

Yhdessä kestäväää kasvua ja osaamista 2.0

# Varsinais-Suomen matkailuelinkeinon kehittämissen tiekartta vuosille 2021-2027

# Sisällysluettelo

- 1. Tiekartta tiivistetysti**
- 2. Tausta**
  - 2.1. Tiekartan valmisteluprosessi
- 3. Toimintaympäristön muutos**
- 4. Varsinais-Suomi matkailualueena**
  - 4.1. Varsinais-Suomen matkailun kärkiteemat
  - 4.2. Varsinais-Suomen toisistaan erottuvat matkailualueet
  - 4.3. Varsinais-Suomen matkailun nykytila tilastojen valossa
- 5. Varsinais-Suomen matkailun ekosysteemi ja sen kehittämistarpeet**
  - 5.1. Menestyvä matkakohde analyysi
  - 5.2. Varsinais-Suomen matkailun ekosysteemi
- 6. Varsinais-Suomen matkailun yhteinen visio ja missio**
- 7. Varsinais-Suomen matkailun toimenpideohjelma – miten haasteisiin ja mahdollisuuksiin vastataan?**
  - 7.1. Strategiset painopisteet tavoitteineen ja toimenpiteineen
  - 7.2. Menestyvän matkakohteen ekosysteemin johtaminen
  - 7.3. Varsinais-Suomi on omaleimainen ja siksi houkutteleva matkailualue
  - 7.4. Varsinais-Suomi on ympärivuotinen matkailukohde
  - 7.5. Varsinais-Suomi on saavutettava matkailualue
  - 7.6. Mahdollistava digitaalisuus
  - 7.7. Varsinais-Suomi on vastuullinen matkailualue
- 8. Varsinais-Suomen matkailun ekosysteemin johtaminen**
  - 8.1 Varsinais-Suomen matkailun tiekartan koordinaatiomalli
  - 8.2 Varsinais-Suomen matkailun edunvalvonta ja tiekartan päivitysmalli
- 9. Strategiakauden tavoiteportaati 2021-2027 ja onnistumisen mittarit**



## 1. Tiekartta tiivistetysti

YHDESSÄ KESTÄVÄÄ KASVUA JA OSAAMISTA 2.0 Varsinais-Suomen matkailuelinkeinon kehittämisen tiekartta vuosille 2021-2027				
<b>Visio</b> Varsinais-Suomi on turvallinen ja vastuullinen sekä helposti saavutettava ja ostettava saaristo- ja kulttuurikohte. Kannattava matkailuelinkeino luo veto- ja pitovoimaa alueille ympärivuotisesti.		<b>Missio</b> Varsinais-Suomen matkailun aluetaloudellisen vaikuttavuuden kasvattaminen, matkailutulon kaksinkertaistaminen sekä matkailijoiden ja asukkaiden elämänlaadun parantaminen.		
Varsinais-Suomen matkailun kärkiteemat				
 <b>Luonto aina lähellä</b> Saariston ja rannikon merelliset kolme kansallispuistoa, Luontoreitit ja aktiviteetit Kansainvälisesti ajatellen pienellä maantieteellisellä alueella monipuolista luontoa ja ympäristöä sekä kulttuuria	 <b>Ainutlaatuinen saaristo</b> Saarihyppy useilla liikkumistavoilla (vaellus, pyörä, auto, yhteysalus, vene) . Saaristossa jo matka on elämys, vesiaktiviteetit (melonta, soutu, purjehdus, kalastus yms.) sisäsaariston suojaista paikoista ulkosaariston eksoottikkaan	 <b>Paikalliskulttuuria &amp; Suomen historiaa</b> Kulttuurimiljööt (majakat, puutalokaupungit ja ruukit) Suomen vanhimmasta historiasta kertovat käyntikohteet, kaupungit ja kylät	 <b>Ruoka-aitta</b> Merellisyys ja alueen ruokakulttuuri sekä innovatiiviset ruoka-tuotteet ovat oleellinen osa matkailun tarinaa. Ravintolat, mutta myös lähiruoka ja vilja-aittaa	 <b>Elävä kaupunkikulttuuri</b> Monipuolinen kaupunkikulttuuri Tapahtumia varsinaissuomalaisella twistillä
Strategiset painopisteet				
<b>Menestyvän matkakohteen ekosysteemin johtaminen</b> Varsinais-Suomen matkailun tiekartan toteutumista koordinoi yhteinen matkailun johtoryhmä, tukeaan teemaryhmät, tiiviissä vuorovaikutuksessa alueellisten matkailun vastuutoimijoiden (alueorganisaatiot, kunnat, elinkeinoyhdistöt).				
<b>Varsinais-Suomi on omaleimainen ja siksi houkutteleva matkailualue</b>	<b>Varsinais-Suomi on ympärivuotinen matkailualue</b>	<b>Varsinais-Suomi on saavutettava matkailualue</b>		
Mahdollistava digitaalisuus ja Vastuullinen matkailualue				
Onnistumisen mittarit				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rekisteröidyt yöpymiset, kausivaihtelu, markkinaosuus Suomessa (Rudolf, <a href="#">Visitory</a>)</li> <li>• Kokonaismatkailutulo- ja työllisyys (<a href="#">Almanum</a> 2.vuoden välein/ Tilastokeskus, <a href="#">suhdannetiedot</a>)</li> <li>• Alueen vastuullisuustaso (STF ohjelmassa mukanaolevat yritykset %, ja vastuullisuussertifiikaatit %)               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ulkomaisten ja kotimaisten investointien määrä euroissa</li> </ul> </li> </ul>				

## 2. Tausta

Varsinais-Suomen nykyinen matkailuelinkeinon kehittämissuunnitelma on vuodelta 2013 ja sen päivitetty versio vuodelta 2017, jonka viimeinen voimassaolovuosi on 2020. Toimialan maakunnallinen kehittyminen ja alan toimijoiden yhteistyön myönteinen kehitys edellyttää ajantasaista strategiaa. Tämän vuoksi olemme laati- neet Varsinais-Suomen matkailuelinkeinon kehittämisen tiekartan vuosille 2021-2027 - Yhdessä kestävää kasvua ja osaamista 2.0.

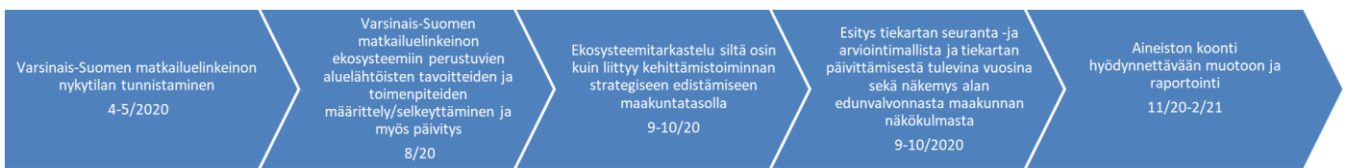
Tavoitteena että tiekartta on matkailutoimijat yhteen kokoava väline, jonka tehtävänä on toimia matkailun kehittämistyössä yhteisenä ohjenuorana ja saada aikaan tuloksekasta matkailuelinkeinon kehittämistyötä. Lähtökohdiana on, että toimenpiteitä toteutetaan laajan toimijajoukon yhteistyönä huomioiden näiden omat tavoitteet ja painopisteet (esim. seutukunnat ja kaupungit). Tiekarttaa toteutetaan niin julkisten toimijoiden kuin alan yritystenkin toimesta ja osaan tavoitteista ja toimenpiteistä voidaan vastata ulkoisella hankerahoituksella.

Tiekartta on laadittu ajankohtana, jolloin matkailu on akuutissa kriisissä korona -pandemian myötä. Mikä on kriisin jälkeinen matkailun uusi normaali, millaisiin toimintaympäristön muutoksiin tiekartan valinnoilla meidän tulee vastata? Maailmanlaajuiset yksittäiset ilmiöt, tapahtumat ja megatrendit ulottavat vaikutuksensa myös Varsinais-Suomeen. Niin poliittiset, taloudelliset, yhteiskunnalliset, teknologiset kuin ympäristölliset tekijät vaikuttavat oleellisesti matkailun kehittämiseen ja kehittymiseen. Korona on nostanut esiin laajemman kysymyksen matkailutoimialan shokkikestävydestä ja pandemian arvioidaan nopeuttavan olemassa olevia muutospolkuja, kuin pysäyttävän niitä. Varsinais-Suomen matkailun toimintaympäristön muutosajurit

ovat siis huomioitava sumuisuusvaroituksella niiden kirjoitushetkellä, korostaen jatkuvan sekä ennakoivan skenaariotyön tärkeyttä osana tiekartan toteutusta.

## 2.1 Tiekartan valmisteluprosessi

Tiekartan valmistelusta on vastannut Varsinais-Suomen liiton ja Varsinais-Suomen matkailun sihteeristön ohjauksessa FlowHouse Oy, joka on matkailun muutosjohtamisen, digitaalisen matkailumarkkinoinnin ja tiedolla johtamisen asiantuntija. Tiekartta koostettu työn eri vaiheissa pidettyjen tilaisuuksien annettujen näkemysten ja kommenttien pohjalta. Työhön on osallistunut eri vaiheissa n. 100 matkailutoimijaa Varsinais-Suomesta. Näkemyksiä tiekarttaan ovat antaneet matkailuyrittäjät, matkailun alueorganisaatiot, kunnat, matkailun koulutus- ja tutkimuslaitokset sekä matkailun kehittämisorganisaatiot.



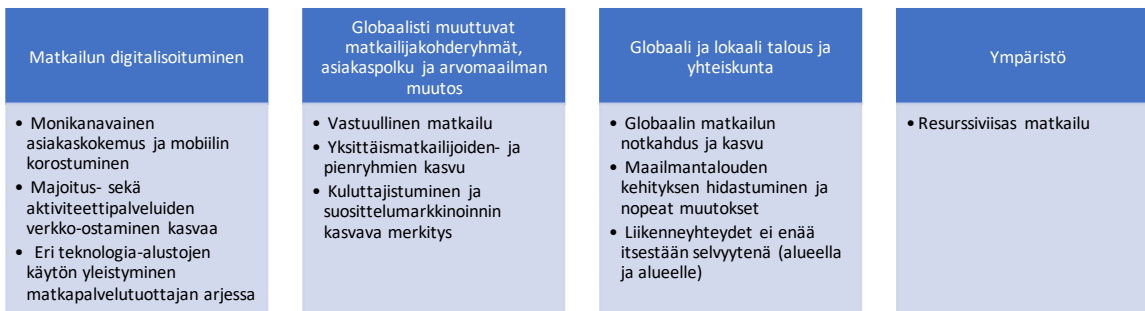
*Tiekartan valmisteluprosessi tiivistettynä.*

## 3. Toimintaympäristön muutos

Globaalit matkailun trendit ja muutosajurit muodostavat tiekartan perustan. Niiden kautta tiekartan valmisteluprosessissa arvioitiin, miten Varsinais-Suomen ja sen eri matkailualueiden tulisi toimia ja kehittää toimintaansa pystyäkseen vastaamaan näihin muutoksiin ja rakentamaan strategiaansa suhteessa tulevaan kehitykseen.

Megatrendit, kuten digitalisaatio, ovat hyvin pitkäaikaisia ja laaja-alaisia muutoksia, jotka vaikuttavat toimintaan pitkään. Osa muutoksista tulee hyvin nopeallakin syklillä, kuten korona- pandemia, minkä vuoksi muutostekijöitä on tärkeä seurata ja arvioida suhteessa tiekarttaan säännöllisesti.

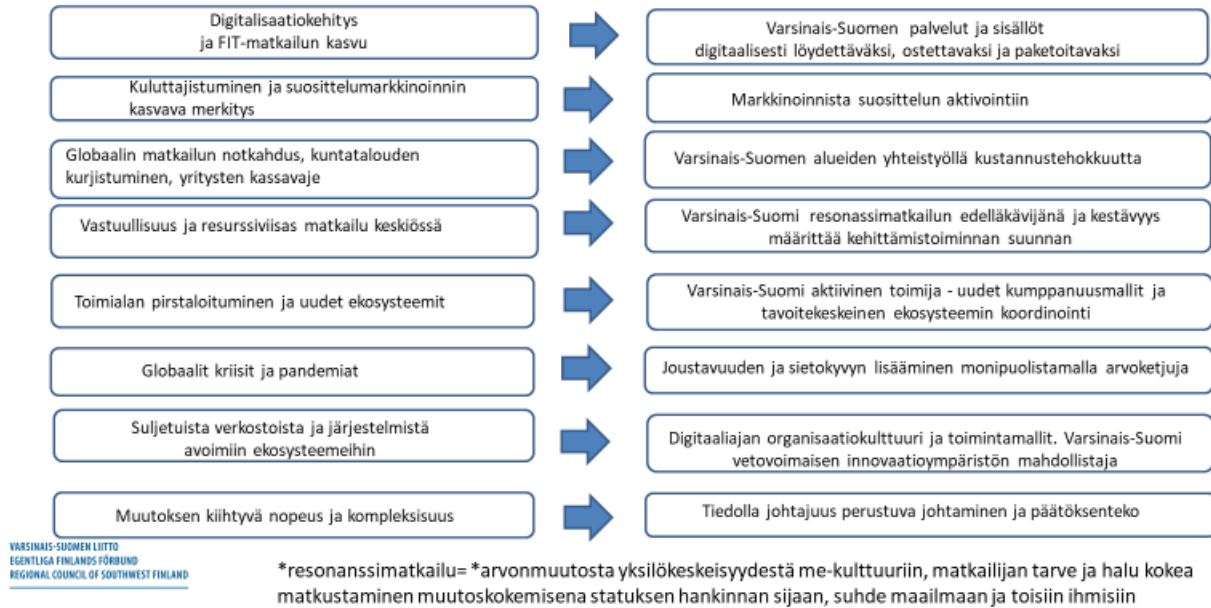
Varsinais-Suomen matkailufoorumin (3.9.2020) osallistajat arvioivat alla olevien muutosajurien vaikuttavan eniten Varsinais-Suomen matkailuun seuraavien vuosien aikana:



Muutosajurit ovat tiivis kooste keskeisistä muutostekijöistä ja myös niiden ulkopuolella on tekijöitä, jotka vaikuttavat Varsinais-Suomen matkailuelinkeinon toimintaympäristöön tulevaisuudessa.

