



A 1656/näring

Käsittelijä:
Kasvu ja kehitys Pohjolassa -
valiokunta

Dnro 15-00208-7

Kasvu ja kehitys Pohjolassa -valiokunnan mietintö, joka koskee

jäsenehdotusta kasvavasta ja kestävästä matkailusta

Ehdotus

Kasvu ja kehitys Pohjolassa -valiokunta ehdottaa, että

Pohjoismaiden neuvosto suosittaa Pohjoismaiden ministerineuvostolle,

että se käynnistää kartoituksen, jossa pyritään mittamaan matkailualan järjestelmällisemmän pohjoismaisen yhteistyön tuottama lisäarvo ja joka perustuu aiempiin kokemuksiin ja luotettaviin tulevaisuuden ennusteisiin.

että se laatii ehdotuksen pitkän aikavälin kokonaisvaltaiseksi ja yhtenäiseksi matkailualan yhteistyöohjelmaksi Pohjolassa.

että Pohjoismaissa jo käytössä olevien eri kestävyys- ja laatumerkintöjen pohjalta pyritään laatimaan yhteiset merkinnät, joiden avulla yrittäjien ja matkailijoiden on helpompi tehdä perusteltuja päätöksiä matkailupalveluiden kestävydestä/laadusta ja tuotannosta/käytöstä kaikkialla Pohjolassa.

että se varaa kehitysmäärärahoja, joiden avulla voidaan tukea uutta pohjoismaista yhteistyötä markkinoinnissa, vertailtavan tilastotiedon tuottamisessa sekä pohjoismaisten matkailukohteiden infrastruktuurin järjestämisessä ym. Tähän voi sisältyä myös koordinoitua tukia ja pienemmille yrittäjille/matkailukohteille suunnatut tukitoimet, joiden avulla pienemmätkin toimijat saavat näkyvyyttä palveluilleen/matkailukohteilleen kävijämäärän noustessa.

että se tekee yksityisten matkailualan toimijoiden välistä yhteistyötä koskevan yhteistyöaloitteen, jonka tavoitteena on tarjota matkailijoille arvostettuja ja avartavia elämyksiä Pohjolassa, esimerkiksi Pohjola-aiheisten matkailupakettien muodossa.

Kasvu ja kehitys Pohjolassa -valiokunta ehdottaa, että

Pohjoismaiden neuvosto suosittaa Pohjoismaiden hallituksille,

että ne pohjoismaisten neuvottelujen jälkeen muuttavat kansallisten matkailunedistämisorganisaatioiden (Visit-organisaatiot) mandaatteja niin, että ne osana kansallisia toimeksiantojaan nykyistä enemmän yhteensovittavat toimintaansa ja tekevät pohjoismaista yhteistyötä houkutellakseen Pohjolaan lisää matkailijoita. Tämän muutoksen myötä käyttöön otetaan uudet menestystä mittaavat kriteerit, joiden avulla kansallisten matkailunedistämisorganisaatioiden tuloksia voidaan mitata.

Johdanto

Matkailu on nopeasti kasvava ala. Se kasvaa noin 4 prosentin vuosivauhtia, ja alalle syntyy vuosittain uusia työpaikkoja, etenkin nuorille ja uusille maahanmuuttajille. Alalla odotetaan syntyvän kussakin maassa jopa 50 000 uutta työpaikkaa vuoteen 2020 mennessä.

Maailman matkailujärjestön (*World Tourism Organization, UNWTO*) laskelmien mukaan matkailu tulee kasvamaan, ja etenkin kaukomatkojen määrä lisääntyy. Yhä useampi matkailija saapuu Aasian maista, varsinkin Kiinasta. Myös niin kutsuttu snacking-kulttuuri on yhä yleisempää: matkailijat haluavat lyhyen ajan kuluessa kerätä monipuolisesti erilaisia elämyksiä ja saada laadukasta palvelua paikallisesti. Euroopan matkailukomission (*European Travel Commission, ETC*) (2006) mukaan matkailijat valitsevat matkakohteensa yhä useammin ruokatarjonnan ja maan turvallisuuden perusteella. Ruokamatkailu kiinnostaa varsinkin kansainvälisiä matkailijoita. Pohjoismailla on hyvät mahdollisuudet herättää kansainvälisten matkailijoiden kiinnostus markkinoimalla aluetta turvallisena ja monipuolisena matkailukohteena.

