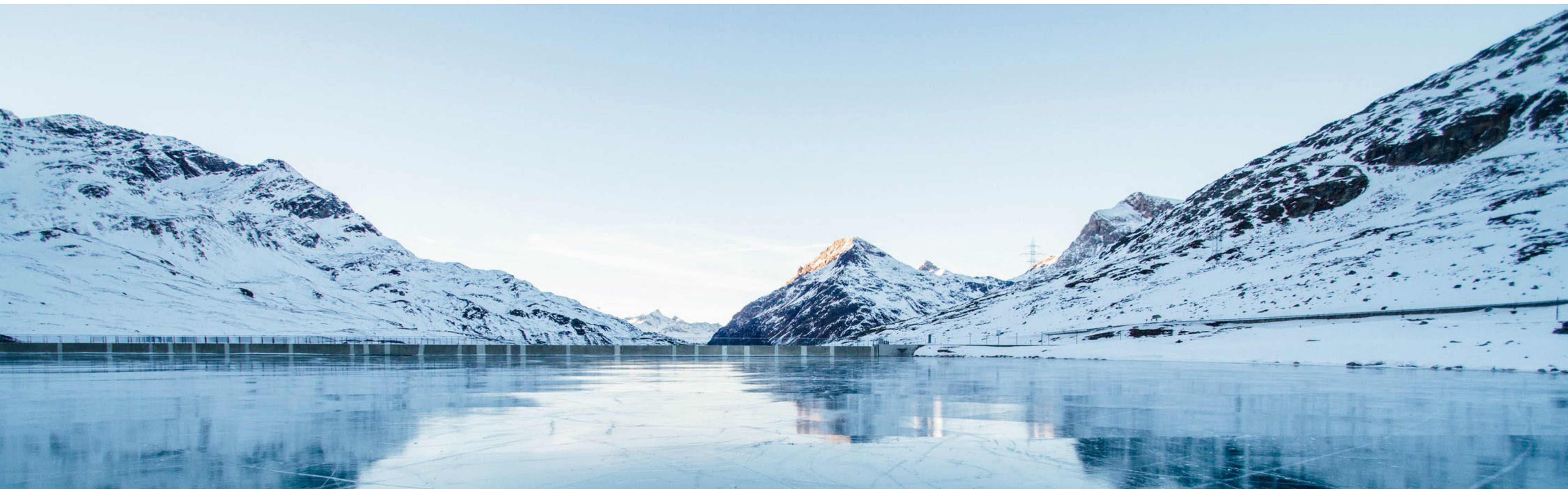


Profilveileder

Visuell identitet v3 2022



01 Introduksjon

02 Grafisk verktøykasse

03 Retningslinjer

04 Malverk

05 Profilen i bruk

DETTE ER TROMS KRAFT

Siden 1898 har vi levert strøm, beredskap og verdiskaping for våre offentlige eiere. Viljen og evnen til å sikre kraftforsyningen til samfunnet rundt oss er den samme – vi skal fortsette å produsere, transportere og levere ren, fornybar energi. I tillegg skal vi ta vår del av ansvaret for en mer bærekraftig framtid, gjennom aktiv tilrettelegging for at samfunnet skal nå målene for reduksjon i klimautslipp. Dette kan ikke Troms kraft gjøre alene, vi må inngå i nye og kraftfulle partnerskap, slik at vi skaper **kraft til å endre – sammen.**

FORMÅL

Formålet med denne profilveilederen er å sørge for at merkevaren Troms Kraft blir fremstilt korrekt og troverdig. Retningslinjene beskriver et fleksibelt system som skaper gode rammer for helhetlig og effektiv kommunikasjon på tvers av flater og kanaler.

2. Grafisk verktøykasse

Logo

Logoen er vårt viktigste kjennemerke og Troms Krafts ansikt utad. Formspråket er enkelt, og både farger og symbolikk er tydelig knyttet opp mot selskapets arbeid med merkevarebygging over tid.

