

# Liitteet

1. Kehittämisen lähtökohdat
2. Benchmark-referenssit
3. Majoitushintojen vertailu
4. Mahdollisia rahoituskanavia ja kannattavuutta tukevia tekijöitä

# 1. Kehittämisen lähtökohdat

# Matkailun trendit

Globaaleilla megatrendeillä on selkeä vaikutus ihmisten ja yhteiskunnan muutokseen pitkällä tähtäimellä. Koronapandemia on puolestaan nopeuttanut tiettyjä trendejä entisestään. Esimerkiksi työnteon ja vapaa-ajan suhde on muuttunut etätyön nopean muutoksen myötä, kaupungistumisen ja koronapandemian vastapainona elämys- ja merkityshakuisuus on korostunut, ilmastonmuutos on lisännyt ihmisten vastuullisuudentunnetta, joka ilmenee myös matkailun saralla, Väestön ikääntyminen ja vaurastuminen lisää hyvinvoinnin tavoittelua mutta samanaikaisesti digitaalisuus asettaa sekä haasteita että mahdollisuuksia palveluiden toteuttamiseksi.

## Lähteet:

Business Finland, Trends and signals of the future of international travel in Finland, Results of Visit Finland workshops 2020

Globetrender – The future of travel – Travel in the age of covid-19:  
<https://www.businessfinland.fi/49cf70/globalassets/finnish-customers/news/news/2020/globetrender-travel-in-the-age-of-covid-19-report.pdf>

TEM Matkailun toimialan vuosiraportti (2019)  
[http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161292/TEM\\_3\\_2019\\_Matkailun\\_toimialaraportti.pdf](http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161292/TEM_3_2019_Matkailun_toimialaraportti.pdf)



# Matkailun trendejä ja ilmiöitä

## Käynnissä olevia muutoksia markkinoilla:

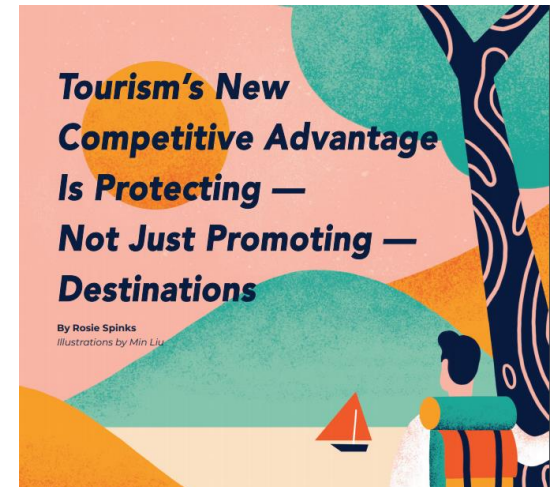
- Ympäristötietoisuus
- Luonto ja hyvinvointi
- Nousevat kohderyhmät (yksinhuoltajaperheet, Y ja Z –sukupolvet, yli 65-vuotiaat, kolme sukupolvea, isovanhempien ja lasten matkat)
- Pienemmät matkakohteet
- Esteetön matkailu
- Paikallinen ruoka
- Markkinointiviestinnän monipuolistuminen (some, elokuvatuotannot yms)

## Maailmalla tunnistettuja matkailun ilmiöitä:

- Lemmikien kanssa matkailu
- Matkanteon hidastaminen jotta voi kokea enemmän
- Motion-based-tourism – liikkumiseen keskittynyt matkailu (kuten uinti, bike-to-boat)
- Ekologiset, elämykselliset majoitusmuodot, "eco lodges"
- Microcations eli minilomat

## Matkakohteen kehittämisen ilmiöitä:

- Lojaaliuden kasvattaminen – erilaiset sitouttamisen keinot, brändirakkaus
- Urbanit kaupunkilaiset ovat tottuneet "smart design" ratkaisuihin
- Matkailukohteen kilpailuetuna sen suojeleminen



# Matkailun tilastot Sallassa

Sallan alueen majoitusliikkeissä olevien huoneiden ja vuoteiden lukumäärä on pysynyt melko vakaana vuodesta 2015 lähtien. Huone- ja vuodekohtaiset käyttöasteet ovat olleet kasvutrendissä vastaavalla ajalla.