Markkinoimalla Pohjolaa myös opintokäyntien kohteena voimme houkutella poliitikkoja ja yrityksiä tutustumaan Pohjoismaiden ainutlaatuihin yhteiskuntaan ja hyvinvointijärjestelmään. Siitä hyötyvät eritoten pohjoismaiset yritykset, jotka voivat sitä kautta luoda yhteistyökontakteja. Pohjoismaiden markkinoinnin ja vetovoimaisuuden lisäämiseksi Pohjoismaiden tulee yhdessä laatia markkina-analyysyjä, joiden avulla pyritään selvittämään missä ja millä tavoin Pohjolaa voidaan parhaiten markkinoida. Yhteisesti toimien Pohjoismaat voivat säästää resursseja ja saada samalla paremman käsityksen siitä, missä asioissa ne voivat saavuttaa pohjoismaista lisäarvoa.

Maailman matkailujärjestön (UNWTO) mukaan Euroopan osuus matkailumarkkinoista tulee laskemaan jatkossa. Samalla Itä-Aasian ja Tyynenmeren alueen markkinaosuus tulee kasvamaan. Arvioiden mukaan Pohjois-Eurooppaan suuntautuva matkailu tulee kasvamaan hitaammin kuin matkailu Etelä-Eurooppaan. Siksi Pohjoismaiden tulee toimia ja kehittää yhteistyötään ja markkinointiaan, jotta Pohjois-Euroopasta tulee houkutteleva matkakohde kansainvälisille matkailijoille. Samalla tulee varmistaa, että matkailun kasvu tapahtuu ympäristöllisesti ja sosiaalisesti kestävällä tavalla.

Pohjoismailla on ainutlaatuinen kansainvälinen asema, kun puhutaan muotoilusta, ruoasta, elokuvasta, arkkitehtuurista, kestävästä kehityksestä ja demokratiasta. Pohjoismaat tekevät vuosittain erilaisia aloitteita ulkomailta elinkeinoelämän intressien ja matkailun edistämiseksi. Jos nämä aloitteet koordinoitaisiin paremmin Pohjoismaiden kesken, niiden avulla voitaisiin luoda enemmän kasvua ja lisäarvoa sekä Pohjolassa että kansainvälisesti.

Pohjoismaat muodostavat jo tällä hetkellä vahvan brändin. Lisäksi on laadittu pohjoismainen brändäysstrategia, joka tullaan toimeenpanemaan ja

Pohjoismaiden neuvosto

A 1656/näring

Käsittelijä:
Kasvu ja kehitys Pohjolassa -
valiokunta

Dnro 15-00208-7

ottamaan käyttöön eri sektoreilla vuonna 2016. Pohjolaa ei ole vielä tähän mennessä markkinoitu järjestelmällisesti yhtenä yhtenäisenä matkailukohteenä, toisin kuin esimerkiksi Karibiaa ja Välimeren aluetta. Pohjoismailla on kuitenkin yksittäisiä ad hoc -toimia yhdessä, joista esimerkkinä BeNordic Milanossa. Pohjoismaiden järjestelmällisemmästä yhteispanostuksesta, Karibian ja Välimeren alueen tavoin, olisi kuitenkin hyötyä kaikille.

