

Naantali — Saaristokaupunki

Matkailuohjelma 2026–2030

1. Taustaa

Naantali on tunnettu Vanhastakaupungistaan sekä vetovoimakohteistaan kuten Muumimaailma, Naantalin Kylpylä ja Kultaranta (presidentin kesävirka-asunto).

Uudessa matkailuohjelmassa brändin ydin laajenee: pääteemana on **'Naantali — Saaristokaupunki'**, jolloin Naantalin saaristoalue nousee Vanhankaupungin rinnalle kaupungin keskeiseksi matkailulliseksi vetovoimatekijäksi. Tämä pohjautuu voimassa olevaan kaupunkistrategiaan. Painopisteinä ovat ympärivuotisuus, tapahtumatarjonnan monipuolistaminen, vastuullinen matkailu ja matkailun seurantamallien kehittäminen.

MIKSI MATKAILUA KANNATTAA KEHITTÄÄ?

Matkailu työllistää, tuo verotuloja ja luo positiivista kaupunkikuvaa. Kehittyvä matkailuelinkeino parantaa myös alueen elinvoimaisuutta ja palvelutarjontaa.

MATKAILU ON KASVUALA

Matkailuelinkeino on globaalisti kasvava ja resilientti toimiala.

Suomessakin kansainvälinen matkailu elpyi nopeasti koronarajoitusten purkautuessa; ainoastaan matkustajamäärät Aasiasta ovat Venäjän ilmatilan ylilentokiellon vuoksi vielä alhaisemmalla tasolla. Venäjän Ukrainan hyökkäyssodan alettua onnistuttiin Suomessa nopeasti löytämään sekä uusia markkina-alueita että vahvistamaan jo ennestään vahvaa Keski-Euroopan kysyntää.

Myös kotimaan matkailu jatkaa vahvana: vuonna 2024 ohitettiin kotimaisissa yöpymisissä* (16,3 milj.) koronaa edeltävän vuoden 2019 (16 milj.) taso.

*Lähde: Tilastokeskus, arvio 11/2025

YHTEISEN TEKEMISEN KULTTUURI

Matkailuohjelma konkretisoi kaupungin ja matkailutoimijoiden **yhteisen tahtotilan** elinkeinon kehittämiseen, organisointiin ja viestintään. Elinvoimainen matkailu palvelee myös asukkaita ylläpitämällä alueen virkistys- ja kulttuuripalveluja.

Työssä hyödynnetään maakunnan matkailustrategian** linjauksia paikallisen matkailuelinkeinon edistämiseksi.

**Varsinais-Suomen matkailuelinkeinon kehittämisen tiekartta vuosille 2021–2027, Varsinais-Suomen liitto

MATKAILUOHJELMA TUKEE ELINVOIMATYÖTÄ

A. EDISTÄÄ KUNTAMARKKINOINTIA

Menestyvä matkailuelinkeino rakentaa positiivista kaupunkikuvaa ja toimii vetovoimatekijänä niin uusille asukkaille kuin yrityksillekin.

B. KESTÄVÄN KEHITYKSEN MATKAILU

Kaupunkialueilla on iso ilmastomuutoshaaste edessään ja vastuullisesti suunniteltu matkailu tukee tätä työtä. Saaristokaupunki Naantalissa korostuu myös Saaristomeren hyvinvointi.

C. KAUPUNKISTRATEGIAN TUKENA

Matkailuohjelmassa huomioidaan kaupunkistrategian ja elinvoimaohjelman linjaukset matkailuelinkeinon kehittämisen ja yleiseen elinvoimaisuuteen liittyen.

2. Missio, visio ja strateginen tavoite

Missio

Tarjota saavutettava ja lähestyttävä saaristokaupunkielämys vastuullisesti.

Visio

Naantali on Suomen johtava kestävä saaristomatkailun kaupunki vuonna 2030.

Strateginen tavoite

Lisätä matkailutuloa 30 % vuoden 2024 tasosta (39,65 MEUR) vuoteen 2030 mennessä.

Matkailuohjelman operatiivisena tavoitteena on **selkeyttää** kaupungin eri toimialojen sekä yksityisten **matkailutoimijoiden rooleja** matkailun edistämiseen ja kehittämiseen sekä osallistavan valmisteluprosessin avulla **sitouttaa niitä sen toteutukseen**.

Kaupunkiorganisaatiossa tehostetaan matkailutyön vaikuttavuutta yli toimialarajojen sisäistä tekemisen kulttuuria ohjaamalla.

Matkailuohjelmassa määritellään lisäksi matkailun kehittämisen kärjet, keskeiset mittarit sekä lähitulevaisuuden toimenpiteet.

