

Strategi och Grafisk profil

Gällivare kommun

Vårt varumärke

Vi är Gällivare kommun. Vi är en arbetsgivare, myndighetsutövare och samhällsbyggare. Likt andra kommuner är vi ansvarstagande och brinner för vår organisation och vårt fokus i all vår kommunikation är våra medborgare och kommande medborgare.

Vi är orädda, aktiva och positiva. Vi är också varma, inkluderande, trygga och pålitliga. Det ska märkas i allt från hur den enskilda kommunmedarbetaren agerar till de stora beslut som kommunen som organisation fattar. Troligen har platsen vi verkar på format oss i den här andan. Vi har en strävan efter att utvecklas och som organisation tydliggöras i en gemensam riktning.

Grafisk profil och riktlinjer

Vår grafiska profil är ett av flera hjälpmedel för att stärka Gällivare kommuns varumärke. Den skapar en enhetlig, igenkännande och professionell bild av kommunen som organisation. I all kommunikation där kommunen är avsändare ska den grafiska profilen användas och följas.

Alla verksamheter i Gällivare kommun tillhör samma kommunkoncern och lyder under ett gemensamt varumärke. Den gäller förvaltningar och nämnder inom Gällivare kommun.

I manualen hittar du information och riktlinjer för hur vi inom Gällivare kommun arbetar visuellt i vår kommunikation samt exempel för att ge inspiration.

- 01. Introduktion**
- 02. Design Drivers**
- 03. Logotyp**
- 04. Typografi**
- 05. Färgpalett**
- 06. Layout**
- 07. Kläder, fordon, presentartiklar**
- 08. Bilder**

01. Introduktion

Vår tonalitet

Våra värdeord:
Mångfald
Effektivitet
Nyskapande
Attraktivitet

Gällivare kommuns personlighet

Tonalitet handlar om hur vi kommunicerar. Tonaliteten förstärker vårt budskap och såväl det visuella som i det språkliga, och är samstämmig oavsett kanal.

Vi är i vår kommunikation alltid inkluderande, välkomnande, modiga, varma, trygga och visar professionalism. Vi ska sträva efter att visa mänsklig aktivitet, gärna i spännande miljöer.

När vi kommunicerar gör vi det på ett okomplicerat, rakt och varmt sätt. Vi gör det komplexa enkelt och lite roligare, alltid med blicken fäst på en bättre framtid. En framtid där idéer välkomnas och ett liv för alla i balans. Kort sagt, trots att vi aldrig står still kan du alltid lita på att vi finns där för dig.

Våra värdeord

Mångfald

Vi ser olikhetens styrka och möjlighet i verksamheten, i organisationen och i samhället. Vårt bemötande ska präglas av respekt för varandra.

Effektivitet

Vi ger rätt service, till rätt kvalitet med ansvarfullt nyttjande av våra resurser.

Nyskapande

Vi är innovativa och alla vågar tänka nytt.

Attraktivitet

Ett mångkulturellt samhälle i naturskön miljö med en infrastruktur som erbjuder närhet till arbete, service och fritid.

Vårt löfte

Vi är kraftfulla möjliggörare!

Förskola, skola, äldreomsorg, bygglov, sophämtning, vatten, avlopp, snöröjning. Listan kan göras lång. Vi får din vardag att fungera. Vi nöjer oss dock inte med det. Ett nytt centrum tar form, vi bygger bostäder och nya mötesplatser som ger förutsättningar för ett njutbart förenings- och friluftsliv. I Gällivare finns många minoriteter och både kulturlivet och landsbygden är viktiga för oss.

Vi är mitt uppe i en unik samhällsomvandling och står i händelsernas centrum globalt när industrin miljardsatsar för en grönomställning. Det kräver betydligt mer av oss än av många andra kommuner. Och vi lovar dig att vi gör allt vi kan för att skapa möjligheter utöver det vanliga.

Som medarbetare hos oss får du den bästa kombinationen av trygghet och spänning. Som offentlig aktör är vi en trygg arbetsgivare. Som kontrast till det står vi inför en historisk samhällsomvandling där vi på kort tid ska göra nästan omöjliga saker. Det innebär att du får vara med på en hisnande resa som kräver både kraft och mod.

Grundprinciper för profilering

Alla verksamheter, förvaltningar och projekt som ägs och drivs av kommunen ska följa och använda kommunens grafiska profil. Vi är ett och samma varumärke. Detta skapar en tydlig avsändare för målgrupperna, både lokalt och utanför kommungränsen. För våra målgrupper blir det också tydligt att det är en kommunal verksamhet som bedrivs med skattemedel.

Särprofilering

I vissa fall, när det finns specifika och starka skäl att frångå den ordinarie profilen, finns utrymme att skapa särprofilering trots att verksamheten helt eller delvis drivs av kommunen. Beslut om särprofilering baseras på en checklista som från olika perspektiv bedömer det aktuella fallet. Frågan om särprofilering bereds och beslutas av det strategiska kommunikationsteamet eller kommunens ledningsgrupp.

Checklistan behandlar följande områden:

- Det finns fler aktörer än kommunen som driver eller finansierar verksamheten.
- Har en marknad även utanför Gällivare, regional, nationell eller internationell.
- En verksamhet som troligtvis kommer att avknoppas i framtiden, alternativt att andra finansiärer kan bli aktuella i framtiden.
- Är ett besöksmål, en tydlig geografisk plats/byggnad
- Inte är renodlad samhällsservice.
- Har en tydlig konkurrenssituation som kräver marknadsföring.

Kommunala bolag

För bolag som Gällivare kommun äger finns två olika förhållningssätt när det gäller profilering.

Nivå 1 – Gällivare kommuns profil

Gäller för helägda kommunala bolag med verksamhet som inte är kommersiellt inriktad direkt mot konsument och endast erbjuder samhällsservice. Samt bolag med en administrativ funktion.

Nivå 2 – Alltid egen profil

Gäller för kommunala bolag med en extern marknad och som inte enbart erbjuder ren samhällsservice.

Gällivare kommuns grafiska profil

Gällivare kommuns grafiska profil är en del av kommunens varumärkesmanual. Vill du veta mer om övriga delar är du välkommen att kontakta kommunikationsenheten. E-post: kommunikation@gallivare.se

02. Design Drivers

För att vi ska lyckas skapa ett starkt och funktionellt varumärke krävs noggrannhet och tydliga riktlinjer för hur vi ska tänka och agera i olika situationer. En del av detta handlar om att konsekvent använda våra visuella signaler när vi kommunicerar.

Genuin

Vad?

- Transparent
- Äkta
- Trygg
- Inkluderande
- Naturligt
- Okomplicerade
- Struktur
- Varm

Konkret

- Tydligt disponerade ytor
- Kvalitet (hellre få bra och starka beståndsdelar som håller)
- Äkta innehåll
- Hantverk
- Tonalitet

Driv

Vad?

- Driv
- Pondus
- Utmana
- Energi
- Modiga
- Doers
- Ta plats
- Sticka ut
- Innovativ

Konkret

- Typografiska tonlägen
- Färgstark
- Diffrentierande designelement
- Rörlighet

Tydlig

Vad?

