

Matkailupolitiikan ajankohtaiset

TEM matkailun vuosiseminaari

14.5.2019

#TEMmatkailu

Sanna Kyyrä



Työ- ja elinkeinoministeriö
Arbets- och näringsministeriet

Matkailulla on taloudellista vaikutusta



MATKAILUN FAKTAT



Matkailuviennin arvo
4,6mrd €



6,8 miljoonaa
rekisteröityä ulkomaista yöpymistä



15 mrd €
Matkailun kokonaiskysyntä
(kotimainen ja ulkomainen)



Matkailu työllistää
140 200 työntekijää

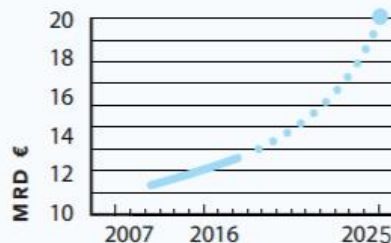
Lähteet: [UNWTO 2019](#), [2018 EU Tourism Trends Report](#), [Tilastokeskus](#) ja [Visit Finland 2019](#)

MATKAILU ON SUOMESSA KASVAVA VIENTIALA JA MERKITTÄVÄ TYÖLLISTÄJÄ

MATKAILU ON KOKOAAN SUUREMPI TOIMIALA. 1 MATKAILUEURO TUO 56 SENTTIÄ MUILLE TOIMIALOILLE



**MAAILMASSA
MATKAILU KASVAA
5 PROSENTIN
VUOSIVAUHTIA**



MATKAILUN KOKONAISKYSYNTÄ 2017

15 MRD. €

**MATKAILUTOIMIALAT MUODOSTAVAT
2,6 % SUOMEN BKT:STA, TÄMÄ ON**

- Saman verran kuin maa-, metsä- ja kalatalous
- Puolitoista kertaa enemmän kuin elintarviketeollisuus
- Arvioitu osuus BKT:sta 3,0 % vuoteen 2025 mennessä
- Matkailuvienti on kolmanneksi suurin palveluviennin ala

29 000 YRITYSTÄ, 2017

- Matkailualat työllistävät myös muiden alojen osaajia
- Matkailuelinkeinon merkitys korostuu syrjäisillä alueilla

MATKAILU TYÖLLISTI 2017 140 200 TYÖNTEKIJÄÄ

- Matkailuyritysten liikevaihto on yli 19 mrd. €
- Nuorten osuus työntekijöistä 30 %
- Alalle odotetaan 40 000 uutta työpaikkaa vuoteen 2025 mennessä
- Ala työllistää myös henkilöstövuokrausyritysten kautta. Esimerkiksi hotelli- ja ravintola-alalla tehtiin vuokratyötä arviolta 6000 henkilötyövuotta.

TYÖLLISYYDEN JAKAUTUMINEN TOIMIALOITTAIN 2017

Ravitsemistoiminta 49 %
Henkilöliikenne 25 %
Kulttuuri-, urheilu-, ja
virkistys; matkatoimistot 15 %
Majoitustoiminta 11 %

4,6 MRD.€

MATKAILUVIENTI 2017

- Kaksinkertaistunut 2000-luvulla
- Yhtä suuri kuin Suomen kaikki korkean teknologian vienti yhteensä

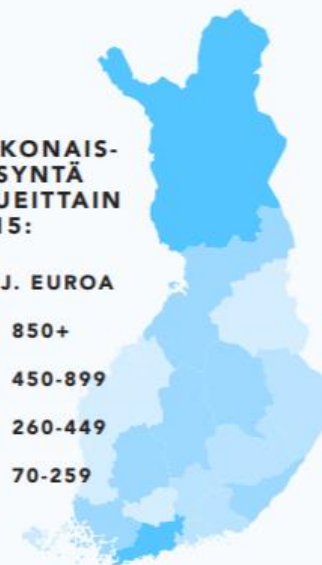
MATKAILUVIENNIN JAKAUMA TUOTTEITTAIN JA PALVELUITTAIN 2016

Henkilöliikennepalvelut 36 %
Ostokset kaupasta 23 %
Ravitsemispalvelut 16 %
Majoituspalvelut 12 %
Urheilu- ja virkistyspalvelut 5 %
Polttoaineet 3 %
Kulttuuripalvelut 3 %
Muu kulutus 2 %