Når logoen brukes i farger skal den alltid stå på hvit eller blå bakgrunn. På andre farger eller bilder med utydelig bakgrunn brukes helfarget logo uten gradering i symbol.



Logo: Produksjon

Troms Kraft Produksjon har sin egen versjon av logoen som de skal bruke på sine flater.

Når logoen brukes i farger skal den alltid stå på hvit eller blå bakgrunn. På andre farger eller bilder med utydelig bakgrunn brukes helfarget logo uten gradering i symbol.



Symbol

Symbolet kan også brukes alene eller som dekor-
element dersom det ellers kommer tydelig frem
at det er Troms Kraft som er avsender.



Logo: Bærekraftsfondet

Troms Krafts bærekraftsfond har sin egen versjon av logoen som de skal bruke på sine flater. På mindre flater som f.eks. profilbilde i SoMe brukes Troms Krafts' symbol.

Når logoen brukes i farger skal den alltid stå på hvit eller blå bakgrunn. På andre farger eller bilder med utydelig bakgrunn brukes helfarget logo uten gradering i symbol.

Bærekraftsfondet
Støtte fra  Troms Kraft

Bærekraftsfondet
Støtte fra  Troms Kraft

Visjon

«Kraft til å endre – sammen» henspeiler både vårt fokus på kjerneproduktet og på vår evne til å gjøre en forskjell.

Visjonen bør være med når vi kommuniserer ut til folk. Plassering og vekting avhenger av overordnet budskap og kanalvalg.

Man kan også velge å bruke den samiske versjonen «Fápmu rievdadit – ovttas» eller kortversjonen «Kraft til å endre» / «Fápmu rievdadit».



Typografi

Til all kommunikasjon brukes fonten Steradian. Fonten er en geometrisk grotesk med mange vekter, noe som gjør den anvendelig i kommunikasjonsarbeid.

Variert bruk av typografi er med på å skape spennende komposisjoner.

Dersom Steradian ikke er tilgjengelig benyttes Arial.

Steradian kan kjøpes på: <https://www.myfonts.com/fonts/emtype/steradian/>

A B C

1 2 3 4

Bold/medium/regular/light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå!?!&%\$0987654321

Farger

I hovedsak benyttes primærfargene.
Tilleggsfargene kan benyttes for å framheve
elementer, eller for eksempel til grafer og
figurer i PowerPoint.

Primærfarger



Tilleggsfarger



Bildebruk

Bildestilen til Troms Kraft skal vise hvem vi er og hvor vi kommer fra. Våre bilder skal være fokuserte og ekte, og tydelig fra Nord-Norge. Der det er personer med i bildet skal disse opptre i situasjoner som er naturlige for oss som bor her i nord.



