MATHILDEDALIN MATKAILUN KESTÄVÄ KEHITTÄMINEN

SISÄLTÖ

1 Lähtökohdat
2 Nykytila-analyysi
3 Matkailun toimintaympäristö
4 Mathildedalin tulevaisuus

Liitteet

Tilastoanalyysit
Työpajan tulokset
Vertailukohteiden kuvaukset

Euroopan maaseudun kehittämisen maatalousrahasto: Eurooppa investoi maaseutualueisiin

1 Lähtökohdat

Johdanto

Matkailun kansainvälisen ja kotimaisen toimintaympäristön muuttuminen on vaikuttanut useisiin matkailualueisiin. Koronapandemian myötä luontokohteiden ja lähialueiden rooli kotimaan matkailukysynnässä on kasvanut.

Mathildedalin ruukkikylän kasvun haasteina ovat olleet yritystoimintaan sopivien toimitilojen ja tonttien puute sekä kaupallisen majoituksen vähäisyys.

Suuri osa alueen vieraista on päiväkävijöitä, joiden määrä on kasvanut viime vuosina merkittävästi ja aiheuttanut haasteita erityisesti kesäsesonkina.

- Selvitys tuo esiin:
  - Alueen kehittämismahdollisuudet
  - Alueen olennaiset kilpailu- ja menestystekijät
  - Tulevaisuuden tahtotilan
  - Alueen kasvun moottorit vision toteuttamiseksi
- Selvitystä voi hyödyntää:
  - Toimintaympäristön yleisessä kehittämisessä
  - Maankäytön yleissuunnitelmien laadinnassa
  - Investointien edistämisessä
  - Vastuullisen ja vähähiilisen matkailun yritystoiminnan kehittämisessä

2 Nykytila-analyysi

*Majoitusvuorokaudet Salossa**

* Tilastokeskuksen tilastoinnissa mukana oleva majoitus (yli 20 vuodepaikkaa)

