



Grafisk profil

Oppdatert august 2021

Vi skaper
liv
i bygd og by

Innhold

| | | | |
|-------------------|-----------|---------------------------|-----------|
| Introduksjon | 3 | Skilting konsern | 28 |
| Logo | 4 | Henvisnings- og infoskilt | 29 |
| Selskapsnavn | 8 | Byggeskilt | 30 |
| Posisjon | 9 | Innvending | 31 |
| Stil og tone | 11 | Sponsorannonser | 32 |
| Farger | 12 | Stillingsannonser | 33 |
| Typografi | 15 | Digitale annonser | 34 |
| Ikoner | 17 | Sosiale medier | 35 |
| Illustrasjoner | 19 | Powerpoint-mal | 36 |
| Bildestil | 21 | Arenareklame | 37 |
| Brevark | 22 | Giveaways | 38 |
| Konvolutter | 23 | Bekledning | 39 |
| E-post signatur | 24 | Biler | 40 |
| Visittkort | 25 | Arbeidsantrekk | 41 |
| Adresse-etiketter | 26 | Co-branding | 42 |
| Flagg/banner | 27 | | |

Vår grafiske profil

TAFJORD skaper liv i bygd og by. Det er vår lidenskap, vårt merkevarelofte og vårt ansvar – og det er felles for alt vi gjør, på tvers av konsernet. For å bevare og styrke denne posisjonen, er det avgjørende at vi er tydelige og konsekvente i vår kommunikasjon utad. Den grafiske profilen skal bidra til dette. Profilen gir konsernet én felles drakt, og bidrar til å sikre gjenkjennelse i en bransje med stadig økende kommunikasjonsstøy.

Retningslinjer

Profilen er konsernets visuelle identitet. Den må være klar og lett forståelig, og forklare hvem vi er og hva vi representerer. I denne manualen finner du hjelp til dette. Det sparer tid, og gir deg en sikkerhet om at det som trykkes og sendes ut er i samsvar med resten av TAFJORD sin kommunikasjon.

Bruken av logoen og våre grafiske elementer skal reflektere konsernets produkter og tjenester. Retningslinjene i denne manualen er til for å sikre at dette lar seg gjennomføre, og må derfor respekteres.

Muligheter

Selskapets identitet viser kursen vi har satt, og hvor vi ønsker å gå. La oss sammen vise at vi er tro mot dette, og samarbeide mot et felles mål. Profilen åpner for muligheter, samtidig som den skal begrense. Riktig bruk av profilen tar vare på verdiene og kvalitene vi ønsker at kundene skal sitte igjen med som etterlatt inntrykk av oss.

Fellesskap

Et skikkelig og ryddig utseende er nøye knyttet til det vi står for. En grafisk profil er ingen tvangstrøye, men klar og retningsgivende. Likevel er det dette som skaper enhet, og som viser kunden og omgivelsene våre at vi er det vi sier.

Det går på troverdighet, rett og slett. La oss gjennomføre dette sammen!



ERIK ESPESET, konsernsjef

Primærlogo

Liggende og stående variant som brukes på mørke bakgrunner.

Logoen er ryggraden i vår grafiske profil, og vårt generelle hovedmerke. Den utgjør en fast enhet bestående av to elementer – med innbyrdes faste forhold. Logoen skal, så sant det er mulig, gjengis i farger.

Bruk kun komplett sammenstilt logo fra arkiv.



Sekundærlogo

Liggende og stående variant som brukes på lyse bakgrunner.

Logoen er ryggraden i vår grafiske profil, og vårt generelle hovedmerke. Den utgjør en fast enhet bestående av to elementer – med innbyrdes faste forhold. Logoen skal, så sant det er mulig, gjengis i farger.

Bruk kun komplett sammenstilt logo fra arkiv.



Sort/hvitt logo

Liggende og stående varianter.

I visse sammenhenger kan det være behov for å gjengi logoen i sort/hvitt.

Bruk kun komplett sammenstilt logo fra arkiv.



Beskyttelsesområde

Logoen skal alltid ha en frisone som tilsvarer høyden/bredden på bokstaven O i logoen.

Logoen er alle selskapers offisielle merke. Selskapsnavn skal i mange sammenhenger brukes som signatur eller avsender, men det skal ikke stå i direkte sammenheng med logoen.

Se eksempler på sidene om brevark eller skilt og merking.



Selskapsnavn

Selskapsnavn settes i
Open Sans bold.

Skrifttypen Open Sans Bold brukes ved omtale av konsern og selskap.

TAFJORD skal, omtalt alene som konsern, alltid skrives med store bokstaver.

Selskapsnavnene skal alltid skrives med store og små bokstaver. Selskapsnavn kan gjengis både i sort og blått.

Tafjord Kraft AS

Tafjord Kraft AS

Posisjon

«Vi skaper liv i bygd og by» er vår posisjon.

Dette er en fleksibel posisjon med rom for variasjon avhengig av tema, kanal eller målgruppe.

Den egner seg også godt som animasjon – hvor ordet liv endres til andre ord eller illustrasjoner.

Posisjonen er satt i fonten Syne Medium i blått eller hvitt, med uthevet ord/budskap i gult. Posisjonen kan stå på en eller tre linjer, avhengig av format.

Vi skaper **liv** i bygd og by

Vi skaper
underholdning
i bygd og by



i bygd og by

Vi skaper
muligheter
i bygd og by

Posisjon

Plassering av posisjon i forhold til andre elementer.

Posisjonen plasseres fortrinnsvis nederst, eller bakerst, som en avslutning.

På mørke eller blå bakgrunner kan den settes rett på bilde eller bakgrunnsfarge, som vist i eksempel A og B, men om den skal plasseres på lysere eller mer urolige bilder, skal den settes på en blå stripe/bunn, som vist i eksempel C.



Eksempel A



Eksempel B



Eksempel C

Stil og tone

Vår stil og tone er forankret i posisjonen vår; Vi skaper liv i bygd og by. Det vil si at måten vi snakker på og det visuelle skal bygge tilhørighet til regionen vår.

Vår måte å snakke på er vennlig og ærlig, kunnskapsrik og interessant, emosjonell og engasjerende.

Dette er et utdrag fra dokumentet «TAFJORD Stil og tone», som kan leses i sin helhet for mer utfyllende beskrivelser.

Vennlig og ærlig

Vi skal alltid skape et godt førsteinntrykk – og vi skal alltid beholde dette inntrykket. Målgruppene er våre naboer, venner og venners venner. Derfor har vi en ekstra forpliktelse og lidenskap når det gjelder dialog, kommunikasjon og leveranse. Kundefokus er stikkord her.

