§4

Projekt SPOK (Beslut enligt delegation)
RS211153

Beslut
Regionstyrelsens tillväxtutskott beslutar att

- bevilja projektet Samtida Produktion Och Konsumtion (SPOK) 435 000 kr för att bedriva verksamhet i ytterligare tre (2022-2024) år i Halland
- medlen tas ur Region Hallands egna projektmedel.

Ärendet
Projektets namn: SPOK Halland

Syfte: Koppla ihop lokal tillverkningsindustri med kreativa och kulturella näringar

Projekts organisationer: RIAN Designmuseum, Kultur och Skola Region Halland och Näringslivsavdelningen Region Halland.

Finansiering från Regional Utveckling: 435 000 kr fördelat över tre år med början 2022.

Förslag till beslut
Regionstyrelsens tillväxtutskott beslutar att

- bevilja projektet Samtida Produktion Och Konsumtion (SPOK) 435 000 kr för att bedriva verksamhet i ytterligare tre (2022-2024) år i Halland
- medlen tas ur Region Hallands egna projektmedel.

Beslutsunderlag
- SPOK-Handbok-Version-1.2
- Beslutsförslag SPOK

Expedieras till
Mats Bjerde, Kultur och Skola Region Halland mats.bjerde@regionhalland.se

Paragrafen är justerad

Regionkontoret
Välj verksamhetsområde
Ellen Källberg
Strateg

Beslutsförslag

Datum	**Diarienummer**
2021-12-0123	RS211153

Regionstyrelsen

Beslutsförslag SPOK

Förslag till beslut

Regionstyrelsens tillväxtutskott beslutar att:

- Bevilja projektet Samtida Produktion Och Konsumtion (SPOK) 435.000 kr för att bedriva verksamhet i ytterligare tre (2022-2024 år i Halland.
- Medlen tas ur Region Hallands egna projektmedel

Sammanfattning

Projektets namn: SPOK Halland
Syfte: Koppla ihop lokal tillverkningsindustri med kreativa och kulturella näringar
Projekts organisationer: RIAN Designmuseum, Kultur och Skola Region Halland och Näringslivsavdelningen Region Halland.
Finansiering från Regional Utveckling: 435 000 kr fördelat över tre år med början 2022.

Bakgrund

Under 2020 skrevs ett avtal mellan SPOK Sverige, Region Halland och samverkanspart RIAN Designmuseum om att upprätta en SPOK-hubb i Halland under ett år. Syftet med SPOK är att samla och sprida kunskap om lokala tillverkningsmöjligheter, från slöjd till industri. SPOK verkar för lokal produktion och på sikt även lokal konsumtion. Som SPOK-hubb ingår Halland i ett nätverk av hubbar där Skåne, Västra Götaland och Blekinge också ingår i nuläget. Projektet delas mellan Kultur och Skola och

Näringslivsavdelningen på Region Halland och hör till en av satsningarna på kreativa och kulturella näringar (KKN).

Under 2021 har en projektledare anställts på 25% och ett antal aktiviteter genomförts. Finansieringen har delats mellan de två Förvaltningarna på Region Halland. Nästa steg är att förbinda sig till ytterligare tre år av verksamhet inom SPOK. För att få ytterligare effekt av projektet budgeteras en utökning av projektledartjänsten till 33%.

Konsekvensbeskrivning

Syftet med projektet har olika intressanta konsekvenser. Att uppmuntra till lokal produktion kan minska miljöpåverkan med minskad frakt, och kan öka arbetstillfällen i Halland. Kreativa och kulturella näringar sysselsätter idag nästan 50/50 män och kvinnor varför insatsen når båda könen på ett bra sätt. På tillverkningssidan ser fördelningen inte likadan ut dock.

Ekonomiska konsekvenser av beslutet

Projektet finansieras till 50% av regional utveckling och 50% av Kultur och skola. Det är de totala kostnaderna som för tre år som anges nedan:

Årsavgift	120 000 kr
Verksamhetsbudget	150 000 kr
Projektledare	600 000 kr
Totalt	870 000 kr

Detta beslut avser halva totala kostnaden, det vill säga 435 000 kr, jämnt fördelat över tre år.

