



Koillis-Suomen kehittämissyhtiö Naturpolis Oy

MATKAILUEURO -ESISELVITYS

Loppuraportti

31.1.2012

31.1.2012

SISÄLLYSLUETTELO

1	Taustaa	1
1.1	Esiselvityksen lähtökohdat	1
1.2	Työn tarkoitus.....	2
1.3	Esiselvityksen toteutus.....	2
2	Muiden valtioiden käytännöt.....	4
3	Keskeisimmät haasteet.....	5
3.1	Tasapuolisuus matkailueuro -maksun keräämisessä.....	5
3.2	Vapaaehtoisuus vai pakollisuus.....	5
3.3	Kerääminen ja tilitys	7
4	Matkailueuro-maksun mahdollisuudet matkailun kehittämisen rahoittajana	8
5	Pilottikokeilun valmistelu.....	9
5.1	Korttimalli	10
5.2	Kuntamalli.....	12
6	Jatkotoimenpiteet	14

Liite 1. Muiden valtioiden käytäntöjä

31.1.2012

1 TAUSTAA

1.1 Esiselvityksen lähtökohdat

Matkailumarkkinointiin ja kehittämishankkeisiin liittyvät käytännöt ovat Suomessa kirjavia ja lyhytjänteisiä. Rahoituskanavia on useita, hallinnointi on byrokraattista ja kunta- ja maakuntarajat asettavat turhia esteitä. Kuntien mahdollisuudet rahoittaa matkailun toimintaympäristön kehittämistä ovat rajalliset eikä EU-rahoituksen määrä näytä ainakaan kasvavan seuraavalla ohjelma-kaudella.

Matkailun kehittämishankkeisiin ja markkinointiin hankerahoitusta myöntävät mm. maakuntien liitot, ELY-keskusten eri osastot tai suoraan työ- ja elinkeinoministeriö TEM. Lisäksi yritykset voivat saada julkista rahoitusta mm. Finnveralta. Hankevarat esimerkiksi EU:n rakennerahastoista ovat tärkeä rahoituskanava matkailun kehittämiseen ja markkinointiin, mutta niiden rinnalle tarvitaan rahoitusta, joka turvaa toiminnan jatkuvuuden ja pitkäjänteisyyden.

Matkailuelinkeinon merkitys on useille kunnille huomattava tulo-, työllisyys- ja imago vaikutusten vuoksi, ja tämä merkitys tunnustetaan kunnissa yleisesti. Kunnilla on useita erilaisia rooleja matkailun kehittämisessä; ne huolehtivat matkailualueiden infrastruktuurista ja toimintaympäristön kehittämisestä, ovat osaltaan mukana matkailun markkinoinnissa ja paikoin myös sisällön kehittämisessä.

Kunnan panostus matkailun kehittämiseen voidaan saada verotuloina takaisin moninkertaisena. Kuntien mahdollisuudet rahoittaa matkailun toimintaympäristön kehittämistä tai osallistua markkinointiin ovat kuitenkin rajalliset ja monet Suomen matkailukeskuksista sijaitsevat pienissä kunnissa, joiden varat matkailun kehittämistoimintaan ovat huomattava pieniä. Kuntien nykyinen rahoitus ei useissa kunnissa mahdollista lisäpanostuksia matkailuun kunnan muiden tehtävien kärsimättä, joten uusien rahoitusmallien löytäminen matkailun kehittämiseen ja markkinointiin on tärkeää.

Matkailuyrityksillä on myös jatkossa rahoitustarpeita, jotka ovat useita matkailuyrityksiä ja – keskuksia kattavia laajoja kokonaisuuksia, joita yritykset eivät pysty rahoittamaan kokonaan itse. Matkailun kasvu edellyttää ulkomaa-laisten asiakkaiden määrän vahvaa lisääntymistä ja siihen tarvitaan mm. yhteismarkkinointia sekä saavutettavuuden kehittämistä. Matkailukohteen markkinointi on pitkäjänteistä työtä, joka vaatii jatkuvaa rahoitusta. Rahoitusmallin tulisi myös mahdollistaa nopean markkinamuutoksiin reagoimisen. Hankerahoitus ja projektitoiminnalle tyypillinen lyhytjänteisyys ei täysin vastaa näihin haasteisiin. Markkinoinnin lisäksi resursseja tarvitaan matkailua tukevan infran, matkailun turvallisuuden, laadun ja osaamisen kehittämiseen.

31.1.2012

1.2 Työn tarkoitus

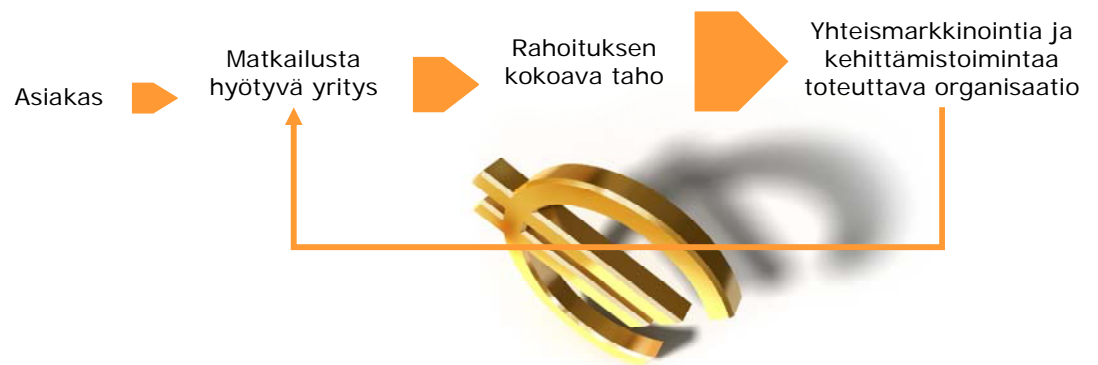
Maailmalta löytyy malleja, joissa esimerkiksi asiakkaan majoituslaskun yhteydessä peritään erillinen maksu, joka käytetään matkailun kehittämiseen alueella. Tätä käytäntöä on yritetty viedä Suomessa eteenpäin jo 1990-luvulla, mutta silloin aika ei ollut vielä kypsä, koska EU-rahoitusmahdollisuudet näyttivät silloin vielä ehtymättömiltä.

