



## **Kommunikationspolicy**

## Innehållsförteckning

### Kommunikationspolicy för Trosa kommun

1. Inledning	3
2. Kommunikation i Trosa kommun	3
2.1.Extern kommunikation ska:	3
2.2. Intern kommunikation ska:	3
2.3. Det betyder att kommunikation ska vara:	4
3. Kriskommunikation	4
4. Sociala medier	4
5. Media	5
5.1. Meddelarfrihet	5
6. Skyldigheter att kommunicera	5
7. Kommunikationsansvar	5
8. Relaterade dokument	5

## 1. Inledning

Trosa kommun arbetar på uppdrag av och för kommuninvånarna, vår kommunikation tar därför sitt avstamp i invånarnas önskemål och behov.

Alla anställda och förtroendevalda i Trosa kommun bidrar till hur vi som organisation uppfattas och hur vi kommunicerar är avgörande för den uppfattningen och vilket förtroende kommuninvånarna har för oss. Kommuninvånarna i sin tur är en förlängning av vår kommunikation, vilken slags ambassadörer de blir är upp till oss. Summan av hur vi uppfattas och förtroendet för oss är Trosa kommuns varumärke.

Att kommunicera handlar om att förmedla och ta emot information via ord, bilder och bemötande, att ge uttryck och att ta intryck. Med Fastlagd kurs för Trosa kommun som grund ska vi i vår kommunikation försäkra oss om att förmedla Trosa kommuns kärnvärden och de förtroendevaldas beställning utifrån svensk lag och ordning.

Vår grafiska profil är en hörnsten i vår kommunikation för att tydliggöra och tillgängliggöra Trosa kommun som avsändare. Den ska användas i all kommunikation där Trosa kommun är avsändare och inom samtliga verksamheter i Trosa kommun. Den grafiska manualen beskriver hur vi använder vår grafiska profil och kompletterar kommunikationspolicyn.

## 2. Kommunikation i Trosa kommun

Det övergripande syftet med kommunikationen är att invånare, företagare, medarbetare och andra som vistas i vår kommun ska uppleva att kommunikationen med kommunen fungerar smidigt, att den information som behövs finns på plats, och att det finns kontaktvägar för dialog, frågor och synpunkter.

Vårt dagliga arbete och den service som vi ger kommuninvånarna skapar till stor del bilden av Trosa kommun. Därför är det extra viktigt att vi kommunicerar det vi gör och gör det vi kommunicerar. Utan den kopplingen förlorar vi snabbt förtroendet hos de som bor, verkar och vistas i Trosa kommun.

Vi ska kommunicera korrekt, tydligt och konsekvent med en förankring i den demokratiska verksamhet vi representerar och verkar i. Men trots det allvar som kommer sig av att vi verkar i en offentlig och politiskt styrd verksamhet, ska vi inte rygga för att använda ett tillgängligt och nära tilltal i såväl ord som bildval. Vi ska våga sticka ut i vår kommunikation men utan att kompromissa det förtroende som våra målgrupper ska ha för oss.

Trosa kommuns verksamheter ska styras av medborgarnas behov och önskemål, flexibilitet, kvalitet och god service, enkelhet och kostnadseffektivitet samt samarbete mellan servicegivare och nyttjare. Det sammanfattar även väl hur Trosa kommun ska arbeta med sin kommunikation.

Vår organisation innefattar en mängd verksamheter, genom att berätta om vår bredd och tydliggöra när vi är avsändare stärker vi förståelsen för Trosa kommuns uppdrag. Genom att använda vår grafiska profil konsekvent och över hela organisationen uppnår vi den tydligheten och skapar förtroende.

### 2.1. Extern kommunikation ska:

- ge kunskap om kommunens verksamhet, den politiska styrningen, utbud och service och underlätta vardagen för de som bor, verkar och vistas i Trosa kommun.
- öka insyn, delaktighet och inflytande i Trosa kommuns verksamhet och politiska beslut.
- stärka Trosa kommuns varumärke genom att skapa intresse och förtroende för kommunens verksamhet.
- attrahera potentiella medarbetare genom att de upplever kommunen som en attraktiv arbetsgivare.

### 2.2. Intern kommunikation ska:

- stödja det dagliga arbetet genom att ge den information som medarbetare och chefer behöver.
- bidra till att göra kommunen till en attraktiv arbetsgivare genom att skapa förutsättningar för delaktighet, engagemang och därigenom ett gott arbetsklimat.
- bidra till välinformerade medarbetare och chefer och därigenom bidra till högre kvalitet och effektivitet i

den externa kommunikationen.

### 2.3. Det betyder att kommunikation ska vara:

- en naturlig del i planer, beslut och förändringar som rör våra verksamheter.
- målgruppsanpassad och lättillgänglig. Olika målgrupper har olika kunskaper, förutsättningar och behov.
- relevant och tydlig så att den ger realistiska förväntningar på vårt arbete.
- enhetlig samt identitetsbärande och bidra till en korrekt och samlad bild av Trosa kommun (med alla våra styrkor och brister).
- välplanerad, långsiktig och integrerad i kommunens ledningsarbete. Varje chef har ansvar för att kommunikationen fungerar på närmaste lägre nivå. Alla medarbetare är också skyldiga att själva söka information och den kunskap som behövs för att kunna genomföra sitt arbete på bästa sätt.
- Samordnad internt och externt. Samma sak ska sägas utåt som inåt med anpassning för respektive målgrupp.