KOKONAIS- KYSYNTÄ ALUEITTAIN 2015:

MILJ. EUROA

- 850+
- 450-899
- 260-449
- 70-259



Lähteet: TEM, Visit Finland, Finavia, UNWTO, Tilastokeskus, Suomen Pankki, WTTC ja LVM.
Lue lisää: www.visitfinland.fi > Tutkimukset ja tilastot



<https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/verkostot/matkailu/tutkimukset-ja-tilastot/tutkimukset-ja-tilastot-lyhyesti/>

MATKAILU ON SUOMESSA KASVAVA VIENTIALA JA MERKITTÄVÄ TYÖLLISTÄJÄ

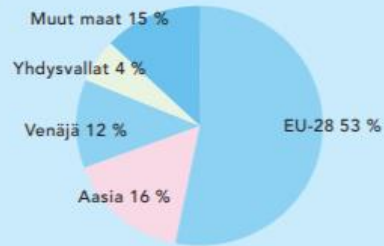
MATKAILU ON KOKOAN SUUREMPI TOIMIALA. 1 MATKAILUEURO TUO 56 SENTTIÄ MUILLE TOIMIALOILLE



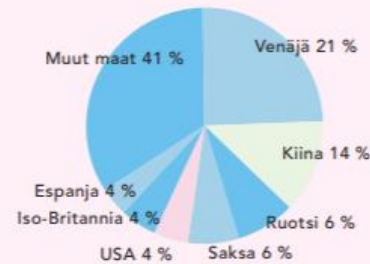
22,2 MILJ.
YÖPYMISTÄ
SUOMEN
MAJOITUS-
LIIKKEISSÄ

Ulkomaiset
yöpymiset 31 %
Kotimaiset
yöpymiset 69 %

ULKOMAISET YÖPYMISTEN MAJOITUSLIIKKEISSÄ (6,8 MILJ.) 2018:



ULKOMAISTEN MATKALIJOIDEN KULUTUKSEN JAKAUTUMINEN 2017



RAHANKÄYTTÖ VIERAILUA KOHDEN 2018

1. Kiina 910 €
2. Yhdysvallat 690 €
3. Australia 689 €
4. Etelä-Korea 614 €
5. Ranska 547 €
6. Espanja 547 €
7. Kanada 533 €
8. Sveitsi 532 €
9. Japani 498 €
10. Italia 486 €

MATKAILUVIENNIN OSUUS 2017

- 5,3 % vientituloista
- 17,2 % palveluiden vientituloista
- Matkailu on kolmanneksi suurin palveluviennin ala
- Matkailuviennin kasvu on selvästi muuta palveluvientiä nopeampaa

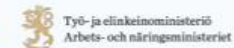
KANSAINVÄLISET KONGRESSIT JÄTTIVÄT SUOMEEN 2016

151 MILJ. €

- Kongressivieras kuluttaa keskimäärin 1 340 € vierailua kohden (2016).
- Yli 88 882 kongressidelegaattia (2018).

