

# Nurmijärven kunnan viestintäohjelma 2019–2025



## Nurmijärvi on ilmiö

Reagoivasta tiedottamisesta  
aktiiviseen vuoropuheluun

# Sisällys

Viestintä on keskeinen tekijä kuntastrategian toteuttamisessa.....	3
Lakitausta.....	3
PESO-malli.....	4
Kunnan strategiset tavoitteet 2018–2025.....	5
Kunnan arvot.....	6
Viestinnän visio.....	7
Viestinnän kohderyhmät ja tavoitteet.....	8
Viestinnän tyyli ja visuaalinen ilme.....	9
Viestinnän mittareiden määritelmät.....	10
Nurmijärveläisten sitoutuminen kotikuntaansa.....	11
Kuinka viestinnällä sitoutetaan?.....	11
Toimenpiteet.....	12
Käytettävät mittarit.....	13
Aktiivinen viestintä ja markkinointi lisäävät Nurmijärven vetovoimaa.....	14
Kuinka vahvistaa kuntabrändiä?.....	14
Toimenpiteet.....	15
Käytettävät mittarit.....	15
Kunnan työnantajamielikuvan vahvistaminen.....	16
Kuinka vahvistaa työnantajamielikuvaa?.....	16
Toimenpiteet.....	16
Käytettävät mittarit.....	17
Elinkeinoelämän aktiivisuuden lisääminen.....	18
Kuinka tukea elinkelpoisuutta viestinnällä?.....	18
Toimenpiteet.....	18
Käytettävät mittarit.....	19

# Viestintä on keskeinen tekijä kuntastrategian toteuttamisessa

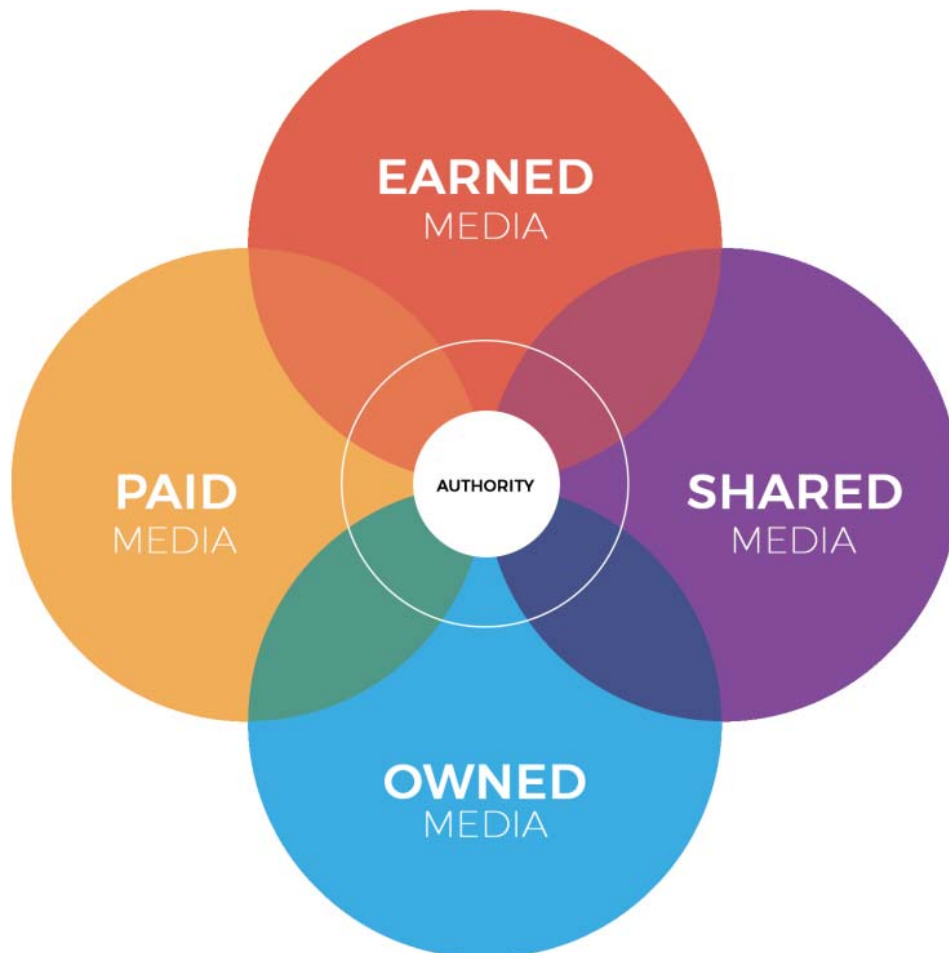
***Tämä viestintäohjelma kertoo, kuinka viestintä tukee Nurmijärvi – positiivinen ilmiö -kuntastrategian toteuttamista.***

