



nature
Rovaniemi

THE OFFICIAL HOMETOWN
OF SANTA CLAUS®



SISÄLLYSLUETTELO

Sisällysluettelo	3
Rovaniemi Nature – Yleiskatsaus	4
Mikä on Rovaniemi Nature -brändi?	6
Mikä se ei ole?	6
Miksi brändi on olemassa?	7
Kenelle ja mihin tarkoitukseen se on tehty? Mitä hyötyä siitä on?	9
Mitä hyötyä Rovaniemi Nature -brändistä on yleisesti?	10
Rovaniemi Nature sopii hyvin myös Visit Finlandin hyvinvointimatkailustrategiaan	11
Rovaniemi Nature -brändiin istuu hyvin myös luonnossa liikkumisen hyvinvointinäkökulma	11
Asiakaskohtaamiset	13
Missä Rovaniemi Nature näkyy?	13
Kuka brändiä hallinnoi?	13
Kuka brändiä saa käyttää?	13
Passiviteetit actionin rinnalla	14
Moniaistisuus	16
Tunnuksen käyttöohjeet	18
Esimerkkejä graafisista sovelluksista	20
Mistä aineistot löytää?	22

ROVANIEMI NATURE – YLEISKATSAUS

Rovaniemi Nature on nimitys, viesti ja visuaalinen ilme Rovaniemen luontomatkailutarjonnalle. Rovaniemi Nature yhdistää Rovaniemen parhaat luontokohteet sekä luontomatkailupalvelut ja palvelee siinä tarkoituksessa niin matkailijoita kuin paikallisiakin.

Rovaniemi Nature – nimi

#RovaniemiNature – aihetunniste sosiaalisessa mediassa

“Arctic walk in the park” – slogan / ytimen kiteytys

Easy access to Arctic, for comfort-loving nature fans. Let us guide you! – brändin ydin englanniksi

Helppoa luontomatkailua Lapissa, mukavuudenhaluiselle, hyvinvointia arvostavalle, opastetusti. – brändin ydin suomeksi

Rovaniemi Nature brändi pohjautuu Rovaniemi – Joulupukin kotikaupunki -brändiin.

Brändi on tuotettu hanketyönä Rovaniemen kaupungin, Metsähallituksen ja Rovaniemen matkailuyritysten käyttöön. Brändistä vastaa Rovaniemen kaupunki.

**Helppoa luontomatkailua Lapissa,
mukavuudenhaluiselle, hyvinvointia
arvostavalle, opastetusti.**



MIKÄ ON ROVANIEMI NATURE -BRÄNDI?

Brändi koostuu olemuksesta ja tavasta toimia. Rovaniemi Nature on nimitys, viesti ja visuaalinen ilme Rovaniemen luontomatkailutarjonnalle. Rovaniemi Nature yhdistää Rovaniemen parhaat luontokohteet.

Rovaniemi Naturen tarkoitus on **1.** toimia Rovaniemen luontomatkailun tunnisteena ja **2.** viestiä erottuvalla tavalla mitä Rovaniemen luontomatkailu tarjoaa, kenelle ja miksi se kannattaisi valita.

Rovaniemi Nature on Rovaniemen matkailun alabrändi, yksi lähestymiskulma ja keskeinen vetovoimatekijä Rovaniemen olemuksessa – joulutarinan, pohjoisen kulttuurin, ruuan, arkkitehtuurin ja aktiviteettien rinnalla.

Rovaniemen matkailun brändeistä joulutarina on hierarkian huipulla. Rovaniemi on Joulupukin virallinen kotikaupunki. Joulupukki on brändimme ydin, se kaikkein arvokkain maailmalla tunnettu asia, joka erottaa Rovaniemen muista kaupungeista ja matkakohteista.

Rovaniemi Nature syventää Rovaniemen matkailubrändin viestiä luonnon mahdollisuuksista, erityisesti sulan maan kaudella.

Rovaniemi Nature nostaa esille arktisen luonnon tarjoamia elämyksiä; terapeuttisia elementtejä sekä virkistys- ja hyvinvointivaikutuksia

Mikä se ei ole?

