

Tavaramerkkikäsikirja
Tornio-Haparanda



TORNIOHAPARANDA

KANSAINVÄLINEN KOHTAUSPAIKKA

Sisältö

Matka alkaa	4
Visio pienissä osissa	6
Mikä tavaramerkki on?	8
Olemme ainutlaatuisia	10
Keitä me olemme?	12
Miltä me näytämme muiden silmissä ja miltä täällä kotona	14
Graafinen ilme	16
Pitkäjärjestyminen & Selkeys	18
Tyhmiä kysymyksiä ei ole olemassa	20
Lopuksi	22

Tuottaja: JOB Reklambyrå AB 2006

Kuvat: Per Mäki, Fredrik Broman, Haparanda Stad

Painopaikka: HS copy

Tämä on Tornio-Haaparannan tavaramerkkikirja. Se kertoo siitä, mitä tavaramerkin käyttöönotto pitää sisällään. Kirjaa ei pidä ottaa tiukkana määräyksenä. Sen tehtävänä on vastata tavallisiin kysymyksiin ja antaa ohjeita tavaramerkin rakentamistyöhön. Tavaramerkin rakentaminen on kuin matkan tekemistä; joskus tie on suora, joskus mutkainen, mutta edessämme on varmasti jännittävä taival.

Tervetuloa mukaan!

Matka alkaa

Viime vuosituhatosen toiseksi viimeisenä vuotena, 1998, me Torniossa ja Haaparannalla päätimme yhteisestä visiosta. Se otettiin mukaan molempien kaupunkien budjetti- ja strategiasuunnitelmiin ja se huomioidaan kaikessa toiminnassa.

Visiota oli edeltänyt vuosia kestänyt yhteistyö, mutta nyt halusimme ilmaista yhteiset, yhteistyötä koskevat ajatuksemme painettuna. Vision valmistelutyön perustana olivat yhteistyölle asetetut tavoitteet. Tuloksena oli Visio 2010:

Tornio-Haparanda on Perämerenkaaren ja Barentsin alueen kansainvälinen keskus; kulttuurin, osaamisen, tavaravirtojen, innovaation ja ihmisten kohtaamispaikka.

Joidenkin mielestä kyseessä oli hieno idea, joka ei luultavasti koskaan toteutuisi. Toiset pitivät meitä vähän hulluina. Jotkut jopa suuttuivat, kun pidimme kiinni ajatuksestamme. Mutta oli myös niitä, jotka luottivat siihen että matka, jonka päämääränä oli Visio 2010, onnistuisi.

Nyt olemme päässeet jo hyvän matkaa eteenpäin.



TAVARAMERKKIKÄSIKIRJA TORNIO-HAPARANDA 5

Visio pienissä osissa

Olemme jakaneet visiomme osa-alueisiin, jotta olisi helpompaa ymmärtää, miten työskentelemme.

Osaaminen

Perustana on Tornion, Haaparannan ja Tornionlaakson pitkä yhteinen historia ja kulttuuri. Keskeisiä elementtejä ovat kaksikielisyys, uskollinen, hyvin koulutettu ja ammattitaitoinen työvoima sekä monipuolinen koulutustarjonta. Rajanylinen yhteistyö tarjoaa mahdollisuuden toimia kahdessa maassa.

Kaupallinen keskus

Logistisen sijaintinsa ansiosta Tornio-Haparanda on EU:in pohjoisten osien kaupallinen keskus. 'Rajalla' on kaupunkien yhteinen kaupallinen alue sekä suurille kauppakeskuksille että erikoisliikkeille.

Liikenneyhteydet

Itämerestä on tullut EU:in 'sisämeri', ja Tornio-Haparanda on kaikenlaisten kuljetusmuotojen luonnollinen keskipiste Perämerenkaaren alueella. Logistinen osaamisemme ulottuu perinteisten maa- ja vesikuljetusten lisäksi myös IT-alaan.

