

## Yritysvaikutusten arviointi

Helsingin matkailun ja tapahtumien toimintaohjelma 2022 - 2026

21.4.2022

### Yleisesti toimintaohjelmasta

Toimintaohjelman lähtökohtana on, että kaupunki pyrkii omilla toimillaan edesauttamaan matkailu- ja tapahtuma-alojen menestystä parhaalla mahdollisella tavalla. Ulottuvuuksia on useita, kuten esimerkiksi markkinointi, infran kehitys, lupamenettelyiden helpottaminen, turvallisuuden johtaminen, kestävyys edistäminen, tiedolla johtamisen kehittäminen sekä asiakaspolun kokonaisvaltainen parantaminen.

Matkailun ja tapahtumien toimintaohjelman kolme strategista tavoitetta ovat:

**A. Helsinki on elävä ja kansainvälisesti vetovoimainen matkailu- ja tapahtumakaupunki**

**B. Helsinki on kansainvälisesti kestävyys edelläkävijä ja ratkaisija matkailu- ja tapahtuma-aloilla**

**C. Helsinki on älykäs vierailukohde ja toimiva tapahtumakaupunki**

Yritysten näkökulmasta voidaan todeta, että elävyyden ja vetovoiman kasvattaminen voidaan pääsääntöisesti nähdä positiiviseksi tavoitteeksi. Kestävyys edistäminen pitäisi nähdä välttämättömyytenä, mutta myös merkittävää kilpailuetua tuovana kokonaisuutena. Monet kestävyteen liittyvät kokonaisuudet vaativat kuitenkin yrityksiltä toimintatapojen muutosta, kouluttautumista sekä investointeja. Tämä voidaan joissain tapauksissa nähdä yritysten näkökulmasta liiketoimintaa haittaavana tekijänä. Älykkyyden ja toimivuuden edistäminen on myöskin välttämätöntä kilpailussa menestymisen näkökulmasta. Monet toimivuuteen liittyvät tekijät vaativat kuitenkin yrityksiltä uusia toimintamalleja ja yhteistyötä muiden yritysten kanssa. Tämä saattaa osaltaan rasittaa yrityksiä jo valmiiksi erittäin tiukoille vedetyssä toimintaympäristössä.

Toimintaohjelma on pyrkinyt huomioimaan koronasta ja Venäjän Ukrainaan kohdistuvasta hyökkäyssodasta aiheutuneita toimintaympäristön muutoksia sekä niistä seuraavia yrityksiin kohdistuvia erityistarpeita.

### Vaikutusten laajuus

Toimintaohjelma ohjaa ennen kaikkea kaupunkikonsernin sisäistä tekemistä, mutta useat toimenpiteet vaikuttavat myös suoraan yrityksiin ja lähes kaikille toimenpiteillä on välillinen vaikutus yrityksiin.

Matkailutoimialojen työpaikkojen määräksi Helsingissä on arvioitu 35 600. Tapahtumateollisuus työllistää Suomessa lähes 200 000 ihmistä. Tapahtuma-alan toimijoista suurin osa toimii Helsingissä ja pääkaupunkiseudulla. Näin ollen toimintaohjelman toimenpiteet voivat parhaillaan vaikuttaa tuhansiin matkailu- ja tapahtuma-alan yrityksiin ja kymmeneen tuhansiin työntekijöihin.

Useat toimintaohjelman toimenpiteet kohdistuvat erityisesti Helsingin tekijät -verkoston jäsenyrityksiin, joita on noin 100 kappaletta. Nämä yritykset ovat pääsääntöisesti matkailu- ja tapahtuma-alan yrityksiä; hotelleja, ohjelmalveluyrityksiä, ravintoloita, tapahtumayrityksiä, liikenneyrityksiä, matkanjärjestäjiä, ym.

### Nostoja suorista yritysvaikutuksista

Toimintaohjelmassa on yhteensä 15 painopistettä ja niiden alla yhteensä 93 toimenpidekohtaa. Näistä suurin osa koskee suoraan tai välillisesti yrityksiä. Alla on kuvattu muutamia keskeisiä yrityksiin kohdistuvia toimenpiteitä.

Useassa toimenpiteessä edesautetaan Helsingin tekijät -verkoston jäsenien osaamista niin digitaalisuudessa kuin kestävydessäkin. Tämä voidaan nähdä erittäin myönteisenä vaikutuksena suhteessa yrityksiin.

*Kohdistetaan kaupungin matkailumarkkinointipanostukset kansainvälisille markkinoille.*

Toimenpide tukee erityisesti niitä yrityksiä, jotka toimivat kansainvälisillä markkinoilla. Helsingissä toimivista matkailuyrityksistä valtaosa kuuluu tähän ryhmään. Kotimaan markkinoita tuetaan kuitenkin mm. MyHelsinki.fi -verkkosivujen sekä muiden kanavien avulla. Se, että kaupunki tukee yritysten markkinointia voidaan nähdä erittäin positiivisena yritysvaikutuksena.

