

27.5.2013



## PALVELEVA PIELAVESI

### *Hakijan nimi ja yhteystiedot*

Pielaveden kunta, Puustellintie 18, 72400 PIELAVESI

Yhteyshenkilö: Kunnanjohtaja Mika Sivula, puh. 0400-668 211

Sähköposti: [mika.sivula@pielavesi.fi](mailto:mika.sivula@pielavesi.fi)

### **1. Hankkeen tausta ja tarve**

Tämän kehittämishankkeen taustalla on tarve vahvistaa Pielaveden yritysten ja yhteisöjen tuottamien palveluiden markkinointia ja näkyvyyttä sekä palveluntuottajien yhteistyötä. Hankkeen tarve on noussut esiin yhdessä yritysten ja yhteisöjen kanssa järjestetyissä keskustelutilaisuuksissa syksyn 2012 ja kevään 2013 aikana. Pielaveden yrittäjien ja kolmannen sektorin toimijoiden taholta on ilmaistu vahvaa tahtoa ja sitoutumista alueen vetovoimaisuuden ja eri tahojen yhteistyön kehittämiseen.

Tällä hetkellä Pielaveden palveluyritysten, kaupan alan toimijoiden ja kolmannen sektorin palveluntuottajien yhteistoiminta on epäsäännöllistä ja koordinoitumatonta. Yleinen käsitys Pielaveden palvelutarjonnasta on haalistunut. Kunta tunnetaan valtakunnallisesti parhaiten presidentti Urho Kekkosen synnyinkodista Lepikon Torpasta, lentopalloseura Pielaveden Samposta ja keihäänheittäjä Antti Ruuskasesta, mutta näitä ei ole yhdistetty kunnan alueen palveluntuottajien markkinointiin. Käsitys Pielaveden vahvuuksista ja omaleimaisista piirteistä kaipaa kirkastamista.

Tämän kuntakuvan kirkastamisen tulee tapahtua kahdella tasolla:

- Pielaveden kunnan omaleimaisuutta, vahvuuksia ja elinvoimaisuutta korostavalla kuntailmeellä.
- Pielaveden yritysten ja yritysyhteisön profiilin nostamista. Yhteistyön, asiakaspalvelutaitojen sekä kannattavuuden nostamista uudelle tasolle tukemaan kunnan vetovoimaa.

Pielavedellä toimi vuonna 2011 yhteensä 259 yritystä (Tilastokeskus). Pielaveden yrittäjien jäsenenä on noin 110 yritystä. Pielaveden yritykset ovat pieniä ja omistajayrittäjävetoisia. Yrittäjillä ei ole ollut riittävästi aikaa eikä resursseja yhteistyöverkoston rakentamiseen ja yhteismarkkinoinnin edistämiseen. Kehittämishankkeen kautta toivotaan saatavan resursseja koota voimavaroja yhteen uusien, verkostomaisten toimintatapojen rakentamiseen.

Toive Pielaveden kunnan kuntakuvan elävöittämiseen ja kokonaisprofiinin nostamiseen on tullut yrittäjiltä. Kunta, jonka yleisilme markkinointimielessä on elinvoimainen ja omaleimainen, antaa yrityksille paremman mahdollisuuden menestyä. Tämä toteutuu osittain matkailun myötä, mutta myös nostamalla omien asukkaiden asiakasuskollisuutta. Kuntailmeen nostamisella tavoitellaan siis sekä ulkoista että sisäistä yleisöä.

Pielavedellä järjestetään vuoden varrella useita erilaisia tapahtumia. Näistä merkittävimpiä ovat kesän Muikkuvestivaalit ja joulun avaus. Tapahtumien hyödyntämistä palveluiden kysynnän kasvattamiseksi tulee parantaa ja niiden yhteismarkkinointia lisätä. Tavoitteena tulisi olla, että tapahtumat lisäävät selvästi palveluiden kysyntää. Lisäksi uusia mielekkäitä, yritysten myyntiä edistäviä tapahtumia tulisi kehittää yhteistyön tuloksena. Vuonna 2013 on Pielaveden 110-vuotisjuhla ja tämän ympäriltä on hyvä aloittaa ensimmäinen ponnistus jo heti hankkeen alussa.

## ***2. Kohderyhmä, sisältö ja tavoitteet***

Hankkeen tavoitteena on kehittää Pielaveden yritysten, yhteisöjen ja kunnan välistä yhteistyötä ja kunnan vetovoimaisuutta. Hanke on suunniteltu Pielaveden yrittäjien, kunnan ja kolmannen sektorin toimijoiden keskusteluissa nousseiden kehittämistarpeiden pohjalta.

