

Rovaniemen  
matkailun  
kehittämisohjelma  
2012-2016

<b>Sisällysluettelo</b>	<b>Sivu</b>
<b>1. Tausta</b>	<b>2</b>
<b>2. Rovaniemen vuonna 2006 hyväksytyn matkailustrategian toteutuminen</b>	<b>2</b>
<b>3. Matkailun kehittämisohjelmaan liittyvät muut ohjelmat, raportit ja selvitykset</b>	<b>3</b>
<b>4. Matkailun kehitykselle asetetut tavoitteet ja mittarit vuodelle 2016</b>	<b>4</b>
<b>5. Toimijoiden roolit</b>	<b>6</b>
<b>6. Matkailun kehittämisohjelman toimenpiteet</b>	<b>7</b>
<b>6.1. Brändityö, markkinointi ja myynti</b>	<b>7</b>
<b>6.2. Napapiirin ja Santaparkin alue: joulubrändin kehittäminen</b>	<b>9</b>
<b>6.3. Ounasvaara: hyvinvointimatkailun ja liikuntamatkailun kehittäminen</b>	<b>10</b>
<b>6.4. Rovaniemen kaupunkikeskusta: kulttuuri- ja ostosmatkailun kehittäminen</b>	<b>12</b>
<b>6.5. Majoituskapasiteetin kasvattaminen</b>	<b>13</b>
<b>6.6. Kokous- ja kongressimatkailun, kannustematkailun ja tapahtumien kehittäminen</b>	<b>14</b>
<b>6.7. Virkistysreitit ja – alueet</b>	<b>15</b>
<b>7. Kehittämisohjelman toteutuksen seuranta ja vaikutusten arviointi</b>	<b>16</b>

**Liite: Arctic Wellbeing Park -investointisuunnitelma**

## **1. TAUSTA**

Rovaniemen kaupunginvaltuusto hyväksyi 18.12.2006 pidetyssä kokouksessa [Rovaniemen matkailustrategian vuosille 2007 – 2010 -2016](#).

Elinkeinojaoksen ja Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi Oy:n hallitusten yhteisessä tapaamisessa 15.2.2011 todettiin, että matkailustrategiaan kirjatut kehittämistoimenpiteet ovat kaikki käynnistyneet. Lisäksi todettiin tarve nykyisen matkailustrategian päivitykseen. Elinkeinojaos päätti 29.3.2011 pidetyssä kokouksessaan käynnistää Rovaniemen matkailustrategian päivityksen niin, että strategian sijaan laaditaan konkreettinen toimenpideohjelma, jossa määritetään toimenpiteiden lisäksi tavoitteet ja tavoitteiden toteutusta mittaavat tekijät. Toimenpideohjelman laadintaa ohjasi elinkeinojaos ja Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi Oy:n hallitus. Käytännön työn toteutuksesta vastasi elinkeino- ja aluekehittäminen yksikkö yhdessä Rovaniemen Kehitys Oy:n ja Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi Oy:n henkilöstön kanssa. Yritysten vahva osallistuminen toimenpideohjelman laadintaan saatiin työpajojen kautta, joita pidettiin kesäkuussa 3 kpl.

## **2. ROVANIEMEN VOIMASSA OLEVAN MATKAILUSTRATEGIA JA SEN TOTEUTUMINEN**

Rovaniemen matkailustrategia on laadittu vuosille 2007 – 2016. Matkailustrategian tavoitteita ja painopistealoja tarkistettiin vuonna 2011. Rovaniemen kaupunki seuraa matkailun kehittymistä kuukausittain ja ”Matkailun kehitys ja aluetaloudellinen vaikutus” – raportti julkaistaan vuosittain.

Vuonna 2006 hyväksytyyn matkailustrategiaan kirjatut toimenpiteet ovat kaikki käynnistyneet ja jatkuvat edelleen. Matkailustrategialle asetetut määrälliset tavoitteet osoittautuivat erittäin haasteelliseksi ja niitä on syytä tarkistaa. Uudet tavoitteet esitetään kehittämisohjelman kohdassa 4.

### **Visio**

Matkailustrategian tavoitteeksi ja visioksi on kirjattu:

*”Rovaniemi on matkailijoiden arvostama ja asukkaidensa rakastama kansainvälinen matkailukaupunki. Olemme laajalti tunnettu perhe-, kannuste-, kongressi- ja hyvinvointimatkailukohde Euroopassa sekä jouluisen teemamatkailun ykköskohde maailmassa. Laadukkaat palvelumme ovat asiakaslähtöisesti tuotteistettu sekä helposti saatavilla ja ostettavissa.”*

Vision muuttamiseen ei ole tällä hetkellä tarvetta.

