

Pargas stads strategiska kommunikationsplan 2026 – 2030



Pargas
Parainen

1. Utgångspunkter för kommunikationen	3
Kommunikationsmiljön	3
Riktning för utveckling av kommunikationen	3
2. Principer och värderingar för kommunikationen	4
Principer och mål för kommunikationen i Pargas	4
Värderingar som styr kommunikationen	5
Användning av artificiell intelligens i kommunikationen	5
3. Strategiska mål för kommunikationen	6
1. En växande och smidig skärgårdsstad	6
2. Pargas ska höras	7
3. Pargas ska synas	7
4. Pargas ska kännas	7
4. Målgrupper och kommunikationskanaler	8
Kanaler för extern kommunikation	8
Kanaler för intern kommunikation	9
5. Ett enhetligt varumärke och enhetlig kommunikation	9
6. Ansvar och roller i kommunikationen	10
7. Tyngdpunkterna i kommunikationen	11
1. Kännedom- och varumärkeskommunikation	11
2. Strategi- och utvecklingskommunikation	11
3. Tjänste- och invånarkommunikation	12
4. Kommunikation i arbetsgemenskapen och personalkommunikation	12
8. Kommunikationsnätverk	13
9. Uppföljning av kommunikationen	14

1. Utgångspunkter för kommunikationen

Pargas strategiska kommunikationsplan styr stadens kommunikation, synlighetsarbete och dialog under strategiperioden. Den stöder stadens strategi **Tillväxt som syns och känns** och målet att vara en växande, livskraftig och lättillgänglig skärgårdsstad.

Kommunikationen är en del av stadens strategiska ledning. Dess uppgift är att stärka stadens kännedom, livskraft och genomslagskraft, främja delaktighet och gemenskap samt synliggöra Pargas styrkor och utveckling.

Kommunikationen genomförs i samarbete inom hela stadsorganisationen. Stadens ledning, förtroendevalda, chefer och personal bidrar i sina respektive roller till att bygga stadens gemensamma berättelse och synliggöra strategin. Kommunikationen bygger på stadens värderingar: mod, kärlek och smidighet.

Den strategiska kommunikationsplanen kompletteras av stadens varumärkesbok, kriskommunikationsplan och andra gemensamma modeller och anvisningar för stadens kommunikation.

Kommunikationsmiljön

Kommunikationens betydelse för stadens livskraft och konkurrenskraft ökar hela tiden. Den digitala miljön, det föränderliga medielandskapet, den ökande användningen av artificiell intelligens och målgruppernas fördelning på olika kanaler kräver strukturerad, strategisk och smidig kommunikation.

Pargas mål är att stärka sin ställning som en del av Åbo tillväxtregion och synliggöra stadens utveckling, tillgänglighet och styrkor som skärgårdsstad. Samtidigt ställer tvåspråkigheten och stadens vidsträckta geografiska område särskilda krav på tillgänglig och enhetlig kommunikation i rätt tid.

Digitalt innehåll av hög kvalitet blir allt viktigare, eftersom inte bara sökmotorer utan också AI-baserade tjänster använder innehåll som publiceras på webben i sina svar. Detta understryker vikten av högkvalitativ och enhetlig innehållsproduktion, digital synlighet och kontinuerlig utveckling av kommunikationen.

Riktning för utveckling av kommunikationen

Under strategiperioden utvecklas kommunikationen för att bli mer strategisk, enhetlig och genomslagskraftig. Centrala utvecklingsområden är att stärka kännedomen om Pargas, enhetliga stadens varumärke samt utveckla den digitala synligheten, påverkanskommunikationen och den interna kommunikationen. Därtill utvecklas den systematiska uppföljningen av kommunikationens genomslag.

2. Principer och värderingar för kommunikationen

Lagar och skyldigheter som styr kommunikationen

Pargas stads kommunikation styrs i synnerhet av kommunallagen, offentlighetslagen, förvaltningsstadgan, dataskyddsregleringen och tillgänglighetskraven.