2019

76 468 YÖPYMISTÄ

KANSALLISUUDET
1. **Suomi**
2. Saksa
3. Venäjä
4. Ruotsi

66 % VAPAA-AIKA
34 % TYÖ

85 % KOTIMAA
15 % ULKOMAA

Viipymä 2 yötä

7 majoitusliikettä
334 huonetta
645 vuodetta

Keskihinnat
85 € / HUONE
54 € / YÖPYMINEN

Käyttöaste
42,6 % HUONE
34 % VUODE

2020

44 701 YÖPYMISTÄ

KANSALLISUUDET
1. **Suomi**
2. Saksa
3. Viro
4. Ruotsi

64 % VAPAA-AIKA
36 % TYÖ

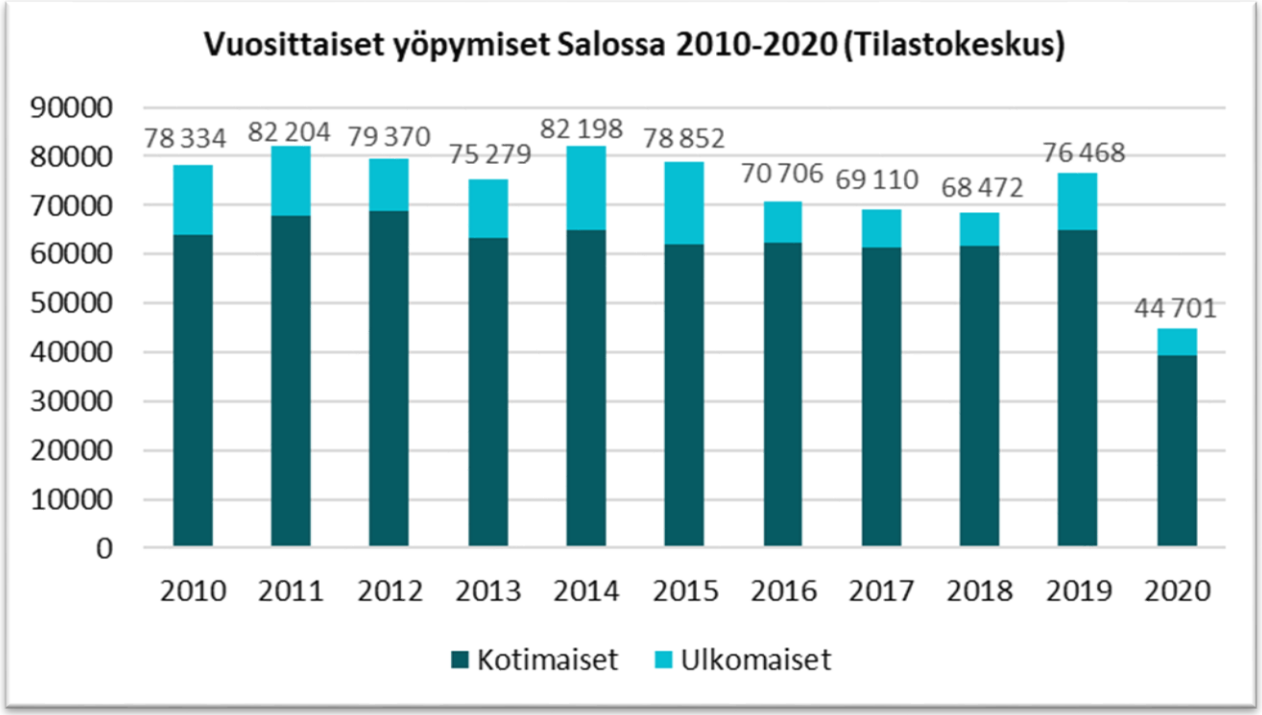
88 % KOTIMAA
12 % ULKOMAA

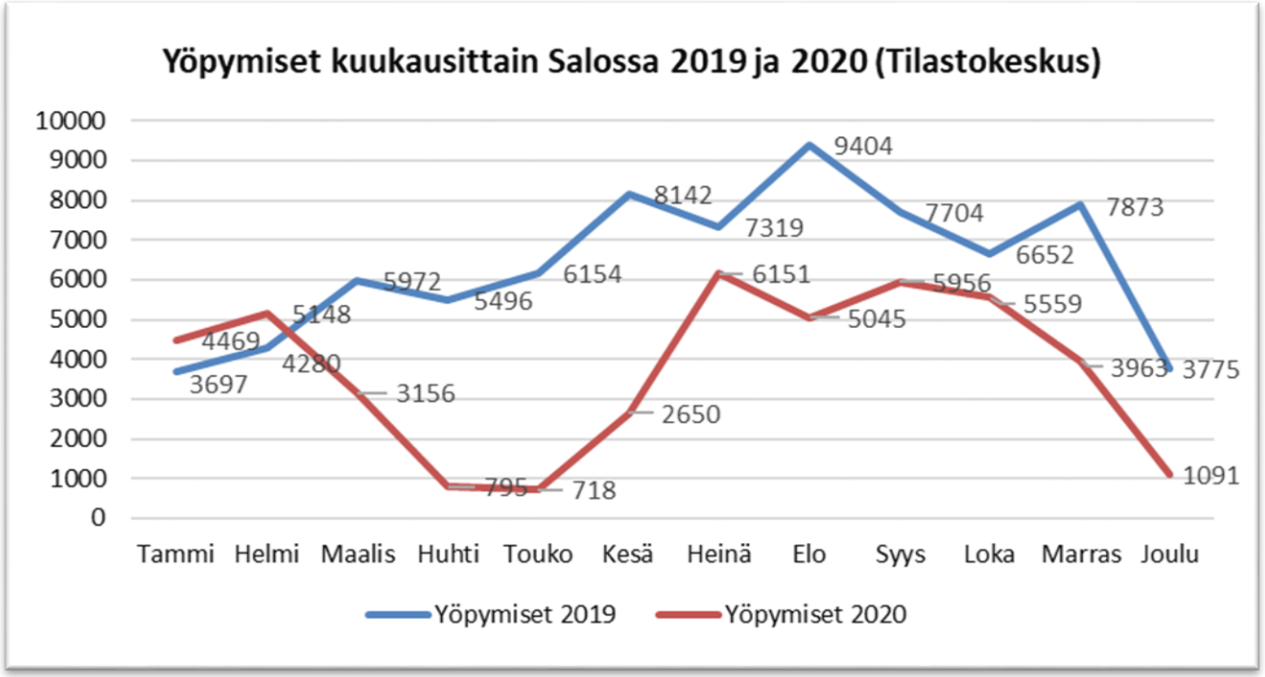
Viipymä 2 yötä

6 majoitusliikettä
244 huonetta
488 vuodetta

Keskihinnat
90 € / HUONE
59 € / YÖPYMINEN

Käyttöaste
36 % HUONE
27,4 % VUODE





2 Nykytila-analyysi

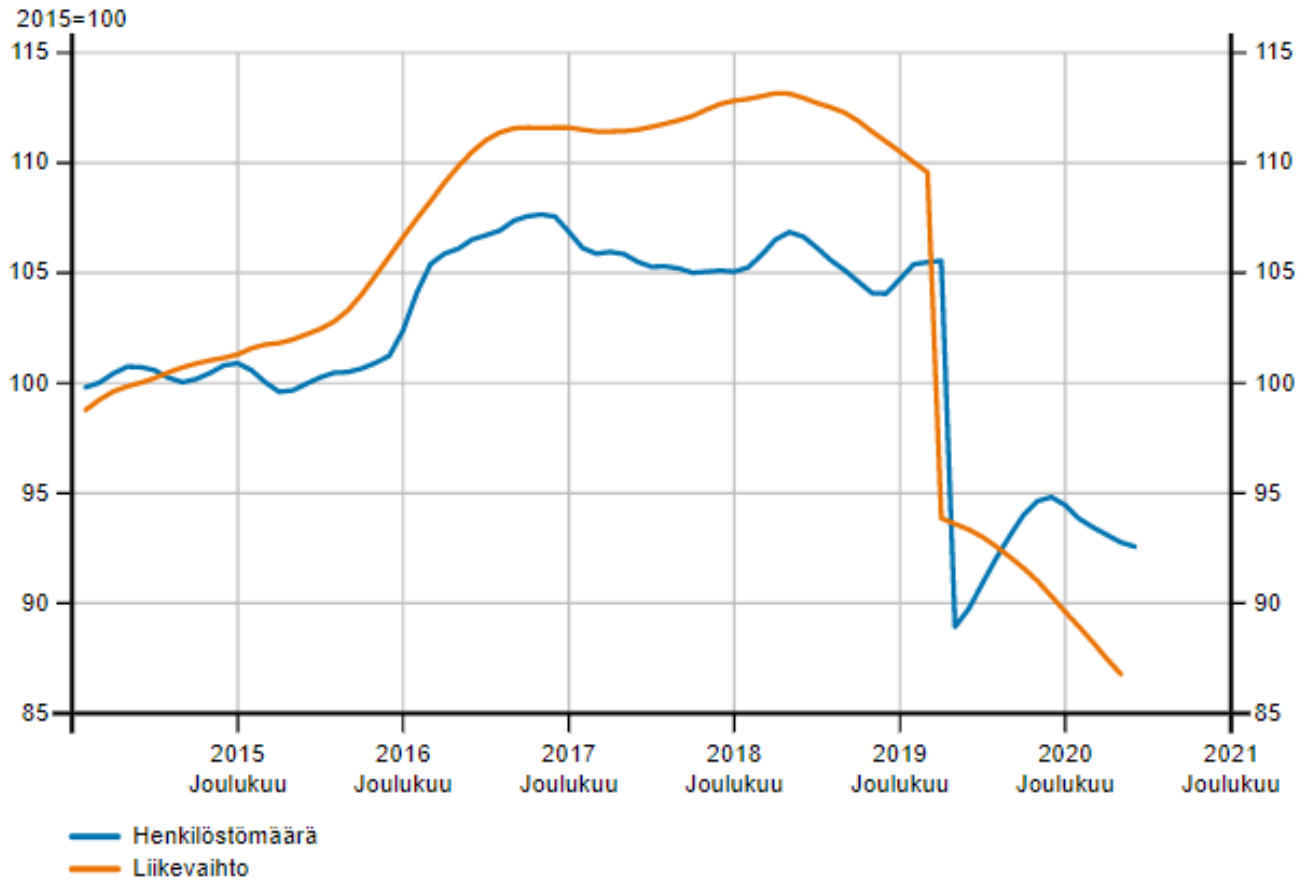
Matkailun suhdannekatsaus Salo

Matkailun liikevaihdon kehitys Salossa on vuodesta 2015 lähtien nousujohteinen koronapandemiaan saakka, joka kertoo matkailukysynnän ja matkailijoiden rahankäytön kasvusta.

TOL-luokat, jotka mukana suhdannekatsauksessa:

50 Vesiliikenne
51 Ilmaliikenne
55 Majoitus
56 Ravitsemistoiminta
79 Matkatstot ja matkanjärjestäjätoiminta
90 Kulttuuri ja viihde
93 Urheilutoiminta

Liikevaihdon kehitys | Henkilöstömäärän kehitys 2015 – 2021 | Q1/2021



Tilastokeskus / Asiakaskohtainen suhdannepalvelu

FCG

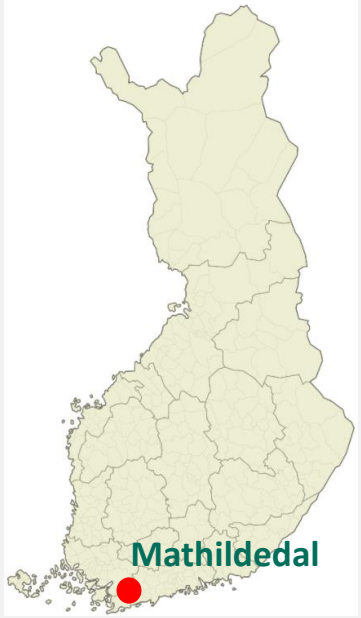
2 Nykytila-analyysi

Mathildedalin matkailukylä NYT (04/2021)

** Majoitusvuorokaudet (rekisteröity ja rekisteröimätön) laskettu käytössä olevan kapasiteetin ja Salon keskimääräisen vuodekäyttöasteen mukaan.*

Mathildedalin palvelut koostuvat kädentaitajien putiikeista, idyllisistä kahviloista ja ravintoloista sekä majoituspaikoista. Aktiviteetti- ja luontoelämyspalvelut ovat merkittävä osa kylän palveluita.

Vuositasolla kävijävolyymi on arviolta (v. 2020) 160 000 kävijää, joista suuri osa on päiväkävijöitä. Yöpyvien matkailijoiden osuus on noin 10 %, päiväkävijöiden 55 % ja paikallisten käyntien 35 % kaikista kävijöistä.



