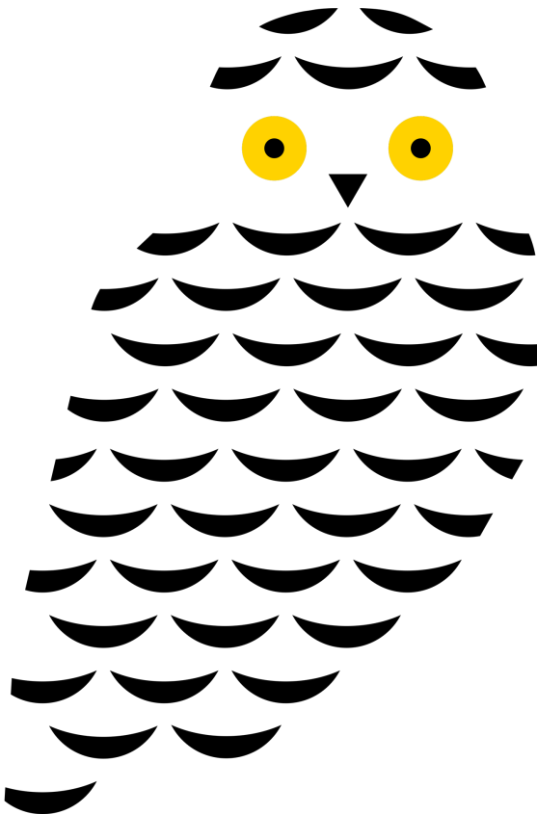




# LOPPURAPORTTI

## ARCTIC DESIGN WEEK 2021

Arctic Design Week on maailman pohjoisin muotoilufoorumi sekä omaleimainen kaupunkifestivaali muotoilumessuineen.

Advisory Board

05.05.2021



## Sisällysluettelo

|                                                     |    |
|-----------------------------------------------------|----|
| ADW JOHDANTO .....                                  | 3  |
| Perustiedot .....                                   | 3  |
| Arctic Design Weekin palvelutehtävä .....           | 4  |
| Advisory Boardin perustaminen .....                 | 5  |
| Tuottajatiimi .....                                 | 5  |
| ADW - STRATEGIA JA TAVOITTEET .....                 | 8  |
| Tahtotila .....                                     | 8  |
| Päätavoitteet .....                                 | 9  |
| Muotoiluviikon pääkohderyhmät .....                 | 10 |
| Brändiuudistus ja brändihierarkia .....             | 10 |
| Vastuullisuus- ja kompensatiokonsepti .....         | 12 |
| Kumppanuusmalli .....                               | 13 |
| Tulo- ja menoarvio 2021 .....                       | 14 |
| ADW — organisointi ja toteuttaminen .....           | 14 |
| Organisointi: oppimis- ja yrityspalvelualusta ..... | 15 |
| Ohjelmasisällöt .....                               | 15 |
| Muotoilufoorumien toteuttaminen .....               | 15 |
| ÄÄRI Arctic Design Expon toteutus .....             | 16 |
| Arktista Vimmaa -kaupunkifestivaalin toteutus ..... | 17 |
| Digital Travel Workshop 2021 .....                  | 17 |
| Arctic Festival & Fashion Show 2021 .....           | 17 |
| Muotoilupalkinnot 2021 .....                        | 18 |
| Arctic Passion — matkailutuotteisto .....           | 19 |
| Honorary Design Podium .....                        | 19 |
| Arctic Snowy Owl — lisenssituotteet .....           | 19 |
| KÖÖKKI — arktinen makufestivaali .....              | 19 |
| Muotoilu Webinaarit ja workshopit .....             | 20 |
| Näyttelyt .....                                     | 21 |

|                                                               |    |
|---------------------------------------------------------------|----|
| ADW MARKKINOINTI JA VIESTINTÄ.....                            | 22 |
| Integroitu markkinointiviestintäohjelma .....                 | 23 |
| Omat mediat.....                                              | 24 |
| Arctic Passion -Mobiilisovellus .....                         | 24 |
| Ulko- ja tilamainonta .....                                   | 25 |
| TV-mainonta ohjasi verkkoon.....                              | 25 |
| Suoramainonta .....                                           | 25 |
| Digitaalinen mainonta: Some ja display-mainonta tukevana..... | 25 |
| Google mainonta .....                                         | 26 |
| Lehtimainonta .....                                           | 26 |
| Lehdistöviestintä ja mediayhteistyö.....                      | 27 |
| ARCTIC DESIGN WEEK 2021 TULOKSET – kasvua ja kehitystä .....  | 28 |
| Saavutukset .....                                             | 29 |
| Määrälliset tulokset 2021.....                                | 29 |
| Medianäkyvyys .....                                           | 30 |
| Taloudellinen yhteenveto.....                                 | 32 |
| Järjestäjien toteutuneet sisältötuotantopanostukset 2021..... | 33 |
| Asiakaspalautteet .....                                       | 33 |
| Arctic Design Week 2022.....                                  | 34 |
| Kehitysajatuksia vuodelle 2022 .....                          | 34 |
| Johtopäätökset .....                                          | 35 |
| <br>Liitteet .....                                            |    |

# ADW JOHDANTO

**Maailman pohjoisin muotoiluviikko, Arctic Design Week järjestettiin 13. kerran Rovaniemellä 21.-28. maaliskuuta 2021. Muotoiluviikkoa on jalostettu luodun vision mukaisesti elinkeinoelämää palveleviksi businessfoorumeiksi, myyminenedistämis- ja lanseerausalustaksi sekä matkailijoita ja kaupunkilaisia palvelevaksi Arktista Vimmaa -kaupunkifestivaaliksi.**

**Syksyllä 2019 perustettu, Arctic Design Weekin PTS-linjaa luova Advisory Board päätti panostaa jatkossa erityisesti vastuullisuuteen, kansainvälisyyteen ja kaupallisuuteen. Tavoitteena on kasvattaa muotoiluviikosta koko arktisen alueen vaikuttaja- ja kulttuuriareena.**

## Arctic Design Week Profiloi Arktista ekosysteemiä

Design Week on kansainvälisesti tunnettu käsite. Arctic Design Week on osa Word Design Weeks – verkostoa, jossa yhteistyötä lujitettiin kevään 2020 jälkeen säännöllisellä vuoropuhelulla eurooppalaisten muotoiluviikkojen kanssa. Verkostossa on mukana 37 muotoiluviikkoa ympäri maapalloa. Suomessa ko. verkostoon kuuluvat ainoastaan Helsinki ja Rovaniemi. Arctic Design Weekiä on mahdollista kehittää kansainvälisesti merkittäväksi arktiseksi areenaksi, joka vahvistaa alueen kansallista ja kansainvälistä vaikuttavuutta.

**Arktisen muotoilun tehtävä on tukea arktisen alueen kestävä kehittämistä.** Älykkään arktisen muotoilun ansiosta ihmiset ovat aina selviytyneet arktisissa ääriolosuhteissa. Muotoilu on merkityksellisen muutoksen ja paremman menestyksen voima. Muotoilun strategisella käytöllä tähdätään entistä vastuullisempaan kehitystyöhön, niin kilpailukyvyyn kuin kansainvälistymisen kasvuun.

## Perustiedot

Arctic Design Week on yhteistyön vahvistaja Lapin korkeakoulukonsernin ja kaupunkikonsernin välillä. ADW tukee vaikuttavan arktisen ekosysteemin kehittämistä. Arctic Design Week on osa Rovaniemen kaupungin kansainvälisesti rekisteröimää Arctic Design Capital -toimintaa.

Maailman pohjoisimman muotoiluviikon järjestäjinä toimivat Rovaniemen kaupunki ja Lapin Korkeakoulukonserni (LUC). Operatiivisesta toiminnasta vastaa Rovaniemen kaupungin elinkeino- ja yrityspalvelut eli Business Rovaniemi.

”Rovaniemen kaupunkistrategia korostaa Rovaniemen asemaa arktisena pääkaupunkina. Rovaniemen ja Lapin arktisen imagon kannalta on tärkeää nostaa kärkeen arktiseen erikoisosaamiseen ja -tietoon pohjautuva arktinen ekosysteemi koko alueen ja toimijoiden tunnettuuden vahvistamiseksi. Näin onnistumme profiloitumaan erottuvammin ja terävämmin sekä luomaan lisää vaikuttavuutta alueelle – niin yrityksille, matkailijoille kuin lappilaisillekin” sanoo toimialajohtaja Jukka Kujala, Rovaniemen kaupungin elinvoima- ja yrityspalveluista.

### Mikä on Arctic Design Week? - nostaa esiin muotoilua monialaisesti

- vuosittain viikolla 12 järjestettävä kansainvälinen muotoiluviikko
- Osa kansainvälistä World Design Weeks -verkostoa: <https://www.worlddesignweeks.org/>
- Pääjärjestäjinä toimivat Rovaniemen kaupunki ja Lapin korkeakoulukonserni (Lapin yliopisto, Lapin AMK)
- **Arctic AHA!** -Muotoilufoorumit kokoavat vaikuttajia ja muotoilijoita
- **Arktista Vimmaa** -kaupunkifestivaali matkailijoille ja kaupunkilaisille
- **ÄÄRI** Arctic Design Expo elinkeinoelämälle
- **KÖÖKKI** arktinen makufestivaali kaupunkilaisille ja matkailijoille

## Arctic Design Weekin palvelutehtävä

Arctic Design Weekin missiona on arktisen alueen kestävä ja vastuullinen menestys muotoilun avulla.

Arctic Design Weekin palvelutehtäviä ovat:

- Asemoi: omistajia ja toimijoita vastuullisena arktisena ekosysteeminä
- Promotoi: toimijoita, osajia
- Edistää: oppimista, elinkeinoelämää
- Inspiroi: muotoilijoita, yrityksiä ja asukkaita sekä matkailijoita
- Verkostoi: opiskelijoita ja yrityksiä
- Elävöittää: arktiset elämys- ja kulttuurikokemukset

Arctic Design Weekin pitkäkestoinen pääteema on vastuullisuus. Vuosi Teema 2021 oli Be Proactive eli ennakoiminen.



The banner features the Arctic Design Week logo at the top center. Below it, the text "LISÄÄ EVÄITÄ JA INTOA NÄISTÄ" is displayed in large white letters on a black background, followed by the website "arcticdesignweek.fi". The bottom section is divided into four colored boxes, each representing an event:

| Event                          | Dates           |
|--------------------------------|-----------------|
| Arctic Possion city festival   | 22. – 28.3.2021 |
| ÄÄRI Arctic Design Expo        | 22. – 28.3.2021 |
| Arctic AHA!                    | 25. – 26.3.2021 |
| KÖÖKKI Arktinen makufestivaali | 22. – 28.3.2021 |

Kuva: Arctic Design Weekiä on jalostettu vuodesta 2019 lähtien arktista muotoilua edistäväksi monipuoliseksi tapahtumaviikoksi.

## Advisory Boardin perustaminen

Syksyllä 2019 kutsuttiin kokoon Advisory Board, jonka keskeinen tehtävä on vastata Arctic Design Weekin strategisista linjauksista sekä ohjata ADW:n pitkäjänteistä kehitystyötä ja toimintaa.