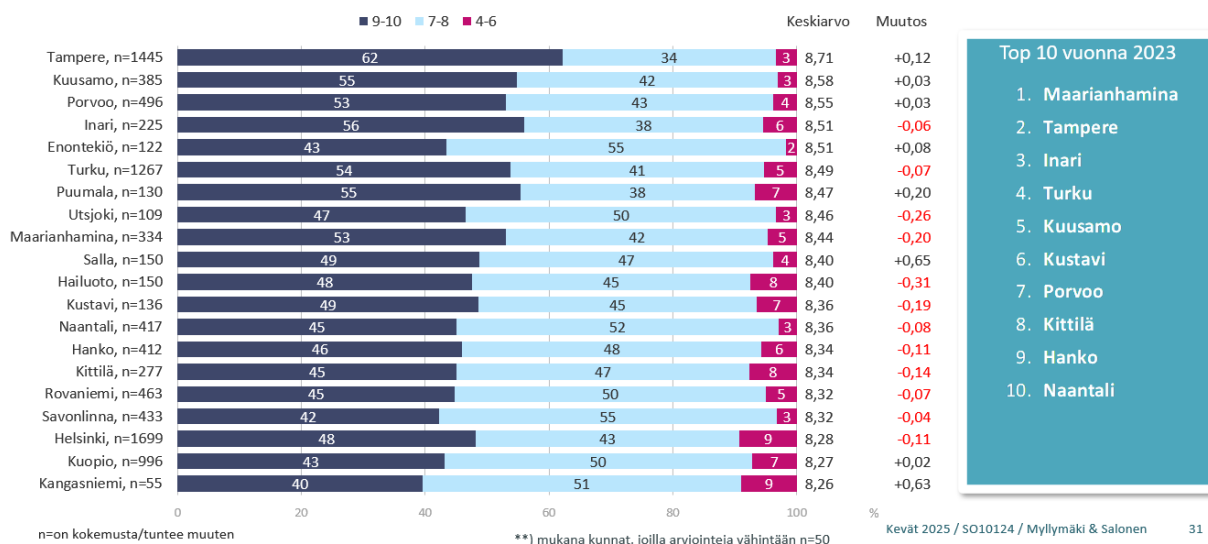
3. Matkailun nykytilanne

Naantalissa matkailuelinkeinon kehitystrendi on ollut viime vuodet alavireinen. Matkailutulo on ollut laskusuunnassa vuodesta 2021 lähtien ja kaupunki on pudonnut myös matkailukohteiden imago tutkimuksessa alaspäin: 2023 sijalla 10 ja 2025 sijalla 13 (kts. vertailutaulukko alla; *Kaupungit ja kunnat matkailukohteina 2025*, Taloustutkimus Oy). Uusia vetovoimaisia käyntikohteita ei ole syntynyt alueelle. Mittavia uusia majoitusinvestointeja on suunnitteilla, mutta ne eivät ole vielä konkretisoituneet.

taloustutkimus

Kaupungit ja kunnat matkailukohteina 2025

Kokonaisnäkemys tai -mielikuva kaupungista/kunnasta matkailukohteena Top 20**



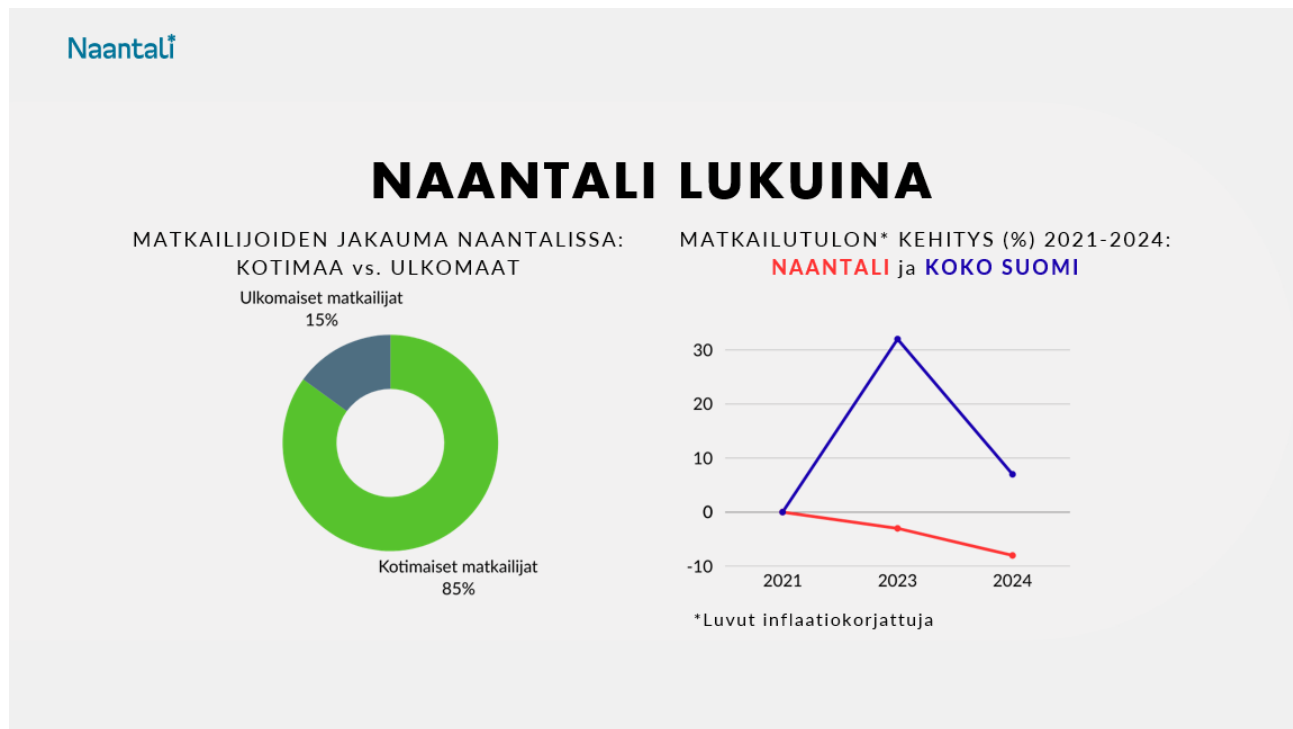
Matkailupalvelujen siirto Naantalin kaupunkiorganisaatioon Naantalin Matkailu Oy:ltä mahdollistaa laaja-alaisemman toimialan kehittämisen hyödyntäen jo olemassa olevia kaupunkiorganisaation resursseja.

