

SAMMANTRÄDESPROTOKOLL

Sammanträdesdatum: 2018-05-30

§ 86**Uppsala kommuns visuella identitet
KSN-2018-1514****Beslut**

Kommunstyrelsen föreslår kommunfullmäktige besluta

att anta ny logotyp för Uppsala kommun samt principer för namnhierarki, varumärkesstatus och varumärkesrelationer i den visuella kommunikationen enligt ärendets **bilaga 1**,

att återta stadsvapnet i sin ursprungliga form och blasonering från 1943 för att användas i ceremoniella sammanhang, samt

att upphäva tidigare beslut om grafisk profil.

Reservation

Jonas Segersam (KD) reserverar sig till förmån för eget yrkande och avger skriftlig reservation enligt **bilaga A § 86**.

Särskilt yttrande

Stefan Hanna (C) och Mohamad Hassan (L) avger särskilt yttrande enligt **bilaga B § 86**.

Yrkanden

Jonas Segersam (KD) yrkar:

Att andra att-satsen istället lyder: återta stadsvapnet i sin ursprungliga blasonering från 1943 med en utformning i enlighet med den av statsheraldikern framtagna.

Maria Gardfjell (MP) yrkar bifall till arbetsutskottets förslag till beslut.

Sammanfattning

I samband med att kommunfullmäktige beslutade om en ny kommunikationspolicy i december 2017 fick kommunstyrelsen i uppdrag att revidera kommunens grafiska profil. I det ingick att ta fram en ny visuell identitet. I detta ärende föreslås därför en ny logotyp samt tillhörande principer för namnhierarki, varumärkesstatus och varumärkesrelationer i den visuella kommunikationen.

Beslutsgång

Ordföranden ställer arbetsutskottets förslag till beslut mot Jonas Segersams (KD) yrkande och finner att kommunstyrelsen bifaller arbetsutskottets förslag.

Beslutsunderlag

Förvaltningens skrivelse den 16 maj 2018.

Arbetsutskottet har tillstyrkt förslaget den 22 maj 2018.

Ärende 11

Uppsala kommuns visuella identitet

Reservation

Kristdemokraterna

Förslaget innebär en uppdatering av Uppsala kommuns grafiska profil. Vi kristdemokrater välkomnar en uppdatering av den grafiska profilen, eftersom nuvarande logotyp är från 1986, då också det riktiga stadsvapnet avregistrerades hos PRV. Kommunen föreslås nu återta stadsvapnet i sin ursprungliga form och blasonering från 1943, att användas i ceremoniella sammanhang. Blasoneringen som fastställdes 1943, dvs. den beskrivning i text som inom heraldiken fastställer hur ett vapen ska se ut, var följande: "I blått fält ett gående utåtseende, krönt lejon (leopard) av guld med röd beväring, därest dylik skall användas". Heraldiken lyder vissa traditionella och internationellt accepterade regler beträffande heraldiska färger, former och kompositioner. Vi anser inte att vi ska använda den gamla utformningen av lejonet i själva stadsvapnet som 1943, även om vi återgår till den ursprungliga blasoneringen. Vi vill istället att Uppsala kommun använder sig av den utformning av vapnet som riksarkivet tagit fram, och som då behöver anpassas till den ursprungliga blasoneringen. Yttrande behöver då inhämtas från Heraldiska nämnden för fastställande av PRV.

Med anledning av ovanstående yrkade Kristdemokraterna på att andra att-satsen i ärendet istället skulle lyda: *"återta stadsvapnet i sin ursprungliga blasonering från 1943 med en utformning i enlighet med den som tagits fram av statsheraldikern"*.

Jonas Segersam (KD)



Ärende 11

Uppsala kommuns visuella identitet

Särskilt yttrande

Liberalerna och Centerpartiet

Uppsala kommuns visuella identitet behöver uppdateras med jämna mellanrum för att vara modern och förmedla en korrekt och tidsenlig bild av kommunen. Vi välkomnar att Uppsala kommun får en ny och mer modern visuell identitet som är anpassad för den digitala tidsåldern.

