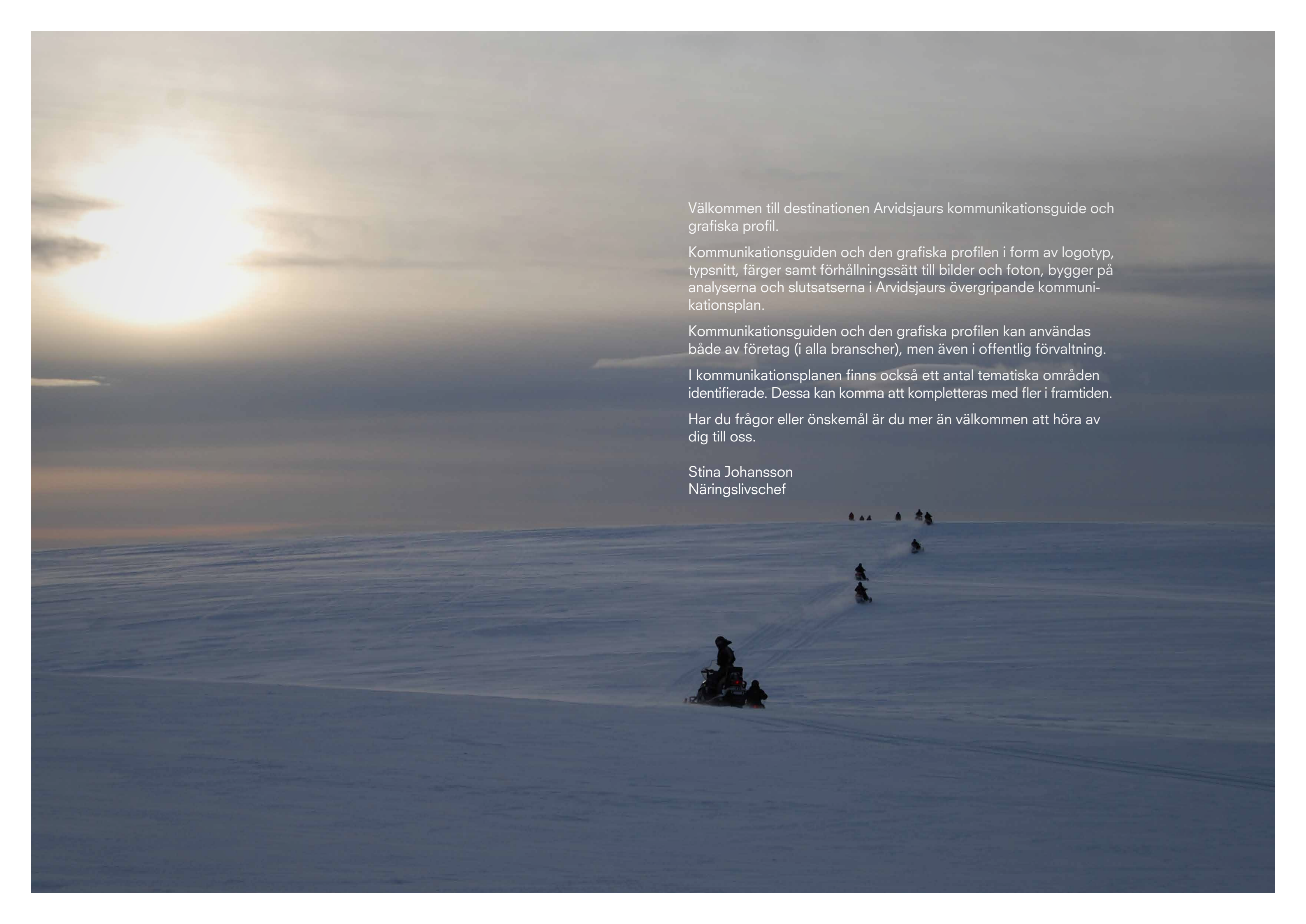


**DESTINATIONEN ARVIDSJAUR
KOMMUNIKATIONSGUIDE &
GRAFISK MANUAL**



ARVIDSJAUR
@lapland





Välkommen till destinationen Arvidsjaur's kommunikationsguide och grafiska profil.

Kommunikationsguiden och den grafiska profilen i form av logotyp, typsnitt, färger samt förhållningssätt till bilder och foton, bygger på analyserna och slutsatserna i Arvidsjaur's övergripande kommunikationsplan.

Kommunikationsguiden och den grafiska profilen kan användas både av företag (i alla branscher), men även i offentlig förvaltning.

I kommunikationsplanen finns också ett antal tematiska områden identifierade. Dessa kan komma att kompletteras med fler i framtiden.

Har du frågor eller önskemål är du mer än välkommen att höra av dig till oss.

Stina Johansson
Näringslivschef

INNEHÅLL

Varumärket Arvidsjaur

Varumärket
Positionering
Kommunikationsteman

Grafisk manual

Logotyp, symbol och riktlinjer
Färger
Typografi
Bilder
Applikationer
Visitkort
Brevpapper

Kontaktdetaljer

Varumärket Arvidsjaur



VARUMÄRKET

Varumärket skall spegla destinationen på ett trovärdigt sätt.

