

Visit Rovaniemi / Rovaniemen Matkailu & Markkinointi Oy

Rovaniemen tulossopimus /seurantaraportti 1.7.- 31.12.2020

1. Rovaniemen matkailuneuvonta

Tarkastelujakson aikana kotimaan matkailua käynnistettiin poikkeusolojen matkustusrajoitusten jälkeen, joten ajanjakso ei ole suoraan vertailukelpoinen edellisen vuoden vastaavaan aikaan. Heinä-elokuun aikana matkailuneuvonnassa kävi yhteensä 1749 asiakasta (edellisvuonna vastaavana aikana kävijöitä oli n. 3 kertaa enemmän). Syys-Joulukuulta ei ole luotettavaa tietoa kävijämäärästä, koska uusissa tiloissa ei ole kävijälaskuria. Suurin osa heinä- joulukuussa käynneistä on ollut kotimaisia matkailijoita, poikkeuksena elokuu, jolloin matkailijoissa näkyi myös kohtalaisen paljon saksalaisia.

Matkailuneuvonnan aktiviteettimyynti oli toisella puolivuotiskaudella 4.380,59 € (myynti edellisenä vuonna vastaavaan aikaan 130.381,27 €). Verkkokaupan (Bokun) aktiviteettimyynti oli heinä-joulukuussa 32. 454,89 € (viime vuoden vastaavana aikana myynti oli 509. 365,81 €).

Esitepostituksia tehtiin heinä- joulukuussa n. 1450 kpl. Sähköpostitse ja sosiaalisessa mediassa tapahtuvan asiakasneuvonnan kontaktimäärä oli 730. Matkailuneuvonta palveli asiakkaita seuraavasti: Heinä-elokuussa arkisin klo 10-15. Syys-Joulukuussa arkisin klo 9-17.

Vuoden 2020 aikana matkailuneuvonnassa vieraili 12 612 asiakasta. Koko vuoden välitysmyynti oli 383 630,48 eur. *Vuonna 2019 matkailuneuvonnassa palveltiin 40 622 asiakasta. Vuoden välitysmyynti oli 1.045 604 eur.*

Markkinointimateriaalien tuotanto

Syyskuussa julkaistiin Rovaniemen opaskartasta uusi painos (eng & suomi 10000 kpl) ja joulukuussa painatettiin Rovaniemen Palvelulistaus 2021 (eng & suomi 7000 kpl). Aiempina vuosina ilmestyneen Matkailijan talvivinkit – esite toteutettiin tulostettavana verkkoversiona (suomi/englanti). Esitteen Pdf- versiota on myös jaettu matkailijoille paikan päällä neuvonnassa.

2. Rovaniemen matkailubrändin ylläpito, kehittäminen ja markkinointi

Uusi brändifilmi ”Changed by Rovaniemi” käyttöön

Visit Rovaniemi uudisti markkinointiviestintäänsä brändivideolla ja sen kansainvälisellä lanseerauksella. Videotuotanto tehtiin yhteistyössä Flatlight Creative Housen kanssa ja sitä kuvattiin vuoden ajan. Videosta työstettiin myös 15 sek klipit markkinointiviestinnän tarpeisiin sekä erillistä kuvamateriaalia. Videon lanseeraus tehtiin uutiskirjein, jolla tavoitettiin 600 kansainvälisen median edustajaa sekä matkanjärjestäjäkumppania. Lisäksi brändin kirkastamisesta uutisoitiin Visit Rovaniemen omalla sivustolla. Visit Rovaniemi informoi brändifilmin julkistamisesta 1100 kotimaisen median edustajaa sekä 6200 kansainvälisen median edustajaa suorajakeluna Mynewsdeskin kautta.

- <https://www.visitrovaniemi.fi/news/visit-rovaniemi-is-proud-to-invite-you-to-changed-by-rovaniemi-film-premiere/>
- <https://www.visitrovaniemi.fi/fi/uutiset/visit-rovaniemi-kutsuu-ylpeana-mukaan-changed-by-rovaniemi-brandifilmin-julkistamiseen/>
- <https://www.mynewsdesk.com/fi/visit-rovaniemi>

Rovaniemi Euroopan paras talvimatkailukohde 2020 Lonely Planetin listauksessa

Lonely Planet nosti Rovaniemen, Joulupukin kotikaupungin, Euroopan talvimatkailukohteiden ykköseksi TOP-10 – listauksessaan. Lonely Planet on yksi arvostetuimmista matkailusivustoista, joka tavoittaa kanavissaan satojen miljoonien yleisön. Lonely Planet linkitti julkaisussaan Visit Rovaniemen [Arctic Circle sivulle](#) ja Visit Rovaniemi teki useita digitaalisia markkinointiviestinnän nostoja sijoituksestaan talvimatkailukohteiden vertailussa.

