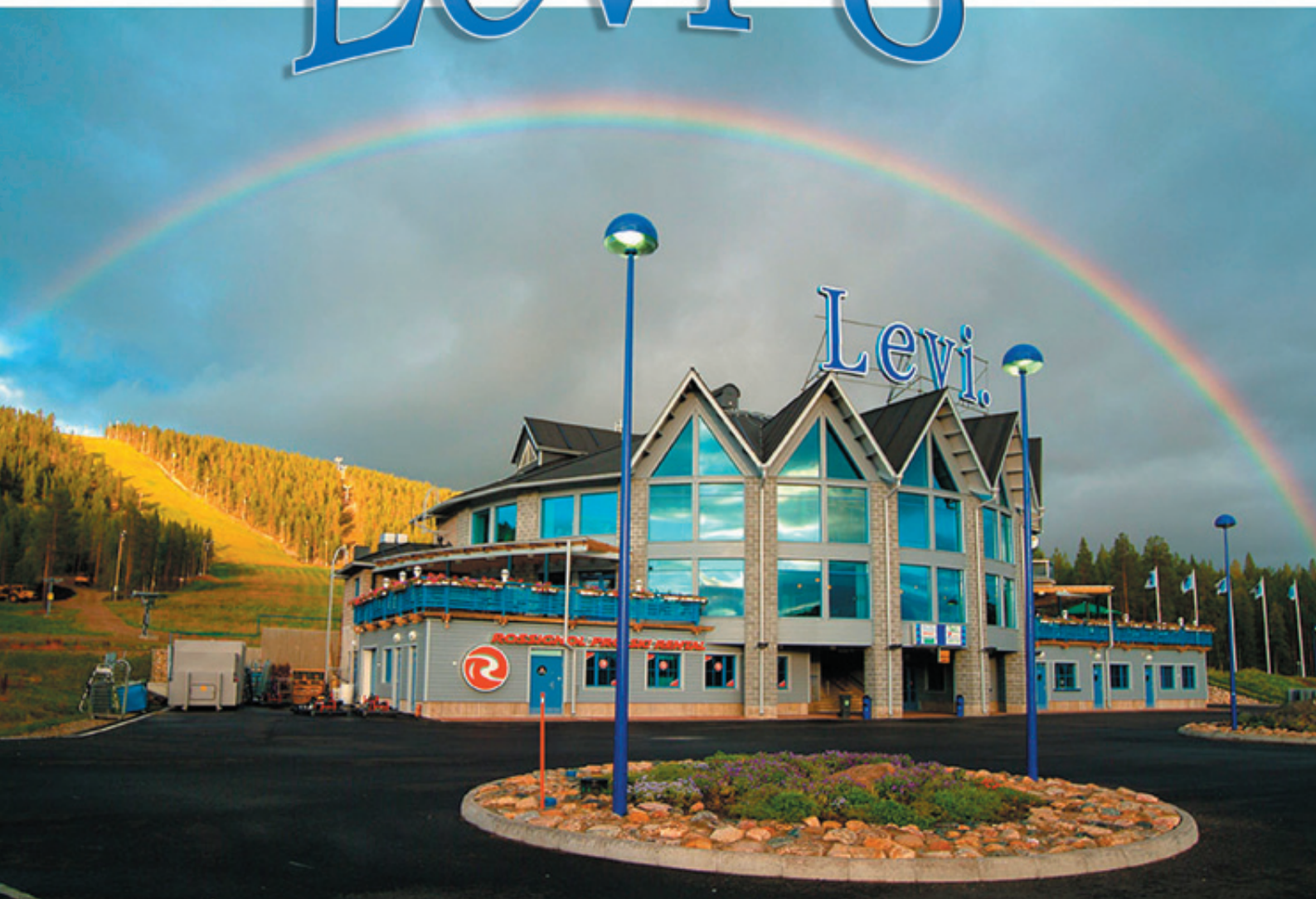




KEHITTÄMISSUUNNITELMAN LOPPURAPORTTI

# Levi 3



# TIIVISTELMÄ

## LEVI KASVANUT SUOMEN SUURIMMAKSI

Levi on Suomen johtava matkailukeskus, jonka kehitys on viime vuosina ollut erittäin nopeaa. Kaudella 2000/01 Levi nousi myynniltään Suomen suurimmaksi hiihtokeskukseksi. Vuonna 2002 Levi aikaansai noin 100 miljoonan euron matkailutulot alueella. Matkailutulo on kaksinkertaistunut vuodesta 1996. Kehityksen taustalla on ollut harkittua suunnittelua ja mittavia taloudellisia panoksia.

*Levi 2 - kehityssuunnitelma* valmistui vuonna 1997. Siinä asetettiin tavoitteeksi sen hetkisen vuodepaikkamäärän miltei kaksinkertaistaminen 15 000:een vuonna 2005. Tavoite saavutettiin jo vuonna 2001 ja kasvuvauhti näyttää edelleen jatkuvan yhtä nopeana.

Levin ympäristön vuonna 1992 vahvistuneen yleiskaavan ja sen perusteella laadittujen maankäyttösuunnitelmien kokonaismitoitus on noin 22 000 vuodepaikkaa. Nyt kaavoittamatta on vain muutama osa-alue, joten nykyisellä rakentamisvauhdilla tonttimaa loppuisi jo ennen vuotta 2010.

Paitsi rakentamisen saralla, myös toimintojen kehittämisessä ja monipuolistumisessa kehitys on ollut viime vuosina erittäin ripeää. Levillä on useita hankkeita, joilla on vaikutusta matkailukeskuksen muihin palveluihin. Loppuvuodesta 2001 valmistui uusi ravintola- ja kilpailukeskus, joka otettiin käyttöön naisten Eurooppa Cupin avauksen yhteydessä. Lisäksi on valmistunut lukuisia pienempiä rakennushankkeita, joilla on vaikutuksia palvelujen ja koko alueen kehittämiseen.

### Levi 3 - kehittämissuunnitelma

Levi 3 - projekti käynnistyi kesällä 2002 ja päättyi syksyllä 2003. Tämä tiivistelmä esittää Levi 3 -kehittämissuunnitelman keskeisimmät tulokset tiiviisti.

Projektissa analysoitiin aluksi Levin nykyinen toimintaympäristö ja Levin matkailun nykytila. Näiden pohjalta määriteltiin visio vuodelle 2020 sekä kehittämisen strategiset päätavoitteet. Lopuksi esitettiin konkreettinen toimenpideohjelma tavoitteiden toteuttamiseksi sekä maankäytön toiminnallinen suunnitelma. Lisäksi laadittiin Levin asiakastytyväisyyden seurantajärjestelmä.

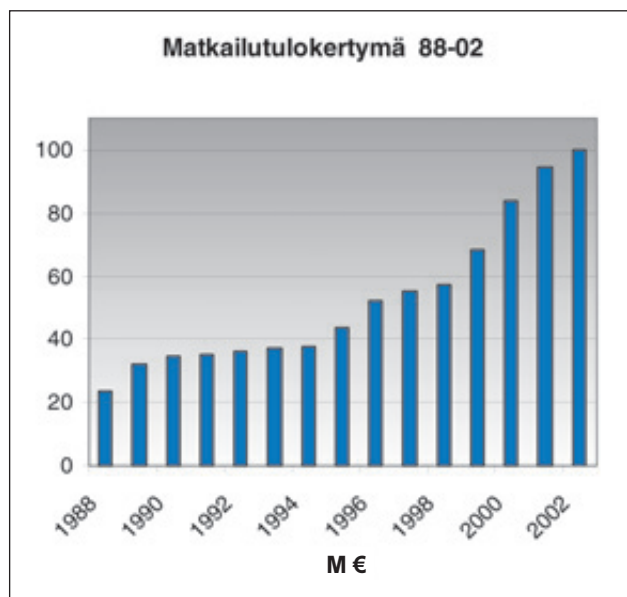
Nyt tehdyn kehittämissuunnitelman pohjalta voidaan jatkaa yksityiskohtaista hankesuunnittelua sekä Levin maankäytön suunnittelua.

Työssä esitetään keinoja, joiden avulla kehitetään paitsi Levin talvimatkailuaktiviteetteja, niin erityisesti vahvistetaan Levin suosiota myös ympärivuotisena matkailukeskukseksi.

Työn tilaajana oli Kittilän kunta ja se on laadittu laajassa yhteistyössä alueen yritysten ja muiden sidosryhmien kanssa. Työn konsulttina toimi Suunnittelukeskus Oy.

### Matkailutulot

Kaudella 02/03 Levillä vieraili noin 360.000 matkailijaa, jotka aikaansivat noin 1,6 miljoonaa yöpymisvuorokautta. Matkailutuloa kertyi kaikkiaan noin 100 miljoonaa euroa.



Levi on vuosien 1994-2003 välisenä aikana yli kaksinkertaistanut hissilippumyynnin ja näin noussut lipunmyynnin perusteella Suomen suurimmaksi hiihtokeskukseksi.

Kasvuvauhti Levillä on ollut huomattavasti maan keskiarvo nopeampaa. Vuosina 1996-2002 Levin matkailukertymä on kasvanut 88 % maan hiihtokeskusten keskiarvon ollessa 10 %.

Visio 2020

## LEVI 2020

Levi on Pohjois-Euroopan kiinnostavin ympärivuotinen, kansainvälinen aktiviteetti- ja elämyskeskus, joka tarjoaa luontoon ja lappilaiseen kulttuuriin perustuvia monipuolisia matkailupalveluja.

### Mitä visio tarkoittaa?

Vuonna 2020 Levi tarjoaa ympärivuotisesti monipuolisia palveluja. Levin pääkohderyhmät vaihtelevat sesonkien mukaan. Levi on verkottunut tiivistä Lapin muiden toimijoiden kanssa saaden näin volyymia kansainväliseen markkinointiin ja palvelutarjontaan. Kesän palvelutarjonta on runsas, sisältäen erittäin vetovoimaisia kärkituotteita.

Levin asiakaskunnasta 50 % on kansainvälisiä matkailijoita ja palvelujen laatu vastaa korkeaa kansainvälistä tasoa. Eurooppalaiset matkailijat ovat kansainvälisten matkailijoiden pääkohderyhmä.

Luonto ja maisema on Levin matkailun tärkein vetovoimatekijä. Luonto on lähellä ja helposti saavutettavissa. Luontoon perustuvat aktiviteetit tarjoavat elämyksiä eri kuntoisille ja eri ikäisille ihmisille.

Lapin aito kulttuuri on olennainen osa Levin matkailutarjontaa. Tarinat, myytit, perinteiset elinkeinot, kuvataide ja musiikki tuovat matkailuun sisältöä, jolla Levi erottuu muista matkailukesuksista. Perinne yhdistettynä nykykulttuuriin luo Levin matkailutarjontaan ainutlaatuisia vetovoimaa, ja lisää tuotevalikoimaa kaikkina vuodenaikoina.

Levin imago sisältää voimakkaan, mystisen ja lämpimän Lapin. Imagossa on rauhan, yhdessäolon ja rentoutumisen sekä toisaalta aktiivisten luonto- ja liikuntakokemusten ja vauhdikkaan yöelämän elementtejä. Levi kulkee kehityksen kärjessä, on palvelutarjonnaltaan monipuolisin, korkealaatuinen ja kaikenikäisille sopiva lappilainen matkailukeskus.

Asiakasryhmistä Levi tavoittelee aktiivisia varhaisia omaksujia ja varhaista enemmistöä; eri ikäisiä ihmisiä, joille uutuudet ja kehityksen kärjessä kulkeminen tuovat lisäarvoa.

Kestävä kehitys ei ole Levillä pelkkä klisee. Levin matkailukeskuksen toiminta on tiiviisti sidottu paikallisiin ihmisiin. Työvoima on pääosin paikallista, samoin matkailun tarvitsemat tuotteet ja oheispalvelut. Perinteiset elinkeinot, erityisesti porotalous, on osa matkailutarjontaa. Luonnon asettamat ehdot ja maisema määrittävät rajat matkailualueen määrälliselle ja laadulliselle kehittämiselle. Yritykset ja matkailijat toimivat ekologisesti. Ympäristönsuojelun, etenkin jätteiden ja jätevesien käsittelyn taso on korkea.

Yhdyskuntarakenne on tiivis, toimintojen keskityessä ydinaluille, jolloin laajat luontoalueet jäävät koskemattomiksi ja helposti saavutettaviksi. Uuden majoituskapasiteetin rakentaminen on painottunut hotellikapasiteettiin, mökkikapasiteetin kasvuvauhdin vastaavasti vähetessä.

### Strategiset päätavoitteet

Levin vision saavuttamiseksi on kehittämiselle asetettu strategiset päätavoitteet, sekä mittarit joiden avulla kehitystä voidaan seurata. Yhtenä keskeisenä seurantavälineenä on Leville kehitetty asiakastytyvyyden seurantajärjestelmä.

#### Levin strategiset päätavoitteet

- 1) **Matkailutulon kasvattaminen 300 milj. euroon vuoteen 2020 mennessä.**
- 2) **Kansainvälisten matkailijoiden määrän kasvattaminen.**
- 3) **Markkinajohtajuus**
- 4) **Osaavan työvoiman saannin turvaaminen**
- 5) **Kesän vetovoiman lisääminen**
- 6) **Laadun kohottaminen**
- 7) **Lappilaisen elämän ja kulttuurin hyödyntäminen**
- 8) **Yhteistyön lisääminen**
- 9) **Kestävän matkailun periaatteiden toteuttaminen**
- 10) **Maankäytössä säilytetään Levin nykyinen perusrakenne**

## Toteutussuunnitelma

Toteutussuunnitelmassa määritetään toimenpiteet, joilla asetut tavoitteet saavutetaan. Toimenpideohjelma määrittelee Kärkihankkeet sekä investointien ja kehittämistoimenpiteiden osalta keskeisimmät innovaatiohankkeet.

### LEVI 3

#### KÄRKIHANKKEET

- KITILÄN LENTOKENTÄN LAAJENNUS
- LEVI NORTHSTAR

#### KESKEISET INVESTOINTIHANKKEET

- LASTEN LEVI - TEEMAPUISTO
- KALASTUKSEN INVESTOINNIT
- GOLF
- MULTIHALLI

#### KESKEISET KEHITYSHANKKEET

- LEVI NUORILLE –HANKE
- KULTTUURI OSAKSI MATKAILUTARJONTAA
- TYÖVOIMAN SAANNIN TURVAAMINEN
- KANSAINVÄLINEN KOULUTUSYHTEISTYÖ
- KULLAN MATKAILULLINEN HYÖDYNTÄMINEN
- REITTIIEN TUOTTEISTAMINEN

#### KUNNAN HANKKEET

- ASUNTOTUOTANNON TURVAAMINEN
- JÄTEHUOLLON KEHITTÄMINEN
- KAUKOLÄMPÖJÄRJESTELMÄN RAKENTAMINEN
- REITTIVERKOSTON KEHITTÄMINEN
- PERUSPALVELUIDEN TURVAAMINEN

#### TOIMENPIDEOHJELMA VUOTEEN 2010

Toimenpideohjelma esittää tiivistetysti Levin investointihankkeet sekä kehityshankkeet. Hankkeet toteuttavat käytännössä aiemmin esitetyjä strategisia päätavoitteita.

## Työllisyysvaikutus ja investoinnit

### Rakennusvaihe

Toimenpideohjelman rakennusinvestoinnit ovat yhteensä 469,6 miljoonaa euroa. Rakennusinvestointien välitön työllisyysvaikutus on 6143 henkilötyövuotta. Koko Lappiin suuntautuva kokonaisvaikutus on 6980 ja koko Suomeen 10051 henkilötyövuotta.

Kehityshankkeiden (ei sis. infra-rakentamista) yhteenlasketut kustannukset ovat 0,9 miljoonaa euroa. Kehityshankkeiden välitön työllisyysvaikutus on 17 henkilötyövuotta. Lappiin suuntautuva kokonaisvaikutus on 20 ja koko maahan 22 henkilötyövuotta.

### Levi 2020

Ohjelman tavoitteena on kasvattaa Levin vuotuinen matkailutulo 300 miljoonaan euroon vuonna 2020. Tavoitteeksi on myös asetettu työpaikkaomavaraisuusasteen nostaminen 75 %:iin, ensisijaisesti kesäkautta vahvistamalla.

Mikäli tavoitteet saavutetaan ja matkailutuotannon rakenne vastaa nykyistä, nousee vakituisten kokoaikaisten työntekijöiden määrä 1200:aan (nyk. 334<sup>1</sup>) ja vakituisten osa-aikaisten 210:een (nyk. 59).

## SISÄLLYSLUETTELO

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1. JOHDANTO .....</b>   | <b>5</b>  |
| <b>2. TOIMINTAYMPÄRISTÖN ANALYYSI.....</b>                         | <b>6</b>  |
| 2.1. SUOMEN MATKAILUPOLIITTISET LINJAUKSET .....                   | 6         |
| 2.2. LAPIN MATKAILUSTRATEGIA .....                                 | 7         |
| 2.3. MARKKINOIDEN KOKO .....                                       | 9         |
| 2.4. TOIMIALAN RAKENNE .....                                       | 9         |
| 2.4.1. <i>Kansainväliset markkinat</i> .....                       | 9         |
| 2.4.2. <i>Kotimaan markkinat</i> .....                             | 11        |
| 2.5. ASIAKASPROFIILIT .....  | 12        |
| 2.5.1. <i>Suomalaisten vapaa-ajan matkailu</i> .....               | 12        |
| 2.5.2. <i>Talvilajien harrastajaprofiilit</i> .....                | 13        |
| 2.5.3. <i>Muutokset suomalaisten liikuntatottumuksissa</i> .....   | 14        |
| 2.5.4. <i>Suomeen ulkomailta suuntautuva matkailu</i> .....        | 14        |
| 2.6. KILPAILIJAT JA YHTEISTYÖKUMPPANIT .....                       | 15        |
| 2.6.1. <i>Ruka</i> .....   | 15        |
| 2.6.2. <i>Saariselkä</i> .....                                     | 16        |
| 2.6.3. <i>Ylläs</i> .....  | 17        |
| 2.6.4. <i>Pyhä-Luosto</i> .....                                    | 18        |
| 2.6.5. <i>Åre</i> .....  | 19        |
| 2.6.6. <i>Yhteenvetoa</i> .....                                    | 20        |
| 2.7. VISIO TOIMIALAN KEHITYKSESTÄ .....                            | 21        |
| 2.7.1. <i>Matkailun trendit</i> .....                              | 21        |
| 2.7.2. <i>Arvio hiihtokeskustoiminnan kehityksestä</i> .....       | 22        |
| <b>3. LEVIN MATKAILUN NYKYTILA .....</b>                           | <b>25</b> |
| 3.1. LEVI LYHYESTI .....   | 25        |
| 3.2. MATKAILUTULOT .....   | 25        |
| 3.3. MARKKINAOSUUDET .....   | 26        |
| 3.4. ASIAKASPROFIILIT .....  | 27        |
| 3.5. PALVELUTARJONTA .....   | 28        |
| 3.6. TUNNETTUUS JA TYYTYVÄISYYS PALVELUIHIN .....                  | 28        |
| 3.7. KAUSIVAIHTELU JA LASKETTELUKAUDEN PITUUS .....                | 29        |
| 3.8. MATKAILUTULOT JA TYÖLLISTÄVYYS .....                          | 30        |
| 3.9. INVESTOINNIT JA KAPASITEETTI .....                            | 30        |
| 3.10. YMPÄRISTÖTEKNIikka .....                                     | 30        |
| 3.11. LIIKENNE .....   | 31        |
| 3.12. LEVIN KULTTUURIYMPÄRISTÖ .....                               | 31        |
| 3.13. WHAM .....   | 31        |
| 3.14. LEVI II-PROJEKTIN TAVOITTEIDEN TOTEUTUMINEN .....            | 32        |
| <b>4. VISIO 2020, STRATEGISET PÄÄTAVOITTEET JA TUOTTEET .....</b>  | <b>34</b> |
| 4.1. NELIKENTTÄANALYYSI .....                                      | 34        |
| 4.2. VISIO 2020 .....  | 35        |
| 4.3. LEVIN KAKSI MITOITUSVAIHTOEHTOA .....                         | 36        |
| 4.3.1. <i>Mitoitusvaihtoehdot</i> .....                            | 36        |
| 4.3.2. <i>Mitoitusvaihtoehtojen vaikutus osatoimintoihin</i> ..... | 36        |
| 4.3.3. <i>Kehitysvaihtoehtojen vertailu</i> .....                  | 41        |
| 4.4. STRATEGISET PÄÄTAVOITTEET .....                               | 42        |
| 4.5. VALITTAVA KEHITYSVAIHTOEHTO .....                             | 44        |

|           |  |           |
|-----------|--|-----------|
| <b>5.</b> | <b>SUUNNITELMAN TOTEUTTAMINEN .....</b>                | <b>46</b> |
| 5.1.      | KÄRKIHANKKEET .....                                    | 47        |
| 5.2.      | KESKEISET INVESTOINTIHANKKEET .....                    | 47        |
| 5.3.      | KESKEISET KEHITYSHANKKEET .....                        | 50        |
| 5.4.      | KUNNAN HANKKEET .....                                  | 52        |
| 5.5.      | TOIMENPIDEOHJELMA VUOTEEN 2010 .....                   | 53        |
| 5.5.1.    | <i>Kärkihankkeet</i> .....                             | 53        |
| 5.5.2.    | <i>Investointihankkeet</i> .....                       | 53        |
| 5.5.3.    | <i>Kehityshankkeet</i> .....                           | 56        |
| 5.6.      | MARKKINOINNIN KEHITTÄMINEN .....                       | 59        |
| 5.6.1.    | <i>Ulkomaan markkinoinnin kehittäminen</i> .....       | 59        |
| 5.6.2.    | <i>Brändi</i> .....                                    | 59        |
| 5.7.      | TOIMINNAN ORGANISOINTI .....                           | 60        |
| 5.8.      | INVESTOINTIEN RAHOITUSMAHDOLLISUUDET .....             | 61        |
| 5.8.1.    | <i>Nykyisistä rahoitusmahdollisuuksista</i> .....      | 61        |
| 5.8.2.    | <i>Rahoituksen tulevaisuudennäkymät</i> .....          | 63        |
| <b>6.</b> | <b>MAANKÄYTÖN TOIMINNALLINEN SUUNNITELMA .....</b>     | <b>64</b> |
| 6.1.      | KASVUALUEET .....                                      | 64        |
| 6.2.      | YHDYSKUNTARAKENNE .....                                | 64        |
| 6.3.      | STRATEGINEN TAVOITESUUNNITELMA .....                   | 64        |
| <b>7.</b> | <b>ASIAKASTYYTYVÄISYYDEN SEURANTAJÄRJESTELMÄ .....</b> | <b>65</b> |

|                             |           |
|-----------------------------|-----------|
| <b>LIITELUETTELO: .....</b> | <b>66</b> |
|-----------------------------|-----------|

- 1) TILASTOKOOSTE SUOMALAISTEN KOTIMAAN MATKAILUSTA
- 2) HARRASTAJAPROFIILIT - LASKETTELU, LUMILAUTAILU JA TELEMARCK SEKÄ MAASTOHIIHTO
- 3) TIIVISTELMÄ SUOMEN HIIHTOKESKUKSISTA NUMERAINA
- 4) KOOSTE TALVIMARKKINOISTA ISOSSA BRITANNIASSA JA VENÄJÄLLÄ
- 5) LEVI 2: DEN TOTEUTUMA
- 6) TYÖVOIMASELVITYS 2003
- 7) 'LEVIN HOTELLIHANKE 2010- HANKKEEN TALOUDELLISIA VAIKUTUKSIA', T.WALLIN,

# 1. JOHDANTO

Levi on Suomen johtava matkailukeskus, jonka kehitys on viime vuosina ollut erittäin nopeaa. Kehityksen taustalla on ollut harkittua suunnittelua ja mittavia taloudellisia panoksia.

*Levi II-projekti* valmistui vuonna 1997. Siinä asetettiin tavoitteeksi sen hetkisen vuodepaikkamäärän miltei kaksinkertaistaminen 15 000:een vuonna 2005. Tavoite saavutettiin jo vuonna 2001 ja kasvuvauhti näyttää edelleen jatkuvan yhtä nopeana.

Levin ympäristön vuonna 1992 vahvistuneen yleiskaavan ja sen perusteella laadittujen maankäyttösuunnitelmien kokonaismitoitus on noin 22 000 vuodepaikkaa. Nyt kaavoittamatta on vain muutama osa-alue, joten nykyisellä rakentamisvauhdilla tonttimaa loppuisi jo ennen vuotta 2010.

Paitsi rakentamisen saralla, myös toimintojen kehittymisessä ja monipuolistumisessa kehitys on ollut viime vuosina erittäin ripeää. Levillä on useita hankkeita, joilla on vaikutusta matkailukeskuksen muihin palveluihin. Loppuvuodesta 2001 valmistui uusi ravintola- ja kilpailukeskus, joka otettiin käyttöön naisten Eurooppa Cupin avauksen yhteydessä. Lisäksi on valmistunut lukuisia pienempiä rakennushankkeita, joilla on vaikutuksia palvelujen ja koko alueen kehittämiseen.

## Levi III-projekti

Levi III-projekti käynnistyi kesällä 2002 ja päättyi syksyllä 2003. Tämä raportti on koonti Levi III-projektin tuloksista.

Projektissa analysoitiin aluksi Levin nykyinen toimintaympäristö ja Levin matkailun nykytila. Näiden pohjalta määriteltiin visio vuodelle 2020 sekä kehittämisen strategiset päätavoitteet. Lopuksi esitettiin konkreettinen toimenpideohjelma tavoitteiden toteuttamiseksi sekä maankäytön toiminnallinen suunnitelma. Lisäksi laadittiin Levin asiakastytyväisyyden seurantarjestelmä.

Nyt tehdyn kehittämissuunnitelman pohjalta voidaan jatkaa yksityiskohtaista hankesuunnittelua sekä Levin maankäytön suunnittelua.

Työssä esitetään keinoja, joiden avulla kehitetään paitsi Levin talvimatkailuaktiviteetteja, niin erityisesti vahvistetaan Levin suosiota myös ympärivuotisena matkailukeskuksena.

Työn tilaajana oli Kittilän kunta, jossa sen vastuullisena vetäjänä toimi kunnaninsinööri Lauri Kurula. Projektin sihteerinä oli elinkeinoasiamies Tero Rantanen.

Projektiin ohjausryhmään kuuluivat edellisten lisäksi Seppo Maula, Kittilän kunta (puheenjohtaja); Veli-Matti Virtanen, Kittilän kunta; Markku Mäkitalo, Kittilän kunta; Ossi Repo (varalla Mervi Nikander), Lapin liitto; Pentti Tolvanen, Lapin työvoima- ja elinkeinokeskus; Riitta Lönnström, Lapin ympäristökeskus (varalla Leena Ruokanen); Jouni Palosaari, Levin Matkailu Oy ja Ari Aspia, Levin Matkailukeskus Oy.

Suunnitteluprosessi tehtiin yhteistyössä alueen matkailuyrittäjien, Kittilän kunnan ja eri sidosryhmien kanssa. Projektin kuluessa haastateltiin lukuisia eri yhteistyötahoja sekä järjestettiin kehittämisseminaari 29.4.2003 Levillä.

Työn konsulttina toimi Suunnittelukeskus Oy, jossa työn vetäjä oli Timo Harju-Autti. Edellisen lisäksi työstä vastasivat Teemu Moilanen ja Heli Kotilainen sekä eri osatehtävissä Heikki Leppänen, Kimmo Kautto, Martti Pörhölä, Seppo Arvio ja Pirkka Hartikainen.

Jari Pajunen, Taloustutkimus Oy, vastasi Levin asiakastytyväisyyden seurantarjestelmän laadimisesta.

Kittilässä 27.2.2004



## 2. TOIMINTAYMPÄRISTÖN ANALYYSI

Toimintaympäristön analyysissä selvitetään Levin matkailukeskuksen toimintaan keskeisimmin vaikuttavat ulkoiset tekijät. Näitä ovat laajemmat alueelliset matkailun kehittämisen linjaukset, erilaiset asiakasprofiilit, muiden matkailukeskusten tarjonnan kehitys sekä toimialan nykyinen rakenne ja oletettu tuleva kehitys.

### 2.1. SUOMEN MATKAILUPOLIITTISET LINJAUKSET<sup>1</sup>

#### Tavoitteet

Matkailupolitiikan tavoitteena on kysyntälähtöinen, taloudellisesti tuottava ja itsekannattava matkailuelinkeino, joka on entistä kilpailukykyisempi sekä kotimaisilla että kansainvälisillä markkinoilla. Matkailuelinkeinon kehittymiseen vaikuttavat elinkeinopoliittisten toimien lisäksi alue-, työvoima-, liikenne-, koulutus-, tutkimus-, kulttuuri-, ympäristö- sekä maaseutupoliittiset toimenpiteet.

#### Määrälliset tavoitteet vuoteen 2010

Kotimaanmatkailu:

- 15 miljoonaa rekisteröityä yöpymisvuorokautta (v. 2000, yht. 11,9 milj. vrk)
- kotimaan matkailutulo 5,89 miljardia euroa (tulo v. 1998, 4,71 miljardia euroa)

Ulkomailta Suomeen suuntautuva matkailu:

- 7 miljoonaa rekisteröityä yöpymisvuorokautta (v. 2000, yht. 4 milj. vrk)
- valuuttatulo 2,52 miljardia euroa (v. 2000, 1,5 miljardia euroa ilman matkalipputulaja)

Työllisyys:

- matkailutyöpaikkoja 148 000 (v. 1998, yht. 98 000 ympärivuotista, kokopäiväistä työpaikkaa)

#### Matkailupoliittisten linjausten mukaiset toimenpiteet

I Lisätään maantieteellistä ja hallinnollista yhteistyötä

- Tiivistetään yhteistyötä yksityisen ja julkisen sektorin kesken yhteisen näkemyksen määrittelemiseksi Suomen matkailun kehittämisen suuntaviivoista ja yhteisistä toimintatavoista.

II Edistetään matkailuun suunnatun julkisen tuen mahdollisimman tehokasta käyttöä

- Rahoituspäätöksissä keskitytään ensisijaisesti nykyisten matkailukohteiden ja palvelutarjonnan parantamiseen sekä matkailun liiketoiminnan kehittämiseen. Uuden toiminnan tukemisessa kiinnitetään huomiota erityisesti innovatiivisten ja uutta kysyntää luovien matkailupalvelujen kehittämiseen kilpailutilanne huomioon ottaen.

III Panostetaan koulutukseen ja tutkimukseen

- Kehitetään koulutusyhteistyötä matkailuelinkeinon kanssa alan osaamistarpeiden mukaisesti. Erityistä huomiota kiinnitetään matkailualan peruskoulutuksen laatuun ja määrään.

IV Kehitetään matkailupalvelujen sähköisiä jakelukanavia ja saavutettavuutta

- Kehitetään monitoimialaista yhteistyötä matkailuelinkeinon, teknologiayritysten ja median välille sähköisten jakelukanavien tehokkaaksi hyödyntämiseksi.

V Parannetaan matkailupalvelujen laatua ja edistetään kestäväen kehityksen mukaista toimintaa

- Parannetaan systemaattisesti matkailupalvelujen laatua.

<sup>1</sup> Lähde: Valtioneuvoston periaatepäätös 13.6.2001; "Suomen matkailupoliittiset linjaukset - Valtioneuvoston periaatepäätös Suomen matkailupolitiikasta"

## 2.2. LAPIN MATKAILUSTRATEGIA

Laajan yhteistyön tuloksena syntynyt Lapin matkailustrategia 2003-2006 ohjaa maakunnan matkailun kehittämistä määrittelemällä kehittämisen lähtökohdat ja painopistealueet.<sup>2</sup>

Strategisena lähtökohtana on kanavoida julkinen tuki matkailuelinkeinolle *ensisijaisesti matkailukeskusten kautta*. Matkailukeskukset nähdään alueiden veturina, joiden kautta myös niitä ympäröivä alue kytketään kehitykseen mukaan. Erityisesti tuetaan alueiden ja keskusten profiloitumista.

Muita strategisia lähtökohtia ovat:

- Kansainvälistyminen ja saavutettavuus
- Hanketoiminnan koordinaatio ja julkisen tuen periaatteet
- Matkailun ympärivuotisuus
- Toimijoiden roolien selkeyttämiseen liittyvät kysymykset ja yhteistyö

*Lapin matkailun visio:*

Lappi on eksoottinen, turvallinen ja kansainvälinen osaavista yrittäjistä, palvelujen laatutasosta, monipuolisista aktiviteeteista, kulttuuritarjonnasta sekä puhtaista erämaista tunnettu ympärivuotinen toiminnan ja tarinoiden maa. Lappi on vahva brändi ja viestii matkailijalle elämyksistä ja kii-reettömästä sekä luonnonläheisestä pohjoisen tavasta elää. Matkailijalle Lappi merkitsee ELÄMÄNVOIMAA! Lapin matkailukeskukset ovat profiloituneet selkeästi ja keskuksia ympäröivien alueiden aito ja persoonallinen matkailutarjonta lisäävät koko Lapin vetovoimaa. Lapin matkailu perustuu luontoon ja maakunta tunnetaan kestävä matkailun mallialueena. Ympäristöstä huolehditaan ja palvelujen tuotannossa tukeudutaan maakunnan omaan osaamiseen ja ammattitaitoon. Lappi on tunnustettu matkailun osaamiskeskittymä.

Määrälliset tavoitteet vuoteen 2006

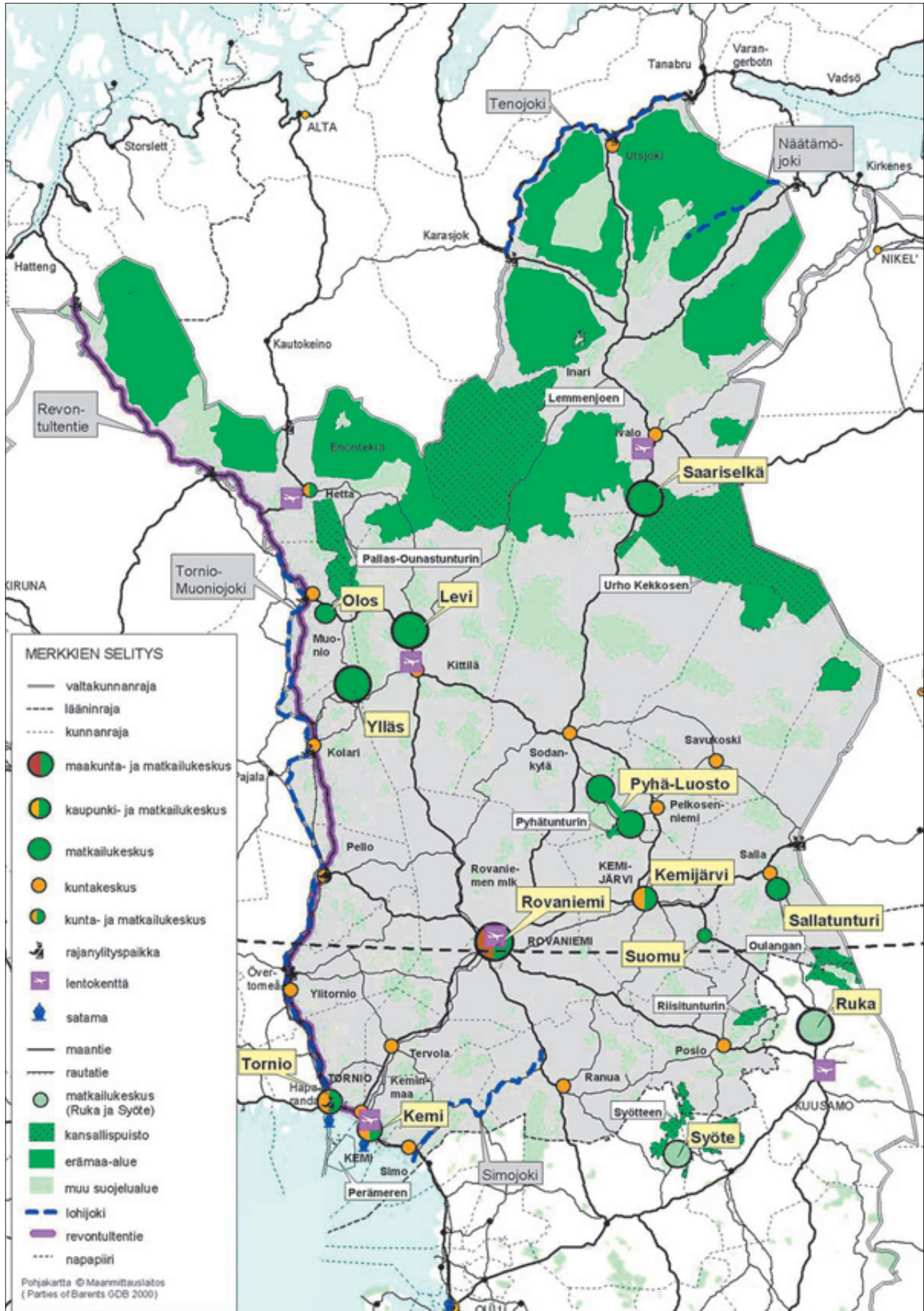
- Rekisteröidyt yöpymiset +2,7 % / vuosi (kotimaiset +2 %, ulkomaiset +4 %)
- Kesäkauden rekisteröidyt yöpymiset + 4 %
- Hotellien koko vuoden käyttöaste +1,7 % / vuosi (v.2006 käyttöaste on 50 %)
- Majoitus- ja ravitsemustoiminnan liikevaihto +5,5 % / vuosi

- Majoitus- ja ravitsemustoiminnan henkilötyövuodet +3,5 % / vuosi
- Hotellihuoneen keskihinta koko maan tasolle
- Hissilippumyynti +6 % / vuosi

Seuraavassa sivulla on esitetty Lapin matkailun aluerakenne, joka on määritelty Lapin matkailustrategiassa.

<sup>2</sup> Lapin liitto (2003). Matkailustrategia 2003-2006.

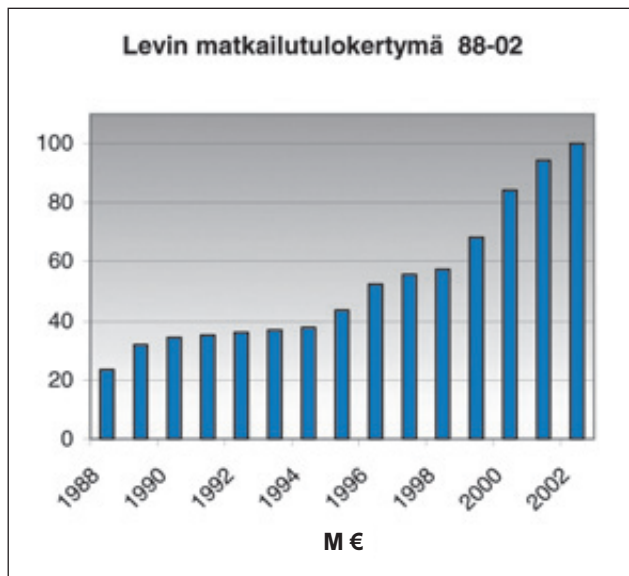
## Lapin matkailun aluerakenne 2002.



## 2.3. MARKKINOIDEN KOKO

Hiihtokeskusten aikaansaama matkailutulo (koko matkan aikana tapahtuva kulutus huomioiden) oli kaudella 2002/2003 noin 443 miljoonaa euroa. Suomalaisten hiihtokeskusten matkailutulot ovat vuosina 1996-2003 kasvaneet keskimäärin 10 %.

Levi on kasvattanut merkittävästi markkinaosuuttaan. Vuodesta 1996-2001 matkailutulot ovat kasvaneet yli 81 %:lla. Vuonna 2002 Levin mat-



kailutulo oli lähes 100 miljoonaa euroa, eli noin 23 % Suomen kokonaismarkkinasta.

Lähde: SHKY, Oy Levi Ski Resort Ltd

**Hissilippumyynti** oli Suomessa kaudella 2002-2003 yhteensä 40,8 miljoonaa euroa. Levin hissilippumyynti oli noin 5,0 miljoonaa euroa, eli noin 12 % koko markkinoista. Levi siirtyi kaudella 2000-01 lippumyynniltään Suomen suurimmaksi keskuksesi.

**Majoitus- ja ravintolamyyni** ylitti Suomessa 16 miljoonan vuorokauden rajan vuonna 2001, mutta laski vuonna 2002 hieman sen alle. Yöpymistä 11,7 miljoonaa oli kotimaisten asiakkaiden tekemiä ja yli 4,3 miljoonaa ulkomaisten tekemiä. Kotimaan yöpymiset laskivat edellisvuoteen verrattuna -2,7 % ja ulkomaisten yöpymiset nousivat 2,6 %. Lapissa ulkomaisten yöpymiset lisääntyivät 12 %.

Suomen majoitus- ja ravitsemiselinkeino pitää näkymiään epävarmoina, vaikka kotimainen ostovoima onkin kasvanut. Vuonna 2002 Majoitus-

myynti kasvoi 3 % samalla kun huonehinta nousi 3 %.

Majoitus- ja ravitsemistoiminnan kokonaisliiketoiminta oli vuonna 2002 4,34 miljardia euroa (+6,9%). Tästä majoitusyritysten osuus oli 1,24 miljardia euroa. Pääosin se tulee hotellisektorilta, joka hallitsee markkinoita niin asiakasvirtoina kuin myyntinä. Majoitussektorilla on leimallista voimakas ketjuuntuminen.

Kilpailukyvyyn rakentamisen avainkysymyksiksi ovat nousseet laatu ja turvallisuus, asiakassegmentointi, tuotteiden erilaistaminen kilpailijoiden tarjonnasta (l. tuotedifferointi), ketjuuntuminen ja verkostoituminen ja jo laman opettamat uudet kannattavuutta ja tehokkuutta parantavat toimitatavat.

Markkinointi ja henkilöstön osaaminen ovat alan oman näkemyksen mukaan keskeisimmät kilpailukyvyyn kehittämistekijät.

**Ohjelmalveluyritysten** kokonaisliiketoiminta Suomessa on noin 37 miljoonaa euroa. Liiketoiminnan kasvu vuodesta 1999 vuoteen 2000 oli noin 10 %.<sup>3</sup> Toiminnallisen kannattavuuden ja tuottavuuden parantamiseksi on viime vuosina tehty paljon töitä. Alan kärkiyritysten kilpailukyky on vahva. Pienten ohjelmalveluyritysten tulisi pyrkiä verkostoitumaan alueen kärkiyritysten kanssa.

## 2.4. TOIMIALAN RAKENNE

### 2.4.1. Kansainväliset markkinat

Matkailukysyntä kasvaa taloudellisen kasvun ja saavutettavuuden myötä. Matkailijain kiinnostus yhä yksilöllisempiin matkailukokemuksiin ja luontoon voimistuvat.

Tuotteistettuja luontoaktiviteetteja kansainvälisillä markkinoilla tarjoavat mm. Kanada, Irlanti, Norja, Ruotsi ja Islanti, jotka kilpailevat samalla Suomen kanssa. Tulevaisuudessa myös Venäjä, Viro, Islanti ja Uusi-Seelanti noussevat kilpailuun mukaan. Volyymilukuja ei kansainvälisellä tasolla ole saatavilla. Suomesta kiinnostuneet matkanjärjestäjät pitävät Suomen keskeisimpinä kilpailijoina Ruotsia, Norjaa, Islantia ja Kanadaa.

<sup>3</sup> KTM Toimiala Infomedia, Ryymin, J. (2002), "Toimialaraportti 2002, Matkailun ohjelmalvelut"

**Kanadan** merkittävimmät luontotuotteet ovat kalastus, vaellus, melonta, ratsastus, metsästys ja koskenlasku. Niistä kalastus on ylivoimaisesti tarjotuin tuote. Moottorikelkkailun ja koiravaljakoiden tarjonta on huomattavasti vähäisempää kuin Suomessa. Poikkeavaa tarjontaa edustavat kiipeily- ja sukellusharrastus sekä luonnon tarkkailu, joskin näiden volyymit ovat vähäiset.

**Ruotsin** keskeinen teema on perhematkailu. Luonnon kesätuotteita ovat melonta, koskenlasku, pyöräily, ratsastus, kalastus ja vaellus. Ruotsissa merkittävimmät matkailukeskukset ovat kehittäneet tuotteita myös kesäkaudelle ja lähinnä kotimarkkinoille. Esimerkkeinä toimivat Åre ja Björkliden hyvin merkittyine vaellusreitteineen ja seikkailuhenkisine koskenlasku- tai luolamatkailutuotteineen.

