

2024

Loppuraportti

Utsjoen matkailun Master Plan -hanke

1.9.2023 – 31.8.2024



LAPIN LIITTO

Sisällys

Tiivistelmä.....	1
Hankkeen toteutus	2
Budjetti	2
Vuorovaikutus ja osallistaminen	3
Hankkeen tulokset	4
Utsjoen matkailun nykytila	4
Heikkoudet ja uhat.....	5
Vahvuudet ja kehityspotentiaali	6
Tavoitteet vuodelle 2035	8
Jatkotoimenpiteet.....	9
Yhteenveto.....	11

Tiivistelmä

Utsjoen matkailun Master Plan -hanke käynnistettiin vastauksena alueen kohtaamiin merkittäviin muutoksiin, kuten Atlantin lohen kalastuskiellon ja koronapandemian aiheuttamiin taloudellisiin haasteisiin. Utsjoen kunta hakeutui keväällä 2021 Äkillisen rakennemuutoksen (ÄRM) kunnaksi. Vuonna 2023 päivitettiin kuntastrategia, jossa kestävästi kasvava matkailu valittiin yhdeksi strategiseksi painopisteeksi. Strategian mukaisesti Utsjoen kunta haki Lapin liiton AKKE-rahoituksella (Alueiden kestävä kasvun ja elinvoiman tukemisen hankerahoitus) toteutettavaa Utsjoen Matkailun Master Plan -hanketta, joka käynnistyi 1.9.2023 ja päättyi 31.8.2024.

Hankkeen tavoitteena oli luoda kokonaisvaltainen ja hahmotettava, tietoon ja osallistamiseen perustuva suunnitelma Utsjoen matkailun kehittämiseksi. Tavoitteisiin kuului myös tahtotilan määrittäminen, päätösten ja jatkotoimenpiteiden selkeyttäminen, sekä Utsjoen matkailun brändin kirkastaminen ja sen mukaisen tuotekehityksen edistäminen. Pitkän tähtäimen tavoitteena on kasvattaa Utsjoen matkailua kestävästi ja hallitusti, luoda uusia työpaikkoja, parantaa yritysten kilpailukykyä ja kannattavuutta, sekä lisätä kunnan verotuloja matkailun kasvun kautta.

Hankkeen toteutus perustui vahvaan vuorovaikutukseen ja osallistamiseen. Hankkeen aikana järjestettiin useita työpajoja ja seminaareja, joihin osallistui laaja joukko sidosryhmiä, kuten matkailuyrittäjiä, kunnan työntekijöitä, luottamushenkilöitä ja paikallisia asukkaita. Tilaisuuksien lisäksi haastateltiin henkilökohtaisesti useita toimijoita, mukaan lukien matkailu- ja muita yrittäjiä, kunnan työntekijöitä, ja asiantuntijoita. Näiden vuorovaikutteisten tilaisuuksien avulla saatiin kattava kuva Utsjoen matkailun nykytilasta ja kehityspotentiaalista.

Hankkeen aikana tunnistettiin Utsjoen matkailun keskeiset vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat. Vahvuuksia ovat muun muassa ainutlaatuiset myyntivaltit - kuten revontulet, erämaat, ja elinvoimainen saamelaiskulttuuri - jotka ovat erityisen kiinnostavia kansainvälisessä markkinassa. Heikkouksia ovat muun muassa alhainen vuoteiden käyttöaste, lyhyt viipymä ja talviaktiviteettien puute. Mahdollisuuksia tarjoavat kansainvälisen matkailun kasvu ja Lapin brändin vahvuus, kun taas uhkina nähdään erilaiset matkailun kehittämisen haasteet ja kilpailu muiden matkailukohteiden kanssa.

Hankkeen tuloksena syntyi kattava matkailun Master Plan, joka sisältää konkreettisia toimenpide-ehdotuksia matkailun kehittämiseksi Utsjoella. Suosituksina esitettiin muun muassa reittien ja käyntikohteiden kehittämistä, markkinoinnin ja myynnin tehostamista, yhteistyön vahvistamista eri sidosryhmien välillä, sekä matkailuasiantuntijan palkkaamista. Lisäksi korostettiin yhteistyön merkitystä Norjan kanssa, mikä tarjoaa mahdollisuuksia rajat ylittävien matkailupakettien kehittämiseksi.

Utsjoen matkailun Master Plan -hanke luo vahvan pohjan Utsjoen matkailun kestäväälle ja ympärivuotiselle kehittämiselle. Hanke saavutti tavoitteensa luoda selkeä ja vaiheistettu suunnitelma, joka tukee Utsjoen matkailun kasvua ja pidemmällä aikajänteellä parantaa alueen taloudellista tilannetta.

