



## Matkailuosaaminen ja ketteryys vakuuttivat SEK kansainvälisen Lapland – The North of Finland -hankkeen kumppaniksi

*Lappi ja Koillismaa yhdistävät voimansa pohjoisen Suomen kansainvälisessä matkailumarkkinoinnissa. Mittavan Lapland – The North of Finland -hankkeen markkinointi- ja viestintäkumppaniksi valittiin SEKin yhtiöistä ja mediatoimisto Voitosta koostuva tiimi, joka vakuutti toimijat matkailualan asiantuntevuksellaan. Hankkeen mainos- ja viestintätoimisto kilpailutukseen osallistuivat SEKin ohella Avalon, Bob Helsinki, PHS\TBWA Helsinki ja Touch Worldwide.*

Lapland – The North of Finland on uudenlainen maakuntarajat ylittävä matkailuhanke, joka käynnistyy vauhdikkaasti. Hankkeen pääkohdemarkkinat ovat Iso-Britannia, Alankomaat, Venäjä ja Saksa.

”Nopea liikkeellelähtö edellyttää markkinointi- ja viestintäkumppanilta vahvaa kansainvälisen matkailualan tuntemusta, ketteryyttä ja toteutuskelpoista suunnitelmaa. Näitä kaikkia SEK pystyi ehdotuksessaan tarjoamaan. Arvostamme myös SEKin osaamista erityisesti matkailullisen imagon ja brändin rakentamisessa sekä tämän hankkeen kohdemarkkinoiden hyvää tuntemusta”, hankkeen markkinointijohtaja **Hanna-Mari Talvensaari** Lapin liitosta summaa valintaperusteita.

Koko maailman vuosittaisesta matkailusta Suomessa vierailevien matkailijoiden osuus on 0,4 %. Nämä noin 3,7 miljoonaa kävijää toivat maahan arviolta 2,2 miljardia euroa vuonna 2010.

”Maailmanlaajuisesti kasvavia matkailutrendejä ovat muun muassa kestävä kehitys ja ympäristöarvot, individualismi, elämäntyylin hidastaminen sekä räätälöityjen hyvinvointipalveluiden kysyntä. Meillä on ainutlaatuinen mahdollisuus profiloida pohjoista Suomea matkakohteena vastaamaan tätä kysyntää,” sanoo Talvensaari.

### Lapland – The North of Finland -hankkeelle vahva visuaalinen tunnus

Hankkeelle on jo luotu vahva visuaalinen ilme, joka juontuu matkailu-Suomen visuaalisesta identiteetistä. ”Bränditason yhtenäisyydellä saavutetaan merkittäviä synergiahyötyjä Visit Finlandin ja Lapland – The North of Finlandin markkinoinnissa,” kertoo Talvensaari. ”Lappi ja pohjoinen Suomi ovat aina olleet tärkeä osa Suomen matkailumarkkinointia.” Uusi tunnus on värimaailmaltaan voimakas ilmentäen Lapin ja pohjoisen Suomen luonnolle tunnusomaisia värejä - keltaista, punaista ja sinistä.

Kolmivuotisen hankkeen budjetti on 5,8 miljoonaa euroa, ja sen rahoitukseen osallistuvat Euroopan aluekehitysrahasto, Lapin liitto ja Pohjois-Pohjanmaan liitto, Lapin ja Koillismaan kunnat sekä Matkailun edistämiskeskus. Alueen matkailuelinkeinolla ja Finavialla on merkittävä rooli hankkeen toteuttamisessa.

### Lisätietoja:

Markkinointijohtaja Hanna-Mari Talvensaari, Lapin liitto,  
hanna-mari.talvensaari@lapinliitto.fi, puh. 040 570 0268  
Sofia Uitto, SEK&Grey Oy, sofia.uitto@sekgrey.fi, puh. 050 309 5540