

**Norges
nasjonalparker**

Retningslinjer

Sambruk av logo for nasjonalparkkommuner
og Norges nasjonalparker.

Desember 2023

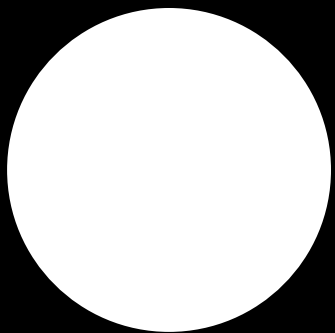
Merkevare:

Generelt

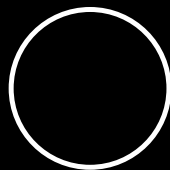
En merkevare er et nøye gjennomtenkt system bestående av logoer, farger, skrifttyper, bilder og andre visuelle elementer. Det er summen av helheten og assosiasjoner til den som skaper merkevaren.

En logo fungerer som en grunnleggende visuell referanse som får folk til umiddelbart å forstå hvem som er avsender.

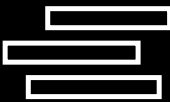
En merkevare eller identitet representerer et fellesskap, og en logo eller et emblem bæres med stolthet.



Merkevare



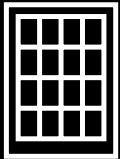
Logo



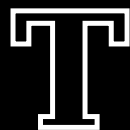
Grafisk element



Fargepalett



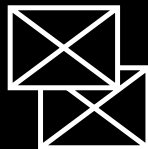
Grid



Typografi



Layoutprinsipper



Foto



Språkprofil

Kvalitetsmerker

Et kvalitetsmerke eller stempel tilfører en merkevare verdi. Et merke signaliserer også at avsender er en seriøs aktør og bidrar til å skape stolthet.

For at merket skal fortsette å gi verdi og være til gjensidig nytte for alle parter, er det viktig at det benyttes på riktig måte og heller ikke brukes for mye. Riktig bruk bidrar også til å skape tydelighet og gjenkjennelighet for den besøkende.

-

Å bli godkjent som nasjonalparkkommune er et kvalitetsstempel. Godkjenningen bidrar til lokal verdiskaping og, sammen med oppfylte kriterier, gjør prosessen at det bygges stolthet rundt bruken av symbolet for nasjonalparkkommune.

En helhetlig merkevareplattform og riktig bruk er viktig. En veiledning som gjelder for alle kommuner er derfor nødvendig.

Eksempler på kvalitets-merker for mat, design og kultur/natur



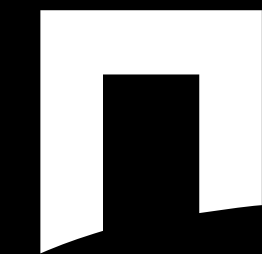
Merkevare:

Norges nasjonalparker

Nasjonalparkene er flaggskipet i merkevaren.

Likevel inneholder merkevaren langt mer enn dem. Alle aktørene er på en eller annen måte knyttet til nasjonalparkene. På den måten blir hele “merkevarefamilien” assosiert med hoved- merket.

Kun forvaltningsmyndigheten (styre, statsforvalter eller kommune) kan benytte områdets logo som avsender på sin informasjon.



**Norges
nasjonalparker**

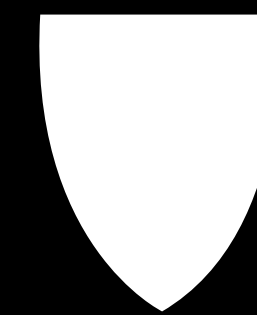
Merkevare:

Nasjonalparkkommunene

Kommunelogoene er bygget opp av en skjold- form og har navn satt i forskjellig typografi. Hver kommune har egne kvaliteter og verdier og er sin egen merkevare.

Nasjonalparkkommunene er unike i det at de representerer en nasjonalpark, og dermed er en del av et unikt fellesskap og en større familie.

Det er én felles merkevare som skal kommuniseres, og det er viktig at den snakker med én stemme.



Kommune

Merkevare:

Helhet og enhet

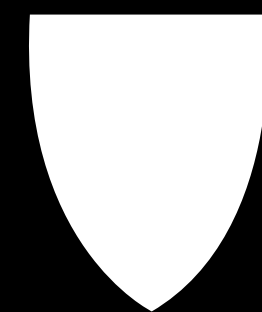
Kommune- og nasjonalparkmerkevarene har hver sine verdier og følger hver sin strategi.

Nasjonalparkene er ikke knyttet til alt en kommune foretar seg og det er derfor ikke naturlig at logoene brukes sammen i enhver situasjon. Kun der kommunene representerer parkene, er det naturlig å ha en logo-sammenstilling.

Når flere profiler og merkevarer skal stå sammen, er det viktig å ha tydelige retningslinjer for å sikre at den visuelle kommunikasjonen er god, og bidrar til en enhetlig og tydelig profil.

Gjennomgående bruk av samme logo på aktuelle kommunikasjonsflater, og en felles visuell plattform, danner et bilde av en seriøs aktør.

I tillegg bidrar en gjennomført logobruk til å styrke identiteten, noe både kommunene og nasjonalparkene vil ha glede av over tid.



Kommune



**Norges
nasjonalparker**

Kommunelogo

En kommune er i slekt med andre kommuner gjennom våpenet sitt, og tilhører gjennom det en annen merkevare, som kommuniserer noe mer komplekst enn nasjonalparkmerkevaren.

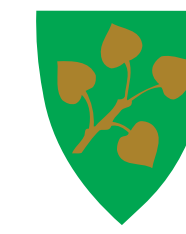
Som nasjonalparkkommune skal et mangfold av kommuner spille mot samme mål.

Satt sammen ser man store visuelle og typografiske forskjeller mellom hver kommunelogo.

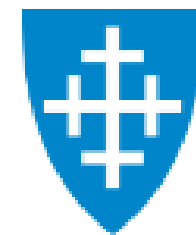
Det benyttes en rekke ulike skrifttyper i forskjellige størrelser. Felles for de aller fleste er skjoldformen.



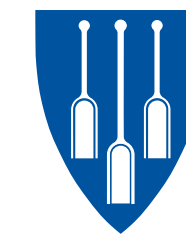
Engerdal kommune
helt naturlig



STRYN KOMMUNE



**Raarvihken tjelte
Røyrvik kommune**



Lom



DOVRE KOMMUNE



**Snåasen tjelte
Snåsa kommune**



**Folldal
kommune**



GAUSDAL KOMMUNE



Lesja kommune



**OPPDAL
KOMMUNE**

Forenkling av kommunelogo

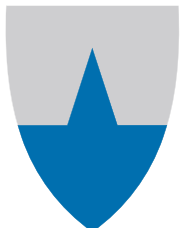
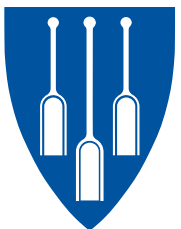
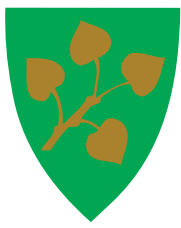
Det viktigste kjennemerket til en kommune er våpenskjoldet.

Muligheten til å fjerne kommunenes egen font og navn når nasjonalpark-kommunelogo legges til, bidrar til et mindre sprikende uttrykk og danner en samlet og profesjonell identitetsmarkør.

Dette fungerer godt fordi kommunenavn allerede ligger i nasjonalpark-kommunelogoen.

Eksempel:

Nasjonalparkkommunelogoene har allerede kommunen i logonavnet.



Logosammenstilling

Logo

Det er mulig å velge mellom to type logosammenstilling for nasjonalparkkommunene.

Variant B viser også hvor plassering av et eventuelt slagord skal være.

Variant A



Variant B



Variant B
inklusive felt for slagord



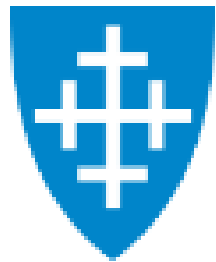
Logo - Variant A

Sammenstillingen av kommunens våpenskjold og nasjonalparkkommunelogo gir en god balanse og vekt.

Kommunevåpenet oppleves som hovedavsender.



