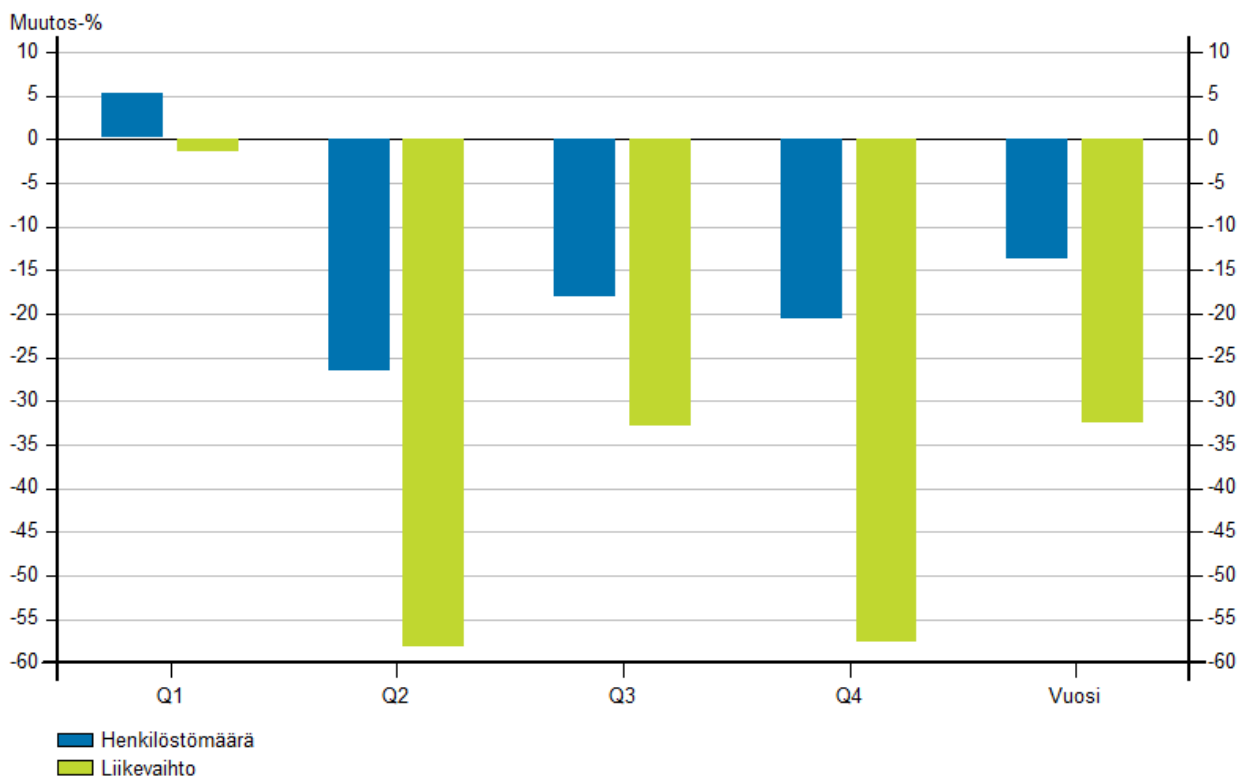
Majoitus- ja ravitsemistoiminnan tapaan myös **matkailupalveluiden liikevaihto** supistui koronaviruksesta johtuen voimakkaasti vuoden 2020 aikana Lapin maakunnassa. Liikevaihto supistui 32,7 prosenttia vuoden 2019 tasosta. Vuosi 2020 alkoi ensimmäisen neljänneksen lievällä 1,5 prosentin laskulla, mutta muilla vuosi-

neljänneksillä lasku oli huomattavasti voimakkaampaa. Toisella neljänneksellä liikevaihto supistui 58,3 prosenttia, kolmannella neljänneksellä 33,0 prosenttia ja neljännellä neljänneksellä 57,7 prosenttia vuoden 2019 vastaavan neljänneksen tasosta.

Liikevaihdon tapaan myös **matkailupalveluiden henkilöstömäärä** laski Lapin maakunnassa voimakkaasti vuonna 2020. Henkilöstömäärä supistui vuoden aikana 13,9 prosenttia vuoden 2019 tasosta. Ensimmäisellä vuosineljänneksellä henkilöstömäärä kasvoi kuitenkin vielä 5,3 prosenttia vuodentakaisesta, mutta muilla neljänneksillä henkilöstömäärän lasku oli voimakasta. Henkilöstömäärä supistui 26,7 prosenttia toisella-, 18,2 prosenttia kolmannella- ja 20,7 prosenttia neljännellä vuosineljänneksellä edellisvuoden vastinajanjaksosta.

Matkailuyritykset tasapainottavat matkailutyöntekijöiden tarvetta henkilöstöpalveluyritysten palveluiden avulla. Vuokratyövoiman merkittävyys matkailuyrityksen oman henkilökunnan rinnalla näkyy erityisesti yrityksissä, joissa toiminta painottuu vahvoihin sesonkeihin. Yritysten omilla palkkalistoilla on ns. hiljaisen sesongin miehitys ja loput, varsinkin tuntityöntekijät, rekrytoidaan vuokrauksen kautta. Myös yrityksen sijainti vaikuttaa vuokratyövoiman käyttöön. Mitä kauempana vilkkaista työmarkkinoista yritys sijaitsee, sitä todennäköisempää vuokratyövoiman käyttö on. Vuokratyövoimaa ei sisällytetä matkailulle tyypillisten toimialan lukuihin vaan se luetaan liike-elämän palvelujen työllisyyteen. Vuokratyövoimaa hyödynnetään toimialalla kuitenkin paljon, jonka johdosta se tulisi olla mukana alueellisessa matkailutilinpidossa.

Matkailupalvelujen liikevaihto- ja henkilöstömääräkehitys Lapissa vuonna 2020 vuosimuutos (%) vuosineljänneksittäin (Q) ja koko vuosi



Tilastokeskus / Asiakaskohtainen suhdannepalvelu

3.2 Muut vaikutukset

Suorien liikevaihto- ja henkilöstövaikutusten lisäksi koronakriisillä on ollut muita vaikutuksia. Yritysten tukemiseen on kehitetty nopealla aikataululla erilaisia tukimuotoja, joista tärkeimpänä lienee kustannustuki. Vaikka väline ei olekaan täydellinen ja on jättänyt osan yrityksistä avun ulkopuolelle, koko toimialan selviämisen kannalta sillä on ollut kuitenkin suuri merkitys. Lisäksi yritykset ovat pystyneet tekemään rahoitusjärjestelyjä ja pankit sekä muut rahoitusorganisaatiot ovat osoittaneet huomattavaa joustavuutta tilanteessa, joka oli täysin riippumaton yritysten omasta toiminnasta.

Koronakriisi pysäytti investoinnit ja lykkäsi lähivuosien investointisuunnitelmia. Aika näyttää, miten pitkäaikainen vaikutus investointihalukkuuteen ja toisaalta rahoituksen saamiseen kriisillä tulee olemaan.

Lapissa matkailutoimijoiden yhteistyö on perinteisesti toiminut hyvin, mutta koronakriisi tiivistä yhteistyötä entisestään. Vaikuttamista, edunvalvontaa ja esimerkiksi lausuntoja lakialoitteisiin tehtiin yhdessä Lapin matkailuelinkeinon liiton, Lapin kauppakamarin ja Lapin liiton vuorovedoilla. Yhteistyö laajentui kattamaan myös terveysviranomaiset ja yhteistyö erityisesti Lapin sairaanhoitopiirin ja matkailutoimijoiden välillä toimi erinomaisesti. Tuloksena syntyi nopealla aikataululla Lapin terveysturvallinen toimintamalli, jonka käyttöönottoon Lapin matkailutoimijat sitoutuivat. Toimintamalli osoittautui toimivaksi ja rajoitti tehokkaasti tartuntoja mahdollistaen samalla matkailua rajoitusten puitteissa. Viestinnässä toteutettiin ”Koronaturvallinen Lappi” sivusto, jonka kautta tarjottiin ajankohtainen tieto ja ohjeistus koronaan liittyen.

Koska ulkomaanmatkailu oli lähes mahdotonta, kotimaan kysyntä myös Lappiin vilkastui. Matkailuyrittäjät sopeuttivat tuotteitaan mahdollisuuksien mukaan palvelemaan kotimaisen matkailijan tarpeita. Käytännössä kansainvälisten huipputuotteiden sopeuttaminen tarkoitti kuitenkin sitä, että tulovaikutus jäi huomattavasti pienemmäksi. Kotimaisella kysynnällä oli silti suuri merkitys matkailuelinkeinon selviämisessä ja sen varassa vältettiin useita konkurssseja.

Koronan aiheuttama poikkeusaika vaikutti myös työelämään ja työympäristöön. Etätöiden tekeminen ja siihen liittyvä digitaalinen murros tapahtui valtavalla nopeudella. Houkutellakseen etätöitä tekeviä ihmisiä Suomesta Lappiin matkailukeskukset ovat tarjonneet etätöitä tekeville vuokrattavia tiloja ja räätälöityjä paketteja. Pohjoisen luonto ja takuuvarma talvi ovat houkutteleet esimerkiksi tunturikeskuksiin etätöiläisiä useiksi viikoiksi. Etätömahdollisuuksien lisääntymisellä saattaa olla tulevaisuudessa vaikutuksia paluumuuttoon. Etätöiläiset ovat kotimaan uusi kohderyhmä, jolla on merkitystä osalla matkailuyrityksistä.

4. LAPIN MATKAILUN STRATEGINEN TIEKARTTA 2020–2023

Lapin matkailun tiekartta tiivistyy sanoihin ”viisas kasvu”.

Tämä tarkoittaa Lapin matkailuelinkeinon kasvua hallitusti ja tietoon perustuvia valintoja tehden.

4.1. Arvopohja

Lapin matkailun arvopohja voidaan kiteyttää termeihin vastuullisuus, aitous, viisaus ja yhdessä.

Vastuullisuus

Vastuullisuus arvona vie toimintaa kohti viisasta kasvua. Käsitteenä vastuullisuus kuvaa harkitsevaa ja järkevää, varovaistakin toimintaa. Vastuullinen matkailu on Lapissa liiketoimintaa, jossa vaikutuksia pohditaan etukäteen. Vastuullinen matkailu edellyttää koko matkailuekosysteemin ja sidosryhmien vastuullisuutta. Matkailun sidosryhmiä ovat kaikki osapuolet, joihin matkailutoiminta vaikuttaa ja jotka vaikuttavat matkailutoimintaan. Toimialan ekosysteemirakenne korostaa jokaisen toimijan vastuuta toiminnoistaan sekä niiden seurauksista ekosysteemille ja sidosryhmille. Lapin matkailun vetovoima pohjautuu vahvasti luontoon ja kulttuuriin.

Lapin matkailua kehitetään siten, että liiketoiminta on kestävä ja vastuullista kaikilla osa-alueilla: sosiaalisesti, kulttuurisesti, ekologisesti ja taloudellisesti. Vastuullisessa matkailussa otetaan matkailupalvelujen tuottajien lisäksi huomioon matkailupalvelujen kuluttajat eli matkailijat. Tässä maakunnallisessa matkailustrategiassa huomioidaan erityisesti myös poliittisten ja taloudellisten vaikuttajien päätökset.

Aitous

Lappilainen luonto, ihmiset ja alueet ovat aitoja – niistä Lapin matkailun vetovoima syntyy. Maailman puhdainta ilmaa, revontulet, yötön yö, kaamos, arktiset vedet ja arktisuus ovat aitoja olosuhteita ja Lapin matkailun vetovoiman lähteitä. Lappilaisista ”aidosti hulluista” ajatuksista syntyy elämyksellisiä ja kansainvälisiä matkailupalveluja ja -tuotteita: palveluinnovaatioita, toimintamalleja ja viime kädessä tuloksellista liiketoimintaa.

Viisaus

Viisaus matkailustrategian arvona tarkoittaa, että matkailun kehittämisessä hyödynnetään laajoja tietoja ja tausta-aineistoja. Niiden pohjalta matkailun kehittämiseen liittyy kyky ajatella, harkita vaihtoehtoja ja tehdä päätöksiä. Päätökset pystytään perustelemaan selkeästi ja syvällisesti.

Yhdessä

Lapin matkailu muodostaa ekosysteemin, rakenteen, jossa on tiiviitä, dynaamisia ja itseohjautuvia verkostoja. Ekosysteemissä avoimuus, vuorovaikutus ja keskinäisriippuvuus ovat voimakkaampia kuin tavanomaiset verkostot ja klusterit. Matkailuekosysteemin jäsenet ovat yhteydessä keskenään, vaikuttavat toisiinsa ja jakavat yhteisen tulevaisuuden. Ekosysteemin menestys vaatii entistä tiiviimpää yhdessä elämistä.

4.2 Ympärivuotisuus kriittisenä painopisteenä

Lapin matkailun pitkän tähtäimen tavoite on ympärivuotisen matkailun kehittäminen, jolloin sesonkiluonteisuus madaltuu. Tällä on huomattavia myönteisiä vaikutuksia. Työntekijät pystytään kiinnittämään työhön koko vuoden ajaksi, jolloin osaaminen pysyy yrityksissä ja vahvistuu. Yritysten tulovirta on tasaisempaa ympäri vuoden, mikä parantaa mahdollisuuksia esimerkiksi investointien tekemiseen.

Lappi kilpailee matkakohteena kaikkien maailman luontokohteiden kanssa. Lapin haasteita Keski-Euroopan markkinalla ovat kilpailijoihin verrattuna selkeiden, kesään liittyvien erottuvuustekijöiden puuttuminen sekä suhteellisen heikko tunnettuus. Lapilla on kuitenkin hyvä asema luonto- ja ulkoilmamatkailun markkinalla. Kantar TSN Oy vuonna 2020 tekemän tutkimuksen mukaan Lapilla on mukaan sen markkinaosuutta suurempi vetovoima ja ainoastaan hyvin vähän riskialtista menetettävää markkinaosuutta.

Viime vuosina ympärivuotisuus on kehittynyt hitaasti, mutta positiiviseen suuntaan. Kehityksen ajureina ovat toimineet luontoliikunnan arvostuksen kasvu ja muun muassa pyöräilyn huima suosio. Retkeilijöiden ja luonnosta monin eri tavoin nauttivien asiakasryhmien määrät ovat kasvaneet jo ennen koronapandemiaa, mutta pandemian aikana kansallispuistojen kokonaiskäyntimäärät lisääntyivät huomattavasti. Pandemian aikana paikallisuuden arvostaminen vahvistui ja syntyi uusia asiakasryhmiä, jotka matkustavat sesonkien ulkopuolella ja viiptyvät kohteissa pidempään.

Alueellisten ympärivuotisten matkailupalveluiden ja -kohteiden saavutettavuus on lisääntynyt ja hinnoittelu on kehittynyt. Ympärivuotisuuden kehittämiseksi jatkossa tulee pohtia, miten säilytetään saavutetut kotimaiset matkailijat ja saadaan menetetyt kansainväliset asiakkaat palaamaan Lappiin. Kotimaisten matkailijoiden kohdalla tämä tarkoittaa ostohalukkuuden kasvattamista ja kohderyhmälle räätälöityjen palveluiden kehittämistä. Tarvitaan myös aktiivista markkinointia ja kansainvälisten asiakkuuksien osalta myös yhteydenpitoa matkanjärjestäjien sekä lobbausta julkisten päättäjien suuntaan. Ympärivuotisuuden vahvistuminen edellyttää alan työvoimalta uusia tietoja, taitoja ja monipuolisuutta ja nämä seikat tulee huomioida alan koulutusta suunniteltaessa. Matkakohteiden ja -palveluiden ympärivuotisuutta kehittämällä kyetään vastaamaan myös asiakkaiden lisääntyneeseen terveysturvallisuuden tarpeeseen.

4.3 Teemakohtaiset kehittämiskohteet

Kriittisten painopisteiden lisäksi matkailun viisas kasvu vaatii laajempia kehittämistoimenpiteitä. Tärkeinä kehittämiskohteina ovat tiedolla johtaminen, myynnin ja markkinoinnin organisointi ja resursointi sekä toimintaympäristön kehittäminen. Lisäksi laatu- ja turvallisuustyöskentely jatkuu ja vastuullisuuteen panostetaan.