8,5 MILJ.
ULKOMAISTA
MATKAILIJAA
SUOMESSA
2018

Lähteet: TEM, Visit Finland, Finavia, UNWTO, Tilastokeskus, Suomen Pankki, WTTTC ja LVM.
Lue lisää: www.visitfinland.fi > Tutkimukset ja tilastot





Matkailun globaalit trendit

- **OECD nostaa vuodelle 2040 neljä matkailun megatrendiä:**
 - matkailijamäärien kasvu ja uudet matkailijaryhmät
 - kestävä matkailun kasvu
 - uudet mahdollistavat teknologiat sekä
 - liikkumisessa tapahtuvat merkittävät muutokset.
- **Ennakoitavia lyhyemmän aikavälin muutoksia tulevat olemaan:**
 - ympäristötietoisuuden lisääntyminen
 - luonnon ja hyvinvoinnin pohjalle rakentuvien palvelukokonaisuuksien lisääntyminen
 - uudet nousevat matkailijakohderyhmät
 - pienempien matkailukohteiden nouseminen
 - esteettömän matkailun korostuminen
 - paikallisen ruuan nostaminen sekä
 - markkinointiviestinnän keinojen muutokset.

Lähteet: [OECD Tourism Trends & Policies 2018](#)
[TEM Matkailun toimialaraportti 2019](#)

Matkailun kasvun ja uudistumisen tiekartta 2015–2025 – päivitystyö keväällä 2019



Tiekartan tavoitteet, painopisteet, toimenpiteet ja seurantamittarit

- Näkemyksiä sidosryhmätapaamisista ja kirjallisesta materiaalista
- Luonnos 14.5.2019 TEM:n matkailuseminaarissa
- Avoin kommentointikierrros 16.5.-31.5.
- Uusi tiekartta hyväksytään 06/2019

Yhdessä enemmän

- kestäväää kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun

Suomen matkailustrategia 2019–2028
ja
strategiset toimenpiteet 2019–2023



Tavoite: Suomesta Pohjoismaiden halutuin matkailukohde



Visio

Omaperäinen ja uteliaisuutta herättävä Suomi on Pohjoismaiden halutuin matkailukohde, asiakkaiden ensisijainen valinta vuonna 2028.

Missio

Matkailukysyntä on voimakkaimmin kasvava palveluliiketoiminnan ala, joka tuo ympärivuotista vaurautta ja hyvinvointia ja työllistää koko Suomessa.

Tavoitteen toteutumisen seuraaminen määrällisesti mm.

- Matkailukysyntä
- Matkailun aikaansaama työllisyys
- Rekisteröidyt yöpymiset
- Suomen markkinaosuus (%) ulkomaisista yöpymisistä suhteessa muihin Pohjoismaihin
- Ulkomaisten yöpymisten sesonkiluonteisuus (ginikerroin)
- Kansallispuistojen ja retkeilyalueiden kokonaistulovaikutus

Sisältö



- I. Johdanto**
- II. Neljä hyvää syytä panostaa matkailuun**
- III. Matkailun tulevaisuuden näkymiä**
- IV. Tavoitteet vuosille 2019–2028**
- V. Toimenpiteiden rahoitus ja toimijoiden roolit**
- VI. Matkailustrategian toteuman seuranta ja viestintä**
- VII. Strategiset toimenpiteet kestävän kasvun ja uudistumisen aikaansaamiseksi vuosille 2019–2023**

Liite 1. Matkailun määritelmä ja matkailuklusterin kuvaus

Liite 2. Matkailustrategian päivitysprosessi

Suomen valinnat vision toteutumiseksi ja määrällisten mittareiden tavoittamiseksi



