

# Habitare

# Ohjelma

Tervetuloa, brunssia tarjolla <3

- Habitare-tiimin esittäytyminen ja kuulumiset / Tanja Pasila
- Habitaren ohjelma ja teema / Ida Ågren
- Habitaren osa-alueet ja osallistumisvaihtoehdot / Outi Forsblom, Ida Grönman, Hanna Laikola
- Markkinoinnin ja viestinnän vinkit tehokkaaseen messuosallistumiseen / Saija Vanhanen ja Pia Sievinen
- Kysymyksiä, keskustelua ja verkostoitumista
- Tilaisuus päättyy klo 11.30, jonka jälkeen mahdollisuus tutustua Kevätmessuihin



# Habitare –tiimi esittäytyy

Ida Grönman ja Outi Forsblom \* myyntipäällikkö

Ida Ågren \* tuottaja

Pia Sievinen \* viestinnän asiantuntija ja brändi

Saija Vanhanen ja Jonna Mikkonen \* markkinointi

Mika Olasmaa \* tekniikan myyntipäällikkö

Hanna Laikola \* Creative brand manager

Päivi Helander \* Creative lead

Tanja Pasila \* Liiketoimintapäällikkö

[Etunimi.sukunimi@messukeskus.com](mailto:Etunimi.sukunimi@messukeskus.com)

Pl. Ext-Hanna.Laikola@messukeskus.com

Pl. Ext-Jonna.Mikkonen@messukeskus.com



# Kuulumisia...

- Habitare Materials & Objects -näyttely esittelee pohjoismaisia materiaaleja ja esineitä Milanon designviikolla Alcovassa 7.-13.4.2025 – mukana 14 suomalaista muotoiluyritystä ja muotoilijaa  
Lokaatio ALCOVA MILANO / FORMER SNIA FACTORY
  - Näyttelyssä ovat mukana Arktis Furniture, Fiberwood, Durat, Hiil, KOIVUI®, KOTA Company, Metsä Fibre, Mölinä, Pihlgren ja Ritola, Suomen Käsityön Ystävät ja VM Carpet sekä muotoilijat **Fanni Laukkanen**, **Aino Michelsen** ja **Ville Auvinen** sekä **Roosa Ryhänen**
- Syksyn Habitaren suunnittelu ja valmistelu on hyvässä vauhdissa
  - Mukana nyt jo yli 300 yritystä



# Pohjoismaiden johtava huonekalu-, muotoilu- ja sisustustapahtuma



## Pohjoismaiden johtava huonekalu-, muotoilu- ja sisustustapahtuma

Habitare tarjoaa elämyksiä ja ideoita sisustamiseen sekä kodin ja tilojen toiminnallisuuteen ja visuaalisuuteen.

Habitare järjestetään vuosittain ja seuraavan kerran **Helsingin Messukeskuksessa 10.–14.9.2025**

### KÄVIJÄKOHDERYHMÄT

Sisustuksesta ja muotoilusta kiinnostuneet kuluttajat, laaja yleisö

Alan ammattilaiset

Vaikuttajat

Opiskelijat

Media

> Kotimaassa ja kansainvälisesti

Habitare

# Habitare 2024

## Kävijämäärä

45 300

## Kävijäprofiili

14 800 Ammattilaiskävijät  
270 Median edustajat

## Näytteilleasettajia

Yli 400

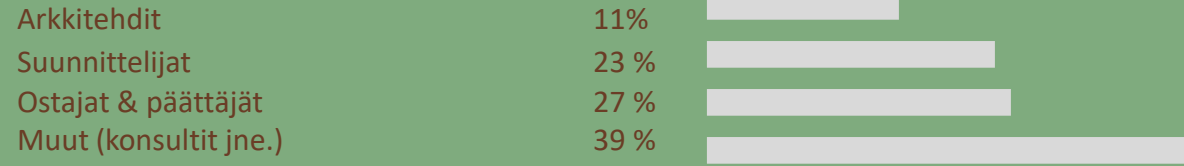
## Maat

Viro, Tanska, Ruotsi, Japani, Saksa, Englanti, Puola,  
Sveitsi, Italia, Ranska

## Yleisökävijät



## Ammattilaiskävijät



18 % Uusia kävijöitä

81 % Palaavia kävijöitä

90 % Tyytyväisiä tapahtumaan

9 % Kävijämäärän kasvu viime vuoteen

## Kiinnostuksen kohteet

Huonekalut	75 %
Sisustustekstiilit, materiaalit, tarvikkeet	59 %
Antiikki & Vintage	58 %
Ajankohtainen muotoilu	53 %
Valaisimet	40 %

