



# Porin matkailun ja tapahtumien tiekartta 2025-2030



# Matkailun ja tapahtumallisuuden kehittäminen on osa Porin kasvutarinaa.

**Porin matkailun ja tapahtumien tiekartta 2025–2030 on yhteinen näkemys siitä, mihin meidän tulisi panostaa kestävän kasvun ja kilpailukyvyn vahvistamiseksi. Matkailu ja tapahtumat tulee nähdä osana kaupungin veto- ja pitovoimaisuuden kasvua. Matkailu- ja tapahtumatoimialan vahvistaminen hyödyttää aina myös kunnan asukkaita.**

## Sisällysluettelo

**Katsaukset edellisten matkailun ja tapahtumien tiekarttojen 2020–2025 toteutumiseen  
Porin vahvuuksia ja kehityskohteita – matkailu ja tapahtumat  
Toimintaympäristön muutos**

### **Rakastu monipuoliseen Poriin – tapahtumien tiekartta**

- Tapahtumallisuuden kehittäminen
- Isojen tapahtumien vaikutusten mittaaminen ja maksimointi

### **Kestävä, kansainvälinen ja ympärivuotinen – matkailun tiekartta**

- Kilpailukykyinen matkailu- ja tapahtumatuotanto
- Matkailun ympärivuotisuus, kansainvälistyminen ja kestävyys

### **Kehittyvä Pori ja sen kärkikohteet – helppo saavuttaa ja sijoittaa**

- Kärkikohteet investorien silmillä – sijoita Poriin
- Helppo tulla, helppo lähteä – tavoitteellinen saavutettavuuden kehitys

### **Pori näkyväksi – yhteinen tekeminen ja viesti**

- Tuloksellista yhteismarkkinointia ja kannustavaa yhteistoimintaa
- Meidän näköinen Pori – yhtenäisellä kaupunkikuvalla hyvä asiakaskokemus

### **Tiekartan onnistumisen mittarit**

# Työssä mukana!

**Matkailun ja tapahtumien tiekarttatyöhön kutsuttiin mukaan useita alueen matkailu- ja tapahtumatoimijoita sekä muita sidosryhmiä:**

- Porin taidemuseo
- Satakunnan museo
- Svenska Kulturfonden i Björneborg
- Ässät
- Pori Jazz
- Porispere
- Porin päivä
- Aito Iskelmäfestivaali
- Porikorttelit ry
- Eventcoast I –hanke, Prizztech
- Satakunnan yrittäjät
- Satakunnan kauppakamari
- Satakunnan ammattikorkeakoulu, Matkailun kehittämiskeskus
- Koivuniemen Herra Muumaa
- Rakastajat-teatteri
- Puuvillan kauppakeskus
- Virkistyshotelli Yyteri
- Yyteri Camping
- Siikaranta Camping
- Seikkailupuisto Huikee
- Ohjelmamestarit
- Kalafornia Golf
- Sokos Hotel Vaakuna
- Scandic Pori
- Noormarkun klubi, A. Ahlström
- Amado Hotels
- Torget Aparthotel
- Villa Mairea
- Porin pyöräilijät
- Charlotta Jokilaiva/Marina Merilokki

**Ohjausryhmä:**

**Työ toteutettiin vuoden 2024 aikana. Konsulttina hankkeessa toimi matkailun kehittämisen asiantuntijatalo Flowhouse Oy tiimeineen ja tiekarttatyön päävastuu oli Porin kaupungin viestintä- ja brändiyksiköllä.**

**Ohjausryhmän kokoonpano:**

- Miikka Raulo, strategi, Flowhouse Oy
- Tiina Lehtonen, brändi- ja kumppanuuspäällikkö, viestintä- ja brändiyksikkö
- Eija Joensuu, tapahtuma-asiantuntija, viestintä- ja brändiyksikkö
- Maria Rasmussen, matkailun asiantuntija, viestintä- ja brändiyksikkö
- Marika Virtanen, markkinoinnin asiantuntija, viestintä- ja brändiyksikkö
- Sari Kivioja, yhdyskuntasuunnittelija, kaupunkikehitys- ja omistajaohjausyksikkö
- Tove Vesterbacka, erityisasiantuntija, Yyteri, kaupunkikehitys- ja omistajaohjausyksikkö
- Toni Haapakoski, infrayksikön päällikkö
- Jyri Träskelin, kulttuuriyksikön päällikkö
- Saila Valkeaniemi, tutkimuspäällikkö, Matkailun kehittämiskeskus, SAMK

# **Porin matkailun ja tapahtumien nykytila**

# Katsaus edellisen matkailun tiekartan 2020–2025 toteutumiseen

## TAVOITTEET

**PORI KIINNOSTAA** Yhdessä viestitty Porin matkailullinen brändi erottautuu kilpailijoista ja kiinnostaa valittuja kohderyhmiä. Palveluiden ostopolku on kunnossa ja kilpailijoista erotutaan selkeillä tuoteteemoilla. Matkailullinen brändi syntyy matkailijan kaikista kohtaamisista alueen matkailuyrityksissä.

**PORI SAAVUTETTAVISSA** Pori on saman päivän aikana saavutettavissa Keski-Euroopasta. Saavutettavuuden kehittämisessä olennaisimpia kokonaisuuksia ovat valtatiet, rautatiet ja lentoyhteydet. Matkaketjut lentokentiltä ja satamista Porin matkailukohteisiin ovat saumattomia ympäri vuoden.

**PORI OSTETTAVISSA** Asiakkaiden on helppo ostaa, saada tietoa ja suositella alueen palveluita. Pori on ostettavissa kaikkialla, niin digitaalisissa ympäristöissä kuin matkanjärjestäjillä.

**YMPÄRIVUOTINEN MATKAILUKOHDE** Sesonkivaihtelun tasaaminen vahvistamalla kesän ulkopuolisia sesonkeja keskittyen erityisesti kärkekohteisiin Yyteriin ja Kirjurinluotoon. Tapahtumatarjonta on ympäri vuoden monipuolinen. Persoonalliset porilaiset palvelut tuovat kasvua kesäkauden ulkopuolelle. Markkinoinnin toimenpiteet brändi- ja kohderyhmätasolla vastaavat ympärivuotisuuden tavoitteisiin ja tukevat alueen myyntiä.

**VETOVOIMAISET JA KEHITTYVÄT KÄRKIKOhteET YYTERI JA KIRJURINLUOTO** ovat ympäri vuoden näkemisen, tekemisen ja kokemisen kohteita. Ne houkuttelevat kävijöitä, uusia investoijia, yrittäjiä ja tapahtumia. Yyteri on helpommin saavutettava yhtenäinen kokonaisuus, jossa on helppo liikkua palvelusta toiseen.

**YHTEISTYÖLLÄ KANNATTAVAA LIIKETOIMINTAA JA UUSIA INVESTOINTEJA** Tiiviin ja luottamuksellisen yritysysteistyön avulla luodaan uusia liiketoimintamahdollisuuksia. Alueen sisäinen ristiinmarkkinointi ja -myynti on tehokasta. Yritysten osaamisvalmiudet kehittää toimintaa yhteistyöverkostoissa ja digiympäristössä ovat korkealla tasolla. Matkailu on yksi seudun tunnustettuja kasvualoja ja houkuttelee investointeja.

## SUURIMMAT ONNISTUMISET

Porin matkailullinen brändi on erottunut vahvasti kilpailijoista kotimaan markkina-alueella. Matkailumarkkinointia on kasvatettu menneellä tiekarttakaudella. Haastavasta korona-ajanjaksosta huolimatta kesällä 2021 oli Porissa mittaushistorian suurimmat yöpymisvuorokaudet. Matkailun kärkekohteita Yyteriä ja Kirjurinluotoa kehitetään systemaattisesti.

Kansainväliset yöpymisvuorokaudet lisääntyivät ja ohittivat koronaa edeltävän tason. Kv-markkinoinnissa on avattu matkanjärjestäjäkontakteja sekä tuotetarjonnalla vaikutettu sesongin pidentämiseen. Visit Porin omien opastusten tuotteistaminen on onnistunut ja yleisökierrosten osallistujamäärät sekä tilauskierrosten määrä on kasvanut. Yleisökierrosten ostettavuus on parantunut. Onnistunut yleisökierrosten kalenterointi eri vuodenaikoihin tukee ympärivuotisuutta.

