

Eduskunnan valtiovarainvaliokunnan työ- ja elinkeinojaosto  
Sara Kuitunen

00102 Eduskunta

Lausuntopyyntöne 10.11.2023

## **Asia: HE 41/2023 vp Hallituksen esitys eduskunnalle valtion talousarvioksi vuodelle 2024**

### **Teema: PL 32 Matkailun edistäminen**

Miten matkailun edistämiseen käytettävissä olevien määrärahojen supistuminen vaikuttaa Business Finlandin, erityisesti Visit Finlandin toimintaan? Mihin leikkaukset kohdistuvat ja mitä käytännön vaikutuksia niillä on?

Business Finland Oy:n Visit Finland -yksikkö lausuu pyydetystä aiheista seuraavaa:

UNWTO:n (United Nations World Tourism Organization) mukaan kv. matkailu elpyi vuonna 2022 odotettua vahvemmin pandemian jälkeen. Monessa maassa matkailijamäärät ovat jopa ylittäneet pandemiaa edeltäneen ajan volyymit. Suomessa matkailualan elpyminen on yhä käynnissä ja palautuminen kansainvälisten yöpymisten osalta on hitaampaa kuin muissa Pohjoismaissa tai Euroopassa keskimäärin, johtuen geopolittisesta tilanteesta (Venäjä ja Aasia matkailijoiden lähtömaana ollut merkittävässä osassa). Suomi lukeutuukin Euroopan hitaimmin elpyvien matkailumaiden joukkoon.

Matkailun suora kokonaiskysyntä oli ennätysvuonna 2019 16,3 mrd. euroa, ja välillisine vaikutuksineen matkailun kokonaisvaikutukset Suomen kansantaloudelle olivat yli 20 mrd euroa. Vientituloa Suomeen kertyi ennen pandemiaa 5,3 miljardia euroa. Matkailulla on merkittävät kerrannaisvaikutukset muille toimialoille. Yksi matkailueuro tuo 61 senttiä muille toimialoille, mm. kaupalle, rakennusallalle ja muille palveluille. Matkailuelinkeinon merkitys korostuu erityisesti harvaan asutuilla alueilla, joilla työllistyminen ja palveluiden saatavuus olisi muuten vaikeaa. Matkailuala työllisti ennen pandemiaa 154.000 työllistä, joka on lähes 6 % koko maan työvoimasta, eikä sisällä edes alalla huomattavassa roolissa olevaa vuokratyövoimaa tai kaupan alan työpaikkoja. Ala on myös nuorten, alle 30-vuotiaiden, tärkeä työllistäjä ja monelle ensimmäinen askel työelämään.

Tulevaisuuden kasvupotentiaali on erityisesti kansainvälisessä matkailussa. Kiinnostus Suomea ja Pohjoismaita yleisemmin kohtaan on kasvanut ja tulee yhä kasvamaan mm. kesäisin eteläistä Eurooppaa piinaavien helteiden myötä. Matkailijat arvostavat myös entistä enemmän tilaa ja turvallisuutta, puhdasta luontoa ja aitoja elämyksiä, joita Suomi matkailumaana tarjoaa. Verrattuna esim. muihin Pohjoismaihin, Suomen myyntivaltit ovat kuitenkin vielä varsin heikosti tunnettuja maailmalla.

Vuonna 2019 Visit Finlandin teettämän Brand Tracking -tutkimuksen mukaan Suomen tunnettuus ja harkinta matkailukohteena on Venäjää lukuun ottamatta alle 20 % kaikilla tärkeimmillä kohdemarkkinoillamme. Suuren matkailuvolyymien markkinoilla, kuten USAssa ja Britanniassa, Suomen harkinta jää alle 10 %:n. Pohjoismaisessa vertailussa Suomi on vahvoilla ainoastaan Venäjällä ja Aasiassa – molemmilla menetetyillä markkinoilla. Tilanne voidaan korjata ainoastaan kasvattamalla Suomen tunnettuutta eli lisäämällä Suomen näkyvyyttä vähintään kilpailevien maiden tasolle.

