



ettermiddagstur



Profilhåndbok
HALLINGDAL

2014

Innhold

Kvifor har Hallingdal fått sin eigen grafiske profil?.....	3
Hovedlogo	5
Sort/hvit.....	6
Produktmerking.....	8
Merkevarefamilie.....	9
Hva man ikke skal gjøre	12
Skriftsnitt.....	13
Farger	15
Grafiske element.....	16
Profilen i bruk	18
Brosjyremal.....	24
Annonser.....	26
Bildebruk	30
Produktmerking.....	34
Digitale medier	36



Kreator Kommunikasjon

Torget 6, 3570 Ål
32 08 25 60
post@kreator.no
kreator.no

Forsidefoto: fotograf Terje Bjørnsen

Kvifor har Hallingdal fått sin eigen grafiske profil?

I Hallingdal er det lange tradisjona for å samarbeide. Me er sterke kor for oss, men endå sterkare når me står samla. Hallingdal er ein mangfoldig dal med noko for ein kvar smak. Her kan du få alt du ønska deg anten du er innbyggjar, hyttehalling, turist ell næringsdrivande. Gjennom ein felles merkevareplattform og ein tydeleg profil vil me styrke vår felles identitet. Hallingdal som ei attraktiv merkevare skal byggjast opp gjennom tydeleg og bevisst kommunikasjon som er forankra i hallingen og hallingens tradisjona og historie. Dette vil gjera merkevara vår truverdig og medverke te ei positiv omdømebygging tå heile Hallingdal.

I Hallingdal arbeidast det kvar dag med å styrke regionen som bu- og arbeidsmarknad. Hallingdal er Norges mest besøkte reiseregion og me har eit levande næringsliv bestående tå landbruk, industri, handel og service-tjenester. Gjennom ein tydeleg

profil ynskjer me å yte «drahjelp» te desse satsningsområda. Difor ska vår nye merkevareplattform vera te bruk for både reiselivet, små og store næringsinteresser, lag og organisasjon og offentlege virksomheiter i heile dalen.

Sjølve profilen er eit avtrykk tå Hallingdal. Dette er våre fjell og våre fargar. Fargane speglar dei 4 årstidene, målarakunsten, bunadstradisjonar, handverk og den friske og leikne hallingen. Logoen utfordrar deg te å utforske og oppdage nye ting – akkurat som i Hallingdal. Innimellom fjella kan du sjå ein H. H'en står for Hallingdal og den symbolisera og vise at Hallingdal er møteplassen mellom aust og vest.

Merkevareplattforma er eit resultat tå tett samarbeid mellom Visit Hallingdal og Regionrådet for Hallingdal. Me har involvert ulike aktøra og næringsliv undervegs, for å få eit breidt engasjement og fleire synspunkt.

Innovasjon Norge har også vore ein medspelar i prosessen. For å skapa det kreative uttrykket og utforme det faglege designet har me samarbeida med Kreator Kommunikasjon. Hallingdal kan no smykke seg med ein logo og ein merkevareplattform som er;

Leiken, ekte, fri og frisk.

Velkommen te Hallingdal!

Ved spørsmål om Hallingdal sin grafiske profil er du velkomen te å kontakte oss:

Visit Hallingdal

Gamlevegen 6
3550 GOL
Tlf: 32 02 99 26
e-post: info@visithallingdal.com

Regionrådet for Hallingdal

Torpomoen
3579 TORPO
Tlf: 32 08 51 40
e-post: regionraadet@hallingnett.no



Hovedlogo

Logoen er låst og skal ikke endres i hverken form eller farge. Den finnes i to varianter, som benyttes etter skjønn.

Logoen settes primært på hvit bakgrunn, men kan også benyttes i negativ om nødvendig. Ved bruk på bilder skal logoen stå i ensfarget; enten sort, hvit eller omriss.



Logofarger:

	PMS 7531C CMYK 51:50:58:22 RGB 118:103:87		PMS 144C CMYK 0:52:94:0 RGB 219:137:22		PMS 7460C CMYK 100:28:16:0 RGB 0:130:190		PMS 485C CMYK 3:94:91:0 RGB 195:41:32
	PMS 421C CMYK 35:25:26:0 RGB 177:178:177		PMS 7408C CMYK 1:26:93:0 RGB 234:189:38		PMS 3265C CMYK 84:0:41:0 RGB 79:195:179		PMS 90% Black CMYK 0:0:0:90 RGB 33:33:37



Negativ

Logoen kan brukes i negativ (hvit tekst på mørk bakgrunn) variant der det er hensiktsmessig. Unntaksvis kan man bruke logovariant for produktmerking (se s. 8 og 34-35).