Ruotsin keskeisiä talvituotteita ovat hiihto, laskettelu, moottorikelkka- ja koiravaljakkosafarit. Eräs luonnon ympärivuotiseen hyödyntämiseen tähtäävä keskus on Jukkasjärvi. Se tarjoaa yritysasiakkaille elämyksiä jättimäisessä lumilinnassa ja kesäkaudella mm. henkiinjäämiskursseja. Vaikka Ruotsin tarjonta on pitkälle tuotteistettu ja toteutettu esimerkillisesti yrittäjien yhteistyössä. Kokonaistarjonta on selvästi muita kilpailijamaita vähäisempää.

**Norjan laajin tarjonta kohdistuu ratsastustuotteisiin, joskin vesielementteihin liittyvät toiminnot, kuten melonta, koskenlasku ja kalastus, ovat myös vahvoja. Patikointi, kiipeily ja jäätikkövaellus ovat Norjan olosuhteissa myös tuotteistettuja. Kokonaistarjonta on kuitenkin selvästi vähäisempää kuin esim. Suomessa tai Kanadassa.**

Tulevaisuuden kilpailijoista Viro (Saarenmaa) ja Venäjä (Kuolan ja Karjalan alueet) tarjoavat metsästystä (mm. villisika, karhu) ja kalastusta. Kuolan alueen kalastustuotteet on kyetty toistaiseksi hinnoittelemaan erittäin korkeisiin hintoihin kansainvälisille markkinoille.

#### Hiihtokeskustoiminta Euroopassa<sup>4</sup>

Vaikka asiakasmäärä maailmanlaajuisesti on kasvussa, hiihtokeskusmarkkinat eivät ole edellisvuosien kunnossa. Hiihtokeskusten asiakkaat tekevät vähemmän matkoja talvikohteisiin ja viipymät ovat laskeneet. Luonnollisesti jotkut markkinat kulkevat tätä trendiä vastaan ja kasvavat edelleen, mutta yleistäen hiihtolajit kärsivät vaihtoehtoisten toimintojen ja lomaviettokohteiden määrän nopeasta kasvusta ja sen aiheuttamasta lisääntyneestä kilpailusta.

Talviloma hiihtokeskuksessa ei enää ole automaattinen valinta talviloman viettoapaikaksi, kuin se oli vielä vuosikymmen sitten Euroopassa. Kysynnän muutokseen vaikuttavat myös demografiset, taloudelliset ja ilmastolliset muutokset. Väestö ikääntyy useilla merkittävillä lähtöalueilla, monet kyllästetyt markkinat ovat kohdanneet taloudellisia vaikeuksia ja Keski-Euroopassa on ollut useita perättäisiä heikkolumisia vuosia.

Hiihtäjät ovat aiempaa valikoivampia ja vaihtoehtojen määrä on kasvanut. Vaihtoehdot ovat kasvaneet niin toimintojen kuin matkakohteiden suhteen (esim. golf matkat Thaimaaseen).

#### Hiihtokeskustoiminta Amerikassa

Niin alppi- kuin murtomaahiihtäjien määrä on laskenut USA:ssa vuodesta 1990 alkaen. Vuonna 2001 alppihiihtäjien määrä oli laskenut 7,4 miljoonaan henkilön vuosikymmenen takaisesta 11,4 miljoonasta henkilöstä. Lumilautailijoiden määrä on voimakkaasti kasvanut samana ajanjaksona, mutta ei aivan ole riittänyt kattamaan laskettelijoiden vähenemistä. Samaan aikaan murtomaahiihtäjien määrä on tippunut 5,1 miljoonasta 3,0 miljoonaan.

Hiihtokeskusvierailuiden määrä USA:ssa on vakiintunut noin 52 miljoonaan hiihtopäivään vuodessa, ja on pysynyt lähes muuttumattomana koko 90-luvun.

Tiukentuva kilpailu on johtanut mm. hintojen laskuun, markkinoinnin merkityksen kasvuun, heikoimpien keskusten kaatumiseen sekä keskittymisenä aiempaa enemmän toiminnan monipuolistamiseen lisämyynnin aikaansaamiseksi.

<sup>4</sup> "The European Ski Market" (2000), Travel & Tourism Analyst No 2. Travel & Tourism Intelligence; Hudson, S. (2000), "Snow Business. A study of the International Ski Industry", Cassell.

### 2.4.2. Kotimaan markkinat<sup>5</sup>

Suomessa on 101 hiihtokeskusta, joista viidenes on vetovoimaltaan luokiteltavissa valtakunnallisiksi matkailukeskuksiksi. Hissilippumyynti on 1990-luvun alun jälkeen ollut voimakkaassa kasvussa. Alueellisesti suurimmat lippumyynnit syntyvät Lapissa ja Oulun läänissä.

Laskettelusta saatu kokonaistulo on noin 450 milj. euroa, josta noin 330 milj. euroa kertyy kotimaisilta matkailijoilta. Hiihtokeskusten laskettelijamäärä on noin 1,2 miljoonaa henkilöä ja laskettelupäiviä kertyy yli 2 miljoonaa. Harrastajien määrän kasvu on pysähtynyt, ja kääntymässä lasku-uralle. Nuorten löytämä uudehko rannelaji, lumilautailu, korvaa kohtuullisesti laskettelijoiden määrän laskusta aiheutuvan harrastajien vähenemisen.

Ulkomaalaisten osuus laskettelijoista on vielä vähäinen, joskin määrä on kasvussa. Viime vuosina kasvua on syntynyt mm. Venäjältä, Britannias- ta ja Baltian maista.

Tänä päivänä hiihtokeskusten konkurssiaalto on päättynyt. Yritykset ovat vakiinnuttaneet taloudellista tilaansa ja niiden tulevaisuus näyttää lupaavalta. Hiihtokeskuskapasiteettia on poistunut markkinoilta pienistä yksiköistä pääosin 1990-luvun ensimmäisellä puoliskolla.

#### Luontoaktiviteettien markkinat

Luontoaktiviteetteja tarjoava ryhmä on ohjelmapalveluista nuorin ja nopeimmin kehittyvä. Perinteisesti luontoaktiviteetteihin on luettu vaellus ja muu luonnossa liikkuminen ilman ohjattua maksullista toimintaa ja tuotteistamista. Yritystoimintana tämä palvelumuoto tarjoaa matkailijoille luontoon liittyviä ohjattuja ja ohjelmallisia toimintoja tavoitteena tuottaa elämyksellisiä kokemuksia.

Koska luonto on koko Suomen keskeisin vetoimatekijä niin kotimaassa kuin ulkomailla, näiden palveluiden kaupallinen kehittäminen on tullut tärkeäksi osaksi koko matkailun kehittämisprosessia.

**Kannustematkailun** merkittävimmät kohdealueet ovat Rovaniemi ja Saariselkä. Levi, Kuusamo,

Kemi ja saaristoalueet ovat lähivuosina kasvattaneet rooliaan. Eri paikkojen kehitystä kannustematkailukohteiksi estävät useimmiten palvelujen laadun taso ja luotettavien ohjelmapalveluiden puute.

Kannustematkailussa on oleellista, että kohteen valintapäätöksen tekee kokonaisuuden omille asiakkailleen tai henkilöstölleen kustantava yritys. Ainutkertaisen tuotteen rakentaa kohde- maan incoming-toimisto, joka ostaa kaikki palvelut alihankintana.

Osa ohjelmapalveluyrityksistä on keskittynyt **suomalaisiin yritysasiakkaisiin**. Nämä asiakkaat ovatkin keskeisimpiä alan yrityksille. Noki- alainen menestystarina on tuonut osansa myös ohjelmapalveluiden kysyntään eri puolilla Suomea, missä riittävän laadukasta ja eksoottista tarjontaa vain on. Ala on erittäin suhdanneherkkä ja riippuvainen talouselämän suhdanteista.

Ohjelmat koostuvat esim. räätälöidyistä moottorikelkkasafareista, kalastusmatkoista ja seikkailuista. Myös asiakkaan osallistumista edellyttävät tarinat ja juonet kuten murhamysteerit ja historialliset tapahtumat ovat tulleet tuotteistetuiksi. Teemoihin voidaan sisällyttää myös henkisen kehityksen oppimista tiiminä ja yksilöinä.

Valtaosa ohjelmapalveluyrityksistä toimii kuitenkin tavanomaisemmilla markkinoilla hyödyntäen **kohteeseen jo saapuneita matkailijoita**. Näiden tavoittamiseksi alueille on kehitetty viikko- ohjelmia, joissa takuuvarmoin lähdöin kerätään yksittäismatkailijoita osallistujiksi lyhytkestoiisiin ja edullisiin ohjelmiin. Keskuksiin on syntymässä myös ohjelmapalvelutaloja, joista saa selville alueen koko ohjelmatarjonnan. Toinen sijaintivaihtoehto on keskittyä samalle alueelle muiden ohjelmapalveluyritysten kanssa, useimmiten hotellien liepeille.

Keskeisiä myyntikanavia ovat usein vielä hotellien vastaanotto, alueen markkinointi- ja informaatiokeskus tai oma myyntipiste keskeisellä paikalla hotellien läheisyydessä.

**Kalastusmatkailun** markkinatutkimus kertoo matkailutulon tästä sektorista olevan noin 84 milj. euroa. Harrastuskalastajia Suomessa on runsaasti (2,4 miljoonaa). Vaikka satunnaisesti kalastavien osuus tuosta määrästä on merkittävä, on kalastus kuitenkin tärkeä harrastus lähes 200 000 suomalaiselle. Euroopassa kalastuksen

<sup>5</sup> SHKY; KTM Toimiala Infomedia. Ryymin, J. (2002) Toimiala- portti 2002. Matkailun ohjelmapalvelut

harrastajia on 25 miljoonaa. Kalastuspalvelujen tyypillinen käyttäjä on keski-ikäinen, perheellinen mies. Kotimaisista yritysasiakkaista on muodostunut tärkeä kalastuspalvelujen käyttäjä. Myös ulkomaalaisten asiakkaiden osuus on kasvussa. Kalastus on yksi vetovoimaisimmista ja kehityskykyisimmistä luontomatkailun aloista, jonka kehittämisen voidaan katsoa päässeen Suomessa vasta alkuun.

**Ohjelmapalvelutuotteiden tulovaikutuksia** on tutkittu lähinnä Lapissa. Koska Lapissa pääpaino on selkeästi talvituotteissa ja erityisesti moottorikelkkailussa, kertyy tästä aktiviteetista myös eniten matkailutuloja (noin 16,8 milj. euroa). Tästä ulkomaisten matkailijoiden osuus on 8,4 milj. euroa. Lapin safariyritysten liikevaihto on yhteensä noin 7,6 milj. euroa. Koiravaljakoiden tulot Lapissa ovat kaikkiaan noin 1,7 milj. euroa.

Arvioitaessa eri tuoteryhmiä on syytä kiinnittää huomiota kiinnostavuuden ohella myös tuotteen volyyymahdollisuuksiin ja elinkaaren vaiheeseen markkinoilla. Nykytietojen valossa maastohiihto ja moottorikelkkasafarit voidaan rakentaa volyymituotteiksi. Moottorikelkkailun kasvua tosin rajoittaa monin paikoin reitistöjen ja urien keskeneräisyys tai niiden puuttuminen.

Sen sijaan markkinoille tulovaiheessa olevat *koirasafarit* jäävät volyyymiltaan ja ryhmäkooltaan toistaiseksi vielä pieniksi. Koiravaljakkoyrityksiä on tällä hetkellä yli 20. Näistä puolet on sivutoimisia ja useimmiten ne toimivat toisen alan yrityksen alihankkijoina. Valjakkokoirakapasiteetti on arviolta noin 1 500 koiraa. Optimaaliset yritysten yksikkökoot ovat 50–100 koiran tarhoilla. Koirasafaritoiminta perustuu lähinnä ulkomaalaisten kysyntään.

**Ratsastus** matkailutuotteena on vasta kehitymässä. Aiemmin ratsastustallien varassa tuotetut palvelut ovat saamassa rinnalleen pelkästään matkailijoiden ohjelmapalveluihin keskittyviä yrityksiä. Näiden tuotteet perustuvat matkailukeskuksen kysyntään. Tällöin asiakaskunta rakentuu alaa harrastamattomista ja hevos- ja luontolämystä etsivistä, joten hevosten tyyppiin on kiinnitettävä erityistä huomiota. Pääasiassa ohjelmapalveluihin käytetään islannin- ja Suomen hevosia, mitkä luonteeltaan sopivat metsävaelluksiin ja aiempaa kokemusta omaamattomille.

**Kesätuotteista melonta ja vaellus** ovat toteutta-

vissa melko omatoimisesti, vaikka ne voivat vetää suuriakin asiakasmääriä. Erikoisharrasteet, kuten esimerkiksi lintujen tarkkailu, koskettavat yleensä vain selvästi rajattua harrastajakuntaa.

Vetovoimaltaan vahvimpia alueita ovat Lapin ja Kuusamon hiihto- ja erävaellusalueet sekä monien tapahtumiensa ja käyntikohteidensa vuoksi useat eteläisen Suomen kunnat ja kaupungit. Matkailukeskusten kehittyessä syntyy myös uusia vetovoima-alueita. Itä-Suomeen on syntynyt jo kohtuullisesti yritystarjontaa ja näiden verkottumista.

**Seikkailutuotteiden** merkittävämät markkinat ja mahdollisuudet keskittyvät Suomen suuriin kasvukeskuksiin, joissa informaatioteknologian luoma kasvu luo uutta kysyntää myös ohjelmapalveluille.

Toistaiseksi extreme- eli ääriseikkailutuotteet tavoittavat helpoimmin nuoret aikuiset. Hyvinvointi- ja terveystilanteen paraneminen voi johtaa yhä laajempien ja vanhempien ryhmien osallistumiseen ääriseikkailuihin joko suorituskyvynsä mataltamalla tai turvallisuuden tunnetta lisäämällä. Toisaalta vallalla ovat olleet kenties liiankin korostuneesti fyysiseen suorituskykyyn keskittyvät elämykset. Samalla kun ohjelmapalveluiden kysyntä lähenee tavallista keskikuluttajaa, elämyksen sisällölle tulee uusia vaatimuksia.

## 2.5. ASIAKASPROFIILIT

### 2.5.1. Suomalaisen vapaa-ajan matkailu

#### *Määrä*

Vuonna 2002 vähintään yhden maksullisen majoituksen sisältäneen vapaa-ajan kotimaan matkan teki yli 1,6 miljoonaa suomalaista 15-74 -vuotiasta. Matkoja maksullisessa majoituksessa teki noin 73.000 henkilöä vähemmän kuin vuotta aiemmin.

Kotimaassa tehtiin viime vuonna noin 4 miljoonaa vapaa-ajanmatkaa, joiden aikana käytettiin maksullisia majoituspalveluita.

Lähes neljännes näistä matkoista oli pitkiä, vähintään neljän yöpymisen matkoja ja kolme neljäsosa lyhyitä, 1-3 yöpymisen matkoja. Keski-

määrin kotimaan matkoilla yövyttiin 3 kertaa. Edellisvuoden tapaan eniten pitkiä kotimaanmatkoja tehtiin Lappiin ja lyhyitä Uudellemaalle.

#### Henkilöt

Miehet ja naiset matkustivat maksullisessa majoituksessa yhtä paljon.

Koulutusasteen noustessa myös matkustusaktiivisuus lisääntyy. Yli puolet korkea-asteen koulutuksen saaneista, noin 40 % keskiasteen koulutuksen saaneista ja noin kolmasosa perusasteen koulutetuista teki ainakin yhden maksullista majoitusta sisältäneen matkan vuonna 2002.

Lapsiperheet tekevät muita kotitaloustyyppejä enemmän kotimaan matkoja maksullisessa majoituksessa. Yli puolet lapsiperheisiin kuuluvista henkilöistä, 40 % muihin kotitalouksiin kuuluvista ja noin kolmannes yksin asuvista teki ainakin yhden maksullista majoitusta sisältäneen matkan vuonna 2002.

Ylemmät toimihenkilöt tekivät maksullista majoitusta sisältäviä kotimaan matkoja muita sosioekonomisia ryhmiä useammin. Heistä 60 % eli noin 300.000 teki matkan. Väestömäärään suhteutettuna vähiten tällaisia matkoja tekivät eläkeläiset ja muut kotona olevat.

Kotimaan vapaa-ajanmatkat varattiin vuonna 2002 pääasiassa suoraan majoitusliikkeistä ja liikenteenharjoittajilta. Tällä tavoin järjestettiin 70 prosenttia maksullisen majoituksen sisältäneistä matkoista. Matkatoimiston palveluja käytettiin runsaassa 10 prosentissa matkoista, ja ilman varauksia tehtiin 15 % matkoista. Internetin käyttö matkan varaamisessa oli kotimaanmatkojen osalta ulkomaanmatkojakin vähäisempää. Kotimaan vapaa-ajanmatkoista 230 000 matkaa eli noin 6 prosenttia varattiin Internetin kautta vuonna 2001.

Vuonna 2002 pitkiä kotimaan matkoja maksullisessa majoituksessa teki kaikkiaan 628.000 henkilöä.

Kokonsa puolesta suurimpia segmenttejä näitä pitkiä matkoja tehneistä olivat:

- 35-54 (306.000 matkaa) - vuotiaat
- keskiasteen koulutus (218.000)
- kaupunkilainen (409.000)

- kotitaloudessa enemmän kuin yksi henkilö, ei lapsia (336.000)
- alempi toimihenkilö tai työntekijä (288.000)

| MATKAILIJOIDEN RAHANKÄYTTÖ ERI PALVELUIHIN SUOMESSA MATKUSTUKSEN MOTIIVIN PERUSTEELLA <sup>6</sup> . |               |
|--|---------------|
| <b>Kotimaiset</b>  |               |
| - laskettelija   | 66 € / vrk    |
| - maastohiihtäjä   | 47 € / vrk    |
| - kiertomatkailija   | 34 € / vrk    |
| - kalastusmatkailija   | 23-42 € / vrk |
| <b>Ulkomaiset</b>  |               |
| - kannustematkailijat  | 303 € / vrk   |
| - kokousmatkailijat  | 110 € / vrk   |
| - kongressimatkailijat   | 145 € / vrk   |
| - kiertomatkailijat  | 96 € / vrk    |
| - talvimatkailija  | 185 € / vrk   |

Lappiin tehtyjen pitkien (yli 4 päivää) vapaa-ajan matkojen aikana keskimatka oli 430 euroa matkaa kohti ja 66 euroa päivässä. Lyhyiden matkojen aikana käytettiin keskimäärin 253 euroa ja 162 euroa per päivä. Tilastokooste Suomalaisten kotimaan matkailusta (Matkailijaprofiili, kausivaihtelu, matkojen suuntautuminen ja rahankäyttö) on liitteenä 1.

#### 2.5.2 Talvilajien harrastajaprofiilit

Laskettelun, lumilautailun ja telemarkin sekä maastohiihdon harrastajaprofiilit on esitetty liitteessä 2.<sup>7</sup>

<sup>6</sup> Suomen Matkailun Kehitys Oy, teoksessa KMT, Toimiala Informaatio, Ryymin, J. (2002), "Toimialaraportti 2002. Matkailun ohjelmapalvelut"

<sup>7</sup> SHKY: Hiihtokeskustutkimus 2002



### 2.5.3 Muutokset suomalaisten liikuntatottumuksissa

Liikuntatottumukset muuttuvat. Hiihtokeskusten kannalta merkittävimpiä muutoksia on laskettelijoiden määrän verraten voimakas lasku. Vuoden 1994 harrastajamäärästä, 193.000:sta, laskettelijoiden määrä on laskenut 150.000:een vuosiin 2001-02 mennessä. Saman aikaisesti lumilautailijoiden määrä on kasvanut, mutta ei riittä kattaamaan laskettelijoiden vähenemisestä syntyvää aukkoa.

| ERÄIDEN LAJIEN HARRASTAJAMÄÄRIÄ<br>19-65 -VUOTIAIDEN SUOMALAISTEN KESKUUDESSA <sup>8</sup> |         |         |         |
|--|---------|---------|---------|
|  | 1994    | 97-98   | 01-02   |
| Hiihto   | 660.000 | 724.000 | 732.000 |
| Laskettelu   | 193.000 | 172.000 | 150.000 |
| Lumilautailu   | —       | 8.000   | 17.500  |
| Golf   | 35.000  | 52.000  | 60.000  |
| Ratsastus  | 22.000  | 34.000  | 49.000  |
| Melonta  | 9.500   | 13.000  | 18.500  |
| Moottori-<br>kelkkailu   | —       | 10.000  | 9.500   |

#### *Harrastajia vuosina 1997/98 -2002 lisänneet lajit<sup>9</sup>*

|                      |         |          |
|----------------------|---------|----------|
| Rullaluistelu        | 117.000 | (+355 %) |
| Salibandy            | 27.000  | (+18 %)  |
| Kuntosaliharjoittelu | 18.000  | (+5%)    |
| Voimistelu           | 18.000  | (+8 %)   |
| Ratsastus            | 15.000  | (+44 %)  |
| Jalkapallo           | 14.000  | (+14 %)  |
| Tanssi               | 14.000  | (+ 26 %) |
| Lumilautailu         | 9.500   | (+119 %) |
| Suunnistus           | 9.000   | (+25 %)  |
| Moottoripyöräily     | 8.500   | (+170 %) |
| Hiihto               | 8.000   | (+1 %)   |
| Golf                 | 8.000   | (+15 %)  |
| Jääkiekko            | 6.000   | (+8 %)   |
| Rullalautailu        | 6.000   | (+171 %) |
| Melonta              | 5.500   | (+42 %)  |

Johdonmukaisesti vuodesta 1994 asti harrastajamääriään lisänneet lajit ovat golf, hiihto, jääkiekko, melonta, ratsastus, salibandy ja tanssi.

<sup>8</sup> SLU, Suuri kansallinen liikuntatutkimus 2001-2002. (2002)

<sup>9</sup> SLU, Suuri kansallinen liikuntatutkimus 2001-2002. (2002)

#### *Potentiaaliset harrastajat*

Potentiaalisilla harrastajilla viitataan henkilöihin, jotka haluaisivat harrastaa jotakin lajia, mutta eivät sitä syystä tai toisesta tällä hetkellä harrasta. Eniten potentiaalisia harrastajia on uinnilla (315.000) sekä hiihdolla (181.000).

| ERÄIDEN LAJIEN POTENTIAALISET HARRASTAJAT<br>19-65 -VUOTIAIDEN SUOMALAISTEN KESKUUDESSA |         |         |         |
|---|---------|---------|---------|
|   | 1994    | 97-98   | 01-02   |
| Hiihto  | 270.000 | 220.000 | 181.000 |
| Laskettelu  | 140.000 | 112.000 | 67.000  |
| Lumilautailu  | —       | 6.500   | 9.500   |
| Golf  | 75.000  | 81.000  | 83.000  |
| Ratsastus   | 40.000  | 42.000  | 54.000  |
| Melonta   | 13.000  | 15.000  | 22.000  |
| Moottori-<br>kelkkailu  | —       | 8.500   | 7.000   |

Myös potentiaalisissa laskettelu on kuulunut menettäviin lajeihin. Potentiaalisten laskettelijoiden määrä on vuodesta 1994 tippunut yli puolella. Johdonmukaisesti vuodesta 1994 asti potentiaalisia harrastajia lisänneet lajit ovat golf, melonta, pyöräily, ratsastus, salibandy, seinä- ja vuorikiipeily, soulu ja tanssi.

### 2.5.4 Suomeen ulkomailta suuntautuva matkailu

Lapissa yöpyneistä matkailijoista runsas kolmannes oli ulkomaalaisia. Vuonna 2002 Lapin majoitusliikkeissä kirjattiin 1,65 miljoonaa yöpymistä, joista 633 000 oli ulkomaalaisten tekemiä. Vuonna 2002 suomalaisten yöpymiset laskivat 5 %, sitä vastoin ulkomaalaisten yöpymiset lisääntyivät lähes 12 %.

Vuonna 2002 saksalaisten yöpymiset Lapissa lisääntyivät 14 % 113.000 rekisteröityyn yöpymiseen, mikä vahvisti heidän asemaansa maakunnan suurimpana matkailijaryhmänä. Britit ovat vuodesta 1998 asti olleet Lapin toiseksi suurin matkailijaryhmä. Brittien matkailun kasvu jatkui erittäin voimakkaana Lapissa, jossa brittiyöpymiset nousivat peräti 28 %, 106.000 rekisteröityneeseen yöpymiseen. Lähes yhtä korkeisiin kasvuluihin pääsivät ranskalaiset ja hollantilaiset, joiden yöpymiset lisääntyivät viidenneksen.

Vuodesta 1996 lähtien brittien yöpymiset Lapissa ovat lähes viisinkertaistuneet ja niiden määrä on noussut 23.000:sta 106.000 vuonna 2002.

Keväällä 2003 Suomeen lumilomalle tulleille ulkomaalaisille tehdyn tutkimuksen<sup>10</sup> mukaan matkatoimisto, Internet, aikaisemmat matkat Suomeen sekä ystävien ja tuttavien suositukset olivat eniten käytettyjä tietolähteitä kun lumilomaa suunniteltiin.

Neljännes matkailijoista oli harkinnut muitakin hiihtokeskuksia Suomessa matkakohdetta valitessaan. Useimmin harkinnassa mukana olivat olleet Ylläs, Levi, Ruka ja Himos. Viidennes oli harkinnut hiihtokeskuksia muissa maissa, lähinnä Ruotsissa, Norjassa, Itävallassa ja Ranskassa. Vajaa puolet ei ollut harkinnut muita maita vaihtoehdoksi Suomelle.

Yli puolet matkailijoista kävi matkallaan saunassa, puolet kävi kävelyllä luonnossa, kolmannes lasketteli, hiihti maastossa, oli moottorikelkkasafarilla ja koiravaljakkoajelulla. Neljännes kävi poroajelulla ja viidennes nuotiolla luonnossa. Joka kymmenes lumilautaili ja/tai kävi kylpylässä.

Moottorikelkkasafari, koiravaljakkoajelu, laskettelu ja maastohiihto olivat mieleenpainuvimmat aktiviteetit. Lähes kaikkien matkailijoiden mielestä aktiviteettitarjontaa oli riittävästi ja aktiviteetit olivat erittäin tai melko hyviä.

Matkallaan laskettelua harrastaneilta kysyttiin mielipiteitä laskettelurinteistä odotuksiin nähden. Tyytyväisimpiä oltiin hissihenkilöstön asiantuntemukseen ja ystävällisyyteen ja sen jälkeen hissiin pääsyn nopeuteen, rinteiden kuntoon ja hissityyppiin. Tyytymättömämpiä oltiin rinteiden monipuolisuuteen, pituuteen ja korkeuseroon.

Hiljaisuus ja lumi olivat mieleenpainuvimmat seikat Suomen talvisessa luonnossa. Kolmannes matkailijoista mainitsi erämaat ja revontulet ja joka kymmenes porot ja kylmyyden.

Puolet matkailijoista oli ollut Etelä- tai Keski-Euroopan hiihtokeskuksissa talvilomalla viiden viime vuoden aikana. Valtaosan mielestä Suomessa vietetty loma eroaa Keski-Euroopan hiihtokeskuksissa vietetystä lomasta. Eroavuuksina matkailijat toivat esiin hiljaisuuden/rauhallisuuden, maasto on erilaista/ei vuoria, luontoa enemmän ja runsaamman aktiviteettivalikoiman.

Vastaajat olivat tyytyväisiä matkaansa. Tyytyväisimpiä oltiin matkustamiseen Suomeen ja liikuntamahdollisuuksiin, sen jälkeen majoitukseen sekä huvitteluun ja hauskanpitoon. Vähiten tyytyväisiä oltiin tapahtumiin. Eniten moitteita tuli kalliista ravintolapalvelusta tai muusta palvelusta sekä hankalan matkan päässä olevasta sijainnista.

Lähes kaikkien matkailijoiden mielestä lumiloma Suomessa vastasi hyvin tai erittäin hyvin heidän odotuksiaan, ja lähes kaikki olivat myös valmiit suosittelemaan Suomea matkakohteena ystävilleen.

## 2.6. KILPAILIJAT JA YHTEISTYÖKUMPPANIT

Seuraavassa esitellään Levin kilpailijat, jotka voivat yhä useammin olla pikemminkin yhteistyökumppaneita. Tiivistelmä Suomen hiihtokeskuksista numeroina on liitteenä 3.

### 2.6.1 Ruka

Ruka on panostanut voimakkaasti kesäaikaiseen matkailuun. Paikat pidetään auki ja ohjelmapalveluja on runsaasti.

Rukalle on laadittu ydinaluetta koskeva rakenne-malli, joka pyrkii ohjaamaan kehityksen jatkossa kahteen kylään, Länsi- ja Itä-Rukaan. Rakennetta tiivistetään ja eheytetään siten, että auton tarve palveluiden saavuttamiseksi vähenisi oleellisesti.

#### Kansainvälisyys

Rukan tavoitteena on kasvattaa ulkomaalaisten vieraiden osuus kaksinkertaiseksi, jolloin joka neljäs asiakas olisi ulkomaalainen. Kansainvälistä tunnettavuutta koulutus- ja valmennuskeskukseksi nostetaan hankkeella, johon kuuluu freestyle maailman-cupin osakilpailut vuonna 2003 ja MM-kisat vuonna 2005. Suunnitelmien mukaan hissikapasiteetti nousee 50 prosentilla. Kaudeksi 2002-2003 valmistuva kansainväliset normit täyttävä freestyle kilpailukeskus lisää rinnetarjontaa. Kesämyynnistä ulkomaalaisia on nyt 30 %, ja tavoitteena 80 % vuonna 2005.

<sup>10</sup> MEK: Ulkomaalaisten lumilomailijoiden haastattelututkimus, 21.5.2003, TOY

### Markkinointi

Matkailun tukitoimien suunnittelua, neuvontaa, markkinointia sekä vaellus- ja hiihtoreittien ylläpitoa organisoidaan uudelleen. Yhteismarkkinointi on noin 670 000 €, josta kaupungin osuus 116 000 €, Rukakeskuksen 133 000 €, loput yrityksiltä. Yhteensä 260 maksajaa. Johtoryhmä (yhdeksän yrittäjää ja kaupungin edustaja) päättää maksusuodet. Markkinoinnista suunnataan 30 % kesään ja 70 % talveen. Ulkomaan markkinoinnin osuus on 20 %.

### Ohjelmapalvelut

Suosituimmat kesälajit ovat koskenlasku, mönkijät ja toisaalta eri lajien yhdistelmät. Teemamatkailu on nousussa mm. eri lajien bongarit. Kalastuksella on hyvä tulevaisuus kunhan ”ei missään nimessä harrasteta pelkkää lupamyyntiä.” Rukalla on noin 50 ohjelmapalveluyrittäjää, joista 5 reilusti muita suurempia. Ohjelmapalveluissa raju kasvu erityisesti kesällä (+40 % vuodesta 2001). Ranskalaiset ja saksalaiset tärkeimmät asiakasryhmät, venäläiset yritysvieraina. Yhteistyö eri yrittäjien kesken toimii hyvin suurten ryhmien palvelussa. Kaikki siirtokuljetukset on ulkoistettu kuljetusalan yritykselle.

### Reitistöt:

Patikoinnin lähireittejä kehitetty, oma yhteisesite patikointikohteista tehty ja reittejä tuotteistettu. Rukalla toimii latupooli, joka vastaa reittien ylläpidosta ja rakentamisesta. Vuosipanostus kaupungilla 133 000 €, yrittäjillä ja mökkiläisillä 50 000 €. Yritykset maksavat osuutensa suhteessa vuodepaikkoihin. Kelkkareittejä on yhteensä 550 km, joista yhtään ei ole virallista. Suuri osa on yksityisten ohjelmapalveluyrittäjien omia uria.

Rakenteilla eri lajien yhteisiä 100 neliön taukotupia, jossa ”omat eväät” -periaate. Taukotupia ylläpitää Rukakeskus.

### Infra

Rukan keskittyy lähivuosina voimakkaasti infrastruktuurinsa kehittämiseen. Suunnitteilla on mm. runsaasti liiketilaa erikoiskaupoille. Suunnitteilla 200 milj. euron investoinnit, mikä on yhtä paljon kun kaikki nykyiset investoinnit yhteensä. Lopullisena tavoitteena on kasvattaa vuodepaikkamäärä 16.000:een.

Kokoustiloja Rukalle ollaan rakentamassa n. 1000 m<sup>2</sup>. Kokoustiloja rakennettaessa huomiota kiinnitetään monikäyttöisyyteen. Alppilukion ja -akatemia lajikoimaa tullaan laajentamaan. Kesäkuun alun auki oleva laskettelurinne lisää ympärivuotista matkailua alueelle. Ruka ja Kuusamo markkinoivat yhdessä ohjelmatarjontaa, joka painottuu erilaisiin ulkoilma-aktiviteetteihin.

### Länsi-Rukalla:

- tieverkoston parantaminen, maanalainen yleinen parkkipaikka).
- uusi, jalankulkijaystävällinen ‘Village Plaza’ jossa kauppatori.
- Kaltiolammen reitti ja fitness circuit
- uusi rinne vasta-alkajille, opetusalue ja hissi
- uusia parkkialueita päiväkävijöille sekä siirtymähissi
- talvijärven rannan parannus, rantatie ja venelaituri
- majoituskapasiteetin lisääminen

### Itä-Ruka:

- tieverkoston parantaminen, ‘Transit Centre’ rakennus
- uusi lomakylä jossa 2-5 kerroksisia rakennuksia ja noin 56.000 kerrosneliötä.
- laajennettu moottorikelkkasafarien tukikohta ja Saaruanlammen palvelualue
- uusi vasta-alkajien alue, lasten lumileikki-alue, yhdys-hissi

### Maston alue:

- uusi rinnealue, ski-in/ski-out asuinalue
- uudelleen sijoitettu caravan alue ja huoltorakennus
- uusi päiväkävijöitten parkkialue

## 2.6.2 Saariselkä

*Mottona ”ei suurin mutta paras.”*

*”Euroopan johtava arktisten luontopalvelujen, liikunnan ja hyvinvoinnin keskus.”*

Kehittäminen keskittyy *voimakkaammin aineettomiin kuin aineellisiin* investointeihin. Päälimmäisinä ovat tuotekuvan ja viestinnän sekä yhteistyön kiinteytymisen tarpeet.

Tuotekehityksen osalta painopiste on asiakaskunnan uusiutumiseen tähtäävissä toimenpiteissä. Etusijalla ovat *nuorten aikuisten* kaipaamat, viihtymiseen, rentoutumiseen, hyvinvointiin sekä

seikkailu- ja extreme-lajeihin liittyvät ohjelmapalvelut.

Uusia tuotteita kehitetään ensilumen kauden vahvistamiseen ja kesätuotteiden lanseeraamiseen yhteistyössä koko pohjoisen alueen ja Pohjois-Norjan kanssa. Rinnetarjontaa ollaan kehittämässä lumilautailuun ja perhelasketteluun, lisäksi yleisilmettä pyritään kohottamaan. Ohjelmapalvelut ulottuvat lähialueiden maastohiihdosta retkiin Jäämerelle. Kesäohjelmat painottuvat erilaisiin ulkoilma-aktiviteetteihin ja ovat kiinteästi yhteydessä myös alueen muihin ohjelman tuottajiin mm. Tankavaaran kullanhuuhton. Saariselän tavoitteena on tulevaisuudessa olla kautensa ensimmäisenä avaava hiihtokeskus.

Kylään ollaan rakentamassa uusi huoneistohotelli, sekä noin 200 uutta vuodepaikkaa lomahuoneistoissa. Syksyksi 2002 on valmistumassa 20 huoneiston lomakohde kylpylän läheisyyteen. Inarin kunta kaavoittaa Kaunispään rinnettä. Kaava on ollut nähtävillä alkukesästä 2002. Kylää remontoidaan voimakkaasti ja yleisilmettä pyritään kohentamaan. Saariselkä pyrkii lisäämään ja kehittämään yhteistyötä alueen eri yrittäjien kesken.

Saariselällä on käynnistymässä Matkailun pohjoinen ulottuvuus -hanke, joka ulottuu vuoteen 2020. Hanke on kaksiosainen käsittäen sekä lyhyen tähtäyksen tuotekuvallisen kehittämisen, että pidemmän tähtäyksen toimintojen, maankäytön ja liikenteen kehittämistarpeet.

Rakentaminen keskittyy 15 min kävelymatkan etäisyydelle keskustasta. Mitoitusrajana vuodepaikkamäärän kasvu enintään 16 500 vuodepaikkaan nykyisestä 8 800:sta.

Ydinkeskustaan toteutetaan liike- ja palvelurakennus "Saariselän Siula". Toimii myös informaatio-, palvelukeskuksena.

| SAARISELÄN INVESTOINNIT 2000 - 2006                 |                |
|---|----------------|
| Saariselän Siula                                    | 5,0 m€         |
| Saariselkä Fun & Information                        | 0,85 m€        |
| Kunnallistekniikka                                  | 6,7 m€         |
| Ympäristöhankkeet                                   | 4,7 m€         |
| Asuntoja (20kpl/vuosi)                              | 8,4 m€         |
| Saariselän tien korjaus                             | 0,7 m€         |
| Muut tiejärjestelyt (Kiveliö, Kaunispää)            | 0,34 m€        |
| Jalankulkutiet ja polut                             | 0,34 m€        |
| Valaistus   | 0,17 m€        |
| Eritasoristeykset ja reitit keskustassa             | 1,2 m€         |
| Kevyen liikenteen väylä Laanilaan ja ensilumen latu | 1,5 m€         |
| Laskettelualueen investoinnit                       | 1,0 m€         |
| Ala-aste  | 1,7 m€         |
| Urheilukenttä/luistinrata                           | 0,17 m€        |
| Liikennejärjestelmäsuunnitelma                      | 0,02 m€        |
| Yleiskaavan uudistaminen                            | 0,08 m€        |
| Asemakaavoitus                                      | 0,08 m€        |
| Kaupalliset majoitustilat                           | 16,8 m€        |
| Yksityiset loma-asunnot                             | 16,8 m€        |
| Muut kaupalliset palvelut                           | 8,4 m€         |
| <b>Yhteensä</b>                                     | <b>75,0 m€</b> |

### 2.6.3 Ylläs

*Vuonna 2010 Ylläksen visioidaan olevan "tunnettu aktiivilomailijoiden tuotemerkki ja luontomatkailukohde Euroopassa. Ylläksen ylivoima on ylivertainen luontoliikuntapalvelu yhdistettynä paikalliseen kulttuuriin". Tavoitteena on olla yhtä tunnettu kuin Euroopassa kuin Ruotsin Åre.*

Vuosina 1999-2004 tavoitteena on

- vuodekapasiteetin lisäys 4 000 paikalla (sis. myös vaunupaikat).
- Hissikapasiteetin lisäys 6 000-8 000 hlöä/tunti
- Ravintolapaikkojen lisäys 2 200:sta 3 000:een.
- Yöpymisvuorokausien nostaminen vuoden 1998 340.000:sta (joista 140.000 hotelleissa) 540.000:een.
- Matkailuliikemäärän lisäys 5 vuodessa 16,8 m€:sta 60 %:a, 26,9 m€:oon.
- Hotellien huonekäyttöaste 40 %:sta 50:een.

Ylläksen kärkituotteita ovat tai tulevat olemaan

- Maastohiihto (Euroopan ykköseksi 2005, maailman ykköseksi 2010)

- Laskettelu (Ykkönen Suomessa ja tunnettu hiihtokeskus Euroopassa 2005)
- Maastopyöräily ja patikointi (Ykkönen Suomessa 2005, uusia tuotteistettuja reitistöjä runsaasti)
- Uutena tuotteena Musiikkitunturi. Yhdessä musiikki- ja kulttuuritapahtumat kantavat nimeä Ylläs Festivals
- Suomen aktiivisin kansallispuisto
- Kalastus tuotteistetaan

Ensisijaisena kohderyhmänä aikuiset, itse maksavat luontoliikunnan harrastajat. Toisena kohderyhmänä ovat business to business- asiakkaat. Myös perheet säilyttävät asemansa pääkohderyhmien joukossa. Hyödynnettäväksi kohderyhmäksi on valittu nykyisten asiakkaiden lapset ja lapsenlapset. Marginaalikohteryhmänä ovat eri aktiviteettien himoharrastajat, edelläkävijät ja vaikuttaja-yksilöt.

Kotimaassa Ylläs pyrkii esiintymään yksin, ulkomaan markkinoinnissa tavoitteena on tehdä yhteistyötä Levin tai muiden Lapin keskusten kanssa.

Tärkeimpinä liikennejärjestelyinä Ylläksellä kehitetään kyliä yhdistävää maisematietä ja toteutetaan kevyen liikenteen väylien jatko-osat molemmissa matkailukylissä.

Maankäytön suunnittelun osalta tavoitteena on luonnonympäristön korostaminen, kylien yhteyksien parantaminen ja yhdyskuntarakenteen eheyttäminen keskittämällä rakentaminen kävelyetäisyydelle joukkoliikenteen reiteistä. Ohjelmapalveluille perustetaan keskitetyt alueet, joilla voi toimia useita yrittäjiä.

Liikenteen osalta merkittävimmät suunnitellut hankkeet ovat kyliä yhdistävän maisematien toteuttaminen ja kevyen liikenteen jatko-osat molemmissa matkailukylissä.

#### 2.6.4 Pyhä-Luosto

*Vuonna 2008 Pyhä-Luoston visioidaan olevan kävijämäärältään ja liikevaihdoltaan Suomen viiden johtavan kansainvälisen matkailukeskuksen joukossa. Pyhä-Luosto pyrkii asemoimaan itsensä korkeatasoiseksi ja erityisesti ulkomaalaisten sekä laatua hakevien kotimaisten matkailijoiden kohteeksi.*

Kehittämisen keskeisiä lähtökohtia ovat tiiviit kävelykylät keskusten ytimessä, Hot Bed- ajattelu (kaikki ydinalueen vuodepaikat ovat kaupallisessa käytössä), loma-asuntoalueiden suunnittelu pääsääntöisesti ski in-ski out periaatteen mukaisesti sekä eri toimintojen välinen tasapaino.

