

# Sunnfjord

## Merkevarestrategi

# Introduksjon

Denne merkevaremanualen er utvikla for å skape eit nytt, heilskapleg og kreativt merkevarekonsept for Region Sunnfjord, som omfattar kommunane Sunnfjord, Høyanger, Askvoll, Fjaler, Bremanger, Kinn og Gloppen[SJOH1]. Føremålet med manualen er å gi næringslivet, kommunane og andre verksemdar i regionen eit verktøy for å styrkje posisjonen sin og gjere Sunnfjord meir synleg, anerkjend og attraktiv for utvalde målgrupper.

## **Kvifor merkevarestrategi?**

Ein sterk merkevarestrategi hjelper oss med å snakke med éi stemme og skape ein samla, tydeleg identitet for Sunnfjord. Når vi kommuniserer med ein uniform tone og visuell stil, blir budskapet klarare og enklare å kjenne att. Det bidreg til å styrkje inntrykket av Sunnfjord – både for dei som bur her, og for dei vi ønskjer å tiltrekkje oss, som nye innbyggjarar, studentar, gründerar og investorar.

# Kva finn du her?

Manualen inneheld merkevarekonsept, verbal identitet og visuell identitet, og døme på korleis merkevara kan kommuniserast i ulike kanalar. Konseptet framhevar Sunnfjords fortrinn, haldningar og verdier og skal inspirere til utvikling av eige materiale.

Denne merkevarestrategien er eit første steg i å gi verksemdene i Sunnfjord eigarskap og stoltheit. Ved å samle innsatsen vår rundt ein felles identitet kan vi saman løfte fram dei kvalitetane og moglegheitene som finst i regionen.



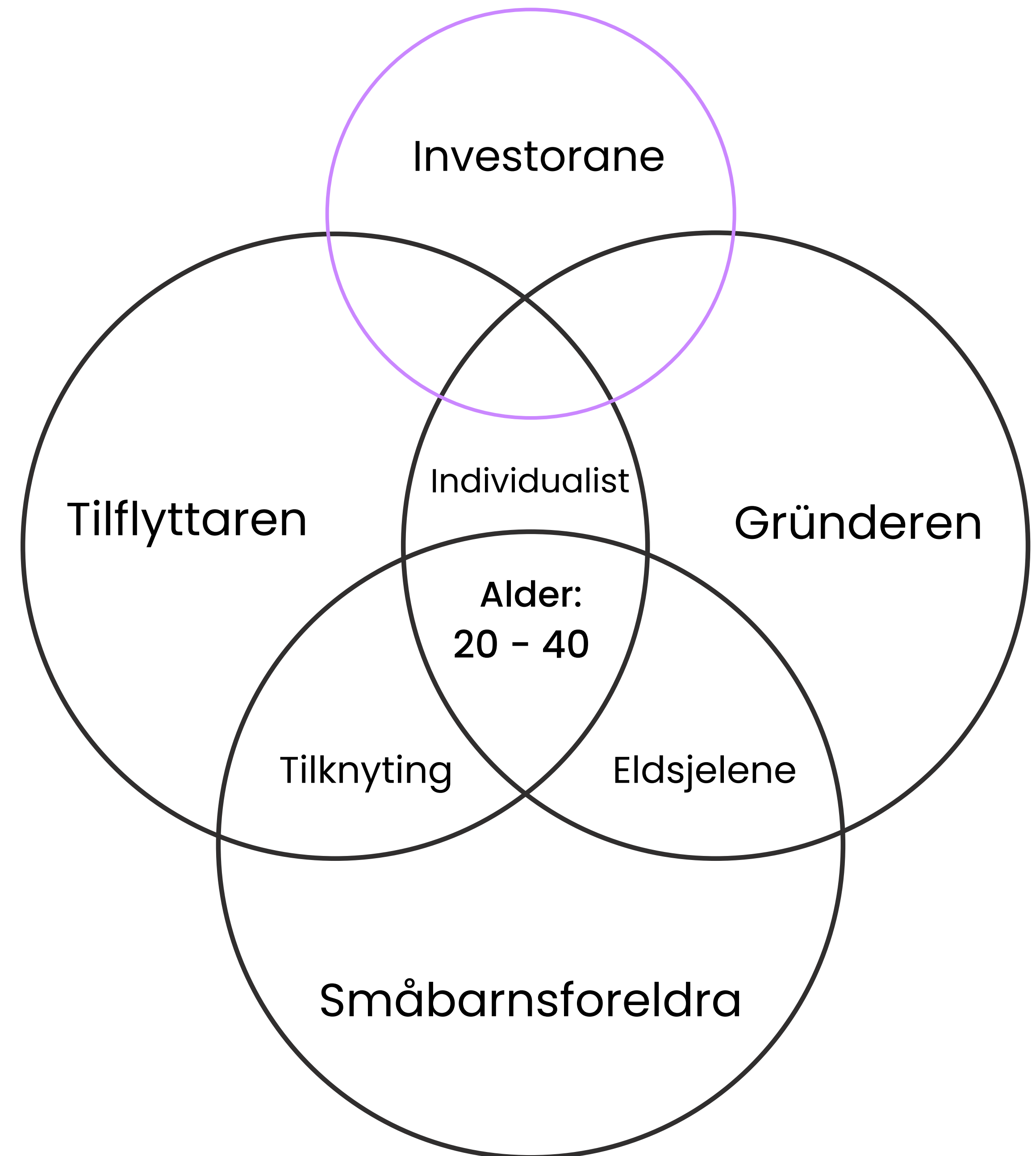
# Bakgrunn og innsikt

Med bakgrunn i ein nærings- og ringverknadsanalyse og fleire workshops med representantar frå næringsliv, samfunnsliv og kommune har Sunnfjord Utvikling og Big Fish utarbeidd ein merkevarestrategi som svarer på desse innsiktene .

Hovedtrekkane besto i at vi er pragmatiske, innovative og opne for nye idear. Gjennom verdiane våre, som inkluderer entusiasme, vekstvilje, ambisjon og lagånd, står vi støtt gjennom utfordringar og søker aktivt etter løysingar for ei berekraftig framtid. Vårt fortrinn og fokus ligg i den brede arbeidsmarknaden og dei verdsleiande ressursane innanfor energi, mineral, hav og fjord, som er kjerneelementa i Region Sunnfjord. Som det blei sagt på workshop: verdas vakraste ramme.

# Målgruppe

Merkevarestrategien og profilen treffer breitt, men vi har tatt utgangspunkt i dei tre målgruppene som merkjer seg mest ut etter workshops . Desse målgruppene deler ei felles interesse for personleg og profesjonell utvikling og eit levande lokalsamfunn.



# Visjon

## Vår framtid – ditt eventyr.

Denne visjonen er to-delt og fell saman med hovudmålet og konseptet vårt. Vi forpliktar oss til eit felles ansvar for éi felles framtid. Samtidig har du i Region Sunnfjord høve til å setje ditt unike preg på denne framtida. Vi har rom for at du kan gjere idear til verkelegheit – dei trygge rammene som lar deg satse. Fordi vi satsar på deg. Ein framtidsoptimistisk visjon som oppmodar til deltaking og handling, samtidig som han byggjer stoltheit både internt og eksternt.



# Vårt oppdrag

**Regionen Sunnfjord skal vera eit kreativt og engasjerande knutepunkt for deg som vil realisere ditt potensial hos oss og ta del i den grønne omstillinga.**

Industrien og gründerånda er noko som skil Sunnfjord frå andre regionar. Dette er eit viktig salspunkt som må framhevast. Sunnfjord har litt av alt og mykje å vere genuint stolt av. Ei slik «misjonssetning» forpliktar oss til å framheve den innovative krafta til industrien i regionen og korleis ho bidreg til å utvikle nye, grønne teknologiar.

# Verdier

## Ekte

Vi er ærlege og jordnære.

Vi deler kunnskapen vår og og samarbeider der vi kan.

Vi skapar varige relasjonar.

## Entusiastiske

Vi er ambisiøse og fulle av visjonar.

Vi heiar fram talent og støttar initiativ!

Vi legg til rette for entreprenørskap og dyrkar gründarar.