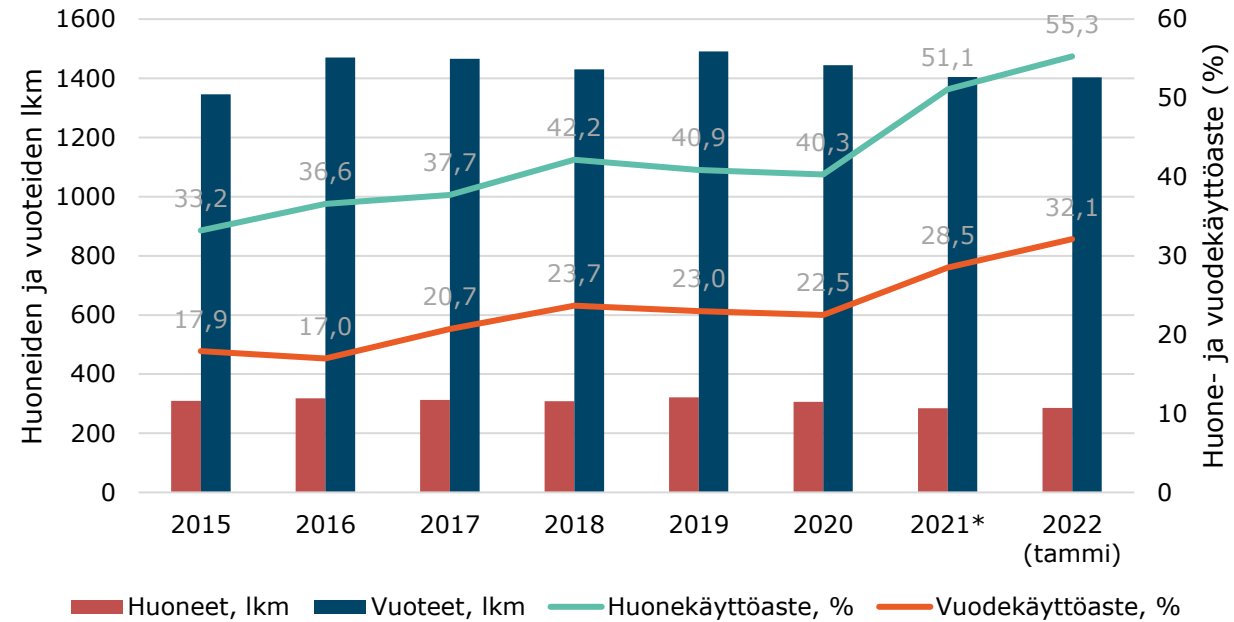
Koronapandemialla ei ole ollut havaittavaa vaikutusta huone- ja vuodemäärätarjontaan mutta huone- ja vuodekäyttöasteissa on nähtävissä pientä laskua mutta joka on puolestaan korjaantunut jo vuonna 2021.

Majoitusliikkeiden huonekeskihinta Sallassa on ollut viime vuosina keskimäärin noin 85 euroa. Majoitusliikkeiden huonekeskihinnassa ja huonekohtaisessa liikevaihdossa (RevPar=Revenue per available room) tapahtui laskua vuonna 2020 mutta ne ovat sen jälkeen palautuneet.