Enligt kommunallagen ska staden öppet informera om sin verksamhet, sina tjänster, sitt beslutsfattande, ärenden som är under beredning samt möjligheterna att delta och påverka. Kommunikationen ska vara tydlig, begriplig och tillgänglig och beakta olika målgruppers behov.

I den digitala kommunikationen ser staden till att innehållet uppfyller tillgänglighetskraven och är så lättillgängligt som möjligt för alla.

Principer och mål för kommunikationen i Pargas

Kommunikation är ett av stadens centrala strategiska verktyg. Dess uppgift är att stödja stadens livskraft, synlighet, delaktighet, förtroende och gemenskap.

Kommunikationens uppgift är att

- säkerställa att informationen är tillgänglig och begriplig
- stöda kommuninvånarnas deltagande och dialog
- stärka kännedomen om Pargas samt stadens synlighet och genomslagskraft
- bygga förtroende för stadens verksamhet
- synliggöra stadens tjänster, utveckling och tillväxt.

Kommunikationen i Pargas är

- öppen, tillförlitlig och proaktiv
- tydlig, tillgänglig och begriplig
- dialoginriktad och människonära
- strategisk och målinriktad
- enhetlig och igenkännlig.

I kommunikationen beaktas stadens tvåspråkighet, det vidsträckta geografiska området och olika målgruppers behov. Stadens strategi styr kommunikationens tyngdpunkter, och kommunikationen stöder stadens tillväxt, synlighet, livskraft och genomslagskraft. Staden för en aktiv dialog med medier, nätverk och intressenter och använder kommunikation som en del av sitt påverkansarbete. I den interna kommunikationen betonas öppenhet, information i rätt tid och välfungerande informationsgång.

Värderingar som styr kommunikationen

Kommunikationen i Pargas bygger på stadens strategiska värderingar: mod, kärlek och smidighet. Värderingarna styr både vad vi kommunicerar och hur vi kommunicerar. De syns i våra budskap, vårt bemötande och vårt sätt att utveckla kommunikationen.

Mod

Vi kommunicerar aktivt om stadens utveckling, mål och framgångar. Vi lyfter tydligt fram Pargas styrkor och deltar modigt i den regionala och nationella debatten. Mod syns i ett aktivt och framåtblickande kommunikationssätt och i viljan att lyfta fram frågor som är viktiga för Pargas.

Kärlek

Vi kommunicerar på ett människonära och inkluderande sätt. Genom kommunikation bygger vi upp gemenskap, delaktighet och en känsla av att Pargas tillhör alla. Kärlek syns i omtanke och ett respektfullt bemötande, i lyhördhet och i att vi ger utrymme för människor, erfarenheter och olika perspektiv i kommunikationen.

Smidighet

Vi kommunicerar tydligt, begripligt och lättillgängligt. Vi eftersträvar smidig dialog, öppet beslutsfattande och tillgänglig kommunikation i alla kanaler. Smidighet syns i strävan efter tydlig och lättillgänglig information, fungerande kommunikationssätt och en så enkel dialog med staden som möjligt.

Användning av artificiell intelligens i kommunikationen

Pargas använder artificiell intelligens i kommunikationen på ett ansvarsfullt och strukturerat sätt som stödjer stadens strategi. Målet är att stärka kommunikationens kvalitet, effektivitet, tillgänglighet och digitala synlighet. **Textinnehåll av hög kvalitet blir allt viktigare, eftersom inte bara sökmotorer utan också AI-baserade tjänster använder innehåll som publiceras på webben när de genererar sina svar.** Därför satsar vi på personalens AI-kompetens och på aktuellt innehåll av hög kvalitet som stödjer strategin och stärker kännedomen om Pargas, stadens sökbarhet och digitala synlighet.

Åtgärder

- Vi utvecklar personalens AI-kompetens i samarbete med IT-enheten.
- Vi tar fram gemensamma riktlinjer för ansvarsfull användning av artificiell intelligens i stadens kommunikation.
- Vi använder artificiell intelligens som stöd i kommunikationsarbetet, till exempel för idéarbete, textutkast, analys och utveckling av tillgängligheten.
- Vi säkerställer att en människa alltid har det slutliga ansvaret för kommunikationens innehåll.
- Vi satsar på textinnehåll av hög kvalitet, sökmotorsynlighet och GEO (Generative Engine Optimization), som en del av stadens digitala synlighetsarbete.
- Vi producerar aktivt innehåll som stödjer strategin och stärker kännedomen om Pargas samt stadens sökbarhet och digitala synlighet.

3. Strategiska mål för kommunikationen

1. En växande och smidig skärgårdsstad

Kommunikationen i Pargas ska stödja stadens tillväxt, livskraft och attraktionskraft och stärka bilden av en lättillgänglig och välfungerande skärgårdsstad. I kommunikationen betonas tillgänglighet, en smidig vardag, välfungerande tjänster, samarbete och tillväxt. Målet är att synliggöra stadens utveckling, möjligheter och framtidstro.

Tyngdpunkter

- Vi lyfter aktivt fram stadens tillväxtprojekt, företagsverksamhet, boendemöjligheter och tillgänglighet.
- Vi kommunicerar om en välfungerande vardag, tjänster och stadens utveckling.
- Vi ser till att kommunikationen är tydlig, begriplig och smidig i alla kanaler.
- Genom kommunikationen stödjer vi stadens hållbara tillväxt och Pargas ställning som en attraktiv plats att bo, driva företag och investera i.

2. Pargas ska höras

Pargas ska vara en aktiv och synlig aktör i den regionala och nationella debatten. Kommunikationen ska stärka stadens röst och genomslagskraft, särskilt i frågor som gäller livskraft, tillgänglighet, skärgården och regional utveckling.

Tyngdpunkter

- Vi deltar aktivt i nätverk, samarbeten och offentlig debatt.
- Vi lyfter tydligt och modigt fram Pargas perspektiv.
- Genom kommunikationen stödjer vi stadens intressebevakning och stärker Pargas ställning i Egentliga Finland.
- Vi bidrar till att Pargas perspektiv beaktas i beslutsfattandet och den regionala utvecklingen.

3. Pargas ska synas

Kommunikationen ska stärka kännedomen om Pargas och stadens synlighet hos olika målgrupper. Pargas ska synas aktivt både regionalt och nationellt som en positiv och intressant skärgårdsstad i utveckling.

Tyngdpunkter

- Vi kommunicerar aktivt om tillväxt, investeringar, näringsliv, evenemang, skärgården och en god vardag.
- Vi bygger en enhetlig och igenkännlig bild av staden genom budskap, innehåll och visuellt uttryck.
- Vi utvecklar synligheten systematiskt i olika kanaler.
- Vi stärker stadens synlighet tillsammans med lokala aktörer och intressenter.

4. Pargas ska kännas

Kommunikationen ska förmedla en känsla av Pargas som en människonära, inkluderande och havsnära stad. Målet är att stärka gemenskapen, delaktigheten och den positiva bilden av staden både internt och externt.

Tyngdpunkter

- Vi lyfter fram verkliga människor, erfarenheter och berättelser.
- Vi synliggör stadens värderingar – mod, smidighet och kärlek – i kommunikationen.
- Vi stärker stoltheten över den egna staden och känslan av gemenskap och tillhörighet.
- Vi lyssnar, engagerar och för en aktiv dialog med invånare, personal och intressenter.

4. Målgrupper och kommunikationskanaler

Kommunikationen i Pargas riktar sig till såväl interna som externa målgrupper. Kommunikationen har som mål att nå olika målgrupper i rätt tid, på ett tillgängligt sätt och via ändamålsenliga kanaler.