Hankkeen toteutus

Hanke alkoi syksyllä 2023, kun Utsjoen kunta sai Lapin liitolta myönteisen päätöksen AKKE-rahoituksesta. Hankkeen tavoitteena oli luoda Utsjoen matkailun kehittämiselle kokonaisvaltainen ja hahmotettava suunnitelma, joka perustuu tietoon ja laajaan osallistamiseen. Utsjoen matkailun Master Plan ohjaa matkailun kestäväää kehittämistä pitkällä aikavälillä. Jatkotoimenpiteiden suunnittelussa otettiin huomioon sekä paikallisten yrittäjien että muiden keskeisten toimijoiden näkemykset. Hanke päättyi 31.8.2024.

Hankkeen toteutuksesta vastasi ostopalveluna Kiila Consulting Oy, ja projektipäällikkönä Utsjoen kunnasta toimi Taru Lindell 20 % työajalla.

Hankkeen aikana tuotettiin runsas materiaalipaketti, joka sisälsi mm. toimintaympäristön kilpailukykyanalyysin, matkailun trendit, tavoitteiden määrittelyn, potentiaalin kuvauksen, brändituotteiden ja -pakettien esimerkit, alueiden käytön suunnittelua, toimenpide-ehdotukset ja yhteistyömallien kuvauksen. Tuotettuihin materiaaleihin perustuen Kiila Consulting laati laajan työraportin.

Tämä loppuraportti on tiivistelmä työraportista, apuna tiivistelmän laatimisessa on käytetty ChatGPT-tekoälysovellusta.

Budjetti

Hankkeelle myönnettiin rahoitus Lapin liiton Alueiden kestävä kasvun ja elinvoiman tukeminen (AKKE) -määrärahasta (mom. 32.30.40) kv-kriisirahoitukseen. Tukea myönnettiin 80 % hyväksytyistä kokonaiskustannuksista,

jotka olivat 67 976 €. Tuen osuus oli täten 54 381 € ja kunnan omarahoitusosuus 13 595 €.

Vuorovaikutus ja osallistaminen

Hankkeen keskeiseksi tavoitteeksi asetettiin tavoitteiden määrittäminen matkailun kehittämiseen ja matkailustrategisen tason päätöksenteko. Osallistaminen ja vuorovaikutus toteutettiin monipuolisesti eri sidosryhmien kanssa. Hankkeen aikana järjestettiin useita työpajoja ja seminaareja, joissa käsiteltiin matkailun nykytilaa, kilpailukykyä, ainutlaatuisia myyntivaltteja ja tulevaisuuden visioita. Näihin tilaisuuksiin osallistui laaja joukko sidosryhmiä, ja niiden avulla saatiin kattava kuva Utsjoen matkailun nykytilasta ja kehityspotentiaalista.

Haastattelut: Syyskuun 2023 ja toukokuun 2024 välisenä aikana haastateltiin 64 toimijaa, mukaan lukien 27 matkailuyrittäjää, 9 kunnan luottamusmiestä, 7 kunnan työntekijää, 2 visit-organisaation edustajaa, 3 vähittäiskaupan omistajaa, 2 Tenon kalatalousalueen toimijaa, 2 kalastuksen asiantuntijaa, 1 alueen historian ja kulttuurin asiantuntija, 2 Metsähallituksen työntekijää, 7 matkanjärjestäjää, 1 kunnanjohtaja ja 1 liikennöitsijä.

Kick-off valtuustoseminaari 14.12.2023: Tilaisuudessa käytiin läpi Utsjoen matkailun nykytila, matkailun kasvun pääperiaatteita, hyviä esimerkkejä muista matkailukohteista, maankäytön linjauksia sekä kunnan roolia matkailun kehittämisessä. Tilaisuudessa oli 12 osallistujaa.

Kommentointityöpaja yrittäjille 11.4.2024: Tilaisuudessa esiteltiin nykytila- ja kilpailukykyanalyysi sekä ainutlaatuiset myyntivaltit. Yrittäjät kommentoivat tuloksia, ja materiaalia muokattiin kommenttien perusteella.

Myyntivaltti- ja teematyöpajat: Näitä työpajoja järjestettiin kevään ja kesän 2024 aikana useita eri teemoilla, kuten talvi, ääriolosuhteet, taivaan ilmiöt, paikallinen kulttuuri ja saamelaisuus, vesistöt ja kalastus, erämaat sekä maankäyttö ja reitit. Teematyöpajoissa oli yhteensä yli 100 osallistujaa.

Visiotyöpajat ja päätöksenteko: Näissä työpajoissa käsiteltiin Utsjoen matkailun visiota vuoteen 2035. Työpajoihin osallistui yrittäjiä, valtuutettuja ja kunnan edustajia.

Jatkotoimenpiteiden Käsittely: Hankkeen aikana käsiteltiin myös jatkotoimenpiteitä, joista päätettiin yrittäjien kesken, teknisessä- ja hyvinvointilautakunnassa, kunnanhallituksessa ja kunnanvaltuustossa. Näiden kokousten avulla varmistettiin, että projektin tulokset ja suositukset saadaan jalkautettua käytäntöön.