Tämän esiselvityksen tarkoituksena on selvittää, voisiko matkailueuron tyyppinen käytäntö onnistua Suomessa. Kyse ei ole aivan yksinkertaisesta asiasta, sillä siihen kohdistuu monenlaisia haasteita, esim.;

- mikä on Suomeen sopiva maksun luonne, vapaaehtoinen vai pakollinen,
- miten määritellään ne yritykset, jotka kuuluisivat matkailueuron piiriin,
- miten matkailueuro laskettaisiin ja tilitettäisiin ja
- miten matkailueuron käyttöön liittyvä päätöksenteko toteutettaisiin.

Esiselvitystyön lähtökohtana matkailueuron kulkureitti voidaan kuvata seuraavasti.

- Asiakas maksaa matkailueuron matkailupalvelun osana
- Yrittäjä kerää maksun ja tilittää sen taholle, joka kokoaa varat ja osoittaa ne yhteismarkkinointiin tai matkailun kehittämistoimintaan
- Matkailueuroina kootut varat palautuvat takaisin matkailuyrittäjän hyödyksi
- Myös asiakas hyötyy parempana palveluna, infrana jne.



1.3 Esiselvityksen toteutus

Esiselvitys käynnistettiin kesällä 2011 ja se valmistui tammikuussa 2012. Työ toteutettiin KOKO-Matkailu -toimenpidehankkeena ja työtä hallinnoi Koillis-Suomen kehittämissyhtiö Naturpolis Oy. Mukana olivat myös Tunturi-Lapin Kehitys ry, Kalajoen kaupunki/Kalajoki Akatemia ja Rovaniemen Kehitys Oy. Esiselvityksen laatimisesta vastasi FCG Finnish Consulting Group Oy ja siellä vastaavana projektipäällikkönä Minna Kurttila. FCG:n tiimiä täydensivät alikon-sultteina Leo Pitkänen (Leo Pitkänen Oy) ja Ulla Huovinen (UH Consulting). Työtä ohjasi projektiryhmä, jonka jäseniä olivat Outi Saastamoinen, Liisa Mäenpää, Sanna Kortelainen ja Anne Anttiroiko-Takala.

31.1.2012

Matkailueuro -työtä esiteltiin seuraavissa tapaamisissa, medioissa ja tapahtumissa:

- 28.9. KOKO -Matkailu verkostotiedote
- 29.9. Lapin matkailuparlamentti, Olos
- 12.10. tapaaminen, Timo Lappi, MaRa ry
- 14.10. tapaaminen, Pauli Santala, TEM
- 31.10. Lapin Matkailuelinkeinon Liiton seminaari, Rovaniemi
- 15.11. Pohjois-Pohjanmaan matkailuparlamentti, Ruka
- 14.12. KOKO-Matkailu – ohjausryhmän kokous Helsingissä
- 18.1. KOKO-Matkailu –julkaisu (kevät 2012)

Marraskuussa matkailueuro – työstä kerrottiin myös useissa medioissa kuten Lapin Kansassa, Kalevassa, Aamulehdessä ja Ylen Pohjois-Suomen uutisissa. Lisäksi asiaa esiteltiin alueellisissa matkailutoimijoiden kokouksissa Kalajoella, Tunturi-Lapissa, Rovaniemellä ja Ruka-Kuusamossa.

Työn aikana järjestettiin kaksi työpajaa; 30.11.2011 Oulussa ja 11.1.2012 Rovaniemellä. Näissä työpajoissa työstettiin pilottikokeilun toteutusmalleja.



Kuva 1. Outi Saastamoinen, Asko Merilä ja Tuija Rytönen Oulun työpajassa 30.11.

31.1.2012

2 MUIDEN VALTIOIDEN KÄYTÄNNÖT

Matkailueuro – esiselvityksessä selvitettiin muiden valtioiden käytäntöjä matkailun kehittämisen ja – markkinoinnin rahoittamisen osalta. Selvitettäviä asioita olivat mm. matkailumarkkinoinnin ja kehittämisrahoitusmallien lainsäädäntö, käytännön toimintamallit, hallinnointi ja rahankäytöstä päättäminen. Työvaiheen tarkoituksena oli arvioida eri maiden käytäntöjen soveltuvuutta Suomeen ja todeta mahdollisesti toimivimmat käytännöt.

Seuraavassa on tiivistelmä, jossa kuvataan matkailueuro-tyyppisen maksun toimintamalleja neljässä eri kohteessa: Lake Tahoe/USA, Burgenland/Itävalta, Cumbria/Iso-Britannia ja Rooma/Italia. Tarkemmat tiedot näistä löytyvät raportin liitteestä 1.