Visit Pori Oy:n välittämän yksityismajoituksen prosessien kehittäminen ja verkkokaupan uudistaminen paransivat ostettavuutta ja palvelujen digitaalisuutta. Visit Pori Oy:n verkkokauppamyynä on kehittynyt ja monipuolistunut.

Matkailuneuvonnan uudet neuvontapisteet (Yyterin vierailukeskus, Satakunnan Museo) sekä matkailuneuvontapisteet suur tapahtumissa laajensivat matkailuneuvontapalveluiden saatavuutta. Yyterin ohjelmallinen syyslomatapahtuma onnistui ja kesäisin liikennöinyt suora bussiyhteys Yyteriin ja Reposaareen paransi merellisten kohteiden saavutettavuutta.

## TAVOITTEET, JOITA EI SAAVUTETTU

KORONAPANDEMIA HEIKENSI MERKITTÄVÄSTI MATKAILUN KYSYNTÄÄ JA VAIKUTTI TAVOITTEIDEN TOTEUTUMISEEN.

Matkailullinen brändi näkyy vahvana kaupungin omassa tekemisessä, mutta ei kaikissa asiakaspolun vaiheissa. Oma kansainvälinen matkailukonsepti puuttuu.

Alueelta puuttuu keskusvaraamo. Aktiviteettipalvelut ovat heikosti ostettavissa kansainvälisiltä alustoilta. Aktiviteettipalvelujen kv-osaamisessa ja -palvelutarjonnassa on kehitettävää.

Porin saavutettavuus on edelleen heikko erityisesti juna- ja bussiliikenteen osalta. Matkaketjuja on syytä kehittää. Majoituskapasiteetti kaipa vielä kasvua.

## Vahvuudet matkailukaupunkina

Yyteri ja Kirjurinluoto ovat valtakunnallisesti vetovoimaisia kesäkohteita, jotka tarjoavat suunniteltujen infrastruktuurihankkeiden myötä mahdollisuuksia laajentaa liiketoimintaa ympärivuotiseksi.

Kansainvälisten rekisteröityneiden yöpymisten määrä 2024 ylitti kirkkaasti matkailun tiekartassa asetetun tavoitteen.

Kehittämiseen on vahva yhteinen tahtotila. Matkailu- ja palveluverkoston edustajat tuntevat toisensa ja toimivat yhteistyössä, josta esimerkkejä ovat toimivat yhteenliittymät, kuten Yyterin ja Kirjurinluodon yrittäjät sekä muut kumppanit.

Porin ainutlaatuinen ja autenttinen kaupunkiympäristö sekä kansallinen kaupunkipuisto tarjoavat erinomaiset puitteet. Kaupungin koko niin henkinen kuin fyysinenkin kulttuuriperintö, kuten museot, teatterit, tapahtumat, konsertit, matkailureitit avaavat mahdollisuuksia hyödyntää tilaa, jota muilla kasvavilla kaupunkiseuduilla ei ole.

Porin vahvuutena on vetovoimaisuus luontomatkailukohteena niin kotimaisille kuin kv-matkailijoillekin.

**36 741**

KV-rekisteröityneiden  
yöpymisten määrä (2024):  
31,85 % tiekartassa  
asetettua tavoitetasoa  
enemmän

**35,5 %**

Porissa kansainvälisten  
alustojen kautta varattu  
lyhytaikaisen majoittumisen  
ka. kasvuprosentti 2023

## Yhdessä parannettavia kilpailutekijöitä

Porin matkailun menestys pohjautuu kesäkauteen. Kotimaisten rekisteröityneiden yöpymisten määrän osalta ei vuonna 2024 saavutettu matkailun tiekartassa asetettuja tavoitteita. Rekisteröimättömän majoituksen osuuden kasvu on ollut merkittävää.

Porin tunnettuutta on kasvatettava valituilla kansainvälisillä markkinoilla yhdessä alueen matkailutoimijoiden kanssa. Porin matkailumarkkinoinnille on luotava oma kv-konseptinsa.

Vaikka matkailussa on paljon kumppanuuksia, toimijat kaipaavat yhteistyön parempaa koordinoitua ja yhteistä keskustelu- ja tiedonjakamisalustaa.

Matkailupalveluiden digitaalinen ostettavuus erityisesti elämyspalveluiden osalta on melko vaatimatonta ja pirstaleista. Pori ei ole tunnettu vastuullisena matkailualueena, monipuolisista vastuullisesti tuotetuista palveluista tai vastuullisista yrityksistä.

Porin ulkoinen saavutettavuus on edelleen heikko erityisesti juna- ja bussiliikenteen osalta, mikä vaikeuttaa kaupungin vetovoiman kasvattamista.

**334 334**

Kokonaisyöpymis-  
vuorokaudet Porissa 2024:  
74 % rekisteröidyissä  
majoitusliikkeissä  
ja 26 %  
rekisteröimättömässä  
majoituksessa

**44,62 %**

Kesäsesongin  
(kesä-elokuu) osuus  
koko vuoden  
rekisteröityneistä  
yöpymisistä (2024)

**7**

Seitsemällä  
yrityksellä oli  
vuonna 2024  
Sustainable Travel  
Finland -merkki

# Katsaus edellisen tapahtumien tiekartan 2020–2025 toteutumiseen

## TAVOITTEET

### **SUURTEN HOUKUTUSTEN KAUPUNKI JA AINA VALMIINA KILPAILUUN**

Pori on kilpailukykyinen, kiinnostava ja houkutteleva tapahtumakaupunki kaikille järjestäjille.

### **TAITOA JA TAHTOA TARVITAAN**

Vahvat tapahtumajärjestämisen perinteet omaava Pori on tunnettu tapahtumistaan. Kaupungin sisäinen tapahtumatoiminta on koordinoitua ja tieto kulkee. Pori mahdollistaa erilaisten tapahtumien sijoittumisen kaupunkiin ja on haluttu kumppani tuotannoille.

### **PORI ON KESÄTAPAHTUMIEN PÄÄKAUPUNKI – YMPÄRIVUOTISUUS KASVUUN**

Uniikki ja rouhea Pori julistautuu kesätapahtumien pääkaupungiksi. Pori tarvitsee monipuolisia ja ympärivuotisuutta tukevia uusia tapahtumia. Avaamme ovet pienille ja suurille uusille tapahtumille.

### **SYDÄN SYKKII PAIKALLISILLE PERINTEILLE – ANNETAAN NIILLE RAKKAUTTA**

Pori tukee olemassa olevien tapahtumien hyvinvointia ja onnistumista tulevaisuudessakin.

## SUURIMMAT ONNISTUMISET

Tapahtumallisuuden huomiointi ja kehittäminen on edennyt toimialarajat ylittävällä yhteistyöllä kaupungin sisällä.

Tapahtumia tukevaa majoituskapasiteettia on kasvatettu muun muassa Kirjurinluodon leiriytymisalueen vakiintumisella ja kehittämisellä.

Porissa on kehitetty tapahtumakumppanuusmalli, strategiset tapahtumakumppanuudet, merkittävien tapahtumajärjestäjien kanssa. Kesätapahtumien määrä on kasvanut esimerkiksi Kirjurinluodon alueella. Tapahtumallisuutta on edistetty kaupungissa lisäksi hankkeiden (Eventcoast I ja Eventcoast II) avulla.

Tapahtuma-avustuksia myönnetään suunnitellusti.

## TAVOITTEET, JOITA EI SAAVUTETTU

TIEKARTTAKAUDELLA KORONAPANDEMIA HEIKENSI MERKITTÄVÄSTI TAPAHTUMIEN KYSYNTÄÄ JA VAIKUTTI TAVOITTEIDEN TOTEUTUMISEEN.

Kaupungista puuttuu yhä suurten tapahtumien järjestämiseen soveltuva korkealaatuinen sisätila (vrt. Jyväskylän Paviljonki tai Turun Logomo). Tämän vuoksi suuria osallistujamääriä houkuttelevia tapahtumia on vaikea saada Poriin kesäkauden ulkopuolella, sillä sopivaa paikkaa niiden järjestämiseen ei ole. Ympärivuotisen liiketoiminnan kehittämisen rajalliset mahdollisuudet ovat vaikuttaneet osaltaan tapahtuma-alan yritysten heikkenevään taloustilanteeseen.