Tiedolla johtaminen tarkoittaa johtamis- ja toimintamallia, jossa analysoitua tietoa ja dataa tuodaan osaksi päätöksentekoprosessia matkailuekosysteemin eri tasoilla. Tiedolla johtaminen ja datan analysointi yhdistettynä vahvaan toimialaosaamiseen, Lapin matkailuekosysteemin kokemuksiin ja yhdessä kehittämiseen antavat tukea matkailun menestykselle.

Matkailussa on meneillään rakennemuutos, jossa matkanjärjestäjien, OTA-toimijoiden, lentoyhtiöiden ja matkailun muiden myyntiorganisaatioiden roolit muuttuvat. Matkoja myydään suoraan loppukuluttajille mutta myös uusille välittäjätoimijoille. Lapin kysyntäpotentiaalista Euroopassa 70 % on itsenäisiä matkailijoita ja 30 % matkanjärjestäjäasiakkuuksia. Lapissakin alueorganisaatiot ovat käynnistäneet verkkokauppoja

ja nopeat muutokset vaikuttavat matkailualan kaikkiin prosesseihin, erityisesti myyntiin ja markkinointiin. **Myynnin ja markkinoinnin organisointi ja riittävä resursointi** tukevat matkailun kasvua Lapissa.

Matkailu on Lapissa merkittävä elinkeino, jota on tuettu hankkeisiin saadulla julkisella rahoituksella jo pitkään. Matkailuekosysteemin on tuotava panoksensa Lapin veto- ja pitovoimaan ja näin tuettava alueen elinvoimaa. Matkailun kasvuyritysten menestys lisää taloudellisia hyötyjä alueella sekä tuo tukea muidenkin elinkeinon menestykselle Lapissa. Matkailuelinkeinon sosiaalinen toimilupa vaatii matkailun osalta tekoja **toimintaympäristön kehittämiseksi**.

Matkailun häiriöttömän toiminnan varmistaminen ja suotuisan kehityksen turvaaminen edellyttävät jatkosakin panostuksia **laatuun ja turvallisuuteen**. Matkailun turvallisuusverkoston erittäin tärkeää työtä jatketaan, ja muun muassa turvallisuusviestintää kehitetään. Lapin matkailussa on jo pitkään tehty laadun kehittämistä. Seuraavina askeleina ovat muun muassa laadun seurannan uudet välineet ja sertifioidujen ympäristöjärjestelmien lisääminen osaksi kehittämistyötä. Laatutyössä tärkeää on strategisen osaamisen kehittäminen myös pienemmissä yrityksissä. Tämä auttaa pitämään yrityksen laatu- ja järjestelmät ketterinä ja kehittämään toimintaa pitkän tähtäimen visioiden avulla.

Vastuullisuus on tämän strategian keskeinen arvo ja periaate. Vastuullisuuden merkitystä ja sen vaikutusta matkailun kehittämisen toimenpiteisiin on avattu luvussa seitsemän.

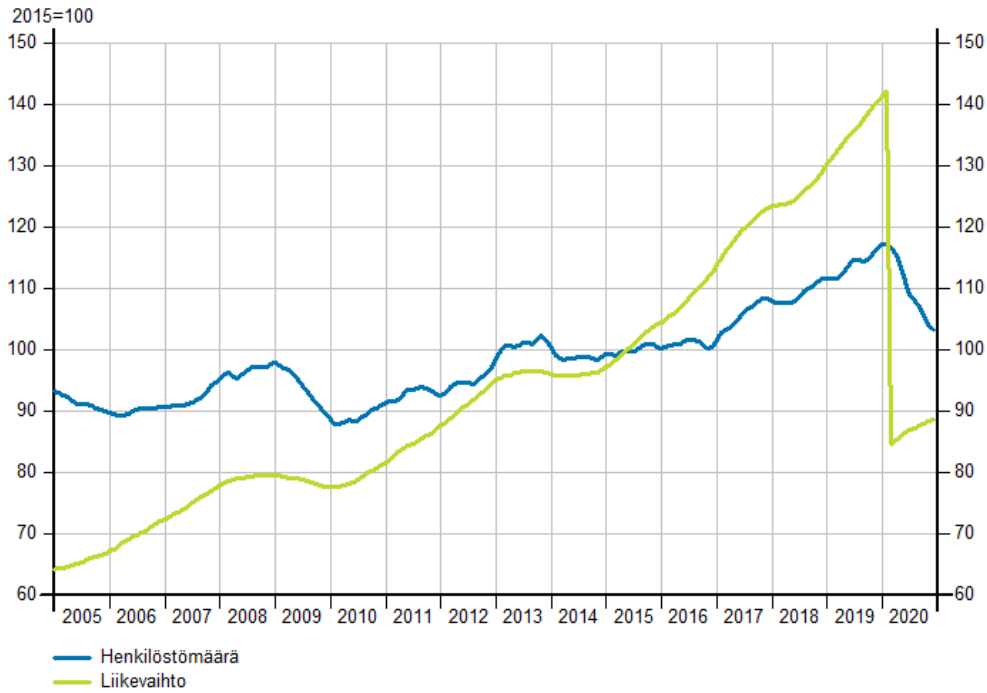
4.4 Matkailun toipuminen: tavoitteet ja mittarit tuleville vuosille

Alkuvuosi 2020 näytti matkailun osalta varsin valoisalta. Vuoden ensimmäisinä kuukausina rekisteröitiin matkailijamäärissä vielä hienoista kasvua, maaliskuussa koronapandemian vaikutukset olivat jo havaittavissa dramaattisesti. Matkailuala oli varautunut tulevaisuuteen investoimalla voimakkaasti, toimialan näkymät kuitenkin heikentyivät merkittävästi koronapandemian johdosta. Tilastojen mukaan yöpymiset Suomen majoitusliikkeissä laskivat vuonna 2020 vuoden 1995 tasolle. Kotimaisten matkailijoiden yöpymisten määrä väheni 25 prosenttia ja ulkomaisten matkailijoiden peräti 68 prosenttia edellisvuodesta.

Matkailun täydellisen pysähtymisen jälkeen kysyntä käynnistyi vähitellen kotimaan matkailun toimesta, suomalaisten ulkomaanmatkailu sekä Suomeen suuntautuva matkailu käynnistyvät hitaammin. Kansainvälisen matkailun elpyminen on kytköksissä rajojen avautumiseen ja matkakohteiden saavutettavuuteen. Myös koontumisrajoitusten purkamisen aikataulu, matkailijoiden turvallisuudentunteen palautuminen ja luottamus talouteen vaikuttavat matkailukysynnän elpymiseen ja toimialan kasvutavoitteisiin. Koronapandemia on vaikuttanut matkailijoiden kulutuskysyntään ja ostokäyttäytymiseen sekä uusien nousevien kohderyhmien ja teemojen syntyyn, mikä tulee huomioida palvelutuotannossa ja markkinoinnissa. Toimialan tulee panostaa tulevaisuuteen myös nykyisessä tilanteessa kehittämällä vastuullista matkailua, ympärivuotisuutta, työvoiman rekrytointia ja saavutettavuutta.

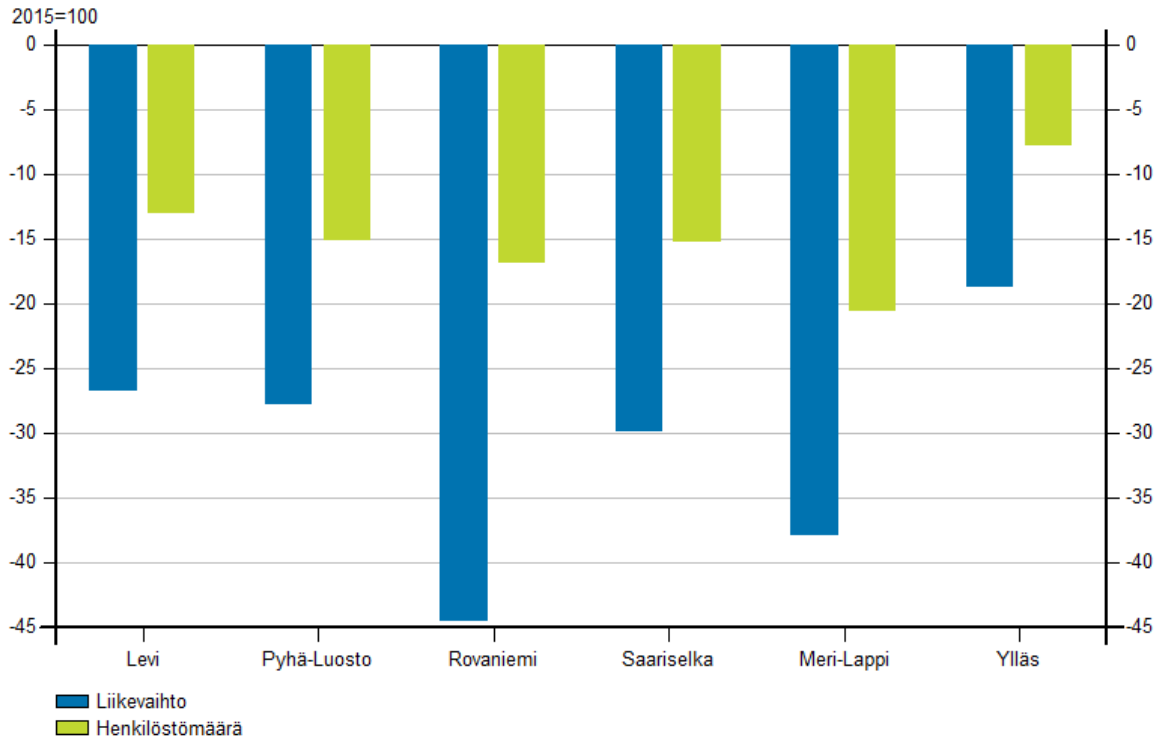
Kansainvälinen matkailu Suomeen ja Lappiin käynnistyi joulukuussa 2021. Ennätysvuoden 2019 joulukuun lukuihin verrattuna kansainvälisiä rekisteröityjä yöpymisiä oli kymmenen prosenttia vähemmän. Vuositasolla kotimainen matkailu oli ennätystasolla vuonna 2021, mutta kansainvälisissä rekisteröidyissä yöpymissä jäätettiin vielä vuoden 2003 tasolle. Matkailun toipuminen loppuvuonna 2021 oli kuitenkin nopeaa ja lupauksia herättävää. Matkailun avautuessa kuluttajat ja matkanjärjestäjät suuntaavat kiinnostuksena kohteisiin, joiden kanssa kaupankäynti on ennakoitavaa ja maahan saapumiselle on laadittu selkeät linjaukset.

Majoitus- ja ravitsemistoiminnan liikevaihdon ja henkilöstömäärän trendit Lappi



Tilastokeskus / Asiakaskohtainen suhdannepalvelu

Lapin matkailukeskusten liikevaihdon ja henkilöstömäärän kehitys vuonna 2020

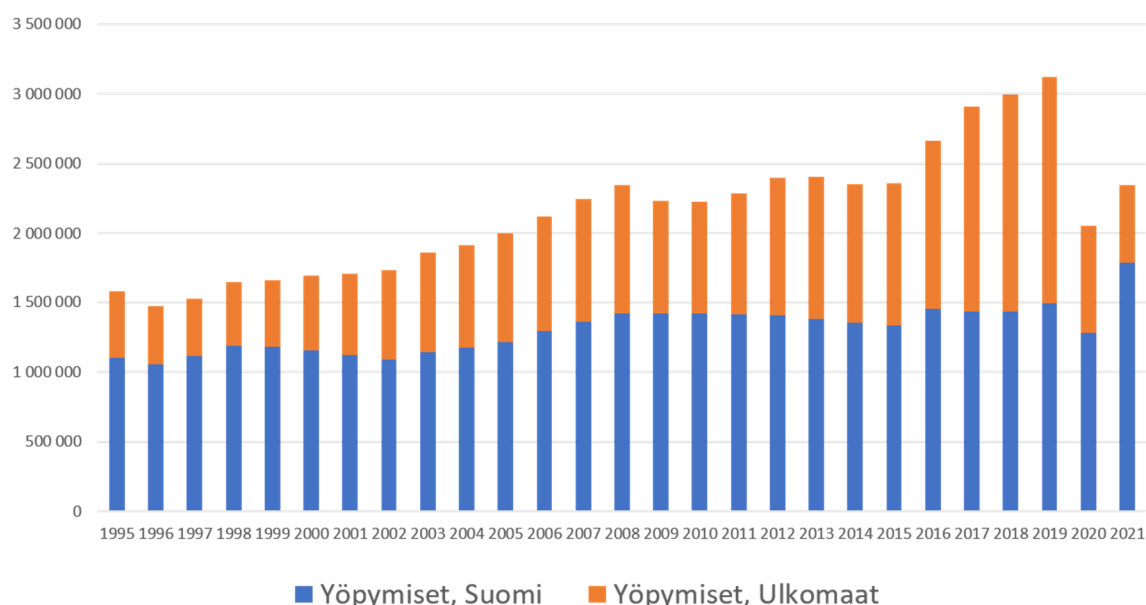


Tilastokeskus / Asiakaskohtainen suhdannepalvelu

Lapin matkailuun haetaan viisasta kasvua. **Ensi vaiheessa tavoitteena on matkailun elpyminen vuositasolla koronaa edeltävälle eli vuoden 2019 tasolle.** Tämän odotetaan tapahtuvan aikaisintaan 2023. Pitkällä tähtäimellä tavoitteena on matkailijamäärien kasvattaminen ympärivuotisesti siten, että matkailutuloa syntyisi tasaisemmin ja matkailu liiketoimintana on kannattavaa ympäri vuoden. Ympärivuotisuuden toteutuminen edellyttää volyymikasvua erityisesti lumettomalle ajalle eli toukokuu- lokakuulle.

Huippusezonkien osalta kysyntää halutaan tulevaisuudessa kasvattaa maltillisesti ja kestävästi kapasiteetin sekä ekologisen, sosiaalisen ja kulttuurisen kantokyvyn rajoissa. Tämä merkitsee myös matkailijakohtaisen tulovaikutuksen kasvattamista. **Tärkeimmät matkailun kehittymistä seuraavat mittarit ovat majoitusmyynnin, matkailuklusterin liikevaihdon ja työllisyyden sekä sesonkien rakenteen kehitys.**

Lapin rekisteröidyt yöpymiset



5. TOIMENPITEET OSA-ALUEITTAIN

5.1 Matkailun elpymisen edistäminen

Matkailun kehittämisen ensivaiheen tavoite on varmistaa, että matkailu toipuu mahdollisimman pian koronakriisiä edeltävälle tasolle. Tämä edellyttää erityisesti taloudellisten tukitoimenpiteiden (esimerkiksi kustannustuki tai kiinteiden kustannusten tuki) jatkamista tarpeeksi pitkään. Lisäksi toimenpiteitä on kohdennettava siihen, että matkailun tuotannontekijöistä tärkeimmän eli osaavan työvoiman saatavuus ei rajoita matkailun toipumista.

Lyhyellä, parin vuoden aikavälillä on panostettava erityisesti matkailun kansainväliseen markkinointiin, jotta markkina-asemaa ei menetetä. Lapissa maakunnan yhteinen, kysyntää kasvattava brändimarkkinointi on toteutettu maakunnallisesti ja alueet ja yritykset ovat vastanneet taktisesta markkinoinnista sekä matkanjärjestäjäyhteistyötä itse.

Saavutettavuuden osalta lentoliikenne on keskeisessä asemassa. Yhteistyötä Finnairin kanssa on jatkettava, jotta vuorotarjonta ja kysyntä saadaan kohtaamaan optimaalisella tavalla. Lisäksi huomiota tulee kiinnittää sujuvien jatkoyhteyksien mahdollistamiseen Helsinki-Vantaalta.

Turvallisuus monesta näkökulmasta korostuu myös matkailuliiketoiminnassa. Turvallisuuden ylläpitoon, kehittämiseen ja viestimiseen tarvitaan toimenpiteitä. Terveysturvallisen toimintamallin toteuttaminen matkailupalveluissa on tullut jäädäkseen.

