

Det här är vår Brandbook

Varför, hur och vad ska vi kommunicera? Varumärket är en sammanfattning av de värderingar och fakta som företaget upplevs stå för. I förlängningen betyder detta också att ett varumärke även är ett löfte som översätts till förväntningar hos mottagaren.

För att Haparanda stad ska förbli ett starkt varumärke krävs en tydlig, konsekvent och målmedveten kommunikation. Namnet måste också laddas med värden så att en positiv bild förmedlas och imagen stärks. Avgörande faktorer för att lyckas med detta arbete är delaktiga och engagerade medarbetare på alla nivåer.

Dessutom är en gemensam och medveten uppfattning om varumärkets betydelse och hur detta ska kommuniceras avgörande. En samstämmig kommunikation av varumärket effektiviserar och stärker Haparanda stads synlighet oavsett sammanhang.

Haparanda stads ID

En viktig del av företagets identitet är den grafiska profilen. Genom det grafiska "språket" kommuniceras de värden som vi vill förmedla till omvärlden. Med ett konsekvent och enhetligt grafiskt uttryck skapas en stark och tydlig profil som ger en snabb och distinkt identifikation.

Det grafiska språket är bara ett sätt att kommunicera det varumärket står för. Lika viktigt är att tänka på att vi alla bidrar genom vår kunskap, attityd, bemötande och språkbruk. Detta är områden som förmedlar bilden av Haparanda stad. Och som ska stöttas via allt externt och internt material som produceras.

Visuell identitet

Haparanda stads varumärke uttrycks visuellt genom att vi använder en unik och speciellt framtagen verktygslåda bestående av logotyper, symbol, färger, typografi, bildmanér, illustrerade ikoner, illustrationer och ikoner. Dessa delar bildar Haparanda stads visuella identitet när de används tillsammans på ett genomtänkt och kontrollerat sätt och enligt de enkla regler som beskrivs i denna manual.

Alla delar från tidigare identitetsgenerationer och som inte omnämns i manualen, utgår helt och ska inte användas alls.

Färger

En flexibel färgpalett möjliggör att alla våra verksamheter ryms inom vårt gemensamma varumärke. Samtidigt bidrar färgerna till att staden har ett visuellt uttryck som hänger ihop.

Haparanda stads färgpalett består av grön, blå och rosa i olika nyanser. Den gröna och den blå färgen kommer från stadsvapnet. **Använd endast en färgpalett i taget när du designar.** De ska inte blandas. Då skapar vi en stark identitet som skiljer ut oss från mängden.

Grön palett

Pålitlig, jordnära, miljömedveten



Blå palett

Optimistisk, ambitiös, respektfull



Rosa palett

Lugnande, vänlig, förstående



Primärgrön



HEX: #76AB4B
RGB: 118, 171, 75

Ljusgrön



#CAE9B0
202, 233, 176

Mellangrön



#A3D07D
163, 208, 125

Mörkgrön



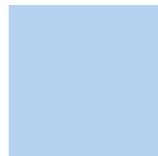
#32610B
50, 97, 11

Primärblå



HEX: #5A90C9
RGB: 90, 144, 201

Ljusblå



#B5D2F1
181, 210, 241

Mellanblå



#82AFDE
130, 175, 222

Mörkblå



#1E5EA0
30, 94, 160

Primärrosa



HEX: #AC4B68
RGB: 172, 75, 104

Ljusrosa



#EAB0C2
234, 176, 194

Mellanrosa



#D17D96
209, 125, 15

Mörkrosa

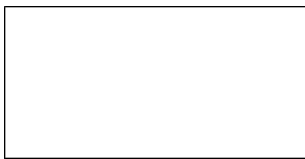


#620B25
98, 11, 37

Neutral palett

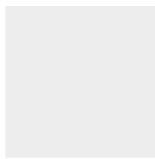
Haparanda stads färgpalett innehåller också svart och vitt.

