



JÄÄR VÄÄ MAA

Mainekujunduse kava
2 0 2 4 - 2 0 2 6



RAHANDUSMINISTEERIUM

REGIONAALARENGU TOETUSEKS

SISUKORD

Sissejuhatus	3
Järvamaa hetkeolukord (SWOT)	4
Mainekujunduse kava	5
I Ühtse identiteedi loomine	5
II Mainekujundus vastavalt eesmärkidele ja sihtrühmadele	6
III Olulised väärtused, põhimõtted ja sõnumid, mida kommunikatsioonis ja tegevustes silmas pidada mainekujunduse võtmes	7
Tegevuskava	9
Kokkuvõte	10
Lisad	10



SISSEJUHATUS

Mainekava eesmärk on tõsta teadlikkust Järvamaast ning luua Järvamaale tugev ja atraktiivne maine, mis toetab maakonna arengut, meelitab siia uusi elanikke, ettevõtteid ja investeeringuid.

Järvamaa mainekava on loodud võttes arvesse nelja dokumenti: Järvamaa Arengustrateegia 2035+, Paide linna arengukava, Türi valla arengukava ning Järva valla arengukava. Lisaks on mainekava eesmäärke seades arvestatud kahe uuringuga: elanike üleriiklik rahulolu küsitlusuuring (2022-2023) ja Järva maakonna ettevõtluskeskkonna ja piirkonna ettevõtete arengu toetamise võimaluste uuring. Need võimaldavad mõista piirkonna hetkeseisu, väljakutseid, eesmäärke ja potentsiaali.

Eelnimetatud dokumentidest tulenevalt on mainekujunduse sihtrühmadeks kohalikud elanikud, mittekohalikud elanikud ja ettevõtjad. Oluliseks sihtrühmaks eraldi on noored inimesed (16-26 eluaastat) ja noored pered, nii kohalikud kui ka mujalt Eestist.

Mainekava hakkab ellu viima SA Järvamaa kommunikatsiooni- turundusjuht koostöös partneritega ning see on määranud ka tegevuskava mahu. Mainekujunduse kava koosneb kahest osast. Esimene osa on maakonna ühtse identiteedi loomine. See on kõige lihtsamini mõjutatav ja teostatav – see on maakonna kui organisatsiooni enesehinnang, mida saab ise valida ja võimaldab eristuda teistest. Identiteedi loomine sisaldab lisaks brändingule ka maakonna kodulehe ja sotsiaalmeedia kanalite loomist. Esimesel tegevusaastal keskendutaksegi maakonna identiteedi leidmisele ja kinnistamisele, see tähendab ühtse brändingu loomist. Sellele järgneb maakonna kodulehe loomine, mis annab võimaluse ühte kokku koondada olulise informatsiooni, toetab mainekujunduse kava teisi tegevusi ning on oluline maakonna identiteedi kandja.

Mainekujunduse kava teine osa on avalikkuse arvamuse tõstmine ja tuntuse kasvatamine. Vastavalt eesmärkidele tuleb leida sihtrühmadele olulised teemad, vastuseid küsimusele, milline Järvamaa nendele sihtrühmadele meeldib või meeldiks. Järgnevatel mainekujunduse tegevusaastatel saab tänu eelnevalt loodud identiteedi ja digikanalite tegeleda aktiivsema turunduse ja kommunikatsiooniga.

Antud mainekujunduse kava ei hõlma turismisektorit, sest selle eest vastutab Visit Järva ja Kesk-Eesti DMO. Visit Järval on olemas tugev identiteet ning väga hea koostöö Kesk-Eestis tegutseva turismiorganisatsiooniga. Siiski on plaanis teha Visit Järvaga tihedat koostööd turundus- ja kommunikatsioonitegevustes. Samuti on mainekujunduse tulemuslikkuse osas oluline koostöö kõikide maakonna partnerite vahel. Mainekava ei hõlma ka arendustegevusi, mis küll mõjutaksid avalikku arvamust, kuid mille täitmise eest vastutavad teised sektorid. Kindlasti on vajalik olulisi maakondlikke saavutusi kommunikeerida, et nendest oleks teadlikud nii kohalikud kui mittekohalikud elanikud.

Mainekava tegevuste tulemuslikkust tuleks revideerida iga kahe aasta tagant, mille järel saab teha tegevuskavas vastavalt vajadusele muudatusi.

JÄRVAMAA HETKEOLUKORD (SWOT)

SWOT-analüüsi allikateks on elanike üleriiklik rahulolu küsitlusuuring (2022-2023) ja Järva maakonna ettevõtluskeskkonna ja piirkonna ettevõtete arengu toetamise võimaluste uuring.

TUGEVUSED	NÕRKUSED
Positiivne meedia kajastus Turvaline ja soodne elukeskkond Kohalikud elanikud on väga rahul rohekeskkonna, prügimajanduse ja lasteaedade-koolide lähedusega Üle-eestiliselt tuntud üritused Geograafiline paigutus Eesti keskel Tuntud heade muldade, metsade ja kauni looduse poolest Ettevõtjatel lihtne asjaajamine kohalikul tasandil Ettevõtjad on rahul tunnustuste jagamisega	Kohalike elanike madal arvamus KOVidest Puudub ühtne identideet Vähene tuntus Taristuprobleemid Demograafilised probleemid Spetsialistide tööjõupuudus, mistõttu on ettevõtjatel raske Kohaliku hariduse halb maine ettevõtjate seas Kehv ligipääs ühistranspordiga, va Tallinn Kohalikud elanikud ja ettevõtjad ei tunne, et neid on otsuste tegemisel piisavalt kaasatud Elupindade puudus Positiivsete lugude vähene kajastamine
VÕIMALUSED	OHUD
Ühtse identideedi loomine toob kaasa suurema tuntuse Läbi turunduse on võimalus parandada Järvamaa tuntust ja mainet Ettevõtjatel on tänu ühtsele identiteedile parem oma tooteid turundada ja selle kaudu ka Järvamaa mainet tõsta Turismi areng: Turismi kasvupotentsiaal, läbi mille oleme rohkem tuntud. Ettevõtluskeskkonna toetamine Koostöö teiste piirkondadega Eanikkonna vananemine muuta tugevuseks, sest Järvamaa on hea piirkond, kus vanemaealistel elada	Rahastamisraskused: piiratud eelarvevahendid võivad takistada projektide elluviimist ja turundamist Konkurents teiste piirkondadega Demograafilised väljakutsed: rahvastiku vähenemine, elanikkonna vananemine Negatiivsed meediakajastused Mainekava tegevused ei too loodetud tulemusi

MAINEKUJUNDUSE KAVA

I ÜHTSE IDENTITEEDI LOOMINE

MAAKONNA IDENTITEEDI LOOMINE LÄBI LOGO, MÄRKIDE, SÕNUMITE, KANALITE JA TURUNDUSE

EESMÄRK

Identiteet on osa mainekavast, mida saab ise luua ja valida, et eristuda teistest. Järvamaa vajab ühtset brändi, mis väljendab piirkonna unikaalset identiteeti, eripära, traditsioone ja väärtusi. Ühtne identiteet toetab ka kohalike ettevõtete turundust ja aitab piirkonda meelitada uusi elanikke ja ettevõtjaid. Samuti aitab ühtne identiteet näha maakonda kui tervikut ka kohalikel elanikel ning erinevatel sektoritel.

MEETMED

Brändi loomine: Järvamaa mainekujundus peaks hõlmama tugevat brändi, mida peaks toetama turunduskampaaniad. Brändi loomise juurde kuulub ühiste sõnumite ja kommunikatsiooni põhiväärtuste paika panemine. Logod, visuaalne identiteet, sõnumid, turundusmaterjalid. Kokku leppida uue brändingu kasutus: piirkondlik vs maakonnaülene, vapid vs logod.

Digitaalne nähtavus: Maakonna veebilehe loomine ning uuendamine ja aktiivsed digiturunduse kampaaniad suurendavad Järvamaa nähtavust ning võimaldavad külastajatel ja kohalikel elanikel jälgida sündmusi ja uudiseid.

Sisuturundus: Toota ja jagada kvaliteetset sisu, mis kajastab Järvamaa väärtusi ja elukeskkonda, näiteks artikleid, blogisid, videoid, edulugusid. Rõhuma peab positiivsetele sõnumitele. Ära saab kasutada ka kasutajate loodud sisu (UGC).

Keskkonnasõbraliku identiteedi rõhutamine: Mainekava identiteedi osana rõhutada Järvamaa pühendumust keskkonnakaitsele ja jätkusuutlikkusele. Järvamaa on roheline sihtkoht turismivaldkonnas; töötame ettevõtjatega, et vähendada keskkonnamõjusid ja kaardistada tekkinud jääke; avalikus sektoris rakendame rohelisi põhimõtteid; kohalik elanik on pigem rahul jäätmekäitluse ja prügi liigiti kogumisega. Kõik need aspektid on maakonna identiteedile olulised. Keskkonnahoid on järjest olulisem nii turistile, kohalikele elanikele ja eriti noortele inimestele.

Kommunikatsioon: positiivsete sõnumite ja sündmuste aktiivsem kommunikatsioon avalikkusele; kultuuri-, spordi- ja meelelahutusprogrammi reklaamimine; avaliku ja erasektori aktiivsem koostöö ning kommunikatsioonitegevus erinevate avalikkuse gruppidega, eriti meedia ning võimalike koostööpartneritega.

TULEMUS

Järvamaa on läbi brändingu ja turunduse rohkem tuntud ülejäänud Eestis, ühtne identiteet aitab kohalikul ettevõtjal oma toodet või teenust turundada, mis omakorda aitab Järvamaa mainele kaasa. Järvamaal on ühtsed sõnumid, mida maakonnaüleselt kommunikeeritakse, Järvamaa kuvand on selgem nii kohalikule elanikule, turistile kui ka ettevõtjale.

II MAINEKUJUNDUS VASTAVALT EESMÄRKIDELE JA SIHTRÜHMADELE

ELANIKE VÄLJARÄNDE PIDURDAMINE JA NOORTE PEREDE ELAMA MEELITAMINE - JÄRVAMAA KUI ATRAKTIIVNE ELUPAIK

SIHTRÜHMAD

- Järvamaa noored vanuses 16-26 eluaastat
- Noored teistest maakondadest
- Kogu Eesti elanikkond

EESMÄRK

Järvamaa maine on noorte ja kohalike elanike seas kõrge: vähem noori lahkuvad peale kooli lõpetamist; järjest enam noori ja noori peresid tulevad siia elama. Antud eesmärk on oluline nii elanikkonna vanuselise tasakaalu parandamiseks kui ka tööjõu puuduse lahendamiseks. Kui piirkond suudab pakkuda atraktiivset elukeskkonda ja kvaliteetseid teenuseid, saab see aidata inimesi piirkonda meelitada. Üheks oluliseks sammuks on elanike aktiivsuse ja rahulolu tõstmine. Rahulolevad elanikud on piirkonna parim reklaam.

Milline Järvamaa hoiaks noored siin või tooks nad siia elama?

Elanike rahulolu uuringust selgus, et noored vanuses 16-26 eluaastat on kõige enam rahul lasteaedade ja põhikoolide kauguse ning rohekeskkonnaga, kõige vähem ollakse nõus või rahul kogukonnaelust osa võtmisega ja KOVide tegevusega. Mainekava täitmisel peaks rõhutama neid valdkondi, mis on tugevad, ning parandama neid, millega rahul ei ole. Lisaks peaks Järvamaa kui hea elupiirkonna maine tõstma soovitusindeksit, mis viimase uuringu kohaselt on ~66%.

MEETMED

Elanike värbamine: Aktiivne turundus, mis on suunatud noortele peredele ja spetsialistidele, rõhutama peaks piirkonna keskkonnasõbralikkust, rohekeskkonda, lasteaedade ja koolide lähedust, kaugtöökohtade võimalusi jne. Tegevustes parandada neid valdkondi, millega hetkel elanikud rahul ei ole: KOV juhtimine ja areng, osalemine kogukonnaelus, elanike kaasamine, ühistransport jne.

Kinnisvaraarendajate piirkonda meelitamine, et vähendada eluasemete puudust: turundada arendajatele Järvamaad kui atraktiivset ja väärtuslikku piirkonda arendamiseks. Eluruumide puudust aitaks leevendada ka teenusmajade loomine ja ettevõtjate poolt töötajatele eluruumide arendamine. Selleks peaks tegema teavitustööd.

Kogukondade aktiveerimine: Kogukondlike ürituste ja programmide, nagu kultuuriüritused ja spordivõistlused, korraldamise toetamine ning turundamine. Ettevõtjate aktiivne kaasamine kogukonna arengusse, vabatahtlikkuse ja kodanikeühenduste märkamine ja tunnustamine. Tööampsude, vabahtlike andmebaasi loomine, hea kodanik leht – kogukonnapraktika – selle turundamine kohalikele.

TULEMUS

Kohalike elanike seas suureneb Järvamaa kui elukoha maine, nad on rahulolevamad ja soovitusindeks on tõusnud. Järvamaa on tuntud kui hea elukeskkonnaga piirkond, vähenenud on väljaränne ja tööjõupuudus ning siia on elama asunud noored pered.

ETTEVÕTLUSE ARENGU TOETAMINE - JÄRVAMAA KUI ATRAKTIIVNE ETTEVÕTLUSPIIRKOND

SIHTRÜHMAD

- Kohalikud ja mittekohalikud ettevõtted
- Potentsiaalsed ettevõtjad
- Investorid

TAUST

Eesmärk on edendada piirkonnas ettevõtlust, luua soodne ärikeskkond ja teadlikkus sellest. See aitab kaasa uute innovaatiliste ettevõtete tekkimisele, rohepöörde arengule, töökohtade säilitamisele ja piirkonna majanduslikule arengule.

Üheks eesmärgiks on ettevõtlust toetava turunduskeskkonna loomine ja juhtimine.

MEETMED

Maakonna identideedi loomisel luua ka **Järvamaal loodud märgis**, mida saavad ettevõtted kasutada toote või teenuse juures ja turunduses.

Järvamaa ettevõtete edulugude kogumine ja turundamine. Maakonnas on palju innovaatilisi ja edukaid ettevõtteid, mida vähe tuntakse. Neid peaks tutvustama nii kohalikele elanikele kui ka üleriigiliselt.

Mainekujunduses tuua välja **lihtsat asjaajamist**, mis kohalikele ettevõtjatele on väga oluline olnud. Ettevõtjatest hoolitakse ning neid aidatakse.

Luu maakonna ettevõtjate koostöö andmebaas, millele on ettevõtjal juurdepääs, et lisada info enda kohta ja võimalusel ka välja tuua koostöö võimalused või tootmisjäägid. Sihtasutuse ülesanne on seda turundada, et motiveerida ettevõtjat selles süsteemis olemisel. Lisaks võiksid veebilehel olla välja toodud tööampsud.

Ettevõtlussaadikute värbamine erinevatele sihtrühmadele, kes käiksid ja tutvustaksid ettevõtlust, õhutaksid nii noori kui vanemas eas inimesi ettevõtlusega tegelema.

Sihtasutus kui infovärv ettevõtjatele ja läbi mille luuakse ühine inforuum, mis soodustaks teiste maakonna ettevõtjatega kogemuste jagamist. Sellest tulenevalt on valdkondlikuks eesmärgiks ettevõtlust toetava turunduskeskkonna loomine ja juhtimine. See tähendab, et kohalikud ettevõtjad on teadlikud erinevatest maakonna tugiteenustest, teevad omavahel koostööd ja jagavad kogemusi ettevõtluskeskkonna arendamiseks. Looma tugevad koostöövõrgustikud ja parandame ettevõtluskeskkonda. Järvamaa muutmine atraktiivsemaks **välisinvestoritele**. See tähendab koostöös kohalike omavalitsustega arendatud tööstusalade turundamist.

Rohelised äripraktikad: Julgustame ja toetame ettevõtteid rakendama keskkonnasõbralikke tavasid, muutma tootmist või töötlemist võimalikult keskkonnasõbralikuks ja arendama rohelisi tooteid või teenuseid, tutvustama neid ettevõtteid, mis juba on keskkonnasõbralikke praktikaid rakendanud ning jagama nende kogemusi.

TULEMUS

Järvamaa on tuntud kui hea ettevõtluskeskkonnaga piirkond, kus kohalikud ettevõtjad teevad omavahel koostööd, ettevõtted on innovaatilised, keskkonnasõbralikud, kaasavad ja jätkusuutlikud. Maakonnaga seotud ettevõtluse info on kergesti leitav ning kättesaadav ühest kohast.

III OLULISED VÄÄRTUSED, PÕHIMÕTTED JA SÕNUMID, MIDA KOMMUNIKATSIOONIS JA TEGEVUSTES SILMAS PIDADA MAINEKUJUNDUSE VÕTMES

VÄÄRTUSED

- Koostöö ning tugevad võrgustikud ja kogukonnad
- Innovatsiooni toetamine
- Puhas keskkond ja energia
- Kestlik areng kõikides valdkondades
- Turvaline ja roheline keskkond
- Rikkalik spordi ja kultuurielu
- Õnnelikud ja terved inimesed
- Hea elukeskkond noorele ja peredele

PÕHIMÕTTED JA EELDUSED MAINEKUJUNDUSE EDUKAKS LÄBIVIIMISEKS

- Kõikides sektorites positiivsete sõnumite ja sündmuste aktiivsem kommunikatsioon avalikkusele
- Võimalikult palju teha olulistest ja positiivsetest teemadest ristturundust partneritega, et need leviksid paljudeni
- Kõik, kellele on maakonna maine oluline, peaksid maakonda esindades meeles pidama positiivse tooni hoidmist. Ka kriitikat võib teha, kui see on konstruktiivne, põhjendatud või sooviga leida lahendusi. Ilma selleta on kriitika halvustamine, mis halvustab ka maakonna mainet.
- Olema läbinähtav ja usaldusväärne
- Võimalusel muuta nõrkus tugevuseks
- Maakonna oluliste partnerite suhtlemine kogukonnaga ja omavahel.
- PRIORITEET ON MEESKONNATÖÖ - kokkuhoidvas meeskonnas on uskumatu ja edasiviiv jõud.
- Mainekujundus on pikaajaline protsess, mille tulemused on ilmsed pikema aja jooksul. Aga tuleb hakata tegevustes väikestest asjadest pihta ja need väga hästi ära teha.

TEGEVUSKAVA 2024-2025

Kuna tegevuskava peamine teostaja on SA Järvamaa kommunikatsiooni-ja turundusjuht, kelle ametiaeg kestab kuni 25.04.2026, on tegevused jaotatud kahe aasta peale järgnevalt: I aasta - koduleht, identiteet, turundus- ja kommunikatsiooniplaan; I aasta lõpp ja II aasta - turundus- ja mainekampaaniad, kodulehe uuendamine ja haldamine

MAAKONNA IDENTITEET JA TURUNDUS	
TEGEVUS	AEG
Maakonna identiteedi loomine, s.t. logo ja stiiliraamat	05-08, 2024
Maakonna kodulehe loomine, sisu loomine	06-10, 2024
Maakonna kodulehe haldamine	alates 09, 2024
Kodulehe ja sotsiaalmeedia lehtede turundus	alates 10, 2024

ATRAKTIIVNE ELUPAIK	
TEGEVUS	AEG
Elukoha info- ja turunduskampaaniad	alates 11, 2024
Turundus arendajatele elupindade loomiseks	alates 01, 2025
Diginomaadluse võimaluste kaardistamine, kodulehel kajastamine ja turundamine	alates 11, 2024
Kodulehe ja sotsiaalmeedia lehtede turundus	alates 09, 2024
Vabatahtlike andmebaasi loomine	alates 08, 2024
Kogukondade aktiveerimine	alates 01, 2025

ATRAKTIIVNE ETTEVÕTLUSKESKKOND	
TEGEVUS	AEG
Ettevõtete edulugude kogumine ja turundamine	alates 11, 2024
Ürituste kaardistamine, et ettevõtteid turundada	alates 02, 2025
Ühise ettevõtjate andmebaasi loomine kodulehele	alates 11, 2024
Ettevõtlussaadikute värbamine	alates 01, 2025

Tegevuskava tabelis toodud ajad ja kulud on eeldatavad ning nende tegelikud väärtused võivad erineda sõltuvalt mitmetest teguritest. Tulemusi hinnatakse pidevalt mainekava elluviimise käigus.

KOKKUVÕTE

Antud mainekava eesmärk on luua Järvamaale tugev ja positiivne maine, mis aitab kohale meelitada uusi elanikke, turiste, ettevõtteid ja investeeeringuid. Eduka elluviimise korral võib see mainekava olla aluseks Järvamaa jätkusuutlikule arengule ja heaolule, pakkudes kõigile maakonna elanikele paremat elukvaliteeti. Koostöös kohalike omavalitsuste, elanike, ettevõtjate ja partneritega loome Järvamaast tuleviku piirkonna, kus minevik ja tulevik kohtuvad ning kus traditsioonid ja innovatsioon loovad sünergia.

Kava edukas elluviimine nõuab jätkuvat koostööd kõigi osapoolte vahel. Koos saame luua Järvamaast maakonna, kus kõik tahavad elada ja töötada.

Käesolev Järvamaa Mainekava on koostatud SA Järvamaa poolt ning see peegeldab Järvamaa arengueesmärke ja visioone. Kava on dünaamiline dokument, mis võib ajas muutuda vastavalt piirkonna vajadustele ja võimalustele.

TEGEVUSKAVA

Mainekava täpsem tegevuskava

Tegevuskava tabelis toodud ajad ja kulud on eeldatavad ning nende tegelikud väärtused võivad erineda sõltuvalt mitmetest teguritest. Tulemusi hinnatakse pidevalt mainekava elluviimise käigus. Vastutajate rollid võivad samuti ajas muutuda, kuid antud tabelis on toodud eeldatavad vastutajad.

ARENGUKAVAD JA UURINGUD

Järvamaa arengustrateegia 2035+

Paide linna arengukava aastani 2035

Türi valla arengukava 2024-2028

Järva valla arengukava 2022-2030

Elanike rahulolu 2022

Järva maakonna ettevõtluskeskkonna ja piirkonna ettevõtete arengu toetamise võimaluste uuring

Elanike rahulolu uuringu 2022 ja Järva maakonna ettevõtluskeskkonna ja piirkonna ettevõtete arengu toetamise võimaluste uuringu kokkuvõte

