

Sakområde: Visioner och strategier av övergripande karaktär

Dokumenttyp: Riktlinjer	Beslutsdatum: 2019-03-19
Beslutsfattare: Rektor	Träder i kraft: 2019-04-01
Avdelning/kansli: Kommunikationsavdelningen	Giltighetstid: tills vidare
Handläggare: Maria Capandegui Widén	Bör uppdateras före: –

Ev dokument som upphävs: –

Bilaga 1 till: Rektorsbeslut Riktlinjer för SLU:s varumärkesarkitektur

## Riktlinjer för SLU:s varumärkesarkitektur

Stora varumärken, som SLU:s, kräver en tydlig arkitektur för hur man strukturerar och bygger varumärket, till exempel när namnet SLU ska användas, hur vi namnger olika verksamheter och när SLU:s logotyp ska användas. Detta regelverk slår fast principerna för SLU:s varumärkesarkitektur och ska vara stöd för beslut vid namngivning av verksamheter samt vid beslut kring vilken avsändare som ska synas i de sammanhang där SLU figurerar.

SLU:s varumärkesarkitektur är en så kallad blandstrategi. Det innebär att den grundar sig på en huvudregel om att endast använda det övergripande varumärket (modervarumärket) SLU som avsändare, men att det i vissa fall kan finnas möjlighet till undantag från huvudregeln. Modervarumärket SLU kan alltså kombineras med dottervarumärken eller samexistera med andra externa varumärken i de fall där goda skäl finns.

Beslut om undantag från huvudregeln fattas av rektor och handläggs enligt en särskild process som beskrivs i *Anvisningar för SLU:s varumärkesarkitektur*.

### Huvudregel

SLU är modervarumärket och ska i första hand stå som ensamt varumärke där alla organisationsdelar, verksamheter etc. ska ha beskrivande namn.

*Huvudregeln gäller när:*

- Verksamheten bedrivs av SLU.
- Personalen är anställd vid SLU.
- SLU har yttersta ansvaret för verksamheten.

Huvudregeln gäller för organisatoriska namn, byggnader, databaser, produkter, tjänster med mera. Även verksamhet som har externa uppdragsgivare eller finansörer omfattas av huvudregeln.

*Krav på verksamheter under huvudregeln:*

- Verksamhetsnamnet ska vara beskrivande och kommunicera i klarspråk vad verksamheten innebär.
- SLU ska ingå i namnet.\*\*
- SLU:s logotyp och grafiska profil gäller.

Ibland kan det finnas behov av att registrera ett verksamhetsnamn som ett varumärke hos Patent- och registreringsverket trots att det ligger under huvudregeln, till exempel om det rör en kommersiell verksamhet som behöver skyddas. Se dokumentet *Anvisningar för SLU:s varumärkesarkitektur*.

## Undantag 1 från huvudregeln: SLU + dottervarumärke

I vissa fall kan det finnas särskilda skäl att särskilja en verksamhet och därmed vara ett dottervarumärke till SLU, trots att SLU bedriver och ansvarar för verksamheten.

Exempel på skäl:

- Verksamheten bedrivs som egen juridisk person (eget organisationsnummer).
- Den huvudsakliga verksamheten är kommersiell.
- Om huvudfokus för verksamheten inte är utbildning, forskning eller miljöanalys.
- Om det rör en produkt eller tjänst av betydande omfattning, som inte är en engångsföreteelse och behöver större flexibilitet (särskilja sig) för att nå fram.

*Krav på dottervarumärken:*

- Namnet ska registreras som firma hos Bolagsverket eller som varumärke hos Patent- och registreringsverket.
- Verksamheten ska ha avsatta personella och ekonomiska resurser för kommunikation, varumärkesuppbyggnad samt vård och skydd av varumärket.
- SLU ska ingå i avsändaren i kombination med dottervarumärket eller som en integrerad del i namnet där SLU står först.
- Den grafiska profilen ska godkännas av SLU:s kommunikationschef.

---

\* Gäller inte fakulteter, institutioner och universitetsadministrationen i intern kommunikation.

## Undantag 2 från huvudregeln: SLU i ett samarbetsvarumärke

Ibland är SLU en part i samarbete med andra. Samarbetet kan till exempel vara ett nätverk, projekt eller en infrastruktur som drivs tillsammans med andra lärosäten eller organisationer. I de fallen är inte SLU ensam avsändare utan är en av flera.

Undantag 2 avser verksamheter som

- ägs eller bedrivs av ytterligare en eller flera likvärdiga parter jämte SLU
- SLU tillfälligt förvaltar eller har för avsikt att knoppa av inom kort.

Undantaget gäller inte verksamhet som SLU är ensamt ansvarig för, men där vi har samarbeten med andra.

*Krav på samarbetsvarumärken:*

- Det ska tydligt framgå i all kommunikation att SLU är en samarbetspart.