
HÄRNÖSAND VARUMÄRKESPLATTFORM & GRAFISK PROFIL

VARUMÄRKES- PLATTFORM

Styrkan kommer inifrån

Varumärkesplattformen fungerar som en guide där vi har samlat de värden och associationer vi vill förknippas med. Här beskrivs också vårt varumärkeslöfte och de mål vi gemensamt hoppas nå och till och med överträffa.

Hur människor uppfattar Härnösand påverkas i mångt och mycket av hur vi anställda kommunicerar både externt och internt. Varumärkesplattformen är till för att vägleda och underlätta för oss när vi kommunicerar, marknadsför eller på annat sätt representerar Härnösands kommun och platsen Härnösand. Vi ska sträva efter att vara konsekventa och tydliga i vår kommunikation.

Våra varumärken

I varumärkesplattformen ingår både kommunen och platsen Härnösand. De är på många sätt nära släkt med varandra, men vi skiljer ändå på dem i vår kommunikation. När vi pratar om Härnösand eller staden menar vi platsen Härnösand medan Härnösands kommun avser vi-organisationen.



**Härnösands
kommun**

Härnösands kommun står för vår kommunala verksamhet, närmare bestämt uppdrag vi har inom skola, vård, omsorg och kultur. När vi kommunicerar med Härnösands kommun som avsändare använder vi symbolen med stadsvapnet tillsammans med vår ordbild. Symbolen och ordbilden får endast användas när kommunen står som avsändare och i kommunikation som rör skattefinansierad och kommunal service.



För platsen Härnösand har vi en särskild platssymbol. Denna används när vi kommunicerar om platsen Härnösand som besöks- eller bostadsort.

Symbolerna får inte användas på ett oetiskt, olagligt eller på annat vis olämpligt sätt. Härnösands kommun har det övergripande ansvaret för varumärket och har därmed mandat att begränsa eller stoppa en användning om det inte håller sig inom korrekta ramar.

Våra kärnvärden

Vår värdegrund utgår från tre viktiga ord: **KUND, ANSVAR** och **GLÄDJE**. Tre ord som i grunden bygger på ordning och reda, trygghet och bra relationer. Hur starkt vårt varumärke blir avgörs av våra möten – mellan oss själva och med omvärlden.

Våra associationer

Vi vill att Härnösand ska förknippas med Höga kusten – havet, vinden och vågorna. Förutom vårt vackra naturliv finns också en kreativ företagsamhet, ett starkt kulturliv, mycket engagemang och en värme som vi ska vara stolta över och visa upp.

Vår position

I vårt varumärkesarbete vill vi gärna lyfta fram hamnen som en position att associeras med. Lika aktuell idag som när staden en gång i tiden var en varvsstad, men nu står hamnen för mer än bara båtbyggande. Idag vill vi att våra fysiska hamnar ska få ett symbolvärde, närmare bestämt känslan av att bli väl mottagen och uppleva trygghet. Men också visionen om nya, spännande möjligheter och kontakten med omvärlden. I alla hamnar pågår liv och rörelse och när vi kommunicerar ska vi göra det med öppna sinnen och agera mottagande och inbjudande.

Vårt löfte

Vårt varumärkeslöfte sammanfattar vad varumärket ska stå för och hur det ska upplevas. Löftet spänner både över platsen och den kommunala organisationen. Oavsett om man jobbar i den kommunala organisationen, är på tillfälligt besök, nyinflyttad eller född och uppvuxen i Härnösand ska man känna att här råder medvind.

Vår tanke

Där medvind råder står inget stilla. Där sker utveckling, där får alla en chans att ta sig fram och komma vidare. Vi skapar medvind för våra barn och ungdomar genom en bra och trygg skolgång. Vi skapar medvind för våra nyanlända så att de snabbt och smidigt blir en del av vårt samhälle och vi skapar medvind för företag som är verksamma hos oss eller vill etablera sig genom effektivt samarbete.

Några konkreta exempel som genomsyras av medvind och som utvecklar staden är att samtliga våra bussar är fossilfria, att det byggs nya attraktiva bostäder samt att vi planterar 20 000 nya blommor i stadens centrum varje år.

Vi lovar medvind och vet samtidigt att det betyder att vi måste engagera oss, samarbeta och ställa upp för varandra. Ibland måste vi ro lite extra för att få vind i seglen igen.

Vår ton

Vilka bilder och vilket språk vi använder i vår kommunikation har stor betydelse. Vi ska sticka ut och visa att vi är stolta över vårt Härnösand. Både text och bild ska andas framåtanda, hoppfullhet, glädje, trygghet och gemenskap.

