

**Pitkäjänteistä hanketyötä
matkailun kehittämiseksi**

VIPINÄÄ VAKKA-SUOMEN MATKAILUUN

**PROJEKTIPÄÄLLIKKÖ
JAANA MALMBERG
17.4.2026**

Toteutusaika: 1.4.2025 - 31.5.2027

Rahoitus: Euroopan maaseuturahasto
2023-2027

Budjetti: 221 285,56 euroa

Kuka Jaana?



• Alanya Ravintola



Tähtenlennot

GSG

Golden Sun Golf

micros

OPERA FIDELIO



ORACLE

Spies



HotelComp

Ukipolis

Hotel Strandbo

Mikä Vakka-Suomi?

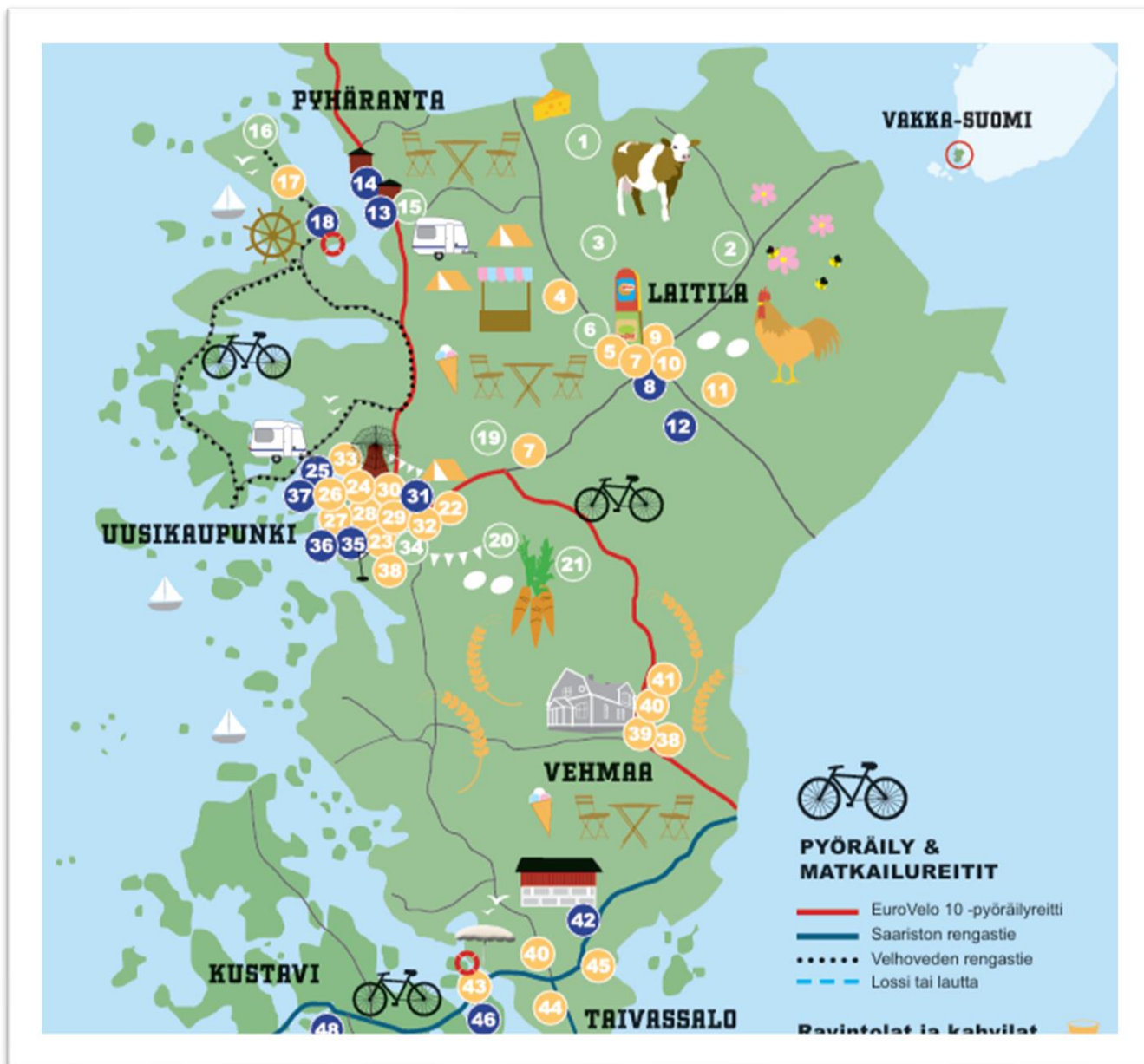
6 kuntaa – yksi nimi



Kuningas Kustaa II Aadolf perusti Uudenkaupungin kaupungin Vakka-Suomen keskukseksi vuonna 1617