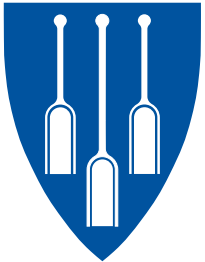
Kommuneeksempler - Variant A



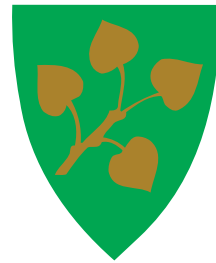
Røyrvik
nasjonalparkkommune



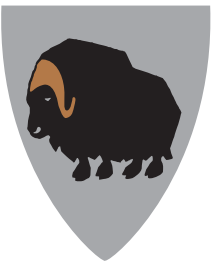
Engerdal
nasjonalparkkommune



Lom
nasjonalparkkommune



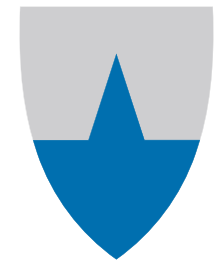
Stryn
nasjonalparkkommune



Dovre
nasjonalparkkommune



Snåsa
nasjonalparkkommune



Lesja
nasjonalparkkommune



Folldal
nasjonalparkkommune



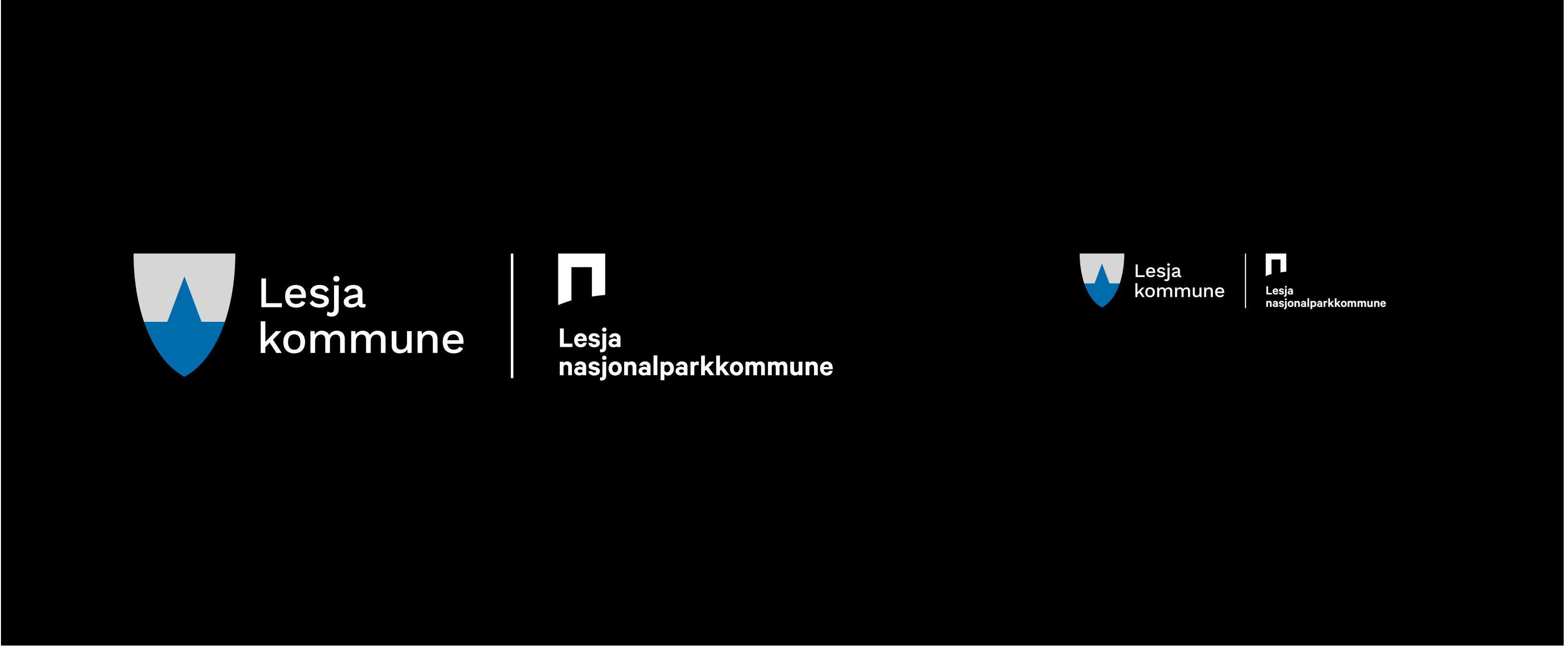
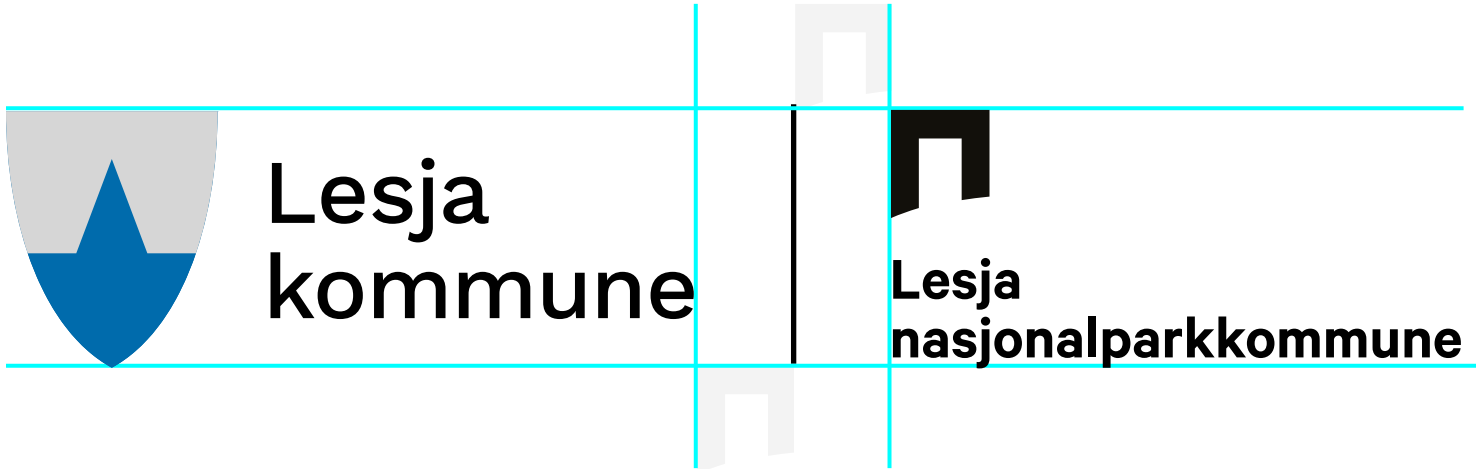
Oppdal
nasjonalparkkommune

Logo - Variant B

Sammenstilling av
kommunelogo og
nasjonalparkkommunelogo.

Kommunenavn på to linjer.

Horisontal versjon.



Logo - Variant B inkl. slagord

Sammenstillingen av kommunelogo + slagord og nasjonalparkkommunelogo.

Kommunenavn på to linjer.

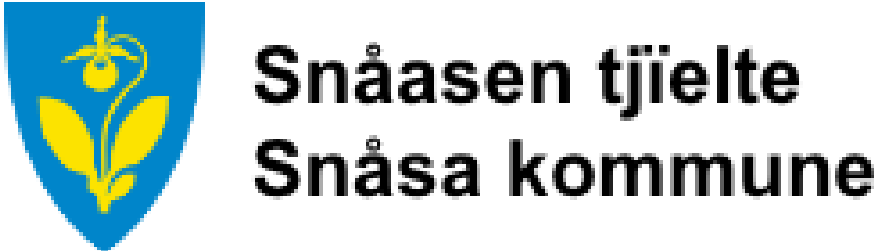
Kommunens logo og slagord samle og logoen for nasjonalparkkommune kommer til slutt.

Horisontal versjon.



Kommuneeksempler - Variant B

Anbefalt regel om kommunenavn på to linjer.



