



Arctic Outdoor

2017-2019

Loppuraportti

Arctic Outdoor –hanke

Marraskuu 2017 – lokakuu 2019

Anni Kyösti / Hankekoordinaattori



Sisällysluettelo

Tiivistelmä	3
Hankkeen tausta ja tavoitteet	4
Polarlife konsepti ja brändi	11
Polarlifen markkinointimateriaali	24
Kuvamateriaali	24
Videot	24
Sosiaalisen median kanavat	24
Testimatkat ja tuotetestaukset	25
Tuotetestaukset	25
Kesä 2019	29
Palautteet testimatkasta	32
Suositukset	36
Tour Natur -messut	40
Kävijäpalaute ja kehitysideat	43
Kansainvälinen markkinointi	48
Vaikuttajayhteistyö	48
Turvallisuusasiat	49
Matkailun tunnusluvut	50
Kohdemaat	50
Hankeaikana syntyneet jatkoideat	53
Arviointi ja palautteet	53
Liitteet	64

Tiivistelmä

Arctic Outdoor - Turvallisuutta ja terveyttä tunturista -hankkeessa on luotu Saariselän alueen yhteinen outdoor-brändi "Polarlife". Polarlife-kokonaisuus yhdistää outdoor-lajit paikalliseen kulttuuriin ja hyvinvointiin muodostaen ainutlaatuisen tuotekokonaisuuden, joka on suunnattu erityisesti kv-markkinoille (Saksa ja UK). Polarlife -tuotteet on kehitetty yhdessä paikallisten yrittäjien ja toimijoiden kanssa sekä niitä on testattu kohdemarkkinoiden edustajien kanssa. Hankkeessa on tuotettu houkuttelevaa video- ja kuvamateriaalia tunnettavuuden lisäämiseksi erityisesti sosiaalisessa mediassa.

Hankkeen toinen tärkeä teema on turvallisuus. Matkailijoiden turvallisuutta on parannettu tekemällä yhteinen turvallisuusohjeistus alueen toimijoiden käyttöön. Toimijat jakavat turvallisuusohjetta matkailijoille. Lisäksi turvallisuus on otettu huomioon myös tuotteistusvaiheen suunnittelutyössä.

Summary

Arctic Outdoor – Safety and health from the arctic hills project created a new outdoor brand called "Polarlife" to Saariselkä area. Polarlife brand combines outdoor activities to local culture and wellness. Polarlife is a unique brand and its target group is in international customers (Germany and UK). Polarlife products were developed together with local producers and representatives from the target groups have tested these new products. During the project was made new attractive photo and video material especially for social media marketing.

Another important focus in this project was safety. During the project was made safety instructions for tourists. Local travel entrepreneurs and tourist information pass out safety instructions for tourists. Safety aspects is taken into consideration also in productization of Polarlife activities.

Hankkeen tausta ja tavoitteet

Hankkeen taustalla paikallisten yrittäjien on ajatus Saariselän alueen matkailun ympärivuotisuudesta. Talvikauden tuotteiden lisäksi on tarvetta saada houkuttelevia kesätuotteita ja alueen yhteinen brändi, jonka alaisuuteen tuotteita voidaan koota. Hankkeen toisena avaintemana on ollut turvallisuusasioiden parantaminen matkailualueella. Turvallisuusasioihin on syytä kiinnittää erityistä huomioita kasvaneiden matkustajamäärien vuoksi.

Hankesuunnitelmassa kerrotaan seuraavalla tavalla hankkeen tavoitteista:

Hankkeen tavoitteena on rakentaa Saariselän alueesta Suomen tasolla ja kansainvälisesti tunnettu ja houkutteleva

arktinen ulkoliikuntakeskus.

Kehittämisen visioiden kautta tavoitellaan seuraavaa:

1. Pisimmälle viedyin yhteinen brändi-ilmentymä; asiakas saa kokonaisvaltaisen palvelukokemuksen

Tavoite: Saariselkä erottuu muista keskuksista ja saa oman outdoor-brändinsä.

2. Nykyaikaisin; Saariselällä on käytössä uusimmat digitaaliset sovellukset ja järjestelmät

Tavoite: Hankkeessa rakennetaan toimintasuunnitelma markkinoiden uusinta tekniikkaa käytettävälle myynti- ja markkinointijärjestelmille, analysoidaan nykyinen reittikartasto ja tehdään suunnitelma niiden uudistamisesta ja uudistetaan kartat kansainvälisen asiakkaan tarpeisiin. Markkinoinnissa käytetään hyväksi uusimpia tekniikoita ja käytänteitä saavuttaaksemme valitut kohderyhmät.

3. Turvallisin; Saariselkä Arctic Outdoor Resortissa on huomioitu turvallisuustekijät pisimmälle ja rakennettu ne saumattomiksi.

Tavoite: Kartoitetaan turvallisuuden kannalta esim. reitistön varrelle hankittavia näyttötäuluja tai muuta uutta ja ympärivuotisesti hyödynnettävää tekniikkaa ja eritoten tuotteistetaan olemassa olevat reitistöt kansainvälisen asiakkaan tarpeita vastaaviksi. Hankkeessa kehitetyt tuotteet testataan sekä käytettävyyden että turvallisuuden näkökulmasta. Tehdään turvallisuusohjeistukset kaikkien yhteiseen käyttöön.

4. Laajin; alueen lajivalikoima ympärivuotisesti on laajin

Tavoite: Panostetaan kesäajan ulkoilun lajivalikoiman kehittämiseen ja tuotteistamiseen. Hankkeessa kehitetyt tuotteet testataan ennen markkinointia.

5. Tuotteistetuin; Saariselkä on tuotteistetuin erämaa-alue ja tuotteet on globaalisti tarjolla

Tavoite: Jalostetaan sisältöä, jossa otetaan huomioon turvallisuus, infra ja tapahtumat. Teemoitetaan tuotteisto kohderyhmien mukaan.

6. Tunnetuin;

Saariselällä on omaleimaiset outdoor-tuotteet ja turvallisin ympäristö ulkoiluun. Hankkeessa käytetään

markkinointikeinoina some-kanavia, joista erityisesti YouTubea videolevityksen keinoin. Hankkeessa tuotteet testataan kahden uuden kansainvälisen kohderyhmän osalta sekä markkinoinnillisesti että tuotannollisesti.

Hankesuunnitelmassa määritellään seuraavat toimet, joiden mukaan tavoitteisiin pyritään pääsemään:

Mitkä ovat hankkeen konkreettiset toimenpiteet tavoitteiden saavuttamiseksi?

Hankkeessa kirkastetaan Saariselän talvi- ja etenkin kesäaktiviteettien ja välillisesti laajan reittiverkoston markkinoinnillista profiilia uusien asiakaskohderyhmien näkökulmasta työteemalla ”International Arctic Outdoor Resort”. Hankkeen pääpaino on tuotteistuksella, jonka avulla saadaan kansainvälisille kohderyhmille outdoorpalvelutuotteita helposti ostettaviksi. Yrityksiä kannustetaan lisäämään Lapin mittakaavassa uutta outdoor-lajivalikoimaa ja lisätään ne matkailupalveluihin ja -paketteihin. Hankkeessa ei luoda myyntijärjestelmää vaan luodaan yrityksille edellytykset ja toimenpide-ehdotukset uusien tekniikoiden ja menetelmien käyttämiselle. Hankkeen aikana kuvautetaan outdoor-teemaan sopivia videoita ja valokuvia matkailumarkkinoinnin tukemiseksi. Kantava teema on hyvinvointi/terveys ja turvallisuus. Hankkeen aikana testataan uutta tuotteistoa pilottina kansainvälisillä outdoor-alan messuilla.

TOIMENPIDE 1:

Terävöitetään outdoor-profiilia ja parannetaan erottuvuutta, jolloin työtetään brändistrategia sekä sitoutetaan ja sisäänajetaan yhteiseen brändi-ilmentymään.

Kilpailutetaan ulkopuolinen asiantuntijayritys eli mainostoimisto tekemään profilointiyo yhdessä hankkeen toimijoiden kanssa. Hankesuunnitelman liitteinä oli profilointiön prosessoinnista paljon materiaalia. Työ tehdään asiantuntijayrityksen ohjauksessa työpajatyöskentelynä kuten tehtiin hankesuunnittelukin. Koska Saariselällä ei ole olemassa erityistä outdoor-imagoa eikä erottuvuutta, luodaan se hankkeen aikana. Sitouttamiseen tarvitaan matkanjärjestäjiä, matkailutoimijoita ja yrittäjiä.

TOIMENPIDE 2:

Luodaan ylivoimaa digitaalisten järjestelmien hyödyntämisellä. Turvallisuusasiat ja palvelut huomioidaan kehitystyössä. Hankkeessa ratkaistaan arktisissa olosuhteissa matkailevien ihmisten turvallisuustekijät teettämällä video/esitys ja/tai esite/flyer turvallisuusohjeistuksesta ja tiedotetaan niistä.

Uusien kohderyhmien myötä kriittiseksi kehittämistoimenpiteeksi on ilmaantunut turvallisuusohjeiden puuttuminen. Ohjeita ei tarvitse jokaisen yrityksen tehdä erikseen vaan hankkeessa teetetään yhteinen väline opastamaan asiakkaita toimimaan turvallisesti. Hankkeessa tehdään käsikirjoitus viestintätuotteesta esimerkiksi sarjakuvan tai animaation keinoin (tarkennetaan kun saadaan näkökanta hankittavalta mainostoimistolta), kilpailutetaan graafinen piirtäjä/animaation tekijä, kirjoitetaan tekstit,

käännätetään tekstit ja tehdään toteutus. Turvallisuusohje koskee reiteillä liikkumista, mökeissä asumista, säänmukaista vaatetusta, luonnossa liikkumista kylien lähimetsissä (esim. älä-laskepulkalla- autotiellä, pue-ulkoilua-varten-aluvaatteet-välikerros-päälyysvaatteet ja älä-kävele-hiihtoladuilla, laita-roskatroskakoriin, älä-kävele-yksitystalojen pihoilla, näin-tutustun-luontoon-turvallisesti, näin-majoitun-mökissä/osakkeessa turvallisesti, näin-varustaudun -sääskiä-vastaan jne) ja toisaalta yrityksille yhtenäistä turvallisuusohjeistusta ja tiedottamista esimerkiksi moottorikelkkojen vuokraamista, kesäreiteille lähtemistä tai suksien vuokraamista ilman opasta (turvallisuusriski). Ohjeet ovat kaikkien vapaassa käytössä, myös nettiversiona. Turvallisuusohjeen tekijä kilpailutetaan hankkeen alussa. Hankkeessa tulee kustannuksia budjetin Ostopalvelut-kohtaan; piirtäjän/graafikon ostopalvelukulut, käännöskulut kolmelle kielelle ja painatuskulut sekä mahdollinen tiedoston luominen ja linkittäminen kotisivuja varten.

TOIMENPIDE 3:

Jalostetaan palvelusisältöä tuotteistamisella, johon kuuluu helposti ostettavien palvelujen kehittäminen unohtamatta turvallisuusominaisuuksia, kestävä kehityksen periaatteita ja tapahtumien kehittämistä etenkin kesäaikaan. Talvisten lajien (hiihto, lumikenkäily, laskettelu) suosio on Saariselällä monipuolisempaa ja perinteisempää, mutta kesäaikainen outdoor-matkailu on vielä lähinnä vaeltamisen varassa. Testataan erityisesti uutta kesätuotteistoa kansainvälisillä outdoor-alan messuilla (Saksa, Tour Natur –messu, syyskuu 2019).” . Hankkeessa tavoitellaan minimissään yhden outdoor-henkisen kesäviikkopaketin ja yhden talvihiikkopaketin tuotteistamista ja testaamista. Tuotekehitysprosessissa on seuraavat vaiheet: Analysointi (olemassa olevat tuotteet, asiakkaiden tarpeet), tavoitteiden asettaminen tuotekehitykselle (tarpeet kysytään asiakkaiden edustajilta eli matkanjärjestäjiltä ja outdoormessuilla kävijöiltä), suunnittelu brändistrategian ja tavoitteiden mukaisesti ja tuotteistaminen toteuttamalla työpajoissa sekä testaamalla potentiaalisilla asiakasryhmillä. Panostetaan laatuun ja asiakaslähtöisyyteen.

Testaaminen tarkoittaa tuotekehityksen yhtä prosessin osaa, on myös osa Lean-ajattelua, jota pyritään käyttämään hyväksi hankkeessa. Testaamisella varmistetaan niin brandistrategian osuvuus kohderyhmään kuin kehitettävien tuotekokonaisuuksien sopivuus. Kun on suunniteltu esimerkiksi viikon mittainen outdoor-kesäpaketti, joka sisältää erilaisia palveluelementtejä niin paketti testautetaan testiryhmällä tai valituilla matkanjärjestäjäkohderyhmillä ja nettisivujen profiilin osuvuutta valituilla outdoor-messukävijöillä. Jos tuotteessa on vielä parannettavaa, niin tuotekokonaisuus tuodaan uudelleen ”suunnittelupöydälle” ja tehdään tarvittavat korjaukset. Testausta tehdään ennen oikeita asiakkaita testihenkilöillä, jotta virheet voidaan korjata. Vasta kun tuote on valmis ja asiakkaan edustajan tarpeiden ja tuottajien resurssien mukainen, se voidaan lanseerata markkinoille.

Hankkeen analysointivaiheeseen harkitaan tutustumismatkaa Keski-Ruotsin Funasfjälleniin, joka nähtiin hankesuunnittelussa hyväksi benchmarking-kohteeksi monipuolisuuden ja ympärivuotisuuden vuoksi.

Matkakustannuksia tulee vain hankehenkilöstön osalta, sillä muut kuten hankkeen partneriyritykset voivat osallistua matkalle omin kustannuksin.

Hankkeessa ei ole tarkoitus kanavoida rahoitusta yksittäisiin yrityksiin vaan yhdessä toteutetaan ”Arctic Outdoor Resort” –konseptia. Tuotekehityksessä voidaan käyttää esimerkiksi lean-tekniikkaa ja palvelumuotoilua, jossa testaus ja palautteen kautta virheiden korjaaminen on yksi tärkeä tuotekehittämistyökalu. Tuotekehityksen yhteiset pelisäännöt ja konsepti luodaan hankkeessa workshop-työnä yhteistyössä kohdemaiden matkanjärjestäjien ja alueen yrittäjien ja matkailutoimijoiden kanssa. Asiakastarpeiden mukaisesti hankealueen yritykset kehittävät yhteistyössä toistensa kanssa tuotekokonaisuuksia, esimerkiksi viikon pituisia ”arctic outdoor”-henkisiä kesälomapaketteja, jotka ovat myöhemmin kohdemaiden matkanjärjestäjien myytävissä. Testaaminen ja palautteista oppiminen ovat tärkeä osa lean-tekniikkaa.

TOIMENPIDE 4;

Helpotetaan ostamista kaupallistamisella. Käytetään hyväksi esimerkiksi palvelumuotoilua tai Lean-tekniikkaa ja etsitään sopivia yhteistyökumppaneita tai -partnereita. Kutsutaan potentiaalisia kansainvälisiä matkanjärjestäjiä tutustumaan alueelle uusiin kehitettäviin outdoor-matkailutuotteisiin.

Kesä- ja talviviikkopaketteja suunnitellaan, kehitetään ja testataan 1-2 saksalaisen ja 1-2 brittiläisen (varalla hollantilaisilla) matkanjärjestäjän kanssa. Eurooppalaisien matkanjärjestäjien kanssa suunnitellaan tuotekokonaisuuksia, jotka soveltuvat jo ulkoretkeilyä harrastaville. Kiinasta valitaan yksi (1) matkanjärjestäjä, jonka kanssa suunnitellaan aasialaisille sopivia ”vasta-alkajan” ulkoilutuotteita. Markkinointi testataan ko. ulkolaisten matkanjärjestäjän kautta ja Suomessa järjestettävän workshopin kautta. Uuden arktisen outdoor -brändin näkyvyyttä testataan 1-2 kertaa per vuosi kansainvälisillä outdoor-messuilla; joista toinen on Helsingissä tammikuisin järjestettävä kansainvälinen matkailun workshop ja toinen Saksassa tai Englannissa (varalla Hollanti) järjestettävät outdoor-messut.

Hankkeen aikana isännöidään 1-2 outdoor-alan matkanjärjestäjäryhmää vuodessa vuonna 2018 ja 2019 erikseen Saksasta ja Briteistä (varalla Hollanti). Edellä on mainittu 1-2 kappaletta riippuen lopullisen ryhmän koosta ja kustannuksista (pieniä ryhmiä voi olla 2 tai isompia ryhmiä 1 kpl).

TOIMENPIDE 5:

Mennään kohti tuloksellisuutta eli markkinoidaan kohdistetusti. Hankkeessa luodaan konsepti asiakasymmärryksen lisäämiseksi. Kohderyhmät selkiytetään ja työstetään tavoitteelliset ja mittavat toimintaohjelmat. Tämän hankkeen puitteissa tehdään pääasiassa konseptit valmiiksi ja tehdään koemarkkinointia muutaman konseptoidun tuotekokonaisuuden osalta, hankkeessa etsitään potentiaaliset yhteistyökumppanit, mutta varsinainen myynti on yritysten vastuulla.

Tällä hetkellä on suunniteltu pilotiksi tuotteiden kohderyhmiksi löytää (=testata) hankesuunnitelman mukaisia arvoja omaavia ihmisiä lähinnä Euroopasta (Saksasta ja Brittein saarilta tai Hollannista) ja ulkoilun vasta-alkajia Kiinasta. Tuotteet suunnitellaan matkanjärjestäjien kanssa (loppukäyttäjien edustajia) asiakaslähtöisyyden maksimoimiseksi. Hankkeessa toteutetaan markkinoinnin 1-2 testimatkaa kansainvälisille outdoor-messuille per vuosi, ja etenkin panostetaan kansainväliseen näkyvyyteen sosiaalisen median kanavilla ja muun median kautta. Kutsutaan saksalaisen outdoor vaikuttaja (esim. matkailuyhdistyksestä) tutustumaan alueeseen ja tuotteisiin. Koska hankkeen aikana tehdään paljon työryhmätyöskentelyä hankeyritysten ja yhteistyökumppaneiden kanssa, myös paikalliseen tiedottamiseen panostetaan. Hankkeessa pyritään saamaan yritykset tuotteistamaan aktiivisesti, markkinoimaan yhteistuotteita ja tuomaan esille uutta outdoor-brändiä.

TOIMENPIDE 6:

Luodaan tarinoita huippukuvien ja videoiden avulla. Saadaan aikaan yhtenäisen brändistrategian mukainen kuva- ja videoaineisto, jossa on huomioituna turvallisuus- ja tuotteistussisällöt sekä kestävä kehitys.

Hankkeessa tehdään yksi (1) kesä- ja mahdollisuuksien mukaan yksi (1) talviaktiviteettiteemainen lyhyt (max 5 min.) Arctic Outdoor-elämysvideo. Turvallisuusohjeistus tehdään erikseen toimenpide 2 mukaisesti. Videot ja turvallisuusohjeistukset ovat näkyvillä hankkeen aikana tehdyissä nettisivuilla. Valokuvia tarvitaan hankkeessa avattavia kotisivuja ja tuotekuvauksia varten runsaasti. Hankkeessa hankitaan valokuvia maksimissaan 50 kpl (ostopalveluna).

TOIMENPIDE 7:

Parannetaan löydettävyyttä eli verkkomarkkinoinnin aktivoiminen. Hankkeen kautta analysoidaan verkkokaupan logistinen asiakaspolun kehittäminen, jossa huomioidaan myös turvallisuus, helppous ja elämyksellisyys. Suunnitellaan ja toteutetaan verkkosivut. Avataan Arctic Outdoor –strategian mukainen domain-tunnus kunnes on saatu luotua sisältöä eli hankkeen kolmannella puolivuotiskaudella (1.9.2018 alkaen). Hankkeen ostopalveluissa on varattu rahoitus asiantuntijapalvelujen hankkimiseen. Asiantuntijayritys suunnittelee sivuston graafisen ilmeen ja tekee yleistekstit, laittaa kuvat paikoilleen ja tekee muut koodaukset ja sisällön. Käännökset teetetään käännöstoimistolla. Sivusto on hankesuunnitelmassa kuvatus brändikonseptin mukainen. Sivusto jää hankkeen jälkeen Elinkeinot & kehitys Nordican eli hankkeen hallinnojan omaisuudeksi ja päivitettäväksi. Nordicalla on kokemusta useiden eri julkaisujärjestelmien hallinnoimisesta ja päivittämisestä. Inari-Saariselkä Matkailu tai muut tahot voivat linkittää sivuston omille sivuilleen tai tekevät Nordican kanssa sopimuksen osapäivittämisestä. Sivusto on kaikkien käytössä kuten hankeohjeistot kertovat. Tässä hankkeessa panostetaan kesätuotteiden esilletuontiin, talvea unohtamatta.

Toimenpiteiden tarkentamiseksi on vielä luotu toimintasuunnitelma puolivuositain.