- Inkluderande
- Okomplicerade
- Enkel
- Struktur
- Stolt

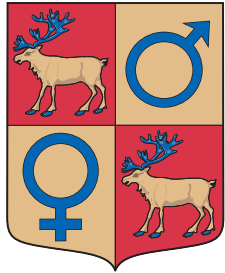
Konkret

- Systematisk
- Tydligt disponerade ytor
- Gridsystem
- Mallat
- Digitalt anpassad
- WCAG

Arbetsgivarevarumärkets identitet ska:

- Visa information tydligt och strukturerat.
- Vara funktionell.
- Ge ett förtroendeingivande intryck.
- Ge en trygg känsla.
- Få information att vara lättillgängligt.
- Ge ett okomplicerat intryck.

03. Logotyp



Gällivare kommun

Vår logotyp – ett gemensamt kännetecken

Gällivare kommuns vapen består idag av två renar, en järnsymbol samt en kopparsymbol. Vapnet, vars symboler står för renskötsel och malm- och kopparbrytning, fastställdes ursprungligen 1948 för Gällivare kyrkostads municipalsamhälle. År 2021 ändrades kommunvapnet: en järnsymbol byttes ut till en kopparsymbol som tillika representerar symbolen för man och kvinna.

Vår logotyp, kommunvapnet, är den gemensamma symbolen och kännetecknet för all kommunal verksamhet. Den samlar alla våra förvaltningar, nämnder, tjänster och projekt under sig. Intill vapnet finns endast texten Gällivare kommun.

Logotypen ska alltid användas som avsändarmärke i all vår kommunikation, oavsett vilken verksamhet det gäller. Användandet ska på ett tydligt sätt visa att det är vi, Gällivare kommun, som är avsändare.



Endast vapnet

När det finns utrymmesbrist eller i sammanhang där det är uppenbart att det är Gällivare kommun som är avsändare, är det tillåtet att enbart använda kommunvapnet som avsändarmärke.

Exempel på detta är skyltar, emblem och flaggor, eller interna profilprodukter som block, pennor och muggar.

Logotyp

Nya logotypen utgår från den tidigare, men är en förenklad version, som är mer digitaliserad. Ger möjlighet att enkelt och tydligt användas på färgplattor och bilder. Ny ordbild i typsnittet centra kompletterar vapnet.

Vi kommer att jobba med följande logotyper:

Vår ursprungliga logotyp (liggande och stående) med fler detaljer och färger och en förenklad digitaliserad logotyp som är transparent och finns i färgerna svart och vit i liggande och stående version.

(Översättningar på lokala språk kan användas).

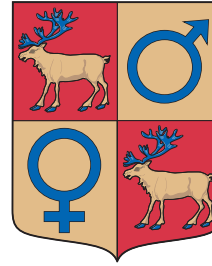


**Gällivare
kommun**

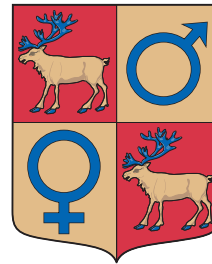


**Gällivare
kommun**





**Gällivare
kommun**



**Jiellevárri
gielda**



**Jällivaara
kunta**

Logotypvarianter

Logotypen finns i tre olika färgvarianter: svart, vit och färg. Den svarta eller vita kompletterar där logotypen i färg inte kommer till sin rätt då detaljer blir osynliga. Den svarta och vita logotypen används exempelvis på trycksaker och i digitala kanaler.

Logotypen ska alltid användas med god kontrast och mot bakgrunden så att den framträder tydligt.

Den färgade logotypen används i formella sammanhang och där den inte påverkas negativt av andra färger och där färger och detaljer blir synliga.

Logotypen, kommunvapnet tillsammans med texten Gällivare kommun, får inte beskäras, typograferas om, färgsättas annorlunda eller på annat sätt förändras utifrån originalen.



A. Svart logotyp mot ljus bakgrund.

Denna variant används mot vita och ljusa neutrala bakgrunder. Detta skapar en bra kontrast mot bakgrunden och gör logotypen både tydlig och synlig.

Färger

Svart: 100%

B. Vit logotyp mot mörk bakgrund.

Denna variant används mot svarta, färgade och mörka bakgrunder. Detta skapar en bra kontrast mot bakgrunden och gör logotypen både tydlig och synlig.

Färger

Vit:

C. Färg logotyp mot vit bakgrund.

Denna variant används endast mot vit bakgrund och används aldrig på eller tillsammans med andra färgplattor eller färgstarka bilder som krockar med färgerna i logotypen.

Färger

Svart: 100%

Röd: CMYK 0-83-100-0

Gul: CMYK 4-18-38-0

Så här används logotypen

Storlek

Det skall alltid tydligt framgå att Gällivare kommun är avsändare. Det är därför viktigt att vår logotyp används i tillräckligt stor storlek.

Minsta tillåtna storlek är 30 mm.



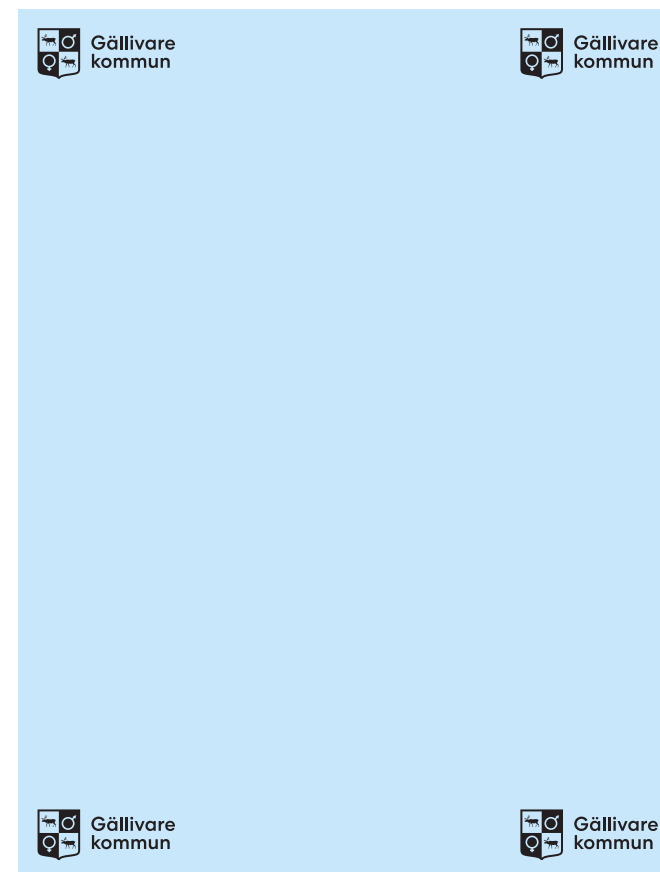
Friyta

Logotypen mår bra av luft omkring sig. Logotypen placeras med en frizon runt om för att den ska framträda och komma till sin rätt. Använd ett G från logotypen som minsta mått på friytan runtomkring. Gärna mer luft men ej mindre.



Placering

Exempel på placering. Logotyp ska placeras i hörn där den ej konkurrerar med annan information. Detta gäller i trycksaker, annonser och digitala presentationer (ex. Powerpoint).



