

Lapin matkailun sopeutuminen ilmastonmuutokseen

Clim-ATIC -hankkeen työraportti

Asta Kietäväinen, Seija Tuulentie ja Sinikka Rovander

Metlan työraportteja / Working Papers of the Finnish Forest Research Institute -sarjassa julkaistaan tutkimusten ennakkotuloksia ja ennakkotulosten luonteisia selvityksiä. Sarjassa voidaan julkaista myös esitelmiä ja kokouskoosteita yms.

Sarjassa ei käytetä tieteellistä tarkastusmenettelyä.

Sarjan julkaisut ovat saatavissa pdf-muodossa sarjan Internet-sivuilta.

<http://www.metla.fi/julkaisut/workingpapers/>
ISSN 1795-150X

Toimitus

PL 18
01301 Vantaa
puh. 010 2111
faksi 010 211 2101
sähköposti julkaisutoimitus@metla.fi

Julkaisija

Metsäntutkimuslaitos
PL 18
01301 Vantaa
puh. 010 2111
faksi 010 211 2101
sähköposti info@metla.fi
<http://www.metla.fi/>

Tekijät Kietäväinen, Asta, Tuulentie, Seija & Rovannerä, Sinikka			
Nimeke Lapin matkailun sopeutuminen ilmastonmuutokseen Clim-ATIC -hankkeen työraportti			
Vuosi 2011	Sivumäärä 55	ISBN 978-951-40-2291-3 (PDF)	ISSN 1795-150X
Yksikkö / Tutkimusohjelma / Hankkeet Pohjois-Suomen alueyksikkö / HYV / 7327 Climate Change – (Clim-ATIC)			
Hyväksynyt Liisa Tyrväinen, professori, 21.03.2011			
Tiivistelmä <p>Lapin matkailun sopeutuminen ilmastonmuutokseen -raportissa selvitetään, kuinka matkailualalla otetaan huomioon ilmastonmuutos ja siihen sopeutuminen ja kuinka matkailuyrittäjät kokevat ilmastonmuutoksen ja siihen sopeutumisen. Tämä raportti on osa kansainvälistä Clim-ATIC -hanketta (2008–2011), jonka tehtävänä on edistää pohjoisen Euroopan pienten yhteisöjen sopeutumista ilmastonmuutokseen. Tutkimusraportin aineiston muodostavat eri aluetasojen matkailustrategiat Suomessa ja Lapissa, matkailuyrittäjille tehdyt kyselyt ja Levin ja Ylläksen ilmastonmuutostyöpajojen ryhmätöiden koosteet.</p> <p>Lapin luonto nähtiin vahvuutena pyrittäessä sopeutumaan ilmastonmuutokseen. Sen tarjoamia mahdollisuuksia matkailulle ei ole vielä täysimääräisesti käytetty. Luonnossa voidaan järjestää monenlaisia aktiviteetteja ja luonto tarjoaa näyttämön kokea elämyksiä. Ilmastonmuutoksella voi olla kuitenkin arvaamattomia vaikutuksia matkailijoiden käyttäytymiseen etenkin luontomatkailla.</p> <p>Luonnon tarjoamiin mahdollisuuksiin luotetaan sekä viranomaispuolella että paikallisten matkailutoimijoiden keskuudessa. Vaikka etenkin ilmaston lämpeneminen tuo muutoksia vuodenaikoihin ja tulee vähentämään talvikautta, muutokset tapahtuvat ilmastonmuutosskenaarioiden mukaan pitkällä aikavälillä. Tämä antaa toimijoille aikaa sopeutua muutokseen ja sopeuttaa matkailuelinkeino toimintaympäristön muutoksiin. Luonnonoloissa ennustetaan etenkin äärevien sääolojen lisääntyvän, joten näihin satunnaisiin uhkiin tulee varautua riskit kartoittaen ja vaihtoehtoisia toimintatapoja miettien.</p> <p>Levillä ja Ylläksellä onkin tehty ratkaisuja, jotka ovat kestävän kehityksen mukaisia ja ympäristötietoisuus on yrittäjien keskuudessa lisääntynyt. Sekä Levin että Ylläksen matkailukeskuksissa ympäristötietoisuus on konkretisoitunut myös toiminnan tasolle, sillä matkailukeskuksissa on meneillään ympäristöön ja kestävään kehitykseen liittyviä hankkeita.</p> <p>Strategioiden viestinä, ja siten myös hallinnon toiveena on, että matkailu tulee saada ympärivuotiseksi, jolloin voidaan tasoittaa sesonkivaihtelua. Myös työpajoissa ja haastatteluissa mainittiin ympärivuotisuus ja kesäajan aktiviteetit.</p> <p>Uusien ohjelmalvelujen tuotteiden kehittäminen on tulevaisuuden kannalta tärkeää, jotta voidaan huomioida ilmastonmuutoksen seuraukset ja sopeuttaa tuotteet vallitseviin oloihin. Ensiarvoisen tärkeänä pidetään sitä, että tuotteet ovat tilanteen ja sääolojen mukaan muunneltavissa. Myös palveluiden räätälöinti yksilöllisten tarpeiden ja erilaisten kohderyhmien mukaan on tulevaisuutta, johon tulee luoda mahdollisuudet.</p>			
Asiasanat ilmastonmuutos, sopeutuminen, matkailu, luontomatkailu			
Julkaisun verkko-osoite http://www.metla.fi/julkaisut/workingpapers/2011/mwp194.htm			
Tämä julkaisu korvaa julkaisun			
Tämä julkaisu on korvattu julkaisulla			
Yhteydenotot Asta Kietäväinen, Metsäntutkimuslaitos, Rovaniemen toimipaikka, PL 16, 96301 Rovaniemi asta.kietavainen@metla.fi			
Muita tietoja			

Sisällys

1 Johdanto	5
1.1 Ilmastonmuutos	5
1.2 Ilmastonmuutokseen sopeutuminen ja sen vaiheita Suomessa	5
1.3 Matkailun sopeutuminen ilmastonmuutokseen	6
1.4 Matkailustrategiat ja ilmastonmuutos.....	8
2 Clim-ATIC –hanke	9
2.1 Metlan Clim-ATIC -osahanke	9
3 Aineistot ja menetelmät	11
3.1 Matkailustrategiat	11
3.2 Ilmastonmuutoksesta matkailualan toimijoille.....	13
3.3 Työpaja-aineistot ja menetelmät.....	14
3.4 Retoriikka-analyysi.....	15
4 Tulokset	16
4.1 Matkailustrategioiden ilmastonmuutosretoriikat.....	16
4.1.1 Suomen matkailustrategia 2020 sekä Toimenpideohjelma vuosille 2007–2013 ..	17
4.1.2 Lapin matkailustrategia 2007–2010.....	18
4.1.3 Paikalliset matkailustrategiat, kehittämissuunnitelmat ja -ohjelmat	20
4.2 Ilmastonmuutoksesta matkailualan toimijoille.....	22
4.2.1 Matkailuelinkeinon lyhyellä ja pitkällä tähtäimellä vaikuttavat asiat	22
4.2.2 Ilmastonmuutoksen vaikutus matkailuelinkeinon.....	25
4.2.3 Ilmastonmuutokseen sopeutuminen.....	27
4.2.4 Matkailualan tiedon tarve ilmastonmuutoksesta.....	29
4.3 Matkailun mahdollisuudet ilmastonmuutoksessa: Työpajat	34
4.3.1 Ylläksen työpaja.....	34
4.3.2 Levin työpaja.....	37
5 Yhteenveto ja johtopäätökset	43
Lähteet	45
Liitteet	48

1 Johdanto

1.1 Ilmastonmuutos

Ilmasto on jatkuvassa muutoksen tilassa, mutta sen lisäksi ihmiskunta tuottaa suuria määriä kasvihuonekaasuja, jotka voimistavat luonnollista kasvihuoneilmiötä ja nostavat lämpötilaa. Tärkeimpiä ihmisen tuottamia kasvihuonekaasuja ovat hiilidioksidi (CO₂), metaani (CH₄) ja dityppioksidi (N₂O). Kasvihuonekaasuja on ilmakehässä nyt enemmän kuin koskaan viimeisten 650 000 vuoden aikana. Vuosina 1970–2004 maailman kasvihuonekaasupäästöt ovat kasvaneet 70 % ja hiilidioksidipäästöt 80 % esiteolliseen aikaan verrattuna. Ilmastonmuutosta tapahtuu myös ihmisestä riippumattomista syistä. Auringon säteilymuutosten arvioidaan lämmittäneen ilmastoa vuodesta 1750 lähtien kuitenkin huomattavasti vähemmän kuin ihmistoimien (www.ilmasto.org).

Ilmastonmuutoksen kansallisen sopeutumisstrategian mukaan (Marttila ym. 2005, s. 11–12) Suomessa ilmastonmuutoksen odotetaan nostavan keskimääräistä lämpötilaa, lisäävän sateisuutta etenkin talvisin sekä muuttavan ilmastollisten ääri-ilmiöiden voimakkuutta ja esiintymistiheyttä. Luonto ja ihminen joutuvat mukautumaan ja sopeutumaan odotettuihin ja jo tapahtuneisiin ilmastollisiin muutoksiin joko hyödyntämällä etuja tai minimoimalla haittoja. Sopeutuminen voi olla ennakoivaa, omaehtoista, suunniteltua tai reaktiivista. Ilmastonmuutos ei ole ainoastaan ympäristökysymys, vaan se liittyy laajasti taloudelliseen, sosiaaliseen ja kulttuuriseen kehitykseen sekä turvallisuuteen.

1.2 Ilmastonmuutokseen sopeutuminen ja sen vaiheita Suomessa

Readnet-hankkeen loppuraportissa (Haanpää ym. 2009, s. 11) todetaan, että ilmastonmuutokseen sopeutuminen on noussut vasta viime vuosina ilmastopolitiikan keskeiseksi tavoitteeksi muutoksen hillinnän rinnalle. Hillintätoiminnoilla pyritään pienentämään muutoksen voimakkuutta ja näin vähentämään sen kielteisiä vaikutuksia. Ilmastonmuutokseen sopeutumisella tarkoitetaan toimia, joilla pyritään paitsi minimoimaan ilmasto-olojen muutoksen ja äärevien sääilmiöiden aiheuttamia vahinkoja myös hyötymään ilmasto-olosuhteiden muutoksesta. Sopeutuminen on ekologisten, sosiaalisten tai taloudellisten järjestelmien mukautumista toteutuneisiin tai ennakoituihin ilmastovaikutuksiin. Ilmastonmuutokseen sopeutuminen voi olla kansainvälisen ilmastopaneelin (IPCC 2007) mukaan luonteeltaan joko: 1) ennakoivaa/proaktiivista, jolloin sopeutuminen tapahtuu ennen kuin ilmastonmuutoksen vaikutukset ovat havaittavissa, 2) autonomista/spontaania, jolloin sopeutuminen ei ole tietoinen reaktio ilmastonmuutokseen vaan sopeutumisen laukaisevat luonnonympäristössä, markkinoinnissa tai hyvinvoinnissa tapahtuneet muutokset ja 3) suunniteltua, jolloin sopeutuminen on tulosta poliittisesta päätöksestä, joka pohjautuu tietoisuuteen siitä, että olosuhteet ovat muuttuneet tai muuttumassa ja nämä muutokset vaativat toimenpiteitä.

Ympäristön ja yhteiskunnan alttius ilmastonmuutokselle riippuu niiden sopeutumiskyvystä, jonka IPCC määrittelee systeemin kyvyksi mukautua ilmastonmuutokseen, lieventää potentiaalisia vahinkoja, käyttää hyväksi eri mahdollisuuksia ja selviytyä seurauksista (Carter 2007, s. 11–12).

Ilmastonmuutoksen vaikutukset ilmenevät hyvin eri tavoin niin globaalisti kuin paikallisestikin. Globaaleihin muutoksiin joudutaan sopeutumaan paikallisesti myös Suomessa. Sopeutumistoimilla pyritään vähentämään yhdyskuntien haavoittuvuutta sekä minimoimalla säähäiriöiden vaikutuksia että jakamalla niiden aiheuttamia aineellisia ja henkisiä menetyksiä. Sopeutuminen on suunnitelmallista pyrkimystä ennakoida muutoksia ja luoda uusia käytäntöjä tilanteessa, jossa pe-

rimätieto sääolosuhteista tai menneisiin toistuvuusaikoihin perustuvat määräykset ja mitoitukset eivät enää päde (Haanpää ym. 2009, s. 12).

Suomi laati maailmassa ensimmäisten joukossa ilmastonmuutoksen kansallisen sopeutumisstrategian vuonna 2005 (Marttila ym. 2005). Strategia on kansallinen ja sektorikohtainen ja tarkoitettu lähinnä ministeriöiden käyttöön. Strategian käsittelemiä toimialoja ovat maatalous- ja elintarviketuotanto, metsätalous, kalatalous, porotalous, riistatalous, vesivarat, luonnon monimuotoisuus, teollisuus, energia, liikenne, alueidenkäyttö ja yhdyskunnat, rakentaminen, terveys, matkailu ja luonnon virkistyskäyttö sekä vakuutustoiminta.

Kesällä 2009 julkaistiin kansallisen sopeutumisstrategian toteutumisen arviointi (MMM 2009). Sen mukaan Suomessa sopeutumisen tarve on tunnistettu ja ilmastonmuutoksen vaikutuksia tunnetaan suuntaa-antavasti. Sopeutumistoimia on myös tunnistettu ja suunnitelmia on osittain käynnistetty.

Ympäristöhallinnon alalla avauksia sopeutumiskysymykseen ovat olleet *Ilmastonmuutokseen sopeutuminen ympäristöhallinnon toimialalla* –julkaisu 2008 ja valtakunnallisen alueidenkäytön tavoitteiden (VAT) tarkistaminen keväällä 2009 (Haanpää ym. 2009, s. 15). Tutkimuksen alalla ensimmäinen perusteellisempi tutkimuskokonaisuus suomalaisen ympäristön ja yhteiskunnan kyvystä sopeutua ilmastonmuutokseen oli Suomen ympäristökeskuksen koordinoima FINADAPT-hanke. Siihen kuului yhteensä 14 osatutkimusta yhdestätoista tutkimuslaitoksesta (ks. Carter 2007). FINADAPT -hanketta seurasi *Ilmastonmuutoksen sopeutumistutkimusohjelma* (ISTO) vuosille 2006-2010. ISTO -ohjelman väliarvioinnissa (Valli & Sierla 2008) painotettiin, että tietoa tarvitaan konkreettisten sopeutumistoimien toteuttamiseen sekä alueellisten vaikutusten hallintaan ja resurssointiin. Ohjelman todettiin lisänneen tietoisuutta ilmastonmuutoksesta ja siihen liittyvistä sopeutumistarpeista.

1.3 Matkailun sopeutuminen ilmastonmuutokseen

Matkailu on sekä kansallisella että kansainvälisellä tasolla eräs nopeimmin kasvava elinkeino. Matkailu on erityisen tärkeä maaseutualueiden talouden ja työllisyyden kannalta ja paikallisesti etenkin syrjäisillä alueilla sijaitsevien matkailukeskusten kautta. Sen katsotaan lisäävän työllisyyden lisäksi alueellista hyvinvointia näillä alueilla (Kauppila ym. 2009, 425).

Tuija Sieväsen ym. (2005) mukaan matkailu itsessään ja siihen läheisesti liittyvät ulkoilu- ja virkistysaktiviteetit vaikuttavat ilmastonmuutokseen. Tällaisia ovat esimerkiksi massamatkailu, lisääntyvä liikkuvuus ja kulutus. Samalla ilmastonmuutos voi vaarantaa matkailun ympäristöön pohjaavan elinkeinoperustan.

Desiree Verbeek ja Hans Mommaas (2007, 63–73) toteavat, että matkailu on myös laajalti integroitunut muihin ekologisiin, taloudellisiin ja sosiaalisiin sektoreihin, joiden kestävään toimintaan ilmastonmuutokseen liittyvät epävarmuustekijät vaikuttavat suoraan tai välillisesti. Matkailuelinkeinon sopeutuminen vaatii myös näiden ekologisten, sosiaalisten ja taloudellisten järjestelmien mukautumista toteutuneisiin tai ennakoitaviin ilmastovaikutuksiin. Vaikutukset ilmenevät kaikilla tasoilla paikallis- ja aluetasolta kansalliselle ja globaalille tasolle saakka.

Matkailun globaali integroituminen merkitsee sitä, että matkailun ilmastoja muuttavat vaikutusten paikantuminen ja vaikutusmuodot ovat vaikeasti ennakoitavissa, mutta ne muuttavat joka tapauksessa:

1. matkailijoiden ja vapaa-ajan viettäjiä (kuluttajan) käyttäytymistä,
2. matkailuyrittäjyyden liiketoimintakonseptia,
3. lähtöalueiden ekologisia ja ekonomisia ”työntekijöitä” sekä
4. vauhdittavat vastaanottavien alueiden (matkailukohteiden) keskinäistä vetovoimaisuuden ja kilpailuaseman muutosta.

Matkailusektori on varsin tietoinen ilmastonmuutoksen aiheuttamasta uhasta liiketoiminnalle. Matkailuelinkeino sekä muut matkailun toimijat ovat jo ainakin parin vuosikymmenen ajan pohdineet ilmastonmuutosta kiihdyttävien tekijöiden vähentämiskeinoja sekä elinkeinon ja kohdealueiden sopeutumismekanismeja (Peltonen 2004).

Suomen kannalta keskeisiä ilmastonmuutokseen liittyviä kysymyksiä on, miten globaali ilmastonmuutos vaikuttaa Suomeen suuntautuviin matkailijavirtoihin niiltä alueilta, joiden matkailullista vetovoimaa ilmastonmuutos heikentää. Tuleeko Suomi olemaan matkailijavirtojen kohde vai vähentyykö Suomeen kohdistuva matkailu ilmastonmuutoksen myötä? Suomen kesämatkailukausi ja virkistyskausi pitenevät veneily-, mökkeily- ja uintimahdollisuuksien parantuessa (Marttila ym. 2005, s. 152–163). Talvimatkailu Pohjois-Suomessa perustuu ulkoiluun ja lumeen ja on siten altis ilmaston lämpenemisen vaikutuksille. Lämpeneminen lyhentää lumisesonkia ja tekee sen alkamisen ja loppumisen ajoittumisen epävarmaksi. Toisaalta kansainvälisesti Pohjois-Suomella on mahdollisuus hyötyä talvimatkailukohteena, mikäli Keski-Euroopan alppikohteiden lumivarmuus



Kuva 1. Hiihtolatu Länsi-Lapissa Sammaltunturilla. (Kuva: Seija Tuulentie)

heikkenee nykyisestä. Ydintalven lämpeneminen voi lisätä talviulkoilumahdollisuuksia keskitalvella. Mikäli ilmasto-olot muuttuvat äärevimmiksi, edellyttää tämä matkailuelinkeinolta uudenlaista sopeutumista ulkoiluaktiiviteettien tuotteistamiseen ja myös uudenlaista matkailullista infrastruktuuria. Suomessa ilmastonmuutoksen eteneminen edellyttää eri matkailualueilta erilaisia sopeutumisratkaisuja (Mähönen & Kankaanpää 2008).

Sopeutumistoimien suunnittelu ja toteuttaminen vievät arviolta viidestä kahteenkymmeneen vuoteen. Keinoina mainitaan aluekohtaiset matkailustrategiat, tutkimustiedonkulku matkailuyrittäjille ja esimerkiksi vaihtoehtoiset ohjelmopalvelut ja keinolumentus (Marttila ym. 2005, s. 231).

1.4 Matkailustrategiat ja ilmastonmuutos

Matkailustrategioilla luodaan matkailun kehittämisen pitkänjähtäimen suuntaviivoja. Strategioissa pyritään tunnistamaan ja poistamaan kasvun ja menestymisen esteitä (Valtakunnallinen matkailustrategiatyöryhmä 2006, s. 10).

Matkailualalla nähdään olevan lähes rajaton kasvupotentiaali. Kasvua haetaan etenkin kansainvälisestä matkailusta. Ulkomaalaisille vapaa-ajan matkailijoille luonto ja siihen liittyvät aktiviteetit ovatkin tärkeä syy tulla Suomeen. Suomen matkailustrategiassa (Valtakunnallinen matkailustrategiatyöryhmä 2006, s. 14) todetaan, että: ”Suomen matkailun luonnonmaantieteellisen perustan tärkeimmät tekijät ovat pohjoinen sijainti, vuodenaikojen rytmi, vesistöt, rannikot, tunturit ja metsät sekä näiden muodostama suhteellisen vaihteleva pinnanmuodostus. Puhdas luonto aktiviteettimahdollisuuksineen on luonut Suomesta houkuttelevan matkailukohteen.”

Luonto on tärkeä Suomen matkailulle. Suomen matkailustrategiassa mainitaan luonto 61 kertaa ja Lapin matkailustrategiassa 49 kertaa. Luontoon liitetään usein puhtaus, monimuotoisuus, hiljaisuus ja rauha. Luontoa käytetään markkinoinnissa ja se otetaan huomioon suunnittelussa, ja luonto-ohjelmopalvelut nähdäänkin merkittävänä tulevaisuuden kehittämisen kohteena (Hakkarainen & Tuulentie 2008).

Sekä kansallisessa että Lapin matkailustrategiassa turismin katsotaan vaikuttavan positiivisesti aluekehitykseen ja matkailu nähdään syrjäisten alueiden voimavarana (Hakkarainen & Tuulentie 2008, s. 8). Näin ollen Lapin matkailustrategian 2007–2010 tärkeimpänä tavoitteena mainitaankin matkailuelinkeinon kasvun ja kannattavuuden turvaaminen, saavutettavuuden kehittäminen sekä ympärivuotisten työpaikkojen edellytysten luominen, toimeentulon lisääminen ja alueellisesti tasapainoinen kehitys (Lappi 2008, s. 5).

Vaikka Lapin matkailu on kehittynyt voimakkaasti tällä vuosituhannella, matkailun kausivaihtelu on edelleen voimakasta. Kevättalvi ja joulukuusi ovat tärkeimpiä sesonkeja, ja suurin osa ulkomaalaisista matkailijoista saapuu Lappiin marras- ja joulukuussa. Joulupukki ja talviset aktiviteetit houkuttelevat ulkomaisia matkailijoita (Lappi 2008, s. 9). Talvimatkailu on riippuvainen lumesta. Jos päästöjä ei saada kuriin ja vähennettyä, ilmastonmuutoksen oletetaan kiihtyvän. Muutokset ilmenevät lämpötilan nousuna ja syksyllä pysyvän lumen tulo viivästyy. Ilmastonmuutoksen vaikutukset konkretisoituvat ensimmäisenä talvisesongin alussa etenkin Etelä-Lapissa.

Ilmastonmuutoksen kansallisen sopeutumisstrategian (Marttila ym. 2005, s. 230) mukaan kansainvälisesti arvioidaan, että suurimmalla osalla matkailuyrittäjistä tieto ilmastonmuutoksesta ja valmius sopeutumiseen ovat rajallisia ja Suomen tilanteen arvioidaan olevan samansuuntainen. Il-

mastonmuutos ja siihen sopeutuminen tulisikin integroida alueellisiin ja muihin matkailustrategioihin ja varmistaa tutkimustiedonkulku matkailuyrittäjille ja yksityisille toimijoille. Näin voidaan lisätä matkailun toimijoiden tietopohjaa ilmastonmuutoksen vaikutuksista ja sopeutumisesta.