Yksittäisistä Pohjoismaista löytää kyllä tietoa maiden matkailusivustoilta, esim. VisitSweden.com ja VisitFinland.com, mutta mailla ei ole yhteistä portaalia, kuten esim. VisitEurope.com. Amerikan markkinoilla on tosin sivusto goscandinavia.com ja Kiinan markkinoilla nordicsurprises.com (pohjoismainen laskeutumissivu, jota on Pohjoismaiden ministerineuvoston tuella kehitetty kolmivuotisenä hankkeena nimellä "New Nordic Tourism in China"). Tällä hetkellä kukin Pohjoismaa panostaa kuitenkin pääasiassa oman maansa markkinointiin, vaikka maat voisivat sen sijaan toimia yhdessä uusien matkailijoiden houkuttelemiseksi Pohjoismaihin, säästää kunkin maan resursseja sekä rakentaa pohjoismaista brändiä.

Pohjoismaihin kohdistuvaa matkailua voitaisiin hyvin rakentaa tiettyjen teemojen ympärille. Ruoan ystäviä voitaisiin houkuttaa Pohjoismaihin (ei vain yhteen yksittäiseen maahan) kokemaan esimerkiksi "The Nordic Food trail", "The Nordic Nature Trail" tai "The Arctic Trail". Teeman ympärille rakentuva matkailu voi monesti olla kaukaa saapuvalla matkailijalle houkuttelevampi vaihtoehto kuin tavallinen Tanskan-matka. Teemamatkailun avulla Pohjoismaista voidaan tehdä myös pohjoismaalaisia ja muista naapurimaista saapuvia matkailijoita houkutteleva alue.

Uusien matkailijoiden houkutteleminen Pohjolaan ei kuitenkaan riitä. Heistä pitää myös huolehtia hyvin vierailun aikana. Tämä edellyttää sitä, että mailla on edellytyksiä ottaa matkailijat vastaan, halua ja kykyä vastata heidän odotuksiinsa sekä tehdä heidän vierailustaan Pohjolassa mahdollisimman sujuva. Voidaan myös olettaa, että tulevaisuudessa matkailijat odottavat ja vaativat entistä suuremmassa määrin matkailukohteiden toiminnalta kestävyyttä.

Tällä hetkellä tiedämme aika vähän siitä, millaisia elämyksiä ja haasteita meidän osaamme Eurooppaa tulevat matkailijat kohtaavat. Miten helposti heidän tarvitsemansa tieto (kielellisesti ja muutoin) on saatavilla? Miten hyvin Pohjoismaiden lippu- tai maksujärjestelmät toimivat keskenään? Millaisiin ongelmiin törmää esimerkiksi venäläismatkailija, joka haluaa matkustaa Pietarista Helsinkiin junalla, jatkaa sieltä laivalla (Ahvenanmaan kautta) Tukholmaan ja edelleen Osloon ja kohti Länsi-Norjan vuonoja? Tuleeko hänellä olemaan kieliongelmiä? Onko hänellä vaikeuksia ymmärtää tai käyttää lippujärjestelmiä? Toimivatko hänen maksukorttinsa/sähköiset maksuratkaisunsa koko matkan ajan? Onko hänen ajokorttinsa voimassa ulkomailla? Miten viisumi toimii maiden välillä? Miten saamme matkailijalta palautetta siitä, mikä toimi hyvin tai vähemmän hyvin? Miten paljon Kööpenhaminassa vieraileva intialainen matkailija saa tietoa siitä, mitä Malmössä tai Lundissa tapahtuu? Tarvitaan kokonaisvaltaisempaa ajattelua Pohjoismaiden kesken.

Digitalisaatiossa Pohjoismaat ovat eturintamassa. Silti monia matkailukohteita, aktiviteetteja ja majoitusvaihtoehtoja ei välttämättä löydy internetistä tai hotels.comin tai Tripadvisorin kaltaisten suurten sivustojen kautta. Voitaisiko toimia sen hyväksi, että yhä useampi matkailukohde ja majoituspaikka löytyisi digitaalisesti niin, että myös pienemmät ja syrjemmässä sijaitsevat toimijat saisivat osansa kasvavasta matkailusta? Ennen mahdollisia toimia voitaisiin tehdä erilaisia kartoituksia ja analyysseja, ei vain ulkoisista markkinoista ja Pohjolaan matkustavien matkailijoiden odotuksista, vaan myös siitä, miltä infrastruktuuri ja saavutettavuus näyttävät Pohjolassa. Onko matkustaminen Pohjoismaissa helppoa? Onko ma-

Pohjoismaiden neuvosto

A 1656/näring

Käsittelijä:
Kasvu ja kehitys Pohjolassa -
valiokunta

Dnro 15-00208-7

joituspaikan löytäminen helppoa, ja miten helposti pienemmät toimijat jäävät huomaamatta?