## Markkinointi

Sosiaalinen media	49K+
Lukijat (Habitare messulehti, messuopas)	115K
Verkkosivuvierailut/vuosi	170k
Uutiskirjeet (Habitare messuklubi & ammattilaiset)	35K

# Habitaren teema



# Teema 2025: Koskettaa/Touch



Habitaren 2025 teema Koskettaa/Touch pureutuu inhimilliseen tarpeeseen kokea, koskea ja tunnustella asioita. Teema kehottaa tutkimaan moniaistillisesti tiloja, valjastamaan aidon uteliaisuuden osaksi kokemusta ja löytämään pinnoista tunteen.

”Maailman ollessa tekninen ja etäinen, kaipaamme ympärillemme asioita, jotka tuntuvat joltain. Koskettamisen ja tuntemisen tarve on toisaalta jotain ikaikaisen inhimillistä, toisaalta vastavoima yhä digitalisoituvalle yhteiskunnalle. Kun asiat herättävät tuntemuksia, eivät ne vain jää ohimeneviksi tai kertakäyttöisiksi. Koskeminen on myös uteliaisuuden airut. Sen vaaliminen tekee meistä kekseliäitä ja sopivasti uskaliaitakin”,

Päivi Helander, Creative Lead, Habitare

# Ohjelma

## Teemanäyttely ja teemalava

- Arkkitehtitoimisto Collaboratorio
- Teemanäyttelyn sisälle rajautuva intiimi keskustelutila, jossa sukellaan syvemmälle Koskettaa/Touch – teeman aiheisiin

## Päälava

- Habitaren Päälavalla kuullaan kaikki kansainväliset keynote-puheenvuorot sekä designin ja sisustamisen ystäville kiinnostavat keskustelut.

## Lava

- Keskusteluja ja puheenvuoroja antiikista, taiteesta, vintagesta ja sisustamisesta



# Ohjelma

## Genelec Lounge

- Artisteja
- Ohjelman teemoina remontointi ja rakentaminen

## Habitare Kids

- Habitare Kids on lapsille, nuorille ja lapsiperheille omistettu alue, jossa keskiössä on työpajat, leikki ja muotoilun maailmasta oppiminen

## Työpajat

- Habitare Handmade-työpajoissa uppoudutaan käsillä tekemisen äärelle
- Habitare Choice – paviljongin työpajoissa käsillä tekemisen rinnalla kehon ja mielen rauhoittamista messuhulinassa