### **Visit Finlandin määrärahat**

Valtion talousarviossa matkailun edistämiseen on esitetty sama 9,8 miljoonan euron perusrahoitus vuodesta 2019 alkaen. Perusrahoitus on pysynyt n. 10 miljoonan euron tasolla viimeiset kymmenen vuotta. Käytännössä matkailun kasvua on tuettu lisäksi lisätalousarvioissa niin, että Visit Finlandin toiminnan vuosittainen resurssointi on vakiintunut viimeisen kymmenen vuoden ajalla n. 15 miljoonan euron tasolle.

Perusrahoituksen lisäksi matkailun edistämiseen on myönnetty projektiluonteista rahoitusta 1–3 vuoden määräajoin. Lisärahoituksen tavoitteet ja kohdennukset ovat myös vaihdelleet suuresti, mikä on tehnyt pitkäjänteisestä toiminnan kehittämisestä erittäin vaikeaa. Esim. vuosina 2018–2019 Matkailu 4.0 hanke osoitettiin mm. uusien kasvumarkkinoiden avaamiseen sekä Visit Finlandin kansainvälisen verkoston vahvistamiseen. Rahoituksen päätyttyä toimintaa on jouduttu merkittävästi supistamaan ja avattuja markkinoita sulkemaan.

Vuonna 2023 Visit Finlandilla on ollut 9,8 milj. euron perusrahoituksen lisäksi käytettävissä v. 2022 lisätalousarvio 4:ssä myönnetty 2 miljoonan euron lisärahoitus sekä itäisen Suomen matkailullisen maakuvan ja matkailun vahvistamiseen osoitettu 2 miljoonan euron rahoitus. Näiden lisäksi rahoitusta on saatu Suomen kansallisen kestävän kasvun ohjelmasta (RRF), joka vuosina 2021–2024 on vahvistanut Visit Finlandin työtä matkailutoimialan kilpailukyvyyn vahvistamiseksi. Matkailun RRF-rahoitus on yhteensä 10,75 miljoonaa euroa neljälle vuodelle jaettuna.

Vuoden 2024 talousarviossa on esitetty ainoastaan 9,8 miljoonan euron perusrahoitusta, mikä näin ollen tarkoittaa määrärahojen supistumista neljällä miljoonalla eurolla (- 29 %).

Vuoden 2024 lopussa päättyy myös RRF-rahoitus, jolloin vuonna 2025 toimintarahoitusta supistuu nykyisestä tasosta yli 40 %, mikäli rahoitustilannetta ei korjata.

### **Leikkaukset ja niiden vaikutukset**

Koska näkyvissä oleva rahoituksen väheneminen on niin merkittävä, ovat myös odotettavissa olevat vaikutukset mittavia. Visit Finlandin kyky ja mahdollisuudet toteuttaa kansallista matkailustrategiaa tulevat olemaan käytännössä hyvin heikot. Lisäksi viimeisten vuosien aikana toteutetut miljoonien eurojen investoinnit kehitysprojekteihin (esim. RRF) ja rakennettuihin työkaluihin uhkaavat valua hukkaan, kun niiden jalkauttaminen elinkeinolle ja jatkokehittäminen ei rahoituksen päätyttyä ole enää mahdollista.

Leikkausten kohdentuminen:

Henkilöstö: Vähentämistarve arviolta 10 htv. Kiinteiden kulujen karsiminen myös toiminnan tehostamisen kautta.

Kohdemarkkinat: Toiminnan alasajo 2–3 markkinalta (esim. kasvumarkkinoiden sulkeminen Aasiassa)

Markkinointi: Kansainväliset, Suomen tunnettuutta kasvattavat imagokampanjat pois, myös suomalaisten matkailuyritysten ja -alueiden kanssa yhdessä toteutettavat kampanjat digitaalisilla matkailusivustoilla (esim. Tripadvisor, Expedia tms.) pois, kohdemarkkinoilla toimivien PR-toimistojen vähentäminen, toimittajien ja vaikuttajien Suomeen kohdentuvien tutustumismatkojen vähentäminen

