



# Viestintäohje

Tornion kaupunkikonserni

Hyväksytty

Tornion kaupunginhallitus 4.2.2019 § 37

Päivitetty

Tornion kaupunginhallitus X.X.2020 § X

# Sisällysluettelo

1. JOHDANTO.....	3
1.1. Viestintäohjeen lähtökohdat ja tavoitteet .....	3
1.2. Viestinnän periaatteet.....	3
1.3. Viestinnän kohderyhmät .....	3
2. KUNTIEN VIESTINTÄÄN VAIKUTTAVA LAINSÄÄDÄNTÖ .....	3
3. VIESTINNÄN ROOLIT JA VASTUUT .....	4
3.1. Viestinnän organisointi.....	4
3.2. Työntekijät viestijöinä – jokainen viestii omalla paikallaan .....	5
3.3. Luottamushenkilöt käyvät arvokeskustelua .....	5
4. SISÄISEN VIESTINNÄN KOHDERYHMÄT, KEINOT JA KANAVAT .....	5
4.1. Tornion kaupungin intranet.....	5
4.2. Kasvokkaisviestintä.....	5
4.3. Sähköposti .....	6
4.4. Muutostilanteessa viestintää vahvistetaan.....	6
5. ULKOISEN VIESTINNÄN KOHDERYHMÄT, KEINOT JA KANAVAT .....	6
5.1. Tornion kaupungin internetsivut.....	6
5.2. Blogi .....	6
5.3. Sosiaalinen media.....	6
5.4. Mediayhteistyö.....	6
5.4.1. Uutiskriteerit – mikä ylittää uutiskynnyksen? .....	7
5.4.2. Tiedote vai tiedotustilaisuus?.....	7
5.4.3. Haastattelu .....	7
5.4.4. Mieliopidekirjoitukset.....	8
5.5. Kaupungin ilmoitukset ja kuulutukset .....	8
6. MARKKINOINTIVIESTINTÄ – KAUPUNGIN VAAKUNA, LOGO JA MUUT MARKKINOINTITUNNUKSET .....	8
6.1. Tornion kaupungin vaakuna .....	8
6.2. Tornion kaupunkibrändi ohjaa viestintää ja markkinointia.....	8
6.3. TornioHaparanda-tavaramerkki rajattoman yhteistyön symbolina.....	8
7. PÄÄTÖKSENTEKOVIESTINTÄ .....	9
7.1. Esityslistat ja pöytäkirjat.....	9
7.2. Viranhaltijapäätökset .....	9
8. HANKEVIESTINTÄ.....	10
9. KRIISIVIESTINTÄ .....	10
10. VIESTINNÄN SEURANTA JA KEHITTÄMINEN .....	10
10.1. Viestinnän seuranta.....	10
10.2. Viestinnän kehittäminen .....	11

## JOHDANTO

### 1.1. Viestintäohjeen lähtökohdat ja tavoitteet

Kuntalaki (410/2015, 29 §) velvoittaa kuntia viestimään. Laki painottaa myös vuorovaikutusta. Sen mukaan kuntalaisilla tulee olla mahdollisuus osallistua ja vaikuttaa asioiden valmisteluun. Tästä näkökulmasta viestintä on paljon enemmän kuin velvollisuus – se on mahdollisuus ja strateginen työväline.

Viestintä tukee Tornion kaupungin johtamista sekä strategisten päämäärien ja vision toteuttamista. Oikea-aikainen viestintä varmistaa asioiden hyvän valmistelun ja päätöksenteon. Se palvelee asukkaita tarjoamalla tietoa kaupungin palveluista, toiminnasta ja tavoitteista, aktivoi asukkaita osallistumaan päätöksentekoon ja palveluiden kehittämiseen sekä ylläpitää asukkaiden hyvinvointia ja yhteisöllisyyttä. Vuorovaikutuksessa syntyvät ideat ja näkökulmat hyödyntävät kaikkia.

Onnistunut viestintäilmapiiiri synnyttää kierteen, joka vahvistaa myönteistä kuntakuvausta, mainetta ja vetoa. Tämä puolestaan tukee kehittämistä ja luo elinvoimaa. Viestintäohjeessa määritellyt viestinnän tavoitteet, periaatteet ja keinot vievät määrätietoisesti kohti tätä kehitystä.

Viestintäohjeen lähtökohtana on siis Tornion kaupunkistrategia ja tarkoituksena antaa viestinnällistä tukea kaupungin strategisten päämäärien toteuttamiselle.

Viestintäohjeessa kuvataan Tornion kaupungin viestinnän periaatteet, kohderyhmät ja ydinviestit, viestintään vaikuttava lainsäädäntö, viestinnän roolit ja vastuut sekä sisäisen ja ulkoisen viestinnän keinot ja kanavat. Viestintäohjeessa kuvataan myös kaupungin markkinointi-, päätöksenteko-, hanke- ja kriisiviestintää sekä viestinnän seuranta- ja kehittämistä.

