

# Varumärkesplattform

för platsvarumärket





# Innehåll

## OM PLATSVARUMÄRKET

- 3 Varför ett platsvarumärke
- 4 Platsvarumärket Mellerud
- 5 Mera Mellerud
- 7 Ramberättelsen
- 8 Huvudbudskap
- 9 Tonalitet

## GRAFISK MANUAL

- 11 Visuellt uttryck
- 12 Färger
- 13 Mönster
- 14 Typografi
- 16 Bildspråk
- 17 Platsvarumärke
- 19 En del av Mellerud
- 20 Samprofilering
- 21 Riktlinjer
- 24 Profilering



# Varför ett platsvarumärke?

Konkurrensen om invånare, talanger och besökare blir allt tuffare. Att profilera sig som plats, genom att lyfta fram och tydligt kommunicera platsens fördelar, blir allt viktigare för att sticka ut i mängden och vara relevant för målgrupperna. Vårt platsvarumärke är frikopplat från kommunorganisationens och är fritt att använda för alla som vill bygga bilden av Mellerud som en bra plats att bo, leva och verka på. Den här varumärkesplattformen beskriver hur vi vill att Mellerud ska uppfattas och utvecklas. Genom att utgå från den kan vi bygga ett starkt och enhetligt platsvarumärke.

## Platsvarumärket ska:

- bidra till Melleruds attraktionskraft och tillväxt
- tydliggöra de egenskaper och värden vi vill att omvärlden ska förknippa med Mellerud
- skapa intern stolthet kring det vi har och det vi är
- utgöra ett ramverk och stöd för fortsatt utveckling och marknadsföring av Mellerud som plats

# Platsvarumärket Mellerud

## Bakgrund

Vi har tillsammans med aktörer som bor, verkar och besöker Mellerud arbetat fram en enhetlig, långsiktig och strategisk profilering av platsen. Resultatet är baserat på dialoger med olika målgrupper där närmare 400 personer deltog med sina synpunkter och tankar. Under processens gång har olika referensgrupper konsulterats såsom ungdomsrådet, pensionärsrådet, näringslivsrådet, funktionshinderrådet, föreningar med flera.

Med platsvarumärket Mellerud menar vi alla platser i det geografiska området Melleruds kommun, från Håverud i norr till Bolstad i söder. Varumärkesplattformen är gemensam och ska finnas tillgänglig för användning av olika aktörer som vill berätta om hela platsen Mellerud såsom företag, föreningar eller andra organisationer.





# Mera Mellerud

Vårt löfte är en påminnelse och uppmaning till alla oss som bor och verkar här att strunta i Jante-lagen, ta oss ur hemmablindheten och våga ta mer plats. För i Mellerud finns mycket att visa upp, fortsätta att utveckla och vara stolta över. Det är också ett löfte till alla som kommer i kontakt med vår plats. Mera Mellerud signalerar att här finns:

- **Överraskande mycket** att se, upptäcka och uppleva.
- **Mer och fler besöksmål** utöver tätorten som skapar en intressant helhet.
- **Det goda livet** och en enklare vardag.
- **Storslagen natur** och en hållbar framtid.
- **Framåtanda** sprungen ur platsens eldsjälar, goda idéer, drivkraft och företagsamhet.
- **En vilja** att ta tillvara på och utveckla Melleruds ovannämnda befintliga styrkor och möjligheter - det vill säga att göra ännu mer av Mellerud.



# Överraskande mycket

att se, upptäcka och uppleva.





# Ramberättelsen

Berättelsen om Mellerud fångar vår plats själ och identitet. Den kan användas som avstamp i kommunikationen och ger en fingervisning kring vad vi vill att andra ska veta, känna och uppleva.

I Mellerud trivs man. Vi säger hej till varandra och hälsar besökare välkomna. Det blir så mycket trevligare så.

För så är det – det är trevligt i Mellerud. Inte för att skryta, men här finns det mesta inom räckhåll, och det finns så mycket mer än vad man kan tro. Vätern breder ut sig och naturen är storslagen. Fjäll, stränder och mängder av besöksmål.

Alla dessa smultronställen, möten och upplevelser tillsammans – det är Mellerud. Här är fint att vara, enkelt att leva. Men vi lutar oss inte tillbaka. Tillsammans gör vi Mellerud till en ännu bättre plats att vara och verka på – nu och i framtiden.

Ännu mera Mellerud, helt enkelt.



