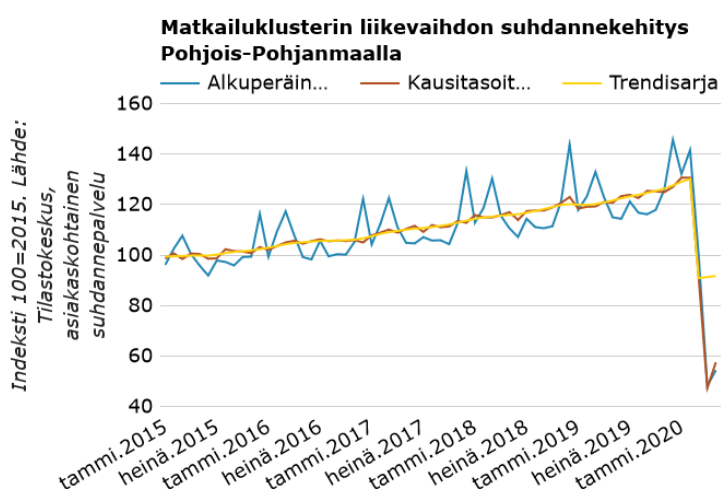


Sisällys

Nykytila	2
Aluetaloudelliset vaikutukset.....	3
Matkailun trendit ja tulevaisuuden näkymät.....	3
Pohjois-Pohjanmaa matkailualueena	4
Visio 2023.....	6
Tavoitteet 2021–2023.....	6
Strategiset kehittämisen painopisteet ja läpileikkaavat teemat	7
Matkailun osa-alueet ja niiden kehittäminen.....	10
Matkailun kehittämissuunnitelma vuoteen 2027 saakka	11
Arvot.....	12
Materiaalia:.....	13

Nykytila

Matkailu on Pohjois-Pohjanmaalla merkittävä elinkeino, joka on kasvanut tasaisesti edellisen strategiakauden 2015–2020 aikana vuoteen 2019 saakka. (kuva 1.) Vuoden 2020 aikana elettiin maailmalaajuisessa poikkeustilanteessa koronapandemian vuoksi, ja pandemian vaikutus matkailuelinkeinon on ollut todella suuri. Kansainvälisen matkailun pysähtyminen on ajanut monet matkailualan toimijat ahtaalle, ja moni matkailualan yritys on joutunut keskeyttämään tai jopa lopettamaan toimintansa. Marraskuussa 2020 julkaistun Pk-toimialabarometrin mukaan matkailun ja majoituksen toimialan yleiset suhdannenäkymät ovat koko maata ja vertailutoimialoja heikkommat, ja hieman yli puolet matkailu- ja majoitusalan vastaajista on todennut, etteivät kriisin vaikutukset ole heillä vielä täysin tiedossa. Suomessa vuonna 2020 matkailualalla on tapahtunut kotimaanmatkailun kasvua ja myös etätyön vaikutuksesta mökkimatkailu on lisääntynyt.



Kuva 1. Pohjois-Pohjanmaan matkailuklusterin suhdannekehitys

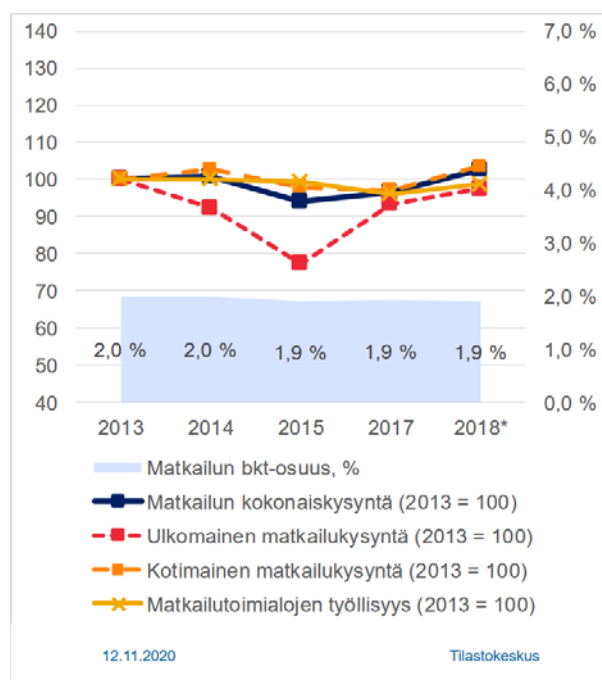
Pohjois-Pohjanmaa on matkailumaakuntana selviytynyt pandemiasta huolimatta vuodesta 2020 kohtuullisen hyvin. Kesän ja alkusyksyn 2020 aikana kotimaan matkailu lisääntyi alueella merkittävästi, ja rekisteröityjen yöpymisten määrä kasvoi heinä-lokakuun aikana edelliseen vuoteen verrattuna. Tämä osoittaa, että maakunnan matkailualueilla on vetovoimaa, ja hyvät mahdollisuudet toipumiseen ja kasvu-uralle palautumiseen.

Alkuvuodesta 2021 tulevaisuudenkuva on vielä epäselvä, mutta toiveikas. Kansainvälisen matkustuksen toivotaan käynnistyvän mahdollisimman pian, mutta elpyminen pääsee käyntiin vasta kun matkustusrajoituksia aletaan lieventämään. Pandemian myötä lentoliikenteessä tapahtuneet muutokset tulevat vaikuttamaan merkittävästi sekä kansainvälisten matkailijoiden tulon Suomeen, että suomalaisten ulkomaanmatkailuun. Lentomatkustuksen tuleva hintataso tulee ohjaamaan matkailijoiden valintoja, ja toisena kasvavana vaikuttajana pidetään lentomatkustuksen vaikutuksia ilmastonmuutokseen. Keskusteluissa nousee esille yhtäältä patoutunut tarve päästä matkustamaan ulkomaille, ja toisaalta vastuullisen ja ilmastonmuutoksen huomioivan matkailun vaikutukset matkailuun liittyviin valintoihin. Lisäksi vuoden 2020 aikana koetut positiiviset kotimaan matkailukokemukset ovat omiaan lisäämään suomalaisten kiinnostusta kotimaanmatkailua kohtaan tulevinakin vuosina.

Edellisen strategiakauden 2015–2020 aikana matkailukeskuksia ja niiden kärkituotteita ja imagoa sekä myyntiä ja markkinointia on kehitetty voimakkaasti. Matkailualan toimijoiden välinen yhteistyö kansainvälisen kasvun lisäämiseksi on vahvistunut muun muassa Gateway to Kuusamo Lapland-hankkeen ja Attractive Oulu Region-hankkeiden myötä. Ulkomainen matkailukysyntä on alueellisen matkailutilinpidon mukaan kasvanut Pohjois-Pohjanmaalla vuosina 2015–2018 vuosittain keskimäärin 8,7 %. Näin ollen edellisen strategiakauden kehitystyö on ollut ”Yhteistyöllä matkailuelinkeinosta kasvua ja kansainvälisyyttä!” -visiota tukevaa ja tuottanut tulosta.