Det skall fungera för de tjänster och målgrupper som vi jobbar med idag men också vara framtidssäkrat för nya målgrupper och erbjudanden som vi inte tänker på just nu.

Grunden i varumärket är de DNA som vi identifierat i strategiarbetet:

Geografin, den arktiska livsstilen, den vilda naturen, vinter- och sommaraktiviteter, mitt i det exotiska Lappland.

Och att det kan upplevas i kombination med vita lakan, god mat och bra infrastruktur.



POSITIONERING

Arvidsjaur ligger nästan mitt i Lappland.

Här går det att uppleva fjäll, skog, sjöar, djurliv och alla årstider.

Med sitt centrala läge erbjuder Arvidsjaur också "entré" till fler platser i närområdet som t.ex. Arjeplog, kusten och Jokkmokk.

Allt inom en radie av 1-2 timmar.

Med Arvidsjaur Flygplats är destinationen extra tillgänglig.

Med andra ord en perfekt utgångspunkt för dem som vill uppleva det genuina Lappland med utgångsläge från en centralt belägen plats.



KOMMUNIKATIONSTEMAN

Huvudmålet är att positionera destinationen Arvidsjaur med Lappland.

Därför är Arvidsjaur@lapland Arvidsjaur's officiella logo och tagline.

Det är också viktigt att visa vidden av alla de aktiviteter som finns här året runt.

Därför finns också ett antal tematiska kommunikationsprofiler som kan användas.

Om ett företag exempelvis vill marknadsföra hundspann "taggas" aktiviteten med Arvidsjaur@husky.

För de entreprenörer och organisationer som väljer att använda officiell logo och/eller subteman, typsnitt och färger finns några enkla riktlinjer;

- 1 Vara registrerat företag eller organisation.
- 2 Uppfylla destinationens kvalitetsstandard.
- 3 Utföra tjänster på ett sätt som uppfyller svensk lag och säkerhetsstandard.
- 4 Ha sina tjänster synliga hos Arvidsjaur's destinationskontor.

Finns behov av nya tematiska logos vid sidan av de befintliga kontaktas destinationskontoret.



@lapland

Att använda som övergripande begrepp i sammanhang som gäller för hela destinationen.

Målgrupper: Övergripande sammanhang som gäller hela destinationen, t.ex. i ett reportage om vinter- och sommarsesonger i Arvidsjaur.

Syfte: Visa att Arvidsjaur är porten till Lappland och härifrån når du det mesta och bästa.

Budskap: Det mytomspunna Lappland med massvis med spännande och roliga aktiviteter sommar som vinter. Upplev Lappland.

Kanaler: PR. Swedish Lapland. Egna kanaler och sociala medier.



@árviesjávrrie

Den skogssamiska kulturen är ett av Arvidsjaur's starkaste kännetecken. Används för att lyfta fram den samiska kulturen och företagen - t.ex. vid samiska evenemang, matkultur eller hantverk.

Målgrupper: Både ortsbefolkning och besökare.
Syfte: Att synliggöra det samiska sammanhanget både kulturellt och kommersiellt.

Budskap: Visa att Arvidsjaur är en del av den skogssamiska kulturen och befolkningen.

Kanaler: PR. Swedish Lapland, samiska kanaler, sociala medier, information via turistbyrå, genom utbildning av företagets personal, i trycksaker, affischer och annonser. Researrangörer.



@adventure

Kan användas mot flera målgrupper och i sammanhang där äventyr och aktiviteter är viktiga. Bra när man marknadsför flera aktiviteter i ett paket.

Målgrupper: I första hand aktiva familjer och naturälskande motionärer.

Syfte: Lansera Arvidsjaur som ett spännande semester- och långhelgsalternativ både vinter och sommar.

Budskap: Poängtera närheten till Lapplands äventyr med t.ex. snöskoterkörning, hundspann, snöskovandringar, vintersport, fiske, vandring m.m.

Kanaler: Egna och entreprenörernas kanaler samt sociala media. "Pitcha" artiklar till resebilagor i dags- och kvällstidningar.



@husky

Ett internationellt kluster av hundspanssföretag gör Arvidsjaur till ett växande kärnområde för hundspanssåkning i denna del av Lappland.

Målgrupper: Aktiva familjer och DINKS.

Syfte: Positionera Arvidsjaur till bästa platsen för spännande och äkta husky-körning.

Budskap: Upplev Lappland från en hundsläde och kom riktigt nära den vackra och vilda naturen. En fantastisk upplevelse för gänget och familjen. Paket finns med boende.

Kanaler: Egna och entreprenörernas kanaler samt sociala media.



@snowmobile

Arvidsjaur är en välkänd destination i snöskotervärlden både regionalt och internationellt för sin tidiga och stora tillgång på djupnö.

Målgrupp: Skoterintresserade som antingen vill ha extrem körning eller de som normalt inte kör snöskoter men gillar fart med snö.

Syfte: Sätta Arvidsjaur på kartan som bästa snöskoteråknigen i Skandinavien.

Budskap: Snöskoteråkning i världsklass i Lapplands vilda och vackra natur. När flygplanet landar är det dags för adrenalin att flöda.

