

Grafisk profil

18 feb 2019

Innehåll

VARUMÄRKESSTRATEGI

Vision	3
Värdegrund	4
En sammanhållen grafisk profil	5

VÅR LOGOTYP

Beskrivning.....	6
Logotypvarianter, placering och friytor.....	7

VÅRA FÄRGER

Paletten	8
Färgkoder	9
Färganvändning, Temafärger.....	10

TYPOGRAFI

Ordinarie typsnitt	11
Brödtext.....	12
Rubrikprinciper och placering	13
Kompletterande typsnitt	14

BILDER

Tre sorters bilder	15
Visionsbilder	16
Värdebilder	17
Verksamhetsbilder	18

PICTOGRAM OCH ILLUSTRATIONER

Syftet med illustrationer och infografik.....	19
Grafiskt fingeravtryck	20
Organisationsscheman	21

VÅR SYMBOL

Ankaret	22
En grafisk tillgång	23

GRAFISK UPPBYGGNAD

Framsida trycksaker	24
Layoutgrid	25
Flyers	26
Trycksaker fram- och insida.....	27
Trycksaker baksida.....	28

PRESENTATIONER

Powerpoint.....	29
-----------------	----

ANNONSERING

Informationsannonsering	30
Rekryteringssannonsering	31
Profilerande eventannonsering	32

AFFISCHERING

Mall för interna aktiviteter.....	33
Externa aktiviteter på kommunens uppdrag	34
Mall för externa aktiviteter	35

ROLLUPS

Mall för interna aktiviteter	36
Mall för externa aktiviteter	37

PROFILPRODUKTER

Profilering	38
Funktionskläder	39
Bilar	40
Skoltröjor och liknande	41

SKYLTAR

Storleksförhållanden, logotyp.....	42
Informations- och byggskyltar.....	43

DIGITALA SKÄRMAR

Informationstavlor.....	44
Bildspel.....	45

KONTORSTRYCK

Visitkort och korrespondenskort	46
E-postsignaturer	47
Brev, dokument, blanketter.....	48
Kuvert C5, C4.....	49



Varumärkesstrategi

Vision



Global livsstil, lokalt liv

Norrtälje har en vision om framtiden. Den pekar ut färdriktningen på kort och lång sikt, både för kommunkoncernens organisation och för Norrtälje som kommun. Visionen visar vår strävan att skapa attraktionskraft, tillväxt och en kommun som ger alla invånare möjlighet att leva det liv var och en vill leva. Alla kan och får vara med och bidra till utvecklingen.

Norrtälje kommun – global livsstil, lokalt liv.

Frihet – Ditt sätt att leva

I Norrtälje har du gott om svängrum att förverkliga dina drömmar, i såväl arbete som fritid. Här möter lugnet i naturen pulsen från Stockholm en spontanresa bort. Lev ut din frihet på stora ytor eller i liten vrå.

Förtroende – Trygghet på dina villkor

I Norrtälje är alla välkomna. Tillsammans utgör vi en stadig grund att stå på, där du har chansen att forma ditt eget liv, oavsett vem du är. Här finns mycket plats för många möjligheter.

Framtid – hållbar tillväxt i attraktiv miljö

Norrtälje är en kommun med gamla traditioner och nya idéer. Vi tar tillvara de historiska rötterna med blicken vänd framåt. Vi är driftiga och utvecklar vår framtid genom en levande vardag och hållbar utveckling av stad och landsbygd.

Varumärkesstrategi

Värdegrund



Värdegrunden är en viktig och avgörande del i arbetet med en hållbar styrning av kommunen. Den beskriver hur vi ser på dem som är berörda och beroende av vår verksamhet, den ger också uttryck för vår människosyn, vårt förhållningssätt och hur vi ständigt har kvalitet och effektivitet i fokus.

Var och en i organisationen ska vara väl förtrogen med vision och värdegrund och kan agera utifrån de värderingar som styr verksamheten. Bilden av Norrtälje kommun skapas av de upplevelser som människor får av våra tjänster och service samt av hur de bemöts av kommunens medarbetare.

Invånaren först

Vi arbetar för invånaren. I Norrtälje kommun är vi lyhörda för möjligheter och lösningar som möter invånarens behov.

Allas lika värde

Alla har olika förutsättningar men lika värde. I Norrtälje kommun respekterar vi alla individer oavsett kön, könsidentitet eller könsuttryck, ålder, etnicitet, religion, funktionsnedsättning och sexuell läggning.

Höga förväntningar

Vi har höga förväntningar på såväl medarbetare som invånare. I Norrtälje kommun kan du förvänta dig en verksamhet med tydliga mål som möjliggör ett samhälle som är hållbart för framtiden.

Varumärkesstrategi

En sammanhållen grafisk profil



En grafisk profil är det som gör att vi uppfattas som Norrtälje kommun i all vår kommunikation. Det är en säkerhetsfaktor att kommunikationen kommer från kommunen och inga andra. Det är därför vi använder de färger vi gör, och signerar med logotopen/kommunvapnet på ett och samma sätt. Man ska kunna lita på att det är kommunen som talar.

I de fall då vi kommunicerar tillsammans med andra aktörer ska även det framgå klart och tydligt.

En tydligt grafisk profil gör det också enklare och snabbare att producera kommunikation. Det finns tydliga ramar och mallar att utgå ifrån vilket gör att vi snabbt kan delge information, snabbt meddela beslut

och på ett kostnadseffektivt sätt få ut det som just då behöver bli sagt.

En grafisk profil ska ha en varierad verktygslåda av kommunikationshjälpmedel för att kunna upplevas på liknande sätt oavsett tillfälle. Om man liknar en grafisk profil vid innehållet i en garderob så ska den alltså tjäna sitt syfte både till "fest och till vardags".

Vår logotyp

Beskrivning



Ankaret har genom alla tider varit en flitigt använd symbol. Norrtälje har sedan staden fick sina stadsprivilegier 1622 haft ankaret som en del av stadsvapnet.

Ett vänt (upphissat) ankare symboliserar ett skepp i rörelse, framåtskridande - Norrtälje stannar aldrig upp! Ankaret är en symbol för trygghet, hopp och att tänka positivt, vilket passar mycket väl in på vårt

värdegrundsarbete. Ett arbete som är i rörelse men samtidigt väl förankrat på alla nivåer i organisationen.

Vår logotyp består av flera delar. Dels kommunvapnet, som är ankaret infattat i skölden, och dels texten Norrtälje kommun i versaler. Dessa delar utgör det vi betecknar som logotypen i denna manual.

I all vår kommunikation är det logotypen som är vår signatur och då

endast i de varianter som presenteras på följande sidor. Det är en garant för att det är kommunen som talar och ingen annan. Våra invånare ska kunna känna igen vår kommunikation och lita på det som står där.

Vår logotyp

Logotypvarianter, placering och friytor



PRIMÄR LOGOTYP VÄNSTER



PRIMÄR LOGOTYP HÖGER



SEKUNDÄR LOGOTYP
(i undantagsfall)

Vi har tre logotyper. En för placering till vänster, en för placering till höger och en för centrerad placering. Vid alla tillfällen gäller en absolut minimiyta runt omkring (se ovan). Friytan anges av sköldens bredd (betecknat sköldbredd i denna manual).

Friyta betecknas det område runt logotypen vi bör undvika att placera andra grafiska objekt inom. Detta för att inte störa avsändaren. I en del mallar ligger logotypen på en platta (eller i en bild) och då kan plattans

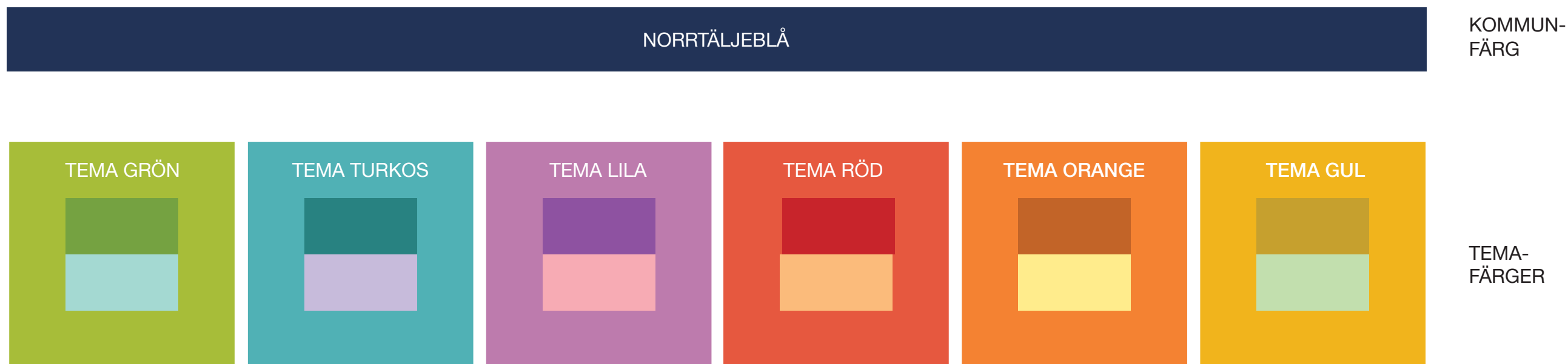
gräns skära genom friytan (exempelvis på framsidan i trycksaksmallen). Friytan relaterar då alltid mot trycksakens ytterkant och det är då alltid mallen som gäller framför regeln om friyta. Friyta är en rekommendation som vi bör respektera i alla andra fall.

Alla logotyperna finns dessutom i en negativ variant. (Vit mot färgad bakgrund). Båda varianterna kan även läggas i bild förutsatt att läsbarheten blir god. De två sidoställda logotyperna är våra primära

avsändare. Det är alltid de vi i första hand använder i vår kommunikation. Den centrerade logotypen används endast i undantagsfall och är begränsad till viss märkning (se bl a avsnittet "profilprodukter" i denna manual) eller ställen där sidoutrymmet är starkt begränsat.

Våra färger

Paletten



Färg är det oslagbart bästa sättet att bygga identitet på. Det ska göras konsekvent och under en längre tid.

Vår palett består av kommunens mörkblå färg, som också förekommer i kommunvapnet/logotypen, men också av sex temafärger med tillhörande mörka och ljusa kulörer. De sex temafärgerna är valda utifrån syftet att stå sig bra i kontrast och färgintensitet till kommunfärgen. Varje temafärg med tillhörande sekundärfärger representerar ett färgtema

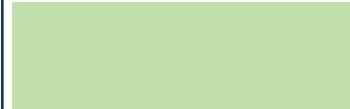
som väljs specifikt för varje enskilt kommunikationstillfälle. När temat väl är valt är har man fyra färger att arbeta med, en primärfärg, en mörkare och en ljusare sekundärfärg, plus kommunfärgen. Undvik att använda sekundärfärgerna utan primärfärgen.

Inom en och samma kommunikationsinsats kan alltså inte olika teman blandas. Det är bara i den här manualen som vi kan se färger från fler teman på en och samma sida.

Alla färgteman innehåller Norrtäljeblå som är den genomgående färgen i all vår kommunikation och den färg som alltid ska finnas med någonstans. Vi kan alltså säga att Norrtäljeblå är den "röda tråden" i all vår kommunikation.

Våra färger

Färgkoder

Norrtäljebå	Tema grön	Tema turkos	Tema lila	Tema röd	Tema orange	Tema gul	PRIMÄR- FÄRGER
 CMYK: 100 90 50 20 RGB: 37 49 81 HEX: #253151 PMS: 282C NCS: S7020-R80B	 CMYK: 40 10 100 0 RGB: 174 189 21 HEX: #aebd15 PMS: 383C (583U) NCS: S1075-G50Y	 CMYK: 65 10 30 0 RGB: 88 176 183 HEX: #58b0b7 PMS: 631C (7710U) NCS: S2040-B30G	 CMYK: 25 60 5 0 RGB: 197 126 174 HEX: #c57eae PMS: 257C (257U) NCS: S2050-R40B	 CMYK: 5 80 80 0 RGB: 226 79 54 HEX: #e24f36 PMS: 179C (2347U) NCS: S1580-Y80R	 CMYK: 0 60 90 0 RGB: 240 126 38 HEX: #f07e26 PMS: 158C (144U) NCS: S2070-Y50R	 CMYK: 5 30 100 0 RGB: 242 183 0 HEX: #f2b700 PMS: 124C (7406U) NCS: S1070-Y10R	
 CMYK: 20% av Norrtäljebå RGB: 205 201 212 HEX: #cdc9d4	 CMYK: 61 20 100 0 RGB: 120 159 46 HEX: #789f2e PMS: 377C NCS: S3060-G40Y	 CMYK: 65 0 30 40 RGB: 56 133 133 HEX: #388585 PMS: 5483C NCS: S4040-B40G	 CMYK: 50 80 0 0 RGB: 149 75 151 HEX: #954b97 PMS: 258C NCS: S3055-R50B	 CMYK: 20 100 100 0 RGB: 197 26 27 HEX: #c51a1b PMS: 1805C NCS: S1580-Y90R	 CMYK: 20 70 100 5 RGB: 196 95 25 HEX: #c45f19 PMS: 167C NCS: S2075-Y60R	 CMYK: 25 35 100 0 RGB: 203 162 14 HEX: #cba20e PMS: 1245C NCS: S3050-Y	SEKUNDÄR- FÄRGER
OBS! 20% Norrtäljebå finns alltid att tillgå i alla teman och naturligtvis då vi jobbar enbart med Norrtäljebått. Precis som alla andra sekundärfärger är den att betrakta som ett komplement och inte som en dominerande färg.	 CMYK: 35 0 20 0 RGB: 178 220 214 HEX: #b2dcd6 PMS: 5503C NCS: S1020-B50G	 CMYK: 20 25 0 0 RGB: 210 197 226 HEX: #d2c5e2 PMS: 530C NCS: S1030-R50B	 CMYK: 0 40 15 0 RGB: 245 179 189 HEX: #f5b3bd PMS: 508C NCS: S1030-R20B	 CMYK: 0 30 56 0 RGB: 250 192 126 HEX: #fac07e PMS: 721C NCS: S1030-Y30R	 CMYK: 0 5 55 0 RGB: 255 236 141 HEX: #ffec8d PMS: 459C NCS: S1040-Y	 CMYK: 25 0 40 0 RGB: 206 226 176 HEX: #cee2b0 PMS: 579C NCS: S1020-G30Y	

Våra färger

Färganvändning



Våra temafärger är ett sätt att variera vårt uttryck samtidigt som vi har en enhetlig princip att följa när vi börjar att formge en kommunikationsinsats. Temafärgerna är som sagt sex till antalet och det står oss fritt att välja vilken som helst i början av vårt kommunikationsuppdrag.