2 Clim-ATIC –hanke

(Climate Change – Adapting to The Impacts, by Communities in Northern Peripheral Regions, Pohjoisten yhteisöjen sopeutuminen ilmastonmuutokseen, Clim-ATIC)

Tämä työraportti on osa kansainvälistä Clim-ATIC -hanketta (2008–2011) (www.clim-atic.org), jonka tehtävänä on edistää pohjoisen Euroopan pienten yhteisöjen sopeutumista ilmastonmuutokseen. Hankkeessa ilmastonmuutokseen sopeutumista tarkastellaan neljän keskeisen teeman kannalta, jotka ovat matkailu, energiantuotanto, riskienhallinta ja liikenne. Lapissa hankkeen kohteina ovat matkailu ja riskienhallinta, etenkin tulvat.

Projektissa tavoitteiden saavuttamiseksi tehdään: 1) alueellisia skenaarioita ilmastonmuutoksen etenemisestä ja vaikutuksista, 2) työsetään yhteistyössä alueen toimijoiden kanssa paikallisia strategioita, joilla varaudutaan ilmastonmuutoksen haittoihin ja toisaalta myös ilmastonmuutoksen mahdollisiin positiivisiin seuraamuksiin, 3) toteutetaan useita demonstraatioita erilaisista käytännön sopeutumistoimista sekä 4) perustetaan informaatiokeskus, joka opastaa pohjoisten alueiden kuntia, yrityksiä ja alueviranomaisia ilmastonmuutoksen sopeutumiskysymyksiin (Halonen & Järviluoma 2009, s. 13). Metlan osahankkeessa, joka kuuluu demonstraatio-osuuteen, tarkastellaan ilmastonmuutoksen vaikutuksia matkailuelinkeinon toimintaedellytyksiin ja elinkeinon sopeutumismahdollisuuksia.

Koko hanketta johtaa UHI Millenium Instituutti Skotlannissa. Suomalaisten ja skotlantilaisten lisäksi hankkeessa on mukana norjalaisia, ruotsalaisia ja grönlantilaisia partnereita ja kohdealueita. Lapista kohdealueina ovat Kittilän ja Kolarin kunnat sekä Rovaniemen kaupunki. Suomessa hanketta koordinoi Lapin ympäristökeskus (nykyisin Elinkeino-, liikenne- ja ympäristö- eli ELY-keskus). Hankkeen toteutukseen ja tiedontuotantoon Metsäntutkimuslaitoksen pohjoisen alueyksikön lisäksi osallistuvat Lapin yliopiston yhteiskuntatutkimuksen laitos ja Arktinen keskus, Suomen ympäristökeskuksen hydrologian yksikkö ja Oulun yliopiston Thule-instituutti osana kansainvälistä Arktista yliopistoa.

2.1 Metlan Clim-ATIC -osahanke

Metlan osahanke (Project Plan 2008) *Matkailun tulevaisuuden mahdollisuudet paikallisille yhteisöille Lapissa* (Future tourism prospects for local communities in Finnish Lapland) on osa päähankkeen ilmastonmuutokseen sopeutumisen demonstraatio-osiota. Kohdealueina ovat hiihtokeskukset Levi ja Ylläs sekä Rovaniemen kaupunki. Hankkeen pyrkimyksenä on edistää sopeutumista ilmastonmuutokseen levittämällä asianmukaista tietoa ilmastonmuutoksesta matkailusektorille ja näin edistää matkailutoimijoiden mahdollisuutta sopeuttaa liiketoimensa ja tuotteensa ilmastonmuutoksen paikallisiin vaikutuksiin.

Hankkeen tavoitteet ovat: 1) tarkastella kuinka eri aluetasojen matkailustrategiat Suomessa ja Lapissa käsittelevät ilmastonmuutokseen sopeutumista, 2) kartoittaa, miten Pohjois-Suomen matkailutuotteet pystyvät sopeutumaan nopeisiin tai hitaampiin ilmastosta johtuviin muutoksiin toimintaympäristössään ja 3) tuottaa tietoa matkailutuotteiden kehittäjille helpottamaan heidän sopeutumistaan ilmastonmuutokseen. Jo olemassa olevaa tietoa ilmastonmuutoksesta ja siihen sopeutumisesta on välitetty järjestämällä työpajoja paikallisille päättäjille ja matkailuyrittäjille Levillä, Ylläksellä ja Rovaniemellä. Työpajojen avulla kartoitetaan päättäjien ja yrittäjien asenteita ja tulevaisuuden näkymiä, sekä keskustellaan ilmastonmuutoksen mahdollisuuksista ja uhista matkailun elinkeinolle.

Tässä raportissa käsitellään matkailustrategioiden analyysin tuloksia ja matkailuyrittäjien näkemyksiä ilmastonmuutoksesta ja miten muutokseen voisi sopeutua, sekä työpajatyöskentelyn tuloksia Ylläkseltä ja Leviltä. Rovaniemellä ei järjestetty erillistä työpajaa, sillä Lapin yliopiston osiossa Rovaniemen kaupungin sopeutumisstrategian valmistelun yhteydessä järjestettiin marraskuun lopulla matkailun asiantuntijapaneeli, jonka teemana olivat ilmastonmuutoksen pitkän aikavälin uhat ja mahdollisuudet sekä niihin varautuminen Rovaniemen matkailussa. Erityisesti esiin nousivat talvimatkailu, jouluseasonki, lumettoman ajan matkailu, Pajakylä/Ounasvaara sekä kokous- ja kongressimatkailu. Keskustelujen tulokset löytyvät Jari Järviluoman ja Leena Suopajarven (2009) toimittamasta Clim-ATIC -hankkeen raportista *Ilmastonmuutoksen ennakoituihin vaikutuksiin sopeutuminen Rovaniemellä* (Järviluoma 2009, 40–43). Julkaisu löytyy myös sähköisenä Clim-ATIC hankkeen sivuilta (<http://www.clim-atic.org/publications%20and%20documents.html>).



Kuva 2. Levin matkailukeskus. (Kuva: Seija Tuulentie)

Kirsi Nikkola (2010) on omassa pro gradu –tutkielmassaan (*Lapin luontomatkailun haasteet ilmaston muuttuessa. Tapaustutkimus ohjelmalveluyritysten sopeutumisesta ilmastonmuutokseen*) tutkinut ilmastonmuutokseen sopeutumista tuotteiden näkökulmasta. Hän selvitti Kittilän, Kolarin ja Rovaniemen luontomatkailuyritysten ja niiden tarjoamien ohjelmalvelutuotteiden sopeutumiskykyä muuttuvissa ilmasto-olosuhteissa. Hän tutki aihetta ohjelmalvelutarjonnan, matkailusesonkien, sääolojen muutosten sekä tarvittavien resurssien näkökulmasta nykytilanteessa ja kartoitti luontomatkailun tulevaisuuden haasteita.

3 Aineistot ja menetelmät

3.1 Matkailustrategiat

Tarkasteluun otettiin kolme eri aluetason matkailustrategiaa: valtakunnallinen (Suomi), maakunnallinen (Lappi) ja paikallinen (Rovaniemi). Lisäksi tarkasteluun otettiin tutkimuksen kohdealueisiin kuuluvien hiihtokeskusten Levin ja Ylläksen kehittämissuunnitelmat sekä kohdealueilla toimivien paikallisten toimintaryhmien laatimat kehittämissuunnitelmat, joita oli kaksi (Taulukko 1). Kaikkiaan strategioita ja kehittämissuunnitelmia oli seitsemän.

Suomen matkailustrategia (Valtakunnallinen matkailustrategiatyöryhmä 2006) koostuu kahdesta osasta: varsinaisesta strategiaosasta, joka määrittää pitkän aikavälin toimintalinjat aina vuoteen 2020 ja toimenpideohjelmasta vuosille 2007–2013, jossa esitetään toimenpiteitä strategian tavoitteiden saavuttamiseksi. Strategiassa asetettuja päämääriä ovat: ympärivuotinen matkailu, ulkomaisen matkailun lisääminen ja panostaminen myös kotimaanmatkailuun, matkailukeskusten saavutettavuuden parantaminen, vetovoimaisten ja korkealaatuisten matkailutuotteiden ja -palveluiden kehittäminen sekä matkailun toimintatapojen kehittäminen verkostomaiseksi. Suomen matkailustrategia koottiin laajassa yhteistyössä matkailutoimijoiden kanssa. Valmistelevalan työryhmän lisäksi työhön on osallistunut pari tuhatta toimijaa ympäri Suomea.

Taulukko 1. Dokumenttiaineistot: matkailustrategiat ja kehittämissuunnitelmat, julkaisuvuosi ja tässä julkaisussa käytetyt lyhenteet.

Strategia	Vuosi	Lyhenne
1. Suomen matkailustrategia 2020, Toimenpideohjelma vuosille 2007–2013 (Kauppa- ja teollisuusministeriö)	2006	SMS
2. Lapin matkailustrategia 2007- 2010 (Lapin liitto)	2008	LMS
3. Rovaniemen matkailustrategia (Rovaniemen kaupunki)	2006	RMS
4. Levi 3 kehittämissuunnitelma (Kittilän kunta)	2004	LKS
5. Ylläs II kehittämissuunnitelma vuoteen 2020 (Kolarin kunta)	2007	YKS
6. Vireä Tunturi-Lappi 2007–2013 (Kyläkulttuuria tuntureitten maassa ry)	2005	VTL
7. Elävät jokivarret ~ lappilainen osa Eurooppaa. Maaseudun kehittämissuunnitelma 2007–2013 (Peräpohjolan kehitys ry)	2006	EJL

Lapin matkailustrategian tavoitteena on turvata matkailuelinkeinon kasvu ja kannattavuus, kehittää saavutettavuutta sekä luoda edellytyksiä ympärivuotisten työpaikkojen syntymiselle, toimeentulon lisääntymiselle ja alueellisesti tasapainoiselle kehitykselle (Lappi 2008, s. 5). Myös Lapin matkailustrategia laadittiin yhteistyössä matkailuyrittäjien, alueellisten järjestöjen ja muiden matkailutoimijoiden kanssa. Lapin matkailustrategiassa huomioidaan Suomen matkailustrategian painotukset. Siinä huomioidaan myös Lapin maakuntaohjelman 2007–2010 kehittämisen suuntaviivat. Maakuntaohjelmassa matkailu mainitaan yhtenä Lapin kärkitoimialoista. Lapissa matkailun valtteina ovat joului ja lumi, hiihtomatkailu, revontulet ja pohjoinen luonto. Vapaa-ajanmatkailijat ovat pääosassa.

Rovaniemen matkailustrategian (Rovaniemi Lapin sykkivä sydän 2006) lähtökohtana on korostaa matkailupalvelujen laatua. Pää tavoitteena on lisätä matkailijoiden määrää, mutta matkailutuotteet säilytetään yksilöllisinä ja niiden on huomioitava asiakkaiden tarpeet. Matkailustrategian läpileikkaavana periaatteena on kestävä kehitys, jolloin kehittämistoimenpiteissä huomioidaan matkailun vaikutus ympäristöön ja paikalliskulttuuriin matkailun taloudellisten vaikutusten lisäksi. Matkailun kestävä kehityksen periaatteeseen liittyen kehittämistyön tulee olla myös pitkäjänteistä, kokonaisvaltaista ja kaikkien osapuolten tasa-arvoista osallistumista. Rovaniemen markkinointiosuuskunta ja Rovaniemen kaupunki asettivat työryhmän tekemään strategiatyötä, jota ohjasivat kunnalliset virkamiehet. Valmisteluprosessi tehtiin yhteistyössä matkailutoimijoiden kanssa. Matkailustrategialuonnos esiteltiin matkailuyrityksille ja muille sidosryhmille neljässä eri tilaisuudessa. Näistä tilaisuuksista saatu palaute otettiin huomioon matkailustrategiassa.

Levin kehittämissuunnitelmassa asetetaan visio Leville vuoteen 2020: ”Levi on Pohjois-Euroopan kiinnostavin ympärivuotinen, kansainvälinen aktiviteetti- ja elämyskeskus, joka tarjoaa luontoon ja lappilaiseen kulttuuriin perustuvia monipuolisia matkailupalveluja” (Levi 3 -kehittämissuunnitelma 2004, s. 1). Levi-strategian päätavoitteet ovat: matkailutulon kasvattaminen, kansainvälisten matkailijoiden määrän kasvattaminen, markkinajohtajuus, osaavan työvoiman saannin turvaaminen, kesän vetovoiman lisääminen, laadun kohottaminen, lappilaisen elämän ja kulttuurin hyödyntäminen, yhteistyön lisääminen, kestävä matkailun periaatteiden toteuttaminen ja maankäytössä Levin nykyisen perusrakenteen säilyttäminen. Konsulttiyritys toteutti strategiatyön Kittilän kunnan toimeksiannosta. Työ tehtiin yhteistyössä paikallisten matkailuyrittäjien, kunnan ja sidosryhmien kanssa.

Ylläksen kehittämissuunnitelmassa vuoteen 2020 on johdannossa mainittu, että se on yrittäjien ja kunnan yhteinen tahdon ilmaus siitä, miten Yllästä tullaan kehittämään tulevaisuudessa. Pää tavoitteena on varmistaa matkailun kehitys ja kilpailuedellytykset sekä lisätä kansallista ja kansainvälistä vetovoimaisuutta ja tunnettavuutta perustuen Ylläksen luontaisiin vahvuuksiin ja ominaispiirteisiin. Tavoitteena on myös kehittää ja vahvistaa toimintoja, jotka parantavat Ylläksen asemaa ympärivuotisena matkailukeskuksena (Ylläs II -kehittämissuunnitelma vuoteen 2020, 2007, s. 4). Kehittämissuunnitelma toteutettiin avoimena keskusteluna avaintoimijoiden eli Kolarin kunnan, yritysten, maanomistajien ja muiden intressiryhmien välillä.

Kyläkulttuuria tuntureitten maassa ry (KTM) on Leader -toimintaryhmä, joka toteuttaa Tunturi-Lapin kuntien eli Enontekiön, Kittilän, Kolarin ja Muonion alueella Manner-Suomen maaseudun kehittämissuunnitelmaa. Toiminnan tavoitteena on säilyttää ja luoda työpaikkoja sekä kehittää alueen kyliä. Tavoitteita toteutetaan toimintaryhmän laatiman kehittämissuunnitelman *Vireä Tunturi-Lappi 2007–2013* ohjaamana, jonka painopistealueet ovat maaseutuyrittäjyys ja eläysmatkailu. Toimintaryhmä *Kyläkulttuuria tuntureitten maassa ry* pyrkii kehittämissuunnitelmallaan edistämään alueensa hyvinvointia uusien työmahdollisuuksien ja toimintaympäristön kehittämisen avulla. Vi-

reä Tunturi-Lappi 2007–2013 -kehittämishjelma (2005) on kirjoitettu yhteistyössä alueen asukkaiden, kuntien edustajien ja toimintaryhmän hallituksen jäsenten ja toimihenkilöiden kanssa.

Peräpohjolan kehitys ry:n toimialueena on Rovaniemen lisäksi Kemi, Keminmaa, Ranua, Simo ja Tervola. Toimintaryhmän kehittämisselma *Elävät jokivarret ~ lappilainen osa Eurooppaa: Maaseudun kehittämisselman 2007–2013* (2006) tavoitteena on toteuttaa Leader -toimintatavan mukaisesti maaseudun omaehtoista kehittämistä. Kehittämisselman tavoitteena on elinkeinotoiminnan elinvoimaisuuden lisääminen alueen omia voimavaroja hyödyntäen liittäen siihen samalla muualta saatavaa tietoa ja kokemusta. Koska ohjelman tarkoituksena on edistää maaseudun omaehtoista kehittämistä, se on laadittu yhteistyössä paikallisten asukkaiden ja toimijoiden kanssa.

Ilmastonmuutos -käsitteen esiintymisestä dokumenteissa tehtiin aluksi määrällinen analyysi. Tällöin laskettiin kustakin strategiasta, kuinka monta mainintaa ilmastonmuutoksesta siinä oli. Tämä antoi yleisen kuvan siitä, kuinka yleisesti ilmastonmuutos on huomioitu kyseisessä tekstissä. Tämän jälkeen matkailustrategiat ja kehittämissuunnitelmat analysoitiin käyttäen retoriikan metodeja. Analysoinnissa tarkasteltiin myös sitä, missä yhteydessä ilmastonmuutos oli mainittu. Analysoimme argumentteja, kohdeyleisöä (yleinen vai erityinen), vaikuttamisen keinoja ja motiivatiota, sekä mahdollisia piilovaikutuksia (Summa 1996).

3.2 Ilmastonmuutoskysely matkailualan toimijoille

Kevättalvella 2009 toteutettiin matkailuyrittäjille sähköpostilla lyhyt kysely (Liite 1) ilmastonmuutoksesta. Sähköpostiviesti lähetettiin kaikille matkailuyrittäjille, joille löytyi sähköpostiosoitte internetistä Rovaniemen, Kittilän ja Kolarin kunnan alueella. Ensimmäiseksi kysyimme yrittäjien arviota niistä asioista, jotka tulevat vaikuttamaan matkailuelinkeinon seuraavan 5 vuoden kuluessa ja 15–30 vuoden kuluttua. Toiseksi tiedustelimme heiltä myös sitä, miten ilmastonmuutos vaikuttaa matkailuelinkeinon. Kolmanneksi pyysimme heitä kertomaan, mitä pitäisi tehdä ilmastonmuutokseen sopeutumiseksi yrittäjänä ja toisaalta alueena. Saimme vastauksia vain muutamalta yrittäjältä, joten toistimme kyselyn. Uusintakierros toi muutaman uuden vastauksen, mutta kaikkiaan vastauksia tuli ainoastaan 11 kappaletta.

Koska kyselyymme vastattiin niin vähän, päätimme toistaa kyselyn paperiversiona Lapin matkailuparlamentin aikana, joka pidettiin Rovaniemellä 30.9.–1.10.2009. Kysely osoitettiin kaikille parlamentin osallistujille. Lisäsimme siihen muutaman kysymyksen, joissa tiedustelimme seuraavaa: minkälaisiin ilmastonmuutosta koskeviin kysymyksiin osallistujat ovat joutuneet vastaamaan, millaista tietoa he kokevat tarvitsevansa, ja myös heidän arviotaan siitä, minkälainen matkailutuote pystyy vastaamaan ilmastonmuutoksen haasteisiin (Liite 2). Matkailuparlamenttikyselyyn vastasi 31 henkilöä.

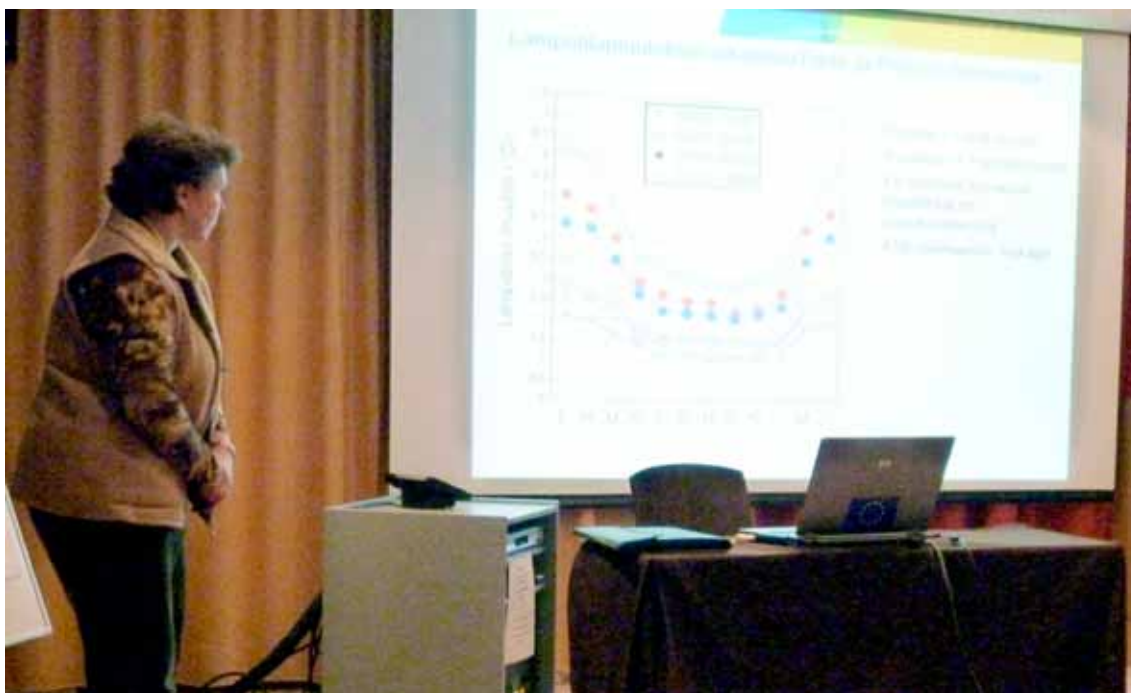
Sisällönanalyysin avulla muodostimme kunkin kysymyksen osalta teemoja, joihin vastaukset ryhmittelimme. Laskimme myös, kuinka monta vastausta kuhunkin teemaan tuli. Näin saimme viitteitä siitä, mitkä asiat eniten huolettivat ilmastonmuutoksessa tai mitkä olivat yleisimmät sopeutumisratkaisut. Tämän jälkeen teimme retoriikka-analyysin vastauksista, niiden argumenteista ja kontekstista, jossa ne esitettiin, sekä kohdeyleisöstä.

3.3 Työpaja-aineistot ja menetelmät

Hankesuunnitelman mukaan tietoa ilmastonmuutoksesta paikallisille toimijoille pyrittiin levittämään työpajatyöskentelyn kautta. Kevääksi 2009 suunniteltiin työpajat Kittilään 27. huhtikuuta ja Ylläkselle 28. huhtikuuta. Kittilän työpaja jouduttiin perumaan osanottajien vähyyden vuoksi, mutta se järjestettiin seuraavan vuoden helmikuussa Levillä.

Noora Veijalainen Suomen ympäristökeskuksesta piti esitelmän *Miten ilmasto muuttuu Tunturi-Lapissa – tulevaisuuden skenaarioita* sekä Ylläksen että Levin työpajoissa. Ylläksellä Kaarina Tervo Oulun yliopistosta kertoi tutkimuksestaan *Lapin matkailijoiden näkemyksiä ilmastonmuutoksesta*. Seija Tuulentie ja Asta Kietäväinen Metlasta visioivat mahdollisuuksia esitelmässään *Matkailustrategioista konkreettisiin toimenpiteisiin*. Esitelmien jälkeen toteutettiin fokusryhmäkeskustelu ryhmätöiden sijaan, sillä ilmoittautuneita oli vain viisi. Ryhmäkeskusteluun ottivat osaa myös ohjausryhmän jäsenet ja asiantuntijat, joita oli yhteensä kahdeksan. Keskustelun kulku ja pääkohdat kirjattiin muistiin.

Tunturi-Lapin ilmaston muuttumista ja sen vaikutusta matkailuun pohdittiin keskustelutilaisuudessa Levillä 12.2.2010, joka oli otsikoitu *Ilmastonmuutos – uhka, mahdollisuus vai molempia?* Tämä työpaja toteutettiin yhdessä Kideve Elinkeinopalvelut, Levin ympäristötiimin ja Levin kyläkuvan kehittäminen kilpailueduksi (LKKK) -hankkeen kanssa. Ryhmätöiden ja keskustelun pohjaksi asiantuntijat esitelivät ja aina kunkin esityksen jälkeen ryhmät kokoontuivat työpajoihin. Osallistujia oli kaikkiaan 25 henkilöä ja heidät oli jaettu kolmeen työryhmään. Esitelmän lisäksi keskustelun virittäjäksi oli laadittu muutama aiheeseen johdatteleva kysymys. Ryhmät kirjasiivat omat johtopäätöksensä.