Myynninedistäminen: Kohdemaiden matkanjärjestäjien kanssa tehtävien yhteismarkkinointikampanjoiden vähentäminen, myyntitapahtumien sekä matkanjärjestäjien Suomen matkakohteisiin kohdentuvien tutustumismatkojen vähentäminen

Vuoden 2025 alusta (RRF-rahoituksen päättyessä) lisäksi

Toimialan kehittäminen: Kestävän matkailun, Sustainable Travel Finland -ohjelman kehittämisen lopettaminen, matkailun ilmastotoimenpidesuunnitelman karsiminen, matkailun digitaalisen tietovarannon, Datahubin kehittämisen lopettaminen sekä tutkimustoiminnan supistaminen ml. raportoinnin harventaminen. On myös arvioitava uudelleen RRF-rahoituksella v. 2022 käynnistetyt rajahaastattelututkimuksen (mm. matkailusta saatavat tulot) jatkomahdollisuudet.

Leikkausten vaikutukset:

Ulkomaisten matkailijoiden määrän kasvu Suomessa hidastuu ja pysähtyy

Suomi menettää arviolta n. 200 miljoonan euron edestä matkailutuloa sekä n. 50 miljoonaa euroa verokertymää per vuosi

Suomen markkinaosuus Pohjoismaihin saapuvista kansainvälisistä matkailijoista putoaa 10 prosenttiin tai alle (pandemian ja Ukrainan sodan vaikutuksesta on pudonnut jo 14 %:stä 11 %:iin)

Suomen saavutettavuus maailmalta heikkenee. VF ei pysty tukemaan yhteismarkkinoinnilla esim. uusien reitti yhteyksien avaamista kohdemarkkinoilta

Vuosikausien aikana rakennetut liikesuhteet kansainvälisiin matkanjärjestäjiin kärsivät yhteistyömahdollisuuksien hiipuessa. Kaupan kääntyessä kilpailijamaihin, sen takaisin saaminen on kallista ja hidasta.

Alueellinen eriytyminen Suomen sisällä vahvistuu. Lapin talven vetovoima säilyy, mutta itäisen Suomen ja pääkaupunkiseudun matkailun elpyminen pysähtyy

Koska käytännössä suuri osa Suomen tunnettuuden ylläpitämiseksi ja kasvattamiseksi tehtävistä toimenpiteistä vähenee merkittävästi ja osin loppuu kokonaan, Suomen tunnettuus ja kiinnostavuus matkailukohteena ei kehity. Suomen tarjonnasta kertova sisältö vähenee ja sen digitaalisen löydettävyyden varmentaminen heikkenee.

EU:n elpymisvälineen RRF-rahoituksella vuosina 2021–24 tehdyt toimenpiteet matkailualan kilpailukyvyyn ja resilienssin vahvistamiseksi mitätöityvät, kun tukirahalla rakennettuja palveluita ei voida jatkossa enää kehittää. Suomen asema johtavana kestävän matkailun kohteena menetetään, sillä maailmalla laajasti tunnustusta saanutta Sustainable Travel Finland -ohjelmaa ei voida enää jatkokehittää alati kehittyvien kestävien toimintatapojen myötä. Ohjelmassa lanseerattuja matkailun hiilijalanjälkilaskuria sekä kestävän matkailun indikaattorijärjestelmää ja raportointia ei voida jatkokehittää. Myös niiden jalkauttaminen elinkeinon käyttöön hidastuu

merkittävästi, kun henkilöresurssit kestävän matkailun osalta puolittuvat rahoituksen päättyessä. Marraskuussa 2023 julkistettavan Visit Finlandin ilmastotoimenpidesuunnitelman toteutuminen vaarantuu ja sen sisältämiä toimenpiteitä tulee resurssien puuttuessa supistaa.

