Region Stockholm

Regionledningskontoret

PM
2021-02-11

RS 2020-0828

Riktlinjer för varumärkesarbete i Region Stockholm

Remiss-PM

Innehållsförteckning

1. Regionledningskontorets förslag och motivering 3
1.1 Beskrivning 3
1.2 Sammanfattning 3
1.3 Bakgrund 3
1.3.1 Uppdrag 3
1.3.2 Innehåll 4
1.3.3 Arbetsmetod 4
1.3.4 Kompletterande styrande dokument 5
1.3.5 Hantering av befintliga styrande dokument 5
1.3.6 Ekonomiska konsekvenser 5

1. Regionledningskontorets förslag och motivering

1.1 Beskrivning

Ärendet utgörs av ett förslag till riktlinje för varumärkesarbete i Region Stockholm och omfattar nämnder och bolag.

Regionledningskontoret avser föreslå regionstyrelsen föreslå att regionfullmäktige beslutar följande:

1. Att förslag till riktlinje för varumärkesarbete i Region Stockholm fastställs.
2. Att befintliga Riktlinjer för Stockholms läns landstings varumärkesarbete, LS 0409-1809 upphör.
3. Att regionstyrelsen ges i uppdrag att besluta om riktlinjer för visuell identitet.
4. Att regionstyrelsen ger regiondirektören i uppdrag att besluta om kompletterande tillämpningar i form av manual för visuell form.

1.2 Sammanfattning

Förslaget till riktlinje för varumärkesarbetet ska gälla för Region Stockholms nämnder och bolag och syftar till att konkretisera hur organisationen ska arbeta med Region Stockholms varumärken.

Enligt förslaget ska Region Stockholm uppfattas som en enhetlig aktör med ett gemensamt varumärke. Egenprofilerade nämnder och bolag behåller sina egna varumärken.

Riktlinjen för varumärkesarbetet kompletteras med styrande dokument för Region Stockholms visuella identitet.

1.3 Bakgrund

1.3.1 Uppdrag

Nuvarande styrande dokument för varumärkesarbete och grafisk profil, (LS 0409-1809) är från 2005. Sedan dess har förutsättningarna för organisationen Region Stockholm och för kommunikationsområdet utvecklats och förändrats.

I samband med beslut om kommunikationspolicy, (LS 2016-0567), gav fullmäktige regionstyrelsen i uppdrag att återkomma med förslag på styrande dokument för varumärke och visuell identitet i Region Stockholm.

Som ett första steg beslutade fullmäktige i maj 2019 om Användning av logotyp för Region Stockholm, (LS 2018-1282).

Riktlinjen ska konkretisera detta beslut och förtydliga och ange regler och krav för varumärkesarbetet i Region Stockholm. Den ska utformas enligt regionfullmäktiges beslutade regler för kompletterande styrande dokument.

Region Stockholms varumärken ska utgå från Region Stockholms beslutade vision och värderingar vilka tydliggörs i budget samt andra styrande dokument. Det innebär att riktlinjen inte innehåller egna formuleringar av vision och värderingar.

1.3.2 Innehåll

Riktlinjen kompletterar Region Stockholms kommunikationspolicy och andra styrande dokument inom kommunikationsområdet och stödjer övriga styrande dokument inom områdena uppförande och bemötande.

Förslaget till riktlinje syftar till att konkretisera Region Stockholms varumärkesarbete och innebär en varsam och kostnadseffektiv revidering av befintlig riktlinje för anpassning till andra styrande dokument samt för att komplettera och utveckla fullmäktiges tidigare beslut om en gemensam logotyp.

Enligt förslaget till riktlinje ska varumärkesarbetet utgå från att Region Stockholm ska uppfattas som en enhetlig aktör med ett gemensamt varumärke, som kommunicerar med en gemensam avsändare och med gemensam visuell identitet.

De egenprofilerade nämnder och bolag som är starkt kopplade till Region Stockholm behåller och utvecklar sina egna varumärken.

Riktlinjen utgår från att alla Region Stockholms varumärken ska avspegla Region Stockholms beslutade vision och värderingar och följa organisationens utveckling.

I riktlinjen regleras vidare hur Region Stockholms varumärken ska förhålla sig till varandra samt anger regler och krav för egenprofilering, immateriellt skydd och externa aktörers tillgång till regionens varumärken.

1.3.3 Arbetsmetod

Region Stockholms främsta styrande dokument är budget. I denna anges att de styrande dokumenten inom Region Stockholm vid behov ska justeras mot vision och övergripande mål, som de uttrycks i budgeten.

Region Stockholms uppdrag och beslutade vision och värderingar finns således redan på plats och därför har det inte behov funnits av att genomföra en traditionell varumärkesprocess med definitioner av kärnvärden, vision, verksamhetsidé och position i förhållande till andra aktörer.

Förslaget till riktlinje har tagits fram under ledning av avdelningen Strategisk kommunikation och press inom regionledningskontoret i dialog med representanter från nämnder och bolag. Med remissen kommer ytterligare synpunkter inhämtas och beaktas.

1.3.4 Kompletterande styrande dokument

Riktlinje för varumärkesarbetet kompletteras med justerade styrande dokument för Region Stockholms visuella identitet. Dessa anpassas, med beaktande av kostnadseffektivitet och hållbarhet, till den tekniska utvecklingen och krav på tillgänglighet.

1.3.5 Hantering av befintliga styrande dokument

I samband med att förslaget till riktlinje läggs fram föreslås att Riktlinjer för Stockholms läns landstings varumärkesarbete, (LS 0409-1809), beslutas att upphöra.

1.3.6 Ekonomiska konsekvenser

Förslaget till riktlinje bedöms långsiktigt bidra till en effektivare och mer hållbar resursanvändning genom att kostnaderna för att underhålla och vårda ett gemensamt varumärke är lägre än för att stödja flera olika avsändare och visuella identiteter.

På sikt bedöms också kostnaderna minska i samband med namnbyten, omorganisationer och flytt av verksamheter.

Genom att fokusera kommunikations- och informationsinsatser till ett gemensamt varumärke, med en gemensam avsändare och en gemensam visuell identitet, blir kommunikationen också effektivare och de väsentliga ekonomiska värden som Region Stockholms varumärke representerar upprätthålls.

De behov av anpassning av grafiskt material som kan uppstå bör genomföras under en längre period som en del av planerat underhåll. Kostnaden för detta ska rymmas inom varje verksamhets kostnadsram.