

Matkailun toimenpideohjelma
-
LOUNAISRANNIKKOYHTEISTYÖ
(LOURA)

SISÄLLYS

Johdanto

1. Lounaisrannikko matkailualueena
2. Matkailun toimenpideohjelma kehittämisen välineenä
3. Yritystoiminnan kehittäminen ja ennakointi
4. Markkinointi
5. Yhteistyö
6. LOURA-kaupunkien vuosikello

In English

På svenska

Johdanto

Lounaisrannikkoyhteistyössä eli LOURAssa Turun, Uudenkaupungin, Rauman ja Porin kaupungit pyrkivät vahvistamaan lounaisrannikon kehittämisvyöhykettä yritysten sijoittumis- ja toimintaympäristönä sekä houkuttelevana asuinympäristönä.

Yhteistyömallia on rakennettu vuodesta 2005, jolloin Turussa järjestettiin ensimmäinen kaupunginjohtajakokous. Vuoden 2010 lopussa yhteistyö vakinaistettiin ja yhteistyö nykymuodossaan käynnistyi vuoden 2011 alussa.

Yhteistyö jäsentyy LOURA-kehittämisohjelman mukaisiin lippulaivahankkeisiin, joihin LOURA-kaupungit ja yhteistyökumppanit voivat osallistua toteuttajina tai osarahoittajina erillisten päätösten mukaisesti. Lippulaivat jakaantuvat (I) toimintaympäristön ja osaamisen kehittämisen sekä (II) toiminnan kehittämisen ja yhteistyön vahvistamisen hankkeisiin. Matkailun lippulaiva Lounaismeri viettelee sisältyy näistä ensin mainittuun.

Lounaismeri viettelee -lippulaivan tavoitteeksi on asetettu lounaisrannikon matkailuosaamisen kasvattaminen ja yhteisten matkailutuotteiden paketointi. Alueen matkailun markkinointi on luontevaa kytkeä Scandinavian Islands -konseptiin. Yhteisestä kansainvälisille ja kansallisille markkinoille suunnatusta myyntikonseptista halutaan rakentaa tehokas. Lippulaivan teemoiksi on valittu merellisyys, luonto, kulttuurihistoria ja tapahtumat.

Lounaismeri viettelee -lippulaivahanketta toteutetaan kolmella tasolla. Ensimmäinen taso on alueen sisäisen matkailun aktivointi. Toinen taso on kansallisen tunnettuuden kasvattaminen. Kolmannella tasolla on kansainväliset konseptit. Näiden tasojen saavuttaminen edellyttää kohderyhmien valintaa ja keskittymistä tiettyihin tuotteisiin.

LOURA-matkailun kehittämistiimi

Turku, Uusikaupunki, Rauma ja Pori nimesivät Lounaismeri viettelee -lippulaivaa luotsaavan työryhmän kesällä 2011. Työryhmän tehtäväksi, yhdessä Lounaisrannikkoyhteistyön asiamiehen kanssa, annettiin matkailun lippulaivan tavoitteiden konkretisointi ja toimenpiteiden edistäminen.

Marjukka Heino	Markkinointikoordinaattori	Porin Seudun Matkailu Oy Maisa
Kirsi Sainio	Markkinointipäällikkö	Porin Seudun Matkailu Oy Maisa
Maria Suni	Myynti- ja markkinointijohtaja	Porin Seudun Matkailu Oy Maisa
Irene Villanen	Matkailupäällikkö	Rauman kaupunki
Satu Hirvenoja	Markkinointipäällikkö/kotimaa	Turku Touring
Lotta Bäck	Markkinointipäällikkö/ulkomaat	Turku Touring
Päivi Lappalainen	Ohjelmapäällikkö	Turku Touring
Riikka Niemelä	Ohjelmakoordinaattori	Turku Touring
Kristiina Salo	Yhteysjohtaja	Uudenkaupungin kaupunki
Pipa Heinonen	Asiamies	Lounaisrannikkoyhteistyö (LOURA)

