



Riktlinjer för profil och varumärke

Dokumenttyp Riktlinje	Diarienummer 2017-315-105	Fastställt
För revidering ansvarar Kommunchef	Uppföljning och tidplan Kommunchef	Dokumentet gäller Samtliga
Dokumentet gäller till och med Tills vidare		

Innehållsförteckning

1	Förord.....	3
2	Riktlinjer för varumärke.....	4
2.1	Kärnvärden.....	4
2.1.1	Frihet.....	4
2.1.2	Närhet.....	4
2.2	Personlighet - aktiv och genuin.....	4
2.3	Löfte.....	4
2.4	Grundprinciper för profilering.....	5

1 Förord

Hösten 2016 påbörjades ett varumärkes- och kampanjarbete som resulterat dels i kampanjen #nordmalingsproblem som lanserades våren 2017.

För att kunna skapa relevant kommunikation och enhetliga budskap behöver det finnas bestämmelser för hur kommunen långsiktigt vill kommunicera. All kommunikation bidrar till att skapa varumärket Nordmalings kommun – alltså den bild mottagaren har eller får av kommunen. Därför är det viktigt att det finns en gemensam grund för kommunikationen.

Den gemensamma grunden består av dessa riktlinjer för profil och varumärke. I varumärkesarbetet har vi tagit fram kommunens kärnvärden, personlighet och löfte. Varumärkesarbetet är en ständigt pågående process och syns i all kommunikation oavsett om den sker muntligt, skriftligt eller digitalt. Vi vet att vi har lyckats i varumärkesarbetet när mottagaren känner, tycker och anar detsamma som vi vill förmedla.

Som en del av processen med att genomföra kampanjen har även delar till en ny grafisk profil vuxit fram. Detta innebär att kommunvapnet har fått en uppfräschning, att kommunen får nya teckensnitt för extern kommunikation samt nya bestämmelser för hur vi ska uttrycka oss visuellt.

Riktlinjerna fungerar som verktyg som vägleder vår kommunikation. Detta betyder att när vi exempelvis skriver texter, och väljer bilder så ska kärnvärden, personligheten och löften finnas med i bakgrunden genom de val vi gör.

2 Riktlinjer för varumärke

I denna del hittar du bestämmelser kring varumärket Nordmalings kommun, exempelvis kärnvärden och hur kommunen ska förhålla sig kring frågor som exempelvis särprofilering.

2.1 Kärnvärden

Kärnvärdena är grundstenarna i kommunens varumärke – ord som på ett kärnfullt sätt beskriver essensen av Nordmalings kommun – vilka grundläggande värderingar driver varumärket. Nedan finns kommunens kärnvärden.

2.1.1 *Frihet*

I Nordmaling är det enkelt att leva. Fritt att röra sig i naturen. Att kunna släppa ut barnen på gården – delvis för att man har utrymme att ha ett boende med gård.

Men också för att man råd med ett boende med gård, vilket skapar en friare ekonomisk situation. Livspusslet är enklare att sätta ihop eftersom det man behöver finns här – både skola, omsorg och familjeaktiviteter.

Med andra ord, frihet på många olika sätt.

2.1.2 *Närhet*

Här finns närheten till naturen, skolan, havet, omsorg, idrottsanläggningar och många andra delar av livspusslet.

Här finns också en annan sorts närhet: mellan människor. I Nordmaling kommer man närmare familjen, vänner, grannar.

Här är det nära till det som spelar roll.

2.2 Personlighet - aktiv och genuin

Om vi ser Nordmaling som en person, så är det en person i rörelse. Kanske på väg ut i skogen, eller mot havet. Eller mot en ny utmaning i livet – drömhuset eller ett eget företag.

Nordmaling är en genuin, omtänksam person som inte gör sig till eller låtsas vara någon den inte är.

2.3 Löfte

Varumärkeslöftet är det löfte som är ”inbyggt” Nordmalings kommuns varumärke, något som är viktigt för våra målgrupper. Nordmalings varumärkeslöfte är:

Mitt liv i frihet.

2.4 Grundprinciper för profilering

Kommunen och dess verksamheter vinner på att följa kommunens grafiska profil. Nordmalings kommuns varumärke är ett av de mest inarbetade varumärkena lokalt och symboliserar en grundkvalitet som är viktig att värna om. För målgruppen medborgare blir det också tydligt att det är en kommunal verksamhet som bedrivs med skattemedel.

- **Alla verksamheter, förvaltningar och projekt som ägs och drivs av kommunen ska verka inom kommunens grafiska profil.**
Detta skapar en tydlighet för målgrupperna, både lokalt och utanför kommungränsen, att verksamheten är kommunal och helt eller delvis drivs med skattemedel.
- **Ju närmare en verksamhet är kommunens kärnuppdrag desto viktigare är det att följa kommunens grafiska profil.**
- **Två eller flera grafiska profiler blandas aldrig.**
Detta riskerar att skapa förvirring.

Om det finns behov av ett sammanhållet uttryck för en verksamhet så finns det utrymme att göra det inom den grafiska profilen. Det kan vara ett visst bild- eller illustrationsmanér, färger eller i undantagsfall en vinjett (inte att förväxla med en logotyp).

Det kommer även att finnas gränsfall som behöver mer utarbetade koncept. Det kan exempelvis handla om kampanjer.