## Handlekraftige

Vi brettar opp ermene og er løysingsorienterte.

Vi koplar idear og menneske saman.

Vi er opne for nye impulsar og inviterer mangfald.



# Sunnfjord

Konsept

# Entusiasten

**Med «Entusiasten» som internt konseptnamn søker denne merkevarestrategien å gi eit inspirerende og dynamisk bilete av regionen vår, med fokus på dei kvalitetane og det potensialet som finst innanfor innovasjon og utvikling, både på samfunns- og individnivå.**

Inspirert av tanken om ein *hype man* oppmodar vi alle som nyttar denne merkevarestrategien, til å gjere det med ein tone som er karismatisk, oppmuntrande og entusiastisk.

Tilnærminga vår vil, inspirert av Petter Stordalen, vere kreativ og applauderande, med eit mål om å fremje samarbeid, innovasjon og personleg vekst i målgruppene våre. Vi vil lokke og heie fram eit fellesskap av dyktige fagfolk, utforskarar og drøymarar som vil ta steget mot Region Sunnfjord.

# Entusiasten

Dette konseptet skal danne grunnlaget for mange kampanjar i framtida. Vår anbefaling er blant anna å personifisere Entusiasten gjennom ein (eller fleire) merkevareambassadør. Ein positiv, open og oppmuntrande karakter som har ei smittande utstråling.





# Slagord

## “Ta del”

Dette er eit sterkt, handlingsretta slagord som kan nyttast i ulike samanhengar. Det antyd at ein blir invitert til å delta i å forme framtida til regionen, og sitt eige liv. Dette slagordet representerer ein invitasjon til alle – innbyggjarar, bedrifter, organisasjonar – om å spele ei aktiv rolle i å forme regionen vår. Det betyr eigarskap, medverknad og eit høve til positiv endring.



i framtida  
i Sunnfjordskulen  
**Ta del** i den grønne omstillinga  
i Sunnfjord  
i det naturbane





# Sunnfjord

Visuell profil

# Visuell profil

Den visuelle identiteten til Region Sunnfjord har til hensikt å framstå samla, tydeleg og heilskapleg. Det inneber at logo, fargar, fontar, bilete og grafiske element skal brukast på ein tydeleg definert måte. Difor bør dei forvaltast og utviklast innanfor rammene som er gitt her.

# Logo

Visuell profil



# Logo

Logoen vår er ein nøkkelkomponent i den visuelle identiteten til Region Sunnfjord, og rett bruk sikrar at vi alltid framstår profesjonelle og er lette å kjenne att.

Logoen skal primært reproduserast i primærpaletten i tillegg til svart og kvitt. Fargekombinasjonar med sekundærpaletten er tillatne ved co-branding, arrangement eller konsept i randsona av verksemdsområdet til merkevarestrategien.

Val av farge og storleik må baserast på ei gjennomtenkt vurdering av kontrast mellom logo og bakgrunn. God lesbarheit er viktig.

# Logo



Logoen skal vere fleksibel, moderne og rein og vere eit godt utgangspunkt for ein brei, allsidig profil. Reint konseptuelt fortel logoen at Region Sunnfjord gir deg rom til å leve det livet du ønskjer – som ei solid ramme til ditt blanke lerret – berre er kreativiteten set grenser. Logoen er tydeleg og figurativ og dermed lett å kjenne att.

## Sekundærlogoer

SUNN  
FJORD

SUNN  
FJORD

SUNN  
FJORD

SUNN  
FJORD

Logoen tilbyr ei rekkje variasjonar som kan nyttast i ulike samanhengar, slik at han kan vere markant utan å dominere. Logoen skal alltid brukast i sin heilskap, eller som brakettar . Utover dette skal primær- og sekundærlogoen aldri endrast eller modifiserast på nokon måte.



## Logo med slagord

SUNN  
FJORD  
FJORD  
SUNN

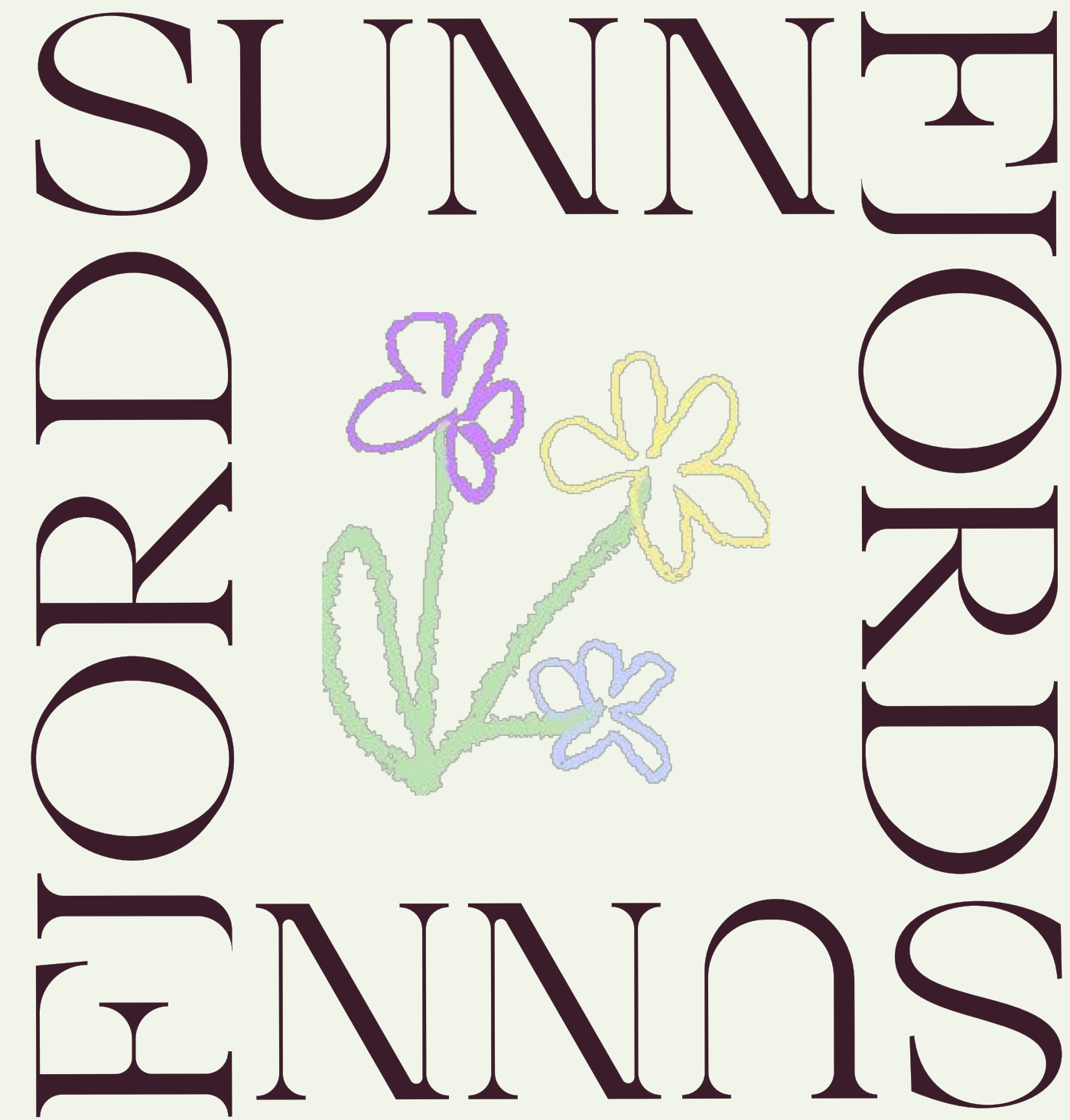
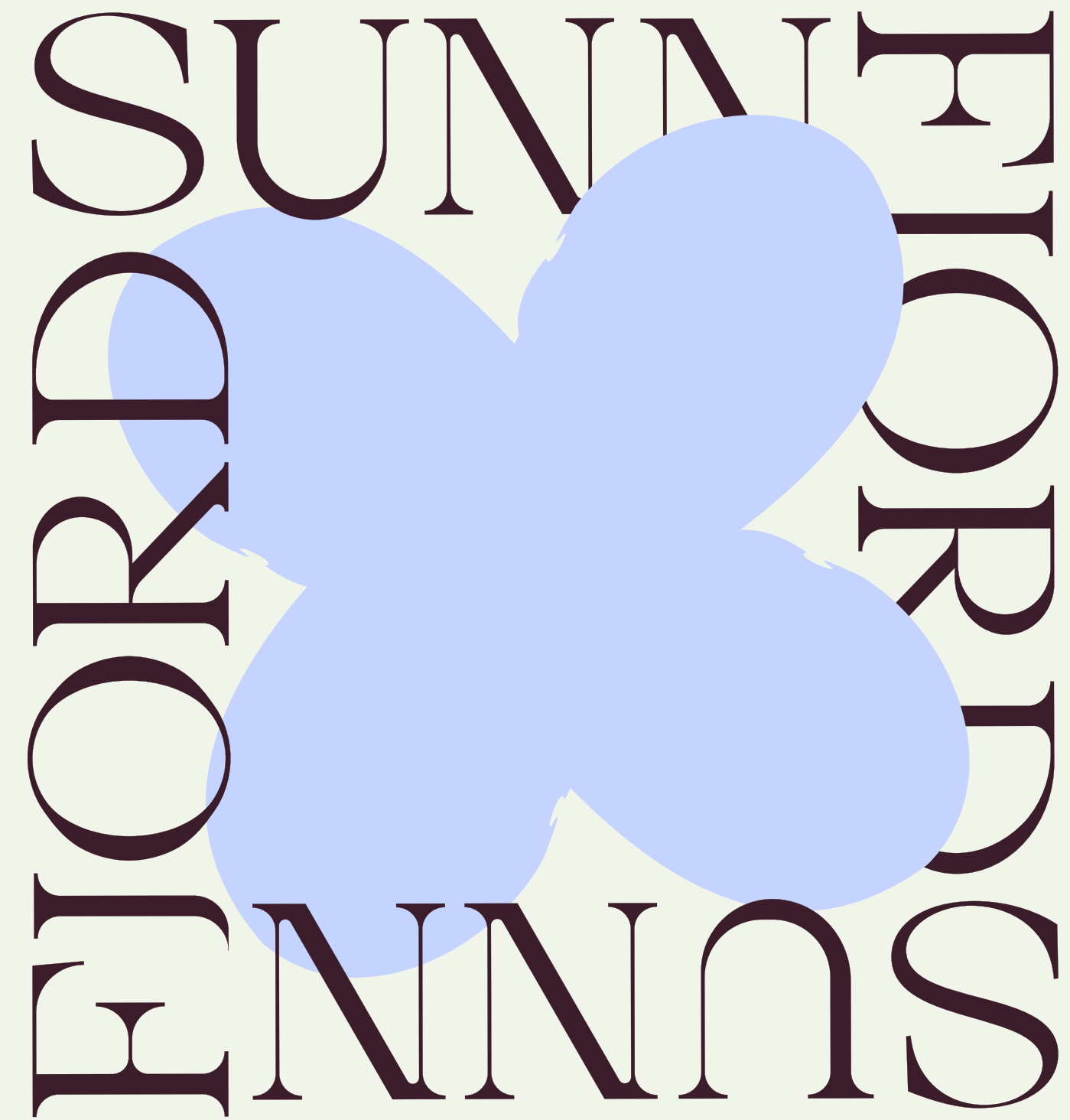
Ta del i moglegheitene

