



OMAPERÄINEN NAANTALI

YEAR-ROUND / 365

NAANTALIN MATKAILUN MASTER PLAN
5.2.2018

Sisällys

A Matkailun master plan

Yhteisen kehittämisen tahtotila	2
Kehittämisen tavoitteet	4
Toimenpiteet ja seuranta	6
Seuraavat stepit vuoteen 2018	9
	12

B Taustamateriaali

Työn prosessi	14
Taustalla: Matkailu muissa strategioissa	15
Naantalin matkailu NYT	18
	23

A Matkailun masterplan

Yhteisen kehittämisen tahtotila

Kehittämisen tavoitteet

Toimenpiteet ja seuranta seuranta

Seuraavat stepit vuoteen 2018



A.1 YHTEISEN KEHITTÄMISEN TAHTOTILA

OMAPERÄINEN NAANTALI. YHDESSÄ TEHTY. YEAR-ROUND / 365.



Vuonna 2030 Naantali on kokoluokassaan Suomen tunnetuin matkailukeskus, joka tunnetaan omaperäisenä ja vetovoimaisena kohteena. Muumimaista henkeä, idyllistä vanhaa kaupunkia ja saariston kahdeksaa vuodenaikaa on tuotteistettu katkeamattomiksi palvelukokonaisuuksiksi.

Naantali on edelläkävijä digitaalisissa ratkaisuisissa, yhteistuottamisessa ja sisäisessä markkinoinnissa. Naantalista luodaan myös helposti saavutettava kansainvälinen matkailukohde yhteistyössä seudullisten ja valtakunnallisten kumppanien kanssa.

Naantalissa matkailijoiden, matkailuyrittäjien, asukkaiden ja ympäristön tarpeet ovat sopusoinnussa keskenään. Matkailu nähdään merkittävänä elinkeinona Naantalissa ja sitä kehitetään eri osapuolten panostuksilla ja konkreettisella yhteistyöllä.



A.2 KEHITTÄMISEN TAVOITTEET

TAHTOTILA

Omaperäinen Naantali. Yhdessä tehty. Year-round / 365.

Kärjet

Saaristo ja meri

Muumit

Hyvinvoinnin
kehtoVanhan
kaupungin idylliTapahtuma-
kaupunki

Onnistumisen edellytykset

- ✓ Kohti ympärivuotisuutta, ensi askeleena syksy
- ✓ Kv. asiakkaan tarpeiden parempi ymmärrys ja markkinointi
- ✓ Yhdessä tuotettuja omaleimaisia matkailutuotteita kärkiteemoilla
- ✓ Yhdessä tekeminen ja tiedon jakaminen, digitaalinen alusta
- ✓ Selkeä brändi
- ✓ Hyvä saavutettavuus digitaalisesti ja fyysisesti

Kohderyhmät

- ❖ Kasvua kansainvälisistä markkinoista: Eurooppa ja Aasia
- ❖ Tasaista virtaa kotim. markkinoilta: erityisesti perheet, hyvinvointimatkailijat
- ❖ Fokuksessa mm. kulttuuri-, luonto- ja elämyshakuiset matkailijat (modernit humanistit)

Mittarit

- Kävijämäärät, tavoite: + 3 % / v. (n. +17 000), viiptymän pidentyminen
- Matkailutulot, tavoite + 5 % / v. (1,8 milj.€)
- Kv. asiakkaiden osuuden kasvu
- Matkailijoiden kokemukset (laatu)
- Matkailuinvestoinnit

Tahtotilaa ja kärkiä toteuttavat toimenpiteet

Markkinointi,
kouluttaminen,
informointiMatkailutuotteet/
-palvelutInfrastrukturi ja
saavutettavuus

Organisointi

Onnistumisen edellytykset

- Kohti ympärivuotisuutta, ensi askeleena syksy
- Kv. asiakkaan tarpeiden parempi ymmärrys ja markkinointi
- Yhdessä tuotettuja omaleimaisia matkailutuotteita kärkiteemoilla
- Yhteistyö ja tiedon jakaminen
- Selkeä brändi
- Hyvä saavutettavuus digitaalisesti ja fyysisesti

Muumit, saaristo ja Naantali muodostavat mielikuvaltaan kiinteän ja **kansainvälisesti** kiinnostavan **ympärivuotisen** matkailubrändin ja kohteen.

Naantaliin **saapuminen tehdään helpoksi** mm. uusia digitaalisia palveluja hyödyntäen. Naantaliin on helppo saapua niin liikkumisen kuin matkailutuotteiden varaamisen ja ostamisen suhteen.