Ikoner

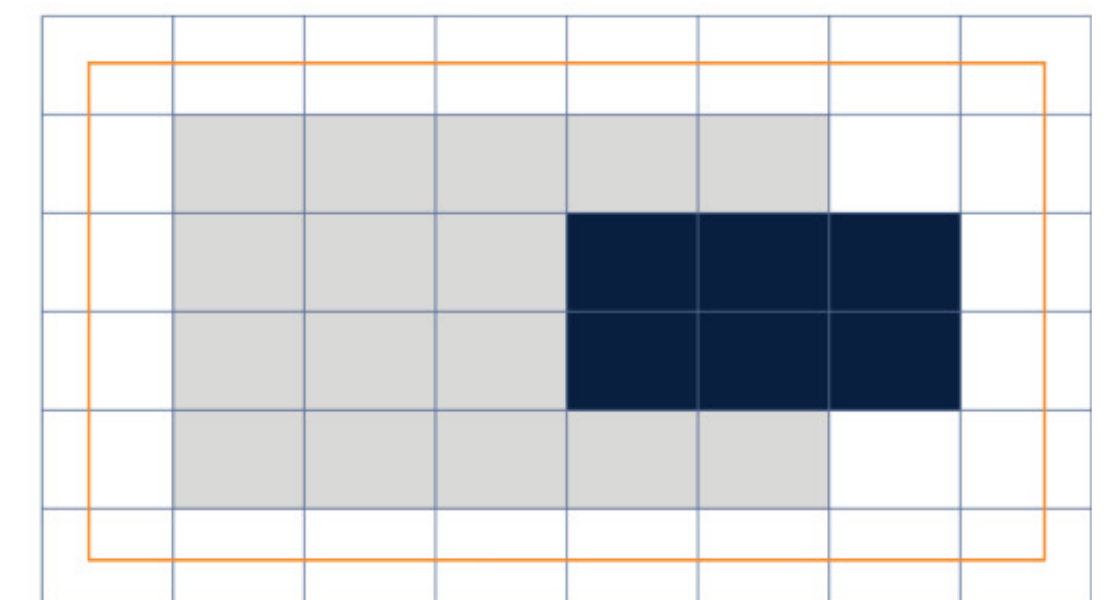
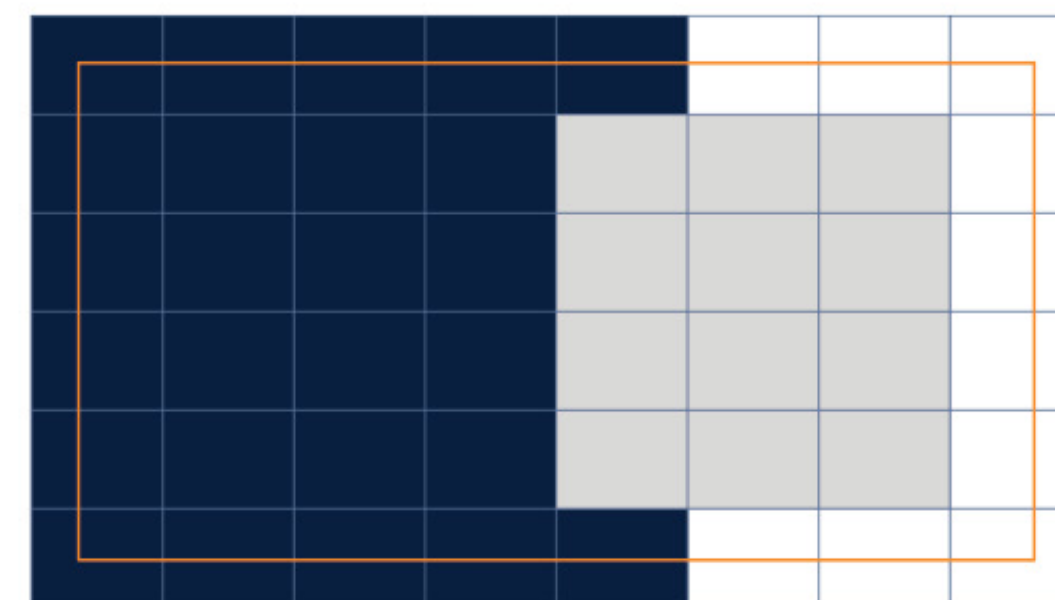
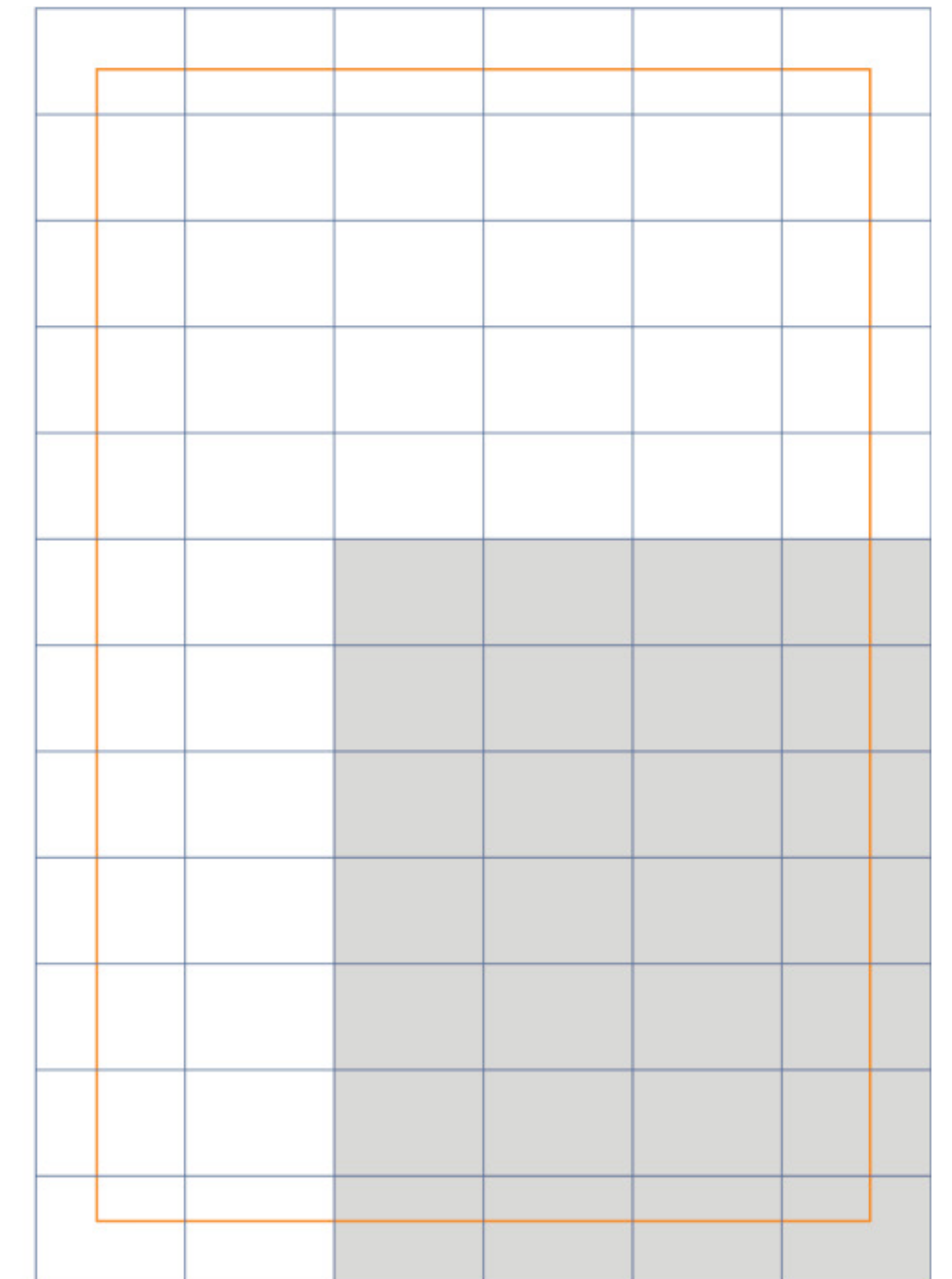
