



VIHDIN MATKAILUN KEHITTÄMISOHJELMA 2025–2033

Helena Kontio
Vihdin kunta





SISÄLLYSLUETTELO

ESIPUHE

1 VIHDIR MATKAILUN KEHITTÄMISOHJELMAN LAADINTAPROSESSI

1.1 Ohjelmatyön valmistelu ja osallistava prosessi

2 VIHDIR MATKAILUN TOIMINTAYMPÄRISTÖ

2.1 Vihdir matkailun nykytila ja mielikuvat

2.2 PESTEL-analyysi

2.3 Vihdir matkailun skenaariot 2025–2033

3 VIHDIR MATKAILUN STRATEGISET TAVOITTEET VUOSILLE 2025–2033

3.1 Visio, missio ja arvot

3.2 Matkailun kehittämisohjelman tavoitteet

4 VIHDIR MATKAILUN KEHITTÄMISOHJELMAN TOTEUTUS, RESURSSIT JA SEURANTA

4.1 Seuranta ja mittarit

4.2. Vihdir matkailun resurssien vahvistaminen

4.2 Toimenpidesuunnitelma ja roolitus



Miltä kuulostaisi metsäretki islanninhevosen selässä, vuohenmaitojäätelöllä herkuttelu pittoreskin kulttuurikylän raitilla tai vauhtipäivä maastoautosafarilla ja sen jälkeen mökkisaunan lauteilla rentoutuminen? Vihti tarjoaa tätä kaikkea – ja paljon enemmän. Nyt haluamme kertoa sen myös muille.

Matkailu on kasvava ja muuttuva elinkeino, joka tarjoaa kunnille mahdollisuuksia lisätä alueen elinvoimaa, vahvistaa paikallistaloutta ja tehdä tunnetuksi omia erityispiirteitään. Vihdissä on pitkään ollut matkailullista vetovoimaa – meillä yhdistyvät luonto- ja kulttuurielämykset, rikas kulttuuriperintö ja vahva yhteisöllisyys. Matkailun kehittäminen ei hyödytä vain matkailutoimijoita – se lisää koko kunnan tunnettuutta ja parantaa alueen mainetta asuinpaikkana, yrittämisen ympäristönä ja investointikohteena.

Vahva matkailuprofiili tukee kunnan vetovoimaa, tuo lisäarvoa muille toimialoille ja rakentaa positiivista mielikuvaa kunnasta. Matkailun kehittämisohjelma tarjoaa konkreettisen välineen, jolla kunta voi kasvattaa tunnettuuttaan, lisätä vetovoimaansa ja rakentaa kestäväää kasvua pitkällä aikavälillä.



Vihdin vuoden 2024 strategiaan toimenpiteisiin on kirjattu tavoitteeksi matkailun toimintaedellytysten ja matkailuyrittäjyyden kehittäminen luomalla kunnalle oma matkailuohjelma. Tämä matkailun kehittämisohjelma linjaa Vihdin matkailun tavoitteet ja toimenpiteet vuoteen 2033 saakka.



Ohjelman tavoitteena on, että Vihti tunnetaan kestäväenä lähimatkailukohteena, jossa maaseutumatkailu, luonto- ja kulttuurielämykset sekä paikalliskulttuuri muodostavat vahvan ja vetovoimaisen kokonaisuuden. Kehittämistyön perusta on paikallinen yrittäjyys, luontoarvot ja yhteistyö, joita vahvistetaan matkailijoita palvelevilla ratkaisulla ja verkostomaisella toimintatavalla.



Ohjelma sisältää selkeät päätavoitteet: tunnettuuden ja yhteistyön lisääminen, matkailijamäärien, viipymän ja matkailutulojen kasvattaminen, vastuullisuuden edistäminen ja saavutettavuuden sekä matkailuinfra ja -resurssoinnin parantaminen. Tavoitteiden toteuttamiseksi on laadittu toimenpidesuunnitelma, mittarit ja aikataulut.

Kehittämisohjelman valmistelu on ollut osallistavaa. Työhön on osallistunut laaja joukko matkailuyrittäjiä, asiakkaita, asiantuntijoita ja kunnan omia toimijoita. Kyselyt, haastattelut ja vuoropuhelu ovat tuoneet esiin Vihdin matkailun nykytilan, kehitystarpeet ja tulevaisuuden mahdollisuudet.

Tämä ohjelma toimii tiekarttana matkalla kohti elinvoimaista, vetovoimaista ja kestävä matkailun tulevaisuutta Vihdissä. Yhdessä voimme rakentaa Vihtiin matkailua, joka tuo iloa niin kävijöille kuin paikallisille asukkaille ja toimijoille.





MATKAILUN KEHITTÄMISOHJELMAN LAADINTAPROSESSI



Matkailun kehittämisohjelma toimii Vihdin matkailun strategisena ja operatiivisena tiekarttana vuoteen 2033 saakka. Ohjelman varsinainen vaikuttavuus riippuu sen käytännön toteutuksesta ja järjestelmällisestä seurannasta. Vain tavoitteiden mukaiset ja todennettavat toimenpiteet voivat johtaa konkreettisiin tuloksiin, kuten matkailuelinkeinon vahvistumiseen, asiakaskokemuksen paranemiseen ja Vihdin vetovoiman kasvuun.



Tässä luvussa kuvataan, miten ohjelma on valmisteltu yhteistyössä eri toimijoiden kanssa ja miten sen toimeenpano ja seuranta tullaan järjestämään. Selkeä roolitus, realistinen toimenpidesuunnitelma ja toimiva yhteistyörakenne varmistavat, että matkailun kehittäminen on pitkäjänteistä, vaikuttavaa ja kaikkia osapuolia hyödyttävää. Seuranta mahdollistaa myös joustavan reagoinnin toimintaympäristön muutoksiin ja uusien mahdollisuuksien hyödyntämisen matkailun kentällä.

OHJELMATYÖN VALMISTELU JA OSALLISTAVA PROSESSI

Vihdin matkailun kehittämisohjelman laatiminen on ollut kunnan strateginen toimenpide, joka on kirjattu vuoden 2024 talousarvioon. Ohjelman tavoitteena on ollut luoda kunnalle konkreettinen ja monivuotinen kehityspolku, joka tukee elinvoimaa, matkailuelinkeinon kasvua ja alueen tunnettuutta.

Laadintaprosessin keskiössä on ollut yhteiskehittäminen – ohjelmaa ei ole tehty hallinnollisesti ylhäältä alas, vaan vuorovaikutteisesti matkailutoimijoiden, asiakkaiden ja asiantuntijoiden kanssa. Työn lähtökohtana oli vahva tarve lisätä suunnitelmallisuutta, kehittää yhteistyörakenteita ja vahvistaa markkinointia. Sekä yrittäjät että kunnan toimijat toivat esiin tarpeen pitkäjänteiselle, kokoavaa linjaa tarjoavalle ohjelmalle, jonka avulla Vihti voi erottua alueen matkailukentässä ja parantaa kilpailukykyään niin paikallisesti kuin kansainvälisestikin.