1. **Matkailua kehitetään vastuullisilla valinnoilla.**
2. **Kestävyyden huomiointi ei pysäytä matkailun kasvua, vaan lisää alan positiivista vaikuttavuutta ja ohjaa minimoimaan negatiivisia vaikutuksia.**
3. **Matkailuliiketoiminta on kannattavaa ja vastuullista.**
4. **Matkailualan vaikuttavuuden seuranta, arviointia ja viestintää tehostetaan. Matkailun ja muiden elinkeinojen yhteistyö edistää alan vaikuttavuutta.**
5. **Matkailualan strategiset linjaukset tuodaan aiempaa vahvemmin osaksi poliittista päätöksentekoa.**
6. **Suomeen suuntautuvan matkailun kehittämisen resursointi nostetaan pohjoismaisella tasolla kilpailukykyiseksi.**
7. **Suomesta tehdään älykäs matkakohde, joka tarjoaa sujuvimman ostopolun haaveilusta matkalle, jossa matkailupalvelut perustuvat alustatalouteen, ja jossa matkailua kehitetään tietoon pohjautuen.**
8. **Matkailun kehittämisessä panostetaan kansainvälisen matkailukysynnän kasvun rinnalla kotimaanmatkailun kilpailukykyyn edistämiseen.**
9. **Kansainvälinen matkailumarkkinointi muodostaa alustan Suomen kaupalliselle maakuvatyölle.**
10. **Suomeen suuntautuvaa matkailua kehitetään Visit Finlandin suuralueyhteistyömallilla. Matkailumarkkinointia ja tuotekehitystä toteutetaan neljällä suuralueella: pääkaupunkiseutu, Järvi-Suomi, rannikko ja saaristo sekä Lappi.**
11. **Kansainvälisen matkailukysynnän kestävä kasvu varmistetaan panostamalla erilaisiin kohdemarkkinoihin. Panostuksen kohdennus tehdään odotettavissa olevan hyötysuhteen perusteella.**
12. **Suomi ei ole massamatkailukohde. Suomi menestyy keskittymällä omiin, ympärivuotista matkailua edistäviin teemallisiin vahvuuksiinsa. Arktisuus on Suomen matkailuvaltti ympärivuotisesti.**
13. **Metsähallituksen kansallispuistojen, retkeilyalueiden ja muiden matkailullisesti tärkeiden kohteiden palveluiden ja rakenteiden uudistumisesta ja kehittämisen riittävästä rahoituksesta huolehditaan.**

VII Strategiset toimenpiteet 2019–2023



1. Matkailualan vastuulliset valinnat varmistavat alan kasvun ulkomailta vahvan kotimarkkinan rinnalla

1. Matkailuyritysten, -alueiden ja matkailijoiden ohjaaminen kohti vastuullisia valintoja (7)
2. Kestävien, vetovoimaisten ja monipuolisten matkailutuotteiden ja -palveluiden kehittäminen ja markkinointi sesonkien tasaamiseksi ja suuralueiden yhteistyön edistämiseksi (11)

2. Matkailualan digitalisointi

1. Matkailutuotteiden ja -palveluiden digitalisointi ja digitaalisen matkailumarkkinoinnin terävöittäminen (7)
2. Matkailualan digiosaamisen kehittäminen (3)

3. Matkailun kasvua tukeva saavutettavuus

1. Saavutettavuuden kehittäminen matkailualan tarpeet huomioon ottaen (7)
2. Vahvistetaan liikenne palveluna -toiminnan omaksumista (3)

4. Kilpailukykyä tukevan toimintaympäristön varmistaminen

1. Matkailualan tuloksellisen yhteistyön vahvistaminen (7)
2. Tiedolla johtamiseen panostaminen (3)
3. Matkailun kasvua tukeva lainsäädäntö, maankäyttö sekä toimintakulttuuri (8)
4. Varmistetaan osaavan työvoiman saatavuus (3)

Päivitetyn matkailun tiekartan kommentointi, DL 31.5.2019



- **Toiveena konkreettiset kommentit sisältöön**
 - Matkailustrategia on yhteinen ohjeemme matkailun kehittämistyössä
 - Taitto ja oikoluku tulossa
- **Päivitetty matkailun tiekartta ja ohjeet kommentointiin saatavilla osoitteessa <https://tem.fi/matkailu> torstaina 16.5.**
 - Kommentit pyydetään lähettämään osoitteeseen matkailu@tem.fi 31.5.2019 mennessä
 - Lisätietoja voi tiedustella osoitteesta matkailu@tem.fi