Asetetuista tavoitteista tapahtumien aluetaloudellisen vaikuttavuuden mittaaminen ja siihen liittyvän toimintamallin kehittäminen ei onnistunut. Samoin uusien ja vaihtoehtoisten tapahtumatilojen ja -alueiden vuokramalli matalalla kynnyksellä ja asiantuntijatapahtumien hankinnan konsepti vaativat vielä kehitystyötä.

## Vahvuudet tapahtumakaupunkina

Porissa on vahvat tapahtumajärjestämisen perinteet. Porilla on erinomainen maine tapahtumakaupunkina, ja strategiset tapahtumakumppanuudet tukevat erityisesti Poriin juurtuneita suur tapahtumia. Visit Pori on onnistuneesti edistänyt tapahtumallisuutta kaupungin sisällä. Kehittämiseen on vahva yhteinen tahtotila.

Porissa on hedelmälliset mahdollisuudet pilotoida ja toteuttaa pienimuotoisia ruohonjuuritason tapahtuma(konsepteja). Toimijaverkostot ovat helposti löydettävissä, kaupungissa on monipuolinen ja monilla tavoin saavutettava pientapahtumainfra sekä helposti saatavilla ohjausta ja tukea järjestämiseen niin kaupungin kuin kolmannen sektorin toimijoilta.

Kaupunki toimii saumattomasti ja yhteistyökykyisesti tapahtumajärjestäjien kanssa, ja kaupungissa on toimiva viranomaisyhteistyö tapahtumallisuuden ympärillä.

Porin keskusta ja tapahtumia tukevat palvelut ovat lähellä päätapahtuma-alueita, ja myös tapahtumatilat sijaitsevat lähellä toisiaan.

**4**

Strategiset tapahtuma-  
kumppanuudet 2024

**61 000**

Strategisten  
tapahtumakumppanien  
tapahtumien kävijämäärä  
2024

## Yhdessä parannettavia kilpailutekijöitä

Kaupunkiin tarvitaan ympärivuotisesti suur tapahtumien järjestämiseen soveltuva monitoimitila.

Majoituskapasiteetti ei riitä vastaamaan tarpeeseen suurten tapahtumien aikana.

Alueella tarvitaan roolien selkeyttämistä ja vuoropuhelun tiivistämistä matkailutoimijoiden sekä kulttuuri- ja tapahtuma-alan välillä.

On tärkeää osallistaa laajemmin eri toimijoita ja kehittää yhteistä tilannekuvaa sekä ennakointia matkailu- ja tapahtumatoimialan tunnusluvuista, jotka esitetään selkeästi ja kiinnostavassa muodossa.

Porin saavutettavuus on edelleen heikko erityisesti juna- ja bussiliikenteen osalta, mikä vaikeuttaa tapahtumiin saapumista.

**1**

Suur tapahtumille riittävää  
sisätilaa, jossa tasalattia  
6000 m<sup>2</sup>

**1 679**

Rekisteröity  
vuodekapasiteetti  
Porissa 2023

**Millaisessa tulevaisuuden  
toimintaympäristössä Porin  
tulee olla kilpailukykyinen?**

# Matkailun trendit ja muuttuva toimintaympäristö

Mihin tulevaisuuden kilpailuun ja toimintaympäristöön tulee reagoida ja miten?

Matkakohteissa Suomessa ja kansainvälisesti toteutetaan merkittäviä kasvuinvestointeja. Kilpailu matkailijoista ja tapahtumista kiristyy.

Kasvatetaan Porin vetovoimaa uusien investointien avulla. Kehitetään pitkäjänteisesti matkailua tukevaa julkista infraa ja toimintaympäristöä. Toteutetaan Porin brändimarkkinointia kilpailukykyisin resurssein.

Matkojen itsenäinen suunnittelu ja digitaalinen ostaminen lisääntyy. Tekoälyn rooli sisällöntuotannossa, myynnissä ja asiakaspalvelussa kasvaa.

Parannetaan Porin matkailupalveluiden digitaalista löydettävyyttä ja ostettavuutta. Hyödynnetään tekoälyä asiakaspalvelussa ja markkinoinnissa (mm. personoidut suosittelut ja palvelujen räätälöinti). Toteutetaan älykkäitä, monikielisiä virtuaaliavustajia tukemaan matkailijoiden tarpeita ja parantamaan asiakaskokemusta.

Kansainvälinen matkailu Suomeen kasvaa, mutta geopoliittiset riskit ja taloudelliset muutokset voivat vaikuttaa nopeastikin kasvuun ja matkailijoiden valintoihin.

Edistetään yhteistyössä alueen toimijoiden kv-valmiuksia ja Porin tunnettua valituilla kv-markkinoilla, mutta samanaikaisesti varmistetaan Porin kilpailukyky kotimaan matkailussa.

Vastuullisuus ja ympäristöystävällisyys ovat keskeisiä matkailijoiden ja tapahtumaosallistujien päätöksissä. Kestävyyden painotus ja vastuullisuussertifikaatit ovat tärkeitä kilpailuvaltteja.

Vahvistetaan Porin kestävän matkailun käytäntöjä ja edistetään vastuullisuussertifikaattien käyttöönottoa yrityksissä sekä korostetaan vastuullisuustyötä markkinoinnissa. Huomioidaan kestävyys kärkekohteiden infran kehittämisessä ja kommunikoidaan tämä aktiivisesti matkailijoille.

# Tapahtumien trendit ja muuttuva toimintaympäristö

Mihin tulevaisuuden kilpailuun ja toimintaympäristöön tulee reagoida ja miten?

Tapahtumista tulee yhä tärkeämpi työkalu kaupunkien ja alueiden elinvoiman lisäämisessä. Tapahtumia käytetään usein kaupunkien imagon kehittämiseen ja matkailun edistämiseen.

Vahvistetaan uusien, eri vuodenajoille sijoittuvien vetovoimaisten tapahtumien houkuttelua Poriin. Tuetaan olemassa olevien tapahtumien hyvinvointia ja onnistumista tulevaisuudessakin. Madalletaan kynnystä kokeilu-, pop-up- ja mikrotapahtumien järjestämiseen.

Tapahtumajärjestäjät analysoivat yhä enemmän dataa ennakoidakseen yleisöjen käyttäytymistä, optimoidakseen tapahtumakokemusta ja kohdentaakseen markkinointia. Yleisöt odottavat yhä personoidumpia kokemuksia. Datan avulla voidaan luoda yksilöllisiä tapahtumakokemuksia.

Kehitetään yhteistä tapahtumakokemuksen analytiikkaa. Tunnistetaan dataan pohjautuen potentiaalisia tapahtumakonsepteja (esim. eri yleisöryhmille suunnatut erikoistuneet tapahtumat, kuten wellness-, luonto- tai kulttuuritapahtumat).

Musiikki-, urheilu- ja kulttuurimatkailu ovat kasvavia matkailun vetovoimatekijöitä. Konsertit, urheilutapahtumat ja festivaalit houkuttelevat matkailijoita ympäri vuoden.

Pori on jo tunnettu kesän musiikkitapahtumistaan. Edistetään aktiivisesti ison tapahtumatilan rakentumista mahdollistamaan tapahtumien kasvu ympärivuotisesti. Innostetaan laajasti toimijoita luomaan tapahtumien aikaan rikastavaa elämystarjontaa. Tämä lisää tapahtumien vaikuttavuutta ja mahdollistaa kokonaisvaltaisia elämyksiä tapahtumavieraille.

Vastuullinen ja turvallinen tapahtumallisuus sujuvine prosesseineen on tapahtumavieraiden ja tapahtumajärjestäjien odotusarvo.

