11.11.2026

Lapin kunnille

Maakunnallinen brändi- ja aluekuvaresurssi Lapin liittoon määräajaksi vuosille 2027–2030

Lapin liitto pyytää Lapin kunnilta sitoutumista määräaikaiseen brändi- ja aluekuvaresurssiin vuosille 2027–2030. Esitys kustannusten jakautumisesta toimitetaan sitoutumispyynnön liitteenä.

Kuntien sitoutumiset pyydetään toimittamaan osoitteeseen info@lapinliitto.fi **maanantaihin 30.11.2026 mennessä**. Brändi- ja aluekuvaresurssia on käsitelty Lapin liiton hallituksessa 11.11., minkä lisäksi asiaa on tarkoitus käsitellä maakuntavaltuuston kokouksessa 2.12.

Edellytyksenä määräaikaisen maakunnallisen brändi- ja aluekuvaresurssin toteutumiselle on kuntien yksimielinen puolto resurssille ja sen kustannustenjaolle.

Aluebrändityön taustaa

Maakunnan kuntien menestys perustuu yhä enemmän kykyyn houkutella osaavaa työvoimaa, uusia asukkaita, yrityksiä, opiskelijoita ja maakunnan strategisia tavoitteita tukevia investointeja. Näihin tekijöihin vaikuttaa olennaisesti se, millaisena koko alue, Lappi, tunnetaan kansallisesti ja kansainvälisesti.

Lapin liitto vastaa maakunnan aluekehittämisestä sekä maakunnan yhteisten tavoitteiden yhteensovittamisesta. Maakunnan kehittämisen strategisena viitekehyksenä toimii Lappi-sopimus 2026–2029, jossa asetetaan tavoitteita muun muassa puhtaan siirtymän, kilpailukyvyn, elinvoiman, osaamisen, kansainvälisyyden, kestävän kasvun ja väestökehityksen vahvistamiselle.

Lapin suurimpia haasteita ovat väestön väheneminen ja osaavan työvoiman saatavuus. Näihin haasteisiin vastaaminen edellyttää pitkäjänteistä yhteistyötä, veto- ja pitovoiman vahvistamista sekä aktiivista maakunnan mahdollisuuksista viestimistä yhtenäisellä ja tunnetulla Lappi-brändillä. Tulokset eivät synny itsestään.

Lapin brändi on Suomen tunnetuin ja arvokkain aluebrändi. Vuosina 2024–2026 tehdyn Lappi-brändin päivityksen myötä maakunnalla on nyt käytössään modernit yhteiset työkalut, kanavat ja jaettu visio. Päivitetty Lappi-brändi palkittiin marraskuussa Lontoossa kansainvälisessä City Nation Place Awards 2026 -aluebrändikilpailussa parhaan sidosryhmäosallistamisen palkinnolla. Jotta työkaluista, kanavista ja visiosta saadaan hyöty koko maakunnalle, kaikille kunnille, tarvitaan niiden koordinointia, yhteistyötä, johtamista, tiedon ja analytiikan hyödyntämistä sekä jatkuvaa kehittämistä. Ilman yhteistä vastuuta brändin potentiaali jää hyödyntämättä eikä maakunnan yhteinen näkyvyys, tunnettuus ja vaikuttavuus kehity tavoitteiden mukaisesti. Pahimpana skenaariona on pysyvät mainehaitat. Maine syntyy joka tapauksessa. Siksi sitä kannattaa johtaa itse.

EU-rahoitteisen Lappi-brändi 2.0 -kehittämishankkeen päättyessä helmikuussa 2027 päättyy myös ainoa rahoitus, jolla maakunnallista brändityötä tällä hetkellä tehdään. Esityksessä ei

siis ole kyse uuden toiminnon luomisesta, vaan siitä, jatkuuko alueen yhteinen brändi-, viestintä- ja markkinointityö House of Laplandin työn päättämisen 2024 ja sen jälkeen olleen Lappi-brändi 2.0 -kehittämishankkeen jälkeen. Mikäli määräaikaista resurssia ei perusteta, Lapilla ei ole vuodesta 2027 lähtien tahoa, joka tekee alueen yhteistä brändi-, viestintä- ja markkinointityötä.

Maakunnallinen brändi- ja aluekuvaresurssi

Aktiivinen alueen brändityö vahvistaa näkyvyyttä, tunnettuutta ja vaikuttavuutta sekä tukee kuntien, työllisyysalueiden, matkailuorganisaatioiden, oppilaitosten ja muiden toimijoiden omaa työtä esimerkiksi osaaja- ja muuttajahoukuttelussa, yrittäjä- ja yritystarinoiden esiin nostamisessa, yhteisten sisältöjen tuottamisessa sekä kansallisen ja kansainvälisen median tavoittamisessa.