Viestintäohje toimii koko kaupungin yhtenäisen viestinnän työkaluna ja ohjaa kaikkea kaupungin viestintää. Viestintäohjetta tarkistetaan ja ajantasaistetaan tarvittaessa.

### 1.2. Viestinnän periaatteet

Tornion kaupungin viestintä on avointa, ennakoivaa, vuorovaikutteista, tasapuolista ja asiakaslähtöistä.

Avoimuus tarkoittaa asioiden valmistelun ja päätöksenteon eri vaiheiden avaamista, läpinäkyvyyttä ja osallisuuden vahvistamista. Myös ennakoiva ja vuorovaikutteinen ote viestintään tukee kuntalaisten yhteisöllisyyttä ja vaikuttamismahdollisuuksia. Kaikkia tiedon tarvitsijoita kohdellaan tasapuolisesti ja eri kohderyhmien tarpeet otetaan huomioon esimerkiksi viestintäkanavia valittaessa. Asiakaslähtöisessä viestinnässä käytetään hyvän hallinnon perusteiden (hallintolaki 2003/434, 9 §) mukaista, asiallista, selkeää ja ymmärrettävää kieltä, joka tekee kuntalaisen asioimisen helpoksi.

Viestintä on kaupungin toimintaperiaatteiden mukaisesti myös jatkuvasti uudistuvaa ja turvallista. Viestinnän keinoja ja kanavia uudistetaan vastaamaan ajan vaatimuksia. Turvallisuus viestinnässä tarkoittaa viestinnän luotettavuutta.

### 1.3. Viestinnän kohderyhmät

Kaupungin sisäisen viestinnän kohderyhmiä ovat kaupungin henkilöstö, konserniyhtiöt ja luottamushenkilöt ja ulkoisen viestinnän kohderyhmiä kuntalaiset, yrittäjät ja elinkeinoelämä, media, kolmas sektori, erilaiset kansalliset ja kansainväliset yhteistyötahot ja sidosryhmät, muut kunnat sekä muut viranomaiset.

## 2. KUNTIEN VIESTINTÄÄN VAIKUTTAVA LAINSÄÄDÄNTÖ

Kuntien viestintä perustuu muun muassa kuntalakiin, hallintolakiin ja julkisuuslainsäädäntöön. Kuntien viestintään vaikuttavat myös muun muassa Suomen perustuslaki, tietosuoja**lainsäädäntö**, laki julkisista hankinnoista sekä laki kuntien ympäristönsuojelun hallinnosta.

Kuntalaissa (410/2015) korostuu kuntalaisen oikeus osallistua päätösten valmisteluun. Siinä korostetaan asukkaiden osallistumis- ja vaikuttamismahdollisuuksien vahvistamista, avoimuutta ja vuorovaikutusta.

Kuntalain (29 §) mukaan ”Kunnan toiminnasta on tiedotettava asukkaille, palvelujen käyttäjille, järjestöille ja muille yhteisöille. Kunnan tulee antaa riittävästi tietoa kunnan järjestämistä palveluista, taloudesta, kunnassa valmistelussa olevista asioista, niitä koskevista suunnitelmista, asioiden käsittelystä, tehdyistä päätöksistä ja päätösten vaikutuksista. Kunnan on tiedotettava, millä tavoin päätösten valmisteluun voi osallistua ja vaikuttaa. Kunnan on huolehdittava, että toimielinten käsittelyyn tulevien asioiden valmistelusta annetaan esityslistan valmistuttua yleisen tiedonsaannin kannalta tarpeellisia tietoja yleisessä tietoverkossa. Kunnan on verkko- viestinnässään huolehdittava, että salassa pidettäviä tietoja ei viedä yleiseen tietoverkkoon ja että yksityisyyden suoja henkilötietojen käsittelystä toteutuu. Viestinnässä on käytettävä selkeää ja ymmärrettävää kieltä ja otettava huomioon kunnan eri asukasryhmien tarpeet.”

Kuntalain viestintäpykälä koskee kaikkea kunnan toimintaa. Tiedottaminen, valmistelun avoimuus ja vuorovaikutus ulottuvat myös kuntayhtymiin, kunnallisiin yhtiöihin ja yhteistyöhankkeisiin.

Kunnan viestintää ohjaa myös julkisuuslaki (621/1999). Julkisuusperiaatteen mukaan jokaisella on oikeus saada tietoa julkisesta asiakirjasta. Viranomaisten asiakirjat ovat julkisuuslain mukaan pääasiassa julkisia.

Hallintolaki (434/2003, 9 §) täydentää kuntalain ja julkisuuslain tiedottamissäännöksiä. Laki edellyttää muun muassa, että viranomaiset käyttävät viestinnässään asiallista, selkeää ja ymmärrettävää kieltä.

Maankäyttö- ja rakennuslaissa (132/1999, 6 §) säädellään alueiden käyttöön ja rakentamiseen liittyvää tiedottamista. Lain mukaan esimerkiksi kaavaa valmisteltaessa on oltava vuorovaikutuksessa niiden henkilöiden ja yhteisöjen kanssa, joiden oloihin tai etuihin kaava saattaa vaikuttaa. Kaavoja valmistelevien viranomaisten on tiedotettava kaavoituksesta sillä tavoin, että niillä, joita asia koskee, on mahdollisuus seurata kaavoitusta ja vaikuttaa siihen.

