



Pyöräilystä matkailuviennin dynamo

ITÄ-LAPIN PYÖRÄMATKAILUN MASTERPLAN 2026



Sisällysluettelo

01 Visio	1.1 Visio ja tavoitteet	03

	1.2 Tärkeimmät toimenpiteet	04

02 Nykytila & potentiaali	2.1 Itä-Lapin pyörämatkailun nykytila & potentiaali	05

	2.2 Vahvuus	06

03 Konsepti	3.1 Konsepti	07

	3.2 Kohderyhmät	08

04 Itä-Lapin pyörämatkailu järjestelmä	04 Itä-Lapin pyörämatkailun identiteetti & rakenne	09

	4.1 Kärkireitti-logiikka	10

	4.2 Matkailijan kokemus	11

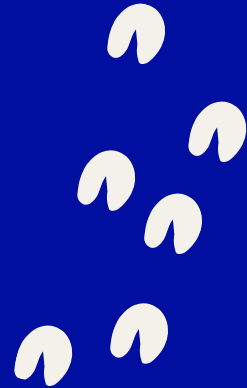
4.3 Yhteistyömalli ja hankkeistaminen	12	
.....	
4.4 Digitaalinen ekosysteemi	13	
.....	
4.5 Kehityspolku: reiteistä kansainväliseksi pyörämatkailualueeksi	14-15	
.....	
05 Yhteenveto	05 Yhteenveto	16

01 Visio



PYÖRÄMATKAILU ON SELKEÄ JA HELPOSTI LÄHESTYTTÄVÄ VETOVOIMATEKIJÄ, JOKA KIRITTÄÄ ITÄ-LAPIN MATKAILUVIENTIÄ LÄPI KESÄN JA RUSKA-AJAN.

ITÄ-LAPPI TUNNETAAN KANSAINVÄLISESTI KESÄMATKAILUKOHTEENA, JOSSA KOETAAN EUROOPAN VIIMEISIÄ HILJIAISIA ERÄMAITA JA PAIKALLISKULTTUURIA PYÖRÄN SELÄSTÄ.



Päätavoitteet



MATKAILUVIENTI KASVUUN YMPÄRIVUOTISESTI

- Pyörämatkailu on vetovoimatekijä, joka vahvistaa matkailun tulopohjaa ja yrittäjyyttä erityisesti kesäkaudella.
- Itä-Lappi asemoituu kiinnostavana kesä-ruska -kohteena, jonka ansiosta kv-matkailijoiden osuus ja viipymä alueella kasvaa.



SELKEÄ BRÄNDI & EROTTUVA POSITIO

- Itä-Lappi tunnetaan aitona ja koskemattomana pyörämatkailukohteena.
- Ruska vakiintuu kansainvälisesti tunnetuksi pyörämatkailun huippusesongiksi.
- Kesä-ruska on selkeä ja helposti myytävä matkailukokonaisuus.



DIGIMYYNTIVALMIIT PYÖRÄILYKOKEMUKSET

- Pyöräilyreitit, matkapaketit ja retkituotteet ovat helposti ymmärrettävissä, löydettävissä ja ostettavissa.
- Gravel-, bikepacking- ja maastopyöräreitit on tuoteistettu selkeiksi kokonaisuuksiksi.
- Itä-Lapin matkailumyynnin ja markkinoinnin arvoketju on selkeä ja toimii yhtenäisesti.

1.2 Tärkeimmät toimenpiteet

ITÄ-LAPPI EI OLE YKSI TUOTE, VAAN KAKSI TAPAA KOKEA SAMA ALUE:

- STAY & EXPLORE (HUB)
- MOVE THROUGH (BIKEPACKING)



Kärkituotteiden tunnistaminen ja digimyyntivalmius

- Jokaisella alueella tunnistetaan 2–3 kärkireittiä ja/tai retkituotetta, jotka viimeistellään digimyyntivalmiiksi tuotteiksi, jotka toimivat markkinoinnin ja tuotteistamisen kärkenä
- Retkituotteet voivat olla yksittäisiä tai 3-10vrk yhdistelmätuotteita, joiden vetovoimatekijänä on pyöräilyn rinnalla nähtävyys, aktiviteetti ja/tai ruokaelämys.
- Kärkituotteet toimivat sisäänheittotuotteina, jotka ohjaavat matkailijan tutustumaan laajemmin Itä-Lappiin ja viipymään alueella pidempään.