Tiekartan valmistelutyössä hahmoteltiin muutosajureihin vastaamiseksi seuraavia ratkaisuja:

## Muutosajurit ja ratkaisumme



Varsinais-Suomen tiekartan toimeenpano edellyttää jatkuvaa tietoon, tutkimukseen ja analyysiin pohjautuvaa skenaariotyötä. Tavoitteena on ketterästi reagoiden rakentaa parempaa tulevaisuutta matkailualalle, asukkaille ja ympäristölle. Varsinais-Suomessa matkailun skenaariotyötä koordinoi/toteuttaa Varsinais-Suomen Ennakointiakatemia [www.ennakointiakatemia.fi](http://www.ennakointiakatemia.fi), joka on eri ammatti- ja toimialojen rajoja ylittävä yhteistyöverkosto, yhdistäen osaamis- ja koulutustarpeen ennakointiin käytettävät voimavarat maakunnassa. Verkostossa ovat mukana Turun AMK, Turun yliopisto, toisen asteen ammatillista koulutusta edustavia oppilaitoksia, Varsinais-Suomen liitto, Varsinais-Suomen ELY-keskus, Varsinais-Suomen yrittäjät ja Turun kauppa-kamari. Myös Turku Science Park kokoaa ajantasaista matkailutietoa yhteen paikkaan matkailutoimijoiden ja yritysten toiminnan tueksi, lisäksi matkailualueilla mm. matkailun alueorganisaatiot ja kehitysyhtiöt toteuttavat alueellista ennakointityötä.

## 4. Varsinais-Suomi matkailualueena

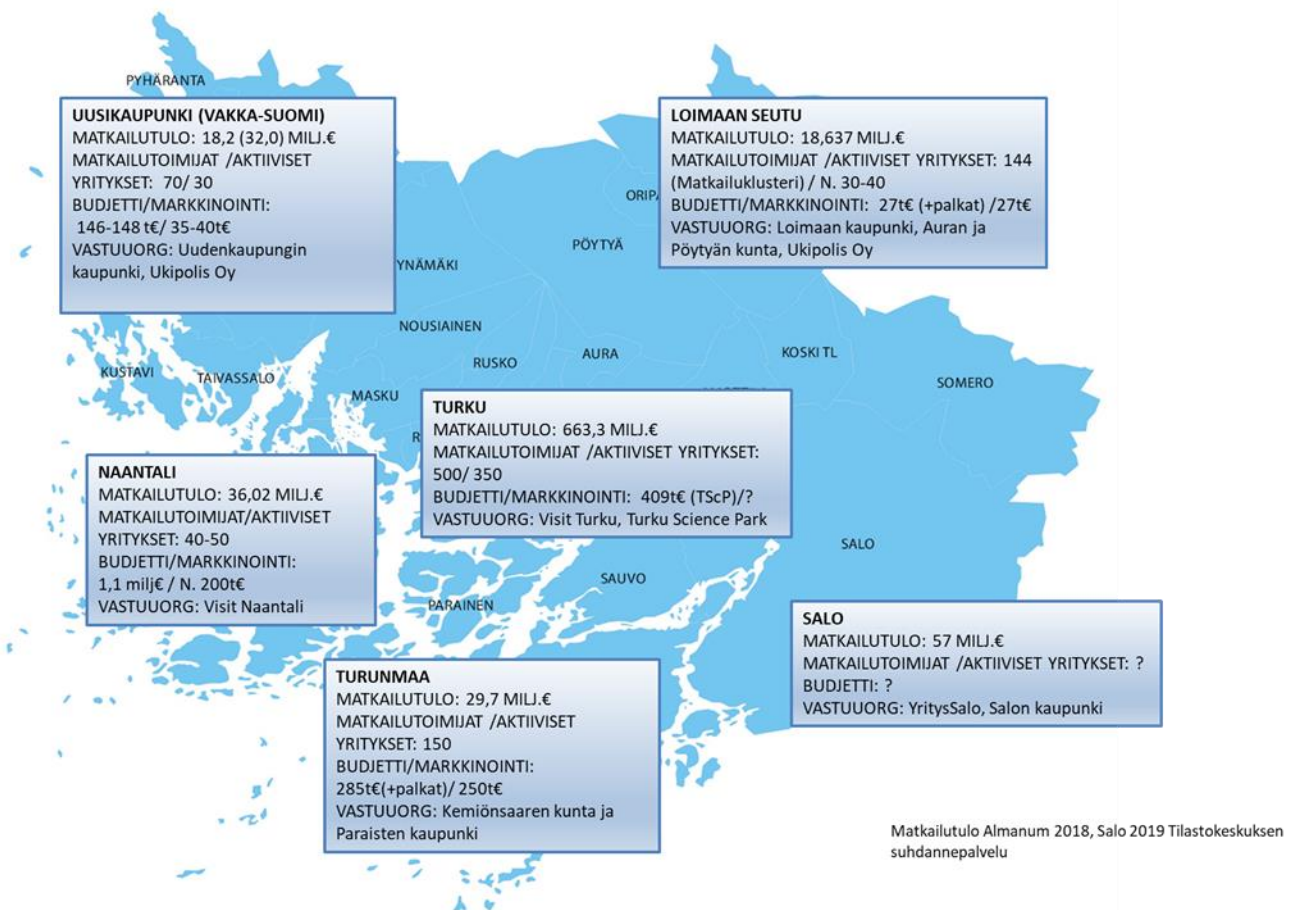
### 4.1 Varsinais-Suomen matkailun kärkiteemat

Varsinais-Suomen matkailun tärkeimmät ja tunnistettavimmat kärkiteemat, jotka tukevat tunnettuutta, houkuttelevuutta, ympärivuotisuutta ja saavutettavuutta ovat:

				
<b>Luonto aina lähellä</b>	<b>Ainutlaatuinen saaristo</b>	<b>Paikalliskulttuuria &amp; Suomen historiaa</b>	<b>Ruoka-aitta</b>	<b>Elävä kaupunkikulttuuri</b>
Saariston ja rannikon merelliset kolme kansallispuistoa, Luontoreitit ja aktiviteetit Kansainvälisesti ajatellen pienellä maantieteellisellä alueella monipuolista luontoa ja ympäristöä sekä kulttuuria	Saarihyppely useilla liikku mistavoilla (vaellus, pyörä, auto, yhteysalus, vene) Saaristossa jo matka on elämys, vesiaktiviteetit (melonta, soutu, purjehdus, kalastus yms.) sisäsaariston suojaista paikoista ulkosaariston eksotiikkaan	Kulttuurimiljööt (majakat, puutalokaupungit ja ruukit) Suomen vanhimmasta historiasta kertovat käyntikohteet, kaupungit ja kylät	Merellisyys ja alueen ruokakulttuuri sekä innovatiiviset ruokatuotteet ovat oleellinen osa matkailun tarinaa. Ravintolat, mutta myös lähiruoka ja vilja-aitta	Monipuolinen kaupunkikulttuuri Tapahtumia varsinaissuomalaisella twistillä

### 4.2 Varsinais-Suomen toisistaan erottuvat matkailualueet

Varsinais-Suomessa on kuusi toisistaan erottuvaa matkailualueita: Vakka-Suomi (Kustavi, Laitila, Pyhäranta, Taivassalo, Uusikaupunki, Vehmaa), Loimaan seutu (Auran, Kosken Tl, Marttilan, Oripään ja Pöytyän kunnat sekä Loimaan kaupunki), Naantali, Turun seutu (Kaarina, Lieto, Masku, Mynämäki, Nousiainen, Paimio, Raisio, Rusko, Sauvo ja Turku), Turunmaa (Kemiönsaari ja Parainen) ja Salo (Salon ja Somero). Alla olevassa kuvassa on tiivistetty matkailualueittain niiden matkailutulo, alueen matkailun markkinointiin ja kehittämiseen osallistuvien yritysten määrä sekä käytettävät resurssit sekä matkailusta vastaavat organisaatiot. Tiedot ovat matkailutoimijoiden omiin arvioihin pohjautuvia, osin puutteellisia ja eivätkä ole täysin vertailukelpoisia keskenään. Kuvan kautta on kuitenkin hahmotettavissa eri alueiden hyvin vaihteleva matkailun volyyymi ja resurssointi.



Tarkasteltaessa matkailualuekohtaisia tavoitteita ja kehittämisteemoja, joilla alueet tavoittelevat kilpailuetua, on alueiden strategioiden ja alueiden edustajien tiekarttatyöpajoissa esittämien kommenttien pohjalta löydettävissä seuraavia useille alueille yhteisiä kehittämistavoitteita:

**Näkyvyyden/tunnettavuuden kehittäminen:** Turun Matkailun Masterplan, Parainen, Naantali, Uusikaupunki

**Elämyksellisyys kehittäminen / tuotekehitys:** Salo, Kemiönsaari, Turun Matkailun Masterplan, Parainen, Naantali, Uusikaupunki

**Digitaalisuus/digitaalinen ostettavuus:** Turun Matkailun Masterplan, Parainen, Naantali, Kemiönsaari, Salo

**Seudullisen yhteistyön kehittäminen:** Parainen, Naantali, Pöytyä, Kemiönsaari

**Saavutettavuus:** Turun Matkailun Masterplan, Parainen, Kemiönsaari, Naantali, Uusikaupunki

**Ympäri vuotisuus:** Turun Matkailun Masterplan, Parainen, Naantali, Uusikaupunki

**Vastuullisuus:** Turun Matkailun Masterplan, Naantali, Parainen, Salo

Yleisenä huomiona aluetason strategioista on, että suurimmalla osalla alueista ei ole voimassa olevaa erillistä matkailustrategiaa tai olemassa oleva strategia on päättymässä vuoteen 2020, maakunnallisen matkailun tiekartan valmistumisen myötä varmasti myös aluetason strategioita on syytä päivittää.

Alueiden tavoitteet koostettuna:

Strategiataso	Visio	Millä teemoilla kilpailukykyä?
<b>Varsinais-Suomen matkailun ohjelma 2013-2020</b>	<p>Matkailumaakunnan omaleimaisuus näkyy tarjontana ja tunnelmana ympärivuotisessa korkeatasoisessa tuotetarjonnassa, jonka perustana ovat saaristo, elinvoimainen kulttuuri ja Varsinais-Suomi ruoka-aittana.</p> <p>Turun gateway-asema mereltä, ilmasta ja maalta vahvistaa koko maakuntaa.</p> <p>KAUPUNKIKULTTUURIA SAARISTON SYLISSÄ on olennainen osa Suomen ja Itämeren matkailubrändiä.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. saavutettavuus,</li> <li>2. osaaminen,</li> <li>3. tuotekehitys,</li> <li>4. investoinnit ja</li> <li>5. edunvalvonta.</li> </ol>
<b>Turun Matkailun Masterplan 2029 (ei vahvistettu)</b>	<p>Vuonna 2029 saaristo- ja kulttuuri kaupunki Turku on Pohjois-Euroopan kiinnostavin, elämyksellisin ja kestävin kaupunki vierailulla 365 päivää vuodessa.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tunnettuuden lisääminen (brändi, markkinointi- ja suositteluviestintä ja myynti)</li> <li>2. Elämyksellisyyden kehittäminen (tuotekehitys)</li> <li>3. Saavutettavuuden lisääminen</li> </ol> <p>Läpileikkaavat teemat: Kestävä matkailu, Digitaalisuus, Laatu, Osaaminen ja tutkimus</p>
<b>Parainen</b>	<p>Tarkemmin Saaristokaupunki Parainen matkailustrategiassa 2021-2025</p>	<p>Kehittämisteemat</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Brändin kehittäminen osana saaristoa</li> <li>2. Ympäri vuotisuuden kehittäminen</li> <li>3. Saavutettavuuden kehittäminen</li> <li>4. Seudullisen yhteistyön kehittäminen</li> </ol>
<b>Naantali</b>	<p>Vuonna 2030 Naantali on kokoluokassaan Suomen tunnetuin matkailukeskus, joka tunnetaan omaperäisenä ja vetovoimaisena kohteena. Muumimaista henkeä, idyllistä vanhaa kaupunkia ja saariston kahdeksaa vuodenaikaa on tuotettu katkeamattomiksi palvelukokonaisuuksiksi.</p> <p>Naantali on edelläkävijä digitaalisissa ratkaisuissa, yhteistuottamisessa ja sisäisessä markkinoinnissa. Naantalista luodaan myös helposti saavutettava kansainvälinen matkailukohde yhteistyössä seudullisten ja valtakunnallisten kumppanien kanssa.</p> <p>Naantalissa matkailijoiden, matkailuyrittäjien, asukkaiden ja ympäristön tarpeet ovat sopusoinnussa keskenään. Matkailu nähdään merkittävänä elinkeinona Naantalissa ja sitä kehitetään eri osapuolten panostuksilla ja konkreettisella yhteistyöllä.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kohdebrändin kehittäminen</li> <li>2. Digitaalisen ostettavuuden kehittäminen</li> <li>3. Tapahtumien lisääminen</li> <li>4. Palveluiden kehittäminen</li> <li>5. Yritysten osaamisen vahvistaminen</li> <li>6. Seudullisen yhteistyön vahvistaminen (yhteinen digitaalisen markkinoinnin ja myynti, saavutettavuuden kehittäminen, Vastuullisen matkakohteen kehittäminen)</li> </ol>