Lentokentät
- Turku 84 km
- Helsinki-Vantaa 150 km

Rautatieasema
- Salo 28 km
- Turku 84 km

Etäisyydet maanteitse
- Salo 30 km
- Turku 75 km
- Helsinki 140 km
- Tampere 185 km

Kansallispuistot
- Teijo 2 km
- Tammisaaren saaristo 75 km
- Saaristomeri 90 km

~ 160 000 KÄVIJÄÄ

55 % — **~88 000** MATKAILUN PÄIVÄKÄVIJÄÄ

10 % — **~16 000** YÖPYVÄÄ MATKAILIJAA
~25 000 – 32 000* YÖPYMISVUOROKAUTTA

35 % — **~56 000** PAIKALLISTA KÄVIJÄÄ/KÄYNTIÄ

26 matkailu-toimijaa

6 majoitusliikettä
7 ravintola/kahvila
7 puotia, kauppaa
6 aktiviteettitoimijaa

204 VUODEPAIKKAA
14 HOTELLI-HUONETTA
40 VIERASSATAMA-PAIKKAA
347 RAVINTOLA-ASIAKASPAIKKAA
19 MATKAILUVAUNU-PAIKKAA

Teijon kansallispuisto
- Merkittyjä reittejä 50 km
- Luontokeskuksessa opastusta, kahvila, välinevuokrausta Vuokrakämpät, varauskota
- Matkailuvaunualue

Mathildan Marina
- Vierasvene- ja pienvenesatama
- Vuokravälineitä
- Kalastuspalvelut merellä

Mathildedalin Keskuspuisto
- Liikuntapuistossa tennis, padel ja välinevuokraus
- Kahvila
- Adventure golf 12 väylää

Teijo Ski Resort, Action Park & Bike Park
- Laskettelu – ja maasto-pyöräilykeskus, rinneautoilua
- Skibistro, välinevuokraus

Meri-Teijo Golf
- 18 väylää ja PAR-3 kenttä
- Ravintola, ProShop

FCG

2 Nykytila-analyysi

Mathildedalin kysyntäpotentiaali

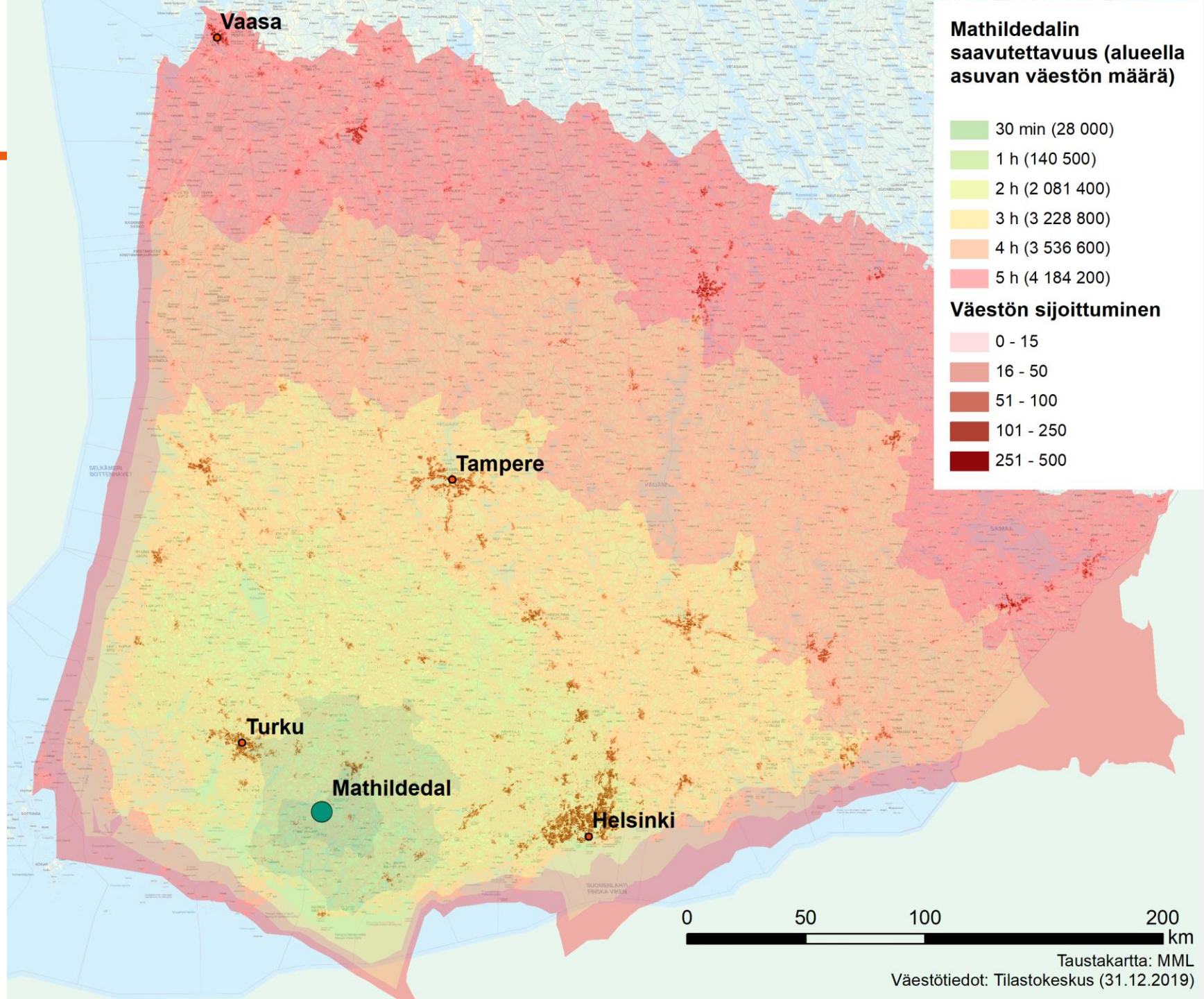
Mathildedalin vetovoimatekijänä on keskeinen sijainti eteläisessä Suomessa - kahden tunnin ajomatkan päässä asuu **yli 2 miljoonaa ihmistä.**

Väkiluku kaupunkiseuduilla v. 2020:
- Turun seutu: 354 343
- Helsingin seutu: 1 525 404
- Tampereen kaupunkiseutu: 398 465

Mathildedalissa käy vuosittain 160 000 kävijää, joista valtaosa on päiväkävijöitä.

Matkailupotentiaalia löytyy suurimmista kaupungeista Turku, pääkaupunkiseutu ja Tampere. Näiden keskittymien **4 miljoonaa yöpymistä vuositasolla** muodostavat myös merkittävän potentiaalin.

Yöpymiset kaikissa majoitusliikkeissä v. 2020:
- Turku: 539 352
- Helsinki, Espoo, Vantaa: 2 343 268
- Pirkanmaa ml. Tampere: 1 036 449



2 Nykytila-analyysi

Mathildedalin vetovoima-analyysi

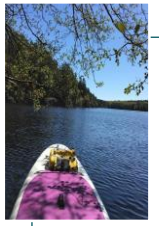
Mathildedalin ydinvetovoimatekijät ovat elävä ja moderni ruukkikylä, kansallispuisto ja aktiviteetit, meri ja sen läheisyys sekä lähiruoka ja paikallistuotteet.
Nämä tekijät ovat samalla erottautumis- ja kilpailutekijöitä matkailumarkkinoilla.