Kuva 3. Leena Neitiniemi-Upola Levin työpajassa 12.2.2010. (Kuva: Seija Tuulentie)

Noora Veijalaisen lisäksi Leena Neitiniemi-Upola Ilmatieteen laitokselta esitti *IPCC:n 4. arviointiraportin tuloksia: Eri säätekijöiden muutoksia vuoteen 2100 asti*. Keskustelun pohjaksi annetut kysymykset olivat seuraavat: Miten sää ja ilmasto vaikuttavat matkailuun nyt? Miten mahdolliset muutokset vaikuttavat matkakohteisiin ja palveluntarjoajiin? Miten voi sopeutua jo tapahtuneisiin muutoksiin?

Kirsi Nikkola Lapin yliopistosta alusti kertomalla tutkimuksestaan *Mitä matkailuyrittäjät voivat tehdä sopeuttaakseen luontoon perustuvat tuotteensa ja yrityksensä ilmaston muuttumiseen?* Keskustelun pohjaksi annettiin seuraavat kysymykset: Millaisia mahdollisuuksia ilmaston muuttuminen voi tuoda ohjelmapalvelualalle? Millä päästäisiin tarjonnan ja kysynnän ympärivuotisuuteen ja sesonkivaihtelujen tasoittamiseen? Millaiset tuotteet ovat kaikkein haavoittuvimpia?

Lopuksi pohdittiin ryhmissä Annika Anttilan (Levin Ympäristötiimi) ja Katja Kaunismaan (Levin kyläkuvan kehittäminen kilpailueduksi –hanke) johdolla aihetta, jonka otsikko oli *Viisi helppoa haastetta ympäristön hyväksi?* Keskustelun pohjaksi annetut kysymykset olivat: Voiko ilmastonmuutosta hidastaa? Mitä minä voin tehdä ja mitä kylä voi tehdä asian eteen? Miten voidaan motiivoida ja sitouttaa ihmisiä toimimaan?

Ryhmätöiden tulokset jaoteltiin pääteemoihin aihealueittain, jonka jälkeen niitä voitiin analysoida retoriikan keinoin samoin kuten matkailustrategioiden ja kyselyjen tuloksia.

3.4 Retoriikka-analyysi

Argumentaatio edellyttää aina tiettyä kohtaamista ja yhteisymmärrystä, jota yhteiskunnalliset ja poliittiset laitokset voivat joko edistää tai ehkäistä (Perelman 1996, s. 18–20). Esimerkiksi strategioissa argumentaatiolla tähdätään milloin pelkkiin älyllisiin vaikutuksiin – eli alttiuteen tai valmiuteen hyväksyä tietty väite – milloin taas välittömään tai myöhempään toimintaan.

Retoriikka kokonaisuutena ymmärrettynä voidaan nähdä painottamisen ja kysymyksenasettelun taitona, jolloin esimerkiksi strategiatyössä voidaan tietyt lähtökohdat valita strategian perustaksi ja siihen kirjattavaksi, näin ne pyritään saattamaan tietoisuudessa etualalle ja niille annetaan läsnäolo (Perelman 1996, s. 43–45).

Perelmanin mukaan (1996, s. 155–157) asian alleviivaamiseksi voidaan käyttää toistoa, yksityiskohtien kasaamista ja tiettyjen jaksojen erityistä painottamista. Koska argumentaatio ei toteudu suljetussa järjestelmässä, siinä on ensiksi varmistettava, että yleisö hyväksyy sen lähtökohdat eli premissit. Jotta argumentaatiolla olisi vaikutusta, tulee argumentin esittäjän sovittaa se yleisön mukaan. Jos argumentilla ei ole yleisön hyväksyntää, se voi synnyttää kielteisen reaktion. Tietyn argumentin paino riippuu yleisön sen lähtökohdille osoittamasta kannatuksesta ja tämän pysyvyydestä, puolustetun väitteen läheisyydestä tai etäisyydestä yleisölle, mahdollisista vastaväitteistä sekä niistä tavoista, joilla se voidaan kiistää.

Strategioilla ja suunnitelmilla pyritään muodostamaan ennustettava ja yhdenmukainen kuva laajasta mahdollisuuksien joukosta ja yhteiskunnallisesta kehityksestä. Ne eivät vain kuvaa mahdollisia kehityssuuntia, suunnitelmia ja systeemiä vaan myös muovaavat ja konstruoivat niitä (Hakkarainen & Tuulentie 2008) esimerkiksi asettamalla kysymyksiä, joihin ne vastaavat. On tärkeää tunnistaa tällaisten dokumenttien vaikutusvalta. Dokumentit pyritään tekemään mahdollisimman edustaviksi ja päteviksi. Dokumentit, joiden laatimisessa anonymisuus on vallitseva käytäntö, tu-

lee analysoinnissa ottaa huomioon se, että niiden peruspiirteenä on niiden pyrkimys häivyttää yksittäinen tekijä. Tekstiaineiston retoriikka-analyysissa on pyrkimys osoittaa, että strategiatekstit eivät vain kuvaa tilannetta, vaan aktiivisesti ja voimallisesti luovat ja muovaavat tulevaisuuden kehitystä. Näin ne myös muovaavat matkailutoimijoiden käsityksiä ja ajatuksia sektorin tulevaisuudesta (Atkinson & Coffey 2004, Tuulentie 2003).

Aristoteleen Retoriikka-teoksesta, joka on edelleen yksi retoriikan perusteos, on peräisin puheiden vaikutuskeinojen kolmijako: logos, ethos ja pathos. Ethos viittaa tapoihin, joilla puhuja ilmentää omaa luonnettaan tai uskottavuuttaan. Pathos tarkoittaa yleisön vastaanottokykyä, mielentilaa tai tunteita, jotka vaikuttavat argumentin vastaanottamisen tapaan ja arvioon. Logos tarkoittaa argumentin asiasisältöä eli itse argumenttia (Kakkuri-Knuutila 2002, s. 233, Haapanen 1996, s. 31). Uusi retoriikka painottaa etenkin yleisön merkitystä ja sitä tosiasiaa, että argumentit kohdennetaan tietyille yleisölle (Perelman 1982, s. 13–14). Yleisö ei ole välttämättä fyysisesti läsnä, vaan se voidaan nähdä muodostuvan niistä, joihin puhuja haluaa vaikuttaa. Tämä hyväksyttävyyttä voidaan saavuttaa esimerkiksi käyttämällä universaaleja arvoja argumentoinnissa (Perelman 1982, s. 27). Jos hyväksyntä saavutetaan yleisellä tasolla, se on helpompi siirtää myös konkreettisempiin ongelmiin. Helpompi on vakuuttaa universaali yleisö, kun universaalit arvot ovat spesifien arvojen taustalla.

4 Tulokset

4.1 Matkailustrategioiden ilmastonmuutosretoriikat

Eri aluetasojen matkailustrategiat ja kehittämissuunnitelmat pyrkivät vakuuttamaan laajan yleisön. Ilmeistä siis on, että strategioiden ja suunnitelmien laatijat pyrkivät saavuttamaan yleisen hyväksynnän matkailuelinkeinon toimijoiden keskuudessa.

Strategioita tarkasteltaessa keskityimme analysoimaan kuinka ilmastonmuutos oli otettu huomioon dokumenteissa. Aluksi laskimme, kuinka monta kertaa ilmastonmuutos oli mainittu seitsemässä dokumentissa (Taulukko 2). Sen jälkeen luokittelimme maininnat neutraaleiksi, positiivisiksi tai negatiivisiksi. Useimmin ilmastonmuutos-sana esiintyi *Rovaniemen matkailustrategiassa*. Rovaniemen strategiassa ilmastonmuutosta käsiteltiin seitsemäntoista kertaa pääasiassa neutraalissa merkityksessä ja vain kolme kertaa sen katsottiin aiheuttavan negatiivisia vaikutuksia. Toisaalta ilmastonmuutoksen mahdollisesti positiivisia vaikutuksia ei Rovaniemen matkailustrategiasa mainittu ollenkaan (Taulukko 2). Ilmastonmuutoksen positiiviset puolet mainittiin vain *Lapin matkailustrategiassa* ja *Ylläs II kehittämissuunnitelma vuoteen 2020* -luonnoksessa. Paikallisten *Leader – toimintaryhmien kehittämissuunnitelmissa* ei ilmastonmuutos-sanaa käytetty ollenkaan.

Taulukko 2. Ilmastonmuutos -käsitteen käytön määrällinen esiintyminen strategioissa ja kehittämissuunnitelmissa.

Strategia	SMS	LMS	RMS	LKS	YKS	VTL	EJL
Ilmastonmuutos	12	14	17	1	1	0	0
– negatiivinen	5	4	3	1	-	-	-
– positiivinen	-	5	-	-	1	-	-
– neutraali	7	5	14	-	-	-	-

Seuraavissa alaluvuissa käymme tarkemmin sisällöllisesti läpi ilmastonmuutosta matkailustrategian osana.

4.1.1 Suomen matkailustrategia 2020 sekä Toimenpideohjelma vuosille 2007–2013

Suomen matkailustrategiassa matkailun katsotaan lisäävän työllisyyttä ja tuovan hyvinvointia matkailualueille. Koska matkailu on paikkasidonnaista, se vahvistaa matkailun aluekohtaista merkitystä. Matkailuelinkeinon merkitys korostuu paikallisesti erityisesti syrjäisillä alueilla sijaitsevien matkailukeskusten yhteydessä. Matkailun kasvupotentiaaliin uskotaan vahvasti. Suomen vahvuuksina ja mahdollisuuksien avaajina pidetään luontoa, suomalaista kulttuuria, korkeaa elintasoja, elämisen laatua sekä sisäistä ja ulkoista turvallisuutta. Ulkomaalaisille luonto ja siihen liittyvät aktiviteetit ovat syy tulla Suomeen.

Matkailustrategian tehtäväksi ilmoitetaan tunnistaa ja poistaa kasvun ja menestymisen esteet. Suomen matkailustrategiassa pidetäänkin yhtenä heikkoutena sitä, että luonnon ja vuodenaikojen hyödyntäminen tuotteistamisessa on heikkoa (Valtakunnallinen matkailustrategiatyöryhmä 2006, s. 15).

Ilmastonmuutosta pidetään yhtenä matkailun välillisenä uhkana. Sen katsotaan vaikuttavan vuodenaikojen pituuteen, mikä on huomioitava matkailutuotteiden rakentamisessa ja tuotekehityksessä. Ilmastonmuutos mainitaan *Suomen kansallisessa matkailustrategiassa* yhteensä 12 kertaa. Negatiivisena asiana se mainitaan strategiassa viidesti. Kahdesti matkailun itsensä mainitaan lisäävän ilmastonmuutosta: ”Kasvaneet matkailijamäärät ja sen kautta lisääntynyt liikenne nopeuttaa ilmastonmuutosta sekä lisää energiankulutusta, päästöjä, meluhaittoja ja luonnonvarojen käyttöä” (Valtakunnallinen matkailustrategiatyöryhmä 2006, s. 102). Kolmesti ilmastonmuutoksella katsotaan olevan negatiivisia vaikutuksia matkailuun. Muulloin ilmastonmuutoksen katsotaan vaikuttavan neutraalisti matkailuelinkeinon.

Myös sopeutumiseen viitataan *Suomen matkailustrategiassa*. Kun strategiassa listataan matkailun erityisiä haasteita, joita oli mainittu 5, oli viimeisenä maininta: ”ilmastonmuutoksen mukanaan tuomiin muutoksiin vastaaminen” (Valtakunnallinen matkailustrategiatyöryhmä 2006, s. 17), joka viittaa sopeutumiseen. Itse sana sopeutuminen käytetään vasta *Toimenpideohjelma vuosille 2007–2013* kappaleessa. Strategian arviointiluvussa todetaan: ”Ilmastonmuutoksen suhteen matkailu on itse merkittävä ilmastoja muuttava tekijä, mutta myös muutosten seurauksiin yksi kaikkein haavoittuvimmista reagoivista elinkeinoista. Huomattavien matkailullisten vaikutustensa vuoksi ilmastonmuutoksen ennakoimista, varautumisesta ja sopeutumiskeinoja on matkailualalla tehostettava” (Valtakunnallinen matkailustrategiatyöryhmä 2006, s. 70).

Sopeutumiskeinoina voidaan pitää pyrkimystä ympärivuotiseen matkailuun ja elinkeinotoimintaan. Kasvua haetaan kansainvälisiltä markkinoilta, mutta myös kotimaista matkailua on kehitettävä. Mahdollisia sopeutumisen keinoja ohjelmajärjestelyissä ovat 1) tuotteen moduulimaisuuden vahvistaminen ja 2) tuotteen muunneltavuus. Kehittämisen kaksi painopistealuetta ovat 1) matkailukeskusten kehittäminen ja 2) teemapohjaisten tuotteiden ja palvelujen kehittäminen (Valtakunnallinen matkailustrategiatyöryhmä 2006, s. 23).

Ilmastonmuutoksen seurauksista mainitaan positiivisena kesämatkailukauden piteneminen ja matkailun lisääntyminen vesistöjen lämpenemisen myötä ”Lumivarmuuden vähentyessä erityisesti Etelä-Suomessa tulee oheistarjonnan kehittämiseen panostaa” (Valtakunnallinen matkai-

lustrategiatyöryhmä 2006, s. 29). Lumi ja joulutuotteet vetävät etenkin ulkomaisia matkailijoita Suomeen.

Toimenpideohjelma vuosille 2007–2013 -luvussa (Valtakunnallinen matkailustrategiatyöryhmä 2006, s. 40–66) ei mainita lainkaan ilmastonmuutosta. Toimenpideohjelma pyrkii esittämään konkreettisia toimenpiteitä matkailun edistämiseksi ja uhkien poistamiseksi. Ilmastonmuutos sanana voidaan tulkita niin yleiseksi ja monia asioita sisällään pitäväksi, että se ei siksi ole toimenpidelistalla. Sen sijaan sopeutuminen, joka tapahtuu paikallisesti, on esillä toimenpidelistalla. Ilmastonmuutos on globaali ilmiö, mutta sen vaikutukset kohdataan paikallisesti ja vaikutuksiin sopeutuminen vaatii paikallisia ratkaisuja. Ilmastonmuutoksen vaikutukset ovat merkittäviä etenkin turismille, joten paikallisesti tulee ennakoida näitä vaikutuksia ja sopeutumisen keinoja (Marttila ym. 2005, s. 230). Ohjelmassa todetaan, että ”matkailustrategian toteutumisessa on huomioitava toimintaympäristössä tapahtuvat muutokset, kuten maailmantalouden tilanne, ilmastonmuutos ja turvallisuustilanne.” Näin ilmastonmuutos nähdään globaalina muutoksen aiheuttajana, joka merkitsee toimenpiteitä paikallisella tasolla. Strategiassa painotetaan, että matkailustrategian toteutuminen edellyttää hyväksyntää ja sitoutumista joka tasolla ja kaikilta toimijoilta. Se vaatii myös yhteistyön lisäämistä ja paikallisväestön huomioimista matkailun kehittämisessä (Valtakunnallinen matkailustrategiatyöryhmä 2006, s. 37).

4.1.2 Lapin matkailustrategia 2007–2010

Ilmastonmuutos mainitaan *Lapin matkailustrategiassa* 14 kertaa (näistä yksi maininta on lähteissä). Ilmastonmuutoksen lisäksi mainitaan kaksi kertaa ilmaston lämpeneminen. Ilmastonmuutos mainitaan viidesti positiivisena, neljästi negatiivisena ja viidesti neutraalina asiana strategiassa. Huomionarvoista on negatiivisten mainintojen kohdalla se, että vain kerran negatiivinen maininta kohdistuu Lappiin. Tällöin ollaan huolestuneita Etelä-Lapin ja etenkin Rovaniemen joulumatkailusta, jos lumivarmuus talvisesongin alussa heikentyy.

Lapin maakuntajohtaja Esko Lotvonen mainitsee strategian esipuheessa yhden kerran ilmastonmuutoksen, jota hän pitää haasteena. Muina haasteina hän mainitsee energian hinnan ja työvoiman saatavuuden.

Luvussa *Markkina-asema ja kilpailijat* mainitaan ilmaston lämpenemisestä, joka on haitallista Alpeilla (aiheuttaa lumen puutetta) luoden sitä vastoin mahdollisuuksia Lapille (Lappi 2008, s. 14). Lumipula mainitaan joulusesongin haittaajana viime aikoina Rovaniemen seudulla, mutta toisaalta tilannetta on helpottanut venäläisten kasvava matkailu, joka ajoittuu loppiaiseen (Lappi 2008, s. 18).

Strategian mukaan Ylläs on profiloitunut kansainvälisenä luontomatkailukohteena. Levin kehitystä ohjaa *Levi 3 -strategia*. Alppilajien maailmancupin muovaama imago koetaan hyvänä maailmalla. Lapin matkailussa yhteistyön edut on havaittu varhain, sillä jo vuonna 1989 perustettiin matkailun alueorganisaatio (Lappi 2008, s. 19).

Pohjois-Lapissa myös kesämatkailu on strategian mukaan vahvaa. Kesän vetovoimatekijät eli lohi, kulta, UKK-puisto, autiotuvat ja vaellus voidaan nähdä mahdollisuuksina ilmastonmuutokseen sopeutumiseksi (Lappi 2008, s. 20).

Luvussa *Matkailun haasteet ja trendit* ilmastonmuutos mainitaan viisi kertaa ja kerran ilmaston lämpeneminen. Välimeren maiden kesät voivat kuumeta niin, että Lappi koetaan houkuttelevana kesämatkailukohteena. Ilmastonmuutoksen nähdään pääasiassa haittaavan muita maita, mutta Lapin matkailulle sen katsotaan olevan eduksi, sillä Lappia pidetään lumivarmana alueena. Ilmaston lämpeneminen voi tuoda haasteita myös Lappiin, etenkin Etelä-Lapin joulumatkailulle. Strategia-assa todetaan myös, että kaikkia vaikutuksia ei pystytä vielä ennakoimaan, mutta toimenpiteitä siihen varautumiseksi ja sopeutumiseksi on suunniteltava. Ilmastonmuutos voi lisätä kuluttajien ympäristötietoisuutta ja sen myötä ekomatkailun suosiota (Lappi 2008, s. 27).

Kuluttajakäyttäytymisen trendejä strategian mukaan ovat turvallisuus, perinteisiin liittyvät arvot ja hyvän olon tunteesta nauttiminen. Asiakkaat ovat entistä laatumietoisempia ja elämishakuisempia. Tulevaisuuden merkittävä kilpailutekijä onkin asiakkaalle merkittävien kokemusten tuottaminen (Lappi 2008, s. 27).

Luvussa *Matkailijat* Suomen kylmyyden arvioidaan voitavan kääntää positiiviseksi asiaksi, kun talvet lämpenevät ilmastonmuutoksen johdosta ja Lappi säilyy lumivarmana alueena jatkossakin. Lapin matkailun kasvu on tullut tähän asti talvi- ja joulumatkailusta. Etenkin joulumatkailu on lisännyt kansainvälistymistä. Oletetaan, että laskettelu tulee säilymään suosittuna, ja tällöin Lapin suosio alppihiihtolajien harrastuspaikkana tulee lisääntymään. Laskettelijat viiptyvät pitkään ja tulevat toistuvasti ja käyttävät paljon rahaa. Poro-, kelkka- ja huskysafarit ovat kertaluonteisia ohjelmopalveluja. Ilmastonmuutos mainitaan tässä luvussa kahdesti positiivisena asiana Lapin matkailun kannalta (Lappi 2008, s. 30).

Alaluvussa *Lumiajan matkailu* ilmastonmuutos mainitaan kolmesti. Ensimmäiseksi ilmastonmuutoksella nähdään olevan negatiivisia vaikutuksia Keski-Euroopan hiihtomatkailukohteisiin. Siinä viitataan OECD:n ilmastonmuutosta käsittelevään raporttiin, jonka mukaan jo yhden asteen muutos keskilämpötiloissa aiheuttaa lumipulan useissa Alppien hiihtokohteissa. Suomen hiihtomatkailulle ilmastonmuutoksen arvioidaan merkitsevän etulyöntiasemaa, sillä Lapissa lunta oletetaan riittävän tulevaisuudessakin. Etelä-Lapin osalta ilmastonmuutos voi olla negatiivista ja heikentää alkutalven lumitilannetta. Alkutalven lumipulaongelmaa arvioidaan voitavan yrittää hallita tuotteistamisen ja markkinointiviestinnän kautta sekä kiinnittämällä huomio muihin asioihin kuin lumeen. Lumetuksen todetaan vievän energiaa ja lisäävän kustannuksia, mutta olevan toisaalta keino sopeutua tekniikan avulla ainakin lyhyellä tähtäimellä ilmastonmuutokseen (Lappi 2008, s. 44).

Kesämatkailun yhteydessä ei mainita ilmastonmuutosta tai siihen sopeutumista. *Markkinointi* -luvussakaan (Lappi 2008, s. 47) ei mainita ilmastonmuutosta eikä siihen varautumista tai sopeutumista. Lappi -brändistä puhutaan, mutta keskustelua ei liitetä ilmastonmuutos-keskusteluun. Lappi -brändistä rakennetaan ympärivuotista, mikä vaatii pitkäjänteisen ja kohdennetun markkinoinnin. Näin voidaan lisätä ympärivuotista kysyntää.

Tutkimus, koulutus ja osaaminen -luvussa (Lappi 2008, s. 54–56) ei puhuta ilmastonmuutoksesta, eikä siihen varautumisesta tai sopeutumisesta.

Turvallisuus -luvussa mainitaan riskit, mutta ilmastonmuutosta ja siitä aiheutuvia riskejä ei mainita. Vasta luvussa *Kestävä kehitys* mainitaan ilmastonmuutos. Ilmastonmuutoksen myötä ympäristökysymysten arvellaan nousevan yhä merkittävämpään asemaan matkailussa. Matkailijoiden ympäristötietoisuus haastaa kehittämään ympäristöystävällisempiä tuotteita ja toimintatapoja. Ilmastonmuutos on katalysaattori ympäristöystävällisyyteen (Lappi 2008, s. 57).

Verrattaessa ilmastonmuutoksen ennakkointia kansallisen ja alueellisen tason strategioissa, Suomen matkailustrategiassa ja Lapin matkailustrategiassa huomataan, että kansallisessa strategiassa ilmastonmuutos esitetään matkailuelinkeinon yhtenä uhkana, viisikohtaisen listan viimeisenä. Lapin alueellisessa strategiassa ilmastonmuutos nähdään sen sijaan positiivisena asiana matkailuelinkeinon kannalta, joskin Etelä-Lapin mahdollinen alkutalven lumipula huomioidaan. Tähän esitetään ratkaisuna palveluiden tuotteistamista, markkinointia, lumetusta ja aktiviteettien toteutuspaikkojen siirtoa (Lappi 2008, s. 44). Lumetusta voidaan pitää lyhyen tähtäimen reaktiivisena sopeutumiskeinona (ks. IPCC 2007). Lisäksi se lisää kustannuksia ja kuluttaa energiaa.

4.1.3 Paikalliset matkailustrategiat, kehittämissuunnitelmat ja -ohjelmat

Rovaniemen matkailustrategiassa (Rovaniemi Lapin sykkivä sydän 2006) sanaa ilmastonmuutos on käytetty 17 kertaa (Taulukko 2). Ilmastonmuutos mainitaan kerran sisällysluettelossa, sillä ilmastonmuutoksesta ja sen vaikutuksista on oma lukunsa (6.2.) *Ilmastonmuutos ja sen vaikutukset*. Varsinaisessa matkailustrategian sisältöluvuissa ilmastonmuutos mainitaan 10 kertaa. Viitteissä ilmastonmuutos esiintyy yhteensä neljä kertaa, kahdesti on viitattu ilmastonmuutosta käsitteleviin artikkeleihin ja kahdesti ilmastonmuutoksen kansalliseen strategiaan (Marttila ym. 2005). Lisäksi ilmastonmuutos mainitaan lähdeluettelossa kaksi kertaa.

