

# TAPAHTUMAT TORNIOSSA

# YHTEENVETO



**Tornio**



LAPIN LIITTO



Euroopan unioni  
European Union

Vipuvoimaa  
EU:lta  
2014–2020

ke 2.6.2021

# AAMUKAHVIEN OHJELMA

- klo 8.30 Tervetulosanat  
Pauliina Silvén-Alamartimo, Tornion kaupunki
- klo 8.35 **Katse tulevaisuuteen!**  
Sampo Kangastalo, Tornion kaupunki
- klo 8.45 **Mitä työpajoissa tehtiin ja mitä opimme?**  
Julius Oförsagd, Arctic Factory
- klo 9.15 **Mitä konkreettista on tapahtunut ja tulee tapahtumaan**  
Julius Oförsagd, Arctic Factory
- klo 9.25 Keskustelua
- klo 9.55 Yhteenveto ja loppusanat  
Pauliina Silvén-Alamartimo

# MISTÄ ON KYSE?

## TORNIO TAPAHTUMAKAUPUNKINA

Tornion kaupungin koordinoima Tapahtumien kehittäminen Torniossa -EAKR-hanke kokoaa yhteen torniolaisia toimijoita kehittämään tapahtumien kaupunki -mallia. Toimijoita kutsutaan työpajasarjaan, joka koostuu neljästä yhteisestä tilaisuudesta loppuvuoden 2020 ja alkuvuoden 2021 aikana. Työpajoissa rakennetaan "meän malli" siitä minkälainen tapahtumakaupunki.



# Tornio



## TORNIO TAPAHTUMAKAUPUNKINA

Tornion kaupungin koordinoima tapahtumien kehittämishanke kokoaa yhteen torniolaisia toimijoita kehittämään "tapahtumien kaupunki" -mallia.

### Työpaja 1

Toimijat mukaan ja yhteinen keskustelu -

to 26.11.2020



### Työpaja 2

Katse tulevaan ja yhteiseen visioon - Mitä lähdemme yhdessä tavoittelemaan?

to 28.1.2021



### Työpaja 3

Minkälainen olisi Tornion tapahtumien yhteinen unelmien markkinointi-malli?

to 25.2.2021



### Työpaja 4

"Meän malli" - Tahtotila ja strategia sen saavuttamiseksi

to 18.3.2021



### Tulosten esittely

Työpajasarjan tulosten esittely työpajoihin osallistuneille

**02.06.2021**



# “Työpaja VOL 1”

## **Työpaja 1**

Toimijat mukaan ja  
yhteinen  
keskustelu -

to 26.11.2020

*Tornio tapahtumakaupunkina -  
Tarpeita, toiveita ja ideoita*

## **Vieraana**

**Tapahtumakaupunki Oulu -**

**Tapahtumatuottaja Jarkko Halunen**

Menneisyys, nykyisyys ja tulevaisuus

Tapahtumakaupungin kehittämissuositukset

LUMO -festivaali

## “Työpaja VOL 1”

*Tuottaja Jarkko Halunen (Oulun kaupunki, Viestintä- ja tapahtumaryhmä) korosti kaupunki-infran kehittämisen merkitystä tapahtumatoiminnan kehittämisessä: **kaupunkitilaa pitää rakentaa siten, että siellä on helppo toimia ja hakea lupia, kynnys järjestää tapahtumia madaltuu ja pieni tapahtuma voi kasvaa pikkuhiljaa isommaksi toimijaksi.***

# *“Tapahtumat osaksi kaupungin puhetta”*

*Halusen mielestä Oulun tapahtumien ja infran kehittämisen kannalta **tärkein yksittäinen asia on se, että tapahtumat on saatu kaupungin eri osastojen arkikieleen mukaan.***

## “Pienestä isoksi”

*Halunen korosti myös, että **pienten ja omaleimaisten tapahtumien ymmärtäminen ja kannustaminen on todella tärkeää**. Suuret (ja monesti muualta tulevat) tapahtumat, konsertit jne. ovat isoja kertarysäyksiä, mutta **tärkeää on saada oman alueen pienten toimijoiden osaamista kasvatettua, jolloin omat pienet tapahtumat saadaan pikkuhiljaa kasvamaan isoiksi**.*



# “Pitkäjänteisyys”

Oulun LUMO-valotapahtuman **tärkeänä merkkipaaluna** matkan varrella Halunen piti **tapahtuman rahoituksen jatkuvuuden varmistumista**, mikä on mahdollistanut ylivuotisen suunnittelun, lisärahoituksen keräämisen sekä viestinnän ja markkinoinnin.