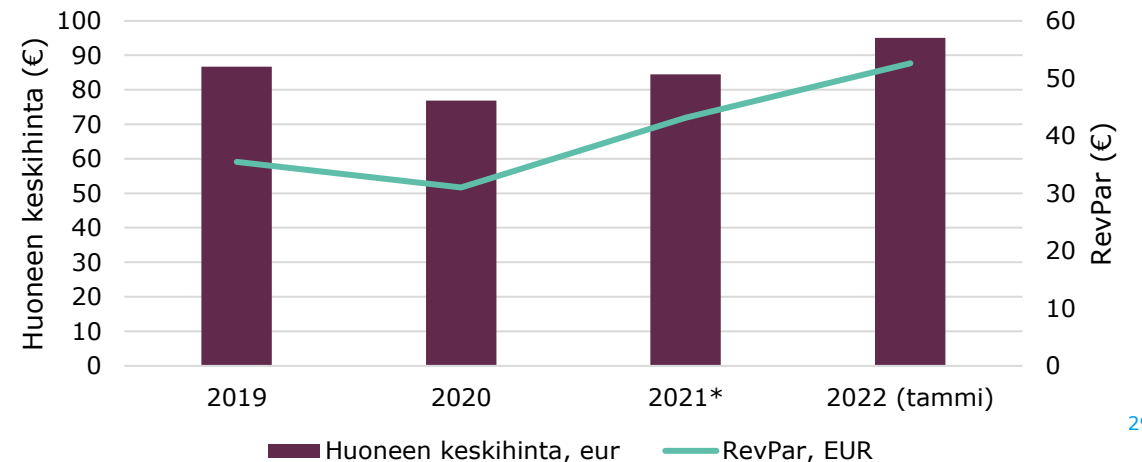
## Lähde:

Visit Finland tilastotietokanta Rudolf, Majoitusliikkeiden keskimääräinen vuosikapasiteetti ja sen käyttö, Sallan alue \*Vuoden 2021 ja 2022 tilastot ovat ennakkotietoja

## Huoneiden ja vuoteiden lukumäärä ja käyttöaste Sallassa 2015-2022



## Huoneiden keskihinta ja RevPar Sallassa 2019-2022





# Matkailun tilastot Sallassa

Vuosittaiset yöpymiset ja viipymisaajat ovat olleet tasaisessa kasvussa vuosina 2015-2021. Kotimaiset matkailijat ovat merkittävin asiakasryhmä ja koronapandemian seurauksena ulkomaisten matkailijoiden yöpymismäärät ovat laskeneet koronaa edeltävien vuosien tasosta.

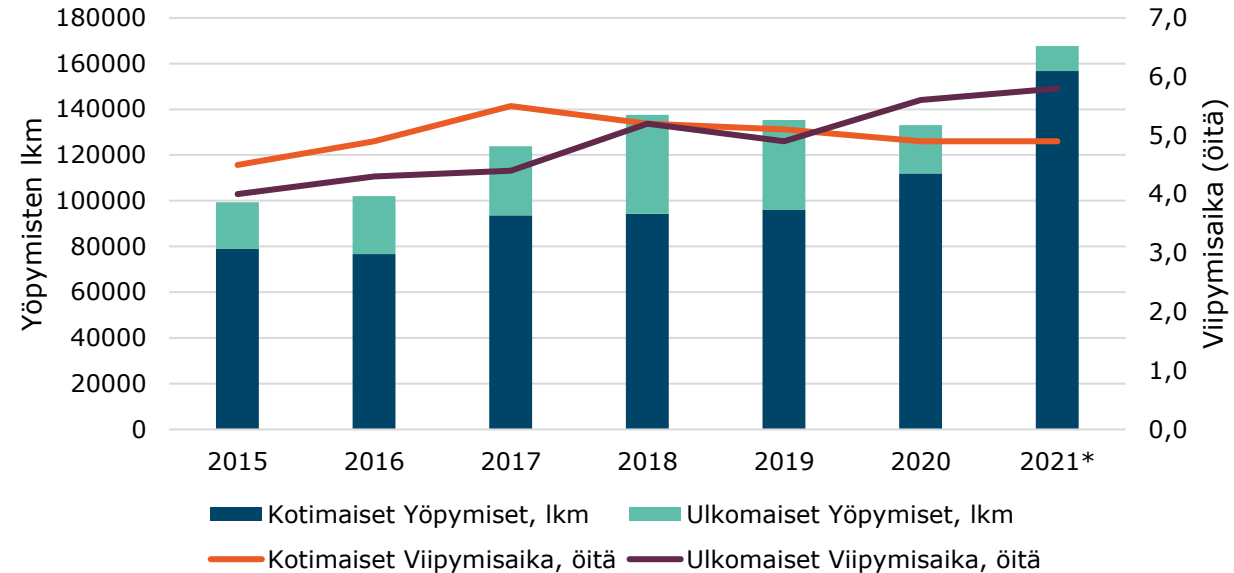
Matkailijat ovat viime vuosina viipyneet Sallassa keskimäärin noin 4,5-5,5 yötä.