Aluetaloudelliset vaikutukset

Suomen matkailutilinpidon mukaan vuonna 2018 Suomen matkailun kokonaiskysyntä oli 15,7 mrd. euroa, josta Pohjois-Pohjanmaalle suuntautuneen kysynnän osuus oli 4 % eli 666 milj. euroa ollen 1,9 % Pohjois-Pohjanmaan BKT:stä. Kiinnostavampaa olisi tarkastella edellä mainittuja lukuja vuodelta 2019, koska se on ollut Pohjois-Pohjanmaalla matkailun huippuvuosi, mutta matkailutilinpidon luvut päivittyvät viiveellä eikä vuoden 2019 tietoja ole vielä saatavilla. Matkailustrategiatyön taustahaastatteluissa alan toimijat toivat vahvasti esille huolensa matkailuelinkeinon arvostuksen ja kehitysresurssien suhteen. Matkailualan toimijat toivoivat, että matkailun merkitys yhtenä tärkeänä elinkeinona tunnustettaisiin Pohjois-Pohjanmaan maakunnassa entistä vahvemmin myös päättäjien toimesta. Matkailun osuus maakunnan BKT:stä (kuva 2.) on vielä verrattain pieni, mutta alueen merkittävän kehityspotentiaalain ja suunnitteilla ja jo käynnissä olevien hankkeiden ja matkailutrendien valossa kasvumahdollisuudet ovat merkittävät. Lukuja tarkasteltaessa on tärkeitä huomioida myös se, että rekisteröidyissä yöpymisissä eivät näy mökkiyöpymiset, jotka ovat tärkeä osa maakunnan matkailua tuoden merkittävän osan matkailun volyyymista, ja sillä on merkittävät vaikutukset myös muille toimialoille. Työ- ja elinkeinoministeriön mukaan 1 matkailuun käytetty euro tuottaa 0,61 euroa muille toimialoille, ja näin ollen voidaan todeta, että matkailulla on hyvät mahdollisuudet kasvaa entistä merkittävämmäksi elinkeinoksi Pohjois-Pohjanmaalla.



Kuva 2. Matkailukysyntä Pohjois-Pohjanmaalla

Matkailun trendit ja tulevaisuuden näkymät

Visit Finlandin julkaisemissa matkailija 2030 –skenaarioissa korostuvat yksilölliset, uniikit kokemukset, vastuullisuus arvovalintoina sekä virtuaalisuus. Myös hyvinvointi ja turvallisuushakuisuus tulevat matkailija 2030-skenaarioissa esille tulevaisuuden kysynnän moottoreina. Digitaalisuus on jo nyt merkittävä osa matkailua, ja Visit Finlandin matkailija 2030-skenaarioiden mukaan tulevaisuuden matkailussa todellinen ja virtuaalinen myös sekoittuvat. Matkailijat toivovat yhtäältä koko ajan parempia digitaalisia palveluja, mutta toisaalta osa matkailijoista kaipaa myös digivapaita matkoja, ja lepoa teknologian parista.

Ilmastonmuutos on megatrendi, jolla on merkittävä vaikutus matkailijoiden tulevaisuuden valintoihin, ja ekologinen vastuullisuus korostuu valinnoissa. Ekologisen näkökulman lisäksi myös sosiaalisen vastuullisuuden merkitys matkailijoille kasvaa. Matkailijat kiinnittävät enenevässä määrin huomiota siihen, miten matkustetaan ja miten kunnioitetaan paikallista väestöä ja luontoa, ettei oma matka jätä alueelle negatiivista jälkeä.

Matkailijat hakevat elämyksellisyyttä ja aitoja kokemuksia, ja matkailukohteita halutaan yhä enemmän nähdä ja kokea paikallisten tavoin. Myös yksilöllisyys korostuu, ja matkoja halutaan räätälöidä omien mielenkiinnon kohteiden mukaan. Valintoja tehdään entistä enemmän myös harrastusten perusteella. Yhden perheenjäsenen harrastus voi tuoda matkailukohteeseen useampia henkilöitä, jotka kaikki majoittuvat kohteessa ja käyttävät alueen palveluja. Hyvinvointi- ja terveysturmatkailun kysyntä lisääntyy muun muassa väestön ikääntymisen myötä, ja luonto ja ruoka nähdään tulevaisuudessa entistä enemmän terveyden edistäjinä. Kiinnostus luontomatkailemaan kohtaan on ollut pitkään kasvava trendi, joka on vahvistunut entisestään koronapandemian myötä.

Turvallisuuden - koronapandemian myötä erityisesti terveysturvallisuuden merkitys matkailijoille korostuu. Matkailijat haluavat liikkua pienissä ryhmissä, esimerkiksi oman perheen tai ystäväporukan kesken väljissä olosuhteissa. Ifin loppuvuodesta 2020 teettämän kyselytutkimuksen mukaan vain kolmannes suomalaisista arvelee matkustavansa samaan tapaan kuin ennen koronaa sitten, kun pandemia hellittää. Lähes yhtä moni arvioi matkustavansa ainakin aluksi pääasiassa kotimaassa. Työ- ja elinkeinoministeriön helmikuussa 2021 julkaiseman kotimaanmatkailua koskevan tutkimuksen mukaan turvallisuus on merkittävin syy kotimaanmatkan valitsemiselle ulkomaanmatkan sijaan. Toinen tutkimuksessa lähes yhtä merkittäväksi havaittu motiivi on kotimaanmatkan helppous, ja näiden lisäksi myös vastuullisuuteen liittyvät syyt ovat merkittäviä kotimaanmatkustuksen motiiveja. Samassa tutkimuksessa todetaan, että erityisesti kaupunkikohteet, kansallispuistot ja ulkoilualueet sekä rantakohteet ja saaristo tulevat olemaan suosittuja kotimaan matkailukohteita vuonna 2021.

Koronapandemian vaikutukset ovat mittavat, ja näiden vaikutusten kesto on pitkäaikainen. Koska pandemian päättymisen ajankohtaa on mahdotonta sanoa, on myös sen pitkäaikaisvaikutusten arvioiminen haastavaa. Tulevaisuuteen kohdistuu monia kysymyksiä: Miten globaali talous selviää koronapandemiasta? Millaista kansainvälinen matkailu tulee olemaan koronapandemian jälkeen, ja palaako se entiselleen? Millainen lentoliikenteen tulevaisuus on? Miten matkailuyritykset selviytyvät koronapandemian vaikutuksista? Mitkä matkailualan yritykset ovat vielä olemassa, kun koronapandemia päättyy? Näihin kysymyksiin ei ole valmiita vastauksia, ja on selvää, että matkailuala tarvitsee tukea tästä kriisistä toipumiseen. Pohjois-Pohjanmaan matkailun vetovoimatekijät kohtaavat vahvasti matkailun trendien kanssa. Vuoden 2020 kotimaan markkinaosuuden kasvu antaa toiveita siitä, että maakunnan kotimaanmatkailussa on vahvaa kasvupotentiaalia, joka osaltaan auttaa koronapandemiasta selviytymisessä.

Pohjois-Pohjanmaa matkailualueena

Pohjois-Pohjanmaa on poikkeuksellisen monipuolinen matkailualue, jota kuvataan jopa mini-Suomeksi. Maakunta halkaisee koko Suomen kulkien länsirannikolta Ruotsin rajalta koillisen tuntureille, Venäjän rajalle. Alueelta löytyy ainutlaatuisia luontokohteita rannikon hiekkadyneistä metsäiseen järviolueeseen ja tuntureiden laskettelukeskuksiin sekä luontoreitistöihin. Lisäksi alueelta löytyvät suuren kaupungin palvelut sisältäen vahvan kulttuuritarjonnan, kansainvälisen koulutusmatkailun osaamisen ja menestyvät yritykset, jotka tuovat alueelle liikematkustajia. Erilaiset, vahvan identiteetin omaavat matkailualueet sijaitsevat lyhyellä etäisyydellä toisistaan ja kaikkialla etäisyys luontoon on lyhyt.