Vi ska sträva efter att visa mänsklig aktivitet, gärna i spännande miljöer. Färgtonen ska vara varm och ha en maritim känsla. I vår grafiska manual beskriver vi riktlinjerna för vår visuella kommunikation mer ingående.

Vårt mål

Vårt agerande ska leda till att människor tänker på Härnösand utifrån våra associationer och därmed göra både platsen Härnösand och Härnösands kommun mer attraktiv.

Vår målgrupp

Vårt varumärkesarbete vänder sig till alla som bor och verkar i Härnösand, potentiella inflyttare, företag som vill etablera sig i Härnösand samt alla besökare.

GRAFISK PROFIL

Grafisk profil

Vår verktygslåda

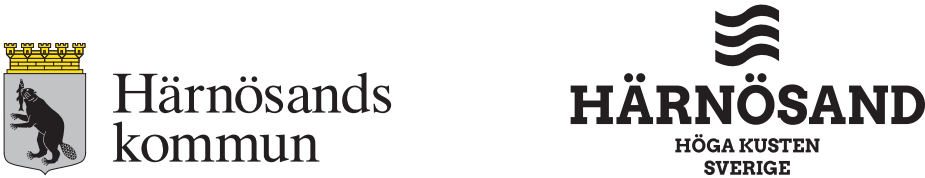
I den grafiska profilen hittar du de beståndsdelar vi har att arbeta med i vår grafiska verktygslåda. Dessa använder vi oss av för att skapa en enhetlig och uppdaterad bild av Härnösand, som kommun och plats.

Vår grafiska verktygslåda består av: logotyp, färger, grafiska element, bildspråk och typografi. De delar som skapar mest igenkänning är logotyp och färger. Grafiska element, bilder och typografi hjälper oss att bygga vårt varumärke.

Praktiska exempel på hur de olika elementen tar sig form hittar du på sida 32.

Igenkänning

LOGO



FÄRGER



Varumärkesbyggande

BILDMANÉR



GRAFISKA ELEMENT



TYPOGRAFI



Logotyp	10	Bildmanér	28
Kommunen	11	–	
Platsen	15	Grafiska element	30
–		–	
Typografi	19	Exempel enheter	32
Huvudtypsnitt	20	Bildsättning	33
Sekundärtypsnitt	21	Annonser	34
Komplement	22	Trycksaker	37
Användning	23	Affischer	40
–		Event	41
Färger	24	Profilmaterial	43
Våra färger	25		
Användning	26		

INNEHÅLL

LOGOTYP

Logotyp

Kommunen

Logotypen är en viktig del i vårt visuella uttryck och är den starkaste identitetsbäraren. därför ska den behandlas med varsamhet. Logotypen består av Härnösands stadsvapen och ett ordmärke.



Härnösands kommun



Logotyp

Kommunen

Användning

Att vår logotyp behandlas på ett konsekvent sätt är viktigt för att skapa en enhetlig och professionell bild av Härnösand.

Bakgrund

För att optimera läsbarheten bör logotypen placeras mot en bakgrund som ger maximal kontrast. Här följer några exempel.



Frizon och minsta storlek

Frizonen avser det minsta rekommenderade område av luft som behöver omge logotypen.

Halva höjden på logotypen



Logotyp

Kommunen Användning

Vår logotyp får inte

Förvrängas

Logotypen får aldrig framställas på ett sätt som antyder att den förändrats på något vis. Använd alltid godkända original när ni ska återge logotypen.

Omfördelas

Den framtagna uppställningen av logotypen måste följas. Egna versioner accepteras inte.



