

Användning av anslag för strategiskt mål 2023

Stadsstyrelsen 14.12.2023 § 381
82/14.02/2023

Beredare

Förvaltningschef Hanna-Maria Grandell, tfn 050 473 9910
fornamn.efternamn@pargas.fi

Ett av de strategiska målen under 2023 har varit: "Vi samlas kring ett bränd som förenar alla delar i Pargas och jobbar för att stärka brändet både internt och externt." Det beslutades att ansvarigt ansvarsområde för detta mål är kommunikations- och marknadsföringsenheten.

Beloppet som budgeterades i driftsbudgeten för 2023 var 100 000 euro. I den planerade verksamheten ingick att planera en riktad kampanj och förnya konceptet för inflyttningsmarknadsföringskampanjen, att förnya stadens intranät, att anställa en marknadsföringsassistent, att uppdatera stadens grafiska profil för att stärka varumärket, att under ledning av en extern aktör göra en varumärkesutredning samt att lyfta fram attraktionskraften i skärgårdens unika natur.

Anslaget har använts i enlighet med ekonomiplanen. Anställningen som marknadsföringsassistent ledigförklarades genast i början av året, och assistenten inledde sitt arbete i februari 2023.

Under planeringen av inflyttningskampanjen och under en diskussion i livskraftsutskottet i början av året framkom det att det inte fanns något internt stöd för den tidigare kampanjen "En riktig liten stad", och därför inleddes planering av en ny konceptkampanj. Som ett led i kampanjutredningen ingår också bolaget Taloustutkimus undersökning om finländarnas villighet att flytta. Resultaten av undersökningen publiceras i början av 2024.

För att stärka varumärket också internt behöver vi ett fungerande och modernt verktyg för intern kommunikation. Det nya intranätet har byggts upp under året och lanserades i november 2023. Marknadsföringsassistenten, som till sin utbildning är tjänstedesigner, har varit till stor hjälp också under uppbyggnaden av det nya intranätet.

Uppdateringen av stadens grafiska profil som fanns som en planerad verksamhet i budgeten 2023 som en del av processen för att stärka varumärket har genomförts under ledning av en extern aktör.

Det är viktigt att identifiera att varumärkesförnyelsen inte enbart gäller den nya logotypen, utan det är fråga om en förnyelse som omfattar hela Pargas stads grafiska profil. Det är en förnyelse som äntligen tillför enhetlighet kring Pargas stads varumärke. Det faktum att det tidigare saknades anvisningar om innehållsproduktion försvårade skapandet av en enhetlig varumärkesbild. Med hjälp av kombinationen nytt intranät och varumärkesförnyelse kan vi enkelt internt dela ut element av den grafiska profilen för att användas av alla inom staden. På detta sätt säkerställs att allt innehåll som produceras direkt återspeglar Pargas stads identitet. Varumärkesarbetet effektiviserar stadens verksamhet genom att minska tiden för planeringsbeslut och säkerställer enhetlig kommunikation. Detta strömlinjeformade förhållningssätt minimerar också fel och säkerställer att alla kommunikationshandlingar exakt återspeglar

kommunens varumärke. På det hela taget förbättrar detta stadens attraktionskraft med tanke på boende, turism och affärsverksamhet och lockar nya invånare, turister och företag. Tydliga och enhetliga kommunikationsmaterial främjar stadens image som en innovativ, intressant och tillförlitlig ort, öppnar möjligheter till ekonomisk tillväxt och utveckling samt väcker förtroende hos investerare och partner.

Fullmäktige deltog i en varumärkesundersökning som genomfördes av en extern aktör sommaren 2023. Genom varumärkesundersökningen samlades information in via en enkät om användningen av Pargas stads profil i vardagen samt beslutsfattarnas uppfattning om Pargas stads värderingar och attribut. Svaren samlades in anonymt från beslutsfattarna och den dåvarande ledningsgruppen. I undersökningen uppgavs att svaren kommer att användas som stöd i planeringen av att skapa en ny visuell profil (inklusive logotyp). Svaren användes för att stärka definitionen av varumärket och hur det uttrycks i ord.

Också invånarna hade möjlighet att svara på en varumärkesenkät i slutet av sommaren 2023. I enkäten uppgavs följande: Pargas stads visuella profil, alltså stadens logo, färger, fonter, bildbank och övriga grafiska element förnyas. Vi vill höra dina tankar om Pargas stad så att vi kan skapa en profil som representerar våra invånare, vår stad och dess olika områden på bästa möjliga sätt.

Attraktionskraften i skärgårdens unika natur har beaktats i allt arbete och den syns mycket starkt bland annat i stadens nya grafiska manual, varumärkeslöftet och stadens nya bildbank som har byggts upp tillsammans med lokala fotografer som en del av varumärkesarbetet.

Stadens kommunikations- och marknadsföringschef Linda Baarman har bjudits in till sammanträdet för att presentera ärendet.

Föredragande

Tf. stadsdirektör Hanna-Maria Grandell, tfn 050 473 9910
fornamn.efternamn@pargas.fi

Beslutsförslag

Stadsstyrelsen tar del av hur anslaget för det strategiska målet har använts.

Beslut

Linda Baarman närvarade som sakkunnig under denna paragraf.

Ersättarna Sammy Järnström, Merja Fredriksson, Kyösti Kurvinen, Carita Henriksson, Mika Wallin och Petri Abrahamsson deltog i mötet under presentationen och avlägsnade sig innan beslutet gjordes.

Stadsstyrelsen tog del av hur anslaget för det strategiska målet har använts.

Markku Orell föreslog följande: Stadsstyrelsen godkänner anslaget för det strategiska målet. Stadsstyrelsen omfattade enhälligt förslaget.

Kurt Lundqvist föreslog följande: Logons (affärsmärkets/symbolens) utformning tas upp som ett skilt ärende på följande stadsstyrelsemöte 22.1.2024. Stadsstyrelsen omfattade enhälligt förslaget.

Delgivning

Ledningsgruppen, företaget som tagit fram den grafiska designen
