

Naantalin strateginen viestintäsuunnitelma ja brändikirja

Kaupunginhallitus 02.03.2026 § 50
194/07.00.01.00/2026

Valmistelija

Viestintä- ja markkinointipäällikkö Jessica Ålgars

Naantalin kaupunki on laatinut viestintää strategisesti ohjaavan viestintäsuunnitelman. Viestintäsuunnitelma 2026 - 2030 on johtamisen työkalu, joka tarjoaa suunnan ja raamit koko kaupungin viestinnän kehittämiseksi. Naantalin uusi kaupunkistrategia 2030 ohjaa viestinnän tavoitteita ja arvoja. Viestintäsuunnitelma päivitetään strategiakausittain.

Kunnan perustehtävä on järjestää lakisääteiset palvelut asukkailleen ja huolehtia alueensa elinvoimasta, hyvinvoinnista ja yhteisöllisyydestä. Yksi kunnan lakisääteisistä palveluista on viestintä. Viestinnän keinoin varmistamme, että kuntalaiset tuntevat kaupungin tarjoamat palvelut, tietävät miten toimintaan voi osallistua ja päätöksiin vaikuttaa.

Strategisessa viestintäsuunnitelmassa määritellään mm. viestinnän strategiset tavoitteet ja toimenpiteet, viestinnän periaatteet, vahvuudet ja kehittämiskohteet, viestinnän arvot, prosessit, roolit ja vastuut, viestintäkanavat, sidosryhmät ja mittarit.

Viestintäsuunnitelma on tehty Naantalin viestintäyksikön ja johtoryhmän yhteistyönä, eri toimialojen tavoitteita heijastaen. Viestintä ymmärretään johtamisen välineenä, joka linkittyy mm. asiakastytytyvyyteen, elinvoimaan, maineeseen, luottamukseen ja vaikuttamiseen.

Naantalin viestinnän ammattilaiset (viestintäyksikkö) vastaavat viestintäsuunnitelman laatimisesta ja toimien etenemisestä, mutta suunnitelma on kaupungin yhteinen ja sitä toteutetaan yhdessä, viestintäyksikön tuella. Viestintäsuunnitelman alla on muita viestintää ohjaavia ja toteuttavia asiakirjoja.

Naantalin brändin ydinviesti on ”Ilo olla”

Naantalin brändi-identiteetti on uudistettu ja uuden brändin keskeiset visuaaliset ja äänensävyyn liittyvät elementit koottu brändikirjaan. Brändikirjan lopullinen visuaalinen tuotos valmistuu maaliskuun aikana.

Brändiuudistuksen lähtökohtana on ollut yksi yhteinen, vahva Naantali-brändi. Uuden brändin ydinviesti on ”Ilo olla”. Ilo olla -lauseen perään sanoja voi varioida, esim. ”Ilo olla Naantalissa. Ilo yrittää Naantalissa. Ilo asua Naantalissa.” Ydinviesti löytyy myös ruotsiksi ja englanniksi.

Naantalin logoa on uudistettu niin, että i-pisteen auringon muotoa on muokattu. Logo on koko kaupungin yhteinen - kaupungin eri toiminnoilla ei ole jatkossa omia logoja, mutta brändin elementit tarjoavat muita profiloitumiskeinoja.

Brändin ominaispiirteet ovat ”valoisa, vieraanvarainen, utelias, ylpeä”. Emme sano näin suoraan, vaan Naantali näyttää ja kuulostaa siltä, että määrittelyt toteutuvat.

Viestintäsuunnitelma ja brändikirja julkaistaan Jemmassa sekä verkkosivuilla ja niistä viestitään kaupungin henkilöstölle. Viestintäyksikkö kouluttaa ja tukee kaupungin toimialoja hyödyntämään viestintäsuunnitelmaa ja brändikirjaa työssään. Käyttöönotto on prosessi, joka etenee vaiheittain.

Uusi brändi lanseerataan ulkoisesti viestimällä omissa kanavissa, sosiaalisen median kilpailulla ja näkyvällä markkinoinnilla kevään aikana.

Päätös	Kaupunginjohtajan ehdotus hyväksyttiin.
--------	---