I det här påhittade exemplet har vi valt tema grön. Som visas i paletten ovan har färgtemat alltid en grundfärg och sedan en ljus och

mörk komplementfärg. Till dessa tre färger tillkommer alltid Norrtäljeblå, svart och vitt. Dessa sex kulörer tillsammans bildar den palett vi kan jobba med för varje tema.

Undvik brödtexter i färg, använd alltid svart eller vitt. Vill du ha en mindre rubrik i temafärg, välj istället den mörka varianten för bättre läsbarhet. Alla temafärger kan vara bakgrund till både vit och svart text

men den mörka ska alltid ha vit text och den ljusa mörk text.

Vi öronmärker aldrig en färg till en specifik verksamhet eller annat. Jobba däremot gärna in en färg på fler kommunikationsåtgärder under en viss period. På så sätt hålls profilen ihop och när vi sedan byter så upplevs den nya färgen ny och fräsch.

Typografi

Ordinarie typsnitt

Helvetica Neue 35 Thin

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Helvetica Neue 45 Light

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Helvetica Neue 55 Roman

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Helvetica Neue 65 Medium

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Helvetica Neue 75 Bold

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Helvetica Neue 85 Bold

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Vi jobbar med Helvetica som genomgående typsnitt i all vår tryckta kommunikation. Helvetica finns i en mängd olika skärningar, fet, tunn, condensed eller extended men i vår kommunikation väljer vi att enbart jobba med de mest normala varianterna.

Typsnitt för tryckt media

Typsnitt för Officeprogrammen eller Google docs

Arial Regular

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Arial Bold

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Arial Black

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

När det kommer till Officepaketets programvaror är det förinstallerade typsnittet Arial (Helveticakopia) som är att rekommendera. På så sätt säkerställer vi att de digitala dokument som vi skickar vidare också ser ut så när de kommer till mottagaren.

Typografi

Brödtext

Helvetica Neue 55 Roman eller
Helvetica Neue 45 Light

Udaerchilles qui dollacc uptatusa dolorepta ped elestinciunt liquibus quat quiaie molorum adia dolupta velia dolorpo ribusa vernat unto optas iusam eum in pro doluptum quunt offic to corpore que everecabor maio ommolum denimus sincto de nem faccusa sersped mi, offic te lat ut ariae mos vent, temquis represt et adis dolore volorpo riberiam rescia rectur?

Magnam aperepro ditas dolupiet ese volum as enihillecea con nonet ullupti utaes pelibuscia aute la corepta dolupta tioriorro quia aut hilliqu assint, inienitat pera et, sus, omnimin reperibus esequ pliquid que volorit, to odit, eicient facit es imporro que quiaestibus.

Volecea dolorun tiorepellut quate venient quaessunt, simusci volessita sequamusam, imi, nos as aut eossim am, ist pedi untius dem rectatur min nimperf eruptatiost, ut repelendaest ut modit liquiae ceperum repudae quis doluptatae volorepta dolut aut ea de poriandi voluptatiis qui as moditae eatatem aut reium sitatam evel id esectur abo. Ximus earum et at ad modis et quae nonsecab il es alis eseribus idus audi nonsequ idellaborio

1 sp
rak v

Svart

*x = x-höjd
(textstorlek i punkter)

Udaerchilles qui dollacc uptatusa dolorepta ped elestinciunt liquibus quat quiaie molorum adia dolupta velia dolorpo ribusa vernat unto optas iusam eum in pro doluptum quunt offic to corpWore que everecabor maio ommolum denimus sincto de nem faccusa sersped mi, offic te lat ut ariae mos vent, temquis represt et adis dolore volorpo riberiam rescia rectur?

Magnam aperepro ditas dolupiet ese volum as enihillecea con nonet ullupti utaes pelibuscia aute la corepta dolupta tioriorro quia aut hilliqu assint, inienitat pera et, sus, omnimin reperibus esequ pliquid que volorit, to odit, eicient facit es imporro que quiaestibus.

Volecea dolorun tiorepellut quate venient quaessunt, simusci volessita sequamusam, imi, nos as aut eossim am, ist pedi untius dem rectatur min nimperf eruptatiost.

Ut repelendaest ut modit liquiae ceperum repudae quis doluptatae volorepta dolut aut ea de poriandi voluptatiis qui as moditae eatatem aut reium sitatam evel id esectur abo. Ximus earum et at ad modis et quae nonsecab il es alis eseribus idus audi nonsequ idellaborio

x pt ca 1,5x pt* (Ex 10/15 pt)

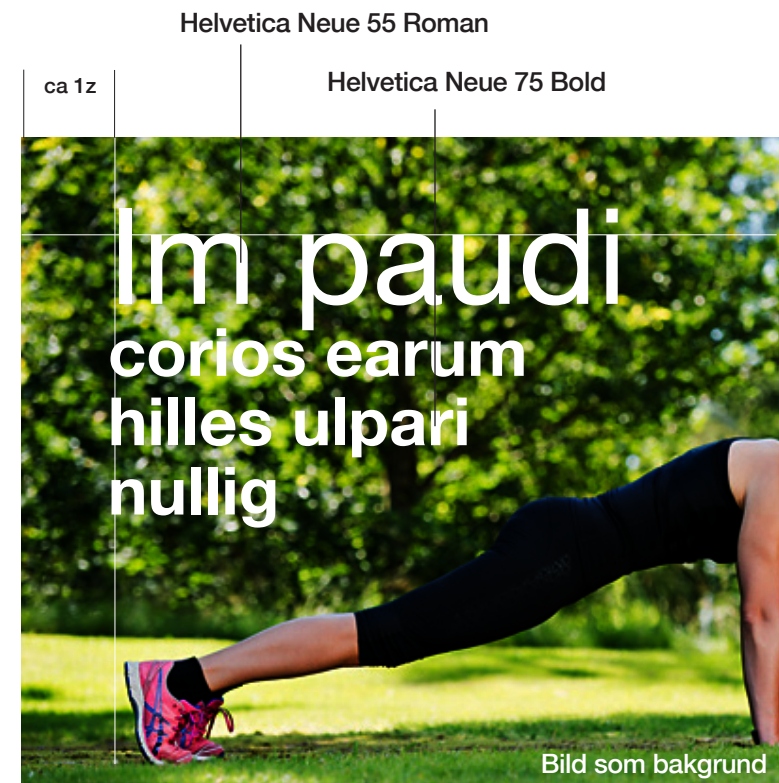
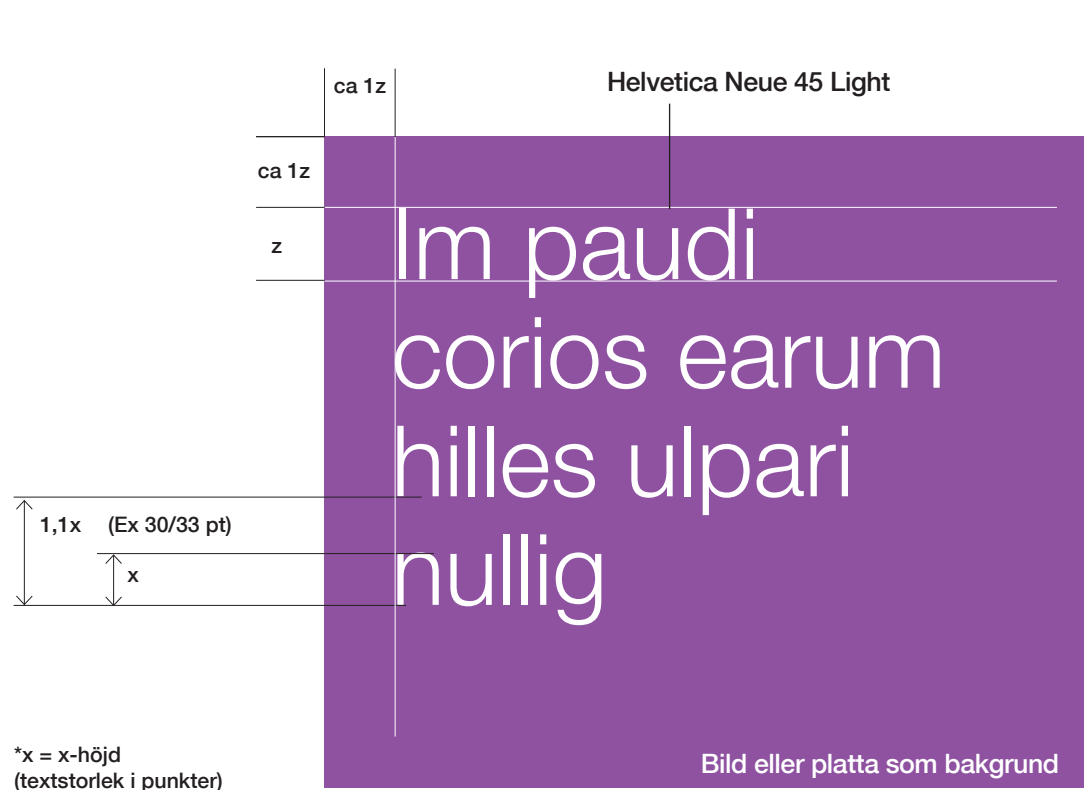
2 sp
rak v

Helvetica gäller även för brödtexterna. Här använder vi antingen 55 Roman eller 45 Light. Beroende på tycke och smak. På färgade bakgrunder används alltid 55 Roman! Undvik spaltbredder bredare än 70 st nedslag, de blir svåra att läsa. I vanliga brödtexter har vi alltid rak

marginal till vänster och ojämn åt höger, för bättre läsbarhet. Nya stycken markeras med blankrader där utrymme för detta finns. Annars med indrag (ca 1 fyrkant). En tumregel för radavståndet är 1,5 gånger x-höjden men kan minskas till 1,4 om man så önskar.

Typografi

Rubrikprinciper och placering



Tumregel
storleksförhållanden mellan de olika skärningarna med utgångspunkt från Helvetica Neue 45 Light

hilles ulpari	45 Light 1x (ex 50pt)
Nullig	35 Thin 1,5x (ex 75pt)
Im paudi	55 Roman, 0,75x (ex 37,5pt)
corios earum	65 Medium, 0,5x (ex 25pt)
volecea dolorun	75 Bold, 0,375x (ex 18,75pt)

Hur vi formger rubriker bidrar till uppfattningen av vår grafiska identitet då huvudrubriken oftast är det första man möts av i kommunikationen. Det är därför viktigt att vi har ett konsekvent formspråk på denna punkt.

Vi placerar alltid våra rubriker vänsterställda uppe i vänstra hörnet (se figur ovan). Fyll inte hela bredden, rubriken ska inte upplevas centrerad utan kännas som om den utgår från övre vänstra hörnet.

Rubrikerna får gärna vara stora och tydliga och det är därför viktigt att tänka på är att den är kort och koncist formulerad.

Vi sätter våra rubriker i Helvetica Neue 45 Light eller 55 Roman men Ibland kan du – för att underlätta läsbarheten i lite längre rubriker – kombinera två olika skärningar av Helvetica Neue, exempelvis som en underrubrik i något fetare stil. Fetare stilar ska alltid vara i mindre grad

än de tunnare då de kombineras. Vid extra korta rubriker kan 35 Thin användas men då i större grader (se tumregel här ovan). OBS! Tumregeln är endast en tumregel ingen exakt regel.

Övrigt som berör rubriker finns i respektive layoutmallar.

Typografi

Kompletterande typsnitt

Helvetica Neue 77 Bold Condensed

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1. AFFISCHER OCH LÖPSEDLAR

Helvetica Neue 77 Bold Condensed är ett en del av Helveticafamiljen. De smala och ihoptryckta bokstäverna lämpar sig utmärkt för affischer, löpsedlar och kraftiga utrop. Det här bör vara ett förstahandsval när behovet finns av ett annat typsnitt än de vanliga Helvetica Neue.

Mistral

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

2. MER PERSONLIGT

Inte så högtravande, mer åt det handskrivna hållet. Mistral är avsett för kortare texter där en nära och personlig ton är att föredra. Kan också ge en ruff attityd i rätt sammanhang där man vill kommunicera snabbhet och enkelhet. Undvik långa texter, framförallt i gemena, eftersom det då lätt kan bli svårläst.

Forte

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

3. LITE SKOJIGARE

Forte är avsett för tillfällen då det ska kännas lite festligare och inte så seriöst. Det kan vara festinbjudningar eller event där kommunikationen ska andas lätthet och glädje. Forte kan också komplettera vanliga Helvetica Neue med korta texter som ska poängtera eller lyfta fram exempelvis billighets- eller snabbhetserbudanden. Märken och kampanjutrop lämpar sig också väl i Forte.

Helvetica Neue är alltid vårt förstahandsval när vi väljer typsnitt. Men det finns tillfällen då Helvetica Neue kan kännas stelt och tråkigt. Kanske är det en festlig inbjudan eller så finns det helt enkelt ett behov att bryta av och låta en mindre del av texten sticka ut. Det kan också vara tillfälliga

märken och kampanjsymboler som ska ha ett eget liv och behöver ett avvikande typsnitt. Vi har därför valt tre typsnitt som vart och ett skiljer från vanliga Helvetica Neue. Vi undviker att använda oss av fler än två typsnitt per kommunikationstillfälle.

För exempel på användningsområde se "affischer". Inget av dessa typsnitt ska användas för längre texter eller ersätta vanliga Helvetica Neue i vår vardagskommunikation.

Bilder

Tre sorters bilder (VVV)

VISIONSBILDER

1 - 10 st

När vi marknadsför kommunen

Ett mindre antal specifika bilder för Norrtälje kommun, framtagna med syftet att peka mot visionen* – Global livsstil, lokalt liv. Visionsbilderna ska porträttera och presentera människor som bor och lever i hela kommunen och i enlighet med visionen. Visionsbilderna bygger bilden av Norrtälje kommun, skapar norrtäljeberättelser och ger äkthet till vår vision.