Vit



HEX: #FFFFFF
RGB: 255, 255, 255

Ljusgrå



#EDED
237, 237, 237

Mörkgrå



#939191
147, 145, 145

Svart



#000000
0, 0, 0

Haparandagul



HEX: #F9E400
RGB: 249, 228, 0

Den gula färgen finns representerad i stadsvapnet och är en färg som associeras med Haparanda. Den gula färgen ska endast användas tillsammans med den neutrala paletten.

Toningar

Färgpalettens ljusaste steg får vid behov tonas ytterligare, till exempel när det behövs en ljusare bakgrundsfärg. Toningprincipen får endast appliceras med följande två toningsvärden: 75 % eller 50 %. **Observera att denna princip endast får genomföras med toning av färgen - inte genom färgens opacitetsvärde.**

Typografi

Haparanda stads typografiska uttryck skapas med hjälp av typsnittet Open Sans. Vid användande av Officepaketet används uteslutande Arial.

Typografi, Office

Vid användandet av program ur Officepaketet, till exempel Word och Powerpoint, ska typsnittet Arial Regular och Arial Bold användas.

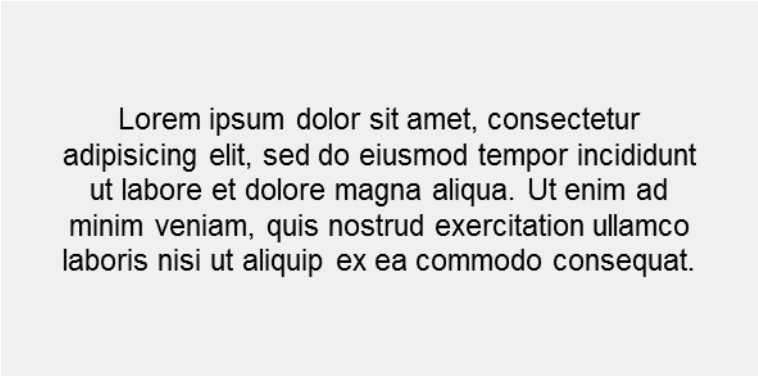


Arial
Arial

Typografi, Office

Regler och hantering

Generell tillriktning: Storlek 11. Radavstånd: Minst 1.0, max 1.5.



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur
adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt
ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad
minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco
laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Typografi, webb och trycksaker (annonser, kataloger m.m.)

Open Sans

Typsnittet Open Sans är en sans serif-familj designad av Steve Matteson. Det är ett open source-typsnitt och kan laddas ner och användas av vem som helst.

Open Sans finns tillgängligt hos Google Fonts:

<https://fonts.google.com/specimen/Open+Sans>



Regler och hantering

Beroende på användningsområde krävs olika typografiska inställningar för olika applikationer. Det är viktigt att alltid säkerställa tydlighet och god läsbarhet oavsett teckenstorlek och vikt. Använd så långt det är möjligt konsekventa inställningar så att typografin känns lättläst och genomarbetad.

Generella inställningar:

Radavstånd: Minst 130%.

Val av vikter: En applikation behöver ofta inte mer än 3–4 olika vikter för att den inte ska upplevas onödigt stökig. För att skapa tydligare kontrast, välj en vikt 2–3 steg från utgångsvikten – dvs. Open Sans Light kombineras med Open Sans Regular eller Open Sans Semi-Bold.

Bilder

När det gäller våra profilmått så ska de först och främst vara trovärdiga. Våra bilder ska ge bilden av en mångsidig och kontrastrik kommun med dess människor, bebyggelse, natur och årstider. Det handlar om levande och aktiva bilder med en autentisk känsla.

Vi använder färgbilder i största möjliga utsträckning, med naturliga färger och naturligt ljus. Bilderna får gärna ha en lätt dokumentär känsla, och kännas som att de är tagna mitt i ett ögonblick av händelser som speglar våra värderingar.

Bilderna ska präglas av följande:

- De ska spegla att vi är i norra Sverige och därför visa miljöer härifrån (Tornedalen).
- De ska spegla autentiska miljöer och inte se för arrangerade ut.
- De ska spegla våra värderingar: Respekt och Förståelse, Öppen och Tillgänglig, Engagerad och Nytänkande.