Palveluiden ja reittien yhdistäminen

- Tunnistetaan palveluiden varrelle sijoittuvat reitit ja kehitetään niistä *uusia* kärkireittejä ja/tai retkituotteita, ja 3-10vrk yhdistelmätuotteita.
- Rakennetaan majoituksesta majoitukseen -tyyppisiä, helposti ostettavia kokonaisuuksia.
- Majoitus-, ravintola- ja nähtävyysspalvelut integroidaan osaksi reittikokemusta.
- Kehitetään pyöräily-ystävällisiä palveluita reittien varrelle.



East Lapland By Bike -brändi ja näkyvyys

- Jatketaan Itä-Lapin pyörämatkailubrändin, **East Lapland by Bike**, kehittämistä
- Brändin ytimessä on Lapin aitous, koskemattomat erämaat, ja paikalliset erityispiirteet, jotka tulevat koettavaksi pyörän selästä
- Alueen tarjonta jäsennetään selkeästi sekä retki- että reittipohjaisiin kokemuksiin.
- Viestinnän kärki tarkennetaan: kohderyhmiä ovat sekä kansainväliset gravel- ja bikepacking-matkailijat, että aktiiviset luontomatkailijat jotka haluavat tutustua Itä-Lapin luontoon ja kulttuuriin pyörällä liikkuen.
- Tieto tehdään helposti löydettäväksi ja saavutettavaksi relevanteille kohderyhmille.



TUOTTEISTUS RATKAISEE "LÖYDETTÄVYYDEN"
BRÄNDI RATKAISEE "KIINNOSTAVUUDEN"

Nämä KAKSI YHDESSÄ MAHDOLLISTAVAT
KANSAINVÄLISEN KASVUN

02 Nykytila & potentiaali



NYKYTILA

- Itä-Lapissa on laaja reitti- ja palvelupohja, joka löytyy East Lapland By Bike -sivulta.
- Pyörämatkailu näyttäytyy omatoimisenä tekemisenä koska reittejä ja palveluja ei ole tuotteistettu selkeiksi kokonaisuuksiksi.
- Näin ollen pyörämatkailun kaupallinen potentiaali on enimmäkseen alihyödynnetty, etenkin matkailukeskittymien ulkopuolella.

POTENTIAALI

NYKYTILASTA → TUOTTEIKSI

- Hajanainen reittiverkosto ja paikalliset matkailun vetovoimatekijät voidaan työstää selkeiksi kärkeiteiksi ja retkituotteiksi.
- Kärkituotteista 3-10vrk matkapaketteja, jotka voi yhdistää helposti kiertomatkatuotteiksi omalla autolla liikkuvalla.
- Nykyiset matkailupalvelut voidaan kytkeä osaksi majoituksesta majoitukseen -reittikokonaisuuksia.

ALUEEN OMINAISUUDET → KOKEMUS

- Pitkät etäisyydet, hiljaisuus ja soratieverkosto muodostavat perustan rauhalliselle pyörämatkailulle.
- Paikalliskulttuuri ja päiväretkituotteet tekevät kokemuksesta ainutlaatuisen ja saavutettavan myös heille, joille pyöräily ei ole itseisarvo.
- Itä-Lappi soveltuu sekä hub-pohjaisiin retkiin että alueen läpi kulkeviin reittikokemuksiin.

MARKKINAPOTENTIAALI (KÄRKI)

- Gravel- ja bikepacking-matkailu on nopeasti kasvava kansainvälinen segmentti, johon Itä-Lappi vastaa luontevasti.
- Itä-Lapin kylissä ja kuntakeskuksissa voidaan tehdä vetovoimatyötä tuotteistamalla yksinkertaisia pyöräretkituotteita, joissa tuodaan paikallisia vahvuuksia esille.

**ITÄ-LAPPI SIIRTYY
OMATOIMISEN
PYÖRÄILIJÄN
KOHTEESTA HELPOSTI
LÄHESTYTTÄVÄKSI JA
TUOTTEISTETUKSI
PYÖRÄMATKAILU-
ALUEEKSI.**

2.1 Vahvuus



ITÄ-LAPISSA ERÄMAAN HILJAISUUS,
PAIKALLISKULTTUURI JA
SAAVUTETTAVAT PALVELUT LUOVAT
ERINOMAISET EDELLYTYKSET
PYÖRÄMATKAILUN KASVULLE



03 Konsepti



Itä-Lappi rakentuu kahden toisiaan täydentävän kokemustavan varaan: viipymiseen ja liikkumiseen. Stay & Explore / Move Through.