Elävä, moderni ja paikallisuutta korostava ruukkikylä kansallispuiston keskellä ja kulttuurihistoriallisessa miljöössä mahdollistaa ympärivuotisen matkailu- ja palveluyritystoiminnan alueella.

Mathildedal on osa Koillisväylä – Merireittiä. Reitti kulkee Hangosta Airistolle ja on maltillisten tuulten ja pienveneiden väylä

YDINVETOVOIMATEKIJÄT

Elävä ja moderni ruukkikylä



Kansallispuisto ja aktiviteetit

Meri ja sen läheisyys

Lähiruoka ja paikallistuotteet

TUKEVAT VETOVOIMATEKIJÄT

- Rakennuskanta ja miljöö
- Kulttuuriperintö
- Sijainti
- Kyläelämä
- Paikalliset tuottajat (leipomo, panimo)

Kulttuuriset

- Monipuolinen luonto
- Aktiviteetit luonnossa ja kylällä
- Venesatama
- Hyvinvointi
- Etätyö
- 5 vuodenaikaa

Toiminnalliset

- Vastuullisuus ja kestävä kehitys
- Yhteisöllisyys
- Turvallinen Kohde

Yhteisölliset

FCG

2 Nykytila-analyysi

Mathildedalin vetovoima-analyysi

Vetovoimatekijät kansainvälisessä matkailussa
Visit Finlandin tuoteteemojen mukaan

	ARVIO	
LUONTOAKTIVITEETIT: Luonto tuotteistettuna houkutteleviksi päiväretkiksi. Kv-markkinoilla potentiaalisimmat teemat ovat vaellus, pyöräily, maastopyöräily, melonta.	* *	Potentiaalia on, maastopyöräily, melonta, vaellus, edellyttää lisää tarjontaa
KOULUTUS: Suomi on profiloitunut edelläkävijänä uusilla osaamisalueilla kuten kestävä kehitys, kiertotalous sekä yrittäjyys ja innovaatiotoiminta. Suomen luonto tarjoaa erinomaisen oppimisympäristön ulkomaalaisille opiskelija- ja koululaisryhmille.	* *	Jonkin verran potentiaalia, kestävä kehitys, luonto, kulttuuri
KULTTUURI: Kulttuurimatkailun voimavaroja ovat aineeton ja aineellinen kulttuuriperintö, museot, taide- ja kulttuuritapahtumat sekä paikallinen elämäntapa.	* * *	Paikallinen ja suomalainen elämäntapa, kulttuuriperintö, edellyttää profiilin kirkastamista
LUKSUS: Matkailijalle tarjottavat merkitykselliset, autenttiset ja laadukkaat ohjelmat yhdistettynä henkilökohtaiseen ja yksilöityyn palveluun.	*	Vähän potentiaalia, luksus määriteltävä, vaatii erinomaista palvelua
RUOKA: Lähiruoka, paikallisuus ja suomalaisuus ovat tärkeä osa matkailijan ruokaelämystä.	* * *	Runsaasti potentiaalia, kestävä ruokamatkailu
HYVINVOINTI/LIIKUNTA: Oman terveyden ylläpitämistä edistävät ”terveyslomat” Suomessa. Puhdas luonto anteineen ja aktiviteetteineen, suomalainen sauna ja perinteiset hoidot ovat suomalaisen hyvinvointimatkailun kulmakiviä.	* * *	Runsaasti potentiaalia, yhdistelmiä ruoka-, kulttuuri- ja luontoteemoista sekä liikuntapalveluista
URHEILU: Matkailijat ovat kiinnostuneita kokeilemaan urheilullisia aktiviteetteja matkansa aikana, lisäksi urheilutapahtumat ovat merkittävä vetovoimatekijä ja houkuttelevat matkailijoita niin katsojina kuin osallistujinakin.	* *	Potentiaali liikuntamatkailun osalta (mm. golf, erilaiset aktiviteetit), ei suoraan urheilumatkailukohde

FCG

3 Matkailun toimintaympäristö

Kehittämiseen vaikuttavat strategiat

Suomen matkailustrategia vuosille 2019-2028

Suomen tavoitteena on olla Pohjoismaiden kestävimmin kasvava matkailukohde. Matkailua kehitetään vastuullisena ja kasvavana palveluliiketoiminnan alana, joka luo hyvinvointia ja työllisyyttä ympärivuotisesti koko Suomessa.

Strategiassa on neljä painopistettä:

- Kestävän kehityksen mukaisen toiminnan tukeminen
- Digitaaliseen muutokseen vastaaminen
- Saavutettavuuden kehittäminen matkailualan tarpeet huomioiden
- Kilpailukykyä tukevan toimintaympäristön varmistaminen

Mathildedalin vetovoimatekijät ja palvelutarjonta vastaavat erityisen hyvin tiekartan kiinnostavan ja elämyksellisen tarjonnan teemoihin.

Suomen matkailun kasvun ja uudistumisen tiekartta 2015-2025

Visio: Vuonna 2025 omaperäinen ja uteliaisuutta herättävä Suomi on Pohjois-Euroopan ykkösmatkailukohde, asiakkaiden ensimmäinen valinta

Missio: Kiinnostavan ja laadukkaan tarjonnan myötä matkailukysyntä on 20 miljardia euroa, ala tuo vaurautta, hyvinvointia ja työllistää koko Suomessa.

Miten - avainstrategiat

- Matkailukeskusten ja yritysverkostojen vahvistaminen
- Kiinnostava tarjonta
- Markkinointitoimenpiteiden vaikuttavuuden lisääminen ja tuotteiden helppo ostettavuus
- Kilpailukykyinen toimintaympäristö

Rakentaen vahvuuksillemme:

- Puhdas luonto
- Hyvinvointia edistävät olosuhteet
- Omaperäinen kulttuuri
- Toimiva infrastruktuuri

Kiinnostava elämyksellinen tarjonta matkailun ja muiden alojen rajapinnoista

- Outdoors Finland
- Culture Finland
- Talvituotteen uudistuminen
- Finrelax (uusi)
- Stopover (uusi)
- Vesistömatkailu (uusi)
- Konferenssit ja liikematkailu
- Tapahtumat
- Luovat alat
- Hyvinvointi- ja terveyspalvelut
- Liikunta ja urheilu
- Elintarvike- ja ruokatuotanto
- Digitaalisuus
- Kansallispuistot
- Kulttuuri-perintökohteet
- Uudet avaukset, rohkeat kokeilut

Parantaen osaamistamme

- Asiakas-lähtöisyys
- Elämysten johtaminen
- Digitaalisuus
- Kestävät liiketoimintamallit / kestävä matkailu
- Kannattavuus
- Innovaatiot ja laatu
- Yhteistyö ja kumppanuudet

FCG

3 Matkailun toimintaympäristö

Kehittämiseen vaikuttavat strategiat

Varsinais-Suomen matkailun tiekartta 2021 – 2027

Varsinais-Suomen matkailuelinkeinon kehittämisen tiekartta vuosille 2021-2027 – ”Yhdessä kestävää kasvua ja osaamista 2.0.”

Varsinais-Suomen matkailun tärkeimmät kärkiteemat ovat:

- Luonto aina lähellä
- Ainutlaatuinen saaristo ja rannikko
- Paikalliskulttuuria & Suomen historiaa
- Ruoka-aitta
- Elävä kaupunkikulttuuri

Mathildedalin vetovoimatekijät ja palvelutarjonta vastaavat erityisen hyvin Varsinais-Suomen matkailun kärkiteemoihin.