- Viestintäohjelma toimii koko kunnan viestinnän tekemisen ja kehittämisen työkaluna. Kunnan viestinnän ja markkinointiviestinnän pitää tukea Nurmijärven kuntastrategian mukaisia tavoitteita.
- Viestintäohjelma tekee näkyviksi viestinnän arvot, tavoitteet ja kohderyhmät, auttaen näin suunnittelemaan ja priorisoimaan kunnan viestintää.
- Viestintä on aina vaikuttamista. Nurmijärven kunnan viestinnän pitää kaikissa tilanteissa olla vastuullista, luotettavaa, avointa, helposti ymmärrettävää, aktiivista ja vuorovaikutuksellista.
- Viestintäohjelma päivitetään tarpeen vaatiessa, kuitenkin, viimeistään silloin, kun astuu voimaan uusi kuntastrategia.

## Nurmijärven kunnan viestintä pohjautuu kuntalakiin (29 §)

- Kuntalain mukaan kunnan asukkailla, palvelujen käyttäjillä, järjestöillä ja muilla yhteisön jäsenillä on oikeus tietää, miten kunnan asioita hoidetaan ja miten niihin voi vaikuttaa. Viestintä ja tiedottaminen toteuttavat osaltaan hallinnon julkisuusperiaatetta ja luovat edellytyksiä osallistumiselle ja vaikuttamiselle.
- Kuntalain mukaan tiedot osallistumisen ja vaikuttamisen keinoista on löydettävä helposti muun muassa nettisivuilta. Tiedottamisen laajuus ja tavat ovat kunnan harkinnassa, mutta kunnalta edellytetään aktiivista otetta ja tehokasta viestintää.
- Viestinnässä on käytettävä selkeää ja ymmärrettävää kieltä ja otettava huomioon kunnan eri asukasryhmien tarpeet.
- Nurmijärvi on yksikielinen kunta. Nurmijärvi viestii pääsääntöisesti suomeksi, mutta tapauskohtaisesti myös ruotsiksi ja muilla kielillä. Nurmijärven kunta huolehtii, että yhdenvertaisuusperiaate täyttyy riittävällä tasolla.

# Viestintä tarkasteltuna PESO-mallin mukaisesti



***Kun viestinnän tekemisen painopiste on näkyvyydessä ja viestinnän tuloksissa, hahmotetaan tällöin viestinnän eri toimenpiteiden monikanavaisuus.***

Näkyvyys voidaan hahmottaa neljän ulottuvuuden kautta:

- Ansaittu näkyvyys
- Maksettu näkyvyys
- Näkyvyys omassa mediassa
- Jaettu näkyvyys

PESO-mallin ulottuvuudet ovat läsnä kaikessa viestinnässä. On kulloinenkin valintakysymys, millaista näkyvyyttä tavoitellaan. Tämä päätös ohjaa viestinnän toimenpiteitä.

# Nurmijärven kunnan strategiset tavoitteet (Kuntastrategia 2018–2025)

*Viihtyisä  
ja turvallinen  
Nurmijärvi*

*Sujuva arki*

*Yritysten  
kunta*

*Osaajien  
työpaikka*

**AKTIIVINEN  
VUOROPUHELU**

*Terve talous  
ja linjakaas  
päätöksenteko*

Toimiva ja nykyaikainen viestintä on aktiivista vuoropuhelua.  
Tämän lisäksi viestinnän pitää edesauttaa **kaikkien** kunnan tavoitteiden toteutumista.

# Nurmijärven kunnan arvot näkyvät viestinnässä

## Vastuullisuus

Nurmijärvi on aktiivisten ja vastuullisten asukkaiden kunta. Kannamme vastuuta kuntalaisten hyvinvoinnista, kunnan taloudesta, toiminnan vaikuttavuudesta ja ympäristöstä. Teemme kestäviä päätöksiä pitkäjänteisesti vaihtoehtojen ja vaikutusten arviointiin perustuen. Seuraamme päätöstemme toteutusta ja vaikuttavuutta.