Logotyp mot bakgrunder

Det finns regler för hur logotypen får användas och inte. Här är några exempel:

1. Logotypen får inte förvrängas, vridas eller dras ut så att proportionerna förändras.
2. Logotypen får inte läggas på en färgad bakgrund som försämrar synbarheten.
3. Logotypen får inte placeras i en rörig eller mönstrad bild som försämrar synbarheten.
4. Logotypen får inte färgas in i en annan färg förutom originalfärgerna.

Tillåtna varianter



A. Svart logotyp på ljus neutral bakgrund eller bild.



B. Vit logotyp på mörk neutral bakgrund eller bild.



C. Färgad logotyp på vit neutral bakgrund.

Ej tillåtna varianter



A. Svart logotyp på mörk bakgrund eller bild.



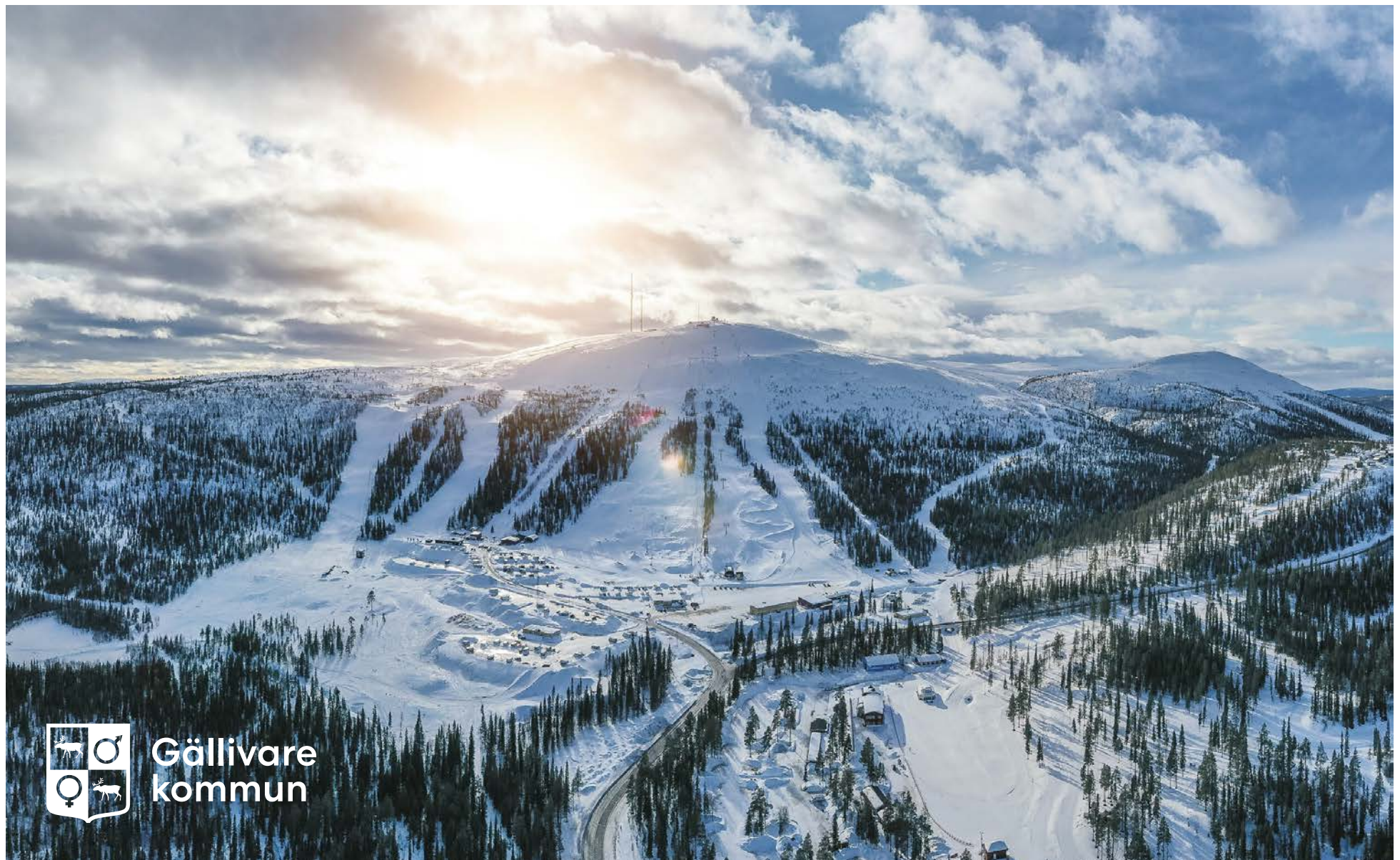
B. Vit logotyp på ljus bakgrund eller bild.



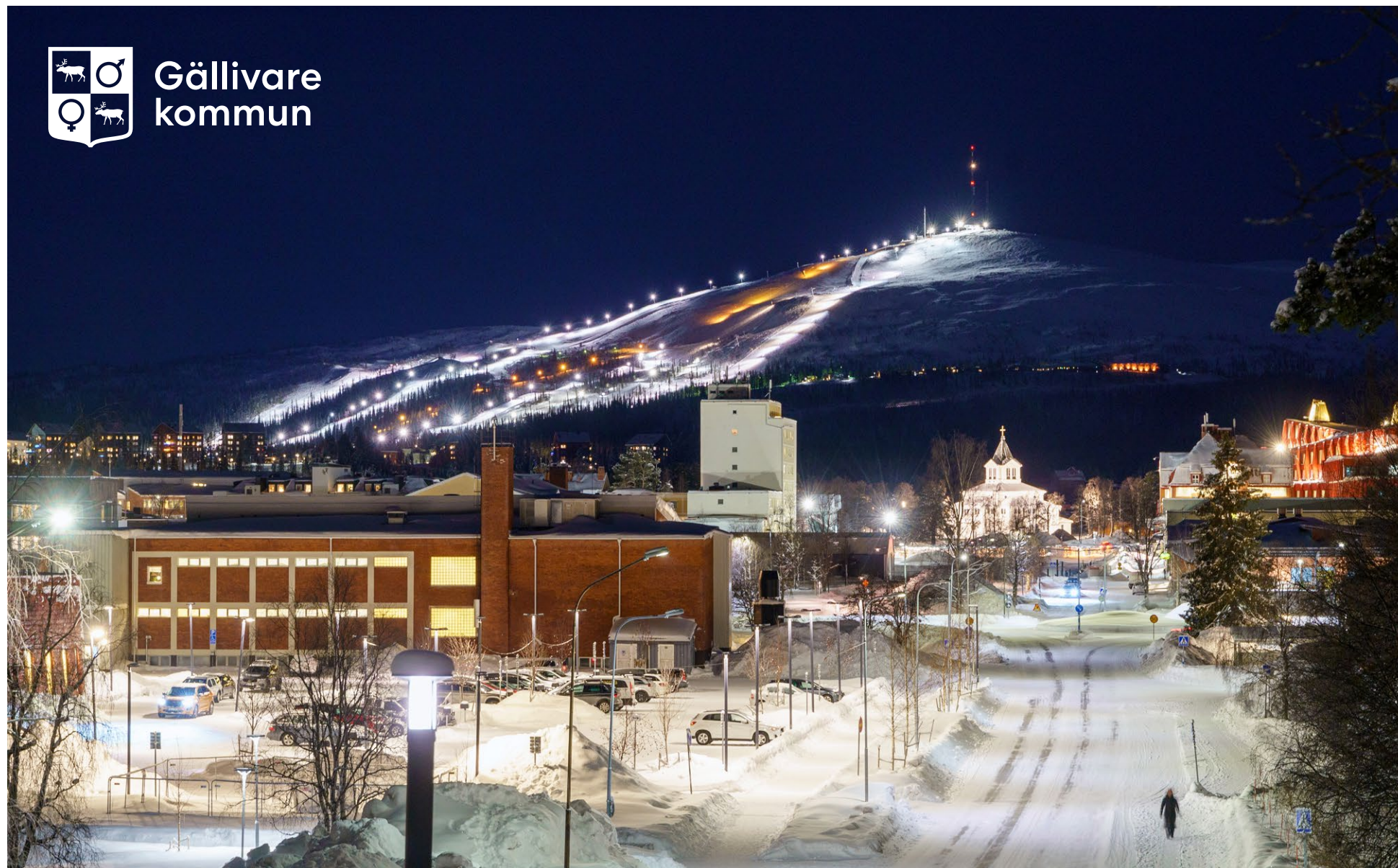
C. Färgad logotyp på färgad bakgrund eller bild.



