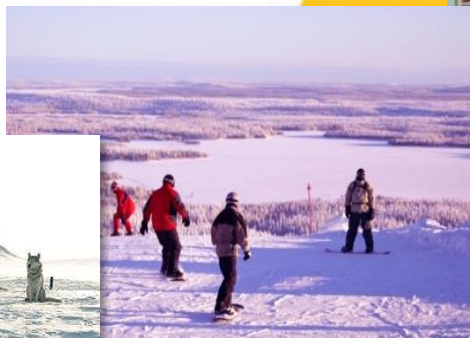


Matkailijat karsastavat kaivoksia



TYÖTÄ JA HYVINVOINTIA KOKO SUOMEEN

Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry

MA·RA



Matkailu- ja ravintola-alan verotulot valtiolle ja kunnille 5,2 miljardia euroa

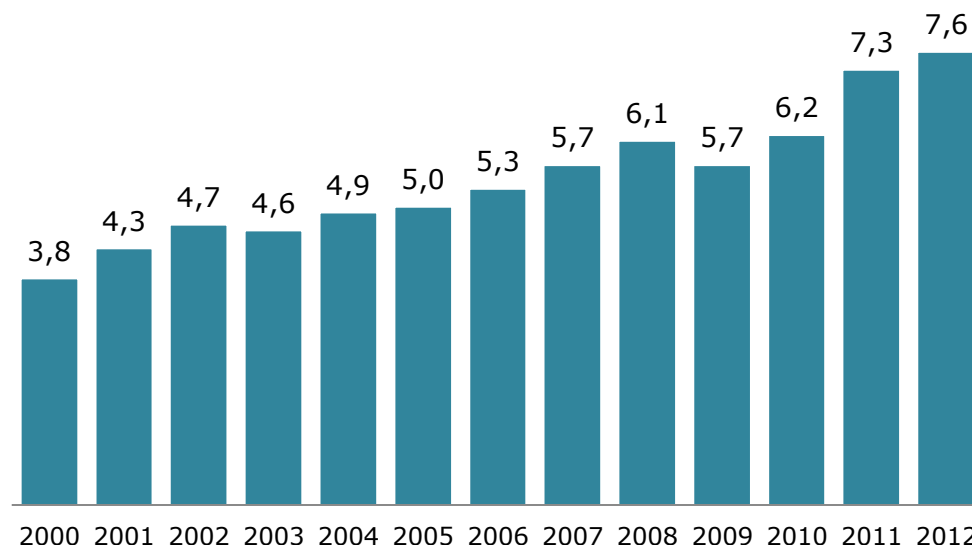
- Matkailu- ja ravintola-alan työpaikat pysyvät Suomessa
- Suomi matkailumaana kovassa nosteessa
- Matkailu- ja ravintola-ala on paikallinen toimija; työpaikat ja tulot syntyvät paikallisesti
- 25 000 Toimipaikkaa ympäri Suomen
- Matkailu- ja ravintola-alat 3,8 prosenttia BKT:stä
- 14,4 Miljardia euroa matkailutuloa
 - ...josta 4,4 miljardia euroa ulkomaista matkailutuloa
- 7,6 miljoonaa ulkomaista matkailijaa Suomessa
- Majoitus- ja ravintola-alan työllisyys on kasvanut 35 % vuosina 1995-2012
- Jopa 9 prosenttia maakunnan työllisistä
- Matkailu-toimialat työllistävät 140 000 työntekijää

Venäläisten viisumivapaus merkittävä mahdollisuus koko Suomen matkailulle

vrt. Suomen tavaravienti 57 miljardia euroa (2012)

Suomella on matkailun kasvulle erinomaiset edellytykset

Venäläiset tekivät vuonna 2012 Suomeen 4 miljoonaa matkaa.
 Vuonna 2025 matkoja odotetaan kertyvän 12-14 miljoonaa.



