

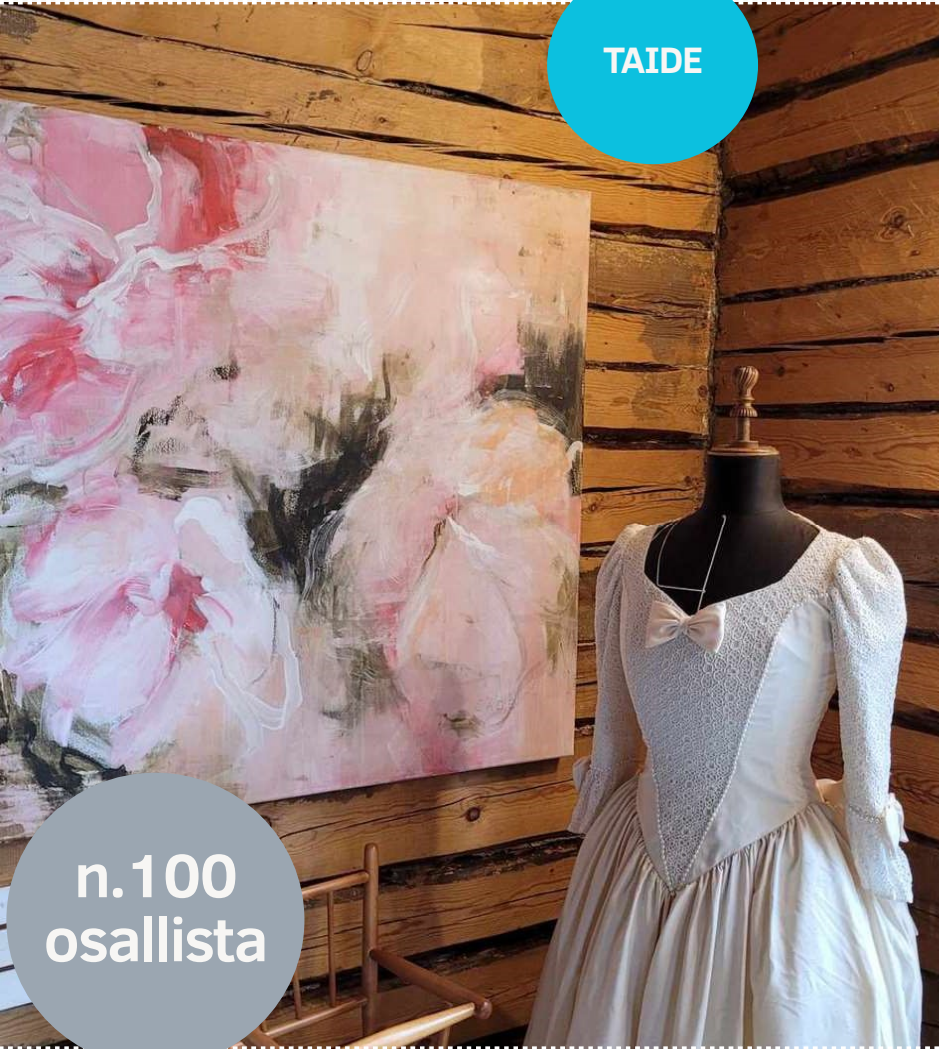
IHASTU IKAALISIIN! -FALL IN LOVE WITH IKAALINEN! -HANKE
1.5.2023 - 30.4.2024

Kulttuuri

Ikaalinen - kulttuurimatkailun strategia 2024 - 2029



TAIDE

n.100
osallista

KYSELY: Ikaalisten kulttuurikentän nykytilaa pidettiin kokonaisuutena hyvänä: Vastanneista 87,5 % arvioi nykytilan arvosanoilla 3 ja 4, asteikolla 1-5

Kulttuuri-, matkailu- ja kylpyläkaupunki

Ikaalinen on kaupunki, joka tunnetaan kylpylästään sekä monista tapahtumistaan. Ikaalisissa on laadukkaat peruspalvelut, voimaannuttava luonto ja monipuolinen kulttuuriympäristö. Viehättävä matkailukaupunki, monialainen koulutustarjonta ja kehittyvä elinkeinoelämä mahdollistavat kaupungin kasvun.

