



HOUSE OF LAPLAND

## PALVELUSOPIMUS LAPIN YHTEISESTÄ MARKKINOINNISTA V. 2021

### 1. SOPIJAPUOLET

Palvelun tuottaja: House of Lapland Oy (1544440-5)  
Valtakatu 11 C, 96100 Rovaniemi

Palvelun tilaaja: Kittilän kunta (0191406-6)  
Valtatie 15, 99100 Kittilä

### 2. TAUSTAA

House of Lapland Oy on voittoa tavoittelematon kehitysyritys, jonka suurin omistaja on Rovaniemen Kehitys Oy, Elinkeinot & kehitys Nordica/Inarin kunta, Itä-Lapin kuntayhtymä, Kittilän kunta, Lapin ammattikorkeakoulu Oy, Lapin yliopistosäätiö, Lapin Yrittäjät ry, Meri-Lapin kehittämiskeskus ry, Pellon kunta, Posion Kehitysyritys Oy, Sodankylän kunta, Tunturi-Lapin Kehitys ry, Utsjoen kunta ja Ylitornion kunta.

Yhtiöjärjestyksen mukaisesti House of Laplandin tarkoituksena on edistää Lapin näkyvyyttä ja vetovoimaa markkinoinnin ja viestinnän keinoin kansallisesti ja kansainvälisesti Lapin kannalta tärkeiden sidosryhmien keskuudessa. Yhtiö luo kysyntää alueen yritysten ja kehitysorganisaatioiden palveluille, edistää asukkaiden, uusien yritysten, matkailijoiden ja kuvaustuotantojen saantia Lapin alueelle sekä tarjoaa yhteistyökumppaneilleen kanavan tehokkaaseen viestintään ja brändinhallintaan. Sopimuskaudella House of Lapland tarjoaa kumppaneilleen myös markkinoinnin osaamista webinaarien ja neuvonnan avulla.

### 3. SOPIMUKSEN TARKOITUS

Tällä sopimuksella osapuolet sopivat Lapin elokuvakomissiota, osaja- ja bisnesmarkkinointia koskevista tavoitteista, sisällöistä ja toimenpiteistä sekä Tilaajan niihin myöntämistä resursseista vuonna 2021.

### 4. TOIMINNAN YKSILÖINTI

Yhtiön toiminta jakautuu kahteen eri osa-alueeseen: ohjelmakohtaiseen perustoimintaan sekä hankkeilla toteutettavaan kehittämistoimintaan. Perustoiminta sisältää yhtiön hallinnon, hankkeiden valmistelun, sidosryhmäyhteistyön, kohderyhmien asiakaspalvelun, kuten tuotanto- ja investori-kyselyihin vastaamisen sekä markkinointitoimenpiteitä. Kehittämishankkeilla vastataan markkinoinnin keinoin maakunnan kehittämishaasteisiin tai kehitetään yhteismarkkinointia.





## HOUSE OF LAPLAND

### 5. TOIMINNAN TAVOITTEET, MITTARIT ja RAPORTOINTI 2021

House of Laplandin toiminnan yksityiskohtaiset tavoitteet ja mittarit sekä kohderyhmät määritellään ohjelmakohtaisesti mukana olevien kuntien kanssa ja ne hyväksyy yhtiön hallitus. Yhteismarkkinoinnin tulokset raportoidaan kvartaaleittain Tilaajan nimeämälle yhteyshenkilölle. Puolivuosittain Tilaajalle esitetään analyysi myös kuntakohtaisista tuloksista. Tiivistelmä yhtiön toiminnan tuloksista julkaistaan vuosittain.

### 6. TOIMENPITEET JA RESURSSIT

#### 6.1. Talent Boost – Lapin osaajamarkkinointi

**Tavoite:** Profiloida Lappi elämän laadun ykkösalueeksi, joka tarjoaa mielenkiintoisia uramahdollisuuksia. Muuttaa muuton esteinä olevia mielikuvia sekä tarjota muuttopäätöstä helpottavaa tietoa ja ohjata kiinnostuneet avoimien työpaikkojen ja asuntojen pariin.

**Kohderyhmä:** Potentiaaliset Lappiin muuttajat Suomessa, erityisesti tarvittavien alojen työvoima sekä kasvua tuottavat osaajat.