## *“Osaksi toimialueiden arkea”*

*Tapahtumien kehittäminen on ottanut ison harppauksen, kun käynnistettiin Oulu 15 -hanke, jossa tapahtumat nostettiin (luovien alojen) kehittämisen ydinasiaksi. Sen jälkeen **kaupunkikulttuurin käsite on uinut kaupungin eri toimialueiden arkeen.***

# “Vaikuttavuuden mittaaminen”

*Kehittymisen kannalta merkittävä asia on ollut tapahtumien vaikutusten mittaaminen. **Tiedolla johtaminen** on mahdollistanut tietoon ja ymmärrykseen pohjautuvan päätöksenteon.*

## *“Pienet isojen rinnalla”*

*Oulun tapahtumayksiköllä on tällä hetkellä parhaiten resursseja omien tapahtumien kehittämiseen. **Omat tapahtumat toimivat alustoina, jotka tarjoavat pienille toimijoille mahdollisuuden tarttua kiinni ja järjestää oma pienempi tapahtumansa osana isompaa tapahtumaa.***

# “Oulun vinkit Torniolle”

- 1. Tapahtumien tulee saada tuki kaupunkistrategiasta**

Tapahtumien kehittämiseen tulee saada tuki ja sen on oltava aito, jotta pystytään toimimaan nojaamalla vahvasti johonkin sellaiseen mitä kaupunki on päättänyt tehdä.
- 2. Tutkimus**

Pitää tietää missä mennään. On tärkeä saada tilastotietoa ja löytää tapoja seurata tapahtuman vaikutuksia, jotta voidaan todentaa mihin suuntaan ne ovat kehittymässä.

Mittaaminen (kävijämäärät, tulovirrat, paljonko rahaa tapahtuma jättää kaupunkikeskustaan jne) sekä muu tiedonkeruu ja asiakaskokemuksen tutkiminen on perusedellytys sille, että pystytään tekemään päätöksiä..
- 3. Kaupunki mahdollistajana**

Kaupungin kannattaa toimia mahdollistajana omaleimaisten tapahtumien syntymiselle: tapahtuma-alustat ja tapahtumien tukeminen.
- 4. Tapahtumien ympärivuotisuuteen kannattaa satsata**

Moni paikkakunta tunnistaa lausahduksen “Se on tosi kiva kesäkaupunki”. Mielikuvan muuttamiseksi tapahtumia pitää olla muulloinkin kuin kesällä.
- 5. Kehittämisen kärkiä kannattaa hankkeistaa**
- 6. Kriteeristö tapahtumien tukemiseen**

Tapahtumien tukemiseen kannattaa luoda kriteeristö ja selkeät pelisäännöt kaupungin omista lähtökohdista. Muuten käy niin, että kaupunkiorganisaatioon luikerrellaan erilaisia reittejä;

## *“Poimintoja osallistujilta”*

*Usko yhteistyön tekemiseen ja aktiivisuuteen on kova Torniossakin. Osallistajat uskoivat, että yhteistyö eri tahojen välillä on kaiken a ja o ja, että uusia yhdessä tekemisen malleja tullaan varmasti löytämään ja hyviä on jo olemassakin.*

## “Kenelle”



Kuva: Business Tornio

*Keskusteluissa nousi esille erilaiset kohderyhmät sekä tapahtumien kohderyhmien marginaalisuus. Onko marginaalisuus hyvästä vai pitäisikö niputtaa enemmän sisältöjä isommiksi kokonaisuuksiksi?*

*Tehdäänkö tapahtumia torniolaisille vai ihmisille laajemmalta alueelta?*

## “Kenen rahoilla”

Toisaalta pohdittiin myös Halusen esityksessä esiin noussutta ajatusta siitä, **että kaupungin ei aina pidä olla yksin vetovastuussa ja maksamassa kuluja.** Toisaalta muiden kuin kaupungin tuottamien tapahtumien kehittyminen ei ole riippuvainen pelkästään kaupungin taloudellisesta tuesta. **Hyvällä ja menestyvällä tapahtumalla on oltava kirkas visio, tulisieluiset vetäjät sekä taloudellinen malli.**