Ilmastonmuutosta on käsitelty erillisessä luvussa eli sitä ei problematisoida laajemmin liittyen matkailuelinkeinon. Näyttääkin siltä, että paikallistasolla poliittisesti katsotaan korrektiksi käsitellä ilmastonmuutosta, mutta käsittely jää ulkokohtaiseksi. Strategiassa ei käsitellä tai pohdita sitä, kuinka ilmastonmuutokseen tulisi reagoida tai sen aiheuttamiin uhkiiin sopeutua. Ilmastonmuutoksen katsotaan vaikuttavan matkailuun pitkällä aikavälillä. Lyhyellä aikavälillä eli ajanjaksolla 2005–2010 ei voida vielä havaita kasvihuoneilmiön vaikutuksia, koska muutokset sisältyvät ilmaston luontaiseen vaihteluun. Ilmastonmuutoksen katsotaan merkitsevän etenkin lämpötilojen nousua, joka mainitaankin tässä luvussa kahdeksan kertaa. Muista vaikutuksista mainitaan (neljä kertaa) sademäärän lisääntyminen. Ilmastonmuutos lyhentää talvisesonkia ja pidentää kesäsesonkia. Etenkin talvisesongin lyhenemisestä ollaan huolissaan (se mainitaan neljä kertaa, kesän piteneminen kaksi kertaa).

Ilmastonmuutoksella nähdään strategiassa olevan vaikutuksia etenkin ohjelmalveluihin ja maastohiihtoon. Strategian teon yhteydessä haastatellut ohjelmalveluyrittäjät kokivat talvisesongin lyhenemisen alkutalvesta negatiiviseksi, koska se uhkaa joulumatkailua, joka on taloudellisesti tärkeä ohjelmalveluyrityksille. Lumettoman alkutalven katsottiin vaikuttavan kielteisesti myös matkailukeskusten imagoon. Muuten talven lauhtuminen ja lisääntynyt sademäärä koettiin positiivisena asiana. Kesien sateisuuden lisääntyminen nähtiin negatiivisena asiana.

Sopeutuminen mainitaan heti luvun alkukappaleessa, jossa kerrotaan ilmastonmuutoksen kansallisen sopeutumisstrategian kertovan lämpötilojen kohoamisesta. Yritykset ovat reagoineet alkutalven lumen vähyyteen eli ne ovat pyrkineet sopeutumaan siihen lumetusta käyttämällä, varovaisella alkutalven markkinoinnilla, korvaavilla tuotteilla, ohjelmien toteutuspaikkojen siirroilla ja korostamalla kesätuotteita markkinoinnissa.

Rovaniemen matkailustrategian nelikenttäänalyysissä ilmaston lämpeneminen mainitaan uhkissa. Kaikkiaan uhkia on listattu viisi ja ilmaston lämpeneminen on listan kolmantena pääomien ja matkailun ympäristövaikutusten jälkeen.

Levin kehittämissuunnitelma on valmistunut jo vuonna 2004, joten on ymmärrettävää, ettei ilmastonmuutos ole ollut vielä tuolloin niin selvästi agendalla. Silti kansainvälisiä markkinoita käsittelevässä alaluvussa mainitaan kerran ilmastonmuutos (Levi 3 -kehittämissuunnitelma 2004, s. 10): ”Talviloma hiihtokeskuksissa ei enää ole automaattinen valinta talviloman viettopaikaksi kuten se oli vielä vuosikymmen sitten Euroopassa. Kysynnän muutokseen vaikuttavat demograafisten tekijöiden lisäksi taloudelliset ja ilmastolliset muutokset. Väestö ikääntyy useilla merkittävillä lähtöalueilla, monet kyllästetyt markkinat ovat kohdanneet taloudellisia vaikeuksia ja Keski-Euroopassa on ollut useita perättäisiä heikkolumisia vuosia.”

Ilmastonmuutoksen vaikutukset liitetään lumen puutteeseen ja sen ei katsota uhkaavan Leviä tai yleensäkkään Lappia. Vaikka ilmastonmuutosta ei pidetä tämän päivän ongelmana, on suunnitelmassa kuitenkin mainittu keinoja sopeutua mahdolliseen lumen puutteeseen. Investointihankkeissa mainitaan lumetuksen laajentaminen ja tehostaminen kaikkiin toiminnan kannalta kriittisiin kohtiin. Vaikka Levi onkin alkutalvesta lumivarmempi alue kuin Rovaniemen seutu, on sielläkin lumetuksella pyritty aikaistamaan maastohiihdon alkua. Myös Levillä pidettävän pujottelun maailman cupin rinteiden kisakuntoon saaminen on vaatinut lumetusta. Tämä tekninen sopeutumiskeino vaatii tosin pakkasta toimiakseen.

Ylläksen kehittämissuunnitelmassa mainitaan ilmastonmuutos vain kerran *Ylläksen tulevaisuus* luvun *Kysyntätavoitteet* alaluvussa, jossa ilmastonmuutos nähdään Lapin matkailun kannalta positiivisena asiana. Suunnitelman mukaan ”ilmastonmuutokset tulevat vaikuttamaan suotuisasti Lapin matkailuun sekä talvella että kesällä” (Ylläs II... 2007, 19). Sopeutumisesta tai varautumisesta ei kirjoiteta suunnitelmassa ollenkaan. Kuitenkin ympäristöohjelma ja kestävä kehitys sekä ympäristötietoisuus, joita käsitellään suunnitelmassa, ohjaavat ilmastonmuutoksen hillintään ja osaltaan myös sopeutumiskeinoihin. Esimerkiksi ympärivuotisuuden, teemaohjelmien ja kesään panostamisen voidaan tulkita edistävän myös ilmastonmuutoksen sopeutumista.

Toimintaryhmien kehittämisohjelmat

Vireä Tunturi-Lappi 2007–2013 kehittämisohjelmassa (2005) ei mainita ilmastonmuutosta kertaakaan, mutta ilmaston lämpeneminen mainitaan kahdesti. Ensimmäisen kerran se mainitaan SWOT -analyysissä uhkatekijöissä muiden ympäristöuhkien ohella, joita ovat kaivostoiminta, ilmaston lämpeneminen ja lähialueiden vanhat ydinvoimalat. Käsiteltäessä tekstissä heikkouksien ja uhkien kompensoimista mainitaan seuraavaa (Vireä Tunturi-Lappi ... 2005, s. 15): ”Tunturi-Lapin vahvuuksien perustuminen luontoon aiheuttaa sen, että erilaiset ympäristöuhat muodostavat uhkan luonnon säilymiselle nykytilassa. Ilmaston lämpeneminen ja energian hinnan nouseminen ovat maailmanlaajuisia uhkia, joihin Tunturi-Lapin seutukunnan tasolla pyritään osaltaan vaikuttamaan bioenergian käytön lisäämisellä tulevaisuudessa.” Näin lämpeneminen nähdään maailmanlaajuisena uhkana ja paikallisena hillitsemiskeinona on bioenergia.

Ympäristöystävällinen energiantuotanto on ilmastonmuutoksen hillintää. Esimerkiksi puun poltto ei lisää haitallisia kasvihuonekaasuja. Näin energiaratkaisulla voidaan edistää mielikuvaa puhtaasta alueesta. Luonnonhaittojen minimoimiseen pyritään hanketoiminnalla, esimerkiksi edistämällä jätteiden kierrätystä. Näillä toimenpiteillä voidaan hillitä ilmastonmuutosta (Vireä Tunturi-Lappi, 2005, s. 34).

Elävät jokivarret ~ lappilainen osa Eurooppaa, Maaseudun kehittämisohjelman 2007–2013 (2006) tavoitteena on toteuttaa Leader -toimintatavan mukaisesti maaseudun omaehtoista kehittämistä.

Suunnitelman laadinnassa olivat paikalliset kyläseurat myös mukana, joten ohjelma-alueen ihmisten omat ideat ja näkemykset ovat mukana alueen kehitystyössä. Kehittämishjelmassa ei mainita ilmastonmuutosta eikä siihen sopeutumista kertaakaan. Tästä voidaan tehdä se johtopäätös, että paikalliset kylätoimijat eivät vielä koe ilmastonmuutoksen koskevan heidän toimintaympäristöään.

4.2 Ilmastonmuutoskyselyn tulokset

Matkailuyrittäjille toteutettiin nettikysely keväällä 2009 ilmastonmuutoksen vaikutuksesta matkailuun (Liite 1). Vastauksia saatiin vain 11 kappaletta huolimatta siitä, että se toistettiin kahdesti. Kohdekuntina olivat hankekunnat Kolari, Kittilä ja Rovaniemi. Syksyllä täydennetty kysely (Liite 2) tehtiin Matkailuparlamentin osallistujille paperilomakkeella. Vastauksia saatiin 31 kappaletta. Näin kyselyaineisto käsittää 41 vastaajan vastaukset viiden ensimmäisen kysymyksen kohdalta, jotka on esitetty taulukoissa 3–6. Näiden kysymysten vastaukset on esitetty teemoittain ja kuhunkin teemaan liittyvien vastausten määrät on esitetty prosentteina. Tämän perusteella voidaan arvioida vastaajien näkemyksiä siitä, mitä he pitävät tärkeinä asioina liittyen ilmastonmuutokseen, sen ennakointiin ja myös siihen sopeutumiseen. Matkailuparlamentin lisäkysymysten vastaukset on koottu taulukoihin teemoittain, eikä niistä ole tehty määrällistä analyysia.

4.2.1 Matkailuelinkeinoon lyhyellä ja pitkällä tähtäimellä vaikuttavat asiat

Esimerkiksi investoidessaan yrittäjä joutuu ennakoimaan investoinnin kannattavuuden ja sen, kuinka kyseinen investointi parantaa yrityksen tuottavuutta. Yrittäjät ovat tottuneet suunnittelemaan tulevaa toimintaansa useamman vuoden eteenpäin. Tulevaisuuden ennakointi menee sitä vaikeammaksi mitä kauemmas tulevaisuuteen suunnitelmia tehdään.

Ensimmäisessä kysymyksessä haluttiin kartoittaa matkailuyrittäjien näkemyksiä niistä tekijöistä, jotka heidän mielestään tulevat vaikuttamaan matkailuelinkeinoon lyhyellä tähtäimellä ja myös pitemmällä aikavälillä, joka on pitempi kuin yrittäjän mahdollinen oma yrittäjäyysaika.

Taulukko 3. Matkailutoimijoiden mielestä matkailuelinkeinoon 5 ja 15–30 vuoden sisällä vaikuttavat tekijät (n = 42).

Matkailuelinkeinoon vaikuttavat asiat	5 vuoden kuluessa		15–30 vuoden kuluessa	
	kpl	%	kpl	%
Talous	(19)	45,2	(8)	19,0
Markkinointi	(12)	28,6	(10)	23,8
Energia, yhteydet	(8)	19,0	(6)	14,3
Ilmastonmuutos	(7)	16,7	(13)	31,0
Kestävä kehitys	(7)	16,7	(6)	14,3
Luonto	(6)	14,3	(3)	7,1
Tekninen kehitys	(0)	0,0	(4)	9,5
Suunnittelu, turvallisuus	(3)	7,1	(8)	19,0
Arvot, työ ja vapaa-aika	(6)	14,3	(3)	7,1

Kyselyä tehtäessä keväällä 2009 matkailuyrittäjät olivat jo kohdanneet toiminnassaan maailmanlaajuisen laman vaikutukset ja matkailijamäärät olivat vähenemässä, joten **talouden** katsottiinkin vaikuttavan eniten lähitulevaisuudessa (Taulukko 3). Kaikkiaan 19 vastauksessa mainittiin taloudelliset asiat. Laman seurauksena katsottiin, että toiminnasta pitää pyrkiä tekemään kustannustehokkaampaa. Selvää siis on, että maailmantalous vaikuttaa matkailijavirtoihin. Toisaalta talouskriisin toivottiin järkeistävän matkailuinvestointeja. Matkailuelinkeinon katsottiin jatkavan kasvuaan, kunhan talous elpyy. Eräs vastaaja kirjoittikin, että *talous elpyy selkeästi ja 5 vuoden päästä on jo 'nousukausi'*.

Myös pitkäntähtäimen vaikutuksissa matkailuun oli talous esillä, joskin siitä mainittiin kahdeksassa vastauksessa eli puolta vähemmän kuin lyhyentähtäimen näkymissä (Taulukko 3). Kilpailun katsottiin kovenevan ja ennakoitiin, että osa Lapin matkailukeskuksista tippuu. Jos energian hinta ja lennot kallistuvat, alueesta voi tulla liian kallis saavuttaa ja matkailijavirrat voivat kääntyä muualle.

Jatkossakin maailmantalous tulee vaikuttamaan matkailuelinkeinon, ja jos globaalissa taloudessa tapahtuu suuria muutoksia, sen tuomat ongelmat konkretisoituvat myös Lapin matkailussa. Vastaajilta löytyi uskoa siihen, että matkailu kasvaa ja monipuolistuu. Maailmanlaajuisen laman jälkeen voikin esiin nousta uusi asiakaskunta.

Neljässä vastauksessa uhkana nähtiin **energian** ja polttoaineen hinta. Esimerkiksi öljyn hinnan katsottiin vaikuttavan matkailuun merkittävästi. Uhkana nähtiin myös fossiilisten polttoaineiden loppuminen, josta seuraisi energiakriisi. Energian kallistuminen ja öljyn väheneminen asettavat paineita kehittää uusia tapoja liikkua ja matkustaa. Neljässä vastauksessa lyhyellä tähtäimellä tulikin esille **liikenneyhteydet** ja matkakohteiden saavutettavuus. Pelkona oli, että matkailijamäärät vähenevät hintojen noustessa. Julkisen liikenteen ja junayhteyksien kehittäminen nähtiin tärkeäksi. Ennakoitiin, että luotijunat tulevat voittamaan lentojen nopeuden Euroopassa. Raideliikenne Ylläs-Levi -alueelle oli yksi esimerkki tulevaisuuden ratkaisuisista vastauksissa. Energia ja liikenneyhteyksien nähtiin myös vaikuttavan pitemmällä aikaperspektiivillä matkailuun (Taulukko 3).

Vastauksissa esitettiin, että lähivuosina olisi panostettava yhä enemmän **markkinointiin**. Markkinointi mainittiin 12 vastauksessa. Lappi nähtiin tulevaisuuden matkailukohteena ja etenkin hiihdon markkinointiin toivottiin lisää panostusta. Keski-Eurooppa ja toisaalta myös Aasia nähtiin markkinoinnin kohteina. Keski-Eurooppa sen vuoksi, että sieltä voisi tulla matkailijoita lumivarmuuden heikentyessä Alpeilla. Uudet matkailijaryhmät Aasiasta nähtiin potentiaalisina. Kehityksen nähtiin kulkevan siihen suuntaan, että matkailijoita tulee tulevaisuudessa enemmän uusilta kulttuurialueilta. Muutenkin matkailijaprofiilien nähtiin muuttuvan ja elämishakuisuuden lisääntyvän. Lappi voisi tällöin erottua erilaisuudellaan.

Markkinoinnissa uusien teknologioiden arvioitiin vaikuttavan jo lähitulevaisuudessa. Sosiaalisen median merkityksen nähtiin lisääntyvän matkailukohteiden valinnassa. Internet on jo nyt merkittävä tiedonhankinnan väline. Sähköinen markkinointi ja kaupanteko lisääntyvät. Eräs vastaaja kantoi huolta siitä, että *toivottavasti tuotteistamisessa osataan nojautua paikallisuuteen ja laatuun*. Myös 'slow tourism' mainittiin.

Kahdessakymmenessä lyhyttä aikaväliä käsittelevässä vastauksessa mainittiin **ilmastonmuutos, kestävä kehitys ja luonto** (Taulukko 3). Jo viiden vuoden kuluessa ilmastonmuutoksen siis katsottiin vaikuttavan matkailuelinkeinon. Suoranaisesti **ilmastonmuutokseen** viitataan seitsemän kertaa, joista kolmessa vastauksessa se nähdään positiivisena asiana, kerran mainitaan sen nega-

tiivisistä vaikutuksista ja yhdessä vastauksessa arvioidaan ilmastonmuutoksen vaikutukset vielä vähäisiksi, mutta ilmaston ääri-ilmiöiden esiintymisen arvellaan lisääntyvän. Positiivisina vaikutuksina nähtiin se, että talvet lauhuvat ja näin voitaisiin hyödyntää keskitalven kylmät kuukaudet. Myös mahdollista lumisuuden lisääntymistä pidettiin hyvänä asiana. Näiden positiivisten vaikutusten odotettiin lisäävän etenkin talvella kansainvälisten asiakkaiden määrää Lapissa.

Huoli ilmastonmuutoksesta näyttää vastaajien keskuudessa olevan suurempi, kun tarkastellaan sen vaikutusta pitemmällä aikavälillä. Ilmastonmuutos on uhka, jonka seurauksista ei kaikkien vastaajien mukaan tiedetä. Talviesongin odotetaan lyhenevän ja lumen määrän muuttuvan. Lauhtuvien sääolojen ja ilmaston lämpenemisen katsottiin vaikuttavan vuodenaikoihin. Ilmastonmuutoksen vaikutukset nähtiin globaaleina.

Matkailussa joudutaan huomioimaan jo nyt ja lähitulevaisuudessa entistä enemmän **kestävä kehitys**. Tämä tuotiin esille seitsemässä vastauksessa (Taulukko 3). Tällöin tulee tarkastella matkailun kokonaisvaikutuksia. Kestävän kehityksen yhteydessä nostettiin esille ympäristön kestävä käyttö, saasteet ja jätteet. Myös kaivosteollisuudelta edellytetään ympäristön kestävä käytön huomioon ottamista, sillä tällä on matkailulle merkitystä Lapissa. Yleensäkin kestävä kehitys toteuttavaan matkailuun asetettiin tulevaisuuden odotuksia. Yhdessä vastauksessa ennakoitiin, että ”epäterve joulumatkailu ja massamatkailu tulevat romahtamaan kokonaan ja tämä luo pohjaa terveemmälle kestävä kehityksen matkailulle”. Katsottiin tarvittavan asennemuutosta, jotta kestävä kehityksen mukainen toiminta yleistyisi.

Pitkällä aikavälillä kestävä kehityksen mukaisena nähtiin matkailu, joka tapahtuu vaihtoehtoisilla energiamuodoilla. Ehdotettiin jopa sitä, että matkatavarat hankittaisiin paikan päältä, jotta matkustuskuorma vähenisi. Vastaajat katsoivat, että myös saaste- ja jäteongelmat uhkaavat pitkällä tähtäimellä matkailua ja voivat aiheuttaa ympäristöongelmia. Osa toivoi, että toiminta olisi tulevaisuudessa ympäristöä ja ilmastoa säästävämpää ja kiireettömämpää. Ihmisiltä odotetaan entistä ympäristötietoisempaa asennoitumista ja toisaalta yrittäjien tulisi osata vastata näiden asiakkaiden tarpeisiin. Ekologisen ajattelun nähdään voimistuvan muun muassa maailmalla tapahtuvien ja yhä lisääntyvien luonnonmullistusten kautta. Toiminta on kestävä kehityksen periaatteiden mukaista ja muulla tavalla toimivat ovat karsiutuneet pois.

Kolmessa vastauksessa kannettiin huolta **luonnosta**. Matkailijoille tulisi turvata mahdollisuus päästä ”villiin” luontoon. Uhkana tälle nähtiin lisääntynyt puunkäyttö. Erämaa-alueet tulisi olla saavutettavissa turvallisesti ja edullisesti. Myös pitkällä tähtäimellä luonnon aitoutta ja vapaata luontoa haluttiin säilyttää ja sen nähtiin olevan matkailun valtti tulevaisuudessa. Luontoarvot tulevat tärkeiksi osalle turisteista.

Kolmessa vastauksessa mainittiin **suunnittelun** merkitys rakentamisessa ja luonnonkäytössä. Tällöin myös **turvallisuuteen** liittyvät asiat on huomioitava samoin kuin matkailijoiden mahdollinen ikärakenteen muuttuminen. Pitkällä tähtäimellä vastaajien mielestä tulee suunnittelussa ottaa huomioon esimerkiksi liikuntarajoitteiset. Myös ”city-ihmiset”, jotka eivät ole tottuneet liikumaan luonnossa, voivat tarvita heille sopivia reittejä ja oppaita. Väestön ikärakenteen muuttuminen ja ikääntyvien ihmisten määrän kasvu asettavat suunnittelulle haasteita. Mahdollisuutena nähtiin yli 55-vuotiaat asiakkaat. Uhkana nähtiin maailmanpolitiikka ja turvallisuus, joita globaalit sosiaaliset ongelmat voivat pahentaa. Näihin turvallisuustilanteiden muutoksiin tulee jo suunnitteluvaiheessa varautua. Kaikkiaan kahdeksan vastaajan vastaukset käsittelevät suunnittelua ja turvallisuutta pitkän aikavälin vaikutuksia arvioitaessa (Taulukko 3).

Pitkällä aikavälillä (15–30 vuotta) **teknisen kehityksen** seurauksena nähdään virtuaalimatkailemisen lisääntymisen. Esimerkiksi 3D esityksenä jopa matkat voivat tulla visioituna suoraan aisteillemme teknologian kehittyessä. Virtuaalielämyksien ja pelien otaksuttiin lisääntyvän. Tekniikan avulla uskottiin myös liikkumiseen kehitettävien uusien ratkaisujen.

Arvoihin, työhön ja vapaa-aikaan liittyviä vastauksia oli kuusi arvioitaessa lähitulevaisuuden vaikutuksia matkailuun (Taulukko 3). Työn muutos esiintyi kolmessa vastauksessa. Ongelmana nähtiin ammattimaisen työvoiman saatavuus lähitulevaisuudessa. Toisaalta työelämän intensiivisyyden lisääntymisen katsottiin vaikuttavan myös lomamatkoihin. Vastauksissa arveltiin, että ihmisillä on aikaa tehdä vain lyhyitä matkoja lähialueille.

Kolmessa vastauksessa katsottiin yleisen arvomaailman muutoksen vaikuttavan myös matkailuelinkeinoon. Ympäristöarvot voimistuvat. Arvomuutokset vaikuttavat myös vapaa-ajan ja työn suhteisiin ja siihen, mihin rahaa käytetään. Pitkällä aikavälillä vastaajien mielestä arvomaailman muutokset tulevat vaikuttamaan etenkin siihen, että ympäristöasioihin tulee kiinnittää huomiota. Vapaa-ajan katsotaan lisääntyvän, joten se voi lisätä matkustelua.

4.2.2 Ilmastonmuutoksen vaikutus matkailuelinkeinoon

Kun kysyttiin suoraan mahdollisia ilmastonmuutoksen vaikutuksia matkailuelinkeinoon, ilmastonmuutoksella uskottiin yleisesti olevan vaikutuksia. Vastaajista seitsemän katsoi, että ilmastonmuutoksesta on hyötyä tai positiivisia vaikutuksia matkailuelinkeinolle. Yhtä moni oli tosin myös sitä mieltä, että sillä on negatiivisia vaikutuksia.

