

Kestävän matkailun suunnitelma /Levi ja Kittilä

Vastuullinen tuotekehitys
ja palvelut 16.8.2022

Yhteenvedo työpajasta



Vastuullinen tuotekehitys

- Työpajan eteneminen:

- Alustus
- Yleiset tavoitteet ja suuntaviivat Levin vastuullisille matkailutuotteille. Yhteiset myyntivaltit?
- Millaisilla vastuullisilla matkailutuotteilla profiloidumme edelläkävijöiksi?

- Tavoite:

- Mitkä ovet yhteisen palvelukehityksen suuntaviivat?
- Yhteiset myyntivaltit? Haemmeko myös uusia markkinoita uusilla tuotteilla?
- Yhteiset keinot/tavat kehittää vastuullisempia tuotteita

- Levin tunnettuus vastuullisena matkailukohteena
- Toimijoiden ymmärrys vastuullisuudesta
 - Yritys sitoutuminen STF-ohjelmaan
 - Myös alueelle STF-merkki

->Työpajan tuotoksiin palaamme Kestävän matkailun leirillä 30.8.2022

Riittääkö Leville perustaso vastuullisten palvelutuotteiden tarjonnassa vai halutaanko kestävyys nostaa erottuvaksi kilpailutekijäksi?

8.8. 06:18

Olli-Pekka Toivanen

Matkailu- ja ravintola-alan maine kääntynyt laskuun

Matkailu- ja ravintola-alan maine on laskenut suomalaisten silmissä, kertoo alan Luottamus&Maine 2022-tutkimus.

T-Median teettämässä tutkimuksessa selvitettiin suomalaisten näkemyksiä alan organisaatioista sekä yleisesti koko toimialasta osa-alueittain. Tutkimukseen osallistui 2 565 15-65-vuotiasta suomalaista.

Tuotteiden ja palveluiden hinta-laatusuhteen mielikuva on pysynyt lähes samana. Suurimmat pudotukset mainearvosanoissa ovat tapahtuneet työnantajuutta ja vastuullisuutta kuvaavissa osa-alueissa.

Halu hakeutua töihin alalle on laskenut poikkeuksellisen alhaiseksi, vaikka ostohalukkuus on edelleen korkea.

"Ei uutta Leviä" – Kilpisjärven matkailun kehittäminen on tasapainoilua ympäristön kestävävyn ja matkailun lisääntymisen kanssa

Lapin Kansa 5.8.2022



- Olemmeko epäonnistuneet viestinnässä?
- Vastuullisuusviestinnän tuore käsikirja käyttöön
- Isot vs. pienet keskuksset

Vastuullinen matkailupalveluiden tuottaminen viittaa matkailuyrityksen vastuuseen matkailun kestävydestä

- Kestävyys on tavoite, joka voidaan saavuttaa vain kun otetaan vastuu yhdessä muiden kanssa sen saavuttamiseksi

ARVOLUPAUS

- Haluamme tarjota houkuttelevan, monipuolisen, turvallisen ja kestävän kasvualustan yrityksille, mutta samaan aikaan hyvä asuinpaikka paikallisille ja mielenkiintoinen käyntikohde vieraillemme
- Levillä olemme tekemisissä ihmisten vapaa-ajan kanssa sekä autamme heitä elämäänomaistaan lomaa. Positiomme on "Lifestyle and Freetime". Levillä uskotaan, että korkea laatu syntyy puitteista ja huomioimisesta.
- Levin toiminnassa asiakas on aina ytimessä. Keskitymme asiakkaammematkakokemuksen nostattamiseen ja helpottamiseen ja teemme tämä rakkaudella.

MIKSI panostaa kestävyteen?

- SISÄINEN tarve, sillä olemme antaneet *arvolupauksen* asiakkaallemme: mielenkiintoinen kohde, korkea laatu.
 - Sisäinen tarve ja halu toimia oikein
 - Halu olla hyvä asuinpaikka paikallisille
 - Imago – asiakas on aina ytimessä
 - Taloudelliset syyt
- ULKOISET tekijät:
 - Rahoitusten reunaehdot
 - Ympäristömerkkien reunaehdot
 - Lait
 - Matkustusmotiivien muutokset ja trendit



SMAL kysely työ- ja vapaa-ajanmatkailijoille 7/2021: ”Matkailun vastuullisuus ohjaa yhä useamman suomalaisen matkavalintoja”

- Lähes kolme neljästä (73 %) vastaajasta kertoi, että vastuullisuusasiat vaikuttavat heidän tuleviin matkustusvalintoihinsa
- Kolme tärkeintä vastuullisuuteen liittyvää valintakriteeriä olivat paikallisten palveluiden ja tuotteiden ostaminen (46 %), paikallisen kulttuurin säilyttäminen (40 %) ja jätteiden vähentäminen ja kierrättäminen (35 %).

