

VARUMÄRKESPLATTFORM

FÖR HAPARANDA STAD OCH PLATSVARUMÄRKET
HAPARANDATORNIO

Den här varumärkesplattformen för Haparanda stad och platsvarumärket HaparandaTornio är ett styrdokument som ska bidra till att vi kommunicerar mer effektivt och konsekvent både som kommun och plats. Med den kommunala verksamheten menar vi i första hand förvaltningarna, men varumärkesplattformen och dess värden ska även genomsyra kommunens bolag.

Varumärket är allt det som Haparanda stad och HaparandaTornio förknippas med – känslor och associationer. Det innehåller också ett löfte som ska uppfyllas och helst överträffas. Varumärkesplattformen tydliggör de egenskaper och värden som vi vill att Haparandaborna ska förknippa Haparanda stad med och som omvärlden ska förknippa platsen HaparandaTornio med. Plattformen ska fungera som grund för all kommunikation våra verksamheter gör, både internt och externt.

Varumärket skapas och ägs av alla oss som bor och verkar i Haparanda

Det är alla invånare i Haparanda som är bärare av vårt varumärke. Det är vi som arbetar i företagen, som är aktiva i föreningarna, som deltar i evenemangen och som befolkar städer och landsbygd.

KOMMUN OCH PLATS TVÅ VARUMÄRKEN

I vårt varumärkesarbete skiljer vi på två varumärken – kommunverksamhetens och platsens.

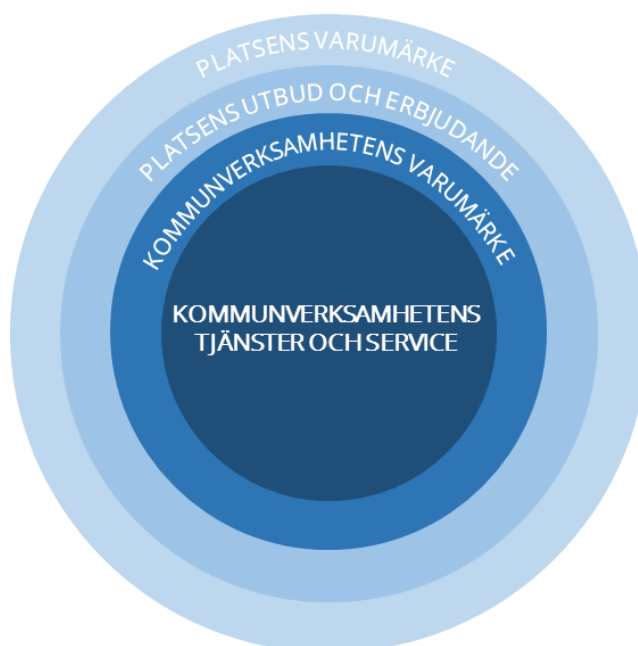
HAPARANDA STADS VARUMÄRKE, vapenskölden, används för att kommunicera kommunens uppdrag och verksamhet, allt det vi erbjuder, till exempel vård, skola, omsorg, kultur och skötsel av staden.

Haparanda stads varumärke får enbart användas när kommunen är avsändare och kännetecknar den kommunala servicen som är skattefinansierad.

HAPARANDATORNIOS PLATSVARUMÄRKE används för att på ett enhetligt sätt marknadsföra och kommunicera platsen HaparandaTornio som besöksstad eller etableringsort.

HaparandaTornios platsvarumärke får användas av alla aktörer oavsett bransch, när de vill kommunicera sin tillhörighet till området.

Det kommunala varumärket är en del av platsen, vilket illustreras i figuren nedan.



VARUMÄRKET HAPARANDA STAD

VÄRDEGRUND, KÄRNVÄRDEN,
VARUMÄRKESLÖFTE OCH TONLÄGE



Vapenbeskrivning: i fält av silver en från ett grönt treberg mellan två uppväxande gröna aspar under en sol av guld uppskjutande riksgrensstolpe av guld med ett blått klot, belagt med tre kronor av guld och krönt med ett kors av guld, lagt över ett svävande, genomgående, nedtill rakt avskuret blått treberg.