Rovaniemi Nature ei ole Rovaniemen matkailubrändistä erillinen tai sen kanssa päällekkäinen brändi. Rovaniemi Nature ei yritä kertoa koko Rovaniemen tarinaa. Se ei ole ristiriidassa Rovaniemen matkailubrändin kanssa, vaan yksi kokonaisuutta tukeva osa-alue siitä.



#RovaniemiNature

MIKSI BRÄNDI ON OLEMASSA?

Tunnetuilla kaupungeilla on useita brändejä, joiden yhteinen nimittäjä on itse kaupunki. Matkailijoiden syyt vierailta ja ajanvietto kohteessa voivat painottua eri tavoilla.

Luonto on Rovaniemen keskeinen vetovoimatekijä, mutta sen olemusta ja tapaa toimia ei ole tähän mennessä määritelty, mikä on vaikeuttanut yhtenäistä viestintää. Käsissäsi oleva brändikirja täyttää tämän tarpeen.

Vaatimuksia Rovaniemen luontomatkailubrändille

- Rovaniemen luontobrändin tulee toimia "alateemana" Rovaniemi- ja Etiäinen-brändin rinnalla.
- Sen pitää toimia myös itsenäisenä brändinä Metsähallituksen ja Rovaniemen kaupungin ulkoilu- ja retkeilyreiteistä tiedotettaessa sekä reittien opasteissa.
- Brändin tulee toimia Visit Rovaniemen matkailumarkkinoinnissa.
- Brändin tulee toimia myös Rovaniemen yritysten luontomatkailutuotteiden yhteydessä
- Brändin tulee soveltua myös matkailijoiden ja paikallisten käyttöön siinä mielessä, että sitä on luontevaa käyttää esimerkiksi aihetunnisteena **#RovaniemiNature** omassa sosiaalisen median päivityksissä. Käytännössä siis kuka tahansa voi ottaa brändin omakseen.

Luonto on Rovaniemen keskeinen vetovoimatekijä



KENELLE JA MIHIN TARKOITUKSEEN SE ON TEHTY? MITÄ HYÖTYÄ SIITÄ ON?

Rovaniemi Nature on Rovaniemen kaupungille...

luontomatkailun ja luontopalveluiden brändi, jonka kohderyhmänä ovat sekä paikalliset että Rovaniemellä vierailevat matkailijat. Rovaniemi on pitkään luonut tunnettuutta matkailussa punaiseen väriin, jouluun ja poromerkkiin pohjautuen. Nämä elementit ovat laajasti käytössä ja näkyvillä kaupunkikuvassa.

Matkailijan käyttämät palvelut eivät eroa paikallisten vapaa-ajasta – pikemminkin nämä yhdessä mahdollistavat asioiden tekemisen. Vieraassa maassa ja vieraalla paikkakunnalla matkailevat ihmiset tarvitsevat enemmän tukea ja selkeämpää viestintää kuin paikalliset kotikaupungissaan. Tämän vuoksi paras toimintatapa on käyttää visuaalisia elementtejä, jotka matkailija tunnistaa (*väri, logo, graafiset elementit jne.*).

Brändiä hyödynnetään Napapiirin retkeilyalueen ja Napapiirin Pajakylän matkailualueen keskeisten reittien lähtöalueiden opastuluissa, sähköisissä palveluissa ja alueen matkailumarkkinoinnissa.

Rovaniemi Nature on matkailuyrityksille...

markkinointi- ja viestintäresurssi jota voi käyttää omien tuotteiden markkinoinnissa ja markkinointiviestinnän suunnittelussa. Rovaniemi Nature on asiakaspalvelun väline

sellaisissa tilanteissa, joissa matkailijoille halutaan viestiä luontomatkailun mahdollisuuksista ja tuotteista. Yrityksen omia tuotteita voi markkinoida Rovaniemi Nature -brändin kategoriassa myös Visit Rovaniemi -verkkosivun kautta. Visit Rovaniemi toimii myös kontaktina luontomatkailusta kiinnostuneisiin matkanjärjestäjiin ja medioihin.