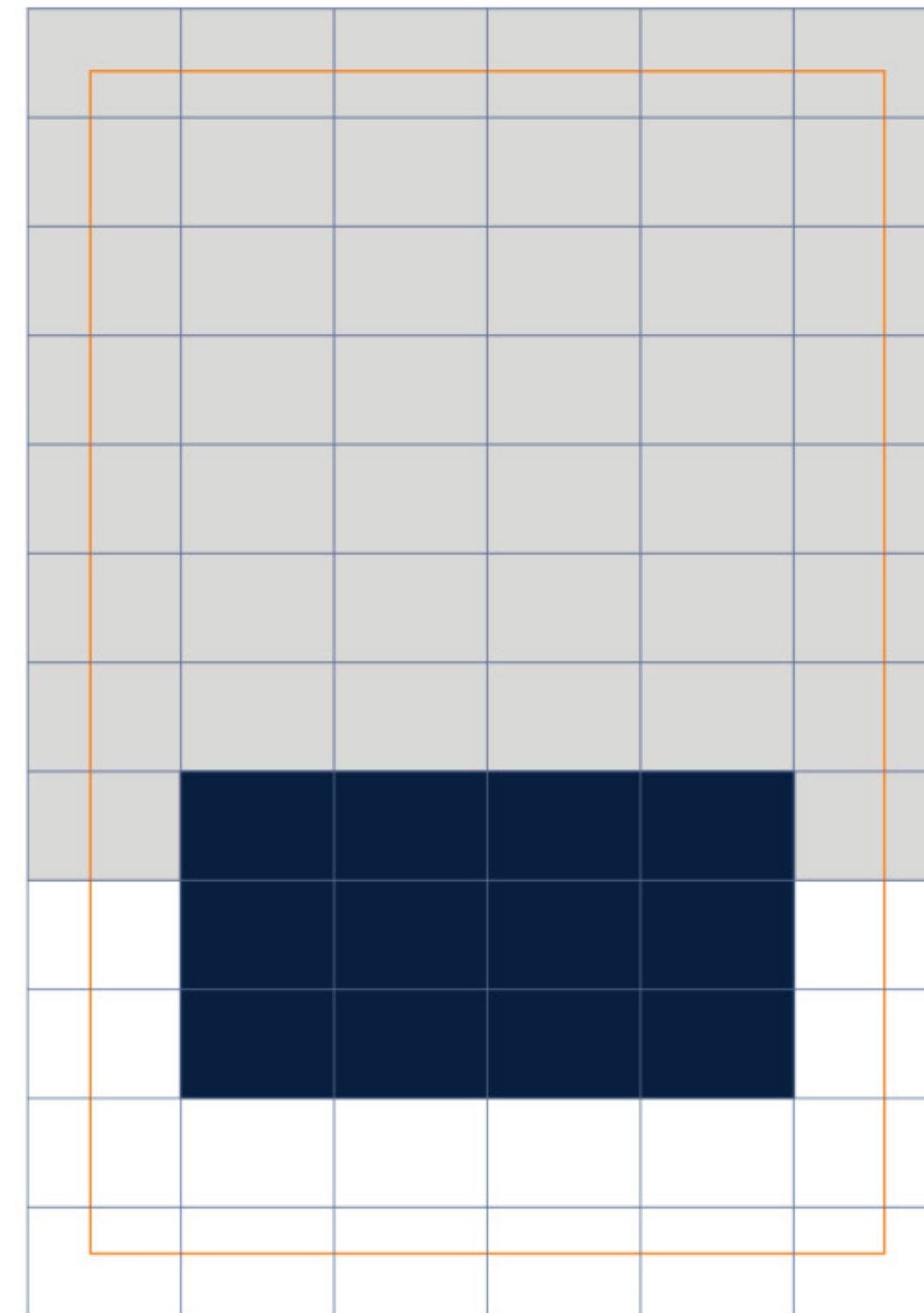
Troms Krafts skreddersyde ikonsett er effektivt i bruk og styrker den helhetlige merkevarebyggingen. Ikonene gjør seg godt på for eksempel nettsider og i presentasjoner.