**Palvelu sisältää:** Alueen muuttaja- ja osaajavetovoiman kasvattamisen osana Lapin yhteistä osaaja- ja asukasmarkkinointia. Alueen vahvuksien esiin tuomisen Lapin yhteisissä kanavissa ja sisällöissä sekä kuntakohtaisen Löydä paikkasi Lapista -palvelun, joka sisältää kunnan avoimet työpaikat toimialoittain, myytävät ja vuokrattavat asunnot sekä inspiroivia tarinoita ja vinkkejä elämään kunnassa. Potentiaalisten muuttajien palvelemisen tarjoamalla heille vinkkejä ja faktoja ja ohjaamalla eteenpäin avoimien työpaikkojen ja myytävien asuntojen pariin. Palvelu sisältää myös Tilaajan konsultoinnin markkinoinnin haasteissa sekä alueen markkinoinnin yhteensovittamisessa Lapin yhteisen osaajamarkkinoinnin kanssa.

#### Toimenpiteet:

- Lapin osaaja- ja asukasvetovoiman vetovoiman kasvattaminen toteuttamalla jatkuvaa, kohdennettua sisältömarkkinointia potentiaalisille muuttajille mm. #MunLappi -kanavissa sekä muita soveltuvia markkinointitoimenpiteitä ja kampanjoita.
- Markkina- ja kohderyhmätiedon tuottaminen Tilaajan käyttöön
- Lapin osaajamarkkinoinnin kehittäminen koko verkostossa tuottamalla
  - ◆ markkinoinnin webinaareja
  - ◆ Tilaajan markkinoinnin haasteisiin pureutuvan kuntaklinikka-tapaamisen sekä muuta neuvontaa tarvittaessa





## HOUSE OF LAPLAND

### **Tulokset:**

Toiminnan tuloksena Lapin muuttajavetovoima kasvaa sekä Lappiin muuttoon harkitsevien henkilöiden määrä kasvaa. Muutosta Lapin tunnettuudessa sekä muuttajavetovoimassa mitataan kohderyhmätutkimuksen avulla. Markkinoinnin tavoitteita ja mittareita sekä arviota markkinoinnin vaikuttavuudesta on eritelty sopimuksen liitteessä.

**Palvelun hinta: 10 100 €**

### **6.2. Business Lapland – Lapin elinkeinomarkkinointi**

**Tavoite:** Herättää kiinnostusta Lapin liiketoiminta- ja investointimahdollisuuksia kohtaan sekä varmistaa, että Lapin bisnesmahdollisuudet tunnetaan keskeisillä toimialoilla ja että niihin on helppo tarttua.

**Kohderyhmä:** Alueelle potentiaalisesti sijoittuvat yritykset ja investorit.

**Palvelu sisältää:** Kunnan liiketoimintamahdollisuuksien kattavan markkinoinnin osana Business Lapland -kokonaisuutta. Kunnan liiketoiminta- ja investointimahdollisuuksien esittelyn lapland.fi-verkkopalvelussa (suomi & englanti) sekä kiinnostuneiden yritysten ja investorien ohjaamisen kuntaan. Palvelu sisältää myös Tilaajan konsultoinnin markkinoinnin haasteissa sekä alueen markkinoinnin yhteensovittamisessa Lapin yhteismarkkinoinnin kanssa.

### **Toimenpiteet:**

- Kiinnostuksen ja kysynnän kasvattaminen Lapin bisnesmahdollisuuksia kohtaan toteuttamalla säännöllistä sisältömarkkinointia Business Lapland -kanavissa sekä muilla soveltuvilla markkinointitoimenpiteillä.
- Lapin liiketoiminta- ja investointimahdollisuuksista sekä yritysten onnistumisista kertominen ja tiedon kiteyttäminen eri toimialojen kasvunäkymistä.
- Kiinnostuneiden yritysten ja investoreiden palveleminen tarjoamalla heille ajantasaista tietoa ja oikeat kontaktit Business Lapland –verkkopalvelun ja kuntakohtaisten esittelyjen avulla sekä vastaamalla kyselyihin ja ohjaamalla kiinnostuneet eteenpäin verkostossamme.
- Lapin bisnesmarkkinoinnin kehittäminen koko verkostossa tuottamalla
  - ◆ markkinoinnin webinaareja
  - ◆ Tilaajan markkinoinnin haasteisiin pureutuvan kuntaklinikka-tapaamisen sekä muuta neuvontaa tarvittaessa.