Varsinais-Suomen matkailun tiekartta 2021-2027

YHDESSÄ KESTÄVÄÄ KASVUA JA OSAAMISTA 2.0
Varsinais-Suomen matkailuelinkeinon kehittämisen tiekartta vuosille 2021-2027

Visio
Varsinais-Suomi on pohjoismaiden kestävimmin kasvava, ympärivuotinen saaristo-, luonto- ja kulttuurimatkailun kohde, jonka palvelut ovat helposti saavutettavissa ja ostettavissa.

Missio
Varsinais-Suomen matkailutulon kaksinkertaistaminen, aluetaloudellisen vaikuttavuuden ja tunnettavuuden edistäminen kestävän matkailun periaatteiden mukaisesti, parantaen matkailijoiden ja asukkaiden elämänlaatua, luontoa tai kulttuuriympäristöä vahingoittamatta.

Varsinais-Suomen matkailun kärkiteemat

Luonto aina lähellä
Saariston ja rannikon kolme kansallispuistoa sekä luontoreitit ja aktiviteetit maakunnassa. Kansainvälisesti ajatellen pienellä maantieteellisellä alueella monipuolista luontoa ja ympäristöä sekä kulttuuria.

Ainutlaatuinen saaristo ja rannikko
Saarihyppely useilla liikkumistavoilla (vaellus, pyörä, auto, yhteysalus, vene) .Saaristossa ja rannikolla jo matka on elämys, aktiviteetit (melonta, soutu, purjehdus, kalastus yms.) sisäsaariston suojaisista paikoista ulkosaariston eksotiikkaan.

Paikalliskulttuuria & Suomen historiaa
Kulttuurimiljööt (majakat, puutalokaupungit ja ruukit) Suomen vanhimmasta historiasta kertovat käyntikohteet, kaupungit ja kylät.

Ruoka-aitta
Varsinais-Suomen ruokakulttuuri sekä innovatiiviset ruokatuotteet ovat oleellinen osa koko matkailun palvelutarjonnan tarinaa: ravintolat, lähiruoka tapahtumissa, ruokamatkamuistot, tilapuodit.

Elävä kaupunkikulttuuri
Monipuolinen kaupunkikulttuuri Tapahtumia varsinaissuomalaisella twistillä

Strategiset painopisteet
Menestyvän matkakohteen ekosysteemin johtaminen
Varsinais-Suomen matkailun tiekartan toteutumista koordinoi yhteinen matkailun johtoryhmä, tukenaan teemaryhmät, tiiviissä vuorovaikutuksessa alueellisten matkailun vastuutoimijoiden (alueorganisaatiot, kunnat, elinkeinoyhtiöt).

Varsinais-Suomi on omaleimainen ja siksi houkutteleva matkailualue

Varsinais-Suomi on ympärivuotinen matkailualue

Varsinais-Suomi on saavutettava matkailualue

Mahdollistava digitaalisuus ja Vastuullinen matkailualue

Onnistumisen mittarit
- Rekisteröidyt yöpymiset, kausivaihtelu, markkinaosuus Suomessa (Rudolf, Visitory)
- Kokonaismatkailutulo- ja työllisyys (Almanum 2.vuoden välein/ Tilastokeskus, suhdannetiedot)
- Alueen vastuullisuustaso (Kansallinen kestävän matkailun mittaristo, julkaistaan 2021)
- Ulkomaisten ja kotimaisten investointien määrä euroissa

FCG

3 Matkailun toimintaympäristö

Mathildedal ja trendit

Matkailun trendit ja muutostekijät luovat uusia mahdollisuuksia matkailuliiketoiminnan kehittymiselle.

Mathildedalin toimijoiden näkemysten mukaan keskeisimmät huomioon otettavat trendit alueen kehittämisessä ovat erityisesti tummennetut kohdat.:

- Lähimatkailu ja lyhytlomat, ml. Staycation
- Ruokamatkailu, lähiruoka ja –juoma
- Luonto ja liikunta, hyvinvointi, terveys, lihasvoimalla liikkuminen
- Elämyksellisyys: aidot elämykset / turvalliset seikkailut
- Kulttuuri, paikallisuus, DIY

Mathildedalin kannalta tämä tarkoittaa mm. vähähiilistä matkailurakentamista, kansallispuiston ja merellisen yhteyden kehittämistä, elävän ja modernin ruukkikylän paikallisyhteisön vahvistamista sekä vähähiilisyyttä korostavia matkaketjuja.

Matkailun trendejä

- **Kestävyys ja vähähiilisyys**
- Digitalisaatio
- **Lähimatkailu ja lyhytlomat**
- Maata pitkin matkustaminen, edulliset liikkumisen muodot (enemmän rahankäyttöä kohteessa)
- **Elämyksellisyys: aidot elämykset / turvalliset seikkailut**
- **Kulttuuri, paikallisuus, DIY (Do It Yourself)**
- **Ruokamatkailu, lähiruoka ja –juoma**
- **Luonto ja liikunta, hyvinvointi, terveys, lihasvoimalla liikkuminen**
- Yksilökeskeisyys
- Asiakkaat odottavat: joustavuus, ”-ton” (gluteiiniton, maidoton…)
- Jakamis- ja alustatalous
- Erikois-/elämysmajoitus

Koronapandemian vaikutuksia

Luonto-, ruoka- vesistömatkailun rooli kasvaa
Kansallispuistot, retkeilykohteet
Idylliset ympäristöt

Mökkimajoituksen kysynnän kasvu: monipaikkainen asuminen, etätyö
Camping, matkailuautot

Terveysturvallisuutta arvostetaan entistä enemmän – yksilöllisyys, laatu, vastuullisuus!

Matkoista tulee entistä merkityksellisimpiä – odotukset korkealla

Digitalisaatio jatkaa kasvuaan – info, ostettavuus, kokemusten jakaminen

Liikkumisen palvelut ja saavutettavuus ovat edelleen tärkeitä

Mathildedalin mahdollisuuksia

Vähähiilinen matkailu-rakentaminen
Uudet asumismuodot

Ekologiset ohjelmapalvelut ja aktiviteetit luonnossa ja vesistössä

Kestävä ruokamatkailu ja paikallistuotteet

Vähähiiliset matkaketjut
Autottomuus kohteessa

4 Mathildedalin tulevaisuus

Yhteenveto kehittämispotentiaalista

ERITYISET VAHVUUDET, JOILLE RAKENNETAAN

- Elävä ja moderni ruukkikylä
- Paikallinen kulttuuri ja historia
- Miljöö ja kyläidylli
- Teijon kansallispuisto
- Keskeinen sijainti
- Aktiivinen yritysyhteisö ja vapaa-ajan asukkaiden tiivis yhteisö
- Aktiviteettitarjonta

MAHDOLLISUUDET JA ILMIÖT, JOTKA HYÖDYNNETÄÄN

- Autenttisuus ja tarinat
- Kestävä luonto- ja ruokamatkailu, vastuullisuus
- Lähimatkailu ja veneilyn suosion kasvu
- Monipaikkainen asuminen ja etätyö
- Elämysmajoitus ja mökkimajoituksen kysynnän kasvu
- Digitaalisuus
- Vähähiilisyys ja ekologinen liikkuminen