Toimintaympäristön muutokseen (muuttunut matkailijakäyttäytyminen, uudet teknologiat/alustatalous, kestävän kehityksen tavoitteellinen huomiointi) uusi toimintamalli kykenee vastaamaan kokonaisvaltaisemmin.

Havaintoja matkailututkimuksista Suomessa ja Naantalissa

Vuoden 2024 matkailutulotutkimus (*Matkailun tulo- ja työllisyysvaikutukset 2024*, Visitory Oy) osoittaa yleisen talouden epävarmuuden näkyvän myös matkailussa. Matkailutulotutkimus kattaa noin 50 aluetta Suomessa. Tutkituilla alueilla välitön matkailutulo oli yhteensä noin 5,81 miljardia euroa ja matkailutulon muutos oli keskimäärin -4,4 % (Naantalissa -6,5 %; inflaatiokorjattuna -8,0 %) verrattuna edelliseen vuoteen.

Matkailijoiden jakauma Naantalissa ja inflaatiokorjattu matkailutulon kehitys (%) 2021–2024.



Taulukko ”Matkailijoiden jakauma Naantalissa”. Lähde: naantaliilaisten matkailutoimijoiden konsensusarvio majoittuneista matkailijoista.
Taulukko ”Matkailutulon kehitys (%) 2021–2024”. Lähde: *Matkailun tulo- ja työllisyysvaikutukset 2024*, Visitory Oy.

Matkailun %-osuus eri toimialojen liikevaihdosta ja henkilötötyövuosista

Matkailun osuus kaikkien toimialojen liikevaihdosta oli keskimäärin 1,5 % (Naantali 3,5 %) ja henkilötötyövuodet kaikkien toimialojen henkilötötyövuosista 2,6 % (Naantali 6,9 %) lasketuilla alueilla. Tästä nähdään matkailun ”liikevaihtoaan suurempi” työllisyysvaikutus.

Huom! Naantalin työllisyyslukujen poikkeuksellinen kasvu 2023 vs. 2024 johtuu vuoden 2023 raportissa (*Matkailun tulo- ja työllisyysvaikutukset 2023*, Visitory Oy) olleesta Visitory Oy:n kaavavirheestä, joka on nyt korjattu. Todellisuudessa matkailun työllistävyys Naantalissa 2023 vs. 2024 laski hieman matkailutulon muutoksen suhteessa.

Vertailutaulukko 1/2

2024

Matkailun vaikutukset alueittain

Alue	Valitön matkailutulo (€)	Valitön matkailutulo (€) muutos %	Matkailutulo € per asukas	Matkailun osuus kaikkien toimialojen liikevaihdosta (%)	Valitön matkailutyöllisyys (htv)	Matkailun osuus kaikkein toimialojen työllisyydestä (%)
Enontekiö	48 132 642 €	5,8 %	27 317	68,1 %	243	80,0 %
Espoo	163 547 996 €	-4,3 %	510	0,3 %	925	1,0 %
Hamina	16 041 205 €	-9,8 %	831	0,9 %	71	2,1 %
Hanko	14 204 133 €	1,5 %	1 844	2,2 %	74	3,0 %
Helsinki	1 415 524 398 €	-5,4 %	2 069	1,3 %	6 246	2,2 %
Hyvinkää	51 021 867 €	-5,5 %	1 085	1,0 %	162	1,3 %
Hämeenlinna	88 897 473 €	-3,8 %	1 299	1,7 %	414	2,5 %
Imatra sk	57 286 412 €	-6,4 %	1 558	1,7 %	291	4,0 %
Inari	166 481 037 €	6,2 %	23 046	44,3 %	765	47,0 %
Jakobstadsregionen sk	26 058 783 €	-5,5 %	516	0,6 %	146	1,0 %
Juva	6 563 469 €		1 157	3,7 %	29	3,0 %
Jyväskylä	219 987 437 €	-10,8 %	1 475	2,1 %	1 044	2,8 %
Jämsä	64 403 735 €		3 369	5,2 %	199	4,1 %
Järvenpää	39 468 979 €	-9,5 %	842	1,6 %	136	1,7 %
Kangasala	16 636 311 €		490	1,4 %	66	1,3 %
Keski-Suomi	372 194 011 €	-4,4 %	1 358	2,1 %	1 584	2,6 %
Keuruu	14 259 238 €		1 562	3,1 %	79	4,4 %
Kokkola	60 036 063 €		1 241	1,6 %	378	3,2 %
Kolari	99 618 942 €	-9,1 %	24 986	52,8 %	426	48,5 %
Kotka	62 215 465 €	0,8 %	1 239	1,4 %	272	2,1 %
Kotka-Hamina sk	84 841 279 €	-2,2 %	1 073	1,3 %	373	2,1 %
Kouvola	64 404 039 €	-0,9 %	822	1,0 %	303	1,8 %
Kuhmo	14 360 643 €	-9,4 %	1 919	3,8 %	62	4,4 %
Kuusamo	149 003 338 €	-2,4 %	10 016	18,0 %	649	17,1 %
Lappeenranta sk	144 958 406 €	-9,8 %	1 641	2,3 %	739	3,7 %

Taulukko ”Vertailutaulukko 1/2 2024”. Lähde: *Matkailun tulo- ja työllisyysvaikutukset 2024*, Visitory Oy.