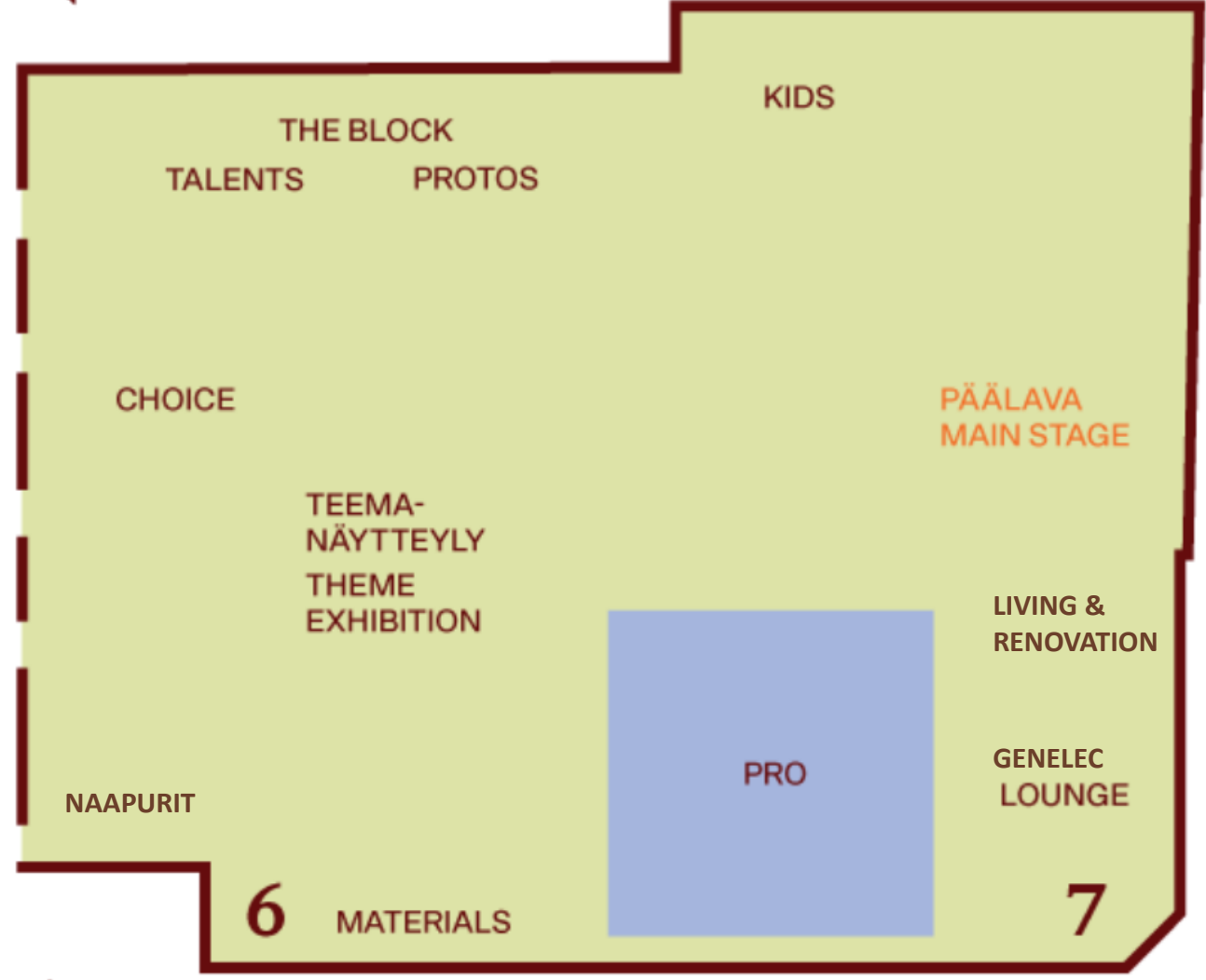
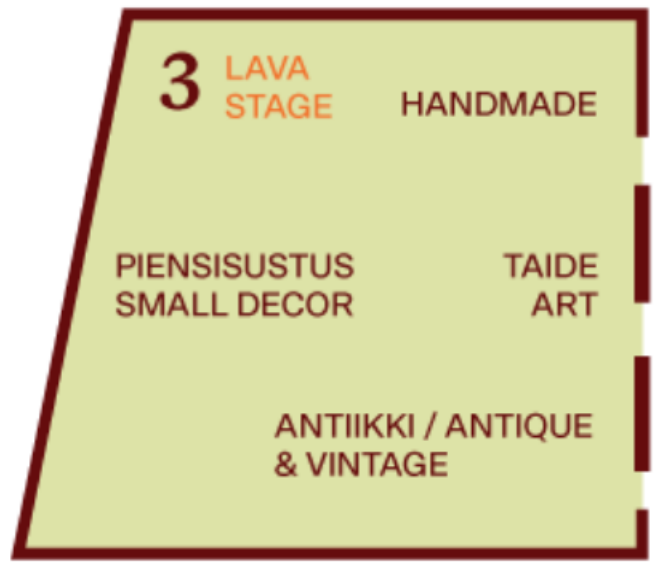
## Habitare Pro Lounge