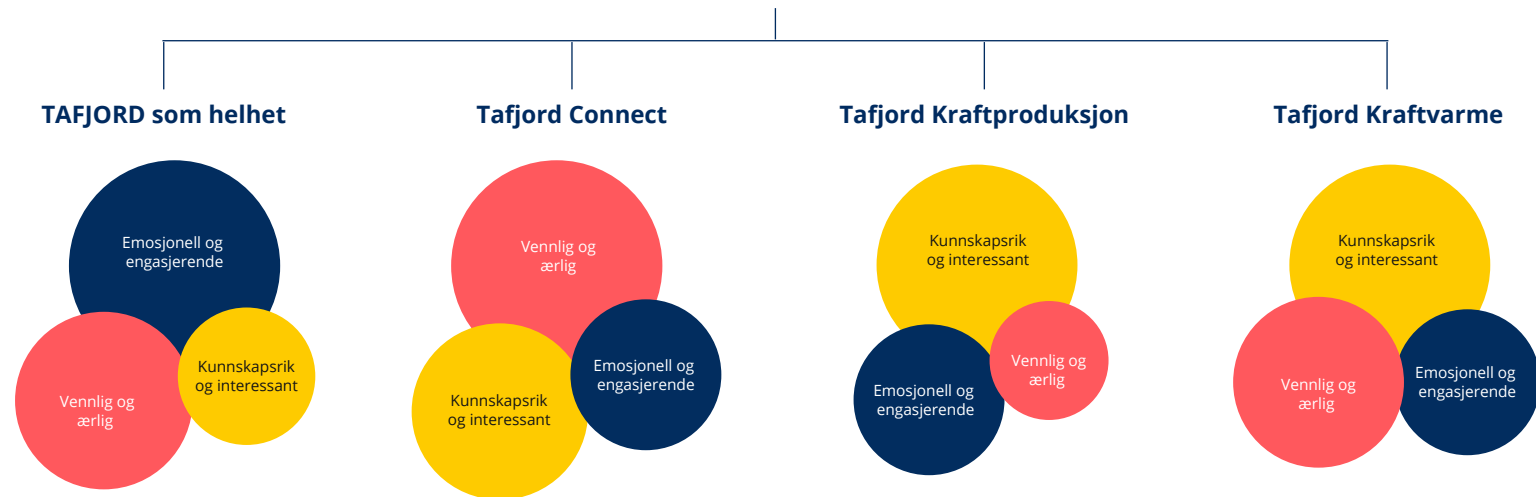
Kunnskapsrik og interessant

Vi er profesjonelle. Målgruppen skal stole på det vi sier og viser. Når vi skal snakke om bærekraft, skal ikke dette gjøres som en påstand, men med bevis for hva vi faktisk gjør. Dette skal skape interesse, forståelse og kunnskap for alle målgruppene våre.

Emosjonell og engasjerende

Vi er leken. Vi bruker fargerikt språk som gir liv i beskrivelsen, uten at det går ut over tydeligheten. Vi bidrar til positiv utvikling, og dette skal prege vår kommunikasjon. Vi skal bruke posisjonen på en fleksibel og direkte måte inn mot ulike målgrupper.

Følgende er en vektlegging av måten vi skal snakke på, og hvor fokuset ligger, for de ulike virksomhetene:



Primærfarger

TAFJORD sine logofarger, og primærfarger, er blått og gult.

Som de viktigste fargene er det disse som skal gi det overordnede inntrykket, og det er disse folk skal forbinde med TAFJORD.

Fargene våre skal alltid gjengis med korrekte fargekoder. Vær oppmerksom på at fargene kan avvike noe ved bruk på ulike papirtyper, printere og skjermer.

TAFJORD blå

CMYK: 100 68 0 54

RGB: 0 47 95

HEX: # 002f5f

PMS: 295 C

RAL: 5003 Saphirblau

Den blå fargen vår kan brukes som bakgrunnsfarge, tekst, knapper, ikoner mm. Vær oppmerksom på at den blå fargen endrer karakter ved bruk av prosenter, så bruk fortrinnsvis kun 100% av denne.

TAFJORD gul

CMYK: 0 31 100 0

RGB: 250 192 25

HEX: # fac019

PMS: 7409 C

RAL: 1021 Rapsgebl

Den gule fargen vår kan brukes som farge på knapper/bokser og som grafiske elementer på mørk bakgrunn. Den er fin i prosenter på bakgrunner og i illustrasjoner.

65%

40%

15%

CMYK: 100 63 16 78

RGB: 3 38 62

HEX: # 00263e

PMS: 2965 C

Noen ganger har vi behov for en liten brytning og en litt mørkere valør av den blå. Denne fargen brukes hovedsaklig i digitale flater når behovet melder seg, men den skal aldri erstatte TAFJORD blå.

PMS: 7548 U

UBESTRØKET

CMYK: 0 12 98 0

Ved printproduksjon på ubestrøket papir brukes pms 7548 for best mulig resultat.

Støttefarger

TAFJORD har fire støttefarger.

Rød og lys blå brukes som primære støttefarger, men skal ikke brukes like mye som blått og gult. De kan brukes som knappfarger, på ikoner og i illustrasjoner, eller andre elementer vi ønsker å løfte frem.

Lilla og grønn brukes som sekundære støttefarger og skal brukes med forsiktighet. Disse brukes hovedsaklig kun i illustrasjoner.

Primære støttefarger

CMYK: 0, 78, 55, 0

RGB: 255, 88, 93

HEX: # eb5a5d

PMS: 178 C

Den røde fargen vår opptrer fort rosa i prosenter og skal fortrinnsvis brukes i 100%.

65%

40%

15%

CMYK: 39, 0, 2, 0

RGB: 153, 214, 234

HEX: # 99d6ea

PMS: 2975 C

Den lyse blå fargen vår er fin i prosenter på bakgrunner og i illustrasjoner.

Sekundære støttefarger

CMYK: 38, 46, 0, 0

RGB: 170, 146, 196

HEX: # aa92c4

PMS: 2577 C

65%

40%

15%

CMYK: 70, 0, 34, 0

RGB: 54, 182, 180

HEX: # 36b6b4

PMS: 3262 C

65%

40%

15%

Nøytrale farger og vekting

Det er definert en sort og to gråtoner, men det er lov å bruke andre prosent av sort også.

Den helt sorte brukes til tekst, mens de grå også kan brukes til bakgrunner og i illustrasjoner.



Det er viktig å skape en fin balanse i fargebruken og ikke overbruke verken blått eller gult. De står fint på en hvit base. Denne illustrasjonen viser en optimal vekting/sammensetning av fargene våre.

Vekting av farger



Typografi

Open Sans er TAFJORD sin profilfont og den fonten som alltid skal brukes i brødtekster, ingresser, stikkittler, knapper etc.

Det er også denne fonten som brukes i alle word-dokumenter og power-point-presentasjoner.

Open Sans er en Google font som kan lastes ned gratis her:

fonts.google.com

Tilgjengelige snitt:

Light Light Italic Regular Italic Semibold Semibold Italic
Bold Bold Italic Extrabold Extrabold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
vwxyzæøå

1234567890!?*@®%&

Typografi

Syne er TAFJORD sin tilleggsfont til bruk i markedsmateriell. Denne brukes i overskrifter og kortere tekster av litt størrelse.

Syne skal brukes i kombinasjon med Open Sans, for å sikre god typografi. Da denne fonten ikke har optimal lesbarhet i små flater, skal den kun brukes på tekster av en viss størrelse. Vi bruker fortrinnsvis i fontsnittene Regular eller Medium.

