



ARJEPLOGS
KOMMUN
ÁRJEPLUOVE KOMMUVNNA

VARUMÄRKESS- PLATTFORM

FRAMTAGANDE AV VARUMÄRKESSPLATTFORM & GRAFISK PROFIL MEDFINANSIERAS AV SPARBANKEN NORD VIA FRAMTIDSBANKEN

FAVÖR
REKLAM
BYRÅ



OM VARUMÄRKET ARJEPLOG

Det här är en varumärkesplattform för Arjeplog. Den ska vara vår guide till att göra Arjeplog känt, inge förtroende och skapa attraktion för vår kommun. Eftersom vi alla är en del av varumärket ska vi använda varumärkesplattformen som ett stöd i varumärkesbyggandet och låta den bli vår viktigaste vägvisare.

Vårt agerande skapar en bild av Arjeplog och det vi lovar skapar förväntningar. Därför är det viktigt att vi är konsekventa i vår kommunikation så att omvärlden får samma uppfattning om Arjeplog som vi vill att de ska ha.



VARUMÄRKETS BYGGSTENAR

Varumärkets grund är vår identitet. Och med vår identitet menar vi hur vi är och vad vi gör. Omvärldens uppfattning om oss skapar i sin tur den image som varumärket Arjeplog får. Och för att de båda ska stämma överens använder vi oss av mål, visioner och symboler som blir vår sammantagna profil.



VARUMÄRKETS HISTORIA

Arjeplog är en av landets befolkningsmässigt minsta kommuner, men till ytan lika stor som Blekinge och Skåne tillsammans. Men trots att det inte bor så många invånare i kommunen så har det funnits människor på platsen sedan många tusen år tillbaka. Fynd i området visar på att det fanns boplatser i Arjeplog redan för 10 000 år sedan.

Rent historiskt är Arjeplog kanske mest känd för sin vackra natur som varierar från fjäll- till skogslandskap och så självklart, de 8 727 sjöarna. En av dem, Hornavan, är förövrigt Sveriges djupaste sjö med sina 221 meter. Silver har också varit en historiskt viktig ingrediens. Silvervägen (som fått sitt namn av den silvergruva som på 1600-talet fanns vid norska gränsen) passerar genom Arjeplog och Silvermuseet är efter naturen den största turistattraktionen. Den samiska kulturen är också en av hörnstenarna och en stor samling av samiskt silver kan idag beskådas på Silvermuseet.





VARUMÄRKETS HISTORIA

Tack vare naturens egenskaper, och då framförallt alla sjöar som vintertid kan omformas till enorma isbanor, har Arjeplog också gjort sig känd som en mycket bra testplats för världens bilindustri. Under vinterhalvåret fördubblas kommunens invånarantal och den under sommaren så märkbara tystnaden får under vinterhalvåret konkurrens av bilarnas motorljud och dubbdäck som glider mot isen.



MÅL

Arjeplogs viktigaste mål är att skapa en trygg kommun som attraherar till både besök och boende. Vår unika natur ger oss förutsättningar att bli Sveriges vackraste och attraktivaste kommun. Våra medborgare och näringsliv ger oss möjligheterna till långsiktig utveckling. Vi ska våga växa och viktiga ingredienser är människornas vänlighet, men också en spirande driftighet. Vi ska öka medvetenheten om alla våra fördelar både internt och externt. Och vi ska göra det med stolthet.



VISIONEN

Arjeplogs vision hämtas från invånarnas egna tankar och idéer. Närheten till naturen, men också närheten till avancerad teknikindustri gör Arjeplog attraktiv. Och genom att utveckla de båda tillsammans kan vi skapa en plats som blir både spännande och intressant. Vi ska skapa förutsättningar för ett bra liv genom trygghet, bra service, attraktiv natur och kreativa företag som utvecklas.

Vår vision sammanfattar vi så här:

Arjeplog – världskänd för attraktiv livsmiljö och kreativ tillväxt.



