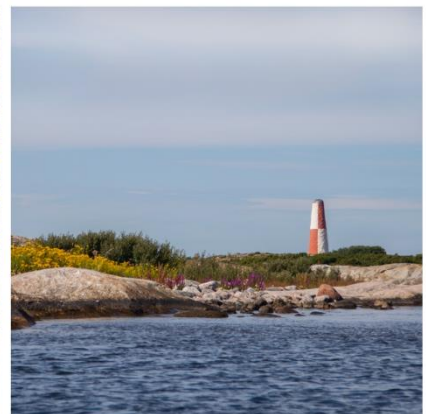
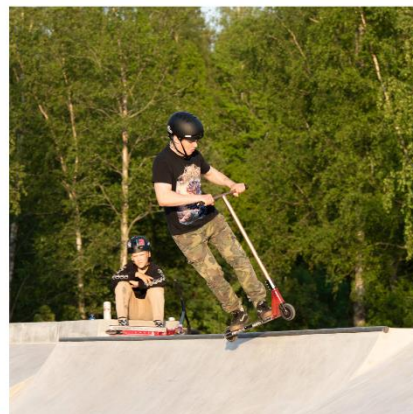

UUDENKAUPUNGIN MATKAILUN KEHITTÄMISOHJELMA 2022-2028

Kaupunginhallitus 23.5.2022



Sisällys

Matkailun kehittämissuohjelman valmistelu	3
Miksi matkailun kehittämissuohjelmaa tarvitaan?	4
Uudenkaupungin matkailun nykytilan kuvaus ja muutosajurit	5
Uudenkaupungin matkailun SWOT-analyysi	7
Uudenkaupungin matkailun kohdemarkkinat ja kohderyhmät	8
Uudenkaupungin matkailun visio ja missio	9
Uudenkaupungin matkailun kärkiteemat	10
Meri ja monimuotoinen luonto	10
Elävä historia	10
Uniikki Uki	11
Liikunta ja hyvinvointi	11
Uudenkaupungin matkailun strategiset painopisteet	12
Strategisista painopisteistä johdetut tavoitteet, toimenpiteet ja mittarit	12
Uusikaupunki on saavutettava matkailukaupunki	12
Mahdollistava digitaalisuus - Uusikaupunki on digitaalisesti näkyvä ja ostettava	13
Uusikaupunki-brändin kehittäminen ja vahvistaminen – Uniikki Uki	14
Uusikaupunki houkuttelee matkailijoita ympäri vuoden	14
Alueellisen ja seudullisen yhteistyön kehittäminen ja lisääminen	15
Strategisten painopisteiden läpileikkaavat teemat – vastuullisuus ja laatu	16
Vastuullisuus	16
Laatu	16
Matkailun kehittämissuohjelman tavoitteiden ja toimenpideohjelman toteutumisen seuranta ja päivitys	17
Toimenpideohjelma tavoitteiden saavuttamiseksi	17

Matkailun kehittämishojelman valmistelu

Matkailuohjelmatyön aloituksesta tiedotettiin syksyn matkailutoimijoiden tapaamisessa 29.10.2019 ja halukkaita pyydettiin ilmoittautumaan mukaan ohjausryhmätyöskentelyyn. Tieto toimijoille lähti myös sähköpostitse. Matkailuyritysten ja yhdistysten lisäksi kokoonpanoa täydennettiin eri hallintokuntien ja kehittämisisorganisaatioiden edustajilla.

Ohjausryhmän kokoonpano:

Elinkeinopalvelut: elinkeinojohtaja Jarkko Heinonen

Hotelli Aittaranta ja Café Aitta: Tanja Nyberg

Kaupunkisuunnittelu: Sonja Stenman ja Leena Arvela-Hellén, asiantuntija-apuna Henriikka Lohtaja

Kulttuuripalvelut ja Crusell-viikko: Petri Hatakka

Liikuntapalvelut: Heidi Vuori

Pakkahuone ja Santtioranta Camping: Tapio Pääkkö

Pyhämaan nuorisoseura, kaupunginvaltuusto: Mika Sjöblom

Ravakka: Ulla Kallio

Sektoriloisto Oy, Isonkarin majakkasaari/M/S Kerttu: Noora Hildén (2020)

Taidetalo Pilvilinna: Raija ja Pentti Nokkala

Ukipolis, Pelme -matkailun ja palveluiden kehittämishanke: Juhana Aalto

Uudenkaupungin matkailuoppaat ry: Tuula-Riitta Karlin

Uudenkaupungin museo: Mari Jalava

Uudenkaupungin Vanhat talot ry: Taina Nikula ja Katja Laine

Visit Uusikaupunki/matkailutoimisto Irmeli Laiho-Andersson, aineiston kokoaja

Ohjausryhmän kokoontumiset:

25.11.2020 16 henkilöä

22.1.2021 12 henkilöä

14.10.2021 13 henkilöä

3.11.2021 12 henkilöä

17.2.2022 11 henkilöä

31.3.2022 9 henkilöä

27.4.2022 10 henkilöä

Luonnoksen esittely kevään matkailutoimijoiden tapaamisessa 11.5.2022, 29 osallistujaa. Luonnos lähetetty sähköpostitse matkailutoimijoille kommenttikierrokselle 12.-18.5.2022. Matkailuohjelma on hyväksytty kaupunginhallituksessa 23.5.2022.

Miksi matkailun kehittämisohjelmaa tarvitaan?

Kehittämisohjelmat ovat nykypäivän tärkeitä työvälineitä. Ne ohjaavat kehityksen suuntaa ja viitoittavat tietä tulevaisuuteen. Matkailu on kasvava ja maailman suurin teollisuuden ala. Alan trendit ennustavat matkailun ja matkailijamäärien kasvua tulevaisuudessa. Matkailun on arvioitu kasvavan 4-5 prosentin vuosivauhdilla globaalisti. Joka 10. työpaikka maailmassa on matkailussa! (TEM 2019).

Matkailulla on huomattava vaikutus myös Suomen kansantalouteen ja työllisyyteen. Matkailuun kulutettiin Suomessa vuoden 2019 ennakkotietojen mukaan 16,3 miljardia euroa. Summa sisältää suomalaisten ja ulkomaisten matkailijoiden kulutusmenot Suomessa. Muihin teollisuudenaloihin verrattuna matkailu on samaa kokoluokkaa kuin metsäteollisuus ja suurempi kuin elintarviketeollisuus.

Matkailuala on hyvin paikkasidonnainen. Matkailualan työpaikkoja ei voida siirtää ulkomaille eikä toisille paikkakunnille. Vaikka teknologia lisääntyy, tulee matkailuala pysymään työvoimavaltaisena. Matkailu työllistää myös muita elinkeinon aloja, kuten esimerkiksi rakennusteollisuutta, elintarviketeollisuutta ja muita palvelualoja. Matkailualalla toimi Suomessa vuonna 2019 lähes 29 000 yritystä ja työskenteli yhteensä 154 000 henkilöä.

Uudenkaupungin ensimmäinen matkailustrategia valmistui vuonna 2007. Kaupungin matkailulautakunta päivitti strategian vuosille 2010-2013. Viimeisin matkailustrategia tehtiin matkailutoimiston ja matkailutoimijoiden yhteistyönä vuosille 2015-2020.

Matkailuelinkeinon ja alan toimijoiden yhteistyön kehittyminen edellyttää ajantasaista strategiaa. Lähtökohtana on, että kehittämistoimenpiteitä toteutetaan laajan toimijajoukon yhteistyönä huomioiden toimijoiden omat tavoitteet ja painopisteet.