PAIKALLISTEN YRITYSTEN KEHITTÄMISTARPEET, JOTKA HUOMIOIDAAN

- Kaupallisen majoituksen kehittäminen
- Saavutettavuuden kehittäminen
- Alueen sisäinen liikenne ja kunnallistekniikka
- Kansallispuiston ja reittien saavutettavuus
- Ympärivuotisuus ja palveluiden monipuolistaminen
- Vastuullinen yhteistoimintamalli alueella (yhteisöllisyys, identiteetti, alueelle sijoittuvat toimijat)
- Alueelle soveltuva arkkitehtuuri

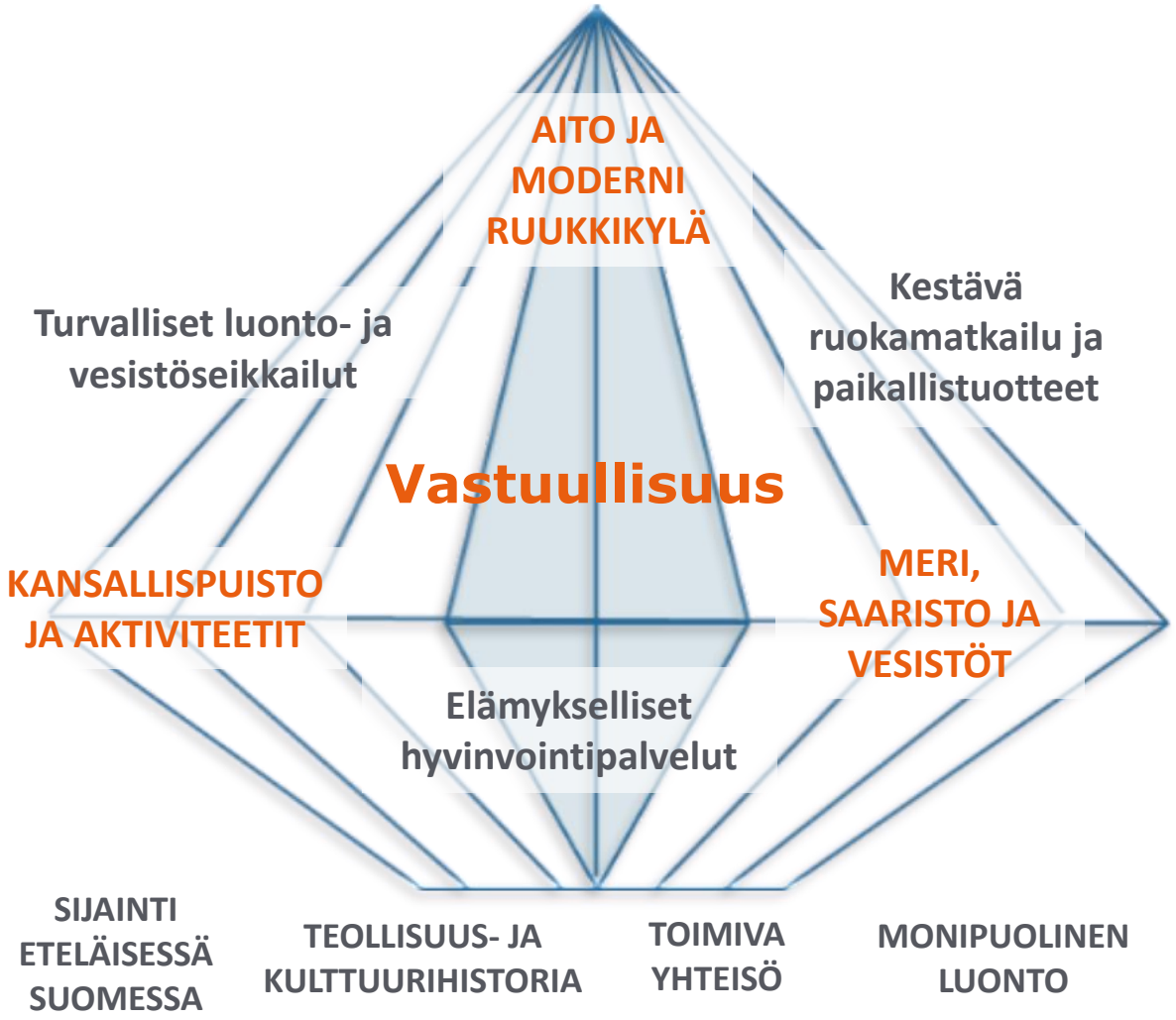
FCG

4 Mathildedalin tulevaisuus

Matkailun kärjet

- Mathildedalin kylän strategisten kärkien tarkoituksena on tunnistaa isot tuoteteemat, jotka ohjaavat kokonaisvaltaisesti alueen palvelutarjonnan, tuotteistuksen ja maankäytön kehittämistä tulevaisuudessa.
- Mathildedalin matkailukylän matkailusisältö rakennetaan aidon ja modernin ruukkikylän, kansallispuiston ja aktiviteettien sekä merellisyyden varaan.
- Asiakaskokemuksen ytimessä on vastuullisuus, jossa yhdistyvät kestävä ruokamatkailu ja paikallistuotteet, elämykselliset hyvinvointipalvelut sekä turvalliset luonto- ja vesistöseikkailut.
- Perustana sisältöjen kehittämiselle toimivat alueen luontaiset ja annetut resurssit (sijainti, teollisuus- ja kulttuurihistoria, toimiva yhteisö sekä monipuolinen luonto).

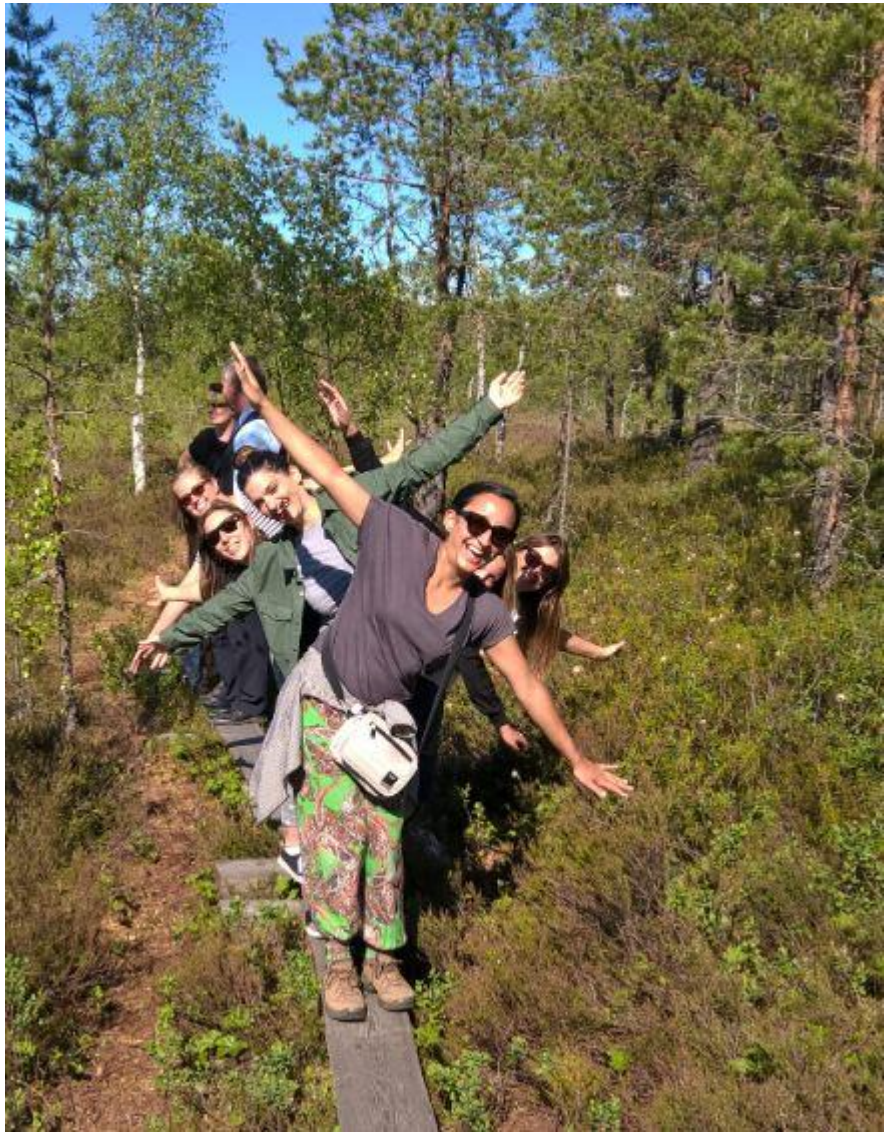
KÄRJET



FCG

4 Mathildedalin tulevaisuus

Tavoitetila 2026



Profiili:

- Mathildedalin identiteetti on vahvistunut ainutlaatuisena ja vastuullisena ruukkikylänä kansallispuiston ja meren äärellä. Palveluissa korostuu kestävä ruokamatkailu, kulttuurikokemus aidossa ruukkikylässä sekä kansallispuiston ja meren tarjoamat luontoelämykset ja aktiviteetit

Palvelutarjonta:

- Kaupallinen majoituskapasiteetti on kasvanut ja monipuolistunut
- Matkailuinvestointien mahdollistamiseksi on tarjolla tonttivarantoa
- Aktiviteettipalvelut ovat monipuolistuneet entisestään

Ympärivuotisuus ja asiakaskokemuksen kehittyminen:

- Ympärivuotisuus on kasvanut ja kesän sesonki on vahvistunut entisestään
- Matkailijan on helppoa yhdistellä palveluita ja viipyä alueella pidempään
- Mathildedalin vierasvenesatama on löydetty veneilijöiden keskuudessa
- Yöpyvien matkailijoiden määrä on kasvanut ja heille on tarjolla kokonaisvaltaisia tuotepaketteja eri sesongeille.
- Vapaa-ajan ja vakituisten asukkaiden määrä on kasvanut, joka lisää palvelujen käyttöä ja työllisyyttä sekä parantaa palvelutarjontaa.

Fyysinen ympäristö:

- Rakentaminen on laadukasta ja arkkitehtuuri soveltuu mittakaavaltaan idylliseen kylämiljööseen.
- Matkailijalla on tiedossa alueen saavuttaminen ilman autoa sekä vinkkejä ekologiseen liikkumiseen Mathildedalin kylässä
- Kansallispuisto on helposti saavutettavissa kylältä: luontoyhteydet, viitoitus, opasteet, lähtöpisteet, esteettömyys
- Alueen merellistä yhteyttä ja saavutettavuutta on vahvistettu.

4 Mathildedalin tulevaisuus

Tarvittavat toiminnalliset sisällöt

Aito ja moderni ruukkikylä

Kansallispuisto

Meri, saaristo ja vesistöt

KESTÄVÄN KASVUN EDELLYTYKSET

- Matkailija- ja asukasmäärät kasvavat hallitusti
- Matkailun, vapaa-ajan asukkaiden ja vakituisten asukkaiden yhteistyö ja yhteisön tasapainoisuus = ympärivuotista elämää, palveluiden käyttöä sekä kannattavaa yritystoimintaa
- Teemallinen tuotepaketointi eri sesonkeihin
- Yöpyvien matkailijoiden ja pysyväisväestön osuus kasvaa suhteessa päiväkävijöihin ja viipymä pitenee
- Uudet toimijat ja asukkaat ovat sitoutuneet alueen kehittymiseen
- Ruukkikylän idylli vahvistunut, mittakaava säilyy ja arkkitehtuurissa korkea laatu

Tavoite	Toimenpide
Yritystoiminnan edistäminen	• Uudet ympärivuotiset toimijat • Nykyisten vahvistaminen ja kasvun tukeminen
Vastuullisen asiakaskokemuksen kehittäminen	• Uudet kokonaisvaltaiset matkailun tuote- ja palvelukonseptit viiteen eri sesonkiin (majoitus, ruoka, hyvinvointi, aktiviteetit ja käsityötuotteet) • Vapaa-ajan ja vakituisten asukkaiden palvelukonseptien kehittäminen
Merellisyyden vahvistaminen	• Veneilyyn liittyvän tunnettuuden ja Marinan alueen kehittäminen • Meren hyödyntäminen matkailussa ja vesistöaktiviteettien kehitys
Luontoyhteyden vahvistaminen	• Aktiviteettitarjonnan ja vuokraustoiminnan kehittäminen • Esteettömät ja helposti saavutettavat reitit • Opasteet ja viitoitus kansallispuistoon
Kestävän kasvun mahdollistaminen	• Metsähallituksen maa-alue: matkailu-, asuin- ja palvelurakentaminen sekä virkistyskäyttö (kansallispuisto ja vesistöyhteydet) • Tammipuiston alue: Majoitus- ja monimuotoiset asumisen ja etätyön konseptit sekä hyvinvointipalvelutarjonnan kehittäminen • Ruukkitehtaan/Ruukinrannan alueen kehittäminen
Liikkumisen ja saavutettavuuden kehittäminen	• Pysäköinti- ja parkkialueet • Kevyen liikenteen parantaminen • Ekologinen liikkuminen alueella • Ruukkibussi • Vesireittiliikenteen kehittäminen
Yritystoiminnan edistäminen	• Nykyisten vahvistaminen ja kasvun tukeminen • Uudet ympärivuotiset toimijat

4 Mathildedalin tulevaisuus

Määrälliset tavoitteet ja kasvun ajurit

KÄVIJÄTAVOITTEET

NYT	160 000
2026	200 000
2030	250 000

Kävijät muodostuvat yöpyvistä matkailijoista, loma- ja vakituisista asukkaista sekä päiväkävijöistä.

Tavoitteena on erityisesti yöpyvien matkailijoiden sekä ns. asukasväestön määrän kasvattaminen palveluiden käyttäjinä.

