



Recreation point of view - Pallas Yllästunturi NP for travellers and suppliers.

Along the River to the Arctic - "from village to village"

ORIGINAL LAPLAND Kick-off Conference in the Visitor Centre Kellokas

Thursday 17th May 2018

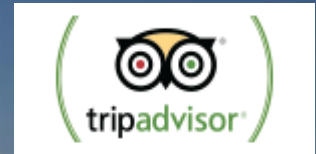
Pekka Sulkava's presentation material, tuning by Ritva Saarensalmi

Extraordinary possibilities travellers and suppliers

Suitability: Suitable for families with children, inexperienced and experienced hikers, trekkers, skiers, and cyclists.

Services: Year-round services. Campfire sites, cafés, lean-tos, Lappish tepees, and wilderness, reservation, and rental huts. Three Visitor Centres assist in the planning of the trip and direct the visitors to the best destinations. Services of cooperating partners are also available.

Trails: Marked summer trails (350 km) and skiing trails (over 500 km). There are 17 marked nature trails (1-17 km), four long hiking trails (50-72 km), and the Fell Lapland trail network.



Pallas-Yllästunturin kansallispuiston profiili



Tunturien
raikkaimmat
klassikot

”Tunturi-Lapin taival vie sinut huipulta huipulle **ja eläviin tunturikyliin**. Retkeilet ja hiihdät Suomen vanhimmalla vaellusreitillä **hyvien palvelujen** ympäröimänä. Täällä hengität Maailman puhtainta ilmaa.”

[Pallas - Yllästunturin kansallispuisto -
Luontoon.fi](https://www.luontoon.fi)

Tavoitemielikuva

Ydinviesti kirjoitettuna auki



Pallas - Yllästunturi National Park - profile

Key words and links:

- Arctic fells
- Freshest air
- Hiking along trails
- Northern lights
- [Services](#)

Historic [Lappish
villages](#))

Our park is the Fresh Classic – Our message:

Trek from hilltop to hilltop through the arctic fells along Finland's first hiking trail. Here you can enjoy hiking or skiing through the wilds, but **still find welcoming lodgings for comfortable overnight stays in historic Lappish villages.**

Enjoy the freshest air in the world.

On dark nights look out for the amazing Northern Lights

<http://www.nationalparks.fi/en/pallas-yllastunturinp>

Already done actions during 2012-2015

- Pitkospolkuja kestävyity n. 40 km (110 kasettirekkaa soraa)
- 10 uutta käymälää uusittu
- 88 liikennemerkkiä ohjaa puistoon tulijoita
- n. 50 uutta opastaulua ohjaa P alueilla kävijöitä
- 360 tolpan + 1500 viitan yhtenäinen viitoitus
- Kansallispuisto-opaskoulutus - pilotti. Jatkuu Muoniossa Lappiassa vuosittain ja on laajentunut myös muihin puistoihin (Pyhä-Luosto, Uk-puisto)



Pallas-Yllästunturin kansallispuiston puisto-opas

Sertifikaatti



The European Charter for Sustainable Tourism in Protected Areas

- 2012 tehtiin Europarcille hakemus, jossa osoitettiin tavoitteellinen tapa viisivuotiskaudeksi toimia kestävyyden edistämiseksi alueella. Nousimme kansalliselta tasolta kansainväliselle tasolle. EUROPARC Federation ”Euroopan kansallispuistoliitto” myönsi kansallispuistolle kestävän luontomatkailemisen sertifikaatin viisivuotiskaudeksi.
- Sertifioituja alueita Euroopassa 157 ja kumppaniyrityksiä (Charter Partner Businesses) yli 700.
- Pallas-Yllästunturin kansallispuisto hakee 2018 toiselle kaudelle jatkoa ja uusintaa. Kumppanuus tulee mahdolliseksi.
- Hakemuksessa esitetään kestävyyden varmistamiseksi toimintasuunnitelman perusteet. Europarc hyväksyy tai hylkää suunnitelman.



An agreement is needed proof to the Europarc Federation to guarantee of the actions. We will do it every company involved.

OBJECTIVES OF THE PARTNERSHIP - (read the following part of the text)

The objective of the partnership is to ensure the sustainability of nature-based tourism in Pallas Yllästunturi National Park and promote the development of sustainable, responsible and quality tourism.

Other aims include increasing the recognizability and attraction of services offered by Metsähallitus, the partner companies and the destination. The partnership also aims to promote the activities of the contracting parties and to serve their shared customers as well as possible.

