



UTSJOKI • OHCEJOHKA



Brändikirja



LAPIN LIITTO

12.06.2025

Sisältö

1. Tausta ja tavoitteet
2. Utsjokelaisuus
3. Visio ja arvot
4. Kohderyhmät ja kilpailijat
5. Erottautumistekijät
6. Tavoitemielikuva ja brändilupaus
7. Pääviesti
8. Lisäviestit
9. Äänensävy
10. Utsjoen bränditarina



1. Tausta ja tavoitteet



1. Tausta ja tavoitteet

Utsjoen kunta on Suomen pohjoisin ja saamelaisin kunta sekä EU:n pohjoisin kunta. Kunnan elinvoima kumpuaa luonnosta, kielestä, kulttuurista ja yhteisöstä.

Kuntabrändin tavoitteena on:

- Vahvistaa kunnan pitovoimaa ja vetovoimaa.
- Tukea saamelaisen kulttuurin ja kielen elinvoimaisuutta.
- Luoda johdonmukainen ja tunnistettava identiteetti.



2. Utsjokelaisuus



2. Utsjokelaisuus

Utsjoki on Suomen pohjoisin kunta – kaukana muusta maasta, mutta juurtunut syvälle arktiseen maaperään. Täällä maisema on karu ja kaunis, pääosin erämaata, jossa vuodenajat eivät vaihdu huomaamatta. Tenojoki halkoo maisemaa, ja Jäämeren läheisyys tuntuu ilmassa. Saamelaisuus ei ole koristeltu osa kulttuuria, vaan sen sydän.

Matka voi olla pitkä, mutta Utsjoella tietää olevansa perillä.



3. Visio ja arvot



3. Visio ja arvot

Visio

Utsjoki on kukoistava pohjoisen kunta, jonka arktinen luonto, elävä saamelaiskulttuuri ja rauhallinen rytmi tarjoavat juuret ja merkityksen niille, jotka haluavat toteuttaa itsensä näköistä elämää.

Arvot

- **YHTEYS** – Kieleen, luontoon ja toisiimme
- **JUUREVUUS** – Utsjoki kasvaa omista lähtökohdistaan
- **YHTEISÖLLISYYS** – Täällä eletään yhdessä
- **KESTÄVYYS** – Kulttuurisesti, ekologisesti ja sosiaalisesti



4. Kohderyhmät ja kilpailijat



4. Kohderyhmät ja kilpailijat

Kohderyhmät

1. Saapujat

Toisenlaista elämää etsivät perheet ja yksilöt, joille Utsjoki tarjoaa kaiken tarvittavan, myös Norjan työmahdollisuudet. Paluumuuttajat tuntevat kotiseutunsa ja tuovat muualla hankitun kokemuksen ja osaamisen alueen hyväksi.

2. Kokeilijat

Utsjoen äärimmäisyydet houkuttelevat kokeilemaan elämää pohjoisessa. Vaikka kaikki eivät alueelle jää, jokainen vierailu jättää jälkensä. Vapaa-ajan asunto tai mökki voi toisaalta ajan mittaan muuttua pysyvämmäksi asumiseksi.

3. Asukkaat

Utsjoen asukkaat, alueella syntyneet ja muualta saapuneet. Erityisesti saamenkieliset lapsiperheet hyötyvät heidän äidinkielellään tarjottavista palveluista ja koulutuksesta.

4. Kohderyhmät ja kilpailijat

Kilpailijat

1. Muonio

Pieni, sisukas, onnistunut niukoin resurssein toteuttamaan strategiaa siten, että maine ja kiinnostavuus on parantunut. Muoniosta on kehkeytynyt pienoiskuva Lapista, jossa yhdistyvät helppous ja äärimmäisyys.

2. Inari

Lähin kilpailija, mutta alkaa jo kärsiä massaturismin haittapuolista. Inari kilpailee lähes yhtä hyvillä saamenkielisillä palveluilla etenkin saamenkielisistä lapsiperheistä.

3. Enontekiö

Muistuttaa maisemiltaan eniten Utsjokea. Ylänköjä ja erämaata, Norjaan on lyhyt matka, pienen paikan omintakeinen tuntu.