Når, hvor og hvordan møter den besøkende merkevaren?
(1/3)

Kundereisen starter når en potensiell besøkende møter på informasjon eller selv oppsøker informasjon om nasjonalparken. Forhåpentligvis resulterer det i et besøk i nasjonalparkkommunen, med bruk av lokale næringslivsaktører og besøkssenter, for deretter å ende med besøk ved startpunkt, utkikkspunkt utenfor nasjonalparken eller informasjonspunkt i nasjonalparken.

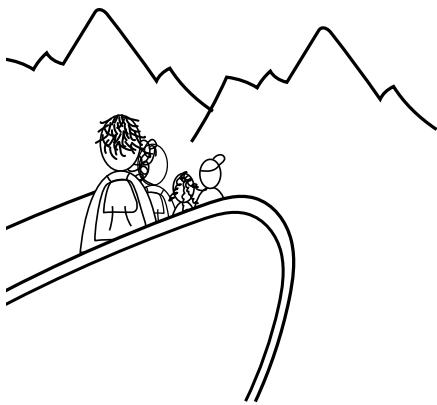
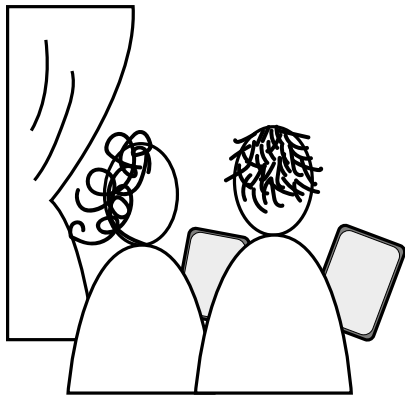
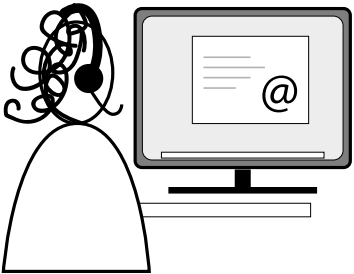
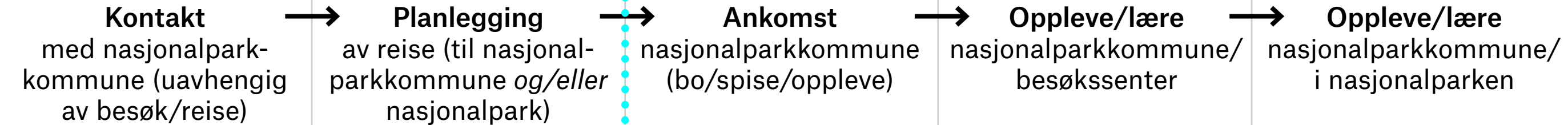
Samtlige steder blir den besøkende eksponert for merkevaren. En vellykket kundereise og en god opplevelse av merkevaren forutsetter høy kvalitet i alle ledd og hos alle aktører. Merkevarestrategiens fremste mål er å bidra til å sikre denne kvaliteten.

Fra kundereiseperspektiv bør det derfor være en sømløs overgang mellom områdene i og utenfor verneområdene.

En enhetlig og samlet profil er dermed avgjørende for opplevelsen av hele reisen og bidrar til at den besøkende blir en god ambassadør både for nasjonalparken og nasjonalparkkommunen han/hun besøkte.

Kundereise:

Hvilke steg går kunden gjennom



Merkeharens
synlighet:

Gjennom hvilke
tjenester
og kanaler
eksponeres profil

- Nasjonalpark-
kommunes nettside
- Sosiale medier
- Veggskilt
- E-postsignatur
- Postalia
- Bekledning
- Roll up
- Presentasjoner
- Konferansemateriell

- Nasjonalpark-
kommunes nettside
- Nasjonalpark-
nettportal

- Nasjonalpark-
nettportal
- Skilt (temaplakat)
- Veiskilt
- Flagg/banner
- Sosiale medier

- Besøkssenter
- Turistkontor/
Informasjonssenter
- Markedsmateriell
utviklet for Norges
nasjonalparker
(roll up, brosjyrer,
skilting ++)

- Nasjonalpark
- Utkikkspunkt
- Randsone

Avsender:

Nasjonalpark-
kommune og/eller
Norges nasjonal-
parker

Nasjonalpark-
kommune og/eller
Norges nasjonal-
parker

Norges
nasjonalparker
(logoen for nasjonal-
parkkommunen)

Norges
nasjonalparker
(logoen for nasjonal-
parkkommunen)

Norges
nasjonalparker
(logoen for nasjonal-
parkkommunen)

Når, hvor og hvordan møter den besøkende merkevaren?
(2/3)

Kommunene står for forvaltning og profesjonell kommunikasjon av nasjonalparkenes merkevare i den delen av kundereisen som foregår før den besøkende faktisk kommer til nasjonalpark-kommunen.

Denne kommunikasjonen består for eksempel av kommunenettsider, digital og analog kommunikasjon (e-post og brev) og eventuelle presentasjoner av kommunen som nasjonalpark-kommune.

Kommunen kan også ha kontakt med besøkende av andre grunner enn reise, og merkevaren eksponeres da gjennom aktuelle kanaler for denne kommunikasjonen.

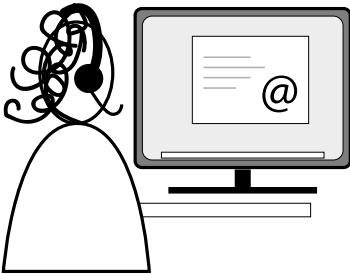
Her er det altså kommunen som representant for, og sammen med, nasjonalparkene som kommuniserer.

Nasjonalparkkommunens kommunikasjon i denne delen av kundereisen bidrar både til å styrke merkevaren og til lokal bred verdiskaping.

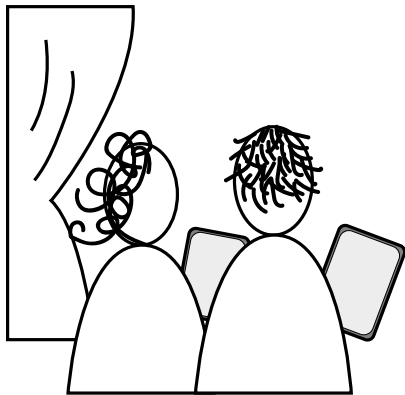
Kundereise:

Hvilke steg går kunden gjennom

Kontakt
med nasjonalpark-kommune (uavhengig av besøk/reise)



Planlegging
av reise (til nasjonalparkkommune og/eller nasjonalpark)



Ankomst
nasjonalparkkommune (bo/spise/oppleve)



Oppleve/lære
nasjonalparkkommune/ besøkssenter



Oppleve/lære
nasjonalparkkommune/ i nasjonalparken



Merkevarens synlighet:

Gjennom hvilke tjenester og kanaler eksponeres profil

- Nasjonalpark-kommunes nettside
- Sosiale medier
- Veggskilt
- E-postsignatur
- Postalia
- Bekledning
- Roll up
- Presentasjoner
- Konferansemateriell

- Nasjonalpark-kommunes nettside
- Nasjonalpark-nettportal

- Nasjonalpark-nettportal
- Skilt (temaplakat)
- Veiskilt
- Flagg/banner
- Sosiale medier

- Besøkssenter
- Turistkontor/ Informasjonssenter
- Markedsmateriell utviklet for Norges nasjonalparker (roll up, brosjyrer, skilting ++)

- Nasjonalpark
- Utkikkspunkt
- Randsone

Avsender:

Nasjonalpark-kommune og/eller Norges nasjonalparker

Nasjonalpark-kommune og/eller Norges nasjonalparker

Norges nasjonalparker (logoen for nasjonalparkkommunen)

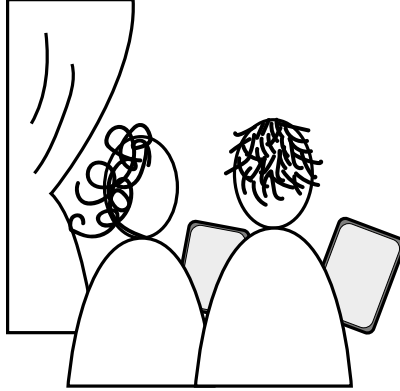
Norges nasjonalparker (logoen for nasjonalparkkommunen)

Norges nasjonalparker (logoen for nasjonalparkkommunen)

Når, hvor og hvordan møter den besøkende merkevaren?
(3/3)

Når den besøkende først er i nasjonalpark-kommunen, er det merkevaren Norges nasjonal-parker som kommuniserer.