- Habitare Pro Party keskiviikkona
- Pro Loungessa järjestetään ammattilaiskävijöille workshoppeja. Torstaina teemana on arkkitehtuuri ja perjantaina keskiössä ovat ostajat



# Habitaren osa-alueet ja osallistumisvaihtoehdot

POHJOINEN SISÄÄNKÄYNTI  
NORTHERN ENTRANCE



ETELÄINEN SISÄÄNKÄYNTI  
SOUTHERN ENTRANCE

# Habitare

HELSINGIN MESSUKESKUS  
HELSINKI EXHIBITION AND CONVENTION CENTRE

# Halli 3:

- Piensisustamisen, taiteen, käsityön ja vintage-sisustamisen alue
- Työpajoja ja ohjelmaa aiheiden ympärillä
- Valmiita kustannustehokkaita osastoratkaisuja alueittain



Habitare Art



Habitare Handmade / Susanne Hamari



Habitare Antiikki & Vintage

# Halli 6:

- Kuratoitu asumisen ja muotoilun kohtaamispaikka, jossa esitellään ja myydään ajankohtaista ja kiinnostavaa muotoilua sekä inspiroidutaan tuoreista ilmiöistä
- Ajankohtaiset näyttelyt, teemalava, uusi muotoilu The Block



Habitare Choice – Vastuullisten valintojen alue  
Susanna Vento



Habitare Materials – Osallistava materiaalikirjasto  
NEMO arkkitehdit



Habitare Naapurit – Trendinäyttely

Laura Seppänen

# Halli 6: Habitare Pro

- Ammattilaisille suunnattu projektisisustamisen / B2B-yrityksille omistettu alue
- Keskiössä verkostoitumis- ja kohtaamiskokemukset Habitare Pro Loungessa
- Habitare Pro Partyt keskiviikkona 10.9.2025
- Teemapäivät: Arkkitehtien päivä to 11.9., Ostajien päivä pe 12.9.
- UUTTA: Habitare Pro verkostoitumiskumppani **Brella**





# Halli 7:

-Uusia ideoita ja monia vaihtoehtoja kodinsisustajalle. Täällä esitellään ja myydään monipuolisesti tuotteita ja ratkaisuja kodin eri tiloihin.

- Tuoteryhmät: Huonekalut ja sisustuotteet, kodin elektroniikka, pintamateriaalit, asumisen tuotteet ja palvelut, takat, talot.

UUTTA: Living & Renovation – parhaat uutuudet ja asiantuntijat kodin remontointiin

- Alueeseen liittyvää ohjelmaa Genelec Loungessa



# Helppoja pakettivaihtoehtoja



# Markkinoinnin ja viestinnän vinkit tehokkaaseen messuosallistumiseen

# Mikä tekee tapahtumamedian?

## 1. Kohtaamismedia on paikkasi tehdä vaikutus

- Messut koetaan moderniksi, kiinnostavaksi ja vuorovaikutteiseksi mediaksi
- Tapahtuma luo kehyksen puheenaiheille ja kaupanteolle
- Messuilla hyödynnät tapahtuman luomaa nostetta ja profiloitua brändillesi luontaisessa ympäristössä

## 2. Räätelöity & tutkitusti ostovoimainen kohderyhmä paikalla

- Kohtaamismedia kokoaa samanhenkiset heimot ja ammatilliset viiteryhmät yhteen poikkeuksellisella tavalla. Messuilla tulet juuri oikean kohderyhmän äärelle: nämä ihmiset eivät halua ohittaa sinua vaan tulla kohdatuksi.