Syne er en Google font som kan lastes ned gratis her:

fonts.google.com

Tilgjengelige snitt:

Regular Medium SemiBold Bold

ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstu
vwxyzæøå

1234567890!?*@®%&

Ikoner

Ikonfont som utgangspunkt

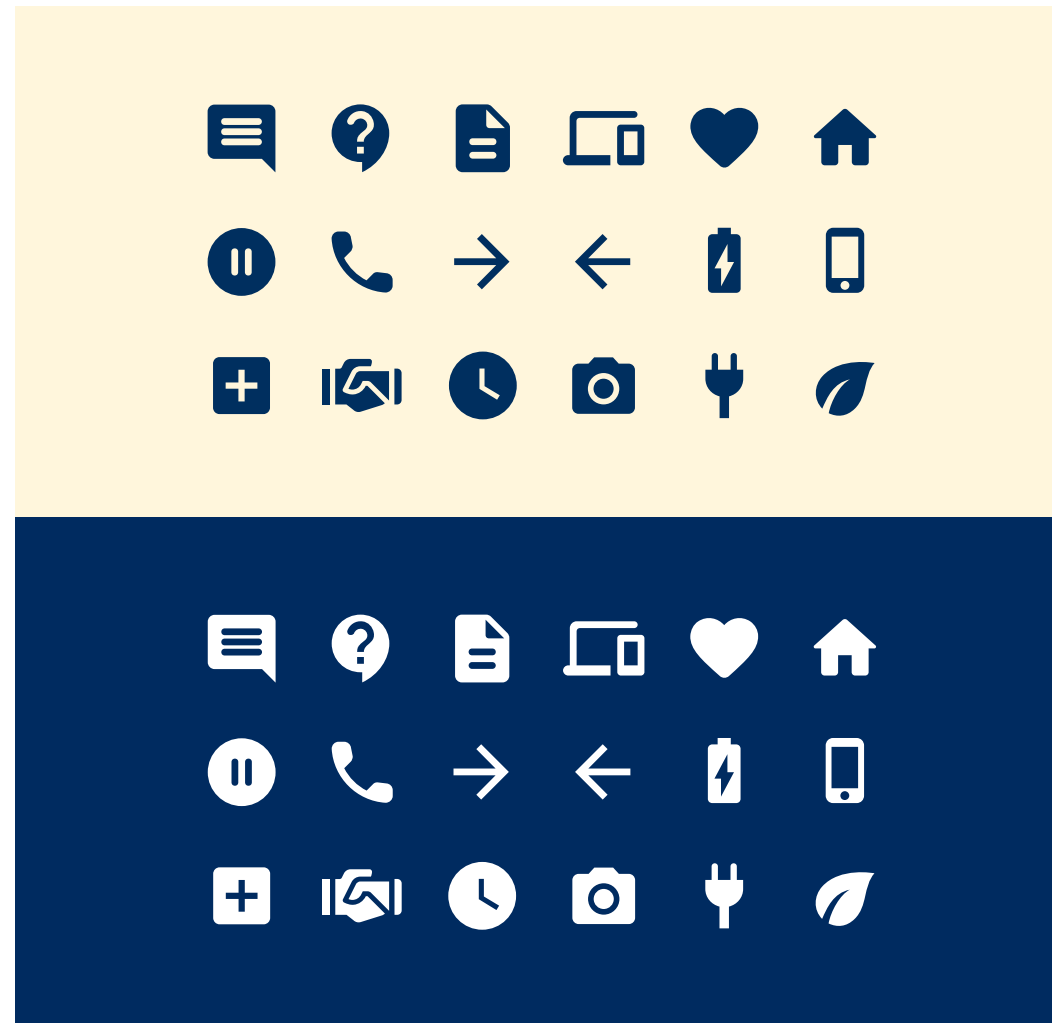
Våre ikoner er universelle og kan implementeres med kode om ønskelig.

Ikonene er en Google font; Material icons, Rounded-versjonen. De kan brukes som de er eller spesialtilpasses i tilsvarende stil.

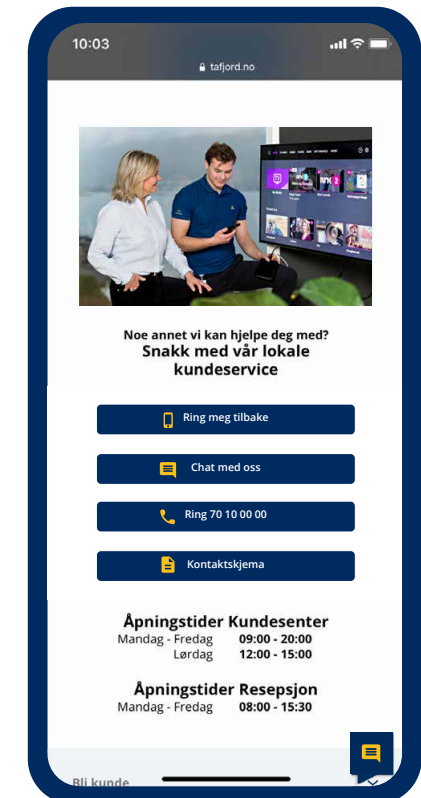
Ikonene brukes hovedsaklig i blått, hvitt eller gult, men kan også brukes i rød og sort farge.

Ikonene kan lastes ned her:

fonts.google.com/icons



Eksempler på bruk:



Tafjord.no

Ikoner for virksomhetsområder

Vi har egne ikoner for de fire virksomhetsområdene våre.

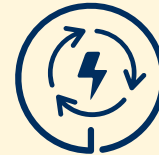
Disse kan brukes sammen eller alene som et stempel både på ulike flater.

Ikonene brukes hovedsaklig i blått, hvitt eller rødt, men kan også brukes i gul og sort farge.

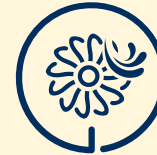
Står ikonene sammen skal samtlige ha samme farge.



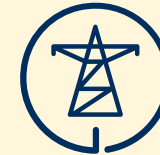
Telekom



Energigjenvinning



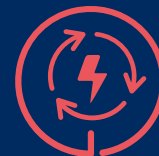
Vannkraft



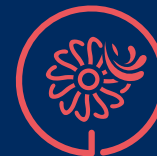
Kraftnett



Telekom



Energigjenvinning



Vannkraft



Kraftnett

Illustrasjoner

Enkle illustrasjoner

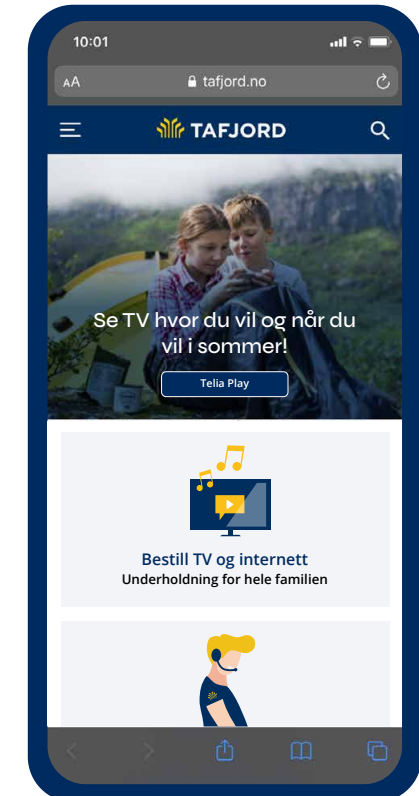
Det er utviklet en egen stil på illustrasjoner for TAFJORD. Vi skal ha en flat, men fargerik stil på illustrasjonene våre – og vi kan bruke hele fargespekteret, avhengig av tema. Det kan allikevel være viktig å huske at det oppfattes som TAFJORD sine illustrasjoner, slik at man bruker farger i henhold til egne retningslinjer for disse.

Illustrasjonene våre spenner fra det helt enkle, som en erstatning for ikoner når vi kommer opp i en viss størrelse, til de mer komplekse, som i «byen vår».

De kan brukes med eller uten den organiske bakgrunnsformen.



Eksempler på bruk:



Tafjord.no

Illustrasjoner

Komplekse illustrasjoner

Vi skal ha en flat, men fargerik stil på illustrasjonene våre – og vi kan bruke hele fargespekteret.

Illustrasjonene våre spenner fra det helt enkle, som en erstatning for ikoner når vi kommer opp i en viss størrelse, til de mer komplekse, som i «byen vår».



Eksempler på bruk



Kinoreklame

Bildestil

Føringen for vårt visuelle uttrykk vil være å formidle budskaper på en tydelig måte – uavhengig av hvilken kanal vi skal fylle.

Sammen med gode tekster skal vi ved bruk av våre egne bilder nå ut til våre målgrupper på en krystallklar måte.

