AUSTRHEIM KOMMUNE

Profilguide

Austrheim
- opne landskap, ope sinn

Innhald

Merkevara Austrheim 3
Grunngjeving 4
Kommunevåpen 5
Logo 6
Logofargar 7
Bruk av fargar 8
Typografi 9
Brevark 10
Konvoluttar 11
Visittkort 12
Annonsar 13
Brosjyrar 16
Mappe 17
Power Point 18
Roll-up 19
Bildekor 20
Klede 22
Flagg 23

Merkevara Austrheim

Hausten 2007 sette Austrheim kommune i gang ein prosess der målsetjinga var å kome fram til eit kommunikasjonskonsept for å profilere kommunen.

Merkevarebygging
Merkevarebygging går frå å vere ukjent - kjent - kjent for noko - kjent for noko positivt til kjent for noko ein bryr seg om. Målet er at Austrheim skal bli kjent for noko ein bryr seg om - først då har ein skapt ei ekte merkevare.
Kommunen skal fungere som ein katalysator, tilretteleggjar og premissleverandør for næringsutvikling og auka busetjing. Kommunen skal samle seg internt om visjon, rasjonelle løfter kommunen skal halde, og eit emosjonelt verdisett. Kulturen skal gjennomsyre alt ein gjer. All samhandling skal være signalberande for visjonen, løfter og verdiar. Merkevara "Austrheim" vert skapt først i møte med kommunetilsette og bebuarar, deretter med omverda. Austrheim kommune skal tilby eit trygt, skapande og inkluderande kystmiljø, med fokus på rammevilkår som stimulerer til verdiskaping og busetjing i kommunen.

Visjon
Vår visjon skal vere fyrtårnet vårt i alt vi føretek oss. Det omtalar kva vi skal strekkje oss etter for å lukkast. Ein god visjon stiller kontinuerlege krav til oss.
Austrheim kan ta ein posisjon som eit kystmiljø der det er godt å bu, arbeide og leve for alle. Visjonen til Austrheim kommune er å tilby BEST LIVSKVALITET i eit skapande kystmiljø.

Merkeidé
"VALGFRIDOM SOM GIR LIVSKVALITET" er Austrheim sin merkeidé. Merkeideen er ein viktig del av inntrykket i all vår marknadskommunikasjon; han er ikkje eit slagord. Merkeidéen betyr at Austrheim kommune tilrettelegg for valfridom på ein måte som byggjer opp under livskvalitet. Vidare fokuserer ein på miljø-, trivsels- og utviklingsfaktorar - dette vil profilere oss som kommune, og gi livskvalitet for innbyggjarane.

Slogan
"OPNE LANDSKAP, OPE SINN". Dette er kommunen sitt slagord og skal knyttast til logo i alle samanhengar der det er praktisk mogeleg. Slagordet er forpliktande og krev fokus på haldningar, ikkje minst internt i kommunen og i kommunale organ.

Merkeidé - VALFRIDOM SOM GJEV LIVSKVALITET
Visjon - BEST LIVSKVALITET I EIT SKAPANDE KYSTMILJØ
Slagord - OPNE LANDSKAP, OPE SINN

Grunngjeving

Grunngjevinga for profilguiden til Austrheim er at kommunen skal ha ein spesifisert, og heilskapleg profil som kommuniserer til målgruppene dei verdiar som er fastlagt gjennom merkevareprosessen hausten 2007.
Austrheim sin profil er synleg kvar gong ein viser seg fram for omverda.
Det gjeld nettsider, brevark, brosjyrar, skilt, annonsar, eller andre grafiske produkt.
Logo og visuell profil er derfor viktige hjelpemidlar for å gjere Austrheim kjent, og for å oppnå merksemd og den posisjonen ein ynskjer i folk sin oppfatning.
Målet med logo og profilelement er at Austrheim skal framstå med ein sterk og heilskapeleg profil. Dermed blir identitet tydelegare - profilen blir skarpare.
Dette er heilt avgjerande for korleis omverda oppfattar oss.