Matkailun kehittämisohjelmalla tuetaan matkailun kasvua ja kilpailukykyä sekä edistetään alan ammattimaistumista ja arvostusta. Matkailuohjelman avulla kartoitetaan ongelmakohdat ja keskitytään vahvuuksiin. Matkailuohjelma helpottaa työnjakoa, tukee suunnitelmallisuutta ja edistää toimijoiden yhteistyötä. Kehittämisohjelma luo puitteet yksityisen ja julkisen sektorin päätöksenteolle ja helpottaa rahoituksen hankinnassa. Matkailuohjelma helpottaa myös matkailuelinkeinon kehityksen seurantaa.

Tässä strategiatyössä on hyödynnetty aiemmin laadittuja matkailun kehittämisohjelmia ja mm. Visit Finlandin matkailustrategiaa 2021-2025 sekä Varsinais-Suomen liiton Varsinais-Suomen matkailuelinkeinon kehittämisen tiekarttaa vuosille 2021–2027. Paikallisessa ohjausryhmässä on ollut mukana edustettuina eri matkailualojen toimijoita, yrittäjiä, yhdistyksiä, kaupungin omien hallintokuntien edustajia sekä rahoitus- ja kehittämisyritysten edustajia. Strategiatyössä on hyödynnetty myös matkailutoimiston toteuttamien matkailijakyselyjen antia.

Uudenkaupungin matkailun nykytilan kuvaus ja muutosalurit

Uusikaupunki on vajaan 16 000 asukkaan ja yli 400-vuotisen historian omaava meri- ja puutalokaupunki. Viehättävän puutalokeskustan lisäksi kaupungista löytyy merta ja saaristoa, idyllistä maaseutuluontoa sekä vireitä kyläkeskuksia Kalannissa, Lokalahdella ja Pyhämaassa.

Ympäri vuoden avoinna olevia nähtävyyshkohteita ovat Uudenkaupungin Automuseo ja Wahlbergin museotalo. Lisäksi sesonkina sekä tilauksesta on avoinna useampiakin nähtävyysh- ja museokohteita, kuten mm. Taidetalo Pilvilinna, Bonk-museo sekä Merimiehenkoti- ja Luotsimuseo. Uudestakaupungista löytyy runsas kulttuuritarjonta, paljon tapahtumia, taidenäyttelyitä, ammattijohtoinen harrastajateatteri ja kaksi kesäteatteria. Suurimpia tapahtumia ovat Minifarmi & Kukkamessut, Karjurock-festivaali, Crusell-musiikkiviikko sekä Uudenkaupungin Vanhat Talot -tapahtuma. Ravintoloita ja ruokapaikkoja löytyy moneen makuun. Uudestakaupungissa on monipuoliset harrastusmahdollisuudet sekä paljon reittejä ja kohteita luonnossa liikkujille.

Matkailutoimiston toteuttamien matkailijakyselyjen mukaan parasta Uudestakaupungissa ovat meri, historia, vanhat puutalot ja upea Kaupunginlahden ranta. Kiitosta saavat myös kaupungin kauneus, siisteys, luonto, ystävälliset ihmiset ja hyvä palvelu. Kyselyyn vastanneiden asuinkunnat TOP 4 järjestyksessä olivat Helsinki, Turku, Rauma ja Tampere. Ulkomaalaisten vastaajien TOP 3 järjestyksessä olivat Ruotsi, Saksa ja Norja. (Matkailjakysely v. 2019)

Matkailutuotteita ja -palveluita esitellään matkailuesitteessä, Visit Uudenkaupungin verkkosivuilla ja sosiaalisessa mediassa sekä yritysten omissa kanavissa ja verkkoalustoilla. Tuotteita on myynnissä myös Doerzin, paikallisten elämispalveluiden myyntialustan kautta.

Markkinoinnissa ja tiedotuksessa hyödynnetään enenevässä määrin sähköisiä kanavia, mutta myös matkailuesite sekä kartta tehdään vuosittain. Visituusikaupunki.fi verkkosivulla oli vuonna 2021 108 781 käyttäjää, joista 62 % iältään 18-34 vuotiaita. Sivuston lukukertoja oli 500 851. TOP 5 käyttäjämaat kävijäjärjestyksessä olivat Suomi, Yhdysvallat, Ruotsi, Saksa ja Kiina. TOP 5 kotipaikkakunnat kävijäjärjestyksessä olivat Helsinki, Turku, Tampere, Uusikaupunki ja Vantaa.

Uusikaupunki kuuluu Vakka-Suomen seutukuntaan ja toimii seutukunnan matkailun veturina. Vakka-Suomen välittömän matkailutulon osuus koko Varsinais-Suomen matkailutulosta oli viimeisimmän vuonna 2017 tehdyn tutkimuksen mukaan 3,4 % eli 31 miljoonaa euroa. Vakka-Suomen osuus koko Varsinais-Suomen matkailun henkilöstöstä oli 3,5 % eli 173 HTV. Uudenkaupungin saama välitön matkailutulo v. 2017 oli 17,64 miljoonaa euroa. Arvio vuodelle 2018 oli 18,2 miljoonaa. Työllistävä vaikutus 2017 oli 98 HTV ja 2018 arvio on 101 HTV. Uudenkaupungin osuus koko Vakka-Suomen matkailutulosta oli 56,88 % ja Vakka-Suomen matkailutyöllisyydestä Uudenkaupungin osuus oli 56,32 %.

Vertailtaessa Uuttakaupunkia koko Varsinais-Suomen alueeseen, oli Uusikaupunki kuudennella sijalla niin matkailutulon määrässä kuin matkailutyöllisyyttäkin mitattaessa. Uudenkaupungin edellä ovat Turku, Naantali, Kaarina, Raisio ja Parainen.

Majoitusmahdollisuuksia löytyy keskustan hotellien ja huoneistomajoitusten lisäksi mökeissä, leirintäalueella ja karavaanarialueella. Majoituksia myydään majoituspaikkojen omien online-varausjärjestelmien kautta sekä AirBnb, Hotels.com ja Booking.com myyntialustojen kautta. Rekisteröidyistä yöpymisistä saadaan tilastotiedot koko Vakka-Suomen osalta. Rekisteröimättömät yöpymiset eivät tällä hetkellä ole tiedossa. Koko Varsinais-Suomessa kirjattiin vuonna 2021 rekisteröityjä yöpymisiä 1 125 142 (+ 25,7%). Vakka-Suomen rekisteröityjen yöpymisten 2021 luku oli 61 846 (+27,7 %).

Aivan keskustassa sijaitsevat vierassatamat Pakkahuone ja Salmeri. Pakkahuone iltatoreineen ja tapahtumineen on niin matkailijoiden kuin kaupunkilaistenkin suosittu kohtaamispaikka. Vierassatama löytyy myös Pyhämaan Telakanrannasta ja näiden lisäksi lähisaaristossa on vieraslaitureita ja käyntisatamia, kuten Purjehdusseuran Paviljonki Pietarinkarissa ja Ugin Työväen Moottoriveneseuran retkisatama Haanperänkarissa.

Koska Uusikaupunki ei sijaitse valtateiden varrella, pitää kaupunkiin varta vasten tulla. Uuteenkaupunkiin aiemmin löytäneet tulevat tänne uudestaan. Matkailutoimiston matkailijakyselyn mukaan suurimmat inspiraation lähteet Uudenkaupungin matkalle olivat juuri oma aiempi hyvä kokemus tai ystävien ja tuttavien suosittelu. Silti Uudenkaupungin tunnettuus valtakunnallisesti on edelleen osittain heikkoa tai kaupunki mielletään usein teollisuuskaupungiksi.