### **3. MATKAILUN KEHITTÄMISOHJELMAAN LIITTYVÄT MUUT OHJELMAT, RAPORTIT JA SELVITYKSET**

Toimenpideohjelman laadinnassa on otettu huomioon jo tehty työ: [Rovaniemen matkailustrategia 2006 – 2010 -2016](#), [Elinkeinojen kehittämisohjelma](#), [Rovaniemen brändityökirja](#), [joulubrändityö](#) ja Ounasvaaran alueen [Arctic Wellbeing Park – suunnitelma](#), [Rovaniemen alueiden käytön strategia/matkailuselvitys](#), Napapiirin asemakaavamuutoksen kaavaselostus sekä muut jo valmistuneet suunnitelmat ja selvitykset. Osaa näitä selvityksiä ollaan päivittämässä.

Taustamateriaalia matkailun yleisistä kehityssuunnista on saatu keväällä 2011 valmistuneesta [Lapin matkailustrategian päivityksestä](#), jossa on hyvin laajasti arvioitu matkailun maailmanlaajuista kehittymistä, tulevaisuuden matkailijoita, matkailutrendejä sekä matkailun haasteita ja niiden vaikutusta Suomen ja Lapin matkailuun. Lapin matkailustrategiassa, Rovaniemen elinkeinojen kehittämisohjelmassa sekä [Lapin liikennejärjestelmäsuunnitelmassa](#) on vahvasti huomioitu saavutettavuuden merkitys niin matkailu- kuin muulle elinkeinotoiminnalle sekä kartoitettu toimenpiteitä saavutettavuuden vahvistamiseksi.

Osana Rovaniemen matkailustrategian päivitystä toteutettiin 3 työpajatilaisuutta Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi Oy:n osakasyrityksille. Työpajoissa tärkeimmiksi nousseet toimenpiteet on huomioitu strategian päivityksessä.

#### 4. MATKAILUN KEHITYKSELLE ASETETUT TAVOITTEET JA MITTARIT VUODELLE 2016

Rovaniemen vuoden 2006 matkailustrategiaan kirjatut tavoitteet olivat varsin haasteelliset ja osittain myös epärealistiset esim. matkailijoiden viipymän suhteen. Toimenpideohjelmalle asetettavien tavoitteiden tulee olla riittävän kunnianhimoiset, mutta kuitenkin realistiset ja ne tulee sopeuttaa nykyiseen taloudelliseen epävarmuuden tilanteeseen, jonka voidaan olettaa jatkuvan useampia vuosia. Maankäytön osalta tulee huomioida maan hankintaan ja kaavoitukseen liittyvät ajalliset viiveet.

Matkailukeskuksen omilla toimenpiteillä voidaan vaikuttaa matkailun kehittymiseen, mutta etenkin kansainvälisen matkailun osalta, maailman taloustilanteen kehittymisellä on ratkaiseva merkitys. Rovaniemi on voimakkaasti riippuvainen kansainvälisestä matkailusta ja vuoden 2008 alkanut talouslama näkyi selvästi myös Rovaniemen matkailussa.

TAVOITE	MITTARI	LÄHDE
Rekisteröityjen yöpymisvuorokausien määrän kasvattaminen 680 000 vuonna 2016 vuoden 2010 tasosta (470 000)	Rekisteröidyt yöpymisvuorokaudet	Tilastokeskus
Matkailijoiden viipymän kasvattaminen 2,5 vuorokauteen vuonna 2016 vuoden 2010 tasosta (1,9 vrk)	Matkailijoiden viipymä	Tilastokeskus
Matkailun ympärivuotisuuden lisääminen  1. Touko-syyskuun yöpymisvuorokausien suhteellisen osuuden nostaminen 40 prosenttiin vuoden 2010 tasosta (34 %)	Rekisteröidyt yöpymisvuorokaudet	Tilastokeskus

2. Huhti-marraskuun majoitusmyynnin suhteellisen osuuden kasvattaminen 60 prosenttiin vuonna 2016 vuoden 2010 tasosta (47 % )	Majoitusmyynnin arvo	Tilastokeskus
Matkailun henkilötyövuosien kasvattaminen 2 % vuosittain.  Lähtötieto: Lapin matkailun suhdannekehityksen seurannassa olevat 85 Rovaniemen seudun matkailuyritystä, joiden henkilöstömäärä oli vuonna 2009 yht. 873	Lapin matkailun suhdannekehityksen Rovaniemen matkailukeskuksen henkilöstömäärä	Tilastokeskus, Lapin liitto
Yritysten kannattavuuden parantaminen. Tavoitteena on sijoitetun pääoman tuottotason nostaminen 8 prosenttiin vuonna 2016 vuoden 2009 tasosta (1,8%).	Majoitusliikkeiden ja ohjelmalveluyritysten sijoitetun pääoman tuottotaso	Suomen Asiakastieto
Yhteistyön vahvistaminen  Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi Oy:n osakasyritysmäärä kasvaa 180:een vuonna 2016 vuoden 2010 taso (115 yritystä)	Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi Oy:n osakasyritysten määrän kasvu	Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi Oy
Rovaniemen matkailukaupungin imagon nostaminen kotimaassa sijalle 5 nykyisestä 11. sijalta	Sijoitus v. 2016	Taloustutkimus/ "Kaupungit matkailukohteina" - tutkimus

## 5. TOIMIJOIDEN ROOLIT

Matkailun kehittämisohjelmaan vuosille 2012–2016 on kirjattu ne toimenpiteet, jotka ovat tulleet esille muissa elinkeinojen kehittämiseen liittyvissä ohjelmissa, yrityksille järjestetyissä työpajoissa ja johtoryhmän työskentelyn aikana.

Toimenpiteiden toteutus vaatii laajamittaista ja saumatonta yhteistyötä yritysten, Rovaniemen kaupungin, Rovaniemen Kehitys Oy:n, Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi Oy:n sekä Rovaniemen tutkimus- ja koulutusorganisaatioiden välillä. Kunkin toimenpiteen konkreettisen toteutuksen suunnittelussa tulee määritellä tarkasti eri toimijoiden roolit.

Rovaniemen kaupunkikonsernin eri toimijoiden roolit on määritelty Rovaniemen kaupunginvaltuuston hyväksymässä Elinkeinojen kehittämisohjelmassa. Eri toimijoiden roolit matkailun kehittämisessä voidaan määritellä seuraavasti:

### **Rovaniemen kaupunki**

- maankäyttö, kaavoitus ja infrastruktuuri
- virkistysalueet, reitistöt, ympäristö ja viihtyisyys
- Rovaniemen imagomarkkinointipalvelujen tilaaja
- matkailun yhteismarkkinoinnin osarahoittaja
- matkailun asiakaspalvelujen tilaaja
- yritystoiminnan edellytysten vahvistaminen; yritysneuvontapalvelujen tilaaja, kehittämishankkeiden kuntarahoituksen järjestäjä
- investointi- ja sijoittajayhteistyöpalvelujen tilaaja
- vastaa strategisesta suunnittelusta; kehittämisohjelmien laadinta yhteistyössä muiden sidosryhmien kanssa, seuranta ja raportointi sekä yhteensovittaminen kaupungin muiden kehittämisohjelmien ja kaupunkistrategian kanssa

### **Rovaniemen Kehitys Oy**

- yritysneuvontapalvelut
- kehittämishankkeiden valmistelu ja hallinnointi
- innovaatiopalvelut
- maankäyttö- ja toimitilapalvelujen tarjonta yrityksille
- investointi- ja sijoittajayhteistyö
- sijoittumispalvelut

- yritys- ja sijoitustoimintaan sekä tonttien ja toimitiloihin liittyvä aluemarkkinointi
- tapahtumien koordinointi ja järjestäminen

### **Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi Oy**

- välittää osakkaidensa kautta matkailuyritysten näkökulman matkailun kehittämiseen
- matkailun markkinointipalvelut ja markkinointikampanjat
- Rovaniemen imagomarkkinointipalvelujen tuottaminen
- matkailun alueorganisaatio ja sidosryhmätyö
- alueen matkailutuotteiden välittäminen ja myynti
- matkailun asiakaspalvelut
- kokous- ja konferenssipalvelut
- brändin kehittäminen ja ylläpito
- PR-työ ja mediavierailujen järjestäminen

### **Matkailun koulutus- ja tutkimusinstituutti**

- lähtökohtana yrityslähtöinen ja elinkeinoelämää palveleva toiminta
- matkailukoulutus ja – tutkimus
- matkailuun liittyvät palvelu- ja hanketoiminta
- matkailukoulutuksen ja tutkimuksen kansainväliset suhteet ja verkostotyö
- seminaarit ja konferenssit
- Rovaniemen strategian toimenpiteiden toteutuksessa MTIn asiantuntijoiden, tutkijoiden ja opiskelijoiden mukanaolo

### **Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus**

- asiantuntijapalvelut ja tuotekehitys
- markkinointiyhteistyö AV-alan kanssa
- kansallisen ja kansainvälisen osaamisen ja tiedon siirto alueille ja yrityksille

## **6. MATKAILUN KEHITTÄMISOHJELMAN TOIMENPITEET**

### **6.1. Brändityö, markkinointi ja myynti**

Rovaniemen matkailullinen brändityö tukeutuu Rovaniemen brändikirjassa rakennetulle pohjalle. Brändityötä ohjaa myös joulubrändikirja ja siihen kirjatut toimenpiteet.



Brandityö toimii ”sateenvarjona” alueen tekemälle markkinoinnille ja myynnille, mikä edellyttää vahvaa asiakastuntemusta sekä yhteistä näkemystä ja linjausta tulevaisuuden asiakkuuksista sähköisen viestinnän ja liiketoiminnan vahvistuessa.

**Tavoite:**

Rovaniemen brändikirjan ja joulubrändikirjan periaatteet ja toimintamallit sekä toimenpiteet on vahvasti jalkautettu eri toimialoille, organisaatioille ja kaupunkilaisten keskuuteen.

Rovaniemen matkailutoimijat ovat määritelleet avainasiakkuudet, tärkeimmät asiakassegmentit eri tuotteille sekä tunnistaneet tulevaisuuden päämarkkina-alueet. Alueen eri toimijoiden markkinointiresursseja suunnataan niin, että niistä saadaan mahdollisimman suuria synergiahyötyjä ja näin vältetään toimintojen päällekkäisyyttä ja maailmanmittakaavassa vähäisten voimavarojen tuhlausta.

Rovaniemen matkailutuotteille on yhteinen sähköinen markkinointi- ja myyntikanava laajasti toiminnassa, mikä pystyy huomioimaan kasvavien yksilö- ja liikematkailijaryhmien tarpeet.

Rovaniemen tunnetaan lähialueille vahvana kaupan ja palvelujen keskuksena, jossa ostosmatkailua kehitetään yhdessä alueen yritysten kanssa.

Kansainväliset yritykset tuovat alueelle suuren määrän ulkomaalaisia vieraita ja käyttävät markkinoinnissaan voimakkaasti alueen vahvuuksia oman brändimarkkinointinsa tukena.

**Toimenpiteet:**

- kaupungin, Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi Oy:n ja Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskuksen yhteistyönä tekemä yhteinen linjaus tulevaisuuden asiakkaista; keitä ovat, mistä tulevat, miten tavoitetaan ja sitoutuminen valittuun linjaukseen
- Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi Oy määrittää yksittäiset toimenpiteet vuosittain laadittavassa markkinointisuunnitelmassa niin, että ne ovat linjassa matkailun toimenpideohjelman kanssa
- markkinoinnissa korostuu monimediaisuus; vahvistetaan verkkoviestintää ja sähköistä myyntiä

- Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi Oy osallistuu alueorganisaationa vahvasti Lapland – North of Finland – hankkeen toimintaan
- vahvistetaan matkailuelinkeinon ja AV – alan yhteistyötä
- panostetaan ostosmatkailun, kulttuurituotteiden ja liikuntamatkailutuotteiden tuotekehitykseen hyödyntäen eri hankemahdollisuuksia
- tuotekehityksen painopisteenä on kesämatkailun kasvattaminen ja ympärivuotisuuden lisääminen
- hyödynnetään urheilun näkyvyyttä sekä kotimaisessa että kansainvälisessä markkinoinnissa

**Vastuutahot:** Tilaajana Rovaniemen kaupunki, tuottajina Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi Oy, Rovaniemen Kehitys Oy, Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus

## **6.2. Napapiirin ja Santaparkin alue: Joulubrändin kehittäminen**

### **Tavoite**

Nykyinen Joulupukin Pajakylän ja Santaparkin alue muodostavat yhtenäisemmän joulukokonaisuuden, joka lunastaa asiakaslupauksen joulun sadun toteutumisesta. Alue on maailman johtava joulumatkailukohde, jonne asiakkaat tulevat ympärivuotisesti.

Joulun keskus on Napapiirin ja Santaparkin alueella, missä joulupukki on tavattavissa vuoden jokaisena päivänä veloituksetta. Rovaniemi on rekisteröity joulupukin viralliseksi kotikaupungiksi ja joulun ilmettä sekä joulupukin arvoja tuodaan joulubrändikirjan mukaisesti esille myös muilla alueilla, missä matkailijat pääsääntöisesti liikkuvat.

### **Toimenpiteet:**

- vahvistetaan Napapiirin asemakaava ja rakennustapaohjeet
- järjestetään Santaparkin ja Napapiirin välisen alueen suunnittelukilpailu sekä laaditaan Santaparkin alueen asemakaava
- laaditaan ympäristösuunnitelma Napapiirin alueelle; istutukset, vapaa-ajan vietto, reitit ja niiden rakenteet, opasteet
- monipuolistetaan Napapiirin ja Santaparkin aluetta; majoitus ja ohjelmapalvelut
- vahvistetaan Napapiirin kehittämiseksi luotua yhteistyöfoorumia, jonka tavoitteena on alueen toimintojen ja toimijoiden yhteistyön kehittäminen, alueen yhteismarkkinointi, yhteisten pelisääntöjen luominen ja alueen kehittäminen. Yhteistyöfoorumi on

- Napapiirin ja Santaparkin alueen yrittäjien aktiivinen ryhmä, jossa on lisäksi Rovaniemen Kehitys Oy:n, Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi Oy:n ja kaupungin edustus.
- pyritään aktiivisesti saamaan alueelle asiakkaita houkuttelevaa ja viipymää lisäävää tuotannollista tarjontaa (käsityöt, taide, kulttuuri, näyttelyt, ohjelmapalvelut)
  - toteutetaan joulubrandikirjan kirjatut toimenpiteet:
    - joulupukin arvojen ja kansallisen arvostuksen vahvistaminen
    - hyväntekeväisyselementtien kehittäminen
    - joulupukkitoimijoiden yhteisten pelisääntöjen luominen
    - joulusesongin tapahtumien tuottaminen, tuotteistaminen ja markkinointi; kansainvälinen ja maailmanluokan joulunavaus, Santa Claus Song Festival –toteutus ja tuottaminen strategiakaudella
    - ”Joulupukki matkaan jo käy...” – tapahtumalle asetettujen tavoitteiden määrittely ja tapahtuman edelleen kehittäminen
    - jouluilmeen vahvistaminen matkailullisesti merkittävillä alueilla; Napapiiri ja Santapark, kaupunkikeskusta, saapumistiet ja -asemat

**Vastuutahot:** Tilaajana Rovaniemen kaupunki (tekninen osasto, elinkeino- ja aluekehitysyksikkö), tuottajina Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi Oy, Rovaniemen Kehitys Oy, Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus, Napapiirin alueen toimijat

### **6.3. Ounasvaara: Hyvinvointimatkailun ja liikuntamatkailun kehittäminen**

Ounasvaaran kehittyminen viime vuosina on ollut vahvaa. Ounasvaaran ympärivuotisten hyvinvointi ja liikuntapalvelujen, koulutuksen sekä huippu-urheilun valmennuksen profiilin nostaminen ja liikuntapainotteisten tapahtumien kehittäminen Rovaniemen imagomarkkinoinnissa ja matkailun tuotekehityksessä on koko alueen mielikuvan monipuolistumisen ja vahvistumisen kannalta yhä tärkeämpää.

#### **Tavoite**

Elinkeinojen kehittämisohjelman mukaisesti tavoitteena on profiloida Ounasvaara ympärivuotiseksi valmennuksen ja hyvinvoinnin koulutus-, oppimis- ja kokemuskeskukseksi, joka houkuttelee myös kansainvälisiä, liikunnasta, urheilusta ja hyvinvoinnista kiinnostuneita matkailijoita.

Liikuntamatkailun potentiaali on sisäistetty laajasti Rovaniemellä ja tuotekehityksessä on mukana laajasti eri liikuntalajien edustajia yhdessä alueen yritysten ja oppilaitosten kanssa.

#### **Toimenpiteet:**

- vahvistetaan Ounasvaaran kehittämiseksi perustetun yhteistyöfoorumin – Oukkutiimin toimintaa, jonka tavoitteena on alueen toimijoiden yhteistyön lisääminen, alueen yhteismarkkinointi ja alueen toimintojen kehittäminen sekä liikuntayrittäjyyden toimintaedellytysten parantaminen. Yhteistyöfoorumi on Ounasvaaran alueen yrittäjien aktiivinen ryhmä, jossa on lisäksi Rovaniemen Kehitys Oy:n, Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi Oy:n ja kaupungin edustus.
- Toteutetaan Arctic Wellbeing Park – suunnitelmaan kirjatut toimenpiteet, joita Rovaniemen Kehitys Oy koordinoi yhdessä Oukkutiimin kanssa. Arctic Wellbeing Park – suunnitelmaan on kirjattu seuraavat toimenpiteet:
  - sitouttaminen ja koordinaatio Oukkutiimin kautta; Ounasvaara – illat, tiedottaminen ja viestintä
  - kohderyhmämäärittely, palveluketjun rakentaminen, laatutyö ja monialainen yhteistyö
  - Ounasvaaran sisäisen logistiikan kehittäminen sekä kaupunkikeskustan ja Ounasvaaran joukkoliikenneyhteyksien parantaminen.
  - tuotekehitys; ensilumenkauden liikuntamatkailutuotteet, lumiliikuntamatkailutuotteet, golfmatkailutuotteet, rinnepyöräily, maastopyöräilyreitit, sauvakävelyreitit
  - koulutus ja valmennus: urheiluakatemia kehittäminen ja profiilin nostaminen päiväkodista ammattiin asti kaikki oppiasteet ja puolustusvoimien lisäarvo hyödyntäen
  - palveluiden tuotteistaminen ja markkinointi yhteistyössä Rovaniemen matkailuyritysten kanssa
  - yhteismarkkinoinnin ja myynnin järjestäminen
- Liitteenä olevan (liite 1) Arctic Wellbeing Park – investointisuunnitelmaan kirjattujen toimenpiteiden priorisointi ja rahoitusmahdollisuuksien kartoitus

**Vastuutaho:** Tilaajana Rovaniemen kaupungin eri yksiköt (tekninen osasto, liikunta- ja nuorisotoimi, koulutuspalvelut, elinkeino- ja aluekehitysyksikkö), tuottajina Rovaniemen Kehitys Oy, Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi Oy, Rovaniemen koulutuskuntayhtymä, Ounasvaaran alueen yritykset ja urheiluseurat.

#### **6.4. Rovaniemen kaupunkikeskusta: Kulttuuri- ja ostosmatkailun kehittäminen**

Rovaniemen keskustan ydinalueet, joilla matkailijat liikkuvat ovat Lordin aukio ja kävelykadut Kemijoen ranta (ml. leirintäalueen ja Koskipuiston alueet vastarannalla) ja kauppakeskusten ympäristö ulottuen Korundiin, Arktikumiin ja Pilkkeeseen asti. Matkailijat liikkuvat etenkin kesäaikaan myös välillä rautatie-linja-auto-asema-keskusta.

Rovaniemen monipuolinen kulttuuritarjonta ml. tiedekeskukset ja kattavat kaupalliset palvelut ovat selkeä voimavara, joiden kautta Rovaniemi erottautuu selvästi Lapin muista matkailukeskuksista.

##### **Tavoite:**

Rovaniemen kaupunkikeskusta on asukkailleen ja matkailijoille viihtyisä ja vilkas kauppapaikka Kemijoen kauniissa rantamaisemassa. Keskusta kuvastaa tiivistä ja esteettistä kaupunkimaista rakentamista, jonne pääosa hotellimajoituksesta, ohjelmalveluista, kulttuuritarjonnasta, tiedekeskuksista, käyntikohteista ja ostosmatkailun tarjonnasta sijoittautuu.

##### **Toimenpiteet:**

- vahvistetaan keskustan kehittämiseksi luotua yhteistyöfoorumia - keskustatiimiä, jonka tavoitteena on alueen toimijoiden yhteistyön ja tapahtumien kehittäminen sekä kaupan, kulttuurin ja tapahtumien yhteismarkkinointi. Yhteistyöfoorumi on keskustan alueen yrittäjien aktiivinen ryhmä, jossa on lisäksi Rovaniemen Kehitys Oy:n, Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi Oy:n ja kaupungin edustus.
- keskustan osayleiskaavan vahvistaminen
- keskustan alueen tiivis, tehokas ja esteettinen rakentaminen
- [Kemijoen ranta-alueen yleissuunnitelman](#) hyväksyminen ja toimenpiteiden toteutus
- keskustan kesä- ja talvi-ilmeen kehittäminen; kiinteistöyhtiöiden aktivointi ja Lordin aukion edelleen kehittäminen
- opastukset keskustasta kulttuurikohteisiin (Korundi, Arktikum, Pilke, metsämuseo, kotiseutumuseo, Aalto-keskus), Ounasvaaralle ja Napapiirille ja Mäntyvaaraan
- toritoimintoja kehitetään edelleen
- kehitetään keskustan käyntikohteiden, yritysten ja ohjelmalvelujen yhteistyötä, jonka myötä luodaan lisäarvoa kesämatkailuun sekä ympärivuotiselle elävälle kaupunkikeskustalle

**Vastuutaho:** Tekninen osasto, elinkeino- ja aluekehitysyksikkö, Rovaniemen Kehitys Oy

### **6.5. Majoituskapasiteetin kasvattaminen**

Rovaniemen rekisteröity majoituskapasiteetti kokonaisuudessa ei ole kasvanut 2000 – luvun alkupuolen jälkeen. Rovaniemelle on syntynyt uutta majoituskapasiteettia, mutta samanaikaisesti vanhaa kapasiteettia on vähennetty.

Rovaniemi tarvitsee monipuolista majoituskapasiteettia eri kohderyhmille.

Majoituskapasiteetin kasvu on riippuvainen sekä maankäytön suunnitelmista että yritysten investoinneista.

#### **Tavoite**

Rovaniemellä on riittävä ja monipuolinen majoituskapasiteetti, mikä mahdollistaa kasvun myös talven huippusesongin aikana. Majoituskapasiteetin määrä ja taso mahdollistavat useiden samanaikaisten tapahtumien sekä suurten kansainvälisten kokousten järjestämisen Rovaniemellä.

#### **Toimenpiteet:**

- maankäyttö ja kaavoitus; keskustan osayleiskaavan, Napapiirin asemakaavan ja yleiskaavan, Ounasvaaran yleis- ja asemakaavan vahvistaminen sekä Koskenkylän kaavan toteuttaminen
- vapaa-ajan asuntojen rakentamisen edellytysten kehittäminen: vapaa-ajan asuntokaavoitus, erityiset loma-asunnoille varatut aluekokonaisuudet, infrastruktuurin rakentaminen (tiet, vesi- ja viemärointi, sähköistys)
- vapaa-ajan alueiden tonttimarkkinointi ja myynnin edistäminen ml. kansainvälinen asiakaskunta ns. piensijoittajat
- vapaa-ajan imagomarkkinointi: saavutettavuus, palvelut, ympärivuotisuus
- kansallisten ja kansainvälisten investointien houkuttelu

**Vastuutaho** Rovaniemen kaupunki (poliittinen päätöksenteko), tekninen osasto, elinkeino- ja aluekehitysyksikkö, Rovaniemen Kehitys Oy ja Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi Oy

## **6.6. Kokous- ja kongressimatkailun, kannustematkailun ja tapahtumien kehittäminen**

Rovaniemellä on potentiaalia kasvaa merkittäväksi kokous- ja kongressimatkailukaupungiksi alueen hallinnollisen aseman, koulutus- ja tutkimusyhteisöjen, saavutettavuuden ja hyvän palvelutarjonnan ansiosta. Kiinnostus arktisia alueita kohtaan on kasvamassa ja Lapin yliopiston arktisen keskuksen roolin vahvistuminen ja mahdollisen Euroopan unionin arktisen informaatiokeskuksen perustaminen yliopiston yhteyteen lisää myös Rovaniemen kiinnostavuutta pohjoisena kokous- ja konferenssikaupunkina. Rovaniemen heikkoutena on monipuolisen kokous- ja kongressikeskuksen puute.

Rovaniemi on ollut perinteisesti yksi johtavia kannustematkailukohteita Euroopassa ja tämä asema tulee säilyttää. Kannustematkailua voi kasvattaa etenkin keväällä, alkukesällä ja syksyllä.

Rovaniemelle on vakiintunut vuosien kuluessa useita tapahtumia, mutta matkailullinen merkitys ei ole noussut toivottavalle tasolle muutamia poikkeuksia lukuun ottamatta. Onnistuneen ja matkailullisesti merkittävien tapahtumien ideoiminen, tuottaminen, toteuttaminen ja rahoituksen järjestäminen edellyttää tapahtumaan henkisesti vahvasti sitoutuneen ”sydämellä mukana olevan” tahon olemassa oloa.

### **Tavoite**

Rovaniemi on Euroopan johtavia kannustematkailukohteita sekä kansainvälisten kokous- ja kongressien nouseva tapahtumapaikka, missä osaaminen, tuotteiden laatu ja toimintaympäristö vastaavat vaativimpienkin asiakkaiden odotuksia. Rovaniemellä eri organisaatiot toimivat tiiviissä yhteistyössä ja määrätietoisesti kokousten saamiseksi alueelle.

Rovaniemellä toteutetaan vuosittain jo olemassa olevien menestyneiden tapahtumien lisäksi muutamia matkailullisesti merkittäviä tapahtumia, joiden toteutuksen takana on laaja joukko alueen yrityksiä, yhdistyksiä ja järjestöjä. Tapahtumat ovat vakiinnuttaneet paikkansa ja ne toteutetaan vuosittain, mikä mahdollistaa tapahtumien pitkäjänteisen ja vahvan markkinoinnin.

### **Toimenpiteet:**

- Rovaniemen julkisten toimijoiden (kaupunki, yliopisto, koulutus kuntayhtymä) ja niiden omistamien yhtiöiden kokous- ja kongressitilojen markkinoinnin ja myynnin keskittäminen yhteen yksikköön, jolla ei ole omia tiloja vuokrattavana.
- kokous- ja kongressimatkailussa ja kannustematkailussa eri toimijoiden yhteismarkkinointia sekä Rovaniemen että Lapin tasolla on jatkettava valituilla kärkituotteilla
- sähköisen markkinoinnin jatkuva kehittäminen
- korkeakoulujen edelleen aktivointi tieteellisten konferenssien saamiseksi Rovaniemelle ja matkailun ohjelmalveluiden vahva linkittäminen konferenssien oheishjelmiksi.
- yhteistyön vahvistaminen suurten suomalaisten kokoustalojen ja – järjestäjien kanssa pre- ja post-tourien saamiseksi Rovaniemelle
- laatu- ja asiakaspalvelukoulutuksen suuntaaminen etenkin pienille yrityksille, jotka tarjoavat palveluja erityisen vaativille asiakkaille (MICE)
- kehitetään matkailullisesti merkittäviä tapahtumia ja tapahtumapaikkoja
- vahvistetaan olemassa olevien tapahtumien ja tapahtumatuottajien yhteismarkkinointia ja tapahtuma-ajankohdista tiedottamista
- yrityksiä ja organisaatioita aktivoidaan hyödyntämään Rovaniemen imagollisesti vahvoja tapahtumia

**Vastuutaho:** Tilaajana Rovaniemen kaupunki (elinkeino- ja aluekehitysyksikkö, kulttuuripalvelut), tuottajina Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi Oy, Rovaniemen Kehitys Oy

### **6.7. Virkistysreitit ja -alueet**

Rovaniemellä tulee edelleen kehittää virkistysreittejä ja – alueita niin, että ne yhdistävät ympäröivät jokivarsien kylät kaupunkikeskustaan. Vesistöjen virkistyskäyttöä kehitetään edelleen Ounasjoen matkailun kehittämisohjelman puitteissa.

### **Tavoite**

Rovaniemen keskustasta helposti saavutettavissa on monipuolinen, hyvin opastettu ja kunnostettu reitistö, joka yhdistää kaupunkikeskustan ympäröivään luontoon ja kaupunkia ympäröiviin kyliin. Reitistö, sen tarjoamat eri vaihtoehtoiset reitit ja niiden varrella olevat palvelut ovat tuotteistettu ja niitä markkinoidaan monipuolisesti. Ounasjoki



vesistömatkailukohteena, Ounasvaara ja Napapiirin retkeilyalue ovat Suomen johtavia luontomatkailukohteita.

**Toimenpiteet:**

- laatia virkistysreittien yleiskaava Rovaniemen alueelle
- valita matkailullisesti merkittävimmät reitit ja panostaa niiden infrastruktuuriin ottaen huomioon vuosittainen ylläpito
- alueella olevien autiotupien kartoitus ja kunnostus sekä tupien yhdistävän reitin määrittäminen
- virkistysreittien voimakkaampi näkyvyys markkinoinnissa ja parempi opastus (kartat, opasteet, lähtöpaikat)
- Ounasjoen ja jokivarsien palvelujen aktiivinen markkinointi merkittävänä vesistömatkailukohteena
- Napapiirin matkailualueen ja Ounasvaaran palvelujen aktiivinen markkinointi kaupunkia lähellä olevina, helposti saavutettavina ja palveluiltaan monipuolisina retkeilykohteina

**Vastuutaho** Tilaajana Rovaniemen kaupungin eri yksiköt (tekninen osasto, liikunta- ja nuorisotoimi, elinkeino- ja aluekehitysyksikkö), tuottajina Rovaniemen Kehitys Oy, Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi Oy

**7. KEHITTÄMISOHJELMAN TOTEUTUKSEN SEURANTA JA VAIKUTUSTEN ARVIOINTI**

Rovaniemen matkailun kehittämisohjelman toimeenpanosta vastaa elinkeinojaos. Kehittämisohjelman etenemisestä ja seurannasta vastaa elinkeino- ja aluekehitysyksikkö.

Ohjelman toteutuksesta ja vaikuttavuuden arvioinnista raportoidaan vuosittain kaupunginhallitukselle Elinkeinojen kehittämisohjelman raportoinnin yhteydessä. Samalla raportoidaan Rovaniemen Kehitys Oy:n ja Matkailu ja Markkinointi Oy:n hallituksille ohjelman etenemisestä. Elinkeinojaos ja Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi Oy:n hallitus voivat tarvittaessa järjestää yhteisiä tapaamisia kehittämisohjelman toimenpidelinjausten tarkistamiseksi.