



KÕIGE IIDSEM MOODNE RAHVAS





“ MU ISAMAA, MU ÕNN JA RÕÕM,

kui kaunis oled sa!
Ei leia mina iial teal see suure, laia ilma peal,
mis mul nii armas oleks ka, kui sa, mu isamaa!


Sa oled mind ju sünnitand
ja üles kasvatand;
sind tänan mina alati
ja jään sull' truuiks surmani,

mul kõige armsam oled sa, mu kallis isamaa!


Su üle Jumal valvaku,
mu armas isamaa!

Ta olgu sinu kaitseja
ja võtku rohkest õnnista,


mis iial ette võtad sa, mu kallis isamaa! ”




Eestimaa kõige püham laul on ühe väikese rahva omakeelne armastuseavaldus oma erilisele maale. Kui meie kangelased võidavad kulda või meil on põhjust tähistada oma iseolemist, siis laulab seda laulu oma mõttes korraga kogu rahvas. Isegi kui me ei tea kõiki sõnu peast, tunneme me sama tunnet – armastust oma väikese maa vastu.



Soe tunne põhjamaiselt kargest loodusest ja tuhandete aastate taha ulatuvatest traditsioonidest täidab südant ka lihtsalt mööda Eestimaad reisides. See maa on täis kontraste ja üllatusi igal sammul. Mitte ainult võõrastele, vaid ka meile endile. Mida rohkem me seda tajume, seda tugevam on tunne ja seda kindlamad on meie juured.



OMA SÜDAMES
ME OLEME
UHKED



Meie kodu on põhjamaal. See teeb meid tugevaks, ümbritseva ja teistega arvestavaks, kuid samas ka kinniseks ja kaalutlevaks. Me ei ole hooplejad, kuid me teame oma väärtust. Me pole edevad, kuid oma selguses stiilsed. Kindlasti pole me liiga kiired, kuid sellevõrra põhjalikumad. Me oleme kahe jalaga maas.

Veri meie soontes on iidne ja aus. Meil ei ole uhkeid lugusid grandioosetest sõjaretkedest ja kuningatest, kuid meil on üks maailma vanemaid lugusid merede vallutamisest ja maa harimisest ning hoidmisest. Me teame iseolemise hinda ja juurte jõudu.

Me oleme väike, kuid uhke maa, kes lõimib endas vana ja uue, püsiva ja kiire, külma ja sooja. Eestil on iidne põhjamaine süda ning soe ja iginoor hing.

**ARMASTUS OMA MAA
VASTU ON SÜDAME ASI.**

MA ARMASTAN EESTIMAAD

See sõnum tähistab kõike seda, mida me oma kodumaa puhul südames kanname ja miks me oma maa üle uhked oleme. See sõnum on mõeldud meilt meile, et tugevdada emotsionaalset seotust eestimaalaste vahel läbi oma maa.

See märgiks vormitud lause annab täiusliku ja tõestamist mittevajava vastuse, miks me omal maal tuhandeid aastaid paiksed oleme olnud. See on ka enam kui piisav põhjus ühele rahvale taluda põhjamaiselt kasinat kliimat ning näha selles pigem karastust kui nuhtlust.

Armastus on suur jõud, mis elab meie südames ning ühendab meie esiisaid tulevaste põlvvedega.



IGAL MEDALIL

“Tutvusta Eestit” programm koos “Welcome to Estonia” märgiga on selgelt väljapoole suunatud turundussüsteem, mis aitab meil Eestimaast rääkida läbi ainulaadsete nurgakivide positiivselt üllatava koosmõju.

On päevselge, et meie usk, lootus ja armastus oma maa suhtes baseerub oluliselt fundamentaalsemal emotsionaalsel tasandil kui seda on üllatus. Me oleme oma maaga seotud läbi südame – me oleme oma maaga üks.

“Ma armastan Eestimaad” on “Welcome to Estonia” medali teine pool. Kui “Welcome to Estonia” on väljapoole suunatud küllakutse, siis “Ma armastan Eestimaad” näitab meie kuuluvust ja pühendumust oma kodule.

Olles sarnase kujundusega on ta sama moodi punktiks või kokkuvõtvaks kvaliteedimärgiks siinsetele inimestele suunatud sõnumites. Ühtlasi on ta ka omamoodi tõestus, et medali teisel pool olev küllakutse on tõsiseltvõetav.

ON KAKS POOLT

Loe täpsemalt “Tutvusta Eestit” turunduskontseptsiooni kohta brändiraamatust “Üks maa. Üks süsteem. Palju lugusid.” brand.estonia.eu

ARMASTUSE AVALDAMINE

“Ma armastan Eestimaad” bränding väljendub märgis ja graafilises taust-süsteemis.

Sissepoole suunatus määrab kindlaks süsteemi rakenduskohad, milledeks on:

1. Keskelt koordineeritud kasutamine, mille käekäigu eest hoolitseb valdavas osas riik.
2. Keskelt koordineerimata kasutamine, kus bränd elab oma elu Eestimaal ettevõtlike inimeste – meie endi käes.



KESKSELT KOORDINEERITUD BRÄNDI RAKENDUSVALDKOND

Eestima oma võrratus vaheldumises ja kultuurikihtide paljususes teeb "Ma armastan Eestimaad" märgi võimalikuks läbivaks brändinguks riiklikult koordineeritud siseturunduse katuskommunikatsiooni turundamise valdkonnas.

Siseturundusel, kui prioriteetsel valdkonnal, on väga selge koht ka Eesti turunduskontseptsiooni väärtusmaatriksis. See tähendab, et siseturunduse kui valdkonna turundamine on allutatud täiemahuliselt "Heade üllatuste maa" üldkontseptsioonile. Seda nii sisu kui kujunduse osas. Ainus erinevus seisneb logo kasutuses, millega saab tutvuda "Tutvusta Eestit" tööriistakastis – brand.estonia.eu



SISETURUNDUSE VALDKONNA LUGUDE TEKKIMINE

VASTAVALT „TUTVUSTA EESTIT“ TURUNDUSKONTSPTSIOONILE

Eestimaalased tunnevad uhkust oma maa üle ja teavad rääkida täpselt, kust king pigistab. Samas on üllatav, kuivõrd vähe me ise oma väikesest maast tegelikult teame. Kui vähe me reisime omal maal ja kui vähe me suhtleme oma kaasmaalastega. See teeb kohalikust elanikust väga tõsiselt võetava sihtrühma turismi sektoris. Mida rohkem me oma maad tunneme, seda rohkem oskame selle kohta rääkida laiale maailmale.

MIDA ON MEIL ISEENDALE RÄÄKIDA?

Telg 1

Paiksus tähendab ajalugu, traditsioone, kombestikku, folkloori ja muud huvitavat, millest enamus eestimaalasi väga palju ei mäleta või pole kunagi kuulnud. Sajad turismitalud, tuhanded mälestusmärgid ja sajad matkarajad aitavad meil õppida ja mõista kõike seda läbi vahetu kogemuse.

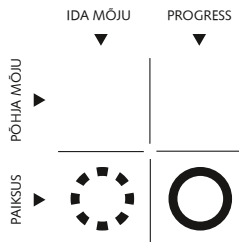
Laiendus

Tänu **Ida mõjule** tunneme me ennast mööda Eestimaad rännates hästi. Inimesed on lahked ja abivalmis – olgu nad mis rahvusest tahes. Igal pool on palju eksootilist, millest me väga vähe teame ja mille kogemine reaalsuses on reeglina üllatav. Eestimaal on palju avastada – olgu siis linnas või maal.

Telg 2

Progress on meid igapäevaselt ümbritsev loomulik keskkond. Me räägime temast ainult siis, kui teda hetkeliselt pole – mobiilil on kehv levi või ei saa viie minutiga internetti või mõnel turismitalul pole piisavalt funktsionaalne koduleht. Progress ei ole kohaliku elaniku jaoks niivõrd argument, kuivõrd viis asju ajada (nõ kanal).

POSITIONEERING VÄÄRTUSMAATRIKSIS



PRIMAARNE KONTRAST

PAIKSUSE VÄÄRTUSED:

Ajalugu, Keel, Põliskultuur,
Loomulikkus, Kangelaslikkus,
Romantika, Traditsioonid, Pärand,
Tsiivilisatsioon

PAIKSUSE SÜMBOLID:

Rahvas ja kultuur, Folkloor,
Pärimusmuusika, Käsitöö,
Rahvuseepos, Põlisusund, Religioon
laiemalt, Eesti ja Liivi ajalugu
ja ajaloolised isikud, Eesti keel,
Asustuse struktuur, Vanalinn,
Põllumajandus, Merekultuur,
Metsamajandus, Jahindus, Sõjavägi,
Põhiseadus, Turismitalud

PROGRESSI VÄÄRTUSED:

Esimene, Kiire, Infrastruktuur,
Ärikeskkond, Kohanemisvõime,
Leidlikkus, Modernsus, Nutikus

PROGRESSI SÜMBOLID:

Teadus, Majanduskeskkond,
Tehnoloogiarakendused,
Telekommunikatsioon, Internet, e-
m-lahendused, Lisaväärtusloome,
Kiire implementeerimine,
Innovatsioon, „Tark“ tööstus, Avatus
uuele, Infrastruktuur

LAIENDUSVÕIMALUS

IDA MÖJU VÄÄRTUSED:

Kättesaadavus, Elamusterikkus,
Eksootika, Üllatav, Külalislahke,
Multikultuurne, Ahvatlev

IDA MÖJU SÜMBOLID:

Kaubandus, Teenindus,
Meelelahutus, Haridus, Spa, Vene
pärand, Linnaturism, Ühendus
maailmaga

A group of children wearing helmets and colorful cycling jerseys are riding bicycles. In the foreground, a child in a yellow jersey is focused on the road. To their right, another child in a yellow jersey with a 'G' logo is also riding. In the background, other children and a person in a blue shirt are visible. A sign on the front of a bicycle reads 'MA ARMASTAN EESTIMAAD'.

KESKSELT KOORDINEERIMATA BRÄNDI KASUTAMINE

Sellel osal puudub turunduskontseptsioonist tulenev selgelt määratletud valdkond, kuna eesmärgiks on olla ühendavaks sõnumiks kõikidele ettevõtjatele, mis võivad ennast täie tõsidusega nimetada Eestimaiseks. Olgu selleks siis toiduainetööstus, infotehnoloogia, energeetika, turismitalundus, vabatahtlike poolt korraldatud suurjalgrattad või ehitus- ja metsatööstus – siinses kontekstis on “Ma armastan Eestimaad” pigem märgilise tähendusega, mis laiapinnalist kasutamist leidva elemendina hakkab looma emotsionaalset lisaväärtust.

Kõige olulisem, et “Ma armastan Eestimaad” märgi all toimetatav oleks suunatud eestimaalastele ning loodava väärtusahela osised oleksid Eestimaist päritolu.



“MA ARMASTAN EESTIMAAD” MÄRGI KASUTAMINE ON SÜDAMEASI

Kõik füüsilised või juriidilised isikud, kes tegutsevad Eestis ja on oma tegevuse suunanud peaaesjalikult eestimaalastele omavad õigust “Ma armastan Eestimaad” märki kasutada osana oma kohalikust kommunikatsioonist.

Võimalike kasutajate ring on väga lai – Lauupeost turismitaludeni, Viljandi Folgist jahindusseltsideni, Eesti Energiast kohalike piimatootjateni. Kõigil on õigus läbi “Ma armastan Eestimaad” märgi kasutamise deklareerida pühendumust oma maale ja rahvale.

“Ma armastan Eestimaad” on emotsionaalne lisaväärtus, mis seob märgikasutajad mõtteliselt üheks kodumaiseks tervikuks. See on ühtlasi ka signaaliks teistele eestimaalastele, et tegemist on meilt meile suunatud ettevõtmistega. See on konkurentsieelis ja tegutsemine veelgi ühtsema ja tugevama vaimse keskkonna nimel.

Brändingu vaba kasutamise puhul puuduvad igasugused piirangud kasutaja kommunikatsiooni sisule. Kui kasutaja tunneb, et ta ajab Eestimaist asja, siis on tal õigus kasutada "Ma armastan Eestimaad" märki oma reklaamidel, esitlustes, firmapaberitel, trükistel või toodetel. Vastavasisulised tehnilised juhised märgi ja tema taustsüsteemi kasutamiseks asuvad "Tutvusta Eestit" turunduskontseptsiooni tööriistakastis brand.estonia.eu