Ensimmäinen puolivuotiskausi; 1.9.2017-28.2.2018

Suunnitelma	Toteutus
- hankkeen järjestäytyminen	Hanke järjestäytyi loppuvuodesta 2017
- hankevetäjän rekrytoiminen osa-aikaiseksi työntekijäksi	Rekrytoitiin marraskuussa 2017
- ensimmäisen ohjausryhmän kokouksen pitäminen	1. ohjausryhmän kokous 14.12.2017
- ensimmäisen työryhmän (hankekumppanit) workshopin pitäminen	Ensimmäinen workshop 6.2.2018
- toimintasuunnitelman tarkentaminen, yksityiskohdat ja tarkat päivät päätettävänä	Ohjausryhmän kokous
- markkinointianalyysi; kysely, haastattelu, messuosallistuminen (empiirinen tutkimus)	Yrityshaastattelut, alkuvuosi 2017, messukysely v. 2019
- markkinointisuunnitelman tekeminen	Workshopien yhteydessä
- tarjouskilpailun läpikäyminen konseptin ”rakentajayrityksen” ja tuotteistamisen hankkimiseksi	Päätös v. 2017
- ensimmäisen palaverin pitäminen kilpailutetun konsultin kanssa	Loppuvuosi 2017
- kesätuotteiden tuotteistaminen; ensimmäinen workshop yrittäjien kanssa	Ensimmäinen workshop 6.2.2018, workshopityöskentely aloitettiin konseptista, jonka jälkeen siirryttiin tuotteistamiseen
- hankehallinnointia, sis. raportointia	Jatkuva
- Ensimmäiset talvikuvat ja –videot kuvautetaan	Talvikuvaukset talvella 2018

Toinen puolivuotiskausi; 1.3.-31.8.2018

Suunnitelma	Toteutus
- brändikonseptien rakentaminen	Workshopityöskentely, kevät 2018
- kesä- ja talvituuotteiden tuotteistaminen; 2-3 workshopia	Tuotteistusworkshopit 2018
- ensimmäinen tuotetestaus kesätuotteista; mukana myös kohderyhmän edustajia	Ensimmäinen kesätestaus, metsäkylpy kesällä 2018
- markkinointimateriaalin suunnittelu ja valmistaminen	Osana workshopityöskentelyä, mm. BrandBook ja Konseptikäsikirja
- somemarkkinoinnin aloittaminen	Polarlife somessa: Instagram-tili ja Facebook-tili, Vimeossa videot
- turvallisuusohjeiston tekeminen	Turvallisuusohje valmistui talvikaudelle 2018
- kartoitetaan kansainvälisiä yhteistyökumppaneita	Yhteistyö Visit Finlandin kanssa
- hankehallinnointia, sis. raportointia	Jatkuva
- Kesäkuvien ja –videoiden kuvauttaminen	Kesäkuvaukset, kesä 2018
- tapahtumien liittäminen osaksi Arctic Outdoor-hankkeen tuotoksia	Hanke ollut esillä mm. Spirit of Inari matkailuseminaarissa

Kolmas puolivuotiskausi 1.9.2018 – 28.2.2019

Suunnitelma	Toteutus
- matkanjärjestäjien kutsuminen talvituotteen esittelyyn	Matkanjärjestäjiä kutsuttiin talvituotteen esittelyyn alkuvuodesta 2019. Ryhmä ei toteutunut. Talvi matkanjärjestäjävieras saatiin (Saksa) v. 2019 lokakuun lopussa.
- kansainvälisille outdoor-messuille osallistuminen	Tour Natur -messut, syyskuu 2019
- kesä- ja talvituotteiden tuotteistamista jatketaan; 2-3 workshopsia	Workshoptyöskentely
- talvituotteiden testausta; mukana myös kohderyhmän edustajia	Talvituotteita testattiin talvella 2018, fatbike-retki
- markkinointimateriaalin valmistamista	Handbook -esite, englanti ja saksa
- konseptin loppuhiontaa	Workshoptyöskentely
- markkinointitoimenpiteiden testausta ja pilotointia	Matkamessut 2019 sekä Midnight Sun Workshop 2019
- hankehallinnointia; sis. raportointia	Jatkuva
- yhteistyökumppaneiden kanssa tehtävä työ	Jatkuva
- verkkomainontasuunnitelma testataan ja Arctic Outdoor-kotisivujen tekeminen	Verkkomainontasuunnitelma kommenttikierroksilla, verkkosivut avattiin alkuvuodesta 2019
- syksy- ja talvikuvien ja -videoiden kuvauttaminen	Talvikuvaukset alkuvuosi 2019, syyskuvat 2019

Neljäs puolivuotiskausi, 1.3.-31.10.2019

Suunnitelma	Toteutus
- matkanjärjestäjien kutsuminen kehitetyn kesätuotteen esittelyyn	Matkanjärjestäjäryhmä (UK) vko 30 / 2019
- kansainvälisille outdoor-messuille osallistuminen, Tour Natur -outdoor messut/Saksa	Tour Natur -messut, syyskuu 2019
- kaupallistaminen saadaan valmiiksi	Päätösworkshop
- tuotteistaminen viimeiset workshopit	Päätösworkshop
- kesätuotteiden testausta, mukana myös kohderyhmän edustajia	Tuotetestaus, kesä 2019, opastettu maastopyöräretki
- kutsutaan saksalainen outdoor-vaikuttaja tutustumaan alueeseen ja tuotteisiin.	Vaikuttajayhteistyö Hendrik Morkel / Blogi, Youtube, Instagram, Facebook
- loppuraportin kirjoittaminen	Lokakuu 2019
- hankehallinnointia; sis. raportointia	Jatkuva
- viimeisen ohjausryhmän pitäminen	16.10. 2019 viimeinen ohjausryhmän kokous
- mediatilaisuuden järjestäminen	Päätösworkshopin yhteydessä

Polarlife konsepti ja brändi

Hankkeen workshop-työskentelyssä kehitettiin alueen yhteinen matkailukonsepti ja brändi, joka sai nimekseen *Polarlife*. Polarlifella on oma visuaalinen ilme sekä tarkat ohjeistukset, joiden avulla konseptia on mahdollista toteuttaa hankeajan jälkeenkin. Konseptin ja brändin rakentamisessa on otettu erityisesti huomioon kohdemaat (UK ja Saksa), tavoiteltava asiakasprofiilia, alueen erityispiirteet sekä kestävän kehityksen ja kestävän matkailun näkökulmat.

Erillisinä liitteinä (saatavilla jatkossa Elinkeinot & kehitys Nordica):

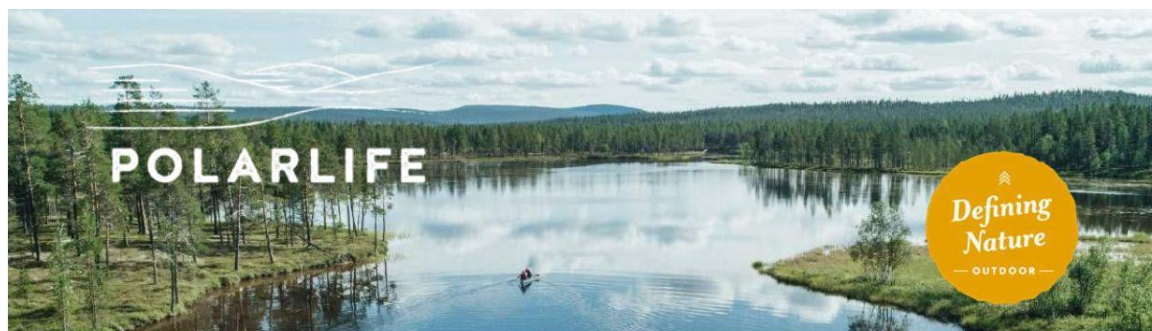
Konseptikäsikirja

BrandBook

Handbook

Kehitetyt tuotepaketit:

Kesäpaketit



Polarlife with Bright Nights 22-26.7.2019

Accommodation: Santa's Hotel Tunturi, Superior rooms.

Duration: 5 days, 4 nights (Monday 22nd of July to Friday 26th of July 2019)

Monday 22nd of July

17:55 Arrival at Ivalo Airport

- The Polarlife Guide welcomes the guests at the airport and takes them to check in at the hotel in Saariselkä.

20:00 Midnight Sun Mountain Bike Trip

- This Midnight Sun cycling trip allows full enjoyment of the unique ambiance of the nightless night while mountain biking. Our experienced local guide will guide you along the local trails in Saariselkä to admire the magical light of the Midnight Sun. We can stop along the trip for taking photographs and taking drink breaks.

Tuesday 23rd of July

10:00 Canoeing trip

- Canoeing trip venturing into the colorful wilderness river. The starting point for canoeing adventures is Lake Luttojärvi.

Luttojärvi is a beautiful, small lake set in the wilderness and it takes around 45 minutes to reach by car from Saariselkä.

The initial section of the river is rather shallow and there are few strong currents, so canoeing is easygoing. We take a break to savour a tasty soup lunch before taking the final stage of the river, meandering picturesque sandy beaches.

Our final destination is Kolmoskoski, from which we head back to Saariselkä by car. We will spend around six hours on the river.

- Tasty soup lunch with desert and coffee/tea during the canoeing adventure

Wednesday 24th of July

10:00 Pyhä-Nattanen Hiking Trip

- A hike in the Pyhä-Nattanen Strict Nature Reserve. Pyhä-Nattanen is one of the six "Nattas fell highlands" and back in the old days, the indigenous Sámi used it as a sacred grove.





Mother nature has sculpted impressive large rock tors on the top of the fell, something that should definitely be experienced. Besides the rock tors, the views from the top of the fell are breathtaking. During the hike, we will tell you information about the history of the area while we admire the beauty and purity of Lapland's nature.

- Snacks and coffee included

Tankavaara

Visit to Tankavaara gold museum and gold village. Learn more about the history and gold panning tradition in the area.

Thursday 25th of July

10:00 Berry Picking Trip by a wilderness lake

- This berry picking trip takes you to a wilderness lake located close to the village of Ivalo set in the heart of spectacular hilly countryside. During this berry picking trip, the guide tells you interesting information about local flora and fauna and of course about the wild berries. After picking some wild berries, each picker can fry their own pancake on the campfire and serve with the freshly picked berries, guaranteeing flavor that never fails to bring pleasure.

If you fancy an extra bit of nature revitalization in the morning, you can take a refreshing dip in the lake by the campfire spot.

- Pancakes and berries by the campfire

19:00 Gala Dinner in a Lappish Kota

- Our traditional venue is a Lappish kota shelter made from wood. Candle-lit dinner is served by the open fire. At the end of the evening, a yoik singer will perform, with the duration of performance being approximately 30 minutes. We serve a three-course menu with non-alcoholic beverages, such as crowberry juice and homemade beer.

Friday 26th of July

10:00 Forest Bathing

- At Kiilopää forest and fell area

Opening our senses to the nature, wandering and experiencing deep nature connection in the Arctic nature. We perform some relaxed and simple yoga and breathing exercises to calm down our nervous system.

16:30 Transfer to Ivalo Airport

- The Polarlife Guide takes the guests to Ivalo Airport

18:20 Flight to Helsinki (20:55)





Polarlife outdoor tour

Polarlife Outdoor tour in summer 2019. 5 days and 4 nights. Saariselkä is the ideal destination for those looking for an active and natural experience in Lapland. Saariselkä is a little village located in Northern Lapland, 260 km North from Rovaniemi. Urho Kekkonen National Park starts just next to Saariselkä village. The National Park and the wilderness around us provide endless possibilities for outdoor activities.

Lapland Hotel Riekonlinna is your home base during your Polarlife-holiday. After a good night sleep and healthy breakfast, you are ready to explore the Lappish nature. Lapland Safaris leads you for adventures and make the unique experiences possible. Simply bring an open mind and let the spirit of Lapland empower you.

Company: Lapland Safaris North

Accommodation: 1 night outdoors in tentsile, 3 nights at Lapland Hotel Riekonlinna, standard twin

Minimum participants: 2 people

Physical difficulty: Easy / moderate, **Suitability:** Over 12 years

Style: Adventure, Active

DAY 1 - Night at tentsile (tree tent) outdoors

Arrival at Ivalo Airport

Transportation from Ivalo airport to Saariselkä

Half board at the hotel

Experience the nightless night and feel the summer night outdoor

You will meet your guide who will give you the instructions for the coming night outdoors. After short transportation (5 min), we will arrive ashore of a small pond. There are tentsile (tree tent), sleeping bags and mattresses ready for you. Before going to sleep you can walk around, hearing bird singing and enjoying the peaceful summer night. Good night at outdoors.

What is included: program transfer, tentsile (tree tent) assembled, sleeping bags and mattress, snack.

Good to know: The place where the night is spent is situated 1 km from the village, but still in the forest. There are no dangerous animals in Finnish forests.

DAY 2 - Visit at the reindeer farm

The guide will pick you up from the outdoor camp and you will have a breakfast at the hotel.

Check in at Lapland Hotel Riekonlinna

Breakfast at the hotel

Get familiar with the reindeer and Arctic lifestyle on farm visit.

Visiting the reindeer farm is another way to get familiar with Lappish animals and the life of the locals. Reindeer are semi-domesticated, and each animal is owned by a herder. In Northern Lapland, reindeer husbandry is still a major source of income for many. During the farm visit you will learn more about reindeer herding, the life of the reindeer and you may even test yourself one of the most important skill - lasso throwing! Before heading back, step into a traditional tepee-style Kota building to enjoy a hot cup of coffee with delicious Finnish pastries.

Duration: 1,5 hours

Style: Local, Slow

What is included: program transfer, guidance, farm visit,

Half board at the hotel



www.polarlifeoutdoor.com



DAY 3 - Summer day on bike!

Breakfast at the hotel

A guided bike tour with the best tips to explore Saariselkä on bike, 9 am - 11 am (2 hours)

Start the day with your local guide, who will introduce you the secrets of fat-biking. Even though the fat bikes look sturdy, they are great fun to ride and surprisingly agile, giving you a feeling of floating even on rugged terrain. After riding for a while, the guide will give you the best tips to explore the beautiful nature by yourself. Around Saariselkä many rideable trails await you in some of Finland's most majestic landscapes. Pack your backpack and enjoy the vast wilderness around you!

Style: Active

What is included: Bike and helmet, guidance for 2 hours

Good to know: Basic knowledge of biking is required. Bike and helmet rent continues for a further 22 hours.

Half board at the hotel

DAY 4 – Packrafting and hiking 10 am - 4 pm (6 hours)

Breakfast at the hotel

This beautiful river takes you to a flowing trip down the Tolosjoki offering amazing sceneries along its way. Our river experience starts from Tolosjoki. Some small rapids, easy to paddle, will increase the fun. Here and there the water is shallow and we might need to wet our feet for a moment. The packrafts are easy to paddle and very light to carry. On the shore along the first part of the river gold digging goes on during the summer. We take a break for food, snacks and some pictures. After approximately 10 km of paddling it's time to explore the forest around us.

We pack our things and start hiking back towards Saariselkä. During this easy 5 km hike we will learn more about the Lappish flora and we might also find traces of different animals.

Style: Adventure

What is included: Program transfer, guidance, back rafts and lunch

Good to know: Packraft is an individual-size inflatable boat. Please bring some spare clothes.

Half board at the hotel

DAY 5

Breakfast

Farewell Lapland!

Transportation to the airport

Polarlife Outdoor tour is valid on period:
3rd June - 1st September 2019

Polarlife Outdoor tour II price

- 815 € / adult (5 days, 4 nights)
- 651 € / child 12-14 years (5 days, 4 nights)

Sales:

Saariselkä Booking

booking@saariselka.com



www.polarlifeoutdoor.com



Outdoor with the taste of gold history

Experience the beauty of North Lapland, true wilderness and enjoy the hospitality of our beautiful hotel. Our trips will take you to the Urho Kekkonen National Park and to beautiful fell area of North Lapland. In this area, you can easily meet reindeer, fox and willow grouse on your trips. Midnight Sun is lighting your steps during evening trips and you can really feel the magic of Lapland. By Wilderness Hotel Muotka.

Refreshing dip in to the fell brook after the traditional Finnish sauna is one of the highlights of your trip. Water is clear and cold and you might even see some small fish in the brook. Kitchen will be serving tasteful meals, made as much as possible from local materials.

Company: Wilderness Hotel Muotka, Saariselkä, Lapland

Contact: sales@nellim.fi

Duration: 5 nights + additional days

Valid: July-October 2019. Program starts always on Sundays.

Suitable: For all

Classification: Easy

Accommodation options: Cabins, Hotel rooms, igloos

Transfers: To activities

Price: Starting from 943 €/person / 5 nights package

- Package Including: Full board meals (tasteful and healthy breakfast, picnic lunches for your outdoor trips, dinner at the hotel, accommodation, activities as in the description, sauna and swimming in fell brook, map of the area tracks, welcome drink.
- Additional nights from 80€/person/night incl. full board and accommodation.





PROGRAM

DAY 1

Arrival to Muotka Wilderness Hotel.

Check in

You will receive welcome info of your week, map of the walking tracks in the area and welcome-drink.

Dinner

DAY 2

Breakfast

Today you will have a guided hiking trip to Niilanpää fell.

Picnic-lunch during the day. Whole day trip.

Sauna in the evening and swimming in the fell brook.

Dinner

DAY 3

Breakfast

Daytrip to Nattanen fells. Your guide will drive you close to Sompiojärvi lake.

From there we will start hike to Urho Kekkonen national park area and Nattaset.

Picnic lunch during the day. Sauna and swimming.

Dinner

DAY 4

Breakfast

Today is a biking day! Make an independently biking trip on marked biking trails in Kiilopää-Saariselkä area.

You will get a mountain bike or a fatbike as well as picnic lunch from the hotel.

Sauna and swimming

Dinner

DAY 5

Breakfast.

Today we will get to know the gold history of the Lapland in Tankavaara gold village.

We will visit gold museum and get familiar with gold history and also we will try our luck in gold washing.

During the day we also visit Koilliskaira nature center, getting familiar with local flora and fauna.

Picnic lunch during the day. Day trip.

Sauna and swimming

Dinner

DAY 6

Breakfast and check out



www.polarlifeoutdoor.com



Sense the nature - touch the silence tour

Sense the nature – Touch the Silence Tour is an empowering combination of authentic Arctic outdoor and indoor experiences, refreshing activities and rest. The tour includes meals prepared of traditional Finnish cuisine, some savoured by the campfire. Become inspired by the unique polar life and let nature enhance your wellbeing. Stay cosily in our recently built, comfortable chalet and wonder at the spectacular Urho Kekkonen National Park, which starts literally right in our backyard. The program is available all year round. Touch the silence with Arctic Sky.

In this tour you will explore the genuine Laplandic nature, taste local food, promote your wellbeing with variety of activities, relax in Lappish tranquility and enjoy your time without hurry. The nature around is pure, water is clear and air is fresh.

Company: Arctic Sky, Ruijankeino 2, 99830 Saariselkä

Contact: minna@arcticskylapland.com

Duration: 5 days, 4 nights, from Monday to Friday

Summer: weeks 26, 30, 35

Winter: on order

Accommodation: Arctic Sky Resort, in bedroom with two beds, shared facilities

Price: Summer 1890 euros / PP in twin room

Winter 2180 euros / PP in twin room

Group size: 2-10 persons

Guides: Minna and Aarno – owners of the resort

Transportation: Airport transportation and to activities included in package

Meals: Breakfast, lunch or packed lunch, dinner

Finnish cuisine, home cooked meals produced of local ingredients

Eating together

Lunch or dinner in nature by bonfire

Welcoming: Information package, welcoming drink (non-alcoholic)

Souvenirs, extras: Polarlife photo of you in nature, Polar person -certificate



www.polarlifeoutdoor.com



Program

DAY 1

Transportation from Ivalo airport
16.00 Welcome to Arctic Sky Resort
17.00-20.00

Summer: Trekking trip to arctic nature, familiarizing with the arctic nature, dinner outside by bonfire

Winter: Snowshoeing trip to arctic nature, familiarizing with the arctic nature, dinner outside by bonfire

DAY 2

8.00-9.00 Breakfast
10.00-14.00

Summer: Arctic Souvenir workshop – gathering seasonal arctic wild herbs, berries or mushrooms and preparing tastings and something enjoyable to bring home with you. Incl. lunch

Winter: pleasant day with reindeers, learning about the traditions of reindeer herding, getting acquainted with local culture. Lunch included.

17.00-18.00 Relaxing yoga
19.00 Dinner

DAY 3

8.00-9.00 Breakfast
Packed lunch
19.00 Dinner

Day off or an optional activity according to wishes (one is included):

All year around: Visit to smoke sauna and cold spa at Kilopää fell center. Getting to know the Finnish sauna traditions.

Pack your swimming suit with you! (2 hrs)

Summer: Forest bathing 2-3 hrs. Opening our senses to nature, wandering and experiencing deep nature connection in the arctic nature.

We perform some relaxed and simple yoga and breathing exercises to calm down our nervous system.

Winter: We enjoy moments outside on this nighttime trip, where we observe the wonderful winter night sky. If we are lucky, we might see million stars and maybe some auroras dancing above! Duration of the trip is 1-2 hours.

DAY 4

8.00-9.00 Breakfast

10.00-14.00 Easy-going hiking trip to the top of fell Kilopää (4-6km). This trail is suitable for children; nevertheless, there is a long uphill to go! View from the top of the fell is amazing. If weather is clear, you can see the other fells and mountains from here.

Summer: By walking, on the top of fell or on our way back home we are enjoying a small forest yoga session.

Winter: By winter walking or snowshoeing.

14.00-15.00 Lunch at Kilopää fell center

17.00-18.00 Relaxing and empowering yinyoga
19.00 Dinner

DAY 5

8.00-9.00 Breakfast

Checkout and farewell

Transportation to Ivalo airport



www.polarlifeoutdoor.com

Talvipaketti:



Polarlife with white touch

Accommodation: Lapland Hotels Riekonlinna
Duration: 5 days, 4 nights (Monday-Friday)

DAY 1 – SNOWSHOEING IN THE NATURE

Arrival at Ivalo Airport 17:55

The Polarlife Guide welcomes the guests at the airport and takes them to check in at the hotel in Saariselkä.

Dinner

Snowshoeing Trip

10 p.m. – 12 p.m., Nature and Me

Snowshoeing trip in the Urho Kekkonen national park.

DAY 2 – BACK-COUNTRY SKI & WELLNESS

Back-country ski tour to Urho Kekkonen national park

10 a.m. – 1 p.m., Saariselkä Training

Back-country skiing is the old-school way of skiing! The local guide takes you to explore the forests and fells of Urho Kekkonen national park.

Lunch

Forest bath

4 p.m. – 6 p.m., Arctic Sky, Ruijankeino 2

Opening our senses to the nature, wandering and experiencing deep nature connection in the Arctic nature. We perform some relaxed and simple yoga and breathing exercises to calm down our nervous system.

Dinner





DAY 3 – FATBIKE & SMOKE SAUNA

12 a.m. – 4 p.m., Kiilopää

Guided PolarLife experience in winter wonderland. Our guide will lead you into breathtaking experience by fatbike and afterwards into world famous smoke sauna world. This makes good for your mind and body. Our guide will tell you tales about everyday life in Lapland and reveal why we are so keen on bathing in the sauna. Don't forget to take your camera!