Ohjausryhmä: Ohjausryhmään kuuluivat edustajat Metsähallituksesta, paikallisista matkailuyrityksistä, Paistunturin - ja Kaldoaivin paliskunnista, Elinvoima- ja teknisestä lautakunnasta, sekä Utsjoen kunnan virkahenkilöitä. Saamelaiskäräjiltä pyydettiin osallistujaa ohjausryhmään, mutta edustajaa ei saatu. Ohjausryhmän kokouksissa käsiteltiin projektin etenemistä, tavoitteita ja toimenpiteitä. Ohjausryhmä kokoontui hankkeen aikana kolme kertaa.

Muut Kokoukset ja Yhteistyö: Hankkeen aikana järjestettiin myös muita kokouksia ja yhteistyötapaamisia, kuten hankkeen aloituspalaveri rahoittajan kanssa, Master Plan -työn esittely maapoliittiselle työryhmälle, suunnitteilla olevaan lohikeskukseen liittyvät matkailunäkökulmat ja potentiaali, rajan ylittävää yhteistyötä edistävä Crossborder Business LAB Pykeijassa, sekä yhteispalaverit Utsjoen kunnan Teno Outdoor -hankkeen kanssa. Lisäksi konsultin ja tilaajan välisiä kokouksia ja keskusteluja käytiin viikoittain.

Saamelaiskäräjät: Hankkeen materiaali toimitettiin Saamelaiskäräjille lausunnoille elokuussa 2024, mikä varmisti, että saamelaiskulttuuri ja sen erityispiirteet huomioitiin projektin toteutuksessa, tuloksissa ja toimenpide-ehdotuksissa.

Hankkeen tulokset

Hankkeen aikana tehtiin kattava analyysi matkailun nykytilasta ja kehityspotentiaalista, tunnistettiin keskeiset vahvuudet ja heikkoudet, laadittiin konkreettisia toimenpide-ehdotuksia ja kirkastettiin Utsjoen matkailun brändiä. Lisäksi hankkeen aikana toteutettu laaja vuorovaikutus ja osallistaminen eri sidosryhmien kanssa varmisti, että kaikki keskeiset toimijat olivat mukana hankkeen toteutuksessa ja päätöksenteossa. Nämä tulokset luovat arvokkaita suuntaviivoja tulevaisuudelle ja auttavat kehittämään kestävää ja ympärivuotista matkailua, joka tukee paikallista taloutta ja työllisyyttä. Hanke saavutti tavoitteensa luoda selkeä ja vaiheistettu suunnitelma Utsjoen matkailun kehittämiseksi.

Hankkeen hyödyt voidaan jakaa lyhyen ja pitkän aikavälin hyötyihin.

Lyhyen aikavälin hyödyt:

- Parantunut ymmärrys Utsjoen matkailun nykytilasta ja kehityspotentiaalista.
- Konkreettiset toimenpide-ehdotukset matkailun kehittämiseksi.

Pitkän aikavälin hyödyt:

- Utsjoen matkailun brändin kirkastaminen ja alueen tunnettuuden lisääminen.
- Kestävän matkailun kehittäminen ympärivuotisesti tukee paikallista taloutta ja työllisyyttä.

Utsjoen matkailun nykytila

Utsjoen matkailu on selkeästi jäljessä muun Lapin matkailun kehityksestä. Tämä ilmenee erityisesti yöpymismäärissä ja vuoteiden käyttöasteessa, matalana kansainvälistymisasteena ja lyhyenä viipymänä.

Vuonna 2023 Utsjoella rekisteröitiin noin 30 000 yöpymistä, määrä on pysynyt samalla tasolla viimeiset 30 vuotta. Koronapandemia aiheutti hetkellisen piikin kotimaan matkailussa, jolloin vuonna 2021 rekisteröitiin ennätyskelliset 32 000 yöpymistä. Kuitenkin Utsjoen matkailun kansainvälistymisaste on pysynyt alhaisena, ja suurin osa matkailijoista on suomalaisia. Kansainvälisiä matkailijoita saapuu lähinnä Alankomaista, Saksasta ja Norjasta, mutta heidän osuutensa on merkittävästi pienempi kuin muualla Lapissa.

Majoituskapasiteetin käyttöaste on merkittävästi alhaisempi kuin muualla Lapissa. Vain murto-osa majoituskapasiteetista on myynnissä suurissa digitaalisissa myyntikanavissa, mikä vaikeuttaa asiakkaiden tavoittamista. Majoituspalveluiden arvostelut ovat kuitenkin keskimäärin hyviä, mikä viittaa siihen, että palveluiden laatu on kohdillaan, mutta niiden markkinointi on tehotonta.