- [loader.aspx \(smal.fi\)](#)

Miksi vastuullisuus?

- Vastuullisuuden ja ESG-raportoinnin vaatimukset koskettavat kaikkia yrityksiä.
- Vastuulliset yritykset tulevat saamaan rahoitusta paremmilla ehdoilla ja hinnalla.
- Sama tulee koskemaan myös vakuutuksia.
- Vaikka esim. EU-taksonomia (kestävän rahoituksen taksonomia) edellyttää toistaiseksi toimenpiteitä ensisijaisesti rahoituslaitoksilta ja pörssiyrityksiltä, se on laajenemassa muuallekin
 - > Myös pienten yritysten kannattaa ottaa vastuullisuus osaksi liiketoiminnan kehittämistä.
- Monet suuret yritykset edellyttävät kumppaneiltaan tarkempaa vastuullisuusraportointia.



Vihreä ja digitaalinen siirtymä kestävyiden taustalla

RAHOITUS

- Matkailulle korvamerkittyä rahaa ei sinällään ole paljoakaan -> lähestyminen kehittämisteemojen kautta: vastuullinen tuote- ja palvelukehitys, digitaalisuus, energiatehokkuus, investoinnit, saavutettavuus ym. - > vihreys ja digitaalisuus painotuksina
- Myös kansainvälisyys korostuu yritysrahoituksessa (Business Finland, ELY) -> hyvä pitää mielessä, että matkailu on lähtökohtaisesti vientitoimiala

TOIMENPIDE-ESIMERKKEJÄ

- Vähähiilisten liikenne- ja liikkumispalvelujen kehittäminen
- Hiilineutraalien reitistöjen kehittäminen, opastus tukena
- Hiilinielujen hyödyntämisen mahdollisuudet matkailupalveluna
- Luonto-, hyvinvointi-, ruoka- ja kulttuurimatkailun tuotekehitys paikallisiin arvoihin ja osallisuuteen perustuen
- Lähiruoan tarjonnan lisääminen
- Laadun kehittäminen ja kestävyiden näkyvyys (sertifioinnit ym.)
- Digitaalisen markkinoinnin ja myynnin kehitys
- Digikyvykkyyden lisääminen
- Hybridiratkaisujen kehittäminen
- Markkinamahdollisuuksien skannaus
- Big datan hyödyntäminen

Mitä edelläkävijät tekevät nyt?

HawkHill majoituspalvelut Nuuksiossa



- -> Millaiset tämän ajan vastuulliset matkailupalvelut saisivat WAU –efektin aikaan vielä lastenlastemme ollessa ikäisiämme?

- "Ennallistamme maillamme olevan Haukansuon ilmastotekona ja suojellaksemme luonnon monimuotoisuutta!"
- "Kouluttaudumme jatkuvasti aiheesta ja osallistumme aktiivisesti keskusteluun sekä käymme puhumassa kestävästä yrittämisestä."
- "Kerromme vieraillemme ympäristötyöstämme ja pienten valintojen merkityksestä jokapäiväisessä elämässä."
- Green Key -ympäristösertifikaatti ensimmäisenä alueen yrityksenä 2019.
- Sai ensimmäisten joukossa vuonna 2020 Sustainable Travel Finland -merkin.
- Ostaa käytettyjä huonekaluja ja kunnostaa ne. Antaa vanhat huonekalut eteenpäin ja uusiokäyttöön.
- Vähäpäästöiset: sähkö, lämmitys, liikkuminen ja tarjoilut
- Tavoitteena hiilinegatiivisuus 2022, hyvittää liiketoimintansa päästöt vuodesta 1963
- [Upeat vuokramökit ja kokoushuvilat Nuuksiossa – Hawkhill](#) hiilineutraali vuodesta 2020: "

Mitä edelläkävijät tekevät nyt?



