



HEDEMORA
KOMMUN

KOMMUNIKATIONSPLAN



BILDEN AV HEDEMORA

Bilder, tankar och känslor som förknippas med Hedemora är det som bygger varumärket och fyller det med värde, Bilden av Hedemora skapas. För att förmedla en enhetlig bild av Hedemora krävs ett strategiskt arbete avseende kommunikationen med omvärlden. Hedemora kommun kommunicerar med sin omgivning i många olika sammanhang. Vi behöver vara tydliga i våra budskap och tala med en röst. Grunden för ett sådant arbete är en gemensam plan – en strategi - kring kommunikation och marknadsföring av Hedemora kommun som organisation och geografisk plats. Den gemensamma planen beskriver vilka vi är, vad vi vill vara, vad som gör oss unika, vad vi vill berätta, hur vi vill berätta och till vem. En gemensam plan är viktig ur flera perspektiv. När vi vill locka nya invånare eller få företag att etablera sig, när vi vill få nya besökare att upptäcka oss, när vi behöver rekrytera medarbetare och när vi arbetar för att de som redan bor och verkar i bygden ska trivas och vilja utvecklas i Hedemora.

Vår gemensamma plan kallar vi Kommunikationsplan.

Kommunikation - Vad säger vi?	
Bilden av Hedemora	1
Vision	2
Mål	2
Metod	2
Syfte och användning	3
Budskap och bilder	3
Kanal och tonalitet	4
Lägesrapport	4
Platsens värde	5
Gemensam värdegrund	6
Profilering	7
Målgrupp	9
Sociala medier	11
Grafisk profil - Hur ser vi ut?	
Logotyp	13
Frizon	15
Bilder/Foto	16
Profilfärger	17
Typsnitt	19
Kontaktuppgifter	20
Dekor	21
Annonser	23
Marknadsföring/Gåvor	24
Profilprodukter	25

VISION

En vision kan beskrivas som framtida önskat läge. Visionen ska inspirera och skapa framtidstro men också tala om riktning för arbetet. Det finns inget krav på varken mätbarhet eller realism.

I det vackra södra Dalarna, bland gröna skogar och friska vatten, finns en plats där livskvalitet sätts i främsta rum. Här erbjuds god service och omsorg, ett blomstrande näringsliv, attraktiva skolor och förskolor, ett rikt kultur- och fritidsliv samt unika boendemöjligheter. Närheten till naturen och till varandra skapar en kreativ och trivsamt miljö med möjligheter att utveckla sig själv och sina drömmar.

Hedemora kommun – En bygd med framtidstro där människor och näringsliv utvecklas.

MÅL

Kommunen som organisation

Skapa en tydlig och enhetlig bild av Hedemora kommun. Det ska vara lätt att känna igen kommunens organisation och dess verksamheter. Budskapen ska vara enkla att uppfatta och kännas igen av ett enhetligt tänk kring utformningen.

Kommunen som geografisk plats

Hedemora kommun ska upplevas som en välkomnande och trivsamt plats. Vi är eniga kring vad vi vill berätta om Hedemora. De som bor och verkar i kommunen ska trivas och känna stolthet över bygden. Nya människor ska lockas hit och känna sig välkomna. Besökare och de med anknytning till bygden ska vilja återvända.

METOD

Metoder som använts är möten med kommuninvånare, politiker, webbenkät, enkät till nyinflyttade samt möten med kommunorganisationens medarbetare. Arbetet har kompletterats med fokusgrupper och djupintervjuer. En längre studie kring samsyn och värdegrund har utförts med medborgare, medarbetare i kommunens organisation, kommunledning och politiker¹.

¹Varumärkesarbete, Hedemora kommun/Heimer o Co, 2011. "Bilderna av Hedemora", Hedemora kommun, 2011-2013. Samsynmetoden, Hedemora Näringslivsbolag AB/Lars Wallrup, 2011-2015.

SYFTE OCH ANVÄNDNING

Kommunikationsplanen ska fungera vägledande i kommunens arbete med att förmedla en enhetlig bild av Hedemora kommun. Alla som kommunicerar i kommunens namn omfattas av den gemensamma planen, oavsett om det gäller våra dagliga kontakter eller vår övriga kommunikation och marknadsföring. Varje chef ansvarar för att planen efterlevs.