Suomeen saapuneet matkailijat, miljoonaa matkailijaa

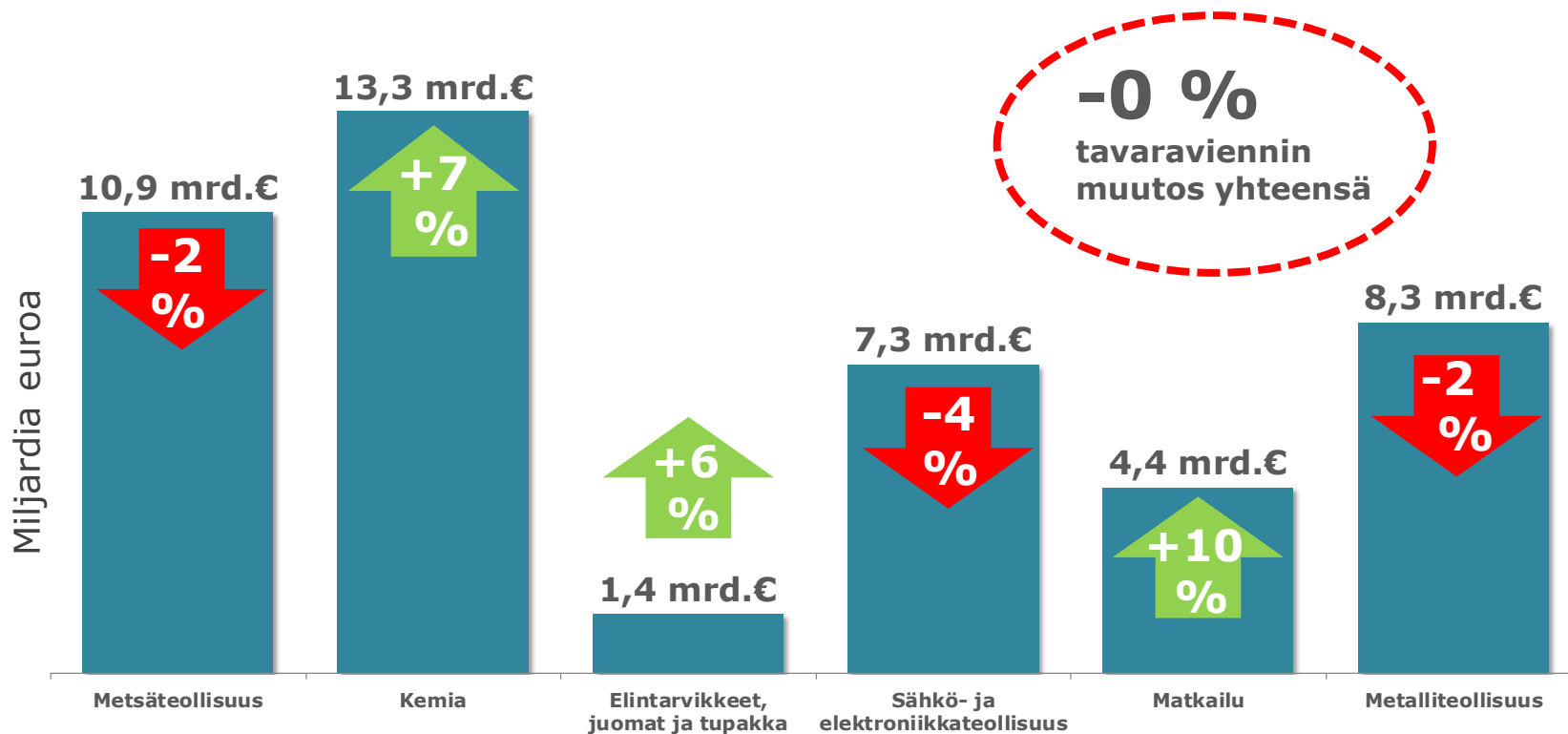
Lähde: Tilastokeskus

- Ulkomaisten matkailijoiden määrä on lähes kaksinkertaistunut 2000-luvulla.
- Kaikkien kasvumaiden osalta näkymät ovat positiiviset.
- Suurin potentiaali venäläisissä - myös aasialaisten matkailijoiden määrä kasvaa.
- Venäläisten matkailijoiden määrän ja venäläisten Suomeen jättävän matkailutulon odotetaan yli kolminkertaistuvan vuoteen 2025 mennessä.
- Ulkomainen vientiin rinnastettavissa oleva matkailutulo voi kasvaa vuoden 2012 yli 4 miljardista 7-8 miljardiin euroon vuonna 2025.
- Matkailualoille odotetaan 30 000 uutta työpaikkaa vuoteen 2020 mennessä.



Matkailu on merkittävä vientituote!