# Huvudbudskap

Huvudbudskapen ringar in VAD vi vill berätta om och används som utgångspunkt i kommunikationen. För att göra dem intressanta och relevanta krävs copybearbetning och anpassning till både kanal och målgrupp.

## **Hela Mellerud**

Platsen Mellerud består av många pärlor – inte bara tätorten.

## **Naturen om hörnet**

Möjligheter för turism, aktiv fritid, företagande, sund vardag och en hållbar framtid.

## **Möjligheter till det goda livet**

Människorna, atmosfären, bra boende, kultur och upplevelser i det lilla och det stora – nära till allt, både städer och puls.

## **Framåtanda – vi vill mera**


Eldsjalarna, idéerna, drivkraften och företagsamheten.

# Tonalitet

Vår kommunikation utgår alltid från vår identitet som är genuin, saklig och folklig. Vi har fokus på hållbarhet och kommunicerar alltid på ett inkluderande sätt där mångfald och öppenhet präglar både text och bild.



# Grafisk manual

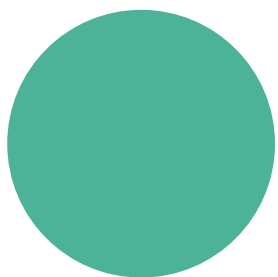


Det visuella uttrycket bygger på det jordnära och sagolika. På den vackra och unika naturen, på historien, kulturen och atmosfären. En plats som är fylld med värme och gemenskap. Som har flera spännande besöksmål och med storstadspulsen på lagom avstånd. Färgerna och formen bygger också vidare på hela det varumärkesarbete som vi genomfört tillsammans.

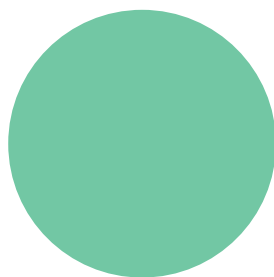


# FÄRGER

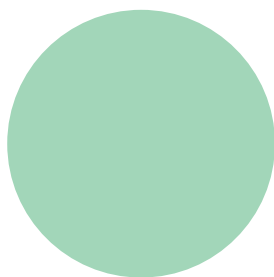
Mjuka välkomnande färger. Inspirerade av naturen - vattnet, skogen, åkrarna och sandstränderna.



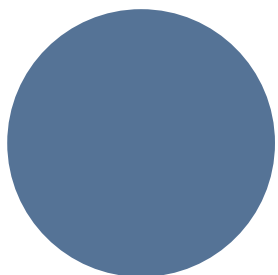
CMYK: 67 : 7 : 50 : 0  
RGB: 84 : 175 : 149  
HEX: 54af95



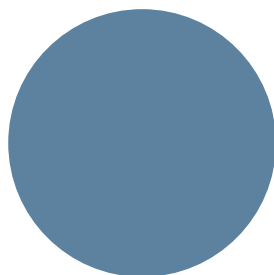
CMYK: 54 : 0 : 46 : 0  
RGB: 129 : 197 : 161  
HEX: 81c5a1



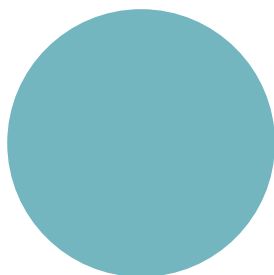
CMYK: 37 : 0 : 34 : 0  
RGB: 175 : 215 : 187  
HEX: afd7bb



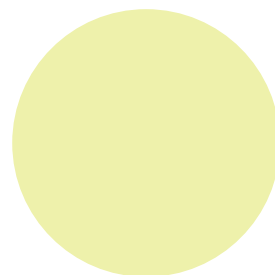
CMYK: 75 : 54 : 27 : 0  
RGB: 84 : 111 : 150  
HEX: 546f96



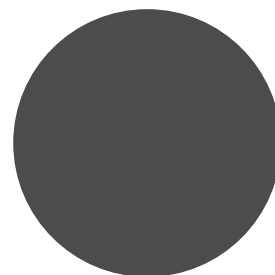
CMYK: 66 : 40 : 22 : 6  
RGB: 97 : 132 : 164  
HEX: 6184a4



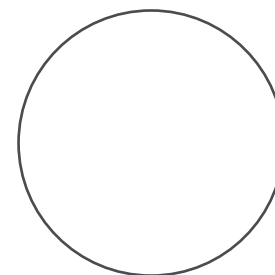
CMYK: 52 : 10 : 21 : 3  
RGB: 130 : 186 : 197  
HEX: 82bac5