Eventuella undantag ska godkännas av kommunikationsenheten.

BUDSKAP OCH BILDER

Ett budskap är det vi vill berätta för en vald målgrupp. Budskap formuleras på olika sätt och kan gälla samhällsnyttig information som marknadsföring av kommunen. Vissa budskap formuleras för att kännetecknas av legitimitet och förtroende medan andra är mer säljande. Oavsett syfte med budskapet ska det vara enkelt för mottagaren att uppfatta och förstå. Anpassningar bör göras i möjligaste mån för att öka tillgängligheten.

Bilder kan användas för att förstärka ett budskap. Det är viktigt att känslan som förmedlas i bilden stämmer överens med budskapet. Budskap om en aktiv fritid kräver ofta en händelse i bilden medan budskap om ett lugnare tempo kan förstärkas av en vacker naturbild. Bilderna ska vara professionella och användas i enlighet med aktuella rättigheter.

KANAL OCH TONALITET

Vilken kanal som väljs för att nå målgruppen är avgörande för hur budskapet tas emot av mottagaren. Det finns inget sätt eller kanal som passar för alla utan valen måste göras utifrån aktuell målgrupp. Exempel på kanaler är press och tryckt media, TV, radio, hemsida, intranät och sociala medier.

Tonalitet är ett ord som har sitt ursprung inom musiken och kan beskrivas som hur ett företag eller en organisation låter eller uttrycker sig. När vi kommunicerar med omgivningen via mail, webb eller sociala medier så ger vi kommunen en röst. Rösten har en ton som uppfattas av den som tar emot budskapet och därför måste vi välja ton med omsorg.

LÄGESRAPPORT

Alla kommuner har möjligheter och utmaningar. Vi ska ta tillvara på våra möjligheter och anta våra utmaningar. För att ta reda på Hedemoras styrkor, svagheter, möjligheter och hot har en SWOT-analys* utförts. Analysen visar att vi bör dra nytta av närheten till naturen, det geografiska läget, unika boendemiljöer, anknytningar, storleken och den enkla vardagen. Bemötandet och människorna får gott betyg. Vid beskrivning av Hedemorabygden används ofta ordet ”vacker”.

Analysen visar också att vi behöver bli bättre på att visa vår framåtanda och tro på oss själva. Vi har en vacker kommun att förvalta och det måste vi våga ta ansvar för. Vi måste bli bättre på att tala om vad vi är bra på och vad vi har att erbjuda. Vi måste bli bättre på kommunikation. Alla med anknytning till bygden har ett ansvar i kommunens utveckling. Vi måste bli bättre på samverkan.

Vi har utmaningar som pensionsavgångar, konkurrens vid nya rekryteringar samt en åldrande befolkning. För att ta sig an dessa utmaningar behöver Hedemora kommun ha ett gott rykte, inte bara som geografisk plats utan också som arbetsgivare.

*Strength, Weakness, Opportunity, Threat.

PLATSENS VÄRDE

Vi vill beskriva Hedemorabygden som en välkomnande och trivsamt plats. En plats där närhet, enkelhet och personliga möten skapar möjligheter som annars inte finns. En plats att utvecklas tillsammans på. En plats som skapar möjligheter och tar ansvar för en ekonomisk, ekologisk och socialt hållbar framtid. Vi sammanfattar Hedemora med orden Nära, Kreativ och Hållbar.

Nära

I Hedemora skapar närheten möjligheter till ett rikt liv. Här är vardagen lite enklare, nära mellan hem och arbete, nära mellan skolan och affären. Nära till naturen, till unika stads- och kulturmiljöer och till en aktiv fritid som förgyller vardagen. Närheten till andra och större städer ökar utbudet av spännande jobb och nöjen. I Hedemora har vi också nära till varandra. Närheten skapar tid att umgås tillsammans med familj och vänner, knyta nya kontakter och utveckla våra relationer. Närheten ger personliga möten och service i toppklass. Här, i Dalarnas äldsta stad, väntar både nya och gamla vänner.