Naantalin matkailuekosysteemi on edelläkävijä yhteistoiminnassa ja digitaalisten työvälineiden ja alustojen hyödyntämisessä.



The background of the slide is a collage of three images. On the left, a woman in a red coat and black gloves is cheering with her fist raised. In the center, a lake with reeds in the foreground and a rocky shore in the background. On the right, a church with a tall steeple is illuminated at night, with a wooden fence in the foreground.

A.3 TOIMENPITEET

Tahtotilaa ja kärkiä toteuttavat toimenpiteet



NAANTALIN MATKAILUN KÄRJET

MARKKINOINTI,
TIEDOTTAMINEN, KOULUTUS

KÄRKIÄ TOTEUTTAVAT
MATKAILUTUOTTEET JA
PALVELUT

HYVÄ SAAVUTETTAVUUS JA
TOIMIVA INFRASTRUKTUURI,
RAKENTEET JA YHTEISTYÖ

Idyllinen vanha
kaupunki

Muumit

Hyvinvoinnin
kehto

Saaristo

Tapahtuma-
kaupunki

- Visit Naantali
- Yritykset+ Visit Naantali
- Kaupunki
- Yritykset

2018 2030

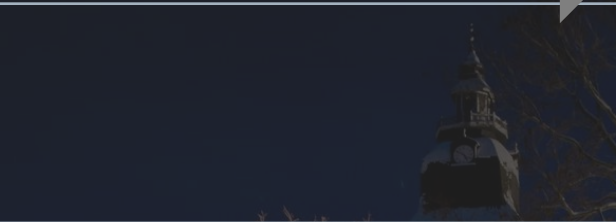
Markkinointi,
kouluttaminen,
informointi

Digitaalista kohde-
markkinointia, yhteinen
myyntikanava

Valittujen kärkien
tuotteistaminen ja
yhteismarkkinointi

Tietoiskuja & koulutuksia
yrittäjille

Naantalista Original
Hometown of Moomin
World



Matkailu-
tuotteet/
palvelut

Ruokakulttuurin
tuotteistamisen ja
lähiruokamatkailun
edistäminen

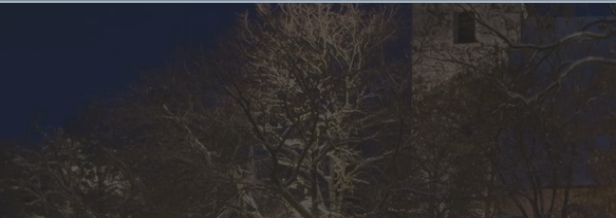
Syys-, talvi-, joului- ja
pääsiäisloma-aikojen
tuotteistaminen ja
markkinointi

Saariston rengasreitin uudelleen
elvyttäminen: kehittämissuunnitelma
vaiheittain

Naantalil
ohjelmajpalveluiden
tuottaja-/verkosto
(koordinointi)

Saariston
tuotteistaminen

Satamien uudet toimintamallit,
risteilijäläivojen houkuttelu Naantaliin



Infrastruktuuri
ja
saavutet-
tavuus

Kaupunkipyörä-
järjestelmä

Alueiden matkailulliset
mahdollisuudet myytävään
muotoon, kaavoituksella uusia
matk. tontteja,

Hotellihankkeen
käynnistäminen: hotelli
keskustaan

Vanhankaupungin valo- ja
äänisuunnitelma

Saariston saavutettavuuden
parantaminen, mm. pyöriteiden
kehittäminen, vesibussiliikenne

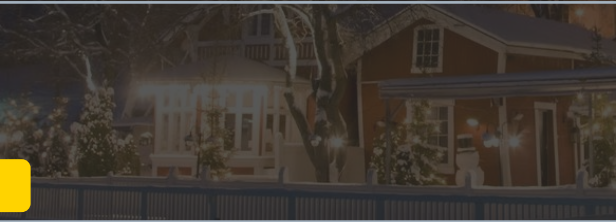
Sisäisen matkailuliikenteen
parantaminen Naantalil
alueella

Tulevaisuuden Camping-
hankkeen käynnistäminen,
suunnitelma kehittämisestä

Muumi-teeman
näkyminen
katukuvassa

Maastopyörä-reittien ja
pyöriteiden sekä frisbeegolfin
kehittäminen

Ratkaisu paikoitusongelmaan
(etäparkki, liityntäliikenne)



Organisointi

Strategian
jalkauttamisen &
seurannan koordinointi,
täydennetty laatutiimi

Uusi ote ja draivi, mm.
yhteishenkeä yhteisillä
juhlilla, vuoden
matkailuteko

Yritysten vastuu työntekijöiden
perehdyttämisessä alueen
muista palveluista

Palveluverkoston
luominen, esim.
Whatsapp, Facebook



A.4 ENSIMMÄISET STEPIT

ENSIMMÄISET STEPIT VUODELLE 2018



B Taustamateriaali

Työn prosessi

Taustalla: Matkailu muissa strategioissa
Naantalin matkailu NYT



B.1 Työn prosessi

Naantalin matkailun master plan –mistä on kyse?