Maakunnan viisi matkailun kärkikohdetta ovat Ruka-Kuusamo, Syöte, Oulu, Rokua Geopark ja Kalajoki. Kuusamossa sijaitseva Ruka on yksi Suomen tunnetuimmista hiihtokeskuksista. Hiihtokeskuksen ja sen ympärille rakentuvan talven palvelutarjonnan lisäksi Ruka-Kuusamo on kehittänyt vahvasti ympärivuotista luontomatkailemaa. Kuusamon kaupungissa ja Sallan kunnassa sijaitsee Oulangan kansallispuisto, joka on yksi Suomen tunnetuimmista kansallispuistoista. Kuusamon suurpetokeskuksessa pääsee tutustumaan Suomessa eläviin suurpetoihin, ja keskuksen tunnetuimmat asukkaat lienevät Vyöti- ja Juuso-karhut. Maakunnan toinen tunturikohde on Suomen

eteläisimpänä tunturialueena tunnettu Pudasjärvellä sijaitseva Syöte. Iso-Syötteeltä löytyvät monipuoliset hiihtokeskuspalvelut, ja Syöteen kansallispuistosta satoja kilometrejä retkeilyreittejä kaikkina vuodenaikoina. Pikku-Syöte on yksi Suomen yhdeksästä opetus- ja kulttuuriministeriön hyväksymästä nuorisokeskuksesta, joka tarjoaa mahdollisuudet monipuoliseen toimintaan mm. perheille ja nuorisoryhmille.

Teknologiakaupunkinakin tunnettu Oulu on asukasluvultaan Suomen viidenneksi suurin kaupunki. Oulun seutu on koulutusmatkailun kehittämisen edelläkävijä, ja Attractive Oulu Region-hankkeiden aikana on tehty onnistunutta koulutusmatkailun kehitystyötä esimerkiksi Limingan ja Rokua Geoparkin kanssa. Oulussa järjestetään myös vuosittain useita suuria musiikkifestivaaleja ja muita tapahtumia, jotka tuovat matkailijoita alueelle. Oulun vapaa-ajan matkailun kehittämisen kärkikohde on Nallikari. Uuden asemakaavan myötä alueelle on mahdollista rakentaa huvipuisto, erilaisia muita matkailu-, elämys- ja liikuntapalveluja sekä majoitus- ja ravintolapalveluja.

Oulujokilaakson, Rokuan ja Oulujärven muodostama Rokua Geopark on UNESCO:n Global Geopark -ohjelman kohde, jossa on mahdollisuus nähdä ja kokea ainutlaatuista jääkauden muovaamaa luontoa. Luontomatkailun lisäksi alueella on panostettu voimakkaasti koulutusmatkailuun ja sen kehittämiseen. Kalajoki puolestaan tunnetaan erityisesti kesäajan matkailukohteena, jonka merellinen luonto ja ainutlaatuiset hiekkasärkät houkuttelevat matkailijoita. Kalajoki panostaa vahvasti ympärivuotisen matkailun kehittämiseen sekä tapahtumiin, joita järjestetään vuosittain yli 500.

Edellä mainittujen kärkikohteiden lisäksi alueella on useita pienempiä ja myös vahvasti nousevia matkailukohteita. Esimerkiksi Raaha on kehittänyt alueensa matkailua hyödyntäen alueen luontaisia vahvuuksia kuten meren, saariston ja jokivarsien luontoa. Lisäksi Wanha Raaha on yksi parhaiten säilyneitä 1800-luvun puukaupunkeja maassamme. Koillismaalla sijaitsevan Taivalkosken vetovoima perustuu myös hyvin vahvasti luontoon ja sen ympärille rakennettuihin matkailutuotteisiin ja palveluihin. Lisäksi Taivalkoski tunnetaan kirjailija Kalle Päätalon synnyinseutuna, ja Taivalkosken Jokijärvellä sijaitseva Päätalon lapsuudenkoti Kallioniemi toimii nykyisin museona.

Hailuodon saaristokunta on tunnettu ainutlaatuisesta luonnostaan, ja esimerkiksi hiekkarannat sekä retkeilyreitit ja niiden varsilla sijaitsevat lintutornit houkuttavat matkailijoita, ja erityisesti lintuharrastajia saarelle. Lisäksi Hailuoto tunnetaan käsityökulttuuristaan, josta esimerkkinä perinneneule tikkuröijy, joka on syntynyt 1800-luvun alussa, ja noussut käsityöharrastuksen kasvun myötä vahvasti esille. Euroopan ilmastoystävällisimpänä kuntana tunnettu li on myös kehittänyt koulutus- ja luontomatkailua, ja kunnasta löytyy kansainvälistä ammattitaidetta kehittävä ja tuottava Taidekeskus KulttuuriKauppila.

Kempeleelle matkailulla on kasvava merkitys alueelle rakennettavan Zeniitin matkailualueen myötä. Zeniitin alueen keskiössä on entisen louhoksen paikalle rakennettava 10 hehtaarin kalliojärvi, jonka ympärille on suunniteltu monipuolisesti majoitus- ja matkailutoimintoja. Alueen ensimmäisten rakennusten odotetaan valmistuvan vuonna 2024. Liminganlahti on kansainvälisesti tunnettu ja arvokas lintuvesi sekä tärkeä muuttolintujen levähdysalue, joka tuo matkailijoita Liminkaan. Luontomatkailun lisäksi Liminka on panostanut myös vahvasti koulutusmatkailuun. Lisäksi Limingassa on käynnissä merkittävä hanke, jonka puitteissa vuonna 2025 kuntaan valmistuu Ruutikankaan ampumaurheilukeskus. Ruutikangas on valmistuessaan Pohjoismaiden ensimmäinen kansainvälisen tason ampumaurheilukeskus, jossa voidaan järjestää MM-tasoiset kilpailut kaikissa ampumalajeissa.

Maakunnassa on useita muitakin matkailun näkökulmasta kiinnostavia paikkakuntia. Monet kunnat hyötyvät matkailusta monipaikkaisuuden näkökulmasta, jotkut kunnat jopa moninkertaistavat väkilukunsa kesäaikana mökkiläisten asuttaessa aluetta. Osa Pohjois-Pohjanmaan matkailukohteista toimii etenkin kotimaan matkailijoiden välitappena Lappiin, ja näissä tapauksissa viipymät ovat usein lyhyitä. Tämä haastaa matkailualan toimijoita kehittämään tuotteita ja palveluja niin, että matkailijat saataisiin pysähtymään alueelle pidemmäksi aikaa. Matkailutarjonnan monimuotoisuus luo maakuntaan monenlaisia mahdollisuuksia esimerkiksi kiertomatkailutuotteiden kehittämiseksi. Lisäksi tarjonnan monipuolisuus mahdollistaa sen, että matkailijat tulevat maakuntaan monesta eri syystä, ja tätä kautta maakunta on matkailukokonaisuutena vahva. Alueen hintataso on myös pysynyt kohtuullisena ja monet alueen luontaiset vahvuudet kohtaavat matkailutrendien kanssa tukien alueen kilpailukykyä. Lisäksi etätöntelemisen tekemisen voimakas lisääntyminen ja sen myötä lisääntyvä monipaikkaisuus tuovat maaseutumaisille alueille merkittäviä mahdollisuuksia.