3. Retningslinjer for bruk av profilen

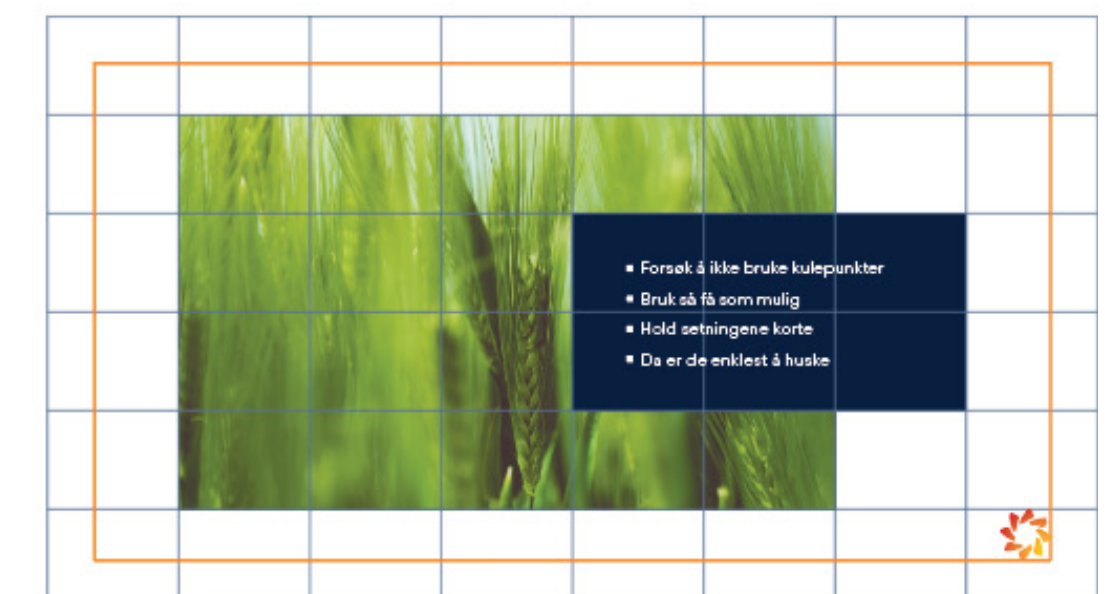
Strukturert og variert layout

Flatene vi skal kommunisere på deles inn etter format og formål. Enkel inndeling sikrer god struktur og muliggjør variert layout med tydelig identitet.



Eksempler

Logo, symbol og/eller slagord plasseres i formatets hjørner. Sørg for å sikre god synlighet på både logo, symbol, slagord og øvrig tekst.



4. Rammeverk og maler

Malverk Postalt

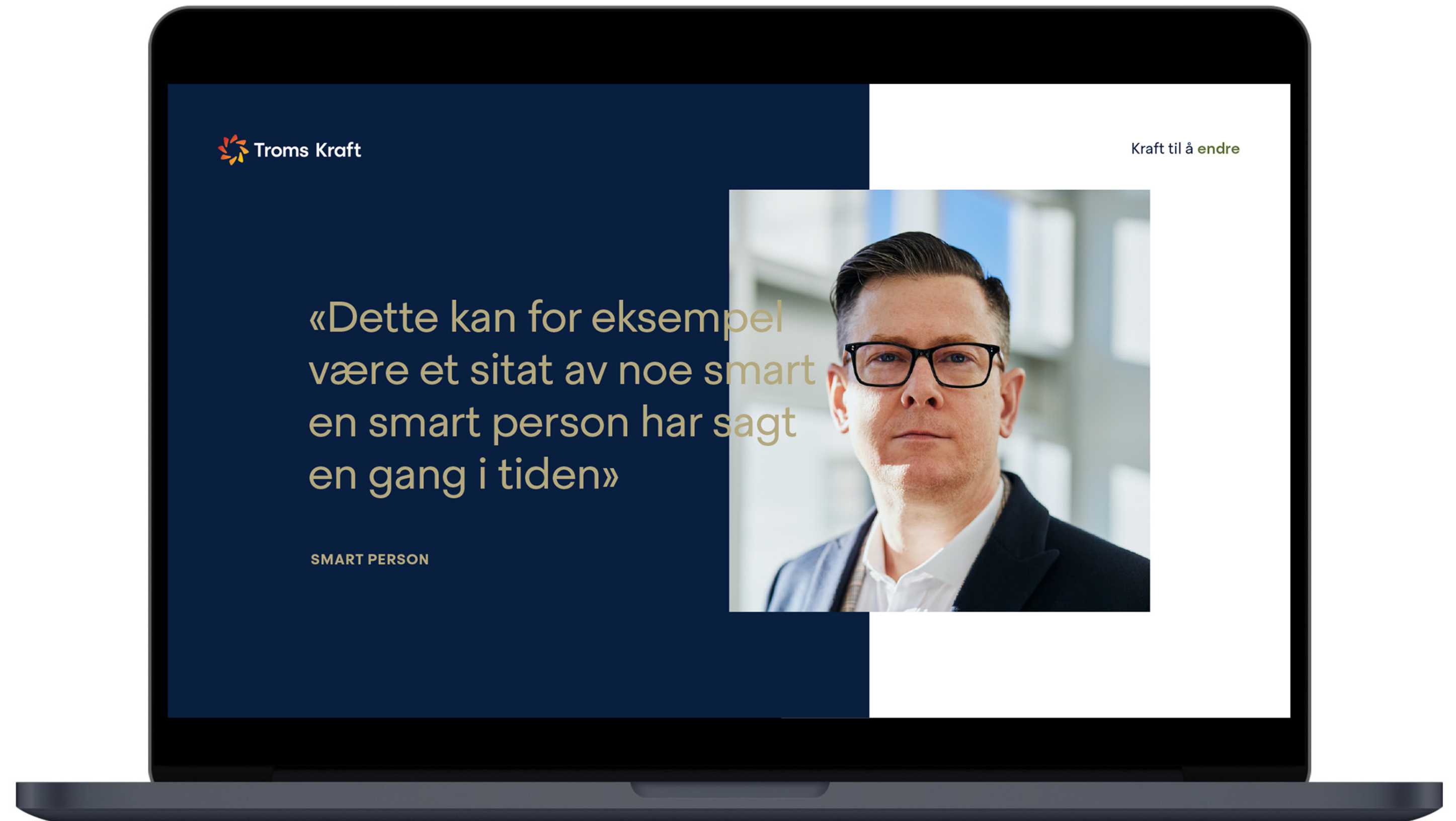
Brevark (A4)