Förvaltning

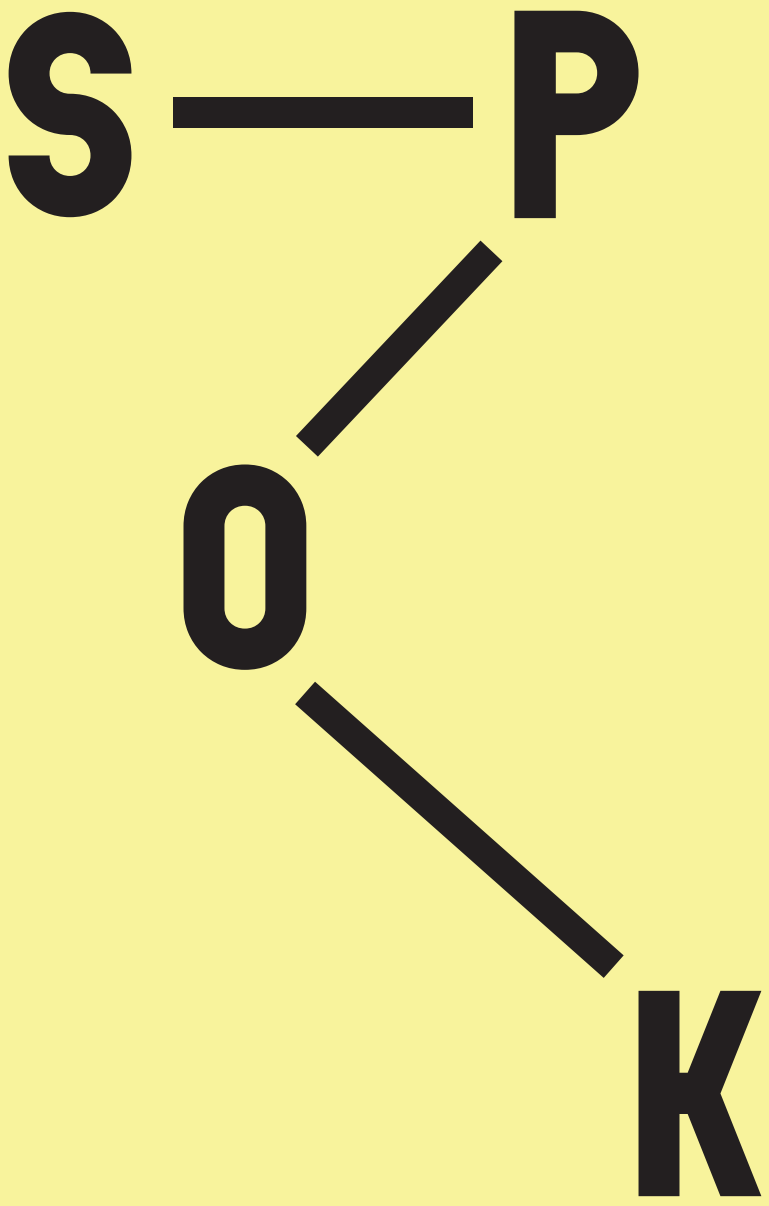
Förvaltningschef	Bo-Josef Eriksson
Titel	Regional utvecklingsdirektör

Bilaga:

SPOK handbok

Styrelsens/nämndens beslut delges

Mats Bjerde, Kultur och Skola Region Halland mats.bjerde@regionhalland.se



02 — Version

Handbok

Innehållsförteckning

01. SPOK Sverige 04

02. Målgrupp 12

03. Kärnvärden 22

04. Organisation 28

05. Uppgiftsbeskrivning 36

06. Bildrättigheter & GDPR 44

07. Marknadspolicy 50

02 —— Version

SPOK SVERIGE

1.1 Om SPOK

1.2 Bakgrund

1.3 Mission

02 —— Version

Om SPOK

SPOK är en digital plattform som kartlägger och listar lokala tillverkare för att designers, arkitekter, konstnärer, entreprenörer och andra kreativa företag lättare ska kunna hitta produktionsmöjligheter i sin närhet. På SPOKs webb-baserade plattform (s-p-o-k.se) samlas och presenteras olika typer av tillverkningsalternativ, från slöjd till industri.

SPOK strävar efter att hålla en bredd bland tillverkarna som listas.

Det är främst små till medelstora företag som finns med på SPOKs lista och gemensamt är att de vill och kan tillverka för andra.

En röd tråd bland de listade företagen är en flexibel tillverkning samt öppenhet för att samarbeta med formgivare, arkitekter, konstnärer och andra kreativa företag.

Då vi gärna ser en spännande blandning av tillverkare är vi inte främmande för det unika och udda och vi letar aktivt efter det.

SPOK har ett ramverk att verka inom, som ska ses som ett stöd. Detta stöd finns att tillgå i form av SPOKs handbok.

Med SPOK konceptet avses den modell som beskrivs i följande kapitel av handboken.



02 —— Version

02 —— Version

Bakgrund

SPOK har fram till februari 2020 haft Skåne som utgångspunkt och samlat ca. 150 tillverkande företag i Skåne. SPOK är grundat och utvecklat av designern Jenny Nordberg som också är kreativ ledare. Anna Gudmundsdottir har varit med sedan projektet lanserades 2016 och är projektledare för SPOK Sverige.

