

# Grafisk guide

**SUNNE** | **VÄRMLAND**

# Starka tillsammans

Alla vi som bor och verkar i Sunne har glädje av att platsen fortsätter att utvecklas. För att nå dit, nu och i framtiden, behöver vi alla tillsammans arbeta för att göra Sunne känt.

Vi hoppas därför att du vill använda vårt nya platsvarumärke som drar nytta av Värmland och sätter Sunne på kartan. Platsvarumärket Sunne | Värmland är framtaget i bred samverkan mellan företagare i olika branscher, Sunne Turism, Sunne kommun, föreningsrepresentanter och intresserade Sunnebor.

I den här guiden hittar du tips på hur du kan använda platsvarumärket. Se det som en möjlighet att komplettera den kommunikation som du och ditt bolag eller organisation använder er av. När vi är många som använder platsvarumärket får det ett starkt genomslag. Tillsammans kan vi göra Sunne till en plats som hörs och märks!

Funderingar? Kontakta informationsansvarig för Sunne kommun, tel 0565-164 14.

# Om att ha ett platsvarumärke

Ett platsvarumärkes roll för att skapa attraktion till orten är en viktig del i den tillväxtmodell som vi arbetat fram i EU-projektet Genius Loci. Tillsammans med Sunne Turism, näringsliv, föreningar och intresserade medborgare arbetade vi under 2010 med bilden av Sunne nu och i framtiden.

## **Så har Sunne Värmland som platsvarumärke arbetats fram**

Vi jobbade i en bred process för att skapa ökad omvärldskunskap hos många människor om drivkrafter och metoder för lokal och regional tillväxt. Alla bjöds in via annonser och direktinbjudningar till öppna workshops och seminarier. Mindre grupper med representanter från näringsliv, föreningar, politiker och tjänstemän från Sunne kommun och Sunne Turism har bearbetat de åsikter som kommit fram i arbetet.

Intervjuer med fokusgrupper i olika åldrar och olika kön har gjorts av forskare på Karlstads universitet. Enkäter och intervjuer har också gjorts för att ta fram hur människor utanför Sunne ser på oss. Varumärkesplattformen antogs av Sunne kommunfullmäktige i oktober 2010.

## **En platsvarumärkesgrupp**

För att hålla arbetet med platsvarumärket levande finns det nu en platsvarumärkesgrupp med representanter från näringslivet, turismen och kommunen. Studerande vid de grafiska utbildningarna på Broby Grafiska bjuds regelbundet in till gruppen för inspiration och förnyelse.

**Hela varumärkesplattformen finns att läsa på**  
**[www.sunne.se/sunnevarmland](http://www.sunne.se/sunnevarmland)**

# De starkaste drivkrafterna

Platsvarumärket kan påverka företagets affärsmiljö, intäkter och utvecklingsmöjligheter på ett positivt sätt. Det visar studien "Näringslivets drivkrafter inom Place Branding". Studien påvisar motiv och drivkrafter som privata aktörer kan tänkas ha när det gäller platsvarumärken. Studien har koordinerats av Tendensor AB och Svenska Institutet. Några slutsatser från studien:

## Ursprungsland

Konsumenter förväntar sig olika saker av produkter/tjänster beroende på var de kommer ifrån. För många företag är det därför viktigt att visa att de finns på en attraktiv plats. (Place of origin)

## Företagens samhällsansvar

Kunder och medarbetare förväntar sig att företag agerar etiskt och att företaget är en del av samhället. Ett sätt för företaget att ta samhällsansvar är att bidra till platsens attraktivitet och livsmiljö. I studien framstår detta som kanske den viktigaste drivkraften på små orter. (Corporate Social Responsibility, CSR)

## Attrahera arbetskraft/kompetens

När livsmiljö i allt högre utsträckning blir fokus i städers, regioners och länders förmåga att skapa och kommunicera en spännande och intressant destination är det förmågan att attrahera kreativ och kompetent arbetskraft som är bakgrunden. (Place Branding)

# Varumärkets värden

De värden som vi vill förknippa med Sunne utgår från kulturregionen Värmlands värden:

- underhållande
- spännande
- äkta
- påhittig

## Så vill Sunne uppfattas i framtiden

Sunne ska uppfattas som den mest äkta värmländska platsen. Vi vill samtidigt tillföra nya, energigivande värden till Värmlandsbilden.

## Varumärkeslöfte

Värmland i koncentrat. Redan idag kan vi lova besökaren, det etablerande företaget eller inflyttaren att Sunne är som att avnjuta Värmland i koncentrerad form; landskapet, människorna, kulturen – på ett underhållande, spännande, äkta och påhittigt sätt.