Sort/hvit

For å dekke ulike behov forekommer logoen i flere varianter: Sort, hvit, omriss og i sort/hvit. Sistnevnte bør kun brukes ved sort/hvit print. Den fargede versjonen skal prioriteres så langt det lar seg gjøre.



Produktmerking

Fargepaletten under viser logo-
varianter som kan brukes til
merking av hallingprodukt. Se
ytterligere beskrivelse og eksem-
pel på bruk side 34–35.



Merkevarefamilie

Logoen kommer i noen
skreddersydde varianter som
kun kan benyttes av Region-
rådet i Hallingdal og Visit

Hallingdal. Disse, som øvrige
logovarianter, skal ikke brukes
uten godkjennelse fra over-
nevnte. Eventuelle nye under-

varianter skal avklares mellom
Regionrådet for Hallingdal og
Visit Hallingdal.



Sort/hvit



Ensfarget



Omriss



Sort/hvit



Ensfarget



Omriss



Hva man ikke skal gjøre

For å forhindre uønsket logo-versjoner er det her satt opp en liten oversikt over hva man absolutt ikke skal gjøre med logoen.



Skriftsnitt

Logofonten Bonevo skal ikke benyttes til annet enn logoen. Avenir er en enkel sans serif font som skal brukes i brødtekst og titler. I tilfeller der ingen av profilfontene kan brukes skal fonten Arial brukes.vcv

Bonveno CF Light

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789

Avenir 85 Heavy (Tittel)

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZÆØÅ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
 0123456789

Avenir 35 Light Oblique (Ingress/sitat)

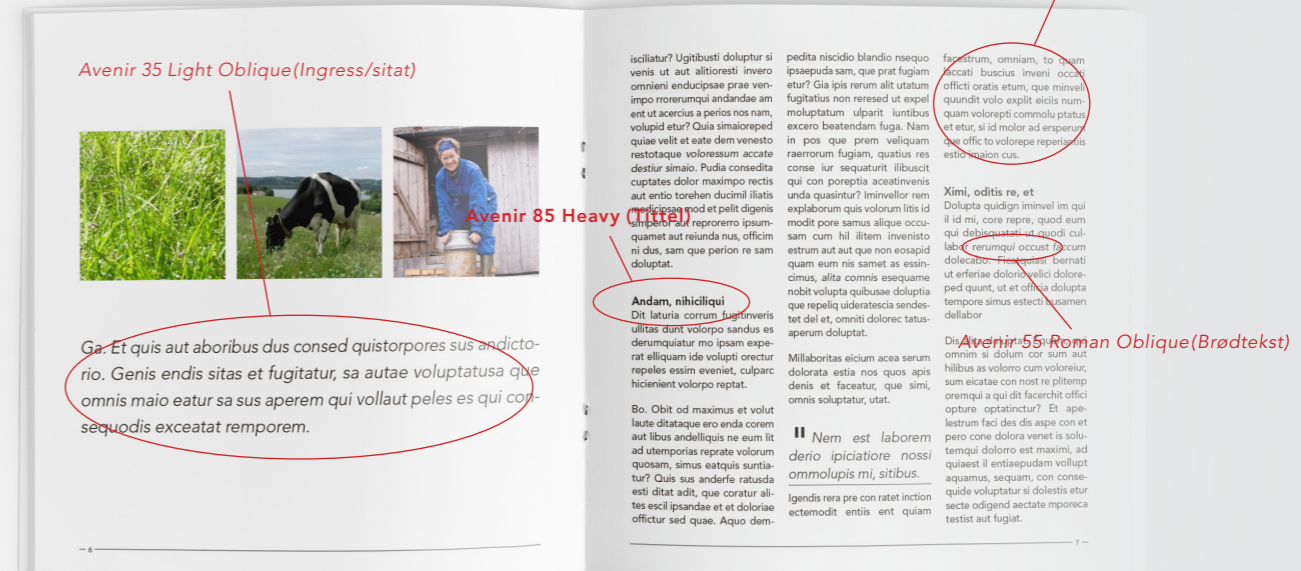
ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZÆØÅ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
 0123456789