Kanaler: Researrangörer och deras hemsidor. Sociala medier med video. PR mot selekterade media.



@fishing

Fiske är en mycket stor sport och det finns många dedikerade media för fiske, både i Sverige och utomlands.

Målgrupp: Fiskeintresserade individer samt nyfikna upptäckare.

Syfte: Få fler att upptäcka lapplands okända fiskepärlor. Arvidsjaur är bland norra Europas bästa och bekvämaste platser för fiske med bredd.

Budskap: Det finns fiske som passar alla kategorier, de som är proffs på flugfiske eller de som vill lära sig som barnfamiljer som vill uppleva något extra i Lapplands vilda natur. Du kan fiska i sjö, flod, från kanot, från land i mer än 4000 sjöar. Och Arvidsjaur har guiderna som visar dig de bästa ställena.

Kanaler: PR i valda fiskemedier, sociala media och egna kanaler.



@drivingonice

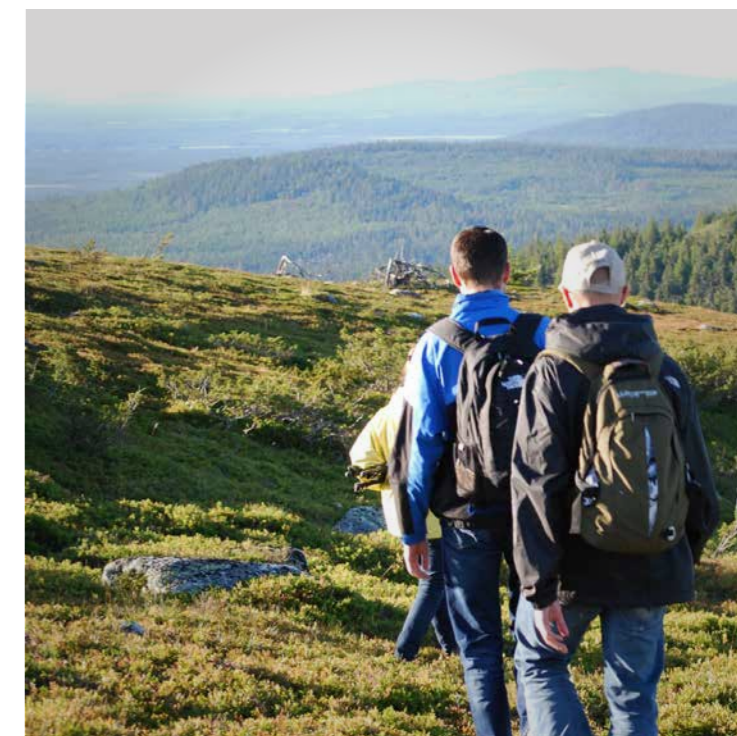
En väldigt viktig del i Arvidsjaur vinterturism.

Målgrupp: Fartintresserade, framförallt män runt medelåldern.

Syfte: Göra Arvidsjaur till Norra Europas bästa destination för bilracing på is i nöjessegmentet.

Budskap: För dig som älskar att köra bil. När du kör i Arvidsjaur bor och äter du väldigt bra. Och du får en halv dags extra körning tack vare närheten till flygplatsen.

Kanaler: Researrangörers kanaler, PR i valda medier. Sociala medier.



@hiking

Vi utmanar inte Sarek utan erbjuder spännande dagsvandringar.

Syfte: Visa att Arvidsjaur är har en perfekt kombination för dem som vill ha "hiking with white sheets".

Budskap: Upplev det exotiska Lappland med naturen, djuren och de fantastiska färgerna i din egen takt. Vandra i skogen, på fjällen eller vid sjöarna. Ät sedan gott på kvällen och sov gott på de fina hotellen.

Kanaler: Hotellen, egna kanaler och sociala media, Swedish Lapland, PR mot selektiva media.



@arcticlifestyle

Upplev en annorlunda vardag.

Syfte: Ta del av vardagen och Arvidsjaurbornas aktiviteter. Upplev det riktiga Lappland.

Budskap: Möt invånare och företagare i deras vardag i Arvidsjaur. Följ med på allt från bärplockning, viltskådning till jakt och matlagning. Bli inspirerad och njut av lugnet. Upplev det äkta Lappland.

Kanaler: Egna- och entreprenörernas kanaler.