Päätelmät matkailualan kilpailukyvyistä EU:n kestävästä kasvusta, työllisyyden ja sosiaalisen yhteenkuuluvuuden edistäjänä seuraavalla vuosikymmenellä – hyväksyttäneen 05/2019



- **Matkailu on yksi Euroopan talouden keskeisistä aloista, ja se vaikuttaa yhä myönteisemmin Euroopan talouskasvuun, aluekehitykseen ja työllisyyteen. Alalla on monia haasteita ja mahdollisuuksia, jotka vaikuttavat sen kehittymiseen tulevana vuosina:**
 - kestävyys, mukaan lukien resurssitehokkuus, kiertotalous, kausiluonteisuus ja kasvavien matkailijavirtojen hallinnointi ja jakaminen,
 - innovointi ja digitalisaatio, mukaan lukien uudet liiketoimintamallit,
 - taidot, osaaminen ja työpaikkojen laatu
- **Komissiota kehoitetaan toteuttamaan jäsenvaltioiden ja asiaankuuluvien sidosryhmien aktiivisen osallistumisen ja panostuksen avulla tarkoituksenmukaisinta vuoteen 2030 ulottuvaa matkailupolitiikkaa tavoitteena säilyttää EU:n asema maailman matkakohteena markkinajohtajana.**



WELLBEING EDEN IN FINLAND 2019

Puhdas luonto anteineen ja
aktiiviteetteineen, suomalainen sauna
ja perinteiset hoidot ovat suomalaisen
hyvinvointimatkailun kulmakiviä.*

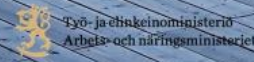
Visit Finland hyvinvointistrategia 2014

Suomen EDEN -kilpailu ajalla 1.6.-15.9.2019

Haetaan hyvinvointimatkailuverkosta, jossa vähintään neljä toimijaa
Suomalaiseen hyvinvointiin perustuvia tuotteita ja palveluita
Kestävän kehityksen mukaiset arvot

Miksi osallistua?

Oman ja verkoston toiminnan kehittäminen
Näkyvyyden, tunnettuuden lisääminen
Verkostoituminen valtakunnallisesti
Voittajalle osallistuminen ITB-messuille

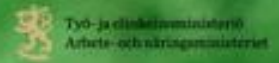




WELLBEING EDEN IN FINLAND 2019

Lisätietoa: Soila Palviainen
puh. 045 129 0199
soila.palviainen@aurana.fi

Tulossa tietoa myös
Facebook: @EDENinFinland
Twitter: #EdenFinland
~~EDEN~~kirjeissä
European Destinations
of Excellence



Plan for Nordic tourism cooperation 2019-2023 – hyväksyttyneen 06/2019



- **Tavoitteena vahvistaa pohjoismaista matkailuyhteistyötä elinkeinoministerien hallinnonalalla edistään ja varmistaen kestävä matkailualan kasvun alueella ja Agenda 2030 tavoitteiden huomioinnin.**
- **Yhteistyö keskittyy ensisijaisesti ministeriöiden ja julkisesti rahoitettujen, kansallisella tason mandaatilla toimivien matkailusektorin toimijoiden välisen yhteistyön aktivointiin ja vakiinnuttamiseen.**
- **Valitut yhteistyön strategiset teemat pohjautuvat yhteisesti tunnistettuihin haasteisiin ja mahdollisuuksiin alueella. Toimenpiteet täydentävät kansallisia matkailustrategioita.**
- **Strategiset teemat:**
 - Competitive Nordics
 - Innovative and smart Nordics
 - Sustainable Nordics
 - Attractive Nordics

Kestävän matkailun SYKe 2020-2023

Matkailun poikkihallinnollinen strateginen ohjelma, jolla on oma budjetti



Tavoitteet

- Mahdollistaa ennakoitavissa olevan kasvun realisoitumisen ja Matkailu 4.0 -ohjelman aloittaman työn jatkumisen uudella tasolla. Tavoitteena on edistää hallitusti kasvavaa kannattavaa matkailuyritystoimintaa toimimalla vastuullisesti kestävän kehityksen periaatteiden mukaisesti. ”Kestävän matkailun SYKe 2020-2023” -ohjelman kehitysteemoja ovat kestävyys, saavutettavuus (S), ympärivuotisuus (Y), kilpailukyky (K) ja digitalisaatio (e).