Venäläiset ovat olleet viime vuosina yksi suurimmista ulkomaisista vierailijaryhmistä. Ukrainan sodan seurauksena venäläisten matkailun arvioidaan kuitenkin pysähtyvän täysin.

## Lähde:

Visit Finland tilastotietokanta Rudolf, Vuosittaiset yöpymiset ja saapuneet asuinmaittain, Sallan alue \*Vuoden 2021 ja 2022 tilastot ovat ennakkotietoja

## Vuosittaiset yöpymiset ja viipymisaika Sallassa 2015-2021



## TOP 10 Saapuneet ja viipymisaika maittain Sallan alueella 2019-2021

TOP 10 - 2019			TOP 10 - 2020			TOP 10 - 2021		
Maa	Saapuneet	Viipymisaika(öitä)	Maa	Saapuneet	Viipymisaika(öitä)	Maa	Saapuneet	Viipymisaika(öitä)
Suomi	26785	5,1	Suomi	22787	4,9	Suomi	33752	5,0
Alankomaat	2882	5,3	Alankomaat	1411	6,7	Espanja	751	4,2
Venäjä	1244	3,0	Saksa	522	6,0	Alankomaat	279	4,4
Espanja	1153	4,7	Venäjä	476	3,5	Saksa	171	4,3
Saksa	863	4,8	Italia	421	2,6	Italia	120	3,0
Britannia	575	6,8	Britannia	401	7,0	Thaimaa	98	34,0
Italia	245	3,1	Espanja	155	5,9	Venäjä	75	3,3
Ruotsi	208	2,4	Ranska	127	4,2	Ranska	74	4,9
Ranska	197	4,3	Viro	45	3,3	Britannia	71	5,7
Thaimaa	105	16,5	Ruotsi	37	3,3	Ruotsi	51	2,8

