



Åndalsnes – Romsdal

Designmanual
Rauma

Versjon 001_0507

«... å meisle ut Raumas veivalg og posisjon. For det handler nettopp om det å ta en posisjon, om å bli tydelig, om å tørre å ta et valg om hva vi vil satse mest på, om hva vi skal gjøre oss kjent som – og om stolthet, identitet, samarbeid og fellesskap. Det er dette som er merkevarebygging.»

Utdrag fra Raumas Merkevedokument, vedtatt i kommunestyret i mai 2006

Denne designmanualen er laget for dere som skal utarbeide visuell kommunikasjon basert på den nye Rauma-profilen og for dere som bare vil se hvordan vår nye profil ser ut.

For å etablere en visuell profil er det viktig at de grafiske elementene blir benyttet på riktig måte. Om vi får til dette kan vi sammen skape en enhetlig profil som gir oss en sterk identitet.

Alle bedrifter, organisasjoner, lag og institusjoner kan bruke profilen så lenge retningslinjene for den grafiske profilen blir fulgt. Andre produkter som er utviklet med bakgrunn i profilen må godkjennes av Nordveggen AS i rådgøring med faglige instanser før produksjon/salg iverksettes.

Vi vil understreke at det er viktig å gjøre seg kjent med manualen før implementering av de grafiske elementene.

Vi håper designmanualen kan bli et nyttig redskap og at den blir brukt aktivt som et ledd i å skape en enhetlig profil for Rauma.

GRAFISK IDENTITET



Verdens beste kommune for naturglade mennesker!



- Oppdragsgiver: **Nordveggen AS**
Rauma kommune
Rauma Næringslag
- Gode råd: Fred Pedersen, seniorrådgiver, Norsk Designråd
- Design: LERENdesign AS
- Prosjektleder: Arnt Øyvind Siem, leder Nordveggen AS
- Referansegruppe: Liv Jorunn Bårdsnes Horgheim, leder Servicetorget, Rauma kommune
Mette Rye, rådgiver plan og økonomi, Rauma kommune
Nils Ivar Heggem, leder i Rauma Næringslag
Bente Myklebostad, grafisk designer, Ryttergarden
- Eier: Nordveggen AS forvalter Rauma-profilen på vegne av Rauma kommune og Rauma Næringslag.

For spørsmål om og bruk av profilen ta kontakt med:

Nordveggen AS
post@nordveggen.no
71 22 19 41

Rauma kommune / Servicetorget
postmottak@rauma.kommune.no
71 16 66 00

Alt materiell kan lastes ned på www.nordveggen.no

PROSJEKTET



*Profilen skal bidra til å skape
identitet og stolthet.*





OPPMERKSOM

Det handler om å være gjestfri, til stede, imøtekomende og sørvisinnstilt. I dette ligger for eksempel det å være oppmerksom mot sine kunder, være på utkikk etter og legge merke til muligheter for kreativ nyskaping. Av dette følger også det å legge merke til utviklingen i naturen og være oppmerksom på hvordan det ser ut rundt seg.



EKTE

Når vi skal bygge et omdømme følger det at vi må være *ekte*, det vil si at vi lever opp til det vi presenterer oss som og holder det vi lover. Sammen med *oppmerksom* betyr dette at vi skal opptre på en naturlig, positiv måte. Knyttet til visjonen om naturglede, forplikter verdien *ekte* i forhold til å ta vare på naturen og at vi forvalter denne på en langsiktig måte.



SAMARBEIDSVILLIG

I kommunen må vi samarbeide bedre både mellom bygdene, mellom bygd og by, i næringslivet og i det frivillige arbeidet for å få til et helhetlig tilbud og sammen utvikle oss. Samarbeid skaper utvikling.

VERDIER

Vi skal bli verdens beste kommune for naturglade mennesker!

Satsing på og bruken av natur, gjerne i en kopling med kultur, er det sentrale elementet i byggingen av Raumas merkevare. Dette har forankring i befolkningen, og det er også i tråd med omgivelsenes oppfatning av Rauma, Åndalsnes og Romsdal.

Men fjell i seg selv selger lite eller ingenting. Og vakker natur er det mye av i Norge. Det er først når ressursene og kvalitetene samles, når dette pakkes inn og markedsføres, når ting blir tilrettelagt og når det settes i gang tiltak og prosjekter for å foredle og styrke en tydelig valgt profil at Rauma kan få full effekt av de fortrinnene vi sitter på. Dette er viktig, og det utgjør forskjellen.