5.2 Lumettoman ajan matkailun kehittäminen

Lapin matkailun sesonkivaihtelut ovat edelleen hyvin suuret, vaikka lumettoman ajan matkailu on kehittynyt hyvin viime vuosina. Juuri ennen koronaa 2019 lumettoman ajan matkailu kasvoi talvisesonkia nopeammin. Strategisena tavoitteena on kehittää lumettomasta ajasta toinen vahva sesonki talven rinnalle vuoteen 2030 mennessä. Matkailun liikevaihdosta 40 prosentin tulisi tulla lumettomasta ajasta (toukokuu- lokakuu). Erityisesti kansainväliset asiakkaat tulee saada kiinnostumaan Lapin lumettomasta ajasta. Tämän strategiakauden tavoitteena on nostaa lumettoman ajan merkitys lähes 30 prosentin tasolle. Lumettoman ajan matkailun kehittäminen tapahtuu tuotekonseptoinnin ja reittien infrastruktuurin kehittämisen avulla. Kehitystyö edellyttää laajapohjaista yhteistyötä useiden matkailukeskusten kesken koko Lapin tasolla, kärkituoteteemojen markkinointia ja kehittämistä asiakaslähtöisesti sekä aktiivista paketoitua ja myyntityötä.

Kantar TNS Oy:n vuonna 2020 toteuttaman Lapin matkailun brändipositi - ja kysyntäpotentiaalitutkimuksen mukaan kiinnostus Lapin lumetonta aikaa kohtaan on Keski-Euroopassa yhtä suurta, kuin talveakin kohtaan. Erityisesti omatoimimatkoilijoiden keskuudessa kiinnostus lumetonta aikaa on jopa talvea suurempaa. (70 % Lapin matkailun kysyntäpotentiaalista on itsenäisissä matkailijoissa ja 30 % matkanjärjestäjä-asiakkuuksissa) Kesäaika on myös otollista aikaa pidemmille viipymille, joilla on suora, myönteinen vaikutus muun muassa matkailun kestävyteen. Toisaalta kesä on toimialan tärkein ja kilpailluin sesonki, jossa uuden markkina-aseman saaminen vaatisi merkittäviä uusia markkinointipanostuksia.

Tutkimuksen mukaan Lapissa kiinnostavat eniten koskematon luonto ja luonnonilmiöt, kuten revontulet, keskiyön aurinko sekä hiljaisuus ja rauhallisuus. Myös kansallispuistot vetävät puoleensa. Ne ovat kansainvälisesti takuu merkittävästä luontokohteesta. Lumettoman ajan vetovoima ei perustu pelkästään aktiviteetteihin, vaan noin puolet matkailijoista ovat kiinnostuneita nauttimaan ja kokemaan Lapin kesän oleillen ja nautiskellen.

Strategiakaudella lumettoman ajan matkailua kehitetään panostamalla sekä matkanjärjestäjien kanssa tehtävään yhteistyöhön, että yksilömatkailijoiden parempaan palvelemiseen. Kehittämisessä pyritään viipymän pidentämiseen muun muassa siten, että saman matkan aikana kierretään useampia kohteita. Lumettoman ajan matkailun tulovirta muodostuu tällä hetkellä pienistä puroista. Kasvua haetaan erityisesti seuraavilta kohdemarkkinoilta:

1. Lähialueet: Ruotsi, Norja ja Baltia

Lähialueet muodostavat vakaan markkinan, josta monet Lapin matkailukeskukset saavat tärkeän osan matkailukysynnästä. Lappi-tasolla tämän segmentin osuus on yli 20 prosenttia yöpymisistä. Osuus on pienentynyt venäläisten matkailun vähentymisen kautta. Lähialuesegmentin kehittäminen on tärkeää myös vastuullisuuden ja hiilijalanjäljen näkökulmasta.

2. DACH-maat, Benelux-maat ja Yhdistynyt kuningaskunta (UK)

Lapin matkailun tärkeimmät kohdemarkkinat muodostavat jo nyt yli 36 prosenttia lumettoman ajan kysynnästä. Tällä hetkellä tärkein kansainvälinen markkina-alue on Saksa. Alankomaat ja Belgia ovat nousseet tilastoissa, kun taas UK:n kysyntä jää lumettoman ajan osalta vähäiseksi.

Kysynnän kivijalka muodostuu tästä segmentistä. Lapin matkailulla on jo hyvät yhteistyösuhteet moniin kohdemaihin.

Visit Finlandin markkinakategorioissa Saksa ja UK ovat päämarkkinoita ja Sveitsi, Alankomaat ja Belgia vakaan kasvun markkinoita.

3. Yhdysvallat, Kiina (+ Hongkong), Japani ja Australia

Kaukomarkkinoiden osalta kasvu on ollut monessa paikassa nopeaa. Vuonna 2018 tämän segmentin osuus Lapin kansainvälisistä yöpymisistä oli 15 prosenttia lumettomana aikana. Myös Visit Finlandin kategorioissa Kiina ja Japani ovat päämarkkinoita. Kaukomarkkinoihin panostetaan jatkossakin. Haasteena ovat kuitenkin lentoyhteydet ja melko suuret ympäristövaikutukset.

4. Etelä-Eurooppa: Ranska, Italia, Espanja ja Portugali

Eteläisen Euroopan osuus lumettoman ajan yöpymisistä oli 8 prosenttia vuonna 2018. Kyseiset maat ovat tärkeitä myös talvikaudella. Lapin matkailulla on hyvät yhteistyösuhteet, joten kysyntää on mahdollista lisätä lumettoman ajan tuotekehityksen ja markkinoinnin avulla.

Kansainvälisten markkinoiden lisäksi lumettoman ajan kehittämisessä on tärkeä muista kotimaiset asiakkaat. Kotimaisten matkailijoiden osuus on tällä hetkellä yli 70 %. Vaikka kasvua haetaan erityisesti ulkomailta, myös kotimaan kysyntään on syytä panostaa. Maakunnallista markkinointia kotimaahan ei ole juurikaan tehty, mutta House of Lapland koordinoi mm. 100 syytä matkailla Suomessa -kampanjaa.

Tärkeimmät tuoteryhmät, tuotekehitys ja innovaatiot

Matkailun tuotekehityksessä tulisi huomioida entistä paremmin kasvava yksilömatkailijoiden määrä. Yksilömatkailijoiden tavoittaminen edellyttää, että sähköinen liiketoiminta ja kauppa ovat kunnossa. Tuotetarjonnan tulee olla selvästi esillä ja helposti varattavissa internetin kautta. Matkailijoiden ostokäyttäytyminen muuttuu, ja uutena haasteena on, että matkailutuotteiden varattavuutta toivotaan vielä matkan aikana mutta toisaalta jopa jo yli 18 kuukautta etukäteen. Lapin lumettomassa ajassa tarjolla on laaja valikoima tuotteita, ja strategiakaudella tuotekehityksellä pyritään siihen, että useissa tuoteryhmissä kärkituotteet ovat myyntikunnossa ja toimivat markkinoinnin vetureina.

Keskeisinä teemoina lumettomassa ajassa ovat valo, luonto ja sen ilmiöt sekä erilaiset tavat nauttia lyhyestä mutta intensiivisestä arktisesta kesästä. Lumettoman ajan vetonauloja ovat luontoperustaiset aktiviteetit, kuten pyöräily, kalastus, polkujuoksu ja retkeily, erilaiset kulttuuri-, taide- ja urheilutapahtumat sekä hyvinvointiin ja virkistytymiseen liittyvät tekemiset, palvelut ja majoitusmuodot. Revontulisesongin käynnistyminen elokuun loppupuolella on tärkeä syyspuolen lumettoman ajan vetovoimatekijä. Sen esiintuomisessa on vielä paljon hyödyntämätöntä potentiaalia lumettomalle ajalle, samoin kuin Lappi-brändin mukaisissa 8 vuodenajan erityispiirteissä. Näiden lisäksi panostetaan siihen, että matkailijoille on tarjolla hyvän asiakaskokemuksen tuottavia ruoka- ja majoituspalveluja. Talvella tärkeän luksusmatkailun kehittämistä toteutetaan myös lumettomalla ajalla.

Lumettoman ajan myynti ja markkinointi

Matkailutuotteiden ja -palvelujen saatavuus ja saavutettavuus tulee viestiä asiakkaalle selkeästi jo varausvaiheessa. Matkatuotteen tärkeä osa on matkaketju: miten kohteeseen päästään ja miten matkailija löytää Lapin moninaiset mahdollisuudet. Sen ratkaiseminen valmiiksi matkailijan puolesta on tärkeä kilpailutekijä. Yksilömatkailijan näkökulmasta tuote, varaaminen ja matkaketju ovat yksi kokonaisuus, jonka kaikkien osa-alueiden tulisi toimia saumattomasti yhteen.

Lumettoman ajan myynnissä ja markkinoinnissa on löydettävä uusia toimintatapoja ja -malleja, jotta päästään nopeaan kasvuun. Hankerahoituksella voidaan kantaa riskiä ja kokeilla kesätuotteen markkinointia uusille markkina-alueille ja asiakassegmenteille. Uusille markkina-alueille meneminen edellyttää aina markkinatiedon keräämistä, tuotekehitystä sekä myyntikanavien ja matkanjärjestäjäkontaktien etsimistä. Näitä toimenpiteitä olisi tehokkainta toteuttaa useiden matkailualueiden, koko Lapin tai jopa rajat ylittävien yhteishankkeina. Resurssien tehokkaan käytön varmistamiseksi on hyödyllistä etsiä strategisia kumppanuuksia kaikilla tasoilla: yritysten, matkailun alueorganisaatioiden, eri toimialojen jne. välillä.

5.3 Saavutettavuus

Koronapandemian vaikutukset matkustamiseen ja liikenteeseen ovat olleet huomattavat. Kokonaisuutena liikenteen määrät romahtivat keväällä 2020, myös kesällä 2020 ja 2021 liikennemäärät pysyivät normaalia alhaisempina. Muutokset työmatkaliikenteessä ovat myös olleet merkittäviä. Hyvät liikenneyhteydet ovat Lapin matkailulle välttämättömiä, Lappiin suuntautuvassa matkailussa korostuu saavutettavuus lentämällä myös koronapandemian jälkeen, vähentyneestä matkailukysynnästä johtuen saavutettavuuden reiteissä ja kapasiteetissa tulee kuitenkin olemaan muutoksia vielä pitkään. Myös matkustamisen hintoihin on odotettavissa korotuksia. Tulevaisuudessa saavutettavuuden kehittämisen kannalta keskeistä on ymmärtää kuluttajien muuttuneita arvoja ja kulutustottumuksia, joiden johdosta erityisesti raideliikenteen kattavuuden ja julkisen liikenteen toimivuuteen tulee panostaa, myös osana rajat ylittäviä matkaketjuja.

Strategiakauden tavoitteena on saavuttavuuden pullonkaulojen nujertaminen liikenteen ja kapasiteetin lisäämisellä sekä kotimaan että kansainvälisen liikenteen osalta. Painopisteinä ovat ulkoinen eli muualta Suomesta tai rajat ylittävästi ulkomailta kehitettävä saavutettavuus sekä matkaketjujen kehittäminen. Monet saavutettavuuteen liittyvät asiat vaativat myös Lapin matkailun edunvalvontaa kansallisella ja kansainvälisellä tasolla.

Digitaalisen saavutettavuuden kehittäminen on tärkeää, myös koronakriisin jälkeen. Toimialan myynti- ja markkinointikanavat ovat muotoutumassa uudelleen ja tulevaisuudessa digitaalisen asiakaspolun merkitys korostuu viestinnässä ja myynti- ja markkinointitoimenpiteissä sekä kotimaisten että kansainvälisten asiakkaiden osalta. Digitaalisuuteen liittyviä kehittämistoimenpiteitä tehdään jo nyt yritys- ja aluetasolla laajasti eri puolilla maakuntaa, jatkossa kehittämistoimenpiteiden olisi hyvä nivoutua osaksi seutu- ja kuntarajat ylittävää matkailun digitaalisen ekosysteemin systemaattista kehittämistä. Näin mahdollistetaan koko toimialan mahdollisuus tiedon, osaamisen, parhaiden käytänteiden ja työkalujen hyödyntämiseen sekä vahvistetaan asiakkuuksien hallintaa. Osana digitaalisen saavutettavuuden kehittämistä toimialan tulee parantaa läsnäoloa verkossa myös terveysturvallisuuden ja palveluiden ympäristöystävällisyyden näkökulmasta.

Lapin ulkoinen saavutettavuus

Lapin kansainvälisen matkailun kannalta tärkein liikennemuoto on lentoliikenne. Tämän strategiakauden aikana pyritään ratkaisemaan lentoliikenteeseen liittyviä ongelmia ja parantamaan Lapin saavutettavuutta ympärivuotisesti. Lentoliikenteessä on varmistettava hyvät jatkolentoyhteydet päämarkkina-alueiden, Helsinki-Vantaan ja Lapin välillä ja pyrittävä lisäämään suoria lentoja Lappiin. Liittymäliikennettä on kehitettävä palvelemaan paremmin myös yksilömatkailijoita. Tulevaisuudessa Lapin matkailu tarvitsee kasvaakseen enemmän suoria kansainvälisiä reitti- ja charterlentoyhteyksiä. Niitä pyritään kehittämään yhteistyössä matkanjärjestäjien ja lentoyhtiöiden kanssa. Ennen koronaa Lappiin pääsi lentäen talvella yli 50 kohteesta eri puolilta maailmaa. Matkailun kannalta on tärkeää, että varsinkin suorien kansainvälisten lentojen jatkuvuus turvataan. Lisäksi mahdollisuudet mm. vähäpäästöisiä polttoaineita, moderneihin, polttoainekustannukseltaan pienempiä koneita ja kompensatiojärjestelmiä käyttäviin lentoyhtiökumppaneihin selvitetään.

Suomen pienille lentoliikennemarkkinoille pyritään houkuttelemaan uusia toimijoita ja sitä kautta lisää kilpailua. Strategiakauden tavoitteena on, että kaikki Lapin lentoasemat mukaan lukien kuntaomisteinen Enontekiön lentoasema ovat toiminnassa ja liikennemäärät kasvussa. Lapin lentoasemiin on viime vuosina investoitu merkittävästi, ja mikäli kasvu suuntautuu lumettomalle ajalle, kapasiteetti riittää melko hyvin.

Tietoisuuden lisääntyminen ilmastonmuutoksesta lisää myös muutosta matkailijoiden kulutusvalinnoissa. Tämä on jo näkynyt myös junaliikenteen kysynnän lisääntymisenä. Strategiakaudella tiivistetään yhteistyötä

VR:n kanssa erityisesti myynnin aikatauluissa, tuotekehityksessä ja myyntijärjestelmien kehittämisessä. Lu-mettoman ajan osalta VR:llä on mahdollisuutta lisätä kapasiteettia.

Lapin matkailulle tieliikenne on tärkeä, sillä arviolta jopa 80 prosenttia matkailijoista saapuu Lappiin henkilö-autolla. Auto on luonnollisesti kotimaan matkailijan kulkupeli, mutta myös monet venäläismatkailijat saapuvat omilla autoillaan. Tavoitteena on liikenteen palvelujen (linja-auto- ja junaliikenne sekä uudet liikenteen palvelut) käyttötapaosuuden kasvattaminen myös kotimaan matkailijoiden osalta.

Lapin tieliikenne tulee lisääntymään tulevaisuudessa paitsi matkailun vuoksi myös puutavara- ja kaivoskuljetusten ja rajaliikenteen kasvaessa. Lapin vaativissa ja vaihtelevissa keliolosuhteissa tiestön kunnossapito on turvallisuuskysymys, josta ei voida tinkiä. Siksi tiestön kunnossapitoon ja parantamiseen on varattava riittävät resurssit.

Lapin matkailun kehitystä on tukenut tiivistynyt yhteistyö Ruotsin ja Norjan pohjoisten alueiden kanssa. Visit Arctic Europe -hanke on ollut tässä merkittävässä roolissa. Yhtenä kehityksen painopisteenä VAE-hankkeessa on ollut kiertomatkailun mahdollistava bussi- ja junaliikenteen kehittäminen. Lapin matkailun kannalta rajat ylittävä yhteistyö myös avaa mahdollisuuksia hyödyntää Ruotsin ja Norjan lentokenttiä saavutettavuuden kehittämiseen.

