Kuva : Eeva Mäkinen



Kuusamon alueen elämysteollisuuden nykytila ja kasvupotentiaali

Selvitystyö huhti-kesäkuu 2026

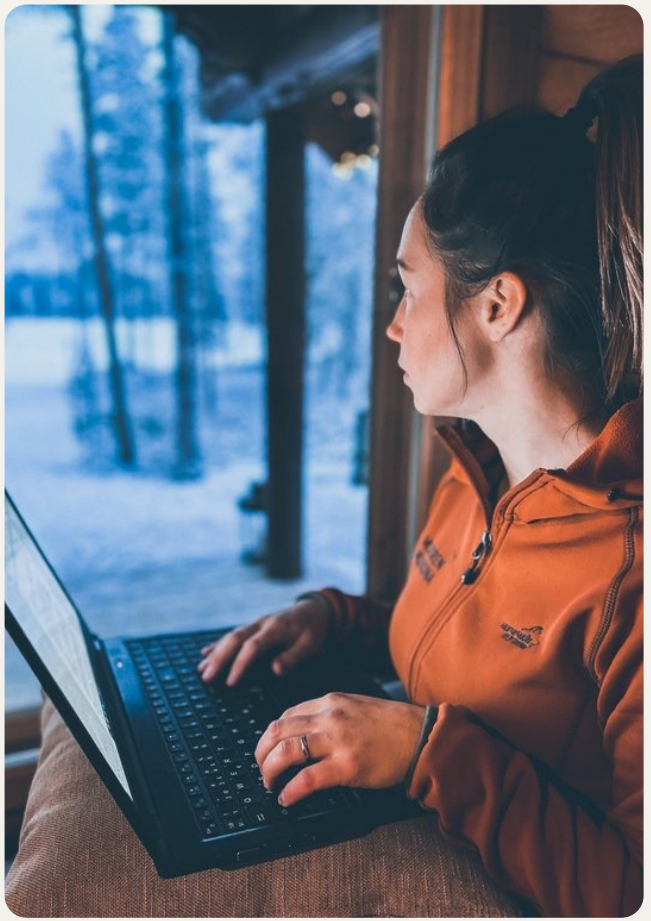
MESIMÄKI

Johdanto

Kuusamon alueella kokemuksellisuuteen perustuvat palvelut, tapahtumat, ohjelmapalvelut, luovat alat sekä elämykselliset matkailupalvelut muodostavat merkittävän ja kasvavan osan alueen elinvoimaa. Elämysteollisuus kytkeytyy alueella vahvasti yritystoimintaan, matkailuun, tapahtumatuotantoon, osaamiseen ja koulutukseen sekä alueen vetovoimaan ja investointien edellytyksiin. Samalla elämysteollisuus on käsitteenä monimuotoinen, eikä sille ole ollut olemassa vakiintunutta, Kuusamon kontekstiin sovellettua määritelmää. Tämä on vaikeuttanut kehittämistyön kohdentamista, strategista suunnittelua sekä tulevien investointien, osaamisen ja koulutuksen suuntaamista.

Tämän selvityksen tarkoituksena on tuottaa asiantunteva kokonaiskuva siitä, mitä elämysteollisuus Kuusamon alueella tarkoittaa, millainen sen nykytila on ja millaisia tulevaisuuden kasvusuuntia siihen liittyy. Selvityksen tavoitteena ei ole vain kuvata nykytilaa, vaan tukea elämysteollisuuden kehittämistä elinkeinona ja alueellisena kehittämislogiikkana. Tarkoituksena on tuottaa tietoa päätöksenteon, aluekehittämisen, yritystoiminnan vahvistamisen, koulutuksen kehittämisen ja Invest in Kuusamo -toiminnan tueksi.

Työn toteutuksesta vastasi Mesimäki Company Oy.



Kuva : Maija Koskinen

MESIMÄKI

Selvityksen toteutus ja aineistot

Selvitystyö on toteutettu vaiheittain. Työssä on hyödynnetty tausta-aineistoja, aiempia strategia- ja kehittämisraportteja, matkailu- ja benchmark-dataa, avainhenkilöhaastatteluja, kahta työpajaa sekä alueen yrityksille suunnattua kyselyä.

Lisäksi tarkastelussa on hyödynnetty matkailun kysyntä- ja vaikuttavuustietoa, kansainväliseen kysyntään liittyvää vertailua sekä täydentäviä analyyseja elämystaloudesta, luksuksesta, tapahtumista, AV- ja digitaalisista sisällöistä sekä kaupallistamisen tasosta.

Aineiston pohjalta selvitys rakentaa kokonaiskuvan, jossa laadullinen ymmärrys, toimijakentän näkemykset, tilastollinen tausta ja strateginen tulkinta yhdistetään toisiinsa.



Kuva : Harri Tarvainen

Elämystalous- ja elämysteollisuus

Elämystalous

Elämystaloudella tarkoitetaan liiketoiminnan logiikkaa, jossa kilpailu perustuu ihmisten huomiosta, ajasta ja rahasta kilpailemiseen sekä niiden muuttamiseen merkityksellisiksi, muistettaviksi ja tunnepitoisiksi kokemuksiksi. Elämyksellä tarkoitetaan tällöin moniaistista, positiivista, kokonaisvaltaista ja mieleenpainuvaa kokemusta, joka voi parhaimmillaan johtaa myös henkilökohtaiseen muutokseen asiakkaassa. Arvo ei tällöin synny vain fyysisestä tuotteesta tai peruspalvelusta, vaan siitä, millainen kokemus asiakkaalle syntyy ja kuinka vahvasti se koetaan henkilökohtaisesti merkitykselliseksi.

Elämysteollisuus

Elämysteollisuus tarkoittaa tässä selvityksessä niitä yrityksiä, palveluja, tapahtumia, sisältöjä ja mahdollistavia rakenteita, joiden kautta elämyksiin perustuva arvo Kuusamon alueella syntyy, toteutuu ja kasvaa. Se voi sisältää esimerkiksi ohjelmapalveluja, tapahtumia, elämyksellistä majoitusta, ruokaan liittyviä kokemuksia, kulttuurisia sisältöjä, hyvinvointipalveluja sekä niitä tukevia rakenteita, kuten saavutettavuutta, reitistöjä, infraa, tiloja, koulutusta ja investointeja.



Kuva : Harri Tarvainen

Varsinainen elämys syntyy emotionaalisella tasolla, jossa kokemus muuttuu merkitykselliseksi tunnetasolla. Parhaimmillaan tämä voi johtaa henkilökohtaiseen muutokseen, oivallukseen tai uuteen tapaan nähdä ympäristö, paikka tai oma itsensä.

MESIMÄKI

Elämysteollisuus Kuusamossa

Elämysteollisuus tarkoittaa niitä yrityksiä, palveluja, tapahtumia, sisältöjä ja mahdollistavia rakenteita, joiden kautta elämyksiin perustuva arvo Kuusamon alueella syntyy, toteutuu ja kasvaa.