SUNN  
FJORD

Ta del i innovasjonsregionen

Logoane står også med slagordet i dei ulike logovariasjonane.

## Logovariasjonar



...samtidig som han er fleksibel og open for kreativ utfolding.

# Logo med co-branding



**Ta del** i ein blomstrande  
innovasjonsregion  
med ein nøkkelrolle i den grøne  
omstillinga

Søk i dag

SUNN  
FJORD

Logoen samarbeider enkelt med andre profiler utan å vere dominerande.



# Logo med co-branding



## Førde sentralsjukehus søker Ergoterapeut

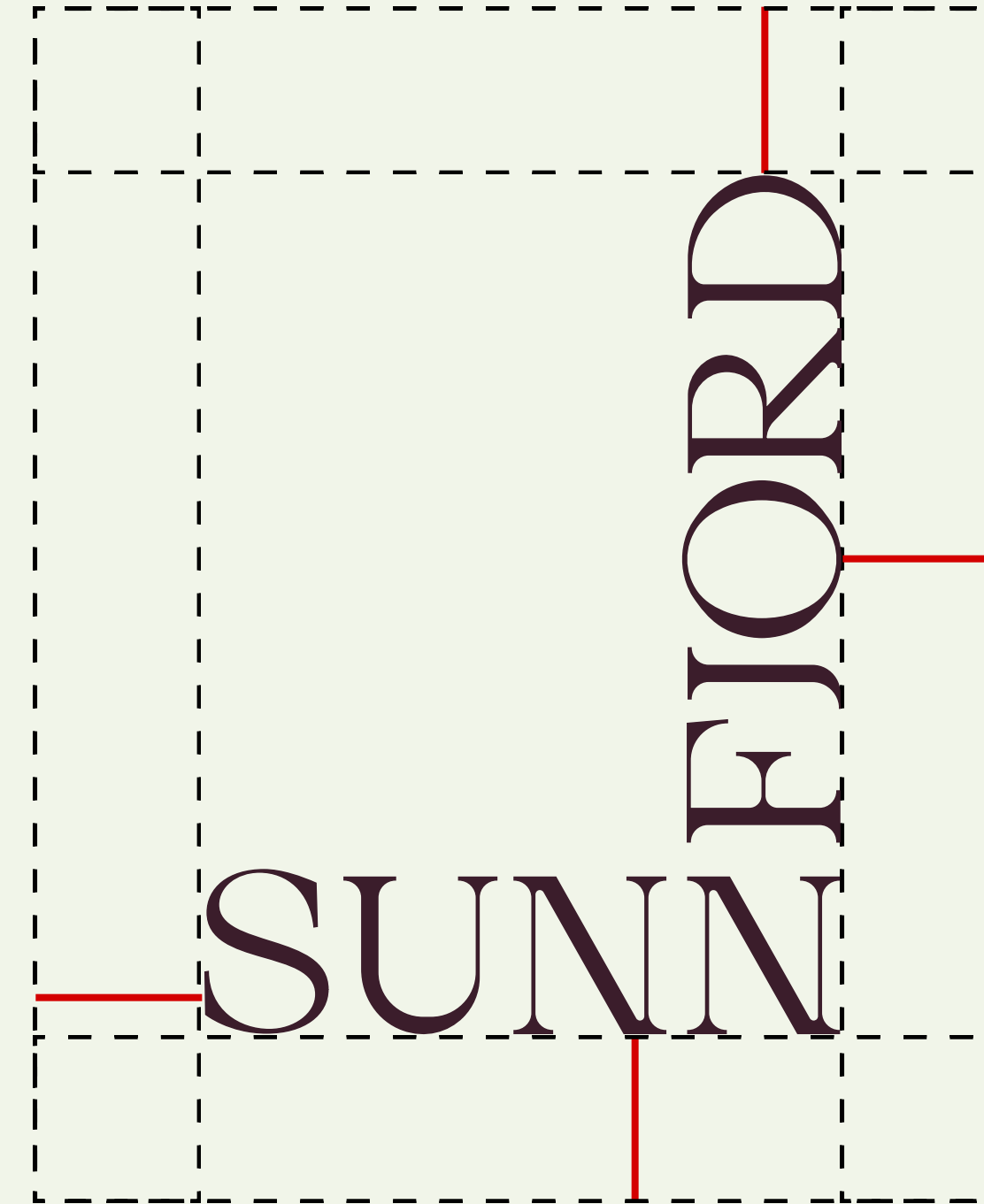
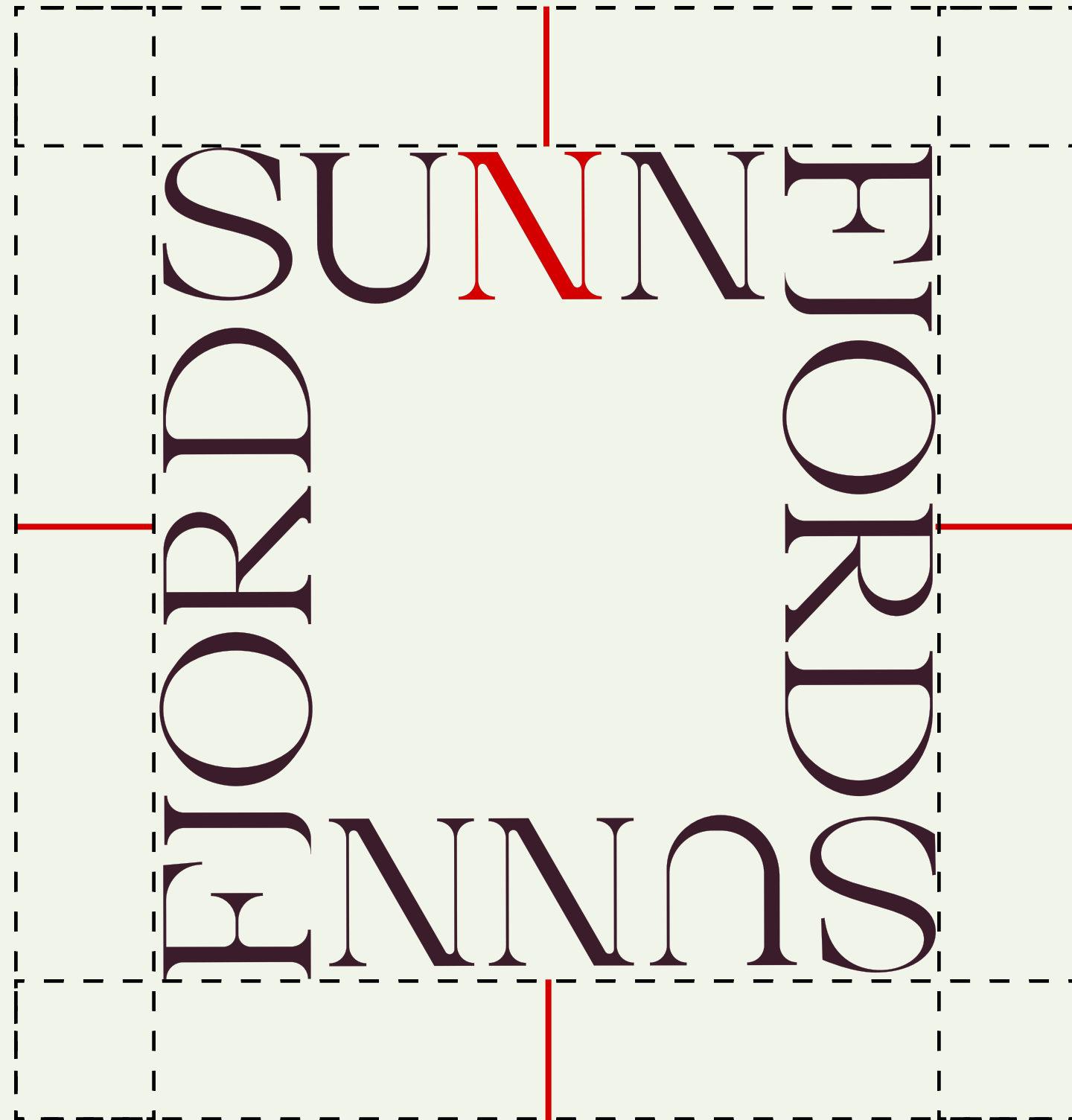
**Ta del** i velferdsteknologien

