



L A P P I

Elämänvoimaa

**MATKAILUSTRATEGIA  
2007 – 2010**

**Tiivistelmä**

## 1. STRATEGISELLA SUUNNITTELULLA HYVIÄ TULOKSIA

Edellinen Lapin matkailustrategia vuosille 2003 - 2006 on ohjannut maakunnan matkailun kehittämistä määrittämällä strategisesti tärkeimmät painopistealueet, joiden perusteella hankerahoitusta on suunnattu. Strategian avulla Lapin matkailukenttään on saatu kokonaisnäkemyksiä, joka on mahdollistanut pitkäjänteisen ja vahvan kehittämistyön. Vuonna 2007 strategian tulokset ovat selvästi nähtävissä: Matkailijoiden ja yöpymisten määrä on kasvanut, matkailu on kansainvälistynyt, elinkeino on organisoitunut tehokkaasti ja matkailukeskukset kasvavat vauhdilla. Luottamus matkailun kasvuun näkyy matkailukeskuksissa parhaillaan toteutettavien ja suunniteltujen investointien määrässä ja arvossa.

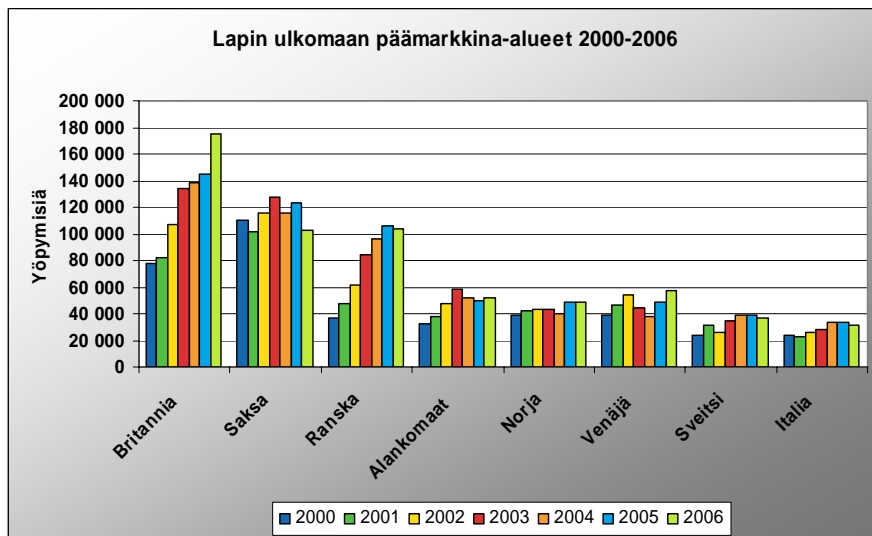
Vuoden 2007 aikana Lapin matkailustrategia on päivitetty ulottumaan vuoteen 2010. Matkailustrategian 2007 – 2010 tärkeimpinä päämäärinä on turvata matkailuelinkeinon kasvu ja kannattavuus, kehittää saavutettavuutta sekä luoda edellytyksiä ympärivuotisten työpaikkojen syntymiselle ja toimeentulon lisääntymiselle. Uusi matkailustrategia on jatkoa edellisen strategian yhteydessä omaksutulle matkailukeskuspainotteiselle kehittämiselle. Edellinen strategia esitteli Lapin viisi merkittävintä matkailualueita tai -keskusta. Koska matkailukeskukset ovat hyvin erilaisissa kehitysvaiheissa, uudessa strategiassa keskukset on jaoteltu neljään kategoriaan: vahvat, keski-vahvat, kehittyvät ja muut alueet. Jatkossa aluejako tarjoaa uuden työkalun matkailun rahoituksen tehokkaaseen suuntaamiseen. Painopiste on kehittyvien ja keski-vahvojen matkailukeskusten nostamisessa kriittiseen massaan.