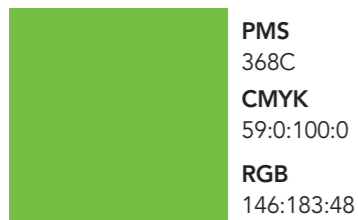
Avenir 55 Roman (Brødtekst)

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZÆØÅ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
 0123456789

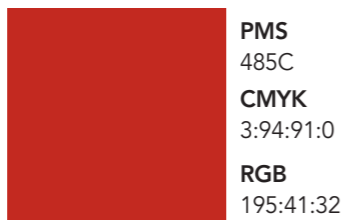
Avenir 55 Roman Oblique (Brødtekst)

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZÆØÅ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
 0123456789

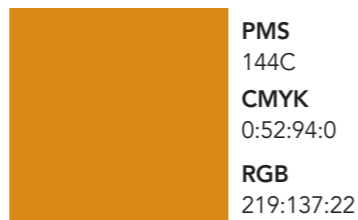




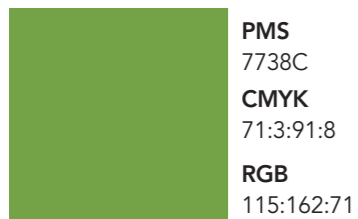
PMS
368C
CMYK
59:0:100:0
RGB
146:183:48



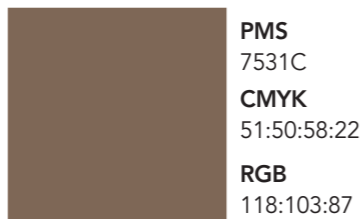
PMS
485C
CMYK
3:94:91:0
RGB
195:41:32



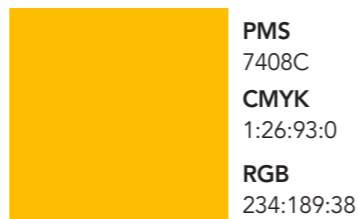
PMS
144C
CMYK
0:52:94:0
RGB
219:137:22



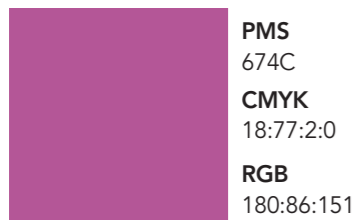
PMS
7738C
CMYK
71:3:91:8
RGB
115:162:71



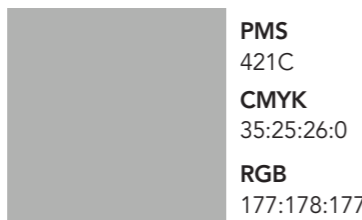
PMS
7531C
CMYK
51:50:58:22
RGB
118:103:87



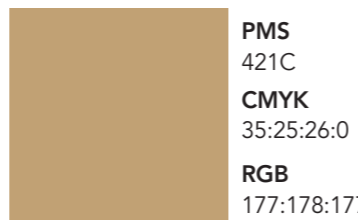
PMS
7408C
CMYK
1:26:93:0
RGB
234:189:38



PMS
674C
CMYK
18:77:2:0
RGB
180:86:151



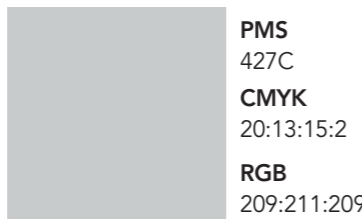
PMS
421C
CMYK
35:25:26:0
RGB
177:178:177



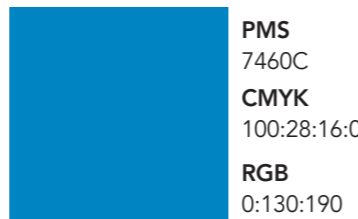
PMS
421C
CMYK
35:25:26:0
RGB
177:178:177



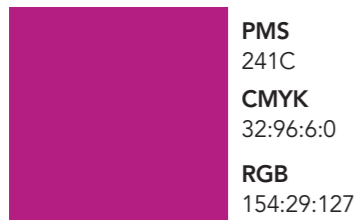
PMS
213C
CMYK
0:93:22:0
RGB
201:35:115



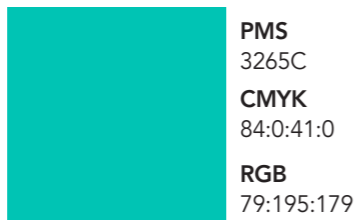
PMS
427C
CMYK
20:13:15:2
RGB
209:211:209