**Vuoden 2020 Advisory Boardin jäseninä toimivat muotoiluviikon omistajien sekä alueen avointoimijoiden edustajat:**

Ulla-Kirsikka Vainio, kaupunginjohtaja  
 Jukka Kujala, elinvoimajohtaja, Rovaniemen kaupunki  
 Antti Syväjärvi, rehtori, Lapin Korkeakoulukonserni, Lapin yliopisto  
 Riitta Rissanen, rehtori, Lapin Ammattikorkeakoulu  
 Jonna Häkkilä, varadekaani, Lapin Yliopisto, taiteiden tiedekunta  
 Risto Lustila, palvelupäällikkö, Business Finland  
 Päivi Tahkokallio, puheenjohtaja Bureau of European Design Association BEDA  
 Tiina Ronkainen (Elsi Malkki), asiamies, Lapin Kauppakamari  
 Esittelijä: Taina Torvela, tuottaja

## Tuottajatiimi

**ADW -Muotoiluviikon operatiivinen toteutus:**

- a) Suunnittelu- ja toteuttajatiimissä: kaupungin elinvoimayksikkö, Lapin yliopisto taiteiden tiedekunta ja ammattikorkeakoulun tiimit
  - Business Rovaniemi: tuottajana Taina Torvela

- Lapin Yliopisto: Satu Miettinen, Maria Keskipoikela, Leila Lipiäinen, Ana Nuutinen, Johanna Oksanen, Pinja Metsäkoivu, Timo Jokela
- Lapin Ammattikorkeakoulu: Anu Harju-Myllyaho, Esa Posio, Jenni Pyhäjärvi, Matti Vatanen

**c) Eri sisältötuotannoissa toimivat ammattilaisoperaattorit:**

- Arctic AHA! -Muotoilufoorumi: Päivi Tahkokallio, Tahkokallio Design+
- ÄÄRI Arctic Design Expo: JuJu Oy /Jaana Jeminen
- Arktista Vimmaa: Sillhaus/ Nina Oinas
- Arctic Fashion Show: Finland Fashion Agency/ Merja Kupiainen-Groundstroem

**b) Kunkin ohjelmamoduulin osalta toimivat vastuuoperaattorit ja vakiintuneet yhteistyötahot sisällöntuotannossa**

- Metsähallitus: Heikki Hepoaho, Touko Heikkinen, Kristiina Vuopala
- Rovaniemen Kaupungin Kulttuuritoimi: Merja Tervo, Roosa Nevala
- Arktinen keskus: Markku Heikkinen

**d) Sisällöntuotantotiimit eri opiskelijaryhmistä koulutusyksiköittäin:**

**KÖÖKKI Arktinen makufestivaali (Pinja Metsäkoivu)**

Arktisen makufestivaalin visuaalisen ilmeen takana on kymmenhenkinen eri taidealojen opiskelijatiimi Lapin yliopiston taiteiden tiedekunnasta.

Opiskelijatiimissä: Karoliina Räikkönen, Ida Sarisalmi, Julia Palola, Jutta Luukkonen, Elli Noropirtti, Marlene Väinölä, Maria Korkiala, Ilari Kallinen, Riitta Vaaramo, Janne Peuna,

**Arctic AHA! Foorum Team (Esa Posio, Digree Programme in Tourism, Collaborative Experience Design)**

"Tämä ryhmä Lapin Ammattikorkeakoulun opiskelijoita on mukana Arctic Design Weekin Arctic AHA! Foorumeiden ja Arctic Design Awards Night-palkintojenjakotilaisuuden järjestämisessä ja toteuttamisessa. Arctic Design Weektarjoaa opiskelijoille ainutlaatuisen tilaisuuden harjoitella tapahtumajärjestelyä oikeassa tapahtumaympäristössä ja tukee heidän opintojaan. Tiimin jäsenet ovat: Linda Krajewski, Ngoc Nguyen, Svavar Gudnason, Karoliina Nissinen, Milla Rautiainen, Phat Thai, Daniela Culley, Tran Quynh Trang, Anni Jääskeläinen ja Niko Kantola. Opiskelijoiden ja Arctic Design Weekin henkilökunnan yhteistyöllä toteutamme korkeatasoisen ja toimivan tapahtumaviikon!"

**Circular economy Team (Esa Posio)**

Olemme Lapin Ammattikorkeakoulun Degree Programme in Tourism opiskelijoita ja suunnittelemme sekä toteutamme yhdessä Arctic Design Weekin kanssa Kiertotalous-teemaan liittyvän pop-up tapatuman.

Ryhmän jäsenet: Camilla Palosaari - Suomi, Emilia Gomes - Italia/Suomi, Kristian Tyurn - Venäjä, Marina Ledda - Italia, Nguyen Thi Ninh Khoa - Vietnam, Petri Niskanen - Suomi, Phan Thi Men Thuong - Vietnam, Pham Huu Thien Phuc - Vietnam, Vuu Hao My Hang - Vietnam.

**ADW Opening Team (Esa Posio)**

"We are students of Tourism in the Lapland University of Applied Science and we organize the ADW Opening Carnival Team; Vu Ha Vy (Vivian), Elizaveta Aleksandrova (Liisa), Jasmin Väänänen, Tran Thuy My Trinh (Anna), Marc Andreu

Simola, Luu Tien Dat (Ricky) on the picture, and Bui Thuy Anh Tram, Lo Yen, Quynh Tran (Kath) and Pham Duy Bao (Jun) working from abroad."

**Award Night Team** (Esa Posio)

Kts Arctic AHA! Forum team.

**ÄÄRI Design Expo** (Jenni Pyhäjärvi)

Jaana Vepsäläinen, Jenny Ankkuri, Osmo Ruohela, Diana Luhner, Pera Fomin, Nea Hyvärinen, Jenni Kokko, Anna Salolatva, Benjamin Kovanen, Jesse Tuovila

**Virtual Travel Trade workshop** (Jenni Pyhäjärvi)

Katja Pitkänen, Emilia Pirttilä, Pirita Ollila, Henrietta Haapsamo, Reija Solonen, Riia Saari, Kaisa Väliähe, Netta Törmikoski, Siiri Mikkola, Pauliina Pakkanen, Anssi Savelius, Nathalie Prévost

**Arctic Festival&Fashion Show** (Jenni Pyhäjärvi)

Olivia Ajo, Anne Härmä, Laura Koponen, Maxi Rödel, Mirja Kellokoski, Sara Mattila, Sanna Matinmikko, Susanna Kulppi, Selina Rikkonen, Salla Mänty, Marjut Lumijärvi, Veera Aikio

**Arctic Festival&Fashion Show** (Ana Nuutinen, Johanna Oksanen)

Muotinäytöksessä mukanaolevat opiskelijat: Henni Kuvaja, Tanja Pohjola

**Arctic Festival&Fashion Show** (Antti Stöckell, Juho Saavalainen)

Talvitaiteen työpaja: Emilia Launne, Miia Mäkinen, Henna Timlin, Johanna Kurpat, Juho Lintinen, Henrik-Kristian Telkki

**Alumnimme -polkuja pohjoisesta** (Pertti Aula)

Hanna Korpua, Juho Lintinen, Kaisa Maljanen, Sofia Parada Barrenechea, Salla Pääkkilä Salla Susanna, Sini Martiskainen, Erika Turunen, Eeva Vikki, Anniliina Parkkinen, Saikou Marong

**Desolation -Design from Isolation** (Jenni-Liisa Yliniva, Aija Kurko)

Annika Fors, Iiris Huotari, Barbora Kunzova, Eleonora Lakela, Anastasia Leonova, Kerttu Pakkasvirta, Lois Proksch, Katariina Salomaa, Amanda Thitz, Tanja Tuomaala, Oona Örmä

**Desi, Digi ja Design verkostoitumistapahtuma**

Krista Korpikoski & Essi Kuure

Antti Hurskainen, Hanna Alalääkkölä, Maaru Seppä, Viivi Manninen, Marika Tähti, Katja Lintunen, Elina Salmi

e) Sisällöntuotantotiimit mm seuraavista toimijasektoreista: "Pyöreän-Pöydän-tiimit"

- Ravintolat
- Hotellit
- Kulttuuritoimijat
- Muotoilutoimistot

**Arctic Design Weekin Partnership-yhteistyökumppaneina toimivat vuonna 2021:**

- Kaleva Media Oy
- BRP Finland Oy
- Grano Oy

**Viestinnällinen yhteistyö: viiden organisaation viestintäyksiköt**

Rovaniemen kaupungin viestintäyksikkö, Lapin korkeakoulukonsernin viestintä, Arktisen tiedekeskuksen viestintä, Metsähallituksen Tiedekeskus Pilkkeen viestintäyksikkö, House of Lapland – koko Lapin mediapalvelutalo

## ADW - STRATEGIA JA TAVOITTEET

Advisory Board on Perustamiskokouksessaan 19.11.2019 linjannut Arctic Design Weekille pitkän tähtäyksen kehityssuunnat ja toimenpiteet.

### Tahtotila

Tahtotilana on, että Arctic Design Week on arktisen alueen vetovoimaisin muotoiluviikko, kauppapaikka ja vaikuttaja-areena sekä pohjoisten kulttuurien kaupunkifestivaali.



Advisory Board on määritellyt Arctic Design Weekin 2023 visioksi syksyllä 2019 "Kuuden Areenan" -tahtotilan.

## Päätavoitteet

### a) Laadulliset tavoitteet

**Arktisen muotoilun avulla parannetaan kilpailukykyä.** Yritykset, jotka hyödyntävät muotoilua, kasvavat nopeammin ja sijoitetun pääoman tuotto on parempi. Tiedämme myös, että mitä strategisempaa muotoilun hyödyntäminen on, sen paremmin yritys menestyy. Vastuullisuus on kasvava osa yritysten strategiaa.

- **Vahvistaa alueen arktista asemointia:** Arktisen alueen yhteiskunnallinen keskustelufoorumi, muotoilun ykkösareena ja kauppapaikka.
- **Luoda toimiva arktinen ekosysteemi sekä tunnettu ja vetovoimainen arktisen osaamisen näyttämö ja globaali kumppanuusverkosto:** Kumppanuusverkoston ulottuvuus arktisten maiden ja arktisten yliopistojen lisäksi design-toimijat muista maista, kv-muotoiluorganisaatiot ja muiden muotoiluyliopistojen kanssa.
- **Vahvistaa Arktisten alueiden vastuullista merkittävyyttä;** vastuullinen arktinen muotoilutarina, Arctic Owl, vastuullinen tapahtumanjärjestämisperiaatteet käyttöön, Rovaniemen kaupunki hyödyntää/nostaa esiin yhteiskunnallista muotoiluaan
- **Vahvistaa Arktisen muotoilun ja tutkimuksen merkittävyyttä ja kattavuutta:** opiskelijahankintaa vahvistava
  - Service Design -erityisosaaminen, tekstiilisuunnittelu
  - Teknologia ja kylmäosaaminen
  - Arktinen keskus ja tutkimustyö
- **Lisätä kaupallista merkittävyyttä: ADW ostettavuus lisääntyy**
  - ÄÄRI Arctic Design Expo & Fashion Show
  - Arctic Launching Arena
- **Lisätä kansainvälistä vaikuttavuutta:** kansainvälisyystaso 30 %, kattavasti arktiset maat edustettuna
- **Luoda motivoiva ja uskottava kansainvälinen muotoilukilpailusarja:** Tunnetaan kansainvälisesti Golden Arctic Owl -muotoilupalkinnosta.
  1. teollinen muotoilu – palvelumuotoilu – tekstiilisuunnittelu - businessmuotoilu
  2. eri arktisten alueiden korkeakoulujen kanssa yhteistyössä

### b) Määrälliset tavoitteet 2023:

- osallistujat: 25.000 hlöä
- matkailijat: 500-700 yöpymisvrk
- sisällöntuottajat: 100 yritystä/yhdistystä
- puhujat/asiantuntijat: 25
- näytteilleasettajat: 100-150
- korkeakoulukonsernin opiskelijat: (taiteet, tieteet, amk): 250
- kansallisen ja kansainvälisen median huomio

## Muotoiluviikon pääkohderyhmät

Arctic Design Week on tarkoitettu yrittäjille, muotoilijoille, opiskelijoille ja tutkijoille sekä matkailijoille, kaupunkilaisille ja medioille.

Arktiseen muotoiluun erikoistunutta Arctic Design Weekiä on kehitetty **elinkeinoelämää palvelevaksi** muotoilun ostajien, myyjien, kehittäjien ja asiantuntijoiden kansainväliseksi business-foorumiksi sekä **matkailijoita ja kaupunkilaisia palvelevaksi** vastuulliseksi kaupunkifestivaaliksi. **Opiskelijoille** Arctic Design Week on elinkeinolähtöinen oppimisympäristö ja verkottumisalusta elinkeinoelämään. Kansainvälisille ja kotimaiselle **medioille** Arctic Design Week toimii Arktisena Areenana, josta löytyvät ajankohtaisimmat näkökulmat vastuulliseen arktiseen muotoiluun ja ekosysteemiin.