Suomen ja Lapin yleisten vetovoimatekijöiden lisäksi Pyhä-Luoston vetovoimatekijöitä vuonna 2008 ovat;

- kahden tunturikeskuksen tunnelma ja palvelut sekä tunturit yhdistävä kansallispuisto ja luontoaktiviteetit
- Pyhän rinneprofiilit ja hissijärjestelmä on Suomessa ylivoimainen 'aktiivihiihtäjälle' ja kilpailukykyinen kansainvälisesti valikoiduille segmenteille
- Pyhä-Luosto hiihtotuote (rinteet ja ladut) on kilpailukykyinen muiden kotimaan kohteiden kanssa
- Pyhä-Luosto kansallispuisto on helposti saatavissa ja esimerkillisesti tuotteistettu (reitit, opasteet, kartat, opaspalvelut)
- Euroopan ainoa matkailijoille avoin ametistikaivos moniaistisine elämys tuotteineen
- Pyhän Kurutapahtumat luonnon amfiteatterissa
- Vakiintuneet teemat ja tapahtumat
- Kansainvälisen tason aluesuunnitelman mahdollistama ylivoimainen laatu ja toimivuus (tiiviit kävelykylät, ski in-ski out periaate, hot bed-ajattelu ja eri toimintojen välinen balanssi)

Keskeisimmät numeeriset tavoitteet ovat :

- Vuodekapasiteetti 10000 vuodepaikkaan (nyk. 7000), hissi- ja rinnekapasiteetin kasvattaminen sekä muiden matkailupalvelujen kapasiteettia tasapainoisessa suhteessa vuodepaikkoihin nähden.
- Käyttöasteen nostaminen ympärivuotisesti nykyisestä 45 %:sta 50 %:iin.
- Kansainvälisten asiakkaiden osuus kasvaa nykyisestä 30%:sta 50 %:iin.
- Alueen matkailuliikevaihto kasvaa nykyisestä 22 miljoonasta 30 miljoonaan euroon.
- Suoraan matkailuun liittyvien ympärivuotisten työpaikkojen määrä kasvaa nykyisestä n. 280:stä n. 380:een.

| PYHÄ-LUOSTON YHTEISET HANKKEET 2008   |                      |
|---|----------------------|
| Pyhä-Luosto ydinalueiden kehittämissuunnitelman loppuunsaattaminen. Valmis 04/04  | 200.000 € +kaavoitus |
| Yhteistyön organisointi (ensimmäisten 3 vuoden hallintokustannukset).   | 100.000 €            |
| Pyhä-Luoston kansallispuisto. Valmis 12/04  | 500.000 €            |
| SkiBus syöttöliikenteen (2006-) ja sisäisen liikenteen (2003-) jatkon varmistaminen   |                      |
| Ympäristökeskusprojekti: rakennetun ympäristön kunnostus, kelkkareittien parantaminen ensilumille ja ympärivuotiseen käyttöön. Valmis 2004  | 400.000 €            |
| Lumettoman ajan lähireitistöjen kunnostus   |                      |
| Talven reitistöjen hoidon ja kehitystyön varmistaminen  |                      |
| SMART - projekti (Sustainable Model for Arctic Regional Tourism). Valmis 12/05  | 57.000 €             |
| Pyhä-Luosto alueen laatuprojekti 2004-2006  | 300.000 €            |
| Pyhä-Luosto vesihuollon kehittäminen 2004-2006  | 5 milj €             |
| Yksityiset vapaa-ajan asunnot - 400 kpl, keskimäärin 80 m <sup>2</sup> , 6 vp   |                      |
| Vuokra-asuntojen rakentaminen henkilöstölle   |                      |
| Kylpyläkapasiteetin laajentaminen. Käynnistetään 2003   |                      |
| <b>Pyhän hankkeet 2008</b>  |                      |
| Pyhätunturin kevyen liikenteen väylä ja valaistus. Valmis 2003  | 1 milj. €            |
| Pyhätunturin Polar ala-aseman matkailupalvelualue. Kv-tason ala-asemarakennus, av ja matkailuajoneuvoalue. Valmis 02/04   | 1 milj. €            |
| Pyhätunturin liikekeskuksen laajennus. Valmis 12/03   | 1 milj. €            |
| Pyhätunturin monitoimihalli. Käynnistetään tarvesuunnittelun osalta 2003.   |                      |
| Pyhätunturin infokeskus 2004-2005   | 500.000 €            |
| Pyhätunturin ydinalueen liikenne- ja parkkipaikkajärjestely 2004-2005   | 2 milj €             |
| Pyhätunturin vetovoimainvestoinnit; ydinalueen hissi- ja rinnejärjestelmän laajennukset (Vanhan päähissin korvaaminen uudelle 6-hlön tuoli hissillä, 2 uutta perhehissää, ydinalueen uudet rinteet, valaistus ja lumetus) | 4,4 milj €           |
| Ekologisen kaukolämpöjärjestelmän rakentaminen Pyhätunturin ydinalueelle  | 500.000 €            |
| Tunturin taidepaja hankkeet (Maahisten maa, Sosiokulttuurisen innostamisen tietä matkailutuotteeksi-koulutus ja Kulttuuri ja taide-tuotannon kehittämisprojekti) 2007-2008  | 2,5 milj. €          |
| <b>Luoston hankkeet 2008</b>  |                      |
| Ukko-Luoston konserttilavan kattaminen 2004   | 100.000 €            |
| Hotelli Luostotunturin laajennushanke 2004-2005   | 3 milj. €            |
| Hissi- ja rinnetoiminnan laajentaminen 2004-2006  |                      |
| Liiketilan rakentaminen 2006  | 2 milj. €            |
| Kulttuuri- ja revontulikeskus 2006  | 2 milj. €            |
| Luoston kirkon / kappelin rakentaminen 2006   | 1,5 milj. €          |
| Vuodepaikkojen lisääminen 300 vp:llä vuoteen 2008 mennessä  |                      |

## 2.6.5. Åre

Kylpylän, monitoimihallin ja hotellin rakentaminen aloitettiin syksyllä 2002. Mittavan hankkeen ensivaiheen investoinnit ovat 40 miljoonaa euroa, koko projektin kustannusarvio on 70-80 miljoonaa euroa. Hanketta tukevat Åren kunta, Ruotsin valtio ja EU. Hotelli sekä monitoimihalli kylpylöineen pyritään avaamaan kaudelle 2004/05. Holiday Club Finland Oy toteuttaa 40 miljoonan euron projektin. Se sai hankkeeseen 15 miljoonan euron tukipaketin, jossa EU:n osuus kolme, Ruotsin valtion ja Åren kunnan kummankin kuusi miljoonaa euroa. HCF:n hankkeella pyritään tekemään Åresta ympärivuotinen matkailukeskus.

Åren kylpylähotelli ja monitoimihalli rakennetaan Åren keskustaan rautatieaseman viereen. Lähimmälle hiihtohissille on matkaa 150 metriä. Kompleksin kokonaispinta-ala on 23 000 m<sup>2</sup>. Sen sydän on klubirakennus, jossa on monipuoliset harrastamahdollisuudet, kolme erityyppistä ravintolaa sekä monitoimihalli. Monitoimihallissa voidaan järjestää suurtapahtumia, kuten konsertteja, kongresseja, messuja ja urheilutapahtumia. Tilat voidaan myös joustavasti muuntaa sisäurheilupelejä varten.

Kylpylä tulee olemaan puolta suurempi kuin Holiday Clubin Katinkullassa. Hotelliin rakennetaan 150 huonetta, joista pääsee suoraan lyhyttä tunnelikäytävää pitkin klubirakennukseen. Viikkoosakehuoneistoja rakennetaan aluksi 40, ja ne sijaitsevat myös Åresjönin rannalla, hiukan erillään klubi-rakennuksesta.

Kaudella 2002/03 Åressa avataan kaksi uutta high-speed hissiä. Toinen on 6 henkilön tuoli-hissi. Näiden lisäksi lähivuosina rakennetaan vielä lisää hissikapasiteettia.

Kaudella 2002/03 aloitettiin suorat charter lennot Isosta Britannian. Kauden aikana lentoja on yhteensä 16.

Åressa tutkitaan Luleån yliopiston kanssa mahdollisuuksia erottaa maalämpöä laskettelurinteestä. Mikäli hanke onnistuu, syntyy "sivutuotteena" mahdollisuus pitää lumi rinteissä ympärivuotisesti.

Åre on luonut esitteestään uuden konseptin. Huomattavasti keventynyttä esitettä täydentää CD-Rom jossa esitetään majoituskapasiteetin

tiedot. CD:lle voidaan laittaa aiempaa merkittävästi enemmän tietoa majoitusmahdollisuuksista, asiakkaan on helpompi löytää tarvitsemansa tieto, ja esitteestä tulee kustannuksiltaan edullisempi kuin edellinen paksu esite.

### 2.6.6. Yhteenvetoa

Kauden pidentäminen ja ympärivuotisuus ovat keskeisiä tavoitteita matkailukeskusten kehittämisessä. Ohjelmapalvelujen rooli nousee kesämatkailun kehittämisessä keskeiseksi. Tavoitteena useilla on paljon ja monenlaista tapahtumaa ja tekemistä, että saadaan matkailijat myös kesällä pohjoiseen ja alueella viipymää pidennettyä.

Luonto on perushoukutin, mutta sen lisäksi tavoitellaan ”meininkiä” eli ravintolat auki ja ihmisiä liikkeellä. Tiivis keskusta on useilla keskuksilla tavoitteena. Myös tapahtumatarjontaa sesongin ulkopuolella on keskeinen kehittämiskohde.

Lapset, naiset ja nuoret ovat ryhmiä, joiden tarpeet on otettava palvelutarjonnassa erityisesti huomioon.

Kesätarjonnan keskeisiä kilpailijoita ovat risteilyt, lasten ”puuhamaat” Etelä-Suomessa ja mökkeily omalla mökillä. Ruka on panostamassa voimakkaasti kesämatkailuun ja Vuokatissa ovat jo hyvin toimivat palvelut. Erityisesti Vuokatilla on sijaintietu etelän asutuskeskuksiin nähden. Rukan erikoisuus on Venäjän läheisyys ja sen tuomat mahdollisuudet luontomatkailulle.



## 2.7. VISIO TOIMIALAN KEHITYKSESTÄ

### 2.7.1. Matkailun trendit

**Matkailu kasvaa** nopeasti. Matkailu on maailman nopeimmin kasvavia teollisuudenaloja

- Matkailijamäärä maailmassa kasvaa 4,3 % vuodessa
- Matkailutulo maailmassa kasvaa 6,7 % vuodessa
- Vuonna 1998 matkailijoita 625 miljoonaa ja matkailutuloa 465 miljardia euroa
- Vuoteen 2020 mennessä matkailijoiden määrä noin kolminkertaistuu (1,5 miljardiin) ja matkailutulon määrä viisinkertaistuu (2100 mrd €).<sup>11</sup>

**Maailma pienenee.** Kun koko maailma on matkailijan saavutettavissa, matkailuyrityksen kilpailijoina onkin puoli maailmaa. Yhä enemmän matkailijoita 'luoksepääsemättömissä paikoissa'. Äärimatkat ovat kasvumarkkina – korkeimmalle, syvimmälle, avaruuteen, antarcticalle.

**Kestävä kehitys.** Kestävän kehityksen periaatteet muuttuvat lisäarvosta perusedellytykseksi. Matkanjärjestäjät vaativat tuottajilta ympäristön huomioivia tuotteita. Kestävän kehityksen periaatteet on otettava huomioon niin yksittäisen yrityksen kuin koko matkailualueenkin kehittämisessä. Myös asiakkaiden ympäristötietoisuus kasvaa ja vaikuttaa tulevaisuudessa matkakohteen valintaan. Ympäristöasiat ovat erityisen tärkeitä herkillä vesistöalueilla.

**Matkailuteollisuudesta Elämysteollisuuteen.** Painopiste siirtyy palvelujen tuottamisesta kohti yksilöllisempien elämysten tuottamista asiakkaalle. Matkailuelinkeino kytkeytyy tiiviimmin muihin klustereihin, syntyy 'elämysklusteri'. Esim. matkailun, viihdeteollisuuden ja uusmedian kytkennät.

**Kaikkivoipa IT.** Elektroninen tiedonvälitys muokkaa voimakkaasti tiedonvälitystä, jakelua ja tuotantoa ja muuttaa koko arvoketjun. Mahdollistaa asiakkaalle tehokkaan hintavertailun. Tuo uusia mahdollisuuksia tuotantoyrityksille ja asettaa haasteita esim. matkatoimistoille. Paikkatietoinformaation tekninen kehittyminen tarjoaa mielenkiintoisia mahdollisuuksia ja haasteita matkailukeskuksille.

**Matkantekoprosessi nopeutuu.** Kaikki vaiheet vievät vähemmän aikaa, ostopäätöskään tehdään vasta viime hetkellä.

**Kysyntä sirpaloituu.** Perinteiset sosioekonomiset jaot vanhenevat, tilalle life-style ryhmät, etniset ryhmät, "heimot". Esim. lumilautailijoilla on oma kieli, omia symboleita ja omia yhteisiä arvorakenteita, mutta jäsenet tulevat eri ikä-, varallisuus- ja koulutustaustoista. Markkinoiden segmentointiin ja omien tuotteiden asemointiin panostettava voimakkaasti. On tiedettävä keitä meidän asiakkaamme itse asiassa ovat.

**Imagon merkitys kasvaa,** matkakohteesta muotituote. Matkakohdevalinnasta 'statement' siinä missä vaatteet tai auto. Imagoa hiomalla kohteet lisäävät vetovoimaansa ja erottautuvat kilpailijoistaan. Matkakohteista tulee brändejä. Esim. Levi bailaamiseen, Ylläs perheen kanssa hiihtämiseen.

**Lyhyet lomat yleistyvät.** Time poor- money rich asiakkaille pyrittävä tarjoamaan 'maximum thrills in minimum time' – mahdollisimman paljon tiivissä ajassa. Suomessa lyhyet lomat ovat kasvaneet 47 % vuosina 1991-2002.

**Kokousmatkailu lisääntyy.** Korkeatasoiset kokoustilat yhdessä luonnon ja harrastusmahdollisuuksien kanssa kiinnostavat monia kokousjärjestelijöitä. Rungas ohjelmajärjestelyt soveltuu erinomaisesti kokousmatkailun oheistuotteiksi.

**Korkea hinta-laatu tietoisuus.** Matkailijat ovat vuosi vuodelta kokeneempia, ja osaavat odottaa oikeaa hinta-laatu suhdetta. Myös IT varmistaa hyvän hintatietoisuuden.

**Luonto- ja kulttuurimatkailu kasvavat.** Molemmilla harrastajakunta on harvoista syvällisesti asiaan perehtyneistä suureen yleisöön. Kulttuurimatkailussa erityisen suurta kasvua odotetaan kulttuurimaiheille teemalomille. Luontomatkailua koko Suomen matkailusta noin neljännes. Luontomatkailun kasvuvauhti on koko matkailun kasvuun verrattuna kaksinkertainen.

**Terveys- ja hyvinvointi palveluiden kysyntä kasvaa** voimakkaasti asennemuutosten ja väestön ikääntymisen myötä. *Kylpylät* ovat muuttumassa hyvinvointikeskuksiksi. Kylpylätmatkailuun sisältyy perinteisten hoitojen lisäksi liikuntaa, terveellistä ruokailua ja kulttuuria. Palvelujen kirjo kas-

<sup>11</sup> Tourism: 2020 Vision, World Tourism Organisation



vaa ja kylpylät erikoistuvat toiminnoiltaan ja asiakasryhmiltään. Kuntoutettavien sotaveteraanien tilalle ovat tulleet hyväkuntoiset aikuiset ja lapsiperheet. Kilpailijoina ovat tulevaisuudessa Baltian kylpylät.

**Teemamatkat lisääntyvät.** Teemamatkailussa matkojen motivaationa on kiinnostus johonkin rajattuun aiheeseen. Teema itsessään on usein tärkeämpi kuin perinteiset motivaatiotekijät, kuten ilmasto. Myöskään paikka itsensä ei yleensä ole merkittävä, vaan teemat mukainen toteutus. Esimerkkejä ovat Disneyland, Legoland, keskiaikapuistot. Suomeen suuntautuvien teemamatkojen määrä kasvaa (esim. jouluku), sen sijaan kotimaan kehitys on maltillista. Paikallisesti mahdollisuuksia kehittelyyn esim. jouluku, pääsiäinen, erilaiset tapahtumat.

**Varttuneempi väestö yhä tärkeämmäksi asiakasryhmäksi.** 55+ ikäisiltä ovat lapset muuttaneet kotoa, asunto ja auto on maksettu ja tulot ovat työuran huipussa. Tämä ryhmä on myös totunut kuluttamaan ja vaatimaan laatua.

**Tietojärjestelmät lisäävät palvelun tehokkuutta.** Tietojärjestelmillä saadaan kerättyä yksityiskohtaista tietoa asiakkaiden käyttäytymisestä itse kohteessa. Tietopankeista yksityiskohtaista tietoa 'niche'-markkinointiin.

**Virtuaalitodellisuus suunnannäyttäjänä?** Virtuaalitodellisuus on eräs elämyksiä ja seikkailukokemuksia tuottava vaihtoehto, jonka merkitystä ei ole syytä väheksyä. Positiivisesti arvioiden virtuaalitodellisuus antaa viitteitä siitä, mihin suuntaan ollaan menossa. Matkailun markkinointivälineenä välitöntä hyötyä.

**Terrorismin uhka** muuttaa ihmisten matkakäyttäytymistä kansainvälisen matkailun osalta. Suomen kannalta uhkakuvana on matkailijoiden jättäytyminen kokonaan pois kansainvälisestä matkailusta ja keskittyvän matkailuun kotimaassaan. Mahdollisuuksia tarjoaa Suomen turvallinen maine, joka voi houkutella kansainvälisiä matkailijoita vähemmän turvallisina pidetyiltä alueilta, ja aiempaa enemmän suomalaisia kotimaan matkailijoita.

### 2.7.2 Arvio hiihtokeskustoiminnan kehityksestä

Luontoaktiviteettien kysyntänäkökulmat ovat hyvät. Matkailijat arvostavat puhdasta luontoa, saasteettomuutta ja turvallisuutta. Ne ovatkin kes-

keisin valintakriteeri, minkä perusteella Suomi valitaan kohdemaaksi tai miksi jokin alue vetää suomalaisia matkailijoita.

Luontoaktiviteetteihin liittyvä trendi on seikkailu, joka sanasisältönsä puolesta sopii niin lasten kuin aikuistenkin mielikuviin. Pidemmälle vietyä kehitys merkitsee ääriseikkailua, jossa on kyse omat rajat ylittävistä kokemuksista. Suomessa yritysten tuotetarjontaan sisältyy jo paljon seikkailuhenkisiä tuotteita. Vaativiin seikkailuihin keskittyviä yrityksiä on perustettu jo lukuisia. Seikkailut liitetään myös ryhmätöitä kehittämiin. Kansainvälisesti on jo olemassa seikkailumatkailuun erikoistuneita matkatoimistoja.

Väestö- ja matkailijarakenteen ikääntymisen tuomat vaatimukset tarjottaville ohjelmallisille palveluille ovat haaste tuotekehitykselle. Myös yhä aikaistuva eläkkeelle siirtyminen tuo tulevaisuudessa terveempiä, hyvätuloisempia ja liikkuvampia matkailijoita. Markkinointimielessä seniorimatkailijoiksi nimettyjä 55–64-vuotiaita on Euroopassa 90 miljoonaa, ja he tekevät 180 miljoonaa matkaa vuosittain. Englantilaisen markkinatutkimuksen mukaan yli 50-vuotiaitten (18 miljoonaa englantilaista) ulkomaanmatkat kasvavat 25 % seuraavien viiden vuoden aikana. Pääasiassa kysyntä kohdistuu risteilyihin, lyhytlomiin, aktiviteettilomiin, kaukomatkoihin ja itse järjestettyihin yksilöllisiin matkoihin.

Luonto-ohjelmien kuluttajiksi tulee yhä keski-vertoisempia väestönosia Veikka Gustafssonien sijaan. Tämä edellyttää ikääntyvien ohella tuotteiden sopeuttamista fyysisesti alemman suorituskyvyn omaaville asiakkaille.

Muut tekijät, kuten lapsettomien pariskuntien määrän kasvu ja perheiden tulotason kohoaminen, tulevat vaikuttamaan matkailukulutuksen kasvuun.

Keskittyminen ja ketjuuntuminen tulee jatkuamaan ja voimistumaan entisestään. Destination Management ja Incoming toimistot ilmestynevät hiihtokeskuksiin. Kansainvälisesti puhutaan myös "all included" -matkatuotteista eli tuotteista, joissa asiakkaan matkasta maksama hinta sisältää kaikki kohteen (hotellialueen) palvelut aterioineen, juomineen ja lisäpalveluineen riippumatta käytön määrästä. Tämä ei vielä ole yleistynyt Suomen markkinoille, mutta laadukkaissa lomakohteissa ulkomailta kylläkin.

Amerikan markkinoilla hiihtolajien kysynnän kasvu on pysähtynyt. Laskettelua harrastavien Baby-Boomersien vaihtaessa sukset golf mailoihin laskettelijoiden määrä on laskenut 7,4 miljoonaan, alimmalle tasolle 10 vuoteen ja 30 % alaspäin vuoden 1994 harrastajamäärästä. Toiseen suuntaan vaikuttava lumilautailijoiden nopea kasvu ei ole riittänyt kokonaan kattamaan laskettelijoiden määrän laskua, ja seurauksena on ollut kohtuullinen hinta-kilpailu sekä voimakas keskittyminen tuotekehittelyyn.

Niin koti- kuin ulkomailla markkinoilta karsiutuvat pienimmät ja elinkelvottomimmat yritykset. Pudotuspelissä ovat mukana yleensä vähäistä matkailukysyntää ja/tai väestömäärää edustavilla alueilla toimivat yritykset. Parhaat yritykset löytävät alueensa matkailupalvelukokonaisuuden monipuolisuuden sekä verkostoitumisen ja laadukkaan tuotteiston kautta markkinakanavat ja oikeat asiakasryhmät.

Kärkiyritykset pääsevät yhä paremmin myös kansainvälisille markkinoille. Hiihtokeskusten tuotteistamisen on tällöin perustuttava myös muihin kuin laskettelupalveluihin, vaikka laskettelu sopii myös ulkomaiseen tarjontaan tuotteen osatekijänä. Laskettelutuote on lähtenyt hyvin liikkeelle mm. Venäjän markkinoilla.

Kilpailukykyään kehittävät hiihtokeskukset muuttavat lumeen perustuviksi viihdekeskuksiksi, joissa monipuoliset palvelut ja henkilöstön "teatraalinen" osaaminen ja asiakkaiden viihdyttäminen tulevat keskeisiksi.

Kansainvälisissä keskuksissa on luonnollista, että asiakkaat pääsevät rinteisiin ja muihin palveluihin mahdollisimman helposti. Alueen sisäiset ski-bussit, siirtohissit ja nyt jo gondolihissitkin yleistyvät myös Suomessa. Tulevaisuudessa puhutaan myös laskettelu "tuubeista", jotka vastannevat hiihtoputkien ja lumilautatunneleiden kaltaisia teknisiä ratkaisuja.

Matkailukohteiden on syytä ottaa kansainvälis-

ten asiakkaiden tarpeet paremmin huomioon. Esimerkiksi sopivat vaikkapa useampikieliset opasteet ja esitteet ja palveluhenkilöstön kielitaito. Myös turvallisuuskysymykset ovat ajankohtaisia. Valvonnan vähäisyys ja henkilöstökulujen ristiriita on ilmeinen ongelma.

Ideoita maailmalla;

- Loon Ski Resort, Lincoln, N.H. Hiipunutta kysyntää vauhdittamaan kehitettiin kaksi vuotta sitten Snow Toys Adventure Park. Puiston päätuotteena olivat törmäilyauton ja moottorikelkan välimuodolta näyttävät kelkat. Kahden vuoden kokemus on osoittanut Kelkat erittäin menestyksellisiksi ja kääntänyt kävijämäärät uudelleen kasvuun.
- Tubing on yleistynyt lähivuosina nopeasti ja kiinnostus tubingia kohtaan on ollut erittäin suurta. Mm. Sunday River Mainessa, Mount Snow Vermontissa ja em. Loon Ski resort tarjoavat tubingia myös pimeään laskeuduttua. Tubingia on tarjolla myös Suomessa, ja se soveltuu radasta riippuen myös perheen pienimmille.
- Equinox, Green Mountains of Manchester, Vt. Vuonna 1997 kehitetty Land Rover Driving School perustuu maastoajoon lumisissa ääriolosuhteissa jyrkillä rinteillä ja hyppyreillä - "All things you'd never try in your own car". Vuonna 2002 175 \$ maksava ääriolosuhteiden maastoajotunti on houkutellut tuhansia vieraita.
- Adventure Ridge, Vail, Colorado. Thrill-sledding retkiä järjestetään pääasiassa opastettuna öisin (62 \$/retki/2002). Kelkassa maataan vatsallaan ja matkaa tehdään pää edellä. Thrill - sleddingiä harrastetaan myös kesäisin.
- Lumi leluja, lumi-pyöriä, lumikettuja, fun-skis on tarjolla erittäin useissa hiihtokeskuksissa
- Tiedonnäköisille mm. Attitash Bear Peak, Bartlett, NH sekä Adventure Ridge, Vail, Colorado tarjoavat mahdollisuuden kurkistaa esiripun taakse. Matkailijoille tarjotaan 20 \$ (2002) arvoista iltaa Lumikissan kyydissä seuraamassa mitä rinteiden kunnossapito pitää sisällään.



Thrill-sleddingiä kesällä



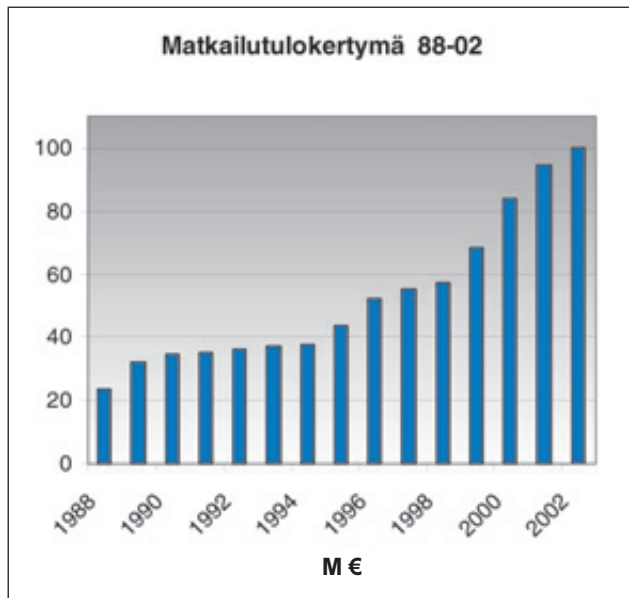
### 3. LEVIN MATKAILUN NYKYTILA

#### 3.1. LEVI LYHYESTI

Levin matkailukeskus sijaitsee Länsi-Lapissa Kitilän kunnassa, 170 km Napapiirin pohjoispuolella. Liikenneyhteydet Leville ovat erinomaiset. Kitilän lentokentälle on matkaa vain 14 km ja lähin rautatieasema on Kolarissa, jonne on matkaa 80 km. Rovaniemen ja Levin välinen maantie-etäisyys on 165 km.

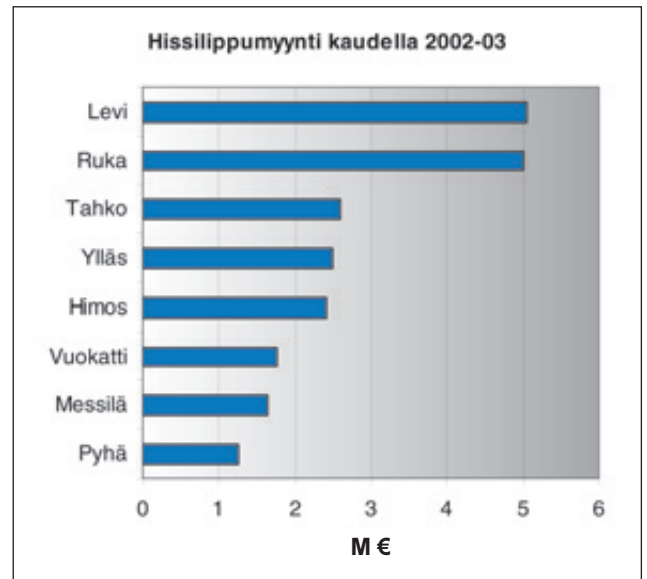
#### 3.2. MATKAILUTULOT

Kaudella 02/03 Levillä vieraili noin 360.000 matkailijaa, jotka aikaansaitsivat noin 1,6 miljoonaa yöpymisvuorokautta. Matkailutuloa kertyi kaikkiaan noin 100 miljoonaa euroa.

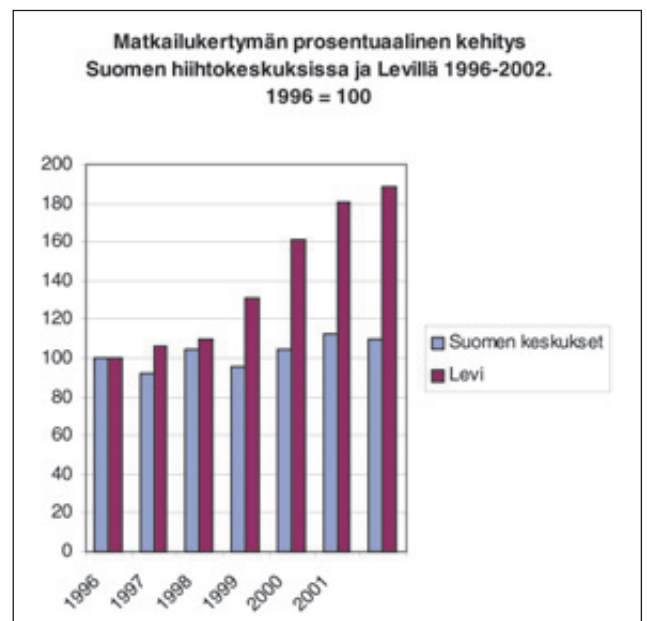


Levi on vuosien 1994-2003 välisenä aikana yli kaksinkertaistanut hissilippumyynnin ja näin noussut lipunmyynnin perusteella Suomen suurimmaksi hiihtokeskukseksi.

Myös vuodepaikkojen kasvu on ollut Levillä erittäin nopeaa. Vuosina 1994 - 2002 Levin vuodepaikkojen määrä on lähes kolminkertaistunut, ja niillä mitattuna Levistä on tullut Suomen toiseksi suurin hiihtokeskus. Yli 5000 vuodepaikkaa on viidessä hiihtokeskuksessa; Rukalla (16 000), Levillä (16 000), Ylläksellä (11 000), Saariselällä (10 000) ja Iso-Syötteellä (5000)<sup>12</sup>.



Kasvuvauhti Levillä on ollut huomattavasti maan keskiarvoa nopeampaa.



<sup>12</sup> SHKY

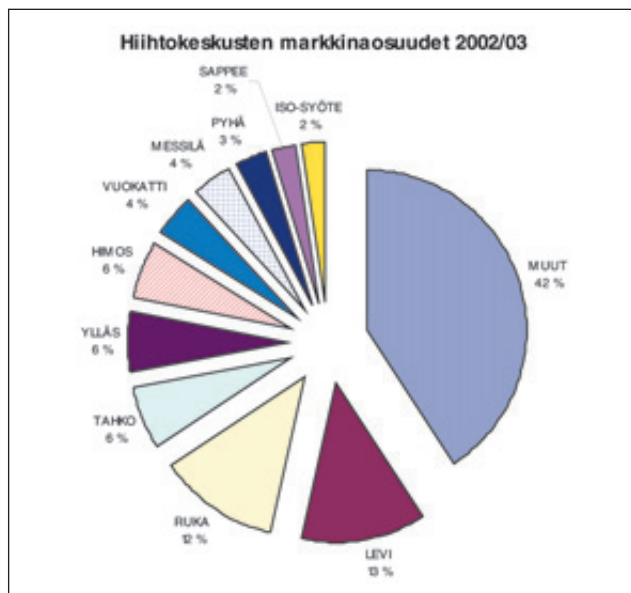
### Avaintoimijat

Levin avaintoimijoita ovat Oy Levi Ski Resort Ltd, Levi Center Hullu Poro, Hotelli Levitunturi, Hotelli Sirkantähti, Levin Matkailu Oy sekä Kittilän kunta.

Vuonna 1989 perustettu Levin Matkailu Oy toimii Levin alueen yhteismarkkinoinnin koordinoijana, matkailuneuvontana ja keskusvaraamona. Väli-tettäväänään sillä on yli 500 loma-asuntoa sekä ryhmä- ja ohjelmapalvelut. Omistajia sillä on noin 130. Henkilökuntaa vuonna 2002 oli 11. Yhtiön liikevaihto on ollut viime vuosina voimakkaassa kasvussa ja oli vuonna 2002 noin 5 miljoonaa euroa.

### 3.3. MARKKINAOSUUDET

Kaudella 2000/01 Levi nousi myynniltään Suomen suurimmaksi hiihtokeskukseksi.

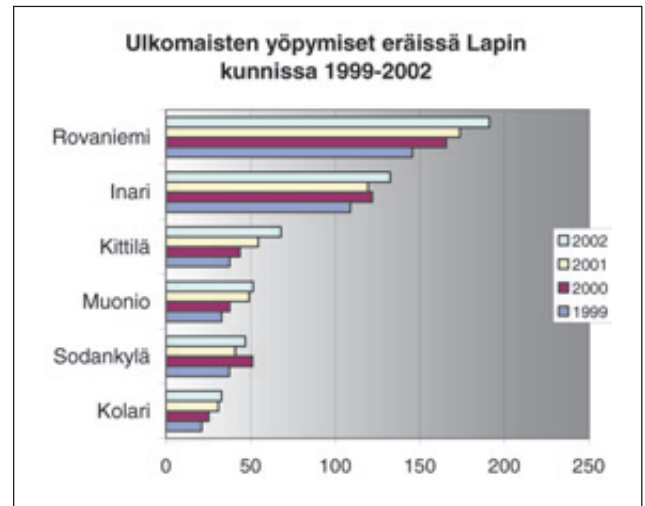
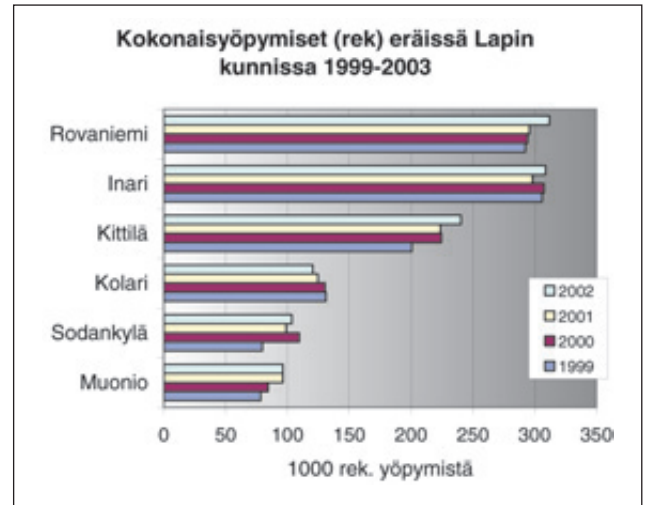


Lähde: SHKY, Hiihtokeskusten myyntiraportit

Vuosina 1999-2002 Kittilä (Levi) on kasvattanut rekisteröityjen kokonaisyöpyimien määrää eniten Lapissa (+40.000 yötä). Ulkomaisten yöpyimien määrä on kasvanut toiseksi eniten (+30.000 yötä) heti Rovaniemen jälkeen.

Tilastoiduissa yöpymisissä on mukana vain hotellimajoitus, joka on vain noin 20 % Levin yöpymisistä. Saariselällä ja etenkin Rovaniemellä hotellien osuus majoitustarjonnasta on suurempi, joka näkyy luonnollisesti seuraavan taulukon yöpymislukujen vertailussa.

Vuosina 1999-2002 Kittilän rekisteröidyt kokonaisyöpyimiset ovat kasvaneet 19 %, ulkomaiset yöpymiset 80 % ja brittiyöpyimiset 213 %.



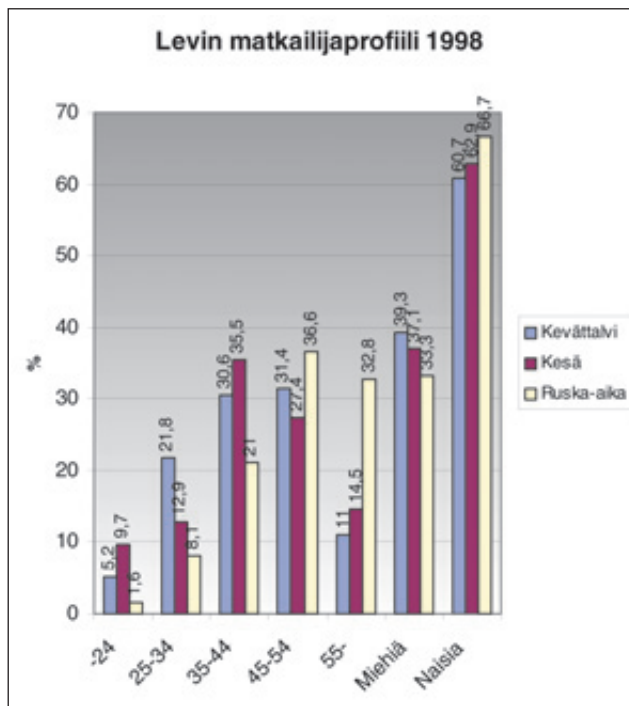
Erityisen voimakasta kasvu on ollut englantilais-turistien määrässä, jotka ovat nousseet noin 8.000:sta yöpymisestä noin 36.000 yöpymiseen vuosina 1998-2002.



### 3.4. ASIAKASPROFIILIT

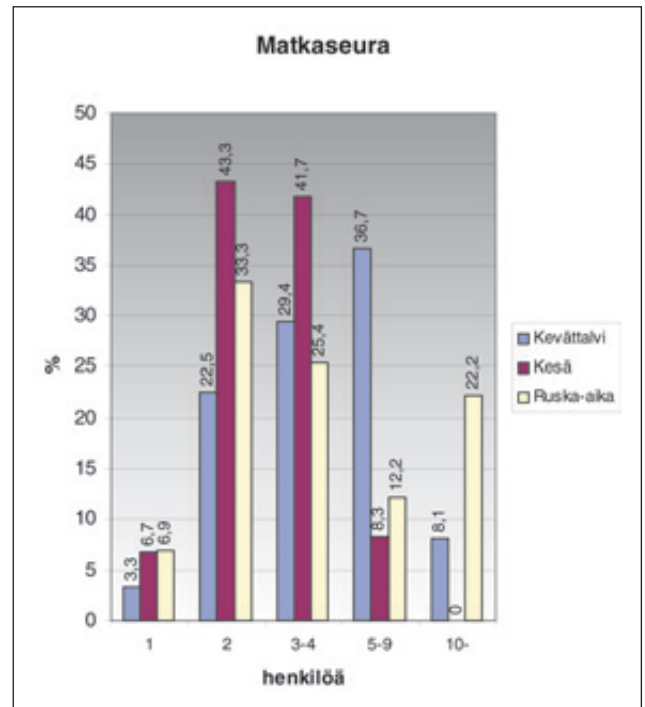
Levin asiakasprofiilien seuranta ei toistaiseksi ole ollut systemaattista, vaan perustunut erillistutkimuksiin. Kappaleessa 7 esitetään Levi 3 projektin yhteydessä kehitetty asiakasseurantajärjestelmä.

Vuonna 1998 tehdyn tutkimuksen<sup>13</sup> mukaan kevättalvi on nuoremman asiakaskunnan aikaa, ja vuoden edetessä myös asiakaskunta vanhenee. Koko vuoden kävijöiden keski-ikä hieman yli 40 vuotta. Asiakaskunnasta kaikkina vuodenaikoina noin 60 % on naisia ja 40 % miehiä.

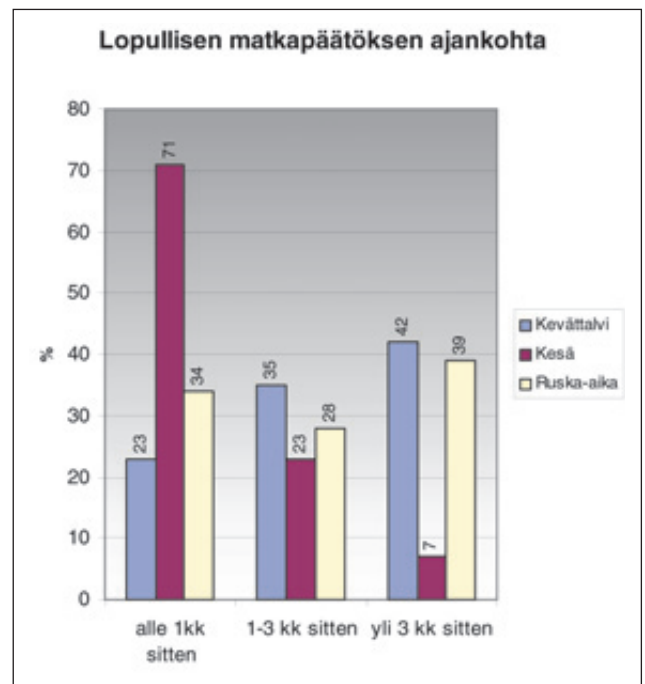


Kesällä matkaseurueen koko on tyypillisesti pieni, tyypillisesti 1-3 henkeä. Talvella ja ruska-aikaan liikkeellä on runsaasti suuriakin seurueita. Lapsia oli usein mukana Levin talvi- (41%) ja kesämatkailijoilla (35%), mutta ruskamatkailijoilla vain vähän (6%).

Viisi tärkeintä mitattua syytä, joiden perusteella matkailijat valitsivat juuri Levin matkakohteen olivat tärkeysjärjestyksessä luonto yleensä, kauniit maisemat, hyvät majoituspalvelut, luonnon hiljaisuus ja rauha sekä hyvät ravintolapalvelut. Talvikaudella edellisten lisäksi hiihto- ja laskeutumismahdollisuudet ovat lähes luontoon liitty-



viin tekijöihin verrattavissa oleva syy matkakohteen valinnalle.



Kiinnostavimpina pidetyt ohjelmalvelut olivat talvimatkailijoiden mielestä opastetut luontoretket (kiinnostava tai erittäin kiinnostava 46%), poroajelut (40%), koiravaljakkoajelut (37%), moottorikelkkavuokraus (34%) ja moottorikelkkasafarit (28%). Kesä- ja ruska-ajan matkailijat pitivät houkuttelevimpina ohjelmalveluina Lapiniltoja (69%), opastettuja vaellusretkiä (60%), saamelaiseen kulttuuriin tutustumista (55%) ja kullanhuuhtontaa (45%).

<sup>13</sup> Ilola&JärviLuoma (1998), "Levin ja Pallaksen matkailijat kevättalvella, kesällä ja ruska-aikaan 1997"

### 3.5. PALVELUTARJONTA

Levillä on 50 rinnettä ja 26 hissiä, ja vuonna 2000 avattu Suomen ensimmäinen Maailman Cupin vaatimukset täyttävä rinne. Suomen ainoa Gondoli kyyditsee mäkeen kerrallaan 6 laskijaa. Levillä on 230 km latuverkkoa murtomaahiihtäjille. Valaistuja latuja on 28 km. Hoidettuja moottorikelkkareittejä on 750 km. Vuodepaikkoja Levillä on 16.000. Levillä toimii neljä hotellia ja kolme huoneistohotellia.

Levillä on lukuisia ohjelmapalveluyrityksiä, 25 ravintolaa, kolme päivittäistavarakauppaa, sisäliikuntakeskus, lääkäriasema, matkamauistomyymälöitä, huoltoasema, Alko, autovuokraamoita, kappeli jne. Levillä on mahdollista myös lentää pienkoneen, helikopterin tai kuumailmapallon kyydissä. Terveys ja hyvinvointipalveluja tarjoavaa kylpylä, jossa tuotevalikoimaan kuuluu kuntosali, hierontaa, yrttikylpyjä, höyrysauna, kosmetologi ja kampaaja. Levillä järjestetään vuosittain lukuisia urheilukilpailuja, turnajaisia, konsertteja, karnevaaleja ja muita pienempiä tapahtumia.

Levin ravintolatarjonta on tällä hetkellä merkittävästi muita hiihtokeskuksia laajempaa.

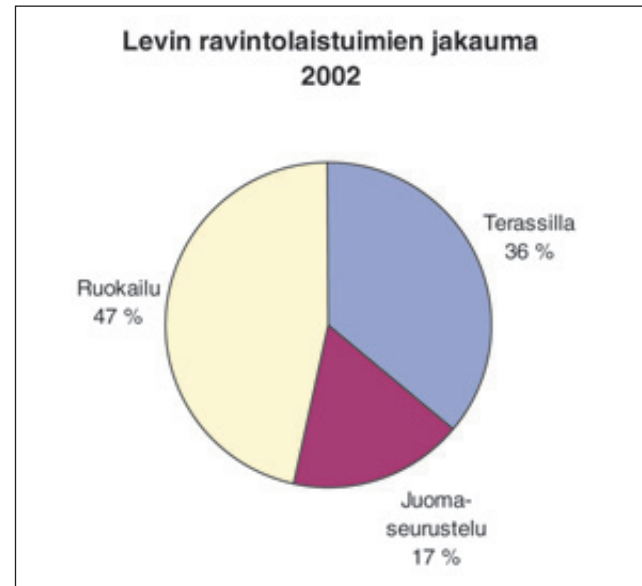
Anniskeluoikeuksia haettaessa ravintola määrittelee asiakaspaikkojensa määrän. Asiakaspaikka kuvaa maksimimäärää, joka ravintolassa saa olla kerralla. Anniskelupaikat eräissä hiihtokeskuksissa jakautuvat seuraavasti:

- Levi (Sirkka) 12400 asp
- Saariselkä 8800 asp
- Ruka 7000 asp
- Ylläs (Äkäslompola ja Ylläsjärvi) 6800 asp
- Luosto 3200 asp

Mukaan on laskettu A, B ja C anniskelulupien mukaiset asiakaspaikat, ei kuitenkaan ns. passiivitiloja kuten kabinetit, saunat yms.