Vertailutaulukko 2/2

2024

Matkailun vaikutukset alueittain

Alue	Valitön matkailutulo (€)	Valitön matkailutulo (€) muutos %	Matkailutulo € per asukas	Matkailun osuus kaikkien toimialojen liikevaihdosta (%)	Valitön matkailutyöllisyys (htv)	Matkailun osuus kaikkein toimialojen työllisyydestä (%)
Liminka	1 220 626 €		120	0,4 %	10	0,9 %
Lohja	56 723 151 €	-18,6 %	1 242	2,2 %	264	3,1 %
Loviisa sk	18 693 328 €		1 114	2,1 %	106	2,9 %
Mikkeli	85 021 965 €	-0,1 %	1 639	2,8 %	382	3,4 %
Mänttä-Vilppula	15 906 197 €		1 716	2,0 %	79	3,1 %
Naantali	39 647 288 €	-6,5 %	1 970	3,5 %	226	6,9 %
Nurmijärvi	24 034 603 €	-6,2 %	534	1,0 %	68	0,9 %
Oulu	260 910 679 €	7,0 %	1 207	1,5 %	1 170	2,0 %
Parainen	48 268 324 €		3 246	6,8 %	236	8,8 %
Pori	103 139 593 €	0,8 %	1 238	1,7 %	480	2,5 %
Porvoo	64 024 335 €	-17,9 %	1 237	0,3 %	334	2,5 %
Raasepori	39 860 757 €		1 474	3,2 %	234	4,3 %
Rauma	39 819 443 €	0,7 %	1 022	0,9 %	204	1,8 %
Rovaniemi	360 868 370 €	14,9 %	5 491	8,6 %	1 655	11,4 %
Ruovesi	3 907 836 €		968	2,2 %	15	1,9 %
Saarijärvi	9 989 996 €		1 128	3,4 %	47	3,3 %
Sotkamo	83 871 128 €	-10,1 %	8 235	6,9 %	428	13,7 %
Taivalkoski	13 269 013 €	-0,8 %	3 628	11,1 %	89	15,6 %
Tampere	503 738 654 €	-13,0 %	1 936	1,7 %	2 030	2,4 %
Turku	338 475 747 €	-11,2 %	1 643	1,7 %	1 565	2,5 %
Uusikaupunki	15 525 772 €	-3,4 %	1 048	1,1 %	62	1,2 %
Äänekoski	18 945 460 €		1 068	0,9 %	75	1,7 %

Taulukko ”Vertailutaulukko 2/2 2024”. Lähde: *Matkailun tulo- ja työllisyysvaikutukset 2024*, Visitory Oy.

Matkailu ja ravintolapalvelut MaRa ry:n jäsenkyselyssä (11/2025) matkailualan toimijoille korostuvat kustannusten nousu, kysynnän vähäisyys ja heikko kannattavuus – myös maailmanpoliittinen tilanne aiheuttaa epävarmuutta yrityksissä. Aiempaa vähemmän ollaan huolestuneita ammattitaitoisen työvoiman saannista.

MaRan kysely 2025 marraskuu ja syyskuu, kaikki vastanneet: Mikä ovat yrityksesi tai konsernisi liiketoiminnan kannalta kolme pahinta uhkaa tulevaisuudessa?



Lähde: Jäsenkysely 11/2025 ja 11/2024, MaRa ry.

4. Naantali matkailualueena ja toimijaroolit

4.1. Naantalin matkailubrändi — nykytila ja kehittämistarve.

Naantali on pitkään ollut yksi Suomen tunnetuimmista matkailukohteista, ja sen brändi nojaa vahvasti historialliseen kaupunkiympäristöön (Vanhakaupunki), merellisyyteen, eri tapahtumiin (esim. Unikeonpäivä) sekä perhe- ja hyvinvointimatkailuun.

Viimeaikaisten tutkimusten mukaan Naantalin matkailullinen vetovoima on kuitenkin heikentynyt (*Matkailun tulo- ja työllisyysvaikutukset 2024 / Visitory Oy, Kaupungit ja kunnat matkailukohteina 2024*, Taloustutkimus Oy), mikä viittaa brändin uudistamistarpeeseen. Kaupunki mielletään edelleen miellyttäväksi ja laadukkaaksi matkailukohteeksi, mutta mielikuva nojaa pitkälti tuttuihin ja jo vakiintuneisiin vetovoimatekijöihin. Uusia, laajasti tunnettuja matkailusisältöjä tai elämyksiä ei ole viime vuosina syntynyt. Tämä on haastanut Naantalin asemaa kilpailussa matkailijoista.