Muotoilu on merkityksellisen muutoksen ja paremman menestyksen voima. Siksi Arctic Design Week -konseptin tulee palvella yrityksiä ja yhteisöjä kestävien menestystarinoiden luomisessa sekä kaupunkilaisia ja matkailijoita pohjoisen muotoilu-elämysten moniaistisena ja kokemuksellisenä, paikallisuutta esiin nostavana tapahtumana. Arctic Design Week kokoaa kerran vuodessa muotoiluorientoituneet yritykset ja kulttuuritoimijat sekä muotoilun ammattilaiset yhteen Napapiirille.

## Brändiuudistus ja brändihierarkia

Arctic Design Weekin brändi-identiteetti uudistettiin 2019. Brändiuudistuksessa tarinallistettiin vastuullisuus pääbränditarinaksi sekä luotiin identifiointitarkaisut eri kohderyhmille kohdistetuille palvelusisällöille. Palveluperhettä täydennettiin syksyllä 2020. Arctic Design Weekin logo säilytettiin entisellään, vahvistaen brändi-identiteettiä muilla visuaalisilla linjauksilla. Tarkennettiin myös päälogon suhdetta Arctic Design Capital -merkkiin.

### Vastuullisuuden symboli ja tarina – vastuullinen ja viisas Tunturipöllö.

Uhanalainen tunturipöllö, Arctic Snowy Owl, on osa haavoittuvaa arktisen herkkää ekosysteemiä. Tämä kaunis koko arktisen alueen vaelluslintu on Arctic Design Weekin, maailman pohjoisimman muotoilutapahtuman uusi, ADWlle 2020 luotu tunnus. Tunnus on kehitetty ADW:n tuottajan Taina Torvelan, Muotoiluforumien tuottajan Päivi Tahkokallion ja Mainostoimisto Seven-1:n yhteistyönä. Graafisen tunnuksen on suunnitellut Mainostoimisto Seven-1 graafinen suunnittelija Mikko Selin. Tunnuksen omistaa Rovaniemen kaupunki, joka on myös tunnuksen rekisteröinyt. Tunnuksella on kaupunki tehnyt käyttöoikeussopimuksen Mainostoimisto Seven-1 kanssa. Arctic Snowy Owl -tunnuksen graafisissa ohjeissa on määritelty alabrändin suhde muotoiluviikon pääbrändiin.

Vuonna 2021 työstettiin Arctic Design Weekille myös vastuullisuussuunnitelma, joka kattaa toiminnalliset ja viestinnälliset sisällöt kattavasti niin ekologisen, sosiaalisen kuin taloudellisen vastuullisuuden osalta. Vastuullisuussuunnitelma pitää sisällään ulkoisen auditointitavoitteen vuoteen 2023 mennessä.

## Erottuvat palvelumerkit

Yrittäjille, muotoilijoille ja asiantuntijoille muotoiltiin syksyllä 2020 luotu **Arctic AHA! -foorumi**. Visuaalisesta toteutuksesta vastasi Mainostoimisto Seven-1 ja graafikko Mikko Selin.

Matkailijoille ja kuluttajille tarkoitettu **Arktista Vimmaa** -kaupunkifestivaali nimeöinnissä hyödynnettiin aikaisemmin Arktisen Keskusten omistuksessa ollutta elokuvafestivaalin nimeä heidän suostumuksellaan. Visuaalisen muodon festivaalille loi taiteen tiedekunnan opiskelija Aija Kurko. Hän on ollut myös luomassa visuaalista konseptia design messuille. Arktista Vimmaa brändin graafisissa ohjeissa on määritelty alabrändin suhde muotoiluviikon pääbrändiin.

Kuluttajille suunnattu **Arctic Design Expo** sai nimekseen **ÄÄRI** ja sen visuaalisen konseptin loivat taiteen tiedekunnan opiskelijatiimi. Nimitarinat ja visuaaliset ratkaisut vahvistavat Arctic Design Weekin bränditarinaa. ÄÄRI Arctic Design Expon graafisissa ohjeissa on määritelty alabrändin suhde muotoiluviikon pääbrändiin.

Kuluttajille ja matkailijoille suunnattu **KÖÖKKI Arktinen makufestivaali** ja sen visuaalisen konseptin loivat syksyllä 2020 taiteen tiedekunnan opiskelijatiimi. Nimitarinat ja visuaaliset ratkaisut vahvistavat Arctic Design Weekin bränditarinaa. ÄÄRI Arctic Design Expon graafisissa ohjeissa on määritelty alabrändin suhde muotoiluviikon pääbrändiin.

## Brändihierarkia

Arctic Design Weekin graafisissa ohjeissa on määritelty pääbrändin ja alabrändien suhde toisiinsa sekä käyttösäännöt. Arctic Design Capital merkkiä käytetään muotoiluviikon pääbrändin kanssa yhdessä. Alabrändien ”allekirjoittajana” toimii aina Arctic Design Week. Tunnushahmoa käytetään ainoastaan pääbrändin viestintätasolla.



Kuva: Arctic Design Week- -brändihierurgia määrittelee palvelumerkkien viestinnälliset käytöissännöt.

## Vastuullisuus- ja kompensaatiokonsepti

Arctic Design Week haluaa edistää vastuullisen arktisen muotoilun menestystä sekä toisaalta edistää Arktisen alueen vastuullista kehittämistä muotoilun avulla. Arctic Design Weekille on työstetty bränditarinaa vahvistavat vastuullisuusperiaatteet sekä kompensaatiokonsepti.

### a) Vastuullisuustoimintaa ohjaava suunnitelma 2021

Vastuullisuus ohjaa koko muotoiluviikon toteuttamista. Kevään 2021 aikana luotiin Arctic Design Weekin vastuullisuustoimintaa ohjaava suunnitelma sekä opas kaikille yhteistyökumppaneille. Vastuullisuussuunnitelmassa huomioidaan sekä sosiokulttuurinen-, taloudellinen että ekologinen vastuullisuus. Vastuullisuus näkyy niin muotoiluviikon ohjelmistossa, kuin Arctic Design Weekillä sisäisinä operaatioina, tavassa toimia ja viestinnässä. Kiinnitämme tulevaisuudessa huomiota vastuullisuuteen keskusteluiden, yritystarinoiden, paikallisuuden ja pohjoisen kulttuurin, paikallisten yhteisöjen ja yritysten avulla.

### Vastuullinen ja viisas tunturipöllö – Arctic Snowy Owl

Arctic Design Week on valinnut tunturipöllön tuomaan esille arktisen alueen luontoa ja symbolisoimaan vastuullista arktista muotoilua. Vastuullinen matkailu edistää ympäristön puhtautta.

Uhanalainen tunturipöllö, Arctic Snowy Owl, on osa haavoittuvaa arktisen herkkää ekosysteemiä. Tämä kaunis koko arktisen alueen vaelluslintu on Arctic Design Weekin, maailman pohjoisimman muotoilutapahtuman päätunnushahmo.

Tunturipöllön viesti on:

Olemme huolissamme arktisesta alueesta. Globaalisti. Haluamme auttaa arktista aluetta menestymään, siksi haluamme edistää kestävästä kehitystä ja eettisesti toteutettua arktista muotoilua.

Arctic Snowy Owl symbolisoi meille vastuullisuutta ja viisautta.

Se kertoo vastuullisesta, käytännöllisyyttä arvostavasta arktisesta muotoilusta. Se kiinnittää huomioimme teemoihin, jotka vaativat meiltä yhteisöinä viisaita valintoja ja tutkittuun tietoon perustuvia päätöksiä.

## **b) Kompensaatiokonsepti luo vastuullista yhteisöä**

Arctic Design Week on ottanut käyttöön vuonna 2020 kompensaatiokonseptin, jonka avulla kompensoidaan tapahtuman aiheuttamaa hiilijalanjälkeä. Kohteena on pohjoisen luontokohteita. Käytännössä jokaisen foorumiin osallistujien osallistumismaksusta ja lisenssituotteiden myyntihinnasta ohjataan 1,5 % Pohjois-Suomen soiden entisöintiin.

Rovaniemen kaupunki/Arctic Design Week on solminut yhteistyön Suomen Luonnonsuojeluliiton luoman Hiilipörssin kanssa, kohteena Pohjois-Suomen soiden ennallistaminen.

”Suomen luonnonsuojeluliiton Hiilipörssi on ojitettujen soiden ennallistamisen palvelu. Hiilipörssin tavoitteena on turvata Suomen suurimman hiilivaraston säilyminen, parantaa luonnon monimuotoisuutta sekä auttaa vesistöjä puhdistumaan. Ojitetun suon ennallistaminen pysäyttää turpeen hajoamisen ja hiilivuodon ilmakehään luoden samalla elintilaa monille kasveille ja eläimille sekä tuoden vesistöhyötyjä. Hiilipörssin ennallistustyö on kokonaisvaltainen ja pitkäaikainen ilmastoteko. Voit lukea työstämme lisää [www.hiiliporssi.fi](http://www.hiiliporssi.fi).”

## **Kumppanuusmalli**

Arctic Design Week on kansainvälinen brändi ja sillä on kaupallista arvoa yhteistyökumppaneille. Tähän perustuen luotiin yhteistyökumppaneille partnership-palvelusäällöt ja hankittiin yhteistyökumppaneiksi kansainvälisiä, valtakunnallisia ja paikallisia yrityksiä yksinoikeusperiaatteella. Kumppanuusmallin avulla muotoiluviikon rahoitus pohjaa vahvistettiin merkittäväällä tavalla.

Vuoden 2021 muotoiluviikon toteutuksesta tehtiin yhteistyösopimukset seuraavien yhtiöiden kanssa:

- Kaleva Media Oy
- BRP Finland Oy
- Grano Oy

## Tulo- ja menoarvio 2021

Päätavoitteena oli laajentaa tapahtuman rahoituspohjaa pitkäjänteisesti muotoiluviikon vaikuttavuuden vahvistamiseksi. Alkuperäisestä budjetista kansainvälisen muotoiluviikon rahoituspohjaa on onnistuttu kolminkertaistamaan korkeakoulukonsernin ja elinkeinoelämän rahoitusosuuksia vahvistamalla.

HUOM. On tarpeellista pystyä arvioimaan budjetin in kind —osuus. Tarpeellista myös erottaa eri järjestäjä/yhteistyökumppanien osuus (rahoitus/in kind).

|                    |                |
|--------------------|----------------|
| <b>Kulurakenne</b> | 2021           |
| Palkat             | 70.000         |
| Tilat              | 15.000         |
| Ohjelmat           | 30.000         |
| Keynote            | 25.000         |
| Markkinointi       | 65.000         |
| <b>Yhteensä €</b>  | <b>205.000</b> |

|                            |                |
|----------------------------|----------------|
| <b>Rahoitussuunnitelma</b> | 2021           |
| Rovaniemen kaupunki        | 60.000         |
| Korkeakoulukonserni        | 30.000         |
| Partners-sopimukset        | 70.000         |
| Tulorahoitus               | 45.000         |
| <b>Yhteensä €</b>          | <b>205.000</b> |

## ADW — organisointi ja toteuttaminen

Jo alkuvuodesta 2020 Aasiasta Eurooppaan levinneen Covid-19 —viruksen vuoksi merkittävä määrä kansainvälisiä tapahtumia jouduttiin Euroopassa ja muualla maailmassa perumaan. Arctic Design Week päätti tehdä toisin. Se päätettiin muotoilla vallitseviin olosuhteisiin toimivaksi hybridimuotoisena. Kaikki mahdollinen siirrettiin modernisti verkkopalveluympäristöön webinaareiksi ja/tai livestriimattaviksi tapahtumiksi.

[Valtioneuvosto päätti poikkeusoloista yleisistunnossaan 1.3.2021](#). Päätöksen mukaan Suomessa astui voimaan valmiuslain 3 §:n 5 kohdassa tarkoitetut poikkeusolot, joka vaikutti ADW toteutuksiin merkittävästi erityisesti kaupunkifestivaalin ja makufestivaalin osalta. Kaikki hybriditapahtumiksi suunnitellut ohjelmaosuudet muutettiin pelkästään on-line muotoisena toteutettaviksi. ÄÄRI Design Expo muutettiin pelkästään virtuaalitapahtumaksi ja tuotettiin striimatut Design Talks Show – keskustelut.