Eräiden tavaroiden viennin arvo ja muutos (%) 2012



Lähde: Tulli, Suomen pankki, Tilastokeskus



DILACOMI -tutkimushanke

Kaivokset, maankäyttö ja paikallisyhteisöt

DILACOMI on Lapin yliopiston, Oulun yliopiston sekä Metlan yhteinen tutkimushanke

- Hanke käynnistyi vuoden 2011 alussa ja kestää vuoden 2013 loppuun saakka
- Tutkimuksen kohteena ovat kaivokset ja niiden vaikutukset sekä toimintaedellytykset osana yhteiskuntaa
- Hankkeella on Tekesin myöntämä EAKR-rahoitus

Metla selvitti osana hanketta muun muassa Ylläksen ja Levin kotimaisten ja ulkomaisten matkailijoiden käsityksiä kaivostoiminnasta

- Aineisto kerättiin haastattelemalla turisteja Ylläs-Levi -alueella vuonna 2012
- Vastauksia yhteensä 1 703
 - kevät (maalis-huhtikuussa) 1 126
 - ruska (elo-syyskuussa) 577



Lapin matkailu perustuu luontoarvoihin

Matkailijat valitsevat Lapin matkailukohteeksi luonnon ansiosta

Kaivokset ja luontomatkailu ovat mielikuvatasolla ristiriidassa keskenään

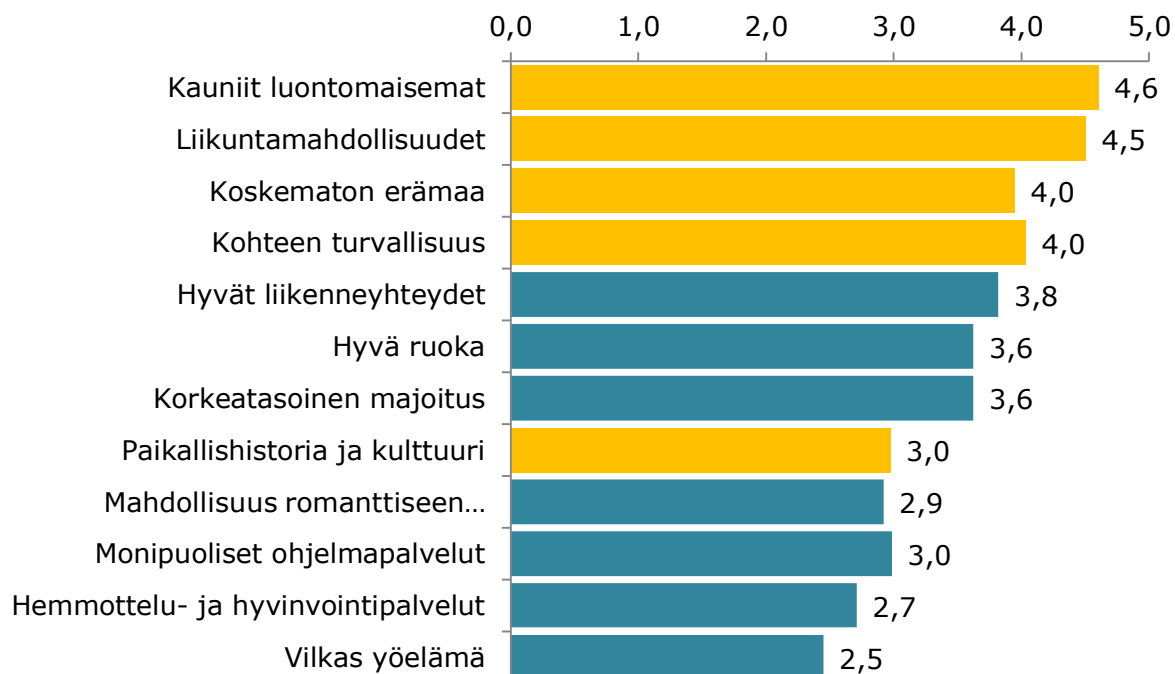
Nykymatkailija arvostaa korkeaa palvelutasoa