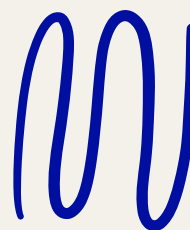


HUB

STAY & EXPLORE

Hub-pohjaiset kokemukset

- Basecamp -kohteet, esim. Pyhä, Posio & Salla
- Päiväreitit (gravel, MTB)
- Teemoitetut retkituotteet (e-bike + taide/poro/museo)
- Teemoitetut yhdistelmät (fatbike + melonta/patikka)
- Alkaen 3 vrk ohjelmapaketit

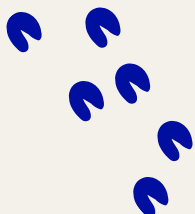


REITTI-KOHTAINEN

MOVE THROUGH

Reittipohjaiset kokemukset

- Kärkireitit kuntien ja käyntikohtaiden välillä
- Majoituksesta majoitukseen -reitit
- Bikepacking- ja vaellustyyppiset kokonaisuudet



3.1 Kohderyhmät



Keskeiset kohderyhmät rakentuvat kahden kokemustavan ympärille ja ohjaavat tuotteistusta sekä viestintää.



HUB

STAY & EXPLORE

Hub-based active traveler

Haluaa:

- yhdistää majoittumisen ja päiväretket
- kokea useita aktiviteetteja yhdestä tukikohdasta

Tarvitsee:

- selkeitä "basecamp" -kohteita
- valmiita reitti- ja aktiviteettipaketteja

Gravel adventurer

Haluaa:

- sorateitä, vaihtelevia reittejä ja maisemallista ajamista

Tarvitsee:

- helposti ymmärrettäviä reittejä
- majoituksen ja palvelut reittien yhteydessä



REITTI-KOHTAINEN

MOVE THROUGH

Bikepacking explorer

Haluaa:

- pitkiä, rauhallisia reittejä
- liikkua alueen halki ja kokea luonnon

Tarvitsee:

- selkeitä reittikokonaisuuksia
- varmistetut palvelupisteet reitin varrella

International Experience seeker

Haluaa:

- aitoa, hiljaista ja erilaista Eurooppaa

Tarvitsee:

- valmiiksi paketoituja
- helposti ostettavia ja ymmärrettäviä kokemuksia

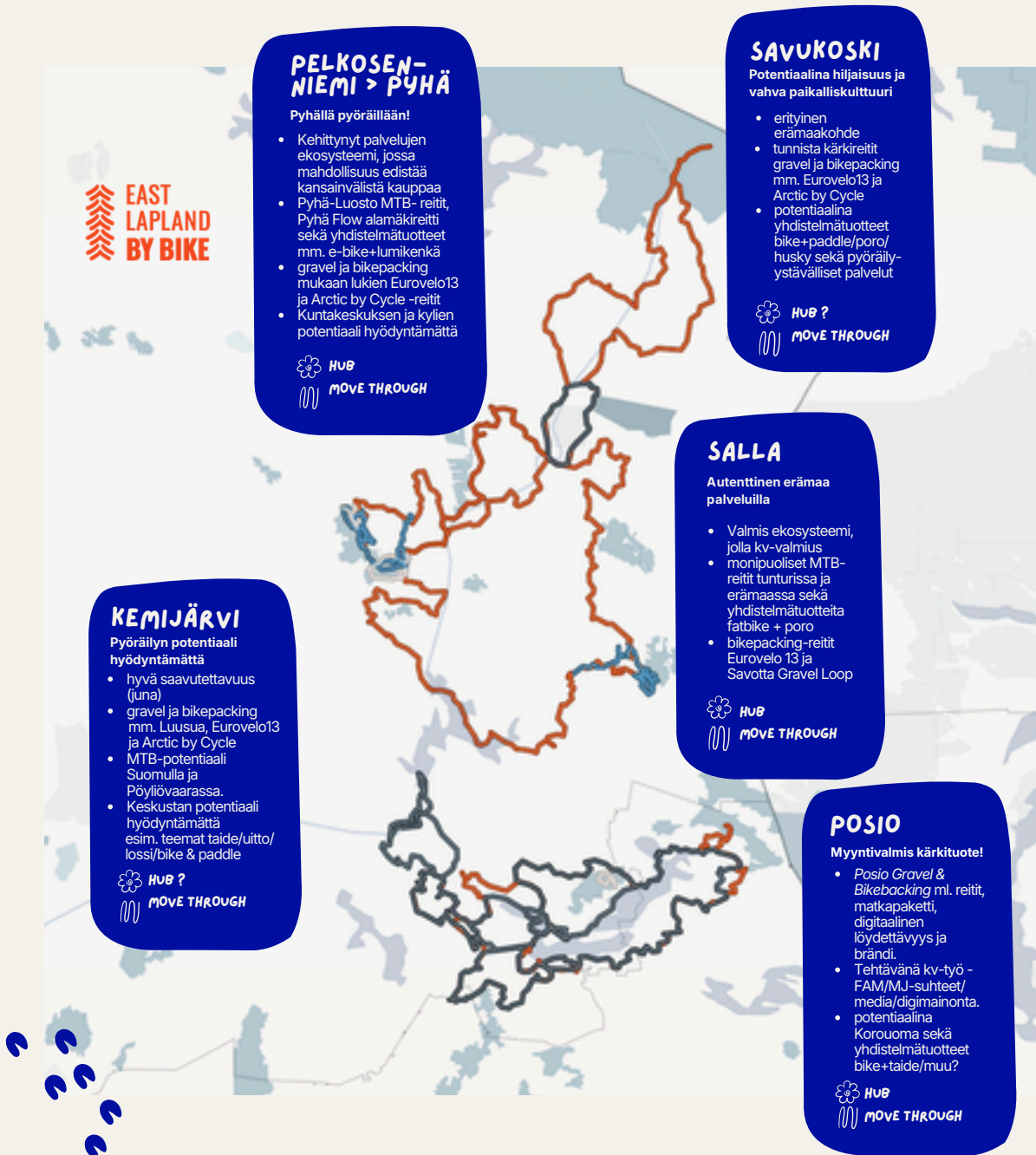
KOHDERYHMÄT
OHJAAVAT REITTIEIN,
PALVELUIDEN JA
TUOTTEIDEN
SUUNNITTELUA.