## Organisointi: oppimis- ja yrityspalvelualusta

Vuoden 2021 muotoiluviikon toteutuksessa oli mukana 12 opiskelijatiimiä, yhteensä 168 (106+62) opiskelijaa Lapin Korkeakoulukonsernista eli Lapin yliopistosta ja Lapin Ammattikorkeakoulusta suorittamassa opintoihin liittyviä aitoja työelämäprojekteja opettajien ja tuottajan ohjauksessa.

Arctic Design Week ylittää päätöksentekovaltaa käyttäen Rovaniemen kaupungin elinvoimalautakunta. Käytännön organisoinnista vastaa kaupungin elinvoima- ja yrityspalvelut, Business Rovaniemi. Muotoiluviikon PTS-kehitystyötä johtaa Advisory Board, jossa on edustettuna pääjärjestäjien lisäksi elinkeinoelämän ja muotoilutoimijoiden edustajat.



Kuva: Arctic Design Weekin palvelukokonaisuuksista vastaavat ammattilaisoperaattorit.

## Ohjelmasisällöt

### Muotoilufoorumien toteuttaminen

Arctic Design Weekin muotoilufoorumi suunniteltiin ajankohtaisiksi kaksipäiväisiksi ammattilaistapahtumiksi yhteistyössä Foorumien moderaattorin Päivi Tahkokallion, tj. Tahkokallio Design+, kanssa. Muotoiluviikon Arctic AHA! Foorumi-ohjelmiston pääseminaarit päätettiin toteuttaa webinaareina siten, että toinen päivä oli mahdollista toteuttaa myös live-tapahtumana Korundissa. Epidemiatilanteen pahentuessa poikkeusoloiksi, kaikki seminaarit päätettiin toteuttaa webinaareina. Kaikki materiaalit löytyvät Arctic Design Weekin verkkosivuilta.

Arctic AHA!-Foorumien sisältökäsikirjoituksen avainkysymyksiksi asetettiin:

Miten selviytymiskykyä voi vahvistaa? Resilienssi auttaa meitä toipumaan koettelemuksista ja osa löytää myös entistä parempia ratkaisuja.

Arctic AHA! -keskusteluissa torstaina 25. ja perjantaina 26. maaliskuuta asiantuntijat ja yritykset jakoivat kokemuksensa siitä, miten koronan kaltaisesta yllätyksestä voi selvitä ja miten voi myös menestyä. Arctic AHA! foorumeista toinen päivä varattiin eurooppalaisittain ajankohtaiseen teemaan, The New European Bauhaus –aloitteeseen, joka tehtiin yhteistyössä Rovaniemen kaupungin, Helsingin kaupungin ja mm. Lapin Liiton kanssa.

Arctic AHA! webinaareissa oli yhteensä 16 speakeriä neljässä eri keskustelussa. Puhujiksi rekrytoitiin mm.;

**Hanna Harris**, Chief Design Officer, City of Helsinki

**Julia Lohmann**, Professor of Practice in Contemporary Design, Aalto ARTS

**Ulla-Kirsikka Vainio**, Mayor of City of Rovaniemi.

**Vera Winthagen**, Policy analyst and Industrial designer, Joint Research Centre JRC, New European Bauhaus Team of the European Commission

**Mika Riipi**, County Governor at Regional Council of Lapland

**Jyri Wuorikoski**, Human Security Finland and Savonia University of Applied Sciences

**Timo Koivurova**, Research Professor, Arctic Centre

**Nina Brander**, Arctic Policy Specialist, Secretary General of the Arctic Advisory Board, Prime Minister's Office in Finland

**Liisa Holmberg**, Film Commissioner of International Sami Film Institute, Kautokeino, Norway

**Dan Hill**, Innova, Stockholm, Sweden

**Ilkka Länkinen ja Katja Ikäheimo-Länkinen**, Santa Park

**Joonas Martikainen. johtaja Hiljaisuus-festivaali**

**Salla-Mari Koistinen**, Matkailun ohjelmapäällikkö, House of Lapland.

**Susanna Jänkälä**, kehitysjohtaja, Seven-1.

**Thierry Chevillard**, Naali Lodge.

Digitaalisten muotoilufoorumien konseptin kehittäjänä, tuottajana ja keskustelujen moderaattorina toimi Päivi Tahkokallio, Euroopan suurimman designalan katto-organisaation BEDAn puheenjohtaja. Webinaarien teknisenä alustana toimi LiveWebinar sovellus sekä Muotoilufoorumeiden teknisenä moderoijana toimi Antti Itkonen Rovaniemen kaupungin IT-palveluista.

## ÄÄRI Arctic Design Expon toteutus

Koko ÄÄRI Arctic Design Expo konseptoitiin korona-aikaan soveltuvaksi neljä -teemaiseksi hybriditapahtumaksi. Konseptointityön toteuttivat yhteistyössä Anna-Riikka Lavia ja Katariina Imporanta. Viestinnällisen muotoilun sekä näytteilleasettajahankinnan suoritti JuJu Oy:stä Jaana Jeminen. Verkkoalustan toteutti Mainostoimisto Seven-1 ja Mikko Selin.

ÄÄRI 2021 jouduttiin muotoilemaan valtioneuvoston 12.03.2020 asettamien poikkeustilasäännösten vuoksi vielä nopealla aikataululla uudelleen siten, että sisällöt tuotettiin pelkästään verkkoympäristössä lisäten ohjelmallisia studiokeskusteluita. Neljän Design Talks Show sarjan keskusteluiden tuotannoista vastasi Julius Oförsagdt ja Flatlight Films.

## Arktista Vimmaa -kaupunkifestivaalin toteutus

Arctic Design Week on entistä vahvemmin myös kaupunkifestivaali. Arktista Vimmaa on Arctic Design Weekin kaupunkifestivaaliohjelmisto. Muotoiluviikko yhdistää arktista osaamista kulttuuritoimijoiden kanssa siten, että viikon aikana kaupunkilaiset ja matkailijat pääsevät kokemaan paikallisia kulttuurielämyksiä.

Arktista Vimmaa edustaa katonimenä kattavasti eri kulttuurimuodot: elävää kuvaa, käsityötä ja kuvataidetta, kirjallisuutta, tanssia ja musiikkia, teatteria ja muu esittävä taide. Vuoden 2021 Arktista Vimmaa ohjelmistoon koottiin kattavasti noin 70 eri ohjelmaa muotoiluviikon jokaiselle päivälle jakautuen. Alueen kulttuuripalvelutuottajia oli mukana yhteensä noin 50. Kulttuuritoimijat ovat aktiivisesti yhteistyössä luomassa ohjelmistoa, jonka koordinoijana toimii Silhaus ja Niina Oinas. Rovaniemen kaupungin kulttuuritoimen johtoryhmä on päättänyt suunnitelmallisemmin ottaa ADW ohjelmakalenterin huomioon jatkossa. Ensimmäisen kerran koko ohjelmisto oli löydettävissä myös Rovaniemen kaupungin tapahtumakalenterissa omassa kategoriassaan.

Pandemian aiheuttaman poikkeustilan vuoksi merkittävä osa kaupunkifestivaalin yleisötapahtumista jouduttiin perumaan. Pääosin toteutuivat näyttelyt ja pienimuotoiset workshopit ja ulkoilmatahtumat. Kauppakeskus Rinteenkulmassa oli ns. infopisto materiaalin jakoa ja näkyvyyttä ajatellen, ilman henkilökuntaa.

## Digital Travel Workshop 2021

Arctic Design Weekin ohjelmakokonaisuudessa toteutettiin ensimmäisen kerran matkailun ammattilaisten myyntitapahtuma, joka järjestetään kokonaan verkossa virtuaalisella tapahtumapaikalla.

Digital Travel Workshop Rovaniemi and Finnish Lapland -tapahtuma tuo yhteen paikalliset matkailualan ammattilaiset sekä kansainväliset ostajat eli tour-operaattorit. Ostajat ovat ulkomaisia matkanjärjestäjiä, jotka ovat kiinnostuneita tuomaan matkailijoita Suomen Lappiin.

**Tapahtumaan** rekisteröityi 102 ostajaa 26 eri valtiosta. Suurin osa ostajista on Euroopasta, mutta noin kolmannes on aasialaisia matkanjärjestäjiä muun muassa Japanista, Singaporesta ja Malesiasta. Myyjiä myyntitapahtumaan on ilmoittautunut Rovaniemen ja Lapin alueelta yli 30.

Digital Travel Workshop toteutettiin yhteistyössä Visit Rovaniemen ja ToolBox Consulting Oy:n kanssa.

## Arctic Festival & Fashion Show 2021

Arctic Design Weekin huipennukseksi ja päätöstapahtumaksi oli työstetty talvishow, jonka Rovaniemi haluaa tarjota asukkailleen ja matkailijoilleen ilman pääsymaksua. Elämyksellinen Arctic Fashion Show on uutuustapahtuma, jollaista on odotettu ja toivottu maailman pohjoisimmalle muotoiluviikolle.

Koko kansan päätösjuhla oli suunniteltu toteutettavaksi keskellä kaupunkia, Lordin aukiolla. Pandemian vuosi arktinen catwalk luotiin Lehtojärven lumihotellin piha-alueella, josta tapahtuma live-striimattiin sekä taltioitiin ADW jatkomarkkinointia varten. Arktisella catwalkilla nähtiin Lapissa ennennäkemätön muotishow, jossa pohjoisen lumo ja mystiikka näkyi aina malleja,

mallistoja, stailauksia, visuaalista ilmettä ja musiikkia myöten. Vuorokaudessa live-striimauksen oli nähnyt Youtube-jakelussa lähes 3000 katsojaa. Striimaustallenne on nähtävänä edelleen <https://www.youtube.com/watch?v=Twc3RPlycB4&t=691s>

Yhteistyökumppanina Fashion Model Agency Merja Kupiainen-Groundstroem, joka laatimansa käsikirjoituksen mukaan oli luonut moniaistillinen ilta, joka nostaa esille kotimaista designia, lappilaisten ja suomalaissuunnittelijoiden luomuksia sekä muodin uusimpia trendejä. Artisteiksi päätösjuhlaan oli varattuna Hildá Länsmanin ja Tuomas Norvion improvisaatioon perustuvat äänimaisemat. Musiikkia ja tanssia yhdistävällä performanssillaan juhlatunnelmaa luomaan varattiin myös tanssija Marjo Selin ja harmonikkataiteilija Tatu Kantomaa.

Lumirakentamisesta vastasivat Lapin yliopiston Antti Stöckel ja taiteen tiedekunnan opiskelijatiimi.

Muotinäytöksessä oli mukana yhteensä 24 yritystä ja yhteistyötahoa. Tapahtuman taltiointista vastasi Fantastico Production Oy sekä teknisestä toteutuksesta torniolainen Event Works Oy yhteistyössä Arctic Snowhotellin kanssa.

## Muotoilupalkinnot 2021

Muotoilupalkintojen valintakriteerit vahvistettiin ja palkinnon saajat päätettiin Advisory Boardin kokouksessa maaliskuussa 2021. Myös suuri yleisö sai äänestää Vuoden arktista muotoiluintensiivistä yritystä verkossa. Muotoilupalkinnot jaettiin kolmessa sarjassa:

Muotoiluintensiivinen yritys, Muotoiluopiskelija ja arktisen muotoilun elämäntyöpalkinto.

Tilaisuudessa jaettiin ensimmäisen kerran palkinnot myös UArcticin kansainvälisessä kuvakilpailussa, UArctic Photo Competition Award 2021. Palkinnot julkisti ja jakoi tilaisuudessa Outi Snellman, UArctic Vice-President Organization; Head of UArctic International Secretariat at the University of Lapland.

