Region Stockholm

Diarienummer
RS 2020-0828

Riktlinje

Varumärkesarbete i Region Stockholm

Gäller för Region Stockholm

Dokumenttyp	Fastställd	Giltig till och med
Dokumentnummer 1986826	Fastställd av	Upprättad av
Informationssäkerhetsklass		

1. Bakgrund

Region Stockholm är en stor och välkänd aktör inom länet, nationellt och internationellt och med en lång historia som avspeglar länets utveckling och invånarnas behov. Region Stockholm ansvarar för verksamheter och områden som rör och berör länets invånare och enskilda individer och utformar planer och strategier för länets framtida utveckling. Region Stockholm är arbetsgivare för dagens och framtida medarbetare och uppdragsgivare för upphandlade tjänster.

Region Stockholms varumärken är välkända, trovärdiga avsändare och står som garant för Region Stockholms verksamheter och tjänster. Region Stockholms varumärken ska användas på ett sådant sätt att dessa värden upprätthålls.

I styrande dokument formuleras Region Stockholms vision, värderingar och strategier. I andra styrdokument fastläggs koder för organisationens agerande och det externa och interna bemötandet. Samtliga dessa styrande dokument ska utgöra principiell grund, regler och krav för Region Stockholms varumärkesarbete.

2. Syfte

Riktlinjer för varumärkesbete i Region Stockholm kompletterar fullmäktiges beslutade kommunikationspolicy, LS 2016-0657 och syftar till att konkretisera hur regionen ska arbeta med Region Stockholms varumärken. Riktlinjerna anger principiell grund, regler och krav för Region Stockholms gemensamma varumärke och för nämnder och bolag med egna varumärken.

3. Tillämpning

Riktlinjerna gäller för samtliga nämnder och bolag i Region Stockholm och är överställda lokalt styrande dokument. Riktlinjerna kan kompletteras med vägledande dokument och mallar.

Nämnder och bolag ansvarar för riktlinjernas tillämpning och användning i den egna verksamheten.

För de verksamheter som arbetar på uppdrag av Region Stockholm ska det regleras i avtal hur relationen med Region Stockholm kommuniceras. Sådan reglering ska följa regler och krav för Region Stockholms varumärkesarbete.

4. Definitioner

Varumärke
Med varumärke menas hur mottagaren för kommunikationen uppfattar en verksamhet, organisation eller tjänst. Uppfattningen byggs både historiskt, i samband med tidigare möten med organisationen, och genom de löften som varumärket ger. Till detta samverkar flera områden, inte bara de värderingar och löften organisationen ger uttryck för, utan även vilka verksamheter som organisationen vill associeras med och visuellt uttryck. Här ingår också hur företrädare för organisationen uppför sig och bemöter andra internt och externt. Samtliga dessa områden regleras av andra styrande dokument inom Region Stockholm.

Patent och registreringsverket, PRV, definierar ett varumärke som ”ett kännetecken för ett företag, en produkt eller tjänst. Det kan bestå av exempelvis ord, figurer, bokstäver, siffror, personnamn, slogans, ljud eller kombinationer av dessa”.

I denna riktlinje används båda dessa synsätt.

Varumärkeslag (2010:1877) fastslår att ett kännetecken ska vara unikt och inte gå att förväxla med andra. Det får heller inte strida mot lag eller författning eller kränka någon annans rättigheter. Ensamrätt till ett varumärke kan förvärvas genom registrering eller genom inarbetning. Registreringen kan återkallas, och innehavaren förlora ensamrätten, om innehavaren har använt varumärke i annan form än den som registrerats.

Med *logotyp* menas ett visuellt utformat kännetecken i form av en figur eller en symbol som skapar igenkänning och kan förknippas med en organisation, verksamhet eller tjänst.

5. Riktlinjer

Region Stockholms varumärkesarbete utgår från att Region Stockholm ska uppfattas som en enhetlig aktör, med ett gemensamt varumärke, som kommunicerar med en gemensam avsändare och med en gemensam visuell identitet. Då förenklas invånarnas möjlighet att få kännedom och kunskap om Region Stockholms uppdrag, verksamheter och ansvar. Detta bidrar till invånarnas insyn och därmed möjlighet till deltagande i den demokratiska processen.

När Region Stockholm kommunicerar som en enhetlig aktör, tydliggörs Region Stockholm internt och externt som arbetsgivare, utförare, uppdragsgivare och samarbetspartner.

