



**Euroopan unionin
osarahoittama**



Valintaesitys

Lappi-brändi 2.0 - Vahvalla ja monipuolisella brändillä ratkaisuja Lapin haasteisiin 402481, 402486, 402487, R-00737

Hankkeen sisältö

Kolmevuotisella maakunnalle strategisesti keskeisellä Lappi-brändi 2.0 -hankkeella kasvatetaan elinkeinolähtöisesti lappilaisten yritysten ja kuntien brändiajatteluosaamista ja luodaan edellytyksiä kulttuuri- ja luovan osaamisen paremmalle hyödyntämiselle TKI-toiminnassa. Hankkeessa testataan Lapin olemassa olevaa aluebrändiä sekä kehitetään, pilotoidaan ja jalkautetaan päivitettyä aluebrändiä. Pitkän aikavälin tavoitteena hankkeella on kaikkia lappilaisia tahoja hyödyttävä Lapin tunnettuuden, veto- ja pitovoiman, elinvoiman ja hyvinvoinnin kasvattaminen.

Hankkeella vahvistetaan alueen elinkeinoelämän, kuntien ja korkeakoulujen, sekä muiden keskeisten aluekehittämistoimijoiden brändiosaamista sekä laajasti aluemarkkinoinnin, mielikuvatyön ja viestinnän osaamista. Hankkeen kautta lappilaiset yritykset pystyvät hyödyntämään Lapin kilpailukykytekijöitä entistä monipuolisemmin ja tehokkaammin. Samalla hankkeessa yhteistyöverkostot sekä innovaatioympäristöt (kuten Lapin brändipöytä, luovan ja kulttuurialan verkostot) vahvistuvat. Hanke tehostaa aktiivista koulutus- ja tutkimusyksiköiden, yritysten ja kuntien sekä kulttuuritoimijoiden välistä yhteistyötä ja osaamista alueellisen kilpailukykyyn edistämiseksi. Hankkeen kautta brändin kaltaisten, aineettomien ominaisuuksien tutkimus- ja kehittämistoimintaa tehdään Lapissa TKI-palveluita käyttämällä entistä aktiivisemmin. Tämä tukee tulevaisuudessa entistä paremmin Lapin elinkeinoelämää, Lapin kuntia ja TKI-organisaatioita sekä muita toimijoita kuten yhdistyksiä ja aluekehittämisorganisaatioita. Hankkeen myötä yritysten kilpailukyky vahvistuu, osaaminen kehittyy ja edellytykset uusien innovaatioiden sekä liiketoiminnan syntymiselle paranevat.

Sparrausta hankkeeseen on haettu muun muassa monialaisista Lapin brändipöydistä ja Lapin maakunnallisesta kulttuuriverkostosta. Hankkeen valmistelun pohjalla on Lapin kuntajohtajille keväällä 2022 tehty selvitys Lapin aluebrändin kehittämisestä, Lapin brändityöpaja kesällä 2022 sekä Lapin brändipöydät marraskuussa 2022 ja helmikuussa 2023. Hankkeessa hyödynnetään ensimmäisen

brändihankkeen (päätyi 2012) lisäksi juuri meneillään olevien hankkeiden (Lapin taide- ja kulttuuritoimijoiden osaamis- ja tarvekartoitus sekä Pohjoisen puhuri) tuloksia. Lappi-brändi 2.0 -hankkeen tarpeista ja sisällöistä on keskusteltu keskeisten sidosryhmien kanssa (kuten mm. Lapin Yrittäjät, Lapin kauppakamari, Lapin ELY-keskus ja TE-toimisto, Lapin kuntajohtajat ja viestintäverkosto, House of Lapland, Lapin yliopisto ja ammattikorkeakoulu, 2. asteen koulutus, Lapin hyvinvointialue, maakunnallisen kulttuurin toimialan asiantuntijaryhmä, Taike ja Lapin Matkailuelinkeinon Liitto LME). Keskustelujen lopputuloksena on ollut, että Lapin veto- ja pitovoimaa pitää kehittää ja tuoda esiin monipuolisempaa kuvaa Lapista, tätä edistäisi toimijoiden brändiajattelun kasvattaminen yhdessä alan huippuosaajien kanssa, Lapin aluebrändi vaatii päivittämistä ja koko maakunnan toimijoiden brändiosaamista kasvatetaan tekemällä tämä osallistavasti ja avoimesti.