04 Itä-Lapin pyörämatkailun identiteetti ja rakenne



Viisi kuntaa muodostavat yhden yhtenäisen pyörämatkailualueen, East Lapland by Bike.

- Jokaisella alueella on määritelty rooli ja identiteetti osana yhteistä rakennetta ja tarinaa.
- Työstetään pieni määrä selkeitä kärkituotteita ja sisäntuloreittejä alueelle.
- Identiteettiä kehitetään sivustolla <https://italappi.fi/en/outdoor/east-lapland-by-bike/>



4.1 Kärkireitti- logiikka



Kärkireitit muodostavat Itä-Lapin pyörämatkailun sisäänheittotuotteet

Tunnistetut kärkireitit toimivat selkeinä, helposti ymmärrettävinä kokonaisuuksina, joiden kautta matkailija löytää alueen ja koko Itä-Lapin laajemmin. Kärkireittien tulisi:

1. KÄRKIREITTIEEN MÄÄRITTELY 2-3/ALUE

Jokaiselta alueelta määritellään 2-3 kärkireittiä tai retkituotetta, jotka muodostavat keskeiset pyörämatkailun sisäänheittotuotteet.

- valitaan vahvimmat ja erottuvimmat pyörämatkailukokemukset
- reitit, jotka parhaiten edustavat alueen identiteettiä ja tarjontaa, ja joilla on riittävä palvelupohja tai kehityspotentiaali

KÄRKIREITIT JA RETKITUOTTEET MUODOSTAVAT ALUEELLISEN PYÖRÄMATKAILUN STRATEGISEN YTIMEN



2. KÄRKIREITTI OSANA VERKOSTOA

Kärkireitit eivät toimi irrallisina kokonaisuuksina, vaan toimivat integroidusti osana matkailuverkostoa.

- kytkeytyvät majoituspalveluihin
- yhdistyvät alueen muihin palveluihin ja keskeisiin kohteisiin
- perustuvat toimivaan logistiikkaan ja saavutettavuuteen

VERKOSTOON INTEGROITUMINEN VAHVISTAA REITTIEEN KÄYTETTÄVYYTTÄ JA KASVATTA A MATKAILIJAN VIIPYMÄÄ, KULUTUSTA JA MATKAILUTULO A ALUEELLA

3. REITISTÄ MATKAILUTUOTTEEKSI

Kärkireitti ei ole pelkkä fyysinen reitti, vaan kokonainen matkailutuote. Matkailutuote muodostuu:

- reitistä ja siihen liittyvästä maisemallisesta kokemuksesta
- majoitus-, ravintola- ja pyöräpalveluista
- selkeästä tiedosta ja navigoinnista
- saavutettavuudesta ja lähtöpisteistä
- mahdollisista ostettavista ja paketoitavista kokonaisuuksista