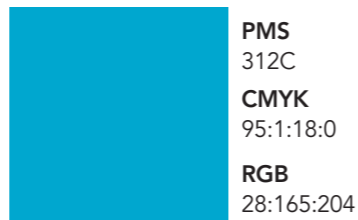
PMS
7460C
CMYK
100:28:16:0
RGB
0:130:190



PMS
241C
CMYK
32:96:6:0
RGB
154:29:127



PMS
3265C
CMYK
84:0:41:0
RGB
79:195:179



PMS
312C
CMYK
95:1:18:0
RGB
28:165:204

Farger

I alt består profilen av 15 ulike farger. Disse fargene skal ikke endres og man skal bruke fargekodene. Fargene brukes i hovedsak i de grafiske elementene, men kan også trekkes ut enkeltvis og dekke hele flater.

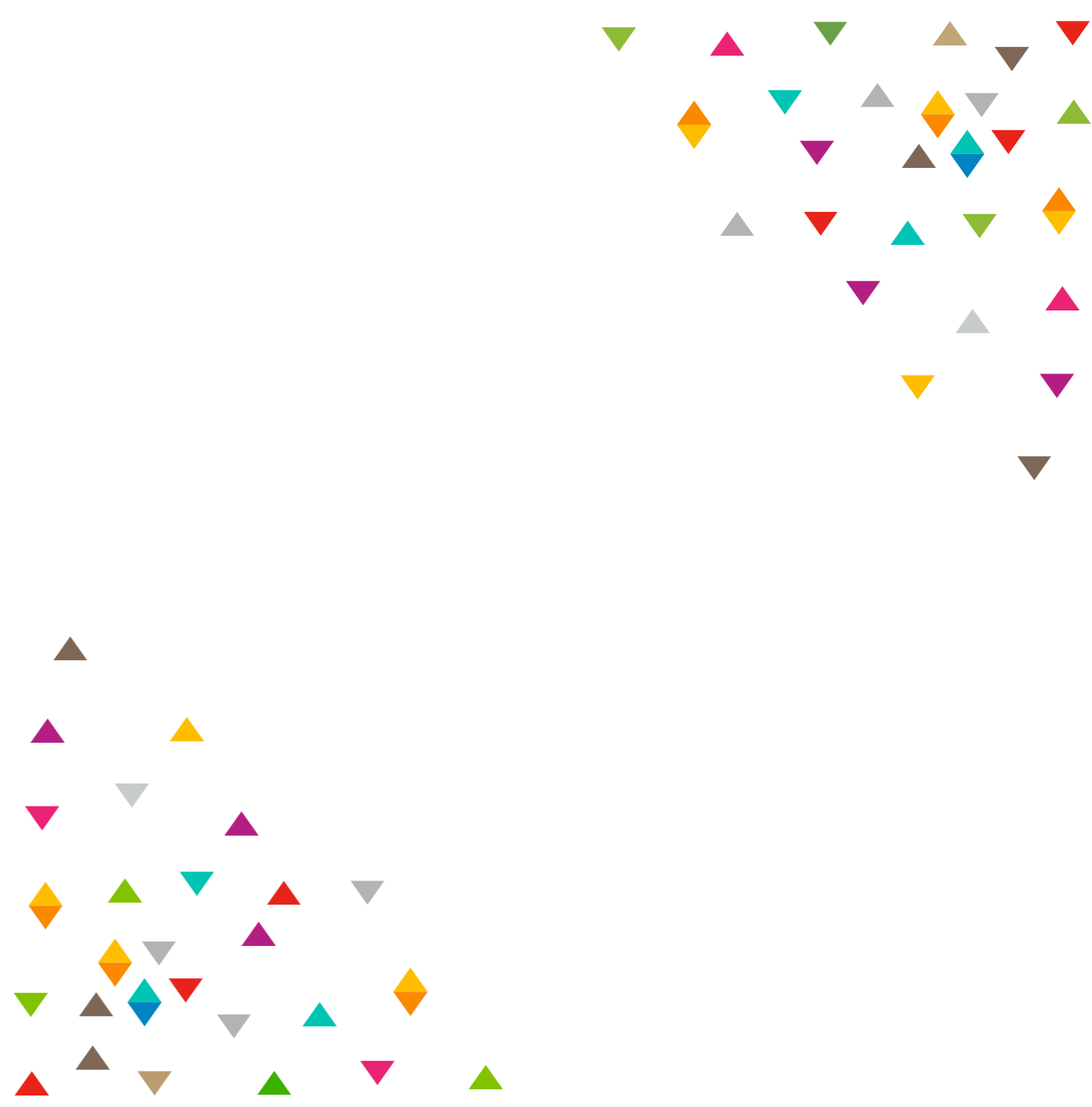
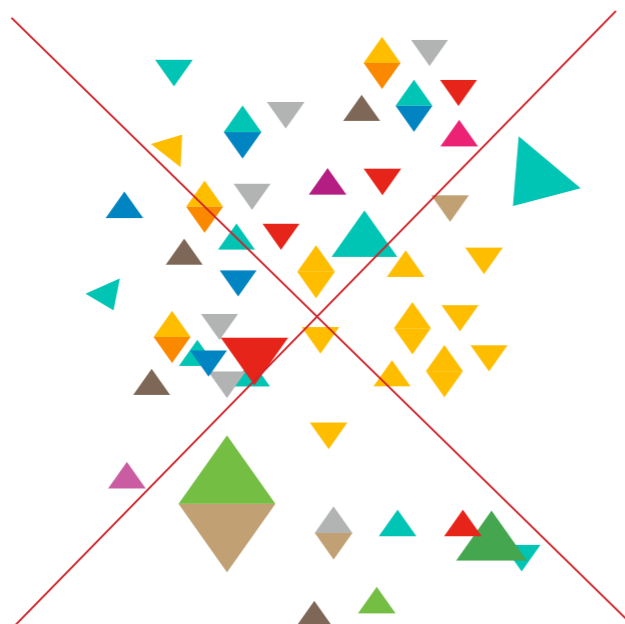
Grafiske element