Det er først når vi har begynt på selve gjennomføringen at vi vil se effekten av det valget som er tatt – eksempelvis økt aktivitet, økt tilflytting og rekruttering av arbeidskraft.

VISJON



Målet har vært å utarbeide en visuell profil for hele raumasamfunnet – for Rauma kommune, næringslivet, organisasjoner, bygder, lag og foreninger.

Oppgaven har vært å definere navnetrekk, logo, symbol, typografi og fargepalett. Tilsammen danner dette en helhetlig profil.

For at profilen skal kunne benyttes av flere aktører har det vært viktig å gjøre profilen **brukervennlig**, slik at den er lett å implementere i eksisterende markedsmateriell – mange bedrifter har egne merkevarer som det er viktig å ta hensyn til.

Det har også vært viktig å lage en profil som skal leve lenge – at den er **tydelig** og **tidløs**.

I tillegg er det viktig med **universell utforming** – design for alle. Dette handler om å utvikle produkter og omgivelser som tar utgangspunkt i alle menneskers behov, uansett funksjonsnivå.

Profilen skal være **inkluderende**. Dette skal være profilen for alle i kommunen, og det er derfor viktig at alle får ta del i og føler eierskap til profilen.

Til slutt har det selvfølgelig vært viktig at profilen kommuniserer **naturglede** og at den er forankret i kommunens visjon og verdier.

Visjon: **Vi skal bli verdens beste kommune for naturglade mennesker!**

Verdier: **Oppmerksom**
Ekte
Samarbeidsvillig

PROSJEKTET





Logoen er satt sammen av ordene Rauma, Åndalsnes og Romsdal.

Rauma fordi det er navnet på kommunen, Romsdal fordi det sier noe om området vi ligger i, og Åndalsnes fordi dette er kommunens by og hovedsete.

Rauma har mange bygder med en sterk identitet. For å få frem dette mangfoldet, og for at alle bygdene skal få ta del i logoen, vil det være mulig å bytte Åndalsnes med et annet bygdenavn, f.eks. Isfjorden eller Måndalen. Rauma og Romsdal vil fortsatt stå på samme sted og det helhetlige uttrykket vil være det samme. Gjenkjennelseeffekten blir bevart samtidig som vi får frem mangfoldet.

Logoens form skal gi assosiasjoner til fjell, fjord og dal. Den har en dynamisk form med et lett og lekent uttrykk. Rauma er et grafisk bilde, mens Åndalsnes og Romsdal skaper en forankring – både visuelt og geografisk. Om logoen sees på høykant kan vi gjenkjenne svingene fra Trollstigen eller elvene som bukker seg nedover dalene ned til Romsdalsfjorden.

LOGOEN – TANKEN BAK



Symbolets utforming er forankret i kommunens verdier – *oppmerksom, ekte og samarbeidsvillig*. Det er en del av logoen, men skal også kunne stå alene.

Målet har vært å illustrere hvordan kommunens mangfold og spennvidde gjenspeiles i kontrastene fjord, fjell og innland. Dette ved at de to formene står godt til hverandre.

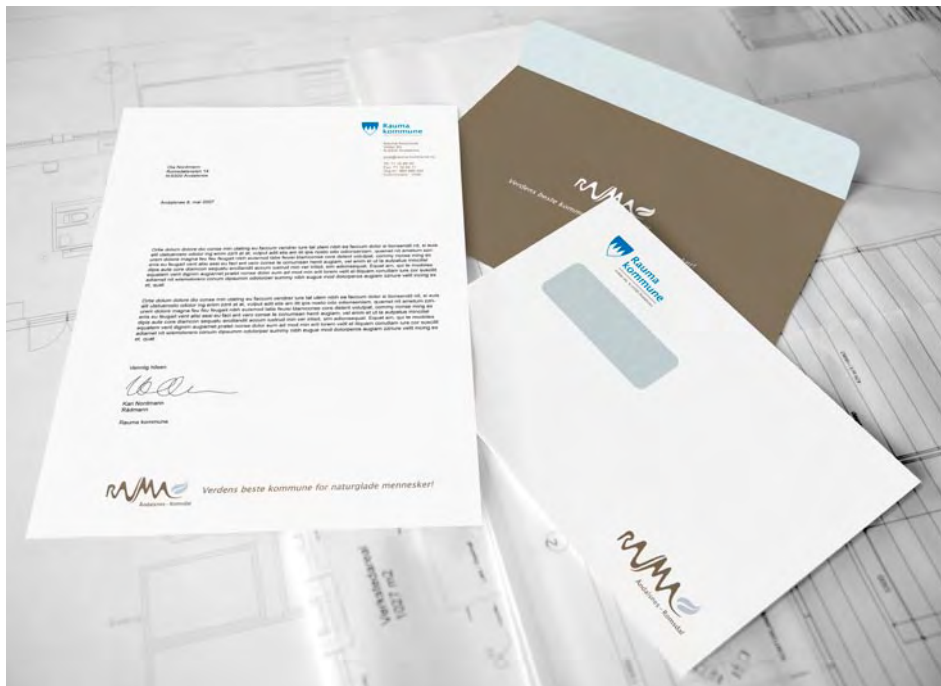
Ser man på symbolet som én form kan man se et blad, en knopp, en spire eller en dråpe – kjente former fra naturen. Vi har prøvd å få frem det myke, det nære og det som er naturglede for alle.