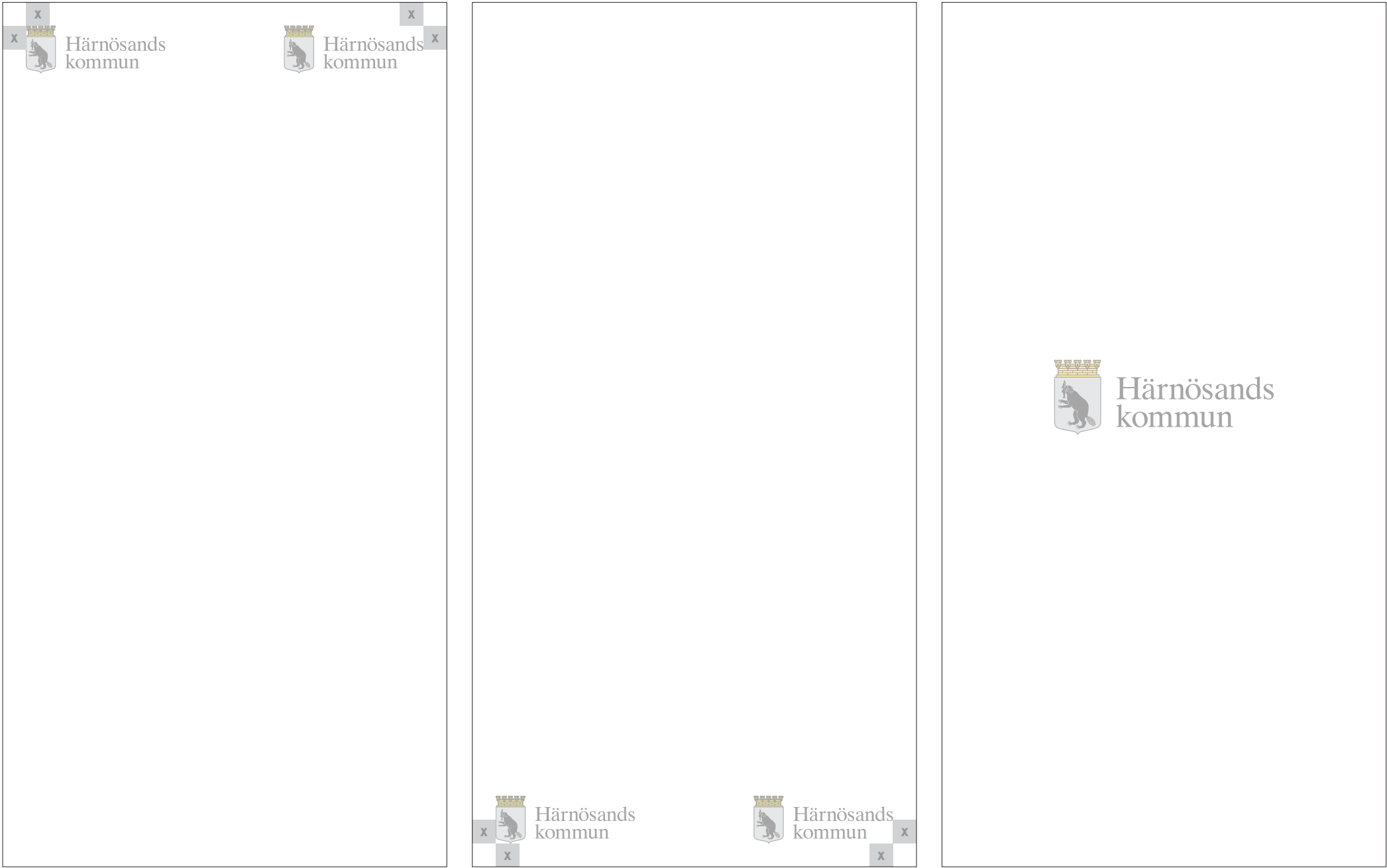
Logotyp

Kommunen

Placering

Konsekvent placering av logotypen är viktigt för att effektivisera layoutarbetet och för att skapa igenkänning. Logotypen kan placeras i något av den aktuella ytans hörn.

För de enheter då logotypen är det enda budskapet (exempelvis backdrop eller klistermärke) kan den centreras.



Logotyp

Platsen

Platslogotypen används som ett komplement till kommunlogotypen, för de tillfällen där vi pratar om platsen Härnösand.



Logotyp

Platsen

Användning

Att vår logotyp behandlas på ett konsekvent sätt är viktigt för att skapa en enhetlig och professionell bild av Härnösand.

Bakgrund

För att optimera läsbarheten bör logotypen placeras mot en bakgrund som ger maximal kontrast. Här följer några exempel.



Frizon och minsta storlek

Frizonen avser det minsta rekommenderade område av luft som behöver omge logotypen.

Halva höjden på logotypen



Logotyp

Kommunen Användning

Vår logotyp får inte

Förvrängas

Logotypen får aldrig framställas på ett sätt som antyder att den förändrats på något vis. Använd alltid godkända original när ni ska återge logotypen.

Omfördelas

Den framtagna uppställningen av logotypen måste följas. Egna versioner accepteras inte.



Logotyp

Platsen

Placering

Konsekvent placering av logotypen är viktigt för att effektivisera layoutarbetet och för att skapa igenkänning. Logotypen kan placeras i något av den aktuella ytans hörn.

För de enheter då logotypen är det enda budskapet (exempelvis backdrop eller klistermärke) kan den centreras.



TYPOGRAFI

Typografi

Profiltypsnitt

För att skapa en stark profilering och igenkänning jobbar vi med typsnittet Apercu. Apercu är ett nyritat, modernt typsnitt, med starka rötter i klassiska typsnittsfamiljer. Känslan är öppen, inbjudande, tydlig och med starka kopplingar till kultur. Apercu är vårt profilbärande typsnitt och ett av våra viktigaste verktyg för att skapa igenkänning. Typsnittet fungerar stort som litet och i de flesta sammanhang, men i längre publikationer använder vi vårt sekundärtypsnitt för att ge en mer behaglig läsupplevelse.

Aperçu

- Light – *Italic*
- Regular – *Italic*
- Medium – *Italic*
- Bold – *Italic*
- Black – *italic*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
PQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmno
pqrstuvwxyzåäö

Aximus. Dolore veliquiberia inciet alit omnihil etur? Landenti unte dolessita dolore, aut officiis ulparibus eatam faccus dendiati ipid qui dunt rectaspel iducidu cienis solo quae sunt maiosandes in- vel ilibus evelecabor aut entiur, aceribusani rem cum facepernam quidele ndiciis debis perundest aliquam ut plaut quam et que doles aperunde corenis derro doluptatesti dolo eatibus, qui res as eri te vendign ihillac eatur? Bea quid maximporerati simetusti ut ligent. lam que lacepro bero quam quae nonsequat as aut omnihil iberitiam haribusam, ium quam, autate eum etus.

Aximus. Dolore veliquiberia inciet alit omnihil etur? Landenti unte dolessita dolore, aut officiis ulparibus eatam faccus dendiati ipid qui dunt rectaspel iducidu cienis solo quae sunt maiosandes in- vel ilibus evelecabor aut entiur, aceribusani rem cum facepernam quidele ndiciis debis perundest aliquam ut plaut quam et que doles aperunde corenis derro doluptatesti dolo eatibus, qui res as eri te vendign ihillac eatur? Bea quid maximporerati simetusti ut ligent. lam que lacepro bero quam quae nonsequat as aut omnihil iberitiam haribusam, ium quam, autate eum etus.

Typografi

Sekundärtypsnitt

Som komplement till vårt profiltypsnitt använder vi Adobe Caslon Pro. Caslon är ett klassiskt typsnitt med mycket karaktär och bra läsbarhet. Primärt används typsnittet i längre texter, men kan även fungera som komplement och kontrast till Apercu, exempelvis i rubriker i längre trycksaker.

Adobe Caslon Pro

Regular – *Italic*
Semibold – *Italic*
Bold – *Italic*

A B C D E F G H I J K L M N O
P Q R S T U V W X Y Z Å Ä Ö
a b c d e f g h i j k l m n o
p q r s t u v w x y z å ä ö

Aximus. Dolore veliquiberia inciet alit omnihil etur? Landenti unte doles-
sita dolore, aut officiis ulparibus eatam faccus dendi-
at ipid qui dunt recta-
spel iducidu cienis solo quae sunt maiosandes in-
vel ilibus evelecabor aut
entiur, aceribusani rem cum facepernam quide-
le ndiciis debis perundest
aliquam ut plaut quam et que doles aperunde
corenis derro doluptatesti
dolo eatibus, qui res as eri te vendign ihillac
eatur? Bea quid maximpore-
ra simetusti ut ligent. lam que lacepro bero
quam quae nonsequat as aut
omnihil iberitiam haribusam, ium quam,
autate eum etus.

Aximus. Dolore veliquiberia inciet alit omnihil etur? Landenti unte
dolessita dolore, aut officiis ulparibus eatam faccus dendi-
at ipid qui dunt recta-
spel iducidu cienis solo quae sunt maiosandes in-
vel ilibus evelecabor aut
entiur, aceribusani rem cum facepernam quide-
le ndiciis debis perun-
dest aliquam ut plaut quam et que doles aperunde
corenis derro dolupta-
testi dolo eatibus, qui res as eri te vendign ihillac
eatur? Bea quid max-
imporera simetusti ut ligent. lam que lacepro bero
quam quae nonsequat as aut omnihil iberitiam
haribusam, ium quam, autate eum etus.

Typografi

Komplement

När våra profiltypsnitt inte kan användas, primärt i Office-programmen, så får andra standardtypsnitt användas. För Mac-användare gäller då Helvetica och för PC-användare Arial.