Pielavesi haluaa palveluelinkeinoilleen vahvuuksia, joilla alue voi erottua muista lähialueista. Kunnan, yrittäjien, yhteisöjen ja asukkaiden tavoitteena on tunnistaa, synnyttää uutta liiketoimintaa ja toimintamalleja ja kehittää alueella tarjottavia palveluja pitkäjänteisesti. Hankkeessa organisoidaan kunnan, yrittäjäjärjestön ja muiden organisaatioiden keskinäistä yhteistyötä ja verkottumista sekä luodaan uusia ja laadukkaita palveluita ja vetovoimaisia tapahtumia Pielavedelle.

Paikkakunnan vetovoimaisuuden lisäämiseksi Pielaveden kuntaimagoa rakennetaan järjestelmällisesti. Toimet kohdistuvat myös kunnan omaan organisaatioon luottamushenkilöineen. Kuntaimago kytketään olemassa oleviin vahvuuksiin kuten presidentti Urho Kekkosen syntymäkotikiikoksi Lepikon Torppaan, olympiamitalisti Antti Ruuskaseen ja Pielaveden Sampoon. Vahvuuksien kytkemistä palveluiden markkinointiin parannetaan.

Hankesuunnitelma on laadittu yhdessä Pielaveden yrittäjien, yhdistysten ja järjestöjen kanssa. Hankkeen tavoitteena on syventää eri organisaatioiden välistä yhteistyötä ja luoda uusia, pitkäjänteisiä toimintamalleja.

Hankkeen tavoite on luoda uutta palvelualojen liiketoimintaa paikkakunnalle. Uudella liiketoiminnalla tarkoitetaan ensisijaisesti nykyisten yritysten elinvoimaisuuden ja kannattavuuden parantamista uusien liiketoiminta-aihioiden myötä. Näitä synnytetään yhteisvoimin. Tässä yhteydessä luodaan alueen tapahtumien vuosikello sekä käynnistetään alueen yhteismarkkinointi, jonka avulla nostetaan esille Pielaveden monipuoliset palvelut ja vahva kulttuuriperintö.

Hankkeessa ovat mukana julkiset, yksityiset ja kolmannen sektorin palveluntuottajat. He osallistuvat valmennuksiin ja yhteistoiminnan rakentamiseen. Tavoitteena on saada mukaan vähintään 10 yritystä, 4 seuraa tai yhdistystä sekä kunta.

Palveluntuottajien lisäksi hankkeesta saavat etua palveluiden nykyiset ja potentiaaliset käyttäjät, kuten:

- Pielaveden ja lähiseudun asukkaat ja heidän vieraansa
- Pielaveden mökkiläiset ja heidän vieraansa
- Muut palveluista kiinnostuvat kuluttajat

Tehostuvan yhteistoiminnan ja parempien palveluiden vaikutukset säteilevät laajasti Pielaveden elämään. Palveluiden kysyntä ja liikevaihto kasvavat. Ne mahdollistavat uusien palveluiden kehittämisen. Uusia työpaikkoja syntyy. Yhteistyö eri toimijatahojen välillä kehittyy ja lisää motivaatiota ja osaamista. Paikkakunnan imago paranee ja lisää alueen houkuttelevuutta uusien asukkaiden ja yrittäjien silmissä. Tämä luo kunnalle lisää elinvoimaa ja verotuloja.

### ***3. Hankkeen toimenpiteet***

1. **Eri alan yrittäjien, toimijoiden ja kunnan yhteisverkoston** luominen ja verkoston toiminnan käynnistäminen ja verkostomaisen yhteistyömallin vakiinnuttaminen käytäntöön

Toimijoiden kanssa muodostetaan käsitys nykytilasta ja yhteinen visio, jonka suuntaan kehittymällä Pielaveden palveluiden tarjontaa ja laatua, kysyntää ja käyttökulttuuria sekä toimijoiden välistä yhteistyötä ja yhteismarkkinointia voidaan parantaa.

Kehitystyö käynnistetään hankkeeseen sitoutuneiden yritysten ja yhteisöjen yhteisillä työpajoilla, joissa hahmotetaan asioiden nykytila, yhteinen tavoite ja

yhteistoiminnallisia tapoja tavoitteen saavuttamiseksi. Erityistä huomiota kiinnitetään yhteistoiminnallisen ajattelutavan ja toimintamallin omaksumiseen.

