

Asia: VN/6984/2021

## **Ehdotus kulttuurimatkailun kansallisen kehittämisen tiekartaksi**

### Lausunnonantajan lausunto

#### **Mikä on näkemyksenne tiekartan tavoitteista ja toimenpiteistä yleisesti?**

Asia: Kulttuurimatkailun kansallisen kehittämisen tiekartta (VN/6984/2021)

Kulttuurimatkailun kansallisen kehittämisen tiekartan tavoitteena on määritellä tulevien vuosien kulttuurimatkailun kansalliset kehittämistoimet ja toimia kansallisena ohjaavana asiakirjana Euroopan neuvoston kulttuurireittitoiminnassa. Kulttuurimatkailun tiekartan pääasiallisena tavoitteena on luoda yhteinen suunta tulevaisuuden kestäväälle ja kilpailukykyiselle kulttuurimatkailulle. Tiekartan toimilla pyritään vahvistamaan kulttuurimatkailua muuttuvassa toimintaympäristössä.

Tiekartan tavoitteet on jaettu viiteen alalukuun, jotka koskevat yhteistyön kehittämistä, kestävyyttä, kulttuurimatkailun tuotetarjontaa, digitalisaatiota ja tiedolla johtamista sekä kulttuurialan kansainvälisten toimien ja erityisesti Euroopan neuvoston kulttuurireittien hyödyntämistä kulttuurimatkailussa. Jokainen alaluku sisältää ehdotukset tavoitteita toteuttaviksi toimenpiteiksi.

Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry (jäljempänä MaRa) toteaa, että tiekartassa ja erityisesti vetovoimaista kulttuurimatkailua koskevassa kohdassa (5.3) on tunnistettu useita matkailun ja kulttuurimatkailun kasvuun vaikuttavia tekijöitä.

Tiekartassa on tunnistettu kotimaan matkailun tärkeä merkitys myös kulttuurimatkailun kannalta. MaRa toteaa, että kotimaan matkailun kilpailukyvyistä on pidettävä huolta, jotta suomalaiset valitsisivat matkakohteekseen yhä useammin Suomen risteillen tai lentäen tehdyn ulkomaan matkan sijasta. Kotimaan matkailun kasvaessa myös kulttuurimatkailu kotimaassa lisääntyy.

Tiekartassa on todettu, että kulttuurimatkailun kasvu edellyttää kotimaanmatkailun lisäksi panoksia matkailuvientiin. Tämä on keskeinen huomio. MaRan näkemyksen mukaan tehokkain keino lisätä panoksia matkailuvientiin on Visit Finlandin perusrahoituksen tuplaaminen 10 miljoonasta eurosta 20 miljoonaan euroon.

Tiekartan mukaan kulttuurimatkailussa Suomen erityiseksi erottumistekijäksi maailmalla on tunnistettu kulttuurin yhteys luontoon ja tätä yhteyttä vahvistetaan tulevaisuudessa entisestään. Esimerkiksi kansallispuistoissa sijaitsevat kulttuuriperintökohteet tuovat samanaikaisesti koettavaksi sekä kulttuuriperintö- että luontoarvot. MaRa toteaa, että luonto on yksi Suomen suurimmista kilpailuvalteista kansainvälisessä matkailussa ja Suomen vahvuudet ja ylivoimatekijät on saatettava myös kansainvälisten matkailijoiden tietoon. Lisäksi on huomioitava se, että luonnossa olevat nähtävyydet, elämykset ja aktiviteetit sijaitsevat usein etäällä kasvukeskuksista ja kaupungeista. Näiden kulttuurimatkailukohteiden elinkelpoisuus ja kannattavuus riippuu hyvästä saavutettavuudesta autolla. Autolla ajamisen kustannuksia Suomessa ei saa nostaa.