Visit Finlandin tuki toimialan digitalisaation edistämiseksi heikkenee. Vuodesta 2019 alkaen rakennettu matkailualan yhteinen tietovaranto, Datahub, on käytössä yli 2000 alan yrityksellä. Se sisältää yli 7000 matkailutuotteen tiedot, jotka palvelun kautta ovat jo 33 julkaisukanavan välitettävänä. RRF-rahoituksen päättyessä ja VF:n perusrahoituksen supistuessa palvelua voidaan ainoastaan ylläpitää ilman digitaalisten palveluiden edellyttämää normaalia jatkokehitystyötä. Myös palvelun kielivalikoimaa karsitaan. Visit Finlandin järjestämä digitalisaatiovalmennus matkailuyrityksille loppuu.

Ajantasaisen tiedon hyödyntäminen niin Visit Finlandin, matkailualueiden kuin yritystenkin päätöksenteossa heikkenee. Visit Finlandin vuosittain tuottamien tutkimusten ja tilastojen määrä ja kattavuus supistuu ja raportoinnin kehittäminen ja jakelu hidastuu. Ajan tasalla olevan tiedon puute voi johtaa vääriin johtopäätöksiin ja ratkaisuihin, mikä entisestään vahvistaa resurssien puutteen negatiivisia seurauksia.

Visit Finlandin rooli Suomen pitkäjänteisenä maakuvan rakentajana, aktiivisena markkinoijana ja kansainvälisten jakelukanavien ovien avaajana on koko matkailutoimialan elinvoiman ja kilpailukyvyn kannalta ratkaisevan tärkeä. Hallitusohjelman kirjaus matkailualan kasvun edellytysten vahvistamisesta nähdään lupauksena, joka voi toteutua vain, jos toimintaan osoitetaan riittävä resurssointi. Vuoden 2024 talousarvion esitys sekä näkymät vuodesta 2025 eteenpäin heikentävät suuresti toimialan kasvun edellytyksiä vahvistamisen sijasta. Tämän lausunnon liitteenä toimitetaan matkailualan toimijoiden yhteinen vetoamus resurssoinnin puolesta.

Business Finland Oy / Visit Finland

Kristiina Hietasaari  
Senior Director, Visit Finland

Liite 1: Matkailutoimialan yhteinen esitys kansainvälisen matkailun edistämisen resurssien lisäämisestä

## LIITE LAUSUNTOON

Eduskunta  
Valtiovarainvaliokunta  
Työ- ja elinkeinojaosto

## **Matkailutoimialan yhteinen esitys kansainvälisen matkailun edistämisen resurssien lisäämisestä**

Pitkään matkailualaa kurittaneen pandemian jälkeen matkailu maailmalla on vilkastunut vauhdilla. Monessa maassa matkailijamäärät ovat jopa ylittäneet pandemiaa edeltäneen ajan volyymit, mutta meillä Suomessa elpyminen on ollut selvästi hitaampaa (kuva1). Venäjän hyökkäyssota Ukrainassa pienentää Suomen matkailuvientiä vuosittain 1–1,5 miljardilla eurolla venäläisten matkailijoiden puuttuessa käytännössä kokonaan sekä ylilentokiellon hidastaessa matkailua Aasian maista Eurooppaan. Tilannetta voidaan kompensoida vain voimakkaalla kasvulla muilta kohdemarkkinoilta. Kilpailu matkailijoista käydään nyt Euroopan sisällä sekä USA:ssa, joissa Suomen kilpailevia maita heikompi tunnettuus edellyttää näkyvämpää panostusta Suomen markkinointiin.

Suomen markkinointi ja vetovoimaisuuden kasvattaminen ovat käytännössä lähes yksin toimialan kansallisen koordinoijan, Visit Finlandin vastuulla. Valtiot panostavat kaikkialla maailmassa pitkäjänteiseen ja tunnettuutta kasvattavaan markkinointiviestintään ja matkailubrändien rakentamiseen. Jos Suomea kohtaan ei ole kiinnostusta siinä vaiheessa, kun matkakohdetta harkitaan, ei suomalaisilla matkailuyrityksillä tule myöskään olemaan asiakkaita, joille myydä tuotteita ja palveluita. Visit Finlandin työ Suomi-tietouden lisäämiseksi sekä aktiivinen markkinointi- ja myyinnedistämistyö tuottavat suurta hyötyä niin yksityiselle kuin julkiselle sektorille. Ilman yhtenäistä kansainvälistä markkinointia sekä yhtenäistä Suomi-brändiä, Suomen matkailukohteet kilpailisivat toisiaan vastaan. Se johtaisi kasvaneisiin kustannuksiin, heikompaan vaikuttavuuteen ja käytössä olevien resurssien tehottomampaan käyttöön.