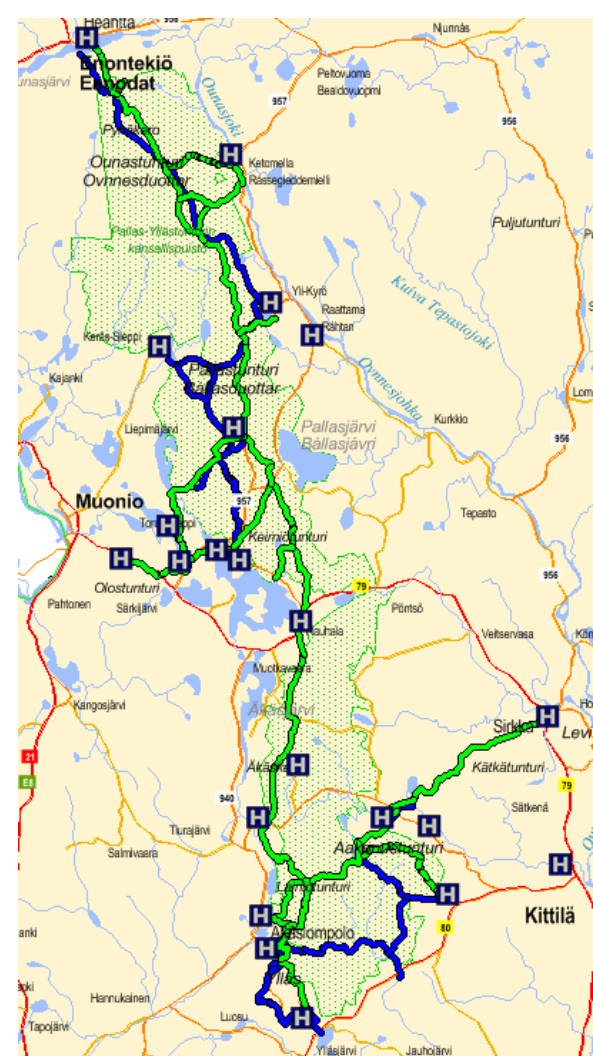
Pallas Yllästunturi National Park is a member of EUROPARC. The EUROPARC Federation is the network for Europe's natural and cultural heritage.

The European Charter for Sustainable Tourism in Protected Areas is a practical management tool that enables national park to develop tourism sustainability. The core element of the Charter is working in partnership with all relevant stakeholders to develop a common sustainable tourism strategy and an action plan with implementation of practical sustainable action by all partners.

Pallas Yllästunturi National Park authority's and partners vision is to be the model area of sustainability by year 2025. This goal demands multiple co-operation actions on local, national and international level.

Yhteistyöstä alueella nyt:

- Yhteistyöyrittäjäsopimuksia nyt 90 kpl, kunnat 4 kpl mukana kehittämisessä, myös ulkolaisia matkanjärjestäjätahoja on kiinnostunut toiminnasta
- Puistoa käyttää 140 yritystä, yritystutkimus (2014)
- KP on mukana alueellisissa matkailuorganisaatioissa palvelupaketin ostajana tai erityisjäsenenä > tieto tarpeista välittyä
- Kolarissa ja Enontekiöllä matkailuinfoyhteistyösopimus > matkailijoiden palautetta seurataan
- Erityisiä tapahtumatuotteita noussut paljon - kansainväliset tapahtumat (Visma Ski Classic, Mtb, Nuts jne.).
- Kylästä kylään reittien tuotteistumahdollisuudet ovat suuret: tuotteistus ja verkottuminen kaipaa resursseja ja tekijöitä. Liiketoiminnan ohjausta tehdään alueen kyliin ja palveluihin puiston reunalla



It is time!

Join to the co-operation with us.

Nature-based tourism is living its era!

National Parks shine covers much larger area than it's official border lines are located. Our villages are the most original part of our region.



1. The tour and activity industry: a multi-billion dollar market

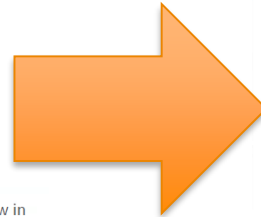
- In Europe, tours and activities account for around US\$40 billion (WIT, 2016)
- The tour and activity sector generated 37,000 million euro in Europe in 2015, tripling the total market size of car rental (10,000, million euro) and reaching almost half the total market for hotel reservations (80,000 million euro) (Phocuswright, 2016)
- In the USA alone, there are approximately 67,000 businesses valued at US\$20 billion in the tour and activity space. This makes it the third largest segment of the travel industry after air and accommodation (WIT, 2016)
- Travellers are likely to spend more on sightseeing than on shopping, souvenirs and nightlife combined (TripBarometer, 2015)

TREKKSOF
EBOOK LIBRARY



TREND REPORT 2016

It's a year for adventure and new experiences



- 69% of global travellers - of all age groups - are planning to try something new in 2016 (TripBarometer, 2015)
- 17% will try solo travel for the first time in 2016, and 15% will try adventure travel for the first time (TripBarometer, 2015)
- Tourists in 2016 are looking for opportunities to explore lesser-known destinations, especially those that are untouched or unique (Virtuoso, 2016)
- 1 in 5 global travellers have visited a destination because they saw it on a TV show (TripBarometer, 2015)
- Just 31% of travellers book a trip based on their own past experiences (Skift Megatrends Defining Travel in 2016)

Key takeaway: Adventure travel companies, this is your time to shine. All other tour and activity operators can tap into this desire for new experiences by adjusting their marketing messages to encapsulate adventure and novelty.

Treating ourselves is a priority when we travel

- 1 in 3 travellers (33%) are planning to spend more on travel in 2016 than they did the previous year, and not just because of rising costs (TripBarometer, 2015)
- The 5 most common things travellers are willing to spend more on as a treat: Sightseeing (53%), special dining experiences (41%), accommodation (41%), activities (35%) and shopping (24%) (TripBarometer, 2015)
- Among those who plan to increase their travel budget in 2016, 49% said they will do so because "because I or my family deserve it", while 31% said they would spend more on travel because "it's important for my health and well-being" (TripBarometer, 2015).
- Like last year, "Sand & Sea" is the most appealing vacation type; "Mountains & Nature" is #2 this year (tied #2 with "Big city/Museums" last year) (Adobe, 2016)

Key takeaway: Tour and activity providers need to cut the hassle in their booking processes and provide a treat-worthy experience from the first point of contact. An experience that stands out from the competition by giving away valuable add-ons, extra personalisation, and generous customer care will be the one chosen by these travellers.