CMYK: 7 : 0 : 41 : 0  
RGB: 245 : 241 : 176  
HEX: f5f1b0



CMYK: 0 : 0 : 0 : 85  
RGB: 74 : 74 : 74  
HEX: 4a494a



CMYK: 0 : 0 : 0 : 0  
RGB: 255 : 255 : 255  
HEX: ffffff



## MÅNGA BITAR

Alla orter i Mellerud har sin unika prägel med ett rikt kultur- och föreningsliv. Det är något vi är stolta över och vill lyfta fram. Naturen i området är också varierad med stora höjd- och karaktärsskillnader. Alla dessa delar bidrar tillsammans till att skapa bilden av Mellerud.





## TYPOGRAFI

Stoltheten och det historiska arvet syns i den starka typografin. Rubrikerna får ta plats och kontrasterna får gärna vara stora – precis som i vår natur och kultur.

—  
**Rubriker**  
Brother 1816 Medium

# The quick brown fox jumps over the lazy dog

—  
**Inledning**  
Brother 1816 Medium

—  
**Brödtext**  
Brother 1816 Light

**Udandit prore voles** invenim aiorat. Nobisciet occum ad et porerest, quiderspero blabore rchictur sequibus autem et libea eritate ctatemqui trepel in se conserum facestiatum nonsed ut que mincia ex evellam, sa vent utem aute lab il most et doluptatiunt eveliciur aut et etur,

**lhitium ratus repra** et autemque pero voluptat occum inulparum esequam cone nietum autam auda ditempel ipsus mos erumquae earum.

**Xime estrum cor** sum dolent rem. Nem qui con nos erio beruptatum labo. Vitatus et lam event fugiaspe comnim harum quo blam que corum laborum reprend itiatis alit, eliqui sim comnihi caerupis aut iliant volende bitatur, officto conse is as mosaped acea dolorem ium quo omnimpo remollatur sinus a cuptasi voluptibus as qui alitaest, quam verum quam, exerchit aut vitio te occus cumquati alitat que nos asinietur soluptat lit occus dolore si dem quam quiat ideriora core culpa sinvellia porempor

## TYPOGRAFI

När Brother inte finns tillgänglig använder vi Public Sans som finns att ladda ner på Google Fonts.

### Rubriker

Public Sans SemiBold

# The quick brown fox jumps over the lazy dog

### Inledning

Public Sans SemiBold

### Brödtext

Public Sans ExtraLight

**Udandit prore voles** invenim aiorat. Nobisciet occum ad et porerest, quiderspero blabore rchictur sequibus autem et libea eritate ctatemqui trepel in se conserum facestiatum nonsed ut que mincia ex evellam, sa vent utem aute lab il most et doluptatiunt eveliciur aut et etur,

**lhitium ratus repra** et autemque pero voluptat occum inulparum esequam cone nietum autam auda ditempel ipsus mos erumquae earum aut aliae nihitem niminvenim.

**Xime estrum cor** sum dolent rem. Nem qui con nos erio beruptatum labo. Vitatus et lam event fugiaspe comnim harum quo blam que corum laborum reprend itiatis alit, eliqui sim comnihi caerupis aut iliant volende bitatur, officto conse is as mosaped mod quam id que rehenditibus eosam veliqui acea dolorem ium quo omnimpo remollatur sinus a cuptasi voluptibus as qui alitaest, quam verum quam, exerchit aut vitio te occus cumquati alitat que nos asinietur soluptat lit occus dolore si dem quam quiat ideriora core.



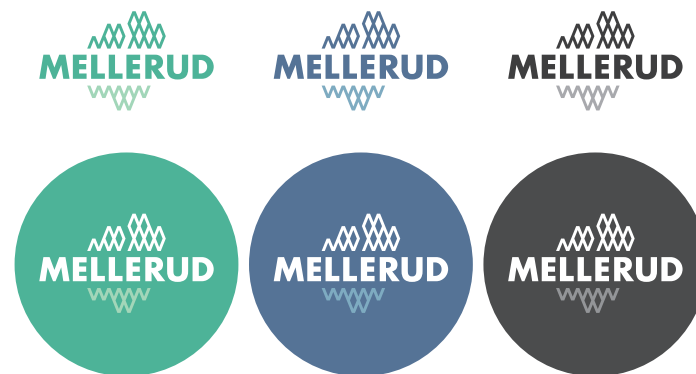
## BILDSPRÅK

Det är inte en kustremsa, ett fjällområde eller en söderhavsö. Det här är naturen i Mellerud. Vild, vacker, storslagen och överväldigande. Det vill vi visa i våra bilder. Vi vill samtidigt lyfta fram det goda livet. När balans och harmoni väger tungt i valet av bostads- eller semesterort. För att fånga både det storslagna och harmoniska får bilderna gärna kännas lite drömlika. En mjuk framtoning med naturlig färgskala. Undvik starka kontraster, skarpa vinklar eller hårda skuggor.



## PLATSVARUMÄRKET

Det finns mycket att vara stolt över i Mellerud. Den fantastiska naturen, rika kulturen, gemenskapen och spännande historien. Formen kan inte låta bli att berätta om allt det sagolika och härliga som finns i vår omgivning. Varje M i vår logotyp berättar om vår sammansvetsade kommun där alla delar är lika viktiga och påminner också om löftet Mera Mellerud.





# PLATSVARUMÄRKET

Platsvarumärket på mörk bakgrund.



## EN DEL AV MELLERUD

I vissa sammanhang kan det vara en fördel att använda begreppet "En del av Mellerud".

Det kan exempelvis handla om besöksmål eller aktörer som vill använda varumärket.





## SAMPROFILERING

Exempel på hur platsvarumärket fungerar tillsammans med kommunorganisationens varumärke.



**MELLERUDS  
KOMMUN**

# RIKTLINJER SAMPROFILERING

Här visas exempel på hur logotypen kan användas som enskild avsändare, tillsammans med ett annat varumärke eller tillsammans med varumärket En del av Dalsland.



Exempel på egen marknadsföring där platsvarumärket är avsändare. Samtliga varianter kan användas.

Välj i första hand:



Företag, föreningar, myndigheter och organisationer får gärna använda platsvarumärket i sin egen marknadsföring.

Välj i första hand märket "En del av Mellerud":



Undvik att använda "En del av Mellerud" tillsammans med "En del av Dalsland". Använd istället varianten "Mellerud".

Välj enbart någon av dessa:





# RIKTLINJER PLATSVARUMÄRKET

Vårt platsvarumärke finns i flera utföranden. Välj den variant som passar bäst i sammanhanget. Företag, organisationer, föreningar bör i första hand välja någon av varianterna "En del av Mellerud".



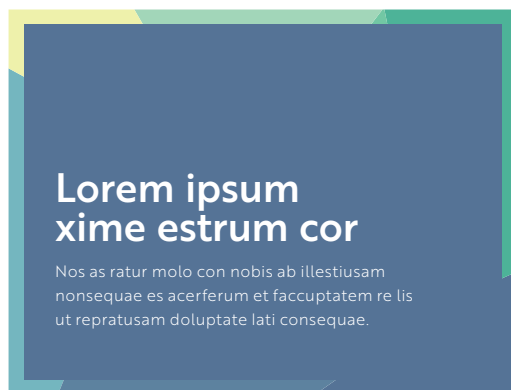
Frizonen baseras på M:et i Mellerud. Undvik att placera texter och bilder innanför denna zon. Sträva efter att hålla minst detta avstånd till marginaler och kanter.

- Använd alltid någon av de färdigställda logotyperna. Gör aldrig egna varianter.
- Välj den variant som passar bäst i sammanhanget.
- Se till att logotypen är väl synlig.
- Logotypen får gärna vara liten, men den bör gå att känna igen.
- Placera logotypen i övre vänstra eller nedre högra hörnet i första hand.
- Det finns en vit variant utan spegling som får användas i undantagsfall.

# RIKTLINJER MÖNSTRET

Vårt mönster kan användas som ett grafiskt och profilbärande element.

Här visar vi några exempel på hur mönstret, eller delar av mönstret, kan användas.



- Använd i första hand det färdigställda mönstret
- Byt inte ut färgerna.
- Se till att matcha färger och mönster.
- Delar av mönstret (eller liknande form) får användas till färgade plattor, ramar eller bakgrunder.



# Profilering

## FOLDER

Exempel på hur en folder kan utformas.