- <https://www.visitrovaniemi.fi/fi/uutiset/lonely-planet-listasi-rovaniemen-euroopan-talvimatkailukohteiden-ykköseksi/>
- <https://www.visitrovaniemi.fi/news/rovaniemi-is-the-best-winter-destination-in-europe-by-lonely-planet/>
- <https://www.mynewsdesk.com/fi/visit-rovaniemi/news/rovaniemi-is-the-best-winter-destination-in-europe-by-lonely-planet-411733>
- <https://www.mynewsdesk.com/fi/visit-rovaniemi/news/lonely-planet-listasi-rovaniemen-euroopan-talvimatkailukohteiden-ykköseksi-411732>

Visit Finlandin ”Neighbour in the North” – museokampanjasta suuri hitti Venäjällä

Rovaniemen kulttuurikohteet olivat mukana yhteistyökampanjassa johtavan venäläisen sosiaalisen median ”Odnoklassniki.ru” kanssa alkukesästä 2020. [Arktikum](#) tiedekeskus ja museo sekä [Kulttuuritalo Korundi](#) olivat seitsemän muun museon kanssa mukana. Kokonaisuudessa ”Neighbour in the North” -kampanjassa mukana olleet yhteensä 16 museota ovat saaneet yli kuusi miljoonaa katselua, ja kampanja, PR-työt mukaan lukien, on saavuttanut mainosarvoa yli 82 000 euroa.

- <https://www.visitrovaniemi.fi/fi/uutiset/visit-finlandin-neighbour-in-the-north-museokampanjasta-suuri-hitti-venajalla/>
- <https://www.visitrovaniemi.fi/news/visit-finland-neighbour-in-the-north-museum-campaign-hit-the-big-time-in-russia/>

Rovaniemen revontulet loimusivat Tel Avivin yllä

Visit Rovaniemi toi tervehdyksen [Suomen ja Israelin 70-vuotisten diplomaattisuhteiden](#) virtuaaliseen juhlistamiseen Isarelissa. Juhlallisuudet järjestettiin tiistaina 24. marraskuuta, jolloin Visit Rovaniemen revontulivideo projisoitiin Tel Avivin keskeiselle paikalle.

- <https://www.visitrovaniemi.fi/fi/uutiset/rovaniemen-revontulet-loimusivat-tel-avivin-ylla/>
- <https://www.visitrovaniemi.fi/news/northern-lights-of-rovaniemi-seen-dancing-above-tel-aviv/>
- <https://www.mynewsdesk.com/fi/visit-rovaniemi/news/northern-lights-of-rovaniemi-seen-dancing-above-tel-aviv-416674>

Samsung ja Visit Rovaniemi yhteistyöhön

Samsung ja Visit Rovaniemi tekivät yhteistyötä ”Samsung Christmas for All” -kampanjalla joulukuun alussa. Etätapaaminen Joulupukin kanssa sekä Instagram Storiesiin tuotavat AR-filtterit toivat joulufiilisen myös niille, jotka eivät tänä vuonna päässeet autenttisiin joulumaisemiin.

- <https://www.visitrovaniemi.fi/fi/uutiset/samsungin-kampanja-tuo-perheet-joulupukin-luo-rovaniemelle/>
- <https://www.visitrovaniemi.fi/news/samsung-brings-families-to-santa-claus-to-rovaniemi/>
- <https://www.mynewsdesk.com/fi/visit-rovaniemi/pressreleases/samsungin-kampanja-tuo-perheet-joulupukin-luo-rovaniemelle-3058095>
- <https://www.mynewsdesk.com/fi/visit-rovaniemi/pressreleases/samsung-brings-families-to-santa-claus-to-rovaniemi-3058104>

Visit Rovaniemi virtuaalikokemuksen tuottajana - Finnairin ensimmäinen virtuaalilento Rovaniemelle

Joulupukin luo Rovaniemelle pystyi joulunpyhinä matkustamaan kotisohvalta käsin, sillä Joulupukin virallinen lentoyhtiö Finnair teki kahdeksan virtuaalilentoa Rovaniemelle 25.12. alkaen. Visit Rovaniemi koordinoi Finnairin ensimmäisen virtuaalilentotuotteen Rovaniemi-elämyksen yhteistyössä virtuaalikokemusten huippuosaajan Zoanin ja paikallisten AV-osaajien (Santa Claus Television) kanssa. Virtuaalinen elämys on Rovaniemen omaisuutta ja käytettävissä markkinointiin jatkossakin omana erillisenä osionaan ja jatko yhteistyössä Finnairin kanssa.

Virtuaalilento toi arvokkaan globaalin näkyvyyden medioissa ja kuluttajamarkkinoinnissa ja tavoitti erityisesti ostajia Japanista, Koreasta, Hongkongista, Iso-Britanniasta, Saksasta ja Suomesta. Virtuaalimatkaileijoiden osallistujamäärä oli 9000, joten Unicefille kerättävä hyväntekeväisyystuotto hankkeen toimesta nousi 90 000 euroon.

- <https://www.visitrovaniemi.fi/fi/uutiset/finnairin-ensimmainen-virtuaalilento-joulupukin-luo-rovaniemelle-tuo-joulun-taikka-koteihin/>
- <https://www.visitrovaniemi.fi/news/first-ever-finnair-virtual-reality-flight-to-see-santa-claus/>
- Virtuaalilennon teaseri: <https://youtu.be/sQn7dwOIGc0>

Rovaniemi esillä Hongkongissa jouluaajan kampanjoissa suomalaisen kauppakamarin kanssa

Rovaniemi oli elämyksineen ja palveluineen upeasti esillä Hongkongin suomalaisen kauppakamarin joulukauden kampanjassa. Rovaniemen kaupunki, Business Rovaniemi ja Visit Rovaniemi koordinoivat joulun ja talvikauden markkinointitoimenpiteitä, joilla pyritään elvyttämään kriisin jälkeistä matkailua.