Søk i dag

FJORD  
SUNN  
FJORD  
SUNN

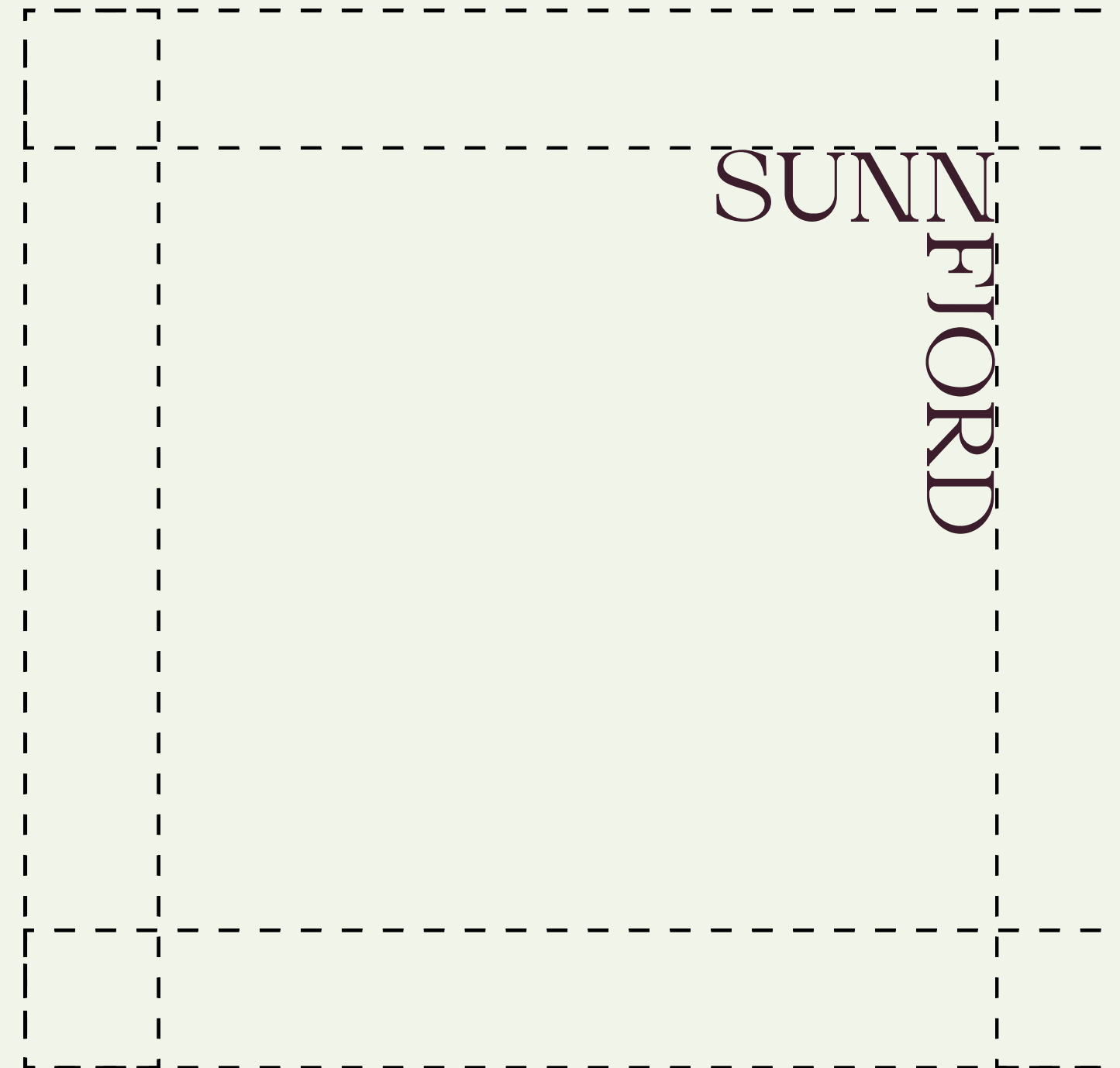
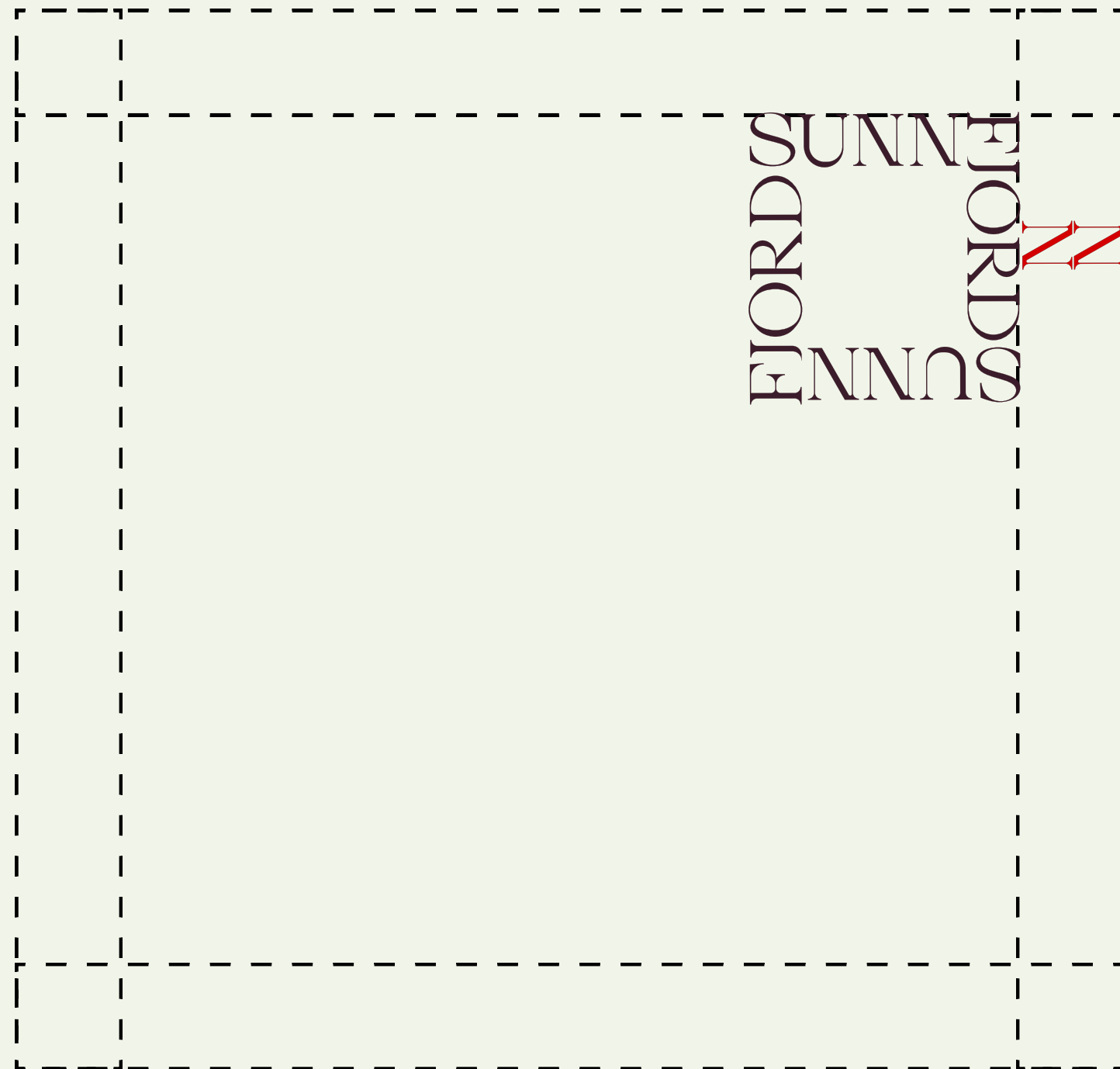