KASVUN AJURIT

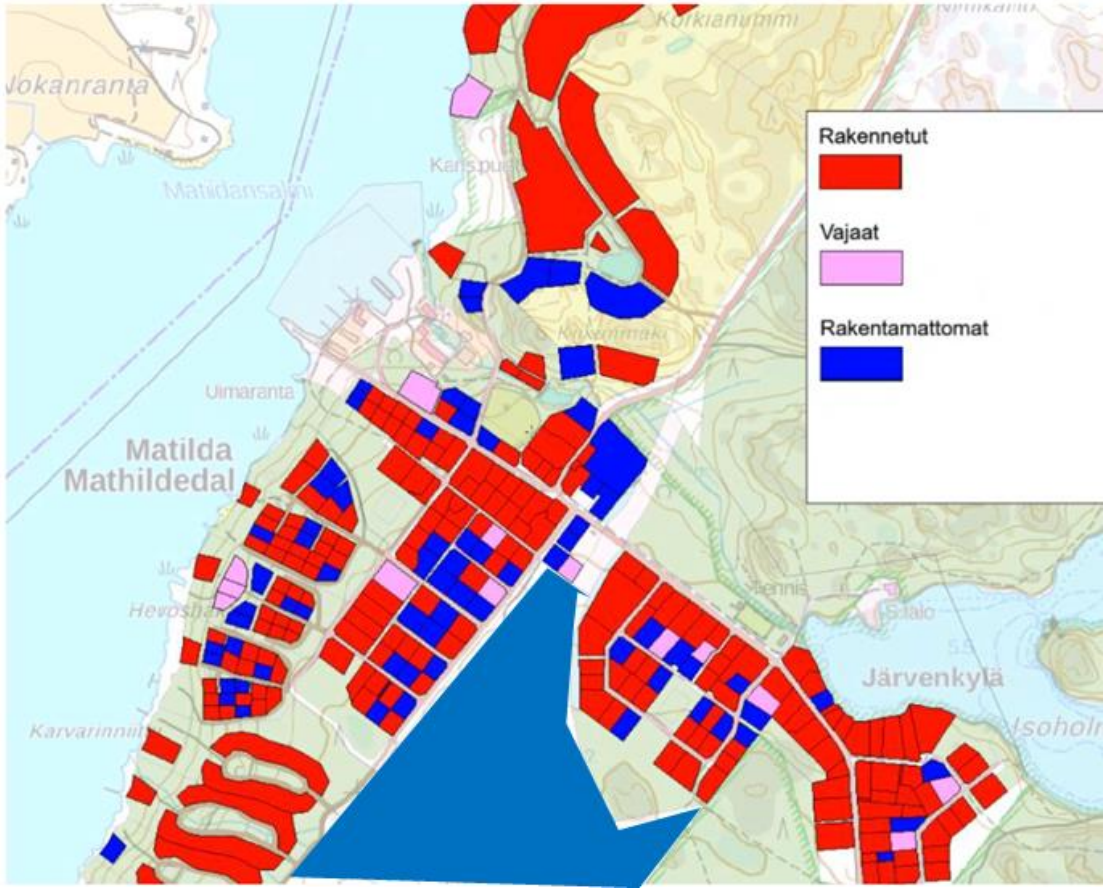
- Kestävän luonto-, ruoka- ja hyvinvointimatkailun suosion kasvu
- Lähialuematkailun kasvu: kansallispuisto ja aktiviteetit, liikunta ja hyvinvointi, kulttuuri, veneily
- Vapaa-ajan asumisen, pysyvän asumisen ja etätyömahdollisuuksien murros sekä palvelutarpeen lisääntyminen paikallisväestön kasvaessa
- Uudet matkailuinvestoinnit ja palvelut lisäävät kysyntää
- Yöpyvien matkailijoiden ja viipymän kasvu
- Käyttöasteen nousu ja kohti ympärivuotisuutta

FCG

4 Mathildedalin tulevaisuus

Liikevaihtopotentiaali

Liikevaihtopotentiaali on arvioitu laskennallisesti rakennusoikeuskokonaisuuden mukaisesti alueella tapahtuvalle liiketoiminnalle, kun alue on toteutunut.
Laskelma perustuu alueen matkailun tunnuslukuihin tulevaisuudessa.
Laskelmat ovat suuntaa-antavia skenaarioita.



METSÄHALLITUKSEN ALUE

- Kerrosalapotentiaali (e=0,15-0,20): ~ 60 000 k-m2
- Kaupallisen majoitustoiminnan luoma liikevaihtopotentiaali / vuosi
  - 15 000 k-m2 -> 7,3 M€
  - 20 000 k-m2 -> 9,7 M€
  - 28 000 k-m2 -> 13,5 M€

Oletukset

- 52 ha alueen käyttö: 1/3 virkistyskäyttö ja yleiset alueet, 2/3 matkailu- ja asuinrakentaminen (josta 66 % on kaupallista majoitusta, 34 % loma- ja asuinrakentamista ml. välityskäyttö)
- Aluetehokkuus: e=0,15-0,20

TAMMIPUISTON ALUE

- Kaavassa 6000 k-m2 (asuminen 50 % + majoitus 50 %)
- Toteutumisaste ja liikevaihtopotentiaali / v
  - 66 % vuoteen 2026 mennessä: 4 000 k-m2 -> 2,1 M€
  - 100 % vuoteen 2030 mennessä: 6 000 k-m2 -> 3,2 M€

MUUT

- 2000 – 3000 k-m2
- Toteutumisaste ja liikevaihtopotentiaali / v
  - 66 % vuoteen 2026 mennessä: 2 000 k-m2 -> 1,9 M€
  - 100 % vuoteen 2030 mennessä: 3 000 k-m2 -> 2,9 M€

FCG

4 Mathildedalin tulevaisuus

Kasvun portaat

2021-2022

- Teijo Mathildedal osayleiskaava, OAS
- Asemakaavoitus
- Opasteet ja reittimerkinnät
- Sisäinen liikenne
- Majoituskapasiteetin toteutus, vaihe 1
- Välinevuokraustoiminnan kehittäminen
- Kohti ympärivuotisuutta (viestintä, 5 vuodenaikaa)
- Vastuullisuustyön käynnistyminen
- Yhteistyön tiivistäminen

2023-2024

- Majoituskapasiteetin parantaminen ja uudet investoinnit, vaihe 2
- Palvelu- ja aktiviteettitarjonnan vahvistaminen, ohjelmapalvelut
- Uudet yritykset ja yhteistyökumppanit
- Vapaa-ajan asumisen ja asumisen uudet ratkaisut, vaihe 1
- Alueen sisäinen liikenne ja pysäköintiratkaisut
- Reitistöjen kehittäminen

2025-2026

- Merellisyyttä vahvistavat toimenpiteet, Marinan alueen kehittäminen
- Vapaa-ajan asumisen ja asumisen ratkaisut, vaihe 2
- Palvelutarjonnan laadun ja yhteistyön jatkuva kehittäminen

FCG

4 Mathildedalin tulevaisuus

Kasvun riskit

	Riski	Varautuminen/mitigointi
Tarjonta	Kylämäinen autenttisuus kärsii, jos kokemus ”liikarakentamisesta” ja massaturismista kasvaa	Toteutetaan yhdessä laadittua ja hyväksyttyä kasvusuunnitelmaa sekä kestävän rakentamisen ohjeistusta
	Palveluiden ja infran epätasapaino kasvaa	Varmistetaan, että esim. alueen liikenneinfra kasvaa suunnitelmallisesti ja sitoutetaan julkinen sektori toteuttamaan
	Uusia palvelujen tuottajia ei saada houkuteltua alueelle	Tuodaan alueen liiketoimintapotentiaali paremmin esille ja kehitetään toimitiloja yritysten tarpeisiin
	Ympärivuotisuuden tavoitteet eivät toteudu	Panostetaan palvelukonseptien kehittämiseen, jotta ympärivuotinen liiketoiminta olisi kannattavaa
	Suunnitelluille tonteille ei löydy toteuttajia	Ennakkomarkkinointi ja hinnoittelu
Kysyntä	Yöpymisten määrä ei kehity riittävästi	Aktiviteettien voimakas kehittäminen ja majoituskapasiteetin lisääminen sekä monipuolistaminen
	Yritysten kysyntä jää odotettua alhaisemmaksi	Houkuttelevien tilojen ja konseptien suunnittelu ja toteutus, esim. elämykselliset kokoukset
	Työvoimaa ei riittävästi saatavilla esim. sesonkiaikana	Alueen kiinnostavuutta markkinoidaan alan osaajille ja etenkin nuorille, tarjolla majoitusmahdollisuus alueella