Naantalin matkailun master plan on yhteinen kokonaissuunnitelma Naantalin kaupungin matkailun kehittämiseksi. Tavoitteena on luoda Naantalista entistä kilpailukykyisempi ja houkuttelevampi matkailukaupunki yhdessä matkailutoimijoiden kanssa.

Master plan laadittiin monipuolisessa vuorovaikutuksessa Naantalin matkailutoimijoiden ja -asiantuntijoiden kanssa. Työn aikana järjestettiin kolme työpajaa, joihin osallistui noin 30-40 Naantalin matkailutoimijaa. Työn lähtökohtana laadittiin tiivis analyysi matkailun toimintaympäristöstä matkailukyselyn ja haastatteluiden kautta. Toimenpideohjelma on laadittu yhdessä matkailutoimijoiden ja työryhmän kanssa. Master planin ja sen toimenpideohjelman toteutumisen seuraamiseksi on määritelty mittarit ja seurannan vastuut.

Työ laadittiin toukokuun 2017 ja tammikuun 2018 välisenä aikana. Työn laatimisesta vastasi WSP Finland Oy yhdessä työryhmän kanssa. Työryhmään kuului:

- Jouni Mutanen, Naantalin kaupunginjohtaja
- Tarja Rautiainen, Naantalin matkailu Oy
- Jorma Ranta, Naantalin kaupunki
- Tiina Rinne-Kylänpää, Naantalin kaupunki
- Tomi Lohikoski, Muumimaailma Oy
- Joni Hakkarainen, Sunborn Group Oy
- Tuomo Ranki, Kultaranta Resort Oy
- Susanna Harvio ja Tuuli Rantala, WSP Finland Oy

”Naantalin matkailun master plan on yhteinen kokonaissuunnitelma Naantalin kaupungin matkailun kehittämiseksi vuoteen 2030”



Naantalin matkailun master plan –mistä on kyse?

Yhteinen visio: Naantalin matkailun unelmatila vuonna 2030 – kehittämisen tahtotila

*Kärjet:
Kärkien/päätavoitteiden
valinta unelmatilan
toteuttamiseksi*

*Kärkitoimenpiteet:
Mitä tulee
seuraavaksi tehdä?
Kuka tekee? Milloin
tekee?*



Master plan -työssä on pohdittu, mikä on Naantalin yhteinen unelmatila vuoteen 2030, mitä ovat keskeisimmät matkailun kärkiteemat sekä mitä ovat tärkeimmät voitettavat taistelut ja päätavoitteet unelmatilan toteutumiseksi. Osana master plania on myös ideoitu yhteisiä toimenpiteitä näiden päätavoitteiden toteuttamiseksi.

Toteutuakseen yhteinen master plan vaatii tavoitteisiin sitoutumista sekä pitkäjänteistä kehittämisen otetta.



B.2 Taustalla: Matkailu muissa strategioissa

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

Matkailun tiekartta:

- Matkailukeskusten ja yritysverkostojen **teemapohjaisen yhteistyön vahvistaminen** sekä **uudet avaukset tuotekehityksessä, myynnissä ja markkinoinnissa**
- Kilpailukykyisen ja monipuolisen tarjonnan kehittäminen **matkailun ja muiden alojen rajapinnoista**
- Markkinointitoimenpiteiden vaikuttavuuden lisääminen ja tuotteiden **helppo ostettavuus**
- Kasvua ja uudistumista tukeva, kilpailukykyinen matkailun toimintaympäristö
Sujuva **saavutettavuus**

Visit Finland ja matkailun painopisteet

Silence, please

Vastapainona arjen kiireelle ja kiihtyvälle elämänrytmille Suomesta löytyy hiljaisuutta ja tilaa hengittää, jopa kaupungeissa. Matkailija saa ottaa rennosti, mökkeillä, sauna ja nauttia puhtaasta luonnosta. Tuotteita ovat esim. mökkeily, sauna, hyvinvointipalvelut ja suomalainen terveysruoka (marjat, sienet ja muut luonnonantimet).