Ikaalisten matkailutulo vuonna 2022 oli 20,34 miljoonaa euroa. Matkailutulo per henkilö oli 2.930 euroa, joka on koko Pirkanmaan suurin ja valtakunnallisestikin merkittävä.

Strategiatyö toteutettiin yhteistyössä paikallisten kanssa

Strategiatyöhön kutsuttiin yhteisöjä, yhdistyksiä, yrityksiä, opiskelijoita ja oppilaitoksia. Osallisia oli noin 100 osallistujaa. Työtä toteutettiin kesästä 2023, vuoden 2024 alkuvuoteen.

Aineistoa kerättiin seuraavista toimenpiteistä ja materiaaleista:

I työpaja, Luomajärven Hevoskievari- ideoiden kerääminen, ehdotusten pisteytys

II työpaja, Kauppilan Matkailutila - valikoitujen teemojen syventäminen, toimenpide-ehdotuksia

Sähköinen kysely - painopisteiden valinta

Henkilökohtaiset haastattelut - tausta-aineistoa

Matkailun tulo- ja työllisyys selvitys 2022

Ihastu Ikaalisiin! -hankkeen teettämä tutkimus tapahtumien matkailutulo vaikutuksesta 2023

Ikaalisten kuntastrategia 2021 - 2025

Ikaalisten brändityöryhmä, käynnissä

Ikaalisten elinvoimaohjelma 2023 - 2026

Strategiatyö toteutettiin Kehittämissyhtiö Ikaalisten Kylpyläkaupunki Oy:n hankkeessa 'Ihastu Ikaalisiin! Fall in love with Ikaalinen!'. Kulttuurimatkailustrategia on tulevaisuudessa tärkeä osa Ikaalisten kokonaisvaltaista matkailun kehittämistä.

Työryhmään kuuluivat Ikaalisten Kehitys ja Ikaalisten kaupungin kulttuuritoimi. Työpajojen toteuttamisesta ja materiaalin keräämisestä on vastannut Korpur Oy, Arja Kortesuoma.

FAKTA

Ikaalinen

Perustettu 1641, asukkaita n. 6800, pinta-alaa n. 844 km², josta vettä 93 km²

Yritysten määrä n. 600

Joista toimialojen 'Majoitus- ja ravitsemistoiminta' ja 'Taiteet, viihde ja virkistys' yritysten määrä on 42

Matkailun tulo- ja työllisyysvaikutus 2022

Välitön matkailutulo 20,34 milj.€

Matkailun kokonaisvaikutukset 29,25 milj.€

Ikaalinen Spa & Resort, vuosi 2023

Liikevaihto 10,7 milj. €

Majoitus ja tapahtumakävijät **110.000**

Vesitropiikin päiväkävijät **40.000**

Yksittäisiä maksullisia tapahtumia **121**

Tieliikenne

Valtatie 3 Ikaalinen, mittauspiste nro 204, vuosi 2023

n. **10.000 / vrk**

Kansallispuisto

Seitsemisen kansallispuiston kävijämäärät vuonna 2022: Luontokeskus **17.600**, maasto **43.500**

TUTKIMUKSIA

Ikaalisten tapahtumien matkailutaloudelliset vaikutukset ovat merkittäviä!

Tutkimuksen tarkastelun kohteena oli neljä kesätapahtumaa. Ikaalisten ulkopuolelta tulleiden kävijöiden rahankulutus on noin **1,1 miljoonaa** euroa muualla Ikaalisissa sekä lisäksi tapahtumissa tapahtuva kulutus on n. **530 000 euroa**.

Tapahtumien vaikutus Ikaalisten välittömään matkailutuloon on Ikaalisten muun kulutuksen osalta noin **980 000 euroa** ja tapahtumien osalta **410 000 euroa**.

