



# SYÖTTEEN LUONTOMATKAILU- SUUNNITELMA 2017



METSÄHALLITUS

# SISÄLLYS

<b>Luontomatkailusuunnitelma, miksi?</b> .....	3
<b>1. Alueen määrittely ja paikannus</b> .....	5
1.1 Mikä Syöte?.....	5
1.2 Luontevasti osana suurempaa.....	5
1.3 Syötteen kansallispuisto maailmalla.....	6
<b>2. Syötteen luontomatkailun kehittämistä ohjaavat strategiset linjaukset ja ohjelmat</b> .....	7
2.1 Luontomatkailuun vaikuttavat kansainväliset ohjelmat.....	7
2.2 Luontomatkailuun vaikuttavat kansalliset strategiat ja ohjelmat .....	7
2.3 Luontomatkailuun vaikuttavat maakunnalliset ja seudulliset strategiat ja ohjelmat .....	8
2.4 Luontomatkailuun vaikuttavat paikalliset strategiat, ohjelmat ja suunnitelmat .....	10
<b>3. Luontomatkailun asiakkaat ja tulevaisuus</b> .....	11
3.1 Matkailun kuluttajakäyttäytymiseen vaikuttavat megatrendit.....	11
3.2 Luontomatkailun trendit .....	12
<b>4. Asiakkaan palvelupolku ja brändin rakentaminen</b> .....	14
<b>5. Syöte luontomatkailukohteena 2016</b> .....	16
5.1 Tarjonta .....	17
5.2 Kysyntä .....	21
5.2.1 Kävijämäärät ja niiden kehitys .....	21
5.2.2 Kävijäprofiili .....	21
5.2.3 Kävijöiden harrasteet ja motiivit .....	24
5.2.4 Kävijöiden kokemat terveys- ja hyvinvointivaikutukset .....	26
5.3 Viestintä .....	26
5.4 Syötteen luontomatkailun Swot-analyysi .....	28
<b>6. Luontomatkailun kestävyys</b> .....	31
6.1 Kestävän matkailun periaatteet .....	31
6.2 Luontomatkailun kestävyden arviointi.....	32
6.3 Kestävyden nykytilan arviointi.....	32
6.3.1 Ekologinen kestävyys.....	32
6.3.2 Sosio-kulttuurinen kestävyys .....	33
6.3.3 Taloudellinen kestävyys.....	34
6.4 Kestävyden seurantamittariston päivitys.....	34
<b>7. Syötteen kansallispuiston visio 2025</b> .....	35
<b>8. Syötteen kansallispuiston brändipyörä vuodelle 2025</b> .....	36
<b>9. Mitä brändipyörä pitää sisällään?</b> .....	37
9.1 Asiakkaat .....	37
9.2 Asiakaskokemus ja suunnittelun ohjurit.....	37
9.3 Kärkiaktiviteetit.....	40
9.4 Kärkituotteet ja -reitit .....	41
9.5 Erilaistavat ylivoimatekijät .....	42
<b>10. Toimintaohjelma</b> .....	43
VIESTINTÄ, MARKKINOINTI JA YHTEISTYÖ .....	44
REITISTÖT JA PALVELUVARUSTUS .....	49
SYÖTTEEN LUONTOKESKUS – HIRSINEN PORTTI KANSALLISPUISTON ELÄMYKSIIN.....	52
KESTÄVYYDELLÄ KÄRKEEN.....	54
LIIKETOIMINTAMAHDOLLISUUKSIEN LUOMINEN .....	57
Lähdeluettelo.....	58
<b>Liitteet:</b>	
1. Good for Parks, Good for people -ECST benefits, conditions and guidelines .....	61
2. Metsähallituksen kestävä matkailun periaatteet .....	86
3. Syötteen luontomatkailun ympäristövaikutusten seurantamittaristo 2011– 2015 ja toteutumisen arvio .....	90
4. Edellisen luontomatkailusuunnitelman toteutumisen arviointi.....	95



# LUONTOMATKAILU- SUUNNITELMA, MIKSI?

*Syöte on merkittävä matkailukohde Pohjois-Suomessa. Sen vaaramaisemat ovat houkutteleet retkeilijöitä puoleensa jo usean vuosikymmenen ajan ja vuonna 2000 noille selkosille perustettu Syötteen kansallispuisto on edelleen nostanut ja monipuolistanut alueen profilia ja matkailullista houkuttelevuutta.*

Kansallispuiston perustamisen myötä Syöte on luontomatkailukohteena ottanut isoja harppauksia eteenpäin. Tällä hetkellä voidaankin jo sanoa Syötteen olevan mainio kohde monipuoliseen luonnon kokemiseen ja luontoliikunnan harrastamiseen. Kehitystyöhön sekä laadun ja kestävyyden varmistamiseen tulee kuitenkin panostaa jatkuvasti. Jotta Syöte voi tulevaisuudessa olla luontomatkailukohteena yhä vetovoimaisempi ja laadukkaampi, on kansallispuistoa kehitettävä tuotteiltaan, palveluiltaan ja imagoiltaan osana alueen muuta tarjontaa ja yhteistyössä alueen matkailutoimijoiden kesken. Tämän vuoksi aktiivisuus paitsi luontomatkailun, myös koko Syötteen matkailualueen elinkeinostrategian kehittämisessä on yhä oleellisempaa.

Luontomatkailun suosio on tällä hetkellä kasvussa ja luonnossa liikkumisesta on tulossa urbanisoituneiden länsimaalaisten keskuudessa yhä voimakkaampi trendi. Jotta yksittäinen kohde voisi menestyä jatkuvasti kasvavassa ja monipuolistuvassa luontomatkailun kohdevalikoimassa, on sen erottauduttava ja profiloituttava omilla vahvuuksillaan. Käytännössä tämä tarkoittaa omien voimavarojen tiedostamista, asiakkaan tarpeiden ja odotusten tuntemista, kärkituotteisiin ja viestintään liittyviä valintoja sekä näihin pohjautuen onnistunutta brändin rakentamista. Luontomatkailusuunnitelman tavoite onkin määritellä Syötteen luontomatkailun tavoitebrändi yhdistämällä alueen vahvuudet, ominaispiirteet ja valinnat luontomatkailun tulevaisuuden näkyymiin ja asiakasodotuksiin. Tämän pohjalta luontomatkailusuunnitelmassa nimetään alueen kehittämisen suuntaviivat sekä linjataan keinoja ja toimenpiteitä, joiden avulla rakennetaan ja tuetaan määriteltyä tavoitebrändiä.

Luontomatkailusuunnitelma nostaa Syötteen luontomatkailun tulevien vuosien kehittämistyötä läpileikkaaviksi teemoiksi ja samalla onnistumisen edellytyksiksi kestäväen kehityksen, asiakaskeskeisyyden ja mahdollistavan toimintakulttuurin edistämisen. Matkailussa kestäväyden vaaliminen, aitous, luonto- ja kulttuuriarvojen kunnioittaminen ovat paitsi itseisarvoja, myös yhä enemmän laatua ilmentäviä valtteja. Sen lisäksi, että hyvä luontomatkailukohde varmistaa matkailun ekologisen ja sosio-kulttuurisen kestäväyden, tarjoaa se lähiseudun asukkaille työtä, toimeentuloa ja palveluita. Luontomatkailusuunnitelman tavoitteena on varmistaa alueen kehityksen moniulotteinen kestävyys. Suunnitelmassa myös arvioidaan kestävyteen liittyvien tavoitteiden toteutuminen viimeisimmällä tarkastelujaksolla.

Toimijälähtöisten tavoitteiden asettamisen sijasta suunnitelmassa nostetaan asiakaslähtöisyys yhdeksi kehittämisen ja toiminnan keskipisteeksi. Mm. asiakaspalautteista sekä asiakas- ja kävijätutkimuksista saadun tiedon avulla suunnitelmassa otetaan kantaa siihen, millainen Syöte palvelee tulevaisuuden luontomatkailun asiakasta parhaiten ja miten Syöteen luontomatkailun ja siihen liittyvän viestinnän laatua vahvistetaan läpi koko asiakkaan palvelupolun. Tunnistamalla Syöteen luontomatkailulle relevantit asiakassegmentit suunnitelma varmistaa sen, että alueen kehitystavoitteet ja asiakkaiden odotukset kohtaavat. Tämä jo osaltaan parantaa asiakaskokemuksen laatua.

Jotta kehittämistyö on aidosti tuloksellista ja innovatiivista sekä rakentaa alueen luontomatkailulle uskottavaa brändiä, täytyy toiminnan yhtenä kulmakivenä olla mahdollistavuus. Perinteisiä rooleja, toimintamalleja ja raja-aitoja täytyy voida purkaa yhteisen tavoitteen saavuttamiseksi. Suunnitelman yhtenä tavoitteena onkin tunnistaa ja nostaa esille uusia tapoja toimia ja täten rohkaista myös muita alueen toimijoita kehittämään uusia kumppanuuksia ja yhteistyön malleja, joista hyötyvät luonto, paikalliset, matkailualue ja lopulta myös asiakas.

Luontomatkailusuunnitelman tarkoituksena on siis tehdä luontomatkailun kehittämistyöstä suunnitelmallista, tavoitteellista ja läpinäkyvää. Lisäksi se raamittaa ja inspiroi kehittämiseen liittyvää yhteistyötä alueen matkailutoimijoiden kesken. Vahvistamalla ymmärrystä luontomatkailun tulevaisuudesta ja asiakkaan odotuksista, antamalla työkalut palveluiden, viestinnän ja tuotteistuksen laadun parantamiselle sekä uusien liiketoimintamahdollisuuksien tunnistamiselle luontomatkailusuunnitelma vastaa perimmäiseen tarkoitukseensa eli kestävyyden ja hyvinvoinnin moniulotteiseen varmistamiseen Syötteellä. Luontomatkailusuunnitelman tarkoituksena on saada Syöteen suojelualueet tuottamaan yhä enemmän hyvinvointia luonnolle, yksilölle, paikallisyhteisöille ja yhteiskunnalle sekä samalla antaa askelmerkit alueen kehitykselle kohti yhä kestävämpää ja täten myös laadukkaampaa matkailukohdetta.

Syöteen luontomatkailusuunnitelman päivitys on laadittu vuoden 2016 aikana. Se on työstetty vahvasti yhteistyössä alueen matkailutoimijoiden kanssa. Tämä osaltaan takaa sen, että suunnitelma on alueen yhteinen, ja että toimijat myös sitoutuvat sen tavoitteisiin.

#### **Luontomatkailusuunnitelman laatimisprosessi on pitänyt sisällään:**

- kahdenkeskiset keskustelut alueen matkailuyrittäjien kanssa
- keskustelutilaisuuden Syöteen matkailuyhdistyksen hallituksen kanssa
- keskustelun Syöteen kansallispuiston yhteistoimintaryhmän kanssa
- keskustelun Pudasjärven kaupungin edustajien kanssa
- Pohjanmaan luontopalveluiden sisäisiä työpajoja
- Syöteen kansallispuiston kävijätutkimuksen tarkastelun
- Syöteen luontokeskuksen asiakastutkimuksen tarkastelun
- Syöteen matkailualueen asiakastutkimuksen tarkastelun
- Syöteen matkailualueen yhteisen brändityöpajan
- Syöteen matkailustrategian päivitystyöpajan

Prosessista sekä suunnitelman kirjoittamisesta vastasi erikoissuunnittelija Heidi Lumijärvi. Syöteen kansallispuiston yhteistoimintaryhmä on hyväksynyt suunnitelman kokouksessaan 7.12.2016.



# 1 ALUEEN MÄÄRITTELY JA PAIKANNUS

## 1.1 MIKÄ SYÖTE?

*Suunnitelma keskittyy Syötteellä tapahtuvan luontomatkailun suunnitteluun ja kehittämiseen. Vaikka alueellinen pääpaino on Syötteen kansallispuistossa, huomioidaan myös sen välittömässä läheisyydessä sijaitsevat Iso-Syötteen retkeilyalue ja Syötteen virkistysmetsä sekä Soiperoisen luonnonsuojelualue. Tässä suunnitelmassa Syötteen aluekokonaisuudella tarkoitetaan edellä mainittuja luontokohteita.*

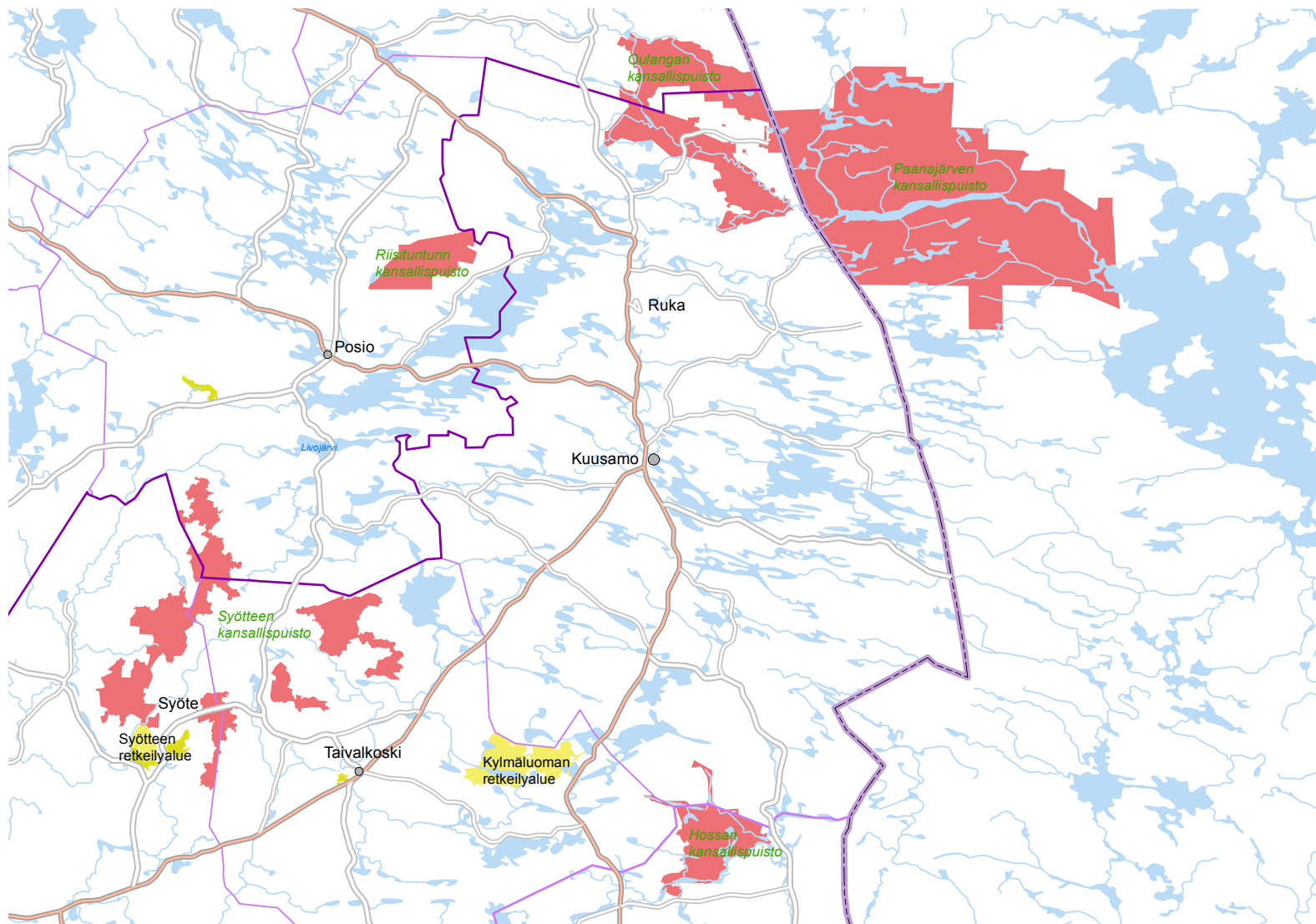
Jatkossa Syötteellä viitataan Iso- ja Pikku-Syötteen hiihtokeskuksia välittömästi ympäröivään matkailukeskukseen, jonne tärkeimmät matkailutoiminnot ja -palvelut sijoittuvat. Syöte kattaa lähialueita kansallispuistosta, Iso-Syötteen retkeilyalueen, Syötteen virkistysmetsän sekä niitä ympäröiviä yksityisiä ja valtion alueita.

## 1.2 LUONTEVASTI OSANA SUUREMPAA

Tulevaisuudessa yksittäisten matkailukohteiden tulee yhä vahvemmin ja avoimemmin asemoitua osaksi perinteiset hallintorajat ylittäviä matkailualueita niin tuotteistuksen, myynnin kuin markkinoinninkin suhteen. Syöte on luonteva osa sekä Oulun alueen, että Koillismaan matkailukokonaisuutta.

Koillismaahan suuntautuvat yhteistyön osalta Syötteen luontomatkailulla ja kansallispuistolla on vahvat edellytykset verkostoitua osaksi Kainuun ja Koillismaan kansallispuistojen kokonaisuutta. Tavoitteena on muodostaa viestinnällinen ja toiminnallinen verkosto, joka pitää sisällään eri vahvuuksilla profiloituneita kansallispuistoja. Konsepti tuo markkinointiin selkeää lisäarvoa ja alue näyttäytyy asiakkaalle yhä houkuttelevampana ja monipuolisempana. Lisäksi verkostoyhteistyö tuo mukanaan alueen yrittäjille uusia liiketoiminnallisia mahdollisuuksia.

Koillismaan ohella Syöte kytkeytyy luontevasti osaksi Oulun seudun matkailutarjontaa. Syöte on paitsi Oulun seudun asukkaalle tärkeä virkistys- ja lomanviettokohde, se myös monipuolistaa tarjontaa Ouluun saapuville matkailijoille.



### 1.3 SYÖTTEEN KANSALLISPUISTO MAAILMALLA

Syöteen kansallispuisto on jäsenenä Euroopan kansallispuistoliiton (EUROPARK) ylläpitämässä Charter -ohjelmassa. Ohjelman tarkoituksena on taata luontomatkailun moniulotteinen kestävyys Euroopan suojelualueilla. Kestävyyden edistämiseksi jäsenet ovat sitoutuneet noudattamaan ohjelman periaatteita (liite 1), minkä lisäksi jäsenet tekevät keskenään verkostoyhteistyötä, jossa mm. jaetaan hyviä käytänteitä ja kokemuksia. Verkostoon kuului vuoden 2016 lopussa 157 suojelualuetta 19 eri maasta. Suomesta verkostoon kuuluu Syöteen lisäksi Kolin ja Pallas-Yllästunturin kansallispuistot. Luontomatkailusuunnitelma osaltaan takaa ohjelman periaatteiden toteutumisen Syötteellä.

# 2

## SYÖTTEEN LUONTOMATKAILUN KEHITTÄMISTÄ OHJAAVAT STRATEGISET LINJAUKSET JA OHJELMAT

### 2.1 LUONTOMATKAILUUN VAIKUTTAVAT KANSAINVÄLISET OHJELMAT

#### European Charter for Sustainable Tourism in Protected Areas

Syötteen kansallispuisto on European Charter-verkoston jäsen. Ollakseen voimassa jäsenyys tulee uusia viiden vuoden välein. Charter-ohjelman periaatteiden mukaan jäsenalueiden matkailun tulee olla ekologisesti, sosiaalisesti ja taloudellisesti kestävä. Ohjelma myös edellyttää jäseniltään alueensa matkailutoiminnan jatkuvaa kehittämistä. Ohjelmaan hyväksyttävillä suojelalueilla tulee olla kestävä matkailun strategia, sekä sen toteuttamiseen tähtäävä toiminta-ohjelma, jotka on laadittu yhteistyössä alueen muiden toimijoiden kanssa. Toimintaohjelman sisältöä ja toteutumista valvoo alueellinen Charter Forum eli yhteistoimintaryhmä. (Europark Federation 2015.)

Jotta European Charter-jäsenyydestä saadaan todellista lisäarvoa, on oleellista toimia kansainvälisessä verkostossa aktiivisena jäsenenä ja pyrkiä hyödyntämään sen tarjoamat mahdollisuudet alueen matkailun kehittämisessä ja markkinoimisessa. Oleellista on myös saada alueen matkailuyrittäjät aidosti ja aktiivisesti mukaan verkoston toimintaan.

### 2.2 LUONTOMATKAILUUN VAIKUTTAVAT KANSALLISET STRATEGIAT JA OHJELMAT

#### Suomen matkailun kasvun ja uudistumisen tiekartta ”Yhdessä enemmän” 2015-2025

Tiekartan päämäärän mukaisesti Suomi on vuonna 2025 Pohjois-Euroopan ykkösmatkailukohde. Tuotekokonaisuudet ovat niin yksityishenkilöille kuin matkailuammattilaisille helppoja löytää ja ostaa. Markkinoinnin ja myynnin innovatiivisten asiakaslähtöisten ratkaisujen ohella digitaaliset ratkaisut lisäävät elämyksellisyyttä ja parantavat kannattavuutta. Kestävä matkailu, kannattavuus, uudet yhteistyömallit ja laatujohtaminen ovat keskeisiä menestyksen tukipilareita. Yhteistyö- ja kumppanuusmallit ovat maailmanluokkaa. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2015.)

Luontomatkailusuunnitelman tavoitteena on vastata Suomen kasvun ja uudistumisen tiekartassa esitettyihin kehittämistarpeisiin antamalla toimintaohjelmassa selkeät askelmerkit alueellisen yhteistyön lisäämiselle, tuotetarjonnan monipuolistamiselle sekä tuotteiden saavutettavuuden helpottamiselle.

### **Visit Finlandin hallinnoimat katto- ja kasvuohjelmat sekä kärkihankkeet**

Matkailun maailmanlaajuisten trendien pohjalta Visit Finland on nimennyt Suomen avainvaihuvuiksi kansainvälisessä kilpailussa mm. luonnon puhtauden ja monipuolisuuden, suomalaisen luontosuhteen ja luonnon hyvinvointivaikutukset. Tuotekehitystoimintansa painopistealueiksi Visit Finland on määritellyt neljä strategista teemaa: hyvinvointi, kulttuuri, kesä ja talvi. Teemoja läpileikkaavista kasvu- ja katto-ohjelmista sekä kärkihankkeista Syötteen luontomatkailuun liittyvän kehittämistyön kannalta relevanteimpia ovat Finrelax<sup>®</sup> – Suomesta hyvinvointimatkailun kärkimaa, Stopover Finland – Suomi johtavaksi stopover-maaksi, Kesäaktiiviteetit – Outdoors Finland ja kulttuurimatkailun edistämiseen keskittyvä Culture Finland. Lisäksi talvikauden tarjonnan monipuolistamiseen tähtäävä Talvimatkailustrategia on myös oleellinen mietittäessä Syötteen matkailun kehittämistä. (Visit Finland 2016, 2014a, 2014b, 2014c, 2014d, 2013.)

### **Metsähallituksen Luontopalveluiden Luonto- ja eräpalvelut, terveys ja hyvinvointi 2025 –ohjelma**

Yhtenä merkittävänä Luontopalveluiden tulevien vuosien toimenpiteitä ja kehittämisen suuntaviivoja ohjaavana strategiana toimii Luonto- ja eräpalvelut, terveys ja hyvinvointi 2025 –ohjelma, jonka päämääränä on edistää terveyttä ja hyvinvointia monimuotoisen luonnon avulla. Koska Luontopalvelut vastaa suojelualueiden retkeilyrakenteista ja –palveluista sekä niihin liittyvästä viestinnästä, on se avainasemassa mahdollistamassa niin paikallisten kuin matkailijoiden luontosuhdetta, luonnossa liikkumista ja täten edistämässä luonnon tuottamien terveys- ja hyvinvointivaikutusten kasvua. Ohjelma nimeää päämäärää tukevat, teemoittaiset tavoitteet ja niiden saavuttamiseen tähtäävät toimenpiteet, joita sovelletaan aluekohtaisesti käytännön tekemiseen. Luontomatkailusuunnitelman toimintaohjelma saattaa osan em. toimenpiteistä käytäntöön Syötteen osalta.

Lisäksi Metsähallituksen muista valtakunnallisista strategioista luontomatkailusuunnitelman kannalta keskeisimpiä ovat Kestävän luontomatkailun periaatteet (liite 2), Luonnonsuojelualueiden hoidon ja käytön periaatteet sekä Metsähallituksen ympäristö- ja laatukäsikirja. Lisäksi matkailun yhteistyölle on laadittu valtakunnalliset ohjeet.

## **2.3 LUONTOMATKAILUUN VAIKUTTAVAT MAAKUNNALLISET JA SEUDULLISET STRATEGIAT JA OHJELMAT**

### **Pohjois-Pohjanmaan maakuntasuunnitelma 2040 ja maakuntaohjelma 2014-2017**

Pohjois-Pohjanmaan voimassa oleva maakuntasuunnitelma ja -ohjelma toteavat kansallispuistojen olevan suuressa roolissa matkailualueiden imagon rakennuksessa ja markkinoinnin tehostamisessa. Maakuntasuunnitelma ja -ohjelma myös nostavat kansallispuistot ja muut luontoalueet merkittäviksi tekijöiksi kansalaisten terveyden ja hyvinvoinnin edistämisessä. Nämä linjaukset sopivat hyvin Syötteen kansallispuiston tuotteistamiseen ja brändäykseen liittyvän tahtotilan kanssa. Kansallispuisto koetaan alueella markkinointivaltiksi, jota halutaan tulevaisuudessa tuoda yhä enemmän alueen imagon rakennuksessa esille. Kansallispuiston tuotteistuksen yksi tulevaisuuden kulmakivistä tulee olemaan luonnon terveys- ja hyvinvointivaikutukset. (Pohjois-Pohjanmaan liitto 2014.)



## **Pohjois-Pohjanmaan matkailulinkeidon kehittämisstrategia 2020**

Pohjois-Pohjanmaalla voimassa oleva matkailustrategia nimeää matkailulinkeidon kehittämisen neljäksi strategiseksi painopisteeksi: matkailukeskusten ja kärkituotteiden kehittämisen, matkailualueiden ja -keskusten saavutettavuuden ja infrastruktuurin kehittämisen, matkailualueiden imagon sekä matkailukeskusten myynnin ja markkinoinnin kehittämisen sekä matkailulinkeidon tutkimuksen ja koulutuksen. Tavoitteiden saavuttamiseksi nimetyt toimenpiteet heijastavat vahvasti Työ- ja elinkeinoministeriön strategisten ohjelmien esittämiä toimenpiteitä, jotka näkyvät vahvasti myös luontomatkailusuunnitelman toimintaohjelmassa. (Pohjois-Pohjanmaan liitto 2015.)

## **Koillismaa 2014+ elinvoimaohjelma**

Elinvoimaohjelman mukaan matkailussa nähdään runsaasti yhteistyömahdollisuuksia mm. Lappi-yhteistyön merkeissä ja varsinkin Taivalkosken osalta Syötteen matkailukeskuksen kanssa. Kasvun ja kansainvälistymistavoitteen vuoksi nähdään tarvetta erityisesti myynti- ja markkinointitoimenpiteisiin panostamiselle. Talvi on edelleen alueen vahvuus, mutta erityisesti luonto-, kesä- ja kulttuurimatkailun kehittämisessä on runsaasti hyödyntämättömiä mahdollisuuksia. Alueen tavoitteena on olla vetovoimainen, ympärivuotinen ja kansainvälinen outdoor-matkailualue. Toimenpiteiksi esitetään mm. luonto-, kulttuuri- ja hyvinvointimatkailun (sisältää mm. villi- ja lähiruoka, luontokuvaus, kulttuurimatkailu, hyvinvointi- ja liikunta-/urheilumatkailu) tuotteistamista ja myyntikonseptien kehittämistä sekä kyseisten alojen yhteistyön lisäämistä. (Naturpolis Oy 2014.)

## **Koillismaan kesämatkailun kasvuohjelma**

Koillismaan kesämatkailun kasvuohjelmassa nostetaan alueen kansallispuistot Oulanka, Riisitunturi, Syöte, Hossa sekä rajan takainen Paanajärvi merkittävään rooliin luontomatkailun nostamisessa uudelle tasolle. Ohjelmassa esitetään luotavaksi Wild Camp Finland -konseptia, joka yhdistää kaikki em. kansallispuistot yhdeksi palvelualustaksi. Konseptin ajatuksena on yhdistää luonnon kokeminen luksuspalveluihin.

Uudelle tasolle viedyn luontomatkailukokemuksen lisäksi Koillismaan kesämatkailussa halutaan imagollisesti nostaa entistä vahvemmin esille vastuullisuutta. Kesämatkailun kehittämisessä keskeiseksi tavoitteeksi on otettu aidon ja puhtaan luonnon kokemisen mahdollistaminen urbaaneille ihmisille modernilla, kestäväällä ja turvallisella tavalla. Koillismaan kesämatkailun vision mukaan Koillismaa on vuonna 2025 kulttuurisesti, taloudellisesti ja ekologisesti kestävä luontoon pohjautuvan kesämatkailun edelläkävijä Suomessa. Se on kansainvälisesti tunnettu ja arvostettu matkailukohde, joka on vienyt luontomatkailun käsitteen uudelle tasolle kehittämällä alueen neljän kansallispuiston ympärille korkealaatuisia palveluita. (Creamentors 2016.)