Tunnettuuden kasvattaminen edellyttää säännöllistä läsnäoloa potentiaalisten matkailijoiden kuluttamissa medioissa. Riittävä globaali medianäkyvyys edellyttää merkittäviä budjetteja. Myös toimittajien ja vaikuttajien Suomeen suuntautuviin tutustumismatkoihin tarvitaan lisärahoitusta, koska ne toteutetaan valtaosin Visit Finlandin toimesta. Nykyisellä budjettitasollamme jääme kauas taakse kilpailijoiden panostustasosta.

Ajankohta Suomeen suuntautuvan kansainvälisen matkailun elvyttämiseksi on juuri nyt. Kiinnostus Suomea ja Pohjoismaita yleisemmin kohtaan on kasvanut mm. etelää piinaavien helteiden myötä. Matkailijat arvostavat myös entistä enemmän tilaa ja turvallisuutta, puhdasta luontoa ja aitoja elämyksiä, joita Suomi matkailumaana tarjoaa. Matkailututkimusten mukaan etenkin pandemian jälkeen vastuullisten matkakohteiden kysyntä kasvaa globaalisti. Suomen tarjonta vastaa kasvavaan kysyntään paremmin kuin koskaan. Suomen myyntivaltit ovat kuitenkin vielä varsin heikosti tunnettuja maailmalla.

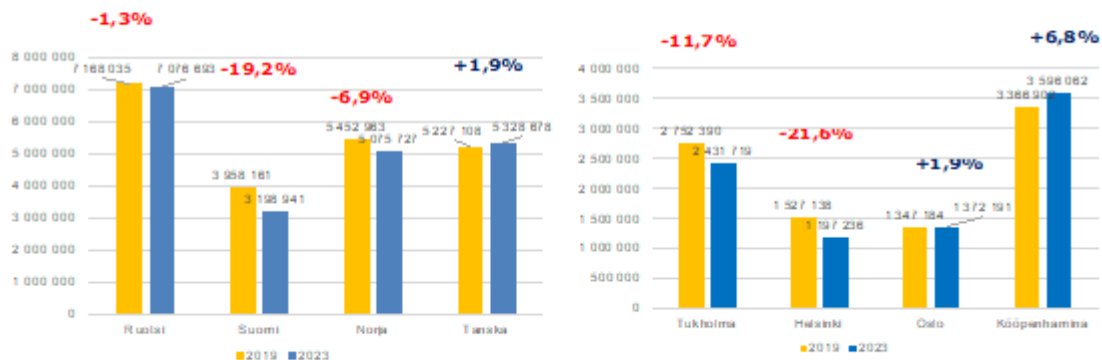
Hallitusohjelmassa todetaan, että hallitus vahvistaa matkailualan kasvun edellytyksiä. Jotta kasvava kiinnostus ja kysyntä Suomea kohtaan realisoituu matkoiksi ja matkailutuloksi, on huolehdittava siitä, että Suomen näkyvyyteen kohdemarkkinoilla panostetaan riittävästi resursseja. Visit Finlandin nykyinen rahoitus on riittämätön puolustamaan asemiamme kovassa kilpailussa. Valtion talousarviossa matkailun edistämiseen on esitetty sama 9,8 miljoonan euron perusrahoitus jo usean vuoden ajan. Käytännössä matkailun kasvua on tuettu lisäksi lisätalousarvioissa niin, että Visit Finlandin toiminnan vuosittainen resurssointi on vakiintunut viimeisen kymmenen vuoden ajalla n. 15 miljoonan euron tasolle. Ilman lisärahoitusta toiminta tulee siten supistumaan yli kolmanneksella vuodesta 2025 alkaen.

