

Yhdessä enemmän

- kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun

Matkailun tiekartta
2015-2025



Vuosien 2015–2018 toteuma

I. Johdanto

Suomen matkailun kasvun ja uudistumisen tiekartta 2015–2025 tukee Suomen matkailuelinkeinon kasvua ja uudistumista. Päämäärä on, että Suomi on vuonna 2025 Pohjois-Euroopan ykkösmatkailukohde. Tiekartan teema on ”Yhdessä enemmän”. Sen strategiset painopisteet ovat:

1. Matkailukeskusten ja yritysverkostojen teemapohjaisen yhteistyön vahvistaminen sekä uudet avaukset tuotekehityksessä, myynnissä ja markkinoinnissa
2. Kilpailukykyisen ja monipuolisen tarjonnan kehittäminen matkailun ja muiden alojen rajapinnoista
3. Markkinointitoimenpiteiden vaikuttavuuden lisääminen ja tuotteiden helppo ostettavuus
4. Kasvua ja uudistumista tukevan, kilpailukykyisen matkailun toimintaympäristön varmistaminen.

Tässä toteuma-analyysissä käydään lyhyesti läpi tiekartan toteumatilanne vuosilta 2015–2018. Tietoa on kerätty sidosryhmäkyselyllä lokakuussa 2018, tilastoista sekä muista lähteistä. Analyysi on jatkoa aiemmalle, vuosien 2015-2016 toteumalle.

II. Määrälliset tavoitteet vuoteen 2025

	Määrälliset kasvuennusteet				
	2014	2015	2016	2017	2025
Matkailukysyntä	14,2 mrd. €	13,7 mrd. €	13,8 mrd. €*	14,6 mrd. €*	20 mrd. €
Vientiin rinnastettava matkailutulo	4 mrd. €	3,6 mrd. €	3,6 mrd. €*	4,4 mrd. €*	8 mrd. €
Matkailun suora arvonnisa bkt:sta	2,5 %	2,5 %	2,5 %*	2,5 %*	3,0 %
Matkailuklusterin yritysten liikevaihto	18,6 mrd. €	18,7 mrd. €	18,1 mrd. €	19,6 mrd. €	29 mrd. €
Matkailun aikaansaama työllisyys (osa- ja kokoaikaiset palkansaajat)**	137 000	137 400	137 800	139 000*	180 000
Kotimaiset rekisteröidyt yöpymisvuorokaudet	14 milj.	14,2 milj.	14,6 milj.	15,2 milj.	17 milj.
Ulkomaiset rekisteröidyt yöpymisvuorokaudet	5,7 milj.	5,5 milj.	5,8 milj.	6,7 milj.	10 milj.
Kansainvälisten kongressien delegaattit	79 000	76 000	101 500	111 200	90 000
Kansallisuistojen kävijämäärä	2,3 milj.	2,6 milj.	2,8 milj.	3,1 milj.	3,7 milj.

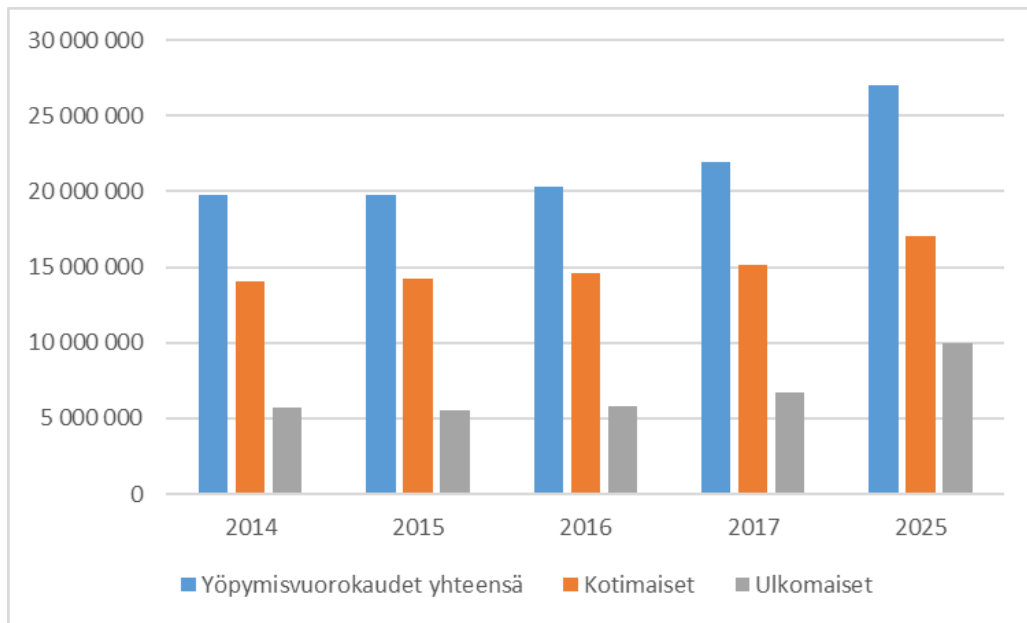
* ennakkotieto tai arvio

** luku ei sisällä vuokratyövoimaa

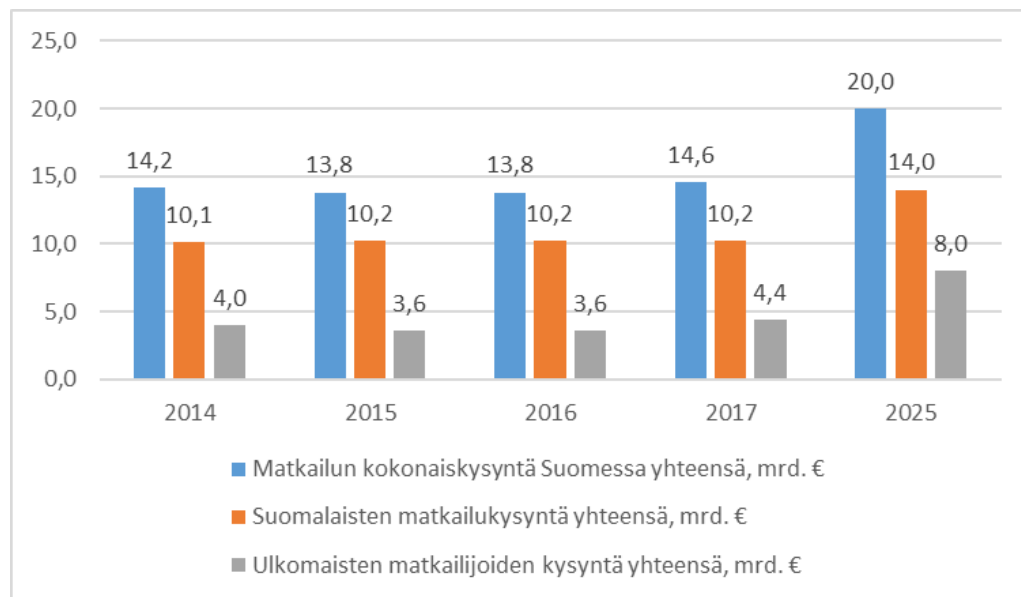
Taulukko 1. Matkailualan määrälliset tavoitteet vuoteen 2025 ja toteuma vuosina 2014-2017.

Lähde: Tilastokeskus, Visit Finland, FCB, WTTC, Oxford Economics

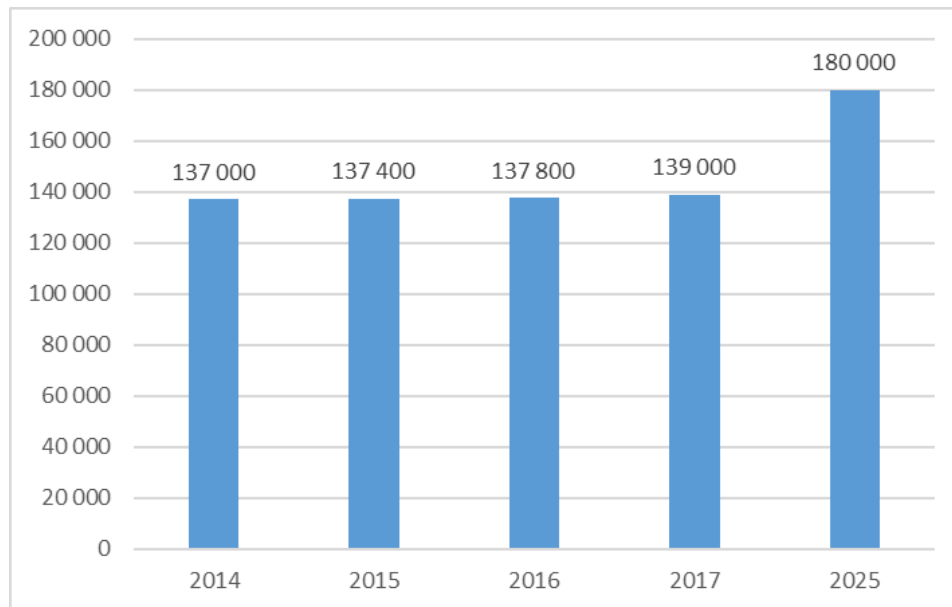
Kuvio 1. Kotimaiset ja ulkomaiset yöpymisvuorokaudet Suomessa 2014-2017 ja ennuste 2025.



Kuvio 2. Matkailukysyntä (mrd. €) 2014-2017 ja ennuste 2025.



Kuvio 3. Matkailutoimialojen työllisyys, henkilöitä (osa- ja kokoaikaiset yhteensä) 2014-2017 ja ennuste 2025.



III. Toimeenpanon tilanne kasvun aikaansaamiseksi

Tiekartan tavoitteita edistetään 94 toimenpiteen avulla. Ensimmäisenä tavoitteena oli käynnistää kasvua ja uudistumista tukevat strategiset kärkihankkeet vuosille 2015–2018. Näistä on toteutettu TEM:n rahoittamina ja Business Finlandin (jatkossa BF) / Visit Finlandin (jatkossa VF) toteuttamina Team Finland (jatkossa TF)-kasvuohjelmina:

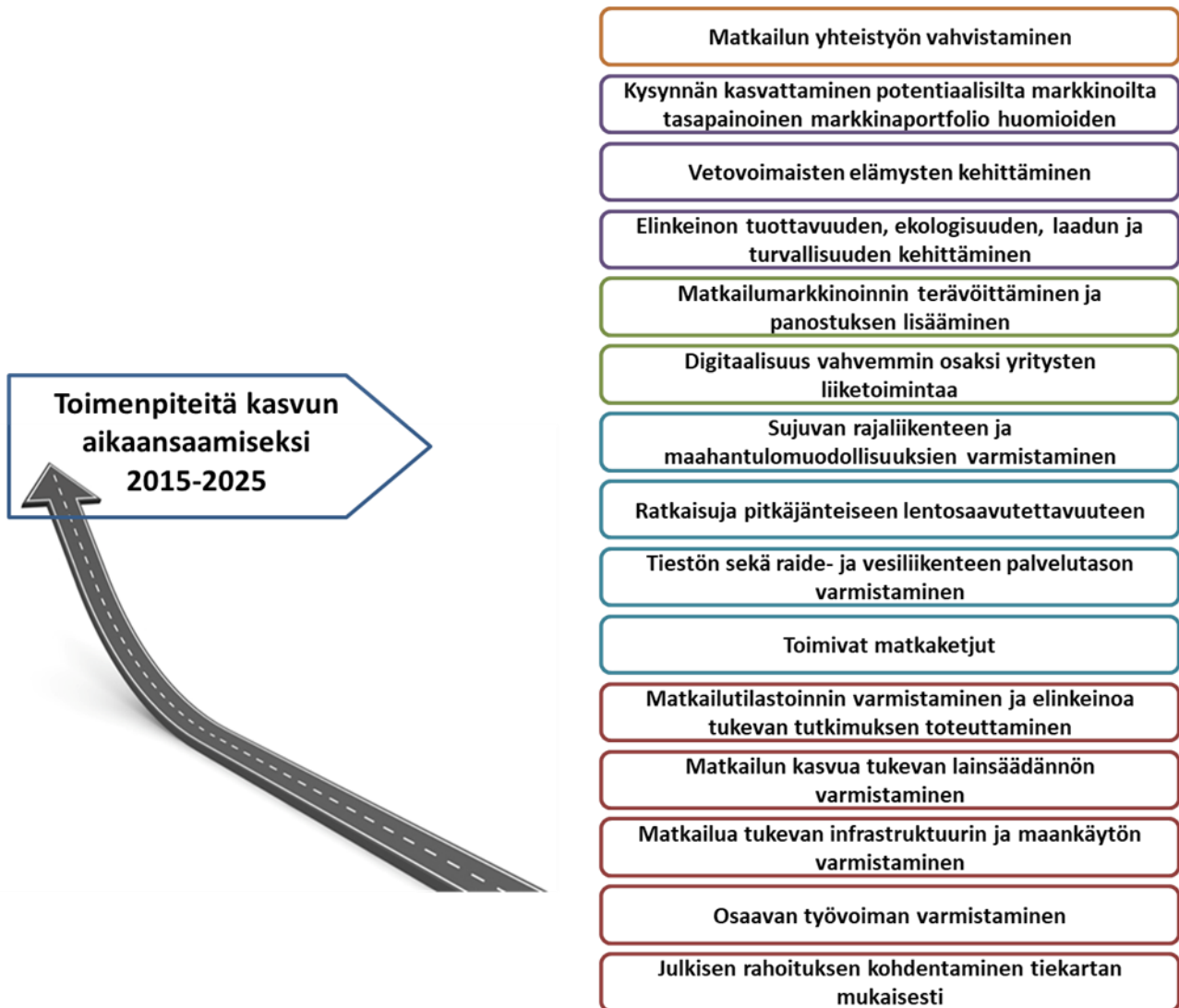
1. Finrelax – Suomesta hyvinvointimatkailun kärkimaa
2. Merellinen saaristo kansainvälisesti tunnetuksi
3. Finland Stopover – Suomi johtavaksi stopover-maaksi

Muita kärkihankkeita ei ole toistaiseksi pystytty käynnistämään erillisinä kärkihankkeina. Vuosien 2015-2018 aikana on kuitenkin käynnistynyt muita toimenpiteitä kolmen muun kärkihankkeen toteuttamiseksi:

4. Matkailutuotteet digitaalisesti löydettäviksi ja ostettaviksi; toimenpiteitä VF:ssa, Tekesissä (nyk. BF) ja alueilla
5. Kestävän vesistömatkailukeskittymän BCD-demonstraatio-hanke (biotaloutta, cleantechiä ja digitaalisuutta hyödyntäen); toimenpiteitä osana MMM:n Sinisen biotalouden kehittämisohjelmaa
6. Matkailun strategisen ohjelman valmistelu ja käynnistäminen: toimenpiteitä toteutettu osana poikkihallinnollisten työryhmien (MiniMatka, AUNE, MANE, SANK) työskentelyä ja Matkailu 4.0 -ohjelman toteuttamista.

Kärkihankkeiden lisäksi tiekartassa on 88 muuta toimenpidettä. Kaikki tiekartan toimenpiteet voidaan tiivistää kuvion 4 mukaisesti 15 kohtaan. Toimenpiteiden toteutukseksi tarvitaan julkisen ja yksityisen sektorin yhteistyötä.

Kuvio 4. Tiekartan toimenpiteitä kasvun aikaansaamiseksi 2015-2025.



Tammikuussa 2015 julkaistun matkailun tiekartan toteuttaminen on edistynyt hyvin. *Toteutuneita toimenpiteitä tai erittäin hyvin edenneitä* toimenpiteitä ovat esimerkiksi kasvuohjelmat Stopover, Finrelax ja Merellinen saaristo, teemapohjainen kehittäminen kuten OutdoorsFinland (jatkossa OF) ja CultureFinland (jatkossa CF), ruokamatkailu, turvallisuuskulttuurin edistäminen, matkailun digitalisoinnin pullonkaulojen selvittäminen, sosiaalisen median hyödyntäminen osana matkailun edistämistä, matkailun tilastoinnin ja tilastojen jakeluratkaisujen kehittäminen sekä työelämälähtöisyyden ja moniosaajuuden vahvistaminen matkailualan tutkinnoissa kaikilla koulutusasteilla. Lisäksi liikennepalvelulain ja alkoholilain uudistukset mahdollistavat matkailualan kasvun kehittymisen. Matkailuklusterin korkeantason pyöreän pöydän ryhmä eli Matkailun yhteistyöryhmä asetettiin kaudelle 2016-2018.

Heikommin ovat edistyneet mm. yritysten laatuprosessien uudistaminen vastaamaan asiakkaan kasvavia tarpeita, uusien mallien kehittäminen lentoliikenteen edistämiseksi, kiertomatkailun sisältöjen edistäminen kulttuuria hyödyntäen ja Matkailun turvallisuusverkoston toimintamallin levittäminen.

Lainkaan eivät ole edenneet matkailun strateginen ohjelma, nuorten matkailijoiden ja yrittäjien näkemysten kokoaminen/hyödyntäminen, sähköveron alentaminen, Visit Finlandin rahoituksen pysyvä nostaminen,

systemaattinen matkailuyritysten kannustaminen tulevaisuuden kuunteluun, alueellisten lentoasemien toimintamallien kehittäminen ja saariston liikenne- ja kuljetuspalvelujen kehittäminen.

Tiekartan toteutumista on arvioitu jäljempänä asteikolla 0-5 ja liikennevaloilla:

- 0) toimenpidettä ei ole toteutettu - punainen
- 1) toimenpiteen toteuttaminen on aloitettu - oranssi
- 2) toimenpiteen toteuttaminen on jatkunut jo jonkin aikaa - oranssi
- 3) toimenpiteestä on toteutettu yli puolet - vihreä
- 4) toimenpide on lähes kokonaan toteutettu -vihreä
- 5) toimenpide on toteutettu -vihreä

Lisäksi tuodaan esille toimenpide-esimerkkejä.

Sidosryhmäkyselyssä pyydettiin myös nimeämään, mitkä tiekartan toimenpiteet eivät enää ole relevantteja sekä pyydettiin ehdotuksia mahdollisiksi uusiksi toimenpiteiksi. *Sidosryhmäkyselyn vastausten perusteella kaikki ns. jatkuvaa toimintaa edellyttävät tiekartan toimenpiteet ovat yhä relevantteja.* Sen sijaan esimerkiksi alkoholilainsäädännön uudistusta aiemmin toteutetussa mittakaavassa ei toivota enää toteutettavaksi uudelleen tiekartan toteuttamisen yhteydessä. Ehdotukset uusiksi toimenpiteiksi käsitellään keväällä 2019 tiekartan päivityksen yhteydessä.

1 Tuloksellinen ja ennakoiva yhteistyötapa ja kumppanuudet

1.1 Matkailun yhteistyön vahvistaminen		
Toimenpiteet	Tehtyjä toimenpiteitä esim.	Toteuma 10/2018
1. Valmistellaan ja käynnistetään matkailun poikkihallinnollinen sateenvarjo- (strateginen) ohjelma	Ohjelmaehdotusta ei hyväksytty osaksi hallitusohjelmaa 2015. Toimenpiteitä toteutettu osana MiniMatkan työskentelyä, esimerkiksi matkailun aseman varmistaminen toimialaa tukevissa strategioissa ja linjauksissa. Puoliväliarvioinnissa keväällä 2017 hallituksen hyväksymä Matkailu 4.0 -ohjelma osittain toteuttaa toimenpidettä, esimerkiksi edistämällä tiekartan toteuttamista. Matkailua on käsitelty valtioneuvoston asettamissa poikkihallinnollisissa työryhmissä (mm. Alueiden uudistumisen neuvottelukunta, Maaseutupolitiikan neuvosto, Saaristoasiain neuvottelukunta).	0) toimenpidettä ei ole toteutettu
2. Nimitetään ajallisesti määritellylle toimikaudelle korkeantason matkailuklusterin pyöreän pöydän ryhmä	Matkailun yhteistyöryhmä asetettiin kaudelle 2016–2018. Työryhmä osallistui Matkailu 4.0 -ohjelman valmisteluun keväällä 2017. Kesäkuussa 2018 työryhmä luovutti ministeri Lintilälle näkemyksensä tarvittavista matkailuelinkeinon nostoista seuraavaan hallitusohjelmaan.	5) toimenpide on toteutettu
3. Kannustetaan yrityksiä verkostoitumaan, myös yli toimialarajojen, paremman kannattavuuden, alueen kiinnostavuuden ja lisäarvon aikaansaamiseksi	Uusia verkostomaisia rajat ylittäviä tuotteita on syntynyt mm. osana TF-kasvuohjelmia ja rajat ylittäviä yhteistyöhankkeita, kuten Visit Arctic Europe (VAE) I, ja maaseutuohjelmista myönnettyjä yritysryhmähankkeita (2014–2018 3,7 milj. euroa, 59 hanketta). Rural Finland I -hanke on edistänyt verkostoitumista.	3) toimenpiteestä on toteutettu yli puolet

4. Vahvistetaan Arktisen alueen, Itämeren, Pohjoismaiden ja EU-maiden välistä matkailuyhteistyötä alueen vetovoimaisuuden lisäämiseksi erityisesti kaukomarkkinoilla	VF:n pohjoismainen markkinointiyhteistyö Kiinassa ja aiemmin Yhdysvalloissa on jatkunut ja pohjoismaisia markkinointiyhteistyömahdollisuuksia on kartoitettu entistä laajemmin. Järvi-Suomi osallistunut muiden eurooppalaisten matkailualueiden yhteiskampanjointiin Kiinassa European Travel Commissionin tukemana osana EU-Kiina-matkailuvuotta. VAE I -hankkeessa on edistetty tuotetarjontaa ja markkinointia kaukomarkkinoilla (erityisesti Kiina ja Yhdysvallat). Barentsin alueen matkailun laatu- ja ympäristömerkeistä laadittiin selvitys toimijoiden käyttöön. Itämeren matkailun näkyvyyden vahvistamiseksi on perustettu Baltic Sea Tourism Center.	3) toimenpiteestä on toteutettu yli puolet
--	--	---