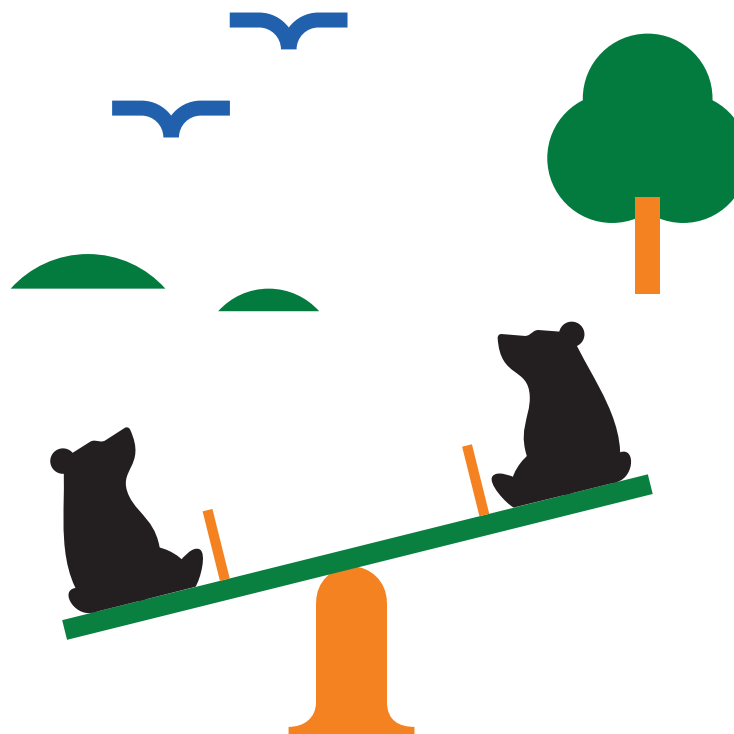
Helpotetaan tapahtumien järjestämistä kaikissa vaiheissa yhtenäistämällä ja tehostamalla prosesseja kaupungin eri yksiköissä. Edistetään vastuullisuustoimenpiteitä ja viestintää sidosryhmäyhteistyöllä.

# Matkailun yhteismarkkinoinnin tunnistetut kohderyhmät



## 1. Ympäristötietoinen lifestyle-aikuinen

Hyvin toimeentuleva, aitoja matkakohteita arvostava aikuinen, joka matkustaa yksin tai yhdessä ilman lapsia. Hän hakee kiireetöntä yhdessäoloa, kaupunkikulttuuria ja luontokokemuksia, usein tietyn syyn, kuten harrastuksen tai tapahtuman, vuoksi. Haasteena on Porin tunnettuuden lisääminen tapahtumien ulkopuolella ja palvelutarjonnan kehittäminen kokonaisuuksiksi. Pori tarjoaa monipuolista tekemistä usealle päivälle, lähiluontoa ja kulttuuria. Viestinnän tavoitteena on inspiroida ja välittää Porin lupaus on laadukas kaupunkiloma kiireettömässä ympäristössä, jossa yhdistyvät hyvinvointi ja kulttuurielämykset.



## 2. Lapsiperheet

Perheet, joissa aikuiset arvostavat kulttuuria ja luontokokemuksia, etsivät yhteistä aikaa ja elämyksiä lapsille. Haasteena on lapsiperheille suunnatun tarjonnan löydettävyyys digitaalisissa kanavissa ja maksuttomien palveluiden tuotteistaminen. Pori tarjoaa helposti saavutettavia aktiviteetteja niin sisällä kuin ulkona – Yyteri, Kirjurinluoto, leikkipuistot, museot ja seikkailupuistot houkuttelevat koko perhettä. Viestinnällä pyritään pidentämään viipymää ja auttamaan matkan suunnittelussa. Porin lupaus on kokemuksellinen, budjettiystävällinen loma, jossa perhe voi nauttia kulttuurista, seikkailuista ja hyvinvoinnista yhdessä.



## 3. Kotimaiset kokous- ja työhyvinvointiryhmät

Lähialueilta (Tampere, Turku, Vaasa, pääkaupunkiseutu) saapuvat pienryhmät etsivät elämyksellistä kokous-, koulutus- tai työhyvinvointipäivää. He arvostavat yhteisöllisyyttä, verkostoitumista ja hyvinvointia. Haasteena on suurten yritys- ja kokoustapahtumien vaatiman sisätilan puute. Pori tarjoaa laadukkaan, elämyksellisen tapahtumaympäristön ja vahvan tuotanto-osaamisen. Viestinnässä korostuvat helppous, luotettavuus, räätälöitävyys ja elämyksellisyys. Porin lupaus on sujuva ja vaivaton kokous- ja tapahtumakaupunki, jossa järjestelyt hoituvat luotettavasti ja tehokkaasti.



## 4. Eurooppalaiset luontonautiskelijat ja aktiiviset seikkailijat

Hyvin toimeentulevat, paljon matkustaneet pariskunnat (+50 v) sekä nuoret aikuiset (25–34 v) arvostavat aitoja matkakohteita, luonnonrauhaa ja turvallisuutta. He etsivät aktiivista toimintalomaa rannikkoalueella, jossa voi nauttia luonnosta, kalastuksesta, marjastuksesta, yöttömästä yöstä sekä paikalliskulttuurista. Haasteena on Porin tunnettuuden kasvattaminen kohdemarkkinoilla. Pori tarjoaa helposti saavutettavia aktiviteetteja merellisessä luonnonympäristössä, paikalliskulttuuria ja designia. Porin lupaus on kiireetön luonnonläheinen kokemus, jossa yhdistyvät rauhoittuminen ja aktiivinen tekeminen kauniissa rannikkomaisemissa.

2025–2030

# PORIN MATKAILUN JA TAPAHTUMIEN TIEKARTTA

**Kasvuinvestoinnit  
ja kirstyvä kilpailu**

**Vastuullisuus, ympäristö-  
ystävällisyys ja turvallisuus**

**Tapahtumat elinvoi-  
maisuden lisääjinä**

**Digitalisuus  
ja tekoäly**

**Kansainvälinen  
kasvu**

**Personoidumpi  
tapahtumakokemus**

**Tiedolla  
johtaminen**

TRENDIT

TEEMAT

**Rakastu monipuoliseen  
tapahtumakaupunki Poriin**



**Kestävä, kansainvälinen ja ympäri-  
vuotinen matkailu-destinaatio Pori**



**Kehittyvä Pori ja sen kärkikohteet –  
helppo saavuttaa ja sijoittaa**



**Pori näkyväksi – yhteinen tekeminen  
ja viesti**



TEEMAT

TAVOITTEET

**Tapahtumateollisuuden kehittäminen**

Tehostetuilla prosesseilla mahdollistetaan kannattavien ja vastuullisten tapahtumien järjestäminen ympäri vuoden.

**Isojen tapahtumien vaikutusten mittaaminen  
ja maksimointi**

Kärkitapahtumien tuoman kävijämäärän aiempaa tehokkaampi hyödyntäminen ja isojen tapahtumien vaikutusten systemaattinen mittaaminen ja analysointi.

**Kilpailukykyinen matkailu-destinaatio**

Pori on ympäri vuoden vetovoimainen kulttuuri- ja luontomatkailukohde, jonka palvelut ovat digitaalisesti ostettavissa.

**Matkailun ympärivuotisuus, kansainvälis-  
tyminen ja kestävyys**

Kansainvälinen kasvu saavutettavana ja ympäri-  
vuotisena matkakohteena vastuullisuutta painottaen.

**Kärkikohteet investorien silmin –  
sijoita Poriin**

Kärkikohdeyhteistyön vahvistaminen ja uusien käyttömahdollisuuksien kehittäminen investointien avulla.

**Helppo tulla, helppo lähteä – tavoitteellinen  
saavutettavuuden kehitys**

Julkisen liikenteen ja muiden liikkumiskäytösten sujuvoittaminen Porin matkailukohteisiin.

**Tuloksellista yhteismarkkinointia ja  
kannustavaa yhteistoimintaa**

Tuemme avoimeen vuoropuheluun perustuvaa kumppanuutta sekä innovatiivista ja erottuvaa markkinointia.

**Meidän näköinen Pori – yhtenäisellä  
kaupunkikuvalla hyvä asiakaskokemus**

Vetovoimaisena ja yhtenäisenä kokonaisuutena näyttäytyminen ja erottautuminen niin kotimaassa kuin kansainvälisesti.