## Avoimuus

Toimintamme ja päätöksentekomme on avointa, vuorovaikutteista ja läpinäkyvää. Jaamme tietoa ja otamme palautetta vastaan avoimesti, oikea-aikaisesti ja useita kanavia käyttäen.

## Uudistuminen

Uudistamme toimintatapojamme muuttuvan maailman haasteiden mukana. Olemme kriittisiä, uudistumishaluisia ja -kykyisiä.

## Yhteistyö

Toimimme kehittäjänä ja luotettavana yhteistyökumppanina. Yhteistyöverkostoissa olemme tuloksellisia ja valvomme myös kuntalaisten etuja. Näin hankkeet etenevät jouhevasti ja saamme aikaan hyvinvointia edistäviä palveluita.

## Yhteisöllisyys

Luomme toiminnallamme kasvupohjaa kuntalaisten positiiviselle yhteisöllisyydelle, joka lisää asukkaiden viihtyisyyttä ja turvallisuutta lähiympäristössään.

# Viestinnän visio

*Nurmijärvi ymmärretään  
positiivisena ilmiönä*



# Viestinnän kohderyhmät ja tavoitteet

## Kohderyhmät

- Kuntalaiset
- Kunnan omat työntekijät
- Nurmijärven ulkopuolella asuvat mahdolliset kuntaan muuttajat
- Potentiaaliset uudet työntekijät
- Paikalliset järjestöt, yhdistykset ja muut yhteisöt
- Kunnan alueella toimivat yritykset, yrittäjät ja näiden asiakkaat
- Kunnan ulkopuolella toimivat yritykset
- Mieliopidevaikuttajat, kuten päätöksentekijät
- Median edustajat, erityisesti paikallismedia
- Kotimaan matkailijat, erityisesti päiväretkeilijät
- Ulkomaan matkailijat

## Viestinnän tavoitteet

*Aktiivisen vuoropuhelun seurauksena nurmijärveläiset sitoutuvat kotikuntaansa*

*Aktiivinen viestintä ja markkinointi lisäävät Nurmijärven vetovoimaa*

*Aktiivinen sisäinen ja ulkoinen viestintä vahvistavat Nurmijärven kunnan työnantajamielikuvaa*

*Aktiivinen vuoropuhelu ja viestintä lisäävät elinkeinoelämän aktiivisuutta*



# Nurmijärven viestinnän tyyli ja visuaalinen ilme

## Viestinnän tyyli

- Positiivinen ja värikäs
- Helposti lähestyttävä ja osallistava
- Helposti ymmärrettävä ja selkeä (Kuntalaki 29§)
- Luotettava ja ennakoiva
- Turvallinen
- Omaleimainen ja paikallinen
- Hyvinvoiva ja aktiivinen
- Yrittäjä- ja järjestömyönteinen

## Visuaalinen ilme

- Visuaalinen ilme tukee Nurmijärven kunnan muun viestinnän tyyliä ollen positiivinen, värikäs, turvallinen, omaleimainen.
- Visuaalinen ilme on yhtenäinen, yhden selkeän brändi-ilmeen mukainen.
- Visuaalinen ilme erottaa Nurmijärven muusta kuntakentästä.



# Mittareiden määritelmät

## Tavoitemittarit (KPI)

Tavoitemittarilla mitataan viestinnän tavoitteiden saavuttamista. Ne osoittavat Nurmijärven kunnan viestinnän onnistumista suhteessa kuntastrategiaan. Tavoitemittarit ovat pitkän aikavälin mittareita, joiden toteutumista arvioidaan vuositasolla. Tavoitemittarit ja kooste etappimittareista tuodaan tiedoksi luottamushenkilöille.

**Esimerkki:** Tavoittelemme Nurmijärven vetovoimaisuuden lisäämistä, osittain saadaksemme kuntaan lisää asukkaita. Kunta myy esimerkiksi tontteja. Voimme siis osittain mitata tavoitteen toteutumista myytyjen tonttien ja markkinointiviestintätoimenpiteiden suhteella.