Tämä tarkoittaa, että elämysteollisuus ei rajoitu vain matkailuyrityksiin tai ohjelmapalveluihin. Se voi sisältää esimerkiksi:

- ohjelma- ja luontopalveluja
- tapahtumia ja tapahtumatuotantoa
- elämyksellistä majoitusta ja ravintolatoimintaa
- ruokaan liittyviä kokemuksia
- hyvinvointipalveluja
- kulttuurisia ja luovia sisältöjä
- digitaalisia sisältöjä ja ostopolkuja
- koulutusta ja osaamista
- rakentamista, tiloja, logistiikkaa, infraa ja alihankintaketjuja

Kuusamon näkökulmasta elämysteollisuus on siksi yhtä aikaa sekä toimialakokonaisuus, että tapa tarkastella alueen arvonmuodostusta.



Kuva : Eeva Mäkinen

MESIMÄKI

Kaksikerroksinen malli tekee näkyväksi sen, ettei elämysteollisuus ole vain näkyvien asiakaskohtaamisten kenttä, vaan laajempi ekosysteemi.

Se auttaa jäsentämään toimijakenttää niin, että kehittämistyössä voidaan erottaa ydinsisältöjen kehittäminen ja toisaalta niiden mahdollistavan rakenteen vahvistaminen.

Se tuo myös näkyväksi kerrannaisvaikutukset: se, miten ydin-elämysteollisuuden vahvistuminen vaikuttaa muihin toimialoihin, investointeihin, työllisyyteen ja alueen elinvoimaan.

Työpajojen, haastattelujen ja yrityskyselyn perusteella Kuusamon elämysteollisuus ei näyttäydy yhtenäisenä massana, vaan verkostona, jossa:

- matkailu on selvästi näkyvin ydin
- tapahtumat toimivat yhtenä tärkeänä kasvun ja lisäarvon alustana
- ruoka, kulttuuri, hyvinvointi ja luovat sisällöt laajentavat ydintä
- mahdollistava kerros ratkaisee pitkälti sen, kuinka hyvin nämä sisällöt voidaan kaupallistaa, tuotteistaa ja skaalata



Kuusamon näkökulmasta olennainen teoreettinen lähtökohta on, että elämys ei ole vain irrallinen wow-hetki tai markkinoinnissa käytettävä superlatiivi.

Elämys rakentuu tietoisesti suunnitelluista elementeistä, jotka yhdessä tekevät palvelusta enemmän kuin pelkän suoritteen.

Tässä ajattelussa keskeisiä elementtejä ovat yksilöllisyys, aitous, tarina, moniaistisuus, kontrastisuus ja vuorovaikutus.

Elämyksellisyyttä ei synnytetä vain lisäämällä näyttäviä yksityiskohtia, vaan varmistamalla, että koko kokemus on johdonmukainen markkinoinnista saapumiseen, itse palveluun, tilaan, estetiikkaan, kohtaamisiin ja jälkikokemukseen saakka.



Jos tavoitteena on korkeampi asiakasarvo ja parempi kannattavuus, ei riitä, että palvelu on olemassa. Tarvitaan syvempää asiakasymmärrystä, vahvempaa tuotteistamista, parempaa ostettavuutta, huolellisempaa kokemuksen johtamista ja kykyä muuttaa alueen vahvuudet korkeampaan hintaan oikeuttavaksi kokonaisuudeksi.

MESIMÄKI

Kuusamon elämysteollisuuden lähtötilanne

Kuusamossa on paljon sitä, mitä asiakkaat jo nyt etsivät elämyksiltä. Seuraavaksi pitää huolehtia siitä, että nämä olemassa olevat vahvuudet muutetaan nykyistä paremmin ostettaviksi, tuotteistetuiksi ja korkeampaa arvoa tuottaviksi kokonaisuuksiksi.

- poikkeuksellisen vahva luontoon perustuva vetovoima
- Ruka kansainvälisesti tunnistettavana matkailun veturina
- ympärivuotiset tapahtumat ja aktiivinen tekeminen
- paikallisuus, aitous ja omaleimainen pohjoinen identiteetti
- turvallinen, puhdas ja kansainvälisesti kiinnostava ympäristö luonnonpuistoineen

Elämysteollisuutta tulee tarkastella sekä elinkeinona että aluekehittämisen logiikkana. Tämä kaksoisnäkökulma on erittäin perusteltu Kuusamon kohdalla. Elinkeinona elämysteollisuus tarkoittaa yritystoimintaa, jonka ytimessä on asiakkaalle tuotettava kokemuksellinen arvo. Aluekehittämisen näkökulmasta se taas tarkoittaa sitä, että elämyksellisyyteen perustuva arvonluonti voi vahvistaa useita toimialoja samanaikaisesti ja vaikuttaa investointien houkuttelevuuteen, työllisyyteen, vetovoimaan, pitovoimaan ja koulutustarpeisiin.



Kuva : Eeva Mäkinen

MESIMÄKI

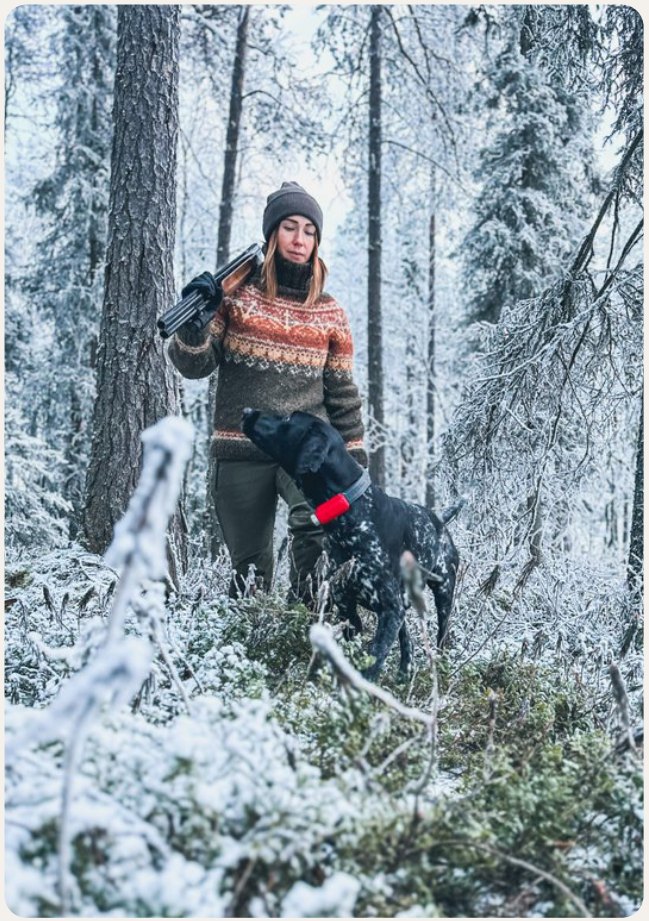
Elämysteollisuus elinkeinona

Elämysteollisuus ei näyttäydy vain matkailuyritysten tai tapahtumatuottajien asiana, vaan laajempana kysymyksenä siitä, miten koko alue rakentaa asiakkaalle, asukkaalle ja sijoittajalle korkeampaa kokemuksellista arvoa.