TAVOITTEET

A vibrant concert scene with a DJ performing on a stage illuminated by bright purple and white lights. In the foreground, the silhouettes of a large crowd are visible, with one person in the center pointing their finger towards the stage. A black circular graphic element is positioned on the left side of the stage area.

# Rakastu monipuoliseen Poriin – tapahtumien tiekartta

# Tapahtumallisuuden kehittäminen

## Tavoitteet

Porissa on selkeät ja sujuvat prosessit, jotka tukevat kannattavaa tapahtumajärjestämistä. Tavoitteena on helpottaa tapahtumien järjestämistä kaikissa vaiheissa yhtenäistämällä ja tehostamalla prosesseja.

Tapahtumajärjestäjät tuottavat ympäri vuoden asukkaille ja matkailijoille kiinnostavia uusia tapahtumia. Kaupunki toimii mahdollistajana, madaltaen tapahtumien järjestämisen kynnystä ja edistäen avointa vuoropuhelua toimijoiden kesken.

Pori on kehittynyt vastuullisen tapahtumajärjestämisen mahdollistajana ja tarjoaa ainutlaatuisen kokonaisuuden erilaisia tiloja ja konsepteja tapahtumajärjestäjille.

Pori tukee tapahtumallisuuden kehitystä suunnitelmallisesti muiden kunnallisten toimijoiden sekä ulkopuolisten sidosryhmien kanssa.

Majoituskapasiteetin kasvattaminen ja moninaistuminen.

## Toimenpiteet

### Tapahtumahankinnan konseptointi

- Rakennetaan prioriteetit sille, minkälaisia tapahtumia haetaan sijoittuvaksi, ja luodaan prosessit ja materiaalit hankinnan tueksi.
- Tapahtumahankintaan tavoitellaan omaa vuosittaista budjettia, jonka raameissa voidaan operoida.
- Tiiviimpi yhteistyö tapahtumajärjestäjien / eri organisaatioiden kesken tapahtumahauissa. Myös sisäistä yhteistyötä kaupungin eri yksiköiden välillä tiivistetään esimerkiksi liikunta-, urheilu- ja kulttuuritapahtumien hankinnan näkökulmasta.
- Kansallinen yhteistyö ns. kiertävien tapahtumien osalta.
- Kokoustapahtumien kasvun tukeminen ja sopivien tilojen aktiivinen markkinointi sidosryhmille.

### Tapahtumajärjestämisen tukiprosessien kehittäminen

- Kaikessa kaupungin tekemisessä huomioidaan tapahtumallisuus. Kaikki toimialat tekevät työtä tapahtumallisuuden eteen. Koko kaupunki on yksi iso venue, ja asenneilmapiiri muuttuu entistä tapahtumamyönteisemmäksi.
- Palvelulupaus tapahtumajärjestäjille myös loma-aikoina.
- Ylläpidetään toimivaa avustusmallia, jossa rahoitus riittää ympärivuotiseen kehittämiseen.
- Hankemaailman mahdollisuudet ja yhteistyön tiivistäminen tapahtumallisuuden edistämisen näkökulmasta.
- Edistetään Porin joukkoliikenteen ja tapahtumajärjestäjien yhteistyötä esim. Waltti-sovelluksen ja tapahtumalippujen yhteensovittamisella.

### Suuri sisätila mahdollistamaan ympärivuotisuuden kasvua

- Ulkopuolisten yhteistyökumppaneiden ja isojen tapahtumajärjestäjien aktivointi uuden monitoimitilan puolestapuhujiksi.
- Mahdollistetaan tila, jossa on riittävästi tasalatti tilaa suuria tapahtumia varten.

### Tapahtumakalenterin kehittäminen

- Parannetaan tavoitteellisesti kaupungin tapahtumakalenterin käytettävyyttä ja ajantasaisuutta. Tapahtumakalenterin helppoutta käyttäjälle ja tapahtumajärjestäjien mahdollisuuksia hyödyntää tapahtumadataa parannetaan.
- Kehitetään palautteiden keräämistä tapahtumajärjestäjiltä tapahtumakalenterin kautta.

### Turvallisen ja vastuullisen tapahtumallisuuden edistäminen

- Kehitetään tapahtumien vastuullisuusohjeistusta verkkosivuilla ja vastuullisuustoimenpiteiden edistämistä sidosryhmäyhteistyöllä (esim. hankkeet, tapahtumien kannustimet vastuullisuussertifikaattien hankintaan).

### Kokeilu-, pop-up- ja mikrotapahtumien mahdollistaminen

- Rakennetaan toimintaohje ja prosessit, jotta pienten ja kokeellisten tapahtumien järjestäminen matalalla kynnyksellä onnistuu helposti.
- Tehdään tapahtumajärjestäminen helpoksi ja mahdollistetaan alueita ja tiloja matalalla kynnyksellä käyttöön. Asukas/matkailija/tapahtumajärjestäjä löytää helposti tapahtumallisuuden tilat ja ne ovat myös helposti käyttöön otettavissa matalalla lupakynnyksellä.

# Isojen tapahtumien vaikutusten mittaaminen ja maksimointi

## Tavoitteet

Olemassa olevien isojen tapahtumien aluetaloudellisten vaikutusten mittaaminen säännöllisesti.

Vahvistaa isoimpien tapahtumien vaikutusta sekä ajallisesti että maantieteellisesti. Käytetään hyväksi kärkitapahtumien tuoma kävijämäärä maksimaalisesti ja rohkaistaan pienempiä tapahtumia ja toimijoita aktivoitumaan näinä ajankohtina relevantilla alueella.

Isojen tapahtumien kävijä viettää ylimääräisen päivän Porissa helpon liikkumisen ja kiinnostavan tarjonnan ansiosta. Isoa tapahtumaa varten Poriin tulevan matkailijan alueelle jättämä rahamäärä kasvaa. Tiedottamista ja yritysten aktivointia tapahtuma-aikaan parannetaan, jotta yritykset ovat entistä aktiivisempia ja paremmin valmistautuneita.

## Toimenpiteet

### **Tapahtumien alueellisen vaikuttavuuden todentaminen ja viestiminen**

- Tapahtumien aluetaloudellisen vaikuttavuuden mittaaminen säännöllisesti. Mittauksilla tuotetun tiedon tulee olla jatkuvaluonteista, kehityskulkuja ennakoivaa ja kehittämistä tukevaa, ja se tulee kytkeä entistä tiiviimmäksi osaksi johtamista ja päätöksentekoa. Onnistuminen tarkoittaa strategisten tapahtumakumppaneiden sitoutumista toimenpiteeseen.
- Tapahtumien vaikuttavuusmittarien kehittäminen niin, että huomioidaan laaja-alaisesti tapahtumien taloudellinen, sosiaalinen ja ympäristöllinen vaikuttavuus. Tapahtumilla on suoraan ja välillisesti iso taloudellinen, sosiaalinen ja kulttuurinen vaikutus, joka tuottaa Poriin pitovoimaa ja elinvoimaa.
- Tapahtumareferenssien parempi hyödyntäminen.
- Tapahtumatiedon aktiivinen ja visuaalisesti korkeatasoinen viestiminen alueen matkailuyrityksiin ja tapahtumajärjestäjille.

### **Tapahtumien vaikuttavuuden kasvu yhteistyöllä**

- Kannustimet pienemmille tapahtumille ja toimijoille aktivoitua isojen tapahtumien aikana maksimaalisesti - tavoitteena kasvattaa matkailijan alueelle jättämää rahamäärää.
- Määritellään, kuinka kaupunki hyödyntää isoja tapahtumia viestinnällisesti, mm. Porin näkyvyys niissä entistä suunnitelmallisemmaksi.
- Isojen tapahtumatilojen ja -alueiden infran ylläpitäminen ja kehittäminen nykyvaatimusten mukaisesti.



**Kestävä, kansainvälinen ja  
ympäriverotinen – matkailun tiekartta**

# Kilpailukykyinen matkailudestinationaatio

## Tavoitteet

Pori on vetovoimainen ja kilpailukykyinen matkailukohde. Alueen matkailupalvelutarjonta on houkuttelevaa ja monipuolista. Pori on digitaalisesti ostettava ja tiedolla johdettu matkailudestinationaatio.