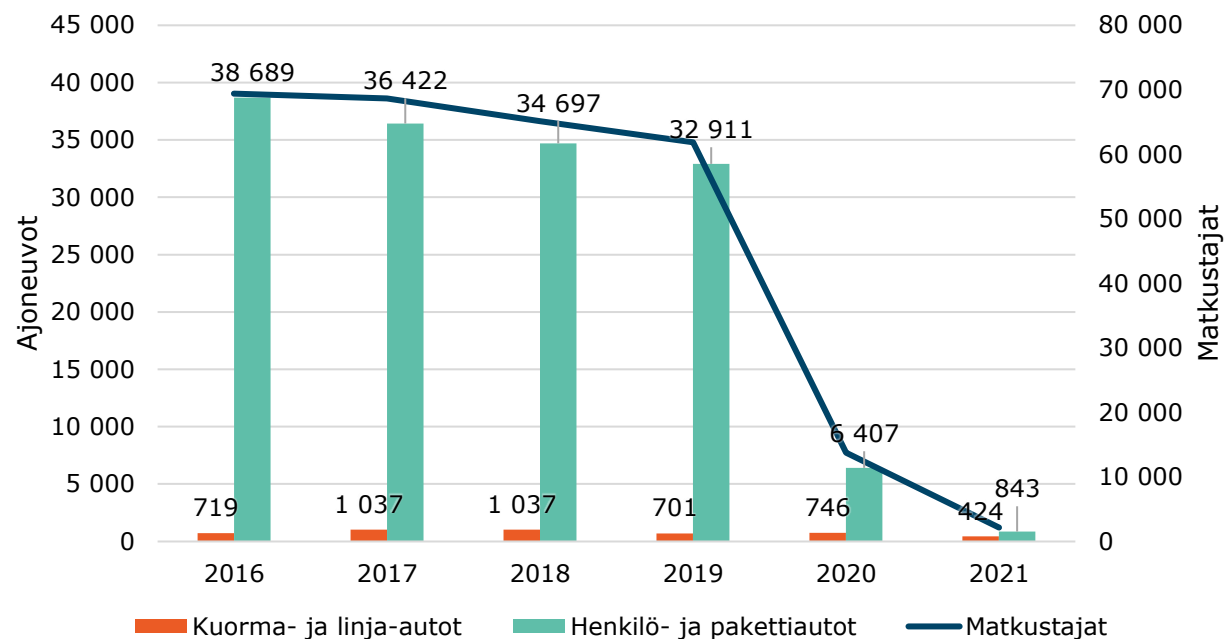
# Rajaliikenteen tilastot

Sallan rajanylityspaikan Suomeen saapuvat ajoneuvoliikennemäärät olivat pienessä laskussa vuodesta 2016 lähtien ja koronapandemian seurauksena liikennemäärät romahtivat vuonna 2020. Vastaava muutos on nähtävissä myös matkustajamäärien osalta. Ennen koronapandemiaa Suomeen saapuvien matkustajien määrä Sallan rajanylityspaikan kautta oli noin 33-36 000 henkilöä vuosittain.

Ukrainan sodan seurauksena liikennemäärien arvioidaan pysyvän hyvin alhaisella tasolla tai täysin pysähtyneenä lähitulevaisuudessa.

**Lähde:**  
Tulli, Logistiikkatilastoja, Rajaliikenne 2016-2021

Suomeen suuntautuvat liikennemäärät Sallan rajanylityspaikalla 2016-2021



# Sallan kestävä matkailun strategia suunnittelun pohjana

## Sallan kestävä matkailun visio 2030:

*Salla on vastuullinen matkakohde,  
joka kehittyy yhteistyössä, luontoa ja  
paikallisuutta kunnioittaen*

## Kestävän matkailun strategian paino-pisteet

### 1. Toimimme matkailussa tavoitteellisesti ja tuloksekkaasti ilmaston ja puhtaan luonnon puolesta

Missä olemme 2030: Tieto ohjaa luontevasti toimintaamme. Käytämme 100% uusiutuvaa energiaa koko matkailun toimialalla ja suuri osa siitä on paikallisesti tuotettua. Tunnettuamme pienen hiilijalanjälkemme ja yrityksillä on työkalu laskentaa varten.

Tarjoamme matkailijoille tavan laskea ja kompensoida lomansa hiilijalanjälki. Ilman laatu on parhainta maailmassa ja se tunnustetaan matkailijoiden joukossa alueen erityispiirteeksi.

Sallan matkailukeskus on kasvanut hallitusti ja Salla tunnetaan edelleen rauhallisena luontokohteena.

### 2. Tuotteemme ja palvelumme ovat syvästi sallalaisia

Missä olemme 2030: Salla tunnetaan siitä, että sallalaisuus on aitoa. Se näkyy ja se kerrotaan. Talousalueen matkailuyritykset menestyvät ja tukevat hankinnoillaan alueen muidenkin yritysten menestystä.

### 3. Yhteinen hyvinvointi luo menestyksen

Missä olemme 2030: Sallan asukasmäärä on kasvanut matkailun luomien työpaikkojen avulla. Hyvinvointiklusteri tuo turvaa myös sallalaisten hyvinvoinnille. Salla tunnetaan hyvinvointia lisäävänä luontomatkoilukohteena.

### 4. Tieto ohjaa toimintaa ja valintoja

Missä olemme 2030: Tiedolla johtaminen on arkea ja tukee johtamista niin kunnan matkailuorganisaatiossa kuin yrityksissäkin. Matkailun vaikutuksia sosiokulttuurisesta, taloudellisesta ja ekologisesta näkökulmasta seurataan eri tahoilta automaattisesti saatavan datan pohjalta, ja yhteistyökumppanit ja asiakkaat ovat osa dataverkostoa.



