

A
B
C
D
E

Renhållningsförvaltningen
I N F O R M A T I O N

Handläggare: Christina Durling
Tfn: 08 - 508 46 556

Renhållningsnämnden

Rapport om ny grafisk profil

Förslag till beslut

1. Förvaltningens rapport godkänns.

Johan Castwall
Förvaltningsdirektör

Christina Durling
Informationsansvarig

Sammanfattning

Renhållningsnämnden har tidigare, i samband med förslaget om namnbyte, givit förvaltningen i uppdrag att se över den grafiska profilen på informationsmaterialet. Förvaltningen har under våren arbetat med reklambyrån och kommit fram till slutsatsen att den befintliga grafiska profilen på basinformationsmaterialet bör utvecklas och revideras utan att gå miste om identifikationen. Slutsatsen bygger på att kombinera basinformationsmaterialet med olika typer av kampanjer där man kan vara mer flexibel i budskap och layout.

Bakgrund

Förvaltningen har utvecklat en tydlig grafisk profil för informationsinsatser. Förvaltningen är nöjd med profilen som bidragit till en sammanhållen och långsiktig informationsverksamhet. Profilen har använts i cirka tre år och förvaltningen ser anledning att förnya den grafiska profilen och på så sätt komma bort ifrån den svarta layouten och gaffio-typsnittet, som i en del fall orsakat viss kritik.

Den nya profilen ska bygga dels på de positiva erfarenheter vi har av vår nuvarande profil, dels på den av nämnden antagna informationsstrategin.

Den nuvarande profilen har:

- bidragit till en sammanhållen och långsiktig informationsverksamhet med igenkänningspotential.
- "avkommunaliserat" våra insatser - vi ser primärt inte ut som en kommunal förvaltning. Samtidigt har profilen inte gått helt och fullt utanför vad man kan förvänta sig från en kommunal avsändare utan förvaltningen har haft en profil som signalerar något nytt och modernt.
- varit användbar både för bas- och för attitydinformation vilket är avgörande för att kunna hålla samman de bägge programmen. Vidare har den varit möjlig att målgruppsanpassa för våra olika kund- och målgrupper och varit möjlig att anpassa efter aktuellt tema (vinter, matavfall, sophämtare, farligt avfall et cetera). När vi väl arbetat upp en "kollektion" fotografier har profilen varit kostnadseffektiv då samma original gått att använda i många olika sammanhang.
- använt sig av sopor som ser snygga ut. Samtidigt har de snygga fotografierna inte bidragit till att kommunikationen distanserat

sig från det faktum att det faktiskt är sopor det handlar om.

- ett bildspråk som visat hela bredden av de olika avfall som finns utan att landa i att rakt upp och ner visa bilder på de olika fraktionerna.
- varit konkret och tydlig med ett enkelt bildspråk.

Dessa positiva saker ska vi ta med oss i den nya profilen.

Det negativa kring den nuvarande grafiska profilen är att det svarta har upplevts som dystert. Graffio-typsnittet har ibland upplevts som fullt och negativt.

Förvaltningen anser att uppdraget måste avgränsas till att ta fram en ny grafisk profil som bygger på vår informationsstrategi och inte till att utveckla ett helt nytt kommunikativt grepp för verksamheten. Förändringar av denna karaktär får istället införlivas i arbetet med höstens attitydkampanj.

Kunskapsunderlag

Internetpanelens synpunkter på de genomförda annonserna på den nuvarande profilen och resultatet av fokusgruppernas attityder och synpunkter på den nya grafiska profilen, ligger till grund för förvaltningens slutsatser. Resultatet av dessa kan läsas i bilaga 1-3 till ärende 21 Rapport om planerad höstkampanj Dnr 11-0121/04.

Sammanfattning av arbetet hittills

Under våren har förvaltningen tillsammans med reklambyrån arbetat fram det förslag som vi nu valt att gå vidare med. Uppdraget till byrån var att förnya den grafiska profilen enligt punkterna nedan. Byrån kom tillbaka med tre olika förslag. En profil med tyngdpunkt på seriefigurer, en profil med tyngdpunkt på fotograferade lergubbar samt ett förslag med rena fotografier på fraktioner med ljusa färgval.

Seriefigurer eller lergubbar är en helt ny kommunikationsplattform som ligger långt ifrån den nuvarande och som måste byggas upp från grunden med nya fotograferingar och appliceringar som kräver stora ekonomiska resurser. Förvaltningen hade också svårt att se hur förtroendefrågan skulle kunna byggas upp med basinformation kommunicerad med seriefigurer.

Efter att ha diskuterat internt och lyssnat på kommunikatörernas argument valde förvaltningen att gå vidare med förslaget som är en revidering av den nuvarande grafiska profilen – högkvalitativa fotografier på olika fraktioner men med ljusa färger och tydligt grafiskt typsnitt.

ABCDE

SID 4 (5)
Dnr: 19-0261/04

Detta förslag har förvaltningen testat i fokusgrupper och på så sätt kunna få synpunkter och reaktioner från representanter i målgruppen.

Slutsatser av arbetet med reklambyrån

Förvaltningen redovisar en ny profil som:

- möjliggör en sammanhållen och långsiktig informationsverksamhet med igenkänningspotential eftersom den inte är så olik den nuvarande.
- känns modern och nyskapande utan att göra avkall på att avsändaren är en kommunal förvaltning, det vill säga inte vara för rolig eller humoristisk i sitt bildspråk.
- går att använda på såväl bas- som attitydinformation. Då basinformationen inte sällan består av någon form av "myndighetsinformation" är det viktigt att profilen även går hand i hand med information av karaktären "Avfallshantering och prisuppgifter" et cetera.

ABCDE

SID 5 (5)

Dnr: 19-0261/04

- är pedagogisk. Konkret och tydligt visar fraktioner i bild plus att samtidigt höja sopornas värde.
- går att målgrupps- och temaanpassa och som håller för att visa hela bredden av avfallshanteringens olika fraktioner. Detta behov gör att vi gärna ser en profil som snabbt går att bygga upp med olika fotografier och illustrationer som sedan kan användas i olika sammanhang och varieras utan att man varje gång måste göra helt nya lösningar. Detta möjliggör också ett kostnadseffektivt arbetssätt.
- upplevs som fräschare och mer positiv än den nuvarande, utan att för den skull använda så mycket humor i kommunikationen så att den överskuggar det egentliga budskapet. Men profilen ska öppna upp för mottagaren att ta del av budskap/innehåll.
- använder både fotografier, illustrationer och rubriker som "ögonfångare".
- har god läsgrad.
- fungerar för såväl färg- som svartvitt tryck.

Sammanfattningsvis innebär detta att vi sätter färg på den befintliga profilen, gör den ljusare och klarare och med ett tydligare typsnitt. Med denna förändring riskerar vi inte att förstöra identifikationen på basinformationsmaterialet. I samband med större kampanjer kan vi däremot vara mer flexibla i både målgrupp, budskap och layout.