Tiekartassa todetaan, että matkailijan näkökulmasta tärkeitä ovat myös kulttuurimatkailupalveluun liittyvät muut palvelut, kuten majoitus- ja ravintolapalvelut sekä muut elämykset. MaRa toteaa, että kulttuurimatkailun ja kaupalliseen matkailutoiminnan vahva yhteys on tiedostettava tiekartan tavoitteissa ja toimenpiteissä. Kulttuurikohteissa ja kulttuuritapahtumissa (esimerkiksi festivaalit, konsertit ja tapahtumatalot) ravintolapalvelut ovat keskeinen osa kokonaiselämystä ja -palvelua. Esimerkiksi yhden merkittävän kulttuuri- ja muita tapahtumia järjestävän talon tuloista yli puolet tulee ravintolatoiminnasta. Kulttuurimatkailun kehittäminen ja kasvu edellyttää, että matkailu- ja ravintolapalveluiden kilpailukyvyistä pidetään huolta.

Matkailu- ja ravintola-ala on tällä hetkellä katastrofaalisessa tilanteessa, jota kuvataan tarkemmin lausunnon kohdassa 2.

MaRa käy läpi lausunnon kohdassa 3 toimenpiteitä ja linjauksia, joilla matkailun kasvua ja kilpailukykyä voidaan parantaa. OKM:n työryhmän on erittäin tärkeää huomioida nämä tiekarttaluonnoksen jatkovalmistelussa. Kulttuurimatkailun kehittäminen ja sen kilpailukyky edellyttävät kotimaan matkailutoimialan kilpailukyvyistä huolehtimista.

## 2. Matkailu – ja ravintola-alan katastrofaalinen tilanteesta

Suomessa matkailu luo uusia yrityksiä, infrastruktuuria, työtä ja toimeentuloa koko Suomen alueella. Matkailu kasvaa myös rakennemuutosalueilla toisin kuin moni muu toimiala. Suomen matkailun kokonaiskysynnän arvo oli vuonna 2019 16,3 miljardia euroa. Siitä kotimaisen matkailukulutuksen osuus oli 11 miljardia euroa ja ulkomaisen 5,3 miljardia euroa (Tilastokeskus). Koronapandemian vaikutukset matkailukysyntään olivat dramaattiset. Ennakkotiedon mukaan matkailun kokonaiskysyntä oli noin 9,7 miljardia euroa vuonna 2020 ja arviolta noin 11,2 miljardia euroa

vuonna 2021. Vuoteen 2019 nähden matkailun kokonaiskysyntä menetti vuosina 2020 ja 2021 yhteensä noin 12 miljardia euroa (TEM ja Tilastokeskus))

Matkustustaseen suuri alijäämä ja sen nopea kasvu vuoden 2013 jälkeen on merkittävä ongelma. Alijäämä oli 1,7 miljardia euroa vuonna 2019 (Tilastokeskus). Jos ulkomaille suuntautunut matkailun kasvu olisi kohdistunut Suomeen, valtion verotulot olisivat noin 300 miljoonaa euroa nykyistä suuremmat.

Matkailu-, ravintola- ja tapahtuma-alan yrittäjät ja työntekijät ovat joutuneet kantamaan kohtuuttoman taakan koronapandemiasta ja viranomaisten asettamista rajoituksista. Rajoitukset romahduttivat matkailu-, ravintola- ja tapahtuma-alan yritysten liiketoiminnan. Rajoitusten myötä alan yritykset ovat tehneet miljardeja euroja tappiota, menettäneet suuren osan pääomistaan ja joutuneet ottamaan velkaa niin paljon kuin sitä on ollut saatavissa. Eräänntyneitä maksuja on paljon maksamatta.

Rajoitusten kohtuuttomuutta on korostanut Suomen muita Pohjoismaita selvästi heikommät tuet yrityksille ja työntekijöille. Valtion maksamat kustannustuet ja sulkemiskorvaukset ovat kattaneet vain pienen osan rajoitusten yrityksille aiheuttamista tappioista. Pitkään jatkuneet rajoitukset ovat heikentäneet myös alan yrittäjien ja työntekijöiden henkistä kestäkykyä.