Det finnes mange ulike oppfatninger om hva som er naturglede. Jegeren vil kanskje se et dyretråkk, vandreren en sti, fiskeren en elv, klatreren de spisse toppene, risset og de overhengende veggene, mens skikjøreren vil se sporet eller svingen. Videre kan vi se dalen med fjellsidene, vi kan se hovedferdselsåren mellom vest og øst og vi kan se veien opp – opp mot målet.

Assosiasjonene kan være mange – men alle forhåpentligvis med forankring i naturglede.

SYMBOLET – TANKEN BAK





EKSEMPEL – RAUMA KOMMUNE



EKSEMPEL – DOKUMENTER





EKSEMPEL – ANNONSER



- Arbeid i høyden
- Tilkommunikasjon og Falskving
- Sikrings- og redningsutstyr
- Kurs og rådgivning



- nøkkelen til sikkert arbeid i høyden

Aak AS er Norges fremste kompetanseselskap for arbeid i høyden. Selskapet med sine røtter i fjellsportsmiljøet i Romsdal er en kompetansebedrift som har spesialisert seg på å utvikle og levere komplette løsninger for sikker og effektiv arbeidsutførelse på konstruksjoner med krevende abstrakt.

Aak AS utfører flerfaglige tjenester der ulike arbeidsmetoder kombineres med fagarbeid innen inspeksjon, mekanisk, elektro og overflatebehandling. Selskapet utvikler, tester og tilpasser sikrings- og redningsutstyr for bruk i ulike bransjer. Aak AS har også en betydelig kurs- og opplæringsvirksomhet innenfor sikkerhet og arbeid i høyden.

Selskapet har 65 ansatte. Hovedkontoret er lokalisert til Åndalsnes, med avdelingskontorer i Bergen, Tønsberg og Stavanger.

Selskapet er i sterk vekst og har mange spennende og interessante oppdrag og kontrakter med dyktige og krevende kunder.

www.aak.no



Verdens beste kommune for naturglade mennesker!



Budsjett 2007 Økonomiplan 2007-2010 og Kommuneplan 2006-2017

Førermøtet sitt forslag til

- Kommuneplan for Rauma kommune for perioden 2006 – 2017
- Økonomiplan for Rauma kommune for perioden 2007 – 2010
- Budsjett for Rauma kommune for året 2007 er lagt ut til offentlig ettersyn i rådhuset, biblioteket og bokkassen i tiden 2. desember til 19. desember. Dokumentene er også tilgjengelig på www.rauma.kommune.no

Publikum, organisasjoner, lag og foreninger m.v. kan sende eventuelle merknader til disse forslagene til ordføreren i Rauma. Merknader må være innkomne senest 15. desember.

Kommunestyret vil behandle kommuneplanen, økonomiplanen og budsjettet i møte tirsdag 19. desember kl 16.00 i kommunestyresalen i rådhuset.

Ordføreren



Verdens beste kommune for naturglade mennesker!

