



## Flik 6.23

Antagen av kommunfullmäktige 2014-06-16, § 76 att gälla från 2014-08-01.

## Kommunikationspolicy

**2014 - 2018**

# Vingåkers kommun

## Innehåll:

<b>1</b>	<b>Syftet med kommunikationen.....</b>	<b>2</b>
<b>2</b>	<b>Strategi.....</b>	<b>3</b>
<b>3</b>	<b>Mål.....</b>	<b>3</b>
<b>4</b>	<b>Ansvar.....</b>	<b>4</b>
<b>5</b>	<b>Kriskommunikation.....</b>	<b>5</b>
<b>6</b>	<b>Angränsande dokument.....</b>	<b>6</b>

*Kommunicera* kommer från latinets *communicare* som betyder dela med någon eller göra något gemensamt – flervägs kommunikation, dialog.

*Information* är innehållet i det som kommuniceras – fakta, envägs kommunikation

## 1 Syftet med kommunikationen

Syftet med det här dokumentet är att ge ramar, ansvarsfördelning och ange vilka övriga styrande dokument som ska finnas för Vingåkers kommuns kommunikationsarbete.

Syftet med kommunikation ska vara att ge och få ökade kunskaper, främja aktivitet och skapa en öppen attityd hos kommunens medarbetare samt mellan kommunen och kommuninvånare, näringsliv och organisationer. Dessutom ska informationsspridningen syfta till att göra Vingåkers kommun känt som en attraktiv kommun att besöka, leva och verka i.

Kommunens kommunikation ska vara tydlig, korrekt, tillgänglig och aktuell.

I de avsnitt där hänvisning sker till kommunens grafiska profil görs undantag för de bolag, förvaltningar, förbund samt egen kommunal verksamhet som har egen fastställd kommunikations- eller informationsstrategi och grafisk profil.

Vingåkers vision 2020 ska vara tongivande i styrdokument och genomsyra kommunikationsarbetet.

### *Vision för Vingåkers kommun 2020*

Tillsammans tar vi, medborgare, näringsliv och kommun, ansvar för vår hälsa och gemensamma livsmiljö.

Vi är stolta över att varje plats i kommunen bidrar med sin egen karaktär och historia.

Vi uppmuntrar nytänkare och berömmar framgång.

Vi vågar bry oss.

Medborgare, näringsliv och kommun är på samma våglängd.

*Därför lyckas vi*

## 2 Strategi

Kommunikation – ömsesidigt utbyte av information

- Kommunikationen ska eftersträva helhetssyn och samverkan.
- Allt är offentligt som inte är sekretessbelagt.
- Det är viktigt att kommunicera så snabbt som möjligt, vare sig det är i positivt eller negativt sammanhang.
- Medarbetare i Vingåkers kommun ska så långt det är möjligt informeras före massmedia och allmänhet. De kommunala bolagen och samarbetsförvaltningar skall också beaktas i kommunikationen.
- Informationen ska vara tillgänglig. Klarspråk - ett enkelt och tydligt språk - ökar målgruppernas möjligheter att ta till sig informationen.
- Beroende på budskap och målgrupp kan olika kanaler användas för att vara så effektiv som möjligt. Olika kanaler kan användas vid samma budskap.
- Kommunens grafiska profil ska användas i alla officiella sammanhang så att det klart framgår att Vingåkers kommun är avsändare. Det ska också framgå vem som är ansvarig för informationen.

## 3 Mål

- All information från kommunen ska vara professionellt utformad, ha en tydlig avsändare och följa reglerna för grafisk profil.
- Kommunikationen ska uppfattas som tydlig, korrekt, tillgänglig och aktuell.

## 4 Ansvar

*Kommunikationschef* samordnar den övergripande kommunala kommunikationen tillsammans med förvaltningskommunikatörer.

*Förvaltningskommunikatörer* har det övergripande uppdraget, där förvaltningschef gett ett tydligt mandat, att samordna kommunikationen för respektive förvaltning

*Samtliga chefer* har ansvar för att personalen är välinformerad och att kommunikationen till medborgarna fungerar. Alla som ansvarar för en verksamhet har ett ansvar att kommunicera, både internt och externt.

*Varje medarbetare* har ett ansvar att på eget initiativ söka och ta del av information samt att kommunicera med sin närmaste chef och med sina kollegor. Alla medarbetare har rätt att som individer kontakta media och göra uttalanden\*, men det bör framgå i vilken roll man uttalar sig, det vill säga om man gör det som enskild person eller som företrädare för verksamheten.

*Varje förvaltning* har ansvar för kommunikationen inom sitt eget verksamhetsområde.

*Varje nämnd/utskott* har ansvar för kommunikationen inom sin egen nämnd/styrelse.

*Förtroendevalda* Gränsdragning mellan vad som är förvaltningsorganisationens budskap och den politiska organisationen är viktig. Partipolitisk kommunikation ansvarar respektive parti för.

*Alla* har ett eget ansvar att söka, ge och få information.

[\*Meddelarfrihet (1949:105) är en svensk juridisk term som innebär rätt att för offentliggörande lämna upplysningar i vilket ämne som helst till bland annat media och författare. Meddelarfriheten regleras i 1 kap. 1 § 3 st tryckfrihetsförordningen (TF).]

## **5 Kriskommunikation**

En särskild plan finns för kommunikationsarbetet vid extraordinär händelse. I sådant läge har kommunens krisledningsgrupp det övergripande ansvaret för kommunikationsinsatserna.

Pressmaterial ska distribueras samtidigt till alla medier och bör publiceras på kommunens webbplats.

## **6 Revidering**

Kommunikationspolicyn skall revideras vart fjärde år.

## 7 Angränsande dokument

Dokument som är befintliga eller som bör upprättas vid aktuella tillfällen.

### 1. Grafisk profil

Den grafiska profilen anger hur kommunens visuella material och profil ska se ut. Här regleras exempelvis färger, logotype, teckensnitt och hur annonser, marknadsförings- och profilmaterial, skyltar etc ska se ut samt eventuella undantag. Den grafiska profilen ska ha en tydlig koppling till Vingåkers vision 2020. Den grafiska profilen antas av fullmäktige.

### 2. Kommunikationsplan

Kommunikationsplanen innehåller konkret planering av en aktivitet med genomförandedetaljer. Kommunikationsplanen upprättas inom förvaltningsorganisationen för de specifika aktiviteterna och kan även med fördel kopplas till verksamhetsplaner. Mall för kommunikationsplan finns.

### 3. Kriskommunikation

Kriskommunikationsplan ingår i Krisledningsplan för Vingåkers kommun och innehåller kriskommunikationsarbetet vid extraordinära händelser. Krisledningsplanen antas av kommunfullmäktige

### 4. Riktlinjer användning av sociala medier

Riktlinjerna upprättas centralt för att tydliggöra hur medarbetare inom Vingåkers kommun arbetar med sociala medier. De verksamhetsknutna riktlinjerna upprättas av respektive förvaltning, med stöd utifrån de centrala riktlinjerna.

### 5. Sponsringspolicy

Sponsringspolicyn innehåller en gemensam hantering där Vingåkers kommun ingår sponsringsavtal. Sponsringspolicyn antas av kommunfullmäktige