*Vahvistetaan kaupungin ydinkeskustan elinvoimaisuutta tapahtumilla ja niiden tuomilla asiakasvirroilla. Samalla varmistetaan, että helsinkiläiset yritykset hyötyvät entistä paremmin Helsingin tapahtumista ympärivuotisesti. Tästä esimerkkinä Helsingin tapahtumallisten kesäterassien ja -keitaiden kokeilut, jossa terassiin yhdistyy sisältönä taide ja kulttuuri.*

Toimintaohjelmassa nostetaan ydinkeskustan elinvoimaisuus esille useammassa kohdassa. Matkailu- ja tapahtuma-alat tukevat voimakkaasti keskustan elinvoimaa. Toimintaohjelman toimenpiteet tukevat siis keskustan alueella toimivia yrityksiä.

*Panostetaan kansainvälisten kongressien ja kokousten myyntiin ja markkinointiin yhdessä ekosysteemin kanssa. Hyödynnetään tapahtumakumppaneiden tapahtumia Helsingin näyteikkunoina osana myyntityötä, esimerkiksi HIMMS ja SLUSH-tapahtumiin tuodaan kongressijärjestäjiä tutustumaan tapahtumajärjestelyihin ja samalla itse kaupunkiin.*

Panostukset kokous- ja kongressimyyntiin ja markkinointiin tukee suoraan kyseisen sektorin yrityksiä. Vaikutukset siis positiivisia.

*Edellytetään Sustainable Travel Finland -merkki Helsingin tekijät -verkoston yhteistyössä vuoden 2025 loppuun mennessä (tai muu vastaava, mikäli STF-merkki ei ole soveltuva).*

Helsingin tavoitteena on olla kestävä matkailun edelläkävijä. Tämä on yksi keskeisimpiä toimenpiteitä tämän tavoitteen saavuttamiseksi. STF-merkin saaminen vaatii yrityksiltä ajallisia ja rahallisia panostuksia. Parhaimmillaan merkki tuo liiketoimintaan säästöjä ja markkinointiin hyötyjä, mutta samalla on huomattava, että prosessi voi olla raskas. Toisaalta verkoston jäsenyys ei ole pakollinen ja näin ollen toimenpide ei ole pakottava helsinkiläisille yrityksille.

*Edellytetään Ekokompassia tai vastaavaa sertifiointia kaikilta kaupunkitasoisilta vastikkeellisilta kumppanuustapahtumilta.*

Tämä toimenpide on vastaava kuin edellinen eli se aiheuttaa toimenpiteitä ja resurssivaateita yrityksille, mutta vain kumppanuustapahtumille.

*Matkailun ja tapahtumien älykäs kehittäminen pohjautuu tietoon*

Panostukset tiedolla johtamiseen tulevat vaatimaan yrityksiltä ajallisia ja rahallisia panostuksia tulevina vuosina. Toisaalta nämäkään eivät ole pakollisia investointeja, vaan ennemminkin kaupunki tukee alaa tiedolla johtamisen teemassa.

## Toimintaohjelman vaikutus eri yritystoiminnan ulottuvuuksiin

Toimintaohjelma vaikuttaa suoraan tai välillisesti mm. seuraaviin asioihin:

### Henkilöstö

Alalla on merkittävä työvoimapula. Toimintaohjelma pyrkii vastaamaan tähän haasteeseen painopisteellä B.4. *Osaavan työvoima saatavuus on toimialojen elinehto*. Tiivistetyn yhteistyön ja muiden toimenpiteiden avulla työvoimapulaan voidaan vaikuttaa positiivisella tavalla, joskin on hyvä huomata, että haaste on kansallinen (ja kansainvälinen) ja erittäin haastava.

### Asiakkaat

Toimintaohjelma linjaa mm. seuraavia asioita:

- *Markkinointipanostukset kohdistetaan erityisesti kansainvälisille markkinoille.*  
Tämä ohjaa asiakaskuntaa kohti kansainvälisiä markkinoita. On kuitenkin hyvä huomata, että vaikka kaupunki ja Helsinki Partners tekevät merkittävää markkinointia, on sen vaikutus kuitenkin verrattain pieni kokonaiskuvassa.
- *Konseptoidaan työ ja vapaa-ajan matkustamisen yhdistäminen tuotteistuksen ja markkinoinnin avulla, tavoitteena Helsinki Bleisure (Business + Leisure) konsepti.*  
Toteutuessaan asiakaskunnalle tullaan jatkossa tarjoamaan parempaa matkailutuotetta.
- *Luodaan Helsingin vierailijakokemuksen johtamisen toimintamalli. Vierailijakokemusta johdetaan ja kehitetään vierailijoiden asiakaspolkua kehittämällä.*  
Asiakkaiden kokonaisvaltainen vierailijakokemus kehittyy toimintamallin ja sen jalkautuksen johdosta.