Exempelbilder



Logotyper

Stadsvapnet är vårt främsta visuella kännetecken. Den visar att det är Haparanda stad som står bakom verksamheten eller informationen. Stadsvapnet är vår gemensamma kvalitetsstämpel. För att varumärket och dess struktur ska kunna kommuniceras på ett enkelt och tydligt sätt är det viktigt att förstå och respektera regelverket kring respektive logotyps användning.

Logotypanvändning

Vår logotyp ska användas genomgående i all stadens kommunikation. Logotypen består av skölden och texten Haparanda stad. **Logotypen ska användas i sin helhet och får inte beskåras eller ändras.**

Versioner



Logotypen finns i tre versioner – en originalversion som används mot vit bakgrund, en svart version som används mot ljus bakgrund och en vit version som används mot mörk bakgrund. Välj alltid den version som har bäst kontrast mot bakgrunden. Då blir staden en tydlig avsändare i alla typer av kommunikativa sammanhang.

Enligt "lagen om skydd för vapen och vissa andra officiella beteckningar" får stadens vapen inte förvanskas inte bearbetas grafiskt.

Frizon



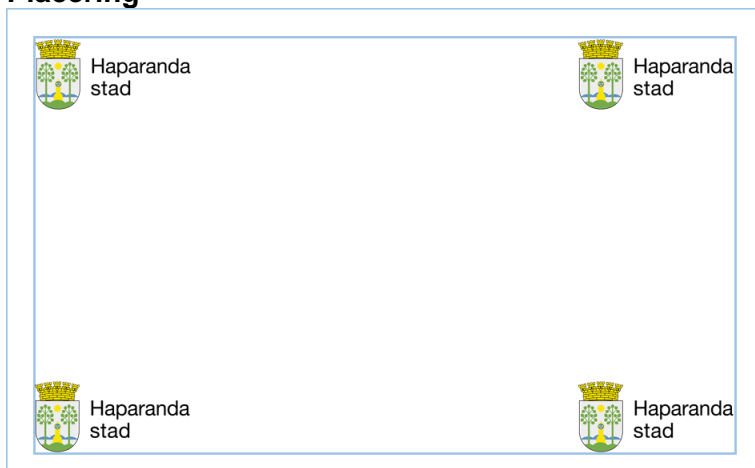
Logotypen ska alltid omges av en frizon. Frizonen är minimiavståndet till annan grafik, text eller bild. Inom frizonen får inga andra objekt placeras som till exempel texter, logotyper eller andra grafiska element. Samma minimiavstånd gäller till ytterkanten på de material där logotypen ska placeras. Syftet med frizonen är att logotypen ska bli tydlig och att text, adresser, dekorelement eller bilder inte ska riskera att uppfattas som en del av logotypen.

Frizonen ska minst motsvara 1/2 av sköldens bredd. Frizonen är ett minimum; ju mer fri yta som finns runt logotypen, desto tydligare framträder den.

Storlekar

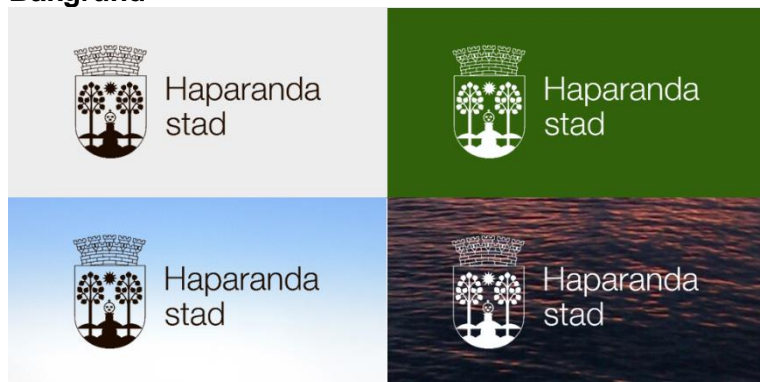
Vår logotyp är utformad för att kunna användas i de flesta sammanhang och storlekar. Logotypen har ingen maxstorlek men den får aldrig vara mindre än 25 mm bred.