### Vuoden 2021 muotoilupalkintojen saajat ovat:

**Petteri ja Ilmari Laiti** – Arktisen muotoilun elämäntyö 2021

**Inarin Käsityöpuoti** – Vuoden arktinen muotoiluintensiivinen yritys 2021

**Samuli Vaarama** – Vuoden arktisen muotoilun opiskelija 2021

**Mikhail Sinitsyn, Suomi** – Photo Competition, student category

**Thomas Chung, Alaska** – Photo Competition, staff category

Koronavirusepidemiasta annettujen sääntöjen mukaan Award Night tapahtuma ja palkintojenjakotilaisuus päätettiin toteuttaa striimattuna live-tilaisuutena, jonka teknisestä toteutuksesta vastasi Lapin Ammattikorkeakoulun TEQU-tiimi. Palkintojensaajat julkistettiin verkossa ja medioissa 24.3.2021. Videotallenne on ADC Youtube-kanavalla.

## Arctic Passion —matkailutuotteisto

Alueen Hotellit tarjoavat paikallisia ADW elämyksiä asiakkailleen: Pöllö-Passi –tuotteiston lanseeraus päätettiin siirtää vuodelle 2022. Passi tulee myyntiin hotelleihin ja Visit Rovaniemen verkkokauppaan. Matkailutuotteistuksen ytimessä ovat Arktista Vimmaa –ohjelmiston sisällöt.

## Honorary Design Podium

Yhteistyössä Rovaniemellä toimivien kunniakonsulaattien kanssa päätettiin vuonna 2020 toteuttaa Arctic Design Weekillä Honorary Design Podium/ Exhibition presenting the honorary consulates operating in Lapland -konsepti Kalotinlinnaan ÄÄRI Arctic Design Expon yhteyteen. Lapin Korkeakoulukonsernin kansainvälinen opiskelijaryhmä työsti toiveiden mukaisen toteutussuunnitelman sekä oli valmis toteuttamaan ensimmäisen kansainvälisyyttä esiin nostavan Honorary Design Podiumin kunniakonsulaateilta saatujen design-tuotteidenkin avulla.

Koronavirusepidemiasta johtuvien poikkeusolojen vuoksi näyttely siirrettiin vuoteen 2022.

## Arctic Snowy Owl —lisenssituotteet

Arctic Design Weekin luoma, vastuullisuutta edustava Tunturipöllö -hahmo on inspiroinut yrittäjiä tuottamaan uusia tuotteita. Ensimmäiset Pöllötuotteet nähtiin jo vuoden 2021 Arctic Design Weekin messuilla.

Tunturipöllö on Rovaniemen kaupungin rekisteröimä tavaramerkki. Lisenssisopimukset on tässä vaiheessa tehty Usva Design Oy:n, Damastikoru Oy:n ja Paapii Oy:n kanssa.

Vastuullisuusperiaatteiden mukaisesti jokaisesta myydystä tuotteesta sovittava osuus ohjataan pohjoisen luonnon ja soiden ennallistamiseen.

## KÖÖKKI –arktinen makufestivaali

Muotoiluviikko yhdistää arktista osaamista myös makujen maailmassa ja eettisten pohjoisten raaka-aineiden ja palvelun muodossa.

KÖÖKKI arktinen makufestivaalin tavoitteena on paikallinen vastuullinen ravintolakulttuuri ja se on luotu pysyväksi osaksi viikkoa, jossa yritykset luovat yhdessä elämyksiä ja uutta ruokadesignia. Haluamme nostaa esille eettisesti ja ekologisesti toimivaa ravintolakulttuuria ja tuoda sitä tunnetuksi matkailijoille ja paikallisille. Paikalliset ravintolapalveluiden tuottajat nostavat viikon aikana pohjoisen KÖÖKKI -erityisannoksen tarjolle ADW vieraille. Alkujaan mukaan lähti 15 paikallista ravintolayritystä, joiden palvelut koottiin myös ADW verkkopalveluihin löydettäväksi. Pandemian sulkutilanteen vuoksi KÖÖKKI toteutui 8 ravintolan toimesta Take Away -palveluna.

## Muotoilu Webinaarit ja workshopit

Arctic Design Week 2021 toteutettiin yhteensä 19, pääosin maksutonta webinaaria, workshopia tai striimattua lähetystä. Kaikkiaan webinaareihin ja keskusteluihin osallistui noin 1600 osallistujaa, joiden lisäksi striimilähetyksen noin 4500 katselukertaa. Arctic AHA! forumeiden lisäksi toteutettiin yhteistyökumppaneiden kanssa 15 tapahtumaa yrittäjille, muotoilijoille ja kulttuuritoimijoille.

### **Design Forum Date: Asiakas(kokemus) muutoksessa 24.3.2021 klo 14.-16.00**

Maailma on muuttunut. Muotoilu auttaa yrityksiä ymmärtämään muutoksen mukanaan tuomia mahdollisuuksia. Se auttaa tulkitsemaan ne konkretiaksi, esimerkiksi vastaamalla kysymykseen, millaisia tulevaisuuden tuotteiden ja palvelujen tulisi olla. Miten erotumme positiivisesti kilpailijoistamme ja varmistamme, että olemme merkityksellinen toimija kaikille brändimme ihmisille? Ovatko tuotteemme ja palvelumme tärkeitä nimenomaan asiakkaidemme näkökulmasta?

Puhujina mm. Petteri Kolinen, toimitusjohtaja / Design Forum Finland Minna Utriainen, Creative Innovation Lead / Avidly Anna Rauhansuu, emäntä, toimitusjohtaja / Myssyfarmi Saimi Hoyer, toimitusjohtaja / Hotelli Punkaharju.

Tapahtuman järjestettiin yhteistyössä Design Forum Finlandin kanssa. Design Forum Date on miniseminaaritalaisuus, jossa käytännön esimerkit ja kiinnostavat puheenvuorot antavat ideoita oman toiminnan kehittämiseksi muotoilun avulla. Tilaisuudet on suunnattu yrityksille, jotka kaipaavat vinkkejä ja inspiraatiota strategiaansa ja liiketoimintaansa. Osallistujia 221 hlöä.

### **Desi, Digi, Design –webinarri ti 23.3 klo 18-20.30**

Desi, Digi ja Design\* oli verkostoitumistapahtuma, jossa yritykset ja yliopiston opiskelijoiden muotoiluosaaminen sekä ARCTA, Arktinen muotoilukeskus, kohtaavat. Esittelyssä mikä ARCTA on, millaisia projekteja digitaalisen palvelumuotoilun parissa Lapin yliopistolla tehdään sekä verkostoitumaan muotoiluosaajien kanssa. Toteutus Lapin yliopisto. Osallistujia 38 hlöä-

### **Kiertotaloudesta business potentiaalia –webinaari ke 24.3 klo 8-10**

Napapiirin Residuum Oy, Napapiirin Energia ja Vesi Oy sekä Rovaniemen kaupunki edistävät paikallisesti kiertotaloutta Napapiirin Kiertotalouspuisto -hankkeella. Hankkeen tarkoituksena on perustaa arktinen kiertotalouspuisto Rovaniemelle ja luoda kasvualusta kiertotalouden innovaatioille pohjoisen olosuhteisiin.

Webinaari toteutettiin yhteistyössä Business Rovaniemen ja Napapiirin Residuumin kanssa. Osallistujia 84 hlöä.

### **ÄÄRELLÄ Talks 25-28.3 on-line**

Neljä jaksoa ja 12 vierasta vievät katsojat yritystoiminnan kehittämisen ja luovuuden maailmaan. Keskusteluun johdattaa muotoilutoimisto Arctic Factoryn toimitusjohtaja Julius Oförsagd.

### **SpeechLES 25.3 klo 17-21, For the future – FearLESly.**

Puhujina mm. Perttu Pölönen, Paula Suhonen, Pekka Peura, Anni Laurila. Yhteistyössä Dash Lapland.

### **Alumniseminaarit 22-23.3.2021: Muotoilijatarinoita yliopistolla**

Koko muotoiluviikon avauspäivään ajoittui Lapin yliopiston taiteiden tiedekunnasta valmistuneiden alumnien esityksistä koostuva Muotoilijatarinoita seminaari. Pertti Aulan vetämän seminaarin tarkoitus oli antaa ajankohtaista tietoa muotoilijoiden työskentelystä yrityksissä ja yrittäjinä. Puheenvuoroja oli pyydetty 5 alumnilta. Tänä vuonna mukaan oli kutsuttu Katja Kurochkina / Gery Weber, Kirsi Nordberg / Kinos Design, Arto Riimala/ Valtra Oy, Lotta Nykänen / Digi- ja mainostoimisto Höyry ja Manu Pajuluoma / Lapin yliopisto.

## Näyttelyt

Lapin yliopiston taiteiden tiedekunnan F-talon gallerioissa tarjottiin kuusi näyttelyä osana Arctic Design Weekin ohjelmaa. Näyttelyihin pääsi tutustumaan 23.3.–8.4.2021 välisenä aikana yliopiston aukioloaikojen puitteissa turvallisuus ohjeita noudattaen.

Gallerioissa Hämärä, Lyhty ja Kajo oli taiteiden tiedekunnan opiskelijoiden ja alumnien teoksia esittelevä **Desolation – Design from Isolation** -näyttelykokonaisuus. Vuosi 2020 jäi historiaan poikkeuksellisenä vuotena. Uusi normaali ja siihen sopeutuminen toimivat Desolation – Design from Isolation -muotoilunäyttelyn lähtökohtana. Näyttely toi esille pandemia-ajan vaikutuksia muotoilijan arkeen Lapin yliopiston taiteiden tiedekunnan opiskelijoiden ja alumnien teosten kautta. Näyttelyn suunnitteli ja tuotti monialainen ryhmä taiteiden tiedekunnan kolmannen vuosikurssin opiskelijoita.

Galleria Seinässä nähtiin **Luovuuden ydinprosessia etsimässä**, Markus Tornbergin pro gradu -tutkielman taiteelliseen osioon kuuluvia kuvia ja niiden luovaa taiteellista prosessia esittelevä näyttely. Tornberg on tutkinut autoetnografisesti omaa luovaa taiteen tekemisen prosessiaan ennakkoluulottomasti ja kokeellisesti kehittämiensä uudentyypin hiilipiirustuksen ja sekatekniikan keinoin. Tavoitteena on ollut luoda aineistojen pohjalta teoreettinen malli, jonka pohjalta ideoidaan luovuuteen ohjaavaa ja innostavaa oppimateriaalia kuvataidekasvatukseen.

Galleria Kilossa eri tieteenaloja yhdistelevä **Slavoik**-näyttely tarkasteli oman identiteetin etsimistä. Puolalaisen taiteilija Misia Siennickan (s. 1995) tutkimusmatka käynnistyi uudelleen asutetulta Ala-Sleesian alueelta Puolasta, minne vanha kansankulttuuri ei enää kulkeutunut aluetta uudelleen asuttaneiden ihmisten mukana. Musiikkitraditioiden innoittamana Siennicka lähti matkalleen slaavilaista ja saamelasta kansanperinnettä tutkimalla, löytäen lopulta nykyaikaisia tapoja soveltaa niitä. Tulkitsemalla uudelleen kuvioita kudotuista nauhoista ja muinaisista symboleista sekä yhdistämällä niiden muotokieltä syntyy yksi, kahta eri maailmaa yhdistävä universumi.

Misia Siennicka opiskelee Arctic Art and Design -maisteriohjelmassa Lapin yliopiston taiteiden tiedekunnassa. Hän on aiemmin valmistunut arkkitehdiksi Wrocławin teknillisestä yliopistosta. Äänistä, kuvista ja maisemista inspiraationsa hakeva taiteilija on laulanut ja luonut lapsuudestaan lähtien.

Galleria Kapiossa nähtiin Henni Kuvajan pro gradu -tutkielmaan liittyvä näyttely. **Hiljaisuuden äärellä** -näyttely kuuluu Henni Kuvajan pro gradu -tutkielmaan, jossa hän tutkii vaatetussuunnitteluun kuuluvaa

käsillä tehtävää muotoilua (draping) vaatteiden suunnittelussa ja ideoinnissa sekä suunnitteluprosessiin sisältyvää hiljaista tietoa.