1. Lounaisrannikko matkailualueena

LOURA-kaupungit yhdistää valtatie 8, joka alkaa Turusta ja päättyy Ouluun. Valtatie 8 on tärkein yhteys Turusta Uudenkaupungin, Rauman ja Porin suuntaan, jonne ei ole suoraa rautatieyhteyttä. Matkailijoille ainoa julkinen kulkuyhteys LOURA-kaupunkien välillä on linja-autoyhteys valtatie 8 pitkin.¹ Valtatie 8 henkilöauto- ja linja-autoliikenteen lisäksi LOURA-kaupungit ovat saavutettavissa meriteitse. LOURA-alueella sijaitsee kymmeniä vierasvenesatamia ja vieraslaitureita. Matkailijoita palvelevat muun muassa Porin Merilokki, Pakkahuoneen vierasvenesatama Uudessakaupungissa, Turun vierasvenesatama ja Ruissalo Marina Turussa. Turussa ja Porissa sijaitsee kansainväliset lentokentät. Porista on suora lentoyhteys Helsinkiin ja Tukholmaan. Turun lentokentältä voi matkustaa kotimaassa Ouluun, Helsinkiin ja Maarianhaminaan. Kansainvälisiä lentoyhteyksiä on Tukholmaan, Kööpenhaminaan, Lontooseen, Brysseliin, Malagaan, Barcelonaan, Budapestiin, Gdanskiin, Riikaan ja Tallinnaan.



¹ Valtatie 8:n turvallisuus on tällä hetkellä päteiden runkoverkon huonoimpia. Valtatie 8 kunnostus Turku – Pori -tieosuudella sisältyy liikennepoliittisessa selonteossa (VNS 2/2012 vp) tällä hallituskaudella aloitettaviin hankkeisiin, mutta valtion ensi vuoden budjetissa ei ole osoitettu rahoitusta töiden aloittamiseen.

Turun matkailua hoitaa Turku Touring, joka on Varsinais-Suomen maakunnallinen matkailun myynti- ja markkinointiorganisaatio. Turku Touring on osa Turun kaupunkia muodostaen Matkailun palvelukeskuksen. Turku Touring Oy toimii Turun kaupungin matkailutoimiston myynnin teknisenä ja vastuullisena osapuolena. Turku Touring Oy:n osake-enemmistö kuuluu Turun kaupungille. Muita osakkaita ovat alueen matkailualan yritykset yhtä suurilla osuuksilla. Turku Touringissa toimii viiden tähden matkailuneuvonta. Turun matkailussa on jo pitkään käytetty Kaupunkikulttuuria saariston sylissä -imagoa. Turun markkinointislogan on vuodesta 2011 ollut Kiss my Turku. Turku Touring suunnittelee ja toteuttaa Turun ja Varsinais-Suomen markkinointimateriaalit, matkailuportaalin, esitteet, kampanjat, messut ja kiertueet.

Uudessakaupungissa matkailu on osa elinkeinopalveluja, joiden johdossa on yhteysjohtaja. Uudessakaupungissa on kolmen tähden matkailuneuvonta. Uudenkaupungin imago on merellinen, omintakeinen pikkukaupunki, jonka kärkiä ovat puutalomiljö ja yhteisöllisyys.

Rauman kaupungin matkailuneuvonta sijaitsee samoissa tiloissa palvelupiste Pyyrmanin kanssa. Kaupungin Kulttuuri- ja vapaa-aikatoimi vastaa kaupungin matkailupalveluista. Rauman kaupungin imago on merellinen. Matkailun kärkiä ovat Unescon maailmanperintökohteet Vanha Rauma ja Sammallahdenmäki. Kaupunkia markkinoidaan Ol niingon gotonas -sloganilla.

Porin seudun matkailua hoitaa Porin Seudun Matkailu Oy MAISA. MAISA on elinkeinoelämän toimintaedellytysten ja kilpailukyvyn parantamiseen keskittyvän Prizztech Oy:n tytäryhtiö. MAISAn matkailuneuvonnan lisäksi matkailijoita palvelee yhteispalvelupiste Höövelissä ja Promenadikeskuksen palvelupisteessä. Pori imago on tapahtumakaupunki, joka pitää sisällään seudun isot ja pienet tapahtumat. Alue profiloituu Yyterin, meren, joen ja luonnon kautta. MAISA myy ja markkinoi Porin seutua vetovoimaisena kokous-, tapahtuma- ja matkailualueena. MAISA suunnittelee, koordinoi ja toteuttaa vuosittain yhtiön markkinointimateriaalit, esitteet, kampanjat, messut, näyttelyt ja kiertueet yhteistyössä seudun kuntien ja yritysten kanssa.

Yöpymistilastot LOURA-alueella 2011

	Turku*	Uusikaupunki	Rauma	Porin seutu
Kotimaiset	644 000	<i>ei saatavilla</i>	132 000	202 000
Ulkomaiset	161 000	<i>ei saatavilla</i>	29 000	25 000
Kotimaiset ja ulkomaiset	805 000	<i>ei saatavilla</i>	161 000	227 000

*Turun matkailun kasvuun vaikutti merkittävästi Euroopan kulttuuripääkaupunkivuosi.