Työpajojen toimintamallina on yhdessä ideointi ja päätösten tekeminen asiantuntijan johdolla. Työpajojen alussa käydään läpi pieniä tietoisuuksia markkinoinnista ja tapahtumamarkkinoinnista, mutta pääpaino on sillä, että yrittäjät ja yhteistyötahot yhdessä sopivat yhteisistä liikeideoista, markkinoinnista ja päättävät huolella mihin toimenpiteisiin lähdetään.

Työpajoihin osallistuu hankkeessa mukana olevien yritysten ja muiden yhteistyötahojen myynnistä ja markkinoinnista vastuussa olevat henkilöt. Jokaiseen työpajaan osallistuu vähintään 7-10 aktiivista osallistujaa.

- Elokuu 2013 1. Työpaja (4 h)  
Ensimmäisen työpajan tavoitteena on saada yhteinen ymmärrys ja vahva tahtotila siitä, mihin hankkeen avulla yritysten yhteistyössä, liikeideoihin kehittämisessä ja markkinoinnissa halutaan päästä. Luodaan numeeriset tavoitteet.
- Elokuu 2013 2. Työpaja (7h)  
Ideatyöpaja: Yhteistoiminnallisten liikeideoiden sekä tapahtuma-aihioiden kehittäminen.
- Syys-lokakuu 2013 3. Työpaja (7h)  
Markkinoinnin vuosikellon rakentaminen. Päätökset niistä edellisessä workshopissa luoduista ideoista, joita aletaan työstämään. Ajoitusten miettiminen.
- Syys-lokakuu 2013 4. Työpaja (7h)  
Yhteismarkkinointi. Markkinoinnin yhteisen ilmeen rakentamisen pohja yrittäjäyhteisölle ja toiveet yrittäjiltä otsikolla Palveleva Pielavesi.
- Marraskuu 2013 5. Työpaja (4h)  
Joulun ja talven tapahtumien ja kampanjoiden suunnittelu, päätökset ja erityiset markkinointitoimenpiteet.
- Helmi-maaliskuu 2014 6. Työpaja (4h)  
Tapahtumamarkkinoinnin kesä 2014 suunnittelu, päätökset ja erityiset markkinointitoimenpiteet.
- Toukokuu 2014 7. Työpaja 4+4 tuntia (myyntihenkilökunnalle)  
Asiakaspalvelun ja lisämyynnin workshop.
- Elokuu 2014 8. Työpaja (6h)

Viimeisen työpajan tavoitteena on varmistaa se, että hankkeen aikaan tehdyt päätökset, suunnitelmat ja uudet toimintatavat jäävät pysyviksi.

## **2. Yhteismarkkinoinnin ja yhteisten liiketoimintaideoiden suunnittelu.**

Palveleva Pielavesi -palveluiden markkinointia varten suunnitellaan yhtenäinen markkinointi-ilme ja sen brändäys. Markkinointi-ilme käsittää visuaaliset elementit ja keskeisimmät viestit, joiden kautta Pielavesi ja sen toimijat haluavat erottua. Tavoitteena on ilme, jota kaikki hankkeeseen sitoutuneet tahot voivat soveltuvin osin hyödyntää sekä jonka varaan voidaan rakentaa yhteismarkkinointia.

Hankkeen puitteissa laaditaan yhteismarkkinointisuunnitelma, jossa hahmotetaan markkinoinnin kohderyhmät ja tarkoituksenmukaisimmat markkinointikanavat. Markkinointisuunnitelma kattaa myös jäljempänä mainittavien nykyisten ja uusien tapahtumien yhteismarkkinoinnin, mainonnan ja mainosvälineiden suunnittelun ja markkinoinnin aikataulutuksen.

Toteutustapana ovat hankkeen osallistujien, siis erityisesti yritysten, yhteiset työpajat, joissa asiantuntijan johdolla luodaan oma ilme, päätetään haluttavat lopputulemat ja määritellään välietapit sekä tehdään työnjako. Tarkoituksena ei ole keskittyä pelkästään markkinoinnin keinoihin, vaan aidosti luoda yhteistyöllä uusia liiketoiminta-aihoita. Vaikka työpajat ovat asiantuntijan vetämiä, työ tehdään itse, jotta siitä tulee oman näköinen ja kaikki sitoutuvat asioiden toteuttamiseen.