Luvan mukaista maksimikapasiteettia paremmin tarjontaa kuvaa istumapaikkojen määrä. Levillä joulukuussa 2002 tehdyn selvityksen<sup>14</sup> mukaan Levin ravintolakapasiteetti jakautuu seuraavasti;

| LEVIN RAVINTOLAKAPASITEETTI 12/2002 |            |
|-------------------------------------|------------|
| Lupien mukaiset asp:t               | 11 329 asp |
| Istumapaikkoja yhteensä             | 7300       |
| Istumapaikkoja yhteensä sisällä     | 4658       |
| - ruokailu                          | 3409       |
| - juoma-seurustelu                  | 1249       |
| Istumapaikkoja terassilla           | 2642       |



### 3.6. TUNNETTUUS JA TYYTYVÄISYYS PALVELUIHIN<sup>15</sup>

Levi ja Rukan ovat Suomen tunnetuimmat matkailukeskukset. Nimeltä Levi tunnistaa 91 % laskettelua vähintään kerran kaudessa harrastavista.

Samasta joukosta 14 % oli myös käynyt Levillä kaudella 02-03, mikä oli Rukan (15 %) jälkeen toiseksi korkein osuus. Aiemmin Levillä on käynyt 33 % laskettelua vähintään kerran kaudessa harrastavista suomalaisista. Tässä suhteessa Levi poikkeaa selvästi Rukasta (41%) ja Ylläksestä (35%), ja kulkee tasoissa Himoksen (33 %) kanssa.

Laskettelijoista 36% voisi suositella Rukaa, 35% Leviä ja 32 % Yllästä tuttavilleen. Ottaen huomioon sen, että Levillä käyneitä on Rukaa ja Yllästä vähemmän, Levin sijoitus on erinomainen.

<sup>14</sup> Suunnittelukeskus Oy, "Selvitys Levin ravintoloiden asiakaspaikoista ja jakaumasta", 2002

<sup>15</sup> SHKY: Hiihtokeskustutkimus 2002

Tulevaisuuden aikeissa Levi on toisella sijalla Rukan jälkeen. Kaudella 03-04 Levillä aikoo käydä 14 % harrastajista, mikä on vähemmän kuin Rukalla (15%), mutta enemmän kuin Himoksella (14%) tai Ylläksellä (10%). Saariselälle (7%), Koivilla (2%), Luostolla (4%), Pallaksella (1%) kävijämäärät tulevalla kaudella tulevat jäämään selkeästi Levin määriä pienemmiksi.

Levin ja Rukan matka-esitteisiin tutustui kaudella 02-03 noin 20 % laskettelua vähintään kerran kaudessa harrastavista, mikä nosti matkailukeskukset maan kärkeen.

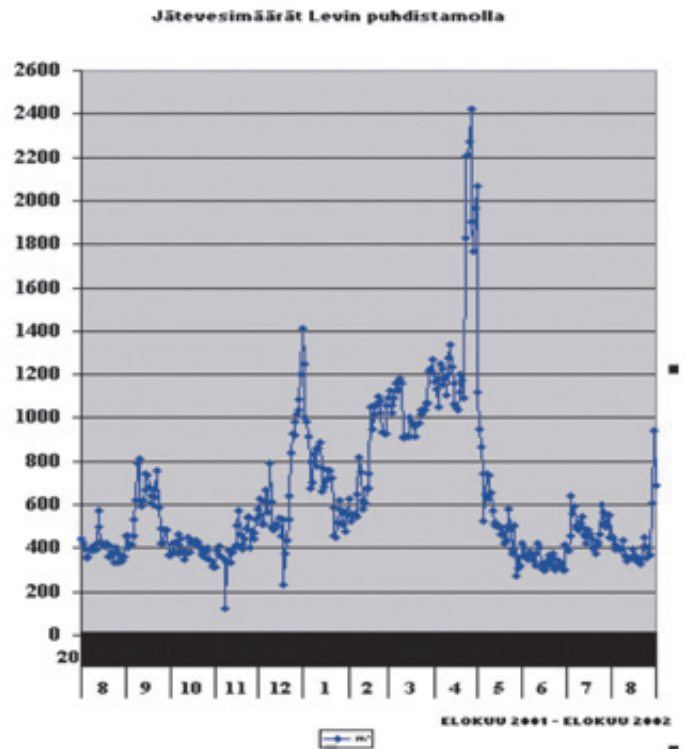
### 3.7. KAUSIVAIHTELU JA LASKETTELUKAUDEN PITUUS

Laskettelukausi alkaa Levillä oka-marraskuussa ja päättyy toukokuussa. Kauden pituus on keskimäärin 193 päivää.

Laskettelukauden pituus Levillä 1988-2003

|       | X | XI | XII | I | II | III | IV | V | VI | Σ   |
|-------|---|----|-----|---|----|-----|----|---|----|-----|
| 88/89 |   |    |     |   |    |     |    |   |    | 182 |
| 89/90 |   |    |     |   |    |     |    |   |    | 158 |
| 90/91 |   |    |     |   |    |     |    |   |    | 176 |
| 91/92 |   |    |     |   |    |     |    |   |    | 183 |
| 92/93 |   |    |     |   |    |     |    |   |    | 206 |
| 93/94 |   |    |     |   |    |     |    |   |    | 197 |
| 94/95 |   |    |     |   |    |     |    |   |    | 219 |
| 95/96 |   |    |     |   |    |     |    |   |    | 198 |
| 96/97 |   |    |     |   |    |     |    |   |    | 201 |
| 97/98 |   |    |     |   |    |     |    |   |    | 216 |
| 98/99 |   |    |     |   |    |     |    |   |    | 211 |
| 99/00 |   |    |     |   |    |     |    |   |    | 184 |
| 00/01 |   |    |     |   |    |     |    |   |    | 190 |
| 01/02 |   |    |     |   |    |     |    |   |    | 198 |
| 02/03 |   |    |     |   |    |     |    |   |    | 207 |

Seuraavassa taulukossa on esitetty vedenkulutus Levin puhdistamolla ajalta elokuu 2001 – elokuu 2002. Vedenkulutus korreloi selvästi matkailijoiden määrän kanssa. Taulukosta onkin havaittavissa matkailijamäärien keskittyminen talvikausille. Joulun aika ja ruska-ajan huippu ovat havaittavissa. Huhtikuun huippukulutuksen ”ylimääräinen” piikki lienee mittausvirhe ohijuoksuksen aikana.





### 3.8. MATKAILUTULOT JA TYÖLLISTÄVYYS

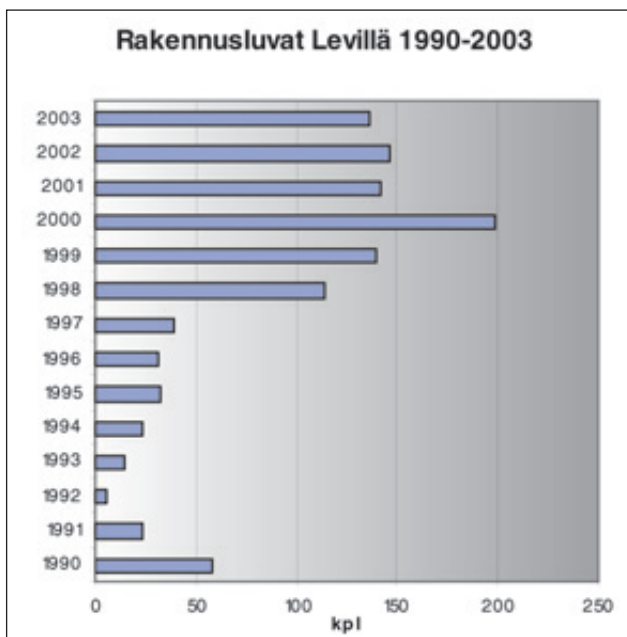
Vuonna 2002 Levi aikaansai noin 100 miljoonan euron matkailutulo alueella. Matkailutulo on kaksinkertaistunut vuodesta 1996.

Matkailutoiminnassa työllisyysvaikutus Kittilässä oli 334 vakituista työpaikkaa<sup>16</sup>, 369 määräaikaista työpaikkaa sekä 263 osa-aikaista työpaikkaa. Kun harjoittelijat lasketaan mukaan, kaikkiaan matkailun parissa Kittilässä työskentelee 1307 henkilöä. Kaksi kolmasosaa työvoimasta (66%) on paikallista.

Matkailualan lisäksi matkailulla on merkittävä vaikutus rakennusalaan. Vuosina 1998-2002 rakennetut kerrosalat Levillä ovat olleet keskimäärin n. 20-25.000 m<sup>2</sup> per vuosi. Olettaen että rakentamisen keskimääräinen neliöhinta on ollut 1600 euroa/m<sup>2</sup>, vuotuiset investoinnit rakennustoimintaan ovat olleet noin 40 miljoonaa euroa. Levin investointien aikaansaamavuositainen työllisyysvaikutus<sup>17</sup> rakennusosalalla on 520 henkilötyövuotta. Tästä merkittävä osuus kohdistuu Kittilän rakennusalan työvoimaan ja alan yrityksiin ja osa muualle Lappiin.

### 3.9. INVESTOINNIT JA KAPASITEETTI

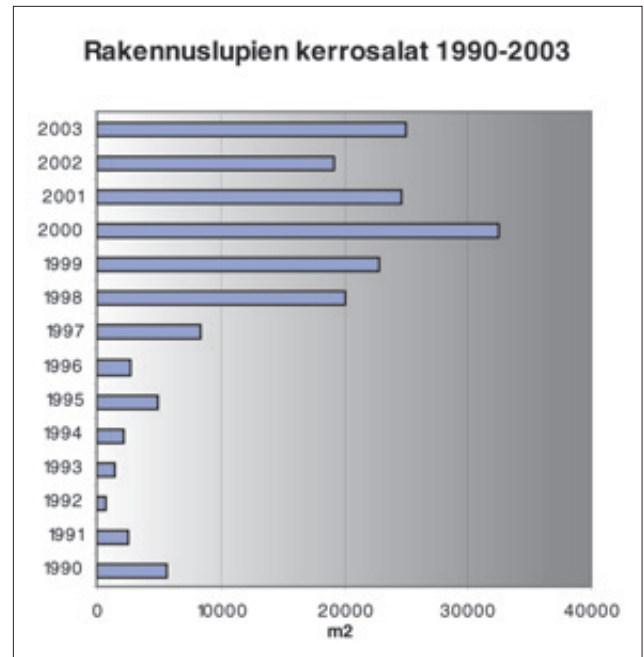
Vuotuiset investoinnit Levin matkailukeskukseen ovat olleet 50 miljoonan euron suuruusluokkaa.



<sup>16</sup> "Kolarin ja Kittilän alueen matkailun työvoimaselvitys 2003", Työvoimatoimistot, 2003

<sup>17</sup> Laskentaperusteena Tilastokeskuksen Panos-Tuotos matriisit. "Alueellinen Panos-Tuotos", Tilastokeskus, Kansantalous 2000:19

Rakennusinvestointien yhteenlaskettu kokonaismäärä alueelle on noin 500 miljoonaa euroa.



### 3.10. YMPÄRISTÖTEKNIikka

**Vesihuollon** keskitettyä järjestelmää on Levillä toteutettu vuodesta 1973 lähtien. Erilaisten kehitysvaiheitten jälkeen voidaan sanoa, että Levin vesihuoltoverkko on kunnossa – vesihuollon runkoverkosto kiertää tunturin, vedenottoa on useilta syöttösuunnilta ja jätevedenpuhdistamo sijaitsee tunturin kaakkoispuolella.

Talousvedenhankinnan lisäkapasiteettia ja varmuutta antaa vuonna 2002 valmistunut Kittilän Vesihuolto Osuuskunnan verkoston yhdistäminen Leville.

**Jätehuolto** on järjestetty tällä hetkellä kiinteistökohtaisena jätteidenkeräyksenä ja jätteiden loppusijoittamisena Kittilän keskuskaatopaikalle. Kunnan jätehuolto-järjestelmää uudistetaan ja kehitetään rakentamalla koko kunnan kattava jätteiden syntypaikkalajitteluun perustuva keräys-, kuljetus-, loppusijoitus- ja hyötykäyttäjärjestelmä.

Jätteiden keräys suoritetaan ekopisteisiin (Levillä 44 kpl) ja jätteiden jakeiden mukainen loppusijoitus tai välivarastointi keskuskaatopaikan yhteyteen rakennettavalla Ahvenvuoman jäteasemalla. Hyötykäytettävät jätteet kuljetetaan ao. laitoksiin, suurimmaksi osaksi kunnan ulkopuolelle.

### 3.11. LIIKENNE

Levin liikenne ja liikenneverkko on hyvin monimuotoinen. Normaalin taajaman liikkumisesta ja liikenneverkosta Levi poikkeaa runsaan ulkoiluun ja matkailuun liittyvän liikkumistarpeen ja reitistön osalta. Voimakkaat kausivaihtelut asettavat haasteita liikenneverkon toimivuudelle ja sen kehittämislle.

Vuonna 1997 laaditun ”Levin liikennejärjestelmäsuunnitelman” mukaisesti on pyritty vaikuttamaan Levin liikennekulttuuriin:

- Auton käytön tarvetta erityisesti keskustassa on vähennetty ilmaisen suksibussin ja hajautetun laskettelupysäköinnin avulla.
- Reitistöjen (erik. hiihto- ja kelkkailu) risteämiset tiestön kanssa rakennettu pääosin eri tasoon.
- Autoliikenteen turvallisuutta parannettu ali- ja ylikulkujen lisäksi suoja-arekkein (Etelärinne, Sirkan koulu) ja kiertoliittymällä.

### 3.12. LEVIN KULTTUURIYMPÄRISTÖ

Matkailua tukeva kulttuuritarjonta on eräitä poikkeuksia lukuun ottamatta vähäistä. Se on rajoittunut lähinnä saamelaisuuden, poronhoidon ja joulunajan tuotteistamiseen, ja sen hyödyntäminen niin tarjonnassa kuin markkinoinnissa on toistaiseksi vähäistä. Lapin kulttuuri laaja-alaisesti ymmärrettynä tarkoittaa lapin ihmisten tapaa elää ja ansaita elantonsa. Tärkeän osan siitä muodostavat Lapin luonto, sekä lappilaiset vanhat ja nykyiset elinkeinot.

Kittilän alueella kulttuuriympäristöön pohjautuvia palvelutarjontaan edustavat mm. Särestöniemi, Junttilan taidemuseo, Galleria Raekallio sekä Könkään kylän ja Lonnakon –kulttuuriympäristössä toimivat matkailuyrittäjät. Näiden lisäksi kunnasta löytyy muutama peräpohjalaisia rakennuksia hyödyntävä yrittäjä (mm. Sammuntupa, Taivaan Valkeat ja Ounaskievari)<sup>18</sup>.

Kittilässä on muuta Lappia runsaammin muinaisten saamelaisten pyhiä paikkoja. Sirkassa on Lapin ja koko maan ainoa jumalan järvi Immeljärvi (saameksi Ibmeljaure= Jumalan järvi). Itse Sirkan laakso Levi- ja Kätkätunturin välissä on Lapin ainoa muinaisten saamelaisten jumalille pyhittä-

mä laakso. Rotkomaisen Taatsijärven pohjoispuolisessa pahaassa sijaitseva Lapin korkein pilarimainen kivijumala Taatsin seita on pohjoismaiden mahtavimpien joukkoon kuuluva, ellei mahtavin, shamaanien uhripaikka ja voimaksettymä.

Myös mielenkiintoiset kyläkokonaisuudet (mm. Köngäs, Jeesiöjärvi, Hanhimaa ja Lintula), sekä poroerotuspaikat ja –aidat (mm. Sammalsekä, Taalovaara) tarjoavat mahdollisuuksia matkailutuotteiden kehittämiseen. Kittilän ympäristössä on myös mahdollisuus tutustua säilyneisiin jälkiin pohjoisen varhaisesta asutuksesta, joista varhaisimmat merkit viittaavat 3000 – 3500 vuoden taakse. Myös koko maailmassa ainutlaatuinen paliskuntajärjestelmä on aikoinaan aloitettu Kittilässä.

Historialla on osansa kulttuuripalvelujen muodostumisessa, mutta tätäkin merkittävämpänä matkailun vetovoimatekijänä voidaan pitää nykypäivän elämää ja todellisuutta. Matkailullisesti vetovoimaisimpia elementtejä nykyisyydessä ovat varsinaisen matkailualan ulkopuoliset elinkeinot, ihmiset, paikalliset juhlat ja paikallinen arki.

Kulttuuritarjonnan lisääminen on keskeinen keino yrittäjien ja koko matkailukeskuksen profiloitumisessa muusta palvelutarjonnasta. Ohjelmapalvelut ovat keskeisiä työkaluja kulttuurimatkailun tuotteistamisessa. Ohjelmapalvelujen tarjonta on nykyisellään painottunut voimakkaasti luonnonympäristössä tapahtuvaan toimintaan. Kulttuurin hyödyntäminen nimenomaan ympärivuotisessa matkailussa osin hyödyntämättä.

### 3.13. WHAM<sup>19</sup>

WH@M oli kaksivuotinen matkailuinformaation kehittämiseen tähtäävä EU-projekti, joka käynnistyi joulukuussa 2000. Projektin tavoitteena oli tuottaa mobiileita, reaaliaikaisia, paikkaan sidottuja ja käyttäjän erityistarpeita vastaavia palveluita.

Lisäksi projekti tuotti käyttäjien tarveanalyysiaineistoa sekä teki järjestelmämoduulien määritt-

<sup>19</sup> Lähde:  
<http://www.viatek.fi/tampere/wham/pages/projektin%20esittely.htm>

<sup>18</sup> Ympäristöministeriö. Kittilän kulttuuriympäristöohjelma(1999)

lyt, moduulien suunnitelmat, prototyypikuvaukset sekä tuotti näiden arviointiaineistoa.

Tavoitteena Levillä oli, että projektin lopputuotteena matkailija saa mieltymystensä mukaista matkailukeskusinformaatiota (esim. aukioloajat, erikoistarjoukset, palvelujen käytettävyys), tietoa harrastusmahdollisuuksista (esim. rinteiden ja latujen kunto ja ominaisuudet), kohteiden käytettävyystietoja (esim. hissien ja rinteiden aukiolo, suksi- ja maastopyörien vuokraus) sekä kartta-, paikannus- ja navigointipalveluja (esim. rinne- ja latukartat, kylän palvelut). Järjestelmän kautta asiakas tulee saamaan myös tietoa alueen liikennetarjonnasta kuten joukkoliikenteen aikatauluja, Ski-bussien aikatauluja jne.

Levillä WH@M projektin kaupallinen sovellus on nimeltään LevInfo. Kännykkäpalvelua koekäytettiin keväällä 2003 ja varsinainen lanseeraus tapahtui 1.11.2003.

Infokanavan sisältöä ovat esimerkiksi tiedot rinesäästä, vinkit päivän ohjelmatarjonnasta sekä Levillä sijaitsevien yritysten tiedotteet sekä hintatarjoukset. Kanavan tarjoama sisältö vaihtelee ajankohdan mukaisesti: aamulla tarjolla on sää-tietoja ja alkuviikosta tulevan viikon ohjelmaa. Avattuaan kanavan käyttäjä saa seuraavan neljän päivän aikana 3 viestiä päivässä. LevInfon sisällön tuottaa Levin Matkailu Oy ja alueen paikalliset yritykset.

### 3.14. LEVI II-PROJEKTIN

#### TAVOITTEIDEN TOTEUTUMINEN

Levi II-projekti valmistui vuonna 1997. Siinä asetettiin tavoitteeksi sen hetkisen vuodepaikkamäärän miltei kaksinkertaistaminen 15 000:een vuoteen 2005 mennessä. Tavoite saavutettiin jo vuonna 2001.

Myös toimintojen kehittämiseksi asetettiin tavoitteet, joista osa on toteutunut ja osa toteutunee vuoteen 2005 mennessä.

LEVI II projektin yhteydessä laadittujen yksityiskohtaisten tavoitteiden tämän hetkistä toteutumista on selvitetty liitteessä 5.

#### Vuodepaikat

Matkailukeskusten koon mittareina on käytetty vuodepaikkojen määrää. Kuitenkin k.o. suure on hyvin tulkinnanvarainen ja sen laskennallinen arvo on vaihdellut jopa välillä 10 – 20 m<sup>2</sup>/vuodepaikka.

Vuodepaikkaa kohden käytetty neliömäärä vaihtelee ainakin kahden muuttujan mukaan:

- yksityiskäyttöön rakennetussa loma-asunnossa on vähemmän vuodepaikkoja neliötä kohden kuin vuokramökissä
- iso asunto on rakennettu ”tehottomammin” kuin pieni mökki.

Vuodepaikan ja rakennusneliön suhdetta selvitettiin projektissa kolmella tavalla.

1. Kaikkien *Levin Matkailu Oy:n* vuokravälityksessä olevien loma-asuntojen ilmoitettujen huoneistoneliöitten ja vuodepaikkojen suhteen keskiarvo oli 11,5.

Kerrosalaa kohden suhde olisi n. 13,5-14,0. Suhdeluku vaihteli 20-40 m<sup>2</sup>:n mökkien n.10:stä 200 m<sup>2</sup>:n majojen 15:een.

2. *Rakennustarkastuksen tilastoinnin* mukaan Levillä oli syksyllä 2002 valmiita, lämpimiä rakennuksia 1 317 kpl ja niiden kerrosala 196 653 m<sup>2</sup>. Myönnettyjen, mutta ei vielä lopputarkastettujen lupien määrä oli 276 kpl ja 38 754 m<sup>2</sup>.

Mikäli yhteenlaskettu kerrosala (235 407 m<sup>2</sup>) jaetaan 15 m<sup>2</sup>:llä/ vuodepaikka, saadaan vuodepaikkojen lukumääräksi 15694 kappaletta.

3. *Vesilaitoksen vedenkulutustiedot* (vrt. kohdan 2.6 taulukko) antavat myös suhteellisen tarkan viitteen kävijämäärästä. Vesilaitoksen omien selvitysten mukaan keskimääräinen vedenkulutus henkeä kohden Levillä (=ominaiskulutus) on 85 l/vrk. Olettamalla pääsiäisenä Levin olleen täynnä saadaan vuodepaikoiksi 1 400 m<sup>3</sup> / 0,085 m<sup>3</sup> = 16 500.

Em. lukujen perusteella voidaan arvioida, että keväällä 2002 Levillä oli n. 16 000 vuodepaikkaa.



## 4. VISIO 2020, STRATEGISET PÄÄTAVOITTEET JA TUOTTEET

### 4.1. NELIKENTTÄANALYYSI

| VAHVUUDET   | HEIKKOUEDET   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lentokenttä</li> <li>• Yhteistyö</li> <li>• Ohjelmapalvelut</li> <li>• Monipuolisuus</li> <li>• Tunnettuus</li> <li>• Luonto</li> <li>• Kulttuuri</li> <li>• Keskittyminen</li> <li>• Hallittu maankäyttö</li> <li>• Vesi- ja jätehuollon infra</li> <li>• Turvallisuus</li> <li>• Lumivarmuus</li> <li>• Elävä kylä</li> <li>• Puhdas ilma</li> <li>• Keskiyön aurinko</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kesän vetovoiman vähäisyys</li> <li>• Lentokentän kapasiteetti</li> <li>• Hinnoittelu</li> <li>• Viimeistelemätön ympäristö (erit. kesä)</li> <li>• Hotellikapasiteetin vähäinen määrä</li> <li>• Kansainvälinen tunnettuus</li> <li>• Työntekijöiden vaihteleva taso</li> <li>• Kielitaitoisen työvoiman puute</li> <li>• Asuntojen puute</li> <li>• Nuorten palvelut</li> <li>• Kuivajätteen huolto ja kierrätys</li> </ul>  |
| MAHDOLLISUUDET  | UHKAT   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lapin toimijoiden yhteistyö</li> <li>• Omaleimaisuus</li> <li>• Kulttuuri</li> <li>• Tasokkaan majoituskapasiteetin lisääminen</li> <li>• Paikallinen tarjonta (elintarvikkeet, palvelut)</li> <li>• Kesä</li> <li>• Laadun kohottaminen</li> <li>• Ulkomaan markkinat; Eurooppa ja Aasia</li> <li>• Kalastus</li> <li>• Porotalous</li> <li>• Ohjelmapalvelut</li> <li>• Kultakaivoksen matkailullinen hyödyntäminen</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Luonnon ryöstökäyttö</li> <li>• Liika kasvu ja tungos</li> <li>• Kätkän mahdollisuuksien hukkaaminen</li> <li>• Hintojen nousu</li> <li>• Hallitsematon maankäyttö</li> <li>• Rakennetun ympäristön tason lasku</li> <li>• Lapin omaperäisyyden häviäminen</li> <li>• Julkisten turvapalveluiden riittämättömyys</li> <li>• Paikallisen koulutetun työvoiman vähyys</li> <li>• Ulkopuolelta tulevat saasteet</li> <li>• Kultakaivoksen asettamat haasteet työvoiman saatavuudelle</li> <li>• Ydintoiminnasta harhaantuminen, rönsyily</li> </ul> |

Levin keskeisiä *vahvuuksia* ovat alueen monipuolisuus, yhteistyö eri toimijoiden välillä, tunnettuus, tiiviys ja hyvät yhteydet. Näistä on jatkossakin pidettävä kiinni ja edelleen kehitettävä. Yhteistyön tiivistäminen on avainkysymyksiä alueen kehittämisessä.

Keskeinen *heikkous* tällä hetkellä on kesän vetovoiman vähäisyys. Siihen liittyy kiinteästi ympäristökysymykset, jotka korostuvat erityisesti lummottoman ajan ympäristön viimeistelemättömyyden yleisilmeessä. Heikkoudet on poistettava eli panostettava erityisesti kesän vetovoiman lisäämiseen.

Esitettyihin *uhkiin* varaudutaan ja niitä vältetään mahdollisuuksien mukaan. Hallitsematon maankäyttö, hintatason nousu sekä Lapin luonnon ja omaperäisyyden häviäminen ovat todellisia Levin uhkakuvia. Näihin kaikkiin voidaan vaikuttaa hyvällä suunnittelulla ja yhteistyöllä.

Ulkomaan markkinat, kesä, ohjelmapalvelujen monipuolistaminen, kulttuuri ja yhteistyön lisääminen ovat Levin kehittämisen lupaavimpia *mahdollisuuksia*, joita tulee käyttää hyväksi. Laadun kohottaminen ja paikallisen tarjonnan lisääminen vahvistavat Levin myönteistä imagoa.

## LEVI 2020

*Levi on Pohjois-Euroopan kiinnostavin ympärivuotinen, kansainvälinen aktiviteetti- ja elämyskeskus, joka tarjoaa luontoon ja lappilaiseen kulttuuriin perustuvia monipuolisia matkailupalveluja.*

### 4.2. VISIO 2020

#### Mitä visio tarkoittaa?

Levi tarjoaa ympärivuotisesti monipuolisia palveluja. Levin pääkohderyhmät vaihtelevat sesonkien mukaan. Levi on verkottunut tiivistä Lapin muiden toimijoiden kanssa saaden näin volyyymia kansainväliseen markkinointiin ja palvelutarjontaan. Kesän palvelutarjonta on runsas, sisältäen erittäin vetovoimaisia kärkituotteita.

Levin asiakaskunnasta 50 % on kansainvälisiä matkailijoita. Tämä tavoite asettaa paljon haasteita toimintojen kehittämiseksi. Palvelujen laatu vastaa korkeaa kansainvälistä tasoa. Eurooppalaiset matkailijat ovat kansainvälisten matkailijoiden pääkohderyhmä.

Luonto ja maisema on Levin matkailun tärkein vetovoimatekijä. Luonto on lähellä ja helposti saavutettavissa. Luontoon perustuvat aktiviteetit tarjoavat elämyksiä eri kuntoisille ja eri ikäisille ihmisille.

Lapin aito kulttuuri on olennainen osa Levin matkailutarjontaa. tarinat, myytit, perinteiset elinkeinot, kuvataide ja musiikki tuovat matkailuun sisältöä, jolla Levi erottuu muista matkailukeskuksista. Perinne yhdistettynä nykykulttuuriin luo Levin matkailutarjontaan ainutlaatuista vetovoimaa, ja lisää tuotevalikoimaa kaikkina vuodenaikoina.

Levin imago sisältää voimakkaan, mystisen ja lämpimän Lapin. Imagossa on rauhan, yhdessäolon ja rentoutumisen sekä toisaalta aktiivisten luonto- ja liikuntakokemusten ja vauhdikkaan yöelämän elementtejä. Levi kulkee kehityksen kärkeessä, on palvelutarjonnaltaan monipuolisin, korkealaatuinen ja kaikenikäisille sopiva lappilainen matkailukeskus.

Asiakasryhmistä Levi tavoittelee aktiivisia varhaisia omaksujia ja varhaista enemmistöä; eri ikäisiä ihmisiä, joille uutuudet ja kehityksen kärkeessä kulkeminen tuovat lisäarvoa.



Lähde: Moore 1996, Rogers & Shoemaker 1971

Kestävä kehitys ei ole Levillä pelkkä klisee. Levin matkailukeskuksen toiminta on tiiviisti sidottu paikallisiin ihmisiin. Työvoima on pääosin paikallista, samoin matkailun tarvitsemat tuotteet ja oheispalvelut. Perinteiset elinkeinot, erityisesti porotalous, on osa matkailutarjontaa. Luonnon asettamat ehdot ja maisema määrittävät rajat matkailualueen määrälliselle ja laadulliselle kehittämiselle. Yritykset ja matkailijat toimivat ekologisesti. Ympäristönsuojelun, etenkin jätteiden ja jätevesien käsittelyn taso on korkea.

Yhdyskuntarakenne on tiivis, toimintojen keskityessä ydinaluille, jolloin laajat luontoalueet jäävät koskemattomiksi ja helposti saavutettaviksi. Uuden majoituskapasiteetin rakentaminen on painottunut hotellikapasiteettiin, mökkikapasiteetin kasvuvauhdin vastaavasti vähetessä.

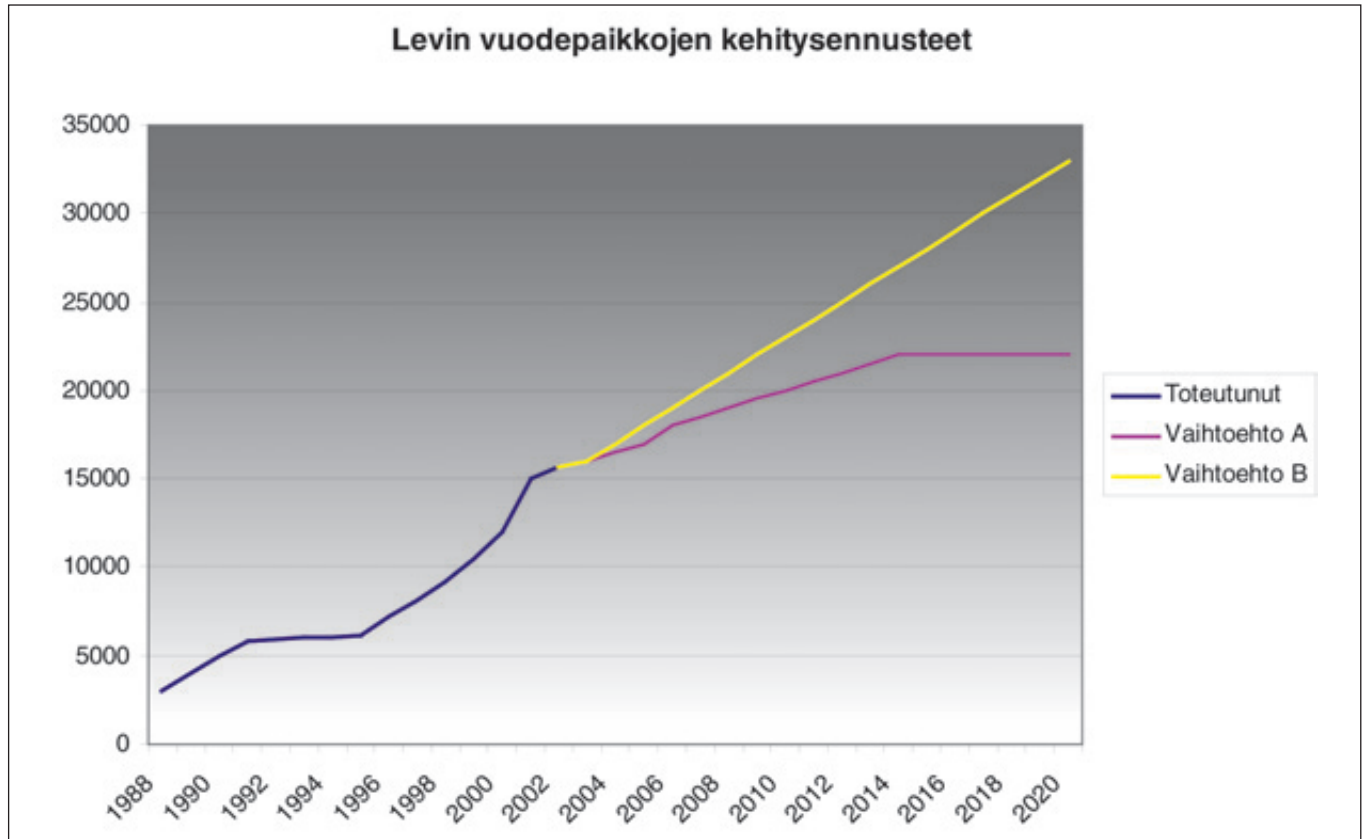
### 4.3. LEVIN KAKSI MITOITUSVAIHTOEHTOA

#### 4.3.1 Mitoitusvaihtoehdot

Leville on hahmotettu kaksi mitoitusvaihtoehtoa vuoteen 2020, jotka eroavat toisistaan paitsi mitoitukseltaan, myös luonteeltaan. Mittariksi on valittu vuodepaikkamäärä, joka kuvaa yleispiirteisesti matkailukeskuksen kokoa ja luonnetta.

- **0-vaihtoehto:** Kasvu hidastuu ja sen kattona on 22 000 vuodepaikkaa eli nykyisen yleiskaavan mukainen mitoitus. Alla olevassa kaavioissa vaihtoehto A.
- **Jatkuvan kasvun vaihtoehto:** Kasvu jatkuu ja tavoitteena pidetään n,35 000 vuodepaikkaa vuonna 2020. Kaavioissa vaihtoehto B.

Seuraavassa on tarkeasteltu mitoitusvaihtoehtojen vaikutusta eri toimintoihin sekä vaihtoehtojen riskejä.



#### 4.3.2. Mitoitusvaihtoehtojen vaikutus osatoimintoihin

Matkailukeskuksille tyypillinen kausivaihtelu vaikuttaa kysynnän määrään erittäin merkittävästi. Toimintojen mitoituksen lähtökohdaksi on otettu sesonkikausien (ruska, jouluku, helmi-huhtikuu, yht 130 vrk) *keskimääräinen* käyttöaste, eli se asiakasmäärä joka alueella on koko sesongin aikana keskimäärin. Tällä on pyritty optimoimaan ruuhka- ja hiljaisempien ajankohtien vajeakäytön välistä eroa.

Vuoden 2020 laskelma perustuu tässä suunnitelmassa asetettujen strategisten tavoitteiden saavuttamiseen.

| KAPASITEETIN MITOITUKSESTA   |              |              |
|--|--------------|--------------|
|  | 2003         | 2020         |
| Vuodepaikkoja  | 16 000       | 35 000       |
| Vuorokausia  | 365          | 365          |
| Sesonkivuorokausia   | 130          | <b>160</b>   |
| Kävijöitä  | 450.000      | 1.200.000    |
| Yöpymisiä  | 1.5 milj vrk | 4.0 milj vrk |
| <b>Majoituskapasiteetin keskimääräinen käyttöaste<sup>20</sup></b> |              |              |
| Koko vuosi (365 vrk)   | 26 %         | 26 %         |
| Sesonki (130/160)  | 58 %         | 58 %         |
| Sesonkikauden (koko 130 vrk) asiakasmäärä keskimäärin              | 9 000 hlö    | 20 300 hlö   |

<sup>20</sup> Kattavan tilastoinnin puuttuessa käyttöastearviot perustuvat paikallisten yritysten haastatteluihin ja toteutuneisiin käyttöasteisiin.

**Käsitteitä**

*Sesonki* = ruska, joulukuu ja helmikuu, yhteensä noin 130 vrk

*Ruuhkahuippu* = aika, jolloin lähes koko kapasiteetti on käytössä (esim. pääsiäinen)

**Ravintolatarjonta**

Vuonna 2002 tehdyn kyselyn mukaan Levillä on sisällä 4 658 istumapaikkaa, joista ruokailu-istumia 3 409, juoma-seurustelu 1 249. Terassilla (ulkona) on 2 642 istumapaikkaa. Istumapaikkoja on sisällä ja ulkona yhteensä 7300 paikkaa.

Anniskeluluvan mukaisia *asiakaspaikkoja* Levillä on 11 400. Asiakaspaidat määrittelevät maksimimäärän, joka ravintolassa saa kerrallaan olla. Ravintoloita on 24 kappaletta.

**0-vaihtoehto**

Mikäli sama suhde istumapaikkojen ja vuodepaikkojen suhteen säilytetään kuin nykyisellään eli 3,4 vuodepaikkaa yhtä ravintolan istumapaikkaa kohden, on Levillä tässä vaihtoehdossa 6 660 istumapaikkaa vuonna 2020. Tämä tarkoittaa 2 000 uutta ravintolan istumapaikkaa sisällä.

Sesonkiajan pidentyessä ja asiakasmäärän kasvuaessa ravintolatoimintojen tehokkuus kasvaa, ja yksi asiakaspaida pystyy palvelemaan useampaa asiakasta. Mikäli tehokkuus nousee nykyisestä 3,4:stä 4,0:n, uusien istumapaikkojen tarve on 900 paikkaa.

**Jatkuvan kasvun vaihtoehto**

Jatkuvan kasvun vaihtoehdossa ravintolan istumapaikkoja on 10 600 eli 5 940 uutta istumapaikkaa sisällä. Mikäli tehokkuus nousee nykyisestä 3,4:stä 4,0:n, uusien istumapaikkojen tarve on 4000 paikkaa.

**Rinnetoiminnot**

Verrattaessa hissikapasiteettia suhteessa vuodepaikkoihin alueella (teoreettinen maksimi), viisi suurinta keskusta jakautuu kolmeen joukkoon. Saariselän ja Iso-Syötteen kapasiteetit, 0,5-0,7 nousua/vuodepaikka/tunti, on vain puolet Rukan (1,3) ja Levin (1,4) kapasiteetista. Oma luok-

kaansa on Ylläs, jonka kokonaiskapasiteetti on noin 50 % Leviä ja Rukaa suurempi eli 2,0 nousua/vuodepaikka/tunti.

Maksimi ei kerro toteutuneesta käytöstä. Vain osa vuoteista on käytössä, ja vain osa asiakkaita laskee mäkeä. Levillä ruuhkahuippuna tunturissa on yhtä aikaa noin 50 % alueen matkailijoita, eli noin 8 000 ihmistä, muulloin luonnollisesti vähemmän. Mikäli koko hissikapasiteetti on käytössä, se riittää ruuhkahuippuna 2,75 nousuun / laskija / tunti.

*Rinteiden ruuhkaisuuden* määritelmät vaihtelevat alueittain kuten myös yksilöittäin. Suomessa ruuhkaisuuden kokemusta ei ole mitattu, mutta Levillä se voitaneen lisätä asiakastytyvyyssmittariin suomalaisen mieltymyksen mittaamiseksi. Eurooppalaiset ovat tottuneet suhteellisen väljään mitoituseseen, verrattuna esimerkiksi Japaniin. Euroopassa yleisimmin käytetty kohtuullisen hiihtäjätiheyden raja on 20-30 hiihtäjää / hehtaari. Vaativilla rinteillä ruuhkaisuuden rajana pidetään jo 15-18 laskijaa/hehtaari, aloittelijoiden rinteiden ruuhkautuessa vasta 30 laskijaa / hehtaari tiheydellä.

Levin rinnealueiden ala on 308,51 hehtaaria, joka nykyisellään sallii keskimääräisellä 25 laskijaa/ha 7700 hiihtäjän yhtäaikaisen oleskelun rinteillä ennen ruuhkautumisen kokemusta. Ruuhkahuippuna Levillä päästään nykyisellään tähän tiheyteen. Koko sesongin keskiarvona rinteessä liikkuu noin 4 000 laskijaa päivässä.

**0-vaihtoehto**

Ruuhkahuippuna 2,0 nousua/asiakas / tunti. Teoreettinen maksimi 1,0 nousua / vuodepaikka / tunti. Hissikapasiteetti riittää edelleen kohtuullisen hyvin myös sesonkihuippuna ilman merkittäviä hissilaajennuksia. Rinteiden määrä riittää keskimäärin erinomaisesti, eikä ruuhkautumisen tunnetta tule. Ruuhkahuippuna sen sijaan rinteet alkavat täyttyä ja ruuhkaisuuden tunne lisääntyy.

**Jatkuvan kasvun vaihtoehto**

Ruuhkahuippuna nykyisellä kapasiteetilla toteutuu 1,3 nousua/asiakas/ tunti. Teoreettinen maksimi 0,63 nousua/vuodepaikka/tunti. Hissiin pääsy edellyttäisi sesonki aikaan useiden kymmenien minuuttien jonottamista. Koko sesongin keskiarvona toteutuu nykyisellä hissikapasiteetilla 1,1 nousua / asiakas/ tunti. Tämä tarkoittaa jo-



nojen muodostumista, mutta jonotusaika jää edelleen kohtuulliseksi.

Ruuhkahuippuina sen sijaan hiihtäjätiheys itse rinteillä kasvaa yli kaksinkertaiseksi (15 750) verrattuna ruuhkarajaan 7 700. Myös koko sesonkikauden keskiarvo, noin 10 000 henkeä, ylittää ruuhkarajan selvästi. Jotta rinteiden määrä vastaisi sesonkikauden keskimääräistä asiakasmäärää ja 25 laskijaa / ha, tulisi rinnealueiden määrää kasvattaa noin 410 hehtaariin.

## Ohjelmapalvelut

### 0-vaihtoehto

Vaihtoehdossa nykyiset ohjelmapalvelut kasvavat ja rinnalle tulee myös uusia tuotteita ja yrittäjiä. Tämä asettaa uusia vaatimuksia reitistöille, jotka on suunniteltava palvelemaan yhä monipuolisia käyttäjäryhmiä.

### Jatkuvan kasvun vaihtoehto

Matkailijamäärän yli kaksinkertaistuessa on hyvissä ajoin varauduttava palvelemaan toiminnallisesti ja maankäytöllisesti kasvavia entisiä sekä uusia ohjelmapalveluja. Erityisesti kesän ohjelmapalvelut monipuolistuvat. Tarjonta tulee kattamaan maantieteellisesti yhä laajemmat alueet, joiden suuretkin matkailijamäärät on mahdollettava käyttämään sulassa sovussa palveluja.

Esimerkiksi moottorikelkkailu tarvitsee tilaa vievänä ja näkyvänä toimintona erityistä suunnittelua. Toisaalta kelkkojen, erityisesti ohjattujen safarien pääsy Levin keskustaan on saavuttanut paljon myönteistä palautetta.

## Kauppa

Kaavassa liikerakentamisen alueet ovat Levin keskustassa. Keskustan ulkopuoliset alueet ovat pääasiassa jo toteutuneita alueita. Kaupalliset palvelut ovat elintarvike- ja urheiluvälinekauppaa lukuun ottamatta verraten heikosti kehittyneitä. Asiakasmäärän nousu lähes kolminkertaiseksi edellyttää kaupan palvelujen merkittävää laajentamista.

Kaupan pinta-alatarpeen mitoittamisen nyrkkisääntönä<sup>21</sup> on alueilla, jotka eivät merkittävästi

menetä ostovoimaa alueen ulkopuolelle, noin 1,5 k-m<sup>2</sup> asukasta kohti. Päivittäistavarakaupan osuus tästä on noin 0,5 k-m<sup>2</sup> ja erikoistavarakaupan sekä muiden kaupallisten palvelujen (pankit, postit, kampaamot) tarve 1,0 k-m<sup>2</sup>. Kaavoitustavoitteeksi suositellaan 1,3 - 1,5ertainen määrä rakennusoikeutta. Liiketilöiden tarvetta arvioitaessa voidaan matkailijat rinnastaa asukkaaseen, pois lukien hotelliasukkaat. Hotellien asukkaiden tärkeimmät palvelut on järjestetty hotellien yhteydessä.