- **Kujalan Porotila, Kuusamo**
- Yksi Kuusamon vanhimpia ja suurimpia tiloja, jonka historia porojen kanssa lähtee aina 1860-luvulta. Poronhoitoon liittyvät perinteet kulkevat tällä hetkellä jo viidennessä sukupolvessa
- Toimintoihin kuuluvat perinteinen poronhoito, porotuotteet, lihat, taljat, sarvet, tilan oman käsityöpajan käsityöt ja taide sekä poro-ohjelmat. Uusia luonto- ja hyvinvointilähtöisiä ideoita kehitetään koko ajan, joista viimeisin on porojooga.
- Kujalan Porotilan slogan ”The World of Reindeer” kuvastaa sitä, että kaikki tehdään poro edellä. ”Yrityksellemme on sydämen asia jakaa porotietoa, koska porotietous on hiipunut ja haluamme ylläpitää tätä perinnetietoa”
- Käytännössä vastuullisuus toteutuu siten, että porotuotteissa porosta ei jää mitään käyttämättä eikä poroista jää mitään kertomatta
- Green Activities -sertifioitu yritys, jolla STF merkki

Mitä edelläkävijät tekevät nyt?

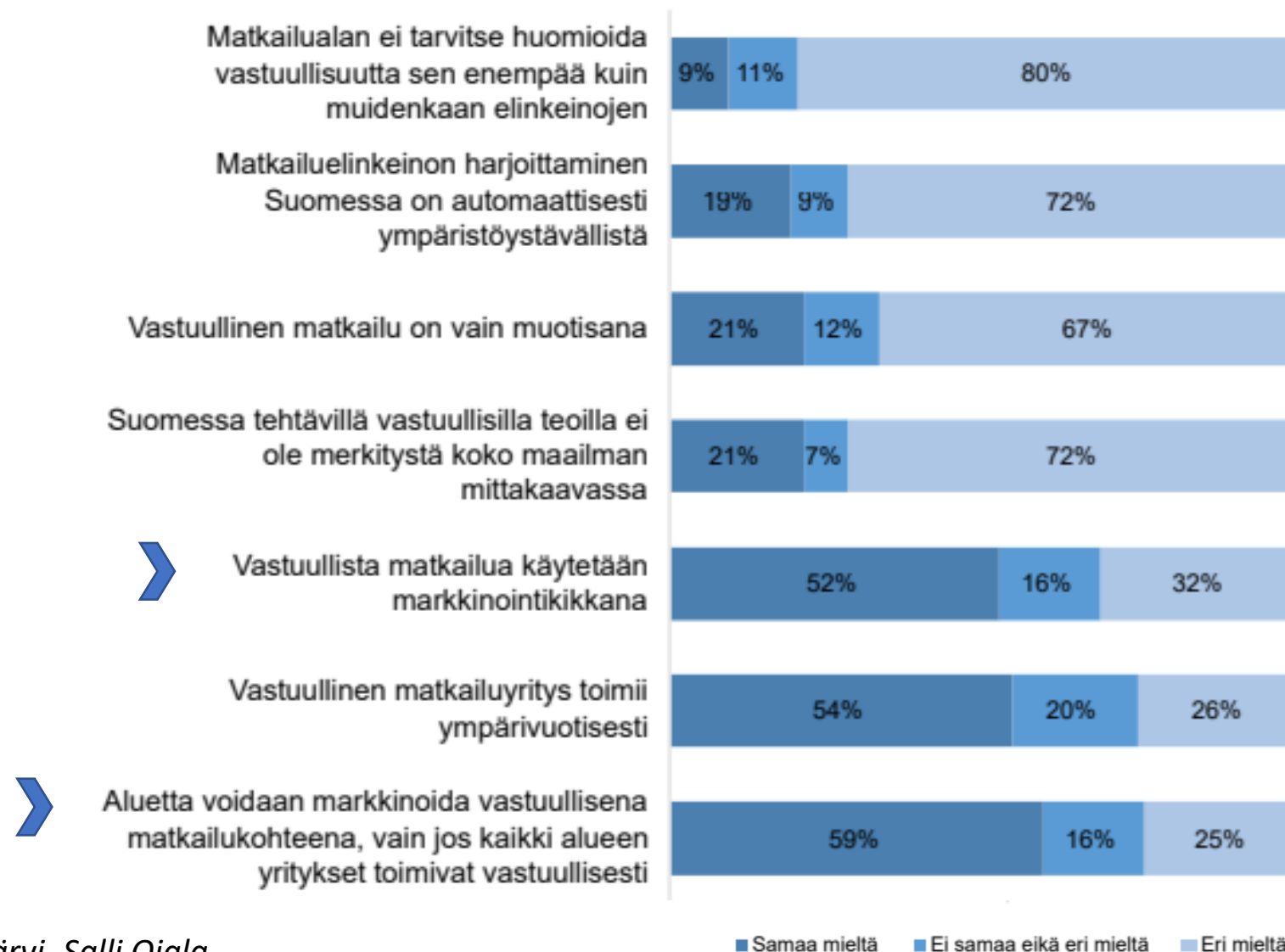
ECOVILLAGE Govardhan, Intia



- Govardhan Village, palkittu konferenssi- ja koulutuskeskus sekä joogamatkailupalveluiden tuottaja, toimii 40 hehtaarin alueella ja on panostanut omavaraisuuteen ja teknologiaan.
- 50 000 matkailijaa vuosittain
- Govardhanissa on tehty huomattavia panostuksia päästöjen välttämiseksi rakennus- ja käyttövaiheessa. Nollapäästöihin on päästy mm.
- Aurinkopaneelit tuottavat 184 800 yksikköä sähköä vuosittain.
- Biokaasulaitos muuntaa lehmänlannan ja muun märän jätteen.
- Pyrolyysilaitos jalostaa muovijätteen dieselöljyksi (18,720L/V)
- Maaperän bioteknologialaitokset jalostavat jäteveden harmaaksi vedeksi, jota käytetään kasteluun.
- Rakennukset on rakennettu puristetuista stabiloiduista maapalikoista (DSEB). Vaikka tyypillinen tiiliseinä vie 75 MJ energiaa, CSEB-seinä Govardhanissa vain 0.275 MJ; kaikki materiaalit hankitaan 100 km:n säteellä liikenteen hiilidioksidipäästöjen vähentämiseksi.

- [Govardhan EcoVillage - GEV](#)

Matkailutoimijoiden näkemyksiä vastuullisen matkailun toteuttamisesta ja osaamisestaan



Lähde: Saša Dolinšek, Outi Kulusjärvi, Salli Ojala & Kaarina Tervo-Kankare 2021

Kuva 6. Kyselyvastaajien (N=105) suhtautuminen vastuulliseen matkailuun.

Mikä Levillä toteutuu silloin tällöin, harvoin tai ei lainkaan?

Miten Levillä toteutuu esimerkiksi:

- Vastuullisuudesta viestiminen?
- Paikallisten kädentaitojen esiin tuonti?
- Eläinten hyvinvoinnista huolehtiminen?
- Paikallisen ruoan tarjoaminen?