Helvetica/Arial

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö

Aximus. Dolore veliquiberia inciet alit omnihil etur? Landenti unte dolessita dolore, aut officiis ulparibus eatam faccus dendiati ipid qui dunt rectaspel iducidu cienis solo quae sunt maiosandes invel ilibus evelecabor aut entiur, aceribusani rem cum facepernam quidele ndiciis debis perundest aliquam ut plaut quam et que doles aperunde corenis derro doluptatesti dolo eatibus, qui res as eri te vendign ihillac eatur? Bea quid maximporera simetusti ut ligent. Iam que lacepro bero quam quae nonsequat as aut omnihil iberitiam haribusam, ium quam, autate eum etus.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö

Aximus. Dolore veliquiberia inciet alit omnihil etur? Landenti unte dolessita dolore, aut officiis ulparibus eatam faccus dendiati ipid qui dunt rectaspel iducidu cienis solo quae sunt maiosandes invel ilibus evelecabor aut entiur, aceribusani rem cum facepernam quidele ndiciis debis perundest aliquam ut plaut quam et que doles aperunde corenis derro doluptatesti dolo eatibus, qui res as eri te vendign ihillac eatur? Bea quid maximporera simetusti ut ligent. Iam que lacepro bero quam quae nonsequat as aut omnihil iberitiam haribusam, ium quam, autate eum etus.

Typografi

Användning

Exempel

Rubrik – Apercu, bold

–

Detta är en
exempelrubrik

Ingress – Apercu, medium

–

Igent explis plab imil is unt ut endicipit, tecus qui con
nihita voluptas aliciurenis veliquae non pos dolor mi,
odis poriber oressin repreicim que cus re dolorpore
iunt dolesequis magnatur

Brödtext – Apercu, light

–

Igent explis plab imil is unt ut endicipit, tecus qui con nihita voluptas aliciurenis ve-
liquae non pos dolor mi, odis poriber oressin repreicim que cus re dolorpore iunt
dolesequis magnatur arum esciis demporepera quae maionsequunt fugia vendis
dis eos quas ne num rehendae aut parum harum quatem aut

Detaljer/Specifik info – Apercu, black/bold

–

IGENT EXPLIS PLAB IMIL IS UNT UT ENDICIPIT
IGENT EXPLIS PLAB IMIL IS UNT UT ENDICIPIT

Rubrik – Apercu, medium

–

DETTA ÄR EN
EXEMPELRUBRIK

Ingress – Adobe Caslon Pro, semibold italic

–

*Igent explis plab imil is unt ut endicipit, tecus
qui con nihita voluptas aliciurenis veliquae non
pos dolor mi, odis poriber oressin repreicim que
cus re dolorpore iunt dolesequis magnatur*

Brödtext – Adobe Caslon Pro, regular

–

Igent explis plab imil is unt ut endicipit, tecus qui con nihita voluptas aliciurenis
veliquae non pos dolor mi, odis poriber oressin repreicim que cus re dolorpore
iunt dolesequis magnatur arum esciis demporepera quae maionsequunt fugia
vendis dis eos quas ne num rehendae aut parum harum quatem aut

Detaljer/Specifik info – Apercu, black/bold

–

IGENT EXPLIS PLAB IMIL IS UNT UT ENDICIPIT
IGENT EXPLIS PLAB IMIL IS UNT UT ENDICIPIT

FÄRGER

Färger

Våra färger

Den havsnära staden Härnösands primärfärg är den marinblå. Denna ska i mesta möjliga mån användas i vår kommunikation. Med en konsekvent hantering skapar vi ett distinkt grafiskt uttryck och bygger igenkänning kring vårt varumärke.

MARINBLÅ
CMYK 100-50-0-60
RGB 6-47-80
PMS 2955 C
#032D4D

LJUSBLÅ
CMYK 66-0-0-0
RGB 55-190-245
PMS 298 C
#37BEF5

LJUSGRÅ
CMYK 0-0-0-25
RGB 207-207-207
PMS Cool Gray 2 C
#CFCECF

GUL
CMYK 0-0-94-8
RGB 245-225-14
PMS 3955 C
#F5E10D

SVART
CMYK 0-0-0-100
RGB 0-0-0
#000000

RÖD
CMYK 0-100-64-20
RGB 195-4-52
PMS 200 C
#C20434

Färger

Användning Bra kombinationer

Grundstommen i våra färgkombinationer är den marinblå. Den ska i så stor utsträckning som möjligt vara den huvudsakliga färgen i vår kommunikation. Här följer några rekommenderade sätt att kombinera våra färger.