Pohjoismaiden neuvosto

Olisi myös hyvä luoda foorumeja Pohjoismaiden väliselle kokemustenvaihdolle. Miten esimerkiksi turvallisuuskysymysten kanssa toimitaan Pohjoismaiden eri osissa? Miten helposti ymmärrettäviä erilaiset kyltit ja varoitustekstit ovat? Miten autovuokraamot suhtautuvat kaukaa tuleviin matkailijoihin esimerkiksi ajokortin hyväksynnän ja reittitietojen suhteen?

A 1656/näring

Käsittelijä:
Kasvu ja kehitys Pohjolassa -
valiokunta

Dnro 15-00208-7

Voisi olla myös arvokasta, että Pohjoismaiden eri merkintäjärjestelmiä yhdenmukaistettaisiin. Tarkoittaako kolmen tähden hotelli Norjassa samaa kuin kolmen tähden hotelli Ahvenanmaalla? Entä kestävyys- ja ympäristömerkinnät? Voitaisiinko eri merkintäjärjestelmät yhdenmukaistaa paremman vertailtavuuden ja läpinäkyvyyden aikaansaamiseksi matkailijoille ja jotta valvutuneiden matkailijoiden olisi helpompaa tehdä oikeita valintoja? Pohjoismaiden neuvosto on jo aiemmin hyväksynyt suosituksen matkailukohteiden sertifiointiksi Pohjoismaissa. Pohjoismaiden hyvinvointikeskus on myös laatinut raportin pohjoismaisesta esteettömyydestä kaikille (erityisesti vammaisten osalta), joka voi olla hyvä huomioida myös tässä yhteydessä.

Yhteispohjoismaisia toimia Pohjolan markkinoimiseksi maailmalla tulee jäsentää ja koordinoita. Tällä hetkellä eri Pohjoismaiden Visit-organisaatiot tekevät yhteistyötä tapauskohtaisesti tietyillä markkinoilla ja tiettyjen tapahtumien yhteydessä. Yhteistyötä voitaisiin kuitenkin tehdä järjestelmällisemmin ja strategisemmin. Nykyistä yhteistyötä kuitenkin rajoittavat erilaiset ongelmat, jotka tietyissä tapauksissa ovat vaikeuttaneet järjestelmällisempää yhteistyötä siitäkkin huolimatta, että sitä pidetään laajalti hyödyllisenä ja toivottavana. Ensinnäkin Visit-järjestöjen mandaatit ovat kansallisia. Myös omistajarakenteissa ja käytävissä olevissa resursseissa on eroja. Jokaisen Visit-organisaation menestystä mitataan sillä, miten monta yöpymistä omaan maahan on onnistuttu houkuttelemaan. Tämä luo tietyissä tapauksissa kilpailutilanteen, mikä ei ole kokonaisuuden kannalta hyväksi. Erilaiset houkutteleviin markkinoihin liittyvät priorisoinnit mutkistavat yhteistyötä. Myös päätösvalta jää epäselväksi, kun omistussuhteissa ja siinä, miten paljon resursseja kukin osapuoli voi investoida yhteispohjoismaisesti, on eroja maiden välillä. Kansallisten Visit-organisaatioiden mandaatteihin voikin olla tarpeen tehdä muutoksia sekä muuttaa kriteereitä sille, milloin ne ovat päässeet tavoitteisiinsa. Alkuun vahvempi pohjoismainen yhteistyö voi merkitä tiettyjä lisäkustannuksia, mutta varsin pian ne korvautuvat rationalisoinnin synnyttämällä säästöillä ja mittakaavaeduilla. Ehtona sille, että Visit-organisaatiot ajattelevat ja toimivat enemmän pohjoismaisesti, on kuitenkin se, että se sisältyy heidän hallitukselta saamaansa tehtävänantoon ja että hallitukset voivat yhteistyön perusteella mitata organisaatioiden saavutuksia ja tuloksia.