## **Oulun seudun matkailustrategia**

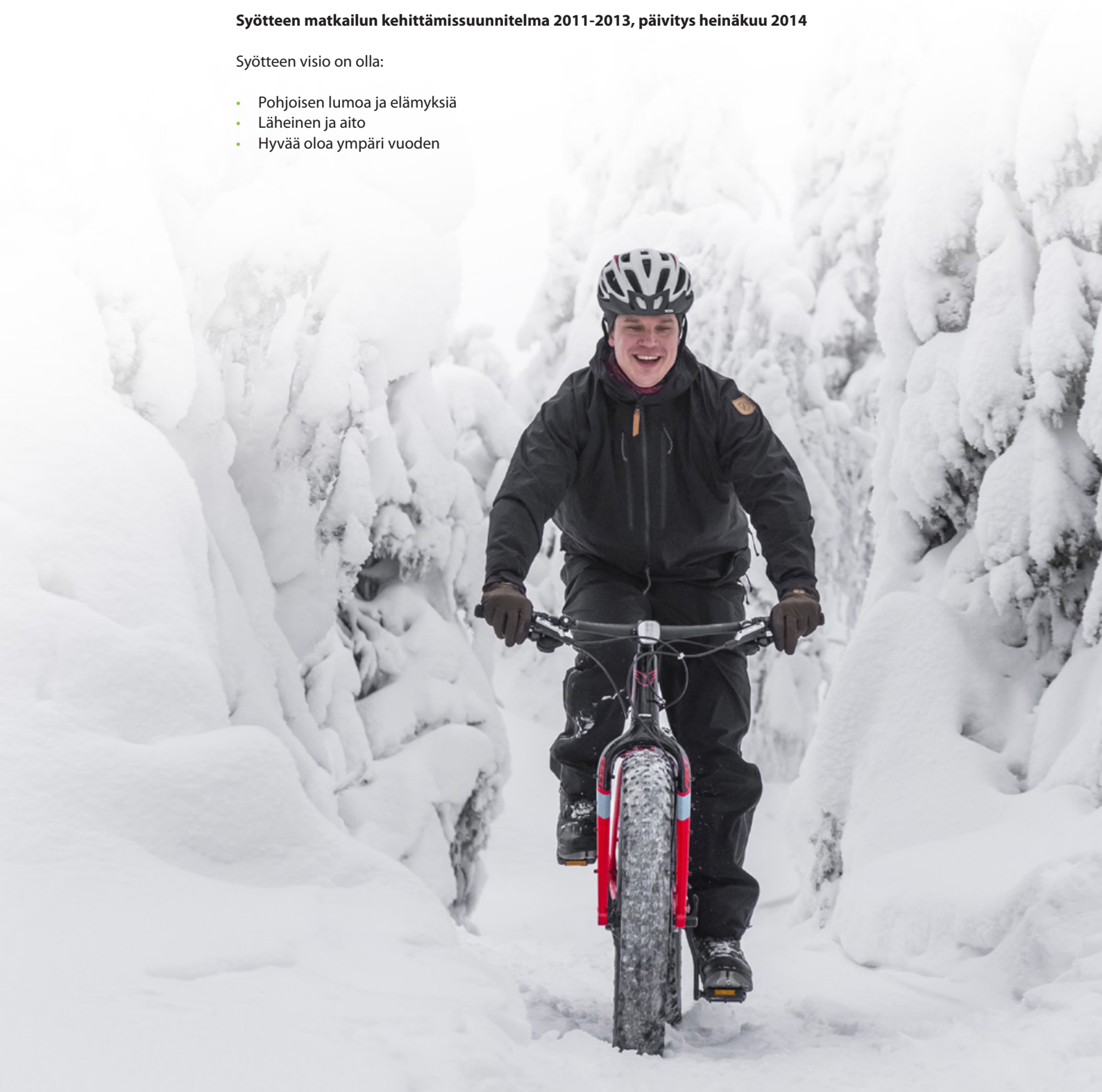
Oulun seudun matkailustrategian päivitys nostaa yhdeksi alueen vetovoimatekijäksi niin kotimaisille kuin kansainvälisillekin markkinoille Syötteen alueen luonnon ja sinne sijoittavat aktiviteetit. Oulun seudun matkailun selkeäksi kehittämisalueeksi strategia nimeää kärkituotteiden valinnan ja laadun kehittämisen. Kasvutavoitteiden saavuttamiseksi asiakaslähtöinen ja markkinadifferoitu tuotekehitys on tärkeää. Tuotteistuksessa alueen tarinoita tulisi hyödyntää nykyistä paremmin. Erityisenä haasteena strategia nimeää matkailun sesonkiluontoisuuden juuri mm. Syötteellä. (BusinessOulu 2014.)

## 2.4 LUONTOMATKAILUUN VAIKUTTAVAT PAIKALLISET STRATEGIAT, OHJELMAT JA SUUNNITELMAT

Syötteen matkailun kehittämissuunnitelma 2011-2013, päivitys heinäkuu 2014

Syötteen visio on olla:

- Pohjoisen lumoa ja elämyksiä
- Läheinen ja aito
- Hyvää oloa ympäri vuoden



# 3

## LUONTOMATKAILUN ASIAKKAAT JA TULEVAISUUS

*Asiakkaiden ymmärtäminen on tärkeää, jotta viestintää, markkinointia ja tuotteistusta osataan kehittää siten, että se tavoittaa oikeat kohderyhmät. Toisaalta ymmärtämällä asiakkaiden motiiveja, voidaan myös matkailun kielteisiä vaikutuksia minimoida ja riskejä hallita.*

*Alle on poimittu matkailuun liittyviä globaaleja ilmiöitä sekä luontomatkailun trendejä, jotka osaltaan avaavat luontomatkailuasiakkaiden tulevaisuuden tarpeita ja odotuksia. Täten ne vaikuttavat myös Syötteen luontomatkailun kehitykseen ja kysyntään.*

### 3.1 MATKAILUN KULUTTAJAKÄYTTÄYTYMISEEN VAIKUTTAVAT MEGATRENDIT

#### **Kysynnän muutos**

Luontomatkailu on tällä hetkellä maailmalla kasvava trendi. Hektinen ja stressaava arki lisää omasta hyvinvoinnista huolehtimisen tarvetta ja saa ihmiset hakemaan rauhoittavaa vastakohtaa. Täten kaupungeissa asuvat ihmiset hakeutuvat vapaa-ajallaan yhä useammin luontoon, joskin urbanisoitumisen myötä ihmisten luontoyhteys on kaventunut ja luonnon tuntemus sekä luonnossa liikkumiseen liittyvä osaaminen heikentynyt.

Länsimaisen väestön ikääntyminen tulee näkymään voimakkaasti matkailussa. "Aktiiviset seniorit" ovat tulevaisuudessa yhä merkittävämpi matkailijasegmentti. Seniorit ovat vauraampia, terveempiä ja aktiivisempia kuin aikaisemmin. Heillä on aikaa ja halua matkustaa. Matkailuelinkeinon on yhteiskunnan muiden sektoreiden tapaan varauduttava palvelemaan tätä kulutuskykyistä ja usein mukavuuden haluista asiakasjoukkoa. Matkailualan tulee myös hallita entistä eriytyneempiä asiakasryhmiä. Sukupolvien ja erilaisten elämäntapojen erottamat asiakasryhmät vaativat erilaisia palveluita. Tämä edellyttää herkkyyttä tunnistaa eri asiakassegmenttejä ja heidän tarpeitaan matkan haaveiluvaiheesta matkan jälkeiseen kokemusten jakamiseen ja jaisteluun. Palveluita pitää siis tuottaa yhä asiakaslähtöisemmin kaikkiin matkan vaiheisiin. (mm. Centre for Recreation and Tourism Research 2016, 4-5; Eagles P. F. ym. 2002, 14-15; Puhakka 2011, 9-10; Visit Finland 2015, 28, Työ- ja elinkeinoministeriö 2010, 14)

Yhtenä kysyntään vaikuttavana globaalina matkailun muutoksena tulee jatkossa yhä vahvemmin näkymään aasialaisten kuluttajien määrän kasvu. Yhä useammalla on mahdollisuus matkustaa ja jo vuonna 2015 kiinalaiset olivat kolmannella sijalla maailman eniten pitkiä matkoja tekevänä kansakuntana saksalaisten ja yhdysvaltalaisen jälkeen. (ITB Academy 2015, 13.-15)

### **Digitalisaation, sosiaalisen median ja Informaatioteknologian kehityksen ja merkityksen räjähdysmäinen kasvu**

Digitalisaation ja sen myötä sosiaalisen median kehitys on muuttanut paitsi maailmaa, myös matkailua radikaalisti viimeisen vuosikymmenen aikana. Matkailupalveluiden markkinointi-, vertailu- ja ostoprosessit tapahtuvat jo lähes yksinomaan verkossa, jossa kuluttajat voivat järjestää matkansa itsenäisesti, tutustua matkakohteisiinsa etukäteen, jakaa kokemuksensa sekä tuottaa jälkikäteen arvosteluita ja suosituksia. Matkan suunnitteluvaiheessa käsitys tuotteista, palveluista ja kohteista muodostetaan yhä vahvemmin muiden asiakkaiden kokemusten pohjalta. So-siaalisessa mediassa käytävät keskustelut, erilaiset suositus- ja arviointipalvelut (esim. TripAdvisor) ja kuluttajien ylläpitämät blogit / vlogit ovat ohittaneet tietolähteinä perinteiset markkinointitoimet. Kuluttajat ovat siten aktiivisia tuotetiedon tuottajia ja levittäjiä -markkinoijia. Matkailumarkkinoinnissa tuleekin osata hyödyntää yhä paremmin juuri asiakkaiden tuottamaa sisältöä. (mm. Työ- ja elinkeinoministeriö 2015b, 24-28; Future Foundation 2015, 16; UNWTO 2014, 32.)

Tulevaisuudessa digitalisaation ja informaatioteknologian kehitys muuttaa ja monipuolistaa yhä vahvemmin myös matkailutuotteiden ja -palveluiden tuottamista ja käyttöä. Esimerkiksi matkailijoiden opastus tapahtuu jatkossa yhä useammin erilaisten mobiilisovellusten tai vaikkapa google-lasien avulla. Lisäpalveluiden oston voi tehdä mobiilisovelluksen avulla paikan päällä kohteessa ja matkoja tai esimerkiksi luontopolkuja voi kokea virtuaalisesti. (Tulevaisuusvaliokunta 2013.)

Digitalisaation kehityksen myötä myös nk. jakamistalousilmiö on tullut yhä isompaan rooliin matkailussa. Jakamistaloudella tarkoitetaan yhteisöllisyyden ja paikallisuuden merkityksen kasvamista kuluttamisessa ja tuotannossa. Nykyteknologian mahdollistaa ennestään tuntemattomien ihmisten välillä mm. kulkuvälineiden lainaamista, majoitusjärjestelyitä tai yhteistä ajanviettoa ja tekemistä. Ilmiön myötä matkailijat pääsevät yhä helpommin kokemaan uniikkeja, perinteisen matkailuteollisuuden ulkopuolisia elämyksiä.

## **3.2 LUONTOMATKAILUN TRENDIT**

Arjen kiireisyyden vastapainona on omasta hyvinvoinnista huolehtiminen noussut keskeiseksi matkailun trendiksi. Ihmiset tuntevat vastuunsa toimintakykynsä ylläpidosta ja ovat valmiita investoimaan siihen. Hyvinvoinnin edistäminen voi olla joko koko loman päämotiivi taikka se voi olla esimerkiksi lyhyt ohjelmapalvelu loman aikana. Luontomatkailla on hyvinvointimatkailla keskeinen rooli. Luontoympäristön tuottamia terveys- ja hyvinvointivaikutuksia on lukuisten tutkimusten ansiosta alettu lähiaikoina ymmärtämään yhä enemmän. Lyhyesti voidaan todeta luonnolla olevan merkittäviä myönteisiä vaikutuksia ihmisten fyysiseen ja psyykkiseen terveyteen sekä hyvinvointiin. Välittömien hyötyjen lisäksi luontoympäristö tuottaa terveyshyötyjä myös välillisesti houkuttelemalla liikkumaan. Kaiken kaikkiaan luontoympäristöt ovat valtava, ja suurilta osin vielä hyödyntämätön, mahdollisuus terveys- ja hyvinvointimatkaillen kehittämisessä ja tuotteistuksessa (Centre for Recreation and Tourism Research 2016, 8). Osana arjesta irrottautumista on matkailuun syntynyt nk. digipaastoilmiö. Digitalisaation valloittaessa lähes kaikki ihmisen elämän osa-alueet, antaa irrottautuminen vähintäänkin kaikesta internetyhteyden omaavista teknisistä laitteista sekä puhelimesta tilaa henkilökohtaiselle läsnäololle ja aitojen, moniaististen kokemusten vastaanottamiselle.

Hyvinvointimatkailun suosioon liittyy myös nk. hitauden arvostus (slow travel, slow adventure, slow food jne). Käytännössä tämä tarkoittaa aitoutta, paluuta perusasioihin sekä luonnosta saatavaa henkisyttä ja terapeuttisuutta. Hitaissa lomissa ja ohjelmapaleluissa yhdistyy kiireettömyys, luonnonläheisyys, tietoisuustaitojen kehittäminen ja paikallisuus liikkumiseen ja tekemiseen. Esimerkkeinä hitaista ohjelmapalveluista ovat mm. perinteisiin töihin osallistuminen, luonnon tarkkailu ja kuvaus, käsin tekeminen, kaikin aistein kokeminen ja lihas- tai luonnonvoimin tapahtuva liikkuminen. Hitauteen liittyy myös uuden oppiminen, kuten ruoan valmistaminen itse poimituista raaka-aineista tai tutustuminen paikallisten ihmisten arkeen. (Centre for Recreation and Tourism Research 2016, 1.)

Luontomatkailussa on selvästi nähtävissä, että matkailijat ovat yhä kokeneempia, kriittisempiä sekä laatu- ja hintatietoisempia. Yhtenä laadun edellytyksenä pidetään ympäristön huomiointia ja vastuullisuutta. Paitsi että matkailijat odottavat ostamiltaan palveluilta kestävyttä, he myös hakevat yhä enemmän kokemuksia, joilla on merkitys ja tarkoitus. Elämyskuluttamisesta siirrytään kohti merkityskuluttamista

(mm. Eagles P. F. 2002, 20; Puhakka 2011, 13–14.) Tämä tarkoittaa mm. sitä, että matkailun halutaan tulevaisuudessa hyödyttävän enemmän paikallisia yhteisöjä kuin globaaleja suuryrityksiä. Eettisesti ja sosiaalisesti kestävä matkailukohde tarjoaakin matkailijoille aitoja, paikallisia tuotteita ja palveluita persoonattomien ketju- ja suuryritysten vastaavien sijasta. (Future Foundation 2015, 62–63; Yeoman 2008, 37, 184.)

Eettisyyden korostumiseen ja merkityskuluttamisen kasvuun perustuu myös vapaaehtoistyön suosion kasvu osana matkailua. Vapaaehtoistyö matkakohteessa voi olla koko matkan motivaatio tai vain yksittäinen ohjelma matkan aikana. Vapaaehtoismatkailun tarkoituksena on tuottaa hyötyjä sekä matkailijalle että matkakohteelle. Matkailija oppii uutta esimerkiksi ympäristöstä tai uudesta kulttuurista sekä tuntee tekemänsä työn myötä ”hyvää omaatuntoa”. (Future Foundation 2015, 62–63; Tourism Research and Marketing 2008 7, 10.) Toisaalta vapaaehtoistyö voi muodostua osaksi matkakohteen vetovoimaa hyödyttäen aluetta imagolisesti ja tuoden näin samalla alueen matkailuyrittäjille uusia mahdollisuuksia mm. tuotteistukseen.

Laadun korostumisen myötä myös paikallisuus ja aitous nousevat kohteen vetovoimatekijöinä yhä tärkeämpään rooliin. Matkailijat haluavat pelkästään kohteissa vierailun sijasta tutustua matkakohteissa paikalliseen elämäntapaan, ihmisiin, ympäristöön ja historiaan. Toisin sanoen nähdä uusia kulttuureja ja päästä ”koskemattomiin kohteisiin” - kokea paikantuntua. (mm. Yeoman 2008, 176; Future Foundation 2015, 36–38; Eagles P. F. ym. 2002, 14; Puhakka 2011, 18.)

Luontosuhteen kapenemisen, erämiestaitojen heikkenemisen, ihmisten fyysisen liikkumisen vähenemisen, aktiivilomien osittaisen valtavirtaistumisen ja arjen kiireisyyden sekä väestön ikääntymisen myötä luontoon ja palveluihin tutustuminen sekä luontoon lähteminen ja siellä eri aktiviteettien harrastaminen on tehtävä asiakkaille yhä helpommaksi. Helppous tarkoittaa esimerkiksi lyhyempiä ja helppokulkuisempia reittejä sekä saavutettavuuden ja palvelutason parantamista. Lisäksi asiakkaille pitäisi tulevaisuudessa pystyä tarjoamaan huollettua ja opastettua retkeilytarjontaa. Etenkin ulkomaalaisten asiakkaiden keskuudessa on kysyntää myös nk. all inclusive -tuotteille, kuten täysin huolletuille vaelluksille, joissa yöpyminen tapahtuu lakanoiden välissä. (mm. Räsänen 2016; Centre for Recreation and Tourism Research 2016, 5; UNWTO 2014; Visit Finland 2015, 30.)

Vaikka luksus luontomatkailussa tarkoittaa tulevaisuudessa yhä vahvemmin juuri pitkälle tuotteistettuja paketteja, joiden aikana asiakkaat pääsevät kokemaan aitoa ja villiä luontoa turvallisesti, majoittuen lakanoissa ja nauttien uniikeista elämyksistä ja fine dining -tason villistä ruoasta, liittyy se myös etenkin länsimaalaisten matkailussakin yhä enemmän palvelun henkilökohtaistamiseen ja räätälöintiin juuri tietyn asiakkaan tarpeisiin. Kuluttajan saamat kokemukset siis ohittavat materialismin luksuksen sisältönä. (Tourism Economics 2016, 4-5, 15-17). Tähän liittyy mm. ns. niche-markkinoiden kasvu, jolla tarkoitetaan luontoaktiviteettien harrastajien keskuudessa olevia, hyvin erikoistuneita palveluita ostavia kuluttajia. He haluavat pitkälle räätälöityjä, yleensä yhden aktiviteetin ympärille rakennettuja palveluita, joiden tuottaminen vaatii perehtyneisyyttä, asiantuntemusta ja omaa erityistä ympäristöä. (Centre for Recreation and Tourism Research 2016, 5.)



# 4 ASIAKKAAN PALVELUPOLKU JA BRÄNDIN RAKENTAMINEN

*Kuten aikaisemmin on todettu, luontomatkailun suosio on kasvussa. Tämän myötä yhä useammasta matkailukohteesta pyritään viestimään juuri luontomatkailukohteena. Jotta kovenevassa kilpailussa pystyy erottumaan edukseen, tulee kohteen tunnistaa omat vahvuutensa, tehdä palvelutarjontaan liittyviä rohkeita valintoja ja profiloitua selkeästi omien kärkituotteiden kautta. Profiloituminen tarkoittaa tiedostettua ja suunniteltua brändin rakentamista, joka ohjaa toimintaa ja kehitystyötä. Tavoitebrändin tulee ohjata kaikkea viestintää, markkinointia ja palveluntuotantoa asiakkaan palvelupolun kaikissa vaiheissa. Brändin tulee nostaa esille asiakkaan saavuttamia hyötyjä, kertoa kohteen markkinapositionista sekä eriyttää kohde selkeästi kilpailijoista. Toisin sanoen brändin mukaiselle viestinnällä kerrotaan asiakkaalle, miksi sen kannattaa valita juuri tietty matkakohde. Onnistuakseen tämä toki edellyttää asiakkaan tarpeiden tuntemista ja odotusten lunastamista. Brändin tulee siis olla myös uskottava ja lunastaa itsensä jokaisessa tuotteessa, kohtaamisessa ja palvelussa toisin sanoen asiakkaan palvelupolun kaikissa vaiheissa.*

<p><b>Haaveilu</b>          Potentiaalinen asiakas etsii inspiraatiota lomaansa; miten Syöte löydetään? Miten eri asiakassegmenttien käyttämät viestintäkanavat eroavat toisistaan? Miten Syöte näyttäytyy mielenkiintoisena kohteena ja erottuu kilpailijoistaan? Miten asiakas saa tietoa Syöteen kansallispuistosta?</p>	<p><b>Hankinta</b>          Asiakas on tehnyt päätöksen matkakohdeestaan. Miten hän saa ostettua ja varattua Syöteen kansallispuistoon liittyviä palveluita? Miten eri asiakassegmenttien käyttämät ostokanavat eroavat toisistaan?</p>	<p><b>Ennen matkaa</b>          Saako asiakas matkan lähestyttyä lisää tietoa kohteesta? Miten Syöteen kansallispuistoa palveluineen voidaan tässä vaiheessa tuoda esille?</p>	<p><b>Matkan aikana</b>          Asiakaslupauksen lunastus; miten taataan, että asiakkaan kokemus vastaa ennen matkaa luotua mielikuvaa? Miten Syötteelle tulevat matkailijat saavat kohteessa informaatiota kansallispuistosta? Miten mahdollisia lisäpalveluita voi kohteessa löytää ja ostaa?</p>	<p><b>Matkan jälkeen</b>          Miten asiakas pystyy jakamaan, muistelemaan ja suosittelemaan Syötettä ja kansallispuistoa sosiaalisessa mediassa? Miten asiakkaan kokemuksia voidaan käyttää osana markkinointia? Miten asiakas pystyy jättämään palautetta palveluiden tuottajille? Miten aikaisemmille asiakkaille voidaan tuottaa kohdennettua viestintää?</p>
---	---	--	--	--

Luontomatkalusuunnitelman työstämisen yhteydessä on samalla etsitty ja tunnistettu Syöteen luontomatkojen brändille aitoja perustuksia, joiden pohjalle kilpailuetua ja erottuvuuksia voidaan uskottavasti rakentaa. Myöhemmin tässä työssä tullaan esittelemään Syöteen kansallispuiston tavoitebrändi vuodelle 2025. Tavoitebrändi kokoaa yhteen Syöteen luontomatkojen vahvuudet ja erilaistavat valit, toimintaa ohjaavat arvot, asiakastutkimukset sekä alueen yrittäjien intressit antaen kehittämistyölle selkeät tavoitteet

Tavoitebrändin nimeäminen ei toki riitä, vaan sitä täytyy järjestelmällisesti rakentaa määriteltyjen kohdesegmenttien suuntaan. Yksi keino asiakaslähtöiseen suunnitteluun ja brändin rakentamiseen on nimetä suunnitteluajurit. Erilaisista asiakastutkimuksista ja taustatyöstä johdetuilla suunnittelun ajureilla asiakkaan tarpeet, tavoitteet ja motiivit tuodaan kehitystyön keskiöön. Suunnitteluajurit kiteyttävät, mitä palvelun tulisi tarjota ja mihin tarpeeseen vastata. Ne antavat suuntaviivat asiakasviestintään ja palvelutuotantoon. Myöhemmin tässä työssä tullaan nimeämään muutamia suunnitteluajureita, jotka on johdettu alueen asiakas- ja kävijätutkimuksista, luontomatkojen yleisistä kehitystrendeistä sekä Syöteen tunnistetuista vahvuuksista. Suunnitteluajureita täydentää työn lopussa oleva toimintaohjelma.

Brändin rakentamisen täytyy olla paitsi järjestelmällistä ja tarkkaa myös yhteistoiminnallista. Jotta kaikki alueen toimijat ilmentävät ja samalla siis rakentavat tavoitebrändiä samalla tavalla, on toimijoiden keskuudessa hyvä olla olemassa yhteinen brändiohje. Se kertoo, miten markkinointia konkreettisesti tehdään - millaisilla kuva-, teksti-, sana- ja väriarvoinailla sekä pääviesteillä brändiä vahvistetaan. Toisin sanoen brändiohje antaa kumppaniverkostolle työkalut yhtenäiseen viestintään. Syöteen luontomatkojen tavoitebrändiä vahvistamaan tullaan toteuttamaan brändiohje heti luontomatkalusuunnitelman valmistumisen jälkeen. (Tuulaniemi 2011, 69-79.)



# 5 SYÖTE LUONTOMATKAILU- KOHTENA 2016

*Syötteen luonto luo oivalliset puitteet luontomatkailun kehittämiseksi. Vuonna 2000 perustettua Syötteen kansallispuistoa voidaan pitää alueen luontomatkailun helmenä. Kohtalaisen nuoresta iästään huolimatta kansallispuisto onkin onnistunut lunastamaan paikkansa yhtenä alueen vetovoimatekijänä, joskin potentiaalia sen laajempaan imagolliseen ja tuotteistukselliseen hyödyntämiseen on yhä paljon käyttämättä.*

Kansallispuisto tarjoaa kulkijalleen monenlaista nähtävää ja koettavaa. Onnekas voi matkalansa nähdä vilauksen liito-oravasta taikka maakotkan uljaan kaartelun. Puiston kirkasvetisissä puroissa voi päästä seuraamaan pilkkukylkisen purotaminen matkaa ja tarkkasilmäisimmät onnistuvat huomaamaan naavakuusikoissa jopa itse metsän kuninkaan jälkiä.

Keskeltä puistoa, tietttömien taivalten takaa löytyvällä Rytivaaran tilalla kävijä voi tuntea ajan pysähtyneen. Pihapiirissä voi yhä melkein nähdä isännän liippaavan viikatettaan ja kuulla lehmän ammuva navetassa. Tilan taianomaisessa ilmapiirissä ja erämaasaunan löylyissä kiireinen nykypäivä unohtuu täysin. Vielä kauemmas menneeseen aikaan kävijä pääsee Pyhityksellä, jonka rinteiltä löytyvät myyttiset pöytäkivet herättävät mielikuvia villedistä uhrimenoista ja metsän hengistä. Kiiivettyään jyrkän nousun Pyhitystunturin huipulle kävijä ymmärtää, miksi se on aikoinaan ollut metsäsaamelaisille pyhä paikka.

Itse asiassa Syötteen kansallispuiston vetovoima kiteytyykin juuri avoimilta vaaranhuipuilta avautuvaan, vangitsevaan maisemaan. Taivasta vasten sinertävät vaarahiiput jonossa, rinteiden naavaiset ikikuusikot ja laajat suot, joiden reunoilla nököttää harmaantuneita latoja kertomassa menneestä ajasta, kaukainen porotokka ja hiljaisuuden rikkova käen ponnekas kukunta jossain taustalla –vaarametsien maa!



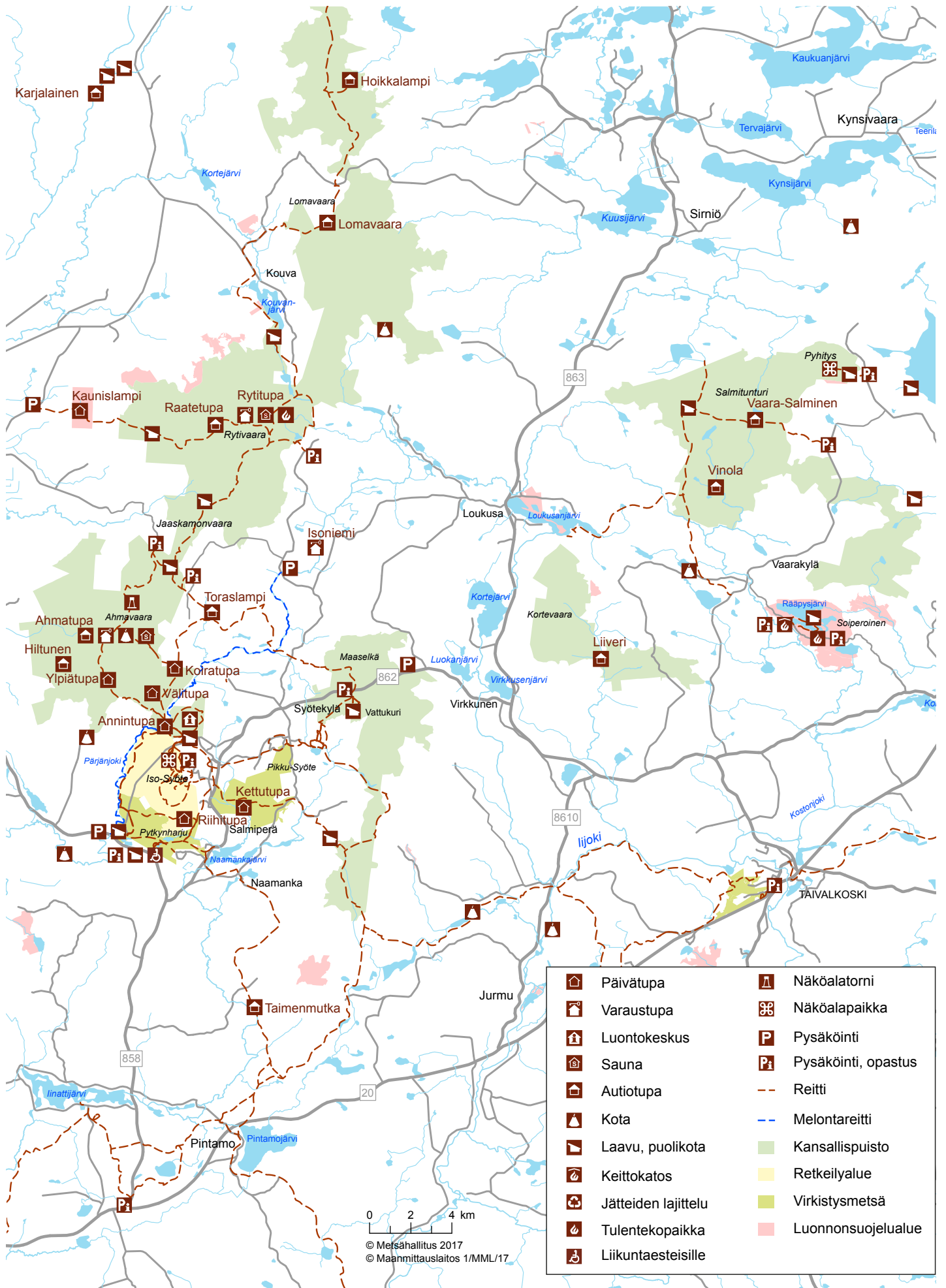
## 5.1 TARJONTA

Paitsi upeaa luontoa, hiljaisuutta ja tilaa, kansallispuisto palveluineen tarjoaa kävijälleen inspiroivan ympäristön erilaisille harrastuksille. Ahmatuvan kuuluisat munkit saavat sivakoitsijan suksen luistamaan vaaran rinteessä ja naavakuusikoiden seassa myös pyöräilijä saa lisäpontta reiteensä. Toisaalta korkeimpien vaarojen huipuilta avautuvat maisemat saavat katsojansa kaivamaan kameran esiin tai vain istahtamaan paikoilleen ja nauttimaan luonnon esityksestä.

Syötteen kansallispuiston ja sitä täydentävien retkeily- ja virkistysalueiden retkeilypalvelutarjonta on kohtalaisen runsasta ja monipuolista. Runsainta se on Syötteen matkailukeskuksen läheisyydessä ja kansallispuiston perusosan Jaaskamonvaara-Ahmavaara –alueella. Kesäaikaan tarjolla on erimittaisia retkeilyreittejä, joista suosituimpia ovat luontopolut ja muut päiväreitit. Yhtenä tarjonnan heikkoutena voitaneen kuitenkin pitää matkailukeskuksen välittömässä läheisyydessä olevien päiväreittien vähäisyyttä. Palveluverkosto mahdollistaa myös useamman päivän vaelluksen, mutta selkeää, muutaman yöpymisen sisältävää reittiä ei ole tuotteistettu. Perinteisen patikoinnin ohella reittitarjontaan on viime vuosina tullut yhä vahvemmin mukaan myös maastopyöräily. Syöte onkin alueen yhteisten ponnistusten tuloksena profiloitunut yhdeksi maastopyöräilyn kärkikohteeksi Suomessa. Tarjonnan monipuolisuutta lisää kansallispuiston läpi virtaava Pärjänjoki, joka tarjoaa puitteet vesiviihtelulle, kuten melonnalle, sup-lautailulle ja ”river tubingille”. Joen hyödyntäminen eri aktiviteettien suhteen on käytännössä kuitenkin vielä melko vähäistä.