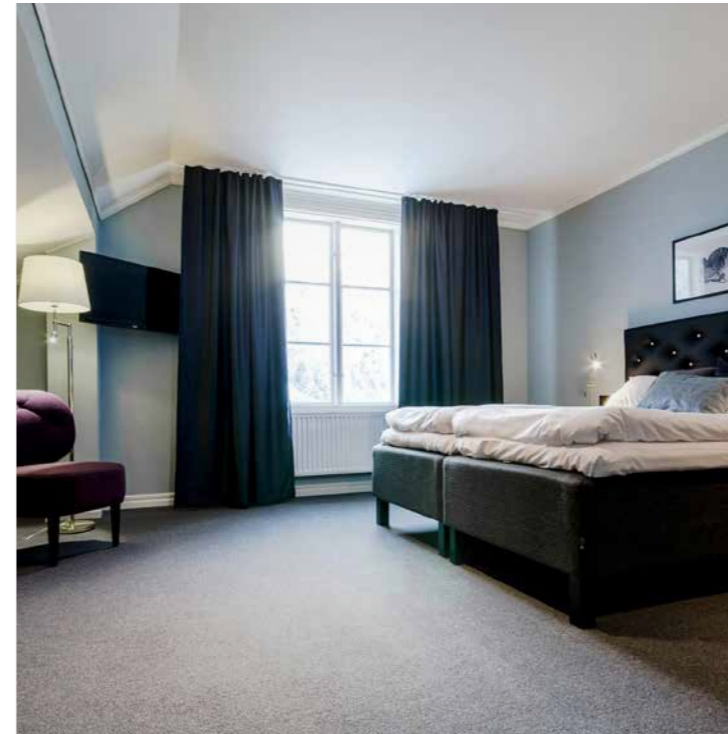
@shopping

I Arvidsjaur finns en välutbyggd handel med trevlig blandning av lokala varor och mer "traditionell shopping" i en gemytlig miljö som attraherar både regionala och internationella besökare.

Syfte: Göra shoppingen till den viktiga del av besöket i Arvidsjaur.

Budskap: Här finns de Samiska- och lappländska hantverken blandat med traditionell shopping. Allt inom promenadavstånd från huvudgatan i Arvidsjaur.

Kanaler: Researrangörernas och entreprenörernas egna kanaler. Skyltar och banners.



@hotels

Sov gott i något av våra 350 hotellrum.

Syfte: Visa att Arvidsjaur har tre mycket fina hotell både för privatbruk och för konferensen.

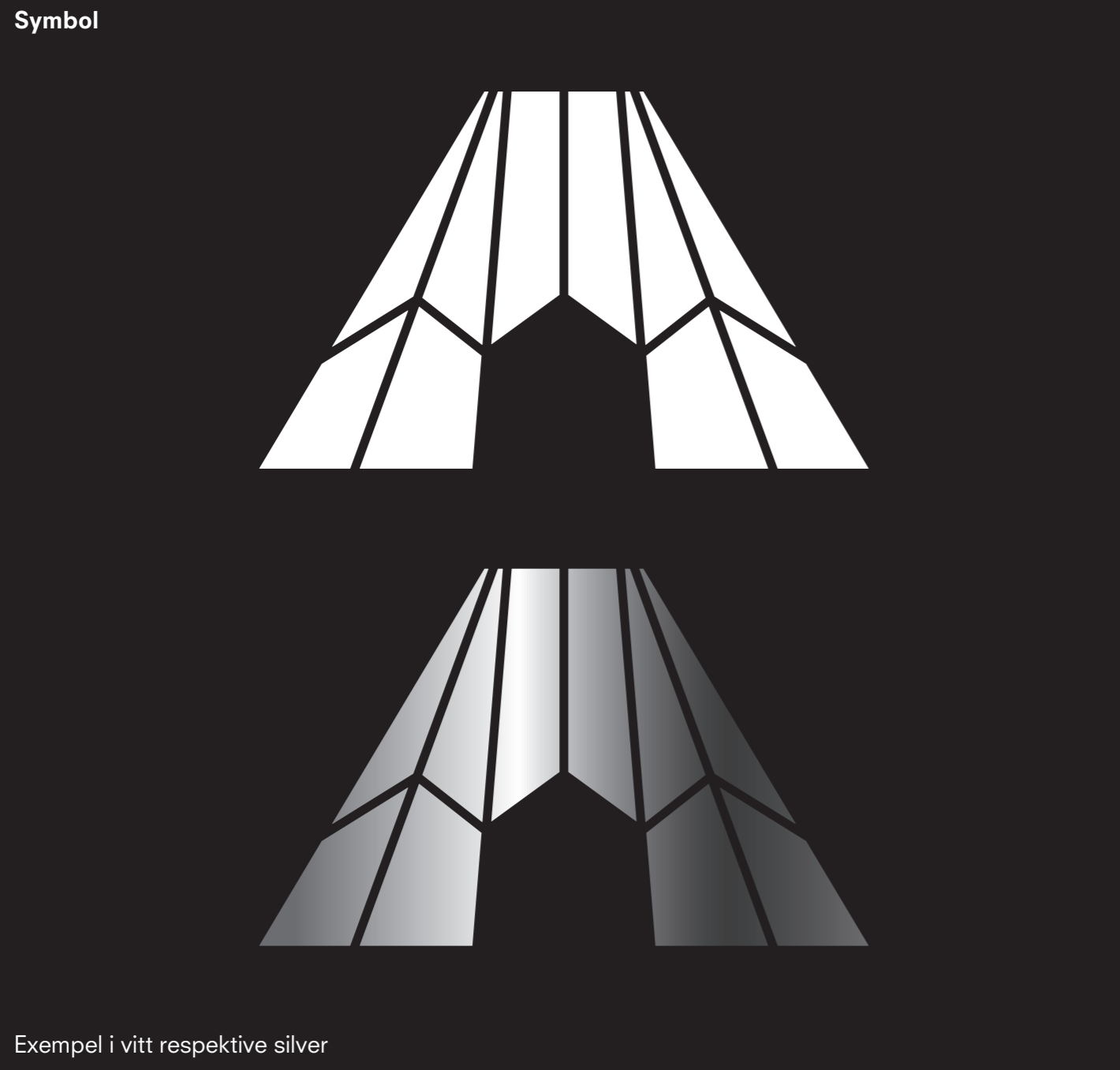
Budskap: Här bor du bra oavsett om ni är ett par, grupp eller på konferens. Dessutom är maten i toppklass.