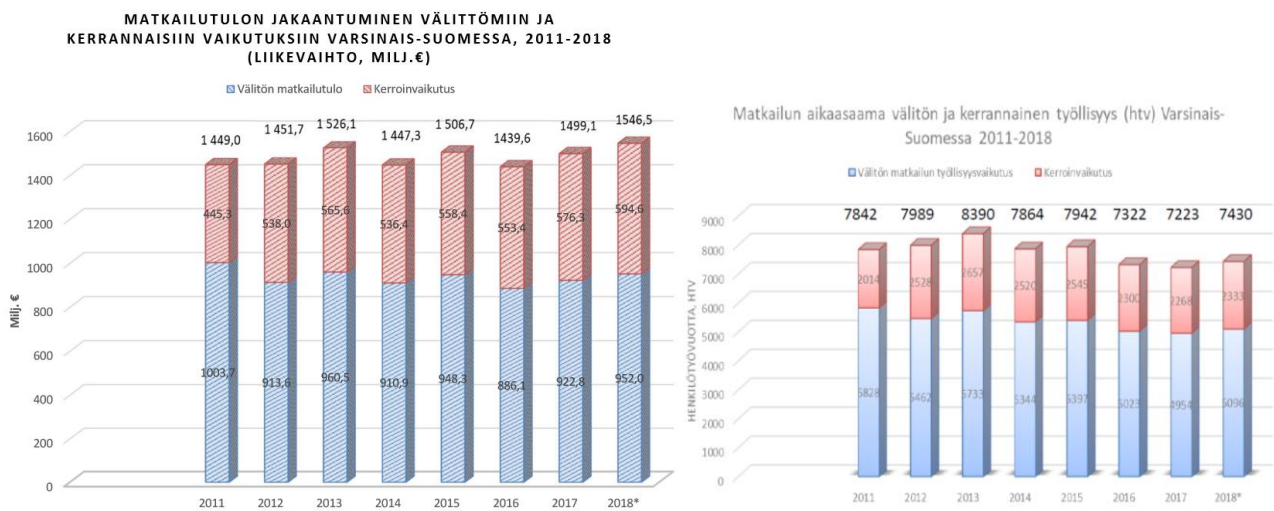
<p><b>Salo</b></p>	<p>Olemme koonneet toimintaympäristömme tulevaisuuden vision ja tavoitteet sekä kärkihankkeet ilman toimialarajauksia. Matkailusta ei ole tehty oman alueen strategiaa.</p>	<p>Meillä on yksinkertainen tehtävä: autamme yrityksiä uusiutumaan, kehittämään ja kasvamaan. Haluamme, että Salossa yritykset, pienet ja suuret, ovat kärkijoukoissa kyvykkyydessään uudistua ja vastata globaaleihin tulevaisuustrendeihin. Lyhyen tähtäimen tavoitteena on tukea yrityksiä koronakriisin ja talouskriisin selviämisestä ja henkiinjäämisessä. Pidemmän tähtäimen kehittämisteenä hanketoiminnan tuloksena on tehdä elämyksistä kilpailuvaltti, hyödyntää älykkään matkailun mahdollisuuksia, toimia kestävän matkailun periaatteiden mukaisesti sekä tiedolla johtaminen.</p>
<p><b>Kemiönsaari</b></p> <p>Matkailuelinkeinon toimintasuunnitelma 2014-2020</p>	<p>Kemiönsaaren kunta on kohderyhmilleen tunnettu ja houkutteleva matkakohde. Olemme hyviä isäntiä, jotka tarjoavat haluttuja, laadukkaita ja helposti saatavilla olevia aktiviteetteja ja elämyksiä ympäri vuoden. Matkailu elinkeino on kasvava elinkeinoala Kemiönsaaren kunnassa ja sen liikevaihto on kasvanut alan aktiivisen uudistumisen, matkailijoiden määrän kasvun, uusien työpaikkojen sekä asukasmäärän kasvun myötä</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Yritysten välisen yhteistyön lisääminen</li> <li>2. Uusien asiakasryhmien tunnistaminen</li> <li>3. Uusien tuotteiden, palveluiden ja yritysideoiden kehittäminen</li> <li>4. Yleisten liikennevälineiden saavutettavuuden parantaminen</li> <li>5. Internet-markkinoinnin lisääminen</li> <li>6. Saaristonyrittäjien näkyvyyden lisääminen (esim. infotaulut)</li> </ol>
<p><b>Loimaa</b></p>	<p>Ei voimassa olevaa matkailustrategiaa/suunnitelmaa</p>	<p>Ei voimassa olevaa matkailustrategiaa/suunnitelmaa</p>
<p><b>Pöytyä</b></p>	<p>Meneillään on Elämymatkailulla menestyksen-hanke, joka tuottaa ajankohtaista perustietoa syksyllä alkavalle suuremmalle hankkeelle PELME = Pelloilta metsien kautta merelle, joka on yhteishanke Loimaa, Pöytyä ja Vakka-Suomi.</p> <p>PELMEn toteuttamisen aikana muotoutuu strategia.</p>	<p>Asetetun vision ensimmäisessä vaiheessa on eduksi päivittää toimijoiden tarpeet. Tämän jälkeen voidaan tuottaa heille tietoa ja informaatiota ajateltavissa olevista tulevista mahdollisuuksista ja uhista.</p> <p>Yksi tärkeä osa visiota on ekosysteemiajattelun juurruttaminen toimijoihin, sillä tänä päivänä ei voi enää ajatella vain vuoteiden määrää tai ruokalistaa tai yksittäistä tapahtumaa. On huomioitava "koko kylä" ja sen toimijat.</p>
<p><b>Uusikaupunki</b></p> <p>Uudenkaupungin matkailuohjelma 2015–2020</p>	<p>Uusikaupunki on kiinnostava ja suosittu matkailukohde - Suomen tunnetuin ja merkittävin merellinen puutalokaupunki. Uusikaupunki on kodikas, ihmisläheinen ja turvallinen. Uusikaupunki houkuttelee matkailijoita ympäri vuoden laadukkaalla ja ainutlaatuisella tarjonnallaan. Tarjonnan perustana ovat luonto, merellisyys, historiallisuus, kiinnostavat tapahtumat, monialainen teollisuus sekä monipuoliset kulttuuri- ja vapaa-ajanviettopalvelut. Uudessakaupungissa säilyy aito pikkukaupungin henki.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uudenkaupungin tunnettuuden lisääminen sekä imagon ja brändin ylläpitäminen ja niiden kehittäminen</li> <li>2. Matkailijamäärien kasvattaminen, viiptymän lisääminen sekä matkailijoiden sitouttaminen</li> <li>3. Matkailupalveluiden tuotteistaminen erilaiset asiakasryhmät huomioiden sekä näiden tuotteiden myynnin kehittäminen</li> <li>4. Matkailun ympärivuotisuuden kehittäminen</li> </ol>

5. Matkailulla on kasvava osuus Uudenkaupungin kehittyvässä ja tuloksellisessa elinkeinot

### 4.3 Varsinais-Suomen matkailun nykytila tilastojen valossa

#### Matkailutulo ja työllisyys

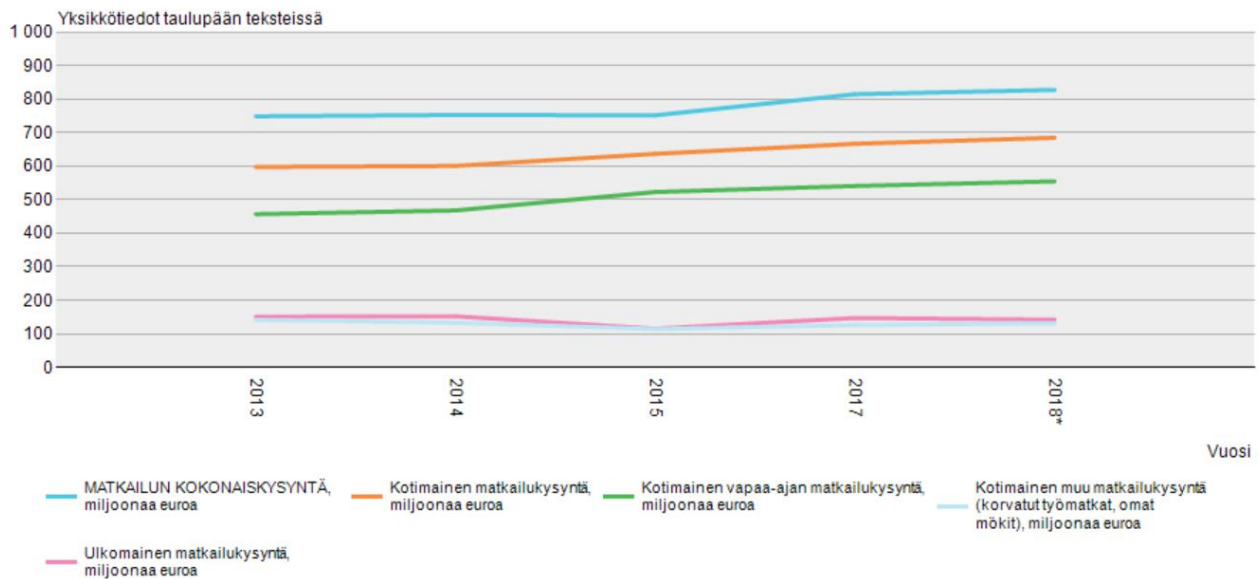
Matkailuala on merkittävä toimiala Varsinais-Suomessa sekä talouden että työllisyyden näkökulmasta. Maakunnan kokonaismatkailutulo (välitön ja välillinen matkailutulo) oli 1547 miljoonaa euroa vuonna 2018. Kasvua edellisestä vuodesta 3,2%. Ala työllistää Varsinais-Suomessa suoraan noin 5100 henkilöä. Kun otetaan huomioon välilliset työllisyysvaikutukset esimerkiksi muulla palvelusektorilla, niin työllisten määrä nousee lähes 7500:aan. (ALMAnum numeerinen matkailumalli - Matkailutulo ja työllisyys Varsinais-Suomessa sekä Turun seudun seutukunnissa ja kunnissa 2011–2018)



Lähde: ALMAnum numeerinen matkailumalli - Matkailutulo ja työllisyys Varsinais Suomessa sekä Turun seudun seutukunnissa ja kunnissa 2011–2018.

Matkailukysynnän lievä kasvu 2010-luvulla Varsinais-Suomessa on pohjautunut kotimaisen vapaa-ajan matkailukysynnän kasvuun, ulkomaisen matkailukysynnän lievästi pienentyen vuosikymmenen aikana. (Alueellinen matkailutilinpito, Tilastokeskus 2020). Korona -pandemian myötä erityisesti ulkomaisen matkailukysynnän tunnusluvut matkailuvuoden 2020 osalta tulevat heikkenemään merkittävästi.

## Alueellisen matkailutilinpidon avainluvut muuttujina Tunnusluku ja Vuosi. Varsinais-Suomi.



Lähde: Tilastokeskus, 2020

### Rekisteröityneet yöpymiset

Rekisteröityneitä yöpymisiä Varsinais-Suomessa oli vuonna 2019 yhteensä 1 314 000. Yöpymisistä 69 prosenttia oli vapaa-aikaan liittyviä (kotimaan osalta 73%, ulkomaisten osalta 51%). Varsinais-Suomen osuus kaikista Suomeen kohdistuneista rekisteröityneistä yöpymisistä oli kotimaisten yöpymisten osalta 6,5% ja ulkomaisten yöpymisten osalta 3,8%. Yöpymisistä 40,4% toteutui kesäsesongilla välille kesä-elokuu. (Tilastokeskus 2020).

Eniten matkailijoita Varsinais-Suomeen ulkomailta tuli Ruotsista (20 900) ja Saksasta (16 400), seuraavaksi eniten matkailijoita tuli Virossa (73 00). (Visitory 2020).

Vuosien 2014-2019 keskimääräinen rekisteröityneiden yöpymisten prosentuaalinen kasvu on ollut 1,8% vuodessa, kotimaan yöpymisten osalta 1,3% keskimääräistä vuosittaista kasvua ja ulkomaalaisten yöpymisten ka. kasvuprosentti on ollut 4,3%.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	KA. 2014-2019	2020 (tammimarraskuu)
	Yöpymisten muutos, %	Yöpymisten muutos, %	Yöpymisten muutos, %	Yöpymisten muutos, %	Yöpymisten muutos, %	Yöpymisten muutos, %	Yöpymisten muutos, %	Yöpymisten muutos, %
<b>Yhteensä</b>	-0,6	-1,0	3,3	5,8	-4,3	7,6	1,8	-31,2
<b>Kotimaiset</b>	-2,4	0,5	3,2	3,6	-3,2	6,0	1,3	-20,4
<b>Ulkomaiset</b>	8,1	-7,2	4,0	15,5	-8,8	14,4	4,3	-73,2

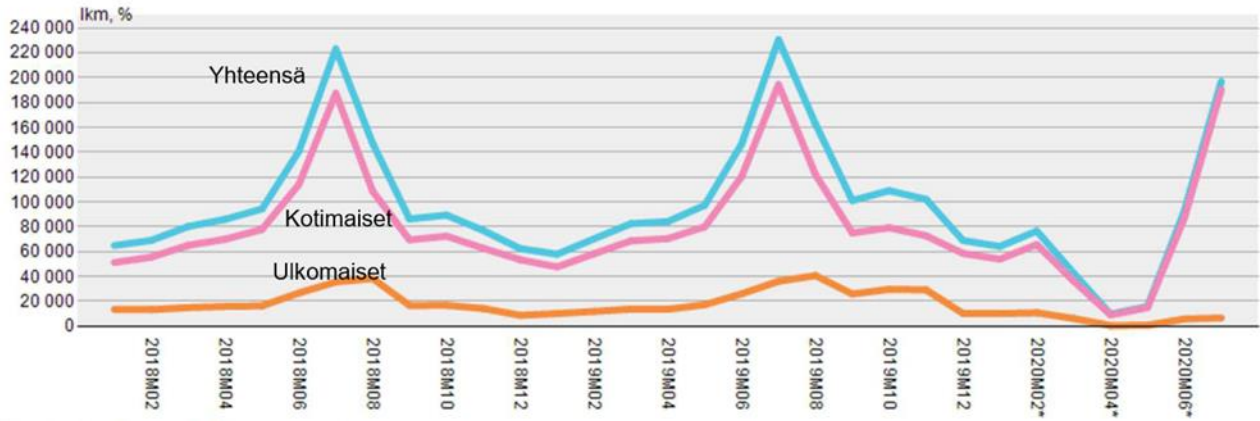
Lähde: Majoitustilasto, Tilastokeskus 2021

Korona -pandemian vaikutus vuoden 2020 rekisteröityneiden yöpymisten kehitykseen vaihtelee suuresti matkailualueittain. Kevätsesongin osalta (3-5/2020) yöpymisten määrä 2019 lukuihin verrattuna väheni huomattavasti Vakka-Suomen -50,4 prosentista aina Turun -77,9 prosenttiin. Kesäsesongin (6-8/2020) osalta maakunnan eri matkailualueiden menestyminen rekisteröityneiden yöpymisten valossa vaihteli suuresti, Turunmaan (Parainen ja Kemiönsaari) yöpymiset kasvoivat 16,6% edellisen vuoden vastaavaan ajankohtaan verrattuna, kun muilla alueilla yöpymisten väheneminen oli merkittävää, mm. Salo -44,3% ja Turku -23,9%.

