



Kuva: Visit Rovaniemi.

Matkailuala: tarvitaan yhteinen suunta ja vahvaa yhteistyötä

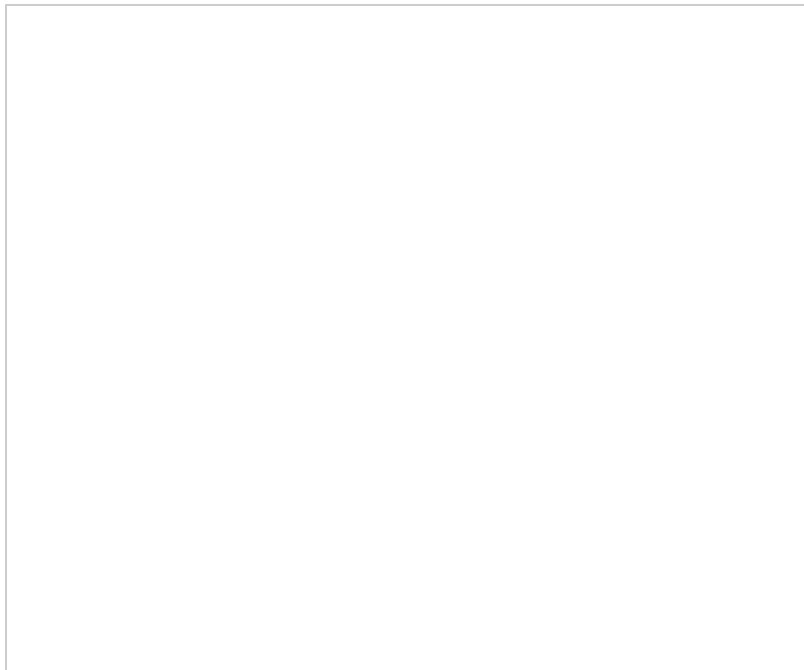
18.12.2025 0.00

Matkailualan haasteeksi on koettu liian moniääninen, keskenään jopa ristiriitainen viestintä, mikä on hämmentänyt muun muassa poliittisia päättäjiä sen suhteen, mitä ala oikeasti tavoittelee. Incoming-seminaarin avaussanoissa SMALin toimitusjohtaja Heli Mäki-Fränti nostikin esiin tarpeen suomalaisen matkailualan yhteistyölle ja yhteiselle tarinalle.

Tilaisuuden juontajana toiminut SMALin Suomi-johtokunnan puheenjohtaja **Merja Hart** muistutti kuulijoita vuosi sitten valmistuneesta opinnäytetyössä esiin nostetusta verotuksellisesta epäkohdasta, joka heikentää suomalaisyritysten kilpailukykyä. Tanska soveltaa EU:n arvonnäköverodirektiiviä tavalla, joka vapauttaa tanskalaiset incoming-matkatoimistot ja DMC (Destination Management Company) -yritykset marginaaliverosta, kun ne myyvät Suomessa toteutuvia matkatuotteita kansainvälisille matkanjärjestäjille.

Veroa ei makseta Tanskaan eikä Suomeen. Sen sijaan suomalaiset incoming- ja DMC-toimijat joutuvat maksamaan 25,5 % marginaaliveron katteestaan verollisten ostohintojen päälle. Asiaa on tuotu esiin päättäjille, mutta konkreettisia ratkaisuehdotuksia ei ole saatu – ja kauppa valuu yhä Suomen ulkopuolelle.

Yhteistyön tärkeys



Suomen matkailualueiden kasvava tarve DMC-yhteistyölle korostui myös matkailun alueorganisaatioiden järjestön, SUOMAN, toiminnanjohtaja **Suvi Ahosen** sekä Visit Karelian kehityspäällikkö **Terhi Millarin** puheenvuoroissa. Koska DMC-yritykset ovat kansainvälisen kaupan asiantuntijoita, niiden osaamista tarvitaan alueilla matkailutuotteiden kehittämisessä ja paketoinnissa kansainvälisille ostajille houkutteleviksi kokonaisuuksiksi. DMC-yritykset toimivat yli aluerajojen, mikä mahdollistaa monipuolisemmat ja vetovoimaisemmat matkailukokonaisuudet kuin yksittäisten yrittäjien omat, rajatut tarjonnat.