VÄRDEBILDER

10 - 30 st

När vi vill förmedla en känsla

Idébilder som antingen är norrtäljefotograferade eller från bildbyrå, (alla bör färganpassas för att harmonisera med norrtäljepaletten). Värdebilderna kan visa både människor och miljöer från kommunen men det främsta syftet är att visualisera värdegrunden**.

VERKSAMHETSBILDER

+ 30 st

Dokumentära bilder

En blandning av bildbyråbilder och norrtäljefotograferade bilder. Bilderna ska vara av dokumenterande karaktär och beskriva kommunens verksamheter, miljöer och människor. De fungerar allra bäst när man känner igen miljöer och personer. Här kan kommunens anställda med fördel bidra och fotografera förutsatt att personerna på bild gett sitt tillstånd.

* Se avsnittet om vision

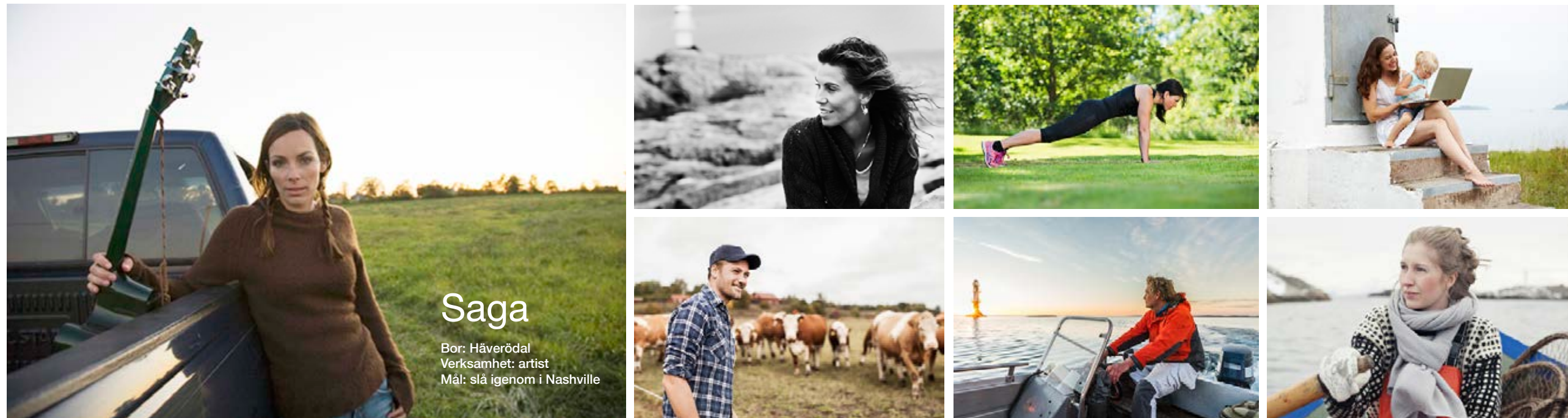
** Se avsnittet om värdegrund

MÄNNISKOR - AKTIVITETER - PLATSER

Bilder

Visionsbilder

Tänk på att alla bilder på personer som går att identifiera är att betrakta som personuppgifter och ska behandlas i enlighet med EU:s dataskyddsförordning GDPR. Säkerställ att du har lagstöd, samtycke eller avtal för de bilder du använder. Var särskilt uppmärksam för bilder på barn eller bilder som innehåller känsliga personuppgifter. Läs mer om GDPR på intranätet <https://edunorrtalje.sharepoint.com/dataskyddsf%C3%B6rordning-gdpr>



Saga

Bor: Häverödal
Verksamhet: artist
Mål: slå igenom i Nashville

VISIONSBILDERNA MARKNADSFÖR KOMMUNEN UTÅT

Visionsbilderna ska vara unika för Norrtälje kommun i både bildinnehåll och avtal. De ska överensstämma med Norrtälje kommuns vision – Global livsstil, lokalt liv.

Människor

Genom att porträttera verkliga människor som lever och verkar inom kommunen i enlighet med visionen levandegör vi vår vision. Personerna på bilderna ska vara handplockade, villiga att marknadsföra kommunen och ha en historia att berätta.

Aktiviteter

Historierna ska vara en del av personens verksamhet/aktivitet. Berättelsen ska vara inspirerande och tillräckligt intressant för att få andra att överväga att flytta till Norrtälje kommun.

Platser

Miljön runt omkring är lika viktig som personen. Kontakt med kameran är att föredra men inget krav. Lokalspecifika landmärken i bakgrunden är ett plus men heller inget krav.

Tekniska krav

Visionsbilderna måste vara en del av kommunens strategiska marknadsföring ska vara välplanerade och produceras tillsammans med för ändamålet upphandlad fotograf. Det ska kännas som om bilderna har en historia att berätta. Kvalitet kommer med andra ord alltid före kvantitet när det gäller visionsbilder.

Bilder

Värdebilder

Tänk på att alla bilder på personer som går att identifiera är att betrakta som personuppgifter och ska behandlas i enlighet med EU:s dataskyddsförordning GDPR. Säkerställ att du har lagstöd, samtycke eller avtal för de bilder du använder. Var särskilt uppmärksam för bilder på barn eller bilder som innehåller känsliga personuppgifter. Läs mer om GDPR på intranätet <https://edunorrtalje.sharepoint.com/dataskyddsf%C3%B6rordning-gdpr>



VÄRDEBILDERNA VISUALISERAR VÄRDEGRUNDEN

Värdebilder är den vanligast förekommande bildtypen i vår kommunikation. De ska tilltala och vara relevanta för alla målgrupper. Bilderna ska porträttera aktiviteter och platser från kommunens alla hörn samt människor i olika åldrar, samhällsskikt och med olika ursprung.

Människor

Personerna bör i huvudsak spegla den åldersgrupp vi vill ha fler av i kommunen (andra grupper får heller inte glömmas bort) och innehålla en naturlig aktivitet i någon form. Vi ska inte bara visa människor rätt upp och ner. Både helbilder och tätare porträtt kan fungera men vi undviker bilder

med människor på avstånd. Kontakt med kameran är att föredra men ändå inget krav.

Aktiviteter

Situationerna som personerna figurerar i ska lyfta fram aktiviteter och event som är unika för, och utmärker Norrtälje kommun.

Platser

Norrtäljespecifika landmärken i bakgrunden på personbilderna är ett plus men inget krav. Värdebilder kan också vara miljöbilder från kommunens olika hörn. Viktigt då är att de håller en hög visuell kvalitet i komposition,

ljussättning och att de lyfter fram vår unika och vackra miljö på ett spännande och iögonfallande sätt.

Tekniska krav

Bliderna ska fotograferas i färg och vara i en upplösning som låter sig tryckas i stående A4 (gäller även liggande bilder). Personerna på bilden måste ha gett skriftligt tillstånd till publicering i kommunens regi. Färganpassning till kommunens färger ska alltid ske. Exempelen ovan är från bilder tidigare kommunikation.

Bilder

Verksamhetsbilder

Tänk på att alla bilder på personer som går att identifiera är att betrakta som personuppgifter och ska behandlas i enlighet med EU:s dataskyddsförordning GDPR. Säkerställ att du har lagstöd, samtycke eller avtal för de bilder du använder. Var särskilt uppmärksam för bilder på barn eller bilder som innehåller känsliga personuppgifter. Läs mer om GDPR på intranätet <https://edunorrtalje.sharepoint.com/dataskyddsf%C3%B6rordning-gdpr>



VERKSAMHETSBILDERNA DOKUMENTERAR VERKLIGHETEN

Verksamhetsbilderna är våra vardagsbilder. Det kan till exempel vara bilder ur vården, skolan, arbetet med våra vägar, våra fritidsaktiviteter eller från vårt interna arbete i kommunen.

Människor

Kommunens anställda, dess invånare och besökare. I de fall vi använder bildbyråbilder måste personerna se trovärdiga ut i ett norrtäljesammanhang.

Aktiviteter

Dokumentation över kommunens service och tjänster till invånarna samt av evenemang och aktiviteter i egen eller andras regi.

Platser

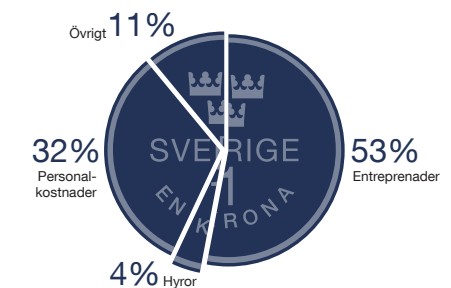
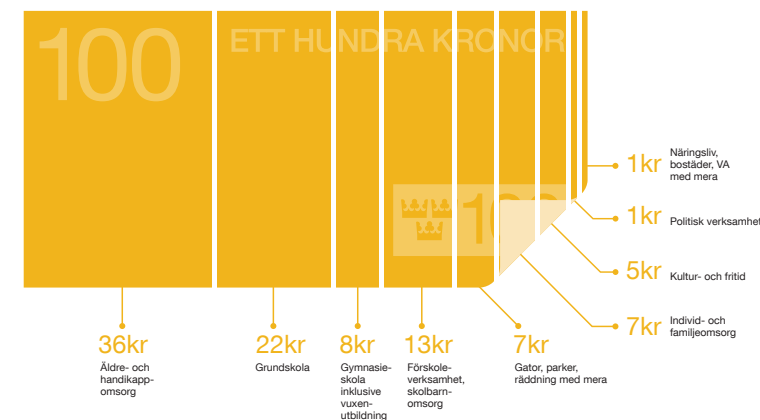
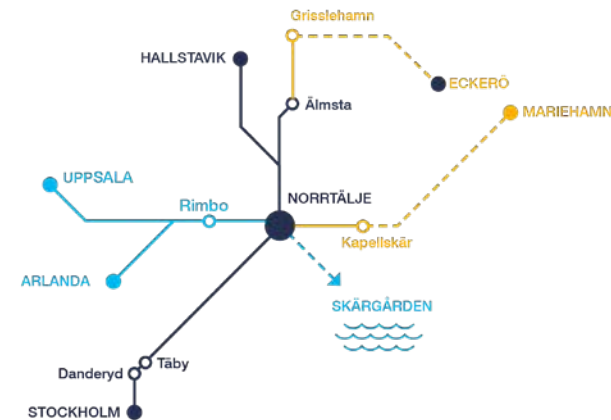
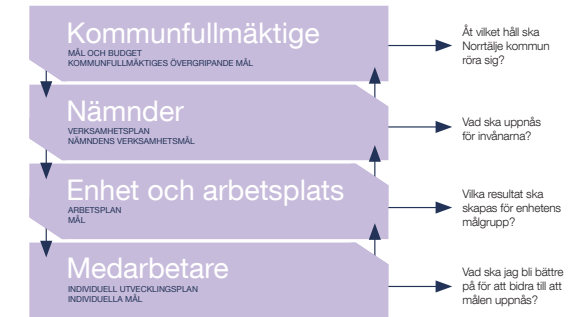
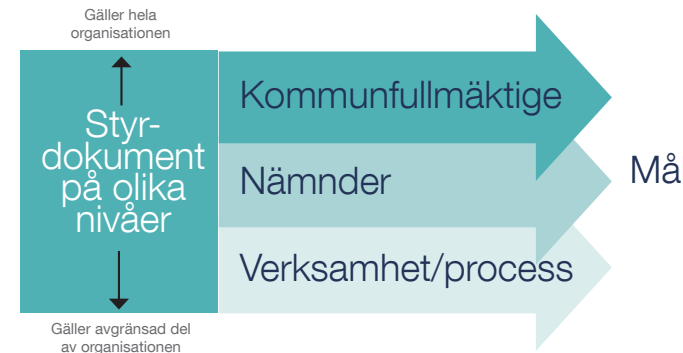
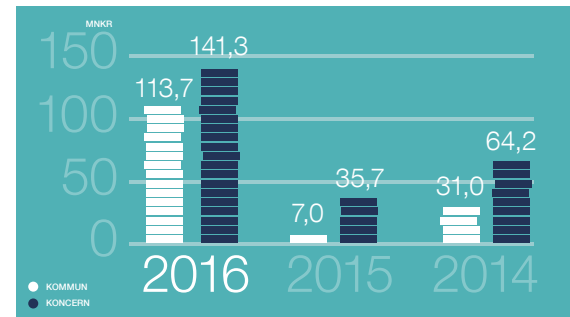
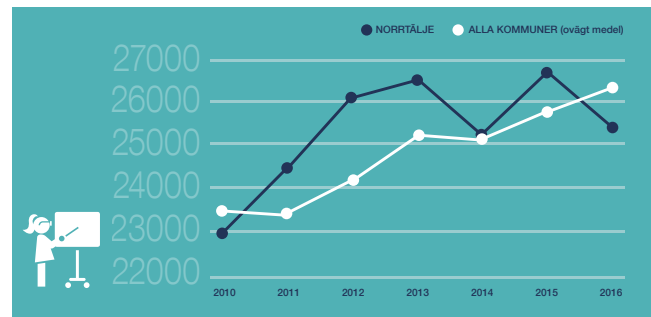
Att man känner igen sig inom regionen är ett stort plus för att verksamhetsbilderna ska fungera som just de dokumenterande bilder de ska vara.

Tekniska krav

Bilderna ska fotograferas i färg och vara i en upplösning som låter sig tryckas i stående A4 (gäller även liggande bilder). Den här typen av bilder kan alla som arbetar och verkar inom kommunen bidra med. Om det finns identifierbara personer på bilderna måste de ha gett skriftligt tillstånd till publicering i kommunens regi.

Pictogram och illustrationer

Syftet med illustrationer och infografik



Infografik kan vara allt från statistik till "roliga gubbar" men sammantaget kan man säga att syftet med infografik är att göra komplexa sammanhang tydligare och roligare att ta till sig. Översköjda som vi idag är av information tenderar vi ju till att välja sådan som är tilltalande och lättillgänglig. Kan vi visualisera informationen så att den blir mer begriplig så förstår vi också sammanhangen bättre.