KÄNNETECKEN

Våra främsta kännetecken är vår driftighet, den samiska kulturen, samspelet med världsledande teknikföretag och närheten till en extrem natur. En natur som saknar motstycke i vårt land.



ARJEPLOGS POSITION ÄR DEN FJÄLLNÄRA SKÄRGÅRDEN

Ett varumärkes position handlar främst om vad andra ska tänka och känna när man kommer i kontakt med det. Och det bör beskrivas så kort som möjligt. Arjeplogs position är den fjällnära skärgården. Arjeplog förknippas starkt med vattnet som i sin kombination med närheten till fjällvärlden erbjuder oändliga möjligheter för attraktivt boende, nyfikna besökande och kreativa företag. Dessutom skapar den förutsättningar för utveckling och det är något som ska förädlas och tas tillvara på.



ARJEPLOGS PERSONLIGHET

Precis som vi människor har olika personligheter så har också varje varumärke en personlighet. Arjeplogs personlighet har vi hämtat från unika egenskaper, värden och fördelar. Och det handlar om konkreta egenskaper som Arjeplog faktiskt har. Och den personligheten landar så småningom i ett varumärkeslöfte.



ARJEPLOGS EGENSKAPER

Egenskaperna berättar konkret vad varumärket är. Det vi här beskriver som våra egenskaper går att ta på, se på eller bevisas på annat sätt. Varje ord är inte alltid unikt i sig, men tillsammans ger de en grund för en unik position.

**Extrema årstider / Storslagen natur / Hornavan och alla sjöar /
Galtispouda / Silvermuseet / Samiska kulturen / Hornavanskolan /
Biltestverksamhet / Turistverksamhet / Vänliga människor /
Kreativa företag / Attraktiva byar / Bra social service / Trygghet**



ARJEPLOGS FÖRDELAR

Arjeplogs fördelar hämtas från egenskaperna och ska ses från ett mottagarperspektiv. Konkreta och påvisbara.

Snö / Is / Vatten / Ljus / Fjäll / Skog / Kontraster / Turister / Kultur /
Vackert / Spännande / Rogivande / Jakt och fiske / Bra utbildningar /
Företagsutveckling / Livskvalitet / Lugn / Glädje



ARJEPLOGS VÄRDEN

Arjeplogs värden är upplevda av mottagaren och svarar på frågan hur man känner sig när man kommer i kontakt med varumärket.

Rik på upplevelser / Stolt / Avkopplad / Valfrihet / Utveckling /
Trygg



VILKEN PERSONLIGHET HAR DÅ ARJEPLOG?

Vacker / Vild / Vänlig / Trygg / Driftig

Arjeplog är en oerhört vacker kommun. Här finns allt från fjäll- till skogslandskap och som grädde på moset, mer än 8 000 sjöar som erbjuder upplevelser, rekreation och inkomster. Men Arjeplog är också vild. Vild är ett starkt ord, men trots det väldigt passande. Den extrema naturen erbjuder vilda upplevelser. Men den inbjuder också till vilda idéer. Och precis som fjället, skogen och vattnet kan vara vilt så kan det också vara vänligt och tryggt.

Vänligheten hittar vi också bland människorna. Här tar man lika väl hand om sina besökare (som kommer från världens alla hörn) som man hjälper sina nära och kära. Vänligheten och omtänksamheten genomsyrar hela samhället och respekten mot varandra är hög. Det skapar långsiktig trygghet och en frihet att få utvecklas som människa.





VILKEN PERSONLIGHET HAR DÅ ARJEPLOG?

Arjeplog är en geografiskt stor kommun med relativt få medborgare. Men vi har funnits här mycket länge. Vi har en stark tro på överlevnad och utveckling. Det finns en stark vilja till att skapa en framtid som gör att vi kan fortsätta och leva här i 10 000 år till. Här finns kreativa företag och driftiga människor med öppna sinnen som tror på framtiden och på långsiktig utveckling.



VAD LOVAR ARJEPLOG?