Rajoitukset ovat suistaneet alan yritykset epätoivoiseen työvoimapulaan. Ravintolayritykset ovat jopa joutuneet lopettamaan työvoimapulan takia toimintansa kokonaan. Työvoimapulan takia yritykset ovat joutuneet supistamaan aukioloaikojaan ja palvelujen tarjontansa. Myös palvelun laatu on heikentynyt. Kaikki tämä on tapahtunut koronarajoitusten takia eli syistä, joihin yrittäjillä ei ole osaa eikä arpaa.

Työvoimapulasta on muodostunut yritysten liiketoiminnan harjoittamisen este. Tuoreessa Innolink Oy:n toteuttamassa Palvelualojen Osaajabarometrissä 78 prosenttia majoitusyrityksistä ja 73 prosenttia ravintolayrityksistä ilmoitti henkilöstön saamisen olevan vaikeaa. Yrittäjät ja heidän palveluksessaan olevat työntekijät joutuvat tekemään pitkiä päiviä valtavassa kiireessä. He ovat kuormittuneet kohtuuttomasti, kun työntekijöitä ei ole ollut riittävästi saatavilla.

Myös alan oppilaitosten vetovoima on romahtanut rajoitusten aiheuttaman epävarmuuden takia. Moni nuori on päättänyt opiskelemaan muita aloja, koska mahdollisuus rajoituksiin luo epävarmuutta, joka pelottaa.

Venäjän Ukrainassa aloittaman hyökkäyssodan aiheuttama kansainvälisen tilanteen kiristyminen, pakotteet, energian ja raaka-aineiden voimakas hinnannousu ovat iskeneet raskaasti matkailu-,

ravintola- ja tapahtuma-alaan. Esimerkiksi kesäkuussa 2022 dieselin hinta oli 65 prosenttia ja sähkön hinta 32 prosenttia korkeammalla tasolla kuin vuotta aiemmin. Ravintoloiden maksamat tukkuhinnat ovat kohonneet kuluttajahintoja nopeammin. Vuoden 2022 kesäkuussa ravintolaruoan raaka-aineiden tukkuhinnat olivat 13,3 prosenttia korkeammalla tasolla kuin vuoden 2021 syyskuussa, kun vastaavasti yleiset kuluttajahinnat nousivat samalla aikavälillä 6,8 prosenttia. Taloudellista ahdinkoa syventää se, että yritykset kohtaavat uuden kriisin koronapandemian raskaiden rajoitus-toimien jälkeen.

Kustannusten voimakkaan kallistumisen ja Venäjän hyökkäyssodan seurauksena kuluttajien luottamus on alimmalla tasolla mittaushistoriansa aikana. Vaikka inflaatio heikkenee nykyennusteiden mukaan ensi vuoden puolella, kuluttajien heikko luottamus vaikuttaa vaikeasti arvioitavissa olevalla tavalla kotimarkkinoilla toimivien yritysten liiketoimintaan vielä tulevinakin vuosina.

### 3. Matkailun kasvua ja kilpailukykyä parantavista toimenpiteistä ja linjauksista

#### 3.1 Arvonlisäverotus

Suomessa toimiva, täällä työllistävä ja tänne veronsa maksava matkailuala on erittäin tiukassa kansainvälisessä kilpailussa. Ala kamppailee yhtäältä ulkomaalaisten saamiseksi Suomeen ja toisaalta suomalaisten houkuttelemiseksi matkustamaan kotimaassa ulkomaanmatkailun sijaan. Kilpailussa hintatasolla on huomattava merkitys.