## 3. Rajattomia mahdollisuuksia toteutukseen

- Keskeisenä vetovoimatekijänä inhimilliset kohtaamiset osastolla
- Mahdollisuus ottaa Messukeskus haltuun - lisänäkyvyydellä, erikoismainospaikoilla, promootion keinoin.
- Mahdollisuus rakentaa jopa ympärivuotista kampanjaa tapahtuman omissa kanavissa



# Habitare tapahtumamediana

## Tavoita juuri oikea kohderyhmä

Habitare houkuttelee vuosittain kymmeniätuhansia huonekaluista, sisustuksesta ja designista kiinnostunutta kävijää, jotka etsivät uusia tuotteita, palveluita ja tietoa sekä haluavat tutustua alan trendeihin

## Näkyvyys Pohjoismaiden suurimmassa alan tapahtumassa

Osallistuminen Habitare-messuille vahvistaa brändimielikuvaa alan toimijana

## Ostovoimainen yleisö

Habitare tavoittaa kohderyhmän ostovoimaiset kuluttajat ja tuo heidät neljäksi päiväksi saman katon alle! Tapahtumassa on mahdollista tehdä kauppaa ja vahvistaa kuluttajien myöhempiä ostoaikeita!

**Osallistuminen ei ole pelkästään näkyvyyttä – se on sijoitus kasvuun, brändin tunnettuuteen ja oikean kohderyhmän tavoittamiseen!**

## Verkostoituminen alan vaikuttajien ja ammattilaisten kanssa

Messut ovat erinomainen paikka luoda kuluttajien lisäksi kontakteja alan vaikuttajiin, mediaan ja ammattilaisiin.

## Suora kuluttajapalaute ja kysyntä

Messut tarjoavat suoran kontaktin loppuasiakkaisiin. Kasvatat tunnettavuutta, jäät kävijöiden mieleen ja saat suoraa palautetta kuluttajilta



# Vaikuttava markkinointi vaatii sen aktiivista huomaamista

Ihmisen on nähtävä mainos 3 sekunnin ajan, jotta se jää mieleen vuorokaudeksi. Valtaosassa digikanavia aina alle rajan.

Parin minuutin kontaktin voi muistaa vielä kahden vuoden päästä – siksi messukohtaamiset on arvokkaita.

Messuilta puuttuvat muun mainonnan häiriöt ja ihminen keskittyy näkemäänsä.

**Siksi messut on mieleenjäavin media.**



# 8 vinkkiä messuilla onnistumiseen

**1. Suunnittele etukäteen:** Varmista, että olet asettanut selkeät tavoitteet messuille. Hyödynnä tutkittua tietoa kävijäprofiilista kohtaamisten suunnitteluun

**2. Visuaalinen houkuttelevuus:** Varmista, että osastosi erottuu joukosta. Hyödynnä värejä, houkuttelevia visuaalisia elementtejä ja selkeitä viestejä. Varmista, että brändisi tulee esille

**3. Kohtaamiset:** Osastotyöskentely on kaiken A ja O. Kävijät haluavat kohdata juuri sinut kasvokkain ja kuulla tuotteistanne, brändistä ja arvoista ja saada suosituksia ja opastusta. Ole aktiivinen ja kutsuva. Käy keskusteluja kävijöiden kanssa ja varmista, että osastolla on riittävästi henkilökuntaa vastaamassa kysymyksiin

**4. Osaston toiminnallisuus:** Mitä sellaista teidän osastollanne voisi tapahtua, joka saisi kävijät viettämään aikaa osastolla ja teidät jäämään kävijöiden mieleen?

**5. Aktivointi:** Tekeminen, arvonnat ja erilaiset pelit houkuttelevat aina. Jonot ovat varmat, mutta miettikää miten hyödynnätte suosion. Keskustelua tai esittelyä jonottajien kanssa?

**6. Kuvat ja some:** Hyödynnä tapahtuman ympärillä oleva somenäkyvyys. Kaunista ja kiinnostavaa on kiva kuvata, myös kuvausseinät osastoilla ovat suosittuja!

**7. Myynti:** Kävijät toivovat messuilta löytävänsä uusia tuotteita ja Habitare messuilta löydät valmiiksi ostovoimaiset kuluttajat saman katon alta. Onko teillä sisäänheittotuotetta tai tarjouksia, messuetua, joka saa kävijän tekemään ostoksen juuri messuilla?