Varumärkeslöftet ska sammanfatta vad vi står för och hur vi vill bli uppfattade. Det ska inte vara en pay-off under logotypen men den ska alltid finnas med som en grundtanke i vår kommuniktion för att vi ska uppfattas precis på det sätt som vi vill bli uppfattade på.

Och vilket varumärkeslöfte har då Arjeplog?



VACKER OCH VÄNLIG. VILD OCH VÅGAD.

Och vad menar vi med det då?

Arjeplog är kontrasternas plats. Lika vacker som den är vild, är den vänlig och vågad. Här vågar man ta ut svängarna och vi tillåter den som besöker oss att göra likaså. Bara man gör det med respekt. För omtanke är en viktig del av vårt liv. Omtanke om

vår natur, vår kultur, oss själva och våra besökare. Vi vill bevara vår skönhet, men utveckla den likaså. Då måste man tänka vilda tankar och komma med vågade förslag. Men genomföra dem på ett vackert sätt och med vänlighet i sinnet.



ARJEPLOGS
KOMMUN
ÁRJEPLUOVE KOMMUVNNA

GRAFISK IDENTITET

KOMMUNVAPEN:

Arjeplogs vapen har tre symboler: Renhornet, det brusande vågiga vattnet samt symbolen för silver. Vapnets bottenfärg är grön (se färgkod på sidan om färger), texten är svart (vit text om vapnet ligger mot en mörk botten) samt silver på övriga ytor när så är möjligt. Om det inte går att trycka silver så används svart med 20 procent. Digital variant med en silvertoning finns också. Vapnet finns i två former, stående och liggande. Den stående varianten skall användas i första hand.



**ARJEPLOGS
KOMMUN**

ÁRJEPLUOVE KOMMUVNNA



**ARJEPLOGS
KOMMUN**

ÁRJEPLUOVE KOMMUVNNA



**ARJEPLOGS
KOMMUN**

ÁRJEPLUOVE KOMMUVNNA



**ARJEPLOGS
KOMMUN**

ÁRJEPLUOVE KOMMUVNNA



**ARJEPLOGS
KOMMUN**

ÁRJEPLUOVE KOMMUVNNA



**ARJEPLOGS
KOMMUN**

ÁRJEPLUOVE KOMMUVNNA



**ARJEPLOGS
KOMMUN**

ÁRJEPLUOVE KOMMUVNNA



**ARJEPLOGS
KOMMUN**

ÁRJEPLUOVE KOMMUVNNA

LOGOTYP, PLATS- MARKNADSFÖRING:

Denna logotyp används när platsen Arjeplog ska marknadsföras. Den kan användas tillsammans med kommunvapnet, men ska då placeras på en annan plats i exempelvis annonser och alltid i en vit platta eller mot en vit botten. Exempel på detta visas senare i denna manual.



FÄRGER:

Arjeplogs färger är jordnära kulörer inspirerade av den färgstarka och varierade naturen men också av den samiska kulturen. Till varje färgblandning finns också en 40 procentig toning som i undantagsfall kan användas som ett dekorkomplement.

