

Kommunikationsdirektör
Sara Nilsson
sara.nilsson@regionjh.se

RS/619/2023
2024-09-24

Varumärkesstrategi för Region Jämtland Härjedalen

Ärendebeskrivning

Vid regionfullmäktiges sammanträde den 15 januari 2015 § 37, beslutade regionfullmäktige att anta Varumärkesarkitektur för Region Jämtland Härjedalen (Modervarumärkesstrategi) (RS/100/2015). På regionfullmäktiges sammanträde den 12 april 2016 § 56, beslutade fullmäktige om reviderad version av Grafisk profil för Region Jämtland Härjedalen (RS/426/2015). Den 25 november 2015, § 145, beslutade fullmäktige om Varumärkespolicy (RS/1384/2015). Utifrån att regionstyrelsen ansvarar för att ta fram övergripande styrdokument och hålla dem aktuella initierades en översyn av ovan nämnda styrdokument under 2023.

Ett förslag till Varumärkesstrategi för Region Jämtland Härjedalen har upprättats. Förslaget är en samlad strategi av tidigare Varumärkespolicy (RS/1384/2015) och Varumärkesarkitektur för Region Jämtland Härjedalen (Modervarumärkesstrategi) (RS/100/2015). I förslaget till Varumärkesstrategi för Region Jämtland Härjedalen beskrivs bland annat vision och kärnvärden för Region Jämtland Härjedalens varumärke, som tidigare tog sig till uttryck i Varumärkespolicy (1384/2015).

Varumärkesarkitektur för Region Jämtland Härjedalen (Modervarumärkesstrategi) (RS/100/2015) finns inte upprättad eller beslutad som något styrdokument, istället tar sig innehållet i Modervarumärkesstrategin till uttryck i PowerPoint-bilder. För att skapa enhetliga styrdokument i hela organisationen har innehållet i den tidigare Modervarumärkesstrategin setts över och vävts in i förslaget till Varumärkesstrategi för Region Jämtland Härjedalen.

Därtill har Grafisk profil för Region Jämtland Härjedalen (RS/426/2015) setts över. Delar av den Grafiska profilen som kräver politiska beslut har lyfts in i förslaget till Varumärkesstrategi för Region Jämtland Härjedalen. Därför föreslås Grafisk profil för Region Jämtland Härjedalen (RS/426/2015) upphöra att gälla som politiskt styrdokument. Resterande delar av dokumentet föreslås hanteras som tillämpningsanvisning på tjänstepersonsnivå.

Föreslagen Varumärkesstrategi för Region Jämtland Härjedalen ska vara ett stöd i arbetet med att bedriva ett långsiktigt arbete och den ska ytterst bidra till att skapa en trovärdig, tydlig och attraktiv bild av Region Jämtland Härjedalen.

Varumärkesstrategin ska göra det möjligt för olika typer av verksamheter att kommunicera på ett effektivt sätt med utgångspunkt från målgruppernas behov. Strategin ska borge för god kvalitet, samordning, effektivitet och tydlighet i varumärkesarbetet.

Ett starkt varumärke är välkänt, tydligt och positivt laddat. Målsättningen med varumärkesarbetet är att skapa förutsättningar för att Region Jämtland Härjedalen ska bli så synligt och tydligt som möjligt i syfte att skapa attraktivitet.

Beslut om undantag från Varumärkesstrategi för Region Jämtland Härjedalen beslutas av regionstyrelsen.

Ärendet behandlades av regionfullmäktige i 2023-11-28 § 138 och blev då återremitterat *för att se över de styrande dokument som relaterar till varumärkesstrategin och för att se över strategin utifrån regionens ansvar som samisk förvaltningsmyndighet*. En översyn av styrdokumenterna har gjorts och ett förslag till ny logotyp som kompletterats med namnet på sydsamiska har tagits fram.

Ärendet behandlades igen vid regionfullmäktiges sammanträde 2024-06-18–19 § 90 och blev återigen återremitterat genom en minoritetsåterremiss *för att utreda möjligheten att lägga till Fristående varumärke med regionens logotype som garant*.

Efter återremissen har möjligheten att lyfta in fler varumärken i varumärkesstrategin setts över och bedömningen är att inte göra några justeringar i nuvarande strategi. Förslaget innebär en omfattande förändring i nuvarande strategiska inriktning – något som går emot rekommendationen från det arbete som gjordes tillsammans med några av Sveriges ledande varumärkesexperter i samband med regionbildningen.

Att likställa och driva fler varumärken på samma nivå försvårar byggandet av en gemensam kultur och stärker vi-och-dom-känslan inom organisationen. Det skulle också innebära att våra invånare får svårare att se vilka verksamheter deras skattepengar finansierar. Därtill är det kostsamt att bygga och driva varumärken – både i form av personella resurser och i form av marknadsföringsmaterial, webbsidor m.m.

Nuvarande strategi möjliggör fortfarande att verksamheter, där det bedöms motiverat, kan driva sitt eget varumärke men det ska då föregås av en utredning och konsekvensanalys.

Regiondirektörens förslag

Regionstyrelsen föreslår regionfullmäktige

1. Varumärkesstrategi för Region Jämtland Härjedalen fastställs.
2. Beslut om undantag från Varumärkesstrategi för Region Jämtland Härjedalen beslutas av regionstyrelsen.
3. Logotyp för Region Jämtland Härjedalen fastställs.
4. Varumärkespolicy (RS/1384/2015) upphöra att gälla.
5. Varumärkesarkitektur för Region Jämtland Härjedalen (Modervarumärkesstrategi) (RS/100/2015) upphör att gälla.
6. Grafisk profil för Region Jämtland Härjedalen (RS/426/2015) upphör att gälla.

I tjänsten

Sara Lewerentz
Regiondirektör

Sara Nilsson
Kommunikationsdirektör

Utdrag till

Kommunikationsavdelningen