Useimmin ilmastonmuutoksen katsottiin vaikuttavan ensisijaisesti matkailusesonkeihin (Taulukko 4). Kesämatkailun sesongin oletetaan pidentyvän, koska ilmaston lämpenemisen seurauksena talvisesonki lyhenee. Lumen puute on uhka talvimatkailulle, mutta lumi voi olla ainakin lyhyellä tähtäimellä myös voimavara. Etenkin Lapin pohjoisimmat alueet säilynevät lumivarmoina vielä pitkään. Tämä voi tuoda talvimatkailijoita enenevässä määrin Lappiin lumettomilta alueilta, joissa on vielä perinteitä harrastaa hiihtoa ja laskettelua.

Ilmastonmuutoksen katsottiin aiheuttavan ennalta arvaamattomia seurauksia. Nämä voivat merkitä uusia vaatimuksia elinkeinolle ja yleensä koko elinkeinorakenteelle. Kestävän kehityksen mukainen toiminta tulee yleistymään vastaajien mukaan matkailuelinkeinossa, mutta samalla eräät vastaajat peräänkuuluttivat myös matkailijoiden vastuuta ja asennemuutosta kohti ekologisempaa kulutusta.

Matkailijavirrat tulevat muuttamaan ja suuntautumaan uudelleen. Esimerkiksi ilmastonmuutoksen seurauksena kuumuudesta kärsivien maiden asukkaat mahdollisesti suuntaavat tulevaisuudessa viileämmille seuduille lomailemaan, kuten Lappiin. Jos matkailuelinkeinossa pyritään hillitsemään ilmaston lämpenemistä, voi tämä vahvistaa lähialuematkailua. Usein haitalliset vaikutukset kohdistuvat köyhimpiin kansoihin ja väestönsosiin. Matkailusta voikin ilmastonmuutoksen seurauksena tulla pelkästään eliitin harrastus.

Ilmastonmuutos vaikuttaa toimintaympäristön muuttuessa myös tuotteisiin ja palveluihin, joita voidaan tarjota tai joita asiakkaat haluavat. Toimintatapojen muutokset ja uudet tuotteet nähdään välttämättömiksi, ja tämä auttaa yrittäjiä sopeuttamaan toimintaansa muutoksiin.

Taulukko 4. Ilmastonmuutoksen vaikutukset matkailuelinkeinoon. Vastaukset ryhmiteltynä teemoihin (n = 42).

Teemat	Maininnat (kpl) %	Vaikutukset
Sesonki	(19) 45,2 %	<ul style="list-style-type: none"> - kesät kuumenevat → matkailijavirrat pohjoiseen - lisää ympärivuotista matkailua - sesonkien rakenne muuttuu - talvikausi lyhenee, panostettava kesämatkailuun - talvimatkailu siirtyy pohjoisemmaksi - Lapilla 'lumellinen vahvuus' - lumen puute tulee olemaan suuri vaara - lumen puute lisää lumetusta → ei kestävä matkailua
Yleiset vaikutukset	(14) 33,3 %	<ul style="list-style-type: none"> - arvaamattomia, ei tiedä miten vaikuttavat - iso rakennemuutos - lähiaikoina ei vaikutuksia tai posit. vaikutuksia - kilpailutilanne paranee - uusia vaatimuksia matkailuelinkeinolle - yritystoiminta kestävä kehityksen mukaiseksi - toivotaan kuluttajille asennemuutosta, jotta huomioivat ekologiset vaihtoehdot matkailussa
Asiakkaat ja kohdemaat	(10) 23,8 %	<ul style="list-style-type: none"> - lisää kävijöitä Keski-Euroopasta - kuumenevilta alueilta lisää matkailijoita pohjoiseen - vain rikkailla on mahdollisuus matkustaa - lähimatkailu kasvaa - matkailijavirrat tulevat suuntautumaan uudelleen - uudet asiakassegmentit - ekologisuuden vaatimus lisääntyy - saavutettavuuden uudet ratkaisut
Tuotteet	(9) 21,4 %	<ul style="list-style-type: none"> - palveluita ja tuotteita tulee sopeuttaa - tuotteistaminen, panostettava: kuluttajat kriittisiä - kohteet erikoistuvat - toimintatapojen muutokset - paikalliset ruoat - lumen puute hankaloittaa safariyritysten toimintaa
Talous ja verot	(6) 14,3 %	<ul style="list-style-type: none"> - kustannukset nousevat - lentäminen - maksuja tulee - fossiilisten polttoaineiden käytön vähentäminen - hiilidioksidia tuottamattomat kuljetusmuodot

Ilmastonmuutos tulee vastaajien arvion mukaan vaikuttamaan matkailuelinkeinon talouteen. Vastauksissa ennakoitiin, että kustannukset tulevat nousemaan ja verotuksella tullaan ohjaamaan fossiilisten polttoaineiden käyttöä. Veroja ja maksuja lisäämällä pyritään fossiilisten polttoaineiden käytön vähentämiseen ja esimerkiksi lentämisen katsottiin tällöin kallistuvan. Liikenteeseen ja kuljetuksiin toivotaan hiilidioksidipäästövapaita ratkaisuja.



Kuva 4. Poroajelua Rovaniemellä. (Kuva: Seija Tuulentie)

4.2.3 Ilmastonmuutokseen sopeutuminen

Ilmastonmuutokseen sopeutumista kysyttiin sekä yrittäjien itsensä kannalta että siltä kannalta, kuinka he arvioivat sopeutumisen tapahtuvan alueena. Yrittäjät näkivät merkittävänä sopeutumiskeinona uudet liikeideat ja tuotteet (Taulukko 5). Kesämatkailun kehittäminen oli myös yrittäjien mielessä yhtenä ratkaisukeinona talvimatkailukauden lyhetessä. Toisaalta esille nostettiin myös tuotteiden ja palvelujen ympärivuotisuus.

Kestävä kehitys ja ympäristöasiat nähtiin markkinointivalttina ja näihin asioihin panostaminen koettiin tärkeäksi. Matkailun arveltiin vihertyvän ja katsottiin, että uusien asiakkaiden arvostukset tulee huomioida. Konkreettisine käytännön toimenpiteinä vastaajat toivatkin esille kierrätyksen, lajittelun ja tehokkaan jätehuollon. Vastaajista osa näki, että omilla pienillä arkipäivän ratkaisuuilla he voivat vaikuttaa ilmastonmuutokseen ja samalla sopeuttaa toimintaansa siihen.

Alueellisella tasolla sopeutumisen merkittävimmäksi temaattiseksi ryhmäksi nousivat uudet toimintamallit ja keinot. Yli kolmannes vastaajista mainitsi näihin liittyviä tekijöitä. Toimintamallien kehittämistä haluttiin etenkin alue- ja organisaatiotasolla (Taulukko 6). Keinovalikoimassa tuli esille ekologisuus, energian säästäminen, kulutuksen vähentäminen ja paikallinen ruoka.

Taulukko 5. Yrittäjien näkemykset siitä, mitä he voivat tehdä sopeutuakseen ilmastonmuutokseen (n = 42).

Teemat	Maininnat (kpl) %	Sopeutuminen yrittäjänä
Tuotekehitys, uudet tuotteet, uudet liikeideat	(13) 31,0 %	<ul style="list-style-type: none"> – palvelutarjonnan sopeuttaminen ilmastonmuutokseen – päivä- ja viikko-ohjelmalvelujen luominen – kesä- ja rospuuttokauden kehittäminen – ympärivuotisuus – säästä riippumattomat tuotteet – vaihtoehtoisia reittejä – kauden pidentäminen
Kestävä kehitys ympäristöasiat	(10) 23,8 %	<ul style="list-style-type: none"> – kestävä matkailu – 'vihreät' asiakkaat huomioitava – viipymän pidentäminen – kestävyys markkinointivälineinä
Kierrätys, jätteet ja lajittelu	(7) 16,7 %	<ul style="list-style-type: none"> – maatuivat tuotteet matkailussa – jätehuolto – lajittelu ja kierrätys
Oma toiminta	(7) 16,7 %	<ul style="list-style-type: none"> – omilla pienillä ratkaisuilla vaikuttaminen
Energia	(5) 11,9 %	<ul style="list-style-type: none"> – vähentää energiankulutusta
Laadun parantaminen	(2) 4,8 %	<ul style="list-style-type: none"> – majoituksessa – ruoka
Paikallisuus	(2) 4,8 %	<ul style="list-style-type: none"> – tuotteet – vältetään turhia kuljetuksia – markkinointivälineinä
Lähimatkailu	(2) 4,8 %	<ul style="list-style-type: none"> – edistäminen – tuotteistaminen
Investoinnit	(2) 4,8 %	<ul style="list-style-type: none"> – huomioitava ilmastonmuutos

Mainonnalla ja markkinoinnilla katsottiin myös olevan merkitystä ilmastonmuutokseen sopeutumisessa. Kun toimintaa muutetaan ilmastoystävällisemmäksi, siitä tulee myös kertoa matkailijoille. Tehokkainta markkinointi olisi yhteistoimintana. Kun profiloitutaan vihreäksi kohteeksi, voisi luontoa ja sen rauhaa käyttää markkinoinnissa enemmän. Myös laatuasiat nousivat yhtenä keinona vastata ilmastonmuutokseen markkinoinnin keinoin.

Tuotteet ja tuotekonseptien uudistaminen nähtiin alueellisena sopeutumiskeinona aivan kuten yrittäjienkin sopeutumiskeinona. Tärkeää olisi kehittää ohjelmalvelua kaikille vuodenaajoille, jotta päästäisiin ympärivuotiseen matkailuun. Osa näki vaarana keinotekoisien sesonkien kehittelyn. Muutamissa vastauksissa tuotiin esiin luonnon kunnioitus: luontoa kunnioittava asenne pitäisi ottaa osaksi arjen toimintaa, mutta tässä asiassa katsottiin tarvittavan vielä asennemuutosta. Matkailustrategiat nähtiin myös keinovalikoimaksi, jolla voidaan ohjata matkailuelinkeinon alueellista sopeutumista. Strategioissa voitaisiin nostaa ympäristöasiat yhteisiksi haasteiksi ja ohjata myös rahoitusta ympäristöasioiden hoitoon.

Taulukko 6. Matkailutoimijoiden käsityksiä matkailuelinkeinon sopeutumisesta ilmastonmuutokseen alueena (n = 42).

Teemat	Maininnat (kpl) %	Sopeutuminen alueena
Uudet toimintamallit	(15)* 35,7 %	<ul style="list-style-type: none"> – alue- ja organisaatiotaso tärkeä – luonto ja ympäristöystävällisyys – pienemmän hiilijalanjäljen jättävä matkailu – Keinoja (11): – ekologinen rakentaminen – energian säästäminen – julkinen liikenne (esim. junat) – kulutuksen vähentäminen, kierrätys – paikallinen ruoka ja tuotteet
Mainonta ja markkinointi	(12) 28,6 %	<ul style="list-style-type: none"> – yhteismarkkinointi – kesään panostaminen – vihreäksi kohteeksi profiloituminen – laatuun panostaminen – imagon rakentaminen uusille arvoille – luontoarvot ja ympäristöajattelu kilpailueduksi – kilpailueduksi luonnon rauha, autius, hiljaisuus – tulevien ongelmien myöntäminen ja niihin reagoiminen
Tuote- ja palvelukonseptin uudistaminen	(11) 26,2 %	<ul style="list-style-type: none"> – tuotekehitys – ympäristöajattelu osaksi tuotetta – ohjelmalveluja kaikkiin vuodenaikoihin – tuotteita, jotka eivät ole säästä riippuvaisia – kohteiden välinen verkosto ja saavutettavuus – ei keinotekoisia sesonkeja – valmistautuminen matkailijavirtojen kasvuun
Luonnon kunnioitus	(4) 9,5 %	<ul style="list-style-type: none"> – osana arkielämän toimintaa – vastuullinen toiminta – asennemuutoksen tarve
Matkailustrategia	(4) 9,5 %	<ul style="list-style-type: none"> – ympäristöasiat yhteiseksi haasteeksi – rahoituksen ohjaaminen ympäristöasioiden hoitoon – korkeat tavoitteet, mutta aloittaminen pienistä asioista

* 15 vastauksesta 11 vastausta käsitteli keinoja.

4.2.4 Matkailualan tiedon tarve ilmastonmuutoksesta

Ilmastonmuutoksesta on ollut tiedotusvälineissä viime vuosina ristiriitaista tietoa. Myös tutkijat ovat kiistelleet siitä, tapahtuuko ilmastonmuutosta ihmisen toiminnan seurauksena vai onko muutos vain luontaista ilmaston vaihtelua. Tämä lisää yrittäjien keskuudessa epätietoisuutta. Myös ilmastonmuutos ilmiönä on etäinen ja se voidaan kokea myös asiana, johon yksittäinen ihminen ei voi vaikuttaa. Siksi katsoimmekin tärkeäksi tiedustella matkailualan toimijoilta, mitä tietoa he kokevat tarvitsevänsä ilmastonmuutoksesta ja siihen sopeutumisesta ja kuinka he näkevät erilaisen matkailutuotteiden mahdollisuudet tulevaisuudessa.

Seuraavat kysymykset esitettiin vain matkailuparlamentin osallistujille:

- Millaisiin ilmastonmuutosta koskeviin kysymyksiin olet joutunut vastaamaan?
- Millaista tietoa tarvitset ilmastonmuutoksesta?
- Millainen matkailutuote pystyy parhaiten vastaamaan ilmastonmuutoksen haasteisiin?
- Anna konkreettinen esimerkki matkailutuotteista.

Kaikkiaan vastauksia tuli 31. Eniten ilmastonmuutokseen liittyviin kysymyksiin olivat joutuneet vastaamaan matkailuyrittäjät ja työntekijät. Kaikista matkailualan parissa työskentelevistä vastaajista 68,4 % oli joutunut vastaamaan ilmastonmuutokseen liittyviin kysymyksiin. Julkisen sektorin edustajat, opettajat ja tutkijat olivat vastanneet harvemmin. Heistä 58,3 % ilmoitti vastanneensa ilmastokysymyksiin.

Kysymykset ilmastonmuutoksesta olivat koskeneet etenkin ilmaston lämpenemistä sekä huolta lumesta ja talvisesongin aloituksesta (Taulukko 7). Myös ympäristöasioihin ja kestäväan kehitykseen liittyviä asioita, kuten energiankulutusta ja kierrätystä, oli tiedusteltu. Etenkin lämpiminä syksyinä media on ollut kiinnostunut joulusesongin vaikutuksista matkailuyritysten toimintaan. Myös työntekijöiden ja yrittäjien vastuuta kestäväan matkailun edistämiseksi on tiedusteltu.

Taulukko 7. Aiheet, joihin kyselyyn osallistujat ovat joutuneet vastaamaan ilmastonmuutokseen liittyen, teemoittain ryhmiteltynä.

Teemat	Ilmastonmuutokskysymysten aiheet
Ilmastonmuutos, lämpeneminen, talvi	<ul style="list-style-type: none">- lumitilanne, onko ilmastonmuutos vaikuttanut?, vaikutus globaalisti- tuleeko oikea talvi?, lumivarmuus tulevaisuudessa- kauanko teillä on lunta keväällä?- voiko talvikauden varmasti aloittaa arvioituna aikana?- lumitilanteen muutokset porotalouden sopeutumiseen, uusien viljelykasvien ja eläinten (luonnossa) mahdollisuudet- vaikuttaako ilmastonmuutos jo nyt Lapin talvimatkailuun?- ovatko talvet samanlaisia kuin ennen?
Ympäristö ja kestävä kehitys	<ul style="list-style-type: none">- lentomat kustamisen eettisyys- kierrätys, käytetyt materiaalit, sähkölaitteiden käyttö- energiakulutus, jätehuolto, vesikysymykset, hiilijalanjälki- käytännön ympäristövalmennuksen teemoihin- osa matkanjärjestäjistä kartoittaa kestäväan kehityksen asioita
Kohdemaat	<ul style="list-style-type: none">- mistä tulijat saapuvat jatkossa?
Ohjelmalvelut	<ul style="list-style-type: none">- mitä aktiviteetteja tilalle, jos esim. kelkkailua ei voida taata?- lämpiminä joulusesonkeina media kysyy vaikutuksia yritysten toimintaan
Kesämatkailu	<ul style="list-style-type: none">- onko hirvikärpäsiä?- tämäkö on teidän kesä?
Työntekijöiden ja yrittäjien vastuu	<ul style="list-style-type: none">- mitä teet työssäsi edistääksesi kestäväan matkailua?- oman yrityksen vaikutukset

Ilmastonmuutokseen liittyvät asiat kiinnostavat matkailualan yrittäjiä ja -toimijoita. He haluavatkin enemmän tutkimuksiin pohjaavaa tietoa (Taulukko 8). Julkinen keskustelu asiasta on yrittäjien mielestä osin ristiriitaista ja he kaipaavatkin enemmän faktatietoa. Joukossa oli myös vastaajia, jotka katsoivat, että nykyään on jo riittävästi tietoa tarjolla.

Yrittäjät kaipaavat myös neuvontaa ja konkreettisia ohjeita (Taulukko 8). Tietoa tarvitaan ilmastomuutoksen vaikutuksista alue- ja paikallistasolla. Myös valtion linjauksista esimerkiksi päästöjen suhteen kaivattiin tietoa. Kaiken kaikkiaan haluttiin tietoa ratkaisuisista uhkakuvien levittämisen sijaan. Tutkimustietoa tulisi popularisoida toimijoiden käyttöön ymmärrettävissä olevaan muotoon. Myös tiedon kriittisyys nousi esille. Tietoa tulee koota useista lähteistä, sillä tiedon objektiivisuus on hyvä asia, mutta se on vaikeasti saavutettavissa. Jotkut vastaajat huomauttivat, että niin tutkimustieto kuin muukin tieto näyttää usein värityvän tiedon tuottajan intressien mukaan.

Tulevaisuuden suhteen kaivataan tarkempia ennusteita ja tietoa jopa kuukausikohtaisista lämpötilan muutoksista. Kesämatkailuun liittyen kaivattiin tietoa hirvikärpäsen leviämisestä. Osa vastaajista epäili, ettei Suomella ja täällä tehtävillä ratkaisuilla ole suurtakaan vaikutusta maailmanlaajuiseen ongelmaan. Joku vastaajista epäilikin yksittäisen ihmisen mahdollisuutta vaikuttaa ilmastomuutokseen. Mediassa ilmastomuutos on ollut viime vuosina runsaasti esillä ja tämä näyttää herättävän joissakin ärtymystä. Vähempikin uutisointi riittäisi joidenkin mielestä.

Taulukko 8. Ilmastonmuutostiedon tarve matkailuparlamentiin osallistuneiden mukaan teemoihin ryhmiteltynä.

Teemat	Tiedon tarve
Tutkimustieto	<ul style="list-style-type: none">– periaatteessa kaikki uusi tieto tarpeellista– faktaa ja tutkimustuloksia– kattavaa ja monipuolista– tietoa on tarjolla riittävästi
Tiedon sovelletta- vuus + neuvonta	<ul style="list-style-type: none">– mitä tapahtuu, mitä voi tehdä, ettei tilanne pahene– konkreettisia ohjeita yrittäjille– lentoliikenteen osuus / vaikutus ilmastomuutoksessa– tuotepalveluvalintojen vaikutus ilmastomuutokseen– valtiotason tavoitteet (päästöt) ja linjaukset (tai vaihtoehtoisesti esim. Lappi-tason)– vaikutukset Lappiin, muutoksen vauhti– ratkaisuja uhkakuvien sijaan– ratkaisuja esim. energiatehokkuuden parantamiseksi– tutkimustietoa muunnettava ymmärrettävään muotoon
Tiedon kriittisyys	<ul style="list-style-type: none">– syy-seuraus, mitkä seikat oikeasti vaikuttavat / edistävät ilmastomuutosta?– tieto kerättävä eri lähteistä, koska selkeää objektiivista tietoa vaikea saada– ei uhkakuvia vaan tämän hetkistä faktaa– mikä oikeasti johtuu ilmastomuutoksesta?, mikä normaalia säävaihtelua 100 vuoden periodilla?, tieteen todisteet siitä onko ihminen ”syyllinen”– tutkimustulokset/tutkijat eivät tiedä mitä tulee tapahtumaan
Tulevaisuus, ennusteet	<ul style="list-style-type: none">– tulevaisuudesta tietoa– tarkempia ennusteita– kuukausittaiset muutokset lämpötiloissa– hirvikärpäsen leviäminen
Voiko vaikuttaa? (kieltäjät / epäilijät)	<ul style="list-style-type: none">– Suomi maana on niin vähäväkinen, että vaikutus on pieni– voiko pieni ihminen vaikuttaa asiaan?– tulee turhaakin tuutin täydeltä

Kun matkailualan toimijoilta tiedusteltiin, millainen matkailutuote pystyisi vastaamaan ilmastonmuutokseen, nousi luontomatkailu yhdeksi teemaksi (Taulukko 9). Erityyppiset retket ja luontovaellukset nähtiin mahdollisina ratkaisuin ilmaston muuttuessa. Luontomatkailuun voitaisiin liittää myös elementtejä luksuksesta.

Talvimatkailun rinnalle pitäisi kehittää kesämatkailua ja etenkin lisätä ohjelmalveluita ja monipuolistaa kesäaktiiviteetteja. Kulttuurimatkailu ja paikallisuus olivat myös ratkaisuvaihtoehtoja. Kulttuurimatkailu ei ole niin ilmastositonnaista kuin esimerkiksi hiihto. Paikallisuutta korostettiin niin tuotteissa kuin asiakassuhteissakin. Vastaajien mielestä tuotteistamisessa ja tuotteiden segmentoinneissa tulisi ottaa huomioon kestävä kehitys ja edistää ekotehokasta liikkumista esimerkiksi Euroopan junayhteyksiä parantamalla.

Muunneltavissa olevien ja ympärivuotisten tuotteiden katsottiin parhaiten vastaavan ilmastonmuutoksen haasteisiin. Tuotteita voitaisiin suunnitella niin, että säävaihtelu ei häiritse niiden toteuttamista tai vaihtoehtoisesti aktiviteetteja toteutettaisiin sisätiloissa (Taulukko 9). Näin sähköisen median ja tiedon siirron aikakaudella eräs vastaaja ehdottikin ratkaisuksi virtuaalimatkailua, jota voisi tehdä turvallisesti kotona sohvalla surffaillen.

Taulukko 9. Matkailuparlamentin osallistujien näkemyksiä siitä, millainen matkailutuote pystyy vastaamaan ilmastonmuutoksen haasteeseen. Vastaukset on ryhmiteltyä teemoittain.

