

Identitetsdokument



ÖVERKALIX
platsen är utmärkt



Detta material är framtaget i Projekt Besökslandet Överkalix som är finansierat av:



Version 1.0

Projektledare: Louise Engström

Ansvarig för framtagande av Överkalix identitet: Geektown kommunikationsbyrå



Överkalix identitet

HUR SKA PLATSEN UPPFATTAS?

Det är viktigt att inte skapa en stereotyp bild av vem platsen Överkalix är och vilka som bor här. Vi ska tillsammans visa en mångsidig och breddad bild om hur det är att verka och bo på platsen, men även att besöka den.

Vi uppfattar platsen genom den samlade bilden som sammanfattas med: Historia, nutid och framtid.

SYFTET MED PLATSENS IDENTITET?

Det är ett långsiktigt strategiskt arbete som ska syfta till att förändra, förbättra eller förstärka bilden av platsen.

VEM ÄGER PLATSENS IDENTITET?

Vem äger platsen Överkalix? Det gör vi alla tillsammans. Alla har rätten att använda varumärket och det är vi tillsammans som ska arbeta för att sprida och utveckla platsens identitet. Ingen har mer äganderätt än någon annan till identiteten, utan det är vi tillsammans som har tagit fram den, genom samtal, workshops, intervjuer, enkäter och analyser.

VAD SKA PLATSENS IDENTITET ANVÄNDAS TILL?

Platsens identitet ska lyfta platsen, få den att uppfattas som vacker, attraktiv, intressant, trygg och att positiva saker händer i Överkalix. Med hjälp av platsens identitet ska vi tillsammans skapa förutsättningar för arbetstillfällen, tillväxt och utveckling av platsen.

Överkalixborna, föreningarna och företagarna, hos dem ska vi ingjuta stolthet kring platsen. De ska känna tillhörighet. Vi ska också skapa sammanhållning, så att vi tillsammans kan utveckla platsen. Platsens identitet ska hjälpa oss att bli riktigt goda ambassadörer för platsen.

Platsens identitet är också ett verktyg för våra politiker och tjänstemän i deras dagliga arbete. Den ger dem en grund till samsyn av platsen och i sina beslut som de fattar för den fortsatta utvecklingen av platsen Överkalix.

Platsens identitet ska:

- Vara en hjälp för att attrahera fler företag och investerare till platsen.
- Göra platsen attraktiv för besök och inflyttning.
- Bidra till att Överkalix är med och skapar hållbar tillväxt i vår region.



Visioner och mål för platsen Överkalix

VISION: INDIVIDEN OCH FRAMTIDSTRO

Vi har framtidstro! Vi vågar tänka nytt. Vi är modiga och vi tror på platsen och oss själva. Vi är engagerade och stolta. Vi ser framåt och pratar gott om platsen och människorna som bor här.

Mål för att uppnå visionen:

- Vi är alla stolta ambassadörer för platsen Överkalix.
- Andras framgångar är en framgång för platsens attraktionskraft. Vi är stolta över dem!
- Tillsammans ska vi skapa platsens innehåll.
- Beslutsfattare visar på handling = framtidstro på platsen.

VISION: EN ATTRAKTIV PLATS

Överkalix är platsen där det händer! Det finns mötesplatser hela året runt.

Mål för att uppnå visionen:

- Gemensamt lyfter vi vad som händer i Överkalix, alltifrån aktiviteter, evenemang till bra idéer och initiativ.
- Beslutsfattare uppmuntrar boende i Överkalix till att initiera till aktiviteter och mötesplatser.
- Vi satsar på mötesplatser, framförallt för unga, året om.

VISION: ETT INKLUDERANDE OCH ÖPPET SAMHÄLLE

Vi är ett välkomnande, öppet samhälle. Hos oss är mångfald och jämställdhet tillgångar för att bli en ännu mer attraktiv plats.

Mål för att uppnå visionen:

- Tillsammans jobbar vi på att bli ett öppnare samhälle med bredare syn på mångfald och jämställdhet.
- Vi har antagit en strategi som beslutsfattare för att bli en jämställd plats. Här får kvinnor och män utrymme utifrån sina individuella mål för att skapa sina förutsättningar att verka och bo.
- Vi tar tillvara på mångfalden och har tagit fram verktyg för att integrera individer på platsen.

VISION: TILLSAMMANS SKA VI BYGGA PLATSENS FRAMTID

Vi tar tillvara på våra unga, vi lyssnar på dem och det är en självklarhet att de är med och påverkar platsens framtid. Vi ser både unga och gamla som en tillgång.