Dette håndteres av nasjonalparkkommunen, og med det materiellet som er tilgjengelig fra Norges nasjonalparker.

Kundereise: Hvilke steg går kunden gjennom	Kontakt med nasjonalpark-kommune (uavhengig av besøk/reise) 	Planlegging av reise (til nasjonal-parkkommune og/eller nasjonalpark) 	Ankomst nasjonalparkkommune (bo/spise/oppleve) 	Oppleve/lære nasjonalparkkommune/ besøkssenter 	Oppleve/lære nasjonalparkkommune/ i nasjonalparken 
Merkevarens synlighet: Gjennom hvilke tjenester og kanaler eksponeres profil	- Nasjonalpark-kommunes nettside - Sosiale medier - Veggskilt - E-postsignatur - Postalia - Bekledning - Roll up - Presentasjoner - Konferansemateriell	- Nasjonalpark-kommunes nettside - Nasjonalpark-nettportal	- Nasjonalpark-nettportal - Skilt (temaplakat) - Veiskilt - Flagg/banner - Sosiale medier	- Besøkssenter - Turistkontor/ Informasjonssenter - Markedsmateriell utviklet for Norges nasjonalparker (roll up, brosjyrer, skilting ++)	- Nasjonalpark - Utkikkspunkt - Randsone
Avsender:	Nasjonalpark-kommune og/eller Norges nasjonal-parker	Nasjonalpark-kommune og/eller Norges nasjonal-parker	Norges nasjonalparker (logoen for nasjonal-parkkommunen)	Norges nasjonalparker (logoen for nasjonal-parkkommunen)	Norges nasjonalparker (logoen for nasjonal-parkkommunen)

Sammenstilt kommune- og nasjonal-parkkommunelogo kan benyttes.

Merkevaren Norges nasjonalparker brukes alene.

Når, hvor og hvordan møter den besøkende merkevaren?
(Eksempel på bruk)

Her vises kundereisen dersom det var en besøkende som skulle dra til Lierne nasjonalpark-kommune. Det vil være samme løsning for andre nasjonalparkkommuner.

I fasene *kontakt* og *planlegging* kommuniserer nasjonalparkkommunen enten med eget kommunevåpen eller med sammenstilt kommune- og nasjonalparkkommunelogo.



eller sammenstilt logo variant A



eller sammenstilt logo variant B.



I fasene *ankomst* og *oppleve/lære* kommuniserer nasjonalparkkommunen som merkevaren Norges nasjonalparker i sin helhet.



Kundereise: Hvilke steg går kunden gjennom	Kontakt med nasjonalpark-kommune (uavhengig av besøk/reise)	Planlegging av reise (til nasjonal-parkkommune og/eller nasjonalpark)	Ankomst nasjonalparkkommune (bo/spise/oppleve)	Oppleve/lære nasjonalparkkommune/ besøkssenter	Oppleve/lære nasjonalparkkommune/ i nasjonalparken
Merkevarens synlighet: Gjennom hvilke tjenester og kanaler eksponeres profil	• Lierne nasjonalpark-kommunes nettside • Sosiale medier • Veggskilt • E-postsignatur • Postalia • Bekledning • Roll up • Presentasjoner • Konferansemateriell	• Nasjonalpark-kommunes nettside • Nasjonalpark-nettportal	• Nasjonalpark-nettportal • Skilt (temaplatat) • Veiskilt • Flagg/banner • Sosiale medier	• Besøkssenter • Lierne nasjonalpark • Turistkontor/ Informasjonssenter der det ikke er besøkssenter • Markedsmateriell utviklet for Lierne nasjonalpark av Norges nasjonalparker (roll up, brosjyrer, skilting +)	• Lierne nasjonalpark • Utkikkspunkt i Lierne nasjonal-park
Avsender:	Nasjonalpark-kommune og/eller Norges nasjonal-parker	Nasjonalpark-kommune og/eller Norges nasjonal-parker	Lierne nasjonalpark-kommune	Lierne nasjonalpark-kommune	Lierne nasjonalpark-kommune



E-postsignatur

Benytt signatur med sammenstilt logo
i saker relatert til kommunikasjon om
Norges nasjonalparker.

-

Navn Navnesen

Stilling, avdeling

Engerdal kommune

T 000 00 000

engerdalkommune.no



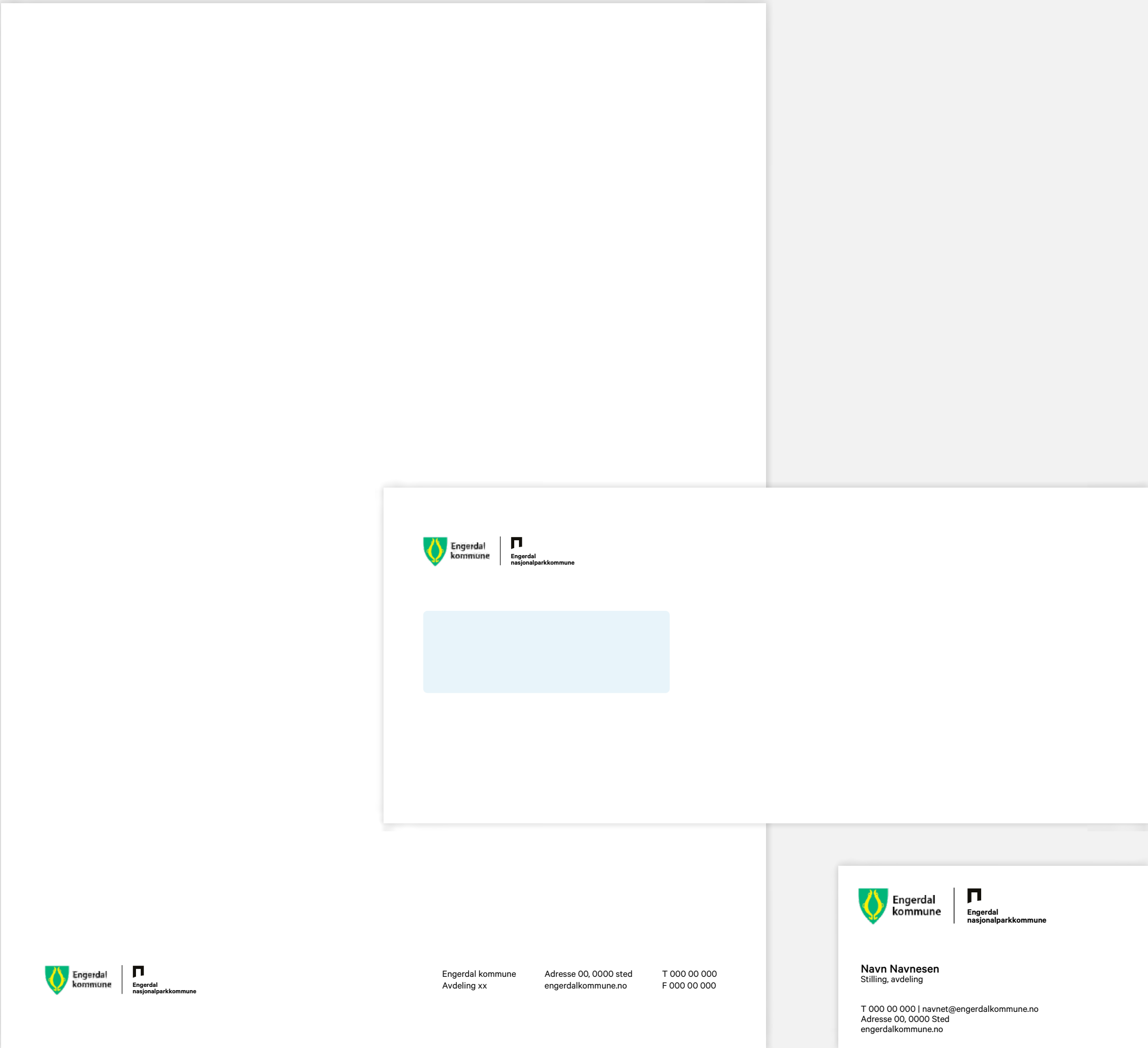
Engerdal
kommune



Engerdal
nasjonalparkkommune

Postalia

Nasjonalparkkommunene kan benytte den sammenstilte logoen på materiell som brevark, konvolutt og visittkort.