MATKAILUTUOTE = REITTI + PALVELUT + TIETO + KÄYTETTÄVYYS



HUB-LOMA
3-10 PVÄ OHJELMA



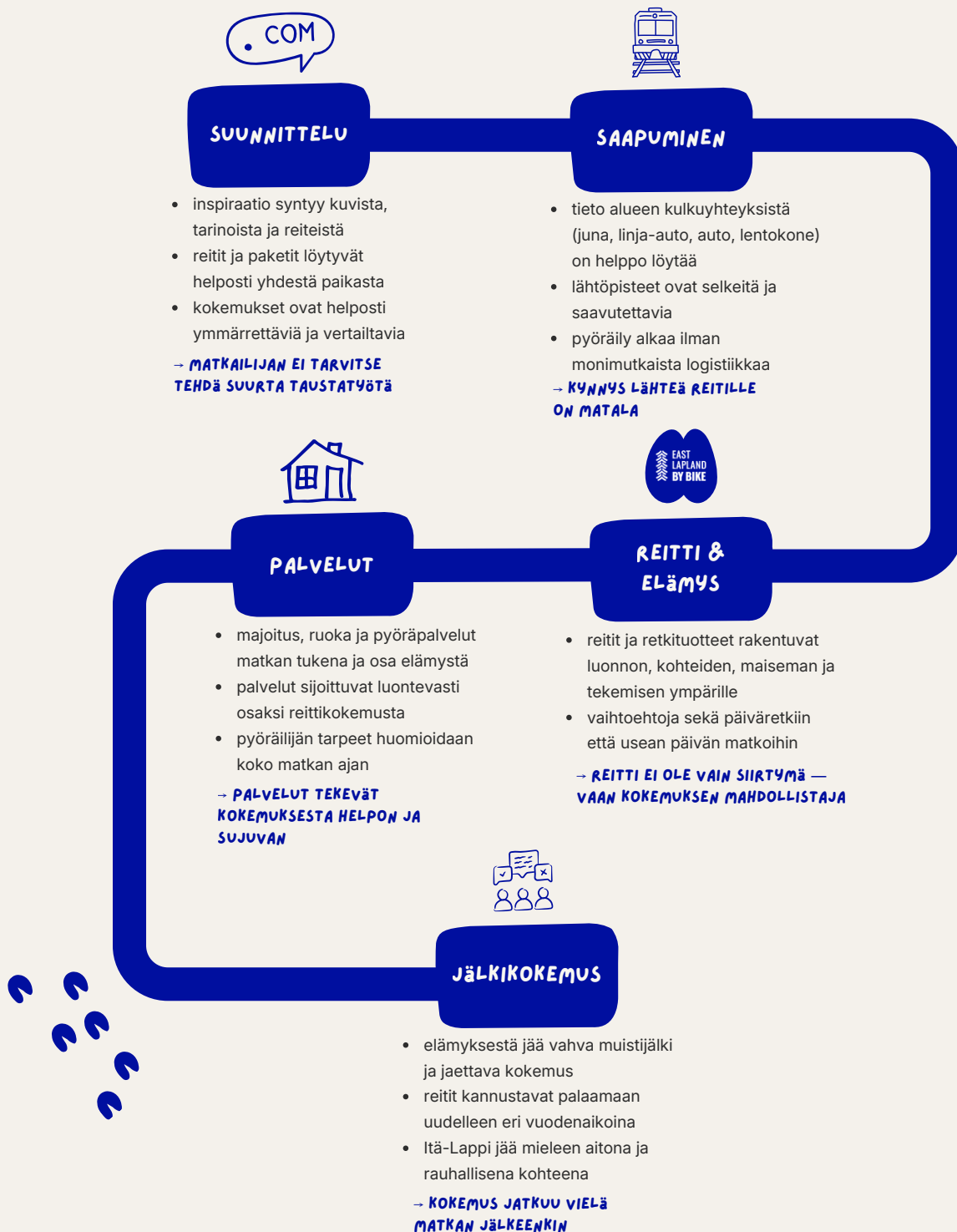
MOVE THROUGH
3 PVÄ REITTI
VIIKON KIERROS

4.2 Matkailijan kokemus



Näin Itä-Lappi koetaan pyörän selästä

Pyörämatkailukokemus rakentuu koko matkasta — inspiraatiosta ja suunnittelusta aina itse reittiin, palveluihin ja matkan jälkeen syntyvään muistijälkeen. Tavoitteena on tehdä Itä-Lapista helposti lähestyttävä, selkeä ja elämyksellinen pyörämatkailualue, jossa liikkuminen, palvelut ja luonto muodostavat saumattoman kokonaisuuden.