40 %



CMYK 0/30/100/0
RGB 251/185/0
PANTONE 7408 C

40 %



CMYK 9/91/78/29
RGB 168/39/38
PANTONE 1805 C

40 %



CMYK 64/23/81/43
RGB 73/106/55
PANTONE 371 C

40 %



CMYK 100/70/0/10
RGB 0/72/147
PANTONE 7687 C

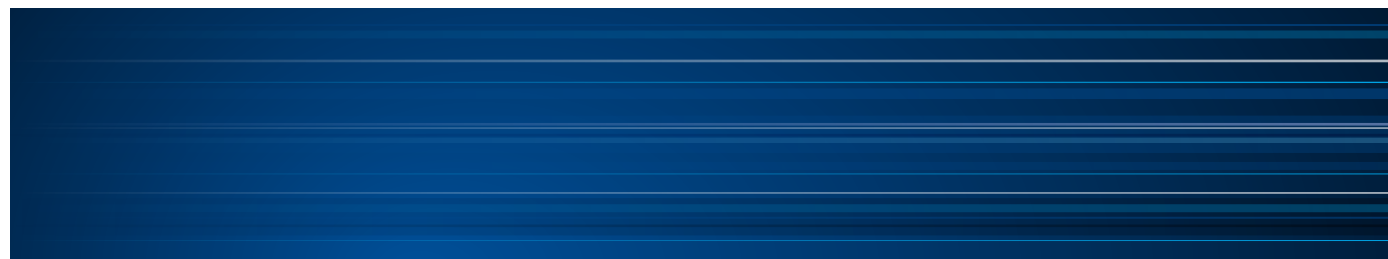
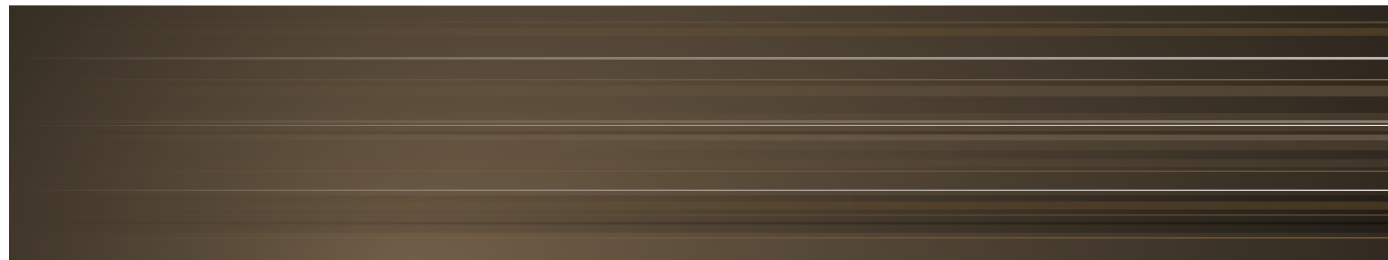
40 %



CMYK 48/53/70/27
RGB 123/98/71
PANTONE 875 C

GRAFISKT ELEMENT:

Det grafiska elementet ska symbolisera en snabb rörelse från vänster till höger och finns i alla profilmått utom silver. Det grafiska elementet används som komplement i trycksaker, accidematerial och utställningar med mera. Exempel på tillämpningar visas senare i denna manual. Får aldrig användas i tryck med enbart svartvitt.



TYPOGRAFI:

Arjeplogs huvudtypsnitt vid externa produktioner är Celeste i första hand till brödtexter och Grotisque MT till rubriker, faktarutor etc. Celeste är ett vackert och lättläst typsnitt där även den kursiva varianten (italic) fungerar väl. Grotisque MT är kraftfullt och har fördelen att den finns i flera varianter och med olika skärningar.

Celeste Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö
0123456789&@

Celeste Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö
0123456789&@

Celeste Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö
0123456789&@

Grotisque MT Std Light Condensed

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö
0123456789&@

Grotisque MT Std Condensed

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö
0123456789&@

Grotisque MT Std Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö
0123456789&@

TYPOGRAFI, EXEMPEL:

RUBRIK: Grotesque MT Std Bold.

INGRESS: Celeste Italic.

BRÖDTEXT: Celeste Regular.

FAKTATEXTEN: Grotesque MT Std Condensed.

Um, quuntota voluptat aut qui dolupta consedi.

*Essimpos ullabo. Nam ipit, suntore rferios ditinis sam acepele
nimporeri cor magnimus. Tis consecur, ullatem lis ped quid quide-
lectota cusciditas vel ium libus endit as dolorio idunt estibus cus
et alitatat ut re nonsectae sus alibeatur ra quaest laut aruptium
repedi autemquis nus ullecae consed et dendici llacimus ullentiis
nonest essum.*

Aditatur? Cus mint es rempor sus, que nobit qui aut ommostrum volorectem qui
omnimporest iunt que eum idem endam lignihit et in nonsed qui omnim aut aborro
blam adi quo cusandi ciunducidus enisqui in con pro volecta tiaecta quidunt, totat-
quis alictus sitassequas quaspeliat ut verorro volo volum qui voles sequi aut explati
verchil igenim ex et facilia volecep erorpore, que pa velest, optatium aliquid mi,
corae non non res pernatet estem quaectiuntia cone volorehentio omnihil liquiassit
od mosantur?