Keskeinen ongelma on matkailukohteen lyhyt viipymä. Utsjoen matkailu on profiloitunut läpikulkukohteeksi, ja matkailijoiden viipymä on lyhyt. Tämä vähentää alueen matkailutuloja, sillä lyhyiden vierailujen aikana matkailijat eivät käytä merkittävästi rahaa aktiviteetteihin tai oheispalveluihin.

Utsjoella on tällä hetkellä vain noin 25 aktiivista matkailuyritystä, joten matkailupalvelut ovat keskittyneet muutamalle toimijalle. Yritykset ovat pääosin pieniä, ja niiden toiminta on vahvasti kausiluonteista, mikä heijastuu myös paikallisten työpaikkojen vähäisyyteen matkailualalla talvisin.

Kesämatkailu

- Yli 70 % Utsjoen yöpymisistä ajoittuu kesä-syyskuun väliselle ajalle, mikä osoittaa voimakasta keskittymistä kesämatkailuun.
- Kesäaikana 80 % matkailijoista on suomalaisia, ja kansainvälisten matkailijoiden osuus on vähäinen.
- Kalastusmatkailu oli aiemmin merkittävä elinkeino, mutta Atlantin lohen kalastusrajoitusten vuoksi monet siihen liittyvät matkailuyritykset ovat lopettaneet toimintansa.
- Utsjoen tunnetut kesämatkailun vetovoimatekijät eivät ole täysin hyödynnettyjä. Vaellusturismi on suosittua, mutta sen vaikutus alueen tuloihin on toistaiseksi ollut vähäinen, sillä retkeilijät kuluttavat pääasiassa vain ruokatarvikkeisiin.
- Utsjoen matkailu on profiloitunut läpikulkukohteeksi, ja keskimääräinen viipymä on vain 1,6 vuorokautta, mikä vähentää matkailutuloja.

Talvimatkailu

- Talvimatkailu on jäänyt selvästi vähäisemmäksi verrattuna muihin Lapin talvikohteisiin, joissa se on merkittävä tulonlähde.
- Talviaikana kansainvälisten matkailijoiden osuus nousee 63 %:iin mutta määrä ei ole kasvanut merkittävästi vuoden 2012 jälkeen.
- Talvimatkailun kehitystä haittaa auki olevien majoitusyritysten vähäisyys, riittävän kapasiteetin puuttuminen talviaktiviteeteista, reittien puute, sekä heikko palveluiden markkinointi.
- Huoneiden käyttöaste talvisin on vain noin 25 %, ja vuoteiden käyttöaste 12 %, mikä on huomattavasti alhaisempi kuin muualla Lapissa.
- Talvikauden tarjonta jää kauas muiden Lapin matkailukohteiden tasosta, ja matkailupalvelut ovat keskittyneet pienille toimijoille.

Heikkoudet ja uhat

Utsjoki on jäänyt selvästi jälkeen Lapin matkailun kehityksestä, ja alueen tunnettuus matkailukohteena on alhainen. Tämä on vaikuttanut matkailijavirtojen määrään ja

matkailutuloihin. Utsjoki on vielä tuntematon matkailukohde ja on jäänyt jalkoihin markkinointiorganisaatioiden hierarkiassa. Nykyiset markkinointitoimenpiteet eivät palvele yrityksiä riittävästi.

Talvimatkailun kehittämisessä aktiviteeteilla on erittäin merkittävä rooli. Talviaktiviteettien ja -reittien puutteet tekevät talvimatkailun kehittämisestä tällä hetkellä mahdotonta ja ovat suurin, välitön este matkailun kasvulle.

Utsjoki on profiloitunut läpikulkukohteeksi, jossa viipymät ovat lyhyitä talviajan matkailua lukuun ottamatta. Tämä on vaikuttanut matkailutuloihin ja yritysten kannattavuuteen. Läpikulku-matkailun haaste on siinä, että asiakkaaseen liittyvät kulut (erityisesti siivous) nousevat suhteessa korkeiksi ja kannattavuuden saavuttaminen on vaikeaa. Ohikulkevat asiakkaat eivät myöskään samassa määrin jätä tuloa aktiviteeteista tai muista oheispalveluista.

Utsjoen matkailu on erittäin sesonkiluonteista: 70 % asiakkaista saapuu kesä-syyskuussa. Tämä tekee yritysten operoinnista haastavaa ja kunnan verotulot eivät voi kasvaa. Talvimatkailussa koettiin selvää kasvua vuonna 2012, jonka jälkeen asiakasmäärät ovat pysyneet jokseenkin samoina.