Lapin turismi tekee huimia ennätyksiä – ja suurimmat voitot on käärinyt mies, joka omistaa jopa joulupukin

Pertti Yliniemi on käärinyt suurimmat voitot Lapin matkailun kasvusta. Nyt on seuraavaksi on määrä tuotteistaa kesä.

Bloom Consulting

Countries Regions and Cities



Max Moilanen lautailli torstaina Levin rinteillä. (KUVA: KAISA SIREN)

Most popular Brandtags

Our elaboration of Brandtag popularity deepens the understanding of Finland's greatest touristic draws. Consequently, it is useful for the future development of strategic positioning and promotion related to the national tourism industry.

As illustrated in the graph below, *Protected Areas* is by far the most popular Brandtag for Finland, representing 26,9% of the total volume of *Specific* searches. *Local Gastronomy* (16,4%) and *Winter Sports* (12,1%) come second and third respectively.

Figure 4.3 Distribution of Brandtag popularity in Finland (July '14)

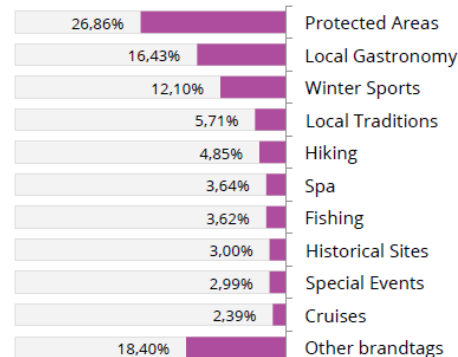
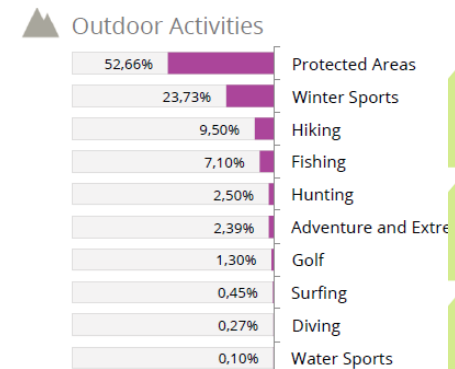


Figure 4.4 Brandtag distribution by tourism segment (July '14)



➤ Saksalaisten hakiessa lomamatkaa 46% hakukerroissa hakusanoissa on mukana National Park / kansallispuisto

Suomi ja kansallispuistot: HotTopics

- A. Lonely Planet
- B. National Geographic
- C. The Time
- D. Pallas-Ylläs Suomen vierailun kp
- E. Happy living 2018



3. Finland

Fought over by Russia and Sweden for 800 years, Finland finally gained independence in 1917. The Finns will celebrate their centenary with gusto, with events planned in every region. Expect everything from al fresco concerts and communal culinary experiences to sauna evenings and vintage-travel-poster exhibitions. There's even a new national park, an 11,000-hectare chunk of land in Hossa, studded with pine forests and crisscrossed with rivers. With the country also playing host to the World Figure Skating Championships and the Nordic World Ski Championships this year, there's never been a better time to discover Finland's proudly unique culture and landscapes.

FORAGE FOR CLOUDBERRIES IN FINLAND >



Winter sunrise greets a hiker in Pallas-Yllästunturi National Park.

PHOTOGRAPH BY DIETMAR DENGER, LAIF/REDUX

If silence is golden, you'll discover the mother lode in **Finland's** state-owned protected areas. From near the Arctic Circle in Lapland (where the northern lights can be seen up to 200 nights a year), through the 20,000-island Finnish archipelago, and along the rocky beaches on the mainland's southernmost tip, Finland's 40 national parks, 12 wilderness areas, and six national hiking areas are sanctuaries for silence-seekers. It's no wonder that Finns celebrate a hundred years of independence in 2017 with four (winter, spring, summer, and fall) nationwide Finnish Nature Days, and by designating Hossa Hiking Area as the country's 40th national park. Join the party on a winter digital detox at WiFi-free Torassieppi, a rustic and remote reindeer farm. No phones or other electronic devices are allowed, freeing you to focus on more restorative pursuits, such as reindeer sledding or snowshoeing through unspoiled Lapland tundra, forests, and fells. — MKD

NATIONAL GEOGRAPHIC | LATEST STORIES | PHOTO OF THE DAY

TRAVEL

Best Trips 2017 Share: [f](#) [t](#) [p](#) ... [m](#)

Maakunnallinen matkailun strategia on hyvä työkalu. Se on johtanut käytännön toimiin!



- Lapin maakunnallinen matkailustrategia (osa Lappisopimusta) näkee luontoon pohjautuvan matkailun kasvupotentiaalin suurena
- Kansallispuistot ovat Lapin kesämatkailun yksi kärki
- Maakunnallinen strategia kannustaa toimijoiden väliseen yhteistyöhön. Kaikissa Lapin kansallispuistoissa on aloitettu
 - yhteinen kp -tuotteistamisen toimintamalli, a model to the nationalparktourism is building
 - näkyvyyden parantaminen verkkoviestinnässä, web-visibility, linkittäminen (kansallispuistot yritysten tuotteissa / yritysten tuotteet kansallispuistoissa)
 - asiakkaan näkökulman korostaminen; yhteinen palvelumuotoilu customer oriented service model
 - tuotteet ja markkinointimateriaalit - developing products and marketing tools
- Metsähallituksen reitit, virkistyskäytön rakennukset ja rakenteet ovat parhaimmillaan alusta joille matkailuyritykset voivat rakentaa tuotteita ja markkinoita niitä, play ground is ready!