Laajemman alueen osalta edunvalvonnan asioita on myös raidelevyden sujuva ratkaiseminen länsirajalla. Se avaisi hyvät yhteydet Ruotsin kautta Keski-Eurooppaan asti. Naapurimaa Norja panostaa vahvasti risteilymatkailun kehittämiseen rakentamalla Lakselviin satama- ja lentoasemafasiliteetteja. Loistoristeilijöitä odotetaan saapuviksi Euroopasta ja Aasiasta. Lapilla on hyvät mahdollisuudet ottaa oma osansa hyödyllisestä kehityksestä, mikäli norjalaisten kanssa päästään yhteistyöhön. Myös Joulupukin satamaa Kemissä tullaan kehittämään risteilymatkailukohteena entistä tehokkaammin.

Matkaketjut kuntoon

Liityntäliikenteen ja matkaketjujen toimivuuteen tulee kiinnittää enemmän huomiota. Tällä hetkellä matkaketjuissa on paljon ongelmia erityisesti kansainvälisen yksilömatkailijan näkökulmasta: tieto on hankalasti löydettävissä, bussiaikataulut eivät palvele matkailuliikennettä tarpeeksi hyvin, liityntäliikennettä ei ole lainkaan tai liikenneasemien palvelumuotoilussa on parantamisen varaa.

Älyliikenteen kehittyminen tarjoaa uusia mahdollisuuksia liityntäliikenteen sujuvampaan, asiakasystävälliseen ja kustannustehokkaaseen järjestämiseen. Maailmalta löytyy runsaasti esimerkkejä muun muassa hop on-, hop off -busseista, niiden toiminnasta ja erilaisista tavoista kattaa järjestelmän kustannuksia. Toimintamallien soveltuvuus Lappiin on tutkittu ja liityntäliikennettä kehitetään yhtenä kokonaisuutena matkailualueiden, liikennöitsijöiden ja maakuntatason toimijoiden yhteistyön kautta. Open Arctic Maas -hanke on ansiokkaasti selvittänyt digitaalisuuden mahdollisuuksia matkaketjujen kehittämisessä. Järjestelmä on osoittanut toimivuutensa pilotoinnin kautta, ja hankkeen jatkotoimenpiteet ovat tärkeitä myös tällä strategiakaudella.

Saavutettavuuden kehittäminen vaatii edunvalvontaa

Toimivat lentoliikenneyhteydet ovat elintärkeitä paitsi Lapin matkailulle myös koko maakunnan yritystoiminnalle. Matkailuekosysteemin edunvalvonta pyrkii turvaamaan kaikkien Lapland Airport -lentokenttien palvelut ja toiminnan. Samalla tavoitteena on kehittää kaikkien kenttien liikennettä.

EU:n ja Suomen päästötavoitteet edellyttävät monenlaisia, erityisesti liikenteeseen painottuvia toimenpiteitä. Matkailijoiden tulevaisuuden tarpeissa nousussa ovat vähäpäästöiset liikkumisen muodot. Raideliikenne on tehokasta ja vähäpäästöistä, ja tavoitteena onkin, että yhä useampi matkailija tulee tulevina vuosina Lappiin junalla. Osa Lapin rataosuuksista on kuitenkin vielä sähköistämättä. Lapin matkailun kannalta Länsi-Lapin rataosuuksien Kemi–Tornio ja Tornio–Kolari sähköistäminen ovat erittäin tärkeitä toimenpiteitä. Edellinen on jo rakentumassa ja jälkimmäinen lähivuosien tavoitteena. Lisäksi raideliikenteen valtaväylänä toimivan pääradan kehittäminen on tärkeä tavoite. Nopean raideyhteyden mahdollistamiseksi pohjoiseen tarvitaan pääradan ruuhkaisen osuuden, Helsinki-Tampere-välin, lisäraiteiden rakentaminen. Seuraava askel nopeamman raideyhteyden mahdollistamiseksi on Tampere-Oulu -raideinfrastruktuurin parantaminen. Raideyhteyden nopeutuminen mahdollistaisi paremmat liittymäyhteydet ja kohtuullisen matkustusajan Helsinki-Vantaalta useille Lapin matkailualueille. Lisäksi toimiva ratayhteys Kemijärvelle on merkittävä koko Itä-Lapille. Kemijärvi sijaitsee kuuden eri kehitysvaiheessa olevan matkailukeskuksen keskiössä (Pyhä, Luosto, Suomu, Salla, Ruka, Riisitunturi, Savukoski).

Pitkäjänteisellä ja aktiivisella edunvalvonnalla pyritään vaikuttamaan EU:n tuen suuntaamiseen alueiden kasvuun. Suomen tulee turvata EU-rahoituksen mahdollisuudet toimimalla kaukonäköisesti muun muassa TEN-T-verkoston suunnittelussa. Matkailun ekosysteemi pitää EU:n TEN-T-ydinkäytävien jatkamista Pohjois-Suomeen tärkeänä. Tämä tarkoittaa pääradan ja valtatie 4:n välillä Helsinki–Tornio/Haaparanta liittämistä osaksi TEN T-ydinkäytäviä sekä kattavan tieverkon laajentamista pohjoisessa käsittämään valtatie 21.

Lapin matkailun kannalta on tärkeää vähentää tieverkon korjausvelkaa paitsi pääteillä myös alemman asteen tieverkolla Pohjois- ja Itä-Suomessa niin, että matkailu voi kehittyä turvallisesti. Itä-Lapin matkailun kehittämisen kannalta on tärkeää lisätä valtatie 5 pääväyläverkkoon Sodankylään saakka. Lisäksi tieyhteys Sodankylästä Kittilään ja Muonioon tulisi muuttaa hallinnolliselta luokaltaan valtatieksi (vt 5:n jatkaminen). Lisäksi Kantatie 82 (Vikajärvi – Kemijärvi) kunnostus on merkittävä mm. Sallan kansainväliselle rajanylityspaikalle sekä monelle Itä-Lapin investointisuunnitelmien toteutumiselle. Vt 21 Länsi-Lapissa kuuluu pääväyläverkkoon, mutta se ei vastaa etenkin pohjoisilta osiltaan leveydeltään, kunnoltaan ja geometrialtaan pääväylille esitettyjä laatutavoitteita, joten maantie tulisi parantaa. Myös maakunnan tärkein pohjois-etelä-suuntainen maantie vt 4 tulisi parantaa vastaamaan matkailun ja muun elinkeinoelämän kehittymisen seurauksena lisääntyvän liikenteen tarpeita.

5.4 Lapin matkailun vihreä siirtymä

Euroopan Unioni on nostanut ilmastonmuutoksen ja ympäristöhaasteiden ratkaisemisen koko talousalueen tärkeimmiksi prioriteeteiksi seuraavaksi seitsemäksi vuodeksi panostaen samalla merkittävästi alueen taloudellisen kasvun kiihdyttämiseen. Euroopan komissio julkaisi heinäkuussa mittavan, niin sanotun Fit for 55-valmiuspaketin. Paketin ja sen sisällön tarkoituksena on varmistaa, että EU saavuttaa ilmastovälitavoitteensa vuonna 2030, jolloin unionin kasvihuonekaasupäästöjen halutaan olevan 55 % vähemmän kuin vuonna 1990. Paketin sisältämillä regulaatio- ja ohjausmekanismimuutoksilla on pitkän aikavälin vaikutuksia lähes kaikille toimialoille. Matkailutoimialan kannalta keskeisiä vaikutuksia syntyy päästökaupan laajentamisen ja ilmaisten päästöoikeuksien asteittaisen poistamisen, sekä uusiutuvan energian direktiivin ja tavoitteiden tarkistamisen kautta.

Lapin maakunnan tahtotila on olla edelläkävijöiden joukossa vihreässä siirtymässä. Osana maakuntaohjelmaa eli Lappi-sopimusta on valmisteilla Lapin vihreän kehityksen tiekartta, joka pitää sisällään Lappi tason tilanekuvan ja tavoitteet Lapin vihreään kehitykseen liittyen. Lapin matkailun vihreällä siirtymällä tarkoitetaan

matkailustrategiasta johdettua toimintasuunnitelmaa, joka sisältää laajan joukon aloitteita ja toimenpiteitä, joiden avulla edistetään pitkällä aikavälillä matkailun vihreää siirtymää eli kestävä matkailua. Lapissa on jo käynnissä lukuisia kestävä matkailua ja vihreää siirtymää tukevia prosesseja muun muassa energian, kestävien liikenneväylien, reitistön (esim. ”Retkietiketti”) ja ympärivuotisuuden, TKI-toiminnan, digitaalisuuden ja designin teemoissa. Keskeistä vihreän siirtymän toimenpiteitä toteutettaessa on huomioida, että jo olemassa olevat toimenpiteet eivät ole irrallisia, vaan osa alueen matkailuekosysteemiä, joka puolestaan toimii kiinteästi osana laajempaa toimintaympäristöä ja sen kehittämistä. Maksimaalinen olemassa olevien resurssien hyödyntäminen, yritysten kilpailukykyyn kehittäminen ja kansainvälistyminen kestävästi eivät tapahdu yksin matkailutoimijoiden toimesta, vaan siihen tarvitaan yhteistyötä eri toimialojen välillä.

Lapissa lentoliikenteen toimijat ovat eturintamassa vähentämässä toimintansa päästöjä. Finavian kaikki Lapin lentokentät ovat hiilineutraaleja. Hiilineutraalius on saavutettu energiatehokkuutta parantamalla ja päästöjä kompensoimalla sekä uusiutuvan energian käyttöä voimakkaasti lisäämällä. Seuraava tavoite on saavuttaa lentokenttien nollapäästöt.

5.5 Mahdollistava digitaalisuus

Suomalainen matkailuelinkeino digitalisoituu monin eri toimenpitein. Visit Finlandin kokoama digitiekartta ja sen pilotit ja matkailukohteiden varattavuuteen liittyvät hankkeet etenevät. Strategiakauden tavoitteena on, että Lappi on mukana tekemässä Suomesta älykästä matkakohdetta. Digitaalisuuden kehittämisen myötä ala kehittyi matkailijan tarpeet huomioiden ja toimijoiden osaaminen sekä valmiudet vahvistuvat digitaalisessa murroksessa.

Matkailualueiden ja yritysten tukeminen digitaalisessa murroksessa

Matkailutoimialalla on useita haasteita digitaalisessa murroksessa. Monella toimialan yrityksellä ja muulla organisaatiolla on liian vähän ymmärrystä digitalisaation tuomista mahdollisuuksista. Digitaalisuus on merkittävässä roolissa toiminnan tehostamisessa ja parhaimmillaan mahdollistaa uusia ansaintamalleja. Lapissa on tärkeää panostaa yritysten ja matkailutoimijoiden osaamiseen, jotta varmistetaan niiden resurssit ja kyvykyys toteuttaa merkittäviä, digitaalisuuden mahdollistamia muutoksia liiketoiminnassaan. Työkalujen ja toimintamallien valinnoilla tulee varmistaa, että kaikki halukkaat toimijat pääsevät mukaan. Digitaalisessa murroksessa tukemisen tavoitteena on kansainvälisen kilpailukykyyn parantaminen ja uusien tuotteiden luominen yhteistyön avulla. Lisäksi tavoitteena on, että Lappiin syntyy uutta liiketoimintaa ja uusia liiketoimintamalleja.

Innovatiiviset pilotit ja kokeilut

Digitaalisuuden mahdollisuuksia ja uusia avauksia syntyy päivittäin. Virtuaalitodellisuuden (VR), lisätyn todellisuuden (AR) ja sekoitetun todellisuuden (MRE) mahdollisuudet, asioiden internet (IOT), tekoäly (AI) ja robotiikka ovat esimerkkejä digitaalisuusratkaisuista, joiden kehitys on nopeaa. Toimenpidekokonaisuuden tavoitteena on ohjata hankkeita ja rahoitusta mahdollisuuksien selvittämiseen matkailualueella sekä tukea matkailualan yrittäjien ja ekosysteemin innovaatioita. Lappi on hyvä ja kiinnostava kokeilulaboratorio innovatiivisiin hankkeisiin sekä teknologioiden testaamisen alusta. Tavoitteena on tunnistaa digitaalisuuden mahdollisuuksia ja varautua tulevaisuuden haasteisiin, joita digitaaliset ratkaisut tuovat muun muassa matkailijoiden

matkustus päätöksille, mobiililiiketoiminnalle, markkinointiautomaatiolle, digitaaliselle mainostamiselle ja asiakaskokemukselle.

Kansalliset kärkihankkeet

Strategiakauden aikana etenee useita kansallisia kärkihankkeita, joissa Lapin matkailuekosysteemi on aktiivinen kehittäjä ja partneri. Visit Finland vie eteenpäin tietovarantoa, joka integroi valtakunnallisia matkailutuotteita ja -palveluja yhteiselle alustalle. Sen perustamisesta on toimialalla laaja yhteisymmärrys, ja Lappi on mukana kehityksessä.

Matkaketjujen kehittämisessä on toteutettu Open Arctic Maas -hanke, jonka avulla on selvitetty mm. Reittiopas- palvelun toteutettavuutta.

Lapin matkailun on tärkeää olla mukana matkailun digitaalisuuden kansallisessa kehittämisessä, jotta Lapin matkailutuotteet saadaan esille osana kansallista tuoteinventariota. Tätä tuotetarjontaa voidaan myöhemmin jakaa myös matkanjärjestäjille, OTA-operaattoreille ja lentoyhtiöille. Mukanaolo kansallisissa hankkeissa varmistaa, että julkisella rahalla kehitettävien toiminnallisuuksien ja lisäpalveluiden siirrettävyys ja skaalaus saadaan tehokkaasti palvelemaan myös Lapin matkailun tarpeita.

5.6 Tiedolla johtaminen

Tiedolla johtaminen tarkoittaa johtamis- ja toimintamallia, jossa analysoitua tietoa ja dataa tuodaan osaksi päätöksentekoprosessia matkailuekosysteemin eri tasoilla. Matkailuyrityksiä ja matkailun alueorganisaatioita tuetaan tiedolla johtamisessa. Matkailun kokonaisvaltaisen ja läpinäkyvän vaikutusten arviointiin ja toimintoihin perustuvan matkailupalveluiden, -toimintojen ja matkailijamäärien mitoittamisen tarvitaan myös tarkempia tietoja ja analyysejä. Matkailun tutkimusta ja kehittämistä tapahtuu monissa hankkeissa sekä korkeakoulujen ja tutkimuslaitosten projekteissa.

Koronakriisin johdosta ja aikana eri toimijoiden välinen yhteistyö tiivistyi. Erityisesti julkisen sektorin ja elinkeinoelämän välinen tiivis vuoropuhelu vahvisti tiedonkulkua ja loi edellytyksiä toimialan selviytymiselle koronakriisistä. Tiedosta ja sen hyödyntämisestä on tullut merkittävä kilpailu- ja tuottavuustekijä matkailun toimialalla. Dataa on olemassa suuria määriä eri järjestelmissä, mutta suurimmat haasteet liittyvät datan löydettävyyteen ja hyödynnettävyyteen. Vaarana on, että yrittäjät ohjaavat toimintaansa puutteellisen tiedon pohjalta. Yksittäisillä yrittäjillä ei useinkaan ole valmiuksia ja mahdollisuuksia seurata toimintaympäristössä tapahtuvia muutoksia ja tehdä tietoon perustuvia johtopäätöksiä. Yritysten toipuminen kriisistä ei näin tapahdu parhaalla tavalla. Tiedolla johtamisen avulla yritykset lisäävät kustannustehokkuutta ja kilpailukykyä sekä vahvistavat vastuullista yrityskuvaa.

Kotimaisten matkailijoiden merkitys Lapin matkailulle on kasvanut merkittävästi koronapandemian aikana. Suomalaisista kotimaan matkailijoista on kuitenkin vielä verrattain vähän tutkittua tietoa. Tiedon johtamisen avulla Suomesta on mahdollista kehittää parempi matkakohde kotimaisille matkailijoille. Tärkeää olisi myös

analysoida ja ennakoida suomalaisten kotimaan matkailijoiden matkustuskäyttäytymistä koronapandemian hellittäessä ja matkustusrajoitusten lieventyessä.