Denne profilhåndboka skal vere eit **rettleiande** verktøy, slik at alle ledd blir lettare i stand til å profilere Austrheim. I heftet finn du Austrheim sin hovudlogo, andre logovariantar og profilelement som fargepalettar, dekor og skrifttypar. Det er viktig at vi er konsekvente og kvalitetsorienterte. Vi må alle ta ansvar for å følgje opp retningslinjene og grunngjevinga med dette rettleiingsheftet. Det er til god hjelp når vi saman skal skape eit tydeleg og sterkt Austrheim.

OBS! Layout for ein del døme i profilguiden er ikkje absolutt, men viser ein grafisk retning og uttrykk når det gjeld t.d. brosjyrar, annonsar og andre produkt.

Dokument godkjent mars 2009 Austrheim Kommune / Oktan.

Kommunevåpen

Kommunevåpenet er kommunen sin logo og kan berre nyttast av kommunen sjølv eller der kommunen gir løyve til bruk.

Det heraldiske symbolet i Austrheim sitt kommunevåpen, tre oppover bøygde bjelkar i sølv på blå botn symboliserer bruer over blått hav og under blå himmel. Symboliserar også Austrheim som ein brukommune.

Bruk av kommunevåpenet i trykksaker:

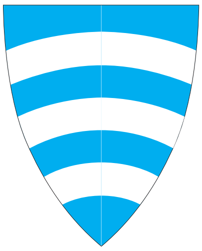
Farge: Konvolutter, brevark, visittkort og anna til daglig bruk: Bjelkar i kvitt på blå botn.
Festskrift og anna materiell av meir høgtideleg karakter: Bjelker i sølv på blå botn.

Svart/kvit: Bjelker i kvitt på svart botn.

For alle gjeld: Ein tynn strek 0,1 pkt. rundt skjoldet i botnfargen til avgrensing.

PMS CYAN

CMYK
100-0-0-0



Logo

Logo består av namnet Austrheim + ei grafisk form/ illustrasjon/symbol + slogan

SYMBOLET:
Logoen har eit maritimt uttrykk, det er viktig i forhold til identitet.
Logosymbolet består av 3 element forma til ei rørsle mot ein horisont. Desse 3 elementa skal symbolisere straumar som blir laga mellom dei mange øyene og holmane i Austrheim. Bruk av 3 slike former, skapar balanse og harmoni. Formene signaliserer også ei kontinuerleg rørsle, ei endring, ei utvikling som ikkje stoppar opp. Straumen er mektig, kraftig, ein blir tatt med der han fer avgårde. Straumar rører seg relativt roleg, men bestemt - utover eller innover (flo og fjøre).

Det er fleire tydingar ein kan gjera i dette symbolet, dei fleste er positive. At straumar også kan vera farlege og gje ein negativ assosiasjon, er prøvd minka gjennom harmoniske linjeføringar som gir ei kjensle av sakte fart. Dei vert opplevd å gå horisontalt, slik at ein ikkje føler at det ender ut i en foss.

At sola går ned i vest er ikkje berre eit faktum, det skal og gje signal både om nærleik til havet og Austrheim sin posisjon lengst mot vest i Noreg.
I tillegg er gulfargen ein link til Tiriltunga som frå før er vald som kommunen sin plante.
I kommunelogoen er det brukt bua element/former som illustrerer dei mange bruene i kommunen. Ei naturleg vidareføring av dette var å sjå UNDER bruene....

FARGAR:
LYS BLÅ = link til kommunevåpenet sine fargar, himmel
MØRK BLÅ = Hav, harmoni
TURKIS = sjø, grunnar
GUL = sol, solnedgangen i vest, tiriltunge blomst/plante.
SVART = kontrastfarge, nøytral for at dei andre fargane skal få utfalde seg.

Logo skal gi forventningar om gode opplevingar, mangfald, dynamikk etc.
Såleis er både design av harmoniske former og dei "glade og lette" fargane, viktig for å framstå som frisk, positiv, utadvendt, imøtekomande, attraktiv, spanande etc.
Alt saman for å støtta opp kring merkeidéen til Austrheim:

Valfridom som gjev livskvalitet.