Färger

Användning
Typografi

Det sätt vi kombinerar färger gäller också för den typografiska behandlingen. Även här är den marinblå en dominant färg i kompositionen.

**Detta är en
exempelrubrik
med en undre del
i en annan färg**

**Detta är en
exempelrubrik
med en undre del
i en annan färg**

**Detta är en
exempelrubrik
med en undre del
i en annan färg**

**Detta är en
exempelrubrik
med en undre del
i en annan färg**

BILDMANÉR

Bildmanér

För att bygga bilden av ett människornas Härnösand så vill vi i i våra bilder jobba med människor. Även i miljöbilder ska det primära elementet vara just människan, om inte i person, så i väsen. Kanske en hängmatta, eller något som signalerar mänsklig inblandning.



GRAFISKA ELEMENT

Grafiska element

Vågen

Vårt grafiska element, vågen/vinden, är tagen från platslogotypen och kan användas separat, utan tillhörande ordbild. Ett bra exempel på användningsområde är profilprodukter, till exempel kläder, muggar, påsar och liknande.

Formen kan gärna även användas i alternativa versioner och mer organiska utföranden.



Exempel på alternativ version av vågen.

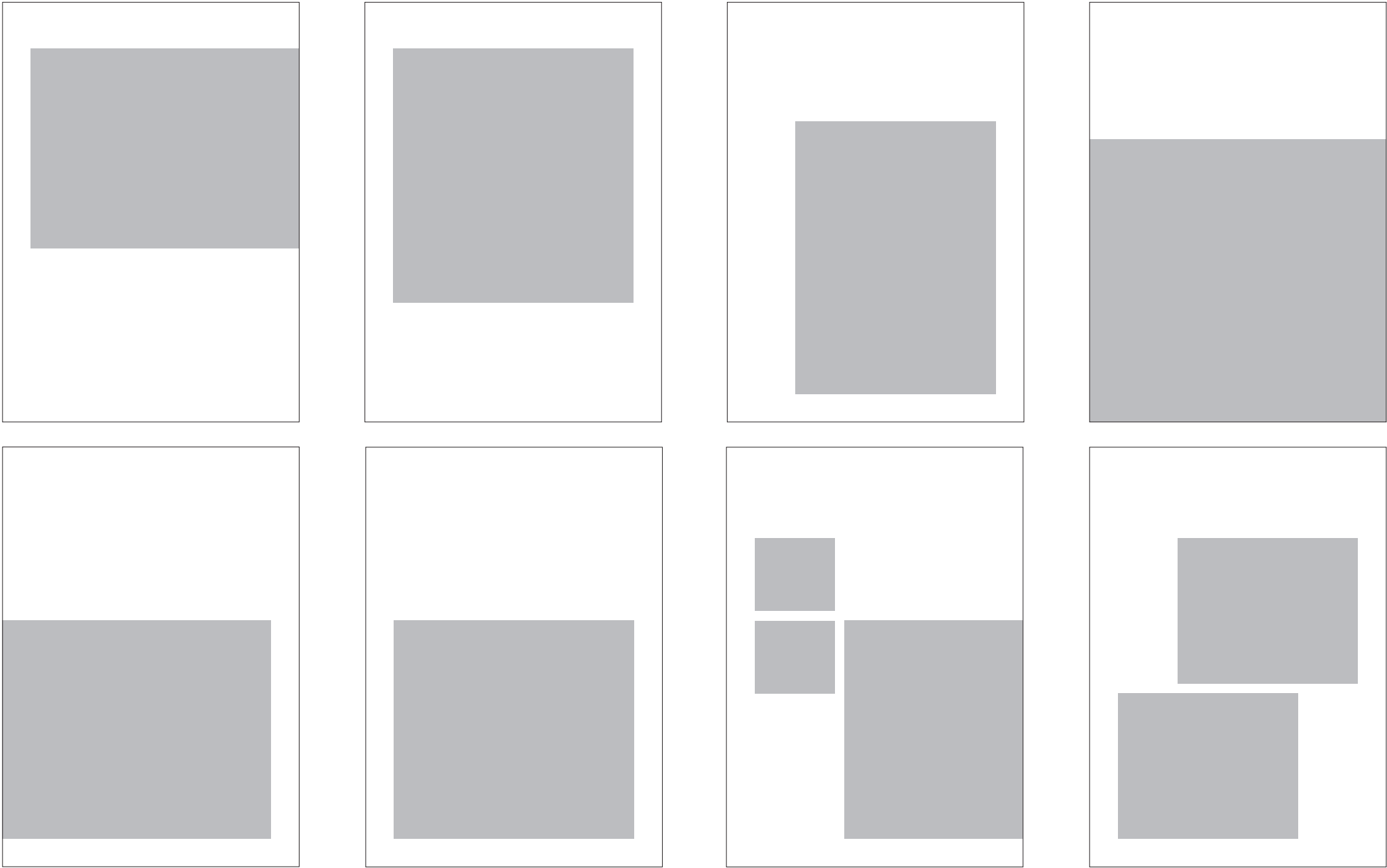
Här följer en rad exempel på hur våra olika element jobbar tillsammans för att skapa en enhetlig bild av varumärket Härnösand. Dessa exempel är framtagna för att ge vägledning i produktionen av grafiskt material.

