



IITTI

Iitti muuttaa mielen

Iitin matkailubrändi

MARKKINOINTISUUNNITELMA

Miten teemme vaikuttavaa viestintää?

Yhteinen MARKKINOINTI

Sisältö

1. Lähtötilanne: yhteisen markkinoinnin pelikenttä
2. Kohderyhmät ja motiivit
3. Viestintä ja kanavat
4. Yhteinen tapa tehdä
 - Resurssit ja seuranta
5. Viestinnän pilottituotteet
 - Iitti yrityksille
 - Iitti lapsiperheille



Tästä se lähtee!

Tämän dokumentin tarkoitus on auttaa meitä yhdessä kasvattamaan Iitin vetovoimaa matkailukohteena. Se tarjoaa selkeät suuntaviivat ja työkaluja markkinointiin ja viestintään. Tiivistämme rivejä, jotta jokainen markkinointieuro tuottaa tulosta.

Brändikokemus

IITTI

Muuttaa mielen

Moniaistinen mieltä muuttava kokemus, pysyvän muistijäljen jättäminen.

OUTOUS – AITOUS – YHTEYS

Yhteisen markkinoinnin pelikenttä

Kv	Matkanjärjestäjä B	Matkanjärjestäjä C		
Valtakunta	Visit Finland	DMC	Matkanjärjestäjä A	
Maakunta	Visit Lahti	Visit Lakeland (online-varaus)		
Kunta	Visit Iitti + Online-varaukset?	Yhteiset tuotteet	Yhteismarkkinointi	
Yritys	Verkkosivut	Online-varaus	Oma markkinointi	Suora B2B

Markkinoinnin onnistumisen tekijät

SUUNNITTELU JA RESURSSIT

TIIMIT JA TOTEUTUS

1

Markkinoinnin suunnitelma ja tavoitteet

Markkinointijaksolle asetettavat mitattavat tavoitteet, kohderyhmät sekä vuosikello tärkeille tapahtumille ja päiville.

2

Markkinoinnin työkalut ja budjetointi

Tarvittavan tiimin valinta, riittävän rahoituksen varmistaminen, oikeiden työkalujen ja teknisten järjestelmien hankinta toteutuksen tueksi.

Markkinoinnin osaava organisoituminen

3

Selkeiden roolien ja vastuiden jako: kenen vastuulla on mm. suunnittelu, budjetin hallinta, sisällöntuottaminen ja tulosten seuranta.

Markkinoinnin toteutus ja optimointi

4

Brändinmukaisen markkinoinnin luova toteuttaminen erottuvasti ja laadukkailla materiaaleilla. Aktivoivien toteutusten suunnittelu, seuranta ja optimointi.

IITIN
Onnistumisen
tekijät



Kohderyhmät ja motiivit

Lomailija

“Haluan irti arjesta ja kokea aitoja elämyksiä omalla tavallani.”

Lomailija on aitojen elämysten etsijä. Hän hakee **irtiottoa arjesta** omalla tavallaan. Hänen matkaansa ohjaavat lepo, palautuminen sekä luonnon ja maisemien tuoma rauha. Iitissä tämä tarkoittaa **kiireetöntä ja tasokasta lomaa** ilman massaturismia, jossa kulttuuri, luonto ja paikalliset tarinat kohtaavat.

MITÄ TÄMÄ TARKOITTAA IITISSÄ:

- luontolomaa järvien ja metsien äärellä
- kulttuuritapahtumia, kartanoita ja paikallista elämää
- liikkumista luonnossa: kävelyä, melontaa, pyöräilyä, golfia
- kiireetöntä lomaa tasokkaissa kohteissa

Visit Finland -yhteys: Nature Lover, Culture Traveller, Active / Outdoor Explorer



Harrastaja

“Matkustan, koska haluan harrastaa.”

Harrastajalle matka on onnistunut, kun **ohjelma on selkeä ja palvelut toimivat saumattomasti** harrastuksen ympärillä. Majoitus, ruokailu ja oheispalvelut valitaan harrastuksen ehdoilla.

MITÄ TÄMÄ TARKOITTAI IITISSÄ

- golfmatkoja ja ryhmiä Iitti Golfin ympärillä
- moottoriurheilutapahtumia ja ratapäiviä KymiRingillä
- kulttuuriharrastamista (festivaalit, kurssit, musiikki)

Visit Finland -yhteys: Purpose-driven travellers



Tapahtumakävijä

“Tulen juuri tähän aikaan,
juuri tämän tapahtuman vuoksi.”

Tapahtumakävijä saapuu paikalle juuri **tietyn ajanhetken ja elämyksen** vuoksi. Häntä houkuttelevat **tapahtuman ainutlaatuinen ohjelmisto ja tunnelma**. Iitissä hän arvostaa sujuvaa kokonaisuutta, jossa palvelut ja liikkuminen on järjestetty helposti tapahtuman ympärille.

MITÄ TÄMÄ TARKOITTAI IITISSÄ

- musiikkijuhlat, urheilutapahtumat ja kausitapahtumat
- markkinat, kylätapahtumat ja paikalliset juhlat
- palvelut tapahtuman ympärillä (ruoka, majoitus, liikkuminen) mahdollisuus yhdistää tapahtuma lomailuun

Visit Finland -yhteys: Culture Traveller/Event-based travel



Yritysassiakas

“Tarvitsemme paikan, jossa voi keskittyä, ajatella ja kohdata.”