Tällöin elämysteollisuuden kehittäminen liittyy esimerkiksi:

1. siihen, miten alueelle saavutaan
2. miten siellä liikutaan
3. millainen palveluympäristö ja estetiikka kohdataan
4. miten paikalliset yritykset kytkeytyvät toisiinsa
5. millaista osaamista alueella on tarjolla
6. miten helposti palvelut löytyvät ja ostetaan

Näin tarkasteltuna elämysteollisuus toimii kehikkona, joka yhdistää matkailun, tapahtumat, palvelut, investoinnit, koulutuksen ja elinvoimapolitiikan.



Kuva : Maija Koskinen

Kasvun suurimmat pullonkaulat

Kuusamossa on runsaasti elämyksellisiä vetovoimatekijöitä, mutta niiden muuttaminen kasvuksi vaatii nykyistä parempaa yhteistyötä, kaupallistamista ja mahdollistavaa rakennetta.

Tällä hetkellä kasvun pullonkauloiksi on nimetty:

- kansainvälisen kysynnän hyödyntäminen nykyistä paremmin
- ympärivuotisuuden vahvistaminen erityisesti kesässä ja välikausissa
- saavutettavuuden ja matkaketjujen kehittäminen
- digitaalisen ostettavuuden ja kaupallistamisen parantaminen
- palvelutason, premium-tason ja hyvinvointitarjonnan vahvistaminen
- osaamisen, koulutuksen ja työvoiman saatavuuden turvaaminen
- yhteistyön ja koordinoinnin vahvistaminen



Kuva : Naturpolis

Kansainvälinen potentiaali ja asiakasymmärrys

Haastatteluissa toistui useaan otteeseen, että kansainvälistä kohderyhmää pitäisi tutkia tarkemmin ja muodostaa parempi asiakasymmärrys sitä kautta.

Myös muu aineisto (mm. Visit Finland) tukee tätä. Erityisesti kansainvälisten asiakkaiden kohdalla asiakasymmärryksen merkitys korostuu.Heidän odotuksensa, luontosuhteensa, ostokäyttäytymisensä ja turvallisuuden kokemuksensa voivat poiketa merkittävästi kotimaisista asiakkaista.

Käytännön kehittämisessä korostuu ostamisen helppous. Erityisesti kansainvälisen asiakkaan näkökulmasta ostettavuus on osa itse kokemusta. Jos palvelu on vaikeasti hahmotettava, varauspolku monimutkainen tai kokonaisuus jää epäselväksi, kiinnostus ei muutu kaupaksi. Tästä syystä tuotteistaminen ja kaupallistaminen liittyvät suoraan elämysteollisuuden ytimeen.



Kuva : Maija Koskinen

Eri tahojen näkemykset kehittämiskohteista

Ydintoimijat painottivat sisältöä ja vetovoimaa

- tulevaisuuden kasvu rakentuu vahvojen kokemusten varaan
- luonto, paikallisuus, tapahtumat, hyvinvointi ja ympärivuotisuus nähtiin tärkeimpinä sisältöinä
- Kuusamon vahvuus on siinä, että alueella on jo paljon sitä, mitä asiakkaat etsivät

Mahdollistavan kerroksen toimijat nostivat esiin rakenteet

- saavutettavuus, matkaketjut ja reitistöt ovat kasvun perusedellytyksiä
- osaaminen, työntekijäasuminen ja investointiympäristö vaikuttavat suoraan kehityksen vauhtiin
- yhteistyön toimivuus ja digitaaliset ratkaisut ratkaisevat, kuinka hyvin sisältöjä voidaan kaupallistaa

Julkiset toimijat korostivat yhteistä suuntaa ja koordinointia

- kehittämisessä tarvitaan selkeämpi yhteinen suunta
- kaupungin, kehitysyhtiön ja muiden toimijoiden rooleja pitää kytkeä paremmin yhteen
- kasvun esteitä ei ratkaista yksittäisillä teoilla, vaan paremmin johdetulla kokonaisuudella

Matkailun kehittäjät ja tapahtumatuottajat puhuivat käytännön kasvun ehdoista

- kysyntä, palvelutaso, tilat ja saavutettavuus vaikuttavat suoraan myyntiin
- kunnianhimon taso, ostettavuus ja palvelun laatu ratkaisevat, kuinka kilpailukykyinen alue on
- tapahtumat voivat toimia kasvun alustana vain, jos niiden ympärille syntyy laajempi palveluverkosto

Yrityskysely vahvisti saman suunnan

- suurin potentiaali nähtiin ympärivuotisuudessa, kansainvälisissä asiakkaissa sekä outdoor-, ruoka-, kulttuuri- ja paikallisuussisällöissä
- suurimmat esteet liittyivät saavutettavuuteen, yhteistyöhön, osaamiseen, työntekijäasumiseen ja digitaaliseen ostettavuuteen
- yritykset kaipasivat erityisesti tukea myyntiin, markkinointiin, kumppanuuksiin, rahoitukseen ja kansainvälisen asiakkaan ymmärtämiseen

MESIMÄKI

Taloudellinen perusta on jo vahva

Elämysteollisuuden kasvua rakennetaan vahvan matkailutalouden päälle

148,3 M€
välitön matkailutulo vuonna 2025

222,8 M€
matkailun kokonaisvaikutus kerrannaisvaikutuksineen

17,3 %
yritysten yhteenlasketusta liikevaihdosta

17,6 %
työllisyydestä

Matkailu on jo nyt yksi Kuusamon aluetalouden vahvoista peruspilareista.

Elämysteollisuus rakentuu pitkälti tämän ytimen varaan, mutta ulottuu matkailua laajemmalle myös tapahtumiin, sisältöihin, hyvinvointiin, ruokaan, logistiikkaan, investointeihin ja muihin mahdollistaviin rakenteisiin.

Kasvun seuraava vaihe on arvon kasvattamista, ei vain volyymin lisäämistä.

AirBalticin uudet talviyhteydet avaavat Kuusamolle kasvupotentiaalia

Suorat yhteydet vahvistavat Kuusamon asemaa kansainvälisessä talvimatkailussa

Uudet suorat talviyhteydet 11.12.2026–29.3.2027



Täydentävät olemassa olevia suoria yhteyksiä: Frankfurt, Düsseldorf ja Zürich

airBaltic sijoittaa yhden koneen Kuusamoon vilkkaimpien talvikuukausien ajaksi

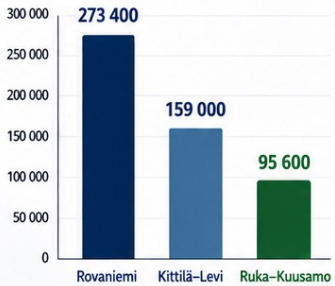
11 840

arvioitua uutta kansainvälistä matkailijaa

Uudet reitit voivat tuoda Kuusamoon merkittävästi lisää kysyntää talvikaudella.

Kansainväliset yöpymiset talven huippukuukausina

Yöpymiset yhteensä joulu 2025 + tammi 2026



Lähde: Visit Finland Monthly Follow-up, December & Year 2025 sekä February & Winter Season 2026.