Luontopalvelut on osa matkailualueiden yhteistä palvelukokonaisuutta eri puolilla Lappia.



Saariselkä Kymppi & Revontulireitti

AURORA



NAAVA

**PYHIINVAELLUS
Maastopyöräily**



**TUNTURI-LAPIN
taival**
FELL LAPLAND TRAIL

Kansallispuisto -oppaat



SIIDA

Lemmenjoen kultareitti

Lemmenjoen kultareitti

Matkailu 4.0 lisää vauhtia matkailuteollisuuteen

Matkailun menestys on herättänyt koko Suomen ja hallituksen.

Yhteinen intressi onkin varmistaa, että matkailu jatkaa kasvuaan myös tulevina vuosina

- Keinot ovat selvät
 - entistä enemmän myyntiä ja markkinointia maailmalla
 - toimintaympäristön ja tarjonnan kestävästä kehittämistä täällä Suomessa
- **Matkailun merkitys talouskasvulle ja työllisyydelle tunnistettu**
 - 2017 puoliväliriihessä matkailulle 16 miljoonan euron lisärahoituksen vuosille 2018 ja 2019
 - Tämä Matkailu 4.0 -ohjelmaksi kutsuttu lisäpanostus on kohdennettu kolmeen toimenpidekokonaisuuteen:
- Taotaan kun rauta on kuumaa - **Suomihuomio muutettava matkailutuloksi**
- Matkailun digiloikka: **osaamisesta ja toiminnasta Suomen kilpailuvaltti**
- **Lisätään ympärivuotisuutta matkailun tuotetarjontaa ja palvelurakenteita kehittämällä**



Matkailu 4.0 Luontopalveluilla

- 3 970 000 € jakautuu koko Suomeen
- Parantaa **Luontoon.fi- ja Retkikartta.fi-verkkopalveluja** niin, että ne palvelevat nykyistä huomattavasti paremmin matkailusektoria, sekä innostavat uusia kotimaisia kohderyhmiä lähtemään luontoon ja ottamaan luontoliikunnan ja luonnossa virkistäytymisen osaksi elämäntapaansa,
- Kehittää **valituista luontokohteista kertovaa, matkailuviestintään tarkoitettua, erityisesti digitaalista aineistoa**, niin että se tukee matkailusektorin liiketoimintaa ja lisää em. kohteiden vetovoimaisuutta. Aineistoa hyödyntävät niin Metsähallitus kuin matkailusektori laajasti ymmärrettynä.
- Tuottaa **tuotteistettuja ympärivuotisia helppoja reittejä ja palvelutukikohtia** kansallispuistoihin ja retkeilyalueille

Kehittämisen kohteena olevat viestintäkanavat ovat

www.retkikartta.fi www.luontoon.fi ja www.nationalparks.fi

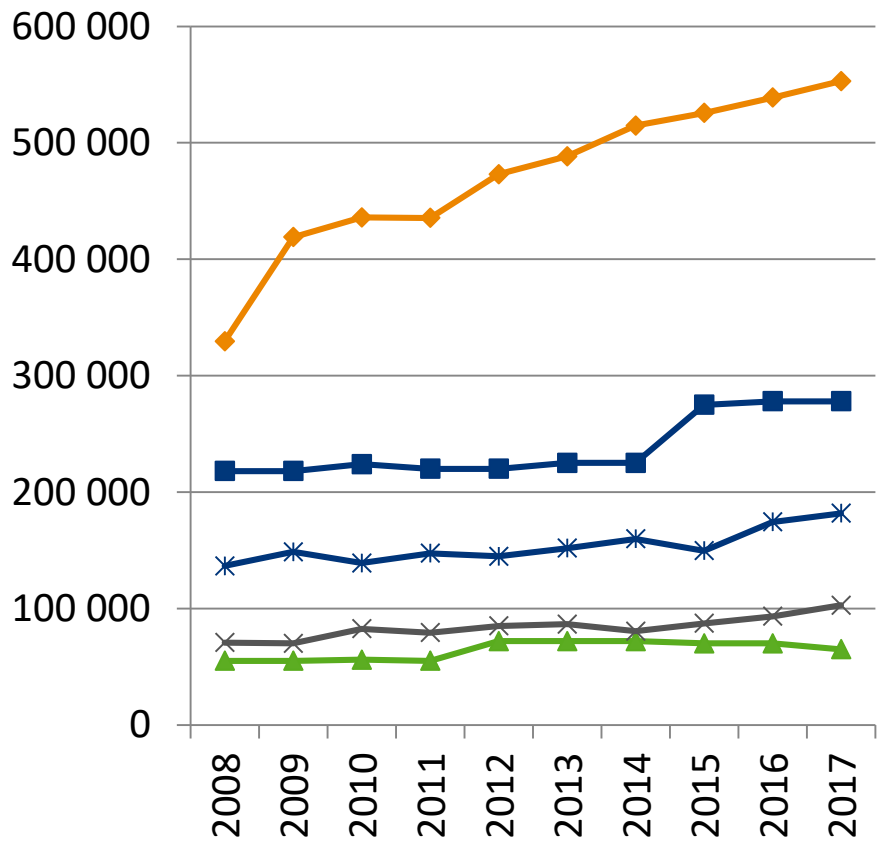
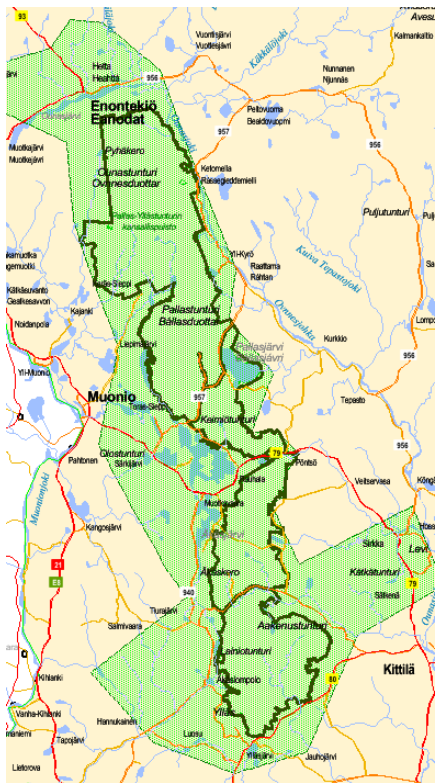