Alkoholin anniskelua lukuun ottamatta lähes kaikki matkailu-, ravintola- ja tapahtuma-alan palvelut ovat joko 10 tai 14 prosentin alennetuissa arvonlisäverokannoissa. Alennetuilla arvonlisäverokannoilla on erityinen merkitys alan palveluille. Ne tukevat toimialan kilpailukykyä. Alennettujen arvonlisäverokantojen korottaminen heikentäisi sekä kotimaanmatkailun että Suomeen suuntautuvan kansainvälisen matkailun kilpailukykyä. Siksi niitä ei pidä korottaa. Tämä on erittäin tärkeää myös kulttuurimatkailun kannalta. Esimerkiksi pääsyliput kulttuurikohteisiin ja kulttuurielämyksiin (konsertit ja festivaalit) ovat alennetun 10 % arvonlisäverokannan piirissä.

☒ Kulttuurimatkailun kehittäminen ja kilpailukyvyn ylläpitäminen edellyttää, että alennettuja arvonlisäverokantoja ei koroteta.

Anniskelun verotus Suomessa on EU-maiden kireintä. Alkoholin hinta on merkittävä syy suomalaisten matkailuun Baltian maihin. Suomalaisten yritykset menettävät liikevaihtoa ja valtio verotuloja Baltian matkailun vuoksi. Yksinomaan Virossa maahantuodun alkoholin takia Suomi menettää verotuloja noin 122 miljoonaa euroa vuodessa (TAK 2020).

Lähes kaikissa kulttuuritapahtumissa ravintolapalvelut ja anniskelu sen osana ovat keskeisessä asemassa osana kokonaiselämystä. Anniskelun arvonlisäveron alentaminen 24 prosentista 14 prosenttiin keventäisi alkoholijuomien anniskelun korkeaa verorasitusta (arvonlisävero + alkoholijuomavero) ja lisäisi ravintolapalvelujen kysyntää kulttuuritapahtumissa. Tämä tukisi ravintola-alan lisäksi myös tapahtuma-alan yritysten kilpailukykyä sekä mahdollisuutta työllistää.

Luonnonvarakeskuksen selvityksen mukaan anniskelun arvonlisäveron alentaminen 14 prosenttiin vähentäisi valtion anniskelusta saamia arvonlisäverotuloja noin 122 miljoonaa euroa vuodessa. Alentaminen kuitenkin lisäisi ansiotulo-, valmiste- ja muita arvonlisävero-ja 51 miljoonaa euroa vuodessa. Valtion verotulot vähenisivät siten noin 70 miljoonaa euroa vuodessa. Laskennallinen työpaikkavaikutus olisi 2 400 työpaikkaa lisää. Kerrannais-vaikutuksineen arvonlisäveron alentaminen lisäisi kotimaista tuotantoa lähes 300 miljoonaa euroa. Verotulot voisivat kasvaa enemmän, jos suomalaiset siirtyisivät matkustamaan ulkomaiden sijaan enemmän kotimaassa.

☐ Anniskelun arvonlisäveroa tulee alentaa 14 prosenttiin. Se lisäisi myös kulttuurimatkailun kasvua ja kilpailukykyä Suomessa. Anniskelun arvonlisäveron laskun seurauksena ulkomaan matkailun korvaantuminen kotimaanmatkailulla lisäisi myös kotimaassa tapahtuvaa kulttuurimatkailua.

### 3.2 Liikkumisen kustannukset

Matkailualalla on merkittävä asema ilmastonmuutoksen torjunnassa. Globaali ongelma vaatii globaaleja ratkaisuja. Muita maita tiukemmat ja kustannuksia enemmän kasvattavat toimenpiteet heikentävät Suomessa toimivan matkailualan kilpailukykyä. Pahimmillaan ne johtavat kotimaanmatkailun vähentymiseen ja sen korvautumiseen yhä enemmän ulkomaille suuntautuvilla matkoilla. Tämä on ilmastonmuutoksen torjunnan kannalta aivan väärä kehitys. Siksi toimenpiteiden tulee olla vähintään Eurooppa-tasoisia, mieluummin vielä laajemmin velvoittavia.

Suomi on kuitenkin pitkien etäisyyksien harvaanasuttu maa, eikä julkinen liikenne ole meillä samalla tasolla kuin tiheästi asutuissa Manner-Euroopassa. Kotimaanmatkailu perustuu pitkälti oman henkilöauton käyttöön, koska määränpäähen pääsemiseen tai siellä liikkumiseen ei usein ole muita vaihtoehtoja.