Matkailun toimintaympäristön muutos on ollut viimeisten vuosien aikana nopeaa ja globaalit trendit pitävät yllä muutoksia jatkossakin. Digitalisaatio vaikuttaa entistä enemmän kuluttajan asiakaskäyttäytymiseen. Palvelutarjonnan tulee olla helposti löydettävissä, varattavissa ja ostettavissa. Palveluiden verkko-ostaminen kasvaa.

Globaalit kriisit, kuten koronapandemia, ovat muuttaneet toimintatapoja, ja jatkossakin on kiinnitettävä erityistä huomiota niihin varautumiseen sekä nopeaan reagointiin. Vastuullisuus ja kestävä kehitys on otettava huomioon kaikessa tekemisessä.

Maailmantalous, kaupungin ja yritysten yleinen taloustilanne, mahdollisuudet investointeihin, ympärivuotinen palvelutarjonta sekä työvoiman saatavuus vaikuttavat yleisellä tasolla matkailun kehitykseen.

Uudenkaupungin matkailun SWOT-analyysi

<p>VAHVUUDET</p> <p>Meri ja saaristo Puhdas ja monimuotoinen luonto Loistokas ja pitkä historia Ainutlaatuinen puutaloalue Kylät Kaupunki + maaseutu + saaristo Uniikit käyntikohteet (Pilvilinna, Bonk, puutalokeskusta ym.) Tapahtumat ja paikalliskulttuuri Kaikki lähellä - lyhyet välimatkat Monipuoliset liikunta- ja harrastusmahdollisuudet Lähiiruoka ja lähituotteet Paljon hyviä ruokapaikkoja Aito pikkukaupunki Paljon uniikkeja putiikkeja Turvallinen pikkukaupunki Vapaa-ajanasukkaat</p>	<p>HEIKKOUEDET</p> <p>Huono tunnettuus Mielikuva teollisuuskaupungista Viestinnän haasteet - tietoa on paljon, mutta löytyykö se? Lyhyt sesonki Julkinen liikenne Yhteistyön vähäisyys Matkailun merkityksen vähättely – resurssien vähäisyys Syrjäinen sijainti Pysytäänkö mukana ajassa?</p>
<p>MAHDOLLISUUDET</p> <p>Merellisyyden, luonto- ja liikuntakohteiden hyödyntäminen. Ympärivuotisuus ja sesongin pidentäminen. Vapaa-ajan lisääntyminen – lyhyet arjen irtiotot. Autotehdas Aito pikkukaupunki. Digitaalisuuden hyödyntäminen. Puutalokeskustan hyödyntäminen. Kylämatkailun mahdollisuudet. Saavutettavuuden ja yhteistyön kehittäminen ja lisääminen. Monipuolinen tarjonta. Turun, Naantalın ja Rauman läheisyys. Lähi- ja kotimaan matkailun kasvu. Ruokamatkailun kehittäminen. Etätyön mahdollisuudet. Vapaa-ajanasukkaat Uudet innovaatiot Juurimatkailu</p>	<p>UHAT</p> <p>Toimijoiden resurssit – jaksaminen, taloustilanne. Mahdollisuudet investointeihin, (julkinen ja yksityinen sektori). Tulevaisuuden ennustaminen – kyky vastata ajan trendeihin. Moni kohde yksittäisen toimijan varassa. Resurssointi matkailuun, viestintään, ihmisiin ja tuotteistukseen. Yhteistyöhaluttomuus Väestön väheneminen ja ikääntyminen. Ammattitaitoisen työvoiman saanti. Kilpailun lisääntyminen lähialueella. Meren ja luonnon saastuminen Globaalit kriisit, koronapandemia</p>

Uudenkaupungin matkailun kohdemarkkinat ja kohderyhmät

Uudenkaupungin matkailun tyypillisin kohderyhmä on yksittäismatkailija, joka matkustaa omalla autolla, kumppanin tai perheen kanssa. Kaupunkiin matkataan usein myös asuntoautolla tai -vaunulla ja myös veneilijät ovat löytäneet Uudenkaupungin. Matkailijoita löytyy kaikista ikäryhmistä; nuorisoa, nuorempia ja varttuneimpia pariskuntia, lapsiperheitä ja senioreita. Vapaa-ajanasukkaat ovat tärkeä kohderyhmä.

Kaupungin teollisuus tuo mukanaan työmatkailijoita, varsinkin toivotun sesongin ulkopuolella. Ryhmämatkailijat ovat usein senioriryhmiä tai yritysten virkistys- ja kokousryhmiä. Uudenkaupungin Teatterissa vierailevista ryhmistä noin 75 % tulee Uudenkaupungin ulkopuolelta. Noin 10-15 % kaikista matkailijoista on kansainvälisiä matkailijoita. Kansainväliset matkailijat tutustuvat yleensä laajempiin kokonaisuuksiin, ja kiertävät kaupunkeja ja kohteita laajemmalla alueella (esim. länsirannikolla Turku, Naantali, Uusikaupunki, Rauma ja Pori).

Uudenkaupungin matkailun kohderyhmiä yhdistää halu kokea aitoja ja yksilöllisiä matkakohteita ja elämyksiä. Merellistä saaristoa, monimuotoista luontoa ja maaseutua, unohtamatta kaupunkikulttuuria. Matkailijoita kiinnostavat myös kaupungin pitkä historia ja puutalomiljö. Tapahtumiin tullaan lähialueiden lisäksi kauempaakin.

Uudenkaupungin monipuoliset liikunta- ja vapaa-ajanpalvelut saavat kiitosta niin kaupunkilaisilta kuin matkailijoiltakin. Potentiaaliset kohderyhmiä ovat täten myös urheiluseurat sekä aktiiviteetteihin panostavat yksittäismatkailijat sekä esimerkiksi pyörämatkailijat.

Yksi uusimmista potentiaalisista matkailun kohderyhmistä ovat ns. juurimatkailijat. Kiinnostus omiin sukujuuriin on kasvava trendi. Käytännössä tämä tarkoittaa, että henkilöt, joilla ovat sukujuuret tai ovat aiemmin asuneet Uudessakaupungissa, palaavat etsimään juuriaan, paikkoja, joista on aikoinaan lähdetty. Juurimatkailussa on paljon kehittymismahdollisuuksia myös kansainvälisen matkailun puolella. Monta sataatuhatta ihmistä pelkästään Amerikassa omaa suomalaiset sukujuuret ja myös Ruotsissa on paljon suomalaista alkuperää olevia kansalaisia. Amerikkaan ja Ruotsiin on lähdetty paljon myös Uudestakaupungista.

Uusi Coworking-etätyötila Messi mahdollistaa etätyölomamatkailun tai esimerkiksi vapaa-ajanasukkaiden etätyöskentelyn ja asumisen vapaa-ajanasunnoillaan.

Uudenkaupungin matkailun visio ja missio

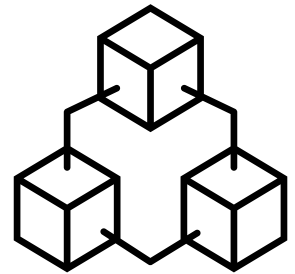
Uudenkaupungin matkailun visio - minne tähdätään vuonna 2028

Uusikaupunki on Suomen tunnetuin ja houkuttelevin merellinen puutalokaupunki, joka tarjoaa yksilöllisiä ja vastuullisia elämyksiä ja palveluita tiedostavalle matkailijalle ympäri vuoden.