Nimi juontaa juurensa keskiajalta asti kukoistaneesta puuastioiden eli vakkojen valmistuksesta

Alueella on vahva maatalous-, merenkulku- ja tarinaperinne



Pitkäjänteistä hanketyötä matkailun kehittämiseksi

Matkailuselvityshanke 2020

Koko alueen ensimmäinen matkailuhanke.

Tarvekartoitus, Ukipolis

PELME - Pelloilta metsien kautta merelle

2020-2022 hankkeen toimenpiteet perustuivat yrityskyselyissä esille tulleisiin tarpeisiin sekä muutostrendeihin

Ukipolis ja Loimaa / Pöytyä seudulla
koulutuskuntayhtymä Novida

Yhteisellä Vakka-Suomen matkailuun

2023-2025 tavoitteena yhteistyön tiivistäminen, tuotteistaminen, diginäkyvyys, vastuullisuus, yhteismarkkinointitarpeen kartoitus. Ukipolis.

Vipinää Vakka-Suomen matkailuun

2025-2027 yritysten kasvuhalukkuuden tukeminen, tuotteistus, hinnoittelu-, myynti- ja markkinointiosaamisen kehittäminen.

Vastuullisen matkailun merkityksen jalkauttaminen yrityksille. Ukipolis. [Hankekausi 2023-2027 | Ukipolis](#)



VOICES OF HERITAGE - KULTTUURIPERINNÖN ÄÄNET (KANSAINVÄLINEN HANKE)

2024-2026 Hankkeella pyritään löytämään uudenlaisia tapoja toimia matkailuoppaana. Oppailla on perinteisten opastusten lisäksi potentiaalia toimia kulttuuriperinnön äänitorvina ja opastaa myös kestävään tulevaisuuteen.

Hankkeella lisätään palveluiden laatua ja kansainvälisyyttä sekä testataan virtuaalista matkailua, teemamatkailua ja kehitetään laajempia tuotekokonaisuuksia.. Yhteistyöllä tunnistetaan kylien matkailuvaltteja, hyödynnetään nuorten asukkaiden näkökulmia ja kulttuuriperintöä matkailussa.

Leader Ravakka – muut

[Voices of Heritage - Kulttuuriperinnön äänet - Leader Ravakka](#)



Euroopan unionin
osarahoittama

Matka juurille Vakka-Suomi –hanke

2022-2024

Tavoitteena tuoda kulttuuriperintöä esiin

Ja luoda juurimatkailuun
perustuva toimijaverkosto
Vakka-Suomeen

Kohtaaminen – Vakka- Suomen juurimatkailun brändin ydin

Ei vain pelkkä matka tai
loma, vaan tarpeet ovat
syvemmillä

Työpajat ja testiretki

Kuvitteellinen testiretki
ympäri Vakka-Suomea.

4 juurimatkailijatyyppiä eri
taustatarinoilla

Haasteet

Kustannukset ja hinnoittelu

Tuotteistuksen epätasaisuus

Liian pienet markkinat?

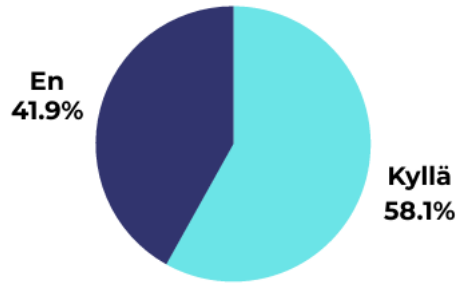
Kiinnostaako ketään?