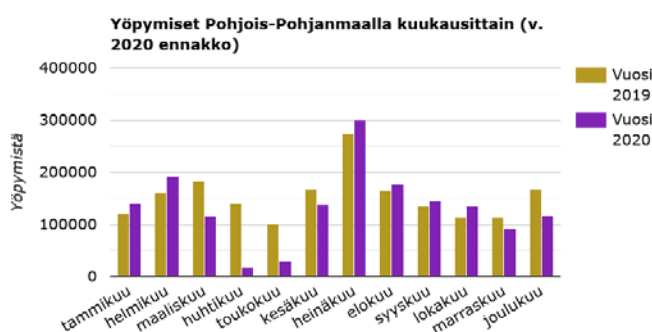
Visio 2023

Suomen voimakkaimmin kasvava matkailumaakunta – aito vahvojen matkailukohteiden Pohjois-Pohjanmaa.

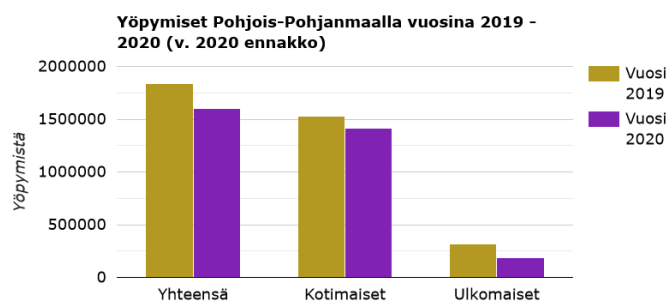
- Olemme Suomessa ympärivuotisen matkailun edelläkävijä.
- Kasvamme kestävästi ja rohkeasti – sekä kotimaassa että kansainvälisesti.

Tavoitteet 2021–2023

Tavoitteiden asetanta tuleville vuosille on koronapandemian vuoksi haastavaa. Matkustusrajoitusten aiheuttama kansainvälisten matkustajien kato on koetellut koko matkailualaa voimakkaasti. Ennakkotietojen mukaan Pohjois-Pohjanmaan majoitusliikkeissä yövyttiin yhteensä 1,6 miljoonaa kertaa vuonna 2020 (kuva 3.). Yöpymisiä kertyi 13 prosenttia vähemmän kuin edellisenä vuonna. Kotimaisten matkailijoiden yöpymisiä kirjattiin 1,4 miljoonaa yöpymisvuorokautta ja ulkomaisten hieman alle 187 tuhatta vuorokautta (kuva 4.). Kotimaisten matkailijoiden yöpymiset vähenivät 7,3 prosenttia ja ulkomaisten matkailijoiden yöpymiset vähenivät 40,8 prosenttia. Lukuja tarkasteltaessa on hyvä huomioida, että mökkimajoitukset eivät ole mukana rekisteröidyissä yöpymisissä. Näin ollen todellinen matkailijamäärä maakunnassa on tilastoissa esitettyä suurempi.

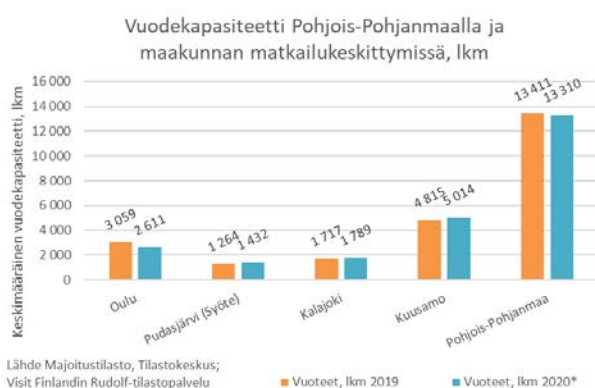


Kuva 3. Rekisteröidyt yöpymiset Pohjois-Pohjanmaalla vuosina 2019-2020 (v.2020 ennako)

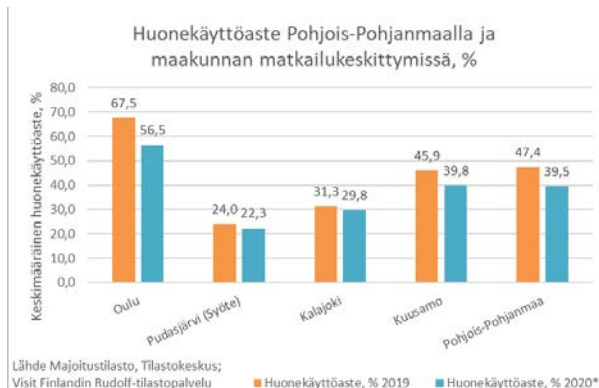


Kuva 4. Yöpymiset Pohjois-Pohjanmaalla vuosina 2019-2020 (v.2020 ennako)

Ennakkotietojen mukaan Pohjois-Pohjanmaan matkailukeskittymien vuodekapasiteetti oli vuonna 2020 yhteensä 13 310 vuodetta (kuva 5.). Vuoteiden lukumäärä on vähentynyt 0,75 % vuodesta 2019. Huonekäyttöaste on vuonna 2019 ollut 47,4 %, ja vuonna 2020 ennakkotietojen mukaan 39,5 % (kuva 6.). Huonekäyttöasteessa on tapahtunut 7,9 prosenttiyksikön lasku vuodesta 2019 vuoteen 2020.



Kuva 5. Vuodekapasiteetti Pohjois-Pohjanmaalla vuosina 2019-2020 ennakkotieto) (v.2020 ennakkotieto)



Kuva 6. Huonekäyttöaste Pohjois-Pohjanmaalla vuosina 2019-2020 (v.2020 ennakkotieto)

Pohjois-Pohjanmaan matkailulle on laadittu sanalliset tavoitteet, ja niiden seuranta varten on valittu mittarit, joiden avulla tavoitteiden toteutumista seurataan. Koronapandemian aikana saavutettu markkinaosuuden kasvu näyttää suuntaa tulevalle kehitykselle. Strategiakauden alussa tavoitellaan edelleen kotimaan matkailun kasvua, joka auttaa matkailua toipumaan koronapandemiaa edeltävälle tasolle. Strategiakauden loppupuolella tavoitteena on, että myös kansainvälinen matkailu lähtee kasvuun.

Pohjois-Pohjanmaan matkailun tavoitteet 2021-2023

1. Pohjois-Pohjanmaata kehitetään ympärivuotisesti maan vetovoimaisimmaksi matkailumaakunnaksi, jonka matkailukohteet ovat tunnetuimpia ja parhaiten saavutettavia sekä kotimaisille että kansainvälisille matkailijoille.
2. Maakunnan monipuoliset vetovoimatekijät on tuotteistettu sekä kotimaisia että kansainvälisiä matkailijoita puhutteleviksi elämyksellisiksi tuotteiksi, jotka ovat kilpailukykyisiä, kestäviä ja kannattavia.
3. Matkailu on Pohjois-Pohjanmaalla tärkeä, kasvava ja kannattava elinkeino sekä vetovoimainen työllistäjä.
4. Kestävän matkailun polku on käynnistetty kaikilla maakunnan matkailualueilla.

Tavoitemittarit

Tavoitemittari	Toteuma 2019	Toteuma 2020	Tavoite 2023
Rekisteröidyt yöpymiset	1 841 463	1 601 596	2 miljoonaa
Kansainvälinen osuus	17 %	11,6 %	22 %
Kotimaan markkinaosuus	8 %	11,2 %	11 %
Kapasiteetti vuodepaikat	13 411	13 310	14 500
Huonekäyttöaste	47,4 %	39,5 %	50 %
Matkailuklusteri, indeksi liikevaihto henkilöstö			
Lentomatkustajien määrä			
Oulu	1 057 355	312 892	1,3 miljoonaa
Kuusamo	113993	70 943	130 000–140 000

HUOM: Suhdanneluvut puuttuvat vielä, koska vuoden 2020 luvut ovat saatavilla vasta maaliskuun 2021 loppuun mennessä.