2 Uutta matkailun liiketoimintaa ulkomailta vahvan kotimarkkinan rinnalle

2.1 Kysynnän kasvattaminen potentiaalisilta markkinoilta tasapainoinen markkinaportfolio huomioiden		
2.2 Vetovoimaisten ja monipuolisten elämysten kehittäminen		
Toimenpiteet	Tehtyjä toimenpiteitä esim.	Toteuma 10/2018
5. Suomi johtavaksi Stopover -maaksi	TEM:n rahoittaman ja VF:n toteuttaman Stopover Finland -kasvuohjelman aikana muodostettiin toimijaverkosto ja koottiin myyntiin ja markkinointiin Stopover-tuotteiden valikoima. Markkinointia aloitettiin. Stopover-matkailijoiden määrä Suomessa on kasvanut n. 20 %:n vuosivauhdilla ja kasvun odotetaan jatkossa kiihtyvän, kun tärkein kumppani Finnair avaa oman verkkokauppansa 2019 alussa Stopover-tuotteiden myyntiin. Stopover-teeman kehittäminen jatkuu osana VF:n toimenpiteitä.	5) toimenpide on toteutettu

6. Suomesta hyvinvointimatkailun kärkimaa – Finrelax	TEM:n rahoittama ja VF:n toteuttaman Finrelax-kasvuohjelman aikana muodostettiin verkosto hyvinvointimatkailun toimijoista ja koottiin tuote- ja palveluvalikko myynti- ja markkinointikanaviin. VF:n sähköisessä tuotekatalogissa, MyStay-palvelussa on tällä hetkellä 719 hyvinvointi (Finrelax)–tuotetta tai palvelua. Hyvinvointiteemaa on markkinoitu aktiivisesti valituilla kohdemarkkinoilla, erityisesti Saksassa ja Japanissa. Hyvinvointiteeman kehittäminen jatkuu osana muita VF:n toimenpiteitä.	5) toimenpide on toteutettu
7. Merellinen saaristo kansainvälisesti tunnetuksi	TEM:n rahoittaman ja VF:n toteuttaman Merellinen saaristo -kasvuohjelman aikana koottiin saariston ja rannikon matkailuorganisaatioiden yhteistyöverkosto ja koottiin myynti- ja markkinointikanaviin kattava tuote- ja palveluvalikko. Saariston ja rannikon tarjontaa on markkinoitu aktiivisesti Saksassa, josta matkailijamäärät alueelle ovatkin kasvaneet merkittävästi (esim. 18 % vuonna 2017). Lisäksi saksalaisissa jakelukanavissa myytävien saariston matkailutuotteiden määrä on kasvanut 146 % vuosina 2016-2018. VF:n suuralueyhteistyön myötä saariston ja rannikon systemaattinen kansainvälistyminen on jatkunut mm. eduskunnan vuonna 2017 myöntämän lisärahoituksen turvin. Alueelle on rakennettu kansainvälistä markkinointia varten yhteinen visuaalinen ilme ja määritelty yhteiset tärkeimmät vetovoimatekijät (USP).	5) toimenpide on toteutettu

8. Matkailun tuotetarjonta terävämmäksi	VF tukee yrityksiä tuotetarjonnan kehittämisessä ja tuotekehityksen edistämässä. Tuotetarjonnan laajentamista ja syventämistä on tehostettu käynnistämällä osana Matkailu 4.0 -ohjelmaa kaksivuotisia teemakohtaisia kehittämisprojekteja, joilla pyritään lisäämään ympärivuotista kysyntää. Teemoja ovat mm. urheilu- ja koulutusmatkailu, terveysmatkailu, ruoka- ja luksusmatkailu.	3) toimenpiteestä on toteutettu yli puolet
9. Valtakunnallisten teemapohjaisten katto-ohjelmien, OutdoorsFinland (luontoaktiiviteettien kehittäminen) ja CultureFinland, uudistaminen ja rahoittaminen	VF toteutti OutdoorsFinland-ohjelmaa 30.6.2018 asti Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelman rahoittamana. Luontomatkailuteeman tuotteistamista ja markkinointia jatketaan VF:n perustoiminnan puitteissa. CF-ohjelma päättyi OKM:n ja VF:n rahoittamana vuoden 2018 loppuun. Rural Finland I -valtakunnallinen matkailun koordinaatiohanke toteutettu 2015-2017. Rural Finland II -hanke käynnissä 2018-2021. Koordinaatiohankkeet edistävät maaseutuohjelman 2014-2020 ja tiekartan tavoitteiden saavuttamista valtakunnallisesti.	4) toimenpide on lähes kokonaan toteutettu
10. Kiertomatkailuun sisältöjä kulttuuria hyödyntäen	CF ja OKM kutsuneet matkailureittitoimijoita koolle tavoitteena aktivoida matkailuteiden toimintaa, yhdistellä erilaisia matkailusisältöjä ja lisätä yhteistyötä reitti-, matkailu- ja kulttuuritoimijoiden välillä. Euroopan neuvoston kulttuurireittitoiminnasta on tehty selvitys. Luova Matka- ESR-hankkeella tuotteistettiin kulttuuri-matkailutuotteita sekä kehitettiin yhteistyömalleja kulttuuri- ja matkailutoimijoiden välille.	1) toimenpiteen toteuttaminen on aloitettu

11. Ruoka vahvemaksi osaksi matkailuelämystä	VF edistää ruokamatkailutuotteiden kehittämistä, ruokamatkailutoimijoiden verkostoitumista ja ruokaan liittyvää imagomarkkinointia mm. osana Matkailu 4.0 -ohjelman ruokamatkailun toimenpiteitä. Suomea on markkinoitu aktiivisesti ruokamatkailun kohdemaana erityisesti Saksassa. Suomen ensimmäinen Ruokamatkailustrategia Hungry For Finland julkaistiin 2015 (MMM, VF, Haaga-Helia amk). Ruokamatkailustrategian jalkautushankkeessa toimenpiteiksi tunnistettiin 1) tuotteistaminen ja siihen oleellisesti liittyvät 2) tarinat, elämyksellisyys ja asiakkaan osallistuminen sekä 3) asiakasymmärryksen lisääminen. Vuonna 2018 toteutettu Tarinallistaminen ruokamatkailussa -hanke. Hungry for Finland - Ruokamatkailun tuotteistaminen -projekti 2018-2021 (rahoitus EU:n maaseuturahasto). Lomalaidun ry toteuttaa valtakunnallista ruokamatkailuhanketta osana MTK ry:n vienninedistämishanketta. Useita alueellisia ja paikallisia hankkeita. Kansallinen ruokamatkailukilpailu on toteutettu 2015 ja 2017, seuraavan kerran 2019.	4) toimenpide on lähes kokonaan toteutettu
--	--	---

12. Uudet nousevat niche-teemat	Tekes (nyk. BF) on rahoittanut luksusmatkailuhankkeita. AV-alan kannustinjärjestelmä käynnistynyt vuonna 2017. Vuoden 2018 alussa käynnistyneissä Matkailu 4.0 -projekteissa kehitetään ympärivuotista tarjontaa luksus- ja ruokamatkailuun, urheilu- ja koulutusmatkailuun sekä terveysmatkailun teemalla. Teemojen ympärille on syntynyt uusia tuotteita ja yritysverkostoja, jotka yhteistyössä VF:n kanssa toteuttavat monipuolisia markkinointitoimenpiteitä valituilla kohdemarkkinoilla.	2) toimenpiteen toteuttaminen on jatkunut jo jonkin aikaa
2.3 Toiminnan kehittäminen		
2.3.1 Kohti vihreämpää ja kestävämpää matkailua		
13. Kestävän vesistömatkailukesittymän BCD-demonstraatio-hanke (biotaloutta, cleantechiä ja digitaalisuutta hyödyntäen)	Hanke ei ole saanut toistaiseksi rahoitusta. Kokonaisuus on nostettu osaksi MMM:n Sinisen biotalouden kehittämisohjelmaa. Vuonna 2018 ohjelman alla käynnistyi neljä vesistömatkailun tuotetarjontaa kehittävää ja toimintaedellytyksiä edistävää hanketta. Vesistömatkailun kehittämistarpeet kirjattu Sinisen biotalouden tutkimus- ja osaamisagendaan.	1) toimenpiteen toteuttaminen on aloitettu

14. Lisätään tiedottamista ja koulutusta kestävyyden ja vastuullisuuden tärkeydestä ja asiakkaiden ympäristö- ja kulttuuritietoisuuden kasvusta Suomen kilpailutekijänä	Kestävyyden huomiointi on nostettu strategioissa korkealle ja tematiikkaan liittyviä hankkeita (esim. Eläinten hyvinvointi matkailupalveluissa), selvityksiä ja tilaisuuksia on toteutettu. Tiedottamista ja koulutusta edistetään mm. verkkosivuilla (esim. kulttuuriymparistomme.fi). Vuoden 2018 alussa käynnistynyt VF:n toteuttama Arktinen kestävä matkailu-destinaatio -projekti sisältää lukuisia toimenpiteitä vastuullisen matkailun edelleen vahvistamiseksi niin yritysten toimintatapana kuin Suomen matkailun vetovoimatekijänä. Finrelax-kasvuohjelman (2015-2017) aikana tuotettiin lukuisia julkaisuja ja artikkeleita Suomen puhtaan luonnon hyvinvointivaikutuksista ja kestävä matkailua tuotiin esille Suomen vahvana erottautumistekijänä. Suomen vastuullisen matkailun verkosto (ICRT) toiminta edistää teemaan liittyvää tutkimusta ja hyvin käytäntöjen vaihtoa. Metsähallituksen luontopalveluilla ja UNESCO:n maailmanperintökohteilla Suomessa on yhteiset kestävä matkailun periaatteet, jotka otetaan huomioon omassa toiminnassa sekä yhteistoiminnassa matkailuyrittäjien kanssa.	3) toimenpiteestä on toteutettu yli puolet
---	--	---

15. Kannustetaan matkailuyrityksiä huomioimaan oman liiketoimintansa kehittämisessä ympäristöllinen ja kulttuurillinen vastuullisuus	VF on määritellyt osana Arktinen kestävä matkailu-destinaatio - projektia kestävän matkailun kriteerit taloudellisen, ekologisen, sosiaalisen ja kulttuurisen vastuullisuuden edistämiseksi yrityksissä. Lisäksi on tuotettu käytännönläheiset oppaat kestävien toimintamallien suunnitteluun ja käytäntöön panoon sekä vastuullisesta toiminnasta viestimiseen. Asia on huomioitu strategioissa, ohjelmissa sekä eri tapahtumissa. Saamelaismatkailun eettinen ohjeistu valmistunut Saamelaiskäräjien toimesta, OKM rahoittajana. Metsähallituksen luontopalveluilla ja UNESCO:n maailmanperintökohteilla Suomessa on yhteiset kestävän matkailun periaatteet, jotka otetaan huomioon omassa toiminnassa sekä yhteistoiminnassa matkailuyrittäjien kanssa.	3) toimenpiteestä on toteutettu yli puolet
16. Viestitetään tehdyistä toimenpiteistä asiakkaille osana markkinointiviestintää	Suunnitelma asian edistämiseksi kansallisella tasolla ja yritystasolla toteuttavaa viestintää tukemaan on laadittu VF:ssä. VF julkaissut matkailijoille suunnatun sivuston, jossa kerrotaan Suomesta kestävästä matkakohteena. Lisäksi osassa yrityksiä ja alueorganisaatioita toimenpiteitä käynnissä.	1) toimenpiteen toteuttaminen on aloitettu