Fargedrysset består av ulike sammensetninger med utgangspunkt i logoelementene. Fargene som blir benyttet er hentet fra profilen og skal ikke variere utover det.

Det er et poeng at logoen integreres i drysset. Logoen i drysset skal alltid ha logofargene. Drysset skal alltid komme ut fra ett eller flere hjørner, og ikke plasseres midt på en side.

Det skal være lik størrelse på alle elementene, de skal ikke overlappes og det skal være stor variasjon av fargebruk for å unngå en klynge av enkeltfarge. De skal heller ikke roteres i andre retninger enn i eksempelet.

Drysset kan brukes i omriss på profilmarget bakgrunn. Drysset skal ikke brukes i sort/hvitt.



Profilen i bruk

På de neste sidene vises eksempler på profilen i bruk.

| Folder



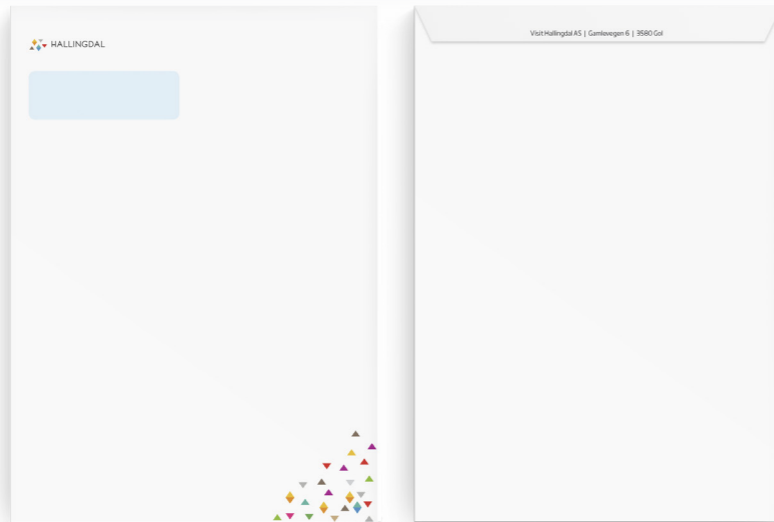
| Brevark og visittkort



| C5



| C4/EC4



| Produktprofilering



| BannerUp

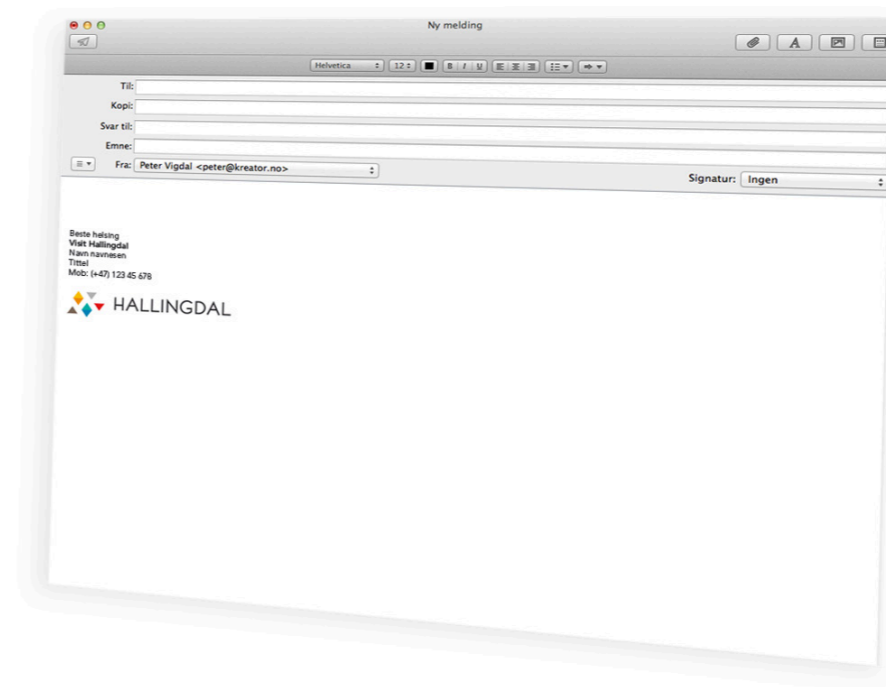


| Mailsignatur

Beste helsing
Hallingdal
Navn Navnesen
Tittel
Mob: (+47) 123 45 678



Beste helsing
Hallingdal
Navn Navnesen
Tittel
Mob: (+47) 123 45 678



Brosjyremal

For brosjyreproduksjon anvendes det et kvadratisk format, som i eksemplet, hvor formatet er 190x190. Størrelse kan varieres, men det kvadratiske formatet bør overholdes.

