

Tapahtumat ja urheilu osana aluebrändiä

Katri Hiltunen

Projektipäällikkö

goSaimaa Oy



**ETELÄ-
KARJALAN
LIITTO**

GOSAIMAA

LAPPEENRANNAN JA IMATRAN SEUTU

Rauha-Ukonniemi kehittämissanke on saanut Alueiden kestävän kasvun ja elinvoiman (AKKE) rahoitusta Etelä-Karjalan liitolta.

Tunnistatko näiden tapahtumien alueet?

_____ Big Band Festival

_____ Meripäivät

_____ Tangomarkkinat

_____ Oopperajuhlat

_____ Cycle Tour





Aluebrändin määritelmä

“Aluebrändäyksen tarkoitus on luoda lisäarvoa alueen ominaisuuksien onnistuneella kansallisella ja kansainvälisellä viestinnällä” (Braun 2008)

”A destination brand is the emotional promise you make to visitors”



Aluebrändi

Mistä aluebrändi koostuu ja mikä siihen vaikuttaa?

- Mielikuvia, tunne ja tunnusmerkkejä paikasta, jotka perustuvat kokemuksiin, arvoihin ja tarinoihin
- Alueen vahvuuksien ja omaleimaisuuden korostaminen on merkittävässä roolissa kun pyritään erottautumaan muista
- Lupaus alueesta
 - Pariisi?
 - Lappi?
 - Imatra?
- Erilaiset visuaaliset elementit tukevat mielikuvia
 - Logot, sloganit, graafiset elementit jne.

Tapahtumien & urheilun merkitys aluebrändille

Matkustajan näkökulmasta

Tapahtumat toimivat aluebrändin ”näyteikkunana”

Mieleenpainuvat kokemukset

Tapahtumat luovat kokemuksia ja tarinoita, joita matkailijat kertovat uudestaan ja uudestaan – tästä tulee ilmaista markkinointia.

Tunnepohjainen yhteys

Jaetut kokemukset luovat tunnepohjaisen yhteyden paikkaan tai alueeseen.

Elävöityneet mielikuvat

Tapahtumat tuovat energiaa, tarinoita ja ”sankareita” brändintarinaa.



Tapahtumien & urheilun merkitys aluebrändille

Alueen näkökulmasta

Elävöittävät aluetta, houkuttelevat toistuvia vierailijoita, keräävät mediahuomiota ja lisäävät (kansainvälistä) näkyvyyttä

Media- ja sisällöntuotto ”magneetti”

Tapahtumat keräävät mediahuomiota ja nousevat esille erilaisissa kanavissa. Tuottavat paljon sisältöä ja näkyvyyttä.

Taloudellinen buusti

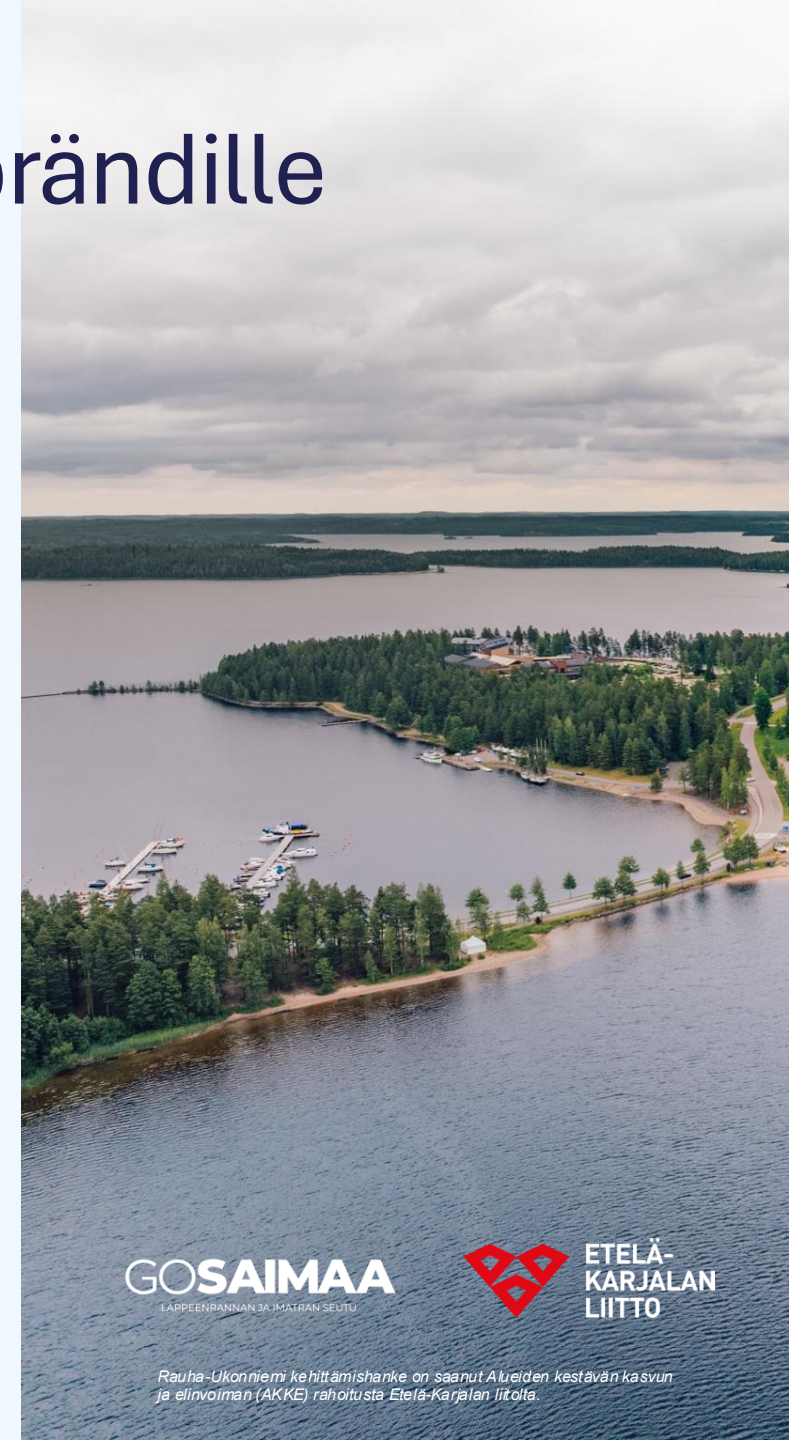
Tapahtumat tuovat alueelle tuloja esim. majoitusten ja ravintoloiden kautta.