Myös Visit Finlandin johtaja **Kristiina Hietasaari** totesi, että alueiden ja yritysten välinen yhteistyö on entistä tärkeämpää, sillä Visit Finlandin rahoitusta on leikattu merkittävästi. Suomi kiinnostaa kansainvälisesti, ja matkailuviennin tuplaaminen on yhä tavoitteena. Ilman tiivistä yhteistyötä se ei kuitenkaan ole realistista. Erityisesti kesäkaudella Suomen tulisi pystyä kasvattamaan markkinaosuuksia naapurimaiden välisessä vertailussa.

Lapin-matkailu on noussut kansainväliseksi menestystarinaksi, ja Visit Rovaniemen toimitusjohtaja **Sanna Kärkkäisen** puheenvuoro herätti yleisössä suurta kiinnostusta.

Kärkkäinen kuvasi, kuinka toimiva ekosysteemi ja vuosikymmenten yhteistyö ovat luoneet vahvan perustan alueen matkailulle. Talvikaudella 2025–26 Rovaniemelle on peräti 46 suoraa kansainvälistä lentoreittiä. Kasvu, joka viime vuonna oli 15 %, näyttää jatkuvan. Lapin markkinointi onkin laajentunut kesäkauteen ja ympärivuotiseen matkailuun. Erityisen myönteistä huomiota seminaarissa sai Finnairin Anssi Partasen ilmoitus Rovaniemi–Tromssa-lennon muuttumisesta ympärivuotiseksi.

Seminaarin päättäneessä paneelikeskustelussa Lapland Hotelsin toimitusjohtaja **Ari Vuorentausta** korosti digitalisaation ja prosessien kehittämisen merkitystä matkailualalla. SMALin Suomi-johtokunnan varapuheenjohtaja **Jukka-Paco Halonen** johdatteli keskustelua muistuttamalla, kuinka suomalaiset DMC-toimistot ovat olleet keskeisessä roolissa Lapin kansainvälisen matkailun kasvussa tuomalla alueelle kannustematkaryhmiä. Vuorentausta tunnisti historian merkityksen, mutta totesi nykyhaasteeksi hotellien täyttymisen matkanjärjestäjien ja online-myyntikanavien kautta, mikä vaikeuttaa yksittäisten kannustematkaryhmien majoittamista.

A&S Ravintoloiden myyntijohtaja **Johanna Haataja** painotti matkailun olevan ihmiseltä ihmiselle tapahtuvaa kauppaa, jossa DMC-yhteistyö on ratkaisevan tärkeää. DMC-toimijoiden suosituksien kansainvälisille matkanjärjestäjille toimivat laadun mittarina ja kannustavat palveluntarjoajia panostamaan entistä enemmän.

Finnairin **Heidi Pajari** kertoi, että Suomi on luonnollisesti Finnairille strategisesti tärkeä matkakohde, ja yhtiössä halutaan olla edistämässä Suomeen suuntautuvaa matkailua. Myös yhteistyötä DMC-yritysten kanssa tullaan vahvistamaan. Vaikka pandemian ja geopoliittisten syiden vuoksi Finnairin strategiaa on jouduttu päivittämään, on Gateway-näkökulma edelleen Finnairin toiminnassa vahvasti mukana.

Elämys DMC:n myyntipäällikkö **Mari Viitanen** puolestaan korosti kohtaamisten ja yhteistyön merkitystä, ja totesi, ettei kansainvälistä ryhmämatkakauppaa voida siirtää online-alustoille. Kansainväliset ryhmämatkat ovat vaativia kokonaisuuksia, joiden suunnittelu ja toteutus edellyttävät ammattilaisen otetta.

Suomen matkailualan liiton (SMAL) järjestämä Incoming-seminaari kokosi 140 matkailualan ammattilaista NH Collection Helsinki Grand Hansa -hotelliin sekä striimauksen kautta linjoille. Jokavuotiseksi tapahtumaksi vakiintumassa olevan seminaarin teema tänä vuonna oli Suomen matkailun kasvupotentiaali ja yhteistyön voima.