# Frisone



For å sikre optimal framvising og lesbarheit av logoen i sin heilskap skal ein alltid ha eit minimum av luft rundt logoen som er like brei og høg som versalane i logosymbolet. Her er det tatt utgangspunkt i bokstaven D.

# Frisone på større flater



På større flater anbefaler vi ei minimum dobling av denne avstanden fra kanten. Slik at logoen får tilstrekkelig med luft og lesbarhet.

# Minimumsvisning

H: 78px

B: 74px



H: 42px

B: 56px



Logoen skal aldri brukast i mindre storleikar enn det som er oppgitt ovanfor. Bruk sunn fornuft og ta omsyn til lesbarheita og bruk.



# Farger

## Visuell profil



# Fargepalett

Fargepaletten skal vere brei med både ein primærpalett og ein sekundærpalett. Breidda i fargealternativa gir rom for variasjon innanfor ein heilskap og avgrensar seg ikkje til valørane som er gitt her. Sekundærpaletten skal kunne vidareutviklast og brukast opp mot alle moglege profilar. Utover dette gir konsekvent bruk av den noverande fargepaletten eit samanhengande uttrykk som bidreg til god attkjenning.

Sekundærpaletten skal brukast i kombinasjon med hovudfargane og skal som hovudregel ikkje brukast som berande fargar. Døme på bruk kan vere på detaljar, illustrasjonar, grafiske element og utheva tekst. Tilleggsfargane kan brukast som berande fargar i samband med eigne aktivitetar, som co-branding, arrangement og konsept i randsona av verksemda til Region Sunnfjord.

# Ein frisk, vaken og moderne palett som utstrålar av entusiasme.

## Primærpalett



**Sunnfjord Vinraud**

HEX: #3c1d2b

RGB: R60, G29, B43

CMYK: C0%, M52%, Y28%, K76%

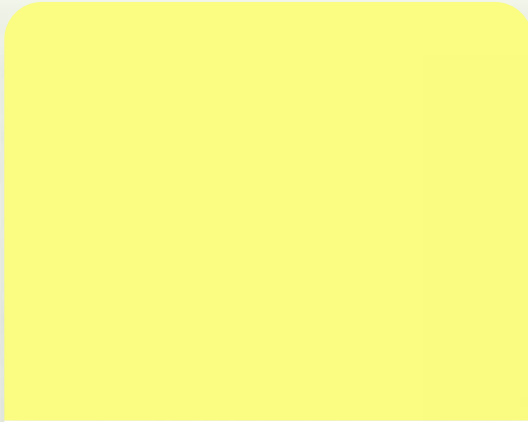


**Sunnfjord Morgonbris**

HEX: #c6d4ff

RGB: R198, G212, B255

CMYK: C22%, M17%, Y0%, K0%



**Sunnfjord Morgonsol**

HEX: #fbfe81

RGB: R251, G254, B129

CMYK: C1%, M0%, Y49%, K0%



**Sunnfjord Sand**

HEX: #f2f5ea

RGB: R242, G245, B234

CMYK: C1%, M0%, Y4%, K4%



**Sunnfjord Snø**

HEX: #fffeb

RGB: R255, G254, B251

CMYK: C0%, M0%, Y2%, K0%

## Sekundærpalett



**Sunnfjord Lavendel**

HEX: #cb88ff

RGB: R203, G136, B255

CMYK: C20%, M47%, Y0%, K0%



**Sunnfjord Korall**

HEX: #ff2c55

RGB: R255, G44, B85

CMYK: C0%, M83%, Y67%, K0%

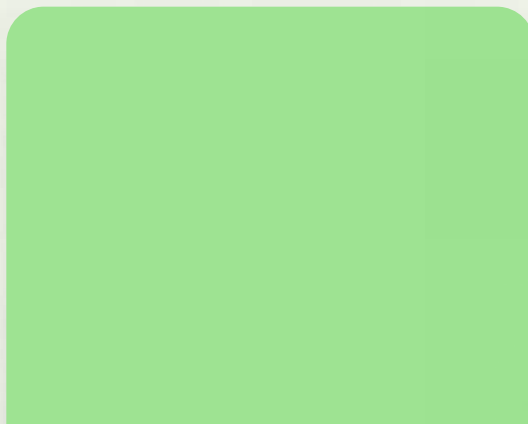


**Sunnfjord Rosa**

HEX: #ff99c9

RGB: R255, G153, B201

CMYK: C0%, M40%, Y21%, K0%

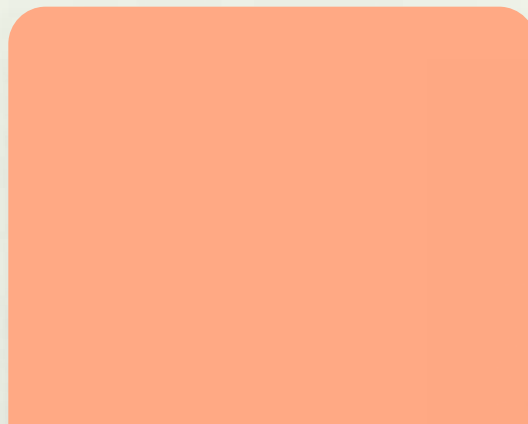


**Sunnfjord Eple**

HEX: #9ee493

RGB: R158, G228, B147

CMYK: C31%, M0%, Y36%, K11%



**Sunnfjord Fersken**

HEX: #fffeb

RGB: R255, G169, B133

CMYK: C0%, M34%, Y48%, K0%



**Sunnfjord Antrasitt**

HEX: #312f2f

RGB: R49, G47, B47

CMYK: C0%, M4%, Y4%, K81%

# Kontrast og bruk av fargar

Ein brei palett og mange logovariasjonar i ulike fargar gjer det nødvendig med streng bruk av kontrast for å sikre lesbarheit og eit heilskapleg visuelt uttrykk. Her er nokre retningslinjer for å oppnå god kontrast i design:

- 1. Lesbarheit:** Sørg alltid for at det er tilstrekkeleg kontrast mellom teksten og bakgrunnen. Teksten skal vere lett å lese, både for dei med normal synsevne og for dei med synshemmingar. Bruk mørke fargar på lys bakgrunn og lyse fargar på mørk bakgrunn.
- 2. Fargekombinasjonar:** Vel fargekombinasjonar som skaper ein tydeleg kontrast. Unngå å bruke fargar som ligg nær kvarandre i fargespekteret, då desse kan smelte saman og redusere lesbarheita. Til dømes bør ein unngå å kombinere lys gul tekst med kvit bakgrunn.
- 3. Logo:** Når du plasserer logoen på ulike bakgrunnar, må du sørgje for at han står tydeleg fram. Bruk kontrasterande fargar for å sikre at logoen er lett å kjenne att. Til dømes kan ein mørk logo brukast på lys bakgrunn og omvendt. Ved bruk av transparente eller halvtransparente bakgrunnar må du sjå til at logoen framleis har god kontrast til det underliggjande innhaldet.
- 4. Illustrasjonar og grafiske element:** Bruk kontrast til å framheve viktige element i illustrasjonar og grafiske element. Det bidreg til å guide auga og trekkje merksemda mot dei viktigaste delane av designet.
- 5. Tilgjengelegheit:** Hugs å alltid teste kontrasten med tilgjengelegheitsverktøy for å sikre at designet oppfyller krav til universell utforming. Dette er spesielt viktig for digitalt innhald som nettsider og applikasjonar.
- 6. Fargeblindskap:** Ver merksam på fargeval som kan vere utfordrande for fargeblinde. Test fargekombinasjonane dine for å sikre at informasjon ikkje går tapt for dei som har vanskar med å skilje visse fargar frå einannan.  
Ved å følgje desse retningslinjene for kontrast og fargebruk kan vi sikre at den visuelle identiteten til Region Sunnfjord er klar, lesbar og tilgjengeleg for alle. God bruk av kontrast er essensielt for å oppretthalde eit profesjonelt og samanhengande visuelt uttrykk.



FJORDS  
SUNN  
FJORDS  
ENNUN



FJORDS  
SUNN  
FJORDS  
ENNUN



FJORDS  
SUNN  
FJORDS  
ENNUN



FJORDS  
SUNN  
FJORDS  
ENNUN



Riktig fargebruk



FJORDS  
SUNN  
FJORDS  
ENNUS

FJORDS  
SUNN  
FJORDS  
ENNUS



FJORDS  
SUNN  
FJORDS  
ENNUS

FJORDS  
SUNN  
FJORDS  
ENNUS



FJORDS  
SUNN  
FJORDS  
ENNUS



FJORDS  
SUNN  
FJORDS  
ENNUS



FJORDS  
SUNN  
FJORDS  
ENNUS



Feil fargebruk

FJORDS  
SUNN  
FJORDS  
ENNUS



# Typografi

Visuell profil



# Typografi

Region Sunnfjord har to fontar. Vi skil mellom hovudskrifta Poppins og erstattaren, systemfonten Arial. Bruk det utvalde primærsnittet – Poppins – til hovudtekst, overskrifter og viktige element. Det sikrar eit samanhengande og profesjonelt uttrykk. Sørg for at skrifta er stor nok til at det blir god lesbarheit, og bruk tydelege kontrastar mellom teksten og bakgrunnen. Unngå overdriven bruk av formatering som kursiv, feit skrift og understreking. Bruk dette berre for å framheve viktige punkt.



# Font – Poppins

Regular

A B C D E F G H I J K L  
M N O P Q R S T U V W  
X Y Z Æ Ø Å

a b c d e f g h i j k l m  
n o p q r s t u v w x y z  
æ ø å

Medium

A B C D E F G H I J K L  
M N O P Q R S T U V W  
X Y Z Æ Ø Å

a b c d e f g h i j k l m  
n o p q r s t u v w x y z  
æ ø å

**Bold**

**A B C D E F G H I J K L  
M N O P Q R S T U V W  
X Y Z Æ Ø Å**

**a b c d e f g h i j k l m  
n o p q r s t u v w x y z  
æ ø å**

*Italic*

*A B C D E F G H I J K L  
M N O P Q R S T U V  
W X Y Z Æ Ø Å*

*a b c d e f g h i j k l  
m n o p q r s t u v w  
x y z æ ø å*

Poppins er ein gratis geometrisk Google-font som fungerer godt både digitalt og til trykk. Han er sjarmerande, rund og lettlesen og speler godt på lag med logoen. Ved behov kan vi anbefale ein sekundærfont med meir karakter til spesifikke brukssituasjonar.

# Erstatningsfont – Arial

Regular

A B C D E F G H I J K L

M N O P Q R S T U V

W X Y Z Æ Ø Å

a b c d e f g h i j k l m n

o p q r s t u v w x y z æ

ø å

Bold

**A B C D E F G H I J K**

**L M N O P Q R S T U V**

**W X Y Z Æ Ø Å**

**a b c d e f g h i j k l m**

**n o p q r s t u v w x y z**

**æ ø å**

*Italic*

*A B C D E F G H I J K L*

*M N O P Q R S T U V*

*W X Y Z Æ Ø Å*

*a b c d e f g h i j k l m n*

*o p q r s t u v w x y z æ*

*ø å*

Arial: I opne dokument der ein må nytte systemfont (til dømes i Microsoft-dokument og e-post), skal Poppins erstattast med Arial.

# Grafisk element

Visuell profil



# Grafisk element

Grafiske element er viktige for å skape eit dynamisk visuelt språk som er lett å kjenne att, og som støttar merkevareidentiteten vår. Dei gir oss høve til å tilføre eit harmonisk og naturleg preg til all kommunikasjon og bidreg til å krydre den visuelle heilskapen.

Bruk dei solide formene i fargar, bilete og film for å tilføre eit harmonisk og naturleg preg til den visuelle identiteten vår. Sørg for konsistent bruk av desse elementa for å oppretthalde eit samanhengande visuelt språk. Dei kan fyllast med ulike fargar frå paletten og nyttast til å plassere innhald og maskere bilete, og dei kan brukast som dekor eller krydder i ein layout og i samband med arrangement.

# Grafisk element



Engkarsens lysefiolette blomstrar er blant dei første vårblomstrane å engene og eit symbol på pionerånd og nyskaping. Allereie i april kan vi sjå lysefiolette teppe i hagar og vegkantar og på opne plassar, særleg på Vestlandet. Forma til engkarsen er stilisert og kan nyttast som eit grafisk element. Denne organiske forma gjer uttrykket mjukare og meir innbydande, særleg når det ikkje er anna co-branding til stades.



# Verbal Identiet

Visuell profil

# Verbal identitet

Vi heiar, er optimistiske og snakkar om moglegheitene – vårt engasjement blir ditt engasjement. Den verbale identiteten til Region Sunnfjord skal spegle den entusiasmen og positiviteten som kjenneteiknar regionen vår. Vi ønskjer å formidle budskapen vår på ein måte som er inspirerande, oppmuntrande og inkluderande. Det betyr at språket vårt skal vere livleg, energisk og alltid fokusert på dei moglegheitene som ligg framfor oss.