Viihtyvyyys & elämisen laatu

Vapaana virtaava Tornionjoki, Perämeren saaristo ja metsät tarjoavat ainutlaatuisia elämyksiä. Kaikilla on mahdollisuus asua joko keskustassa tai maaseudulla. Urheilu- ja liikuntamahdollisuuksia on tarjolla sekä huippu-urheilijoille että vasta-alkajille. Kulttuuri- ja vapaa-ajanpalvelut tarjoavat sekä suomalaisia että ruotsalaisia erikoisuuksia.

Teollisuuden ja yrittäjyyden keskus

Alueellamme on edustettuna laaja valikoima eri toimialoja alkaen teräs- ja metalliteollisuuden suur- ja pienyryksistä. Panimoteollisuutta täydentävät elintarviketeollisuuden uudet luonnon-, maatalous- ja gourmet -tuotteet. IT-alan yritykset ovat vahvasti edustettuina useilla toimialoilla.



Mikä tavaramerkki on?

Sanalla tavaramerkki on kaksi merkitystä; toisaalta itse merkki tai logo (trademark), toisaalta ne arvot, joita tässä tapauksessa Tornio ja Haaparanta edustavat (brändi).

Mikä merkitys itse tavaramerkillä on? Yksinkertaisesti ilmaistuna tavaramerkki on se mielikuva, joka ihmisillä on Tornio-Haaparannasta.

Sillä, mitä haluamme ihmisten ajattelevan, ei ole mitään merkitystä, koska tavaramerkki syntyy ihmisten mielessä.

Eikö ihmisten mielikuviin sitten voi mitenkään vaikuttaa? Totta kai voi. Välittämällä systemaattisesti samaa Tornio-Haaparanta -kuvaa organisaation kaikilla tasoilla voimme vaikuttaa ihmisten mielikuvaan. On edettävä pienin askelin oikeaan suuntaan. Samalla on otettava huomioon, että tien varrella on ansoja, mutta niitä voi välttää valmistautumalla vastaanottamaan mahdollisen kritiikin.



Olemme ainutlaatuisia

Me olemme parhaita, itse asiassa maailman parhaita. Missä? No, juuri Tornio-Haaparantana olemisessa. Sitä ei kukaan voi ottaa meiltä pois, ja sitä tosiasiaa meidän on kehitettävä. Tämä merkitsee, että otamme oman asemamme ja erotumme muista kilpailevista kaupungeista..

Kaupunkiemme yhteistyö valtakunnan rajan yli on ainutlaatuista
- Euroopassa yhteistyötämme pidetään esimerkkinä onnistumisesta.
Siitä voimme olla ylpeitä.



Keitä me olemme?

Jos joku esittää kysymyksen ”millainen on Tornio-Haparanda?” tai ”keitä te olette?” on siihen pystyttävä antamaan hyvä vastaus. Jotta voisimme paremmin määritellä keitä me olemme, olemme listanneet muutamia perusarvoja. Perusarvot kuvaavat ”persoonallisuuttamme” ja identiteettiämme.

Rajattomuus

Sekä kaupunkiemme välinen yhteistyö että todellisen rajan puuttuminen väliltämme vahvistavat rajattomuuden käsitettä. Siihen voidaan sisällyttää myös rajaton vieraanvaraisuus, rajaton mukavuus, rajaton yhteistyöhalukkuus ja rajaton rajattomuus... Luetteloa voidaan jatkaa loputtomiin.

Dynaamisuus

Paikalleen jähmettyneeseen yhteistyöhön verrattuna rajaton yhteistyömme on mitä suurimmassa määrin dynaamista. Se tarkoittaa kykyä muuttua olosuhteiden mukaan. Mitään ei ole kiveen hakattu, vaan voimme koko ajan joustaa kaikkiin suuntiin.

Eksoottisuus

Niin uskomattomalta kuin se kuulostaakin, olemme monien silmissä eksoottisia. Maantieteellinen sijaintimme ja kulttuurien moninaisuus on jännittävä sekoitus. Se koskee sekä lähialuettamme että meitä ympäröivää aluetta.