EKSEMPEL – ANNONSER





EKSEMPEL – SERVICE



EKSEMPEL – VISITTKORT





EKSEMPEL – BILDEKOR



EKSEMPEL – BILDEKOR





EKSEMPEL – BILDEKOR



EKSEMPEL – SKILTING





EKSEMPEL – SYMBOL PÅ BILDE

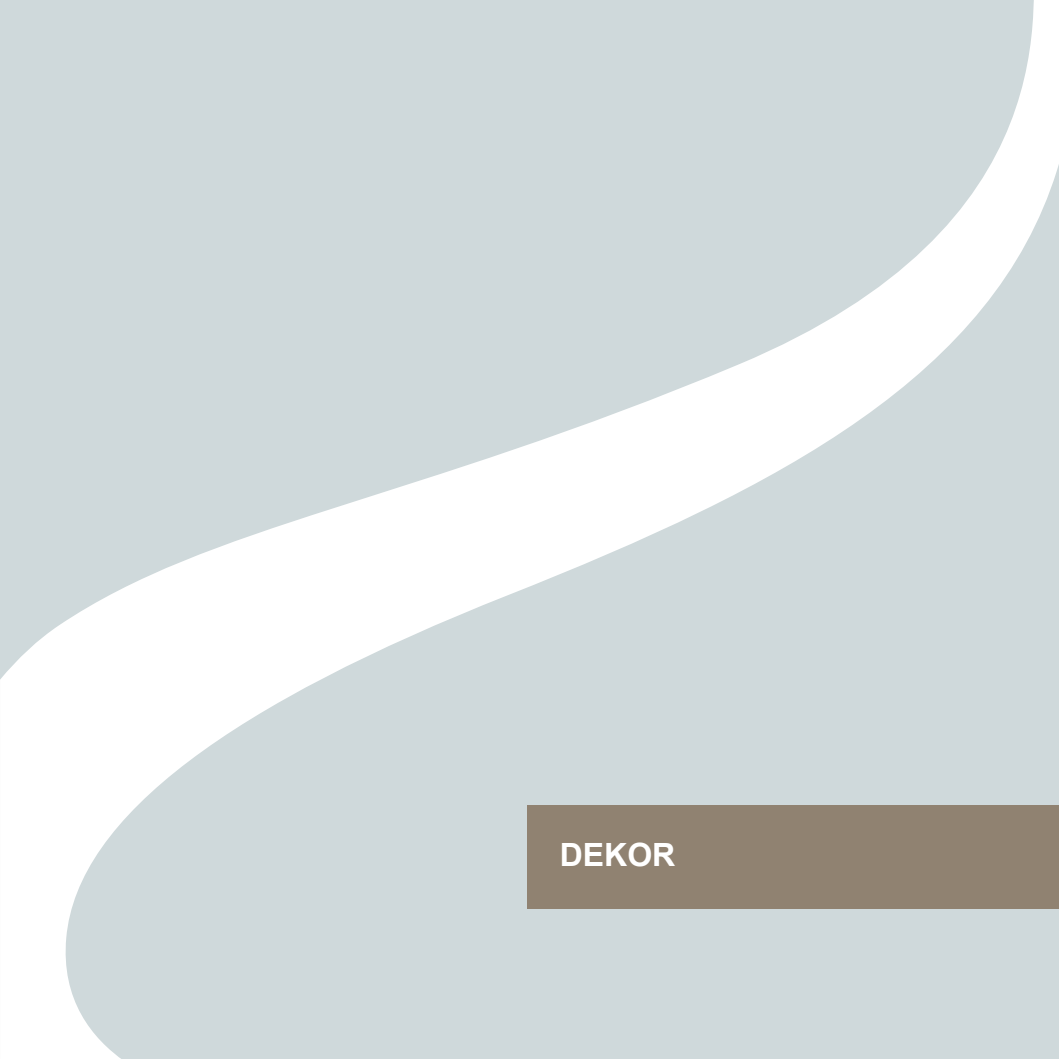


EKSEMPEL – LOGO PÅ BILDE





FLATEMØNSTER



DEKOR

Raumas logo er unik og det viktigste visuelle element i identiteten

– det er derfor viktig at den alltid blir brukt på korrekt måte.

Logoen skal alltid presenteres som vist i denne designmanualen.

Den må aldri brukes i eller tilpasses andre former og må ikke forvrenses.

Logoen må ikke brukes inne i løpende tekst, men skal kun brukes frittstående.

Logoen bør ha en synlig og verdig plassering på alle flater den benyttes.

Logoen kan fremstå i farger og sort.

Logoen skal aldri forekomme i andre farger enn det som er angitt i fargepaletten.

Vær oppmerksom på bakgrunnsfarge, slik at tilstrekkelig kontrast oppnås.