Taulukossa olevien mittareiden lisäksi seurataan Sustainable Travel Finland-ohjelman käynnistämistä maakunnan matkailualueilla

Strategiset kehittämisen painopisteet ja läpileikkaavat teemat

Tavoitteiden saavuttamisen varmistavia strategisen kehittämisen painopisteitä ovat kilpailukyky, vastuullisuus ja saavutettavuus, ja strategian läpileikkaavia teemoja ovat yhteistyö ja digitaalisuus.

Kilpailukyky

Kilpailukyvyyn voimakas nostaminen on välttämätöntä maakunnan matkailun elpymisen ja tulevan kasvu-uran varmistamisessa. Keskiössä on asiakas, ja asiakaskokemuksen tuominen liiketoiminnan ytimeen rakentamaan aitoa kilpailuetua. Syksyllä 2020 julkaistun Pk-toimialabarometrin mukaan matkailun ja majoituksen alan yrityksissä suurimmaksi kehittämistarpeeksi koetaan koko maan tavoin markkinointi ja myynti, ja näiden asiakaslähtöinen kehittäminen on myös Pohjois-Pohjanmaan matkailuelinkeinolle keskeistä.

Kilpailukyvyyn nostamiseen uudelle tasolle tarvitaan vahvaa asiakkaan tarpeisiin reagointia, mutta myös radikaalia innovatiivisuutta tuotekehityksessä. Näin voidaan tarjota jotain aidosti uutta ja kiinnostavaa ja tunnistetaan asiakkaan tarpeita myös silloin kun asiakas ei itse osaa sitä tehdä. Asiakkaan emotionaalisten tarpeiden tunnistaminen on myös keskeistä, sillä tunteen merkitys osana asiakaskokemusta on keskeinen. Digitaalisuus on tullut osaksi matkailua, ja se on keino tarjota asiakkaille tehokas ja helppo tapa asioida. Jotta asioiminen on aidosti

helppoa, on asiakaspolun (tiedonsaanti, ostettavuus, kohteeseen matkustaminen, kohteessa oleskelu ja kotimatka) oltava kunnossa. Tärkeätä asiakkaille on myös mahdollisuus kokemusten jakamiseen asiakaspolun kaikissa kohdissa. Digitaalisuus mahdollistaa matkailukohteiden entistä vahvemman läsnäolon ja kilpailun kansainvälisillä markkinoilla. Sisältö- ja suosittelumarkkinoinnin merkitys kasvaa, ja asiakastietoa voidaan kerätä uusien teknologioiden avulla ja hyödyntää markkinoinnin kohdentamisessa.

Pohjois-Pohjanmaan matkailu tunnetaan matkailukohteidensa kautta, ja maakunnan matkailualueiden ja -kohteiden vetovoimatekijöitä tulee vahvistaa entisestään. Esimerkiksi pienempien matkailutuotteiden brändääminen kiinnostaviksi ja vetovoimaisiksi kokonaisuuksiksi, vaikkapa kiertomatkailutuotteiksi, luo mahdollisuuksia pidentää matkailijoiden viipymää alueilla. Vetovoimatekijöiden lisäksi keskeistä on tunnistaa ja valita kohderyhmät, heitä puhuttelevat viestit ja oikeat markkinointi- ja myyntikanavat huomioiden sekä kuluttaja- että yrityskohderyhmät. Monipuoliset markkinoinnin keinot on tärkeätä hyödyntää myynnin tukena, ja vahvistaa maakunnan matkailukohteiden näkyvyyttä ja tunnettua voimakkaasti sekä kotimaassa että kansainvälisesti.

Rohkealla kasvuvisiolla on tärkeä rooli kilpailukyvyyn nostamisessa, sillä se toimii kaiken tekemisen kirittäjänä. ”Suurta voi saavuttaa vain tavoittelemalla sitä”, todettiin strategiатыön virtuaalityöpajassa, jossa työstettiin Pohjois-Pohjanmaan matkailun visiota vuoteen 2023. Vahvaa kasvua hakeva visio haastaa matkailuyritykset hiomaan asiakaspolkunsu huippukuntoon. Matkailuyritysten tuotteiden ja palvelujen on oltava helposti löydettävissä sekä kotimaisille, että kansainvälisille matkailijoille, ja niiden ostamisen on oltava helppoa ja nopeaa. Markkinoinnin ja myynnin sekä muun monipuolisen matkailuun liittyvän osaamisen kasvattaminen ja riittävän työvoiman varmistaminen ovat keskeisiä kilpailukyvyyn kannalta. Osaamista on myös kehitettävä jatkuvasti, jotta muuttuviin tarpeisiin voidaan vastata. Rohkea kasvuvisio saavutetaan sitoutuneiden yrittäjien ja vahvojen osaavien käsiparien työllä, jota on tärkeätä tukea. Lisäksi tarvitaan investointeja, jotka ovat joko yksityisiä, julkisia tai EU-rahoitteisia, sekä infran kehitystä, joka on kestävä kehityksen mukaista ja esteettömyyden huomioiva.

Vastuullisuus

Vastuullisuuteen panostaminen on matkailuyrityksille kilpailuvaltti, joka tulevaisuudessa korostuu entisestään, sillä matkailuyrityksen vastuullisuus on tutkimusten ja trendien mukaan matkailijoille yhä tärkeämpää. Vastuullisuuden on oltava mukana kaikessa tekemisessä sen kolme ulottuvuutta (ekologinen, taloudellinen ja sosiaalinen/kulttuurinen) huomioiden. Lisäksi turvallisuus, koronapandemiasta toipumisen aikana erityisesti terveysturvallisuus on matkailijan näkökulmasta merkittävä valintakriteeri, joka on tärkeätä huomioida matkailua kehitettäessä. Myös vastuullisuudesta ja turvallisuudesta viestiminen on tärkeätä, jotta matkailijat saavat tarvitsemaansa tietoa matkakohdetta valitessaan.

Visit Finlandin koostamat kestävä matkailun kriteerit toimivat hyvänä ohjenuorana kestävien toimintatapojen omaksumisessa. Ekologinen kestävyys pitää sisällään kaikki toiminnan vaikutukset ympäristöön. Siihen kuuluvat esimerkiksi energian ja veden kulutuksen vähentäminen, jätteiden lajittelu ja kierrätys ja ilmastonmuutoksen hillintä. Tämä vaatii myös henkilökunnan kouluttamista ympäristötietoisemmaksi. Sosio-kulttuurinen kestävyys on laaja kokonaisuus, johon kuuluvat muun muassa kulttuuriperinnön suojeleminen ja hyödyntäminen, paikallisyhteisön kunnioittaminen, paikallisen tuotteiden hyödyntäminen, tasavertaisuus ja esteettömyys. Taloudellisen kestävyuden näkökulma varmistaa muun muassa paikallisten työllistämisen, matkailuteollisuuden integroitumisen paikallisyhteisöön, yritystoiminnan pitkäjänteisyyden ja sen, että matkailusta muodostuva tulo jää alueelle paikallisten yhteisöjen ja yksilöiden hyväksi. Erityisesti ekologiseen ja sosio-kulttuuriseen ulottuvuuteen liittyy vahvasti myös viestintä, jonka avulla asiakkaat pyritään saamaan toimimaan vastuullisemmin.

Visit Finland on kehittänyt matkailuyrityksille ja -alueille tarkoitetun Sustainable Travel Finland-ohjelman, joka tarjoaa kestävä matkailun kehittämispolun ja näin ollen selkeän mallin toiminnan vastuullisuuden kehittämiseen. Pohjois-Pohjanmaalta löytyy useita matkailuyrityksiä, jotka ovat saaneet Sustainable Travel Finland-merkin käyttöönsä, ja kestävä matkailun kehittämispolun käynnistäminen kaikilla maakunnan matkailualueilla on tärkeä kehittämiskohde.