Matkailu on maailmanlaajuisesti kolmanneksi merkittävin vientiala. Pandemian jälkeinen elpyminen on ollut erittäin nopeaa ja kasvun odotetaan jatkuvan voimakkaana monista talouden epävarmuustekijöistä huolimatta. Matkailu tuottaa vuosittain yli 16 miljardin euron tulot (v.2019). Vientituloa Suomeen kertyi ennen pandemiaa 5,3 miljardia euroa. Se on myös ainoa vientiala, jossa kulutus tapahtuu Suomessa, ja joka maksaa toiminnastaan arvonlisäveroa. Suomen talous on pysähdyksissä ja viennin näkymät ovat heikot. Panostamalla Suomeen suuntautuvan matkailun edistämiseen meillä on mahdollisuus kasvattaa Suomen saamia vientituloja merkittävästi ja nopealla aikavälillä.

Matkailualan toimijoiden yhteinen esitys hallitukselle on, että matkailun edistämisen vuosittaista rahoitusta lisätään 10 miljoonalla eurolla. Vaikuttavuusmallinnusten mukaan tämä kasvattaisi Suomeen kertyvää matkailutuloa noin kolmellasadalla miljoonalla eurolla sekä verokertymää sata miljoonaa euroa seuraavan viiden vuoden säteellä. Matkailun edistäminen on investointi, johon panostaminen tuottaa tuloksia erinomaisella hyötysuhteella.

Kuva 1:

Matkailu pohjoismaihin:  
Ulkomaiset hotelliyöpymiset 2019 ja 2023: tammi-elokuu



1

Lähde: Pohjoismaiset tilastokeskukset, ennakkotieto 10/2023

MARA

Marraskuussa, 2023

Esitystä puoltavat organisaatiot

Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry  
Lapin Matkailuelinkeinon Liitto LME ry

Suomen Matkailualan Liitto SMAL ry  
Metsähallitus  
Palvelualojen ammattiliitto PAM  
Palvelualojen työnantajat PALTA  
Suomen Hiihtokeskusyhdistys ry.  
Finland Festivals  
Suomen matkailuorganisaatioiden yhdistys SUOMA ry.  
Finnair Oyj  
Finavia Oyj  
Oy Matkahuolto Ab  
Eckerö Line Ab Oy  
Viking Line Ab  
Tallink Silja Oy  
NLC Ferry Oy Ab, Wasaline  
Strawberry Hospitality Group  
Sokotel Oy Sokos Hotellit  
Scandic Hotels Group Ab  
Lapland Hotels & Safaris Oy  
Sunborn Group Oy  
Santapark Arctic World Oy  
Safartica Oy  
Harriniva Hotels & Safaris Oy  
Suomen Messut Oy  
TTE – The Travel Experience Oy  
Muumimaaailma Oy  
Helsingin Kaupungin matkailu- ja kohdepalvelut  
Visit Tampere Oy  
Visit Turku Archipelago Oy  
Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi Oy  
Oulun Matkailu Oy  
Visit Jyväskylä Region  
Lahden seutu – Lahti Region Oy  
Vaasan seudun Matkailu Oy  
Ruka-Kuusamon matkailuyhdistys ry.  
Visit Levi  
Lapland North Destinations Oy  
Kemin Matkailu Oy  
Vuokatin Matkailukeskus Oy  
Mikkelin seudun matkailupalvelu ry, Visit Mikkel  
Linnan Kehitys Oy  
Porin kaupungin matkailu- ja markkinointi, Visit Pori  
Naantalin Matkailu Oy

# BUSINESS FINLAND

DOKUMENTIN TIEDOT / DOKUMENT INFORMATION / DOCUMENT DETAILS

Lausunto HE 41/2023 vp Hallituksen esitys eduskunnalle talousarvioksi vuodelle 2024

BFRK/1/060/2023

30068041

ALLEKIRJOITUKSET / UNDERSKRIFTER / SIGNATURES

**Kristiina Hietasaari**

16.11.2023 07:59 UTC

Sähköisesti allekirjoitettu / Elektroniskt signerats / Electronically signed