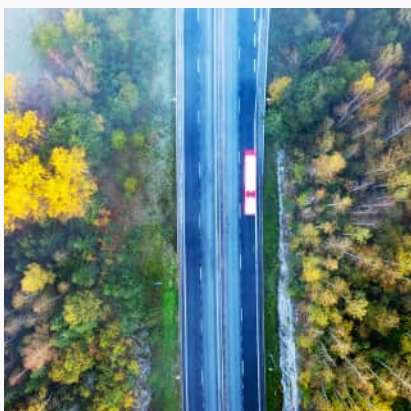
Kehittämisohjelma pohjautuu kattavaan tietopohjaan. Työn tueksi toteutettiin kaksi kyselyä:

- Matkailuyrittäjäkysely, johon vastasi 20 paikallista toimijaa. Kyselyssä kartoitettiin yrittäjien näkemyksiä matkailun kehitystarpeista, esteistä ja mahdollisuuksista.
- Asiakaskysely, joka keräsi 159 vastausta ja tuotti arvokasta tietoa matkailijoiden mielikuvista, tarpeista ja toiveista Vihdin matkailutarjontaan liittyen.

Kyselyiden lisäksi laadittiin sidosryhmäanalyysi, johon sisältyi 13 kohdennettua haastattelua ja 4 työpajaa ja esittelyä. Osallistujina oli muun muassa Vihdin kunnan elinvoiman ja markkinoinnin henkilöstöä, Vihdin Matkailuyhdistyksen edustajia ja matkailuyrittäjiä, hanketoimijoita sekä tapahtuma-alan vaikuttajia.

Prosessiin sisältyi myös valtakunnallinen ja alueellinen vertailu, jossa tarkasteltiin erityisesti Lohjan ja Nurmijärven kaltaisten naapurikuntien matkailuratkaisuja. Lisäksi ohjelman taustatyöhön osallistui matkailuasiantuntijoita muun muassa Helsingin kaupungilta, Uudenmaan liitosta ja Lohjalta. Tämä varmistaa, että ohjelma nojaa paitsi paikalliseen asiantuntemukseen myös alueelliseen ja kansalliseen näkemykseen matkailun kehittämisen keinoista ja suuntaviivoista.

Laaja osallistaminen on ollut perusteltua, koska matkailu Vihtiin rakentuu pääosin pienyrittäjyyden, yhteisöllisyyden ja luonnonläheisten arvojen varaan. Ohjelman onnistuminen edellyttää näiden toimijoiden sitoutumista ja mahdollisuutta vaikuttaa sisältöihin. Yhteistyö tuo myös esiin piilevää osaamista ja paikallisia tarinoita, joiden päälle Vihti voi rakentaa erottuvaa matkailuprofiilia tulevaisuudessa.





VIHDIN MATKAILUN TOIMINTAYMPÄRISTÖ



NYKYTILA JA MIELIKUVAT



Vihti on matkailukunta, jossa yhdistyvät luonnonläheisyys, paikallisuus ja rauha – ominaisuudet, jotka ovat yhä useamman matkailijan toivelistalla. Vihti tarjoaa monipuolisia matkailupalveluita erityisesti lähimatkailijoille, perheille, luonnossa liikkujille ja pienryhmille. Matkailutarjonta rakentuu vahvasti paikallisen pienryrittäjyyden varaan, ja monet palvelut syntyvät muun elinkeinotoiminnan, kuten maatalouden, rinnalla. Tämä tuo Vihdin matkailuun ainutlaatuista aitoutta ja juurtuneisuutta, mutta myös haasteita toiminnan jatkuvuudelle, näkyvyydelle ja resursoinnille.



Vihti on kehittyvä, mutta vielä suhteellisen vähän tunnettu matkailukohde pääkaupunkiseudun läheisyydessä. Sijainti mahdollistaa nopeat vierailut ja houkuttelee erityisesti lähialueiden asukkaita, mutta potentiaalia on myös kansainvälisessä matkailussa – erityisesti luontomatkailun, vastuullisten palvelujen ja Nuuksion kansallispuiston vetovoiman näkökulmasta. Kehittämisohjelman lähtökohtana on ymmärtää ja hyödyntää Vihdin vahvuuksia sekä tunnistaa ne toimenpiteet, joilla matkailusta voidaan rakentaa entistä näkyvämpi, vaikuttavampi ja elinvoimaisempi osa kunnan toimintaa ja imagoa.

VIHDIN MATKAILUN NYKYTILA

Vihdin matkailuelinkeino perustuu suurelta osin pienimuotoiseen, paikalliseen yrittäjyyteen. Monet palveluista tuotetaan muun työn, kuten maatalouden, kulttuuritoiminnan tai tapahtumatuotannon, ohella. Tämä luo Vihdin matkailutarjontaan vahvaa paikallista juurtuneisuutta ja yksilöllisyyttä – palvelut rakentuvat usein yrittäjän omista vahvuuksista, tarinoista ja ympäristöstä käsin.

Tällainen toimintamalli tuo tarjontaan autenttisuutta, joka vastaa nykyajan matkailijan toiveeseen aidoista, merkityksellisistä elämyksistä. Samalla on kuitenkin tunnistettava, että tämänkaltaiseen pienyrittäjyyteen liittyy usein haasteita toiminnan jatkuvuuden, riittävien resurssien, osaamisen ja näkyvyyden osalta.

Vihdin yrityspalveluhakemiston mukaan kunnassa toimii yhteensä noin 324 matkailuun liittyvää yritystä. Näistä 76 tarjoaa juhla- ja kokouspalveluja, 196 toimii kulttuurin ja vapaa-ajan palveluiden parissa, 16 tuottaa majoituspalveluita ja 36 ravintola- tai kahvilatoimintaa. Lisäksi kunnassa toimii useita ratsutiloja, kartanoita sekä useampi golfkenttä, jotka rikastuttavat Vihdin matkailutarjontaa omaleimaisilla ja elämyksellisillä kokemuksilla.

Matkailun aluetaloudellinen merkitys on jo huomion arvoinen: vuoden 2023 matkailun tulo- ja työllisyystutkimuksen mukaan matkailun tulo per asukas oli 1 020 euroa ja välitön matkailutulo yhteensä 29,7 miljoonaa euroa. Tämä osoittaa, että matkailu on Vihdissä merkittävä elinkeino, vaikka sen potentiaalia ei ole vielä täysin hyödynnetty.

Vihdin suurin ja tunnetuin matkailukohde on Vihti Ski Center, joka houkuttelee erityisesti talvikauden vierailijoita. Keskuksen yhteydessä toimii kesäkaudella lapsiperheille suunnattu Puuhapark, joka täydentää kunnan perhematkailutarjontaa.