Kanaler: Entreprenörernas egna kanaler. Medverkan i Swedish Laplands tematiska arbetsgrupp för MICE. PR samt banners.

Grafisk manual

Arvidsjaur's avsändare består av symbol och logotyp.

Symbolen innehåller flera tolkningsmöjligheter. Förutom att vara ett kraftfullt och stadigt A, finns i formen även stiliserad kåta, uppåtsträvande riktning, bebyggelse, bergformation.



Avsändare (symbol och logotyp)



Symbol (=märke)

Logotyp (=varumärket i text)

Arvidsjaur's avsändare är framtagen speciellt för varumärket Arvidsjaur och får inte ändras eller modifieras.

Avsändaren är utformad så att logotyp (texten Arvidsjaur@lapland m fl) ska användas i kombination med symbolen (A-formen).

Avsändaren finns i stående respektive liggande version.

Endast tillhörande originaldokument (Illustrator m fl) för Logo/Symbol ska användas som underlag.

Avsändaren finns som originaldokument (Illustrator m fl) i färgerna svart respektive vitt.

Logotyp – vit stående



Logotyp – svart stående



Logotyp – vit liggande



Logotyp – svart liggande



Varumärkets avsändare/logotyp finns i ett antal olika textmässiga versioner:

Huvudlogotyp samt tagline “@lapland” på engelska.

Logotyper med kommunikationsteman.

Huvudlogotyp



Logotyper med kommunikationsteman



Några ytterligare riktlinjer för avsändaren/logotypen:

Minsta friyta som bör finnas runt avsändaren.

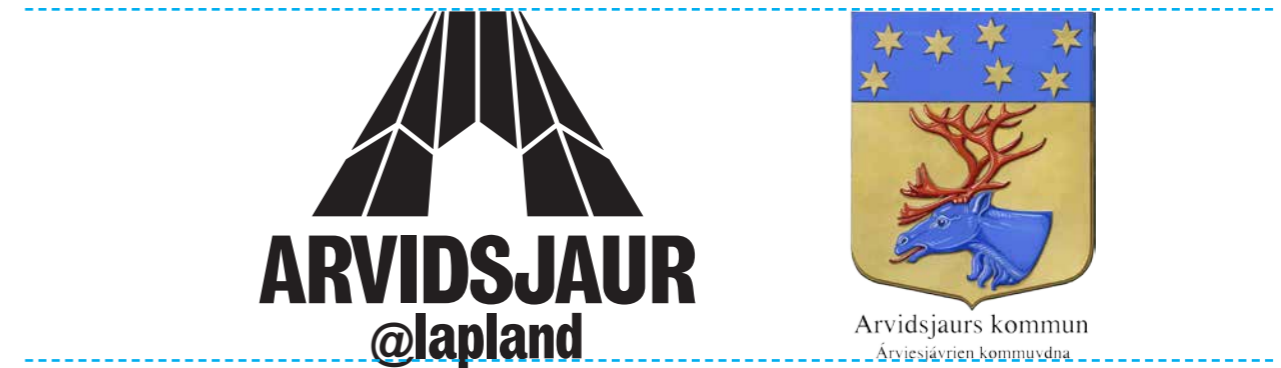
Arvidsjaur's avsändare tillsammans med kummunvapnet.

Friyta – minsta avstånd till avsändaren



Undvik att placera andra grafiska element närmare än enligt exemplet ovan.

Avsändare med Arvidsjaur's kommun – storleksrelation och avstånd mellan avsändarna



För exempel på relation mellan avsändarna och lämplig placering – se Applikationer, s 00

Arvidsjaurs färgpalett är inspirerad av samisk färgsättning.

Färgpaletten består av Primära färger och Sekundära färger.

Ljusare toner (procentsatser) av färgerna kan användas vid behov, t ex som tonplattor på skärm eller i trycksaker.

C: 0 R: 0
M: 0 G: 0
Y: 0 B: 0
K: 100
HTML Code #000000

C: 10 R: 220
M: 70 G: 103
Y: 70 B: 76
K: 0
HTML Code #DC674C

C: 0 R: 255
M: 0 G: 255
Y: 0 B: 255
K: 0
HTML Code #FFFFFF

Silver PMS 877

C: 60 R: 117
M: 4 G: 180
Y: 80 B: 88
K: 0
HTML Code #75B458

C: 70 R: 4
M: 0 G: 186
Y: 0 B: 238
K: 0
HTML Code #04BAEE

C: 0 R: 255
M: 0 G: 239
Y: 80 B: 6
K: 0
HTML Code #FFEF42

Arvidsjaurs profiltypsnitt är Headline, Rockwell, Neuzeit samt Chronicle.