3. Matkailumarkkinointi ja alueorganisaatiotoiminta

Raportointijakson aikana **matkailun yhteismarkkinointiin liittyi mukaan 8 uutta yritystä**: SaiGon Noodle Bar Oy, RoiRoi Oy/Gustav Kitchen & Bar, Airport Express Rovaniemi Oy / Lakkapää Charter, Accolade Partners Oy/ Xwander Nordic, Finnloft Oy/ Loft Café, Villa Virpi, Lapponia Experience Oy, LänsiAuto Rent Oy/Enterprise. **Koko vuoden aikana yhteismarkkinointiin liittyi yhteensä 13 yritystä**. Jäsenyrityksiä oli joulukuun loppuun mennessä **210**.

Poikkeusvuoden aikana kansainvälisen matkailun ollessa käytännössä mahdotonta Visit Rovaniemi on sopeuttanut taloutta ja toimintaansa vallitsevaan tilanteeseen. Sopeuttamistoimet ovat kohdistuneet yhtiön henkilöstöön. Talouden sopeuttamistoimet on tehty Rovaniemen kaupungin palvelusopimuksen hoito turvaten.

COVID-19 varautuminen ja yhteiset toimintaohjeet osana kriisi- ja markkinointiviestintää

Visit Rovaniemi on jakanut terveysturvallisia matkustusohjeita paitsi matkailijoille niin myös alueen toimijoille. Covid-19 sivustoa on päivitetty viikoittain ja lisäksi Visit Rovaniemi on tuottanut käännöksiä THL:n, Lapin aluehallintoviraston kokoontumisrajoituspäätösten sekä Lapin Sairaanhoidopiirin matkustusohjeiden sisällöstä englannin kielelle tietona osakkaalleen.

- <https://www.visitrovaniemi.fi/news/lapland-has-the-network-to-make-it-work-executing-a-safe-travel-environment/>
- <https://www.visitrovaniemi.fi/fi/uutiset/lapin-vahvat-verkostot-on-luotu-mallintamaan-covidin-aikainen-terveysturvallinen-matkailuymparisto/>

Pandemian alkumetreiltä Visit Rovaniemi teki Lapin matkakohteista ensimmäisenä COVID-19 –viestintää matkailijoille ja alueen yrityksille ja tätä muut alueet Suomessa benchmarkkasivat. Visit Rovaniemen COVID-19 viestintää varten rakennettua sivustoa, on ylläpidetty ajankohtaisella, sekä ajan tasalla olevalla tiedolla, terveysturvalliseen matkailuun kotimaisia sekä ulkomaisia matkailijoita opastaen. Asiantuntijana kriisityössä on toiminut alusta asti Lapin Sairaanhoidopiirin infektioylilääkäri Markku Broas. Vuoden aikana matkailuneuvonnan tehtäväksi onkin noussut säännöllinen matkustusrajoitteista informointi.

- <https://www.visitrovaniemi.fi/fi/covid-19-2/>
- <https://www.visitrovaniemi.fi/covid-19-visit-rovaniemi/>

Markkinoinnin painopiste käännettiin kotimaiseen asiakkaaseen

Koronavuodessa korostui tiedottaminen, verkkotyöskentely, edunvalvonta sekä kriisiviestintä. Työskentely siirtyi suurelta osin verkkoon, jossa nykyinen ja tuleva asiakaskin on päättäneen pandemiavuoden viettänyt. Tarkastelukauden aikana tehtiin tiivistä yhteistyötä paikallisten toimijoiden kanssa **kotimaisen matkailutuotteen määrittelemiseksi ja verkkokaupan luomiseksi**. Ennen kotimaisen Bokun- verkkokaupan perustamista matkailumarkkinoinnissa luotiin syksyn, joulun ja talven landing paget. Kotimaisessa markkinoinnissa ohjattiin liikennettä laskeutumissivustoille, joille sijoitettiin osakkaiden kotimaisille asiakkaille suuntaamia palveluita (esim.

<https://www.visitrovaniemi.fi/fi/joulu/>) sekä tekemistä ja näkemistä Rovaniemellä. Kotimaiselle asiakkaalle räätälöidyille aktiviteeteille luotiin oma kampanjasivustonsa. <https://www.visitrovaniemi.fi/fi/aktiviteetti-kategoriat/kampanjat/> Aktiviteettien verkkomyynti avattiin marraskuussa erikseen myös suomenkielisellet nettisivulle. Marras- joulukuun kokonaisverkkomyyntistä (23 553 €) noin 10 % tuli suomenkielisen sivun myynnistä. Suomenkielisellä aktiviteettisivulla on myynnissä n. 60 tuotetta.

