



INNOSTAVA ELINVOIMAINEN ESPOO -OHJELMA, OHJAUSRYHMÄ

Aika maanantai 11.12.2017 klo 14.00–16.00

Paikka Kabinetti, Asemakuja 2 C, 6. krs

Paikalla ~~Pia Kauma (pj)~~
~~Johanna Karimäki (varapj)~~ varajäsen Hanna Hukari
~~Mikko Kiuttu~~
Kimmo Oila (saapui 14.57)
~~Toni Seppänen~~
Tuula Antola
Susanna Tommila
Aulis Pitkälä
~~Olli Isotalo~~
Riikka Puusniekka
Jaana Tuomi (saapui klo 14.19)
Erkki Pärssinen

Nuorisovaltuutettu ~~Akseli Kilpeläinen~~

Ohjelmapäällikkö Harri Paananen

Viestintävastaava Mari Ala-Mikkula

1 Kokouksen avaus ja esityslistan hyväksyminen

Varapuheenjohtajan varajäsen avasi kokouksen klo 14.04.

2 Edellisen kokouksen pöytäkirja

Käytiin läpi edellisen kokouksen pöytäkirja.

3 Toimintasuunnitelma (Harri Paananen)

Ohjelmasuunnitelma toimitetaan eteenpäin 29.1.2018. Ohjelmasuunnitelmaan sisältyy toimenpidesuunnitelma, jossa on yhteensä 12 toimenpidettä tai projektia vuodelle 2018.

Ohjausryhmän käsittely

Ohjausryhmä kävi läpi toimintasuunnitelman ja hyväksyi sen vuodelle 2018. Toimintasuunnitelman pohjalta ohjelmapäällikkö ja omistaja kirjoittavat ohjelmasuunnitelman täyden version, joka lähetetään kaupunginhallitukselle hyväksyttäväksi tammikuussa.

Toimenpide-ehdotuksista keskusteltiin seuraavasti:

Elinkeinoelämän palvelutori: mitä palvelutori-konseptilla tarkoitetaan, mitä haetaan, keille palvelutori on tarkoitettu. Kasvupalveluita tarjoavan kuntayhtymän rooli on myös otettava huomioon.

Pop up -palveluiden järjestämisen helpottaminen: Laurean opiskelijoita kannattaa hyödyntää konseptin suunnittelussa. Huomioitava, että kaupungin hyvät tyhjät tilat ovat olennaisia pop up -tapahtumien järjestämisessä. Siirrettiin toimintasuunnitelman kohta ”selvitys tyhjien tilojen hyödyntämisestä” pop up -tilojen yhteyteen. Pop up -tapahtumien järjestämisen toimenpide voisi toimia Hyvinvoiva Espoo-, Osallistuva Espoo- ja Innostava elinvoimainen Espoo -ohjelmien yhteisenä toimenpiteenä.

Espoo Innovation Gardenin ja metron kasvukäytävän tunnettuuden lisääminen: Toimenpide vaatii toimintabudjetin, mutta ihan ensiksi on selvitettävä työnjakoa kaupunkiorganisaation, kehitysohjelman, Espoo Marketingin ja kasvukäytävien markkinointiryhmän kesken.

Ohjaamo-toiminnan kehittäminen: Koulutuspoliittinen näkökulma puuttuu Ohjaamo-toiminnan kehittämisestä. Tarvitaan kevyitä polkuja, jotta nuoret pääsevät helpommin töihin, ja toiminnan pitää olla koordinoitumpaa. Yhtenä haasteena on työntekijöiden vaihtuvuus ja sirpaloituminen ympäri Espoota. Keskeinen kysymys on, miten ihmisten osaaminen saadaan päivitettyä uusia ammatteja vastaavaksi. Voidaan miettiä, mitä vaikuttavaa koko ohjelmakauden aikana saataisiin koko teeman ympärille.

Korkeasti koulutettujen osalta erityisesti haasteena, miten saadaan sitoutettua ja jäämään Suomeen, kun työyhteisö on pääasiassa englannin kielistä. Varhaiskasvatus ja koulutus ovat tärkeitä, yhtä lailla kuin toisen asteen koulutus. Suomen kielen opetus ja oppiminen on tärkeää. Ohjelma voisi ottaa kaupunki palveluna -ajattelun mukaisesti roolia siinä, että luodaan joustavia malleja kansainvälisten koulujen lisäämiseen. Sovittiin, että otetaan kansainvälisten osaajien sitouttaminen maaliskuun kokouksen teemaksi.

Yritysfoorumit: Erityisesti pk-yritykset tarvitsevat apua muun muassa rekrytointien helpottamiseen.

