



**Posion kunnan
viestintäsuunnitelma
2023**

Viestinnän huoneentaulu

- Viestintä on osa kaikkea kunnan toimintaa ja sitä tehdään yhteistyönä
- Hyvä sisäinen viestintä on edellytys hyvälle ulkoiselle viestinnälle
- Tiedota ajoissa, aktiivisesti, tasapuolisesti ja avoimesti
- Huomio aina kohderyhmät
- Kunnan viestintä ei ole uhka, vaan mahdollisuus – hyvällä viestinnällä vältymme väärinkäsityksiltä
- Viestintä saa olla luovaa ja hauskaa!

Sisältö

1. Strateginen viestintä.....	4
2. Viestinnän painopisteet.....	5
3. Viestinnän palvelulupaus.....	6
3. Viestintävastuut.....	7
4. Posion kunnan brändi.....	8
5. Päätösviestintä.....	9
6. Viestintäkanavat.....	10-13
6.1 Verkkosivut	
6.2 Sosiaalinen media	
6.3 Printtimedia	
6.4 Hakukoneoptimointi	
6.5 Tiedote	
6.6 Haastattelut	
6.7 Uutisvinkki	
6.8 Juhlat ja tapahtumat	
7. Kohderyhmät.....	13-16
7.1 Kuntalaiset	
7.2 Muuttajat	
7.3 Yrittäjät	
7.4 Metsähallitus	
7.5 Matkailijat ja mökkiläiset	
7.6 Kunnat ja oppilaitokset	
7.7 Kansainvälinen viestintä	
8. Rekrytointiviestintä.....	18-19
9. Sisäinen viestintä.....	20
9.1. Markkinointi- ja viestintätiimi	
10. Posion lukion viestintä.....	21
11. Kriisiviestintä.....	22
12. Palaute.....	23
13. Vuosikello.....	23
14. Budjetti.....	23
15. Viestintää säätelevät lait...	23-24
Liite: Brändikäsikirja	

1. Strateginen viestintä

”Viestintä ylläpitää osaltaan asukkaiden hyvinvointia ja yhteisöllisyyttä. Onnistunut viestintäilmapiiri synnyttää myönteisen, itseään vahvistavan kierteen, joka näkyy maineessa ja vetovoimassa. Kunnan maine tukee alueen kehittämistä ja luo elinvoimaa.” (Kuntaviestinnän opas).

Posion kunnan viestintäsuunnitelma toimii kunnan yhtenäisen viestinnän ja sen kehittämisen työkaluna sekä auttaa käytännön viestinnän toteuttamisessa.

Viestintäsuunnitelman avulla viestinnästä tulee luonnollinen osa jokaisen kunnan työntekijän työnkuvaa ja viestintä helpottuu, kun tekemiselle on selkeät ohjeet ja raamit.

Viestintäsuunnitelma päivitetään vuosittain joulukuussa. Päivittämistä koordinoi markkinointi- ja viestintäpäällikkö ja päivitykset käydään läpi johtoryhmässä ja kunnanhallituksessa.

Posion kunnan viestinnän perustehtävä on edistää asukkaiden hyvinvointia ja tyytyväisyyttä kuntaorganisaatiota kohtaan tarjoamalla tietoja kunnan palveluista, toiminnasta, taloudesta, valmistelussa olevista asioista ja suunnitelmista, hankkeista, tehdyistä päätöksistä ja päätösten vaikutuksista.

Viestinnän pitää tavoittaa myös ne, jotka eivät ole perehtyneet kunnalliseen organisaatioon ja kunnan viestinnän on tärkeä mennä niihin kanaviin, joissa ihmiset viettävät aikaa. Viestintä taustoittaa ja selventää asioita, jotta henkilökunta, kuntalaiset ja muut sidosryhmät ymmärtäisivät kunnan tavoitteita ja asiakokonaisuuksia.

Posion kunnan viestintä ja vuosittain laadittava markkinointisuunnitelma pohjautuvat kuntastrategian tavoitteiden viestimiseen monikanavaisesti. Viestinnässä korostetaan Posion missiota, visiota ja slogania, sekä arvoja:

Tavoite 1: Suomen yrittäjämyönteisin kunta

Tavoite 2: Vahvasti verkostoitunut ja palveluhenkinen kunta

Tavoite 3: Ylpeästi posiolainen

Tavoite 4: Perheiden Posio

Tavoite 5: Hiilineutraali kunta vuoteen 2030 mennessä

Visio: Posio on luonnonrauhastaan tunnettu yrittäjämyönteinen kunta, jossa asuu posiolaisuudestaan ylpeitä, aikaansaavia ihmisiä.

Pääviesti: Kasva rauhassa.

Arvot: Avoimuus, Yhteisöllisyys, Turvallisuus ja Luonnonläheisyys.

2. Viestinnän painopisteet 2023

- Sisäisen viestinnän kehittäminen
- Muuttajamarkkinointi valituille kohderyhmille
- Paikallisten yrittäjien palveluiden esiin nostaminen
- Verkkosivujen jatkokehittäminen
- Kunnan viestinnän budjetointi ja organisointi
- Viestinnän seurannan kehittäminen
- Markkinointiyhteistyön tiivistäminen Posion Yrittäjät ry:n, Posion matkailuyhdistyksen, Naturpolis Oy:n ja House of Laplandin kanssa
- Kunnan organisaatiouudistuksesta ja päivitetystä strategiasta viestiminen
- Kohti hiilineutraalia kuntaa –toimenpiteiden tiedotus
- Kuntastrategian ”ylpeästi posiolainen” –tavoitteen vahvistaminen



3. Viestinnän palvelulupaus

- Tuotamme kuntalaisille tietoa kunnan päätöksenteosta, uutisista, tapahtumista ja muista ajankohtaisista asioista monikanavaisesti ja helposti lähestyttävästi. Viestintä pohjautuu avoimuudelle ja vuoropuhelulle kuntalaisten kanssa.
- Kehitämme kunnan verkkosivustoa jatkuvasti kuntalaisten palautteen pohjalta.
- Teemme muuttajamarkkinointia yhteistyössä House of Laplandin ja Koillis-Suomen kehittämissyhtiö Naturpolis Oy:n kanssa.
- Tuemme ja koulutamme alueen yrittäjiä viestintään liittyvissä asioissa. Teemme tarvittaessa yhteistyötä yritysten käyttämien viestinnän palveluntarjoajien kanssa.
- Tuomme alueen yrittäjiä esiin kunnan viestintäkanavissa.
- Teemme luonto- ja kulttuurimatkailua tukevaa markkinointia yhteistyössä Posion matkailuyhdistyksen kanssa.
- Luomme positiivista kuvaa Posiosta asuinpaikkana, opiskelupaikkana, vapaa-ajanviettopaikkana ja yritysten kotipaikkakuntana.
- Autamme posiolaisia tapahtumia tiedottamisessa ylläpitämällä www.posio.fi/tapahtumat-sivua.
- Tuemme kuntaorganisaatiota ja sen eri osastoja viestinnässä ja kehitämme kunnan sisäistä viestintää.