4. Sodankylä

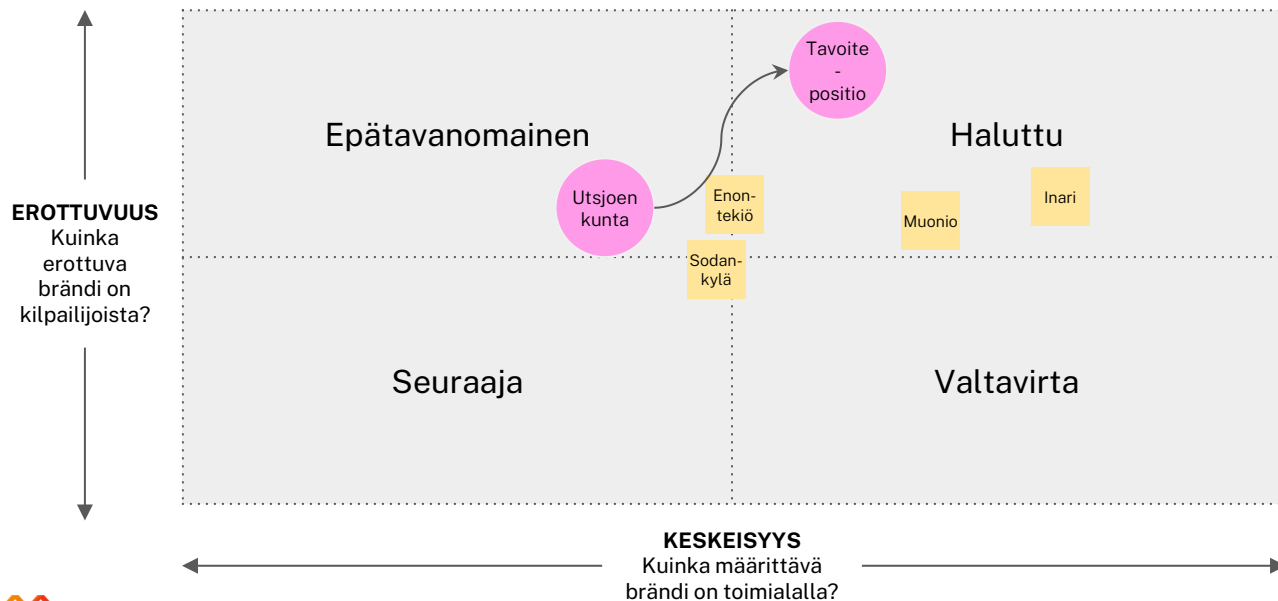
Sodankylä on vahva ja monipuolinen työllistäjä saamelaisalueella, ja siellä pohjoinen arki kohtaa kansainväliset mittasuhteet. Aito ja yhteisöllinen paikka, joka koettelee ja karaisee kuten Utsjokikin.

5. Rovaniemi, Oulu ja Helsinki

Isot kaupungit, jotka vetävät puoleensa Utsjoelta pois muuttaneita.

4. Kohderyhmät ja kilpailijat

Positiointi luo pohjan erottautumiselle ja on tärkeä osa brändistrategiaa. Valittu positio ohjaa kaikkea tekemistä ja vaatii strategisia valintoja ja panostuksia toteutuakseen.



Haluttu. Todella erottuvia, mutta myös laajasti haluttuja. Usein premium-tuotteita.

Valtavirta. Ei erottuva, mutta laajasti haluttu. Tulee usein ensimmäisenä mieleen omassa kategoriassaan.

Seuraaja. Ei erotu, kopiotuotteita. Eivät ole ensimmäisenä mielessä.

Epätavanomainen. Omassa kategoriassaan poikkeuksellisen erottuvia niche-brändejä. Kannattavia pienellä volyymilla.