	Lake Tahoe/ USA	Rooma/Italia	Burgenland/ Itävalta	Cumbria/UK
Mikä	Vuodevero 9-10 % huonehinnasta	Matkailijamaksu 1-3 €/yö (ei lapset eikä hostellit). Sightseeing -bussit, jokilaivat Tiberissä sekä kaupungin museot 1 €/lippu.	Matkailijaveroyöpymisistä (0,58 – 1,43 €/yö). Vero vapaa-ajan asunnoista neljömäärän mukaan (88 – 115 €/vuosi)	Visitor Payback Scheme (VPS). Asiakas voi lisätä maksettavaan loppusummaan valinnaisen lahjoitusmaksun. Muita keräysmenetelmiä ovat tuotemyynti ja lahjoitukset.
Pakollisuus	Pakollinen asiakkaalle ja majoitusrityttäjälle	Pakollinen asiakkaalle ja yrittäjille sekä kaupungin muuseoille.	Pakollinen asiakkaalle, vapaa-ajan asunnon omistajille ja majoitusyrittäjille.	Vapaaehtoinen
Tulo/vuosi	Kaudella 2008–2009 5,9 M€	Ei vielä tietoa (käyttöön otettu 1.1.2011)		Keskim. 130.000 € /vuosi
Matkailijoiden määrä/v.	2,6 miljoonaa	30 miljoonaa	2,9 miljoonaa	15 miljoonaa
Määrittely	Vuodevero määritetty liittovaltion laissa	Kaupungin valtuusto	Osavaltion määrittelemä "matkailulaki"	
Kerääminen	Lääni	Kaupunki	Osavaltio	Alueorganisaatio
Käyttö	60 % NLTRA:n ¹⁾ toimintaan, 40 % läänin yleiseen kassaan	Olemassa olevan, rapistuvan infrastruktuurin sekä palveluiden parantaminen	Strategioiden mukaiset toimenpiteet	Ennalta määritellyn matkailukohteen kehitys- ja luonnonsuojelutyöhön
Kuka päättää käytöstä	NLTRA ¹⁾ North Lake Tahoe Resort Association on yleishyödyllinen järjestö, jonka tehtävänä on edistää matkailun ja talouden kehittämistä alueella.	Kaupunki	Osavaltio tai kunta	Alueorganisaatio
Arvonlisäverokäytäntö	Tavaroiden vähittäismyynnistä Sales Tax 7,25% Ei koske mm. palvelujen myyntiä.	Yleinen arvonlisäverokanta 20 %, alennettu verokanta 10 %	Yleinen arvonlisäverokanta 20 %, alennettu verokanta 10 %	Yleinen arvonlisäverokanta 20 %, alennettu verokanta 5 %

31.1.2012

3 KESKEISIMMÄT HAASTEET

Matkailueuro-maksu ei todennäköisesti voi olla ihan samanlainen koko Suomessa. Matkailun merkitys ja laajuus vaihtelevat alueittain, eikä ole realistista odottaa, että täysin sama toimintatapa todettaisiin toimivaksi Utsjoelta Hankoon. Matkailueuron toteutusmalli täytyy suunnitella niin, että se voidaan räätälöidä aluekohtaisesti toimivaksi.

Esiselvitystyön aikana eniten keskustelua herättivät maksun tasapuolisuuden toteutuminen, sen pakollisuus tai vapaaehtoisuus sekä perinnän ja tilityksen tavat. Seuraavassa on kuvattu nämä eniten pohdintaa aiheuttaneet asiat ja se, millaiseen johtopäätökseen niissä esiselvityksen aikana päädyttiin.

3.1 Tasapuolisuus matkailueuro -maksun keräämisessä

Useissa ulkomailta poimituissa esimerkeissä matkailueuro -tyyppinen maksu on kohdennettu pääasiassa majoitusyrityksiin. Suomessa majoitusalan kilpailukyky on tällä hetkellä melko heikko, jonka vuoksi matkailueuron aiheuttama hinnankorotuspaine koettiin ongelmalliseksi. Lisäksi erityisesti niillä alueilla, joissa matkailun merkitys on vahva, on todettu matkailun laajat välittömät ja välilliset vaikutukset moniin muihin toimialoihin. Tyypillisesti matkailulla on huomattavaa merkitystä alueen vähittäiskauppaan, ravintoloiden, huoltoasemien ja muiden kuin matkailupalvelujen myyntiin. Nämä haluttaisiin mukaan kantamaan vastuu matkailun kehittämisen rahoittamisesta.

Asiakkaan näkökulmasta majoituksen hintaan liittyvä matkailueuro-maksu olisi selkeä, koska asiakas maksaa majoittumisesta vuorokaudessa vain yhden kerran.

Vain majoituksen yhteydessä perittävälle matkailueuro-maksulle vaihtoehtona on jakaa matkailueuro pienempiin osiin ja periä se matkailijoilta useiden eri palvelujen (vähittäiskauppa, ruokailu, ohjelmapalvelut jne.) yhteydessä. Tällöin pitää varmistaa, että asiakkaalle kumuloituva matkailueuro-veloitus ei nouse liian suureksi alueella paljon maksullisia palveluja käyttäville tai tuotteita paljon ostaville matkailijoille.

Esiselvitystyön aikana vahvistui periaate, että tasapuolisuuden toteutumiseksi ainakin suoranaisesti matkailun kasvusta ja menestyksestä hyötyvien yritysten tulee kerätä ja tilittää matkailueuro-maksuja. Matkailueuro-maksua ei siis perittäisi ainoastaan majoituksesta.