Utsjoen matkailun rakenteet ovat lähes olemattomat ja organisoitumisen taso on alhainen. Matkailukohteen monet perusasiat, kuten reitit, ohjelmapalvelut, käyntikohteet, myynti- ja markkinointikanavat, liityntäliikenne lentoasemilta, aluemarkkinointi ja aukioloaikojen koordinointi, ovat jääneet tekemättä. Vain murto-osa Utsjoen majoitusyrityksistä myy tuotettaan yleisissä myyntikanavissa ja vain pieni osa vuoteista on auki Lapin talvisesongin aikana.

Utsjoen matkailun haasteiden ymmärtäminen on tärkeää, jotta voidaan kehittää tehokkaita ratkaisuja ja välttää vastaavia ongelmia tulevaisuudessa. Utsjoen matkailun kehittämisessä on oleellista keskittyä aluksi perusasioiden hoitamiseen, kuten reittien ja aktiviteettien kehittämiseen, markkinoinnin ja myynnin tehostamiseen sekä yhteistyön vahvistamiseen eri sidosryhmien välillä.

Vahvuudet ja kehityspotentiaali

Utsjoella on monia vahvuuksia, jotka antavat pohjan merkittävälle matkailun kehitykselle. Lappi on maailmanlaajuisesti tunnettu matkailubrändi, ja Utsjoki voi hyödyntää tätä laajaa tunnettuutta. Utsjoki on osa Lappi-brändiä, mutta tarjoaa vähemmän kaupallistettuja ja alkuperäisempiä kokemuksia kuin monet muut Lapin matkakohteet. Tämä on kiinnostavaa erityisesti niille matkailijoille, jotka etsivät aidompia elämyksiä ja autenttisuutta.

Utsjoen ainutlaatuiset maisemat, arktinen erämaa ja elävä saamelaiskulttuuri houkuttelevat matkailijoita, jotka arvostavat rauhallisuutta ja aitoutta. Utsjoki erottuu massaturismiin keskittyvistä Lapin matkakohteista. Matkailu on säilynyt pienimuotoisena ja paikallisena, ja mökkimajoitus on alueella hyvin kehittynyttä. Koronapandemian myötä mökkimajoituksen suosio on kasvanut erityisesti kansainvälisten matkailijoiden ja matkanjärjestäjien keskuudessa, mikä luo mahdollisuuksia kasvulle. Erityisesti luksusmökkit ovat nousseet suosituksi kansainvälisessä matkailussa.

Vaikka nykytila osoittaa haasteita, Utsjoella on merkittävää kehityspotentiaalia erityisesti ympärivuotisen matkailun kasvattamisessa. Nykytilanteeseen verrattuna alueella on paljon kasvumahdollisuuksia, mikä perustuu sekä majoituskapasiteetin että palveluiden kehittämiseen ja monipuolistamiseen. Esimerkiksi jos olemassa olevan vuodekapasiteetin käyttöastetta saataisiin nostettua 70 %:iin, matkailuyöpymisten määrä nelinkertaistuisi. Tämä tarkoittaa, että infrastruktuuria on jo valmiina, mutta sen tehokas käyttö ja myyntikanavien kehittäminen ovat avainasemassa matkailutulojen kasvattamisessa. Vuodekapasiteetin ja palveluiden parantaminen voisivat myös houkuttaa paremmin maksavia asiakkaita, mikä auttaisi luomaan kestävästä kasvua matkailuelinkeinolle. Lisäksi digitalisaation ja vastuullisuussertifikaattien laajempi hyödyntäminen voisivat parantaa Utsjoen kilpailukykyä kansainvälisesti.

Ympärivuotisuus on toinen keskeinen kehityspotentiaali. Vaikka Utsjoki on tällä hetkellä vahvasti kesämatkailukohde, sen ympärivuotisten matkailupalveluiden kehittäminen voisi lisätä matkailutuloja merkittävästi. Talvimatkailu nähdäänkin suurena mahdollisuutena, jonka kehittäminen voisi tuoda alueelle erityisesti kansainvälisiä matkailijoita. Tämä vaatisi muun muassa matkailuinfrastruktuurin kehittämistä talvikaudelle sekä investointeja ohjelmapalveluihin, kuten opastettuihin luontoretkiin, kelkkailuun ja saamelaiskulttuurin esittelyyn. Etätyöskentelyyn liittyviä palveluita ja tilaratkaisuja voitaisiin kehittää, mikä houkuttelisi matkailijoita, jotka yhdistävät työn ja lomailun. Utsjoella on erinomaiset edellytykset kehittää talvimatkailua, sillä alueen luonto tarjoaa upeat puitteet muun muassa revontulien katseluun, kaamoksen kokemiseen ja erämaan rauhaan.

Utsjoki voi erottautua matkailumarkkinoilla myös vahvalla kulttuurisella tarjonnalla, erityisesti kestävästä ja vastuullisesta matkailun näkökulmasta. Utsjoella jo toimii Saamelaismatkailu- ja yrittäjät ry, joka voisi tulevaisuudessa tukea alueen yrityksiä saamelaiskulttuuriin perustuvien matkailutuotteiden ja -palveluiden kehittämisessä. Kestävä matkailun trendi on nousemassa merkittävästi, ja Utsjoki voisi profiloitua vastuullisen matkailun mallikunnaksi, mikä vahvistaisi sen asemaa kansainvälisesti.