Kreativ

Den kreativa miljön har genom tiderna lockat till sig och välkomnat aktiva och driftiga personer som nått framgång, nationellt som internationellt. Från dåtidens tekniska innovationer av Christopher Polhem och Gustaf de Laval till dagens produktutvecklare. Gränsöverskridande samverkan och nytänkande skapar spännande produkter. En enklare vardag skapar tid och möjligheter att utveckla sig själv och sina idéer. I Hedemora är vi bra på att ta tillvara på de möjligheter som omgivningen erbjuder. Detta styrks inte minst av omfattningen av det ideella engagemanget i kommunens föreningar, den breda hobbyverksamheten eller de många välmående företagen. Här finns en nyfikenhet som välkomnar nya människor, idéer och tankar.

Hållbar

Hedemora ekokommun bedriver ett framgångsrikt arbete för ett hållbart samhälle. Vi utbildar för att kvinnor och män ska ha samma förutsättningar och känna sig välkomna i vår kommun. Vi tar tillvara på våra resurser och investerar inför framtiden i fiber, bostäder, förnyelsebar energi, biosfärområden och ekomuseum. Vi ligger i framkant vad gäller erbjudande av ekologisk mat till våra barn och äldre. Vi har fina små skolor och förskolor med goda resultat. Vi värnar om vårt kulturhistoriska arv och vår historia. Här tar vi ansvar för vår framtid.

GEMENSAM VÄRDEGRUND

För att nå upplevelsen av en välkomnande och trivsamt bygd är det viktigt att enas om hur vi når dit. Vi har tagit fram en gemensam värdegrund som beskriver vår utgångspunkt och vad vi tror är avgörande för att lyckas i vårt uppdrag. Alla medarbetare i kommunens organisation omfattas av den gemensamma värdegrunden. Vi tror på individens eget ansvar och vikten av att vi bemöter alla i vår omgivning med respekt. Vi utgår ifrån kundens behov och antar utmaningar. Som medarbetare i Hedemora kommun gäller Respekt, Ansvar, Kundfokus och Mod.

Respekt

Jag bemöter min omgivning med respekt.

Ansvar

Jag tar ansvar för mitt uppdrag och vår framtid.

Kundfokus

Jag utgår ifrån kundens behov och önskemål.

Mod

Jag antar utmaningar och utvecklar möjligheter.

PROFILERING

Konkurrensen om medborgare, arbetskraft och besökare är stor mellan Sveriges kommuner. Vi konkurrerar också med andra länder i större utsträckning än tidigare. Det blir allt viktigare att kunna ge en tydlig bild över vad vi kan erbjuda. Vi behöver berätta om oss själva, synas och skapa igenkänning. När vi berättar om platsen Hedemora, i vår externa kommunikation och marknadsföring, utgår vi från Dalarnas äldsta stad och möjligheterna som kulturen och naturen skapar. Förutom Naturen och Kulturen lyfter vi tre områden som växt fram och är utmärkande för bygden; Maten, Musiken och Motorerna.

Kulturen

Vi är stolta över vår historiska bygd och Dalarnas äldsta stad – Hedemora - som redan år 1446 fick sina stadsprivilegier. I köpstaden med anor från medeltiden samspelar människor och företag i en unik kultur-historisk miljö omgivna av vackra byggnader och välskötta parker, här finns ett av Sveriges bäst bevarade kullerstenstorg. Stadskärnan omges av skog och vatten. Hedemora är omtyckt för sin vackra miljö, sitt utbud av små fina butiker, mysiga caféer och människornas trevliga bemötande. Välkommen att upptäcka Hedemora!

Naturen

I Hedemora är det alltid nära till vacker natur för ro och avkoppling likväl som aktiv fritid med vandring, cykel, skidor, skridskor eller varierat fiske. Vi arbetar långsiktigt för en hållbar framtid genom att utveckla relationen mellan människan och naturen, bland annat med Hedemora som biosfärområde. Här finns Sveriges första ekomuseum Husbyringen med sex mil natur- och kulturled präglad av unika industri- kultur-historiska platser. Ett rikt föreningsliv vittnar om engagemang, drivkraft och många möjligheter till nya spännande möten. Framgångarna når långt utanför kommungränsen. Hedemora är aktivt året om!