### 3. VIESTINNÄN ROOLIT JA VASTUUT

#### 3.1. Viestinnän organisointi

Tornion kaupungin hallintosäännön (6/2017, 5 §) mukaan kaupungin viestintää ja tiedottamista johtaa kaupunginhallitus. Kaupunginhallitus hyväksyy yleiset ohjeet viestinnän ja tiedottamisen periaatteista sekä nimeää viestinnästä vastaavat viranhaltijat.

Kaupunginhallitus, lautakunnat, kaupunginjohtaja sekä toimialan johtavat viranhaltijat vastaavat siitä, että kaupungin asukkaat ja palvelujen käyttäjät saavat riittävästi tietoja valmisteltavina olevista yleisesti merkittävistä asioista ja voivat osallistua ja vaikuttaa näiden asioiden valmistelussa. (Tornion kaupungin hallintosääntö 6/2017, 5 §).

- Koko kaupunkia koskevasta viestinnästä vastaa kaupunginjohtaja.
- Toimialan sisäisestä ja ulkoisesti viestinnästä vastaa toimialajohtaja.
- Jokainen esimies vastaa oman vastualueensa sisäisestä ja ulkoisesta viestinnästä.
- Viestintäsuunnittelija suunnittelee, kehittää ja koordinoi kaupungin viestintää.
- Kaupunginvaltuuston, kaupunginhallituksen, lautakuntien sekä muiden toimielinten päätöksentekoviestinnästä vastaavat toimielinten sihteerit.
- Projektien ja hankkeiden viestinnästä vastaavat niiden vetäjät.
- Kaupunkikonserniin kuuluvien yhtiöiden viestinnästä vastaavat toimitusjohtajat.

Toimialojen ja yhtiöiden viestinnän on oltava linjassa kaupunkistrategian tavoitteiden kanssa ja tuettava kaupunkistrategian toteutumista.

### 3.2. Työntekijät viestijöinä – jokainen viestii omalla paikallaan

Jokainen kaupungin työntekijä osallistuu kaupungin viestintään omassa työroolissaan esimerkiksi asioidessaan kuntalaisten kanssa, kertoessaan omasta työstä ja toimiessaan osana työyhteisöä.

Julkiseen keskusteluun osallistuminen on kaikkien oikeus, mutta oma rooli, sen edellyttämä asenne ja korrekki toimintatapa työnantajaa kohtaan on syytä muistaa. Varsinaiset lausunnot organisaation toiminnasta antaa aina toiminnasta vastaava johtaja.

Jokainen työntekijä vastaa hyvästä asiakaspalveluviestinnästä. Kuntalaisen tai asiakkaan kokemuksella asioimisesta kaupungin työntekijän kanssa on keskeinen merkitys kaupungista syntyvälle mielikuvalle. Palveluattius, ystävällisyys ja kohteliaisuus ovat avainasemassa jokapäiväisessä vuorovaikutuksessa, jonka kautta koko kaupungin toiminta saa kasvot. Asiakasta autetaan siis aina parhaalla mahdollisella tavalla.

### 3.3. Luottamushenkilöt käyvät arvokeskustelua

Kaupunginvaltuusto luo mahdollisuudet viestintään talousarvion, toimintasuunnitelman, strategian ja hallintosäännön avulla, kun taas kaupunginhallitus linjaa viestintää ja markkinointia esimerkiksi hyväksymällä viestintäohjeen. Luottamushenkilöiden rooli on tärkeä arvo- ja linjakeskusteluissa sekä avoimen ilmapiirin luomisessa. Edustaessaan kaupunkia on luottamushenkilöiden viestinnän oltava linjassa kaupunkistrategian tavoitteiden kanssa ja tuettava kaupunkistrategian toteutumista.

## 4. SISÄISEN VIESTINNÄN KOHDERYHMÄT, KEINOT JA KANAVAT

Tornion kaupungin sisäisen viestinnän keskeiset kohderyhmät ovat henkilöstö, konserniyhtiöt ja luottamushenkilöt, ja keskeiset sisäisen viestinnän kanavat intranet ja kasvokkaisviestintä. Henkilöstöviestintään voidaan käyttää tarvittaessa myös sähköpostia. Sopivat viestinnän keinot ja kanavat valitaan viestittävän asian ja kohderyhmän mukaan, jotta viesti tavoittaa tehokkaasti ne, joille halutaan viestiä.

### 4.1. Tornion kaupungin intranet

Intranet-sivusto on keskeinen sisäisen tiedotuksen väline. Siellä julkaistaan työssä tarvittavat ohjeet, lomakkeet ja asiakirjat sekä ajankohtaiset, henkilöstöä koskevat tiedotteet. Intranetissä työhön liittyvä tieto on jokaisen helposti saatavilla. Jos työntekijällä ei ole mahdollisuutta säännölliseen intranetin käyttöön, esimies varmistaa tiedonkulun hänelle muulla tavoin. Monikanavaisuus on lähtökohta tasa-arvoiselle viestinnälle.