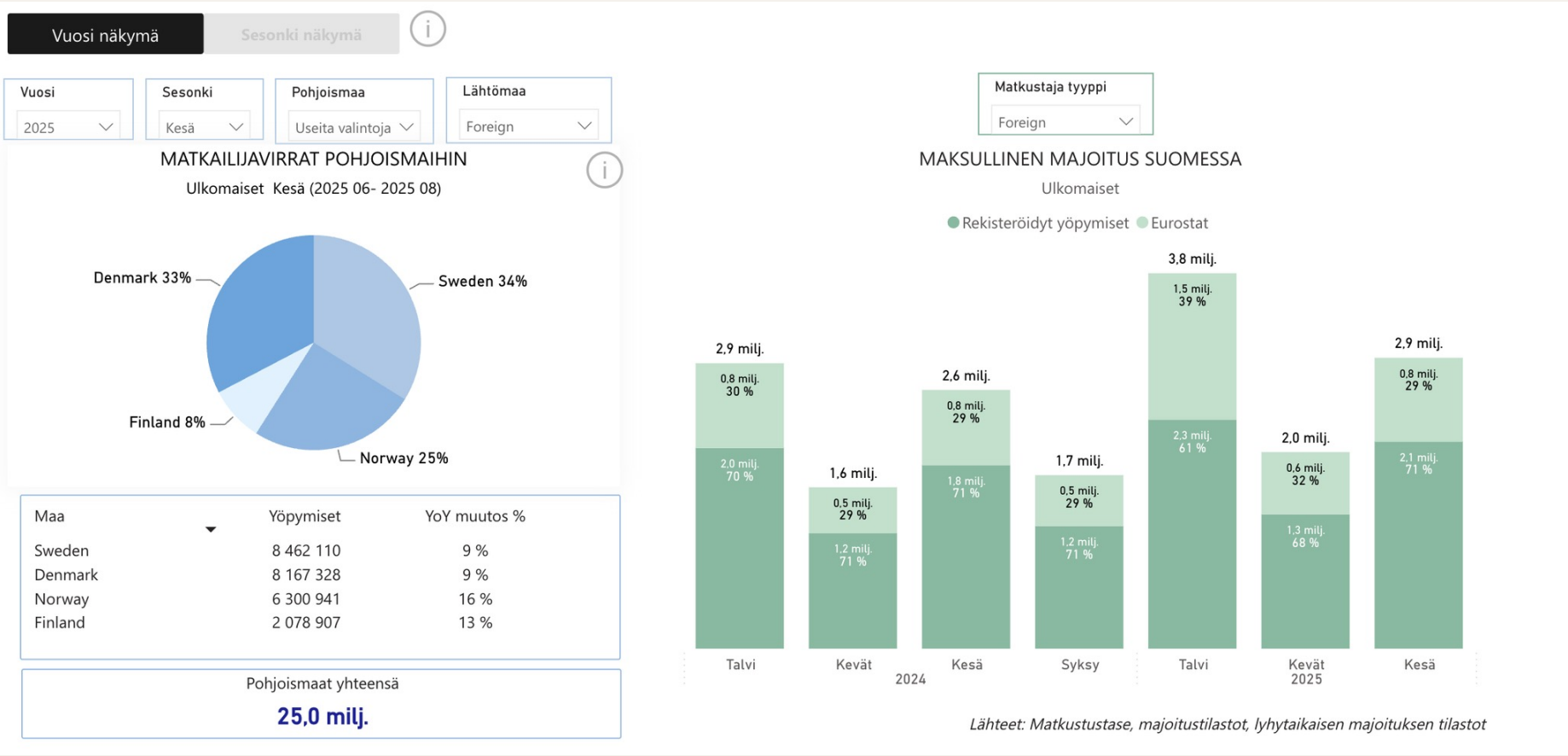
Mitä vertailu kertoo?

Rovaniemi ja Kittilä–Levi ovat kansainvälisessä talvimatkailussa Kuusamoa edellä volyymissa.

Ruka–Kuusamolla on jo vahva asema, mutta kasvutilaa on edelleen runsaasti.

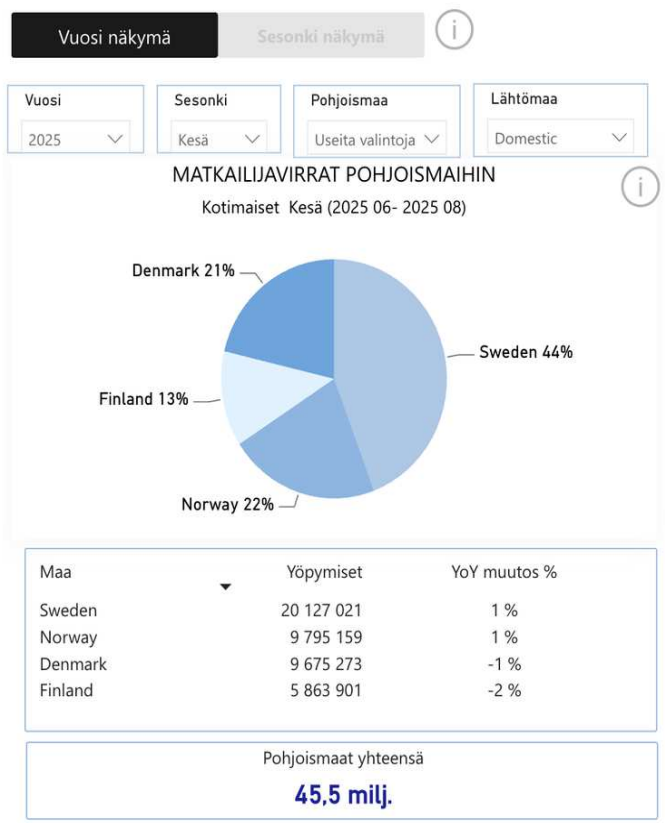
Uudet lentoyhteydet parantavat saavutettavuutta ja tukevat Kuusamon nousua seuraavaan kasvuluokkaan.