Pohjoismaiden ministerineuvoston tulisi varata lisärahoitusta kansallisten matkailuneuvostojen (ja muiden) yhteisten kehitystoimien ja yhteistyön tukemiseksi – mieluiten jo vuonna 2017, mutta viimeistään vuonna 2018.

Ehdotuksen taustaa

Tämä valiokuntaehdotus perustuu useaan osaelementtiin: sosiaalidemokraattien jäsenehdotukseen "kasvavasta ja kestävästä matkailusta Pohjoismaissa" (A 1656), jo poistettuihin suosituksiin "matkailukohteiden kestävyyssertifiointista" (A 1621) sekä "Pohjoismaista matkailukohteena" (A 1611).

Pohjoismaiden neuvoston vuoden 2016 puheenjohtajamaa Tanska on valinnut matkailun yhdeksi kolmesta painopistealueestaan. Tarkastellakseen lähemmin sitä, miltä Pohjoismaiden välinen matkailuyhteistyö näyttää tällä hetkellä ja miten keskeiset toimijat suhtautuvat laajempaan yhteistyöhön jatkossa, puheenjohtajamaa tilasi raportin, jossa kansallisia matkailu-

neuvostoja (Visit-organisaatioita), pohjoismaisia ja kansallisia poliitikkoja sekä matkailututkijoita haastatellaan aiheesta. Raportti osoitti, että on olemassa yhteinen näkemys siitä, että laajempaa matkailualan yhteistyötä Pohjoismaiden kesken pidetään arvokkaana, ja että yhteistyön tulee olla strukturoidumpaa. Samalla huomioitiin, että tällä hetkellä ei ole olemassa toimijaa, jolla olisi vastuu tai mandaatti käynnistää, koordinoita tai rahoittaa järjestelmällisempää matkailualan yhteistyötä. Raportissa ehdotetaan pohjoismaisen matkailuneuvoston perustamista. Sen vastuulla olisi tehdä strategisia päätöksiä Pohjoismaiden markkinoinnista pohjoismaisen brändäysstrategian mukaisesti. Lisäksi raportissa ehdotetaan koordinoivan elimen perustamista. Sen tehtävänä olisi hallinnoida, koordinoita ja tehostaa yhteistyötä eri operatiivisten yksikköjen välillä.

Raportin pohjalta Kööpenhaminassa järjestettiin 1. syyskuuta kokous, johon oli kutsuttu kansallisten matkailuneuvostojen edustajia, kansallisia viranomaisia, poliitikkoja sekä pohjoismaisia matkailututkijoita keskustelemaan matkailusta. Kokoukselta toivottiin kannanottoa raportin johtopäätöksiin, näkemystä pohjoismaisen matkailuyhteistyön tulevaisuuden visioista sekä siitä, minkälaisiin toimenpiteisiin tavoitteisiin pääsemiseksi tulee ryhtyä.

Kaikki osallistujat eivät olleet asioista yhtä mieltä, mutta valtaosa katsoi kuitenkin, että pohjoismaisessa matkailuyhteistyössä on mahdollista luoda parempi ja paremmin koordinoitu rakenne ilman uutta, suurta hallinnollista koneistoa. Raportista jäi uupumaan elinkeinoelämän näkemys ja rooli. Monet olivat sitä mieltä, että politiikan pitää määritellä vain pelisäännöt, mutta että elinkeinoelämä on itse vastuussa konkreettisten kohteiden löytämisestä.