5.7 Yrittäjyys, toimintaympäristö ja toimialan arvostus

Suomessa matkailutoimialan arvostus on ollut vähäisempää kuin useiden muiden toimialojen. Viime vuosina ymmärrys matkailualan suurta kasvupotentiaalia ja aluetaloudellista merkitystä kohtaan on kuitenkin lisääntynyt. Jo ennen koronakriisiä tehdyt tutkimukset osoittavat, että vastuullisuus on matkailussa asiakkaille yhä tärkeämpi tekijä. Matkailijoille tärkeimpiä kestävyys osoituksia matkapalveluissa ovat muun muassa vesi- ja energiatehokkuus, jätehuolto, paikallisten tuotteiden ja palveluiden käyttö, paikallinen työllistäminen, kulttuuriperinnön vaaliminen ja paikallisen väestön huomioiminen. Kestävä ja vastuullinen toiminta sekä avoin viestintä tuovat tutkimusten mukaan yritykselle tyytyväisempiä asiakkaita, ja tyytyväisten asiakkaiden arvostuksen toimialaa kohtaan tiedetään olevan korkeampaa.

Työntekijän näkökulmasta keskeisiä toimialan arvostusta lisääviä tekijöitä ovat ympärivuotisen työllisyyden ja toimeentulomahdollisuuksien lisääntyminen. Arvostusta voidaan parantaa myös tukemalla työntekijöiden jaksamista ja panostamalla henkilöstön fyysiseen ja psyykkiseen hyvinvointiin. Hyvinvointi pitää sisällään myös reilun ja tasa-arvoisen palkkauksen sekä innostamisen ja esimies- ja johtamistyön käytänteiden kehittämisen.

Toimialan arvostuksen laajapohjainen kehittäminen pitää sisällään myös koulutusmahdollisuuksien edistämisen, osaamistarpeiden ennakoinnin ja opintojen sisältöjen monipuolistamisen. Koulujen lomiin, työvoiman saatavuuden ja siirtymisen edistämiseen tulisi rohkeasti kohdistaa rakenteellisia muutoksia.

Lapin maakunta menestyy monella sektorilla hyvin. Alue on myös hyvin kehittynyt monella mittarilla mitattuna. Keskeisiä haasteita ovat kuitenkin väestömäärän pitkään jatkunut lasku ja monen kunnan haastava taloustilanne. Näitä elinvoimaan liittyviä asioita voidaan ratkaista vain osittain alueen omilla päätöksillä. Matkailuelinkeinolla on kuitenkin merkittävä rooli muutamassa elinvoiman elementissä. Niitä ovat matkailuyritysten kasvu, Lapin veto- ja pitovoima sekä valovoimainen Lappi-brändi. Laajemmin elinvoima rakentuu muun muassa alueen yleisestä asenneilmapiiristä, päätöksentekokyvystä ja ennen muuta jatkuvasta kyvystä reagoida toimintaympäristön muutoksiin.

Matkailuyritysten kasvu ja elinvoima

Koronakriisin jälkeen Lapissa panostetaan matkailuyritysten saamiseen uudelleen kasvu-uralle. Tuote on edelleen kansainvälisesti korkealaatuinen ja vetovoimainen, mutta kilpailu markkinoilla on kovaa. Yritysten tuotekehitys, myynti- ja markkinointi, digitaalisuus, sekä kansainvälistyminen ovat esimerkkejä teemoista, joihin kehittämispanostuksia tulee osoittaa.

Lapin matkailutoimialoilla on yli 1 700 toimipaikkaa. Valtaosa yrityksistä on edelleen pk- tai mikroyrityksiä. Tehokkain tapa tukea alueen toimintaympäristöä ja Lapin elinvoimaa on panostaa matkailun kasvuyrityk-

siin. Tilastojen mukaan kasvuyritykset luovat uusista työpaikoista huomattavan osan. OECD:n ja EU:n määritelmän mukaan yritys, jonka lähtötyöllisyys on vähintään 10 henkeä ja jossa työllisyyden keskimääräinen vuosikasvu ylittää 20 prosenttia seuraavana kolmena vuonna, on kasvuyritys.

Lapin matkailustrategialla halutaan kuitenkin tukea koko koronakriisin kurittamaa elinkeinoa. Elinvoimaisuuden tukemisen osalta on syytä huomioida kasvuyritysten ohessa myös ne yritykset, joissa työpaikkojen määrä on vähentynyt viimeisten vuosien aikana ja jotka poikkeuksellisessa tilanteessa ovat joutuneet sopeuttamaan ja vähentämään toimintaansa. Myös mikroyrityksillä on Lapin matkailuekosysteemissä tärkeä rooli sekä alihankintaketjuissa että asiakaslähtöisten palvelujen tarjoajina. Toimintaympäristön ja elinvoimaisuuden kehittämiseen liittyvät toimenpiteitä tulee kohdistaa myös yrityksiin, joissa kasvu on hiipunut esimerkiksi koronakriisin seurauksena. Monipuolinen yritystoiminta ja -rakenne ovat matkailualueen ja kunnan elinvoimaisuuden edellytys.

Kasvuyrityksille on tarjolla julkisia rahoitus-, asiantuntija- ja verkottumispalveluja yritystoiminnan käynnistämiseen ja kasvattamiseen. Palveluja tarjoavat muun muassa Business Finland, ELY-keskukset, Finnvera ja alueelliset kehitysyhtiöt. Kasvu Open on Suomen suurin pk-yritysten kasvun tukemisen sparrausohjelma, joka auttaa maksutta kasvuhaluisia yrityksiä niiden kasvusuunnitelman pohjalta. Matkailun kasvupolulle on osallistunut useita matkailualan yrityksiä Lapista.

Osaavan työvoiman saatavuus

Koronapandemian vuoksi asetettujen rajoitustoimenpiteiden seurauksena matkailualan yritykset joutuivat keväällä 2020 lomauttamaan ja irtisanomaan tuhansia työntekijöitään. Koronapandemian pitkittymisen ja matkailutoimialan elpymisen viivästymisen johdosta alalta on myös kadonnut pysyvästi runsaasti työvoimaa. Lapin matkailu on elänyt useita vuosia jatkuvaa kasvua, ja työvoiman saatavuusongelmat ovat olleet matkailualalla yleisiä jo pitkään. Matkailutyön epäsäännöllisyyttä ja sesonkiluonteisuutta sekä alan matalapalkkaisuutta pidetään matkailualan imagoa ja houkuttelevuutta heikentävinä tekijöinä. Jotta alalle saataisiin tulevaisuudessa työvoimaa, olisi tärkeää kiinnittää enemmän huomiota työntekijöiden hyvinvointiin, perehdytykseen, osaamisen kehittämiseen ja urapolkujen tukemiseen, jotta osaajat eivät lähtisi alalta. Työmarkkinoiden murros ja työn muutos edellyttävät työntekijöiltä erityisesti digitaalisia taitoja, moniosaamista, sopeutumista ja kykyä toimia globaaleissa verkostoissa. Koronapandemian jälkeen matkailukysynnän elpessä yritykset tarvitsevat osaavaa työvoimaa, ja tämä tulisi huomioida alan koulutuksessa, jonka tulisi olla joustavaa, työelämälähtöistä ja kyetä vastaamaan ennakoiden yritysten osaamistarpeisiin. Muuttuva työelämä heijastuu myös yrityksiin, joille tulee myös tarjota esimerkiksi johtamis- ja monikulttuurisuuskoulutusta.

Koronapandemian hellittäessä matkustusrajoituksia puretaan ja matkailijat uskaltavat jälleen liikkumaan. Selvitäkseen tulevista sesongeista Lapin matkailu tarvitsee nopeaa ratkaisua työvoiman saatavuuteen liittyviin haasteisiin. Kansainväliset työntekijät, heidän rekrytoimisprosessien kokonaisvaltainen kehittäminen sekä alueen yritysten rohkaiseminen kansainvälisten työntekijöiden rekrytoimiseen voivat olla yksi ratkaisu alalla esiintyneeseen työvoimapulaan. Ennen koronapandemiaa matkailun sesonkityö Lapissa on houkuttellut yhä kasvavassa määrin kansainvälisiä työntekijöitä, jotka ovat saapuneet työskentelemään Lappiin pääosin talvisesongiksi. Kansainvälisen työvoiman rekrytointi on kuitenkin hidas prosessi, huolimatta siitä, järjestetäänkö rekrytointi ulkoistetun toimijan vai yrityksen oman henkilöstöhallinnan kautta. Jatkossa tulisi myös kiinnittää huomiota kansainvälisen työvoiman rekrytointiin liittyvän datan keräämiseen ja analysointiin.

Kilpailussa työvoimasta pärjäävät parhaiten ne alueet ja toimijat, joilla on riittävästi sekä veto- että pitovoimaa. Useimmilla alueilla panostetaan jo vetovoimaisuuteen, työvoimasta kilpailtaessa tulisi kuitenkin kiinnittää huomiota myös pitovoimatekijöihin, esimerkiksi tyytyväisyyteen asuin- ja elinympäristöään kohtaan, toimiviin palveluihin ja arjen sujuvuuteen. Useissa matkailukeskuksissa työvoiman majoitus on haasteellista vuokra-asuntopulan johdosta. Asumisen haasteiden ratkaiseminen edellyttää laajapohjaista edunvalvontaa, yksittäisenä toimenpiteenä ARA rahoitteisten asumisratkaisujen lisääminen matkailukeskuksissa.

Lappiin tarvitaan nykyistä laajempi vieraskielinen tutkintotarjonta ammatilliseen koulutukseen. Tämä tekisi Lapista kansainvälisesti houkuttelevamman paikan työskennellä, opiskella ja yrittää. Se madaltaisi täällä jo olevien maahanmuuttajien koulutukseen osallistumista ja sujuvoittaisi heidän työllistymispolkujaan. Asian edistämiseksi vaaditaan laajaa toimialat ylittävää edunvalvontaa.

Lapissa matkailukoulutus ja osaaminen on vahvaa, mikä tarjoaa hyvät mahdollisuudet myös koulutusviennin kehittämiseksi.

Lapin maine matkailukohteena on vahva, ja sitä on hyödynnettävä myös asuinpaikkamarkkinoinnissa. House of Laplandin kampanjat ovat tästä hyvänä esimerkkinä. Lappi tarjoaa hienot mahdollisuudet vapaa-aikaan sekä hyviä harrastusmahdollisuuksia, joita on korostettava myös markkinoinnissa. Positiiviset omakohtaiset tiedot vahvistavat Lapin vetovoimaa. Onkin erittäin tärkeää, että matkailuelinkeino on omalta osaltaan tarjoamassa positiivisia kokemuksia täällä vieraileville matkailijoille.

Työ, työpaikat ja potentiaaliset työmahdollisuudet ovat vetovoimaa lisääviä tekijöitä, joita matkailuelinkeino jo tarjoaakin runsaasti varsinkin talvisesongilla. Lisääntyvässä kilpailussa osaajista etenemismahdollisuudet, asuinympäristön viihtyisyys, asumisen vaihtoehtojen monimuotoisuus ja toimivat palvelut ovat asioita, joihin eri puolilla Lappia on panostettava. Kiinnostavista sesonkitöistä on siirryttävä ympärivuotisiin työpaikkoihin. Se tapahtuu vain lumettoman ajan matkailun kehittämällä ja alueellisella yhteistyöllä. Näin mahdollistetaan myös urakehitys ja etenemismahdollisuudet.

5.8 Myynnin ja markkinoinnin organisointi ja resursointi

Kirstyvä kansainvälinen kilpailu maailman matkailumarkkinoilla asettaa paineita matkailun myyntiin ja markkinointiin. Lapin kilpailuasema on vakiintunut ja talven osalta melko hyvä. Suomessa ja Lapissa toimitaan kuitenkin kilpailevia maita ja alueita pienemmillä resursseilla. Onkin tärkeää, että myynnissä ja markkinoinnissa on tehokkaat toimintatavat ja Lapin brändiä kehitetään. Lisäksi matkailun myyntiin ja markkinointiin on saatava riittävät resurssit.

Vaikuttavasti yhdessä ketterässä ekosysteemissä

House of Lapland on toiminut maakunnallisen markkinoinnin koordinaattorina hyvin tuloksin. Työtä on ohjannut Lapin markkinointiryhmä, jossa on ollut edustajia Lapin matkailualueilta. Tämän strategian päivitysvaiheessa Lapin markkinoinnin kokonaisuus on tarkastelun alla. Päätettäväksi jää, miten kansainvälisen matkailumarkkinoinnin kokonaisuus rakennetaan ja onko se jatkossakin osa House of Laplandin toimintaa osaja- ja yritysmarkkinoinnin ja elokuvatuotantojen houkuttelun ohella. Tavoitteena on kuitenkin, että Lappi-tasoinen kansainvälinen markkinointi toteutetaan jatkossakin laajapohjaisessa yhteistyössä matkailualueiden ja yritysten, Visit Finlandin ja muiden matkailutoimijoiden kesken. Pienillä resursseilla tulokset saadaan aikaan vain yhteistyön kautta. Näin saavutetaan riittävän suuri kehittämisen volyyymi, joka varmistaa tehokkaan näkyyden ja toimenpiteiden vaikuttavuuden.

Kansainvälisessä markkinoinnissa on tärkeää löytää mahdollisimman kustannustehokkaat toimenpiteet. Selaisiksi ovat osoittautuneet erityisesti sosiaalisen median ja digitaalisen markkinoinnin toimenpiteet sekä media- ja matkanjärjestäjävierailujen toteuttaminen. Markkinoinnin toimenpiteet tulisi linkittää myös entistä paremmin lentoliikenteen kehittämiseen. Lisäksi tavoitteena on lisätä yhteistyötä ja koordinaatiota kansainvälisille markkinoille tehtävässä tuotemarkkinoinnissa sekä erityisesti tuotemarkkinoinnin sitomisessa tehokkaammin imagomarkkinointikampanjoiden yhteyteen.

Visit Finland on jakanut Suomen neljään suuralueeseen – Helsingin seutuun, Lappiin, Järvi-Suomeen sekä rannikon ja saariston alueeseen – matkailullisen Suomi-brändin kehittämiseksi. Jako luo perustan vahvalle matkailupalveluiden ja -tuotteiden tarjonnalle sekä vetovoimaisten alabrändien rakentumiselle. Visit Finlandin kanssa tehtävä suuralueyhteistyö edellyttää Lapilta vastinrahoitusta, jotta kansallinen kumppanuus on tehokasta. Lisäksi suuralueyhteistyön aikataulut ja vuosikello laaditaan niin, että matkailualueet voivat paremmin osallistua suuralueyhteistyön toimenpiteisiin.

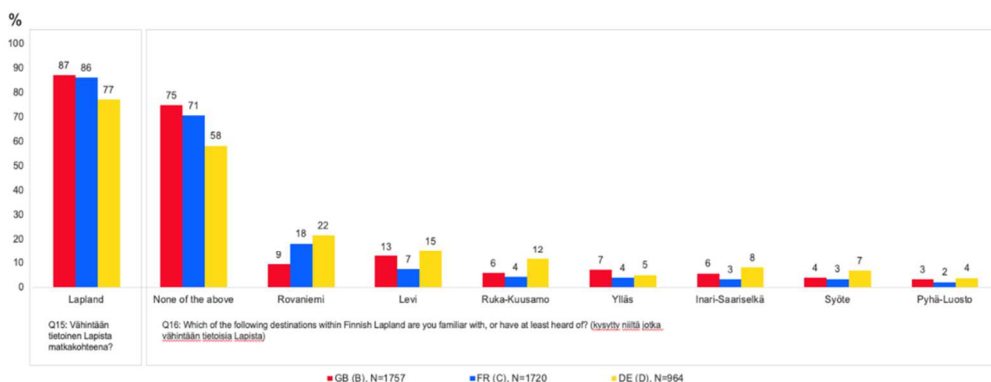
Lappi-brändiä rakentaen ja hyödyntäen

Lapin elinvoimaisuuden ja kilpailukyvyyn säilymisen edellytyksenä on maakunnan näkyvyyden, imagon ja vetovoiman kehittäminen kansallisesti ja kansainvälisesti. Myynnin ja markkinoinnin yhtenä tavoitteena onkin ylläpitää Lappi-brändin vetovoimaa ja pitää se erottavana ja kiinnostavana. Matkailun näkökulmasta merkittävää on houkutteleva ulkoinen kuva, joka saa aikaan matkailijavirtoja. Lapista viestitään monille eri kohderyhmille eri tarkoituksissa, ja matkailumarkkinointi on vain yksi osa kokonaisuutta.