Visittkort (85x55 mm)



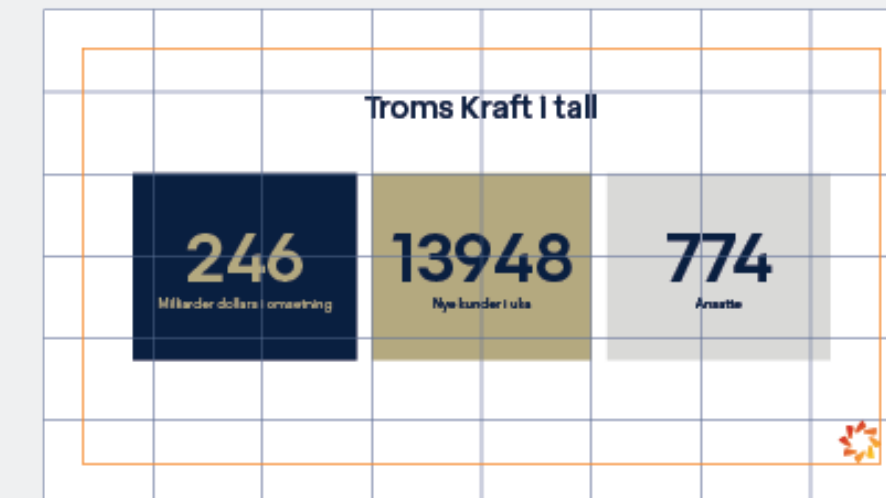
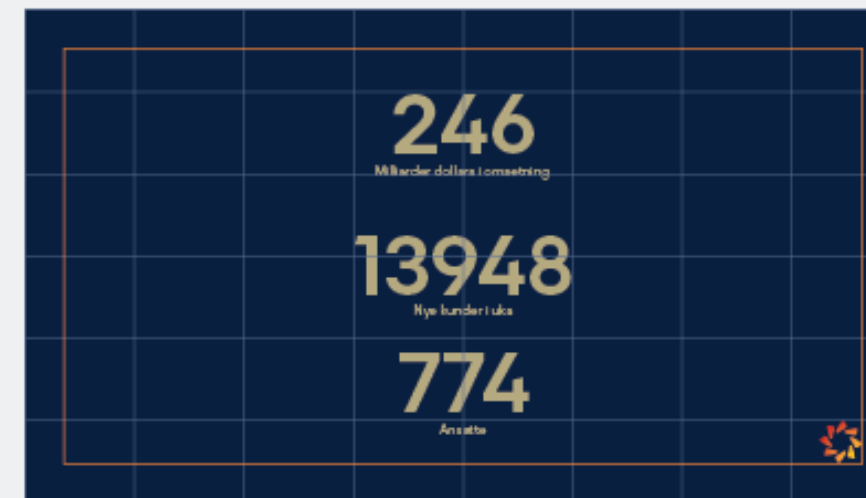
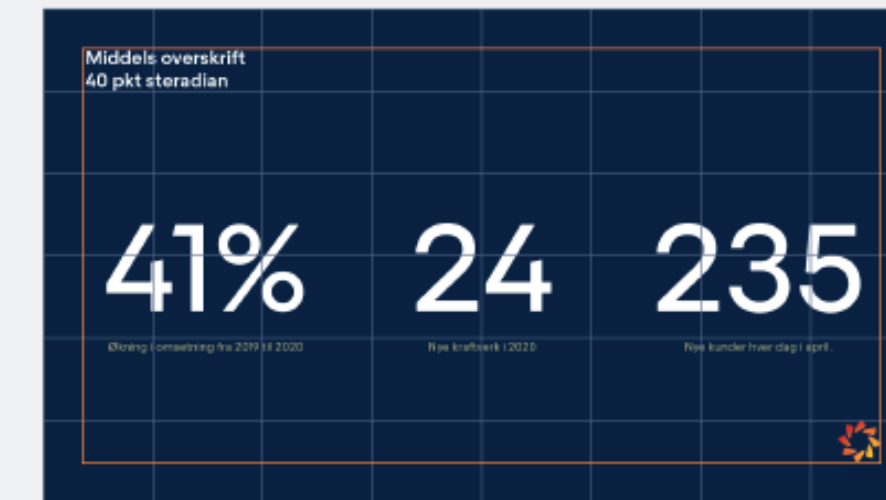
Malverk PowerPoint

