

## Lappi-brändi 2.0 - Vahvalla ja monipuolisella brändillä ratkaisuja Lapin haasteisiin -hanke (EAKR)

LLHall 27.03.2023 § 48  
182/00.01.05.33/2023

**Valmistelija** Lintula Jenni Lapin liitto

### Lappi-brändi 2.0 - Vahvalla ja monipuolisella brändillä ratkaisuja Lapin haasteisiin -hanke

Lapin liitto, House of Lapland ja Lapin yliopiston taiteiden tiedekunta ovat valmistelleet EAKR-hankehakemusta (*Toimintalinja 1., Erityistavoite 1.1. Tutkimus- ja innovointivalmiuksien ja kehittyneiden teknologioiden käyttöönoton parantaminen*) Lappi-brändi 2.0 - Vahvalla ja monipuolisella brändillä ratkaisuja Lapin haasteisiin -hankkeelle. Hanke on Lapin liiton toimintasuunnitelmassa.

Kolmevuotisella maakunnalle strategisesti keskeisellä Lappi-brändi 2.0 -hankkeella testataan Lapin olemassa olevaa aluebrändiä sekä kehitetään, pilotoidaan ja jalkautetaan päivitettyä aluebrändiä. Samalla kasvatetaan lappilaista brändiosaamista ja lasketaan rimaa TKI-palveluiden käyttämiselle. Pitkän aikavälin tavoitteena hankkeella on kaikkia lappilaisia tahoja hyödyttävä Lapin tunnettuuden, veto- ja pitovoiman, elinvoiman ja hyvinvoinnin kasvattaminen. Hanke on määrä aloittaa vuoden 2024 alusta. Hankehaku päättyy 31. maaliskuuta 2023.

Muutokset toimintaympäristössä ovat olleet viime vuosina suuria. Yli kymmenen vuotta sitten ensimmäisen kerran kerätyn Lappi-brändin kirkastaminen ja painopisteiden tarkastelu on tullut ajankohtaiseksi. Lappia haastaa ennen kaikkea osajapula; tarvitsemme muuttajia niin Suomesta kuin kansainvälisesti. Myös vihreä siirtymä ja kansainvälisessä toimintaympäristössä tapahtuneet muutokset vaikuttavat Lappiin. Lapin on pystyttävä kääntämään haasteet mahdollisuuksiksi, kestäväksi kasvuksi ja menestykseksi. Lappi-brändin tulisi viestiä matkailun lisäksi myös asumisen, työn, opiskelun, koulutuksen, yhteisön, harrastusten, hyvinvoinnin ja kulttuurin näkökulmia.

Niin Lapin brändipöydissä kuin kuntajohtajaverkostossa sekä muissa alueellisissa verkostoissa on jo useamman vuoden tunnistettu selkeitä tarpeita Lappi-brändin päivittämiseksi. Yksi keskeisimmistä kehittämisen kohteista on brändin monipuolisuus ja ajantasaisuus: vastaako Lappi-brändin viestit ja kuvasto viime vuosina suuresti muuttunutta maailmaa ja toisaalta tukeeko se tarpeeksi laajasti Lapin veto- ja pitovoimatyötä, elinvoimaa ja hyvinvoinnin kasvattamista.

Tässä hankkeessa Lappi-brändi altistetaan tutkimukselle ja moniääniselle tarkastelulle, sitä päivitetään tulosten pohjalta vastaamaan nykypäivän Lapin tarjoamia mahdollisuuksia ja tarpeita sekä tuetaan lappilaisia yrittäjiä ja kuntia hyödyntämään brändiosaamista, aluebrändiä ja luovaa kehittämistä TKI-palveluita käyttämällä.

Hankkeen tavoitteena on tehostaa koulutus- ja tutkimusyksiköiden, yritysten ja kuntien välistä yhteistyötä ja osaamista alueellisen kilpailukyvyn edistämiseksi. Hankkeen kehittämistavoite on, että myös brändin kaltaisten, aineettomien ominaisuuksien tutkimus- ja kehittämistoiminta tehdään Lapissa TKI-palveluita käyttämällä. Tämä tukee tulevaisuudessa entistä paremmin Lapin elinkeinoelämää, Lapin kuntia ja myös TKI-organisaatioita. Hankkeen myötä yritysten kilpailukyky vahvistuu, osaaminen kehittyy ja edellytykset uusien innovaatioiden sekä liiketoiminnan syntymiselle paranevat.

Lapilla ei ole maakunnallista kulttuuriohjelmaa. Nykyisessä Lappi-sopimuksessa ja sen toimeenpanosuunnitelmassa nostetaan esiin kulttuurialan kehittäminen ja käytetään kulttuurialaa esimerkkinä vahvasti kehittyvästä toimialasta, jonka liiketoiminnan

kehittämiseen tulee panostaa. Kun Lapin kulttuuriohjelma kootaan Lappi-brändi 2.0 -hankkeen kontekstissa, se samalla integroi kulttuurialan kehittämiseen TKI-toimintaa. Hanke ja sen kautta syntyneet toimialarajat ylittävät yhteydet ja kulttuuriohjelma myös kannustaa luovan osaamisen hyödyntämistä enemmän yrityksissä ja muissa organisaatioissa.

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, kuten kulttuuritoimijaverkostoja ja tunnistettuja kuntien valmiuksia ja tarpeita.