17. Lisätään tietoisuutta ja käytännön tietoa ilmastonmuutokseen sopeutumisesta	Kansallisesta ilmastonmuutoksen sopeutumis suunnitelmasta 2014-2022 raportoidaan osana ilmastovuosikertomusta. Ilmasto-opas.fi-palvelussa SYKE:n kokoamaa materiaalia asiaan. Asia on huomioitu myös eri raporteissa mm. ”Merenkulun ja matkailun riskien ja mahdollisuuksien identifiointi arktisella alueella” ja hankkeissa mm. ”Sopeutumista edistävät toimenpiteet muuttuvalla arktisella alueella”. Lisäksi muita aloitteita asian edistämiseksi mm. POW Finland.	1) toimenpiteen toteuttaminen on jatkunut jo jonkin aikaa
18. Monipuolistetaan matkailupalvelutarjontaa sääolojen mukaan muunneltavaksi – mahdollisuus ympärivuotisuuden ja kannattavuuden kasvattamiseen	Ilmastonmuutoksen aiheuttamista sääolojen vaihteluista on tuotettu tietoa matkailuyritysten ja alueorganisaatioiden käyttöön erilaisten tutkimus- ja kehittämishankkeiden avulla.	2) toimenpiteen toteuttaminen on jatkunut jo jonkin aikaa
19. Tuetaan tulevaisuuden kuluttajien kestäviä valintoja tukevia ratkaisuja	Vuosina 2016–2018 BF:lla (aiemmin Tekesillä) on ollut myönnettävissä bio- ja kiertotalouden sekä cleantechin kärkihankerahoitusta yritys- ja tutkimushankkeissa myös matkailuelinkeinon tukemiseksi.	5) toimenpide on toteutettu
2.3.2 Jatkuva laadun kehittäminen asiakas keskiössä		
20. Kannustetaan yrityksiä uudistamaan laatuprosessejaan vastaamaan asiakkaan kasvavia tarpeita	VF on määritellyt teemakohtaiset tuotesuosituksset, joissa korostetaan laadun merkitystä. Laatutunni-valmennusohjelmaa on jatkettu.	2) toimenpiteen toteuttaminen on jatkunut jo jonkin aikaa
21. Kannustetaan yrityksiä toimintaympäristön ja tulevaisuuden kuunteluun toiminnan uudistamiseksi esimerkiksi hyödyntämällä sosiaalisen median kautta tulevaa viestiä	Ei systemaattisia toimenpiteitä kansallisella tasolla.	0) toimenpidettä ei ole toteutettu

22. Kannustetaan hyödyntämään entistä vahvemmin olemassa olevia laadun kehittämisen työkaluja	Matkailualan toimijoille räätälöityä Laatutonni-ohjelmaa markkinoidaan monin tavoin. Laatuasioihin keskittyvä tilaisuus alan yrityksille ja laadun kehittäjäorganisaatioille järjestetään vuosittain.	2) toimenpiteen toteuttaminen on jatkunut jo jonkin aikaa
23. Kannustetaan yrityksiä kehittämään strategista yritysjohtamisosaamista tavoitteena laatujohtamismittien mittaaminen ja sertifiointia	Toiminnan kehittämisen ja laadun merkitystä on viestitty toimialan yrityksille.	1) toimenpiteen toteuttaminen on aloitettu
24. Edistetään uudistettujen Visit Finlandin vientikelpoisuuden kriteerien ja tuotesuosituksen käyttöä laadukkaan tarjonnan kehittämisessä	Vientikelpoisuuskriteereistä ja teemakohtaisista tuotesuosituksista on viestitty monin eri tavoin niin yrityksille kuin alan kehittäjäorganisaatioille. Kriteereistä ja suosituksista muistutetaan. Visitfinland.com:in MyStay-palveluun kerätään tuotetietoja. Palveluun pääsy edellyttää kriteerien ja suosituksen täyttämistä ja kriteerejä myös aika ajoin päivitetään vastaamaan matkailun päätöksenteko- ja ostoprosessin muutoksia.	3) toimenpiteestä on toteutettu yli puolet
25. Nostetaan menestystarinoita esille alan eri tilaisuuksissa ja julkaisuissa	Matkailualan tilaisuuksissa on ollut yritysten puheenvuoroja. VF esittelee sivuillaan Suomessa toimivia matkailuyrityksiä, jotka arjen teoissa edesauttavat kehittämään matkailua kohti kestävämpää suuntaa. Matkailuyrityksille on oma sarjansa pk-yritysten Kasvu Open -sparrausohjelmassa.	3) toimenpiteestä on toteutettu yli puolet
26. Nimetään nuorista potentiaalisista matkailijoista ja nuorista yrittäjistä "tulevaisuuden neuvottelukunta"		0) toimenpidettä ei ole toteutettu

2.3.3 Turvallisuus Suomen kilpailueduksi – osa Suomi-kuvaa		
27. Varmistetaan toimiva turvallisuuskulttuuri niin matkakohteissa kuin yksittäisissä matkailuyrityksissä	Tukes on toteuttanut turvallisuusjohtamisen koulutuskierroon ja kohdennettuja koulutuskierroja esim. ohjelmapalveluiden turvallisuuteen. Tukes jakaa tietoa kuluttajapalveluiden turvallisuusvaatimuksista valvonnan yhteydessä, tiivistämällä oppilaitosyhteistyötä ja yhteistyötä autovuokraamojen kanssa, ja osallistumalla aktiivisesti muiden toimijoiden järjestämiin työpajoihin ja koulutustilaisuuksiin. Tukes on tuottanut matkailuyrityksille useilla kielillä materiaalia turvallisuusjohtamisen edistämiseen. SPEK on v. 2016 päivittänyt Matkailualan turvallisuuspassi -koulutuksen oppikirjan ”Turisti turvassa”. SPEK markkinoi koulutusta yhdessä MaRa ry:n kanssa. Lapin amk/Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti mm. julkaissut matkailun turvallisuustyökalut mikro- ja pk-yrityksille ja toteuttanut Reila reittimerkinnät turvallisiksi - hankkeen, pilottialueena Lappi 2015-2018. VF on laatinut yhteistyössä suurimpien matkailualueiden kanssa matkailun poikkeustilanneviestinnän kansallisen suunnitelman ja esim. Lapissa on laadittu kriisiviestinnän ohjeet erikseen matkailualueille ja matkailuyrityksille. Lisäksi useita alueellisia hankkeita.	4) toimenpide on lähes kokonaan toteutettu
28. Toteutetaan Lapissa kehitettyä Matkailun turvallisuusverkoston toimintamallia myös muualla Suomessa	Ei ole levinnyt odotetusti. Valtakunnallisessa saaristo-ohjelmassa 2017–2019 on toimenpide: ”Selvitetään Lapissa kehitetyn turvallisuusverkoston toimintamallin soveltuvuutta saaristo-oloihin.” Toimenpidettä ei ole toteutettu.	1) toimenpiteen toteuttaminen on aloitettu

3 Kohderyhmiä puhutteleva matkailumarkkinointiviestintä ja helppo ostettavuus

3.1 Suomen matkailumarkkinoinnin terävöittäminen ja panostuksen lisääminen		
Toimenpiteet	Tehtyjä toimenpiteitä esim.	Toteuma 10/2018
29. Varmistetaan ja kasvatetaan pitkällä tähtäimellä Visit Finlandin toimintaan osoitettuja julkisia panostuksia	Matkailun edistämiseen VF:ssa on kohdennettu rajallisesti lisärahoitusta, mutta pitkäkestoisia ratkaisuja rahoituksen nostamiseksi ei ole tehty.	0) toimenpidettä ei ole toteutettu
30. Tehostetaan matkailumarkkinointia lisäämällä Team Finland-yhteistyötä	VF on aktiivisesti mukana TF-verkostoissa ja toimenpiteiden suunnittelussa niillä markkinoilla, jotka on valittu matkailun kohdemarkkinoiksi. TF-toimijat näillä markkinoilla osallistuvat aktiivisesti matkailua edistävien tilaisuuksien järjestelyihin ja mm. lähetystöt kohdemaissa ovat usein hyödynnettyjä tiloja matkailualan tapaamisissa. VF on tuottanut matkailun edistämistyötä tukevaa materiaalia TF-toimijoiden yhteiseen Toolboxiin.	2) toimenpiteen toteuttaminen on jatkunut jo jonkin aikaa

31. Hyödynnetään tehokkaammin monikanavaisesti ja -tahoisesti politiikan ja julkisuuden henkilöiden, Joulupukin, kaupallisten yritysten, kansainvälisten tapahtumien, teemavuosien, kulttuurin ja kansainvälisesti tunnettujen suomalaisten kulttuurihenkilöiden (esim. Sibelius ja Aalto) tuotantoja, median ja markkinoinnin yhteyksiä	Asiaa on edistetty monilla erilaisilla toimenpiteillä eri puolilla Suomea (esim. kampanjointi Suomessa (100 syytä matkustaa Suomessa), Myhelsinki.fi tunnettujen henkilöiden omat suositukset Helsinkiin, USA:n ja Venäjän presidenttien tapaaminen Helsingissä (medianäkyvyyden arvo 3,2 miljardia euroa), UEFA U19 -turnaus, Wasa Open Air ja Wasa Festival, Alvar Aalto -verkoston luominen ja Alvar Aalto -teemaviikko). Suomen itsenäisyyden juhluvuotta 2017 hyödynnettiin matkailumarkkinoinnissa monin tavoin eri markkinoilla. Kulttuurimatkailussa Alvar Aalto – sisältöjä on hyödynnetty niin markkinoinnissa kuin tuotteiden paketoinnissa ja yhteistyötä lisätty monien eri kulttuurialan vientiorganisaatioiden kanssa. VF on myös toteuttanut useita yhteistyöprojekteja erityisesti aasialaisten TV-tuotantojen kanssa, näin tavoitettu mm. Kiinassa miljoonayleisöjä.	3) toimenpiteestä on toteutettu yli puolet
32. Nostetaan kansallispuistot ja UNESCO:n maailmanperintökohteet matkailualueiden markkinoinnin kärkikohteiksi ja nykyistä vahvemmin osaksi Suomen matkailun maakuvaa	Visitfinland.com esittelee Suomen kansallispuistoja laajasti erilaisten aktiviteettien näkökulmasta. Kansallispuistojen tarjoamia elämyksiä markkinoidaan verkossa ja sosiaalisen median kanavissa. Maailmanperintökohteet huomioidaan CF:n toimenpiteissä. VF vie mm. useita ulkomaisia matkanjärjestäjiä ja median edustajia vierailemaan kansallispuistoihin kaikkien PR- ja tutustumismatkojen yhteydessä. Metsähallitus on tehnyt asian eteen pitkäjänteistä työtä, jota Matkailu 4.0 -ohjelma edelleen vahvistaa (mm. Retkikartta.fi- ja Luontoon.fi-verkkosivujen kehittäminen).	3) toimenpiteestä on toteutettu yli puolet