Henkilöautoiluun kohdistuvat veronkorotukset tai uudet verot (kilometrivoero tai tietullit), tekisivät henkilöautolla ajamisesta yhä kalliimpaa. Tämä kasvattaisi kotimaanmatkailun hintaeroa ulkomaanmatkailuun verrattuna ja vähentäisi kotimaan matkailua ja kotimaassa tapahtuvaa kulttuurimatkailua. Vaikutusta lisäisi erityisesti se, että ulkomaanliikenteessä käytetyt polttoaineet ovat verovapaita. Oikea tapa päästöjen puolittamiseen on luoda autoilijoille positiivisia kannusteita

hankkia vähäpäästöisempiä autoja sekä edistää sähköisen liikenteen tarvitseman infrastruktuurin markkinaehtoista kehittymistä.

Suomen yksi vahvuus matkailumaana on luonnossa olevat nähtävyydet, elämykset ja aktiviteetit. Nämä sijaitsevat usein etäällä kasvukeskuksista ja kaupungeista. Näiden kulttuurimatkailukohteiden elinkelpoisuus ja kannattavuus riippuu hyvästä saavutettavuudesta autolla.

☒ Kotimaanmatkailun, mukaan lukien kulttuurimatkailun, kohteiden saavutettavuudesta on pidettävä huolta – henkilöautoilun kustannuksia ei tule lisätä henkilöautoiluun kohdistuvilla verojenkorotuksilla (polttoainevero) tai uusilla veroilla (kilometriverso tai tietullit).

### 3.3 Työvoiman saatavuus ja koulutus

Ammattitaitoisista työntekijöistä on pulaa monilla toimialoilla. Työvoimapula koskee etenkin matkailu-, ravintola- ja tapahtuma-alaa. Julkisen vallan määräämät koronapandemian aikaiset rajoitukset ovat romahduttaneet matkailu-, ravintola- ja tapahtuma-alan työntekijöiden määrän. Yli 10 000 henkilöä on siirtynyt pysyvästi muille toimialoille. Työvoimapulasta on muodostunut alan koronarajoituksista toipumisen ja kasvun este. Työvoimavajetta ei voida korjata ilman ulkomaalaista työvoimaa.

Suomen tulee edistää voimakkaasti työperäistä maahanmuuttoa. Suomeen tarvitaan kaikenlaisia työntekijöitä, ei pelkästään korkeakoulutettuja ulkomaalaisia. Työvoiman saatavuusharkinnasta matkailu-, ravintola- ja tapahtuma-alalla tulee luopua. Työvoimapula vaikuttaa myös kulttuurimatkailun kasvun mahdollisuuksiin. Kulttuurimatkailu ei voi kehittyä, jos työntekijäpula estää kasvun edellytykset ja toiminnan kehittämisen.

☒ Matkailutoimialan yritysten työvoimapulaa on helpotettava edistämällä työperäistä maahanmuuttoa

Suomen nykyinen koulutusjärjestelmä ei ratkaise matkailu- ja ravintola-alan työvoimapulaa, koska koulutusjärjestelmämme – ja varsinkin sen rahoitus – perustuu tutkintojen suorittamiseen. Lisäksi koulutustasovisioissa painottuvat erityisesti korkea-asteen tutkinnot.

Pitkää koulutusta vaativien työtehtävien osuus on kuitenkin matkailu-, ravintola- ja tapahtuma-alalla verrattain pieni. Tästä syystä valtion tulisi myöntää systemaattisesti rahoitusta myös tutkintoon johtamattomaan koulutukseen. Rahoitusjärjestelmän muutos antaisi alan oppilaitoksille nykyistä

paremmat mahdollisuudet kouluttaa toimialalle osaavaa työvoimaa. Tämä helpottaisi toimialan työvoimapulaa, edistäisi alan vaihtajien koulutusta ja tukisi maahanmuuttajien työllistymistä.