# SWOT-analyysi

## Vahvuudet

- Läheiset kansallispuistot
- Muut erä- ja luontomatkailumahdollisuudet
- Sallatunturin nykyinen toiminta luomassa asiakaspohjaa
- Sallan matkailijat tulevat kotimaasta ja Keski-Euroopasta, minkä ansiosta selvitty hyvin viime vuosien myllerryksistä
- Lappi-brändin hyödyntäminen

S

## Heikkoudet

- Lapin kilpailevat suuret hiihtokeskukset
- Toimintojen keskinäiset etäisyydet
- Kohteen houkuttelevuus matkailijoille tai uusille toimijoille?
- Ei pystytä nykyisellä kapasiteetilla vastaamaan matkanjärjestäjien kysyntään Sallassa

W

## Mahdollisuudet

- Venäjän matkailun avautuminen
- Erämatkailu, pitkien viipymäaikojen muuntaminen liikevaihdoksi
- Vastuullisuuden hyödyntäminen
- Tapahtumajärjestäminen
- Matkaketjut/-paketit
- Rauhallinen kohde vs. Lapin isot hiihtokeskukset
- Sähköllä kulkevat pienlentokoneet parantavat saavutettavuutta

O

## Uhat

- Geopoliittiset riskit
- Globaalit pandemiat
- Väestön ja siten työvoiman ikääntyminen, toisaalta myös työvoiman kausiluonteisuus
- Luonnon ainutlaatuisuuden muuttuminen esim. tuulipuistot

T

# 2. Benchmark- referenssit

# Benchmark: Barö Inkoossa

[www.thebaro.fi](http://www.thebaro.fi)



## THE BARÖ

The Barö on ekologisesti rakennettu korkealuokkainen saaristohotelli maailman upeimman saariston syleilyssä, Barösundin alueella Inkoossa. Monipuolinen ja ainutlaatuinen Suomenlahden saaristo, puhdas luonto, meren läsnäolo, vanhat puut ja paikalliset tarinat aina viikinkiajoista saakka lumoavat ensihetkestä lähtien.

Vieraanamme saat henkilökohtaisen, lämpimän ja mieleenpainuvan kokemuksen sekä hotellissamme että ravintolassamme. Ympäröivä luonto sekä monipuoliset harrastusmahdollisuudet ja palvelut täydentävät elämyksen uniikiksi yhdistelmäksi luonnonläheisyyttä ja luksusta.





# Benchmark: Anttolanhovi/ Halla Resort Mikkelä

[www.anttolanhovi.fi/majoitus](http://www.anttolanhovi.fi/majoitus)



[www.google.fi](http://www.google.fi)



## HALLA

NATURE & DESIGN VILLAS

Halla Nature & Design -huviloiden ympäristö rakentuu tulevana vuosina rennon tyylikkääksi hyvinvointimatkailukohteeksi Halla Resortiksi. Kohteen palveluista vastaa hotelli Anttolanhovi.

Ramboll





# Benchmark: Eumer Fishing Merikarvialla

Yritys on kehittänyt monipuolisen liiketoimintarakenteen, minkä ansiosta toiminta on ympärivuotista. Toimintoja ovat:

Oma tuotantotila (kalastusvieheet) + myymälä + kalastuskoski + ohjatut kalastusretket + majoitustilat + sauna + tapahtumakenttä samalla tontilla

<https://www.eumerfishing.com/>





## Benchmark:

# Kotieläinpuisto Arkadia / Sea Lapland Safaris, Simon kunta

Perheyritys, jolla on kesäsesonkina kotieläinpuisto suunnattu kotimaan perhematkailijoille, talvella kv-matkailijoille suunnatut moottorikelkkasafarit ja muut talviaktiviteetit sekä Reindeer Farm, jossa lapsille esimerkiksi mönkijäajeluita ja tapahtumia. Eri tuotteet tekevät toiminnasta ympärivuotista.