Font i Austrheim er Catull Regular

Slogan er fast i logo, og er ein del av originalfilane. Plassering sentrert som vist. Font i slogan er Myriad Roman, kun minuskler.

Logofargar

Hovudsakleg vert logoen nytta i farger - vanlegvis i CMYK-verdiar. (4-farger). Logofargen kan også brukast som rein spotfarge (heildekkande) - som gir eit betre og tettare fargetrykk - men aukar trykkekostnadene.

PMS CYAN	**PMS 2738**	**PMS 326**	**PMS 1235**	**PMS SVART**
CMYK 100-0-0-0	CMYK 100-79-0-0	CMYK 94-0-43-0	CMYK 0-27-76-0	CMYK 0-0-0-100

Bruk av fargar

Logo skal **ikkje** brukast i svart utgåve. Unnatak kan vera i feks. stempelform ol.
Logo **kan** også brukast som negativ (kvit) på alle botnfargar eller direkte på bilete.

Fargelogo skal hovudsakleg brukast på **kvit botn**. Unnatak er ved botnflater i lys grå, t.d. bilar med sølv metallic farge, børsta stål, aluminium o.l. der han også kan framstå i vanleg fargeversjon.

Hovudfargar i Austrheimprofil - forutan logoen, er lys blå (100% cyan) og kvit. Desse blir brukt som grafiske flater/element/fargebotn. Ingen andre farger skal i utgangspunktet brukast som botnfarge, unnatak kan vera klede.

FARGELOGO PÅ KVIT BOTN:

Austrheim
- opne landskap, ope sinn

KVIT LOGO PÅ BLÅ BOTN:

Austrheim
- opne landskap, ope sinn

FARGELOGO + GRÅ BOTN:

Austrheim
- opne landskap, ope sinn

TILLATTE BOTNFARGAR:

(Gul ikkje anbefalt)

Svart ikkje tillatt

Typografi

Austrheim har valt Catull + Myriad som sine skrifttypar i all grafisk produksjon.
Catull er ein font som har eit særprega design, ein blanding av gamalt og nytt, men likevel godt lesbar.

Catull skal kun nyttast i Overskrifter, legg også merke til at det ikkje skal nyttast i bold eller italic versjon, ei heller med VERSALER.
Skriftstørrelser ca 25-30 pkt, men avvik kan gjerast i spesielle format. Bør stå i forhold til brødtekst 1/3 brødtekst, 3/3 overskrift som ein mal.

Brødtekst er Myriad Roman, Myriad **Bold** kan nyttast til utheving og subheadingar.
Myriad *Italic* kan også nyttast i særlege tilfeller, t.d. i bilettekstar. Brødtekst i brosjyrar t.d.. skal vere i 9 pkt skrift, alternativt 10 pkt. Linjeavstand ved 9 pkt skrift = 13. Avvik kan gjerast unntaksvis.

Fargar: Hovudregelen er at tekstfarge skal vere mest mogleg nøytral for å unngå fargekonfliktar med anna innhald.
Det kan nyttast Cyan på kvit botn for alle headingar, unnataket er på mørk farga botn der han skal vera kvit/lys. Brødtekst i svart på kvit botn - alternativ kvit på mørk farga botn. Det er og tillate med ei blanding av kvit og svart for å utheva ord/tekst.

Catull regular (27.pkt)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
1234567890