## 3. Kriskommunikation

Kommunikation vid kris skiljer sig något från kommunikation i vardagen. Det går ofta fort, ställer höga krav på samordning och trovärdighet. I Trosa kommuns Krislednings- och krisinformationsplan beskrivs närmare hur Trosa kommun arbetar med kriskommunikation.

## 4. Sociala medier

I Trosa kommuns policy för sociala medier beskrivs i korthet hänsynstaganden vid användning av sociala medier i tjänsten. Generellt ska vi vara återhållsamma med att starta upp konton på verksamhetsnivå. Dels av rent kommunikativa skäl – i en liten kommun vattnar vi ur våra kanaler med segmentering, vi arbetar långsiktigt och där lämpar sig olika verksamheter olika bra för mediet. Dels av mer regelmässiga skäl, som kommun har vi inte samma frihet som privatperson och det kan lätt få konsekvenser om vi kliver fel.

## 5. Media

Media har ett uppdrag att granska kommunens arbete och fyller även en viktig funktion i att sprida information om våra verksamheter. Den publicitet vi får påverkar till viss del bilden av Trosa samt hur vi uppfattas av omvärlden.

Vi som arbetar i Trosa kommun ska vara tillgängliga för journalister och villiga att svara på deras frågor. Om vissa uppgifter inte kan tas fram på t ex kort tid förklarar vi varför. Det ökar förståelsen för våra arbetsvillkor. Generellt gäller att respektive verksamhetsansvarig uttalar sig om sitt ansvarsområde för Trosa kommuns räkning (se även Meddelarfrihet nedan).

Vi ska vara offensiva och aktiva i planeringen av vår information till media. Det gäller både i frågor som kan orsaka positiv eller negativ publicitet. Det ökar vår trovärdighet och minskar risk för eventuell ryktesspridning eller missvisande publicitet. Vid sakfel eller missförstånd i media kontaktas ansvarig journalist för en rättelse.

Våra budskap, som vi går ut med i planerade mediekontakter, ska vara förankrade internt innan de går ut externt. Om en fråga uppmärksammas i media innan den kommunicerats internt ska ansvarig chef se till att informera berörda medarbetare.

Pressmeddelanden skickas alltid ut via kommunikationsenheten. Genom den samordningen stärker vi vår trovärdighet genom en tydlig och konsekvent avsändare och undviker sammanblandning med misinformation och desinformation. Vi ger även medierna bättre förutsättningar att ta till sig av det vi berättar om och att det inte går förlorat i de mängder av information som florerar i omvärlden.

## 5.1. Meddelarfrihet

I Sverige finns en grundlagsskyddad frihet att framföra sina åsikter samt att lämna uppgifter anonymt till media (meddelarfrihet). Det innebär att alla i Trosa kommun har rätt att uttala sig, såväl som privatperson som i sin yrkesroll. Utan att göra avkall på principerna bör man dock vara noga med att skilja på sina privata åsikter och de åsikter som man för fram för Trosa kommuns räkning. Den som inte är insatt i ett ämne bör hänvisa till någon som känner till det aktuella området. Ingen är skyldig att uttala sig offentligt. Generellt gäller att respektive verksamhetsansvarig uttalar sig om sitt ansvarsområde för Trosa kommuns räkning.

## 6. Skyldigheter att kommunicera

Hur vi kommunicerar som organisation regleras i delar av lagar. De olika lagarna beskriver våra skyldigheter att kommunicera och i viss mån hur, både internt och externt och ger rättigheter till insyn i vårt arbete. Ett urval av de lagar som påverkar hur vi kommunicerar är följande:

- Dataskyddsförordningen
- Diskrimineringslagen
- Förvaltningslagen reglerar serviceskyldigheten gentemot medborgarna.
- Jämställdhetslagen
- Kommunallagen
- Lagen om tillgänglighet till digital offentlig service
- Lagen om medbestämmande i arbetslivet
- Marknadsföringslagen – marknadsföring ska följa god marknadsföringssed för att skydda konsumenten.
- Offentlighets- och sekretesslag - vem som helst har rätt att ta del av offentliga handlingar som förvaras hos en myndighet utan att myndigheten kan ställa krav på identitet och syfte hos den som efterfrågar uppgifter.
- Tryckfrihetsförordningen reglerar allas rätt till åsiktsfrihet, yttrandefrihet och informationsfrihet. Alla medarbetare omfattas av det grundlagsstadgade meddelarskyddet.
- Upphovsrättslagen

## 7. Kommunikationsansvar

- Kommunstyrelsen har det övergripande ansvaret för kommunikationsfrågorna i Trosa kommun.
- Kommunikationschefen har, efter att kommunstyrelsen fattat beslut, ett övergripande ansvar för kommunens externa och interna kommunikation samt för policy-, webb- och varumärkesfrågor.
- Kommunikationsenheten är ett strategiskt och operativt stöd till organisationen i kommunikationsfrågor.
- Varje nämnd, kommunalt bolag och kontor har ett övergripande ansvar för kommunikationen, internt och externt, inom sitt ansvarsområde.
- Varje chef har kommunikationsansvar inom sitt verksamhetsområde, gentemot sin personal och sina målgrupper.
- Varje medarbetare har ett ansvar att själv söka och ta del av den information som är en förutsättning för arbetets utförande.

## 8. Relaterade dokument

- Krislednings- och kriskommunikationsplan
- Grafisk manual för Trosa kommun
- Trosa kommuns policy för sociala medier
- E-postpolicy
- Digitaliseringsstrategi