*“Kunnan tukia, jos ajatellaan niin rahallinen tuki ei aina ole välttämättä aina se kaikkein merkitsevin juttu tapahtumalle, vaikka jostainhan ne eurot on kerättävä. Esimerkkinä Hailuodossa Bättre Folk -festivaali, joka saa 1000 euroa kunnan tukea ja on silti valtakunnallisesti tunnettu tapahtuma.”*

*“Tapahtumia mietittäessä ja kehittäessä bisneksen pitää haista, että se alkaa kiinnostaa alueen yrittäjiä. Pitää olla potentiaalia sille, että rahaa jää alueelle. Yrittäjät eivät ole hyväntekijänä näissä mukana, vaan bisnesmalli pitää rakentaa heti. Se on se pohja, mistä tapahtuma rakentuu.”*



# “Epäonnistunut omaleimaisuus”

Työpajassa heräsi myös pohdinta siitä, **miksei Tornion selvästi tunnistettuja vahvuuksia ole onnistuttu muuttamaan käytäntöön.** Keskusteltiin myös siitä onko joskus vaikea oikeasti nähdä omia vahvuuksiaan tai uskoa niiden voimaan. Voisiko se mikä on meille pientä ja arkista, ollakin oikeasti jollekin toiselle suurta ja kaunista?

“Luonto, rajayhteistyö, historia. Nämä on kaikilla kaalissa, mutta minkä takia ei ole tapahtunut mitään? Aina palataan näihin samoihin vastauksiin. Tehdään nyt näille jotakin!”

“Torniossa ja sen ympäristössä on esimerkiksi teollisuutta paljon. Otetaan tavoitteeksi saada sen puolen tapahtumia tänne. Logistinen sijainti on moneen muuhun pohjoisen toimijaan verrattuna erittäin hyvä.”

# *“MAHDOLLISUUDET”*

SIJAINTI

YHTEISTYÖ

LUONTO JA YMPÄRISTÖ

TOIMINTATAPOJEN  
KEHITTÄMINEN

KAUPALLISUUS

MATKAILU

RAJA JA RAJATTOMUUS

HISTORIA

# “Työpaja VOL 2”

## Työpaja 2

Katse tulevaan ja yhteiseen visioon - Mitä lähdemme yhdessä tavoittelemaan?

to 28.1.2021

Tornio tapahtumakaupunkina - Katse tulevaan ja yhteiseen visioon. Mitä lähdemme yhdessä tavoittelemaan?

### Vieraana

**Hiljaisuus-festivaali - Kaukosen kylästä maailmalle.**  
Joonas Martikainen

# “Hiljaa hyvä tulee”

Martikainen kertoi Hiljaisuus-festivaalin synnystä ja sen kehittymisestä nykyiseen muotoonsa. **Hän toi esiin esimerkiksi, että tapahtuman kehittämisessä haluttiin välttää liian nopeaa kasvua, eikä sen tekemisessä lähdetty liian isosti liikkeelle. Maltilliset lähtökohdat mahdollistivat esimerkiksi tapahtuman sekä pienen kylän asukkaiden tulemisen tutuiksi keskenään ja saavuttamaan kyläyhteisön tuen myös jatkossa.**

# “Ammattilaisia mukaan”

Tapahtuman menestyksen kannalta oleellisena Martikainen korosti erityisesti **oikeanlaisten verkostojen luomista** ja niiden merkittävyyttä tapahtuman kehittämisessä. **Suunnittelutyöhön on aktiivisesti hankittu taiteen alan asiantuntijoita. Verkostojen kautta** tapahtuma on vuodesta toiseen **tavoittanut** innokkaita tapahtuman **tekijöitä ja esiintyjä, sekä kasvattanut tietoisuutta** toiminnastaan ja brändistään maailmanlaajuisesti.

