

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)	<b>Uppsala kommun</b>	<b>Uppsala kommun</b>	<b>Uppsala kommun</b>
Nivå 2: Verksamhetsnamn	<b>Backens förskola</b>	<b>Bibliotek</b>	<b>Gottsundabadet</b>
Nivå 3: Namn för innehåll	<b>Sopkampen</b>	<b>Bokbuss</b>	<b>Simskola</b>
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.