Talviaikaan kansallispuisto ja muut suojelualueet linkittyvät alueen latuverkoston tarjoten murtomaahiihtäjille kymmeniä kilometrejä latuja tykkykuusten lomassa. Paitsi suksilla, yhä useampi on viime vuosina lähtenyt nauttimaan talvisesta Syötteen luonnosta pyörän selässä. Talvipyöräily on Syötteellä selvästi nouseva laji. Tämän lisäksi lumikenkäily ja etenkin ulkomaa-laisten keskuudessa myös talvikävely ovat suosittaita kasvattavia talvilajeja. Talvisten lajien harrastusmahdollisuuksien kehittäminen tuo alueen talvikauden tarjontaan lisää monipuolisuutta ja täten lisää alueen houkuttelevuutta matkakohteena.

Syötteen luontomatkailemisen tarjonnan heikkoutena voidaan pitää reittien vähäistä tuotteistusta ja osittaista asiakaskeksisyyden puutetta. Tarjolla on kohtalaisen kattava reitistö retkeilyrakteineen, mutta reitit ovat osittain hajanaisia ja profiloitumattomia, eivätkä ne välttämättä esittele optimaalisesti puiston ominaispiirteitä ja vahvuuksia. Tuotteistuksen puutteen vuoksi myös reittiselosteet ovat vajavaisia. Missä kävijä voi parhaiten nähdä vilauksen liito-oravasta tai mistä löytyvät huikeimmat maisemat? Mitä pöytäkivet oikeastaan ovat ja mistä ne löytyvät? Miten puistoon voi päästä oppaan kanssa?



Alla Syötteen reitti- ja siihen liittyvä palvelutarjonta vuonna 2016

Reitti	Pituus km	Palvelut, nähtävyydet
<b>Päiväreitit</b>		
Ahmankierros	17	-Autiotupa, varaustupa (sis. sauna), 3 päivätupaa, luontokeskuksen laavu -Entisöity niittypato ja heinäsuovan pohja, Pärjänjoki, hienot lakisuomaisemat, kulttuurihistoriallisia kohteita, mahdollisuus käydä Ahmakallion näköalatornilla, luontokeskus
Rytivaaran kierros	10	-Varaustupa (sis. sauna), tulentekopaikka -Rytivaaran kruununmetsätila -Torpparin elämää esitteleviä tauluja -Entisöity Latolammin niittylato ja -sauna
Syötteen kierros	17	-3 laavua -Pytkynharju, luontokeskus
Romevaaran huiputus	5,8	-Taukopaikka -Romevaaran lakimaisemat
Pytkyn pyrähdys	9	-Päivätupa, 2 laavua -Kellarilammen luontopolku
Pyhitys	4	-Laavu -Pyhityksen lakimaisemat, rinteen pöytäkivet
Soiperoinen	3,3 + 1,5	-Päivätupa, grillikatos, laavu -Soiperoharju, peuranpyyntikuoppia, tervahauta, hiilimiilun pohjia, miilunpolttajan mökin rauniot
<b>Luontopolut</b>		
Naavaparran polku	3,1	-Päivätupa, luontokeskuksen laavu -Etenkin lapsille suunnatut opasteet ja eläinsiluettit esittelevät kansallispuiston luontoa, luontokeskus
Vattukurun luontopolku	2,1	-Laavu -Kansallispuiston luontoa esitteleviä tauluja -Mannerjäätikön sulamisvesien uurtama kuru
Kellarilammen luontopolku	0,9	-Laavu -Suo- ja harjuluontoa esitteleviä tauluja -Esteetön reitti
Salojen siivekkäät	0,5	-Luontokeskuksen laavu -Alueen lintuja esitteleviä tauluja, lintujen siluetteja, kotkan pesä, tikan paja, luontokeskus -Soveltuu liikuntarajoitteiselle saattajan kera
Huipun polku	0,9	-Näköalatasanteita -Iso-Syöte –tunturin lakimaisemat

Reitti	Pituus km	Palvelut, nähtävyydet
<b>Muut patikointireitit</b>		
Toraslammen kierros	27	-Autiotupa, 2 päivätupaa, laavu -Ahmakallion näköalatorni -OSIN SULJETTU
Ruuhensuo-Kaunislampi-Rytivaara- reitti	17	-Päivätupa, autiotupa, laavu, varaustupa (sis. sauna) -Kaunislammen maisemat ja kiertoreitti
Kirkkopolku (neljä mahdollista lähtöpistettä, ei rengasreitti)	30	-Autiotupa, laavu -Kaskitalouden ja niittykulttuurin jäänteitä
UKK-reitti	34	- 3 autiotupaa, 4 laavua, 2 päivätupaa, 1 varaustupa - matkailukeskus, luontokeskus, kulkee läpi kansallispuiston
<b>Maastopyöräilyreitit</b>		
Syötteen kierros	17	-3 laavua -Pytkynharju, Luontokeskus
Pitämävaaran lenkki	25	-Laavu
Toraslammen taival	26	-Autiotupa, vaijerikahlaamo
Talvipyöräilyreitti	17,8	- Autiotupa, päivätupa (+3 päivätupaa pistojen päässä), varaustupa (sis. sauna), luontokeskuksen laavu -Luontokeskus
<b>Vesiretkeilyreitit</b>		
Pärjänjoen vesiretkeilyreitti	22	-Päivätupa
<b>Ladut</b>		
Ahmankierros	17	-3 päivätupaa, autiotupa, varaustupa (sis. sauna), kota, luontokeskuksen laavu -Ahmatuvan latukahvila (avoinna sesongin aikaan), luontokeskus
Ahmakallion takalenkki		
Toraslammen lenkki	18	-2 päivätupaa, 1 autiotupa, luontokeskuksen laavu -Luontokeskus
<b>Lumikenkäilyreitit</b>		
Teerivaaran kierros	3 + 1	-Luontokeskuksen laavu, kota (ei MH:n) -Luontokeskus
Naavaparran talvikävely ja lumikenkäreitti	3,1	-Päivätupa, luontokeskuksen laavu -Luontokeskus
<b>Kansallispuiston reittien lähtöpisteet</b>		
Luontokeskus Ruuhensuo Jaaskamo Lomaoja Ukonvaara		

## 5.2. KYSYNTÄ

### 5.2.1 KÄVIJÄMÄÄRÄT JA NIIDEN KEHITYS

Syötteen matkailualueen kävijämäärät ja yöpymiset ovat olleet tasaisessa nousussa 2010-luvun alkupuoliskon ajan. Vuonna 2015 Syötteen alueen yöpymisissä tapahtui laskua edelliseen vuoteen verrattuna, mikä selittynee ainakin osittain yleisellä talouden suhdannetilanteella. Syötteen matkailualueen kokonaiskävijämäärä, joka sisältää siis sekä päiväkävijät että yöpyjät, on n. 400 000 hlöä / vuosi. Matkailualueen asiakkaiden vuotuinen jakauma osoittaa, että loma-kuukaudet joului-, helmii-, maaliii-, huhtii- ja heinäkuu ovat suosituimpia.

Matkailun kysynnän kasvu näkyy myös Syötteen suojelualueiden käyntimäärissä. Kansallispuiston käyntimäärät ovat olleet nousussa koko 2010-luvun alkupuolen. Myös matkailukeskuksen välittömässä läheisyydessä olevat retkeilyalue ja virkistysmetsä ovat kasvattaneet kävijöitään aina vuoteen 2013 saakka, jonka jälkeen käyntimäärät ovat jonkin verran laskeutuneet. Kansallispuiston kävijöiden vuotuinen jakautuminen on pitkälti samassa linjassa matkailualueen kysynnän kanssa. Maaliskuu on murtomaahiihdon suosion ansiosta ehdottomasti vilkkain kuukausi. Toiseksi eniten kävijöitä on kuitenkin heinäkuussa, mikä kertoo kesäaktiiviteettien suosiosta. (Veteläinen 2015, 26.)

Luontokeskuksen kävijämäärät ovat seuranneet kansallispuiston käyntimäärien nousutrendiä aina vuoteen 2015 saakka. Tuolloin luontokeskus oli pitkiä aikoja kiinni, mistä johtuen vuotuinen kävijämäärä laski, vaikka kansallispuiston käyntimäärä nousi selkeästi.

Tarkasteltaessa Syötteen suojelualueiden ja luontokeskuksen kävijämääriä oleellista on huomioida, että verrattuna Syötteen matkailualueen arvioituun kokonaiskysyntään ne ovat kohtalaisen alhaisia. Onnistuneella viestinnällä, tuotteistuksella ja kehitystyöllä olisi siis suojelualueiden ja luontokeskuksen käyntimääriä varmasti mahdollista lisätä huomattavasti.

*Syötteen aluekokonaisuuden ja luontokeskuksen käyntimäärät viimeiseltä viideltä vuodelta:*

	2011	2012	2013	2014	2015
Syötteen kansallispuisto	33305	33429	35555	36578	40319
Iso-Syötteen retkeilyalue	19314	25713	29304	25103	27152
Syötteen virkistysmetsä	26565	28936	33578	30329	29299
Syötteen luontokeskus	30990	31612	31958	33872	26604

### 5.2.2 KÄVIJÄPROFIILI

Vuonna 2015 toteutetun Syötteen kansallispuiston kävijätutkimuksen mukaan kävijöistä valtaosa on suomalaisia. Toisaalta yrityshaastattelujen perusteella etenkin talviesonkina alueella on suhteessa merkittävästi enemmän ulkomaalaisia asiakkaita. Täten ulkomaalaiset asiakkaat joko käyvät suojelualueilla yritysten tarjoamien palveluiden yhteydessä, eikä heitä täten ole kävijätutkimuksilla onnistuttu tavoittamaan taikka he eivät viipymänsä aikana käy suojelualueella lainkaan. Joka tapauksessa viestintä- ja tuotteistusyhteistyön lisäämisellä on ulkomaalaisten asiakkaiden käyntimääriä suojelualueilla mahdollista kasvattaa.

Suojelualueiden kävijäprofiilista huomataan, että valtaosa kansallispuiston kävijöistä tekee puistoon päiväretkiä, jotka nojaavat matkailualueen palvelutarjontaan. Yöpymisistä suurin osa tapahtuu vuokramökeissä, ja toiseksi eniten omissa mökeissä. Selkeästi pienempi osa yöpymisistä kohdistuu hotelleihin, asuntovaunuihin tai matkailuautoihin. Tämän pohjalta voidaan todeta, että puiston palveluista tulisi viestiä yhä enemmän alueen majoituskohteissa.

Suojelualueiden kävijöiden keski-ikä on suhteellisen korkea verrattuna koko alueen matkailijaprofiiliin. Lapsiperheet ovat Syötteen matkailukeskuksen tärkeimpiä kävijöitä, mutta suojelualueilla heidän osuutensa kävijöistä ei ole yhtä merkittävä. Oikeanlaisella tuotteistuksella ja viestinnällä olisi matkailualueen kävijöistä mahdollista saada yhä suurempi osa nauttimaan myös suojelualueista.

Syötteen matkailualueen asiakastutkimuksen mukaan luonto sekä ulkoilu ja erilaiset aktiviteetit ovat merkittäviä matkustusmotiveja alueelle. Kansallispuiston olemassaolo on kuitenkin erittäin tai melko merkittävä tekijä kohdevalinnassa vain 33 % alueelle tulevista matkailijoista. Tämä johtunee osittain siitä, ettei kansallispuistoa ja sen tarjontaa tunneta tarpeeksi hyvin. Toisaalta jotta kansallispuisto tavoittaisi yhä useamman alueelle tulevan matkailijan, tulisi sen tarjonnan olla tuotteistetumpaa ja täten helpommin saavutettavaa ja käytettävää.

*Syötteen suojelualueiden kävijäprofiili tällä hetkellä:*

<b>Kävijöiden ja matkailijoiden osuudet</b>	
Paikalliset kävijät	8 %
Kotimaiset matkailijat	90 %
Ulkomaiset matkailijat	2 %
<b>Päiväkävijöiden ja yöpyjien osuudet sekä käynnin kesto suojelualueella</b>	
Päiväkävijät	
Osuus kävijöistä	83 %
Viipymä	4 h
Yöpyjät	
Osuus kävijöistä	17 %
Viipymä	1,8 vrk
<b>Päiväkävijöiden ja yöpyjien osuudet sekä käynnin kesto Syötteen matkailualueella</b>	
Päiväkävijät	
Osuus kävijöistä	5 %
Viipymä	5,5 h
Yöpyjät	
Osuus kävijöistä	95 %
Kävijöiden keski-ikä	49 vuotta
<b>Seurueen koko</b>	
Yksin	11 %
2-5 hlön seurue	77 %
6 tai useamman hlön seurue	12 %

(Veteläinen 2015, 15-29.)

<b>Seurueen koostumus</b>	
Oman perheen jäsenet	74 %
Muut sukulaiset	5 %
Ystävät	18 %
Työtoveri	1 %
Kerho, yhdistys tms.	1 %
Jokin muu	1 %

Syötteen matkailualueen kävijäprofiili tällä hetkellä:

<b>Yleisimmät ikäluokat</b>	
31–40 -vuotiaat	32 %
41-50 -vuotiaat	35 %
<b>Seurue</b>	
lapsiperheet	64 %
pariskunnat	18 %
<b>Viipymä</b>	
3-5 vrk	41 %
yli 5 vrk	38 %
<b>Tärkeimmät matkustusmotiivit</b>	
yhdessäolo	63 %
luonto ja ympäristö	59 %
rinnelajit	49 %
ulkoilu ja aktiviteetit	47 %
<b>Kansallispuiston merkitys Syötteen valikoitumisessa matkakohteeksi</b>	
Erittäin suuri merkitys	14 %
Melko suuri merkitys	19 %
Ei merkitystä	40 %

(Haaga-Helia 2016)

### 5.2.3 KÄVIJÖIDEN HARRASTEET JA MOTIIVIT

Vuonna 2015 toteutetun Syötteen suojelualueiden kävijätutkimuksen mukaan Syötteelle tullaan pääasiassa kokemaan luontoa eri harrastusten kautta, katselemaan maisemia ja rentoutumaan.

*Kevättalven kävijöiden matkansa aikana kansallispuistossa harrastamat aktiviteetit:*

<b>Aktiviteetti</b>	<b>%</b>
Kävely	21
Lenkkeily	6
Retkeily	16
Luonnon tarkkailu	24
Kalastus	2
Lintuharrastus	2
Käynti luontokeskuksessa	37
Luontokuvaus	11
Koiran kanssa ulkoilu	10
Murtomaahiihto	91
Lumikenkäily	11
Vaellus (sis. yöpymisen maastossa)	2
Luonnon nähtävyyksien katselu	27
Luontopolkuun tutustuminen	1
Maastopyöräily	5
Opastettu retki	1
Kulttuuriperintöön tutustuminen	2
Geokätköily	1
Geologiaan tutustuminen	1
Muu	2

(Veteläinen 2015, 18-19.)

*Kesä- ja syksyajan kävijöiden matkansa aikana kansallispuistossa harrastamat aktiviteetit:*

<b>Aktiviteetti</b>	<b>%</b>
Kävely	74
Lenkkeily	21
Retkeily	55
Luonnon tarkkailu	59
Kalastus	9
Lintuharrastus	7
Käynti luontokeskuksessa	43
Luontokuvaus	23
Koiran kanssa ulkoilu	16



Marjastus	10
Sienestys	7
Vaellus (sis. yöpymisen maastossa)	7
Kasviharrastus	10
Luontopolkuun tutustuminen	34
Suunnistus	2
Telttailu tai muu leiriytyminen maastossa	4
Luonnon nähtävyyksien katselu	41
Melonta	4
Maastopyöräily	14
Opastettu retki	2
Osallistuminen järjestettyyn tapahtumaan	5
Kulttuuriperintöön tutustuminen	15
Geokätköily	3
Geologiaan tutustuminen	2
Muu	5

(Veteläinen 2015, 20-21.)

Talvella murtomaahiihto on Syötteen kansallispuistossa ehdottomasti suosituin harrastus, jonka yhteydessä luonnon tarkkailu ja luonnon nähtävyyksien katselu on helppoa. Syötteellä myös koirat ovat tervetulleita useimmille laduille, joten koira ulkoilee samalla kun isäntäväki hiihtelee. Murtomaahiihdon lisäksi kävijät piipahtavat usein luontokeskuksella ja harrastavat myös kävelyä, lumikenkäilyä ja valokuvausta.

Talvipyöräilyreitti oli tutkimuksen toteuttamisaikaan vasta avattu, joten kyseinen aktiviteetti on jo todennäköisesti nostanut suosiotaan.

Verrattaessa edelliseen kävijätutkimukseen (Sarajärvi 2011) huomataan, että maastopyöräily on kesäajan aktiviteettina nostanut huomasti suosiotaan. Tämä on tulosta alueen yhteisestä kehitystyöstä. Huomioitavaa myös on, että kesäaikaan Syötteen kansallispuistossa yöpyvien määrä on viisinkertaistunut viidessä vuodessa, joskin viipymä on edelleen lyhyt verrattuna moniin muihin kansallispuistoihin. Tämän pohjalta voidaan vetää todeta, että pidempien vaelusvaihtoehtojen tuotteistamiselle on olemassa tarvetta.

Kansallispuiston kävijätutkimuksen mukaan tärkeimmät motiivit juuri Syötteen kansallispuistossa vierailulle ovat luonnon kokeminen, maisemien ihastelu, rentoutuminen, henkisen hyvinvoinnin lisääminen, irtautuminen melusta ja saasteista, kuntoilu sekä yhdessäolo oman seurueen kanssa. Erikseen mainittuina harrastuksina nousivat esille maastopyöräily ja murtomaahiihto. Vähiten tärkeänä pidettiin jännityksen kokemista ja tutustumista uusiin ihmisiin. Toisaalta myöskään kulttuuriperintöön tutustumista, omien taitojen kehittämistä, luonnosta oppimista, aikaisempia muistoja, mahdollisuutta olla itsekseen taikka alueeseen tutustumista ei koettu kovinkaan tärkeiksi. Tämä johtunee osin mm. yritystutkimuksessakin esiin nousseesta seikasta, ettei alueella ole vielä aidosti osattu tuoda paikallisuutta ja siihen liittyvää kulttuuriperintöä houkuttelevasti esiin viestinnässä taikka tuotteistuksessa. (Veteläinen 2015, 34.)

## 5.2.4 KÄVIJÖIDEN KOKEMAT TERVEYS- JA HYVINVOINTIVAIKUTUKSET

Syötteen kansallispuiston kävijätutkimuksen mukaan puistossa käynnin koettiin tuottavan merkittävässä määrin terveys- ja hyvinvointivaikutuksia. Jopa 94 % vastaajista koki fyysisen hyvinvointinsa lisääntyneen käynnin aikana ja 92 % koki psyykkisen hyvinvoinnin lisääntyneen. Sosiaalisen hyvinvoinnin koettiin lisääntyneen verrattain vähiten. Syynä lienee se, että sosiaalinen hyvinvointi on käsitteenä kaikista vaikeimmin hahmotettavissa varsinkin yksin retkeileville. Kuitenkin 83 % vastaajista koki sosiaalisenkin hyvinvointinsakin lisääntyneen. (Veteläinen 2015; 39-40.) Kävijätutkimuksen tuloksia tukee mm. hiljattain julkaistu suojelualueiden tuottamia terveys- ja hyvinvointivaikutuksia käsittelevä tutkimus ”The health and well-being impacts of protected areas in Finland”, jossa Syöte oli yksi tutkimusalueista. Tutkimus osoitti suojelualueilla käynnin lisänneen sekä henkistä että fyysistä hyvinvointia. Luonnon tuottamat aistikokemukset sekä arjen unohtuminen koettiin tärkeimmiksi hyvinvointia tuottaneiksi tekijöiksi. Luontokokemuksen pituudella oli tutkimuksessa huomattava merkitys hyvinvoinnin toteutumiselle. Etenkin yöpymisen luonnon helmassa todettiin syventävän ja pidentävän hyvinvoinnin kokemista. (Puhakka, Pitkänen & Siikamäki 2016; 7-8, 12-14.)

## 5.3 VIESTINTÄ

Syötteen kansallispuistoon liittyvä viestintä on monimuotoista. Luontokeskukselta saa kansallispuistosta tietoa mm. opastuksien, näyttelyn, AV-esityksen ja asiakasneuvonnan kautta. Luontokeskus sekä muutamat alueen yritykset myös jakavat kohde- ja reittiesitteitä. Viime vuosina on Luontopalveluissa valtakunnan tasolla panostettu sähköiseen viestintään kehittämällä luontoon.fi- ja retkikartta.fi-sivustoja sekä ottamalla haltuun suosituimpia sosiaalisen median kanavia (Facebook, Instagram). Syötteen luontokeskus on ollut aktiivinen kansallispuiston Facebook-sivujen päivittäjä. Viestintään voidaan lukea myös alueen maasto-opasteet ja viitat sekä luontokeskuksen järjestämät, jo vakiintuneet tapahtumat.

Itse tuotetun viestinnän lisäksi luontokeskuksesta ja kansallispuistosta viestitään myös osana alueellista viestintää ja markkinointia. Kansallispuistosta kerrotaan matkailuyhdistyksen ylläpitämällä syote.fi-sivustolla sekä sen tuottamissa sesonkiesitteissä ja lehdissä. Alueella myös järjestetään jonkin verran yhteisiä tapahtumia, joihin luontokeskuksen henkilökunta osallistuu.

Vaikka viestintää siis tehdään jatkuvasti, on siihen liittyviä asiakkaiden tarpeita, näkemyksiä ja toimintamalleja kartoitettu kohtalaisen vähän. Vähäinen asiakastutkimus liittyy lähinnä ennakkotietokanaviin. Syötteen matkailuyhdistyksen vuonna 2016 tuottaman asiakastutkimuksen mukaan ehdottomasti tärkein tietolähde Syötteen matkaa suunniteltaessa on syote.fi-sivusto.

*Alla asiakkaiden matkapäätöksiin vaikuttaneet tietolähteet tärkeysjärjestyksessä.*

Tärkein tietolähde Syötteen matkan ostopäätöksessä	
Syöte.fi -sivusto	67 %
Omat kokemukset	53 %
Ystävät ja tuttavat	31 %
Internetin yhteisöpalvelut, keskusteluryhmät (esim. Facebook)	9 %
Yritysten omat sivut internetissä	9 %
Luontoon.fi-sivusto	9 %
Alueen esitteet ja lehdet	7 %
Muut lehdet, lehti-ilmoitukset	3 %

(Haaga-Helia 2016.)

Alla olevasta taulukosta taas näkyy Syötteen luontokeskuksen asiakastutkimuksen tulokset liittyen luontokeskuksesta saatuun ennakkotietoon

Metsähallituksen luontokeskus tai asiakaspalvelupiste	5 %
Tuttavat, ystävät tai sukulaiset	30 %
Metsähallituksen www-sivut (www.metsa.fi tai www.luontoon.fi)	22 %
Muut www-sivut	11 %
Esitteet tai oppaat (retkeilyopas ym.)	16%
TV / radio-ohjelmat tai lehtiartikkelit	1 %
Seudun matkailutoimisto tai matkailuinfo	3 %
Alueen yritykset (esim. ohjelmapalvelut, majoitus)	5 %
Paikka on minulle entuudestaan tuttu	40 %
Maasto-opasteet	12 %
Ulko-opasteet	1 %
Muu	5 %

(Torppa 2016, 25.)

Syötteen yritystutkimuksesta saatu tieto tukee pitkälti asiakastutkimuksista saatua tietoa. Asiakkaiden kannalta tärkeimpänä yksittäisenä kanavana yrittäjät pitivät syote.fi-sivustoa. Yrittäjät kokivat luontoon.fi-sivuston useimmiten melko hyväksi, joskin myös kritiikkiä esitettiin: sivuston sisältöä pidettiin vaikeasti löydettävänä ja sekavanakin. Sivuilta toivottiin modernimpaa ilmettä ja kansallispuiston brändin näkymistä. Kansallispuiston Facebook-sivuja piti neljäsosa yrittäjistä erittäin tai melko hyödyllisinä ja päivityksiä seurattiin (puolet yrittäjistä jätti vastaamatta kysymykseen). Uutisvirtaan kaivattiin enemmän ajankohtaista käytännön tietoa, minkä lisäksi kaikki kysymykseen vastanneet yrittäjät toivoivat kansallispuiston sivuille näkyvyyttä yrittäjien tuotteille. Esitemateriaalin yrittäjät kokivat olevan kohtalaisen laadukasta, joskin visuaalisen ilmeen uudistusta ja kokonaisuuden uudelleen miettimistä kaivattiin. Luontokeskuksen yrittäjät kokivat pääsääntöisesti erittäin hyvänä tietolähteenä. (Lumijärvi & Leinonen 2016.)

Tämän vähäisen materiaalin pohjalta voitaneen todeta, että syote.fi-sivusto on kansallispuistolla tärkeä viestintäkanava, jonka kautta pystytään tavoittamaan niitä potentiaalisia asiakkaita, jotka eivät vielä puistoa tunne. Myös suosittelumarkkinoinnin suuri rooli on selvästi nähtävillä. Alueen matkailuyrityksien osuus luontokeskukseen opastamisessa on hätkähdyttävän pieni.

Viestintä ja siihen liittyvät tekniset ratkaisut, kanavat sekä sisällölliset vaatimukset muuttuvat nopealla tahdilla. Muutoksissa mukana pysyminen on ensiarvoisen tärkeää kilpailtaessa näkyvyydestä ja sitä kautta asiakkaista. Kansallispuistoviestinnän osalta yhteistyön merkitys on ensiarvoisen tärkeää. Sähköisessä maailmassa esimerkiksi keskinäisiä linkityksiä lisäämällä ja sopimalla erilaisista avainsanoista löydettävyyys paranee huomattavasti. Kaikessa viestinnässä keskeisintä kuitenkin on asiakkaiden tunteminen - ellei asiakkaita ja heidän käyttäytymistään tunneta, ei viestintää voida aidosti tehostaa.

## 5.4 SYÖTTEEN LUONTOMATKAILUN SWOT-ANALYYSI

Alla oleva Swot-analyysi kiteyttää Syötteen vahvuudet ja heikkoudet sekä mahdollisuudet ja uhat luontomatkailun menestymisen näkökulmasta. Analyysin pohjana on luontomatkailun saralla tunnistettavissa olevien trendien sekä alueen tämän hetkisen tarjonnan ja kysynnän lisäksi Syötteen yhteistyöyrittäjien keskuudessa vuonna 2016 toteutetut haastattelut sekä Syötteen matkailualueen asiakastutkimuksen, kansallispuiston kävijätutkimuksen ja luontokeskuksen asiakastutkimuksen tarkastelu.

### **Vahvuudet**

- upea, puhdas ja aito luonto
- kestävyiden hyvä pohja
- hyvät tyypit
- toimijoiden yhteistyöllä hyvä pohja
- luonnonläheisyys
- erämaisuus
- ei liian kaupallinen –säilyttänyt aitouden
- kattava reitistö ja kansallispuiston palvelurakenne
- hyvä saavutettavuus Oulusta
- ei massakohde –tilaa hengittää ja rauhoittaa
- luontokeskuksen olemassaolo
- vahvat tarinat ja niihin liittyvät käyntikohteet, kuten Rytivaara
- vahva paikallisuus ja perinteet
- onnistunut profiloinnin aloitus maastopyöräilykohteena
- suosittu tapahtumat esim. maastopyöräilyn osalta
- ilmasto -lumivarmuus
- mahdollisuudet monipuolisen luontoliikunnan harrastamiseen

### **Heikkoudet**

- palveluiden vähäisyys etenkin kesällä
- laadun vaihtelevuus
- online-kaupan hajanaisuus ja olemattomuus
- etukäteisinformaation pirstaleisuus
- lumettoman ajan hiljaisuus
- markkinointiosaamisen puute
- asiakastarpeisiin ja -viestintään liittyvän tutkimuksen puute
- opasmateriaalin osittainen sekavuus, vanhentuneisuus ja puute
- reitistön osin huono kunto, hajanaisuus ja tuotteistamattomuus
- luontokeskuksen näyttelyn ja AV-materiaalin vanhentuneisuus
- alueen huono tunnettuus kansainvälisesti ja oman maakunnan ulkopuolella
- kansallispuiston sirpaleisuus
- kansallispuiston tunnettuuden puute
- esteettömien palveluiden vähäisyys
- lapsille kohdistettujen palveluiden vähäisyys
- markkinointimateriaalin, kuten kuvien ja videoiden, vähäisyys

### **Mahdollisuudet**

- nousevat aktiviteetit ja trendit, kuten maastopyöräily ja hyvinvointi
- rohkea reittien tuotteistus ja asiakaslähtöinen kehittäminen
- Kainuun ja Koillismaan kansallispuistoverkoston tuotteistaminen, viestintä ja markkinointi
- kesäajan luontoaktiviteettien avaramielinen kehittäminen
- urbanisoituminen ja ihmisten luontosuhteen kapeneminen lisää tuotteistuksen tarvetta
- luontokeskuksen tilojen hyödyntäminen
- yhteistyöllä toteutetut tapahtumat ja tuotteet
- brändiyhteistyö
- huolletun vaelluksen tuotteistaminen
- alueen yhteinen mobiiliopastus
- perinteiden ja historian vahvempi esille tuonti esim. tapahtumissa ja tuotteissa (ml. ohjelmapalvelut, ravintolatuotteet ja myyntiartikkelit)
- luontokeskuksen toiminnan ja sisällön kehittäminen
- European Charter –verkoston jäsenyys, siihen liittyvä yritys yhteistyö ja yhteistoimintaryhmä toiminnan kehittämisen keskiössä

### **Uhat**

- Ilmastonmuutos –lumisen ajan lyheneminen, talven epävarmuus
- ammattitaitoisen työvoiman puute
- ammattitaitoisten oppaiden puute
- luontoarvojen heikkeneminen
- kokonaisvaltaisen kestävyden heikkeneminen
- Lähialueella sijaitsevat muut matkailukeskittymät ja luontokohteet kilpailijoina
- palveluiden väheneminen
- paikallisuuden häviäminen
- luontokeskuksen hiljeneminen
- muut luonnonvaroista kilpailevat toimialat
- globaalin talouden suhdanteet
- laatuun liittyvä ymmärtämättömyys ja epätasapaino

### **Vahvat valtit, joita vaalittava**

Syöte on mielikuvaltaan erämainen ja rauhallinen. Luonnon aitous, puhtaus ja läheisyys nähdään alueen selkeänä voimavarana. Tätä on yhä korostettava alueen viestinnässä ja markkinoinnissa. Kansallispuisto mahdollistaa monenlaista tekemistä ja lähivuosina on tehty paljon kehitystyötä uusien aktiviteettien ympärillä. Tehty työ esimerkiksi maastopyöräilyn suhteen auttaa aluetta tuotteistamaan ja vilkastamaan hiljaisempaa kesäaikaa. Aloitettua työtä on kuitenkin yhä jatkettava, osaamista kehitettävä ja retkeilyrakenteita uusittava.

Kansallispuiston palvelutarjonta, kuten reitit sekä auto- ja päivätuvat mahdollistavat monipuolisen luontoliikunnan. Rytivaaran kierros ja tilalla tapahtuva lammaspaimennus ovat onnistuneita esimerkkejä tuotteistuksesta.