### 0-vaihtoehto

Levi II-projektin mukaisesti ydinkeskustan kaa-voituksen liikekortteleitten toteutumisella luodaan n. 8.000 m<sup>2</sup> uutta liiketilaa. Lisäksi ydinkeskustan rakennusten kellaritiloihin saa vastaavan määrän liiketilaa kuin alimpaan kerrokseen. Kaupallisten palvelujen lisäämiseen ei kaavallisesti tarvitse varautua.

### Jatkuvan kasvun vaihtoehto

Levin koko majoituskapasiteetin keskimääräinen käyttöaste on sesonkikausilla (ruska, jouluku, helmikuuhuuhtuu yht.) noin 55-60%. Mikäli liiketilöiden tarve mitoitetaan

- sesonkikauden (130 vrk)
- 35.000 vuoteen maksimikapasiteetin
- ja keskimääräisen 58 % käyttöasteen

perusteella, on kaupan pinta-alatarve 18.000 k-m<sup>2</sup>. Kaavoitustarve varauksineen olisi noin 25.000 k-m<sup>2</sup>.

Edellä kuvattu mitoitus tähtää koko 18 viikon mittaisen sesonkiajan keskikäyttöasteen mukaiseen kaupallisten palveluiden mitoittamiseen. Sesonkihuippuina (esim. pääsiäinen) käyttöaste on merkittävästi korkeammalla ja vastaavasti off-season aikoina alempana.

Tulevaisuudessa tarvitaan lisää niin elintarvike- liikkeitä kuin erikoistavaraliikkeitä. Matkailijoiden keskimääräinen kulutus matkoillaan ylittää kaupan alalla 'arkikulutuksen'.

<sup>21</sup> Lähde: Keskuskauppakamari. Koskee alueita, jotka eivät merkittävästi menetä ostovoimaa alueen ulkopuolelle

Mitoituksen kasvattaminen 13-14.000 k-m<sup>2</sup>:lla lisää laskennallista kaavoitustarvetta n.9 000 m<sup>2</sup>. Osa voidaan tyydyttää ydinkeskustasta koska kaavamääräyksen mukaan koko ydinkeskustassa alin kerros on rakenteellisesti toteutettava siten, että se on muutettavissa liiketiloiksi.

Kaavallisesti olisi varauduttava liikekortteleitten alueen laajentamiseen, jolloin luonnollisin suunta on Sirkankylän vanha keskusta.

### **Alueen luonne ja imago**

#### 0-vaihtoehto

Levin luonne ei tule oleellisesti muuttumaan. Keskusta tiivistyy, palvelutarjonta kasvaa ja monipuolistuu ja majoituspalveluihin tulee lisää vallinnan varaa. Luonto on edelleen lähellä ja läsnä miltei joka puolella Leviä.

Levin imago on lähes sama kuin nykyisinkin, sillä vaikka kasvua tulee, kasvavat myös muut matkailukeskukset lähes samaan tahtiin. Levi voi profiloitua korkeatasoiseksi laatuun, ei määrään panostavaksi keskuksiksi.

#### Jatkuvan kasvun vaihtoehto

Levin luonne ei tässäkin vaihtoehdossa muutu merkittävästi. Matkailijamäärän ja vuodepaikkojen yli kaksinkertaistuessa nykyisestäään keskustatoiminnot levittyvät laajemmalle ja keskustan vaikutelma on entistä tiiviimpi ja kaupunkimaisempi. Kaupallisten palvelujen tarjonta kasvaa ja suurempia asiakaspotentiaaleja vaativien erikoiskauppojen toiminta alueella mahdollistuu. Nykyisten loma-asuntoalueitten luonne säilyy, mutta vapaat metsäalueet vähenevät. Liikenteen määrä kasvaa, mutta toisaalta julkiselle liikenteelle on entistä paremmat toimintaedellytykset.

Levin imago muuttuu yhä enemmän ympärivuotisen, monipuolisen matkailukeskuksen suuntaan. Viihteellinen elementti imagossa kasvaa. Luonto on yhä perushoukutin, mutta rinnalle on tullut myös muuta tarjontaa, jonka vuoksi Leville tullaan.

Asiakasmäärän ja palveluiden merkittävä lisääntyminen voi johtaa kansainvälistymiseen ja samalla Levin omaleimaisuuden vähenemiseen. Omaleimaisuus ja eksoottisuus ovat Levin kes-

keisimpiä vetovoimatekijöitä, ja niiden heikentymisellä voi olla merkittävä vaikutus erityisesti ulkomaan markkinoilla. Tämän välttämiseksi tulee paikallisen omaleimaisuuden ja paikallisen kulttuurin korostamiseen kiinnittää voimakkaasti huomiota.

### **Maankäyttö**

#### 0-vaihtoehto

Nykyinen maankäytön yleissuunnitelma ja siitä johdettu Levin ympäristön osayleiskaava on mitoitukseltaan juuri 0-vaihtoehdon eli 22 000 vuodepaikan mukainen. Yleiskaava on toteutunut varsin muuttumattomana ja asemakaavoittamatta siitä on isommalti vain Vielman ja Etelärinteen väli (Tieva). Vastikään vahvistuneen Rakkavaaran osa-alue 7:n jälkeen Rakkavaarasta on kaavoittamatta vain pienehkö kaistale.

Täydentävää kaavoitusta voidaan suunnata Levi-keskuksen koillispuolisille alueille.

Asuntoalueita tulee tässä vaihtoehdossa kaavoittaa Sirkkajärven eteläpuolen – Atrin alueelle ja samalla selvittää Sirkkan vanhan keskustan maankäyttöä.

#### Jatkuvan kasvun vaihtoehto

Nykyisen osayleiskaava-alueen maksimaalista mitoitusta on tutkittu ottamalla lisäalueita rakentamiseen ja tehostamalla nykyisiä.

Yleiskaavan tarkistaminen nykyisillä suunnitteluperiaatteilla hiukan tehokkaammin, ydinkeskustaa ympäröivän ”hotellivyöhykkeen” tehostaminen, keskustasta parin kilometrin säteisen vyöhykkeen maankäytön tehostaminen sekä Atrin-Sirkkajärven kaavoitus lähinnä asuntoalueiksi mahdollistaa n. 35 000 vuodepaikan ja niiden tarvitsemien palveluitten sijoittamisen.

Tehokkaammasta kaavoituksesta huolimatta voidaan turvata luonnon läheisyys loma-asutusalueilla ja luontoon pääsy ydinkeskuksesta lähtien.

Vaihtoehdon mukainen Levi olisi periaatteeltaan 0-vaihtoehdon kaltainen, mutta tiiviimpi ja tehokkaampi.

## **Asuntotuotanto**

### 0-vaihtoehto

Tavoitteeksi on asetettu matkailutulon kasvattaminen 185 miljoonaan euroon vuonna 2020. Tavoitteeksi on myös asetettu työpaikkaomavaraisuusasteen nostaminen 75 %:iin, ensisijaisesti kesäkautta vahvistamalla. Mikäli tavoitteet saavutetaan ja matkailutuotannon rakenne vastaa nykyistä, nousee vakituisten kokoaikaisten työntekijöiden määrä 740:een (nyk. 334<sup>22</sup>) ja vakituisten osa-aikaisten 130:ta (nyk. 59).

Kun edellisistä poistetaan nykyiset työpaikat, tämä tarkoittaa noin 470 uuden ympärivuotisen työntekijän sekä heidän perheidensä asuntotarvetta.

Määrä-aikaisia työsuhteita tekeviä henkilöitä olisi edellä mainituin perustein vuoden aikana noin 980 henkilöä (nyk 637).

### Jatkuvan kasvun vaihtoehto

Tavoitteena on kasvattaa matkailutulo 300 miljoonaan euroon vuonna 2020. Tavoitteeksi on myös asetettu työpaikkaomavaraisuusasteen nostaminen 75 %:iin, ensisijaisesti kesäkautta vahvistamalla. Mikäli tavoitteet saavutetaan ja matkailutuotannon rakenne vastaa nykyistä, nousee vakituisten kokoaikaisten työntekijöiden määrä 1200:aan (nyk. 334<sup>23</sup>) ja vakituisten osa-aikaisten 210:een (nyk. 59).

Kun edellisistä poistetaan nykyiset työpaikat, tämä tarkoittaa noin 1020 uuden ympärivuotisen työntekijän sekä heidän perheidensä asuntotarvetta.

Määrä-aikaisia työsuhteita tekeviä henkilöitä olisi edellä mainituin perustein vuoden aikana noin 1590 henkilöä (nyk 637).

## **Liikenneverkko ja pysäköinti**

### 0-vaihtoehto

0- vaihtoehtoon mukainen maankäytön kasvu ei vaikuta kovinkaan voimakkaasti liikenneverkkoon ja sen muutostarpeisiin. Uudet maankäytön kasvualueet voidaan liittää nykyiseen verkkoon ongelmitta.

Joukkoliikennettä ja sen palvelutasoa tehostamalla parannetaan ilman omaa autoa Leville saapuvien matkailijoiden liikkumista. Yhtenäisten kevyen liikenteen reitistöjen rakentamisella parannetaan kevyen liikenteen asemaa.

Opastuksen ja tiedottamisen kehittämisellä pyritään ruuhka-aikoina ohjaamaan laskettelijoita taaisemmin hissien ala-asemien pysäköintialueille. Levin ydinkeskustan ja pohjoisrinteen pysäköintialueen osalta joudutaan harkitsemaan ruuhkaisimpina sesonkiaikoina liikennerajoituksia pysäköinnin ja henkilöajoneuvoliikenteen osalta. Katuympäristön hoitoon ja kunnossapitoon erityisesti kesäaikana panostetaan huomattavasti enemmän.

### Jatkuvan kasvun vaihtoehto

Jatkuvan kasvun vaihtoehto aiheuttaa liikenneverkolle suuria haasteita. Maankäytön kasvun mukainen liikenteen kasvu aiheuttaa sesonkiaikoina ongelmia erityisesti Levin keskustassa. Levin ydinkeskustan katuverkon toimivuus sekä pysäköintiratkaisut tulee selvittää. Toimivuutta parantavia ratkaisuja voivat olla mm. sesonkiaikoina joukkoliikenteelle varatut kadut tai katuosat, keskitetyt pysäköintiratkaisut, maanalainen pysäköinti, maksullinen pysäköinti jne.

Uusien maankäyttöalueiden suunnittelussa suositaan sellaisia alueita, jotka tukevat autottoman ja joukkoliikenteen palvelujen varrella olevan matkailijan liikkumista. Joukkoliikennettä kehitetään voimakkaasti turvaamaan liikkuminen ruuhka-aikoina ilman kalliita ja normaaliaikana ylimoitettuja liikenneinvestointeja.

Hissien ala-asemien pysäköintialueiden kehittämistä jatketaan. Tieto- ja mobiiliteknikan ratkaisuilla parannetaan joukkoliikenteen informaatiota sekä pysäköintialueiden käyttöä. Kevyen liikenteen reitistöjen johdonmukaisella kehittämisellä parannetaan osaltaan liikenneverkon toimivuutta.

Pääliikenneverkon toimivuuteen ja sujuvuuteen kiinnitetään erityistä huomiota kehittämällä verkkoa mm. siten, ettei ydinkeskustan lävitse ohjata asuntoalueille menevää liikennettä.

Katuympäristön korkeatasoisella rakentamisella ja hoidolla tuetaan autotonta liikkumista erityisesti Levin ydinkeskustassa.

<sup>22</sup> Työvoimaselvitys 2003, Liitteenä 6

### 4.3.3. Kehitysvaihtoehtojen vertailu

#### 0-vaihtoehto

Kasvu hidastuu ja sen kattona on 22.000 vuodepaikkaa, mikä on nykyisen yleiskaavan mukainen mitoitus.

Levin luonne ja imago pysyvät nykyisellään. Palvelutarjonta kasvaa ja monipuolistuu. Keskustasta tulee aiempaa tiiviimpi keskittymä. Julkisen liikenteen käyttöaste paranee. Erikoiskauppojen määrä kasvaa jonkin verran, kilpailu jää kapeammilla toimialueilla vähäiseksi. Paikallisten yritysten osuus pysyy korkeana. Paineet luonnon kulumiselle kasvavat nykyisestä vain vähän.

Riskinä on Levin jääminen pois matkailukeskusten yhä nopeammasta kasvusta. Muut keskukset tarjoavat enemmän, kansainvälistyvät, markkinoivat näkyvämmiin ja houkuttelevat näin enemmän matkailijoita. Riskinä voi olla taantumakierre, joka ruokkii itse itseään ja vaikuttaa Levin imagoon. Kilpailun puuttuessa palvelujen tarjonnassa esim. kaupallisissa palveluissa, saattavat hinnat nousta muiden keskusten hintoja korkeammiksi.

#### Jatkuvan kasvun vaihtoehto

Kasvu jatkuu voimakkaana. Tavoitteena 35.000 vuodepaikkaa vuonna 2020.

Levin keskustan luonne muuttuu kaupunkimaiseksi ja ympärivuotiseksi – isossa keskuksessa on aina toimintaa. Keskustasta tulee palvelukeskittymä, jossa erikoiskauppojen määrä kasvaa ja valikoima monipuolistuu voimakkaasti. Mahdollisuudet pienempien kohderyhmien yksilölliseen palveluun paranevat. Työpaikkojen määrä lisääntyy voimakkaasti. Yritysten toiminta tehostuu ja kilpailu saattaa kiristyä. Paikallisten yritysten osuus markkinasta pienenee ja ketjujen mukaan tulon myötä palvelujen paikallisuus uhkaa vähentyä.

Jatkuva kasvu houkuttaa investoijia, ja maan hinta nousee. Rinteiden ja hissien määrää lisätään,

mutta sesonkihuippuina rinteet ruuhkautuvat. Liikenteen määrä kasvaa. Toisaalta julkisen liikenteen järjestämiselle on paremmat edellytykset. Mahdollisuudet kansainvälisillä markkinoilla vahvistuvat. Paineet luonnonympäristön kulumiselle nousevat merkittävästi, ja edellyttävät huolellista reitistöjen ja maankäytön suunnittelua.

Huonolla suunnittelulla jatkuvan kasvun vaihtoehdossa voidaan menettää Levin perusvahvuus, luonto. Mikäli viihteellinen tarjonta korostuu voimakkaasti palvelutarjonnassa ja Levin imagossa, saattaa se karkottaa osan matkailijoista, esim. perhematkailijat, rauhallisimmille alueille.

Ulkomaisille matkailijoille Levi on eksoottinen kohde, jonka vetovoimatekijät ovat aitous, luonnonympäristö, kulttuuriset vetovoimatekijät sekä ohjelmapalvelut. Kaupungistuminen, kansainvälisten brändien ilmestyminen katukuvaan sekä kävijämäärän voimakas lisääntyminen uhkaavat perusvetovoimatekijöitä. Ääritapauksessa voimakas kasvu voi karkottaa ulkomaalaiset matkailijat Leviltä.

Liikennejärjestelyt, pysäköinti sekä yleiset turvallisuuskysymykset ovat jatkuvan kasvun vaihtoehdon haasteita.

Levin kasvaessa voimakkaasti, muuttaa alueella suuri määrä matkailupalvelujen parissa työskenteleviä henkilöitä sekä heidän perheitään. Tämä asettaa suuria vaatimuksia kunnallisille palveluille, erityisesti päiväkodeille, kouluille ja terveydenhuollolle sekä asuntotuotannolle. Kaikkiaan kunnalle aiheutuvat kulut uusien alueiden kaavoittamisesta ja niiden infrastruktuurin rakentamisesta sekä palvelujen järjestämisestä ovat lyhyellä tähtämellä suuret. Pitkällä aikavälillä tarkasteluna uusista asukkaista saadut hyödyt mm. lisääntyneet verotulot ja palvelutason nousu, ovat kunnan kannalta taas merkittävät.

#### 4.4. STRATEGISET PÄÄTAVOITTEET

Levin vision saavuttamiseksi on asetettu kehittämiselle strategiset päätavoitteet. Tavoitteille on esitetty mittareita, joiden avulla kehitystä voidaan säännöllisesti seurata. Yhtenä keskeisenä seurantavälineenä on Leville kehitetty asiakastytyvyyden seurantajärjestelmä.

- 1) **Matkailutulon kasvattaminen 300 milj. euroon vuoteen 2020 mennessä.**
- 2) **Kansainvälisten matkailijoiden määrän kasvattaminen.**
- 3) **Markkinajohtajuus**
- 4) **Osaavan työvoiman saannin turvaaminen**
- 5) **Kesän vetovoiman lisääminen**
- 6) **Laadun kohottaminen**
- 7) **Lappilaisen elämän ja kulttuurin hyödyntäminen**
- 8) **Yhteistyön lisääminen**
- 9) **Kestävän matkailun periaatteiden toteuttaminen**
- 10) **Maankäytössä säilytetään Levin nykyinen perusrakenne**

##### 1) **Matkailutulon kasvattaminen 300 milj. euroon vuoteen 2020 mennessä**

Levin kehittämisen tavoitteena on luoda tuloja ja työllisyyttä alueelle entistä enemmän. Tämä onnistuu vain matkailutuloa kasvattamalla. Matkailutulo vuonna 2002 oli 100 milj. euroa.

Mittarit:

- Vuotuinen yöpymisvuorokausien määrä 4,0 milj. yöpymisvuorokautta (nyk. 1,5 milj.)
- Keskikulutus rahan nykyarvolla 73 euroa/vuorokausi. (Kasvua 15 % nykyisestä 63 eurosta/hlö/vrk.)
- Välitön vakituisten työpaikkojen määrä 1200 henkilöön (nyk. 334 kpl)<sup>24</sup>

##### 2) **Kansainvälisten matkailijoiden määrän kasvattaminen**

Kansainvälisten matkailijoiden määrän kasvattaminen on Levin kasvun edellytys. Tärkeimmät kohdealueet ovat Eurooppa (Iso-Britannia, Saksa, Ranska, Venäjä, Alankomaat, Sveitsi, Italia, Espanja) ja pidemmällä tähtäimellä Aasia (Japani, Kiina). Kansainvälistyminen edellyttää tiivistä yhteistyötä Lapin eri toimijoiden kesken tuotetar-

jonnassa ja markkinoinnissa sekä voimakasta kehityspanostusta toiminnan kaikkiin osa-alueisiin.

Mittarit:

- Kansainvälisten matkailijoiden osuus yöpymisvuorokausista 50% vuonna 2020

##### 3) **Markkinajohtajuus**

Tavoitteena on markkinajohtajuuden saavuttaminen ja vakiinnuttaminen Suomen matkailukeskusmarkkinoilla<sup>25</sup>.

Mittarit:

- Suomen tunnetuin matkailukeskus vuonna 2020
- Suomen suosittelavin matkailukeskus vuonna 2020
- Kävijämäärältään Suomen suurin matkailukeskus
- Osuus matkailukeskusmarkkinoiden asiakasmäärästä 20 % (01/02 kaudella Levin osuus oli 13 % ja Rukan 12%)
- Pohjoismaitten suosittelavin talvimatkailukeskus.

<sup>24</sup> Kts Liite 6 -Työvoimaselvitys 2003.

<sup>25</sup> Matkailukeskuksiin ei lueta kaupunkeja.

#### 4) Osaavan työvoiman saannin turvaaminen

Osaavan työvoiman saanti matkailuyritysten tarpeisiin turvataan.

Mittari:

- Levin yritykset kokevat saavansa riittävästi ja riittävän korkealaatuista työvoimaa kohtuullisin ponnistuksin.
- Katso myös "Laadun kohottaminen"

#### 5) Kesän vetovoiman lisääminen

Kapasiteetin tehokkaampi käyttö edellyttää heinä-elokuun matkailijamäärien kasvattamista. Tämä on myös edellytys ympärivuotisten työpaikkojen luomisessa. Tuotekehitystä, infran rakentamista ja markkinointia on suunnattava voimakkaasti kesään. Ympäristöstä on tehtävä viihtyisä ja kaunis myös kesäaikaan. Ohjelmapalvelut tuovat sisältöä Levin kesään.

Tavoitteena on tehdä Levistä merkittävä kesäkohde ja keskeinen tukikohta-alue koko Länsi-Lappiin suuntautuvalla kesämatkailulle.

Mittarit:

- Heinä-elokuun matkailijoiden osuus vuotuisista kävijöistä 10 %

#### 6) Laadun kohottaminen

Laadun kohottaminen on edellytys pysyä mukana kilpailussa yhä vaativimmista asiakkaista. Laatuun ja sen osatekijöihin on panostettava Levillä voimakkaasti. Matkailukeskus on yksi tuote, jonka kaikki osat täytyy olla laadukkaita.

Mittarit:

- Asiakastyytyväisyys vähintään 4,2 asteikolla 1-5.
- Yhdeksästä asiakkaiden tärkeimpänä pitämistä (SHKY 2002) oheispalvelusta Levin tavoitteena on saada asiakastyytyväisyysmittauksella keskiarvona kiitettävä arvosana. Näitä ovat kylpylä, elintarvikekauppa, lääkäripalvelut, pankkiautomaatit, kuntosali, sisäinen bus-siliikenne ja eri tyyppiset ravintolat, suksivuokraamo ja lasten valvottu hoito.
- 90 %:lla Levin yrityksistä on sertifioitu laatu-järjestelmä.
- 90% Levin mökkimajoituskapasiteetista on laatuluokiteltu.

#### 7) Lappilaisen elämän ja kulttuurin hyödyntäminen

Lappilaisuutta, nykypäivää ja menneisyyttä, on hyödynnettävä ohjelmapalveluiden sisällössä ja markkinoinnissa. Erityisesti kuvataiteeseen, musiikkiin, kulttuuriympäristöön sekä Lapin tarustoihin ja porotalouteen perustuvissa tuotteissa on Kittilässä paljon tarjottavaa. Kulttuuri on ympärivuotista, joten se tukee kesän palvelutarjonnan monipuolistamista. Kulttuuri tarjonnassa on tehtävä yhteistyötä koko Kittilän sekä myös naapurikuntien kesken.

Mittarit:

- Matkailijat antavat kulttuuripalvelutarjonnalle keskimäärin hyvän (4,0) arvosanan
- Kulttuuritarjonta (ei tarkoita vain korkeakulttuuria, vaan paikallisia tapoja tottumuksia, elinkeinoja, elämäntapaa jne.) näkyvästi esillä Levin markkinoinnissa ja yhteisesitteissä.

#### 8) Yhteistyön lisääminen

Kilpailun koventuessa yhteistyön merkitys kasvaa. Yhteistyötä on lisättävä monella tasolla: Levin yrittäjien, kunnan ja asukkaiden kesken, tuotetarjonnassa Länsi-Lapin matkailun toimijoiden kesken sekä kansainvälisessä markkinoinnissa koko Lapin toimijoiden kesken. Markkinoinnissa tukeudutaan yhteiseen Lappi-brandiin, jonka alta löytyy alueellisesti erilaistunut tarjonta. Matkailun edistämiskeskus on myös keskeinen yhteistyökumppani.

Mittarit:

- Toimiva yhteistyö kansainvälisessä Lappi-markkinoinnissa vuonna 2005.
- Levin Matkailu Oy:n ylläpitämä eri toimijoiden yhteinen, toimiva keskusteluareena vuonna 2004 (esim. lehti, netti, säännölliset tapaamiset).

## 9) *Kestävän matkailun periaatteiden toteuttaminen*

Kestävä matkailu on taloudellisesti, sosiaalisesti ja ympäristön kannalta kestävä. Matkailukeskuksen vetovoima pitkällä tähtäimellä on tiukasti kytköksissä kestäviin ratkaisuihin. Myös Levin imagoon sillä on erittäin paljon merkitystä.

Taloudelliset mittarit:

- Kittilässä ja ympäristökunnissa rekisteröityneiden yritysten osuus matkailuelinkeinon liikevaihdosta merkittävä.
- paikallisen työvoiman osuus 75 % matkailuelinkeinon työpaikoista Kittilässä.<sup>26</sup>

Sosiaaliset mittarit:

- Paikallisen työvoiman osuus 75 % (kts. yllä)
- Asukkaiden mielipiteiden huomioiminen ja konfliktien välttäminen > tiedottaminen ja toimiva keskustelufoorumi

Ympäristötekijöiden mittarit :

- Matkailijat antavat ympäristön viihtyisyydelle keskimäärin hyvän (4,0) arvosanan
- Matkailijat antavat jätehuollon toimivuudesta keskimäärin hyvän (4,0) arvosanan
- Matkailijat antavat sisäisestä bussiliikenteestä keskimäärin hyvän (4,0) arvosanan

## 10) *Maankäytössä säilytetään Levin perusrakenne*

Levin perusluonne säilytetään eli:

- rakennettu Levi, jolla tiivis keskusta sekä erämainen Kätkä.

Luonnon läheisyys loma-asuntoalueille turvataan samoin reittien lähtöpisteet aivan ydinkeskustasta lähtien. Jatkuvan kasvun vaihtoehdossa varataan uusia alueita rakentamiselle yleiskaava-alueen sisällä ja nykyisten alueiden käyttöä tehostetaan.

Mitoituksen turvaavan maankäytön pääperiaatteina pidetään keskustaan tukeutuvan maankäytön tehostamista, rinteisiin ja teihin tukeutuvien uusien alueiden kaavoitusta, pysyvän asutuksen

mahdollisuutta lähellä keskustaa ja käytössä olevien alueiden maankäytön tehostamista lisärakennusoikeudella

Laadullisina tavoitteina pidetään viherkäytävien säilyttäminen keskustaan, Muonioin tien varren ilmeen kohentamista ja Sirkan vanhan keskustan maankäytön tason nostamista.

Uuden majoituskapasiteetin rakentaminen pyritään painottamaan hotellimajoitukseen. Vastavasti mökkimajoituksen osuutta uudesta kapasiteetista pyritään pienentämään.

## 4.5. VALITTAVA KEHITYS-VAIHTOEHTO

Levin kehittämiseksi valitaan jatkuvan kasvun vaihtoehto:

***Markkinavoimien määrämällä ja aktiivisten kehittämistoimenpiteiden edesauttamalla aikataululla Levin nykyistä aluetta kehitetään noin 35 000 vuodepaikan matkailukeskukseksi vuoteen 2020 mennessä.***

***Kehittämisen tavoitteena pidetään omaileimaisuutta ja luonnon kokemisen helpoutta. Suunnittelussa varaudutaan myös Levin kasvamiseen nykyisen osayleiskaava-alueen ulkopuolelle.***

<sup>26</sup> Vuonna 2002 66 %3, eli 681 paikallista hlöä ja 344 ulkopaikkakuntalaista (joista 105 Lapin eri kunnista). Tavoitteen asettaminen 75 % perustuu olettamukselle, että kesäsesongin vahvistuessa ympärivuotisten työpaikkojen tarjonta kasvaa. Sen seurauksena Kittilään muuttaa pysyvästi uusia henkilöitä.





## 5. SUUNNITELMAN TOTEUTTAMINEN

Toteutussuunnitelma muuttaa asetetut tavoitteet toimenpideohjelmaksi. Toimenpideohjelma määrittelee aluksi kärkihankkeet ja keskeiset innovaatiohankkeet sekä kunnan hankkeet.

Tämän jälkeen listataan yksityiskohtaisemmin erilliset hankkeet (luku 5.4), niiden vastuutus, kustannusarvio sekä aikataulu.

### LEVI 3

#### KÄRKIHANKKEET

- KITILÄN LENTOKENTÄN LAAJENNUS
- LEVI NORTHSTAR

#### KESKEISET INVESTOINTIHANKKEET

- LASTEN LEVI - TEEMAPUISTO
- KALASTUKSEN INVESTOINNIT
- GOLF
- MULTIHALLI

#### KESKEISET KEHITYSHANKKEET

- LEVI NUORILLE –HANKE
- KULTTUURI OSAKSI MATKAILUTARJONTAA
- TYÖVOIMAN SAANNIN TURVAAMINEN
- KANSAINVÄLINEN KOULUTUSYHTEISTYÖ
- KULLAN MATKAILULLINEN HYÖDYNTÄMINEN
- REITTIEN TUOTTEISTAMINEN

#### KUNNAN HANKKEET

- ASUNTOTUOTANNON TURVAAMINEN
- JÄTEHUOLLON KEHITTÄMINEN
- KAUKOLÄMPÖJÄRJESTELMÄN RAKENTAMINEN
- REITTIVERKOSTON KEHITTÄMINEN
- PERUSPALVELUIDEN TURVAAMINEN

#### TOIMENPIDEOHJELMA VUOTEEN 2010

Toimenpideohjelma esittää tiivistetysti Levin investointihankkeet sekä kehityshankkeet. Hankkeet toteuttavat käytännössä aiemmin esitettyjä strategisista päätavoitteista.

## 5.1. KÄRKIHANKKEET

### A) Kittilän lentokentän laajennus

Levin kansainvälistyessä yhä useammat matkustajat tulevat alueelle lentokoneella. Erityisesti sesonkiaikoina kenttä on jo nykyisin ahdas. Lentokentän laajentaminen on yksi Levin kansainvälistymisen edellytyksistä.

### B) Levi Northstar

Levi Northstar on kansainvälinen, korkeatasoinen 300 huoneen hotelli, jonka kapasiteetti mahdollistaa suurienkin ryhmien joustavan palvelun. Hanke lisää ja monipuolistaa Levin hotelli-kapasiteettia merkittävästi. Muita palveluita ovat ravintolapalvelut, kokous- ja konferenssipalvelut, koulutus-, opetus- ja kulttuuripalvelut sekä virkistytymis- ja hoitopalvelut.

Hankkeen taloudellisten vaikutusten tarkastelu<sup>27</sup> on kokonaisuudessaan liitteenä 7.

Tiivistelmä tuloksista

- Hankkeen kokonaiskustannusarvio on 55 milj. € (ei sis alv)
- Hotelliyöpyjät (100.000 yöpymisvuorokautta) aikaansaavat noin 17-18 milj. € matkailutulon vuodessa. Tästä 12-13 milj. € kohdistuu Tunturi-Lapin alueelle.
- Rakennusaikainen kokonaistyöllisyysvaikutus on 1581 henkilötyövuotta (htv), josta alueelle kohdistuu 170-200 htv.
- Toiminta-aikainen kokonaistyöllisyysvaikutus on noin 510 htv/vuosi, josta alueelle kohdistuu noin 200 htv/vuosi.

## 5.2. KESKEISET INVESTOINTI-HANKKEET

Levin matkailua tukevat keskeisimmät hankkeet, jotka ovat *investoinneiltaan suuria ja vaikuttavat koko Kittilän kunnan kehitykseen*, on esitetty seuraavassa.

### Keskeiset investointihankkeet

- A) **Lasten Levi - teemapuisto**
- B) **Kalastuksen investoinnit**
- C) **Golf**
- D) **Multihalli**

### A) Lasten Levi - teemapuisto

#### Toiminta-ajatus

Lasten Levi -teemapuistosta tehdään koko Pohjois-Suomen vetovoimaisin lasten kesän matkailukohde. Lasten Levissä tarjotaan Lapin eri elementtejä lasten mittakaavaan sovitettuna: eläimiä, seikkailuja, luonnon materiaaleja, käsillä tekemistä, liikuntaa, luontoelämyksiä, jännitystä ja eksotiikkaa.

Perusajatuksena on *itse tekeminen ja liikunta*. Suurin osa laitteista toimii lihasvoimalla. Joukossa on myös muutamia moottori- tai mieluummin sähkökäyttöisiä "härveleitä", joissa pääsee vauhdin hurmaan.

Lasten Levillä on oma satuhahmo, esim. Lapin luonnossa esiintyvistä eläimistä edelleen kehitetty hahmo, joka näkyy kaikkialla puistossa sekä markkinoinnissa.

#### Toteutus

Gondolihissin alatasanteelle ja osittain rinteeseen sijoitetaan erilaisia ulkotoimintoja. Toimintoina esim.

- *Isompien lasten "Lapin Seikkailu" (7-15 v):* osin rinteeseen sijoitettava seikkailualue.
- *Pienempien lasten "Lapin Satu" (alle 7 v)* leikkialue.
- *Maatilan pihapiiri:*

<sup>27</sup> Laatinut Tero Wallin, Viisikko-Femman

- *Luontopolut*: merkityt ”vaellusreitit” (1-5 km), joiden varrella tietoa luonnosta, tehtäviä ja taukopaikat, joissa tulentekopaikat
- *Ulkoliikuntakeskus*
- *”Vesi Lappi”*: kahluuallas pienimmille, soutuallas, jossa eläin/satuhahmoisia polkuveneitä, onkilammikko, vesiputoukset ja suihkulähteet. Vesiaihetta voi mahdollisesti myöhemmin kehittää pidemmälle vesipuiston suuntaan.
- *Härvelialue*: minimönkijät, formulat, sähköautot jne, resiina alueen ympäri.
- *Gondoli-hissi*
- *”Tukinuitto-ränni”*, jossa gondoli-hissillä ylös ja alas tukkilautalla vauhdikkaasti vesirännissä
- *Pelihalli*
- *Työpajat*
- *Kahvila-, wc- ja pysäköintitilat* osin jo rakennettu gondoli-hissin alatasanteelle

#### *Kohderyhmä*

Lapsiperheet ovat Levin tärkeä kohderyhmä, jolle Lasten Levi suunnataan. Puisto on suunnattu 2-15 -vuotiaille kesämatkailijalapsille.

#### *Aikataulu*

Hankkeesta tehtävä erillinen yksityiskohtainen suunnitelma vuonna 2004, jonka jälkeen toteutus vuosina 2005-2006.

## **B) Kalastuksen investoinnit**

#### *Toiminta-ajatus*

Suomessa on noin 2 miljoonaa kalastusharrastajaa ja noin 25 miljoonaa eurooppalaista harrastaa kalastusta. Kalastuksesta tehdään yksi lumettoman ajan kärkituote. Levin vahvuuksia ovat monipuoliset kalastuspaikat ja tunnettuus. Kalastus Levillä luo aivan uutta kalastuskulttuuria. Aloituskynnys tehdään matalaksi samalla kun tarjontaa on myös vaativimmillekin kalastusmatkailijoille.

#### *Toteutus*

Matkailukalastus Levillä tarvitsee toteutuakseen paitsi monipuoliset kalavedet, riittävät kalanistutukset ja saalisvarmuuden myös liikkumista helpottavat rakenteet, luvanmyynnin, välinevuokrauksen, opastuspalvelun, valvonnan järjestämisen ja matkailukalastuksen kansallisen ja kansainvälisen markkinoinnin.

Levin keskuksen läheisyydessä on satunnaisille kalastajille helppoja ja saalisvarmoja kohteita. Kalastus on näissä kohteissa sosiaalinen tapahtuma, jota voi tulla seuraamaan muutkin. Kauemmas mentäessä löytyvät erämaiset kohteet, jotka profiloituvat eri kalalajien ja pyyntitapojen mukaan. Levi voi tarjota kalastuspaketteja, jossa yhdistyvät koko Länsi-Lapin mahdollisuudet, erityisesti Tornion- ja Muonionjoki. Kalastukseen Levillä liittyy runsaasti toimintaa: kursseja erityyppisille ryhmille, taito- ja perinneyhtöksiä, kilpailuja, teematapahtumia, kalamiesten- ja naisten-tansseja jne.

#### *Kohderyhmä*

Levin kohderyhmänä ovat sekä aktiivikalastajat että silloin tällöin kalastusta harrastavat ja aivan uudet kalastuksen ystävät. Levin nykyinen kävijäkunta muodostuu juuri näistä uusista, potentiaaleista asiakkaista. Kansainvälinen markkinointi kohdistetaan aktiivikalastajille ja perhematkailijoille.

#### *Aikataulu*

Matkailukalastuksesta on tehty suunnitelma vuonna 1999 ”Levin kalastuksen kehittämisprojekti”, jota soveltaen Levin matkailukalastusta voidaan lähteä välittömästi kehittämään.

## **C) Golf**

Leville rakennetaan tasokas golfkenttä, jonka rahoituksessa noudatetaan osin ”Kalajoen mallia”. Toisin sanoen läheisten Rakkavaara VII:n ja VIII:n tonttien luovutusehtona on Golf-osakkeitten hankinta.

Halukkuutta pelaamiseen ja osakkeen hankintaan on tiedusteltu Taloustutkimus Oy:n kyselyssä. Kysely antaa aiheita optimismiin.

Kentän toteuttamista ja ylläpitämistä varten on perustettu Levi Golf & Country Club Oy, jonka perustajaosakkaina ovat Kittilän kunta ja Levi Ski Resort Oy. Kenttä sijoitetaan Taalojärven-maastohiihtokeskuksen alueelle. Rakennettava Koillisrinteen ala-aseman rinneravintola palvelee klubi-rakennuksena. Maastohiihdon latuverkko voidaan sijoittaa väylien lomaan ja se toimii kesäisin huoltoteinä.

## D) Multihalli- täyden palvelun toiminta- ja kokouskeskus

### *Toiminta-ajatus*

Tarjotaan korkeatasoisia *kokous- ja kongressipalveluja* kotimaisille ja kansainvälisille kokouksille ympäri vuoden. Kokouspalvelut yhdessä monipuolisten oheispalvelujen, korkeatasoisen majoituksen, ravitsemispalvelujen ja Lapin luonnon kanssa muodostavat ainutlaatuisen ja veto-voimaisen kokonaisuuden.

Kokous- ja kongressitoiminnan väliaikoina tilat toimivat *'kulttuurikeskuksena'*. Se tarjoaa pysyviä ja säännöllisin väliajoin vaihtuvia näyttelyitä, jotka tuovat esille Sirkan, Kittilän ja Lapin kulttuuria menneestä ja nykyisyydestä. Se toimii myös koko Levin kulttuuritarjonnan informaatiopisteenä. Keskuksessa voidaan myös järjestää konsertteja (viihde, klassinen).

Auditorio toimii *elokuvateatterina* ympäri kauden. Alle ravintola-ikäisten iltatoiminnan keskitetään elokuvateatterin ympäristöön.

Nämä toiminnot parantavat myös kuntalaisten palveluja ja näin vahvistavat osaltaan Kittilän vetovoimaa vakituisena asuinpaikkana.

Keskus laajentaa Levin tuotetarjontaa ja poistaa eräitä nykyhetken keskeisiä ongelmakohtia, tuo Leville uusia kohderyhmiä, mahdollistaa paikallisen kulttuurin

### *Toteutus*

Rakennetaan Leville toiminta- ja kokouskeskus, joka koostuu monista toisiaan tukevista toiminnoista:

- Kokoustilat (noin 300 henkeä, auditorio)
- Tila, joka voi toimia kokousaikaisena ravintolana ja muulloin näyttely-, messu- ja tapahtumatilana
- Metsähallituksen info-piste
- Pienimuotoinen luontokeskus, jossa esillä Tunturi-Lapin luontoa
- Elokuvateatteri auditoriossa

Vaatimukset kokoustoiminnalle ovat 300:lle hengelle mitoitettut kokouksen aikaiset ravintolapalvelut, iltaohjelman ravintolapalvelut ja hotellihuoneet (muualla Levillä), nykyaikainen huippukokoustekniikka päätilassa ja ryhmätyötiloissa sekä taukotilat.

Tilan tulee olla joustavasti muunneltavissa eri tarpeiden mukaan. Arkkitehtoninen toteutus tulee olla korkeatasoinen ja Lapin rakennusperinteen kanssa sopusoinnussa.

Mukaan hankkeeseen kootaan eri tahoja, jotka voivat hyödyntää tiloja esim. Villi Pohjola, kunta, Levin Matkailu Oy ja Museovirasto.

### *Kohderyhmät*

Keskus mahdollistaa Leville täysin uuden ja taloudellisesti vetovoimaisen kohderyhmän (kokous- ja kongressi) niin koti- kuin ulkomailla.

Keskus lisää Levin tuotetarjontaa nuorisolle, sekä kulttuurista kiinnostuneille ja tarjoaa vaihtoehdon ravintola-illalle.

### *Aikataulu*

Markkinatutkimus, liiketoimintasuunnitelma, rahoituksen varmistaminen ja hankesuunnittelu 2004-2005. Toteutus 2006-2008.

### 5.3. KESKEISET KEHITYSHANKKEET

Levin matkailun tärkeimmät toimintojen kehittämisen hankkeet on esitetty seuraavassa. Tyypillisesti hankkeet eivät edellytä suuri investointeja infra-rakentamiseen.

#### **Keskeiset kehityshankkeet**

- **Levi nuorille –hanke**
- **Kulttuuri osaksi matkailutarjontaa**
- **Työvoiman saannin turvaaminen**
- **Kansainvälinen koulutusyhteistyö**
- **Kullan matkailullinen hyödyntäminen**
- **Reittien tuotteistaminen**

#### **A) Levi nuorille -hanke**

##### *Toiminta-ajatus*

Alle ravintolaikäisten asiakkaiden tekemisen vaihtoehdot ilta-aikaan ovat puutteelliset. Tarvi- taan paikkoja, jossa nuoret voivat tavata toisiaan. Tekemistä pitää olla sisällä ja ulkona, kesällä ja talvella.

Hankkeen tavoitteena on selvittää mahdollisuu- det ilta-ajan tuotetarjonnan lisäämiseen 13-17 - vuotiaille matkailijoille.

##### *Toteutus*

Toteutus jakautuu selvitysosioon ja toteutus- osaan. Selvitysosassa kootaan Levin nykyinen tarjonta, sekä selvitetään mahdollisuudet ja reu- naehdot palvelutarjonnan parantamisen olemas- sa olevien tilojen ja toimintojen puitteissa. Hank- keessa pyritään tunnistamaan liiketaloudellisin perustein toteuttamiskelpoisia malleja palvelujen parantamiseen.

Alustavana hahmotelmana selvitetään mahdolli- suudet tarjota nuorille tila esim. monitoimikahvila / klubi, jossa voi tavata toisia samaa ikäryhmää edustavia, lukea lehtiä, pelata tietokone-pelejä ja muita pelejä, surffata netissä, järjestää pienimuo- toisia tapahtumia, katsella screeniltä urheilua/ musiikkia/elokuvia ja löhöillä sohvilla.

Kysyttäessä helsinkiläisiltä 14-16 -vuotiailta kou- lulaisilta halutuimpia toimintoja hiihtokeskuksiin

olivat mönkijät, keilaaminen, curling, videopelit, musiikki ja sisäpelit<sup>28</sup>.

##### *Kohderyhmä*

Nuoret 13-17 – vuotiaat, ympäri vuoden.

##### *Aikataulu*

Selvitysosa vuonna 2004.

#### **B) Kulttuuri osaksi matkailutarjontaa**

##### *Toiminta-ajatus*

Kulttuurin hyödyntäminen nimenomaan ympäri- vuotisessa matkailussa osin hyödyntämättä. Le- vin ympäristö tarjoaa runsaasti mahdollisuuksia kulttuurin, laajasti ymmärrettynä, kytkemiseksi matkailuun. Painopisteenä on kuvataiteet, perin- teiset elinkeinot, musiikki, tarinat ja myytit. Kult- tuurista on tehtävä Levin käyntikortti.

##### *Toteutus*

Kulttuurin hyödyntäminen Levin matkailussa - hanke, jossa selvitetään Levin ympäristön kult- tuuritarjonnan kytkeminen matkailuun. Hank- keessa sisältää selvitysosan, tuotteistamisen, toimijoiden verkostoitumisen ja markkinoinnin.

##### *Kohderyhmä*

Perheet, ulkomaalaiset, yritysvieraat ja kulttuuris- ta kiinnostuneet.

##### *Aikataulu*

2004-2005

<sup>28</sup> Suunnittelukeskus (2002). Kysely koululaisille.