Esitetty maakunnallinen brändi- ja aluekuvaresurssi perustettaisiin määräaikaisesti vuosille 2027–2030. Määräaikaisuuden aikana arvioidaan toiminnan tuloksellisuutta, vaikuttavuutta ja jatkokehittämistarpeita.

Esitettävän maakunnallisen brändi- ja aluekuvaresurssin tehtävänä on
- tukea Lappi-sopimuksen 2026–2029 tavoitteiden ja Lappi-brändistrategian toimeenpanoa,
- kasvattaa kuntien, kehittämisorganisaatioiden ja muiden toimijoiden näkyvyyttä ja vetovoimaa käytännön viestintä- ja markkinointiyhteistyöllä,
- kehittää ja ylläpitää yhteisiä Lapin viestintäkanavia, materiaaleja ja sisältöjä,
- seurata ja analysoida Lapin tunnettuuden, maineen, vetovoiman ja kilpailuaseman kehittymistä sekä hyödyntää työssä dataa, analytiikkaa, tutkimustietoa ja tekoälyä päätöksenteon, kehittämisen ja viestinnän tukena,
- koordinoida verkostoyhteistyötä eri tasoilla (mm. kunnat, sidosryhmät, media ja brändiyhteistyökumppanit),
- hakea ja toteuttaa Lapin brändityötä, viestintää ja markkinointia tukevia kehittämishankkeita, sekä
- herättää huomiota, rakentaa luottamusta ja kertoa koko Lapin tarinaa.

Käytännössä tämä tarkoittaa esimerkiksi kuntien kanssa yhdessä tehtävien osaaja-, asukas-, opiskelu- ja työpolkutarinoiden ja sisältöjen näkyvyyden moninkertaistamista. Kun Lapin eri kunnista kerrottuja tarinoita jaetaan myös Lappi-brändin yhteisissä kanavissa (ja tavoitteena saada tarinoita myös Suomi-kuvatyön kanaviin), tavoitetaan laajempi yleisö ja rakennetaan aitoa uskottavaa kuvaa siitä, millaista elämä, työ ja yrittäminen Lapissa todellisuudessa on. Samalla yhden toimijan tai yhteistyössä tuotettu sisältö hyödyttää koko maakuntaa ja koko maakunnan näkyvyys hyödyttää yksittäistä kuntaa hyvin resurssitehokkaalla tavalla.

Nyt esitetyssä brändiresurssissa on kyse alueen yhteisestä elinvoima- ja kilpailukykyinvestoinnista. Maakunnallinen brändi- ja aluekuvaresurssi vahvistaa kuntien omaa markkinointi- ja viestintätyötä tiiviissä yhteistyössä kuntien kanssa tuottamalla toimenpiteitä, joita yksittäinen kunta ei pystyisi samalla panostuksella toteuttamaan itse. Lapin kunnat eivät ensisijaisesti kilpaile keskenään, vaan muiden alueiden kanssa osaajista, uusista asukkaista, yrityksistä ja investoinneista. Yhteinen resurssi mahdollistaa kustannustehokkaan

valtakunnallisen ja kansainvälisen näkyvyyden sekä vahvistaa jokaisen kunnan omia elinvoimatavoitteita moninkertaistamalla kuntien oman markkinointi- ja viestintätyön vaikuttavuutta.

Kustannuksen ja niiden jakautuminen

Maakunnallisen brändi- ja aluekuvaresurssin vuosittaiseksi kustannukseksi arvioidaan noin 100 000 euroa. Kyseessä on erillissopimuksella toteutettavaksi suunniteltu tehtävä, joka ei sisälly nykyiseen Lapin liiton perussopimukseen ja siinä määriteltyihin kuntien maksuosuuksiin. Liitteenä oleva kustannustenjakotaulukko pohjautuu jäsenkuntien maksuosuuksien mukaiseen jakoperusteeseen, kuitenkin niin, että sitä on kohtuullistettu suurimpien maksajien osalta.

Arvioitu vuosittainen kustannus sisältää työntekijäresurssin lisäksi mm. lappi.fi ja lapland.fi -verkko- ja some-kanavien sekä Lapin materiaalipankin ylläpidon. Lisäksi summa riittää markkinointipilottibudjettiin ja myöhemmin tulevien kehittämishankkeiden toteutuessa omarahoitusosuudeksi. Kehittämishankkeilla kuntien sijoitus brändityöhön pystytään moninkertaistamaan tulevina vuosina.

Lisätietoja antaa Lapin liiton viestintäpäällikkö Jenni Lintula, jenni.lintula@lapinliitto.fi.

Rovaniemellä 11.11.2026

Hannu Takkula
vs. maakuntajohtaja

Liite 1 Brändiresurssin kustannuslaskelma ja kuntien maksuosuudet