- Paikalliskulttuurin ilmentäminen matkailutuotteissa?
- Matkailupalveluiden esteettömyyden varmistaminen?



Kuva 7. Vastuullisuustekojen yleisyys kyselyn perusteella (N=105).

Mitä täytyy tietää lisää?

Osataan jo	Suurin osa osaa perusteet	Jotkut ovat perehtyneet	Ei ymmärretä osana vastuullisuutta
• Ekologinen: osataan perusteet (energia, jätteet, resurssit, jne.). Tarvitaan syventävää tietoa. Hakevat tietoa, hyvin konkreettista esim. ostoja ja hankintoja, jotka vaativat aktiivista pohdintaa. • Matkailun paikalliset positiiviset vaikutukset hyvin tiedossa. Ylpeyttä omasta toiminnasta.	• Matkailuyhteistyö. Käsitetään taloudellisuuden kautta (kilpailukyky yms.) • Toimitusketju • Alihankinta • Yhteishankinnat • Markkinointiyhteistyö • Tuotekehitys • Ohjeistus matkailijoille. Vinkata asiakkaalle muita vastuullisia yrityksiä, paikallista hyväntekeväisyyttä, yms. • Alueellinen vastuullisuuden brändi/merkki • Hyödyt • Toimijoiden roolit vastuullisuustyössä. Osataan kertoa, mitä toisten pitäisi tehdä. Vaikutuskanavat – keihin voi vaikuttaa (yritykset, seuraava taso, sitä seuraava...), keneen otetaan yhteyttä. Teot omassa yrityksessä. • Kulttuurinen vastuu: perusteet • Henkilöstön hyvinvointi. Ei nähdä keskeisenä osana vastuullista matkailua. • Asiakkaiden ohjaaminen vastuullisuuteen. Kaivataan tehokkaampia keinoja 'miten saada viesti perille'. Monimuotoisuus & ymmärrettävyys. Miten sitoutetaan asiakas vastuullisuuteen.	• Hiilijalanjälki. Kiinnostaa, halutaan tietoa ja mitattavuutta. • Ilmastonmuutos. Kaukainen asia, ei liitetä omaan toimintaan (+ jotkut liittävät). • Sertifikaatit. Halutaan tietoa, eritoten hyödyt (mitä vastinetta saat maksuille) • Esteettömyys. Puhutaan helposti vain fyysisestä esteettömyydestä ja konkreettisista esim. tilaratkaisuista keho- ja aistivammoille. Laajennettava tietoa: viestintä, saavutettavuus, yhdenvertaisuus, kieli- ja kulttuurierot, turvallisuus. Asiakkaita ohjattaessa kaivataan tietoa muiden yritysten ja palveluiden esteettömyydestä. • Vastuullisuusviestintä	• Sosiaalinen vastuullisuus. Esimerkiksi elinvoimaa paikkakunnille. Tehdään asioita, mutta eivät hoksaa liittyvän vastuullisuuteen. • Ekologinen, syvempi tieto: matkailun vaikutukset kohteen luonnon- ympäristöön. (Esimerkiksi kaavoitus, ympäristön kuluminen, lajistot, vaikutusalueen laajuus, toiminnan sijoittamisen vaikutus) • Lähimatkailu, staycation. Ei kehitetä tietoisesti osana vastuullisuustyötä.