# *“Pienestä ympärivuotiseksi kokonaisuudeksi”*

*Nykyään Hiljaisuus-festivaali on laajentanut toimintaansa **ympärivuotiseksi luomalla uusia konsepteja alkuperäisen kesäfestivaalin ympärille.***

*Hiljaisuus-residenssi, sekä Hiljaisuuden vuodenaikat on rakennettu tukemaan alkuperäistä konseptia ja kohdentamaan sisältöjä myös uusille kohderyhmille.*

# “Jatkuva kehittyminen avainasemassa”

*Vaikka tapahtuman toiminta on vakiintunutta ja festivaali saavuttaa vuosittain täydet kävijämäärät, se ei Martikaisen mukaan tarkoita sitä, **etteikö tekijöiden tarvitsisi olla jatkuvasti hereillä. Jatkuva keskittyminen siihen mitä ympärillä tapahtuu on avainasemassa***

# “Kiinteä suhde ympäröivän yhteisön kanssa.”

Martikainen kertoo, että jo sosiaalisen arvon ja tapahtuman tuottaman hyvän mielen takia **kyläläiset ovat valmiita auttamaan**. Tapahtuma on kuitenkin kehittynyt siihen suuntaan, että tapahtuman yhteydessä käytetään kylän majoituspalveluita, ruokakauppoja ja muita palveluita tuoden pienen määrän tuloja alueelle alueen ulkopuolelta.



# *“Innokkaita talkoolaisia tarvitaan”*

*Tapahtumien onnistumisen taustalla nähdään merkittävänä tekijänä innokkaiden ja sitoutuneiden talkoolaisten saavuttaminen. Keskustelua herätti kysymys siitä, millainen on talkoolaisuuden rooli nykypäivänä, millainen vaikutus sillä on tapahtumien rakentumisen ja menestymisen kannalta, ja **miten tapahtumien piiriin voitaisiin luoda menestyksestä ja innostavaa talkoolaiskulttuuria.***

# **“Kaupunkitilan hyödyntäminen tapahtumien tukena. Infran strateginen kehittäminen aitojen tarpeiden pohjalta.”**

*Keskustelussa pohdittiin miten Tornion **kaupunkikeskustan tulisi kehittyä, jotta se nähtäisiin “elävänä”**. Päällimmäisenä keskustelussa nousi toistaiseksi vähän käytettyjen ydinalueitten systemaattisempi hyödyntäminen. Ranta-alue, möljä, Victorian tori, kävelykatu jne*

*Puheeksi nousi myös **venetaksi**-toiminnan mahdollisuus. Kaupungilta puuttuu selkeä keskipiste ja isoimmat keskittymät ovat toisiinsa nähden hajallaan.*

***Fasiliteettien kehittäminen hankerahalla ja tapahtumien yhteydessä.** Esimerkiksi arvokisiojen yhteydessä areenoiden kunnostaminen. Alueiden strateginen kehittäminen.*

# *“Tavoitteena ehjä, elävä ja selkeä tapahtumien vuosikello.”*

*Visioissa yleisimpänä asiana esiin nostettiin tapahtumien ympärille rakentunutta **vuosikelloa**, jossa nähdään muutama vakiintunut kärkitapahtuma sijoittuneena ympäri vuoden.*

*Kärkitapahtumien ympärille on rakentuu pienempää oheisohjelmaa värikkäänä ja suunnattuna erilaisille kohderyhmille*

*“Torniolla on vakiintuneita kärkitapahtumia ympäri vuoden jokaiselle vuodenaikalle. Tekemistä leimaa hyvä verkostoitumisen ja yhdessä tekemisen meininki, joka näkyy omaleimaisina tapahtumina, jotka houkuttelevat kävijöitä läheltä ja kaukaa”*

# **“Markkinoinnista ja viestinnästä vakiintuneempaa ja systemaattisempaa.”**

*Myös tapahtumien markkinoinnista ja niistä **viestimisestä on syytä tulla vakiintuneempaa, järjestelmällisempää ja yhtenäisempää.** Tietoa tapahtumista löytyy Tornion sivuilta ja kävijät tietävät löytävänsä nämä tiedot sieltä, yhdestä ja samasta, selkeästä foorumista.*