Kommunens visuella identitet i form av exempelvis namn, logotyper och typsnitt är något som väldigt många Uppsalabor möter i sin vardag. Följaktligen är den något som intresserar och engagerar många kommuninvånare, även om den visuella identiteten som sådan inte är något som direkt påverkar vilken service och välfärd de får. Av det skälet anser Liberalerna och Centerpartiet att en medborgardialog om den nya visuella identiteten borde ha genomförts så att Uppsalaborna hade fått möjlighet att inkomma med synpunkter och önskemål.

Den nya tekniken skapar inte bara ett behov för Uppsala kommun att uppdatera visuella identiteter, utan också fantastiska nya möjligheter för kommunen att kommunicera med sina medborgare. En digital medborgardialog av något slag hade kunnat lämpa sig för att låta Uppsalaborna tycka till om Uppsalas nya visuella identitet.

Mohamad Hassan (L)

Stefan Hanna (C)

Handläggare
Florell Kristian
Smedfeldt Helena
Forsell Tommy

Datum
2018-05-16

Diarienummer
KSN-2018-1514

Kommunfullmäktige

Uppsala kommuns visuella identitet

Förslag till beslut

Kommunstyrelsen föreslår kommunfullmäktige besluta

att anta ny logotyp för Uppsala kommun samt principer för namnhierarki, varumärkesstatus och varumärkesrelationer i den visuella kommunikationen enligt ärendets **bilaga 1**

att återta stadsvapnet i sin ursprungliga form och blasonering från 1943 för att användas i ceremoniella sammanhang, samt

att upphäva tidigare beslut om grafisk profil.

Ärendet

I samband med att kommunfullmäktige beslutade om en ny kommunikationspolicy i december 2017 fick kommunstyrelsen i uppdrag att revidera kommunens grafiska profil. I det ingick att ta fram en ny visuell identitet. I detta ärende föreslås därför en ny logotyp samt tillhörande principer för namnhierarki, varumärkesstatus och varumärkesrelationer i den visuella kommunikationen.

Beredning

En förstudie genomfördes i slutet av 2015 och början av 2016. Förstudien resulterade i en rekommendation att se över den visuella identiteten. Kommunledningskontoret har därefter fortsatt arbetet och tagit fram det koncept till ny visuell identitet som nu föreslås.

Kommunstyrelsen har löpande informerats om konceptförslagen. Konceptförslaget har testats i befintliga verksamheter och kampanjer för att ta reda på hur den nya profilen fungerar i verksamhetens befintliga vardag, bl.a. inom kulturförvaltningen, utbildningsförvaltningen och stadsbyggnadsförvaltningen.

Föredragning

Kommunen har i nuläget många varumärken, logotyper och identiteter som behöver hanteras och underhållas. Det är resurskrävande, kostnadsdrivande och ineffektivt men också otydligt utifrån ett mottagarperspektiv. Uppsala kommuns nuvarande grafiska profil från 1986 är dessutom inte anpassad till dagens digitaliserade värld. Därför beslutade kommunfullmäktige

den 11 december 2017 att uppdra åt kommunstyrelsen att revidera kommunens grafiska profil.

Uppsala kommun ska arbeta utifrån devisen *En kommun, ett Uppsala*. För kommuninvånarna är det viktigt att det är lätt att komma i kontakt med kommunen, och att kommunen är transparent med vad den gör och vilka verksamheter den har. Målet är att all kommunikation från Uppsala kommun ska vara enkel att känna igen, oavsett vilken del av kommunen som är avsändare. Därtill ska varumärket Uppsala stärkas.

I uppdraget har ingått att kommunikationen ska vara konsekvent i sitt visuella och verbala uttryck, dvs. i den grafiska formgivningen och i budskapet. All information och kommunikation från Uppsala kommun ska vara enkel att känna igen, oavsett vilken verksamhet som är avsändare. Kommunens verbala uttryck ska också utvecklas för att öka tillgängligheten och underlätta för den enskilde medborgaren i all kontakt med kommunen.

Logotypen består av en symbol och ett ordmärke. Den har tagits fram för att passa för såväl fysisk som digital framställan. Logotypen är responsiv, vilket innebär att den kan fungera i olika miljöer och under olika förutsättningar. I logotypens ordmärke ska typsnittet Source Sans Pro användas. Det är ett fritt typsnitt tillgängligt med öppen källkod, anpassat för digital och analog användning.