### C) Työvoiman saannin turvaaminen

#### Toiminta-ajatus

*Pitkäjänteinen ja menestyvä matkailutoiminta tarvitsee takeet osaavan työvoiman saatavuudesta. Ammattitaitoisen työvoiman saanti turvataan. Eriytyisesti paikallisia ja lähiseutujen asukkaita kouluttamalla saadaan parhaiten pysyviä työntekijöitä Leville. Matkailukauden pidentäminen luo ympärivuotisia työpaikkoja, jolloin työvoiman saanti helpottuu jonkin verran.*

#### Toteutus

*Selvitetään Levin yrittäjien työvoiman saatavuuden nykyiset ongelmat ja tulevaisuuden tarpeet.*

*Keskeistä on ennakoida yrittäjien tarpeita ja suunnata koulutusresursseja ja muita toimia niiden mukaan.*

*Keskeisiä toteuttajia ovat Työvoimatoimisto, Levi Instituutti, matkailualan oppilaitokset sekä Levin yrittäjät.*

#### Kohderyhmä

*Paikalliset ja lähiseudun asukkaat, ammattilaiset ympäri Suomea.*

#### Aikataulu

2004

### D) Kansainvälinen koulutusyhteistyö

#### Toiminta-ajatus

*Levi - Instituutin ja muun koulutustoiminnan kehittäminen kansallisesti ja kansainvälisesti korkealle tasolle verkottamalla alan huippuoppilaitosten ja asiantuntijoiden kanssa. Tavoitteena saada kouluttajat parhaista yliopistoista vierailemaan lyhyitä ja pitkiä jaksoja.*

#### Toteutus

*Levi-Instituutti selvittää mahdollisuudet.*

#### Aikataulu

Jatkuva

### E) Kullan matkailullinen hyödyntäminen

#### Toiminta-ajatus

*Kultakaivoksen mahdollinen sijoittuminen Kittilään mahdollistaa kullan ja kaivosteollisuuden*

*matkailullisen hyödyntämisen. Matkailullisesti kultaa voidaan hyödyntää mm. markkinoinnissa, ohjelmopalvelutuotteina sekä tietoa lisäävinä (education) tuotteina. Ohjelmopalvelutuotteiden kannalta merkittävää on Euroopan suurimman kultaesiintymän sijaitseminen alueella - 'Jos kultaa on Suurikuusikossa, on sitä myös ympäristössä! '.*

*Kulta kiehtoo kaikkia matkailijoita, niin kotimaisia kuin ulkomaisia, lapsia ja aikuisia, yritysasiakkaita, niin historiasta ja tiedosta kuin toiminnasta ja tekemisestä kiinnostuneita. Se tarjoaa erittäin suuren määrän hyödyntämismahdollisuuksia. Esim.*

- Kullan huuhdonnan kokeilemisen
- Kultakuume-teemaiset näyttelyt
- Maan myyminen neliösentin kokoisina 'valtauksina'
- Kullanhuuhtontaan liittyvät kilpailut ja suurtahtumat
- Omien matkamuseojen valmistamisen kullasta
- Kultaseppä-toiminnan ja kultakaupan
- Kullankaivuun historiaan ja nykypäivään tutustumisen

#### Toteutus

*Kullan hyödyntäminen matkailussa - hanke, jonka tavoitteena on ohjelmoida kullan hyödyntäminen. Hanke sisältää selvitysosan, toimintojen määrittelyn ja sijoittumisen, tuotteistamisen, toimijoiden verkostoitumisen ja markkinoinnin.*

#### Kohderyhmä

*Koko Levin asiakaskunta.*

#### Aikataulu

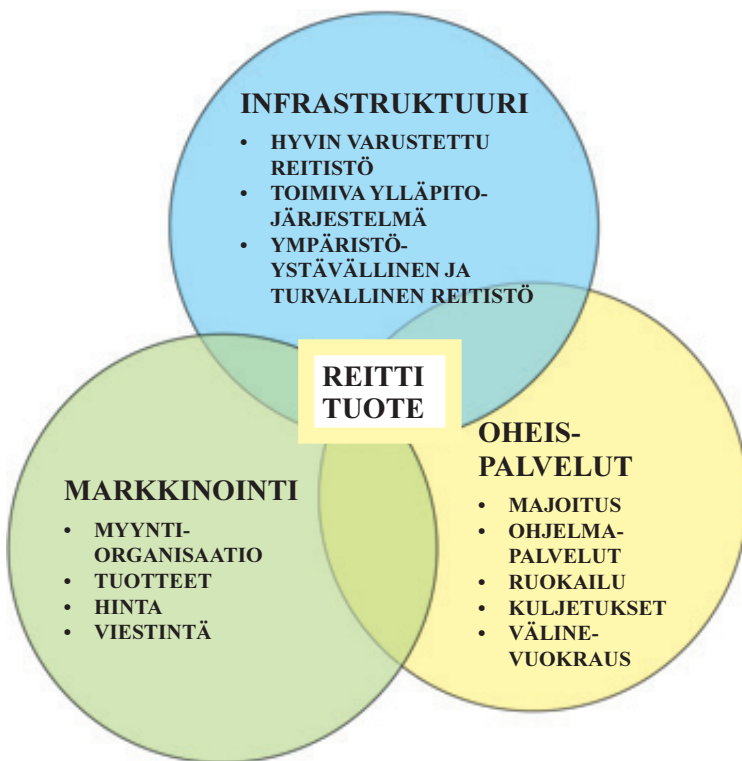
2004-2005

### F ) Reittien tuotteistaminen

#### Toiminta-ajatus

*Hankkeen tavoitteena on luoda eri ulkoilijaryhmiä palvelevan reittiverkoston ympärille kokonaiskonsepti, jonka välityksellä pystytään tehostamaan eräretkeilyreittien käyttöä sekä omaehtoisen liikunnan harjoittamiseen että erityisesti matkailuyrityksiin tukeutuvana ohjattuna toimintana. Tavoitteen saavuttaminen edellyttää, että vaellusreittien ympärille rakennetaan matkailijoita kiinnostava tuote. Nykytilanteen ongelmakoh-*

tina voidaan pitää yhtenäisen reitistön ja reittien kunnossapitojärjestelmän puutteellisuutta, reittejä koskevan kattavan tiedotusjärjestelmän puutetta sekä järjestäytymätöntä markkinointia. Reittien teemoittainen tuotteistaminen on osoittautunut reittien käyttöä ja kiinnostavuutta voimakkaasti lisääväksi tekijäksi useilla alueilla Suomessa.



Toteutus

Teemoittaiset retkeilyreitit -hankkeessa:

- kartoitetaan olemassa olevien reittien määrä ja laatu
- laaditaan reiteistä kartta, kuvaukset sekä luokitusjärjestelmä
- selvitetään olemassa olevien reittien käyttäjämäärä sekä käyttäjien profiili
- selvitetään vaellusreittien monikäyttöisyyttä
- selvitetään mahdollisten käyttäjäryhmien määrä Suomessa
- laaditaan eri tyyppisiä asiakkaita kiinnostavien teemojen mukaiset tarinat reiteille. Kokonaisuuksilla on omat teemat ja käyttäjäryhmät (liikuntamuodot, kohderyhmät). Esimerkkejä teemoista ovat perinteisen luonnonkauneuden varaan tukeutuvien reittien lisäksi esihistoriareitti, historiareitti, mytologiareitti, muinaiskoreitti (Taatsinseita, Sirkan pyhä laakso), erikoiset kasvit-reitti, maisemareitti, kun-

topolku, lasten satureitit, porotalousreitti, kullanhuuhdontareitti jne.

- valmistetaan malli kunnossapidon organisoinnille
- laaditaan yleissuunnitelma reitistöstä. Tavoitteena on rengasmaisten, eri mittaisia lenkkejä (puoli tuntia - useat päivät) mahdollistavien reitistöjen verkko.

*Kohderyhmä*

Reitit voidaan tuotteistaa eri tavoin erilaisille käyttäjille. Suunnittelu ja toteutus 2004-2006.

## 5.4. KUNNAN HANKKEET

### A) Asuntotuotannon turvaaminen

Levin kasvaessa on varauduttava riittävään ja monipuoliseen asuntotuotantoon. Asuntojen tarjoaminen mahdollistaa matkailupalvelujen työntekijöiden ja heidän perheidensä pysyvän muuton Kittilään

### B) Jätehuollon kehittäminen

Jätehuoltojärjestelmän kehittäminen on paitsi taloudellinen, ekologinen myös imago-kysymys. Kuivajätteen huolto- ja kierrätysjärjestelmä tehdään toimivaksi ja matkailijan kannalta helposti käytettäväksi.

### C) Kaukolämpöjärjestelmän rakentaminen

Kaukolämpöjärjestelmä luodaan keskusta-alueelle.

### D) Reittiverkoston kehittäminen

Reittiverkoston rakentaminen ja tuotteistaminen ovat keskeisen tärkeitä Levin matkailutuotteen kehittämispennistuksia. Kunta jatkaa reittiverkoston kehittämistä sekä laajentamista uusille käyttäjäryhmille.

### E) Peruspalveluiden turvaaminen

Kunta turvaa peruspalvelut (mm. koulut, päivähoito).

## 5.5. TOIMENPIDEOHJELMA VUOTEEN 2010

Seuraavassa on esitetty tiivistetysti Levin investointihankkeet sekä kehityshankkeet. Hankkeet toteuttavat käytännössä aiemmin esitettyjä strategisia päätavoitteita.

### 5.5.1. KÄRKIHANKKEET

| Toimenpide                     | Veto-vastuu   | Yhteistyö-kumppanit                    | Kustan-nukset | Aika-taulu   |
|--------------------------------|---------------|--|---------------|--------------|
| Kittilän lentokentän laajennus | Ilmailulaitos | TE-keskus                              | 5,9 milj €    | 2004         |
| Levi Northstar hotellihanke    | Yritys        | Yrittäjät/kansain-välinen hotelliketju | 55 milj €     | Aloitus 2005 |

### 5.5.2. INVESTOINTIHANKKEET

| Toimenpide  | Veto-vastuu                   | Yhteistyö-kumppanit                             | Kustan-nukset | Aika-taulu |
|---|-------------------------------|---|---------------|------------|
| <b>* KESKEISET INNOVAATIOHANKKEET</b>   |                               |   |               |            |
| Lasten Levi   | Oy Levi Ski Resort Ltd        | Kunta, yritykset                                | 2,5 milj €    | 2004-2006  |
| <b>Kalastuksesta kärkituote - Kalastuksen investoinnit</b><br>Vesialueiden ryhmittely, saalisvarmuuden turvaaminen, kalastuksen järjestelyt, tuotteistaminen, oheispalvelujen suunnittelu | Kunta                         | Sirkka-Könkään kalastuskunta, matkailuyritykset | 2 milj. €     | 2004-2009  |
| <b>Golf-kenttä</b><br>- 18 väylää   | Levi Golf and Country Club Oy | Oy Levi Ski Resort Ltd                          | 3,5 milj.€    | 2004-2006  |
| <b>Multihalli - yhdistetty kokous ja kongressikeskus, elokuvateatteri, sisäliikuntahalli ja näyttelytila</b>  | Kunta                         | Yrittäjät                                       | 15 milj. €    | 2004-2008  |
| <b>* MAJOITUSPALVELUT</b>   |                               |   |               |            |
| <b>Hotellikapasiteetin lisääminen</b><br>- 4000 uutta vuodepaikkaa (pl Levi Northstar) vuoteen 2010 (nyk 1658vp)<br>- Kaikkiaan 11.000 vp vuonna 2020                                     | Yritykset                     | Kunta   | 150 milj. €   | 2004-2010  |
| <b>Mökkirakentaminen</b><br>- 4750 uutta vuodepaikkaa vuoteen 2010, n.75.000 m <sup>2</sup> (nyk 14.500 vp.)<br>- Kaikkiaan 24.000 vp vuonna 2020   | Yritykset                     | Kunta   | 150 milj. €   | 2004-2010  |



| <b>* RAVITSEMUSPALVELUT</b>  |                                   |                  |             |           |
|--|-----------------------------------|------------------|-------------|-----------|
| <b>Ravintolatarjonnan lisääminen</b><br>- 4000 uutta istumapaikkaa <sup>29</sup> (nyk 4658, yht 8700)<br>Noin 25.000 m <sup>2</sup> .<br>- pienten ravintoloiden suosiminen liiketilatarjonnan lisäämisessä<br>- Ravintolatoiminnan monipuolisuuden lisääminen (paikallisuus&etnisyys)   | Yrittäjät                         | Kunta            | 40 milj. €  | 2004-2010 |
| <b>* RINNETOIMINNOT</b>  |                                   |                  |             |           |
| <b>Hissi- ja rinnekapasiteetin lisääminen majoitus- kapasiteetin kasvun mukaisesti</b>   | Oy Levi Ski Resort Ltd            |                  | 3.0 milj. € | 2004-2010 |
| <b>Eturinteen uuden palvelukeskuksen rakentaminen</b>  | Oy Levi Ski Resort Ltd            |                  | 4.0 milj. € | 2005-2006 |
| <b>Uusien konesuojien ja huoltotilojen rakentaminen</b>  | Oy Levi Ski Resort Ltd            |                  | 1.1 milj. € | 2004-2005 |
| <b>Tunturin ympärikierron turvaaminen kaikissa sääolosuhteissa</b>   | Oy Levi Ski Resort Ltd            |                  | 1.3 milj. € | 2004-2005 |
| <b>Lumetuksen laajentaminen ja tehostaminen kaikkiin toiminnan kannalta kriittisiin kohtiin sekä</b>   | Oy Levi Ski Resort Ltd            |                  | 1.0 milj. € | 2004-2010 |
| <b>Valaistuksen laajentaminen uusille rinnealueille kapasiteetin kasvun mukaan</b>   | Oy Levi Ski Resort Ltd            |                  | 500.000 €   | 2004-2010 |
| <b>Kesätoimintojen kehittäminen</b>  | Oy Levi Ski Resort Ltd            |                  | 500 000 €   | 2004-2005 |
| <b>Taalojärven rinneravintolan rakentaminen</b>  | Oy Levi Ski Resort Ltd            |                  | 400 000 €   | 2004-2005 |
| <b>* VAPAA-AJAN PALVELUT</b>   |                                   |                  |             |           |
| <b>Kylpyläpalveluiden kehittäminen</b>   | Levin Mat- kailukeskus/ yritykset | Kunta, TE-keskus | 6 milj. €   | 2005-2008 |
| <b>Reittikeskuksen kehittäminen - maastoliikkumis- välineiden (kelkat, mönkijät, pyörät, kanootit ym.) säilytys, pysäköintialueet, tankkauspiste, keskus- varaamo, reitistöinfo ja reitistöjen keskipiste</b><br>- Kaavavarautuminen 2004<br>- Liiketoimintasuunnitelma ja kannattavuus- tarkastelut, 2004-2005<br>- Toteutus 2006 | Kunta                             | Yrittäjät        | 5 milj. €   | 2004-2006 |

<sup>29</sup> Istumapaikalla tarkoitetaan todellisten istuinten määrää sisätiloissa. Ei ole yhtä kuin asiakaspaikkojen määrä. Asiakaspaikkojen määrä on anniskeluluvan mukainen maksimimäärä, ja huomattavasti todellisten istuinten määrää suurempi.

| <b>* YMPÄRISTÖINVESTOINNIT</b>   |                          |                              |                  |           |
|--|--------------------------|------------------------------|------------------|-----------|
| Levin tunturimaisemointi   | Kunta                    | TE-keskus                    | 450.000 €        | 2004-2006 |
| Levin ympäristörakentaminen & hoitotyöt  | Kunta                    | Lapin Ympäristö-keskus       | 170.000 € /vuosi | 2004-2006 |
| Muut ympäristöhankkeet<br>- Immellompolon kunnostaminen<br>- Sirkka-Levijärven kunnostus<br>- Uimarannan rakentaminen                      | Kunta                    | Lapin Ympäristö-keskus       | 100.000 €        | 2004-2007 |
| <b>* INFRASTRUKTUURI</b>   |                          |                              |                  |           |
| Latuverkoston yhdistävä hiihtoputki keskustaan   | Kunta                    | Oy Levi Ski Resort Ltd       | 2 milj €         | 2008      |
| Laajakaistayhteyksien runkoverkon rakentaminen   | Teleoperaattorit         | Kunta                        |                  | 2005      |
| Kevyen liikenteen järjestelyt Levisalmentielle ja Mt 956:lle välillä Hossan pt - Rakkavaarantie  | Kunta                    | Tiehallinto                  | 300 000 €        |           |
| Kantatien 79 liittymäjärjestelyt Levihuipun ja Gondolin liittymissä  | Tiehallinto              |                              | 350 000 €        |           |
| Kevyen liikenteen väylä rakentaminen kantatielle 79 välillä Levi-Kittilä<br>- Levi- ympäristien risteys<br>- Ympäristien risteys - Kittilä | Tiehallinto              | Kunta                        | 2,5 milj. €      |           |
| Tieyhteyden kehittäminen<br>- Levi-Kuttura-Saariselkä  | Tiehallinto              | Inarin kunta, Kittilän kunta | 4 milj €         |           |
| Levin kävelykeskustan rakentaminen   | Kunta                    |                              | 350 000 €        | 2004-2007 |
| Rakkavaarantien kevyen liikenteen väylän rakentaminen  | Kunta                    |                              | 280 000 €        | 2004-2005 |
| Maantien 9555 parantaminen Etelärinteen ala-aseman kohdalla  | Tiehallinto              | Kittilän kunta               | 250 000 €        |           |
| Hossan paikallistien 19880 parantaminen  | Tiehallinto              |                              | 900 000 €        |           |
| Vesihuolto   | Levin Vesi-<br>huolto Oy |                              |                  |           |
| Katurakentamiskohteet  | Kunta                    |                              | 2,9 milj €       | 2003-2010 |

| <b>* MUUT MATKAILUA TUKEVAT INVESTOINNIT</b>   |           |  |           |  |
|--|-----------|--|-----------|--|
| Liiketilat<br>- 5000 m <sup>2</sup> liiketilaa | Yritykset |  | 8 milj. € |  |

### 5.5.3. KEHITYSHANKKEET

| <b>Toimenpide</b>   | <b>Veto-<br/>vastuu</b>  | <b>Yhteistyö-<br/>kumppanit</b>                                      | <b>Kustan-<br/>nukset</b> | <b>Aika-<br/>taulu</b> |
|---|--------------------------|--|---------------------------|------------------------|
| <b>* KESKEISET INNOVAATIOHANKKEET</b>   |                          |  |                           |                        |
| <b>Levi nuorille –hanke</b><br>- tekemistä nuorille sisällä ja ulkona, kesällä ja talvella<br>- nykyinen tarjonta, mahdollisuudet olemassa olevien tilojen hyödyntämiseen, liiketoimintasuunnitelma   | Levin Matkailu Oy, Kunta |  | 25.000 €                  | Selvitys-osa 2004      |
| <b>Kulttuurista Levin käyntikortti - hanke</b><br>- selvitys, tuotteistus, verkostoituminen ja  | Kunta                    | Kulttuurialan organisaatiot, Kyläkulttuuria Tuntureiden maassa-hanke | 25.000 €                  | Selvitys-osa 2004      |
| <b>Koulutetun työvoiman saannin turvaaminen</b><br>- tarpeiden ennakointi<br>- koulutus ja markkinointi<br>- koulutuspakettien suunnittelu yritysten tarpeiden mukaisina<br>- kielikoulutus<br>- perehdytyskoulutus, kaikille uusille työntekijöille perehdyttämispaketti Levistä ja Kittilästä | Työvoima-toimisto        | Levi-Instituutti, matkailualan oppilaitokset, Levin yrittäjät        | 25.000 €                  | Selvitys-osa 2004      |
| <b>Kansainvälinen koulutusyhteistyö</b>   | Levi-Instituutti         | KV-oppilaitokset   | -                         | Jatkuva                |
| <b>Kullan matkailullinen hyödyntäminen - hanke</b>  | Kunta                    | Levin Matkailu Oy  | 25.000 €                  | Selvitys-osa 2004-2005 |
| <b>Reittien tuotteistaminen</b><br>- Eri liikuntamuodot; kävely, ratsastus, maastopyöräily, moottorikelkat, mönkijät, kanootit<br>- Lähireitit (2-3 tuntia)<br>- Päiväreitit<br>- Pitkät vaellusreitit Länsi-Lapin alueelle (Levi - Ylläs – Pallas – Enontekiö)                                 | Kunta                    | Matkailu-yritykset, Levin Matkailu Oy                                | 0,5 milj €                | 2004-2006              |
| <b>* MATKAILUTUOTTEIDEN KEHITTÄMINEN</b>  |                          |  |                           |                        |
| <b>Wellness tuotteiden - kehityshanke</b><br>- hyvinvointiin liittyvien tuotteiden ja tuotepakettien kehittäminen ja markkinointi<br>- markkinatutkimus, olemassa olevan tarjonnan kokoaminen, tuotepakettien kehittäminen ja markkinointi  | Kunta                    | Levin Matkailu Oy, Yritykset   | 25.000 €                  | 2006                   |

|  |                   |   |             |         |
|--|-------------------|---|-------------|---------|
| <b>Kansainvälisten tuotteiden kehittäminen</b><br>- Levin yrittäjien yhteistyö<br>- Yhteistyö Länsi-Lapin muiden toimijoiden kanssa  | Kunta             | Levin Matkailu Oy,<br>Lapin Markkinointi Oy               | 25.000 €    | 2004    |
| <b>Metsästys - tuotekehityshanke</b><br>- Metsästyksen eri muodot<br>- kurssitoiminta<br>- ulkomaalaiset pääkohderyhmä   | Metsähallitus     | Levin Matkailu Oy,<br>Maanomistajat                       | 25.000 €    | 2006    |
| <b>Lintumatkailu- tuotekehityshanke</b><br>- oppaiden koulutus, markkinointi<br>- special-interest   | Kunta             | Levin Matkailu Oy   | 25.000 €    | 2006    |
| <b>Porotalous- tuotekehityshanke</b><br>- Poroerottelu<br>- Porotalouden esittely<br>- Paikallista poronlihaa ravintoloihin  | Kunta             | Paliskunta,<br>yritykset, Levin Matkailu Oy               | 25.000 €    | 2006    |
| <b>Tapahtuma-projekti</b><br>- Tavoitteena jokaiselle kuukaudelle iso tapahtuma  | Levin Matkailu Oy | -   | -           | Jatkuva |
| <b>Lumen hyödyntäminen matkailussa</b><br>- eri aktiviteetit: lumipyörät, lumikengät, yöpyminen lumessa,<br>- rakentaminen: jääveistokset, rakennukset, kilpailut<br>- tietoa lumesta ja jäädästä  | Kunta             | Yritykset, Levin Matkailu Oy                              | 25.000 €    | 2007    |
| <b>Ajoharjoittelu/testirata</b><br>- varautuminen kesä- ja talviharjoittelutoimintaan lähellä Levin aluetta  | Kunta             | Yrittäjät   | -           | 2004    |
| <b>Leiritoiminnan kehittäminen-hanke</b><br>- rippileirit, lasten kesäleirit, eri lajein harrasteleirit  | Kunta             | Järjestöt, Levin yritykset, seurakunta, Levin Matkailu Oy | 25.000 €    | 2007    |
| <b>* MUU KEHITYSTOIMINTA</b>   |                   |   |             |         |
| <b>Luontoyhteyden turvaaminen Pallaksen (-Ylläksen) kansallispuistoon</b>  | Kunta             | Ympäristöministeriö                                       | 3,0 milj. € | 2004    |
| <b>Laajakaistayhteyksien kehittämishanke</b><br>- Teknologia ja kustannus vertailu (ADSL, kaapelimodeemi, WLAN) Kittilässä <sup>30</sup><br>- Toteutuksen yhteistoimintamallin kehittäminen kunnan ja operaattoreiden kesken.<br>- Tietopaketti ja markkinointikampanja asukkaille ja majoitusliikkeiden omistajille yhdessä operaattoreiden kanssa. | Kunta             | Teleoperaattorit  | -           | 2004    |
| <b>'Ounasjoen vesistön virkistyskäytön kehittäminen'-hanke</b>   | Kunta             | LapinYmpäristökeskus                                      | 15.000 €    | 2004    |
| <b>Mökkien laatuluokitus- hanke</b><br>- luokitetaan vuokrattavat mökit yhtenäisellä   | Kunta             | Yliopistot, Levi Instituutti, Levin Matkailu Oy           | 75.000 €    | 2004    |

<sup>30</sup> 'Käyttäjä verkossa. Kunnat ja laajakaistaiset liityntäyhteydet, Liikenne ja viestintäministeriö 2003; 'Laajakaistapalveluiden alueellinen saatavuus', Liikenne- ja viestintäministeriö 2002; 'Laajakaistayhteydet kuluttajan ja käyttäjän näkökulmasta', Liikenne- ja viestintäministeriö 2002,

|  |                   |   |   |              |
|--|-------------------|---|---|--------------|
| <b>Sisäisen logistiikan parantaminen</b><br>- taksien riittävyyden varmistaminen<br>- taksit mukaan ohjelmapalveluihin<br>- ski-bussin toimivuus<br>- lentokenttäkuljetukset | Kunta             | -   | - | Jatkuva      |
| <b>Lääkäri ja ensiapupalvelujen kehittäminen</b><br>- julkisen ja yksityisen yhteistyö   | Kunta             | Yritykset   | - | 2003         |
| <b>Ylläksen ja Levin yhteistyön kehittäminen</b><br>- roolien ja imagoerojen selkeyttäminen<br>- ohjelmapalvelut<br>- reitistöt<br>- kansallispuisto                         | Kunta             | Kolarin kunta,<br>Levin Matkailu Oy, Ylläksen Matkailuyhdistys ry   | - | Jatkuva      |
| <b>Asiakastytyväisyyden seurantajärjestelmä</b><br>- kotimaiset matkailijat<br>- ulkomaiset matkailijaryhmät   | Levin Matkailu Oy | Levi Instituutti  | - | Vuosittain   |
| <b>Matkailutilastoinnin kehittäminen ja matkailun vaikuttavuuden tutkimus</b>  | Kunta             | Lapin liitto,<br>Levin Matkailu Oy, matkailukeskukset,<br>Tilastokeskus,<br>Lapin Yliopisto,<br>Oulun Yliopisto | - | 2004-jatkuva |

## Työllisyysvaikutus ja investoinnit

### Rakennusvaihe

Toimenpideohjelman rakennusinvestoinnit ovat yhteensä 469,6 miljoonaa euroa. Rakennusinvestointien välitön työllisyysvaikutus on 6143 henkilötyövuotta. Koko Lappiin suuntautuva kokonaisvaikutus on 6980 ja koko Suomeen 10051 henkilötyövuotta.

Kehityshankkeiden (ei sis. infra-rakentamista) yhteenlasketut kustannukset ovat 0,9 miljoonaa euroa. Kehityshankkeiden välitön työllisyysvaikutus on 17 henkilötyövuotta. Lappiin suuntautuva kokonaisvaikutus on 20 ja koko maahan 22 henkilötyövuotta.

### Levi 2020

Ohjelman tavoitteena on kasvattaa Levin vuotuisen matkailutulo 300 miljoonaa euroon vuonna 2020. Tavoitteeksi on myös asetettu työpaikkomavaraisuusasteen nostaminen 75 %:iin, ensisijaisesti kesäkautta vahvistamalla.

Mikäli tavoitteet saavutetaan ja matkailutuotannon rakenne vastaa nykyistä, nousee vakituisten koko-aikaisten työntekijöiden määrä 1200:aan (nyk. 334<sup>31</sup>) ja vakituisten osa-aikaisten 210:een (nyk. 59).

<sup>31</sup> Kts Liite 6 -Työvoimaselvitys 2003.

## 5.6. MARKKINOINNIN KEHITTÄMINEN

Markkinointia suunnataan aiempaa voimakkaammin ulkomaan markkinoille. Levin brändiä terävöitetään.

### 5.6.1. Ulkomaan markkinoinnin kehittäminen

Ulkomaan markkinoinnissa tehdään tiivistä yhteistyötä Tunturi-Lapin kanssa. Tavoitteena on yhteisten tuotekehityshankkeiden, kielikoulutuksen, yhteisesitteiden, markkinointiväylien ja messuesiintymisen kaltainen yhteistoiminta, jossa näytään ensisijaisesti Lappina, ja toissijaisesti Levinä.

Ulkomaan markkinoinnissa painotetaan kotimaata voimakkaammin luontoa, kulttuuria, puhautta ja turvallisuutta.

### 5.6.2. Brändi

Levin brändin tavoitteena on olla nuorekas, puhdas, turvallinen ja kehityksen kärjessä kulkeva, erottua muista keskuksista perinteen ja nykypäivän ainutkertaisella yhdistämisellä, sopia kaikenikäisille, joille uutuudet ja kehityksen kärjessä kulkeminen tuovat lisäarvoa, toimia kestävän kehityksen mukaisesti. Yksityiskohtaisemmin brändin tavoitteita on kuvattu kappaleessa 4.2.

Palvelubrändi ei ole tyhjiössä kehitetty tuotos, joka siirretään markkinointiviestinnän keinoin asiakkaalle. Sen sijaan brändi kehittyy ja muuttuu sitä mukaa kuin asiakas vastaanottaa 'brändiviestejä' ympäristöstään. Brändiviestejä, eli viitteitä siitä mitä Levi on, asiakas saa palvelusta, fyysisestä ympäristöstä, suunnitellusta viestinnästä ja suunnittelemattomasta viestinnästä (esim. asiakkaiden keskustelut toistensa kanssa).

Asiakkaat kokevat *jokaisen* Levin kanssa käymänsä kontaktin<sup>31</sup> viestinä (tai tiedonhippuna) ja muodostavat kaikista saamistaan hippusista mielessään Levi - brändin, joka muuttuu ja täydentyy sitä mukaa kun uusia viestejä tulee. Brändi kehittyy prosessina, jossa asiakas on vuorovaikutuksessa asiakaspalvelijan, fyysisten tuot-

teiden, muiden asiakkaiden, mainosten tai vaikkapa varausjärjestelmän kanssa.

Levin näkökulmasta haasteellista on kehittää brändi, johon *eri yritykset voivat yhtyä* ja jonka mukaiseksi kaikki yritykset haluavat *muuttaa omaa palveluprosessiaan*. Toinen keskeinen haaste on saada sesonkityöntekijät sisäistämään mitä Levi-brändi on, ja 'elämään' sen mukaisesti. Tavoitteenahan on, että asiakas saisi jo ennen lomaansa mutta erityisesti sen aikana yhteneviä brändiviestejä. Jos Levin brändi pyrkii olemaan nuorekas ja kehittyvä, tulisi kaikkien asiakkaan kohtaamien elementtien viestiä sitä samaa. Levin brändin kehittämisen ytimenä tulee olla Levin eri yritysten **palveluprosessien**, eli jokapäiväisen toiminnan, suunnittelu ja hallinta tavoiteltavaan yhteiseen Levi-brändiin sopivaksi. Markkinointiviestinnän tavoitteena on tukea brändiä antamalla niin omalle henkilökunnalle kuin asiakkaalle lupauksia siitä mitä Levi on.

Brändin kehittämisprosessin tärkeimpänä tehtävänä on hallita palvelutapahtumia niin, että asiakkaat saavat myönteisiä brändikontakteja, jotka johtavat myönteiseen brändisuhteeseen.

Suunnitellun markkinointiviestinnän toimenpiteet ovat Levin brändin kehittämisessä vain tukitoimintoja, joskin hyvin tärkeitä sellaisia. Heikosti toimiva palveluprosessi tuhoaa hyvinkin brändin

Levi-brändiä kehitettäessä tulee pyrkiä seuraaviin tavoitteisiin<sup>32</sup>;

**Erotomme muista** - Levin tulee olla ainutlaatuisen Levi, ei ole vain yksi Lapin keskuksista.

**Määritämme maineemme** - Levi-brändin tulee sisältää kilpailijoista poikkeavia yksilöllisiä ja asiakkaalle tärkeitä elementtejä. Brändin sisällön (Mitä Levi on?) tulee olla selvillä kaikilla yrityksillä ja heidän työntekijöillään.

**Tavoittelemme tunnetason yhteyttä** - Palveluihin liittyä aina tunneperäinen vivahde. Parhaat palvelubrändit pyrkivät aina etenemään palvelun loogisia ja taloudellisia näkökohtia pidemmälle. Ne luovat mm. luottamuksen, kiintymyksen ja läheisyyden tunteita.

<sup>31</sup> Brandikontakti tarkoittaa asiakkaan imagoa ja tietoa sisältävää kokemusta riippumatta kokemuksen tapahtumapaikasta tai laadusta.

<sup>32</sup> Erinomaisille palvelubrändiyrityksille tehty perusteellinen tutkimus. Berry, L.L. "Discovering the Soul of Service", New York: The Free Press, 1999

**Sisäistämme Levi-brändin yrityksissä** - Brändin kehittämisen ensimmäinen ja tärkein kohderyhmä on oma henkilökunta. Brändisuhde syntyy suurelta osin palvelukontakteissa, joissa asiakaspalvelijalla on usein ratkaiseva asema. Jos oma henkilökuntaa kokee brändin omakseen, ja "elää" sen mukaisesti, se välittyy myös asiakkaalle.

## 5.7. TOIMINNAN ORGANISOINTI

Matkailu on Suomessa organisoitunut hyvin monen eri toimijan kesken. Pääsääntönä voidaan pitää, että matkailuyritykset hoitavat varsinaisen liiketoiminnan ja erilaiset kehittämisorganisaatiot edesauttavat yritysten menestymistä ja hoitavat lakisäätteisiä tehtäviä.

Lapin keskeisiä matkailun toimijoita ovat maakunnallisena markkinointiyhtiönä toimiva Lapin Markkinointi Oy, joka toimii tiiviissä yhteistyössä Matkailun edistämiskeskuksen kanssa. Matkailua koskeva viranomaistoiminnan koordinoinnista vastaa Neuvottelukunta, joka muodostuu viranomaisten matkailutiimistä, Lapin kauppakamarin matkailuvaliokunnasta sekä alueiden, tiepiirin ja metsähallituksen edustajista. Eri tahojen yhteisesti sopima Matkailututkimusohjelma vastaa matkailun tietotuotannosta. Keskeisiin kysymyksiin liittyvästä edunvalvonnasta päätetään Lapin kauppakamarin matkailuvaliokunnassa. Levin Matkailu Oy sijoittuu matkailun toimijoiden kentässä yritysten ja erilaisen suuralueyhteistyön väliin. Levin matkailussa on kunnalla on hyvin keskeinen rooli. Se vastaa mm. maankäytön suunnittelusta ja infrastruktuurin toteutuksesta.

Levin Matkailu Oy:ssä on mukana 130 osakasta. Kittilän kunta on suurin osakas, omistaen 14 % osakkeista.

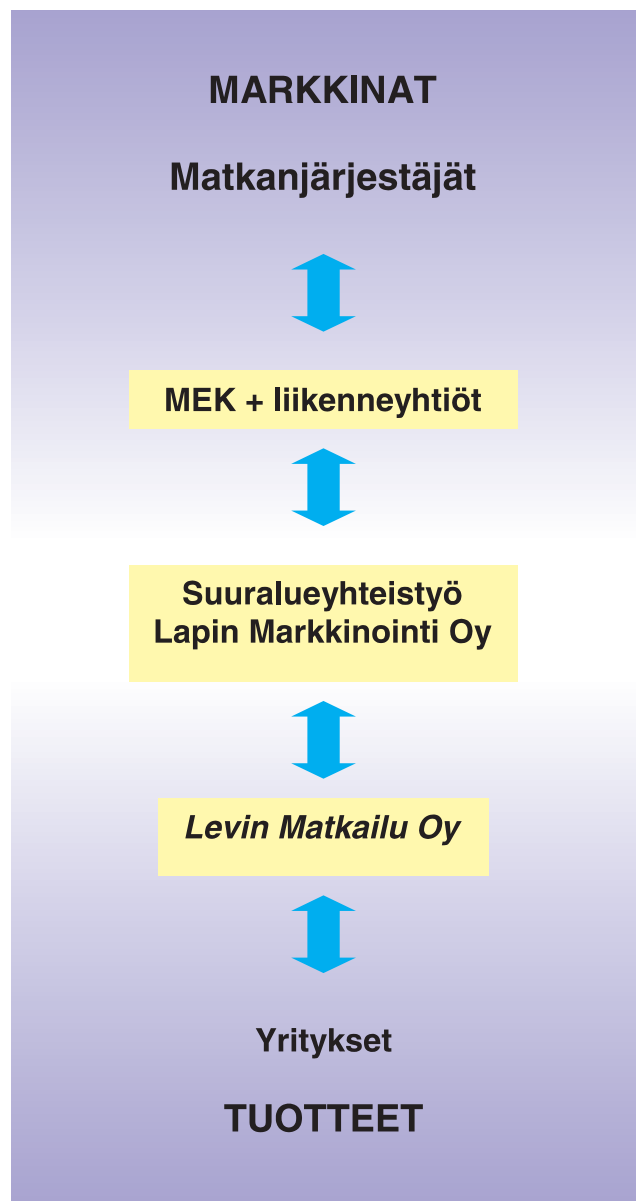
Seuraavassa kuvaus Lapin matkailun ja Levin Matkailu Oy:n organisoinnista.<sup>33</sup>

### Levin Matkailu Oy:n rooli tulevaisuudessa

Mitä suuremmaksi Levi kasvaa, sitä enemmän tulee asioita, joita on järkevää hoitaa yhteisesti. Tällöin vältetään päällekkäistä työtä ja saadaan suoria kustannussäästöjä.

Levin Matkailu Oy:n asemaa tulee Levin kasvaessa vahvistaa. Levin Matkailu Oy:lle soveltuvia tehtäviä, jotka osin kuuluvat jo nyt sen toimenkuvaan:

- Yhteismarkkinointi
- Keskusvaraamo
- Matkailuneuvonta
- Levin perustilastointi ja muun tutkimustiedon välittäminen yrittäjille
- Asiakastytyväisyysseuranta
- Laadun varmistaminen (laatu järjestelmät)
- Koulutuksen järjestäminen
- Projektitoiminnan koordinointi ja rahoituksen aktiivinen hankinta



- Tiedottaminen ja eri tahojen kuuleminen mm. oikeuksien omistajat, kyläyhdistykset
- Kansainväliset yhteydet

<sup>33</sup> Lapin liitto (2003). Lapin Matkailustrategia 2003-2006

- Yhteistyötahojen etsiminen
- Tapahtumien hankkiminen ja järjestäminen
- Levi III-hankkeen toteutumisen varmistaminen ja seuranta

Vaikka tehtäviä on paljon, ei ole tarkoituksenmukaista paisuttaa Levin Matkailu Oy:n organisaatiota kovin raskaaksi. Sen pääperiaatteena on lähinnä välittää ja koordinoita, ei niinkään tehdä itse. Lisäksi myös yrittäjät tekevät jo nyt osan edellä mainituista tehtävistä.

Yleinen tiedottaminen ja eri tahojen kuuleminen ovat yksi tärkeimpiä tehtäviä. Näin saadaan mitattavakin hankkeet parhaiten onnistumaan. Voimakas kansainvälistyminen tuo suuria haasteita erityisesti laadulle sekä yrittäjien osaamiselle. Koulutus ja laatuasiat tulevatkin olemaan yhä tärkeämpiä Levin Matkailu Oy:n tehtäviä tulevaisuudessa. Levi III-hankkeen toteutumisen seuraaminen ja varmistaminen on myös yksi avaintehtävistä.

## 5.8. INVESTOINTIEN RAHOITUSMAHDOLLISUUDET

### 5.8.1 Nykyisistä rahoitusmahdollisuuksista

Investointien rahoituksen kulmakivi on omarahoitus. Rahoitusta tukemaan on kehitetty erilaisia julkishallinnon rahoitusinstrumentteja. MEK on työstänyt yhteenvedon<sup>34</sup> matkailun kehittämiseen soveltuvista EU-tuista. Yhteenvedossa käydään lyhyesti läpi myös suomalaisten viranomaisten myöntämiä EU-tukia.

Tässä kappaleessa on tiivistelmän muodossa kuvattu keskeisimmät yritysrahoituksen tukimuodot.

Työvoima- ja elinkeinokeskusten yritysosastot tekevät valtaosan yritystoiminnan kehittämiseen liittyvistä EU-rahoituspäätöksistä. TE-keskus voi olla mukana rahoittamassa pk-yritysten kehittämis- ja investointihankkeita. Rahoitus on harkinnanvaraista avustusta. Mukana on usein EU:n rahoitusta. Päätökset kustakin hankkeesta teh-

dään hankearvioinnin perusteella. Yritystoimintaan myönnettäviä tukia on kolmenlaisia:

#### 1) Investointituki

Yritys voi saada investointitukea yritystoiminnan perustamisen tai laajentamisen aiheuttamiin käyttöomaisuushankintoihin.

#### 2) Kehittämistuki

Yritys voi hakea kehittämisavustusta esim. markkinoinnin, tuotekehityksen tai liikkeenjohdon asiantuntija-avun tai muun osaamisen hankkimiseen.

#### 3) Käynnistystuki

Käynnistystukea voi saada mm. yritystoiminnan alkuvaiheen työvoimakustannuksiin, yrittäjän omaan palkkaan tai vieraan työvoiman palkkauksesta aiheutuviin kustannuksiin. Käynnistystukea voi saada enintään kahden vuoden ajan.

### YRITYSRAHOITUKSESSA KÄYTETTÄVÄT KOKOMÄÄRITTELYT

#### Pieni yritys

- henkilöstö <50
- liikevaihto max 7 milj. euroa
- tase max 5 milj. euroa
- tätä suurempien omistus max 25 %

#### Pk-yritys

- henkilöstö <250
- liikevaihto max 40 milj. euroa
- tase max 27 milj. euroa
- tätä suurempien omistus max 25 %

Seuraavana tiivistelmät;

- A) Investointituki
- B) Pk-yritysten kehittämistuki
- C) Toimintaympäristötuki
- D) Työllisyysperusteinen valtionapu investointeihin

#### A) Investointituki (TE-keskus, Yritysosasto)

Tarkoituksena on edistää sellaisia yritysten kilpailukykyä parantavia investointihankkeita, joilla voidaan arvioida olevan merkittävää vaikutusta työllisyyden, kansainvälistymisen, tuottavuuden

<sup>34</sup> Yhteenvedo: [http://www.mek.fi/web/mekfi.nsf/\(pages\)/ToimijatRahoitus?OpenDocument](http://www.mek.fi/web/mekfi.nsf/(pages)/ToimijatRahoitus?OpenDocument)



tai elinkeinorakenteen parantamisen kannalta. Rahoitusta voidaan myöntää myös kunnalle tai kiinteistöyhteisölle niiden hankkiessa tiloja yrityksille.

#### Rahoituksen määrä

Rahoitus investointihankkeisiin myönnetään tukena hyväksyttävistä kustannuksista. Pk-yritykselle myönnettävän tuen prosenttiosuus käyttöomaisuuden hankintakustannuksista on yleensä I-tukialueella 30 %.

Rahoitusta investointihankkeisiin voidaan tietyillä erityisperusteilla myöntää kehitysalueella myös suurille yrityksille, jolloin tukitaso on kuitenkin yleensä edellä mainittuja tukitasoja alhaisempi.

Aloittamisvaiheen käynnistystuki pienille yrityksille voi olla enintään 45 % tuen perusteena olevista palkkakustannuksista pääsääntöisesti enintään 12 kuukaudelta.

#### Mihin kustannuksiin

Rahoitusta investointihankkeisiin voidaan myöntää käyttöomaisuuden hankkimiseen kuten koneisiin ja laitteisiin, rakennuksiin sekä niihin liittyviin maa-alueisiin. Rahoitusta voidaan myöntää myös käyttöomaisuuden hankintaa vastaavasta vuokraamisesta aiheutuvista enintään kolmelta vuodelta kertyvistä kustannuksista.

Yrityksellä on oltava edellytykset jatkuvaan kannattavaan toimintaan. Lisäksi edellytetään, että laajentamisella tai uudistamisella arvioidaan saavutettavan hankkeen kohteena olevan toimintayksikön työpaikkojen, tuotannon jalostusarvon tai palvelusten olennainen lisäys.

#### **B) Pk-yritysten kehittämistuki**

(TE-keskus, Yritysosasto)

Kehittämistukea voidaan myöntää

- 1) tuotannon ja tuotteiden kehittämiseen
- 2) liikkeenjohtotaitojen tai markkinoinnin kehittämiseen
- 3) yrityksen perustamisen ja toimintaedellytysten selvittämiseen sekä
- 4) kansainvälistymiseen liittyviin kehittämishankkeisiin. Tavoitteena on kilpailukyvyyn parantaminen ja kansainvälistymisen edistäminen.