Vastuullisen tuote- ja palvelukehityksen tavoitteellisuus ja problematiikka

Potentiaali

UUTTA MEILLE, UUTTA MARKKINOILLE

UUTTA MEILLE, TUTTUA MARKKINOILLE

TUNNETUT TUOTTEET, PALVELUT JA RATKAISUT

4 key product development options



REGENERATIVE TOURISM

ISSUES AND CHALLENGES

-  Culture, country, connection and reconciliation
-  Hosting visitors, authenticity and relationships
-  Caring for community/ going beyond transactional responsibility
-  Replenishing public resources and assessing/impacts of tourism on locals
-  Health and wellbeing
-  Sense of belonging, love of place and stewardship
-  Stories of place, meaning and attachment
-  Identifying the 'real' challenges, causes and consequences, don't just assume
-  Social contract/licence to operate
-  Embedded activist research, gaining trust and confidence in the process
-  Curating learning journeys for reflection and action
-  Equality and justice

-  Housing availability and affordability
-  Value mapping- value creation, distribution, renewal
-  Resilient and diverse business models
-  Circular economy
-  Community wealth building
-  Economics of land use and regional economic development
-  Food supply chains, production systems, distribution, affordability
- Social enterprise



-  Managing environmental impacts
-  Climate mitigation and adaptation
-  Waste management
-  Natural resource conservation, use, and replenishment
-  Valuing natural resources as capital
-  Place identity, belonging, connection
-  Local food resilience
-  Transport and energy
-  Habitat regeneration
-  Knowing and sources of knowledge and information
-  Complex systems/scaled connections
-  Rights based approach- humans, nature, intergenerational equity
-  Evolution of problem-solving skills and knowledge
-  Empathy for others' experience
-  Acknowledging the paradigm shift working with uncertainty and volatility
-  Emergence and leading into an uncertain future
-  Holistic approaches and the value of incremental action/ agile action

ValueScoutista: kokemuksen kehittämisen suuntaviivoja



KOKEMUKSEN
KEHITYS

VAHVISTETAAN	JATKOSSA LISÄKSI
AITO LUONNE HUUMORINTAJUINEN (kv-asiakkaille) LÄMMINHENKINEN VAPAUTUNUT TUNNE	VASTUULLINEN REHELLINEN LUONNE MAANLÄHEINEN HUOLTA PITÄVÄ RAUHALLINEN RAIKAS TUNNE ASIAT JÄRJESTYKSESSÄ ARVOSTETTU (kv-asiakkaille)
VÄHENNETÄÄN	SÄILYTETÄÄN
ENERGINEN MENEVÄ ELÄVÄINEN AKTIIVINEN ROHKEA VAHVA	YSTÄVÄLLINEN POSITIIVINEN, ELÄMÄNILOINEN MUTKATON, VÄLITÖN INNOSTAVA RENTO ELÄMYKSELLINEN TURVALLINEN, KODIKAS HELPPO



Keskustelu ja ryhmytöt

Yleiset tavoitteet ja suuntaviivat kestäväälle ja vastuulliselle tuote- ja palvelukehitykselle

Levin yhteisen palvelu- ja tuote-kehityksen tavoitteet, suuntaviivat ja kriittiset menestystekijät?