4.3 Yhteistyömalli & hankkeistaminen

(Pyörä)matkailun kasvu edellyttää roolien selkeyttämistä kuntien, paikallisten matkailuorganisaatioiden, yritysten ja Itä-Lapin kuntayhtymän kesken. Selkeä roolijako ja tavoitteenasettelu helpottaa matkaluhankkaiden suunnittelua ja vaikuttavuuden seuranta.

KUNNAT

- reitit, infra ja saavutettavuus
- maankäytön ja reittiverkoston mahdollistaminen
- reittitiedon ylläpito ja kehittäminen

YRITYKSET

- majoitus, ravintolat ja ohjelmapalvelut
- pyöräily-ystävällisten palveluiden kehittäminen
- reittien tuotteistaminen ja matkailupakettien rakentaminen
- palveluiden ja tuotteiden ylläpito Datahubissa

VISIT MATKAILUORGANISAATIOIOT

- alueen vetovoimatyö mukaan lukien matkailumarkkinointi ja brändäys
- kehittäminen ja tuotteistaminen yhdessä yrittäjien kanssa
- markkinatiedon keruu (esim. kävijämäärät, trendit)
- vastuullisuustyö ja kestävä kehityksen fasilitointi
- sidosryhmäyhteistyö mm. kuntien ja yritysten kesken

ITÄ-LAPIN KUNTAYHTYMÄ

- Itä-Lapin matkailuhankkeiden suunnittelu ja hallinnointi
- East Lapland by Bike -sivun ylläpito ja kehittäminen (resurssina tulevat matkailuhankkeet)

SEURANTA & MITTARIT

Hankkeistamista tulisi ohjata ja seurata strategisesti merkityksellisillä mittareilla. Alla esimerkkejä mitattavista kasvutavoitteista kehittämisen tueksi:



pyörämatkailun kävijämäärät kotimaiset vs. kansainväliset



yöpymiset, majoitusliikkeiden käyttöaste ja keskimääräinen viipymä



virallisten reittien lukumäärä, niiden kävijämäärät ja/tai käyttöasteet



matkailutulo + palveluyritysten määrä esim. majoitus, ohjelmapalvelut, kuljetus, vuokrapyörät, huolto



digimyyntivalmiiden pyörämatkailutuotteiden lukumäärä



kansainväliset suhteet: FAMIT, matkanjärjestäjäkontaktit, mediavieraat, medianäkyvyys



East Lapland by Bike -alustan käyttö ja näkyvyys (sivukäynnit, sitoutuminen, tuotteiden katselu)