Henni Kuvaja on vaate-suunnittelun maisteriopiskelija Lapin yliopiston taiteiden tiedekunnassa. Hän asuu ja työskentelee tällä hetkellä Tampereella juhlapukeutumisen parissa.

Galleria Kellarissa oli esillä **Johtolankoja -posterinäyttely** muotoilualojen opiskelijoiden tekemiä postereita vuosien 2020 ja 2021 Muotoilukohteiden kulttuurinen tulkinta -kurssilta. Pidämme usein arjen esineitä ja teoksia itsestään selvyyksinä, vaikka niillä on paljon kerrottavaa ajasta ja kulttuurista. Ne ovat täynnä johtolankoja, joita tarkemmin tarkastellessa tarina alkaa hahmottua. Näyttelyssä opiskelijat olivat valinneet itselleen merkittäviä teoksia ja arkipäivän esineitä tarkasteltavaksi. Tavoitteena on ollut tutun, rutiininomaisen, materiaallisen ja visuaalisen muotoilukohteen pukeminen sanoiksi sekä analysointi historiallisena ja ajallisena teoksena.

Lisäksi F- ja E-talojen välisessä lasikäytävässä nähtiin syksyllä 2022 Rovaniemellä ensi-iltaan tulevan Karvalakkioopperan tuotantoon osallistuneiden suunnittelijoiden taiteellista taustatyötä puvustuksen parissa esittelevä näyttelykokonaisuus: **Mielikuvamatka Karvalakkilähetystön juurille**

– oopperan pukusuunnittelun produktio. Suunnittelutiimi kävi roadtrip-tutkimusmatkalla Kemijoen vesivoimalaitoksilla 10.12.2020. Näyttelyssä tuotiin yleisölle näkyväksi taustatyön luonne ja määrä suunniteltaessa vuoden 1979 tapahtumiin perustuvan tarinan puvustusta. Tutkimuksellisessa näyttelyssä on esillä postereita, jotka sisälsivät muun muassa hahmosuunnitelmia, suunnitteluprosessin kuvausta, Karvalakkilähetystön historiaa sekä yleistä tietoa oopperapuvustuksesta. Suunnittelijat toivat näin esille omia mietteitään ja mielikuvia libretosta sekä avasivat kuvallisin keinoin oopperan mielenmaisemaa.

Oopperan tuotantotiimi muodostuu lukuisista taidealan ammattilaisista ja harrastajista. Pukusuunnittelun käynnistää 2020–2021 Lapin yliopiston vaate-suunnittelun maisteriopiskelijoista koostuva tiimi. Oopperan ensi-ilta nähdään syksyllä vuonna 2022.

## ADW MARKKINOINTI JA VIESTINTÄ

Arctic Design Weekin rooli on tuottaa, kehittää ja markkinoida profiloivasti maailman pohjoisinta muotoiluviikkoa, jossa on paljon sisältöä sekä ammattilais- että kuluttajamarkkinoille. Arctic Design Week on yrityspalvelu- ja markkinointiyritys, joka välittää alueen muotoilu- ja kulttuuripalveluita. Vuoden 2021 markkinointiviestintään investoitiin noin 75.000 euroa.

### Tuotteistus, hinnoittelu ja jakelutie

Arctic Design Weekin kaupallistamisen ja brändäyksen kannalta oleellinen vaihe oli tuotteistaa muotoiluviikon palvelusisällöt eri kohderyhmille. Tuotteistuksen keskeinen tavoite on tuottaa kaupallista lisäarvoa alueen elinkeinoelämälle, kulttuuritoimijoille sekä muotoilijoille. Muotoiluviikon sisältöjen tuotteistusta matkailijoille jatkettiin.

Muotoilijoille, yrityksille, vaikuttajille ja opiskelijoille tuotteistettiin muotoilu- ja vaikuttajafoorumit. Foorumipalveluissa hinnoiteltiin markkinalähtöisesti kaksi erillistä webinaaripäivää. Arctic AHA! foorumit olivat myynnissä suoraan digitaalisen LiveWebinar -alustan kautta. Hinta kahdelta päivältä oli 55 €/hlö. Lisäksi oli tarjolla noin 12 maksutonta webinaaria yrittäjille ja kulttuuritoimijoille.

Kaupunkilaisille ja matkailijoille tuotteistettiin Arktista Vimmaa -kaupunkifestivaalin ohjelmisto, jossa oli sekä maksuttomia että maksullisia kulttuuriohjelmia. Jakelutienä toimivat tuottajien omat sekä sähköiset mobiili- ja nettialustat, että myös Visit Rovaniemi ja hotellien myyntipalvelut.

Yrityksille ja kuluttajille suunnattu myyntitapahtuma, ÄÄRI Arctic Design Expo tuotteistettiin yhteistyössä JuJu Oyn kanssa. Virtuaaliset messut tuotettiin ADW verkkosivuille sekä tuotettiin talkshow keskustelut yhteistyössä Arctic Factoryn ja Flatlight Film Oy:n kanssa.

## Integroitu markkinointiviestintäohjelma

Arctic Design Weekin vaikuttavuuden ja onnistumisen kannalta merkityksellistä on luoda tapahtumalle riittävän laaja ja uskottava näkyvyys niin b-to-c kuin b-to-b markkinoille. Muotoiluviikon markkinointia varten työstettiin integroitu monimediakampanjasuunnitelma ja viestintäsuunnitelma aikatauluineen.

Vuoden 2021 ADW markkinointiviestinnän kannalta tärkeä vaihe oli jatkaa edellisenä vuonna käynnistettyä yhteistyötä Kaleva Median kanssa. Yhteistyösopimuksen arvo oli yli 18.000 euroa. Vuoden 2021 mediamixiä laajennettiin mm. TV-mainonnan ja Google-mainonnan osalta. Lisäksi hyödynnettiin systemaattisemmin yhteistyöverkostojen, kuten World Design Weekin kanavia.

### Verkkopalvelut palvelevat kaikkia kohderyhmiä

Muotoiluviikolle on luotu syksyn 2019 aikana ns. verkkopalvelukonsepti, käyttöliittymäsuunnitelma sekä nettidesign sisältötuotantoinen siten, että se palvelee pitkäjänteisesti eri kohdeyleisöjä kotimaassa ja kansainvälisesti. Jalostettiin verkkopalveluita edelleen sekä lisättiin kieliversio sisältöjä. Visuaalista identiteettiä vahvistettiin uusilla imagokuvilla, joita käytettiin kaikissa digitaalisissa kanavissa. Verkkopalveluiden tehtävänä on paitsi nostaa esiin arktisen muotoilun palveluita ja osaamista alueella, myös profiloida tapahtuman päätoimijoita.

Palvelusisällöt ja tekstituotannot tehtiin yhteistyössä eri taustaorganisaatioiden viestintäyksiköiden kanssa. Verkkopalveluiden visuaalinen ilme on toimeksiannon mukaan Mainostoimisto Seven-1 tuottama. Arctic Design Week verkkopalvelut on tuotettu suomeksi ja englanniksi. Käännöstyöstä on vastannut eri viestintäyksiköiden lisäksi Peter Culley/ Arctic Language Company.

Verkkonäkyvyyttä lisättiin myös siten, että Arctic Design Week nostettiin esiin eri järjestäjäorganisaatioiden nettisivuille. ADW näkyi mm seuraavien toimijoiden verkkopalveluissa: Rovaniemen kaupunki, Business Rovaniemi, Visit Rovaniemi, Lapin Yliopisto, Arktinen Keskus, Tiedekeskus Pilke.

## Omat mediat

### Muotoja-lehti matkailijoille ja kaupunkilaisille

Arctic Design Week on merkittävässä määrin kuluttajatapahtuma: kaupunkilaisille sekä kotimaisille ja kansainvälisille matkailijoille. Kuluttajasektorille oli tarve luoda oma media. Yhteistyössä Kaleva Median kanssa työstettiin toinen Muotoja -lehti, joka jaettiin Lapin Kansan liitelehtenä, näköislehtenä verkossa sekä lisäpainoksena muotoiluviikon tapahtumapaikoilla.

Muotoja -lehti on tabloid-kokoinen suomenkielinen sanomalehti, 20 sivuinen, painosmäärä oli noin 25.000 kpl (1000 kpl lisäpainosmäärä tapahtumapaikkajakoa varten).



Kuva: Kuluttaja viestintää varten tuotettiin ensimmäinen Muotoja-lehti, joka jaettiin vk 11 koko Lapin alueella printti- ja näköislehtenä.

## Arctic Passion -Mobiilisovellus

Kaupunkifestivaaliohjelmiston löydettävyyttä varten on ensimmäisen kerran kehitetty myös mobiilisovellus, Arctic Passion applikaatio. Sen voi ladata Google playsta. Se auttaa modernilla tavalla matkailijoita ja kaupunkilaisia löytämään monipuolinen ohjelmatarjonta ja tapahtumapaikat. Applikaatio toteutettiin yhteistyössä Lapin Ammattikorkeakoulun insinööriopiskelijatiimin ja Lapin yliopiston taiteen tiedekunnan opiskelijatiimin kanssa.

## Ulko- ja tilamainonta

Arctic Design Week näkyvyys ja tunnettuuden lisääminen tapahtuu myös kaupunki- ja tapahtumapaikkanaäkyvyyden avulla. Työstetyn ulko- ja tilamainoskonseptin mukaisesti ADW näkyy paitsi jokaisella tapahtumapaikalla, myös keskeisissä paikoilla kaupunkikuvassa sekä kaikissa niissä hotelleissa, ravintoloissa ja kauppakeskuksissa, jotka ovat mukana ADW yhteistyökumppaneina. Lisäksi näkyvyyttä täydennettiin mm. lentokentälle, rautatieasemalle ja Napapiirin alueelle.

Ulko- ja tilamainontaa varten on tuotettu yleismarkkinointimateriaaleja, jotka toimivat useamman vuoden. Tällaisia ovat mm. mainoslakanat, Roll-upit, beachflagit ja julisteet. Ensimmäisen kerran tuotettiin myös salkoliput, jotka lisäsivät tapahtumanäkyvyyttä mm. Jätkäkynttiläsillalla ja omistajatahojen pääliputuksessa koko tapahtumaviikon ajan.

Arctic Design Weekin infopiste rakennettiin Kauppakeskus Rinteenkulmaan tyhjään liiketilaan Eurokadulle. Infopisteen tehtävä oli palvella lähinnä kaupunkifestivaaliohjelmiston asiakaspalvelua.

## TV-mainonta ohjasi verkkoon

Ensimmäisen kerran Arctic Design Week tavoitti kohdeyleisön myös TV-mainonnan avulla. 2 viikon Mainoskampanja toteutettiin MTV kanavalla ajalla 10.-24.3.2021. TV-mainontaa tukemaan ja vahvistamaan toteutettiin samanaikaisesti printti-, suora- ja somemainontaa.

TV-mainontaa varten tuotettiin kaksi TV-spottia: 15 s pääspotti sekä 5 s tuotespotti Arctic AHA!-forumeista. TV-spotit tuotti Mainostoimisto Seven-1.

## Suoramainonta

Arctic AHA! -foorumeiden markkinoimiseksi toteutettiin kaksi digitaalista suorakampanjaa, jossa hyödynnettiin Business Rovaniemen CRM-yritysrekisteriä sekä yhteistyöverkostojen kanavia. Arctic AHA! foorumit olivat esillä mm. World Design Weekin, UArcticin, Cirrus-verkoso ja Rovaniemen Yrittäjien uutiskirjeissä ja sähköpostien jakelulistoilla.

## Digitaalinen mainonta: Some ja display-mainonta tukevana

Arctic Design Week viestintää varten työstettiin sosiaalisen media suunnitelma. ADWlle on avattu omat Facebook, Instagram, Twitter kanavat. Youtube-kanava on Arctic Design Capital nimellä.

Aktiivinen sisältötuotanto sekä eri some-ryhmiin jakotoiminnot lisäsivät some-yhteisöjä hyvin. Some-mainontaan panostettiin maltillisesti, lähinnä foorumeiden viestinnässä ostettiin

lisänäkyvyyttä tukemaan yrityksiin kohdistuvaa suoramainontaa. Sisällöntuotannossa hyödynnettiin Muotoiluhaaste-artikkeleita sekä Lapin Kansan Advertuaali- artikkeleita.