Yritys- ja ryhmäasiakkaat etsivät paikkaa, jossa voi **inspiroitua ja viettää yhteistä aikaa** keskellä arkea. Strategiatyö ja yhteinen kehittäminen vaativat luottamuksellisen ja rauhallisen ympäristön, jossa työ ja hyvinvointi yhdistyvät. Oheisohjelmassa painottuvat liikunta, hyvä ruoka ja palautuminen.

MITÄ TÄMÄ TARKOITTA IITISSÄ

- kartanot, juhla- ja kokoustilat luonnon keskellä
- pienryhmille sopivat, rauhalliset ympäristöt
- oheisohjelma luonnossa (liike, ruoka, palautuminen)
- sesonkien ulkopuolinen, laadukas vaihtoehto kaupungeille

Visit Finland -yhteys: Business Traveller, Bleisure (business + leisure)





Viestintä ja kanavat

Yksi ääni, monta tarinaa

**litin uuden matkailu-
brändin voima syntyy
siitä, että me yhdessä
kerromme litin tarinaa.**

Tavoitteenamme on, että matkailija kohtaa yhtenäisen, laadukkaan ja kutsuvan litti-kuvan riippumatta siitä, selaako hän Instagramia kotisohvalla vai lukeeko hän paikallisen kahvilan liitutaulua.

Viestintämme ytimessä on aitous ja saavutettavuus. Jotta viestimme leikkaa läpi nykypäivän sisältötulvan, hyödynnämme valittuja kanavia ja niiden vahvuuksia.



Tähän malliin!

Seuraavaksi on esitelty muutamia konsepti-ideoita sekä sisältöesimerkkejä, joita voi hyödyntää markkinointikanavasta riippumatta jatkotyön pohjana. Sisältökonseptien tärkein anti on se, ettei kaikkea tarvitse lähteä aina rakentamaan alusta. Konseptin muoto ja visuaalisuus pysyvät samana, vain aihe vaihtuu.

SISÄLTÖKONSEPTI-IDEA #1

Tätä on iittiläisyys

Tavoite: Lisätä kiinnostavuutta vahvistamalla litin haluttuja erityispiirteitä: mielenrauhaa, sopivaa outoutta, juurevuutta ja aitoutta. Sisällöt kerrotaan paikallisten yritysten ja ihmisten äänellä, mikä lisää autenttisuutta.

Seuraavalla sivulla esitellään tarkemmin sisältökonsepti, jossa paikalliset paljastavat omat suosikkipaikkansa ja -hetkensä. Mikä tekee litistä litin?

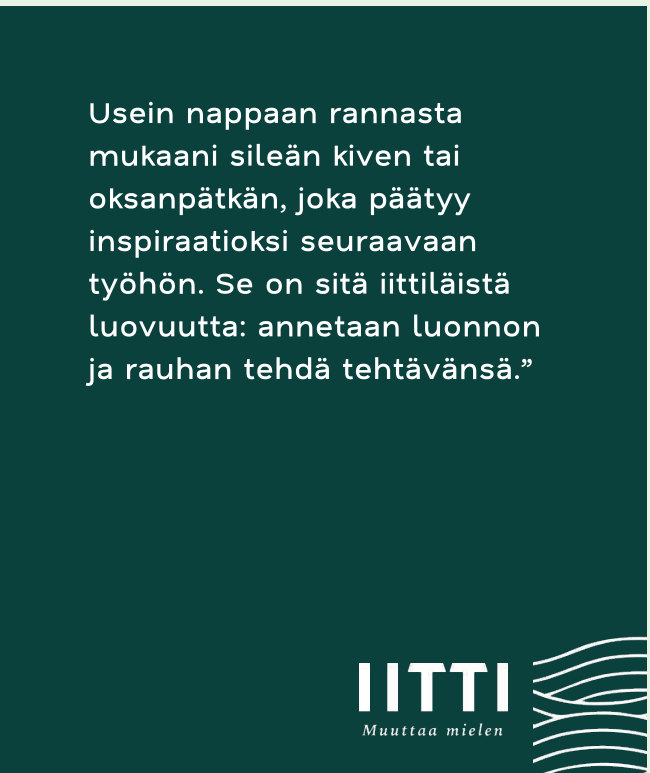
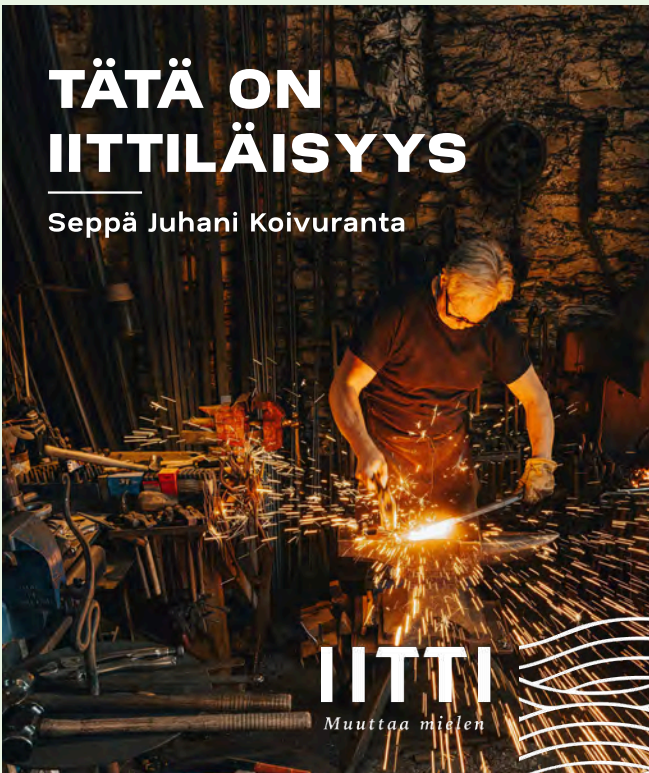
Visuaalisuus: Lyhyt video (60sek), jossa luotetaan visuaaliseen tarinankerrontaan. Tuodaan esille henkilö ja hänen valitsemansa kohde/tarina.