Lappi-brändi 2.0 -hankkeen tarpeista ja sisällöistä on keskusteltu keskeisten sidosryhmien kanssa (kuten mm. Lapin kuntajohtajat ja viestintäverkosto, House of Lapland, Lapin Yrittäjät, Lapin kauppakamari, Lapin ELY-keskus, Lapin yliopisto ja ammattikorkeakoulu, maakunnallisen kulttuurin toimialan asiantuntijaryhmä, Taike ja Lapin Matkailuelinkeinon Liitto).

Hankkeen tavoitteisiin päästään toteuttamalla työpaketit:

- *Työpakettikokonaisuus 1. Selvitys ja tiedon keruu*
- *Työpakettikokonaisuus 2. Päivitetään Lappi-brändi*
- *Työpakettikokonaisuus 3. Testataan päivitettyä brändiä kulttuuriohjelman kautta ja palautetta keräämällä*
- *Työpakettikokonaisuus 4. Päivitetyn brändin viimeistely ja jalkautus*

Työpakettien konkreettisina tuloksina on muun muassa:

- Maakunnan mielikuva-analyysi on laadittu sekä näkemys Lappi-brändin kehittämistarpeista ja -tavoitteista on saatu.
- Lappi-brändin päivittäminen on kerännyt monipuolisen teemasta kiinnostuneen verkoston, jossa yhdistyvät monipuolisesti elinkeinosektori, TKI-toimijat, kunnat ja kulttuuriala.
- Lapilla on päivitetty aluebrändi – Lappi-brändi 2.0.
- Ensimmäinen Lapin kulttuuriohjelma on koottu.
- Päivitetyn Lappi-brändin jalkauttaminen on saatu laajapohjaisesti käyntiin ja luotu suunnitelma brändimarkkinoinnin jatkamiselle.
- Lappi-brändi tunnetaan ja alueen brändiä osataan hyödyntää myös yrityksen, kunnan, tapahtuman tai tuotteen brändin rinnalla ja tukena.
- Hanke vaikuttaa laajasti aluemarkkinoinnin, mielikuvatyön ja viestinnän osaamiseen, Lapin kilpailukykyjen entistä laajempaan hyödyntämiseen ja yhteistyöverkostojen sekä innovaatioympäristöjen vahvistumiseen.

Hanke toteutetaan ajalla 1.1.2024–31.12.2026

Hankkeen varsinaiset kohderyhmät ovat lappilaiset ihmiset, elinkeinoelämä ja organisaatiot, kuten lappilaiset yrittäjät (erityisesti mikro- ja pk-yrittäjät, kulttuurialan yrittäjät), Lapin kunnat, alueella olevat TKI-organisaatiot, toisen asteen oppilaitokset, elinvoima- ja aluekehittämistoimijat, kulttuurisektori ja muut alueelliset yhteistyökumppanit. Heidän kauttaan hankkeen välillisiä kohderyhmiä ovat globaalisti kaikki joilla olisi kiinnostusta asua, tehdä töitä, sijoittaa, matkailla tai kuvata Lapissa.

Kolmivuotisen hankkeen kokonaisbudjetti on noin 1 400 000 euroa. Tästä Lapin liiton osuus on noin 800 000 euroa ja omarahoitusosuus koko hankkeen aikana noin 160 000 euroa, joka kolmelle vuodelle jaettuna on noin 56 000 euroa per vuosi. Osa

omarahoitusosuudesta katetaan Lapin liiton kuntarahoitteisten asiantuntijoiden (esimerkiksi viestintäpäällikkö, kehittämispäällikkö ja kunta-asiantuntija) työpanoksella ja osa kuntien omarahoitusosuudella. Tästä tehdään erillinen sopimus kuntien kanssa keväällä-kesällä 2023.

Hanketta esittelevät diat ovat liitteenä.

**Esittelijä** vs. maakuntajohtaja Ekdahl Päivi Lapin liitto

**Päätösesitys** Hallitus hyväksyy Lappi-brändi 2.0 -hankkeen ja siihen suunnitellun omarahoitusosuuden. Omarahoitusosuus jakautuu hankkeen toimintavuosille 2024-2026. Lisäksi hallitus nimeää hankkeen ohjausryhmään edustajansa. Lappi-brändi 2.0 -hankehakemus jätetään EAKR-hakuun 31.3.2023. Hankehakemuksen mukaisesti hanke käynnistyy 1.1.2024 alkaen.

**Päätös** Vs. maakuntajohtaja teki muutetun päätösesityksen: ”Hallitus hyväksyy Lappi-brändi 2.0 –hankkeen rahoitushakemuksen jättämisen rahoittajalle ja siihen suunnitellun omarahoitusosuuden. Omarahoitusosuus jakautuu hankkeen toimintavuosille 2024-2026. Lisäksi hallitus nimeää hankkeen ohjausryhmään edustajansa. Lappi-brändi 2.0 -hankehakemus jätetään EAKR-hakuun 31.3.2023. Hankehakemuksen mukaisesti hanke käynnistyy 1.1.2024 alkaen.”

Hallitus hyväksyi muutetun päätösesityksen yksimielisesti ja nimesi hankkeen ohjausryhmään Tanja Joonan.

**Tiedoksi** Asianosaiset