Når vi kommuniserer, skal vi alltid ha i tankane at vi er ambassadørar for Sunnfjord. Stemma vår skal vere positiv og inkluderande, og vi skal alltid snakke med ein tone som fremjar samarbeid, nyskaping og vekst. Enten vi skriv ein presentasjon, ein stillingsannonse eller ein post i sosiale medium, skal vi prøve å skape engasjement og begeistring hos mottakaren. La vårt engasjement bli ditt engasjement.

# Verbal Identitet



**sunnfjordutvikling**  
PEAK Førde

...





**97 likes**

**sunnfjordutvikling** I Sunnfjord finst det potensial. Potensial til å kunne skape noko stort! Snakk med våre rådgjevarar om...more

[View all 1.7k comments](#)

2 DAYS AGO



**sunnfjordutvikling**  
PEAK Førde

...





**85 likes**

**sunnfjordutvikling** Vi satsar på deg og dine idear! Bli med på netverkssamling på ...more

[View all 1.7k comments](#)

2 DAYS AGO



**sunnfjordutvikling**  
PEAK Førde

...





**103 likes**

**sunnfjordutvikling** Bli med på reisa. Finn di nisje, og bruk dine talent til å forme framtida for Sunnfjord. Vi tilbyr ressursar, støtte og inspirasjon for å hjelpe deg med å nå måla dine...more

[View all 1.7k comments](#)

2 DAYS AGO



# Biletstil

Visuell profil



# Biletstil

Bilete skal vekke kjensler som framtidsoptimisme, handlekraft og energi! Biletstilen vår speglar entusiasmen og positiviteten i Sunnfjord. Bruk lyse, naturlege bilete med bevegelse og energi – alltid med folk i sentrum.

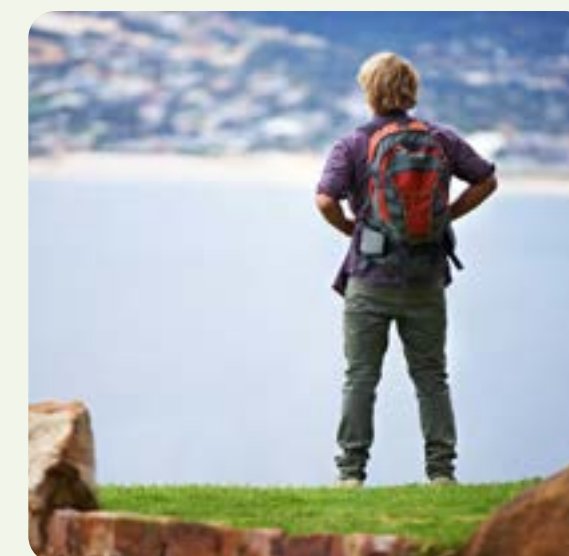
Vel bilete som formidlar yrke, hobbyar, aktivitet og menneskeleg samhandling. Sørg for god kvalitet og naturleg lys for ein samanhengande visuell identitet. Unngå mørke, kunstige eller statiske bilete.

Det er viktig å alltid ha rett til å bruke bileta, og å kreditere fotografen der det er nødvendig. Dette sikrar respekt for opphavsrett og gir anerkjenning til dei som har bidrege til det visuelle uttrykket vårt.

Bileta skal formidle liv og glede og alltid ha eit menneskeleg element. På denne måten kan vi vekke engasjement, optimisme og handlekraft og vise fram den livlege ånda i Sunnfjord.



# Biletstil





# Sunnfjord

Forslag til visuell profil i bruk



SUNNFJORD

Ta del i vår  
innovasjons-  
region

Ta del i Sunnfjordskulen

Lærer? Sjå her!  
→



Ta del i næringslivet!

Bedrift? Sjå her!  
→



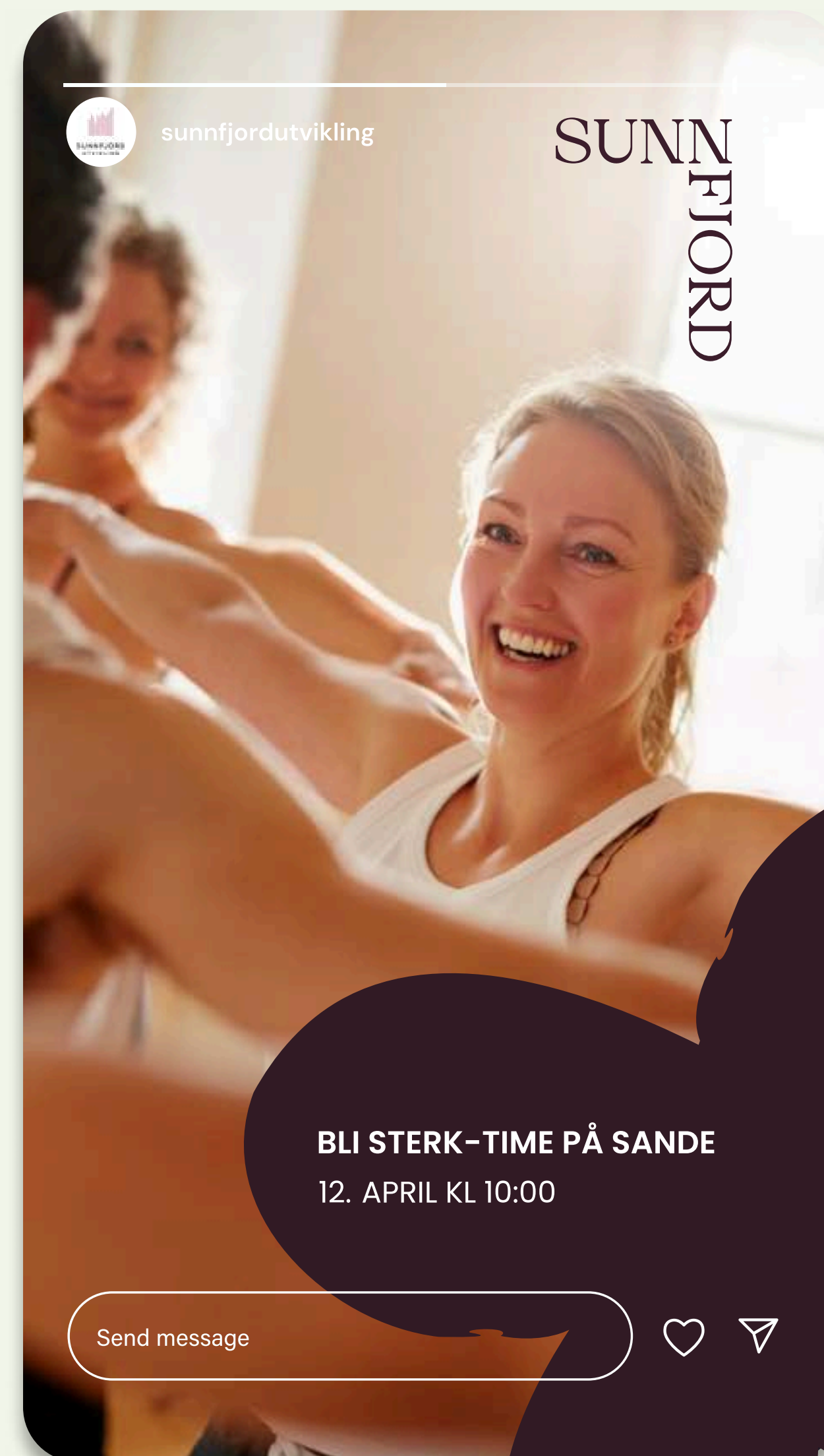
Ta del i den grønne  
omstillinga.

Industri? Sjå her!  
→



Ta del i næringslivet, den grønne omstillingen og ditt eige  
liv her i Sunnfjord. Litt om fordelane ved å bu og jobbe i  
regionen. Sunnfjord ventar på deg!











SUNNFJORD



Sunnfjord U40 inviterer til  
**Quizkveld!**

Tid: 25. august  
Stad: Kardemomme

Om du er ny i Førde, eller  
U40-veteran, vi inviterer til haustens  
første U40-arrangement! Vi held det  
casual med pils og quiz på  
Kardemomme fredag 25. august.  
Kjøkkenet er ope frå 16-18 for dei som  
vil ta middagen saman med oss.