Rovaniemi Nature on asukkaille...

luontomatkailupalveluiden tunnus ja viestintäresurssi. Jokainen voi omalta osaltaan tehdä Rovaniemen luontoa ja luontomatkailupalveluita tutuksi käyttämällä **#RovaniemiNature** -aihetunnistetta sosiaalisen median päivityksissään. Luontobrändin kautta asukkaat voivat löytää uusia virkistyskohteita. Tulevat kehitysprojektit parantavat myös asukkaiden lähivirkistysalueiden laatua.

Rovaniemi Nature on matkailijoille...

luontomatkailupalveluiden tunnus ja viestintäresurssi. Rovaniemi Nature on brändi joka auttaa matkailijaa löytämään ja ymmärtämään luontomatkailun mahdollisuudet. Samoin kuin paikalliset, myös matkailijat toimivat Rovaniemen luonnon osa-aikaisina markkinoijina jakaessaan sisältöjä verkossa ja sosiaalisen median kanavissa. Tällöin **#RovaniemiNature** toimii **#VisitRovaniemi**-aihetunnisteen rinnalla tarkenteena ja omana aiheenaan.

Luontobrändin kautta asukkaat voivat
löytää uusia virkistyskohteita

MITÄ HYÖTYÄ ROVANIEMI NATURE -BRÄNDISTÄ ON YLEISESTI?

Kuluttajat hakevat laatua myös luonnosta. Tämä tarkoittaa teknistä laatua, elämyksellisyyttä sekä digitaalista ja monikanavaista viestintää. Nämä kaikki yhdessä parantavat matkailukohteen veto-voimaa ja matkailijan kokemusta.

Brändäämällä ja tuotteistamalla luontoelämykset voidaan paketoida houkutteleviksi ja helposti myytäviksi kokonaisuuksiksi ja retkiksi. Yhtenäinen brändi helpottaa elämyksistä viestimistä ja mahdollistaa sen, että eri toimijat puhuvat samaa kieltä.

Ulkoilureittien rakentaminen ja ylläpito on edullista suhteessa liikutettaviin kävijä- ja käyttäjämääriin. Metsähallitus on laskenut, että keskimäärin kansallispuistoissa kävijöiden rahankäyttö tuo lähialueelle noin 10 euroa jokaista puiston retkeilypalveluihin ja luontokeskuksiin sijoitettua euroa kohti. Matkailualueilla sijaitsevilla kansallispuistoissa hyötysuhde on vielä tätä korkeampi, keskimäärin 14 euroa. Saksassa on laskettu, että ns. laaturetkeilyreittein sijoitetut eurot tulevat noin 10 x takaisin.

Taloudellisten hyötyjen lisäksi tulevat vielä lähivirkistys- ja terveyshyödyt, jotka korostuvat varsinkin kaupunkien läheisyydessä.

Esimerkiksi huikaisevat näköalat ja maisemakohteet tai vaikkapa hiljaisuus- ja rentoutumiskohteet pitää suunnitella ja rakentaa siten, että retkeilijä kokee ne niin kuin on tarkoitettu. Nämä kohteet ovat elämyksiä ja luovat sitä tunnelmaa, jota retkeilijä hakee ja jota jälkeenpäin muistellaan.

1 € sijoitus retkeilypalveluihin tuottaa 10 € lähialueelle



Rovaniemi Nature sopii hyvin myös Visit Finlandin hyvinvointimatkailustrategiaan

Visit Finlandin hyvinvointimatkailustrategian ydinviesti on: **”Luonnollista luksusta ja harmoniaa”**.

Hyvinvointimatkailustrategian painopistealueet ovat: puhdas luonto, ruoka, suomalainen saunaelämys ja suomalaiset hoidot.

Kaikki edellä mainitut toteutuvat Rovaniemellä mitä parhaiten: 1) luonto on Euroopan puhtainta, **2)** Rovaniemellä on kokoonsa nähden erinomainen ravintolatarjonta, lähiympäristöstä saatavat raaka-aineet ovat laadultaan huippuluokkaa ja niitä pääsee halutessaan itsekin keräämään **3)** Rovaniemen ympäristössä on monia saunapalveluita julkisesta hyvin privaattiin sekä **4)** Rovaniemellä on myös kattava wellness- ja hemmottelutarjonta.