Turun kevätmessuilla

2024 - ASIAKASKYSELY

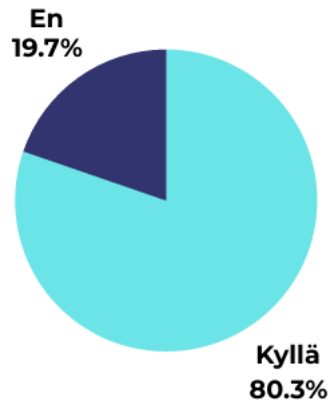
Oletko tehnyt sukututkimusta tai
tustustunut sukujuuriin? N-142



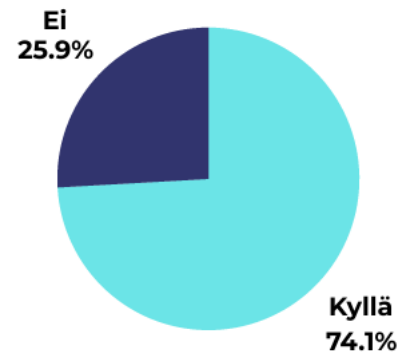
Oletko tehnyt
tutustumismatkoja eli
juurimatkoja esivanhempiesi
asuinalueille? N-142



Kiinnostavatko juurimatkailun
ympäriille kootut matkailupalvelut
mm. opastetut retket,
paikallismuseot tai - tapahtumat,
perinteet yms. N-142



Käyttäisitkö juurimatkailuun
erikoistuneita sivuja tai
linkkilistoja tiedonetsintään jos
niitä olisi tarjolla? N-139



Uusikaupunkilaisen
Tuokilan linja-auto.
Fihna.fi / Uudenkaupungin
museon kokoelmat

[Matka Juurille -hanke - Männaisten Tori ry](#)



Yritysryhmähankkeet

- Elinvoimakeskusten ja Leadereiden rahoittamia
- 3-10 yritystä saman teeman alla
- Yrityksillä 25% oma pääoma, tuen määrä 75%



Las Palmas

Lounaiskulman palvelu- ja matkailuklusterit



2025-2027, budjetti 622 749 euroa, josta matkailuBID 156 000 eur

Hankkeessa perustetaan Vakka-Suomeen **Matkailu-BID (Business Improvement District)**, joka kokoaa alueen matkailutoimijat yhdeksi kokonaisuudeksi. Malli perustuu Skotlannissa käytössä olevaan BID-toimintatapaan, jossa yhteistyö on toiminnan ydin.

Mitä Matkailu-BID tekee käytännössä?

- Yhdistää alueen matkailuyritykset ja -toimijat saman sateenvarjon alle
- Kehittää matkailuympäristöjä houkuttelevammiksi
- Parantaa matkailupalveluiden löydettävyyttä ja saavutettavuutta yhteisten toimenpiteiden avulla (yhteismarkkinointi)
- Yhdistää reittejä, kohteita ja elämyksiä kokonaisuuksiksi
- Vähentää sesonkivaihtelua ja tukee ympärivuotista matkailua
- Testaa BID-mallin soveltuvuutta Suomessa matkailun kehittämiseen ja luo pohjaa pysyväälle toimintamallille

LAS PALMAS BID-prosessi

Alueen tarpeiden selvitys, aiemmat hankkeet tai ennakkokysely

soile_vahela

Alueen painotusten ja toimenpiteiden ideointi, yhdessä toimijoiden kanssa

soile_vahela

BIDin suunnitteluryhmä valmistelee toimintasuunnitelman ja budjetin

soile_vahela

Ohry ja V_S liitto hyväksyvät toimintasuunnitelman ja budjetin

soile_vahela

Yrittäjät äänestävät toimintasuunnitelmasta

soile_vahela

**Jos TS saa yli 50% äänistä
→ TOTEUTUS**

soile_vahela

[MatkailuBID - Äkillinen rakennemuutos](#)



OLENNAISET

Pitkäjänteisyys ja luottamus

Pitkäjänteinen työ on välttämätöntä

Luottamuksen rakentaminen yrittäjien ja kuntien kanssa

Toistoa, toistoa, toistoa – muutos ei tapahdu kerralla

Haasteet

Tieto ei aina saavuta kaikkia toimijoita

Joissakin kunnissa matkailu ei ole kunnan strategiassa

Vaikutus

Yrittäjät yli kuntarajojen haluavat tehdä yhteistyötä
(aluebrändäys)

Kehitystä on tapahtunut kun on:

- ravisteltu ja haastettu

- jaettu tietoa

- kuunneltu tarkasti

Yhteistyö eri hankkeiden kanssa olennaista



Kiitos

Jaana Malmberg

040 150 6001

Jaana.malmberg@ukipolis.fi

www.ukipolis.fi