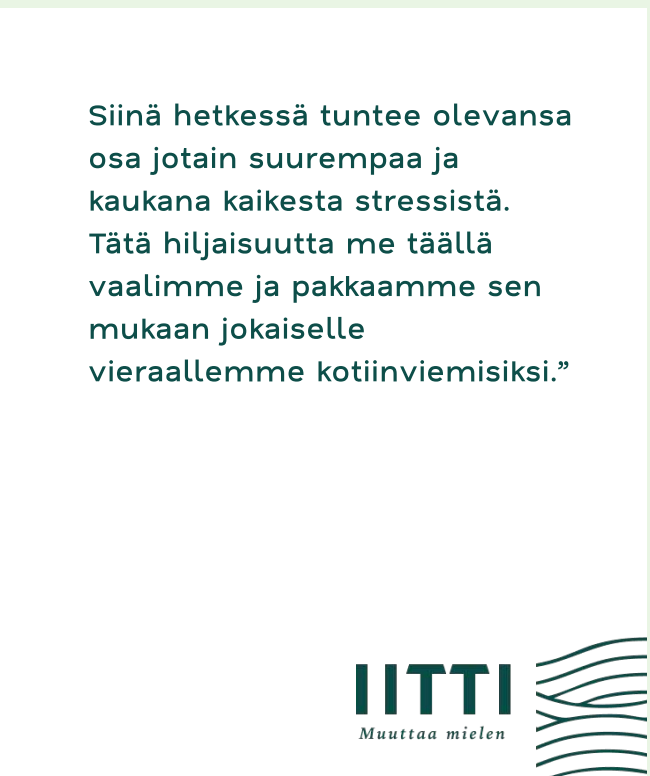
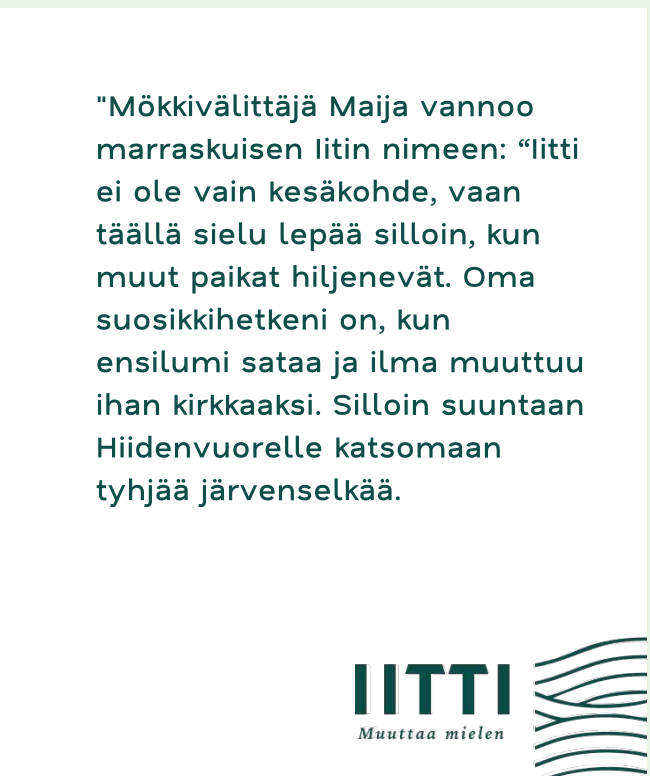
IITTI

Iitti muuttaa mielen

SISÄLTÖKONSEPTI-IDEA #1 / TÄTÄ ON IITILÄISYYS
(ESIMERKKI INSTAGRAMISTA)



SISÄLTÖKONSEPTI-IDEA #2 / MIELENRAUHA JA SESONKIEN VÄLINEN AIKA



Lisämausteena!

SISÄLTÖKONSEPTI-IDEA #3
Lyhyitä, tunnelmallisia videoita luonnon liikkeestä, joissa keskitytään pelkästään luonnon ääniin ja visuaaliseen rauhaan kiireen vastapainona. "Tältä kuulostaa aamu Hiidenvuorella."

SISÄLTÖKONSEPTI-IDEA #4
Paikallisten tuottajien ja ravintoloitsijoiden lyhyet esittelyt suosikkiraaka-aineista, kuten tuoreesta kalasta tai sesongin marjoista.

SISÄLTÖKONSEPTI-IDEA #5
Lapsiperheille suunnattu konsepti, jossa keskitytään Iittiin lasten ehdoilla: eläinten kohtaamisiin, vapaaseen leikkiin ja turvalliseen tutkimusmatkailuun.

ESIMERKKI

Tapatumamarkkinointi

Iitti-elämyskontti

Iitti-elämyskontti on siirrettävä palanen iittiläistä sielunmaisemaa. Se on helposti lähestyttävä, luonnonmateriaaleilla sisustettu ja kokemuksellinen tila, joka pysäyttää kiireen ja kutsuu aitoon kohtaamiseen, olipa paikkana Kampin Narikkatori tai suuret messut.