Mål för att uppnå visionen:

- Vi satsar på ungas företagsamhet, speciellt unga kvinnor.
- Vi satsar på aktiviteter för unga.



Platsens fördelar och utvecklingsområden

FÖRDELAR: **BESÖKARE**

En plats att mötas på, mitt i regionen. Fornlämningar, platsens historia. Naturen, älven och skogen. En vacker plats. Polcirkeln. Midnattssolen, norrskenet. Snö, is, kyla, ett subarktiskt klimat. Inte så mycket människor. Oexploaterat, tystnaden och att det är rent.

UTVECKLINGSOMRÅDEN: **BESÖKARE**

Boende. Restauranger. Tillgängliggöra information. Utveckla företag inom besöksnäringen = mer arbetstillfällen. Fördjupa samverkan mellan företag inom besöksnäringen, beslutsfattare och angränsande kommuner inom regionen. Bemötande och service. Marknadsföra och locka besökare till platsen. Attrahera naturturism och aktiviteter.

FÖRDELAR: **BOENDE**

Närheten inom kommunen. Inte så stort (mysigt). Tryggt. Det finns mycket att göra, fritidsaktiviteter speciellt utomhus och inom sport. Dricksvattnet. Vackert, naturskönt. Närheten till naturen, jobbet och fritiden. Kultur, måleri, hantverk och musiklivet.

UTVECKLINGSOMRÅDEN: **BOENDE**

Kultur. En mångfald av aktiviteter för fler individer. Visa att saker händer på platsen = framtidstro. Möjliggöra boende (hyres- och bostadsrätter och hus). Jobba på stoltheten för platsen. Lyfta de fina skolorna i kommunen. Mötesplatser för unga.

FÖRDELAR: **FÖRETAG**

Närheten inom kommunen. Platsens lokalisering, mitt i regionen. Oexploaterade ytor. Prisvärd lokalhyra för företag. Företag ställer upp för varandra.

UTVECKLINGSOMRÅDEN: **FÖRETAG**

Marknadsföra platsen, göra den mer attraktivt för företag. Attrahera företag och investerare utifrån, se fördel med platsen. Få individer att starta företag, framförallt unga kvinnor. Utveckla befintliga och nya näringar.

UTVECKLINGSOMRÅDEN: **KOMMUNEN**

Utveckla besöksnäringens företag (uppmuntra till etablering samt möjliggöra fler etablerade företag inom besöksnäringen).

Anställa en samordnande person som jobbar med att sköta, söka samverkan utanför och inom platsen och utveckla platsvarumärket. En samordnare som har flera roller: kommunikationen av platsvarumärket, samordnande roll för evenemang, söka samverkan mellan individer/ företag/ föreningar. Samordning i sin helhet. En tjänst som kan vara flexibel.

Kommunen behöver visa att det händer saker i kommunen. Vara ett föredöme för att vara stolt över platsen. Möjliggöra boende.

Ta bort de slitna och trasiga skyltarna efter E10.



Hur vill vi bli uppfattade?

VÅR VÄRDEGRUND/VÄRDEORD:

- Hjälpsamma människor
- Företagsanda, företagsamma
- Problemlösare
- Okomplicerat
- Trygghet
- Positiva
- Välkomnande
- Stolta. Stolta över varandra
- Familjärt
- Framtidstro
- Mångfald
- Jämställdhet

VEM SKA VI PRATA MED?

Överkalix identitet har flera mottagare och det innebär att vi med hjälp av olika insatser ska attrahera individer även utanför platsen, vilka är: besökare (internationellt, Sverige och regionalt Norrbotten), investerare/ företag och inflyttare (både utflyttade överkalixbor och icke överkalixbor). Vi ska också prata med de som finns på platsen, vilka är: överkalixbor, föreningar, företagen, beslutsfattare (kommun och tjänstemän).

VILKA TILLGÅNGAR HAR ÖVERKALIX?

- Dialekten & överkalixmålet
- Frihet och närhet till både stad och natur
- Mer tid för familj och fritid
- Fina skolorna som vi kan erbjuda våra yngsta överkalixbor
- Närheten till allt. Natur, jobb och fritidsaktiviteter
- Lugnet och tystnaden
- Naturen, älven, skogen, myren
- Polcirkeln
- Midnattssolen och norrsken
- Skönheten i platsen
- Vackra vyer
- Stora oexploaterade ytor
- Människorna, överkalixborna
- Driftiga företag
- Litet
- Subarktiskt klimat, mörkt, långa vintrar, snö och is.
- Åtta årstider
- Lättillgängliga vandringsleder. Vandringslederna i kommunen med kulturella platser, kalkällor, familjära.