Tavoitteellinen brändinhallinta yhä kiristyvässä kansainvälisessä kilpailussa on entistä kriittisempi menestystekijä. Se edellyttää jatkossakin pitkäjänteistä strategista suunnittelua ja brändiä rakentavia toimenpiteitä. Kansainvälisen tunnettuuden ja kysynnän kasvattaminen brändimarkkinoinnin keinoin kannattaa tehdä Lappi-tasolla, koska Lappi on tutkitusti kattobrändi (ks. kuva). Eri kohderyhmiä palvelevan markkinointi- ja viestintätöyön yhdistämisellä on huomattavia toiminnallisia synergiaetuja (materiaalit, kanavat, työkalut, sidosryhmäviestintä, sisällöntuotanto jne.).

Kaikissa kohderyhmissä keskeisiä toimenpiteitä ovat tavoitteellinen mediaviestintä, verkkopalvelu ja markkinointikampanjat. Toiminnassa käytetään public-privaterahoitusta, joka jakautuu eri tavalla eri kohderyhmissä.

Lappi on kattobrändi



5.9 Laatu ja turvallisuus

Matkailun laatu- ja turvallisuustyön tavoitteita ovat häiriöttömän toiminnan varmistaminen ja suotuisan kehityksen turvaaminen. Tavoitteena on, että Lapissa syntyy laadukas ja turvallinen asiakaskokemus. Matkailun laajalla toimijaverkostolla tulee olla vahva hallinnan tunne, ja Lapista tulee kehittyä vastuullisen arktisen matkailun kärkialue.

Laadun kehittämisen ja tarkkailun prosesseihin on kiinnitettävä enemmän huomiota, jotta laatu ei heikenny väliaikaisesti esimerkiksi sesonkiluonteisuuden seurauksena. Matkailuelinkeinon on huolehdittava erityisesti palvelun laadun säilymisestä korkeatasoisena sekä henkilöstön osaamisen ja uusien laadun seurannan ja mittaamisen menetelmien kehittämisestä.

Määritelmällisesti matkailun turvallisuudella tarkoitetaan yksinkertaisimmillaan matkailuprosessin häiriötömyyden varmistamista. Turvallisuus painottuu kuitenkin eri tavalla riippuen siitä, tarkastellaanko turvallisuutta matkailijan, matkailuteollisuuden työntekijän vai alan yrittäjän näkökulmasta. Matkailijalle turvallisuus näyttäytyy huolettomana matkustuselämyksenä, jonka aikana ei tarvitse pelätä häiriötä aiheuttavia asioita. Työntekijälle tärkeintä on turvallinen työympäristö ja sesonkiluonteisessa matkailuteollisuudessa työsuhteen jatkuminen. Yritykselle turvallisuus on maineenhallintaa ja yrityksen jatkuvuuden varmistamista. Pitkän tähtäimen päämääränä on kehittää Lapista kansainvälisesti tunnettu turvallisuuden mallialue.

Viime vuosina matkailun turvallisuudessa on painottunut terveysturvallisuus. Lapin matkailun terveysturvallinen toimintamalli luotiin Lapin sairaanhoitopiiriin ja matkailuelinkeinon toimesta jo heti koronakriisin alkuvaiheissa. Malli on osoittautunut toimivaksi ja terveysturvallisia toimenpiteitä on jäänyt vakituiseen käyttöön yrityksissä.

Laadun kehittäminen Lapin matkailussa

Lapissa laadun kehittäminen liittyy läheisesti vastuullisuuteen. Erityisesti ympäristöosaamisen kehittäminen yritys- ja matkailukeskustasolla on tärkeää ja matkailun alueorganisaatioilla on tässä suuri rooli. Vastuullisuudessa ja laatutyössä tavoitteina ovat kansainvälisen tarkastelun kestävät sertifikaatit ja järjestelmät, jotka hyödyttävät myös kansainvälisessä markkinoinnissa matkanjärjestäjien ja asiakkaiden suuntaan. Matkailuyrityksille on tarjolla kymmeniä erilaisia ohjelmia, järjestelmiä ja sertifiointeja vastuullisen matkailutoiminnan kehittämiseen ja on ennakoitu, että sertifikaattien merkitys kasvaa tulevaisuudessa.

Laadun kehittämisen painopiste on strategisen osaamisen kehittäminen myös pienemmissä yrityksissä. Osaaminen helpottaa yritysten laatujärjestelmien rakentamista ja auttaa kehittämään toimintaa pitkän tähtäimen (vision ja strategian) mukaisesti. Strateginen osaaminen ohjaa yritystä parempiin asiakashallinta-, myynti- ja digistrategioihin sekä parempaan reagointikykyyn muuttuvassa toimintaympäristössä.

Strategisena tavoitteena on, että loma Lapissa on laadukas ja turvallinen asiakaskokemus. Ekosysteemi on kehittänyt konkreettisia työkaluja laadun mittaamiseksi ja seuraamiseksi sekä hallinnan tunteen saavuttamiseksi.

Matkailun turvallisuusverkoston toimintaa jatketaan ja kehitetään

Lapissa matkailualalla toimii hyvin suuri joukko yrityksiä, joiden koko on pieni. Lisäksi alalle on tyypillistä työntekijöiden suuri vaihtuvuus ja asiakkaiden kokemattomuus Lapin olosuhteista. Nämä toisiinsa yhdistettyinä kasvattavat häiriöiden ja onnettomuuksien riskiä. Samaan aikaan pienten yritysten mahdollisuudet panostaa turvallisuustyöhön ovat rajalliset, ja myös turvallisuusalan osaaminen lainsäädännöllisistä velvoitteista alkaen voi olla puutteellista. Verkostomaiselle turvallisuustyölle matkailu kuitenkin tarjoaa poikkeuksellisen hyvät puitteet. Turvallisen matkailupalvelun tuottaminen edellyttää ennakoivaa johtamisotetta, joka integroi heikkojen signaalien, kuten läheltä piti -tilanteiden, tunnistamisen osaksi päivittäistä toimintaa.

Matkailun kohdealueilla on tärkeää huomioida ja arvioida matkailijamäärien vaikutukset tarvittaviin resursseihin mm. turvallisuusviranomais- sekä terveystalouteihin, jotta varmistetaan resurssien riittävyys kaikissa tilanteissa.

Lapissa matkailun turvallisuusjärjestelmää on kehitetty vuodesta 2009 alkaen. Pitkäjänteisen ja laajan hanketyön kautta matkailualan yritysten osaaminen on noussut ja yritysten turvallisuustyön tueksi on kehitetty riskienhallintatyökaluja. Matkailussa turvallisuutta lisäävät toimenpiteet ovat liittyneet esim. osaamistason nostoon, riskitilanteiden hallintaan, sekä palvelujen, tuotteiden ja liikenneturvallisuuden kehittämiseen.

Strategisena tavoitteena on jatkossa kehittää turvallisuustyötä laaja-alaisena verkostoyhteistyönä. Kun matkailun turvallisuutta parannetaan, samalla myös ympäröivän yhteiskunnan turvallisuus paranee. Lapissa turvallisuusviranomaisten, kuten poliisin, rajavartiolaitoksen ja hätäkeskuslaitoksen, läsnäolo on tällä vuosituhanella selvästi ohentunut. Voi myös olla mahdollista, että tulevaisuudessa maakunnan ainoa täyden palvelun sairaala löytyy Rovaniemeltä. Pitkien etäisyyksien maakunnassa maastokelpoisesta henkilöstöstä ja kalustosta tulee kriisitilanteessa nopeasti pula. Viranomaisten ja matkailuyritysten tehokkaalla yhteistyöllä varmistetaan se, että matkailuyritysten resurssit saadaan hädän hetkellä koko yhteiskunnan käyttöön.

Matkailun turvallisuuden kehittämistoimenpiteet

Koronakriisi ja muut muutokset kansainvälisessä turvallisuustilanteessa ovat nostaneet esiin tarpeen tehdä **matkailun riskianalyysi** ja päivittää matkailun turvallisuuden tilannekuva. Tällä työllä on myös laajempaa yhteiskunnallista merkitystä. Strategiakaudella ratkaistaan riskianalyysin ja tilannekuvan organisointi sekä tarvittavat resurssit. Sisällöllisesti on tärkeää kartoittaa paitsi kansainvälisen turvallisuustilanteen mahdolliset vaikutukset Lapin matkailuun, myös matkailussa tapahtuneet läheltä piti -tilanteet, vaaratilanteet, onnettomuudet ja vahingot. Toimenpiteen pitkän tähtäimen tavoitteena on ratkaista turvallisuuden tilannekuvan ylläpidon koordinointi ja rahoitus.

Matkailun turvallisuuden kehittämisessä keskeistä on **turvallisuusviestinnän** toimivuus ja kehittäminen. Matkailun turvallisuusviestinnän tavoitteena on, että matkailijat ja matkailutoimijat osaavat vähentää riskejä ja ehkäistä onnettomuuksia. Turvallisuusviestinnän keskeisiä haasteita on, miten tavoitetaan oikeat kohderyhmät oikeaan aikaan. Mitkä ovat oikeat kanavat viestiä, ja miten muuttuvista olosuhteista saadaan tietoa nopeasti? Kasvanut koti- ja vertaismajoitustoiminta asettaa turvallisuusviestinnälle uusia haasteita. Kuinka tavoittaa matkailijat, jotka eivät ole virallisesti rekisteröityneet mihinkään?

Koronakriisin myötä Lapin matkailutoimijoiden yhteistyö ja viestintä tiivistyi entisestään. Turvallisuusviestintää täytyy kuitenkin kehittää jatkuvasti yhdessä matkailutoimijoiden ja Lapin pelastuslaitoksen kanssa ja osana turvallisuusverkoston toimintaa.

Koronapandemialla on ollut merkittäviä vaikutuksia Lappiin sekä Lapin keskeisiin toimialoihin myös **terveys-
turvallisuuden** näkökulmasta. Matkailuyritykset ovat kriisin aikana valmistautuneet ns. uuteen normaaliin eli palveluiden tarjoamiseen muuttuneessa liiketoimintaympäristössä kehittämällä terveysturvallisia toimintatapoja. Uusissa terveysturvallisissa matkailupalveluissa korostetaan turvallisuuden tunnetta ja luottamuksen syntyä ja mahdollistetaan ruuhkattomat palvelut, ja ainakin osan terveysturvallisista käytännöistä ennakoidaan jäävän pysyviksi toimintamalleiksi. Matkailuyritysten turvallinen toiminta ja yritysten toimintaedellytysten vahvistaminen sekä uuden kysynnän luominen edellyttävät terveysturvallisia toimintatapoja myös palveluiden markkinoinnissa ja viestinnässä sekä yhteistyötä eri toimijoiden välillä. Terveysturvallisuuteen liittyvistä ohjeista ja rajoituksista tulee viestiä selkeästi ja johdonmukaisesti. Panostamalla terveysturvallisuuteen yritykset parantavat myös kykyään toipua kriisistä ja kohdata mahdollisia uusia kriisejä.

6. MATKAILUN KEHITTÄMISEN EKOSYSTEEMI

Matkailualan keskiössä on elinkeino, jonka toimintaa muut toimijat pyrkivät edistämään, jolle ne tarjoavat toimintaympäristön tai jonka menestyksestä ne hyötyvät. Lisäksi matkailualaan vaikuttavat monet viranomaistahot, jotka valvovat ja sääntelevät toimintaa. Kehittämistyön tehokkuuden kannalta kaikkien matkailualan toimijoiden tulisi tunnistaa oma roolinsa matkailun kokonaisuudessa ja pyrkiä yhteistyöhön niiden tahojen kanssa, joiden avulla olisi saavutettavissa synergiahöyryjä.

Viime vuosina matkailun alueorganisaatioiden merkitys ja rooli matkailualan kehittämisessä on korostunut. Monet matkailualaan vaikuttavat muutokset tuovat haasteita matkailukohteisiin. Maailman matkailujärjestön (UNWTO:n) suositusten mukaan matkailun alueorganisaatioilla tulee olla keskeinen koordinoiva rooli matkailukohteiden kehittämisessä ja matkailustrategioiden yhteensovittamisessa. Toimintatapoina esitetään mm. asiantuntijana toimimista työryhmissä ja hankkeissa, sekä osallistumista keskeisten matkailuorganisaatioiden strategiaprosesseihin.

Lapissa on useita alueellisia matkailun alueorganisaatioita (DMO), jotka hallitsevat matkailun strategisen kehittämisen kokonaiskuvaa omilla alueillaan ja joiden toiminta on erittäin tärkeässä roolissa matkailun kehittämisessä. Alueorganisaatiot käyttävät merkittäviä resursseja matkailun kehittämiseen ja markkinointiin. Toiminta on pitkäjänteistä ja tapahtuu paikallisesti vahvassa yhteistyössä alueen toimijoiden ja elinkeinon kanssa. Lapin matkailun alueorganisaatioiden edellytyksien tukeminen ja resurssien varmistaminen ovat tärkeitä strategiakauden kehittämistoimenpiteitä. Näin voidaan kehittää matkailualueorganisaatioiden mahdollisuuksia vaikuttavaan strategiseen suunnitteluun ja johtamiseen. Visit Finlandin kansallisen tason, suuralueen tason, Lapin maakunnallisen tason sekä alueellisen tason toimijoiden tulee pystyä toimimaan yhteistyössä ilman epävarmuutta omasta mandaatistaan ja riittävillä resursseilla.

Matkailuelinkeinon ja muiden toimijoiden yhteistyötä tiivistetään ja verkostoitumista on tärkeä lisätä. Kehittämistyö on tuloksellisempaa, jos matkailuelinkeinon tarpeet huomioidaan paremmin ja matkailutoimijat keskittyvät yhteistyössä hakemaan ratkaisuja keskeisimpiin kehityshaasteisiin, joita on määritelty tässä strategiassa.

Liitteessä 1 luetellaan matkailualan toimijoita Lapista ja kansalliselta tasolta sekä kuvataan lyhyesti heidän roolinsa matkailualalla. Taulukko ei ole kattava, ja se muuttuu ajoittain organisaatioiden muutosten myötä. Se antaa kuitenkin kuvan siitä, miten monitahoinen verkosto matkailualan ympärillä toimii.

Matkailun kehittäminen tapahtuu Lapissakin isolta osin hankkeilla. Matkailuun liittyviä hankkeita on vuoden 2014 jälkeen ja vuoteen 2019 mennessä rahoitettu EAKR ja ESR rahoitusohjelmista lähes 250 kappaletta ja suunniteltu julkinen rahoitus on lähes 65 miljoonaa euroa. Tämän lisäksi on toteutettu hankkeita monilla muillakin rahoitusvälineillä. Kehittämistyön vaikuttavuuden parantamiseksi tulevaisuudessa on syytä panostaa enemmän hankkeiden väliseen koordinaatioon.

6.1. Matkailuekosysteemin kansainvälinen yhteistyö

Lapin matkailun kehittämisen kannalta on tärkeää olla yhteistyössä kansainvälisesti. Merkittävät yhteistyötasot ovat EU, Suomen, Ruotsin ja Norjan pohjoiset alueet sekä laajemmin arktinen alue

EU:n uusi ohjelmakausi ja kehittämisen painopisteeksi nousevat klusterit ja ekosysteemit ohjaavat kehityksen rakenteita myös Lapissa. Lapin matkailun ekosysteemi on mukana älykkäässä erikoistumisessa ja toimii mm. Digitalisation and Safety for Tourism -temaattisessa kumppanuudessa sekä jäsenenä NECSTouRissa (Network of European Regions for Competitive and Sustainable Tourism). Kansainvälisessä yhteistyössä pyritään erityisesti järjestelmätason (ympärivuotisuus, joukkoliikenne, digitaalisuus) haasteisiin vastaamiseen. Kansainvälinen verkostoituminen ja arvoketjut vahvistavat matkailun liiketoimintaa ja asiantuntijuuden kasvua Lapissa.

Lapin Matkailuelinkeinojen Liitto (LME) koordinoi jo toista verkostohanketta, jonka tavoitteena on Suomen, Ruotsin ja Norjan pohjoisten alueiden kehittäminen yhtenäiseksi, laadukkaaksi arktiseksi matkailualueeksi. VAE- ja VAE II -hankkeiden tavoitteena on rakentaa alueesta kansainvälisesti kilpailukykyinen ja tunnettu kohde. Hyviä tuloksia tuottaneissa hankkeissa keskiössä ovat olleet matkailumarkkinointi, alueen matkailutoimijoiden verkostojen vahvistaminen sekä yhteistyö kansainvälisten matkanjärjestäjien kanssa. Kansainvälisessä matkailumarkkinoinnissa on tärkeää ymmärtää yhteistyön arvo. Matkailualan toimijat eivät ole hankkeessa kilpailemassa keskenään, vaan arktista Eurooppaa matkailualueena luodaan yhdessä.