Us imolestorem idempor ehendam alita pre is re, sinvelestem quibusaped magnatem
estissum arumet modi doleseque uatiatus comnihiliam, totatur, omniminimi, ea cul-
less equaerae sinulpa rchicid esti beaquate cullaborum secaerum que enducitam nata
vere vernaturest et odipsapiendi volorest, ex eat eos nusandu ndigent fugit hari dolu-
me vendam, corem ditiasperum everum faceseque quatusam fugitium sandae vellup-
tas aut volorep udaectisin rero odi cor am equos aut lant velest et, cus et as aliae. Et
officiderrum aut que et ommolorro ipsaere ptaspelliqui aruptatur moluptatini cusam
voluptatet, se doluptat eum unt laut autemporum auda dicipsum utaque doloreiusam
is dolor sequi quasimus et restiis et ulliqui ne as et expliciist, net laccusa niscia
dolo ex ex equam quacerem fugitatia doluptis mil magnis et officil ium earchitat
ma suntio erspe nat re exceatu reicaeperum harum cus, volore experer fernam sequi

FAKTA:

Cus mint es rempor sus, que nobit qui aut ommostrum volorectem qui omnimporest iunt que eum idem endam lignihit et in nonsed qui omnim aut aborro blam adi quo cusandi ciunducidus enisqui in con pro volecta tiaecta quidunt, totat-quis alictus sitassequas quaspeliat ut verorro volo volum qui voles sequi aut explati verchil igenim ex et facilia volecep erorpore, que pa velest, optatium aliquid mi, corae non non res pernatet estem quaectiuntia cone volorehentio omnihil liquiassit od mosantur?

Us imolestorem idempor ehendam alita pre is re, sinvelestem quibusaped magnatem estissum arumet modi doleseque uatiatus comnihiliam, totatur, omniminimi, ea culless equaerae sinulpa rchicid esti beaquate cullaborum secaerum que enducitam nata vere vernaturest et odipsapiendi volorest, ex eat eos nusandu ndigent fugit hari dolume vendam, corem ditiasperum everum faceseque quatusam fugitium sandae velluptas aut volorep udaectisin rero odi cor am equos aut lant velest et, cus et as aliae. Et officiderrum aut que et ommolorro ipsaere ptaspelliqui aruptatur moluptatini cusam voluptatet, se doluptat eum unt laut autemporum auda dicipsum utaque doloreiusam is dolor sequi quasimus et restiis et ulliqui ne as

ALTERNATIV TYPOGRAFI:

I de fall den primära typsnittsuppsättningen inte finns tillgänglig används alternativ typografi. För internt bruk, till skrivelsemallar, PM, brev etc används i första hand Times New Roman till brödtexter samt Arial till rubriker, faktarutor etc.

Times New Roman Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
0123456789&@

Times New Roman Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
0123456789&@

Times New Roman Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
0123456789&@

Arial Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
0123456789&@

Arial Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
0123456789&@

Arial Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
0123456789&@

ALTERNATIV TYPOGRAFI, EXEMPEL:

RUBRIK: Arial bold.

INGRESS: Times New Roman Italic.

BRÖDTEXT: Times New Roman Regular.

FAKTATEXTEN: Arial.

Um, quuntota voluptat aut qui dolupta consedi.