☒ Valtion tulisi myöntää systemaattisesti rahoitusta myös tutkintoon johtamattomaan koulutukseen. Rahoitusjärjestelmän muutos antaisi alan oppilaitoksille nykyistä paremmat mahdollisuudet kouluttaa toimialalle osaavaa työvoimaa. Myös kulttuurimatkailun kasvu Suomessa edellyttää lisää osaavaa työvoimaa.

### 3.4 Matkailun edistäminen

Koronapandemia on runnellut pahasti Suomen matkailualaa. Kun rajoitukset ovat purkautuneet, kysyntä matkailupalveluille maailmanlaajuisesti on valtava. Suomi on kaukana ja heikosti tunnettu. Pandemian jälkeen matkailijat hakevat matkakohteita, joissa on väljyyttä ja puhdas luonto sekä korkeatasoinen hygienia ja palvelut. Suomella on erinomaiset mahdollisuudet kasvattaa osuuttaan kansainvälisen matkailun kakusta.

Meidän tulee saattaa Suomen matkailun ylivoimatekijät kansainvälisten matkailijoiden tietoon. Tämä on erittäin tärkeää myös Suomeen suuntautuvan kulttuurimatkailun kasvun kannalta.

Valtio on leikannut Visit Finlandin ja sen edeltäjien määrärahoja matkailun edistämiseen tuntuvasti viimeisen kymmenen vuoden aikana. Rahoitusta on myös muutettu hankeperusteiseksi, mikä ei ole tuonut toivottuja tuloksia. Hankkeiden rahoituksen loppuessa käteen on jäänyt vain vähän.

☒ Visit Finlandin perusrahoitus tulee nostaa 10 miljoonan euron tasolta 20 miljoonaan euroon vuodessa. Summa on vähäinen, kun ottaa huomioon, että Suomen matkailuviennin arvo oli ennen koronaa 5,3 miljardia euroa.

Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry

---

Timo Lappi

toimitusjohtaja

---

Kai Massa

lakimies

Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry on matkailu-, ravintola- ja vapaa-ajan palvelualojen elinkeino- ja työmarkkinajärjestö. MaRa edustaa hotelleja, kylpylöitä, viikko-osakeyhtiöitä, leirintäalueita, kongressi- ja tapahtumatoimialan yrityksiä, ravintoloita, catering-yhtiöitä, eines- ja valmistuskeittiöitä, kahvi-loita, pubeja, yökerhoja, liikenneasemia, huvi-, teema- ja elämyspuistoja, keilahalleja, festivaaleja ja konserttitapahtumia, ohjelmapalveluyhtiöitä, luontomatkailuyhtiöitä, hiihtokeskuksia sekä matkailun markkinointi- ja välityspalveluita tarjoavia yrityksiä. MaRassa on 3 100 jäsentä, joilla on 7 700 toimi-paikkaa. MaRan jäsenyhtiöt työllistävät noin 70 000 henkilöä

**Mikä on näkemyksenne tiekartan tavoitteista ja toimenpiteistä oman toimialanne tai toimintanne näkökulmasta?**

-

**Komenttine luvusta 5.1**

-

**Komenttine luvusta 5.2**

-

**Komenttine luvusta 5.3**

-

**Komenttine luvusta 5.4**

-

**Komenttine luvusta 5.5**

-

**Millaisena näette oman organisaationne tai edustamanne tahon roolin tiekartan toimenpiteiden toteuttamisessa?**

-

**Miten arvioisitte tiekartan toimenpiteiden vastuuttamista? Ovatko kaikki keskeiset toteuttajat kunkin toimenpiteen osalta tunnistettu? Mahdolliset toimenpidekohtaiset ehdotuksenne toteuttajien lisäämiseksi tai poistamiseksi?**

-

**Mahdolliset muut tiekarttaehdotusta koskevat huomionne.**

-



Massa Kai  
Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry