



Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020

1

Kalevala – mytologiasta arvoa liiketoimintaan

*Timo Rui,
Projektipäällikkö
27.8.2020*

www.karelia.fi



KALEVALA - TARINOITA TUNTEITA JA TUOHTA

Kalevala on kansainvälisestikin hyvin tunnettu suomalainen brändi, mikä antaa loistavan mahdollisuuden hyödyntää sitä yritysten liiketoiminnassa.

KALEVALAN TARINAT HERÄTTÄVÄT TUNTEITA, JOTKA EDESAUTTAVAT SEN TUOTTEISTAMISTA. TARINOISTA TUNTEITA, TUNTEISTA TUOHTA!

**Tule mukaan hyötymään
Kalevalasta: tule luomaan uutta
Kalevala-brändiä, ideoimaan
ja tekemään uusia tuotteita ja
palveluita Kalevalan
tarinoiden takaa.**

Tausta

- Kulttuuriympäristöt ovat merkittäviä identiteetin rakennusosia ja niihin liittyy potentiaalia alueiden elinvoiman ja hyvinvoinnin vahvistamisessa sekä kehittämisessä
- Taitavasti brändätty kulttuuriympäristö lisää alueen houkuttelevuutta

- Matkailualan on pystyttävä erottautumaan kansallisessa ja kansainvälisessä kilpailussa. Näkyvyys edellyttää alueen erityispiirteiden esille nostamista, palveluiden paketointia sekä vahvaa yhteistyötä
- Kalevala, sen teemat ja kalevalaiset henkilöhahmot tunnetaan maailmalla laajasti.

Mitä tehdään, ketkä tekevät:

- Kalevalaisen karjalaisuuden uusi, moderni ja nykyaikainen toteutus, huomio nimenomaan liiketoimintaan ja ansaintalogiikkaan => matkailullinen vetovoimatekijä
- Karelia-amk, Itä-Suomen yliopisto, KKES, alueelliset kehitysyhtiöt, yritykset...

TP1 - pohjustus

- Kulttuurisisältöjen teemoitus ja hyödyntäminen yritysten liiketoiminnassa
 - Aineettomasta kulttuuriperinnöstä uutta liiketoimintaa –jakso herättelee yrityksiä teemaan - avoimia tilaisuuksia liiketalousnäkökulmaa
 - Kulttuurisisältöjen teemoitus pitää sisällään kalevalaisuuden sisällöllisen kehittämisen, erilaisten elementtien tarinallistamisen ja tuotteistamisen harvaan asutun alueen matkailupalveluihin (tarinat ja niiden kytkeminen maaseutumatkailuun; mm. ruokaperinne, saunominen, kansanparannus, marjastus, sienestys, vesillä liikkuminen. Jaksosta syntyy Kalevalan selkokieliä tulkintoja sekä teemoihin liittyviä tieto -ja tuotepaketteja jatkossa tehtäviä työpajoja varten
 - Yritysryhmien muodostuminen kulttuuriteemojen perusteella

TP2 - tuotteistaminen

- Työpajoissa kehitetään kaupallistamispolkua pilottien ja demojen avulla Kalevalaan liittyen. Innovaatiotyöpajassa hyödynnetään työpaketissa yksi luotuja Kalevala-aiheisia tieto- ja tuotepaketteja. Tavoitteena on tausta-aineiston soveltaminen yritysten toimintaan ja vahvuuksiin.
- Työpajat toteutetaan tarpeen mukaan, ja niitä voidaan yhdistellä yritysten tarpeiden näkökulmasta. Työpaketti sisältää Kalevalaan liittyvien teknologiakonseptien hahmottelua ja testausta. Työpaketin toimenpiteissä pilotoidaan ja demotaan alueellisten palveluiden digitaalisia elementtejä, kuten lisätyn todellisuuden (AR) sisältökonsepteja.

TP 3 - asiakasymmärrys

- Asiakasymmärryksen kartuttaminen kv-markkinoista, sekä tuotettujen tarinoiden/tuotteiden testaaminen markkinassa.
 - user driven innovation; customer involvement
 - pilottituotteiden virtuaalinen testaus
 - Läpileikkaavana koko hankkeen ajan

T4 - koonti

- Kehittämisspolun tuloksena syntyy alueellinen Kalevalaverkosto-innovaatioalusta, joka kokoaa hankkeen aikana luodut pilotit, demot, toimintakonseptit yritysten hyödynnettäviksi
- Yritysryhmähankkeet

Tulokset:

- Tuloksena syntyy kalevalaisen karjalaisuuden innovaatioalusta sekä tuotesisältöjä/moduuleja ja kiteytettyjä tarinoita yritysten yhteiseen käyttöön. Lisäksi hankkeessa syntyy kulttuurimatkailussa hyödynnettäviä verkkopalveluja ja alueellisiin palveluihin saadaan lisää digitaalisia elementtejä.
- Yritysryhmät