Lapin matkailustrategian 2007 – 2010 tavoitteet ovat pääosin samat kuin aikaisempina vuosina (esim. kansainvälistyminen ja matkailun ympärivuotisuus), mutta päivitetty strategia pyrkii myös vastaamaan matkailun ajankohtaisiin haasteisiin. Näistä tärkeimpiä ovat saavutettavuuden kehittäminen, matkailumarkkinoinnin tehostaminen, kestävä kehitys sekä matkailun turvallisuus- ja laatukysymykset.

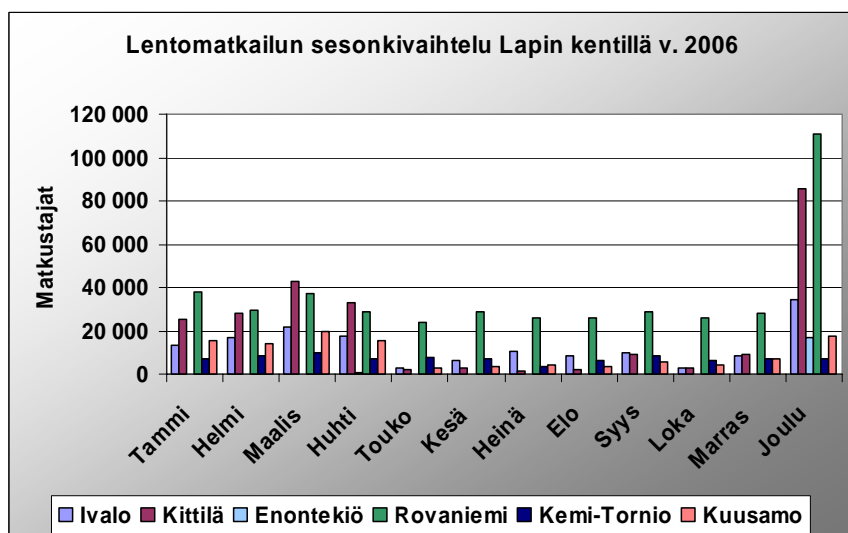
Matkailustrategian päivitystyö on toteutettu yhteistyössä matkailuyrittäjien, alueorganisaatioiden ja muiden matkailutoimijoiden kanssa. Strategian laatimisessa on otettu huomioon Suomen matkailustrategian 2020 linjaukset. Siinä painopistealueiksi on määritelty 1) matkailukeskusten kehittäminen ja 2) teemapohjaisten tuotteiden ja palvelujen kehittäminen. Tuoteteemat pitävät sisällään lumi- ja joulutuotteet, vesistötuotteet, suomalaiset hyvinvointituotteet sekä tapahtumat. Lapin matkailustrategia pohjautuu myös Lapin Maakuntaohjelmaan 2007 - 2010, joka ohjaa yleisellä tasolla maakunnan kehittämistä. Maakuntaohjelmassa matkailu on yksi Lapin kärkitoimialoista, joiden kehittämiseen suunnataan resursseja.

## 2. MATKAILUN NYKYTILA

- Vuonna 2006 Lapissa oli 2,1 miljoonaa rekisteröityä yöpymistä, joista ulkomaalaisten yöpymisten osuus oli n. 40 % (yli 800 000)
- Yöpymisten määrä on kasvanut n. 5 % vuosivauhtia



- Tärkeimmät päämarkkina-alueet ovat Iso-Britannia, Saksa, Ranska ja Alankomaat. Venäläisten matkailijoiden määrä on kasvanut voimakkaasti.



- Lapin matkailulle on ominaista voimakas sesonkiluonteisuus. Joulukuukausi on edelleen paras sesonki, mutta viime vuosina myös kesämatkailu on kehittynyt hyvin.

### 3. STRATEGIA 2007- 2010

#### 3.1 LAPIN MATKAILUN VISIO 2010

Lappi on vetovoimainen, kansainvälinen ja helposti saavutettava matkailualue, jonka monipuoliset matkailupalvelut, puhdas luonto ja elämykselliset aktiviteetit tarjoavat matkailijalle lappilaista ELÄMÄNVOIMAA - kaikkina vuodenaikoina.

