



Kymenlaakson hyvinvointialue

Brändi ja visuaalinen ilme

Brändihierarkia

- Kymenlaakson hyvinvointialueen uusi brändi kokoaa alleen kaikki uuden hyvinvointialueen tarjoamat palvelut.
- ”Kymen silta”-tunnus, visuaalinen ilme ja määritellyt brändiviestinnän tyyli- ja sisältöohjeistukset otetaan vaiheittain käyttöön kaikessa viestinnässä ja markkinoinnissa.
- Kymenlaakson pelastuslaitos käyttää omaa tunnustaan jatkossakin viranomaisyhteyksissä.
- KYMPE-lyhenne pelastuslaitoksen logossa poistuu.

Brändiarkkitehtuuri



Hyvinvointialueen tunnus on pääasiallisesti käytettävä tunnus.
Kymenlaakson pelastuslaitos käyttää omaa tunnustaan viranomaisyhteyksissä.

Brändi-identiteetin ydin

Kymenlaakson hyvinvointialueen brändin identiteetti perustuu yhdessä jaettuihin arvoihin, tavoitteisiin ja vahvuuksiin. Henkilöstölle ja valtuutetuille kesällä 2022 tehdyn kyselyn *) perusteella siinä korostuvat seuraavat ominaisuudet.

Asiakaslähtöinen ammattilainen

Huippuammattilaisten yhteisö, jolla on yhteen toimivat palvelut ja kyky auttaa ja tukea jokaista asukasta hänen yksilöllisistä palvelutarpeistaan lähtevillä vaikuttavilla palveluilla.

Uudistuva ja kehitysmyönteinen

Nykyaikaisten ja ennaltaehkäisevien palvelumuotojen ja uusien teknologioiden edistysellinen kehittäjä ja rohkea soveltaja.

Vastuullinen ja luotettava

Edustaa inhimillisyyttä, vastuuntuntoa, tasa-arvoa ja ammatillista etiikkaa kaikessa toiminnassaan tinkimättömästi.



*) Kesällä 2022 toteutettuun sähköiseen kyselyyn vastasi yhteensä noin 240 henkilöä.

Kymenlaakson hyvinvointialueen brändin kiteytys ja ydinviesti

Elämäntehtävänä mahdollistaa
terve ja turvallinen elämä
jokaiselle kymenlaaksolaiselle.

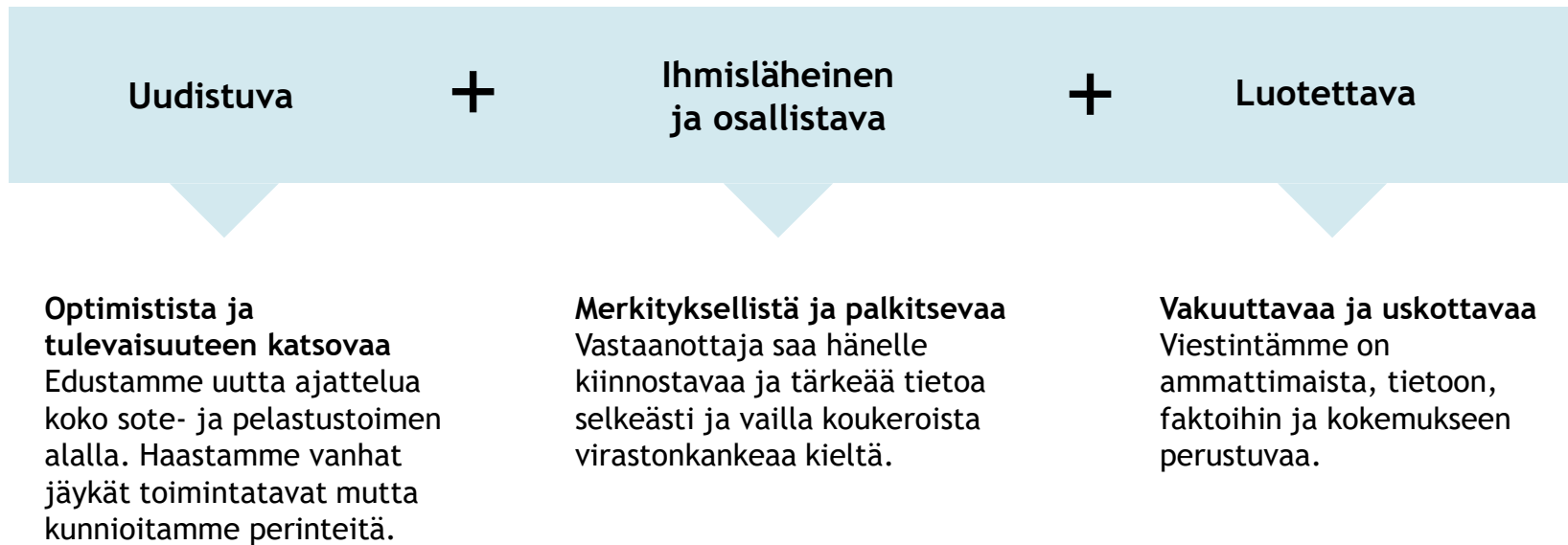
Kymenlaakson hyvinvointialueen elintärkeä tehtävä on mahdollistaa terve ja turvallinen elämä jokaiselle kymenlaaksolaiselle. Meille on kunnia-asia, että yhteentoimivat palvelumme takaavat kaikille asukkaille juuri heille sopivimmat palvelupolut ja että omilla huippuammattilaisillamme on parhaat edellytykset tehdä sitä työtä, joka tekee Kymenlaaksosta terveen ja turvallisen paikan elää.