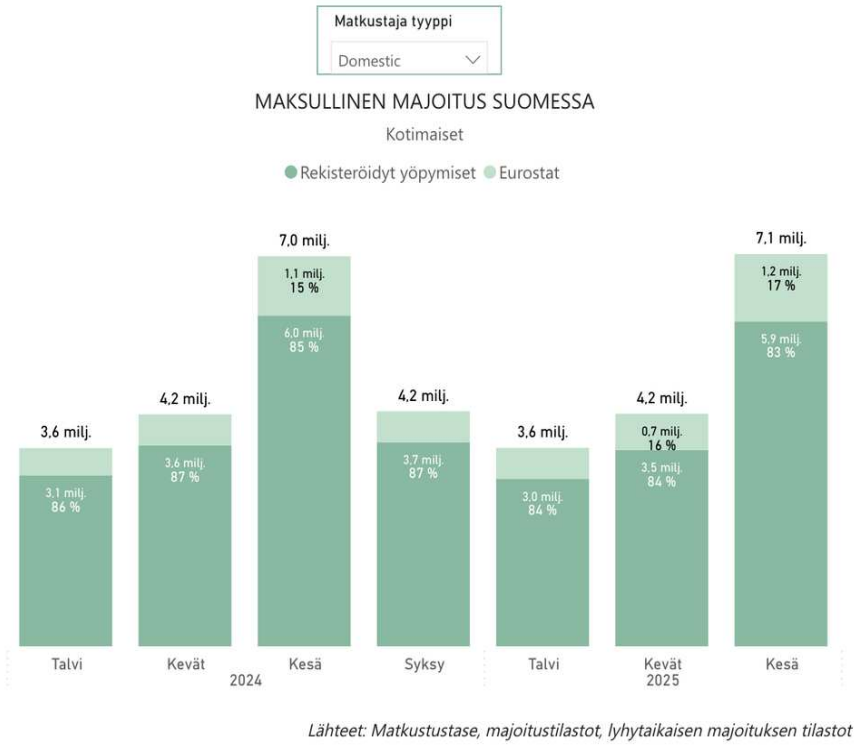
Saavutettavuus on yksi nopeimmin vaikuttavista kasvun vipuvarsista.
Kun kysyntä, myytävät paketit ja palveluketju toimivat yhdessä, uudet yhteydet voivat muuttua nopeasti lisäarvoksi koko alueelle.



Visit Finland datapalvelu matkailun avainluvut. Matkailijavirrat Pohjoismaihin - ulkomaiset kesä 2025.

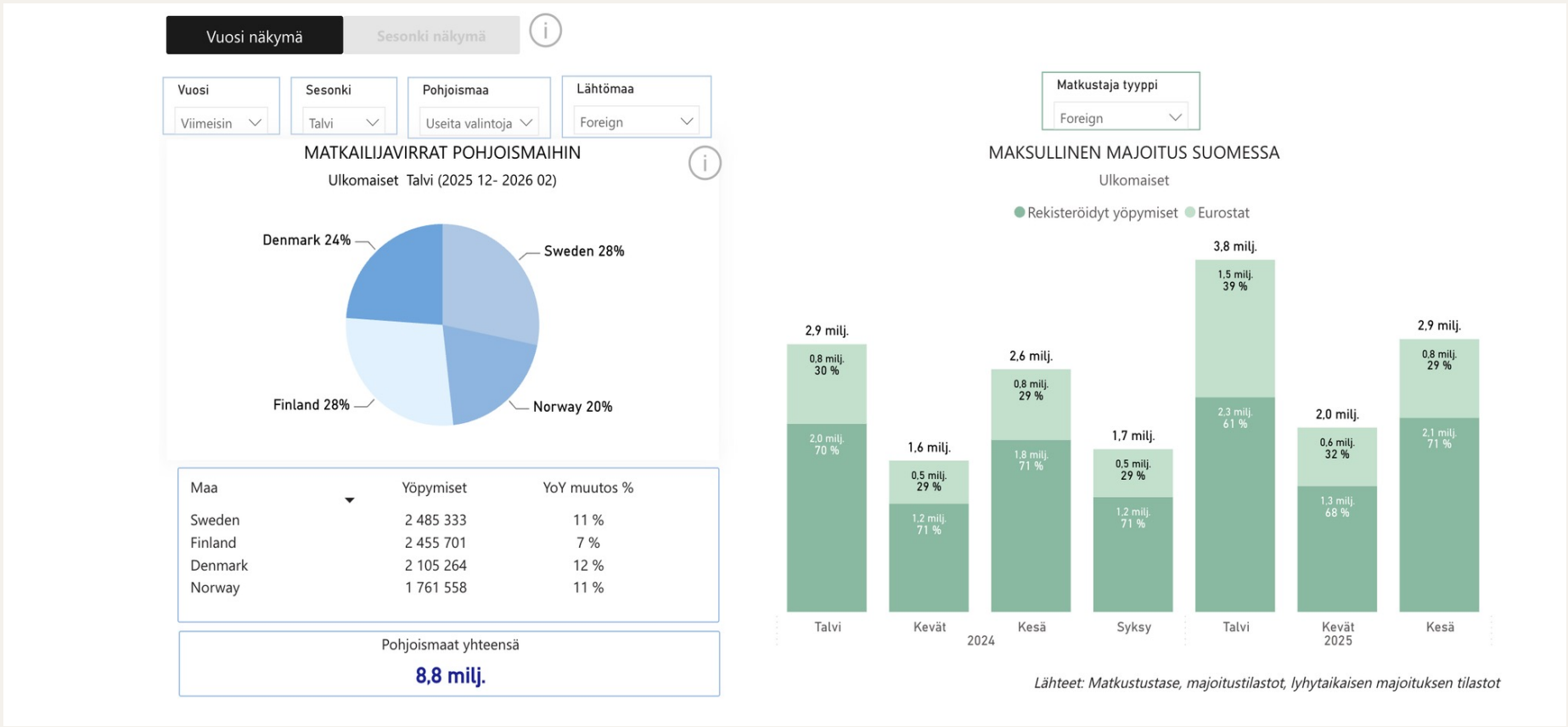
MESIMÄKI





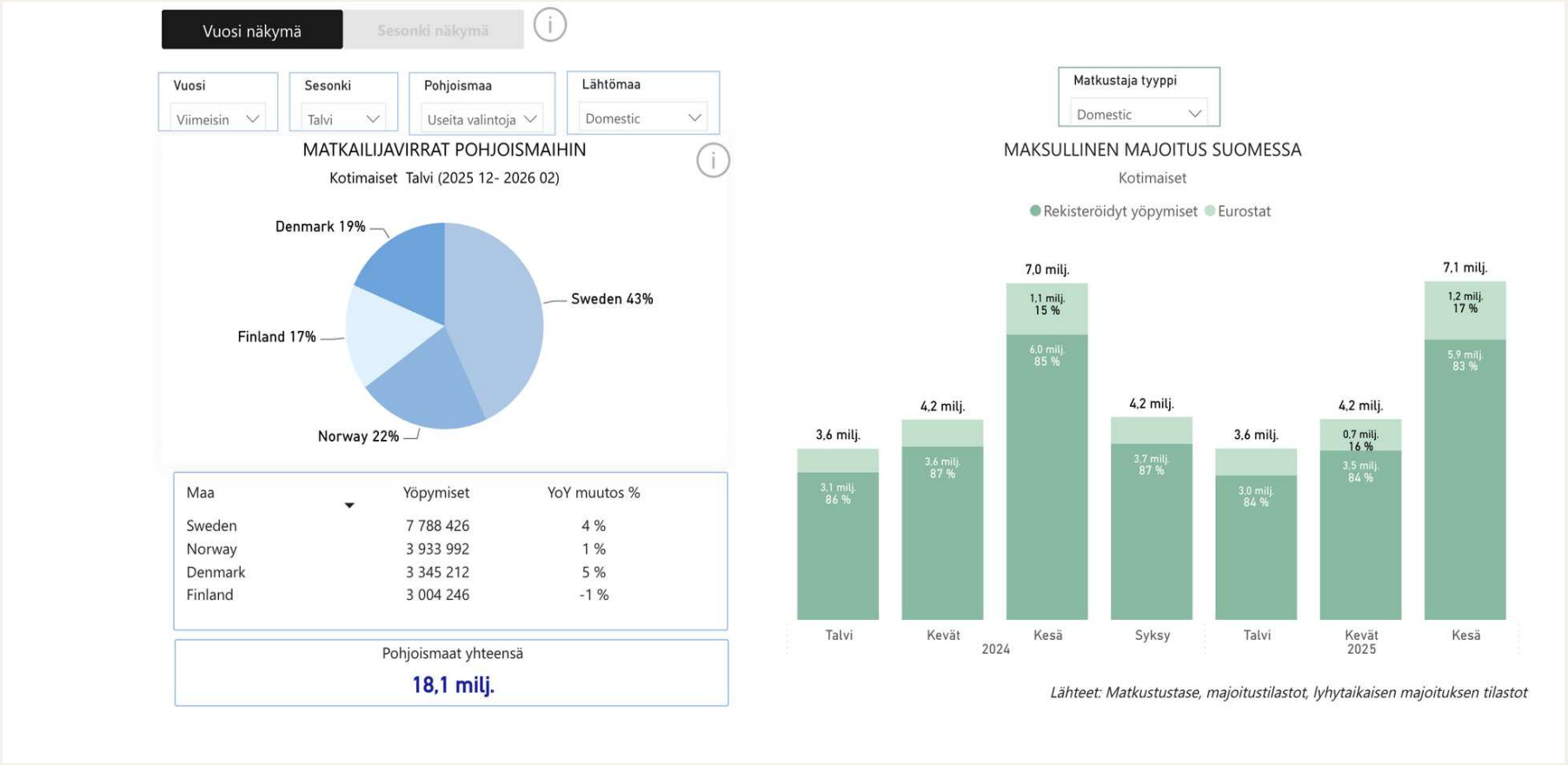
Visit Finland datapalvelu matkailun avainluvut. Matkailijavirrat Pohjoismaihin -kotimaiset kesä 2025.