<https://sealaplandsafaris.com/>

<https://fi-fi.facebook.com/KotielainpuistoArkadia/>





# 3. Majoitushintojen vertailu

# Majoitushintojen vertailu

- Viereisessä taulukossa on esitetty mökki- ja leirintäalueiden majoitushintoja eri puolella Suomea. Hintojen vaihteluväli johtuu osin majoituksen sesonki- ja kokovaihtelusta.
- Vertailutietoon pohjautuen arvioidut majoitushinnat:
- Kallunkijärven mökit: 200-600 €/vrk
- Kursun leirintäalue: 25-30 €/vrk + hlömaksu 4 €/vrk + sähkö 4 €/vrk

## Lähteet:

Majoitushinnat koostettu matkailuliikkeiden verkkosivuilta

<b>Sallatunturin yksityismökit</b>	Salla
Mökit (25-140 m2, 4-14 hlö)	360-1160 €/vko (~50-170 €/vrk)
<b>Erittäin Sallinen</b>	Salla
Mökit (37 m2, 2-4 hlö)	95-135 €/vrk
Leirintäalue	30 €/vrk + hlömaksu 3 €/vrk/hlö + sähkö kulutuksen mukaan
<b>Lapin lomamökit &amp; Camping</b>	Enontekiö
Mökit	55-80 €/vrk
Leirintäalue	15 €/vrk (teltta+parkkipaikka), 28 €/vrk (karavaanipaikka+sähkö)
<b>Wilderness Hotel Nellim</b>	Inari
Huoneet/huoneistot (25-70 m2, 2-5 hlö)	190-490 €/vrk
Mökit/villat (38-134 m2, 2-8 hlö)	250-850 €/vrk
Revontulikodot (15-29 m2, 2 hlö)	310-440 €/vrk
<b>Nallikari Lomakylä</b>	Oulu
Leirintäalue	20-32 €/vrk + hlömaksu 5-6 €/vrk/hlö
Villat (54-108 m2)	120-510 €/vrk
Kesämökki (23-33 m2)	55-65 €/vrk
Lomamökki (12-14 m2)	81-195 €/vrk
<b>Kalajoki Camping</b>	Kalajoki
Leirintäalue (seaside)	34 €/vrk + hlömaksu 6 €/vrk/hlö
Leirintäalue	20 €/vrk + hlömaksu 6 €/vrk/hlö + sähkö 4 €/vrk
Telttapaikat	15 €/vrk + hlömaksu 6 €/vrk/hlö
Mökkimajoitus (2-8 hlö)	50-185 €/vrk
<b>Manamansalon leirintäalue</b>	Vaala
Leirintäalue	18-20 €/vrk + hlömaksu 6 €/vrk/hlö + sähkö 7,5 €/vrk
Mökit (16-60 m2)	60-145 €/vrk
<b>SaimaaHoliday Oravi</b>	Savonlinna
Leirintäalue	25 €/vrk + sähkö 5-10 €/vrk
Glamping (Tentsile)	60€ /vrk
Ekohostel	55 €/vrk
Hotelli (1-4 h)	55-115 €/vrk
Huvilat (4-15 hlö)	296-680 €/vrk
<b>The Barö</b>	Inkoo
Huoneet (2-3 hlö)	268-858 €/vrk

# 4. Mahdollisia rahoituskanavia ja kannattavuutta tukevia tekijöitä

# Mahdollisia rahoituskanavia

- **ELY-keskus**

- Yrityksen kehittämisavustus ja maaseudun yritysrahoitus pk-yritysten kehittämistoimenpiteisiin ja investointeihin.
- Yrityksen kehittämisavustuksessa kehittämistoimenpiteisiin tukea max. 50 % ja investointeihin tukea 10–35 %.