Satsningen har genomförts med stöd av Region Skåne, Malmö Stad och Länsstyrelsen Skåne. Intresset för SPOK har ökat stadigt under de senaste åren och flera regioner, län och kommuner har visat intresse för att implementera plattformen.

Idag drivs SPOK med Form/Design Center som huvudman. Via medel från Tillväxtverket skalas nu plattformen upp geografiskt med målet att innefatta hela Sverige.







Mission

Arbetet med SPOK är ett ideologiskt arbete som föddes ur idén om ett annat samhälle/världsordning när det kommer till tillverkning och konsumtion.

I detta arbete står inte individerna som driver SPOK i centrum, utan fokus ligger på den förändring vi tillsammans kan åstadkomma. Om individer lyfts fram i arbetet med SPOK så är det i så fall exempel ur målgrupperna.

Målet med SPOK är att få en nationell genomslagskraft på ett samhällsomvälvande sätt. Genom en enad röst får vi en större genomslagskraft där vi visar att vi är en del av ett större sammanhang. Fokus för SPOK ligger på användaren och de tillverkare som listas och man bör primärt utgå ifrån vad som är bäst för dem i arbetet med SPOK.

SPOK vill visa den bredd och variation som finns inom svensk industri och tillverkning. Vi vill också verka för att bevara hantverkskunskap samt bidra till lokala samarbeten och företagsamhet. SPOK vill stärka förutsättningarna för en geografiskt nära produktion och konsumtion som ett led i en långsiktigt hållbar utveckling. På ett övergripande och holistiskt plan vill SPOK bidra till människans fortlevnad på vår planet.

Vi vet att sättet som vi producerar och konsumerar på idag inte är hållbart. Genom att ta kontroll över tillverkning och gå från global till lokal tillverkning kan vi skapa helt nya system. Hållbara system som på ett smartare och sundare sätt förhåller sig till klimat och miljö genom alla de fördelar som en mer småskalig och lokal tillverkning medför.

Missionen svarar på frågor om SPOKs syfte och dess existensberättigande. Missionen finns till för att sprida motivering av SPOKs existens och beskriva hur vi bidrar till hållbar samhällsutveckling.



02 —— Version

SPOK MÅLGRUPP

2.1 Användare

2.2 Tillverkare

2.3 Varumärkeslöfte

02 —— Version

Användare

Målgrupperna är de personer vi riktar vår kommunikation till samt vad vi tror är deras behov och önskemål. Det finns två huvudmålgrupper för SPOKs plattform: Användare och Tillverkare.

Målgrupp 1 - Användare
Denna grupp består av företag som söker specifika tillverkningsalternativ, material eller som behöver råd om tillverkning. Användarna är främst formutövare av olika designers, arkitekter, entreprenörer, innovatörer och konstnärer. Denna typ av företag jobbar i det första ledet av designprocessen där produkter och projekt ska utformas. Planering av tillverkningsmetoder, materialval, ytbehandling med mera är vanliga inslag hos dessa utövare. Denna typ av företag har ofta behov av att anlita tillverkare som kan ta fram unika enstycksobjekt, prototyper, pilotserier eller löpande tillverkning. Det är främst denna grupp av kreativa företag som söker på plattformen och de betalar ingenting för att få tillgång till plattformen.

Plattformen riktar sig till professionella utövare och inte privatpersoner. Den primära anledningen till detta är att bibehålla en professionell nivå i relation till tillverkarna som oftast inte är intresserade av att få förfrågningar från privatpersoner. Därför finns vissa ”trösklar” i plattformen som hjälper till att sålla bort eventuella privatpersoner. Exempelvis måste man antingen skriva in sitt företagsnamn eller klicka i att man är student för att kunna skicka förfrågningar via formuläret på webbplatsen. Detta berörs även i checklistan.

SPOK Sverige finns till för formutövare i hela landet. Denna målgrupp behöver inte vara regional då det finns mycket potential i att nationellt locka kreativa företag till den lokala regionen. Samtidigt så är det värdefullt för de regionala hubbarna att samla det lokala formgivarsamfundet för att kunna förstå och stötta utövare lokalt genom insatser och kunskapsöverförande initiativ.

Incitament:
Det kan vara svårt för formutövare att både hitta och initiera samarbeten med tillverkare.

SPOK möjliggör värdefull, personlig kontakt som underlättar kommunikation och anpassning av produktion.



Tillverkare

Det finns två huvudmålgrupper för SPOKs plattform: Användare och Tillverkare.