Syyskaudella (9-11/2020) tilanne on myös samankaltainen, Turunmaata lukuun ottamatta yöpymisten määrä on selkeästi 2019 vertailuajankohtaa vähäisempi. (Tilastokeskus, 2020)

Varsinais-Suomen matkailun kausivaihtelut ovat suuria, kesäsesongin ja sen huippukuukauden, heinäkuun suhteellinen osuus koko vuoden rekisteröityneistä yöpymisistä on erittäin merkittävä.

### Varsinais-Suomi, Yöpymiset

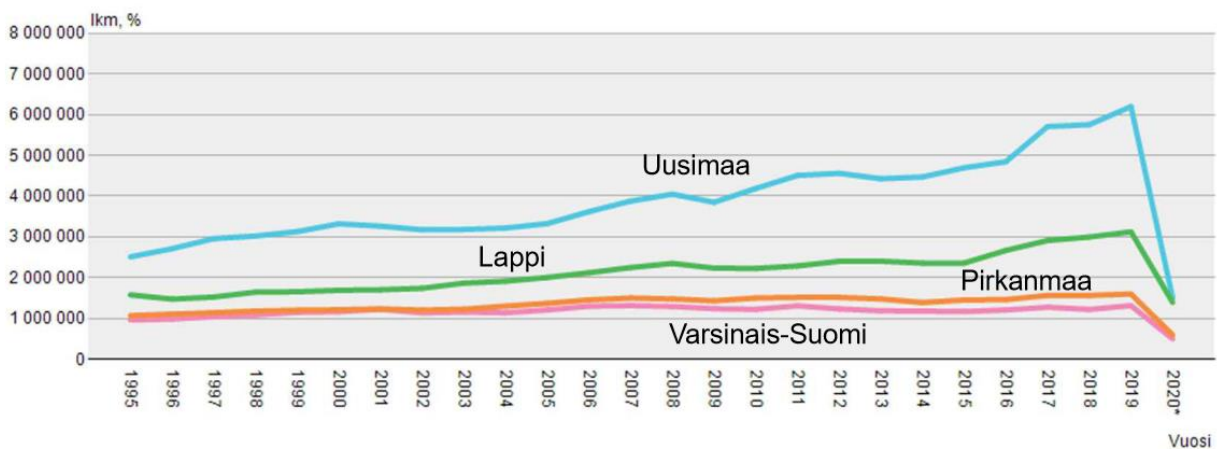


Lähde: Tilastokeskus, 2020

### Varsinais-Suomen markkinaosuus koko maan yöpymisistä

Matkailu on rekisteröityjen yöpymisvuorokausien kehityksellä mitattuna Suomessa 2010 -luvulla kasvanut 16,7 prosentilla (2010 19 248 057 yöpymisvuorokautta -> 2019 23 095 660 yöpymisvuorokautta), samalla aikajänteellä matkailu Varsinais-Suomessa on kasvanut 6,9 prosentilla (2010 1 222 703 yöpymisvuorokautta - 2019 1 314 000 yöpymisvuorokautta) ja Varsinais-Suomen markkinaosuus koko maan yöpymisistä on pienentynyt 2010-luvulla 6,4 prosentista 5,7 prosenttiin (kotimaan osalta markkinaosuus on pienentynyt 7,0% -> 6,5% ja ulkomaisten yöpymisten osalta osuus on pienentynyt 4,4% -> 3,8%). Alla olevassa kuvassa on kuvaus Varsinais-Suomen rekisteröityneiden yöpymisten kehittämisestä verrattuna Pirkanmaahan, Lappiin ja Uusimaahan.

### Vuosittaiset yöpymiset



Lähde: Tilastokeskus, 2020

## 5. Varsinais-Suomen matkailun ekosysteemi ja sen kehittämistarpeet

### 5.1 Menestyvä matkakohde -analyysi

Tiekarttaprosessi käynnistettiin Visit Finlandin Menestyvä matkakohde -analyysin toteutuksella alueen toimijoille. Analyysi toteutettiin digitaalisessa muodossa ja analyysin tuloksia käytiin yhdessä läpi osallistuneiden kanssa kahdessa työpajassa 26.5 ja 28.5.2020. Analyysivaiheeseen osallistui laajasti julkisia toimijoita Varsinais-Suomen matkailun sihteeristöstä.

Analyysin tarkoituksena oli luoda käsitys mitä kaikkea menestyvän matkakohteen kehittäminen sisältää ja auttaa Varsinais-Suomen eri toimijoita yhdessä hahmottamaan kokonaisvaltaisesti menestyvän matkakohteen johtamisen edellyttämien tehtävien ja kyvykkyyksien nykytilaa Varsinais-Suomessa.

Menestyvän matkakohteen pitää huolehtia niin kohteen suunnitelmallisesta johtamisesta, kestävästä kehityksestä kuin houkuttelevuudesta ja varattavuudestakin. Oma kokonaisuutensa on kohteen tehokas hallinta huomioiden kaikki sidosryhmät ja niille tuotettu arvo, läpinäkyvä tietoon pohjautuva päätöksenteko sekä muun muassa hanketyön koordinointi. Kestävyys ja digitaalisuus ovat menestyksekkään matkakohteen ytimessä kautta linjan.

Tarve kokonaisvaltaisemmalle ja strategisemmalle kehittämiselle korostaa entisestään tarvetta määritellä roolit ja vastualueet alueen eri toimijoiden kesken ja osoittaa selvemmin yksi taho, joka koordinoi tai johtaa yhteistyötä niin alueen sisällä kuin kansallisten kumppaneiden suuntaan.



### Menestyvä matkakohde -analyysin kuvaus, Visit Finland 2019

Varsinais-Suomen matkailutoimijoiden itsearviointien tulokset Menestyvä matkakohde -analyysin eri teemojen osalta olivat seuraavat (0=ei ole huomioitu, 1=huomioitu osin, 2=on tehty):

Matkakohteen ja asiakaskokemuksen johtaminen	Tiedolla johtaminen	Houkutteleva matkakohde	Vastuullinen matkakohde	Vaikuttava ja ketterä organisaatio	Lisäarvoa kumppanuuksilla
1,216	1,306	1,06	1,09	1,08	1,28
Keskihajonta 0,66	Keskihajonta 0,73	Keskihajonta 0,70	Keskihajonta 0,77	Keskihajonta 0,75	Keskihajonta 0,68

■ Kokonaispisteiden keskiarvo 1,25 <  
■ Kokonaispisteiden keskiarvo 0,75-1,25  
■ Kokonaispisteiden keskiarvo 0,75 >

Pääsääntöisesti itsearvioinnin tulokset olivat positiiviset Varsinais-Suomen osalta, vastaajat arvioivat että erityisesti tiedolla johtaminen ja lisäarvoa kumppanuuksilla osa-alueet ovat hyvin hoidossa ja myös muut osa-alueet menestyvän matkakohteen kyvykkyyksien näkökulmasta ovat alueella ainakin osittain toteutuksessa. Arvioinnissa ja työpajoissa nousi esiin eri alueiden edustajien erilaiset näkemykset Varsinais-Suomen kehitystasosta. Osassa alueista on vahvaa ”meillä on jo tämä asia kunnossa” -ajattelua sellaisista aiheista, jotka enemmistöllä osallistujista saattoi olla kesken tai kokonaan aloittamatta, vastaajien arviot poikkesivat toisistaan suuresti erityisesti alla olevien teemojen osalta:

Teema	Matkakohteen johtaminen	Tiedolla johtaminen	Houkutteleva matkakohde	Vastuullinen matkakohde	Vaikuttava ja ketterä organisaatio	Lisäarvoa kumppanuuksilla
<b>Teemat, joissa keskiarvoa enemmän hajontaa vastaajien kesken</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Matkailustrategian päivitysprosessi määrittely</li> <li>Osallistumme kansalliseen edunvalvontaan</li> <li>Tavoiteltu asiakaskokemus ja ostopolku mittareineen on määritetty</li> <li>Alueella on vaikuttamistai edunvalvontasuunnitelma</li> <li>Strategia validoitu ja toteutuksesta sovittu kaikkien täytännönpanosta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Keräämme systemaattisesti tietoja saavutettavuuteen ja liikeenteeseen liittyen</li> <li>Keräämme systemaattisesti tietoja matkailuyritysten liiketoiminnan kehittymisestä kohteessa</li> <li>Hyödynämme tietoa päivittäin markkinoinnissa ja myynnissä</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Käytämme brändistrategiaa asiakaskokemuksen mittaamisen tavoitteiden asettamiseen</li> <li>Matkakohteen tuotteita tuodaan koordinoitusti kansainvälisiin jakelukanaviin (mm. OTAt, matkanjärjestäjät)</li> <li>Seuraamme ja mittaamme vaikuttajien ja yhteisöjen sitoutumista</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vastuullisuusvies-tinnän suunnitelma on laadittu</li> <li>Kestävän matkailun periaatteet ovat näkyvillä asiakkailla</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Matkakohteen johtamiseen liittyvän päätöksenteon prosessit ja vastuut on määritetty</li> <li>Panostamme matkailukohteen henkilöstön johtamiseen ja kehittämiseen</li> <li>Strategian eteneminen ja vuosittainen toimintasuunnitelma (toimenpiteet, budjetit, kalenteri ja mittarit) on arvioitavissa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Matkakohde tekee aktiivista brändikumppaniha-kua</li> <li>Kumppanuuksien kehittämiseksi on suunnitelma</li> </ul>

Työpajojen tuloksena tunnistettiin haasteita, riskejä ja mahdollisuuksia niiden poistamiseen myös yhteisen matkailun ekosysteemin johtamisen näkökulmasta:

#### Tunnistettuja riskejä:

- Mielestään edistyneemmät organisaatiot dominoivat maakuntatason kehitystä, tukea kaipaavat eivät välttämättä uskalla kertoa avuntarpeesta avoimesti. Voiko tällöin syntyä luottamuksellista ja läpinäkyvää ekosysteemitointia?
- Varsinais-Suomen ekosysteemistä tulee kattava otos maakunnan toimijoita, mutta aktiivisia heistä on vain kourallinen. Aiheuttaako tämä turhautumista aktiivien keskuudessa?
- Jalkautuvatko maakuntatason linjaukset ja toimenpiteet organisaatioihin, joiden edustajat ovat passiivisia?
- Historiallinen, enemmän rannikkoon ja saaristoon kuin metsiin ja peltoon ja 'suomalaiseen elämään' keskittynyt mielikuva Varsinais-Suomesta voi antaa maakunnasta kapeamman kuvan kuin on tarve -sekä jättää sisämaan toimijat paitsioon.
- Laajassa osallistamisessa brändityössä on riski 'sillialaattituloksiin' kokemattoman vetäjän käsissä.