Det er viktig at bildene våre ikke er for like konkurrentene, vi skal derfor benytte vår egen stil.

Bildestilen vår skal få frem:

- Vår leveranse
- Renhet
- Lokal
- Imponerende/effekt
- Glede og inkludering



Leveransen vår

Vi viser frem produktene og tjenestene – det som er interessant for målgruppene våre.



Renhet

Vi skal tydeliggjøre miljøvennlig og bærekraft.



Lokal

Vi skal bruke bilder som forteller hvem vi er og hvor vi kommer fra.



Imponerende/effekt

Vi skal vise effekten og resultatene vi skaper.



Glede og inkludering

Det er fint å vise at vi er en ærlig, ekte og inkluderende, samfunnsbygger.


Brevark

Brevarkene er en forretningstrykksak som brukes av alle selskap. Kun innholdet i adresselinjen er selskaps-spesifikt.

Brevarkene fås fortrykt med logo, og blir printet ut med korrekt adresse fra Word-maler. Brevarkene trykkes på 80 g hvitt papir for offset, laserprint og kopiering.

Tittel: max 12 pkt →

Brødtekst: max 10 pkt →



Mottakernavn
Adresse
Postnummer og sted
Kontaktperson

Deres ref.: Deres brev av: Vår ref.: Sted / Dato:
Deres ref Dokdato Doknr Ålesund, Dokdato

TITTEL

Med hilsen
Velg selskap

Saksbehandler Navn
Saksbehandler Tittel

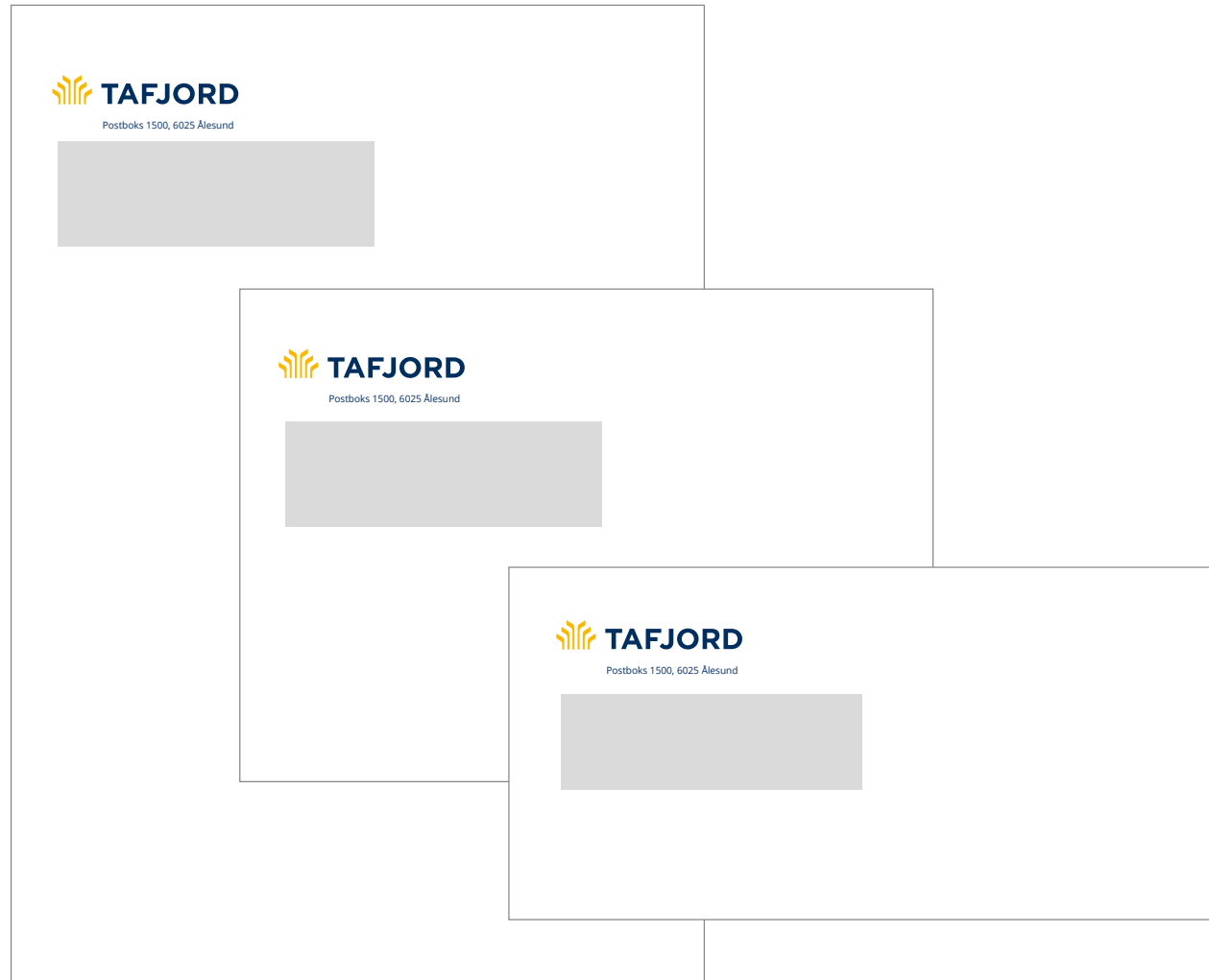
Tlf. 70 10 00 00 post@tafjord.no www.tafjord.no Postboks 1500, 6025 Ålesund Retroveien 4, Ålesund
Tafjord Kraft AS Tafjord Kraftproduksjon AS Tafjord Kraftvarme AS Tafjord Connect AS
org. nr. 976 726 626 org. nr. 977 461 898 org. nr. 977 461 804 org. nr. 977 461 863

Konvolutter

Det foreligger faste maler for konvolutter i formatene C65, C5 og C4, med og uten vindu.

Logoen skal stå øverst til venstre sammen med navn og adresse. Det er ikke anledning til å forandre på dette.

Konvoluttene trykkes i 90 g standard SKD, og i 90 g high speed for maskinpakking. Til formatene EC4, C4 og B4 brukes 100 g.



E-post signatur

E-post signaturen til alle ansatte skal følge en fast mal som vist her.

Den settes med standardfonten Arial, i 9 pt.
Navn settes i versaler.

Nederst i signaturen kan man legge til budskap fra spesifikke kampanjer, eller kommunikasjon rundt kommunikasjonen vår «Vi skaper liv i bygd og by».

Eksempel på →
kampanje

Vennlig hilsen

KARI LØKEN
kommunikasjonssjef
Tafjord Kraft AS



+47 97 48 26 42
+47 70 10 00 00
post@tafjord.no
tafjord.no

Følg oss på:

[Facebook](#)

[YouTube](#)

[Instagram](#)

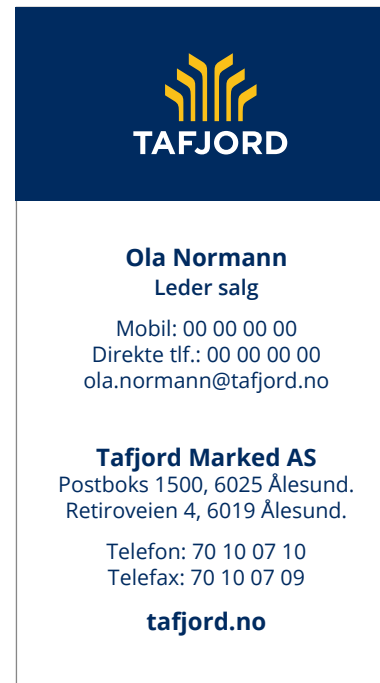
[LinkedIn](#)



Visittkort

Standardmaler for visittkort.