DAY 4 – ICE-FISHING & KOTA DINNER

10 a.m. – 3 p.m., Laplandlife

Ice-fishing trip in Ivalo

Have you ever tried sitting on ice for hours and not saying a word? Now you have a chance to try our most popular winter hobby and catch some fish at the lake if you are lucky enough. Simple, relaxing and intriguing!

GalaDinner in a Lappish Kota

7–10 p.m., Luontolomat

Our traditional venue is a Lappish kota shelter made from wood. Candle-lit dinner is served by the open fire. At the end of the evening, a yoik singer will perform, with the duration of performance being approximately 30 minutes. We serve a three-course menu with non-alcoholic beverages, such as crowberry juice and homemade beer.

DAY 5

Transfer to Ivalo Airport,

Flight 11.00

- The Polarlife Guide takes the guests to Ivalo Airport



Paketit Aasian markkinoille:



Polarlife with white touch

The Polarlife Outdoor Tour includes hotel accommodation in Saariselkä, half board (breakfast, dinner, packed lunch), activities and trips as described, in addition to the necessary transfers at the destination. Hotel accommodation in Superior double or twin rooms. Single supplement applies. Room amenities: Sauna, bath, clothes dryer, hairdryer, television, coffee–tea–hot chocolate set, kettle, minibar, balcony and internet connection.

DAY 1 – SNOWSHOEING AND NATURE

Arrival at Ivalo Airport

- The Polarlife Guide welcomes the guests at the airport and takes them to check in at the hotel in Saariselkä.
- Dinner at the hotel
- Aurora Snowshoeing, 8 p.m.–10 p.m.
- This Aurora snowshoeing trip takes you in to the beautiful and peaceful Urho Kekkonen National Park. Our experienced local guide will guide you along the trails (about 2km) in Saariselkä to admire the magical touch of the night and our pure nature. There is a chance to see auroras if the sky is clear. We can stop along the trip for taking photographs.

DAY 2 – FATBIKE & SAUNA AND LOCAL CULTURE

Fatbike & smoke sauna 10 p.m. – 2 p.m.

- Short drive with fatbikes in Urho Kekkonen national park. After fatbiking guide will tell you about Finnish sauna culture. Possibility to go to sauna and swimming. Trip includes lunch.

Gala Dinner in a Lappish Kota, 7–10 p.m.

- Our traditional venue is a Lappish kota shelter made from wood. Candle-lit dinner is served by the open fire. At the end of the evening, a yoik singer will perform, with the duration of performance being approximately 30 minutes. We serve a three-course menu with non-alcoholic beverages, such as crowberry juice and homemade beer.

DAY 3 – FOREST BATHING OR YOGA (depending on weather conditions)

Forest bathing, 10 a.m. – 2 p.m.

- Forest bathing
- Opening our senses to the nature, wandering and experiencing deep nature connection in the Arctic nature. We perform some relaxed and simple yoga and breathing exercises to calm down our nervous system.
- Lunch after forest bathing.

Transfer to Ivalo Airport

- The Polarlife Guide takes the guests to Ivalo Airport





Polarlife with bright nights

The Polarlife Outdoor Tour includes hotel accommodation in Saariselkä, half board (breakfast, dinner, packed lunch), activities and trips as described, in addition to the necessary transfers at the destination. Hotel accommodation in Superior double or twin rooms. Single supplement applies. Room amenities: Sauna, bath, clothes dryer, hairdryer, television, coffee-tea-hot chocolate set, kettle, minibar, balcony and internet connection.

Duration: 3 days, 2 nights

DAY 1 – HIKING AND NATURE

Arrival at Ivalo Airport

- The Polarlife Guide welcomes the guests at the airport and takes them to check in at the hotel in Saariselkä.

Nightless Night Hiking, 8 p.m. – 10 p.m.

- This Nightless Night hiking trip allows full enjoyment of the unique ambiance of the Nightless night while walking in the nature. Our experienced local guide will guide you along the Aurora trail (2km) in Saariselkä to admire the magical light of the Nightless night and our pure nature. We can stop along the trip for taking photographs.
- Dinner at the hotel

DAY 2 – FATBIKE & SAUNA AND LOCAL CULTURE

Fatbike & smoke sauna 10 p.m. – 2 p.m.

- Short drive with fatbikes in Urho Kekkonen national park. After fatbiking guide will tell you about Finnish sauna culture. Possibility to go to sauna and swimming. Trip includes lunch.

Gala Dinner in a Lappish Kota, 7–10 p.m.

- Our traditional venue is a Lappish kota shelter made from wood. Candle-lit dinner is served by the open fire. At the end of the evening, a yoik singer will perform, with the duration of performance being approximately 30 minutes. We serve a three-course menu with non-alcoholic beverages, such as crowberry juice and homemade beer.

DAY 3 – FOREST BATHING

Forest bathing, 10 a.m. – 2 p.m.

- Forest bathing
Opening our senses to the nature, wandering and experiencing deep nature connection in the Arctic nature. We perform some relaxed and simple yoga and breathing exercises to calm down our nervous system.
- Lunch after forest bathing.

Transfer to Ivalo Airport

- The Polarlife Guide takes the guests to Ivalo Airport



Polarlifen markkinointimateriaali

Hankesuunnitelman mukaisesti hankeaikana toteutettiin kesä- ja talvikuvaukset. Molemmista vuodenajoista tehtiin videot, joissa korostuu monipuolinen aktiviteettitarjonta alueella. Videoiden lisäksi tehtiin myös valokuvaukset kesältä ja talvelta. Edellä mainittujen materiaalien lisäksi hankittiin vielä syyskuvia.

Kuvamateriaali

Kuvamateriaali on Elinkeinot & Kehitys Nordicalla. Kuvat ovat käytössä Polarlifen ja alueen markkinoinnissa.

Videot

Hankkeen aikana tuotetut videot:

Kesävideo:

<https://vimeo.com/299608414>

Talvivideo:

<https://vimeo.com/339946645>

Messuvideo:

<https://vimeo.com/355531698>

Sosiaalisen median kanavat

Polarlifelle on hankkeen aikana perustettu seuraavat digitaaliset / sosiaalisen median kanavat:

Polarlife internetsivusto:

www.polarlifeoutdoor.com

Instagram –tili:

<https://www.instagram.com/polarlifeoutdoor/?hl=fi>

Facebook –tili:

<https://www.facebook.com/Polarlife-1674055159380348/>

Vimeo/YouTube:

<https://vimeo.com/339946645>

<https://vimeo.com/299608414>

<https://vimeo.com/355531698>

Testimatkat ja tuotetestaukset

Hankkeessa toteutettiin yhteistyössä Inari-Saariselkä Matkailu Oy:n kanssa testimatka kesällä 2019, vkolla 30. Testimatkan ohjelmana oli Polarlife yhteistuotteen ohjelma. Testimatkalle osallistui 3 matkanjärjestäjää hankkeen kohdemaasta (UK). Heiltä kerättiin palautetta matkasta.

Tuotetestaukset

Hankkeessa on järjestetty kaksi kesätuotetestausta ja kaksi talvituotetestausta. Kesätuototeina on testattu metsäkylpy ja maastopyöräily. Talvituoteteina on testattu fatbikeretki ja tunturihiihto. Lajitestaukset ovat olleet todella hyödyllisiä tuotekehityksen näkökulmasta. Niiden jatkasmista myös hankkeen jälkeen suositellaan erityisesti uusien tuotteiden osalta.

ARCTIC OUTDOOR - HANKKEEN

FATBIKE -RETKI

SAARISELKÄ - KIILOPÄÄ

12.4.2018
KLO 10.00





POLARLIFE

Arctic Outdoor -
hankkeen
tuotetestaus:
opastettu
TUNTURIHIIHTO

PVM ke 24.4. 2019 klo 10-15

PAIKKA Kiilopää, Suomen latu

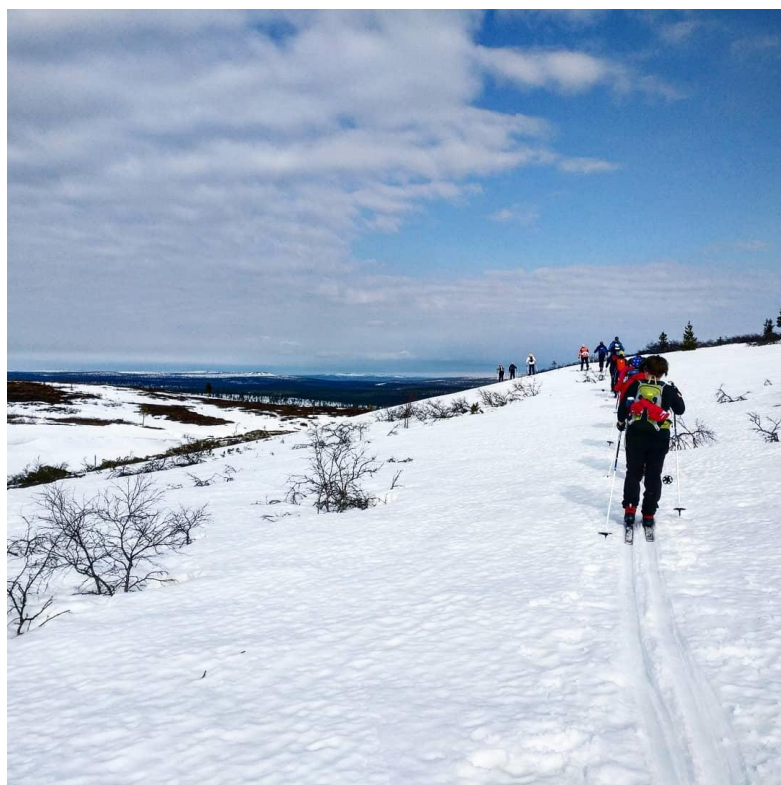
Ilmoittautumiset: 17.4. mennessä
anni.kyosti@inari.fi



Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020



www.polarlifeoutdoor.com



ARCTIC OUTDOOR -HANKKEEN LAJITESTAU
KESÄPYÖRÄILY
29.8.2019 Klo 10.00
Lähtöpaikka: Saariselän Keskusvaraamo
Ilmoittautumiset 23.8. mennessä:
anni.kyosti@inari.fi



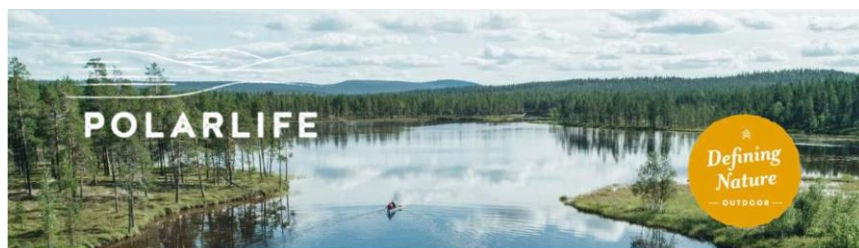
WWW.POLARLIFEOUTDOOR.COM

     LAPIN LIITTO



Kesä 2019

Polarlife –ohjelma, testimatka:



Polarlife with Bright Nights 22-26.7.2019

Accommodation: **Santa's Hotel Tunturi**, Superior rooms.

Duration: 5 days, 4 nights (Monday 22nd of July to Friday 26th of July 2019)

NOTE: Additional itinerary for FAM trip marked with blue

Monday 22nd of July

17:55 Arrival at Ivalo Airport

- The Polarlife Guide welcomes the guests at the airport and takes them to check in at the hotel in Saariselkä.

19:30 Dinner at Restaurant Pirtti at Santa's Hotel Tunturi

22:00 Midnight Sun Mountain Bike Trip

- This Midnight Sun cycling trip allows full enjoyment of the unique ambiance of the nightless night while mountain biking. Our experienced local guide will guide you along the local trails in Saariselkä to admire the magical light of the Midnight Sun. We can stop along the trip for taking photographs and taking drink breaks.

Tuesday 23rd of July

10:00 Canoeing trip

- Canoeing trip venturing into the colorful wilderness river. The starting point for canoeing adventures is Lake Luttojärvi.

Luttojärvi is a beautiful, small lake set in the wilderness and it takes around 45 minutes to reach by car from Saariselkä.

The initial section of the river is rather shallow and there are few strong currents, so canoeing is easygoing. We take a break to savour a tasty soup lunch before taking the final stage of the river, meandering picturesque sandy beaches.

Our final destination is Kolmoskoski, from which we head back to Saariselkä by car. We will spend around six hours on the river.

- Tasty soup lunch with desert and coffee/tea during the canoeing adventure

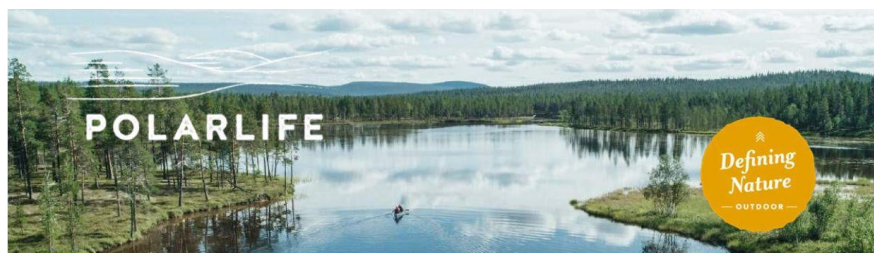
18:00 Sauna evening and Dinner at Laanilan Kievari (courtesy of Inari-Saariselkä Tourism)

Wednesday 24th of July

10:00 Pyhä-Nattanen Hiking Trip

- A hike in the Pyhä-Nattanen Strict Nature Reserve. Pyhä-Nattanen is one of the six "Nattas fell highlands" and back in the old days, the indigenous Sámi used it as a sacred grove.





Mother nature has sculpted impressive large rock tors on the top of the fell, something that should definitely be experienced. Besides the rock tors, the views from the top of the fell are breathtaking. During the hike, we will tell you information about the history of the area while we admire the beauty and purity of Lapland's nature.

- Snacks and coffee included

Free afternoon

18:00 Dinner at Hotel Holiday Club

Free night or optional activity

Gold digging excursion to Laanioja

The owner of the claim will tell you about the geology and the gold history of the area. After that he will teach you in gold digging, sluicing and gold panning.

Thursday 25th of July

10:00 Berry Picking Trip by a wilderness lake

- This berry picking trip takes you to a wilderness lake located close to the village of Ivalo set in the heart of spectacular hilly countryside. During this berry picking trip, the guide tells you interesting information about local flora and fauna and of course about the wild berries. After picking some wild berries, each picker can fry their own pancake on the campfire and serve with the freshly picked berries, guaranteeing flavor that never fails to bring pleasure.

PROGRAMME SUBJECT TO CHANGES AND WEATHER CONDITIONS

If you fancy an extra bit of nature revitalization in the morning, you can take a refreshing dip in the lake by the campfire spot.

- Pancakes and berries by the campfire

17:30 Lapland Hotels Riekonlinna,
presentation and pre-dinner drinks on the terrace

19:00 Gala Dinner in a Lappish Kota

- Our traditional venue is a Lappish kota shelter made from wood. Candle-lit dinner is served by the open fire. At the end of the evening, a yoik singer will perform, with the duration of performance being approximately 30 minutes. We serve a three-course menu with non-alcoholic beverages, such as crowberry juice and homemade beer.

Friday 26th of July

10:00 Forest Bathing

- At Kilopää forest and fell area

12:00 Lunch at Arctic Sky Lapland

14:00 Check-out

15:00 Saariselkä Ski & Sport Resort
presentation and scenery tour by lift to top of Kaunispaä Fell

16:30 Transfer to Ivalo Airport

- The Polarlife Guide takes the guests to Ivalo Airport

18:20 Flight to Helsinki (20:55)

Phone numbers:

Anni: +358408212362

Eeva: +358407260995



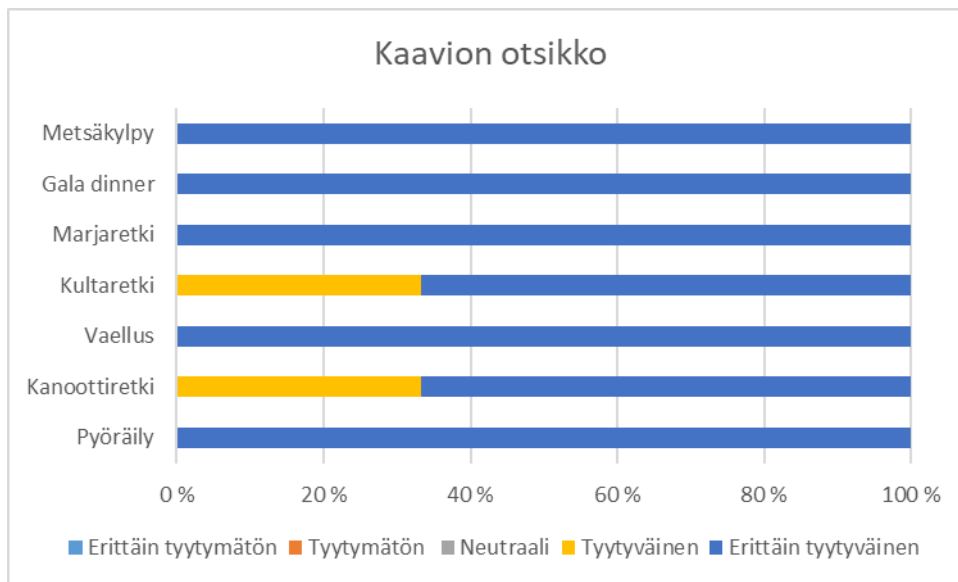
Palautteet testimatkastasta

Matkan kesto (5 päivää, 4 yötä):

- Kaikkien vastaajien mielestä hyvä

Arvioit aktiviteeteistä:

- Kaikki arviot matkan aktiviteeteistä saivat positiivisen arvosanan (tyytyväinen tai erittäin tyytyväinen).



Kommentit aktiviteeteista:

All the activities were really great.

I enjoyed all the activities very much, everything was well organised and guides were excellent.

All of the activities were very enjoyable and very well run. The guides were knowledgeable, friendly and enthusiastic. For our older British audience, the language barrier at the gold digging excursion may have been a little bit of a problem.

For FIT travel, all the excursions would have been excellent as the abilities of each client will be similar; however, for small groups, the biking excursion might have been a bit difficult to balance the ability of each group member. I am very satisfied with the concept of biking, the

routes and the guide, although my tour operator group ability was a bit mixed so I didn't get to try some challenge routes! That does not affect the quality of the excursion for our audience, however, and it was great to see the guide could tailor the route to people with lower ability (mountain biking can sound daunting to some people).

I think that the pace of each excursion was really well balanced. The berry picking, gala dinner and forest bathing were all very suitable for our target market, and the guides were also a perfect match. I think the gold digging excursion would have been a 10/10 if the guide could speak strong enough English to provide a full history lesson, as our demographic enjoy history.

I thought the forest bathing was a great experience, and is particularly good for people in the UK who lives in cities. It was nice to go 'back to nature' and it is very relevant to the UK market who are showing an increased interest in slow activities that are good for mindfulness. The same reason is what made the berry picking, campfire cooking and lake swimming excursion so beautiful – I think they will be very popular with our audience.

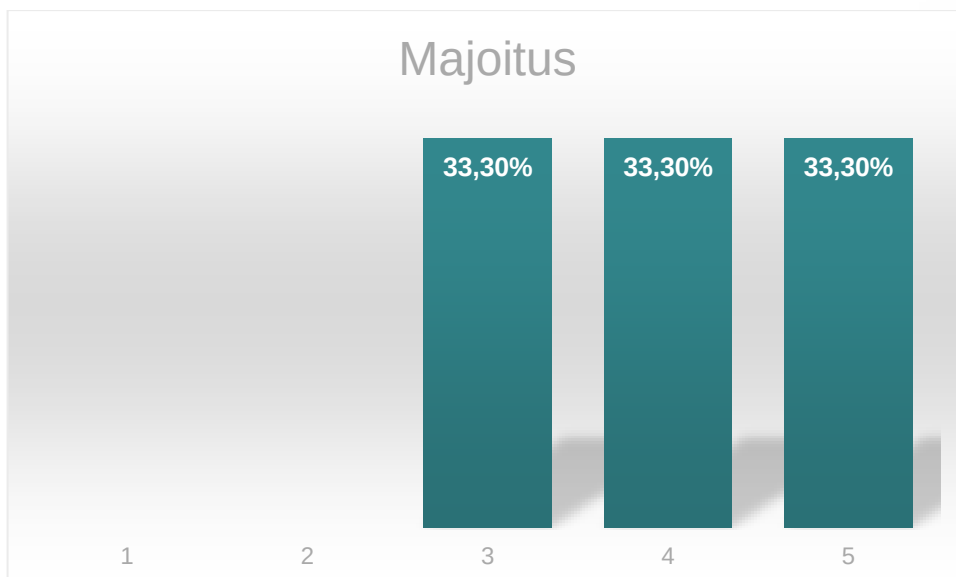
I think the mosquitoes and paarma during the canoeing excursion might be a problem for some people. While I personally loved canoeing, I don't think the length of the activity will have been suitable for our main demographic (age 45+ for summer bookings). However, for the clients who travel with children (12+), it will have been a great way to allow the children to enjoy some activities without their parents. The same is true for mountain biking – the experience of biking at 10pm on the first day of arrival will have been very memorable for younger audiences (35 and younger), while an older audience might have preferred to relax after arrival, or not be interested in biking.

Overall, I think the tour was of mixed suitability for our clients. The slower excursions are perfect, while the more 'active' excursions might be relevant for the younger members of the travel group (e.g. children travelling with parents). Our demographic is a little bit older (approximately 45+) for summer bookings (it is younger for our winter audience). I am not sure the tour would sell exactly as it is arranged, due to the length of the canoeing excursion and mountain biking.

Miten sopivana pidät retkeä asiakkaidesi näkökulmasta? (asteikolla 1-5)



Arvosana matkan majoituksesta? (asteikolla 1-5)



Kommentit majoitukseen liittyen:

The accommodation standard was mostly suitable for our audience. They will accept it is not too luxurious as it is designed for winter. The staff were friendly, although the breakfast buffet at Tunturi was below expectations.

The room was very comfortable, the breakfast was okay but could be improved on.