Lisäksi **kotimaiselle asiakkaalle luotiin oma kampanja-kategoria**, jonka alle koottiin erittäin kattava valikoima majoitusyritysten antamia tarjouksia <https://www.visitrovaniemi.fi/fi/majoitus-kategoria/kampanjat/> Lisäksi alueen yrityksiä kannustettiin tekemään tarjouksia myös aktiviteettien, käyntikohteiden ja matkapakettien osalta. Saimme hyvän määrän tarjouksia esille nettisivulle, josta myös teimme aktiivisesti nostoja sosiaaliseen mediaan. Näille uusille kotimaiselle matkailijalle suunnatuille kampanja sivuille ohjasimme kuluttajaa aktiivisesti myös neuvonnassa tehdyssä asiakaspalvelussa (puhelin, sähköposti).

Talon sisäistä videon ja kuvan tuotantokapasiteettia nostettiin ja sanallisen viestinnän määrää tehostettiin. Visit Rovaniemi tuotti yhteensä **42 sosiaalisen median markkinointijulkaisua tai -kampanjaa** 1.7.-31.12.2020. Maksettu somemarkkinointi tavoitti yhteensä 2,5 miljoonaa ihmistä, kampanjoinnin kohdistuessa pääasiallisesti kotimaiseen matkailijaan.

Onnibus ja Visit Rovaniemi yhteistyöhön

Visit Rovaniemi aloitti kotimaankampanjoinnissa yhteistyön Onnibussin kanssa heinäkuussa 2020. Onnibussin kampanjointia varten tuotettiin markkinoivaa sisältöä Rovaniemestä, sen palveluista sekä nähtävyyksistä. Kampanjoihin osallistettiin osakasyrityksiä, jotka saivat kukin vuorollaan osansa näkyvyydestä, yleisen destinaatiotason näkyvyyden rinnalla. Kampanjoita on toteutettu Onnibussin kanssa jo kesä / syksy sekä joulukampanjat.

Kotimainen vaikuttajamarkkinointi

Visit Rovaniemi järjesti **osakkailleen workshopin kotimaan matkailun tuotteistuksesta**, sisällöntuotannosta ja kotimaan median intresseistä toimittaja-bloggaaja Sanna Walleniuksen johdolla 13.11.2020. Matkabloggaaja-toimittaja Sanna Wallenius vieraili Rovaniemellä myös vaikuttajayhteistyön merkeissä. Wallenius tuotti vinkkinsä Rovaniemen matkailijoille [blogiinsa](https://www.visitrovaniemi.fi/fi/top-10-syyta-rakastua-rovaniemeen-matkabloggaaja-toimittaja-sanna-wallenius-vinkkaa/). <https://www.visitrovaniemi.fi/fi/top-10-syyta-rakastua-rovaniemeen-matkabloggaaja-toimittaja-sanna-wallenius-vinkkaa/>. Samalla tuotettiin molemminpuolinen linkitys hänen aiempiin Rovaniemi-kokemuksiinsa:

- [*Vuoden yllättäjä: Rovaniemi*](#)
- [*Yö Rovaniemen palkituissa luksusmajoissa*](#)
- [*Huikkea husky-safari*](#)
- [*Eka kerta lumihotellissa*](#)
- [*Paras hotelliainainen on löytynyt*](#)
- [*Hostel Café Koti päihittää monen hotellin*](#)
- [*Lapin ensimmäinen design-hotelli*](#)
- [*Rovaniemen parhaat ravintolat*](#)
- [*Onko tämä Suomen tyylikkään hotellihuone? Lähes kaikki valkoista!*](#)
- [*Top 10 syytä rakastua Rovaniemeen*](#)

Rovaniemi **InstaCamp** toteutettiin 29.10 – 1.11.2020, kun Visit Rovaniemi kutsui yhteistyössä paikallisten toimijoiden kanssa neljä **kotimaista sosiaalisen median vaikuttajaa** – Julia Kivelän, Daniel Taipaleen, Saara Rahkamaan ja Sami Takaraution – nauttimaan loka-marraskuisesta Rovaniemestä. Kotimaisten vaikuttajien kautta Visit Rovaniemi tavoitti sosiaalisessa mediassa liki 500 000 ihmistä. Rovaniemi InstaCampin vaikuttajat: @dansmoe @samimatias @julia_kivela @saararahkamaa

Kansainvälistä markkinointia tulevan kauden matkojen suunnitteluun

Kansainvälisen markkinointiviestinnän keskiössä oli kuluneen kauden aikana **matkustusrajoitukset ja tulevan matkustamisen suunnitteluun ohjaava työ**. Kansainväliselle matkailijalle luotiin syksyn, joulun sekä talven landing paget (esim. <https://www.visitrovaniemi.fi/christmas/>), joille tulokulmaksi valittiin haaveilun lisäksi alueella matkailuvien ulkomaisten tehokas tiedottaminen. Kansainväliselle asiakkaalle luotiin ajankohtaisia vinkkisivustoja (esim. <https://www.visitrovaniemi.fi/eat-and-drink/2020-restaurant-services-at-christmas-time-in-rovaniemi/>). Paikallinen

ravintolatarjonta nostettiin vinkkien tasolle myös kotimaiselle ja paikalliselle asiakkaalle ajankohtaisin sivustoin. (esim. <https://www.visitrovaniemi.fi/fi/ravintolat/joulu-ravintolat-rovaniemi/>).