Intranetin ylläpito on hajautettu toimialoille. Päävastuu intranetin teknisestä ja sisällöllisestä kehittämisestä on viestintäsuunnittelijalla yhdessä tietohallinnon kanssa.

### 4.2. Kasvokkaisviestintä

Tehokkainta sisäistä viestintää on kasvokkain tapahtuva suora viestintä, sillä kysymyksiä voi esittää ja niihin saa vastauksen heti. Viestintä kasvotusten tukee myös intranetissä välitetyn tiedon perillemenoaa. Kasvokkaista viestintää ovat esimerkiksi henkilökohtaiset tapaamiset, työnohjaus, kehityskeskustelut, tiimi- ja esimiespalaverit, johtoryhmien kokoukset sekä tiedotustilaisuudet.

Myös uuden työntekijän perehdyttäminen on sisäistä viestintää. Perehdyttämisen tavoitteena on tutustuttaa uusi työntekijä tuleviin tehtäviinsä, Tornion kaupunkiin sekä oman työyksikkönsä toimintaan. On tärkeää, että uusi työntekijä saa riittävät tiedot ja tuntee olevansa tervetullut.

### 4.3. Sähköposti

Sähköpostia voi käyttää pienten joukkojen sisäiseen viestintään. Laajoille joukoille suunnatut viestit välitetään ensisijaisesti intranetin kautta. Yleiselle sähköpostin jakelulistalle saa lähettää ainoastaan koko henkilöstöä koskevia, ajankohtaisia tiedotteita.

### 4.4. Muutostilanteessa viestintää vahvistetaan

Muutostilanteessa henkilöstö tarvitsee tietoa enemmän ja nopeammin. Siksi viestintääkin vahvistetaan tilanteen mukaan. Tiedon on kuljettava johdolta esimiehille mahdollisimman varhaisessa vaiheessa, jotta esimiehet ehtivät perehtyä asiaan, ymmärtää sen ja viedä sitä sen jälkeen eteenpäin omassa yksikössään. Muutostilanteessa voidaan ottaa käyttöön myös esimerkiksi henkilöstöinfotilaisuuksia viestintää tukemaan.

## 5. ULKOISEN VIESTINNÄN KOHDERYHMÄT, KEINOT JA KANAVAT

Tornion kaupungin ulkoisen viestinnän keskeisiä kohderyhmiä ovat kuntalaiset, yrittäjät ja elinkeinoelämä, media, kolmas sektori, erilaiset kansalliset ja kansainväliset yhteistyötahot ja sidosryhmät, muut kunnat sekä muut viranomaiset. Kaupungin keskeisiä ulkoisen viestinnän keinoja ja kanavia ovat kaupungin verkkosivut, sosiaalisen median kanavat ja kaupungin blogi, asukastilaisuudet, tiedotteet, tiedotustilaisuudet ja haastattelut sekä erilaiset esitteet, mainokset, ilmoitukset ja kuulutukset. Sopivat viestinnän keinot ja kanavat valitaan viestittävän asian ja kohderyhmän mukaan, jotta viesti tavoittaa tehokkaasti ne, joille halutaan viestiä.

### 5.1. Tornion kaupungin internetsivut

Tornion kaupungin verkkosivusto on kaupungin keskeinen tiedottamiskanava ja torniolaisten tärkein tiedonlähde kaupungin palveluihin ja kehittämiseen. Verkkopalvelun sisällön tuottamisen on siksi oltava huolella suunniteltua ja selkeästi organisoitua. Verkkosivujen sisältöä on tarkistettava jatkuvasti ja se on pidettävä ajan tasalla. Vastuu sisällön ajantasaisuudesta on aina alkuperäisellä tiedon tuottajalla.

### 5.2. Blogi

Tornion kaupungin verkkosivuilla julkaistaan säännöllisesti blogia. Blogissa julkaistaan kaupungin työntekijöiden laatimia, ajankohtaisia ja omaan työhön liittyviä kirjoituksia. Blogin tavoitteena on tiedottaa ja taustoittaa sekä avata työtä ja ikkunoita kaupungin arkeen ja näin edistää avointa, aktiivista ja vuorovaikutteista viestintää sekä kuntalaisten osallisuutta. Blogia toimittaa viestintäsuunnittelija.

### 5.3. Sosiaalinen media

Yhä merkittävämpi osa viestinnästä käydään sosiaalisessa mediassa, jonka kautta voi tavoittaa helposti ja mutkattomasti suuren määrän ihmisiä. Siksi sosiaalisen median kanavat ovat osa myös Tornion kaupungin monikanavaista viestintää. Kaupungilla on lukuisia sosiaalisen median kanavia, joiden kautta kuntalaiset saavat nopeasti ja kustannustehokkaasti ajankohtaista, luotettavaa ja hyödyllistä tietoa arkeensa vaikuttavista asioista.