Could do with some renovation, but enjoyed the large room and the balcony. Breakfast was a bit basic.

Miten matkapakettia voitaisiin parantaa?

I am not sure what the alternatives would be if people didn't want to do the more active excursions e.g. canoeing/biking, but it would be good if there were suitable alternatives prepared depending on people's personal preferences. Otherwise, I think the pace of the Polarlife Tour was excellent!

Perhaps have the biking on another day, I understand why it was on this day however after a day of travelling it may have been good to have a rest evening.

Maybe look into a better hotel option? Our clients tend to prefer a bit more upscale hotels or unique accommodation, but, apart from that, everything was great.

Millaiselle kohderyhmälle matka soveltuu?

I would say between 25-40, or 45+ for fewer active excursions, or 50+ with children.

It could be suitable for families, couples or small groups.

People who would like to escape the mass tourism and typical destinations and want to experience something more authentic and out of the ordinary. This is exactly our target group as a company.

Mitä olet mieltä Inari-Saariselkä alueesta?

It was very beautiful, and I really enjoyed how quiet it was. It felt like it was suitable for tourists but without the big tourist crowds. The weather was perfect (lucky!) and I thought it was very peaceful.

It is a beautiful region with a good range of activities and the guides are all very friendly and knowledgeable.

It is breath-taking.

Muita kommentteja / Palautetta:

I really enjoyed the fam trip, it was great exploring your corner of the world and all the people I met were absolutely lovely. What you do with your region is fascinating.

Suosituks

Polarlife kesämatkapaketin palautteet käsiteltiin hankkeen päätösworkshopissa. Workshopissa pohdittiin yrittäjien kanssa, millä tavalla tuotetta voidaan vielä parantaa. Matkapakettia päätettiin kehittää vielä:

- Aikaistetaan 1. päivän pyöräilyohjelmaa
- 3.päivän iltaohjelma jäi pois. Tämän seurauksena päätettiin lisätä 3. päivän Pyhä-Nattasten retkeen vierailu Tankavaaraan. Tämä vahvistaa myös paketin kulttuurisisältöä.

Workshopin konsultti antoi myös suositukset Polarlifen jatkoa varten.

Päätösworkshopin perusteella annetut suositukset/konsultti

Suosituks

Koska projektipäällikkö teki muistiinpanot työpajapäivän aikana, oletan että tilaisuuden aikana osallistujien esittämät kehitysehdotukset ohjelmien muokkauksesta ja muut ideat on kirjattu ylös.

Niiden lisäksi suosittelen seuraavaa:

Tuotteistukseen liittyvät suositukset

Kesäohjelma

- Päivän 1 pyöräilyretki kannattanee aikaistaa 2 tunnilla
- Yhteispäivällinen päivään 1 Polarlife-konseptin mukaisesti. Tämä yhdistää ryhmän ja Polarlife-host luo yhteisöllisyyttä. Toimii hyvin myös solo-matkustajille.
- Päivä 2 ei näytä sisältävän päivällistä? Jos sisältää, niin kannattaa lisätä ohjelmaan.
- Päivä 3 uusi tuote Photo of you and the nature tilalle. Esim. paikallista kulttuuria sisältävä kokemus voisi toimia hyvin.

- Päivä 4 marjanpoiminnan voi vaihtaa villiyrtytien keräilyksi ennen marjakautta
- Päivä 5 Forest Bathing -tuotteen kuvaus tarkemmin.
- Kuuluuko majoituksesta pick up?
- Ohjelma eri majoituksilla Saariselän alueella tai jopa ilman majoitusta?
- Polarlife-hostin rooli? Ei vastaa täysin Polarlife -premium experience konseptia.

Talviohjelma

- Mikä erottaa tämän muusta Lapin tarjonnasta? Voiko lisätä paikallisuutta esim. tuomalla esiin kansallispuistoja kohteena? Mitä muuta? Erämaan korostaminen?
- Autenttisen kulinaristisen kokemuksen lisääminen?
- Onko vahvasti paikalliskulttuuriin liittyvää talviaktiviteettia tarjolla?
- Onhan tuotteessa hotelli pick up?
- Ohjelma eri majoituksilla Saariselän alueella tai jopa ilman majoitusta?
- Polarlife-hostin rooli? Ei vastaa täysin Polarlife -premium experience konseptia.

Markkinointiin liittyvät suositukset

- Polarlife = premium tuote!
- Oma #, jota käytetään kaikessa viestinnässä. Aktiivinen some-kanavien hyödyntäminen sis. suosittelevat
- Kestävän matkailun korostaminen – paikallinen yhteisö, merkityksellisyyden korostaminen ja paikallistalouden hyödyntäminen. Aito paikallisuuden arvostaminen! Ei näy tällä hetkellä. Britanniassa toimivat matkanjärjestäjät ovat useasti tuoneet esiin viime aikoina, että tulevaisuuden trendejä ovat paikallisuus, kanssakäyminen paikallisten asukkaiden kanssa ja aidot kokemukset!
- Helpon digitaalisen varaamisen mahdollistaminen, joka mahdollistaa laajemman ja syvemmän tuotteen digitaalisen markkinoinnin
- Panostus kuvien käyttöön markkinoinnissa ja ohjelmien materiaaleissa. Vähemmän tekstiä (mutta riittävä aktiviteettien kuvaus) + enemmän kuvia. Keep it simple and keep the focus!
- Polarlife -materiaalia tarjolla myös hotelleissa

- Aluksi kannattaa käyttää myös matkanjärjestäjiä ryhmien kokoon keräämiseen takuulähtöihin, koska haaste on kuinka omatoimimatkailija löytää Polarlife-tuotteen digitaalisesti (vaatii aikaa & markkinointibudjettia + todella helpon / yksinkertaisen digitaalisen varausprosessin!). Ensimmäisten matkailijoiden valjastaminen SOME-lähettiläiksi – muista # # #
- Tuotekuvauksissa ei ole lueteltu päivän ruokailuja (missä tapahtuvat, kuvaus jos tarvitsee). Ruokailut ovat entistäkin tärkeämpiä useimpien matkailijoiden mielestä – niihin kannattaa panostaa ja niistä kannattaa myös kertoa markkinoinnissa!
- Englannin kieli kannattaa ehdottomasti tarkistuttaa, sillä teksteissä on virheitä ja epäselvyyksiä. Lyhyttä ja ytimekästä – mutta kieliopillisesti oikein ja sujuvasti luettavaa. Tämän jälkeen teksti kannattaa käännettää saksaksi.
- Hinta kannattaa tarjota myös lisävuoteessa majoittuvalle ja erikseen yksin matkustavalle (kannustaa yksinmatkustavaa ajattelemaan, että tämä paketti sopii myös hänelle).
- Solo-matkustajan huomioiminen – kannattaa kirjoittaa kuvaukseen, että tämä paketti sopii erinomaisesti myös yksinmatkustaville.
- Turvallisuudentunteen lisääminen kuvauksissa. Turvallisesti erämaahan!
- Yhteiskampanjointi – aktiivinen SOMEn käyttö etenkin, jos halutaan edistää suoria online-varauksia
- Tarinoiden parempi hyödyntäminen materiaaleissa.

Myyntikanavasuosituks

- Tuote hyvin esille premium-tuotteena ISM:n sivuille. Polarlife-tuotteen avaaminen omalla sivullaan – linkitykset sanasta Polarlife tälle sivulle.
- ISM esittelee Polarlife -tuotekokonaisuutta matkanjärjestäjille premium-tuotteena myyntitilaisuuksista
- Ristiinmyynti: Paketissa mukana olevien yrittäjien kannattaa lisätä tuotteet omiin kanaviinsa. Kun tuote on helposti varattavissa, kannattaa linkittää varauslinkit omalle sivustolle. Myös sellaisten Polarlife-tuotteiden myynti, joita ei ole itsellä myynnissä (majoitus, ohjelmapalvelut)
- Vaikka painopiste kannattaa olla digitaalisen varattavuuden kehittämisessä, kannattaa myyntikanavaksi ottaa myös matkanjärjestäjät, joilla on omat markkinointikanavat. Polarlife ei ole tunnettu konsepti, joten sitä kannattaa levittää kaikkia kanavia hyödyntäen. Vie oman aikansa ennen kuin konsepti tunnetaan. Omatoimiset matkailijat eivät löydä alueelle ellei ole suoria lentoja.
- Kannattaa hyödyntää alueella vierailevia talvimatkailijoita – he voivat olla kiinnostuneita tulemaan takaisin kesäaikaan.

Ehdotuksia myyntikanaviksi:

- Visit Finland My Stay -kanavan syöttö on auki lokakuussa 2019. Jos tuote on varattavissa verkossa, sen saa näkyviin VisitFinland.com -sivustolle maksutta
- TripAdvisor: aktiviteettien varaukset: https://www.tripadvisor.co.uk/Attractions-g667560-Activities-Saariselka_Lapland.html . TripAdvisor -suositusten saamiseen panostaminen! Suosittelevien pyytäminen aktiivisesti ja systemaattisesti on maksutonta markkinointia mutta ei onnistu ilman suunnitelmallista työskentelyä
- Jos alueella on Bokun käytössä, yritykset voivat lisätä paketin varauslinkin sivustoilleen.

Matkanjärjestäjille suunnatut myyntitilaisuudet Isossa-Britanniassa:

4.2.2020 Visit Finland Joint Workshop, Lontoo
<https://www.businessfinland.fi/ajankohtaista/tapahtumat/visit-finland/2020/visit-finland-joint-workshop/>

Visit Finland UK roadshow Lontoo + Manchester - suunnitteilla kesäkuussa 2020, mutta tietoja ei ole vielä julkaistu. Tietoja myöhemmässä vaiheessa VF UK sivulta:
<https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/toiminta-markkinoilla/iso-britannia/>

Matkanjärjestäjille suunnatut myyntitilaisuudet Saksassa:

Vuoden 2020 myyntitilaisuuksia ei olla vielä julkaistu. Kannattaa pitää silmällä näitä sivuja:

<http://www.toolboxtravel.fi/markkinointi/markkina-alueet/keski-eurooppa>

ja

<https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/toiminta-markkinoilla/saksa/>

Tour Natur -messut

Tausta:

Arctic Outdoor –hankkeen toimenpiteisiin on kirjattu ”kansainvälisille outdoor-messuille osallistuminen, Tour Natur –outdoor messut / Saksa”. Hankkeen kohdemaita ovat Saksa ja UK. Hankkeen aikana tutkimme eri messuvaihtoehtoja. Saksassa järjestettävän Tour Natur –messun yhtenä fokuksena on esitellä outdoor-matkailuun soveltuvia matkakohteita. Tour Natur –messu on kohdistettu outdoor-aktiviteeteistä kiinnostuneille kuluttajille. Kohdennetun messuteeman vuoksi oletettiin, että messuilla on helpompi tavoitella haluttua kohderyhmää kuin ns. yleismessuilla. Messukävijät olivat kiinnostuneita outdoor-matkailuista ja outdoor-kohteista, joten kohderyhmä oli oikea ja sopi erittäin hyvin hankkeen teemaan.

Hankeajan loppupuolella ajoittuva messuosallistuminen palveli hyvin tarkoitustaan. Messuilla oli mahdollisuus kerätä palautetta ja kuluttajien näkemyksiä ja kiinnostuksen kohteita alueesta sekä aktiviteeteistä ja testata Polarlifen markkinointitoimenpiteitä. Lisäksi Saksassa on vahva messuperinne ja kuluttajat ovat kiinnostuneita osallistumaan messuille. Messupäivät olivat vilkkaita ja kävijöissä oli paljon potentiaalia matkustajia.

Business Finland on antanut ohjeistuksen markkinoinnista Saksassa:

”Lisäksi on hyvä huomioida, että markkinointi ei onnistu kuin saksaksi. Positiivisia poikkeuksia ei juuri ole, joten on lämpimästi suositeltavaa tuottaa sisällöt saksan kielellä.” (Lähde: Business Finland: <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/toiminta-markkinoilla/saksa/>)

Business Finlandin suositus otettiin huomioon messumateriaalien valmistelussa ja messuosallistumisessa. Messumateriaalit tuotettiin saksan kielellä sekä messuosastolla oli mukana saksankielinen henkilö. Messuja varten yhdistettiin hankkeessa tuotetut kesä- ja talvivideot. Messuvideon lisättiin myös tekstejä tukemaan videon sanomaa ja tehoa. (video: <https://vimeo.com/355531698>)

Messupäivät:

Messupäivät ja aukioloajat:

Perjantai 6.9.- sunnuntai 8.9.2019, päivittäin klo 10-18.

Messuosaston pystytys ja valmistelu: torstai 5.9.2019

Messujen kävijämäärä (lähde www.tournatur.com):

v. 2019: + 45 000 kävijää

v. 2018: + 42 500 kävijää

”Friends of Hiking, trekking and outdoor activities were enthusiastic about this year's TourNatur. More than 45,000 hikers came to Hall 6 on the three days of the fair, Friday to Sunday, to gather information from 250 tourism providers, manufacturers, dealers and destinations from all over the world.”

Vuoden 2019 kävijämäärä on kasvanut vuodesta 2018. Messuilla oli tasaisesti kävijöitä koko viikonlopun ajan. Lauantai ja sunnuntai olivat suosituimmat ja kiireisimmät päivät osastolla.

Messuilla oli edustettuna kohteita ympäri maailman. Erityisesti huomiota kiinnitti kuitenkin se, että Polarlife-osasto oli ainoa näytteilleasettaja Skandinaviasta. Tämä tarjosi kohteellemme erityisen hyvän näkyvyyden.

Messuosasto:

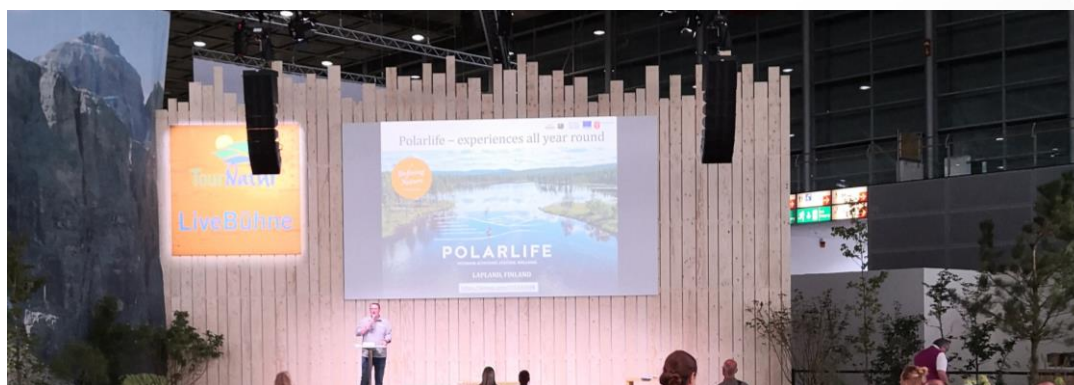
Messuosasto oli suunniteltu Polarlife-teeman mukaisesti. Messuosastolla haluttiin ilmentää kohteen (Inari-Saariselkä) monipuolisuutta sekä soveltuvuutta ympärivuotiseen matkailuun. Messuosasto ilmensi luonnon rauhaa, jota alueella on tarjolla matkailijoille ja erityisesti outdoor-retkeilijöille verrattuna esim. Keski-Euroopan kohteisiin, joissa kesän vaelluskohteet ovat hyvin ruuhkaisia. Messuosasto ilmensi myös sitä, miten alueellamme on tarjolla outdoor-tuotteiden lisäksi myös wellness- sekä kulttuurituotteita.



Messuhallissa oli Live Stage, josta näytteilleasettajat saivat varata esiintymisajan ennen messuja. Polarlife-osaston aika oli varattu seuraavasti:

Lauantai 7.9. klo 16.55

Live Stagella Polarlifen esittelyyn käytettiin messuvideota.

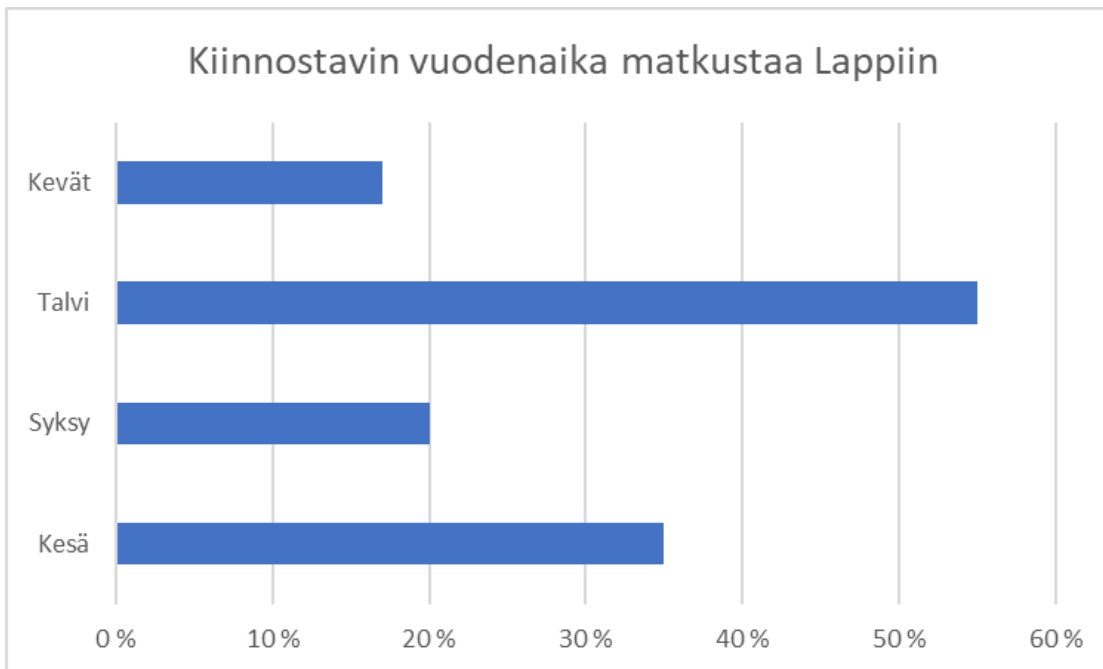




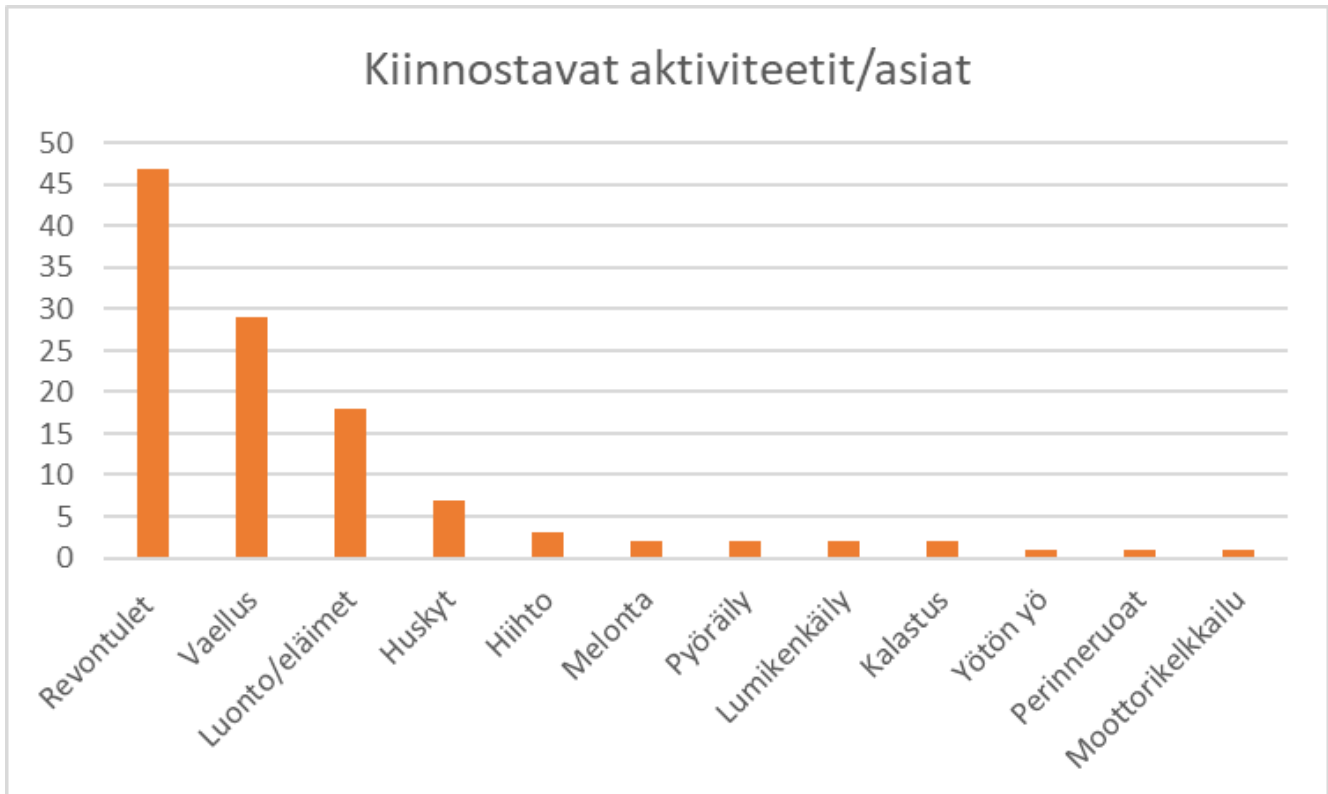
Kävijäpalaute ja kehitysideat

Messuilla kerättiin palautetta kävijöiltä Polarlifesta kyselyn avulla. Vastauksia kyselyyn saimme 109 kpl. Kävijäpalautteen kerääminen on osa hankkeen markkinointitoimenpiteiden testausta sekä kehittämistä. Palautteen avulla Polarlife –tuotteita voidaan kehittää vielä paremmin asiakkaiden tarpeita ja toiveita vastaaviksi.

Kyselyn tulokset on esitetty seuraavissa taulukoissa.