Kymenlaakson hyvinvointialue on sillanrakentaja, joka yhdistää kaikki kymenlaaksolaiset. Me olemme yhdessä heidän arkensa tuki ja turva. Se on vastuullinen ja arvokas tehtävä, joka antaa merkityksellisyyttä jokaiseen työpäiväämme.

Äänensävy ja tapamme puhua

Haluamme olla **helposti lähestyttäviä**. Se heijastuu myötätuntoisena ja vastaanottajaa kunnioittavana tapana viestiä hänelle tärkeistä asioista. Kaikessa viestinnässämme tulee heijastua yhdessä tekemisen tärkeys. Me teemme työtämme yhdessä ja yksissä tuumin kaikkien kymenlaaksolaisten hyväksi.

Näin Kymenlaakson hyvinvointialueen arvot näkyvät ja kuuluvat viestinnässämme:



Kymenlaakson hyvinvointialueen brändiviestinnän huoneentaulu

1. Kaiken viestintämme keskiössä on kymenlaaksolainen ja arvostus hänen hyväkseen tekemääme elintärkeää työtä kohtaan.
2. Tapamme puhua on ammattimainen, mutta myötätuntoinen. Osoitamme tuntevamme asiakkaamme elämän ja sen haasteet.
3. Viestimme optimismia ja positiivisuutta. Näemme haasteissa mahdollisuudet ja pyrimme kertomaan niistä inspiroivasti. Olemme ehdottoman avoimia ja läpinäkyviä. Emme kaihda ikävienkään tosiasioiden kertomista.
4. Olemme aitoja ja teeskentelemättömiä. Pyrimme välttämään virastonkankeaa koukeroista kieltä.
5. Olemme tyyliltämme tärkeilemättömän rentoja, mutta tunnemme vastuumme uskottavana ajatusjohtajana.
6. Puhumme aina ihmiselle - emme organisaatiolle ja laitokselle.