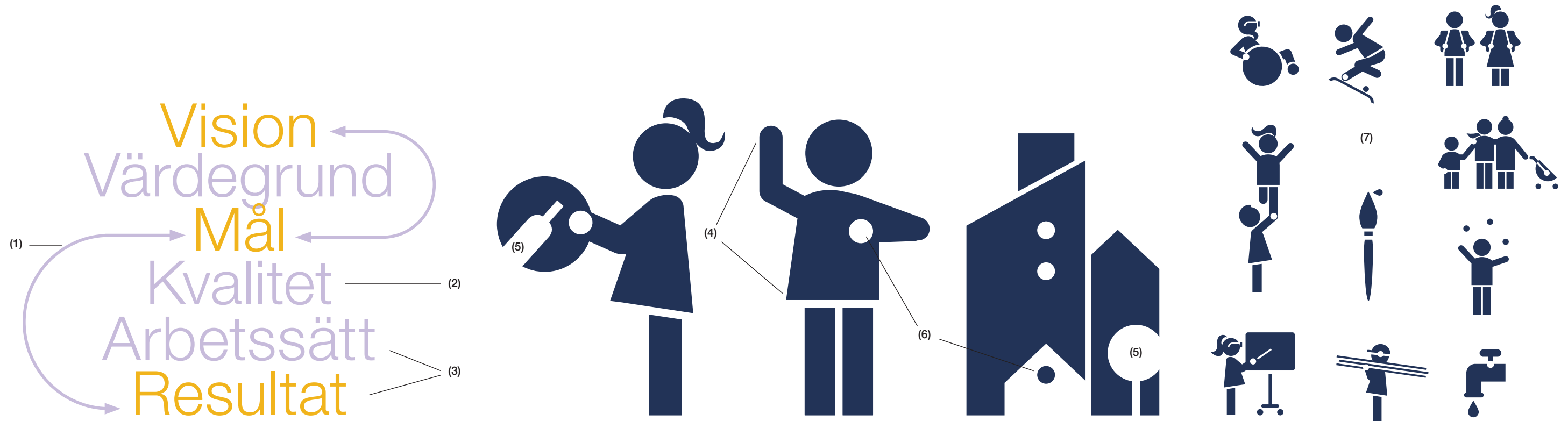
Utöver det har illustrationer förmågan att bara se bra ut, vara underhållande och få oss att kanske dra på munnen en gång extra. Vad beträffar diagram, tabeller, mönster, ikoner och illustrationer är gränserna dem emellan flytande, och ska så vara. Det viktiga är att vi använder oss av möjligheten att vara pedagogiska såväl som redovisande när vi jobbar med dem.

Det övergripande syftet när vi använder infografik för Norrtälje är alltid att underlätta, tydliggöra och på så vis bygga bilden av en organisation som sätter invånaren först.



Pictogram och illustrationer

Grafiskt “fingeravtryck”



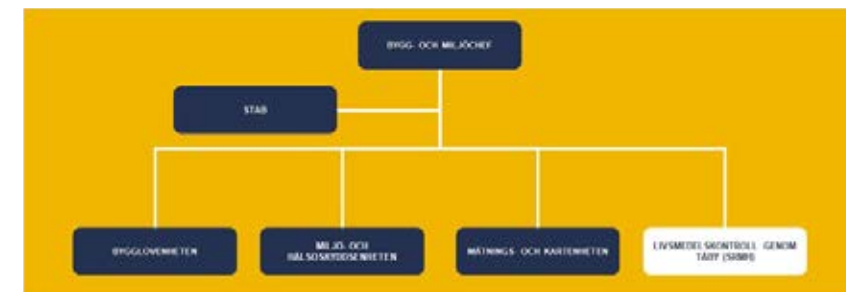
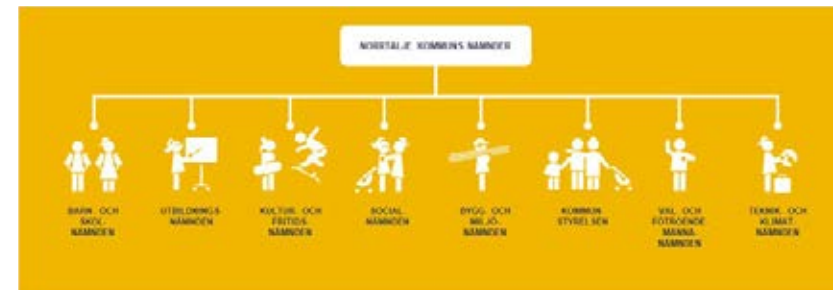
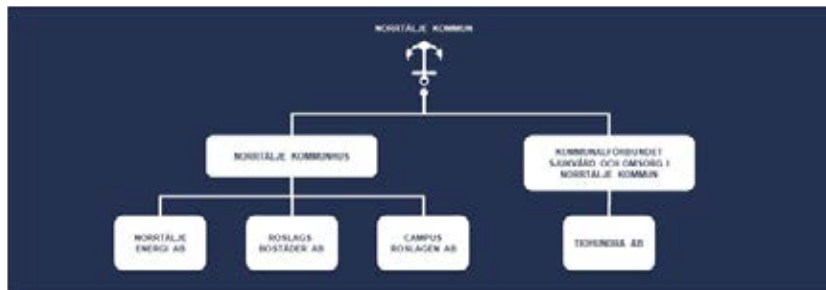
Våra pictogram och illustrationer är unika för oss, ska ha ett eget uttryck och kännas igen när vi kommunicerar. Diagram och tabeller gör vi med en kombination av färgplattor, tunna smäckra linjer (1) och texter i stor men tunn grad (2). Färger är alltid primär och sekundärfärg men i illustrationer kan man tänka sig att kombinera 2-3 sekundärfärger (3).

Ikoner och pictogram gör vi av solida plattor som har både runda och skarpa hörn (4) som kännetecken. En viktig beståndsdel i maneret är de hål/tomrum (5) som också bidrar med bildinnehåll. Ett ytterligare stilgrepp är de runda punkter (6) som kan förekomma både positivt och negativt i pictogrammen.

Det finns redan en helt kartotek (7) med figurer och symboler att välja ifrån och om vi vill göra nya och utvecklade illustrationer så finns det en mockup-figur att utgå ifrån och sedan modifiera.

Pictogram och illustrationer

Organisationsscheman



Även våra organisationsscheman är en viktig del av vår infografik. Om de alltid ser likartade ut i färg och form och om vi använder oss av samma sätt att lägga upp dem så får vi lättare att förstå och förändra dem. Det kan vara att vi lägger till en överordnad eller underordnad hierarki eller helt enkelt kombinerar dem med andra delar av den kommunala

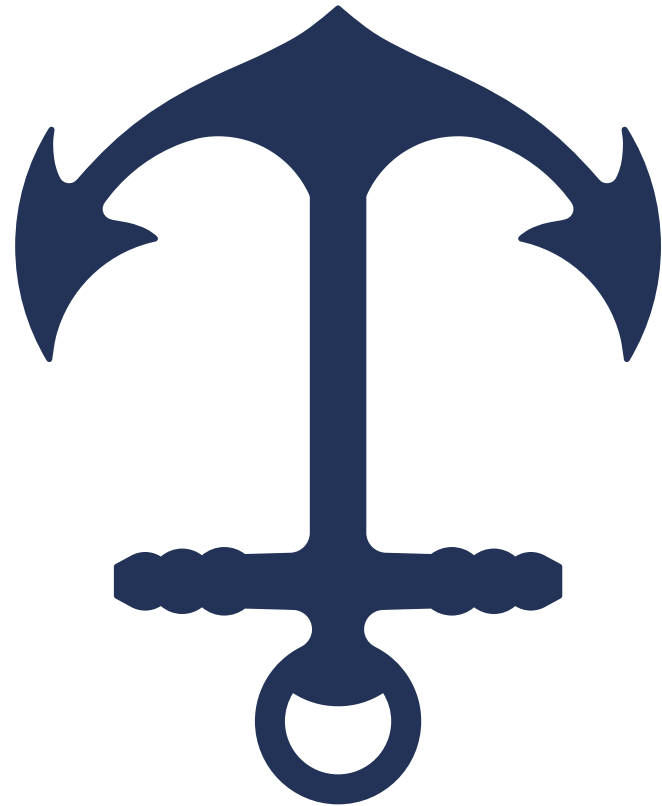
verksamheten. Framförallt går ett enhetligt utseende att det blir lättare för våra invånare och intressentgrupper att överblicka, ta till sig och förstå organisationen.

Vi har därför valt att lägga upp alla våra organisationsscheman i powerpoint. På så sätt blir det enkelt att förändra och lägga till allt

eftersom organisationen förändras och utvecklas. Därigenom kan alla också med lätthet följa den powerpointmall som styr utseendet av organisationsschemana. Alla organisationsscheman kan läggas på valfri färgad bakgrund.

Vår symbol

Ankaret



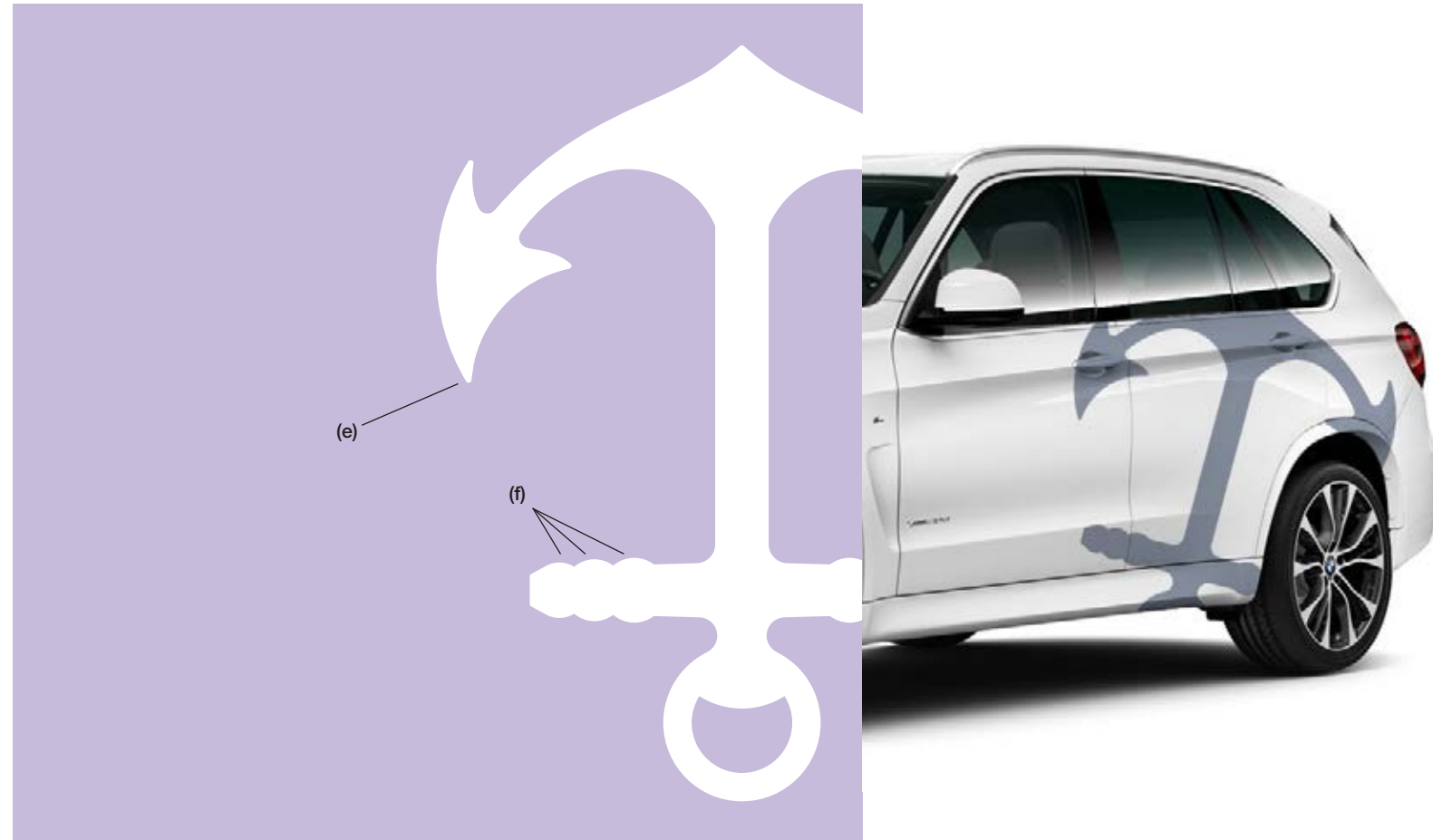
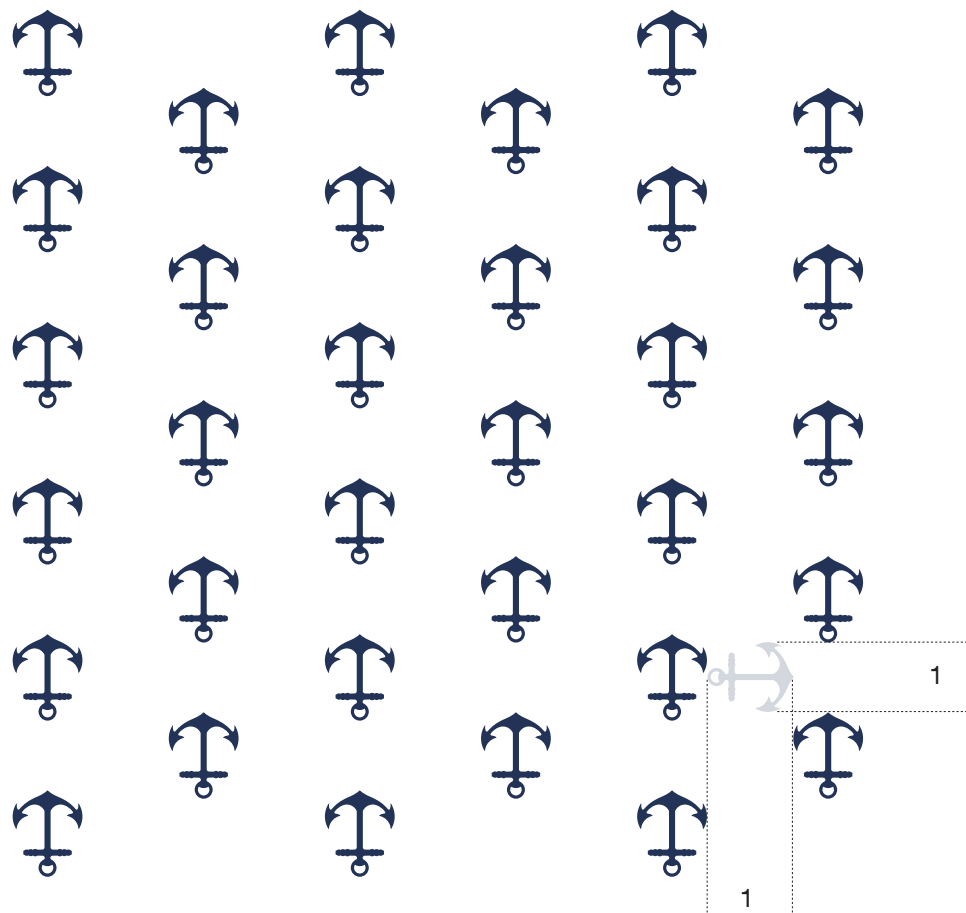
Vår *logotyp* består av namnbilden "Norrtälje Kommun" tillsammans med *kommunvapnet* vilket visar *symbolen* – det upp- och nedvända ankaret – inom en ram/sköld. *Logotypen* och *kommunvapnet* är båda registrerade varumärken och får endast användas av kommunen, dess egna förvaltningar och bolag. Fristående är *symbolen* också en

viktig del av Norrtälje kommuns unika grafiska egendom. Genom att använda *symbolen* aktivt bygger vi regionens/platsens identitet. Desto fler organisationer och företag som stolt använder sig utav *symbolen*, desto tydligare blir platsen. Det kan även finnas tillfällen i kommunens kommunikation när *vapnet* eller *logotypen* inte fungerar p g a logotypregler

av olika slag. Då kan *symbolen* användas som en dekorativt inslag, som mönster eller beskuren med bara delar synliga. Symbolen kan gärna också få förekomma på profilprodukter av olika slag. (Se avdelning profilprodukter)