Kaupungin henkilöstön päivä yrittäjänä: Pitää olla kokemuksellista, ei luentojen kuuntelemista. Yrityskyliä tiloja voisi mahdollisesti käyttää tähän.

4 Ohjelman viestintäasiat (Mari Ala-Mikkula)

Innostava elinvoimainen Espoo -ohjelman viestinnän keskeinen tehtävä on kertoa ohjelman tavoitteiden eteen kaupungissa tehdystä työstä ja ohjelman onnistumisista – ei sinänsä itse ohjelmasta. Uutiset, tiedotteet, mediatapaamiset ja -haastattelut, verkkosivut, esitteet, ja muut vastaavat keinot ovat osa ohjelman viestinnän keinovalikoimaa.

Ohjausryhmä käyttää sisäisessä viestinnässään yhteistä [extranettia](#), jonne kokous- ja muu materiaali tallennetaan. Ohjausryhmä käyttää extranettia halutessaan myös ideoiden ja taustatiedon jakokanavana.

Ohjelmalla on oma verkkosivunsa espoo.fi:ssä: <http://www.espool.fi/innostavaespool>

Ohjausryhmän käsittely

Ohjausryhmä merkitsi ohjelman viestintäasiat tiedoksi. Varajäsenille on myös annettu pääsy ohjelman työtilaan.

5 Kaupunkimarkkinoinnin perusteet (Tuula Antola)

Kaupunginhallituksen elinkeino- ja kilpailukykyjaosto hyväksyi Espoo-tarinan toteuttamista tukevat kaupunkimarkkinoinnin periaatteet seuraavasti:

Kaupunkimarkkinointi perustuu kaupungin henkilöstön ja luottamushenkilöiden, kaupungin yhteistyökumppaneiden ja kaupunkilaisten jatkuvasti vahvistuvaan yhdessä tekemiseen. Espoo vahvistaa kansainvälistä ja kansallista tunnettuuttaan kestävän kasvun edelläkävijäkaupunkina. Taloudellisesti, ekologisesti, sosiaalisesti ja kulttuurisesti kestävän kaupunkikehityksen periaatteet ja käytännön toimenpiteet konseptoidaan Espoo-brändin perustaksi yhdessä yhteistyökumppaneiden kanssa.

Kaupunkimarkkinoinnin tavoitteena Espoon vetovoiman vahvistuminen:

- Kaupunki on houkutteleva sijoittautumis- ja toimintaympäristö uusille asukkaille sekä kotimaisille että kansainvälisille yrityksille, investoreille ja muille toimijoille.
- Kaupunki tunnetaan yritysmuotoisena toimintaympäristönä, joka tarjoaa hyvät edellytykset kaikenkokoisten yritysten elinvoimalle, mikroyrityksistä suuryrityksiin.
- Kaupunki tunnetaan laadukkaana, turvallisena ja luonnonläheisenä asuin ympäristönä, jossa kaikkien on hyvä asua, oppia, harrastaa, tehdä työtä ja yrittää.
- Monipuoliset tapahtumat ja kaupunkikulttuuri kutsuvat sekä espoolaisia, seudun asukkaita ja asiakkaita, että vierailijoita viihtymään.

Kaupunkimarkkinointia toteutetaan yhdessä asukkaiden, yhteisöjen, korkeakoulujen, oppilaitosten, yritysten ja muiden kaupunkien kanssa, innovatiivisin yhteistyön muodoin. Espoon roolina tässä yhteistyössä on innostaa, mahdollistaa, etsiä uutta, yhdistää ja haastaa. Kaupunkimarkkinointi toteutetaan eri sidosryhmiä arvostaen.

Espon kaupunkimarkkinoinnin kärkiteemoja ovat:

- **Kansainvälinen ja kansallinen vetovoima**, joka ponnistaa kasvukaupungin moninaisuudesta, osaamisesta ja osallisuudesta sekä laadukkaista palveluista.
- **Verkostomainen kaupunki**, joka mahdollistaa fiksun ja kestäväen liikkumisen, rakentuu omaleimaisista kaupunkikeskuksista sekä luo puitteet osallistumiselle ja elämykselliselle kaupunkikulttuurille.
- **Euroopan kestävin kaupunki**, josta tehdään hiilineutraali vuoteen 2030 mennessä. Ilmasto- ja kiertotalousratkaisuja kehitetään yhdessä kumppaneiden kanssa, mikä tekee kaupungista vetovoimaisemman sekä yrityksille että asukkaille.
- **Espoo Innovation Garden**, innovatiivinen osaajien ja osaamisen ekosysteemi, jonka keskeisiä toimijoita ovat korkeakoulut, yritykset ja tutkimusyhteisöt.
- **Luonnon läheisyys**, joka merkitsee sekä monipuolista lähiluontoa, merta että erämaata. Nämä elämykset inspiroivat arjessa, vahvistavat hyvinvointia ja houkuttelevat myös vierailijoita Espooseen.
- **Länsimetro**, jonka avulla uudistetaan kaupunkirakennetta, tehdään raiteisiin tukeutuvasta kasvu- ja kehityskäytävästä korkeatasoisia ja houkuttelevia työpaikka- ja asuinalueita.