33. Tiivistetään alueellisen ja kansallisen tason markkinointiyhteistyötä yhtenäisempien viestien aikaansaamiseksi ja kokonaispanostuksen lisäämiseksi	VF on vuoden 2017 aikana ottanut käyttöön toimintamallin neljän suuralueen yhteistyön ja kansainvälistymisen kehittämiseksi. Helsingin, Lapin, Järvi-Suomen ja rannikon/saariston alueiden kanssa tehdään yhteiset markkinointisuunnitelmat vuositasolla. Toimenpiteitä toteutetaan VF:n ja alueiden yhteisellä rahoituksella, mikä kasvattaa markkinointiin käytettävissä olevaa kokonaispanostusta ja lisää Suomen näkyvyyttä valituilla kohdemarkkinoilla. Alueorganisaatiot ovat osallistuneet aktiivisesti niin kansalliseen, kansainväliseen kuin alueiden väliseen ja sisäiseen yhteistyöhön ja toimenpiteisiin.	2) toimenpiteen toteuttaminen on jatkunut jonkin aikaa
34. Räätelöidään markkinointiviestit ja kohtaamispaikat sopivaksi kohderyhmälle markkinapotentiaalin hyödyntämiseksi ja varmistetaan ostettavien tuotteiden näkyminen	VF:n toteuttamien kasvuohjelmien fokuksessa on ollut teemakohtaisen sisällön kohdistaminen potentiaalisimmiksi identifioituille kohderyhmille sekä tuotteiden ostettavuuden helpottaminen. Kohdemarkkinoilla toimivien matkanjärjestäjien kanssa tehdään tiivistä yhteistyötä. Kohderyhmät etsivät ja löytävät ideoita matkakohteista omista tutuista online- tai offline-jakelukanavistaan, joihin suomalaista matkailutarjontaa on ohjelmien myötä saatu jo merkittävästi lisättyä. Yhteisillä markkinointikampanjoilla matkanjärjestäjien kanssa kohderyhmät tavoitetaan laajemmin ja tehokkaammin kuin markkinoimalla Suomea yksin. Alueorganisaatioissa on toteutettu lukuisia toimia asian edistämiseksi. Suomessa toimii useampia, myös kansainvälisiä matkailun myyntialustoja, joihin yrityksiä kannustetaan ja valmennetaan viemään tuotteitaan.	2) toimenpiteen toteuttaminen on jatkunut jo jonkin aikaa

35. Hyödynnetään sosiaalista mediaa osallistamalla matkailijat markkinointiviestintään ja panostamalla uusiin houkutteleviin ja tarinallisiin sisältöihin	VF ja alueorganisaatiot markkinoivat aktiivisesti sosiaalisessa mediassa hyödyntäen sen tarjoamia mahdollisuuksia monipuolisesti. VF tuo omiin kanaviinsa (Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest yms.) uutta sisältöä lähes päivittäin, ja lisäksi tehdään läheistä yhteistyötä useiden kohdemarkkinoilla suosittujen bloggareiden ja vloggareiden kanssa. VF varmistaa kohderyhmän tavoitettavuuden eri markkinoilla hyödyntämällä kussakin maassa sen vahvimpia kanavia. Alueorganisaatiot hyödyntävät monipuolisesti sosiaalisen median kanavia ja ovat panostaneet sisällön tarinallisuuteen.	3) toimenpiteestä on toteutettu yli puolet
36. Edistetään kokous-, kongressi-, tapahtuma- ja kannustematkailua Suomen kansainvälisen näkyvyyden lisäämiseksi	VF/Finland Convention Bureau tarjoaa tieteentekijöille, liitoille, järjestöille ja yrityksille maksutonta apua ja konsultaatiota kansainvälisten kongressien ja yritystapahtumien kutsumisessa, suunnittelussa ja markkinoinnissa. FCB järjestää alan elinkeinolle messu- ja myyntitilaisuuksia ulkomailla. BF:n ulkomailla sijaitsevat toimistot sekä muut TF-toimijat, on koulutettu tuottamaan kokous- ja kongressialan leadeja FCB:lle, eli tuomaan tietoa muissa maissa järjestetyistä kongresseista. Työssä ovat vahvasti mukana myös kaupunkien kongressitoimistot. Olympiakomitea on yhteistyössä kaupunkien ja muiden sidosryhmien kanssa laatinut kansainvälisten urheilun suur tapahtumien houkuttelemiseen tähtäävän strategian. MaRa ry on perustanut työryhmän kongressi- ja tapahtumatoimialalle.	3) toimenpiteestä on toteutettu yli puolet

37. Kehitetään uusia tapoja sitouttaa paikalliset toimijat ja asukkaat tuottamaan sisältöä ja viemään markkinointiviestiä eteenpäin	Alueorganisaatioilla on monia erilaisia toimia asian edistämiseksi, kuten Your local guide to the best of Helsinki, Kaakon kajauttajat ja Kotham-people, kallioreitti Kammiovuorelle, Lakeland-konsepti, 'Ilmianna maakunnan paras sauna' -kilpailu, Amazing Keski-Suomi -kilpailu, "Mun Lappi" -kampanja, Genius Loci – sivusto, DigiTrail & VIKKE -hankkeet.	2) toimenpiteen toteuttaminen on jatkunut jo jonkin aikaa
38. Selvitetään parhaat, erityisesti pienille matkailuyrityksille sopivat, myynnin toimintamallit ja jalkautetaan ne	VF:n teema- ja kasvuohjelmien toimenpiteillä autetaan pk-yrityksiä paketoimaan tuotteitaan ja palveluitaan osaksi ostettavia tuotekokonaisuuksia. Tuotepaketeille on etsitty sopivat myyntikanavat kohdemarkkinoilta ja niitä on kerätty sähköiseen tuotemanuaaliin. Tuotteita esitellään myös kansainvälisiä jakelukanavia palveleville incoming-toimistoille. Yksittäisiä tuotteita ja paketoituja kokonaisuuksia esitellään myös visitfinland.com:n MyStay-tuotekatalogissa. Digitaalisia myyntialustoja on tehty yrityksille ja alueille tutuksi ja valmennuksia niiden hyödyntämiseksi on järjestetty eri puolilla Suomea.	2) toimenpiteen toteuttaminen on jatkunut jo jonkin aikaa
39. Panostetaan kotimaan matkailumarkkinointiin lähimatkailun kasvattamiseksi	Suoma ry:llä on ollut vuosina 2017–2018 kotimaanmatkailua edistävä "100 syytä" -kampanja, jonka markkinointiin TEM myönsi valtionavustusta vuonna 2018. Alueorganisaatioilla on erilaisia toimia asian edistämiseksi.	3) toimenpiteestä on toteutettu yli puolet

40. Etsitään ja hyödynnetään uusia digitaalisuuden mukanaan tuomia markkinointiviestinnän kanavia	VF hyödyntää markkinointiviestinnässään monipuolisesti kohdemarkkinoiden digitaalisia kanavia. Markkinointikampanjoiden mediavalinnat painottuvat vahvasti digitaalisiin kanaviin. VF kehittää jatkuvasti omia digitaalisia markkinointialustojaan sisältöjen monipuolisuuden takaamiseksi. Alueorganisaatioissa uusia kanavia etsitään ja käytetään aktiivisesti ja yhteistyötä hyödyntäen.	3) toimenpiteestä on toteutettu yli puolet
3.2 Digitaalisuus vahvemmin osaksi yritysten liiketoimintaa		
41. Selvitetään matkailun digitalisoinnin pullonkaulat ja ratkaisuvaihtoehdot	TEM toteutti syksyllä 2015 selvityksen ”Digitaalisen matkailumarkkinoinnin ja myynnin haasteet ja ratkaisuehdotukset”. VF julkaisi Suomen matkailun digitiekartan kesällä 2018 ja matkailun alustatalouden karttalehden lokakuussa 2018.	5) toimenpide on toteutettu

42. Matkailupalvelut digitaalisesti ostettavaksi ja löydettäväksi	BF:n rahoitusta on saatavilla matkailuyritysten ja tutkimuslaitosten digitaalisuutta edistäviin hankkeisiin. Markkinoille pääsyä edistänyt Digiboosti-rahoitus sulautettiin kesällä 2017 osaksi Kiito-rahoitusta. Kansainvälisen asiakastarpeen selvittämiseen on käytettävissä Explorer-rahoitus. VF:n MyStay-palvelu edistää tuotteiden löydettävyyttä. Matkailun digitiekarttaa toteuttava matkailun varausjärjestelmä-selvitys käynnistetty tukemaan toimenpiteen edistämistä. Maaseutuohjelman rahoituksella toteutetaan Virtuaaliluonto - valtakunnallinen hanke, jossa yhdistetään suomalaisen luonnon vahvuudet ja mahdollisuudet sekä verkossa että matkailukohteessa houkuttelevaksi digitaalisesti elettäväksi ja koettavaksi elämykseksi. Lisäksi käynnissä useita alueellisia hankkeita.	4) toimenpide on lähes kokonaan toteutettu
43. Matkailu- ja digiyritysten parhaat käytännöt	Älykkäät kaupungit -ohjelma on päättynyt, Fiilis-ohjelma (innovatiiviset aineettomat arvot) on loppusuoralla ja Liideri-ohjelma (liiketoiminnan ja organisaation johtamisen uusien käytäntöjen kehittäminen) jatkuu vielä. Ekosysteemien edistäminen jatkuu keskeisenä osana BF:n nykyistä ohjelmaskkua. Matkailun digitiekarttaa toteuttavat datapilotit luovat ja levittävät parhaita käytäntöjä.	4) toimenpide on toteutettu
44. Käynnistetään matkailuyrityksille suunnattuja koulutuksia osaamisen vahvistamiseksi	Useat oppilaitokset tarjoavat yrityksille suunnattuja koulutuksia. Mm. 7 suomalaisen korkeakoulun perustama kansallinen yhteistyöverkosto tarjoaa eMatkailu-kokonaisuutta, sekä useita muita digikursseja. VF:n Akatemia tarjoaa koulutusta matkailualueille ja siellä toimiville verkostoille mm. digitalisaatioon ja markkinointiin liittyen.	3) toimenpiteestä on toteutettu yli puolet

45. Varmistetaan koko Suomessa tarkoituksenmukaiset, kohtuuhintaiset, nykyajan ja tulevaisuuden tietoyhteiskunnan tarpeisiin vastaavat sekä kiinteät verkot että langattomat verkot (asukkaat, yritykset, matkailijat)	Suomessa kiinteiden yhteyksien rakentamista on edistetty mm. Nopea laajakaista -tukiohjelmalla. Tuettuja yhteyksiä on rakennettu n. 20 000 km. Lisäksi Suomessa nopeat langattomat 3G- ja 4G-verkot kattavat yli 99 % väestöstä. Suomi on ottanut uusia taajuusalueita langattoman laajakaistan käyttöön muita EU-maita nopeammin. Suurempi taajuusmäärä helpottaa radioverkon suunnittelua, vähentää ruuhkautumista ja mahdollistaa tilaajille suuremman kapasiteetin samalla tukiasemamäärällä. Syksyllä 2018 julkaistiin digitaalisen infrastruktuurin strategia 2025 ja verkkotoimiluvista teletoimintaan 5G-taajuusalueille järjestettiin taajuushuutokauppa. Niin sanottu 3,5 GHz taajuusalue (3410-3800 MHz) on osoitettu vuoden 2019 alusta langattoman laajakaistan käyttöön. Taajuusaluetta voidaan käyttää 5G-verkkojen rakentamiseen.	3) toimenpiteestä on toteutettu yli puolet
--	---	---