3.2 Vapaaehtoisuus vai pakollisuus

Matkailueuron toteutuksessa on olemassa kaksi vaihtoehtoa; maksu on yrityksille joko vapaaehtoinen tai pakollinen. Vapaaehtoisessa mallissa yritys voi valita osallistuuko matkailueuro-maksun keräämiseen vai jääkö sen ulkopuolelle. Pakollisessa mallissa matkailueuro olisi määritelty laissa ja sen toteutusmuotoja olisivat vero, veroluonteinen tai julkisoikeudellinen maksu.

Mikäli matkailueuro olisi yrityksille vapaaehtoinen, tullaan samalle pöydälle alueorganisaatioiden varainhankinnan kanssa. Alueorganisaatiot perivät jo jäseniltään jäsen- ja – vuosimaksuja mm. yhteisen markkinoinnin ja kehittämisen rahoittamiseksi. On mahdollista yhdistää nämä asiat niin, että matkailueuron kerääminen tulisi osaksi alueorganisaatioiden varainhankintaa. Tällöin

31.1.2012

pitää huomioida se, että matkailueuro ei saa syödä alueorganisaatioille muuten kerättävää rahoitusta, vaan sen tulisi olla lisä alueorganisaatioiden jäseniltään keräämään maksuun.

Jos matkailueurot halutaan kerätä samassa potissa tai yhteydessä alueorganisaatioiden muun varainhankinnan kanssa, toteutusmallit on neuvoteltava alueorganisaatioiden edustajien kanssa (maksun suuruuden määrittely, laskentaperusteet, maksun piiriin kuuluvat yritykset).

Esiselvityksen tuloksena todettiin, että yrityksille vapaaehtoinen malli ei todennäköisesti tulisi tuottamaan tarpeeksi ja sen toteuttaminen olisi alueorganisaatioiden kannalta ongelmallista. Voi olla kuitenkin mahdollista saada aikaan tuottava vapaaehtoinenkin malli, mikäli se rakennetaan niin houkuttelevaksi, että yritykset eivät halua jäädä sen ulkopuolelle.

Matkailueuro-maksu voi olla myös asiakkaalle joko vapaaehtoinen tai pakollinen. Joissakin esimerkkitapauksissa maailmalla asiakas voi laskun yhteydessä hyväksyä lisämaksun, "tipin", joka voidaan nimetä esim. matkailijamaksuksi. Lapissa vieraili vuonna 2009 noin 2,8 miljoonaa ihmistä. Jos oletetaan, että 10 % heistä hyväksyisi yhden kerran maksutapahtumiensa yhteydessä vaikka 1 euron suuruisen matkailijamaksun vapaaehtoisena "tippinä", kasaan saataisiin 280.000 euroa.

Toinen mahdollisuus aluekohtaiseen ja asiakkaalle vapaaehtoiseen toteutusmalliin on tuotemyynti. Alueella voidaan myydä jotain tuotetta, jonka tuotto ohjataan yhteisten kehittämishankkeiden rahoitukseen. Tämä malli voi olla myös laajemmin toteutettavissa, jopa koko valtakunnan alueella. Samankaltaista mallia on käytetty mm. Syöpäsäätiön Roosa nauha -kampanjassa. Matkailijat ostavat matkamustoja ja siksi tuotemyynti voisi olla harkitsemisen arvoisen vaihtoehto.

Asiakkaalle vapaaehtoiset mallit voivat toimia aluekohtaisena lisärahoituksen keräämisen keinoina, mutta ne eivät vastaa sitä tarkoitusta, joka matkailueurolla tulisi olla.

Paras tuotto saadaan, mikäli matkailueurosta tehdään pakollinen toimintamalli yrityksille. Silloin sen on oltava laissa määritelty vero, veroluonteinen tai julkisoikeudellinen maksu.

Esiselvityksen tuloksena todettiin, että vero ei ole realistinen malli toteuttaa matkailueuro

Syitä siihen, miksi veroa ei koeta realistiseksi toteutusmalliksi ovat mm.:

- vero olisi valtakunnallinen ja hyvin todennäköisesti tätä veroa ei tultaisi koko Suomessa kannattamaan, koska siitä ei katsota olevan hyötyä esim. pääkaupunkiseudulla
- vero "katoaa" valtion kassaan eikä ole takeita, että se saataisiin takaisin matkailuelinkeinon käyttöön (ei ole olemassa korvamerkittyjä verorahoja)
- vaikka varat jostain syystä saataisiinkin takaisin matkailuelinkeinon käyttöön, niin valtionhallinnon byrokratia söisi kerätyistä varoista osan, lisäksi varojen käyttötarkoitus olisi sidottu erilaisiin valtion määrittämiin ohjelmiin

31.1.2012

ja teemoihin (pätösvalta rahan käytöstä olisi kaukana matkailuyrityksistä) eikä se tulisi olemaan 100 % tukea vaan sen rinnalle todennäköisesti kerättäisiin yrityksiltä omavastuuosuutta tms.

- veron korotuksista päättää eduskunta eikä veroa saada helposti poistettua, kun se kerran on perustettu ja päätetty

Toinen vaihtoehto toteuttaa sekä yrityksille että asiakkaille pakollinen malli, on kääntäjä kuntien puoleen. Esimerkiksi Roomassa kaupunki on määrännyt alueelleen ns. matkailijamaksun. Suomessa vastaavankaltainen malli ei ole tällä hetkellä mahdollista, sillä kuntien toimintaan vaikuttaa kuntalaki. Siinä, eikä muissakaan laeissa, anneta kunnille mahdollisuutta periä matkailueuro -tyyppistä maksua.

Kunnilla on Suomessa vahva itsehallinto ja kuntien tuottamista palveluiden hinnoittelusta kunnat voivat päättää itse. Esiselvitystyössä haluttiin tarttua tähän ajatukseen ja selvittää tarkemmin, miten matkailueuromaksu voitaisiin saada kuntien toimivaltaan. Tästä tarkemmin luvussa 5.2.