Tutkimuksen toteutti Tutkimus- ja Analysointikeskus TAK Oy - kesä ja syksy 2023

LÄHTÖTILANNE

Ensimmäisessä työpajassa kartoitettiin lähtötilanne ja tästä aineistosta luotiin SWOT-analyysi ja listattiin USP-tekijät

SWOT

VAHVUUDET

Kylpylän alue -imago & veturitoimija
Sijainti: Valtatie 3 & lähikohteet
Seitseminen, Vatula
Vanhan kauppalan historia & miljö
Majoitusvarauspalvelu Mökkiavain.fi
Vanhat brändit tunnettuja

HEIKKOUEDET

Viestintä & markkinointi
Julkinen liikenne
Toimijoiden välinen yhteistyö
Talvimatkailu
Digitaalinen saavutettavuus, löydettävyys, ostettavuus

SWOT

UHAT

Kilpailutilanteen koveneminen
Tapahtumien hiipuminen / loppuminen
Toimijoiden väsyminen ja ikääntyminen
Negatiiviset asenteet
Kehittämisen pysähtyminen, tehdyt pohjatyön "hukkaaminen"

MAHDOLLISUUDET

Yhteistyö ja verkostoituminen
Tuotekehitys -paketit, reitit, luonto, järvi
Nuorten ja uusien toimijoiden aktivointi mukaan toimintaan
Omaleimaisuuden (erottautumistekijä) löytäminen
Kyrösjärvi

Tapahtumat

75 %

USP

Unique Selling Point - erottautumistekijä

Kyselyn perusteella erottautumistekijät:

1. Kylpylä 75 %
2. Luonto, vesistö 13 %
3. Vanha Kauppala 4,5 %



Ikaalisten kulttuurimatkailun visio

Ikaalinen - kulttuurikympyjä joka päivälle!

Ikaalinen on luovasti, kokeilevasti ja rohkeasti kulttuurimatkailua rakentava kaupunki, joka tunnetaan kansallisesti ja kansainvälisesti kylpylästä, järviluonnosta ja tapahtumista. Ikaalislainen kulttuurimatkailu tuottaa kuntalaisille ja matkailijoille tunteita, iloa ja elämänjanoa.

Toimintaa ohjaavat arvot

1. Luovuus

Toteutetaan kulttuurin kehittämistä painottuen luovuuteen
Tekeminen saa olla oman näköistä ja erilaista
Hyödynnetään alueella olevaa luovien alojen koulutusta (SASKYN IKATA)

2. Kokeilevuus

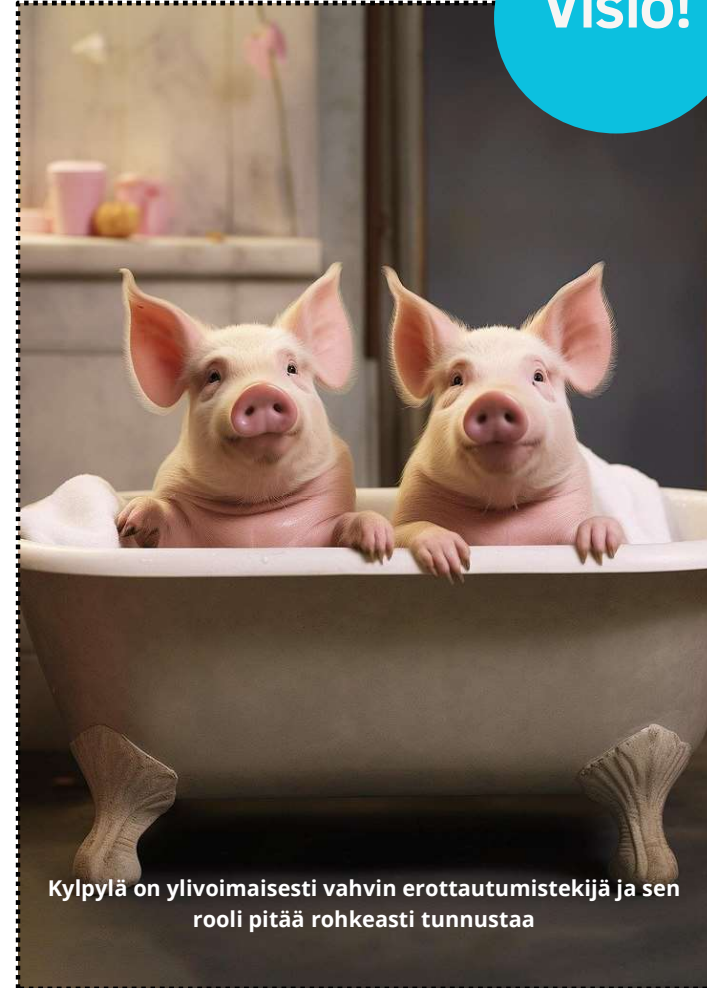
Kehittämistoimenpiteitä testataan ja kokeillaan erilaisissa hankkeissa
Ollaan kannustavia innovatiivisille ideoille
Mahdollistetaan aktiivisesti luovien alojen kehittämistä