Joulukauden markkinointiviestintä tavoitti aiempaa suuremman yleisön

Visit Rovaniemi tuotti valtakunnallisen tv-mainoskampanjan (MTV) sekä radiokampanjan (Sanoma Media Finland Oy:n kanavat) marras-joulukuussa. TV-kampanjayhteistyön spottipituus oli 20 sek + Joulupukin Pajakylän 10 sek spotti. Kohderyhmän 25v-64v osalta saatiin 1. 422 500 kontaktia kohderyhmässä eli yli kontaktitakuun. Radiokampanjalla tavoiteltiin kohderyhmästä 25-54v kuluttajia n. 3.629.000 bruttokontaktia ja n. 931.000 nettokontaktia. Kampanjan lisäsi yhteydenottoja ja tiedusteluja somekanaviin ja matkailuneuvontaan.

Rovaniemen Joulun avaus virtuaalitapahtumana

Joulun avaustapahtuma toteutettiin pandemian vuoksi pelkästään virtuaalitapahtumana, joka keräsi huiman katsojaennätyksen viime vuoden lähetykseen verrattuna. Joulun avauksen livelähetystä sai Livestream –palvelussa 19 070 näyttökertaa ja Facebookissa 76 300 näyttökertaa. Tapahtumaa markkinoitiin myös Facebook tapahtumassa, jossa livelähetyksen lisäksi mainostettiin Joulupukin Pajakylän avajaisviikonlopun tarjouksia ja tapahtumia.

Joulukauden tiedottaminen onnistui aiempaa paremmin uutishuonepalvelun käytöllä

Mynewsdesk -uutishuonepalvelu otettiin käyttöön vuoden 2020 alusta. Sisältöä; kuvia, artikkeleita, uutisia, videoita, on lisätty uutishuoneeseen aktiivisesti. <https://www.mynewsdesk.com/fi/visit-rovaniemi>. Mynewsdesk on osa Visit Rovaniemen uutta markkinointistrategiaa, joka lähestyy asiakasta aidoilla tarinoilla sekä uutisilla viikoittain. Uutishuone on saavuttanut pandemiasta huolimatta jo 10 000 kuukausittaisen kävijämäärän ja sen jakelussa ovat mukana myös suurimmat uutistalot.

Visit Rovaniemen **joulutiedotteiden** levikki oli tänä vuonna reilu 12 000 suoramarkkinointia Mynewsdeskissä sekä Mailchimpissä. Visit Rovaniemen tiedotteissa Mailchimpissä siirryttiin päivitettyyn visuaalisempaan muotoon. Visit Rovaniemen tuottaman vastaanottajien sähköpostitoimittajien vertailussa päädyttiin visuaaliseen ilmeeseen, jota suurimman osan vastaanottajista sähköposti tukee. Näin tiedotteista saatiin entistä visuaalisempia klikkausprosentin kasvattamiseksi.

Joulutiedotteissa jaettiin tieto sekä linkit Joulupukin matkaanlähden seuraamiseksi sekä jakamiseksi yhteistyökumppaneiden kanavissa. Vuoden 2020 joulukirjeissä kriisisensitiivisesti jaettiin tieto myös Joulupukin videopuhelumahdollisuudesta, sekä Finnairin virtuaalisesta lennosta Rovaniemelle.

- <https://www.visitrovaniemi.fi/fi/uutiset/joulu-tulee-tanakin-vuonna-ole-mukana-virtuaalisesti-ja-katso-suorana-kun-joulupukki-lahtee-matkalleen-maailman-ympari/>
- <https://www.visitrovaniemi.fi/news/watch-on-livestream-when-santa-claus-annual-journey-around-the-world-begins-from-rovaniemi-in-finnish-lapland-on-december-23rd/>
- Visit Rovaniemi perusti **Facebook tapahtuman** joulunajan näkyvyyden kasvattamiseksi: <https://www.facebook.com/events/1256098768122787/permalink/1275828972816433/>

Tapahtumamarkkinointi tavoitti pelkästään Jouluviikon aikana lähes 5 miljoonaa henkilöä. Itse tapahtumaan virtuaalisesti osallistui Facebookin kautta 190k kävijää ja tapahtuma sai Livestreamin kautta 52 000 katselua, tavoittaen näin 240 000 näyttöä. Joulupukin matkaanlähden näkyvyys kasvoi pandemiasta huolimatta 9 % edellisvuoteen verrattuna ja se jaettiin nyt mm. MTV:n ja AFP:n toimesta.

Inbound-markkinointilinjauksen myötä syksyn ja alkutalven aikana Visit Rovaniemi on **julkaissut yhteensä 15 englanninkielistä artikkelia sekä suomenkielisille sivustoille artikkeleita julkaistu yhteensä 17 kpl.** Uutisnostoja on tehostettu uuden markkinointilinjauksen myötä syksyn ja alkutalven aikana, jolloin **uutisia on tuotettu englannin kielellä huikeat 18 kpl ja suomen kielellä 29 kpl.** Suomenkielisen uutisoinnin määrää nostaa Suomen hallituksen matkustusrajoituksiin kohdistunut kannanotto sekä edunvalvontatyö.