Wild & Free

Jokainen matkailija haluaisi lomallaan kokea ainakin yhden mieleenpainuvan seikkailun. Suomen luonto tarjoaa mahdollisuudet huikeisiin luontoaktiviteetteihin kuten safareihin, "island-hopping" -elämyksiin veneillä tai meloen saaristossa tai vaikkapa lumisotaan kaupungissa. Tuotteita ovat esim. moottorikelkka- ja koirasafarit, lumeen ja jäähän liittyvät elämykset ja veneily- ja melontatuotteet.



Cultural Beat

Suomalaisen kulttuurin erityislaatuisuus tuodaan esiin vahvistamalla kulttuuristamme kumpuavia maailmanlaajuisia ilmiöitä kuten design, joului, musiikki ja herkullinen suomalainen ruoka. Tuotteita ovat esim. suomalainen elämäntapa, metallimusiikki, joulupukki ja festivaalit.



KEITÄ OVAT MODERNIT HUMANISTIT JA MIKSI IHMEESSÄ HALUAMME SUOMEEN JUURI HEIDÄT?

Yksi keskeisimmistä Suomen matkailun kohderyhmistä on modernit humanistit.

Modernit humanistit ovat avoimia uusille elämyksille ja itsensä kehittämiseksi. He arvostavat ennen kaikkea elämisen laatua ja vastuullisuutta. Lisäksi heiltä löytyy rahaa.

Naantalin matkailu osana muita strategioita

Suomen
matkailun
tiekartta 2015-
2025

- Matkailukeskusten ja yritysverkostojen **teemapohjaisen yhteistyön vahvistaminen** sekä **uudet avaukset tuotekehityksessä, myynnissä ja markkinoinnissa**
- Kilpailukykyisen ja monipuolisen tarjonnan kehittäminen **matkailun ja muiden alojen rajapinnoista**
- Markkinointitoimenpiteiden vaikuttavuuden lisääminen ja tuotteiden **helppo ostettavuus**
- Kasvua ja uudistumista tukeva, kilpailukykyinen matkailun toimintaympäristö
- Sujuva **saavutettavuus**

Varsinais-
Suomen
maakunta-
strategia
(2014)

- Varsinais-Suomesta on myös maailmanlaajuisesti **ainutlaatuinen saaristo**, jonka nostaminen valtakunnalliselle tasolle matkailukohteena on **koko maakunnan etu**
- Haasteena on, että niin pienet kuin isommatkin matkailu- ja kulttuurialantoimijat tekevät **samankaltaista sisällöntuottamista** omilla tahoillaan ja pienillä resursseilla.
- Strategisena linjauksena tulee olla matkailuelinkeinojen ja -tuotteiden kehittäminen **iskukuntoon** ja niiden hyvä **markkinointi**. Saaristo ja merellisyys, rikas luonnon- ja kulttuuriympäristö sekä arvokkaat kulttuurimaisemat tarjoavat erinomaiset mahdollisuudet tähän.

Varsinais-Suomen
matkailuohjelma 2013-
2020

- Matkailumaakunnan omaleimaisuus näkyy tarjontana ja tunnelmana ympärivuotisessa korkeatasoisessa tuotetarjonnassa, jonka perustana ovat saaristo, elinvoimainen kulttuuri ja Varsinais-Suomi ruoka-aittana. Turun gateway-asema mereltä, ilmasta ja maalta vahvistaa koko maakuntaa. Kaupunkikulttuuria saariston sylissä on olennainen osa Suomen ja Itämeren matkailubrändiä.

Naantalin kaupunkistrategia
(2015)

Naantali profiloituu matkailu-, teollisuus- ja satamakaupunkina

Naantalin matkailun master plan

→ Selkeä yhteinen matkailun visio ja yhteiset keihään kärjet (menestysteemat), toimenpiteet

Muut strategiat (elinkeino-
ohjelma, saaristo-ohjelma)

The background of the slide is a collage of three images. On the left, a woman with red hair in a bun, wearing a red coat and black gloves, is smiling and making a fist. In the center, a landscape view of a blue lake with green reeds in the foreground and rocky hills in the background. On the right, a night scene of a church with a tall steeple, illuminated by warm lights, with a wooden fence in the foreground.