Myriad Roman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
1234567890

Myriad Bold

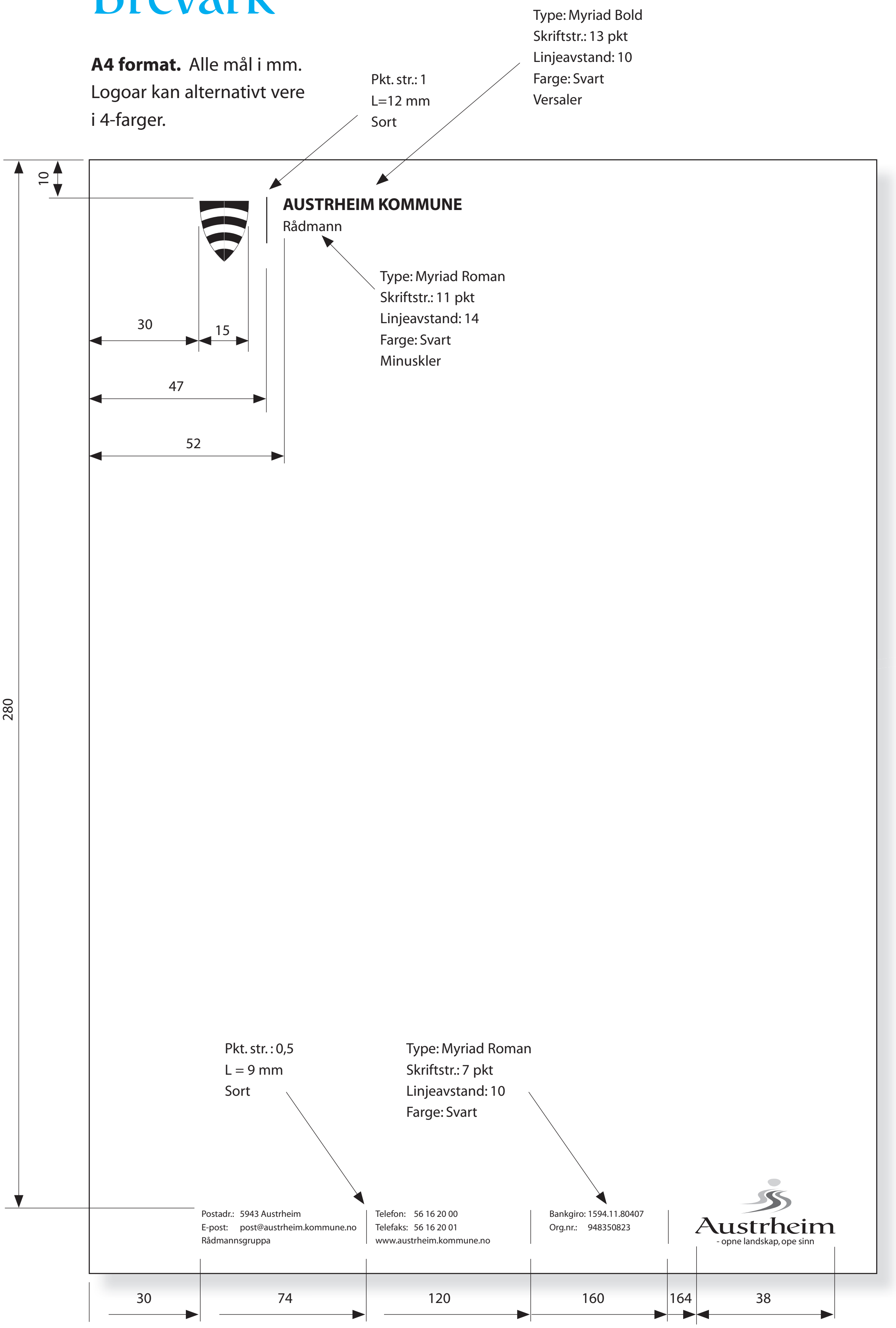
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
1234567890