Turvallisuuden merkitys matkailijoille on korostunut koronapandemian myötä entisestään. Turvallisuuden kehittäminen ja siitä viestiminen on yksi keskeisistä keinoista lisätä ja ylläpitää matkailukohteiden vetovoimaa matkailijoiden mielikuvissa koronapandemian aikana ja sen jälkeen. Turvaetäisyyksien säilyttäminen on harvaan

asutuilla alueilla luonnostaan helpompaa kuin suurkaupungeissa, joten monet Pohjois-Pohjanmaan matkailukohteet hyötyvät siitä. Kuitenkin esimerkiksi isot tapahtumat ja sesonkien ruuhkahuiput haastavat kehittämään erilaisia turvallisuusratkaisuja, kuten esimerkiksi matkakäytäviä, joilla matkailijoiden turvallisuus voidaan varmistaa.

Saavutettavuus

Pohjois-Pohjanmaa on hyvin saavutettava matkailumaakunta. Hyvä saavutettavuus on selkeä kilpailuetu, jota pitää edelleen vahvistaa ja kehittää. Maakunnassa on kaksi lentokenttää, yksi Oulussa ja toinen Kuusamossa. Koronapandemian jälkeen lentoliikenteen, mukaan lukien charter-lentojen palautuminen sekä suorien kansainvälisten lentoyhteyksien kehittäminen kotimaan yhteyksien varmistamisen ohella on tärkeää, jotta kansainvälinen matkailu elpyy pandemiasta. Ouluun saakka pääsee myös rautateitse ja autolla koko maakunta on hyvien teiden ansiosta hyvin saavutettavissa. Joukkoliikennettä tulee kehittää palvelemaan matkailua, ja erityisesti alueen sisäisiä matkaketjuja. Kansainväliset matkailijat saapuvat lentäen, ja tarvitsevat joukkoliikennettä kohteisiin liikkuaan. Myös kotimaan ja lähialueiden matkailijat ovat kasvavassa määrin kiinnostuneita liikkumaan maateitse ilmastoystävällä. Nopeamman Helsingin ja Oulun välisen raideyhteyden ja toimivien kohteisiin ulottuvien jatkoyhteyksien kehittäminen olisi merkittävä askel sekä ulkoisen että sisäisen saavutettavuuden näkökulmasta. Jotta matkailijat löytävät maakunnan matkailukohteet, on myös digitaalisen saavutettavuuden oltava kunnossa. Digitaalinen asiakaspolku, joka kattaa koko matkailijan polun haaveilusta ostamiseen, kokemuksiin matkakohteessa ja matkan jälkeiseen suositteluun, on keskeinen kehitettävä kokonaisuus sekä kilpailukyvyyn että saavutettavuuden näkökulmasta.

Esteettömyys on merkittävä osa saavutettavuutta ja keskeistä myös vastuullisuuden näkökulmasta. UNWTO:n julkaisussa "Tourism for All - promoting universal accessibility" arvioidaan, että esimerkiksi Euroopan väestöstä 27 % kuuluu esteettömän matkailun piiriin. Tässä luvussa ovat huomioituna liikunta- ja aistirajoitteisten lisäksi seniorimatkailijat sekä perheet, joissa on pieniä lapsia ja jotka kaikki käyttävät esteettömiä palveluja. Matkailijoiden erityistarpeiden huomioiminen ja esteettömät palvelut ja tuottavat matkailuyrityksille kilpailuetua, ja erityisryhmät tulisi ottaa huomioon jo palvelujen suunnitteluvaiheessa. Visit Finlandin "Esteettömyyskriteerit matkailussa"-julkaisusta matkailuyritykset löytävät selkeät ohjeet esteettömien palvelujen suunnitteluun ja kehittämiseen.

Yhteistyö ja digitaalisuus

Strategian läpileikkaavia teemoja ovat yhteistyö ja digitaalisuus. Yhteistyön, osaamisen ja tiedon jakamisella matkailualueet ja alueilla toimivat yritykset voivat saavuttaa merkittävää hyötyä. Digitaalisuus puolestaan koskettaa vahvasti matkailualaa teknologian sulautuessa kaikkeen tekemiseen.

Pohjois-Pohjanmaan matkailuelinkeinon toimijoilla on selkeästi yhteinen tahtotila palvella matkailijoita parhaalla mahdollisella tavalla. Osaamisen ja tiedon jakaminen voivat tuoda uusia näkökulmia tekemisen tueksi, ja on tärkeitä saada yhteistyöhön mukaan erilaisia ja eri kokoisia yrityksiä. Yhteistyön ulottamisella muiden toimialojen yrityksiin ja myös maakunnan rajojen yli esimerkiksi Lappiin, voidaan saavuttaa aivan uudenlaista synergiaa ja innovaatioita. Yhteistyö ei ole itseisarvo, mutta sen kautta on mahdollista löytää kilpailukykyä edistäviä toimintamalleja, jotka tuottavat koko matkailuelinkeinolle aitoa hyötyä.

Marraskuussa 2020 julkaistun Pk-toimialabarometrin mukaan matkailu ja majoitus- toimialan yritykset ovat merkittävästi aktiivisempia sosiaalisen median hyödyntäjiä ja he käyttävät verkkokauppaa keskimääräistä useammin. Lisäksi matkailu ja majoitusala edustavassa vastaajaryhmässä digitalisoitumisen mahdollisuudet nähdään Pk-toimialabarometrin mukaan merkityksellisempinä kuin muissa vastaajaryhmissä. Pohjois-Pohjanmaan matkailutoimijat ovat ottaneet merkittäviä askeleita palvelujen digitalisoinnin osalta, ja digitaalisuutta on kehitetty hankkeiden ja alan toimijoiden koulutusten kautta. Digitaalisuuden tarjoamat mahdollisuudet on tärkeitä hyödyntää ja kehittää digitaalisuuden mahdollistamia myös uusia liiketoimintamalleja esimerkiksi virtuaalimatkailuun liittyen. Digitaalisen kehityksen vauhdissa pysyminen vaatii jatkuvaa työtä ja vahvaa osaamista, ja on tärkeitä varmistaa, että parhaat digiosaajat ovat matkailuelinkeinon käytössä. Myös tässä yhteistyöllä ja osaamisen jakamisella voidaan löytää hyviä ja toimivia ratkaisuja.

Matkailun osa-alueet ja niiden kehittäminen

Pohjois-Pohjanmaan aidot, luontaiset vahvuudet kohtaavat vahvasti matkailun trendien kanssa. Puhdas ja monipuolinen, pohjoinen luonto on lähellä kaikkialla maakunnassa. Väljyys, hiljaisuus ja puhtaus luovat hyvät mahdollisuudet puhutella sekä kotimaisia että kansainvälisiä matkailijoita, ja lisäävät alueen kilpailukykyä. Myös ilmaston viileys ja sen antamat mahdollisuudet esimerkiksi liikunta-aktiviteeteille tuovat kilpailuetua maakunnan matkailualueille. Väljyys tuo myös merkittävän näkökulman turvallisuuteen liittyen, pitäen sisällään koronapandemian jälkeen erityisen ajankohtaisen terveysturvallisuuden näkökulman. Luontomatkailu on kasvanut maakunnassa voimakkaasti, ja tulevan kasvun mahdollistamiseksi esimerkiksi kansallispuistojen ja luontoreitistöjen sekä niiden saavutettavuuden kehittäminen ja ylläpitäminen on luontomatkailun kannalta keskeistä.