SUNNFJORD

sunnfjord  
**U40**





**No skjer det! Vi sparkar i gong  
planlegginga av korleis vi vil at  
sentrum i byen vår skal vere.**

7. mai inviterer vi deg til  
Larris scene



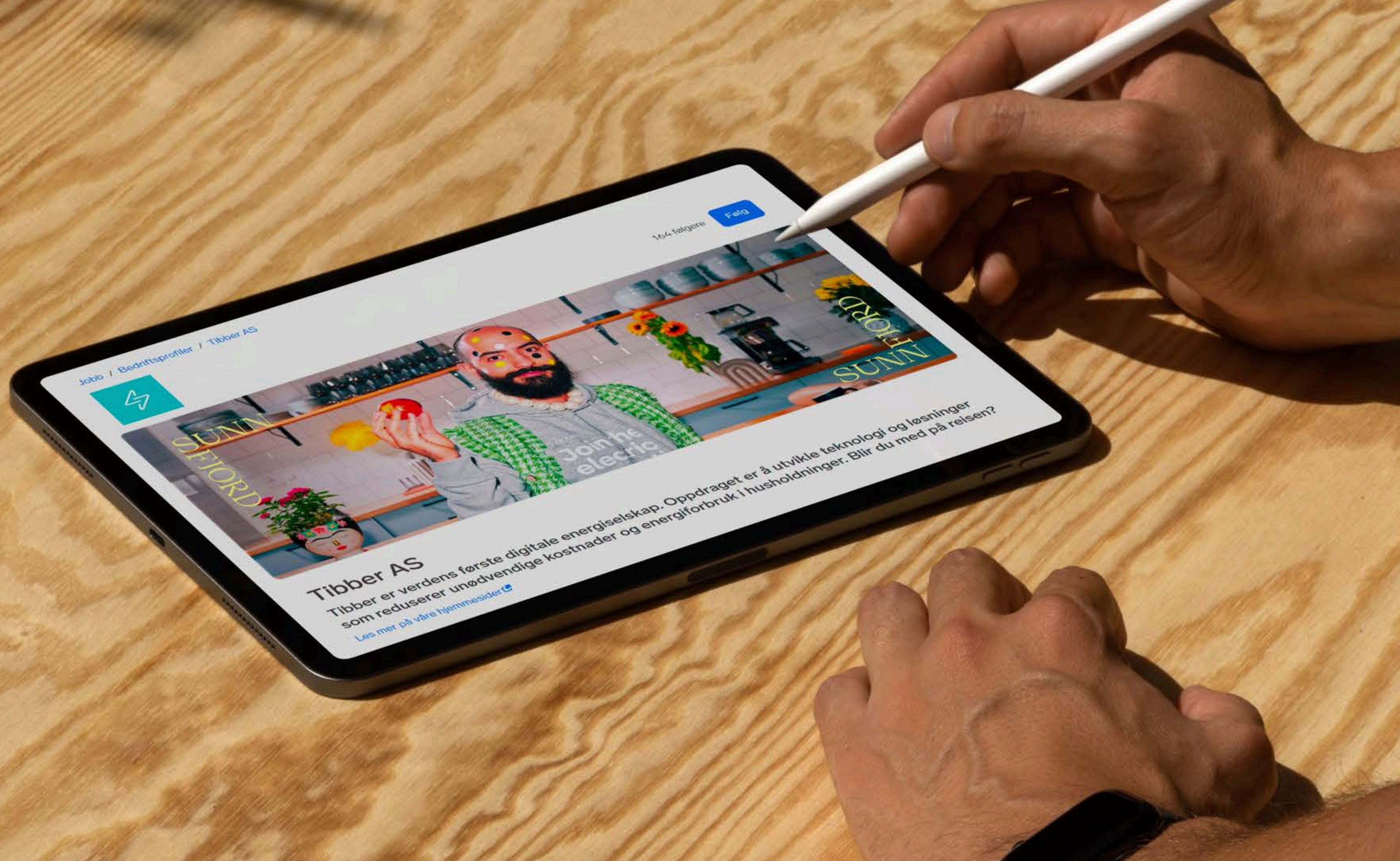
**I Sunnfjord finst det potensial.  
Potensial til å kunne skape noko stort!**

Vi satsar på deg og ideane dine!  
Bli med på nettverkssamling på  
Førdehuset 28.april!



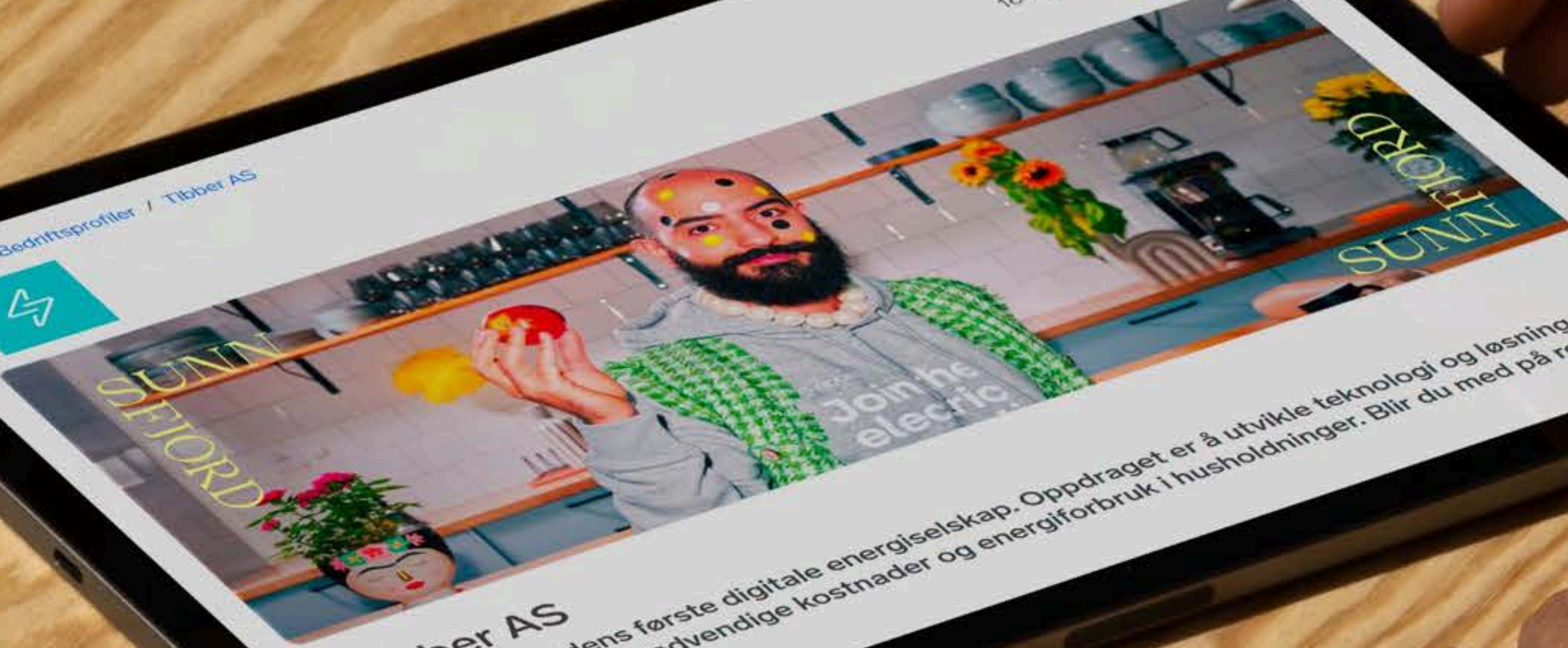
**SUNNFJORD**  
Ta del i innovasjonsregionen





Jobb / Bedriftsprofiler / Tibber AS

164 følgere Følg



## Tibber AS

Tibber er verdens første digitale energiselskap. Oppdraget er å utvikle teknologi og løsninger som reduserer unødvendige kostnader og energiforbruk i husholdninger. Blir du med på reisen?

[Les mer på våre hjemmesider](#)