**8. Messujen jälkeen:** Varmista, että voitte hyödyntää messukohtaamisia myös messujen jälkeen! Keräättekö uutiskirjetilaaajia tai someseuraajia, tai olisiko teillä esimerkiksi etukoodi osastolla vierailleille?

# Markkinoi osallistumistasi etukäteen

## 1. Varmista, että olet päivittänyt eMessukeskukseen osastonne kuvauksen!

- Monet kävijöistä katsovat täältä Habitare yritykset, ja täällä voitte tehdä ensivaikutuksen ja herättää kiinnostuksen tulla osastollenne.

-Voit lisätä tietoja eMessukeskuksen "Päivitä Yritysprofiili" -kohdasta.

## 2. Kerro somessa aktiivisesti ja monipuolisesti siitä, että olette mukana Habitaressa!

-Järjestä lippuarvontoja & kerro osastostanne

-Luo vuorovaikutusta

## 3. Hyödynnä valmiit materiaalit omissa kanavissanne, uutiskirjeessä, myymälässä/showroomissa, ilmoituksissanne, mainoksissanne jne.

-Markkinointimateriaalit [FI >>](#) ja [ENG >>](#)

-Löydät bannerit ja Gifit [täältä >>](#)

-Logot täältä: [Habitare >>](#) ja [Habitare Pro >>](#)

## 4. Lähetä lehdistötiedotteet ja syötä eMessukeskukseen

- Lähetä Habitaressa esiteltäviin tuotteisiin/palveluihin liittyvät tiedotteet alan medioille etukäteen. Jos mahdollista, ennen juhannusta, sillä syksyn lehdet tehdään kesällä.
- Linkki yritysten tiedotteisiin menee Habitaren mediakutsun mukana.

## 5. Järjestä lehdistö- tai vaikuttajatilaisuus tapahtumassa omalla osastollasi!

- Muista kutsua median edustajat & vaikuttajat tilaisuuteen!
- Kerro Habitare-tiimille uutuuksistasi tai jos osastollesi tulee puhujia, ohjelmaa tai media -tai vaikuttajatilaisuuksia. Näin voimme lisätä tilaisuudet mediakutsuun ja varmistaa, etteivät tilaisuudet mene päällekkäin.

## 6. Kutsu asiakkaanne ja kumppaninne messuille!

-Lähetä lippuja eMessukeskuksen Kutsu asiakkaasi -sivun kautta.

- [eMessukeskus >>](#)

## 7. Tutustu näytteilleasettajaoppaaseen ja muihin hyödyllisiin infoihin ja päivämääriin

- Löydät sen [täältä >>](#)

Habitaren tiimi tukee menestymistänne messuilla! Kertomalla mukanaolostanne, tuotteistanne ja palveluistanne herätetään kävijöiden kiinnostusta ja innostusta myös teidän kauttanne.

Habitare

**Tehdään tapahtumasta unohtumaton yhdessä!**



# Media

## Kohtaamismedia (oma media)

Habitare kohtaamismedian kanavat tavoittavat ja tuovat yritykset ja kohderyhmät yhteen.

Kohtaamismedia tuo yritykselle näkyvyyttä tapahtuman fyysisissä ja digitaalisissa kanavissa – ennen tapahtumaa, sen aikana ja jälkeen.

Kohtaamismedia vahvistaa asiakkaidemme brändimielikuvaa, kasvattaa tunnettuutta sekä mahdollistaa menestyksekkäät kohtaamiset.