Matkailuinvestointien houkuttelu, kuten laadukkaampien majoituskohteiden rakentaminen ja palvelutarjonnan laajentaminen, voisi olla yksi keskeinen askel matkailun kasvattamisessa. Samalla kun alueen majoitus- ja palvelurakennetta parannetaan, on tärkeää kehittää myyntiä digitaalisissa kanavissa, jotta Utsjoki olisi paremmin saavutettavissa kansainvälisille asiakkaille. Kirkkoniemien lentoaseman mahdollisuuksien hyödyntäminen olisi tärkeää saavutettavuuden ja kansainvälisen matkailun lisäämiseksi.

Verkostomainen yhteistyö matkailuyritysten välillä voisi parantaa yritysten kannattavuutta ja tehokkuutta. Lisäksi yhteistyö eri matkailualan sidosryhmien kanssa ja rajat ylittävä yhteistyö Norjan kanssa voisivat luoda uusia liiketoimintamahdollisuuksia erityisesti kiertomatkojen järjestämisessä ja tuotteiden paketoinnissa. Esimerkiksi pyörämatkailu ja muu luonnossa liikkuminen Tenojokilaakson alueella ovat osa kehityssuunnitelmia. Vaikka Atlantin lohien kalastus on nykyään rajoitettua, lohi on historiallisesti ollut suuri matkailullinen vetovoima Utsjoella. Kalastus voi yhä olla keskeinen osa matkailutuotteita.

tulevaisuudessa, jos kehitetään uusia, muita kalalajeja hyödyntäviä kalastustuotteita- ja kokemuksia. Nämä aktiviteetit voivat tuoda alueelle uudenlaista asiakaskuntaa, joka on kiinnostunut aktiivilomailusta ja joille vastuullisuus on tärkeää.

Kaiken kaikkiaan Utsjoen matkailulla on huomattavaa kasvupotentiaalia, jos talvimatkailua, kansainvälisyyttä ja ympärivuotisuutta onnistutaan kehittämään kestävästi ja hallitusti. Tämä edellyttää panostuksia infrastruktuuriin, markkinointiin ja uusien tuotteiden ja palveluiden kehittämiseen. Digitaalista näkyvyyttä parantamalla ja laajasti digitaalisia myyntialustoja hyödyntämällä voidaan tavoittaa paremmin kansainvälistä asiakaskuntaa. Kilpailukyvyn säilyttämiseksi on tärkeää panostaa kestäväan matkailuun ja vastuullisuuteen.

Tavoitteet vuodelle 2035

Utsjoen matkailun tavoitteet vuodelle 2035 päätettiin hankkeessa järjestettyjen visiotyöpajojen ja seminaarien pohjalta. Työpajoihin osallistui aktiivisia matkailuyrittäjiä, kunnanvaltuutettuja ja muita sidosryhmiä, jotka yhdessä keskustelivat matkailun kasvumahdollisuuksista ja tulevaisuuden visiosta. Keskustelujen ja työpajojen tulokset muokattiin konkreettisiksi tavoitteiksi, jotka keskittyvät erityisesti ympärivuotisen matkailun kehittämiseen, paikallisen kulttuurin säilyttämiseen ja kunnan verotulojen lisäämiseen. Tavoitteiden asettamisessa otettiin huomioon sekä kunnan että yrittäjien näkökulmat, ja ne hyväksyttiin virallisesti kunnanvaltuustossa ja kunnanhallituksessa kesäkuussa 2024. Tavoitteiden saavuttaminen edellyttää matkailuinfrastruktuurin kehittämistä, palveluiden parantamista ja kansainvälisen markkinoinnin tehostamista.

Laadulliset tavoitteet

- Ympärivuotisen matkailun kehittäminen: Tavoitteena on kehittää Utsjoesta ympärivuotinen matkailukohde, jossa tarjotaan palveluita ja elämyksiä vuoden ympäri.
- Saamelaiskulttuurin säilyttäminen ja hyödyntäminen: Saamelaiskulttuurin ja autenttisuuden vaaliminen nähdään keskeisenä arvona matkailun kehittämisessä. Utsjoen matkailun kasvua haetaan kestäväällä tavalla säilyttäen paikallinen identiteetti.
- Yhteistyön ja strategisen omistajuuden turvaaminen: Yritysten ja kunnan yhteistyön vahvistaminen, jotta matkailutulo ja liiketoiminnan kannattavuus hyödyttävät paikallista yhteisöä. Myös verotulojen ja työpaikkojen lisääminen on keskeistä.
- Kansainvälinen näkyvyys: Tavoitteena on tehdä Utsjoesta kansainvälisesti tunnettu matkailukohde, ja tätä pyritään edistämään tehokkaalla brändäyksellä.
- Pienimuotoisuus ja vastuullisuus: Pienimuotoinen, paikallisuuteen nojaava matkailu nähdään Utsjoen vahvuutena. Utsjoen matkailua kehitetään myös siten, että se säilyy taloudellisesti ja ekologisesti kestäväenä.