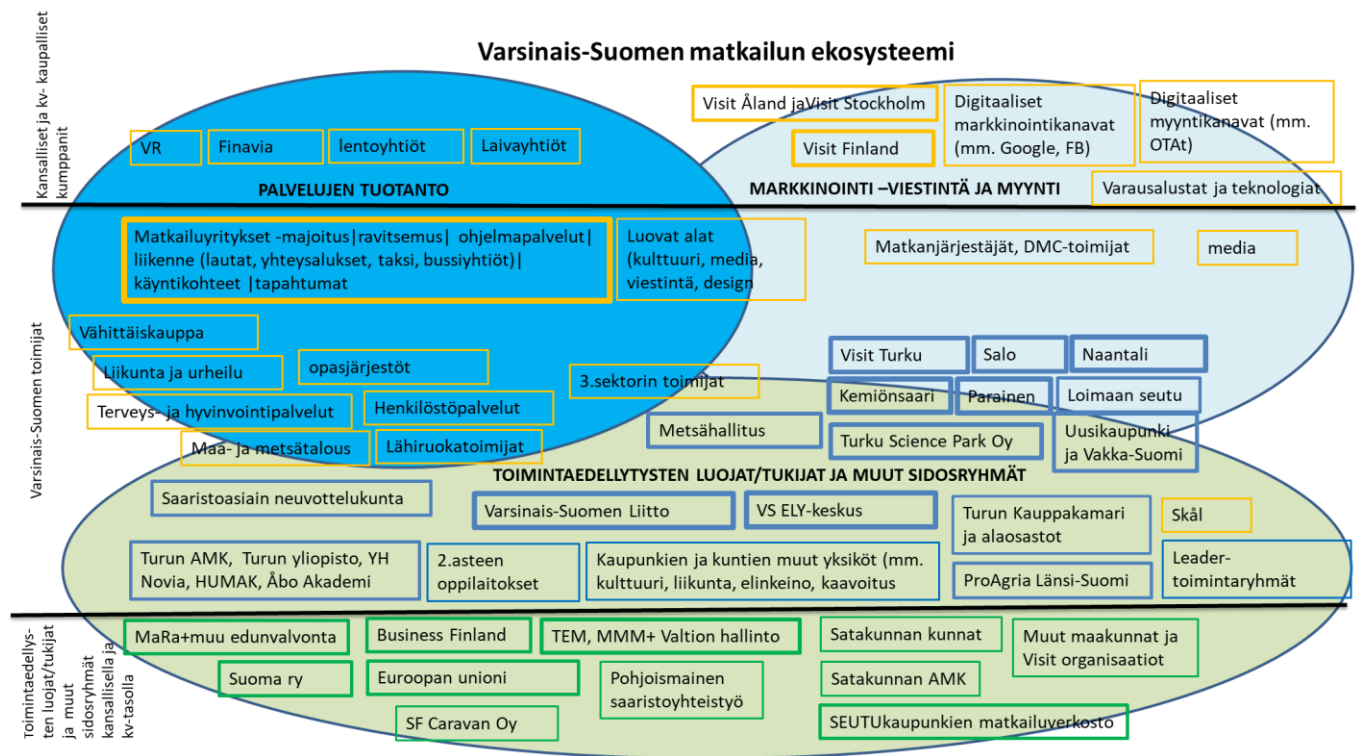
#### Tunnistettuja mahdollisuuksia:

- Innostaa edistyneempien organisaatioiden edustajat jakamaan oppejaan muille.
- Muodostaa selkeitä teemoittaisia työryhmiä, joihin ilmoittaudutaan mukaan oman mielenkiinnon tai omien tarpeiden pohjalta.
- Määritellä selkosuomeksi, mitä V-S:n ekosysteemi tarkoittaa, ja luoda sille selkeät pelisäännöt ja pelisääntöjen 'noudattamisen' seurannan. Pelisäännöissä otetaan huomioon eri toimijoiden maturaiteettiasteet, ja kuinka ekosysteemi voi ja ei voi edistää jäsentensä toimintaa (odotusten hallinta)
- Kokeneen, osallistavia menetelmiä hyödyntävän brändistrategin mukaan ottaminen kehitystyöhön
- Meren ja sisämaan, kaupungin ja maalaisidyllin kontrasteja korostava brändi, jossa erilaisuudesta ja monimuotoisuudesta punotaan rikas ja selkeä tarina
- Resurssien yhdistäminen: millään organisaatiolla ei yksinään ole kaikkea työkalun kysymyksissä esitettyä osaamista
- Luotava vahva tiedolla johtamisen yhteistyö toimijoiden välille ja vaivaton tapa kerätä dataa yrityksiltä
- Löydettävä yhteinen visio "matkailukohteesta" ja tavoitteista. Mitä Varsinais-Suomi on matkailijalle? Voiko Varsinais-Suomelle luoda yhtenäistä brändiä?
- Yhteinen visio maakuntatason organisoitumisesta tarvitaan ja luotava maakunnallisesti toimiva ekosysteemi vastuineen
- Yhteisiin näkyvyyspanostuksiin satsattava

## 5.2 Varsinais-Suomen matkailun ekosysteemi

Osana Varsinais-Suomen tiekartan laadintaa tunnistettiin alueen matkailun ekosysteemin toimijat, jaoteltuna palveluiden tuotantoon, markkinointiviestinnän ja myynnin toimijoihin sekä toimintaedellytysten luojiin/tukijoihin ja muihin sidosryhmiin. Ekosysteemiin kuuluu varsinaissuomalaisten toimijoiden lisäksi kaupallisia ja julkisia toimijoita niin kansallisella, kuin kansainvälisellä tasolla. Yhteisen tiekartan tavoitteena on, että voimme hyödyntää ekosysteemissä olevaa potentiaalia uusin tavoin kehittämällä verkostoyhteistyötä ja toimijoiden työnjakoa.





*Varsinais-Suomen matkailun ekosysteemikuvaus, matkailun sihteeristön kommentoinnin pohjalta*

## 6. Varsinais-Suomen matkailun yhteinen visio ja missio

### Visio

Varsinais-Suomi on turvallinen ja vastuullinen sekä helposti saavutettava ja ostettava saaristo- ja kulttuurikohde. Kannattava matkailuelinkeino luo veto- ja pitovoimaa alueille ympärivuotisesti.

### Missio

Varsinais-Suomen matkailun aluetaloudellisen vaikuttavuuden kasvattaminen, matkailutulon kaksinkertaistaminen sekä matkailijoiden ja asukkaiden elämänlaadun parantaminen.

Turvallisuudella ja vastuullisuudella viitataan siihen, että haluamme huomioida toiminnassamme vastuullisuuden eri osa-alueet ja olemme itse aktiivisesti eturivissä luomassa uutta ja määrittämässä kehityksen suuntaa. Pyrimme tekemään Varsinais-Suomesta Sustainable Travel Finland ohjelman kautta vastuullisen maakunnan, jossa vähintään 50% yrityksistä on vastuullisuuspolulla.

Helposti saavutettava ja ostettavan Varsinais-Suomen matkaketjujen kokonaisuus näyttäytyy asiakkaalle yksinkertaisena ja helppona. Tavoitteenamme on saaristoliikenteen uudistaminen. Tavoitteena on myös tehdä alueesta digitaalisesti näkyvä ja ostettavissa oleva. Varsinais-Suomi on älykäs matkakohde, joka tarjoaa sujuvan ostopulun haaveilusta matkalle.





Varsinais-Suomen aitoihin vetovoimatekijöihin pohjautuvat kärkiteemat (Luonto aina lähellä, Ainutlaatuinen saaristo, Paikalliskulttuuria & Suomen historiaa, Ruoka-aitta ja Elävä kaupunkikulttuuri) erottautuvat kilpailijoista kotimaassa ja kansainvälisesti, kiinnostavat valittuja kohderyhmiä ja vastaavat tuotetarjontaa.

Tiekartan tavoitteena on luoda edellytyksiä taloudelliselle toiminnalle koko Varsinais-Suomeen laajasti. Matkailu on työvoimavaltaista ja käyttää paikallisia raaka-aineita, joten suurin osa matkailutulosta jää paikkakunnalle. Matkailun kehittämisessä tavoitteena on että matkailun vaikutukset paikallisyhteisöjen olemassaoloon ja elämään ovat positiivisia.

## 7. Varsinais-Suomen matkailun toimenpideohjelma – miten haasteisiin ja mahdollisuuksiin vastataan?

Yhteisen vision pohjalta on tiekartassa tunnistettu yhteiset tavoitteet ja strategiset menestystekijät, joilla pyritään saamaan Varsinais-Suomen matkailulle kilpailuetua. Kehittämiskokonaisuudet osiossa kuvataan, miten asetut päämäärät ja tavoitteet pyritään saavuttamaan. Johtamismalli osiossa kuvataan millaisella matkailun tiekartan koordinaatiomallilla voimme johtaa Varsinais-Suomen matkailun ekosysteemiä tavoitekeskeisesti, vahvistaen Varsinais-Suomen innovaatiokykyä ja resilienssiä (sietokykyä) strategisten kehittämissuunnitelmien toteutuksessa.

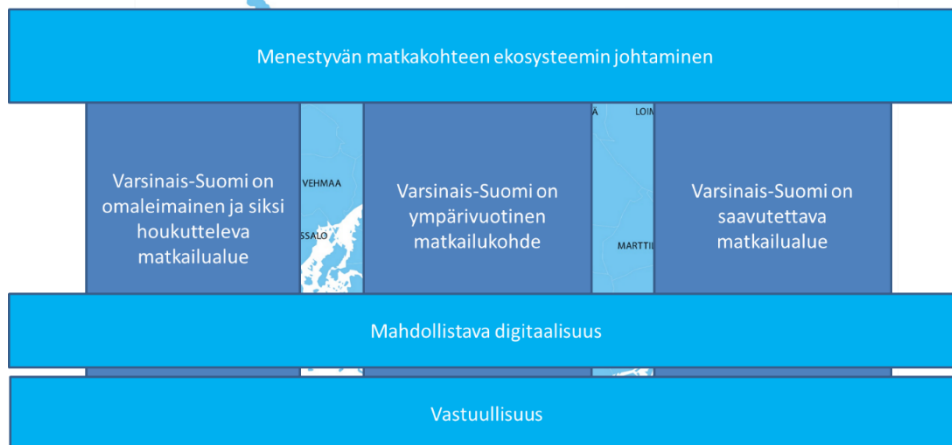


### 7.1 Strategiset painopisteet – näissä on onnistuttava

Varsinais-Suomen matkailun tiekartan toimenpideohjelma koostuu Menestyvän matkakohteen ekosysteemin johtamisesta ja kolmesta toiminnallisesta kokonaisuudesta, joiden kautta vastataan alueen matkailun kehittämisen tavoitteisiin, haasteisiin ja mahdollisuuksiin. Jokaiselle toimenpideohjelmalle on määritelty tarkemmat konkreettiset toimenpiteet sekä tavoitteet. Kehittämisen toimenpiteet ja tavoitteet ohjaavat kaikkia alueen toimijoita.

1. Varsinais-Suomi on omaleimainen ja siksi houkutteleva matkailualue
2. Varsinais-Suomi on ympärivuotinen matkailualue
3. Varsinais-Suomi on saavutettava matkailualue

Läpileikkaavina teemoina kehittämistyössä ovat 4. Mahdollistava digitaalisuus ja 5. Vastuullinen matkailualue



Tavoitteissa kuvattu tiekartan jokaisen kaksivuotisjakson keskeinen tavoite. Tiekartassa esitetyt toimenpiteet koskevat ensimmäisiä vuosia tiekartan toteutumisajalla. Seuraaville kaksivuotiskausille rakennetaan myöhemmin Varsinais-Suomen johtoryhmän toimesta erikseen toimenpidesuunnitelmat, joiden toteutumista johtoryhmä myös koordinoi.

## 7.2 Menestyvän matkakohteen ekosysteemin johtaminen

*Nopeasti muuttavilla markkinoilla, matkailualueilta odotetaan nopeampaa reagointia mm. asiakkaiden tarpeisiin ja vaikuttavaa ja avointa päätöksentekoa. Menestyvillä matkailualueilla on strategia ja sen toimeenpano, joka ohjaa sekä sisällöllään että toiminnallisuudellaan matkailukohdetta kohti yhteisiä päämääriä, brändiä ja asiakaskokemusta. Hyvä strategia yhdistää eri osat kokonaisuudeksi ja ohjaa matkailualueen verkoston toimintaa. Rakennetaan yksityisen ja julkisen sektorin kumppanuusaloitteita ja osallistutaan valtion ja paikallisviranomaisten kanssa kohteen yritysten kilpailukykyyn vaikuttavaan työhön (mm. säädösympäristö, alueiden käyttö). Valmistellaan toimenpiteitä avoimesti ja yrityksiä sekä paikallisia osallistavasti. Tiedolla johtaminen on johtamis- ja toimintatapa, jossa tietoa ja dataa kerätään, analysoidaan ja niitä tuodaan osaksi päätöksentekoprosessia. Tiedolla johdettu matkailualue suunnittelee, toteuttaa ja johtaa toimenpiteitä tietoon pohjautuen.*

### Tavoitteet:

- Edesautamme kestävää ja kannattavaa kasvua alueen yrityksille ja mahdollistamme tuloksellisen yhteistyön matkailun oppilaitosten ja 3.sektorin toimijoiden kanssa. Varmistamme että Varsinais-Suomi on edelläkävijä matkailun osaamis- ja koulutusnäkökulmasta. Varsinais-Suomen toisen asteen oppilaitokset sekä korkeakoulut ovat aktiivisia hanketoimijoita hankekoordinoijina, partnereina tai yhteistyöorganisaatioina.
- Varsinais-Suomen matkailua edistävien eri organisaatioiden tehtävät ja vastuut ovat selkeät julkiselle sektorille sekä yksityiselle sektorille. Yhteiseen strategiaan pohjautuvat kehittämisteemat linjataan ja sovitaan kehittäjäorganisaatioiden kanssa
- Alueella on tehokas yhteistyörakenne, johon kuuluu strategisia kansainvälisiä ja kansallisia kumppaneita
- Tiedolla johdettu Varsinais-Suomi suunnittelee, toteuttaa ja johtaa toimenpiteitä tietoon pohjautuen.