Hankkeen kanssa samassa yhteydessä Pielaveden kunta varautuu toteuttamaan omalla kustannuksellaan samaan teemaan liittyvän graafisen ilmeen ja viestinnän suunnittelun sekä markkinointisuunnitelman, nettisivujen suunnittelun ja uusimisen, kunnan opastaulujen, esitteiden ja mainonnan suunnittelun.

Hankkeen toimistokustannuksiin on varattu rahaa yhteismarkkinoinnin ja yhteisen liiketoimintaideoinnin tuotantokustannuksille.

Työpajat 2 , 3 ja 4 keskittyvät näihin asioihin.

## **3. Tapahtumien kehittäminen.** Tapahtumien merkitys asiakasvirtojen houkuttelussa ja palveluiden esille tuomisessa on huomattava. Palveleva Pielavesi -hankkeen yhteydessä kartoitetaan nykyiset vuotuiset tapahtumat ja niiden

mahdollisuudet palveluiden edistämisen ja myynnin lisäämisen näkökulmasta. Tapahtumien roolitus pohditaan ja niistä laaditaan vuosikello.

Selvitetään mahdollisuus kesätapahtumien keskittämiseen esimerkiksi tapahtumaviikoksi Muikkuvestivaaleista (juhannuksesta seuraavan viikon lauantai) alkaen. Kesäaikana Pielaveden asukasluku on lähes kaksinkertainen. Niinpä kesätapahtumien kautta myös mahdollisuudet palveluiden kysynnän kasvattamiseen ovat suuremmat.

Tapahtumien ja kampanjoiden tuottamiseen sekä tuotteistamiseen järjestetään hankkeen puitteissa koulutusta työpajojen muodossa. Koulutuksen avulla voidaan parantaa myös yritysten tuotteiden laatua ja tuotteistamista.

Pielaveden toimijoiden kesken kehitetään uusia tapahtumia ja tempauksia. Tavoitteena on synnyttää 5-10 uutta tapahtumaa hankkeen aikana. Huomiota kiinnitetään tapahtumien ympärivuotisuuteen ja liittymiseen toisiinsa sekä yhteisen palveluilmeen rakentamiseen.

Hankkeen resursseja varataan yhteisten tapahtumien tuotantoon ja markkinointiin.

Tapahtumasuunnitelma valmistuu vuoden 2013 aikana ja osa tapahtumista on tarkoitus laittaa käytäntöön jo kuluvan vuoden aikana. Pääpaino tulee kuitenkin olemaan vuonna 2014 aloitettavissa hyvin suunnitelluissa ja markkinoituissa tapahtumissa.

Työpajat 2, 3, 4, 5 ja 6 (erityisesti 5-6) käsittelevät tapahtumatuotantoa.

- 4. Pielaveden profiiliasioiden kytkeminen markkinointi-ilmeeseen.** Yrittäjien toiveiden mukaisesti Pielaveden kunta nostaa markkinoinnillista profiiliaan ja panostaa kunnan ainutlaatuisuuden ja houkuttelevuuden esiintuomiseen. Tähän käytetään ostopalveluina mainostoimistopalveluita. Kuntailmeen parantaminen aloitetaan kohderyhmien tarkemmalla määrittelyllä, mutta tässä vaiheessa listalla ovat ainakin seuraavat: omat asukkaat, kesäasukkaat, potentiaaliset uudet kesäasukkaat, potentiaaliset uudet kunnan asukkaat, matkailijat.

Kuntailmeen kirkastaminen pitää sisällään seuraavat vaiheet:

- Asiantuntijan avulla mietittävät, kunnan omalta tuntuvalle ja omaleimaiselle brändäykselle tärkeät viestit
- Visuaalisen ilmeen houkuttelevuuden ja erottuvuuden varmistaminen
- Markkinointisuunnitelma näiden jalkauttamiseen ja tapahtumiin yhdistämiseen

Pielaveden kunta uusii myös omat verkkosivunsa hankkeen aikana tukemaan hankkeen vaikutuksia

Hankkeen yhteydessä selvitetään Urho Kekkosen synnyinkodin Lepikon torpan tulevaisuuden turvaaminen ja uusien toimintamallien kehittäminen ja siihen tarvittavat toimenpiteet. Lepikon torpan ja Kekkosen käyttömahdollisuudet kuntailmeen osana arvioidaan. Hankkeen piirissä toteutettavan yhteismarkkinoinnin ja markkinointi-ilmeen yhteensopivuus Lepikon torpan markkinoinnin kanssa varmistetaan.