För huvudrubriker är Headline MT Bold. Kan användas antingen versalt eller versalgement.

Kompletterande rubriktypsnitt är Rockwell. Även lämpligt för ingresser. Kan användas antingen versalt eller versalgement.

Headline MT Bold Huvudrubriker, underrubriker. (Versalt eller versalgement)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Rockwell Std Regular Kompletterande rubriktypsnitt. Ingresstypsnitt. (Versalt eller versalgement)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Chronicle Text G1 Brödtext. (I synnerhet längre brödtexter)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789

Neuzeit S Book Brödtext. Bildtext. Tabeller

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789

Rockwell Std Bold Kompletterande rubriktypsnitt. Ingresstypsnitt. (Versalt eller versalgement)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Chronicle Text G1 Italic Utmärkningsform i brödtext

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Neuzeit S Book Heavy Brödtext. Bildtext. Mellanrubriker. Tabeller

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Rockwell Std Bold Condensed Kompletterande rubriktypsnitt. Ingresstypsnitt. (Utrymmesbesparande)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Arial Alternativ som ersättningstypsnitt. (Om annat inte finns att tillgå)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789

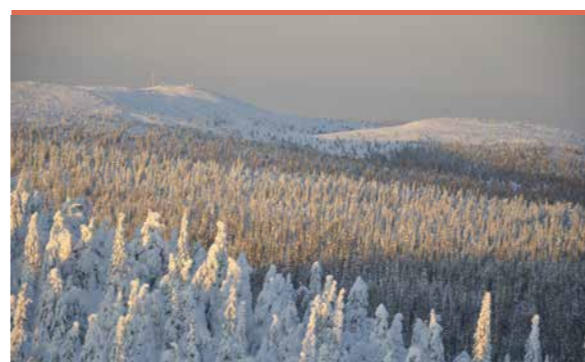
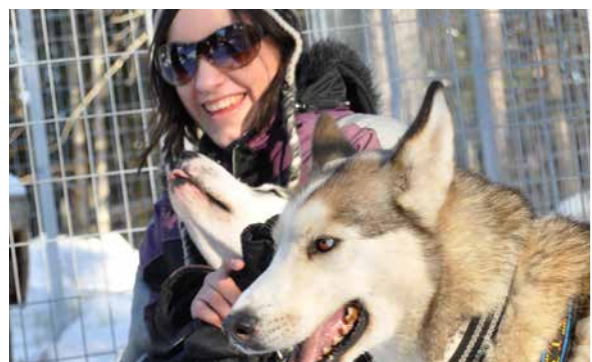
Rockwell Std Light Kompletterande rubriktypsnitt. Ingresstypsnitt. (Används ej i små grader)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789

Exempel på bilder som är representativa för Arvidsjaur.

Kontrollera användningsrätt innan användande av bilder.

Inga bilder får reproduceras direkt från detta dokument – använd originalbilder i god upplösning.