MESIMÄKI



Visit Finland datapalvelu matkailun avainluvut. Matkailijavirrat Pohjoismaihin -ulkomaiset talvi 2025-26.

MESIMÄKI



Visit Finland datapalvelu matkailun avainluvut. Matkailijavirrat Pohjoismaihin -kotimaiset talvi 2025 - 2026

MESIMÄKI



KASVUN MAHDOLLISTAJAT

Kaikista aineistoista nousee vahvimmin esiin kaksi toisiinsa kytkeytyvää tulevaisuuden kasvusuuntaa: **kansainväliset asiakkaat ja ympärivuotisuus.**

Korkeamman jalostusarvon ja voimakkaamman kasvun mahdollisuus liittyy nimenomaan ulkomaiseen kysyntään

Kuva : Harri Tarvainen

Tapahtumien merkitys elämysten mahdollistajana

Tapahtumat ovat yksi Kuusamon elämysteollisuuden keskeisistä kasvualustoista. Aineistossa ne näyttäytyvät sekä näkyvyyden, viipymän että lisäkulutuksen moottoreina. Tapahtumat eivät tuota arvoa vain omana sisältönään, vaan niiden ympärille voi rakentua majoitusta, ravintolapalveluja, kuljetuksia, oheisohjelmaa, hyvinvointia, ostoksia ja erilaisia elämyksiä myös niille, jotka eivät itse osallistu tapahtuman ytimeen, kuten esimerkiksi urheilutapahtumaan (NUTS Karhunkierros tmv.).

Tapahtumien todellinen merkitys liittyy siis siihen, kuinka hyvin niiden ympärille synnytetään laajempi palvelu- ja kulutusverkosto. Paikalliset yrittäjät pitää saada aktivoitua hyödyntämään paikalle saapuva väkimäärä entistä paremmin ja kaupallistamaan palveluita ympärivuotisesti tapahtumiin saapuville.

Tapahtumat toimivat myös markkinointialustana Kuusamossa, sillä niiden kautta leviää mielikuvaa Kuusamosta ja siellä koetuista elämyksistä.



Kuva : Harri Tarvainen

Kilpailuetua luonnosta ja hiljaisuudesta - relaxed luxury

Luonto pysyy myös tulevaisuudessa Kuusamon tärkeimpänä erottautumistekijänä. Sen merkitys ei kuitenkaan ole itsestään selvä, vaan se edellyttää jatkuvaa jalostamista ja tuotteistamista.

Hyvinvointi puolestaan nousee yhä vahvemmaksi osaksi tätä kokonaisuutta. Hyvinvointi ei Kuusamon kohdalla tarkoita vain spa-palveluja, vaan laajemmin palautumista, rauhaa, rytmin muutosta, saunaa, hiljaisuutta, puhtautta, luontoyhteyttä ja huolenpidon tunnetta.

Tähän liittyvät myös ruoka ja paikallisuus. Paikalliset raaka-aineet, villiruoka, kylät, tarinat, käsityöt, paikallinen elämäntapa ja ihmisten kohtaaminen ovat elementtejä, jotka voivat kasvattaa kokemuksen omaleimaisuutta ja arvoa merkittävästi.

Juuri tässä kohtaa Kuusamon kilpailuetu voi vahvistua. Alueen ei tarvitse rakentaa tulevaisuuttaan yhden massatuotetun matkailukonseptin varaan. Sen sijaan vahvuus voi syntyä siitä, että luonto, tapahtumat, hyvinvointi, ruoka ja paikallisuus yhdistetään nykyistä paremmin toisiaan tukeviksi kokonaisuuksiksi.



Kuva : Toni Eskelinen

MESIMÄKI

KEHITTÄMISEN PAINOPISTEET

Selvityksen perusteella Kuusamon elämysteollisuuden kehittämisessä nousee esiin kuusi painopistettä, joihin tulisi kiinnittää huomiota ja tehdä kehitystoimenpiteitä.

1. **Kansainvälinen kysyntä**. Kuusamon kasvun kannalta kansainväliset asiakkaat ovat ratkaisevassa roolissa erityisesti silloin, kun tavoitteena on kasvattaa asiakaskohtaista arvoa, viipymää ja ympärivuotista kysyntää.
2. **Ympärivuotisuus.** Talvi on jo vahva, mutta kesän ja välikausien tuotteistaminen, myynti ja kansainvälinen houkuttelevuus vaativat vielä vahvistamista.
3. **Ostettavuus ja kaupallistaminen**. digitaalista ostettavuutta ja kaupallistamista tulee vahvistaa. Tämä tarkoittaa selkeämpiä ostopolkuja, helpompaa varaamista, parempaa tuotteistamista, palvelupaketteja ja kokonaisuuksia, jotka tekevät Kuusamon tarjonnasta asiakkaalle ymmärrettävää ja helposti ostettavaa. Myös kansainvälisiin ostokanaviin ja siellä näkyviin tuotteisiin pitää panostaa enemmän.
4. **Palvelutaso ja korkeampi jalostusarvo.** Jos alue haluaa kasvaa premium- ja high-end-segmenteissä, sen on vahvistettava palvelun laatua, tasalaatuisuutta (erityisesti saatavuutta), johdonmukaisuutta ja premium-tason asiakaskokemuksen hiomista.
5. **Kasvun mahdollistava kerros**. Saavutettavuus, matkaketjut, työntekijäasuminen, toimivat reitistöt, vakaa investointiympäristö, digitaaliset palveluratkaisut ja alihankintaketjut ovat ratkaisevia ehtoja sille, kuinka hyvin ydinsisällöt voivat kasvaa.
6. **Osaaminen, koulutus ja yhteistyö.** Kasvua ei synny ilman osaavia tekijöitä, toimivia kumppanuuksia ja riittävän vahvaa yhteistä kykyä nähdä elämysteollisuus koko alueen yhteisenä mahdollisuutena.