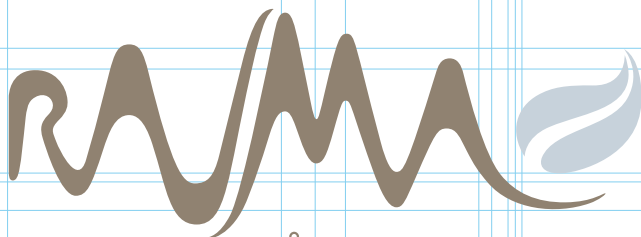
Logoen skal helst brukes i originalt filformat (vektorisert).

Dersom annet filformat må benyttes skal den alltid brukes i så høy oppløsning som det hensiktsmessig er mulig.

Korrekt logo lastes ned på www.nordveggen.no

Logoen eksisterer med alle bygdenavn.

LOGO



Åndalsnes - Romsdal



Isfjorden - Romsdal



Måndalen - Romsdal

LOGO





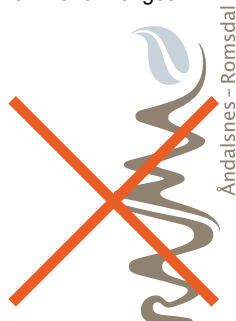
Logoen må ikke forvrenses!



Logoen må ikke forvrenses!



Logoen må ha tilstrekkelig kontrast mot bakgrunnsfarge! Ta også hensyn til plassering!



Bruk riktig versjon av vertikal logo!
NB! Symbolet skal alltid stå riktig vei!

LOGO – FEIL BRUK



Logoen kan ikke brukes i vilkårlige farger!



Det er ikke tillatt å endre logoen eller legge til nye elementer eller tekster!



Logoen skal ha tilstrekkelig avstand til omkringliggende elementer!



Logoen skal alltid brukes i høy/riktig oppløsning!

Høykvalitetstrykk: 300dpi
Aviser: 200 dpi
PowerPoint: 100 dpi
Internett: 72 - 96 dpi

LOGO – FYI!



positiv



negativ



Logoen kan brukes som negativ (hvit) eller positiv (sort).
På en fargeflate eller på et bilde bør den brukes negativ (hvit).

Logoen kan brukes på høykant. I disse tilfeller er det viktig at vertikal versjon av logo benyttes, dette på grunn av stillingen til symbolet. Symbolet skal alltid stå horisontalt.

Korrekt logo lastes ned på www.nordveggen.no

LOGO



min. 35 mm



min. 20 mm

Minimum størrelse av original logo: B: 35 mm

Minimum størrelse av liten logo: B: 20 mm

LOGO





Verdens beste kommune for naturglade mennesker!



Verdens beste kommune for naturglade mennesker!

Det er viktig at kommunens visjon blir forankret til logoen og til symbolet, logo og visjon må derfor alltid brukes sammen.

Logo og visjon skal kun brukes i original sammensetting.

Både horisontal og vertikal versjon er definert.

Korrekt logo lastes ned på www.nordveggen.no

Logo og visjon kan brukes som negativ (hvit) eller positiv (sort).

På en fargeflate eller på et bilde bør den brukes negativ (hvit).

LOGO + VISJON



Verdens beste kommune for naturglade mennesker!



Verdens beste kommune for naturglade mennesker!

Vertikal versjon av logo og visjon.

LOGO + VISJON





Åndalsnes - Romsdal

Verdens beste kommune for naturlade mennesker!



min. 95 mm

LOGO + VISJON



I tillegg til logoen er symbolet et sterkt profileelement

– det er derfor også her viktig at det alltid blir brukt på korrekt måte.

Symbolet skal alltid presenteres som vist i denne designmanualen.

Det må aldri brukes i eller tilpasses andre former og må ikke forvrenses.

Symbolet må ikke brukes inne i løpende tekst, men skal kun brukes frittstående.

Symbolet kan fremstå i farger og sort.

Symbolet skal i utgangspunktet kun brukes i fargene som er angitt i fargepaletten. Det er likevel mulig å bruke symbolet, når det ikke står sammen med logoen, i farger tilpasset en bedrifts profil, eller designet ellers. Symbolet kan brukes som negativ (hvit) eller positiv (sort) på en fargeflate eller på et bilde. Vær oppmerksom på bakgrunnsfarge, slik at tilstrekkelig kontrast oppnås.

Symbolet skal helst brukes i originalt filformat (vektorisert).

Dersom annet filformat må benyttes skal det alltid brukes i så høy oppløsning som det hensiktsmessig er mulig.

Korrekt symbol lastes ned på www.nordveggen.no

SYMBOL



Verdens beste kommune for naturglade mennesker!