Lisääntynyt ympärivuotinen vetovoima

Sesongin ulkopuoleiset tapahtumat luovat vetovoimaa alueelle ympäri vuoden.

Yhteisöllisyys

Nostattavat yhteisöllistä ylpeyttä ja yhteenkuuluvuutta. Paikallisista tulee alueen ja tapahtuman puolestapuhujia.



GOSAIMAA
LAPPEENRANNAN JA IMATRAN SEUTU

**ETELÄ-
KARJALAN
LIITTO**

Rauha-Ukonniemi kehittämissanke on saanut Alueiden kestävän kasvun ja elinvoiman (AKKE) rahoitusta Etelä-Karjalan liitolta.

Aluebrändin merkitys tapahtumajärjestäjille

Tapahtumajärjestäjän näkökulmasta

Aito yhteistyö toimijoiden kesken on win-win tilanne kaikille osapuolille

Hyöty alueen imagosta

Tapahtumat voivat hyötyä jo olemassa olevasta alueen tunnettuudesta, imagosta ja vahvuus- sekä erottautumistekijöistä.

Markkinointituki

Aluemarkkinointi organisaatiot voivat tuoda lisämainontaa ja -näkyvyyttä tarjoamalla erilaisia markkinointikanaviaan.

Yhteistyö

Tapahtuman, aluebrändin ja paikallisten toimijoiden yhteistyö luo vahvimman mahdollisen lopputuloksen.



Photo credit: Imatran kaupunki

Rauha-Ukonniemi aluebrändi

Keskeiset elementit

- **Vahvuudet ja erottautumistekijät:**
 - Luonto ja Saimaa
 - Urheilu ja aktiviteetti mahdollisuudet
 - Toisiaan tukevat vastakohdat: rauhoittuminen sekä itsensä haastaminen
- **Brändilupaus ja tarina:**
 - ”Aktiivisuuden iloa toimivissa olosuhteissa Saimaan maisemissa. Mene kovaa, kokeile uutta, hiljenny – ansaitset olosi.”
- **Visuaaliset elementit:** luonnon läheinen, muttei liian hillitty



Paikalliset tapahtumat & vahvuudet

Lappeenranta & Imatraseudulla

Saimaa Cycle Tour | Imatran ajot | Vuoksi Swim | Saimaa Run | Finntriathlon Saimaa | Hihdon SM-kisat

→ Tapahtumat vahvistavat ja edesauttavat urheilullista ja liikkuvaista mielikuvaa

→ Luonto tarjoaa upean tapahtumapaikan ja on keskeisessä roolissa lähes kaikissa alueen tapahtumissa



Yhdessä kohti vahvaa aluebrändiä ja tapahtumia

Tapahtumat tarvitsevat aluebrändiä, ja aluebrändi tarvitsee tapahtumia.

- **Yhteistyö etusijalle:** Tapahtumajärjestäjät, alueen yritykset ja matkailutoimijat luovat suurimman arvon yhdessä.
- **Tuo esiin ja hyödynnä alueen omaleimaisuus:** Jokaisella alueella on omat vahvuutensa. Tuo ne esiin tapahtumien kautta.
- **Panosta ympärivuotiseen vetovoimaan:** Sesongin ulkopuoliset tapahtumat pidentävät matkailukautta ja lisäävät aluetaloudellista hyötyä.
- **Rakenna näkyvyyttä ja tarinoita:** Media, some ja osallistujien kokemukset luovat pitkäkestoista brändiarvoa. Jokainen tapahtuma on sisällöntuotannon mahdollisuus. Käytä strategisesti media- ja yhteistyökumppanuuksia.
- **Ajattele pitkäjänteisesti:** Tapahtumat eivät ole yksittäisiä hetkiä – ne ovat investointeja alueen identiteettiin, elinvoimaan ja tunnettuuteen.