EXEMPEL ENHETER

Enheter

Layout
Bildsättning

I vårt bildspråk försöker vi jobba med en luftig och variationsfull bildsättning. Vi låter alltid bilderna omges med goda marginaler och de får gärna flyta ut utanför sidogränserna.



Enheter

Annonser

Platsen

I rent varumärkesbyggande kommunikation för platsen Härnösand så jobbar vi med logotypen för just platsen. Formspråket blir lite lättare, luftigare och med en stor mängd blå färg i typografin. Uttrycket ska vara inspirerande och inbjudande.

Budskapet ska vara kort, enkelt och intressant. Sammantaget bildar detta ett seriöst, men samtidigt inspirerande och lekfullt uttryck.



Enheter

Annonser

Kommunen

När det är kommunen som kommunicerar, exempelvis vid rekrytering, jobbar vi i större utsträckning med färgplattor. Här får informationen ta mest plats, vi använder den mörkblå färgen som bakgrund och den ljusblå för att lyfta specifika ord.



Enheter

Annonser

Kommunen

Då vi behöver prata med en mer formell och informerande ton låter vi färgerna ta större plats och jobbar till stor del typografiskt.



Enheter

Trycksaker

Omslag



Enheter
Trycksaker
Inlaga



Enheter

Trycksaker

Inlaga

För tryckt produktion försöker vi i så stor utsträckning som möjligt att behålla det luftiga och inbjudande intrycket. Vi använder oss av spännande bildskärningar.



Enheter

Trycksaker

Affischer

Likt våra anda enheter så jobbar vi på ett inspirerande och inbjudande sätt för våra affischer. Formen anpassas efter budskap. För att skapa igenkänning med övrigt material så använder vi våra profolfärger som bakgrund. Vi blandar vanliga och färgtonade bilder för att skapa kontrast. Rubriker kan med fördel överlappa bilder.

Här är det nära till allt. Höga Kustens fantastiska natur är bara ett skutt bort. Och för er som kommer med Birka är det lika nära in till centrum. Ta en skön promenad, följ bara vägen som är uppmärkt med band i regnbågens färger så är ni framme på ett litet kick. Och vill ni hellre åka buss så går det gratis bussar mellan hamnen och centrum var 10:e minut mellan kl. 9 och 16. Bussarna är märkta med [Birkapendeln](#).

VILL DU VETA MER?
TURISTSERVICE

Ombord på Birka, i hamnen och på torget i Härnösand. Se även [harnosand.se/birka](#) och [hogakusten.com](#)

Välkommen till Härnösand & Höga Kusten



[WWW.HARNOSAND.SE](#)
[WWW.HOGAKUSTEN.COM](#)

VÄXEL: 0811-34 80 00
ÖPPEN 07:30-16:30
KOMMUN@HARNOSAND.SE



Här skriver vi det primära budskapet. Efteråt skriver vi några extra rader som på något sätt fortsätter och förtydligar.

20 OKTOBER 19:30
BADHUSETS SAMLINGSLOKAL

Här finns det plats för extra text. Postion secos unt explatias velique ernatustrum rerchil latur, sum et acea sus et laborrum as asperit unt volupta derchil laccati oriorum est occaes asperit re verionised quis estibea turion parchil laccum quiati aritatorrum rerro eatibus ex excera atur acit eossimu saperitiume nes esto qui sae eatur, serferf ernam, volesecea doloreni bla sitius, in event, consequisqui quam alique poreprat aut occus idemod quem que autem quisc. Ratet aboruntium recumqui res nectent et vellam quo.