# MAGASIN

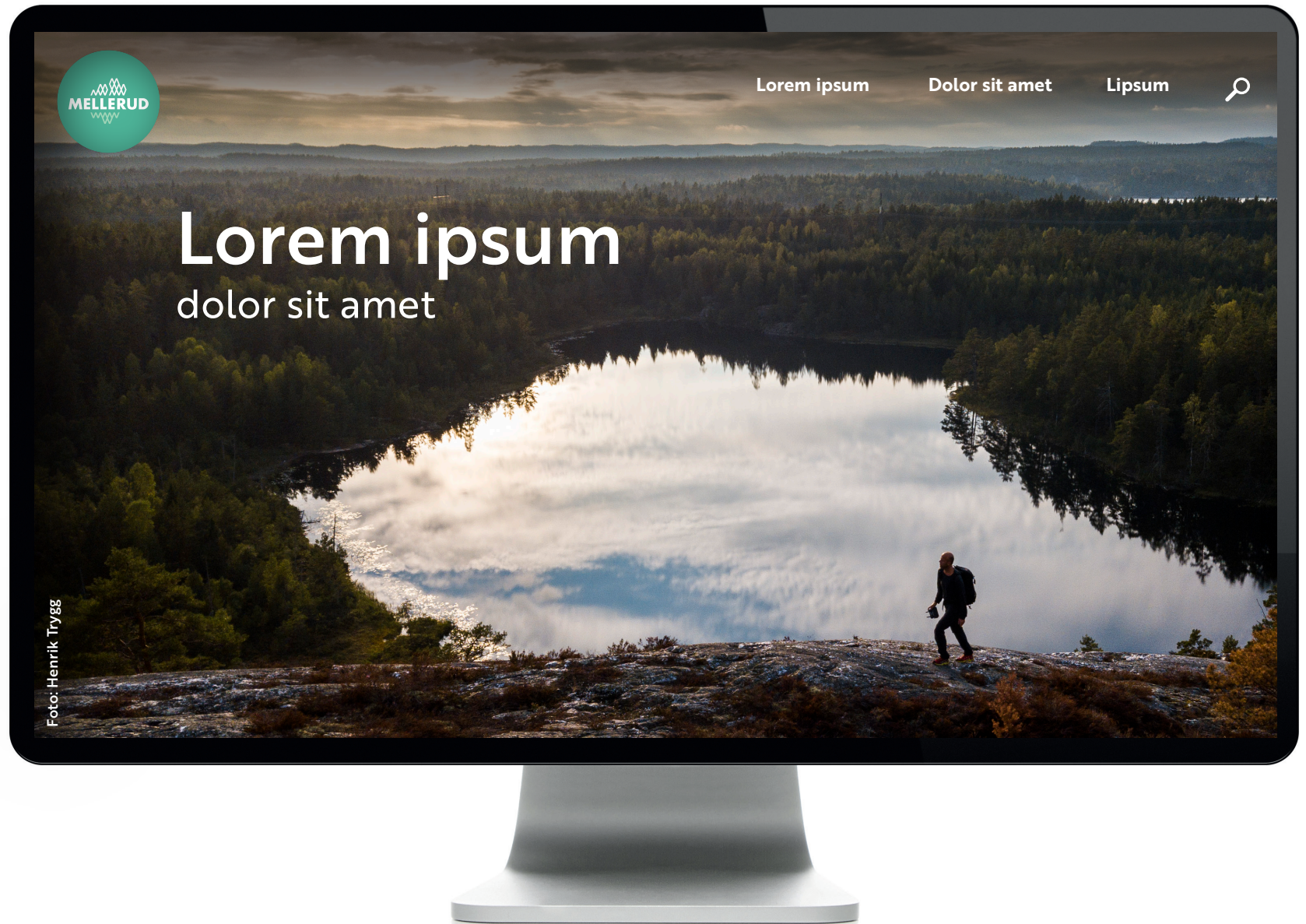
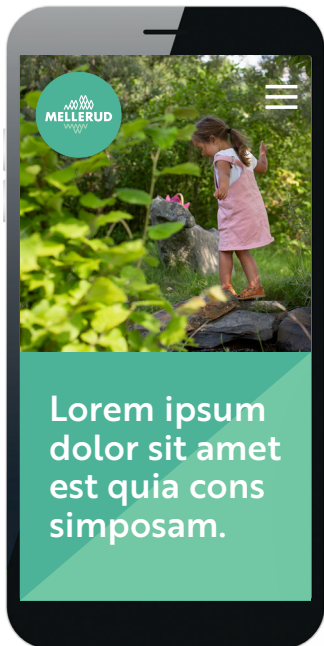
Exempel på hur framsida och uppslag kan utformas.