### Saavutettavuus

Toimintaohjelma linjaa mm. seuraavia asioita:

- *Panostetaan yhteistyöhön Finavian ja Helsingin Sataman kanssa uusien lento- ja laivareittien ja operaattorien houkuttelemiseksi sekä vakiinnuttamiseksi.*  
Saavutettavuus on erityisesti matkailulle elinehto. Koronan ja Ukrainan sodan johdosta tilanne kuitenkin elää voimakkaasti. Uhkana on, että Helsingin saavutettavuus ulkomailta jopa heikkenee tulevina vuosina.
- *Panostetaan risteilyvieraiden kaupungissa liikkumisen kehittämiseen. Tätä tukee myös matkailubussiliikenteen kehittämisen toimenpideohjelma, jonka kaupunkiympäristön toimiala yhteistyössä kaupunginkanslian kanssa on laatinut vuonna 2021.*  
Risteilyvieraat tulevat laivoilta ulos samanaikaisesti ja aiheuttavat potentiaalisesti ruuhkaa suosituimmille nähtävyyksille. Toimenpiteen tavoitteena on selkeyttää liikkumista kaupungissa ja näin ollen myös parantaa saavutettavuutta. Tämä vaikuttaa erityisesti niiden yritysten toimintaan, jotka toimivat kansainvälisten risteilyalusten muodostamassa ekosysteemissä.

### Toimitilat

Toimintaohjelma linjaa mm. seuraavia asioita:

- *Panostetaan hotelli-investointien edistämisen koordinointiin. Erityisesti korkeatasoisten (high end), design, ym. uniikkien hotellien kuin myös budjettihotellien (low end) tarjonta on suhteellisesti vähäistä verrattuna keskitasoiseen tarjontaan. Myös "bleisure" ja muu työ- ja vapaa-ajan matkailun yhdistyminen ovat huomioitavia asioita uusia konsepteja kehitettäessä.*

Hotellit ovat matkailun ytimessä. Koordinointi vaikuttaa erityisesti investoreiden, rakennusyritysten ja hotellioperaattorien toimintaan. Lähtökohtaisesti vaikutus on positiivinen.

- *Luodaan kestäväen kehityksen kriteerit, joita edellytetään hotelli-investoinneilta mm. silloin kun kaupunki luovuttaa tontteja tai tiloja hotellien käyttöön*

Tämä vaikuttaa luonnollisesti suoraan investoreihin ja operaattoreihin. Vaikutus voidaan nähdä yrityksen näkökulmasta myös negatiivisena, koska se vaatii investointeja kestävyteen.

- *Helpotetaan tilojen ja alueiden aktiivista ja monipuolista käyttöä sekä kevennetään sääntelyä mm. edistämällä Varaamo -palvelun käyttöä.*

Tapahtumallisuuden kehittämisen yksi keskeisimmistä toimenpiteistä, mikä vaikuttaa selvästi positiivisesti yritysten toimintamahdollisuuksiin kaupungissa.

## **Näkyvyys ja imago**

Toimintaohjelma linjaa mm. seuraavia asioita:

- *Kasvua aikaansaadaan panostamalla erityisesti erilaisiin kansainvälisiin kohderyhmiin, joille korostetaan Helsingin arvopohjaa, vahvuuksia ja vastuullisuutta.* Kaupunki pyrkii houkuttelemaan sellaisia asiakkaita, jotka jakavat saman arvopohjan kuin kaupunki itse.
- Kohta A.4. *Omaleimainen kaupunkikulttuuri, ruoka ja ainutlaatuinen luonto vetovoiman vahvistajana* nostaa esille Helsingille tärkeimpiä sisällöllisiä teemoja, joiden avulla kaupunkia jatkossa profiloidaan. Tämä tulee vaikuttamaan kaupungin imagoon ja sitä myöden myös asiakkaiden päätöksentekoon. Se, onko valinnat oikeita, jää nähtäväksi. Oletettavasti vaikutus on kuitenkin positiivinen yrityksille.

## **Mahdollisesti syntyvät kustannukset tai tulojen menetykset yrityksille**

Kuten aikaisemmin on todettu, erityisesti kestävyteen liittyvät panostukset tulevat vaatimaan investointeja. Suuri osa investoinneista on kuitenkin sen luontoisia, että ne maksavat itsensä takaisin pidemmällä aikajänteellä. Erilaiset sertifioinnit maksavat, samoin kuin investoinnit esim. uusiin lämmitysjärjestelmiin, vesilaitteisiin, henkilöstön koulutukseen, ym. Samalla kuitenkin säästetään lämmityskuluissa tai palvelu paranee. Myös asiakkaat vaativat yhä enemmän vastuullisia toimia yrityksiltä ja näin ollen investointien kautta parannetaan kilpailuasemaa ja näkyvyyttä.