Myriad Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
1234567890

Brevark

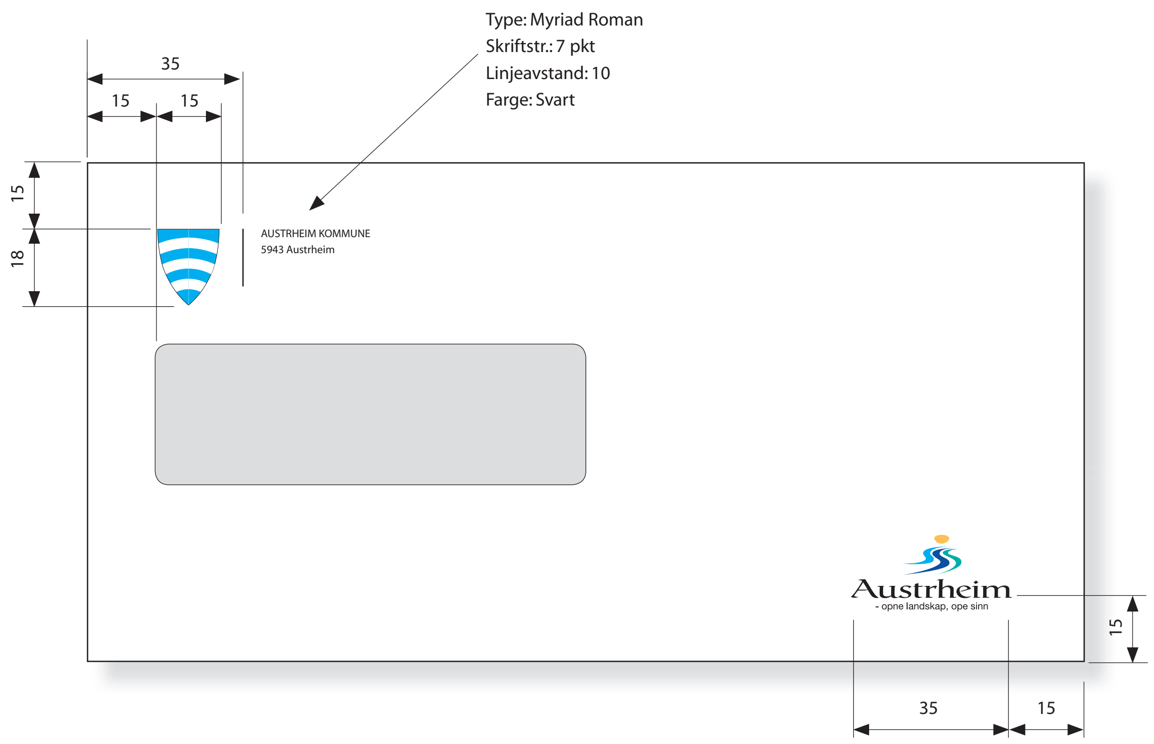
A4 format. Alle mål i mm.
Logoar kan alternativt vere
i 4-farger.



Konvoluttar

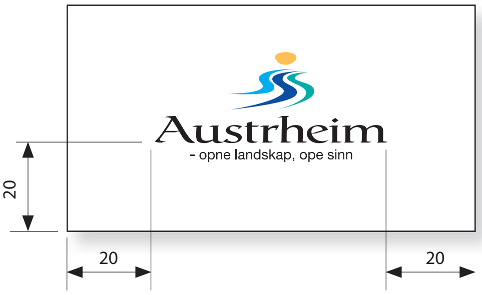
E6/5 m/vindauge

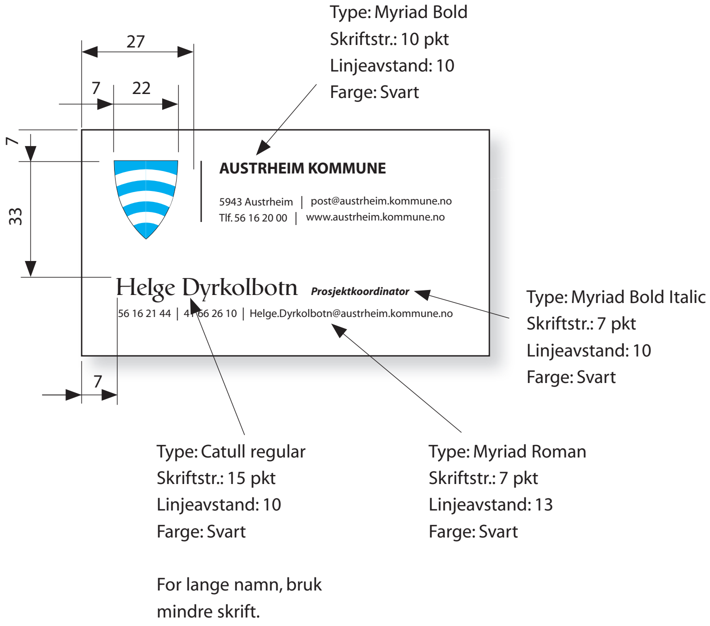
Alle mål i mm.



Visittkort

Framside / bakside
Alle mål i mm.