Maten

Hedemora är framstående i sitt arbete att erbjuda god, hälsosam och näringsriktig kost med ekologiska livsmedel till våra små, unga och äldre i kommunen. Här finns framgångsrika och prisbelönta företag som erbjuder kvalitetsprodukter till livsnjutare, allt från bryggeri och mejeri till senap, kryddor och choklad. Här finns flera aktiva lantbruk, marknader, ett flertal caféer och restauranger varav en av landets bästa fin-krogar. Bygden vittnar om en bred kunskap och ett stort intresse kring mat och kvalitet. Smaka och njut!

Musiken

Musiken har länge utmärkt bygden och tonerna fortsätter att förgylla tillvaron och locka till sig musikintresserade i alla åldrar, från när och fjärran. Hedemora bjuder på en spännande bredd och har utgjort en bas för både hovsångerskor liksom Sveriges äldsta rockfestival. Här finns många talanger och ett stort engagemang som skapar tillfällen att umgås och låta sig ryckas med. Musiken levereras gärna och ofta i unika kulturbyggnader vilket gör upplevelsen till något utöver det vanliga. Upplev och inspireras!

Motorerna

Motorer i alla dess former är ett kännetecken för Hedemora. Här finns en lång tradition och ett unikt intresse för motorer. TT-loppet är en internationell tävling som satte Hedemora på kartan redan på tidigt 1900-tal vilket myntade begreppet Motorstaden. Motorerna har tagit Hedemoraborna världen över och gör det än idag. Här arbetas det för fullt med både att bevara och utveckla. Motorintresset är lika varmt vare sig det är sommar eller vinter i Hedemora och ger flera möjligheter till spännande evenemang och möten. Upptäck och fascineras!



MÅLGRUPP

När vi kommunicerar bilden av Hedemora som plats har vi olika målgrupper vi vänder oss till. Dels har vi de som redan bor i kommunen, de som arbetar här, driver företag eller har någon form av anknytning till bygden. Vi har också de utan anknytning som vi vill locka till kommunen, besökare, möjliga nya invånare och företag. Alla människor, oavsett grupptillhörighet, är eller kan bli viktiga ambassadörer för Hedemora.

Prioriterad målgrupp

Genom att rikta insatsen eller budskapet mot en mindre likartad grupp kan effekten bli större. Det kan handla om ett budskap kring en specifik fråga, en insats för att locka fler invånare eller marknadsföring av kommunen i syfte att locka nya besökare.

Hedemora kommun arbetar med ett tydligt fokus på barn och ungas välmående. Vi tror att Hedemora kommun är en bra kommun att växa och utvecklas i. Lagom stor med många möjligheter till aktivitet och rörelse, fina förskolor och skolor, vackra lantliga miljöer och ett hållbart tänk. En plats att bygga en trygg grund på. En plats där nya och gamla vänner kan må bra och trivas.

Genom barnen når vi människor i alla åldrar. Vid marknadsföring av Hedemora som plats är barnfamiljer en uttalad prioriterad målgrupp.



SOCIALA MEDIER

Sociala medier används för att öka tillgängligheten, förbättra kommunikationen med allmänheten och andra intressenter, skapa kanaler för marknadsföring, krisinformation eller för omvärldsbevakning. Sociala medier kräver daglig översyn och regelbunden uppdatering. Antalet sociala medier i kommunens namn bör begränsas för att kvalitetssäkra vår kommunikation samt säkerställa att vi har aktiva medier. Endast i särskilda fall tillåts enskilda enheter ha egna kanaler i sociala medier. En egen kanal kan bli aktuell under en tidsbegränsad period som under ett projekt eller liknande. Alla nya kanaler ska godkännas av enheten för kommunikation.

Via sociala medier lyfter vi evenemang, händelser och samhällsnyttig information. Vi kan lyfta ideella arrangemang men nämner ej företagsnamn. Inlägg och kommentarer ska besvaras inom två arbetsdagar i enlighet med kommunens tjänstegaranti.

Vid användningen av sociala medier måste flera olika lagstiftningar beaktas som:

- Tryckfrihetsförordningen
- Offentlighets- och sekretesslagen
- Arkivlagen
- Personuppgiftslagen
- Förvaltningslagen
- Lagen om ansvar för elektroniska anslagstavlor

Allmänna handlingar

Handlingarna inkomna via sociala medier omfattas av samma regelverk som andra allmänna handlingar.