Edistämme kestäväää matkailua



LUONTOMATKAILU TUO TYÖTÄ

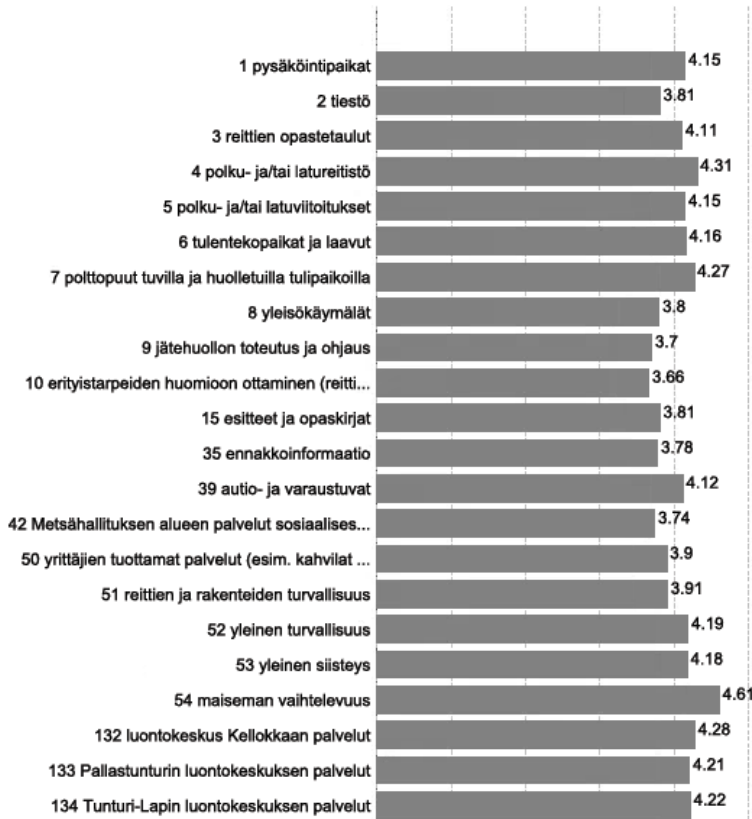
Kävijöiden määrä kasvaa (yht. 1,2 milj.)



- ◆ Pallas-Yllästunturin kansallispuisto
- Muut kohteet Pallas - Ylläs – Hetta painopistealue
- ▲ Muut kohteet Kittilä, Muonio, Kolari alueella
- ✕ Kilpisjärvi - Käsivarsi – Enontekiö (mukana moottorikelkkailu)
- ✧ Luontokeskukset

Kävijät tyytyväisiä

- Kävijätyytyväisyysindeksi kasvanut
 - 2010 = 4,15
 - 2016 = 4,23
- Parannettavaa
 - Jätehuolto
 - Hyysikät
 - Erityistarpeet
 - Esitteet
 - Ennakkoinformaatio
 - Reittien turvallisuus
 - some
 - Yrityspalvelut
 - Tiestö



Taulukko 59. Käynnin ja kävijöiden ennako-odotusten vastaavuus.

Odotukset	Vastanneita		Arviointi, %					Keski-arvo	Keskihajonta
	n	%	erittäin huonosti	melko huonosti	keskin-kertaisesti	melko hyvin	erittäin hyvin		
Luonnonympäristö	1 882	100	0	0	1	22	76	4,75	0,47
Harrastusmahdollisuudet	1 836	97	0	1	7	33	59	4,49	0,68
Reittit ja rakenteet	1 858	98	0	1	5	39	55	4,47	0,66



Luonnon terveysvaikutukset merkittäviä kansanterveydelle

There's a growing health and wellness trend to cater for

5. Miten tämänkertainen käyntisi Pallas-Yllästunturin kansallispuistossa vaikutti

Vastaa kunkin kysymyksen kohdalla valitsemalla se vaihtoehto, joka parhaiten kuvaa tuntemuksiasi.