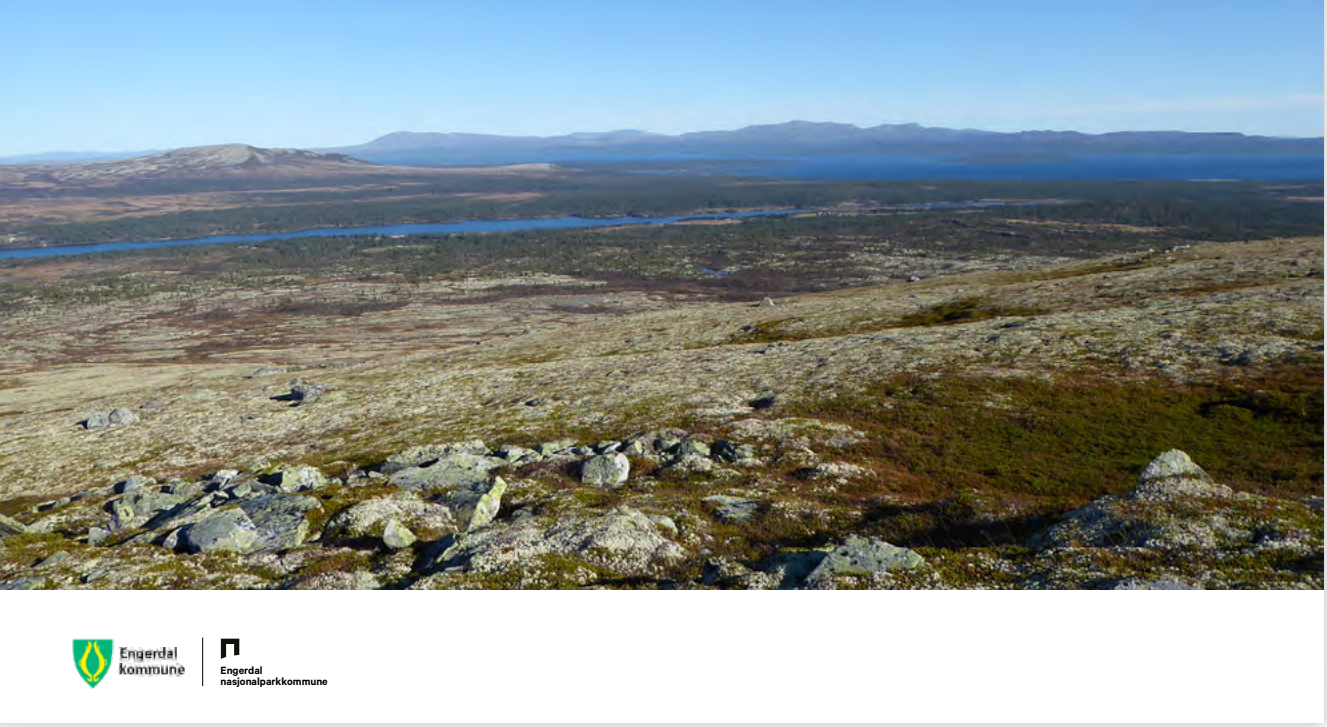
Presentasjonsmal

Her vises eksempler på forsider og innsider i en presentasjonsmal, som for eksempel PowerPoint.

Forsider



Innside



Bekledning

Logosammenstillingen kan plasseres liten foran på venstre bryst og/eller større på rygg.

Klær bør være i en nøytral farge, gjerne mørk grå, sort eller hvit.

Ullgenser, foran og bak



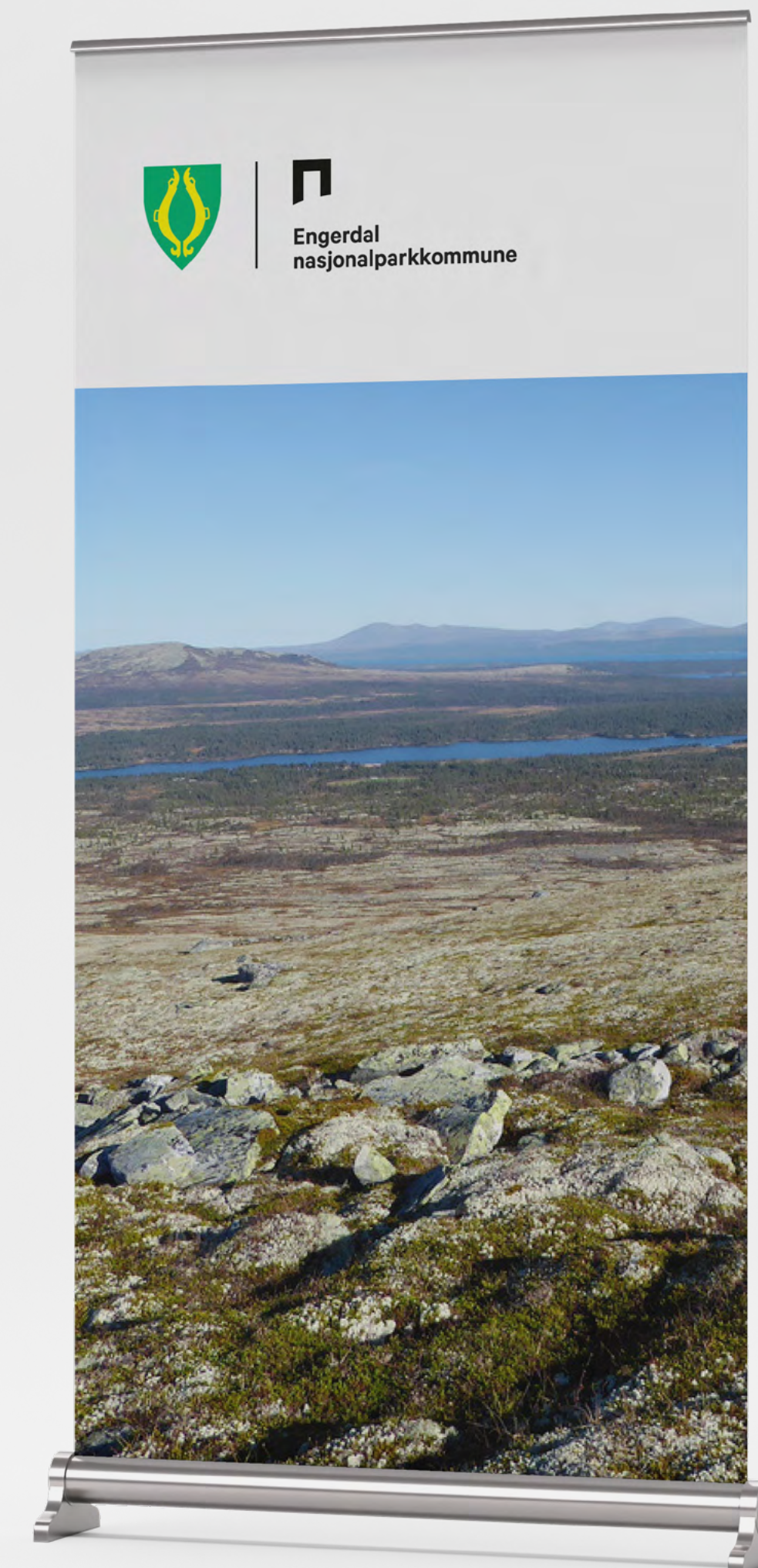
T-skjorte



Roll up

Nasjonalparkkommunene kan benytte mal for roll up, hvor sammenstilt logo brukes sammen med foto av god kvalitet.