Annonsar

• **Profilannonse**

Grafisk layout for profilannonsar er bygd opp av eit stort tekstfelt, evnt. eit profilbilete og med runde hjørner. Form kan variere (ref. brosjyrar). Ved utfallande annonse ingen ramme. For annonsar innanfor satsspeil skal det vere ramme i 0,5 pkt. svart. Overskrift i Catull regular, brødtekst i Myriad Roman og evnt. subheading (bold). Det skal hovudsakleg nyttast liggjande annonsar når formatet er mindre enn 1/1 side, alternativt utprega høgdeformat. Plassering av kommunevåpen og Austrheim logo skal gjerast ved at kommunevåpen står lengst mot hjørnet (uavhengig av høgre eller venstre), deretter adressefelt og til slutt Austrheim-logo.
Plassering og form på biletet kan gi avvik frå denne regelen. Merk, luftig layout!

Profilannonse

Profilannonse
Annonse utan den blå bunnfargen kan brukast når bilete er viktig å formidla.

Profilannonse
Betydelege høgdeformat annonsar kan ha layout med referansar til Roll-up.
Fortrinnsvis kun eitt bilete for å få eit reint og tydeleg bodskap. Legg merke til alternativ plassering av logoar for høgdeformat-annonsar.

Annonsar framhald

Stillingsannonse

Austrheim kan nytta annonsar i breiddeformat for stilllingsannonsering. Blikkfang er den blå botnen og ein fast tekst (kan avvikast dersom det er behov for særskilt bodskap). Botn i 100% cyan, ramme i svart 0,5 pkt. Runde hjørner - str. avhengig av format på annonse (større format, større boge). Overskrift i Catull regular, i kvit eller blanding av kvit og svart. Brødtekst i Myriad Roman (subheadingar i bold). Det blå feltet i hjørnet lagar ein avslutning av annonsen, samtidig som han forsterkar fokus på innhaldet, og skapar balanse gjennom ein diagonal til det store blå feltet. Botnfargen (stort + lite felt) er utfallande for annonser som skal ha slik løysing.

Støtteannonse

I små profilerings- eller støtteannonsar skal det vere eit enkelt bodskap, t.d. kun å vise til heimesida, eller slogan. Hovudval for plassering av logoar er liggjande, men sentrert ståande kan også gjerast når formatet krev dette.

Annonsar framhald

1/1 sides kunngjeringsannonsar

Hovudmalen er blå botn, alternativt kan det nyttast bakgrunnsbilete av blå himmel med skyer, eller blått hav.

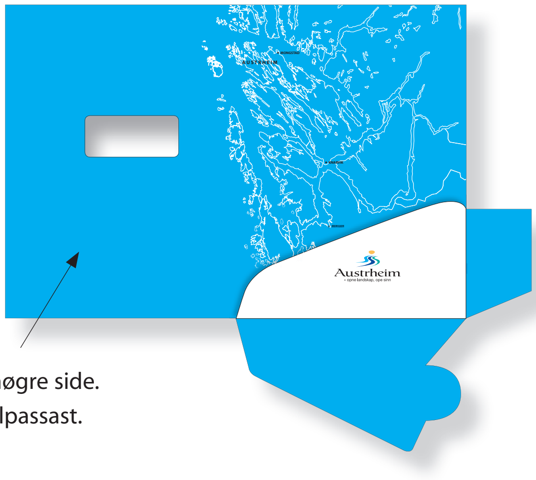
Brosjyrar

Nedanfor er vist typisk layout for brosjyrar.
Viktige element er bruk av dei runde formene - som kan varierast i form og storleik. Legg merke til at formen er utfallande på fleire sider. Luft, dvs bruk av botnflater/papiret i formatet er også viktig. Opne landskap skal også gi rom for ein open design med mykje luft.
Val av bilete skal vera personlege og ha referansar til Austrheim. Kjøpebilete skal ikkje nyttast utan i tilfelle der slikt preg er fråverande.
Overskrifter alltid i Catull Regular (ikkje versalar), farge Cyan eller svart/grå. Brødtekst i Myriad Roman, subheadingar i Bold. Størrelsar 9 pkt og 13 pkt linjeavstand (luftig).