*Essimpos ullabo. Nam ipit, suntore rferios ditinis sam acepele
nimporeri cor magnimus. Tis consecatur, ullatem lis ped quid quide-
lectota cusciditas vel ium libus endit as dolorio idunt estibus cus
et alitatat ut re nonsectae sus alibeatur ra quaest laut aruptium
repedi autemquis nus ullecae consed et dendici llacimus ullentiis
nonest essum.*

Aditatur? Cus mint es rempor sus, que nobit qui aut ommostrum volorectem qui om-
nimporest iunt que eum idem endam lignihit et in nonsed qui omnim aut aborro blam
adi quo cusandi ciunducidus enisqui in con pro volecta tiaecta quidunt, totatquis alictus
sitassequas quaspeliat ut verorro volo volum qui voles sequi aut explati verchil igenim
ex et facilia volecep erorpore, que pa velest, optatium aliquid mi, corae non non res
pernatet estem quaectiuntia cone volorehentio omnihil liquiassit od mosantur?

Us imolestorem idempor ehendam alita pre is re, sinvelestem quibusaped magnatem
estissum arumet modi doleseque uatiatus commimiliam, totatur, omniminimi, ea culless
equaerae sinulpa rchicid esti beaquate cullaborum secaerum que enducitam nata vere
vernaturest et odipsapiendi volorest, ex eat eos nusandu ndigent fugit hari dolume
vendam, corem ditiasperum everum faceseque quatusam fugitiu sandae velluptas aut
volorep udaectisin rero odi cor am equos aut lant velest et, cus et as aliae. Et officider-
rum aut que et ommolorro ipsaere ptaspelliqui aruptatur moluptatini cusam voluptatet,
se doluptat eum unt laut autemporum auda dicipsum utaque doloreiusam is dolor sequi
quasimus et restiis et ulliqui ne as et expliciist, net laccusa niscia dolo ex ex equam
quaecerem fugitatia doluptis mil magnis et officil ium earchitat ma suntio erspe nat re
exceatu reicaeperum harum cus, volore experer fernam sequi autem vero id etur, occul-
lat et asperum sitas endus debitat andaera tiatectenis nis susam volupta porerae ra ipsa

FAKTA:

Cus mint es rempor sus, que nobit qui aut ommostrum volorectem qui om-
nimporest iunt que eum idem endam lignihit et in nonsed qui omnim aut aborro blam
adi quo cusandi ciunducidus enisqui in con pro volecta tiaecta quidunt, totatquis alictus
sitassequas quaspeliat ut verorro volo volum qui voles sequi aut explati verchil igenim
ex et facilia volecep erorpore, que pa velest, optatium aliquid mi, corae non non res
pernatet estem quaectiuntia cone volorehentio omnihil liquiassit od mosantur?

Us imolestorem idempor ehendam alita pre is re, sinvelestem quibusaped mag-
natem estissum arumet modi doleseque uatiatus commimiliam, totatur, omnimi-
nimi, ea culless equaerae sinulpa rchicid esti beaquate cullaborum secaerum
que enducitam nata vere vernaturest et odipsapiendi volorest, ex eat eos
nusandu ndigent fugit hari dolume vendam, corem ditiasperum everum
faceseque quatusam fugitiu sandae velluptas aut volorep udaectisin rero

BILDMANÉR:

Arjeplogs bildmanér inspireras av det grafiska elementet och skall även här innehålla en rörelse från vänster till höger. (Observera att det ska vara mycket plats till vänster.) På så vis skapas en känsla av rörelse som stannar upp och fokuserar på en eller flera detaljer i en bild. Detta bildmanér ska inte användas på alla bilder, men används med fördel till exempelvis en trycksaks framsidesbild, stor bild i annons etc.

Vid fotografering bör följande tas i beaktande:

- Ta med mycket friyta till vänster i bilden.
- Låt tänkt rörelse gå ut mot höger. Även om motivet i fotografiögonblicket är stillastående.



PROFILEXEMPEL, ANNONS:

Här visas exempel på en annons där logon för platsmarknadsföringen ligger i en vit platta uppe till vänster i bilden (låt den vita platta vara utfallande på vänster sida men lämna utrymme i bilden uppåt), bildmanér, extern typografering samt kommunvapnet som avsändare. Observera att när bild med bildmanéret används så ska inte dekorelementet användas.