	Varsinais-Suomi	Satakunta
Kotimaiset	1 308 000	362 000
Ulkomaiset	235 000	67 000
Kotimaiset ja ulkomaiset	1 543 000	429 000

2. Matkailun toimenpideohjelma kehittämisen välineenä

Lounaisrannikkoyhteistyöhön liittyvän matkailun toimenpideohjelman tarkoitus on kirjata alueen matkailun yhteiset tavoitteet ja toimenpiteet tavoitteiden saavuttamiseksi. Toimenpideohjelman tärkein tavoite on sopia toteutettavista toimenpiteistä ja niiden aikatauluista sekä resursoinnista. Toimenpideohjelman myötä

yhteistyö konkretisoituu ja aikaansaadaan kokonaisajattelua sekä synergiaetuja. Yhteistyössä on mukana erikokoisia ja eri toimintamallilla toimivia osapuolia, mikä synnyttää haasteita yhteistyölle. Tärkeää on kuitenkin löytää yhteiset intressit ja integroida LOURA-yhteistyö osaksi jokapäiväistä työtä. Toimenpiteet jakaantuvat kolmeen tasoon: (I) yritystoiminnan kehittäminen ja ennakointi, (II) markkinointi ja (III) yhteistyö. Yhteistyön tuloksena syntyy matkailualue, jolla on yhteisiä tuotteita ja asiakkuuksia. Yhteistyön avulla löydetään uusia tapoja tehdä aluetta tunnetuksi ja saavutetaan kustannustehokkuutta.



Lounaismeri viettelee -lippulaivan jäsentely

3. Yritystoiminnan kehittäminen ja ennakointi

Tavoite: LOURA-alueen innovaatiokeskittymien voimistaminen tapahtuu alueen toimijoita ja yrittäjiä tukemalla. Triple Helix, eli kolmoiskierre saadaan aikaan yliopistojen, yritysmaailman ja julkisen sektorin yhteistyönä. Tätä kolmoiskierrettä tarvitaan myös LOURA-alueella vahvan yhteistyörakenteen aikaansaamiseksi. Monitoimialainen foorumi syntyy LOURA-lippulaivojen keskinäisessä vuorovaikutuksessa, esimerkiksi Technical Visits -yhteistyössä.

Toimenpide 1: Matkailun tulo- ja työllisyyskehityksen laskentamallit

Varsinais-Suomessa tullaan toteuttamaan Porin mallin mukainen alueellinen tulo- ja työllisyysmittaristo vuonna 2013. Varsinais-Suomen mittaristo toimii pilottina, jota voidaan tarjota myös muille alueille. Alueellista mittaristoa täydentää MAVA®, joka on Turku Touringin omistama ja Varsinais-Suomen Matkailun ja elämystuotannon osaamiskeskuksen tekemä kaupunkitasoinen mittaristo.

Aluetalousmittaristo ja kaupunkikohtainen mittaristo yhdessä muodostavat hyvän kokonaisuuden matkailun tulo- ja työllisyysvaikutusten mittaamiseen. Se nostaa esille matkailun merkittävyyden toimialojen joukossa ja tyydyttää tilastoinnin perustarpeet. LOURA-alue on tässä kansallisesti edelläkävijä.

Resursointi:**Aikataulu:** 2013**Toimenpide 2:** Teollisuuden ja osaamisen vierailukeskus -konsepti

Teollisuuden ja osaamisen vierailukeskus -konseptin kehittämistarvetta on kevään ja kesän 2012 aikana käsitelty useassa Lounaisrannikkoyhteistyön matkailun ja investoin -työryhmissä. Hankkeen tarvelähtöisyyteen on saatu vahvistusta myös yrittäjäjärjestöjen kanssa käydyistä keskusteluista. Valmisteluvaiheen jälkeisen kehittämiskokonaisuuden tavoitteena on konsepti teollisuuden vierailukeskuksille, niiden toiminnan ammattimaisuuden kasvattamiselle ja siten alueiden elinvoimaisuuden lisäämiselle. Valmisteluvaiheessa on tarkoitettu kartoittamaan olemassa olevat showroomit, esittelytilat ja vierailijakeskukset sekä valmisteilla olevat keskukset (esim. Olkiluodon vierailijakeskus, Uudenkaupungin autotehtaan esittelytilat ja Tuorlan tähtitieteen vierailukeskuksen suunnitelmat).