Syötteellä paikallisuus ja perinteet ovat aidosti läsnä mm. aktiivisten kyläyhdistysten ansiosta. Alueelta on kerätty paljon mielenkiintoisia tarinoita, joita myös matkailussa tulisi hyödyntää yhä enemmän.

Syötteen matkailutoimijoilla on hyvät edellytykset yhä tiivistää yhteistyötä. Toimijoiden keskuudessa vallitsee yhteisymmärrys alueen vahvuuksista, mikä antaa hyvän pohjan alueen kehittämiseksi.

### **Panostettava ja kehitettävä**

Vahvan ja erottuvan luontomatkailuimagon luomiseen tulee jatkossa panostaa alueellisesti yhteisvoimin. Profiloitumisen pohjana tulee olla Syötteen aidot vahvuudet. Alueellisen profiloitumisen rinnalla täytyy yhtä aikaa kehittää etenkin ulkomaille suunnattua, alueiden välistä yhteismarkkinointia -erilaisten kansallispuistojen ja samalla luontomatkailukohteiden kokonaisuutta.

Etenkin kesäaikaa tulee tuotteistaa enemmän. Reitistön ja muiden palveluiden sekä viestinnän kehittämistä on suunniteltava yhä asiakaslähtöisemmin. Kansallispuiston reittien kokonaisvaltaiseen elämyksellisyyteen ja tuotteistukseen tulee panostaa. Reittituotteista tulee viestiä houkuttelevasti ja siellä missä asiakkaat ovat. Puiston retkeilyrakenteita tulee tarkastella nousevien aktiviteettien kautta siten, että puisto mahdollistaa tulevaisuudessa monipuolisen luontoliikunnan jokaisena vuoden aikana.

Tähdätessä kasvuun ja kansainvälistymiseen on varmistettava, että alueen yksi selkeä vahvuus, paikallisuus, säilyy.

Jotta kansallispuiston näkyvyyttä voidaan kokonaisvaltaisesti lisätä, tulee yhteistyötä alueen toimijoiden kesken yhä lisätä viestinnässä, tuotteistuksessa ja markkinoinnissa. Myös yhteisiin tapahtumiin tulee panostaa yhä enemmän jokaisena vuoden aikana.

Luontokeskuksen näkyvyyttä on alueella ja alueen viestinnässä yhä lisättävä. Luontokeskuksen toimintaa ja konseptia on myös kehitettävä ja mietittävä yhä asiakaslähtöisemmäksi. Näytely on uusittava toiminnallisemmaksi, ja sen kohderyhmäksi on otettava etenkin lapset.

Opastusviestinnän laatuun ja palvelurakenteiden kuntoon sekä tähän liittyen vaihtoehtoisten toimintatapojen löytämiseen tulee panostaa yhä voimakkaammin.

Charter-jäsenyydestä ja siihen liittyvästä kestävyiden moniulotteisesta takaamisesta tulee viestiä entistä näkyvämmiin myös asiakkaalle. Charter-jäsenyyden alueelle ja yhteistyöyrityksille tuomia hyötyjä tulee kehittää yhteistyössä. Tässä yhteydessä myös yhteistoimintaryhmän kokoonpanoa voidaan optimoida.

Panostetaan uusien liiketoimintamahdollisuuksien tunnistamiseen ja tukemiseen sekä laadun kehittämiseen alueellisesti.

### **Varottava, varauduttava ja käännettävä voitoksi**

Matkailun kestävydestä huolehditaan seurannan avulla. Mahdollisiin epäkohtiin reagoidaan nopeasti.

Ilmastonmuutoksen seurauksena lumettoman ajan voidaan ennustaa pidentyvän. Kesätuotteiden ja –aktiviteettien kehittäminen olisi tästäkin syystä ensiarvoisen tärkeää.

Resurssien mahdollinen väheneminen ei saa johtaa palvelun laadun heikkenemiseen. Mahdollistava toimintakulttuuri pitää ottaa aidoksi toiminta-ajatukseksi mietittäessä uusia tapoja ja yhteistyömahdollisuuksia palveluiden ja puitteiden laadun takaamisessa.

Koillismaan ja Kainuun muut luontomatkailukohteet tulee nähdä kilpailuasetelman sijasta yhteistyökumppaneina ja toisiaan täydentävänä verkostona. Erilaisten kansallispuistojen kokonaisuus mahdollistaa monipuolista tuotteistamis-, viestintä- ja markkinointiyhteistyötä.

# 6

# LUONTOMATKAILUN KESTÄVYYS

## 6.1 KESTÄVÄN MATKAILUN PERIAATTEET

Koska suojelualueiden keskeinen tehtävä on luonto- ja kulttuuriarvojen säilyttäminen, tulee kestävän kehityksen olla perustana myös alueiden matkailullisessa kehittämisessä. Taatakseen matkailutoiminnan ekologisen, sosio-kulttuurisen sekä taloudellisen kestävyuden Metsähallituksen Luontopalvelut on luonut valtion suojelualueille, kulttuuriperintökohteille sekä maailmaperintökohteille kohdistuvalle luontomatkailulle periaatteiston, joka rakentuu kuuden kestävyuden periaatteen ympärille. Nämä periaatteet ovat Metsähallituksen ja sen yhteistyöyritysten yhteisen toiminnan ja kehittämisen kulmakiviä. Samalla ne ohjaavat myös paikallisten asukkaiden, matkailijoiden, kuntien ja muiden yhteisöjen toimintaa suojelualueilla.

### **Metsähallituksen periaatteena on:**

Edistää kestävä matkailua yhteistyössä siten, että...

- Tuetaan kohteiden arvojen säilymistä ja edistetään niiden suojelua
- Minimoidaan ympäristön kuormitusta
- Vahvistetaan paikallisuutta
- Edistetään kohteiden tuottamaa hyvinvointia ja terveyttä
- Edistetään paikallistaloudellista kasvua ja työpaikkojen luomista
- Viestitään yhdessä kohteen arvoista ja palveluista

Kaikille kuudelle päämäärälle on asetettu toimintaa ohjaavia tavoitetiljoja (liite 2).

Syötteen kansallispuiston yhteistyöyritykset ovat sitoutuneet toimimaan kestävän luontomatkailun periaatteiden mukaisesti. Yritystutkimukseen osallistuneet yhteistyöyrittäjät arvioivat paikallisten toimijoiden onnistuneen periaatteiden toteuttamisessa vähintään keskinkertaisesti. Yritysten mielipiteet luontomatkailun periaatteista olivat hyvin suopeita; periaatteita pidettiin sekä hyväksyttävänä että toteuttamiskelpoisina. (Leinonen & Lumijärvi 2016.)

## 6.2 LUONTOMATKAILUN KESTÄVYYDEN ARVIOINTI

Luontomatkailun ja virkistyskäytön ympäristövaikutuksia seurataan Syötteellä jatkuvasti. Vuodesta 2006 seurannan menetelmänä on käytetty hyväksyttävän muutoksen rajoihin perustuvaa LAC-menetelmää (Limits of Acceptable Change). Seurannassa käytetyt mittarit kuvaavat Metsähallituksen kestävästä luontomatkailun periaatteiden toteutumista alueella. Periaatteisiin nojaten seurannassa on huomioitu ekologiset, sosio-kulttuuriset ja taloudelliset vaikutukset.

LAC-menetelmä perustuu päätöksentekoon siitä, kuinka paljon vaikutusta ympäristöön sallitaan. Jokaiselle seurantamittarille määritellään tavoitearvon lisäksi raja-arvo, joka on alin tai ylin arvo, joka kullekin mittarille voidaan hyväksyä. Raja-arvon tullessa vastaan otetaan käyttöön ennalta suunnitellut keinot tilanteen korjaamiseksi.

Viimeisimmän seurantajakson aikana Syötteellä on ollut käytössä yhteensä 21 seurantamittaria. Mittaritietojen lähteenä on kävijäseuranta ja siten kävijöiden kokemus korostunut voimakkaasti. Aineistoa on kuitenkin saatu myös asiakasseurannan, lajistoseurannan sekä yritystutkimuksen avulla. Lisäksi Puiston henkilökunta seuraa jatkuvasti mahdollisia kulumisvaurioita tai roskaantumisongelmia retkeilyreittien varrella ja taukopaikoilla työnsä ohessa sekä asiakaspalautteiden avulla.

## 6.3 KESTÄVYYDEN NYKYTILAN ARVIOINTI

### 6.3.1 Ekologinen kestävyys

Vuosina 2011–2015 tehdyn seurannan tulosten perusteella luontomatkailu ja virkistyskäyttö eivät ole vaarantaneet kansallispuiston luontoarvoja. Mittarina käytetty uhanalaisen lajiston toimivien reviirien lukumäärän osalta ollaan pysytty tavoitearvossa, eivätkö reviirit siis ole vähentyneet. Mm. puiston vyöhykkeistämällä ja käytön ohjauksella on pystytty säilyttämään puiston luonnontilaisuutta ja erämaisuuksia kävijämäärien kasvusta huolimatta. Palvelurakenteiden suunnitelmallinen sijoittaminen on estänyt mm. haitalliset vaikutukset alueen uhanalaiseen lajistoon. Myös tulevaisuudessa on osa puistosta tarkoitettu jättämään palveluvarustuksen ulkopuolelle ja täten turvata uhanalaisen lajiston elinolosuhteet.

Maaston kuluneisuus retkeilyreiteillä on jonkin verran lisääntynyt johtuen maastopyöräilyn suosion kasvusta. Yhtenä suosituimpana reittinä Syötteen kierroksella on nähtävissä paikoin huomattavaakin kulumista, joskaan kävijöitä maaston kuluneisuus ei viimeisimmän kävijätutkimuksen mukaan ole häirinnyt. Tämä johtunee osaksi siitä, että kulumiselle alttiita paikkoja on kestävyys soraistamalla. Reittien kulumisen seuraamista on jatkossa syytä tehdä yhä tiiviimmin. Lisäksi kestävyys- ja kunnostustoimenpiteitä tullaan todennäköisesti tarvitsemaan aikaisempaa enemmän.

Polttopuun kulutusta suhteutettuna kävijämäärään on seurattu vuosittain alueen taukopaikoilla, ja se on ollut jopa hienoisessa laskussa. Alueen retkeilijät ovat myös kiitettävästi käyttäneet olemassa olevia palveluja, eikä reittien varsilla ole ollut luvattomia nuotiopaikkoja.

Syötteellä on ollut jo pitkään käytössä roskattoman retkeilyn periaate ja asiakkaat ovat omaksuneet sen hyvin osaksi retkeilykulttuuriaan. Kansallispuiston henkilökunnan mukaan suosituimmillakaan taukopaikoilla roskaamista ei käytännössä tapahdu juuri lainkaan. Tästä kertoo sekin, että tuoreimman kävijätutkimuksen mukaan maaston roskaantuminen ei ole häirinnyt kävijöitä. Tulevaisuudessa on kuitenkin tarkoituksenmukaista yhä jatkaa viestintää roskattomasta retkeilystä, kannustaa asiakkaita toimimaan luonnon hyväksi ja keräämään mahdollisesti maastosta löytämänsä roskat pois.

Taulukkomuotoinen kestävyysmittaristo ja toteutumisen analyysi liitteenä (liite 3).



### 6.3.2 Sosio-kulttuurinen kestävyys

Paikallisuus on vahvasti esillä luontokeskuksessa ja sen toiminnassa. Nykyinen näyttely painottuu vahvasti alueen kulttuuriperintöön ja historiaan, minkä lisäksi vaihtuvat näyttelyt ovat aina mahdollisuuksien mukaan olleet paikallisten toteuttamia. Syvällisempää tietoa alueen kulttuuriperinnöstä ja luonnosta tarjotaan kävijöille opastetulla tutustumisella näyttelyyn tai opastetuilla retkillä kansallispuistoon. Luontokeskuksen myyntituotteet ovat tällä hetkellä lähes kokonaan paikallisilta tuottajilta. Luontokeskuksella tapahtumissa on järjestelyihin osallistettu paikallisia toimijoita mm. kyläyhdistysten ja matkailuyrittäjien kautta. Lisäksi yhteistyö alueen koulujen kanssa on aktiivista.

Kansallispuiston ytimessä sijaitseva Rytivaaran kruununmetsätorppa on yksi alueen kulttuuriperintöä ja historiaa esittelevä käyntikohde, jossa kävijä voi kokea entisaikojen tunnelmaa ja tutustua paikan historiaan. Torpan pihapiiriin lisäksi kävijät saavat informaatiota alueen asutushistoriasta Rytivaaran kierroksella olevien opastaulujen avulla. Viime vuosina Rytivaaraa on kehitetty yhä houkuttelevammaksi ja toiminnallisemmaksi kohteeksi mm. mahdollistamalla siellä yöpyminen, kunnostamalla sauna ja kaivo käyttökuntoon sekä järjestämällä tilalla perinnetapahtumia. Rytivaarasta on myös tuoteistettu lammaspaimennuskohde, ja saatu tästä asiakkailta paljon positiivista palautetta. Rytivaaran kävijämäärät ovat viime vuosina kasvaneet kovasti, mutta lähes kaikki kävijät ovat omatoimisia retkeilijöitä. Matkailuyrittäjät käyttävät paikkaa omassa tuotteistuksessaan tilan tarjoamiin mahdollisuuksiin nähden siis vielä hyvin vähän.

Yritystutkimuksen mukaan alueen matkailutoimijat tuntevat kohtalaisen hyvin paikallista kulttuuriperintöä ja historiaa. Lisäksi paikallisuus koetaan yhdeksi alueen vahvuudeksi. Kuitenkin toimijat myöntävät, ettei paikallisuus näy vielä matkailumarkkinoinnissa ja tuotteistuksessa tarpeeksi. Tämän eteen tulee siis tulevana vuosina tehdä töitä.

Virkistysympäristön laatua ja viihtyisyyttä on seurattu kävijöiden kokemusten avulla. Mittareina on käytetty kävijätyytyväisyysindeksiä sekä kokemusta retkeilyreittien ruuhkautumisesta ja muiden kävijöiden käyttäytymisen häiritsevyydestä. Tuoreimman kävijätutkimuksen (Veteläinen 2015) mukaan kävijöiden yleistä tyytyväisyyttä kuvaava kävijätyytyväisyysindeksi on vuoden 2010 vertailulukuun nähden hienoisessa nousussa. Kävijämäärän kasvusta huolimatta Vain pientä osaa alueen kävijöistä on häirinnyt muiden kävijöiden käyttäytyminen tai liiallinen kävijämäärä. Yksikään vastaaja ei kokenut edellä mainittuja tekijöitä erittäin häiritsevinä.

Kansallispuistojen keskeinen tavoite on luontokokemusten avulla lisätä asiakkaiden henkistä ja fyysistä hyvinvointia. Seurantajaksolla asiakkaat ovat pitäneetkin henkisen hyvinvoinnin kasvattamista ja rentoutumista merkittävänä syynä vierailulle Syötteen kansallispuistossa. Puistoon kohdistettujen ennako-odotusten koettiin myös toteutuneen käynnin yhteydessä.

Asiakkaiden hyvinvointiin oleellisesti liittyvää palvelurakenteiden turvallisuutta seurataan säännöllisesti maastokäyntien yhteydessä ja Metsähallituksen Reiska-tietojärjestelmän avulla, johon rakenteiden sijainti ja muu niihin liittyvä tieto tallennetaan. Palvelurakenteiden laadun raja-arvo tulee vastaan, jos alueella on yksikin huonokuntoinen rakenne. Syötteen kansallispuiston retkeilyrakenteita on tarkastelujaksolla kunnostettu ja uusittu, mutta osa pitkospuista on edelleen ehdottomasti kunnostuksen tarpeessa. Näiltä osin laadun raja-arvo on siis tullut vastaan. Suurin osa kävijöistä kokee puiston rakenteet melko hyväksi.

Kansallispuistosta ja sen lähialueesta pyritään viestimään mahdollisimman laadukkaasti. Markkinoinnin tulee perustua avoimuuteen ja oikeaan tietoon alueen palveluista. Tavoitteen toteutumista on mitattu kävijöiden alueen luontoon, palveluihin ja harrastusmahdollisuuksiin kohdistamien ennako-odotusten täyttymisellä. Viimeisimmän kävijätutkimuksen mukaan kävijöiden odotukset täyttyivät hyvin ja edelliseen tarkastelukauteen verrattuna nähtävissä oli selkeää parannusta. Kaikkein parhaiten odotukset täytti luonnonympäristö.

### 6.3.3 Taloudellinen kestävyys

Kansallispuiston ja luontokeskuksen palveluilla pyritään edistämään paikallisen talouden ja työllisyyden myönteistä kehitystä. Viime vuosina kansallispuiston merkitys on kasvanut erityisesti alueen kesämatkailun keskeisenä vetovoimatekijänä. Metsähallituksen periaatteena on solmia yhteistyösopimus sellaisten yrittäjien kanssa, jotka käyttävät kansallispuiston ja muiden suojelualueiden palvelurakenteita toiminnassaan. Yhteistyösopimusten määrää on pidetty mittarina sille, miten tärkeitä Metsähallituksen tuottamat palvelut ovat paikallisten matkailuyrittäjien toiminnalle. Seurantajaksolla yhteistyösopimusten määrä on hiukan pienentynyt johtuen alueen yrityskentässä tapahtuneista muutoksista. Tällä hetkellä yhteistyösopimus on Syötteen alueella 14 matkailuyrittäjällä.

Säännöllinen ja toimiva yhteistyö Metsähallituksen, matkailuyrittäjien ja muiden paikallisten toimijoiden välillä on tärkeää tavoiteltaessa alueen matkailutulon kasvua. Yhteistyön toteuttamista on edistetty vuosittain järjestämällä paikallisille toimijoille yhteistyötilaisuuksia ja osallistamalla heitä kansallispuiston toiminnan suunnitteluun. Syötteellä Metsähallituksen voidaan sanoa olevan luonnollinen ja tärkeäksi koettu kumppani alueellisessa yhteistyössä ja toiminnan suunnittelussa.

Metsähallituksen ja Metsäntutkimuslaitoksen kehittämällä menetelmällä lasketaan vuosittain kaikkien Suomen kansallispuistojen ja retkeilyalueiden paikallistaloudelliset vaikutukset. Nämä luvut kuvaavat suojelualueilla vierailijoiden kävijöiden rahankäytöstä lähialueille syntyneitä rahavirtoja ja niihin liittyviä työpaikkoja.

Syötteen kansallispuiston kävijöiden rahankäytön kokonaistulovaikutus oli vuoden 2015 käyntimäärillä ja vuoden 2015 kävijätutkimusaineistolla laskettuna noin 3 milj. euroa, ja työllisyysvaikutukset noin 29 henkilötyövuotta. Lisäksi Iso-Syötteen retkeilyalueen vaikutukset olivat noin 2 milj. euroa ja 20 htv. (Veteläinen 2016, 29-30.)

*Yhteenveto kansallispuiston kävijöiden rahankäytön kokonaistulo- ja työllisyysvaikutuksista v. 2015*

Käyntimäärä	40 319
Kokonaistulovaikutus	3 309 362 €
Kokonaistyöllisyysvaikutus	32 htv
Tulovaikutukset, kun puisto tärkein kohde	1 534 204 €
Työllisyysvaikutukset, kun puisto tärkein kohde	15 htv
Iso-Syötteen retkeilyalueen kävijöiden kokonaistulovaikutus	2 228 622€
Iso-Syötteen retkeilyalueen kokonaistyöllisyysvaikutus	22 htv

Vertaillen edellä esitettyjä tuloksia vuonna 2010 tehtyyn kävijätutkimukseen (Sarajärvi 2010, 23; 27–28) käy ilmi, että käyntimäärän lisääntymisen ohella yöpyjien osuus sekä kansallispuistossa että Syötteen alueella kasvanut. Tämä taas on luonnollisesti kasvattanut myös kansallispuiston kävijöiden rahankäytön kokonaistulo- ja työllisyysvaikutuksia.

### 6.4 KESTÄVYYDEN SEURANTAMITTARISTON PÄIVITYS

Metsähallituksen luontomatkailulle luomat kestävyiden periaatteet ovat uudistuneet kuluvan vuoden 2016 aikana. Periaatteistoon saatiin lisää selkeyttä ja ytimekkyyttä muokkaamalla entiset yhdeksän periaatetta kuudeksi periaateeksi, joita avataan tavoitetiloina (liite 2). Samalla periaatteet saatiin sopimaan paremmin sekä luonto- että kulttuurikohteille. Kyseinen muutos on luonnollisesti tuonut tarpeen uudistaa myös periaatteiden toteutumisen seurannan työkaluina toimivat indikaattorit ja mittaustavat. LAC-menetelmä on koettu hyväksi seurantatyökaluksi, joten sitä käytetään seurantamenetelmänä jatkossakin. Mittaristo tavoite- ja raja-arvoineen tullaan päivittämään vuoden 2017 aikana.

A photograph of a rustic wooden cabin with a gabled roof, situated in a lush green forest. The cabin is surrounded by tall trees and a grassy field. The sky is overcast.

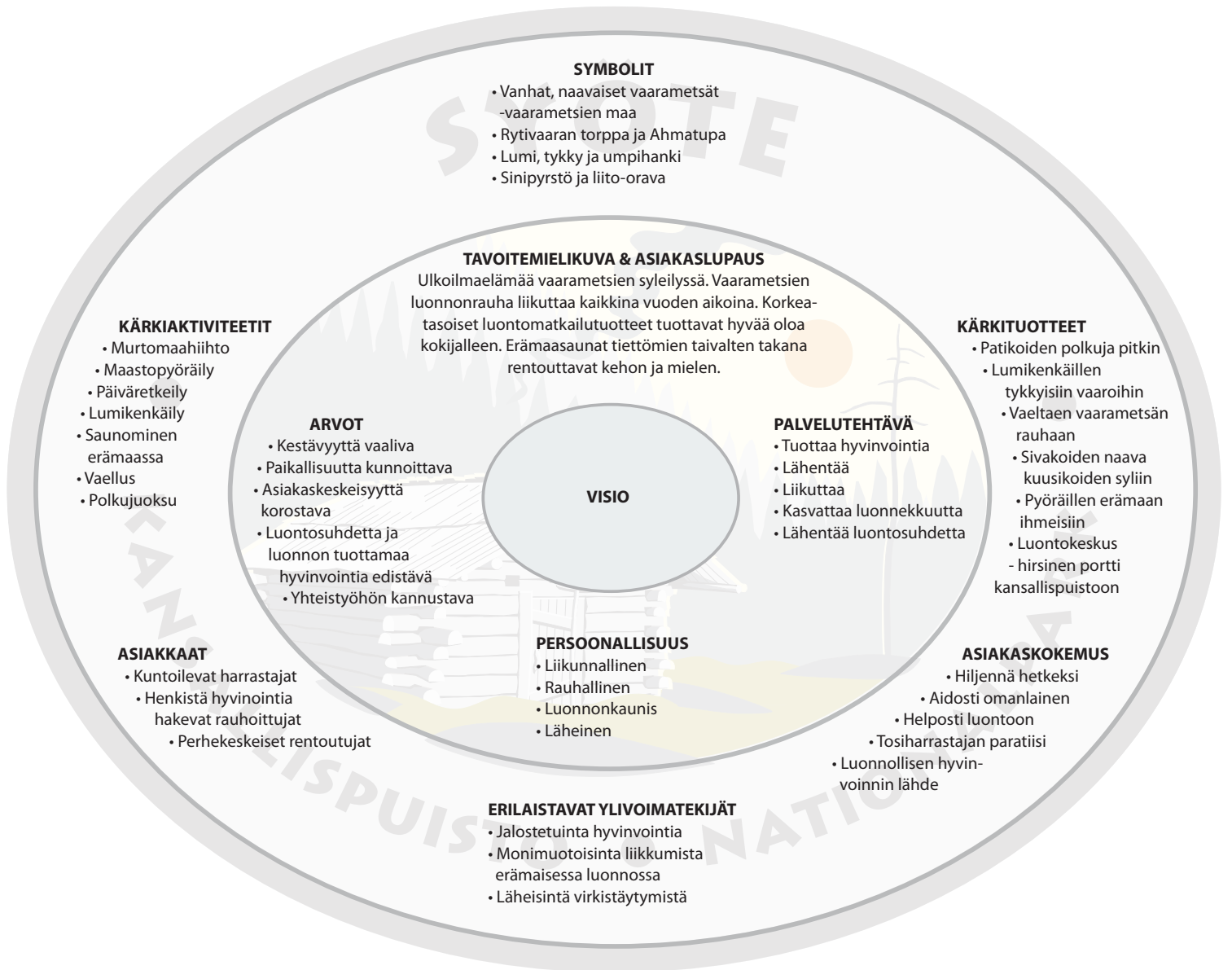
# 7 SYÖTTEEN KANSALLIS- PUISTON VISIO 2025

*Kansallispuisto on keskeinen osa Syötteen matkailualueen vetovoimaa sekä tärkeä voimavara Koillismaahan ja Oulun seudun matkailun kansainvälistymiselle ja kilpailukyvyllä. Syötteen kansallispuisto on Oulun alueen asukkaille tärkein luontokohde.*

*Syötteen kansallispuistoa kehitetään osana matkailualueetta yhdessä paikallisten toimijoiden ja kansainvälisten kumppaneiden kanssa. Kansallispuisto tunnetaan, ja sen tarjoamat monipuoliset luontoliikunnan mahdollisuudet linkittyvät alueen muuhun matkailutarjontaan saumattomasti. Maastopyöräilymahdollisuuksien osalta Syöte kuuluu Suomen parhaimmistoon. Erämaiset ja sopivan haastavat reitit houkuttelevat lajin harrastajia alueelle niin Suomesta kuin ulkomailtakin. Syötteen kansallispuisto tuottaa hyvinvointia luonnolle, ihmiselle ja paikallisyhteisölle.*

# 8

## SYÖTTEEN KANSALLISPUISTON BRÄNDIPYÖRÄ VUODELLE 2025



# 9

## MITÄ BRÄNDIPYÖRÄ PITÄÄ SISÄLLÄÄN?

### 9.1 ASIAKKAAT

Peilaamalla Syötteen kansallispuiston kävijätutkimuksen ja Syötteen matkailualueen asiakastutkimuksen kävijätietoja luontomatkailussa tällä hetkellä tunnistettavissa oleviin trendeihin, Koillismaan kesämatkailun Master Plan -työssä tunnistettuihin asiakassegmentteihin (Crementors 2016) sekä Konun ja Kajalan vuonna 2012 julkaistuun toteuttamaan luontomatkailijoiden motiiviperusteiseen segmentointiin (Segmenting Protected Area Visitors Based on Their Motivations) voidaan Syötteeltä tunnistaa seuraavat olemassa olevat luontomatkailun asiakassegmentit:

#### 1. Kuntoilevat harrastajat

Nämä asiakkaat hakevat paikkaa, jossa he voivat keskittyä täysin oman lajinsa harjoitteluun tai uusien elämysten hakemiseen. He näkevät suojelualueet ympäristönä erilaisille liikunnallisille harrastuksille. Syötteeltä ei kuitenkaan haeta kaikista adrenaliinihuuruimpia kokemuksia, vaan ennemminkin liikkumisen tuomaa fyysistä ja henkistä hyvinolontunnetta. Nämä asiakkaat saattavat harrastaa monipuolisesti erilaisia luontoaktiviteetteja tai olla yhdelle lajille omistautuneita. He kaipaavat asiantuntemusta tuotteistuksessa ja palveluissa sekä käyttävät viestinnän ja myynnin uusimpia digitaalisia palveluita.

#### 2. Henkistä hyvinvointia hakevat rauhoittujat

Tämä asiakkaat tulevat Syötteen luontoon rentoutumaan ja hengähtämään arjen keskellä. He nauttivat luonnon hiljaisuudesta, kauniista maisemista ja rauhallisesta tekemisestä. He arvostavat mahdollisuutta olla itsekseen taikka oman perheen parissa, nauttivat paikantunnusta ja ovatkin jonkin verran kiinnostuneita alueen luonto- ja kulttuuriarvoista. Kohteen valinnassa tätä asiakasryhmää ohjaa osittain aikaisemmat kokemukset ja muistot. He tuntevat vastuunsa omasta hyvinvoinnista ja ovat valmiita panostamaan siihen.

#### 3. Perhekeskeiset rentoutujat

Nämä asiakkaat tulevat Syötteelle viettämään aikaa perheen parissa. He ovat yleensä lapsiperheitä ja asuvat mökeissä. Kansallispuisto on tälle ryhmälle vain yksi kohde monien joukossa. Puistossa käydään, mikäli sinne lähteminen on tehty houkuttelevaksi ja helpoksi. Nämä asiakkaat arvostavat kattavaa ennakko- ja viestintää, hyviä palvelurakenteita ja turvallisuuden huomioimista. He käyttävät päiväreittejä sekä helposti saavutettavia taukopaikkoja ja osallistuvat erilaisiin koko perheen tapahtumiin. Tämä kohderyhmä hakee mahdollisuuksia perheen yhteisten aktiviteettien harrastamiseen ja on jossain määrin valmis ostamaan niihin liittyviä liitännäispalveluita.

### 9.2 ASIAKASKOKEMUS JA SUUNNITTELUN OHJURIT

Luontomatkailun trendit, Syötteen vahvuudet sekä olemassa olevien asiakkaiden odotukset yhdistämällä voidaan määritellä tuotteistuksen teemat Syötteen luontomatkailun tulevaisuuden kehittämisen suuntaviivoiksi ja samalla asiakaskokemuksen tavoitteiksi. Jotta kyseiset teemat saadaan aidosti asiakaskokemuksen ytimeen, tulee niiden ohjata asiakasviestintää ja palvelutuotantoa. Täten niistä voidaan puhua myös suunnitteluohjureina.