70 prosenttia matkailijoista tietää olemassa olevat kaivoshankkeet

50 prosenttia on kuullut suunnitteilla olevista kaivohankkeista

Matkakohteen valinnan kriteerit

Keskiarvo Ylläksen ja Levin matkailijoiden vastauksista



1=ei lainkaan tärkeä ... 5=erittäin tärkeä

Lähde: Dilacomi-tutkimushanke



Kaivosten avaaminen matkailukeskusten lähelle **vähentää matkailua**

Puolet kansainvälisistä matkailijoista vähentäisi matkailua

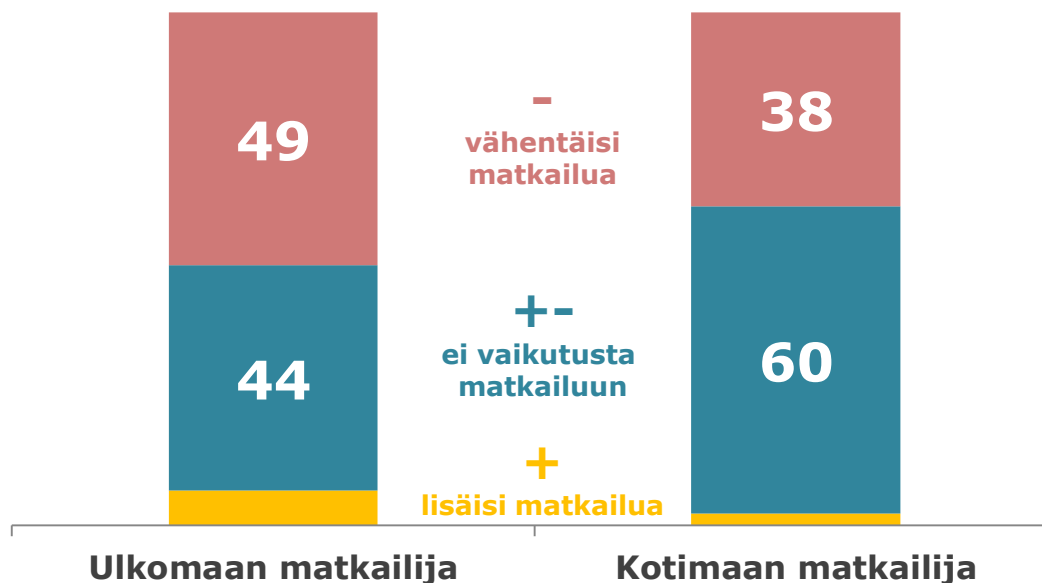
40 prosenttia kotimaisista matkailijoista vähentäisi matkailua

Kaivostoiminnan vaikutukset luontoon arvioidaan poikkeuksetta negatiiviseksi

Matkailijat osaavat arvioida kaivoksiin liittyviä haittoja

Imagohaitta syntyy jo kaivoksen suunnitteluvaiheessa

K: Miten kaivostoiminnan laajeneminen vaikuttaisi halukkuuteen vierailla matkakohteessa uudelleen?



Lähde: Dilacom-tutkimushanke

Lapin matkailu perustuu luontoon

- **Lapin matkailun kansainvälinen nousu perustuu luontoon**
- **Lappi valitaan matkailukohteeksi puhtaiden ja koskemattomien luontoarvojen ansiosta**
 - 1. kauniit luontomaisemat, 2. liikuntamahdollisuudet ja 3. koskematon erämaa
- **Luontoarvot ovat herkkiä vahingoittumaan ja niiden korjaaminen on vaikeaa ja vie kauan**
 - Kaivostoiminnan vaikutukset ympäristöön, erämaahan ja luontokokemuksen arvioidaan poikkeuksetta negatiiviseksi
 - Lapin matkailuyritysten vuosikymmenien luontoon perustuva markkinointi tuottaa tuloksia
- **Kansainvälistä ja kotimaista matkailua vähentävä imagohaitta syntyy jo kaivosten suunnitteluvaiheessa**
 - 50 prosenttia ulkomaisista ja 40 prosenttia kotimaisista matkailijoista ilmoittaa vähentävänsä matkailua Levin ja Ylläksen alueelle, mikäli kaivostoiminta laajenee
 - Rukalla kaivokset tulisivat lähemmäksi matkailukeskuksia ja vaikutukset matkailuun olisivat vieläkin negatiivisimmat
- **Matkailijat tietävät nykyiset sekä suunnitteilla olevat kaivoshankkeet ja osaavat arvioida kaivoksiin liittyviä haittoja**
 - Matkustushalukkuus vähenee enemmän mitä lähempänä matkailukohdetta kaivos sijaitsee
- **Suurimpien malmiesiintymien arvioidaan olevan samoissa paikoissa, joissa Lapin vetovoimaisimmat matkailukohteet nykyisin sijaitsevat**