- Tähtäimeen kaikki kestävyysosa-alueet, myös sosiokulttuurinen kestävyys, **kylät ja paikalliskulttuuri** luontevammaksi osaksi Levin toimintaa. Samoin **ruokakulttuuri**. Lapin Ruokapiste –palvelu (mukana 40 tuottajaa lähialueelta)
- **Levi ylpeydenaiheeksi myös kittiläläisille** (irti vastakkainasettelusta mm. päätöksenteossa, Levi helposti lähestyttäväksi). Paikallisuuden korostaminen siksikin tärkeässä roolissa. **Kylät ja kylien tapahtumat aidosti mukaan**. Paljon autenttisia ja uniikkeja tapahtumia ja kokemuksia.
- Levillä myös erityyppisiä mahdollisuuksia luontoelämyksille
- **Viestinnän tärkeys**: miten vastuullisuus ja kestävyys näkyvät – varsinkin jos tuotekehitys vie teemaa pidemmälle. **Vastuullisuusviestinnän käsikirja** aktiivikäyttöön.
- Levin **imago** on melko kaukana vastuullisuudesta verrattuna ”luontokohteisiin”. **Kaikki toimijat yhtenäisenä rintamana** viemään vastuullista imagoa eteenpäin.
- **Pienten vastuullisuustekojen** toteutus ja esille nostaminen. Mielenkiintoisia tietää myös matkailijoille.
- Järkevä tekeminen ja **mittakaava** elinkeinonharjoittajien näkökulmasta
- Viestinnässä persoonallisuus lääkkeeksi kasvottomuudesta kärsimiseen) -> kasvot vastuullisuudelle **henkilötarinoiden** kautta
- Sosiokulttuuriseen ulottuvuuteen: ei unohdeta **henkilökuntaa** -> huolenpito asiakkaista, alueesta, henkilökunnasta (ml. asuminen, koulutus -> pito- ja vetovoima)
- Mökkivälittäjien haaste: toiminta mökinomistajien kanssa, **vaikuttaminen myös muihin kuin omaan henkilökuntaan**. Vaikuttaminen nykyisiin toimintatapoihin sekä uudisrakentamiseen ja tuleviin mökinomistajiin.
- **Suosituks**et uusille toimijoille: mökinomistajat, sijoittajat, palveluntuottajat...
- **Parhaat mahdolliset yhteistyökumppanit**, edelläkävijyyttä sitäkin kautta
- **Yhteisesti valitusta arvopohjasta näkyvästi kertominen ulospäin** ja eri **kutsuminen mukaan vastuullisuustyöhön**
- **Turvallisuus** tärkeä osa vastuullisuutta, läpileikkaavaa
- **Vastuullisuuden ja vähähiilisyyden tuominen esiin** matkailutuotteissa (ml. hakukriteerit ja valinnat tuote- ja palveluhaussa)
- Asiakaspalautteissa nousee äärimmäisen paljon esille se, ettei mökeillä ole **kierrätysmahdollisuutta**.
- Pienyrityksille sertifiointi on iso urakka -> **Sertifiointiin innostaminen, tiedonjako, helpoksi tekeminen**. Yritysten ktivointi mukaan tilaisuuksiin.
- **Vertaistuki ideoinnin kautta**; koulutukset esim. opiskelijoille, ideoijia ja innostajia yrityksille ulkopuolelta
- **Toimiva oppilaitosyhteistyö** vastuullisuustyössä, sitoutuneiden työntekijöiden saaminen

Elämyksellinen luonto ja luonnonilmiöt

SUUNTAVIIVAT JA TAVOITTEET - Mitä kokonaisuuksia tähän voi liittyä ja miten huomioimme niissä vastuullisuuden? (toimintatavat, arvot, periaatteet...)

EDELLÄKÄVIJYYS JA ESIMERKKI MUILLE - Miten profiloidumme edelläkävijäksi – villit visiot ja ainutlaatuisuus?