## Etappimittarit

Etappimittarit osoittavat kulkeeko Nurmijärven kunnan viestintä haluttua tavoitetta kohti. Mittareita voi tarkastella tapauksesta riippuen esimerkiksi kuukausittain. Viestintäpäällikkö esittelee etappimittarit kunnan johtoryhmälle ja pyydettäessä kunnanhallitukselle.

**Esimerkki:** Kun tavoittelemme Nurmijärven vetovoimaisuuden lisäämistä, yhtenä etappimittarina voi olla Nurmijärven saama julkisuus halutussa mediassa, sen tavoitavuus (potential reach) ja vaikuttavuus (influence).

## Viikkomittarit

Viikkomittarin tarkoituksena on kuvastaa, tulevatko suunnitellut toimenpiteet tehtyä. Viestintäpäällikkö seuraa viikkomittareiden toteutumista.

**Esimerkki:** Suunniteltu tiedote lähetettiin sovitusti ke 11.11. klo 11. (tehty/ei tehty).

# 1 Nurmijärveläisten sitoutuminen kotikuntaansa

- Viestinnän tavoitteena on nurmijärveläisten **entistä syvempi sitoutuminen kotikuntaansa**. Aktiivinen vuoropuhelu tekee näkyväksi Nurmijärven kunnan monipuolisen palvelutarjonnan.
- Viestintä tekee näkyväksi, kuvastaa ja toteuttaa kuntastrategian tavoitteita
  - 1) Viihtyisä ja turvallinen Nurmijärvi,
  - 2) Sujuva arki ja
  - 3) Aktiivinen vuoropuhelu.

## Kuinka viestinnällä sitoutetaan?

- Nurmijärven kunta viestii päätöksenteosta ja sen vaikutuksista avoimesti ja osallistavasti kaikille kuntalaisille.
- Kunta viestii aktiivisesti ja totuudenmukaisesti kunnan toimialojen palveluista.
- Kunta mahdollistaa osallisuuden ja toimijuuden sekä sähköisissä ympäristöissä että kohtaamisissa.
- Kunta tehostaa tapahtumaviestintäänsä.
- Kunnan kotisivut kehitetään helpommin käytettäviksi.

Tämä edellyttää:

- Tiedonkulkua kunnan virkamiesten välillä
- Tiedonkulkua virkamiesten ja luottamushenkilöiden välillä
- Kunnan viestinnän kohderyhmien laajentamista
  - Viestintäkanavien osittaista uudelleenmäärittelyä ja aktiivista vuoropuhelua sosiaalisessa mediassa
  - Kuntalaisten osallistamista kyselyihin ja palautteenantoon ja annetun palautteen huomioimista käytännössä
  - Kunnan viestinnän yleistajuistamista
  - Viestinnän yhteistyötä kunnan eri organisaatioiden (mm. urheiluseurat) kanssa
  - Aktiivista ja paikkansapitävää viestintää muutostilanteissa
- Aktiivista viestintää kunnan toimialojen palveluista ja niihin liittyvistä suunnitelmista ja muutoksista.

# Toimenpiteet

Uusien kotisivujen suunnittelu ja toteuttaminen siten, että ne helpottavat tiedonsaantia



Kohderyhmien määrittely ja tavoittelu viestinnän keinoin (mm. sosiaalisen median kautta)



Sosiaalisen median kanavien hallittu kehittäminen



Nurmijärven brändin tarinallistaminen



Kuntademokratian selkokielistäminen ja tuominen uusiin kanaviin



Kuntalaisten sujuvan arjen tukeminen tiedottamalla aktiivisesti ajankohtaisista asioista ja muutoksista (ongelmat vedenjakelussa yms.)



Osallisuuden mahdollistaminen viranhaltijoiden, päättäjien ja kuntalaisten kohtaamisissa: asukasilojen ja muiden tapahtumien kehittäminen



Mediaviestintä (positiivinen mediahuomio kasvattaa myös sisäistä kiinnostusta kuntaan)



Tapahtumaviestinnän (kulttuuri, liikunta, nuoriso yms.) kehittäminen mm. ennakkomarkkinoinnin osalta ja reaaliaikaisen viestinnän lisääminen