Tuettavia kustannuksia ovat mm. ulkopuoliset asiantuntijakustannukset, tuotekehitystyön raaka-aineet ja puolivalmisteet sekä palkat eräiltä osin.

Tuen määrä on tuotekehityshankkeissa enintään 35-40 % ja muissa hankkeissa enintään 50 %.

#### **C) Toimintaympäristötuki**

(TE-keskus, Yritysosasto)

Tukea yritysten toimintaympäristön parantamiseen voidaan myöntää koko maassa yhteisöjen, säätiöiden, yritysten ja yksityishenkilöiden hankkeisiin, jotka kehittävät pk-yritysten tarvitsemia palveluja alueella.

Tukea myönnetään yritysten tarvitsemien neuvonta-, tutkimus-, laatu-, markkinointi-, tuotekehitys- ja suunnittelupalvelujen kehittämiseen liittyviin hankkeisiin.

Yrityspalvelujen kehittämishankkeet voivat koskea lähinnä:

1. Yritysten ja oppilaitosten välisen yhteistyön parantamista
2. Innovaatiotoiminnan edistämistä
3. Yritysten verkostoitumisen edistämistä
4. Teknologian siirron edistämistä

Tuen kohteena voivat olla ulkopuoliset asiantuntijakustannukset, käyttöomaisuuden hankintamenot, tilojen ja laitteiden vuokrat sekä palkka- ja matkakustannukset.

Toimintaympäristötukea voidaan myöntää enintään 75 %. Yritysten toteuttamissa hankkeissa noudatetaan yritystuen enimmäismääriä.

#### **D) Työllistämisperusteinen valtionapu investointeihin** (TE-keskus, Yritysosasto)

Osarahoitus kuntien, kuntayhtymien ja muiden yhteisöjen työllisyysperusteisiin investointeihin, joilla edistetään uusien työpaikkojen syntymistä ottamalla samalla huomioon alueelliset työllisyysnäkökohdat.

Hankkeiden valinnassa käytetään perusteena kunkin hankkeen työllisyysvaikutusarviota (TVA-malli). Huomiota kiinnitetään hankkeen investointivaiheen lisäksi erityisesti sen pysyväisluon-

teisiin toimintavaiheen ja kasvusysäysvaiheen työllisyysvaikutuksiin.

Valinnassa painotetaan hankkeita, jotka edistävät pysyvien työpaikkojen syntymistä ja luovat edellytyksiä elinkeinoelämän kehittymiselle.

### 5.8.2. Rahoituksen tulevaisuudennäkymät

EU:n laajentuminen mullistaa myös aluepoliittisten määrärahojen käytön unionissa. Matkailuun liittyvän infrastruktuurin kehittäminen on ollut yksi tärkeimmistä kohteista Euroopan aluepolitiikassa.

Tämä kausi on nyt selkeästi ohi. Unionin aluepoliittinen runsaudensarvi sulkeutuu.

Euroopan unionin aluekehitykseen ja yritystoiminnan kehittämiseen suuntaamien tukien määrä tuskin kasvaa vuonna 2007 alkavalla uudella ohjelmakaudella. Jakajia sen sijaan on entisten 15 maan sijaan 25 maata, joten tiukkaa priorisointia on odotettavissa.

Päätöksiä tulevan ohjelmakauden rahoituksen jakaumasta ei ole vielä tehty. Todennäköisesti EU-tukien määrä Suomelle vähenee merkittävästi. Nähtäväksi myös jää, kuinka paljon saamamme tuesta ohjautuu matkailun kehittämiseen. On syytä varauduttava siihen, että matkailuprojekteja voidaan tulevina vuosina kehittää EU-varoin huomattavasti vähemmän kuin menneinä EU-jäsenyyden vuosina.



## 6. MAANKÄYTÖN TOIMINNALLINEN SUUNNITELMA

### 6.1. KASVUALUEET

Suunnittelutyön yhteydessä on maastokäynneillä selvitetty nykyisen osayleiskaavan alueella käyttöön ottamattomat osa-alueet. Näiden hyödynnettävyys loma-asumiseen, liittyminen vesihuolto- ja tieverkkoon sekä alustava mitoitus on arvioitu. Kasvualueitten mitoituksen perusteella on päädytty Levin kokonaismitoitukseen

### 6.2. YHDYSKUNTARAKENNE

Mitoituksen nostaminen yli puolitoistakertaiseksi voidaan toteuttaa Levin kokonaisrakennetta oleellisesti muuttamatta. Keskusta- ja hotellitoimintojen alueet tiivistyvät ja laajenevat ja uusia alueita otetaan loma-asutuksen käyttöön. Vesihuolto- ja liikenneverkon rungot säilyvät nykyisellään, mutta molempiin tehdään täydentäviä yhteyksiä. Yhteys luontoon ja lähtö reiteille on edelleen turvattu ydinkeskustasta lähtien.

Vaihtoehtoisia rakennemalleja ei tässä selvityksessä esitetä, sillä edellä esitetysti kasvualueet eivät muuta yhdyskuntarakennetta. Jatkokaavoituksessa on suhteutettava uusien alueiden tehokkuudet ja luonne.

Maankäytön tehostamisen vaikutusten arviointia on tarkasteltu aihe-alueittain kohdassa 4.3. Vaihtoehtoina on tarkasteltu 0-vaihtoehtoa eli nykyistä yleiskaavaa ja jatkuvan kasvun vaihtoehtoa.

Varsinaista ympäristövaikutusten arviointia ei ole tehty, mutta kestävän kehityksen ja luonnon säilyttämisen periaatteet kirjataan tulevan kaavoituksen perusteeksi.

### 6.3. STRATEGINEN TAVOITE-SUUNNITELMA

Levi 3-projektin mitoitukselliset ja laadulliset tavoitteet on pelkästään kasvuvauhdin luoman aikataulun vuoksi syytä pikimmiten tarkastella tarkemmin ja virallistaa yleiskaavaksi. Samassa yhteydessä on syytä ottaa kantaa lähialueitten kehittämiseen.

Jotta Leville ei joskus tämän suunnittelujakson jälkeen muodostuisi pakkotilannetta alueen loppumisen muodossa olisi varauduttava toimintojen laajenemiseen yleiskaava-alueen ulkopuolelle.

## 7. ASIAKASTYYTYVÄISYYDEN SEURANTAJÄRJESTELMÄ

### Mihin seurantajärjestelmää tarvitaan

Luotettava asiakastyytyväisyyden seurantajärjestelmä on keskeinen kehittämisen työkalu:

- oikeiden tietojen saamiseksi toimenpiteiden ja päätösten pohjaksi
- kehittämiskohteiden ja vahvuuksien selvittämiseen
- toimenpiteiden vaikutusten seuraamiseen
- asiakkaiden odotusten selvittämiseen
- asiakkaiden tuntemiseksi

### Seurantajärjestelmä

Levi 3-projektin yhteydessä luotiin Leville asiakastyytyväisyyden seurantajärjestelmä. Ensimmäinen kyselytutkimus toteutettiin haastattelututkimuksena 22.4. – 7.5.2003. Henkilökohtaisia haastatteluja tehtiin 333 kappaletta. Huolimatta myöhäisestä toteutuksesta, tuloksia pidettiin arvokkaina ja kyselytutkimuksen säännöllistä toistamista tarpeellisena. Seurantatutkimukset tullaan toteuttamaan vuosittain, mutta ajankohtaa aikaistetaan sesonkihuipulle.

Tutkimuksessa selvitettiin Levillä matkustavien suomalaisten tyytyväisyyttä Leviin matkailukohdeena. Haastattelun edellytyksenä oli, että matkailija yöpyi Levillä. Tutkimuksessa kartoitettiin odotuksia matkalta, matkan tarkoitusta, matkustustapaa, matkaseuraa, majoitustapaa, harrastuksia Levillä, ravintolapalveluiden käyttöä, eri palvelujen käyttöä, aikeita tulla uudestaan Leville ja Levin suosittelua matkakohteeksi muille.

### Keskeiset tulokset

- Kanta-asiakkaiden määrä suuri, 77 % vastaajista oli ollut Levillä aiemmin.
- Valtaosa matkailijoista (80%) on matkalla muiden aikuisten kanssa. Lapsia mukana vain harvalla (20 %).
- Matkalta haetaan ensisijaisesti rentoutumista (75%), hauskanpitoa (70%) ja liikuntaa (53%). Ensikertalaisilla korostuu seikkailunhakuisuus ja Lapin elämäntapoihin tutustuminen.

- Vuokramökeissä yöpyjät antoivat erinomaiset (k.a. 4,33) arvostukset käyttämilleen mökeille. Kuitenkin kaksi prosenttia majoittujista piti majoituspaikkaansa melko tai erittäin huonona.
- Hotelliyöpyjät antoivat erittäin hyvän (k.a.4,26) arvostuksen majapaikalleen. Melko tai erittäin huonona majoituspaikkaansa ei pitänyt kukaan.
- Pääkulkuväline on auto (63%). Lentokoneella saapuu neljännes (24%) asiakkaista.
- Matka kestää keskimäärin 6,7 yötä.
- Jotain rannelajia oli harrastanut 70 % ja maastohiihtoa 15 % vastaajista.
- Levi sai keskimäärin erittäin hyvän arvostuksen matkailijoilta. Asteikolla 1-5 matkailijoiden Leville antama kokonaisarvosana oli 4,17.
- Toiminnoittain annetut arviot ja tutkimuksen muut tulokset esitetään yksityiskohtaisesti erillisessä tutkimusraportissa.

## **LIITTEET**

- 1) TILASTOKOOSTE SUOMALAISTEN KOTIMAAN MATKAILUSTA
- 2) HARRASTAJAPROFIILIT - LASKETTELU, LUMILAUTAILU JA TELEMARCK SEKÄ MAASTOHIIHTO
- 3) TIIVISTELMÄ SUOMEN HIIHTOKESKUKSISTA NUMERONA
- 4) KOOSTE TALVIMARKKINOISTA ISSOSA BRITANNIASSA JA VENÄJÄLLÄ
- 5) LEVI 2: DEN TOTEUTUMA
- 6) TYÖVOIMASELVITYS 2003
- 7) 'LEVIN HOTELLIHANKE 2010- HANKKEEN TALOUDELLISIA VAIKUTUKSIA', T.WALLIN,

**LIITE 1. SUOMALAISTEN MATKAT**

Lähde: Tilastokeskus

15.10.2003, TMo



| <b>SUOMALAISEN MATKAILIJAN PROFIILI.</b>  |                                     |             |                                 |             |            |             |
|---|-------------------------------------|-------------|---------------------------------|-------------|------------|-------------|
| <b>Kotimaan vapaa-ajan matkoja maksullisessa majoituksessa tehneet 15-74-vuotiaat vuonna 2002</b> |                                     |             |                                 |             |            |             |
|   | Pitkät matkat, väh. 4.<br>Yöpymistä |             | Lyhyet matkat, 1-3<br>yöpymistä |             | Yhteensä   |             |
| <b>Henkilöitä yhteensä</b>  | Henkilöitä                          | % väestöstä | Henkilöitä                      | % väestöstä | Henkilöitä | % väestöstä |
|   | 628 000                             | 16          | 1 275 000                       | 33          | 1 561 000  | 40          |
| <b>Sukupuoli</b>  |                                     |             |                                 |             |            |             |
| Mies  | 347 000                             | 18          | 655 000                         | 34          | 805 000    | 41          |
| Nainen  | 281 000                             | 14          | 620 000                         | 32          | 756 000    | 39          |
| <b>Ikä</b>  |                                     |             |                                 |             |            |             |
| 15-24   | 82 000                              | 13          | 197 000                         | 30          | 244 000    | 37          |
| 25-34   | 96 000                              | 15          | 213 000                         | 33          | 257 000    | 40          |
| 35-44   | 149 000                             | 20          | 324 000                         | 43          | 375 000    | 50          |
| 45-54   | 157 000                             | 19          | 273 000                         | 33          | 340 000    | 42          |
| 55-64   | 86 000                              | 14          | 167 000                         | 28          | 215 000    | 36          |
| 65-74   | 58 000                              | 13          | 102 000                         | 23          | 130 000    | 30          |
| <b>Koulutus</b>   |                                     |             |                                 |             |            |             |
| Perusaste   | 206 000                             | 15          | 345 000                         | 25          | 464 000    | 34          |
| Keskiaste   | 218 000                             | 14          | 481 000                         | 32          | 580 000    | 38          |
| Korkea-aste   | 204 000                             | 20          | 449 000                         | 44          | 517 000    | 51          |
| <b>Asuinalue</b>  |                                     |             |                                 |             |            |             |
| Pääkaupunkiseutu  | 115 000                             | 15          | 188 000                         | 25          | 250 000    | 33          |
| Muut kaupunkimaiset kunnat  | 294 000                             | 17          | 601 000                         | 35          | 719 000    | 42          |
| Taajaan asutut kunnat   | 116 000                             | 18          | 212 000                         | 32          | 266 000    | 40          |
| Maaseutumaiset kunnat   | 103 000                             | 13          | 275 000                         | 34          | 326 000    | 40          |
| <b>Kotitaloustyyppi</b>   |                                     |             |                                 |             |            |             |
| Yksinasuvat   | 108 000                             | 13          | 187 000                         | 23          | 247 000    | 30          |
| Lapsiperheet  | 185 000                             | 16          | 455 000                         | 40          | 532 000    | 47          |
| Muut kotitaloudet   | 336 000                             | 17          | 633 000                         | 32          | 783 000    | 40          |
| <b>Sosioekonomisen asema</b>  |                                     |             |                                 |             |            |             |
| Yrittäjät   | 44 000                              | 22          | 83 000                          | 41          | 101 000    | 49          |
| Ylemmät toimihenkilöt   | 96 000                              | 20          | 233 000                         | 49          | 263 000    | 55          |
| Alemmat toimihenkilöt   | 141 000                             | 18          | 301 000                         | 39          | 351 000    | 45          |
| Työntekijät   | 147 000                             | 17          | 271 000                         | 31          | 346 000    | 39          |
| Maanviljelijät  | 13 000                              | 15          | 37 000                          | 42          | 44 000     | 50          |
| Opiskelijat ja koululaiset  | 55 000                              | 13          | 121 000                         | 29          | 152 000    | 36          |
| Eläkeläiset   | 95 000                              | 13          | 154 000                         | 22          | 207 000    | 29          |
| Muut kotona olevat  | 24 000                              | 8           | 58 000                          | 19          | 75 000     | 25          |

**KAUSIVAIHTELU.**
**Kotimaan vapaa-ajanmatkat päättymiskuukauden mukaan vuonna 2002**
**Matkat maksullisessa majoituksessa**

|                                 | Pitkät matkat,<br>väh 4.<br>yöpymistä | Lyhyet matkat,<br>1-3<br>yöpymistä | Yhteensä  | <b>Matkan kesto</b> |           |
|---------------------------------|---------------------------------------|------------------------------------|-----------|---------------------|-----------|
| <b>Matkoja yhteensä</b>         | 1 034 000                             | 3 009 000                          | 4 044 000 | 1 yö                | 1 257 000 |
| <b>Matkan päättymiskuukausi</b> |                                       |                                    |           | 2 yötä              | 1 195 000 |
| Tammi                           | 37 000                                | 164 000                            | 201 000   | 3 yötä              | 558 000   |
| Helmi                           | 77 000                                | 236 000                            | 313 000   | 4 yötä              | 276 000   |
| Maalis                          | 118 000                               | 223 000                            | 341 000   | 5 yötä              | 222 000   |
| Huhti                           | 131 000                               | 205 000                            | 336 000   | 6 yötä              | 174 000   |
| Touko                           | 38 000                                | 190 000                            | 229 000   | 7 yötä              | 243 000   |
| Kesä                            | 95 000                                | 314 000                            | 409 000   | 8-14 yötä           | 96 000    |
| Heinä                           | 246 000                               | 598 000                            | 845 000   | Väh 15 yötä         | 22 000    |
| Elo                             | 112 000                               | 373 000                            | 485 000   |                     |           |
| Syys                            | 56 000                                | 162 000                            | 218 000   |                     |           |
| Loka                            | 32 000                                | 213 000                            | 245 000   |                     |           |
| Marras                          | 38 000                                | 182 000                            | 220 000   |                     |           |
| Joulu                           | 55 000                                | 148 000                            | 203 000   |                     |           |

**MATKOJEN SUUNTAUTUMINEN.**
**Kotimaan vapaa-ajanmatkat kohdemaakunnan mukaan vuonna 2002**
**Matkat maksullisessa majoituksessa**

|                         | Pitkät matkat,<br>väh 4.<br>yöpymistä | Lyhyet matkat,<br>1-3<br>yöpymistä | Yhteensä  | <b>Vapaa-ajanmatkat Lappiin<br/>maksullisessa<br/>majoituksessa</b> |        |
|-------------------------|---------------------------------------|------------------------------------|-----------|---|--------|
| <b>Matkoja yhteensä</b> | 1 034 000                             | 3 009 000                          | 3 962 000 | <b>Yhteensä</b>   |        |
| <b>Kohdemaakunta</b>    |                                       |                                    |           | Uusimaa   | 84 000 |
| Uusimaa                 | 73 000                                | 474 000                            | 547 000   | Itä-Uusimaa   | -      |
| Itä-Uusimaa             |                                       | 29 000                             | 29 000    | Päijät-Häme   | 15 000 |
| Päijät-Häme             | 13 000                                | 82 000                             | 95 000    | Kanta-Häme  | 12 000 |
| Kanta-Häme              |                                       | 97 000                             | 97 000    | Kymenlaakso   | 17 000 |
| Kymenlaakso             | 16 000                                | 68 000                             | 84 000    | Etelä-Karjala   | -      |
| Etelä-Karjala           | 20 000                                | 78 000                             | 98 000    | Varsinais-Suomi   | 39 000 |
| Varsinais-Suomi         | 41 000                                | 291 000                            | 332 000   | Satakunta   | 15 000 |
| Satakunta               | 18 000                                | 73 000                             | 91 000    | Pirkanmaa   | 35 000 |
| Pirkanmaa               | 37 000                                | 390 000                            | 427 000   | Keski-Suomi   | 32 000 |
| Keski-Suomi             | 53 000                                | 168 000                            | 221 000   | Etelä-Pohjanmaa   | 18 000 |
| Etelä-Pohjanmaa         | 25 000                                | 133 000                            | 158 000   | Pohjanmaa   | 10 000 |
| Pohjanmaa               | 13 000                                | 88 000                             | 101 000   | Keski-Pohjanmaa   | -      |
| Keski-Pohjanmaa         |                                       | 55 000                             | 55 000    | Etelä-Savo  | 13 000 |
| Etelä-Savo              | 66 000                                | 165 000                            | 231 000   | Pohjois-Savo  | 15 000 |
| Pohjois-Savo            | 66 000                                | 143 000                            | 209 000   | Pohjois-Karjala   | 10 000 |
| Pohjois-Karjala         | 43 000                                | 91 000                             | 134 000   | Pohjois-Pohjanmaa   | 68 000 |
| Pohjois-Pohjanmaa       | 129 000                               | 285 000                            | 414 000   | Kainuu  | -      |
| Kainuu                  | 65 000                                | 107 000                            | 172 000   | Lappi   | 49 000 |
| Lappi                   | 315 000                               | 158 000                            | 473 000   |   |        |

**RAHANKÄYTTÖ.**
**Menot maksullisen majoituksen sisältäneillä kotimaan vapaa-ajanmatkoilla vuonna 2002**
**Pitkät matkat pl pakettimatkat**

|                                  | <b>Kaikki</b><br>Per henkilö | Päivässä  | <b>Lappiin</b><br>Per henkilö | Päivässä  |       |
|----------------------------------|------------------------------|-----------|-------------------------------|-----------|-------|
| Majoitus                         | 150                          | 23        | 160                           | 25        | euroa |
| Matkat                           | 80                           | 12        | 99                            | 16        | euroa |
| Ravintolat                       | 79                           | 12        | 82                            | 13        | euroa |
| Ruokaostokset                    | 50                           | 8         | 56                            | 9         | euroa |
| Muut ostokset                    | 39                           | 6         | 38                            | 6         | euroa |
| Pääsyliput ja osallistumismaksut | 12                           | 2         | 12                            | 2         | euroa |
| Välinevuokrat                    | 2                            | 0         | 3                             | 1         | euroa |
| Hiihtohissit                     | 10                           | 2         | 17                            | 3         | euroa |
| Muut menot                       | 5                            | 1         | 7                             | 1         | euroa |
| <b>Menot yhteensä</b>            | <b>430</b>                   | <b>66</b> | <b>470</b>                    | <b>75</b> | euroa |

**Lyhyet matkat pl pakettimatkat**

|                                  | <b>Kaikki</b><br>Per henkilö | Päivässä   | <b>Lappiin</b><br>Per henkilö | Päivässä   |       |
|----------------------------------|------------------------------|------------|-------------------------------|------------|-------|
| Majoitus                         | 65                           | 37         | 79                            | 50         | euroa |
| Matkat                           | 37                           | 21         | 49                            | 31         | euroa |
| Ravintolat                       | 51                           | 29         | 64                            | 41         | euroa |
| Ruokaostokset                    | 12                           | 7          | 9                             | 5          | euroa |
| Muut ostokset                    | 19                           | 11         | 36                            | 23         | euroa |
| Pääsyliput ja osallistumismaksut | 8                            | 5          | 11                            | 7          | euroa |
| Välinevuokrat                    | 1                            | 0          | 0                             | 0          | euroa |
| Hiihtohissit                     | 1                            | 1          | 2                             | 0          | euroa |
| Muut menot                       | 2                            | 1          | 2                             | 1          | euroa |
| <b>Menot yhteensä</b>            | <b>200</b>                   | <b>110</b> | <b>252</b>                    | <b>160</b> | euroa |



**LIITE 2. HARRASTAJAPROFIILIT 2003**

Lähde: SHKY

15.10.2003, TMO

| <b>HARRASTAJAPROFIILIT.</b>                         |                 |                                      |
|---|-----------------|--------------------------------------|
| <b>Lajia vähintään kerran kaudessa harrastavat.</b> |                 |                                      |
|   | Maastohiihto    | Laskettelu, lumilautailu ja telemark |
|   | % harrastajista | % harrastajista                      |
| <b>Sukupuoli</b>                                    |                 |                                      |
| Mies  | 53 %            | 43 %                                 |
| Nainen  | 47 %            | 57 %                                 |
| <b>Ikä</b>  |                 |                                      |
| 15-17   | 4 %             | 11 %                                 |
| 18-29   | 15 %            | 32 %                                 |
| 30-39   | 20 %            | 21 %                                 |
| 40-49   | 23 %            | 22 %                                 |
| 50-74   | 38 %            | 14 %                                 |
| <b>Asuinkunta</b>                                   |                 |                                      |
| Suur-Helsinki                                       | 16 %            | 22 %                                 |
| Muu > 50.000 as.kaupunki                            | 16 %            | 21 %                                 |
| Muu kaupunki  | 30 %            | 29 %                                 |
| Muu kunta   | 36 %            | 28 %                                 |
| <b>Asuinalue</b>                                    |                 |                                      |
| Länsirannikko                                       | 19 %            | 17 %                                 |
| Etelärannikko                                       | 30 %            | 37 %                                 |
| Keski-Suomi   | 36 %            | 30 %                                 |
| Pohjois-Suomi                                       | 15 %            | 17 %                                 |
| <b>Talouden bruttotulot</b>                         |                 |                                      |
| Alle 20.000 €/v                                     | 15 %            | 14 %                                 |
| 20.001-35.000 €/v                                   | 25 %            | 18 %                                 |
| Yli 35.000 €/v                                      | 52 %            | 56 %                                 |
| <b>Ammatti</b>                                      |                 |                                      |
| Työväestö   | 26 %            | 23 %                                 |
| Maanviljelijät                                      | 5 %             | 3 %                                  |
| Toimihenkilö/johtava                                | 35 %            | 35 %                                 |
| Yrittäjä  | 7 %             | 7 %                                  |
| Opiskelija/koululainen                              | 11 %            | 26 %                                 |
| Kotirouva   | 2 %             | 2 %                                  |
| Eläkeläinen   | 12 %            | 2 %                                  |
| <b>Koulupohja</b>                                   |                 |                                      |
| Kansa/perus/keski                                   | 24 %            | 19 %                                 |
| Amm./tekn/yo/luokio                                 | 75 %            | 81 %                                 |
| Opisto/AKK/korkeakoulu                              |                 |                                      |
| <b>Talouden koko</b>                                |                 |                                      |
| 1-2 henkilöä  | 48 %            | 35 %                                 |
| 3-4 henkilöä  | 39 %            | 49 %                                 |
| 5+ henkilöä   | 14 %            | 16 %                                 |

**HIHTOKESKUKSET NUMERONA**

Lähde: MEK, SHKY, Keskusten esitteet 10/2003



| Hihtokeskuksen nimi          | Korkeusero | Rinteiden lukumäärä | Pisin rinne | Valaistut rinteet | Tykkirinteet | Lastenrinteet | Halfipe/ Street | Hissien lukumäärä | Hissikapasiteetti, hioä/tunti | Päivälippu (euroa) | Maastohiihtolatuja (km) | Valaistuja latuja | Vuokraamo | Huolto   | Vällyneymynti | Kahvila  | Ravintola | Vuodepaikkojen määrä alueella | Vähittäiskauppa |  |
|------------------------------|------------|---------------------|-------------|-------------------|--------------|---------------|-----------------|-------------------|-------------------------------|--------------------|-------------------------|-------------------|-----------|----------|---------------|----------|-----------|-------------------------------|-----------------|--|
| <b>Pohjois-Suomi</b>         |            |                     |             |                   |              |               |                 |                   |                               |                    |                         |                   |           |          |               |          |           |                               |                 |  |
| Levi                         | 325        | 50                  | 2500        | 13                | 13           | +             | +               | 26                | 25500                         | 130                | 230                     | 28                | +         | +        | +             | +        | +         | 16000                         | +               |  |
| Ruka                         | 201        | 28                  | 1300        | 24                | 25           | +             | +               | 18                | 20900                         | 137/155            | 216                     | 16                | +         | +        | +             | +        | +         | 16000                         | +               |  |
| Ylläs                        | 463        | 43                  | 3000        | 15                | 20           | +             | +               | 21                | 22500                         | 23700              | 320                     | 43                | +         | +        | +             | +        | +         | 16000                         | +               |  |
| Saariselkä                   | 180        | 10                  | 1500        | 5                 | 10           | +             | +               | 6                 | 6500                          | 100/130            | 240                     | 35                | +         | +        | +             | +        | +         | 11000                         | +               |  |
| Isosyöte                     | 192        | 12                  | 1200        | 7                 | 12           | +             | +               | 7                 | 8150                          | 130                | 120                     | 21                | +         | +        | +             | +        | +         | 5000                          | +               |  |
| Syötekeskus                  | 130        | 10                  | 1100        | 4                 | 3            | +             | +               | 5                 | 4800                          | -                  | 120                     | 19                | +         | +        | +             | +        | +         | 5000                          | +               |  |
| Vuokatti                     | 170        | 13                  | 1100        | 6                 | 13           | +             | +               | 8                 | 10400                         | 140                | 120                     | 8                 | +         | +        | +             | +        | +         | 6000                          | +               |  |
| Luosto                       | 230        | 7                   | 1500        | 3                 | 3            | +             | +               | 3                 | 4250                          | -                  | 95                      | 28                | +         | +        | +             | +        | +         | 3500                          | +               |  |
| Pyhä                         | 280        | 10                  | 1800        | 5                 | 10           | +             | +               | 7                 | 8000                          | 135/140            | 70                      | 15                | +         | +        | +             | +        | +         | 3500                          | +               |  |
| Salla                        | 230        | 9                   | 1300        | 7                 | 4            | +             | +               | 5                 | 5000                          | 130                | 110                     | 35                | +         | +        | +             | +        | +         | 2500                          | +               |  |
| Olos                         | 210        | 10                  | 1400        | 2                 | 3            | +             | +               | 4                 | 4500                          | 120                | 200                     | 30                | +         | +        | +             | +        | +         | 2000                          | +               |  |
| Suomu                        | 240        | 10                  | 1550        | 2                 | 8            | +             | -               | 3                 | 4200                          | -                  | 40                      | 6                 | +         | +        | +             | +        | +         | 1500                          | +               |  |
| Ounasvaara                   | 140        | 9                   | 600         | 8                 | 5            | +             | +               | 4                 | 3300                          | -                  | 100                     | 50                | +         | +        | +             | +        | +         | 1200                          | +               |  |
| Pallas                       | 340        | 9                   | 2400        | 1                 | -            | -             | -               | 2                 | 2000                          | 120                | 160                     | -                 | +         | +        | +             | +        | +         | 130                           | -               |  |
| <b>Keski- ja Etelä-Suomi</b> |            |                     |             |                   |              |               |                 |                   |                               |                    |                         |                   |           |          |               |          |           |                               |                 |  |
| Elivuori                     | 86         | 5                   | 800         | 5                 | 5            | +             | +               | 5                 | 5100                          | 125                | 2                       | 2                 | +         | +        | +             | +        | +         | 350                           | +               |  |
| Himos                        | 140        | 18                  | 950         | 18                | 18           | +             | +               | 12                | 15120                         | 125/135            | 20                      | 5,5               | +         | +        | +             | +        | +         | 2500                          | +               |  |
| Häkärinteet                  | 103        | 9                   | 800         | 6                 | 9            | +             | +               | 5                 | 4500                          | 110                | 46                      | 4                 | +         | +        | +             | +        | +         | 200                           | +               |  |
| Kasurila                     | 102        | 8                   | 700         | 4                 | 8            | +             | +               | 5                 | 5800                          | 100                | 15,1                    | 5,1               | +         | +        | +             | +        | +         | -                             | +               |  |
| Koli Slopes                  | 240        | 6                   | 1500        | 2                 | 6            | -             | -               | 3                 | 3600                          | 130                | 100                     | 24                | +         | +        | +             | +        | +         | 150                           | -               |  |
| Laajavuori                   | 100        | 6                   | 800         | 6                 | 6            | +             | +               | 5                 | 3700                          | 120                | 62                      | 15                | +         | +        | +             | +        | +         | 470                           | +               |  |
| Loma-Koli Slopes             | 145        | 5                   | 1050        | 4                 | 4            | +             | +               | 4                 | 3800                          | 130                | 100                     | 24                | +         | +        | +             | +        | +         | 600                           | +               |  |
| Meri-Teijo Ski               | 80         | 8                   | 600         | 8                 | 8            | +             | +               | 3                 | 3800                          | 110                | 12                      | -                 | +         | +        | +             | +        | +         | 500                           | +               |  |
| Messilä                      | 111        | 9                   | 800         | 9                 | 9            | +             | +               | 9                 | 5500                          | 120                | 10                      | 2                 | +         | +        | +             | +        | +         | 200                           | +               |  |
| Puijo Slopes                 | 93         | 2                   | 800         | 2                 | 1            | +             | -               | 3                 | 3300                          | -                  | 25                      | 15                | +         | +        | +             | +        | +         | 1000                          | +               |  |
| Riihivuori                   | 120        | 8                   | 800         | 8                 | 8            | +             | +               | 5                 | 5000                          | 120                | 40                      | 2                 | +         | +        | +             | +        | +         | 300                           | -               |  |
| Sappee                       | 120        | 10                  | 750         | 10                | 10           | +             | +               | 7                 | 5500                          | 120                | 10                      | -                 | +         | +        | +             | +        | +         | 200                           | +               |  |
| Tanho                        | 200        | 20                  | 1200        | 9                 | 20           | +             | +               | 10                | 13000                         | 140                | 65                      | 12                | +         | +        | +             | +        | +         | 4500                          | +               |  |
| Taima                        | 55         | 7                   | 450         | 7                 | 7            | +             | +               | 6                 | 6000                          | -                  | 6                       | -                 | +         | +        | +             | +        | +         | -                             | -               |  |
| Vihhti Ski Center            | 82         | 8                   | 570         | 8                 | 8            | +             | +               | 5                 | 6600                          | 110                | 15                      | 3                 | +         | +        | +             | +        | +         | -                             | -               |  |
| <b>Keskimäärin</b>           | <b>176</b> | <b>12</b>           | <b>1201</b> | <b>7</b>          | <b>9</b>     | <b>+</b>      | <b>+</b>        | <b>7</b>          | <b>7597</b>                   | <b>1363</b>        | <b>92</b>               | <b>18</b>         | <b>+</b>  | <b>+</b> | <b>+</b>      | <b>+</b> | <b>+</b>  | <b>3858</b>                   | <b>+</b>        |  |

# TALVITUOTTEET—ISO-BRITANNIA

ASUKASLUKU: 59,5 milj.

## BRITINÄKÖKANTA TALVIMATKAILUUN

**Brittinäkökanta talvimatkailuun:** Talvituotteita on kahdenlaisia: joulunalus- ja joulumatkat sekä talvilomamatkat. Joulumatkustus perustuu joulupukkiin ja on saavuttanut jopa brandin aseman ("Joulupukin voitavata Lapissa"). Aktiviteetit ovat muilta osin samoja kuin ne, jotka sisältyvät tuotemoduleina talvilomiin joulusta maaliskuulle. Vaikka nämä

eksoottiset erikoisohjelmat ovat tärkeitä Suomea (Lappia) profiloitaessa, talvilomailevalle britille on kuitenkin ehdotto- masti oltava tarjolla myös kelvolliset laskettelumahdollisuudet, muuten kohde ei kiinnosta. Tuotteeseen sisältyy matkat Iso-Britanniasta kohteeseen, majoitus ja aamiainen (yleensä viikoksi) sekä erilaisia palveluja (hissiliput, suksivuokraus, hiihdonopetus, poroajelut jne) joko samaan hintaan tai optioina.

|  |                   | 1998-99<br>XI-IV | 1999-00<br>XI-IV | 2000-01<br>XI-IV |
|--|-------------------|------------------|------------------|------------------|
| <b>Tärkeimmät kohteet ulkomailla</b>               | koko vuosi        |                  |                  |                  |
| <b>Matkat ulkomaille</b>                           | kaikki matkat     | 8 710 000        |                  |                  |
| <b>Matkat Suomeen</b>                              | vapaa-ajan matkat | 28 800           | 34 600           | 53 000           |
| <b>Pakettimatkat vain Suomeen</b>                  | kaikki matkat     | 23 100           | 26 600           | 38 600           |
| <b>Suomi matkan osana</b>                          |                   | 23 100           | 25 900           | 36 500           |
| <b>Yöpymiset rekisteröidyt osuus koko vuodesta</b> | kaikki matkat     | 133 877          | 156 060          | 191 835          |
|  |                   | 41,8 %           | 42,8 %           | 51,7 %           |
| <b>Kokonaisyöpymiset</b>                           | vapaa-ajan matkat | 88 100           | 99 200           | 135 000          |
| <b>Lähtöalueet</b>                                 | vapaa-ajan matkat | 28 800           | 34 600           | 52 900           |
| Suur-Lontoo  |                   | 13 900           | 4 700            | 15 700           |
| Alue 2   |                   | 2 200            | 3 000            | 4 500            |
| Alue 3   |                   | 2 600            | 3 600            | 4 500            |
| Alue 4   |                   | 200              | 1 600            | 2 500            |
| Alue 5   |                   | 2 400            | 2 800            | 4 500            |
| Alue 6   |                   | 1 500            | 1 800            | 1 900            |
| Alue 7   |                   | 3 900            | 3 500            | 4 000            |
| Alue 8   |                   | 900              | 1 500            | 1 800            |
| Alue 9   |                   | 300              | 3 000            | 2 900            |
| Alue 10  |                   | 0                | 300              | 600              |
| Alue 11  |                   | 0                | 2 400            | 1 400            |
| Wales  |                   | 700              | 1 600            | 3 100            |
| Skotlanti  |                   | 100              | 3 500            | 3 400            |
| Pohjois-Irlanti                                    |                   | 100              | 1 300            | 2 100            |
| <b>Kohdealueet</b>                                 | vapaa-ajan matkat |                  |                  |                  |
| Pääkaupunkiseutu                                   |                   |                  |                  | 13 900           |
| Uusimaa + Kymenlaakso                              |                   |                  |                  | 1 200            |
| Länsi-Suomi + Pohjanmaa                            |                   |                  |                  | 500              |
| Häme + Keski-Suomi                                 |                   |                  |                  | 1 500            |
| Järvi-Suomi + Kainuu                               |                   |                  |                  | 100              |
| Lappi  |                   |                  |                  | 35 000           |
| Monta kohdetta                                     |                   |                  |                  | 600              |
| Ei kohdetta (kauttakulku)                          |                   |                  |                  | 200              |



|                                   |                   | 1998-99<br>XI-IV | 1999-00<br>XI-IV | 2000-01<br>XI-IV |
|-----------------------------------|-------------------|------------------|------------------|------------------|
| <b>Keskiviipymä (vrk)</b>         |                   | 3,1              | 2,9              | 2,5              |
| <b>Päiväkävijöiden osuus</b>      | kaikki matkat     | 19,9 %           | 22,9 %           | 25,1 %           |
| <b>Sukupuoli / naisten osuus</b>  | vapaa-ajan matkat |                  | 60,1 %           | 68,9 %           |
| <b>Ikäjakama / keski-ikä</b>      | vapaa-ajan matkat |                  | 41,3             | 39,9             |
| 0-14                              |                   | 400              | 900              | 2 200            |
| 15-24                             |                   | 2 400            | 3 100            | 4 800            |
| 25-34                             |                   | 6 900            | 7 700            | 13 900           |
| 35-44                             |                   | 11 600           | 13 000           | 15 900           |
| 45-54                             |                   | 4 800            | 4 300            | 10 200           |
| 55-64                             |                   | 2 000            | 4 200            | 5 200            |
| 65-74                             |                   | 700              | 1 200            | 700              |
| 75-                               |                   | 100              | 200              | 200              |
| <b>Rahan käyttö (EUR) / päivä</b> | vapaa-ajan matkat | 69,13            | 45,58            | 65,26            |
| <b>Matkavaraukset</b>             | vapaa-ajan matkat |                  |                  |                  |
| matkatoimistosta                  |                   |                  | 10 900           | 24 900           |
| kuljetusyhtiöstä                  |                   |                  | 4 400            | 2 800            |
| suoraan palvelun tuottajalta      |                   |                  | 7 400            | 6 900            |
| Internetin kautta                 |                   |                  | 7 400            | 7 400            |
| <b>Aktiviteettien harrastus</b>   | kaikki matkat     | 32 800           | 37 000           | 47 100           |
| Maastohiihto                      |                   | 7 500            | 8 200            | 4 500            |
| Laskettelu                        |                   | 4 500            | 5 100            | 3 400            |
| Lumilautailu                      |                   | 1 500            | 1 000            | 1 100            |
| Moottorikelkkailu                 |                   | 23 100           | 22 600           | 26 900           |
| Koiravaljakot                     |                   | 23 900           | 18 500           | 25 800           |
| Poroajelu                         |                   | 23 900           | 25 700           | 28 000           |
| Piikkikalastus                    |                   | 3 700            | 3 100            | 5 600            |
| Muut aktiviteetit                 |                   | 9 000            | 12 300           | 6 700            |

**Kohteet«Suomi:** Talvimatkailussa Alppien markkinaosuus on täysin ylivoimainen, tärkein talven kohde v. 1998-99 oli Ranska (30%) ja sitä seurasivat Andorra ja Itävalta, joka aikaisemmin oli suosituin viehättävien kyliensä vuoksi, menetti 1990-luvulla asemansa Ranskalle pääasiassa edullisempien hintojen, lähemmän sijainnin ja Ranskan kehittyneiden laskettelukeskusten vuoksi. Suomi ei kuulu tällä hetkellä talvilomamarkkinoiden kymmenen suosituimman kohdeeseen joukkoon. Suomen markkinaosuus on hyvin pieni, maallamme on kuitenkin runsaasti potentiaalia, sillä markkinat ovat suuret ja markkina-osaamme toistaiseksi hyvin vaatimaton. Toisaalta talvi-lomailijoiden määrän ei kokonaisuudessaan odoteta suuresti kasvavan.

## JOHTOPÄÄTÖKSIÄ, KOMMENTTEJA, TOIMENPIDE-EHDOTUKSIA

Huomattavan suuri osa varsinkin talvilomailijoista on Suomessa pakettimatalla. Matkanjärjestäjien merkitys Iso-Britannian konservatiivisilla markkinoilla on edelleen varsin suuri, vaikka kehitystä itsenäisemmän matkojen suunnittelun suuntaan tapahtuukin. Markkinat ovat konservatiivisia myös mat-katyyppien osalta. Nuorille lumilautailu imagoaan menettävän hiihdon asemasta saattaisi olla uudenlainen vetovoimatekijä. **Yhdistelmä Lappi ja joulupukki** on saavuttanut lähes brandin aseman. Vaikka huomattava osa näistä brittimatkailijoista onkin vain päivämattalla, yö-pymisiä sisältävien pakettien kysyntä ja myynti kasvaa vuosi vuodelta. **Toinen kasvusektori on talvilomat joulumaaliskuussa.** Talvituotteiden markkinointiponnistelu on järkevintä tehdä läheisessä yhteistyössä matkanjärjestäjien kanssa. MEKin tavoitteena on laajentaa kohdevalikoimaa Lapissa sekä mahdollisesti Itä-Suomessa sekä saada lisää matkanjärjestäjiä.

## KILPAILUTILANNE

**Yleistä taustaa:** Brittien ulkomaanmatkailu kasvaa kansainvälistä keskiarvoa nopeammin. Matkailukulut on 32,3 mrd US\$. Matkustusmuotona suositaan lentämistä (saarivaltakunta!) ja valmismatkoja. **Matkojen kesto oli v. 1998 keskimäärin 10 yötä,** luku on laskemassa. Joulukuu (3,6%) ja helmikuu(5,4%) ovat hiljaisimmat matkailukuukaudet. N. 43% väestöstä on 25-54 vuoden välillä, määrän arvellaan laskevan n. 38%iin v. 2025. **Lomailua harrastetaan mielellään lyhytlomien muodossa, joiden määrä on kasvussa (33% maan matkanjärjestäjistä arvioi tämän matkailutavan kasvavan entisestään).** Tästä hyötyvät varsinkin lähialueet. Lapsettomat suosivat sivukausia. **Britit yöpyvät mieluiten hotelleissa, vaikkakin vuokrattujen loma-asuntojen suosio on kasvussa.** Vapaa-ajan matkailun valtaosa suuntautuu edelleen etelään ja matkat ovat paljolti tavanomaista aurinkolomailua. Yleisesti brittien matkailua tarkastellen on todettava, että he ovat erittäin tottuneita matkailijoita, joille sekä kielensä että liikenneyhteyksiensä vuoksi on helppoa liikkua kaikille maailman kulmilla. **Hiihtomatkat ovat suosittuja, vaikkakin kasvu on pysähtynyt.** Tämä johtuu talvisten aurinkolomien luomasta kilpailusta, lumitilanteen epävarmuudesta Euroopassa, ikääntyvästä väestöstä ja hiihdon imagon heikentymisestä nuorempien keskuudessa. Talviurheilumarkkinat ovat pirstyneet huomattavasti monen hiljaisen vuoden jälkeen. Lumilautailusta on tullut hiihdon kaltainen suosittu talviharrastus. Ison-Britannian talviurheilumarkkinat käsittävät kaikkiaan 350 000 urheilupakettimatkaa vuodessa sekä todennäköisesti yhtä monta itse järjestettyä matkaa.

# TALVITUOTTEET—VENÄJÄ

ASUKASLUKU: 146 milj.

Moskova: 10 + 6 milj. Pietari: 5 + 2 milj.

## VENÄLÄINEN NÄKÖKOHTA TALVIMATKAILUUN

Marras-huhtikuussa järjestettäviä individuaali- tai ryhmämatkoja pääasiassa Itä-, Keski- ja Pohjois-Suomen laskettelukeskuksiin (mahdollisuus monipuoliseen aktiviteettitilomaan). Perinteisten talviaktiviteettien lisäksi talvilomalla arvostetaan myös kylpyläpalveluita sekä ostosmahdollisuutta. Kauden huippusesonki Venäjältä on Uuden Vuoden aika, jolloin matkoilta odotetaan sisältönsä puolesta myös koko perheelle sopivaa juhla-ohjelmaa.

## KILPAILUTILANNE

**Yleistä taustaa:** Väestön ikärakenteessa on kaksi kärkeä, 10-19 v (16,2%) ja 35-49 v (24,3%). Ikäluokkiin 20-29 v kuuluu 14,45% väestöstä. Matkojen pituus vaihtelee kohtemaasta riippuen suuresti (3-14 yötä!), mutta suunta on yleisesti lyhenemässä.