Display-montaa toteutettiin lähinnä Kaleva Median digikanavilla (LapinKansa.fi) sekä eri yhteistyökumppaneiden ja toimijoiden verkkopalveluissa. Kelluva Lapin Kansan boxipaketti tavoitti 200.000 näyttökertaa ajalla 17.2-22.03.2021.

## Google mainonta

Googlen mainontaa tehtiin 25.2.2021-20.3.2021. Tavoite tavoittaa kiinnostuneita webinaari-asiakkaita ja muistuttaa rekisteröitymisestä ennen tapahtumaa. Googlen puolella tehtiin hakusanamarkkinointia ja display-mainontaa. Aineistoja ADW:n bannerit, responsiiviset bannerit ja ADW:n mainosvideo. Kohdealueet Suomi ja Hollanti. Analytiikassa ja mainonnassa remarketing käytössä. Konversiotavoitteena webinaarirekisteröityminen.

Tulokset

- Näytöt 261 000
- Klikit 2500
- CTR % keskimäärin 0,97 %
- Saatiin 48 konversiota (rekisteröityminen webinaariin)
- Käytettiin 810 euroa mediaa

## Lehtimainonta

Kaleva Median kumppanuusohjelmaan sisältyi printtimedianäkyvyyttä seuraavasti:

Lapin Kansa: ½ s pysty, 4 kpl (6.3, 13.3, 20.3, 24.3)

Uusi Rovaniemi: ½ s pysty, (10.3.17.3, 24.3)



**Kuva:** alueellinen lehtimainonta kohdistettiin yrittäjille ja vaikuttajille Arctic AHA! foorumeiden markkinoimiseksi.

## Lehdistöviestintä ja mediatyhteistyö

Lehdistöviestintä oli aktiivinen osa Arctic Design Weekin markkinointiviestintää sekä mediat tärkeä yhteistyötaho ja kohderyhmä. Merkittävimmät yhteistyömuodot jatkettiin Kaleva Media Oy:n kanssa.

Ylen toimitusjohtaja Merja Ylä-Anttilan ja tuottaja Asta Kujalan kanssa käynnistettiin syksyllä 2019 neuvottelut Arktisen Areena-tapahtuman järjestämisestä Arctic Design Weekin yhteydessä. Neuvotteluja on jatkettu kevään 2020 ja 2021 aikana myös Yle Lappi johtaja Päivi Kuisman kanssa. Tavoitteena luoda arktinen mediatapahtuma vuoden 2022 Arctic Design Weekille.

Lehdistötiedotteita julkaistiin yhteensä 8 Business Rovaniemen kautta.



Kuva: Arctic Design Weekin pääsisällöistä ja teemoista tuotettiin 5 advetuaalia Kaleva Median jakeluun näköislehdessä ja verkkojakelussa marras-maaliskuun aikana noin 1./kuukaudessa. Sisällön tuotannosta kuvituksineen vastasi Kaleva Media. Arctic AHA! advetuaali julkaistiin 26.2.2021.

Kaleva Media Oy:n kanssa tuotettiin 5 advertoriaalia, joiden jakelua tehostettiin näköislehden ja somekanavien avulla. Advertoriaalit ilmestyivät noin 1./kk marraskuulta maaliskuulle. Keskimäärin jokaisen advetuaalin lukukerrat olivat yli 4000 lukijaa sekä ulkoisten linkkien klikkauksia noin 100 per artikkeli. Advertuaalit löytyvät <https://www.arcticdesignweek.fi/ajankohtaista/> sekä Lapin Kansasta <https://www.lapinkansa.fi/aihe/arctic-design-week/37>

Lisäksi vk 12 aikana jaettiin Lapin Kansan näköislehdessä Muotoja lehden neljää artikkelia päivän ajan kutakin. Niiden näkyvyys oli keskimäärin noin 800 lukijaa/artikkeli.

Lehdistöviestinnässä tehtiin tiivistä yhteistyötä Rovaniemen kaupungin ja Business Rovaniemen viestintäyksikön kanssa. Lisäksi yhteistyömuodoista sovittiin House of Laplandin kanssa.

Tulosmittauksesta on tehty yhteistyösopimus Meltwater Oy:na kanssa.

## ARCTIC DESIGN WEEK 2021 TULOKSET – kasvua ja kehitystä

Vuoden 2021 Arctic Design Weekin toteuttamiseen vaikutti merkittäväällä tavalla vielä maailmanlaajuinen pandemia, jonka toinen aalto paheni Suomessa vuoden 2021 alussa. Suomeen julistettiin yleisömmääriä merkittävästi rajoittava ja mm. ravintolatoimintaa rajoittavat poikkeusolot 1.3.2021 eli vain kolme viikkoa ennen tapahtuman avausta.

## Saavutukset

Arctic Design Weekin tulevaisuuden kannalta merkityksellistä oli jatkaa Advisory Boardin määrittelemää kehitystyötä sekä varmistaa pandemiaa kestävä toteutus.

- 1. Digitaalisten toteutusmuotojen kehittäminen:** webinaarit, live-striimaukset:  
Yrittäjille, vaikuttajille ja muotoilijoille tuotettiin yhteensä 19 webinaaria tai workshopia, uusi tuotantomuoto: yleisömäärä yhteensä noin 1600, katsojamäärä yli 4500. Osa löytyy tallenteena Youtube-kanavalta. Verkkokeskustelujen avulla tavoitettiin uutta yleisöä Rovaniemen ja Lapin ulkopuolelta.
- 2. Näkyvyyden lisääminen:** pääjärjestäjien verkkopalveluissa, tapahtumapaikoilla, kaupunki- ja katukuvassa, hotellien asiakastiloissa, digitaaliset mediat (TV, Google)
- 3. Uudet sisältötuotannot:** Virtuaali ÄÄRI, Travel Workshop, Striimattu Fashion Show, kansainvälinen striimattu avaustapahtuma, Award Night -striimaustapahtuma
- 4. Oppimisympäristöjen monipuolistuminen ja lisääntyminen: lisää opiskelijatiimejä sisältötuotannoissa:** opintopisteissä Yliopistolla kasvua +12 % ja Ammattikorkeakoululla +86 %
- 5. Saavuttavuuden kehittyminen:** Visit Rovaniemi, Kaupungin tapahtumakalenteri, World Design Week, UArctic, hotellien kautta
- 6. Sähköiset palvelukanavat:** uudet verkkopalvelut, Live-webinar-alusta, Youtube-jako, yhteistyöverkostot
- 7. Kansainvälinen konkreettinen yhteistyö käynnistyi** World Design Weeks – ja UArctic –verkoston kanssa

## Määrälliset tulokset 2021



- **Oppimisympäristöjen monipuolistuminen ja lisääntyminen:** opintopisteissä Yliopistolla kasvua +12 % ja Ammattikorkeakoululla +86 %
- ohjelmistossa noin 19 webinaaria / työpajaa; osallistujamäärät yhteensä noin 1600
- ohjelmistossa 12 live-striimattua tapahtumaa/talkshowta: yhteensä noin 4500 katselijaa
- sisällöntuottajat/henkilöitä: 112
- Kulttuuritoimijoita: noin 40
- festivaaliohjelmat: noin 80 (osa peruuntui viime hetkellä)
- näyttelyitä: 25
- puhujat/asiantuntijat: 63
- näytteilleasettajat: 12 yritystä
- Korkeakoulukonsernin opiskelijat: 168
- hotellit, joissa Arctic Passion: KIINNI PANDEMIASULUN VUOKSI
- **Some-yhteisö:** Facebook 4 662 (+ 4%), Instagram 1248 (+ 15%), Twitter 1028 (+ 1 %)  
Facebook Kattavuus: 1.1.2021 - 4.4.2021: 17 179, +313,3%  
Instagram kattavuus: 1.1.2021 - 4.4.2021: 3 023, +4,7t. %
- Medianäkyvyys: advertuaalien lukukerran noin 1100-4500 kpl/artikkeli, näyttömäärä noin 24000-83.000, sitoutumiset 13-19 %
- Display näkyvyys: noin 200.000 katsojaa.
- Muotoja-lehden painosmäärä ja jakelu: noin 25.000 kpl Lapin alueella.
- Matkailijat: pandemian matkustusrajoitukset vaikuttivat tuloksiin

## Medianäkyvyys

TÄHÄN VIELÄ KERÄTÄÄN TIETOA Medianäkyvyyden analyysin toteutti toimeksisaaneena Meltwater ajanjaksolla 1.2. – 15.5.2021. Pandemia-häiriöstä huolimatta Arctic Design Weekin näkyvyys oli hyvää tasoa. Jatkuva näkyvyyden kehityksen seuranta antaa päätöksentekoon paremmin perusteita.

### a) Digitaalinen uutismedia

- \* Arctic Design Week mainittiin tarkasteluajanjakson aikana yhteensä 31 kertaa digitaalisen uutismedian artikkeleissa, joiden potentiaalinen tavoitavuus oli 8 041 388 näyttökertaa
- \* Artikkeleista 29 julkaistiin Suomessa ja kaksi Yhdysvalloissa
- \* Arctic Design Weekin digitaalisen median mainosarvo oli yhteensä yli 74 000 euroa.
- \* Yhteensä 10 eri mediaa julkaisi artikkeleita, joissa Arctic Design Week mainittiin.
- Lapin Kansa julkaisi eniten Arctic Design Weekin mainitsevia artikkeleita (14 kpl).
- Tiedotepalveluista ePressi.com julkaisi ajanjaksolla 7 ADW:n mainitsevaa tiedotetta.
- Suurimman potentiaalisen yleisön tavoitti Helsingin Sanomat (lähes 3,4 miljoonaa näyttökertaa). Helsingin Sanomien Kuukausiliitteen juttusarjassa keuhuttiin Päivi Tahkokallion sitkeyttä poikkeusolosuhteissa.

### a) Sosiaalisen median näkyvyys:

#### ADW FACEBOOK RAPORTTI 2021 (1.1.2021 - 4.4.2021)

4662 tykkääjää (vrt. 2020 facebookissa 4485 tykkääjää) → Kasvu 3,95%

Facebook sivun kattavuus (ihmisten määrä, jotka näkivät mitä tahansa sisältöä sivulta tai sivusta, mukaan lukien julkaisut, tarinat, mainokset, yhteisölliset tiedot sivun kanssa vuorovaikutuksessa olevilta ihmisiltä ja niin edelleen.)

1.1.2021 - 4.4.2021: 17 179, +313,3%

vrt. sivun kattavuus 1.1.2020 - 4.4. 2020: 16 842, +126,6%

Julkaisuja yht. 91 (vrt. 2020 julkaisuja 101)

#### **Mainokset**

Kattavuus: 5542

Sitoutumiset julkaisuihin: 159

Linkin klikkaukset: 58

#### **ADW INSTAGRAM RAPORTTI 2021 (1.1.2021-4.4.2021)**

Seuraajat: 1248 seuraajaa (vrt. 2020 instagramissa 1084 seuraajaa) → Kasvu 15,13%

**Julkaisut** : 26 postausta feedissä

Postauksissa n. 20-50 tykkäystä

Videoilla n. 130 katselukertaa

Instagramin kattavuus (yksittäisten tilien määrä, jotka näkivät minkä tahansa julkaisun tai tarinan vähintään kerran.)

1.1.2021 - 4.4.2021: 3 023, +4,7t. %

vrt. 2020

Instagramin kattavuus 1.1.2020 - 4.4. 2021: 1 930, +133,7%

#### **ADW TWITTER RAPORTTI 2021 (1.1.2021-4.4.2021)**

Seuraajat 2021: 1028 (vrt. seuraajat 2020: 1025) → Kasvu 0,29%

#### **ADW NETTISIVUILLE SOMEN KAUTTA PÄÄTYNEET**

Tarkasteltu ajanjakso: 1.1.2021-4.4.2021

##### **Facebook**

Facebookin kautta ADW sivuille päätyi 1008 vierailijaa, joka on 11,63% kaikista vierailijoista. Uusia vierailijoita facebookin kautta saapui 929, joka on 11,63% kaikista uusista vierailijoista. Istuntoja sivuilla facebookin kautta saapuneilla käyttäjillä on ollut 1310, joka on 10,81% kaikista istunnoista.