### **Tulokset:**

Toiminnan tuloksena Lapin tunnettuus ja vetovoima bisnesympäristönä kasvaa. Lappiin sijoittumista tai investointia harkitsevien yritysten ja henkilöiden määrä kasvaa. Muutosta Lapin tunnettuudessa ja kiinnostuksen kasvussa mitataan





## HOUSE OF LAPLAND

asiakastutkimuksen avulla. Markkinoinnin tavoitteita ja mittareita sekä arviota markkinoinnin vaikuttavuudesta on eritelty sopimuksen liitteessä.

**Palvelun hinta: 9 700 €**

### 6.3. Film Friendly – Lapin elokuvakomissio

**Tavoite:** Ylläpitää Lapin tunnettuutta ja profiloida Lappi helposti saavutettavimpana ja monipuolisimpana arktisena kuvauslokaationa sekä herättää kasvattaa kiinnostusta Lapissa kuvaamista kohtaan.

**Kohderyhmä:** AV-alan ammattilaiset Euroopassa, USAssa

**Palvelu sisältää:** Alueen kuvauslokaatioiden markkinoinnin osana tehokasta Lapin elokuvakomission yhteismarkkinointia. Tuotantojen neuvonnan ja paikallisten FilmFriendly-kumppaneiden sekä kunnan kuvauslokaatioiden suosittelun tuotannoille. Lapin kiinnostavimman kuvauspaikat esitellään myös Lapland Filming Locations -verkkopalvelussa. Tuemme kumppaneitamme mahdollisten av-alan kumppanuuksien arvioinnissa sekä tarjoamme FilmFriendly-perehdytyksen kunnan avainhenkilöille.

#### Toimenpiteet:

- Kiinnostuksen ja kysynnän kasvattaminen Lappia kohtaan toteuttamalla säännöllistä sisältömarkkinointia #FilmLapland-kanavissa, verkostoitumalla markkina-alueilla ja kutsumalla nimekkäitä ammattilaisia tutustumismatkoille.
- Tuotantojen palveleminen vastaamalla heidän kysymyksiinsä, tarjoamalla scout-avustusta sekä suosittelemalla parhaat kumppanit ja lokaatiot sekä palveluntarjoajat alueelta.
- Tilaajan tukeminen av-alan kumppanuuksien arvioinnissa sekä FilmFriendly-perehdytyksen tarjoaminen kunnan avainhenkilöille.

#### Tulokset:

Toiminnan tuloksena Lapin tunnettuus ja vetovoima kuvauslokaationa kasvaa. Lappiin sijoittuvien ja täällä kuvaamista harkitsevien tuotantojen määrä kasvaa. Muutosta Lapin tunnettuudessa ja kiinnostuksen kasvussa mitataan asiakaskyselyn avulla. Markkinoinnin tavoitteita ja mittareita sekä arviota markkinoinnin vaikuttavuudesta on eritelty sopimuksen liitteessä.

**Palvelun hinta: 29 600 €**





**HOUSE OF LAPLAND**

## **7. PALVELUSOPIMUKSEN KOKONAISHINTA JA LASKUTUS**

Palvelusopimuksen toimenpiteiden **kokonaishinta on 49 400 euroa**. House of Lapland laskuttaa summan yhdessä erässä tammikuussa 2021.

LIITE: Arvio markkinoinnin vaikuttavuudesta v. 2021

## **8. ALLEKIRJOITUKSET**

**House of Lapland Oy**

Päiväys: Rovaniemellä, 11.1.2021

Allekirjoitus:

Nimenselvennys:

Sanna Tarssanen  
Toimitusjohtaja

**Kittilän kunta**

Päiväys:

Allekirjoitus:

Nimenselvennys:





HOUSE OF LAPLAND

## LIITE Palvelusopimukseen, Arvio markkinoinnin vaikuttavuudesta V. 2021

### Markkinoinnista

Markkinointi on aina strateginen investointi, sillä asiakkaiden kiinnostus ja kysyntä ovat toimialaan katsomatta kaiken liiketoiminnan ja kasvun perusta. Lapin kuntien talous on riippuvainen Lappiin suuntautuvasta matkailusta, tänne muualta muuttavista asukkaista, osaajista ja opiskelijoista sekä alueelle investoivista yrityksistä.