- Opasteet sijainneista olemassa, mutta **toimintatapoihin opastaminen matkailijalle** lapsenkengissä
 - Hankkeessa tehty Levi on siisti paikka – kyltit, voisi olla laajempaakin -> Kideve vie ideaa tekniselle osastolle
 - Metsähallituksen retkietikettimateriaalien hyödyntäminen.
 - Opastukset esille myös verkossa
 - Ei pelkkää ohjeistusta, vaan esille myös **kannustusta** - ”koska me haluamme olla vastuullisia, olkaa tekin”. Alue yhteistyössä asiakkaiden kanssa.
- Vastuullisuuden esille nostaminen, esim. eläinyrityksillä jo nyt vastuullisuutta toiminnassa (toisaalta kaksiteräinen miekka julkisuuden näkökulmasta)
- Kunnan tekninen osasta vastaa reitistöistä poiketen monista muista kunnista. Kunnassa myös reittisuunnittelija. Tehty pyörämatkailun kasvuohjelma. Siinä yhteydessä palautetta, että halutaan **enemmän luonnonmukaisia ja aidon polun näköisiä reittejä**.
- **Yhteistyö Metsähallituksen kanssa** äärimmäisen tärkeää
- **Matkailueläinten kriteeristö** työn alla (Anne Airola tekee koiratilojen osalta) -> laajemmin käyttöön -> Kideve. Myös MTI on jo laatinut suomalaisen vetokoirien hyvinvointia matkailualan yrityksissä koskevan kriteeristön joka on osa kotimaista Green Activities - ekosertifikaattia. ”Onnellisimmat eläimet”
- ”Kiristäminen, uhkailu, lahjonta” - Esim. Helsingin kaupunki ei osta kokouspalveluja kohteelta, jolla ei sertifikaattia ja vastuullisuusohjelmaa
- Sertifikaatin saaminen on **osoitus siitä, että työ on aloitettu ja on tavoitteellista** – kaiken ei tarvitse olla valmista
- **Digitalisointi** paremmin: tietous, helppo löydettävyyys, luvat
- Livekamerat luontokohteisiin – Levin luontokokemus etänä
- Opastetut retket, pienet ryhmät: lähituntureille, meloen jne.
- Kampanjat roskattomuuden ja vastuullisuuden puolesta esim. ”Säästä sähköä, saavu kesällä”, Etiketit
- Kittilän luontokohteet kartalle
- Reittien selkeyttäminen ja kunnossapito
- Logistiikka: oikeasti läheltä
- **Edelläkävijyyden rakennuspuita(?)**: STF:n alueellinen merkki, kaivoksen tuki ympäristösertifioinneille stipendeillä, oppilaitosyhteistyö
- Plogging tapahtumat: roskamaraton, roskahiihdot, roskalaskettelu
- Ennallistuskohteita kiinnostuneille: purot, ojitetut suot, vanhat metsät
- Erilaiset ”adoptiot”: eläimet, kasvit, alueet

Paikalliset makuelämykset ja tuotteet

SUUNTAVIIVAT JA TAVOITTEET - Mitä kokonaisuuksia tähän voi liittyä ja miten huomioimme niissä vastuullisuuden? (toimintatavat, arvot, periaatteet...)

EDELLÄKÄVIJYYS JA ESIMERKKI MUILLE - Miten profiloidumme edelläkävijäksi – villit visiot ja ainutlaatuisuus?

- Ravintola- ja ruokatarjonta on jo nyt vahvasti Lappi-henkistä ja tuottajia paljon.
- **Lähiruokaan** panostaminen – ja siinäkin **viestintä**.
- Lähiruuan saatavuus ja näkyvyys myös kaupoissa (osassa näkyy)
- Mikä on lähituote (kv-asiakas voi kokea suomalaisenkin lähituotteeksi)?
- **Kriteeristön luominen lähituotteille**
 - ”Omilta kyliltä”, tukee myös viestintää -> aineksia edelläkävijyyteen
 - Tähän liittyy Lapin ruokapiste –palvelu
 - Varottava liian raskasta painetta tuottajille
- Pidetty tilaisuuksia, jossa lappilaiset ruuantuottajat ja Levin keittiömestarit tapaavat. Tuottajilta toivotaan yhteistyötä -> **kokonaisen paikallisen menun tarjoaminen**
- Haasteena: moni tuottajista sivutoiminen.
- Teemallinen ruokatapahtuma - paikallistuottajat
- Esimerkki: Nuuksion hotellin kampanja marjojen keräämiseksi (palkintona esim. hotelliyö) -> **paikallisilta ostaminen, osallistaminen** -> positiivista viestiä myös asiakkaille
- Paikallisten tuotteiden esiin tuominen, helppo löydettävyyys
- Pienten luonnontuotteiden tuottajien tuotteet, käsityöläisten tuotteet
- Rohkeutta ruokatuotteisiin, on muitakin kuin käristys ja lohikeitto
- **Edelläkävijyys:** Kaikki tuotteet vain paikallisia, Luonnon hyödyntäminen ruuanlaitossa (ruokapalveluiden ammattitutk.)