Paikalliset ihmiset, kulttuuri, tarinat ja paikallinen tapa elää kiinnostavat matkailijoita tulevaisuudessa entistäkin enemmän. Pohjois-Pohjanmaan monipuolinen kulttuuriperintö kiinnostavine tarinoineen tuo alueen matkailulle monia mahdollisuuksia. Matkailuyritysten paikallisen kulttuurin, luonnon sekä historian tuntemus ja kyky luoda näistä kiinnostavia tarinoita sekä rakentaa tuotteita ja palveluja niiden ympärille tuottaa vahvaa kilpailuetua, ja tätä on tärkeitä kehittää edelleen. Oulun ja koko maakunnan hakuprosessi Euroopan kulttuuripääkaupungiksi vuonna 2026 on tätä strategiaa tehdessä käynnissä. Kulttuuripääkaupunkihankkeen toimesta alueella kehitetään erilaisia kulttuurin sisältöjä. Kulttuuripääkaupunki 2026 avaa toteutuessaan monia mahdollisuuksia matkailuyrityksille, ja myös haastaa kulttuuri- ja matkailualojen toimijat yhteistyöhön.

Erilaiset tapahtumat ovat maakunnan matkailualueille tärkeä vetovoimatekijä, jota on tärkeitä kehittää edelleen. Koronapandemian vuoksi tapahtumia on jouduttu perumaan, ja jatkossa tapahtumien turvallisuus tulee olemaan entistä tärkeämmässä roolissa, ja haastaa tapahtumajärjestäjiä löytämään parhaat keinot turvallisten ja vetovoimaisien tapahtumien järjestämiseen. Myös uudentyyppisten tapahtumien ja esimerkiksi kongressien saaminen alueelle voi tuoda uusia mahdollisuuksia houkutella asiantuntijavierailijoita. Myös kokousmatkailu on kärsinyt kovan kolauksen koronapandemian myötä, ja erityisesti strategiakauden alussa senkin suhteen haetaan ”uutta normaalia”, joten uusia toimivia ratkaisuja on varmasti tarpeen kehittää ja toimivia hybridimalleja kokouksille on toki jo käytössäkin. Ihmisten tarve kohdata toisiaan ei varmastikaan tule katoamaan, vaan fyysisille kohtaamisille on jatkossakin tarvetta. Tämän strategiakauden 2021–2023 jälkeen toteutuva, mutta matkailun kannalta jo kuluvalle strategiakaudella huomioitava tapahtuma on vuonna 2025 Oulun Hartaanselälle sijoittuvat asuntomessut, joka varmasti houkuttelee matkailijoita Ouluun ja lähialueille, ja avaa mahdollisuuksia matkailulle.

Eryityisesti Oulun seudulle koulutusmatkailu on tärkeä matkailun osa-alue. Oulun seutu on koulutusmatkailun osalta Suomen edelläkävijä. Koulutus- ja asiantuntijavierailut ovat tauonneet koronapandemian seurauksena, joten on tärkeitä varmistaa, että tehty työ hyödynnetään ja vierailut pääsevät jatkumaan ja koulutusmatkailun kehitystyö maakunnassa jatkuu edelleen.

Lähialuematkailu on lisääntynyt koronapandemian myötä voimakkaasti. Lähialuematkailun lisäksi myös omalla paikkakunnalla lomailu ”staycation” on kasvava ja uusia mahdollisuuksia avaava trendi, joka haastaa matkailutoimijoita kehittämään palveluja ja niiden markkinointia niin, että myös oman alueen ihmiset hyödyntävät niitä entistä enemmän. Kotimaisten lähialuematkailijoiden lisäksi kansainvälisten lähialueiden potentiaali on tärkeitä huomioida ja hyödyntää erityisesti strategiakauden alussa.

Kajaanin ammattikorkeakoulun hallinnoiman ja yhteistyökumppaneiden kanssa toteutetun Vapaa-ajanasumisesta liiketoimintaa -hankkeen (VALTO-hanke) joulukuussa 2020 julkaistun raportin mukaan monipaikkaisuus lisääntyy yhteiskunnassa. ”Maaseudulla se näkyy kausiväestön määrän kasvamisena ja toiminallisuuden monipuolistumisena: vapaa-ajanasuminen ja erityisesti kaupunkilaisten etätyöt lisääntyvät. Digitaalisten palveluiden lisääntyminen ja työn irtaantuminen fyysisestä sijainnista luovat pohjaa uudelle mökkeilylle ja mahdollistavat työnteon myös mökiltä”, todetaan raportissa. Entistä useamman työn tekeminen on paikkariippumatonta, ja työ ja lomailu voidaan myös yhdistää entistä helpommin, jos etätyön tekeminen onnistuu lomakohteessa. Monipaikkaisuus ja etätyön voimakas kasvu tarjoavat matkailulle merkittäviä mahdollisuuksia.

Ruoka on merkittävä osa matkailukokemusta ”Kaikki matkailijat eivät vieraile museossa, eivät osallistu lumikenkäsafarille tai eivät esimerkiksi lähde kiertoajelulle – mutta jokainen matkailija syö”, todetaan Suomen ruokamatkailustrategiassa. Myös ruokailussa elämyksellisyys ja tarinat kiinnostavat matkailijoita, ja esimerkiksi luonnossa tapahtuva ruokailu voi olla matkailijalle reissun kohokohta. Pohjois-Pohjanmaalla on rikas ruokakulttuuri, joka koostuu monipuolisista luonnon antimista, rannikon merellisestä tarjonnasta itäisen Koillismaan Venäjältäkin vaikutteita saaneeseen tarjontaan. Ruuankin suhteen asiakkaiden tarpeiden ymmärtäminen ja huomioiminen on todella tärkeitä. Erityisesti isoissa matkailukeskuksissa tarjonnan on oltava riittävän monipuolista, jotta monenlaisten matkailijoiden tarpeisiin voidaan vastata. Lisäksi kansainvälisten matkailijoiden ruokatottumukset on tärkeitä tuntea ja huomioida. Esimerkiksi villi- ja lähiruoka tuovat monia mahdollisuuksia. Matkailun ja elintarviketuotannon välinen yhteistyö on niiden tuotteistamisessa keskeistä, jotta parhaat paikalliset, aidot maut ja innovaatiot voidaan kaupallistaa myytäviksi tuotteiksi.

Digitaalisuuden merkitys matkailulle on koronapandemian aikana korostunut, kun matkoista on haaveiltu kotisohvalta käsin. Virtuaalinen ja todellinen myös sekoittuvat matkailun tulevaisuuden trendeissä. Niinpä esimerkiksi virtuaalimatkailun mahdollisuudet on tärkeitä tunnistaa ja hyödyntää. Toisaalta tulevaisuuden trendeissä tunnustetaan myös tarve ”digivapaisiin” matkoihin, ja myös tämä on tärkeitä huomioida tuote- ja palvelutarjonnassa.