## Habitare PRO – Uutta Nordic Quarters publication

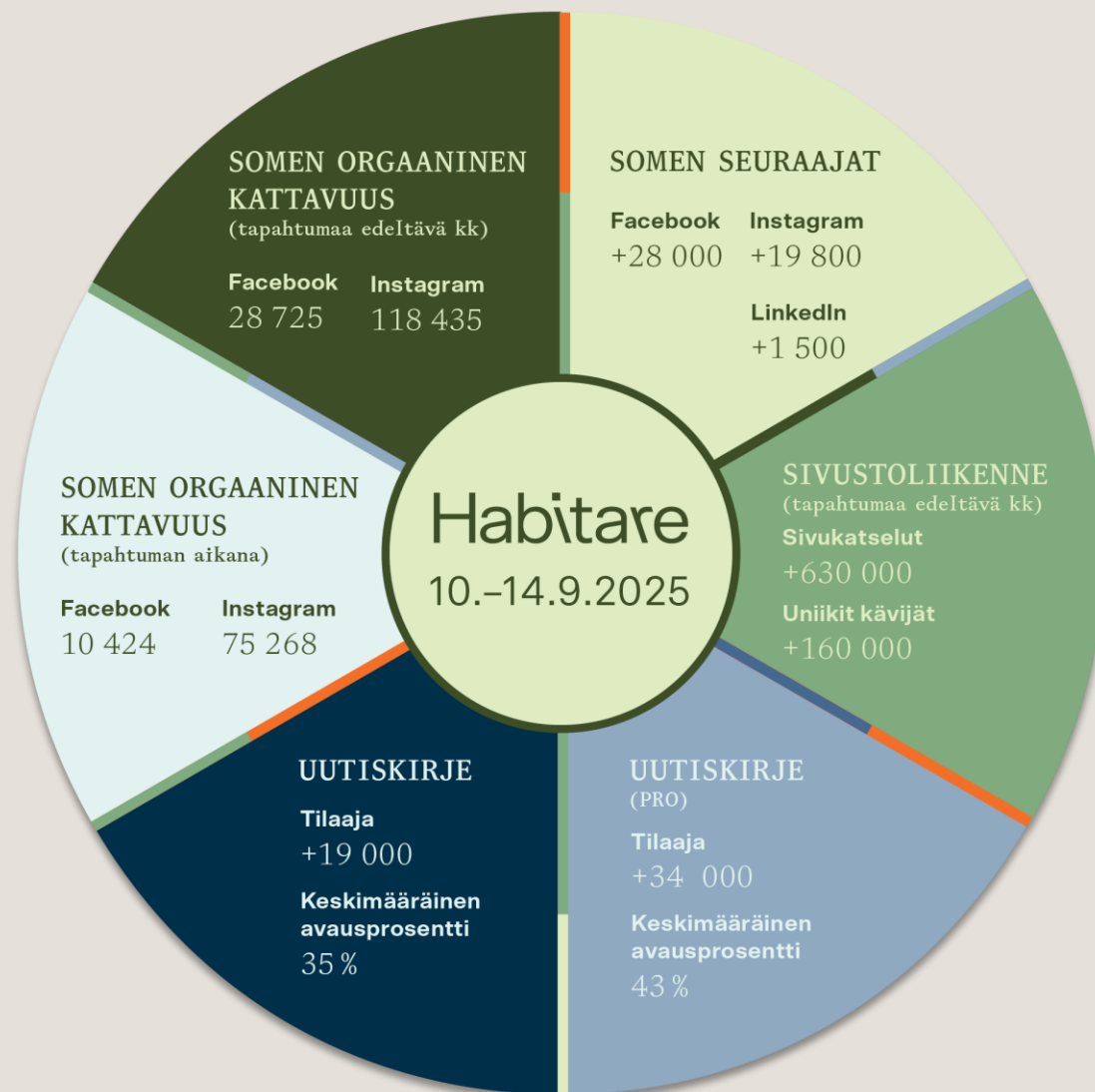
Julkaisut 3x vuodessa uutiskirjeen ja 1x digijulkaisun muodossa – 1.issue julkaistaan 31.3., samalla julkaistaan myös alalla tunnettu henkilö tekstien takana. Sisällöt nostettuna myös verkkosivuilla

## Habitare ostettu media mm. (TBC)

Ulkomainonta, printti (HS, paikallislehdet), TV/Radio, sosiaalinen media, SEM & vaikuttajayhteistyöt. Kattavampi näkyvyys alkaa n. kk ennen tapahtumaa

Näkyvyys kaupungilla: Keskuskatu, Tripla & Kamppi (TBC)