Placering



Logotypen ska placeras på ett sätt som passar applikationen bäst. Det är viktigt att vara konsekvent med placeringen i de fall logotypen upprepas, till exempel annonser, webbsidor, rörlig media etc. Placeringen ska alltid ta hänsyn till frizonen.

Bakgrund



Vi ska använda hela logotypen med både sköld och text i så stor utsträckning som möjligt. Detta gör att vi på ett tydligt och enkelt sätt förklarar för våra målgrupper att staden står som avsändare.

Det är inte tillåtet att koppla förvaltnings- eller verksamhetsnamn till symbolen och på så sätt bilda nya logotyper.

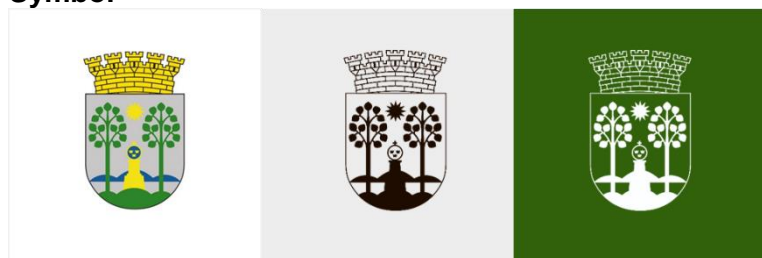
Vid co-branding används två logotyper på alla kontaktytor:

Med co-branding menas att ett eller flera varumärken utanför Haparanda stad (t.ex. en annan kommun) samarbetar med oss.



De två logotyperna som samarbetar kan utifrån två förhållanden – lika vikt (båda lika viktiga) eller olika vikt (ett av varumärkena är "driver").

Symbol



I vissa sammanhang finns det ändå anledning att frånga huvudprincipen och enbart använda vapenskölden utan text. Dessa undantag är på begränsade ytor där logotypen inte ryms eller där texten i logotypen blir för liten för att läsas. Exempel på detta är på giveaways eller i digitala sammanhang, exempelvis på sociala medier.

Ett annat undantag är då symbolen används i profilskapande och dekorativa syften, exempelvis på diplom. Då är det viktigt att sammanhanget alltid förklarar och förstärker kopplingen till staden, till exempel genom att även hela logotypen används.

Vårt varumärke i tal och skrift

I dagligt tal

Haparanda stad

I dagligt tal, på engelska

The City of Haparanda

I dagligt tal, på finska

Haaparannan kaupunki

Huvuddomän (internet)

haparanda.se

Hashtag – vid taggning i sociala medier

#haparandastad

Handle – användarnamn i sociala medier

Haparanda stad

Språklig ID

Tonaliteten är Haparanda stad röst och speglar hur vi vill uppfattas. Därför är det viktigt att tonläget är varmt, trevligt och personligt. Eftersom vi vill inkludera alla och dela med oss av vår kunskap, vill vi att alla ska förstå och tycka att vi skriver på ett lättförståeligt sätt. Därför ska språket vara enkelt och rakt på sak, motsatsen till byråkratiskt. Personliga manér ska inte finnas på Haparanda stads webb men ibland kan det finnas rum för det i annan extern kommunikation – situationen avgör.

För att uppfylla kraven vi har på oss själva är det viktigt att alla förmedlar samma tonalitet genom ett gemensamt språkbruk. Därför har vi några enkla riktlinjer:

- Skriv enkelt, kort och konkret.
- Skriv raka meningar och förklara svåra begrepp, till exempel alla facktermer som vi är vana vid men inte alla i vår omvärld.
- Använd aktiva verbformer, till exempel "Haparanda stad anordnar...", "Vi ger..." etcetera.
- Använd inte förkortningar – skriv till exempel "kommunstyrelsen" istället för "KS".

På Svenska språkrådets sajt finns

vägledning: http://www.sprakochfolkminnen.se/GetDoc?meta_id=1952