4 Matkailun kasvua tukeva saavutettavuus ja toimivat matkaketjut

4.1 Sujuva rajaliikenne ja – maahantulomuodollisuudet

Toimenpiteet	Tehtyjä toimenpiteitä esim.	Toteuma 10/2018
46. Varmistetaan venäläisten matkailijoiden kasvun tueksi	Itärajan rajanylityspaikkojen infrastruktuuri on riittävä ja rakenteet mahdollistavat noin 20 miljoonan vuosittaisen rajanylittäjän rajatarkastukset. Rajaliikenteen olosuhteiden kehittäminen jatkuu edelleen. Rajavartiolaitos on saanut rahoitusta lisähenkilöstön kouluttamiseen. Osa uudesta henkilöstöstä suunnataan itärajan rajanylityspaikoille.	3) toimenpiteestä on toteutettu yli puolet
47. Luodaan suunnitelma ja varataan resurssit viranomaisten tulkkaus-, käännös- ja kielipalveluille sekä koulutukseen kieli- ja kulttuuriosaamisen osalta	Toimenpide ei ole enää relevantti.	0) toimenpidettä ei ole toteutettu
48. Varmistetaan viisumitoimintojen sujuvuus maissa, joiden kansalaisilta vaaditaan viisumit	Kiinassa on käytössä 13 uutta viisumikeskusta.	1) toimenpiteen toteuttaminen on aloitettu
4.2 Ratkaisuja pitkäjänteiseen lentosaavutettavuuteen		
49. Ylläpidetään verkostoperiaatteella matkailun kasvua tukeva lentokenttäverkosto	Asiaa koskeva linjaus on tehty lentoliikennestrategiassa.	5) toimenpide on toteutettu
50. Varmistetaan Helsinki-Vantaan rooli kilpailukykyisenä hubina	Asiaa koskeva linjaus on tehty lentoliikennestrategiassa.	3) toimenpiteestä on toteutettu yli puolet
51. Kasvatetaan vetovoimaisten matkailukohteiden kysyntää saavutettavuuden varmistamiseksi	Lentoliikennestrategian aluetyö on vastannut osin toimenpiteeseen. Alueet tekevät kehittämistyötä vetovoimaisuuden edistämiseksi.	2) toimenpiteen toteuttaminen on jatkunut jo jonkin aikaa

52. Kehitetään kokonaisuutena Lapin ja Pohjois-Suomen sekä Itä-Suomen lentoasemia, lentoliikenneyhteyksiä ja matkaketjuja	Lentoliikenne on kehittynyt monelta osin: Lappiin on avattu suoria lentoyhteyksiä päämarkkina-alueilta, maan sisäinen lentokapasiteetti on kasvanut ja charterlentojen määrä on lisääntynyt. Joukkoliikennettä digitalisoidaan ja kehitetään sekä Ylläksen MaaS -mallia laajennetaan muille alueille juuri käynnistyneen Open Arctic MaaS -hankekokonaisuuden myötä. Lapin lentoasemien laajennusinvestoinnit ovat käynnissä. Pohjois-Pohjanmaan alueella on käynnissä Älyliikenne 2020 -hanke, jonka tavoitteena on edistää matkailu- ja työmatkaliikenteen sujuvuutta, liikkumisen turvallisuutta ja vähäpäästöisyyttä Pohjois-Pohjanmaan alueella älyliikenteen keinoin. Myös Itä-Suomessa on ollut käynnissä erilaisia MaaS-pilottihankkeita. Esimerkiksi Etelä-Savo on mukana Sitran ALPIO (alueellisen liikkumisen palveluiden integroitu operointi) hankkeessa, jossa selvitetään kokeilujen kautta, miten yritysveltoinen digitaalinen palvelusala voi auttaa yhteiskunnan tukemia kuljetuksia ja yksityishenkilöiden liikkumistarpeita.	2) toimenpiteen toteuttaminen on jatkunut jo jonkin aikaa
---	--	--

53. Turvataan yhteistyöjärjestelyjen, verkostoitumisen ja markkinoinnin avulla Suomen lentoliikenteen ja matkailun toimintaedellytykset	VF toteuttaa niin BtoB kuin BtoC -markkinointitoimenpiteitä laajasti yhteistyössä lentoyhtiöiden kanssa, erityisesti Finnairin kanssa Aasian markkinoilla. VF:n strategista painopistettä on siirretty taktisen markkinoinnin toteuttamiseen imagomarkkinoinnin sijasta, jolloin lähes kaikissa toimenpiteissä huomioidaan saavuttavuuden varmistaminen. Finavia, alueet, yritykset ja lentoyhtiöt tekevät työtä asian edistämiseksi. Suoria lentoyhteyksiä Euroopasta Lappiin on syntynyt useita ja Suomen saavutettavuus ylipäänsä on viime vuosien aikana parantunut merkittävästi.	2) toimenpiteen toteuttaminen on jatkunut jo jonkin aikaa
54. Toteutetaan ovenavauksia uusille lentoreiteille	VF tukee yhteisillä markkinointitoimenpiteillä kaikkia uusia lentoreittejä niitä operoivien lentoyhtiöiden kanssa. Finavia ja matkailualueet yhdessä yritysten kanssa tekevät aktiivista työtä uusien lentoyhteyksien edistämiseksi. Lappiin, Tampereelle ja Lappeenrantaan on avattu suoria lentoyhteyksiä päämarkkina-alueilta, maan sisäinen lentokapasiteetti on kasvanut ja charterlentojen määrä on lisääntynyt.	2) toimenpiteen toteuttaminen on jatkunut jo jonkin aikaa
55. Edistetään kilpailun mahdollisten rajoitteiden poistamista	EU:n lentoliikennesopimusneuvotteluihin vaikutetaan. Pyrkimyksenä on lentoliikennemarkkinoiden avaaminen kolmansiin maihin. Lentoliikennemarkkinoiden avaamisesta neuvotellaan sekä uudistamalla kahdenvälisiä lentoliikennesopimuksia että kolmansien maiden kanssa. Vuonna 2018 Suomi on neuvotellut uusia kahdenvälisiä lentoliikennesopimuksia mm. eri Etelä-Amerikan maiden kanssa. On varauduttu Brexitin tuloon selvittämällä mahdollisia vaikutuksia sekä EU:n ja Iso-Britannian välisiin että Suomen ja Iso-Britannian kahden välisiin lentoliikennesopimuksiin.	2) toimenpiteen toteuttaminen on jatkunut jo jonkin aikaa

56. Kehitetään uusia alueellisten lentoasemien toimintamalleja, jotka voivat liittyä niin niiden ylläpitovastuuseen, markkinointiin, rahoitukseen kuin yhteistoimintaan		0) toimenpidettä ei ole toteutettu
4.3 Tiestön sekä raide- ja vesistöliikennepalvelutaso matkailualan tarpeet huomioon ottaen		
57. Kohdennetaan ja ajoitetaan teiden hoitotoimenpiteet matkailuliikenteen turvallisuus varmistaen	Hallitusohjelman mukaisesti korjausvelan kasvun vähentämiseen on suunnattu 600 milj. euroa vuosille 2016-2018. Lisäksi nimeämättömiin investointeihin varatusta määrärahasta on siirretty perusväylänpitoon ja yksityisteiden valtionapuun yhteensä 364 milj. euroa. Korjausvelkarahoitusta on kohdennettu erityisesti elinkeinoelämän tarpeiden kannalta tärkeisiin kohteisiin. Monet matkailun kannalta tärkeät kohteet keskittyvät tärkeimpien väylien varrelle, jolloin matkailualaa hyödyttävät väylät ovat korjauskohteina prioriteettilistan kärjessä. Tiestön hoitotoimenpiteet saattavat ajoittua matkailun sesonkiajalle (mm. kesäkuukaudet). Hoitotoimenpiteiden ajoituksessa ja toteuttamisessa huomioidaan teiden käyttöaste turvallisuuden takaamiseksi, ja matkailukohteiden hoidon laatutasoa pyritään nostamaan loma-aikoina. Talvihoidon täsmätoimenpiteitä kohdistetaan matkailun edistämiseksi. Näitä ovat mm. tarkennetut ajoitus ja laatuvaatimukset matkailukohteisiin johtavilla teillä (esim. Tahkovuorella ja Lapissa). Talvihoidon normaalia parempaa laatutasoa toteutetaan juhlapyhinä ja hiihtolomaviikon alussa ja lopussa kaikissa ELYissä.	2) toimenpiteen toteuttaminen on jatkunut jo jonkin aikaa

58. Varmistetaan matkailukohteisiin ohjaavien opasteiden ajantasaisuus ja toimivuus	Maantielain muutos on kokonaisuudessaan toteutettu. Muutos kevensi tienvarsimainontaa koskevaa sääntelyä oleellisten muutosten koskiessa tilapäistä ilmoittelua. Matkailukohteiden opastus liikennemerkeillä on edelleen luvanvaraista toimintaa ja opasteiden ajantasaisuus on yritysten omalla vastuulla. Edelleen jossain päin Suomea (mm. Lappi) maanteiden varsilla saattaa olla opasteita, jotka johtavat jo toimintansa lopettaneiden yritysten pihalle. Asiasta on käyty neuvotteluita ELY-keskusten toimesta paikallisten matkailualueiden edustajien kanssa. Keskustelua on käyty myös mahdollisesta kauko-opastuksesta.	4) toimenpide on lähes kokonaan toteutettu
59. Parannetaan kevyen liikenteen väylien kuntoa, kunnossapitoa, riittävyttä, toimivuutta ja valaistusta matkailukeskuksissa ja matkailukohteiden läheisyydessä	LVM on myöntänyt kokeilulupia useille kaupunkiseuduille (mm. Tampere, Helsinki, Turku ja Oulu) toteuttaa etuajassa uuden tieliikennelain mukaisia pyöräilyn pääreittien korkeatasoista viitoitusta. Toimenpidettä on edistetty eri puolilla Suomea; esim. Lapissa eri kaupungeissa on tehty suunnitelmia kevyen liikenteen edistämiseksi ja pyritty rakentamaan kävely- ja pyöräilykatuja matkailukeskusten läheisyyteen. Tahkolla ja Kolilla kevyen liikenteen olosuhteita on parannettu EAKR-osarahoituksella. Varsinais-Suomessa (mm. Saariston rengastiellä) matkailun edistämistoimia on tehty viime vuosina kevyen liikenteen toimivuuden ja turvallisuuden parantamiseksi. Keski-Suomessa on parannettu mm. Himoksen kevyen liikenteen tiejärjestelyjä.	4) toimenpiteestä on toteutettu yli puolet