### **Hiljennä hetkeksi**

- Kansallispuiston tuotteistuksessa ja viestinnässä korostetaan tekemisen hyvinvointivaikutuksia, rentoutumista, luonnonläheisyyttä ja aitoutta
- Tuotteistuksessa uusina avauksina kehitetään ohjattua luontokuvausta ja luonnon tarkkailua, perinteisiin töihin osallistumista sekä ohjattuja sieni- ja marjareissuja, joiden päätteeksi ”saaliista” valmistetaan ohjatusti ruokaa
- Viestitään Rytivaaran lammaspaimenviikoista mahdollisuutena rauhoittumiseen ja digipaastoon
- Luontokeskuksen ravintolan tuotteissa näkyy villi ruoka ja paikallisuus. Asiakkaille jaetaan tietoa Syötteen villistä ruoasta
- Reittisuunnittelussa otetaan teknisen suunnittelun ohessa huomioon yhä vahvemmin myös reitin eri aisteille tarjoamat virikkeet
- Tuotteistetaan Land of National Parks –tuoteperhe (maasto- ja retkipyöräily, luontokuvaus ja saunaelämys opastettuna ja omatoimisena tuotteena)

Kohderymänä erityisesti henkistä hyvinvointia hakevat asiakkaat

### **Aidosti omanlainen**

- Kansallispuiston viestinnässä ja tuotteistuksessa korostetaan brändiohjeen mukaisesti paikallista luontoa, perinteitä, ihmisiä, tapahtumia, tarinoita, historiaa ja nykypäivää. Valittujen symbolien kautta puisto näyttäytyy omaleimaisena, mielenkiintoisena ja aitona
- Reitteihin liittyvässä viestinnässä välittyy teknisten tietojen lisäksi tunne, paikalliset tarinat ja vahvat mielikuvat
- Luontokeskuksessa myydään pääasiassa paikallisten valmistamia matkamuistoja. Tarinat ja tekijät kerrotaan tuotteiden takaa
- Luontokeskuksen vaihtuvat näyttelyt kuvastavat paikallisia ihmisiä, luontoa, perinteitä ja nykypäivän elämää
- Luontokeskuksen ravintola tarjoilee paikallisia ruokia ja erikoisuuksia paikallisista raaka-aineista. Tarinat ja tekijät kerrotaan tuotteiden takaa

Kohderymänä kaikki alueen asiakkaat

### **Helposti luontoon**

- Päiväreittituotteet tarjoavat matkailijalle tekemistä viikoksi sekä kesällä että talvella. Päiväreitit ovat helppotasoisia, helposti löydettäviä, helposti saavutettavia ja helposti käytettäviä, ja niissä huomioidaan eri kärkiaktiviteetit
- Reitit ovat selkeästi merkattuja maastoon niin itse reitin kuin siirtymätaipaleen osalta. Reitistä etukäteen saatavan informaatio on kattavaa ja helposti löydettävissä
- Kärkireittien osalta on olemassa kattavat tuotekortit, jotka helpottavat asiakkaan valintaa. Tuotekorteissa on selkeästi kerrottu, mistä asiakas voi halutessaan ostaa reittiin liittyviä lisäpalveluita, kuten opastuksia, ruokailuita, välinevuokria, kuljetuksia jne

- Kansallispuiston tarjonnasta on kasattu viikko-ohjelmat eri sesonkeihin. Ohjelma sisältää ehdotukset retkikohteista, -reiteistä ja aktiviteeteistä sekä tapahtumista liittyen kansallispuistoon ja luontokeskukseen. Viikko-ohjelma esittelee tarjonnan yksinkertaisen omatoimitason, siihen ostettavissa olevat lisäpalvelut (kuljetukset, ruokailut, opastukset, kartat jne) sekä mahdollisesti ostettavissa olevan, täysin palvelun kokonaisuuden
- Kansallispuistoon on eri aktiviteettien osalta ostettavissa huollettuja ja opastettuja retkiä
- Osa päiväreiteistä soveltuu myös pienille lapsille ja senioreille

Kohderymänä erityisesti perhekeskeiset rentoutujat ja kuntoilevat harrastajat

### **Tosiharrastajan paratiisi**

- Syöte tunnetaan maastopyöräilymahdollisuuksista. Kansallispuistoon sijoittuvat reitit ovat osa alueen reittiverkostoa ja palvelevat asiakkaita sekä kesällä että talvella. Merkittyjen reittien lisäksi yrityksillä on käytössään reittiosuuksia, joille ne voivat opastetusti viedä asiakkaitaan
- Syöte kytkeytyy pyöräreittien osalta muihin Koillismaan ja Kainuun kohteisiin. Tarjolla on tuotteistettu pyöräreitti pidempää ajomatkaa kaipaaville asiakkaille
- Syötteen kierroksesta viestitään laadukkaana polkujuoksuun soveltuvana reittinä
- Alueella järjestetään mielenkiintoisia pyöräily- ja polkujuoksutapahtumia, -kilpailuja ja -kursseja yhdessä yritysten ja laitevalmistajien kanssa

kohderymänä erityisesti kuntoilevat harrastajat

### **Luonnollisen hyvinvoinnin lähde**

- Kansallispuistoon liittyvässä viestinnässä ja tuotteistuksessa korostetaan luonnon terveys- ja hyvinvointivaikutuksia sekä luontoympäristössä tapahtuvan tekemisen emotionaalista puolta ja siitä saatavaa nautintoa
- Kansallispuisto on luonnollinen osa Syötteen matkailutarjonnassa olevia hyvinvointituotteita
- Luontokeskuksesta saa tietoa luonnon terveys- ja hyvinvointivaikutuksista
- Rytivaaran torppamiljöön saunoineen toimii perinnehoidojen, mielen ja kehon rentoutusten sekä saunaelämysten ympäristö
- Hyödynnetään teknologiaa luonnon terveysvaikutusten todentamisessa. Yritysvetoisten hyvinvointiviikonloppujen, virkistyspäivien vaikutusten todentaminen teknologian ja /tai hyvinvointianalyysien avulla osaksi tuotetta
- Kannustetaan asiakasta jakamaan kokemansa luontoelämyksen ja siihen liittyvän tunnetilan somessa
- Reittituotteiden suunnittelussa otetaan aidosti huomioon eri aistikokemukset. Tässä yhteydessä hyödynnetään asiantuntijoita ja asiakaskokemuksia

kohderymänä erityisesti henkistä hyvinvointia hakevat rauhoittujat ja kuntoilevat harrastajat

## 9.3 KÄRKIAKTIVITEETIT

Palveluiden laadun takaamiseksi ja erilaistavan profiilin rakentamiseksi luontomatkailukohdeiden tulee määritellä omien vahvuuksien ja tavoiteltavien asiakassegmenttien mukaiset kärkiaktiviteetit. Määrittelystä huolimatta alueella voi ja jopa on suotavaa olla myös muita harrastusmahdollisuuksia monipuolistamassa tarjontaa. Viestinnässä, tuotteistuksessa ja palvelurakenteiden kehittämisessä tulee kuitenkin keskittyä kärkiaktiviteetteihin, jotta profiloituvuus tuottaa tulosta ja toisaalta asiakasodotukset täyttyvät.

Syötteen luontomatkailun kärkiaktiviteetit ovat:

### **Murtomaahiihto**

Hiihto on Syötteen kansallispuistossa ehdottomasti suosituin talvikauden harrastus. Paitsi lajien osalta murtomaahiihtoa tulee kehittää ja tuotteistaa esim. koirahiihdon, hiihtoretkien ja -tapahtumien kautta.

### **Maastopyöräily**

Syötteellä on tehty ansiokkaasti töitä maastopyöräilyn edellytysten kehittämisessä ja profiloitumisessa ympärivuotiseksi pyöräilykohteeksi. Tällä hetkellä voidaankin jo sanoa, että Syöte on yksi Suomen parhaista maastopyöräilykohteista. Osaamista ja puitteita tulee kuitenkin kehittää jatkuvasti, jotta saavutettu asema säilytetään. Toisaalta myös kestävyiden toteutumiseen tulee kiinnittää suosiota kasvaessa yhä enemmän huomiota.

### **Päiväretkeily**

Syötteen kansallispuiston kohtalaisen runsas retkeilypalveluverkosto luo oivat puitteet päiväretkeilyn harrastamiselle.

### **Polkujuoksu**

Syötteellä on ihanteelliset mahdollisuudet polkujuoksun harrastamiselle. Reittiverkosto on hyvä ja tarpeeksi haastava. Lisäksi lähdepuroista pulppuava vesi on juomakelpoista, joten nestettä ei tarvitse kantaa mukana.

### **Lumikenkäily**

Lumikenkäily kasvattaa jatkuvasti suosiotaan Syötteellä. Lumen ja tykkykuusten peittämät vaarat luovat loistavat mahdollisuudet lumikenkäilyn harrastamiselle. Lumikenkäily on helppo, koko perheen harrastus, ja lajina se monipuolistaa Syötteen talvikauden aktiviteettitarjontaa. Tulevaisuudessa tulee lumikenkäilyn ohella nostaa myös liukulumikenkäilyä.

### **Vaellus**

Sopivan kokoisena ja palvelurakenteeltaan kohtalaisen runsaana puistona Syöte on turvallinen kohde aloittaa vaellusharrastus tai yöpyä ensimmäisen kerran maastossa. Myös sijainti suhteessa Oulun seudun väestökeskittymään tukee Syötteen profiloitumista pidennetyn viikonlopun vaelluskohteeksi. Syötteellä pääsee kokemaan erämaan tunnelmaa helposti.

### **Saunominen erämaassa**

Kansallispuiston sisällä kulkijaa lämmittävät tunnelmalliset Ahmatuvan ja Rytivaaran erämaasaunat. Saunominen tietämättömien taivalten takana on ikimuistoinen kokemus.



## 9.4 KÄRKITUOTTEET JA -REITIT

Kärkireitit mahdollistavat kärkiaktiiviteettien laadukkaan harrastamisen. Reittien suunnittelu ja kehittäminen on pitkäjänteistä työtä, vaikkakin kilpailuedun tavoittelemisen ja säilyttämisen vaatii myös reitistöltä yhä enemmän juostavuutta ja muutoskykyä. Tämän vuoksi alla on esitetty Syötteen reittituotetarjonnan tavoitetilä vuodelle 2020, jonka jälkeen tavoitetilä on syytä päivittää vastaamaan nähtävissä oleviin tarpeisiin.

Monet alla esitetyt reitit vaativat vielä voimakasta tuotteistamista, mikä tarkoittaa mm. nimen, teeman ja kohderyhmän miettimistä. Viestinnällä on myös suuri rooli tuotteistuksen tukena ja osana sitä. Voidaankin todeta, että kaikki viestintä on uusittava kaikkien reittien osalta. Osa reiteistä vaatii myös kunnostusta, jotta niille voidaan turvallisesti ohjata asiakkaita. Nämä toimenpiteet on esitetty osana suunnitelman toimintaohjelmaa.

### Syötteen reittituotetarjonta 2020 – monipuolinen, houkutteleva, liikuttava

#### Patikoiden polkuja pitkin

- Päiväretkituotteita lähietäisyydellä matkailukeskuksesta:

- Vattukurun luontopolku
- Salojen siivekkäät luontopolku
- Naavaparran luontopolku
- Huipunpolku
- Luontokeskus - Iso-Syötteen huippu
- Romevaaran huiputus
- Teerivaaran tepastelu
- Kellarilammen kierros
- Pytkyn Pyrähdys

- Päiväreittituotteita matkailukeskittymän ulkopuolella:

- Rytivaaran kierros
- Pyhityksen näköalapolku
- Soiperoinen
- Kaunislammen ihastelu

#### Vaeltaen vaarametsien rauhaan

- Ahmankierros yhden yön vaellustuotteena
- 2-3 yön vaellusreitti Kouva – Rytivaara – Ahmavaara – luontokeskus
- 4-5 yön vaellusreittisuositus Livojärvi-Syöte

#### Sivakoiden naavakuusikoiden syliin

- Iso-Syötteen ympäryslatu (kulkee luontokeskuksen kautta; uudelleen linjaus)
- Ahmankierros
- Ahmakallion takalenkki
- Toraslammen lenkki
- hiihtovaellus reitittömänä tuotteena (suositellaan tuvalta tuvalle hiihtoa ja kuvataan kartalle elämyksellisimmät hiihtomaastot)

### **Pyöräillen erämaan ihmeisiin**

kesä:

- Huipun lenkit
- Syötteen kierros
- Pitämävaaran lenkki
- Ahmankierros
- Toraslammen taival

Talvi:

- Ahmankierros
- Rytivaaran lenkki
- Ahmakallion lenkki

### **Muita tuotteistettavia aktiviteetteja:**

- polkujuoksu Syötteen kierroksella
- luonnontarkkailu ja luontokuvaus (tuotetaan teemoitettu kartta, jossa esitään Syötteen kuvauksellisimmat kohteet; hienoimmat nähtävyydet, maisemallisimmat pisteet, historialliset kohteet, potentiaaliset lajien esiintymispaiikat jne. Tuotteessa suositukset kohteittain vuoden ja vuorokauden ajalle yms.)
- melonta Pärjänjoella (reittikuvaus kartalle, eri vaihtoehdot lähtö- ja päätepis-teistä, taukopaikat)

## **9.5 ERILAISTAVAT YLIVOIMATEKIJÄT**

Syötteen vahvuuksien, ominaispiirteiden ja vision pohjalta alueen tulevaisuuden erilaistaviksi ylivoimatekijöiksi valikoituivat jalostetuin hyvinvointi, monimuotoisin liikkuminen erämaisessa luonnossa ja läheisin virkistäytyminen. Monet matkailualueet panostavat tällä hetkellä hyvinvointimatkailuun. Tässä kilpailussa Syöte erottuu erityisesti aitojen luontokokemusten tuottamalla henkisellä ja fyysisellä hyvinvoinnilla. Tähän liittyen toinen Syötteen ylivoimatekijä on luontoliikuntamahdollisuuksien monipuolisuus yhdistettynä erämaiseen luontoon. Läheisimmällä virkistäytymisellä viitataan paitsi Syötteen sijaintiin lähellä Oulun alueen väestökittymiä, myös luonnon ja luontosuhteen lähentymiseen sekä paikallisuuteen.



# 10 TOIMINTAOHJELMA

*Syöteen luontomatkailun kehittämisen painopiste tulevina vuosina on viestinnässä ja tuotteistamisessa. Tähän liittyy olennaisesti Syöteen reitistöjen ja palveluvarustuksen asiakaslähtöinen kehittäminen sekä alueellisen yhteistyön syventäminen.*

Toimintaohjelmassa on esitetty tavoitteet vuodelle 2025. Tavoitteisiin tähtäävä toimenpiteet on ajoitettu vuodelle 2020 saakka. Toimintaohjelman toteutumista tullaan tarkastelemaan vuosittain yhteistoimintaryhmän kokouksissa, jolloin toimenpiteitä voidaan myös päivittää. Vuosien 2021-2025 toimenpiteet tullaan kirjaamaan päivitysten ja vuosittaisen toiminnan suunnittelun yhteydessä.

Toimintaohjelmaan on arvioitu jokaisen toimenpiteen kohdalle aikataulun ohella myös toteutustapa (resurssi). Osa toimintaohjelmassa esitetyistä toimenpiteistä toteutetaan ns. Luontopalveluiden perustyna tai käynnissä olevissa AOR (Attractive Oulu Region, EAKR), Syöte MTB (EMR), KASKU (Kasvua ja hyvinvointia luonnosta ja kulttuurista, EMR), Gateway to Kuusamo Lapland (EAKR) ja SAINT (Slow Adventure in Northern Territories, NPA) -hankkeissa. Lisäksi toimintaohjelmassa nimetään toimenpiteitä, joiden toteuttamiselle tulee lähitulevaisuudessa hakea ulkopuolista hankerahoitusta.

## VIESTINTÄ, MARKKINOINTI JA YHTEISTYÖ

Tavoite 2025	Lähivuosien toimenpiteet	Aikataulu	Resurssit
<p><b>Kansallispuistoon liittyvä viestintä on yhteneväistä ja rakentaa puistolle erilaistavaa brändiä.</b></p> <p>Syöte erottuu omilla vahvuuksillaan muista luontomatkoilukohteista.</p>	<p>Tuotetaan yhteistyössä alueen matkailutoimijoiden kanssa Syötteen kansallispuiston viestinnälle brändiohje.</p>	2017	AOR-hanke
	<p>Luodaan yhteinen kuvapankki, josta alueen matkailutoimijat voivat hakea kansallispuiston kuvia omaan markkinointiinsa. Taataan kuvien laadukkuus ja yhteensopivuus brändin kanssa.</p>	2017	LP
<p><b>Kansallispuistoon liittyvä tieto on helposti löydettävissä verkosta.</b></p> <p>Kansallispuistosta viestitään asiakaslähtöisesti, houkuttelevasti ja monikanavaisesti. Asiakkaan on helppo saada tietoa puistosta ja sen palveluista.</p> <p>Myös ulkomaisten asiakkaiden tarpeet on huomioitu viestinnässä.</p>	<p>Toteutetaan kansallispuiston, luontokeskuksen ja matkailukeskuksen kävijöiden keskuudessa asiakastutkimus liittyen viestintäkanaviin ja -tarpeisiin. Tavoitteena lisätä viestinnän asiakaslähtöisyyttä ja tavoitavuutta.</p>	2018-2019	Haettava rahoitus
	<p>Toteutetaan alueella kansallispuiston verkkojalanjälkitutkimus, ja tartutaan sen tuloksena saatuihin epäkohtiin. Koulutetaan kansallispuiston henkilöstöä ja yrittäjiä mm. kuvien nimeämiseen, avainsanoihin, tägäämiseen, linkityksiin, hakukoneoptimointeihin jne.</p>		
	<p>Parannetaan kansallispuiston palveluiden näkyvyyttä ja houkuttelevuutta syote.fi-sivustolla.</p>	2017	AOR-hanke
	<p>Luontoon.fi ja Retkikartta.fi -sivustoja kehitetään yhä asiakaslähtöisemmiksi.</p>	2017	LP
	<p>Kansallispuiston Facebook-sivuilla viestitään puiston ja luontokeskuksen ajankohtaisista asioista, yrittäjien tarjoamista palveluista sekä kerrotaan retkivinkkejä.</p>	Jatkuvana työnä	LK:n henkilökunta

Tavoite 2025	Lähi vuosien toimenpiteet	Aikataulu	Resurssit
<b>Kansallispuisto tuo alueen matkailulle merkittävää lisäarvoa ja näkyä alueella.</b>  Kansallispuisto on tunnettu ja tunnistettu osa Syötteen matkailualueetta ja sen vetovoimaa. Sekä kansallispuiston omatoimiset, että yritys vetoiset tuotteet linkittyvät sujuvasti alueen muuhun matkailutarjontaan. Alueelle tulevat asiakkaat tuntevat puiston – sen suojeluarvot ja harrastusmahdollisuudet.	Viedään kansallispuiston reittituotteita ja retkeilyvinkkejä Syötteen viikko-ohjelmaan.	2017	AOR-hanke
	Toteutetaan neliometri kansallispuistoa -konsepti keskeisimpiin yrityksiin Syötteen matkailukeskuksessa.	2017	AOR-hanke
	Kehitetään uusia luontomatkailutuotteita yhteistyössä yritysten kanssa ja kansallispuiston näkyvyyttä alueen yritysten viestinnässä.	2017	AOR-hanke
	Osallistutaan aktiivisesti alueen tapahtumiin ja niiden suunnitteluun.	Jatkuvana työnä	LK:n henkilökunta ja hankkeet
	Huolehditaan, että kansallispuisto näkyy vahvasti alueen esite- ja karttamateriaalissa sekä kausijulkaisuissa.	2016-2017	LP
	Uusitaan ja lisätään matkailualueella opastusta luontokeskukseen ja kansallispuistoon.	2016-2017	AOR-hanke, LP
Järjestetään kärkiaktiiviteetteihin liittyviä mediavierailuja ja tuotetestauksia.	2017-	Hankkeet	
<b>Kansallispuistoviestintää tehdään yhteistyössä alueellisesti, maakunnallisesti ja kansallisesti.</b>  Syöte on luonteva osa Koillismaan ja Kainuun kansallispuistoverkostoa, josta viestitään mielenkiintoisena kokonaisuutena. Syöte myös tuo selkeää lisäarvoa Oulun seudun matkailumarkkinoinnille. Valtakunnallisesti Syöte on mukana luomassa Suomelle yhä houkuttelevampaa imagoa luontomatkailumaana.	Koillismaan alueella "Land of National Parks" -konseptin viestinnällinen käynnistys.	2017	Gateway to Kuusamo Lapland-hanke
	Huolehditaan, että Syöte on osa Suomen kansallispuistojen ympärille rakennettavia kiertomatkatuotteita.	2017	AOR-hanke
	Tehdään markkinointi- ja viestintäyhteistyötä Oulun matkailu Oy:n kanssa mm. osana Oulu Outdoor Zone – kokonaisuutta.	2017	KASKU-hanke
	Ollaan mukana Syötteen matkailuyhdistyksen toiminnassa.	Jatkuvana työnä	LP
	Panostetaan yritys yhteistyössä laatuun tarjoten tasapuolisesti mahdollisuutta kumppanuuteen. Syvennetään yhteistyötä tuotteistuksessa, viestinnässä ja laadunvarmistuksessa.	Jatkuvana työnä	LP
	Kannustetaan yhteistyöyrityksiä kansallispuistologon käyttöön.	Jatkuvana työnä	LP
	Kansallispuiston viestintäkanavissa, kuten Facebook-sivuilla, jaetaan tietoa yhteistyöyrittäjien tuotteista.	Jatkuvana työnä	LP

Tavoite 2025	Lähi vuosien toimenpiteet	Aikataulu	Resurssit
	Viestitään kansallispuiston Charter-jäsenyydestä näkyvästi. Kehitetään Charter-paikalliskumppanuuden hyötyjä kansallisena työnä sekä hakemalla kansainvälisestä Charter-verkostosta hyviä käytäntöjä.	2017	AOR-hanke, LP
	Syötteen kansallispuiston yhteistoimintaryhmä kokoontuu säännöllisesti käsittelemään kansallispuiston ajankohtaisia asioita. Ryhmän kokoonpanoa voidaan laajentaa esim. Charter-paikalliskumppanuuden kautta	Jatkuvana työnä	LP
<b>Kansallispuisto- viestinnässä hyödynnetään uusia mahdollisuuksia ja kanavia.</b>	Kutsutaan puistoon vierailuvia bloggareita, joille rakennetaan eri teemoihin ja aktiviteetteihin pohjautuvia ohjelmia.	2018-2019	Haettava rahoitus
Viestintä on uudistuvaa ja ajanhengen mukaista.	Selvitetään alueellisena yhteistyönä mobiiliopastuksen mahdollisuuksia.	2018-2019	Haettava rahoitus
<b>Luontopalvelut toimii suojelualueiden tietolähteenä Syötteen matkailutoimijoille.</b>	Pidetään perehdytyskoulutuksia säännöllisesti alueen uusille toimijoille.	Jatkuvana työnä	LK:n henkilökunta
Alueen matkailutoimijoille tarjotaan tietoa suojelualueiden luonto- ja kulttuuriarvoista.	Kansallispuiston ajankohtaisista asioista informoidaan säännöllisesti alueen muita toimijoita.	Jatkuvana työnä	LK:n henkilökunta
<b>Viestintämateriaali on laadukasta, ajantasaista ja tavoittaa kohderyhmät.</b>	Esitemateriaali uudistetaan. Suunnitellaan asiakaslähtöinen kokonaisuus.	2017	AOR-hanke, LP
Viestintämateriaalin kehittämisen punaisena lankana on asiakaslähtöisyys. Ydinviestit ja viestinnän kanavat vaihtelevat asiakassegmentittäin.	Viestitään palveluista ja reiteistä tuotteina. Jokaisesta reitistä tehdään informatiivinen ja houkutteleva reittituotekortti, joka sisältää reitin kuvauksen, tarinan, kartan, palvelutarjonnan sekä vaativuusluokituksen.	2017	AOR-hanke, LP
	Esitteet /tuotekortit ovat yksittäin saatavilla paperiversioina luontokeskuksessa ja PDF-tiedostoina luontoon.fi- ja syote.fi-sivustoilta, joista ne voi printata itselleen joko kokonaan taikka ainoastaan tietyiltä osin (esim. kartta). Samasta osoitteesta onnistuu esitteiden /tuotekorttien lähetykset sähköpostiin sekä jakaminen sosiaalisen median kanaviin.	2017	AOR-hanke, LP

Tavoite 2025	Lähi vuosien toimenpiteet	Aikataulu	Resurssit
	Huolehditaan, että alueen yrityksissä on kansallispuiston esitteitä ja reittituotekortteja myynnissä / jaossa.	Jatkuvana työnä	LK:n henkilökunta
	Viestitään Syötteen kansallispuistosta Oulun matkailuinfossa osana Ooz-verkostoa.	2017	KASKU-hanke
	Järjestetään kansallispuiston henkilökunnalle ja yhteistyöyrittäjille valokuvaus- ja videointikoulutus. Hankitaan laadukas kuvauskalusto	2018-2019	Haettava rahoitus
	Tuotetaan itse kuva- ja videomateriaalia viestintä- ja markkinointikäyttöön. Suositellaan luontokeskuksen henkilökuntaa pitämään yhden päivän kuukaudessa kuvaus-/ maastopäivänä. Kannustetaan yhteistyöyrittäjiä mukaan maastoon.	Jatkuvana työnä	LK:n henkilökunta
	Toteutetaan sesonkiluontoisia ja kärkiaktiiviteetteihin pohjautuvia viestintäkampanjoita pääkohderyhmille.	Jatkuvana työnä	LP, LK:n henkilökunta
	Toimitetaan kansallispuistoesitteitä alueen vuokramökkeihin ja –huoneistoihin.	2018-2019	LK:n henkilökunta
<b>Viestintä ohjaa kävijöiden käyttäytymistä suojelualueilla.</b>	Varmistetaan kestävän luontomatkailun periaatteiden näkyvyys viestintämateriaaleissa.	Jatkuvana työnä	LP
Kävijät ymmärtävät suojelualueita koskevat säännöt ja noudattavat niitä. Viestinnällä ohjataan kävijöiden liikkumista alueella, ennaltaehkäistään konflikteja ja varmistetaan matkailun kestävyttä.	Opastusmateriaalit ohjaavat kävijöitä roskattomaan retkeilyyn.	Jatkuvana työnä	LP

Tavoite 2025	Lähivuosien toimenpiteet	Aikataulu	Resurssit
<p><b>Kansallispuistoon liittyviä asiakaskokemuksia hyödynnetään näkyvyyden saavuttamisessa ja palvelukehityksessä.</b></p> <p>Asiakaspalautteiden avulla saadaan arvokasta tietoa asiakkaiden odotuksista ja kokemuksista.</p>	<p>Asiakasta rohkaistaan aktiivisesti jakamaan kokemuksiaan sosiaalisissa medioissa. Asiakkaiden tuottamaa sisältöä hyödynnetään markkinoinnissa ja palvelukehityksessä.</p> <p>Tuotetaan kansallispuiston jälkimarkkinoinnin yhteisopas, jonka pohjalta alueen matkailutoimijat voivat ohjeistaa asiakkaita avainsanoissa ja tägeissä siten, että ne tuottavat toivottua näkyvyyttä.</p> <p>Jaetaan Syötteen kansallispuiston Facebook-sivuilla muiden ryhmien Syötteeseen liittyviä julkaisuja.</p>	<p>Jatkuvana työnä</p> <p>2018-2019</p> <p>Jatkuvana työnä</p>	<p>LP</p> <p>Haettava rahoitus</p> <p>LK:n henkilökuntaa</p>
<p><b>Kansallispuisto on European Charter -verkoston aktiivinen jäsen.</b></p> <p>Yhteistyöyritykset ovat aidosti mukana Charter-paikkaliskumppanitoiminnassa ja sitä kautta kansainvälisessä verkostossa, paikalliskumppanitoiminnassa ja sitä kautta kansainvälisessä verkostossa.</p>	<p>Uusitaan European Charter- jäsenyys.</p> <p>Tiedotetaan yhteistyöyrittäjiä Charter-jäsenyyden uusimisesta ja kannustetaan yrityksiä paikalliskumppaneiksi.</p>	<p>2017</p> <p>2017</p>	<p>AOR-hanke</p> <p>AOR-hanke, LP</p>
<p><b>Kansallispuiston kärkituotteet ovat luonteva osa kansainvälisille matkanjärjestäjille suunnattuja tuotemanuaaleja.</b></p> <p>Kansallispuisto lisää alueen houkuttelevuutta matkajärjestäjien silmissä.</p>	<p>Tuotteistetaan kansallispuistoa yhdessä alueen yrittäjien kanssa kansainvälisille matkanjärjestäjille suunnattuihin manuaaleihin.</p>	<p>2016-2017</p>	<p>AOR-hanke</p>



## REITISTÖT JA PALVELUVARUSTUS

Tavoite 2025	Lähi vuosien toimenpiteet	Aikataulu	Resurssit
<p><b>Syötteen reitit muodostavat toimivan ja asiakaslähtöisen kokonaisuuden ja esittelevät elämyksellisesti Syötteen luontoa ja kulttuuria.</b></p> <p>Asiakkaalle tarjotaan selkeitä ja tuotteistettuja kärkireittejä, jotka tukevat valittuja kärkiaktiiviteetteja. Reitit ovat houkuttelevia ja sisällöltään antoisia. Jokaisella reitillä on oma teemansa ja tarinansa. Reitit esittelevät alueen ominaispiirteitä brändiohjeen mukaisesti kertoen alueen luonnosta, paikallista perinteistä, ihmisistä, tapahtumista, tarinoista, historiasta ja nykypäivästä.</p>	<p>Reittien kehittämistä ja tuotteistusta tehdään asiakaskokemuksia hyödyntäen.</p> <p>Koulutetaan kansallispuiston henkilökuntaa ja yhteistyöyrittäjiä palvelumuotoilun työkaluihin.</p> <p>Nostetaan alueen tarinoita ja suojeluarvoja yhä enemmän esille reittituotteistuksessa.</p> <p>Tarpeettomia ja anniltaan köyhiä palveluita voidaan karsia pois.</p>	<p>Jatkuvana työnä</p> <p>2017</p> <p>2017</p> <p>Jatkuvana työnä reittejä kehitettäessä</p>	<p>LP</p> <p>KASKU-hanke</p> <p>AOR-hanke, LP</p> <p>LP</p>
<p><b>Syötteen reittituotteet mahdollistavat monipuolisen luontoliikunnan ja tukevat valittuja kärkiaktiiviteetteja.</b></p> <p>Reittituotteet tukevat ympärivuotista matkailua ja luontoliikuntaa.</p>	<p>Etsitään uusia kumppanuuksia reittituotteiden suunnitteluun ja kehittämiseen (mm. lajijärjestöt, välinevalmistajat, terveys- ja liikuntasektori).</p> <p>Seurataan aktiiviteetteihin liittyvää kysyntää alueen asiakastutkimuksen, asiakaspalautteiden, kävijäseurannan ja kävijätutkimusten avulla. Reagoidaan joustavasti reittien uudistustarpeisiin.</p> <p>Tuotteistusta tehdään yhteistyössä alueen matkailutoimijoiden kanssa.</p>	<p>Jatkuvana työnä reittejä kehitettäessä</p> <p>Jatkuvana työnä</p> <p>Jatkuvana työnä</p>	<p>LP</p> <p>LP</p> <p>AOR- ja SAINT-hankeet, LP</p>