## Toimenpiteitä:

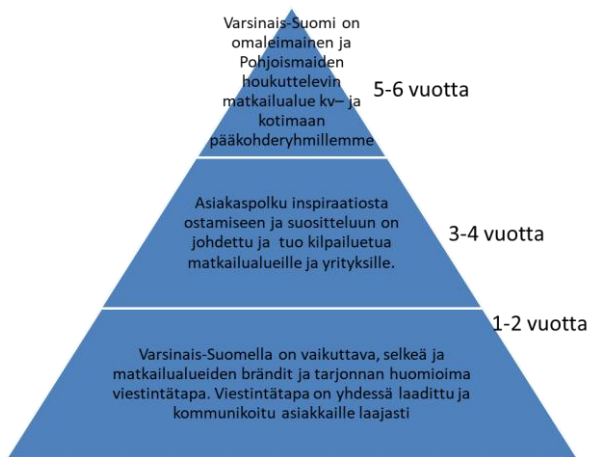
Toimenpide	Vastuujärjestö	Aikataulu
<ul style="list-style-type: none"><li>Varsinais-Suomen matkailun johto- ja teemaryhmätyön käynnistäminen</li></ul>	Varsinais-Suomen liitto	2021
<ul style="list-style-type: none"><li>Strategian jalkautus kaikille täytäntöönpanosta vastaavien osapuolille</li></ul>	Varsinais-Suomen matkailun johtoryhmä	2021
<ul style="list-style-type: none"><li>Varsinais-Suomen matkailun tiekartan seurantaan tukevan tiedon luominen &amp; koonti &amp; tiivistäminen päätöksentekoa helpottavaan muotoon, mm. tiedonkeruun järjestäminen, dashboardin (visuaalinen raportointityökalu) käyttöönotto ja tiedon jakelu matkailutoimijoille.</li></ul>	Varsinais-Suomen matkailun johtoryhmä, Turku Science Park, korkeakoulut	2021
<ul style="list-style-type: none"><li>Laaditaan vuosittainen osaamisen kehittämisen ja tietojohtamisen suunnitelma, joka huomioi niin johtoryhmän, teemaryhmien kuin aluetoimijoidenkin eri roolit ja erilaiset tiedontarpeet muuttuvassa markkinatilanteessa. Lisäksi ennakoinnilla on merkittävä rooli osaamistarpeiden tunnistamisessa. Ennakoinnissa on tärkeää seurata myös kansallisia &amp; kv-muutosajureita.</li></ul>	Varsinais-Suomen matkailun johtoryhmä, korkeakoulut	2021-2022
<ul style="list-style-type: none"><li>Tiekartan strategisten tavoitteiden mukaisten kehittämissuunnitelmien valmistelu</li></ul>	Varsinais-Suomen matkailun teemaryhmät ja hanketoteuttajat (mm. korkeakoulut ja elinkeino- ja elinkeinoyhtiöt)	2021-2022
<ul style="list-style-type: none"><li>Säännöllinen oma kehitys-/valmennusohjelma alueen yrityksille</li></ul>	Varsinais-Suomen matkailun johtoryhmä, oppilaitokset, elinkeino- ja elinkeinoyhtiöt ja aluejärjestöt	2021-2022

### 7.3 Varsinais-Suomi on omaleimainen ja siksi houkutteleva matkailualue

Matkailualue tarvitsee vahvan ja houkuttelevan brändin, jotta kaikki alueen toimijat haluavat aidosti sitoutua sen toimintaan. Brändi on merkittävä myös tavoitteiden mukaisten asiakkaiden houkuttelussa ja asiakaskokemuksen suunnittelussa. Varmistetaan brändin mukaiset kokemukset alueella ja aktivoimme matkailijoita kokemusten jakamiseen. Alueen matkailun yhteismarkkinointi on koordinoitua ja varmistaa matkailun palveluketjun katkeamattomuuden. Rakennetaan kohdeyleisölle merkityksellisiä brändikumppanuuksia, myös toimialan ulkopuolelta.

#### Tavoitteet:

- Yhdessä viestityt, alueiden vetovoimatekijöihin pohjautuvat kärkiteemat erottautuvat kilpailijoista kotimaassa ja kansainvälisesti, kiinnostavat valittuja kohderyhmiä ja vastaavat tuotetarjontaa. Tukeudutaan jo olemassa oleviin vahvoihin vetovoimatekijöihin ja Visit Finlandin Coast and Archipelago brändin rakentamiseen ja nostetaan sieltä V-S saariston ja rannikon erityisvahvuudet
- Lähdetään vahvistamaan Varsinais-Suomen rannikko/saaristobrändiä kansainväliseksi brändiksi tiekarttakauden edetessä.
- Varsinais-Suomen asiakaskokemusta suunnitellaan, johdetaan ja kehitetään asiakaspolulla. Palveluiden ostopolku on kunnossa ja erotumme kilpailijoista selkeillä tuoteteemoilla.
- Varsinais-Suomen eri alueet yhdessä markkinoivat dataohjautuvasti ja aluetta kasvun mahdollistavin resurssein.



#### Toimenpiteitä:

Toimenpide	Vastuuorganisaatio	Aikataulu
<ul style="list-style-type: none"> <li>Yhteisen viestintätavan, ydinviestien ja kohderyhmien määrittäminen</li> </ul>	Varsinais-Suomen matkailun johtoryhmä, matkailun alueorganisaatiot	2021
<ul style="list-style-type: none"> <li>Yhteiset viestintätyökalut ja jalkauttaminen alueille (mm. viestintäkäsikirja, mediapankki, kirjallinen yhteismarkkinoinnin vuosikello/suunnitelma)</li> </ul>	Varsinais-Suomen matkailun johtoryhmä, matkailun alueorganisaatiot	2021-2022
<ul style="list-style-type: none"> <li>Yhteiset markkinointikampanjat, (myös asiakkaille merkityksellisten kumppanien kanssa muilta toimialoilta ja alueilta)</li> </ul>	Varsinais-Suomen matkailun johtoryhmä, matkailun alueorganisaatiot ja matkailuyritykset	2021-2022
<ul style="list-style-type: none"> <li>Asiakaspolun johtaminen, tavoitellun asiakaskokemuksen ja ostopolun määrittäminen ja sen mittaaminen yhteisin mittarein ja menetelmin (mm. NPS- suosittelu)</li> </ul>	Varsinais-Suomen matkailun johtoryhmä, matkailun alueorganisaatiot, korkeakoulut ja matkailuyritykset	2022

#### 7.4 Varsinais-Suomi on ympärivuotinen matkailukohde

2019 vuoden osalta kesäkauden (kesä-elokuu) osuus koko vuoden rekisteröityneistä yöpymisistä Varsinais-Suomessa oli 41,6% kotimaisten matkailijoiden osalta ja 38,9% ulkomaisten matkailijoiden osalta.

Voimakkaan sesonkivaihtelun tasaamisen vaikuttavuudella tavoitellaan: ympärivuotisia työpaikkoja, lisää tulovirtaa, vakaampaa pohja investoinneille, vastustuskykyä maailmantalouden suhdannevaihteluja vastaan.

#### Tavoitteet:

- Varsinais-Suomi on ympärivuotinen matkakohde; alueella on 365 päivää vuodessa tarjolla matkailijalle elämyksiä. Menemme sesongista toiseen aina avaamalla uusi sesonki (ei päättämällä).
- Volyymikasvua haetaan tiekartan alkukaudella syksyille ja keväälle.
- Kesäsesongin osalta tavoitteena on myönteisen kehityksen turvaaminen ja jatkaminen kestävästi ja viisaasti. Tämä merkitsee myös matkailijakohtaisen tulovaikutuksen kasvattamista



### Toimenpiteitä:

Toimenpide	Vastuuorganisaatio	Aikataulu
<ul style="list-style-type: none"> <li>Tuotekehitys ja kärkituotteisiin panostaminen, mm. saariston ja kaupunkikohteiden yhteispaketointi, tuotekehitys eri sesongeille. Aloitetaan kesän pidentämisellä ja siitä kohti ympärivuotisuutta niiden yritysten/alueiden kanssa, joille tämän on luontaisesti mahdollista. Säästä riippumattomien tuotteiden kehittäminen.</li> </ul>	Matkailun alueorganisaatiot, matkailuyritykset	2021-2022
<ul style="list-style-type: none"> <li>Kesän ulkopuolisen ajan myynti ja markkinointi. Ympärivuotisuuden vuosikello Varsinais-Suomeen</li> </ul>	Matkailun alueorganisaatiot, matkailuyritykset	2021-2022
<ul style="list-style-type: none"> <li>Uusien matkailu –ja elämyspalveluita tarjoavien yritysten houkuttelu alueelle. Kunnissa kaavoituksessa otettava huomioon matkailuun soveltuvat alueet, löydettävä toimitiloja yrityksille ja saatava lupaprosessit kevyemmiksi.</li> </ul>	Elinkeinoyhtiöt, kunnat ja kaupungit	2021-2022

### 7.5 Varsinais-Suomi on saavutettava matkailualue

*Matkailupalvelut Suomessa ovat melko hajautuneet ja liikenneyhteyksien järjestäminen matkakohteisiin on haastavaa. Eri liikennemuodot eivät keskustele keskenään, jolloin solmupisteissä matkaketju voi katketa. Houkuttelevuuden ja kestävän matkailun näkökulmasta suomalaisille matkailijoille tulisi tarjota henkilöauton rinnalle vaihtoehtoisia kulkumuotoja. Ulkomaisille matkailijoille heikko saavutettavuus voi olla kynnyskysymys matkakohdetta valittaessa. Myös informaation puute on yksi keskeinen saavutettavuutta heikentävä tekijä – vaikka yhteyksiä olisi olemassa, niitä on vaikea hyödyntää. Ostoliikennepalvelut on pääosin suunniteltu paikallisten tarpeita varten, eikä niissä ole ollut mahdollista huomioida matkailijanäkökulmaa riittävästi. Kokonaiskuvan hallinta ei ole kenenkään vastuulla eikä eri toimijoilla ole käsitystä toistensa rooleista. Sujuvien matkaketjujen takaamiseksi sekä liikenne- että matkailusektorin tulisi huomioida toistensa tarpeet ja toimintamahdollisuudet (Matkailun saavutettavuus ja matkaketjut – kehittämispolku Väyläviraston julkaisu 8/2019)*



## Tavoitteet:

- Matkaketjujen kokonaisuus näyttäytyy asiakkaalle yksinkertaisena ja helppona. Tavoitteena saaristoliikenteen uudistaminen. Vesiliikenteen uudelleenjärjestäminen ja tukeminen niin että saariston matkailuelinkeino on saavutettavissa sekä kesäsesonkina että uusien sesonkien aikoina. Liikkumisen suunnittelu on yhdistetty matkakohteen ja matkailijapalveluiden kehittämiseen. Helposti löydettävä informaatio ja ostettavissa olevat palvelut. Matkaketjuja kehitetään vastuullisuusnäkökulma huomioiden
- Varsinais-Suomi on saavutettavissa päämarkkina-alueilta sujuvasti laivayhteyksin, lentoyhteyksin Helsinki-Vantaan kautta tai suorilla kv- lennoilla. Tiekarttakaudella tavoitteena on saavuttavuuden pullonkaulojen poistaminen alueen sisäisessä liikenteessä sekä vuorojen ja kapasiteetin lisääminen ja matkaketjujen kehittäminen ulkoisissa yhteyksissä.



## Toimenpiteitä:

Toimenpide	Vastuuorganisaatio	Aikataulu
<ul style="list-style-type: none"><li>• Ulkoinen saavuttavuus, edunvalvonta ja yhteistyö keskeisten logistiikkatoimijoiden kanssa</li></ul>	Varsinais-Suomen matkailun jostoryhmä, Matkailun alueorganisaatiot	2021- 2022
<ul style="list-style-type: none"><li>• Matkaketjut kuntoon</li><li>• Reittien ja kohteiden digitalisointi (informaatio ja ostettavuus) mm. saaret, joihin on yhteysalusliikennettä</li></ul>	Varsinais-Suomen liitto, Turku Science Park (mm. Vihreät matkaketjut), Ely-keskus	2021- 2022
<ul style="list-style-type: none"><li>• Rajat ylittävä saavutettavuus ja yhteistyö Tukholman saariston kanssa</li></ul>	Turun kaupunki (Arcipelago Access)	2021- 2022

## 7.6 Mahdollistava digitaalisuus

Globalisaatiokehitys ja digitalisaatio ovat kiihdyttäneet matkailun kilpailua entisestään. Uudet digitaaliset kanavat ovat tuoneet keskenään kilpailevat vaihtoehdot helposti kuluttajan vertailtavaksi. Tämä antaa suomalaisille matkakohteille ja palveluille mahdollisuuden sekä kilpailla että tehdä yhteistyötä lukuisten kansainvälisten toimijoiden kanssa. Systemaattisesti digitaalisuuden mahdollisuuksia hyödyntämällä pienikin matkailuyritys pystyy kohtaamaan kansainvälisen matkailijan useaan otteeseen matkailijan kokemuspolulla matkasta haaveilemisesta suunnitteluun ja varaamisesta matkan jälkeiseen aikaan. Suomesta löytyy yrityksiä, jotka hallitsevat koko matkailun globaalin arvoketjun, mutta toistaiseksi suurin osa yrityksistä vasta harjoittelee eri kanavien käyttöä ja perustaa liiketoimintansa perinteisille matkailun myyntiketjuille. Teknologian

kehittymisen mukanaan tarjoamat mahdollisuudet esimerkiksi alustatalouden kautta ovat vielä huonosti tunnettuja ja hyödynnettyjä. (Suomen matkailun digitiekartta 2019)

#### Tavoitteet:

- Tavoitteena on tehdä alueesta digitaalisesti näkyvä ja ostettavissa oleva. Varsinais-Suomi on älykäs matkakohde, joka tarjoaa sujuvan ostopolun haaveilusta matkalle. Matkailua kehitetään tiedolla johtaan ja alustatalouteen tukeutuen. Alue systemaattisesti ja tavoitteellisesti kokoaa yhteen tiedon eri lähteistä, analysoi ja välittää tietoa yrityksille.
- Yrityksien digitaaliset myynti- ja markkinointikanavat tuloksellisia. Alueen matkailutuotteiden saatavuus ja hinnat on digitaalisessa inventaariossa, jota aluetta myyvät tahot paketoivat mm. digitaalisen matkareittituotteistoja kehittämällä
- Matkailualueiden ja yritysten tukeminen digitaalisessa kehityksessä/murroksessa. Varmistamme, että osaaminen, parhaat käytännöt, työkalut ja tukipalvelut ovat koko toimialan käytettävissä helposti ja sujuvasti. Tukeudumme kansallisesti ja kansainvälisesti käytössä oleviin teknologioihin ja tuotamme digitaalisiin kanaviin alueen brändisisältöjä, tavoitteena että kansainvälisissä digitaalisissa kanavissa (esim. Tripadvisor) Varsinais-Suomen matkailualueita koskevat sisällöt ovat ajantasaisia.