Vår symbol

En grafisk tillgång



Det finns ett redan framtaget mönster att tillgå där avståndet mellan de olika symbolerna är ett liggande ankare i samma storlek vilket bidrar till en lagom avvägd harmoni, använd gärna detta färdiga mönster. Ankaret kan också beskäras på olika sätt så länge ankarformen tydligt kan skönjas.

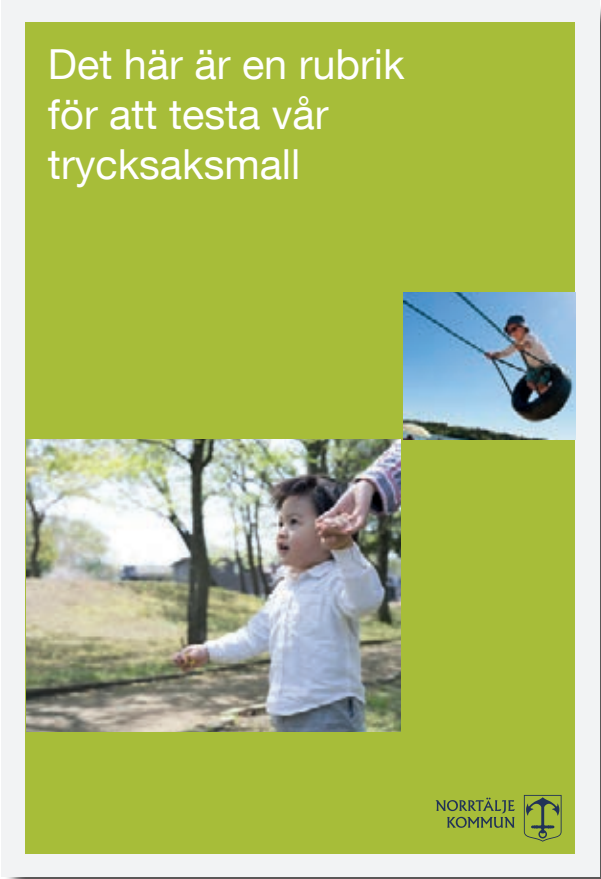
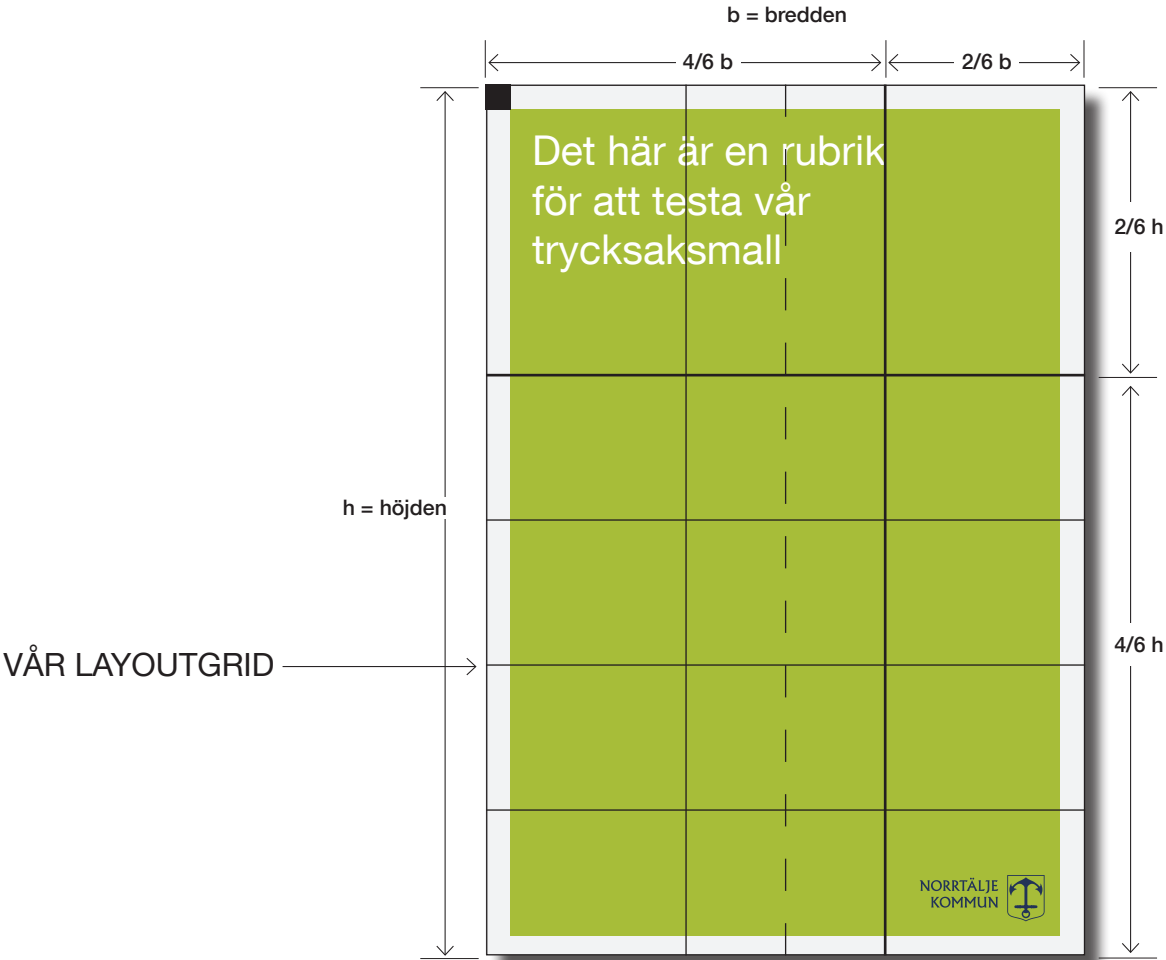
Det går också att luta symbolen åt vänster eller höger men däremot inte mer än 15°. Viktigt! Se till att ankaret alltid är upp och ned och att proportionerna inte förändras, annars blir det en annan symbol än vår. Var också noga med att det är rätt ankare som används. 2018 korrigerades

formen en aning för att bli mer symmetrisk och får att se bra ut i även större storlekar. Det nya korrigerade ankaret känns enklast igen på de lätt rundade spetsarna (e) och de tre symmetriskt mjuka utbuktningarna (f) på var sida av ankarstocken.

NORRTÄLJE
KOMMUN

Grafisk uppbyggnad

Layoutgrid

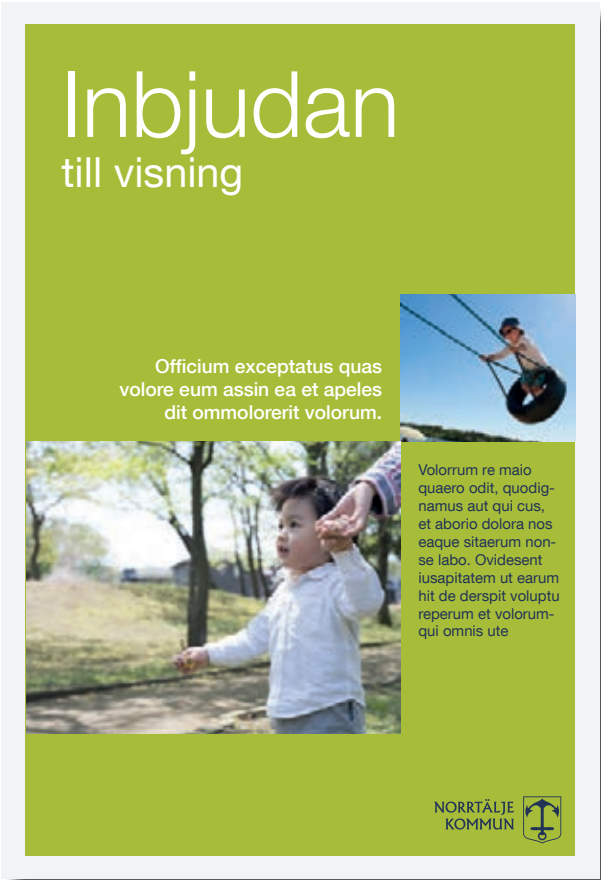


För att göra det lättare har vi tagit fram en layoutgrid som delar in ytan i sjättedelar. Rubriken placeras alltid i övre vänstra hörnet och logotypen i det nedre vänstra. På så sätt bildar de en diagonal från uppifrån vänster ned till höger. Eventuella kompletterande bilder eller färgplattor placeras

ut i en motsvarande diagonal från höger och nedåt mot vänster, börjande 2/6-delar ned på sidan. Detta bidrar till att ge oss ett karakteristiskt utseende i våra layouter.

Grafisk uppbyggnad

Flyers



Ovan ses exempel på hur det kan se ut när vi bara har en sida att få plats med informationen på, exempelvis för enkla informationsblad som flyers. Som grund kan vi jobba med en bild eller med en färgplatta men så länge vi lägger ut kompletterande bilder och kompletterande information

enligt layoutgriden kommer designen att kännas igen från gång till annan. Layoutgriden finns att tillgå hos marknadsavdelningen.

Grafisk uppbyggnad

Trycksaker, fram- och insida



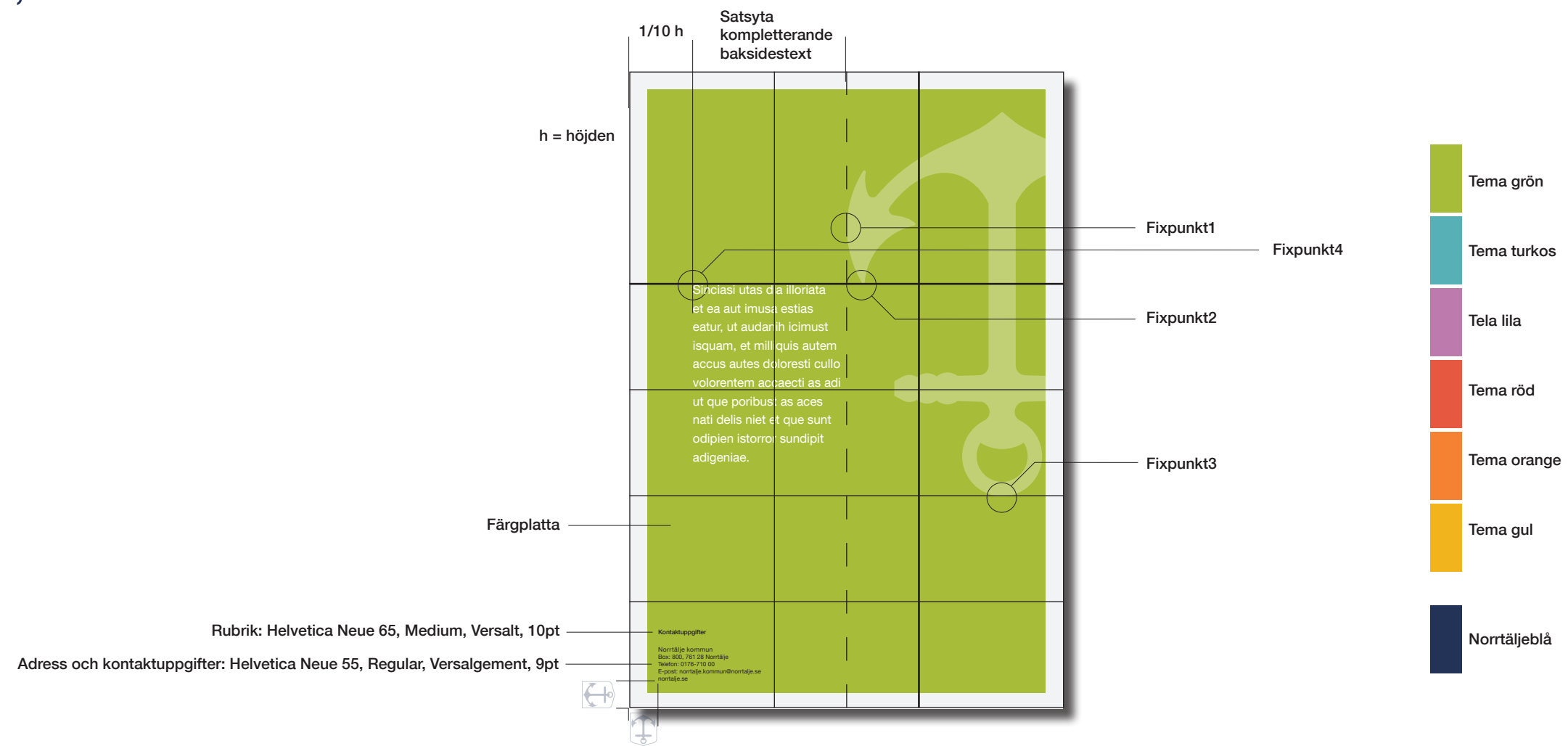
Det finns några enkla regler vad gäller flersidiga trycksaker. Försök att hålla framsidorna så rena och enkla som möjligt. Framsidesrubrik, bild/färgplatta och logotyp är fullt tillräckligt. Gör gärna något ord större i framsidesrubriken, Det lockar till läsning och gör utseendet lite intressantare. Logotypen är vit eller svart beroende på läsbarhet.