Hawkhill Nature puolestaan profiloituu valtakunnallisesti tunnetuksi ja palkituksi vastuullisen matkailun edelläkävijäksi. Erityistä huomiota ansaitsee myös Nuuksion kansallispuisto, josta noin kaksi kolmasosaa sijaitsee Vihdin puolella. Tästä huolimatta kansallispuiston tunnettuus on painottunut voimakkaasti Espoon suuntaan. Tämän arvokkaan matkailuvaltin nostaminen vahvemmin esiin Vihdin omassa matkailubrändissä on tärkeä ja vielä osittain hyödyntämätön kehittämismahdollisuus.

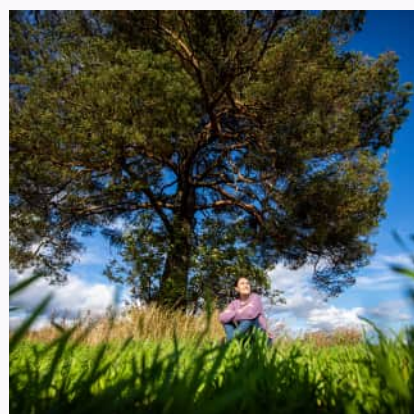
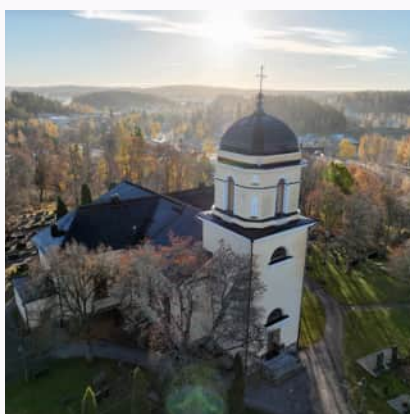


VIHDIN MATKAILUMIELIKUVAT JA MERKITYS MATKAILUN KEHITTÄMISESSÄ

Vihdin kunnan mielikuvatutkimus (Dagmar 2023) osoittaa, että Vihti tunnetaan pääkaupunkiseudulla varsin hyvin: 89 % tutkimukseen osallistuneista oli kuullut kunnasta, ja lähes puolet (49 %) piti Vihtiä luonnonläheisenä paikkana. Vahvimpia mielikuvia olivat luonnonläheisyys, rauhallisuus, turvallisuus sekä monipuoliset ulkoilu- ja liikuntamahdollisuudet – ominaisuuksia, jotka ovat selkeitä matkailun vetovoimatekijöitä. Myös hyvä kasvuympäristö lapsille nousi esiin entistä voimakkaammin. Vihti herätti useimmissa myönteisen tai melko myönteisen kuvan, mutta mielikuva eläväisyydestä ja tapahtumarikkaudesta jäi heikoksi.

Asiakaskyselyssä matkailijat liittivät Vihtiin vahvasti perheystävällisyyden, luonnonläheisyyden ja rauhallisuuden. Vihdin matkailutarjontaa pidettiin ekologisena, aitona ja paikallisuutta tukevana. Kohteiden saavutettavuus nousi myös tärkeäksi tekijäksi matkailupäätöksiä tehdessä. Vastauksista kävi kuitenkin ilmi, että kaikki eivät tunne Vihdin matkailumahdollisuuksia kovin hyvin, ja viestinnän sekä markkinoinnin tarve nousi toistuvasti esiin.

Matkailuyrittäjien näkökulmasta suurimpia kehittämiskohteita ovat markkinointi, yhteistyö ja näkyvyyden lisääminen. Yrittäjät korostavat kunnallisen ja yksityisen sektorin yhteistyötä, yhteistä markkinointia sekä matkailun strategista johtamista ja verkostoitumista esimerkiksi Vihdin Matkailu ry:n kautta. Useissa vastauksissa mainittiin tarve systemaattiselle ja budjetoidulle kehitystyölle.



PESTEL- ANALYYSI

Vihdin matkailun toimintaympäristö



VIHDIN MATKAILUN PESTEL-ANALYYSI

PESTEL-analyysi on strateginen työkalu, jolla tarkastellaan toimintaympäristön muutostekijöitä kuudesta näkökulmasta: poliittisesta, taloudellisesta, sosiaalisesta, teknologisesta, ekologisesta ja lainsäädännöllisestä. Se auttaa tunnistamaan matkailuun vaikuttavia ulkoisia mahdollisuuksia ja riskejä, jotka voivat joko tukea tai haastaa kehittämisohjelman tavoitteiden saavuttamista.

Vihdin matkailun PESTEL-analyysi perustuu havaittuihin signaaleihin, ilmiöihin ja trendeihin, jotka nousevat esiin kansallisista ja alueellisista matkailukehityssuunnista, mielikuvatutkimuksista, asiakaskyselyistä ja yrittäjäpalautteista. Analyysi tukee Vihdin matkailun kehittämisohjelman tulevaisuusorientoitunutta lähestymistapaa ja tarjoaa perustan skenaarioiden, toimenpiteiden ja painopisteiden rakentamiselle.

POLIITTINEN NÄKÖKULMA

Vihdin matkailua tukee poliittisesti selkeä tahtotila kehittää aluetta elinvoimaisena ja vetovoimaisena kohteena. Matkailu on nostettu osaksi kunnan strategisia tavoitteita, ja kehittämisohjelma tarjoaa keinon konkretisoida näitä tavoitteita pitkäjänteisesti. Myös alueellisella tasolla, esimerkiksi Uudenmaan liiton tai naapurikuntien tasolla, on kiinnostusta matkailuyhteistyöhön. Tämä avaa mahdollisuuksia yhteisiin markkinointi- ja tuotekehityshankkeisiin, kuten Lohjan, Karkkilan tai Nuukion alueen toimijoiden kanssa. Lisäksi EU:n ja valtion rahoitusinstrumentit, kuten ELY-keskuksen tai maaseuturahaston kautta jaettavat tuet, voivat tarjota merkittäviä resursseja kehitystyölle.

Toisaalta matkailun kehittämisen poliittiset riskit liittyvät päätöksenteon ja resurssien hajanaisuuteen. Jos poliittinen sitoutuminen on lyhytjänteistä tai matkailu ei nähdä strategisesti tärkeänä, kehitystyö voi jäädä irralliseksi. Myös alueellinen yhteistyö voi jäädä toteutumatta, mikäli toimijoiden tahtotilat tai tavoitteet eivät kohtaa. Helsingin ja muiden suurten keskusten vetovoima voi lisäksi ohjata matkailijavirtoja Vihdistä pois, ellei Vihti löydä omaa vahvaa profiiliaan ja erottuvuustekijöitään.