Tavoite 2025	Lähivuosien toimenpiteet	Aikataulu	Resurssit
<p><b>Kansallispuiston reitit ja palvelut ovat helposti saavutettavia ja palvelevat erilaisia käyttäjiä.</b></p> <p>Reitit ovat selkeästi merkattuja maastoon niin itse reitin kuin siirtymätaipaleenkin osalta. Reitistä etukäteen saatavan informaatio on kattavaa ja helposti löydettävissä. Karttamerkinnot vastaavat maastossa olevia merkintöjä.</p>	Lisätään ja uusitaan opastusta matkailukeskuksesta luontokeskukseen ja kansallispuistoon.	2017	LP
	Uusitaan maastoviitat.	2018-2020	Haettava rahoitus
	Uusitaan maalimerkinnot reittituotteiden tueksi.	2018-2020	Haettava rahoitus
	Perustetaan kansallispuiston pohjoisosaan (Kouvalle) uusi lähtöpiste ja portti kansallispuistoon. Huolehditaan opastuksen toimivuus lähtöpisteelle.	2018-2020	Haettava rahoitus
	Vattukurun reitin opastusta kehitetään soveltuvaksi lumikenkäilyreitiksi.	2017	LP
	Selkeytetään ja päivitetään luontokeskuksen yhteydessä olevaa kansallispuiston porttia.	2018-2020	Haettava rahoitus
	Luokitellaan reittituotteet ja niistä viestitään siten, että kävijät tietävät reitin vaatavuuden ja huollon tason.	2017	AOR-hanke, LP
	Tuotetaan reittituotekuvauksia ja retkivinkkejä kumppaneiden ylläpitämiin viestintäkanaviin (syote.fi, visitoulu.fi, yritysten sivut).	Jatkuvana työnä	AOR-hanke, LP

Tavoite 2025	Lähi vuosien toimenpiteet	Aikataulu	Resurssit
<p><b>Kansallispuiston reitit ja palvelut ovat turvallisia.</b></p> <p>Asiakkaiden turvallisuus otetaan alueella vakavasti, ja sen takaamiseksi tehdään aktiivista yhteistyötä alueen toimijoiden ja pelastusviranomaisten kesken.</p>	Turvallisuus- ja pelastussuunnitelmat pidetään ajan tasalla.	Jatkuvana työnä	LP
	Järjestetään kansallispuiston henkilökunnalle ja yhteistyöyrittäjille turvallisuuskoulutusta.	2018-2019	Haettava rahoitus
	Osallistetaan alueen yrittäjät reittien ylläpitoon.	Jatkuvana työnä	LP
	Kellarilampi-reitin kunnostus.	2018	Haettava rahoitus
	Kouva-Rytivaara -reitit kunnostus ja mahdollisen uudelleen linjauksen tarkastelu (pidemmän vaellusreitit tuotteen osana)	2018-2019	Haettava rahoitus
	Romevaaran huiputus -reitit kunnostus ja mahdollisen uudelleen linjauksen tarkastelu.	2018-2019	Haettava rahoitus
	Tehdään Teerivaaran kesäreitin (Teerivaaran Tepastelu) linjaus ja toimenpidesuunnitelma.	2018	Haettava rahoitus
	Syötteen kierroksen kestäväointi ja kunnostus.	2017	MTB-hanke
	Ahmankierroksen kestäväointi ja kunnostus.	2017-2018	MTB-hanke
	Pitämävaaran lenkin kunnostus.	2018	MTB-hanke
	Toraslammen lenkin osittainen kunnostus.	2018	MTB-hanke
	Varmistetaan, että opastus maastossa on toimivaa ja vastaa sähköistä sekä painettua materiaalia.	Jatkuvana työnä	LP
	Selvitetään paloturvallisuusasiat palotarkastajan kanssa. Suoritetaan tarvittavat silta- ja tornitarkastukset.	2017	LP

## SYÖTTEEN LUONTOKESKUS – HIRSINEN PORTTI KANSALLISPUISTON ELÄMYKSIIN

Tavoite 2025	Lähivuosien toimenpiteet	Aikataulu	Resurssit
<p><b>Syötteen luontokeskus toimii kansallispuiston opastuskeskuksena tarjoten asiakkaille ja alueen muille matkailutoimijoille tietoa puiston suojeluarvoista, erityispiirteistä, palveluista ja harrastusmahdollisuuksista.</b></p> <p>Luontokeskus välittää kansallispuistoon liittyvää asiantuntijuutta ja ottaa vastaan sekä yrittäjien että asiakkaiden puistoon liittyvän palautteen.</p>	<p>Alueen matkailutoimijoille järjestetään säännöllisesti infotilaisuus kansallispuiston ajankohtaisista asioista. Tässä yhteydessä voidaan myös jalkautua suurimpiin yrityksiin.</p>	Jatkuvana työnä	LK:n henkilökunta
	<p>Alueen uusille työntekijöille järjestetään säännöllisesti kansallispuistoon liittyvä perehdytys. Tässä yhteydessä voidaan myös jalkautua suurimpiin yrityksiin.</p>	Jatkuvana työnä	LK:n henkilökunta
	<p>Alueen yrittäjille ja heidän tuotteilleen tarjotaan näkyvyyttä luontokeskuksen tuloissa ja viestintäkanavissa. ”Neliometri yritystä luontokeskukseen.”</p>	Jatkuvana työnä	LK:n henkilökunta
	<p>Luontokeskuksella kannustetaan asiakasta antamaan palautetta käyttämistään palveluista.</p>	Jatkuvana työnä	LK:n henkilökunta
<p><b>Luontokeskus on ympärivuotisesti mielenkiintoinen käyntikohde, jossa tullaan käymään yhä uudestaan.</b></p> <p>Luontokeskuksen toimintaa ja sisältöä kehitetään asiakaslähtöisesti huomioiden erityisesti lapsiperheet.</p>	<p>Luontokeskuksen toimintakonseptin määrittely: asiakkaat, kumppanit, tuotteet</p>	2017-2018	Haettava rahoitus
	<p>Uuden toimintakonseptin pohjalta luontokeskuksen pysyvä näyttely uusitaan. Toiminnallisuutta lisätään huomioiden kohderyhmänä erityisesti lapset.</p>	2019-2020	Haettava rahoitus
	<p>Vaihtuvien näyttelyiden järjestämistä jatketaan. kehitetään pienimuotoisia tapahtumia näyttelyiden yhteyteen.</p>	Jatkuvana työnä	LK:n henkilökunta
	<p>Tehdään yhteistyötä Pudasjärven kaupungin kanssa, jotta luontokeskuksesta tulee yksi hirsirakentamista esittelevä käyntikohde.</p>	Jatkuvana työnä	LK:n henkilökunta
	<p>Auditorion käyttöä ja palvelutarjontaa kehitetään alueen muiden toimijoiden kanssa. Tuotteistetaan kokouspaketteja.</p>	Jatkuvana työnä	LK:n henkilökunta

Tavoite 2025	Lähi vuosien toimenpiteet	Aikataulu	Resurssit
<p><b>Luontokeskus on arvoitettu yhteistyökumppani, joka tekee aktiivisesti käytännötason yhteistyötä alueen muiden toimijoiden kanssa.</b></p> <p>Vakiintuneiden kumppanuuksien lisäksi luontokeskus on avoin uusille yhteistyöavauksille.</p>	<p>Luontokeskuksella järjestettävät tapahtumat tehdään yhteistyössä yrittäjien ja / tai kyläyhdistysten kanssa. Jalkaudutaan myös alueen muihin tapahtumiin.</p>	Jatkuvana työnä	LK:n henkilökunta
<p><b>Luontokeskus on omalta osaltaan rakentamassa Syötteen luontomatkailun brändiä.</b></p> <p>Paikallisuus ja luonnon tuottama hyvinvointi ovat vahvasti läsnä luontokeskuksen toiminnassa. Retkeilyneuvonnan ja muun luontokeskuksen tuottaman viestinnän avulla asiakkaan luontoon lähteminen on helppoa. Välinevuokraustoiminta tukee kärkiaktiiviteetteja.</p>	<p>Luontokeskuksen asiakastiloissa olevat kuvat ja tekstit tukevat Syötteen kansallispuiston brändin mukaista viestintää.</p> <p>Ravintolan toimintaa kehitetään siten, että sen toiminnassa korostuu paikallisuus, elämykset ja villi ruoka.</p> <p>Luontokeskuksen tapahtumat rakentuvat paikallisuuden, villi ruoka –teeman, hyvinvoinnin ja kärkiaktiiviteettien ympärille.</p>	<p>2017-2018</p> <p>2017</p> <p>Jatkuvana työnä</p>	<p>LK:n henkilökunta</p> <p>LK:n henkilökunta</p> <p>LK:n henkilökunta (yht. työssä Eräpalvelut)</p>

## KESTÄVYYDELLÄ KÄRKEEN

Tavoite 2025	Lähivuosien toimenpiteet	Aikataulu	Resurssit
<p><b>Suojelualueille kohdistuva matkailu ei uhkaa luonto- ja kulttuuriarvoja. Kestävyyden periaatteiston toteutumisen seuranta tehdään aktiivisesti.</b></p> <p>Järkevästi linjatut ja ylläpidetyt reitit vähentävät huollon tarvetta ja luontoarvoihin kohdistuvia uhkia.</p>	<p>LAC-mittariston indikaattorit ja mittaustavat päivitetään vastaamaan uudistettuja kestävyiden periaatteita.</p> <p>LAC-mittariston ohella kestävyiden seuranta tehdään osana puiston henkilökunnan päivittäistä työtä. Mahdollisiin epäkohtiin reagoidaan nopeasti.</p>	<p>2017</p> <p>Jatkuvana työnä</p>	<p>LP</p> <p>LP</p>
<p><b>Kansallispuiston suojeluarvoista viestitään näkyvästi ja ylpeydellä.</b></p> <p>Kansallispuiston olemassaolo nähdään matkailualueen selkeänä kilpailuvalttina, joka kannustaa muitakin alueen toimijoita kestävyiden vaalimiseen.</p>	<p>Suojeluarvojen popularisointia jatketaan. Viestitään luonto- ja kulttuuriarvojen suojelusta ja sen tuloksista.</p> <p>Myyntituotteissa esitellään Syötteen kansallispuistossa esiintyviä suojeltuja lajeja.</p>	<p>Jatkuvana työnä</p> <p>Jatkuvana työnä</p>	<p>LP</p> <p>LK:n henkilökunta</p>
<p><b>Kestävyttä edistetään yhteistyössä ja yliaalueellisesti.</b></p> <p>Luonto- ja kulttuuriarvojen suojelu koetaan yhteiseksi tavoitteeksi Syötteen alueella.</p> <p>Myös asiakas voi halutessaan osallistua vapaaehtoisena luonnon- ja kulttuuriperinnönhoitotoihin. Viestinnän ja tuotteistuksen avulla tasoitetaan kävijäpaikkoja Koillismaan ja Kainuun kohteilla ja täten osaltaan edistetään kestävyiden toteutumista.</p>	<p>Kansallispuisto osallistuu Syötteen alueella käynnistettävään laatuohjelmaan, jonka yhtenä tavoitteena on varmistaa matkailutoiminnan ekologinen kestävyys.</p> <p>Kehitetään Luontopalveluiden eri prosessien välisenä yhteistyönä asiakkaille helppoja vapaaehtoistyökohteita. Voidaan toteuttaa omatoimisena, tapahtumien yhteydessä taikka yritysvetoisesti tuotteistettuna. Rytivaaran lammaspaimen –konsepti toimii innoittavana esimerkkinä.</p>	<p>2017</p> <p>Jatkuvana työnä</p>	<p>LP</p> <p>LP</p>

Tavoite 2025	Lähivuosien toimenpiteet	Aikataulu	Resurssit
<b>Syötteen alue on profiloitunut matkailukohteena, jonka vetovoima perustuu luontoon ja kestävyteen.</b>  Asiakkaat ja paikalliset tietävät Syötteen kansallispuiston kuuluvan European Charter -verkostoon ja arvostavat sitä.	Nostetaan aluemarkkinoinnissa luontoa ja kansallispuistoa yhä enemmän esille.	2017	AOR-hanke
	Promotaan European Charter -sertifikaattia alueellisesti ja valtakunnallisesti.	2017	AOR-hanke, LP
	Kannustetaan yhteistyöyrittäjiä hakemaan Charter paikalliskumppani -sertifikaattia. Yhdistetään sertifikaatti alueen laatutyöhön.	2017	AOR-hanke, LP
	Käynnistetään kansallisella tasolla kehitystyö liittyen Charter-puistojen ja yrityspartnereiden yhteistyöhön.	2017	AOR-hanke, LP
<b>Paikalliset ihmiset ovat Syötteen kansallispuistosta ylpeitä ja kokevat sen omakseen.</b>	Viestinnässä ja tuotteistuksessa korostetaan paikallisuutta -historiaa, kulttuuria, ihmisiä, tarinoita.	Jatkuvana työnä	AOR-hanke, LP
	Hankitaan luontokeskukselle myyntituotteita, jotka ovat mahdollisimman suurilta osin paikallisten valmistamia. Kerrotaan tarinat ja tekijät tuotteiden takaa.	Jatkuvana työnä	LK:n henkilökunta
	Suositaan luontokeskuksen vaihtuvissa näyttelyissä paikallisten tuottamia.	Jatkuvana työnä	LK:n henkilökunta
	Syvennetään yhteistyötä Syötteen koulun kanssa. Koululuokille ”kummikohteita” puistosta.	Jatkuvana työnä	LK:n henkilökunta
	Pidetään yllä käytännön tason toimivaa yhteistyötä kyläyhdistysten kanssa esimerkiksi tapahtumien suunnittelussa ja toteutuksessa.	Jatkuvana työnä	LK:n henkilökunta
	Paikalliset yhteisöt osallistetaan suunnitteluprosesseihin mm. yhteistoimintaryhmän kautta sekä jalkautamalla paikallisten yhteisöjen tilaisuuksiin.	Jatkuvana työnä	LP
	Junior Ranger –toimintaa jatketaan ja kehitetään jatkoksi retkeilykurssi.	2017	LP
	Selvitetään tarvetta Senior Ranger –toiminnalle.	2018-2019	LP
	Pyritään tarjoamaan työ- ja harjoittelupaikkoja paikallisille.	Jatkuvana työnä	LP

Tavoite 2025	Lähivuosien toimenpiteet	Aikataulu	Resurssit
<p><b>Kansallispuisto tuottaa paikallistaloudellisia hyötyjä, jotka tunnetaan ja joita pyritään kasvattamaan.</b></p>	<p>Paikallistaloudellisia hyötyjä mitataan ja analysoidaan.</p> <p>Lisätään viestintä- ja tuotteistusyhteistyötä alueen matkailuyrittäjien kanssa.</p>	<p>Jatkuvana työnä</p> <p>2017, jatkuvana työnä</p>	<p>LP</p> <p>AOR-hanke, LP</p>
<p><b>Kansallispuiston tuottamat terveys- ja hyvinvointihyödyt tunnetaan, ja ne ovat osa puiston matkailullista vetovoimaa.</b></p> <p>Kansallispuisto tuottaa terveys- ja hyvinvointivaikutuksien muodossa selkeää taloudellista hyötyä yhteiskunnalle.</p>	<p>Kehitetään Syötteen kansallispuiston tuottamien terveys- ja hyvinvointivaikutusten mittaamista yhteistyössä asiantuntijoiden kanssa.</p> <p>Tuotteistetaan luonnon terveys- ja hyvinvointivaikutuksia yhdessä alueen matkailuyrittäjien ja terveysalan asiantuntijoiden kanssa.</p>	<p>Jatkuvana työnä</p> <p>2018-2020</p>	<p>LP</p> <p>Haettava rahoitus</p>



## LIIKETOIMINTAMAHDOLLISUUKSIEN LUOMINEN

Tavoite 2025	Lähivuosien toimenpiteet	Aikataulu	Resurssit
<p><b>Asiakkaille on tarjolla kansallispuiston kokemiseen liittyviä palveluita, jotka tekevät luontoon lähtemisen helpommaksi.</b></p> <p>Tuotteistamisen myötä kansallispuisto tuottaa yhä enemmän paikallistaloudellisia vaikutuksia.</p>	Sovitaan Syötteen taksien kanssa kiinteä hinta kansallispuiston lähtöpisteille.	2017	LK:n henkilökunta
	Viestitään omissa kanavissa ja esitteissä yritysten tuottamista opastuksista, välinevuokrista ja maastoruokaluista.	Jatkuvana työnä	LK:n henkilökunta
	Koulutetaan kansallispuisto-oppaita.	2019-2020	Haettava rahoitus
	Mahdollistetaan yrittäjien toimintaa tukevat uudet reitit sekä uudet kumppanuudet reittien ylläpidossa.	Jatkuvana työnä	LP
	Järjestetään Ikäinstituutin koulutus yrittäjille. Tavoitteena tuotteistaa luontoilupaketteja senioreille.	2019-2020	Haettava rahoitus
	Luontokeskus ja yhteistyöyrittäjät järjestävät yhdessä erilaisia kärkiaktiiviteetteihin pohjautuvia tapahtumia, kilpailuita ja lyhyitä kursseja.	Jatkuvana työnä	LK:n henkilökunta
	Tuotteistetaan yhdessä yhteistyöyritysten kanssa Rytivaaran torppamiljöön saunoineen perinnehoidojen, mielen ja kehon rentoutusten sekä saunaelämysten ympäristönä.	2017	SAINT-hanke
	Tuotteistetaan yhteistyöyrittäjien kanssa Villi ruoka -teeman alle sieni- ja marjaretkiä, jotka sisältävät ruoan valmistamista.	2017	SAINT-hanke
Tuotteistetaan yhteistyöyrittäjien kanssa Syötteen huollettu vaellus, jossa korostuu hyvinvointi ja laadukas palvelu.	2017	AOR-hanke	
<p><b>Koillismaan ja Kainuun kansallispuistojen yhteistyö ja verkostoituminen näkyy myös alueen yrittäjien toiminnassa.</b></p> <p>Yrittäjät tekevät ylläalueellista yhteistyötä tuotteistuksessa ja markkinoinnissa.</p>	Tuotteistetaan yhteistyöyrittäjäverkoston kanssa saunaelämys-, valokuvaus- ja maastopyöräilyteeman ympärille kiertomatkatuotteita Koillismaan ja Kainuun kansallispuistoihin.	2017	SAINT-hanke
	Kehitetään maastopyöräilyn ympärille ylläalueellinen palveluverkosto, joka mahdollistaa pidempien pyöräilymatkojen tuotteistuksen.	2018-2019	Haettava rahoitus

## LÄHDELUETTELO

**BusinessOulu. 2014.** Oulun seudun matkailustrategian päivitys 2020 ja toimenpideohjelma 2014–2020. Oulun kaupungin painatuskeskus.

ISBN: 978-952-5465-85-3

**Centre for Recreation and Tourism Research. 2016.** Slow Adventure in Northern Territories. Work Package Three Final Report: Consumer Research.

**Creamentors. 2016.** Koillismaan kesämatkailun kasvuohjelma.

**Future Foundation. 2015.** Future Traveller Tribes 2030; understanding tomorrow's traveler [verkkodokumentti]. Amadeus. [Viitattu 28.4.2016]. Saatavissa: <http://www.amadeus.com/documents/future-traveller-tribes-2030/travel-report-future-traveller-tribes-2030.pdf>

**Eagles, P.F. & McCool S. F. & Haynes C. D. 2002.** Sustainable Tourism in Protected Areas. Guidelines for Planning and Management. Prepared for the United Nations Environment Programme, World Tourism Organization and IUCN – The World Conservation Union. World Commission on Protected Areas (WCPA). Best Practice Protected Area Guidelines Series No. 8.

**Europark Federation. 2015.** Sustainable Tourism in protected Areas; good for Parks, good for People [verkkodokumentti]. European Charter for Sustainable Tourism in Protected Areas [viitattu 24.5.2016]. Saatavissa: <http://www.europarc.org/nature/european-charter-sustainable-tourism/>

**Haaga-Helia. 2016.** Syöte Green DQN Asiakastytyväisyystutkimus, talvi 2016.

**ITB Academy. 2015.** ITB WORLD TRAVEL TRENDS REPORT 2015 / 2016. PREPARED BY IPK INTERNATIONAL ON BEHALF ITB BERLIN - The World's Leading travel trade show. [verkkodokumentti]. Messe Berlin GmbH. [Viitattu 15.9.2016]. Saatavissa: [http://www.itb-berlin.de/media/itbk/itbk\\_dl\\_all/itbk\\_dl\\_all\\_itbkongress/itbk\\_dl\\_all\\_itbkongress\\_itbkongress365/itbk\\_dl\\_all\\_itbkongress\\_itbkongress365\\_itblibrary/itbk\\_dl\\_all\\_itbkongress\\_itbkongress365\\_itblibrary\\_studien/ITB\\_World\\_Travel\\_Trends\\_Report\\_2015\\_2016.pdf](http://www.itb-berlin.de/media/itbk/itbk_dl_all/itbk_dl_all_itbkongress/itbk_dl_all_itbkongress_itbkongress365/itbk_dl_all_itbkongress_itbkongress365_itblibrary/itbk_dl_all_itbkongress_itbkongress365_itblibrary_studien/ITB_World_Travel_Trends_Report_2015_2016.pdf)

**Konu H, & Kajala L. 2012.** Segmenting protected area visitors based on their motivations. [verkkodokumentti]. Metsähallituksen luonnonsuojelujulkaisuja. Sarja A 194 [viitattu 15.9.2016]. Saatavissa: <http://julkaisut.metsa.fi/assets/pdf/lp/Asarja/a194.pdf>  
ISBN 978-952-446-900-5 (pdf)

**Komu H. 2014.** Syötteen matkailun kehittämissuunnitelma 2011–2023. Päivitys, heinäkuu 2014. Onvisio Consulting.

**Leinonen, S & Lumijärvi, H. 2016.** Syötteen yrittäjien haastattelut.

**Matkailun edistämiskeskus. 2010.** Kansainvälinen luontomatkailelututkimus. [verkkodokumentti]. Matkailun edistämiskeskus. MEK A:169 [viitattu 2.5.2016]. Saatavissa: <http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2013/04/A169-Kansainvälinen-luontomatkailelututkimus-2010-Korj.pdf>

**Naturpolis Oy. 2014.** Koillismaa 2014+ Elinvoimaohjelma. [verkkodokumentti]. [viitattu 15.9.2016]. Saatavissa: [http://www.naturpolis.fi/dynamic/Naturpolis\\_2014\\_ohjelma-2\\_netiversio.pdf](http://www.naturpolis.fi/dynamic/Naturpolis_2014_ohjelma-2_netiversio.pdf)

**Nieminen I. 2012.** Syötteen kulttuuriperinnön tuotteistamissuunnitelma 2011. [verkkodokumentti]. Metsähallituksen luonnonsuojelujulkaisuja. Sarja C 118 [viitattu 15.9.2016]. Saatavissa: <https://julkaisut.metsa.fi/assets/pdf/lp/Csarja/c118.pdf>  
ISBN: 978-952-446-933-3 (pdf)

**Pohjois-Pohjanmaan liitto. 2015.** Pohjois-Pohjanmaan matkailuelinkeinon kehittämisstrategia 2020 -yhteistyöllä matkailuelinkeinosta kasvua ja kansainvälisyyttä! Pohjois-Pohjanmaan liiton julkaisuja A:57. ISBN 978-952-5731-45-3.

**Pohjois-Pohjanmaan liitto. 2014.** Pohjois-Pohjanmaa Nuorten maakunta, Maakuntasuunnitelma 2040, Maakuntaohjelma 2014-2017. Pohjois-Pohjanmaan liiton julkaisuja A:56. ISBN 978-952-5731-35-4.

**Puhakka, R., Pitkänen, K. & Siikamäki, P. 2016.** The health and well-being impacts of protected areas in Finland, *Journal of Sustainable Tourism*, DOI:10.1080/09669582.2016.1243696.

**Puhakka, R. 2011.** Matkailukysynnän trendit vuoteen 2030 mennessä [verkkodokumentti]. Lahden ammattikorkeakoulu, Matkailun ala TULEVA – Tulevaisuuden matkailijat –projekti [viitattu 31.3.2016]. Saatavissa: [http://www.kulmat.fi/images/tiedostot/Artikkelit/tuleva\\_trendit\\_2030.pdf](http://www.kulmat.fi/images/tiedostot/Artikkelit/tuleva_trendit_2030.pdf)

**Räsänen, P. 2016.** Luonnosta liiketoimintaa ja hyvinvointia –valmennus 12.-13.10.2016, Rokua.

**Sarajävi, K. 2011.** Syötteen kävijätutkimus 2010 [verkkodokumentti]. Metsähallituksen luonnonsuojelujulkaisuja. Sarja B 151 [viitattu 24.5.2016]. Saatavissa: <http://julkaisut.metsa.fi/julkaisut/show/916>  
ISBN: 978-952-446-853-4 (pdf)

**Torppa, K. 2016.** Syötteen luontokeskuksen asiakastutkimus 2013–2014 [verkkodokumentti]. Metsähallituksen luonnonsuojelujulkaisuja. Sarja B 220 [viitattu 24.5.2016]. Saatavissa: <http://julkaisut.metsa.fi/julkaisut/show/2011>  
ISBN: 978-952-295-159-5 (pdf)

**Tourism Economics. 2016.** Shaping the Future of Luxury Travel. Future Traveller Tribes 2030. [verkkodokumentti]. Amadeus. [Viitattu 28.4.2016]. Saatavissa: <http://www.amadeus.com/documents/future-traveller-tribes-2030/luxury-travel/shaping-the-future-of-luxury-travel-report.pdf>

**Tourism Research and Marketing. 2008.** Volunteer Tourism: A Global Analysis. The Netherlands: ATLAS.

**Tulevaisuusvaliokunta. 2013.** Suomen sata uutta mahdollisuutta: radikaalit teknologiset ratkaisut. [verkkodokumentti]. Eduskunnan tulevaisuusvaliokunnan julkaisu 6/2013. [Viitattu 28.4.2016]. Saatavissa: [https://www.eduskunta.fi/FI/tietoeduskunnasta/julkaisut/Documents/tuvj\\_6+2013.pdf](https://www.eduskunta.fi/FI/tietoeduskunnasta/julkaisut/Documents/tuvj_6+2013.pdf)

**Tuulaniemi, J. 2011.** Palvelumuotoilu. Hämeenlinna, Kariston kirjapaino.

**Työ- ja elinkeinoministeriö. 2015a.** Yhdessä enemmän –Kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun. Matkailun tiekartta 2015-2025.[verkkodokumentti]. Viitattu 2.9.2016. Saatavissa: <http://tem.fi/documents/1410877/2735818/Matkailun+tiekartta+2015-2025.pdf/95521a94-5230-47c2-8dd7-bc7ff5bede04>

**Työ- ja elinkeinoministeriö. 2015b.** Digitaalisen matkailumarkkinoinnin ja myynnin haasteet ja ratkaisuehdotukset. [verkkodokumentti]. Viitattu 2.11.2016. Saatavissa: [http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2015/12/Digitaalisen-matkailumarkkinoinnin-selvitys-TEM-julkaisu\\_2015.pdf?dl](http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2015/12/Digitaalisen-matkailumarkkinoinnin-selvitys-TEM-julkaisu_2015.pdf?dl)

**Työ- ja elinkeinoministeriö. 2010.** Suomen matkailustrategia 2020; 4 hyvää syytä edistää matkailutoimialojen kehitystä. [verkkodokumentti]. Viitattu 2.9.2016. Saatavissa: [http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2013/04/Matkailustrategia\\_020610.pdf](http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2013/04/Matkailustrategia_020610.pdf)

**UNWTO. 2014.** Global Report on Adventure Tourism. World Tourism Organization (UNWTO), Madrid, Spain.

**Veteläinen, T. 2016.** Syötteen kansallispuiston kävijätutkimus 2015 [verkkodokumentti]. Metsähallituksen luonnonsuojelujulkaisuja. Sarja B 220 [viitattu 24.5.2016]. Saatavissa: <http://julkaisut.metsa.fi/julkaisut/show/2012>  
ISBN: 978-952-295-160-1 (pdf)

**Visit Finland. 2016.** "Stopover Finland" Consumer Research for Asian Travellers. [verkkodokumentti]. Viitattu 2.11.2016. Saatavissa: <http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2016/02/VF-Stopover-Finland-Report-Final-2016.pdf?dl>

**Visit Finland. 2015.** Saksalaisten lomamatkailu 2025. [verkkodokumentti]. Viitattu 17.5.2016. Saatavissa: <http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2015/05/2015-Saksalaisten-lomamatkailu-2025.pdf?dl>

**Visit Finland. 2014a.** Kesän luontoaktiiviteettien kehittämisstrategia 2015–2018 [verkkodokumentti]. Viitattu 9.5.2016. Saatavissa: <http://www.visitfinland.fi/studies/kesan-luontoaktiiviteettien-kehittämisstrategia-2015-2018/>

**Visit Finland. 2014b.** Hyvinvointimatkailustrategia kansainvälisille markkinoille 2014–2018. [verkkodokumentti]. Viitattu 9.5.2016. Saatavissa: <http://www.visitfinland.fi/studies/hyvinvointimatkailustrategia-kansainvalisille-markkinoille-2014-2018/>

**Visit Finland. 2014c.** Kulttuurimatkailun kehittämisstrategia kansainvälisille markkinoille 2014–2018. [verkkodokumentti]. Viitattu 9.5.2016. Saatavissa: <http://www.visitfinland.fi/studies/kulttuurimatkailun-kehittämisstrategia-2014-2018/>

**Visit Finland. 2014d.** Talvimatkailustrategia kansainvälisille markkinoille vuosille 2014-2018. [verkkodokumentti]. Viitattu 1.11.2016. Saatavissa: [http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2014/11/TALVIMATKAILUSTRATEGIA\\_2014-2018\\_final.pdf?dl](http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2014/11/TALVIMATKAILUSTRATEGIA_2014-2018_final.pdf?dl)

**Visit Finland. 2013.** Tuotekehityksen painopisteet vuosille 2014-2020. [verkkodokumentti]. Viitattu 9.5.2016. Saatavissa: <http://www.visitfinland.fi/tuoteteemat>

**Yeoman, I. 2008.** Tomorrow's Tourist. Scenarios & Trends. Oxford: Elsevier.

# LIITE 1

**Good for Parks, Good for people -ECST benefits, conditions and guidelines**

# SUSTAINABLE TOURISM IN

# PROTECTED AREAS

*good for Parks, good for People*



# INTRODUCTION

People love Parks!

Our iconic landscapes are often one of the most cited reasons for tourist visits to Europe.

**Tourism is booming business and is one of the main economic drivers of Europe's rural economies. Sustainable Tourism however includes the concept of visiting a place as a tourist and trying to make only a positive impact on the environment, society and economy.**

The **EUROPARC Federation** is the network for Europe's natural and cultural heritage, dedicated to practical nature conservation and sustainable development, improving the management of Protected Areas in Europe through international cooperation, exchange of ideas and experience, and by influencing policy.

EUROPARC has long recognised the need to take care of both the land and the people who live and work there. We understand that not only are parks themselves facing challenges and pressure from visitation on the land they manage, but have the opportunity and potential to act as catalysts for sustainability and life style changes at a local and regional and indeed national level.

The wider need for sustainable development was highlighted by the creation of the Agenda 21 programme at the United Nations Conference on the Environment and Development at Rio de Janeiro in 1992.