Mappe

Grafisk layout for mapper er også bygd opp av blå og kvite former. Layout er vist med ei bakside der næringslivet også er trekt inn som ein samarbeidspartner. Desse mappene kan brukast både av kommunen sjølv og bedrifter i regionen som er interesserte. Logoar og adresser sentrert - også på klaff innside. Utstansa hol på framsida gjer det enklare å få oversikt over ulike mapper.

Bak- og
framside



Innsider med enkelt kart på høgre side.
Form på mappe/klaffar kan tilpassast.

Power Point

PowerPoint presentasjonar har bakgrunn som byggjer på same former som øvrig design. Overskrift skal normalt vere i Catull regular, men dette kan vere eit problem på PC-baserte Office-pakkar. Alternativ font er Geneva for all tekst.

Hugs korte setningar, helst stikkord. Presentasjonen skal overlata detaljinformasjon til foredragshaldaren.

Bilete bør helst vere med runde hjørne.

Alternativ bakgrunn

Roll-up

Transportable, utskiftbare display-system, format 100 x 200 cm (andre format kan og brukast). Desse kan oppbevarast i eigen koffert.
Hovudbodskap i topp med eit stort bilete som illustrerer bodskapet. Småbilete kan brukast etter behov som vist.
Ingress blir plassert under biletet og deretter evnt. subheading og plass for å leggja på tilleggstekst/detaljinformasjon. Nederst til høgre kommunevåpen og Austrheim-logo.
Roll-up layout kan også i prinsippet nyttast som annonse-layout for utprega høgde-format. Plassering av logo som vist, alternativt som for liggjande annonsar.

Bildekor

Det er fleire løysingar for bildekor alt etter kor sterkt ein ønskjer å profilere Austrheim. Alt. 1 gir den beste profileringa og er godt eigna på kommunen sine eigne bilar, eller dei kommunetilsette, eller andre som ønskjer å ha ei sterk identifisering til Austrheim.

For kommunen sine eigne bilar, kan kommunevåpen setjast bak for å identifisere at dette er ein kommunal bil, alternativ på sida bak, diskré. Bilar med Austrheim-logoen i stor utgåve, kjem til å vera svært godt synlege i trafikken og er ein svært god reklamebærar for Austrheim.

Alt. 2 er meir diskré og kanskje meir aktuell for den meir forsiktige "Austrheim-entusiasten". Merket kan og plasserast på bakruta, men navn må då stå i kvit for å vera synleg (gjeld også for plassering på andre vindusruter).

● = Alternative plasseringar (liten utgåve). Evnt. kommunevåpen på bakruta.

Alt. 1

Alt. 2

Bildekor **framhald**

Plassering av navn må gjerast både framfor og bak symbolet pga høgre/venstre bruk av logo - og fordi logosymbol skal plasserast på framdøra og gå ut mot dørkantane.
Evnt. kommunevåpen kan setjast bak, eller diskré på sida bak, for å identifisera at dette er ein kommunebil.

Kommunebilar bør helst veljast i sølv grå metallic, alternativ kvit. Ein kan også velja lys blå (himmelblå) som er mest mulig lik hovud profilfargen.
Med denne lakkfargen kan ein kun nytta kvit logo.

Andre fargar som gul, turkis og mørk blå KAN forsvarast (logofargar), medan raud eller andre "ikkje-profil-fargar" bør unngåast.

Evnt. kommunevåpen skal vera diskré og plassert bak.

Klede

Retningslinjene for klede er i hovudsak at det skal veljast kvit eller grå botnfarge for bruk av fargelogo. Blir det nytta andre fargar - fortrinnsvis logofargar, skal logo vere i kvit utgåve. Logo skal plasserast på venstre side.