Sveriges största fjällnära skärgård.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nullam imperdiet orci a arcu sollicitudin cursus. Mauris vestibulum dictum venenatis. Donec bibendum mollis nunc, quis laoreet nisi luctus non. Nullam elit purus, aliquam eget molestie sed, bibendum nec nulla. Nam id lorem et quam blandit blandit nec ut velit. Nul-

lam lobortis pretium vulputate. Phasellus vitae sapien in orci pellentesque pharetra. Curabitur in diam ut nibh pharetra adipiscing. Sed tortor orci, scelerisque at sagittis in vestibulum dictum venenatis.

www.arjeplog.se



**ARJEPLOGS
KOMMUN**
ÁRJEPLOGUOYVE KOMMUNNA

PROFILEXEMPEL, ANNONS UTAN BILD:

Här visas exempel på en annons där inte någon bild är med utan istället dekorelementet. Då kan även negativ text "Kungörelse" exempelvis ligga på den fartfyllda färgplattan. Extern typografering samt kommunvapnet.

KUNGÖRELSE

Här kommer rubriken.

Här kommer en ingress. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Quisque dapibus rhoncus facilisis.

Här kommer brödtexten. Integer hendrerit erat et neque aliquam, eu facilisis eros vulputate. Praesent lacinia neque ut augue viverra commodo. Aenean facilisis iaculis nunc, nec mattis erat suscipit vitae. Duis magna enim, vehicula vitae urna eu, elementum fringilla lacus. In fringilla sollicitudin magna, at euismod nisi aliquet interdum. Integer odio felis, aliquam ut malesuada a, aliquet a neque tortor. Ut accumsan velit eu lacus tincidunt mattis consectetur. Praesent lacinia neque ut augue viverra commodo.

Quisque tristique, lacus sit amet viverra bibendum, sem sapien tristique lorem, id faucibus arcu velit vel dolor. Nunc lacinia, erat sit amet consequat.

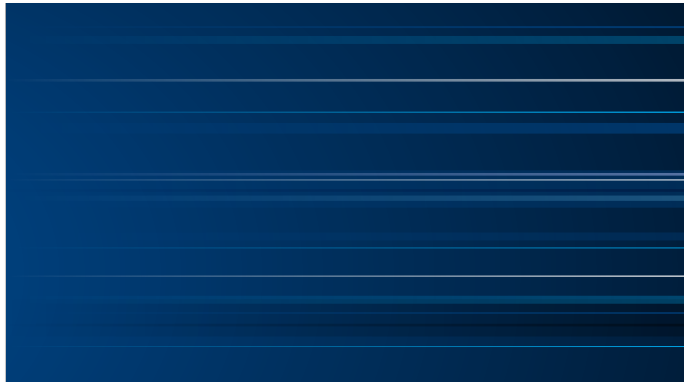


**ARJEPLOGS
KOMMUN**
ÁRJEPLUOVE KOMMUNVNNNA

PROFILEXEMPEL, VISITKORT:

Här har dekorelementet fått ta för sig ordentligt. Dessutom kan man variera visitkortet med att använda alla de olika färgerna. Visitkort är bra exempel på där man kan nyttja en hel yta och skapa en spännande effekt.

BAKSIDA



FRAMSIDA

 <p>ARJEPLOGS KOMMUN <small>ÄRJEPLUOVE KOMMUNVÄNNA</small></p>	<p>YVONNE PAUNA MARKNADSFÖRING/MARKETING</p> <p>Arjeplogs Kommun/Local Council of Arjeplog Storgatan 20, Tingsbacka, SE 930 90 Arjeplog Direct: +46 (0)70-372 05 56, +46 (0)961-140 00 www.arjeplog.se</p>
--	--

PROFILEXEMPEL, SKRIVELSE OCH KUVERT:

På skrivelser används dekorelementet i topp med kommunvapnet applicerat uppe till vänster med negativ text. På kuvertet ligger vapnet också uppe till höger, men dekorelementet har istället fått ta plats i nederkant av kuvertet med adressraden under. Elegant och annorlunda. Med fördel används en färg för kuvert och en annan färg till skrivelsen.