In 1993 EUROPARC published the ground breaking report "Loving them to death", which called for sustainable tourism in Europe's Protected Areas.

Further in 1995, **EUROPARC** took the initiative to set up the *European Charter for Sustainable Tourism in Protected Areas*.

*The European Charter for Sustainable Tourism in Protected Areas* is a practical management tool that enables Protected Areas to develop tourism sustainably.

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 on the basis of a thorough situation analysis. The aim of all Charter projects and activities is the protection of the natural and cultural heritage and the continuous improvement of tourism in the Protected Area in terms of the environment, local population and businesses as well as visitors.

The Charter includes a set of principles, which defines and recognises good practice in the development and management of sustainable tourism in Europe's most treasured landscapes. Parks who complete the Charter process ensure that effective planning and management structures and processes are in place to ensure people can continue to enjoy Parks!

# BENEFITS OF THE EUROPEAN CHARTER FOR SUSTAINABLE TOURISM IN PROTECTED AREAS

## For Protected Areas

The **European Charter for Sustainable Tourism in Protected Areas** is awarded by the EUROPARC Federation through an independent verification process.

The award recognises not just a commitment to sustainable tourism but also the implementation of practical sustainable actions by public and private partners. Such actions;

- bring measureable economic, social and environmental benefits from well-managed sustainable tourism,
- strengthen relations with local tourism stakeholders and the wider tourism industry,
- provide access and membership of an extensive and dynamic European network.

The Charter provides a model of governance that delivers Protected Areas as sustainable tourism destinations. Further, all actors through the application of sustainable tourism practice in their region ensure the natural habitat and landscapes upon which they all depend are conserved for future generations.

**The process of pursuing and achieving the award enables all involved to receive expert advice, maintain motivation and incentive, and obtain international recognition.**

Engaging in the Charter process is highly successful as a guide and a stimulant for more sustainable tourism in protected areas. It has provided an incentive and a framework for protected area authorities to work with tourism businesses and other stakeholders to agree on future plans and support a whole range of creative actions.

## For Businesses

Businesses who are Charter partners have shown that **sustainability and business performance are related and they both have a positive impact on each other.**

Many businesses pursue actions that support sustainability for altruistic reasons as part of lifestyle choices, but often sustainability is seen as a business asset or a vehicle for **competitive advantage.**

Socially, sustainable businesses support the **wellbeing of local communities.**

A wide range of actions by businesses can affect environmental impact, including:

- using environmentally friendly products
- encouraging customers to respect the environment in their actions on the property and in nature
- engaging in energy and water saving activities
- reducing, recycling and managing waste.

With almost 20 years experience, EUROPARC can show that protected areas working together with tourism entrepreneurs and local communities can ensure that gaining the "Charter Award", built on partnership, is **good for biodiversity and business.**



# YOUR JOURNEY TO A SUSTAINABLE DESTINATION

The European Charter for Sustainable Tourism in Protected Areas is recognised internationally as a model for sustainable tourism management.

It is in line with the international Guidelines on *Biodiversity and Tourism Development*<sup>1</sup> the *Global Sustainable Tourism Criteria* for destinations, and the *European Commission's tourism policy*<sup>2</sup> and its priority "to promote the development of sustainable, responsible and high-quality tourism".

Embedded in the European Charter for Sustainable Tourism in Protected Areas are these important concepts:

- protection of the natural and cultural heritage,
- participation by all stakeholders,
- effective partnership working,
- planning to prepare and implement a sustainable tourism strategy, to realise the environmental, social and economic benefits of everyone working more sustainably.

**The European Charter for Sustainable Tourism in Protected Areas is in three parts:**

- The **first and main part is for sustainable destinations** – primarily around a Protected Area. This is awarded to the protected area authority and covers a specifically defined Charter Area which may be wider than the legally designated protected area.
- The **second one is for sustainable local tourism businesses** within the Charter Area
- The **third part is for sustainable tour operators** bringing visitors to protected areas.

<sup>1</sup> Convention on Biological Diversity, 2004

<sup>2</sup> Europe, the world's No 1 tourist destination – a new political framework for tourism in Europe, 2010



*Jakub Kaspar, Krkonoše NP // Your journey starts here*

## In this Document:

- 1** The vision, mission and principles of the European Charter for Sustainable Tourism in Protected Areas
- 2** Components of the Charter
- 3** Key Topics and Actions of the European Charter for Sustainable Tourism in Protected Areas
- 4** Join the Charter journey towards becoming a sustainable destination
- 5** Sustainable partners in Charter areas
- 6** Sustainable tour operators in Charter areas
- 7** Terms and Conditions of the European Charter for Sustainable Tourism in Protected Areas



# 1 THE VISION, MISSION AND PRINCIPLES OF THE EUROPEAN CHARTER FOR SUSTAINABLE TOURISM IN PROTECTED AREAS

*Belovezhskaya Pushcha National Park (BO) // Keen eyes looking to the future*

*Quality Sustainable Tourism will be  
good for Parks and good for People*

## Vision

Sustainable Tourism in European protected areas provides a meaningful quality experience, safeguards natural and cultural values, supports local livelihoods and quality of life and is economically viable.

## Mission

Through awarding the European Charter for Sustainable Tourism in Protected Areas, EUROPARC seeks to safeguard cultural and natural values by stimulating quality sustainable tourism, engendering partnerships to support local livelihoods, increase awareness of the need for sustainability, and promote international cooperation.



Avesnois National Park (FR) // *Riding our principles*

## Principles

The following principles should govern how tourism is developed and managed in Protected Areas:

### 1. Giving priority to protection

A fundamental priority for the development and management of sustainable tourism should be to protect the area's natural and cultural heritage and to enhance awareness, understanding and appreciation of it.

### 2. Contributing to sustainable development

Sustainable Tourism should follow the principles of sustainable development which means addressing all aspects of its environmental, social and economic impact in the short and long term.

### 3. Engaging all stakeholders

All those affected by sustainable tourism should be able to participate in decisions about its development and management, and partnership working should be encouraged.

### 4. Planning sustainable tourism effectively

Sustainable Tourism development and management should be guided by a well researched plan that sets out agreed objectives and actions.

### 5. Pursing continuous improvement

Tourism development and management should deliver ongoing improvement in sustainable environmental impacts, visitor satisfaction, economic performance, local prosperity and quality of life, requiring regular monitoring and reporting of progress and results.



# 2

## COMPONENTS OF THE EUROPEAN CHARTER FOR SUSTAINABLE TOURISM IN PROTECTED AREAS

*Author: Dr. Gábor Kovacs, Hortobágy National Park (HU) // Working together so the fruits of our labour can flower*

The components of the Charter involve **working in partnership, preparing and implementing a strategy and addressing the key topics**. The Charter requires that all Protected Areas have each of the components in place, which are described in more detail below.

### Sustainable Tourism Forum

A permanent Sustainable Tourism (Charter) Forum, or equivalent arrangement, should be established between the protected area authority, local municipalities, conservation and community organizations and representatives of the tourism businesses.

The constitution and numbers involved in the Forum and any associated Executive Committees or other structures,

and the regularity of their meetings, should be sufficient to **enable effective discourse and decision making**.

Links with regional and national bodies should be developed and maintained. The Forum should also engage with other Forums in the Charter Network.

# Strategy and Action Plan

A **Strategy and Action Plan for Sustainable Tourism** should be prepared, which:

- has **three main elements**: an assessment of the current situation; a strategic direction; and a practical action plan;
- is based on **inclusive and effective consultation** and is **approved and understood by local stakeholders**;
- covers a **five year period** (with some flexibility to allow for different planning cycles); and
- is a separate, self-contained document.

The **Strategy and Action Plan** should contain:

- 1 A definition of the area (Charter Area) to be influenced by the strategy, which may extend outside the protected area;
- 2 An **assessment** of:
  - The area's natural, historic and cultural heritage;
  - The area's tourism and recreation infrastructure;
  - Current visitors and potential future markets;
  - Impacts of tourism on the environment, economy and local communities and
  - Issues of capacity, need and opportunity associated with the above.
- 3 A set of **strategic objectives** for the development and management of tourism, covering:
  - conservation and enhancement of the environment and heritage;
  - economic and social development;
  - preservation and improvement of the quality of life of local residents and
  - visitor management and enhancement of the quality of tourism offered.
- 4 An **action plan** to meet these objectives, which must address the key topics and actions set out later in Section 3. The action plan must contain a description of each action and an identification of those responsible for it;
- 5 An estimation of resources and indication of partners to implement the action plan;
- 6 Proposals for monitoring results.

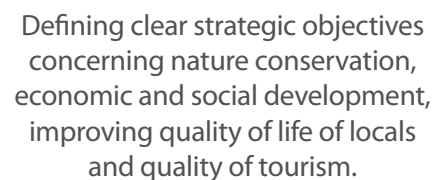
## Assesment of the current situation



Natural, historic and cultural heritage;  
Tourism and recreation infrastructures;  
Current visitors and potential future markets;  
Impacts of tourism



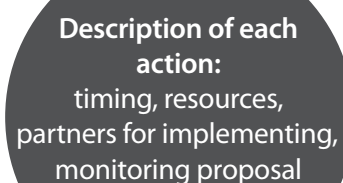
## Strategic direction



Defining clear strategic objectives concerning nature conservation, economic and social development, improving quality of life of locals and quality of tourism.



## Action Plan



Description of each action:  
timing, resources,  
partners for implementing,  
monitoring proposal

## Evaluation

All protected areas seeking award of the Charter must engage in and facilitate the evaluation process.

This involves:

- **Submission of a completed application form, the Sustainable Tourism Strategy and Action Plan, and any other supporting material, which will be checked by an appointed verifier who is an expert in sustainable tourism and protected areas.**
- **A visit to the area by the verifier, which will include a programme of meetings and discussion with relevant stakeholders.**
- **Preparation of a report by the verifier.** A version of this is subsequently made available to the protected area.
- **Assessment of the application and the verifier's report by the Charter Evaluation Committee, which makes a recommendation to the EUROPARC Council on whether to award the Charter, including any conditions or comments to pass on to the protected area.**
- Subsequent attention to any matters raised by the verifier, evaluation committee and Council.

The evaluation process, including engagement with the verifier and receipt of their report, provides the protected area with valuable feedback and views on their sustainable tourism activity.

## Partnership and Communication

Protected Areas that have been awarded the Charter join the family of protected areas as partners in the [Charter Network](#).

They are required to publicise and make visible their award. They are also encouraged to engage in networking and communication events and processes.

At a local level, Protected Areas are encouraged to follow a partnership approach in developing and managing sustainable tourism.

## Monitoring and Review

Monitoring actions and impacts of sustainable tourism should be built into the process from the beginning, leading to review and adaptation.

The Strategy and Action Plan should contain indicators and monitoring actions which cover:

- **Progress with the implementation of actions;**
- **Results and changes in tourism performance and impacts.**

Key data from the monitoring should be submitted to EUROPARC as part of an overall benchmarking and assessment of the Charter process as a whole.

**The Charter is normally awarded for a period of five years.**



*Hohe Tauern National Park (AU)*

The Charter process itself makes provision for the development and recognition of partnerships between protected area authorities and tourism businesses through the award of Charter Partner status to tourism businesses that meet agreed criteria under **Part II of the Charter** (for local tourism businesses) and **Part III of the Charter** (for tour operators).

**Engagement of protected areas with Part II or Part III of the Charter is optional.**

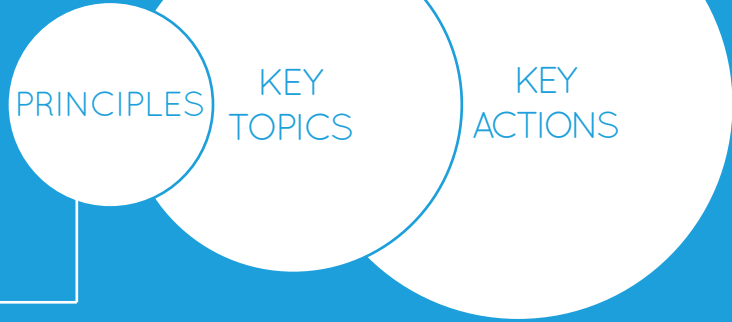
# 3 KEY TOPICS AND ACTIONS OF THE EUROPEAN CHARTER FOR SUSTAINABLE TOURISM IN PROTECTED AREAS



Author: M. Speziari, Parco dell'Adamello (IT) // *Breaking a trail with key topics and actions*



The principles govern how tourism is developed and managed in a Protected Area. The principles over-arch the key topics and the associated actions that are the core of the European Charter for Sustainable tourism in Protected Areas.



1. Giving priority to protection
2. Contributing to sustainable development
3. Engaging all stakeholders
4. Planning sustainable tourism effectively
5. Pursing continuous improvement

The **Sustainable Tourism Strategy and Action Plan** should be based on local circumstances and priorities as assessed and agreed through the consultation process. However, to comply with the requirements of the Charter it must demonstrate coverage of the following key topics and associated actions in the Action Plan.

KEY TOPICS	KEY ACTIONS
1) Protecting valuable landscapes, biodiversity and cultural heritage	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Influencing land use planning and the control of potentially damaging developments;</li> <li>2) Influencing the location, type and design of tourism developments;</li> <li>3) Managing visitor flows, activities and behavior in sensitive areas and sites.</li> </ol>
2) Supporting conservation through tourism	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Encouraging visitors and tourism businesses to support conservation, through donations, volunteering and other activity;</li> <li>2) Using revenues obtained from tourism-related activity to support conservation;</li> <li>3) Establishing, supporting and promoting tourism-related investments, projects and activities that help to conserve the natural and cultural heritage.</li> </ol>
3) Reducing carbon footprint, pollution and wasteful resource use	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Working with tourism businesses to improve environmental management, including use of energy and water, waste management, and noise and light pollution;</li> <li>2) Promoting the use of public transport and other alternatives to cars.</li> </ol>
4) Providing safe access, quality facilities and special experiences of the protected area, available to all visitors	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Providing a wide range of access opportunities, with attention to safety and risk management;</li> <li>2) Improving the quality of visitor facilities and services;</li> <li>3) Providing visitors with specific tourism offers which involve discovery, interpretation and appreciation of the area's special natural and cultural heritage;</li> <li>4) Providing facilities and information for visitors with special needs.</li> </ol>



Avesnois National Park (FR) // Promoting local products

KEY TOPICS	KEY ACTIONS
<p><b>5)</b> Effectively communicating the area to visitors</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>1)</b> Ensuring that marketing materials and activities promote the area effectively and responsibly;</li> <li><b>2)</b> Providing good quality and effective visitor information and interpretation;</li> <li><b>3)</b> Ensuring that tourism businesses and other local stakeholders are well informed about the area and provide relevant and accurate information to visitors;</li> <li><b>4)</b> Providing specific information and interpretation for young people, schools and student groups.</li> </ul>
<p><b>6)</b> Ensuring social cohesion</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>1)</b> Anticipating, monitoring and minimising any existing and potential conflicts with local residents;</li> <li><b>2)</b> Maintaining good communication and engagement between local residents, businesses, visitors and the protected area authority;</li> <li><b>3)</b> Encouraging and developing appropriate partnership activity with and between stakeholders.</li> </ul>
<p><b>7)</b> Strengthening prosperity in the local community</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>1)</b> Promoting the provision and identity of local produce and services and their purchase and use by visitors and tourism businesses;</li> <li><b>2)</b> Supporting the economic viability and performance of local tourism businesses and the provision of local employment in tourism.</li> </ul>
<p><b>8)</b> Providing training and capacity building</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>1)</b> Providing relevant training for staff of the protected area authority in sustainable tourism development and management;</li> <li><b>2)</b> Providing and encouraging relevant training and capacity building for tourism businesses and other stakeholders in sustainable tourism.</li> </ul>
<p><b>9)</b> Monitoring tourism performance and impacts</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>1)</b> Monitoring of visitors – volumes, patterns, spending and satisfaction;</li> <li><b>2)</b> Monitoring of tourism businesses – performance and needs;</li> <li><b>3)</b> Monitoring of tourism impacts – on the environment, economy and community;</li> <li><b>4)</b> Monitoring progress in implementing the action plan.</li> </ul>
<p><b>10)</b> Communicating actions and engaging with the Charter</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>1)</b> Communicating sustainable tourism actions and results to local stakeholders and more widely at a local, regional and national level;</li> <li><b>2)</b> Promoting and making visible the award of the Charter;</li> <li><b>3)</b> Engaging with EUROPARC and the Charter Network, including participating in related events and activities;</li> <li><b>4)</b> Taking steps for re-application and renewal of the Charter.</li> </ul>

4

JOIN THE CHARTER JOURNEY  
TOWARDS BECOMING A  
SUSTAINABLE DESTINATION



Loch Lommond, The Trossachs National Park, Scotland (UK) // **Sailing towards sustainability**

## Sustainable destinations

There are many benefits and opportunities for Protected Areas that join the journey to eventual award of the Charter.

These include:

- **stronger relationships** with tourism businesses and other local stakeholders;
- a **higher profile** in the European arena as an area devoted to sustainable tourism;
- **public-relations** and **awareness-raising** opportunities with visitors and local and national media;
- an opportunity to work with and **learn from other European Charter areas** in a network;
- helpful **internal and external assessment**, leading to new ideas and improvements;
- **greater credibility** amongst potential funding partners.

The process of joining the journey involves 12 steps:

### 1 Decision to proceed

Protected Area authorities that are considering applying for the Charter should consult with tourism stakeholders from the very beginning and involve them at all stages in the process. They should look carefully at the principles and requirements set out in this document and decide whether they are able to commit to them.

### 2 Registration as a candidate for the Charter

Protected Area authorities should contact **EUROPARC Federation** to register their intention to apply for the Charter. They will then be sent further details on the process. **All Charter protected areas are required to be members of the EUROPARC Federation.** Protected areas which are not already EUROPARC members will be requested to join the Federation upon registering as candidate protected areas. An outline timetable should be agreed with EUROPARC.

### 3 Establishment of the Sustainable Tourism Forum and preparation of the Sustainable Tourism Strategy and Action Plan

These fundamental components must be in place and completed before the formal application is made. They should comply with the requirements set out in Sections 2 and 3 of this document.

## CHECK LIST

✓ Sign and date the key topics to signify your acceptance of them, and return with your application

✓ Register as a candidate sustainable Protected Area by sending to **EUROPARC** the proper registration form electronically.

✓ Proceed with your application with these fundamental criteria in mind



Author: Ennio Billi, Artist: Sasso Simone, Simoncello Park (IT) // **Fostering employment in local communities**

Ideally, the **strategy and action plan should be presented in English, French, German, Spanish or Italian**. If this is not possible, it may also be presented in another language, provided that the application report gives good summary responses to each question and clear cross-references to the precise location of details in the strategy and action plan.

## CHECK LIST

### 4 Completion of the Application Report

A detailed Application Report is provided by **EUROPARC**. This should be completed in full by the protected area authority. The application report is a key document, and will be used as the main reference point for assessing the application. It serves as an overview or summary of activities for both the verifier and Evaluation Committee. Furthermore, it represents an important record of the work in the protected area, which will be referred to again later, for example during re-evaluation after five years.

- ✓ Complete, sign and date the application report. Submit in electronic format on the form provided.

The report should be submitted in English, French, German, Spanish or Italian. Each question in the application report must be answered with:

- a short written response, that can be clearly understood on its own.
- a cross-reference to the Strategy and Action Plan, giving the name and page/paragraph number of the relevant action. Where there is no relevant action, reasons for this should be explained.

### 5 Submission of documents to EUROPARC

One electronic copy of the following documents should be submitted to **EUROPARC**:

- A signed commitment to the Charter Vision, Mission and Principles
- A completed Application Report
- The Sustainable Tourism Strategy and Action Plan (which also includes the assessment)
- A map (1/100,000 scale if possible) showing the boundary of the designated protected area(s) and the overall Charter area.
- The overall management plan for the protected area (or equivalent) if available
- A small selection of visitor communication/information material
- Other relevant documents providing evidence on tourism and management in the area

- ✓ Prepare the complete set of the application documents. **Send electronically to EUROPARC Federation;** keep copy for dispatch directly to the expert verifier appointed for your protected area, and for your own records



European Parliament, Brussels // **Charter Award Ceremony 2014**

To begin the verification process, the completed application (one set of documents) should be sent to **EUOPARC Federation** (**only electronically, by e-mails, we Transfer or similar tools**). The date of the current deadline should be checked with [info@european-charter.org](mailto:info@european-charter.org). Applications arriving after the official date cannot be considered until a later round of verifications.

On receiving the application, the **EUOPARC Federation** will check it for completeness and appoint an expert in sustainable tourism in protected areas as the verifier for the protected area. Applicants will be notified of the verifier's address and requested to send the second set of application documents directly to him or her.

## 6 Payment of the application fee

A flat rate application fee is charged. The income from this enables **EUOPARC** to meet the costs of administering the Charter programme, including the work of an appointed verifier and the evaluation process. **An agreement can be drawn up between EUOPARC and the protected area authority for this purpose.**

Upon receipt of the full application, **EUOPARC Federation** will send an agreement for the verification process. This should be signed and returned. The total instalment of the verification fee needs to be transferred to **EUOPARC Federation's** bank account before the start of the verification visit.

## 7 Checking documentation and setting up the verification

**EUOPARC** will undertake an initial check of the submitted documentation. The verifier will then work through the documentation in detail and visit the area, in order to assess the compliance with all aspects of the Charter requirements. The verification visit will usually take around two days.

## CHECK LIST

✓ Make budget for the process and pay application fee within the agreed deadline.

✓ Plan verification visit



Fanny Husson, Loges de vigne - Parc Naturel Régional de la Montagne de Reims (FR) // Sustainability in Protected Areas is an ensemble

The verifier will conduct interviews with personnel of the protected area responsible for tourism. Arrangements should also be made for him/her to meet a selection of other stakeholders involved in tourism in the area, including representatives of tourism enterprises.

The verifier will be asked to pay particular attention to the processes that have been adopted in the protected area, including liaison and consultation with stakeholders, the analysis undertaken, the balance and consistency of the strategy and action programme, how it relates to the Charter key topics and actions, and the resources applied to ensure that proposed action is achievable.

The dates, timing and programme for the visit will be agreed with the protected area in advance. It will usually take place in March or April of the year following the submission of the application dossier.

The protected area authority will make all the arrangements for this visit (in liaison **EUROPARC** and the verifier) and will meet the verifier's travel and subsistence expenses by paying directly to the **EUROPARC Federation** a fixed amount. The amount of the verifier's expenses is calculated on the average of the previous year's expenses upon completion of his/her visit. The verifier will pay for the necessary costs and subsequently submit to **EUROPARC** all original receipts for expenses arising from their visit, which are to be reimbursed as soon as possible. It is recommended that verifiers stay in accommodation with a protected-area connection.

## 8 Verifier's report

The verifier will prepare a detailed report, containing the assessment, a recommendation on whether to award the Charter, and a summary of strengths and weaknesses and possible opportunities for improvement. A version of this report will be made available to the protected area authority.

## CHECK LIST

✓ Receive and share decision; plan any identified changes needed



Charter Award Certificate // **Be proud of your achievement and commit to continual progress with re-evaluations**

## 9 Assessment by the Evaluation Committee

The independent Charter Evaluation Committee will judge the application, informed by the verifier's report. The Committee will make a recommendation to EUROPARC Council, which will inform the protected area authority of its decision, which will be either:

- a) to award the Charter,
- b) to defer the award, subject to specific changes being made. In this case, evidence must be provided that sufficient steps have been taken to rectify problems identified by an agreed time,
- c) to reject the application.

In case of (b) and (c), reasons will be given. In the case of (b), you will be asked to provide evidence that sufficient steps have been taken to rectify the problems identified, by a time to be agreed with you.

## 10 Receipt of the Charter award

Protected areas that are awarded the Charter will be identified publically and arrangements will be made with them for an official signing of the Charter certificate. They will be allowed to use the Charter logo and encouraged to promote the principles and obtain as much media coverage of their success as possible.

## 11 Renewal of the Charter

The Charter is awarded for five years. At the end of this period there needs to be a re-evaluation. EUROPARC will contact the protected area two years before the re-evaluation is due. At this point, it will be important to make the necessary budgetary provisions for the re-evaluation process and check that the action plan is on target to be implemented.

## 12 Participate in and benefit from the network

In signing the Charter certificate, protected areas commit themselves to implementing their strategy and action plan together with their partners over the coming five years. At the same time, it is expected that they will also participate in the Charter network. Contributions by all Charter areas to networking activities – contributing their own experience, sharing ideas or problems, attending networking meetings, etc. – are essential to make the network lively and useful, and to bring real added-value for all Charter areas.

**At the same time, the network is a basic tool for EUROPARC and Charter areas to maintain contact during the five years following the award. The commitment to participate in the network is included on the certificate signed by all new Charter protected areas.**





# 5 SUSTAINABLE PARTNERS IN CHARTER AREAS

*Parc National du Mercantour (FR) // Working with partners is an adventure*

The engagement of local businesses is vital to the effective development and management of sustainable tourism. They must be represented on the sustainable tourism forum and be involved in the preparation and implementation of the sustainable tourism strategy and action plan.

While the above situation must pertain in all Charter Areas, a recommended development of the Charter, is to enable certain tourism businesses working in partnership with the protected area authority to receive individual recognition under the Part II of the Charter.

Businesses recognised and assessed for their sustainability practices receive the following benefits:

- Closer engagement with protected area authorities;
- Right to use the Charter logo;
- Visibility on Charter websites;
- Engagement with training and marketing opportunities as may be developed;
- Networking with other businesses recognised by the Charter;
- Possible engagement with projects and funding.

**Part II is only available to businesses in areas that have been awarded the Charter under Part I.**

Recognising sustainable partners under the Charter for Sustainable Tourism is only available to businesses in areas that are in an awarded Charter Area, which has in place agreed certification process.

It is up to the protected area authority to decide whether to implement Part II and offer it as an option to its businesses.

**The overall requirements of EUROPARC for Part II are that recognised tourism businesses should:**

- Commit to the vision, mission and principles of the Charter;
- Relate to the local sustainable tourism forum and support the implementation of the sustainable tourism strategy and action plan;
- Demonstrate compliance with relevant quality and sustainability criteria or certifications;
- Have their own sustainability management plan for their business that is agreed with the protected area authority;
- Maintain close relationships with the protected area authority and other businesses and stakeholders engaged with the Charter.

These requirements are further interpreted and developed by different countries to suit their local circumstances.

Protected area authorities that wish to pursue Part II of the Charter should contact EUROPARC to clarify the situation pertaining in their country and what may be required.

**Individual businesses with a potential interest in the Charter should contact their protected area authority.**

# 6 SUSTAINABLE TOUR OPERATORS IN CHARTER AREAS



Having created sustainable destinations with public, business and communities working together, agreeing sustainable practices with tour operators who bring visitors to the protected areas, completes the sustainable tourism charter cycle .

This part of the charter process provides an opportunity for operators that organise tours to and within protected areas to be recognised under the Charter. This **requires tour operators to commit to the Charter vision, mission and principles and to demonstrate significant adherence to sustainability criteria in their own operations and management.** They should also be engaged in partnership working with protected area authorities, communities and local businesses.

The **French** and **Spanish EUROPARC sections** have led the way in promoting and implementing the methodology to certify sustainable practices of tour operators working in protected areas.

Tour operators working under this framework will agree to work in partnership with the authority responsible for the strategy in the protected area and the local tourist-service providers. This will involve analysing the compatibility of its products with the objectives of the area. The visitor flow they attract to an area must respect and not damage the heritage resources that the tourists come to see.

Working with the Charter full brings a range of benefits to tour operators. These are;

- be recognised at European level,
- develop new business opportunities,
- strengthen the quality of its products,
- increase visitor satisfaction.

Parc national des Ecrins



# THE EUROPEAN CHARTER FOR SUSTAINABLE TOURISM IN PROTECTED AREAS 7 TERMS AND CONDITIONS

European Parliament, Brussels // *Charter Award Ceremony 2013 - Recognition at the highest level*

## 1 Register and pay the fee

## 2 Ensure you are a member of the EUROPARC Federation

All Charter areas are required to be members of the EUROPARC Federation. Protected areas which are not already EUROPARC members will be requested to join the Federation upon registering as candidate protected areas.

## 3 Submit a full application dossier within the set deadline

## 4 Pay the required verification fees

The process of running and co-ordinating the Charter carries considerable costs, to which participating protected areas contribute. The costs for participating protected areas are summarised as follows:

### Protected area Charter candidate

- Registration fee (for registration as a candidate protected area): **€500**
- Costs of travel, accommodation and board for the visiting verifier: **will be calculated according to the expenses range of the previous years<sup>1</sup>**
- Verification fee (for administration of the application and verification process): **€5000 + VAT<sup>2</sup>** (as applicable)

<sup>1</sup>; <sup>4</sup> the process of reimbursement of the verifier has to be agreed with the EUROPARC Federation in advance

### Re-evaluation of charter area

(following successful verification)

- Re-evaluation, i.e. evaluation for renewal of Charter membership (after 5 years): **€5000 + VAT<sup>3</sup>**
- Costs of travel, accommodation and board for the visiting verifier: will be calculated according to the expenses range of the previous years<sup>4</sup>

## 5 Verification visit takes place

## 6 Evaluation Committee meets and assess

## 7 Get your award

by participating to the Award Ceremony of the European Charter for Sustainable Tourism in Protected Areas

## 8 Fully participate in the network

## 9 Plan for re-evaluation

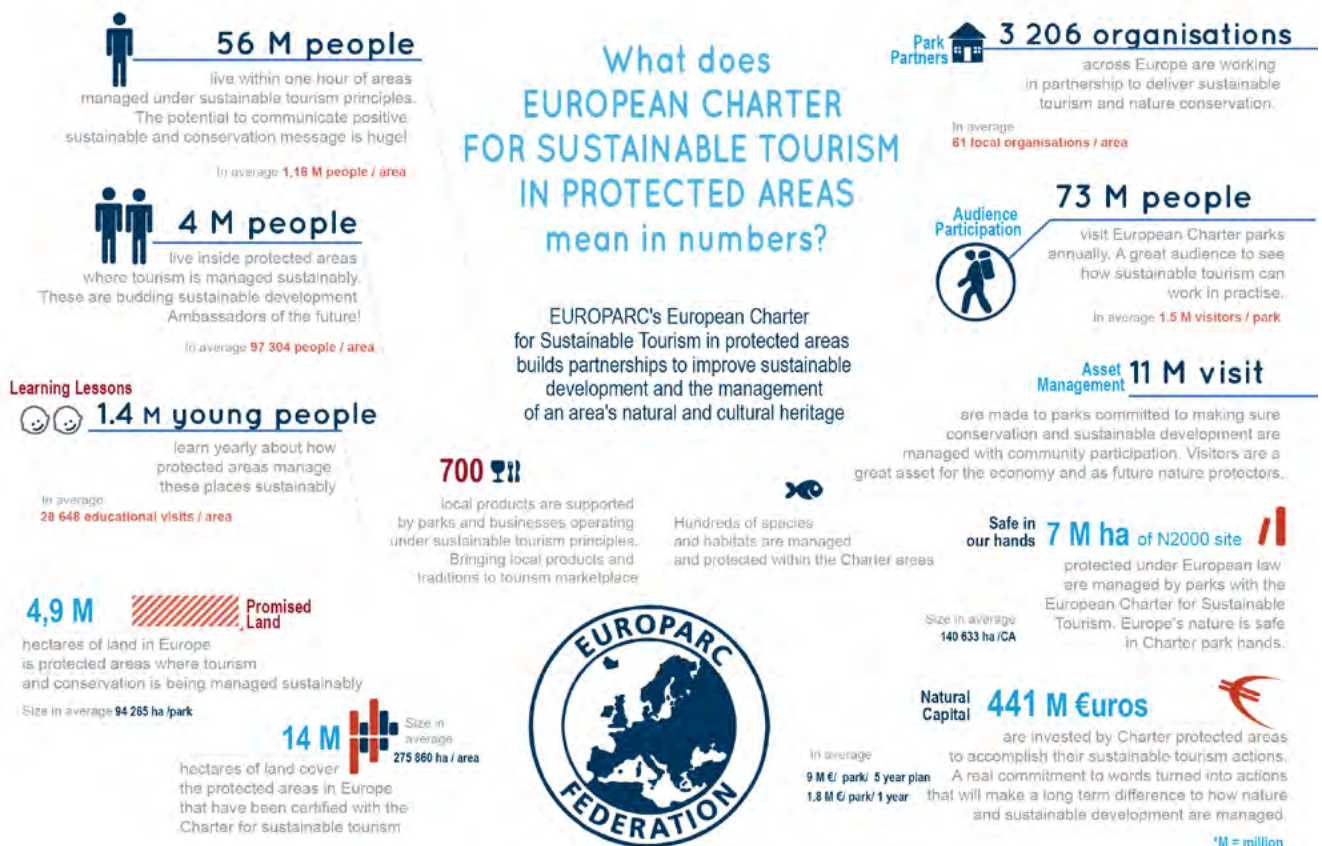
by making the necessary budgetary provisions for the re-evaluation process and checking that the action plan is on target to be implemented.