#### Toimenpiteitä:

Toimenpide	Vastuuorganisaatio	Aikataulu
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Matkailualueiden ja yritysten tukeminen digitaalisuudessa. Valmennusohjelmat ja yhteiset työkalut</li> </ul>	Matkailun alueorganisaatiot, Turku Science Park, matkailuyritykset	2021- 2022
Digitaalinen ostettavuus <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alueellinen jakelutiestrategia (myynti, markkinointi, laadunvarmistus, ylläpito, mittaaminen) Tarvittavien teknologioiden, alustaratkaisujen ja jakelukanavien määrittely ja käyttöönotto</li> <li>• Tuoteinventaarin vienti koordinoitusti alueellisiin ja kansainvälisiin jakelukanaviin</li> <li>• Sisällöntuotanto kansallisiin ja kansainvälisiin digitaalisiin kanaviin</li> <li>• Lobbaukset ja yhteistyö matkaketjujen digitoimisessa.</li> </ul>	Matkailun alueorganisaatiot, matkailuyritykset	2021-2022
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Yhteisten digitaalisten markkinointikampanjojen toteutus</li> </ul>	Matkailun alueorganisaatiot, matkailuyritykset	2021-2022



## 7.7 Varsinais-Suomi on vastuullinen matkailualue

Vastuullisuus matkakohteissa tarkoittaa ennakoivaa matkailun suunnittelua ja johtamista aluetasolla ja toimenpiteitä, jotka vievät kohti kestävästä kehityksestä matkailua. Varsinais-Suomen matkailutoiminnan seurauksia voidaan tarkastella sosiaalisesta, kulttuurisesta, taloudellisesta, ekologisesta ja poliittisesta näkökulmasta. Sosiaalinen vastuullisuus tarkoittaa, että matkailutoiminnan hyödyt jakautuvat mahdollisimman tasaisesti eri sidosryhmien kesken ja että matkailun haitalliset vaikutukset paikallisten elämään ovat mahdollisimman pienet. Kulttuurinen vastuullisuus tarkoittaa paikallisen kulttuurin ja paikallisten asukkaiden arvojen kunnioittamista sekä kulttuuriperinnön monimuotoisuuden edistämistä. Taloudellinen vastuullisuus tarkoittaa matkailuliiketoiminnan taloudellista kannattavuutta. Lisäksi taloudellisesti vastuullinen matkailu tuottaa alueelle työpaikkoja ja tuloja. Ekologisessa vastuullisuudessa keskeistä on, että matkailutoiminnan haitallisia ympäristövaikutuksia vähennetään ja että matkailu tapahtuu luonnon kanto- ja uusiutumiskykyä kunnioittaen. Matkailu on poliittisesti vastuullista, kun siihen liittyvissä asioissa otetaan huomioon myös ne sidosryhmät, joilla on vähemmän valtaa (Matkailututkimuksen avainkäsitteet, Veijola, Ilola ja Edelheim, 2013)

### Tavoitteet:

- Varsinais-Suomi on yksi vastuullisen matkailun kärkialueista Suomessa
- Tuetaan ja kasvatetaan vastuullisen matkailun alueellista osaamista
- Mahdollistamme, että matkailijat voivat tehdä vastuullisia päätöksiä digitaalisella asiakaspolulla.



### Toimenpiteitä:

Toimenpide	Vastuuorganisaatio	Aikataulu
<ul style="list-style-type: none"><li>• Itsearviointi ja maakunnallisen vastuullisen matkailun suunnitelma</li></ul>	Matkailun johtoryhmä	2021
<ul style="list-style-type: none"><li>• Tuetaan matkailukohteita ja yrityksiä vastuullista matkailua edistävä sertifikaatin (Sustainable Travel Finland suosituksen pohjalta) hakemiseen</li></ul>	Matkailun alueorganisaatiot, Turku Science Park, matkailuyritykset	2021-2022





<ul style="list-style-type: none"> <li>• Digitaaliset ratkaisut, jotka tukevat vastuullista matkailua.</li> </ul>	Matkailun alueorganisaatiot, matkailuyritykset	2022
---	--	------

## 8. Varsinais-Suomen matkailun ekosysteemin johtaminen

Varsinais-Suomessa on lähes yhtä monta matkailun edistämisen ja kehittämisen mallia kuin on alueitakin. Matkailun markkinointia ja kehittämistä toteuttavat organisaatiot ovat toiminnoiltaan, organisaatiomalleiltaan sekä käytettävissä olevilta resursseiltaan hyvin erilaisia, mikä näyttäytyy yritysten näkökulmasta varsin sekavalta. Kansainvälisellä tasolla matkailun alueorganisaatioiden järkevä ja suunnitelmallinen johtaminen on viime vuosina noussut yhdeksi keskeisistä matkailualan kehittämisen painopisteistä.

Varsinais-Suomen matkailuekosysteemin nykyinen, pirstaleinen rakenne ei helpota matkailun kokonaisvaltaisempaa ja suunnitelmallisempaa kehittämistä maakuntatasolla. Visit Finland vastaa suuralueyh teistyöstä. Nopeasti muuttavilla markkinoilla, matkailualueilta odotetaan nopeampaa reagointia mm. asiakkaiden tarpeisiin ja vaikuttavaa ja avointa päätöksentekoa.

### 8.1 Varsinais-Suomen matkailun tiekartan koordinaatiomalli

Varsinais-Suomen matkailun tiekartan koordinaatiomallin tavoitteena on johtaa Varsinais-Suomen matkailun ekosysteemiä tavoitekeskeisesti, vahvistaen Varsinais-Suomen innovaatiokyvykkyyttä ja resilienssiä strategisten painopisteiden toteutuksessa. Malli ei ole sellaisenaan suoraan muodostettava organisoitumisen tapa, vaan vaatii toteutuakseen konkreettisemmän mallinnuksen toteutustavasta.

Mallissa Varsinais-Suomen matkailun tiekartan toteutumista koordinoi yhteinen matkailun johtoryhmä, tukenaan teemaryhmät, tiiviissä vuorovaikutuksessa alueellisten matkailun vastuutoimijoiden (alueorganisaatiot, kunnat, elinkeino-yhtiöt). Alla on kuvattu tarkemmin matkailun johtoryhmän ja teemaryhmien toimintaperiaatteet. Johtoryhmän kokoonkutsujana ja koordinoijana toimivat Varsinais-Suomen liitto ja Turun kaupunki.

Koordinaatiomallin kehittäminen tehdään vaiheittain, ensimmäisessä vaiheessa seuraavan kahden vuoden aikana koordinaatiomallilla tavoitellaan maakunnallisen matkailun kehittämisen ja edunvalvonnan tehokasta ja strategian mukaista toteutusta.

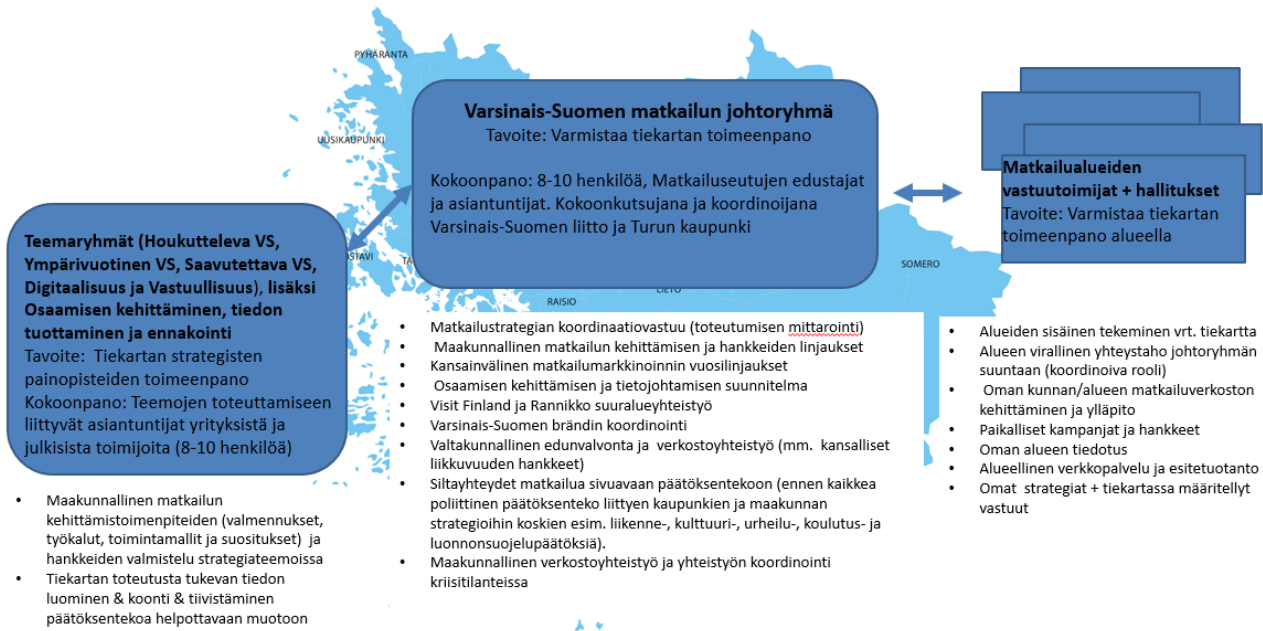
#### Koordinaatiomallin toteutuminen edellyttää:

- Mandaatti alueilta ja sopimuksellisuutta: Johtoryhmällä tulisi olla yhteys keskeisten toimijoiden päätöksentekoon sekä sopimus pohjaa ja ehdottomasti hyväksyvä käsittelyä kuntien luottamuselimissä (valtuustot, hallitukset).
- Rahoitusta: Johtoryhmätyöskentelyn kustannuksista vastaavat toimijat yhteisesti (kerättävä yhteinen pieni toimintabudjetti) tai johtoryhmä- ja teemätyöskentely ehdotetaan käynnistettäväksi yhteisen projektin muodossa erillisellä projektirahoituksella
- Yhteistä näkemystä kokoonpanosta, tiekarttaprosessissa ei ole päästy yhteisymmärrykseen johtoryhmän ja teemaryhmien kokoonpanosta
- Yhteistä näkemystä johtoryhmän vastuualueesta, tiekartan valmistelutyössä tunnistetut vastuualueet tulee tarkentaa koordinaatiomallin jatkotyöstössä
  - Matkailustrategian koordinaatiovastuu (toteutumisen mittarointi)
  - Maakunnallinen matkailun kehittämisen ja hankkeiden linjaukset
  - Kansainvälinen matkailumarkkinoinnin vuosilinjaukset
  - Osaamisen kehittämisen ja tietojohtamisen suunnitelma



- Visit Finland ja Rannikko suuralueyhteistyö
- Varsinais-Suomi brändin koordinointi
- Valtakunnallinen edunvalvonta ja verkostoyhteistyö (mm. kansalliset liikkuvuuden hankkeet)
- Siltayhteydet matkailua sivuvaan päätöksentekoon (ennen kaikkea poliittinen päätöksenteko liittyen kaupunkien ja maakunnan strategioihin koskien esim. liikenne-, kulttuuri-, urheilu-, koulutus- ja luonnonsuojelupäätöksiä).
- Maakunnallinen verkostoyhteistyö ja yhteistyön koordinointi kriisitilanteissa

## Tiekartan toteutuksen koordinointi verkostoyhteistyöllä



### Tiekarttavalmistelussa määritetty alustava malli maakunnallisesta matkailun koordinaatiomallista

Koordinaatiomallissa tiekartan toteutumista johtaa **yhteinen Varsinais-Suomen matkailun johtoryhmä**, Tiekartan valmisteluprosessin aikana määritelty johtoryhmän kokoonpano, työmenetelmät, kokouskäytännöt ja toiminnan resurssointi on esitetty alla:

<b>Kokoonpano</b>	8-10 henkilöä, tiivis matkailualueiden edustajien kokoonpano, tahot, jotka ovat: <ul style="list-style-type: none"> <li>• yritysten kanssa yhteistyössä ja rajapinnassa</li> <li>• vastaavat toimialan kehittämisessä omalla alueella</li> <li>• seuraavat toimialan kehittämistä ja tuottavat toimialan tilastotietoa ja ennakoitietoa yritysten, investorien, päättäjien ja vastaavien vaikuttajien päätöksenteon tueksi</li> </ul> Lisäksi mahdollisesti ulkopuolisia asiantuntijoita/kumppaneita. Kokoonkutsujana ja koordinoijana Varsinais-Suomen liitto ja Turun kaupunki. Vuosittain kiertävä puheenjohtajuus
<b>Työmenetelmät</b>	Kokoukset kvartaaleittain ja yhteinen verkkoympäristö, jaettu ennakoitietoa ja tiekartan toteutuksen dashboard (visualisoitu etenemisen mittaristo), kerran vuodessa pidetään johtoryhmän strategiapäivä/strategiakokous yhdessä aluetoimijoiden hallitusten ja teemaryhmien kanssa. Yhteistyösopimukset alueiden vastuuorganisaatioiden kanssa (mm. johtoryhmän linjausten sitoutuvuus, työn resurssointi).
<b>Kokouskäytännöt</b>	20% aiempi toteuma, 30% nykytila 50% tulevaisuus (uudet projektit, strategiset kumppanuudet, bränditeot, tulevaisuuden ennakointi, strategian jalkauttaminen). Teemoitetaan kokoukset vuosikalenteriin, jossa jokaisessa kokouksessa yksi tarkemmin käsiteltävä ja työryhmän valmistelma teema. Johtoryhmän jäsenillä omat vastuualueet johtoryhmälle määritellyistä tehtävistä.

