

*Imatran voima*

Imatran kaupunki uusii ilmeensä - Imatra on rajat ylittävää voimaa

Tiedote **19.6.2017 23:02**

Imatran kaupungin uuden ilmeen pääväri on oranssi ja ydinviesti - Imatra on rajat ylittävää voimaa. Ilmeen ja viestien uudistaminen on osa markkinoinnin ja viestinnän vahvistamista, jota on tehty kevään aikana Imatra Base Camp Oy:n johdolla.

Rami Hasu on tänään aloittanut vs. kaupunginjohtajana, joten on sopiva hetki kertoa, että kaupungin visuaalinen ilme sekä viestinnän ja markkinoinnin ydinviestit uudistuvat vähitellen elokuun alusta alkaen. Uuden ilmeen pääväri on oranssi, joka kertoo vieraanvaraisuudesta, lämmöstä, energisyydestä, ilosta, innostuneisuudesta ja uudistumisesta.

Imatran ilme ja viestit uudistetaan useasta syystä. Kaupunki on vahvistamassa ja terävöittämässä markkinointia ja viestintää, jolloin myös viestien ja ilmeen uudelleentarkastelu on luontevaa.

Imatran edellinen markkinointi-ilme otettiin käyttöön vuonna 2011. Aikansa hyvin palvellut luontoa korostanut ilme haluttiin vaihtaa ilmeeseen, jolla erottaudutaan selkeästi muista kaupungeista ja viesteihin jotka kuvastavat myös Imatran toiminnallisia vahvuuksia.

Kaupungin eri toimijoilta lähteneitä viestejä pyritään yhtenäistämään, jolloin Imatra voi olla kokoaan suurempi toimija alueiden välisessä kilpailussa.

Imatran kaupungin markkinointi-ilme uudistettiin viimeksi vuonna 2011, jolloin lanseerattiin myös slogan "Saimaan sylissä, Vuoksen varrella". Tämän rinnalle syntyi markkinointikäsite Imatra Base Camp, joka julkistettiin vuonna 2014.

Imatran uusi markkinointi-ilme ja sen ydinviestit korvaavat molemmat markkinointikäsitteet ja niiden graafiset ohjeistot.

Kaupungin vaakunan käyttö pysyy entisenlaisena

luottamuselinten toimintaan ja juhlallisuuksiin yhteyksiin liittyvässä viestinnässä. Imatra Base Camp säilyy kaupungin myynti- ja markkinointiyhtiön nimenä, mutta poistuu käytöstä markkinointikäsitteenä.

Imatran uusi ydinviesti on: "Imatra on rajat ylittävää voimaa"

Imatran ydinviesti kertoo Imatran asenteesta, imatralaisesta toimintatavasta ja antaa vihjeen kaupungin sijainnista.

Imatraa pyörittää kosken energia, joka läpäisee maiseman, arjen ja elämän. Imatralla syntyvä energia riittää myös Imatran ulkopuolelle - konkreettisesti ja symbolisesti.

Imatralla tapahtuu ja tehdään. Kaupunki tukee aktiivisesti asukkaiden ideoita, tapahtumat vetävät kävijöitä ja asioita tehdään suoraan kansallisella tai kansainvälisellä tasolla. Imatran voima on meissä ja se syntyy meissä.

Brändityö ja tutkimus

Imatran kaupungin ilmeen ja viestien muotoilun tukena on Innolink Oy:n kanssa keväällä 2017 toteutettu markkinatutkimus, toukokuussa valmistunut bränditutkimus ja käynnissä oleva työ Imatran strategisen markkinointisuunnitelman luomiseksi. Imatra Base Camp Oy:n johtamassa työssä ovat olleet mukana myös Imatran Seudun Kehitysyhtiö, kaupungin viestintä sekä viranhaltija- ja luottamushenkilöjohtoa.

Keväällä 2017 tutkittiin Imatran erilaisten brändien, kuten Teatteri Imatran, Imatra Base Campin, Imatranajon ynnä muiden imatralaisten ilmiöiden tunnettuutta. Tulosten perusteella päätettiin keskittyä markkinoimaan selkeää ja verrokkikaupunkeja paremmin tunnettua Imatraa ilman yleisön huonommin tuntemia lisäanoja.

Markkinointisuunnitelman tueksi toteutetussa kuluttajatutkimuksessa selvisi, että Imatra tunnetaan alle 50 000 asukkaan kaupungeista keskimääräistä paremmin.

Onnistuneimpina tekijöinä pidettiin puhdasta ja kaunista luontoa. Toiseksi parhaana asiana Imatralla pidettiin sitä, että kaupungissa on paljon elintilaa. Kolmanneksi parhaana Imatran ominaisuutena vastaajat pitivät kaupungin urheilumahdollisuuksia. Hieman yllättäen Imatran urheilumahdollisuuksia ei pidetty verrokkeihin nähden yhtä hyvänä ominaisuutena kuin esimerkiksi kaupungin tonttitarjontaa.

Tutkimuksen vastaajista yli 90 prosenttia oli Etelä-Karjalan ulkopuolelta.

Kuluttajatutkimuksen tulokset eivät tarjonneet suuria yllätyksiä, mutta toimivat erinomaisina kaupungin markkinoinnin mittareina, joita vasten arvioidaan markkinoinnin toimivuutta jatkossa.

Lisätietoja

vs. kaupunginjohtaja Rami Hasu
020 6172203, rami.hasu@imatra.fi

Imatra Base Camp Oy:n toimitusjohtaja Jukka Aallikko
0400 772 007, jukka.aallikko@imatrabasecamp.fi

Imatra Base Camp Oy:n markkinointipäällikkö Katri Storhammar
020 617 6677, katri.storhammar@imatrabasecamp.fi

Heikki Laine, viestintäpäällikkö
020 617 2321, heikki.laine@imatra.fi

Innolink Oy:n toimitusjohtaja Pekka Vuorela
050 571 8804, pekka.vuorela@innolink.fi

[Innolink Oy:n tiedote Imatran bränditutkimuksesta](#)