Exempel



Exempel



Exempel



Exempel



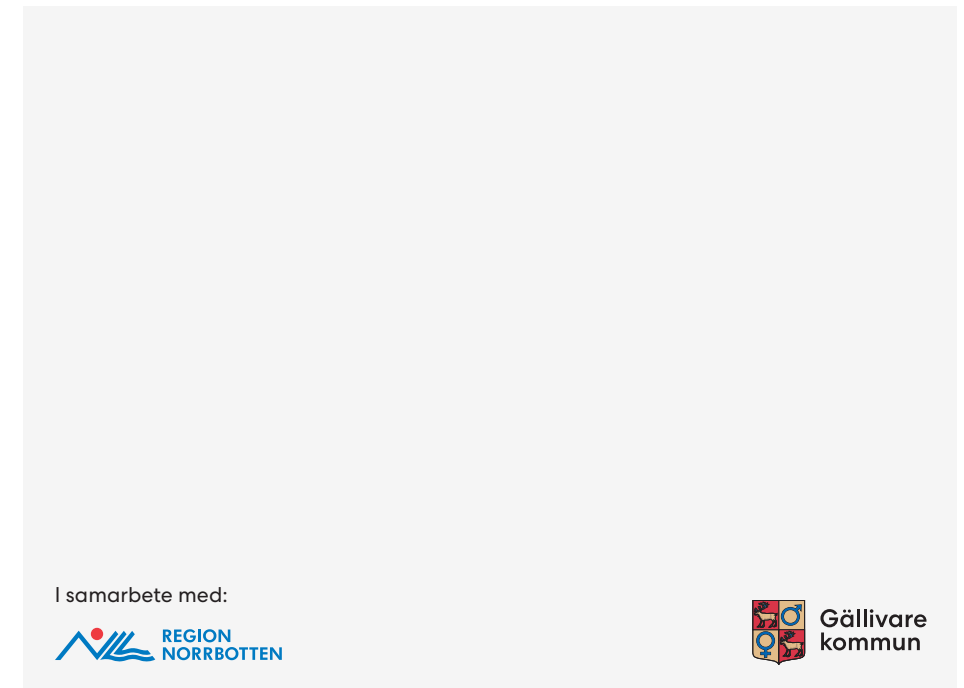
**Gällivare
kommun**

Samprofilering

När vi samarbetar med extern part och Gällivare kommun är huvud-avsändaren, ska den liggande logotypen användas och placeras i högerkant. Samarbetspartners namn placeras i vänsterkant under texten: "I samarbete med:"



I första hand skrivs samarbetspartners namn ut i text. Finns det krav på att använda logotypen, placeras även den längst ner i vänsterkant, enligt deras riktlinjer.



04. Typografi

Rubriktypsnitt är TT Fellows. Det har karaktär och kan användas som rubriktypsnitt i både information och kommunikation. TT Fellows är både stabilt och mänskligt.

Centra no.2 är vårt typsnitt för underrubriker och brödtext. Ett välkomnande och samtida typsnitt. Centra no.2 är funktionellt, modernt men även kommunikativt.

Välkommen

Den arktiska småstaden

Småstaden 100 kilometer norr om polcirkeln

Välkommen till Gällivare, den arktiska småstaden
100 kilometer norr om polcirkeln

Välkommen till Gällivare, den arktiska småstaden 100 kilometer norr om polcirkeln. Välkommen
till Gällivare, den arktiska småstaden 100 kilometer norr om polcirkeln

Livesändning

Huvudrubrik 100%
TT Fellows Extrabold

Underrubrik 50%
TT Fellows Extrabold

Mindre rubrik 25%
Centra Bold

Ingress 25%
Centra Book

Brödtext 10–20%
Centra Book

Specialtext
TT Fellows Light Italic

Modernt typsnitt med personlighet

Okomplicerad lättläst och trygg

Rubriktypsnittet TT Fellows

Rubriktypsnitt är TT Fellows. Det har karaktär och kan användas som rubriktypsnitt i både information och kommunikation. TT Fellows är både stabilt och mänskligt. Som rubriker använder vi TT Fellows Extra Bold.

Som specialtext vid speciella arrangemang använder vi TT Fellows Light Italic.

TT Fellows använder vi i grafisk produktion såsom annonser, skyltar, banderoller m.m.

TT Fellows är också vårt rubriktypsnitt som används för webb och sociala medier.

TT Fellows

Rubriker

TT Fellows Extra Bold
Flygande bäckasiner
söka vila på mjuka tuvor.
1234567890

Underrubriker (50%)

TT Fellows Extra Bold
Flygande bäckasiner söka vila på mjuka tuvor.
1234567890

Specialtexter TT Fellows Light Italic

Flygande bäckasiner söka vila på mjuka tuvor.
1234567890

Centra no.2

- typsnitt för underrubriker och brödtext

Centra no.2 är vårt typsnitt för underrubriker, mindre rubriker och brödtext. Ett välkomnande och samtida typsnitt. Centra no.2 är funktionellt, modernt men även kommunikativt.

Centra no.2 finns i fler olika vikter och skärningar. Centra no.2 Bold och Book ska användas mest.

Centra no.2 använder vi i grafisk produktion såsom annonser, skyltar, banderoller m.m.

Centra no.2 är också vår brödtext som används för webb och sociala medier.

Centra no.2

Centra no.2 Bold

Flygande bäckasiner söka vila på mjuka tuvor.
1234567890

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
0123456789!#€%&/()=?;:,. .

Centra no.2 Book

Flygande bäckasiner söka vila på mjuka tuvor.
1234567890

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
0123456789!#€%&/()=?;:,. .

Centra no.2 Light

Flygande bäckasiner söka vila på mjuka tuvor.
1234567890

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
0123456789!#€%&/()=?;:,. .

Så här använder du typsnittet

TT Fellows

TT Fellows kan användas som rubriktypsnitt i både information och kommunikation.