TALOUDELLINEN NÄKÖKULMA

Matkailun taloudellinen merkitys on Vihdille huomattava – vuonna 2023 matkailun tulo oli lähes 30 miljoonaa euroa, ja tulo per asukas oli 1 020 euroa. Taloudellinen toimintaympäristö tarjoaa useita mahdollisuuksia matkailun kasvuille. Lähimatkailun ja maaseutumatkailun suosion kasvu tarjoaa Vihtiin luontaisesti sopivan kehityssuunnan, etenkin kun asiakkaat etsivät edullisia, vastuullisia ja elämyksellisiä vaihtoehtoja. Ruoka- ja saunamatkailun kansainväliset trendit ovat myös ajankohtaisia, ja Vihti voisi hyödyntää näitä erityisesti lähiruokatuotannon ja perinteisen mökkeilyn yhteydessä. Lisäksi yhteistyö pääkaupunkiseudun palveluntarjoajien kanssa voi tuottaa uusia yhteistuotteita ja asiakasvirtoja.

Toisaalta matkailuelinkeino Vihdissä nojaa pitkälti pienyrittäjyyteen, jonka taloudelliset resurssit ovat usein rajalliset. Suhdanteiden vaihtelut vaikuttavat herkästi yritysten toimintaedellytyksiin, ja taloudellisesti epävarmoina aikoina asiakkaat – niin yksityiset kuin yrityksetkin – karsivat matkailuun ja vapaa-aikaan liittyviä menoja. Erityisen haavoittuvassa asemassa ovat juhla- ja kokouspalveluja tarjoavat yritykset, joiden kysyntä on herkkä esimerkiksi yritysten kustannussäästötoimille tai juhlabudjettien supistumiselle. Koska suuri osa Vihdin matkailuyrityksistä toimii juuri näillä toimialoilla, suhdannevaihtelut voivat vaikuttaa merkittävästi koko matkailukentän vakauteen.

Matkailupalveluiden kausiluonteisuus ja investointien rahoitusvaikeudet voivat lisäksi hidastaa kehitystä. Ilman kunnallista tai ulkopuolista tukea pienet toimijat eivät välttämättä kykene vastaamaan kysynnän kasvuun tai kehittämään uusia palveluita. Tämä voi rajoittaa koko kunnan matkailuelinkeinon kasvua ja sen aluetaloudellista potentiaalia.

SOSIAALINEN NÄKÖKULMA

Sosiaaliset arvot ja odotukset vaikuttavat yhä enemmän matkailijoiden valintoihin. Vihdin etuna on se, että sen vahvimmat mielikuvat – luonnonläheisyys, rauhallisuus, perheystävällisyys ja aitous – vastaavat hyvin matkailijoiden toiveita. Asiakaskyselyissä korostuvat ekologiset arvot ja aito paikallisuus, jotka Vihti pystyy tarjoamaan uskottavasti. Samalla matkailu voi vahvistaa yhteisöllisyyttä ja lisätä paikallista ylpeyttä, mikäli asukkaat kokevat hyötyvänsä matkailijoista ja ovat mukana kehittämistyössä.

Riskejä syntyy, jos paikalliset eivät usko matkailun mahdollisuuksiin tai kokevat matkailun uhkaavan omaa elinympäristöään. Heikko usko omiin kohteisiin tai vieraantuminen matkailun tavoitteista voi heikentää sitoutumista. Myös matkailuun liittyvät mielikuvat voivat rajoittaa yleisöä, mikäli Vihti profiloituu vain rauhalliseksi luontokohteeksi. Tapahtumien, kulttuurielämysten ja palvelutarjonnan vahvistaminen voisi auttaa monipuolistamaan tätä kuvaa.

TEKNOLOGINEN NÄKÖKULMA

Teknologiset ratkaisut ovat keskeisiä matkailun saavutettavuuden, löydettävyyden ja palvelukokemuksen kannalta. Digitaaliset varaus- ja maksupalvelut, verkkosivustot ja sosiaalinen media ovat matkailijan ensikosketus kohteeseen. Vihti voi hyödyntää teknologiakehitystä esimerkiksi tarjoamalla digitaalisia reittikarttoja, alueellisia tapahtumakalentereita ja yhteisiä alustoja varausten hallintaan. Datan hyödyntäminen asiakasymmärryksen parantamiseksi on myös kasvava mahdollisuus.

Haasteena on kuitenkin pienyrittäjien vaihteleva digiosaaminen ja ajan tai resurssien puute. Digipalvelujen käyttöönotto voi jäädä puolitiehen, jolloin saavutettavuus heikkenee. Lisäksi järjestelmien hajanaisuus ja yhteensopimattomuus voivat estää tehokasta alueellista yhteistyötä. Teknologinen jälkeenjääneisyys voi vaikuttaa erityisesti nuorempien matkailijoiden kiinnostukseen kohdetta kohtaan.

EKOLOGINEN NÄKÖKULMA

Vihti on luonnonläheinen kunta, jolla on vahva potentiaali profiloitua kestävä matkailun suunnannäyttäjänä. Lähiruoka, hiljaisuus, järvimaisemat ja metsäreitit tarjoavat ekologisesti kestäviä matkailuelämyksiä. STF-sertifioinnin kautta vastuullisuustyötä voidaan systematisoida ja viestiä sekä asiakkaille että sidosryhmille. Ilmastotietoisuus ohjaa yhä useampaa matkailijaa valitsemaan lähellä olevia kohteita, mikä voi vahvistaa Vihdin asemaa lähimatkailun kohteena.

Riskejä syntyy, jos suosittuja kohteita käytetään yli niiden kestokyvyn. Ilmastomuutoksen vaikutukset, kuten leudot talvet tai hellejaksot, voivat myös vaikeuttaa sesonkiperusteista liiketoimintaa. Lisäksi on vältettävä tilannetta, jossa vastuullisuus jää pelkäksi viestinnäksi ilman konkreettisia tekoja – niin sanottu greenwashing voi vahingoittaa brändiä ja uskottavuutta.

LAINSÄÄDÄNNÖLLINEN NÄKÖKULMA

Lainsäädäntö määrittelee ne reunaehdot, joiden puitteissa matkailua voidaan harjoittaa. Hyvin johdettu ja selkeä sääntely tukee kestävä kehitystä ja luo luottamusta. Vastuullisen matkailun sertifikaatit, turvallisuusvaatimukset ja ympäristölainsäädäntö asettavat perustan laadukkaalle toiminnalle. Yhteisesti sovitut pelisäännöt ja sopimukset esimerkiksi tapahtumien järjestämiseen tai reittien käyttöön voivat helpottaa alueellista yhteistyötä ja lisätä tasapuolisuutta.

Toisaalta monimutkainen tai hitaasti muuttuva sääntely voi rajoittaa pienyrittäjien mahdollisuuksia kehittää toimintaansa. Lupa- ja raportointiprosessit voivat olla raskaita, ja ilman tukea ja neuvontaa pienet toimijat voivat jäädä kilpailussa jälkeen. Lainsäädännön on pysyttävä mukana matkailun uusissa toimintatavoissa, kuten digitaalisissa elämyksissä, pop up -tapahtumissa tai joustavissa majoitusratkaisuissa.