- Iitin makuja
- ostoksia
- Luonnon äänimaisema-koppi (yhteistyö Frameryn kanssa)
- pelejä ja kilpailuja
- videoita



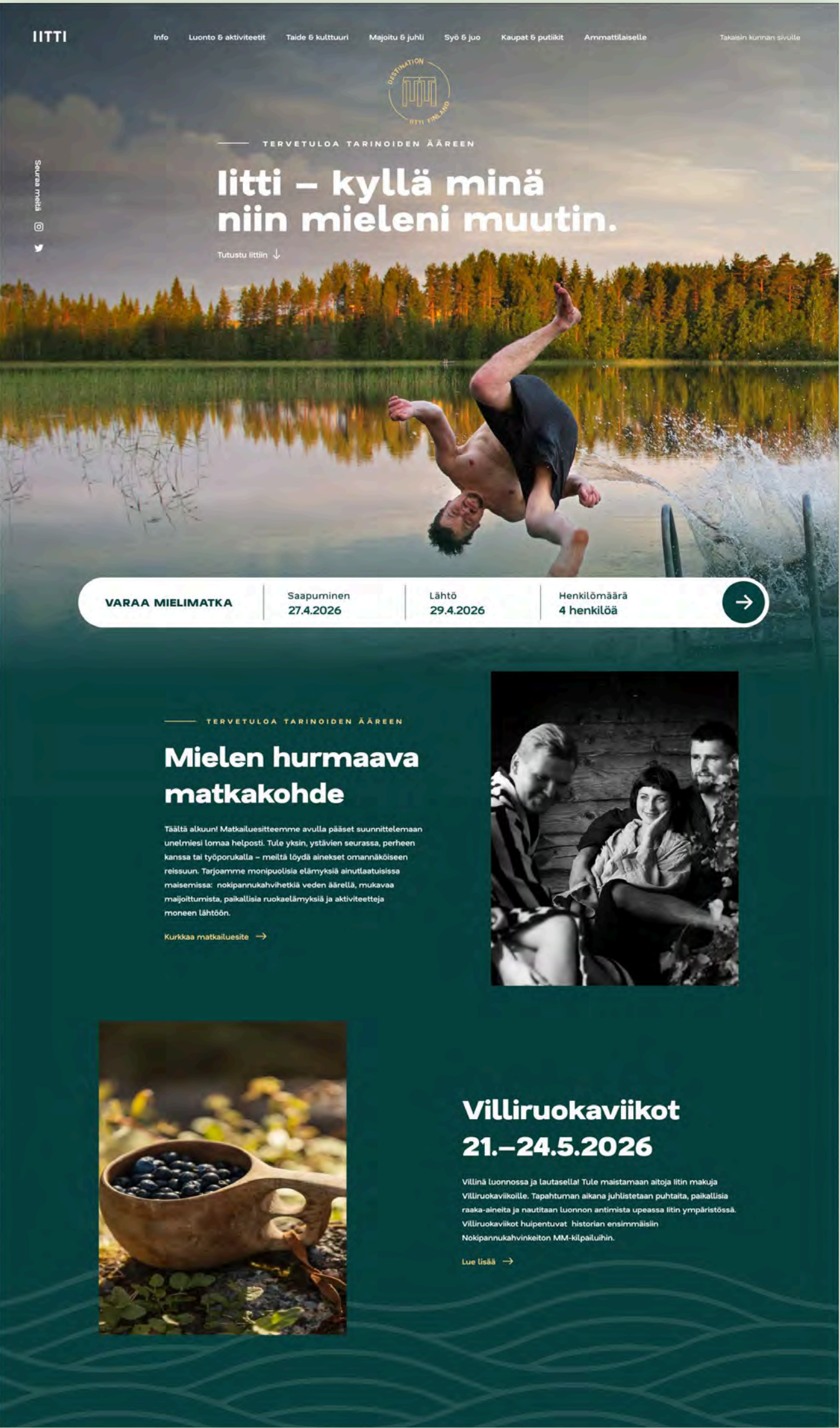
ESIMERKKI

Visit litti -verkkosivu

Digitaalinen koti tarinoille

Visit litti -sivusto on matkailijan ostopolun sydän, joka muuttaa inspiraation konkreettisiksi varauksiksi.

Uusi layout on suunniteltu tarinallisuus ja helppokäyttöisyys edellä, jotta litin ainutlaatuinen tunnelma välittyy kävijälle heti ensisilmäyksellä.



Markkinoinnin vuosikello

Markkinoinnin vuosikello helpottaa sisältöjen suunnittelua etupainotteisesti ja vähentää reaktiivista tekemistä.

YV = ympäri vuoden

IDEOITA TAPAHTUMIKSI

Hiidenvuoren talvivalot

Valotaidetapahtuma vuoden pimeimpään aikaan.

Iitin puutarhapäivät

Parhaat puutarhat palkitaan!

Avoimet kylät ja kartanot

Päivä, jolloin Iitin historialliset kohteet ja piilossa olevat helmet avaavat ovensa yleisölle.