Målgrupp 2 - Tillverkare
Tillverkarna är de som utgör själva innehållet på plattformen och är de som SPOK listar, synliggör och förmedlar kontakt till. Gemensamt för de som finns listade är att de kan och vill ta uppdrag för att tillverka en prototyp/enstyck eller serie av produkter för någon annan.

Denna målgrupp innefattar företag som jobbar med tillverkning på något sätt. Enda kravet som SPOK ställer är att man “ska vilja tillverka något åt någon annan.” Tillverkningen kan bestå av produkter, material, produktdelar, prototyper, verktyg, ytbehandling, hantverk eller dylikt. Vi riktar oss främst till små och medelstora tillverkare med 1-249 anställda då de ofta kan vara mer flexibla och ta emot olika typer av uppdrag utan större omställning, men vi är inte begränsade till denna storlek på företag.

När man aktivt letar efter tillverkande företag att utöka SPOKs lista med så kan det vara bra att tänka på att det inte är alla tillverkande företag som vill eller lämpar sig att bli listad på SPOK. En anledning kan vara storlek, att man antingen är ”för stora” eller ”för små”. Det kan också vara så att tillverkaren är “för nischad”. Det är också viktigt att tänka in variation. SPOKs lista hade lätt kunnat bestå av 50% snickare vilket skulle bli ett allt för homogent utbud. Därför ska det månas om att också hitta tillverkare som är speciella, unika eller på annat sätt bidrar till variation bland de regionalt listade företagen.

Incitament:
De tillverkande företagens nätverk är ofta begränsade till den egna branschen och det kan finnas behov av att bredda sin kundkrets. I många fall vill de tillverkande företagen gärna ha mindre aktörer som kunder med korta uppdrag.

Många tillverkare har insett de negativa sidorna med att ha ett fåtal stora kunder eftersom företagets överlevnad snabbt kan äventyras om den stora kunden väljer att lägga sina beställningar någon annanstans.



Varumärkeslöfte

Målgrupp 1 - Användare:
SPOK genomsyras av en grundläggande generositet gentemot vår målgrupp som är användarna av plattformen och detta är tydligt i allt vi gör. (Se målgruppsbeskrivning).

SPOK finns till för att stötta, informera, tipsa och på olika sätt skapa möjligheter för formutövare både på ett lokalt och nationellt plan. Detta gör vi framför allt genom att lista tillverkare på den digitala plattformen.

De tillverkande företagen som är med i SPOK har givit samtycke till att de tar emot förfrågningar från mindre aktörer. På så vis har vi skapat en ”fot i dörren” för formgivare som letar tillverkare vilket sparar dem mycket tid i letande, kontaktande och utvärderande i samband med tillverkningsförfrågningar.

Utöver detta så verkar SPOK även för att skapa förutsättningar för att fler skall kunna börja eller fortsätta bedriva kreativa verksamheter i sin region. Genom kunskapsöverförande insatser, initiativ och allmänt tillgängliggörande av information så skapar vi förutsättningar som kan leda till företagsamhet.

SPOK ät ett nätverk för både utövare och hubbar som hela tiden strävar efter att utvecklas. Vi är alltid lyhörda för målgruppens behov och försöker utvecklas i riktningar som bättre kan stötta den.

Varumärkeslöftet sammanfattar SPOKs åtagande och handlar om vad målgrupperna kan förvänta sig av oss. Det handlar om vad som är viktigt för målgrupperna och det som särskiljer oss.

Varumärkeslöfte

Målgrupp 2 - Tillverkare:
Den andra målgruppen som SPOK riktar sig till är tillverkare inom olika tekniker och material. Gentemot tillverkare är SPOK inkluderande och verkar för att visa vilken variation och mängd av tillverkningskunskap som finns regionalt i hela landet.

För tillverkarna erbjuds ett nytt sammanhang som kan generera nya uppdrag där de kan nå ut och bli kontaktade av andra typer av kunder än vad de kanske redan har i sina ordinarie kanaler. Deras verksamhet behandlas med seriositet och lyfts fram på ett professionellt sätt med stor respekt för deras respektive kompetensområden.

Då det är kostnadsfritt att vara listad som tillverkare kan det ses som gratis marknadsföring. SPOK arbetar aktivt för att upplysa formgivare i hur de bör bemöta tillverkare (se checklista på webbsidan) så att de lättare kan förstå varandra och i längden skapa lönsamma samarbeten.





SPOK KÄRNVÄRDEN

3.1 Det lokala perspektivet

3.2 Möjlighet att påverka

3.3 Hållbarhetsperspektivet

3.4 Styrkan i att samarbeta

3.5 Kunskapsöverföring och transparens

02 —— Version

Kärnvärdena är en sammanfattning av SPOKs grundläggande värdegrund i fem punkter. Kärnvärden används för att vägleda i det dagliga arbetet. Nedan beskrivs vad orden betyder i praktiken.