- <https://www.visitrovaniemi.fi/fi/lue/>
- <https://www.visitrovaniemi.fi/fi/uutiset/>
- <https://www.visitrovaniemi.fi/features/>
- <https://www.visitrovaniemi.fi/news/>
- <https://www.mynewsdesk.com/fi/visit-rovaniemi>

Koko kaupungin joulukalenteri uutena tapahtumana joulukauteen

Visit Rovaniemi oli aktiivisesti mukana luomassa Rovaniemen kaupungille interaktiivista joulukalenteria. Joulupukin kotikaupungin yhdistykset, yhteisöt ja yritykset tekivät tänä vuonna toiminnallisen joulukalenterin, elävän joulukalenterin, jossa uusi luukku avautui päivittäin jouluisin esityksin, tapahtumin, hyväntekeväisyyslahjoituksin ja haastetempauksin. Joulukalenterin luukku avautui päivittäin Visit Rovaniemen Facebook-sivun tapahtumassa, johon jokaisen päivän esitykset ja tapahtumat striimattiin. <https://www.visitrovaniemi.fi/fi/uutiset/rovaniemelle-koko-kaupungin-elava-joulukalenteri/>

Sustainable Travel Finland – vastuullinen ja kestävä Rovaniemi

Visit Rovaniemi on jatkanut etenemistä Sustainable Travel Finland –ohjelmassa (Visit Finland). Ohjelman tavoitteena on tarjota rovaniemeläisille yrityksille ja kohteille konkreettinen kestävä matkailun työkalupakki. Sen avulla kestävien toimenpiteiden ja valintojen omaksuminen yrityksen arkeen helpottuu. Syksyn aikana on erityisesti avustettu yrityksiä heidän polullaan ja jo kaksi yritystä on saanut valtakunnallisen STF-merkin. Rovaniemellä oli syksyllä Suomen toiseksi aktiivisin yritysverkosto, jossa mukana 31 yritystä. Syksyllä teimme kestävä matkailun sertifikaattien oppaan yhteistyössä Lapin Ammattikoulun neljän opiskelijan kanssa. Työ tehtiin opinnäytetyönä, jossa Visit Rovaniemi toimi toimeksiantajana. Alue on osallistunut aktiivisesti kestävä matkailun etäkoulutuksiin sekä jatkanut vastuullisuusviestintää, Visit Rovaniemen nettisivuilla ja uutisoinnissa.

<https://www.visitrovaniemi.fi/fi/ihastu/vastuullinen-matkailu/>

<https://www.visitrovaniemi.fi/love/sustainable-rovaniemi/>

Tapahtumamarkkinointiyhteistyö

Rovaniemi-viikko 7.-13.9.2020

Visit Rovaniemen Rovaniemi-viikon kuvakilpailu huipentui voittajien julkistukseen Facebookissa ja Visit Rovaniemen verkkosivuilla 14.9.2020. Rovaniemi-viikon aikana sosiaalisessa mediassa esille nostettiin paikallisten toimijoiden palveluita ja esimerkiksi avoimia ovia, sekä palkinnoiksi tuotteita sekä palveluita tarjonneita yrityksiä ja käyntikohteita.

Napapiiri-Jukola 2021

Napapiiri-Jukola suunnistetaan Rovaniemellä 19.-20.6.2021. Napapiiri-Jukolan 2021 markkinointitoimet aktivoidaan jälleen kevään 2021 aikana, kun tapahtumanjärjestämisestä ja koronaturvallisesta toteutustavasta saadaan lopullinen varmuus.

4. Kokous- ja kongressimarkkinointi

Rovaniemi Congresses sivustoa <https://www.visitrovaniemi.fi/fi/rovaniemi-congresses/> päivitettiin uudella visuaalisella ilmeellä kuluneen kauden aikana ja kokousten paketoitua lähdettiin markkinoimaan erilaisesta tulokulmasta kotimaiselle asiakkaalle. <https://www.visitrovaniemi.fi/fi/top-8-tapaa-kokousta-rovaniemella-vain-avara-taivas-on-rajana/>.

Markkinointisuunnitelmassa esitellyt ”erikoiset kokoukset” nostettiin esille Visit Rovaniemi verkkosivustolla sekä Mynewsdeskin kautta https://www.mynewsdesk.com/fi/visit-rovaniemi/blog_posts/top-8-tapaa-kokousta-rovaniemella-vain-avara-taivas-on-rajana-97518 jonka kautta julkaisu myös postitettiin Suomen kotimaisten kokousten ammattilaisille, terveys- ja hyvinvointisektorille sekä kotimaisille matkailutoimittajille. Kokouskauppaa tulevaisuudessa määrittelevät kokemuksellisuus, työhyvinvointi sekä wellness-keskeisyys alettiin entistä vahvemmin liittää Visit Rovaniemen kautta tarjottavien kokousmahdollisuuksien markkinointiin.

Kauden aikana kokouksia oli poikkeusolojen vuoksi lähes mahdotonta toteuttaa live-tapaamisin, joten suunniteltuja tapaamisia peruttiin ja uusien järjestämistä siirrettiin. Kasvokkaistapaamisia muutettiin virtuaalisiksi etäkokouksiksi kokous- ja tapahtumanjärjestämistä koskevien rajoitteiden vuoksi. Virtuaalisten ja hybridikokousten osalta Lapissa eletään etsikkoaikaa teknistä valmiutta kehittäen. Uuden ajan kokouksien toteuttaminen edellyttää investointien lisäksi osaamisen ja kyvykkyyden kehittämistä.