Kunnan tiedotuslehden uudistaminen 2019–2020



Asiakaspalveluviestinnän ohjaaminen verkkoasointipalvelu Solmuun



Paikallisten yritysten ja palveluiden tukeminen viestinnän keinoin



Paikallisjärjestöjen sponsorointi ja tukeminen viestinnän keinoin



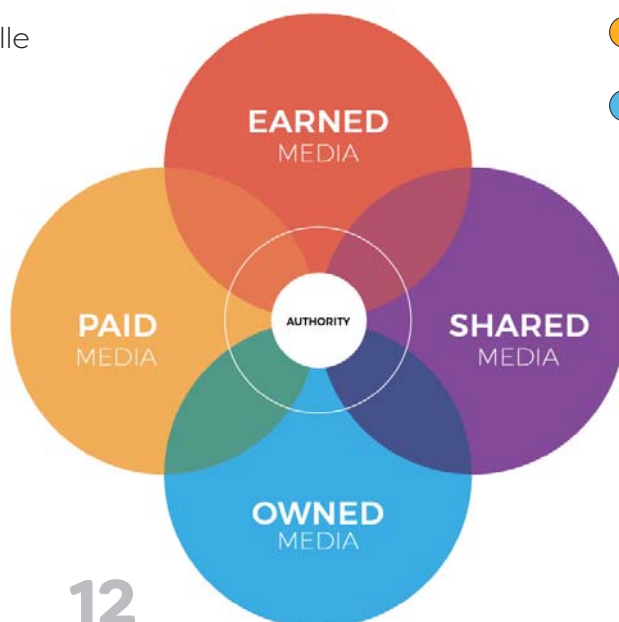
Kyselyt ja palautteen keruu, tulosten analysointi ja oman toiminnan kehittäminen tämän pohjalta



Kuntabrändin vahvistaminen kuntalaisille



Kunnan kesäesitteen uudistaminen



# Käytettävät mittarit

## Tavoitemittarit (KPI):

- Osallistumisaktiivisuuden seuraaminen (äänestysaktiivisuus kuntavaaleissa, osallistuminen asukasiltoihin yms.)
- Kuntapalvelut-kysely asukasviestinnästä ja sähköisistä palveluista
- Kuntapalvelut-kysely: kuinka läheiseksi koette Nurmijärven kunnan ja kuinka onnellinen olet asumisesta Nurmijärvellä?
- Nurmijärveläisten lähtömuutto
- Vuosittainen viestinnän tila -kysely luottamushenkilöille

## Etappimittarit:

- Some-sisältöjen vaikuttavuuden ja osallistamisen seuranta
- Kunnan vastineajan verkkopalvelu Solmussa ja sosiaalisessa mediassa
- Tiedottamisen seuranta ja tavoitavuus
- Avoimen palautteen kerääminen kunnan tapahtumista, tulosten koonti ja analysointi
- Kotisivujen kävijätietojen seuraaminen (Google Analytics yms.)

## Viikkomittarit:

- Viestintäsuunnitelman toimenpiteiden toteutumisen seuraaminen (tehty/ ei tehty)



# 2 Aktiivinen viestintä ja markkinointi lisäävät Nurmijärven vetovoimaa

- Viestinnän tavoitteena on parantaa Nurmijärven brändiä kunnan ulkopuolella ja sen avulla lisätä kunnan vetovoimaa asuinpaikkana ja toimipaikkana.
- Kestävä kuntabrändi rakentuu olemassa olevien faktojen päälle. Kuntabrändin kehittäminen edellyttää koko kuntaorganisaation yhteistyötä.
- Kuntabrändin vahvistamisella tavoitellaan useampaa alatavoitetta:
  - **Muuttovoitto**
  - **Asuintalojen tonttimyynti**
  - **Yritystonttien myynti**
  - **Matkailun\* lisääminen**
- Käytännössä viestintä tekee näkyväksi, kuvastaa ja toteuttaa kuntastrategian tavoitteita
  - 1) Aktiivinen vuoropuhelu
  - 2) Viihtyisä ja turvallinen Nurmijärvi,
  - 3) Yritysten kunta
  - 4) Terve talous
  - 5) Sujuva arki

\*Matkailulla tarkoitetaan tässä yhteydessä sekä kunnan ulkopuolella asuvien vierailua kunnan alueella (yöpymiset, päivämatkaajat, työmatkaajat), mutta myös kuntalaisten kotiseutumatkailua omassa kunnassa (konsertit, museovierailut).