4. Viestintävastuut

Kunnan ulkoista viestintää ja tiedottamista johtaa kunnanhallitus ja kunnanjohtaja. Kunnanhallitus hyväksyy yleiset ohjeet viestinnän ja tiedottamisen periaatteista.

Kunnanjohtaja vastaa käytännön viestinnästä (tiedottaminen) yhdessä kunnanhallituksen puheenjohtajan ja kunnanvaltuuston puheenjohtajan kanssa. Kunnanjohtaja, palvelujohtajat ja tytäryhtiöiden toimitusjohtajat vastaavat kuntaorganisaation ja -konsernin sisäisestä viestinnästä omalta vastuualueeltaan.

Tavoitteena on, että jokainen työntekijä osallistuu viestintään. Jokaisen palaverin

jälkeen kysytään, mitä päätetyistä asioista viestitään, kuka sen tekee ja kenelle.

Markkinointi- ja viestintäpäällikkö vastaa markkinointiviestinnän kokonaisvaltaisesta kehitystyöstä ja on mukana johtoryhmätyöskentelyssä. Lisäksi hän tukee eri toimialojen viestintää ja huolehtii siitä, että kunnassa on käytössä toimivat ja monipuoliset viestintäkanavat.

Kunnassa on käytössä verkkosivujen ja sosiaalisen median ohjeistus, josta käy ilmi jokaisen toimialan vastuhenkilö ja varahenkilö sekä ohjeet verkkosivujen ja sosiaalisen median päivitykseen. Vastuuhenkilöille on oma Teams-kanava.



5. Posion kunnan brändi

Posion kunnan brändi on uudistettu vuonna 2022. Brändin pääviesti on:

Posion kasvustrategia on piirteiltään ainutlaatuista. Ne asiat, jotka saavat posiolaiset olemaan ylpeitä Posiosta ovat säilyttämisen arvoisia. Ainutlaatuinen luonto, paikallinen kulttuuri ja rauhallinen elinympäristö luovat kestävän pohjan minkä varaan tuleva kasvu voi tapahtua. Siksi Posio on paikka, jossa ihmiset, perheet, yhteisöt ja yritykset voivat kasvaa omaan tahtiinsa. Posiolla toimitaan rauhan tyyssijalla, jonka keskellä kasvu tapahtuu. Siksi Posion slogan on ”Kasva rauhassa”.

Viestinnässä korostetaan kuntastrategian tavoitteiden mukaisia teemoja, jonka

ytimessä on kestävän kasvun mahdollisuuksien ja rauhallisen elinympäristön korostamisen. Visuaalinen ilme ja mosaiikkilogo pohjautuvat Posion kunnan erikoisuuteen, luonnon ja kulttuurin yhdistelmään.

Viestintä perustuu hyvin suunniteltuihin ja yhtenäisiin sanomiin ja noudattaa yhtenäistä visuaalista ilmettä. Brändikäsikirja ja brändin mukaiset materiaalit löytyvät intrasta ja ulkopuolisille niitä voi jakaa kuvapankin kautta. Posion kunta myy brändin mukaisia tuotteita [verkkokaupassaan](#). Tavoitteena on, että tuotteet ovat pitkälti Posiolla tehtyjä.

Brändikäsikirja: LIITE 1.



6. Päätösviestintä

Kuntalaisten tulee voida osallistua yhteisten asioiden käsittelyyn. Avoin ja kuunteleva viestintä helpottaa kunnan johtamista ja parantaa kunnan ja kuntalaisten vuorovaikutusta. Päätösten ohessa kuntalaisille viestitään perustelut. Väärinymmärrykset vähenevät, kun asioista tiedotetaan ajoissa ja selkeästi.

Julkiset valtuuston, hallituksen, lautakuntien ja valiokuntien asialistat toimitetaan oheismateriaaleineen etukäteen medialle ja esityslistat julkaistaan kunnan verkkosivuilla. Tarkastetut pöytäkirjat julkaistaan kunnan verkkosivuilla sekä sosiaalisessa mediassa. Keskeisistä asioista lähetetään tiedotteita kokouksien päättymisen jälkeen. Erityistilanteissa

tiedotetaan jo ennen kokouksia. Valtuuston kokoukset ovat yleisölle avoimia ja ne lähetetään suorana lähetyksenä [kunnan Youtube-kanavalla](#).

Lain mukaan kunnan viralliset ilmoitukset, kuten kuulutukset, viranhaltijapäätökset, avoimet työpaikat ja tarjouspyynnöt tulee julkaista kunnan virallisella ilmoitustaululla. Kunnan virallinen ilmoitustaulu sijaitsee osoitteessa www.posio.fi.

Kuulutukset ja viranhaltijapäätökset julkaistaan Tweb-palvelun kautta, avoimet työpaikat julkaistaan Kuntarekryn kautta ja tarjouspyynnöt julkaistaan Cludia-hankintajärjestelmän kautta.



7. Viestintäkanavat

7.1 Verkkosivut

Posion kunnan viralliset verkkosivusto on www.posio.fi. Verkkosivusto esittelee kunnan palveluita, tapahtumia, toimintamuutoksia sekä päätösten uutisointia. Nettisivuilla tiedotetaan kuntalaisia ajankohtaisista aiheista, ilmoitetaan kuulutuksista ja pidetään yllä ajantasaisia yhteystietoja. Tavoitteena on lisätä kunnan sivuille eri osastojen palvelulupaukset.

Posion kunnalla on oma [verkkokauppa](#), jonka tuotevalikoimaa kehitetään uuden brändin mukaiseksi. Verkkokaupan kehittäminen on elinvoimapalveluiden, markkinoinnin ja viestinnän ja palveluasiantuntijoiden vastuulla. Tuotteet kuvastavat Posion brändiä ja arvomaailmaa. Verkkokauppaa ylläpitävät palveluasiantuntijat.