Määrälliset tavoitteet

- Uudet vuodepaikat: Tavoitteena on rakentaa vuoteen 2035 mennessä 1000–2000 uutta vuodepaikkaa, mikä mahdollistaa matkailun merkittävän kasvun ja verotulojen lisäämisen. Suurten yritysten tavoitteena on tarjota vähintään 200 vuodepaikkaa per yritys.
- Verotulojen kasvattaminen: Tavoitteena on kasvattaa matkailusta saatavia verotuloja noin miljoonalla eurolla vuosittain vuoteen 2035 mennessä.
- Vuoteiden käyttöaste: Tavoiteltu vuoteiden käyttöaste on 50–60 %.
- Matkailutulo ja työpaikat: Tavoite matkailijan jättämäksi euromääräksi on asetettu 400–500 euroon per matkailija per vuorokausi. Utsjoen matkailun laajentaminen tähtää matkailutulojen ja uusien työpaikkojen lisäämiseen, mikä tukee kunnan taloudellista itsenäisyyttä.

Jatkotoimenpiteet

Näiden toimenpide-ehdotusten tavoitteena on varmistaa, että projektin tulokset ja suositukset saadaan jalkautettua käytäntöön ja että Utsjoen matkailu kehittyy suunnitelmallisesti ja tehokkaasti kohti asetettuja tavoitteita.

Reittien ja Käyntikohteiden Kehittäminen

Reittien ja käyntikohteiden kehittäminen on välttämätöntä matkailun kasvattamiseksi. Tämä sisältää sekä kesä- että talvireittien suunnittelun ja toteutuksen. Erityisesti talviaktiiviteettien ja reittien kehittäminen on tärkeää, jotta Utsjoki voi houkutella enemmän matkailijoita talvikaudella. Reittien ja käyntikohteiden kehittämisessä tehdään tiivistä yhteistyötä Metsähallituksen kanssa. Maankäytön päätöksenteossa kunnalla on vaikutusmahdollisuuksia. Reitteihin liittyviä pullonkauloja purkamalla voidaan saada selvää kehitystä aikaan.

Markkinoinnin ja Myynnin Tehostaminen

Alueen näkyvyyden parantaminen digitaalisissa kanavissa on oleellinen jatkotoimenpide. Tämä sisältää muun muassa matkailualueen verkkosivujen päivittämisen ja ylläpidon, digitaalisen markkinoinnin tehostamisen sekä matkanjärjestäjävierailuiden ja mediavierailuiden järjestämisen. Lisäksi on tärkeää kehittää alueen yhteismarkkinointia ja varmistaa, että Utsjoen matkailutuotteet ovat näkyvillä ja helposti saatavilla eri myyntikanavissa.

Yhteistyön Vahvistaminen

Laaja-alainen yhteistyö eri sidosryhmien välillä on keskeistä matkailun kehittämisessä. Tämä sisältää yhteistyön vahvistamisen paikallisten matkailuyrittäjien, kunnan, Metsähallituksen, paliskuntien ja muiden keskeisten toimijoiden välillä. Lisäksi yhteistyö Norjan kanssa tarjoaa mahdollisuuksia rajat ylittävien matkailupakettien kehittämiselle ja yhteismarkkinoinnille. Verkostomaisella yhteistyömallilla ja strategisilla toimenpiteillä yritysten toimintaa voidaan kasvattaa, sekä tehdä toiminnasta kannattavampaa ja vaivattomampaa. Alueorganisaatioiden (DMO, keskusvaraamo, DMC) rooli on merkittävä digitaalisen markkinoinnin

kehittämisessä, lentoliikenteen ja saavutettavuuden parantamisessa sekä matkailualan yritysten verkottamisessa.

Saavutettavuuden Parantaminen

Lentoliikenteen ja liityntäliikenteen kehittäminen Ivalon ja Kirkkoniemien lentoasemille on tärkeää matkailun kasvattamiseksi. Tämä sisältää lentoreittien kehittämisen, liityntäliikenteen järjestämisen lentoasemilta Utsjoelle sekä taksipalveluiden saatavuuden parantamisen. Saavutettavuuden parantaminen tekee Utsjoesta houkuttelevamman matkailukohteen ja helpottaa matkailijoiden saapumista alueelle. Kirkkoniemien lentoasema mahdollistaa markkinahintaisen lentämisen ja kiertomatkojen järjestämisen. Lentoreittien kehittämistä tehdään, mutta toiminta ei ole organisoitu niin, että Utsjoki pääsisi vaikuttamaan selvästi reittikehittämiseen.

