

Tiedote 17.5.2019

Helsinkiin avataan Oulun suurlähetystö

Oulun kaupunki jatkaa omaperäistä imagokampanjointiaan pääkaupunkiseudulla

Oulun kaupunki perustaa Helsinkiin oman suurlähetystön. Lähetystö avataan Kampin kauppakeskuksen aukiolle 7.-9. kesäkuuta ja paikalla on tietysti itse Suurlähettiläs. Hän on Vuoden oululainen 2018, Putous-tähti, näyttelijä **Ernest Lawson**.

Suurlähettiläs-hahmo on näyttelijän itsensä luoma ja käsikirjoittama.

”Kyseessä on karismaattinen, hieman höpsö, mutta positiivinen hahmo, joka levittää Oulu-tietoisuutta hyväntahtoisen huumorin keinoin”, Lawson sanoo.

Oulun suurlähetystö -kampanja on jatkoa kahdelle aiemmalle pääkaupunkiseudulla toteutetulle kampanjalle, joilla Oulu toi esille itseään viihtyisänä, aktiivisena ja älykkäänä kaupunkina.

”Tavoite on kasvattaa helsinkiläisten kiinnostusta ja tutustuttaa heitä oululaisen kulttuurin, asumisen sekä työ- ja opiskeluelämän erityisvahvuuksiin. Kiinnostavaa on myös se, että Oulu on päättänyt olla vuoden 2026 Euroopan kulttuuripääkaupunki”, kertoo Oulun kaupungin viestintäjohtaja **Mikko Salmi**.

Oulun suurlähetystössä järjestetään ohjelmaa koko 7.-9.6. viikonlopun ajan, muun muassa opiskelijoille, lapsiperheille ja kulttuurista kiinnostuneille. Perjantaina 7. kesäkuuta Oulun suurlähetystössä keikkailee esimerkiksi pohjoissuomalaisduo, Maustetytöt, lauantaina pidetään Oulu2026-kulttuuripaneeli ja sunnuntaina esiintyvät koomikko **Matti Patronen** ja lastenorkesteri Soiva Siili.

Varsinainen kampanja avataan sosiaalisessa mediassa 17. toukokuuta Suurlähettiläs-videoilla ja oululaisille järjestetään 23. toukokuuta kirjoitustalkoot kauppakeskus Valkeassa. Tavoitteena on kirjoittaa 2026 henkilökohtaista tervehdystä, jotka jaetaan suoraan oululaisilta helsinkiläisille suurlähetystön tuntumassa 7.-9. kesäkuuta.

Oulu aloitti huomiota herättäneet imagokampanjansa Helsingissä vuonna 2016 Rautatientorin metroaseman valokuvakampanjalla ja jatkoi vuonna 2017 Oulusporalla, joka liikennöi Helsingin ydinkeskustassa puolen vuoden ajan. Tutkimusten mukaan kampanjat ovat onnistuneet hyvin, sillä esimerkiksi ratikan huomioarvo Helsingin seudulla oli kokonaisuudessaan yli 20 prosenttia. Ouluspora-kampanjan huomanneista noin 50 prosenttia piti Oulua kiinnostavana paikkakuntana.

Lisätiedot:

Mikko Salmi

Viestintäjohtaja

Oulun kaupunki, p. 040 482 3223

mikko.salmi@ouka.fi

Haastattelupyynnöt:

Carita Forsman

Viestinnän asiantuntija

Oulun kaupunki, p. 040 621 2411

carita.forsman@ouka.fi

Kampanjan nettisivut ja pressikuvat:

www.helsinki.oulu.com

Sosiaaliset kanavat:

www.facebook.com/Oulu.Finland

www.instagram.com/cityofoulu