Lappilaisten yritysten saama hyöty hankkeesta konkretisoituu, kun päivitetystä Lappi-brändistä johdetaan erilaisia työkaluja, joiden avulla yritykset pystyvät kiinnittymään houkuttelevaan aluebrändiin, jonka arvolutaus ja tutkimukseen pohjautuvat erottautumistekijät voidaan ottaa osaksi yksittäisten toimijoiden markkinointia ja viestintää monikanavaisesti eri kosketuspinnoin. Yrityksiä, niiden esittelyjä sekä yrittäjien tarinoita voidaan hyödyntää alueen sisällöntuotannossa ja markkinointitoimenpiteissä tuomalla ne mukaan Lappi-brändin kontekstiin.

Hankkeen tavoitteena on tehostaa aktiivista koulutus- ja tutkimusyksiköiden, yritysten ja kuntien sekä kulttuurin ja luovan toimialan toimijoiden välistä yhteistyötä ja osaamista alueellisen kilpailukyvyyn edistämiseksi. Hankkeen kehittämistavoite on, että myös brändin kaltaisten, aineettomien ominaisuuksien tutkimus- ja kehittämistoimintaa tehdään Lapissa TKI-palveluita käyttämällä. Tämä tukee tulevaisuudessa entistä paremmin Lapin elinkeinoelämää, Lapin kuntia ja myös TKI-organisaatioita. Pitkän aikavälin tavoitteena Lappibrändi 2.0 -hankkeella on kaikkia lappilaisia tahoja hyödyttävä Lapin tunnettuuden, veto- ja pitovoiman, elinvoiman ja hyvinvoinnin kasvattaminen.

Hankkeella vahvistetaan kokeilukulttuuriasennetta ja kokeiluja (esim. brändipilotit). Lapilla ei ole maakunnallista kulttuurin ja luovan toimialan kasvuohjelmaa. Nykyisessä Lappi-sopimuksessa, ja sen toimeenpanosuunnitelmassa, nostetaan esiin kulttuurialan kehittäminen ja käytetään kulttuurialaa esimerkkinä vahvasti kehittyvästä toimialasta, jonka liiketoiminnan kehittämiseen tulee panostaa. Kun Lapin kulttuurin ja luovan toimialan kasvuohjelmaa kootaan Lappi-brändi 2.0 -hankkeen kontekstissa, se samalla integroi kulttuurin ja luovan toimialan kehittämiseen TKI-toimintaa ja brändin käyttöosaamista, brändiajattelua. Lapissa on Suomen toinen taideyliopisto, jonka TKI-osaamisen hyödyntämisessä on edelleen potentiaalia yritysten kehittämiseen. Myös Lapin ammattikorkeakoulun ja toisen asteen oppilaitosten osaamista tulisi hyödyntää aiempaa enemmän lappilaisen brändin ja kulttuurin ja luovan toimialan vahvistamiseksi. Hanke ja sen kautta syntyneet toimialarajat ylittävät yhteydet ja kulttuurin ja luovan toimialan kasvuohjelma myös kannustaa luovan osaamisen hyödyntämistä enemmän yrityksissä ja muissa organisaatioissa.

Hankkeen tavoitteisiin päästään toteuttamalla työpaketit:

Työpakettikonaisuus 1. Selvitys ja tiedon keruu; 1.1. Mielikuvatutkimus Lapista, 1.2. Nykyisen Lappi-brändin toimivuuden tarkastelu

Työpakettikonaisuus 2. Päivitetään Lappi-brändi; 2.1. Brändin kirkastus: Analyysistä johdetut havainnot ja oivallukset, 2.2. Lappi-brändin ytimen määrittely: ensimmäiset prototyypit, 2.3. Uusi brändi-identiteetti, 2.4. Markkinoinnin ja viestinnän konseptointi

Työpakettikokonaisuus 3. Testataan päivitettyä brändiä kulttuuriohjelman kautta ja palautetta keräämällä; 3.1 Lapin kulttuurin ja luovan toimialan kasvuohjelma, 3.2 Päivitetyn Lappi-brändin testaaminen ja palautteenkeruu selvitysvaiheen kohderyhmällä

Työpakettikokonaisuus 4. Päivitetyn brändin viimeistely ja jalkautus sekä brändin vieminen aluemarkkinoinnin pilotteihin; 4.1. Hiotaan Lappi-brändi 2.0 timantiksi, 4.2. Jalkautetaan päivitettyä brändiä ja kehitetään lappilaisten toimijoiden brändiosaamista, 4.3. Testaaminen ja pilotointi markkinointikampanjan kautta ulkoiselle kohderyhmälle, 4.4. Lapland.fi -verkkopalvelun sisältöjen päivittäminen, 4.5. Valokuvauskilpailu

Lisätietoja hakemuksesta

Lapin liitto on yhdessä sidosryhmiensä kanssa laatinut 2010-luvun alkupuolella Lappi-brändin, ja tuottanut siihen liittyvää oheisaineistoa yleisesti hyödynnettäväksi. Tässä hankkeessa hyödynnetään aiempaa aineistoa, mutta myös päivitetään ja uudistetaan brändisisältöjä. Koko brändityön toteutustapaa muutetaan, ja Lappi-brändityötä käytetään esimerkkinä ja aineistona kunnille ja yrityksille niiden mainityön aktivoimiseen ja havainnollistamaan brändityön eri vaiheita ja tarvittavia tai mahdollisia toimenpiteitä.

Lapin elinvoimaisuutta ja vetovoimaisuutta kuvastavat indikaattorit osoittavat, että alueen houkuttelevuuden eteen tulee edelleen panostaa sekä alueella asuvien että muualla asuvien näkökulmista. Tarvitaan lisää asukkaita, työntekijöitä, perheitä, yrittäjiä, opiskelijoita ja yhä uusia matkailijoita.

Kustannusarvio ja rahoitussuunnitelma

Lapin liitto; FR 7, kust 833 348 eur, haettu tuki 666 678 eur

Lapin yliopisto, kust 228 063, tuki 182 451 eur (80 %)

House of Lapland Oy, FR 7, kust 482 355 eur, tuki 385 887 eur (80%)

YHT kust. 1 543 766 eur, tuki 1 235 016 eur

Rahoittajan arvio hankkeesta

Hanke on arvioitu yleisten valintakriteerien perusteella toteutuskelpoiseksi. Se on saanut erityistavoitteen hakuun valittujen erityisten valintaperusteiden mukaisessa arvioinnissa pisteet 23 / 37, mikä on n. 62 % enimmäispistemäärästä.

Hankkeen kustannukset arvioidaan hyvin korkeiksi.

Rahoittajan esitys

Lapin liitto esittää hanketta puollettavaksi.

Ratkaisun mahdolliset perustelut ja jatkotoimenpiteet

Hankkeen avulla on mahdollista lisätä alueen kuntien, kulttuuritoimijoiden ja yritysten brändiosaamista sekä vahvistaa alan TKI-toimintaa ja -yhteistyötä sekä kehittämisen verkostoja. Maineviestinnän ja Lappia koskevien mielikuvien työstämisen tarpeet ovat ajankohtaisia, jotta voitaisiin houkutella eri alojen työnantajia ja -tekijöitä sekä uusia asukkaita muuttamaan alueelle, myötävaikuttaa matkailijavirran kehittymiseen ja kesämatkailijoiden määrään sekä kasvattaa alueella opiskelevien kiinnostusta jäädä alueelle pysyvämmiin.

Hankkeessa voidaan Lappi-brändin uudistamista käyttää havainnollistamisaineistona brändityön eri osa-alueiden ja toimenpiteiden hahmottamisen helpottamiseksi ja koko alueen tasolla toteutettavan viestinnän hyödyttämiseksi alueen eri puolilla. Samalla voidaan kehittää aluebrändiäkin vastaamaan globaaleihin haasteisiin ja saada alueen yhteisen vahvan brändin kautta kilpailuetua kaikille alueen toimijoille.

Hanke on rahoitusohjelman erityistavoitteen, Lappi-sopimuksen ja älykkään erikoistumisen strategian mukainen.