MESIMÄKI

Ehdotuksia käytännön nopeiksi toimenpiteiksi

Jotta saadaan aikaiseksi nopeaa konkretiaa, ehdotamme muutamia käytännön toimenpiteitä käynnistettäväksi heti.

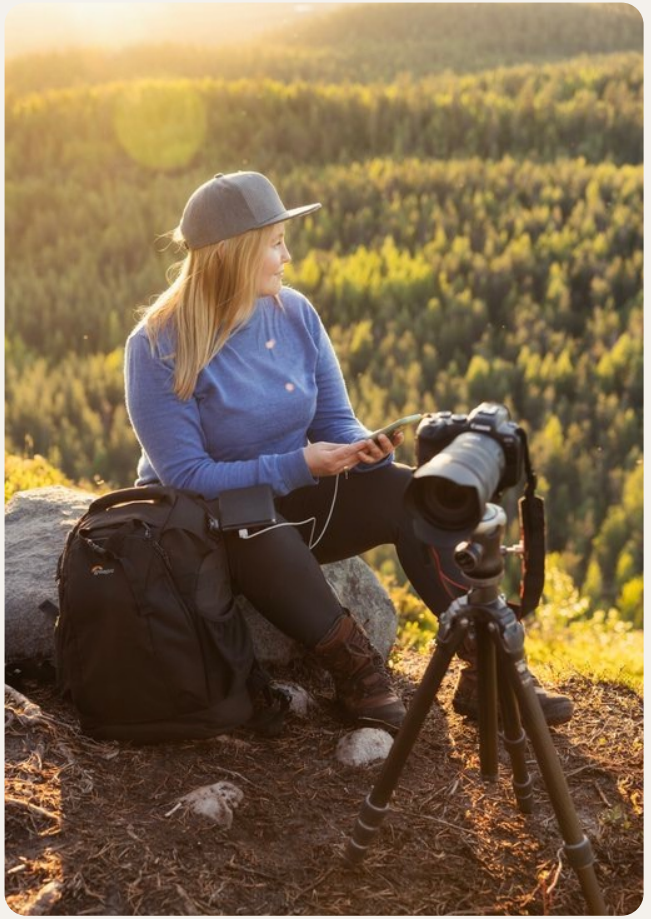
1. Aloitetaan mittamaan Kuusamon elämysteollisuuden tunnuslukuja tarkemmin. Luodaan mittaristo, jonka avulla voidaan ensin luoda pohja elämystalouden mittareiksi ja sen jälkeen seurataan muiden matkailulukujen ohella elämysteollisuuden kasvulukuja ja vaikuttavuutta.

2. Käynnistetään kaupallistamisen, asiakaskokemuksen ja digitaalisen ostettavuuden kehitysohjelma alueen ydintoimijoille. Yhdistetään elämysteollisuuden toimijoita yhteisiin tavoitteellisen kaupallistamisen työpajoihin ja koulutuksiin.

3. Valitaan muutama kansainväliseen myyntiin sopiva kärkipaketti erityisesti kesäkaudelle ja rakennetaan niille pitkäjänteinen myyntimalli DMC-toimijoiden kanssa. Vahvistetaan ympärivuotisuutta ja erityisesti kesäaikaa vahvan talven rinnalle.

4. Rakennetaan Triple Helix -malliin perustuva elämysteollisuuden yhteiskehittämisalusta Kuusamoon yritysten, julkisen sektorin ja oppilaitosten välille.

5. Valmistellaan yksi näkyvä pilotti, joka osoittaa uudenlaista elämyksellistä kehittämistä käytännössä. Tällainen pilotti voi olla esimerkiksi audiovisuaalinen luontoelämys, valokuvauksen ja luonnon yhdistävä konsepti tai olemassa olevan tapahtuman ympärille rakennettu uusi palvelukokonaisuus.



Kuva : Harri Tarvainen

MESIMÄKI

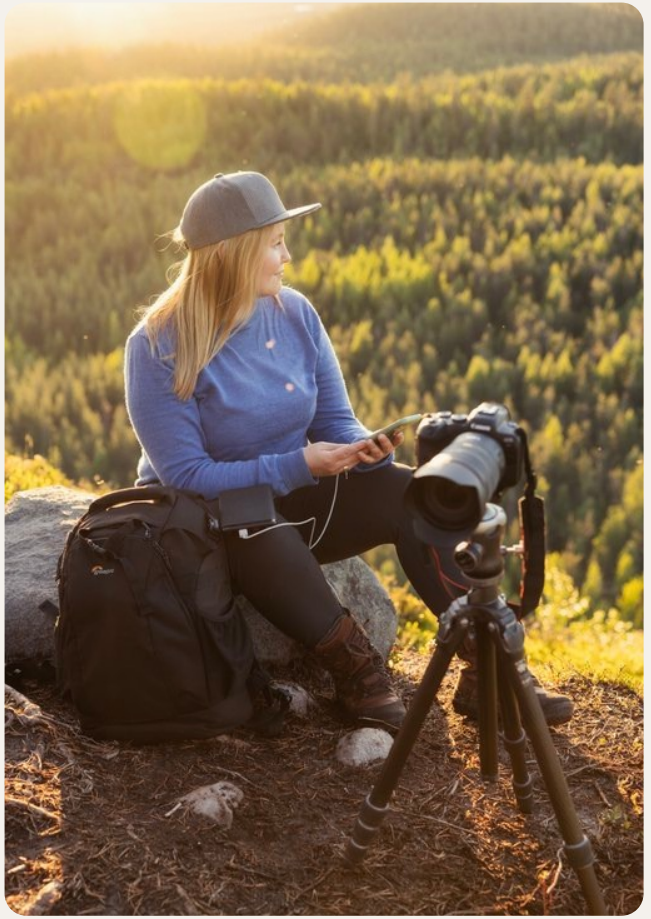
Triple Helix -malli elämysteollisuuden kehittämiseksi

Jotta Kuusamon alueelle syntyy nykyistä enemmän pitkäaikaista lisäarvoa, asiakkaalle merkityksellisempiä kokemuksia ja liiketoimintaa, joka kestää kansainvälisen kilpailun, kehittämisen on perustuttava nykyistä tiiviimpään yhteistyöhön yritysten, julkisen sektorin ja koulutus- sekä tutkimustoimijoiden välillä.