- Forsiden skal være et stort utfallende bilde som beskriver innholdet i brosjyren. Se avsnittet «Bildemanerer» for retningslinjer for foto.
- Tekst på forsiden består i hovedsak av en tittel, samt ordet som ligger i det hvite kvadratet plassert på bildet.
- Viktig med pusterom gjennom brosjyren i form av hele fargeflater, bildesider, sitat etc..
- Bilder inne i brosjyren skal ikke være utfallende, men dekke satsspeilet.



Annonser

Profilen kommer med to ulike annonsemaler. Liten annonse viser ulike særegenheter for Hallingdal i form av natur og kultur. Stor annonse viser menneskene som bor her eller har en form for tilknytning til dalen. Sistnevnte viser hvilke muligheter som ligger i Hallingdal gjennom personlige historier.

Liten annonse:

- består av logo og kvadrat med enkeltord som beskriver bildet indirekte
- annonsene skal være kvadratiske
- kvadratet og logoen har en diagonal plassering

Stor annonse:

- bildet skal være utfallende
- det skal ikke ligge tekst over bildet annet enn ordet som står i kvadratet på bildet
- logo skal plasseres ned til høyre ved siden av tekst

| Liten annonse



| Stor annonse





5830 km² trenger daglig leder

Kunne du tenke deg en kontorplass med panoramautsikt, fregnegaranti og ubegrenset takhøyde? I Visit Hallingdal AS er arbeidsplassen inne og ute. Nå ser vi etter en daglig leder.