Teema	Ilmastonmuutokseen vastaava matkailutuote
Luontomatkailu	<ul style="list-style-type: none">– luontomatkailu (vaellus, hiihto yms.), ryhmämatkat– luontoretket, porotilavierailu– luontoa kunnioittava matkailu– luontomatkailu, jossa on elementtejä esim. luksuksesta
Kesämatkailu	<ul style="list-style-type: none">– ohjelmalveluyritykset, jotka panostavat kesämatkailuun
Kulttuurimatkailu + paikallisuus	<ul style="list-style-type: none">– tuote, joka perustuu paikallisuuteen ja kohteen aitoihin omin vahvuuksiin ja luontoon (lihasvoimalla)– laadukas ja hyväkattainen tuote– lähialueelta saapuville asiakkaille– lähellä tuotettu ja käytetty, alueen osaamiseen perustuva– tee-se-itse paikallisista materiaaleista– uusiutuviin luonnonvaroihin perustuvat paikalliset tuotteet / palvelut– ilmastosta riippumaton, aito, oikea esim. kulttuuri, historia pohjoiset tuotteet
Kestävä kehitys	<ul style="list-style-type: none">– liikkumiseen liittyvät säästötoimet, 'ekotehokasta' liikkumista– esim. junat Euroopassa sekä muualla maailmassa– kestävän kehityksen mukainen, hyvin segmentoitu ja kohdennettu tuote
Muuntuva tuote, ympärivuotisuus	<ul style="list-style-type: none">– sesongista riippumaton tuote– ympärivuotinen tuote– luonnonolosuhteista riippumaton tuote– muuntuvat tuotteet, sääolojen mukaan räätälöitävät– vallitseviin olosuhteisiin perustuva tuote, mahdollisimman vähän keinotekoista– sisätiloissa toimiva tuote, kulttuurituotteet
Virtuaalimatkailu	<ul style="list-style-type: none">– virtuaalinen matkailutuote, jossa "matkailija" ei lähde kotoaan pois vaan matkustaa virtuaalimaailmassa

Vastaajia pyydettiin myös nimeämään konkreettisia esimerkkejä tuoteideoista ja keinoista, jotka voisivat vastata ilmastonmuutoksen aiheuttamiin haasteisiin. Luontomatkailuun liittyen esitettiin erilaisia ohjelmallisia retkiä, jotka suunniteltaisiin vuodenaikojen mukaan kuten sien- ja marjaretket kesällä ja hiihtovaellus talvella tai pilkkiminen (Taulukko 10). Liikenteessä nähtiin vähäpäästöisenä ratkaisuna junamatkustaminen ja sen kehittäminen. Kestävään kehitykseen liittyvistä ratkaisuista majoitus- ja ohjelmapalveluissa esitettiin esimerkkeinä ekosähkö, kierrätys ja paikallinen ruoka. Paikallisuus korostuikin konkreettisissa ehdotuksissa kuten maatilalomat tai porotilavierailut sekä paikallinen ruoka. Rakennetut kohteet, kuten Santapark, voisivat toimia säästä riippumattomina vaihtoehtoina.

Taulukko 10. Esimerkkejä tuoteideoista ja keinoista vastata ilmastonmuutokseen.

Teemat	Tuoteideat ja keinot vastata ilmastonmuutokseen
Retket (luonnon-kierron mukaan)	<ul style="list-style-type: none">– vaellus, patikointi, ympärivuotinen ”patikointi”, pitkä sauvakävelylenkki opastettuna sisältäen hieronnan ja jalkahoidon– hiihto talvella, yöhiihto tähtitaivaan alla, eväät mukana, tähtitaivaan katselua hiljaisessa metsässä selällään– luontoretket maastoon teemalla: sieniretki, marjaretki, linturetki, kasvien katseluretki– sienien ja marjojen keruun tuotteistaminen– pilkkiminen– melonta– siirtyminen kelkoista mönkijöihin
Liikenne	<ul style="list-style-type: none">– raideliikenteen hyödyntäminen = ’slow tourism’– uusi autoteknologia– ranskalaisten TGV yms. luotijunat, huomattava hyöty Euroopan mittakaavan liikkumisessa (kannattava, vähäpäästöinen, ei lähtötarkastuksia)
Kestävä kehitys	<ul style="list-style-type: none">– kestävän kehityksen mukainen majoitus ja oheispalvelut, maalaistalo palveluineen, jotka tuotetaan itse ja kestävän kehityksen periaatteiden mukaan– ”Rakenna majasi itse lumesta, yövy ja hävitä jälkesi”– matkailukeskukset voivat markkinoida itseään tunteireina keskellä luontoa KUNHAN ympäristöasiat keskus- ja yritystasolla kunnossa– matkailukeskus, joka käyttää ekosähköä, puuhakekaukolämpöä, paikallista ruokaa ja muita tuotteita, kunta vastaa jätehuollosta
Paikallisuus	<ul style="list-style-type: none">– maaseutuloma– porotilavierailu– paikallinen ruoka, lähiruokaviikot, sadonkorjuun juhla jossa asiakkaat itse keräävät raaka-aineet ja valmistavat syötävät perinteiseen suomalaiseen tyyliin
Rakennettu kohde	<ul style="list-style-type: none">– Santapark– Jalokivigalleria– Arktikum– alueella eläinpuiston tyylinen tuote, joka on vaihtoehto vähän lumen aikana

4.3 Matkailun mahdollisuudet ilmastonmuutoksessa: Työpajat

4.3.1 Ylläksen työpaja

Matkailukeskusten työpajat oli suunniteltu pidettäväksi sekä Kolarissa Ylläksellä että Kittilässä, mutta ensimmäinen Kittilän tilaisuus jouduttiin perumaan, koska sinne ei tullut ilmoittautumisia. Ylläksen työpaja pidettiin 27.4.2009. Toisella yrityksellä onnistunut Kittilän työpaja pidettiin Levillä 12.2.2010.

Kutsussa, jonka otsikko oli *Hiihtokeskusten sopeutuminen ilmastonmuutokseen*, oli kirjattu heti alkuun kiinnostuksen herättämiseksi ja mietittäväksi seuraavat kysymykset: 1) Mitä ilmastonmuutos merkitsee Tunturi-Lapin matkailukeskuksille? 2) Miten varautua muutokseen? 3) Mitä vastata ilmastonmuutoksesta huolestuneille?

Työpajatyöskentelyn tarkoituksena oli yhdessä paikallisten matkailuyrittäjien ja päättäjien kanssa tunnistaa ilmastonmuutoksen ongelmat ja kehittää mahdollisesti yhdessä työkaluja kohdata tulevaisuuden muutoksia sekä lisätä kykyä sopeutua ilmastonmuutokseen.

Ennen työryhmätyöskentelyä Noora Veijalainen (Suomen ympäristökeskus) esitteli Tunturi-Lapin ilmaston skenaarioita ja Seija Tuulentie (Metla) esitteli tutkija Kaarina Tervon (Oulun yliopisto) kyselyn tuloksia, joissa selvitettiin ulkomaalaisten matkailijoiden näkemyksiä ilmastonmuutoksesta ja sen vaikutuksista Lapin matkailuun. Asta Kietäväinen (Metla) selvitti kuinka kansallisessa, alueellisessa ja paikallisissa matkailustrategioissa huomioidaan ilmastonmuutos ja siihen sopeutuminen. Seija Tuulentie kertoi myös Metlan LVVI-tutkimuksen (Metla – Metinfo 2010) pohjalta ilmastonmuutoksen vaikutuksista matkailijoiden kohdevalintaan ja aktiviteettien suosimiseen. Esimerkkeinä olivat skenaariot maastohiihdon ja luonnonvesissä uinnin suosiosta tulevaisuudessa.

Koska osallistujia oli vain 13, toteutimme ryhmätöiden sijasta fokusryhmäkeskustelun. Keskustelun pohjaksi oli määritetty neljä aihealuetta:

- 1) Muutoksen määrittely
 - a. Olennaisten kysymysten tunnistaminen: ilmaston ja sään merkitys keskusten matkailussa nykyään
 - b. Millaisia vaikutuksia ilmastonmuutoksella on keskukseen?
 - c. Mitkä asiat ovat olennaisia keskusten kestävän kehityksen kannalta laajasti ottaen?
- 2) Muutosten kohtaaminen
 - a. Herkkyys / haavoittuvuus
 - b. Ennakointi ja varautuminen
 - c. Markkinointi suhteessa ilmastonmuutokseen?
- 3) Muutokseen sopeutuminen
 - a. Sopeutumiskeinot
 - b. Tekniset, taloudelliset ja sosiaaliset innovaatiot
 - c. Tuotekehitys?
 - d. Luopuminen
- 4) Millaisiin kysymyksiin ja kenelle pitää pystyä vastaamaan?
 - a. ”Työkalupakin” pohjaksi

Ryhmäkeskustelun yhteenveto

Ilmasto ja sääolot

Skenaarioihin liittyneissä keskusteluissa todettiin, että vaikka kesäsateet lisääntyvät noin 10 prosenttia, yleistyvät myös hellejaksot. Etenkin etelässä sateiden lisääntymisestä huolimatta kuivuus lisääntyy. Syksyn ja talven sateisuus lisääntyy. Skenaarioissa, jotka kohdistuvat vuosiin 2040–69, alkaa moni talvi olla Suomessa lumeton. Muutokset voivat olla myös ennustettua rajumpia. Skenaarioiden teossa on otettu huomioon myös Golf-virran muutokset.

Jos sateet lisääntyvät, tulee ulkoaktiiviteeteille miettiä erilaisia vaihtoehtoja sekä kesällä että talvella. Talvella tuulisuus voi aiheuttaa myös tarvetta vaihtoehtoihin aktiviteetteihin, jos esimerkiksi hiihtohissit joudutaan sulkemaan kovan tuulen takia. Etenkin gondolihissit ovat tuulelle alttiita. Tuuliolojen ennustaminen on toistaiseksi vaikeaa skenaarioissa. Luontokeskukset ovat hyviä säästä riippumattomia kohteita matkailijoille. Ylläksellä on monia vaihtoehtoja laskettelulle, esimerkiksi lumikenkäkävely ja murtomaahiihto. Ylläksellä rankkasateet syksyllä eivät haittaa niin paljon reitistöjä, sillä osa niistä on kangasmailla, eivätkä ne näin ollen pehmene. Toisaalta ilmastomuutoksen ennustamat rankkasateet eivät ole niin runsaita kylmässä ilmanalassa, joten eroosion vaara on vähäinen.

Lumetuksella on vaikutusta mikroilmastoon. Ilman kosteus lisääntyy, josta on haittaa paikallisille asukkaille esimerkiksi pyykin ulkona kuivaamisessa. Lumella on vaikutusta myös puihin ja kasveihin. Rinteiden lumimäärä on keväällä lumetuksen takia tavallista isompi, joten sulamisvedet voivat olla runsaita ja aiheuttaa paikallisesti haittaa esimerkiksi lisäämällä eroosiota rinteissä.

Luonto ja ympäristö

Keskusteluissa esitettiin, että olisi tärkeää selvittää, mitä vaikutuksia ilmastomuutoksella on Pohjois-Lapin metsiin. Koska Ylläs sijaitsee metsänrajalla, ovat vanhat metsät jo nyt äärioloissa, eivätkä kestä lisästressiä. Muita stressin aiheuttajia etenkin vanhoille metsille on metsiköiden pirstoutuminen rakentamisen takia. Aukkopaikat lisäävät altistusta auringonpaisteelle. Lumisuus puissa lisääntyy ja tykkylumi aiheuttaa vaikeuksia: paitsi, että se aiheuttaa vahinkoja puustolle, se on myös turvallisuusriski luontoaktiiviteetteihin osallistuville. Suunniteltaessa reittejä metsään on otettava huomioon tykkylumesta aiheutuvat riskit.

Ilmastomuutos voi vaikuttaa nopeastikin elämistöön, kuten maalintuihin, jos lumiekpissä yöpyminen vaarantuu. Vaikutukset myös kalakantoihin voivat olla merkittäviä. Kaloista esimerkiksi meritaimen on uhanalainen. Lohikin voi olla uhattu, jos vedet lämpenevät, sillä se on kylmän veden kala.

Toimenpiteiksi esitettiin lisätiedon saamista ilmastomuutoksen vaikutuksista kasveihin ja ympäristöön. Linkkilista tahoista, jotka tekevät tutkimusta aiheeseen liittyen, on tarpeen.

Vuodenajat

Kesämatkailuun tulee panostaa. Aikaisemmin, 20–30 vuotta sitten, kesä oli suositumpi vuodenaika Lappiin suuntautuneelle lomamatkailulle. Kesäkaudella pitäisikin tuotteistaa keskiyön aurinko ja myös syksyllä ruska-aika.

Viherrakentamiseen tulee panostaa sekä kesämatkailun takia että lumikauden lyhenemisen vuoksi. Siisti rakennettu ympäristö antaa pontta kesämatkailun markkinoinnille. Äkäslompolossa on säilynyt maalais- ja kulttuurimaisemia ja alueella on maalaiskylä, jotka ovat voimavara luonto- ja kulttuurimatkailun kehittämisessä etenkin kesäaikaan.

Ilmastomuutoksesta johtuen Lapin viileämmät kesät voivat jatkossa houkuttaa matkailijoita esimerkiksi Välimeren maista, jossa kesät muuttuvat ennusteiden mukaan kuumiksi. Toisaalta sateisuuden lisääntyessä kesällä reitistöt voivat kulua enemmän ja sateiden aiheuttama liukkaus esimerkiksi pitkospuissa voi vaatia uusia rakennusmateriaaleja tai uutta rakennustekniikkaa.

Tällä hetkellä on vaikea markkinoida kesää, koska palvelupaikat matkailukeskuksissa ovat kiinni, sillä alueella ei ole riittävästi matkailijoita. Levillä on kokeiltu sellaista yhteistyösopimusta, että aina jokin paikka olisi auki. Näin kävijämäärät voivat lisääntyä, kun tieto leviää siitä, että palvelut pelaavat myös kesäaikaan.

Toimenpiteitä:

- Kehittää eri vuodenajoille sopivia ja tilanteen mukaan muunneltavia ohjelmapalveluja.
- Edistää viherrakentamista ja maisemasuunnittelua.
- Etsiä ratkaisuja kesäajan aukiololle.

Rakentaminen ja liikenne

Kylätiet ovat nykyisellään liian kapeita, jotta ne olisivat turvallisia reittejä pyöräilylle. Metsäautoteille on suunniteltu pyöräreittejä. Kansallispuistossa ei saa ajaa pyörällä. Keskuksiin tarvitaan katuja ja kevyenliikenteen väyliä ja kapeat kylätiet tulisi levenyttää, jotta turvallisuus paranisi. Reiteille tulisi päästä suoraan mökeiltä. Tämä asettaa suunnittelulle haasteita. Liikennejärjestelyt aiheuttavat vaikeuksia, koska Ylläksen alue on hajanainen ja kaksinapainen. Tämän vuoksi myös julkisen liikenteen, kuten esimerkiksi hiihtobussin, järjestely on hankalaa. Tällä hetkellä hiihtobussi on maksullinen, mutta olisi hyvä sisällyttää lipun hinta vaikka mökkivuokraan tai hotellihuoneen hintaan.

Toimenpiteitä:

- Maankäytön ja kaavoituksen suunnittelu tulisi toteuttaa yhdessä matkailuyrittäjien kanssa.
- Liikennejärjestelyjen suunnittelu tulisi toteuttaa vuorovaikutuksellisesti tielaitoksen, kunnan ja yrittäjien kanssa.

Markkinointi ja ohjelmapalvelut

Markkinoinnissa tavoitteena voisi olla ”huippupalvelusta huippuluontoon”. Ylläksellä profiloituaan kestävä kehityksen ja vihreiden arvojen matkailualueeksi. Ylläksellä ei ole hyödynnetty vielä hyvää ilmanlaatua. Allergia- ja astmaliiton kanssa voisi tehdä yhteistyötä ja markkinoida allergialomia. Osa hotelleista voisi profiloitua allergisille sopiviksi majoituskohteiksi mottona esimerkiksi: ”Anna lapsillesi puhdas loma!”

Entistä enemmän työpajan osanottajien mielestä pitää panostaa ympärivuotisen matkailun kehittämiseen hyödyntämällä alkukesän keskiyönaurinko ja syksyn ruska-aika. Ohjelmapalveluja onkin kehitettävä eri vuodenajoille. Ohjelmapalvelut on mahdollistettava myös kansallispuistossa.

Ylläksellä on hyvät mahdollisuudet kehittää kulttuurimatkailua, sillä siellä on useita perinteisiä kyliä, jotka sijaitsevat sopivan matkan päässä toisistaan. Alueella panostetaan lihasvoimalla liikkumiseen motorisoitujen liikkumismuotojen sijaan. Hevoset, ponit, porot ja huskyt sopivat tähän strategiaan. Poro- ja huskysafarit ovat talvisesongin ohjelmapalvelutuotteita. Ihmiset hakevat pehmeitä liikkumistapoja. Alueella on jo olemassa hevostalleja, kotieläinpihoja ja islanninhevosia. Kesäajalle tulisi kehittää kalastusmatkailua. Esimerkiksi hauki on saksalaisille suosittu kalasaalis.

Lapissa matkailualueiden kannattaa profiloitua omanäköisikseen, jotta ne erottautuvat positiivisesti toisistaan ja voivat kohdistaa markkinoinnin valitsemaansa asiakassegmenttiin. Näin vältetään alueiden kilpailutilanne ja voidaan hyödyntää yhteismarkkinoinnissa koko Lapin vetovoimaisuus.

4.3.2 Levin työpaja

Kittilän Levillä järjestettiin työpaja maaliskuussa 2010 nimellä: *Ilmastonmuutos – uhka, mahdollisuus vai molempia?* Tällä kertaa järjestelyissä olivat mukana Levin kyläkuvan kehittäminen kilpailueduksi -hanke ja Levin ympäristötiimi. Osallistujia oli 25. Työpajatyöskentely tapahtui kolmena ryhmäkeskustelusessiona, joiden pääkysymykset olivat:

1. Miten sää ja ilmasto vaikuttavat matkailussa nyt ja tulevaisuudessa?
2. Tuotteiden mahdollisuudet/joustavuus/ongelmat
3. Voiko ilmastonmuutosta hidastaa?

Työpajatyöskentelyn keskustelujen yhteenvedot esitetään pääkysymysten mukaan jaoteltuina alalukuihin. Kunkin session tulokset, jotka on analyysin perusteella ryhmitelty temaattisiin kokonaisuuksiin, esitetään apukysymyksittäin taulukoituina. Osa näistä taulukoista on liitteenä.

Sessio 1: Miten sää ja ilmasto vaikuttavat matkailussa nyt ja tulevaisuudessa?

Ensimmäisen session apukysymykset olivat: Miten sää ja ilmasto vaikuttavat matkailuun nyt? Miten mahdolliset muutokset vaikuttavat matkakohteisiin ja palveluntarjoajiin? Miten voi sopeutua jo tapahtuneisiin muutoksiin?

Yleisesti arveltiin (ks. Liite 3), että Lapissa ei ole vielä nähtävissä dramaattisia muutoksia, mutta tulevat sukupolvet joutunevat kohtaamaan ilmastonmuutoksen seuraukset. Tällä hetkellä ongelmia on ollut alkutalven lumettomuudesta, jonka seurauksena joulusesongin alku on siirtynyt joulukuun alkuun. Myös Levin laskettelukisat on jouduttu perumaan ainakin kerran ja muina vuosina on jouduttu lumettamaan, jotta rinteet on saatu kuntoon. Lumentulon ennustamattomuus aiheuttaa ongelmia alkutalven matkailulle, sillä lumi on tärkeä tekijä myös joulumatkailussa.

Säätilan muutokset ja lumen väheneminen tulevat aiheuttamaan jääpoltetta, joka aiheuttaa jo nykyään ongelmia maataloudelle rannikkoseudulla. Jääpoltteesta on haittaa porotaloudelle ja myös matkailulle ja metsätaloudelle. Plussakelit talvella haurastuttavat vesistöjen jäitä ja nostavat vettä jäälle. Tämä hankaloittaa jäällä järjestettäviä tapahtumia ja huonontaa myös kelkkareittien käytettävyyttä, jos ne kulkevat jokia ja järviä pitkin. Talvikauden katsottiin lyhentyneen. Syksy on muistitiedon mukaan pidentynyt kuukaudella ja kevättalvi lyhentynyt 1–2 viikolla.



Kuva 5. Työryhmätyöskentelyä Levillä 12.2.2010. (Kuva: Seija Tuulentie)

Pohdittaessa muutosten vaikutuksia matkakohteisiin ja palvelutarjontaan (ks. Liite 4) esitettiin epäily, että jos lunta ei ole Keski-Euroopassa, ihmiset vieraantuvat hiihdosta, eivätkä tule Lappiin hiihtämään, vaikka täällä olisikin lunta. Toisaalta viime vuosina lumisuus ja alkutalven lumivarmuus on vaihdellut suuresti Lapin alueella. Median välityksellä voi levitä maailmalle yleistettyä tietoa siitä, että Lapissa ei ole lunta. Todellisuudessa lumipula voi koskea vain Etelä-Lappia ja muualla onkin lunta. Etenkin matkanjärjestäjille pitäisi välittää tietoa Lapin lumiolosuhteiden sisäisistä eroista. Tietoa kaivattiin ilmastonmuutoksesta, jotta pystyttäisiin kertomaan asiakkaille ajantasaista tietoa.

Mahdollisten ilmastonmuutoksen seurauksiin tulisi vastata kehittämällä ja uudelleentuotteistamalla ohjelmapalveluja ja pyrkimällä sopeuttamaan toimintaa muutokset huomioon ottaen. Tärkeää on ajoittaa tuotteiden myyntiajankohta ilmasto-olot huomioiden ja suunnitella vaihtoehtoisia ratkaisuja. Esimerkiksi joulutuotteille tulisi suunnitella lumeton vaihtoehto. Huonoissa sääoloissa voitaisiin siirtää aktiviteetit esimerkiksi talvihalliin, joka voisi kesällä toimia vaikka messutilana. Kesäajan matkailua voisi vauhdittaa kulttuuritapahtumien avulla. Ruska-aika on vielä hyödyntämätön ajanjakso Lapissa. Kaiken kaikkiaan Lapin eksoottinen luonnonympäristö tulisi kääntää markkinointivaltiksi. Pimeys, kylmyys ja revontulet tulisi hyödyntää matkailijoiden elämyksinä.

Matkailuelinkeinon katsottiin sopeutuvan ilmastonmuutoksiin parhaiten lisäämällä matkailun ympärivuotisuutta. Tällöin lumen avulla tuotettujen elämyksien rinnalle pitäisi kehittää vaihtoehtoja (Taulukko 11). Markkinoinnissa tulee kiinnittää huomiota siihen, miten ja millä kuvilla markkinoidaan. Sesonkia tulee siirtää ja sopeuttaa ohjelmapalveluja.

Taulukko 11. Tapahtuneisiin ilmastonmuutoksiin sopeutuminen.

Teemat	Tapahtuneisiin muutoksiin sopeutuminen
Ympärivuotisuus	<ul style="list-style-type: none">– joulupukin tapaamista voi myydä ympäri vuoden– ympärivuotisuus tarjonnassa– lomakaudet määräävät sesonkien ajoittumista maailmanlaajuisesti, Keski-Euroopassa lomat alkavat elokuussa, Suomessa silloin ollaan jo töissä
Elämyksellisyys	<ul style="list-style-type: none">– elämyksien rakentaminen muunkin kuin lumen ympärille– eksoottinen ympäristö, Lappi itsessään vetovoimatekijänä
Markkinointi	<ul style="list-style-type: none">– vältettävä joulukauden myyntiä lumikuvilla, jos lumesta ei ole varmuutta– tietoisuus Levistä laskettelupaikkana kasvanut laskettelukisojen uutisoinnin välityksellä
Sopeutuminen	<ul style="list-style-type: none">– sesonkien siirrot, ympärivuotisuus ohjelmapalveluissa

Sessio 2: Tuotteiden mahdollisuudet, joustavuus ja ongelmat

Toisessa sessiossa apukysymyksinä olivat:

- Millaisia mahdollisuuksia ilmaston muuttuminen voi tuoda ohjelmapalvelualalle?
- Millä päästäisiin tarjonnan ja kysynnän ympärivuotisuuteen ja sesonkivaihtelujen tasoittamiseen?
- Millaiset tuotteet ovat kaikkein haavoittuvimpia?