I konceptet föreslås en namnhierarki i fyra nivåer där varumärkesnamnet Uppsala kommun är obligatoriskt, medan övriga namn lyfts fram vid behov:

1. Varumärkesnamn (obligatorisk)
2. Verksamhetsnamn
3. Namn för innehåll
4. Organisatoriska namn.

Organisatoriska och legala namn, exempelvis namnet på den nämnd eller förvaltning som verksamheten ligger under, spelar en mycket underordnad roll rent kommunikativt.

När det gäller varumärkesstatus föreslås huvudregeln vara att kommunen bygger ett varumärke för alla verksamheter som kommunen kontrollerar, dvs. verksamheter som huvudsakligen finansieras och styrs av Uppsala kommun. Samtidigt föreslås vissa möjligheter till undantag under förutsättning att vissa fastställda kriterier är uppfyllda. Undantag från huvudregeln ska alltid godkännas av kommunikationsdirektören. Avslutningsvis innehåller förslaget ett koncept för hur kommunens varumärken ska förhålla sig till varandra.

Övergången till den nya visuella identiteten kommer att genomföras successivt. För att den nya logotypen ska få direkt genomslag kommer vissa förändringar genomföras direkt efter beslutet. Kommunledningskontoret tar fram en plan för detta.

Avslutningsvis, den nya logotypen ska kunna möta de samtida och framtida utmaningar som t.ex. digitala kanaler och responsivitet innebär. I ceremoniella sammanhang föreslås dock kommunen återta stadsvapnet i sin ursprungliga form (bild) och blasonering (text) från 1943. Blasoneringen som fastställdes 1943, dvs. den beskrivning i text som inom heraldiken

fastställer hur ett vapen ska se ut, var följande: *I blått fält ett gående utåtseende, krönt lejon (leopard) av guld med röd beväring, därest dylik skall användas.* År 1986 ändrades såväl blasonering och bild.

Ekonomiska konsekvenser

Genomförandet bedöms kunna hanteras inom befintlig ram.

Kommunledningskontoret

Joachim Danielsson
Stadsdirektör

Christoffer Nilsson
Chef kommunledningskontoret

Handläggare
Florell Kristian

Datum
2018-05-16

Diarienummer
KSN-2018-1514

Uppsala kommuns visuella identitet

Bakgrund

I samband med att kommunfullmäktige beslutade om en ny kommunikationspolicy i december 2017 fick kommunstyrelsen i uppdrag att revidera kommunens visuella identitet.

Utgångspunkten är att Uppsala kommun ska arbeta utifrån devisen En kommun, ett Uppsala. För kommuninvånarna är det viktigt att det är lätt att komma i kontakt med kommunen, och att kommunen är transparent med vad den gör och vilka verksamheter den har. Målet är att all kommunikation från Uppsala kommun ska vara enkel att känna igen, oavsett vilken del av kommunen som är avsändare. Därtill ska varumärket Uppsala stärkas.

Omfattning av Uppsala kommuns visuella identitet

I detta dokument beskrivs Uppsala kommuns visuella identitet i form av ny logotyp samt tillhörande principer för namnhierarki. Utöver detta beskrivs också huvudregeln för användandet av varumärket Uppsala kommun, principer för användandet av modervarumärket Uppsala kommun, principer för undantag för fristående varumärke med garant samt principer för användandet av fristående varumärken.

Uppsala kommuns logotyp

En logotyp är en kombination av symbol och ordmärke tillsammans. Uppsala kommuns logotyp är en kombination av en symbol i form av ett lejon i en öppen sköld och ett ordmärke i form av texten Uppsala kommun, skriven i typsnittet Source Sans Pro. Den nya logotypen är responsiv ner till minsta digitala format.



Uppsala kommuns namnhierarki

Uppsala kommuns namnhierarki har fyra nivåer när varumärkesnamnet Uppsala kommun är obligatoriskt. Övriga nivåer, såsom verksamhetsnamn, namn för innehåll och organisatoriska/legala namn lyfts fram vid behov. Organisatoriska/legala namn spelar en mycket underordnad namn rent kommunikativt.