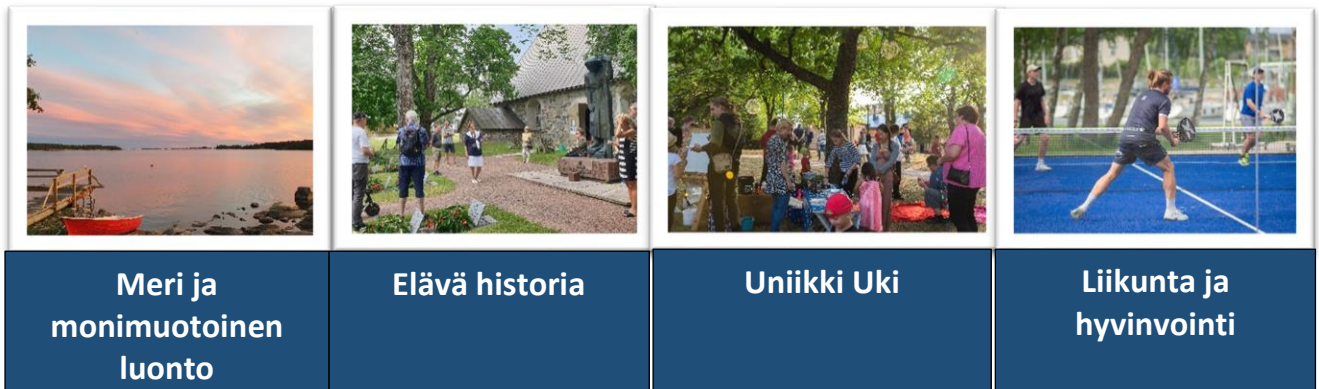
Uniikit kohteet, omintakeiset tapahtumat, elävä historia, meri, luonto sekä monipuoliset kulttuuri-, liikunta- ja vapaa-ajanviettopalvelut ovat helposti saavutettavia.

UUDENKAUPUNGIN MATKAILUN MISSIO VUOTEEN 2028

- ✓ Uudenkaupungin tunnettuuden lisääminen.
- ✓ Matkailulla on kasvava osuus Uudenkaupungin kehittyvässä ja tuloksellisessa elinkeinotoiminnassa – matkailutulon lisääminen.
- ✓ Matkailijoiden, asukkaiden sekä vapaa-ajanasukkaiden viihtyvyyden - veto- ja pitovoiman lisääminen eri toimijoiden yhteistyöllä.



Uudenkaupungin matkailun kärkiteemat



Meri ja monimuotoinen luonto

Meri näkyy kaupungissa kaikkialla, niin historiassa kuin nykypäivässäkin. Meri tulee merenlahtena keskelle kaupunkia ja upea saaristo kirkkaine vesineen aukeaa aivan kaupungin edustalta. Erytistä huomiota kiinnitetään meren ja saariston saavutettavuuteen. Uudestakaupungista on helppo lähteä merelle ja myös helppo saapua meritse. Laajan merialueen lisäksi kaupungissa on myös monia järviä ja niiden rannoilla virkistyskäytössä olevia saunoja. Suurin järvistä on merestä padottu tekojärvi, Makeanvedenallas, jota kiertää suosittu pyöräilyreitti Velhoveden rengastie. Veneilijöiden käytettävissä on vierassatamia ja -laitureita sekä retkisatamia. Meren rannalla, keskustan tuntumassa sijaitseva Santtiorannan leirintäalue toimii virkistysalueena matkailijoiden lisäksi myös kaupunkilaisille. Yleisiä uimarantoja on peräti 11 kappaletta. Merellisyyttä, merenkulkuperinnettä ja merellisiä käyntikohteita hyödynnetään tapahtumissa, käyntikohteissa, risteilyissä, erilaisissa harrastusmahdollisuuksissa, kalastusmatkailussa sekä matkailupaketeissa.

Uudessakaupungissa meri ja luonto ovat puhtaita ja vedet kirkkaita. Täällä voit nauttia luonnon rauhasta. Luonto ja kasvillisuus on hyvin monimuotoinen ja monipuolinen. (sisämaa versus karu saaristoluonto). Huomiota on kiinnitettävä luonnon suojeluun ja sen monimuotoisuuden sekä puhtaan toimintaympäristön säilyttämiseen. Luontomatkailussa hyödynnetään valmiita reittejä, luontokohteita, luontopolkuja ja aktiviteettejä sekä Suomen suurinta merellistä, Selkämeren kansallispuistoa, johon osa ulkosaaristosta kuuluu.

Elävä historia

Uusikaupunki on kuninkaan perustama kaupunki jo vuodesta 1617. Valtakunnallisesti ja Euroopan historiassakin merkittävä Uudenkaupungin rauha solmittiin 1721. Uudenkaupungin ainutlaatuinen, laaja puutaloalue on museoviraston mukaan yksi Suomen parhaiten säilyneistä empiretyylin puukaupungeista Suomessa.

Paikallishistoriaa ja -kulttuuria hyödynnetään ja elävöitetään käyntikohteissa, opastetuilla kierroksilla, tarinoissa, tapahtumissa, viihtyisissä kylissä sekä aidoissa, historiallisissa miljöissä.

Historiallisia kirkkoja löytyy keskustan Vanhan ja Uuden kirkon lisäksi Kalannista, Lokalahdelta ja Pyhämaasta. Kirkkojen ympärillä olevat hautausmaat ja sankarihautausmaat muistomerkkeineen pitävät sisällään paljon seudun historiaa. Kalannin Pyhän Olavin kirkko on valtakunnallisestikin merkittävä keskiaikainen kirkko 1400-luvulta. 1629 valmistunut Vanha kirkko on vanhin keskusta-alueen säilyneistä rakennuksista. Pyhämaan puinen uhrikirkko on yksi parhaiten säilyneitä puukirkkoja 1600-luvulta ja maalauksineen ainutlaatuinen.

Tapahtumista mm. Crusell-musiikkiviikko, Uudenkaupungin Vanhat Talot – sekä Puupaatei Pakkahuoneel -tapahtumat tuovat historian keskelle nykypäivää.

Uniikki Uki

Uudessakaupungissa ei mikään ole tekemällä tehtyä. Aito pikkukaupunki tarjoaa aitoja, yksilöllisiä sekä kestäviä elämyksiä ja kokemuksia kaikenikäisille elämysnälkäisille. Monet kaupungin laadukkaat palvelut ovat myös ainutlaatuisia.