Vastaajien määrä: 392

	täysin samaa mieltä	jokseenkin samaa mieltä	ei samaa eikä eri mieltä	jokseenkin eri mieltä	täysin eri mieltä	Yhteensä
Elinvoimani ja tarmoni lisääntyivät.	52,69%	41,69%	4,35%	0,77%	0,51%	391
Unohdin arkipäivän huolet ja murheet.	64,45%	30,95%	3,84%	0,26%	0,51%	391
Sain uutta uskoa huomiseen.	37,79%	38,82%	21,08%	1,8%	0,51%	389
Elvyin ja rentouduin.	61,13%	35,29%	2,56%	0,51%	0,51%	391
Keskittymiskykyäni lisääntyi.	29,92%	42,71%	24,04%	2,81%	0,51%	391

- An estimated 17 million travellers identify themselves as being 'health and wellbeing' focused, with 40% of them travelling regularly (HVS, 2014)
- Wellness tourists spend 130% more than the average tourist (Body & Soul)

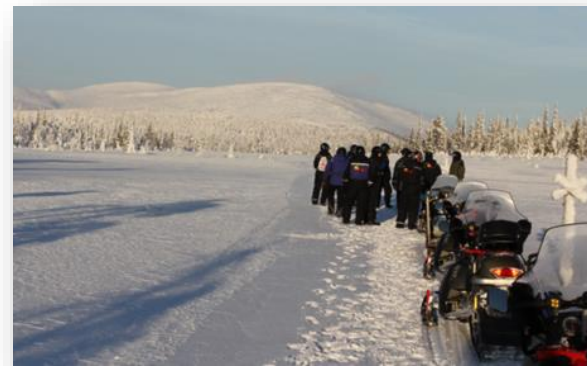
Key takeaway: As Susie Ellis, Chairman and CEO of the Global Wellness Institute, has explained, *wellness travel has never before managed to "powerfully dominate the forecast like it does in 2016"*. The wellness trend encompasses a whole mindset and lifestyle: something that tourism companies with a health or wellbeing focus need to truly understand. Through an immersive understanding of this lifestyle, it is much more likely that *advantageous partnerships* and business moves can arise and prove lucrative.

- Arvio paljonko ollaan valmiita sijoittamaan KP vierailuun = mediaani 500€ / kerta
- Kävijät liikkuvat yhteensä lähes 12.000.000 km vuodessa = suora fyysinen terveyshyöty

raikas ilma ja maisemat
Tänne uudestaan talvella hiihtämään
Turvallista liikkua.
Latuja / reittivaihtoehtojen monipuolisuus ja runsaus. Hiljaisuus. Tuvilla keskustelut.
Satumainen yö: tähdet, melkein täysikuu ja revontulet. Vieläkin näen ne silmissäni.
Loma perheen kesken, 3 sukupolvea, lujitti taas yhteenkuulumisen tunnetta.
Alkuviikon kaunis aurinkoinen hiihtosää. Mukava käynti Kellokkaassa, jossa oli hauskoja mm. kudontajutut ja ilmaiset elokuvajulistet.
Näin uuden dvd:n evoluutiosta. Se oli yllättäen hyvin tehty.
Hyvät ladut, kauniit maisemat
Maiseman avaruus ja koskematon luonto merkittyjen reittien ulkopuolella



Minimitulovaikutus 40 miljoonaa euroa (Suora tulo 25 M€) ja kokonaistulovaikutus 60 M€



Menolaji	Tärkein kohde n = 1 371		Yksi monista kohteista n = 514		Ennalta suunnittelematon n = 68		Yhteensä n = 1 953	
	Tulovaikutus (€, ilman ALV)	Työllisyysvai- kutus (htv)	Tulovaikutus (€, ilman ALV)	Työllisyysvai- kutus (htv)	Tulovaikutus (€, ilman ALV)	Työllisyysvai- kutus (htv)	Tulovaikutus (€, ilman ALV)	Työllisyysvai- kutus (htv)
Huoltamo-ostokset ¹	116 099	1,8	74 452	1,2	16 712	0,3	207 263	3,2
Paikallisiikenne ²	1 374 237	15,1	404 976	4,4	56 580	0,6	1 835 792	20,2
Ruoka- ja muut vähittäiskauppaostokset	1 619 364	25,3	805 193	12,6	123 435	1,9	2 547 993	39,9
Kahvila ja ravintola	4 777 610	64,0	1 972 922	26,4	337 244	4,5	7 087 776	95,0
Majoittuminen	14 997 797	201,0	6 270 194	84,0	764 101	10,2	22 032 092	295,2
Ohjelmapalvelut ³	827 897	9,8	422 858	5,0	110 632	1,3	1 361 387	16,2
Muut menot ⁴	1 509 680	18,0	792 345	9,4	164 818	2,0	2 466 843	29,4
Välittömät vaikutukset yhteensä	25 222 685	335	10 742 940	143	1 573 522	21	37 539 147	499
Välilliset vaikutukset	14 894 391	66	6 382 079	28	956 035	4	22 232 505	98
Kokonaisvaikutukset⁵	40 117 076	401	17 125 019	171	2 529 556	25	59 771 652	597

Näkyvyyttä ja arvostusta löytyy

Maailmanlaajuinen matkailun asiantuntijajärjestö World Travel & Tourism Council jakaa vuosittain Tourism for Tomorrow -palkinnot viidessä kategoriassa, ja Pallas-Yllästunturi on ollut 3 parhaan joukossa Destination Award -kisassa

Kansainvälisesti alue jo huomioidaan, mutta löytävätkö asiakkaat tänne?