Teollisuuden tarjoamia mahdollisuuksia ei juurikaan hyödynnetä matkailullisesti, vaikka siinä on suuri kasvun potentiaali. Alueen elinkeinot synnyttävät elinvoimaa ja tuovat matkailijavirrat perässään. Matkailu puolestaan hyödyttää elinkeinoalaa. Matkailussa syntyvän maakuvan pitää olla paremmin hyödynnettävissä innovaatiotoiminnassa, teollisuudessa ja kansainvälisen liiketoiminnan edistämässä ja investointien houkuttelussa. Työperäinen matkustaminen ja Technical Visits -vierailut ovat vahvassa kasvussa ja ne tarjoavat hyvän mahdollisuuden suomalaisille pk-yrityksille ensikontaktointiin kansainvälistymisessä. LOURA-alueella työperäinen matkustus on voimakasta, esim. Olkiluodon vaikutuksesta. Vierailukeskuskonsepti on esimerkki siitä, miten matkailua voidaan kehittää niin sanotusti ei matkailua kehittämällä.

Resursointi: Hankerahoitus**Aikataulu:** Valmisteluhanke 2012-2013**4. Markkinointi**

Tavoite: Koko Lounaisrannikon aluetta leimaa merellisyys, jota myös hyödynnetään alueen matkailussa. Tulevaisuudessa alueen yhteinen imago syntyy yhteistyön ja yhteisten tuotteiden sekä palvelujen tuloksena. LOURA-kaupungit ryhtyvät yhdessä markkinointitoimenpiteisiin kansallisen ja kansainvälisen tunnettuuden saavuttamiseksi. LOURA-kaupunkien aito ja avoin yhteistyö mahdollistaa kansainvälisten matkailijoiden houkuttelemisen alueelle. Yhdessä LOURA-alueen kaupungit pystyvät tarjoamaan kansainvälisille markkinoille suunnattuja tuotepaketteja. Yhdessä alue pystyy kokoamaan vahvemman tarjonnan kuin jokainen toimija erikseen.

Toimenpide 1: LOURA-kaupunkien ristiinmarkkinointi verkkosivuilla ja matkailuneuvonnassa

- Turun, Rauman, Porin ja Uudenkaupungin matkailuneuvonnat jakavat toistensa pääesitteitä.
- Turun, Rauman, Porin ja Uudenkaupungin matkailun verkkosivuille linkitetään toisten kaupunkien matkailun verkkosivut.
- Yhdessä rakennettua tuotetta markkinoidaan verkkosivuilla ja muissa markkinointi- sekä viestintäkanavissa.
- Matkailuneuvojen keskinäiset tapaamiset, jotta jokainen matkailuneuvoja on myös ns. LOURA-

matkailuneuvoja.

→ LOURA-tapahtumatyökalu matkailuneuvojien käyttöön.

Resursointi: Yhdessä rakennettua tuotetta lukuun ottamatta, toimenpiteet voidaan toteuttaa osana LOURA-kaupunkien matkailutyöntekijöiden normaalia työskentelyä. Yhteisten tuotteiden markkinointipanostukset vaativat tähän osoitettua määrärahaa toimijoiden markkinointibudjeteista.

Aikataulu: 2013

Matkailuneuvojien tapaaminen keväällä ja syksyllä.

Toimenpide 2: Alueen tapahtumien ristiinmarkkinointi

→ Tapahtumat esittelevät itseensä toisten tapahtumissa, esim. Keskiaikamarkkinat esittäytyy Rauman Pitsiviikoilla ja päinvastoin.

→ Yksityisten ja kaupunkiorganisaatioissa toimivien tapahtumatoimijoiden sitouttaminen yhteistyöhön.

Resursointi: Vaatii työpanosta, jotta tapahtumatoimijat saadaan ymmärtämään ristiinmarkkinoinnin edut.

Aikataulu: 2013

Toimenpide 3: Messuyhteistyö Helsingin Matkamessuilla

→ messuosastojen sijoittaminen vierekkäin samaan järjestykseen kuin ovat kartalla, jossakin välissä LOURA-messuständi.

→ mahdollinen yhteisosastoon siirtyminen.

Resursointi: Normaalin messuosallistumisen kustannuksilla (?)

Aikataulu:

Ensimmäinen messuasioita koskeva palaveri loppuvuodesta 2012.

Matka 2014 -messujen ja Kotimaan Matkailumessujen yhteistyökuvioista sovitaan keväällä 2013.