Tontteja ja asuntoja tuodaan verkkosivuilla esiin entistä asiakaslähtöisemmin. Kunnan hankinnat tuodaan verkkosivuille selkeästi esiin. Myynnissä olevat yritykset tuodaan esiin Yrittäjien Itä-Lappi –hankkeen kautta.

Verkkosivuilla on tarjottu kuntalaisille yhteydenottolomake ja lisäksi verkkosivuista kerätään jatkuvasti palautetta.

Palveluasiantuntija ohjaa yhteydenottolomakkeen kautta tulevan palautteen oikealle henkilölle.

Kunnan verkkosivuilla viestintävastuu on jokaisen yksikön vastuuhenkilöllä ja tämän varahenkilöllä. Markkinointi- ja viestintäpäällikkö toimii tukena ja päivittää verkkosivuille koko kuntaa koskevat laajemmat uutiset. Verkkosivuilla viestintä on tyyliältään neutraalia, selkeää ja mahdollisimman asiakaslähtöistä.

Kuntalain mukaan kunnan järjestämiä palveluja sekä kunnan toimintaa koskevat keskeiset tiedot on julkaistava yleisessä tietoverkossa. Yleisessä tietoverkossa on oltava saatavilla ainakin seuraavat tiedot:

- kuntastrategia
- hallintosääntö
- talousarvio ja -suunnitelma
- tilinpäätös
- tarkastuslautakunnan arviointikertomus
- tilintarkastuskertomus
- kuntien yhteistoimintaa koskevat sopimukset
- konserniohje
- luottamushenkilöiden ja viranhaltijoiden sidonnaisuusilmoitukset
- luottamushenkilöiden palkkioiden ja korvausten perusteet
- palveluista perittävät maksut.

6.2 Sosiaalinen media

Posion kunnan käytössä olevat sosiaalisen median kanavat ovat [Facebook](#), [LinkedIn](#), [Youtube](#) ja [Instagram](#). Vuonna 2023 selvitetään mahdollisuutta ottaa käyttöön myös TikTok.

Facebook-kanavalla jaetaan uutisia Posion kunnan verkkosivuilta sekä muiden kunnan toimialojen Facebook-sivuilta. Facebook, LinkedIn ja Instagram ovat merkittävässä roolissa kunnan rekrytointimarkkinoinnissa. Kunnan Youtube-kanavalle lisätään kunnanvaltuuston kokoukset sekä esimerkiksi kunnan yleiset esittely- ja rekrytointivideot.

Kunnanjohtaja kirjoittaa blogia Koillissanomiin, jota jaetaan kunnan Facebook-sivulla.

Sosiaalisen median viestintäkanavien päivittämisen päävastuu on markkinointi- ja viestintäpäälliköllä ja markkinointi-assistentilla. Osalla toimialoista on omat Facebook-sivunsa, joiden päivityksiä jaetaan Posion kunnan Facebook-sivulla. Tällaisia toimialoja ovat esimerkiksi kirjasto, kansalaisopisto, kulttuuritoimi, vapaa-aikatoimi sekä lukio. Nämä toimialat huolehtivat, että sivun visuaalinen ilme on linjassa brändin kanssa. Jokaisen sosiaalista mediaa päivittävän on liityttävä toimialojen viestintä –Teams-ryhmään. Uuden alatilin avaamisen suhteen ollaan yhteydessä markkinointi- ja viestintäpäällikköön.

Posion kunnan Facebook-sivulle tuleviin kommentteihin vastataan tai reagoidaan aina, kun taas Posion kuntaan kohdistuviin kommentteihin esimerkiksi Facebook-ryhmissä vastataan tilanteen mukaan.

Posion kunta on syksyllä 2021 ottanut käyttöön Instagram-tilin uusien kohderyhmien tavoittamiseksi. Instagramissa kunnan kohderyhmiä ovat erityisesti 15-40-vuotiaat potentiaaliset muuttajat, opiskelijat ja perheelliset. Instagramissa viestitään tavallisesta arjesta matalalla kynnyksellä ja jaetaan esimerkiksi Posion lukion, kirjaston, 4H:n, nuorisotila Apajan ja Posion Pyrinnön päivityksiä.

Sosiaalisessa mediassa viestinnän tyyli on verkkosivuja huomattavasti vähemmän virallista ja kunkin median erityispiirteet huomioon ottavaa. Kunnan henkilöstölle on tehty sisäiseen käyttöön sosiaalisen median päivitysohje, joka löytyy Toimialojen viestintä –Teamsista, viestintätiimin Teams-kanavalta ja intran viestintäkansiosta.

6.3 Printtimedia

Varsinkin iäkkäämmälle väestölle Posion kunnan viestintä on parhaiten saavutettavissa paikallislehtien kautta. Sujuva yhteistyö muun muassa Koillissanomien ja Kuriirin kanssa on tärkeää. Lisäksi tärkeitä yhteistyökumppaneita ovat Lapin Kansa, Yle Lappi ja Kaleva.

Jokaisella osastolla on tällä hetkellä oma budjettinsa printtimarkkinointiin, josta vastuussa on osaston esihenkilö. Lisäksi markkinointi- ja viestintäpäällikkö avustaa tarvittaessa miettimään kohderyhmien kautta sopivat mediat erilaisille ilmoituksille ja mainoksille. Vuonna 2023 kunta saa myös erillisen markkinointibudjetin, josta vastaa markkinointi- ja viestintäpäällikkö.

Lisäksi Posion kunta viestii ilmoituksilla, joita jaetaan kauppoihin, apteekkiin, kirjastoon ja muihin julkisiin tiloihin.

6.4 Hakukoneoptimointi

Verkkosivuille tulevassa sisällössä on otettava huomioon hakusanat, joita kohderyhmät käyttävät etsiessään tietoa. Sisältöä luodaan käyttäjää varten ja sen pitää näkyä myös sisällössä. Informaation verkkosivulla tulee olla luettavaa, ymmärrettävää ja saavutettavuusdirektiivin mukaista.

Sisällöntuottajien on mietittävä, millä tavalla otsikot muotoillaan helpoiten ja miten palveluita kuvaillaan asiakkaille. Kun tieto on muotoiltu asiakkaalle sopivaksi, se myös löytyy hakukoneissa helpommin.

6.5. Tiedote

Tiedote tehdään aina sellaisista kuntalaisia kiinnostavista asioista, päätöksistä ja aiheista, joilla on uutisarvoa. Pienistäkin aiheista kannattaa laatia tiedote, eikä tiedotteen tarvitse olla pitkä vaan enintään yhden

tekstiliuskan pituinen. Myös kielteisistä asioista on kerrottava, mikäli niillä on yleistä merkitystä. Keskeneräisistäkin asioista tiedottaminen lisää asukkaiden luottamusta kuntaorganisaatioon.

Hyvä tiedote vastaa kysymyksiin: mitä, missä, milloin, miksi ja kuka. Otsikko on tärkein: se kuvaa tiedotteen sisältöä ja herättää mielenkiintoa. Tiedotettavan asian ydin esitetään heti tiedotteen alussa. Tiedotteen lopussa on oltava aina lisätietojen antajan nimi ja yhteystiedot.

Mikäli tiedotetaan asiasta, joka julkistetaan vasta myöhempanä ajankohtana, merkitään tiedotteen alkuun, milloin tiedote on julkaisuvapaa.

Tiedote lähetetään sähköpostilla medialle ja ne julkaistaan myös kunnan verkkosivuilla ja sosiaalisessa mediassa. Markkinointi- ja viestintäpäällikkö ylläpitää tiedotusvälineiden yhteystietoja. Tiedotteet lähetetään markkinointi- ja viestintäpäällikölle, joka vastaa niiden lähettämisestä medialle.

6.6. Haastattelut

Palvelualueilla sovitaan siitä, kuka antaa haastatteluja mistäkin asiasta. Pääsääntönä on, että jokainen antaa haastatteluja omaan toimenkuvaansa ja toimialaansa liittyvissä asioissa. Toimittajan puhelinsoittoon tai haastatteluun voi pyytää aikaa valmistautua, mikäli asiasisältö ei ole täysin hallussa. Myös

kiistanalaisista ja negatiivisista asioista on voitava puhua avoimesti ja asiallisesti. Haastattelua antaessa on syytä tarkentaa, mihin tarkoitukseen haastattelua tullaan käyttämään ja tullaanko haastattelua siteeraamaan suoraan vai käyttämään vain tausta-aineistona.

Haastateltavalla on oikeus pyytää haastatteluteksti tarkistettavaksi. Mahdollisia korjauksia tehdään vain asiavirheiden osalta. Kirjoituksen tyyliin tai toimittajan omiin näkemyksiin ei ole syytä puuttua. Käytä haastattelussa yleiskieltä ja vältä ammattitermejä.

Palvelusta vastaava esihenkilö hoitaa mahdolliset vastineet ja oikaisut. Asiavirheet pyydetään korjaamaan.

6.7. Uutisvinkki

Uutisvinkin antaminen tiedotusvälineille on hyvä tapa ottaa esille jokin tapahtuma, asia tai juttuaihe, josta ei ole tarpeen laatia virallista tiedotetta, mutta joka saattaa kiinnostaa kansallista mediaa laajemmin. Monilla tiedotusvälineillä on sivuillaan lomake, jonka kautta uutisvinkin voi lähettää.

6.8. Juhlat ja tapahtumat

Posion kunta ja sen osastot järjestävät vuoden aikana useita tapahtumia ja ovat mukana tapahtumien järjestämissä sidosryhmien kanssa. Tapahtumat ovat tärkeä tapa viestiä kunnan toiminnasta ja palveluista. Suurin tapahtuma on heinäkuussa järjestettävät Muikkumarkkinat. Posion kunta on perustettu 1.11.1926 ja tavoitteena on juhlistaa syntymäpäivää vuosittain.



8. Kohderyhmät

7.1 Kuntalaiset

Kuntalaisilla on lain mukaan oikeus vaikuttaa kunnan päätöksentekoon. Vaikuttaminen on tehokkainta valmisteluvaiheessa. Kuntalaisille järjestetään mahdollisuus vaikuttaa päätöksentekoon tiedottamalla päätöksistä kunnan verkkosivujen lisäksi myös sosiaalisessa mediassa ja paikallisten Facebook-ryhmissä.

Kuntalaisille järjestetään avoimia yleisötilaisuuksia eri teemoilla. Kunnan verkkosivuilla julkaistaan kyselyitä, joiden tuloksista tiedotetaan ajantasaisesti. Verkkosivuilla on myös avoin palautelomake.

Kuntalaisilla on oikeus tehdä aloitteita kuntaa koskevista asioista. Aloitteen polku päätökseksi kuvataan kunnan verkkosivuilla. Tavoitteena on, että aloite menee keskimäärin kuukauden sisällä lautakuntakäsittelyyn. Vuodelle 2023 kuntalaisille on varattu 10 000 euroa osallistavaan budjetointiin.

Kuntalaiset voivat lähettää sähköpostia osoitteeseen kirjaamo@posio.fi. Kuntalaisten kysymyksiin pyritään löytämään vastaus mahdollisimman nopeasti.

Posion kunta tiedottaa kuntalaisille käynnissä olevista hankkeista [verkkosivuillaan](#). Lisäksi

hankkeista tehdään tarpeen mukaan mediatiedotteita ja kuntalaisia osallistavia työpajoja ja kyselyitä. Hankkeen päätyttyä viestitään hankkeen tuloksista.

Posion kunnan kehityspäällikkö vastaa hankkeiden viestinnästä markkinointi- ja viestintäpäällikön kanssa.

Kuntalaisille tiedotetaan tapahtumista kunnan [tapahtumakalenterissa](#), jonne myös kuntalaiset voivat itse lähettää tapahtumia.

7.2 Muuttajat

Posion kunnan muuttajien kohderyhmät perustuvat House of Laplandin muuttajapotentiaalitutkimukseen.

Ensisijainen kohderyhmä:

“Lappia ihannoivat perinteikkäät”

25-39-vuotiaita, jotka asuvat pienissä kaupungeissa ja paikkakunnilla Keski-, Länsi- ja Pohjois-Suomessa. He ovat työssäkäyviä ja usein perheellisiä, elävät maaseutumaisesti ja luonnossa tekeminen on tiivis osa arkea ja vapaa-aikaa. Korkeasti koulutetut ovat vähemmistössä. Arvostavat luontoa ja luonnon läheisyyttä sekä tasaista ja turvallista elämää. Suhtautuvat Lappiin positiivisesti eivätkä epäile arkielämän helppoutta.

Toissijainen kohderyhmä:

“Lappimieliset nuoret”

20-30-vuotiaita, asuvat kaupungeissa (Helsinki, Turku, Tampere, Oulu) ja kaupunkimaisesti, mikä ei täysin tyydytä heitä. Tavoittelee työn ja vapaa-ajan tasapainoa, elää intohimoisesti ja seikkailullisesti. Positiivinen kuva Lapista ja jonkin verran kiinnostusta muuttamista kohtaan. Arkielämän sujuvuus kuitenkin epäilyttää.

Mielikuva Posiosta nyt: luonnonläheinen, erämainen, taantuva ja rauhallinen.

Mielikuvat, joita tulisi vahvistaa: Posio on elinvoimainen, täällä on mahdollista yrittää, työllistyä ja opiskella, täällä on hyvät peruspalvelut, ihmiset ovat avoimia, Posion kunta ja alueen yritykset toimivat vastuullisesti.

Muuttajien palveluista viestitään www.posio.fi/muuttajat-sivulla ja sivua kehitetään entistä paremmin palvelemaan muuttajien tarpeita.

JobBoost-hankkeessa on luotu [Maan pinnalla –konsepti ja verkkosivut](#), joita hyödynnetään muuttaja ja rekrytointiviestinnässä. JobBoost-hanke toteutetaan aikavälillä 2021-2023 ja mahdollisesti jatkohankkeella.

JobBoost-hankkeessa Posion tärkein kohderyhmä on työikäiset perheelliset tai perhettä haluavat, jotka ovat tunnistanee tarpeen muuttaa pois kasvukeskuksista

Toinen kohderyhmä on etätyötä tekevät tai siihen pyrkivät.

Jokainen uusi Posiolle kirjansa muuttanut saa muuttajapaketin. Paketin saa lisäämällä tietonsa [muuttajat-sivulta](#) löytyvään lomakkeeseen. Markkinointiassistentin tehtävänä on käydä muuttajat läpi tasaisin väliajoin ja lähettää heille sähköpostilla tervetuliaisviesti, jossa on ohjeet muuttajapaketin noutamiseen. Asumisen ratkaisujen aktiivinen markkinointi on yksi keskeinen tavoite muuttajamarkkinoinnissa.

Posion kunnan haasteena on tunnettuus, joka on [Lapin muuttajapotentiali-tutkimuksen](#) mukaan melko vähäistä, vaikka Lappi onkin muuttajille yleisesti houkutteleva kohde. Lisäksi kannattaa ottaa huomioon [Lapin poismuuton syyt –tutkimus](#).

7.3 Posiolaiset yritykset ja uudet yrittäjät

Jotta Posion kunta saavuttaa strategian tavoitteen Suomen yrittäjämönteisimmästä kunnasta, on yrittäjille suunnattu viestintä tärkeässä roolissa. Posion kunta tiedottaa yrityksiin liittyvistä asioista kunnan verkkosivuilla, elinvoimapalveluiden Facebook-sivulla sekä sähköpostilistan välityksellä. Yrittäjille järjestetään joka kuukausi aamukahvit-tapahtuma.

Matkailukoordinaattori hoitaa yhteistyössä elinvoimapalveluiden kanssa tiedotuksen Posion matkailuyhdistykselle. Tiedotus

matkailuyrittäjille tapahtuu pääsääntöisesti Whatsapp-ryhmän ja sähköpostilistan välityksellä. Posion kunta tekee painetun yrityshakemiston yhteistyössä Posion Yrittäjät ry:n ja Kuriirin kanssa.

Kunnan elinvoimajohtaja on uusien yrittäjien ja sijoittajien tärkein ja ensimmäinen yhteyshenkilö. Elinvoimapalveluilla on oma sivunsa Posion kunnan verkkosivuilla, joiden kautta viestitään myös uusia yrittäjiä ja sijoittajia kiinnostavia asioita.

Posion kunnan vapaiden yritystilojen aktiivisempi markkinointi on keskeinen tavoite yrityksille suunnatussa markkinoinnissa. Soukkavaaran teollisuusalueen markkinointi kuuluu elinvoimapalveluiden toimenkuvaan. Tilat ovat vuokrattavana [Toimitilat.fi](https://toimitilat.fi)-sivustolla.

Posion kunta tekee yhteistyötä House of Laplandin kanssa, joka markkinoi Posion mahdollisuuksia yrittäjille [Business Lapland – verkkosivuilla](#).

Posion kunta on mukana syksyllä 2021 julkaistavassa [Asetu Itä-Lappiin -sivustossa](#) Yrittäjien Itä-Lappi –hankkeen kautta. Sivustolla on Itä-Lapin kuntien yritysluettelo ja siellä esitellään Itä-Lapin kuntien tarjoamia mahdollisuuksia uusille yrittäjille. Yrittäjien tarinoita jaetaan Maan pinnalla -sivustolla.

7.4 Järjestöt, seurat, kyläyhdistykset

Vapaa-aikapääällikkö on Posion kunnan järjestöyhdyshenkilö ja vastaa järjestöille suunnatusta viestinnästä. Yhteistyö järjestöjen seurojen ja kyläyhdistysten kanssa on tärkeää, jotta kuntastrategian tavoite vahvasti verkostoituneesta kunnasta toteutuu. Lisäksi Lapin järjestö-neuvottelukunnan kautta voi välittää posiolaisille yhdistyksille tiedotteita, kyselyitä ja tietoa esim. tapahtumista. Tiedon saa välitettyä 124 yhdistykselle.

Posion kunta järjestää kerran vuodessa kuntalais- ja yhdistystapaamisen, jossa yhdistysten edustajat voivat esittää toiveitaan Posion kunnan ja yhdistysten välisen yhteistyön kehittämisestä.

7.5. Metsähallitus

Metsähallitus on olennainen yhteistyökumppani, sillä se vastaa Korouoman luonnonsuojelualueen, Riisitunturin kansallispuiston, Hirsiniemen retkeilyalueen, Karitunturin ja Palotunturin alueen sekä usean muun Posion luontokohteen ylläpidosta. Metsähallituksen kanssa tehdään markkinointiyhteistyötä ja päivityksiä jaetaan ristiin sosiaalisessa mediassa Metsähallituksen [Korouoma](#)-sivun sekä [Riisitunturin kansallispuisto](#) -sivujen kanssa.

Metsähallituksen kanssa tehdään yhteistyötä Posion latuverkoston sekä kelkkareittien

suhteen. Elinvoimajohtaja on vastuussa yhteistyöstä Metsähallituksen kanssa. Myös matkailuyhdistys ja elinkeinopalvelut tekevät tiivistä yhteistyötä Metsähallituksen kanssa. Markkinointi- ja viestintäpäällikkö järjestää säännölliset viestintäpalaverit Metsähallituksen viestintähenkilöiden kanssa, joissa kerrotaan tulevista projekteista.

7.6. Matkailijat ja vapaa-ajan asukkaat

Matkailumarkkinoinnista vastaa matkailukoordinaattori. Matkailijoita palvelee Posion matkailuyhdistyksen ylläpitämä www.posiolapland.com-sivusto sekä puhelimitse, sähköpostitse ja sosiaalisessa mediassa toimiva matkailuneuvonta. Posion matkailulla on omat [Facebook](#) ja [Instagram](#) –tilit. Matkailijoille tehdään Facebookissa maksettua mainontaa, joka on kohdennettu [Posion matkailustrategian](#) kohderyhmien mukaisesti.

Kunta- ja matkailijamarkkinointi toimivat läheisessä yhteistyössä, jolloin tarvittaessa kuntalaisille tiedotetaan matkailuun liittyvistä asioista ja matkailijoille Posion kunnan ajankohtaisista asioista, kuten avoimista työpaikoista.

Posiolla on yli 2000 mökkiläistä. Heille viestitään kunnan ja matkailun verkkosivujen lisäksi sosiaalisessa mediassa ja erityisesti Posion mökkiläiset -Facebook-ryhmässä. Mökkiläisille järjestetään lisäksi joka kesä mökkiläistilaisuus.

Posion matkailu tekee yhteistyötä [House of Laplandin matkailumarkkinoinnin](#) kanssa, jossa kohderyhmänä ovat erityisesti kansainväliset matkailijat.

7.7 Kunta- oppilaitosyhteistyö

Posion kuntaan voi hakea harjoitteluun verkkosivuilla olevan [lomakkeen kautta](#). Lomaketta markkinoidaan kunnan viestintäkanavissa, rekrytointimessuilla sekä oppilaitoksissa tarpeen mukaan. Tavoitteena on saada myös paikalliset yritykset mukaan.

Yhteistyötä Posion lukion kanssa kehitetään niin, että lukiolaiset voivat tehdä tutustumispäivän kuntaan. Lisäksi kehitetään nuorisovaltuuston yhteistyötä kunnan johtoryhmän kanssa. Kunta rakentaa aktiivisesti muun muassa tutkimus-, kehitys- ja innovaatio (TKI) –hanketoimintaan, harjoitteluun ja opinnäytetyöhön liittyvää yhteistyötä korkeakoulujen kanssa sekä aktiivisia kumppanuuksia toisen asteen ammatillisten oppilaitosten kanssa.

7.9 Kansainvälinen viestintä

Posion lukiota markkinoidaan venäläisille opiskelijoille. Tavoitteena on myös jatkossa saada venäläisiä opiskelijoita sekä opiskelijoita myös muista maista Posion lukioon.

Posion matkailuyhdistys on tehnyt oman markkinointisuunnitelman kansainvälisille matkailijoille.

9. Rekrytointi

Työpaikkailmoitus on yksi tärkeä osa kunnan markkinointia ja brändin rakentamista. Toimiva rekrytointiviestintä on edellytys sille, että osaavat ja kunnasta kiinnostuneet hakijat saavat tiedon avoimista työpaikoista. Työpaikkailmoitus antaa ensivaikutelman kunnasta mahdollisena työ- ja asuinpaikkana.

Posion kunnan tavoitteena on lisätä rekrytointimarkkinointia huomattavasti. Posion kunnan [Kuntarekryn](#) sisältöä kehitetään tasaisin väliajoin, ja kuntaan tehdään yleinen rekrytointivideo. Rekrytointimarkkinointiin käytetään osa kunnan viestintäbudjetista, jolla toteutetaan maksullista markkinointia sosiaalisessa mediassa sekä lisäpalveluita Kuntarekryssä.

Kunnan työpaikkojen lisäksi Posion kunnan kanavissa jaetaan tietoa yksityisen sektorin työmahdollisuuksista, erityisesti sote-alalla. Tärkeää on kohdentaa tieto avoimista työpaikoista oikealle kohderyhmälle. Yhteistyötä lähialueen kaupunkien oppilaitosten kanssa kehitetään ja yhteistyöhön luodaan systemaattinen malli. Etätömahdollisuuksia kunnassa kehitetään.

Avoimista työpaikoista ilmoitetaan Kuntarekryssä, kuulutuksissa, kunnan verkkosivuilla, sosiaalisessa mediassa ja lisäksi www.posio.fi/tyopaikat-sivua kehitetään entistä paremmin palvelemaan potentiaalisia työntekijöitä. Kunnan Facebook-sivulta

päivityksiä jaetaan työpaikkailmoituksia jakaviin Facebook-ryhmiin. Lisäksi Posion kunnalla on oma [LinkedIn-sivu](#).

Posion kunta käyttää työpaikka-ilmoituksissaan aihetunnisteita: **#rekry #rekrytointi #työpaikat #lappi #posio #maanpinnalla #munlappi**

JobBoost - Mahdollisuuksien Pohjoinen - hankkeessa on luotu Maan pinnalla –konsepti ja verkkosivut, joita hyödynnetään rekrytointiviestinnässä. Posion avoimet työpaikat tulevat näkyviin [Maan pinnalla](#) - verkkosivuille ja siellä jaetaan paikallisten tarinoita työllistymiseen ja muuttoon liittyen. Henkilötarinoista julkaistaan tiivistelmä kunnan verkkosivuilla, joka kategorisoidaan www.posio.fi/muuttajat-sivun alle.

Posion kunta tekee yhteistyötä House of Laplandin muuttajamarkkinoinnin kanssa ja Posion kunnalla on oma sivu [Löydä paikkasi Lapista –osiossa](#).

Jokainen osasto on vastuussa omien työpaikkailmoitustensa kirjoittamisesta ja kaikkien on otettava huomioon ilmoitukseen liittyvät suositukset:

Otsikko. Valitse tehtävälle mahdollisimman selkeä ja kuvaava otsikko, jotta se löytyy helposti hakukoneissa.

Houkuttelevuus. Älä aloita ilmoitusta listalla velvollisuuksista vaan kerro ensin, mitä työntekijä saa työpaikasta. Monipuolisia työtehtäviä? Kiinnostavia koulutuksia? Inspiroivan työyhteisön? Mahdollisuuden vaikuttaa omaan työnkuvaan ja edetä uralla? Joustavan työajan? Eriyksen hyvän perehdytyksen? Modernit työvälineet?

Tehtävät. Listaa muutamia konkreettisia esimerkkejä tärkeimmistä työtehtävistä ja vastuualueista, ehdottomat kelpoisuusehdot, tarpeelliset kyvyt, toivottu kokemuksen määrä ja laatu, koulutuksellinen tausta ja ominaisuudet, joista tehtävässä on hyötyä.

Persoonallisuus. Kirjoita hakijaa puhuttelevasti. Hyvin eri asiat kiinnostavat sairaanhoitajaa, talonmiestä tai viestinnän ammattilaista. Sinulla on paras tieto haettavasta työpaikasta, joten anna persoonallisuutesi näkyä.

Konkretia. Vältä kliseitä ja tee ilmoituksesta mahdollisimman rehellinen, uskottava ja konkreettinen: minkälainen työyhteisö on, minkälaista arki töissä on, mitä etuja tarkalleen siihen liittyy ja miten työpaikka ehkä eroaa kaupunkien vastaavista työpaikoista.

Palkka. Jos mahdollista, kirjoita palkka aina suoraan ilmoitukseen.

Oikoluku. Oikolueta teksti aina kollegalla tai kunnan markkinointi- ja viestintäpäälliköllä ennen julkaisua.

Jakaminen. Jos olet sosiaalisessa mediassa, kannattaa aina jakaa uusi työpaikka kavereillesi ja erilaisiin ammatillisiin ryhmiin.



10. Sisäinen viestintä

Sisäisen viestinnän kehittäminen on yksi tärkeimmistä toimenpiteistä. Posion kunnalla on käytössä Liiteri-intranet. Intranet on pääasiallinen sisäinen tiedonvälityskanava ja korvaa sähköpostin laajempia ryhmiä koskevassa viestinnässä. Kaikki henkilöstön kannalta oleellinen tieto julkaistaan intranetissä. Jokainen kunnan työntekijä voi laatia tiedotteita intranetissä.

Sähköpostilla ja henkilöstön sähköpostilistalla on edelleen tärkeä rooli sisäisessä viestinnässä, mutta sitä kautta hoidetaan lähinnä ilmoitusluontoiset asiat, johon ei olla vastaamassa pitkää viestiketjua. Sähköpostilla on tärkeä rooli sidosryhmien viestinnässä.

Ensisijainen sisäinen viestintäkanava on Teams. Teamsin suositellaan olevan auki aina samalla tavalla kuin sähköpostikin. Myös puhelinsovelluksen käyttö on mahdollista. Yksiköillä ja työryhmillä on omat Teams-ryhmänsä. Viestejä keskusteluista voidaan jakaa "Jaa Outlookissa" -toiminnon kautta sähköpostiin. Käytetään @-merkkiä, jotta ryhmä tai henkilö huomaa viestin.

Tietoturvarajoitusten puitteissa asiakirjat tallennetaan Teams-ryhmien tiedostoihin. Henkilötietoja, salassa pidettävää ja muuta arkaluontoista tietoa ei saa jakaa Teamsiin. Teamsin ohjevideot löytyvät intrasta, verkkosivujen päivittämiseen liittyvät ja linkki kuvapankkiin löytyvät intrasta. Tärkeimmät

Twebiin lähetettävät asiakirjat jaetaan myös markkinointi- ja viestintäpäällikölle tiedoksi.

Esihenkilöt vastaavat yksikkönsä työyhteisöviestinnästä. He ovat linkki johdon ja henkilöstön välillä. Rooli vaatii herkkyyttä kuulla ja ymmärtää henkilöstön tarpeita ja viestejä, toisaalta pitää ymmärtää kokonaisuus kunnan toiminnan johtamisen näkökulmasta. Henkilökunnalla on tärkeä rooli ja velvollisuus itse aktiivisesti etsiä, kysellä ja välittää tietoa kollegoilleen.

Markkinointi- ja viestintäpäällikkö on johtoryhmän jäsen ja sihteeri. Pöytäkirja jaetaan henkilöstölle sähköpostilla ja intrassa.

9.1. Markkinointi- ja viestintätiimi

Johtoryhmä on asettanut markkinointi- ja viestintätiimin. Tiimi kokoontuu tarpeen mukaan ja sen kutsuu koolle markkinointi- ja viestintäpäällikkö. Jäsenet toimivat toimialansa äänitorvina. Työryhmä kommentoi viestintään liittyviä suunnitelmia, huolehtii vuosikellon ajantasaisuudesta ja tekee päätöksiä viestintään liittyvistä asioista.

Tiimin jäsenet 2023: Riikka Tuomivaara, Eeva Erkinjuntti, Pekka Jääskö, Eija Ahola, Tiina Sarajärvi, Salla-Maarit Toivanen, Jarmo Pyhtinen, Antti Häkämies, Virva Jakkula, Hanna Hermunen, Hannu Heikkilä, Juha Peteri.

11. Posion lukion viestintä

Posion lukiolle on tehty oma strategia ja viestintäsuunnitelma vuonna 2021. Tavoite on kuntastrategian mukaisesti se, että lukio säilyy kunnassa.

Kuntastrategian vision mukaan suurin osa posiolaisista nuorista jää lukioon omalle paikkakunnalle, joka vuosi lukiossa aloittaa myös suomalaisia muilta paikkakunnilta tulevia opiskelijoita ja vuosittain kehitetään kansainvälisyyttä ottamalla venäläisiä ja myös muita kansainvälisiä opiskelijoita Posion lukioon.

Posion lukion viestinnässä tuodaan esiin ”kuuden ällän lukiota”, joka painopisteet ovat luonto, liikunta, luovuus, Lappi, läheisyys ja lämmينhenkisyys.

Näitä osa-alueita tuodaan säännöllisesti esiin lukion viestintäkanavissa, jotka ovat lukion [verkkosivu](#) sekä lukion Facebook- ja Instagram -tilit. Lukion viestinnälle on laadittu vuosikello ja viestintää toteuttavat opettajat ja opiskelijat kunnan markkinointi- ja viestintäpäällikön tuella. Opettajille ja opiskelijoille on järjestetty sosiaalisen median koulutusta.

Lukion strategian keskiössä ovat ylä- ja alakoululaisten ja heidän huoltajien perehdyttäminen lukioon ja lukio-opiskeluun, lukiolaisten aktiivisesti ja tuetusti toteuttama, opintoihin liittyvä someviestintä ja kouluajan ulkopuolisen toiminnan kehittäminen (asuntola, harrastukset, työharjoittelu).