Luonnollisuus

Olemme luonnollisia ja lähellä luontoa. Tornio-Haparanda on luonnollista kaksikaupunkien välistä yhteistyötä. Sen luonnollisemmaksi ei voida enää tulla.

Kansainvälisyys

Tornio-Haparanda on aina ollut kansainvälinen kohtauspaikka sekä rauhan että kriisien aikana. Kansainvälisyys on luonnollista, koska kaupunkimme tekevät yhteistyötä yli valtakunnanrajan.

Payoff

Perusarvojen pohjalta olemme muotoilleet ”payoff”:ksi; ”Kansainvälinen kohtauspaikka”. Se sisältää lupauksen siitä, mitä me edustamme ja keitä me olemme.



Miltä me näytämme muiden silmissä ja miltä kotona?

Uusien yritysten tulo Tornio-Haaparannalle merkitsee alueemme kehitystä aimo askeleen eteenpäin. Meistä on tullut uusi Barentsin alueen johtava keskus. Siitä seuraa myös vastuu siitä, että pidämme huolta kaikista niistä ihmisistä jotka meille tulevat.

Haluamme, että ihmiset tuntevat itsensä tervetulleiksi Tornio-Haaparantaan. Heille tulee muodostua mielikuva siitä että Tornio-Haparanda tuo lisäarvoa, olivatpa he sitten matkailijoita, shoppailijoita tai kaupunkiemme asukkaita. Kaikista Tornio-Haaparannalla vierailevista tulee pr-lähettiläitä joko tietoisesti tai tietämättään. Siksi meidän on annettava hyvä vaikutelma ulospäin – koko ajan.



Graafinen ilme

Tavaramerkin työstämisessä on apuna graafinen ilme. Se on opas kaikkien ulospäin suuntautuvaan markkinointiviestintään samalla kun sitä käytetään myös sisäisessä aineistossa. Graafisissa ohjeissa on ohjeet ja esimerkkejä logon, graafisten elementtien, typografian ja kirjasinten käytöstä.

Jos kaikki käyttävät graafista ilmettä johdonmukaisesti, ihmiset ymmärtävät meidät samalla tavalla koko ajan. Tornio-Haaparannasta syntyy yhtenäinen kuva ja tavaramerkkimme vahvistuu.



Pitkäjänteisyys & selkeys

Pitkäjänteisyys ja selkeys ovat vahvan tavaramerkin rakentamisen peruskiviä. Oikeastaan on kyse samasta asiasta kuin maratonjuoksussa tai Finlandia-hiihdossa. Perusteellinen valmistautuminen ja osatavoitteet takaavat onnistumisen. Mutta ilman kunnollista pohjaa ja ilman selkeitä tavoitteita tehtävä tuntuu usein liian suurelta ja siinä epäonnistutaan.

Pitkäjänteisyys ja johdonmukaisuus ovat tärkeitä tavaramerkin rakentamisessa. Meidän on koko ajan levitettävä samaa sanomaa itses-tämme. Kohderyhmä on ymmällään, jos kuva on liian monisäikeinen ja jopa vastakohtaisuuksia sisältävä.

Mitä enemmän tilasta ihmisten ajatusmaailmassa ja tiedotusväli-neissä keskenään kilpailevia tavaramerkkejä on, sitä enemmän vaaditaan selkeyttä. Helppo sanoa, mutta vaikeampi toteuttaa. Sanoman perille saaminen yhä kovenevassa kilpailussa, jossa kaikki huutavat toistaan ko-vemmin, vaatii ääretöntä selkeyttä - muuten sanoma hukkuu joukkoon.

Tässä yhteydessä on hyvä esittää kysymys ”millaisen haluamme mie-likuvan Tornio-Haaparannasta olevan viiden vuoden kuluttua?”. Tämä ajatus mielessämme voimme työskennellä johdonmukaisesti kohti samaa päämäärää. Tavaramerkin rakentaminen vie aikaa, varsinkin kun sen taakse on saatava koko organisaatio.