Principiellt exempel på namnhierarker:

Nivå 1: Varumärkesnamn (obligatorisk nivå)	Uppsala kommun	Uppsala kommun	Uppsala kommun
Nivå 2: Verksamhetsnamn	Backens förskola	Bibliotek	Gottsundabadet
Nivå 3: Namn för innehåll	Sopkampen	Bokbuss	Simskola
Nivå 4: Organisatoriska/legala namn	Utbildningsförvaltningen	Kulturnämnden	Fyrishov AB

Exempel på hur övriga nivåer lyfts fram utifrån kommunikativa behov;



Den namnhierarkiska nivån är inte detsamma som en kommunikativ nivå. Kommunikationens syfte styr vilken nivå som dominerar. Uppsala kommuns logo är obligatorisk, men inte alltid dominerande.

Huvudregel för användandet av varumärket Uppsala kommun

Huvudregeln är att alltid använda Uppsala kommun som varumärke för de verksamheter som finansieras eller styrs av Uppsala kommun. Uppsala kommun har ett varumärke för alla verksamheter som kommunen kontrollerar.

Verksamheter som Uppsala kommun inte kontrollerar ska representeras av egna varumärken:

- minoritetsägda bolag
- jämbördiga samarbeten med andra parter
- platsen Uppsala.

Undantag från huvudregeln

Verksamheter som behöver ett distinkt oberoende varumärkeslöfte mot sina målgrupper för att fullgöra sitt uppdrag kan få bygga ett eget varumärke. Följande kriterier ska vara uppfyllda:

1. varumärket representerar ett kommunalt bolag
2. bolaget bidrar till att stärka kommunens varumärke genom sitt varumärkesarbete
3. bolaget har primärt externa kunder, dvs. inte Uppsala kommun som enda eller helt dominerande kund
4. bolaget har ett uppdrag som sträcker sig över Uppsala kommuns geografiska gränser
5. bolagets kunder behöver förstå att de inte ska kontakta Uppsala kommun i löpande kundärenden.

Kriterierna 1 och 2 måste alltid vara uppfyllt. Därtill ska minst ett kriterium vara uppfyllt för att undantag ska kunna ges.

Undantag från huvudregeln ska alltid godkännas av kommunikationsdirektören.

Principer för användandet av modervarumärket Uppsala kommun

För de verksamheter som Uppsala kommun kan och ska omfatta har kommunen ett modervarumärke. De verksamheter som är en del av modervarumärket har Uppsala kommun som avsändare i alla kanaler. För dessa verksamheter gäller:

- ett gemensamt varumärkesnamn
- en gemensam värdegrund
- en gemensam logotyp
- en gemensam identitet
- en beskrivande namngivning.

Kommunen lyfter fram namn för verksamhet, innehåll och organisation utifrån fastställd namnhierarki och anpassar kommunikationen till mottagarnas behov. Det sker alltid med modervarumärket som avsändare och med ett uttryck som bottnar i kommunens gemensamma visuella identitet och tonalitet.

Principer för undantag för fristående varumärke med garant

De verksamheter som kommunen gör undantag för bygger kommunen som fristående varumärken med Uppsala kommun som garant med:

- eget varumärkesnamn
- egen varumärkesplattform (i harmoni med kommunens värdegrund)
- egen logotyp
- Egen identitet.

För att tydliggöra att fristående varumärken är en del av Uppsala kommun används en garant. Garanten ska användas i alla kontaktytor där det är möjligt att använda den. Det är främst där ytan är kraftigt begränsad och på fasadskyltar som garanten inte används. I redaktionella beskrivningar av verksamheten ska det alltid framgå att varumärket är en del av Uppsala kommun.

Principer för fristående varumärken

De verksamheter Uppsala kommun inte själv kontrollerar utan samäger, byggs som fristående varumärken:

- eget varumärkesnamn
- egen varumärkesplattform
- egen logotyp
- egen identitet.

I de fall det är relevant för mottagarna att lyfta fram Uppsala kommun och de övriga varumärken som står bakom verksamheten, exponeras varumärkena jämbördigt.