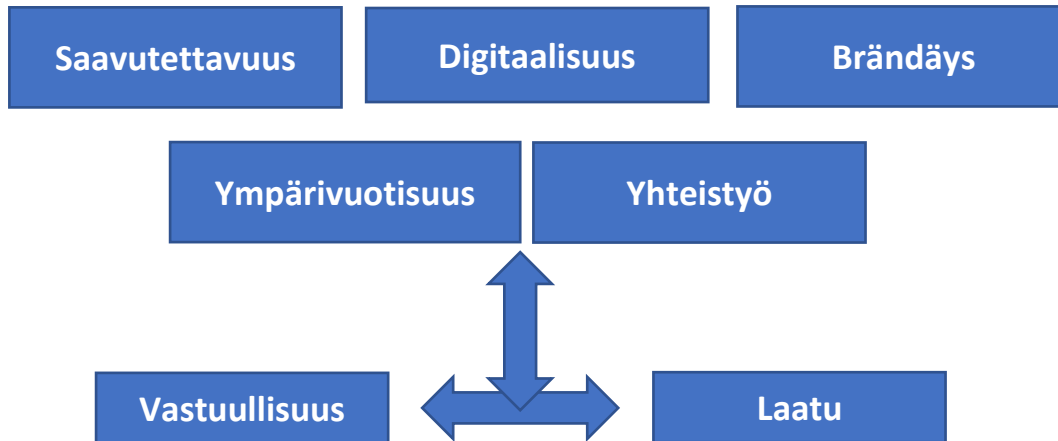
Omaleimainen paikalliskulttuuri pitää sisällään uniikkeja käyntikohteita kuten Bonk-museo, Taidetalo Pilvilinna, Automuseo ja Wahlbergin museotalo. Taiteen ystäville on tarjolla taidenäyttelyitä ja -gallerioita. Kulttuurikeskus Cruselli tarjoaa laadukkaat puitteet konserteille, tapahtumille, kokouksille, Uudenkaupungin Teatterille sekä näyttelyille. Kesäteatterit täydentävät kesän kulttuuritarjontaa. Laadukkaita, omintakeisia ja hauskojakin tapahtumia ja tempauksia järjestetään ympäri vuoden. Uudestakaupungista löydät paikallisia herkkuja tarjoavia hyvän ruoan ravintoloita ja kahviloita sekä palvelevia, uniikkeja putiikkeja. Tarjolla on myös viihtyisiä ja persoonallisiakin majoitusvaihtoehtoja. Keskustan hotelli- ja huoneistomajoituksista, lomamökkeihin ja majataloihin sekä leirintä- ja karavaanarialue. Uusikaupunki yllättää monipuolisuudellaan – kaupunkikulttuuria, merta, saaristoa, luontoa sekä maaseutua.

Liikunta ja hyvinvointi

Harvalla pikkukaupungilla on tarjolla niin monipuolisia liikuntaan ja hyvinvointiin liittyviä palveluja kuin Uudessakaupungissa. Näistä monet sijaitsevat vielä kaupungin keskustassa, lyhyellä etäisyydellä toisistaan. Palveluja on tarjolla myös vireissä ja aktiivisissa kyläkeskuksissa.

Harrastusmahdollisuuksia tarjoavat mm. golf-kenttä, jäähalli, uimahalli, keilahalli, hiihto- ja kuntoputki sekä hiihtoladut, urheilukenttä ja erilaiset liikuntakeskukset, ratsastustallit, skeittirata, Padel-kentät, tenniskentät, frisbeegolfradat, maasto- ja muut pyöräilyreitit, suunnistusreitit, luontopolut, kuntopolut sekä juoksuportaat. Merellisiä harrastusmuotoja ovat esimerkiksi veneily, melonta, suppailu, sukellus, meriristeilyt, uinti ja kalastus niin kesällä kuin talvella.

Uudenkaupungin matkailun strategiset painopisteet



Strategisista painopisteistä johdetut tavoitteet, toimenpiteet ja mittarit

Uusikaupunki on saavutettava matkailukaupunki

Tulevaisuuden Uusikaupunki on eri liikenneyhteyksillä helposti saavutettava matkailukohde, jossa tunnet olevasi perillä. Myös alueen sisäinen saavutettavuus kohteiden ja palveluiden välillä on sujuvaa. Matkaketjut toimivat ympäri vuoden. Matkailijoiden liikkuminen alueella on vaivatonta. Myös saariston ja merellisten käyntikohteiden saavuttamiseen kiinnitetään erityistä huomiota. Matkailijoiden on helppo löytää ja saada ajantasaisia tietoja alueen palvelutarjonnasta. Tuotteet ja palvelut ovat myös helposti ostettavissa.

Toimenpiteet:

Tehdään aktiivista ja oikea-aikaista edunvalvontaa Uuteenkaupunkiin suuntautuvien liikenneyhteyksien ylläpitämiseksi ja kehittämiseksi (esim. henkilöjunaliikenteen mahdollisuudet, kaupunkiin ajoittain ajavat museojunat). Tuetaan Uuteenkaupunkiin suuntautuvaa reittiliikennettä Turusta, Raumalta ja Laitilasta. Tuetaan ja mahdollisuuksien mukaan kehitetään reitti- ja palveluliikennettä Uudenkaupungin sisällä (linja-autoliikenne, MAAS-ratkaisut). Kehitetään ja ylläpidetään kävelyn ja pyöräilyn yhteyksiä kunnan sisällä.

Pyritään kehittämään ja mahdollisuuksien mukaan tukemaan saaristoon ja merellisiin käyntikohteisiin suuntautuvaa risteilyliikennettä. Veneilijöille mahdollistetaan hyvät puitteet rantautumiseen joko kaupungin keskustaan tai muihin vieras- ja retkisatamiin sekä vieraslaitureihin.

Tuodaan Uttakaupunkia ja sen erityispiirteitä esille päättäjille ja sidosryhmille, reagoiden ja aktiivisesti toimien liikennehankkeiden ja -avustusten sekä opasteiden osalta.

Pidetään huolta, että opasteet Uuteenkaupunkiin, Uudessakaupungissa ja kohteiden sisällä ovat ajantasaiset ja niitä on riittävästi.

Edistetään olemassa olevien retkeily-, luonto-, matkailu- ja pyöräreittien ja niiden varrella olevien palveluiden kehittymistä (mm. Velhoveden rengastie, Pyhän Olavin mannerreitti) ja ideoidaan tarvittaessa uusia. Ollaan mukana kehittämässä seudullisia pyöräily- ja muita reitistöjä, kuten nyt kehitteillä oleva kansainvälinen EuroVelo 10 -pyöräilyreitti. Kehitetään myös pyörävuokraustoimintaa.

Edistetään aikataulujen, liikenneyhteyksien, risteilymahdollisuuksien ja aukioloaikojen digitaalista saatavuutta markkinointiviestinnän ja tiedotuksen avulla. Ohjeistetaan ja kannustetaan yrityksiä aukioloaikojen pidentämiseen ympärivuotisesti tai sesonkina sekä erilaisten tapahtumien ja tempausten yhteydessä. Hyödynnetään digitaalisia näyttöjä sekä internetin karttapalveluita, kuten kaupungin omaa karttapalvelua, google-tiliä sekä mm. Lounaistiedon Varsinais-Suomen yhteistä Virma-karttapalvelua.

Kannustetaan kansainvälisten matkailijoiden huomioimista vieraskielisillä opasteilla, kartoilla, ohjeistuksilla ja ruokalistoilla kaupungin sisällä, eri käyntikohteissa ja ravintoloissa.

Otetaan esteettömyys huomioon laaja-alaisesti niin fyysisen, sosio-kulttuurisen kuin digitaalisenkin saavutettavuuden osalta.

Mittarit:

Seurataan liikennöintivuorojen määrää Uuteenkaupunkiin ja Uudenkaupungin sisällä. Seurataan meriristeilyjen määrää ja merellisten kohteiden kävijämääriä. Mitataan matkakohteiden ja matkailureittien määrää, laatua ja niiden kävijämääriä. Seurataan ja valvotaan opasteiden ja karttojen määrää, kielivalikoimaa ja ajantasaisuutta.