## DIGITALT

Exempel på hur platsvarumärket kan presenteras på webb i mobil.





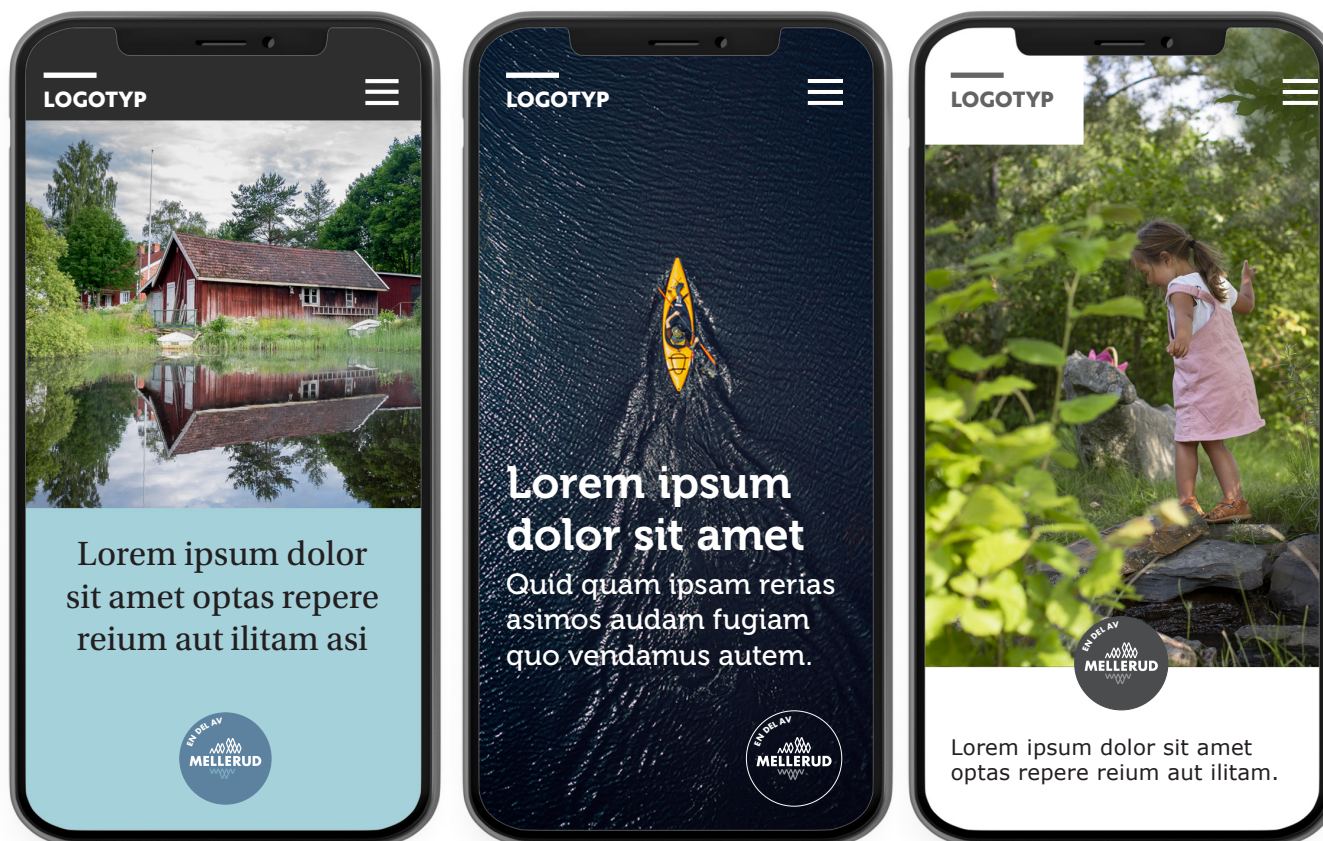
# PROFILMATERIAL

Exempel på hur mönstret och platsvarumärket kan användas på profilmaterial.



## SAMPROFILERING - EN DEL AV MELLERUD

Exempel på hur platsvarumärket kan användas tillsammans med andra aktörers varumärken. Använd i första hand märket "En del av Mellerud". Det kan placeras på valfri plats.



Exempel på placering och användning i digitala kanaler.



Exempel på profilering i offentlig miljö.