Ainakin kolme ensimmäistä istuvat suoraan Rovaniemi Nature -brändin lupaukseen ja ovat paketoitavissa osaksi tuotetarjontaa.

Rovaniemi Nature -brändiin istuu hyvin myös luonnossa liikkumisen hyvinvointinäkökulma

”Suomalaiset ovat aina hoitaneet omaa henkistä ja fyysistä hyvinvointiaan luonnossa ulkoilemalla ja liikkumalla, joten tämä ”elämäntapa” on luonteva lähestymiskulma myös kansainvälisessä hyvinvointimatkailussa.”

”Luonnollista luksusta ja harmoniaa”

- VISIT FINLAND



ASIAKASKOHTAAMISET

Missä, miten, milloin?

Opastus: Majoitusten vastaanotot ja matkailuneuvonta ovat ensisijaisia asiakaspalvelijoita, joita tukevat matkailuyritysten asiakaspalvelijat sekä helppo materiaali sähköisenä ja painettuna.

Brändätty viitoitus ja opasteet alkavat jo keskustasta. Ideaalitilanteessa ne jatkuvat keskeytymättä sellaisiin paikkoihin, joihin keskivertoinen matkailija voi liikkua omin voimin: kävellen tai pyörällä. Luontopoluista tai kohteista esimerkiksi Ounasvaaran talvikävelyreitti, Ounasvaaran luontopolku, Koivusaari, Kirkkolampi-Harjulampi, Arktikumin puisto ja varauksin myös Korkalovaaran luontopolku ovat tällaisia.

Kauempana sijaitsevilla reiteillä viitoitus alkaa keskeytymättä pääväyliltä. Viitoituksessa ja opasteissa tasoja ovat: infotaulu, reittipiste, reittiwiitta ja reittimerkki.

Kaiken viestinnän tavoitteena on myös, että paikalliset osaavat tarjolla olevien opasteiden ja materiaalien avulla auttaa matkailijaa – ohjata reiteille ja lisätiedon luo sekä antaa tietoa.

MISSÄ ROVANIEMI NATURE NÄKYY?

Sähköisissä viestimissä: Visit Rovaniemen alisivut, panoraamakamerat, sähköiset infotaulut, karttasarja, sovellus.

Fyysisissä opasteissa, painotuotteissa ja kartoissa: Rovaniemen luontokohteisiin ja luontoreiteille toteutettavat opastetaulut ja kyltitykset. Eri toimijoiden painetut esitteet ja painetut kartat.

Matkailumarkkinoinnissa: Rovaniemi Nature -luontobrändiä käytetään yhtenä pääkategoriana Rovaniemen matkailumarkkinoinnissa – erityisesti sulan maan kaudella. Brändiä voi käyttää brändikirjan ohjeistuksen mukaan kaikissa markkinointikanavissa.

Sosiaalisessa mediassa: aihetunnistetta **#RovaniemiNature** voivat käyttää kaikki käyttäjät matkailun markkinointitileistä yritysten kautta paikallisiin ja matkailijoihin. Aihetunniste esiintyy aina viestinnän yhteydessä. Lisäksi luontokohteilla on omat nimeä noudattavat aihetunnisteet – esim **#Auttiköngäs**, **#Ounasvaara**, **#Vikaköngäs** jne.

KUKA BRÄNDIÄ HALLINNOI?

Rovaniemi Nature -brändi on Rovaniemen kaupungin omaisuutta. Se on toteutettu LuontoRovaniemi -hankkeessa.

Kuka brändiä saa käyttää?

Bränditunnuksia saavat käyttää Rovaniemen kaupungin ja Metsähallituksen luontopalveluiden lisäksi Rovaniemen Matkailu & Markkinointi Oy:n jäsenet, jotka järjestävät luontomatkailupalveluita.