Monesta muusta alueesta poiketen suhdanteet tai sijainti eivät Lapissa takaa kuntien elinvoiman kehittymistä tulevaisuudessa. Elinvoima on luotava itse. Markkinointi on keskeinen elinvoimatyökalu, sen avulla voimme muuttaa suuren yleisön mielikuvia sekä vaikuttaa ihmisten toimintaan.

Markkinointi on kuitenkin myös resurssipeliä. Erityisesti uutta kysyntää luovassa markkinoinnissa volyyymilla on väliä. Mitä suuremman ääniosuuden saavutamme markkinoinnilla, sitä suuremman osuuden markkinoista saamme. Siksi myös kilpailijoiden resursseilla on väliä. Lapin kuntien ja kaupunkien on mahdotonta pärjätä yksin kilpailussa matkailijoista, osaajista ja pääomista. Vain yhdessä meidän on mahdollista saada kokoon tarvittavat resurssit sekä riittävä, suurta yleisöä kiinnostava tarjonta. Kaikkien Lapin kuntien ja korkeakoulujen tärkein vetovoimatekijä on Lappi.

### Vaikuttavuudesta

House of Laplandin tehtävä on varmistaa, että Lappi näkyy, kuuluu ja kiinnostaa asuinpaikkana, bisnesympäristönä, kansainvälisenä matkakohteena sekä kuvauslokaationa.

Huolehdimme kumppaneidemme vetovoimasta ylläpitämällä ja kasvattamalla Lapin vetovoimaa tehokkailla, yhteisillä markkinointitratkaisuilla ja tarjoamalla tietoa ja työkaluja markkinoinnin johtamiseen. Lapin kunnissa työ näkyy uusina yrityksinä, matkailijoina ja muuttajina.

### Talent Boost – Osaajamarkkinointi

Lapin osaajamarkkinoinnin laajaan kohderyhmään kuuluu n. 900 000 suomalaista. Näiden 18-45 vuotiaiden henkilöiden arvomaailma mahdollistaisi Lappiin muuttamisen. Ydinkohderyhmän muodostaa tästä joukosta noin 500 000 jo kiinnostuksensa tavalla tai toisella Lappia kohtaan ilmaissutta henkilöä.

Talent Boost -ohjelma tavoittaa markkinointiviestillä vuoden 2021 aikana laajasta kohderyhmästä 30% eli 300 000 kohderyhmään kuuluvaa henkilöä viikoittain. Keskimäärin laajaan kohderyhmään kuuluva altistuu Lapin markkinointiviestille 25 kertaa vuoden aikana. Tämä markkinointiviestinnän volyyymi mahdollistaa markkinoinnin aidon vaikuttavuuden mielikuvien ja toiminnan tasolla

Kohderyhmästä noin puolet, 230 000 henkilöä, vieraillee House of Laplandin muuttajille suunnatulla verkkosivuilla tutustumassa elämään ja mahdollisuuksiin Lapissa. Markkinoinnin voidaan katsoa vaikuttavan merkittäväällä tavalla noin 300 000 henkilön muuttopäätökseen ja mielikuvaan Lapista. Yksi muuttaja tuo kuntaan keskimäärin 7 000 euron verotulokertymän vuodessa.





## HOUSE OF LAPLAND

### **Only in Lapland – Matkailumarkkinointi**

Lapin yhteisen matkailumarkkinoinnin kohderyhmään kuuluu noin 110 miljoonan matkailijan kohderyhmä, joista ydinkohderyhmän muodostavat noin 25 miljoonaa kansainvälistä, luontoelämyksistä ja luonnossa harrastamisesta kiinnostunutta matkailijaa Lapin matkailun toipumisen kannalta tärkeimmillä markkinoilla.

Only in Lapland -markkinointiviesti tavoittaa viikoittain noin miljoona ydinkohderyhmään kuuluvaa henkilöä. Yhteensä markkinointiviestinnän kohtaamisia syntyy vuodessa noin 500 miljoonaa. Kohderyhmästä noin 200 000 henkilöä tutustuu markkinointisisältöihin Only in Lapland -verkkosivuilla.