Visit Porin matkailukumppanuudet luovat lisäarvoa matkailutoimijoille. Porilla on vahva rooli valtakunnallisissa ja paikallisissa matkailun kehittämis- ja yhteistyöverkostoissa. Matkailuneuvontakonseptin edelleen kehittäminen ja kylmäpisteet tärkeissä asiakasvirtojen solmukohdissa (esim. matkakeskus, Puuvillan kauppakeskus) parantavat vierailijakokemusta.

Luontomatkailupalveluiden kehittäminen ja markkinointi on tavoitteellista. Pori on valituille kansainvälisille kohdemarkkinoille houkutteleva luontomatkailukohde. Verkostoyhteistyöllä on luotu toimivia ympärivuotisia luontomatkailupalveluita.

Kulttuurimatkailupalveluiden kehittäminen ja markkinointi on tavoitteellista. Kulttuurikohteita on mukana valtakunnallisissa ja kansainvälisissä matkailureiteissä. Alueen monipuoliset kulttuurimatkailupalvelut ovat helposti saavutettavissa. Porissa on aktiivinen kulttuurimatkailun kehittämis- ja yhteistyöverkosto.

## Toimenpiteet

### Pori on vetovoimainen ja kilpailukykyinen matkailukohde

- Edistetään monipuolisen matkailupalvelutarjonnan kehittämistä kotimaisille ja kansainvälisille kohderyhmille; mm. yleisökierrokset, ryhmät, kiertomatkat.
- Matkailun digitiekartan kehittäminen ja käyttöönotto.
- Edistetään alueen digitaalista ostettavuutta ja Visit Finlandin DataHub-alustan hyödyntämistä.
- Uuden matkailukumppanuusmallin luominen sekä käyttöönotto.
- Aktiivinen toiminta kehittämis- ja yhteistyöverkostoissa.
- Suunnitelma ja toteutus matkailuneuvonnan kylmäpisteistä.
- Matkailuneuvontojen sisältöjen kehittäminen ja laadun varmistaminen.

### Luontomatkailupalveluiden kehittäminen

- Aktiivinen mukanaolo toimenpiteissä, jotka edistävät Metsähallituksen Luontoon-palvelun käyttöönottoa ja hyödyntämistä.
- Edistetään laadukasta infran kehittämistä ja esteettömien luontokohteiden kartoitusta sekä kehitetään niiden markkinointia.
- Luodaan kv-luontomatkailua tukevia markkinointi- ja viestintämateriaaleja.
- Kehitetään alueen opasteita ja karttoja.
- Markkinoidaan Selkämeren kansallispuistoa ja kansallista kaupunkipuistoa luontomatkailukohteina.
- Luontomatkailuun liittyviin hankkeisiin osallistuminen, koulutukset ja yhteistyöfooromit.

### Kulttuurimatkailupalveluiden kehittäminen

- Kaupunkikeskustan matkailuprofiilin vahvistaminen kulttuurimatkailukohteena.
- Teollisen kulttuurimatkailun ja arkkitehtuurimatkailun alueellisen kehittämisen tukeminen.
- Toimitaan aktiivisesti kaupungin sisäisissä, valtakunnallisissa ja kansainvälisissä verkostoissa ja reiteissä.
- Tuotteistamiskoulutukset ja alueellisen yhteistyön sekä digitaalisen ostettavuuden edistäminen.

# Matkailun ympärivuotisuus, kansainvälistyminen ja kestävyys

## Tavoitteet

Pori hakee kasvua valituilta kansainvälisiltä kohdemarkkina-alueilta kehittämällä ympärivuotisuutta, palveluiden saavutettavuutta ja kestäväen kehityksen periaatteita.

Kansainvälisen matkailun kasvua haetaan matkailuyritysten kansainvälisyysvalmiuksia kehittämällä sekä Porin tunnettavuuden lisäämisellä. Pori on ostettavissa digitaalisesti online -myyntikanavista, kotimaisilta ja kansainvälisiltä matkanjärjestäjiltä sekä OTA-kanavista.

Matkailun ympärivuotisuus luo kasvua ja kannattavuutta Porille. Pori ja matkailun kärkikohde Yyteri ovat vetovoimaisia matkakohteita ympärivuotisesti. Tuote- ja palvelutarjonta on monipuolista myös kesäkauden ulkopuolella.

Kasvavalla osalla alueen matkailuyrityksistä on jokin vastuullisuussertifikaatti ja Sustainable Travel Finland –merkki. Pori on Sustainable Travel Finland -destinaatio. Vastuullisuusviestintä on kiinteä osa matkailuviestintää.

## Toimenpiteet

### Tavoitteellinen kansainvälistyminen yhteistyöllä

- Osallistuminen kansainvälisyyttä tukevien organisaatioiden sekä kehittämis- ja yhteistyöverkostojen toimintaan (esim. kaupunkiverkostot, Visit Finland, Nordic Marketing Oy, SuMaMa Oy).
- Kansainvälisen matkailumarkkinointikonseptin ja kansainvälisyysviestinnän kehittäminen.
- Kansainvälisten yhteismarkkinointikampanjoiden toteuttaminen muiden kaupunkien ja kumppaniyritysten kanssa.
- Osallistuminen kansainvälisiin myyntitapahtumiin.
- Kv-markkinoille soveltuvien tuotteiden ja kiertomatkojen tuottaminen.
- Yrityksille järjestettävät kansainvälistymiskoulutukset ja -infot.
- Matkanjärjestäjien tutustumismatkojen tuominen alueelle yhdessä yritysten kanssa.
- Digitaalisen ostettavuuden kehittäminen.

### Ympärivuotisuudesta kasvua

- Laaditaan suunnitelma ympärivuotisuuden edistämisestä yhteistyössä Yyterin alueen toimijoiden kanssa palvelut, tapahtumat jne. eri sesongit huomioiden.
- Yyterin vierailukeskuksen ympärivuotisen toiminnan kehittäminen.
- Kulttuurimatkailun ympärivuotisuuden kehittäminen yhteisillä markkinointitoimenpiteillä.
- Ruokamatkailun edistäminen ja huomioiminen tuotteistamisessa.

### Vastuullinen matkailualue

- Yrityksille suunnattujen vastuullisuuskoulutusten ja –infojen jatkaminen yhteistyössä alueen kehittäjätahojen kanssa.
- Visit Porin oman vastuullisen matkailun toimintasuunnitelman toteuttaminen.
- Matkailukohteiden paremman saavutettavuuden kehittäminen julkisen liikenteen osalta.
- Pyörämatkailun ja pyörien vuokrausmahdollisuuksien edistäminen.

# Kehittyvä Pori ja sen kärkikohteet – helppo saapua ja sijoittaa



# Kärkikohteet investoreiden silmillä - sijoita Poriin

## Tavoitteet

Porin matkailun ja kaupunkikehityksen kärkikohteita ovat Yyteri ja muu merellinen Pori, Kirjurinluoto, keskusta ja Isomäen alue. Tämän lisäksi merkittävä matkailun vetovoimakohde Porissa on Ahlströmin ruukkialue, joka kehittyy omalta osaltaan tulevaisuudessa. Kärkikohteet ja niiden kehittäminen ovat osa Porin kasvutarinaa.

Kärkikohteita kehitetään osana isoa kontekstia, kohteille luoduilla omilla kasvu- ja kehittämisohjelmilla sekä yleissuunnitelmilla. Kärkikohteiden kehittämisen pohjalla on tieto, jota kerätään, analysoidaan ja visualisoidaan systemaattisesti. Kärkikohteiden hyvä suunnitelmavalmius vahvistaa tehokasta ja oikea-aikaista kehittämistyötä.

Kärkikohteiden vahvistaminen uusien investointien avulla on keskeinen tavoite. Investointiprosessien tulee olla sujuvia ja selkeitä. Matkailu- ja tapahtumaedellytyksiä mukaan lukien saavutettavuutta kasvattavien investointien tulisi keskittyä erityisesti kärkikohteisiin.

Näiden alueiden ympärivuotisuuden edistäminen on tärkeä tavoite, joka auttaa houkuttelemaan asiakkaita vuoden ympäri. Kun kohteiden käyttömahdollisuudet kasvavat ympärivuotisuuden edistämisen johdosta, Porin majoituskapasiteetti kasvaa yhdessä kysynnän kanssa välttäen yli- ja alitarjonnan tuomat haasteet.