Använd gärna helbilder även till insidan av foldern. Då, som på framsidan, är det en vit marginal runt färgplattan/bilden som är cirka en 24-del av kortaste sidan bred. Använd gärna stora generösa rubriker även här men låt den inte bli större än framsidesrubriken. Och låt de alltid sitta uppe till vänster

Om du behöver lägga till andra kompletterande bilder så är det layoutgriden som gäller.
Satsytan följer regeln; marginalen upptill, nedtill och in mot mitten ska vara ca 1/10-del av sidans bredd. Ytermarginalen ska vara ca 1/10-del av sidans höjd. Det som blir kvar i mitten anger satsytan .

Grafisk uppbyggnad

Trycksaker, baksida



För baksidor gäller samma layoutgrid som för resten av trycksakerna. Baksidan ska som regel ha en platta i den temafärg som är vald för hela trycksaken. Om du av andra skäl inte vill ha temafärg går det alltid med Norrtäljeblå. Naturligtvis har vi 1/24-dels vit marginal runt plattan,

precis som för framsidan. Vi lägger alltid ett vitt ankare nedtonat till 30% genomskinlighet till höger i plattan som igenkänning då vi inte har logotyp på baksidan. Storleken och beskärningen av ankaret bestäms av tre fixpunkter i förhållande till layoutgriden. Nedtill i vänstra hörnet ligger

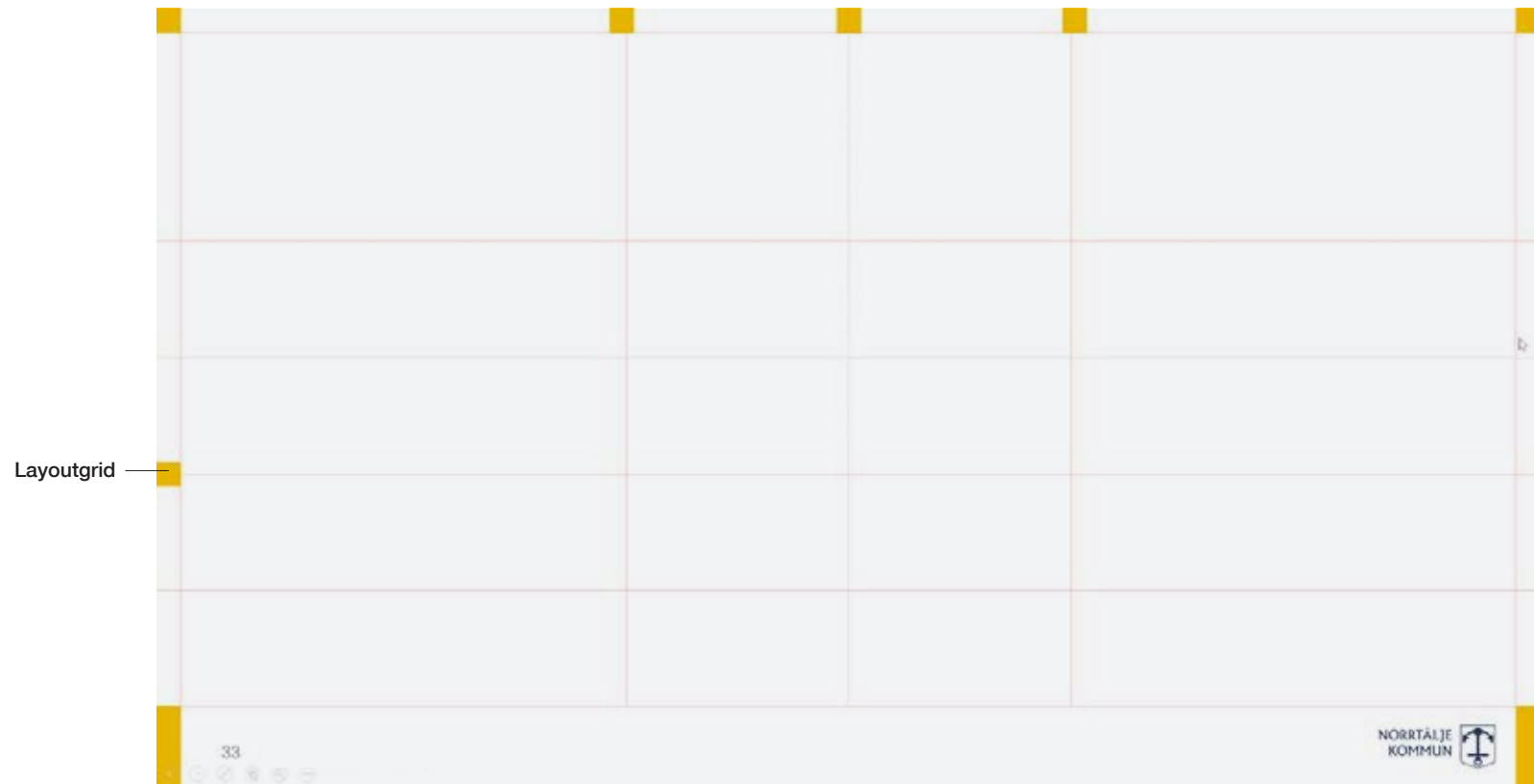
kontaktuppgifterna med en sköldbredd från vänster- och nederkant.

Finns det kompletterande baksidestext läggs även den in enligt layoutgriden och instruktionerna här ovan, med start i övre högra hörnet, en fixpunkt som också bestäms av layoutgriden.



Presentationer

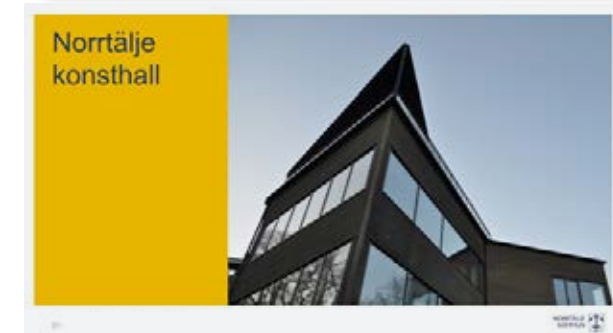
Powerpoint



Powerpoint är en viktig bärare av vårt varumärke. Varje gång en presentation visas påverkar den uppfattningen om det talaren representerar – I detta fall, Norrtälje kommun. Det är därför viktigt att vi tänker på att allt ser enhetligt, snyggt och prydligt ut lika mycket som att det är engagerande och intressant.

Vår powerpointmall bestämmer inte bara var logotypen ska ligga

utan bygger också på en layoutgrid som, om man följer den, anger hur bilder och texter ska linjera med varandra. Layoutgriden i powerpoint är släkt med den övergripande layoutgriden och lånar de vita ramarna från trycksakslayouten. Griden finns bifogad som ett stöd i varje presentation. Här intill finns exempel på några olika typer av sidor.



Annonsering

Informationsannonsering

Här
sätter
vi rubrik

Aque ab imusciunt voluptam, nem renti autem et eum expelestem vel est, corias as quo il ium ipsus dolum, omni omnis exeruptat que sanis res acestin nis eosserum volupis et poreratem et et adigendi aped ut es nost, consed eum incto eius et as dis eum as dolo quatet autatur?

Bredd: 1/6 sida

Aque ab imusciunt voluptam, nem renti autem et eum expelestem vel est, corias as quo il ium ipsus dolum, omni omnis exeruptat que sanis res acestin nis eosserum volupis et poreratem et et adigendi aped ut es nost.

Läs mer på
norrta.lje.se
/annonssmallar

NORRTÄLJE
KOMMUN

Här
sätter vi rubrik

Aque ab imusciunt voluptam, nem renti autem et eum expelestem vel est, corias as quo il ium ipsus dolum, omni omnis exeruptat que sanis res acestin nis eosserum volupis et poreratem et et adigendi aped ut es nost, consed eum incto eius et as dis eum as dolo quatet autatur?

Bredd: 1/3 sida

Aque ab imusciunt voluptam, nem renti autem et eum expelestem vel est, corias as quo il ium ipsus dolum, omni omnis exeruptat que sanis res acestin nis eosserum volupis et poreratem et et adigendi aped ut es nost, consed eum incto eius et as dis eum as dolo quatet autatur?

DAG, TID OCH PLATS:
måndagen den 16 april 2018,
kl 17.30, Sportcentrum, Gustaf
Adolfs väg 53, Norrtälje

Läs mer på
norrta.lje.se
/annonssmallar

NORRTÄLJE
KOMMUN

Här sätter vi rubrik

Aque ab imusciunt voluptam, nem renti autem et eum expelestem vel est, corias as quo il ium ipsus dolum, omni omnis exeruptat que sanis res acestin nis eosserum volupis et poreratem et et adigendi aped ut es nost, consed eum incto eius et as dis eum as dolo quatet autatur? Ovidus. Ant velendit od quo blatur repratem quisquam aut lam, odia quiamus. Nam, siti sum eos aut apedi rectatatur?

Bredd: 1/2 sida

Aque ab imusciunt voluptam, nem renti autem et eum expelestem vel est, corias as quo il ium ipsus dolum, omni omnis exeruptat que sanis res acestin nis eosserum volupis et poreratem et et adigendi aped ut es nost, consed eum incto eius et as dis eum as dolo quatet autatur? Ovidus. Ant velendit od quo blatur repratem quisquam aut lam, odia quiamus. Nam, siti sum eos aut apedi rectatatur?

DAG, TID OCH PLATS:
måndagen den 16 april 2018, kl 17.30,
Sportcentrum, Gustaf Adolfs väg 53,
Norrtälje

Läs mer på norrtalje.se/annonssmallar

NORRTÄLJE
KOMMUN

Här sätter vi rubrik

Aque quia quisquiAque ab imusciunt voluptam, nem renti autem et eum expelestem vel est, corias as quo il ium ipsus dolum, omni omnis exeruptat que sanis res acestin nis eosserum volupis et poreratem et et adigendi aped ut es nost, consed eum incto eius et as dquisquam aut lam, odia quiamus. Nam, siti sum eos aut apedi rectatatu. il ium ipsus dolum, omni omnis exeruptat que sanis res acestin nis eosserum volupis et poreratem et et adigendi aped ut es nost, consed eum incto eius et as dquisquam aut lam, odia quia-
mus. Nam, siti sum eos aut apedi rectatatu.

Bredd: 1/1 sida

Aque quia quisquiAque ab imusciunt voluptam, nem renti autem et eum expelestem vel est, corias as quo il ium ipsus dolum, omni omnis exeruptat que sanis res acestin nis eosserum volupis et poreratem et et adigendi aped ut es nost, consed eum incto eius et as dquisquam aut lam, odia quiamus. Nam, siti sum eos aut apedi rectatatu.

DAG, TID OCH PLATS: måndagen den 16 april 2018,
kl 17.30, Sportcentrum, Gustaf Adolfs väg 53,
Norrtälje

Läs mer på norrtalje.se/annonssmallar

NORRTÄLJE
KOMMUN

När vi annonserar i Norrtälje Tidning eller andra media är det viktigt att våra annonser tydligt skiljer sig ifrån andra kommersiella aktörer. Vi använder oss av en färgplatta i någon av temafärgerna som bakgrund till rubriken. Alla temafärgerna är utformade för att kunna fungera som bakgrund för både mörk och vit text. Det är inget krav

men kan användas för att betona vissa viktiga ord. Även storlekarna på orden kan variera.

I botten av annonsen lägger vi vår logotyp på en Norrtäljeblå platta. Plattans överkant är snett skuren 6° åt vänster. På plattan finns också plats för hänvisning till webben. (Helvetica 65 medium

10p)

Dessa mallar gäller för alla informationsannonser upp till halvsi-
da i storlek. För helsidor kan man med fördel använda sig av endast
bottenplattan 1/1 men i övrigt är ytan fri bortsett ifrån de generella
färg- och typografiregler som gäller för kommunen.

Annonsering

Rekryteringsannonsering



Bredd: 1/2 sida



Bredd: 1/2 sida



Bredd: 1/3 sida

När vi annonserar i pappersmedia söker vi alltid till en, i något avseende, högst angelägen tjänst. Därför är formatmallarna också anpassade till lite större format. Antingen 1/2-sida i bredd eller 1/3-sida. Mallen bygger på den vanliga annonsmallen med kommunblå platta i nederkant

innehållande logotyp och webbadress. Även här väljer vi en temafärg som får bilda bakgrund till någon av våra egna medarbetare som finns fotograferade, speciellt för detta ändamål.

Annonsering

Profilerande eventannonsering

13 JULI Yankee Ranch arrangerar American Car Show med bilar, artister och en mängd olika aktiviteter. Societetsparken, den 13 juli.



Hot rods

är bara ett av alla intressen du kan odla i Norrtälje kommun.

I Norrtälje har du gott om svängrum att förverkliga dina drömmar, i såväl arbete som fritid. Här möter lugnet i naturen pulsen från Stockholm en spontanresa bort. Lev ut din frihet på stora ytor eller i liten vrå.

Global livsstil,
lokalt liv

NORRTÄLJE KOMMUN 

7 JULI Se VM i SPEEDWAY på HZ Bygg Arena i Hallstavik, lördag den 7 juli kl. 19:00.



Speedway

är bara ett av alla intressen du kan odla i Norrtälje kommun.

I Norrtälje har du gott om svängrum att förverkliga dina drömmar, i såväl arbete som fritid. Här möter lugnet i naturen pulsen från Stockholm en spontanresa bort. Lev ut din frihet på stora ytor eller i liten vrå.

Global livsstil,
lokalt liv

NORRTÄLJE KOMMUN 

30 JUNI HERRÅNG DANCE CAMP 2018 lockar deltagare från hela världen. I år pågår dansveckorna från 30 juni till 3 augusti.



Swing dance

är bara ett av alla intressen du kan odla i Norrtälje kommun.