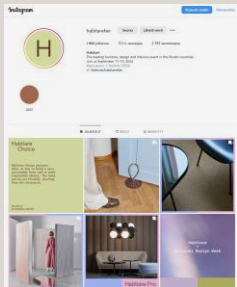
& Showroom-näkyvyydet ja materiaalit



# Kuluttajan matka

## TARPEEN TUNNISTAMINEN

Viestintä  
Oma media: some,  
uutiskirjeet, verkkosivut



## TIEDONHAKU/HARKINTA

Ostettu media  
Oma media  
Hakukonemainonta



## KONVERSIO

Ostettu media  
Oma media  
Reta  
Vaikuttajat  
Hakukonemainonta

Näytteilleasettajat  
kommunikointi: (valmiit  
markkinointimateriaalit  
hyödyntäminen)

**FI**  
**ENG**



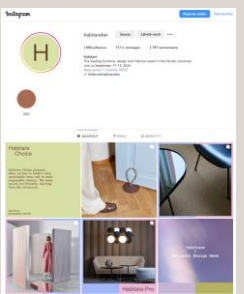
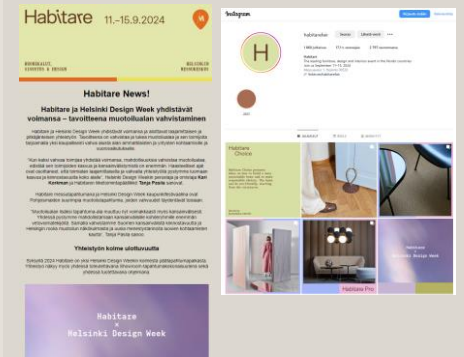
## OSTOPÄÄTÖKSEN TEKEMINEN

Ostettu media  
Oma media  
Vaikuttajat  
Näytteilleasettajien  
nostot  
Hakukonemainonta



## SITOUTTAMINEN/OSTON JÄLKEINEN TOIMINTA

Tapahtuma  
Oma media  
Näytteilleasettajat



# Meille vastuullisuus on tekoja – pieniä ja isoja

- Messukeskuksen toiminta toi pääkaupunkiseudulle vuonna 2023 **187 miljoonan euron** tulovirran
- Katollamme sijaitsevan aurinkovoimalan tuotanto vastaa **168 kerrostalokaksion** (419 MWh) vuosittaista sähkönkulutusta
- Messukeskus on **Helsingin kaupungin ilmastokumppani** sekä Sustainable Travel Finland – yritys
- Vuonna 2023 kierrätimme jätteistämme **19 %**, energiantuotantoon jätteitä meni **75 %** ja materiaalihyödyntämiseen **6 %**
- **Jopa 99%** tapahtumiemme rakenteista ja materiaaleista hyödynnetään uudelleen! Kalusteet, matot, verhot...
- **Esteetön Messukeskus** – olemme EU:n vammaiskorttikohde
- Olemme tehneet **yhteistyötä** ammattiopisto Liven sekä Suomen Unicefin kanssa vuodesta 2018
- Tavoittemme on olla hiilineutraali vuoteen 2030 mennessä
- Vuonna 2023 kierrätimme jätteistämme 19 %, energiantuotantoon jätteitä meni 75 % ja materiaalihyödyntämiseen 6 %
- Katollamme sijaitsevan aurinkovoimalan tuotanto vastaa 168 kerrostalokaksion (419 MWh) vuosittaista sähkönkulutusta
- Jopa 99% tapahtumiemme rakenteista ja materiaaleista hyödynnetään uudelleen! Kalusteet, matot, verhot...
- Messukeskus on Helsingin kaupungin ilmastokumppani sekä Sustainable Travel Finland – yritys
- Esteetön Messukeskus – olemme EU:n vammaiskorttikohde
- Messukeskuksen toiminta toi pääkaupunkiseudulle vuonna 2023 187 miljoonan euron tulovirran



100%

**MESSUKESKUS** CO<sub>2</sub> NEUTRAALI **2030** MENNESSÄ

# Kysymyksiä, keskustelua & verkostoitumista

**Kiitos!**