B.3 Naantalin matkailu nyt

Naantalin matkailu nyt

Volyymejä

Yöpymisiä on vuodessa arvion mukaan 170 000 - 180 000

Matkailijoita Naantalissa on vuodessa arvion mukaan 600 000

- ✓ Muumimaailma 200.000
- ✓ Naantali Camping 20.000 yöpymistä
- ✓ Kultarannan puutarha 25.000 kävijää
- ✓ Pieni Rengastie 23.000
- ✓ Iso Rengastie 19.000
- ✓ Visit Naantalin ryhmiä 350
- ✓ Emma Teatteri 22.000
- ✓ Naantalin Musiikkijuhlat 17.000
- ✓ Costa Food
- ✓ Ukkopekka 10.000
- ✓ Opastustunteja 800

Luvut ovat arvioita, kaikki keskeiset majoitusliikkeet eivät kuulu Naantalissa Tilastokeskuksen tilastoinnin piiriin

<http://www.epressi.com/media/userfiles/58228/1467048922/almanum-matkailumalli-varsinais-suomi-02062016.pdf>

<http://www.stat.fi/tup/alue/kuntienavainluvut.html#?year=2017&active1=529>
<https://www.epressi.com/tiedotteet/kaupungit-ja-kunnat-varsinais-suomen-matkailu-kasvaa-turku-veturinaan.html>

Kapasiteetti

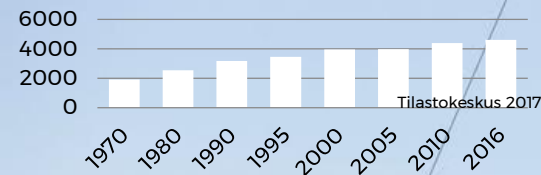
- ✓ Vanhan kaupungin alueella 1400-1500 vuodepaikkaa
- ✓ Uutta majoituskapasiteettia on tullut yksityishenkilöiden kautta. AirBnB: noin 30 kohdetta vuokralla (noin 120vp)
- ✓ Kesämökkejä 4600, näistä myös osa on vuokralla
- ✓ Majoituskapasiteetti on kesäkuukausina täysin käytössä

- ✓ Myydyimmät kuukaudet: kesäkuukaudet. Kesän ulkopuolella vain osa majoitusliikkeistä ja matkailupalveluista on auki
- ✓ Keskimääräinen viipymä on arvion mukaan 1-2 vrk
- ✓ Kansallisuudet: ulkomaisten osuus on kasvanut merkittävästi kuluvana vuonna

Matkailutulot

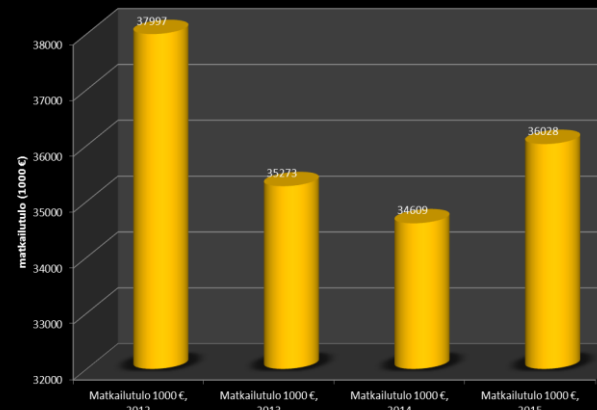
- ✓ Matkailun suorat tulosvaikutukset Naantalissa 38 milj. € (2014)
 - ✓ Turun seutu (2014) 845 milj. €
 - ✓ Koko Varsinais-Suomen kokonaismatkailutulo oli vuonna 2014 1,52 mrd €.
 - ✓ Kokonaismatkailutyöllisyys oli samana vuonna 8400 henkilötyövuotta. (2014)

Naantalin kesämökkit



✓ Alkutuotannon työpaikkojen osuus, %, 2014	2,5
✓ Jalostuksen työpaikkojen osuus, %, 2014	31,2
✓ Palvelujen työpaikkojen osuus, %, 2014	64,6

Naantali: matkailutulo (1000 €) 2012-2015



Naantalin matkailu nyt

Ostovoimatilastot

Vähittäiskaupan ostovoiman siirtymät Naantalissa 2013

	Myynti milj.€	Ostovoima milj. €	OV-siirtymä	
			milj.€	% ov:sta
Päivittäistavarakauppa ja Alko	59	62	-3	-5 %
Tilaa vaativa kauppa	5	29	-25	-84 %
Muu erikoiskauppa	18	47	-29	-61 %
Erikoiskauppa yhteensä	23	76	-53	-70 %
Vähittäiskauppa yhteensä	82	139	-56	-40 %