Ohjelmapalvelualalle ilmastonmuutoksen katsottiin tuovan mahdollisuuksia, jos kehitetään tuotteita kesämatkailuun, mutta liika tuotteistaminen ei ole hyväksi (ks. Liite 5). Toiminta voi olla arkiperinteisiin tutustumista, esimerkiksi pullan leipomista, jolloin aktiviteetti ei ole sääriippuvainen. Lapin luonto, puhdas ilma ja hiljaisuus ovat vetovoimatekijöitä. Yksinkertaiset elämykset, kuten luonnonvesissä uiminen tai tulilla istuminen, ovat mahdollisia ohjelmapalveluja, joita voisi kehittää kiireisille Lappiin rauhoittumaan saapuville matkailijoille. Kulttuurin ja historian tuotteistaminen ohjelmapalveluiksi nähtiin yhtenä ratkaisuna. Paikallista ruokakulttuuria voisi hyödyntää enemmän.

Markkinoinnissa tulee keskittyä Lapin vahvuuksien esiin tuomiseen. Keskieurooppalaisille voi olla elämys hyödyntää jokamiehenoikeuden antamaa mahdollisuutta liikkua vapaasti luonnossa. Lappi voisi olla myös hitaan matkailun kohde ja tämän yhteydessä voisi hyödyntää perinteiset kylät ja porotilat. Revontulet on yksi tärkeä asia, joka vielä on jossain määrin hyödyntämättä: syys-lokakuu on parasta revontuliaikaa, mutta myös hiljaisinta aikaa matkailussa. Toisaalta ei kuitenkaan voi taata, että revontulet näkyvät juuri silloin (pilvisyys) eli varmuudella niitä ei voi markkinoinnissa luvata.

Sesonkivaihtelujen tasoittamiseen ja tarjonnan ja kysynnän ympärivuotisuuteen voidaan pyrkiä monipuolistamalla ja segmentoimalla kohderyhmiä. Myös alueet voidaan eriyttää kohderyhmien mukaan (Liite 6). Kaikki eivät halua suuriin hiihtokeskuksiin, vaan valitsevat ennemmin esimerkiksi idyllisen kylämatkailukohteen.

Tiedottaminen on tärkeä, kun pyritään ympärivuotisuuteen. Kun toiminta on vasta aluillaan, on tärkeää, että tiedotetaan auki olevista paikoista ja huolehditaan, että aina on jokin palvelupaikka

auki. Virheellistä tietoa tulee välttää ja informaatiotaulut tulee pitää ajan tasalla. Matkailun tulevaisuus täytyy tehdä, se ei synny itsestään. Pitää olla erilaisia yrityksiä ja erilaisten ohjelmakokonaisuuksien toteuttajia (Liite 6).

Ympärivuotisen matkailun rinnalle väläytettiin myös ympärivuorokautista matkailua, koska meillä Lapissa on valoisaa alkukesästä läpi yön. Luonto nähtiin myös resurssina, joka mahdollistaa sesonkivaihtelujen tasaamisen (Liite 6). Rauhaa ja yksinoloa hakevat matkailijat voivat löytää sitä Lapista mihin vuoden aikaan tahansa.

Tuotekehitystä ja uusia tuotteita tulee suunnitella jatkuvasti. Mahdollisina uusina innovaatioina mainittiin poroajeluihin suunnitellut pyöräpulkat. Myös erilaiset urheilutapahtumat kuten maratonjuoksu ja pyöräily voisivat vilkastuttaa kesämatkailua (Liite 6).

Pohdittaessa, mitkä olisivat haavoittuvimmat tuotteet, nousi esille etenkin joulumatkailu, joka on jo joutunut osin sopeutumaan syksyn lämpenemisen aiheuttamaan lumen puutteeseen. Kaiken kaikkiaan juuri lumeen ja jäähän tukeutuvat ohjelmalvelut ja tuotteet koettiin haavoittuvimmiksi (Taulukko 12). Vetokoirien ja porojen sopeutuminen ilmaston lämpenemiseen on otettava huomioon, kun suunnitellaan niihin perustuvia aktiviteetteja.

Taulukko 12. Haavoittuvimmat tuotteet.

Teema	Haavoittuvimmat tuotteet
Joulumatkailu	<ul style="list-style-type: none">– joulumatkailu haavoittuvin, kuukaudella eteenpäin niin ei mitään ongelmaa lumen puutteen kanssa– joulutuote - jouluna lumen toivominen– jouluksi talvihalli, jossa joulupukki, hiihtoa, husky-ajelua, pulkkamäkeä yms. lumiaktiviteetteja – muulloin messuhalli, jääkiekkohalli tms.
Lumi ja jää	<ul style="list-style-type: none">– lumi- ja jäärakentaminen ehkä kaikkein haavoittuvin, koska kausi nytkin jo lyhyt, vaatii tiettyjä oloja– moottorikelkkailu, jääaktiviteetit, ladut – turvallisuus liukkailla keleillä– kelkkasafarit, jos ei ole kovaa pohjaa, ongelmana etenkin vesistöjen ylitykset– luonto hoitaa, tarjoaa puitteet
Muu	<ul style="list-style-type: none">– eläimiin liittyvissä aktiviteeteissa työkoirina käytettävän koirarodun valinta tärkeää, porojen sopeutuminen?– tulisi pyrkiä jatkuvaan ja hallittuun kehitystyöhön

Sessio 3: Viisi helppoa haastetta ympäristön hyväksi?

Keskustelun pohjaksi annetut kysymykset olivat:

- Voiko ilmastonmuutosta hidastaa?
- Mitä minä voin tehdä ja mitä kylä voi tehdä asian eteen?
- Miten voidaan motivoida ja sitouttaa ihmisiä toimimaan?

Katsottiin, että jokainen ihminen voi omalla käytöksellään ja valinnoillaan vaikuttaa ilmastonmuutokseen hillitsevästi. Keskustelussa nousi esiin kuusi teemaa, joiden kautta katsottiin voitavan vaikuttaa niin yksilönä kuin kylänäkin ilmastonmuutokseen. Nämä teemat olivat: liikenne, ympäristö, energia, jätteet/lajittelu, paikallisuus ja asenteet/tavat. Tarkempi kuvaus teemoihin sisältyvistä keinoista löytyy liitteestä 7. Liikenteen vähentämiseksi ehdotettiin kimppekyytejä ja joukkoliikennettä sekä toiveena oli junarata kylään. Levillä onkin ollut käytössä ilmainen hiihtobussi. Liikenteen haittoja voidaan vähentää myös tiiviillä rakentamisella, jolloin ei tarvita välttämättä autoja paikasta toiseen liikkumiseen ja toisaalta joukkoliikenne on järjestettävissä tehokkaammin.

Ympäristönhoitoon on kiinnitettävä huomiota ja pidettävä maisema kauniina. Esimerkiksi kaadettujen puiden tilalle istutetaan uusia puita. Maisemalliset tekijät korostuvat lumettomana aikana. Epäsiisti ympäristö ei houkuttele matkailijoita. Jos tarvitaan kasvinsuojelua esimerkiksi nurmikoilla tai golfkentällä, käytetään biologisia torjunta-aineita. Vesistöjen kuntoa voidaan parantaa ilmastuksella.



Kuva 6. Levi työpajan osallistujia 12.2.2010. (Kuva: Seija Tuulentie)

Energiaa voidaan säästää monilla pienillä ratkaisuilla (Liite 7) kuten rakennusten lämmönsäätelyllä, valojen ajastuksella ja sulkemalla koneet, kun niitä ei käytetä. Valot voisi panna pois päältä myöhään illalla ja tämän pimeydenkin voisi tuotteistaa. Ainakin revontulet näkyisivät paremmin.

Jätehuoltoon tulisi löytää paikallisia ratkaisuja. Nykyään jätteitä kuljetetaan pitkien matkojen päähän ja tämä lisää kustannuksia. Paikallista biojätteiden kompostointia tulisi kehittää ja näin saataisiin jätteet palautettua multana vaikka viherrakentamiseen. Hotelleilta toivottaisiin parempia lajittelumahdollisuuksia, sillä monet asiakkaat ovat kotonaan tottuneet lajittelemaan jätteensä. Asiakkaat haluavat myös lomallaan toimia ympäristöystävällisesti.

Paikallisuuden niin tuotteissa kuin palveluissa nähtiin hillitsevän ilmastonmuutosta. Levin matkailukeskus on syntynyt oikean kylän yhteyteen, jota pidetään voimavarana lappilaisuuden hyödyntämisessä. Lähiruuan käyttöä tulisi edistää, mutta kauppaketjujen toimintatapojen katsottiin haittaavan lähiruuan saantia. Ruuan lisäksi paikallisia tuotteita ja palveluja tulisi muutenkin suosia (Liite 7).

Tavoitteena tulisi olla mahdollisimman pieni hiilijalanjälki. Raha on hyvä motivoija myös ilmastonmuutoksen hidastamisessa (Taulukko 13). Energian säästötoimet säästävät samalla kuluttajan rahoja. Keskustelussa esitettiin, että mökkikohtaiset mittarit olisivat hyvä kannuste ympäristöystävällisempään toimintaan. Ympäristön huomioon ottaminen ja ekologisuus mahdollistavat puhtaamman ruuan tuottamisen ja terveystuotteen toimii tällöin motivoijana. Valtiokin voisi toimillaan kannustaa ympäristöystävällisempään toimintaan. Ennen kaikkea tarvitaan asennemuutosta, sillä jokainen voi omilla valinnoillaan ja toiminnallaan vaikuttaa ilmastonmuutoksen hillintään.

Taulukko 13. Ihmisten sitouttaminen ja motivointi ilmastonmuutoksen hidastamiseen.

Ilmastonmuutoksen hidastamiseen sitouttaminen ja motivointi

- tavoitteena pieni hiilijalanjälki
 - rahalla, energiansäästö säästää rahaa
 - mökkikohtaiset mittarit: asiakas hyötyisi rahallisesti ympäristöystävällisestä toiminnasta
 - ekologinen toiminta johtaa puhtaampaan, kemikaalittomampaan ympäristöön, terveellisyysnäkökulman myynti esim. paikallisesti tuotetussa ruoassa
 - suorat lennot, viipymän pidentäminen lentomatkailun parantamiseksi
 - valtio: yrittäjiä voisi palkita ympäristöystävällisyydestä
 - ympäristöasioissa tulisi saada aikaan asennemuutos, myös pienet teot vaikuttavat, kun tarpeeksi monet ihmiset toteuttavat niitä
-

5 Yhteenveto ja johtopäätökset

Lappilainen luonto ja ympäristövastuullisuus

Yleisesti ottaen ilmastonmuutos tulee vaikuttamaan monin tavoin luontoon ja rakennettuun ympäristöön ja vaikutukset ovat sekä myönteisiä että kielteisiä (Carter & Kankaanpää 2003), ja matkailu on yksi niistä sektoreista, joilla ilmastonmuutoksen vaikutukset näkyvät. Matkailualalla ilmastonmuutoksen vaikutuksia korostaa se, että ilmastolla on usein tärkeä merkitys ympäristössä, jossa matkailu ja virkistyskäyttö tapahtuvat. Etenkin ne matkailualueet, joiden vetovoima perustuu luonnonympäristöön, ovat alttiimpia ilmastonmuutokselle kuin esimerkiksi kulttuuristen ja historiallisten vetovoimatekijöiden alueet (Perry 1997, Perry 2005, Tervo 2005).

Lapin elinkeinoelämän kannalta matkailua pidetään erittäin tärkeänä. Sen katsotaan tuovan hyvinvointia ja tuloja syrjäisimmillekin alueille (Lappi 2008, s. 6). Matkailun merkittävä vetovoimatekijä on lappilainen luonto. Lapissa löytyy niin tuntuja kuin erämaitaakin. Luonto on puhdas ja tuottaa aromikkaita elintarvikkeita. Harvaanasutussa maakunnassa löytyy myös tilaa hiljaisuudelle ja rauhoittumiselle. Neljä vuodenaikaa tuo vaihtelua matkailuun.

Lapin luonto nähtiin vahvuutena pyrittäessä sopeutumaan ilmastonmuutokseen. Sen tarjoamia mahdollisuuksia matkailulle ei ole vielä täysimääräisesti käytetty. Luonnossa voidaan järjestää monenlaisia aktiviteetteja ja sieltä saadaan raaka-aineita. Luonto tarjoaa näyttämön kokea elämyksiä. Ilmastonmuutoksella voi olla kuitenkin arvaamattomia vaikutuksia matkailijoiden käyttäytymiseen etenkin luontomatkoissa. Matkakohteet ja harrastusympäristöt saattavat vaihtua, jos sääolosuhteet muuttuvat epäsuotuisiksi joillekin aktiviteeteille (Sievänen ym. 2005, s. 3–4). Ilmastonmuutoksen seurauksena voi joidenkin ohjelmapalveluihin kuuluvien aktiviteettien toteuttaminen parantua ja toisten huonontua (Nikkola 2010, s. 27). Koska ilmastonmuutoksen vaikutukset vaihtelevat suurestikin alueittain, tulee niiden vaikutuksia ennakoita ja arvioida alueellisella tai paikallisella tasolla (Tervo 2008, s. 327).

Luonnon tarjoamiin mahdollisuuksiin luotetaan sekä viranomaispuolella että paikallisten matkailutoimijoiden keskuudessa. Vaikka etenkin ilmaston lämpeneminen tuo muutoksia vuodenaikoihin ja tulee vähentämään talvikautta, muutokset tapahtuvat ilmastonmuutosskenaarioiden mukaan pitkällä aikavälillä. Tämä antaa toimijoille aikaa sopeutua muutokseen ja sopeuttaa matkailuelinkeino toimintaympäristön muutoksiin. Luonnonoloissa ennustetaan etenkin äärevien sääolojen lisääntyvän, joten näihin satunnaisiin uhkiin tulee varautua riskit kartoittaen ja vaihtoehtoisia toimintatapoja miettien. Konkreettinen toimintaprosessin riskien kartoitus on yritysten omaa ilmastonmuutoksen seurauksiin varautumista (Willows & Connell 2003).

Paikallisella tasolla voisikin olla parempi puhua riskien hallinnasta kuin ilmastonmuutokseen sopeutumisesta. Ainakin maatalouden piirissä tehdyissä sopeutumisen tutkimuksissa (Wall & Smit 2006, s. 366) on ehdotettu, että paikallisten maatalousyhteisöjen olisi vältettävä sopeutumiskäsitteen käyttöä ja keskityttävä sopeutumisstrategioiden substansseihin käyttäen yhteisölle tuttuja termejä ja käsitteitä. Myös poliittisille päättäjille voisi olla parempi keskittyä jo olemassa olevien riskien hallintaohjelmiin ja kohdentaa niitä vastaamaan osaltaan myös ilmaston muuttumisesta aiheutuviin riskeihin, eikä pyrkiä luomaan uusia poliittisia ohjelmapaketteja ilmastonmuutoksen sopeutumisen ohjaamiseksi. Jo tapahtuneita luonnonkatastrofeja kuten myrskyjä tai suuria tulvia tuleekin tarkastella jälkeensä ja katsoa miten vastaaviin tuleviin tilanteisiin voisi varautua ennakoon (UKCIP, ei vl). Konkreettisista jo tapahtuneista poikkeusoloista ja niiden seurauksien arvioinneista on helpompi aloittaa sopeutumisstrategioiden laadinta.

Levillä ja Ylläksellä onkin tehty ratkaisuja, jotka ovat kestävän kehityksen mukaisia ja ympäristötietoisuus on yrittäjien keskuudessa lisääntynyt. Ympäristötietoisuus voidaan määritelmien mukaan nähdä kolmiosaisena tiedon, asenteiden sekä toiminnan muodostamana kokonaisuutena (Lybäck 2002, Vihersalo 2008, s. 11). Sekä Levin että Ylläksen matkailukeskuksissa ympäristötietoisuus on konkretisoitunut myös toiminnan tasolle, sillä matkailukeskuksissa on meneillään ympäristöön ja kestäväan kehitykseen liittyviä hankkeita. Nämä hankkeet toteuttavat alueiden kehittämissuunnitelmiin kirjattuja toimenpiteitä. Matkailukeskuksissa näyttää jo olevan muitakin kestäväää kehitystä edistäviä toimia kuten uusiutuvan energian käyttö. Energiaratkaisut ja kierrätys liitetään sopeutumisen lisäksi myös ilmastonmuutoksen hillintään.

Ympärivuotinen matkailu

Strategioiden viestinä, ja siten myös hallinnon toiveena on, että matkailu tulee saada ympärivuotiseksi, jolloin voidaan tasoittaa sesonkivaihtelua. Myös työpajoissa ja haastatteluissa mainittiin ympärivuotisuus ja kesäajan aktiviteetit. Nikkolan (2010, s. 101) tutkimuksen mukaan kaikki ohjelmapalveluyritykset eivät tosin ole halukkaita ympärivuotiseen matkailijoiden palveluun johdettujen talvikauden rankkuudesta tai siitä, että yrittäjillä oli muita toimeentulolähteitä matkailun rinnalla. Kesämatkailua pyritään kuitenkin kehittämään koko Lapissa ja lisäämään ohjelmapalvelutarjontaa kesälle. Tällöin voidaan tasoittaa ilmastonmuutoksesta juuri talvimatkailulle aiheutuvia taloudellisia menetyksiä. Myös kesän aktiviteetteja ja ohjelmapalveluja voidaan hyödyntää mahdollisesti talvella lumettomana aikana.



Kuva 7. Lapin kesäinen hillasuo. (Kuva: Seija Tuulentie)

Tuotteistaminen ja markkinointi

Uusien ohjelmapalvelujen tuotteiden kehittäminen on tulevaisuuden kannalta tärkeä, jotta voidaan huomioida ilmastonmuutoksen seuraukset ja sopeuttaa tuotteet vallitseviin oloihin. Ensiarvoisen tärkeänä pidetään sitä, että tuotteet ovat tilanteen ja sääolojen mukaan muunneltavissa. Myös palveluiden räätälöinti yksilöllisten tarpeiden ja erilaisten kohderyhmien mukaan on tulevaisuutta, johon tulee luoda mahdollisuudet.

Jotta matkailijat saataisiin tulemaan pohjoiseen, täytyy Lappia ja sen matkailua markkinoida. Nikkolan (2010, 101) mukaan yksi syy kesän kysynnän vähyyteen on markkinoinnissa, joka on keskittynyt talvimatkailuun ja joulupukkiin. Markkinoinnissa voidaan käyttää hyväksi Lapin matkailun vahvuuksia, kuten elämyksiä tarjoavaa luontoa. Etenkin ulkomaalaisille luonto ja maisema ovat tärkein motiivi tulla Lappiin (Tyrväinen ym. 2010, s. 18). Myös se, mitä jo nyt on tehty ympäristön huomioimiseksi, tulisi tuoda markkinoinnissa voimakkaammin esille. Matkailijat ovat monesti hyvinkin ympäristötietoisia ja haluavat toimia luontoa säästämällä.

Lähteet

- Atkinson, P. & Coffey, A. 2004. Analysing documentary realities. Teoksessa: Silverman, D. (toim.). *Qualitative Research. Theory, Method and Practice*. SAGE Publications, London. s. 56–75.
- Carter, T. (toim.) 2007. Suomen kyky sopeutua ilmastonmuutokseen: FINADAPT. Yhteenvedo päätäjille. Suomen Ympäristö 1/2007. [Verkkajulkaisu]. Saatavissa: <http://www.ymparisto.fi/default.asp?contentid=293878&lan=FI> [Viitattu 20.04.2010].
- Carter, T. & Kankaanpää, S. 2003. Esiselvitys ilmastonmuutokseen sopeutumisesta Suomessa. Suomen ympäristö 640. 32 s.
- Elävät jokivarret – lappilainen osa Eurooppaa. Maaseudun kehittämisohjelma 2007–2013. 2006. Peräpohjolan kehitys ry, Ranua. [Verkkajulkaisu]. Saatavissa: www.perapohjola.fi/index.php?name=GetFile&nodeIDX=1826 [Viitattu 15.01.2009].
- Haapanen, P. 1996. Roomalaisten korkein taito. Johdanto antiikin retoriikkaan. Teoksessa Palonen, K. & Summa, H. (toim.). *Pelkkää retoriikkaa*. Vastapaino, Tampere. s. 23–50.
- Haanpää, S., Tuusa, R. & Peltonen, L. 2009. Ilmastonmuutoksen alueelliset sopeutumisstrategiat. READNET -hankkeen loppuraportti. Yhdyskuntasuunnittelun tutkimus- ja koulutuskeskuksen julkaisuja, C75, Espoo. 39 s.
- Hakkarainen, M. & Tuulentie, S. 2008. Tourism's role in rural development of Finnish Lapland: interpreting national and regional strategy documents. *Fennia* 186(1): 3–13.
- Halonen, M. & Järviluoma, J. 2009. Clim-ATIC – Ilmastonmuutokseen sopeutumista paikallisella tasolla. Teoksessa: Järviluoma, J. & Suopajarvi, L. (toim.). *Ilmastonmuutoksen ennakoituihin vaikutuksiin sopeutuminen Rovaniemellä*. Lapin yliopiston yhteiskuntatieteellisiä julkaisuja C. Työpapereita 52. Lapin yliopistopaino, Rovaniemi. s. 13–19.
- IPCC 2007: IPCC Fourth Assessment Report: Climate Change. 2007. [Verkkajulkaisu]. Saatavissa: http://www.ipcc.ch/publications_and_data/publications_and_data_reports.htm#1 [Viitattu 20.04.2010].
- Järviluoma, J. 2009. Ilmasto muuttuu – kuinka käy Rovaniemen matkailun? Teoksessa: Järviluoma, J. & Leena Suopajarvi, L. (toim.). *Ilmastonmuutoksen ennakoituihin vaikutuksiin sopeutuminen Rovaniemellä*. Lapin yliopiston yhteiskuntatieteellisiä julkaisuja C. Työpapereita 52. Lapin yliopistopaino, Rovaniemi. s. 32–50.
- Järviluoma, J. & Suopajarvi, L. 2009. Ilmastonmuutoksen ennakoituihin vaikutuksiin sopeutuminen Rovaniemellä. Lapin yliopiston yhteiskuntatieteellisiä julkaisuja C. Työpapereita 52. Lapin yliopistopaino, Rovaniemi. [Verkkajulkaisu]. Saatavissa: <http://www.clim-atic.org/publications%20and%20documents.html> [Viitattu 02.08.2010].