Aihetunnisteen **#RovaniemiNature** käyttöä ei voi, eikä kannata rajoittaa. Sen käyttöön tulee viestinnässä kannustaa jokaista yksittäistä Rovaniemen luonnon ystävää.

Aihetunnisteen **#RovaniemiNature** käyttöä ei voi, eikä kannata rajoittaa.

PASSIVITEETIT ACTIONIN RINNALLA

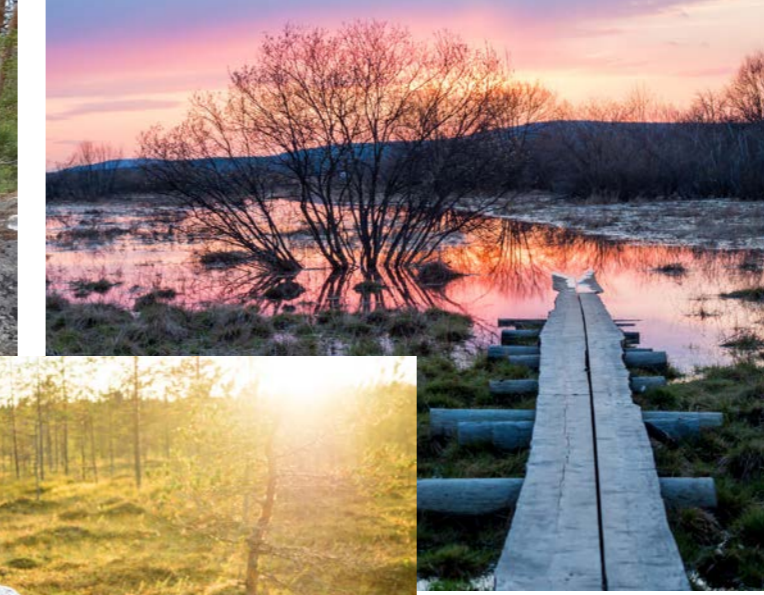
Luonto-Rovaniemi-hankkeen työpajoissa on käynyt selväksi, että puhe arktisesta erämaasta ja vauhdikkaista aktiviteeteistä ei puhuttele kaikkia Rovaniemestä kiinnostuneita matkailijoita. Yhteinen näkemys oli, että se mikä paikallisen näkökulmasta on normaalia, voi monelle vieraille olla täysin extremeä ja jopa pelottavaa.

Rovaniemen ympäristö on monelle vieraille niin "villää", että sen kokeminen halutaan aloittaa matalan kynnyksen helppoista aktiviteeteista. Tämä näkökulma unohtuu monesti meiltä paikallisilta. Näin ollen Rovaniemen ydinlupausta tulisi ehkäpä päivittää sisältämään "passiviteeteista" kertovia elementtejä. Puhutaanhan Suomessakin napapiirista kiireen rajana. Varsinkin kesällä Rovaniemeltä löytää rauhan, puhdasta luontoa, tilaa ja aikaa – jotka ovat nyky maailmassa niukkoja resursseja.

Monelle rentoutuminen on tärkeä elementti loman kokemisessa. Sana relaxation eli rentoutuminen voisi tuoda hyvää vastapainoa vauhdikkaalle ja villille actionille. Relaxationin synonyymejä ovat enjoyment, leisure, pleasure, recreation ja relief, joita Rovaniemi Nature tarjoaa. Rovaniemeläisten luonnossa liikkumisen kulttuuri – kuten toisaalta kaupunkikulttuurikin – on rentoa. Lumettomaan aikaan myös paikalliset hengähtävät, rentoutuvat ja heittävät vaa'alle. Tämän kokee varmasti myös silloin Rovaniemellä vieraileva matkailija.

Vuonna 2018 aika alkaa olla kypsä, kysyntä kasvanut ja Rovaniemen palveluntarjonta riittävällä tasolla siihen, että luonnossa rentoutumisen ja passiviteettien elementtejä kannattaa alkaa markkinoimaan johdonmukaisesti.