3.3 Kerääminen ja tilitys

Esiselvityksen aikana matkailueuro -maksun keräämiseen ja tilitykseen löydettiin kaksi erilaista toimintamallia:

1. yritys perii asiakkaalta x euroa/palvelu ja tilittää sen eteenpäin
 - selkeä malli, jossa raha vain kulkee yrityksen kassan läpi
 - vaatii verokohtelun selvittämisen, esim. arvonlisäveron osalta
 - perittävä summa näkyy asiakkaalle kuitissa
2. matkailueuron laskentaperusteena on esim. yrityksen liikevaihto, kiinteistövero, veden-/sähkönkulutus tms.
 - mahdollistaa laajemman yritysjoukon mukaanoton (esim. yritykset matkailukeskuksissa tai matkailuyritykset kuntakeskuksissa)
 - kuluerä sisältyy tuotteen tai palvelun hintaan, jolloin matkailueuron osuus ei näy asiakkaalle

Malli 1 on matkailueuro -maksun alkuperäisen ajatuksen mukainen, jossa asiakas maksaa matkailueuron matkailupalvelun osana ja yrittäjä kerää maksun ja tilittää sen taholle, joka kokoaa varat ja osoittaa ne eteenpäin. Maksu näkyy kuitissa asiakkaalle, jolloin asiakkaalle pitää tiedottaa matkailueuron tarkoituksesta ja käytöstä. Asiakkaille pitäisi tavalla tai toisella tiedottaa, että näin kootut varat käytetään mm. matkailualueen infran ja viihtyisyyden kehittämiseen.

Malli 2 voi olla toimivampi siinä tapauksessa, että matkailueuron piiriin halutaan myös ne yritykset, jotka hyötyvät matkailun kasvusta välillisesti. Näitä ovat mm. vähittäiskauppa, kuljetus-, siivous- ja rakennusala. Mallissa 2 matkailueuron kerääminen ei näy asiakkaalle.

Keräämisen ja tilityksen erilaisia malleja on selvitettävä lisää pilottivaiheessa.

31.1.2012

4 MATKAILUEURO-MAKSUN MAHDOLLI SUUDET MATKAILUN KEHITTÄMISEN RAHOITTAJANA

Matkailuelinkeinolla on rahoitustarpeita, jotka ovat useita matkailuyrityksiä tai – keskuksia kattavia laajoja kokonaisuuksia. Näistä tärkeimpiä ovat

- kansainvälistyminen; tuotekehitys, markkinointi ja myynti, saavutettavuuden kehittäminen ja ylläpito
- matkailua tukevan infran rakentaminen ja ylläpito (tiet, reitit, vesi- ja jätehuolto, ympäristöhoito jne.)
- matkailun turvallisuuden, laadun ja osaamisen kehittäminen

Yritykset osallistuvat useiden näiden toimien rahoittamiseen, mutta tarvitsevat lisäksi muuta tukea. Kuten aiemmin on todettu, kuntien rahoitusmahdollisuudet ovat niukat. EU:n rahoituskanavat ovat varmasti käytössä myös tulevaisuudessa, mutta niihin liittyvät reunaehdot rajoittavat varojen käyttöä ja tekevät rahoituksesta ja toiminnasta lyhytjänteistä. Myös matkailun kehittämiseen käytettävien EU-varojen määrä tulee todennäköisesti tulevaisuudessa vähenemään.

Matkailuelinkeinon kansainvälisen kilpailukyvyyn ja kansainvälisten matkailijoiden määrän kasvattaminen vaatii jatkuvaa tuotekehitystyötä sekä pitkäjänteisiä panostuksia markkinointiin ja saavutettavuuden edistämiseen.

Kansainvälistä markkinointia on järkevää toteuttaa yhteistyössä. Vain harvalla yksittäisellä matkailuyrityksellä on varaa markkinoida kansainvälisillä markkinoilla, siihen tarvitaan yhteisiä resursseja ja ponnistuksia. Markkinointi on kallista, mutta välttämätöntä. Näitä toimia on tähän asti tuettu eri puolilla Suomea pääosin EU-rahoitteisilla hankkeilla, mutta tulevaisuudessa tähän tarvitaan myös uusia toimintamalleja.

Useat Suomen tärkeimmät matkailukohteet, Helsinkiä lukuun ottamatta, kamppailevat jatkuvasti hyvän **saavutettavuuden** puolesta. Liikenneyhteydet voivat olla jopa vuosittain katkolla. Ongelmia on erityisesti sellaisilla alueilla, joissa vakituisesti asuvan väestön määrä on pieni eikä riitä ylläpitämään liikenneyhteyksiä. Saavutettavuuden ylläpitämiseksi on kehitetty erilaisia keinoja, ja niistä moni on saanut rahoituksensa joko kunnilta ja/tai EU:lta.

Matkailun kasvu edellyttää kunnilta matkailun **toimintaympäristön kehittämistä**. Kuntien tehtävänä on vastata kaavoituksesta sekä infrastruktuurin rakentamisesta. Lisäksi kunnat vastaavat usein myös virkistysalueiden ja reitien rakentamisesta, ympäristön hoidosta sekä matkailua tukevasta strategisesta suunnittelusta. Tämä kaikki vaatii myös resursseja ja niihin on käytetty kunnan budjettivarojen lisäksi myös erilaisia tukia ja avustuksia.