5. Erottautumistekijät



5. Erottautumistekijät

Edellytykset

- Läheinen suhde Lapin luontoon ja vuodenaikoihin
- Rauhallinen elinympäristö
- Työmahdollisuudet ja toimivat peruspalvelut
- Elävä ja osallistava yhteisö
- Monipuoliset harrastusmahdollisuudet

Mahdollisuudet

- Saamen kieli ja kulttuuri elävänä osana arkea
- Matkakohde, jota massat eivät ole vielä löytäneet
- Pohjoisin ympäristö asumiseen ja työntekoon
- Luontoyhteys ei vain maisemaa, vaan elämäntapa
- Jäämeren läheisyys
- Rajaseudun kansainvälisyys ja yhteistyö Norjan kanssa -
Norja on naapurivaltio, jossa sijaitsevat Karasjoen, Tanan ja
Nessebyn kunnat



6. Tavoitemielikuva ja brändilupaus



6. Tavoitemielikuva ja brändilupaus

Tavoitemielikuva

Utsjoki on kulttuuriltaan rikas, rauhallinen ja itsensä näköinen kunta heille, jotka haluavat elää omilla ehdoillaan. Se tunnetaan elävänä yhteisönä, joka tarjoaa tilaa perinteille, kielelle ja merkitykselliselle elämälle.

Brändilupaus

Utsjoki – Suomen pohjoisin yhteisö, jossa luonto on elämäntapa ja kulttuuri ja kieli ovat arjen ytimessä.



7. Pääviesti



7. Pääviesti

Utsjoki on enemmän kuin pohjoisin piste Suomen kartalla – se on juuret, kieli ja yhteisö. Täällä eletään luonnon ehdoilla mutta olennaisen äärellä. Siksi Utsjoen pääviesti on:

POHJOISEN ÄÄRI



8. Lisäviestit



8. Lisäviestit

Kohderyhmien tarpeisiin räätälöidyt lisäviestit tukevat pääviestin sanomaa.

Elämän äärellä.

- Kertoo, että täällä eletään lähempänä olennaista – luontoa, perinteitä, kulttuuria ja vuodenkiertoa.
- Antaa myös lupauksen hiljentymisestä ja syventymisestä. Tuo mukaan inhimillisen, jopa hengellisen tason.

Äärettömyys alkaa täältä.

- Kääntää syrjäisyyden voimaksi. Kun maailma loppuu, horisontti alkaa. Tämä toimii etenkin visuaalisessa viestinnässä: tunturit, joki, taivas, yö.
- Viittaa myös vapauteen – ei rajoihin.

Äärimmäisen totta.

- Rehellinen, terävä ja ytimekäs. Ei kaunistelua, ei pintaa – vaan syvä aitous.
- Korostaa elämän karuutta ja kauneutta yhtä aikaa. Sopii erityisesti kunnalliseen arkeen: täällä ei esitetä näytelmää.



9. Äänensävy



9. Äänensävy

- **Selkeä ja kaksikielinen** – kieli on kunnalle identiteettikysymys, joten kaikki viestintä suomeksi ja saameksi.
- **Pohjoisen itsevarma** – uskalletaan olla jotain mieltä, koska meidän ei tarvitse olla kaikkea kaikille.
- **Kutsuvan tarinallinen, mutta realistinen** – ei tee tyhjiä lupauksia.



10. Utsjoen bränditarina



10. Utsjoen bränditarina

Utsjoki ei ole vain Suomen pohjoisin kunta. Se on suunta, jota kohti pyrkiä. Kukoistava yhteisö keskellä vastakohtien vaurautta.

Utsjoella aika kulkee omaa tahtiaan ja sanat toista säveltä. Teno virtaa kylien rinnalla kuin muisti, ylängöillä Jäämeren hengitys tuntuu sielussa asti.

Täällä saamelaisuus ei ole poikkeus, vaan ilma, jota hengitämme. Eikä kaikkea määritä säännöt, vaan kierto, joka on vanhempi kuin valtiot. Utsjoella kuullaan se, mikä muualla hukkuu maailman pauhuun.

Utsjoella ei valita mukavuuksien ja merkityksen välillä, vaan valitaan oma suunta läpi elämän. Sillä täällä tietää olevansa perillä. **Utsjoki on pohjoisen ääri.**



UTSJOKI • OHCEJOHKA