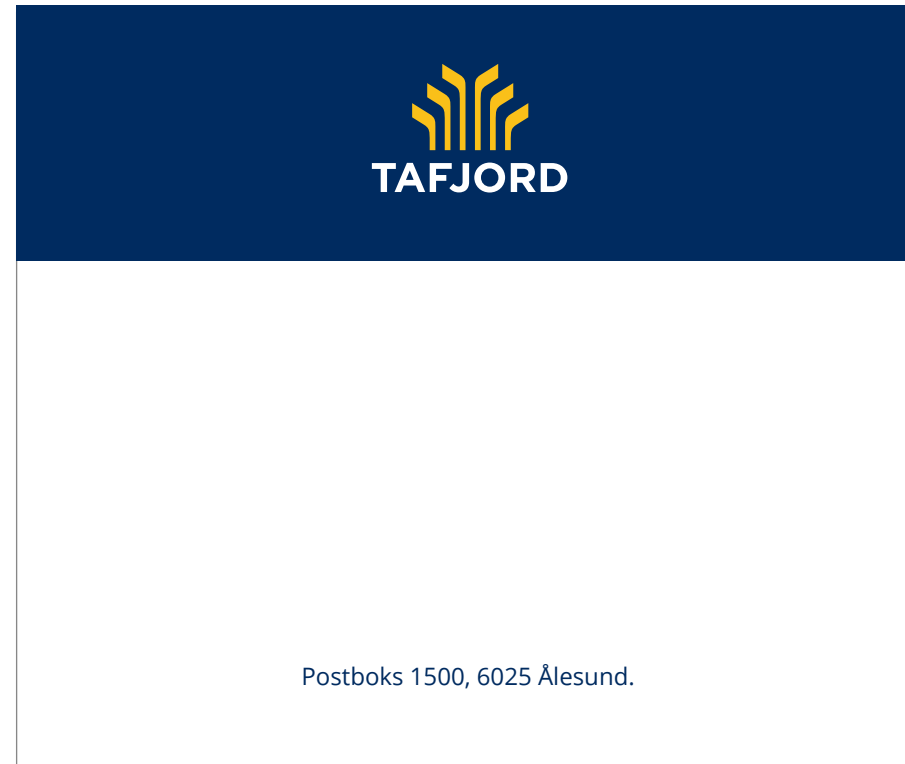
Visittkortene trykkes på 265 g hvit opalin og er i formatet 90 x 50 mm.



Adresse-etiketter

Til adressering av større forsendelser
brukes en selvklebende etikett.
Bruk kun komplett sammenstilt etikett.

Format 120 x 100 mm.



Flagg/banner

I tillegg til god skilting og merking, ønsker vi også å markere tilhørighet og nærvær med flagg. Flaggene er mørkeblå, og leveres med vår primærlogo i farger.

1. Banner 1300 x 4000 mm.
2. Flagg 2000 x 3000 mm.

9 m og 12 m flaggstang er standard.



1.



2.

Skilt og merking

Selskap/konsern

Primærlogo brukes på mørke flater, og sekundærlogo på lyse flater. Både stående og liggende logovarianter kan brukes.

Fasadeskilt skal alltid monteres med avstandsskruer.

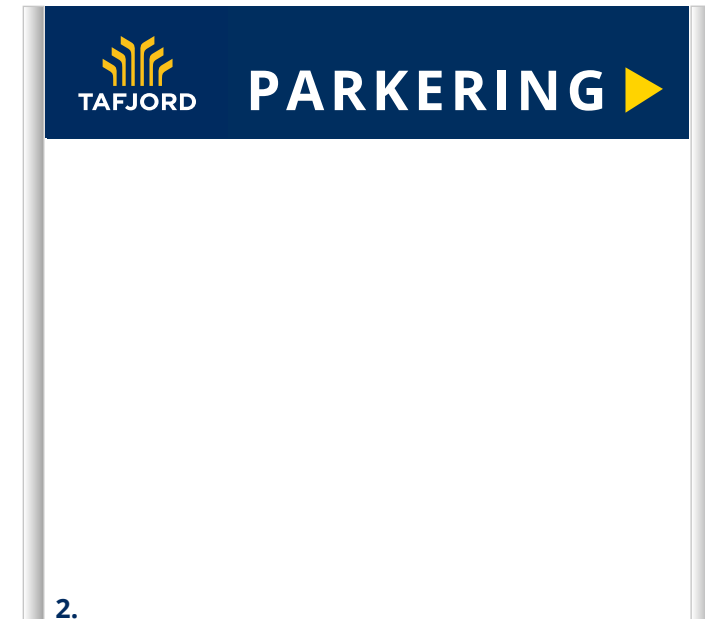
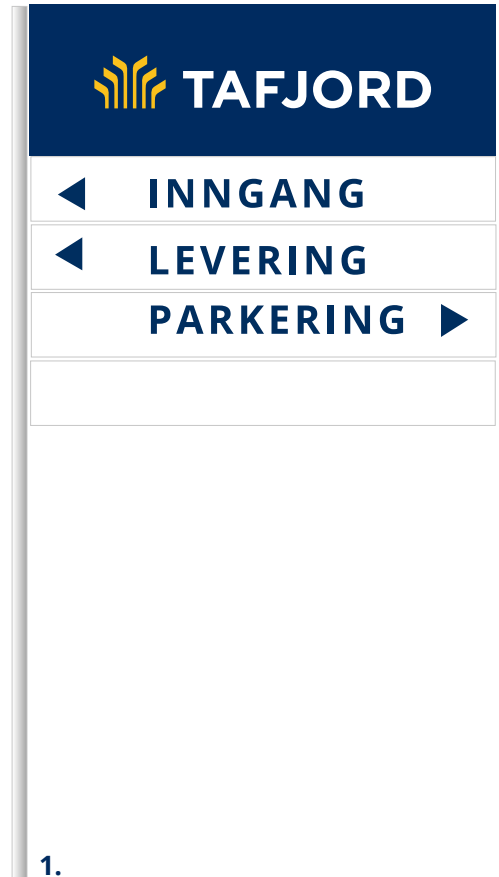


Skilt og merking

Henvisnings- og infoskilt

All skilting skal følge den grafiske profilen vår. Vi anbefaler standard skiltsystem, der skiltet monteres mellom to vertikale stolper.

1. Informasjonsskilt leveres i metall (aluminium) med primærlogo (liggende variant) og mørk blå skrift/piler.
2. Henvisningsskilt leveres med primærlogo (stående variant).



Byggeskilt

Eksempel på anleggsskilt med og uten plass til logoer fra underleverandører. Anleggsskiltene skal fortelle hvem, hva, hvorfor og når.

Størrelsen må tilpasses stedlige forhold.



Her bygger vi Dyrkorn kraftverk.
Kraftverket vil ha en gjennomsnittlig
årsproduksjon på 10GWh, noe som
tilsvarer årsforbruket til 500 husstander.
Ferdigstillelse februar 2011.
Tafjord Kraftproduksjon AS



Her bygger vi Dyrkorn kraftverk.
Kraftverket vil ha en gjennomsnittlig
årsproduksjon på 10GWh, noe som
tilsvarer årsforbruket til 500 husstander.
Ferdigstillelse februar 2011.
Tafjord Kraftproduksjon AS

Leverandør-logoer

Innvendig

1. Eksempel på skilting ved/på kontordør.
2. Eksempel på besøks- eller adgangsmærke.



1.



2.

Sponsorannonser

Fast mal

1. Eksempler på visuelt uttrykk i sponsorannonser i forskjellige format.
2. Annonsene forefinnes også som rollups i 100x210.
3. Tilsvarende på digitale flater.