Ett gemensamt varumärke

- Region Stockholm är en organisation med ett gemensamt varumärke.

- Region Stockholms varumärke ska avspegla Region Stockholms vision och värderingar och följa organisationens utveckling.

- Varumärket ska stärka sambandet mellan organisationens delar och för att tydliggöra Region Stockholm som en enhetlig aktör med ansvar för hälso- och sjukvård, kollektivtrafik och regional utveckling i Stockholms län samt en aktör som bidrar till kulturlivet i länet.

En gemensam avsändare

- Region Stockholm är den gemensamma avsändaren för all kommunikation inom och utom organisationen.

- Avsändaren visualiseras av Region Stockholms logotyp. Logotypen består av symbolen med två stiliserade L samt ordbilden ”Region Stockholm”. Symbolen får endast användas av de nämnder och bolag som ingår i regionkoncernen Region Stockholm.

- Region Stockholms logotyp eller symbol får inte användas på ett sätt som gör att Region Stockholm kan uppfattas som avsändare av kommunikation som kommer från annan organisation, aktör eller privatperson. Detta ska särskilt beaktas i avtal med leverantörer och externa utförare samt vid olika former av samarbeten.

En gemensam visuell identitet

- Region Stockholm ska i sin kommunikation använda Region Stockholms gemensamma visuella identitet. Utöver logotypen omfattar den visuella identiteten typsnitt, färgpalett, grafiska element, namnsättning och benämningar.

- Den visuella identitetens olika delar ska användas så att de bidrar till tillgänglighet, transparens, enkelhet och tydlighet i olika sammanhang.

5.1 Egenprofilerade nämnder och bolag

I regionkoncernen ingår flera starka och välkända varumärken som av tradition är tydligt kopplade till Region Stockholm. Nämnder och bolag som har sådana varumärken benämns egenprofilerade. Dessa varumärken ska behållas och utvecklas.

Egenprofilerade nämnder och bolag ska i sin kommunikation ange att de är en del av Region Stockholm. Undantag från detta görs i specifika brukarrelationer där driften är upphandlad på entreprenad.

Till egenprofilerade nämnder och bolag hör Karolinska Universitetssjukhuset, Södersjukhuset AB, Danderyds Sjukhus AB, Södertälje Sjukhus AB, S:t Eriks Ögonsjukhus AB, Folktandvården Stockholms län AB, Ambulanssjukvården i Storstockholm AB (AISAB), Stockholm Care AB, Locum AB, AB Storstockholms Lokaltrafik (SL), Waxholms Ångfartygs AB (WÅAB), FilmStockholm AB.

5.2 Varumärkesskydd

Regionkoncernens varumärken representerar stora immateriella och finansiella värden och ska kontinuerligt underhållas och vårdas. De ska skyddas genom konsekvent och tydlig användning.

Varje nämnd eller bolag ansvarar för att de varumärken de förvaltar skyddas och är registrerade på korrekt sätt. Alla intrång i varumärket ska påtalas och beivras av den som äger eller förvaltar varumärket.

Nämnder, bolag och verksamheter får inte genom avtal eller överenskommelse helt eller delvis avsäga sig eller överlåta rättigheten att disponera regionkoncernens varumärken.

5.3 Nya varumärken och ny egenprofilering

Sambandet mellan delarna i regionkoncernen ska stärkas och när nya verksamheter, produkter eller tjänster tillkommer ska det i regel ske inom ramen för det gemensamma varumärket. Region Stockholm ska vara restriktiva med att utveckla nya varumärken och ny egenprofilering. Ska det gemensamma varumärket inte användas fattas beslut om detta av regionstyrelsen.

Regionstyrelsen fattar beslut om egenprofilering, liksom om förändringar av varumärket. Nya varumärken och nya egenprofilerade nämnder och bolag ska avspegla regionens vision och värderingar och ska i sin kommunikation ange att de är en del av Region Stockholm. Vid beslut om nytt varumärke ska den egna nämnden eller bolaget registrera och äga varumärket.

I vissa fall har specialsymboler använts för att identifiera tjänster eller uppdrag. Beslut om nya specialsymboler, liksom förändringar av de etablerade specialsymbolerna, fattas av regionstyrelsen. Restriktivitet ska tillämpas.