Jatkossa matkailubrändin kehittämisessä korostuvat uudistuminen, sisällöllinen monipuolistaminen sekä Naantalin omaleimaisuuden ja merellisen identiteetin entistä vahvempi esiin tuominen.

Tavoitetila: Naantali 2030

Vuonna 2030 Naantali on uudistunut ja elinvoimainen matkailukohde, jonka brändi yhdistää vahvan perinteen, merellisyyden ja kestävän matkailun nykyaikaisiin elämyksiin. Naantali tunnetaan kansallisesti ja lähialueilla omaleimaisena saaristokaupunkina, joka tarjoaa ympärivuotisia, laadukkaita ja helposti saavutettavia matkailusisältöjä eri kohderyhmille.

Naantalin matkailu perustuu monipuoliseen ja jatkuvasti kehittyvään elämyskokonaisuuteen, jossa uudet vetovoimaiset kohteet, tapahtumat ja palvelut täydentävät perinteisiä matkailuvaltteja. Brändi viestii selkeästi Naantalin identiteettiä: rauhallista mutta elävää, historiallista mutta uudistuvaa, luonnonläheistä mutta 'hyggemäisen' lähestyttävää saaristokaupunkia.

Matkailun kehittäminen tapahtuu tiiviissä yhteistyössä sekä elinkeinoelämän että alueellisten kumppaneiden kanssa (esim. Visit Turku Archipelago). Kaupunki houkuttelee matkailijoita vastuullisilla ratkaisulla, korkealla palvelutasolla ja vahvalla tarinallisuudella, jotka **lisäävät sekä matkailun taloudellista vaikuttavuutta että kaupungin vetovoimaa asuin- ja yritys ympäristönä.**

4.2. Toimijakenttä & viestintä — yhteisen tekemisen kulttuuri.

Toimijakuvaus

- **Naantalin kaupunki:** vastaa strategisesta ohjauksesta, matkailun kehittämisestä, matkailuneuvonnan järjestämisestä ja matkailutoimen linkittämisestä elinvoimatyön tueksi.
- **Visit Turku Archipelago (VTA):** alueellinen matkailuyhteistyö Turun ja Paraisten kanssa; vastaa pääsääntöisesti kansainvälisestä markkinoinnista ja niiden yhteisistä kampanjoista.
- **Yksityiset matkailutoimijat:** majoitusyritykset, ravintolat, aktiviteetti- ja ohjelmapalvelut, kulttuuri- ja tapahtumajärjestäjät tuovat palvelutarjonnan ja elämykset matkailijoille.
- **Paikalliset yhdistykset ja eri kulttuuritoimijat:** tukevat tapahtumatuotantoa, kulttuuritarjontaa ja yhteisöllisyyttä, mikä rikastuttaa matkailukokemusta.

Viestinnän roolitus

- **Naantalin kaupunki:** koordinoi virallista viestintää, tiedottaa ajankohtaisista matkailuasioista ja kaupungin tapahtumista.
- **Visit Turku Archipelago (VTA):** hoitaa kansainvälisen matkailumarkkinoinnin viestintää, digitaalista näkyvyyttä (vrt. Saaristo.fi) ja näihin liittyviä kampanjoita.
- **Yksityiset toimijat:** viestivät omista palveluistaan ja tapahtumistaan – myös soveltuvin osin osana Naantalin ja VTA:n viestintää.
- **Yhteistyö & koordinointi:** säännölliset kokoukset eri toimijoiden kanssa (vrt. matkailuillat); kaupungin oma yhteinen viestintäsuunnitelma ja brändiohjeistus varmistaa, että kaupungin toimijat viestivät yhdenmukaisesti Naantalin brändin mukaisesti.

5. Matkailun kohderyhmät ja -markkinat

Naantalin matkailun kehittämisen lähtökohtana on monipuolinen kohderyhmäajattelu, jossa huomioidaan sekä kotimainen että kansainvälinen kysyntä. Kotimaiset matkailijat muodostavat jatkossakin Naantalin matkailun suurimman ja vakaimman asiakasryhmän.

Kotimaiset kohderyhmät

Kotimaan matkailussa korostuvat erityisesti:

- **Perheet,** joille Naantali tarjoaa turvallisen, elämyksellisen ja helposti saavutettavan matkailukohteen.
- **Saaristosta ja merellisyydestä kiinnostuneet matkailijat,** jotka hakevat luontoelämyksiä, rauhaa, aktiivista ulkoilua sekä laadukkaita palveluja.
- **Lyhyellä lomalla ja viikonloppumatkalla olevat matkailijat,** erityisesti Etelä- ja Länsi-Suomesta, joille Naantali toimii houkuttelevana ympärivuotisena kohteena.

Kansainväliset kohderyhmät ja markkinat

Kansainvälisessä matkailussa painopiste on valituissa, Naantalin profiiliin soveltuvissa markkinoissa:

- **Ruotsi** on keskeisin kansainvälinen lähimarkkina, jota tukevat hyvät liikenneyhteydet, kulttuurinen läheisyys ja saariston vetovoima.
- **Saksankielinen Keski-Eurooppa** on strategisesti tärkeä markkina-alue, jossa kiinnostus saaristoon, luontoon, kestävään matkailuun ja laadukkaisiin elämyksiin on vahvaa.