#### 3.2 ARVOT

Lapin matkailustrategia 2007 - 2010 pohjautuu seuraaville arvoille:

**Lappilaisuus:** Lapin matkailun vetovoima perustuu aidoille asioille: Puhtaaseen luontoon sekä omintakeiseen lappilaiseen ja saamelaiseen kulttuuriin, joista ollaan ylpeitä.

**Asiakastyytyväisyys ja laatu:** Matkailupalveluja tuotetaan tavalla, joka mahdollisuuksien mukaan huomioi ihmiset yksilöinä. Lämmin ja ystävällinen palvelu viimeistelee laadukkaan matkailutuotteen.

**Innovatiivisuus:** Lapista löytyy luovuutta, tahtoa ja osaamista, jotka tuottavat innovatiivisia matkailupalveluja, -tuotteita ja toimintamalleja.

**Turvallisuus:** Lappi on turvallinen, saasteeton ja puhdas matkakohde. Mahdollisiin turvallisuusuhkiin on varauduttu ja ne pyritään ennaltaehkäisemään.

**Luonnon kunnioittaminen:** Lapin luonto tarjoaa puitteet elämysten kokemiselle. Matkailussa sovelletaan ekologisesti, sosiaalisesti ja kulttuurisesti kestävän kehityksen periaatteita. Tämä tarkoittaa toimimista niin, että myös tuleville sukupolville varmistetaan mahdollisuus matkailuun ja virkistymään Lapin luonnossa.

#### 3.3 PÄÄMÄÄRÄT JA STRATEGISET TAVOITTEET

**Taloudellinen kasvu.** Matkailua kehitetään siten, että matkailukysyntä kasvaa ympärivuotisesti. Matkailuelinkeino kasvaa ja tuo lisää ympärivuotisia työpaikkoja ja toimeentuloa Lappiin. Matkailu hyödyttää välillisesti useita elinkeinoja ja luo siten hyvinvointia koko maakuntaan sekä edistää alueellisesti tasapainoista kehitystä. Matkailua kehitetään keskusvetoisesti. Matkailuelinkeinon verkostoituminen keskusten ja kylien välillä lisää kylien elinvoimaa, vähentää muuttoliikettä sekä kehittää ja ylläpitää palvelurakenteita.

**Toiminnan tehokkuus ja laatu.** Matkailuelinkeinon kannattavuus on hyvä, tuotteet ja palvelut ovat korkealaatuisia ja niitä tarjotaan ympärivuotisesti. Matkailuelinkeino on hyvin organisoitunut, yrittäjien liiketoimintaosaaminen on korkealla tasolla, tutkimustietoa hyödynnetään tehokkaasti ja toiminnan kehittäminen on jatkuva prosessi.

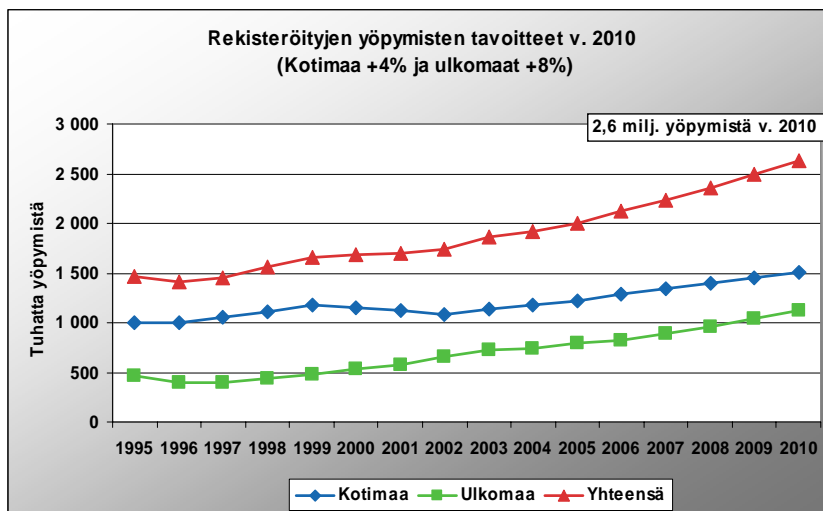
**Saavutettavuus.** Lappi on monipuolisesti eri liikennemuodoilla helposti ja kilpailukykyisin hinnoin saavutettava, sekä kansainvälisesti erittäin vetovoimainen matkailukohde.