Toimenpide 4: Kotimaisille ja kansainvälisille matkailijoille suunnitellut matkapaketit

→ Rannikkoreitti-matkapaketin suunnittelu ja rakentaminen.

→ paketin laatu varmistetaan esimerkiksi konsulttityönä tai laatutyökalua hyödyntäen.

→ jakelukanavien valinta olemassa olevista Turku Touringin jakelukanavista.

→ matkanjärjestäjävierailun järjestäminen tuotepaketille.

Resursointi: (kustannukset=työpanos, matkanjärjestäjävierailujen kustannukset, laatutyö, jakelukanavat)

Aikataulu:

2013 matkapaketin rakentaminen kotimaan markkinoille

2014 matkapaketin rakentaminen/muokkaaminen kansainvälisille markkinoille

Toimenpide 5: Kansainvälinen markkinointi

→ valitut kohdemaat ovat Ruotsi, Venäjä ja Saksa.

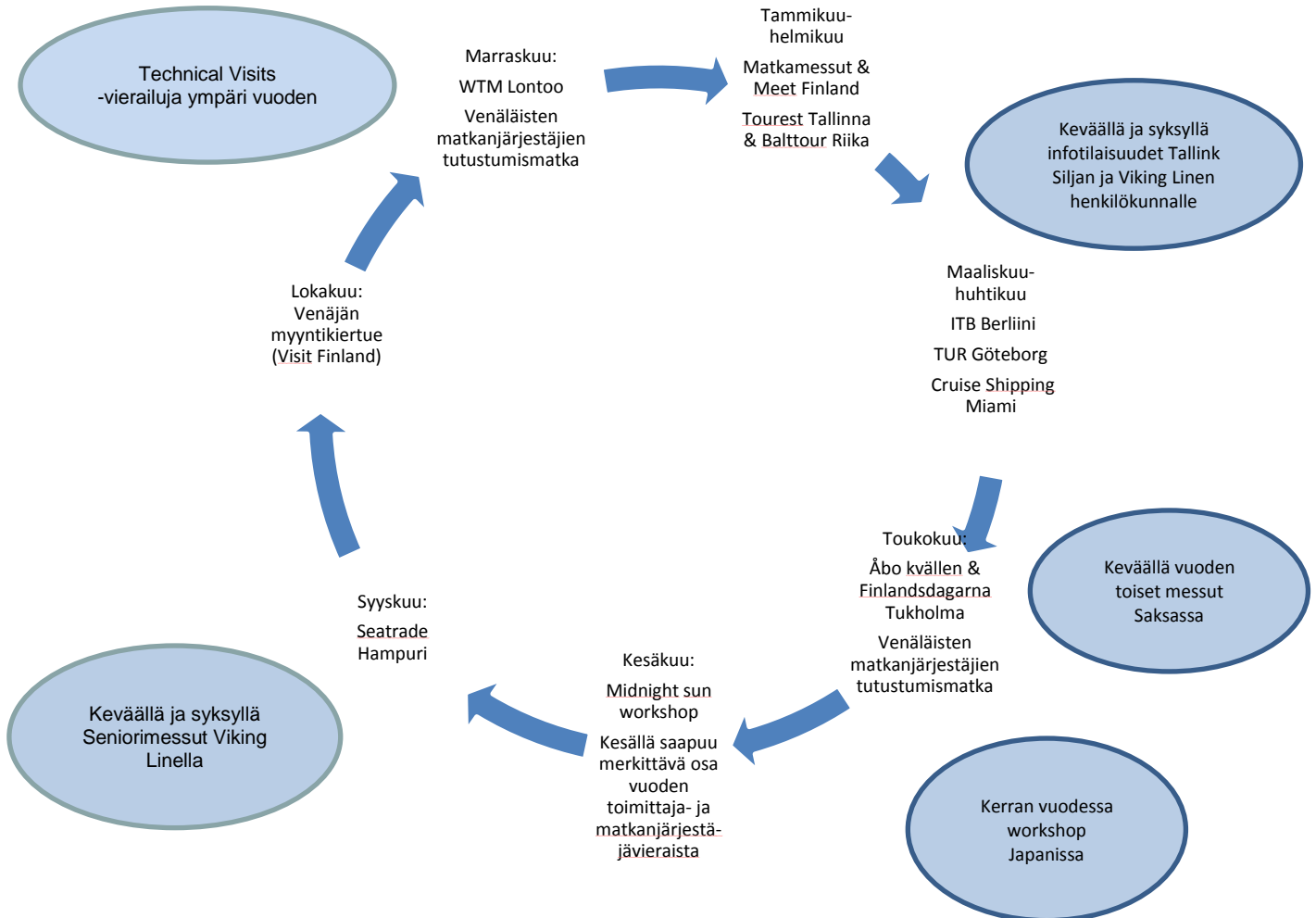
→ kohderyhmiä ovat luonto-, aktiviteetti- ja hyvinvointimatkaajat.