*“Ensin pitää muodostaa kokonaiskuva mitä kaikkea on tarjolla molemmissa kaupungeissa ja analysoida mikä houkuttelee väkeä. Sitten se tapahtumien vuosikello. Yhteinen työpaja Haaparannan kanssa ja keskustelua siitä mikä toimii ja mitä halutaan kehittää”*

# “Kaupungin rooli tukijana.”

*Keskustelussa pohdittiin kaupungin roolia tapahtuma ekosysteemissä. Taloudellisen tuen jakaminen tapahtumille koettiin haasteelliseksi ja kaupungin roolin nähtiin olevan enemmän muualla. Kaupungin tulisi ennemminkin toimia koordinaattorina ja mahdollistajana tapahtumille muilla tavoin.*

*Esille tuli myös kaupungin mahdollinen **rooli markkinoinnin ja viestinnän mahdollistajana sekä tapahtumien vuosikellon ylläpitäjänä.***

*Työpajaan osallistuneiden **yrittäjien ajatus oli, että vastuu maksavien tapahtumakävijöiden saamisessa on ensisijaisesti yrittäjillä itsellään.***

*“Tarvitaan jotain niin vetovoimaista, että tullaan maksavina asiakkaina satojen kilometrien päästä”*

# **“Kaupungin rahan jakamiselle selkeä malli ja kriteerit. Kaupungin tuki voi olla myös muuta kuin rahaa.”**

*Koska tasapuolisesti myönnettävä **kaupungin taloudellinen tuki vaikuttaa epärealistiselta**, sille **vaihtoehtoisina** malleina **ehdotettiin** esimerkiksi **mallia johon luotaisiin kriteeristö sellaisille tapahtumille, joille voitaisiin myöntää avustusta. Rahallisen avustuksen sijaan voitaisiin myös esimerkiksi suunnitella malli, jossa tapahtumilta ei perittäisi maavuokraa, tai heille tarjottaisiin helpotuksia sähkölaskuissa. Keskustelussa todettiin kuitenkin, että tällaisen **toteutumiseksi tulee kyetä laatimaan virallinen esitys** ja suunnitelma tällaisen raha- ja resurssipohjaisen tukimallin käytäntöön saattamiseksi.***

# “Työpaja VOL 3”

## Työpaja 3

Minkälainen olisi  
Tornion tapahtumien  
yhteinen unelmien  
markkinointi- malli?

to 25.2.2021

Mistä tähän on tultu? Mihin olemme menossa?

**Yhteisen markkinointimallin rakentaminen –**

**Alustus päivän teemaan –** Minkälainen olisi Tornion  
tapahtumien yhteinen unelmien markkinointimalli?

## **“Määrittele mielestäsi 1-3 tärkeintä avaintekijää kesätapahtuman kasvun kannalta”**

*“Yhteen hiileen puhaltaminen, tehokkaampi markkinointi, tapahtuman houkutteleva sisältö”*

*“Yhteismarkkinointi”*

*“Houkutteleva-Kehittyvä-Uudistuva”*

*“Markkinointi, lisäarvot, yhteistyö yrittäjien kanssa”*

*“Yleisölle tietoisuuden saaminen, yhteistyö.”*



## **“Minkälaista yhteistyötä eri kesätapahtumien kesken tulisi mielestäsi harjoittaa?”**

*“Yhteismarkkinointi, tiedottaminen (tietoisuus muiden tapahtumista), mahdollinen yhteen niputtaminen markkinointimielessä”*

*“Yrittäjät Yhdessä, mukana urheiluseurat, yms. järjestöt. Kukaan ei tekisi omia ”kynsituliaan” yksikseen omissa nurkissaan.”*

*“Yhteismarkkinointia, jotta jokainen tapahtuma saisi kunnolla näkyvyyttä ja vahvistaisi alueen vetovoimaisuutta.”*

## “Yhteistyö yrittäjien ja tapahtumien välillä”

*Tapahatumatuottajat toivoivat, että paikalliset majoituspaikat, ravintolat ja muut yritykset osoittaisivat tukensa tapahtumille, koska yhteistä hyvää tässä ollaan rakentamassa. Todettiin, että yrityksille (mm. matkailu, ravintolat, tapahtuman lähialueella olevat kivijalkaliikkeet) tulee rakentaa **malleja, jotka mahdollistavat ja tekevät helpoksi, houkuttelevaksi yhteistyön tekemisen tapahtumasta ja tilanteesta riippumatta.***