**Markkinointi ja myynti.** Lapin matkailumarkkinointi on tehokasta ja sisällöltään korkealaatuista, ja se pohjautuu syvälliseen tutkimustietoon asiakkaiden tarpeista. Vahva brandi on maailmanlaajuisesti tunnettu ja viestii aidoista asioista, joille Lapin vetovoima perustuu: puhtaasta

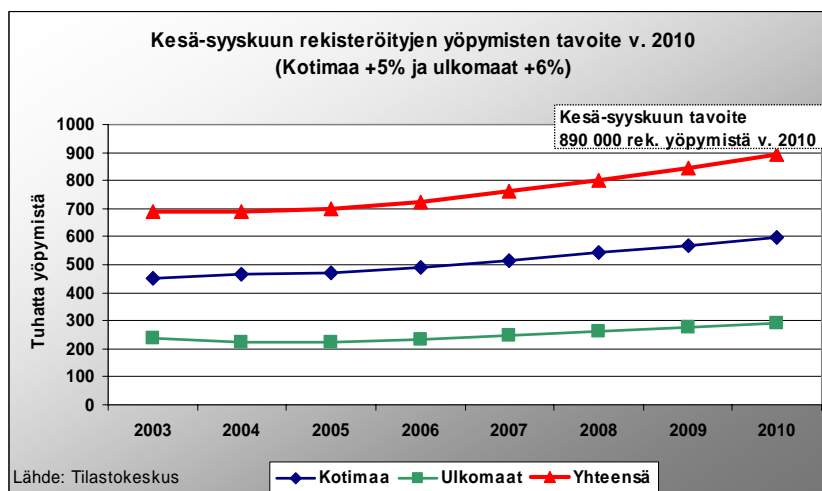
luonnosta, laadukkaasta palvelutarjonnasta, rikkaasta kulttuurista ja kiireettömästä elämäntavasta. Markkinoinnissa ja myynnissä hyödynnetään tehokkaasti sähköisiä jakelukanavia, kuten verkkoympäristöä ja sosiaalista mediaa. Lapin imagoa ja brandia rakennetaan pitkäjännitteisesti ja hyödyntäen mm. sisällöntuotannon osaamista.

**Ympäristön laatu.** Matkailu- ja ympäristörakentaminen perustuu tasokkaaseen suunnitteluun, on korkealaatuista ja kuvastaa lappilaista identiteettiä. Viihtyisyyteen, viherrakentamiseen, maisemointiin ja ympäristön suojaamiseen matkailun kuluttavalta vaikutukselta kiinnitetään erityistä huomiota. Rakentamisessa pyritään yhtenäisten, toimivien ja viihtyisien kokonaisuuksien luomiseen.