<b>Resursointi</b>	Johtoryhmätyöskentelyn kustannuksista vastaavat matkailutoimijat yhdessä yhteisesti kerättävän toimintabudjetin avulla, osallistujat vastaavat omista työaikaressurseista. Johtoryhmä määrittää vuosittain yhteiset strategiset kehittämishankkeet, neuvottelee potentiaalisten toteuttajien kanssa ja esittää niitä alueille. Alueiden vastuutoimijat allokoivat niiden rahoituksen budjeistaan. Johtoryhmän määrittelemiä kehittämishankkeita voi tarvittaessa hallinnoida/operoida myös ulkopuolinen organisaatio (esim. korkeakoulu). Vuosittain kiertävä puheenjohtajuus.
<b>Viestintä</b>	Erillinen viestintäsuunnitelma määritettävä, keskeiset sidosryhmät alueiden vastuorganisaatiot, matkailutoimijat ja muut ekosysteemikuvauksessa määritetyt kumppanit

Koordinaatiomallissa johtoryhmätyötä **tukevat tiekartan strategisten tavoitteiden mukaisesti käynnistettävät teemaryhmät** (Houkutteleva V-S, Ympärivuotinen V-S, Saavutettava V-S, Digitaalisuus/Tiedolla johtaminen, Vastuullinen V-S, Osaamisen kehittäminen, ennakointi). Teemaryhmien tehtävänä on työskennellä tiekartan strategisen tavoitteiden toteutumiseksi, mm. valmistellen yhteisprojekteja, kannanottoja edunvalvontaan, analysoiden toimintaympäristön muutoksia. Tiekartan valmisteluprosessin aikana määritelty teemaryhmien kokoonpano, työmenetelmät, kokouskäytännöt ja toiminnan resursointi on esitetty alla:

<b>Kokoonpano</b>	Teemojen toteuttamiseen liittyvät asiantuntijat (8-10 henkilöä) yrityksistä ja julkisista toimijoista (mm. teemaa toteuttavien projektien projektipäälliköt). Työryhmällä on vuosittain kiertävä puheenjohtaja ja sihteeri.
<b>Työmenetelmät</b>	Kokoukset kvartaaleittain ja yhteinen verkkoympäristö, jaettu ennakointitieto ja tiekartan toteuman dashboard
<b>Sisällöt</b>	Strategisen teeman toteuma ja toimintaympäristön muutokset teemassa, yhteisprojektien valmistelut.
<b>Resursointi</b>	Teemaryhmien ryhmätyöskentelyn kustannuksista vastaavat matkailutoimijat yhdessä yhteisesti kerättävän toimintabudjetin avulla, osallistujat vastaavat omista työaikaressurseista tai ehdotetaan käynnistettäväksi yhteisen projektin muodossa erillisellä. Hankevalmisteluihin siemenrahoitusta (mahdolliset rahoituslähteet kartoitettava). Käynnistettävät yhteishankkeet erillisesti sovittavan rahoituskehyyksen mukaisesti.
<b>Viestintä</b>	Erillinen viestintäsuunnitelma määritettävä, keskeiset sidosryhmät alueiden vastuorganisaatiot, matkailutoimijat ja muut ekosysteemikuvauksessa määritetyt kumppanit

## 8.2 Varsinais-Suomen matkailun edunvalvonta ja tiekartan päivitysmalli

Varsinais-Suomen matkailun kehitykseen vaikuttavat kansallisen tason poliittiset päätökset, joihin pyritään vaikuttamaan maakunnan edunvalvonnalla. Edunvalvonnasta vastaavat matkailun johtoryhmä ja Varsinais-Suomen Liitto. Johtoryhmätyöskentelyssä määritetään vuosittain edunvalvontatavoitteet ja toimintasuunnitelma edunvalvonnan toteutukselle.

Edunvalvonnalla pyritään mahdollistamaan seuraavien matkailun tiekartan strategisten tavoitteiden toteutumiselle suotuisa toimintaympäristö:

1. Varsinais-Suomi on omaleimainen ja siksi houkutteleva matkailualue
2. Varsinais-Suomi on ympärivuotinen matkailualue
3. Varsinais-Suomi on saavutettava matkailualue

sekä läpileikkaavien teemoina 4. Mahdollistava digitaalisuus ja 5. Vastuullinen matkailualue

Ajankohtaisia matkailuun liittyviä edunvalvonnan teemoja, jotka vaikuttavat Varsinais-Suomen matkailun strategisten painopisteiden toteutukseen ovat:

- **Saavutettavuus.** Edunvalvonnalla tulee varmistaa Varsinais-Suomen matkailualueiden saavutettavuus raide-, tie- meri- ja lentoliikenteen avulla sekä matkaketjuja kehittämällä paikallis- ja matkailuliikenteen tarpeet huomioiden. Erityisesti tavoitteena on saaristoliikenteen uudistaminen, vesiliikenteen uudelleenjärjestäminen ja tukeminen niin että saariston matkailuelinkeino on saavutettavissa sekä kesäsesonkina että uusien sesonkien aikoina.
- **Matkailun kehittämisresurssien oikeudenmukainen jakautuminen kansallisesti, mm. EU:n elpymis- ja palautumistukiväline (Recovery and Resilience Facility, RRF)** Rahoituksen jakautumisperusteena tulee olla alueellisen matkailutulo kokonaisuutena, huomioiden myös kotimaan matkailutulon roolin, ei ainoastaan kv-matkailutulon. Matkailun rakenteellinen muutos, resilienssin vahvistaminen ja vastuullisuuden huomioiminen edellyttää, että matkailua kehitetään sekä kotimaisen että ulkomaisen kysyntää kasvattaen.
- **Kansallispuistojen ja luontomatkailukohteiden korjausvelka.** Luonto on Varsinais-Suomessa merkittävä vetovoimatekijä. Kansallispuistojen ja muiden luontomatkailu- ja retkeilykohteiden kävijämäärien kasvu mahdollistaa myös ympäröivän matkailuelinkeino kehityksen. Kohteet rakenteineen ja palveluineen ovat luontomatkailulle äärimmäisen tärkeitä, mutta niiden kunnossapito ja kehittämisen rahoitus on kuitenkin viime vuosina ollut täysin riittämätön. Varsinais-Suomen kansallispuistojen ja luontomatkailukohteiden kehittäminen ja palvelutaso tulee varmistaa mahdollistamaan tiekartan kasvutavoitteiden toteutuminen
- **Työvoiman saatavuus.** Edunvalvonnan tavoitteena on osaavan työvoiman saatavuuden varmistaminen, mm. alueen oppilaitosten matkailun aloituspaikkojen säilyttäminen/kasvattaminen.
- **Matkailun tutkimus- ja kehittämistoiminnan resurssointi.** Tavoitteena varmistaa alueen matkailua palvelevan t&k&i -toiminnan kehittyminen erityisesti vastuullisuuden, digitalisaation ja tiedolla johtamisen teemoissa.
- **Loma-aikojen jaksottaminen.** Koulujen alkamisen siirtäminen elokuun loppuun saattaisi lisätä matkailupalvelujen kysyntää siinä määrin, että useampien yritysten kannattaisi pitää ovensa auki. Kansainvälinen kysyntä ei siihen vielä yksinään riitä, ja toisaalta palvelujen puuttuminen estää kysynnän kasvun.
- **Elokuva- ja AV-alan kannustinjärjestelmän kasvattaminen.** Varsinais-Suomen matkailullista näkyvyyttä ja kiinnostavuutta potentiaalisille matkailijoille edistetään sijoituville ulkomaisten ja kotimaisen audiovisuaalisten tuotantojen sijoittumisella alueelle. Turku Science Park Oy:n yhteydessä toimiva Länsi-Suomen elokuvakomissio (WFFC) markkinoi aktiivisesti aluetta kotimaisille, että kansainvälisille elokuva- ja tv-tuotannoille ja kannustinjärjestelmä on erittäin merkittävä kilpailutekijä tuotantojen houkuttelussa. Kannustinjärjestelmän rahoituksen kasvattaminen kasvattaisi myös tulevaisuuden matkailua alueella sekä toisi tuloja aluetalouteen.

Tiekartan seurannasta vastaa yhteinen Varsinais-Suomen matkailun johtoryhmä. Johtoryhmä yhdessä matkailualueiden vastuuorganisaatioiden ja teemaryhmien tukemana laatii tiekartan toteutuskauden aikana kahden vuoden välein tavoite- ja toimenpideohjelman (2021-2022, 2023-2024, 2025-2026), joka on tiekartan teoiksi konkretisoitu suunnitelma. Tavoitteena on, että toimenpideohjelman pohjalta tiekarttaa toteuttavat matkailun kehittämisorganisaatiot pystyvät ymmärtämään oman roolinsa toimenpänössä ja strategiset painopisteet on pilkottu selkeiksi tavoitteiksi sekä toimenpiteiksi. Toimenpiteiden suunnittelu pohjautuu reaaliaikaiseen tietoon ja yhteiseen ennakkointinäkömään seuraavien vuosien alueen matkailuun vaikuttavista tekijöistä. Vuonna 2024 tiekartan toteutumisesta ja kyvystä vastata toimintaympäristön muutoksiin tehdään arviointi Varsinais-Suomen liiton toimesta. Arvioinnin pohjalta

Varsinais-Suomen matkailun johtoryhmä päättää tuleeko Varsinais-Suomen matkailuelinkeinon kehittämisen tiekarttaa päivittää koskien vuosia 2025-2027.

## 9. Strategiakauden tavoiteportaatt 2021–2027 ja onnistumisen mittarit

Varsinais-Suomi - Menestyvä matkakohde				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rekisteröidyt yöpymiset, kausivaihtelu, markkinaosuus Suomessa (Rudolf, Visitory)</li> <li>• Kokonaismatkailutulo- ja työllisyys (Almanum 2.vuoden välein/ Tilastokeskus, suhdannetiedot)</li> <li>• Alueen vastuullisuustaso (STF ohjelmassa mukanaolevat yritykset %, ja vastuullisuussertifikaatit %)</li> <li>• Ulkomaisten ja kotimaisten investointien määrä euroissa</li> </ul> <p>Muita mahdollisia mittareita: Rekisteröimättömät yöpymiset (AirBnB ja Vrbo), Alueen kansainvälisyysaste (Visit Finlandin lähtötasotutkimus ja ulkomaisten matkailijoiden osuus yöpymisistä, Huonekäyttöaste, majoituksen keskihinta, Yhteisten projektien määrä/arvo strategisissa kehittämiskohteissa, Valittujen ja matkailulle merkityksellisten kärki/käyntikohteiden kävijämäärät ja niiden kehitys</p>				
Varsinais-Suomi on omaleimainen ja siksi houkutteleva matkailualue	Varsinais-Suomi on ympärivuotinen matkailukohde	Varsinais-Suomi on saavutettava matkailualue	Varsinais-Suomi on vastuullinen matkailualue	Mahdollistava digitaalisuus
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Matkailijoiden suosittelemiseksi (NPS)</li> <li>• Bränditunnettuus (kotimaa/KV)</li> <li>• Mediahuomion kasvu (mediaseuranta)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ympärivuotisten tai low season ajan tuotteiden ja tapahtumien määrän kasvu sekä ovensa auki pitävien yritysten määrän kasvu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liikkumisdata (määritettävä)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alueen STF-mittarit (mm. paikallisten suhtautuminen matkailuun)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Matkailuyritysten määrä, joiden tuotteet ostettavissa online ja online myynnin osuus liikevaihdosta</li> </ul>

### Määrälliset tavoitteet – ennusteskennario

Alla oleva skenaario kuvastaa koronapandemian vaikutuksia rekisteröityneiden yöpymisen kehittymiseen ja elpymisvaiheen ajoittumista. Taulukossa arvioidaan yöpymisten muutosta suhteessa edelliseen vuoteen. Arvio on optimistinen ja siinä elpyminen alkaa jo vuonna 2021, vahvistuen vuoden 2022 aikana. Arviossa kotimaan rekisteröityneiden yöpymisten määrä palaa 2019 vuoden tasolle 2022 ja Varsinais-Suomen matkailun kasvussa kotimaan merkitys tiekartan toteutusajalla on keskeinen. Vaikka ulkomaisten kysynnän arvioidaan alkavan jo vuonna 2021 ja jatkuvan kotimaista kysyntää nopeammin koko tiekarttakauden ajan, niin siitä huolimatta ulkomaisten yöpymisten määrän arvioidaan ko. skenaariossa ylittävän 2019 tason vasta vuonna 2027. Skenaario kuvastaa tässä tilanteessa ja tulevaisuudessa ylipäättään jatkuvan seurannan, ennakoinnin ja muutostyökykyiden ja toimenpiteiden tarkentamisen merkitystä.

	2020 (tammi- marraskuu)		2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	KA. 2021-2027
	2019 Yöppymisten muutos, %	Yöppymisten muutos, %								
<b>Yhteensä</b>	7,6	-31,2	11,8 %	20,0 %	6,3 %	7,4 %	8,5 %	9,7 %	10,9 %	10,7 %
<b>Kotimaiset</b>	6,0	-20,4	10,0	15,0	6,0	7,0	8,0	9,0	10,0	9,3
<b>Ulkomaiset</b>	14,4	-73,2	30,0	70,0	8,0	10,0	12,0	14,0	16,0	24,0

	2019	2020 (ennuste)	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
	Yöppymiset, lkm	Yöppymiset, lkm							
<b>Yhteensä</b>	1314000	904032	1010322	1212834	1288755	1384071	1502283	1647968	1827101
<b>Kotimaiset</b>	1048035	834236	917659	1055308	1118627	1196931	1292685	1409027	1549930
<b>Ulkomaiset</b>	265965	71279	92662	157526	170128	187141	209597	238941	277172

Mittari	Nykytila (2019)	2024	2027
<b>Rekisteröidyt yöpymiset yhteensä</b>	<b>1 314 000 vuorokautta</b>	<b>VS- matkailun sihteeristö asettaa 3.2.2021</b>	<b>VS- matkailun sihteeristö asettaa 3.2.2021</b>
Kotimaiset Ulkomaiset Lähde: Rudolf -tilastopalvelu	<b>1 048 035 vuorokautta</b> <b>265 965 vuorokautta</b>		
	Nykytila (2018)	2024	2027
<b>Kokonaismatkailutulo (välitön ja välillinen matkailutulo)</b>	<b>1546,5 milj. euroa</b>	<b>VS- matkailun sihteeristö asettaa 3.2.2021</b>	<b>VS- matkailun sihteeristö asettaa 3.2.2021</b>
Lähde: Almanum <b>Matkailun työllisyysvaikutus (välitön ja välillinen matkailutyöllisyys)</b>	<b>7430 htv</b>		
Lähde: Almanum			

## Tiekarttakauden 2021-2027 tavoiteportaat

Tavoiteportaissa on kuvattu jokaisen tiekarttakauden keskeiset tavoitteet. Jokaiselle kaudelle rakennetaan erikseen myös toimenpidesuunnitelma