- Kakkuri-Knuuttila, M. 2002. Retoriikka. Teoksessa: Kakkuri-Knuuttila, M. (toim.). Argumentti ja kritiikki. Lukemisen, keskustelun ja vaikuttamisen taidot. Gaudeamus, Helsinki. s. 233–272.
- Kauppila, P., Saarinen, J. & Leinonen, R. 2009. Sustainable Tourism Planning and Regional Development in Peripheries: A Nordic View', *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 9 (4): 424–435.
- Lappi. 2008. Lapin matkailustrategia 2007–2010. Lapin liiton julkaisuja A22 7 2008, Rovaniemi. [Verkkajulkaisu]. Saatavissa: http://www.lapinliitto.fi/c/document_library/get_file?folderId=21330&name=DLFE-659.pdf [Viitattu 15.01.2009].
- Levi 3 -kehittämissuunnitelma. 2004. Kehittämissuunnitelman loppuraportti. Suunnittelukeskus Oy, Kittilä. 39 s.
- Lybäck, K. 2002. Ympäristökysymykset mikrotason toimijoiden arjessa: asenteiden ja käyttäytymisen välinen ristiriita. Teoksessa: Loukola, O, Lybäck, K. & Mikko Tervo, M. (toim.). Arvot, ympäristö ja teknologia. Yhteiskunnallisten toimien uudet oikeutukset. Yliopistopaino, Helsinki. s. 217–234.
- Marttila, V., Granholm, H., Laanikari, J., Yrjölä, T., Aalto, A., Heikinheimo, P., Honkatukia, J., Järvinen, H., Liski, J, Merivirta, R. & Paunio, M. 2005. Ilmastonmuutoksen kansallinen sopeutumisstrategia. MMM:n julkaisuja 1/2005, Helsinki. 276 s.
- Metla-Metinfo 2010. Luonnon virkistyskäytön valtakunnallinen inventointi-tytkimus (LVVI). <http://www.metla.fi/metinfo/monikäyttö/lvvi>
- MMM 2009. Ilmastonmuutoksen kansallisen sopeutumisstrategian toimeenpanon arviointi 2009. Maa- ja metsätalousministeriö 4/2009. Helsinki.
- Mähönen, O. & Kankaanpää, P. 2008. Ilmastonmuutos ja sen vaikutukset Lapissa – koonti saatavilla olevista tutkimuksista ja selvityksistä. Julkaisematon dokumentti.
- Nikkola, K. 2010. Lapin luontomatkailun haasteet ilmaston muuttuessa. Tapaustutkimus ohjelmapalveluyritysten sopeutumisesta ilmastonmuutokseen. Pro gradu -tutkielma. Lapin yliopisto, Rovaniemi. 118 s.
- Peltonen, A. 2004. Matkailun sopeutuminen ilmastonmuutokseen – suomalainen näkökulma. Esitelmä: Matkailualan Verkostoyliopisto (MAVY): Ilmastonmuutos ja matkailu -tutkimuspäivät 1.4.2004, Helsinki. Ei enää saatavissa: www.matkailu.org/Teemoja/peltonen%20arvo.doc [Viitattu 9.03.2009].
- Perelman, C. 1982. *The Realm of Rhetoric*. University of Notre Dame, London. 185 s.
- Perelman, C. 1996. Retoriikan valtakunta. Suomentanut Lehto L. Vastapaino, Tampere. 182 s.
- Perry, A. 1997. Recreation and tourism. Teoksessa: Thompson, R. D & Perry, A. (toim.). *Applied climatology and climate change*. Routledge, London. s. 240–248.
- Perry, A. 2005. The Mediterranean: how can the world's most popular and successful tourist destination adapt to a changing climate? Teoksessa: Hall, M.C & Higham, J. (toim.). *Tourism, recreation and climate change*. Channel View Publications, Clevedon. s. 86–96.
- Project Plan. 2008. [www-sivusto]. Future tourism prospects for local communities in Finnish Lapland. demonstration adaptation project. Clim-ATIC WP4 Project Plan, Finland 2. Saatavissa: <http://www.clim-atic.org/documents/2009%20docs/Future%20tourism%20prospects%20for%20local%20communities%20in%20Finnish%20Lapland.pdf>. [Viitattu 15.01.2009].
- Rovaniemi Lapin sykkivä sydän. 2006. Matkailustrategia. Rovaniemi. [Verkkajulkaisu]. Saatavissa: <http://www.rovaniemi.fi/loader.aspx?id=db00aa34-f4f0-40f6-8691-877f26ff0373> [Viitattu 15.01.2009].
- Sievänen, T, Tervo, K, Neuvonen, M, Pouta, E, Saarinen, J. & Peltonen, A. 2005. Nature-based tourism, outdoor recreation and adaptation to climate change. FINADAPT Working Paper 11, Finnish Environment Institute Mimeographs 341, Helsinki. 52 s.
- Summa, H. 1996. Kolme näkökulmaa uuteen retoriikkaan. Burke, Perelman, Toulmin ja retoriikan kunnianpalautus. Teoksessa: Palonen, K. & Summa, H. (toim.). Pelkkää retoriikkaa. Vastapaino, Tampere. s. 51–83.
- Tervo, K. 2008. The Operational and Regional Vulnerability of Winter Tourism to Climate Variability and Change: The Case of Finnish Nature-Based Tourism Entrepreneurs. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 8(4): 317–332.
- Tuulentie, S. 2003. For and against the rights of the Sami people: The argumentation of the Finnish majority in the debate of the Sami rights. Teoksessa: Jentoft S, Minde, H. & Nilsen, R. (toim.). *Indigenous peoples. Resource management and global rights*. Eburon Delft, Netherlands. s. 275–296.
- Tyrväinen, L, Silvennoinen, H. & Hallikainen, V. 2010. Kansainvälisten matkailijoiden maisema- ja ym-

- päristöarvostukset Pohjois-Suomessa. Metlan työraportteja/Working Papers of the Finnish Forest Research Institute 147. 52 s.
- UKCIP (ei vl.). Identifying adaptation options. [Verkkojulkaisu]. Saatavissa: http://www.ukcip.org.uk/index.php?option=com_content&task=view&id=23&Itemid=1278. [Viitattu 02.09.2010].
- Wall, E. & Smit, B. 2006. Agricultural adaptation to climate change in the news. *International Journal of Sustainable Development* 9(4): 355–369.
- Valli R. & Sierla, L. 2008. Ilmastomuutoksen sopeutumistutkimusohjelman väliarviointi. Maa- ja metsätalousministeriö. 31 s. [Verkkojulkaisu]. Saatavissa: http://www.mmm.fi/attachments/ymparisto/5A13THOr6/Ilmastomuutoksen_sopeutumistutkimusohjelman_valiarviointi_2008.pdf. [Viitattu 03.09.2010].
- Valtakunnallinen matkailustrategiatyöryhmä. 2006. Suomen matkailustrategia vuoteen 2020 & Toimenpideohjelma vuosille 2007–2013. KTM julkaisuja 21/2006, Helsinki. 102 s. [Verkkojulkaisu]. Saatavissa: [http://ktm.elinar.fi/ktm_jur/ktmjur.nsf/all/3D61DB118241A034C22571800022FEC4/\\$file/jul21elo_2006_netti.pdf](http://ktm.elinar.fi/ktm_jur/ktmjur.nsf/all/3D61DB118241A034C22571800022FEC4/$file/jul21elo_2006_netti.pdf). [Viitattu 15.01.2009].
- Verbeek, D. & Mommaas, H. 2007. Sustainable tourism mobility: the social practices approach. Teoksessa: Peeters, P. (toim.). *Tourism and Climate Change Mitigation. Methods, greenhouse gas reduction and policies*. NHTV, Breda. s. 63–74.
- Vihersalo, M. 2008. Ilmastomuutos Lapin päättäjien näkemyksissä. ZEF-kyselytavan käyttö moniulotteisen ympäristöongelman tutkimuksessa. Teoksessa: Ronkainen, S. (toim.). *Ilmastomuutoksen ennakointi ja vaikutusten arviointi Lapissa. Raportti sähköisen kyselyn ja kaksiulotteisen kysymisen toimivuudesta globaalimuutosta tutkittaessa*. Lapin yliopiston menetelmätieteiden laitoksen tutkimuksia, Rovaniemi. s. 7–29.
- Willows, R. & Connell, R. 2003. Climate adaptation: Risk, uncertainty and decision making. UKCIP Technical Report. UKCIP, Oxford. 154 s.
- Vireä Tunturi-Lappi 2007–2013 -kehittämisohjelma. 2005. Kyläkulttuuria tuntureitten maassa ry, Muonio. [Verkkojulkaisu]. Saatavissa: <http://www.kktm.fi/index.php?name=GetFile&nodeIDX=51>. [Viitattu 15.01.2009].
- www.clim-atic.org. [www-sivusto]. <http://www.clim-atic.org>. [Viitattu 3.9.2010].
- www.ilmasto.org. [www-sivusto]. <http://www.ilmasto.org/ilmastonmuutos/lyhyesti.html>. [Viitattu 18.03.2010].
- Ylläs II. Kehittämissuunnitelma vuoteen 2020. 2007. Luonnos. Päivitys elokuu 2007. Pöyry, Kolari. [Verkkojulkaisu]. Saatavissa: http://projektit.maajavesi.fi/yllas/raportit/Kokonaiskehitt%C3%A4misohjelma/Liite4_yl%C3%A4sII.pdf. [Viitattu 15.01.2009].

Liitteet

Liite1. Matkailuyrittäjäkysely sähköpostin välityksellä

Arvoisa matkailuyrittäjä!

Toivomme, että teillä olisi aikaa vastata alla oleviin kysymyksiin matkailuelinkeinon tulevaisuudesta ja mahdollisuudesta sopeutua ilmastonmuutokseen.

Tämä kysely on osa Clim-ATIC -hanketta, jonka tehtävänä on edistää pohjoisen Euroopan pienten yhteisöjen sopeutumista ilmastonmuutokseen. Hankkeessa ilmastonmuutokseen sopeutumista tarkastellaan neljän keskeisen teeman kannalta, jotka ovat matkailu, energiantuotanto, riskienhallinta ja liikenne. Lapissa hankkeen kohteina ovat matkailu ja riskienhallinta. Metlan osuudessa keskitytään matkailuelinkeinon toimintaedellytyksiin. Hankkeessa ovat Lapista mukana Kittilän, Kolarin ja Rovaniemen kunnat. Hankkeeseen voit tutustua tarkemmin osoitteessa <http://www.clim-atic.org/>. Suomenkielistä materiaalia löytyy Lapin yliopiston Clim-ATIC -Rovaniemi sivuilta <http://www.ulapland.fi/?Deptid=27033>.

MATKAILUYRITTÄJÄKYSELY:

(Toimi seuraavasti: paina vastaa /reply -painiketta ja kirjoita vastauksesi kysymyksen perään ja lähetä viesti.)

1. Arvioi mitkä asiat tulevat vaikuttamaan matkailuelinkeinoon ja miten?
 - a) seuraavan 5 vuoden kuluessa:
 - b) 15–30 vuoden kuluttua:
2. Miten ilmastonmuutos vaikuttaa matkailuelinkeinoon?
3. Mitä pitäisi tehdä ilmastonmuutokseen sopeutumiseksi?
 - a) yrittäjänä:
 - b) alueena:

Kiitoksia vastauksistanne!

Liite 2. Matkailuparlamentin ilmastonmuutoskysely

ILMASTONMUUTOSKYSELY



Toivomme, että teillä olisi aikaa vastata alla oleviin kysymyksiin matkailuelinkeinon tulevaisuudesta ja mahdollisuudesta sopeutua ilmastonmuutokseen.

1. Oletko?

- ___ matkailuyrittäjä ___ julkisen sektorin edustaja
___ työntekijä ___ tutkija / opettaja tms.
___ muu matkailualan toimija

2. Toimin _____ kunnassa.

3. Arvioi mitkä asiat tulevat vaikuttamaan matkailuelinkeinon ja miten?

a) seuraavan 5 vuoden kuluessa: _____

b) 15–30 vuoden kuluttua: _____

4. Miten ilmastonmuutos vaikuttaa matkailuelinkeinon? _____ _____

5) Mitä pitäisi tehdä ilmastonmuutokseen sopeutumiseksi?

a) yksilönä: _____

b) alueena: _____

6. a) Millaisiin ilmastonmuutosta koskeviin kysymyksiin olet joutunut vastaamaan työssäsi?

b) Kenelle: matkailijat, matkanjärjestäjät, media, muu _____

7. Millaista tietoa koet tarvitsevasi ilmastonmuutoksesta?

8. a) Millainen matkailutuote pystyy mielestäsi vastaamaan ilmastonmuutoksen haasteisiin?

b) Anna konkreettinen esimerkki: _____

Kiitoksia vastauksistanne!

Liite 3. Miten sää ja ilmasto vaikuttavat matkailuun nyt?

(Levin työpaja 12.2.2010)

Ei vielä muutoksia	<ul style="list-style-type: none">– tähän asti ei dramaattisia muutoksia, mutta entä tulevat sukupolvet
Lumen tulon ennustettavuus	<ul style="list-style-type: none">– alkutalven myynti vaikeaa ja se on pitkälti joulumatkailua, alku siirtynyt joulukuuhun– laskettelukisoja peruttu Levillä– poikkeavuudet normaalista (ennustamisen vaikeus) tuottavat ongelmia, kuten Rovaniemellä on jo nähty– lunta tullaan katsomaan; lumettomuus ongelma
Sään aiheuttamia ongelmia	<ul style="list-style-type: none">– jääpolte siirtyy etelästä, tuottaa ongelmia paitsi porotaloudelle myös matkailulle ja metsätaloudelle– plussakelillä jäät vesistöissä hauraita – ei onnistu tapahtumien järjestäminen jäällä– tuulisuuden lisääntyminen olisi todella hankalaa, mutta kuten todettu ei ole näyttöä, että lisääntyisi– pakkaspäivien väheneminen alentaa ravintoloiden myyntiä (ei juoda olutta)
Talvikausi on lyhentynyt	<ul style="list-style-type: none">– syksy pidentynyt 1 kk ja kevät lyhentynyt 1–2 viikkoa– sesonkia jatkettu kevästä– muistissa on vielä vuodet, jolloin on voinut hiihtää jo lokakuussa– kun Etelä-Suomessa on lunta, ei hiihtäjiä tule sieltä Lappiin, vaan pysyvät etelämpänä

Liite 4. Miten mahdolliset muutokset vaikuttavat matkakohteisiin ja palveluntarjoajiin?
(Levin työpaja 12.2.2010)

Katoaako matkailu, muuttuuko se?	<ul style="list-style-type: none">- TIETOA esim. siitä, että Lapin sisäiset erotkin ovat suuria, pitää saada välitettyä matkojen myyjille Eurooppaan- Keski-Euroopassa ei lunta, mutta täällä on – tulevatko matkailijat, jotka eivät ole tottuneet hiihtämään tai laskettelemaan?
Tietoa ilmastonmuutoksesta	<ul style="list-style-type: none">- pitää pystyä kertomaan asiakkaille- jää- ja lumirakentaminen tulee kärsimään
Ohjelmapalvelujen tuotteistaminen ja toiminnan sopeuttaminen	<ul style="list-style-type: none">- kehitettävä uusia tuotteita- mietittävä mihin aikaan voi mitään tuotetta myydä ja vaihtoehtoiset ratkaisut esim. joulutuotteelle: lumeton ja lumellinen vaihtoehto- loskakelin tuotteet ulkona vai sisällä esim. talvihallissa, joka voi muuna aikana toimia mm. messutilana tai jäähallina – tulevatko matkailijat? monikäyttöisyys, ympäristöystävällisyys?- kesäajan matkailun kehittäminen: kulttuuritapahtumat, ruskamatkat- hollantilaiset ja belgialaiset tulevat tammi-helmikuussa- kovat pakkaset alkuvuodesta voivat haitata- kansainväliset vaihto-opiskelijat
Myydään erikoinen, eksoottinen Lapin ympäristö – pimeys, revontulet	<ul style="list-style-type: none">- kun ei osata hiihtää lumettomuuden vuoksi, onko kysyntää – voi muodostua joko-tai tilanne eli kysyntä voi kasvaa tai laskea, hiihdosta tulee eksoottista- pimeys, revontulet

Liite 5. Millaisia mahdollisuuksia ilmaston muuttuminen voi tuoda ohjelmalvelualalle?
(Levin työpaja 12.2.2010)

- Tuotteet**
- kesämatkailu, lapsille ohjelmaa, kentältä saa hyviä ajatuksia
 - tekemislomat, joissa tutustutaan arkiperinteisiin, esim. pullan tekeminen, matonkudonta
 - ei tuotteisteta liikaa, oleminenkin on tärkeää
- Luonto**
- puhdas ilma, kaikki eivät tule lumen takia
 - keskityttävä siihen, mikä on parasta täällä, ei saa tuotteistaa liikaa – luonto, hiljaisuus, pilkkiminen, tulilla istuminen, turvallisuus, kaikki palvelut pelaavat, retriitti, rauhoittuminen kiireisille kaupunki-ihmisille, kaikki eivät kaipaa kovaa toimintaa
 - luonnonvesissä uiminen
 - lämmin vesisade kesällä elämys?
 - revontulet
- Kulttuuri**
- kulttuuri, arjen eksotiikka, slow life – kulttuuri eli hitaus trendinä, arjen toimet, porotilavierailut
 - historian hyödyntäminen, onkiminen – tunnelma
 - ruokatarjonnassa ahvenen ja särjen arvostaminen ja esiin nostaminen, koska runsaasti saatavilla ja arvostetaan muualla Euroopassa
- Markkinointi**
- sesonkien siirrot, ympärivuotisuus ohjelmalveluissa
 - hidas matkailu trendi vs. massat – syrjäkylillä, myynti?
 - massoilla saadaan eurot, joten kannattaako hitaaseen matkailuun panostaminen
 - mökkikulttuurin myynti
 - jokamiehen liikkumisoikeudet harvinaista herkkua keski-eurooppalaisille
 - ei saa puhua Lapista yleensä – eri paikat erilaisia
 - lumiennusteet olennaisia: Jatunin tarha tekee humoristisen sääskiennusteen, joka menee hyvin lehtiin; voisi alkaa tehdä lumiennusteitakin
 - markkinoinnissa tulisi enemmän hyödyntää Levin lumi-varmuutta, tiedottaminen usein Rovaniemi-keskeistä ja luul-laan, ettei koko Lapissa ole lunta, kun Rovaniemellä ei ole
- Ongelmat**
- ongelmina pitkät matkat ja kalleus, onko ekologista matkailua?
-

Liite 6. Sesonkivaihtelujen tasoittaminen ja tarjonnan ja kysynnän ympärivuotisuus
(Levin työpaja 12.2.2010)

Kohderyhmät ja kohteet	<ul style="list-style-type: none">– lapsille, vaimoille, isovanhemmille tekemistä, kun yksi tulee golfaamaan – kaikki ikäryhmät huomioitava, ei vain nuoret laskettelijat, joka nyt kohderyhmänä– iso vs. pieni paikka, elävä kylä vs. matkailua varten rakennettu kylä – eri lähtökohdat
Tiedotus	<ul style="list-style-type: none">– sovittava kuka toimii missäkin kuussa, että on tarjontaa ympäri vuoden – yhteistyö yritysten välillä tärkeää– paikkojen aukiolo, auki olevista paikoista tiedottaminen esimerkiksi valotauluilla tien varressa, koko palveluketju oltava tarjolla: majoituksen ja ruokailun lisäksi tekemistä– kyltitys, infotaulut tärkeitä tiedottamisessa, väärää tietoa ei saa antaa, oltava ajan tasalla– suhteellinen kilpailukyky; alueen erityisyyksiä: Euroopan puhtain ilma, malariavapaat sääsket, kesällä optimi-ilma (ei liian kuuma = KEVEÄ OLEMINEN), jokamiehenoikeudet (marjat), keskiyön aurinko → näistä asioista pitää kertoa– kertomiseen voitaisiin ottaa avuksi esim. tiede, koska vaikea todentaa keskiyön aurinkoa (aasialaiset voisivat tulla elämään oman vuorokausirytmensä mukaan)– tulevaisuus täytyy tehdä eli pitää olla yrityksiä ja erilaisten ohjelmakokonaisuuksien toteuttajia– ympärivuotisesta matkailusta ympärivuorokautiseen matkailuun!
Tuotteet ja -kehitys	<ul style="list-style-type: none">– tuotekehityspakko! tarvitaan ohjelmia, jotka eivät ole sääriippuvaisia– reitistöt: sähkömönkijät tulevat!– kesällä on Levillä nykyisin jo ohjelmapalveluja: sauva-kävely, maastopyöräily, golf, seikkailuradat, monet näistä liittyvät luontomatkailuun– urheilutapahtumia: maraton, pyöräily– seikkailu-urheilutapahtumat ja esimerkiksi isien ja poikien kalastusretket– poroajeluihin pyöräpulkka
Luonto	<ul style="list-style-type: none">– luontomatkailu ja ympäristöystävällisyys– puhdas luonto– hiljaisuus, yksinolo → rauha, 'tunturin laelta näkee kauas'

Liite 7. Yksilöiden ja kylien mahdollisuudet hidastaa ilmastonmuutosta (Levin työpaja 12.2.2010)

- Liikenne**
- kimppakyyti – organisointi tärkeää ja ehkä haaste syrjäseuduilla
 - autoilun vähentäminen, vain pitkien matkojen ajo > 10 km, jolloin hiilidioksidipäästöt vähempiä
 - joukkoliikenteen lisääminen
 - (ilmainen) ski-bussi
 - tiivis rakentaminen – palvelut lähellä, mahdollistaa autottomuuden, palvelujen keskittyminen
 - vähäpäästöisemmät kulkuneuvot
 - golfkentällä jo tehty paljon, uusinta tekniikkaa hyödynnetään: sähköautot ja hybriditekniikka,
 - tarvitaan junarata kylään!
 - potkukelkat ympäristöystävällisiä kulkuvälineitä vaikea sovittaa kevyenliikenteen väylille, sillä niitä joudutaan liukkailla keleillä hiekoittamaan
- Ympäristö**
- biologinen kasvinsuojelu, ilmastetaan vesistöjä, kaadetut puut korvataan uusilla
 - ympäristön huomioiminen yksinkertaisten asioiden kautta
- Energia**
- rakennusten lämmitys, peruslämpö, käyttöaste
 - sähkön ja energian säästö: sisälämpötilan lasku, valojen ajastus, koneiden sulkeminen, kun ei käytetä, sähkön katkaisu kun tyhjiällä > homeongelmat, kosteus, pöly?
 - valosaaste – valot pois päältä, kun ei ihmisiä liikkeellä, pimeyden tuotteistus, revontulet näkyvät selvemmin
 - pyykissä säästö, ei laiteta pyyhkeitä pesuun hotellissa joka päivä
 - energiapuolellakin on tehty paljon: kaukolämpö hakkeella ym. bioenergiaa; myös rinteiden turvetus ja kylvä kunnossa, samoin vesihuolto, ilmainen joukkoliikenne, kaavoituksella tehty keskuksesta tiivis
- Jätteet ja lajittelu**
- jätteiden kuljetus kauas Lapissa – hinnat nousevat, paikallisia ratkaisuja?
 - ravintolajätteet biojätettä pitkälti, voisiko kompostoida paikallisesti ja käyttää viherrakentamiseen, ympärivuotisen esteettisyyden parantamiseksi?
 - paremmat lajittelumahdollisuudet hotellissa ja matkohteessa – paine tulee matkailijoiden suunnalta, koska he lajittelevat kotonaan
 - biojätteiden kompostointi / kierrätys

Liite 7 jatkuu edelliseltä sivulta

Paikallisuus (ruoka ja muut tuotteet)

- lähiruoka – kilpailutus esteenä käytölle, kauppaketjujen toimintatapa esim. S-ketjussa 10 % tuotteista paikallisia – voisiko osuutta nostaa?, tuotteiden esiin nostaminen kauppoissa, reilun kaupan tuotteita myös Suomesta lähiruokana, sopimuspolitiikka – lähiruoka vs. pitkät kuljetukset
- oikean kylän yhteyteen syntynyt hiihtokeskus, joten hyvät mahdollisuudet hyödyntää lappilaisuutta
- paikallisten tuotteiden käyttäminen:
 - o paikallinen kala → kalan säilyvyys ongelma
 - o ei Kiinasta kiveä
 - o Levin joulutori, jonne mahtuisi enemmänkin käsityötuotteiden myyjiä
 - o kädentaitajien verkosto

Asenteet ja tavat

- käyttökulttuurin muutoksen eteen olisi tehtävä töitä
 - o ohjeistusta lisättävä: koska hankala kertoa monilla kielillä, pitäisi kehittää kuvakerrontaa (vrt. Pallas-Ylläpuiston opastaulut)
 - luettelo siitä, mitä kaikkea on tehty
 - konkreettiset esimerkit
 - tiedotuksen tärkeys: esim. puhdas pohjavesi markkinavaltti
-