3. Rohkeus

Tuodaan rohkeita ideoita resurssiviisaasti esille
Uskotaan ja luotetaan yhteiseen ja yhteisölliseen tekemiseen

Rohkea

Visio!



Kylpylä on ylivoimaisesti vahvin erottautumistekijä ja sen rooli pitää rohkeasti tunnustaa

KULTTUURIMATKAILUTYÖN PAINOPISTEALUEET

1

Luontomatkailun kehittäminen 60,9 %
Tapahtumatuotannon kehittäminen 52,2 %
Alueen kulttuurikohteiden monipuolistaminen ja kehittäminen 52,2 %
Viestinnän ja verkostoitumisen kehittäminen 34,8 %

TOIMINNAN PÄÄTAVOITTEET

2

Ympärivuotisuuden kehittäminen 58,3 %
Verkostoituminen 54,2 %
Digitaalisen markkinoinnin ja näkyvyyden lisääminen 50 %

KEHITTÄMISEN TOIMENPITEET

3

1. Osaamisen lisääminen
2. Palvelujen tuotteistaminen eri teemoihin ja ympärivuotisuuden tähtääminen
3. Markkinoinnin ja myynnin kehittäminen
4. Yhteistyö ja verkostoituminen
5. Vastuullisuus, turvallisuus ja laatu

Toimenpiteille nimetään vastuutoimijat / toiminnan käynnistäjät
Toiminnan seuraamista ja tavoitteita varten määritellään mittarit



5.

IHASTU IKAALISIIN! -FALL IN LOVE WITH IKAALINEN! -HANKE

Kehittä-
minen



Toimenpiteillä tavoitellaan neljänneksen kasvua matkailutuloon vuoteen 2029 mennessä



KEHITTÄMISEN TYÖKALUT: OSA-ALUEET, VASTUUT JA MITTARIT

OSA-ALUE 1

Osaamisen lisääminen

Digitalisaation kehittämiseen valmennuksia ja koulutuksia
Tuotekehitystä yhteistyöverkoston sisällä
Markkinointia ja myyntiä, yhteisiä kampanjoita, isompi näkyvyys
Kestävä kehitys ja vastuullinen matkailu ovat tulevaisuudessa 'must'
Kansainvälistymisen kartoittaminen, valmennus ja yhteispakointi >>
kohdemarkkinat
Tekeminen on resurssiviisasta

VASTUUT

Ikaalisten Kehitys kokoaa yhteismarkkinointikampanjoita ja järjestää yhdessä kaupungin kanssa valmennuksia ja koulutuksia
Kuunnellaan toiveet verkostotapaamisissa ja osin sähköisissä kyselyissä