Tällä markkinoinnin volyymillä vaikutamme Lapin tunnettuuteen ja kohderyhmän matkustuskiinnostukseen merkittäväällä tavalla. Markkinointi synnyttää kysyntää, joka mahdollistaa kustannustehokkaat myynilliset markkinointitoimenpiteet Lapin eri kohteissa.

Markkinointitoimenpiteiden oletetaan kasvattavan matkustushalukkuutta Lappiin markkinoinnin kohdemarkkinoilla +5%, joka toteutuessaan nykyisellä tasolla saapumisiksi muodostaa noin 8-9 milj. euron vuotuisen matkailutulon lisäyksen. Matkustuskiinnostuksen kasvulla on merkittäviä kumulatiivisia vaikutuksia erityisesti pidemmällä aikavälillä.

### **Film Friendly – Lapin elokuvakomissio**

Elokuvakomission markkinoinnin kohderyhmään kuuluu n. 260 000 tuotantopäätöksiin vaikuttavaa audiovisuaalisen alan ammattilaista Euroopassa ja USAssa.

Film Friendly -ohjelman markkinointiviesti tavoittaa vuoden aikana kohderyhmästä yli 60% eli 150 000 henkilöä viikoittain. Vuoden aikana tavoitetaan merkittävä osa kohderyhmästä.

Korkea tavoitavuus ja viestinnän kohtaamisten määrän vaikuttaa merkittävästi Lapin tunnettuuteen sekä ymmärrykseen Lapin tarjonnasta ja mahdollisuuksista koko kohderyhmässä. Korkealla tavoitavuudella pyrimme myös viestin korkeaan muistettavuuteen ja näin pitkäaikaiseen vaikuttavuuteen, jotta Lappi olisi muistissa myöhemminkin sopivan tuotannon tullessa ajankohtaiseksi.

Kohderyhmästä noin 50 000 henkilöä vierailee House of Laplandin av-tuotannoille suunnatulla verkkosivuilla. Elokuvakomission henkilökunta palvelee 80 Lapista kuvauspaikkaa hakevaa tuotantoa, joista realisoituu vuoden 2021 aikana arviolta 50 tuotantoa.

Mikäli oletettu tuotantojen volyymi toteutuu, niiden suora tulovaikutus Lapissa vuoden 2021 aikana on noin puoli miljoonaa euroa ja tuotantojen tuoman näkyvyyden arvo useita miljoonia euroa.

### **Business Lapland – Lapin elinkeinomarkkinointi**

Business Lapland -ohjelman markkinoinnin kohderyhmään kuuluu noin 6,6 miljoonaa yrityspäätäjää Suomessa ja Euroopassa.

Business Lapland -ohjelman markkinointiviesti tavoittaa noin 129 000 kohderyhmään kuuluvaa henkilöä viikoittain. Keskimäärin kohderyhmään kuuluva henkilö altistuu Lapin markkinointiviestille noin 3 kertaa. Tavoitavuus hyvin kohdennettuna riittää potentiaalisimpien kohderyhmään kuuluvien vakuuttamiseen. Markkinointiviestinnän vaikuttavuus perustuu markkinointiviestinnän jo tunnistettujen yleisöjen tavoittamiseen ja aktivoimiseen.





## HOUSE OF LAPLAND

Kohderyhmästä vierailee House of Laplandin elinkeinomarkkinoinnin verkkopalvelussa noin 50 000 henkilöä, lisätietoja ja aineistoja sivustolta ladataan noin 1300 kertaa. House of Laplandin henkilöstö palvelee arviolta kymmentä Lapista kiinnostunutta investoria tai yritystä.

Mikäli yksikin kontakteista johtaa yrityksen perustamiseen, laajentumiseen tai investointiin Lapissa, ovat sen tulovaikutukset mittavia. On arvioitu, että esimerkiksi noin 200 majoitusyksikön investointi tuottaisi rakentamisvaiheessa palkkaverotuloja kuntaan noin 920 000 euroa ja toimintavaiheen vuotuinen verotulo on noin 250 000-300 000 euroa. Lisäksi on arvioitu, että 1 miljoonan liikevaihto matkailuyrityksessä tuottaa vuotuisia suoria verotuloja kunnalle noin 70 000-100 000 euroa.