### 3.4 MÄÄRÄLLISET TAVOITTEET

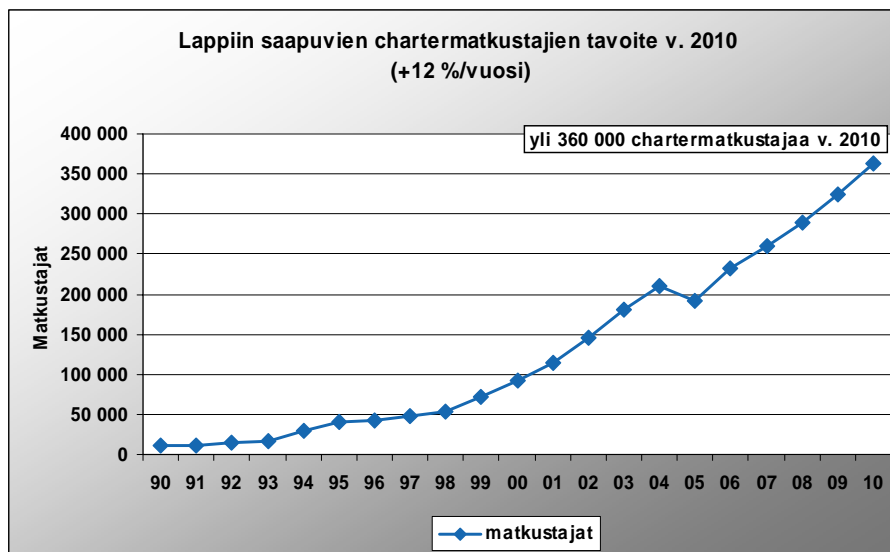


- Rekisteröityjen yöpymisten kasvutavoite kotimaisen kysynnän osalta + 4 % ja ulkomaisen + 8 % vuodessa
- Kokonaiskysynnän kasvu n. 5,3 % vuodessa
- Vuonna 2010 yhteensä 2,6 miljoonaa rekisteröityä yöpymistä (nyk. 2,1 milj. / v.)



- Kesä-syyskuun yöpymisten kasvutavoite + 5,6 % vuodessa

- 890 000 rekisteröityä kesäajan yöpymistä v. 2010



- Kansainvälisten chartermatkailijamäärien kasvu + 12 % vuodessa

### Muita määrällisiä tavoitteita:

- Lapin markkinaosuus ulkomaisista yöpymistä 18 % (nykyinen luku 16,4 %) ja kotimaisista 11 % (nyk. 9,8%)
- Hotellien huonekäyttöaste 47 % (nyk. 42,7 %, koko maa 51,4 %)
- Hotellien keskihinta 86 €(nyk. 72,8 €)
- Hiihtohissilippujen myynti 16,5 milj. € (nyk. 13 milj. €)
- Matkailutoimialojen liikevaihto: majoitus- ja ravitsemisala 315 milj (nyk. 270 milj.) ja ohjelmapalvelut 99 milj. (nyk. 70 milj.)  
(Huom! Luvut ovat Toimiala Onlinesta, LL:ssa arvioitu v. 2007 vuotuinen matkailutulo 500 milj. ja työllisyys 5000 htv.)
- Matkailutoimialojen työvoima yht. 3 300 htv. (Toimiala Online -järjestelmän mukaan laskettuna)
- Junamatkailijamäärien kasvutavoite + 4 % vuodessa eli yli 690 000 junamatkailijaa v. 2010

### 3.5 STRATEGISET TOIMINTALINJAT

Päämäärät ja määrälliset tavoitteet pyritään saavuttamaan panostamalla seuraaviin strategisiin toimintalinjoihin:

#### 1. Matkailukeskusten veturiasema ja profiloituminen

- Matkailukeskusten veturiasemaa on edelleen vahvistettava ja profiloitumista tuettava
- Aluejako:
  - Vahvat matkailualueet: Levi, Ylläs, Olos ja Pallastunturi; Saariselkä; Rovaniemi
  - Keskivahvat: Pyhä-Luosto, Salla, Meri-Lappi
  - Kehittyvät: Somu, Enontekiö-Kilpisjärvi
  - Muut alueet: Keskusten ulkopuoliset alueet, joilla matkailu on kehittynyt positiivisesti
- Rahoitusta suunnataan alueiden erilaisten tarpeiden ja erilaisen kehitysvaiheen perusteella