När vi skriver så använder vi antingen svart, mörkblå eller mörkgrön text på ljusa ytor eller negativ (vit) text på bild eller mörk botten.

Vänsterställd text enligt layoutsystem är att föredra.

TT Fellows - Rubrik

TT Fellows - Underrubrik

TT Fellows - Rubrik

TT Fellows - Underrubrik

TT Fellows - Rubrik

TT Fellows - Underrubrik

TT Fellows - Rubrik

TT Fellows - Underrubrik

TT Fellows - Rubrik

TT Fellows - Underrubrik

TT Fellows - Rubrik

TT Fellows - Underrubrik

Centra no.2

Centra no.2 finns i flera olika vikter och skärningar. Centra no.2 Bold och Book ska användas mest.

När vi skriver så använder vi antingen svart, mörkblå eller mörkgrön text på ljusa ytor eller negativ (vit) text på bild eller mörk botten.

Vänsterställd text enligt layoutsystem är att föredra.

Centra Bold - typsnittet

Centra Book - typsnittet

Centra Bold - typsnittet

Centra Book - typsnittet

Centra Bold - typsnittet

Centra Book - typsnittet

Centra Bold - typsnittet

Centra Book - typsnittet

Centra Bold - typsnittet

Centra Book - typsnittet

Centra Bold - typsnittet

Centra Book - typsnittet

Ersättningstypsnitt för Powerpoint, Word och styr- dokument etc.

Den grafiska profilens originaltypsnitt (TT Fellows och Centra No2) är begränsade till att användas av Kommunikationsenheten på grund av licensiering.

Övriga verksamheter inom kommunen använder följande ersättningstypsnitt vid arbete i t.ex Word- och PowerPoint-dokument:

- Fira Sans – Black 900 ersätter TT Fellows för huvudrubriker.
- Poppins ersätter Centra No2 för övriga rubriker, ingress och brödtext.

Ersättningstypsnitten är Google Fonts och kan användas fritt utan licenskostnad.

Observera att originaltypsnitten ska användas vid tryck och produktion som huvudsakligen riktar sig externt (detta sköts av Kommunikationsenheten), medan ersättningstypsnitten används i interna presentationer och dylikt.

Typsnitten kan laddas hem här:
<https://fonts.google.com>

Huvudrubriker

Fira Sans - Black 900
Flygande bäckasiner
söka vila på mjuka tuvor.
1234567890

Underrubriker och brödtext

Poppins Regular
Flygande bäckasiner söka vila på mjuka tuvor.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
0123456789!#€%&/()=?;:.,

Poppins Bold

Flygande bäckasiner söka vila på mjuka tuvor.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
0123456789!#€%&/()=?;:.,

Goda exempel



Goda exempel



05. Färgpalett

En palett inspirerad av Gällivares natur och omgivning.

Färg är ett utmärkt verktyg för att spegla Gällivares energi och driv och även koppla till historien. Inspirationen till färgpaletten är nära kopplad till platsen och utgår från en himmel som ständigt ändrar karaktär. Norrsken, ljus och mörker. Samt årstider med olika färgteman. Blå och gröna toner.

Som huvudfärg och som avsändare är vi orangea (solnedgångs-röd), sekundära färgerna används som hjälp i designarbete av både av kommunikation. Funktionsfärgerna används mer sparsamt när fler färger behövs.

Sekundärfärger

GRAN
#003A20
RGB 0/58/32
CMYK: 95/6/67/57
PANTONE: 7729 C

NORRSKEN
#0BAA5E
RGB 11/170/34
CMYK: 100/0/81/0
PANTONE: 340 C

TRÄ
#F5D7AA
RGB 245/215/170
CMYK: 6/21/33/0
PANTONE: 726 C

NATT
#00003C
RGB 0/0/60
CMYK: 100/74/0/45
PANTONE: 294 C

HIMMEL
#4E71B5
RGB 78/113/181
CMYK: 81/43/0/0
PANTONE: 2172 C

SNÖ
#F5F5F0
RGB 245/245/250
CMYK: 5/3/7/0

Primärfärg

Orange
#FF3E03
RGB 255/62/3
CMYK: 0/80/79/0
PANTONE: 2027 C

Funktionsfärger

SOL
#FFD237
RGB 255/210/55
CMYK: 0/9/80/0
PANTONE: 122 C

KÄLLA
#98EDB6
RGB 157/237/182
CMYK: 42/0/44/0
PANTONE: 353 C

MOSSA
#C9F2E3
RGB 200/242/227
CMYK: 21/0/21/0
PANTONE: 2253 C

SJÖ
#96D9EA
RGB 150/217/234
CMYK: 55/0/1/0
PANTONE: 305 C

IS
#CEECE4
RGB 206/236/244
CMYK: 25/1/0/0
PANTONE: 2253 C

Rekommenderade färgkombinationer

När man kombinerar färg är det viktigt att tänka på kontrasten, så att text är läsbar och tydlig för den som ska få informationen.

Rekommenderade färgkombinationer



Lorem ipsum dolor Lorem ipsum dolor	Lorem ipsum dolor Lorem ipsum dolor
Lorem ipsum dolor Lorem ipsum dolor	Lorem ipsum dolor Lorem ipsum dolor
Lorem ipsum dolor Lorem ipsum dolor	Lorem ipsum dolor Lorem ipsum dolor

Här hittar du kombinationer som ger bra kontrast när man har viktig information eller presenterar mycket text.

Ej rekommenderade färgkombinationer



Lorem ipsum dolor Lorem ipsum dolor	Lorem ipsum dolor Lorem ipsum dolor
Lorem ipsum dolor Lorem ipsum dolor	Lorem ipsum dolor Lorem ipsum dolor
Lorem ipsum dolor Lorem ipsum dolor	Lorem ipsum dolor Lorem ipsum dolor

Dessa kombinationer ger dålig kontrast och ska inte användas. Texten blir svårläst och går ej att tyda.

06. Layout

Gällivare kommuns grafiska profil bygger på ett förhållandevis fritt och tillåtande designsystem som möjliggör en varierad formgivning beroende på budskap, format och innehåll. Det finns dock några grundläggande riktlinjer som vi ska förhålla oss till.

Avsändare

Logotypen ska alltid vara väl synlig i allt material och följa de riktlinjer som finns i denna manual. Logotypen placeras alltid på materialets förstasida/ omslag.