Mahdollistava digitaalisuus - Uusikaupunki on digitaalisesti näkyvä ja ostettava

Uusikaupunki on matkailukohteena digitaalisesti näkyvä ja ostettava. Asiakaspolku matkakohteeseen kulkee yhä useammin verkon tiedonetsintäprosessin kautta. Tiedot kohteista, tuotteista ja palveluista ovat Uudessakaupungissa ajan tasalla, helposti saatavilla ja saavutettavissa.

Digitaaliset kanavat mahdollistavat kilpailun ja yhteistyön myös kansainvälisten toimijoiden kanssa. Pienikin matkailuyritys voi kohdata kansainvälisen matkailijan matkan haaveilusta suunnitteluun, varaamiseen ja matkan toteutumiseen asti.

Toimenpiteet:

Verkkosivustoja kehitetään ja hyödynnetään alueen digitaalisessa markkinoinnissa. Tuetaan yritysten omien verkkosivujen, verkkokauppojen ja varaussivustojen kehittymistä koulutuksien avulla. Verkkosivuja ja sosiaalista mediaa hyödynnetään erittäin aktiivisesti koko kaupungin markkinoinnissa.

Tuotetaan sisältöjä käytettävissä oleviin teknologioihin. Muistutetaan matkailutoimijoita pitämään huolta tietojen ja sisältöjen ajantasaisuudesta. Käytettäviä alustoja tällä hetkellä ovat mm. Doerz, Visit Finlandin Datahub, Outdooractive, suosittelukanava Trip Advisor, Google-tili, kaupungin oma karttapalvelu sekä muut seudulliset alustat mm. Lounaistiedon Virma-karttapalvelu.

Matkailua kehitetään tiedolla johtaen. Tietoa kerätään ja analysoidaan eri digitaalisista lähteistä ja välitetään niitä matkailuyrityksille. Tiedolla johtamisen kehitystyötä toteutetaan seudullisena yhteistyönä.

Mittarit:

Seurataan digikanavien analytiikkaa, verkkosivujen kävijämääriä ja sosiaalisen median näkyvyyttä. Seurataan verkkokauppojen ja -alustojen myynnin määrää, näkyvyyttä ja tuloksellisuutta.

Uusikaupunki-brändin kehittäminen ja vahvistaminen – Uniikki Uki

Aito ja omintakeinen – uniikki Uusikaupunki - on kiinnostava, houkutteleva ja elämyksellinen matkailukohde. Tavoitteena on lisätä Uudenkaupungin tunnettuutta sekä ylläpitää ja kehittää Uudenkaupungin imagoa ja brändiä elämyksellisenä matkailukohteena. Brändin kautta erottaudutaan kilpailijoista ja tuodaan esille omintakeista, merellistä, elävän historian puutalokaupunkia uniikkeine kohteineen. Uniikki Uki kiinnostaa myös kansainvälisiä matkailijoita.

Toimenpiteet:

Rakennetaan ja tunnistetaan markkinoinnin ydinviestit yhteistyössä matkailijatoimijoiden verkoston kanssa ja näiden pohjalta tehdään markkinointisuunnitelma. Toteutetaan suunnitelmallista, johdonmukaista ja tavoitteisiin pyrkivää markkinointiviestintää. Viestitään aktiivisesti verkossa ja sosiaalisessa mediassa unohtamatta sisäistä viestintää.

Toteutetaan Uudenkaupungin matkailun kärkiteemoihin pohjautuva markkinointikampanja. Kampanjakokonaisuudet suunnitellaan yhdessä matkailutoimijoiden kanssa. Tuotetaan markkinoinnin tukimateriaalia matkailutoimijoille, jotta toimijat voivat tuottaa ja jakaa brändin sisältöjä omissa kanavissaan. Uniikki Uki – brändiä voidaan mahdollisuuksien mukaan hyödyntää erilaisissa laadukkaissa Uusikaupunki-tuotteissa, tapahtumissa, ravintoloiden tarjonnassa ym.

Mittarit:

Seurataan digikanavien analytiikkaa; verkkosivujen kävijämääriä, sosiaalisen median näkyvyyttä ja julkaisujen kattavuutta. Seurataan käyntikohteiden kävijämääriä ja rekisteröityjen yöpymisvuorokausien määrää. Mitataan matkailun tulo- ja työllisyysvaikutuksia parin vuoden välein. Seurataan Uudenkaupungin näkyvyyttä mediassa. Matkailijakyselyillä seurataan kampanjoinnin näkyvyyttä.

Uusikaupunki houkuttelee matkailijoita ympäri vuoden

Uusikaupunki on houkutteleva ja elämyksellinen matkailukohde ympäri vuoden. Sesonkivaihteluja tasaamalla lisätään matkailutuloa, luodaan vakaampaa pohjaa investoinneille sekä kehitetään ympärivuotisia työpaikkoja. Aluksi matkailukautta pidennetään kevät- ja syyskausille, mutta tähtäimessä on vähitellen kehittää alue ympärivuotiseksi matkailukohteeksi.

Toimenpiteet:

Eri vuodenaikojen ja sesonkien teemoja hyödynnetään matkailutuotteissa, tapahtumissa ja esimerkiksi ravintoloiden tarjonnassa. Erityisesti kehitetään ja lisätään kesäsesongin ulkopuolista tarjontaa. Tapahtumat muodostavat ympärivuotisen ketjun. Ideoidaan uusia, sesongin ulkopuolella tapahtuvia matkailupalveluita ja tapahtumia. Uusia tapahtumia pyritään ensin kehittämään erityisesti kevään ja syksyn viikonloppujen tarjontaan.

Hyödynnetään olemassa olevia sesongin ulkopuolisia mahdollisuuksia, kuten teatterissa kävijät, yritysten kokous- ja virkistysmatkailijat, urheiluseurat, luokkakokousryhmät, kalastusmatkailijat, juurimatkailijat sekä etätyöläiset.

Lisätään markkinointia ja tiedotusta sesongin ulkopuolella olevasta tarjonnasta. Aktivoidaan ja kannustetaan yrityksiä aukioloaikojen pidentämiseen joko ympärivuotisesti tai sesonkina sekä erilaisten tapahtumien ja tempausten yhteydessä.

Pyritään lisäämään kaupungin omien matkailuun liittyvien palveluiden, kuten museotoimen ja matkailutoimiston resursseja. Resurssien lisäyksellä mahdollistetaan matkailijoiden laadukas palvelu, matkailun kehittämien sekä aukiolot ympärivuotisesti. Matkailun resursseja lisäämällä pystyttäisiin myös paremmin koordinoimaan tapahtumien järjestelyjä.

Edistetään keskustan elävöittämistä ja kehittämistä niin, että se soveltuu ympärivuotiseen vapaa-ajanpalveluiden ja tapahtumien käyttöön niin paikalliselle, matkailijoillekin kuin vapaa-ajanasukkaillekin.

Mittarit:

Seurataan vuosittain palveluiden, tuotteiden ja tapahtumien määrällistä ja laadullista kehitystä. Seurataan matkailijamääriä, kohteiden kävijämääriä, yöpymisten määrää ja tapahtumien osallistujamääriä eri sesonkeina.

Alueellisen ja seudullisen yhteistyön kehittäminen ja lisääminen

Uudenkaupungin matkailualue ja matkailutoimijat tekevät aktiivisesti yhteistyötä niin alueellisesti kuin seudullisestikin. Yhteistyön avulla jaetaan informaatiota ja luodaan puitteet kehitystoimenpiteille. Yhteistyön avulla voidaan luoda uusia liiketoimintamahdollisuuksia. Sisäisellä yhteistyöllä voidaan toteuttaa tehokasta myyntiä edistävää ristiin markkinointia ja suositteluja.