Lähde: Tilastokeskus, Santasalo Ky

Venelijät Naantalissa

	2015	Tavoite (2035)
Yöpymiset vrk	2 300	5 000 -7 000
Pt-ostovoima €	60 000	160 000 -224 000

Veneilijöiden ostovoimapotentialiaali on samaa luokkaa loma-asukkaiden kanssa. Yöpymisvuorokausien määrä kuitenkin jää pienemmäksi kuin loma-asukkailla, ja näin ollen veneilijöiden merkitys Naantalin vähittäiskaupalle on loma-asukkaita pienempi. Ostovoimapotentialiaalin parempi hyödyntäminen on yksi avain matkailun kehityksessä.



Naantalin matkailu nyt

Tarjonta

Tapahtumat

Kulttuuritapahtumia

- Unikeonpäivä
- Taiteiden yö
- Musiikkijuhlat

Muita tapahtumia

- Kiertoajelut
- Höyrylaivaristeilyt

Teemat

Luontomatkailun teemoja

- Meri ja saaristo
- Satamat

Kulttuuri- ja kaupunkimatkailun teemoja

- Kulttuuri, historia, taide
- Tarinat
- Saaristolaisherkut ja lähiruoka

Lapsiystävällisyys

Hyvinvointimatkailun teemoja

Laatu ja puhtaus
Idyllisyys
Rauhallisuus
Aitous

Kohteet

Kulttuurikohteita

- Vanhakaupunki
- Emma Teatteri
- Kultaranta
- Naantalin luostarikirkko

Hyvinvointi ja aktiviteetit

- Naantalin kylpylä
- Kultaranta resort: Golf
- Tennis
- Skeittipuisto
- Uinti ja kalastus
- Vierassatamat