Kohderyhmien huomioiminen kehittämisessä ja viestinnässä

Matkailun tuotteistamisessa ja viestinnässä painotetaan kohderyhmälähtöisyyttä, selkeitä matkailusisältöjä ja helposti hahmotettavia kokonaisuuksia (vrt. saaristoreitit / Island hopping).

Kansainvälisessä markkinoinnissa Naantali profiloituu osana Visit Turku Archipelago (VTA) -kokonaisuutta, mutta säilyttää oman tunnistettavan saaristokaupunkibrändinsä. VTA:n markkinointityön painopistealueet Naantalille ovat Ruotsi, Tanska, Iso-Britannia, saksankielinen Keski-Eurooppa sekä kaukomarkkinoilla Japani.

6. Matkailun kehittäminen

6.1. Matkailun kehittämisen kärjet — kaupungin matkailutyön painopisteet ja seurantamallit.

Saaristo — saaristoalueen matkailureittien kehittäminen, paikallisen saaristokulttuurin brändääminen, veneily- ja pyörämatkailun mahdollisuuksien edistäminen (esim. Rymättylätien kevyen liikenteen väyläsuunnitelma ja vesiskootterireitistön kartoitus).

Perhe- ja elämyskohteet — Muumimaailma, 'Food Naantali', uusi ympärivuotinen käyntikohde.

Kulttuuri ja historia — matkailullisesti vetovoimaisen urheilu- ja kulttuuritapahtumatarjonnan monipuolistaminen, pyhiinvaellusreitistön kehittäminen sekä kaupungin tapahtumatuen koordinoitu hyödyntäminen.

Kestävä matkailu — Visit Finlandin Sustainable Travel Finland -destinaatiomerkin hankinta, matkailualan kansainväliseen Glasgow'n ilmastojuhlustukseen sitoutuminen ja matkailutyössä Saaristomeren hyvinvointi läpileikkaavana teemana.

Tiedolla johtaminen — ajantasaisen matkailutiedon välittäminen, tekoälyvalmiuksien parantaminen ja matkailun paikallisten seurantamallien rakentaminen.

6.2. Kestävä matkailu — kohti uudistavaa matkailua.

Kestävä ja uudistava matkailu on Naantalin matkailun kehittämisen keskeinen periaate. Matkailun kasvua ohjataan siten, että se vahvistaa paikallista elinvoimaa, tukee luonnon ja kulttuuriympäristön hyvinvointia sekä tuottaa pitkäaikaista hyötyä niin matkailijoille kuin paikalliselle yhteisölle (esim. Naantalin raideliikenteellisen saavutettavuuden parantaminen). Uudistavassa matkailussa (*regenerative tourism*) Naantali tavoittelee mallia, jossa matkailu ei ainoastaan minimoi haittoja, vaan aktiivisesti parantaa ympäristön, yhteisön ja elinkeinojen tilaa.

Naantali sitoutuu Visit Finlandin **Sustainable Travel Finland (STF)** -toimintamalliin, joka tarjoaa selkeän ja kansainvälisesti tunnustetun viitekehyksen kestävä matkailun kehittämiseksi, mittaamiselle ja viestinnälle. STF-polku tukee matkailutoimijoiden vastuullisuustyötä ja mahdollistaa kestävyden systemaattisen huomioimisen kaikessa matkailun suunnittelussa. Tavoitteena on saavuttaa **Sustainable Travel Finland -destinaatiomerkki**, joka vahvistaa Naantalin asemaa vastuullisena ja kilpailukykyisenä matkailukohteena erityisesti kansainvälisillä markkinoilla.

Saaristomeren hyvinvointi on Naantalin matkailun kehittämisen läpileikkaava teema ja olennainen osa saaristokaupungin matkailuidentiteettiä. Matkailun suunnittelussa ja toteutuksessa huomioidaan meriympäristön kantokyky, luonnon monimuotoisuus sekä vesistöjen tila. Matkailu toimii aktiivisena välineenä Saaristomeren suojelun, tietoisuuden lisäämisen ja konkreettisten toimenpiteiden edistämiseksi yhteistyössä paikallisten toimijoiden, yritysten ja hankkeiden kanssa.

Osana ilmastovastuullisuuden vahvistamista Naantalin matkailutoimi tavoittelee **liittymistä Glasgow’n ilmastojulistukseen** (*Glasgow Declaration on Climate Action in Tourism*). Julistukseen sitoutuminen ohjaa matkailun kehittämistä kohti ilmastoneutraaliutta ja ilmastokestävyyttä sekä edellyttää selkeitä päästövähennystavoitteita, seuranta- ja raportointia. Glasgow’n julistus tukee Naantalin tavoitteita uudistavan matkailun edelläkävijänä ja vahvistaa matkailun roolia osana kaupungin laajempaa ilmasto- ja kestävyystyötä.

Kestävä matkailun periaatteet näkyvät Naantalissa matkailutuotteissa, palveluissa, tapahtumissa ja viestinnässä. Tavoitteena on, että matkailijat ja matkailutoimijat osallistuvat aktiivisesti vastuulliseen ja uudistavaan toimintaan, ja että Naantali profiloituu vuoteen 2030 mennessä edelläkävijänä saaristokaupunkina, jossa matkailu tukee Saaristomeren hyvinvointia, ilmastotavoitteita ja paikallisen yhteisön elinvoimaa.