Profilen har stor betydning for gjenkjennelsen i all støtte- og sponsorvirksomhet. Valg av sponsorpartner avgjør tekst og visuelt tema.



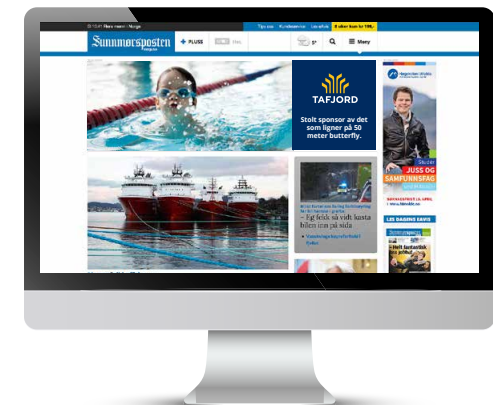
1.



1.



2.



3.

Stillingsannonser

Eksempler på visuelt uttrykk i stillingsannonser i forskjellige format.

Profilen har stor betydning for gjenkjennelsen i all annonsering.

 **TAFJORD**

Drivende dyktig direktør for Energigjenvinning

Direktøren vil ha ansvar daglige drift og videreutvikling av selskapet. Viktige utfordringer vil være knyttet til fjernvarmesalg og avfallsmarked, samt til videreutvikling og effektivisering av interne prosesser og systemløsninger. Vi søker en erfaren leder med god teknisk forståelse, analytiske evner, øko-nomisk forståelse og innsikt i energibransjen.

Vi vektlegger personlige egenskaper som evne til å skape tillit i organisasjonen og overfor samfunnet generelt, samt evne til å motivere og gjennomføre nødvendige endringsprosesser i en tid som vil kreve omstilling. Vi tilbyr en spennende og utfordrende stilling med konkurransedyktige betingelser. For nærmere informasjon om stillingen, ta kontakt med konsernsjef Erik Espeset på mob. 90520033.

Kortfattet søknad med CV sendes innen 4. nov. 2016 via www.tafjord.no/stillinger.

Les mer om stillingen på tafjord.no/stillinger



Søknadsfrist 2. februar 2017

Energikonsernet TAFJORD driver sin virksomhet innen produksjon og salg av miljøvennlig energi i form av strøm og fjernvarme, infrastruktur for energi, telekommunikasjon og avfallsbehandling. Konsernet, som har hovedkontor i Ålesund, består av 6 selskaper med totalt 150 ansatte.

tafjord.no

 **TAFJORD**

Drivende dyktig direktør for Energigjenvinning

Direktøren vil ha ansvar daglige drift og videreutvikling av selskapet. Viktige utfordringer vil være knyttet til fjernvarmesalg og avfallsmarked, samt til videreutvikling og effektivisering av interne prosesser og systemløsninger. Vi søker en erfaren leder med god teknisk forståelse, analytiske evner, øko-nomisk forståelse og innsikt i energibransjen.

Vi vektlegger personlige egenskaper som evne til å skape tillit i organisasjonen og overfor samfunnet generelt, samt evne til å motivere og gjennomføre nødvendige endringsprosesser i en tid som vil kreve omstilling. Vi tilbyr en spennende og utfordrende stilling med konkurransedyktige betingelser. For nærmere informasjon om stillingen, ta kontakt med konsernsjef Erik Espeset på mob. 90520033.

Kortfattet søknad med CV sendes innen 4. nov. 2016 via www.tafjord.no/stillinger.

Les mer om stillingen på tafjord.no/stillinger

Søknadsfrist 2. februar 2017

Energikonsernet TAFJORD driver sin virksomhet innen produksjon og salg av miljøvennlig energi i form av strøm og fjernvarme, infrastruktur for energi, telekommunikasjon og avfallsbehandling. Konsernet, som har hovedkontor i Ålesund, består av 6 selskaper med totalt 150 ansatte.

tafjord.no

 **TAFJORD**

Drivende dyktig direktør for Energigjenvinning

Les mer om stillingen på tafjord.no/stillinger

Søknadsfrist 2. februar 2017

Digitale annonser

Eksempler på visuelt uttrykk for digitale annonser i forskjellige format.

Her bruker vi i hovedsak blå bakgrunn, hvit tekst og call-to-action i gult, men man kan også snu om på fargene ved behov.

Profilen har stor betydning for gjenkjennelsen i all tilstedeværelse i digitale flater.

Knappene våre skal ha lett avrundet hjørner.

Bestill fiber fra TAFJORD

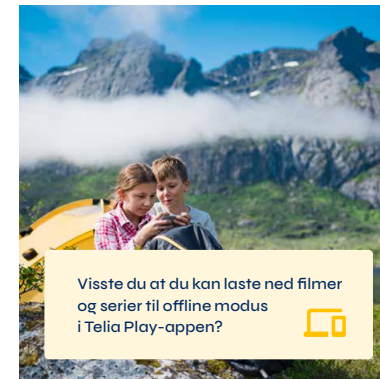
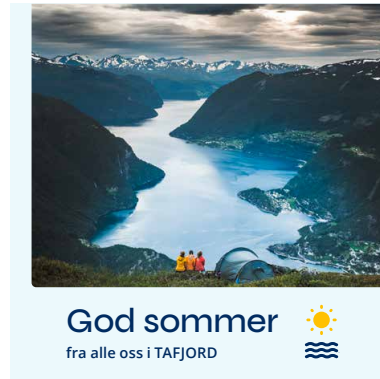


Sosiale medier

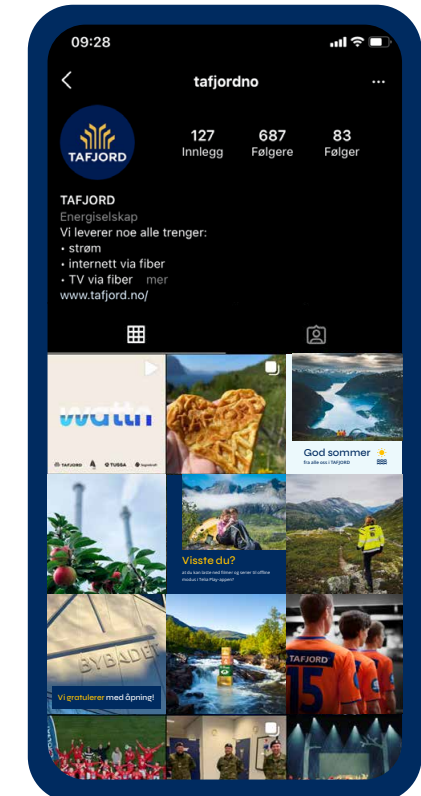
Bruken av profilelementer og farger hjelper oss med å bli gjenkjent i alle flater og kanaler. Innimellom rene poster med heldekkende bilder eller film, er det derfor fint å poste noen innlegg hvor profilmfargene våre er brukt. Dette kan være sitater, enkle beskjeder etc.

Her er noen eksempler på oppsett for poster/innlegg i sosiale medier, som kan brukes som et utgangspunkt.

Eksempelene viser oppsett for Instagram.



Eksempler på hvordan det kan rigge:



Powerpointmal

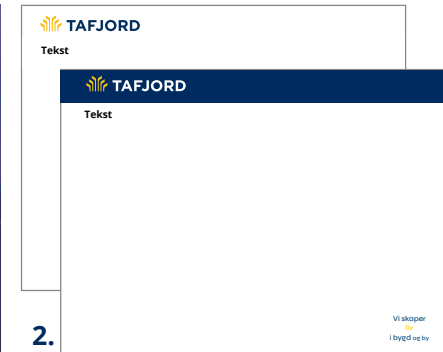
Det er utformet fem ulike powerpoint-maler – ett for hvert virksomhetsområde. Forvalgt fargebruk og skrifttyper som er i malene skal ikke overstyres av brukeren. Malene finnes tilgjengelig i PowerPoint, forutsatt at PCen din er koblet til nettverket på jobb.