Läsnäolo sosiaalisessa mediassa vahvistaa yhteisöllisyyttä ja myönteisiä mielikuvia kaupungista sekä välittää kuvaa avoimesti viestivästä organisaatiosta. Tiedottamalla avoimesti ja aktiivisesti vahvistetaan myös vuorovaikutusta sekä kuntalaisten mahdollisuuksia osallistua palveluiden suunnitteluun ja kehittämiseen.

### 5.4. Mediyhteistyö

Media on kaupungille tärkeä yhteistyökumppani, sillä suuri osa kuntaa koskevista tiedoista välittyy kuntalaisille tiedotusvälineiden kautta. Vastaamalla toimittajalle voi siis tavoittaa suuren yleisön. Avoimuus puolestaan herättää luottamusta. Hyvät ja aktiiviset kaupungin ja median väliset suhteet ovat tärkeitä niin kaupungin kehittämisen, aktiivisen vuorovaikutuksen kuin myönteisen kaupunkikuvan kannalta.

Tiedotusvälineitä palvellaan tasapuolisesti ja joustavasti, ja niille tiedotetaan samanaikaisesti, erilaiset ilmestymisajankohdat huomioon ottaen. Tiedotusvälineellä, joka on itse havainnut uutisaiheen, on etuoikeus sen käyttöön.

#### 5.4.1. Uutiskriteerit – mikä ylittää uutiskynnyksen?

Se, että kaupunki aloittaa hankkeen, solmii sopimuksia tai järjestää seminaarin, ei ylitä uutiskynnystä. Uutisarvo syntyy hankkeen, sopimuksen tai seminaarin sisällöstä ja annista. Asioiden huomioarvoa voi pohtia uutiskriteerien kautta. Niitä ovat muun muassa:

- 1) Ajankohtaisuus – asian uutisarvo on suurimmillaan silloin, kun se tulee julkisuuteen ensi kertaa. Myös tiedossa olevat tapahtumat ovat ajankohtaisimmillaan etukäteen. Tämä on hyvä pitää mielessä asioita valmisteltaessa. Kuntalaisilla on oikeus saada tietoja ennakkoon, jotta he voivat ottaa kantaa valmisteluun ennen päätöksentekoa.
- 2) Kiinnostavuus – ketä asia koskettaa, onko se puheenaihe, odotetaanko lisätietoja?
- 3) Läheisyys – kuinka suureen joukkoon ihmisiä asia vaikuttaa?
- 4) Merkitys – millaisia inhimillisiä, taloudellisia tai poliittisia vaikutuksia asialla on? Kuinka voimakkaita vaikutukset ovat? Mitä laajemmat vaikutukset ovat, sitä merkittävämpi aihe on uutisena.
- 5) Yllättävyys – tapahtuiko jotain poikkeuksellista tai odottamatonta?

#### 5.4.2. Tiedote vai tiedotustilaisuus?

Yleensä medialle riittää tiedote, jonka tulee sisältää keskeisten asioiden lisäksi lisätietojen antajan yhteystiedot. Vastaa kysymyksiin mitä, missä, milloin, miksi, miten ja kuka. Lisää tarvittaessa päivämäärä ja kellonaika, jona tiedote on vapaa julkaistavaksi. Jos tiedotteen aiheesta järjestetään tiedotustilaisuus, tiedote on julkaisuvapaa, kun tiedotustilaisuus alkaa.

Kaupungin verkkosivuja seuraavat sekä asukkaat että media. Näennäisesti vähäisestäkkin asiasta kannattaa laatia tiedote. Kaikki tiedotteet julkaistaan ensin kaupungin verkkosivuilla, jonka jälkeen ne lähetetään tiedotusvälineille. Viestintäsuunnittelija valitsee tiedotteista verkkosivujen etusivun uutisnostoja uutiskriteerien mukaan tai tiedotteen laatijan ehdotuksesta.

Tiedotustilaisuuden arvoisia tapahtumia ovat muun muassa avajaiset ja vihkiäiset, merkittävän hankkeen aloittaminen ja kaupungin myöntämät palkinnot. Tiedotustilaisuus on syytä järjestää, kun medialta on odotettavissa tarkentavia lisäkysymyksiä.

Myös kielteisistä uutisista kuten lomautuksista ja irtisanomisista, onnettomuuksista tai merkittävistä palvelujen muutoksista on syytä järjestää tiedotustilaisuus, jossa toimittajilla on mahdollisuus kysyä ja saada vastauksia.

Jos tiedotustilaisuuteen tarvitaan jutuntekoon viestintäsuunnittelija, on asiasta sovittava etukäteen.