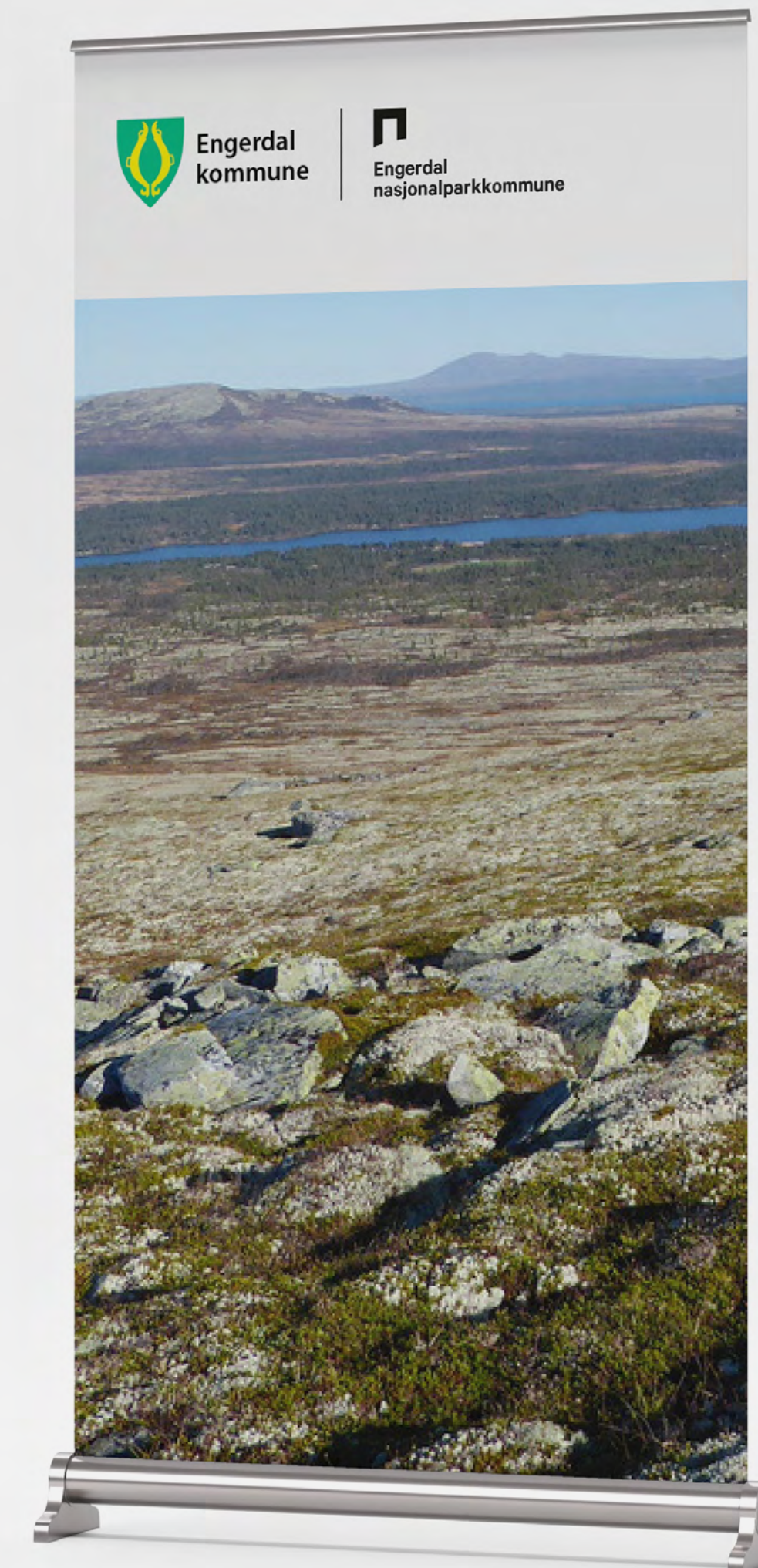
Her vist med logosammenstilling A.



Roll up

Nasjonalparkkommunene kan benytte mal for roll up, hvor sammenstilt logo brukes sammen med foto av god kvalitet.

Her vist med logosammenstilling B.