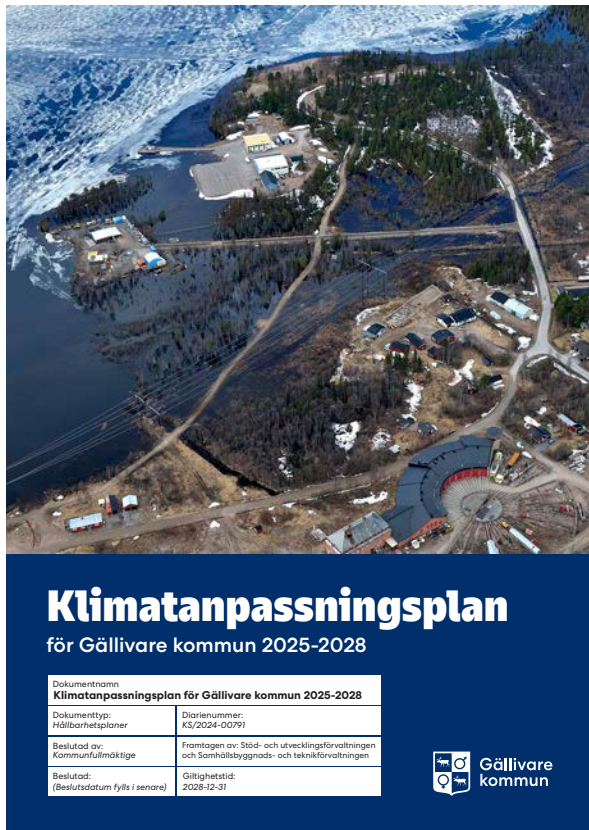
Designsystem med block för omslag och enkelsidigt material

Omslag, enkelsidor och förstasidor byggs oftast utifrån block.

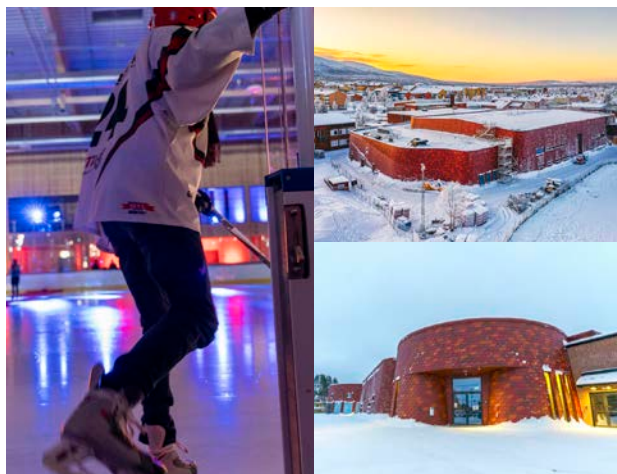
Balansera blocken så att det ser tilltalande ut för ögat. En helsida har ofta flera block men mindre annonser och affischer kan klara sig med färre.

Frihet vid design av uppslag

Att återkommande använda block för omslag, enkelsidor och förstasidor är viktigt för igenkänningseffekten. Uppslag, till exempel i en broschyr, kan designas mer fritt.



Goda exempel



Isborgen

Gällivares nya is- och evenemangsarena, Isborgen, är framförallt designad för isaktiviteter som till exempel hockey, curling och konståkning men har en flexibel utformning för att kunna användas året om.



Kunskapshuset

Kunskapshuset inrymmer kommunens gymnasieskola och lärcentra för vuxna. Kunskapshuset är mångfaldigt prisbelönt för sin arkitektur. Gruvorna på orten, den norrländska floran och samisk mönsterkultur är alla betydande inspirationskällor som har präglat byggnadens utformning.

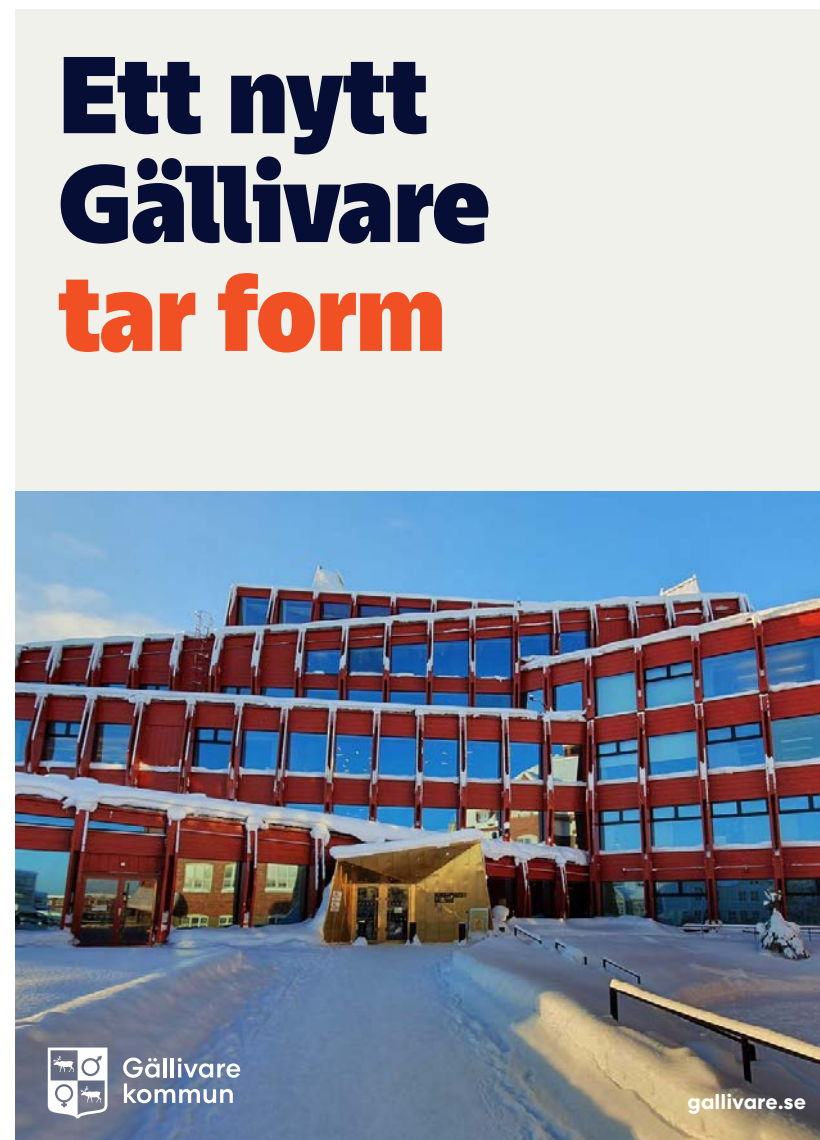


Multiaktivitetshuset

Mitt i Gällivare centrum byggs ett multiaktivitetshus. Huset som växer fram ska ge plats för kultur-, sport- och fritidsverksamhet – allt under samma tak. Huset blir i sex våningsplan med hela 21 900 kvadratmeter.



Goda exempel



Exempel på layout, mörk text på ljus bakgrund. Primärfärgen orange alltid närvarande.