#### 5.4.3. Haastattelu

Vastaa haastattelupyyntöön heti ja ystävällisesti. Pyydä kuitenkin hetki aikaa, jotta ehdit valmistautua, tarkistaa tiedot ja miettiä tärkeimmän viestisi. Tarkenna myös, missä yhteydessä haastatteluasi käytetään ja siteerataanko sitä suoraan vai käytetäänkö sitä tausta-aineistona. Jos kysymykset eivät liity omaan toimenkuvaasi, ohjaa toimittaja eteenpäin. Auta toimittajaa ja etsi materiaalia. Pyydä haastattelusi aina tarkistettavaksi ennen julkaisua. Tarkistusoikeus koskee omia lausumiasi.

Muista, että kaikki mitä sanot, voi päätyä julkisuuteen. Julkiseen keskusteluun osallistuminen on kaikkien oikeus, mutta oma rooli, sen edellyttämä asenne ja korrekti toimintatapa työnantajaa kohtaan on syytä muistaa. Varsinaiset lausunnot organisaation toiminnasta antaa aina toiminnasta vastaava johto.

#### 5.4.4. Mieli-pidekirjoitukset

Tiedotusvälineiden mieli-pidepalstat saavat paljon lukijoita. Asiavirheet tulee siksi oikaista ja asiallisiin lukijoiden kysymyksiin vastata viipymättä. Mieli-piteisiin ei kuitenkaan puututa. Kaupunkiin kohdistettu kritiikki ei saa vaikuttaa toimittajan tai tiedotusvälineen palveluun.

#### 5.5. Kaupungin ilmoitukset ja kuulutukset

Kaupungin toimintaan lakisääteisesti kuuluvat ilmoitukset ja kuulutukset julkaistaan kaupungin virallisella ilmoitustaululla kaupungin verkkosivuilla. Lainsäädännön edellyttäessä ja harkinnan mukaan ilmoitukset ja kuulutukset julkaistaan myös virallisella ilmoitustaululla kaupungintalon ala-aulassa sekä kaupungin virallisessa ilmoituslehdessä.

## 6. MARKKINOINTIVIESTINTÄ – KAUPUNGIN VAAKUNA, LOGO JA MUUT MARKKINOINTITUNNUKSET

Markkinointiviestintä tukee Tornion kaupungin johtamista sekä strategisten päämäärien ja vision toteuttamista. Sen tavoitteena on Tornioon liittyvien myönteisten mielikuvien vahvistaminen ja kirkastaminen, kasvun ja kehityksen tukeminen sekä kaupungin vetovoiman ja elinvoiman lisääminen.

Markkinointiviestinnässä tuodaan esiin Tornion kaupungin vahvuuksia, strategisia painotuksia sekä kaupungin asukkaiden hyvinvointia tukevia palveluja.

### 6.1. Tornion kaupungin vaakuna

Tornion kaupungin vaakunan on suunnitellut Olof Eriksson vuonna 1956.

Tornion kaupungin vaakunaa käytetään viralliseen viestintään, ja se on tarkoitettu myös edustukselliseen käyttöön. Tornion kaupungin hallintosäännön (6/2017, 15 §) mukaan vaakunan käyttöoikeuden myöntää kaupunginjohtaja.

Vaakunan ja muiden markkinointitunnusten samanaikaista käyttöä tulee välttää.

### 6.2. Tornion kaupunkibrändi ohjaa viestintää ja markkinointia

Tornion kaupungin kaikkea viestintää ja markkinointia ohjaa lähtökohtaisesti Tornion kaupunkibrändi ja siinä määritetyt vetovoimatekijät. Tornion kaupunkibrändi on kuvattu Tornion kaupungin brändikäsikirjassa (2019), joka on saatavilla sähköisesti [kaupungin verkkosivuilta](#) sekä intranetistä.

Brändikäsikirja määrittelee Tornion kaupungin viestinnän ja markkinoinnin kulmakivet ja ydinviestit, brändiattribuutit ja -persoonan sekä viestinnän äänensävyyn. Brändikäsikirja määrittelee myös kaupungin visuaalisen ilmeen, joka muodostuu Tornion kaupungin tunnuksesta, typografiasta, väreistä ja kuvamaailmasta.

Kaupunkikonserniin kuuluvat yhtiöt käyttävät markkinoinnissa omaa visuaalista ilmettään ja graafista ohjeistoaan, mikäli niillä sellaiset on. Muussa tapauksessa sovelletaan Tornion kaupungin käytössä olevaa visuaalista ilmettä ja graafista ohjeistoa.

### 6.3. TornioHaparanda-tavaramerkki rajattoman yhteistyön symbolina

Tornion kaupungilla on Haaparannan kanssa yhteinen TornioHaparanda-tavaramerkki, jota hyödynnetään alueen markkinointityössä ja kaupunkien yhteistyön symbolina silloin, kun kerrotaan kaupunkien yhdessä järjestämistä palveluista, hankkeista, tapahtumista ja rajayhteistyöstä ylipäätään. Etenkin matkailu- ja elinkeinomarkkinoinnin näkökulmasta sekä kansainvälisesti tarkasteltuna on etu, että TornioHaparanda-alue näyttäytyy yhtenäisenä. Tavaramerkkityön tavoitteena on siis yhteistyössä ja yhtenäisellä tavalla markkinoida TornioHaparanda-kaksoiskaupunkia ja vahvistaa sen asemaa alueiden välisessä kilpailussa.