1. Førstesiden i alle malene består av et fast bilde med utskiftbar tekst.
2. Det finnes flere ulike sidemaler som kan benyttes.
3. Denne sidemalen kan benyttes som kapittelkiller mellom ulike tema i presentasjonen.

→ Posisjonen vår kan legges til som en blå stripe nederst, eller som et stempel i nedre hjørne på enkeltsider.



1.



2.



Kapittelskiller



3.



Arenareklame

1. Eksempel på arenareklame med fortløpende gjentakelse av primærlogo (liggende variant) på blå bunn. Brukes alltid i farger.
2. Eksempel på draktreklame/sponsor-skjorte med merking på rygg. Primærlogo er brukt i eksempelet for maksimal eksponering, men man kan også benytte sekundærlogo på mørke drakter.



1.



2.

Giveaways

Lommelykt, refleksvest, refleksbrikke og kulepenn med logo. Formen på artiklene avgjør om det skal benyttes liggende eller stående logovariant.

Det vil alltid være gaveetikler til rådighet, men kravet til enhver gaveartikkel er at den har nytteverdi og at kvaliteten tilfredsstillende forventningene.



Bekledning

Eksempel på merking av enkel bekledning.
Manualen skal følges når det gjelder
logobruk, farger og fonter.

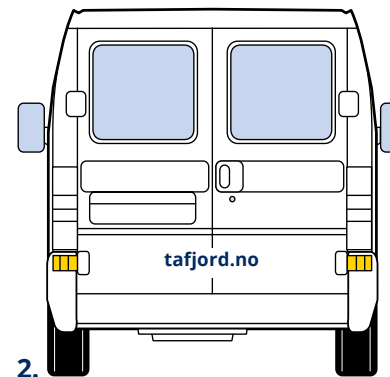
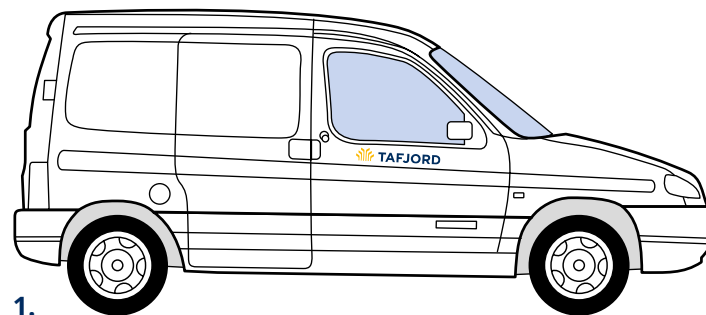
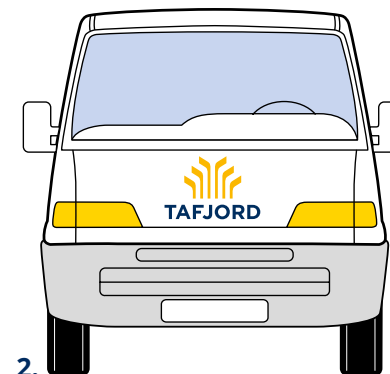
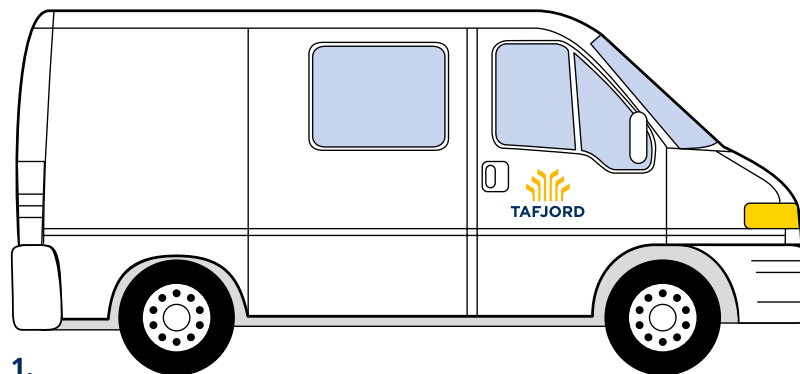


Biler

TAFJORD sine firmabiler skal alltid være hvite, uansett merke eller type. Logo-plassering tilpasses kjøretøyene. Viste anbefalinger følges i størst mulig grad.

Firmabilene kan benyttes i kampanjer med egen kampanje-dekor som kommer som tillegg til bilenes standard-dekor. Kampanje-dekor skal avtales med, og godkjennes av, informasjonsavdelingen og eier av bilene.

1. På større kjøretøy brukes stående logovariant på bilens fremdører. På mindre kjøretøy brukes liggende logovariant på fremdørene.
2. Framme og bak på bilen: stående logovariant på front, web-adresse bak.



Arbeidsantrekk

1. Arbeidsdress til bruk innendørs på kraftstasjonene. Utstyres med to primærlogoer; stående variant (helt hvit, siden den står på rød bunnfarge) på rygg og liggende variant på venstre brystlomme framme.
2. Arbeidsdress til utendørsbruk, med refleksstriper og gul signalfarge på store flater, utstyres med to primærlogoer; stående variant på rygg og liggende variant på venstre brystlomme framme.

Ulike modeller og kvaliteter vil være tilgjengelig. Kontakt hovedadministrasjonen for nærmere informasjon.



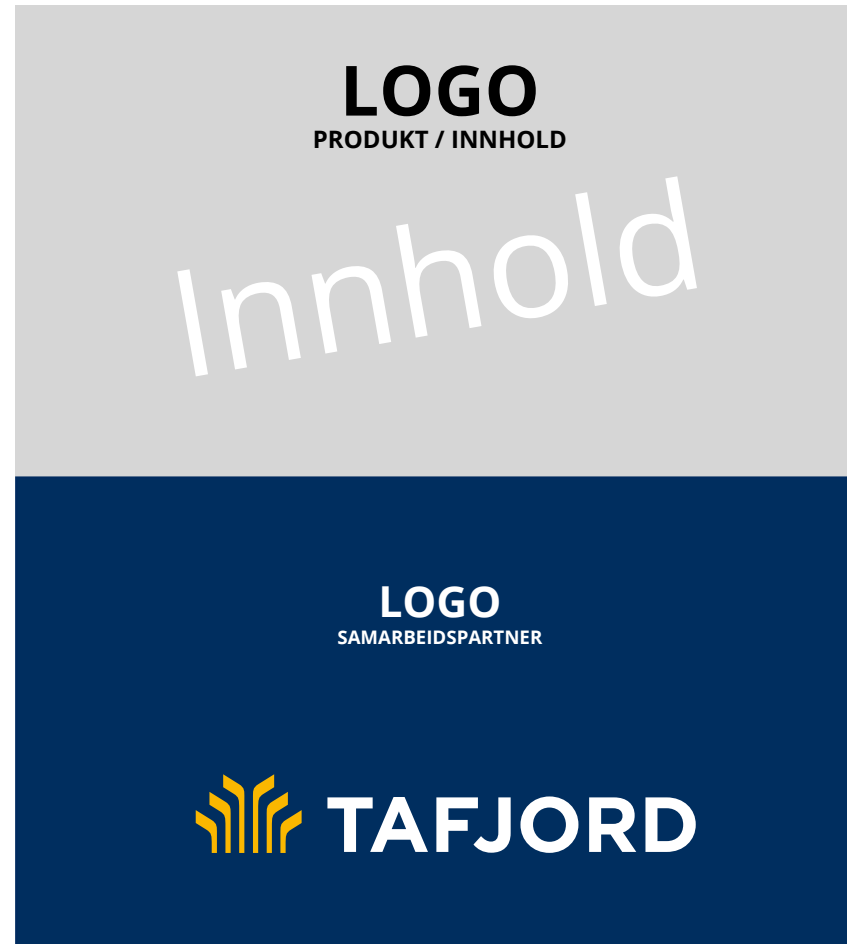
Co-branding

Logo hierarki

TAFJORD skal alltid være tydelig som hovedavsender. Derfor skal TAFJORD-logo være størst og alle de andre profilelementene skal ivaretas.