MITTARIT

Järjestetyt valmennus- ja koulutustilaisuudet
Järjestetyt yhteiskampanjat
Toteutetut yhteiset markkinointitoimenpiteet

OSA-ALUE 2

Palvelujen tuotteistaminen eri teemoihin ja ympärivuotisuus

Kulttuurin monimuotoisuus, kylien ja yhteisöjen huomioiminen
Luonto – Seitsemisen kansallispuisto, Vatulan alue, vesistöt
Luontoreitit ja -aktiviteetit
Tapahtumat
Vanha Kauppala ympäristöineen esim. Oma Tupa, Rahkola, Fredrika Sofian kirkko
Opastustoiminta, opaskurssi

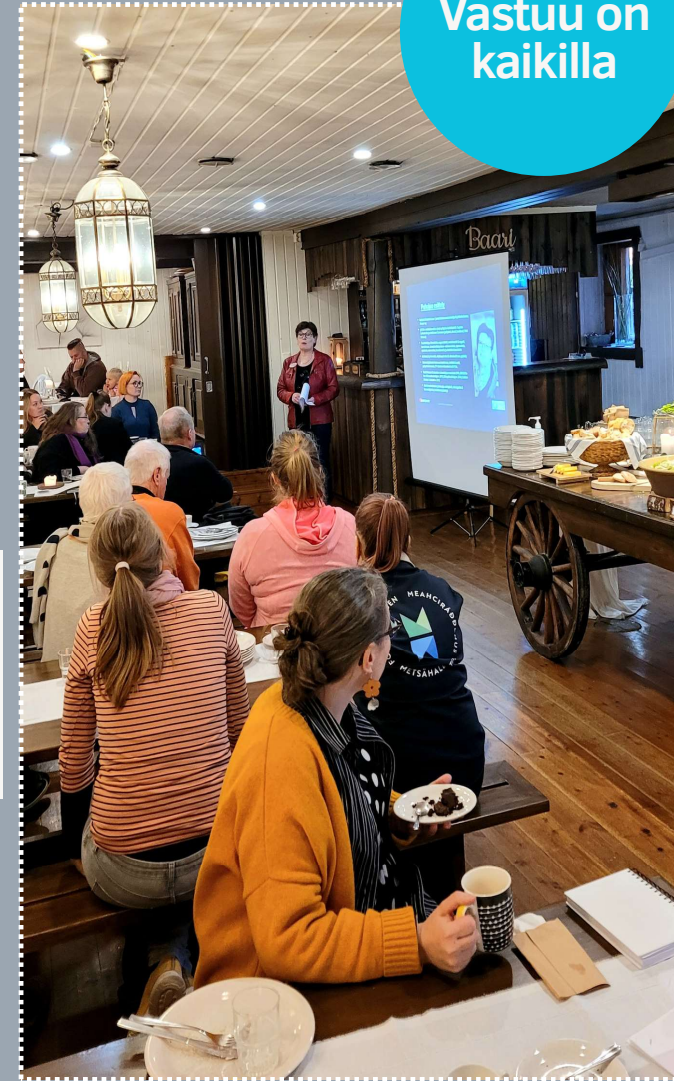
VASTUUT

Yrittäjät ja yhdistykset
Hankkeiden avulla tehdään kehittämistoimia
Ikaalisten Kehitys auttaa hanketoiminnassa
Erialaisten avustusten rooli
Ikaalisten kaupungin teknisten palvelujen rooli mahdollistajana esim. Rahkolan remontti, Idea-startin tilat, liikuntapaikat (juhannuskisat, hiihtoladut, Vatula) laavut, uimarannat, tori, venelaiturit, ja tapahtumien taustalla (esim. Laskiaisrieha)

MITTARIT

Tuotekehitystilaisuuksien määrä vuositasolla
Tapahtumien määrä
Sähköisesti ostettavien uusien tuotepakettien määrä
Uusien palvelukokonaisuuksien määrä
Uusien reittien ja reitistöjen määrä (LIPAS)