Tavoitteena on houkutella alueelle lisää niin matkailijoita, erilaisia työhön ja vapaa-aikaan liittyviä tapahtumia kuin uusia yrityksiä.

Yhtenäinen visuaalinen ilme parantaa alueen tunnettavuutta ja vahvistaa sen imagoa, ja sen johdonmukainen käyttö tekee kaksoiskaupungin markkinointiviestinnästä tunnistettavaa. Osana tavaramerkkityötä Tornion ja Haaparannan kaupungeilla on yhteinen logo. Sitä voivat käyttää kaikki, jotka haluavat markkinoida TornioHaparanda-aluetta vierailijoille, elinkeinoelämälle tai muille kohderyhmille ja näin vahvistaa tavaramerkkiä silloin, kun he näkevät alueeseen kuulumisesta ja siitä kertomisesta olevan molemminpuolista hyötyä.

TornioHaparanda-tavaramerkin omistavat Tornion ja Haaparannan kaupungit. TornioHaparanda-tavaramerkin käyttöä ohjaa graafinen ohjeisto, joka on saatavilla [kaupungin verkkosivuilla](#).

## 7. PÄÄTÖKSENTEKOVIESTINTÄ

Kuntalaki (410/2015, 29 §) velvoittaa kuntaa tiedottamaan valmistelussa olevista asioista sekä siitä, millä tavoin kuntalaiset voivat osallistua päätösten valmisteluun.

Valmisteltavista asioista kerrotaan viestinnän periaatteita noudattaen (ks. 1.2.) avoimesti, ennakoivasti, vuorovaikutteisesti, tasapuolisesti ja asiakaslähtöisesti. Asukkaat otetaan mukaan jo valmistelun alkuvaiheessa tiedottamalla selkeästi etukäteen kuulemisen ja osallistumisen eri vaiheista sekä itse valmisteltavan asian tavoitteista ja perusteluista, valmistelun nykytilasta ja etenemisestä sekä erilaisista päätösvaihtoehtoista. Kokousasioiden valmistelussa ja päätöksentekoviestinnässä käytetään selkeää ja ymmärrettävää kieltä.

Päätöksentekoviestintä on keskeinen tapa viestiä kaupungin toiminnasta. Asioiden tuominen toimielinten päätöksentekoon matalalla kynnyksellä viestinnän periaatteiden mukaan tukee kuntalaisten mahdollisuuksia osallistua päätösten valmisteluun.

### 7.1. Esityslistat ja pöytäkirjat

Tornion kaupunginvaltuuston, kaupunginhallituksen ja lautakuntien esityslistat ja pöytäkirjat julkaistaan kaupungin verkkosivuilla. Pöytäkirjat julkaistaan heti niiden valmistuttua tarkastamattomana ja uudelleen tarkastettuna sen jälkeen, kun kokouksen puheenjohtaja ja pöytäkirjantarkastajat ovat ne tarkastaneet ja allekirjoittaneet. Nähtävilläoloaika alkaa pöytäkirjan tarkastamista seuraavasta arkipäivästä.

Kaupunginvaltuuston ja kaupunginhallituksen kokouspäätöksistä laaditaan heti kokouksen jälkeen myös erillinen tiedote, joka lähetetään sähköpostitse medialle.

Kaupunginvaltuuston, kaupunginhallituksen, lautakuntien sekä muiden toimielinten päätöksentekoviestinnästä vastaavat toimielinten sihteerit.

### 7.2. Viranhaltijapäätökset

Kaupungin viranhaltijoiden päätökset julkaistaan kaupungin verkkosivuilla, jos myös kuntalaisella on niistä muutoksenhakuoikeus. Päätökset julkaistaan viranhaltijoittain ryhmiteltyinä.

Verkossa julkaistavat päätökset lyhennetään teknisistä ja lainsäädännöllisistä syistä. Ennen julkaisemista päätösasiakirjoista poistetaan salassa pidettävät tiedot tai tiedot, joiden julkaiseminen voi vaarantaa yksityisyyden suojan tai elinkeinonharjoittajan liike- tai ammattisalaisuuden tai joita ei teknisistä syistä saada sähköiseen muotoon (julkisuuslaki 621/1999, tietosuoja-asetus 679/2016, tietosuojalaki 1050/2018, laki digitaalisten palvelujen tarjoamisesta 306/2019, laki julkisen hallinnon tiedonhallinnasta 906/2019, laki sosiaalihuollon asiakkaan asemasta ja oikeuksista 812/2000, laki potilaan asemasta ja oikeuksista 785/1992, laki julkisista hankinnoista 1397/2016).

Päätökset ovat kokonaan nähtävänä muutoksenhaku- ja oikaisuvaatimusohjeineen niiden toimialueiden yksiköissä, joissa päätöksentekijät työskentelevät.