Aidot tarinat ja kodinomainen kyläyhteisö

SUUNTAVIIVAT JA TAVOITTEET - Mitä kokonaisuuksia tähän voi liittyä ja miten huomioimme niissä vastuullisuuden? (toimintatavat, arvot, periaatteet...)

EDELLÄKÄVIJYYS JA ESIMERKKI MUILLE - Miten profiloidumme edelläkävijäksi – villit visiot ja ainutlaatuisuus?

- **Asuntotilanne** erittäin haastava.
 - Erityisesti vuokrataloyhtiössä kesäaikana paljon tyhjiä asuntoja. Kuka maksaa hiljaiset kuukaudet? Myös huolto tuottaa ongelmia
 - Ratkaisuksi vuoden vuokrasopimukset?
 - Vastuullisuus: kunta iso toimija, mutta myös yritykset mukaan
 - Kideve järjestää syksyllä asuntofoorumin. *Ovatko yritykset valmiita lähtemään investoimaan?* Varmasti, jos kysytään asuntofoorumissa, koska ongelma on yhteinen (olisi hyvä olla valmis konsepti esiteltäväksi)
 - **Liikuntapalvelut** paikallisille monipuoliset ja edulliset, ei vain laskettelua ja hiihtoa. Lisäksi kunta mm. valmistelemaan palveluseteliä päivähoitoon --> lisää houkuttelevuutta
 - Loma-asumiseen liittyen 26.9. yhteistyössä Metsähallituksen keskustelutilaisuus siitä, **millaista rakentamista halutaan** (huoneistoja vai mökkejä). Samalla esimerkki osallistavasta suunnittelusta.
 - **Yhteistyön syventäminen matkailu- ja kulttuuritoimijoiden välillä**
 - Kuvataide ja galleriat vahvoja Kittilässä – tekevät mielellään enemmänkin yhteistyötä
 - Hiljaisuus ry: hiljaisuusfestivaali kylille ja muuta toimintaa
- > Pääsy autenttisempaan ja monimuotoisempaan Lapin ympäristöön osaksi Levin palveluita.** Samalla tarjonnan monipuolistaminen rauhallisempaan suuntaan. Kaikki mitä kaivataan, on jo lähellä -> tuottaistamiskysymys
- **Kaupan palvelujen esille nostaminen** vahvemmin (harvassa matkailukeskuksessa yhtä monipuolinen tarjonta)
 - **Koko Kittilä matkailualueena**, kylät esiin – esim. tapahtumat aluemarkkinointiin, Kittilän kulttuurihelmet
 - Monimuotoisuus ja monipuolisuus
 - Koko Kittilän Levi – kuntalaisten päivä
 - **Jakamistalouden ratkaisut:** sesonkiasuminen, yhteiskäyttöautot, huonekalupörssi jne.
 - Historian, merkkihenkilöiden ym, **aitojen tarinoiden ja ylpeydenaiheiden** nosto, metsälappalaisuus
 - Tarinatuokiot lapsille

Työpajassa esille nousseita linkkejä

- [Tervetuloa Kestävän matkailun leirille Jerikselle 30.-31.8.2022! | Kideve](#)
- [Home \(lapinruokapiste.fi\)](#)
- [Etätyö ja matkailu -hanke 2021-2023 | Kideve](#)
- [Levin pyöräilymatkailun kasvuohjelma 2020 | Kideve](#)
- [Retkietiketti - Luontoon.fi](#)
- [Retkietiketti - Luontoon.fi](#) (Metsähallitus)
- [Green-Activities-vetokoirien-hyvinvointikriteeristö-06092021.pdf \(greenkey.fi\)](#)
- [Leivonmäen kansallispuisto \(digigamecenter.org\)](#) (virtuaalinen tulistelupaikka Leivonmäen kansallispuistossa, kävijä käyttää QR koodein puistossa saadakseen mm. ajantasaisen tiedon metsäpalovaroituksista jne.)
- [Vastuullisen matkailun osaamistarpeet matkailuyrityksissä | Nordia Tiedonantoja \(journal.fi\)](#)