Konferansemappe

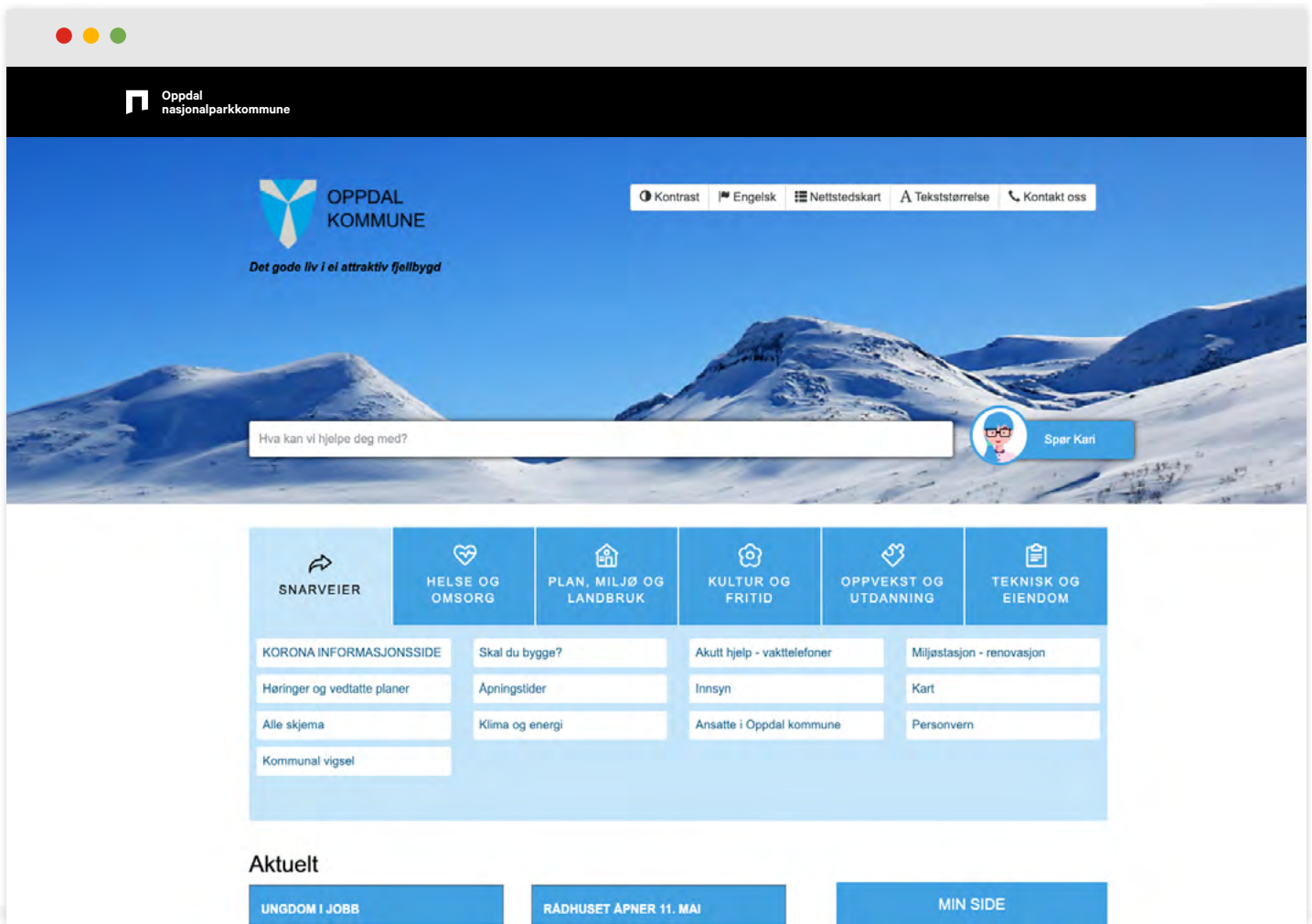
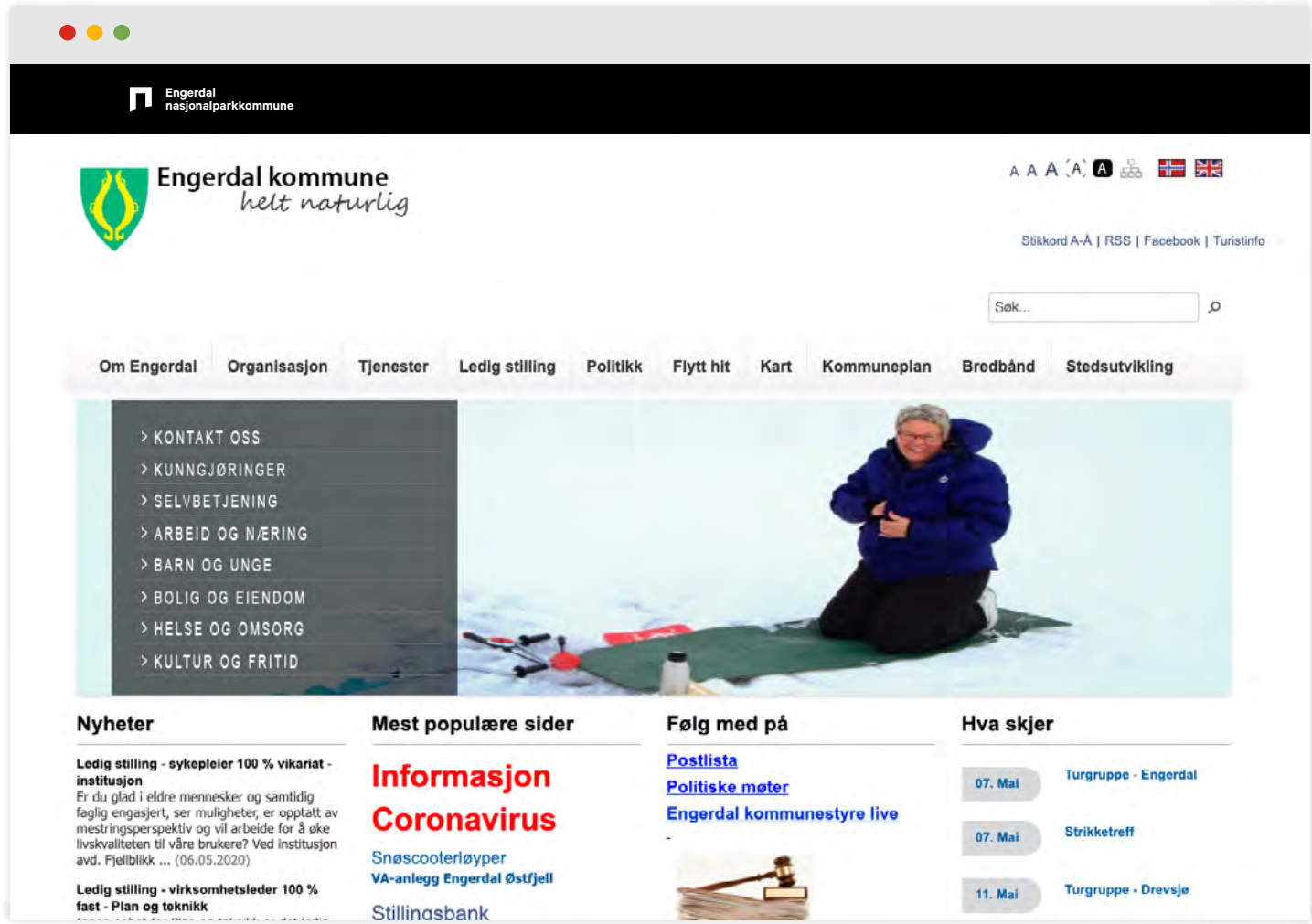
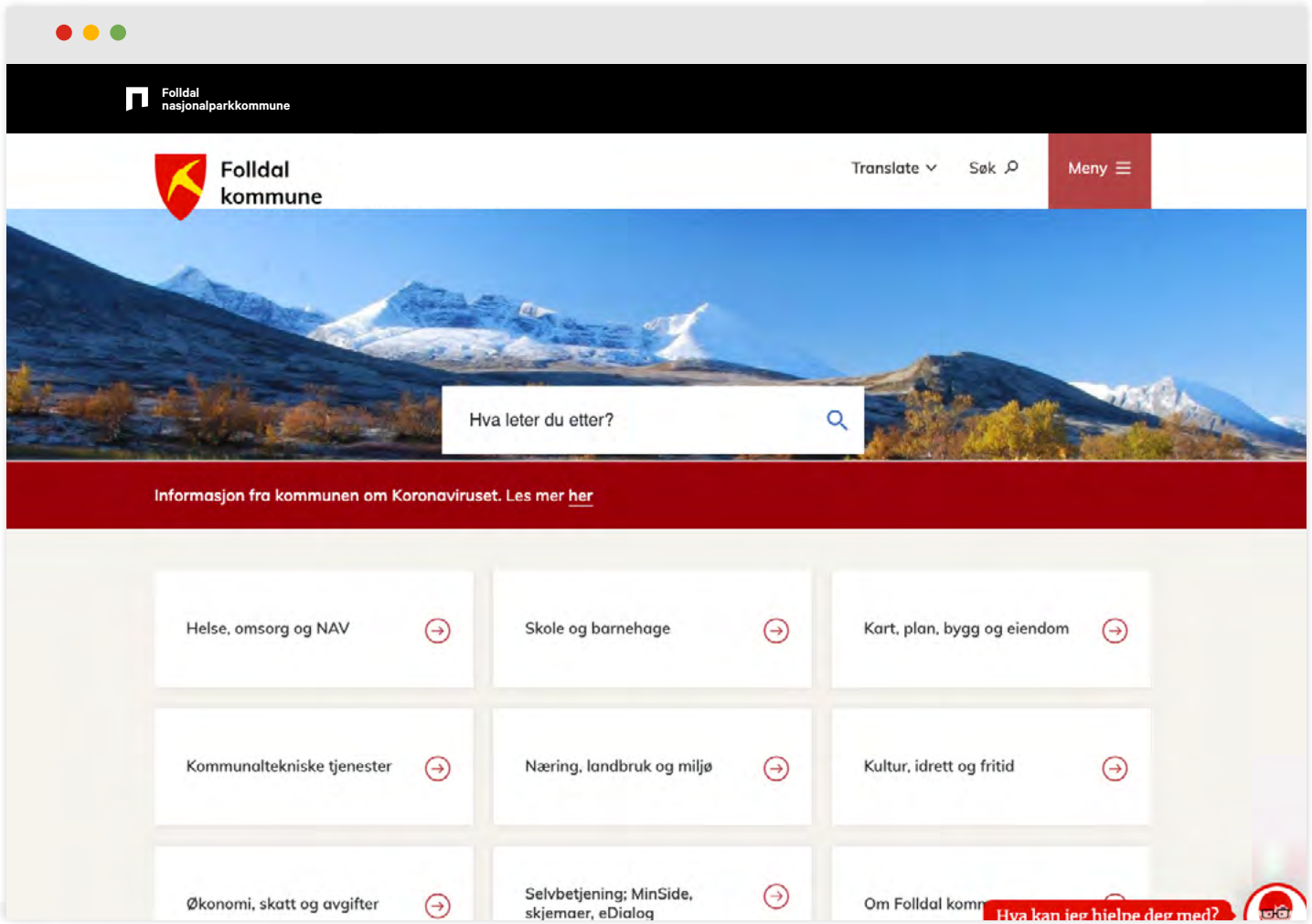
Nasjonalparkkommunene kan benytte mal for konferansemappe, hvor sammenstilt logo brukes sammen med foto av god kvalitet. Her vises for- og bakside.



Nettsider

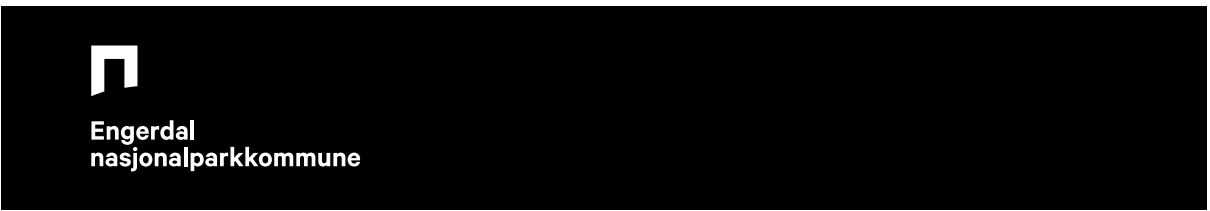
Nasjonalparkkommunenes nettsider er bygget opp på forskjellige plattformer og moduler.