Vastuu on kaikilla



KEHITTÄMISEN TYÖKALUT: OSA-ALUEET, VASTUUT JA MITTARIT

OSA-ALUE 3

Markkinoinnin ja myynnin tehostaminen

Suunnitelmallisuus ja jatkuvuus
Uudenlaiset kokeilut, erottuvuus
Digi-kanavat

VASTUUT

Yrittäjät sitoutuvat yhteiseen tekemiseen
Tekeminen pitää olla pitkäjänteistä
Hanketoiminnan kehittäminen ja koordinointi yhdessä
Ikaalisten Kehityksen ja kaupungin kulttuuritoimen kanssa

MITTARIT

Matkailun tilastot, kasvaneet majoitusvuorokaudet ym.
Tunnettuus (messukysely)
Sähköinen löydettävyys
Matkailun tulo- ja työllisyystutkimus (esim. joka kolmas vuosi)

OSA-ALUE 4

Yhteistyö ja verkostoituminen

Toimiala- ja aluerajat ylittäen, naapurikunnat, Visit Tampere, oppilaitosyhteistyö
Säännölliset yhteistyöverkoston tapaamiset ja suunnittelutilaisuudet
Toiminta on koordinoitua, säännöllistä ja laaja-alaista

VASTUUT

Ikaalisten kaupungin osallistava budjetointi
Ikaalisten kaupungin kulttuuritoimen ja teknisen toimiston avustukset
Ikaalisten Kehityksen hanketoiminta
Ikaalisten Kehitys ja kaupungin kulttuuritoiminta toimivat aloitteellisina

MITTARIT

Verkostotilaisuuksien määrä vuositasolla
Tilaisuuksien osallistumismäärä
Järjestetyt infotilaisuudet ja niistä viestiminen (esim. Visit Tampere ja Visit Finland)
Aktiivisuus kyselyihin vastaamisessa

OSA-ALUE 5

Vastuullisuus, turvallisuus ja laatu

Erilaiset ohjelmat ja sertifikaatit
'Tuote on niin hyvä, kuin on sen heikoin kohta'

VASTUUT

Yrittäjä huolehtii laatu- ja vastuullisuusasioistaan

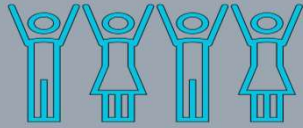
MITTARIT

Sertifikaatit, aloitetut vastuullisuusohjelmat
Tuotteiden määrä DataHubissa
Kulttuuristrategiaa tarkennetaan päivitystyöllä, joka aloitetaan vuonna 2026

Tehdään tästä
Ikaalisten
(kulttuuri)matkailun
kehittämissuunnitelma,
johon toimijat
sitoutuvat!

Strategian päivitystyö aloitetaan vuonna 2026





Toiveiden tynnyri, ehdotuksia ja ideoita

Yhdistyksille koulutusta
Yhteinen sähköinen tiedotusala
Yritysten aamukahvittelaisuuksiin muitakin kuin yrittäjiä
Metsähallituksen verkostot
Kansallispuisto näkyvämmäksi markkinoinnissa
Työpajoja – kokonaisvaltainen tuotteistaminen
Digitaalinen saavutettavuus
Murteen hyödyntäminen
ME-henki
Yhteismarkkinointia myös seudullisesti
Ikaalisille maskotti
Kutsuvampi ja näkyvämpi matkailuinfo
Reittejä: kulttuurikävely-pyöräily-vaellus jne.
→ Huomioidaan ympärivuotisuus
Vaikuttajamarkkinointia
QR-koodien ja virtuaalisuuden hyödyntäminen
Palveluiden käyttäjien generoimaa sisältöä: opastetaan ja kannustetaan
Kylille infotaulut karttoineen
Kyläviikko ja -festivaalit – Kyrösjärven ympäriajo
Hyödynnetään paikallista osaamista
Käytetään lähipalveluja ja -tuotteita
Vastuullisuus: ensiapukurssit, turvallisuussuunnitelmat jne.





KIITOS!