Puhumme aina tavalla, joka kunnioittaa vastaanottajaa

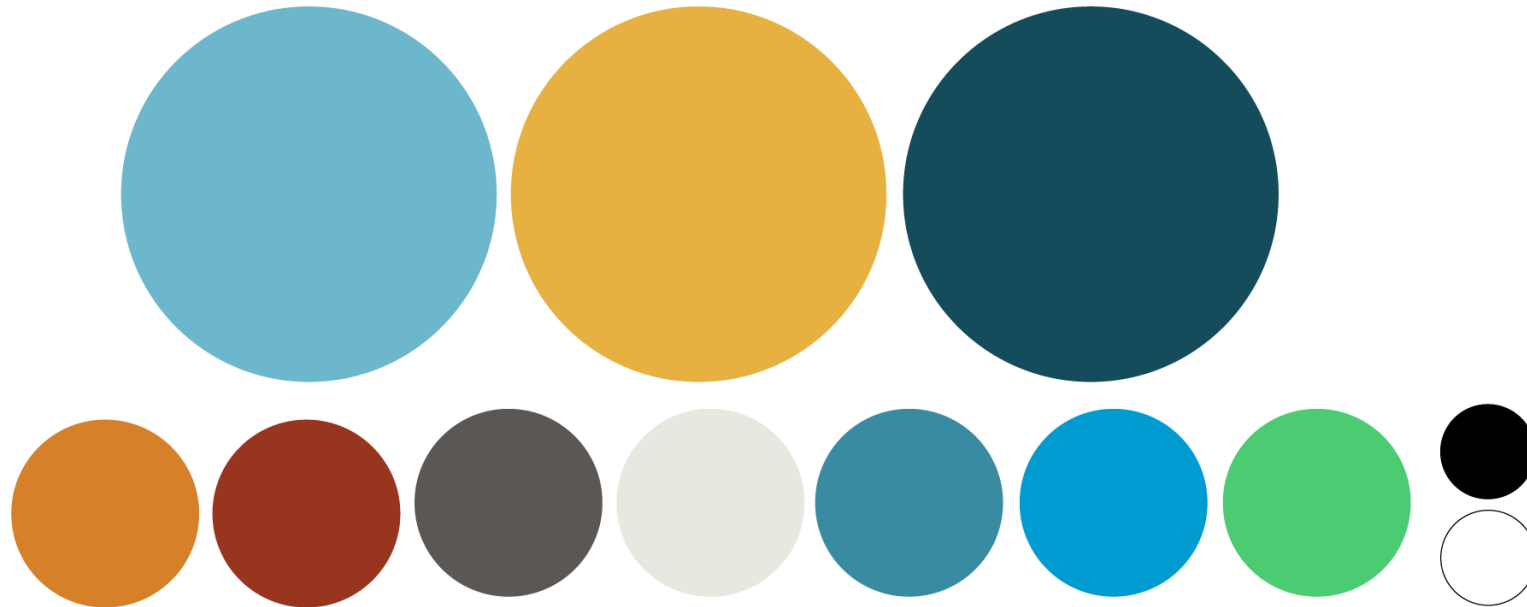
Kymenlaakson asukkaat ja asiakkaat	Omat työntekijät	Poliittiset päättäjät	Media
myötätuntoinen	inspiroiva	ratkaisukeskeinen	vastuullinen
luotettava	osallistava	uudistuva	luotettava
osallistava	sisäistä ylpeyttä herättävä	vastuullinen	avoin

Hyvinvointialueen tunnus



Vesistöjen yli kulkevat sillat ovat hyvin tunnusomaista Kymenlaaksolle. Tämän "Kymen silta" -tunnuksen symbolinen silta kuvaa hyvinvointialueen tehtävää auttaa asiakas turvallisesti erilaisten elämäntilanteiden yli.