- Kaikkia alueita rahoitetaan, mutta painotus on kehittyvien ja keskivahvojen keskusten nostamisessa kehityksen seuraavalle tasolle ja kriittiseen massaan
- Rahoitusta suunnataan alueen kokonaisvetovoimaa lisääviin hankkeisiin ja matkailun kehittämisen esteiden eli ”pullonkaulojen” poistamiseen

## 2. Kansainvälistyminen ja saavutettavuus

- Kasvua haetaan kansainvälisiltä markkinoilta
- Elinkeinon kilpailukyky on turvattava Lapin saavutettavuutta parantavilla toimenpiteillä: Lentoliikenteen kehittäminen avainasia
- Joukkoliikennetyöryhmän esittää uuden menomomentin perustamista joukkoliikenteen ostamiseksi. Tukea voitaisiin käyttää:
  - kesäajan lentoliikenteen aktivoimiseen
  - yöjunaliikenteen turvaamiseen
  - syöttö- ja liityntäliikenteen kehittämiseen

## 3. Ympärivuotisuus ja tuoteteemat

- Ympärivuotista matkailukysyntää pyritään lisäämään hyödyntämällä Lapin vahvuuksiin perustuvia tuoteteemoja
- Suomen matkailustrategia: Lumi- ja joulutuotteet, vesistötuotteet, suomalaiset hyvinvointituotteet ja tapahtumat = Lappilaisia matkailun vahvuuksia
- Matkailuyrittäjät vastaavat tuotteistaan ja kehittävät niitä asiakaslähtöisesti
- Elinkeinon kannattavuutta on pyrittävä parantamaan esim. tuotekehityksen avulla

## 4. Markkinointi

- Markkinointia ja myyntiä pyritään tehostamaan ja Lappi-brandin tunnettavuutta vahvistamaan
- Lappi-tason markkinointia toteuttaa Lapin markkinointi Oy:
  - vain ulkomaan markkinointia
  - painopiste imagomarkkinoinnissa
- Matkailumarkkinointia voidaan kehittää tiivistämällä yhteistyötä sisällöntuotannon kanssa (elokuvat, tv-sarjat, verkko- ja mobiilisovellukset), ja kehittämällä sähköisen liiketoimintaa
- Internetistä lappilaisten matkailutuotteiden markkinointi-, myynti- ja jakelukanava
  - kustannustehokas tapa tavoittaa kv. asiakkaat
  - MEK:n maaportaali ja maakuntaportaali
  - Matkailun ja elämystuotannon klusteri (vetäjänä Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus)

## 5. Infrastrukturi ja maankäyttö

- Matkailurakentamisessa on kiinnitettävä huomiota ympäristöön, viihtyvyyteen ja laatuun
- Maankäytöstä on sovittava eri toimialojen kesken kaikkien näkökantoja kunnioittaen: Matkailun, metsä- ja kaivosteollisuuden, porotalouden yms. intressien yhteensovittaminen

## 6. Toimijoiden roolit ja yhteistyö

- Tavoitteena on, että matkailualan toimijoilla on selkeät roolit ja tehtävät matkailun kehittämisessä
- Elinkeino kehittyy yhteistyöllä, joka hyödyttää tasapuolisesti kaikkia osapuolia
- Tuotteet rakentuvat samoille elementeille Lapissa ja Ruka-Kuusamon alueella sekä myös Ruotsin, Suomen ja Norjan Lapissa > Tulevaisuudessa yhteistyön kehittäminen maakunta- ja valtakunnan rajojen yli säästäisi resursseja ja maksimoisi näkyvyyttä kansainvälisillä markkinoilla

## 7. Tutkimus, koulutus ja osaaminen

- Riittävällä ja laadukkaalla koulutuksella turvataan matkailuelinkeinon tulevaisuuden työvoimatarpeet
- Korkeatasoinen matkailututkimus ohjaa elinkeinon kehittymistä
  - Matkailun tutkimusohjelma (MTO)
  - Matkailun tutkimus- ja koulutusinstituutti
- Matkailun tilastointia tulee tehostaa ja käytäntöjä yhtenäistää vertailukelpoisuuden parantamiseksi