Goda exempel

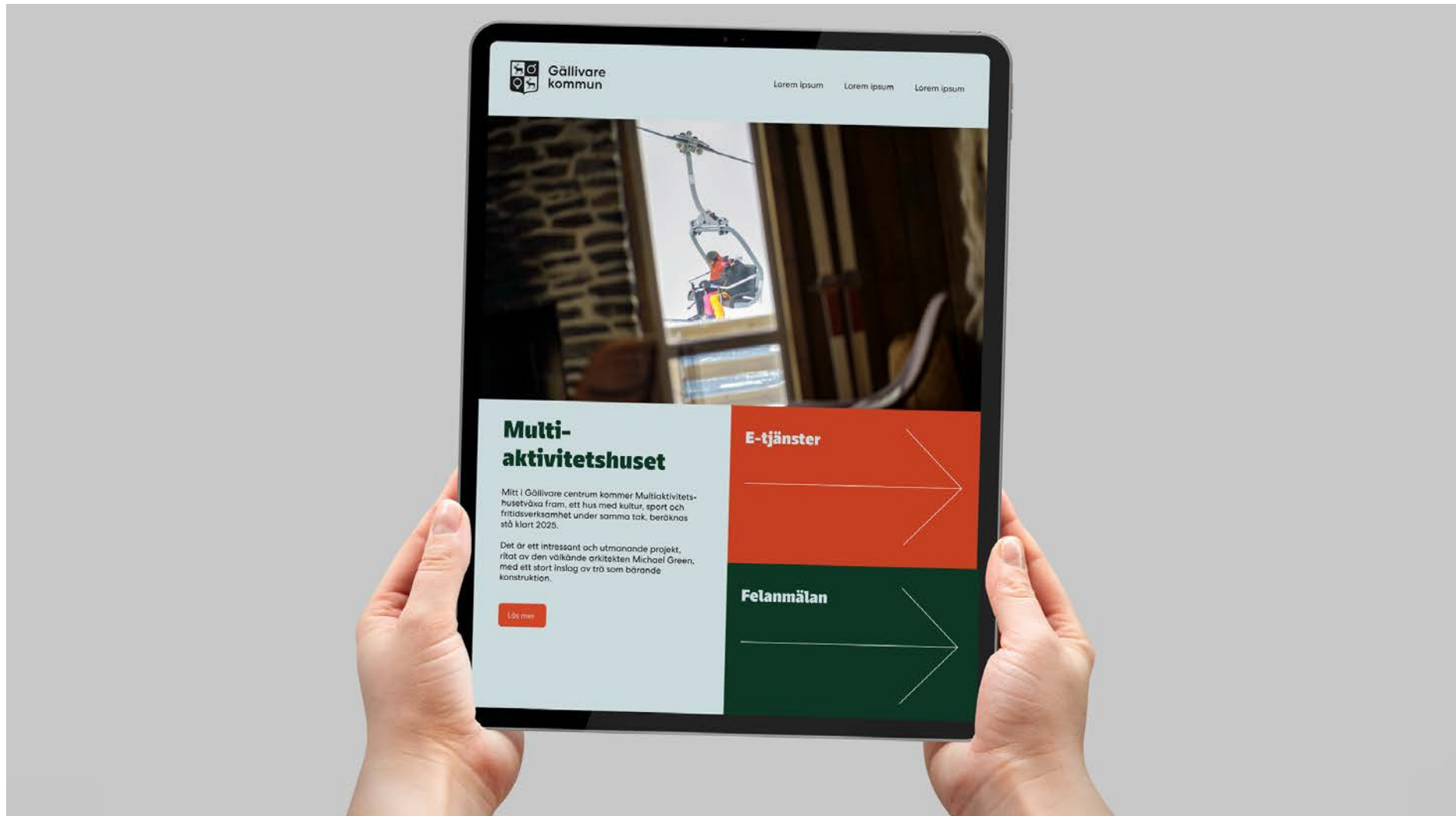


Exempel på layout, mörk text på ljus bakgrund. Negativ text på färgad bakgrund. Primärfärgen orange alltid närvarande.

Goda exempel



Goda exempel



Goda exempel



Trafikstrategi för Gällivare kommun



Gällivare
kommun

Goda exempel

**Gällivare Kommun**
Sponsored

Är du vår nästa webbkommunikatör? Hör av dig till oss när du är redo för nästa steg.

#webb #gallivare #next

Webb-kommunikatör?

Nu är vi på jakt efter fler kommunikatörer till vårt webbteam. Ansök idag!

**Gällivare kommun**

 88 12 Shares

 Like  Comment  Share

**Gällivare Kommun**
Sponsored

Är du vår nya förskolechef? Hör av dig till oss när du är redo för nästa steg.

#skola #gallivare #chef



**Gällivare kommun**

Förskolechef?

Är du vår nya förskolechef?
Ansök på gallivare.se

 88 12 Shares

 Like  Comment  Share

Goda exempel



Välavancerad tillväxtfastighet
ÖVERTORPENS FÄLLARNA 31

En av de mest välavancerade fastigheterna i Sörmland. Den ligger i en av de mest produktiva skogsområdena i Sörmland. Den har en stor och välavancerad skogsmark. Den har en stor och välavancerad skogsmark. Den har en stor och välavancerad skogsmark.

Skickligt arbete tillhandas senast 15 februari.
Fastighetsmäklare: Peter Olsson, 0800-237121.
peter.olsson@ludvigfest.se

ludvigfest.se

KUNGÖRELSE



SAMRÅDSUNDERLAG - TRAFIK SKÖTSEL
E4 Trafikplats Rosvik Södra, Piteå kommun

Vi planerar att bygga om korsningen vid Rosvik södra och vill att du som bor i området ska vara med och påverka.

Om du deltar i de inbudsade sessioner med oss så kan du påverka de beslut som tas vid de inbudsade sessionerna. Du kan också påverka de beslut som tas vid de inbudsade sessionerna.

Samrådsdeltid: 15 januari - 15 februari 2022

Plats för handlingar: www.traffikverket.se/traffikskottel

Synpunkter: Håll dig till de synpunkter som finns i de inbudsade sessionerna. Du kan också påverka de beslut som tas vid de inbudsade sessionerna.

Mer information: Elin Elfvig, deltagarsamordnare, 080-223 74 90, elin.elfvig@traffikverket.se

Trafikverket ansvarar för att du får tillgång till de inbudsade sessionerna. Du kan också påverka de beslut som tas vid de inbudsade sessionerna.

Delta i vår läsarpanel –
panel.nsd.se

NSD



Mäktigt fastighet i Haparanda
HAPARANDA VUONO 11

Den fastighet som du vill ha i Haparanda, den största skogen i Finland. Den har en stor och välavancerad skogsmark. Den har en stor och välavancerad skogsmark. Den har en stor och välavancerad skogsmark.

Skickligt arbete senast 15 februari.
Fastighetsmäklare: Peter Olsson, 0800-237121.
peter.olsson@ludvigfest.se

ludvigfest.se

jobbplus **Platsannonser: 0800-26 27 38**
jobbplus.se **lokunjobb.se**



Nu behöver vi fler engagerade lärare

Läs mer på gallivare.se/larare



ANVÄND REFLEXER

Alle kan göra något för en säkrare trafik

NIF

Mer tips på vad du kan göra i trafik



NORRAN

Frisinnad politisk redaktör

Som politisk redaktör på Norran ger du dina perspektiv på aktuella frågor och bidrar till en öppen samhällsdebatt. Har du ett stort intresse för lokal politik, ett starkt socialliberalt patos och viljan att engagera och nå ut brett? Hjälp du med och formuler framtidens ledarsidor!

Läs mer om tjänsten på jobbplus.se

NORR MEDIA



NSD | KURIREN

Sommarvikarier till NSD och Norrbottens-Kuriren.

NSD och Norrbottens-Kuriren besöker Norrbotten och nu söker båda tilläggs vikarier under våren och sommaren till våra redaktioner.

Vi söker dig som älskar lokala nyheter och har ett intresse för samhällsfrågor och lokal journalistik. Du bör ha nyhetsnäs, vara nyfiken på lokala frågor och tycka om att skriva.