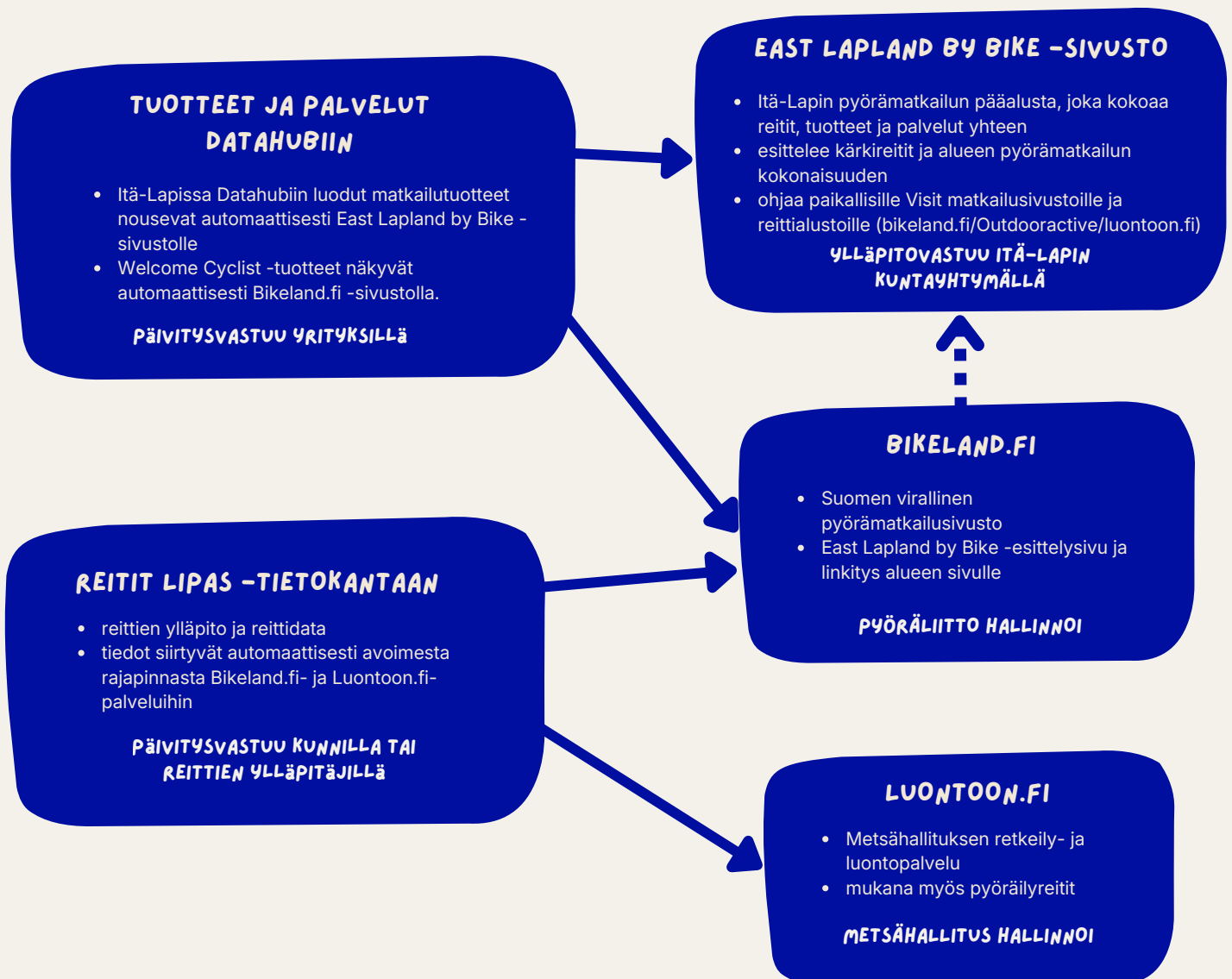


**MITTARIT AUTTAVAT TAVOITTEENASETELUA JA VAIKUTTAVUUDEN SEURANTAA.
VISIT FINLANDIN MATKAILUDATA TUKEE FIKSUA SUUNNITTELUA:
[HTTPS://WWW.VISITFINLAND.FI/SUOMEN-MATKAILUDATA/](https://www.visitfinland.fi/suomen-matkailudata/)**

4.4 Digitaalinen ekosysteemi



Itä-Lapin pyörämatkailun näkyvyys rakentuu usean toisiaan tukevan alustan ympärille. Reitti-, palvelu- ja tuotetiedot liikkuvat eri järjestelmien välillä ja muodostavat matkailijalle yhtenäisen kokonaisuuden.



4.5 Kehityspolku: reiteistä kansainväliseksi pyörämatkailualueeksi



Pyörämatkailun kehittäminen etenee vaiheittain reittien selkeyttämisestä tuotteistettuihin kokonaisuuksiin ja kansainvälisesti tunnetuksi pyörämatkailualueeksi. Tavoitteena on rakentaa yhtenäinen ja helposti lähestyttävä järjestelmä, jossa reitit, palvelut ja matkailutuotteet muodostavat toimivan kokonaisuuden.

1-2 VUOTTA / PERUSTAN SELKEYTTÄMINEN & KANSAINVÄLISEN KAUPALLISTAMISEN ENSIASKELEET

- Tunnistetaan ja kaupallistetaan kärkireitit matkapaketit alueella: rakennetaan hub-pohjaisia Stay & Explore -retki- ja reittituotteita sekä Move Through - ja majoituksesta majoitukseen - reittituotteita **digimyyntivalmiiksi matkapakettiyhdistelmiksi**.
- Tuetaan yrityksiä kansainvälisen menekinedistämisen ensiaskeleissa valmiiden matkapakettien avulla: FAMit, mediamatkat, messut ja/tai sales tourit.
- Myyntivalmiista tuotteista kootaan **kesä- ja ruskakauden myyntikatalogi matkanjärjestjille**, jossa pyörämatkapakettien rinnalle nostetaan mahdollisuuksien muita luontomatkailuteemoja, mikäli niissä on myyntivalmiita matkapaketteja olemassa.
- Selkeytetään, täydennetään ja markkinoidaan East Lapland by Bike -sivustoa. Varmistetaan sivuston näkyvyys Bikeland.fi -alustalla.
- Tuetaan yrityksiä pyöräily-ystävällisten matkailupalveluiden kehittämisessä.

