

Lägesbild för arbetet med stadens varumärke

Stadsstyrelsen 17.04.2023 § 124
82/14.02/2023

Beredare

Kommunikatör Linda Baarman, tfn 040 680 1851
fornamn.efternamn@pargas.fi

Varumärke – vad är det? ”Ett varumärke är summan av alla de uttryck, budskap och handlingar med hjälp av vilka en viss entitet (person, organisation, företag, affärsenhet, stad, land osv.) ämnar bli känd.” Så definieras varumärke av Interbrand som undersöker varumärken globalt.

Alla handlingar, ord och gester som vi använder för att uttrycka oss själva är en del av vårt varumärke. En stads varumärke byggs upp vid varje möte där staden eller en representant för denna är närvarande som en aktiv part. Vare sig vi vill det eller inte. Ett planerat och fortlöpande byggande av varumärket stärker vissa föreställningar och skapar ett enhetligare och starkare varumärke. Också oplanerade handlingar påverkar varumärket, men inte nödvändigtvis i eftersträvd riktning. Slutligen uppstår varumärket som summan av olika möten, av det som invånare, företagare eller turister upplever. Det som dessa sedan berättar vidare om oss, då vi själva inte är närvarande, är vårt rykte.

Att bygga upp ett varumärke för en stad är särskilt viktigt eftersom städerna är komplexa organisationer med många olika intressenter. Stadens varumärke representerar dess värderingar, identitet och vision som bidrar till att locka nya invånare, företag och turister. Ett starkt och enhetligt varumärke bidrar också till att förbättra stadens rykte och konkurrenskraft.

Pargas stad har beslutat att förnya stadens varumärkesbok, kommunikationsplan och visuella uttryck för att skapa en enhetlig och modern profil som bättre förmedlar stadens värderingar och budskap till invånarna och besökarna. Detta är en viktig åtgärd för att stärka stadens varumärke och göra det mer synligt och känt. Att utarbeta en kommunikationsplan är en viktig del av processen för att förnya stadens varumärke. Den bidrar till att säkerställa att alla intressenter, som stadens invånare, företag och andra organisationer, blir medvetna om stadens nya varumärke och dess budskap. Planen bidrar också till att säkerställa att de viktigaste budskapen från arbetet med att förnya varumärket förmedlas på ett tydligt och enhetligt sätt i alla kommunikationskanaler.

Ett av tyngdpunktsområdena för i år i stadens strategi är att vi samlas kring ett varumärke som förenar alla delar i Pargas och jobbar för att stärka varumärket både internt och externt. För att uppnå detta mål kommer en omfattande process att genomföras med en analys av stadens nuvarande varumärkesprofil och uttryck. Genom att fastställa stadens grundläggande värderingar, målgrupper och kommunikationsmål skapas en ny varumärkesidentitet som överensstämmer med stadens behov och vision.

En ny grafisk profil utvecklas också innefattande färger, typsnitt, bildspråk och andra visuella element. Denna nya grafiska profil används sedan i stadens alla kommunikationskanaler, från webbplatsen till trycksaker och annat marknadsföringsmaterial.

Den nya varumärkesboken och det nya visuella uttrycket är viktiga verktyg för att stärka stadens varumärkesidentitet och göra staden mer attraktiv som boende-,

arbets- och besöksort. Det är en viktig investering i framtiden och ett viktigt steg i stadens utveckling.

Stadens kommunikatör har inbjudits till sammanträdet för att redogöra för varumärkesarbetet och åtgärderna i anslutning till det under 2023.

Föredragande

Stadsdirektör Patrik Nygrén, tfn 040 511 4383
fornamn.efternamn@pargas.fi

Beslutsförslag

Stadsstyrelsen tar del av kommunikatörens redogörelse för arbetet med Pargas stads varumärke.

Beslut

Förslaget godkändes.

Kommunikatör Linda Baarman närvarade som sakkunnig vid sammanträdet under behandlingen av detta ärende. Hon lämnade sammanträdet innan beslut fattades.

Delgivning

Ledningsgruppen