6.3. Matkailuhankkeet — lisärahoitusta, lisäresursseja ja lisäosaamista.

Matkailuhankkeet ovat osa Naantalin matkailun kehittämistyötä. Suunnitelmallisesti toteutettuna ne mahdollistavat laajemman ja monipuolisemman työalustan, erityisesti rahoituksen, resurssien ja osaamisen näkökulmista.

Tavoitteellinen hanketyö

- Matkailuhankkeet toteutetaan tiiviisti Naantalin matkailuohjelman linjausten mukaisesti, jotta ne tukevat kaupungin strategisia tavoitteita.
- Hankkeiden suunnittelussa ja toteutuksessa korostetaan elinvoimaisuutta ja kestävä kehitystä. Näin varmistetaan, että hankkeet vahvistavat sekä paikallista yhteisöä että matkailun kokonaisuutta.

Toimijoiden osallistaminen ja verkostoituminen

- Hankkeiden kautta aktivoidaan paikallisia matkailutoimijoita osallistumaan kehittämistyöhön, jakamaan osaamista ja rakentamaan yhteistyöverkostoja.
- Tämä lisää Naantalin matkailutoimijakentän osaamista, näkyvyyttä ja valmiutta vastata muuttuvan matkailukysynnän tarpeisiin.

Hyödyt matkailuohjelmalle

- Hanketyö toimii välineenä uusien kohteiden, palveluiden ja tapahtumien kehittämisessä.

- Se mahdollistaa osaltaan pitkäjänteisen ja tavoitteellisen kehittämisen, joka tukee Naantalin brändin vahvistamista ja matkailun monipuolistamista.

7. Seurantamallit

Naantalin matkailuohjelman toteutumista ja vaikuttavuutta seurataan usean toisiaan täydentävän mittarin ja seurantamenetelmän avulla. Koska Naantalilla ei ole käytössään Tilastokeskuksen majoitustilastoja, seuranta perustuu erityisesti paikallisiin ja alueellisiin indikaattoreihin, jotka kuvaavat matkailun taloudellisia, toiminnallisia ja kestävyYTEEN liittyviä vaikutuksia.

Keskeisin ja vertailukelpoisiin mittari on vuosittain toteutettava matkailutuloselvitys, joka toimii ohjelman pääasiallisena tulos- ja vaikutusmittarina. Matkailutuloselvitys mahdollistaa matkailun taloudellisen merkityksen kehityksen seurannan pitkällä aikavälillä sekä vertailun aiempiin vuosiin ja muihin kuntiin.

Matkailun määrällistä ja alueellista kehittymistä seurataan täydentävillä kävijä- ja käyttöindikaattoreilla, kuten pyörälaskureilla, Vanhankaupungin kävijälaskureilla sekä Muumiparkin ja muiden matkailuun kytkeytyvien käyttömittareiden avulla. Lisäksi markkinoinnin ja viestinnän vaikuttavuutta arvioidaan digitaalisilla analytiikkamittareilla ja sidosryhmäpalautteilla.

7.1. Seurantamallit — mittaritaulukko.

MITTARI	Mitä mittaa	Tietolähde	Seuranta ja raportointi	Hyödyntäminen päätöksenteossa
Matkailutulo (€)	Matkailun kokonaisvaikutus ja kehitys	Vuosittainen matkailutuloselvitys	Vuosittain	Matkailuohjelman päätulosmittari, resurssien ja painopisteiden arviointi
Pyörälaskuri	Pyörämatkailun volyymi	Kaupungin pyörälaskurit	Jatkuva / vuosittain	Sesonkien kehitys, reittien ja infran suunnittelu
Vanhakaupunki/ kävijälaskurit	Keskeisen matkailualueen käyntimäärät	Vanhakaupunki/ kävijälaskurit	Jatkuva / vuosittain	Alueen kuormituksen hallinta ja tapahtumien ajoitus
Muumiparkin käyttömäärät	Perhematkailun volyymi	Muumiparkin järjestelmä	Kausittain / vuosittain	Vetovoimakohteiden kehitys
Tapahtumien kävijämäärät	Tapahtumien vetovoima ja sesonkivaikutus	Järjestäjätahojen raportointi	Tapahtuma-kohtaisesti / vuosittain	Tapahtumatuen optimointi ja sesongin pidentäminen

Verkkosivujen kävijämäärät	Markkinoinnin tavoittavuus	Visit Naantali / seudullinen analytiikka	Jatkuva / vuosittain	Markkinointipanostusten kohdentaminen
Sosiaalisen median tavoittavuus	Brändin ja kampanjoiden näkyvyys	Sosiaalisen median analytiikka	Jatkuva / vuosittain	Viestinnän vaikuttavuuden arviointi
Yrittäjä- ja sidosryhmä- palaute	Matkailun toimivuus ja laatu	Kyselyt ja työpajat	Vuosittain	Toimenpiteiden kehittäminen ja yhteisen tekemisen vahvistaminen
Saaristomeren ympäristö- indikaattorit	Matkailun ympäristö- vaikutus	Tutkimukset ja viranomaisyhteistyö	Vuosittain	Kestävän kehityksen matkailun arviointi

8. Alueellinen yhteistyö

Visit Turku Archipelago — seutukunnallista yhteistyötä kansainvälisen matkailun edistämiseksi.