Ostokset

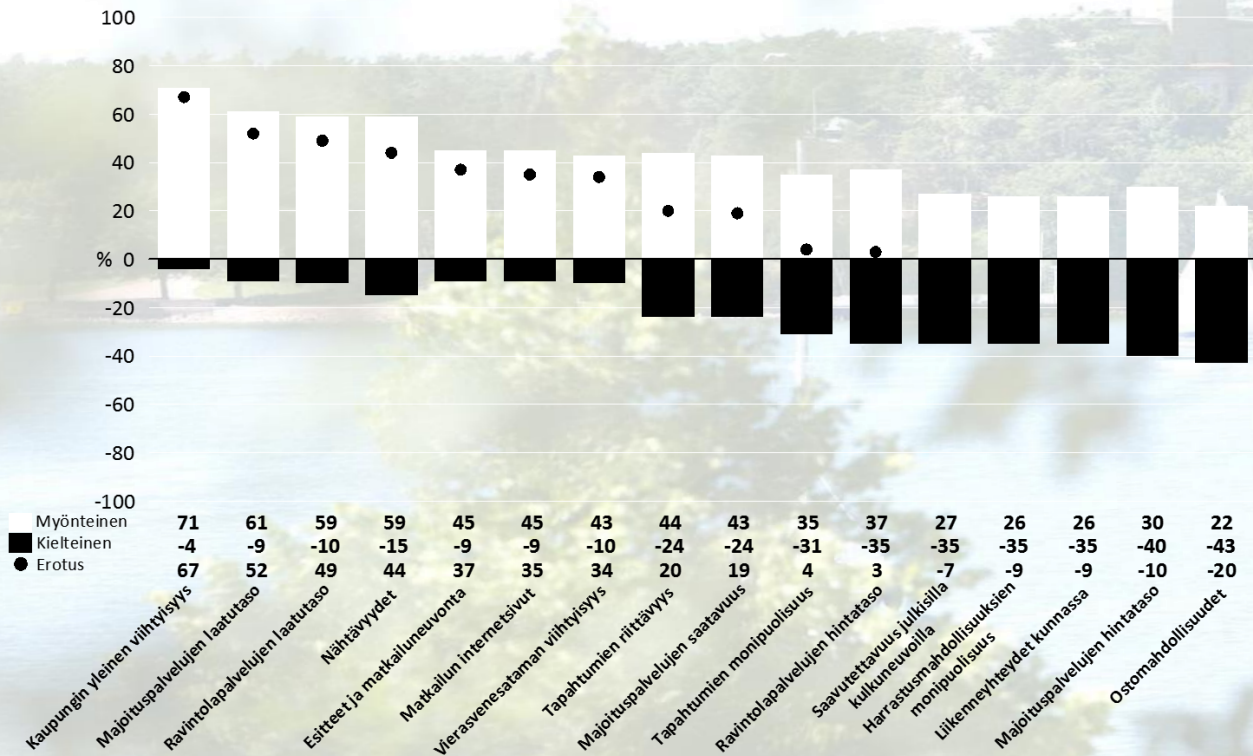
- Vanha kaupunki

Lapsiperheet

- Muumimaailma
- Väski

Naantalin matkailu nyt

Naantalin imago 2017

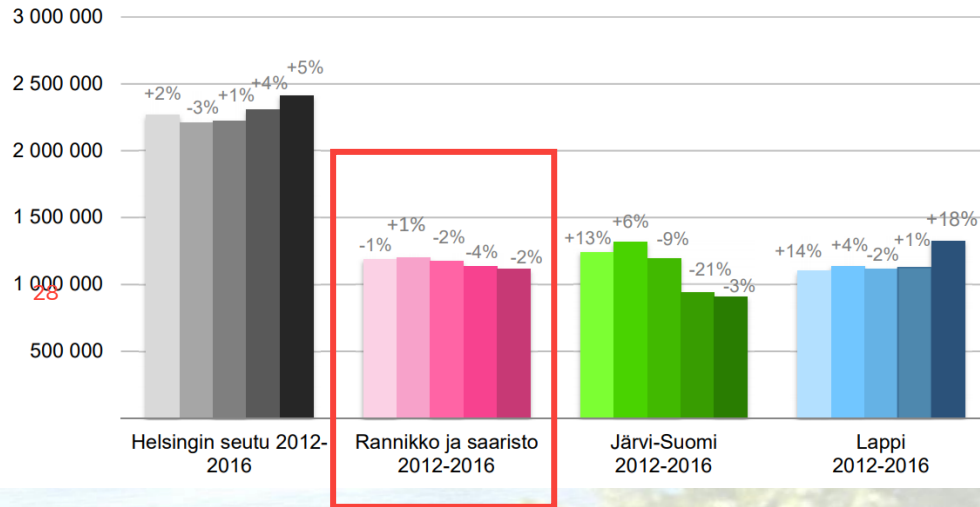


Imago -selvityksen mukaan merkittävimpiä Naantalin vahvuuksia ovat kaupungin yleinen viihtyisyys, majoituspalvelujen ja ravintolapalveluiden laatu sekä nähtävyydet.

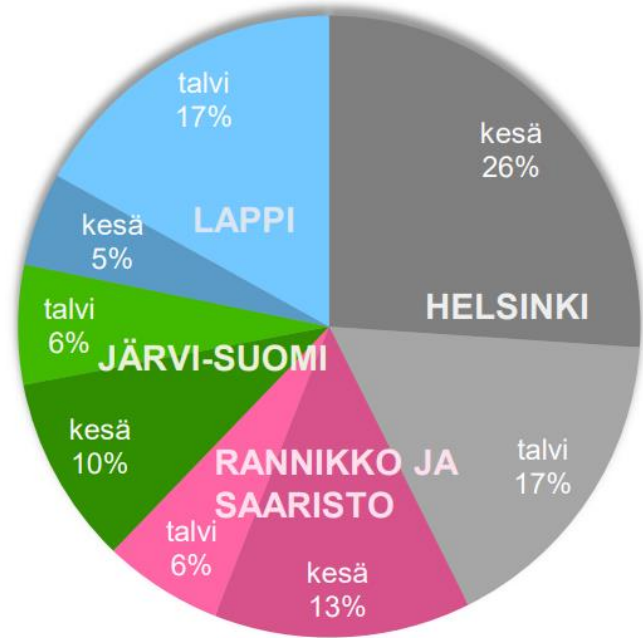
Kehittämistarpeita on erityisesti ostomahdollisuuksissa, majoituspalveluiden hintatasossa ja mm. liikenneyhteyksien parantamisessa.