Läs mer om tjänsten på jobbplus.se

NORR MEDIA



Sanfridssoons Måleri AB

Sanfridssoons Måleri är ett av de största målerier i Norrbotten och Västerbotten. Vi jobbar i samarbete med byggfirmor i Piteå, Umeå och Grampingen. Vi har ett stort och välutrustat verkstad och vi är redo att ta emot alla typer av uppdrag.

Våra målare är utbildade och har många års erfarenhet. Vi jobbar på ett säkert sätt och följer alla regler och bestämmelser som gäller för byggverksamhet. Vi har ett stort och välutrustat verkstad och vi är redo att ta emot alla typer av uppdrag.

Vi söker
Arbetsledare samt Målare

1 Arbetsledare samt 5-10 st målare

Arbetsledare: Vi söker dig som tidigare jobbat som arbetsledare eller därtill eget måleriföretag. Du ska ha lång erfarenhet som lagledare. Du gillar utmaningar och är stressad samt besitter en hög social kompetens.

Målare: Som målare ser vi gärna att du har några års erfarenhet av yrket som målare.

Bildskolen är ett krav för båda tjänsterna.

Ansökan ska vara oss tillhanda senast 29 februari men vi vill också se om du vill arbeta med löpande service. Frågor svarar vi Thomas Herpe, 070-608 54 83, thomas@sanfridssoonsmaleri.se

Ansökan med bilaga CV och referenser skickas via e-post till info@sanfridssoonsmaleri.se

KUL

MOTSATSER
Föreläsning för
i åldrarna 3-5 år
13 februari
14.00

SE ALLT



WORLD ANIMAL PROTECTION

Skydda världens djur

Sms:a DJURVÄN till 72901 för att ge 200 kr

7. Marknadsföringsmaterial, kläder, fordon och presentartiklar

Marknadsföringsmaterial

Exempel på hur rollups kan utformas.



Marknadsföringsmaterial

Exempel på hur rollups kan utformas.



Kläder

Tröjor

På tröjor placeras logotypen till vänster på bröstet alternativt på vänster ärm (gäller kortärmade tröjor).

Logotyp: Beroende på färg på tröja.

Storlek: min. 7 cm

Arbetskläder

För arbetskläder såsom funktions- eller varselkläder placeras logotypen med anpassning till klädernas utformning.

Nedan en lista med rekommenderade mått.

Logotyp: Beroende på färg på kläderna

Storlek: Ärm/bröst: min. 7 cm

Rygg: min. 25 cm



Fordon

På fordon används som huvudregel den svarta logotypen. Logotypen placeras centrerat på fordonets framdörr samt bak på bilen.

Om behov finns av annan dekor, exempelvis text med verksamhetsbeskrivning eller kontaktuppgifter, sätts detta på lämplig plats utifrån fordonets utformning i enlighet med profilens regler för typografi.

Alternativ

För fordon i andra färger än vit används den svarta eller vita logotypen. Den vita för mörka fordon och den svarta för ljusa. Detta gäller även för fordon som har annan särskiljande dekor, exempelvis fordon med viktiga varselmarkeringar eller fordon med "kampanjdekor".



Presentartiklar

Exempel på hur profilprodukter kan se ut.



08. Bilder

Generellt

Foto används antingen för att förtydliga eller förstärka ett budskap och/eller en känsla. I våra bilder har vi alltid fokus på den aktiva människan som en bärande del av det som förmedlas. Bilderna visar alltid mångfald. Vi strävar alltid efter att människan dominerar i bild och att ansikte och uttryck ger mottagaren en god känsla. Det är människor, medarbetarna som är varumärket Gällivare kommun och detta syns i våra val av bilder. Vi prioriterar alltid scenografi som lätt kopplar till Gällivare, tex utanför nya kulturhuset eller i Dundret.

Våra bilder ger en känsla av att vi är inkluderande, välkomnande, mod, värme och trygghet.

Färg

Våra färger i bilderna följer med färgvalet i den grafiska profilen, där färger från naturen dominerar. Vi undviker gröna färger och skarpa kontraster.

Naturligt

Miljöer ska vara autentiska, utan att vara trista. Vi undviker uppenbart poserande bilder, skarpa vinklar och hårda beskärningar.

Inkludering

Vi visar mångfald i våra bilder hos personer som porträtteras.

Naturbilderna

Försök skapa storhet med att få med helheten av naturen, dvs med hjälpmedel som drönare eller flygfoto. Eller att större objekt som berg är med i bildkompositionen. Vid mer närbilder försök hitta någon del som man ändå kopplar till Gällivare och natur (t.e.x ett typiskt träd, vy eller plats som känns igen).

Bildkategorier

Gällivare kommun är en komplex organisation med många olika verksamheter och inriktningar. Vårt bildbehov varierar i fråga om innehåll, motiv och bildkomposition.

I vår kommunikation använder vi bland annat:

- Porträttbilder. Porträtt på människor, fotograferade i studio eller andra miljöer för till exempel pressbilder.
- Verksamhetsbilder. Bilder som visar människor, miljöer och situationer från vår verksamhet. Det kan till exempel vara en bild på lärare och elever i ett klassrum eller från ett evenemang på någon av kommunens arenor. Här visar människan upp situationen eller verksamheten. Dessa bilder har ofta en dokumentär känsla.
- Varumärkestärkande bilder. Bilder som i särskild hög grad bidrar till att bygga känsla för Gällivares kommun och våra budskap.

Användarrätt

Bilder tagna av Gällivare kommun får aldrig ges till tredje part utan att tillfråga kommunikationsavdelningen. Bilder som Gällivare kommun har köpt in får aldrig ges till tredje part. Alla bilder följer upphovsrätten.

Gällivare kommun inhämtar samtycke från identifierbara personer i bild och samtycke ska därför ses som en regel.

När bilder med människor används i marknadsföringssyfte ska alltid ett modellavtal vara underskrivet.

Stöd vid bildanvändning

Via kommunikationsenheten finns möjlighet till stöd för bildanvändare. Det är ofta viktigt att tänka in bild tidigt i kommunikationen. Kommunikationsenhetens bildredaktör har som uppgift att se till att den grafiska profilens avsnitt om bildanvändning följs i kommunövergripande kommunikationsinsatser. Bilder med större spridning tas fram av verksamheterna tillsammans med bildredaktören.

Publiceringsgodkännande

Innan en bild på identifierbara och/eller namngivna individer publiceras måste dessa ge sitt samtycke. Det innebär att fotografen måste försäkra sig om att fotograferade människor är införstådda i hur bilden ska användas. När barn före gymnasieålder fotograferas ska en av vårdnadshavarna ge sitt samtycke före publicering. Det ingår i fotografens uppdrag att ett sådant samtycke inhämtas. Muntligt samtycke räcker om fotografen gör en notering om vem som gett sitt tillstånd och när. Översikts- och avståndsbilder med många människor är undantagna.

Om en bild ska användas i ett sammanhang som kan upplevas känslig eller kränkande, till exempel en bild intill en text om mobbning, är det extra viktigt att både fotografen och personer på bild är införstådda i hur bilden ska användas och godkänner publicering. I en sådan situation kan det vara klokt att använda anonyma bilder, där personer inte går att identifiera.