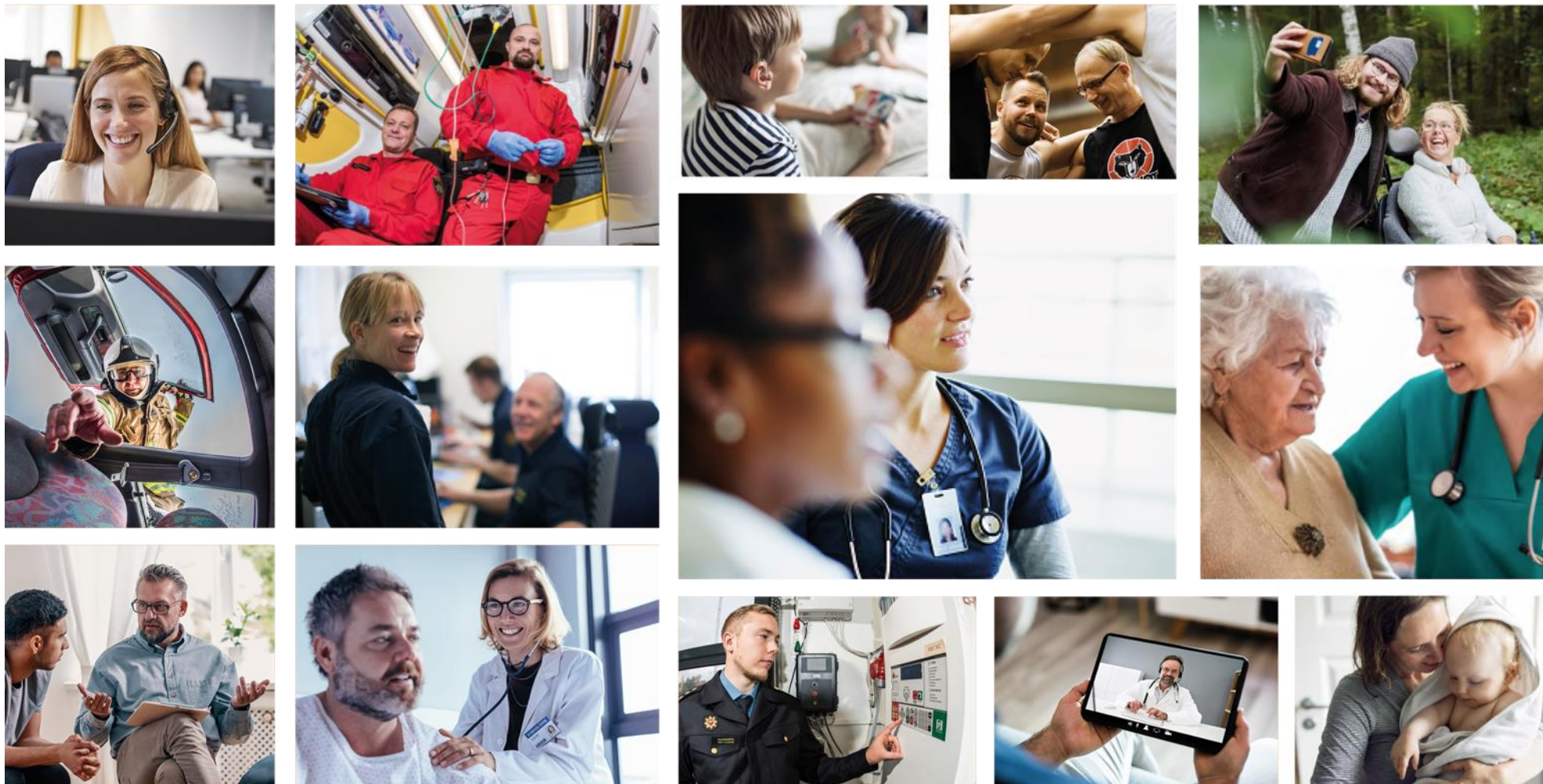
Väripaletti



Väripaletti ilmentää brändin keskeisiä ominaisuuksia:
asiakaslähtöinen, huippuammattilainen, vastuullinen ja luotettava, uudistuva ja kehitysmuuntaava.

Väripaletissa on kolme pääväriä. Lisävärejä käytetään esimerkiksi graafisissa kuvaajissa.
Värit eivät symboloi hyvinvointialueen eri toimintoja.

Kuvamaailma



Kuvat kertovat välittämisestä, asiakkaan kuuntelemisesta, osaamisesta ja huippuammattilaisuudesta. Kuvien tunnelma on vastuullinen, luotettava ja niistä välittyä uudistuminen ja kehitysmuutos.

Typografia

Ensisijainen kirjasintyyppi

Source Sans Pro

A b c

AaBbCcDd

123@%#&*

Tekstityyppinä selkeä, käytettävyydeltään hyvä sekä uudistuvaa ja kehittyvää toimijaa viestivä.

Korostuksessa käytettävä kirjasintyyppi

Fenwick

A b c

AaBbCcDd

123@%#&*

Kuvitusmaisessa roolissa ja korostettavissa nostoissa tarvittaessa käytettävä tekstityyppi.