## Kuinka vahvistaa kuntabrändiä?

Viestitään kunnasta perinteisen median (earned), sosiaalisen median (shared, paid, owned) ja muun näkyvyyden välityksellä laajemmalle yleisölle.

### Edellyttää:

- Viestintäprosessien kehittämistä organisaation sisällä
- Viestinnän filosofian muutosta: reagoivasta ja varovaisesta vuorovaikutukselliseen ja värikkääseen viestintään
- Nurmijärven brändi-ilmeen yhteneväistä käyttöä
- Mediasuhteiden rakentamista ja aktiivista yhteydenpitoa median suuntaan
- Mediaseurannan rakentamista ja siitä oppimista
- Kohderyhmien ja kohdemedioiden määrittelyä tilanteen mukaan
- Mainonnan sisältöjen ja kohdentamisen kehittämistä
- Osallistavaa vuoropuhelua sosiaalisessa mediassa
- Sosiaalisen median mainonnan kehittämistä ja kohdentamista
- Viestinnän yhteistyötä kunnan eri organisaatioiden kanssa, kuten yritysten kanssa

## Toimenpiteet

Brändi-ilmeohjeistuksen käyttöön otto koko organisaatiossa vuoden 2019 aikana	
Nurmijärven brändin tarinoittaminen	
Sosiaalisen median kanavien määrittely ja uusien kanavien perustaminen	
Sosiaalisen median mainonnan kehittäminen	
Markkinointiviestinnän lisääminen ja arvioiminen dataan pohjautuen	
Tonttimarkkinoinnin kehittäminen (markkinoinnissa, PR-viestinnässä ja uusilla kotisivuilla yms.)	
Uusien kotisivujen suunnittelu ja toteuttaminen kuntabrändiä vahvistaviksi	
Aktiivinen ja kiinnostava PR-viestintä	
Mediaviestinnän työkalujen ja prosessien kehittäminen	
Tapahtumaviestinnän kohdentaminen ulkopaikkakuntalaisille	
Sidosryhmien tunnistaminen ja aktiivinen vuoropuhelu	
Matkailuviestinnän kehittäminen yhdessä paikallisten sidosryhmien kanssa	
Paikallisjärjestöjen ja tapahtumien sponsorointi ja tukeminen viestinnän keinoin	
Nurmijärveläisten aktivointi ja sitouttaminen (tavoite 1.) tukee myös tätä tavoitetta	

## Käytettävät mittarit

### Tavoitemittarit (KPI):

- Kunnan asukasluvun kehitys, nettomuutto
- Kumulatiivinen omakotitalo- ja yritystonttimyynti (vrt. tehdyt markkinointitoimenpiteet)
- Rakennettujen asuinpientalokiinteistöjen kauppa (vrt. markkinointiaika, lukumäärä)
- Asiakasmäärien mittaaminen ja vertailu kunnan kohteista (museot yms.)
- Bränditutkimukset Nurmijärven kunnasta
- Mediahuomion vaikutus brändiin

### Etappimittarit:

- Mainonnan mittarit (klikit, vierailijamäärät halutuilla kotisivuilla, täytetyt lomakkeet)
- PR-toimenpiteiden seuranta (julkaisujen määrä, tavoitavuus)

### Viikkomittarit:

- Viestintäsuunnitelman toimenpiteiden toteutumisen seuraaminen (tehty/ ei tehty)

# 3 Nurmijärven kunnan työnantajamielikuvan vahvistaminen

- Viestinnän tavoitteena on lisätä työntekijöiden työssä viihtymistä.
- Viestinnän tavoitteena on vahvistaa Nurmijärven työnantajamielikuvaa.
- Käytännössä viestintä tekee näkyväksi, kuvastaa ja toteuttaa kuntastrategian tavoitteita
  - 1) Osaajien työpaikka ja
  - 2) Avoin vuoropuhelu

## Kuinka vahvistaa työnantajamielikuvaa?

- Kunta viestii aktiivisesti sisäisissä (unohtamatta ulkoisia) viestintäkanavissa omille työntekijöilleen
- Kunta viestii perinteisen median, sosiaalisen median, kotisivujen ja muiden kanavien välityksellä potentiaalisille työnhakijoille
- Monipuolinen ja kiinnostava työnantajamielikuvaviestintä kohdentuu samalla laajemmalle yleisölle, mikä vahvistaa Nurmijärven kuntabrändiä.