Lepikon torpan internet-sivut, torpalla olevat opasteet ja torpan mainonta pyritään sovittamaan yhteen hankkeen yhteismarkkinoinnin ja siinä käytettävän markkinointi-ilmeen kanssa. Lepikon torpan yhteyteen kehitetään tapahtumia.

Myös lentopalloseura Pielaveden Sampon ja keihäänheittäjä Antti Ruuskasen tunnettuuden hyödyntäminen hankkeessa selvitetään.

#### **5. Kehittäjäresurssin saatavuuden varmistaminen hankkeen toteuttamiseksi**

Hankkeen hakija ja koordinoija on Pielaveden kunta. Vastuuhenkilönä on kunnanjohtaja.

Hankkeen käytännön toteutusta koordinoi hankkeelle palkattava osa-aikainen tai kokopäiväinen projektipäällikkö. Projektipäällikkö voidaan palkata tai hankkia ostopalveluna.

Työpajojen vetämisen (markkinoinnin, asiakaspalvelun, tapahtumatuotannon ja tuotteistamisen asiantuntemus), markkinoinnin ja viestinnän asiantuntemusta hankitaan ostopalveluna.

Hankkeelle valitaan seurantaryhmä, johon valitaan yritysyhteisön, rahoittajan ja kunnan edustajat.

#### **4. Hankkeen toteutusaika**

Hankkeen toteutusaika on 1.8.2013 – 31.12.2014.

#### **5. Hankkeen tulokset**

Hankkeen seurauksena Pielavedelle on syntynyt uutta palveluntuotantoa sekä vilkastunutta palveluiden kysyntää:

- yritysten myynti on kasvanut siten, että osallistuvien yritysten yhteinen kokonaisliikevaihto on noussut vähintään 5% vuoden 2012 tasosta vuoteen 2014.
- asiakasmäärät ovat nousseet. (Ovilaskureiden lukemat 15% nousua).
- asiakastyytyväisyys on parantunut.

- luottamus paikallisten palveluiden laatuun on kasvanut. (Suositusten määrän kasvaminen)
- palveluntuottajien määrä on lisääntynyt (Uusia yrityksiä vähintään 2-3)

Hankkeen seurauksena yhteistoiminta palveluntuottajien välillä on lisääntynyt. Palveleva Pielavesi –yleisilme ja yhteismarkkinointisuunnitelma on syntynyt ja sitä on päivitetty. Yhteismarkkinointi on muuttunut normaaliksi toimintatavaksi.

Tapahtumien vuosikello on laadittu ja siihen on syntynyt uusia säännöllisiä tapahtumia ympäri vuoden. Suurista vuotuisista tapahtumista osataan hankkia hyötyä. Tapahtumien teemat vaihtelevat vuodenajasta riippuen.

Pielavesi tunnetaan hyvästä palvelustaan koko Ylä-Savon alueella sekä laajemminkin.

Kunnan ja sen palveluiden imago on noussut ja kunnan houkuttelevuus lisääntynyt. Kunnan sisäinen ”me-henki” ja yhteistyön kulttuuri on vahvistunut. Kehittämisinto on kasvanut.

Pysyvät toimintamallit, joita hankkeella halutaan varmistaa myös hankekauden jälkeen:

- Yrittäjien yhteinen tapahtumakalenteri ja tapahtumamarkkinoinnin säännöllisyys
- Yrittäjien yhteinen markkinoinnin vuosikello ja tässä pysyminen
- Uusien liikeideoiden ja liiketoiminta-aihioiden jatkuva kehittäminen siten, että yhteisö auttaa toisiaan ja hyötyy toistensa menestyksestä.
- Yhteinen markkinoinnin ilme ja työkalupakki yrittäjiä helpottamaan ja jatkuvaan päivitykseen.

## **6. Hankkeen riskit ja seuranta**

Hankkeen koordinoijana kunnalla on hyvät resurssit hankkeen hallintaan, johtamiseen ja ajantasaiseen taloushallintoon sekä väliaikaiseen rahoitukseen. Ilman haettua rahoitusta hanke ei kuitenkaan toteudu.

Hankkeen johtamisen riskit liittyvät eri kohderyhmien tasapuoliseen huomioon ottamiseen ja sitouttamiseen. Projektipäälliköltä vaaditaan hyviä vuorovaikutustaitoja, innostavuutta ja innovatiivisuutta ongelmanratkaisussa.