ARVIDSJAUR
@lapland



Spåren i Arvidsjaur
Rallarmuseum, ångtåget & inlandsbanan

Konst & hantverk
Vi guidar dig till intressanta besöksmål

Äventyr
Sommarens bästa aktiviteter i skog och på vatten

Fiska i den givmilda sjön

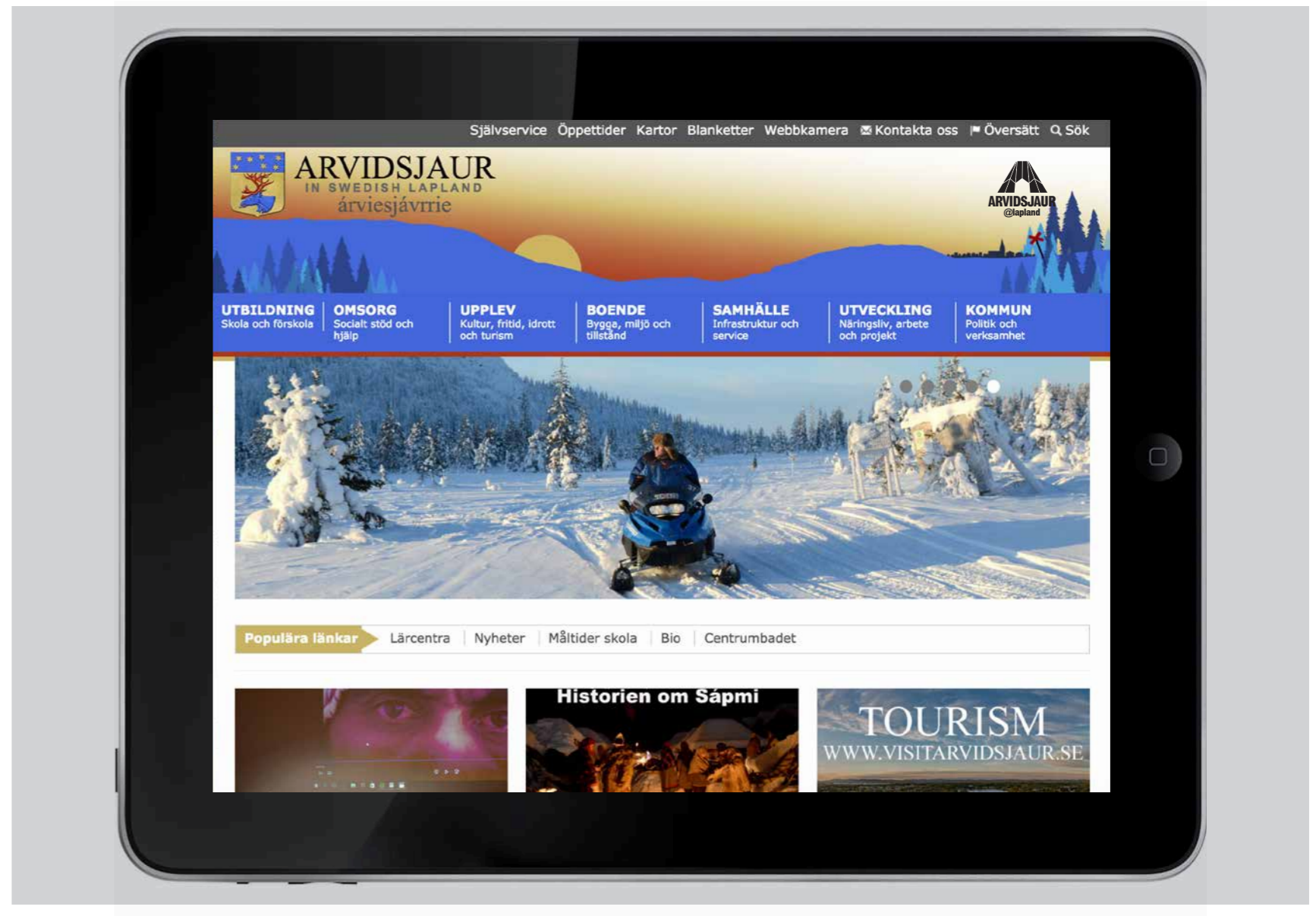
VÄLKOMMEN TILL ARVIDSJAUR!

Vi erbjuder service för medborgare, företagare och besökare

Arvidsjaur Kommun
0960-15 500
Näringslivskontoret
0960-15 811
Turistbyrå
0960-175 00