Pallas-Yllästunturin kansallispuisto kisaa Botswanan ja Puolan kohteiden kanssa kansainvälisestä Matkakohde 2017 -palkinnosta

[LAPIN UUTISET](#) 16.1. © 15.07

Lapin luonnon suitsutus maailmalla jatkuu - Pallas-Yllästunturin kansallispuisto kisaa kansainvälisestä parhaan matkakohteen palkinnosta yhdessä...



Matkailupalvelutuotantoa kansallispuistossa

- A. 120 yritystä ilmoittaa käyttävänsä puistoa jotenkin mm. markkinoinnissa (hotelleja, ravintoloita, autoilijoita, safariyrityksiä jne)
- B. Useita järjestäjiä: koiravaljakkoretkiä, opastuksia, vaellustuotteita, mm. Lapland Classic opastettu vaellus (Ylläs - Hetta, Hetta-Ylläs, Pallas-Hetta, Hetta-Pallas), Rauhala - Hetta (vaeltaen), Levi - Ylläs (vaeltaen), Levi - Ylläs (pyöräillen)

Mahdollisuudet:

- Terveys, hyvinvointi, luonnontuotteet, ruokamatkailu, maastopyöräily
Olos - Jeris - Pallas - ...
- Opastetut retket talvella: (Hetta - Kerässieppi - Jeris, Olos - Ylläs - Levi)
- Muut yrityspalvelut ja tuotteet - majoitus, ruoka, opastukset, vuokraukset, kurssit, kuljetuspalvelut, hieronta, päivätuotteet...



Talven temaattiset painopistealueet

Revontulet

- Safarit
- Lumi- ja jäätuotteet
- Talven tapahtumat
- Kilpailijoista erottuvat, monipuoliset talven elämys tuotteet
- Hiljaisuus

Monipuoliset talven elämykset



- Matkailijan kokemat arkielämän talviset ratkaisut
- Autenttisuus
- Saamelaisuus

Elämäntapa



Erämaa palveluilla

Luonto kulttuurilla maustettuna



- Monipuoliset luontokokemukset kulttuurielämyksillä rikastettuna
- Teemoja yhdistävät palvelupaketit

Ruoka



- Lähiruoka
- Sesongin ainekset
- Juhlapyhien ruokaperinne (joulu, pääsiäinen)
- Asiakkaan osallistaminen

- Yrittäjyhteistyö
- Valkoidut kansallispuistot, valikoidut kärkeitt
- Puiston palvelulupaus

Kansallispuistot



- Suomen luonto on Euroopan puhtain
- Puhdas vesi, puhdas ilma
- Puhtaat eksoottiset metsät

Puhdas luonto



Sisällölliset teemat

Helppotasoiset aktiviteetit

- MoHu-kohderyhmä
- Helppotasoisia; helposti löydettävää, saavutettavaa, ostettavaa, kulutettavaa
- Lyhytkestoista - helppo lisätä matkaohjelmaan omatoimisesti tai m:n tarjoamana

Teemojen yhdistäminen: Culture in Nature, Ruoka, Hyvinvointi



- Metsien hyvinvointivaikutukset
- Elämyksellinen ruokailu luonnossa ja luonnon antimet
- Suomalaisten luontosuhde ja luontoon liittyvä kulttuuriperintö

Vastuullisuus

Laatu ja turvallisuus

Majoituskohteet mukaan

Kohdennetusti



Missio: Pallas-Yllästunturi NP is

The best sustainable nature tourism destination in Europe 2025

- Mitä tästä missiosta puuttuu?
 - Tarvitaan syventäviä tuotteistamis- ja kestävyiden kehittämistoimia
 - yhteistyötä KP ja yritysten, oppilaitosten sekä muiden hankkeiden välillä
 - Myyntikanavat. Teeman nostolle näkyvyyspaketoitua ja suunnitelmallista viestintää (esim. kestävä tapahtumatoiminta)
 - Pallas-Ylläs TOBE 1 hankkeen sisältöjen toteutus 550 000 €
 - n150 yritystä mukana, kaikki virallisella kestävä matkailun periaatteisiin sitouttavalla sopimuksella mukana
 - Jatkotyöstö: kestävyiden kehittämisen prosessi jatkuu ja syvenee, sen tavoitteet ja hiilijalanjäljen pienentäminen kuntoon.



ToBe 1- tavoitteet ja tulokset

1. Tuotteistaminen

- a. kansallispuistomatkailun yhteiset tuotteet (yritykset ja yritysten tuotteet sekä puiston tuotteet - taukopaikat, polut, luonto, luontokeskukset yhdessä) kansainväliselle tasolle
- b. monipuolistaa, parantaa ja selkeyttää kansallispuiston matkailutuotteita ja kestäväää käyttöä kaikkina vuodenaikoina
- c. nostetaan jo olemassa olevat monipuoliset yritysten järjestämät luontomatkailutuotteet ja hankkeen aikana kehittyvät uudet yritystuotteet uudella tavalla esille
 - puiston TOP 10 tuotteet, reitit ja paikat
- d. yritykset tiiviimmässä yhteistyössä kansallispuistohallinnon kanssa, työryhmät, Pallas-Ylläs forum
- e. kansallispuistoon tukeutuvat luontomatkailutuotteet muodostetaan omaksi selkeäksi paketiksi