Yhteistyöllä ja lisäresursseilla pystymme mm.

- lisäämään työllisyyttä sekä matkailutuloa ympärivuotisesti
- vahvistaman matkailualan kestäviä toimintatapoja ja digiosaamista
- kehittämään fyysistä ja digitaalista saavutettavuutta sekä Suomeen että Suomessa
- tasaamaan sesonkeja sekä tasapainottamaan matkustustasetta
- kehittämään toimintaympäristön ennakoitavuutta ja sujuvuutta

<https://tem.fi/kestavan-matkailun-syke-2020-2023>

Selvitys kotimaanmatkailun kehittämistarpeista julkaisuvalmis



Tilastojen mukaan

- Kotimaanmatkailijoiden osuus matkailun kokonaiskysynnästä 70%
- Vuosina 2010-2018 suomalaisten kotimaanmatkat ovat lisääntyneet 40% ja ulkomaan matkat 102% (vapaa-ajanmatkat, sis. maksullisen majoituksen)
- Vuosina 2010-2018 kotimaisten yöpymisten määrä on kasvanut 10%, ulkomaisten yöpymiset Suomessa 24%
- Reilu kolmannes suomalaisten kotimaanmatkoista tehdään kesäkuukausina (kesä-elokuu)

Kotimaanmatkailua on edistetty kampanjoiden avulla

- Lomahaaste-kampanja / TEM 2017
- 100 syytä matkustaa Suomessa -kampanja / Suoma ry, TEM 2018 ja 2019 ja MMM (SANK) 2019 tukevat

Päivitetty tiekartta

- Suomen valinnat: Matkailun kehittämisessä panostetaan kansainvälisen matkailukysynnän kasvun rinnalla kotimaanmatkailun kilpailukyvyyn edistämiseen.
- Toimenpide: Panostetaan kotimaan matkailumarkkinointiin lähimatkailun kasvattamiseksi

Vastauksia kysymyksiinne: osaavan työvoiman saatavuuden varmistaminen



- **Tavoitteena on edistää työmarkkinoiden dynamiikkaa, ammatillista ja alueellista liikkuvuutta ja osaavan matkailutyövoiman riittävää saantia oikeaan aikaan oikeassa paikassa.**
- **Osana työllisyyden ja osaamisen kehittämisen toimenpiteitä, mm.**
 - Jatkuva osaamisen kehittäminen, esim. uraohjaus, työelämälähtöiset koulutukset
 - TE-palvelujen kehittäminen
 - Työvoiman liikkuvuuden edistäminen alueellisesti ja ammatillisesti
- **Matkailudiili käynnissä <https://www.matkailutyö.fi/>**
 - Matkailutyön imagon kohottaminen viestinnän keinoin
 - Matkailutyöhön liittyvien toimijoiden yhteistyön tiivistäminen
 - Matkailun palvelulupaus ja siihen liittyvät alueelliset kokeilut
- **Päivitetty matkailun tiekartta**
 - Parannetaan alan imagoa ja houkuttelevuutta
 - Edistetään kansainvälisen työvoiman rekrytointia
 - Mahdollistetaan joustavat mahdollisuudet osaamisen kehittämiseksi

Vastauksia kysymyksiinne: Matkapakettidirektiivi / KKV



Matkailupalveluyhdistelmä

Miten välttää "matkailupalveluyhdistelmien" mahdolliset "suden kuopat".