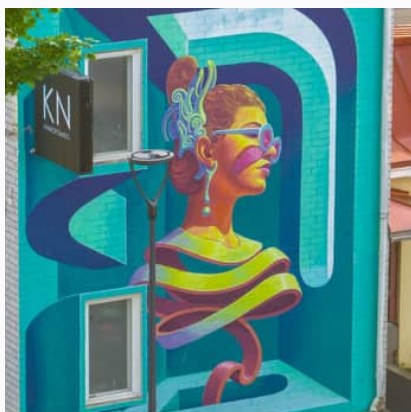




VIHDIN MATKAILUN SKENAARIOT 2025–2033



Skenaariot ovat työkalu, jonka avulla voidaan hahmottaa mahdollisia kehityssuuntia tulevaisuudessa. Ne eivät ole ennusteita, vaan vaihtoehtoisia tulevaisuuskuvia, jotka perustuvat nykyisiin havaintoihin, toimintaympäristön muutoksiin ja valittuihin strategiaan painotuksiin. Vihdin matkailun skenaariot nojaavat edellä esitettyyn PESTEL-analyysiin sekä asiakaskyselyihin, yrittäjien näkemyksiin ja kunnan strategiaan tavoitteisiin.



Skenaarioiden tarkoituksena on auttaa hahmottamaan, mitä vaikutuksia eri kehityspoluilla voisi olla matkailun elinvoimaan, tunnettuuteen ja kuntakuvalliseen asemaan. Ne tukevat valintoja, joita kehittämisohjelmassa ja kunnallisessa päätöksenteossa tehdään lähivuosina. Jokainen skenaario kertoo siitä, mitä voi tapahtua – ja ennen kaikkea siitä, millaisia päätöksiä, panostuksia ja yhteistyötä tavoiteltu tulevaisuus edellyttää.

KUMPPANUUKSIEN VIHTI – REALISTINEN PERUSSKENAARIO

Tässä skenaariossa Vihti kehittää matkailuaan määrätietoisesti mutta maltillisesti. Kunnan ja matkailuyrittäjien välinen yhteistyö tiivistyy, ja Visit Vihdin markkinointi alkaa tavoittaa pääkohderyhmiä erityisesti pääkaupunkiseudulla. Tarjonta vakiintuu erityisesti perheiden, luonnossa liikkujien ja pienten ryhmien suosimaksi lähikohteeksi. Matkailun perusrakenne säilyy entisellään, mutta toiminta tehostuu verkostomaisen yhteistyön ansiosta.

Kehitys rakentuu sille oletukselle, että poliittinen ja taloudellinen tuki säilyvät nykyisellä perustasolla. Vastuullisuusustyö etenee kohti STF-sertifiointia, ja digipalveluja kehitetään vähitellen. Luontokohteiden käyttö pysyy hallittuna eikä ylikuormitu. Vaikka kasvua tapahtuu, se ei ole nopeaa eikä Vihti lunasta vielä kaikkea potentiaaliaan.

Vaikutukset:

- Tunnettuus ja vetovoima kasvavat vähitellen erityisesti lähialueilla
- Matkailutulo ja viipymä paranevat tasaisesti
- Verkostomainen yhteistyö tuo jatkuvuutta ja yhteistä suuntaa
- Kehitys pysyy hallinnassa, mutta Vihti ei vielä erotu vahvasti alueen matkailukartalla

HILJAINEN PERÄKYLÄ – HEIKKENEVÄ SKENAARIO

Tässä skenaariossa matkailun kehittämiseen ei panosteta riittävästi. Kunnan rooli matkailun edistäjänä jää epäselväksi, ja yhteistyö yksityisten toimijoiden kanssa jää pirstaleiseksi. Markkinointi ei muodosta yhtenäistä kuvaa, eikä Visit Vihdin tunnettuus kasva. Pienyrittäjien resurssit ovat rajallisia ja moni toiminta hiipuu. Vihti ei onnistu erottautumaan alueen muista kohteista, ja Nuuksio profiloituu yhä vahvemmin Espoon matkailubrändin alle.

Resurssit eivät kasva, digitaalinen kehitys jää vajaaksi ja sääntelyn monimutkaisuus rasittaa erityisesti pieniä toimijoita. Ulkopuolisia rahoitusmahdollisuuksia ei hyödynnetä, eikä strategista johtamista ole. Vihti jää matkailijoiden kartalla ohikulkukohteeksi, vaikka peruspotentiaali olisi olemassa.

Vaikutukset:

- Vihdin tunnettuus heikkenee suhteessa muihin kehyskuntiin
- Matkailutulo laskee, osa toimijoista lopettaa tai siirtyy muihin elinkeinoihin
- Elinkeinorakenne yksipuolistuu, eikä matkailusta muodostu vetovoimatekijää
- Vihdistä muodostuu väliinputoaja matkailukilpailussa, vaikka alueelliset vahvuudet olisivat olemassa



LANDELUKSUS – TOIVOTTU KASVUSKENAARIO

Tässä skenaariossa Vihti rakentaa itsestään kestävän matkailun edelläkävijän, joka tunnetaan valtakunnallisesti ja kiinnostaa myös kansainvälisesti. Kehityksen ytimessä on vahva ja houkutteleva brändi "Landeluksus", jonka alle rakentuvat yhteiset tapahtumat, matkailupaketit ja tarinalliset sisällöt. Vihti onnistuu yhdistämään Nuuksion kansallispuiston, Vihti Skin ja PuuhaParkin kaltaisen matkailuvaltit, kirkonkylän historiallisen miljööseen ja pienmatkailupalvelut yhdeksi kokonaisvaltaiseksi elämyskohteeksi.

Poliittinen tuki on vahvaa, ja kunnalle myönnetään lisää resursseja sen kehittämiseen. Teknologian ja markkinoinnin kehitys on systemaattista, ja vastuullisuus nähdään paitsi kilpailuvalttina myös toiminnan ohjaavana arvona. Lainsäädäntö ja byrokratia eivät jarruta, vaan tukevat kokeilukulttuuria ja kehittymistä.

Vaikutukset:

- Vihdin tunnettuus kasvaa nopeasti valtakunnallisesti ja kansainvälisesti
- Matkailutulo ja matkailun työllistävä vaikutus lisääntyvät merkittävästi
- Kunta profiloituu laadukkaana, kestävänä ja tarinallisesti vahvana kohteena
- STF-sertifikaatti saavutetaan koko kunnan tasolla ja vastuullisuus viestitään uskottavasti



SUOSITUKSET

Vihdin tulisi strategisesti tähdätä Landeluksus-skenaarioon, joka rakentuu kunnan vahvuuksien – aitouden, luonnon, rauhan, perheystävällisyyden ja vastuullisuuden – varaan. Tämä skenaario ei ainoastaan tue matkailun elinvoimaa vaan myös kunnan yleistä vetovoimaa asuinpaikkana ja investointikohteena. Landeluksus tarjoaa tarinallisen kehyksen, joka sitoo yhteen eri toimijat, nostaa paikallista osaamista ja antaa selkeän suunnan markkinoinnille. Tämän skenaarion toteuttaminen edellyttää:

- Johdonmukaista ja jatkuvaa markkinointia sekä brändityötä
- Strategista ja toimivaa yhteistyötä matkailuyrittäjien, kunnan ja alueellisten kumppaneiden kesken
- Riittäviä taloudellisia ja henkilöresursseja kehitystyöhön
- Kokeilu- ja kehittämismyönteistä ilmapiiriä, jossa uskalletaan luoda uutta



STRATEGISET TAVOITTEET VUOSILLE 2025-2033



VISIO, MISSIO JA ARVOT

VISIO 2033

Vihdin matkailun kehittämistyötä ohjaa yhteinen visio:

Vihti tunnetaan aktiivisen matkailijan kestävästä lähimatkailukohteena, jossa yhdistyvät maaseutumatkailu, luonto- ja kulttuurielämykset ja paikalliskulttuuri.