Det lokala perspektivet

Sverige har en lång historia av tillverkningsindustri. Även om del av produktionen har flyttat utomlands senaste åren finns det fortfarande en omfattande kunskap och tillverkning kvar. Det är en enorm styrka att kunna producera och konsumera lokalt. Det gynnar samhällets alla delar och skapar ett värdefullt oberoende.





Möjlighet att påverka

När tillverkningen sker nära den som beställt eller utformat det som ska produceras kommer det en rad positiva effekter på köpet. Det är lättare att kommunicera och diskutera material, prototyper och konstruktion och tillsammans komma fram till nya lösningar. Det är också enkelt att kontrollera arbetsmiljöförhållanden och att produktionen sker på ett hållbart sätt.

Hållbarhets-perspektivet

Global massproduktion och konsumtion har utvecklats till ett system där det primära målet inte är att jobba hållbart och i samklang med natur och människa. Det är helt andra värden som styr och premieras på bekostnad av vår och framtida generationers framtid. Genom att verka för en mer lokal produktion och konsumtion vill SPOK verka för ett skifte till mer hållbara system.

SPOK ska aktivt jobba med hållbarhetsaspekterna i enlighet med de Globala målen - Agenda 2030. Där i särskilt arbeta för hållbarhetsmål 12 - Hållbar produktion och konsumtion som handlar om att säkerställa hållbara konsumtions- och produktionsmönster på lokal och global nivå. Hållbar konsumtion innebär inte bara miljöfördelar utan även sociala och ekonomiska fördelar såsom ökad konkurrenskraft, tillväxt på såväl den lokala som globala marknaden, ökad sysselsättning, förbättrad hälsa och minskad fattigdom. Omställning till en hållbar konsumtion och produktion av varor är en nödvändighet för att minska vår negativa påverkan på klimat, miljö och människors hälsa.

Styrkan i att samarbeta

SPOK är byggt på tron om att det är lättare att förändra om vi går ihop och gör det tillsammans. Genom att exempelvis bygga gränsöverskridande broar mellan kultur och industri kan samarbeten och initiativ startas som annars kanske aldrig fått liv. Därför uppmuntras alla typer av samarbeten, ofta via riktade initiativ och projekt. SPOK menar att om fler bidrar till att stimulera platsen där de verkar så kommer också fler lokalt att gynnas och gemenskapen stärks. SPOK drivs med en anda av inkludering och nyfikenhet, det är så ny kunskap och innovation genereras.

Kunskaps-överföring och transparens

SPOK tror på en gemensam och inkluderande kunskapshöjning av de branscher och användare som SPOK riktar sig till. SPOK lyssnar in var kunskapsglappen finns och försöker aktivt arbetar för att fylla dem via exempelvis seminarier, studieresor och publikationer. Den kunskap som vi generar delar vi också med oss av.

02 —— Version

SPOK ORGANISATION

4.1 SPOK Sverige

4.2 Regionala hubbar

4.3 Uppstart av hubb

02 —— Version

SPOK Sverige

SPOK Sverige ägs gemensamt av grundaren Jenny Nordberg och Form/Design Center som är huvudman för projektet. SPOK Sverige verkar aktivt för att ansluta fler regionala SPOK-hubbar med målet att bli nationellt heltäckande.

Grundare: Jenny Nordberg

Huvudman: Form/Design Center

Styrgrupp Form/Design Center: Dorte Bo Bojesen, Jenny Nordberg, Johanna Sjögren Duthy

Projektledare Form/Design Center: Anna Gudmundsdottir

SPOK-rådet: SPOK-rådet är framtaget som en rådgivande instans inom SPOK för att tillgodose hubbarnas önskemål om utveckling eller omformuleringar i handbok eller avtal. SPOK-rådet består av företrädare från alla hubbar samt representanter från SPOK Sverige.

SPOK-rådet möts och enas kring förslag till förändringar minst en gång om året.

Styrgruppen Form/Design Center och SPOK-rådet är tillsammans den högst beslutnade instansen för SPOK Sverige.

Detta stycke beskriver hur hierarkin och styret ser ut för SPOK Sveriges organisation.

Regionala hubbar

Detta stycke beskriver hur hierarkin och styret kan se ut för SPOKs regionala hubbar.

Konstitution: En hubb kan konstitueras på olika sätt utifrån regionernas olika möjligheter och behov. Verksamheten kan, i samverkan med den regionala huvudmannen, drivas av en eller en kombination av ideell organisation, socialt företag, bolag och/eller institution. SPOK Sverige ser gärna att en hubb är konstituerad med samverkan mellan region, bransch, akademi och institution.