Innholdet/tilbudet kan ta mest plass, med eventuelle logoer reletert til innholdet. Dette er på grunn av at det er innholdet til samarbeidspartnere som er av mest interesse til TAFJORD sine kunder, ikke selve samarbeidspartneren.

Eksempel på sammarbeidspartner:
Telia.



Logo til produktet sammen med innholdet. Innholdet skal være i fokus. Innhold/produkt logo eksempler: HBO Nordic, Viasports, Disney osv.

Samarbeidspartners logo skal være minst og kombinert med en forklarende tekst. Dette kan være «Leveres av», eller «I samarbeid med».

Den forklarende teksten skal helst sentreres over samarbeidspartnerlogoen. Hvis det er lite plass opp mot TAFJORD logo, kan teksten settes ved siden av logoen. Samarbeidspartner logo eksempel: Telia

Leveres av


Leveres av  Telia

TAFJORD sin logo skal være størst. Utførelsen skal være i TAFJORD sin profil og følge TAFJORD sine retningslinjer. TAFJORD sin grafisk profil skal ikke blandes med andre samarbeidspartnere. TAFJORD skal oppfattes som hovedavsender.

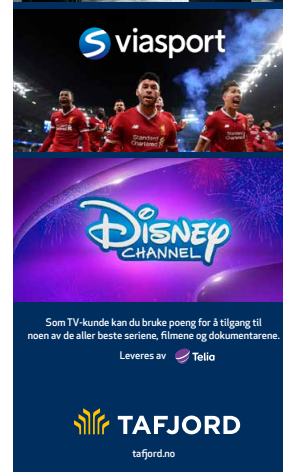
Co-branding

Annonsering

Designet må tilpasses i flaten. Hierarkiet mellom produktlogo, samarbeidspartner og TAFJORD skal ivaretas.

Innholdet skal være i fokus. TAFJORD sin grafiske profil benyttes og TAFJORD skal være tydelig avsender.

Eksempel på samarbeidspartner: Telia.



Noen skisserte eksempler på annonsering.

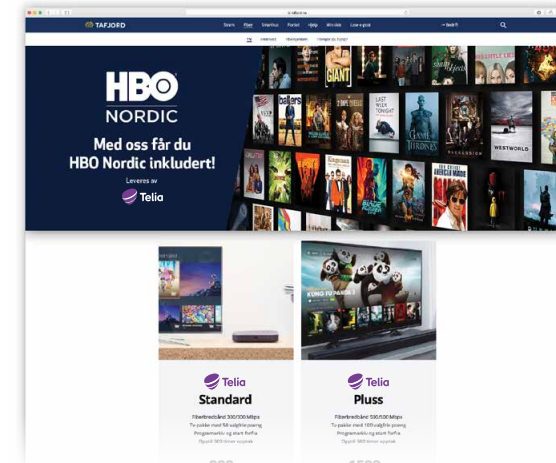
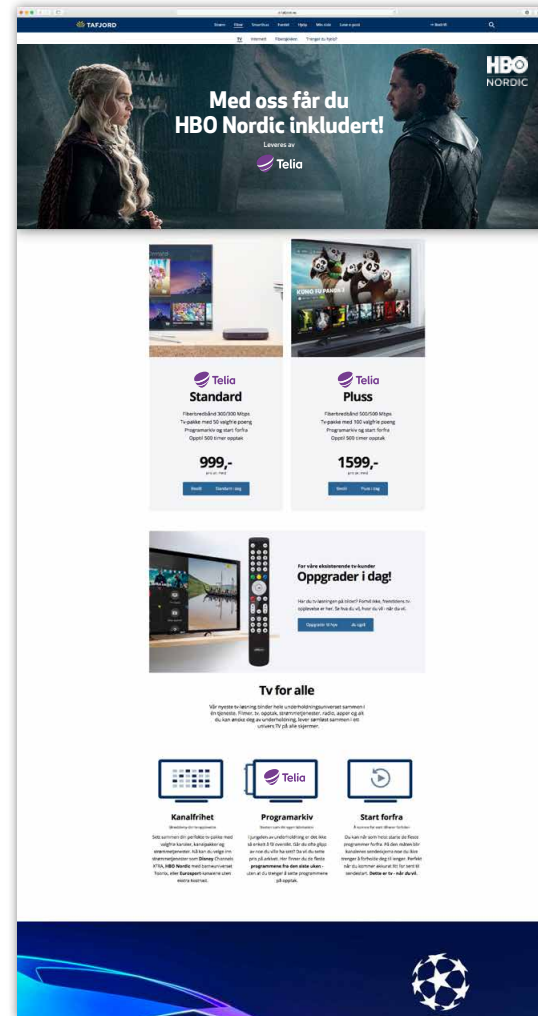
Co-branding

Websider

Innholdet til samarbeidspartnere skal være i fokus på bannere. Produktrelaterte logoer (for eksempel HBO Nordic, Viasport) kan fremheves.

Samarbeidspartner skal være minst og kombineres med en forklarende tekst. Dette kan være «Leveres av», eller «I samarbeid med».

Eksempel på samarbeidspartner: Telia.



Co-branding

Faktura

Avsender er kun TAFJORD. Måltrettet reklame og innhold kan benyttes.

Annonsering på fakturaen kan tilpasses mottakeren.

The image shows a screenshot of a TAFJORD invoice. At the top left is the TAFJORD logo and contact information: Retur: Tafjord Marked AS, Postboks 1500, 6025 ALESUND. A barcode is present. To the right, customer and invoice numbers are listed: Kundenr: 23465x, Fakturanr: 879995x. The main heading is 'FAKTURA'. Below it, a table shows dates and account information: Forfallsdato: 02.11.2018, Fakturadato: 19.10.2018, Betal til Konto: 15033286950, Kundeidentifikasjon (KID): 0063126599586, Å betale: 1.043,52. An 'Oversikt' table lists charges: Internett (984,10), TV (59,42), and a total of 1.043,52. A large advertisement for HBO Nordic is featured, with the text: 'Visste du at du kan få HBO Nordic som en del av TV-pakken din? Som TV-kunde kan du bruke 40 poeng for å tilgang til noen av de aller beste seriene, filmene og dokumentarene. Leveres av Telia'. The TAFJORD logo and website are at the bottom of the ad. At the bottom of the invoice, there is a 'Spørsmål om faktura?' section with contact information and a footer with company registration details.

Annonsefeltets størrelse er:

945 px / 8 cm

Eksempel på →
tilpasning

The image shows a co-branded advertisement for UEFA Champions League. It features the UEFA Champions League logo at the top. The text reads: 'Visste du at du kan få Champions League som en del av TV-pakken din? Som TV-kunde kan du bruke 20 poeng for å tilgang til noen av de aller beste fotballkampene. Leveres av Telia'. The TAFJORD logo and website are at the bottom.

1299 px /
11 cm



Spørsmål om den grafiske profilen?
Kontakt informasjonsavdelingen for veiledning og praktisk hjelp.