Tavoitteena on, että vuoteen 2033 mennessä Vihti on vakiinnuttanut asemansa matkailukartalla paikkana, joka tarjoaa vierailijoilleen aitoja ja monipuolisia kokemuksia lähellä pääkaupunkiseutua – mutta silti selvästi omaleimaisena, rauhallisempana ja luonnonläheisempänä vaihtoehtona.

MISSIO

Vihti tarjoaa aidon ja monipuolisen matkailukokemuksen, joka perustuu paikalliseen yrittäjyyteen, luontoon ja yhteisöllisyyteen.

Kehittämistyötä tehdään pitkäjänteisesti niin, että matkailu hyödyttää matkailijoiden lisäksi myös alueen yrittäjiä ja vihtiläisiä. Vihdin missio korostaa matkailun roolia paikallisen elinvoiman rakentajana ja vahvistajana.

Matkailu nähdään osana kestävästä kehitystä, yhteisöllisyyttä ja alueen arvostusta – ei vain elinkeinona, vaan myös elämänlaatua ja identiteettiä vahvistavana kokonaisuutena.



ARVOT

Vihdin matkailun kehittämistyötä ohjaavat seuraavat arvot:

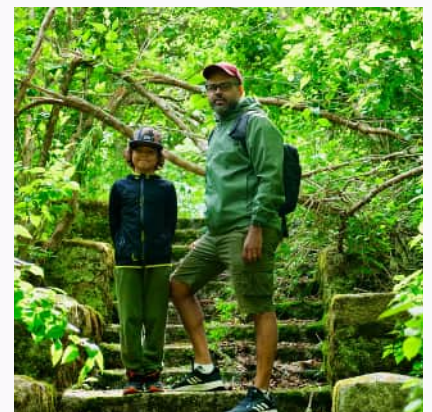
- Kestävyys: Toiminta tukee luonnon monimuotoisuutta, ympäristövastuuta ja paikallista hyvinvointia.
- Aitous: Vihti tarjoaa matkailijalle rehellisiä, juurevia ja elämyksellisiä kokemuksia, jotka kumpuavat paikallisesta elämäntavasta ja kulttuurista.
- Yhteistyö: Kehittämistyö perustuu avoimeen ja luottamukselliseen yhteistyöhön kunnan, yrittäjien ja muiden toimijoiden välillä.

LANDELUKSUS

Vihdin matkailun kehittämistä kokoaa yhteen vahva ja erottuva teemallinen kehys: Landeluksus. Teema nostaa esiin Vihdin ainutlaatuisen aseman yhdistää maaseudun rauha, luonnonläheisyys, käsityöläisyys, paikalliset elämykset ja pienen luksuksen tuntu tavalla, jota urbaanissa ympäristössä ei voi kokea.

Landeluksus ei tarkoita kimalletta, vaan aikaa, tilaa ja aitoutta – hetkiä, joissa kiire unohtuu ja arjesta irtautuminen tapahtuu luonnollisesti. Se voi olla ratsastusretki metsässä, käsin tehtyjä herkkuja, puusaunan lempeät löylyt, lähituotteista koottu illallinen tai vierailu kartanomiljöössä, jossa historia kohtaa nykypäivän.

Tämän teeman alle rakennetaan yhteisiä toimenpiteitä ja markkinointia: tuotteita, tapahtumia, viestintäkärkiä ja yhteistyömuotoja. Landeluksus antaa matkailutoimijoille mahdollisuuden profiloitua yhteisesti, mutta omaleimaisesti – ja se toimii koko Vihdin matkailubrändin kantavana ideana.



A young couple is sitting on a mossy log in a forest. The woman is wearing a grey beanie and glasses, and the man is wearing a grey beanie and a blue sweater. They are both smiling and looking at each other. A green semi-transparent box is overlaid on the image, containing the title.

MATKAILUN KEHITTÄMISOHJELMAN TAVOITTEET 2025-2033

Vihdin matkailun kehittämisohjelma 2025–2033 rakentuu viidelle päätavoitteelle, jotka tukevat yhteistä visiota: Vihti tunnetaan kestäväenä lähimatkailukohteena, jossa maaseudun rauha, luonnon tarjoamat elämykset ja elävä paikalliskulttuuri muodostavat houkuttelevan kokonaisuuden.

Tavoitteena on, että vuoteen 2033 mennessä Vihti on vakiinnuttanut asemansa matkailukartalla paikkana, joka tarjoaa vierailijoilleen aitoja ja monipuolisia kokemuksia lähellä pääkaupunkiseutua – kuitenkin selvästi omaleimaisena, rauhallisempana ja luonnonläheisempänä vaihtoehtona. Päätavoitteet ohjaavat kehittämisohjelman toimenpiteitä ja tarjoavat konkreettiset mittarit edistymisen seurantaan.

TUNNETTAVUUDEN KASVU

Ensimmäinen päätavoite on tunnettavuuden kasvu. Vihti haluaa erottua edukseen matkailukartalla ja tulla koetuksi kiinnostavana matkakohteena – ei vain ohikulkupaikkana. Tavoitteena on lisätä erityisesti valittujen pääkohderyhmien tietoisuutta Vihtiin suuntautuvista matkailumahdollisuuksista. Tunnettuuden kasvua mitataan Visit Vihdin verkkosivujen ja sosiaalisen median kävijämäärillä, medianäkyvyydellä sekä matkailukohteiden kävijäluvuilla.

Aikataulu:

- 2025–2026: Tunnettuuskampanjat, messu- ja myyntitapahtumat, some- ja mediasisällöt
- 2026–2028: Kohderyhmäkohtaiset kampanjat, vaikuttajayhteistyöt, matkailumedia
- 2028–2033: Vihdin aseman vakiinnuttaminen tunnetuksi matkailukohteeksi



YHTEISTYÖN LISÄÄNTYMINEN



Toisena tavoitteena on yhteistyön kasvu. Vihdin matkailun kehittämistä ei voida toteuttaa yksin, vaan tarvitaan vahvaa yhteistyötä matkailuyrittäjien ja muiden toimijoiden kesken. Ohjelma tähtää siihen, että yrittäjät kehittävät palveluja yhdessä ja kunta toimii aktiivisena yhteistyökumppanina. Yhteistyötä mitataan verkostotapaamisten osallistujamäärillä, uusien matkailuyritysten tai -palveluiden syntyemisellä sekä yhteishankkeiden määrällä.