Laajempi pohjoisen alueen yhteistyö matkailun kehittämisessä tapahtuu arktisten maiden välillä. Lapin yliopisto on aktiivinen toimija arktisten korkeakoulujen kanssa, ja yhteistyössä on mukana muun muassa Islannin, Kanadan ja Norjan yliopistoja. Arktisen alueen kehittämisen erityishyötyjä ovat vahva tutkimusosaaminen ja mielenkiintoiset vertailumahdollisuudet.

6.2. Matkailuekosysteemin edunvalvonta

Lapin matkailun kehitykseen vaikuttavat kansallisen tason poliittiset päätökset, joihin pyritään vaikuttamaan maakunnan edunvalvonnalla. Tässä luvussa käydään läpi joitakin ajankohtaisia matkailuun liittyviä teemoja.

Matkailun kehittämisen resurssit

Työ- ja elinkeinoministeriön matkailun kehittämisen resursointi ei ole kasvanut, vaikka työtehtävät ovat moninkertaistuneet. Henkilöstöresurssit ovat jo pitkään olleet alimitoitettuja nimenomaan strategisen

suunnittelun ja ohjauksen saralla. Tästä huolimatta hyviä tuloksia on saavutettu, mutta tilanne ei voi jatkua nykyisellään. Kehityksessä mukana pysyttelemisen ei enää riitä, vaan Suomen matkailun kilpailukyky kove-
nevassa markkinatilanteessa tulee varmistaa riittävillä resursseilla.

Kansallispuistojen ja luontomatkailukohteiden korjausvelka

Luonto on Lapin ja koko Suomen matkailun tärkein vetovoimatekijä. Ulkoilureitistöjen kehittämällä ja monikäyttöisyydellä on suuri merkitys matkailun ympärivuotisuuden mahdollistajana. Korona-aikana kansallispuistojen ja luontoreitistöjen tärkeys on entisestään kasvanut. Luonnon tarjoamien mahdollisuuksien liiketoiminnallinen hyödyntäminen tehokkaasti ja kestävästi edellyttää laadukasta ja toimivaa infrastruktuuria.

Kansallispuistojen ja muiden luontomatkailu- ja retkeilykohteiden kävijämäärät kasvavat vahvasti samaa tahtia matkailuelinkeinon kehityksen kanssa. Kohteet rakenteineen ja palveluineen ovat luontomatkailulle äärimmäisen tärkeitä, mutta niiden kunnossapito ja kehittämisen rahoitus on kuitenkin viime vuosina ollut täysin riittämätön. Korjausvelkaa syntyy, ja palvelut heikkenevät. Korjausvelka myös heikentää matkailijoiden turvallisuutta. Korjausvelan kasvu vaikuttaa myös Lappi-brändiin upeana luontomatkailukohteena, koska huonokuntoisten kohteiden käyttäjien tekemä vertaisviestintä sosiaalisessa mediassa on vastakkaista Lapin matkailutoimijoiden tekemään viestintään nähden.

Elokuva- ja AV-alan kannustinjärjestelmä

Suomessa on käynnistetty AV-tuotantojen kolmivuotinen kannustinpilotti vuoden 2017 alusta. Sillä edistetään ulkomaisten ja kotimaisten audiovisuaalisten tuotantojen sijoittumista Suomeen. Lapin elokuvakomissio on markkinoinut Lappia kuvauskohteena jo kymmenen vuoden ajan. Kannustimen vaikutus näkyy selvästi elokuvakomissioon tulevien tuotantokyselyiden määrässä ja laadussa sekä suurempina, kansainvälisinä tuotantoina.

Business Finlandin tekemän väliselvityksen kehittämissuosituksissa nousevat selkeästi esille AV-kannustimen rahoituksen jatkon tärkeys, vuosikohtaisen rahoituskaton poistaminen ja tuotantokannustimen markkinoinnin uudistaminen. Järjestelmän pitää olla pysyvä osa suomalaista taloutta ja siihen tulisi panostaa suuremmilla resursseilla.

Loma-aikojen jaksottaminen

Koulujen alkamisen siirtäminen elokuun loppuun todennäköisesti lisää matkailupalvelujen kysyntää siinä määrin, että useampien yritysten kannattaisi pitää ovensa auki. Kansainvälinen kysyntä ei siihen vielä yksinään riitä, ja toisaalta palvelujen puuttuminen estää kysynnän kasvun. Kotimaan rajallisten markkinoiden varaan ei kuitenkaan kannata laskea liikvoja. Loma-aikojen jaksottamisen tuoma hyöty piilee siinä, että sen avulla voidaan luoda lisäkysyntää, joka auttaa pitämään palvelut tarjolla myös kansainvälisille asiakkaille.

Myös talvi- ja hiihtolomien laajentaminen kolmelta viikolta (viikot 8,9,10) viidelle viikolle tukisi matkailun ympärivuotisuutta.

7. MATKAILUN VASTUULLISUUS JA VAIKUTUKSET

Matkailun avulla tuetaan alueiden kehittämistä erityisesti kasvukeskusten ulkopuolella ja vahvistetaan siten tasapainoista aluerakennetta. Toimialan merkitys erityisesti harvaanasuttujen alueiden elinvoimaisuudelle on huomattava, sillä matkailu tuo tuloa ja työpaikkoja myös muille toimialoille, ja sen tuoma lisäkysyntä mahdollistaa monipuolisempia ja laadukkaampia palveluita myös paikallisille asukkaille. Lisäksi matkailun kerrannaisvaikutukset esimerkiksi vähittäiskauppaan tai tukipalveluihin luovat pohjaa myös muiden elinkeinojen kehittymiselle.

Koronapandemian aikana kuluttajien tietoinen kuluttaminen ja kestävien arvojen vaikutuksen vahvistuminen ostopäätöksiin ovat lisääntyneet. Matkailupalveluissa kuluttajien vaatimuksien laatua, vastuullisuutta ja reilua kohtaan odotetaan kasvavan entisestään myös koronakriisin hellittäessä. Koronakriisin vaikutuksesta usean matkailuyrityksen liiketoiminta pysähtyi täysin, tästä huolimatta lappilaisissa matkailuyrityksissä on panostettu uusiutumiseen liittyviin toimiin osaamista, uudenlaisia tuotteita ja työskentelytapoja kehittämällä. Kuluttajille suunnatuissa palveluissa on onnistuneesti yhdistetty uusia innovatiivisia matkakokemuksia ja terveysturvallisuus. Lappi tunnetaan arktisesta luonnosta, avarasta maisemasta, pitkistä etäisyyksistä sekä maailman puhtaimmasta ilmasta. Koronakriisin jälkeen rajojen avautuessa Lapilla on erinomaiset mahdollisuudet profiloitua myös terveysturvallisena matkailukohteena. Yrityksissä kriisin aikana tehty väsymätön matkailun kehittämistyö kertoo lapin matkailun kannattavuudesta, yrittäjien uskosta kannattavan liiketoiminnan palautumiseen, vahvasta tuotekehityksestä sekä halusta kehittää maakunnan matkailua ja sen vastuullisuutta.

Lapin matkailua halutaan kehittää kestävä kehityksen periaatteiden mukaisesti. Kestävyttä tulee tarkastella ekologisesta, taloudellisesta ja sosiokulttuurisesta näkökulmasta. Kestävä matkailun ohella viime vuosina on korostettu myös vastuullista matkailua, jolla tarkoitetaan kestävä kehityksen osa-alueiden toteuttamista käytännön toiminnassa. Vastuullisessa matkailussa korostuvat ekologisuuden ja taloudellisen kestävyys lisäksi eettisyys, sosiokulttuuriset tekijät ja turvallisuus. Vastuullisen matkailun periaatteet on esitelty ns. Cape Townin julistuksessa. Arktisilla alueilla kestävä ja vastuullisen matkailun merkitys korostuu toimintaympäristön haavoittuvuuden vuoksi. Monet Lapin matkailun alueorganisaatioista ovat laatineet ja toteuttavat vastuullisuusohjelmia alueellaan. Myös Lapin arktisen erikoistumisen strategian lähtökohtana on arktisen luonnon ja luonnonolosuhteiden kestävä hyödyntäminen. Tähän perustuu myös Lapin matkailun vetovoima, sekä uuden liiketoiminnan kehittäminen.

Lapin matkailukeskuksissa on jo ennen koronakriisiä otettu käyttöön erilaisia keinoja ilmastonmuutoksen torjuntaan. Myös koronakriisin aikana lukuisat matkailuyritykset ovat vahvistaneet ympäristöystävällisyyden sekä sosiaalisen, kulttuurisen ja taloudellisen vastuun osaamistaan vastatakseen paremmin muuttuvaan kysyntään ja kyetäkseen kasvamaan kestävästi. Osaamisen kehittämisen avulla yritykset saavat myös uutta lisäarvoa palvelutarjontaan, lisäksi vahvistetaan kykyä tasata ja pidentää sesonkeja.

Yhteistyöllä julkisen tahon, korkeakoulujen ja elinkeinoelämän välillä on tutkimusten mukaan lukuisia positiivisia vaikutuksia. TKI yhteistyötä tekevät yritykset ovat useammin innovatiivisempia, kehittämisorientoituneempia ja kasvuhakuisempia kuin muut yritykset keskimäärin. TKI yhteistyö vahvistaa yritysten osaamista ja tietopohjaa sekä rohkaisee yrityksiä uusien innovaatioiden hyödyntämiseen ja uuden työvoiman rekrytointiin. Yhteistyössä on tärkeää huomioida elinkeinoelämän tarpeet.

Matkailun kestävyyskeskusteluun on viime vuosina noussut aiheeksi liikamatkailu. UNWTO:n mukaan liikamatkailulla tarkoitetaan tilannetta, jossa matkailu heikentää merkittävästi paikallisten elämänlaatua ja/tai matkailijoiden kokemusta matkakohteesta. Liikamatkailuun liittyy usein voimakasta matkailijamäärien kasvua. Tyypillisiä liikamatkailun piirteitä ovat niin ikään kohdealueen infrastruktuurin ruuhkautuminen tai pettäminen sekä lisääntyvä protestointi matkailua vastaan. Lapissa liikamatkailuun liittyviä lausuntoja ja näkemyksiä on nostettu esiin muutamissa kohteissa, mutta kysymyksessä on ollut hyvin lyhytaikaiset ruuhkahuiput pistemäisissä kohteissa. Silti myös liikamatkailu ilmiönä on tarpeen huomioida kehittämisessä ja pyrkiä tarvittaessa hallitsemaan negatiivisia vaikutuksia.

Lappilaisessa kontekstissa erityispiirteitä ovat matkailun vaikutukset ja suhde saamelaiskulttuuriin. Lappi-sopimuksessa 2022–2025 on erillisenä liitteenään Saamelaiskulttuurin elinvoimaisuus painopiste, joka yhdessä vastuullisen ja eettisesti kestävä saamelaismatkailun toimintaperiaatteiden kanssa ohjaa matkailun ja saamelaismatkailun kehittämistä ja yhteistyötä. Saamelaiskulttuurin ja matkailun välistä rajapintaa ohjaavat saamelaismatkailun eettiset ohjeet, jotka on esitelty tarkemmin liitteessä 2.

Matkailulla on aina vaikutusta kohdealueen paikallisiin yhteisöihin ja elinympäristöön. Lapissa on matkailun kehitys ollut suotuisaa ja taloudelliset hyödyt ovat merkittäviä. On kuitenkin tärkeä huomioida kaikki matkailun vaikutukset.

7.1 Ekologiset vaikutukset

Matkailun ekologiset vaikutukset liittyvät mm. maankäyttöön, luonnonvarojen käyttöön, päästöihin, kulu-tukseen, maisema-alueiden ja perinnebiotooppien huomioimiseen sekä eläinten elinalueiden huomioimi-seen. Vaikutukset voivat olla **välillisiä**, kuten matkustamisesta aiheutuvat päästöt ilmakehään, tai **välittömiä**, kuten luonnossa liikkumisen aiheuttama maaston kulutus, roskaaminen ja eläinten häirintä.

Välilliset vaikutukset syntyvät pääosin matkailun aiheuttamista liikenteen ja asumisen päästöistä. Strategian tavoitteena oleva matkailun kasvu merkitsee väistämättä myös liikenteen päästöjen kasvua. Kotimainen asia-kas saapuu lähempää ja siksi päästöt ovat pienemmät. Kansainvälisistä asiakkaista valtaosa saapuu Lappiin lentäen. Sijaintinsa vuoksi Lappi on siis riippuvainen lentoliikenteestä. Lentoliikennettä koskeviin päästörat-kaisuihin ja teknologian kehitykseen strategialla ei voida suoraan vaikuttaa. Ilmastovaikutusten ja niistä joh-tuvien riskien (esim. lentoliikenteen rajoitukset tai polttoaineen hinnan nousu) takia strategian toteutuksessa tulisi varmistaa, että kehitetään myös lentoliikenteen vaihtoehtoja, kuten juna- ja bussiyhteyksiä, sekä pyri-tään pidentämään viipymiä.

Vähähiilisyden ja taloudellisesti kestävä kehityksen edistäminen Lapin matkailussa onkin tärkeä tavoite strategiakaudelle. Päästöjen vähentämisen ensimmäinen edellytys on, että matkailuyrityksillä ja -alueilla on laskennallinen tieto päästöjen määrästä. Tähän haasteeseen on vastannut mm. Välkky- hanke, jossa on laa-dittu mittari hiilijalanjäljen mittaamiseen ja seurantaan. Mittarin avulla kehitystä voidaan seurata sekä yri-tyksissä että matkailukeskuksissa, ja pyrkiä siten vähentämään hiilijalanjälkeä aluekohtaisilla toimenpiteillä. Toistaiseksi vasta pieni osa Lapin yrityksistä on ottanut käyttöön hiilijalanjälkilaskurin ja laskenut oman hiili-jalanjälkensä. Laskurin käytön odotetaan nopeasti yleistyvän. Strategiakauden aikana matkailukoh-teissa syntyvien päästöjen laskemista päästövähennystavoitteiden laatimista edistetään. Niiden päästöjen osalta, jota ei voida vähentää, ilmastovaikutuksiin on tarjolla erilaisia kompensatiojärjestelmiä ja -mahdol-lisuuksia.

Matkailukohteessa syntyviin päästöihin voidaan vaikuttaa energia- ja jätehuoltoa kehittämällä. Matkailukeskusten tulisi pyrkiä yhteisiin uusiutuvaan energiaan sekä jätteiden lajitteluun ja kierrätykseen perustuviin ratkaisuihin. Kunnilla on kaavoituksen kautta merkittävä rooli niiden ohjaajina ja myös toteuttajina.

Lapin maakunnan maapinta-alasta 30 prosenttia on luonnonsuojelu- ja erämaa-alueita. Joitakin yksityismaiden luonnonsuojelualueita lukuun ottamatta alueet ovat valtion omistuksessa ja Metsähallituksen luontopalveluiden hoidossa. Vaikka Lapissa on suhteellisen paljon suojelualueita, joihin sisältyy vanhoja metsiä, ovat vanhojen metsien lajit silti vähentyneet. Suomen lakisääteisistä suojelualueista 67 % sijaitsee Lapissa ja talousmetsien monimuotoisuuden suojelukohteista 46 %. Riittävä luonnonsuojelualueverkko tukee alueen ekologista kantokykyä ja suojaaa alueen biodiversiteettiä.

Luonto ja suojelualueet on useissa tutkimuksissa todettu Lapin matkailun keskeisiksi vetovoimatekijöiksi. Eri-tyisesti kansallispuistot, jotka sijaitsevat matkailukeskusten läheisyydessä, ovat tärkeitä luontomatkailun kohdealueita. Suurin osa muistakin suojelualueista on jossakin määrin matkailukäytössä, lukuun ottamatta luonnonpuistoja. Luonnonsuojelu- ja erämaalait rajoittavat merkittävästi matkailutoimintoja ja edellyttävät, että alueiden suojeluarvot säilyvät. Luonnon hyödyntäminen kestävästi matkailun toimintaympäristönä sekä luonnon monimuotoisuuden säilyttäminen ovat kestävän matkailunkehittämisen tavoitteita.