TAVOITTEENA ON PYÖRÄMATKAILUN POTENTIAALIN KAUPALLISTAMINEN



3-5 VUOTTA / TARJONNAN JA NÄKYVYYDEN VAHVISTAMINEN & KASVUPONNISTELUT

- Vahvistetaan Stay & Explore- ja Move Through -tuotekokonaisuuksia kysynnän ja palautteen mukaan.
- Autetaan yrityksiä kehittämään uusia tuotteita ja palvelukokonaisuuksia eri kohderyhmille gravel/bikebacking/teematuotteet.
- Kerätään asiakaspalautetta, yrittäjäkokemuksia ja matkailudataa. Tarkennetaan kehitysaskelia niiden pohjalta.
- Jatketaan kansainvälistymis- ja markkinointiponnisteluja tavoitteellisesti.
- Jatketaan East Lapland by Biken -sivuston kehittämistä.

**ITÄ-LAPIIN VETOVOIMA KANSAINVÄLISENÄ PYÖRÄMATKAILUKOHTENA
ALKAA NÄKYÄ MATKAILUTILASTOISSA KESÄKAUDEN VAHVANA KASVUNA**

4.5 Kehityspolku: reiteistä kansainväliseksi pyörämatkailualueeksi



5+ VUOTTA / KANSAINVÄLISESTI TUNNETTU PYÖRÄMATKAILUALUE JA KESÄMATKAILUKOHDE

- Itä-Lappi tunnetaan Pohjois-Euroopan kiinnostavimpien gravel- ja bikepacking-kohteiden joukossa
- kesä-ruska muodostaa vakiintuneen ja kansainvälisesti tunnistetun matkailusesongin Itä-Lapissa
- pyörämatkailu on olennainen osa alueen matkailua ja tukee ympärivuotista kehitystä
- Stay & Explore- ja Move Through -kokonaisuudet ovat vakiintuneet osaksi alueen tarjontaa
- palveluverkosto ja tuoteistetut reitit toimivat laajasti ja itsenäisesti
- alue houkuttelee uusia investointeja, liiketoimintaa ja työpaikkoja kesämatkailun ympärille

**ITÄ-LAPPI TOIMII VAKIINTUNEENA ARKTISENA
PYÖRÄMATKAILUALUEENA EUROOPAN MITTAKAASSA**



VAIKUTUS

- matkailun vetovoima ja löydettävyys paranee merkittävästi
- viipymä ja matkailutulo kasvavat
- alueen yritystoiminta vahvistuu
- Itä-Lappi saa selkeän kansainvälisen pyörämatkailuprofiilin
- reitit, palvelut ja brändi muodostavat yhtenäisen järjestelmän

**MATKAILIJAN ITÄ-LAPPI -SIVUSTO JA EAST LAPLAND BY BIKE
TOIMIVAT VETOVOIMATYÖN YTIMESSÄ**

- kuinka hyvin kosto toimii
- ja miten matkailu tuottaa alueelle elinvoimaa

05 Yhteenveto



Pyörämatkailun kasvun ansiosta Itä-Lappi vahvistuu pohjoisen kärkikohteeksi kesämatkailun saralla. Vetovoiman ydintä on hiljaisuus, tila ja liikkumisen vapaus.

Pyörämatkailu näyttää suuntaa kesämatkailun pitkäjänteiselle kehittämiselle matkailuviennin kasvattamiseksi alueella.

TAVOITTEENA EI OLE RAKENTAA VAIN REITTEJÄ, VAAN YKSI EUROOPAN KIINNOSTAVIMMISTA KESÄMATKAILUKOhteista PYÖRÄMATKAILUN AVULLA.





Itä-Lapin kuntayhtymä

SUSTAINABLE ARCTIC AND PERIPHERAL BIKING TOURISM -HANKE (SUB)

Osarahoittanut EU:n Interreg NPA, Lapin Liitto ja Itä-Lapin kunnat.

Masterplan-työ Konsepti & strategia: Palo Adventures, Henna Palosaari
Kontekstualisointi: Projektipäällikkö (SUB), Sanna Kyllönen
Kiitokset yhteistyöstä matkailukehittämisen
sidosryhmille Itä-Lapissa.

Interreg  Co-funded by
the European Union
Northern Periphery and Arctic


LAPIN LIITTO

 **ITÄ-LAPIN**
KUNTAYHTYMÄ