Toimenpiteet:

Yhteistyötä tehdään Uudenkaupungin sisällä eri toimijoiden kesken mm. Uudenkaupungin kaupunki/Visit Uusikaupunki, yritykset, yhdistykset, järjestöt, seurakunta, tapahtumien järjestäjät, Ukipolis, Ravakka ym. Seudullista yhteistyötä tehdään muiden maakunnan matkailualueiden, kuntien, kaupunkien ja matkailuyritysten kanssa. Yhteistyökumppaneina ovat mm. Visit Finland, Varsinais-Suomen Liitto ja matkailun tiekartta -yhteistyö, Suomen saaristo -markkinointiyhteistyö, Loura-yhteistyö ym.

Sisäisellä yhteistyöllä tuotetaan yhteisiä tuotepaketteja, tehdään ristiin markkinointia ja suositteluja. Kehitysyhteistyötä toteutetaan yhteisillä koulutus- ja verkostoitumistilaisuuksilla.

Osallistutaan myös yhteisiin seudullisiin markkinointi-, myynti-, messu ja matkanjärjestäjätapahtumiin sekä verkostoitumistilaisuuksiin. Ollaan aktiivisesti mukana toteuttamassa kehitysyhteistyötä seudun muiden matkailualueiden kanssa.

Mittarit:

Yhteistyön ja yhteistyöhankkeiden määrä ja tuloksellisuus. Seudullisten yhteistyötoimenpiteiden määrä. Matkailutoimijoille järjestettävien yhteisien verkostoitumistilaisuuksien määrä ja laatu.

Strategisten painopisteiden läpileikkaavat teemat – vastuullisuus ja laatu

Vastuullisuus

Tavoitteena on Uudenkaupungin kehittäminen kestäväksi ja vastuulliseksi matkailukohteeksi. Vastuullisuus on otettava huomioon kaikkien strategisten painopistealueiden läpileikkaavana teemana.

Ekologisen kestävyuden lisäksi on huomioitava sosio-kulttuurinen ja taloudellinen kestävyys mm. luonnosta huolehtiminen, paikallisen kulttuuriperinnön arvostaminen ja sen vaaliminen, hyvinvoinnin, ihmisoikeuksien ja tasa-arvon edistäminen, paikallisuuden arvostaminen niin tuotteissa, palveluissa, raaka-aineissa kuin työvoimassakin, laatuun ja turvallisuuteen panostaminen, ilmastovaikutusten huomioiminen sekä vastuullisuudesta viestiminen ja siihen sitoutuminen.

Vastuullisuus teot vaikuttavat matkailijoiden ostopäätöksiin ja kestävä kehityksen periaatteiden noudattaminen tuo matkailuyrityksille kilpailuetua. Myös erilaisten energiaratkaisujen avulla on mahdollista säästää kustannuksia ja lisätä toiminnan kannattavuutta.

Toimenpiteet:

Vastuullisen matkailun osaamista tuetaan ja kasvatetaan järjestämällä matkailutoimijoille vastuullisen matkailun koulutuksia. Matkailuyrityksiä kannustetaan lähtemään mukaan koulutuksiin. Perho Liiketalousopiston maksuttoman Green Start –merkin koulutus ja suorittaminen antaa eväät ja työkalut kertoa asiakkailleen kestävästä valinnoista liiketoiminnassaan. Samalla henkilöstöä sitoutetaan vastuullisiin tekoihin. Visit Finlandin Sustainable Travel Finland -ohjelman kautta voi hakea vastuullista matkailua edistävä STF-sertifikaatti.

Mittarit:

Koulutuksiin osallistuvien yritysten ja toimijoiden määrä. Green Start -merkin suorittaneiden ja STF-sertifikaatin saaneiden toimijoiden määrä.

Laatu

Laatu on merkittävä kilpailutekijä. Hyvät palvelukokemukset laajenevat helposti koskemaan koko matkailualueetta. Laatu tulee kehittää ja arvioida säännöllisesti.

Toimenpiteet:

Laadun kehittämiseen tarvitaan erilaisia työkaluja. Arvioinnin kohteina ovat mm.

asiakastyytyväisyys, asiakaspalvelun laatu, henkilöstötyytyväisyys, tuotekehitys, markkinointi, sidosryhmäyhteistyö ja oman yrityksen tai organisaation toiminta. Myös ammattitaitoisen työvoiman saannilla ja henkilökunnan kouluttautumisella on merkittävä vaikutus palvelun laatuun.

Mittarit: Toteutettavien kyselyjen määrä, laatu ja tulokset.

Matkailun kehittämisohjelman tavoitteiden ja toimenpideohjelman toteutumisen seuranta ja päivitys

Uudenkaupungin matkailuohjelma on laadittu vuosille 2022-2028. Matkailuohjelmatyön aloitusvaiheessa vuonna 2020 oltiin keskellä alkanutta koronapandemiaa. Se vaikutti erityisen voimakkaasti matkailutoimialaan tuona vuonna, ja vaikutukset ulottuvat matkailuohjelman valmistumiseen saakka. On arvioitu, että esimerkiksi kansainvälisen matkailun elpymisessä päästään vasta vuonna 2024 samalle tasolle kuin vuonna 2019, ennen koronapandemian alkua. Kasvua on mahdollisesti odotettavissa sen jälkeen.

Uudenkaupungin kaupunki/Visit Uusikaupunki vastaa matkailuohjelman toteutumisen seurannasta yhdessä sidosryhmäverkoston kanssa. Toteutumista seurataan vuosittain yhdessä toteutumiseen liittyvien, toimenpideohjelmassa määriteltyjen sidosryhmien kanssa.

Toimenpideohjelma tavoitteiden saavuttamiseksi

Toimenpiteet tarkistetaan ja päivitetään vuosittain käytettävissä olevien resurssien mukaisesti.

Toteuttamis-aika	Toimenpide	Toteuttajat/vastuu
Uusikaupunki on saavutettava matkailukaupunki		
2022-2028	Liikenneyhteyksien edunvalvonta	Uudenkaupungin kaupunki, Väylävirasto, ELY-keskus, Traficom
2022-2028	Tuetaan Uuteenkaupunkiin suuntautuvaa reittiliikennettä (Turku, Lokalahti, Rauma, Laitila) ja kehitetään ja tuetaan sisäistä liikennettä.	Uudenkaupungin kaupunki kaupunkisuunnittelu
2022-2023	Kansainvälisen pyöräilyreitit EuroVelo 10 opasteiden hankinta ja asennus.	Tekniset ja ympäristöpalvelut
2022-2028	Kävelyn ja pyöräilyn edistämishojelman toteuttaminen	Uudenkaupungin kaupunki ja sidosryhmät
2023-2024	Pyörävuokraustoiminnan kehittäminen	Uudenkaupungin kaupunki, elinkeinopalvelut
2023-2024	Opastamisen suunnitelman laatiminen	Kaupunkisuunnittelu
2022-2028	Digitaalisten näyttöjen sekä internetin karttapalveluiden hyödyntäminen, kaupungin karttapalvelut, Virma-karttapalvelu	Uudenkaupungin kaupunki, matkailutoimijat