KKV: Kannattaa selvittää etukäteen velvollisuudet silloin kun myy eri tyyppisiä matkapalveluita yhdessä tai kun tekee yhteistyötä muiden matkapalveluiden tarjoajien kanssa.

KKV:n sivuilla mainitaan: "Lain soveltamisalaan tulevat myös ns. yhdistetyt matkajärjestelyt, joissa elinkeinonharjoittaja avustaa matkustajaa tekemään erillisiä sopimuksia muiden palveluntarjoajien kanssa." 'Avustaa' sanaa ei kuitenkaan ole määritelty. Jääkö yhteismarkkinointi lain soveltamisen ulkopuolelle? Yhteismarkkinoinnissa on kyse yksinomaan markkinoinnista ja tiedonjakamisesta, ei myymisestä.

KKV:

- Kun sivustolla ei voi tehdä sopimusta matkapalveluista jää tällainen lain soveltamisalan ulkopuolelle (esim. monet Visit-sivustot).
- Avustaminen tai "edesauttaminen" edellyttää sopimuksen tekemistä jostakin matkailupalvelusta ennen kuin asiakas ohjataan toisen palveluntarjoajan palveluiden pariin.
- Tyypillisesti tällainen avustaminen tapahtuu tarjoamalla ensimmäisen varatun palvelun jälkeen verkkosivustolla linkki jollekin tai joillekin yhteistyökumppaneille, joilta voi ostaa täydentävän matkailupalvelun.
- Avustamiseksi katsotaan myös puhelimitse tai myyntipisteessä käynnin aikana tehty ohjaaminen täydentävien matkailupalveluiden pariin.
- Yhdistetty matkajärjestely syntyy kun elinkeinonharjoittaja avustaa matkustajaa yhden yhteydenoton aikana erillisten varausprosessien kanssa (esim. lentovaraus -> sitoutuminen maksamaan + hotellivaraus -> sitoutuminen maksamaan).
- Yhdistetty matkajärjestely syntyy myös, kun yhteydenoton aikana tehdään sopimus yhdestä matkailupalvelusta, jonka jälkeen matkustaja "ohjataan" toisen palveluntarjoajan palveluun, josta matkustaja tekee toisen varauksen 24 h sisällä ensimmäisestä sopimuksesta.

Vastauksia kysymyksiinne: Matkapakettidirektiivi / KKV



Miten Suomessa valvotaan Euroopan ulkopuolelta Suomeen kohdistuvaa matkapakettien tuotantoa? Esim. usean päivän mittainen Lapin lomapaketti suunnitellaan ja toteutetaan Kiinasta käsin ja laitetaan OTA-kanaviin myyntiin. Onko niin, että tälle matkapaketille ei löydy vastuullista matkanjärjestäjää?

KKV:

- Vastuullinen matkanjärjestäjä on näissä tapauksissa useimmiten EU/ETA -maiden ulkopuolinen matkanjärjestäjä, samoin matkustajat tulevat tyypillisesti suurimmalta osin ko. maasta.
- Kun EU/ETA -maiden ulkopuolelle sijoittautunut matkanjärjestäjä myy tai tarjoaa myytäväksi matkapaketteja Suomessa tai muutoin suuntaa tällaista toimintaa Suomeen, eikä ole asettanut matkapakettidirektiivin mukaista vakuutta muussa EU- tai ETA-valtiossa, on sen asetettava vakuus Suomeen.
- Myös tällaisen EU/ETA -maan ulkopuolisen matkanjärjestäjän matkoja välittävän tahon on asetettava vakuus omasta ja matkanjärjestäjän puolesta silloin kun tämä ei ole itse vakuutta asettanut.
- EU:n sisällä tehdään yhteistyötä matkapalveluyhdistelmien tarjoajia valvovien viranomaisten kesken, näitä yhteistyökanavia hyödyntäen voidaan mm. tarkistaa EU/ETA -maiden ulkopuolisten toimijoiden asettamia vakuuksia.