Aikataulu:

- 2025: Säännölliset yrittäjätapaamiset ja matkailutiedotteet käynnistyvät
- 2026–2027: Yhteiset tuotteet ja paketit kehitetään verkostossa
- 2028–2033: Vakiintunut yhteistyörakenne ja jatkuva palvelukehitys



MATKAILIJAMÄÄRIEN, VIIPYMÄN JA TULON KASVU

Kolmas tavoite on matkailijamäärien, viipymän ja matkailutulon kasvu. Kun Vihti houkuttelee enemmän matkailijoita, jotka viipyvät pidempään ja käyttävät monipuolisia palveluita, matkailun merkitys paikallistaloudelle kasvaa. Kehitystä mitataan kävijämäärillä, yöpymisten lisääntymisellä sekä matkailutulon osuudella kunnan elinkeinorakenteessa.

Aikataulu:

- 2025–2027: Tunnettuuden ja markkinoinnin kohdentaminen
- 2026–2029: Palveluiden ja matkailupakettien kehittäminen
- 2027–2033: Infran kehittäminen ja kansainvälisen vetovoiman vahvistaminen



VASTUULLISUUS

Neljäs tavoite on vastuullisuus. Matkailun kasvu tulee toteuttaa niin, että se tukee sekä paikallista yhteisöä että luonnon hyvinvointia. Vihdissä halutaan tarjota aitoja, vastuullisia matkailukokemuksia, jotka perustuvat paikallisiin palveluihin ja kestäväen kehityksen periaatteisiin. Tavoitetta mitataan vastuullisten palveluiden määrällä, matkailijakyselyillä ja sertifikaateilla.

Aikataulu:

- 2025–2027: Koulutukset ja kestävän matkailun periaatteiden jalkauttaminen
- 2028–2030: Vastuullisuussertifioitujen palveluiden osuus vähintään 51 %
- 2031–2033: Vihti tunnetaan vastuullisena matkailukohteena, STF-sertifikaatti saavutettu

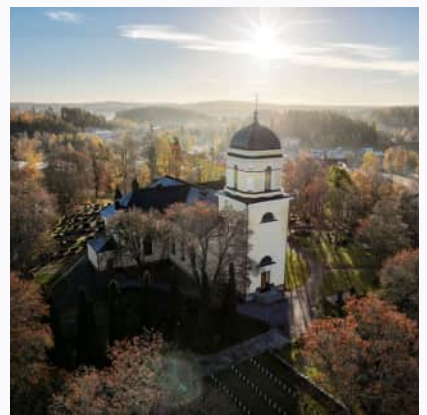
MATKAILUINFRAN JA SAAVUTETTAVUUDEN PARANTAMINEN

Viides päätavoite on matkailuinfran ja saavutettavuuden parantaminen. Jotta matkailu voi kasvaa kestävästi, on huolehdittava siitä, että Vihti on helposti saavutettava ja selkeästi opastettu kohde, jossa matkailuinfrastruktuuri tukee vierailijan sujuvaa ja miellyttävää kokemusta. Kehitystä mitataan muun muassa liikenneyhteyksien ja opasteiden parantumisella, kaavoituksen toimenpiteillä ja asiakaspalautteella saavutettavuudesta.

Aikataulu:

- 2025–2028: Kohteiden ja saavutettavuuden kartoitus, kehitystyön käynnistäminen
- 2029–2031: Liikenneyhteyksien ja opasteiden parantaminen
- 2032–2033: Vihti tunnetaan helposti saavutettavana, sujuvana ja kestäväenä matkailukohteena

Näiden viiden tavoitteen kokonaisuus ohjaa Vihdin matkailun kehittämistä vuoteen 2033 saakka. Tavoitteet tukevat toisiaan ja muodostavat vahvan perustan kestäväälle kasvulle, joka hyödyttää sekä matkailijoita, paikallisia yrittäjiä että koko kuntaa. Jokainen tavoite on sidottu aikatauluun ja mitattavissa oleviin tuloksiin, jotta edistymistä voidaan seurata ja toimintaa kehittää matkan varrella.



A woman with blonde hair, wearing sunglasses, a white t-shirt, dark jeans, and red high-heeled shoes, is walking from left to right. She is positioned in front of a light-colored, textured wall. A large, dark shadow of a person is cast onto the wall behind her. Two vertical yellow wavy patterns are superimposed on the image, one on the left and one on the right. The text is centered over the image.

VIHDIN MATKAILUN KEHITYSOHJELMAN TOTEUTUS JA SEURANTA



SEURANTA JA MITTARIT

Vihdin matkailun kehittämisohjelma toimii kunnallisena strategisena työkaluna vuosille 2025–2033. Sen vaikuttavuus riippuu ennen kaikkea sen toteutuksesta ja säännöllisestä seurannasta. Ohjelman onnistunut toimeenpano edellyttää tavoitteellista, mitattavaa ja yhteistyöhön perustuvaa toimintaa, joka elää mukana muuttuvassa toimintaympäristössä. Pelkkä ohjelman laatiminen ei riitä – vaikuttavuus syntyy siitä, että toimenpiteet viedään käytäntöön suunnitelmallisesti, ja kehitystä seurataan johdonmukaisesti koko ohjelmakauden ajan.

Ohjelman toteutumista seurataan vuosittain ennalta määriteltyjen tavoitteiden, mittareiden ja aikataulujen pohjalta. Mittarit mahdollistavat kehitystyön etenemisen arvioinnin, osoittavat vaikuttavuutta ja tukevat myös viestintää kuntalaisille, yrittäjille ja rahoittajille. Kehittämisohjelman puolivälissä, vuonna 2029, tehdään laajempi arviointi ja mahdolliset päivitykset.

Tunnettavuuden kasvua mitataan verkkosivujen ja sosiaalisen median kävijämäärillä, medianäkyvyydellä ja matkailukohteiden kävijäluvuilla. Vuonna 2025 käynnistetään kampanjat ja mediasisältöjen kehitys. Vuosina 2026–2028 panostetaan markkinointiin ja vaikuttajayhteistyöhön. Vuosina 2028–2033 tavoitteena on Vihdin vakiinnuttaminen tunnetuksi matkailukohteeksi.