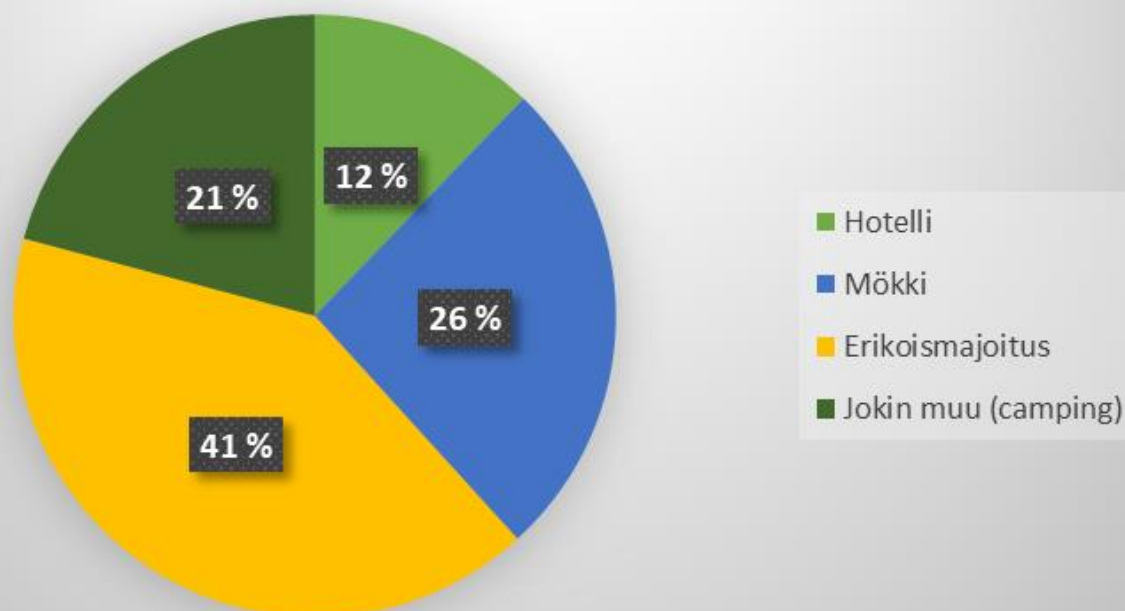


Hankkeen yhtenä tavoitteena on vähentää sesonkien välistä vaihtelua ja lisätä ympärivuotisuutta. Tähän on pyritty tuotteistamalla uusia tuotteita, joiden avulla matkailijoita houkutellaan alueella huippusesongin (keskitalvi) ulkopuolella. Vastauksien perusteella talvisesonki on edelleen suosituin, mutta myös muut vuodenaikat ovat herättäneet matkailijoiden kiinnostuksen ja niissä on paljon potentiaalia. Talvisesonki on tällä hetkellä suosituin matkustusaika alueella. Talvimatkailun rinnalle on kuitenkin hyvät edellytykset saada muita sesonkeja vahvistumaan uusien tuotteiden avulla.



Aktiviteettien suhteen saksalaisten matkustajien kiinnostus on vahvimmin Suomen ja Pohjoisen luonnossa ja luonnonilmiöissä sekä vaeltamisessa. Näiden kahden teeman yhdistyminen on Polarlife pakettien ydinteema, mikä vahvistaa ajatusta onnistuneesta kokonaisuudesta. Lisäksi saksalaisilla kuluttajilla on kiinnostusta myös uudenlaisiin aktiviteetteihin ja lajeihin, perinteisen vaelluksen ohella. Markkinoinnin keinoilla voidaan lisätä kuluttajien tietoisuutta erilaisista aktiviteettimahdollisuuksista. Polarlife –konseptissa on yhdistetty aktiviteetteja ja luontoa sekä kilpailuetuna muihin luontomatkailukohteisiin nähden Polarlife yhdistää myös hyvinvointi- sekä kulttuurielämyksiä outdoor-tuotteisiin luoden omaleimaisen kokonaisuuden.

Majoitustavoitteet



Saksalaisten kiinnostus erikoismajoituksiin (esimerkiksi revontuli-kodat) oli korkea, 41% vastaajista oli kiinnostuneita tällaisesta majoitustyyppistä. Noin yksi neljäsosa (26%) oli kiinnostunut mökkimajoituksesta ja 12% vastaajista valitsisi hotellimajoituksen mieluiten. Saksalaisille matkaajille on tyypillistä liikkua matkailuautoilla/vaunuilla, mikä näkyi myös vastauksissa. Noin yksi viidesosa vastaajista (21%) majoittuu ja liikkuu mieluiten omalla matkailuautolla.

Polarlife

Polarlife herätti messukävijöiden kiinnostusta. Pohjoisen luonto ja rauha olivat ehdottomasti tärkeitä asioita ihmisille. Kuvien ja videon kautta messukävijät pääsivät syventämään ymmärrystään alueesta ja tarjonnasta. Opastetut retket ovat turvallinen ja helppo keino tutustua luontoon. Alueen omaleimainen luonto, kulttuuri sekä suomalainen hyvinvointiperinne (esim. saunakulttuuri) ovat kiinnostavia asioita ja luovat houkuttelevaa tarjontaa. Tämä on erityinen vahvuus suhteessa kilpailijoihin, joilla on tarjota pelkästään aktiviteetteja.

Millaisia esteitä matkustamiselle nähdään?

Messujen aikana nousi esiin joitakin teemoja, jotka toistuivat useissa kysymyksissä. Näihin olisi jatkossa hyvä kiinnittää huomioita.

- Saavutettavuus ja tiedon puute kulkuyhteyksistä/reiteistä:
 - Millaiset yhteydet Saksasta on Lappiin?
 - Mistä ja milloin on suoria lentoja?
 - Millaisia vaihtoehtoja on lentomatkustamiselle. (Esim. lautta/juna/bussiyhteydet).
- Vuodenajat
 - Tärkeää viestiä siitä, mitkä kuukaudet ovat talvikuukausia/kesäkuukausia
 - Milloin revontulia voi nähdä (monet luulivat, että vain keskitalvella kylmimpään aikaan)
 - Milloin on yötön yö
 - Milloin syksyllä illat/yöt pimenevät
- Yllättävän monella oli vahva mielikuva siitä, että tänne ei voi matkustaa kesällä, koska täällä on niin paljon hyttysiä.
 - Tässä on hyvä potentiaali markkinoida alkukesää ja loppukesää/syksyä, jolloin ei ole hyttysiä
 - Lisäksi hyvä jakaa tietoa siitä, että hyttysset eivät estä matkaamista (missä niitä on, missä ei ja miten voi suojautua)

Missä on paras potentiaali?

Messuilla käytyjen keskusteluiden ja palautteen pohjalta erityisesti loppukesä/syksy vaikuttivat erittäin potentiaaliselta matkustusajankohdalta. Mahdollisuus kesäaktiviteetteihin ja vaellukseen on ajankohtana erittäin hyvä. Tähän kannattaisi yhdistää myös mahdollisuus luonnon tarkkailuun mm. ruska ja syksyn revontulet.

Kansainvälinen markkinointi

Hankkeen aikana on tehty markkinointitoimenpiteiden testausta messuilla ja matkanjärjestäjäworkshopeissa. Hanke on osallistunut Matkamessuilla 2019 workshop-päivään sekä ollut esillä Inari-Saariselkä Matkailualueen yhteisellä messuosastolla. Raportin liitteenä (liite 1) kooste matkanjärjestäjätapaamisista. Hanke osallistui myös Visit Finlandin järjestämään kesämatkailua edistävään Midnight Sun Workshopiin. Workshopin raportti on liitteenä (liite 2). Workshop tilaisuuksia on hyödynnetty myös tuotekehitysprosessissa ja tapaamisissa kerättyä palautetta on hyödynnetty tuotekehityksessä.

Matkanjärjestäjäkumppanit

Hankkeen matkanjärjestäjäkumppaneita tuotekehityksessä ovat erityisellä panoksella olleet:

Wikingen Reisen /Saksa

Best Served Scandinavia /UK

Huayuan International Travel Service / Kiina

Vaikuttajayhteistyö

Hankesuunnitelman mukaisesti alueelle on kutsuttu saksalainen vaikuttaja tutustumaan alueeseen sekä Polarlife –konseptiin ja tuotteisiin. Alueella on vieraillut 5.–12.9.2019 bloggaaja, Instagram-vaikuttaja ja YouTube –videoiden tekijä Hendrik Morkel. Yhteistyö oli onnistunut ja vastasi hankkeen tavoitteita sekä kohderyhmää.

Blogit:

<https://hikinginfinland.com/2019/09/impressions-from-the-far-north.html?fbclid=IwAR0J7onaBLpN3JPErRhnrafilYNNvdRwt1vOvsPTA8HnT8GVtirKa6RngPA>

<https://hikinginfinland.com/2019/10/mountainbiking-in-lapland.html>

<https://hikinginfinland.com/2019/09/wild-foods-of-lapland.html>

https://hikinginfinland.com/2019/09/hiking-to-akupaa-summit.html?fbclid=IwAR1mAQyVe0mch0Hn31B6Y98YM6m-UJzBG2_zH_W1R8fWsE0WL3wv82cB58

Turvallisuusasiat

Hankkeen toinen tärkeä päämäärä oli turvallisuusasioiden parantaminen Saariselällä. Matkailijamäärien kasvusta johtuen myös turvallisuusasioihin liittyvät riskit kasvavat ja niihin tulee kiinnittää erityistä huomiota. Turvallisuuteen kytkeytyvät monet erilaiset tekijät mm. matkailijoiden turvallisuus eri olosuhteissa ja luonnossa, tieliikenteen turvallisuus ja reitistöjen oikeanlainen käyttö. Nämä taas kytkeytyvät laajemmassa mittakaavassa myös kestäväan matkailuun ja luonnon monimuotoisuuden säilyttämiseen.

Matkailun turvallisuuden parantamiseksi hankkeessa on toteutettu turvallisuusohjeistus kolmella kielellä (englanti, saksa, kiina). Turvallisuusohjetta on jaettu matkailuyrityksiin ja hotelleihin sekä matkailuinfoihin. Turvallisuusohje on saatavilla myös sähköisessä muodossa. (https://polarlifeoutdoor.com/userassets/uploads/2019/01/Arctic_Outdoor_Travel_Safely_web.pdf)

Turvallisuusohjeen kuvia ja tekstejä on hyödynnetty myös turvallisuustauluissa. Turvallisuustauluja on pystytetty Saariselälle ohjeistamaan pulkkamaestä. Turistit ovat laskeneet vaarallisesti autotietä pulkalla. Tästä syystä pulkkamaen ohjeistusta on pidetty erittäin tärkeänä onnettomuusriskin vuoksi. Vaaratilanteita on ollut myös reitistöjen kanssa, kun esimerkiksi hiihtoladuilla on ollut kävelijöitä. Toinen taulu on pystytetty ohjeistamaan reittien oikeanlaisesta käytöstä ja turvallisesta retkeilystä.

Turvallisuustaulu:

Stay on marked routes Bleiben Sie auf den markierten Routen 请勿离开标记的路线 Pysy merkityillä reiteillä	Wear the correct clothing Tragen Sie die richtige Kleidung 穿着适当 Pukeudu oikein	Take care of nature Achten Sie auf die Natur 呵护大自然 Pidä huolta luonnosta	Getting ready for an excursion Vorbereitung für einen Ausflug 远足准备 Valmistaudu retkeilyyn
 Please note that skiing tracks are intended for skiing only. Ski on the right-hand side of the skiing track. Bitte beachten Sie, dass die Loipen nur zum Skifahren bestimmt sind. Fahren Sie mit den Skiern rechts auf der Skispur. 注意：滑雪道仅供滑雪之用。滑雪时请保持在雪道右侧。 Tiedetään, että hiihtoladut ovat pelkästään hiihtämiseen.	 Make sure you dress warmly in the winter (October–April). Achten Sie darauf, dass Sie sich im Winter (Oktober–April) warm anziehen. 冬季服装（10月-4月）气温低时应多穿，请保证衣物足够保暖。 Pukeudu talvella lämpimästi.	 Please do not litter our pristine nature. Bitte verunreinigen Sie unsere unberührte Natur nicht. 请勿向原始自然丢弃垃圾。 Ähän roskat puhdasta luontoa.	 It is easy to get lost in the nature of Lapland and you should never enter nature without first making proper preparations. Es ist leicht, sich in der Natur Laplands zu verirren, und man sollte sich nie in die Natur begeben, ohne zuvor die richtigen Vorbereitungen getroffen zu haben. 拉普兰地区的自然中很容易迷失方向，请在进入自然前做好充分的准备工作。 Luonnon alueilla on helppo eksyä ja luontoon ei kannata mennä ilman kunnollista valmistautumista.
 Always use the routes intended for certain activities. There are special routes intended for snowmobiling, snowshoe hiking and cycling. Benutzen Sie stets die Routen, die für bestimmte Aktivitäten vorgesehen sind. Es gibt spezielle Routen für Schneemobilfahrer, Schneeschuhwanderer und Radfahrer. 从事运动时请只使用相应的路线。雪地摩托车、雪鞋徒步和自行车等都有特定的路线。 Käytä aina kullekin aktiviteetille tarkoitettua reittiä.	 During the winter months you should wear many layers of clothing according to the prevailing weather conditions. The fell highlands are often cool in the summertime (May–September) as well. In den Wintermonaten sollten Sie je nach Wetterlage mehrere Kleidungsstücke übereinander tragen. Auch im Sommer (Mai–September) ist das Hochland oft kühl. 冬季期间应根据当时的天气情况，分层穿衣。即使在夏季（5月-9月），高原地带也经常气温偏低。 Tahdoksilla kannattaa pukeutua kerroksittain ja sään mukaisesti. Tunturissa on usein viileää myös kesällä.	 Please take all rubbish to the bin and sort waste whenever possible. Bitte bringen Sie alle Abfälle in die Mülltonne und sortieren Sie sie, wenn möglich. 请务必将所有垃圾带到垃圾箱，并进行分类。 Laita aina roskat roskien ja lajittele mahdollisuuksien mukaan.	 Make sure you fully charge your mobile telephone and take with you a map and compass, as sometimes signals can be weak in the terrain. Stellen Sie sicher, dass Sie Ihr Mobiltelefon vollständig aufladen und eine Landkarte und einen Kompass mitnehmen, da die Signale im Gelände manchmal schwach sein können. 请确保你的手机电量充足，携带地图和指南针，以便在信号不足的地区使用。别忘了带足所有的设备，不要把它们丢在大自然中。 Lataa aina puhelimen akku ja ota mukaan kartta sekä kompassi, koska maastossa ei aina ole kuuluvuutta.

Matkailun tunnusluvut

Kohdemaat



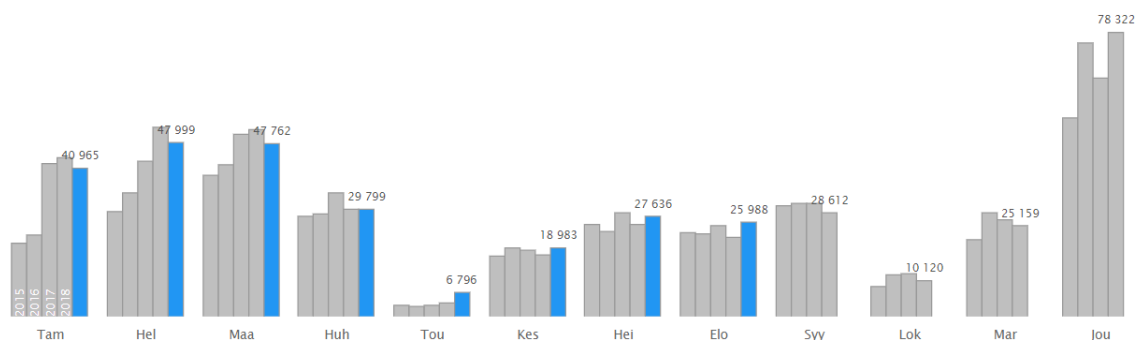
Matkat Suomeen - Toiseksi eniten yöpyviä Suomessa, 623 000 v. 2017, kasvua +15%.	Mistä tulevat - Berliinin, Münchenin ja Düsseldorfin alueilta	SUOMEN VETO-VOIMATEKIJÄT - Luonnonrauha ja hiljaisuus - "irti arjesta," saunakulttuuri, järvet, metsät, keskiyön aurinko, revontulet ja talvikokemukset.
--	---	--

Lentoyhteydet lisääntyvät ja monipuolistuvat, potentiaalia sekä kesä- että talvimatkailun kasvattamiseen.

MAHDOLLISUUDET

- Luontoteeman yhdistäminen paikalliskulttuurin kokemiseen, ruokaan ja aktiviteetteihin.

Yöpymiset Saariselan majoitusliikkeissä (yötä)



Lähde: Visiittori (<https://visiittori.fi/saariselka>)

Yöpymiset Saariselän majoitusliikkeissä asuinmaittain (yötä)

	ELOKUU Määrä	Muutos	Osuus	TAMMI-ELOKUU Määrä	Muutos	Osuus
Kaikki	26 000	18,5 % 	100,0 %	246 000	0,1 % 	100,0 %
Suomi	18 200	13,0 % 	70,1 %	114 000	-1,3 % 	46,2 %
Ulkomaat	7 800	34,0 % 	29,9 %	132 000	1,3 % 	53,8 %
Saksa	1 300	17,3 % 	4,9 %	15 900	18,2 % 	6,5 %
Alankomaat	910	18,0 % 	3,5 %	9 000	-7,6 % 	3,7 %
Sveitsi	580	16,2 % 	2,2 %	4 600	-3,8 % 	1,9 %
Italia	530	10,3 % 	2,0 %	4 000	-8,1 % 	1,6 %
Ranska	470	-10,8 % 	1,8 %	15 100	19,8 % 	6,1 %
Norja	470	44,9 % 	1,8 %	3 500	6,3 % 	1,4 %
Espanja	410	129,9 % 	1,6 %	2 700	17,9 % 	1,1 %
Yhdysvallat	340	557,7 % 	1,3 %	6 800	127,6 % 	2,7 %
Etelä-Afrikka	320	4 500,0 % 	1,2 %	470	201,9 % 	0,2 %
Britannia	230	30,3 % 	0,9 %	10 000	-18,8 % 	4,1 %
Venäjä	190	34,3 % 	0,7 %	2 600	-0,4 % 	1,1 %
Kiina	160	24,8 % 	0,6 %	9 500	26,9 % 	3,9 %
Australia	110	960,0 % 	0,4 %	3 000	28,9 % 	1,2 %
Japani	110	-2,8 % 	0,4 %	7 900	-2,6 % 	3,2 %
Taiwan	28	-71,1 % 	0,1 %	3 400	17,1 % 	1,4 %
Singapore	0	-100,0 % 	0,0 %	2 500	28,3 % 	1,0 %

Lähde: Visiittori (<https://visiittori.fi/saariselka>)

ISO-BRITANNIA

ISO-BRITANNIA

Britit ovat uudelle aivoimia ja kokeilunhaluisia lomamatkailijoita. Heidän matkailumääränsä on ollut jo vuosia kasvussa.

Well hello!

Mistä tulevat

-
Suurin osa
Suur-Lontoon
alueelta.

SUOMEN VETO- VOIMATEKIJÄT

-
Lappi ja talvi: revontulet,
lumi, joulupukki, husky- ja
porosafarit. Saunakulttuuri,
metsät ja järvet, luonto ja
eläimet.

**blue
berry**
consulting

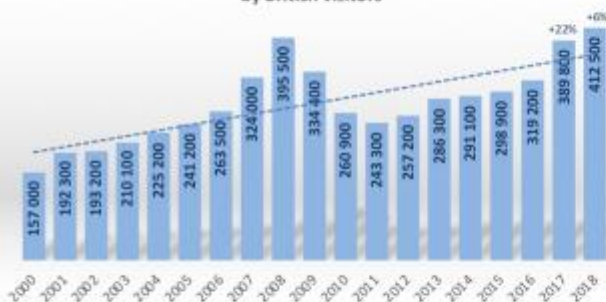
British overnights in Finland

Winter and Summer 2018

Lähde: VisitFinland



Registered overnights in winter season (Nov-Apr)
by British visitors

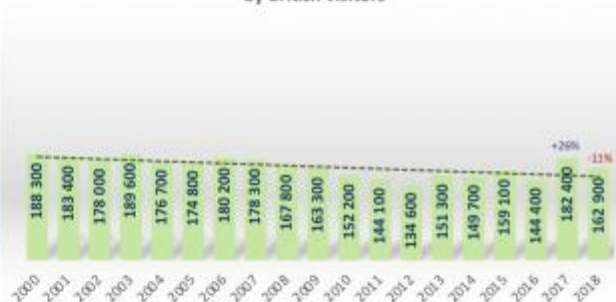


Winter 2018: 2nd in country rankings
with a 12% share of foreign overnights

Average change 2000-2018: +7%

Change 2018 compared to 2000: +163%

Registered overnights in summer season (May-Oct)
by British visitors



Summer 2018: 6th in country rankings
with a 6% share of foreign overnights

Average change 2000-2018: 0%

Change 2018 compared to 2000: -13%

Saariselkä

Hankeaikana syntyneet jatkoideat

Arctic Outdoor –hankkeen jatkokehitysideat:

- Polarlife –konseptin ylläpitäminen ja jatkokehitys
- Turvallisuusasioiden syventäminen ja kehittäminen
- Laji- ja tuotetestauksen tärkeys
- Välikausien tuotteistaminen: esim. syksy ja ruokamatkailu
- Pyöräilyhanke (hankehaussa tässä hetkellä)
- Monipuolinen kesän outdoor –tarjonta
- Reitistön päivitys, hyödyntäminen ja tuotteistaminen
- Reittimatkoja suunnattuna keskieuropalaisille (reitti kuljetaan paikasta A, paikkaan B).
- Tiedon kerääminen alueen esteettömistä matkailumahdollisuuksista, esteettömän matkailun kehittäminen.

Arviointi ja palautteet

Miten hanke onnistui vastaamaan kehittämistarpeeseen ja kuinka hankkeen tavoitteet toteutuivat?