- Meddelanden som initierar eller tillhör ett ärende ska diarieföras.
- Meddelanden som omfattas av sekretess ska flyttas från det sociala mediet och diarieföras.
- Meddelande vars innehåll är brottsligt eller på annat sätt olämpligt, t.ex. hets mot folkgrupp eller kränkande personuppgifter, flyttas och diarieförs med uppgift om anledningen till avpubliceringen.

Sociala medier utanför arbetstid

Hedemora kommuns medarbetare som använder sociala medier privat har rätt att skriva om kommunens verksamhet i enlighet med lagstiftningen om yttrandefrihet och meddelarfrihet. Det bör dock framgå tydligt att inlägget görs som privatperson och det bör göras med gott omdöme samt hänsyn till kommunens grundläggande värderingar. I Hedemora råder noll tolerans mot rasism och all form av diskriminering. Vi arbetar för att alla lika värde oavsett etnicitet, religion, funktionshinder, kön, sexuell läggning och ålder.

Om en medarbetare eller förtroendevald får ett meddelande privat men som avser rollen som anställd eller politiker i Hedemora kommun ska detta hanteras som en allmän handling. Ärenden som behöver besvaras kan vidarebefordras till lämplig befattningshavare.

Arkivhantering

De handlingar som sociala medier genererar ska föras in i respektive förvaltnings dokumenthanteringsplan och det ska finnas ett gallringsbeslut, t.ex. för de handlingar som anses vara av ringa eller tillfällig betydelse. Allmänna handlingar som inkommit via sociala medier, men som inte behöver diarieföras, kan förvaras enbart på Internet så länge de där är sökbara för allmänheten. För att bevara själva mediet och den kontext där handlingar uppstod ska handlingarna ändå arkiveras en gång i halvåret och/eller vid större förändringar. Enheten för kommunikation ansvarar för att samordna all användning av sociala medier och för en förteckning över de sociala medier som används av Hedemora kommun. Förteckningen ska finnas tillgänglig på kommunens externa webbsida, med länkar till alla konton på sociala medier.

Borttagning

Det är tillåtet för administratörer för sociala medier att ta bort olämpliga inlägg till exempel politiska åsikter, berör sekretessärenden eller gör reklam. Administratörer meddelar ägaren till inläggen via personligt meddelande om anledning för bortplockandet av inlägget.

Administratörer dokumenterar borttagna inlägg.

LOGOTYP

Kommunmärke

Hedemora fick sina stadsprivilegier år 1446 vilket gör Hedemora till Dalarnas äldsta stad. Kommunens vapen användes som sigill redan på 1500-talet. Vi är stolta över vårt ursprung och har valt att hålla kvar vid kommunvapnet. Den ursprungliga layouten beskriver historien som ”I fält av silfver en grön gran”. Idag används en grön gran med en något gråtonad bakgrund. Vapnet står som symbol för trygghet, trovärdighet och kompetens. Granens gröna färg har satt sin prägel på kommunen och bidrar till att skapa igenkänning av kommunens organisation. I högtidliga sammanhang kan den grå färgen ersättas med silver.

Kommunmärket grundas i kommunens vapen tillsammans med texten Hedemora kommun. Logotypen används där kommunen står som avsändare av ett budskap vid samhällsnyttig information och internt i kommunen som vid tjänsteskrivelser, blanketter och dylikt. Kommunmärket används i formella sammanhang där kommunens organisation står som en legitim avsändare, exempel vid representation av kommunen, på namnskyltar, visitkort, tjänsteskrivelser och blanketter, vid rekryteringsannonser, samhällsinformation och liknande. Kommunmärket används också vid extern marknadsföring av kommunen.

Märke för egen regi

Verksamheter i egen regi använder den runda logotypen för att förstärka Hedemora kommun som avsändare. Verksamhetens namn framgår primärt medan kommunens logotyp framgår sekundärt. Verksamheterna använder huvudfärgen grön, två undantag finns med Vasahallen och Hedemora Stadsbibliotek som använder blå respektive röd.