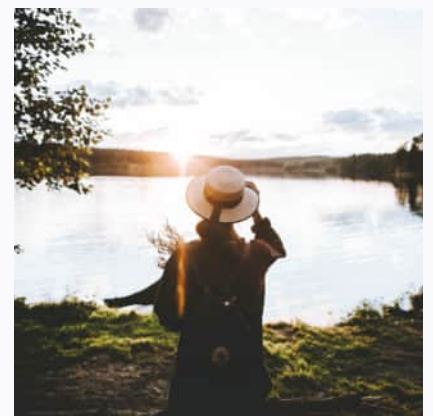
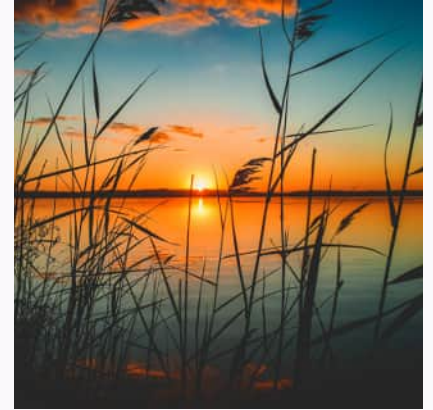
Yhteistyön kasvua arvioidaan yhteistyöhankkeiden, verkostotapaamisten ja uusien palvelujen määrän perusteella. Vuonna 2025 käynnistetään säännölliset yrittäjätapaamiset. Vuosina 2026–2027 kehitetään yhteistuotteita ja 2028–2033 vahvistetaan yhteistyörakenteet osaksi normaalia toimintaa.



Matkailijamäärien, viipymän ja matkailutulon kasvua mitataan yöpymisvuorokausilla ja matkailutuloilla. Vuosina 2025–2027 keskitytään näkyvyyden ja kysynnän kasvuun. Vuosina 2026–2029 kehitetään palveluita ja vuodesta 2027 alkaen panostetaan infrastruktuuriin ja kansainväliseen vetovoimaan.

Vastuullisuuden edistymistä seurataan vastuullisten toimijoiden ja sertifikaattien määrällä sekä matkailijakyselyillä. Vuosina 2025–2027 toteutetaan koulutuksia, 2028–2030 pyritään siihen, että 51 % toimijoista on sertifioituja, ja 2031–2033 tavoitteena on STF-sertifikaatin myöntäminen kunnalle.

Matkailuinfrastruktuurin ja saavutettavuuden kehitystä mitataan liikenneyhteyksillä, opasteilla, kaavoituksella ja digipalveluilla. Vuosina 2025–2028 kartoitetaan tarpeet ja aloitetaan kehitystyö. Vuosina 2029–2031 painopiste on liikenne- ja opasteparannuksissa. Vuonna 2033 Vihti tavoittelee asemaa helposti saavutettavana, vastuullisena kohteena.





TOIMENPIDESUUNNITELMA, RESURSSIT JA ROOLITUS

Vaikka kehittämisohjelma luo pitkän aikavälin suuntaviivat, sen käytännön toteutus rakentuu vuosittain laadittavan toimenpidesuunnitelman ympärille. Tämä suunnitelma konkretisoi ohjelman tavoitteet kunkin vuoden painopisteiksi, toimenpiteiksi ja vastuiksi.

Toimenpidesuunnitelma laaditaan yhteistyössä kunnan, Visit Vihdin, Vihdin Matkailu ry:n ja paikallisten yrittäjien kanssa. Suunnittelun pohjana hyödynnetään seurantatietoja, asiakaspalautteita, matkailijamittareita ja edellisen vuoden kokemuksia. Prosessi perustuu vuoropuheluun, jota käydään esimerkiksi verkostotapaamisissa ja työpajoissa.

Vuotuinen suunnitelma tuo kehittämistyöhön ketteryyttä: se mahdollistaa nopeat reagoinnit muutoksiin, tukee rahoituksen hakua ja pitää matkailutoiminnan jatkuvasti ajan tasalla. Toimenpiteet muuttuvat konkreettisiksi, mitattaviksi ja osallisuutta lisääviksi askelmerkeiksi kohti vahvempaa matkailukuntaa.

MATKAILUN RESURSSIEN VAHVISTAMINEN

Matkailun kehittäminen edellyttäisi riittäviä taloudellisia ja henkilöstöresursseja, jotta työtä voitaisiin toteuttaa suunnitelmallisesti ja vaikuttavasti. Ilman riittävää resursointia kehittäminen jäisi helposti yksittäisten hankkeiden ja projektien varaan, eikä pitkäjänteinen eteneminen olisi mahdollista.



Matkailun edistämistä varten tulisi varata vuosittain erillinen määräraha, joka kattaisi muun muassa markkinoinnin, viestinnän ja kehittämishankkeet. Samalla matkailun koordinointia pitäisi vahvistaa niin, että kunnassa olisi nimetty vastuutaho ja riittävä työpanos matkailun edistämiseen. Koordinointi voitaisiin järjestää kunnan oman organisaation sisällä tai yhteistyössä ulkoisten toimijoiden kanssa.

Resursoinnin toteutumista seurattaisiin vuosittain talousarvioon varattujen määrärahojen, käytetyn henkilötyöajan sekä toimenpiteiden toteutuksen kautta. Lisäksi hyödynnettäisiin ulkoisia rahoituslähteitä, kuten hanketukia, aina kun se olisi mahdollista.

ROOLIT JA VASTUUNJAKO

Kehittämisohjelman toimeenpano edellyttää selkeitä rooleja ja yhteistyötä. Matkailu ei ole vain kunnan vastuulla – se tehdään yhdessä.

Kunta toimii mahdollistajana. Se luo yrittäjille toimintaedellytyksiä kehittämällä infrastruktuuria, parantamalla saavutettavuutta, koordinoimalla yhteismarkkinointia ja toimimalla sillanrakentajana päätöksenteossa. Kunta osallistuu myös alueellisiin ja valtakunnallisiin hankkeisiin ja verkostoihin, joiden resurssit voidaan valjastaa paikallisten toimijoiden käyttöön.

Yrittäjät ovat matkailun käytännön toteuttajia. He tuottavat ja myyvät palvelut ja kohtaavat matkailijat. Yrittäjien aktiivisuus ja yhteistyö erityisesti yli toimialarajojen – esimerkiksi majoituksen, ruokapalvelujen ja ohjelmapalvelujen välillä – mahdollistavat kilpailukykyisen ja elämyksellisen matkailutarjonnan.

Muut yritykset, yhteisöt ja asukkaat täydentävät kokonaisuutta. Vihtiläisten paikallistuntemus, palveluhalukkuus ja yhteisöllisyys vaikuttavat matkailijan kokemukseen. Matkailun kehittäminen hyödyttää myös paikallisia: se lisää palveluja, vahvistaa elinvoimaa ja parantaa alueen viihtyisyyttä.

Kehittämistyön pitkäjänteinen eteneminen edellyttää myös riittäviä resursseja kunnan puolelta. On tärkeää, että matkailun koordinointi, viestintä ja markkinointi eivät jää yksittäisten projektien tai henkilöiden varaan, vaan niille varataan pysyvä rooli elinvoimaorganisaatiossa. Riittävä henkilöstö, budjetti ja toimivat yhteistyörakenteet varmistavat, että ohjelman tavoitteet muuttuvat matkailijoiden kokemuksiksi ja vihtiläisten hyödyksi.





VI