## Toimenpiteet

Rekrytointi-ilmoitusten selkeyttäminen	●○○○
Kysely sisäisestä viestinnästä työntekijöille	●○○○
Sisäisten viestintäkanavien analysointi ja uudistaminen	●○○○
Aktiivinen sisäinen viestintä	●○○○
Rekrytointiviestinnän kehittäminen ja yhtenäistäminen	●●●●
Rekrytointiviestinnän kouluttaminen	●○○○
Sosiaalisen median hyödyntäminen työnantajamielikuvan kehittämiseksi	●●●●
Some-koulutus kunnan työntekijöille/edustajille	●○○○
Sosiaalisen median suunnitelmallisen mainonnan kehittäminen	●○○○
Uusien kotisivujen toteuttaminen rekrytoinnin näkökulmasta	●○○○
Mediaviestinnän tehostaminen	●●○○



# Käytettävät mittarit

## ***Tavoitemittarit (KPI):***

- Sisäinen kysely työssä viihtymisestä ja sitoutumisesta
- Sisäinen kysely sisäisen viestinnän toimivuudesta
- Työhakemusten määrä avoinna oleviin työpaikkoihin (vrt. markkinointiviestinnän toimenpiteet)
- Ulkoinen kysely Nurmijärven työnantajamielikuvasta joka 2. vuosi

## ***Etappimittarit:***

- Pulssikyselyt työntekijöille (esim. kuinka hyvin viihdyit tänään töissä)
- Sisäisten viestien katselu- ja lukumäärät (edellyttää muutosta intrassa)
- Sosiaalisen median sisältöjen vaikuttavuus

## ***Viikkomittarit:***

- Viestintäsuunnitelman toimenpiteiden toteutumisen seuraaminen (tehty/ ei tehty)

# 4 Elinkeinoelämän aktiivisuuden lisääminen

- Viestinnän tavoitteena on tehdä Nurmijärvestä parempi paikka yrittää
- Käytännössä viestintä **tekee näkyväksi, kuvastaa ja toteuttaa** kuntastrategian tavoitteita
  - 1) Yritysten kunta,
  - 2) Terve talous ja
  - 3) Avoin vuoropuhelu

## Kuinka tukea elinkelpoisuutta viestinnällä?

- Tavoitteen saavuttamiseksi kunta vaalii jatkuvaa yhteydenpitoa yritysten ja muiden sidosryhmien kanssa, toimien tarvittaessa koordinaattorin roolissa.
- Kunta voi omalta osaltaan auttaa sidosryhmiä viestinnässä ja saavuttamaan itseään laajempaa näkyvyyttä.
- Kunta huolehtii, että se tiedottaa paikallisia yrityksiä mahdollisista muutoksista.

## Toimenpiteet

Jatkuva yhteydenpito elinkeinoelämän edustajien kanssa	○ ○ ○ ○ ○
Paikallisten tapahtumien järjestäminen	● ● ● ●
Paikallisten tapahtumien yms. tukeminen	● ○ ○ ○ ○
Paikallisten yritysten ajankohtaisten asioiden huomioiminen kunnan viestinnässä	● ● ○ ○ ○
Yhteinen tiedottaminen ja positiivisen mediahuomion lisääminen myös sidosryhmille	● ● ● ●
Matkailuviestinnän kehittäminen	● ● ● ●
Uusien kotisivujen suunnittelu ja toteuttaminen	● ○ ○ ○ ○
Kesäesitteen kehittäminen	● ○ ○ ○ ○

# Käytettävät mittarit

## Tavoitemittarit (KPI):

- Brändikyselyt paikallisille yrityksille ja yrittäjille
- Nurmijärven yksityisen sektorin ja kolmannen sektorin työpaikkojen lukumäärä

## Etappimittarit:

- Kunnan kotisivujen kävijämäärät (esim. matkailusivut)
- Mediaviestinnän seuraaminen ja mediaosuminen tavoitavuus

## Viikkomittarit:

- Viestintäsuunnitelman toimenpiteiden toteutumisen seuraaminen (tehty/ ei tehty)



*"Your greatest asset is your reputation – your good name. Establishing and maintaining this builds the trust and confidence on which public services depend for their legitimacy."*

*- Alex Aiken, Westminster council's communication strategist.*



Nurmijärvi  
on  
**ilmiö**