

TURKU TOURING OY	Toimitusjohtaja Anne-Marget Niemi
-------------------------	-----------------------------------

Yhtiön toimiala ja toiminnan pääasiallinen tarkoitus	Lisätä alueelle suuntautuvaa matkailua ja kasvattaa matkailutuloja toimimalla maakunnallisen matkailun alueorganisaation Matkailun palvelukeskuksen apuyhtiönä, joka hoitaa myynnin ja markkinoinnin operatiivisen toiminnan.
---	---

Turun kaupungin osaamis-, yrittäjäys- ja elinkeino-ohjelma 2010 – 2014:

<p>Tavoite 1 Vahvistaa markkinointitoimenpitein kulttuuripääkaupunkivuoden hyödyntämisen pitkäaikaisvaikutuksia Toimenpiteitä: Markkinointi- ja myyntikanavien sekä uusien kaupunkimatkailutuotteiden kehittäminen</p> <p>Tavoite 2 Saavutettavuuden kehittäminen ja turvaaminen Toimenpiteitä: Houkutellessaan uusia lentoyhteyksiä ja tuetaan olemassa olevia yhteyksiä matkailumarkkinoinnilla ja -tuotteilla. Sähköisen liiketoiminnan verkkokaupan kehittäminen alan parhaimmaksi</p>

TOIMINNALLISET TAVOITTEET							
Arviointikriteerit	TP 2009	TP 2010	TP 2011	TP 2012	Tavoite 2013	Toteutunut 31.12.2013	
Markkinaosuus (yöpymiset), %	4,1	3,9	4,4	3,7	4,0	3,6	
Lentomatkustajamäärien kehitys	278	357	377	452	374	325	
Laivamatkustajamäärien kehitys (1.000 kpl)	3044	3004	2828	2749	3 050	2 916	
Verkkokaupasta ostetut tuotteet (1.000 €)	211	220	319	273	310	280	
Verkkosivujen kävijämäärä (vuodesta 2011 alkaen, 1.000 kpl)	211	221	545	380	400	437	

TALOUDELLISET TAVOITTEET JA TUNNUSLUVUT							
Arviointikriteerit	TP 2009	TP 2010	TP 2011	TP 2012	Tavoite 2013	Toteutunut 31.12.2013	
Liikevaihto (1.000 €)	1 248	1 182	1 416	1 297	1 675	1 277	
Liikevoitto (1.000 €)	28	4	54	100	37	3	

Tilikauden tulos (1.000 €)	27	3	36	76	37	1	
Kaupungin avustukset (1.000 €)	0	0	0	0	0	0	
Sijoitetun pääoman tuotto %, ROI	7	1	11,9	20,0	8,0	1,2	
Oman pääoman tuotto %, ROE	6	1	7,8	15,0	7,0	0,25	
Osinkotuotto kaupungille, (1.000 €)	0	0	0	0	0	0	
Nettoinvestoinnit (1.000 €)	23	56	0	0	0	0	
Gearing (nettovelkaantumisaste) %				55,0	55,0	60,0	
Omavaraisuusaste %		76,0	69,1	81,0	70,0	73,3	

Toimitusjohtajan yhteenveto toiminnallisten ja taloudellisten tavoitteiden toteutumisesta vuonna 2013:

Uusin kaupunkimatkailutuote "Food Walk" on myynyt hyvin ja saanut julkisuutta useissa suomalaisissa ("Maku", "Glorian Ruoka ja Viini", "Viini", useissa "naistenlehdissä") medioissa sekä monissa kansainvälisissä aikakauslehdissä. Turku on markkinoitu ruokakaupunkina ja maakuntaa Suomen ruoka-aittana.

Tuettu elokuvakaupunki-imagoa uudistamalla Vares-kierroksia elokuvien mukaan.

Kehitetty edelleen tärkeitä tuotteita kuten "Kylddyritempaus" ja "Teatteripläjäys". Tapahtumat on tarkoitettu ryhmämatkojen myyjille, isoille ostajille (tyyliin pankit, yhdistykset jne.) sekä paikallisille verkostoille, kuten hotellien vastaanotot jne.

Markkinoinnin painopiste on siirtynyt yleismarkkinoinnista enemmän tuotepohjaiseen ja tulostavoitteelliseen markkinointiin edelleen yhdessä elinkeinon kanssa. Mainostetaan syitä tulla alueellemme joko tapahtumien tai tuotteiden avulla.

Verkkosivujen kävijämäärä on noussut, www.visitturku.fi on Suomen matkailusivustojen kakkonen, pääkaupungin jälkeen. Viipymä sivustollamme on 4,5 min, joka on keskimääräistä huomattavasti korkeampi viipymä.

Tavoite 2, saavutettavuus

Norwegian aloitti lennot lokakuussa Alicanten ja Turun välillä ympäri vuoden kerran viikossa. Mikäli lennot kannattavat, yhtiö on ilmoittanut harkitsevansa uusia kohteita, mm sellaisista destinaatioista, joihin Turku on jo kansainvälisesti markkinoitu. Lentoliikenneneuvotteluita on käynnissä jatkuvasti. Norwegianin kanssa on tehty yhteismarkkinointia, joka näkyy heidän nettisivuillaan.