Styrgrupp: Hubben tillsätter en styrgrupp som har beslutanderätt för hubben och svarar mot SPOK Sverige. Representant från huvudman och samverkansparter skall vara representerade i styrgruppen och SPOK Sverige ska informeras om vilka dessa är.

Projektledare: Hubben tillsätter en projektledare som i sin tur svarar till aktuell styrgrupp.







Uppstart av hubb

Namn på den regionala hubben: Den regionala hubben namnges helst efter den region den är verksam i, t.ex. SPOK Skåne. Det är viktigt att namnet på hubben inte kan förväxlas med andra eller större geografiska områden än den som hubben är verksam i t.ex. SPOK ”Syd”, då detta förmedlar en otydlighet gentemot SPOKs målgrupp, tillverkarna och de andra regionala hubbarna.

Hubbens E-post: Kommunikationen med målgruppen bör ske genom hubbens officiella E-post och inte personliga mailadresser. Detta grundar sig dels i att det ideologiskt är viktigt för SPOK att inte individerna bakom är i centrum, men det har också att göra med praktiska och tekniska saker som att spåra konversationer och att spara information i E-post om projektledare etc. byts ut.

Hubbens webbplatsprofil: I samband med hubbens uppstartande så skapar SPOK Sverige en profilsida för den regionala hubben på SPOK webbplatsen under ”Om SPOK”. Denna profilsida ger möjlighet för hubben att t.ex. kommunicera vilka som är samverkanspartners, logotyper, finansiärer och annan allmän information som är viktig att synliggöra för den regionala hubben.

En lathund för uppstart av hubb finns under: https://manual.s-p-o-k.se/.



SPOK UPPGIFTS-BESKRIVNING

5.1 Digitala plattformen

5.2 Kunskapsöverföring

5.3 Ansvar

02 — Version

Digitala plattformen

Här kommer en detaljerad beskrivning av de arbetsuppgifter och det ansvar som faller på den som jobbar för att starta och driva den lokala SPOK hubben. Uppgiften består av 2 delar. En obligatorisk del (den digitala plattformen) som måste genomföras enligt avtal samt en frivillig och anpassningsbar del (Kunskapsöverföring) som utformas utifrån regionens särskilda förutsättningar.

Den primära uppgiften för SPOK hubben och den/de lokala projektledarna innebär följande:

Genomföra en gedigen kartläggning över lokala tillverkningsmöjligheter. Specifikt är att hitta, kontakta och lista tillverkare inom regionen på plattformen. Här gäller det att följa givna kvalitetssäkringsförbehåll och avgränsa målgruppen väl (mer information om detta ges under uppstartsutbildningen). Vidare innebär uppgiften att underhålla sin del av plattformen genom fortsatt god kontakt med listade företag samt uppdatering vid ändringar, tillägg eller bortfall.

Inom den administrativa delen innefattas även att svara på E-post och frågor på sociala medier. Projektledaren ansvarar för att för regionen följa riktlinjer för frekvens på inlägg, benämning samt hashtags regionens del i SPOKs socialmediakanaler (Instagram och Facebook).

Se resurser som t.ex. mallar och lathundar för arbetet med att starta upp hubb samt för att kontakta och lista tillverkare under https://manual.s-p-o-k.se/.







Kunskaps-
överföring

Den sekundära uppgiften för SPOK hubben är att på olika sätt arbeta med kunskapsöverföring.

Denna del av arbetet handlar om att kartlägga och ha kontakt med användarna av SPOKs plattform för att på bästa sätt tillgodose deras behov. Exempel på detta är att utveckla och organisera insatser för att fylla kunskapsluckor för att på lång sikt bidra till ökad möjlighet för formgivare och tillverkare att skapa /hitta uppdrag som genererar tillväxt lokalt och nationellt. Vilket format denna kunskapsöverföring tar är upp till varje region. Syftet är att höja kompetensnivån gällande samarbeten för att lokalproduktion ska kunna gå smidigare.

Varje region kommer att ha en unik grupp av användare och därför sätter vi inte upp ett exakt ramverk för hur kunskapsöverföringen skall ske. Det viktiga är att det är behoven som får styra typen av kunskapsöverföring. Här delar vi gärna exempel på kompetenshöjande insatser som vi gjort lokalt i Skåne för vår specifika målgrupp. Det har exempelvis varit rundabordssamtal, studieresor till tillverkare, seminarier på ämnen som efterfrågats, utlysningar och gränsöverskridande samarbetsprojekt som mynnat ut i utställningar.