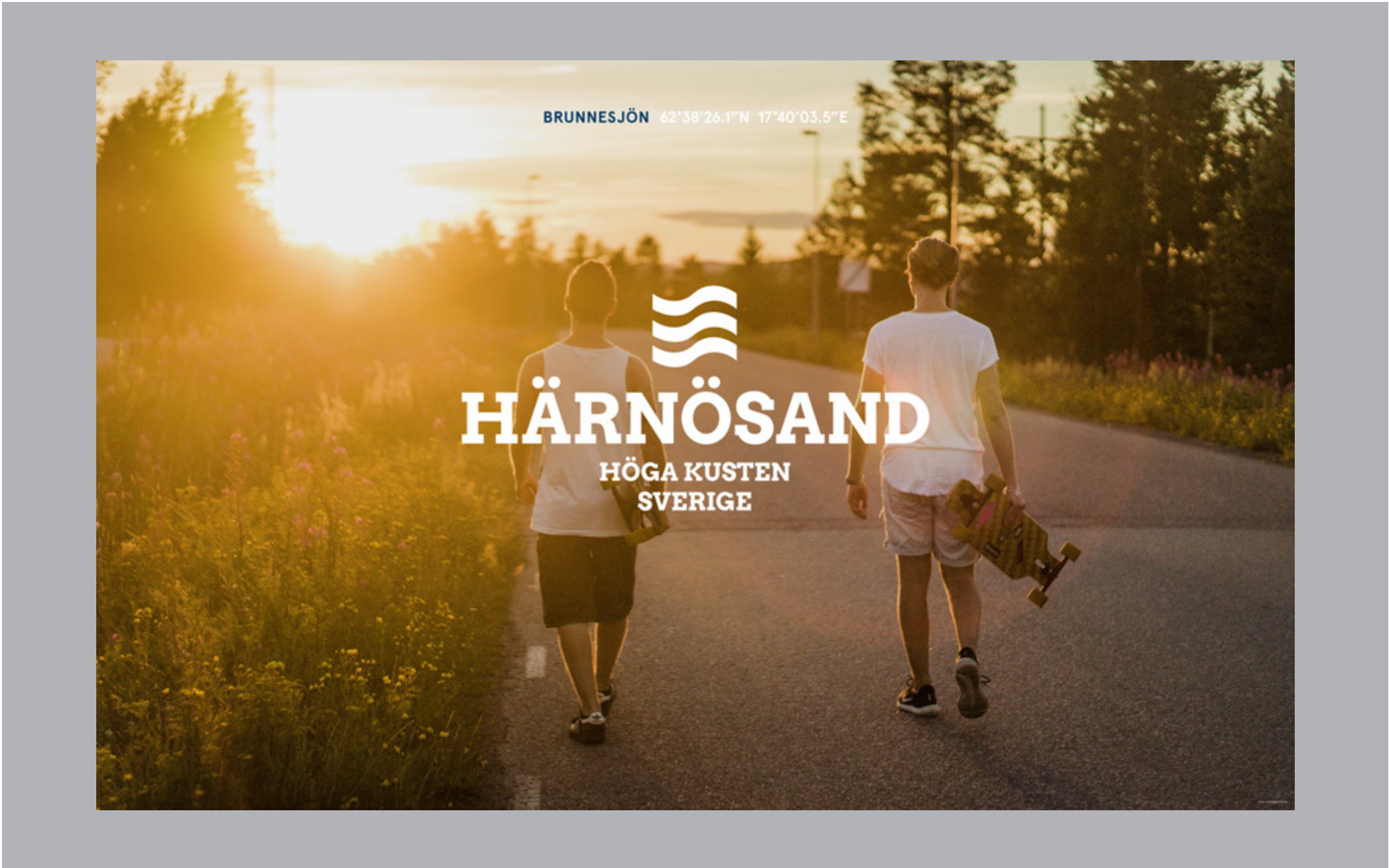
[WWW.HARNOSAND.SE](#)
VÄXEL: 0811-34 80 00
ÖPPEN 07:30-16:30
KOMMUN@HARNOSAND.SE

HÄRNÖSANDS KOMMUN
871 80 HÄRNÖSAND

Enheter

Event

Backdrop



Enheter

Event

Rollup



Enheter

Profilmaterial
Tygpåse



Enheter

Profilmaterial
Kläder



Enheter

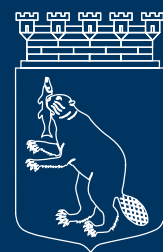
Profilmaterial
Give-away



Enheter

Profilmaterial
Bilar





Härnösands
kommun



HÄRNÖSAND
HÖGA KUSTEN
SVERIGE