Alueella on paljon matkailuyrityksiä ja matkailu on yksi keskeinen osa alueen elinkeinorakennetta. Tästä syystä PK-yritysten kasvun ja kansainvälistymisen edistäminen on hyvä alueellinen tavoite. OK-yritysten kasvun ja kansainvälistymisen edistäminen hankkeen avulla oli hyvä ratkaisu, koska hankkeen avulla voidaan samanaikaisesti olla useiden yritysten tukena. Hanke luo myös yrittäjille hyvän mahdollisuuden ja tilaisuuden panostaa ja keskittyä yrityksen kasvun edistämiseen ja kansainvälistymiseen. Hanke antaa konkreettisia työkaluja ja apua tavoitteiden toteuttamiseen. Lisäksi hankkeen avulla alueen yritysten tavoitteista voidaan suunnata samansuuntaiseen kehittämistavoitteeseen, joka vahvistaa yhteistä linjaa kohderyhmille ja markkina-alueille.

Seuraavaksi tarkastellaan hankkeen päätavoitteita ja niiden toteutumista:

1. Yhteinen brändi-ilmentymä: Hankkeen aikana on yhteistyössä alueen yrittäjien ja paikallisten kumppaneiden kanssa luotu yhteinen brändi-ilmentymä ja konsepti "Polarlife", johon toimijat ovat

sitoutuneet. Yrittäjät ovat kehittäneet uusia kv-asiakkaita houkuttelevia tuotteita Polarlife -brändin alaisuuteen.

2. Nykyaikaisuus/digitaalisuus: Tuotteiden markkinointitoimenpiteissä on käytetty hyväksi uusia tekniikoita ja käytänteitä kohderyhmän saavuttamiseksi. Tuotteiden näkyvyydessä on panostettu erityisesti digitaaliseen sisältöön ja markkinointiin. Polarlife -brändillä on omat internet-sivut sekä sosiaalisen median kanavat. Digitaaliseen näkyvyyteen on panostettu mm. vaikuttajamarkkinoinnin avulla.

3. Turvallisuus: Hankkeessa on kiinnitetty erityistä huomiota turvallisuuteen kahdella tavalla. Ensinnäkin hankkeessa on tuotettu turvallisuusohjeistus, joka opastaa matkailijoita haastaviksi koetuissa tilanteissa (esim. pukeutuminen talvella, reitit, kestävä kehitys jne.). Turvallisuusohjeistus on jaossa alueen yrityksissä ja matkailuinfoissa. Lisäksi on tehty infotauluja turvallisuuden parantamiseksi. Toisekseen hankkeessa on panostettu turvallisuusasioihin osana tuotteistusprosessia. Tuotekehityksen yhtenä keskeisenä osana on ollut turvallisuusasioiden huomioiminen. Tuotteet ovat opastettuja ja niissä huomioidaan asiakkaan turvallisuus.

4. Laaja lajivalikoima: Saariselän alueen reitistö on laaja ja se tarjoaa erinomaiset puitteet myös laajalle lajivalikoimalle. Alueen lajitarjonta on lisääntynyt viime vuosien aikana. Maastopyöräily/fatbike on kasvanut alueella. Perinteisten lajien (hiihto, vaellus, melonta) lisäksi on tullut uusia lajeja ja retkiä, jotka yhdistävät erilaisia kokemuksia (esim. Fatbike-retki ja savusauna). Perinteisten outdoor-lajine rinnalle on tullut hyvinvointituotteita, kuten metsäjoogaa ja metsäkylpyjä. Lisäksi tuotteissa yhdistyvät esimerkiksi luonnossa liikkuminen ja keräily (sienet, marjat).

5. Tuotteistus: Tuotteistuksessa on tehty vahva taustatyö kohderyhmiin. Tämän pohjalta on luotu asiakasprofiili, jonka kautta tuotteita on voitu kohdentaa kohderyhmälle sopiviksi ja heidän tarpeitaan ja toiveitaan vastaaviksi. Tuotteistuksessa on huomioitu alueen paikalliset vahvuudet ja erityisyys sekä otettu huomioon myös turvallisuusasiat.

6. Tunnettuus: Hankkeessa luodun tuotteiston tunnettuutta on lisätty kansainvälisille kohderyhmille matkanjärjestäjille suuntautuneen markkinoinnin avulla. Polarlife on ollut esillä keskeisissä verkostotapaamisissa (esim. Matkamessut, Midnight Sun Workshop). Kohderyhmän kuluttajia on tavoitettu Tour Natur -messujen avulla sekä sosiaalisen median markkinoinnin avulla sekä vaikuttajamarkkinoinnin kautta. Hankkeen videomateriaali ja kuvamateriaali on ollut tärkeää erityisesti sosiaalisen median kanavissa.

Mitä välittömiä tuloksia hankkeella saatiin aikaan? Mitä vaikutuksia tuloksilla on?

Hankkeessa on luotu PK-yritysten kasvun ja kansainvälistymisen tueksi ja välineeksi uusi Polarlife brändi ja konsepti. Tuotteet on huolellisesti suunniteltu, niitä on testattu kohderyhmän edustajien kanssa ja kehitetty saadun palautteen nojalla vielä eteenpäin. Hanke on luonut uusia kontaktipintoja alueen

yrittäjien keskuudessa sekä tarjonnut yhteistyömahdollisuuksia myös kansainvälisten toimijoiden kanssa. Hankkeessa on tuotettu alusta, jonka kautta yritykset voivat markkinoida tuotteitaan. Tuotteistuksessa on huomioitu luonnon monimuotoisuus ja kestävä kehitys. Opastettujen retkien puitteissa asiakkaiden kulkemista voidaan valvoa (kuljetaan vai merkityillä reiteillä), mikä edistää luonnon kestävää käyttöä.

Jatkon kannalta tuotekehitys on lunut hyvät edellytykset matkailun ympärivuotisuuden lisäämiseksi ja sesonkivaihteluiden tasaamiseksi. Tämä parantaa PK-yritysten toimintamahdollisuuksia alueella. Turvallisuustoimenpiteet lisäävät tietoisuutta alueen erityisyyksistä ja ohjaavat matkaajia toimimaan heidän omna turvallisuuden parantamiseksi sekä myös luonnon kestävä käytön hyväksi. Matkailun turvallisuuteen liittyvillä panostuksilla pyritään ennaltaehkäisemään onnettomuuksia ja vaaratilanteita.

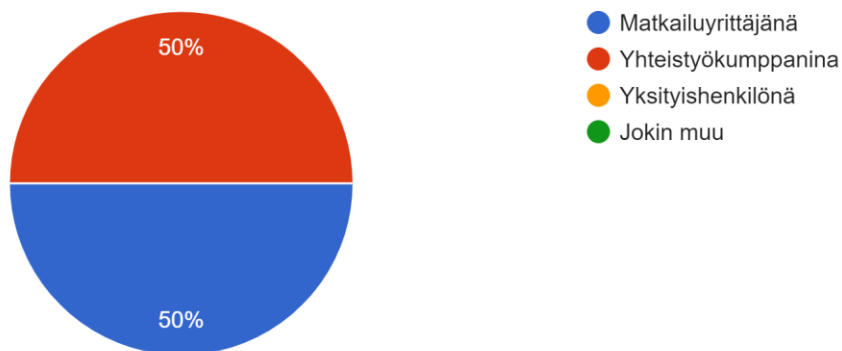
Ohjausryhmän arvio hankkeesta

- Hanke oli laaja ja haastava kokonaisuus, mutta hankkeen aikana on saatu paljon asioita aikaiseksi. Alueen yritykset ja toimijat ovat verkostoituneet keskenään ja on syntynyt hyvää keskustelua eri toimijoiden kesken.
- Hankkeen aikana on tehty paljon erilaisia asioita tuotekehityksestä kv-markkinointitestaukseen.
- Hankkeelle on ollut selvä tarve eri vuodenaikojen kehittämisen ja tuotteistamisen näkökulmasta.
- Ajankohta on ollut onnistunut ja osunut tarpeeseen. Innovatiiviset ja kehittävät yritykset ovat lähteneet hankkeeseen mukaan.
- Hankkeessa on ollut mukana erikokoisia yrityksiä.
- Hanke on ollut hyvä keskustelunavaus turvallisuusasioista.
- Hankkeen tilaisuuksissa on ollut hyvin osallistujia mukana ja osallistujat ovat olleet sitoutuneita.
- Yritysten käytännön toteutuksen vieminen loppuun saakka on vaatinut kannustusta.
- Hankekoordinaattorin 50 % työaika todettiin haasteelliseksi toteutuksen kannalta.
- Hallinnoijan näkökulmasta hyvä, että hanke on toteutunut suunnitelman mukaisesti.

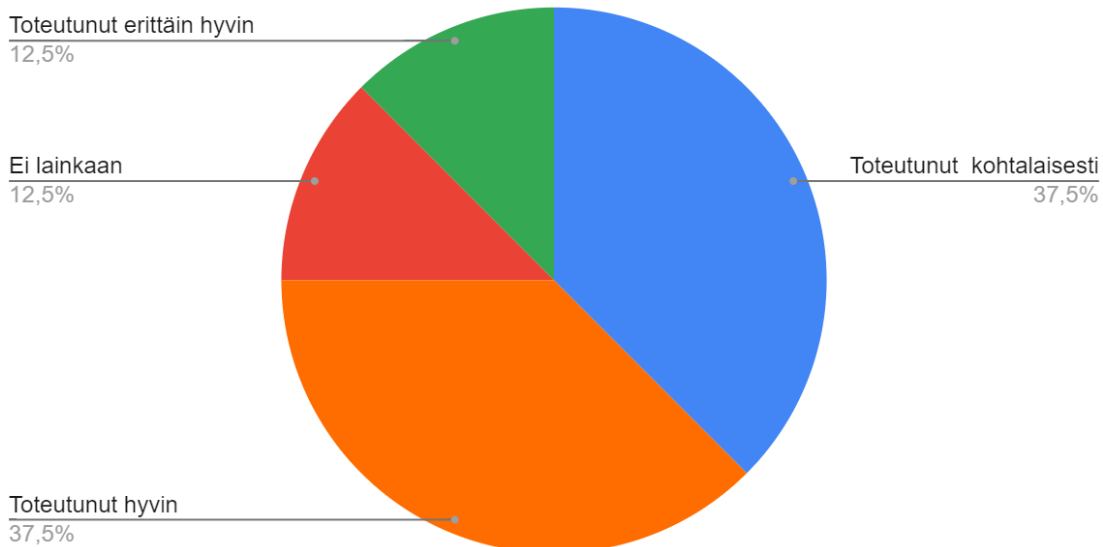
Osallistujapalaute hankkeesta

Osallistuin hankkeeseen

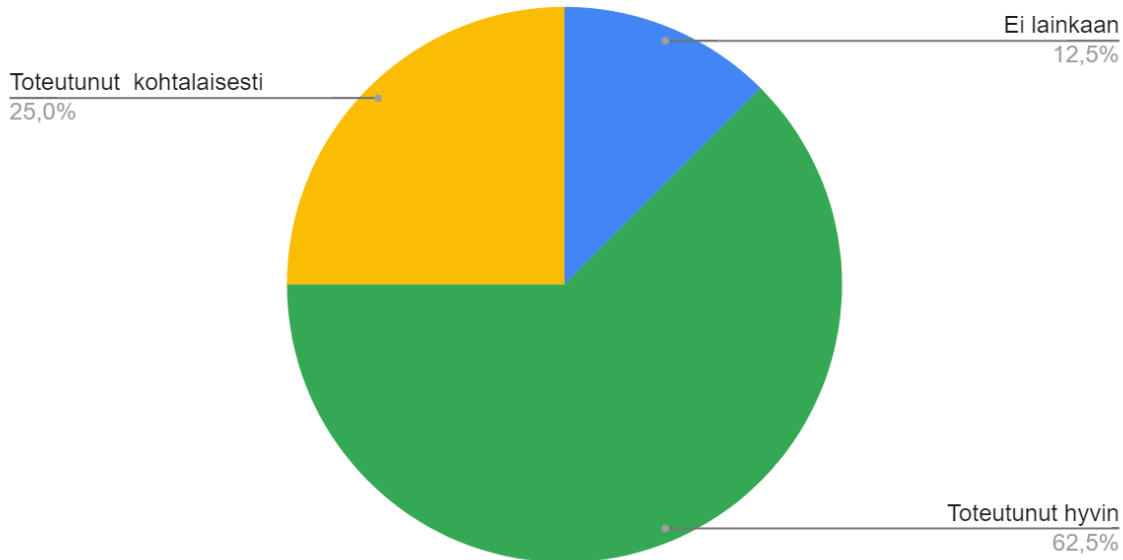
8 vastausta



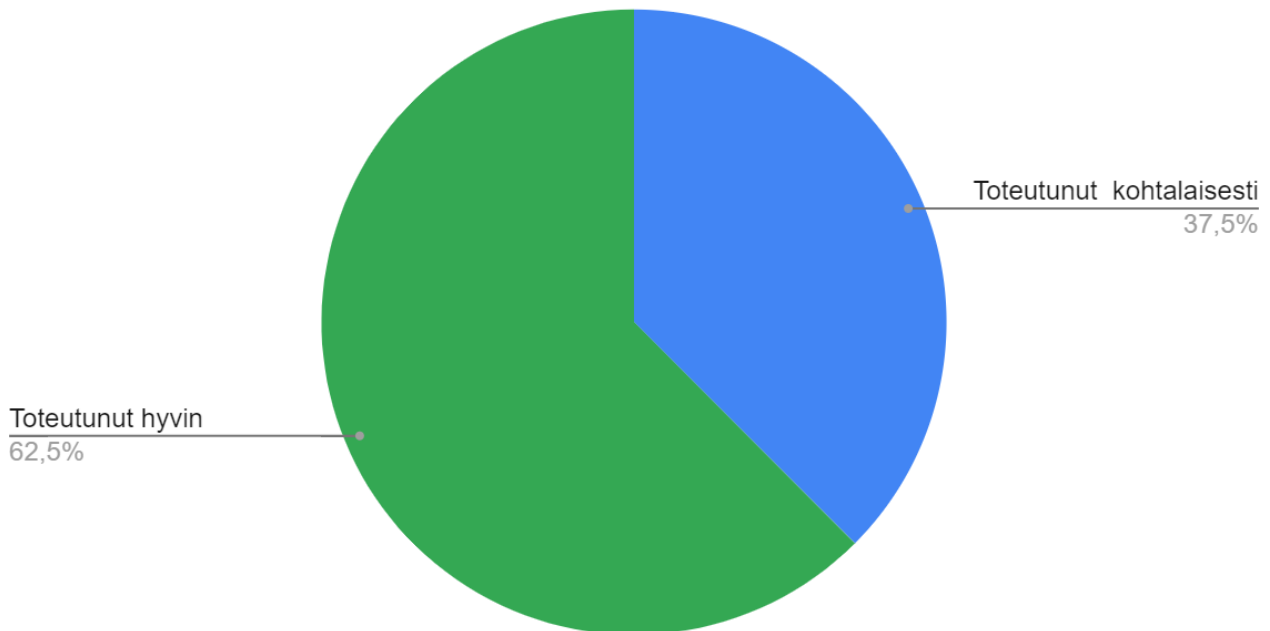
Miten koet seuraavien osa-alueiden toteutuneen hankkeessa: Alueelle on luotu yhteinen brändi-ilmentymä (Polarlife)



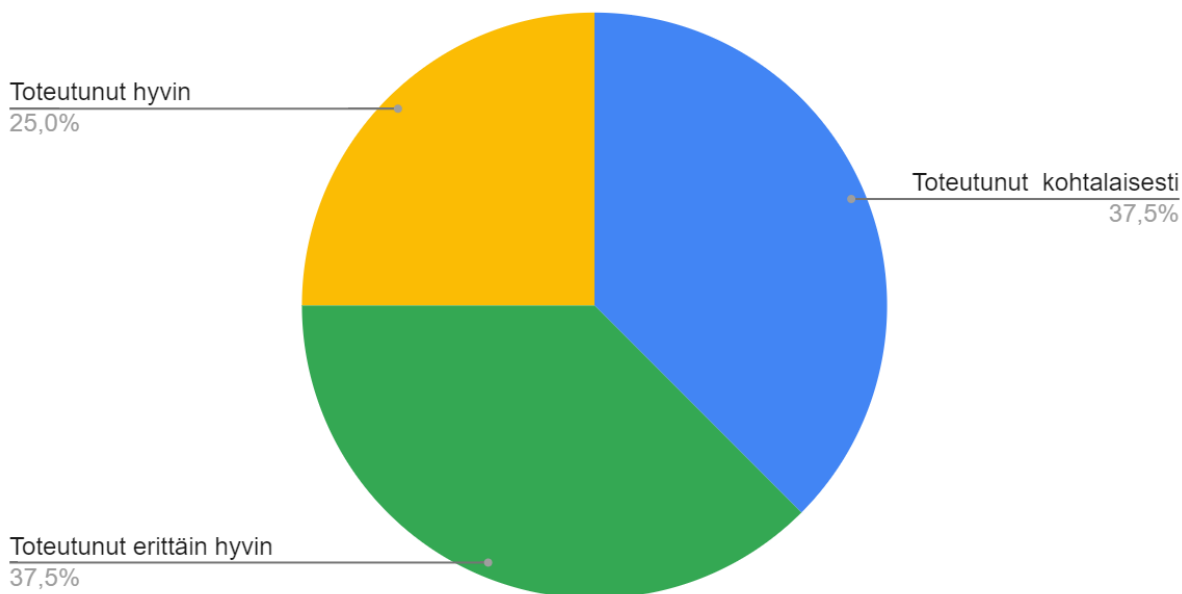
Miten koet seuraavien osa-alueiden toteutuneen hankkeessa:
Markkinointi ja myyntikanavat ovat nykyaikaisia



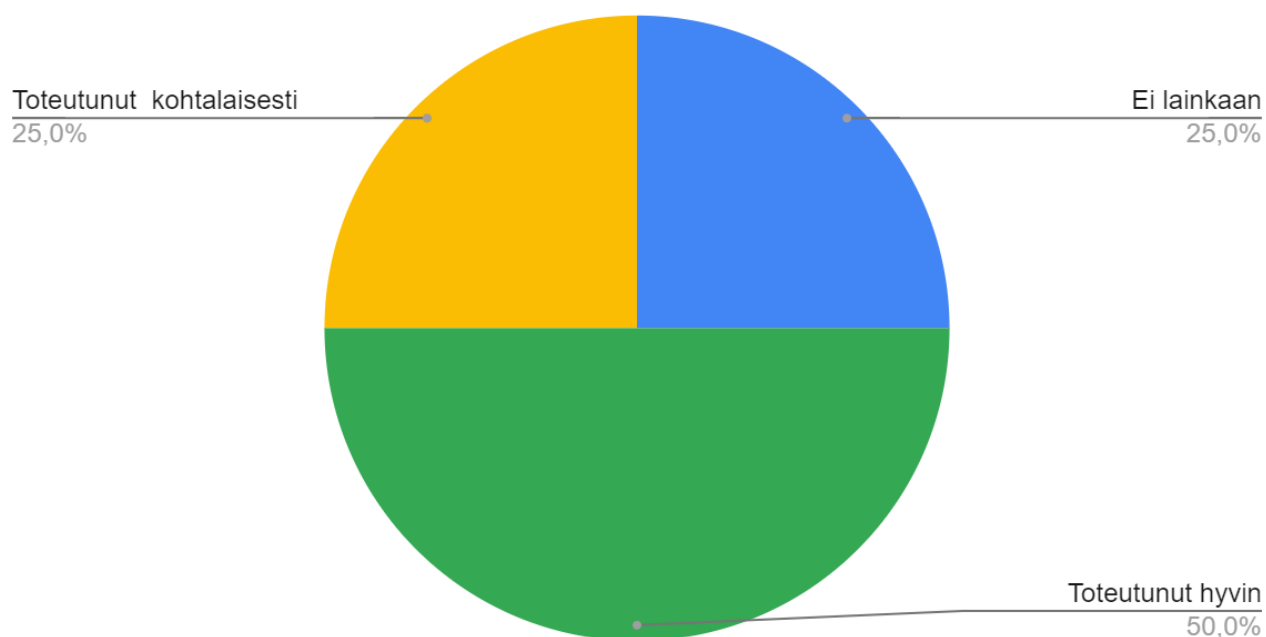
Miten koet seuraavien osa-alueiden toteutuneen hankkeessa:
Polarlife -tuotteissa turvallisuustekijät ovat keskeisiä



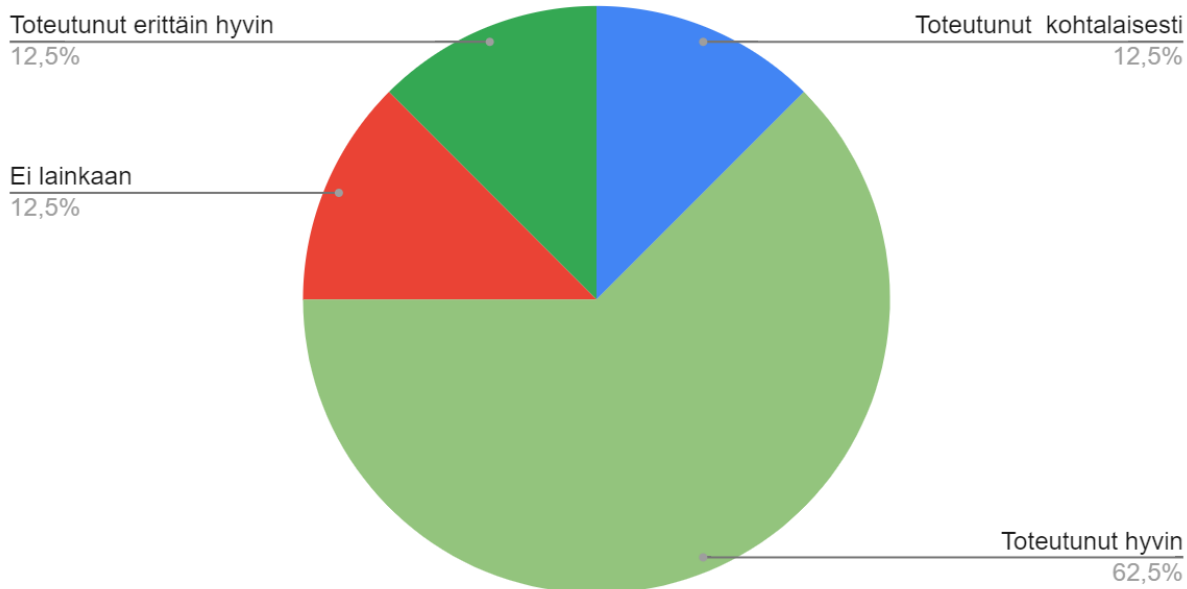
Miten koet seuraavien osa-alueiden toteutuneen hankkeessa:
Saariselän alueen turvallisuusohjeistus on parantunut