KUVIEN MONIAISTISUUS

PÄÄKUVASSA: Vaaramaisema, jossa näkyy vesistö ja kaupunki kesällä ja ihmisiä nauttimassa. Pohjoinen valo. Kuvasta puuttuu turistilauma.
KUULOSTAA: nuotiolta, veden ääneltä, tuulen huminalta metsässä, linnuilta suolla
TUOKSUU: metsältä, suopursuilta, tervastuliilta, joelta
MAISTUU: marjoilta, puolukalta, haulelta
TUNTUU: viileältä, hyvältä, luonnolliselta

Suosi tällaisia kuvia

- Helppokulkuinen maasto, hyvät opasteet ja reitit
- Vihreys, viileys, valo (ei kuitenkaan niin että näyttää olevan kylmä tai kurja keli)
- Opas ja pieni ryhmä
- Kiireettömyys, nautinnollisuus, helppous
- Luonnon yksityiskohdat, kasvit, marjat, eläimet
- Maisemallisuus: vaarat, vesistöt, metsät, suot
- Paikallinen, mielenkiintoinen rakennettu ympäristö luonnossa
- Taiteen / arkkitehtuurin ja luonnon keskustelu

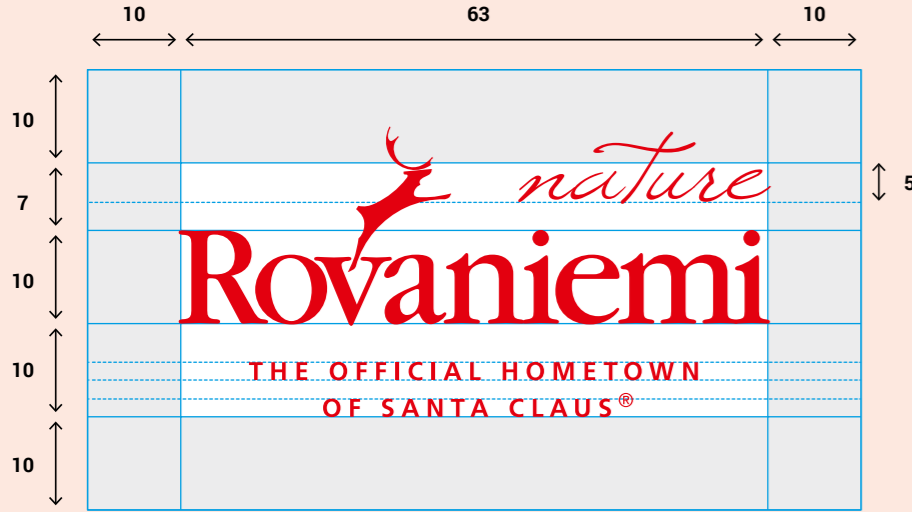
Vältä tällaisia kuvia

- Extreme-harrastukset
- Vaikeakulkuiset ympäristöt
- Motorisoidut aktiviteetit
- Turistilaumat ja ihmismassat
- Hektinen tunnelma
- Tyhjät kuvat joissa ei ole ihmisiä (asumaton erämaa)

Aukeaman kuvat Alex Kuznetsov, Simo Vilhunen ja Rovaniemen kaupungin kuvapankki. Huom. brändiin sopivaa kuvamateriaalia tuotettaessa käytetään näitä ohjeistuksia.

TUNNUKSEN KÄYTTÖOHJEET

TUNNUKSEN ELEMENTIT JA SUOJA-ALUE:



Harmaa merkitsee suoja-alueita, jonka sisälle ei saa sijoittaa muita graafisia elementtejä.

TUNNUKSEN VÄRIT:

PMS 1795
CMYK 0, 100, 100, 0
RGB 227, 0, 15
HTML #E3000F

Tunnuksen punaista väriä voidaan käyttää myös graafisten sovellusten tausta- ja tehostevärinä.

TUNNUKSEN YLÄVIITTEEN TYPOGRAFIA: WINDSONG

nature

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

GOOGLE-FONTTI: ROBOTO

Roboto – Light
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Roboto – Light italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Roboto – Light
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Roboto – Light italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Roboto – Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Leipätekstissä voidaan poikkeuksissa tilan säästämiseksi käyttää Roboto Condensed -fonttia, jos rivin merkkimäärä on enintään 35. Otsikoissa fontin on aina oltava Roboto.