## Varumärkesrelationer

Typiskt för just platsvarumärken är att (mentalt) närliggande varumärken blir viktiga; de ger associationer och förväntningar. Den viktigaste varumärkesrelationen för Sunne är förstås Värmland. De är ömsesidigt beroende av varandra, och vår strategi går ut på att hämta draghjälp åt Sunne från värmlandsbilden.

Det finns dessutom andra **värdefulla varumärkesrelationer**; Sagolika Sunne, Selma Lagerlöf, Mårbacka, Rottneros Park, Broby Grafiska, Västanå teater. Selma Spa+ med flera; fenomen som stärker bilden av Sunne som den mest äkta värmländska platsen. Familjen av sådana begrepp kan förändras över tiden, men typiskt är att de ger ett tillskott till Sunnes kännedom och attraktivitet. Den som vill kommunicera Sunne på ett framgångsrikt sätt, bör i hög utsträckning använda dessa begrepp i sina berättelser om Sunne.

## Sagolika Sunne

Vi har under arbetsprocessen värderat tilltron och entusiasmen för varumärket Sagolika Sunne. Slutsatsen är att lydelsen är mycket slagkraftig när det gäller att lyfta fram berättartraditionen i Sunne och arvet från starka personligheter som Selma Lagerlöf och Göran Tunström.

Sagolika Sunne kan därför användas som ett kompletterande varumärke som kommunicerar **Sunnes kulturella aktiviteter och starka berättartradition som kan synas på plats i Sunne. Begreppet kan med fördel användas i texter.**

# Avsändare

Använd platsvarumärket SUNNE|VÄRMLAND i den färg som passar det du ska producera. Den finns även i positiv och negativ, dvs svart eller vit. Du kan lägga symbolen på vit bakgrund, en färgad bakgrund eller på en bild. Storleken avgör du själv.

**SUNNE** | VÄRMLAND

**SUNNE** | VÄRMLAND

**SUNNE** | VÄRMLAND









**SUNNE** | VÄRMLAND

**SUNNE** | VÄRMLAND

**SUNNE** | VÄRMLAND

**SUNNE** | VÄRMLAND

**SUNNE** | VÄRMLAND

-  Sunne\_logo\_bla.eps
-  Sunne\_logo\_BLACK.eps
-  Sunne\_logo\_gron.eps
-  Sunne\_logo\_lila.eps
-  Sunne\_logo\_NEG.eps
-  Sunne\_logo\_orange.eps
-  Sunne\_logo\_rosa.eps
-  Sunne\_logo\_turkos.eps

## Tips!

På en färgbild blir det oftast renast och snyggast att använda avsändaren i vitt eller svart.

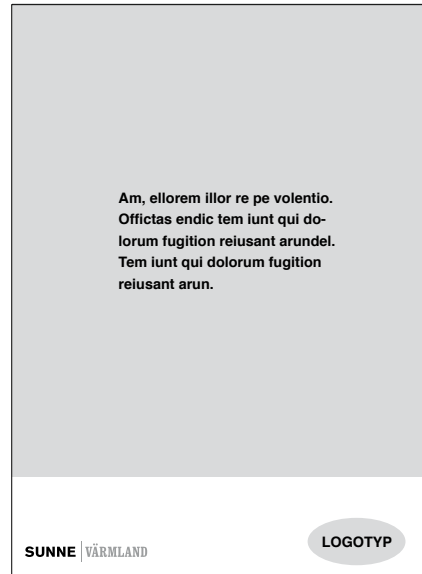
Symboler finns att hämta på

[www.sunne.se/sunnevarmland](http://www.sunne.se/sunnevarmland)

# Exempel på användning



Powerpoint



Broschyrbaksida



## Tips!

Ska du använda powerpoint för att presentera ditt företag för människor utanför Sunne? Inled med en vacker bild från Sunne tillsammans med platsvarumärket, eventuellt kompletterat med några rader text som berättar om orten. Det är ett snabbt och trevligt sätt att placera Sunne på kartan i världen. Text finns att hämta på [www.sunne.se/sunnevarmland](http://www.sunne.se/sunnevarmland)



SUNNE KOMMUN

Sunne kommun, SE-686 80 Sunne, Sweden

Phone +46 565 160 00 | Fax +46 565 160 01 | E-mail [kommun.kansli@sunne.se](mailto:kommun.kansli@sunne.se) | [www.sunne.se](http://www.sunne.se)