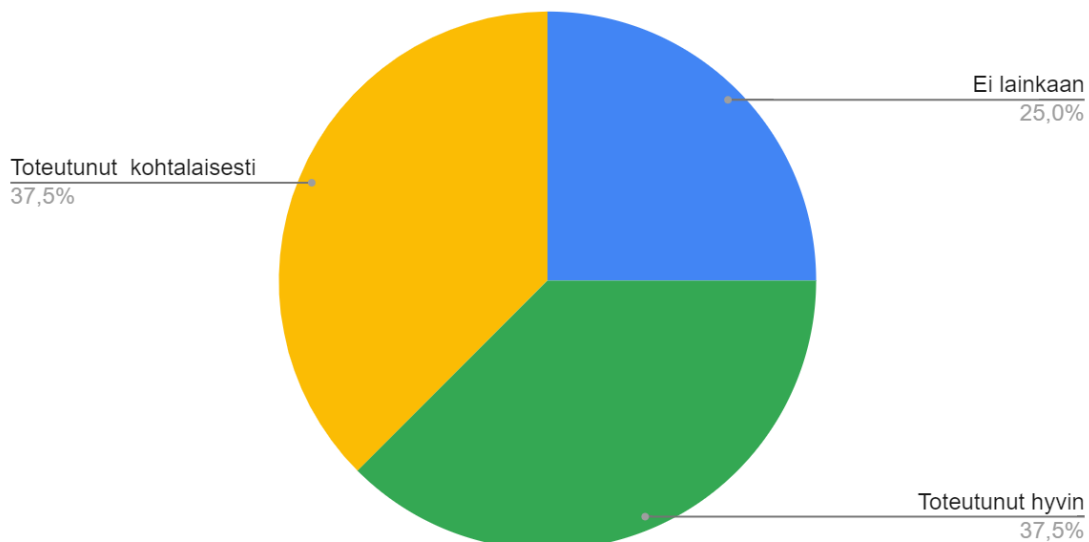
Miten koet seuraavien osa-alueiden toteutuneen hankkeessa:
Alueen lajivalikoima on laajentunut



Miten koet seuraavien osa-alueiden toteutuneen hankkeessa: Tuotteistaminen on kehittynyt alueella

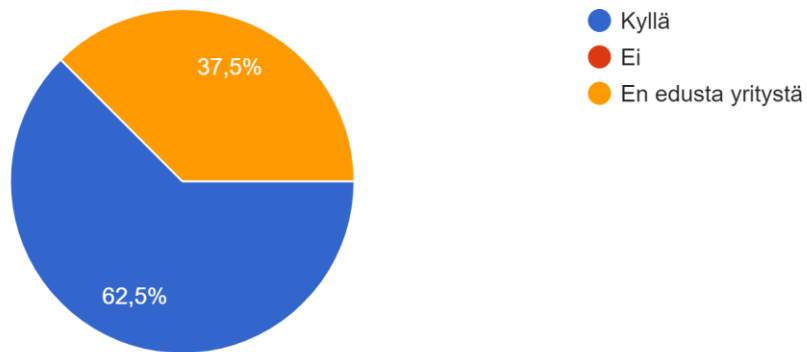


Miten koet seuraavien osa-alueiden toteutuneen hankkeessa: Alueen tunnettuus outdoor-kohteena on lisääntynyt



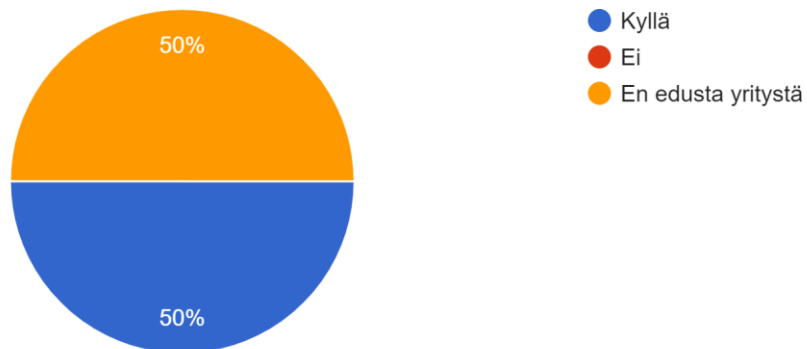
Onko yrityksenne tavoitteena kasvu

8 vastausta



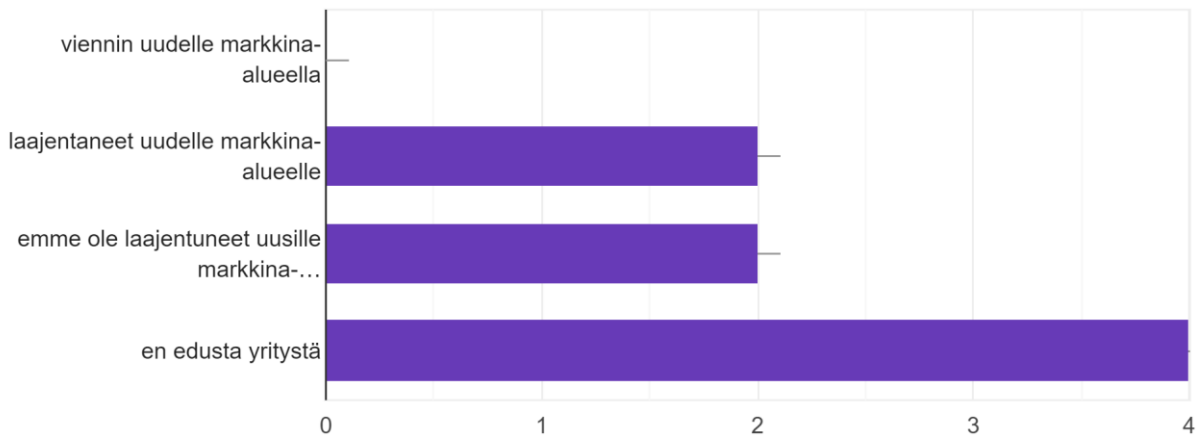
Onko yrityksenne tavoitteena kansainvälinen liiketoiminta?

8 vastausta



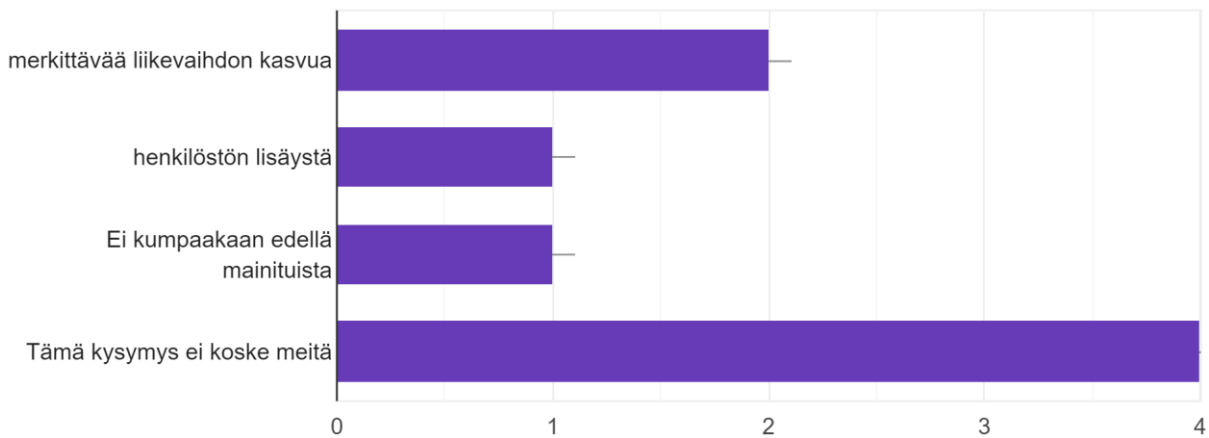
Onko yrityksenne viimeisen kahden vuoden aikana aloittanut

8 vastausta



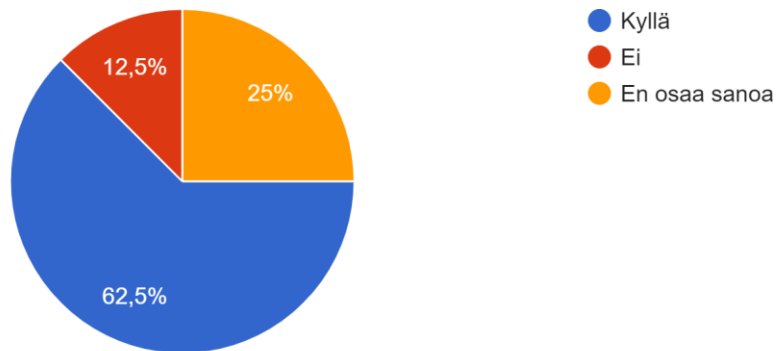
Onko yrityksessänne tai organisaatiossanne tapahtunut viimeisen kahden vuoden aikana

8 vastausta



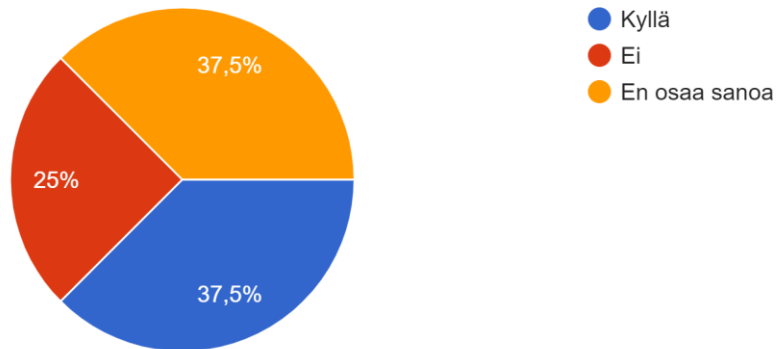
Onko toiminnassanne huomioitu vähähiilisyys?

8 vastausta



Onko hanke vastannut yrityksenne tai organisaationne tarpeisiin tuotekehityksessä?

8 vastausta



Mitkä ovat olleet hankkeen onnistuneimpia toimenpiteitä mielestänne?

8 vastausta

Turvallisuusasiat

Yritysten herättely yhteistyöhön ja osallistujia keränneet työpajat, tour natur messuosallistuminen ja näkyvyys, kuva- ja videomateriaalin tuotto

matkanjärjestäjien vierailu alueella ja tuotetestaus heinäkuussa

Turvallisuusohje

aineisto, tuote, brändi, verkostoituminen

Alueen tiimityö

Tuotteistaminen.

Aluebrändi, yhteistyö ja turvallisuusasiat

Mitä olisi voinut parantaa?

8 vastausta

Aivan liian pitkä ja raskas prosessi. Torvelan toimintatapa ei ollut toimiva.

Osa-aikainen hanketyöntekijä ei toimi.

yhteistyötä isompien ja pinempien toimijoiden kesken yhteisessä paketissa, nyt isommilla toimijoilla oma majoitus ja omat ohjelmat omassa paketissa, pienemmät toimijat eivät päässeet heidän mukaansa kuitenkaan.

Polarlife -konseptiin sitouttamista, ei hintojen alennuksia. Nettisivujen toiminta myynnin kannalta ja sosiaalisen median potentiaalin hyödyntäminen.

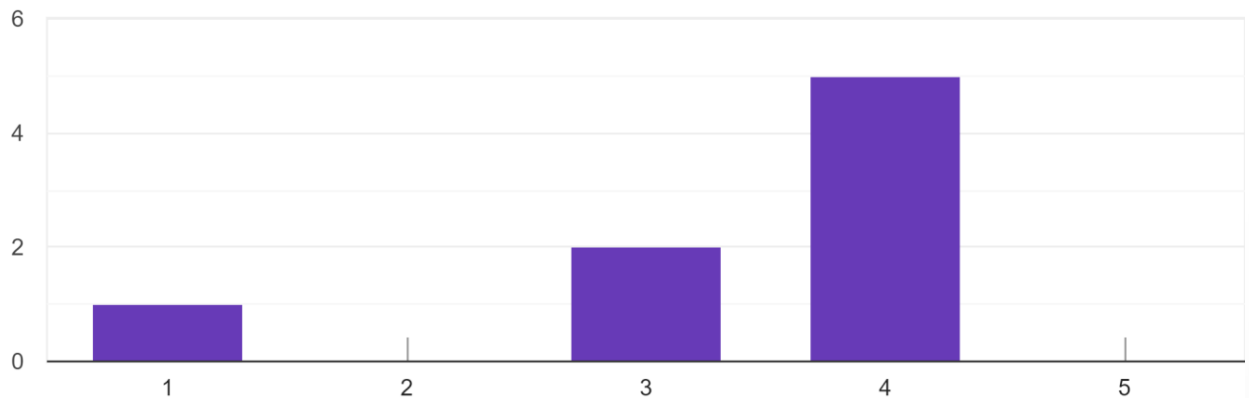
enemmän yrityksiä mukaan

Kaikki ok

En osaa sanoa.

Kokonaisarvosana hankkeen onnistumisesta

8 vastausta



Liitteet

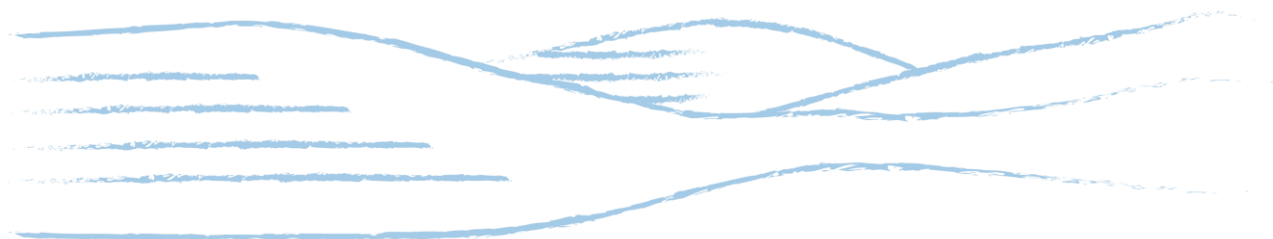
Liite 1: Matkamessut 2019 raportti



Raportti

Matka Workshop Day

Helsinki 16.1.2019



POLARLIFE

Arctic Outdoor –hanke / PolarLife
Hankekoordinaattori
Anni Kyösti

Keskiviikko 16.1.2019

APT Level 4, 1230 Nepean Hwy 3189 Cheltenham Australia Monika O`Reilly http://www.aptouring.com.au	An Australian family-owned company, the essence of APT began in Melbourne in the 1920s. APT is celebrating 90 years in the business in 2017 and offers life-enriching trips to every continent, and through the company's vast industry experience, innovative investments, meticulous planning and unquestionable passion it has earned a place among the world's most well-regarded travel companies. Few others are as adept at matching a style of travel to the vastly differing regions of the world. From boutique river cruising to small-group 4WD adventures; traditional coach touring with a decadent twist to private air cruising; epic rail journeys to small-ship expeditions; classic ocean cruising to safaris of discovery by both land and air – there's little APT is unwilling to consider in pursuit of creating the finest holiday experience for its valued guests. Given the 98% customer satisfaction rating the company receives, this pioneering approach – along with APT's careful planning and expertise – is clearly evident to its discerning travellers, who delight in the fusion of cultural activities, world-class dining, luxurious accommodation and truly personalised service that every APT holiday includes. What we are looking for: High end. 5* or very good 4* properties. Small groups (max 20 pax) and classic group size (max 40 pax)
Fietz GmbH Polar-Erlebnisreisen Mittelstr. 2 31535 Neustadt am Rübenberge Germany Lisa Kempe lisa.kempe@polar-erlebnisreisen.de http://www.polar-erlebnisreisen.de	We are a tour operator located near Hannover, Germany. With our two brands "Polar-Erlebnisreisen" and "Polar-Kreuzfahrten" we offer trips to the polar regions. These are expedition cruises with small ships in the Arctic summer season and a diverse range of trips mostly to Scandinavia during winter season. Our range of products goes from active trips, including e.g. husky safaris or snowmobile rides, to relaxing winter holidays with luxurious accommodations in the middle of the nordic nature. We appreciate small groups and uniqueness in our programmes and accommodations. What we are looking for: - partners with capacity and allotments and are always curious about new ideas and offers on the market - unique and authentic travel experience - complete packages incl. transfers, accommodation and activities - partners for long term cooperation - inspiration

Huayuan International Travel Service Unit 13A07-12 Yinan Plaza, 33 Jian She Liu Road, Yuexiu District Guangzhou 510060 Guangzhou China Nora Hwang huangjunru@hytours.com http://www.hytours.com/beijing.html	Huayuan International Travel Service is a leading Europe tour operator in South China, we have over 34 office around China covering business from more than 6500 retail agents. Our business has Series groups, tailor made, small groups FIT, MICE. we send over 150,000 travellers to Europe every years and the market share is expanding. What we are looking for: Ski experience Resort Aurora experience, mid-night sun experience Natural outdoor activities for series groups more than 25 guests. Accommodation in natural area North polo experience Local culture
---	--

Service-Reisen Giessen Roedgener Strasse 12 35394 Giessen Germany Jessica Klauer skandinavien@servicereisen.de http://www.servicereisen.de	We are a wholesaler for coach-operators, group travel, air travel, river cruises, packagetravel for clubs and societies, study tours, incentives, events and special arrangements. Our company is located in Giessen, Germany. What we are looking for We are looking for new products, sights in Finnland for group leisure travel.
---	--

Troll Touristik GmbH Oberstrasse 28-30 59964 Medebach Germany Andre Ricken aricken@trolltours.de http://www.trolltours.de	Troll Touristik GmbH is a tour Operator located in Medebach Germany. The new Company will start Business with the brand "Troll Tours", specialised on round trips and activity tours in northern europe.
---	---

Magnetic North travel West Wing, The Lodge, Friars Wells Business Centre LE14 3HQ Wartonaby United Kingdom James Nickerson james@magneticnorthtravel.com http://www.magneticnorthtravel.com	Magnetic North Travel offers bespoke holidays and group tours to Scandinavia, the Nordic countries and Canada. Our focus is on active days and comfortable nights using local food, people and nature-based experiences to bring our clients memorable holidays. What we are looking for: At magnetic North we wish to offer a wide selection of soft adventure and self drive options to our worldwide customers, twinned with interesting individual properties. We are looking for partners that can adapt to customers from different markets.
Productiontravel Hauser Plads 10, 3. 1127 Copenhagen Denmark Morten Andersen mma@productiontravel.eu http://productiontravel.eu	We are a Danish travel provider with more than 25 years of experience from the travel industry; our clients are mainly from the creative industry (advertising, TV and film production) and we also serve corporate clients and do both inbound and outbound services. We sell the whole world, as our clients travel all around the world. Among the most popular destinations are: Scandinavia, Mediterranean, USA, Central America and Asia. What we want to do more: The world is the limit. We are constantly looking for new and interesting destinations and travel related products. Our clients are first movers and demanding, it is our job to serve them as best as possible.
Wikinger Reisen Koelner Strasse 20 58135 Hagen Germany Moritz Mohs http://www.wikinger.de	Market leader in Germany for hiking and cycling tours; founded in 1969; family owned business; tours to 105 countries worldwide; group tours as well as FIT tours. Customers from Germany, Switzerland, Austria. Active People (30 - 80 years old). Groups of 11-20 pax. In Finland we offer countrywide; hiking and cycling programs in the summer time; Husky, cross country skiing and multiactivity programs in the wintertime. What we are looking for: Hotel Partners (preferably family owned), activity partners.

Le Petit Futé 18 rue des volontaires 75015 Paris, France Michael Tabone tabone@petitfute.com https://www.petitfute.com/	Based in Paris, Le Petit Futé is selecting the best places all over the world to include them in our guidebook + website to suggest them to our readers.
Magni Mundi Oy PL 41 20101 Turku Finland Karoliina Vitikainen karoliina@magnimundi.fi http://www.magnimundi.fi	Magni Mundi is an incoming agency serving travel trade and academic clients. We are located in Turku, South-Western Finland. We offer tailored group and FIT tours around Finland, including Lapland. Our passion is to offer rich cultural experiences, according to customer needs. Our specialties include architecture, history, food, life style and more. What we are looking for: All kinds of service providers in Finland for international tourists. Accommodation, transport, experiences, interesting tours and places to visit.
Agamatour via Mortara 4 20144 Milan, Italy Nicolò Galeazzi nicolo@agamatour.it http://www.agamatour.it	We are a T.O. based in Italy and our main destination is Lapland, where we are bringing grps in winter and spring. All of our guest ar italians. What we are looking for: We are looking for new destination in Lapland for new programm in winter: we are starting to think about september in north Finland.
Terra Nova /Finland Tours Skogarhid 18 105 Reykjavik Iceland Carolina Castillo carolina@terranova.is https://www.finlandtours.fi/	Finland Tours is a trade mark of Terra Nova Iceland, an incoming tour operator (DMC) offering inbound services in Finland, Iceland, Norway, Sweden, Greenland and the Faroe Islands. Our offices are based in Reykjavik, Iceland. We offer an excellent selection of FIT vacation packages in Finland as well as domestic flight and ferry tickets, rail and bus tickets in connection with our tours. We also offer all services for group travel in Finland. Finland Tours offers an exciting portfolio of vacation packages in Finland. We offer various city breaks in Helsinki as well as combinations with Stockholm and Tallinn and more Nordic capitals if desired. We also offer a great selection of other vacation possibilities in Lapland, the Lakeland area as well as other areas in Finland. What we are looking for: Finland Tours is a trade mark of Terra Nova Iceland, an incoming tour operator (DMC) offering inbound services in Finland, Iceland, Norway, Sweden, Greenland and the Faroe Islands. Our offices are based in Reykjavik, Iceland. We offer an excellent selection of FIT vacation packages in Finland as well as domestic flight and ferry tickets, rail and bus tickets in connection with our tours. We also offer all services for group travel in Finland.