Varje region ansvarar själv för att tyda målgruppen lokalt och utforma kunskapsöverföringen. Värt att komma ihåg är att denna del av SPOKs är minst lika viktig som den digitala plattformen i arbetet med att skapa lokala samarbeten och nätverk men den bör anpassas utifrån regionens lokala resurser, strömningar och relevans.

Se resurser som t.ex. mallar för arbetet med att nå ut till och kontakta formutövare samt förslag på aktiviteter under https://manual.s-p-o-k.se/.





Ansvar

Vid uppstart av hubb så tas en handlingsplan fram av projektledare som löper under avtalstiden. Denna presenteras för SPOK Sveriges projektledare och skall följa de uppgiftsbeskrivningar och riktlinjer för kvalitetssäkring som framläggs nedan. Inför starten så anordnas en dags introduktionsutbildning. Projektledaren gör kvartalsvis (första året) till SPOK Sverige en avstämning kring utförande och utveckling av Handlingsplan. Vid avslut av avtal skall material som ackumulerats under avtalsperioden samlas ihop och överlämnas till SPOK Sverige. Med det menas att överlämna underlag som kan vara viktiga för övertag av hubben.

Vid avtalsperiodslut ska även en utvärdering fyllas i av projektledare och styrgrupp från hubben. Denna utvärdering tillhandahålls av SPOK Sverige.





SPOK BILDRÄTTIG-HETER & GDPR

6.1 Bildrättigheter & GDPR

6.2 Riktlinjer

02 —— Version

Bildrättigheter & GDPR

Här presenteras SPOKs allmänna riktlinjer för bild- och filmproduktion samt användning av dessa av SPOK.

Ansvar: SPOK Sverige äger webbplatsen och har det yttersta ansvaret för de bilder som publiceras på webbplatsen. Nödvändiga bildrättigheter till de bilder som publiceras av hubbarna på webbplatsen ska insamlas och godkännas av ägaren till bilderna före hubben publicerar dem.

GDPR: SPOK Sverige ansvarar för GDPR på webbplatsen.

Samtycke mellan regionala hubbar och SPOK Sverige angående rättigheter att använda bilder: Filmer och fotografier som publiceras på den digitala plattformen SPOK kan användas av SPOK Sverige och de regionala hubbarna i inspirations-, undervisnings- och/eller informationssyfte. Filmer och fotografier får publiceras på: https://s-p-o-k.se samt i SPOK:s sociala mediekanaler (Instagram och Facebook) i samband med kommunikation och marknadsföring av SPOK. Filmer och fotografier kommer, utöver nämnda digitala kanaler, att vara tillgängliga för användning i informationsmaterial (digitalt och tryckt) som SPOK Sverige och de regionala hubbarna producerar. Samtycket till publicering av filmer samt fotografier gäller tills vidare.

Samtycke mellan listade företag och SPOK Sverige angående rättigheter att använda bilder:
De listade företagen intygar genom ett samtyckesavtal i uppladdningsverktyget på den digitala plattformen att de är upphovsman till bilderna eller på annat sätt har insamlat de nödvändiga rättigheterna till bilderna och informerade samtycken från identifierbara personer för att kunna ge detta samtycke, samt att företagen har rätt att överföra eventuella personuppgifter för avsedd behandling.

De listade företagen samtycker till att SPOK själv eller genom annan vederlagsfritt, fritt och obegränsat i tid använder bilderna på hemsidan, i sociala medier, i marknadsföringshänseende samt andra sammanhang rörande SPOK. SPOK har också själv eller genom annan rätt att ändra och anpassa bilderna för denna användning. Namngivning av upphovsman erfordras ej.

Modellavtal: En mall för modellavtal finns i manualen. Ett modellavtal används för någon som ställer upp som modell (används ofta av en professionell fotograf mot betalning). Ett modellavtall är ett avtal där modellen går med på att bilden får användas för publicering på de sätt och i de kanaler som anges i avtalet.

Samtyckesavtal mellan Hubb och ägaren av personuppgiften dvs. personerna på bilden/ i filmen:
Om modellavtal inte är aktuellt ska ett samtyckesavtal upprättas före hubben kan publicera bild/film på plattformen. Samtyckesavtalet fylls i av ägaren av personuppgiften dvs. personerna på bilden/ i filmen. Ett samtyckesavtal finns i uppladdningsverktyget till den digitala plattformen.

Riktlinjer

Fotografering på allmän plats är i regel tillåtet, fotografering under ett SPOK-event kräver att deltagarna informeras.

Bilderna/filmerna får inte användas i kommersiellt syfte.

Fotografera ej personer under 18 år utan målsmans tillstånd.

Vid fotografering av människor ska dessa tillfrågas om de vill vara med på bild, även för- och efternamn ska inhämtas om det går att känna igen och anges i bildtexten.