Paikallisten toimijoiden aktivointi ja innostaminen on avainasemassa hankkeen toteutumisen kannalta. Tätä riskiä on pienennetty ottamalla Pielaveden Yrittäjät sekä muita paikallisia toimijoita mukaan keskusteluun jo suunnitteluvaiheessa. Mukaan hankkeeseen tulee saada sitoutumaan riittävä määrä yrityksiä. Toiminnan on vastattava paikallisten toimijoiden toiveisiin ja tarpeisiin.

Hankkeen tilannetta seurataan neljännesvuosittain kokoontuvassa seurantaryhmässä.



## **7. Tiedottaminen**

Hankkeesta tiedotetaan Pielaveden yrittäjille, yhdistyksille, asukkaille ja kunnalle kirjallisesti, erilaisten tilaisuuksien kautta, paikallisissa lehdissä ja hankkeen sidosryhmien internet-sivuilla. Vastuu tiedotuksesta on projektipäälliköllä.

## **8. Yhteistyötahot ja yhteistyöhankkeet**

Hankkeen yhteistyötahoina ovat Pielaveden kunta, Pielaveden Yrittäjät ry, Pielaveden Mökkiläisneuvosto, Pielaveden Voimistelijat ry, Pielaveden Sampo ry, Pielaveden Alku ry, Pielaveden 4H-yhdistys, Pielavesi-Teatteri ry, Pielaveden kylätoimikunnat, Pielaveden metsästysseurat, MTK Pielavesi ry, Pielaveden metsänhoitoyhdistys ry, Monitaitoset ry, Ylä-Savon matkailuntekijät (YSMA), Pielaveden seurakunta sekä Kuopion ortodoksinen seurakunta.

Hankeyhteistyötä tehdään mahdollisesti myös Tarinat Elämään-, YesNyt-, Green Savo-, Oppiva Yritys-, Ikä Aktiivi ja Etappi –hankkeen kanssa.

## 9. Kustannusarvio ja rahoitussuunnitelma

	2013 (5kk)	2014	2013-2014
<i>Henkilöstökulut</i>			
Projektipäällikön palkat	15 000	36 000	51 000
Lomarahat	750	1 800	2 550
Sosiaalikulut	3 936	9 446	13 382
<b>Henkilöstökulut yhteensä:</b>	<b>19 686</b>	<b>47 246</b>	<b>66 932</b>
<i>Matkakulut</i>			
Projektipäällikön pv-rahast, km	700	1 300	2 000
Majoitus	400	600	1 000
<b>Matkakulut yhteensä:</b>	<b>1 100</b>	<b>1 900</b>	<b>3 000</b>
<i>Asiantuntijapalvelut</i>			
Työpajojen asiantuntijat	8 000	6 000	14 000
<b>Asiantuntijapalvelut yhteensä</b>	<b>8 000</b>	<b>6 000</b>	<b>14 000</b>
<i>Toimisto- ja tiedotuskulut</i>			
Puhelinkulut	500	1 200	1 700
Atk-kulut	600	1 440	2 040
Taloushallinnon kulut	1 000	1 500	2 500
Postitus- ja toimistotarvikekulut	1 000	1 200	2 200
<b>Toimisto ja tiedotus yhteensä</b>	<b>3 100</b>	<b>5 340</b>	<b>8 440</b>
<i>Vuokrat ja kokouskulut</i>			
Toimiston vuokra, sähkö ja vesi	2 250	5 400	7 650
Koulutuspaikat ja kokoustarjoilut	800	1 000	1 800
<b>Vuokrat yms. Yhteensä</b>	<b>3 050</b>	<b>6 400</b>	<b>9 450</b>
<i>Tiedotus ja tapahtumatuotanto</i>			
Tiedotus- ja markkinointikulut	9 000	7 000	16 000
Tapahtumien yhteismarkkinointi yms.	2 000	3 000	5 000
<b>Tapahtumatuotanto yhteensä</b>	<b>11 000</b>	<b>10 000</b>	<b>21 000</b>
<b>YHTEENSÄ</b>	<b>45 936</b>	<b>76 886</b>	<b>122 822</b>

<b>Haettava avustus 90 %</b>	<b>110 540</b>
<b>Omarahoitusosuus (yritykset)</b>	<b>12 282</b>

Lisäksi hankkeen ulkopuolella kunnan osuus viestinnän toteutukseen, jossa kaksi erillistä projektia:	<b>24 900</b>
Kuntailme (visuaalisuus, graafinen ilme ja ydinviestit)	<b>10 400</b>
Kunnan www-sivuston uusiminen	<b>14 500</b>