Studiosus Reisen Muenchen GmbH Riesstrasse 25 80992 Muenchen Germany Holger Baldus holger.baldus@marco-polo- reisen.com http://www.studiosus.com	Studiosus Reisen is the leading tour-operator for escorted cultural tours in the German-speaking market and offers an extensive range of group-series to Scandinavia, both in Summer and in Winter. Under the brand Marco Polo Reisen we are also offering adventurous group-tours for guests aged 20 to 35 that are keen in experiencing outdoor destinations. What we are looking for: We are planning to extend our group-tours (max 25 pax) in Scandinavia in 2020. We are looking for good medium-class accommodation - preferably privately owned and featuring local decor, outdoor-activities plus local transport. Seasonality: Summer, Autumn (foliage) and Winter. No luxury, strictly nothing with snow-mobiles.
HANGZHOU OTC TRAVEL INT'L LTD 3F Yaojiang Tower B 239 West Lake Ave. Hangzhou 310002 China Li Zhi 877699497@qq.com	

Torstai 17.1.2019

ToolBox -travel marketing & consulting / GreenNorth GSA Maininkitie 2 C 22 02320 Espoo Finland Tuula Mieskonen office@toolboxtravel.fi http://www.toolboxtravel.fi and www.greennorth.fi	ToolBox -travel marketing & consulting www.toolboxtravel.fi ToolBox is operating in fields as: - education and training programmes - product development - research and survey projects - marketing activities in 22 countries (sales promotions, campaigns, marketing events) Established in year 2000. Partners in 16 countries. ----- GreenNorth GSA www.greennorth.fi Green North is a General Sales Agent providing travel services from Business to Business. It is part of ToolBox -travel marketing & consulting operations. Green North Business Model is adapted to reflect the changing needs of our clients and business environment. Our objectives are to undertake sales, marketing and PR activities for National Tourist Offices, Area Organizations, hotels and airlines in order to generate traffic and sales. The exact package of services is tailored to each client individually. We are operating in company and destination promotion in Nordic countries, Baltic states, Western Russia, and Tunisia.
Vibrant Holiday Destintaions Pvt. Ltd 440-443, F wing , Solaris 1, off Saki Vihar road , opp. gate L& T gate no 6 , Andheri East 400072 Mumbai India Vedant Marda vedant@vibrantholidays.com http://www.vibrantholidays.com	Vibrant Holiday Destinations is a premium venture by avid travelers. Our offices are based in the Indian cities of Mumbai, Kolkata & Jodhpur and have an agent network directly working under in Major cities Pan India. We customise and create holiday experiences catering to the leisure market of FITs, Small Groups and MICE travel requirements for Companies to destinations worldwide. Our proficiency lies in understanding requirements and planning the itinerary with a WOW factor. What we are looking for: We desire to focus on Scandinavia for the coming holiday season We are looking at partners wholesalers and retailers with whom we can develop a long term business relationship and help drive people from India to the Scandinavian countries especially Finland.

Tripadvisor Experiences 7 Soho Square W1D 3QB London United Kingdom Brennda Heimarsdottir dheimarsdottir@tripadvisor.com https://www.tripadvisor.com/	TripAdvisor Experiences contracts wholesale rates directly from local operators and sells its products to a global consumer base at several distribution channels, additional consumer facing websites, mobile websites and apps, and through it's global network of affiliates. TripAdvisor network of sites welcomes more than 13 million visitors per month. Headquartered in San Francisco, we operate globally via offices in Sidney, London and Las Vegas. Huom! Tripadvisorissa uutta: ”Things to do” –sivut (ohjelmapalveluille)
Happy tours ltd 15F Millbank Tower SW1P 4QP London United Kingdom Andreja Zonta Krumpak andreja.krumpak@happytours.eu http://www.happytours.eu	Established in 2000 in Slovenia, Happy Tours (officially, Druzina Krumpak d.o.o.) started as a family business, with a long association with the tourism industry, and gradually evolved into one of the most important and fastest growing incoming tour operators in Europe. We employ 70 international staff members, who handle over 1500 groups a year. Our core markets are Asia, North America and Latin America, but lately we are also expanding into many other markets (Middle East, Scandinavia, UK among else).
NordicMarketing GmbH Alte Bahnhofstr. 56a 44892 Bochum Germany Suvi Ahola suvi.ahola@nordicmarketing.fi http://www.nordicmarketing.de	NordicMarketing on saksalais-suomalainen markkinointiyhtiö, joka tarjoaa vankkaa matkailuosaamista ja käytännön kokemusta pitkältä ajalta. Yhtiö toimii Suomesta ja Saksasta käsin, josta verkostomme ulottuu koko Eurooppaan. Palvelujamme ovat Keski-Euroopassa toteutetut, räätälöidyt vientimarkkinointi- ja kehittämispalvelut sekä matkailun asiantuntija- ja koulutuspalvelut. Asiakkaitamme ovat mm. Suomen, Ruotsin ja Norjan matkailuyritykset, -keskukset ja -alueet sekä kehitysyhtiöt ja oppilaitokset.
JAY TOURS & TRAVELS 901 MADHUKUNJ HINGWALA LANEOPP POPULAR HOTEL OPP DENA BANK GHATKOPAR EAST 400077 MUMBAI India Mr Jayanti Chheda jayant@jaytourstravels.com http://www.jaytourstravels.com	We are the leading Travel agent & tour operator of Repute from, Mumbai, India. we specialize in High end Luxury Travel & out of the world Experience. We also deal in MICE, FIT Booking, Family Group tours, Honeymoon tour, Luxury tours, wine tours, Golf tours, Private Yacht , Private jet, Gastronomy & Shopping Experiences to European & Scandinavian countries.

Delta of Scandinavia Borupvang 2B,st 2750 Ballerup Denmark Elisa Fabbro delta@delta-scandinavia.com http://www.delta-scandinavia.com	Delta of Scandinavia is a professional incoming travel agency based in Copenhagen, throughout Denmark, Norway, Sweden, Finland, Iceland or even the Baltic countries. Founded in 1981, the company has more than three decades of dedicated experiences in providing travel arrangements services for both groups and individuals, ranging from accommodations, sightseeing & tours planning to transfers and overnight cruises in various routes. The company office is located in Copenhagen, the capital of Denmark with highly competent employees striving to give every client a customized travel solution. What we are looking for: We are mostly specialized in the luxury segment and we would like to find service providers which match our target. We operate FIT and groups
--	--

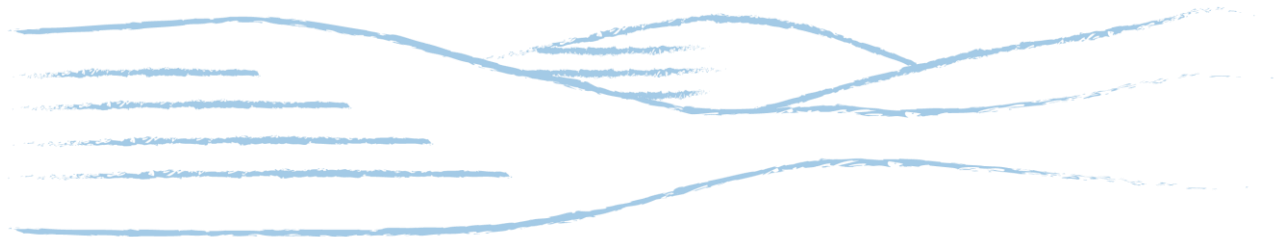
Liite 2: Midnight Sun Workshop raportti



Raportti

Midnight Sun Workshop

Tampere 11.-12.6.2019



POLARLIFE

Arctic Outdoor –hanke / PolarLife
Hankekoordinaattori
Anni Kyösti

Keskiviikko 12.6.2019

Schneider Reisen Company type: Tour Operator Business profile: Package tours, Individual travelers www.schnieder-reisen.de Contact person: Bernd Strecker Title: Prokurist E-mail: b.strecker@schnieder-reisen.de	Schnieder Reisen is a German tour operator specializing in Northern and Eastern Europe. Journeys to the Baltic States, Poland, Russia, Scandinavia, Great Britain and Ireland belong to the product range. Travelers can choose between guided group tours, individual tours, road trips, active tours such as bike or hiking trips, motorcycle tours, city trips and exclusive tours with a private guide. Schnieder Reisen was founded in 1922 and is located in Hamburg, Germany. Huomiot: -Kiinnostunut sekä kesästä että talvesta -Hakevat tuotteita v.2020
NEXT DESTINIUM Company type: Travel Agency with own production Business profile: Individual travelers, Ad hoc group and MICE, Online business www.nextdestinium.com Contact person: Judith Cera Vieta / Maarten Moolenbeek Title: Managing Director / Marketing Manager E-mail: jcera@nextdestinium.com / mmoolenbeek@nextdestinium.com	Next Destinium is an online tour operator specialized in custom travel to Lapland. We create tailor made trips combining clients' wishes and desires for snow and glass igloos, cabins and cottages for 4 and 8 persons, luxury cabins, hotels, husky and reindeer safaris, Northern Lights chases, snowmobiles, ice hotels, Santa, skiing, private activities and original and unique family dedicated activities. Huomiot: -etsivät valmiita paketteja -kiinnostuneita komissiotiedoista

Nordic Travel, Australia Company type: Whole Seller Business profile: Package tours, Individual travelers www.nordictravel.com.au Contact person: Ruth Partridge Title: Manager E-mail: ruth@nordictravel.com.au	Nordic Travel Australia has been fulfilling the dreams of travelers to unique, Northern destinations for over 35 years and we specialize in Finland, Sweden, Norway, Denmark, Iceland, Greenland, the Faroe Islands, Spitsbergen, the Baltics and Russia. We offer a wide selection of tours ranging from Escorted or Independent arrangements, to Self-drive or Private tours, many of which can be extended by adding more nights, along with extra excursions to fill the days. Our continued exploration and research of new travel opportunities in these areas, means that our clients can be confident of enjoying the benefits of our knowledge and expertise. Whichever destinations and tour types are preferred; clients can experience historical and cultural delights, as well as witnessing, first hand, amazing landscapes and natural environments. At www.nordictravel.com.au, you can browse through all of our current tours by country, category and season. A selection can also be seen in our online brochure. Nordic Travel Australia is 100% Australian owned and operated." Huomiot: -Tällä hetkellä myynnissä enemmän talvea, mutta myös kesä kiinnostaa
--	---

fins-tours sa Company type: Travel Agency, Travel Agency with own production https://www.fins-tours.ch/ Contact person: Eeva Väänänen Title: Travel agent E-mail: info@fins-tours.ch	Small Finnish-owned Company located in Bern, Switzerland. fins-tours sa was founded in 1985. We specialize in Scandinavia and Switzerland. We organize customized trips for individual customers and groups to the most diverse customer requirements Small Finnish-owned Company located in Bern, Switzerland. fins-tours sa was founded in 1985. We specialize in Scandinavia and Switzerland. We organize customized trips for individual customers and groups to the most diverse customer requirements. Huomioita: -Kiinnostaa erityisesti valmiit paketit -Suurin osa asiakkaista FIT -Kesä 2019 ja 2020
--	--

TOURMUNDIAL OPERADORES Company type: Tour Operator Business profile: Package tours, Individual travelers Company description: TOUR OPERATOR www.tourmundial.es Contact person: SIMONA PETEREK Title: CONTRACTING DEPARTMENT E-mail: europaproducto@tourmundial.es	Huomioita: -Kiinnostunut siitä, onko jollain tuottajalla saatavilla espanjankielistä opastusta? -Haluaa tietoja hinnoista ja komissioista
VIAJES TIERRAS POLARES Company type: Tour Operator, Travel Agency, Travel Agency with own production Business profile: Package tours, Individual travelers www.tierraspolares.es Contact person: CARLA LASTA Title: SALES DIRECTOR E-mail: CARLA@TIERRASPOLARES.ES Jorge Alfonso Garlobo Title: Destination Manager & Contracting, logistica@tierraspolares.es	Tierras Polares Viajes is a tour operator and travel agency specialized in hiking and active tours all over Polar Regions and Nordic Countries. Huomiota: -pieniä ryhmiä -kiinnostunut kesästä, mutta myös talvesta

KFT CORPORATION Company type: Travel Agency Business profile: Individual travelers, Ad hoc group and MICE kft.travel Contact person: SHILPA ARYA Title: DIRECTOR E-mail: shilpa@kft.travel	For Affluent Urban Indians, primarily resident in Mumbai, KFT Holidays aims to be the premier luxury travel consultancy through delivering unique, luxurious experiences. To do this KFT Holidays relies on its years of experience and the vast network of local connections made over the years.
MARCO VASCO Company type: Tour Operator Business profile: Individual travelers www.marcovasco.fr Contact person: Raphaël BERTRAND Title: Travel Agent E-mail: rbertrand@marcovasco.fr	Marco Vasco is offering personalized trips all over the world. Huomioita: -etsii uusia ideoita ja aktiviteettejä
Visit Finland / Intia Sara Sodhi sara.sodhi@businessfinland.fi	Huomioita: -Kiinnostunut esitteistä & tuotteista -”Live like a local” –tyyppiset konseptit kiinnostaa

Inghams (Hotelplan UK LTD) Company type: Tour Operator Business profile: Package tours, Individual travelers, Ad hoc group and MICE, Online business www.ingham.co.uk Contact person: Jessica Howell Title: Product Manager- Finland & Norway E-mail: jessica.howell@ingham.co.uk	"Inghams is one of the UK's leading specialist tour operators. Inghams is part of Swiss travel organisation Hotelplan, which is in turn part of the Migros organisation, the largest grocery wholesaler and retailer in Switzerland. With over 80 years of operating Ski and Lakes & Mountains holidays, it's no surprise Inghams is expert at delivering award winning holidays to its loyal guests. The foundation of our success is the deep and long-lasting relationships with our partner hoteliers and other suppliers. These enduring partnerships and friendships are fundamental in creating the best holidays and value for our customers. The Inghams team prides itself on providing expert and friendly service for our customers at every step of their holiday, from our knowledgeable Reservations team who will help guests by offering expert advice and suggestions before they book through to our award winning in resort Rep service. Guests can be assured of only the highest levels of quality, service and peace of mind when they travel with Inghams." Huomioita: -On kiinnostunut ensimmäisen kesän palautteista (Polarlife – matkat) -Valmiit paketit kiinnostaa & on hyvä asia -Myös ruska kiinnostaa
---	--

GIVER VIAGGI Company type: Tour Operator Business profile: Package tours, Ad hoc group and MICE www.giverviaggi.com Contact person: Cristina Ferrando Title: Product manager E-mail: ferrandoc@giverviaggi.com	"GIVER VIAGGI E CROCIERE IS A TOUR OPERATOR MAINLY KNOWN AS ONE OF THE LEADER IN GROUP SALES TO SCANDINAVIA & FINLAND. SUMMER AND WINTER CHARTER TO NORWAY AND WINTER CHARTER TO ROVANIEMI - SMALL OPERATION BUT MANY PASSENGERS FOR OUR TARGET." Huomioita: -etsivät erityisesti kulttuurituotteita -saamelaiskulttuuri kiinnostaa
---	--

TRAVEL COUNSELLORS Company type: Travel Agency Business profile: Package tours, Individual travelers, Ad hoc group and MICE www.travelcounsellors.ae Contact person: ANDREA BAILEY Title: TRAVEL COUNSELLOR E-mail: andrea.bailey@travelcounsellors.ae	Bespoke travel and tour providers ... with a niche of family travel and honeymoons. Huomioita: -Tällä hetkellä myynnissä talvea, mutta kiinnostusta myös kesään.
Shanghai Ctrip International Travel Service Co., Ltd Company type: Travel Agency Business profile: Package tours, Individual travelers, Online business www.ctrip.com Contact person: JIAQI HU Title: BD Manager E-mail: jiaqihu@ctrip.com	"We are a part of the Ctrip Group, a NASDAQ listed company since 2003 (NASDAQ: CTRP) with over 30,000 employees and over 300 million members, making it one of the leading online travel agencies in the world. With more than 1.2 million hotels in 200 countries and regions, we have built an extensive hotel network to give our customers a fantastic choice of accommodation. Our far-reaching flight network has over 2 million individual flight routes connecting more than 5,000 cities around the globe. When you combine this with our 24/7 English customer service and various other travel products, you can trust us to take care of your next trip. This website is operated by Ctrip.com (Hong Kong) Limited, ("Trip.com"), a Hong Kong entity duly incorporated and registered in Hong Kong. Trip.com is part of the Ctrip Group of companies." Huomioita: -Etsii aktiviteettejä myyntiin (DMC kumppani) -Yhden päivän ohjelmia

Back-Roads Touring Co. Head of Sales Australia and New Zealand Dylan Hearne d.hearne@backroadstouring.com.au www.backroadstouring.com	The experts in small group touring. Huomioita: -Inari-Saariselkä heille uusi alue -Tällä hetkellä myyvät talvea, mutta jatkossa kiinnostunut myös kesästä
Perfectly Planned Journeys Business profile: Travel Agency Company type: Package tours, Individual travelers www.perfectlyplannedjourneys.com Contact person: Lene Minyard Title: Travel Advisor / Agency Owner E-mail: lene@perfectlyplannedjourneys.com	"Perfectly Planned Journeys specializes in small customized groups. I focus on special interest such as food, wine, beer, photography, local culture etc. Being Norwegian, I have a strong focus on the Nordic countries and I am constantly searching for unique destinations and experiences to share with my clients. My goal is to provide experiences that are unique and customized to my clients' likes, needs and desires, not the basic trips that clients can easily find on the internet or in a brochure. I take pride in introducing my clients to places and experiences they never even dreamed of that will turned into cherished life long memories." Huomioita: -Tekevät räätälöityjä matkoja -E erityisen tärkeää luotettavat yhteistyökumppanit
NPT Norway ProTravel GmbH Company type: Tour Operator, Whole Seller Business profile: Package tours, Individual travelers, Ad hoc group and MICE www.norwayprotravel.de Contact person: Ole Nysetvold Title: Geschäftsführer E-mail: ole.nysetvold@norwayprotravel.de	TO specialized on the Nordic countries. Belongs to the IPT Group. Work as a whole seller with groups and FIT. Direct to client mainly as FIT seller (some groups) Huomioita: -myyvät kesää 2020 & talvea 2021 -tekevät kiertomatkoja, paljon eri kohteita

Glur Reisen Company type: Tour Operator, Travel Agency www.glur.ch Contact person: Claudia Crugno / Philipp Jordi Title: Sales Agent & Product Manager Finland / Director E-mail: crugno@glur.ch / jordi@glur.ch	"We are one of the biggest tour operators in Switzerland, specialized in the north, with an experience for more than 40 years. Our business started with charter flights to Helsinki, and has grown to the portfolio of all the the Scandinavian countries like Norway, Sweden, Denmark, Iceland, Faroe Islands and of course Finland. Furthermore, we sell the arctic regions like Svalbard and Greenland and Antarctica along with all common expedition cruise destinations (Northwest Passage, Northeast Passage, Canada, Alaska and South America). We are also an international representative of Hurtigruten. We are a brand of the company knecht reisen, which holds the ownership of 16 brands, consisting of specialized tour operators, incoming agencies and transport companies. We all together belong to the TTS, a cooperation of Swiss travel companies. We produce our catalogues in French and German. The majority of our customers are FIT's (couples and small families or groups): Additionally we have a group department for bigger groups." Huomioita: -Kiinnostuneet aktiviteeteista vaelluksen & pyöräilyn lisäksi halutaan jotain muutakin houkuttelevaa ohjelmaa -aikovat markkinoida Suomea, esim. tekemällä markkinointilehden -Ovat olleet mukana Visit Arctic Europe -hankkeessa
WORLDIA Company type: Tour Operator, Travel Agency Business profile: Individual travelers, Online business www.worldia.com Contact person: Marie-Anne de Kermenguy Title: Europe Production Agent E-mail: madekermenguy@worldia.com	Digital platform to create tailor made journeys online. Mainly BtoB. Dynamic packages with prices and availability in real time. Huomioita: -OTA -Etsivät paikallisia tuottajia, jotka voivat tarjota mm. majoitusta, aktiviteetteja -Asiakkaat kokoavat itse matkakokonaisuuden -pääasiassa yksittäisiä asiakkaita, joskus pieniä ryhmiä

Europe Holidays Company type: Tour Operator, Travel Agency, Travel Agency with own production, Whole Seller Business profile: Package tours, Individual travelers, Online business https://www.europeholidays.com.au/ Contact person: Amber Thomas Title: Product Co-ordinator and Contracting E-mail: amber@europeholidays.com.au	We are an online travel agency/wholesaler specializing in Europe. We have been in business for 26 years and create itineraries based on the needs of clients by using tours, cruises, city packages etc.
CHINA INTERNATIONAL TRAVEL SERVICE SHENZHEN CO.,LTD Company type: Travel Agency with own production Business profile Package tours, Individual travelers, Ad hoc group and MICE, Online business http://www.eachtravel.com/ www.nicetour.cn Contact person: LU DENG Title: Product manager E-mail: lunawork@163.com	"China International Travel Service Shenzhen Co., Ltd., established in 1954, it is a well-known travel agency in Guangdong province. So far, we already hold 19 branch companies of different travel products, and has 2000+ professional, knowledgeable and experienced employees, more than 180+ chain stores in Shenzhen and branches in Dongguan, Guangzhou, Shantou, Beijing, Shanghai, Hong Kong, Japan Osaka, etc. It has formed a complete business system." Huomioita: -Pieniä ryhmiä (20-25 hlöä) -Kiinnostus lajikokeiluihin opastetusti mm. hiihto

MIKI TOURST CO. LTD Company type: Tour Operator Business profile: Package tours, Individual travelers, Ad hoc group and MICE https://www.mikitourist.co.jp/ Contact person: CHIEKO AKEDA Title: CHIEF E-mail: c.kuriyama@group- miki.com	"Miki travel is land operator in Europe. We have branch office in HEL/STO/OSL in Scandinavia. We handle both of FIT/GROUP tours included with technical visit."
--	--