

2000 luvun Suomea.

Kunta kaavoittaa ulkomaalaiselle kaivosyhtiölle maat.

Yrittäjiltä pyydetään 80 € kem ja sanotaan, ole kiitollinen kun sopimuksen sait.

Yrittäjä kunnalle, kesälentosarja tiedossa, tarvitaan 50 k€. Kunta ei voi tukea yhtä yritystä. Kunnassa tärkeää miltä asiat näyttää, elinkeinojohtaja.

Uuden kunnanjohtajan ensimmäinen tehtävä, Kolarin kirkonkylän ilmeen parannus ?

Asenteesta, arvoista 2000-luvulla

- Koska puhutaan asiakkaista ja markkinoista ? Konsultti: ”Tämä on kunnan elinkeinostrategia päivä”.
- Yhteiskunnalliset perusteet ovat vahvat. ”Työttömien miesten määrä on suuri” Kunnanjohtaja.
- ”Kun aikanaan Rautaruukin kaivos tuli Kolariin, niin muistan kun yhtäkkiä E-baarissa oli nuorisoa aivan hirveästi”
- ”Tunturi on raiskattu, Hannukaisen sivukivikasat olemassa, matkailu kuluttaa myös luontoa” Miksei kaivosta voi tehdä ?
- ”Yrittäjä myy maan tontteina, kyllä sillä on varaa kaavoitusmaksu maksaa”.
- ”Kittilässäkin matkailu ja kaivos elää rinnakkain”
- ”Esi-isien perinnön hoito, miten kun se ryypättiin 80-luvulla kurkusta alas”
- ”Ainoa hyöty matkailusta on kiinteistövero”
- ”Ei mullakhaan ole kotona enempää tilaa, nuo neliöt saa riittää”
- ”Ei matkailu täysin lopu”

Kaivos ja matkailu eivät sovi yhteen

- Kaivos aina suuri murros
- Teollinen infra muuttaa ympäristön iäksi.
- Mielikuva, ympäristö ei ole tärkein. Vaan tehokkuus.
- Tulevaisuuteen emme voi vaikuttaa: Kiinan talous, raaka-aine hinnat ja talouden suhdanteet
- Kaivos on yksittäinen suuri riskikertymä
- Kasvoton teollinen toimija
- Loppu on ruma ja tulos ihmiset irti juuriltaan
- Matkailu parhaimmillaan kestävä kehitystä.
- Matkailun infra on puhdas luonto. Ekologinen jälki pieni
- Mielikuva ja asiakkaan loppukokemus ratkaisee
- Tulevaisuuteen voimme vaikuttaa kehittämällä tuotetta ja hoitamalla ympäristöä.
- Matkailu on monimuotoista ja sitoo ihmiset kotiseutuunsa
- Yrityksellä on ”kasvot”
- Loppua ei ole kun huolehdimme arvoistamme.

Asiakas näkökulmaa 2000-luvulla

- ”Äkäslompolo is a magic place”. Asiakas
- ”Kaivoksen tulon jälkeen Äkäslompolo ei ole enää sama luontolomakohde” **Bruno Bisig Kontiki**
- ” I believe that the destination Ylläs has “gold” in hands. This area meets the wishes of international tourists who seek for authentic and peaceful places in which they can experience nature-based activities.”
Miranda Cornelis Breda University
- ” For international business it is all about the village... atmosphere and logistics of getting around easily without a car, with good hotel and cabin choices. The resort infrastructure is much more important than how good the ski facilities are. If you have a good village/resort centre then the rest will follow and business will improve for the ski areas as well.
International tourism professional.
- Kun päättäjillä on kristallin kirkas näkemys siitä, että puhdas luonto, rauha, hiljaisuus ovat oikeasti arvoja jotka voivat luoda työpaikkoja niin silloin vasta ympäristö otetaan huomioon kaikessa päätöksenteossa.
Reijo Luostarinen, professori.
- Kolmen tunnin lento Euroopasta ja olet keskellä luonnon rauhaa ja aitoja elämyksiä. Lumi on kuin shampanjaa. **Saksalaiset toimittajat.**

Destination Lapland

- Vuodessa 12000 asiakasta, 6000 ulkomaaa
- 3,5 M€ liikevaihto ALV 0
- 80 000 yöpymisvuorokautta
- Sesonki 5 kuukautta
- Kausi alkaa jo 26.11
- 70 % asiakkaista ylempi keskiluokka
- Kotitalouksien tulot alkaa 60 000 €
- Joulukuusi – tammi 6000 hlö / 4300 ulkomaalaisia
- 01 / 2014 1200 / 1450 hlö
- 02 / 2014 1000 / 1900 hlö
- DL mukana viidessä charter-sarjassa
- Kohderyhmä aikuiset, pariskunnat
- Ulkolainen asiakas jättää n 600 € / viikossa. Sveitsiläinen 850 €
- Tulo paikallistalous n 4 M€
- Työllisyysvaikutus n. 100 henkeä sesonkina alihankkijat + osa-aikaiset

Destination Lapland

- 40 M€, 12000 kem2
- Keskusteltu investorit
- Fokus luontomatkailu ja nyk. palvelukonsepti
- Hotelli + palvelukeskus + elämysmaailma
- 2014-15 sopimus tavoite
- 2017 1 M€ kunnalle kaavoitusmaksu
- Osa kiinteistörahastoa
- 3 +1 vuotta laskelmat
- Nykyinen toimintatapa suunnittelun pohja
- Mahdollistaa uudet markkina-alueet
- 2016 alkaisi investointi ja laajentuminen
- Uusia työpaikkoja n. 30

Huomioitavaa, jos kaivos tulee

- Asiakaskunnan rakenne muuttuu. Matkailija > työntekijä.
- Kylän palvelut muodostunut nykyiselle asiakaskunnalle
- Edessä kuolemanlaakso yrityksille, sopeudu, poistu tai kuole
- Lomalaisen rahankäyttö vs Vakituinen asukas. Suuri osa kylän palveluista katoaa > Viihtyvyyys katoaa
- Mitä me sitten myymme > kilpailukyky katoaa > ”Vanhaa Äkäslompoloa ei enää ole”
- Muut ongelmat, sosiaaliset, kiinteistöt

Summa summarum

- Päätös kaivoksesta on kuolinisku kylälle ja sen ihmisten tulevaisuudelle, investoinnit loppuu.
- Rahoitus- ja euronkriisin johdosta seuraukset voivat olla arvaamattomat > kiinteistöjen vakuusarvot putoaa

Tie ulos, yhteiseen kasvuun

- Trendien tunnistaminen
- Arvokeskustelu
- Asiakkaiden määrittely
- Vanha sääntö: Aina paras tulos tulee olemassa olevien elinkeinojen kehittämistä.
- Luonto on se Kolari Ylläs tuote: Taapajärvestä Tunturiin. Ulos hiihtokeskusajattelusta
- Rahoitusmalli chartersarjoihin. Hyvin nopeasti saataisiin kasvua koko alueelle. Uusi elinkeinoyhtiö ?
- Keskiyön auringon joki > Tornioista Kilpisjärvelle.

Tulevaisuus

- Odotammeko seuraavaa raaka-aine markkinoiden syklin huippua 15 vuotta.
- Vai teemmekö Kolari-Ylläksestä ensimmäisen luontomatkailu kunnan. Ei kaivokselle, ei matsätaloudelle ja ei konsulteille.
- Olemme oman elämme asiantuntijoita.
- Yhteiskuntarauha sopimus.