12. Kriisiviestintä

Kriisiviestintää vaativat esimerkiksi perusturvallisuutta uhkaavat onnettomuudet, tulipalot, epidemiat, ympäristötuhot, tietojärjestelmien häiriötilanteet, juomaveden pilaantuminen, sähkökatkokset tai muut palvelujen toimintaan vakavasti vaikuttavat häiriöt.

Kriisiviestinnän tärkeimmät periaatteet ja toimintatavat ovat nopea reagointi, selkeys ja rauhallisuus. Kriisiviestinnän päätehtävänä on varoittaa tapahtuneesta, antaa toimintaohjeet lisävahinkojen välttämiseksi, estää huhujen leviäminen ja auttaa organisaatiota palautumaan normaalitilaan. Nopeasti tapahtuva ja rehellinen kriisiviestintä estää väärän tiedon leviämisen. Yhteisen linjan ja viestin löytäminen kriisin hetkellä on oleellista.

Kunnan hallintosäännössä (10 §) linjataan:
Kunnanhallituksen tai kunnanjohtajan päätettyä tämän johtosäännön mukaisen erityistoimivallan käyttöön ottamisesta kaikki kunnan tiedotteet, lausunnot ja haastattelut annetaan markkinointi- ja viestintäpäällikön koordinoimana häiriötilanteiden aikaisen kunnan johtoryhmän kautta, ellei kunnanjohtaja häiriötilanteiden aikaisessa kunnan johtoryhmässä toisin päättä.

Tarkempia ohjeita kriisiviestintään voit lukea [Kuntaliiton oppaasta kunnan viestintään kriisi- ja erityistilanteissa](#).

13. Seuranta

Kunnan verkkosivut tarjoavat kuntalaisille useita kanavia jättää palautetta. Kuntalaisille tehdään säännöllisesti [kyselyitä](#) eri aiheisiin liittyen ja tuloksista tiedotetaan jatkossa systemaattisemmin. Lisäksi verkkosivuilta löytyy [yhteydenotto- ja palautelomake](#).

Posio.fi-sivustolle on asennettu analytiikkatyökalu, jonka avulla verkkosivujen painopisteitä kehitetään. Henkilöstölle lähetetään tietoa sivuston kävijöistä ja suosituimmista sivuista neljä kertaa vuodessa.

Myös somekanavien kehitystä seurataan vuosineljänneksittäin. Viestinnän seurantatyökaluja käytetään maksullisen markkinoinnin kohdentamisessa oikeisiin kohderyhmiin.

14. Vuosikello

Käytämme viestinnän vuosikelloa sisäisesti sekä yhteistyössä paikallisen Kuriiri-lehden kanssa.

15. Budjetti

Kunnan kokonaispanostus viestintään ja markkinointiin vuonna 2023 on noin 170 000 euroa, sisältäen henkilöstökulut ja panostukset matkailumarkkinointiin.

16. Kunnan viestintää säätelevät lait

Perustuslaki määrittelee jokaisen perusoikeuden tietoon ja hyvään hallintoon. Viranomaisen asiakirjat ovat pääsäännön mukaan julkisia, ja jokaisella on oikeus saada tieto julkisesta asiakirjasta. Jokaisella yksilöllä on oikeus osallistua ja vaikuttaa yhteiskunnan ja elinympäristönsä kehittämiseen, ja julkisen vallan tehtävänä on edistää yksilön mahdollisuuksia osallistua yhteiskunnalliseen toimintaan ja vaikuttaa häntä itseään koskevaan päätöksentekoon.

Julkisuuslainsäädäntö turvaa ja edistää tiedonsaantia. Viranomaisen on toimittava julkisuusmyönteisesti ja tiedonsaannin rajoittamiselle tulee olla objektiivinen peruste. Jos pyydettyjä tietoja ei anneta, tämä on perusteltava.

Hallintolaki määrittelee hyvää hallintoa ja täydentää kuntalain tiedottamissäännöstä sekä julkisuuslain säännöksiä tiedonsaannin edistämisvelvollisuudesta. Laajavaikutteisen asian vireilläolosta on ilmoitettava ja niiden osalta on varattava vaikuttamismahdollisuuksia. Hallintolaissa säädetään myös viranomaisen neuvonta- ja opastamisvelvollisuudesta sekä asiallisen, selkeän ja ymmärrettävän kielen käyttämisestä.

Kuntalaki velvoittaa tiedottamaan ja luomaan edellytykset asioihin osallistumiselle ja vaikuttamiselle. Kuntalain mukaan valtuuston on pidettävä huolta siitä, että kunnan asukkailla ja palvelujen käyttäjillä on edellytykset osallistua ja vaikuttaa kunnan toimintaan. Tähän pyritään muun muassa tiedottamalla kunnan asioista ja järjestämällä kuulemistilaisuuksia, selvittämällä asukkaiden mielipiteitä ennen päätöksentekoa ja avustamalla asukkaiden oma-aloitteista asioiden hoitoa, valmistelua ja suunnittelua.

Kuntalain tiedottamissäännöksessä veloitetaan kuntaa tiedottamaan asukkailleen kunnassa vireillä olevista asioista, niitä koskevista suunnitelmista, asioiden käsittelystä, tehdyistä ratkaisuista ja niiden vaikutuksista. Edelleen kunnan on laadittava tarvittaessa katsauksia kunnan palveluja, taloutta, ympäristönsuojelua ja maankäyttöä koskevista asioista. Asukkaille tulee myös tiedottaa, millä tavoin asioista voi esittää kysymyksiä ja mielipiteitä valmistelijoille ja päättäjille. Kunnan velvollisuus tiedottaa koskee myös kuntakonsernia.

Milloin kunnan tehtävä on annettu yhteisön tai säätiön hoidettavaksi, kunnan on sopivin tavoin tiedotettava

asukkailleen yhteisön tai säätiön toiminnasta. Samoin on syytä menetellä ostopalvelujen tuottajien suhteen.

Liitteet

Liite 1: Brändikäsikirja

Maankäyttö- ja rakennuslaki sekä asetus säätelee vielä erikseen alueiden käyttöön ja rakentamiseen liittyvää tiedottamista. Kaavoja valmistelevien viranomaisten on tiedotettava kaavoituksesta sillä tavoin, että niillä, joita asia koskee, on mahdollisuus seurata kaavoitusta ja vaikuttaa siihen. Edelleen kunnan on laadittava vähintään kerran vuodessa katsaus kunnassa ja maakunnan liitossa vireillä olevista ja lähiaikoina vireille tulevista kaava-asioista, jotka eivät ole merkitykseltään vähäisiä.





Posio