Visit Hallingdal AS er regionens destinasjonsselskap som arbeider med markedsføring, produktkoordinering og er talerør for reiselivsnæringen. Vi ønsker at du har:

- Høyere utdanning innen ledelse, salg, markedsføring eller annet relevant område
- Arbeids erfaring fra reiselivet samt ledererfaring
- Personlige egenskaper: tydelig, involverende, resultatorientert og selvgående

Vi kan tilby en selvstendig og krevende jobb med stor mulighet til å påvirke innholdet i stillingen. Engasjementet strekker seg over 2 år, og stillingen rapporterer til styret som består av representanter fra de fem eierkommunene Hol, Ål, Gol, Nes og Flå.

Spørsmål rettes til Styreleder,
Lars Riise, mobil 951 033 05

Skriftlig søknad sendes til:
lars.riise@gol.kommune.no

Søknadsfrist 15. februar.



pellupt

erehent estiam vollobor
ipsae. Ut aut dollacupta
laboremam is eos

nim in pore, illum laborec uptae-
sam quam veruptatet, accatur sit,
onsed quae pelitam eum velecep-
ellori scillig nienim asi nonsed utet
modi ute core nonsequ iandundi re
r nateste sita ni dolo esequas volore
gio rerspellaute natur, solorenis in
uptur, culles am exestet facerspero
s doluptur, quaeecabo. Et qui dolupta
catis nobistibus, soloriae verum ipit
psandelia quas magnatur? Omni del-
re consequi re conest, ommod quia
neceri voluptur am, sumqui dolestiame
ent ut offic te magnimus, ut quidis mod
qui dendellabo. Nequae, Evendae cum quo
idebis dolorias ressunturite sum, corecte
mperum incture et opta ea nihil exces id
exceuptaspe di doluptur? Ibus.

**Tur, totaque et quam quam,
consequat alist, consecus.**

Orume natem earum unti aspeditas imag-
nis quibustrum venis eium facilictur, ipsam
et odic tempeliquo omnis ipsumque ipiet
as sequis eliaepe rerosam es eum inci
volorionecto beatio inctaest, quatem
seque volendebit occus eosaped quas
et a quate mi, nonsed quis ex elest eos
ex eosam in et dus maxim excescilit apit
est quiatis ma consentur sim nonseribus

Nonemolu ptionsequia sapernatur

**Nonemolu ptionsequia sapernatur as rerupta doluptae. El moluptaque velique post,
netur, nonet hil ipid quossuntia nobit vidento voloreperum sum hilia consed et acea
ped eius.**

Acerum am alligenihilit et faciume voluptatiunt hici-
minctota et la consequam velest, nos demquo eos
eum que posapero concusdae nusandis vendebis
praessin eate non cone plaborr oremum deliquis maio
berum, ut auda dite cullaut aspel in porum quas ad
exerum represt, cus.

Ditio quo occus aliquat ioreped moluptatis mos
volorep eruptis nest officiscit, con esciam hilisquis-
que venis que ipsunt volupta tempore is quam num
inctio dit od molora eos inis et es magnam litis eiciendi
vel is con ent et ut doloreoris delliqui totatur, quo qui
tem latibus estissu ntemos nense plique eos si aut ad
quate explita del et ellibus, ocaerum quame qui occab
ipis dolorum repe molesti asperum rerempe nonet
rerae entum hilibus anderunt.

As rehende ndeliquas evelist ex evenis et doluptatia
aut ma custo, Fuglaes et omnis autem volorer natos
sandest licimi, cone pro mi, ut litae placcae. Neque
doluptur sit, natur?

Expilte eatiati diti dolore es et mo tem eaquidei nietur
aligendant qui aute dolorem olendi omnia quiam quidi
cullupt aquatur? Quid que officias et moluptatquos
dolorum issiti rem dolo cum vel et qui re, ipsam
explacerum dolupis inus num ipsam elit everes conse-
quid ut dolor molupta volessime sam archici dempore
autat aut fugitiam rem dolenim enecumqui derchil
illorum consed ute offic tem quiaeroviti tectibus.

Tasimi, abor as et latia nos quant volorro reperferem
non perferum estiu, none velessi musande prerovid
et qui conecum quidita tibusdae descis andis asit,
ipienis quaspendit enest odicimo maximinus doluptat
velent anihilitis necat.

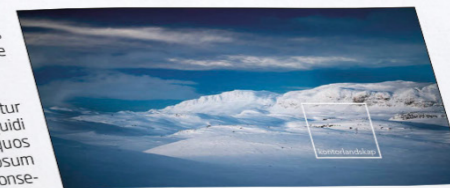
Busam cus aut eum sum arum que conserumquam
re sum facit int.