Maakunnassa on tehty hienoa matkailun kehitystyötä edellisen strategiakauden aikana. Aiempaa kehitystyötä on hyvä soveltaa ja hyödyntää mahdollisuuksien mukaan, ja on tärkeitä tuoda rohkeasti myös uusia näkemyksiä ja avauksia esiin. Tärkeä uutta potentiaalia avaava teema on merellisyys ja siihen liittyvä matkailu. Yhdessä koko Perämerenkaaren rajat ylittävän yhteistyön kanssa merellisyys ja sen ympärille rakentuva matkailu avaa merkittäviä uusia kasvumahdollisuuksia maakunnan matkailulle. Toinen tunnistettu uusi teema on lisääntyvä kiinnostus terveyttä ja hyvinvointia kohtaan. Sen myötä hyvinvointi- ja terveysturmatkailu voi osoittautua merkittäväksi uudeksi avaukseksi matkailulle. Asiakkaat ovat tunnetusti varovaisia esittäessään ajatuksiaan uusista tuotteista, niinpä matkailualan toimijoiden on oltava itse rohkeita, jopa radikaaleja tuotteita ja palveluja kehitettäessä. Uudella tavalla paketoitujen matkailuelämysten tai uusien teemojen tuotteistaminen voi synnyttää kokonaan uutta matkailua alueelle.

Matkailun kehittämissuunnitelma vuoteen 2027 saakka

Matkailuelinkeinon strategia on laadittu vuosille 2021–2023. Kolmivuotisen strategiakauden perusteena on matkailuelinkeinon haavoittuvuus koronapandemian aiheuttamassa tilanteessa. Matkailu on murrosvaiheessa, ja erityisesti terveysturvallisuus ja sen asettamat vaatimukset koskettavat alaa voimakkaasti. Lisäksi digitalisaatio ja muut megatrendit vaikuttavat matkailuelinkeinoon tuoden paitsi haasteita, myös uusia mahdollisuuksia.

Strategian visiota ja painopisteitä työstettiin matkailualan toimijoille järjestetyssä työpajassa, jossa tunnistettiin selkeä yhteinen näkemys maakunnan matkailun vahvasta kasvupotentiaalista ja pidemmän aikavälin tavoitteesta nostaa Pohjois-Pohjanmaa johtavaksi matkailumaakunnaksi Suomessa. Visio vuoteen 2023: ”Suomen voimakkaimmin kasvava matkailumaakunta – aito vahvojen matkailukohteiden Pohjois-Pohjanmaa” viestii siitä, että tulevien kolmen vuoden aikana Pohjois-Pohjanmaa on jo matkalla Suomen johtavaksi matkailumaakunnaksi.

Laadittu strategia ulottuu vuoteen 2023, mutta strategiaan kirjattu visio ja strategiset kehittämisen painopisteet ohjaavat kehittämisen suuntaa EU:n ohjelmakauden loppuun, vuoteen 2027 saakka. Strategiaa tarkastellaan ja päivitetään tarvittaessa yhteistyössä matkailun kehittämistoimikunnan ja alueen toimijoiden kanssa ennen vuotta 2023.

Arvot

Vastuullisuus

Matkailutoiminta Pohjois-Pohjanmaalla on taloudellisesti, sosiaalisesti ja ekologisesti vastuullista ja kestävän kehityksen kriteerien mukaista.

Matkailijoiden turvallisuudesta huolehtiminen on alueen matkailutoimijoille kunnia-asia.

Luonnon kunnioittaminen

Pohjois-Pohjanmaan monipuolinen pohjoinen luonto tarjoaa ainutlaatuiset puitteet matkailuelämyksien tuottamiseen. Matkailuelinkeinon toimijat kantavat vastuun siitä, että matkailutoiminta tapahtuu kestävästi ja luontoa kunnioittaen.

Matkailualan ammattilaiset opastavat alueelle tulevat matkailijat liikkumaan ja lomailemaan luonnossa kestäväällä tavalla, turvallisesti ja luontoa kunnioittaen.

Aitous

Matkailuelinkeinon menestys Pohjois-Pohjanmaalla pohjautuu alueen omiin aitoihin vahvuuksiin.

Matkailutuotteiden ja -palvelujen laadun takeena on alueelle luontainen vieraanvaraisuus ja halu palvella asiakasta.

Yhdessä tekeminen

Yhdessä tekemällä Pohjois-Pohjanmaan matkailuelinkeino kasvaa ja menestyy.

Yhteistyön tavoite on tuottaa alueen matkailuyrityksille aitoa hyötyä ja kilpailuetua.

Materiaalia:

Visit Finland www.visitfinland.com

Business Finland, Kestävän matkailun periaatteet: <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/vastuullisuus/kestavan-matkailun-periaatteet>

Työ- ja elinkeinoministeriö <https://tem.fi/matkailu>

Työ- ja elinkeinoministeriö <https://tem.fi/matkailu-lukuina>

Työ- ja elinkeinoministeriö, Suomen matkailukysynnän kehitysarviot: <https://tem.fi/documents/1410877/16402203/Koronapandemian+vaikutus+matkailukysynn%C3%A4n+kehitykseen+2020+09+09.pdf/dcb5c863-6865-8a5f-f45e-ff2f18a05327?t=1599634405517>

Työ- ja elinkeinoministeriö, Pk-toimialabarometri: Matkailu ja majoitus, syksy 2020: https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/162533/TEM_syksy_2020_Matkailu%20ja%20majoitus_03112020_LK.pdf

Työ- ja elinkeinoministeriö, Alueellinen matkailutilinpito : Matkailun alueelliset talous- ja työllisyysvaikutukset 2017–2018: <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/162530>

Työ- ja elinkeinoministeriö, Kotimaanmatkailun nykytila ja potentiaali –selvitys kohderyhmistä ja kehittämistoimista: https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/162882/TEM_2021_14.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Suomen matkailustrategia vuosille 2019-2028: <https://tem.fi/documents/1410877/2735818/Suomen+matkailustrategia+2019-2028.pdf/8954accc-f137-58b9-bd67-e07e01e8d10c/Suomen+matkailustrategia+2019-2028.pdf?t=1575466943000>

Pohjois-Pohjanmaan matkailuelinkeinon kehittämisstrategia 2020: <https://pohjois-pohjanmaa.fi/wp-content/uploads/2020/09/A57.pdf>

Pohjois-Pohjanmaan liitto: <https://www.pohjois-pohjanmaa.fi/kehittaminen/ennakointi-ja-tilastotieto/matkailu/>

Kauppila P., Järviluoma J. (Eds.), (2020). Vapaa-ajanasumisesta liiketoimintaa: Kainuun ja Pohjois-Pohjanmaan kärkimatkailukunnat. , In: Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja b. raportteja ja selvityksiä, Kajaanin Ammattikorkeakoulu Oy. : https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/354130/KAMK_julkaisu_B%20Loppuraportti%20final.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Suomen ruokamatkailustrategia 2020-2028: <http://www.hungryforfinland.fi/sites/hungryforfinland.fi/files/Ruokamatkailustrategia-2020-2028.pdf>

Kari Korkiakoski: Asiakaskokemuksen trendit 2021 <https://karikko.wordpress.com/2021/01/11/asiakaskokemuksen-trendit-2021/>

Travelnews.fi: <https://travelnews.fi/fi/trendit/item/311-kysely-tallaisesta-lomamatkasta-suomalaiset-haaveilevat-koronatalven-keskella>

Visit Finland, Matkailija 2030 skenaariot: <https://www.businessfinland.fi/490529/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2021/matkailija-2030--skenaariot.pdf>

World Tourism Organization (UNWTO), World Tourism Day 2016 “Tourism for All - promoting universal accessibility” Good Practices in the Accessible Tourism Supply Chain: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284418138>

Visit Finland, Esteettömyyskriteerit matkailussa: https://www.businessfinland.fi/4aaca2/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/esteettomyyskriteerit_01102018.pdf

Matkailualan toimijoille lokakuussa 2020 tehty kysely

Matkailualan toimijoille joulukuussa 2020 järjestetty työpaja

32 taustahaastattelua matkailualan toimijoille ja kuntien edustajille