

## **Riktlinje för information och marknadsföring av Mina meddelanden**

Mina meddelanden är en myndighetsgemensam tjänst som gör att privatpersoner och företag kan få säkra meddelanden från myndigheter digitalt istället för på papper. Skatteverket ansvarar för tjänsten. Skatteverket tillhandahåller även den digitala brevlådan Min myndighetspost, som kan användas av privatpersoner och företag att få sin myndighetpost.

Skatteverket tecknar anslutningsavtal med de myndigheter som vill ansluta till tjänsten i egenskap av avsändare, samt med de privata brevlådeoperatörer som vill ansluta till Mina meddelanden och erbjuda sina användare digital post från avsändarna inom Mina meddelanden. I anslutningsavtalet förbinder sig aktörerna att tillämpa det regelverk för Mina meddelanden som Skatteverket har beslutat.

### **1 Riktlinjens syfte och omfattning**

Riktlinjen har till syfte att säkerställa god, tydlig och förtroendeingivande information till allmänheten om Mina meddelanden. Riktlinjen gäller för alla anslutna aktörers marknadsföring av tjänsten. Med marknadsföring avses i riktlinjen varje åtgärd som vidtas i syfte att fästa uppmärksamhet på, påverka och skapa efterfrågan på tjänsten Mina meddelanden eller en ansluten digital brevlåda i tjänsten.

### **2 Marknadsföring av Mina meddelanden**

Det finns ett gemensamt intresse hos alla anslutna aktörer att Mina meddelanden presenteras och marknadsförs på ett sådant sätt att användningsgraden ökar bland privatpersoner och företag med högt bibehållet förtroende för tjänsten och för varje aktör inom tjänsten.

Varje aktör som är ansluten till Mina meddelanden har rätt att kommunicera och marknadsföra Mina meddelanden i samband med den egna verksamheten mot allmänheten. Varje ansluten aktör ska informera Mina meddelanden i god tid om planerade marknadsföringsinsatser så att inte aktiviteterna riskerar att krocka med varandra och bli kontraproduktiva. Marknadsföringen ska vara relevant, saklig och korrekt till form och innehåll och ska skapa förtroende för tjänsten Mina meddelanden

Marknadsföringen ska följa allmänt accepterade etiska och moraliska värderingar samt vara icke-diskriminerande. Marknadsföring av tjänsten får inte ske i sammanhang som kan uppfattas som stötande, förgelseväckande eller kränkande.

### 3 Information och marknadsföring på minameddelanden.se

Skatteverket ansvarar för webbplatsen minameddelanden.se. På webbplatsen marknadsför Skatteverket Mina meddelanden och informerar om hur tjänsten är utformad, hur mottagare går till väga för att välja brevlådeoperatör och vilka avsändare och brevlådeoperatörer som är anslutna till Mina meddelanden. Informationen ska ge en samlad bild av vad Mina meddelanden innebär.

Anslutna brevlådeoperatörer presenteras med sin logotyp på ett informativt likvärdigt sätt. Eventuell textuell information om respektive brevlådeoperatör publiceras av Skatteverket i samråd med brevlådeoperatören. På webbplatsen finns även länkar till brevlådeoperatörernas webbplatser där val av digital brevlåda och registrering av tjänsten sker. En ansluten brevlådeoperatör har möjlighet att prenumerera på nyheter via minameddelanden.se (exempelvis ny funktionalitet eller nya meddelanden som kommit in i tjänsten) i syfte att presentera nyheter som en service till sina användare av den digitala brevlådan.

Anslutna avsändare presenteras med sina anslutna flöden på webbplatsen. På webbplatsen lämnas även information om driftstörningar och planerat underhåll av tjänsten.

Varje ansluten aktör får i marknadsförings- och informationssammanhang hänvisa till webbplatsen minameddelanden.se

### 4 Mina meddelanden logotyp

I de allmänna villkor som gäller för samtliga anslutna parter anges att varje ansluten part har rätt att under avtalstiden använda Mina meddelandens logotyp i sin marknadsföring. Logotypen kan laddas ner från webbplatsen minameddelanden.se och ska användas i de färger och format som anges där. Devisen ”en tjänst för säker digital post från myndigheter och kommuner” kan läggas till som beskrivning av tjänsten.

### 5 Budskapet i marknadsföringen

Det är viktigt att innebörden av tjänsten Mina meddelanden beskrivs tydligt så att mottagaren får en korrekt bild. Det ska exempelvis tydligt framgå att tjänsten Mina meddelanden är konkurrensneutral och att det är den anslutande aktören som *anslutit sig till* Mina meddelanden.

### 6 Brevlådeoperatörers marknadsföring mot användare

Ansluten aktör får inte ge sken av att vara ansluten till Mina meddelanden förrän anslutningsavtal upprättats och signerats av bägge avtalsparter.

Ansluten brevlådeoperatör bör för förtroendets skull inte genomföra marknadsföring inom onödigt lång tid innan brevlådan finns valbar på minameddelanden.se.

Marknadsföring av brevlådeoperatör inom Mina meddelanden ska ske så att verksamheten som ansvarar för brevlådan lätt kan identifieras. Brevlådeoperatörens marknadsföring av brevlådan får inte innehålla nedsättande omdömen om andra brevlådeoperatörers tjänster.

## **7 Avsändande myndigheters information till användare**

Avsändande myndighet ska informera sina användare om att myndigheten är ansluten till Mina meddelanden. Av informationen ska framgå under vilket namn myndigheten är ansluten, för att underlätta hanteringen av mottagningsregler för användaren. Myndigheten ska också på sin webbplats informera om vid var tid anslutna flöden.

Marknadsföring bör ske i samband med att ansluten myndighet börjar skicka meddelanden via Mina meddelanden, samt när ansluten myndighet påbörjar utskick av ny meddelandetyper.

I samband med att ett nytt flöde ansluts till Mina meddelanden bör myndigheten informera sina användare exempelvis i utskick eller på relevanta platser på webben.