PowerPoint-malen har varierte oppsett som gjør det enkelt å tilpasse presentasjonsmateriell.

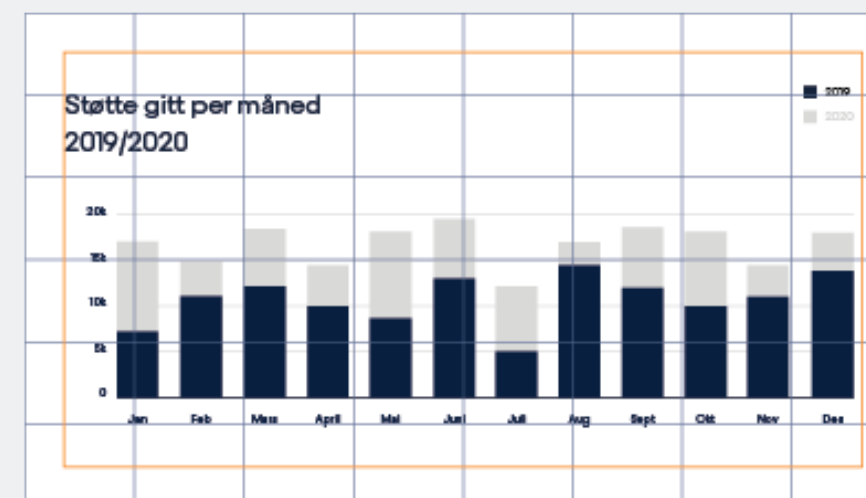


Malverk PowerPoint

Malsidene gjør det enkelt å presentere informasjon, samtidig som det tar høyde for historiefortelling og emosjonelle budskap.



- Vårt samfunnsengasjement skaper 60 pkt Steradian**
- Forsøk å ikke bruke kulepunkter
 - Bruk så få som mulig
 - Hold setningene korte
 - Da er de enklest å huske
 - Enda et kulepunkt
 - Og et siste for sikkerhets skyld



Det beste er å bruke forklarende setninger som får stå i fred uten kulepunkter

5. Profilen i bruk