Kärkikohteissa matkailu- ja tapahtumainfran kunnossapitoa ja parantamista korostetaan. Se lisää myös asukkaiden mahdollisuuksia hyödyntää entistä paremmin kärkikohteita virkistystoimintaan ympärivuotisesti. Vastuullisuus ja kestävä kehitys toimii pohjana kaikelle kehittämistyölle matkailun kärkikohteissa.

## Toimenpiteet

### Uusia investointeja kärkikohteisiin

- Benchmark investointikohteiden myynnistä ja markkinoinnista sekä toimintamallin kehittäminen kärkikohteiden investointihauille.
- Kärkikohteiden visualisointi investoreille esiteltävään ja houkuttelevaan muotoon sekä pitchdeck-materiaalit
- Kärkikohteiden alueiden aktiivinen myynti ja markkinointi potentiaalisille investoreille.
- Faktapohjaisen tietopaketin kehittäminen edunvalvojille.

### Kehittämissuunnitelmien mukainen toiminta kärkikohteissa

- Kärkikohteita kehitetään olemassa olevien kasvu- ja kehittämisohjelmien mukaisesti niin palveluiden kuin infran osalta.
- Kärkikohteissa järjestettävien tapahtumien ja eri alueiden välisten synergiaetujen vahvistaminen, huomioiden kaupungin, yrittäjäyhteistyön ja Porikorttelien roolit.
- Nykyisten majoitustoimijoiden kasvupotentiaalin kartoitus ja mahdollistaminen.
- Visit Pori Oy:n välittämän suurtapahtuma-aikaisen yksityismajoituksen tulevaisuuden arviointi.
- Tapahtumafasiliteettien ja julkisten tilojen esteettömyyden sekä turvallisuuden parantaminen.
- Matkailun ja kaupunkikehityksen kärkikohteiden kohdejohtajien yhteistyön tiivistäminen johdonmukaisen kehittämisen tehostamiseksi.
- Tapahtumainfran kunnossapito ja parantaminen erityisesti Kirjurinluodossa.

### Tiedolla johtaminen keskiöön

- Kärkikohteiden kävijäseurantaa tehdään systemaattisesti ja tiedon visualisointia kehitetään.
- Kerättyä tietoa jaetaan aktiivisesti niin päätöksentekijöille kuin alueen yrityksiin sekä potentiaalisille investoreille.
- Asiakastutkimuksia (matkailijoille ja asukkaille) toteutetaan systemaattisesti erityisesti Yyterissä ja Kirjurinluodossa.

# Helppo tulla, helppo lähteä – tavoitteellinen saavutettavuuden kehitys

## Tavoitteet

Pori on helposti saavutettavissa julkisella liikenteellä erityisesti suurten tapahtumien aikana. Kestäviä liikkumISRatkaisuja kehitetään ja ne palvelevat niin kotimaisia kuin kansainvälisiä matkailijoita sekä paikallisia asukkaita.

Matkailun kärkikohteet ovat vaivattomasti tavoitettavissa julkisella liikenteellä. Matkakaketjut lentokentältä ja matkakeskuksesta alueen majoituskohteisiin toimivat sujuvasti. Liikkumisen suunnittelu on yhdistetty matkakohteen ja matkailijapalveluiden kehittämiseen: informaatio on helposti löydettävissä ja palvelut ostettavissa. Matkailijan kokemus liikkumisesta vastuullisesti Porissa on helppo ja yksinkertainen.

Julkisen liikenteen kehittäminen sekä pyöräily- ja kävelyreitit edistävät vastuullisuustavoitteita merkittävästi.

## Toimenpiteet

### Poriin on helppo tulla

- Osallistutaan raide- ja lentoliikenteen edunvalvontaan tuottamalla matkailu- ja tapahtuma-alan kysyntään ja tarpeisiin liittyvää tietoa.
- Matkailu- ja tapahtumatoimijoiden tarpeiden mukainen liikenneyhteyksien suunnittelu ja matkaketjujen paketointi yhteistyökumppanien kanssa.
- Lentokentälle ja matkakeskukseen saapuvan matkailijan saapumiskokemuksen kehittäminen.
- Saaristokohteet kuten Reposaari, Säppi ja Iso-Enskeri, sekä Kokemäenjoen kohteet Kirjurinluoto ja Eteläranta, ovat helposti saavutettavissa kesäaikaan vesiteitse.

### Porissa liikkuminen on sujuvaa

- Selvitetään matkailun kärkikohteiden saavutettavuuden kehittämistä muun muassa kesäaikaisen bussiliikenteen lisäämisellä.
- Yyterin alueen sisäistä liikkumista kehitetään.
- Selvitetään mahdollisuutta neuvotella ympärivuotiset, kiinteähintaiset taksipalvelut Yyteriin ja kärkikohteisiin.
- Edistetään matkaketjuajattelua pitkäjänteisesti, ottaen oppia esimerkiksi Tampereen "Sustainable Tourism Mobility" -hankkeesta.
- Kaupunkipyöräpalvelun tarvekartoitus ja pitkäjänteinen kehittäminen.

### Luotettavaa informaatiota diginä ja paperilla

- Luotettava ja selkeä liikkumisen informaatio ohjaa matkailijoita joukkoliikennevaihtoehtojen käyttöön.
- Karttamateriaalit ovat ajantasaiset ja yhdenmukaiset niin diginä kuin paperilla.

# Pori näkyväksi – yhteinen tekeminen ja viesti



# Tuloksellista yhteismarkkinointia ja kannustavaa yhteistoimintaa

## Tavoitteet

Porilla on selkeä kumppanuusmalli, joka edistää aitoa yhteistyötä ja vuoropuhelua matkailua edistävien yritysten ja sidosryhmien kanssa.

Yhteistyö yritysten ja eri sidosryhmien kanssa on rakentavaa ja innovatiivista. Koko alueen houkuttelevuuden kehittäminen on kaikkien yhteinen tavoite. Toimijoiden yhteinen keskustelu on aktiivista ja avointa modernissa yhteistyöalustassa.

Yhteismarkkinoinnin rahoitus- ja kumppanuusmalli perustuu kaksisuuntaiseen yhteistyöhön, eikä palveluntarjoaja–ostaja -malliin. Yhteismarkkinointi on rohkeaa ja erottuvaa. Se keskittyy alueen kärkekohteisiin ja suuriin tapahtumiin, unohtamatta alueen matkailullisia vetovoimatekijöitä ja helmiä.

## Toimenpiteet

### Matkailun yhteismarkkinoinnin kumppanuusmalli

- Kehitetään uusi kumppanuusmalli, joka tukee tehokkaampaa yhteismarkkinoinnin toteutusta.
- Tehostetaan viestintää ja vuoropuhelua tapahtumista sekä markkinointikampanjoista matkailuyritysten ja muiden sidosryhmien kanssa.

### Tavoitteellista verkostoyhteistyötä

- Uudistetaan toimintatapoja luomalla digitaalinen työtila, avoimen ja vuorovaikutteisen yhteistyön lisäämiseksi.
- Yhteistyöfoorumien ja digitaalisen työkalun avulla jaetaan informaatiota ja toistuvien julkaisujen kautta edistetään kaksisuuntaista kommunikointia.
- Päivitetään kasvokkain tapaamisia ja niiden käytäntöjä.
- Luodaan verkostoitumisalustoja, kuten vapaan keskustelun verkostoja, kaupunkifoorumeita, Poritus-pikadeittejä ja vuosittaisia strategiakatselmuksia.
- Kärkekohteiden matkailu- ja tapahtumayrityksille omat yhteiskehittämisen foorumit ja mallit.

### Jatketaan rohkeaa markkinointia

- Toteutetaan markkinointia yhteistyössä kumppanien kanssa. Yhteiset satsaukset tuovat kokonaisuudelle enemmän näkyvyyttä.
- Toteutetaan rohkeita markkinointikampanjoita kansainvälisille markkinoille alueellisen rannikkoyhteistyön rinnalle, erottuen muista ("From boring to Poring").
- Toteutetaan vähintään strategisten tapahtumakumppaneiden tapahtumiin markkinointikonseptiin kuuluvaa persoonallista ja porilaista sisältöä kohdeyleisö huomioiden.