Tarkastelujakson aikana kokouksia toteutettiin 4 kpl. Koko vuoden aikana kokouksia toteutettiin yhteensä 13 kpl.

Vuoden 2019 aikana toteutettiin yhteensä 94 kokousta.

5. Media- ja matkanjärjestäjävierailut / PR

Toteutetut mediavierailut:

***38 + 50 vierailua *136 henkilöä** / median edustajaa (mm. [Gordon, Gino & Fred: Desperately Seeking Santa](#) & [RTL: Guten Morgen Deutschland](#).) ***17 eri maasta** (TOP 3: Suomi 16, Ranska 3, Italia 2).

Yhteensä mediavierailujen määrä vuonna 2020 oli 88 kpl ja 156 henkilöä.

Vuonna 2019 mediavierailuja toteutettiin 83 kpl henkilömäärän ollessa 337.

Koronatilanteen takia **fyysisiä vierailuja toteutui vain 38 median toimesta**, – mutta ns. ”etänä” medianostoja toteutettiin tämän lisäksi yhteensä **50 median toimesta, 26 eri maasta. Näin ollen medianostoja tehtiin puolivuotiskaudella yhteensä 88.** Näistä miltei puolet toteutui joulukuussa.

Tyypillisesti kansainväliset mediat ostivat videotuotannon alihankintana paikallisilta kuvaajilta, tai sisällöt pohjattiin mediapankkimme materiaaleihin – yhdistettynä Joulupukin ja / tai Visit Rovaniemen toimitusjohtajan videopuhelulla toteutettuihin haastatteluihin koronatilanteen vaikutuksesta joulumatkailuun.

Myös matkanjärjestäjäsektorilta toivottiin Joulupukin videoterveisä sekä Sanna Kärkkäisen puheenvuoroja erilaisiin webinaareihin ja virtuaalisiin tilaisuuksiin. Koronatilanteen vaikutus Lapin matkailuun puhutti kovasti paitsi kansainvälisessä, myös kotimaisessa mediassa. Juttukeikalla kotimaasta kävivät mm. YLE, Matkaopas -lehti, Kauppalehti Optio, Markkinointi & Mainonta, Ilta-Sanomat, Gloria sekä Viini -lehti.

Joulukuussa perinteisesti Joulupukin terveisä kävivät kuvaamassa uutistoimistot Reuters ja AP, sekä saksalainen RTL. ”Etänä” juttua tekivät BBC ja AFP lähettämiemme materiaalien pohjalta. Pienempiä medioita vieraili muun muassa Hong Kongista, Espanjasta, Italiasta ja Saksasta.

Medianäkyvyyksiä saavutettiin myös Joulunavajaisten ja Joulupukin matkaanlähden livestriimijakojen kautta, joita omissa kanavissaan levittivät mm. Reuters ja AP. Joulupukin matkaanlähtö nostettiin myös MTV3 uutisten kymppikevennykseen sekä AFP Newsin jakeluun.

Joulupukin viestien osalta yhteistyötä tehtiin myös Hong Kongin suomalaisen kauppakamarin, Irlannin suurlähetystön, Israelin suurlähetystön sekä Lapin Kauppakamarin kanssa. Myös Visit Finlandin lanseeraama ”Say it with Santa” -kampanja toivat osaltaan globaalia näkyvyyttä Rovaniemelle. Lisäksi joulun kampanjat yhteistyössä Samsungin ja Huaweiin kanssa tavoittivat yritysten kanavien kautta miljoonia ihmisiä.

Visit Finlandin tuella toteutettiin Gordon Ramsayn, Gino D’Acampon ja Fred Sirieix’n tähdittämä ”Desperately Seeking Santa” -erikoisjakson kuvaukset Suomen Lapissa. Visit Rovaniemi koordinoi Rovaniemen kuvaukset ja näkyvyys yhteistyöstä lunastettiin joulukuussa 2020.

Jouluseikkailussa miehet matkasivat matkailuautollaan ympäri Lappia, vierailen Levillä, Muoniossa, Luostolla sekä Rovaniemellä – Joulupukin virallisessa kotikaupungissa.

- *Kolmikon hyllytön jouluseikkailu on kerännyt pelkästään Youtubessa jo huikat puoli miljoonaa katselua*
<https://www.youtube.com/watch?v=sBAatOVWxAvQ&t=500s>
- <https://www.visitrovaniemi.fi/fi/uutiset/gordon-ramsay-gino-dacampo-ja-fred-sirieux-desperately-seeking-santa-erikoisjakso-kuvattiin-suomen-lapissa/>
- <https://www.visitrovaniemi.fi/news/gordon-gino-and-fred-desperately-seeking-santa/>
- <https://www.mynewsdesk.com/fi/visit-rovaniemi/news/gordon-ramsay-gino-dacampo-ja-fred-sirieux-desperately-seeking-santa-erikoisjakso-kuvattiin-suomen-lapissa-417787>
- <https://www.mynewsdesk.com/fi/visit-rovaniemi/news/gordon-gino-and-fred-desperately-seeking-santa-417791>

Toteutetut matkanjärjestäjävierailut:

* 3 vierailua * 4 henkilöä * 3 eri maasta (TOP: Suomi, Hollanti, UK)

Matkanjärjestäjävierailuja toteutettiin vuonna 2019 yhteensä 9, joille osallistui 36 henkilöä.