TALVI-JOULU

B2C

- Joulutapahtumat
- Joululoma

B2B

- Pikkujoulut

TALVI-KEVÄT

B2C

- Saunakylä-tapahtuma
- Villiruokaviikot
- Hiihtolomat
- Nokipannukahvin MM

B2B

- Kokoukset

SYKSY

B2C

- Käy kotihin -tapahtuma
- Minilomat
- Syysloma
- Villiruokaviikot

B2B

- Kokoukset

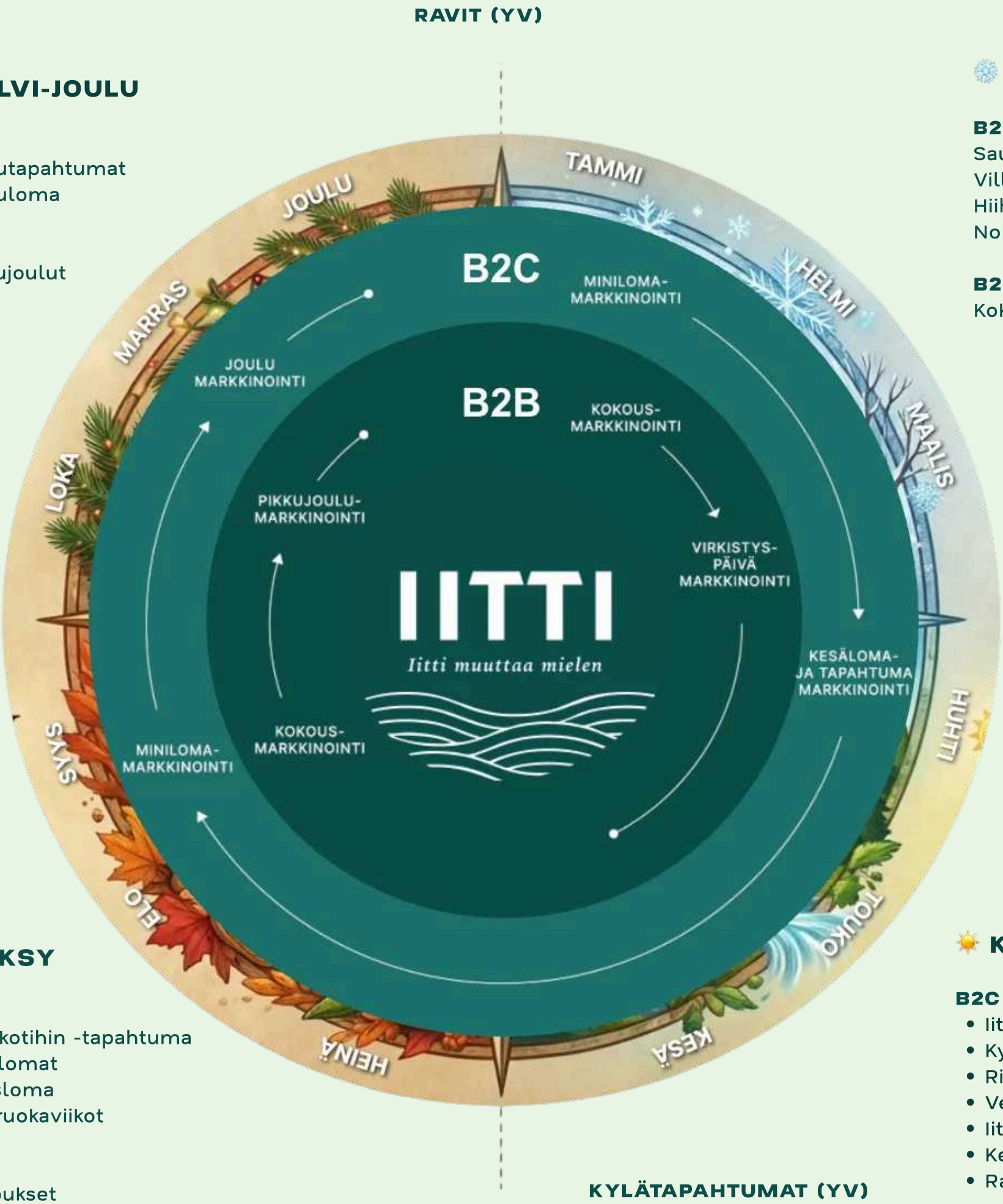
KESÄ

B2C

- Iitin musiikkijuhlat
- Kymiringin tapahtumat
- Ring Race Clubin tapahtumat
- Veneilykauden avajaiset
- Iitti Golf -tapahtuma
- Kesämarkkinat
- Rantapäivät