Vastauksia kysymyksiinne: Matkapakettidirektiivi / KKV



Miten suomalaisten ja ulkomaalaisten matkanjärjestäjien yhtäläiset vastuut ja velvollisuudet varmistetaan, jotta kilpailu markkinalla on reilua?

KKV:

- Uusi direktiivi matkapaketeista ja yhdistetyistä matkajärjestelyistä edellyttää saman maksukyvyttömyyssuojan tason kaikilta johonkin EU-jäsenvaltioon sijoittautuneelta matkanjärjestäjältä (täysharmonisoiva direktiivi).
- EU/ETA -maiden ulkopuolelle sijoittautuneiden yritysten on kohdistuessaan myyntiä EU-valtioon asetettava vakuus johonkin EU-valtioon

Minkälainen verotus, vastuut ja velvollisuudet on matkoja välittäville ja jakaville OTA eli online travel agency alustoilla? Miten tämän tyyppistä toimintaa valvotaan?

KKV:

- Verotuksen osalta KKV ei ole oikea taho vastaamaan. Vastuut ja velvollisuudet matkapalveluyhdistelmän suorittamisesta riippuvat myös OTA -ympäristössä siitä, syntyykö matkapalveluista matkapaketti vai yhdistetty matkajärjestely.

Vastauksia kysymyksiinne: Matkapakettidirektiivi / KKV



Miten matkapalveluyhdistelmiä koskeva uusi lainsäätö koskee "alustataloutta"? Esim. Johkussa ja Bokunissa yritykset "myyvät toisiaan ristiin".

KKV:

- KKV:n linjauksen mukaan alustan ylläpitäjää ei koske laki matkapalveluyhdistelmistä sikäli kun alustan ylläpitäjä ei itse tosiasiallisesti tarjoa matkapalveluita vaan ylläpitää ainoastaan alustaa, joilla on eri yritysten verkkokauppa-aiikkoja.
- Alustan ylläpitäjän on kuitenkin vähintäänkin suositeltavaa kertoa yrityksille siitä dynaamisen ristiinmyynnin mahdollistavasta tilanteesta, että yritys voidaan katsoa tietyissä tilanteissa matkapaketista vastuulliseksi matkanjärjestäjäksi jopa sellaisessa tapauksessa, että yritys itse myy ainoasataan yhden tyyppisiä matkailupalveluita.
- Tällainen tilanne voi syntyä silloin, kun yritys avaa tuotevalikoimansa myyntiin myös toisen yrityksen/toisten yritysten verkkokauppaan. Mikäli toisen yrityksen verkkokaupassa myydään eri tyyppistä matkailupalvelua, joka voidaan nähdä samaan lomaan tai matkaan kuuluvana ja nämä kahden tai useamman verkkokaupan tarjonnasta valitut palvelut ostetaan yhden yrityksen verkkokaupasta, voidaan tämä verkkokauppa katsoa matkapaketista vastuulliseksi matkanjärjestäjäksi. Yritykset voivat välttyä tältä varmistamalla, ettei sopimuskumppaneiden verkkokauppojen tarjonnasta ole mahdollista ostaa yhdeltä kauppapaikalta matkailupalveluita, jotka muodostaisivat matkapalveluyhdistelmän.
- Toisaalta yritykset voivat keskinäisillä sopimuksilla sopia jonkin yrityksistä olevan vastuullinen matkanjärjestäjä. Tämä yritys voi silloin asettaa vakuuden omasta ja muiden sopimusosapuolten puolesta.



Matkailutilastopalvelu Rudolf

<https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/verkostot/matkailu/tutkimukset-ja-tilastot/tilastopalvelu-rudolf/>

TEM:n matkailun uutiskirje

<http://tem.fi/matkailun- uutiskirje>



Kiitos!