Kansainvälisiä matkanjärjestäjävierailuja ei matkustusrajoitusten takia luonnollisesti toteutettu juurikaan – lukuun ottamatta hollantilaista pariskuntaa, jotka poikkesivat Rovaniemellä lokakuussa tutustumassa erityisesti kesän tarjonta intressinään – sekä high-end tarjonnasta kiinnostunutta joulukuista jettitoimijaa. Myös kotimaisen Kristina Cruisesin edustaja poikkesi lokakuussa suunnitellen joulukuulle uutta kiertomatkatuotetta kotimaisille asiakkaille. Saksan markkinoille suunnattu Hotelplanin suunniteltu FAM- matka 7.–11.9. peruttiin rajan mennessä uudelleen kiinni.

Virtuaalisia matkanjärjestäjätapaamisia toteutettiin kuitenkin seuraavien workshoppien muodossa: VAE II Sales Workshop (syyskuu), Virtual Nordic Workshop Italy (marraskuu) sekä China Roadshow (marraskuu). Marraskuussa alulle laitettiin myös Taina Torvelan kanssa maaliskuussa 2021 Arctic Design Weekin yhteydessä mahdollisesti järjestettävä Arctic Travel Trade Show -virtuaalinen matkanjärjestäjätapahtuma. Tapahtuman järjestäminen riippuu kiinnostuneiden osakasyritysten lukumäärästä – joten tähän palataan vielä uudelleen tammikuussa 2021.

6. Verkkopalveluiden tunnusluvut / WWW.VISITROVANIEMI.FI

Visit Rovaniemen verkkosivuston ja somekanavien kehitys 1.7.-31.12.2020

Visit Rovaniemen verkkosivujen kävijämäärän kehitys lähti voimakkaampaan kasvuun vuoden 2020 toisella puoliskolla ja nousua tuli **20 % edellisen vuoden** vastaavaan ajanjaksoon nähden. Sosiaalisen median kanavissa kasvu jatkui kesän jälkeen maltillisesti, kuitenkin huomattavasti voimistuen talvea ja etenkin joulukautta kohti. Merkille pantavaa nousua tapahtui myös etenkin jo olemassa olevien seuraajien **sitoutumisessa** edelliseen puolivuotiseen verrattuna. Voimakkaimman prosentuaalisen kasvun otti kuvapalvelu **Instagram, jossa seuraajamäärä nousi kymmenen prosenttia**. Twitterissä seuraajamäärä nousi yli kymmeneen tuhanteen, kasvaen **kolme prosenttia**. Facebookissa tykkääjien määrä nousi noin **12,5 tuhatta eli seitsemän prosenttia**. Pelkästään joulukuun aikana Facebookiin tuli uusia tykkääjiä **reilu kuusi tuhatta**, mikä kertoo hyvästä joulukauden näkyvyydestä.

Kulunut ajanjakso jälleen täysin uudenlainen, joka vaati sopeutumista sosiaalisen median työssä. Kiinnostuneisuus Rovaniemeä kohtaan on säilynyt ja voimistunut sosiaalisessa mediassa ja seuraajamäärän kehitys on jatkunut kasvuna jokaisessa kanavassamme. LIITE 3) sivustovierailujen ja somekanavien kehitys.

7. Matkailun asiantuntijatehtävät ja edunvalvonta

Visit Rovaniemi on toiminut asiantuntijana seuraavissa hankkeissa ja työryhmissä:

- **Elinkeino- ja Teollisuuspoliittinen työryhmä / valtioneuvosto / TEM**
- Business Finland Advisory Board –jäsen, TRAVEL-ryhmän (Visit Finland) puheenjohtaja
- Elinvoiman poikkeusolojen johtoryhmä, Rovaniemen kaupunki
- Lapin korona-exit "LEXIT" hankkeen työstö LSHP&HOL, ohjausryhmän jäsen
- Visit Finland, alueellinen asiantuntijaverkosto, jäsen
- Joulupukkisäätiön hallitus, hallituksen jäsen
- Lapin Matkailuelinkeinon Liitto ry, hallituksen varajäsen
- Lapin Kauppakamarin matkailuvaliokunta, valiokunnan varapuheenjohtaja
- Lapin liiton matkailun asiantuntijaryhmä (mm. Lapin matkailustrategian ohjausryhmä)
- Lapin lentoliikennetyöryhmä
- House of Lapland, markkinointiryhmän puheenjohtaja
- Rovaniemen matkailualueen turvallisuustyöryhmä
- Rovaniemen Kehityksen Rovaniemen keskustan kehittämistiimi, jäsen



www.visitrovaniemi.fi

754 318 sivuvierailua
1.1.2020 - 30.6.2020



www.visitrovaniemi.fi

902 226 sivuvierailua
1.7.2020 - 31.12.2020

(Kasvua 17,16% vuoden 2019
vastaavaan ajankohtaan nähden.)

+20%

SOMEN SEURAAJALUVUT 1.7.2020



174 133 tykkääjää



59 640 seuraajaa



9969 seuraajaa



186 586 tykkääjää



65 462 seuraajaa



10 276 seuraajaa

+7%

+10%

+3%

SOMEN SEURAAJALUVUT 31.12.2020