**Kohteet»Suomi:** Pietarin seudun matkailijoiden matkoista 41,6% tehtiin v. 1999 tammi-maaliskuussa ja lokajoulukuussa, kohteina tällöin etelä tai kaukomaat. Lyhyellä aikavälillä tarkastellen arvellaan, että parina seuraavana vuonna matkailu Venäjältä kasvaa jonkun verran vuositasona ja että tästä kasvusta hyöttyvät eniten edulliset lomakohteet (Slovenia, Kroatia).

Suomen kilpailijoita talvituotteilla ovat Itävalta, Sveitsi, Bulgaria, Slovakia, Tsekinmaa ja Andorra, Turkki on nousussa (hiihtokeskuksia). Näistä Slovakia, Tsekinmaa, Bulgaria ja Turkki ovat enemmän massatuotteita nimenomaan hintansa takia ja suhteellisen helpon viisumisaannin takia. Ko. maihin menee talvilomalle paljon myös koululaisryhmiä. Itävalta, Sveitsi ja Andorra kilpailevat Suomen kanssa suurin piirtein samoista asiakkaista (ylempi keskiluokka).

## JOHTOPÄÄTÖKSIÄ, KOMMENTTEJA, TOIMENPIDE-EHDOTUKSIA

Kiinnostus Suomen talvi-tarjontaan Venäjällä kasvaa koko ajan. Suurin osa matkailijoista tulee Pietarin ja Moskovan alueilta, mutta myös muualta tulevien määrä on kasvussa. Tunnettuus päälähtöalueiden ulkopuolella on heikko, joten on suositeltavaa, että markkinointia ulotettaisiin myös muihin alueellisiin kasvukeskuksiin mikäli mahdollista. **Potentiaalisia kasvavia alueita ovat Venäjällä: esim. Uralin ja Länsi-Siperian öljyalueet (Tjumen, Bashkorstan, Tatarstan), Volgan seutu (Samara, Toljatti) sekä Etelä-Venäjällä Krasnodarin alue.**

**Toinen kasvupotentiaali ovat lapsiperheet.** Uusille talvisille perhetuotteille Joulun ja Uuden Vuoden ohella voisi sopivilla markkinointitoimenpiteillä saada lisättyä kysyntää. Kylpylät yhdistettyinä koko perheen talviaktiviteetteihin voisivat hyvinkin saavuttaa suosiota.

Haasteeksi nousee suuri yöpymättömien ryhmä ja yöpyneitten viipymän lyhentyminen. Kauttakulumatkailu on helpottunut Schengen-sopimuksen astuttua voimaan 25.3.2001. Vaarana on, että yhä useampi venäläinen Suomi-kävijä ohittaa maamme yöpymättä täällä kertaakaan. Pakettimatkoille ei Venäjällä ole tutkimusten mukaan samanlaista kysyntää kuin useissa muissa maissa, **mutta Suomeen tulevat venäläiset kaipaavat kuitenkin selkeitä tuotteita, joiden kehittämiseen on jatkuva tarve.** Tällaisia ovat mm valmiit lyhytoma-paketit, jotka sisältävät sekä majoituksen että ohjelmat, kuin myös - ja varsinkin - paikanpäältä helposti tilattavat ohjelmopalvelut (lyhyt varoitus-aika ensi sijaisen tärkeä huomioitava!). Tuotteina erilaiset safarit, kalastusretket, ostosretket.

Matkatoimistojen merkitys Venäjällä – ennen kaikkea Pietarin ulkopuolisilla alueilla – on matkailijoille erityisen suuri. Uusien tuotteiden kehittämisessä ja niiden markkinoinnissa on siis hyvä käyttää juuri tätä kanavaa. **Internet on kasvava tiedonlähde.** Venäjänkielistä informaatiota sinne jaivataan jatkuvasti.

|                                      |                   | 1998-99   | 1999-00   | 2000-01 |
|--------------------------------------|-------------------|---|---|---------|
|                                      |                   | XI-IV   | XI-IV   | XI-IV   |
| <b>Tärkeimmät kohteet ulkomailta</b> | koko vuosi        | 1. Kiina<br>2. Turkki<br>3. Puola<br>(5.) Suomi | 1. Puola<br>2. Turkki<br>3. Kiina<br>(4.) Suomi |         |
| <b>Matkat ulkomaille</b>             | kaikki matkat     | 617 000   |   |         |
| <b>Matkat Suomeen</b>                | vapaa-ajan matkat | 114 800   | 154 200   | 210 900 |
| <b>Pakettimatkat vain Suomeen</b>    | kaikki matkat     | 19 600  | 36 800  | 44 100  |
| <b>Suomi matkan osana</b>            |                   | 12 000  | 15 100  | 26 500  |
| <b>Yöpymiset</b>                     |                   |   |   |         |
| rekisteröidyt                        | kaikki matkat     | 219 732   | 232 851   | 307 080 |
| osuus koko vuodesta                  |                   | 56,6 %  | 51,6 %  | 59,3 %  |
| <b>Kokonaisyöpymiset</b>             | vapaa-ajan matkat | 304 300   | 295 000   | 277 200 |
| <b>Lähtöalueet</b>                   | vapaa-ajan matkat |   |   |         |
| Pietari                              |                   | 91 500  | 116 300   | 176 700 |
| Moskova                              |                   | 19 100  | 28 700  | 28 300  |
| Euro-Venäjä                          |                   | 2 900   | 3 100   | 3 400   |
| Aasian Venäjä                        |                   | 1 300   | 2 200   | 2 600   |
| <b>Käyntikohteet</b>                 | vapaa-ajan matkat |   |   |         |
| Pääkaupunkiseutu                     |                   |   |   | 101 400 |
| Uusimaa + Kymenlaakso                |                   |   |   | 66 500  |
| Länsi-Suomi + Pohjanmaa              |                   |   |   | 4 000   |
| Häme + Keski-Suomi                   |                   |   |   | 7 000   |
| Järvi-Suomi + Kainuu                 |                   |   |   | 8 400   |
| Lappi                                |                   |   |   | 6 000   |
| Monta kohdetta                       |                   |   |   | 8 700   |
| Ei kohdetta                          |                   |   |   | 9 000   |
| <b>Keski-viipymä (vrk)</b>           | vapaa-ajan matkat | 2,7   | 1,9   | 1,3     |
| <b>Päiväkävijöiden osuus</b>         | kaikki matkat     | 32,9 %  | 45,9 %  | 58,1 %  |
| <b>Sukupuoli / naisten osuus</b>     | vapaa-ajan matkat |   | 54,8 %  | 53,8 %  |
| <b>Ikäjakauma / keski-ikä</b>        | vapaa-ajan matkat |   | 35,7  | 36,6    |
| 0-14                                 |                   | 4 700   | 3 900   | 3 900   |
| 15-24                                |                   | 13 900  | 18 400  | 23 100  |
| 25-34                                |                   | 41 400  | 52 000  | 67 900  |
| 35-44                                |                   | 34 500  | 48 000  | 74 900  |
| 45-54                                |                   | 15 000  | 25 700  | 32 600  |
| 55-64                                |                   | 4 900   | 6 000   | 7 100   |
| 65-74                                |                   | 400   | 300   | 1 500   |
| 75-                                  |                   | 0   | 0   | 0       |
| <b>Rahan käyttö (EUR) / päivä</b>    | vapaa-ajan matkat | 100,58  | 100,07  | 126,81  |
| <b>Matkavaraukset</b>                |                   |   |   |         |
| matkatoimistosta                     |                   |   | 30 900  | 47 800  |
| kuljetusyhtiöstä                     |                   |   | 4 200   | 1 600   |
| suoraan palvelun tuottajalta         |                   |   | 6 100   | 22 400  |
| Internetin kautta                    |                   |   | 7 000   | 7 800   |
| <b>Aktiviteettien harrastus</b>      | kaikki matkat     | 37 400  | 40 800  | 28 900  |
| Maastohiihto                         |                   | 15 000  | 24 500  | 9 600   |
| Laskettelu                           |                   | 7 500   | 4 100   | 4 800   |
| Lumilautailu                         |                   | 3 700   | 0   | 0       |
| Moottorikelkkailu                    |                   | 7 500   | 4 100   | 4 800   |
| Koiravaljakot                        |                   | 0   | 0   | 4 800   |
| Poroajelu                            |                   | 0   | 0   | 4 800   |
| Pilkkikalastus                       |                   | 3 700   | 0   | 0       |
| Muut aktiviteetit                    |                   | 11 200  | 12 300  | 4 800   |

## LIITE 5. LEVI 2 - toteutuma

## 1.1.1. Investointihankkeet

| <i>Toimenpide</i>   | <i>Veto-<br/>vastuu</i>     | <i>Yhteistyö-<br/>kumppanit</i>      | <i>Kustan-<br/>nukset</i>       | <i>Toteutu-<br/>nut</i>   | <i>Syy poikkeaa-<br/>malle</i>         |
|---|-----------------------------|--------------------------------------|---------------------------------|---|--|
| <b>Majoituspalvelujen kehittäminen</b>                              |                             |                                      |                                 |   |  |
| Northstar - hotellihanke  | Omistajat / kv hotelliketju | Levin Matkailu Oy/ matkanjärjestäjät | 264 mmk                         | Ei  | Ei valtionapua. Investoijat puuttuvat. |
| Hotellikapasiteetin kasvattaminen                                   | Yrittäjät                   | Kunta, matkanjärjestäjät             | 160 mmk                         | 70 mmk  |  |
| Lomakyläkapasiteetin kehittäminen                                   | Yrittäjät                   | Kunta, matkanjärjestäjät             | 30 mmk                          | 36 mmk  |  |
| Maatilamatkailukapasiteetin kehittäminen                            | Yrittäjät                   | Kunta, matkanjärjestäjät             | Olevien käytön tehostaminen     | Lähialueilla kyllä. Ei Levillä.   | Innovaatioiden puute                   |
| Matkailuvaunualueiden kehittäminen                                  | Levin Hissit Oy             | Yrittäjät, kunta                     | 4 mmk                           | Ei  | Ei tahtoa                              |
| Yksityiset vapaa-ajan asunnot (noin 250 kpl, á 120 m <sup>2</sup> ) | rakennuttajat               | Kunta kaavoittajana                  | 225 mmk                         | 500 kpl<br>400 mmk  |  |
| <b>Ravitsemispalvelujen kehittäminen</b>                            |                             |                                      |                                 |   |  |
| Ruokaravintolapalvelujen kehittäminen (osana hotellihankkeita)      | Rav.- ja maj. liikkeet      | Kunta                                | Sis. Hotellihankkeisiin         | 85 mmk Myllyn Äijä, Pihvipirtti, Arran, Panimo, Kotipizza, Valkea Vaadin, Taiwaan valkiat.      |  |
| Yöravintolapalvelujen kehittäminen (osana hotellihankkeita)         | Rav.- ja maj. liikkeet      | Kunta                                | Sis. Hotelli-                   | 40 mmk hankkeisiin Areena, Levi-hotellin laajennus, Sirkantähden perusparannus, Tuikun alakerta |  |
| Rinneravintolapalvelujen kehittäminen                               | Ravintolayritykset          | Levin Hissit Oy                      | 7 mmk                           | 15 mmk  | Gondoli, LevinSki                      |
| Olutravintoloiden kehittäminen (sis. Liiketilöjen rakentamiseen)    | Ravintolayritykset          | Liiketilöjen rakentajat, kunta       | Sis. Liiketilöjen rakentamiseen | Arran, Panimo, Gondoli (Carlsberg)  |  |
| Kahvilapalveluiden kehittäminen (sis. Liiketilöjen rakentamiseen)   | Ravintolayritykset          | Liiketilöjen rakentaja, kunta        | Sis. Liiketilöjen rakentamiseen | Gondolirala (Paulig)  |  |

**LIITE 5. LEVI 2 - toteutuma**

| <b>Toimenpide</b>  | <b>Veto-<br/>vastuu</b>                  | <b>Yhteistyö-<br/>kumppanit</b>   | <b>Kustan-<br/>nukset</b>  | <b>Toteutu-<br/>nut</b>                                | <b>Syy poikkeaa-<br/>malle</b>                                  |
|--|--|---|----------------------------|--|---|
| <b>Rinnepalvelujen kehittäminen</b>  |  |   |                            |  |   |
| Rinteiden ja nousukapasiteetin (5 hissiä) kehittäminen kysynnän mukaisesti)    | Levin Hissit Oy                          | maanomistajat, kunta  | 5 mmk                      | 40 mmk<br>Gondoli,<br>lumetus,<br>turvetus,<br>tunneli |   |
| Vesirikka-Autton luonnonpipe   | Levin Hissit                             | lumilautailijat   | 0,5 mmk                    | On   |   |
| Cabin hissien toteuttaminen<br>Koutalaki-Levin huippu                          | Levin Hissit Oy                          | North Star  | 40 mmk                     | On   |   |
| Suksibussitoiminnan kehittäminen,<br>5 bussia                                  | Levin Hissit Oy                          | Kunta, majoitusyrietykset   | 1 mmk                      | 0,1 mmk<br>2(3) bussia                                 |   |
| World Cup - kilpailukeskuksen kehittäminen                                     | Levin Hissit Oy, paikallinen hiihtoseura | Kunta, Suomen hiihtoliitto  | 15 mmk                     | On   |   |
| Lammaskurun tunturijärven restaurointi   | Levin Hissit Oy                          | kunta   | 1,6 mmk                    | Kesken   | Suunnittelu keskeneräinen.<br>Lämpimän veden käyttö selvitetään |
| <b>Liikuntapalvelujen kehittäminen</b>   |  |   |                            |  |   |
| Patikointi ja vaellusreittien merkitseminen<br>Levitunturiin ja Kätkätunturiin | Kunta                                    | Levin Hissit Oy   | Sis. Kelkka-<br>projektiin | Merkitty   |   |
| Maastohiihdon huoltotilojen kehittäminen                                       | Majoitusliikkeet                         | Hiihtäjät   | 0,5 mmk                    | Ei   | Soveltuvien yritysten puute                                     |
| Latureitin eritasoristeäminen kt 79:n kanssa<br>Immeljärven eteläpuolella      | Kunta, Tielaitos                         |   | 0,5 mmk                    | 1 mmk<br>On  |   |
| Latureitin eritasoristeäminen Hossan paikallistien kanssa                      | Kunta/pitäjä                             |   | 0,5 mmk                    | 1 mmk<br>On  |   |
| K-250-lentomäen rakentaminen (K-185)   | Liikuntapalveluyrittäjä                  | Kunta   | 20 mmk                     | Ei   | Ei liiketaloudellisesti kannattava.<br>Strategia muuttunut.     |
| Mailapelihallin rakentaminen   | Kunta                                    | Valtio, liikuntapalveluyrittäjä, muut yritykset                                 | 10,6 mmk                   | Ei   | Investointihalukkuus. Hanke on edelleen tärkeä.                 |
| Golf-kentän rakentaminen maastohiihtokentän                                    | Liikuntapaikayrittäjä                    | Kunta, hotellit   | 10 mmk                     | Kesken   | Rahoitusjärjestelyt kesken. Arvioitu avaamisajankohta 2005.     |
| <b>Moottorikelkkailumahdollisuuksien kehittäminen</b>                          |  |   |                            |  |   |
| Kelkkailureittien suunnittelu ja toteuttaminen                                 | Kunta, kelkkailuprojekti                 | Yrityksen, Lapin liitto, ympäristökeskus, kunnosapitourakoitsija, maanomistajat | 2,3 mmk                    | 3,0 mmk  |   |

## LIITE 5. LEVI 2 - toteutuma

| <b>Toimenpide</b>  | <b>Veto-<br/>vastuu</b>    | <b>Yhteistyö-<br/>kumppanit</b>                 | <b>Kustan-<br/>nukset</b> | <b>Toteutu-<br/>nut</b> | <b>Syy poikkeaa-<br/>malle</b>   |
|--|----------------------------|---|---------------------------|-------------------------|--|
| Kelkkailukeskuksen kehittäminen (kelkkojen säilytys, pysäköintialueet, tankkauspiste)  | Yrittäjä                   | Kunta, Ilmailulaitos                            | 3 mmk                     | Ei                      | Idea keskeneräinen. Liiketoimintasuunnitelma puuttuu. Hanke edelleen tärkeä.                   |
| Kelkkareitin eritasoristeäminen Kt 79:n kanssa Sätjänävaarassa   | Kunta/pitäjä               |   | 1 mmk                     | 2 mmk<br>On (Uuselmä)   |  |
| Kelkkareitin eritasoristeäminen Kt 79:n kanssa Vielmanvuoman kohdalla  | Kunta/pitäjä               |   | 0,5 mmk                   | 1 mmk                   |  |
| Kelkkareitin eritasoristeäminen Kt 79:n kanssa Levijoen kohdalla   | Kunta/pitäjä               |   | 0,5 mmk                   | 0,1 mmk                 |  |
| Kelkkareitin eritasoristeäminen Mt 956:n kanssa Sirkan kylän pohjoispuolella   | Kunta/pitäjä               |   | 0,5 mmk                   | Ei                      | Tarve muuttunut. Toteutetaan jos/kun liikennemäärät kasvavat.                                  |
| <b>Matkailukalastuksen kehittäminen</b>  |                            |   |                           |                         |  |
| Levin kalastuskeskuksen suunnittelu<br>- vesialueiden ryhmittely<br>- saalisvarmuuden turvaaminen<br>- kalastuksen järjestelyt<br>- tuotteistaminen<br>- oheispalvelujen suunnittelu | Kunta, kalastuskeskus      | Lapin liitto, maaseutuelinkeinopiiri, yritykset | 0,8 mmk                   | Ei                      | Vesialueiden omistajien vastustus. Hanke edelleen tärkeä ja siirretään LEVI 3 toimenpiteisiin. |
| Lintulan kalanviljelylaitoksen saneeraus   | Kunta                      | työministeriö                                   | 2,5 mmk                   | Ei                      | Vesialueiden omistajien vastustus. Hanke edelleen tärkeä.                                      |
| <b>Kaupallisten palvelujen kehittäminen</b>  |                            |   |                           |                         |  |
| Monotanssikota   | tanssipaikkayrittäjä       | Ohjelmalveluyritykset                           | 0,9 mmk                   | Luvattumaa, Tuikka      |  |
| Zero-Pointin rakentaminen  | kunta                      | Metsähallitus, Levin Matkailu Oy                | 3,4 mmk                   | Ei                      | Sijointipaikka ahdas   |
| Hupituvan rakentaminen   | Kunta                      | Valtio, liikuntapalveluyrittäjä, muut yritykset | 12,3 mmk                  | Ei                      | Aikataulu  |
| Markkinatori / basaarikuja Levin keskustaan  | Kunta                      | Yrittäjät                                       | 1,1 mmk                   | Ei                      | Korvattu toistaiseksi pikkukaupoilla   |
| Helikopterilentopaikka (Helipoint) Levi-keskukseen   | Kunta                      | Työministeriö (TE-keskus)                       | 0,5 mmk                   | Ei                      | Konsepti epäselvä.   |
| Muiden liiketilojen (noin 8000 K-m <sup>2</sup> ) toteuttaminen keskustaan   | Liiketilojen rakennuttajat | Kunta, yritykset                                | 36,1 mmk                  | 2000 K-m <sup>2</sup>   | Aikataulu  |
| <b>Levin matkailumarkkinoinnin kehittäminen</b>  |                            |   |                           |                         |  |
| Levin Matkailu Oy:n ja Levin yhteismarkkinoinnin kehittäminen<br>- markkinointisuunnitelma ja -budjetti<br>- rahoituspohjan laajentaminen<br>- uusien palvelujen kehittäminen        | Levin Matkailu Oy          | Yrittäjät, kunta                                | 3 mmk/v                   | 2,4 mmk/v               |  |

## LIITE 5. LEVI 2 - toteutuma

| Toimenpide   | Veto-<br>vastuu                                | Yhteistyö-<br>kumppanit  | Kustan-<br>nukset | Toteutu-<br>nut  | Syy poikkeaa-<br>malle  |
|--|--|--|-------------------|--|---|
| <b>Työvoiman koulutuksen kehittäminen</b>  |  |  |                   |  |   |
| Pilottihanke (5 v) koulutuksen ja yritysten tarpeiden kohtaamiseksi<br>- työryhmätyöskentely (200 tmk/v)<br>- koulutuskoordinaattorin palkkaaminen (300 tmk/v) | kunta  | Yritykset, oppilaitokset, ope-<br>tushallitus,<br>Levin Matkailu<br>Oy | 2,5 mmk           | 1,2 mmk<br>Levi-instituut-<br>ti-Kuntayhty-<br>mä. (Pysyvä<br>ammattikou-<br>lutus, AMR<br>filiaali) |   |
| <b>Kittilän lentoaseman kehittäminen</b>   |  |  |                   |  |   |
| Lähtevien matkustajien tilojen laajennus   | Ilmailulaitos                                  | Matkailu-<br>yritykset   | 3,5 mmk           | On   |   |
| Saapuvien matkustajien tilojen laajennus   | Ilmailulaitos                                  | Matkailu-<br>yritykset   | 5 mmk             | On   |   |
| Yleisilmeen kohentaminen   | Ilmailulaitos                                  | Matkailu-<br>yritykset   | 1 mmk             | 0,5 mmk  |   |
| Matkailua tukevien tilojen (pienlento-<br>koneiden säilytshalli, majoitus- ja<br>koulustilat, kokoustilat  | Ilmailulaitos                                  | Matkailu-<br>yritykset   | 3 mmk             | 0,5 mmk.<br>Kota, Arctic<br>Driving  |   |
| <b>Ympäristöinvestoinnit</b>   |  |  |                   |  |   |
| Sirkkäljärven, Levijärven kunnostaminen  | ympäristö-<br>keskus                           | Kunta  | 1,5 mmk           | 0,03 mmk   | Aikataulu   |
| Immellompolon kunnostaminen  | ympäristö-<br>keskus                           | Kunta  | 0,4 mmk           | Ei   | Kiinnostuksen<br>vähäisyys. Hanke<br>edelleen tärkeä.                           |
| Jätehuollon ketjun (asiakas-hyötykäyttäjät)<br>kierrätys- ja lajittelujärjestelmän luominen,<br>kaatopaikan kehittäminen.                                      | Kunta, yrityk-<br>set, jätehuol-<br>toyrittäjä | Yritykset, ym-<br>päristökeskus  | 17 mmk            | Ei   |   |
| Rinteiden maisemointi  | Levin Hissit<br>Oy                             | Työministeriö,<br>(TE-keskus)  | 5 mmk             | On   |   |
| Koetuulivoimalan (300kV) rakentaminen  | sähköyhtiö                                     | Kunta  | 2 mmk             | Ei   | Paikka sopimaton  |
| <b>Liikenneinvestoinnit</b>  |  |  |                   |  |   |
| Kt 79 parantaminen Levin keskustan<br>kohdalla (1,5 km)  | Tielaitos                                      |  | 5 mmk             | 12 mmk   |   |
| Kevyen liikenteen väylän rakentaminen<br>Levijärveltä Rakkavaaraan (1 km)  | Kunta  |  | 0,6 mmk           | Ei   | Aikataulu   |
| Kätkän alueen kokoojatie rakentaminen<br>(1 km)  | Kunta  |  | 1,5 mmk           | Ei   | Korvattu eri<br>paikkaan  |
| Pääsuunnan kanavoinnin rakentaminen<br>Kt 79:n/Koutalantien liittymään (0,8 km)  | Tielaitos                                      |  | 1 mmk             | Ei   | Koutalakihanke ei<br>vielä toteutunut   |
| Pääsuunnan kanavoinnin rakentaminen<br>Kt 79:n ja Ympäristien liittymään (0,8 km)  | Tielaitos                                      |  | 1 mmk             | 1 mmk  |   |
| Kevyen liikenteen väylän rakentaminen<br>Levinsalmentielle ja Mt 956:n välillä<br>Hossan paikallistie - Rakkavaarantie ja<br>suojatiesaarekkeet 4 kpl (1,6km)  | Kunta, Tielaitos                               |  | 2,2 mmk           | Suojasaarek-<br>keet 1 kpl   | Aikataulu. Hanke<br>edelleen tärkeä ja<br>siirretään LEVI 3<br>toimenpiteisiin. |
| Kevyen liikenteen väylän rakentaminen<br>Kt 79:lle välille Atrintie- Koutalaentie<br>(0,6 km)  | Tielaitos                                      |  | 0,4 mmk           | Ei   |   |



## LIITE 5. LEVI 2 - toteutuma

| <i>Toimenpide</i>  | <i>Veto-<br/>vastuu</i> | <i>Yhteistyö-<br/>kumppanit</i> | <i>Kustan-<br/>nukset</i> | <i>Toteutu-<br/>nut</i> | <i>Syy poikkeaa-<br/>malle</i>     |
|--|-------------------------|---------------------------------|---------------------------|-------------------------|------------------------------------|
| Kevyen liikenteen väylän rakentaminen Koutalaentielle (2 km)                             | Kunta                   |                                 | 1,2 mmk                   | Ei                      | Koutalakihanke ei vielä toteutunut |
| Immeltien parantaminen (1,2 km)  | Kunta                   |                                 | 1,5 mmk                   | On                      |                                    |
| Hossan paikallisien 19880 parantaminen ja kevyen liikenteen väylän rakentaminen (2,5 km) | Tielaitos               |                                 | 4,5 mmk                   | Ei                      | Tielaitos                          |
| Suojatiesaarekkeiden 4 kpl rakentaminen Rakkavaarantielle                                | Kunta                   |                                 | 0,2 mmk                   | Ei                      | Kunnan priorisoinnit               |
| Kevyen liikenteen väylän rakentaminen Hossasta Rakkavaaraan (1,2 km)                     | Kunta                   |                                 | 0,8 mmk                   | Ei                      | Aikataulu, kaavoitus               |
| Kevyen liikenteen väylän rakentaminen Metsärakasta Rakkavaaraan (1 km)                   | Kunta                   |                                 | 0,6 mmk                   | Ei                      | Aikataulu, kaavoitus               |
| Kevyen liikenteen väylän rakentaminen Kt 79:lle välille Koutalantie - Ympärystie (3 km)  | Tielaitos               |                                 | 1,8 mmk                   | Ei                      | Aikataulu, kaavoitus               |
| Kevyen liikenteen väylän rakentaminen välille Kittilä - Ympärystie (10 km)               | Tielaitos               |                                 | 6 mmk                     | Ei                      | Tielaitoksen suunnitelmissa        |
| Uuslätien ja siihen liittyvän kevyen liikenteen väylän rakentaminen (2,2 km)             | Kunta                   |                                 | 4,1 mmk                   | Ei                      | Aikataulu, kaavoitus               |
| Vielmanvuoman pysäköintialueen rakentaminen  | Kunta                   |                                 | 0,5 mmk                   | On                      |                                    |
| Taalovaaran pysäköintialueen rakentaminen  | Kunta                   |                                 | 0,5 mmk                   | Ei                      | Ei hissejä, ei tarvetta            |
| Utsuvaaran pysäköintialueen rakentaminen   | Kunta                   |                                 | 0,5 mmk                   | Ei                      | Ei hissejä, ei tarvetta            |

**LIITE 5. LEVI 2 - toteutuma****1.1.2. Investointihankkeet**

| <b>Toimenpide</b>  | <b>Veto-<br/>vastuu</b>               | <b>Yhteistyö-<br/>kumppanit</b> | <b>Kustan-<br/>nukset</b> | <b>Toteutu-<br/>nut</b>   | <b>Syy poikkeaa-<br/>malle</b>  |
|--|---------------------------------------|---------------------------------|---------------------------|---|---|
| Lentovuorojen lisääminen; kilpailun aikaansaaminen   | Levin Matkailu Oy                     |                                 |                           | On  |   |
| Majoituspalvelujen ja ohjelmapalvelujen keskusvaraamotoiminnan kehittäminen  | Levin Matkailu Oy                     |                                 |                           | Ei  | Aikataulu. Tilojen lisääminen ja tapahtumien järjestäminen suunnitteilla. |
| Alppihiihdon World Cup - osakilpailun järjestäminen  | Levin hissit Oy                       |                                 |                           | On  | 2004  |
| Maastohiihdon kilpailutoiminnan kehittäminen   | Paikallinen hiihtoseura               |                                 |                           | Ei  |   |
| Reittipäällikön palkkaaminen   | Levin Hissit Oy                       |                                 |                           | Ei  |   |
| Latuverkoston ylläpidon resurssointi   | Levin Hissit Oy                       |                                 |                           | On<br>0,6 mmk   |   |
| Kelkkojen pysäköintialueiden järjestely majoitusliikkeiden yhteyteen   | Majoitus-yritykset                    |                                 |                           | Ei  | Yrittäjien oma osallistumisosuus  |
| Kelkkailuohjelmapalvelujen kehittäminen  | Ohjelmapalvelu-yritykset              |                                 |                           | On  |   |
| Kannustematkailupakettien tekeminen  | Levin Matkailu Oy                     |                                 |                           |   |   |
| Ohjelmapalvelujen tuotekehitysprojekti;<br>- elämysreitit<br>- kulttuurikierrokset<br>- lapinkylät<br>- Lainion intiaanikylä   | Levin Matkailu Oy                     |                                 |                           | Osittain.<br>Elämysreitit ja Lapinkylä on, kulttuurikierrokset & Lapinkylä ei |   |
| Levin Matkailu Oy:n ja Levin yhteismarkkinoinnin kehittäminen<br>- markkinointisuunnitelma ja markkinointibudjetti<br>- uudet palvelut<br>- hiljaisten sesonkien markkinointikampanjat<br>- yhteistyö muiden organisaatioiden kanssa | Levin Matkailu Oy                     |                                 |                           |   |   |
| Yhteistyön kehittäminen maaseutuammattien oppilaitosten kanssa   | Kunta/ oppilaitos                     |                                 |                           | On. Lihajalostamo.<br>Koulutus kohdistuu maaseutumatkailuyrittäjyyteen        |   |
| Jätehuollon ketjun (asiakas-hyötykäyttäjä), Kierrätys- ja lajittelujärjestelmän luominen   | Kunta, yritykset, jätehuolto-yritystä |                                 |                           | Ei  | Valtion rahoituksen osittainen puute                                      |
| Yritysten toimenpiteet jätteiden vähentämiseksi  | Kaikki toimijat                       |                                 |                           | Ei  | Valtion rahoituksen osittainen puute                                      |
| Yritysten henkilökunnan koulutus   | Yritykset                             |                                 |                           | On. Levi Instituutti  |   |

**LIITE 5. LEVI 2 - toteutuma**

| <i>Toimenpide</i>                                     | <i>Veto-<br/>vastuu</i>  | <i>Yhteistyö-<br/>kumppanit</i> | <i>Kustan-<br/>nukset</i> | <i>Toteutu-<br/>nut</i> | <i>Syy poikkeaa-<br/>malle</i> |
|---|--------------------------|---------------------------------|---------------------------|-------------------------|--------------------------------|
| Yritysten ympäristövastaavien säännölliset tapaamiset | Yritykset                |                                 |                           | On.                     |                                |
| Uusien hankkeiden ympäristövaikutusten                | Kunnan ympäristövastaava |                                 | Ei                        | Aikataulu-seuranta      |                                |

Edellisten lisäksi tarkastelujaksolla toteutettuja hankkeita ovat

- Latujen lumetusjärjestelmä 2,2+1,8 mmk
- Koulun laajentaminen 14 mmk
- Päiväkodin rakentaminen 5mmk
- Luvattu maa, liittymät
- Hossan tien alikulku, 1mmk
- Vesilaitoksen yhtiöittäminen
- Omakotialueen rakentaminen
- Työntekijöiden asuntojen rakentaminen, n 50 mmk

## KITILÄN TIEDOT 2003

|   |                |                     |               |
|---|----------------|---------------------|---------------|
| Yrityksiä yhteensä  | 213            |                     |               |
| Yrittäjiä yrityksissä yhteensä                                    | 277            |                     |               |
| Vakituiset kokoaikaiset työntekijät Kittilä                       | 315            |                     |               |
| Vakituiset kokoaikaiset työntekijät Ulkopaikkak.                  | 19             |                     |               |
| Vakituiset kokoaikaiset työntekijät Kaikki                        | 334            |                     |               |
| Vakituiset osa-aikaiset työntekijät Kittilä                       | 50             |                     |               |
| Vakituiset osa-aikaiset työntekijät Ulkopaikkak.                  | 9              |                     |               |
| Vakituiset osa-aikaiset työntekijät Kaikki                        | 59             |                     |               |
| Määräaikaiset kokoaikaiset työntekijät Kittilä                    | 197            |                     |               |
| Määräaikaiset kokoaikaiset työntekijät Ulkopaikkak.               | 172            |                     |               |
| Määräaikaiset kokoaikaiset työntekijät Kaikki                     | 369            |                     |               |
| Määräaikaiset osa-aikaiset työntekijät Kittilä                    | 102            |                     |               |
| Määräaikaiset osa-aikaiset työntekijät Ulkopaikkak.               | 102            |                     |               |
| Määräaikaiset osa-aikaiset työntekijät Kaikki                     | 204            |                     |               |
| Harjoittelija oppilaitos Kittilä                                  | 26             |                     |               |
| Harjoittelija oppilaitos Ulkopaikkak.                             | 30             |                     |               |
| Harjoittelijat Kaikki   | 56             |                     |               |
| Harjoittelija muu Kittilä   | 4              |                     |               |
| Harjoittelija muu Ulkopaikkak.                                    | 4              |                     |               |
| Harjoittelijat muu Kaikki   | 8              |                     |               |
| Yhteensä Kittilä  | 694            |                     |               |
| Yhteensä Ulkopaikkak.   | 336            |                     |               |
| Yhteensä Kaikki   | 1030           |                     |               |
| <b>Matkailun työvoima (työntekijät + työnantajat yrityksissä)</b> | <b>1307</b>    |                     |               |
| <b>Työvoima ammattialoittain</b>                                  |                |                     |               |
| <b>Yrittäjät</b>  | <b>277</b>     |                     |               |
| <b>Palkkatyöntekijät</b>  | <b>Kittilä</b> | <b>Ulkopaikkak.</b> | <b>Kaikki</b> |
| Erilaiset keittiöt  | 67             | 48                  | 115           |
| Ravintolatyöntekijät  | 119            | 127                 | 246           |
| Myyjät ja ASPA - työntekijät                                      | 210            | 36                  | 246           |
| Rinnetyöntekijät  | 70             | 54                  | 124           |
| Puhtaanapito  | 117            | 17                  | 134           |
| Ohjelmapalvelutyöntekijät   | 18             | 8                   | 26            |
| Hallinto- ja toimistotyö  | 34             | 7                   | 41            |
| Muut  | 29             | 5                   | 34            |
| <b>Ei palkkatyöntekijät</b>                                       | <b>Kittilä</b> | <b>Ulkopaikkak.</b> | <b>Kaikki</b> |
| Harjoittelijat  | 30             | 34                  | 64            |
| <b>KAIKKI YHTEENSÄ</b>  | <b>694</b>     | <b>336</b>          | <b>1307</b>   |

**Tero Wallin, Viisikko Femman**

## **Levin hotellihanke 2010 - Hankkeen taloudellisia vaikutuksia**

Vuonna 2010 Levillä on toiminnassa Suomen oloissa ainutlaatuinen matkailukompleksi, jonka ytimen muodostaa 300 huoneen suurhotelli. Muita palveluita ovat ravintolapalvelu, kokous- ja konferenssipalvelut, koulutus-, opetus- ja kulttuuripalvelut sekä virkistäytymis- ja hoitopalvelut.

Hankkeen välittömät investoinnit ovat 68 milj. € (sis. ALV). Kompleksin toimintojen suunnittelussa painottuu lähtökohtaisesti kolme seikkaa:

- Ympärivuotisuus
- Kansainvälisyys
- Uusien palveluiden tarjoaminen Tunturi-Lapin ja koko Lapin alueen väestölle.

Kohde on alueen ja koko Lapin kärkihanke - uuden ajan veturi. Se tuo tullessaan laadullisen muutoksen palvelutarjontaan, joka puolestaan johtaa kävijämäärien voimakkaaseen kasvuun: Hanke vaikuttaa toteutuessaan oleellisesti ei vain Levin, vaan koko Lapin matkustajaprofiilin kansainvälistymiseen.

Taloudellisessa mielessä ulkomailta tulevan matkailun kasvattaminen on parasta matkailumarkkinointia. Kansantalouden näkökulmasta kotimaanmatkailun lisääntyminen ihmisten tulotason pysyessä ennallaan, on nimittäin siirrettyä kulutusta, eli matkailuun käytetyt varat ovat poissa jostakin toisesta kulutuksen kohteesta ja näin kokonaiskysynnästä ja tuotannosta. Sen sijaan ulkomailta tuleva matkailu merkitsee aina tuloinjektiota, ilman että samanarvoinen kulutus olisi pois Suomen kansantaloudesta. Suomen ja maakuntien markkinointi ulkomailla onkin onnistuessaan kansantaloudellisesti kaikkein hyödyllisintä matkailumarkkinointia.

Matkailutaseen kannalta tämäläyppiset suuret ulkomaisiin matkailijoihin kohdistuvat hankkeet ovat tärkeitä. Hankkeen alue- ja yhteiskuntataloudelliset vaikutukset ovat myös merkittäviä.

### **Perusteluita hankkeelle**

- Kasvu tulee nimenomaan kansainvälisistä käyttäjistä, joten kohde ei kilpaile muiden kohteiden kanssa olemassa olevista käyttäjistä, eikä se siten kannibalisoi muita kohteita.
- Ulkomaalaisten yöpymisten määrissä Suomi jää selvästi muista Pohjoismaista. Vuonna 2002 Ruotsin yöpymisluvut ovat kaksinkertaiset Suomeen verrattuna ja Norjassakin 60 prosenttia suuremmat. Suomen osuus kaikista yöpymisistä on noin 14 %.
- Lapin majoitus ja ravitsemustoimintayritykset ovat leimallisesti pieniä. Koko Lapissa on vain muutama yritys, joka kilpailee liikevaihdoltaan samassa sarjassa tämän kohteen kanssa.
- Vaikka hanke tuo mittakaavaltaan uuden tason Levin ja koko Lapin matkailuhankkeisiin, niin se on sopusoinnussa Levin voimakkaan kasvun ja kehittymisen kanssa. Tämä luo omalta osaltaan turvaa hankkeen taloudelliselle menestymiselle.
- Hanke on muutenkin linjassa Lapin matkailustrategiassa mainittujen tavoitteiden kanssa.
- Tunturi-Lappi on vahvaa matkailualueutta ja hanke tukee alueen kehitystä. Hotellipalvelut tukevat vahvasti myös Levin omaa kehittymistä.
- Ulkomaisten osuus majoitusliikkeissä yöpyneistä on Kittilässä pienempi kuin esim. Inarissa, Muoniossa ja Rovaniemellä. Hanke käytännössä tuplaa lisää ulkomaalaisten yöpyjien määrän.
- Hotelliin tulevat ulkomaalaiset matkailijat ovat pääosin intensiivimatkailijoita, jotka käyttävät rahaa enemmän kuin ulkomaalaiset matkailijat keskimäärin.
- Kohde tuo mukanaan palvelutarjontaa, joka on uutta ja palvelee myös alueen väestöä.

- Kohteen konferenssi- ja kulttuuritarjonta, liikuntakulttuuri mukaan lukien vahvistaa Suomen kansainvälistä kulttuuritarjontaa.
- Lapissa matkailun merkitys työn ja tulon lähteenä on huomattavasti koko maan keskiarvoa suurempi. Suomen maakunnista matkailun aluetaloudellinen merkitys onkin Lapissa kaikkein suurin.
- Tämänkokoisella ympärivuotisella kohteella on myös selkeät vaikutukset yhdyskuntarakenteeseen. Pysyvät työpaikat tuovat aina mukanaan muuta rakentamista ja palvelutarjonnan lisäystä, kuten kaupat, koulut ja päiväkodit. (Lapin tunturikohteissa on yhtenä ongelmana ns. vuotoilmiö, joka tarkoittaa sitä, että tullaan muualta Suomesta töihin ja maksetaan myös verot sinne).
- Hanke on volyymiltaan riittävän suuri, joten se pystyy kilpailemaan tasapäisesti Ruotsin kohteiden ja heidän aggressiivisen markkinoinnin kanssa.
- Lapissa matkailua on viime vuosina tuettu melko paljon, mutta siitä on tullut myös paljon hyötyä. Tässä hankkeessa julkisen tuen käyttö kohteessa maksaakin itsensä varsin nopeasti takaisin. Esim. 17 milj. € tuki tulee laskelmien mukaan jo 2-3 vuodessa takaisin mm. työllisyys ja verohyötyinä. Tällöin työllisyyskustannussäästö on noin 8,5 milj. €.

### Hankkeen taloudellisia vaikutuksia

Vaikutuksien taloudellinen arviointi on tehty vain suuntaa-antavasti, koska aikajänne vuodesta 2003 vuoteen 2010 on sen verran pitkä, että laskelmien taustalla olevat tunnusluvut (esim. alv, verotus, palkat ja rakennuskustannukset) voivat muuttua merkittävästikin. Toiminta-aikaiset vaikutukset ovat vuositason vaikutuksia.

- Kompleksin (55milj. € + alv) investointivaikutus kotimaassa välilliset vaikutukset mukaan luettuna ovat n. 133 milj. € **Tästä jää alueelle n. 40-50 milj. €.**
- Alueeseen kohdistuvia lisäinvestointeja, joita ovat esim. infra ja päiväkoti n. 25 milj. € nettosummana. **Tämä vaikutus jää alueelle kokonaisuudessaan** (tähän nettosummaan ei ole laskettu kansantaloudellisia välillisiä vaikutuksia).
- Rakennusaikainen välitön ja välillinen työllistämisaikutus yhteensä 340 henkilöä ja sen kokonaistyöllisyysvaikutus kansantaloudessa n. 1581 henkilötyövuotta. **Alueen työllisyysvaikutus on tästä määrästä n. 170-200 henkilöä.**
- Rakentamisaikaiset verotulovaikutukset ovat n. 8-9 milj. €, **josta alueelle jää n. 3,5-5,0 milj. €.**
- Hotelliyöpyjät (100 000 yöpymisvuorokautta) aikaansaavat noin 17-18 miljoonan euron matkailun kokonaistulon vuodessa, **josta 12-13 milj. € jää Tunturi-Lapin alueelle.**
- Jos arvioidaan, että 70 % kävijöistä on ulkomaisia, niin maksutaseen kannalta vaikutus on vuositasolla 12-13 milj. €.
- Yhteensä toiminnanaikainen tuotantovaikutus kotimaassa välilliset vaikutukset mukaan luettuna ovat 30 milj. € vuodessa. **Tästä vaikutuksesta voidaan puolet kohdistaa aluetaloudelliseen vaikutukseen.** Hankkeen aluetaloudellista merkitystä korostaa vielä toiminta-aikaisten ostojen suuntautuminen alueelle ja näiden aluetaloutta elvyttävä vaikutus. Näitä ostoja ovat mm. ravintolatuotteet ja alihankintapalvelut. Tältä kannalta katsottuna tässä arvioitu ns. välillinen työllistäminen, jossa yksi matkailukohdetyöpaikka työllistää toisen välillisesti on erittäin varovainen.
- Kohteen toiminta-aikainen välitön ja välillinen työllistämisaikutus on n. 510 henkilöä/v. **Tästä alueelle kohdistuu n. 200 henkilöä/v.**
- Yhteiskunnan työllisyyskustannussäästö ja verotulohyöty ilman pääomaveroa ja muita erillisiä meno-tulohyötyjä vuositasolla on noin 9 milj. €, **josta alueen osuus on n. 3,0-4,5 milj. €.**
- Toiminta-aikaiset verotulovaikutukset ovat n. 3-4 milj. €/v. Tässä yhteydessä mainitut verotulovaikutukset sisältävät muita pienempiä erii palkka- ja kiinteistöverovaikutusten lisäksi (esim. hankkeeseen liittyvän muun rakentamisen kautta tuleva verovaikutus). **Tästä jää alueelle n. 2,0-3 milj. €.**
- ALV-tuotot valtiolle vuositasolla n 2 milj. €
- **Kiinteistövero n 240.000€/v jää alueelle kokonaisuudessaan.**