Centrala målgrupper är

- kommuninvånare och deltidboende
- stadens personal
- förtroendevalda
- företagare och näringsliv
- turister och besökare
- föreningar och organisationer
- medier
- samarbetsnätverk och intressenter.

Målgruppernas behov, informationsvanor och möjligheter att delta beaktas när kommunikationen planeras och genomförs.

Kanaler för extern kommunikation

Pargas främsta kommunikationskanal och den viktigaste källan till aktuell information är stadens webbplats. Sociala medier används aktivt för att stärka stadens synlighet och dialog samt för att nå olika målgrupper. Stadens huvudsakliga kanaler i sociala medier är Facebook, Instagram, LinkedIn och YouTube.

Andra kanaler och former för extern kommunikation är bland annat:

- pressmeddelanden och medierelationer
- nyhetsbrev
- digitala skärmar och utomhuskommunikation
- evenemang och nätverk
- kampanjer och synlighetsarbete
- andra ändamålsenliga kommunikationskanaler.

Stadens avdelningar och enheter kan ha egna kommunikationskanaler som följer stadens gemensamma riktlinjer för kommunikation.

Kanaler för intern kommunikation

Intranätet INES är stadens huvudsakliga kanal för gemensam

personalinformation. Den interna kommunikationen bygger därutöver på andra digitala kanaler samt på den dagliga kommunikationen och dialogen i arbetsgemenskapen. Cheferna stödjer personalen i att regelbundet ta del av informationen på INES.

Centrala kanaler och former för intern kommunikation är:

- intranätet INES
- Microsoft Teams
- Viva Engage
- personalinformationstillfällen
- chefsforum och skolningstillfällen
- arbetsgemenskapernas egna kommunikationskanaler
- e-post
- möten, telefonsamtal och vardagliga samtal ansikte mot ansikte.

Närmare riktlinjer och arbetssätt för den digitala interna kommunikationen beskrivs i stadens playbook för modernt arbete.

5. Ett enhetligt varumärke och enhetlig kommunikation

Pargas bygger konsekvent upp ett starkt och igenkännligt varumärke som stödjer strategin. Målet med stadens kommunikation är att stärka kännedomen om och synligheten för Pargas samt bygga en gemensam berättelse, oberoende av kanal, målgrupp eller avdelning.

Stadens kommunikation ska vara enhetlig till innehåll, tonalitet och visuellt uttryck. I kommunikationen syns och känns stadens strategiska värderingar – mod, smidighet och kärlek – samt gemensamma kärnbudskap.

Närmare anvisningar om stadens varumärke, visuella uttryck och tonalitet finns i Pargas stads varumärkeshandbok. Kommunikationsstrategin och varumärkeshandboken kompletterar varandra: kommunikationsstrategin anger kommunikationens mål och riktning, medan varumärkeshandboken vägleder det praktiska genomförandet.

Staden stödjer personalen i att följa de gemensamma kommunikationsriktlinjerna, använda varumärket och uppfylla tillgänglighetskraven genom anvisningar, utbildning och gemensamma arbetssätt.

6. Ansvar och roller i kommunikationen

Kommunikationen är hela organisationens gemensamma ansvar. Den är en del av stadens ledning, serviceproduktion, utveckling och dagliga verksamhet. Varje anställd bidrar i sin roll till stadens kommunikation och till att bygga den gemensamma berättelsen om Pargas.

Stadsstyrelsen godkänner de allmänna principerna för stadens kommunikation.

Stadsdirektören leder stadens kommunikation på tjänsteinnehavarnivå och ansvarar för att kommunikationen stödjer stadens mål.

De förtroendevalda är en viktig del av stadens kommunikation och dialog. De synliggör beslutsfattandet och stadens strategiska mål och för dialog med invånare och intressenter. I de förtroendevaldas kommunikation betonas öppenhet, ansvar och en tydlig åtskillnad mellan stadens officiella kommunikation och den politiska kommunikationen.