## 8. Laatu

- Lappi on matkailun laadussa kärkimaakunta. Tavoitteena on säilyttää laatujohtajan asema
- Kokonaislaadun kannalta on tärkeää:
  - panostaa jatkossakin laatujärjestelmiin sekä yrittäjien liiketoimintaosaamiseen ja henkilöstön osaamisen kehittämiseen
  - kehittää matkailua kestävä kehityksen periaatteiden mukaisesti (ekologinen, sosiaalinen, kulttuurinen ja taloudellinen kestävä kehitys)
  - huolehtia matkailun turvallisuudesta

## 4. STRATEGIAN TAVOITTEET TIIVISTETTYNÄ

Lapin matkailustrategian 2007 – 2010 keskeisimmät strategiset kysymykset liittyvät Lapin saavutettavuuden kehittämiseen, sekä kansainvälisen ja ympärivuotinen matkailukysynnän kasvattamiseen järeillä myynnin ja markkinoinnin tehostamistoimenpiteillä.

Lapin matkailu hakee kasvua kansainvälisiltä markkinoilta ja ympärivuotisen matkailukysynnän lisääminen on tärkeä tavoite. Ympärivuotisen palvelutarjonnan kehittämistä hidastaa se, että tällä hetkellä Lapin saavutettavuus on osittain heikko, varsinkin joulu- ja talvisesongin ulkopuolella. Matkailustrategiassa on pyritty löytämään ratkaisuja Lapin saavutettavuuden parantamiseen, mutta matkailun kokonaisvaltainen kehittäminen on myös tärkeää. Mikäli kansainvälinen matkailukysyntä saadaan kasvamaan ympärivuotisesti, myös saavutettavuus kehittyy.

Ympärivuotisen matkailukysynnän kasvattaminen, erityisesti kansainvälisillä markkinoilla, vaatii nykyistä suurempaa panostusta myynnin ja markkinoinnin kehittämiseen. Markkinoinnin kehittäminen edellyttää kuntien ja matkailuelinkeinon yhteistä tahtotilaa, pitkäjänteistä yhteistyötä ja riittäviä resursseja.



Myynnin ja markkinoinnin kehittämisen yksi väline on sähköisen liiketoiminnan kehittäminen. Suomi mielletään huipputeknologian maaksi, mutta tällä saralla olemme jälkijunassa. Silti edellytykset sähköisen liiketoiminnan kehittämiseksi Lapin matkailun kilpailueduksi ovat varsin hyvät. Tähän tarvitaan matkailuelinkeinon, koulutuksen, tutkimuksen ja muiden toimijoiden tiivistä ja verkostoitunutta yhteistyötä.

Matkailun kehittämisessä riittävän, ajantasaisen ja monipuolisen tutkimustiedon tarve on suuri. Esimerkiksi kansainvälisesti tehokkaan markkinoinnin suunnittelemiseksi tarvitaan jatkuvasti päivitettävää tietoa asiakkaiden kulutuskäyttäytymisestä, markkinoista, trendeistä yms. Matkailuelinkeinon kehittymisestä ja matkailun tulo- ja työllisyysvaikutuksista tarvitaan tietoa, jotta voidaan suunnata julkista tukea oikeisiin kohteisiin ja luotettavasti arvioida tuloksia. Lapissa matkailun tutkimusohjelma tarjoaa laajan toimijaverkoston ja antaa erinomaiset edellytykset korkeatasoisen tutkimustiedon tuottamiselle.

Nykyisen nopean kehityksen vaiheessa huomiota tulee kiinnittää erityisesti rakentamisen, suunnittelun ja ympäristön laatuun. Matkailua tulee kehittää siten, että sen vetovoimatekijät säilyvät ja ympäristö on viihtyisä sekä matkailijan että paikallisväestön näkökulmasta.