VÅR VÄRDEGRUND

VI ÄR TILL FÖR HAPARANDABORNA

HAPARANDA STAD består av ca 850 medarbetare som bidrar till hur kommunen uppfattas. Vår värdegrund genomsyrar ledar- och medarbetarskapet och fungerar som en kompass för hur vi ska utföra vårt arbete. Värdegrunden bygger på att vi är till för Haparandaborna och ligger till grund för vårt varumärke. Styrkan i varumärket avgörs i slutändan i varje medarbetares möte med Haparandaborna.

VARUMÄRKETS KÄRNVÄRDEN

RESPEKT OCH FÖRSTÅELSE, ÖPPEN OCH TILLGÄNGLIG, ENGAGERAD OCH NYTÄNKANDE

HAPARANDA STADS värdegrund och varumärke är två sidor av samma mynt. Bilden av Haparanda stad skapas av alla medarbetare, vår kultur och vårt bemötande.

Varumärket är ett löfte som ska hållas och beskriver hur vi vill uppfattas av vår omvärld. Det förtjänas genom vårt bemötande och kan förstärkas med kommunikation. Varumärket är alltså inte bara vår logotyp – stadsvapnet – utan även vår kompetens, den service vi levererar och på vilket sätt. Vi kan förstärka vårt varumärke genom en enhetlig och genuin kommunikation och marknadsföring. Det handlar mycket om att lyfta fram våra styrkor och bemöta negativa uppfattningar.

Våra kärnvärden beskriver hur vi vill att varumärket Haparanda stad ska uppfattas. Det handlar om den känsla och de egenskaper som vi vill förknippas med. Kärnvärdena är en spegling av vår värdegrund. Våra kärnvärden är *respekt och förståelse, öppen och tillgänglig* och *engagerad och nytänkande*. Läs mer om våra kärnvärden och vad vi menar med dem på följande sidor.

RESPEKT OCH FÖRSTÅELSE

I Haparanda stad bryr vi oss om och respekterar varandra. Kommunens medarbetare har alltid Haparandabornas bästa för ögonen. Det visar vi genom ett gott bemötande, respekt och förståelse.

ÖPPEN OCH TILLGÄNGLIG

Vi har ordning och reda i kommunens verksamheter och hanterar de gemensamma resurserna med ansvar, lyhördhet och öppenhet. Genom att vara tillgängliga och transparenta skapar vi trygghet som får människor att känna tillit.

ENGAGERAD OCH NYTÄNKANDE

Vi använder ny teknik och nya arbetssätt för att uppnå goda resultat och skapa framtidens kommun. Kommunens medarbetare är engagerade i det gemensamma uppdraget att utveckla Haparanda och förbättra vårt utbud och vår service.

HAPARANDA STADS VARUMÄRKESLÖFTE

EN BÄTTRE FRAMTID

Varumärkeslöftet sammanfattar vad varumärket ska stå för, hur det ska kännas och upplevas. Det är ett övergripande löfte till vår omvärld. Varumärkeslöftet ska inte kommuniceras ordagrant i allt som görs och det ska inte skrivas ut under logotypen, men det ska genomsyra kommunikationen och fungera som en ledstjärna.

DET HÄR MENAR VI MED EN BÄTTRE FRAMTID

HAPARANDA STAD har en unik historia. Det handlar om gränsen och de historier och värden som är inbyggda i den. Det ger oss fantastiska möjligheter.

Som invånare i Haparanda kommer man dagligen i kontakt med kommunen i olika frågor. Det kan handla om barnomsorg, kommunikationer eller kulturaktiviteter. Men det kan också handla om missbrukarvård, anhörigstöd eller försörjningsstöd. En del av kommunens verksamhet är varken lättsam eller enkel, men den fyller en viktig funktion i människors liv.