Avdelningscheferna ansvarar för kommunikationen inom sin avdelning i enlighet med stadens gemensamma anvisningar och riktlinjer för kommunikation.

Enhets- och verksamhetsenhetscheferna ansvarar för kommunikationen inom sin enhet eller verksamhetsenhet i enlighet med stadens gemensamma anvisningar och riktlinjer för kommunikation. De säkerställer att personalen får den information den behöver och stödjer delaktighet och en gemensam verksamhetskultur.

Kommunikationsenheten ansvarar för utvecklingen och samordningen av stadens kommunikation och fungerar som en gemensam expertresurs för hela organisationen. Enheten stödjer ledningen, avdelningarna, enheterna och tillväxtprojekten i strategisk kommunikation, medierelationer, synlighetsarbete och innehållsproduktion. Enheten utvecklar också stadens gemensamma arbetssätt för kommunikation och följer upp kommunikationens resultat och genomslagskraft.

Ansaret för den interna kommunikationen delas mellan ledningen, cheferna, personalförvaltningen och kommunikationsenheten. I gemensamma personalfrågor ansvarar personalförvaltningen för sakinnehållet, medan kommunikationsenheten stödjer planeringen av kommunikationen och valet av kanaler.

Cheferna ansvarar för att relevant information når den egna enheten och för dialogen med personalen. Varje medarbetare har också ett ansvar att aktivt ta del av relevant information och bidra till informationsflödet och dialogen i den egna arbetsgemenskapen. Målet är ett öppet och tydligt informationsflöde i hela organisationen.

Vid förändringar som berör personalen strävar staden efter att informera den berörda personalen så tidigt som möjligt och, när det är möjligt, före extern kommunikation. Personalen ges möjlighet att få information och ställa frågor om förändringar som berör det egna arbetet.

7. Tyngdpunkterna i kommunikationen

Stadens kommunikation bygger på fyra tyngdpunkter som kompletterar varandra. Tillsammans bildar de en helhet som stödjer stadens strategi och bidrar till att stärka kännedomen om Pargas, synliggöra stadens tjänster samt främja gemenskap och tillväxt.

1. Kännedoms- och varumärkeskommunikation

Mål: Stärka kännedomen om och synligheten för Pargas.

Målet med kännedoms- och varumärkeskommunikationen är att stärka kännedomen om och attraktionskraften hos Pargas samt bygga en enhetlig och igenkännlig bild av staden. Helheten omfattar stadens varumärke, kampanjer, visuella uttryck och synlighet i olika kanaler och hos olika målgrupper.

Centrala aktörer: stadens ledning, förtroendevalda, kommunikationsenheten, näringslivstjänsterna, samarbetspartners samt hela personalen som ambassadörer för staden.

2. Strategi- och utvecklingskommunikation

Mål: Stödja genomförandet av strategin och synligheten för tillväxtprojektet.

Strategi- och utvecklingskommunikationen stödjer genomförandet av stadens strategi, tillväxtprojektet, utvecklingsarbetet och intressebevakningen. Målet är att synliggöra stadens mål, planer och utvecklingsriktning och stärka stadens genomslagskraft regionalt och nationellt. Tillväxtprojektet Från fyr till fyr har en särskild roll i att samordna och stärka kommunikationen och synligheten kring stadens strategiska tillväxtprojekt.

Stadens ledning, förtroendevalda och personal bidrar i sina respektive roller till en gemensam förståelse för stadens riktning och synliggör hur strategin genomförs.

Centrala aktörer: stadens ledning, kommunikationsenheten, de ansvariga för tillväxtprojektet, cheferna, de förtroendevalda samt centrala samarbetsnätverk och intressenter.

3. Tjänste- och invånarkommunikation

Mål: Förbättra tjänsternas sökbarhet, tillgänglighet och begriplighet.

Målet med tjänste- och invånarkommunikationen är att säkerställa att stadens tjänster, beslut och aktuella ärenden är lätta att hitta, begripliga och tillgängliga. Helheten omfattar kommunikationen om stadens tjänster, webbkommunikation, målgruppsanpassad innehållsproduktion och dialog med invånarna.