Huvudmärke

Nedan visas kommunens huvudlogga, inklusive variant för svart/vitt tryck. Logotypen anpassas efter form och placering på material, se exempel profilprodukter sidan: 25.



HEDEMORA
KOMMUN



HEDEMORA
KOMMUN



HEDEMORA
KOMMUN

Egen regi

Nedan visas exempel på verksamheter som kan använda logotypen egen regi.



KRISTALLEN



VASAHALLEN

FRIZON

Samtliga logotyper ska placeras med frizon, exempel enligt bild nedan, detta för att logotyperna ska framgå så tydligt som möjligt. Logotyperna får inte göras mindre än att gran och text tydligt syns.



BILDER/FOTO

Bilder som representerar kommunen ska vara i enighet med gällande lagstiftning och normer. Bilderna får gärna innehålla barn och familjer, samt natur och aktivitet. Bilderna bör i den mån det går vara kvadratiska eller tillsammans forma en kvadrat.



Foto: Linslusen, A. Klaxman med flera.

PROFILFÄRGER

Hedemoras färger är framtagna för att återspegla bygdens kultur och natur med sitt gröna från skogen och blå från sjöarna samtidigt som de knyter an till Dalarna med den typiska träbebyggelsen i rött och ockra för landsbygden.

Grön är Hedemoras huvudfärg och symboliserar skogen. I alla tider har skogen varit betydelsefull och utmärkande för bygden. Den gröna granen gestaltas på kommunens vapen. Färgen grön stämmer väl överens med kommunens breda satsningar för en hållbar framtid.

Blå symboliserar vattnet och sjöarna. Genom det vackra landskapet ringlar Dalälven som tillsammans med en mängd små och stora sjöar bjuder på många möjligheter till aktivitet och rekreation.

Röd symboliserar bebyggelsen. Hedemoras bebyggelse vittnar om gruvdriftens betydelse med sina typiska röda färg. Färgen binder samman Hedemorabygden med länet Dalarna på ett estetiskt vackert sätt.

Gulockra symboliserar landsbygden. Den gula ockran har sitt ursprung i naturen och är en symbol för marken och bruket. Färgen förekommer ofta som en vacker kontrast till den röda färgen på äldre träbyggnader.

Grå/Svart symboliserar malmen och gruvdriften. Gruvornas verksamhet har präglat bygden sedan medeltiden och är än idag en viktig basnäring.

Huvudfärg



SKOG

PMS 363

CMYK 68, 0, 100, 24

RGB 75, 146, 40

Komplementfärger

SJÖ



PMS 301

CMYK 100,45,0,18

RGB 0, 97, 161



70 %



40 %

TRÄ



PMS 1805

CMYK 0,91,100,23

RGB 189,43,11



70 %



40 %

BYGD



PMS 7409

CMYK 0,30,95,0

RGB 251,186,0



70 %



40 %

MALM



CMYK 0,0,0,100

RGB 0, 0, 0

STEN



CMYK 0,0,0,20

RGB 218,218,218

TYP SNITT

Arial används för rubriker, Times New Roman för brödtext, Verdana för webben, Kunstler script eller Garamond för att dekorera och vid marknadsföring.

Arial (12pkt)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzää
0123456789

Times New Roman (12pkt)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzää
0123456789

Verdana (12 pkt)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzää
0123456789

Kunstler script (18 pkt)

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzää
01234567890*

Garamond, italic (12 pkt)

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzää
0123456789*

KONTAKTUPPGIFTER

Mallarna gäller vid all kommunikation, internt som externt. Kontaktuppgifterna kan komma att anpassas för att öka tillgängligheten för en specifik målgrupp.

Signatur i e-post

Med vänlig hälsning/Best regards

FÖRNAMN EFTERNAMN

Titel

X-förvaltningen

Telefon: 0225-34x xx



HEDEMORA
KOMMUN

www.hedemora.se | www.facebook.se/hedemorakommun

Hökargatan 6, 776 30 Hedemora | växel: 0225-340 00

Visitkort



HEDEMORA
KOMMUN

NAMN EFTERNAMN

Titel

X-förvaltningen

Telefon: 0225-34x xx

fornamn.efternamn@hedemora.se

www.hedemora.se | www.facebook.se/hedemorakommun

Reception: Hökargatan 6, 776 30 Hedemora | Växel 0225-340 00

Telefon

Vid externa samtal används "Hedemora kommun" tillsammans med för och efternamn. Förslagsvis "Välkommen till Hedemora kommun, Du talar med...".