Turvallisuus on yksi globaaleista matkailun megatrendeistä ja myös Suomen matkailun strategisista arvoista. Matkailun turvallisuus on sisältönä hyvin laaja-alainen käsittäen terveydenhuollon, ympäristöturvallisuuden, riskienhallinnan, kriisinhallinnan, viranomais toiminnan ja turvallisuusverkostoitumisen teemoja¹. Matkailun palveluketjun kaikissa vaiheissa tulee huomioida turvallisuuden asettamat vaatimukset niin asiakkaan kuin työntekijänkin näkökulmasta. Suomessa, erityisesti Lapissa, onkin toteutettu useita matkailun turvallisuutta kehittäviä hankkeita, mutta edelleen on paljon tehtävää. Esimerkiksi koulutuksia täytyy järjestää jatkuvasti matkailuyrityksille ja turvallisuus- ja pelastusalan toimijoille.

¹ Lapin matkailun turvallisuusjärjestelmä 2010-2012. Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti.

31.1.2012

Matkailueuroina kertyvien varojen määrää voidaan hahmottaa ottamalla esimerkiksi Lappi, jossa vuonna 2009 oli rekisteröityneitä yöpymisiä 2,2 miljoonaa. Jos jokaisesta yöpymisestä olisi peritty 1 euro, sillä olisi saatu koottua yhteen 2,2 miljoonaa euroa. Matkailualan liikevaihto oli vuonna 2009 Lapissa 407 miljoonaa euroa. Jos myyntihintaan olisi lisätty esimerkiksi 1 %:n "matkailijamaksu", tuotto olisi ollut noin 4 miljoonaa euroa.

Matkailueuro-maksun tehtävänä on toimia pitkäjänteisenä ja joustavana matkailun kehittämisen ja edistämisen rahoituskeinona. Asiakas maksaa palvelun osana pienen lisämaksun, joka kumuloituu alue- ja vuositasolla merkittäväksi rahoituspotiksi, jolla voidaan toteuttaa matkailuelinkeinon itsensä määrittelemiä toimenpiteitä.

Matkailueuro -maksuina koottuja varoja voidaan kohdentaa esimerkiksi tuotekehitykseen, yhteismarkkinoinnin ja myynnin toteuttamiseen sekä saavutettavuuden kehittämiseen ja kohdentaa tarpeen mukaan monialaisiin matkailun osaamista, turvallisuutta ja laatua kehittäviin ja ylläpitäviin toimenpiteisiin.

Osa matkailueuro-varoista voidaan kohdentaa lisäresurssina kunnille, jotka voivat panostaa lisää matkailuelinkeinon toimintaympäristön kehittämiseen. Esimerkiksi maiseman- ja ympäristöhoito nousee tulevaisuudessa entistä tärkeämmäksi matkailukeskuksissa ja niiden rahoittamiseen tullaan tarvitsemaan lisäresursseja.

5 PILOTTIKOKEILUN VALMISTELU

Esiselvitystyön tavoitteena oli valmistella matkailueuron pilottikokeilu jonnekin päin Suomea. Pilottikokeilua varten määritellään kokeilun malli, kokeilun tehtävät ja tavoitteet sekä vastuutaho, joka hoitaa kokeilun käynnistämisen, toteuttamisen ja tulosten raportoinnin.

Työpajoissa Oulussa ja Rovaniemellä ideoitiin ja jalostettiin erilaisia vaihtoehtoja pilottikokeilun toteutusmalleista. Niistä valittiin kaksi potentiaalisinta eli ns. korttimalli ja kuntamalli. Ne eroavat toisistaan siten, että korttimalli olisi asiakkaalle vapaaehtoinen ja sen toteutus voisi olla matkailualue- tai matkailukeskuskohtainen. Kuntamalli olisi puolestaan yrityksille pakollinen ja sen toteutus olisi kuntakohtainen. Ne eivät myöskään ole toisiaan poissulkevia, vaan molemmat mallit voisivat myös toimia yhtä aikaa samalla alueella.

31.1.2012

5.1 Korttimalli

Korttimallin esikuvana on Saksassa Schleswig-Holsteinin alueella käytössä oleva Ostseecard –malli². Siellä kyse on kymmeniä vuosia toteutusta käytännöstä, joka on asiakkaalle pakollinen. Suomessa olisi syytä kuitenkin lähteä liikkeelle asiakkaalle vapaaehtoisesta mallista.



KORTTIMALLI	
Mikä	Kortti, ranneke tms. - arvo noin muutaman euron/asiakas/matka - henkilökohtainen kortti/perhekortti/vuosikortti - kortin voi hankkia hotellista, infopisteestä, kaupoista jne. sekä www-sivuilta
Pakollisuus	Asiakkaalle vapaaehtoinen Yritykset matkailualueella päättävät kortin käyttöönotosta
Asiakkaan näkökulma	Kortin haltijalle luvataan erilaisia etuja ja alennuksia (asiakkaalle tuttu toimintamalli, vrt. kauppaketjujen vastaavankaltaiset kortit ja jäsenyydet)
Yrityksen ja alueen näkökulma	- Kortin myynnillä kerättävä raha osoitetaan yhteisiin kehittämishankkeisiin - Vaikka yritys myöntää kortinhaltijalle alennuksia, se on samalla myös lisämyyntiä ja markkinointia - Kanta-asiakaskortti – ajatus taustalla > viipymän ja asiakasuskollisuuden lisääminen - Asiakasrekisterin keräämisen mahdollisuus - Yritykset motivoituvat myymään korttia, koska saavat osan tulosta itselleen.
Tuotto ja sen käytöstä päättäminen	Korttimyynnin tuotot voidaan jakaa esim. kolmeen osaan: yrittäjälle, alueen ympäristönhoitoon tms. ja alueorganisaatiolle yhteismarkkinointiin.
Kulut	Korttimallin ylläpito vaatii hallinnointia, koordinoitua ja markkinointia eli suurehkon työpanoksen, joka aiheuttaa kuluja.
Muuta huomioitavaa	Jos korttimalli on käytössä useassa eri matkailukohteessa, tarvitaan koordinaatiota, jotta samat linjaukset, uskottavuus ja visuaalinen ulkoasu säilyvät ja kortin liiketoimintamalli ja palvelukonsepti toimii ja kehittyy. Jossain vaiheessa jalostus esim. kännykkäsovelluksena (ei enää muovikortteja).