Porträtt anses som personuppgift. Modellavtal/ samtyckesavtal ska följas om hubben anlitar en fotograf eller om de tar porträttbilder själva.

SPOKs rekommendationer för bild/film produktion:
Vi rekommenderar att hubbarna fotograferar alternativt anlitar en fotograf och åker ut till tillverkarna och tar bilder själva. Detta gäller även vid t.ex. events. Det säkerhetsställer att bilderna har rätt att användas fritt av SPOK.





SPOK MARKNADS-POLICY

7.1 Sociala medier

7.2 Tonalitet

7.3 Benämning

7.4 Tagline

02 —— Version

Sociala medier

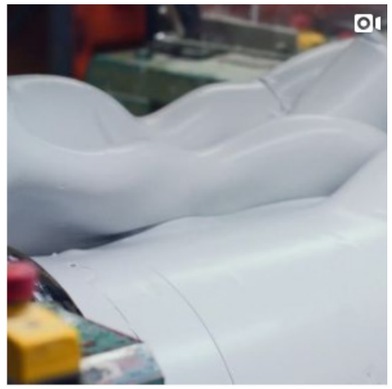
SPOKs ansikte utåt är utöver webbplatsen också SPOKs sida på Instagram och Facebook. Det är via dessa kanaler som vi marknadsför oss och kommunicerar med våra målgrupper. Majoriteten av följarna är användare (designers, arkitekter, konstnärer och andra kreativa företag) men också en del tillverkare. Sociala medier används främst i syfte att förmedla information on nytillkomna tillverkar, kommande seminarier, utlysningar, aktuella eller genomförda utställningar eller för att aktivt be om tips, feedback eller input från följarna.

Som SPOK-hub har man möjlighet att starta upp ett eget lokalt Instagramkonto som döps till SPOK samt regionens namn t.ex. SPOK Skåne. Som SPOK-hub har man också tillgång till SPOKs upparbetade kanaler under förutsättningen att alla inlägg börjar med regionens namn ex. ”SPOK SKÅNE: Ny tillverkare listad på SPOK. Henrys emaljering i Billebjär…etc”.

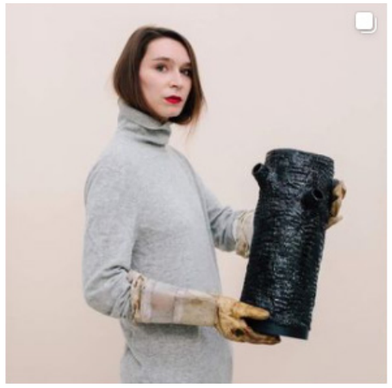
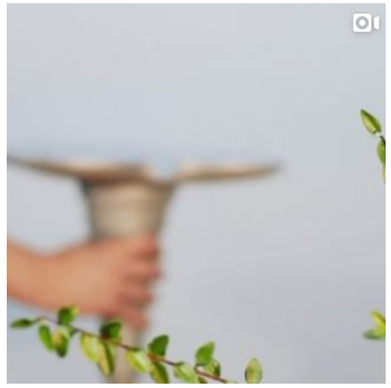
Alla inlägg följs alltid av två hashtags: #s_p_o_k #lokalproduktion samt den regionala hashtagen tex. #spokskåne (fler tillägg tex. #material eller #utställning etc. är frivilligt men bör vara sakliga och adderas med måtta).













Tonalitet

Tonaliteten, det vill säga vilka ord vi använder och hur vi tilltalar våra målgrupper, är den språkliga delen av SPOK som varumärke och uttrycker de känslor vi vill förmedla. Tonaliteten ska i hög grad vara enhetlig och konsekvent, men måste samtidigt varieras beroende på kanal och målgrupp.

Vi håller vår tonalitet saklig men informationsmässigt generös. Vi finns till för att förmedla kunskap och möjligheter och det försöker vi hålla i åtanke i allt som kommuniceras. Vi ser energi och drivkraft i alla möjligheter och förmedlar detta utåt.

Benämning

Benämningen är de ord som används för att beskriva SPOK i marknadsföring och annan utåtriktad kommunikation.

I början av t.ex. varje pressmeddelande beskrivs SPOK som ”en digital plattform som listar lokala tillverkningsmöjligheter.” Exempel i andra sammanhang: ”Den digitala tillverkningsplattformen SPOK…”

Tagline

Vår ”Slogan” - **Samtida produktion och konsumtion**

Inledningsvis skriver vi alltid in vad förkortningen står för: SPOK (samtida produktion och konsumtion) men i vidare i löpande text går det bra att skriva SPOK i stora bokstäver.

S—P—O—K

www.s-p-o-k.se