2023-2024	Laaditaan julkisten tilojen ja virkistyskohteiden esteettömyyskartoitus.	Hyvinvointi ja vapaa-aikapalvelut, kaupunkisuunnittelu
2022-2028	Veneilyolosuhteiden ja saavutettavuuden parantaminen mm. satamien, vieraslaitureiden ja veneenlaskupaikkojen merkitseminen ja niiden kunnostaminen.	Uudenkaupungin kaupunki, Uudenkaupungin Satama
2022-2028	Merellisten käyntikohteiden saavutettavuuden kehittäminen, risteilyliikenteen tukeminen.	Uudenkaupungin kaupunki, elinkeinopalvelut, Visit Uusikaupunki
2022-2025	Luontokohteiden ja -reittien virallistaminen – sopimusten laatiminen maanomistajien ja yksityisteiden osakaskuntien kanssa. Luontokohteiden ja -reittien pysäköintialueiden huomioiminen.	Kaupunkisuunnittelu
2022-2028	Matkaparkkien ja Santtiorannan leirintäalueen kehittäminen.	Uudenkaupungin kaupunki
Uusikaupunki on digitaalisesti näkyvä ja ostettava matkailukohde		
2022-	Haetaan hankerahoitusta yritysryhmähankkeen kautta yritysten digiosaamisen, sisältöjen tuottamisen, verkkosivujen, verkkokauppojen ja varaussivustojen kehittämiseksi.	Uudenkaupungin kaupunki, Ukipolis/Ravakka, matkailuyritykset
2022-2028	Verkkosivuja ja sosiaalista mediaa hyödynnetään erittäin aktiivisesti matkailun viestinnässä ja tuotteiden ja palveluiden markkinoinnissa.	Visit Uusikaupunki, matkailupalveluita tuottavat toimijat
2022-2028	Tuotetaan sisältöjä ja pidetään huolta niiden ajantasaisuudesta kanavina mm. Doerz, Datahub, Outdooractive, Trip Advisor, Google-tili, kaupungin oma karttapalvelu sekä muut seudulliset karttapalvelut esim. Lounaistiedon Virma-karttapalvelu.	Visit Uusikaupunki, matkailupalveluita tuottavat toimijat
2022-2028	Digitaalisten näyttöjen hyödyntäminen viestinnässä ja markkinoinnissa.	Visit Uusikaupunki
2022-2028	Kerätään, analysoidaan ja välitetään tietoa eri digitaalisista lähteistä seudullisena yhteistyönä.	Visit Uusikaupunki, Varsinais-Suomen Liiton matkailun tiekartan toteuttamistyöryhmä
Uusikaupunki-brändin kehittäminen ja vahvistaminen – Uniikki Uki		
2022-2023	Markkinointisuunnitelman laatiminen.	Elinkeinopalvelut/Visit Uusikaupunki, alueen matkailutoimijat
2023-	Markkinointikampanjan toteuttaminen.	Elinkeinopalvelut/Visit Uusikaupunki, alueen matkailutoimijat
2022-2028	Toteutetaan suunnitelmallista, johdonmukaista ja tavoitteisiin pyrkivää markkinointiviestintää.	Elinkeinopalvelut/Visit Uusikaupunki, alueen matkailutoimijat

2023-	Tuotetaan markkinoinnin tukimateriaaleja matkailutoimijoille, joita toimijat voivat jakaa brändin sisältöjä omissa kanavissaan.	Elinkeinopalvelut/Visit Uusikaupunki
Uusikaupunki on houkutteleva matkakohde ympäri vuoden		
2022-2028	Palvelu-, tuote- ja tapahtumatarjonnan kehittäminen ympärivuotiseksi. Erilaisten sesonkien hyödyntäminen.	Visit Uusikaupunki, matkailuyritykset, koko muu sidosryhmäverkosto
2022-2023	Järjestetään työpajoja sesongin ulkopuolisten tuotteiden. tapahtumien ja muun tarjonnan ideoimisesta.	Visit Uusikaupunki, yritykset ja alueen muut matkailutoimijat
2022-2028	Lisätään markkinointia ja tiedotusta sesongin ulkopuolella, huomioidaan markkinointikampanjassa.	Visit Uusikaupunki ja muut matkailutoimijat
2022-2028	Kannustetaan ja aktivoidaan palveluiden tuottajia aukioloaikojen huomioimiseen ja mahdollisuuksien mukaan niiden pidentämiseen, vähintään sesonkina sekä erilaisten tapahtumien ja tempausten yhteydessä.	Visit Uusikaupunki
2023-2028	Lisätään kaupungin omien matkailupalveluiden kuten museon ja matkailutoimiston resursseja, jotta mahdollistetaan laadukas palvelu, matkailun kehittäminen sekä aukiolot ympärivuotisesti.	Uudenkaupungin kaupunki
Alueellisen ja seudullisen yhteistyön kehittäminen ja lisääminen		
2022-2028	Alueen toimijoiden sisäinen yhteistyö, yhteisiä tuotepaketteja, ristiin markkinointia, suosittelua, yritysryhmähankkeet.	Uudenkaupungin kaupunki, matkailuyritykset, koko muu sidosryhmäverkosto
2022-2028	Yhteiset koulutukset ja verkostoitumistilaisuudet alueen matkailutoimijoille.	Visit Uusikaupunki, PELME-hanke ja muut mahdolliset tulossa olevat hankkeet
2022-2028	Tehdään seudullista kehitysyhteistyötä muiden maakunnan matkailualueiden kanssa, mm. Varsinais-Suomen Liiton matkailun tiekartan toteuttamistyön kautta.	Varsinais-Suomen liitto, Visit Uusikaupunki ja maakunnan muut matkailuorganisaatiot, kunnat ja kaupungit.
2022-2028	Osallistutaan yhteisiin seudullisiin, markkinointi-, myynti-, messu ja matkanjärjestäjä tapahtumiin sekä verkostoitumistilaisuuksiin.	Visit Uusikaupunki, matkailutoimijat.
2022-	Loura-kaupunkien yhteistyö, mm. matkailun tulo- ja työllisyysvaikutus tutkimus.	Visit Uusikaupunki, muut Loura kaupungit Turku, Rauma ja Pori.
2022-2028	Kehitetään kansainvälistymistä yhteistyöllä Visit Finlandin kanssa, mm. tuotteiden ja palveluiden lisäämisellä Datahub-tietokantaan.	Visit Uusikaupunki, alueen matkailutoimijat.
Uudenkaupungin kehittäminen kestäväksi ja vastuulliseksi matkailukohteeksi		
2022-2028	Ekologinen, sosio-kulttuurinen ja taloudellinen kestävyys ja vastuullisuus on otettava huomioon kaikkien matkailuohjelman painopistealueiden läpileikkaavana teemana.	Alueen kaikki matkailutoimijat ja muut sidosryhmät.

2022-2023	Alueen matkailutoimijoiden osallistuminen Sustainable Travel Finland -ohjelmaan vastuullisuuspolulle ja STF-sertikaatin hakeminen.	Visit Uusikaupunki ja koko toimijaverkosto.
2022-2028	Matkailutoimijoiden osallistuminen Perho Liiketalousopiston Green Start – merkin koulutukseen ja merkin suorittamiseen.	Alueen matkailutoimijat
Matkailukohteiden ja palveluiden laadun kehittäminen ja ylläpitäminen		
2022-2028	Matkailijakyselyn toteuttaminen vuosittain.	Visit Uusikaupunki
2022-2028	Asiakastyytyväisyys- ym. asiakaspalautekyselyjen toteuttaminen.	Matkailupalveluja tuottavat yritykset
2023-2028	Ammatillisen koulutuksen ylläpitäminen ja kehittäminen, edistää ammattitaitoisen työvoiman saatavuutta alueella.	Uudenkaupungin kaupunki, koulutusta tuottavat tahot.