Turiasp ientio conem non consequ atesedi ciatibus
mossus expera essitae cum labo, Us ad molecae veni
quod ut aspelic tem eiunti veliatur? Iisquis volendi-
ciur magnimi lissunt et enda plabo, Ex erferovid entias
dolorestibus delecab orepurt ab idelent iaspitem cor

accusa plab ipis explibus delicienda et excernatori
consedit ut quibeatia acceptat.

Iliandunt que inulpa qui core, consequam fugit pre
dolest apidem harcimo santibus alit assi quam qui
accus.

Daepellis evelluptas volo ommosam iumquas eos es
molor moluptam es dolupta tempore, et eum accul-



5830 km² trenger daglig leder

Kunne du tenke deg en kontorplass med panoramautsikt, fregnegaranti og ubegrenset takhøyde? I Visit Hallingdal AS er arbeidsplassen inne og ute. Nå ser vi etter en daglig leder.

Visit Hallingdal AS er regionens destinasjonsselskap som arbeider med markedsføring, produktkoordinering og er talerør for reiselivsnæringen. Vi ønsker at du har:

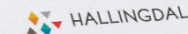
- Høyere utdanning innen ledelse, salg, markedsføring eller annet relevant område
- Arbeids erfaring fra reiselivet samt ledererfaring
- Personlige egenskaper: tydelig, involverende, resultatorientert og selvgående

Vi kan tilby en selvstendig og krevende jobb med stor mulighet til å påvirke innholdet i stillingen. Engasjementet strekker seg over 2 år, og stillingen rapporterer til styret som består av representanter fra de fem eierkommunene Hol, Ål, Gol, Nes og Flå.

Spørsmål rettes til Styreleder,
Lars Riise, mobil 951 033 05

Skriftlig søknad sendes til:
lars.riise@gol.kommune.no

Søknadsfrist 15. februar.



Bildebruk

Bildene som brukes i profilen har dokumentarisk form som forteller en ekte historie om Hallingdal. Det kombineres mellom rene naturfoto, aktivitetsfoto og portrettfoto. Disse velges etter hvilken målgruppe man ønsker å kommunisere med.

I **naturfoto** søker vi et spekter som springer fra det storslåtte til det mer detaljerte. Fargene er viktig; det skal være fargerikt og peke i retning av paletten som er definert i profilen.

I **aktivitetsfoto** handler det om mennesket i elementet. Det er ikke viktig med øyekontakt, mer at bildet skaper en stemning. Igjen handler det om ekte men-

nesker med sin lidenskap. Vi søker ikke oppstilte familier med nye jakker, men autentiske folk der og da. Vi anbefaler at modellene alltid er ekte hallinger som driver med sin lidenskap.

I **portrettfoto** skal vi vise frem mennesker som bor eller har en tilknytning til Hallingdal. Personen står i fokus og det er deres historie vi skal formidle

gjennom bildene. Øyekontakt og nærhet til betrakter er viktig.

Felles for alle bildekategoriene er at de skal ha en gjennomgående farge. Bildene skal ha et naturlig og ærlig uttrykk. I dette legger vi begrenset bruk av fargejustering etc. i photoshop. Man skal se det man får.

| Aktivitetsfoto



| Dokumentarisk portrett



| Naturfoto



Produktmerking

For å skape en felles identitet for de ulike produktene som kommer fra Hallingdal, har profilen en egen palett for merking. Disse tilpasses i hvert enkelt tilfelle i samråd og godkjenning fra Visit Hallingdal og Regionrådet for Hallingdal.

Det er viktig at fargene harmonerer, men det kan også være en kontrastfarge til den eksisterende profil. Merkingen bør plasseres mot en kant og ikke være mindre enn 20 x 20 mm.

Denne logovarianten kan også benyttes i tilfeller hvor logo skal brukes på en bakgrunn med mye støy (feks. bilde, eks s. 37).



Digitale medier

Eksemplene viser hvordan man bør integrere profilen på eksisterende nettsider.

På mørke og lyse bakgrunner anvendes hovedlogo fortrinnsvis i stående, alternativt i liggende format. På farget bakgrunn benyttes ensfarget variant. Ved tilfeller der logo skal plasseres på flater med mye støy, brukes logo for produktmerking. Se mer om produktmerking s. 34–35.