- **Leader Pohjoisin Lappi ry**

- Tukea pienien yritysten investointeihin, liiketoiminnan käynnistämiseen ja yrityksen kehittämiseen, kokeiluihin ja yritysryhmähankkeisiin. Aloina paikallinen biotalous, matkailu ja elämykset, luovat alat ja palveluyrittäjyys.
- Tuen määrä vaihtelee kohteittain.

- **Lapin liitto**

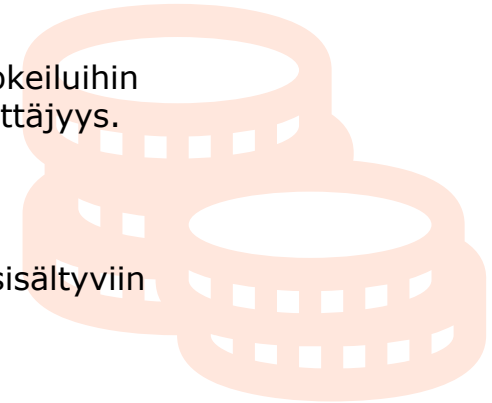
- Tukea alueiden kehittämistä, kestäväää kasvua ja elinvoimaa edistäviin kehittämishankkeisiin ja niihin sisältyviin investointeihin.
- Huom. Maakuntien liitot eivät lähtökohtaisesti voi myöntää tukea yksittäiselle yritykselle sen oman liiketoiminnan kehittämiseen.

- **Pankkien yritysluotot ja Finnveran yrityslainat**

- Lainarahoitusta investointeihin ja yritystoiminnan kehittämiseen.

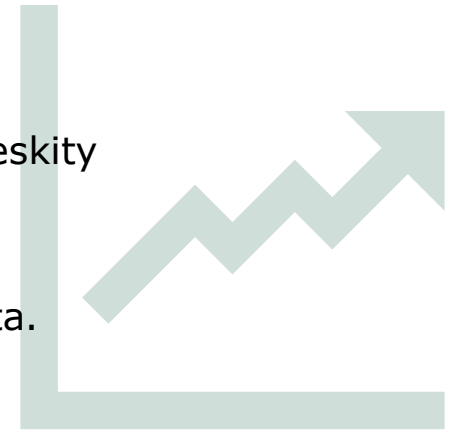
- **Business Finland**

- Rahoitusta tutkimukseen, tuotekehitykseen ja monenlaisiin liiketoiminnan kehittämisen tarpeisiin erityisesti pienille ja keskisuurille yrityksille. Rahoitus lähtökohtaisesti kansainvälistymiseen liittyen mutta erillishauissa voi olla myös matkailuun liittyviä teemoja. Tarjolla myös energiatuki energiahankkeisiin (tukea 10-25 %) ja energiakatselmuksiin.



# Kannattavuutta tukevia tekijöitä

- Lähellä olevat Oulangan kansallispuisto ja Sallan kansallispuisto vetävät matkailijoita puoleensa. Erityisesti Sallan uusi kansallispuistostatus lisää kävijöitä alueella.
- Palveluiden ja aktiviteettien monipuolisuus on etu ja kattavat palvelut lisäävät matkailijoiden viipymää alueella.
  - Ympärivuotiset aktiviteetit lisäävät asiakasvirtoja myös sesonkien ulkopuolella.
  - Monipuoliset yhteistyöverkostot mahdollistavat erilaisten palveluiden tuottamisen ("keskity omaan ydinliiketoimintaasi").
  - Palvelut tukevat toisiaan, esim. Kallunkijärven mökkiasiakkaat hyödyntävät ravintolapalveluita mutta myös alueen ulkopuoliset voivat hyödyntää samoja palveluita.
- Hinnoittelu suhteessa sesonkeihin/laatutason/kilpaileviin kohteisiin.
- Alueen yhteismarkkinointi, Sallan olemassa oleva kv-brändityö ja laajemman Lappi-brändin hyödyntäminen.
- Riittävän suuri majoituskapasiteetin määrä ja laadukkuus mahdollistaa myös suurempien matkailijaryhmien vastaanottamisen.





Bright ideas.  
Sustainable change.