I Norrtälje har du gott om svängrum att förverkliga dina drömmar, i såväl arbete som fritid. Här möter lugnet i naturen pulsen från Stockholm en spontanresa bort. Lev ut din frihet på stora ytor eller i liten vrå.

Global livsstil,
lokalt liv

NORRTÄLJE KOMMUN 

2 JUNI CUSTOM BIKE SHOW brukar kallas SM i höjbygge. Se alla nybyggda och nyputsade motorcyklar i Societetsparken 2 juni.



Custom bikes

är bara ett av alla intressen du kan odla i Norrtälje kommun.

I Norrtälje har du gott om svängrum att förverkliga dina drömmar, i såväl arbete som fritid. Här möter lugnet i naturen pulsen från Stockholm en spontanresa bort. Lev ut din frihet på stora ytor eller i liten vrå.

Global livsstil,
lokalt liv

NORRTÄLJE KOMMUN 

Annonsering är inte bara funktion, annonsering kan också profilera kommunen. Skisserna här ovan är exempel på hur vi kan använda redan befintliga event för att profilera kommunen. Ovanstående fyra event är alla stora publikdragare och formar därmed också bilden av Norrtälje kommun

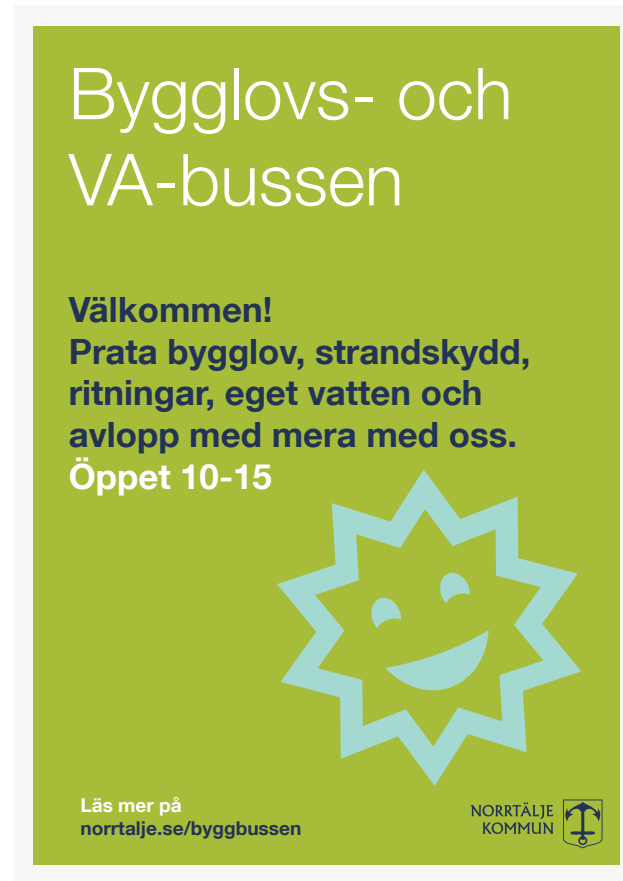
på olika sätt. Om vi som kommun kan införliva dessa i vår marknadsföring bidrar vi inte bara till att hjälpa dessa event att blomstra utan de bidrar också till en positiv bild av Norrtälje kommun.

Ovanstående exempel bör ses som inspiration över hur vi i

annonsform kan ta hjälp av vår grafiska manual för att snabbt formge och lyfta fram positiva företeelser, vilka i förlängningen nyanserar och stärker bilden av Norrtälje kommun som en plats för många intressen.

Affischering

Interna aktiviteter



Det görs många affischer för att antal olika företeelser och verksamheter inom kommunen. Dessa affischer ska naturligtvis även de följa den grafiska mall som gäller för allting som görs inom den kommunala

verksamheten. Följ layoutgriden även här och använd de temafärger vi använder till allt annat. Vi är en och samma kommun oavsett var vi uppträder eller med vilka vi pratar.

Affischering

Mall för interna aktiviteter

INTERNA AFFISCHER

Det här är en affischmall för verksamheter i egen regi

Färgplatta, bild eller bara vit bakgrund

NORRTÄLJE KOMMUN

Logotyp i Norrtäljeblått eller vit, beroende vad som syns bäst mot bakgrunden.

Det finns en Indesignmall framtagen även för affischer. När vi gör affischer i egen regi är det endast logotypens placering och storlek samt vår layoutgrid som styr. För övrigt gäller kommunens övergripande typografi- och färgriktlinjer.

Affischering

Externa aktiviteter på kommunens uppdrag



Det finns verksamheter, framför allt inom kultur och fritid, som i affischform ofta och regelbundet kommunicerar i konkurrens med övrigt kommersiellt utbud inom kommunen. I dessa fall, då är det viktigt att intressera så

många som möjligt för respektive event, måste stor vikt läggas på grafik som drar blickarna till sig. Här ovan ges några bra exempel på hur kommunens grafiska profil kan bidra med en stadga och kontinuitet

samtidigt som det lämnas öppet för variation och kreativitet i det övriga grafiska uttrycket. Mer om denna mall på nästa sida.

Affischering

Mall för externa aktiviteter

Här intill följer en beskrivning av den grafiska mall som gäller för affischering av de kommunala event som görs i konkurrerens med andra kommersiella aktörer inom kommunen.

Hela den övre ytan är fri för kreativt skapande. Försök dock att nyttja något av kommunens tre komplementtypsnitt och dessutom någon av kommunens temafärger i ditt uttryck. Utöver detta finns det en kommunal avsändarplatta i nederkant som finns tillgänglig i alla temafärger såväl som den Norrtäljeblå.

Ladda ner bottenplattan och läs de 8 enkla layoutreglerna här intill så är vi på snart på väg mot stadga och kontinuitet i vårt eventuttryck.

1. Fri krectionsyta

2. Kontaktuppgifter alltid i den fria ytan

3. Alltid platta i någon av temafärgerna, som i detta fall gult.
Original på plattan finns färdigt att tillgå på kommunens kommunikationsavdelning.

4. Plats för eventet satt i versaler, Helvetica Neue 85 i vitt.

5. Rubrik eller annan grafik i någon av temafärgerna, i detta fall gult.

6. Välj huvudtypsnitt, alltid något av dessa tre:
- Helvetica Neue 77
- Mistral
- Forte Bold
I detta exempel, Mistral.

7. Kompletterande typsnitt, alltid något av dessa tre:
- Helvetica Neue 77
- Mistral
- Forte Bold
I detta exempel, Helvetica Neue 77

8. Kommunlogotyp i blått eller vitt, placerad enligt friytorna

EXTERNA AFFISCHER

Mitt LOV

HOPPA IN VÅREN

TILLSAMMANS MED MITT LOV & RÅNÄS 4H
MÅNDAG 30 APRIL KL 11-13
MATHILDAHALLEN, NORRTÄLJE

HOPPBORG & FRIIDROTT

MATHILDAHALLEN

NORRTÄLJE KOMMUN

Rollups

Mall för interna aktiviteter



När vi gör rollups för olika evenemang och verksamheter i vår egen regi formger vi dessa enligt de riktlinjer som gäller alla våra trycksaker. Det betyder att det är vår layoutgrid och kommunens färger och de allmänna typografireglerna som gäller. Specifikt för rollups är framför allt placeringen av logotypen längst upp till vänster. Logotypen ska alltid ligga en sköldbredd (x) från vänster- och överkant av rollupen samt 6 sköldbredder från högerkanten. Detta anger därmed också storleken på logotypen. En sköldbredd ned från logotypen börjar den fria kreationssytan.

Om vi väljer vit bakgrundsfärg för vår rollup ska den positiva logotypen användas men väljer vi någon av temafärgerna som bakgrundsfärg är det alltid den negativa logotypen som gäller. Skulle vi välja en bild som bakgrund är de bildens beskaffenhet som avgör vilken logotyp som syns bäst.

Tänk på att hålla de viktiga budskapen så högt upp som möjligt då de nedre ytorna ofta är skymda bakom möbler eller människor.



Profilprodukter

Profilering



Profilprodukter stärker kommunens varumärke vilket i förlängningen leder till stolthet över vårt gemensamma arv i regionen. Profilprodukter för Norrtälje kommun är primärt, nytttoprodukter. När vi väljer produktfärg är det främst vitt eller marinblått som kommer i fråga med tanke på vår norrtäljebå färg. Vår region har även ett marint arv att knyta an till.

Som regel är det vår centrerade logotyp som vi använder då den lätt låter sig placeras på många olika ytor. Men i vissa fall kommer den

vänsterställda loggan till användning då ytan är begränsad i höjd (ex pennan här ovan).

Vi vissa tillfällen kan det vara trevligt att bara använda det blå ankaret. Antingen som mönster eller ensamt. Det lyfter fram det marina arvet och gör det mer regionalt än kommunalt. Bedömning när detta ska ske görs alltid av kommunikationsavdelningen. Vid behov av andra färger, kontakta kommunikationsavdelningen.



Profilprodukter

Funktionskläder



Funktionskläder är all form av skyddsutrustning som krävs för att våra anställda ska kunna utföra sitt jobb på ett professionellt sätt.

Här använder vi oss alltid av vår centrerade logotyp på kläder och tillbehör som ska bäras synligt. Det är av högsta vikt att de plagg vi bär när vi möter invånarna har en tydlig och korrekt märkning. Man ska veta

att det är en kommunanställd som utför arbetet. Storlek och placering av den centrerade logotypen bestäms av den tryckbara ytan och logotypens friyta. Tydlighet och synlighet är A och O.

Logotypen trycks i antingen vitt eller Norrtäljeblått beroende på vad som syns bäst.



Vitt



Pantone 282C



Profilprodukter

Bilar



Våra bilar är kanske den mest synliga påminnelsen om att kommunen finns och är ständigt närvarande. Det är därför vi har webadressen på våra bilar. Vi använder alltid den vänsterställda logotypen och all grafik återges i den kommunblå färgen. Ankaret pryder alltid motorhuven och fungerar

även det som en exempel på att det är ett dekorelement som tillhör oss alla och som kan behandlas lite friare än logotypen.

Profilprodukter

Skoltröjor eller liknande



Vårt ankare står för Norrtälje kommun och står alla fritt att använda. När vi använder ankaret marknadsför vi alltså vår gemensamma plats som något vi har all rätt att vara stolta över. Här är bara några exempel då ankaret kan användas för att koppla en verksamhet eller tillhörighet



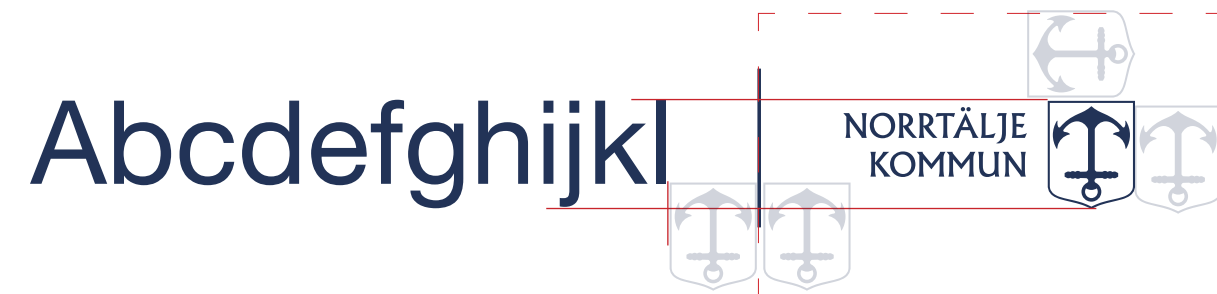
till Norrtälje kommun. Viktigt att tänka på när man använder ankaret är att det alltid ska vara vänt upp och ned och att om man vill luta det åt något håll, aldrig luta det mer än 15°. Vill man inte ha ankaret i sin grafik är det alltid okej att använda kommunlogotypen i anslutning, men på



annan plats. Vid osäkerhet om vad som är tillåtet, kontakta kommunens kommunikationssavdelning.

Skyltar

Storleksförhållanden, logotyp



Skyltar för verksamheter i kommunens regi bör i möjligaste mån följa kommunens logotypregler. Det är kommunens officiella logotyp som gäller och företrädesvis den högerställda logotypen avskild från namnet med en vertikal linje. Höjden på namnet anger höjden på logotypen. Detta förhållande gäller även om namnet sätts på en eller två rader. Namnet sätts alltid i Helvetica Neue 55 Roman.

Rodengymnasiet



Stadsbiblioteket



Blåklintens förskola



Blåklintens
förskola



Skyltar

Informations- och byggskyltar



Kommunlogotyp
placerad enligt
friytorna

Vit ram, 1/30-del
av skyltens kortaste
sida.



Plats för
under-
kontrak-
törer



Plats för
under-
kontrak-
törer

Informationsskyltar finns i alla storlekar och format och ändamålet kan skilja sig markant från gång till gång. Gemensamt är att vi behöver informera om vad som händer på en specifik plats i kommunen. Ofta där arbete pågår eller något inte fungerar på samma sätt som vanligt.

Här använder vi oss också av vår vita ram som ska vara mellan en 30-del och en 24-del av ytans kortaste sida. Kommunlogotypen placeras enligt friytorna nere i högra hörnet. När vi har underkontraktörer att ta hänsyn till, samsas dessa logotyper svartvita, i en lite större vit bård nedtill.