ARJEPLOGS
KOMMUN
ÄRJEPLÖVE KOMMUNVÄNNA

SKRIVELSE
2013-06-05

IT- och energiminister Anna-Karin Hatt
Näringsdepartementet
Mäster Samuelsgatan 70
103 33 STOCKHOLM

Här kommer skrivelsens rubrik.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Quisque cursus dolor a lacus imperdiet, non tincidunt massa tincidunt. Mauris placerat, nunc at eleifend tincidunt, libero elit bibendum justo, nec mattis enim augue id sapien. Nulla et nibh lacus. Suspendisse eget sem elementum.

pharetra magna pulvinar, porta erat. Proin id enim vitae Vestibulum varius rhoncus tempus. Vestibulum interdum in. Proin porta tristique gravida. Nulla vestibulum dignissim. Curabitur ac libero urna. Aenean ac est turpis. Ut bibendum

Ut ultricies quis quam sit amet tristique. Duis nisl semper amet dolor. Nam non adipiscing augue. Cras vehicula est pellentesque. Suspendisse sed malesuada nibh. Nunc ligula. Suspendisse luctus dictum ultrices. Aliquam tincidunt

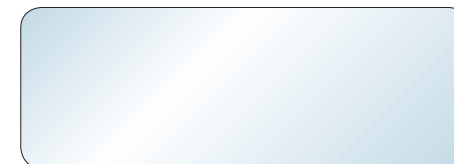
Curabitur et tellus sit amet nisl lacinia lobortis ut eget Mauris at nunc nibh. Etiam turpis mauris, tempus a lacus rutrum non lorem quis mattis. Sed dignissim adipiscing elit massa felis, at facilisis sem tempus sit amet. Nam Fusce pulvinar eget turpis sed fringilla. Praesent ligula venenatis mauris. In feugiat, nisl eleifend blandit tenent odio odio quis nunc. Nam sed felis non mi semper eget ante tempor rutrum sit amet ut nibh.

Donec pharetra mollis lectus vitae mollis. Phasellus elementum, tortor et aliquet accumsan, massa sem orci. Cras vitae purus faucibus, blandit massa egestas, con

Britta Flinckfeldt Jansson
Kommunallråd



ARJEPLOGS
KOMMUN
ÄRJEPLÖVE KOMMUNVÄNNA



Postadress: Arjeplogs kommun, 938 81 Arjeplog. Besöksadress: Tingsbacka, Storgatan 20. Telefon: 0961-140 00. Organisationsnr: 212000-2668. Webb: www.arjeplog.se. E-post: kommun@arjeplog.se

Postadress: Arjeplogs kommun, 938 81 Arjeplog. Besöksadress: Tingsbacka, Storgatan 20. Telefon: 0961-140 00
Organisationsnr: 212000-2668. Webb: www.arjeplog.se. E-post: kommun@arjeplog.se

PROFILEXEMPEL, POWERPOINT:

Här visas exempel på startsida med bild (bildmanér) och kommunvapen samt en sida med dekorelement och kommunvapen samt typografering.



Här kommer en rubrik

Här kommer lite brödtext. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas suscipit magna risus, vel tempus nibh fringilla et. Integer accumsan justo egestas, imperdiet leo sit amet, convallis ante. Suspendisse nec pulvinar lorem, ac interdum diam. Pellentesque gravida ultrices ipsum, eget ultricies tellus consectetur tincidunt. Fusce purus dolor, iaculis quis.

PROFILEXEMPEL, BILDEKOR:

På kommunens bilar kan man låta dekorelementet löpa efter bilens sida för att skapa en fartfylld effekt även vid stillastående. Kommunvapen på båda framdörrarna samt stort på huven ramar in fordonet.



PROFILEXEMPEL, ROLLUPS:

Här visas exempel på rollups med dekorelement och logo i topp, stor bild samt en kraftfull text. På en rollup som har ett stående och smalt format bör inte bildmanéret appliceras då det inte får önskvärd effekt.



PROFILEXEMPEL,
T-SHIRTS:



EXEMPEL, GIVEAWAYS:

