



Lähellä, mutta totta.



**Visit Lahti.
Tuo veden kielelle.**

KESÄ 2020 NÄKYVYYSSUUNNITELMA KOTIMAASSA

INFOPAKETTI LAHDEN SEUDUN MATKAILUTOIMIJOILLE JA SIDOSRYHMILLE

Asikkala | Hartola | Heinola | Hollola | Iitti | Lahti | Padasjoki | Sysmä

Viime vuosien merkittävä matkailun kasvu pysähtyi koronakriisin seurauksena maaliskuussa. Lahden seutu - Lahti Region Oy:n hallitus päätti kevään aikana yhtiön toiminnan keskittyvän kotimaanmatkailun kysynnän elvyttämiseen. Yhtiön toimenpiteet ovat viime vuosina keskittyneet erityisesti kasvun hakemiseen kansainvälisiltä markkinoilta. Muuttuneessa tilanteessa on saatu, rahoittajien suosiollisella suhtautumisella, Lahti Regionin pääasiassa kansainväliseen näkyvyyteen keskittyvien hankkeiden sisältöä muutettua kansainvälisyyden lisäksi koskemaan myös kotimaan markkinoita.

Yhtiön hallinnoimien hankkeiden välisellä yhteistyöllä on rakennettu maaliskuu-kesäkuussa mittava kotimaan matkailun kokonaisuus, joka alkaa näkyä 1.7.2020 ja jatkuu läpi kesän. Kesän matkailuteemoista Visit Lahti nostaa esille vesistö-, luonto- sekä ruokamatkailun.

Syksyllä käynnistetään koronatilanteen salliessa kotimaan yritys- ja kokousmatkailun toimenpiteet sekä kansainväliset toimenpiteet. Äkkijarrutuksen seurauksena kansainvälisille markkinoille suunnattu Visit Lahti – Lakeland Finland -brändin jalkautus siirrettiin alkamaan kansainvälisten markkinoiden sijaan kotimaan markkinoilta teemalla – Lähellä, mutta totta.

Kotimaan matkailun tutkimusten mukaan luonto ja ruoka kiinnostavat matkailijoita koronan jälkeisessä maailmassa eniten *). Lahden seudun ruokamatkailu keskittyy niin lähiruokatoreihin, tuottajiin ja tekijöihin tuotteiden takana kuin ravintoloihin ja kahviloihin. Hyvä ruoka yhdistetään suoraan Visit Lahti – Lakeland Finland -brändiin. Visit Lahti. Tuo veden kielelle.

Ruokamatkailuteeman sisällöntuotanto ja kehittäminen jatkuu syksyllä ja sitä kasvatetaan mm. laajentamalla kohderyhmää kokous- ja yritysasiakkaisiin. Teemoja kehitetään läheisessä yhteistyössä yrityssectän kanssa.

*) Sanoma Media Finland – Matkailun murros – katse kohti lähitulevaisuuden kuluttajaa, 5/2020.

Lähellä, mutta totta.

Kesällä 2020 Lahden seutua katsotaan uudesta kuvakulmasta.

1. MIKSI

Business Finland/Visit Finland on jakanut Suomen neljään suuralueeseen; pääkaupunki, saaristo, Lakeland ja Lappi. Visit Lahti toteuttaa ensimmäisenä Suomessa Lakeland Finland -brändin jalkautusta alueelliselle tasolle.

Business Finland/Visit Finland-koordinaatio on merkittävä etu Visit Lahti – Lakeland Finlandille ja Lahden seudun alueellisen vetovoiman vahvistamiselle niin kansallisesti kuin kansainvälisesti.

Business Finland/Visit Finland Lakeland-brändin käytännön toteutus ja jalkautus aluetasolle on koordinoitunut Visit Finlandin markkinointiviestinnän yhteistyökumppanuuksien kautta. Näin on voitu taata matkailun Suomi-brändin yhtenäisyyden jatkuminen.

2. MITÄ

Kesän 2020 tavoitteena on uusien kotimaan matkailijoiden tunnistaminen ja houkuttelu sekä hurmaaminen.

Visit Lahti – Lakeland Finland merkitsee kustannustehokasta toteuttamista ja Lahden seutu näyttää esimerkkiä, miten kansainvälisestä Suomi-kuvasta pystytään ottamaan alueellisesti entistä enemmän irti. Jalkautus tulee jatkumaan lokakuussa avautuvilla, kokonaan uusiutuville www.visitlahti.fi -nettisivuilla.

3. KENELLE

Viesti kohdennetaan Helsinki - Espoo - Vantaa -alueelle luonnosta ja aktiivisesta lomailusta kiinnostuneille. Uutena kohderyhmänä yleensä ulkomaille suuntaavat, jotka etsivät nyt matkailumahdollisuuksia kotimaassa.

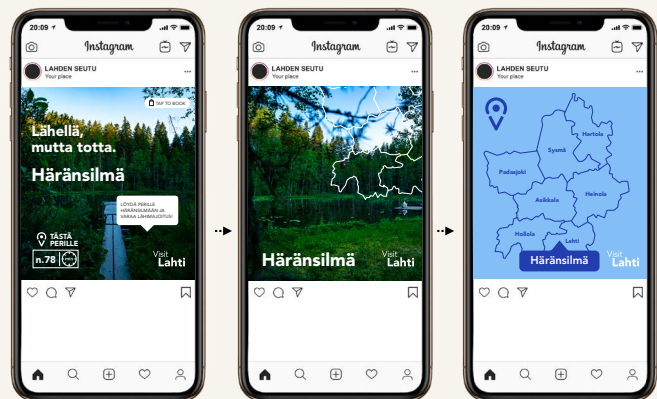
4. MITEN

Esitetään Lahden seudulta kuusi kuvauksellista käyntikohdetta. Tuodaan vielä tuntemattomat, mutta visuaalisesti upeat kohteet minuuttien päähän pääkaupunkiseudun lomailijoista.

- Helsingin Sanomien etusivumainokset 7.7. ja 15.7.
- HS.fi ja IS.fi mobiiliparaati-bannerit
- Sosiaalinen media; Facebookissa ja Instagramissa sponsoroidut postaukset ja bannerimainokset
- Google Display Ads

5. MILLOIN

Heinä-elokuussa 2020



Visit Lahti. Tuo veden kielelle.

Tuodaan alueen monipuoliset ruokamatkailukohteet asiakkaiden tietoisuuteen.

1. MIKSI

Lyhyet viikonloppu- ja päivämatskat ovat suosiossa ja makumuistot ovat oleellinen osa matkaelämystä. Meillä Päijät-Hämeessä on loistavat edellytykset vahvistaa profiiliamme mielenkiintoisena ruokamatkailualueena ja tehdä ruokamatkailusta entistä vahvempi vetovoimatekijä.

2. MITÄ

Tavoitteena on lisätä Lahden seudun suosiota ja tunnettua lähiseudun matkakohteena juuri ruokamatkailukohteiden ja paikallisten tuotteiden kautta.

Profiloida Lahden seutua erinomaisena ruokamatkailualueena ja suomalaisen ruokakulttuurin edustajana.

3. KENELLE

Ensimmäisen vaiheen (kesä 2020) tavoitteena on tavoittaa kotimaiset ruoka- ja lähimatkailusta kiinnostuneet Päijät-Hämeen lähimaakunnista ja etenkin pääkaupunkiseudun alueelta. Ruokamatkailun kehitystyö jatkuu syksyllä kokous- ja yrityskohteiden osalta.

4. MITEN

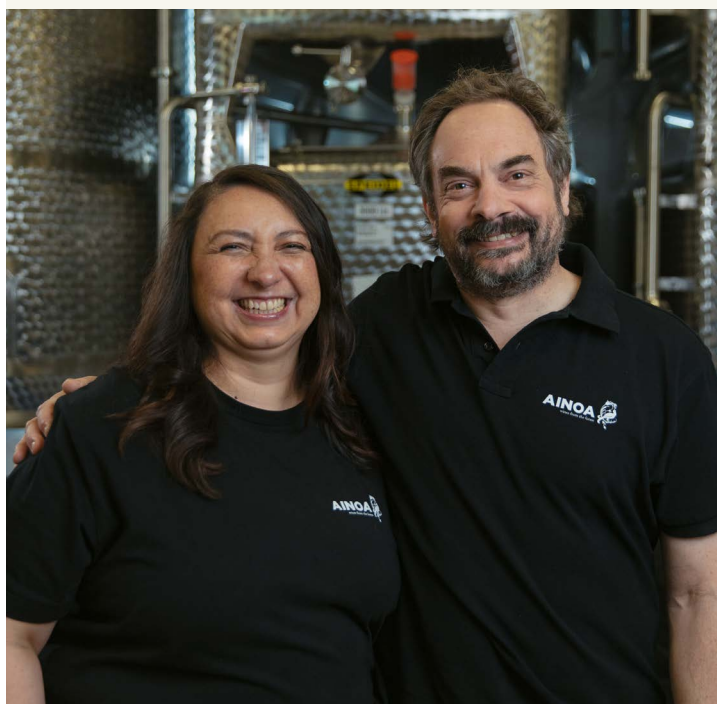
Lahden seudun ruokamatkailun määrittäminen ja konseptointi käynnistettiin maaliskuussa 2020 yhteistyössä ravintola- ja elintarvikevalmistuksen asiantuntijoiden kanssa.

Työn tuloksena syntyi Lahden seudun ruokamatkailun edistämiseen ja vahvistamiseen tähtäävä markkinointikonsepti – VisitLahti. Tuo veden kielelle. Konseptin keskiössä on inspiroivat tarinat seudun yrittäjistä ja yrityksistä, niiden edustamien tuotteiden ja palveluiden esteettiset yksityiskohdat, sekä ruokateeman ympärille kootut reitit ja suositukset.

- Ruokamatkailusivusto tasteofvisitlahti.fi
- HS.fi ja IS.fi mobiiliparaati-bannerit
- Sosiaalinen media; Facebookissa ja Instagramissa sponsoroidut postaukset ja bannerimainokset
- Google Ads; hakusanamainonta ja displays Google Display Ads
- Youtube videomainokset

5. MILLOIN

Heinä-elokuussa 2020

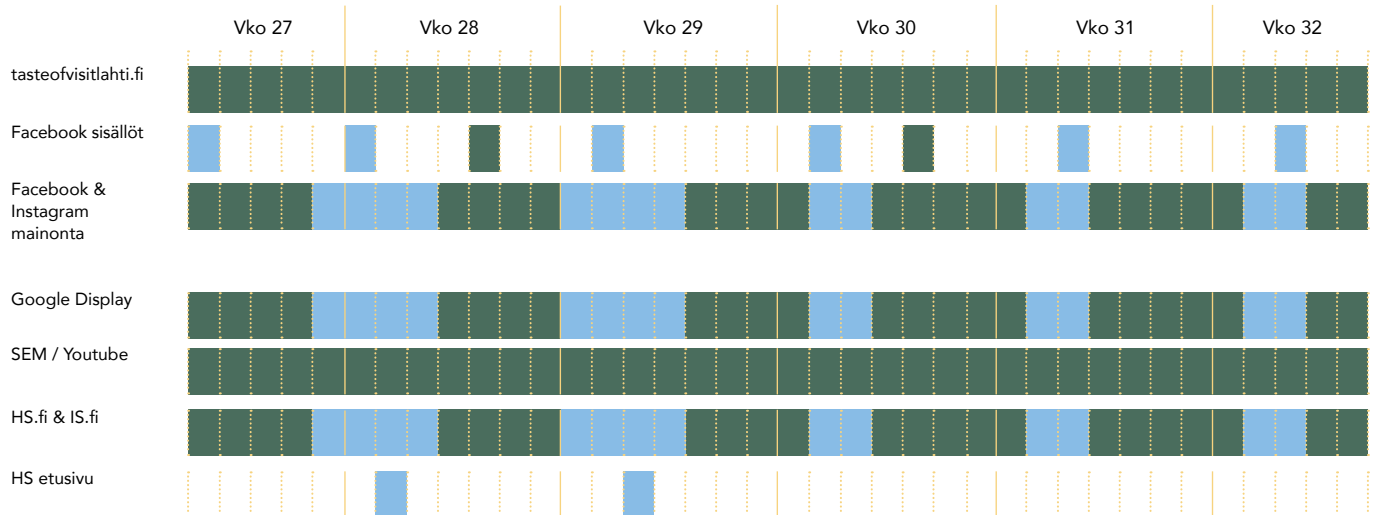




Näkyvyys kesällä 2020

MEDIASUUNNITELMA

● #tasteofvisitlahti ● #lähellämuttatotta



Hyödynnä näkyvyyttä omassa liiketoiminnassa jakamalla postauksia ja käyttämällä hashtagia:
#tasteofvisitlahti #visitlahti #lakelandfinland #lähellämuttatotta #100syytamatkailasuomessa

Mittavan **koronakriisistä selviytymiseen keskittyvän kotimaanmatkailun** kokonaisuuden mahdollistavat Lahden seutu – Lahti Region Oy:n hankkeet.

Lähilomien väylä - toisiaan täydentävien matkailupalvelujen kohteuttaminen ylimaakunnallisesti -hanke

Päijät-Hämeen matkailun selviytymisstrategia -hanke

Päijät-Hämeen urheilu-, matkailu- ja ympäristöliiketoiminnan kasvu Aasian markkinoilla -hanke

Tuotteistuksesta tulokseen 2.0 - Päijät-Hämeen matkailu- ja tapahtumasidonnaisten yritysten kansainvälistymisohjelma -hanke

visitlahti.fi/hankkeet



Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus

Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020



Lahden seutu – Lahti Region Oy
 Salpausselänkatu 7, 15110 Lahti
 puh. 0207 281 760, sales@lahtiregion.fi
 visitlahti.fi | tasteofvisitlahti.fi

Visit
Lahti
 Lakeland Finland