Espoo on media -ajattelun mukaisesti koko kaupungin henkilöstö, kaupunkilaiset sekä espoolaiset yritykset viestivät Espoosta. Kaupunkimarkkinoinnin keinovalikon keskiössä ovat verkostomainen yhteistyö, sekä tavoitteellinen, monikanavainen ja vaikuttava markkinointiviestintä ja tapahtumayhteistyö.

Sekä kaupunkitasolla että tulosyksiköissä laaditaan suunnitelma kaupunkimarkkinoinnin tavoitteita ja kärkiteemoja tukevista toimenpiteistä ja niiden toteutusta ohjaavista mittareista.

Ohjausryhmän käsittely

Ohjausryhmä merkitsi kaupunkimarkkinoinnin periaatteet tiedoksi. Todettiin, että erityisesti metromarkkinoinnin kohdalla toimii ajatus ”lisää kaupunkia kaupunkiin”: kahvikuppi kädessä pääsee metron, teatteriin pääsee kuivin jaloin jne. Paketoidaan sisällöt kiinnostavaan muotoon.

6 Kevään kokousajat

Päätettiin kevään kokousajat.

- 22.1.2018 klo 14–16 (teemana tapahtumat), Visio, Asemakuja 2 C, 5. krs
- 26.2.2018 klo 14–16 (teemana kohtaanto-ongelma)
- 19.3.2018 klo 14–16 (teemana kv-osaajien sitouttaminen)
- 23.4.2018 klo 14–16 (teemana yrittäjämönönteisyys), Visio, Asemakuja 2 C, 5. krs
- 21.5.2018 klo 14–16

- 11.6.2018 klo 14–16

7 Muut asiat

Suurlähetystöjen pre-christmas:

Suurlähetystöjen pre-christmas -tapahtuma järjestetään ensimmäistä kertaa Haltiassa 16.12.2017. Tapahtuma on tarkoitettu lähetystöjen henkilökunnilla ja heidän perheilleen. Aikuisia on ilmoittautunut 174, lapsia 76. Ohjelma sisältää kaupungin tervehdyksen lisäksi jouluisia ohjelmaa: https://ssl.eventilla.com/finnish_prechristmas. Tarve tapahtuman järjestämiselle lähti muun muassa siitä, että suurlähettiläät tapaisivat kaupunginjohtajan kaikki yhdellä kerralla. Tilaisuus on osa maakuvatyötä, ja jatkossa se kannattanee rakentaa vielä isommin yhdessä esimerkiksi Finnairin ja Visit Finlandin kanssa.

Knights of Slush:

Espoo Marketingin Jaana Tuomi kertoi Slushin sivutapahtumina järjestetyistä Knights of Slush -tapahtumista. Tällä kertaa tapahtumakokonaisuus oli erityisen menestyksenkäs. Ritarihuoneella Helsingissä järjestettiin illallinen, jossa noin 60 kasvuyritystä ja startupia tapasi investoreita. Tapahtumassa yhteistyökumppaneina olivat Finnair ja Finavia, yhtenä järjestäjänä toimi Castrén & Snellman. Illallisen jatkona järjestettiin seuraavana päivänä brunssi Open Innovation Housessa Otaniemessä, jossa oli mukana 12 startupia ja 25 sijoittajaa. Ilta jatkui illallisella Nuuksiossa. Näiden tapahtumien lisäksi järjestettiin Googlen ja Daimlerin kanssa kaksi törmäytystilaisuutta, joissa Nokia oli vahvasti mukana.

Seuranta tapahtumakokonaisuuden onnistumisesta aloitettiin heti: törmäytykset kirjattiin ylös jo tapahtuman aikana. Espoo Marketing seuraa numeeristen tavoitteidensa avulla, miten työ konkretisoituu. Tavoitteena on muun muassa, että saadaan rahoitusta kasvuyrityksille.

8 Kokouksen päättäminen

Varapuheenjohtaja päätti kokouksen klo 15.05.

Allekirjoitukset

Hanna Hukari
puheenjohtaja

Mari Ala-Mikkula
kokouksen sihteeri