# ***VISIO: Mitä asioita on tapahtunut? Mitä hyviä muutoksia on tapahtunut?***

*“Kuvittele, että on helmikuu 2022 tai 2023. Muutoksia Tornion tapahtumien yhteiseen markkinointiin ja yhteistyön kehittämiseen on tehty. Mitä positiivisia muutoksia ja asioita on tapahtunut?”*

- Pääallekkäisyydet ja kilpailijuudet ovat historiaa.
- Järjestämme vuosittain kaksi tapahtumatyöpajaa tapahtumien parissa työskenteleville ihmisille (yksi alkuvuodesta, toinen syksyllä).
- Olemme luoneet tapahtumastrategian. Meillä on yhteinen suunnitelma johon tähtäämme.
- Olemme tehneet tapahtumien vuosikellon.
- Olemme palkanneet tapahtumakoordinaattorin, joka huolehtii siitä, että tapahtumat saavat tukea keskitetysti.
- Olemme luoneet mallin, jonka ansiosta yritysten ja muiden sidosryhmien on helppo lähteä mukaan tapahtumien “kylkeen” tekemään yhdessä.
- Toteutamme yhteismarkkinointia,
- Olemme organisoineet tapahtumien kehittämistyön ja aloittaneet kehittämissuunnitelman täytäntöönpanon.

# ESTEET: Mitkä asiat estävät tällä hetkellä pääsemästä näihin asioihin?

*“Valitse yksi tai useampi tavoite ja määrittele mitkä asiat estävät tällä hetkellä pääsemästä tuohon tavoitteeseen.”*

*Esteet tavoitteen saavuttamiseksi*

- Ei tiedetä tai ei ole määritelty ketkä ovat “me”.
- Sitoutuminen siihen, että tapahtumat ovat tärkeitä on puutteellista. Näkyy siinä paljonko ja mitä resurssia ja rahaa niihin laitetaan.
- Raha ratkaisee - rahaa ja/tai resurssia on liian vähän.
- Omistajuus on hukassa. Kuka vastaa tapahtumista ja niiden kehittämisestä?
- Puuttuu resurssit ja koordinoija.
- Omistajuus on hajanaista. Kaupalliset touhuavat omissa ympyröissään ja nekin keskenään hajallaan. Kaupungin tapahtumat omanaan.
- Organisaatio puuttuu, kuka hoitaa, kuka pitää huolta, kuka kutsuu koolle (vrt. matkailu, joka tekee tällä saralla omaa työtään tällä hetkellä).
- Puuttuu malleja, joilla kaupunki, elinkeinopuoli, matkailu toimii ja pelittää täysillä yksin.

# YHTEENVETO

## “Yhteinen tavoite”

- kaupunkia ja tapahtumia keskenään **toimimaan yhdessä**
- rakentamaan Tornion tapahtumien **yhtenäisen brändin**
- sitoutumaan brändin eläväksi tekemiseen **arjen teoissa**
- kutsumaan ihmisiä mukaan Tornion **tapahtumien tarinaan**

# Kehittymisen stepit

- Tapahtumien tulee saada tuki kaupunkistrategiasta
- Kaupungin kannattaa toimia mahdollistajana omaleimaisten tapahtumien syntymiselle
- Tarkempaa ja laadukkaampaa tietoa tapahtumakävijöistä ja taloudellisista vaikutuksista tarvitaan
- Miten Torniossa isompia tapahtumia voitaisiin edelleen laajentaa esimerkiksi mahdollistamalla pienempien osakokonaisuuksien syntyminen ison tapahtuman kylkeen?
- Kaupungin ei aina pidä olla yksin vetovastuussa ja maksamassa kuluja, mutta strategisen kehittämisen rooli ja vastuu on merkittävä.
- Rahoitusmalleja voidaan kehittää yhdessä.
- Kaupungin iso tuki on tapahtuma-infran kehittäminen ja tarjoaminen (Torniosta puuttuu hyvä sisätila tapahtumille).
- Ydinalueitten systemaattisempi hyödyntäminen (kävelykatu, möljä ja ranta-alue)
- Kaupungilta puuttuu selkeä keskipiste ja isoimmat keskittymät ovat toisiinsa nähden hajallaan
- Tapahtuma-infra tulee kartoittaa ja saattaa selkeään muotoon, jotta tapahtumatuottajat voivat sitä hyödyntää.
- Hyviä fasiliteetteja tapahtumien aktiiviseen järjestämiseen tulee kehittää.
- Tapahtumien ympärille rakennettava vuosikello (isot kärkitapahtumat, joiden ympärille kasvaa lisää tapahtumia)
- Tapahtumien markkinoinnista ja niistä viestimisestä halutaan vakiintuneempaa, järjestelmällisempää ja yhtenäisempää.
- Kaupungin tulee toimia koordinaattorina ja mahdollistajana tapahtumille.
-