Blå botn, kvit logo

Kvit/beige botn, fargelogo

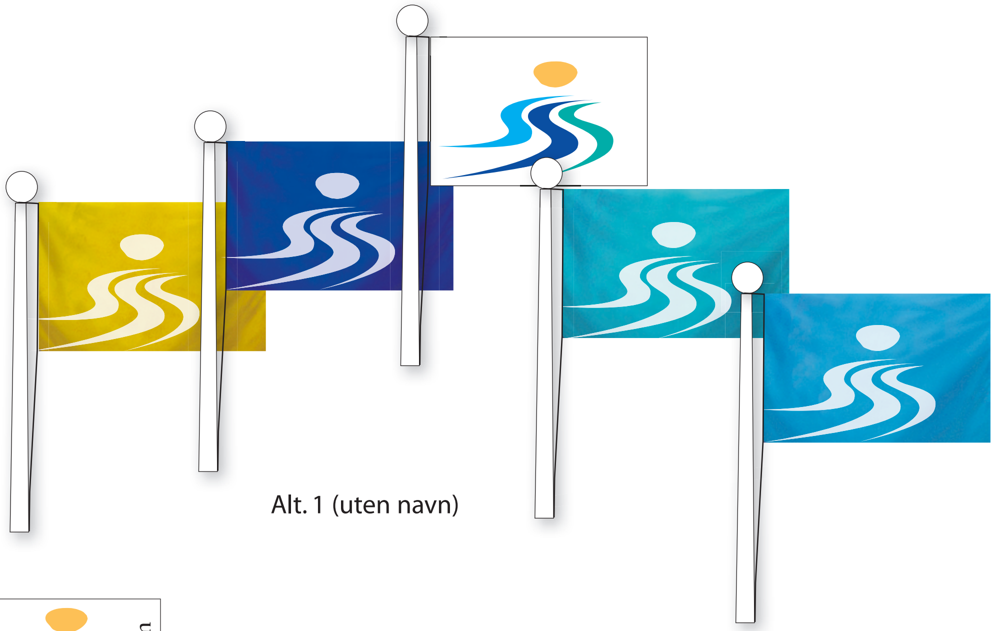
Grå botn, fargelogo

Gul botn, kvit logo

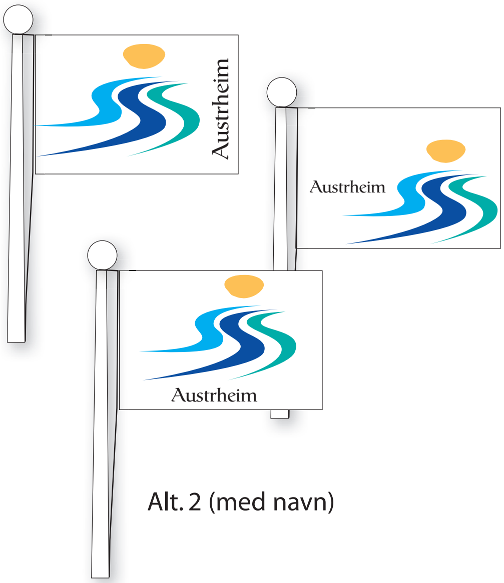
Svarte klede er ikkje ynskjeleg - men er mykje brukt i konfeksjonsindustrien. Kan godtakast som eit supplement, kvit logo som for dei andra farga botnane.

Flagg

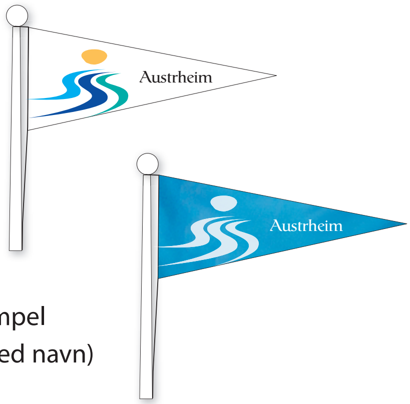
Austrheim skal i hovudsak nytta flagg med kvit botn og fargelogo.
Flagg kan brukast både med og utan Austrheim-namnet. Namn må alltid vere med på mindre flagg eller vimplar. Det kan også nyttast farga botn - fortrinnsvis i logofargane. Kan vere fargerikt og flott ved bruk av fleire flagg t.d. på ei rekkje. Hovudfarge er då blå, og det som bør vere førstevalet dersom kvit botnfarge ikkje blir vald.



Alt. 1 (uten navn)



Alt. 2 (med navn)



Vimpel
(med navn)