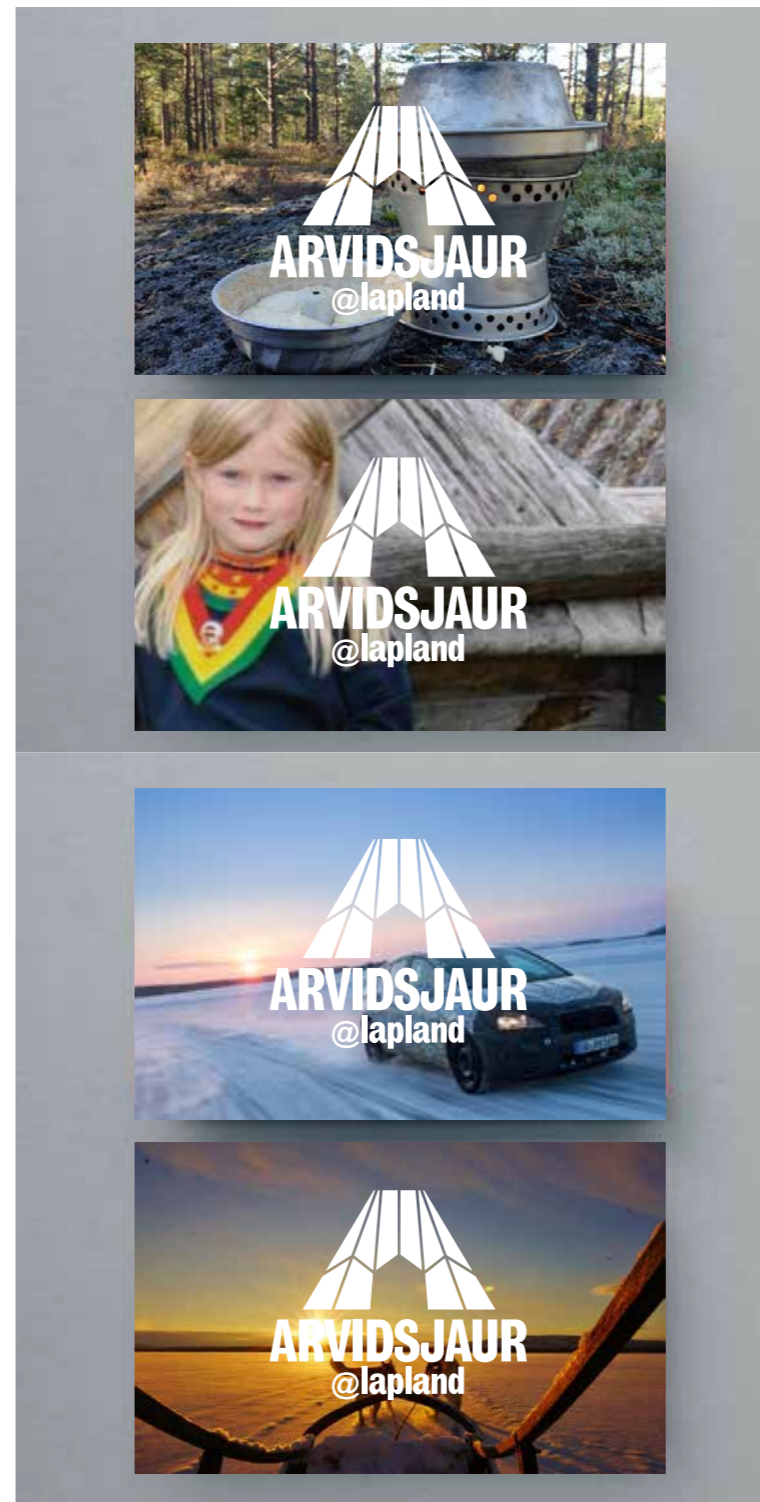
www.arvidsjaur.se

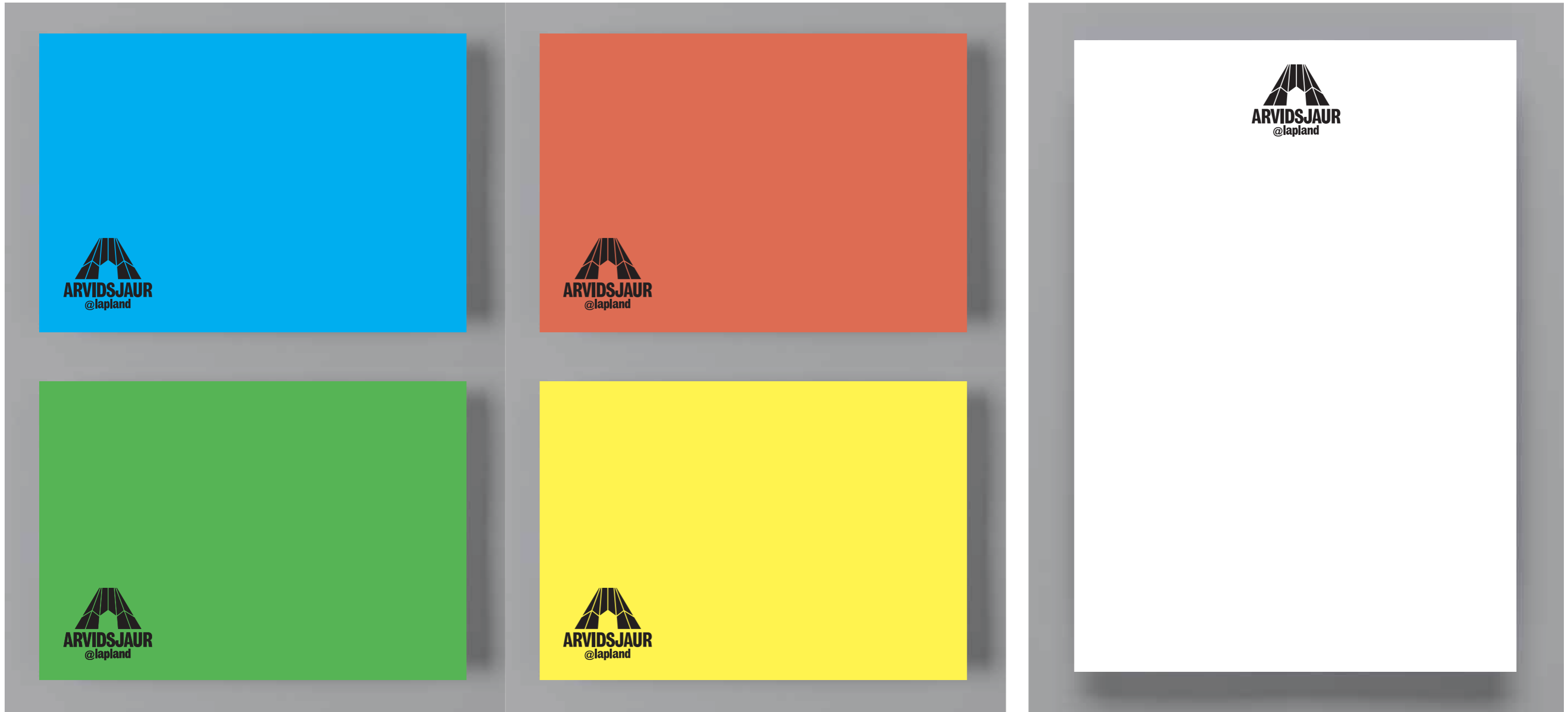






Namn Namnsson	Tel +46 960-175 00
Titel	Mobil +46 70-000 000
	Fax +46 960-000 00
Arvidsjäurs kommun	e-post namn.namnsson@arvidsjaur.se
933 81 Arvidsjaur	hemsida www.arvidsjaur.se





KONTAKT

Peter Manner
Destinationsansvarig

e-post peter.manner@arvidsjaur.se

Arvidsjaur Kommun
Tel +46 960-175 00
hemsida www.arvidsjaur.se



EUROPEISKA UNIONEN
Europeiska regionala
utvecklingsfonden