Muita tilastoja

Ulkomaiset yöpymiset ja muutos edellisvuoteen matkailualueittain
2012-2016



Ulkomaisten yöpymisten osuudet
alueittain ja sesongeittain 2016



Muita tilastoja

Yöpymiset Varsinais-Suomessa vuonna 2016

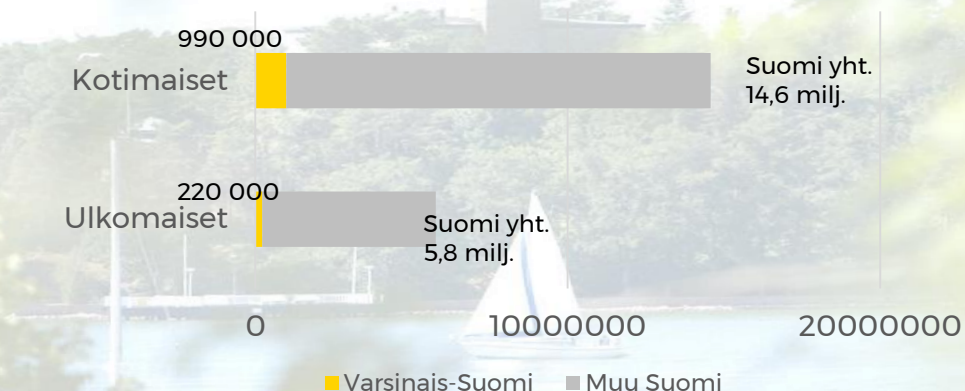
Yöpymisen Varsinais-Suomessa 2017 (tammi-marraskuu)

	Yöpymiset, lkm	Yöpymisten muutos, %
Venäjä	16006	15,4
Ruotsi	33728	-2,4
Saksa	33210	28,8
Britannia	12765	47
Ranska	6858	1,5
Kiina ja Hong Kong	4774	7,3
Japani	4812	4,9
Yhdysvallat (USA)	8571	25,7
Viro	18282	-11,8
Norja	5669	-12,4
Alankomaat	6938	10,4
Sveitsi	5641	36,3
Italia	5427	16,5
Espanja	4414	30,4

Japani 4791, -7.3

Kiina 3698, +2.5

Kotimaisten ja ulkomaisten matkailijoiden yöpymisten määrä





Kuva: www.visitnaantali.com, kuvaaja Esko Keski-Oja.



Kuva: www.visitnaantali.com, kuvaaja Esko Keski-Oja.



Kuva: www.visitnaantali.com, kuvaaja Esko Keski-Oja.



Kuva: www.visitnaantali.com, kuvaaja Esko Keski-Oja.



Kuva: www.visitnaantali.com, kuvaaja Jenni Virta.



Kuva: www.visitnaantali.com, kuvaaja Jenni Virta.



Kuva: www.visitnaantali.com, kuvaaja Esko Keski-Oja.

Lähteitä

- Visit Finland:
http://visitfinland.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/VisitFinland/VisitFinland_Alueellinen_matkailutilinpito/030_ampa_tau_103.px/table/tableViewLa
- http://visitfinland.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/VisitFinland/VisitFinland_Alueellinen_matkailutilinpito/010_ampa_tau_101.px/table/tableViewLayout1/?rxid=d0ae2eb5-1555-4d39-9a4d-a7635e8439c1
- Yöpymisten lukumäärä Turunmaa:
http://visitfinland.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/VisitFinland/VisitFinland_Majoitustilastot/010_matk_tau_311.px/table/tableViewLayout1/?rxid=d0ae2eb5-1555-4d39-9a4d-a7635e8439c1
- Naantalin kaupunkistrategia 2020. 2015:
https://issuu.com/naantalin_kaupunki/docs/naantalin_kaupunki_210_x210_1-12_iss
- Naantalin elinkeinoasiat, elinkeino-ohjelma ja matkailustrategia (2011). 2017:
http://www.naantali.fi/tyo_yrittaminen/elinkeinoasiat/fi_FI/elinkeino_asiat/
- Varsinais-Suomen matkailu kasvaa Turku veturinaan. 2016.
<https://www.epressi.com/tiedotteet/kaupungit-ja-kunnat/varsinais-suomen-matkailu-kasvaa-turku-veturinaan.html>
- Maaseudun matkailuelinkeinon kehittäminen Varsinais-Suomessa -hanke. 2013. <https://www.proagria.fi/hankkeet/maaseudun-matkailuelinkeinon-kehittaminen-varsinais-suomessa-1467>
- Naantalin maankäytön kehityskuva 2035. 2012:
http://www.naantali.fi/kaavoitus_ja_mittaus/strategisetjaseudulliset_suunn/strateginen_yleiskaava/fi_FI/strateginen_yleiskaava/
- Alueelliset kehitysnäkymät. 2017: https://www.ely-keskus.fi/documents/10191/58313/Alueelliset_kehitysnakymat_kevat_2017.pdf/59fe8874-185b-4de4-8ea5-a7bef5921387
- Toiminta- ja taloussuunnitelma 2017-2020. 2016:
<http://aleksis.naantali.fi/poytakirjat/kokous/20162666-3-1.PDF>