Naantali on mukana Visit Turku Archipelago (VTA) -matkailuorganisaatiossa yhdessä Turun ja Paraisten kanssa. Yhteistyön tavoitteena on vahvistaa alueen kansainvälistä matkailua yhdistämällä seudun resurssit, osaaminen ja näkyvyys. VTA vastaa osaltaan alueen yhteisestä kansainvälisestä matkailumarkkinoinnista, ulkomaisten media-/tutustumisvierailujen koordinoinnista ja Saaristo.fi -brändin kehittämisestä sekä tukee matkailutoimijoiden verkostoitumista ja kilpailukykyä.

Maakunnallinen ja ylimaakunnallinen yhteistyö

Saariston rengasreittiliikenteen matkailullinen varmistaminen ja matkustajamäärien tilastoinnin kehittäminen Paraisten kaupungin ja maakuntaliiton yhteistyönä.

Saaristoteemaisen alueyhteistyön osalta kartoitetaan yhteistyömahdollisuudet myös Ahvenanmaan (Visit Åland) suuntaan. Perusteluna alueyhteistyön laajentamiselle on säännöllinen linjaliikenne (Finnlines, Eckerö Line) Ahvenanmaalta Naantaliin. Matkailijan näkökulmasta kunta-/maakuntarajat eivät ohjaa matkailukäyttäytymistä, vaan kohteiden vetovoima ja saavutettavuus.

9. Matkailuohjelman toteutus 2026–2030

Matkailuohjelman toteutus perustuu selkeään vastuunjakoon ja yhteistyöhön kaupungin ja matkailutoimijoiden välillä, vuosittaiseen seurantaan ja raportointiin, tiedolla johtamiseen ja joustavaan reagointiin sekä kestävän matkailun ja Saaristomeren hyvinvoinnin huomioimiseen kaikissa toimenpiteissä.

Ohjelman toimeenpanosta vastaa Naantalin kaupunki, mutta sen toteutus tehdään yhteistyössä matkailutoimijoiden, seudullisten kumppaneiden ja sidosryhmien kanssa.

Vuosi 2026 – Käynnistys ja perusrakenteiden luominen

Vuonna 2026 matkailuohjelma käynnistetään ja sen toimeenpanon rakenteet vakiinnutetaan. Keskeisiä toimenpiteitä ovat matkailun kehittämisen vastuiden selkeyttäminen, yhteistyömallien sopiminen sekä seurantamallien käyttöönotto. Saaristokaupunki Naantali -teeman mukainen markkinointi käynnistyy, ja samalla toteutetaan matkailun lähtötason kartoitukset, kuten matkailutuloselvitys ja keskeiset kävijä- ja käyttömittarit. Tapahtumatuen hyödyntämisessä painotetaan sesongin ulkopuolelle sijoittuvia tapahtumia.

Vuosi 2027 – Matkailutoimen resurssoinnin varmistaminen ja matkailumarkkinoinnin painopisteet

Matkailuohjelman toteuttaminen edellyttää riittäviä matkailutoimen henkilöresursseja eli minimissään 2 kokoaikatoimista työntekijää. Lisäksi tarkastellaan vuosittain tarvetta palkata nuoria naantalilaisia matkailutoimen kesätöihin.

Vuonna 2027 painopiste siirtyy matkailukokonaisuuksien kehittämiseen (vrt. saariston rengasreitit) ja markkinointiin. Markkinointia kohdennetaan entistä selkeämmin ohjelman kärkeen, ja markkinoinnin vaikuttavuutta seurataan eri mittareilla. Yrittäjien ja toimijoiden osaamista vahvistetaan erityisesti kestävän matkailun näkökulmasta.

Vuosi 2028 – Laajentaminen ja vaikuttavuuden arviointi

Vuonna 2028 matkailuohjelman **puoliväliarviointi tehdään hyödyntäen matkailutuloselvitystä ja muita indikaattoreita**. Matkailuohjelmaa tarkastellaan toimintaympäristön muutoksiin peilaten. Sen toimeenpanoa kehitetään kerätyn seurantatiedon pohjalta.

Tapahtumatarjontaa ja matkailupalveluja suunnataan entistä vahvemmin kevään ja syksyn kausiin.

Vuodet 2029–2030 – Vakiinnuttaminen ja kokonaisarviointi

Vuonna 2029 matkailuohjelman keskeiset toimintamallit vakiinnutetaan. Saaristokaupunki Naantali toimii tunnistettavana matkailullisena kokonaisuutena, ja kestävän matkailun periaatteet ovat osa matkailun arkea. Huomiota kiinnitetään erityisesti matkailun ympäristövaikutuksiin ja Saaristomereen.

Vuonna 2030 toteutetaan matkailuohjelmakauden 2026–2030 kokonaisarviointi. Arvioinnissa tarkastellaan matkailun taloudellista kehitystä, sesongin pidentymistä, markkinoinnin vaikuttavuutta sekä kestävyteen liittyvien tavoitteiden toteutumista.