B2B

- Kesäpäivät, virkistyspäivät



Palvelutuotannon teesit pätevät myös markkinoinnissa

Tämän
sanoitamme
ulospäin

SYDÄMELLISESTI KOHTAAVA

Meillä matkailijat ovat ystäviä kyläilemässä

HYVÄLLÄ ITSETUNNOLLA

Kohtaamme kaikki avoimin mielin, kuten littiläiset aina

Tämän ohjaa
tekemistämme
sisäisesti

ROHKEASTI OMANLAINEN

Meillä on vapaus kokeilla, elämä ei ole niin vakavaa

KONSTAILEMATTA PARAS

Laatua vaalimme, mutta aitous ennenkaikkea

KAIKILLE AVOIN

Kaiken yhdistävä ja mukaan kutsuva, elämäniloa tuottava

**Näitä
haluamme
hyödyntää**

litin matkailun kanavasuunnitelma

KANAVA	ROOLI	TAVOITE	MITTARIT
Visit Iitti / muu kokoava sivu	Kaiken markkinoinnin keskuspiste ja "virallinen" tiedonlähde. Sivuston tehtävä on muuttaa inspiraatio konkreettiseksi suunnitelmaksi.	Palvella matkailijaa ostopolun eri vaiheissa: tarjota faktoja ja ideoita, ohjata suoraan helppoon varausjärjestelmään.	Uniikit kävijät, sivustolla vietetty aika, asiakkaan polku ja konversio yhteisessä varausjärjestelmässä.
Uutiskirje	Suora kanava Iitti-mielisille. Kirjeellä muistutetaan ajankohtaisista tapahtumista (esim. musiikkijuhlat tai veneilykauden avajaiset) ja tarjotaan sesonkiin sopivia vinkkejä läpi vuoden.	Kasvattaa palaavien matkailijoiden määrää ja pidentää matkailukautta tarjoamalla sisältöä myös sesonkien ulkopuolella.	Tilaajamäärän kasvu, avausprosentti (OR) ja klikkausprosentti (CTR).
Orgaaninen sosiaalinen media	"Ikkuna" Iittiin, jossa näytetään alueen arkea, tunnelmia ja ihmisiä brändin mukaisesti. Pääpaino on Instagramissa (visuaalisuus), Facebookissa (tapahtumat ja info), LinkedIn (yritykset / johdon assistentit/ suoramarkkinointi).	Rakentaa tunnettuutta ja tunnesidettä matkailijoiden, litin ja paikallisten toimijoiden välillä. Tavoite on herättää tunnetta ja sitoutumista.	Sitoutuminen (tykkäykset, kommentit, jaot), tavoitavuus ja seuraajamäärän kehitys.

litin matkailun kanavasuunnitelma

KANAVA	ROOLI	TAVOITE	MITTARIT
Maksettu (sosiaalinen) mainonta	Tavoittaa potentiaalisia matkailijoita kohdennetuilla ja mitattavilla kampanjoilla pääasiassa Metan kanavissa Instagramissa ja Facebookissa. Optiona Google Display ja ulkomainonta	Nostetaan litin tunnettuutta, ohjataan laadukasta liikennettä Visit Iitti -sivustolle sekä tuetaan yrittäjien sesonkimyyntiä.	Klikkauskohtainen hinta (CPC), mainonnan tavoittavuus ja konversiot (esim. opaslataukset ja varaukset).
Ansaittu media	PR-työ, kuten lehdistötiedotteet ja toimittajavierailut. Iitin uusi brändi ja mielenkiintoiset paikallistarinat (esim. uusi yrittäjä tai kehityshanke) voivat ylittää uutiskynnyksen.	Rakentaa litin mainetta korkeatasoisena ja kiinnostavana kohteena, josta löytyy monenlaisia, yllättäviäkin tarinoita.	Mediaseuranta (artikkelien määrä ja sävy)
Vaikuttaja-markkinointi	Yhteistyö sellaisten vaikuttajien kanssa, joiden arvot (esim. kotimaanmatkailu, ulkoilu, perheaika) kohtaavat Iitti-brändin kanssa.	Saavuttaa uusia kohderyhmiä uskottavien suosittelijoiden kautta ja saada käyttöön laadukasta, persoonallista ja aidontuntuista sisältöä.	Vaikuttajan seuraajien sitoutumisaste, kampanjakohtaiset koodit/linkit ja sisällön laatu/uudelleenkäytettävyys.



Tapa tehdä yhdessä



Läpinäkyvyys ja yhteinen suunta

Jotta malli toimii ja koetaan oikeudenmukaiseksi, sen tulee perustua:

- avoimeen suunnitelmaan → mitä tehdään ja milloin
- selkeään vastuunjakoon → kuka tekee
- yhteiseen seurantaan → mitä on tehty ja mitä opittu

Yhteinen markkinointipotti ei korvaa yritysten omaa markkinointia, vaan vahvistaa litin yhteistä näkyvyyttä ja tukee kaikkien toimijoiden myyntiä.

Resurssit ja niiden käyttö

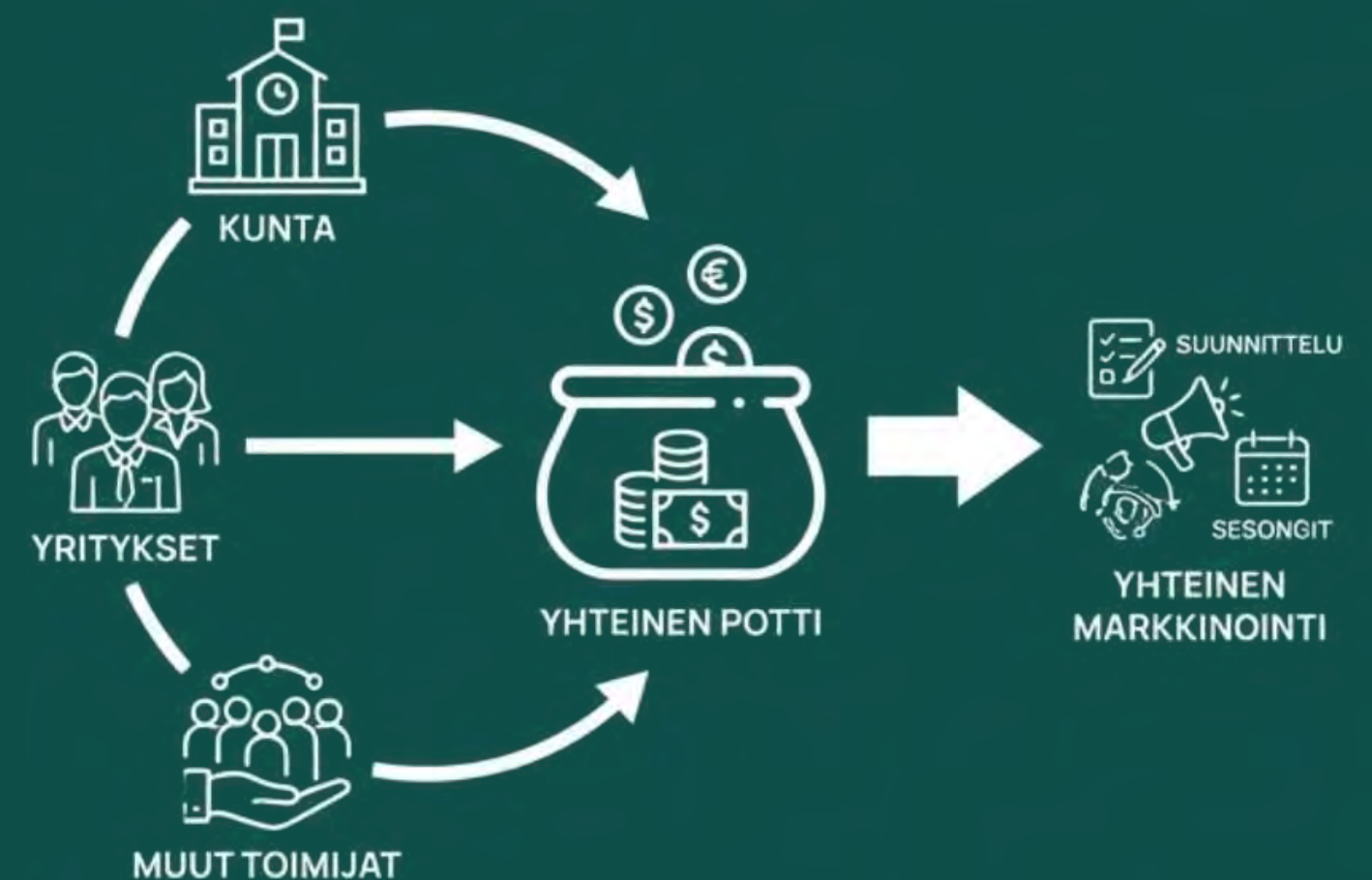
Markkinointiresursseja kerätään vuoden mittaan yhteiseen pottiin, mikä

- mahdollistaa markkinoinnin pitkäjänteisen suunnittelun
- tukee sesonkien ennakointia
- vähentää ad hoc -päätöksentekoa

Vuosittainen malli tekee markkinoinnista

- ennustettavaa
- hallinnollisesti kevyen
- vaikuttavaa ja yhtenäistä

Yhteisen mallin tarkemmat periaatteet sovitaan yhdessä ja dokumentoidaan esimerkiksi jaettuun tiedostoon.



Markkinoinnin organisoituminen

PÄÄTÖKSENTEKO

Markkinoinnin ohjausryhmä

Tehtävänä on luoda markkinointijakson suunnitelma, määrittää budjetti ja varmistaa rahoitus.

PÄÄVASTUU

- viestinnästä litin yrityksille ja sidosryhmille
- yhteyksistä muihin alueellisiin toimijoihin
- yhteistyömallien rakentamisesta

VOISI KOOSTUA ESIMERKIKSI

- Kaksi henkilöä Matkailu ry:stä
- Kunnalta yksi tekijä
- Kulttuuripuolen asiantuntija
- Yrityksen edustaja

JALKAUTTAMINEN

Markkinoinnin toteutustiimi

Tehtävänä on toteuttaa markkinointia määritetyn budjetin ja suunnitelman pohjalta.

PÄÄVASTUU

- sisältöjen tuottamisesta
- valittujen kanavien hallinnasta ja aikatauluista
- kampanjoiden seurannasta ja optimoinnista
- markkinoinnin tulosten raportoinnista

VOISI KOOSTUA ESIMERKIKSI

- Kunnalta tekijä
- Yrityksen edustaja tai ostopalveluna

Markkinoinnin budjettimalli

Havainnollistava esimerkki markkinointijakson budjetille ja kohdennukselle

Markkinoinnin budjetin ohjaamisesta (B2B / B2C) tehdään päätös ohjausryhmässä.



Rahoitusesimerkki 1:
50% kunta
50% yritykset

20 000€ kunta
20 000€ yritykset
(10 yritystä = 2000€ yritys)

Rahoitusesimerkki 2:
100% yritykset

20 000€ yritykset
(10 yritystä = 2000€ yritys)



Yhteistuotteiden viestintäesimerkit

ESIMERKKI: INSIPRAATIO-LEIRI

Markkinointi



Iitin Inspiraatioleiri –Aito ympäristö parhaille oivalluksille

Etsittekö paikkaa, jossa päästään aidosti asioiden ytimeen? Iitin kokouselämys tarjoaa ainutlaatuisen ympäristön, jossa maaseutumainen rauha ja aidot, yllätyksellisetkin elämykset luovat ilmapiirin tuoreille ajatuksille.

Iitin Inspiraatio-leiri tarjoaa kaiken mitä tarvitset vahvistamaan tiimihenkeä ja synnyttämään ne parhaat oivallukset ja näkemykset uuteen, inspiroivaan arkeen.

Hinta xxx€/hlö

Hintaan sisältyy majoitukset aamiaisella, inspiroivat kokoustilat ja ruokailut, luontoaktiviteetit sekä yrttisaunan.

IITIN INSPIRAATIOLEIRI

Markkinointi

IITIN
Inspiraatio
LEIRI



**Kaikki perinteistä
paitsi tuoreet ajatukset**

Perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem
accusantium doloremque laudantium, totam rem
aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis

Hurmaavia kyliä
VUODESTA
1539
IITTI
Aitoa elämää



👨‍🍳 Inspiroidu, kokousta ja kokkaa yhdessä!

Luovan kokouspäivän päätteeksi tiimi pääsee vahvistamaan yhteishenkeään Talonpojan menun yhteiskokkauksessa.

👑 Päivän kruunaa hemmotteleva ranta- ja lauttasauna, jossa ajatukset saavat vielä hetken kypsyä.

Hinta 276 €/hlö
Sisältää majoituksen aamiaisella, inspiroivat kokoustilat, yhteiskokkauksen sekä ranta- ja lauttasaunan.



Hengitä sisään metsää. Ulos stressiä. 🌿

Inspiraatioleiri metsäkylvyllä vie tiimisi luonnon keskelle rauhoittumaan, palautumaan ja löytämään uusia näkökulmia.

- ◆ Metsäkylpy / luontoaktiviteetti
- ◆ Inspiroivat kokoustilat
- ◆ Ruokailut
- ◆ Majoitus aamiaisella

Hinta: 259 € / hlö

Tuo tiimisi takaisin perusasioiden äärelle luonnon keskelle!

ESIMERKKI: FARMIVIIKONLOPPU

Markkinointi



Oletko miettinyt miltä tuntuisi elää hetki maalla?

Koe koko perheen unohtumaton viikonloppu ja tapaa kymmenittäin maatilan hellyttäviä eläimiä. Tee elämyksellinen metsäretki maatilan eläinten kanssa ja nauti herkullisia maatilan antimia nuotiotulen äärellä.

Iitin Talvinen Farmiviikonloppu on lapsiperheiden rauhallinen irtiotto arjesta. Viikonloppu, jossa talvinen luonto, eläinten läheisyys ja kiireetön yhdessäolo luovat unohtumattoman kokemuksen.

Hinnat alk. aikuiset xxx€, lapset xxx €

Hinta sisältää majoituksen aamiaisella, farmivierailun ja buffet-lounaan, metsäseikkailun ja nuotiolounaan.

Päätienvarren mainos

Maalle lomalle!

Koe koko perheen farmiviikonloppu Iitissä.



Somemainos

Koe maaseudun lumo Iitissä

Tätä on iittiläisyys: aitoja kohtaamisia, talvista luontoa ja mielenrauhaa.

Koe koko perheen unohtumaton viikonloppu farmilla. Tuo lapset ihastumaan eläimiin ja nauti itse hiljaisuudesta nuotiotulen äärellä. Iitin talvinen Farmiviikonloppu on loma, joka muistetaan pitkään.

👉 Katso vapaat viikonloput ja hinnat!

Call to Action: Lue lisää tai Varaa nyt

IITIN TALVINEN FARMI-VIIKONLOPPU

Markkinointi

Koettavaa koko perheellä!

IITIN TALVINEN
FARMI
-VIIKONLOPPU-



Viikonloppu aitoa maaseudun elämää

Perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis

Hurmaavia kylä
VUODESTA
1539
IITTI
Aitoa elämää



🐾 Iitin talvinen farmi-viikonloppu vie keskelle maaseudun rauhaa, elämyksiä ja talvista luontoa.

- ◆ Majoittuminen omassa huvilassa
- ◆ Rantasauna tähtitaivaan alla
- ◆ Ohjattu farmivierailu: hevosia, alpakoita ja poroja
- ◆ Nuotioeväät ja farmikahvilan herkut
- ◆ Metsäretki oppaan kanssa
- ◆ Eväät ja kuuma juoma kodalla tai laavulla

Yhteensä alk. 373 € / perhe (2 aikuista + 1 lapsi)

Tervetuloa viettämään lomaa, jonka koko perhe muistaa vielä pitkään!



🎅 Vietä taianomainen joulu farmilla! Eläinten joulutunnelma hurmaa: hevoset, alpakat ja porot odottavat rapsutuksia ja herkkuja. Nuotio, maatilan äänet ja joulun rauha tekevät lomasta erityisen.

🌲 Joulun tunnelma jatkuu metsäretkellä, jossa kuunnellaan luonnon tarinoita ja kuljetaan talvimetsän hiljaisuudessa. Kodalla tai laavulla nautitaan lämmintä juomaa ja eväitä, juuri niin kuin jouluun kuuluu.

Hinta alk. 373 € / perhe (2 aikuista + 1 lapsi)
Sisältää majoituksen aamiaisella sekä yhteiset elämykset (farmivierailun, metsäretken ja nuotiohetket).

litin markkinointi on yhteinen matka

Hyvä markkinointi lähtee rohkeudesta käyttää litin uutta brändiä ja tehdä se näkyväksi. Hyvä markkinointi vaatii rohkeita kokeiluja ja testaamista matkan varrella. Vaikka meitä ohjaa yhtenäinen brändi, persoonallisen siitä tekee jokainen yrittäjä omalla äänellään ja panostuksellaan.

Näin Iitti hurmaa aitoudellaan kerta toisensa jälkeen.



Iitin matkailubrändi

MATKAILIJAN HURMAUSOPAS

Helmikuu 2026