Korttimallin pilotointi

Korttimallin pilotointi voisi olla eräänlainen sateenkaarihanke, jonka alla tehdään kokeiluja erilaisissa kohteissa sekä otetaan huomioon parhaat käytännöt olemassa olevista vastaavista matkailukortti- tai matkailupassimalleista. Käytössä ovat mm. Helsinki Card, Rukan kesäranneke ja Rovaniemen kesäpassi.

Pilotoinnin yksi tärkeimmistä tehtävistä on liiketoimintakonseptin suunnittelu. Kyseessä on tuote, jonka tuottavuus on varmistettava mahdollisimman pitkäl-

² www.ostseecard.de

31.1.2012

le ennen käyttöönottoa. Liiketoimintakonseptissa on arvioitava korttimallin hallinnon ja kehittämisen kulut sekä tehtävä laskelmia arvioiduista tuotoista.

Kun korttimallin kannattavuudesta on saatu tarvittavat arviot, voidaan mallin pilotointi toteuttaa käytännössä. Se edellyttää pilottikohteessa mm. seuraavia työvaiheita

- yritysten sitouttaminen
- korttiin liittyvien etujen ja alennusten suunnittelu ja hankinta
- kortin jakelun suunnittelu
- kortin/rannekkeen suunnittelu, visuaalinen ulkoasu, toimivuus (voi olla myös kännykkäsovellus tai muu uudemman teknologian ratkaisu)
- kortin markkinointi (www-sivut, sosiaalinen media, esite)
- kortin käytön seuranta; myytyjen korttien määrä ja tuotot, korttien käyttö, asiakkaiden tyytyväisyys
- tuoton käytöstä päättäminen, tuottojen jakaminen eri tarkoituksiin
- pilottikokeilun tulosten arviointi

Pilotointia olisi toteutettava 2-3 vuotta, jotta voidaan todeta toimintamallin hyödyt ja mahdolliset ongelmat sekä mallin vaikutus esimerkiksi viipymään ja asiakasuskollisuuteen.

31.1.2012

5.2 Kuntamalli

Kuntamallin esikuvia löytyy useista kohteista ulkomailta. Tuorein niistä löytyy Italiasta, jossa Rooman kaupunki on asettanut alueelleen ns. matkailijamaksun. Suomessa vastaavankaltainen toiminta ei ole tällä hetkellä mahdollista, mutta tavoitteena onkin lakimuutos tai uuden lain laatiminen, jotta kuntamalli saadaan voimaan.

Lakimuutoksen tai uuden lain laatimisen taustalle täytyy tehdä luotettavia laskelmia sen vaikutuksista erityyppisille ja erikokoisille kunnille. Niiden perusteella kuntamalli voidaan konkretisoida päätäville tahoille.



KUNTAMALLI	
Mikä	Kunnan asettama matkailijamaksu Edellyttää lakimuutosta kuntalakiin tai uuden lain (esim. "matkailijamaksulaki")
Pakollisuus	Yrityksille pakollinen. Kunta voi päättää, sovelletaanko matkailijamaksulakia kunnan alueella
Asiakkaan näkökulma	Ei voida arvioida, ennen kuin tarkempi toteutustapa on tiedossa
Yrityksen ja alueen näkökulma	Vaikka aiheuttaa hinnankorotuspainetta, voi olla selkeä ja kaikille tasapuolinen tapa kerätä asiakkailta "lisämaksu" matkailun yhteisiin kehittämishankkeisiin Voidaan toteuttaa niin, että samalla maksulla kerätään myös ne varat, joita tarvitaan alueorganisaation hallintoon.
Tuotto ja sen käytöstä päättäminen	Tuoton määrään vaikuttaa laskentaperusteet, jotka lakiin kirjataan. Osa varoista voi jäädä kunnan omaan käyttöön, jolla kunta voi kattaa matkailun toimintaympäristön kehittämistä (tiet, vesi- ja jätehuolto, muu infra) Osa varoista osoitetaan kunnan matkailutoimijalle (alueorganisaatiolle tms.) Osa varoista osoitetaan suuralueyhteistyötä toteuttavalle taholle joko suoraan tai alueorganisaation kautta
Kulut	Ei suoranaisia kuluja, sillä olisi osa kuntien toimintaa.
Muuta huomioitavaa	Matkailijamaksun tuottojen käyttäminen niiden alkuperäisiin tarkoituksiinsa ei saisi vaarantua kuntapolitiikoinnin vuoksi.

Kuntamallin pilotointi

Kuntamallia ei voida pilotoida samalla tavalla kuin korttimallia, sillä ilman asianmukaista lakia ei pilottia voida toteuttaa käytännössä. Lisäksi kuntamalli vaatii runsaasti selvitystyötä mm. laskentaperusteiden osalta ennen varsinaista käyttöönottoa.