## 8. HANKEVIESTINTÄ

Hankkeiden viestinnästä vastaavat hankkeiden vetäjät. Viestintä tulee huomioida jo hankkeen suunnitteluvaiheessa, jolloin viestintä tukee paitsi hankkeelle asetettuja tavoitteita myös yhteistyötä kohde- ja sidosryhmien kanssa. Viestinnässä huomioidaan kohderyhmien erilaiset tarpeet sekä vuorovaikutteisuuden ja osallisuuden edistäminen.

Hankkeet noudattavat Tornion kaupungin viestintäohjeita ja niiden viestinnässä käytetään kaupungin viestintäkanavia. Kaupungin sääntöjen ja ohjeiden lisäksi hankkeessa mukana olevien kaupungin osapuolten tulee perehtyä ja noudattaa rahoittajaviranomaisen viestintää koskevia erillisohjeita, jotka voivat olla kaupungin ohjeistusta tiukempia.

## 9. KRIISIVIESTINTÄ

Kriisillä tarkoitetaan odottamatonta ja poikkeuksellista tapahtumaa tai erityistilannetta, joka uhkaa ihmisten terveyttä ja turvallisuutta, kaupungin normaaliolojen toimintaa tai mainetta. Erilaisia kriisejä ovat esimerkiksi äkilliset onnettomuudet ja palvelukatkot, väkivallan teot ja uhkailu, maineeseen liittyvät kriisit sekä erilaiset hitaasti kehittyvät kriisit kuten epidemiat, luonnon ääri-ilmiöt tai työtaistelut.

Kriisitilanteessa tiedon tarve kasvaa nopeasti ja tehostettua viestintää tarvitaan heti. Samalla viestinnän on oltava luotettavaa ja totuudenmukaista.

Kriisiviestinnässä noudatetaan Tornion kaupungin viestinnän periaatteita, joita ovat avoimuus, ennakoivuus, vuorovaikutteisuus, tasapuolisuus ja asiakaslähtöisyys. Kriisiviestinnän lähtökohta on rehellisyys.

Kaupungin kriisiviestintä tukee kriisin johtamista ja hallintaa sekä viranomaistoimintaa. Päävastuu tiedottamisesta kuuluu kriisissä sille viranomaiselle, jolla on tilanteen johtovastuu. Kunta tiedottaa erityisesti kunnan peruspalveluista ja niiden turvaamisesta.

Tornion kaupungin kriisiviestintäohje kokoaa yhteen kaupungin kriisiviestinnän periaatteet ja tavoitteet sekä käytännön ohjeet yleisellä tasolla. Kriisiviestintäohje on saatavilla henkilöstölle kaupungin intranetissä.

## 10. VIESTINNÄN SEURANTA JA KEHITTÄMINEN

### 10.1. Viestinnän seuranta

Hyvä viestintä on suunnitelmallista ja tukee kaupungin strategisten tavoitteiden saavuttamista. Viestinnän arviointi puolestaan on osa kaupungin strategian toteutumisen seuranta ja auttaa kehittämään paitsi viestintää ja markkinointia myös johtamista ja maineyötä. Seurantatiedon kerääminen on tärkeää myös muiden organisaatioiden viestinnän vertailemiseksi ja hyvien käytäntöjen jakamiseksi. Määrällisen mittauksen ohella tarvitaan laadullista viestinnän vaikuttavuuden arviointia.

Yksi tärkeimmistä viestinnän seurantakeinoista on saatu palaute ja esimerkiksi erilaiset sisäisesti käyty keskustelut. Myös jatkuva itsearviointi on osa viestinnän seuranta.

Muita viestinnän seurantakeinoja ovat esimerkiksi erilaiset viestintää koskevat kyselyt ja imagotutkimukset, joita voidaan kohdentaa niin henkilöstölle ja kuntalaisille kuin luottamusmiehille ja sidosryhmille. Kaupungin verkkosivujen käyttäjätutkimus toteutetaan säännöllisesti.

Kulloinkin käytettävien mittareiden valintaa ohjaavat viestinnälle asetetut tavoitteet. Viestinnän seurannan tulee olla tavoitteellista ja johtaa toiminnan arviointiin ja kehittämiseen.

## 10.2. Viestinnän kehittäminen

Kaupunki kehittää viestintää ottamalla harkinnan mukaan käyttöön uusia viestintävälineitä ja -kanavia eri kohderyhmien tavoittamiseksi, kuntalaisten osallisuuden vahvistamiseksi ja kaupungin tunnettavuuden kasvattamiseksi.

Viestintää kehitetään myös rohkaisemalla kokeilukulttuuriin, parantamalla henkilöstön viestintätaitoja ja pitämällä yllä viestinnän ammattilaisten, eri alojen asiantuntijoiden, esimiesten ja johdon viestintäosaamista, tehostamalla sisäistä ja ulkoista viestintäyhteistyötä sekä vahvistamalla myönteistä viestintäilmapiiriä. Viestintää koskevat ohjeet ja materiaalit pidetään ajan tasalla ja kaikkien työntekijöiden helposti saatavilla kaupungin intranetissä.