60. Varmistetaan erityisesti suurten matkailukeskusten läheisten junayhteyksien palvelutaso	Vuoden 2019 loppuun mennessä on varmistettu tärkeimpien matkailukeskusten läheisyydessä olevien junayhteyksien palvelutaso. Joidenkin suosituiksi nousseiden matkakohteiden (esim. Ähtäri) palvelutasoa on pyritty nostamaan entisestään. LVM:ssa valmistellaan henkilöjunaliikenteen kilpailun avaamista. Hallitus on päättänyt, että koko Suomen henkilöjunaliikenteen operointi kilpailutetaan vuoteen 2026 mennessä. Kilpailutusprosessin tavoitteena on parantaa koko Suomen raideliikenneyhteyksiä ja valmistelussa huomioidaan matkailukohteiden saavutettavuus.	2) toimenpiteen toteuttaminen on jatkunut jo jonkin aikaa
61. Järjestetään saariston liikenne - ja kuljetuspalvelujen kokonaisuus siten, että syntyy mahdollisuuksia markkinaehtoisille liikennepalveluille, jotka hyödyttävät myös matkailuelinkeinon kehittymistä	Toimenpide ei ole tällä hetkellä käynnissä. Merellisen saariston liikennepalveluja kehittävän kokeilun valmistelu keskeytettiin.	0) toimenpidettä ei ole toteutettu

62. Selkeytetään lainsäädäntöön liittyviä määräyksiä siten, että rannikko- ja sisävesiliikenteen elinkelpoisuus voidaan varmistaa	Uudet alusturvallisuusmääräykset tulivat voimaan vuoden 2013 alussa. Kansallisessa harkinnassa olevien määräysten osalta Liikenteen turvallisuusviraston tavoitteena oli alusturvallisuuslaissa säädettyjen yleisten turvallisuusvaatimusten ja alusturvallisuuden kannalta riittävän tason saavuttaminen. Määräyksiin sisältyvillä pitkillä vuoteen 2017 kestäneillä siirtymäajoilla pyrittiin laivanisännille varmistamaan kohtuullinen aika tarvittavien muutosten tekemiseen ja kustannusten jakamiseen useammalle vuodelle. Uusi vesiliikennelaki käsiteltiin eduskunnassa syksyllä 2018. Lain tarkoituksena on vesiliikenteen sääntelyn yhteen kokoaminen ja sujuvoittaminen sekä viranomaisten roolien ja tehtävien selkeyttäminen. Matkailun näkökulmasta tärkeää on lakiesityksen tavoite keventää vuokraveneitä koskevaa sääntelyä poistamalla vuokraveneitä koskevat erityisvaruste- ja katsastusvaatimukset, mikä helpottaa vuokratoimintaa ja jakamis- ja alustataloutta.	3) toimenpiteestä on toteutettu yli puolet
---	--	---

4.4 Toimivien matkaketjujen kehittäminen

63. Kehitetään taksipalveluja ja kutsujoukkoliikennettä yhdessä joukkoliikenteen kanssa yhtenä kokonaisuutena, jotta voidaan taata sujuvat yhteydet matkailukeskuksiin ja matkailuyrityksiin.	Uusi taksilainsäädäntö astui voimaan 1.1.2018 osana liikennepalvelulain I vaihetta. Uuden lainsäädännön myötä alalle tulon kynnys madaltui. Taksirytytyydestä on tullut joustavampaa ja sääntelyn keventäminen mahdollistaa uudenlaisten palvelujen syntymisen ja kehittämisen. Lakiuudistuksen myötä mm. taksiliikennelupien lisäys on ollut merkittävä. Liikennepalvelulaki valmistuu kolmessa vaiheessa ja suurin osa matkailualaa koskevasta lainsäädännöstä on astunut jo voimaan tai astuu voimaan vuoden 2019 alusta. Liikennepalvelulain tavoitteena on luoda liikennemarkkinoita tukevan ja mahdollistavan lainsäädäntökehyksen luominen. Hallinnonalalla pyritään kannustamaan erilaisten liikkumispalveluiden luomiseen ja kehittämiseen.	4) toimenpide on lähes kokonaan toteutettu
--	--	--

64. Kehitetään matkailuliikenneinformaatiota ja -palveluiden käyttöä hyödyntäen myös sosiaalisen median ja älypalvelun tuomia mahdollisuuksia sekä opasteita kieliversiot huomioiden	Osana liikennepalvelulakia liikkumispalveluiden tarjoajat on veloitettu luovuttamaan olennaisia tietoja erilaisten palvelun tarjoajien käyttöön. Tällä pyritään edistämään liikenne palveluna -toimintatavan (MaaS) edistymistä Suomessa uusien liikennepalveluiden muodossa. Liikenne palveluna -toimintatavan ydintä ovat eri liikennemuodoista koostuvat matkaketjut, jotka on mahdollista ostaa esim. yhden puhelinsovelluksen avulla. Liikennepalvelulain II vaiheen myötä astuu voimaan puolesta-asointi vuonna 2019, mikä mahdollistaa kustomoidut palvelut käyttäjille. Hallinnonalan tavoitteena on, että lähitulevaisuudessa asiakkaalla on mahdollisuus valita eri vaihtoehtojen väliltä paras vaihtoehto liikkumiseen. Lisäksi liikennepalvelulaki mahdollistaa entistä paremmin eri palveluiden yhdistelemisen. Lisäksi Suomessa on jatkuvasti käynnissä erilaisia uusien liikkumispalveluiden kokeiluja ja hankkeita, mutta toistaiseksi kokeilut eivät ole edenneet vakiintuneiksi toimintatavoiksi.	4) toimenpide on lähes kokonaan toteutettu
--	--	---

5 Kilpailukykyä tukevan toimintaympäristön varmistaminen

5.1 Matkailutilastoinnin varmistaminen ja elinkeinoa tukevan tutkimuksen toteuttaminen		
Toimenpiteet	Tehtyjä toimenpiteitä esim.	Toteuma 10/2018
65. Kehitetään matkailun tulo- ja työllisyysvaikutusten tilastointia, missä matkailutilinpito ja matkustustase ovat avainasemassa	Alueellinen matkailutilinpidon laskentajärjestelmä perustettiin hankkeessa vuonna 2017 ja sillä on tuotettu vuosien 2013–2015 tiedot. Suomen Pankin maksukorttiaineistoa on käytetty vuosien 2015–2017 matkailutulojen laskennassa.	5) toimenpide on toteutettu
66. Hyödynnetään Big Data -aineistoja matkailutilastoissa	Tilastokeskus on hankkinut pilottiaineiston vuodelta 2017 kahdelta teleoperaattorilta kolmesta. Vuoden 2018 aikana neuvoteltu aineiston säännöllisistä toimituksista. Aineisto hyödyttää suoraan suomalaisten matkailun ja matkustustaseen tilastointia. Tilastolain uudistustyö ei ole merkittävästi edennyt.	3) toimenpiteestä on toteutettu yli puolet
67. Kehitetään matkailutilastojen jakeluratkaisuja mm. web-pohjaisten räätälöityjen asiakasratkaisujen tuottaminen	Tilastopalvelu Rudolf vastaa laajasti matkailun tilastoinnin tietotarpeisiin. Palvelua laajennettiin keväällä 2017 alueellisen tilinpidon tiedoilla. Syyskuussa 2018 palveluun vietiin tiedot majoitusliikkeiden kapasiteetista, keskihinnosta, myynnistä sekä käyttöasteista. Matkailun vuokramökkitalastoinnin tuotannosta osana Tilastokeskuksen Majoitustilastoa tehty päätös. Matkailutilastoinnin datayhteistyön kehittäminen aloitettu osana Matkailun digitiekartan toimeenpanoa. Matkailutilastojen ennakoivan dashboardin suunnittelu käynnistynyt osana Matkailu 4.0 -ohjelmaa.	5) toimenpide on toteutettu

68. Kehitetään lakkautetun Rajahaastattelututkimuksen korvaava matkailijatutkimus	Korvaava matkailijatutkimus on ollut käytössä vuosina 2014-2018 Tutkimus- ja analysointikeskus TAK Oy:n tuottamana. Vuoden 2019 aikana suunnitellaan ja kehitetään uudenlaista menetelmää yhä monipuolisemman matkailijatiedon keräämiseksi ja mm. digitaalisista kanavista saatavan analytiikan hyödyntämiseksi.	5) toimenpide on toteutettu
69. Toteutetaan matkailun aluetaloudelliset vaikutukset - selvitykset työ- ja elinkeinoministeriön uusien suositusten mukaan	Useat alueet ovat toteuttaneet tulo- ja työllisyys selvityksiä suositusten mukaan.	4) toimenpide on lähes kokonaan toteutettu
70. Kehitetään uusia ratkaisuja sovelletun tutkimustiedon siirtoon yliopistojen ja ammattikorkeakoulujen sekä matkailualan osaamiskeskittymien, kehittäjäorganisaatioiden, matkailukeskusten ja muiden yritysten välillä	matkailu.org -sivuston ylläpidon jatkoa ei ole ratkaistu.	2) toimenpiteen toteuttaminen on jatkunut jo jonkin aikaa
71. Päivitetään matkailun tutkimuksen toimintaohjelma	Toimintaohjelmaa on työistetty tutkijoiden kanssa vuonna 2015, mutta työ on jäänyt kesken.	4) toimenpide on lähes kokonaan toteutettu
72. Tutkimusteemat	Eri tahot ovat tuottaneet teemojen mukaista tutkimusta.	2) toimenpiteen toteuttaminen on jatkunut jo jonkin aikaa
5.2 Matkailu ja sen kasvua tukeva lainsäädäntö		
73. Tehdään syvällisemmät vaikutusarvioinnit lakien ja muiden päätösten valmisteluvaiheessa, mm. huomioida erikokoiset matkailuyritykset ja näiden tasapuolinen kohtelu	Lausunnoissa ja lain valmistelussa on kiinnitetty huomiota asiaan.	1) toimenpiteen toteuttaminen on aloitettu
74. Kehitetään uusia toimintatapoja viranomaisvalvonnan ja - tarkastuksien tehostamiseen	Kuluttajaturvallisuuden valvonta on keskitetty 1.5.2016 alkaen Tukesiin. Viranomaisten ja elinkeinon yhteistyötä ajatuksella valvojista valmentajiksi on tiivistetty mm. alkoholilainuudistuksen yhteydessä toimintansa aloittaneessa yhteistyöryhmässä (MaRa ry, Valvira, AVI).	2) toimenpiteen toteuttaminen on jatkunut jo jonkin aikaa

75. Varmistetaan, että matkailuelinkeinon (ravintolat, yökerhot, viinitilat, pienpanimot) kilpailukyvyyn edellytykset huomioidaan alkoholilainsäädännön uudistusprosessissa	Eduskunta hyväksyi alkoholilain kokonaisuudistuksen 19.12.2017. Uusi laki tuli kokonaisuudessaan voimaan 1.3.2018.	4) toimenpide on lähes kokonaan toteutettu
76. Alennetaan palveluelinkeinon sähkövero asteittain samalle tasolle kuin teollisuuden sähkövero		0) toimenpidettä ei ole toteutettu
77. Toteutetaan kattava selvitys kahden viikon kesälomien siirron vaikutuksista matkailuelinkeinolle sekä esim. tutkintoihin ja pääsykokeisiin sekä käynnistetään tulosten perusteella tarvittavat toimenpiteet	Selvitys koulujen kesälomien kahden viikon siirron vaikutuksista matkailuelinkeinolle on toteutettu. Ehdotettu toteutettavaksi laajempaa selvitystä OKM:n ja TEM:n yhteistyönä siirron laajempien yhteiskunnallisten vaikutusten selvittämiseksi. Keskustelu jatkuu.	3) toimenpiteestä on toteutettu yli puolet
78. Selvitetään kasvava kotimajoitus ilmiönä ja sen laajuus sekä käynnistetään tulosten pohjalta tarvittavat toimenpiteet	TEM:ssä on laadittu keväällä 2016 muistio "Kotimajoitus osana jakamistaloutta" sekä "Ohjeita kotimajoitusta tarjoavalle", joka on käännetty myös ruotsiksi ja englanniksi. Toimenpiteen toteuttamista jatketaan mm. osana Jakamistaloustyöryhmän laajempia keskusteluja.	3) toimenpiteestä on toteutettu yli puolet
5.3 Infrastrukturi ja maankäyttö matkailua tukevaksi		
79. Kehitetään kaavoitusta niin, että sillä voidaan arvioida, vertailla ja yhteensovittaa elinkeinon intressejä ja muita arvoja	Kaava valmistellaan vuorovaikutuksessa niiden henkilöiden ja yhteisöjen kanssa, joiden oloihin tai etuihin kaava saattaa huomattavasti vaikuttaa. Kaavaa laadittaessa selvitetään suunnitelman ja tarkasteltavien vaihtoehtojen toteuttamisen ympäristövaikutukset, yhdyskuntataloudelliset, sosiaaliset, kulttuuriset ja muut vaikutukset. Maankäyttö ja rakennuslainsäädännön kokonaisuudistus on menossa.	4) toimenpide on lähes kokonaan toteutettu