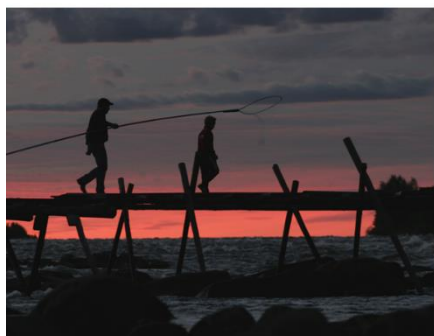
I den dagliga kontakten med Haparanda stad ska Haparandaborna alltid känna att kommunen bidrar till att skapa en bättre framtid, även om det ibland handlar om tunga och svåra frågor. Ett engagerat och respektfullt bemötande kan göra att även jobbiga situationer blir lättare att hantera och att framtiden blir lite bättre.

TONLÄGE

VÅRT SPRÅK och våra bilder har stor betydelse för hur vi uppfattas. Därför är det viktigt att tonläget är varmt, trevligt och personligt. Vi skriver inte mottagaren på näsan utan försöker istället väcka lust och intresse att ta till sig budskapen.

Det kan vi göra bland annat genom att överraska, ha glimten i ögat, vara intressanta och respektera mottagaren. Skryt är inte speciellt klädsamt, och något vi ska undvika. Våra texter ska istället kännas som ett samtal goda vänner emellan. Vi ska vara lätta att nå och lätta att förstå. Vi ska vara tydliga, trovärdiga och tillgängliga.

När det gäller våra profilbilder så ska de först och främst vara trovärdiga. Våra bilder ska ge bilden av en mångsidig och kontrastrik kommun med dess människor, bebyggelse, natur och årstider. Det handlar om levande och aktiva bilder med en autentisk känsla.



I KOMMUNEN MED EN BÄTTRE FRAMTID...

- ... är förskolan avgiftsfri för alla
- ... finns en sandstrand mitt i centrum
- ... finns det gott om idrottshallar
- ... finns ett friluftsområde där du både kan träna, leka och njuta
- ... arrangeras årligen en populär jazz & blues-festival
- ... har unga ett eget hus fullt med aktiviteter
- ... är det nära till allt
- ... får barnen vara med att utforma staden
- ... förgylls cykelvägarna med spännande konst

PLATSVARUMÄRKET HAPARANDATORNIO

POSITION, KÄRNVÄRDEN,
VARUMÄRKESLÖFTE OCH TONLÄGE



HAPARANDATORNIO

HAPARANDATORNIO

– VÅRT GEMENSAMMA VARUMÄRKE

HAPARANDATORNIOS VARUMÄRKE har tagits fram för att skapa en enhetlig bild i marknadsföringen av städerna Haparanda och Torneå. Det får användas av alla som marknadsför regionen mot besökare, näringsliv och andra målgrupper.

Konkurrensen mellan olika platser blir allt tuffare då människor ställer allt högre krav. Marknadsföringen av HaparandaTornio som event-, mötes- och besöksplats samt etableringsställe ska stärkas. Genomslagskraften ska öka genom samordning och gemensamt arbete.

Målet för det gemensamma varumärket är att locka fler turister, konferenser, kongresser och evenemang till området, samt attrahera nya företagsetableringar. Alla aktörer oavsett bransch kan använda och därmed stärka varumärket när de ser en vinst i att kommunicera sin tillhörighet till området, utan att begränsas av formella kommungränser.

Haparanda stad och Torneå stad har det yttersta ansvaret för det gemensamma varumärket.

VARUMÄRKETS POSITION ÄR GRÄNSLÖST

ETT VARUMÄRKES POSITION handlar om vad andra ska tänka och känna när de kommer i kontakt med varumärket. Ju kortare denna position kan beskrivas desto bättre. HaparandaTornios position är gränslöst. Haparanda och Torneå förknippas sedan långt tillbaka med det gränslösa och det är en mycket positiv symbol att ha med sig. Den ska vi bygga vidare på och förädla.