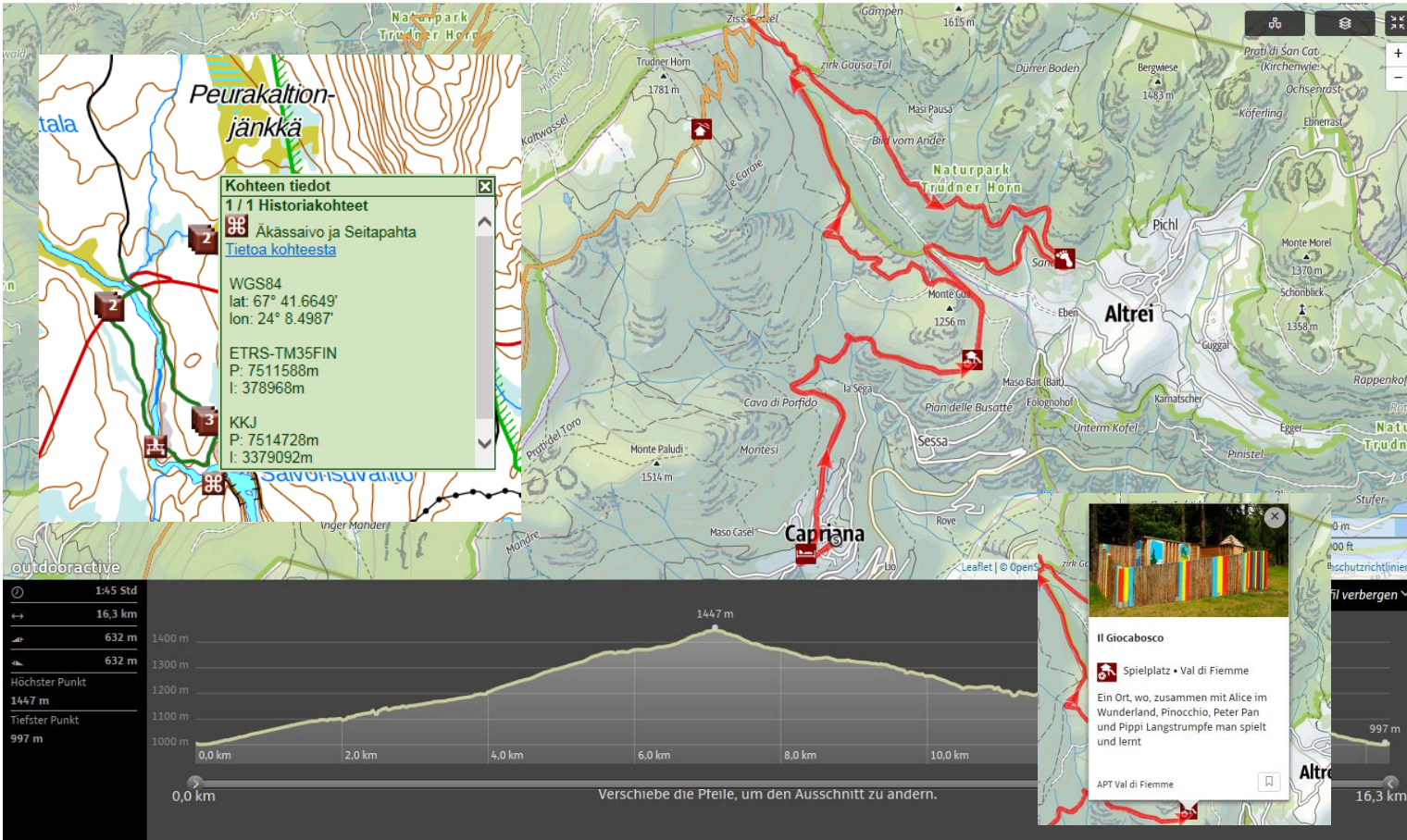
2. Kartta Käyttö- liittymä (esimerkki outdooractivesta)

TOP reitit,
tuotteet,
palvelut
kohteet

Retkikartta.fi
Pisteen ”alta”
löytyy
tuotetiedot

Ja linkki
yrityksen
sivulle, josta
ostaminen
mahdollistuu

TOP Tour 221 des Naturparks Trudner Horn - Capriana - Altrei



Tulevaisuutta ja tätä päivää - työtä riittää

- Tapahtumatuotanto
- Kesäkohtaamiset, fly&drive, verkottuminen
- Terveysmatkailua, sauna, perinnekulttuuri, tieto
- Maastopyöräilyn ympärivuotistuminen
- Talvikävelyn suosio
- Alkuperäisyys, aitous
- Kokemuksien jakamista
- Indiskiinalaiset
- Digital detox
- Tubettajat



- kansallispuiston ja yritysten yhteiset= "meidän palvelut"
- Visit Finland ohjelmat kv-kriteerit kuntoon > My stay Someranking
- "Good enough is not enough"
- Customer Experience is NOT the same as Customer Service

Haasteet:

palvelutuotannon osaaminen, laadusta huolehtiminen, hinta, työvoima yms.

ToBe1 käynnistyy kesäkuussa!

Lisätietoa:

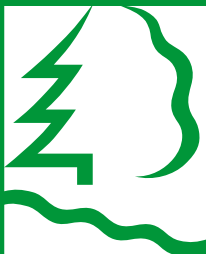
Projektipäällikkö

Heidi Siira, heidi.siira@metso.fi

Hanketiedote (huom. Muutos Kellokas 19.6)

- <https://us4.campaign-archive.com/?u=6400590c0e98b4a03359ec6b6&id=5cbf0fcd02>





METSÄHALLITUS

Kiitos, tack!



www.facebook.com/metsahallitus
www.twitter.com/metsahallitus