Verrataan ajanjaksoon: 1.1. 2020 - 4.4.2020

Facebookin kautta ADW sivuille päätyi 2300 vierailijaa, joka on 24,50% kaikista vierailijoista. Uusia vierailijoita facebookin kautta saapui 2123, joka on 24,22% kaikista uusista vierailijoista. Istuntoja sivuilla facebookin kautta saapuneilla käyttäjillä on ollut 3053, joka on 22,34% kaikista istunnoista.

## Instagram

Instagramin kautta ADW sivuille päätyi 146 vierailijaa, joka on 1,68% kaikista vierailijoista. Uusia vierailijoita instagramin kautta saapui 133, joka on 1,67% kaikista uusista vierailijoista. Istuntoja sivuilla instagramin kautta saapuneilla käyttäjillä, on ollut 162, joka on 1,33% kaikista istunnoista.

Verrataan ajanjaksoon: 1.1. 2020 - 4.4.2020

Instagramin kautta ADW sivuille päätyi 88 vierailijaa, joka on 0,94% kaikista vierailijoista. Uusia vierailijoita instagramin kautta saapui 79, joka on 0,91% kaikista uusista vierailijoista. Istuntoja sivuilla instagramin kautta saapuneilla käyttäjillä, on ollut 118, joka on 0,86% kaikista istunnoista.

**Yhteenveto:** Liikehdintä facebookin kautta ADW sivuille on vähentynyt 2021 noin puolella (-56%) edellisestä vuodesta. Instagramin kautta sivuille päätyneet ovat puolestaan lisääntyneet n. 66%.

## Taloudellinen yhteenveto

Vuoden 2021 tulo- ja menoarvio pysyi tasapainossa merkittävistä ohjelmasisällön muutoksista huolimatta. Merkittävimmät budjetoimattomat kustannukset syntyivät digitaalisten alustojen luomisesta. Toisaalta syntyi säästöä asiantuntijapalkkiossa (puhujapalkkioita ei syntynyt) sekä kulttuurifestivaalin toteutuksessa.

### TALOUELLINEN YHTEENVETO

|                             |                  |
|-----------------------------|------------------|
| <b>Kustannukset</b>         | <b>Tot. 2021</b> |
| Palkat                      | 3.400            |
| Tilat                       | 1200             |
| Ohjelmat /operointi         | 59.800           |
| Keynote                     | 0                |
| Markkinointi                | 85.000           |
| <b>Yhteensä arvio 14.5.</b> | <b>149.400 €</b> |
| <b>Rahoitus</b>             | <b>Tot. 2021</b> |
| Rovaniemen kaupunki         | 60.000 + 31.100  |
| Korkeakoulukonserni         | 30.000           |
| Partners-sopimukset         | 35.400           |
| Tulorahoitus                | 605 (3.326)      |
| <b>Yhteensä</b>             | <b>157.105 €</b> |



**Tulo- ja menoarvio pysyi tasapainossa!**



Osa partnership-sopimuksesta laukesi, koska sisältöosuudet peruuntuivat ja matkailun ahdingon vuoksi ei voinut matkailutoimijoille partneruusesityksiä edes tehdä.

Taiteen edistämiskeskukselle tehtiin festivaaliavustushakemus marraskuussa 2020, yhteensä 36.800 euroa. Rahoituksella olisi voinut tuottaa monipuolisemman taiteen ja kulttuurin

kaupunkifestivaalin, jossa olisi voinut tilata tuottajilta ohjelmasisältöjä. Hylkäävä päätös saatiin vasta 25.2.2021.

## Järjestäjien toteutuneet sisältötuotantopanostukset 2021

### Lapin korkeakoulukonsernin panostukset

#### a) Lapin Yliopiston

Taiteiden tiedekunta: 106 (2020:136) opiskelijaa, yhteensä 504 (2020:450) opintopistettä (+12%), yhteensä 11779 (2020: 12246) tuntia opiskelijatyötä  
Opiskelijoiden suorittamien opintopisteiden osuus on 45.360 € (2020: 40.500 €). **Kasvua 12 %.**

Opettajien työmäärä: noin 606 tuntia.

Muun henkilökunnan työmäärä noin 304 tuntia.

Lapin yliopiston taiteiden tiedekunnan panostusosuus **yhteensä noin 78.120 euroa.**

#### b) Lapin Ammattikorkeakoulu

Matkailu: 28 opiskelijaa/5op = 140 opintopistettä. Tarkoittaa tuntimääränä 3857 h opiskelijatyötä.  
Liiketalous: 34 opiskelijaa /5op= 170 opintopistettä. Tarkoittaa tuntimääränä 4522 h opiskelijatyötä

Yhteensä opintopisteitä: 310 OP (2020:165 op./3992 h).

Opistopisteiden osuus noin 27.900 € (2020:15.000 €). **Kasvua 86 %.**

Opettajien työmäärä: (2020: noin 250h eli noin 9.000 €).

Lapin Ammattikorkeakoulun panostusosuus **yhteensä (2020: noin 24.000 €).**

## Asiakaspalautteet

Arctic Design Week sai hyvää palautetta yhteistyökumppaneilta ja alueen elinkeinoelämältä. Tapahtumaa ollaan jalostettu heidän näkökulmasta oikeaan suuntaan, alueen vetovoimaa ja kaupallisia tavoitteita palvelevammaksi.

Partnership-osapuolet ovat antaneet hyvää palautetta ja ovat valmiita jatkamaan yhteistyötä myös vuonna 2021. Esim. Lapin Kansan myyntipäällikkö Juho Tuhkala pitää toteutunutta yhteistyötä onnistuneena ja kokee, että toteutetut muodot ovat uusi tapa palvella ja tuottaa uutta arvoa yrittäjille ja toimijoille.

Alueen matkailut toimijat, kuten hotellit olivat tyytyväisiä tuotettuihin ADW palvelutuotteisiin ja materiaaleihin, joilla he voivat yllättää ja palvella asiakkaitaan entistä paremmin.

TÄHÄN VIELÄ KERÄTÄÄN PALAUTETIETOA

# Arctic Design Week 2022

Advisory Boardin linjausten mukaisesti Arctic Design Weekiä ollaan kehittämässä entistä kansainvälisemmäksi, kaupallisemmaksi ja vastuullisemmaksi oppimis- ja yrityspalvelualustaksi.

Arctic Design Capital –konseptointi toimii ympärivuotisena platformina Arktiselle Ekosysteemille ja artisen muotoilun esiinnostamiselle. Kehityshanke on käynnistynyt maaliskuussa 2021.

Seuraavan kerran muotoiluviikko järjestetään viikolla 12/2022: 21.-27.03.2022

- Muotoilufoorumit 24-25.03.2022
- Arktista Vimmaa -kaupunkifestivaali 21-27.03.2022
- ÄÄRI Arctic Design Expo pe-la 25-26.03.2022
- KÖÖKKI Arktinen makufestivaali 21-27.3.2022
- Arctic Festivals&Fashion Show su 27.03.2022

## Kehitysajatuksia vuodelle 2022



**ADW PÄÄLINJAUKSIA**

- 1. VAIKUTTAVUUDEN LISÄÄMINEN:** muotoilu monipuolisemmin esille
  - Kattavuus: ICT, teknologia, TKI, strateginen johtaminen
  - Kaupallistaminen: Festivaali&Expo, matkailutuotteet
  - Muotoilukilpailujen jalostaminen
- 2. KANSAINVÄLISYYSTASON VAHVISTAMINEN:** sisällöntuotanto!  
Design Talks & Virtual Exhibition ( WDW/Beda)
- 3. VASTUULLISUUS:** WDW –yhteislinjauksia, ulkoinen auditointi
- 4. PROFILOIVUUS:** arktiset erikoisominaisuudet kärkeen (vrt. olosuhdeosaaminen, lumi&jää, kestävä kehitys) Arktinen strategia
- 5. NÄKYVYYS:** Arktinen Areena -mediatapahtuma
- 6. DIGITAALISUUS:** virtuaalisisällöt
- 7. EDUSTAVUUS:** arktisten alueiden kulttuuri- ja taidetapahtuma

Vuoden 2022 Arctic Design Weekin jalostamiseksi panostetaan seuraaviin sisältöihin, edellyttäen, että maailmanlaajuinen pandemia on ohi:

- **Sisältötuotanto monipuolistuu kattamaan muotoilua kokonaisvaltaisemmin ja vaikuttavammin:** lisäten strateginen johtaminen, palvelumuotoilu, teknologia ja logistiikka
- **Vastuullisuusteeman sisällöllinen kehittäminen:** ulkoinen auditointi ja alihankintaverkoston sitouttaminen
- **Kansainvälisyystason nostaminen:** sisällöntuotanto ja jakelu kv-kanaviin, on-line tarjonnan monipuolistaminen ja vakiinnuttaminen, Sisältötuotantoyhteistyö Eurooppalaisten muotoiluviikkojen kanssa: mm. Design Talks Series. Huom. KV-projektit kuten Erasmus, Cumulus, Cirrus /Virpi Nurmela, Timo Jokela

- **Profiloivampi sisällöntuotanto:** fokus erikoisosaamisessa ja teemoissa ammattilaistuantona (mm. lumi- ja jäärakentaminen, kylmäosaaminen, vastuullinen kokemus- ja elämysmuotoilu, design studios yms)
- **Vaikuttava Arktinen Areena -mediatapahtuma Rovaniemelle:** yhteistyöneuvottelut Ylen kanssa jatkuvat toukokuussa 2021
- **Arktisen muotoilun muotoilukilpailuprosessien kehittäminen**
- **Arctic-World-Travel-workshop** kokoaa erikoismatkanjärjestäjiä myös live-tapahtumaan Rovaniemelle: mahdollisuus kehittää **elämysuotekilpailu**, jossa tour-operator-ostajat äänestävät, kehittää myös elämyksellisyyttä tiloissa ja toteutuksessa (kokemusdesign)
- **Arctic Design Launching** –palvelut yrityksille osana Arctic Design Capital –kehitystyötä
- **Kulttuurifestivaali jalostuu:** yhteistoimintaa saamelaiskulttuuritoimijoiden, Lapin festivaalitoimijoiden kanssa sekä Rovaniemen kulttuurijohdon kanssa

## Johtopäätökset

Arctic Design Weekin ydin-arvo on vastuullisuus. Vastuullinen ratkaisu oli, että emme ole peruneet muotoiluviikkoa maailmanlaajuisesta pandemiasta huolimatta. Hybridimallin mukaisesti suunnitellut sisällöt muotoiltiin vielä vuoden 2021 alussa on-line –muotoon toteutettavaksi. Kaiken, mikä oli siirrettävissä verkkoympäristöön joko striimattuna tai webinaarimuotoisena. Onnistuimme luomaan uusia onnistuneita digitaalisia tapahtumia, kuten Digital Travel Workshopin.

Kahden vuoden aikana Arctic Design Week konseptia on jalostettu pandemiaa kestäväksi, hybridiperiaatteella toteutettavaksi kansainväliseksi foorumiksi. Konseptit ovat pitkälti valmiita ja sisältöjä kyetään jalostamaan entistä paremmin kansainvälisten yhteistyöverkostojen kanssa. Vuoden 2022 Arctic Design Week tulee olemaan jälleen verkkosisältöjen vuoksi entistä kansainvälisempi ja vaikuttavampi. Sekä toivottavasti myös entistä monipuolisemmin muotoilun eri osa-alueita edustavasti esiin nostava.

Päätavoitteemme on edelleen se, että Arctic Design Week tulee nostamaan vuosittain valokeilaan arktisen alueen vastuullisen muotoiluosaamisen sekä muotoilun mestariteokset. Arctic Design Week tunnetaan kansainvälisesti korkeatasoisena arktisen muotoilun -foorumina sekä kaupallisesti merkittävänä promootiotapahtumana.