Att vara gränslös står för olika saker, men det centrala kan sammanfattas som "utan begränsning". Det står för ett okomplicerat förhållningssätt och en positiv attityd. Det handlar också om öppenhet, vänlighet och gästfrihet. Allt vi kommunicerar ska på något sätt bottna i vår position gränslös.

VARUMÄRKETS KÄRNVÄRDEN

ÖPPEN, NATURLIG OCH HANDLINGSKRAFTIG

PLATSEN HAPARANDATORNIOS kommunikation utgår ifrån det gränslösa. Vårt geografiska läge och blandningen av olika kulturer är en spännande mix. I mångas ögon är vi faktiskt gränslösa. Det gäller både i vårt närområde och längre bort.

Våra tre kärnvärden har alla kopplingar till det gränslösa och unika. Vi har en egen kultur och ett eget språk. Vi blandar och ger. För att det ska fungera så måste vi vara öppna i vårt sinne. Inget är hugget i sten utan vi kan hela tiden vara följsamma i alla skiftningar.

Platsvarumärkets kärnvärden är: *öppen, naturlig* och *handlingskraftig*. Läs mer om våra kärnvärden och vad vi menar med dem på följande sidor.

ÖPPEN

Ett ord som beskriver vårt sätt att förhålla oss till saker och ting. Vi är nyfikna på nya saker och tror på devisen "ett öppet sinne ger ett rikt liv".

NATURLIG

Vi är bra på att vara oss själva.
Vi är lojala och vi har starka rötter. Det är sällan krångligt
och vi har korta beslutsvägar.

HANDLINGS- KRAFTIG

Vi är driftiga och beslutsamma.
Här finns viljan att hitta nya vägar
och att gå från ord till handling.

HAPARANDATORNIOS VARUMÄRKESSLÖFTE

GRÄNSLÖST VÄLKOMMEN

Varumärkeslöftet sammanfattar vad varumärket ska stå för, hur det ska kännas och upplevas. Det är ett övergripande löfte till vår omvärld. Varumärkeslöftet kan gärna kommuniceras i text och användas som en byline till logotypen. Men det allra viktigaste är att löftet genomsyrar kommunikationen och fungerar som en ledstjärna.

DET HÄR MENAR VI MED GRÄNSLÖST VÄLKOMMEN

VI VILL ATT våra gäster, invånare och företag ska trivas och må bra. Både vårt samarbete mellan städerna och avsaknaden av en reell gräns ryms i begreppet gränslös, därav *gränslöst välkommen*.

Gränslöst välkommen tar också avstamp i Haparanda stads varumärkeslöfte – en bättre framtid. Även om andra platser skulle vilja beskriva sig som gränslösa är det först när man, som vi, hämtar kraften ur rötterna och historien som det blir sant och långsiktigt hållbart.

TONLÄGE

HAPARANDATORNIOS TONLÄGE ska vara personligt och lockande. Vi ska skriva så enkelt och begripligt som möjligt, men ändå med känsla. Våra texter ska inte skriva mottagaren på näsan utan framstå som ett samtal goda vänner emellan. Läsaren ska känna sig tilltalad och engagerad.

Genom färgglädje förmedlar HaparandaTornio lekfullhet och värme. Vår palett grundar sig i Sveriges och Finlands färgskala, med några accenter för att skapa mer dynamik, glädje och kontrast.

Våra bilder ska kännas så naturliga, levande och dokumentära som möjligt.



PÅ EN GRÄNSLÖS OCH VÄLKOMNANDE PLATS...

- ... finns världens fredligaste gräns
- ... pratar vi både finska, svenska och meänkieli
- ... ligger golfbanan i både Sverige och Finland
- ... firar vi nyår två gånger
- ... arrangeras mängder av evenemang på båda sidor gränsen
- ... samarbetar näringslivet för att nå längre

NU BYGGER VI VIDARE

Att bygga ett varumärke är ett långsiktigt arbete som kräver tålamod och en tydlig färdriktning. Den här varumärkesplattformen är ett av verktygen på en ständigt pågående varumärkesresa.