Roboto – Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Roboto – Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Roboto – Bold italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Roboto – Extrabold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Roboto – Extrabold italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

VALITSE OIKEA TUNNUS:

Ensisijaisesti käytetään tunnuksen punaista versiota tai valkoista logoa punaista taustaa vasten. Erikoistapauksissa ja tummalla pohjalla voidaan käyttää myös tunnuksen mustavalkoista tai negatiivista versiota. CMYK-tiedostot on tarkoitettu painotöihin ja RGB- tiedostot näytöllä käytettäväksi.



Valkoinen tai vaalea tausta (alle 50 %)

Keskivertuma tausta (50 %)

Tumma tai musta tausta (yli 50 %)

Punainen tausta (logon punainen väri)

TUNNUKSEN MINIMIKOKO PAINOTÖISSÄ:



20 mm
(Minimikoko alatekstin kanssa)

Rovaniemi

< 20 mm

(Jos tunnuksen koko on alle minimikoon, niin brändilauseke ja yläviite poistetaan)



TUNNUKSEN VIRHEELLISET KÄYTTÖTAVAT:



Älä venytä tai litistä tunnusta



Äläkäytä tunnuksesta versiota, joka ei selkeästi erotu taustasta



Älä muuta tunnuksen väriä tai kirjaintyyppiä

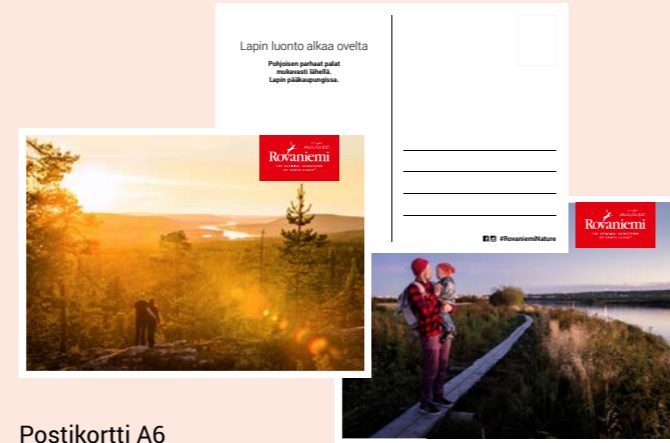


Älä muuta tunnuksen elementtien kokoa, sijaintia tai suhdetta toisiinsa

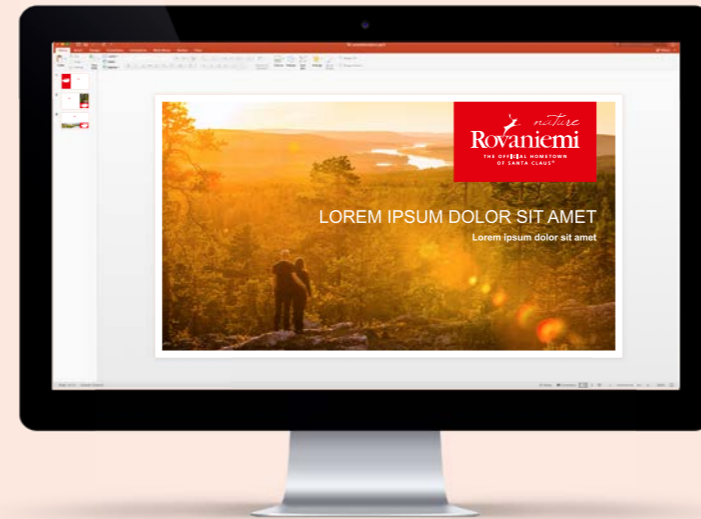
ESIMERKKEJÄ GRAAFISISTA SOVELLUKSISTA



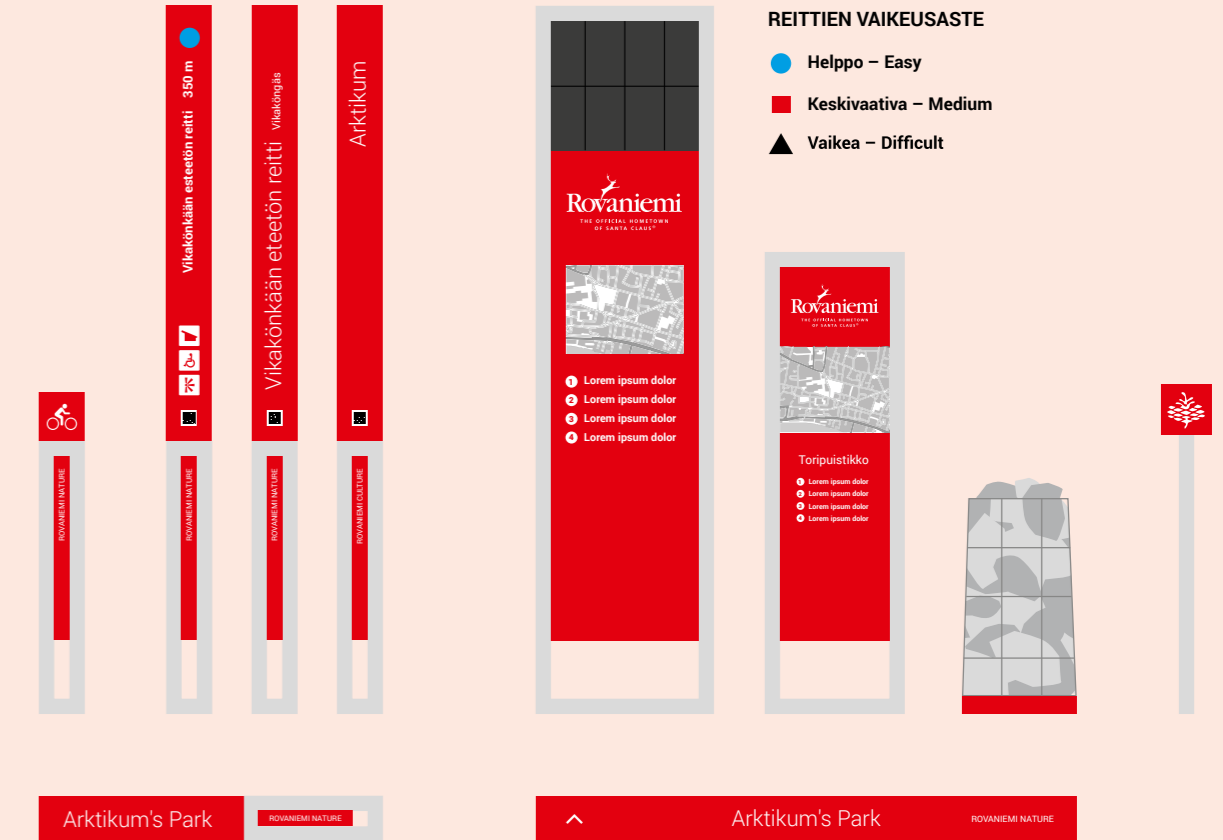
Juliste A3



Postikortti A6



PowerPoint-pohja 16:9



Esimerkkejä siitä, miltä opastus voisi näyttää

Tunnuksen punaista väriä voidaan käyttää myös graafisten sovellusten tausta- ja tehostevärinä.



MISTÄ AINEISTOT LÖYTÄÄ?

TAITTO: Seven-1, www.seven-1.com

KUVAT: Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi Oy, Simo Vilhunen

TUOTTAJA: Rovaniemen kaupunki; Metsähallitus, Lapin luontopalvelut;

Lapin ammattikorkeakoulu – LuontoRovaniemi, sähköisten palveluiden kehittäminen -hanke

LISÄTIETOJA: Rovaniemen kaupunki

Hanke on Rovaniemen kaupungin, Metsähallituksen ja Lapin ammattikorkeakoulun yhteistyöhanke.

Kiitämme kaikkia brändityöhön osallistuneita!



 *nature*
Rovaniemi
THE OFFICIAL HOMETOWN
OF SANTA CLAUS®