Metsähallituksen tekemän selvityksen mukaan aktiivisessa luontomatkailu- ja virkistyskäytössä on vain noin seitsemän prosenttia em. alueiden pinta-alasta. On todennäköistä, että matkailun kasvu keskittyy strategian mukaisesti edelleen matkailukeskusten lähialueille. Mikäli kasvu voidaan ohjata jo käytössä oleville reiteille ja taukopaikoille, sen luonnolle ja luonnon monimuotoisuudelle aiheutuvaa rasitusta voidaan minimoida. Kasvun ohjaaminen painopistealueille ja olemassa olevan palveluvarustuksen piiriin vähentää myös tarvittavan polttoaine- ja jätehuollon aiheuttamaa kuormitusta. Negatiivisten vaikutusten kasvun estäminen edellyttää riittävää seurantaa, ohjausta ja panostusta palveluvarustuksen laatuun ja kapasiteettiin.

7.2 Sosiokulttuuriset vaikutukset

Matkailu näkyy ja vaikuttaa jossakin mitassa lähes kaikkien lappilaisten elämässä. Konkreettisimmin se vaikuttaa niihin ihmisiin ja yhteisöihin, jotka saavat elantonsa siitä. Matkailu luo mahdollisuuksia työllistymiseen ja asumiseen kotiseudulla erityisesti alueilla, joilla muita elinkeinoja on niukasti. Välillisesti matkailu luo kysyntää ja tarjontaa yksityisille ja julkisille palveluille ja siten tukee paikallisyhteisöjen palveluiden säilymistä. Pääsääntöisesti matkailun kasvun vaikutukset paikallisyhteisöjen olemassaoloon ja elämään ovat positiivisia.

Monet matkailukeskukset ovat syntyneet alueille, joilla ei ole ollut perinteisiä paikallisyhteisöjä. Niiden muodostuminen uusiksi paikallisyhteisöiksi on ollut hidasta. Ympärivuotinen matkailu vaatii vakinaista työvoimaa, mikä taas edellyttää julkisia ja yksityisiä palveluja. Vanhan ja uuden yhteisörakenteen yhdistäminen on ajoittain ollut haasteellista. Matkailun kasvu edellyttää kunnilta jatkossakin aktiivista toimintaa rakentamisen ja palvelujen ohjaamisessa.

Kasvava matkailu voi luoda myös ristiriitoja paikallisyhteisöihin. Maankäytön ristiriidat voivat aiheuttaa yhteisöjen jakaantumista, kuten joillakin alueilla on käynyt esimerkiksi kaivostoiminnan ja matkailun yhteensovittamisessa. Matkailun maankäyttötarpeet vaativat yhteensovittamista myös esimerkiksi porotalouden, metsätalouden ja paikallisten asukkaiden virkistyskäytön (esim. metsästys ja kalastus) kanssa. Matkailu on merkittävä elinkeino saamelaiden kotiseutualueella. Saamelaismatkailun eettiset ja vastuulliset ohjeet koskevat matkailun toimijoita kaikilla tasoilla. Sosiaalisten vaikutusten kohdalla ei voida sivuuttaa myöskään

matkailijoihin itseensä kohdentuvia vaikutuksia. Matkailun vaikutukset ovat pääosin positiivisia: se tukee ihmisten hyvinvointia ja luo uusia yhteyksiä jopa rajojen yli.

7.3 Taloudelliset vaikutukset

Strategian tavoitteena on matkailun ja sen maakuntaan jättämän matkailutulon kasvu. Matkailuntulo kasvaa taloudellisesti kestävästi ottaen huomioon sekä ekologisen että sosiaalisen kestävyys niin, että se takaa tulevien sukupolvien hyvinvoinnin. Tavoitteena on, että tulevaisuudessa matkailu jakaantuu varsin tasaisesti koko maakuntaan ja luo siten edellytyksiä taloudelliselle toiminnalle koko alueella. Matkailu on työvoimavaal-taista ja käyttää paikallisia raaka-aineita, joten suurin osa matkailutulosta jää paikkakunnalle.

Matkailuun liittyviä ongelmia ovat sesonkiluonteisuus, heikko kannattavuus ja kehittymätön yritys rakenne. Nämä ovat rajoittaneet kehittämispänsoksia, investointeja ja uusien yritysten syntymistä alueelle. Sesonki-luonteisuus aiheuttaa työvoiman vaihtuvuutta, määräaikaaisuutta ja heikkoa palkkatasoa. Strategian tavoit-teena on matkailun ympärivuotisuuden tukeminen ja kapasiteetin käyttöasteen lisääminen, mikä parantaa kannattavuutta ja vähentää sesonkiluonteisuudesta aiheutuvia ongelmia. Se myös johtaa uusien yritysten syntymiseen ja sijoittumiseen alueelle.

Lapin matkailun vastuullisuutta kehitetään strategiakaudella erityisesti seuraavaksi luetelluilla toimenpi-teillä:

Vastuullisen matkailun kehittämisessä tarvitaan osaamista. Painopisteenä onkin kestävä matkailun alueel-linen osaaminen Lapissa ja matkailukeskittymissä. Toimenpiteinä ovat esimerkiksi Vastuullisen matkailun portaat opiskelijoille, Sustainable Travel Finland -koulutukset yrityksille ja lisäksi matkailuhankkeissa järjes-tettävät valmennukset. Vähähiilisyteen liittyviä hankkeita tuetaan ja strategiakaudella laaditaan matkailun vihreän siirtymän suunnitelma.

Lapin vastuullisen matkailun verkosto on yritys vetoinen yhteistyöfoorumi, jonka toimintaan yrityksiä kan-nustetaan osallistumaan. Verkosto on keskeinen toimija myös vastuullisen matkailun viestinnän tehostami-nessa.

Vastuullisuuteen liittyvät myös vastuullisen ja eettisesti kestävä saamelaismatkailun toimintaperiaatteiden noudattaminen ja paikallisten asukkaiden säännöllisen kuuntelumenetelmän luominen. Keskeisinä kansalli-sina yhteistyökumppaneina toimivat Visit Finland ja Sustainable Travel Finland -hankkeen toimenpiteet. Ta-voitteena on, että

- mahdollisimman moni matkailukohde hyväksyy Visit Finlandin kestävä matkailun periaatteet
- tuetaan matkailukohteita ja yrityksiä kestävä matkailua edistävän Sustainable Travel Finland (STF) -ohjelmaan hakeutumisessa ja toteutuksessa
- Lapin matkailuyrityksiä tuetaan ja avustetaan sertifioimaan laatu- ja kestävä matkailun järjes-telmä.

Liite 1. Matkailualan toimijoita ja heidän tehtäviään

TOIMIJA	TEHTÄVÄN/TOIMINNAN/ROOLIN KUVAUS
Matkailuyrittäjät	Liiketoiminta, tuotekehitys, markkinointi, myynti ja omat kehityshankkeet. Osallistuminen alueorganisaation toimintaan alueellaan, mukana mahdollisissa yhteisissä kehittämishankkeissa.
Matkailun alueorganisaatiot	Matkailumarkkinointi, myynti ja tuotekehitys, matkailun jakelutieyhteistyön ja saavutettavuuden kehittäminen sekä digitaalisuuden ja laadun sparraaminen, matkailukohteiden strateginen johtaminen ja suunnittelu
Elinkeinoyhtiöt ja seudulliset edunvalvontaorganisaatiot	Matkailun kehittäminen alueella ja yritysneuvonta ja alueellisten koulutusten ja osaamisen koordinointi.
Lapin Matkailuelinkeinon Liitto (LME)	Matkailuelinkeinon edunvalvonta, jäsenten välisen yhteistoiminnan ja alan yleisten toimintaedellytysten parantaminen.
Visit Arctic Europe -hanke	Matkailumarkkinointi VAE-hankkeen kautta.
House of Lapland	Lapin alueellinen markkinointi- ja viestintätalo. Lapin markkinointi matkakohteena, asuinympäristönä, bisnesympäristönä sekä elokuvakomissiotoiminnan kautta kuvauslokaationa. Vahva painotus digitaaliseen markkinointiin.
Lapin kauppakamari ja sen matkailuvaliokunta	Matkailutoimialan kehityksen seuranta ja toimialan edunvalvonta ja toimintaympäristön kehittäminen
Lapin Yrittäjät	Toimialan edunvalvonta.
Paliskuntain yhdistys	Porotalouden ohjaus-, neuvonta- ja asiantuntijaorganisaatio
Porotilamatkailu ry.	Porotilojen ja poromiesten matkailutoiminnan, yhteistyön ja sidosryhmäsuhteiden edistäminen
Julkinen sektori, virastot, tutkimus- ja kehittämisorganisaatiot	
Lapin kunnat	Matkailutoimialan toimintaedellytysten turvaaminen ja kehittäminen.
Lapin liitto	Kehittämishankkeiden rahoitus, maakuntatason strategiatyö, koordinointi, edunvalvonta, maakuntatason matkailukehityksen seuranta ja kehittämistyö valikoiduissa teemoissa hankkeiden kautta.
Lapin ELY-keskus	Yritysten ja yritysten toimintaympäristön kehittämishankkeiden rahoitus, työllisyyden edistäminen sekä osaavan työvoiman saatavuudesta huolehtiminen, vesi- ja luontoympäristöön ja luonnonvaroihin sekä tieverkkoon ja liikenteeseen liittyviä ylläpito- ja kehittämistehtäviä.
Finnvera	Rahoitus.

Lapin aluehallintovirasto	Matkailualan turvallisuus ja valvonta.
Metsähallitus	Matkailun toimintaedellytysten edistäminen kehittämällä monipuolisesti luontomatkailun infrastruktuuria erityisesti kansallispuistoissa ja muilla suojelualueilla, jalostamalla aktiivisella kaavoitustyöllä matkailukeskusten kehittymisen edellytyksiä sekä yhteensovittamalla eri maankäyttömuotoja kaikilla matkailun painopistealueilla siten, että matkailun kehittymisen kestävät edellytykset turvataan.
Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti (MTI)	Tiedontuotanto, koulutus, tutkimus ja kehittäminen.
Luonnonvarakeskus	Tiedontuotanto, koulutus, tutkimus ja kehittäminen.
Muut Lapin korkeakoulukonsernin oppilaitokset, jotka tarjoavat matkailualan tai matkailun liitännäisalojen koulutusta	Tiedontuotanto, koulutus ja tutkimus.
Muut	
Saamelaiskäräjät	Saamelaiskäräjät ilmaisee saamelaisten virallisen kannan. Saamelaiskäräjien tehtävänä on saamelaiskäräjälain § 6 mukaan edustaa saamelaisia tehtäviinsä kuuluvissa asioissa niin kansallisesti kuin kansainvälisestikin. Saamelaiskäräjien tärkein tehtävä on toteuttaa perustuslaissa sille säädettyjä tehtäviä eli toteuttaa saamelaista kulttuuri-itsehallintoa sekä turvata saamelaisen alkuperäiskansakulttuurin säilyminen ja kehittyminen. Saamelaiskäräjät on hyväksynyt Vastuullisen ja eettisesti kestävän saamelaismatkailun toimintaperiaatteet -ohjeistuksen
Kolttien kyläkokous	Lainsäädännön, viranomaisten päätösten ja muiden toimenpiteiden, joilla voi olla vaikutuksia kolttien toimeentulolle ja muille elinolosuhteille, seuraaminen ja kommentoiminen sekä aloitteiden tekeminen epäkohtien poistamiseksi.
Lapin turvallisuusverkosto	Matkailun häiriöttömän toiminnan varmistaminen ja suotuisan kehityksen turvaaminen sekä turvallisuuteen liittyvä ennakointi. Eri toimijoista koostuva verkosto.
Lapin matkailun asiantuntijaryhmä	Lapin liitossa tehtävän maakunnallisen matkailun strategian ja koordinoimisen ohjaaminen. Eri toimijoista koottu ryhmä, joka kokoontuu n. 4 kertaa vuodessa.
Matkailun toimialaklusteri	Näkemyksen muodostaminen toimialan nykytilasta, kehitysnäkymistä ja tulevaisuudesta. Ennakointihankkeessa perustettu ryhmä, joka muodostuu

	yriytysten, julkisen sektorin, koulutuksen järjestäjien ja aluehallinnon edustajista.
Valtakunnalliset matkailutoimijat	
Työ- ja elinkeinoministeriö (TEM)	Suomen matkailupolitiikka ja matkailun kehityksen seuranta
Visit Finland, Business Finland	Suomen matkailumarkkinointi, Suomen maabrändin kehittäminen, matkailun kehittämisen koordinointi, tuotekehityksen ohjaus ja tutkimustiedon tuottaminen. Aloitettu suuralueyhteistyö, jonka puitteissa aluepäällikkö Lapissa.
Matkailu- ja ravintolapalvelut (MaRa)	Matkailu-, hotelli-, ravintola- ja vapaa-ajanpalvelualan sekä niihin liittyvän hyvinvointipalvelualan edunvalvoja ja työmarkkinajärjestö.
Suomen matkailuorganisaatioiden yhdistys (SUOMA)	Kotimaan matkailun alueellisten organisaatioiden, matkailukeskusorganisaatioiden ja I-kilpimatkailutoimistojen yhteiselimenä sekä edunvalvontajärjestönä toimiminen matkailualan keskusjärjestöihin, valtion matkailuhallintoon ja muihin alalla toimiviin yhteisöihin nähden sekä kotimaan yhteismarkkinointiin panostaminen.
Suomen Matkailijayhdistys (SMY)	Kotimaan matkailun edistäminen.
Tilastokeskus	Matkailu- ja liikennetilastot.
Finavia	Lentoasemaverkoston ylläpito.

Liite 2. Eettisesti kestävä saamelaismatkailu

Saamelaismatkailu ymmärretään matkailuna, jossa saamelaiskulttuurin voimavaroja hyödyntäen tuotetaan matkailupalveluja ja tarjotaan niitä liiketoiminnallisin perustein. Saamelaiskäräjien määritelmän mukaan se on **saamelaisuuteen perustuvaa matkailua**, jossa saamelaisyhteisön sisältä tulevat toimivat matkailuelinkeinon harjoittajina. Saamelaiskulttuurimääritelmä on yleisesti käytettyjä kulttuurimääritelmiä huomattavasti laajempi, kokonaisvaltaisempi ja monisyisempi. **Saamelaiskulttuuriin** kuuluvat muun muassa saamen kieli, saamelainen kulttuuriperintö, kulttuuri-ilmaukset, saamelaistaide, saamelaisten perinteinen tieto, saamelainen luontosuhde, perinteiset saamelaiselinkeinot ja niiden nykyaikaiset harjoittamisen muodot samoin kuin muut saamelaisten alkuperäiskansana harjoittaman kulttuurin tavat ja muodot. Siten esimerkiksi saamen kieli, tarinat, musiikki sekä saamelaiskulttuurin näkyvimät symbolit kuten saamenpuvut ja saamenkäsityöt ovat kiinteässä yhteydessä muun muassa perinteisiin saamelaiselinkeinoihin muodostaen erottamattoman kokonaisuuden, jonka jokainen osa-alue tarvitsee toista säilyäkseen elinvoimaisena mahdollistaen saamelaiskulttuurin säilymisen, kehittymisen ja siirtämisen tuleville sukupolville. Jos esimerkiksi yksi kulttuurin osa-alueista häviää tai sen toiminta-alue rajoittuu, tuntuvat nämä vaikutukset heti toisaalla.

Eettisesti kestäväällä saamelaismatkailulla viitataan matkailuun, joka pitää sisällään sosiaalisen, kulttuurisen, ekologisen kestävyuden ja kantokyvyn huomioon ottamisen paikallisella tasolla. Saamelaiskulttuurin matkailullinen hyödyntäminen ei ole kestäväällä pohjalla, jos yksikin näistä kestäväen kehityksen elementeistä jää toteutumatta. Sosiaalinen, kulttuurinen, ekologinen ja taloudellinen kantokyky on paikallisesti vaikuttava asia, jota Lapin matkailustrategiassa käsitellään lähtökohtaisesti saamelaiskulttuurin säilymisen, kehittymisen ja luonnollisen siirtämisen mahdollistavasta näkökulmasta ja joka tulisi aina huomioida ja säännöllisin väliajoin tarkastaa matkailutoiminnassa saamelaisten kotiseutualueella.

Tutustu saamelaismatkailun eettisiin ohjeisiin: <https://www.samediggi.fi/saamelaismatkailun-eettiset-ohjeet/>