→ kohderyhmille tarjotaan luontoelämyksiä sekä pyöräily- ja kalastustuotteita.

→ osallistuessaan ulkomaisille messuille Turku Touring esittelee siellä yhteistä LOURA-tuotetta.

Resursointi:

Aikataulu: 2014



Esimerkkinä Turku Touringin kansainvälisen markkinoinnin vuosikello.

5. Yhteistyö

Turku toimii alueen matkailun ja yhteistyön veturina. Turun, Uudenkaupungin, Rauman ja Porin alueella on omat vahvuutensa ja annettavaa yhteisen tietotaidon kasvattamiseksi. LOURA-alueen pitää olla mukana kansallisen tason verkostossa; huolehtia edunvalvonnasta ja oman osaamisen esille tuomisesta sekä tuoda verkostojen tarjoamat hyödyt LOURA-matkailun käyttöön. Kansainvälisissä verkostoissa mukanaolo tuo varmuuden siitä, että pystytään seuraamaan mihin tulevaisuuden asiakkuus on menossa, mitkä ovat tulevaisuuden trendit ja heikot signaalit. Matkailun vahva kasvu edellyttää uusien markkinoiden

tunnistamista ja vahvaa asiakasymmärrystä. LOURA-matkailun yhteistyön tuloksia pyritään aktiivisesti hyödyntämään myös muissa lippulaivoissa/kärkihankkeissa tavoitteiden saavuttamiseksi.

Yhteistyön koordinointi

Markkinointitoimenpiteet, tuotteiden rakentaminen ja muut sovitut toimenpiteet ovat osa LOURA-matkailutiimin jäsenten jokapäiväistä työtä. Yhteistyön koordinointi hoidetaan LOURA-matkailutiimin toimesta. Matkailutiimin tukena toimii Lounaisrannikkoyhteistyön asiamies.

Resursointi: Matkailutiimi 0€ (LOURA-matkailutiimi tekee esityksen toimenpideohjelman kokonaisresurssointitarpeesta).

Aikataulu: 2013-2014

Toimenpide 1: ”Hyvät käytänteet” -tapaamiset LOURA-matkailutiimin kesken

- Hyvien käytänteiden ja hyväksi havaittujen toimintatapojen jakaminen muille tuo yhteistä etua. On tärkeää pitää muut toimijat tietoisina muun muassa uusista tuotteista ja meneillä olevista hankkeista sekä projekteista. Tapaamiset ovat aivoriihiä, joissa keskitytään matkailun ja yritystoiminnan kehittämiseen.
- Uusimpien tutkimustulosten läpikäyminen ja niiden hyödyntäminen LOURA-alueella.
- videoneuvottelumahdollisuuden käyttöönotto.

Resursointi: 0€

Aikataulu: Kaksi tapaamista vuodessa, esim. kesällä ja talvella.

6. LOURA-kaupunkien vuosikello



In English



The Tourism Action Plan of the Intercity Collaboration of Southwest Coast of Finland (LOURA) gathers common goals and measures for travel industry related cooperation and development work. The cooperation consists of business development and foresight, marketing and active networking of tourism experts and organisations.

På svenska



Åtgärdsprogram för turism av Sydvästkustsamarbete (LOURA) sammanfattar gemensamma mål och åtgärder i sydvästkustregionen. Samarbete innehåller utveckling och företagsverksamhet, marknadsföring och nätverkssamarbete.

Matkailun toimenpideohjelma toteutettiin syyskuussa 2012. Sen sisältö perustuu LOURA-matkailun kehittämistiimin jäsenten pohdintoihin ja heidän haastatteluihinsa. Toimenpideohjelman toteuttamisen mahdollisti Koheesio ja kilpailukykyohjelman (KOKO) rahoitus. Toimenpideohjelman valmistelijana toimi Hele Kaunismäki. Toimenpideohjelmassa on huomioitu Varsinais-Suomen matkailuohjelman päivitys ja Satakunnan matkailun tavoite- ja toimenpidesuunnitelman sisältö.