80. Suositellaan matkailun maankäyttöstrategioiden laadintaa osana maankäytön suunnittelua	Matkailu on huomioitu maakuntakaavatyössä, -ohjelmissa ja toimeenpanosuunnitelmissa sekä strategioissa. Maakuntakaavassa on osoitettu matkailualueet sekä matkailun ja virkistykseen kehittämisen kohdealueet. Matkailua on huomioita myös osayleiskaavatyössä. Matkailukeskittymät ovat tehneet omia kehittämissuunnitelmia (master plan). Lapissa on laadittu Lapin matkailun maankäyttöstrategia 2040 ja Kainuussa on tehty matkailun maankäyttösuunnitelma. Satakunnassa matkailu on teemana esillä merialuesuunnitelman laadinnassa. Etelä-Karjalassa on maakuntakaavaa täydentävä vaihemaakuntakaava, jonka teemana on kauppa, matkailu, elinkeinot ja liikenne. Siinä on huomioitu matkailun tarpeet maakuntakaavatasolla (ei tarvetta tehdä erillistä matkailun maankäyttöstrategiaa).	2) toimenpiteen toteuttaminen on jatkunut jo jonkin aikaa
81. Kehitetään ja ylläpidetään matkailun toimintaedellytyksiä parantavaa infrastruktuuria vastamaan asiakkaiden laatuvaatimuksia		2) toimenpiteen toteuttaminen on jatkunut jo jonkin aikaa
82. Varmistetaan matkailullisesti tärkeiden reitistöjen ja niitä tukevan infrastruktuurin toimivuus ja reittien turvallinen opastus	Tilanne palvelujen ylläpidon rahoituksessa on haasteellinen. Nykyinen rahoitusraami uhkaa heikentää palvelujen tasoa tulevaisuudessa.	2) toimenpiteen toteuttaminen on jatkunut jo jonkin aikaa
83. Edistetään kiinalaisten käyttämän maksuvälineen UnionPayn käyttömahdollisuutta myös Suomessa	UnionPay ja Alipay ovat käytössä osassa Suomea. Suomi oli ensimmäinen ”all Alipay” -matkakohde kiinalaisille. Finnair oli ensimmäinen lentoyhtiö, joka mahdollisti lennoillaan Alipay-maksamisen.	4) toimenpide on lähes kokonaan toteutettu

5.4 Osaavan työvoiman varmistaminen perus-, jatko- ja täydennyskoulutuksen avulla

84. Parannetaan alan imagoa ja houkuttelevuutta ympärivuotisen osaavan työvoiman turvaamiseksi	Matkailu 4.0 -ohjelmaan kuuluvan Matkailun kohtaannon toimenpideohjelman "Matkailudiilin" yksi toimenpidekokonaisuuksista on matkailutyön imagon kohottaminen viestinnän keinoin. Oppilaitosten, yritysten ja edunvalvontajärjestöjen välillä on tehty yhteistyötä osaamiseen ja sen ennakointiin sekä toimialan tulevaisuuteen liittyvien keskustelutilaisuuksien, työryhmien ja workshopien kautta, opiskelijoille suunnatuilla asiantuntijaluennoilla, tarjoamalla opiskelijoille relevantteja ja mielekkäitä harjoittelupaikkoja, henkilökohtaisella mentoroinnilla ja opinnäytetöiden toimeksiannoilla sekä työn etenemisen kannustavalla seuraamisella. Yritykset ja edunvalvontajärjestöt ovat aktiivisesti mukana monen oppilaitoksen opiskelijavalintaprosesseissa, millä halutaan osoittaa alan toimijoiden sitoutumista tulevien tekijöiden koulutukseen ja aitoa inhimillistä kiinnostusta yksilöitä kohtaan. Matkailun yleinen maine on kohentunut myönteisen medianäkyvyyden kautta.	3) toimenpiteestä on toteutettu yli puolet
--	---	---

85. Varmistetaan kasvavan alan aloituspaikkatarve kaikilla koulutusasteilla	Matkailualaa palvelee monenlainen koulutus, ja matkailutehtäviin voi sijoittua erilaisilla koulutustaustoilla. OKM sopii korkeakoulujen kanssa tutkintotavoitteista, aloituspaikkojen määrää ei päätetä ministeriössä. Tutkintotavoitteet eri aloille on sovittu vuoteen 2020 saakka. OPH ei vastaa aloituspaikoista. Koulutuksen järjestäjä päättää aloituspaikkojen määrästä. Toimenpide on relevantti, mutta ei kirjattujen vastuutahojen toteuttamana.	0) toimenpidettä ei ole toteutettu
86. Kehitetään eri koulutusasteiden tutkintoon johtavan koulutuksen työelämälähtöisyyttä siten, että matkailun kehittämisen näkökulmasta se on määrällisesti oikeaa, ajantasaista, joustavaa ja merkityksellistä	OPH on uudistanut kaikki mara-alan tutkinnot ja niiden työelämälähtöisyyttä on vahvistettu entisestään, valinnaisuutta ja joustavuutta lisätty. Uudistus on tehty työelämän edustajien ja sidosryhmien kanssa yhteistyössä, joten tutkinnot ovat ajantasaisia, joustavia ja merkityksellisiä.	5) toimenpide on toteutettu
87. Varmistetaan, että opetussuunnitelmissa huomioidaan moniosaajien tarve ja eri alojen välisten rajapintojen hyödyntäminen	OPH:n tutkinnon perusteissa moniosaajuutta on vahvistettu entisestään ja eri alojen valinnaisuutta lisätty.	5) toimenpide on toteutettu
88. Edistetään toimenpiteitä, jotka tukevat kasvavaa alan kansainvälisen osaamisen tarvetta, niin tärkeimpiin kohderyhmiin liittyvää monipuolista kielitaitoa kuin kulttuuriosaamista	Kaikissa OPH:n tutkinnon perusteissa, erityisesti AT ja EAT-tasoilla kielitaitoa ja muita elinikäisen oppimisen taitoja (kulttuurit, vuorovaikutus, kestävä kehitys ym.) on lisätty entisestään. Koulutuksen järjestäjä päättää kielitarjonnasta, ja se on jäänyt usein liian yksipuoliseksi.	5) toimenpide on toteutettu

89. Toteutetaan yrittäjät ja elämän mittaisen oppimisen näkökulmat huomioivia täydennyskoulutuskokonaisuuksia sekä lyhytkestoisia täsmäkursseja alueellisiin ja paikallisiin tarpeisiin	Elinikäisen oppimisen näkökulma on ollut aina ammatillisessa koulutuksessa. On ollut mahdollista suorittaa tutkintojen osia, ei ole pakko suorittaa koko tutkintoa. Koulutuksen järjestäjät (ei esim. OPH) päättävät mitä koulutuskokonaisuuksia tai täsmäkursseja tarjoavat. Koulutuksen järjestäjät tekevät yhteistyötä alueen elinkeinon ja työelämän kanssa koulutustarpeista.	2) toimenpiteen toteuttaminen on jatkunut jo jonkin aikaa
5.5 Julkista rahoitusta tiekartan mukaisesti kohdentamalla vahvempaa kasvua		
90. Kohdennetaan julkista rahoitusta tiekartan painopisteiden, kärkihankkeiden ja kärkiteemojen toteutukseen	Tiekartan toimenpiteitä on toteutettu mm. rakenne-, maaseutu- sekä meri- ja kalatalousrahoitushankkeilla, maakunnan kehittämisrahalla, AIKO-rahoituksella, Matkailu 4.0 -rahoituksella, kehittämisrahastojen varoilla, alueellisilla ja kuntien rahoituksilla, investoinneilla, kasvuohjelmien rahoituksella, BF:n rahoitusinstrumenteilla, VN TEAS -hankevaroilla sekä valtionavustuksilla niin kansallisella, alueellisella kuin paikallisella tasolla yhteistyössä eri toimijoiden kesken. Lisäksi ministeriöiden tulosohtauksessa tiekartan teemat ovat esillä.	2) toimenpiteen toteuttaminen on jatkunut jo jonkin aikaa
91. Kohdennetaan julkista tukea ja asiantuntija-apua yritysten haastaville ja uutuusarvoa sisältäville kehittämisprojekteille	Rahoitus- ja asiantuntijapalvelut yritysten kehittämisprojekteille ovat BF:n jatkuvaa toimintaa. Alueilla on esim. ELY-keskusten toimesta rahoitettu mm. yritysten kokeiluhankkeita ja myönnetty tukea toiminnan merkittävään uudistamiseen.	3) toimenpiteestä on toteutettu yli puolet
92. Tuetaan matkailuyritysten yhteisvientihankkeita	Matkailuyritysten kv-yhteishankkeita on rahoitettu TEM:n toimesta 340 000 eurolla vuonna 2015. Vuodesta 2016 alkaen Tekes (nyk. BF) on tukenut vientiverkostohankkeita ja messuhankkeita, myös matkailuyritysten on ollut mahdollista hakea rahoitusta.	4) toimenpide on lähes kokonaan toteutettu

93. Tiedotetaan EU:n suorista rahoitusmahdollisuuksista	EU:n suorista rahoitusmahdollisuuksista tiedottaminen on jatkuvaa toimintaa BF:ssa. Alueellisesti tiedottamista on tehty mm. liittojen, ELY-keskusten ja hankkeiden kautta.	2) toimenpiteen toteuttaminen on jatkunut jo jonkin aikaa
94. Hyödynnetään Invest in Finlandin palveluja kypsän hankkeen toteuttamisessa	Työtä matkailuinvestointien houkuttelemiseksi Suomeen on tehostettu lisäämällä henkilöresurssi myös VF:n organisaatioon IIF:n työn tueksi. Työ on jatkuvaa ja pitkäjänteistä. Kaikilta neljältä suuralueelta kerätään systemaattisesti investoreita mahdollisesti kiinnostavia kohteita portfolioon ja edistetään laadukkaan markkinointimateriaalin tuottamista.	2) toimenpiteen toteuttaminen on jatkunut jo jonkin aikaa