Vid interna samtal fungerar enhet och namn, alternativt enbart namn.

DEKOR

Som dekor i material kan rand, cirkel eller silhuett användas. Formatet får gärna vara kvadratisk eller bilda kvadratiska mönster med hjälp av stycken och bilder.

Rand

En färgad rand kan gärna inrymma text i vitt. Randens bredd kan varieras.

Silhuett

Silhuetten symboliserar Hedemorabygden med sina utmärkande byggnader. Huvudfärgen grön används främst. Eventuella undantag ska godkännas av Kommunikationsenheten.

Hedemorahäst

Hästen i tryckt format föreställer Dalahästen som är framtagen i Hedemoras färger. Vit botten med grå och grön målning (se bild under marknadsföring/gåvor sidan 24). Huvudfärgen grön används främst. Eventuella undantag ska godkännas av Kommunikationsenheten.





ANNONSER

I annonser använder vi gärna inbjudande rubriker ”Vill Du vara med?”, ”Vad tycker Du?”. Vid information till barn och unga inför sommaren kan en rubrik som ”Sommarlovsaktiviteter” ersättas med ”Detta händer i sommar” osv. Använd gärna ord som ”Välkommen” tillsammans med ”upptäck”, ”upplev” och ”utforska”. Som avsändare står Hedemora kommun, ej förvaltning eller avdelning såvida de inte handlar om egen regi. Se exempel nedan.



HEDEMORA
KOMMUN

MAST FÖR MOBILTELEFONI

We Consulting AB ansöker för TeliaSonera Sverige AB:s räkning om bygglov för uppsättning av ett 60 m högt torn med 2 st tillhörande teknikbodar, i samband med utbyggnad av mobiltelefonsystem.

Med hänsyn till att kretsen ”berörda” är svår att exakt definiera sker underrättelse (enligt bestämmelserna i 9 kap 25-26 §§ plan- och bygglagen) genom denna annonsering i ortspressen.

Ansökan gäller:

Backgården 3:3, vid Gruvgården, ca 1300 meter sydväst om Garpenbergs Centrum.

Handlingarna finns tillgängliga på:

Miljö- och Samhällsbyggnadsförvaltningen, Tjädernhuset, Hedemora.

Upplysningar lämnas av:

Miljö- och Samhällsbyggnadsförvaltningen, tel. 0225-340 00.

Den som har invändningar mot ansökan skall framföra dessa skriftligt senast den 18 mars 2016 till Hedemora kommun, Miljö- och Samhällsbyggnadsförvaltningen, Box 201, 776 28 Hedemora.

MILJÖ- OCH SAMHÄLLSBYGGNADSNÄMDEN



HEDEMORA
STADSBIBLIOTEK

Sommartider på Stadsbiblioteket

Måndag till fredag: 10.00-12.00

Lördag: 10.00-14.00

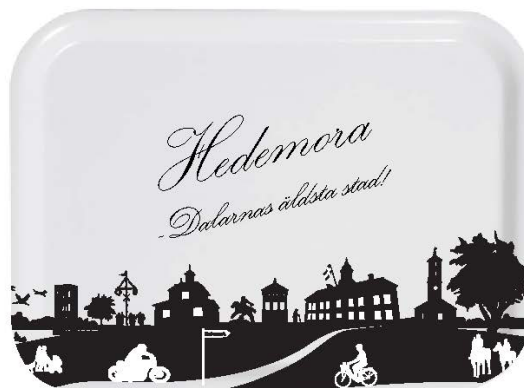
Söndag: Stängt

Varmt välkomna!



MARKNADSFÖRING/GÅVOR

Nedan visas exempel i svart/vitt tryck på hur gåvor kan se ut vid marknadsföring av kommunen som plats.



Framsida



Baksida

PROFILPRODUKTER

Nedan visas exempel på hur profilprodukter kan se ut.





Välkommen till

Hedemora

- Dalarnas äldsta stad!