Kompletteringstypsnittet Helvetica Neue 77 tjänar som bärare av viss detalj- och extrainformation som man kanske också vill få ut i samband med informationen kring själva bygget

Digitala skärmar

Informationstavlor

LIGGANDE SKÄRM

Här ligger
huvud-
rubriken


norrtälje.se
NORRTÄLJE
KOMMUN
14:32
26 Juni 2018

Årstidsbild eller
öppettider

Fri budskapsyta.
Färgplatta, bild eller
annan grafik

Logotyp + datum
och klocka

Vi har ett antal informationstavlor ute i verksamheterna. Dessa sköts och uppdateras via ett centralt system (Playipp) som nyckelpersoner, ansvariga för kommunikationen har tillgång till. På informationstavlorna finns det tre informationsposter där en, den huvudsakliga budskapsytan, uppdateras ofta och den andra för öppettider och årstidsanpassning ändras mer

sällan. Den tredje ytan ska egentligen aldrig ändras då den innehåller logotypen och ett automatisk genererat klockslag/datum. Den huvudsakliga budskapsytan ska följa de typografi- färg och layoutregler som den övriga kommunikationen lyder under. Här finns en powerpoint-mall tillgänglig att arbeta i vilket gör jobbet enklare. Men man

STÅENDE SKÄRM

Här ligger
huvud-
rubriken


norrtälje.se
Öppettider
reception/café
Måndag 06.30-19.30 06.30-20.00
Tisdag 06.30-19.30 06.30-20.00
Onsdag 06.30-19.30 06.30-20.00
Torsdag 06.30-19.30 06.30-20.00
Fredag 06.30-19.30 06.30-20.00
Lördag 06.30-19.30 06.30-20.00
Söndag 06.30-19.30 06.30-20.00
Öppettider
simhall
Måndag 06.30-19.30 06.30-20.00
Tisdag 06.30-19.30 06.30-20.00
Onsdag 06.30-19.30 06.30-20.00
Torsdag 06.30-19.30 06.30-20.00
Fredag 06.30-19.30 06.30-20.00
Lördag 06.30-19.30 06.30-20.00
Söndag 06.30-19.30 06.30-20.00
NORRTÄLJE
KOMMUN
14:32
26 Juni 2018

Fri budskapsyta.
Färgplatta, bild eller
annan grafik

Logotyp + datum
och klockslag

Årstidsbild eller
öppettider

kan naturligtvis ta fram material även via andra programvaror avsedda för layout.

Färgen på de blå plattorna ska alltid vara Norrtäljeblå. (RGB 34 52 87)

Digitala skärmar

Bildspel

BILDSPEL INOMHUS (EX PROJEKTOR KOMMUNHUS)



Fri budskapsyta.
Färgplatta, bild eller
annan grafik

Logotyp +
webbadress

MOTORVÄGSSKYLT UTOMHUS, LEDINGE



Hel budskapsyta
för bilder
(gäller endast
Ledingeskylden)

Det centrala skärmverktyget (Playipp) styr även motorvägsskylden vid Ledinge samt några skärmar i receptionen i kommunhuset. Även dessa ska följa typografi- färg och layoutreglerna för kommunen i stort och därför finns även här en powerpoint-mall framtagen för att göra designarbetet lite enklare och mer standardiserat. På så sätt kommer alltid logotypen

och webbadressen på samma ställe och typografi och färger finns alltid förinställt.

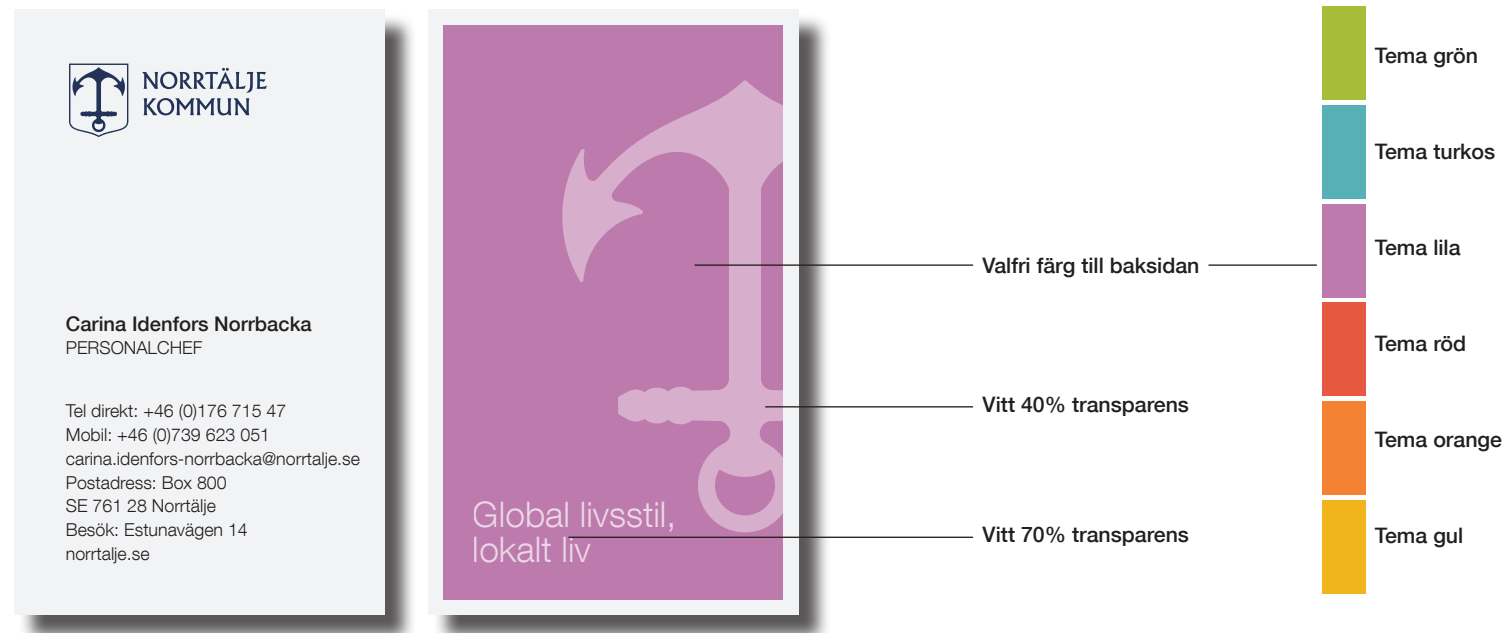
I fallet med motorvägsskylden går det även att jobba med helt utfallande bilder då den tekniska upplösningen på skärmen är jämförelsevis låg. Det är också av högsta vikt att informationen är

kortfattad och lättförståelig. Inte minst med trafiksäkerhetsaspekten i åtanke.

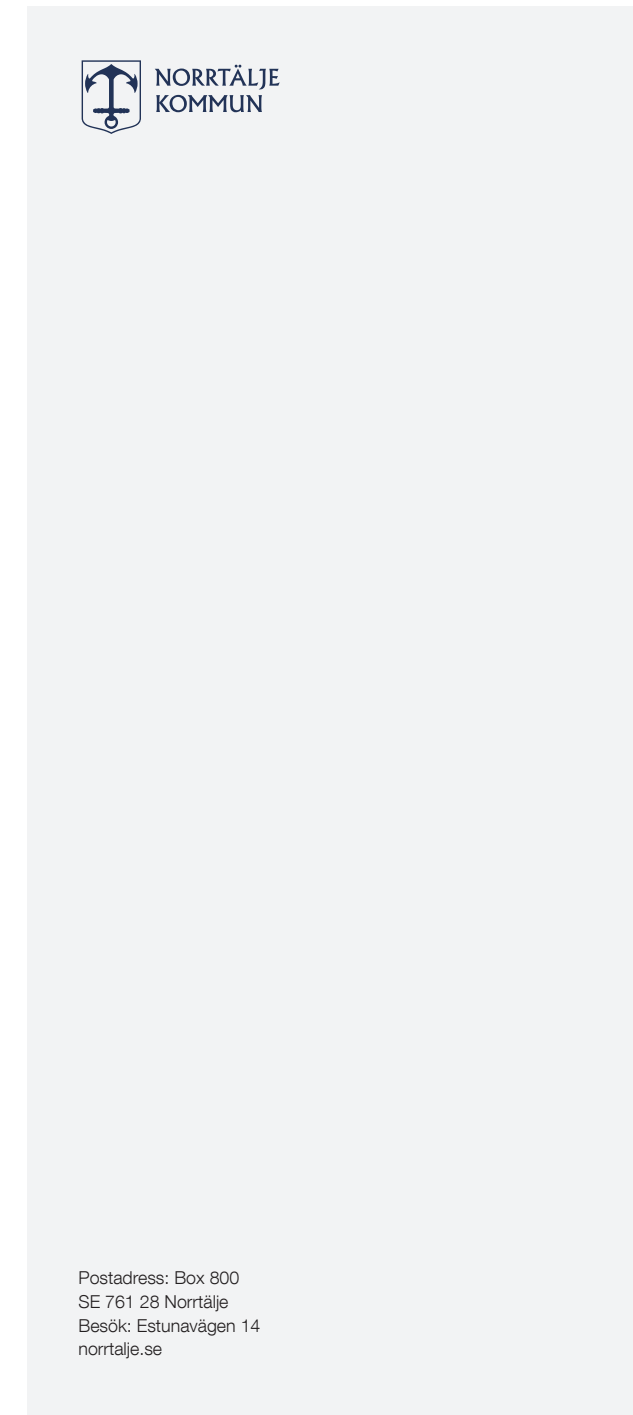
Den som vill och kan har naturligtvis möjlighet att göra designen i andra programvaror avsedda för layoutarbete. Den blå färgen är alltid Norrtäljeblå. ((RGB 34 52 87)

Kontorstryck

Visitkort och korrespondenskort



Våra visitkort är stående och dubbelsidiga med ankaret och visionen på baksidan. Anställda har möjlighet att välja vilken av temafärgerna de vill ha på baksidan. Även våra korrespondenskort har visionen och en temafärg och visionen på baksidan som en ständig påminnelse.



Kontorstryck

E-postsignaturer

Namn: Arial Bold 8pt	Lars Lindberger
Titel: Arial 8pt	Kommunikationschef
Enhet, postadress och besöksadress: Arial 8pt	Kommunikationsavdelningen Norrälje kommun Box 800, 761 28 Norrtälje Besök: Estunavägen 14
Personlig telefon: Arial 8pt	Tel direkt: 0176-719 13 Mobil: 073-962 36 95
E-post och webb: Arial 8pt	lars.lindberger@norrtaelje.se www.norrtaelje.se

Alla våra e-postadresser ska innehålla samma information och utseende. Och som i alla våra digitala kanaler är det Arial som gäller som typsnitt. Vi har inte logotyp i våra e-postsignaturer då det ibland kan orsaka trassel för våra invånare beroende på vilken typ av program de använder för att ta emot sin e-post i.

Kontorstryck

Brev, dokument och blanketter

Våra wordmallar baseras alla på en grundmall som anger position och storlek för logotypen, adressfältet, rubrikerna och andra viktiga poster som alltid är gemensamma oavsett vilken enhet som skickat det eller ifall det gäller en blankett eller ett vanligt brev. Trots många verksamheter och målgrupper är det viktigt att vi uppfattas som en och samma kommun.

Logotyp



NORRTÄLJE
KOMMUN

Ansvarig enhet/verksamhet
Från ansvarig handläggare/
författare

ENHETENS NAMN

Handläggare:
Telefon:
E-post:

DOKUMENTTYP

12-01-2018
Ärendenr:

Titel
Namn Efternamn
Adress
Postnummer Ort

Typ av dokument/blankett
Datum vid författandet
Eventuellt Diarie/Ärendenummer

Till enhet, person eller myndighet

Rubrik 1

Ugitet, as repellatem reped evendandia de eati torerum dolorem nissus et enemporrum quo et modi am quaecepedit et estorem poriaturitae volupta tquaestrum facculparum vel escillibus qui officabore re andusdam reiurep eresciat laut es nis deriantem resequi cullorempos sitibusam adi blabo. Et ditatus niet dolupta pa vendell uptate omnimin cimolup tassima sit est omniet est odit eos voluptu pligenihil eaqui delestiaero mostempor suntiam, atectot aturest ut et lam repelestia nesto temporehenim excereris utati offici voluptur adipieniscia pedita sin nobit int.

RUBRIK 2

Fero blaut velenia veliquis aute nesciis voluptur si blautatum illaudam quatem am restorerunt. Ebisit latur? Quis sum, ut aut asitatquae evelliquam cus anis entotaquo endendis maximagnatet re, tem fuga. Nem qui dent aceratur? Viderem sunt ut landaepelit fuga. Et dolum facesen distotatent aboriat quasit oditemp orrovid ulliquas volore qui omnia dolorempori od ut hitatet que plaborrum quo inveri sit quibus mi, si doloremquis periberum eossimus essim lique as inulpa del ius earchitis molutat ad quis denducid exeruptat eum que am erum aliciti simagnam que omni occum voluptaquia sed ut repelendaes de accus volorepel iderunti sinctur, omnis ut atem qui optatur?

Rubrik 3

Imet lat. Por mi, veres et ommos pos magniate et rem sundaecabo. Et volorum tectio que dolorehendae nustibusam, quate volore venihit atincimus est, opti dissimo lupture ictibusae ipicit volupta tisciate nonsequos ent, odis remposs umquiaessi consedi audigna tecepudant perest et lat. Te sitecum earchil endis ex explit, verorio. Ut odi dollitatus debis moluptur, aliquatios mossintibea comnis ellita necti officia suntur ma poreptibus sum quos il ium rero te nihil ipsapid usdantia que mi, sus sam nullorro conecestrum laccabo. Itatio blam, volupta temporr uptaspi stiscillorum id qui optat mos eiciet resti omnisti osserovita de volest resto velicienis dolor simperiberum quo conestia nia nem. Nemolestet plabo. Pudam il enis et a as rerumquiam que pratatissi od erovidi voluptas doluptatur, que vent.

Ed qui dolupta tenese nihil ipicill orestint vollabor re, aut odipis unt.

Res alit qui dolestiatem et id qui velicim quae il molupta quas maiosa consequis doluptas sime denienda sum eatatiu reraect atest, ommolora dolenihit officil isquid quidemp oressi arit am.

Enhetens/verksamhetens
postadress, besöksadress
och kontaktuppgifter

POSTADRESS

Box 800, 761 28 Norrtälje
Ekonomiavdelningen

BESÖKSADRESS

Estunavägen 14

KONTAKT

0176-71000
kontaktcenter@norrtalje.se
www.norrtalje.se

NORRTÄLJE
KOMMUN



Kontorstryck

Kuvert, C5 och C4



Vår kuvert följer samma grundupplägg som visitkort och korrespondenskort. Logotypen vänsterställd uppe till vänster enligt friytorna och adressen nere till vänster med samma marginal som logotypens avstånd till kanten. Vi har alltid en EAN-kod utmed

vänsterkanten för att xxx. placeringen av den är alltid den samma.
Logotyp och adress trycks i Norrtäljeblå. (PMS 282C)