Centrala aktörer: avdelningarna och enheterna, de anställda som ansvarar för tjänsterna, kommunikationsenheten och stadens ledning.

4. Kommunikation i arbetsgemenskapen och personalkommunikation

Mål: Stödja informationsflödet, delaktigheten och den gemensamma verksamhetskulturen.

Kommunikationen i arbetsgemenskapen och personalkommunikationen stödjer personalens tillgång till information, delaktighet och gemenskap samt bidrar till att bygga en gemensam verksamhetskultur. Helheten omfattar intern kommunikation, personalens delaktighet, chefskommunikation, arbetsgivarimage och arbetet med att synliggöra stadens värderingar i vardagen.

Centrala aktörer: hela personalen, cheferna, stadens ledning, personalförvaltningen och kommunikationsenheten.

8. Kommunikationsnätverk

Målet med nätverken är att stärka samarbetet, utveckla kommunikationskompetensen, säkerställa ett fungerande och aktuellt informationsflöde samt stödja stadens gemensamma arbetssätt, synlighet och beredskap.

Centrala nätverk för kommunikation är följande:

- **Stadens ledningsgrupp** där kommunikationen är en del av stadens strategiska ledning. Ledningsgruppen drar upp riktlinjerna för kommunikationens tyngdpunkter, stödjer genomförandet av strategin och säkerställer att kommunikationen stödjer stadens mål.
- **Chefsnätverket**, som har en central roll i den interna kommunikationen, strategikommunikationen och i att säkerställa ett fungerande informationsflöde.
- **Kommunikationsledningsgruppen**, som består av representanter för varje avdelning och kommunikationsenheten. Gruppen samordnar stadens kommunikation, förutser kommande kommunikationsbehov, delar aktuell information och säkerställer att den interna och externa kommunikationen bildar en enhetlig helhet.
- **Avdelningarnas och enheternas interna kommunikationsnätverk** som bidrar till smidig kommunikation och ett fungerande informationsflöde inom de olika verksamheterna.
- **Regionala och nationella kommunikations-, utvecklings- och beredskapsnätverk**, där stadens representanter följer aktuella frågor och förändringar i omvärlden, utvecklar arbetssätt och lyfter fram Pargas perspektiv. Nätverken bidrar till informationsutbyte både inom staden och med externa aktörer.
- **Samarbetet mellan HR och kommunikationsenheten** kring planering och utveckling av intern kommunikation, arbetsgivarbild och rekryteringskommunikation.

9. Uppföljning av kommunikationen

Kommunikationens framgång följs regelbundet upp med hjälp av kvantitativa och kvalitativa mätare. Målet med uppföljningen är att bedöma kommunikationens genomslagskraft, identifiera utvecklingsområden och säkerställa att kommunikationen stödjer stadens strategiska mål.

Tyngdpunkt i kommunikationen	Mål	Uppföljningsmetod
Kännedom- och varumärkes-kommunikation	Stärka kännedomen om och synligheten för Pargas.	Mediebevakning, uppföljning av kampanjresultat och räckvidd samt antal följare och interaktioner i de huvudsakliga kommunikationskanalerna.
Strategi- och utvecklings-kommunikation	Stödja genomförandet av strategin och synligheten för tillväxtprojekten.	Uppföljning av tillväxtprojektens och de strategiska temanas synlighet samt mediebevakning.
Tjänste- och invånar-kommunikation	Förbättra tjänsternas sökbarhet, tillgänglighet och begriplighet.	Webbplatsanalys, användarrespons, uppföljning av tillgänglighet och annan respons på stadens kommunikation.
Kommunikation i arbetsgemenskapen och personal-kommunikation	Stödja informationsflödet, delaktigheten och den gemensamma verksamhetskulturen.	Personalenkäter och annan personalrespons samt uppföljning av användningen av intranätet.