Investointien Edistäminen

Matkailuinvestointien käynnistäminen ja EU-rahoituksen hyödyntäminen ovat keskeisiä jatkotoimenpiteitä. Tämä sisältää uusien majoitus- ja aktiviteettikohteiden rakentamisen sekä olemassa olevien matkailuyritysten laajentamisen. Investointien edistäminen parantaa alueen matkailutarjontaa ja luo uusia työpaikkoja. Matkailun tavoitteita määrittäessä on erityisen tärkeää huomioida, minkälaista yritystoimintaa Utsjoelle tavoitellaan. Käytännössä yritysten pitää olla riittävän suuria, jotta ne työllistävät.

Vastuullisuuden Edistäminen

Vastuullisen matkailun kehittäminen on tärkeää Utsjoen matkailun kestävyyskannalta. Tämä sisältää muun muassa ympäristöystävällisten käytäntöjen edistämisen, saamelaisen kulttuurin ja perinteiden kunnioittamisen sekä matkailijoiden tietoisuuden lisäämisen vastuullisesta matkailusta. Vastuullisuuden edistäminen parantaa Utsjoen matkailun mainetta ja ylläpitää kilpailukykyä.

Matkailuasiantuntijan Palkkaaminen

Yksi keskeisimmistä jatkotoimenpiteistä on matkailuasiantuntijan palkkaaminen Utsjoen kuntaan. Matkailuasiantuntija vastaa matkailun kehittämisestä, koordinoinnista ja seurannasta. Hänen tehtäviinsä kuuluu myös yhteistyön edistäminen eri sidosryhmien välillä sekä matkailun markkinoinnin ja myynnin tehostaminen. Matkailuasiantuntijan palkkaaminen kuntaan turvaa jatkuvuuden ja edistää matkailun kehittämistä.

Osaamisen Kehittäminen

Kunnan hallinto- ja lakiosaamisen lisääminen helpottaisi matkailuun liittyvien pullonkaulojen purkamista. Matkailualan koulutuksen ja osaamisen kehittäminen on tärkeää matkailuyritysten kilpailukykyyn parantamiseksi. Tämä sisältää muun muassa matkailuyrittäjien ja työntekijöiden osaamisen kehittämisen, sekä uusien matkailutuotteiden ja -palveluiden kehittämisen. Osaamisen kehittäminen parantaa matkailuyritysten palvelutasoa ja asiakaskokemusta.

Seuranta ja Arviointi

Matkailun kehittämisen jatkuva seuranta ja arviointi ovat oleellisia toimenpiteiden vaikuttavuuden arvioinnin kannalta. Seuranta ja arviointi sisältää matkailun mittariston luomisen ja sen säännöllisen seurannan. Mittaristoon sisältyvät muun muassa yöpymisten kehittyminen, kansainvälisten matkailijoiden osuus, päämarkkinoiden määrä ja kehitys, huoneiden hintataso, majoituskapasiteetin määrä ja kasvu, suunnitteilla olevien investointien määrä, myyntikanavissa olevan majoituskapasiteetin määrä, aktiviteettiyritysten ja tuotteiden määrä sekä matkailutulojen kehitys.

Yhteenveto

Utsjoen matkailu on selvästi jäljessä muun Lapin matkailun kehityksestä, mutta alueella on huomattavia kasvumahdollisuuksia ja käyttämätöntä potentiaalia, joka voidaan valjastaa matkailun hallituksi kasvattamiseksi. Nykytilaa leimaavat alhaiset yöpymismäärät, pieni kansainvälisyysaste ja keskittyminen kesämatkailuun. Alueen talvimatkailu on vähäistä, ja tunnettuus kansainvälisesti on heikko.

Matkailun kehityksen suurimmat mahdollisuudet piilevät ympärivuotisuuden parantamisessa, varsinkin talvimatkailun osalta. Utsjoen luontaiset vahvuudet, kuten ainutlaatuinen arktinen luonto, elinvoimainen saamelaiskulttuuri, erämaat ja revontulet, luovat pohjan kestäväälle kasvulle, erityisesti kansainvälisillä markkinoilla. Yhteistyö Norjan kanssa, majoituskapasiteetin tehostaminen ja uusien talviaktiviteettien kehittäminen ovat keskeisiä kehityksen elementtejä. Jo nykyistä majoituskapasiteettia tehokkaammin hyödyntämällä ja parantamalla kansainvälistä näkyvyyttä Utsjoki voisi nelinkertaistaa yöpymisten määrän, ja saavuttaa taloudellisesti kannattavamman matkailumallin. Kestävän kehityksen painottaminen ja kansainvälinen yhteistyö ovat avainasemassa Utsjoen matkailustrategian onnistumisessa.