31.1.2012

Kuntamallin eteenpäin voitaisiin toteuttaa selvityshankkeena, jossa käydään läpi yhdessä muutaman asiasta kiinnostuneen kunnan kanssa erilaisia laskenta- ja valintaperusteita. Tavoitteena on löytää

A. laskentaperuste, jonka mukaan matkailijamaksu on suhteessa yrityksen matkailusta saamaan tuottoon. Tässä on olemassa kaksi päävaihtoehtoa:

1. palvelun hintaan lisättävä, kuitissa eritelty matkailijamaksu

- mitkä palvelut/toimialat kuuluvat maksun piiriin
- mikä on maksun suuruus
- mikä on maksun verokohtelu

2. laskentaperusteena yrityksen liikevaihto, sen maksama kiinteistövero, tai vesimaksu tms.

- mikä laskentaperuste kattaa parhaiten ne yritykset, jotka hyötyvät matkailusta
- mikä laskentaperuste on parhaiten suhteessa yrityksen matkailusta saamaan hyötyyn

B. valintaperuste, joka määrittelee ne yritykset, jotka matkailusta hyötyvät eli maksu ei koskisi puhtaasti vain matkailuyrityksiä vaan myös muita matkailusta hyötyviä toimialoja

Pilottivaiheessa olisi hyvä olla mukana kuntia, joiden matkailuelinkeino toimii eri tavoin erilaisissa ympäristöissä (esim. kunta, jossa matkailukeskus toimii erillään ja kunta, jossa matkailu sijoittuu kuntakeskukseen).

Laskenta- ja valintaperusteiden määrittelyn yhteydessä on tehtävä laskelmia, joissa selvitetään tuotto erilaisissa kunnissa ja matkailukeskuksissa. Laskelmien teon yhteydessä voidaan konkreettisesti todeta, miten mikäkin peruste vaikuttaa yrityksiin ja millainen tuotto on mahdollista saada. Samalla selvitetään erilaisten laskenta- ja valintaperusteiden käyttöönoton edellytykset, esim. käytettävissä olevat tiedot ja tilastot, niiden luotettavuus, lainsäädännön asettamat ehdot ja mahdollisuudet jne.

Kuntamallin eri vaihtoehtojen toimivuutta on testattava myös yritysten näkökulmasta sekä oltava tiiviissä yhteistyössä valtionhallinnon kanssa. Myös matkailijamaksuina kerättävän tuoton käytöstä päättäminen on suunniteltava ja tehtävä esityksiä siitä, miten turvataan ko. varojen kohdistuminen matkailun edistämiseen.

Koko kuntamallin toteutuminen riippuu erityisesti kuntien tahtotilasta ja siitä, kuinka malli saadaan "lobattua" päättäjille ja lainsäätäjille. Kyse on siis useamman vuoden prosessista, joka kuitenkin onnistuessaan voi luoda selkeän ja tuottavan mallin matkailun kehittämisen ja yhteismarkkinoinnin rahoittamiseksi koko valtakunnassa.

31.1.2012

6 JATKOTOIMENPITEET

Projektiryhmä esittää pilottikokeilun käynnistämiseksi työryhmän perustamista, jonka koolle kutsumisesta ja työskentelyn käynnistämisestä vuoden 2012 keväällä vastaa KOKO-Matkailuverkoston koordinaattori Anne Anttiroiko-Takala

Työryhmän jäseniksi nimetään esiselvitystyössä mukana olleet henkilöt:

- Outi Saastamoinen / Mika Perttunen, Naturpolis Oy
- Tuija Rytönen, Ruka-Kuusamo matkailuyhdistys ry
- Liisa Mäenpää, Tunturi-Lapin Kehitys ry
- Sanna Kortelainen, Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi Oy

Lisäksi työryhmään voidaan kutsua edustajat esim. seuraavista organisaatioista:

- Lapin liitto / Pohjois-Pohjanmaan liitto
- Suoma ry
- jokin Lapin matkailun alueorganisaatioista

Työryhmän tehtävänä on neuvotella eri tahojen kanssa, jotta löydetään sopivat toimijat käynnistämään kortti- ja kuntamallin pilotointien toteutus. Työryhmä seuraa myös pilottikokeilujen toteutumista ja tuloksia.

Korttimallin osalta on selviteltävä, käynnistetäänkö pilotti esimerkiksi jonkin mainostoimiston tai muun vastaavan toimijan tuotekehityshankkeena vai tuleeeko siitä jonkin pilottikohteen hallinnoima sateenkaarihanke, johon ostetaan tarvittavat asiantuntijapalvelut. Ensin mainitussa vaihtoehdossa sopivia rahoituskanavia ovat ELY -keskusten yrityspalvelut sekä mahdollisesti Tekes. Jälkimmäinen sopinee parhaiten maakuntaliittojen EAKR -rahoitteiseksi hankkeeksi.

Kuntamallin osalta työryhmä neuvottelee hankkeelle hallinnoijan. Hallinnoijan valintaan on muutamia vaihtoehtoja. Koska kyseessä on koko valtakuntaa koskeva asia, hallinnoija voi olla työ- ja elinkeinoministeriö TEM. Toinen vaihtoehto on, että hanke toteutetaan ylimaakunnallisena maakuntaliittojen yhteishankkeena. Luontevimpia tahoja olisivat Lapin ja Pohjois-Pohjanmaan liitot, joiden alueella matkailu on erityisen merkittävä elinkeino. Koska myös Lappeenrannassa on keskusteltu matkailueuro-tyyppisestä mallista, myös heidän kiinnostuksensa osallistua kokeiluun olisi selvitettävä.