Tyhmiä kysymyksiä ei ole olemassa

Monet tavaramerkit luodaan lonkalta ja tavaramerkin kehittäminen tapahtuu itsestään ”tarpeen vaatiessa”. Ongelmia tulee oikeastaan vasta siinä vaiheessa, kun tavaramerkki otetaan virallisesti käyttöön. Olemme koonneet muutamia tavallisia tavaramerkkiä ja sen käyttöönottoa koskevia kysymyksiä, joiden avulla arkipäivää voidaan jonkin verran yksinkertaistaa.

Tavaramerkki, eikö se ole jotakin, millä myydään saippuaa ja tv-vastaanottimia?

Kyllä. Mutta tavaramerkki voidaan liittää myös ihmisiin, rakennuksiin, kaupunkeihin ja kokonaisiin maihin. Paras tapa tavaramerkin mieltämiseksi on miettiä, miten se yhdistetään ihmisiin, kaupunkiin tai maahan. Englannin kielessä erotetaan toisistaan trademark ja brand. Trademark on itse nimi ja merkki, kun taas brändi tarkoittaa siihen liittyviä arvoja.

Tavaramerkki, mitä se on selvällä suomen kielellä?

Oikeastaan voidaan hyvin lyhyesti ja yksinkertaisesti sanoa, että ”tavaramerkki on sitä, mitä kaikki sanovat ja tekevät”. Esimerkiksi se tarkoittaa,

että kun organisaation toiminta-ajatus julistaa, että ”olemme vieraanvaraisia”, ei riitä että se sanotaan, vaan kaikkien on myös toimittava sen mukaisesti. Jos asetetun tavoitteen mukaisesti eläminen ei onnistu, on parempi tarkistaa tavoitteita kuin antaa ihmisten huomata, että se ei pidä paikkaansa ja että tavaramerkkiin liitetään jotakin negatiivista.

Tavaramerkin rakentaminen? - Tarkoittaako se valtavaa määrää mainoksia ja Tornio-Haparanda-kampanjoita?

Ei välttämättä. Kaupungin tavaramerkki on pitkälti riippuvainen sen asukkaista. Jos voimme houkutella kyvykkäitä ihmisiä ja menestyviä yrityksiä muuttamaan tänne, sillä on suuri merkitys tavaramerkillemme. Meistä tulee yksinkertaisesti suosittuja. Silloin voimme suunnata viestinnän valikoiduille kohderyhmille sen sijaan, että julistaisimme kovalla äänellä kaikesta siitä, mitä meillä on, tietämättä tarkalleen kohderyhmää.

Koska kaikki on valmista?

Ei koskaan. Tavaramerkkistrategia osoittaa päätavoitteen tai useiden osatavoitteiden suunnan. Matkalla ilmenee kysymyksiä, joihin joskus on vastaus, joskus ei. Joskus osatavoitteita on tarkistettava. Tavaramerkin aktiivisella rakentamisella on hyvät mahdollisuudet päästä lähelle tavoitetta.

Lopuksi

Toivottavasti tämä kirja on antanut sinulle virikkeitä. Meitä vahvan Tornio-Haparanda -tavaramerkin rakentajia on paljon. Olemme viitoittaneet tien lähitulevaisuuteen, mutta emme koskaan voi tietää, mitä tapahtuu viiden tai kymmenen vuoden kuluttua. Nyt meillä on kuitenkin paremmat mahdollisuudet vaikuttaa tulevaisuuteemme. Hyvää matkaa!



Yhteystiedot

Tornion kaupunki, Suensaarenkatu 4, 954 00 Tornio
puhelin +358 (0) 16 432 11, faksi +358 (0) 16 481 909
e-mail: tornion.kaupunki@tornio.fi, www.tornio.fi

Haparanda stad, 953 85 Haparanda, käyntiosoite Torget 9
puhelin +46(0)922-150 00, faksi +46(0)922-152 73
e-mail: kommun@haparanda.se, www.haparanda.se



TORNIOHAPARANDA

KANSAINVÄLINEN KOHTAUSPAIKKA