Lisäksi esiin tuotiin se, että tärkeintä oli saada vahvistus sille, että Pohjoismaissa on poliittista tahtoa tehdä enemmän matkailualan yhteistyötä ja että määrittellen KUKA tai KETKÄ kantavat vastuun pohjoismaisen potentiaalın valjastamisesta käyttöön.

Pohjoismaiden ministerineuvoston tuoreesta uudistusraportista (Nordens tid är nu) käy ilmi, että Pohjoismaiden ministerineuvosto haluaa lisätä matkailualan panostuksia vuodesta 2017 lähtien. Pohjoismaiden neuvosto haluaa olla mukana tukemassa tätä kehitystä.

Tukholmassa 27. syyskuuta 2016

Arto Pirttilahti (kesk.)

Gunvor Eldegar (A)

Håkan Svenneling (V)

Juhana Vartiainen (kok.)

Juho Eerola (ps.)

Katri Kulmuni (kesk.)

Lars Tysklind (FP)

Oskar J. Grimstad (FrP)

Per Olaf Lundteigen (Sp)

Pyry Niemi (S), puheenjohtaja

Ruth Mari Grung (A)

Torgeir Knag Fylkesnes (SV), vara-

puheenjohtaja

Ville Skinnari (sd.)

Varauma A 1656/näring

Esitän varauman kannattaen 1. ja 2. että-lausetta samalla kun esitän 3., 4. ja 6. että-lauseen hylkäämistä.

On hyvä, että Pohjoismaiden neuvosto suosittaa Pohjoismaiden ministerineuvostolle, että se kartoittaa millaista lisäarvoa järjestelmällisempi matkailualan pohjoismainen yhteistyö voi luoda ja laatii kokonaisvaltaisen ohjelman tavoitteeseen pääsemiseksi.

Suhtaudun kuitenkin varauksella siihen, että tehdään aloitteita yhä uusien kestävyys- ja laatumerkintöjen laatimiseksi. Olemassa olevat merkinnät

Pohjoismaiden neuvosto

A 1656/näring

Käsittelijä:

Kasvu ja kehitys Pohjolassa -
valiokunta

Dnro 15-00208-7

ovat tunnettuja sekä matkailualan yrittäjien että kuluttajien keskuudessa. Uusien pohjoismaisten merkintöjen lanseeraaminen saattaa aiheuttaa vain hämmennystä.

Pohjoismaisessa yhteistyössä tulisi osata hyödyntää paremmin ne resurssit – verovarot – jotka olemme saaneet hallinnoitaviksemme. Siksi on kyseenalaista varata lisävaroja esimerkiksi markkinointiin.

Pohjoismaiden neuvostolla ja Pohjoismaiden ministerineuvostolla ei ole tietotaitoa siitä, millaisia matkailu- ja elämyspaketteja yksittäisten elinkeinonharjoittajien tulee tarjota. Paras tieto tällaisista asioista löytyy alalta.

Pohjoismaiden neuvosto

A 1656/näring

Käsittelijä:

Kasvu ja kehitys Pohjolassa -
valiokunta

Dnro 15-00208-7

Ehdotus

Kasvu ja kehitys Pohjolassa -valiokunta ehdottaa, että

Pohjoismaiden neuvosto suosittaa Pohjoismaiden ministerineuvostolle,

att että se käynnistää kartoituksen, jossa pyritään mittamaan matkailualan järjestelmällisemmän pohjoismaisen yhteistyön tuottama lisäarvo ja joka perustuu aiempiin kokemuksiin ja luotettaviin tulevaisuuden ennusteisiin.

att että se laatii ehdotuksen pitkän aikavälin kokonaisvaltaiseksi ja yhtenäiseksi matkailualan yhteistyöohjelmaksi Pohjolassa.

Tukholmassa 27. syyskuuta 2016

Lena Asplund (M), Konservatiivinen ryhmä

Pohjoismaiden neuvosto

A 1656/näring

Käsittelijä:

Kasvu ja kehitys Pohjolassa -
valiokunta

Dnro 15-00208-7