Tätä voidaan kuvata Triple Helix -mallina, jossa yritykset, julkinen sektori ja korkeakoulut tai oppilaitokset rakentavat yhdessä uusia toimintamalleja, tuotteita, palveluita ja osaamista. Kuusamon näkökulmasta Triple Helix ei tarkoita hallinnollista rakennetta tai yleistä yhteistyöpuhetta, vaan **käytännön yhteiskehittämistä**. Yritykset tuovat mukaan todelliset asiakastarpeet, myyntihaasteet ja liiketoiminnan realiteetit.

Julkinen sektori ja kehittäjätoimijat tuovat suuntaa, koordinaatiota, mahdollistavia rakenteita ja aluekehityksen näkökulman. Oppilaitokset ja korkeakoulut tuovat osaamista, tutkimusta, kokeiluympäristöjä, opiskelijatyötä, palvelumuotoilua, data-analyysiä ja uusia näkökulmia.

Tavoitteena ei ole vain keskustella elämysteollisuudesta, vaan rakentaa yhdessä ratkaisuja, jotka lisäävät asiakkaan kokemaa arvoa ja samalla kasvattavat alueelle jäävää taloudellista hyötyä.



Kuva : Harri Tarvainen

MESIMÄKI

Elämysteollisuuden kehitysohjelma ydintoimijoille

Kuusamon alueelle suositellaan yhteistä kehitysohjelmaa, joka kohdistuu erityisesti elämysteollisuuden ydintoimijoihin. Ohjelman tarkoituksena olisi vahvistaa yritysten osaamista tuotteistamisessa, kansainvälisessä myynnissä, asiakaskokemuksen johtamisessa, digitaalisen ostettavuuden kehittämisessä ja ympärivuotisessa kaupallistamisessa.

Kehitysohjelma kannattaa toteuttaa tiiviissä yhteistyössä paikallisten oppilaitosten kanssa siten, että se yhdistää koulutuksen, käytännön sparrauksen ja yrityskohtaisen kehittämisen.

Tärkeä lähtökohta on, että pelkkä paketointi ei riitä. Myytävän tuotteen, palvelun ja koko palvelupolun on vastattava kaikilta osin kokemuksena sitä, mitä asiakkaalle on luvattu. Tämä koskee erityisesti kansainvälistä asiakasta, jonka odotukset liittyvät yhtä aikaa selkeyteen, turvallisuuteen, henkilökohtaiseen palveluun ja ostamisen helppouteen.



Kuva : Toni Eskelinen

Benchmark muuhun Skandinaviaan

ALUSTA / DIGITAALINEN JAKELU (Vrt. Åre, Sälen, Trysil)
Skandinavian esimerkit
Integroidut kaupalliset ekosysteemit (esim. SkiStar) omistavat koko digitaalisen myyntialustan. Mikroyrittäjien elämystuotteet ristiin myydään saumattomasti osana majoitus- ja lippupalveluita. Ostopolku on asiakkaalle helppo ja kitkaton.

Kuusamon haaste
Alueen ohjelma-, hyvinvointi- ja elämystuottajien digitaalinen ostettavuus ja kv-jakelu ovat hajanaisia, eivätkä muodosta yhdeltä alustalta minuuteissa ostettavaa kokonaisuutta. Rakenteet ovat olemassa, mutta ne eivät vielä muodosta yhtä vahvaa, integroitua ja kansainvälisesti helposti ostettavaa kokonaisuutta kuin parhaissa skandinaavisissa verrokeissa

LOGISTIIKKA & MATKAKETJUT (Vrt. Sälen, Trysil, Geilo)
Skandinavian esimerkit
Saavutettavuus on kytketty suoraan matkapaketteihin. Scandinavian Mountains Airport (SCR) ruokkii viikkoperusteisia, logistisesti varmoja "Fly & Ski" -perhepaketteja. Norjan Geilo puolestaan hyödyntää junamatkailua (Bergen-rata) osana premium-luontomatkailua.

Kuusamon haaste
Junayhteyden puute (etäisyys asemalle > 100 km) ja kansainvälisten lentojen vahva talvipainotteisuus tekevät omatoimisesta saapumisesta monimutkaista erityisesti kesä- ja välikausina. Tähän pitäisi pohtia palveluita, joiden avulla mahdollistetaan julkisia yhteyksiä käyttävät junamatkailijat.

HYBRIDIT & JALOSTUSASTE (Vrt. Myrkdalen, Geilo, Åre)
Skandinavian esimerkit
Kausivaihtelu on murrettu korkealla jalostusasteella. Myrkdalen yhdistää junamatkailun ja vuonot ja tunturit (*Fjord & Mountain* -konsepti) helposti ostettaviksi kokonaisuuksiksi, Geilo kansallispuistot ja säästä riippumattoman premium-wellness-tarjonnan.
Kuusamon haaste
Poikkeuksellisen vahva kansallispuistoluonto nojaa kesäisin edelleen matalan jalostusasteen kotimaiseen vaellusmatkailuun. KV-markkinalle suunnatut helposti ostettavat premium-tuotepaketit ovat vielä kapeita.

Lähde: liitteenä oleva Tilastoja 20260623.xlsx

MESIMÄKI


Tiekartta Kuusamon elämysteollisuuden kehittämiseen
Vaiheittainen eteneminen 24 kuukaudelle
0–6 kk | Yhteinen perusta kuntoon
muodostetaan yhteinen toiminta-alusta elämysteollisuudelle
luodaan elämysteollisuudelle oma mittaristo matkailun tunnuslukujen yhteyteen
käynnistetään elämysteollisuuden yhteiskehittämisalusta
valitaan 3–5 sisällöllistä kärkiteemaa
tunnistetaan 2–3 kansainväliseen myyntiin sopivaa kärkipaikettia
6–12 kk | Kehittäminen käytäntöön
käynnistetään kaupallistamisen, asiakaskokemuksen ja digitaalisen ostettavuuden kehitysohjelma
vahvistetaan yritysten osaamista tuotteistamisessa ja kansainvälisessä myynnissä
käynnistetään opiskelija- ja oppilaitosyhteistyöhön perustuvia pilotteja
kerätään systemaattisesti asiakasymmärrystä kotimaisilta ja kansainvälisiltä asiakkailta
valmistellaan ensimmäinen näkyvä pilotti
12–24 kk | Pilotit, myynti ja skaalaus
toteutetaan yksi tai useampi näkyvä pilotti käytäntöön
rakennetaan kärkipaketeille pitkäjänteinen myynti- ja partnerimalli
testataan uusia sisältöjä, kuten AV- ja digitaalisia elämyksiä
arvioidaan mittariston avulla syntyvää asiakasarvoa ja liiketoimintavaikutuksia
päätetään seuraavan vaiheen investoinneista ja kehityspanoksista
Tavoitteena ei ole uusi raskas rakenne, vaan vaiheittain rakentuva kehittämismalli, joka tuottaa nopeasti näkyviä tuloksia ja luo perustan pitkäjänteiselle kasvulle.
Yhteistyöllä eteenpäin
Asiakas keskiössä
Luonto ja vastuullisuus
Data ohjaa päätöksiä
Kansainväliseksi yhdessä