### Yhteinen ymmärrys kasvun avaimista

- Yhteistyökumppaneiden kyvykkyyttä ostopolun ja digitaalisen tavoittavuuden osalta kehitetään hyödyntäen valmennuksia ja digitaalista työtilaa.
- Analytiikan aktiivinen ja systemaattinen jakaminen kumppaneille lisää ymmärrystä ja tiedolla johtamisen mahdollisuuksia.

# Meidän näköinen Pori - yhtenäisellä kaupunkikuvalla hyvä asiakaskokemus

## Tavoitteet

Porin kaupunkibrändiä sovelletaan erottuvasti matkailu- ja tapahtumabrändinä. Yhdessä viestityt Porin vetovoimatekijöihin pohjautuvat kärkiteemat erottuvat kilpailijoista niin kotimaassa kuin kansainvälisesti.

Porin brändiä kehitetään kansainvälisille matkailijoille suunnatun puhetavan ja visuaalisuuden osalta kohdeyleisöä puhuttelevaksi. Brändistä on luotu toimintamalli, jonka paikalliset yhteistyökumppanit voivat ottaa omakseen ja näyttää aitoa porilaisuutta myös kansainväliset vieraat huomioiden.

Pori näyttäytyy yhtenäisenä kokonaisuutena asiakaspolun kaikissa vaiheissa. Muualta tulevat löytävät perille Poriin vaivattomasti ja viihtyvät kaupungissa.

## Toimenpiteet

### Kansainvälinen Pori-brändi matkailijoille

- Porin brändin puhetapaa ja visuaalisuutta kansainvälisille matkailijoille kehitetään osallistaen kansainvälisillä markkinoilla toimivia tahoja.
- Luodaan Pori-brändiin liittyvä toimintatapa tai -malli, jonka yhteistyökumppanit voivat ottaa vaivatta käyttöön omassa toiminnassaan. Toiminnassa huomioidaan vahvasti kansainväliset matkailijat ja se, miten aitoa porilaisuutta voidaan palveluissa tuoda esille.

### Porin brändi näkyy niin Porissa, Suomessa kuin maailmallakin

- Parannetaan brändikokemusta ja brändin näkyvyyttä asiakaspolun eri vaiheissa, myös kansainvälisesti.
- Ohjataan matkailijoita osallistumaan brändiviestintään, palautteen antoon ja alueen suositteluun.

### Matkailijakokemuksen kehittäminen kaupunkikuvassa

- Luodaan yhtenäinen ja innovatiivinen opastekokonaisuus Promenadiakselille - keskusta, Kirjurinluoto ja Isomäki. Opastuksen lisäksi yhtenäistetään akselin jalankulkuympäristöä ja kehitetään kaupunkikuvaa (kuten valaistus ja kadun kalusteet).
- Kärkikohde Yyterin opastekokonaisuutta kehitetään systemaattisesti.
- Poriin saavuttaessa valtateiden tienvarsimainospaikat uusitaan ja nykyaikaistetaan Porin brändi-ilmeen mukaisesti.
- Kehitetään toimintatapoja, joilla muualta Poriin tuleva tuntee olonsa tervetulleeksi (tervetuloa-kyttilt, karttaratkaisut yms.)

An aerial photograph of a dense evergreen forest, likely spruce or fir, with a black rectangular text box centered horizontally across the middle. The text is white and bold.

# Tiekartan onnistumisen mittaristo

Vaikuttavuusmittarit

| Strateginen mittari                                                                                                                                                                                                                                                            | Nykytila                                    | Tavoite 2027                            | Tavoite 2030                            | Tietolähde                   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|-----------------------------------------|-----------------------------------------|------------------------------|
| Matkailutulo                                                                                                                                                                                                                                                                   | 140,5 milj. €<br>(2023)                     | 154 milj. €                             | 168 milj. €                             | Visitory                     |
| Asukkaiden suhtautuminen matkailuun ja tapahtumiin<br>(Osuus kohteen asukkaista, jotka ovat tyytyväisiä matkailun/tapahtumien vaikutuksiin asuinpaikkakunnalla / Osuus asukkaista, jotka ovat tyytyväisiä omiin vaikutusmahdollisuuksiin matkailun/tapahtumien kehittämisessä) | Toteutetaan nykytilan kartoitus vuonna 2025 | Asetetaan nykytilan mittaamisen jälkeen | Asetetaan nykytilan mittaamisen jälkeen | Porin kaupungin asukaskysely |



Tapahtumallisuuden kehittäminen ja isojen tapahtumien vaikutusten maksimointi

| Onnistumisen mittari                                                                    | Nykytila                   | Tavoite 2027                               | Tavoite 2030                               | Tietolähde                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|--------------------------------------------|--------------------------------------------|------------------------------------------------|
| Tapahtuma- ja kävijämäärät ydintapahtumista                                             | Nykytila<br>asetetaan 2025 | Asetetaan nykytilan<br>mittaamisen jälkeen | Asetetaan nykytilan<br>mittaamisen jälkeen | Valitut tapahtumatalot ja tapahtumajärjestäjät |
| Isojen tapahtumien<br>aluetaloudelliset vaikutukset<br>(tapahtumatulo, sos.vaikutukset) | Nykytila<br>asetetaan 2026 | Asetetaan nykytilan<br>mittaamisen jälkeen | Asetetaan nykytilan<br>mittaamisen jälkeen | Tapahtumatutkimus                              |
| Tapahtumavieraiden NPS                                                                  | Nykytila<br>asetetaan 2025 | Asetetaan nykytilan<br>mittaamisen jälkeen | Asetetaan nykytilan<br>mittaamisen jälkeen | Strategiset tapahtumakumppanit                 |



Kestävä, kansainvälinen ja ympärivuotinen matkailu

| Onnistumisen mittari                                                                          | Nykytila 2024           | Tavoite 2027                            | Tavoite 2030                            | Tietolähde                 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-----------------------------------------|-----------------------------------------|----------------------------|
| Kokonaisyöpymisvuorokaudet kotimaa/kv yhteensä                                                | 334 000                 | Asetetaan nykytilan mittaamisen jälkeen | Asetetaan nykytilan mittaamisen jälkeen | Visitory                   |
| Huonekäyttöaste (rekisteröity majoitus)                                                       | 53 %                    | 55 %                                    | 60 %                                    | Visitory                   |
| Yöpymisten kansainvälistymisaste                                                              | 15 %                    | 16 %                                    | 18 %                                    | Visitory                   |
| Matkailijoiden NPS (Yyteri )                                                                  | Nykytila asetetaan 2026 | Asetetaan nykytilan mittaamisen jälkeen | Asetetaan nykytilan mittaamisen jälkeen | Visit Finland Guest Survey |
| Sustainable Travel Finland -sertifikaattien määrä matkailuyrityksissä Porin destinaation alla | 7                       | 14                                      | 20                                      | Visit Finland, STF         |
| Sesongin pidentäminen (touko-, elo- ja syyskuun kokonaisyöpymisvuorokaudet)                   | 91 322                  | 96 200                                  | 101 700                                 | Visitory                   |



Pori näkyväksi – yhteinen tekeminen ja viesti

| Onnistumisen mittari                                                                        | Nykytila                       | Tavoite 2027            | Tavoite 2030                            | Tietolähde           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|-------------------------|-----------------------------------------|----------------------|
| Porin share of voice matkailumarkkinoilla                                                   | -                              | Nykytila tutkitaan 2027 | Asetetaan nykytilan mittaamisen jälkeen | Markkinatutkimus     |
| Visit Porin verkkosivujen kävijämäärät Suomen ulkopuolelta                                  | 37 000 (2024)                  | 40 500                  | 44 000                                  | Visit Pori, Matomo   |
| Porin ostettavuus kansainvälisissä myyntikanavissa (tuotteiden määrä)                       | Nykytila tutkitaan vuonna 2025 | -                       | Asetetaan nykytilan mittaamisen jälkeen | Inventaarikartoitus  |
| Kansainvälisten alustojen kautta varattu lyhytaikaisen majoittumisen muutos edellisvuodesta | 35,5 % (2023)                  | + 10 %                  | + 10 %                                  | Visit Finland Rudolf |