<sup>3</sup>; <sup>3</sup> Process administered by EUROPARC Federation, VAT subject to clarification on where this is due in each individual case.

# OUTLINE

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 on the basis of a thorough situation analysis. The aim of all Charter projects and activities is the protection of the natural and cultural heritage and the continuous improvement of tourism in the Protected Area in terms of the environment, local population and businesses as well as visitors.

73 M people visit European Charter protected areas annually. A great audience to see how sustainable tourism can work in practice, 7 M ha of N2000 site protected under European law are managed by parks with the European Charter for Sustainable Tourism, 700 local products are supported by parks and businesses operating under sustainable tourism principles, 1.4 M young people learn yearly about how protected areas manage these places sustainably with an average of 28 648 educational visits / area .



Magic Numbers. 2014, EUROPARC Federation

These numbers show how with 20 years experience, the "Charter" has been shown to be a useful and important tool that delivers social, environmental and economic benefits and indeed can be described as

a model of governance that delivers Protected Areas as sustainable tourism destinations.

# FOR FURTHER INFORMATION

Please contact

EUROPARC Federation

[info@european-charter.org](mailto:info@european-charter.org)

or [office@europarc.org](mailto:office@europarc.org)

Tel: +49 941 59935980

For further details on the Charter see also

[www.europarc.org](http://www.europarc.org)

[www.european-charter.org](http://www.european-charter.org)



EUROPARC Federation

Waffnergasse 6, 93047 Regensburg

Germany

# LIITE 2

Metsähallituksen kestävän matkailun periaatteet

# KESTÄVÄN MATKAILUN PERIAATTEET

*Kansallispuistot, luonto- ja historiakohteet  
sekä maailmanperintökohteet*

2016



METSÄHALLITUS

LUONTOPALVELUT



Yhdistyneiden  
kansakuntien kasvatus-,  
tiede- ja kulttuurijärjestö



Maailmanperintö  
Suomessa



Kesäpäivän patikkareissulla Ukko-Luoston huipulla, Pyhä-Luoston kansallispuisto.

Kuva: Anna Pakkanen

*Kansallispuistoilla ja muilla suojelualueilla on suuri merkitys matkailun vetovoimatekijöinä. Suojelualueiden hyödyntäminen matkailussa on mahdollista, kun se yhteistyössä sovitetaan yhteen suojelutavoitteiden kanssa. Metsähallituksen luontopalveluilla ja UNESCO:n maailmanperintökohteilla Suomessa on yhteiset kestävän matkailun periaatteet, jotka otetaan huomioon kaikessa omassa toiminnassa sekä yhteistoiminnassa matkailuyrittäjien kanssa.*



## EDISTÄMME KESTÄVÄÄ MATKAILUA.

Teemme tämän yhteistyössä siten, että...

### 1. TUEMME KOHTEIDEN ARVOJEN SÄILYMISTÄ JA EDISTÄMME NIIDEN SUOJELUA

- Luonto- ja kulttuuriarvot ovat tärkeä matkan syy
- Kerromme kävijöille kohteen arvoista ja niiden suojelusta ja kannustamme heitä toimimaan vastuullisesti
- Kehitämme palveluja ja ohjaamme käyttöä kysynnän ja kohteen luonteen mukaan
- Käytämme pääsääntöisesti valmiita kulkureittejä ja olemassa olevaa palveluvarustusta
- Rakentamisessa otamme huomioon myös paikalliset luonto- ja kulttuuriarvot

- Matkailu ei vaaranna kohteen luonto- ja kulttuuriarvoja, ja haitallisia vaikutuksia ehkäisemme ennakoivasti

### 2. MINIMOIMME YMPÄRISTÖN KUORMITUSTA

- Edistämme mahdollisuuksia matkustaa kohteelle julkisin kulkuvälinein ja vähäpäästöisesti
- Kasvatamme viipymää matkailualueella
- Toimimme energia- ja materiaalitehokkaasti
- Toimimme hyvänä esimerkkinä ympäristöasioissa
- Mahdollistamme ja kannustamme kävijöitä toimimaan ympäristöystävällisesti



### 3. VAHVISTAMME PAIKALLISUUTTA

- Paikallinen tietämys, tutkimustieto, kokemukset ja kulttuuri ovat lähtökohta elämysten tarjonnassa
- Opastus on laadukasta ja toimijat tuntevat hyvin alueen sekä paikalliset olot
- Lisäämme kohteen arvostusta laadukkaasti tuotteilla matkailupalveluilla
- Toimimme yhteistyössä ja tarjoamme paikallisille asukkaille sekä kävijöille mahdollisuuksia osallistua kohteen hoitoon ja kehittämiseen

### 4. EDISTÄMME KOHTEIDEN TUOTTAMAAN HYVINVOINTIA JA TERVEYTTÄ

- Kannustamme kävijöitä monipuolisiin, omatoimisiin ja ohjattuihin luonto- ja kulttuurielämyksiin
- Varmistamme kohteiden ja palveluiden kävijäturvallisuuden
- Palvelumme edistävät tasa-arvoa
- Parannamme kävijöiden mahdollisuuksia lisätä sosiaalista, psyykkistä ja fyysistä hyvinvointiaan
- Edistämme paikallisten asukkaiden virkistytymistä ja parannamme alueen elinolosuhteita



### 5. EDISTÄMME PAIKALLISTALOUDELLISTA KASVUA JA TYÖPAIKKOJEN LUOMISTA

- Tarjoamme kävijöille laadukkaita ja kohteen vetovoimalle rakentuvia palveluja
- Teemme aktiivista yhteistyötä pitäen selvänä toimijoiden roolit ja vastuut kohteen hoidossa ja palveluiden tuottamisessa
- Tarjoamme tietoa kohteista ja palveluista ennakoon, helposti ja kiinnostavassa muodossa eri viestintäkanavissa
- Innostamme matkailijoita viiptymään pidempään matkailualueella

### 6. VIESTIMME YHDESSÄ KOHTEEN ARVOISTA JA PALVELUISTA

- Sitoudumme kohteen arvoihin ja perusviesteihin
- Viestimme yhdenmukaisesti ja vastuullisesti eri kohderyhmille sekä kotimaassa että kansainvälisesti
- Keräämme palautetta sidosryhmiltä asiakastytyväisyyden sekä toiminnan kehittämiseksi
- Järjestämme koulutus- ja yhteistyötilaisuuksia alueen toimijoiden kesken
- Kannustamme toimijoita sitoutumaan näihin kestäväen matkailun periaatteisiin



*Kustaanmiekka Unescon maailmanperintökohde Suomenlinnassa.*

Kuva: Suomenlinnan hoitokunnan kuva-arkisto/  
Suomen Ilmakuva Oy

# LIITE 3

**Syötteen luontomatkailun ympäristövaikutusten  
seurantamittaristo 2011–2015 ja toteutumisen arvio**

### LIITE 3.

## Syötteen luontomatkailun ympäristövaikutusten seurantamittaristo 2011– 2015 ja toteutumisen arvio

Kestävän luontomatkailun periaate	Seurantamittari	Mittaustapa	Toteuma tarkasteluajalla
<b>1. Luontoarvot säilyvät ja toiminta edistää luonnon suojelua:</b>  matkailu ja virkistyskäyttö eivät vaaranna uhanalaisten ja harvinaisten lajien esiintymiä, luontomatkailu edistää tai ei ainakaan huononna maisemiarvoja.	Asutut maakotkan reviirit Syötteen alueella	Asuttujen reviirien seuranta	Tavoitearvo on saavutettu. Alueella on kuusi toimivaa maakotkan reviiriä.
	Reitistön ja tiestön vaikutusalue (hehtaaria) / puiston pinta-ala (hehtaaria)	Rakennukset, rakennelmat ja reitit (REISKA)-järjestelmä	
	Kävijöiden mielipide maiseman laadusta	Kävijätutkimus *	Kävijätutkimuksessa tapahtuneiden kysymysmuutosten vuoksi tämä mittari ei enää anna relevanttia tietoa.
<b>2. Ympäristöä kuormitetaan mahdollisimman vähän:</b>  maaston kuluneisuus on hyväksyttävissä rajoissa, käytetään merkittyjä reittejä ja huollettuja rakenteita silloin kun niitä on, ympäristöä säästävää retkeilyä on yleisesti käytössä, polttopuun käyttö on säästäväistä.	Kävijöiden mielipide maaston kuluneisuudesta	Kävijätutkimus *	Maaston kuluneisuus häiritsi 0 % vastaajista erittäin paljon ja 10 % vastaajista melko paljon tai keskinkertaisesti. Vaikka tämä on tavoitetasoa parempi tulos, täytyy jatkossa seurata yhä tiiviimmin maastopyöreittien kulumista.
	Kävijöiden mielipide maaston roskaantuneisuudesta	Kävijätutkimus *	Maaston roskaantuneisuus häiritsi 0 % vastaajista erittäin paljon ja vain muutamaa prosenttia vastaajista melko paljon tai keskinkertaisesti. Tämä on tavoitetasoa parempi tulos.
	Polttopuun kulutus taukopaikoilla /5 vuotta	REISKA-järjestelmä	Polttopuun kulutus taukopaikoilla on hivenen vähentynyt tarkastelujaksolla, joka on ollutkin tavoite.

Kestävän luontomatkailun periaate	Seurantamittari	Mittaustapa	Toteuma tarkasteluaajalla
<b>3. Arvostetaan paikallista kulttuuria ja perinteitä:</b>  Metsähallituksen ja yhteistyöyrittäjien toiminta on paikallisesti hyväksyttävää.	Matkailun yhteistyösopimusten lukumäärä	VUOKRA -järjestelmä	Yhteistyöyrittäjien lukumäärä on hieman pienentynyt johtuen alueen yrityskentässä tapahtuneista muutoksista. Tällä hetkellä sopimuksia on 14 kpl, joka on hivenen alle raja-arvon.
	Alueen kulttuuriperinnön hyödyntäminen matkailussa	Yritystutkimus **	Yrittäjät kokevat alueen kulttuuriperinnön tärkeäksi voimavaraksi, mutta sen hyödyntäminen tuotteistuksessa on vielä kohtalaisen vähäistä.
<b>4. Asiakkaiden arvostus ja tietämys luonnosta ja kulttuurista lisääntyvät:</b>  asiakkaat tuntevat paikallisen kulttuurin erityispiirteet, asiakkaat ovat kiinnostuneita luonnosta ja kyselevät sekä hankkivat lisätietoa, luonto on matkan tärkeä motiivi.	Kävijöiden mielipide luonnon tärkeydestä osana käyntiä	Kävijätutkimus *	Luonnon kokeminen osana kansallispuissa käyntiä oli erittäin tai melko tärkeää n. 96 % kävijöistä. Tätä voidaan pitää hyvänä tuloksena.
	Luontokeskuksen käyntimäärä /vuosi	Kävijälaskenta ***	Luontokeskuksen kävijämäärät ovat vuosina 2010–2014 olleet tasaisessa nousussa. Vuonna 2015 kävijämäärä laski johtuen siitä, että luontokeskus oli pitkiä aikoja suljettuna. Käyntimäärät eivät ole saavuttaneet tavoitettavaa, mutta ovat pysyneet selkeästi yli raja-arvon.
	Rytivaaran torpan käyntimäärä /vuosi	Kävijälaskenta	Rytivaaran torpan kävijämäärät ovat olleet selkeässä kasvussa. Esim. v. 2016 tammi-lokakuussa kasvua edelliseen vuoteen on ollut 40-50%.

Kestävän luontomatkailun periaate	Seurantamittari	Mittaustapa	Toteuma tarkasteluajalla
<b>5. Asiakkaiden mahdollisuudet luonnossa virkistymiseen paranevat:</b>  ylläpidetään laadukasta ja viihtyisää virkistysympäristöä, otetaan huomioon muut asiakkaat.	Kävijöiden mielipide liiallisen kävijämäärän häiritsevyydestä	Kävijätutkimus *	83 % vastaajista ei kokenut liiallisen kävijämäärän häiritsevän lainkaan ja vain muutama prosentti koki sen häiritsevän keskinkertaisesti tai melko paljon. 0% koki liiallisen kävijämäärän häiritsevän erittäin paljon. Tätä voidaan pitää hyvänä tuloksena.
	Kävijöiden mielipide muiden kävijöiden käyttäytymisen häiritsevyydestä	Kävijätutkimus *	83 % vastaajista ei kokenut muiden kävijöiden käyttäytymisen häiritsevän lainkaan ja vain muutama prosentti koki sen häiritsevän keskinkertaisesti tai melko paljon. 0% koki muiden kävijöiden käyttäytymisen häiritsevän erittäin paljon. Tätä voidaan pitää hyvänä tuloksena.
	Kävijätyytyväisyysindeksi	Kävijätutkimus *	Syötteen kansallispuiston kävijätyytyväisyysindeksi on 4,27 ja täten se on kasvanut edellisestä tarkastelujaksosta. Vaikka tavoitearvoa ei olla saavutettu, kaikki osatekijät saivat tutkimuksessa hyvän arvosanan. Kokonaisuudessa indeksin luvusta voidaan päätellä kävijöiden olleen tyytyväisiä käyntiinsä kansallispuistossa.
<b>6. Asiakkaiden henkinen ja fyysinen hyvinvointi vahvistuvat:</b>  kävijät tuntevat virkistäytyvänsä luonnossa, kävijät saavat henkilökohtaisia luontokokemuksia ja elämyksiä, palvelurakenteiden turvallisuus taataan.	Kävijöiden mielipide rentoutumisen tärkeydestä alueella vieraillessaan	Kävijätutkimus *	Kävijöistä n. 70 % koki rentoutumisen erittäin tärkeäksi alueella vierailun motiiviksi ja yli 90 % koki sen erittäin tai melko tärkeäksi.
	Kävijöiden mielipide henkisen hyvinvoinnin tärkeydestä alueella vieraillessaan	Kävijätutkimus *	Kävijöistä n. 55 % koki henkisen hyvinvoinnin erittäin tärkeäksi alueella vierailun motiiviksi ja n. 90 % koki sen erittäin tai melko tärkeäksi. Vastaajat olivat pääasiassa jonkin verran tai täysin samaa mieltä siitä, että heidän sosiaalinen, psyykinen ja fyysinen hyvinvointinsa lisääntyi Syötteen kansallispuistossa käynnin aikana
	Palvelurakenteiden kunto (%-osuus hyvä/keskinkertainen/ huono)	REISKA-järjestelmä	Taukopaikat (laavut, tuvat) ovat hyvässä kunnossa. Retkeilyreiteillä olevat pitkospuut sen sijaan ovat valtaosin keskinkertaisessa tai jopa huonossa kunnossa.

Kestävän luontomatkailun periaate	Seurantamittari	Mittaustapa	Toteuma tarkasteluaajalla
<p><b>7. Vaikutetaan myönteisesti paikalliseen talouteen ja työllisyyteen:</b></p> <p>Syötteelle suuntautuva luontomatkailu edistää aluetaloutta.</p>	Kävijöiden rahankäytöstä aiheutuva vaikutus paikallistalouteen euroa/ vuosi ja työllisyyteen henkilötyövuotta/ vuosi	Asiakastiedon tallennusjärjestelmä (ASTA) ***	Syötteen kansallispuiston kävijöiden rahankäytön paikallistaloudelliset vaikutukset vuonna 2015 olivat kokonaisuudessaan noin 3 milj. euroa ja työllisyysvaikutukset noin 29 htv. Kansallispuiston ollessa matkan tärkein kohde olivat paikallistaloudelliset vaikutukset n. 1,4 milj. euroa ja 14 htv. Tämä on raja-arvon ylittävä ja sinällään hyvä tulos, joskin vaikutuksia tulee edelleen pyrkiä kasvattamaan.
<p><b>8. Viestintä ja markkinointi ovat laadukasta ja vastuullista:</b></p> <p>kerrotaan avoimesti ja kattavasti mitä suojelualueilla saa ja on soveliasta tehdä.</p>	Kävijöiden ennako-odotusten täyttyminen luonnonympäristön, harrastusmahdollisuuksien ja retkeilyrakenteiden osalta	Kävijätutkimus *	Kävijöiden odotukset Syötteen kansallispuiston luonnonympäristöjen, harrastusmahdollisuuksien sekä reittien ja rakenteiden suhteen täyttyi hyvin. Kokonaisarvosanaksi tuli 4,49. Tämä on selkeästi edellistä tarkastelukautta parempi tulos, joka on lähes tavoitearvossa. Kaikkein parhaiten odotukset täytti luonnonympäristö.
<p><b>9. Toimintaa suunnitellaan ja toteutetaan yhteistyössä:</b></p> <p>Metsähallituksen ja matkailuyritysten yhteistyö on luontevaa ja vuorovaikutteista, asiakaspalaute kerätään ja se käsitellään, sidosryhmäyhteistyö on hyvää ja säännöllistä.</p>	Yhteistyöyrittäjien arvio Metsähallituksen toiminnasta	Yrityspalaute **	Yhteistyöyrittäjiltä saatu palaute Metsähallituksen luontopalveluiden toiminnasta oli pääsääntöisesti positiivista. Yhteistyön koettiin olevan luontevaa ja tuottoisaa. Negatiivista palautetta aiheutti oikeastaan vain luontokeskuksen aukioloajat.
	Luontokeskuksen asiakastytyväisyysindeksi	Asiakaspalaute ***	Asiakastytyväisyysindeksi oli tarkasteluaajanjaksolla 4,22. Tämä on selkeästi yli raja-arvon, joskaan ei aivan tavoitearvossa. Asiakkaat olivat kohtalaisen tyytyväisiä luontokeskuksen palveluihin. Alle 4 arvosanoja saivat pysyvän ja vaihtelevien näyttelyiden kiinnostavuus, etukäteisinformaatio ja myyntituotteet.

\*Tarkastelussa käytetty vuonna 2015 valmistunutta Syötteen kävijätutkimusta

\*\*Tarkastelussa käytetty vuonna 2016 tehtyä Syötteen yritystutkimusta

\*\*\*Tarkastelussa on käytetty Syötteen luontokeskuksen vuosien 2013–2014 asiakastutkimusta

# LIITE 4

Edellisen luontomatkailusuunnitelman toteutumisen arviointi

## LIITE 4.

### Edellisen luontomatkailusuunnitelman toteutumisen arviointi

#### VIESTINTÄ

SUUNNITELLUT TOIMENPITEET VUOSILLE 2011-2015	TOTEUMAN ARVIO
- MH:n kumppaniviestinnän periaatteista (KP:n logon käyttö) tiedottaminen	- Kansallispuiston logon käyttöperiaatteista on tiedotettu yhteistyöyrittäjiä ja kaksi yritystä käyttää logoa omassa markkinoinnissaan
- Sötteen suojelualueiden kävijöiden tilastollinen tyypittely	- Patikkapaikat ovat olleet käytössä
- Patikkapaikkojen ylläpito ja sisällöntuotanto	- Kansallispuistot-lehti on lakkautettu sen työllistävyyden vuoksi
- Kansallispuistot-lehti vuosittain	- Oulun matkailulla ei ole ollut Koillismaan patikkapaikkaa käytössä
- Koillismaan Patikkapaikka Ouluun	- Mobiiliviestintähanke ei ole edennyt
- Mobiiliviestintähankkeen valmistelu ja hakeminen	- Koillismaan päiväreitit -esite
- Koillismaan päiväreitit -esite	

#### REITISTÖT JA PALVELUVARUSTUS

SUUNNITELLUT TOIMENPITEET VUOSILLE 2011-2015	TOTEUMAN ARVIO
<b>Reitistön kehittäminen: päiväreittien kestäväointi ja kunnostus</b>	-Sötteen kierros kestäväointiin v. 2012–2013. Käyttöpaine on kuitenkin pyöräilyn osalta edelleen kasvanut, minkä vuoksi uusia kestäväointi- ja kunnostustoimenpiteitä täytyy toteuttaa lähiaikoina
- Sötteen kierros	-Ansapolku on rakennettu uudelleen sekä teemaltaan että rakenteeltaan. Uusi Naavaparran polku on soraistettu koko matkalta ja täten siitä viestitään ns. perhereittinä
- Ansapolku	-Rytivaaran reitti kunnostettiin ja kestäväointiin v. 2012–2013
- Vattukurun luontopolku	-Ahmankierroksen kunnostus tullaan tekemään v. 2017, jolloin reitti kunnostetaan myös pyöräilyyn soveltuvaksi
- Ahmankierros	-Vattukurun luontopolku kunnostettiin v. 2012–2013
- Rytivaaran kierros	-Kestäväinnin osalta ollaan tarkastelujakson aikana saatu soraistuksen pilotoinnin myötä hyödyllistä kokemusta ja täten kasvatettu asiantuntemusta ja osaamista.



SUUNNITELLUT TOIMENPITEET VUOSILLE 2011-2015	TOTEUMAN ARVIO
<p><b>Opastus ja viitoitus:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Soiperoisen maasto-opasteiden laatiminen</li> <li>- Syötteen kierros, viitoituksen täydentäminen</li> <li>- Ansapolku, uudet opastetaulut</li> <li>- Rytivaaran kierros, uudet opastetaulut</li> <li>- Soiperoisen ja Pyhityksen tieopastuksen rakentaminen</li> <li>- Syötteen luontokeskuksen tieopasteiden parantaminen Syötteen ydinalueella</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Soiperoisen opastusta on kehitetty maalimerkinnoilla. Maasto-opasteita ei ole suunniteltu</li> <li>- Syötteen kierroksen viitoitusta on täydennetty</li> <li>- Ansapolku on muutettu Naavaparran poluksi. Uusi teemoitus ja opastaulut tehtiin yhteistyössä Lapin yliopiston kanssa</li> <li>- Rytivaaran kierrokselle on laadittu alueen kulttuuriperinnöstä kertovat opastaulut v. 2013</li> <li>- Soiperoiselle ja Pyhitykselle on rakennettu tieopastus yhteistyössä Taivalkosken kunnan kanssa v. 2013</li> <li>- Syötteen luontokeskuksen tieopastusta on täydennetty Syötteen ydinalueella yhteistyössä Pudasjärven kaupungin kanssa.</li> </ul>
<p><b>Retkeilypalvelut:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Laaditaan Syötteen reitistösuunnitelma (kokonaisvaltainen kysyntälähtöinen tarkastelu, karsimis- ja uudet kehittämistarpeet, opastussuunnitelman päivitys, kävijäseurantasuunnitelman päivitys)</li> <li>- Rytivaaran palvelukonseptin määrittäminen</li> <li>- Kellarilammen luontopolun rakenteiden kunnostus</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Syötteen reitistötarkastelu on tehty v. 2007, ja sitä on päivitetty jatkuvana työnä lähes vuosittain. Opastustussuunnitelmaa ei ole kokonaisvaltaisesti päivitetty</li> <li>- Kävijäseurantasuunnitelmaa päivitetään jatkuvasti</li> <li>- Rytivaaran palvelukonsepti on määritetty yhteistyössä alueen yrittäjien kanssa. Vuonna 2016 lanseerattiin Rytivaaraan lammaspaimenkonsepti, jonka todettiin toimivan hyvin. Talviretkeilyn osalta kohde kaipaa lisää viestintä- ja tuotteistustyötä</li> <li>- Kellarilammen luontopolun kunnostus ei ole vielä toteutunut. Suunnitelma ja kustannusarvio on tehty</li> </ul>
<p><b>Syötteen ydinalueen kehittäminen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Julkisen liikenteen kehittäminen Syötteellä</li> <li>- Kevyen liikenteen väylien kehittäminen Syötteellä: Iso-Syöte–Pytkynharju, Iso-Syöte–Pikku-Syöte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sekä Syötteen sisäinen että Syöte-Oulu –välinen julkinen liikenne on kehittynyt sesonkiaikoina</li> <li>- I so-Syöte -Pytkynharju samoin kuin Iso-Syöte -Pikku-Syöte –välillä ei ole kevyen liikenteen väylää</li> </ul>

## LUONTOKESKUS

SUUNNITELLUT TOIMENPITEET VUOSILLE 2011-2015	TOTEUMAN ARVIO
<ul style="list-style-type: none"> <li>- vaihtuvia näyttelyitä tarjotaan vuosittain, vähintään 4 /vuosi</li> <li>- pysyvän näyttelyn uusiminen</li> <li>- asiakas- ja kävijätutkimusten toteuttaminen</li> <li>- jatkuvan palautteen ja laatuhjelman (Green DQN) asiakaspalautteen keruu Syötteen luontokeskuksessa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- vaihtuvia näyttelyitä on ollut 4-5 / vuosi</li> <li>- pysyvää näyttelyä ei ole uusittu</li> <li>- asiakas- ja kävijätutkimukset on toteutettu suunnitellusti</li> <li>- Syötteen luontokeskuksella kerätään jatkuvasti asiakaspalautetta</li> </ul>

## YHTEISTYÖ JA KUMPPANUUS

SUUNNITELLUT TOIMENPITEET VUOSILLE 2011-2015	TOTEUMAN ARVIO
<p><b>Matkailun kestävyuden varmistaminen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- LAC-seuranta</li> <li>- Kävijäseuranta suojelualueilla ja luontokeskuksessa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Matkailun kestävyuden toteutumista on seurattu LAC-seurantajärjestelmän avulla</li> <li>- Kävijäseuranta on tehty sekä suojelualueilla että luontokeskuksessa</li> </ul>
<p><b>Paikallisen omistajuuden vahvistaminen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Junior Ranger -leirin järjestäminen, vähintään 1 leiri /vuosi</li> <li>- 3 teematapahtumaa 2011</li> <li>- Teematapahtuma 2012</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Junior Ranger -leirejä on ollut 1 /vuosi</li> <li>- suunnitellut teematapahtumat toteutettiin vuosina 2011 ja 2012. Tapahtumat ovat jääneet elämään ja saaneet jatkuuutta</li> </ul>
<p><b>Paikallisen toimeentulon edistäminen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Käsityöperinteen edistäminen</li> <li>- Paikallisen ruokakulttuurin edistäminen matkailualueella</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Luontokeskuksessa on myynnissä paikallisia käsityötuotteita. Lisäksi vaihtuvat näyttelyt ovat esitelleet paikallista käsityöperinnettä</li> <li>- Paikallisen ruokakulttuurin edistämiseen tulee panostaa jatkossa enemmän</li> </ul>
<p><b>Kulttuuri:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kulttuuriperinnön inventointi ja tuotteistaminen</li> <li>- Yhteistyön käynnistäminen Pudasjärven kaupungin (kulttuuriohjaaja) ja Taivalkosken kunnan (kulttuurituottaja) kanssa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kulttuuriperinnön inventointitulosten hyödyntäminen ja tuotteistaminen voisi olla laajempaa</li> <li>- Yhteistyötä on tehty aktiivisesti etenkin Pudasjärven kaupungin kanssa</li> </ul>

SUUNNITELLUT TOIMENPITEET VUOSILLE 2011-2015	TOTEUMAN ARVIO
<p><b>Matkailu- ja sidosryhmäyhteistyö:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Yhteistoimintaryhmän toiminnan vakiinnuttaminen Syötteellä</li> <li>- Syötteen matkailutoimijoiden koulutusohjelma ja perehdytysaineisto</li> <li>- Syöte Green DQN -ohjelmaan osallistuminen (Laatutonna, ympäristökatselmus ja -ohjelma)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Yhteistoimintaryhmän toiminta on vakiintunutta, joskin osallistuvuus voisi olla aktiivisempaa</li> <li>- Syötteen matkailutoimijoille on laadittu perehdytysaineisto ja toimijoita on informoitu kansallispuiston ajankohtaisista asioista 2/ vuosi. Lähiaikoina osallistuminen hiipunut. Varsinaista opaskoulutusohjelmaa ei ole käynnistetty</li> <li>- Syöte Green DQN -ohjelmaan on osallistuttu</li> </ul>

## KANSAINVÄLISYYS

SUUNNITELLUT TOIMENPITEET VUOSILLE 2011-2015	TOTEUMAN ARVIO
<p><b>Kansainvälisyys:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kansallispuiston European Charter -jäsenyyden uusiminen</li> <li>- Matkailuyrityksille Charter-sertifikaatti käyttöön</li> <li>- Kansainvälisiin Charter-kokouksiin ym. osallistuminen (myös kumppaneita mukaan)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- European Charter -jäsenyys uusittiin vuonna 2011 ja uusitaan taas vuonna 2016</li> <li>- Kahdella matkailuyrityksellä on Charter-sertifikaatti käytössä</li> <li>- Kansainvälisiin Charter-kokouksiin ei olla resurssien puutteen vuoksi voitu osallistua</li> </ul>



Euroopan unioni  
Euroopan aluekehitysrahasto

Vipuvoimaa  
EU:lta  
2014–2020

ISSN-L 1796-2943  
ISBN 978-952-295-204-2 (pdf)