# TOP 5

- 1. Foorumi ja toimintamalli yhteiselle tekemiselle ja kehittämiselle.*
- 2. Yhteismarkkinointimalli*
- 3. Kaupungin strategia tapahtumien hyödyntämiselle ja kehittämiselle*
- 4. Tapahtumien kokoaminen vuosikelloon ja kaupungin tukimallin rakentaminen*
- 5. Suunnitelma siitä miten infran kehittäminen suhteutuu tapahtumastrategiaan*



# *MITÄ ON TULOSSA*

# MITÄ KONKRETIAA?

## Happy New Twice saa uusia muotoja.

Tapahtuman ympärille suunniteltiin ja toteutetaan Rajaton -kaupunkifestivaali.

## Meän kesä -yhteismarkkinoinnin kokonaisuus

ideaasta testattavaan muotoon. Pilotointi kesän 2021 aikana (mahdollisuuksien mukaan).

## Poikkitaiteellinen valotapahtuma PIOT

suunniteltiin ja toteutetaan ensimmäisen kerran 6. marraskuuta 2021.

## Tapahtumajärjestäjän opas

ilmestyy Tornio.fi -sivuilla. Suunniteltiin ja toteutettiin kokonaisvaltainen työkalu tapahtumatuottajien käyttöön.

**Tornio -hahmot ja -piennäytelmät** suunniteltiin ja toteutettiin. Hahmot jatkavat eloaan ja ovat edelleen tilattavissa keikalle (mm. yritystapahtumiin)

**Tiedolla johtamisen edellytyksiä parannetaan**, kun vuoden 2021 aikana Tornion kärkitapahtumissa toteutetaan asiakas- ja sidosryhmäkysely.

**Tornion kaupungin tapahtumayhteistyön kriteeristö** määritellään, jotta yhteistyön tekeminen käy puolin ja toisin helpommaksi.

# KESKUSTELUA

# YHTEENVETO

# ARCTIC FACTORY | TEHTAAN TYYPIT KIITTÄÄ

**JULIUS OFÖRSAGD**



*Tehtaan intohimoinen sydän, jonka laaja näkemys kumpuaa lukemattomista luotoilun ja luovan alan projekteista.*

**JUSSI OLAVI JOKINEN**



*Syväajattelija, jonka sanan säilä ja iskevä luovuus yllättävät kerta toisensa jälkeen.*

**JUSSI KORHONEN**



*Tehtaan ideanikkari, jonka sydäntä lähellä ovat ihmisen kokemuksen syvällinen ymmärtäminen sekä kasvu ja kehittyminen.*

**JOONAS ERVASTI**



*Asiakkaan paras ystävä, joka tuo tuoretta ja inspiroivaa näkemystä kehittämisen mahdollisuuksiin.*

**KATRIINA MATIKAINEN**



*Tehtaan visuaalinen silmä, jolla on maaginen taito saada asia kuin asia näyttämään hyvältä.*

**SAMUEL AHOLA**



*Merkityksen muotoilija, joka omaa harvinaisen yhdistelmän visioivaa luovuutta ja analyttistä periksiantamattomuutta.*

**HELI TURTIMEN**



*Tehtaan organisaattori, joka pitää rattaat öljytyinä ja Tyypit särmänä, vauhdittaen projektit maaliin.*

***Missionamme on tehdä ihmislähtöisestä kehittämisestä uusi normaali.***

#tehtaantyyppit  
#arcticfactory