Verdens beste kommune for naturglade mennesker!

Etterhvert vil visjonen kunne stå sammen med symbolet alene.

Denne utgaven vil ikke legges ut for bruk ennå, dette fordi det i første omgang er viktig å forankre visjonen sammen med hele logoen.

SYMBOL + VISJON



RAUMA FJELL

PANTONE Warm Grey 10 C

CMYK: C0 M14 Y28 K55

RGB: R118 G110 B103

HTML: 766E67



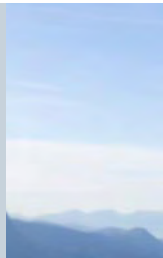
RAUMA LUFT

PANTONE 5435 C

CMYK: C16 M3 Y0 K18

RGB: R194 G204 B214

HTML: C2CCD6



Fargebruk er viktig for en sterk merkevare.

Fargepaletten består av to hovedfarger og seks tilleggsfarger + sort og gradering av hovedfarge.

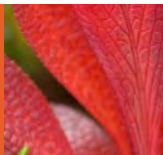
Logoen skal kun brukes i hovedfargene.

Både hoved- og tilleggsfargene kan benyttes som fargeflater i grafisk materiell.

HOVEDFARGER

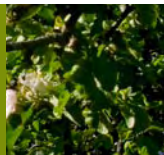
RAUMA HØST

PANTONE Warm Red C
CMYK: C0 M86 Y80 K0
RGB: R222 G56 B49
HTML: F7403A



RAUMA NATUR

PANTONE 7496 C
CMYK: C40 M0 Y100 K38
RGB: R102 G118 B29
HTML: 66761D



RAUMA GULL

PANTONE 143 C
CMYK: C0 M35 Y85 K0
RGB: R221 G168 B53
HTML: DDA835



RAUMA VÅR

PANTONE 382 C
CMYK: C30 M0 Y100 K0
RGB: R192 G210 B0
HTML: C0D200



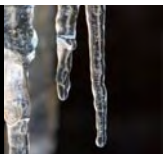
RAUMA FJORD

PANTONE 3005 C
CMYK: C100 M34 Y0 K2
RGB: R0 G117 B200
HTML: 0075C8



SORT

PANTONE Process Black C
CMYK: C0 M0 Y0 K100
RGB: R0 G0 B0
HTML: 000000



RAUMA DIS

PANTONE Warm Grey 3 C
CMYK: C0 M4 Y8 K17
RGB: R198 G193 B189
HTML: C6C1BD



TILLEGGSFARGER



TRYKKFARGER

CMYK: Fire-farger trykk (CMYK) skal benyttes når man ønsker å bruke flere farger i en trykksak, f.eks. brosjyrer, publikasjoner etc. Det brukes også når man skal trykke bilder i farger og i fargeannonser i avis, magasiner, plakater etc.

PANTONE-farger: (PMS) brukes når man trenger få farger, som for eksempel på forretningstrykksaker som brev, visittkort, konvolutter etc.

SKJERMFARGER

RGB-farger er bare til bruk på skjerm, f.eks. internett, digitale presentasjoner, etc. Fargene kan variere en del fra skjerm til skjerm. Bruk alltid Pantone-prøver eller trykket versjon av manual for å sjekke det endelige fargeresultatet.

Skjermfargene skal aldri brukes til trykksaker.

FARGER

Arial

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

Typografi er betegnelse på skriftbildets utseende. Font er begrepet på ulike typografier. Skriftens hovedfunksjon er å formidle et budskap, men konsekvent brukt har skriftbildet samtidig en profilerende effekt.

Rauma-profilen sin hovedfont er Arial.

Man kan bruke både versaler og minuskler (store og små bokstaver).

Fonten kan også brukes som Bold / Regular / Bold Italic / Italic.

TYPOGRAFI





Foto er en av de viktigste virkemidlene for å skape en sterk visuell identitet for merkevaren. Det er derfor viktig at kvaliteten på fotografiene er av ypperste klasse. En fotomaner kan beskrives gjennom farger, komposisjon og tematikk, og kombinasjonen av dette skal danne et særegent fotouttrykk for Rauma. For å sikre helhet og kontinuitet i Raumas fotouttrykk er det viktig at det blir opprettet en fotobank samt retningslinjer for bruk av bilder.

Bildene må være forankret i kommunens visjon og verdier.

FOTO



Verdens beste kommune for naturglade mennesker!





Verdens beste kommune for naturglade mennesker!