For å få et mest mulig samlet uttrykk, anbefales det å legge til et toppbanner på hver nettside. Logoen plasseres venstrestilt.



Justert logo:

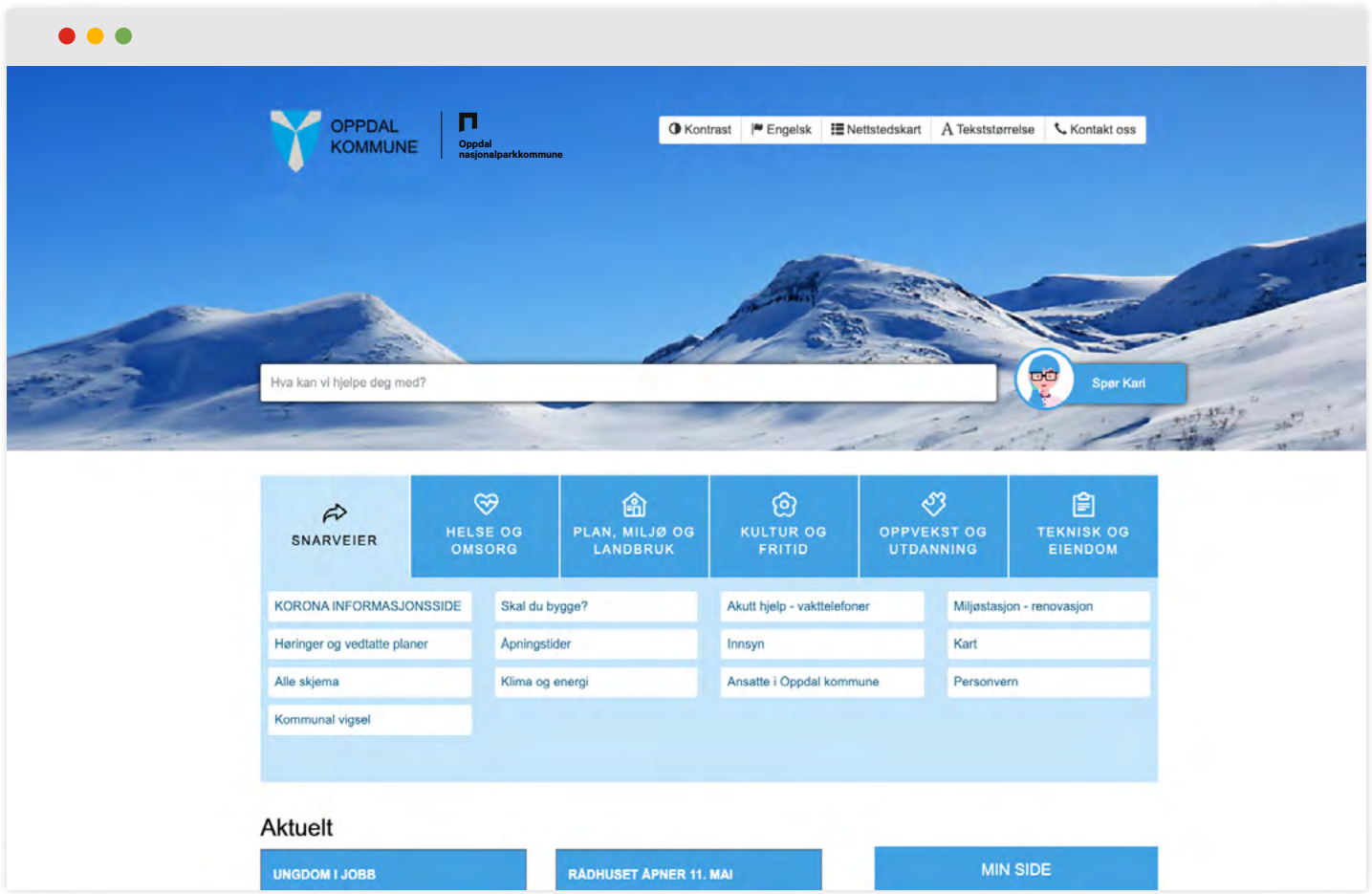
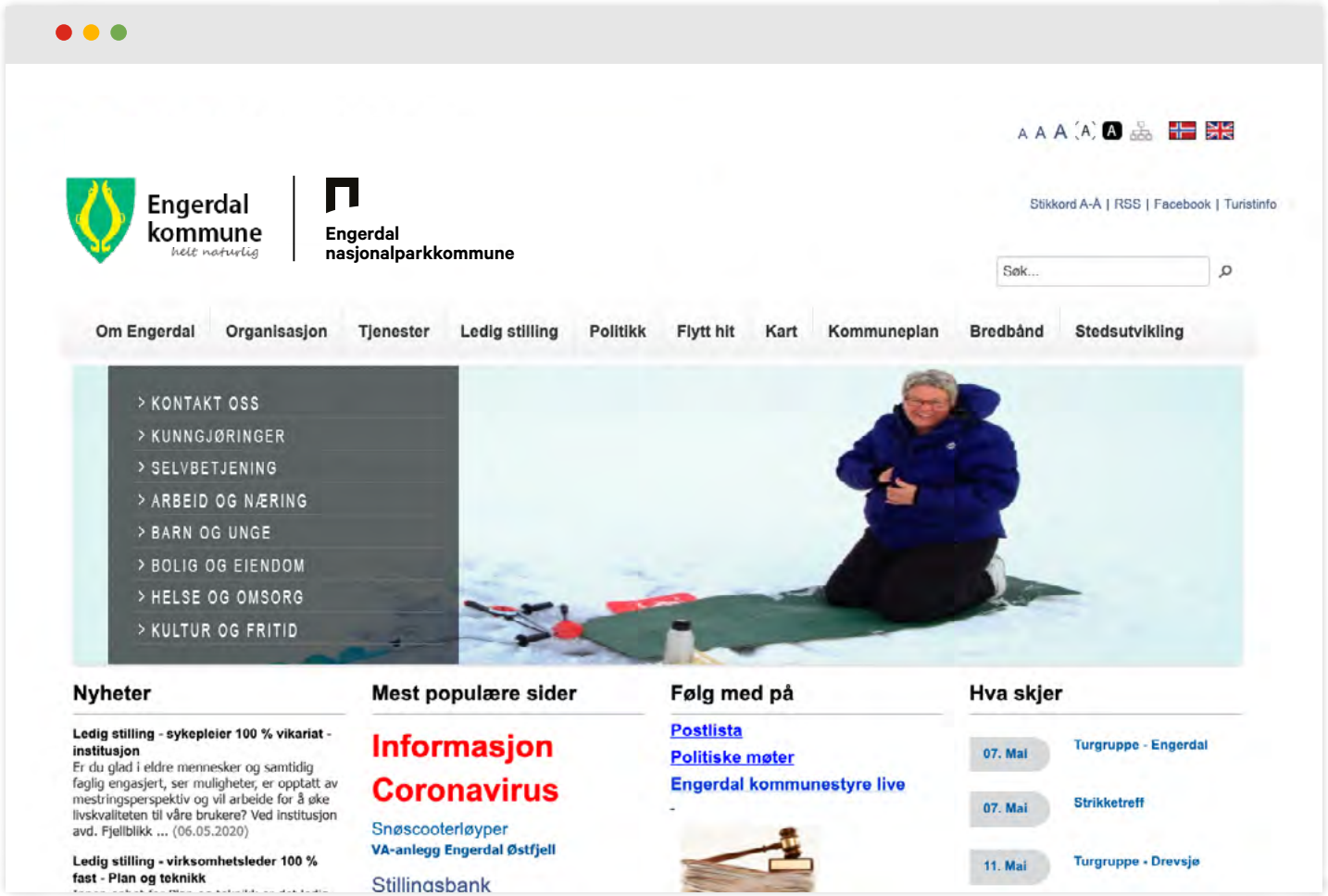
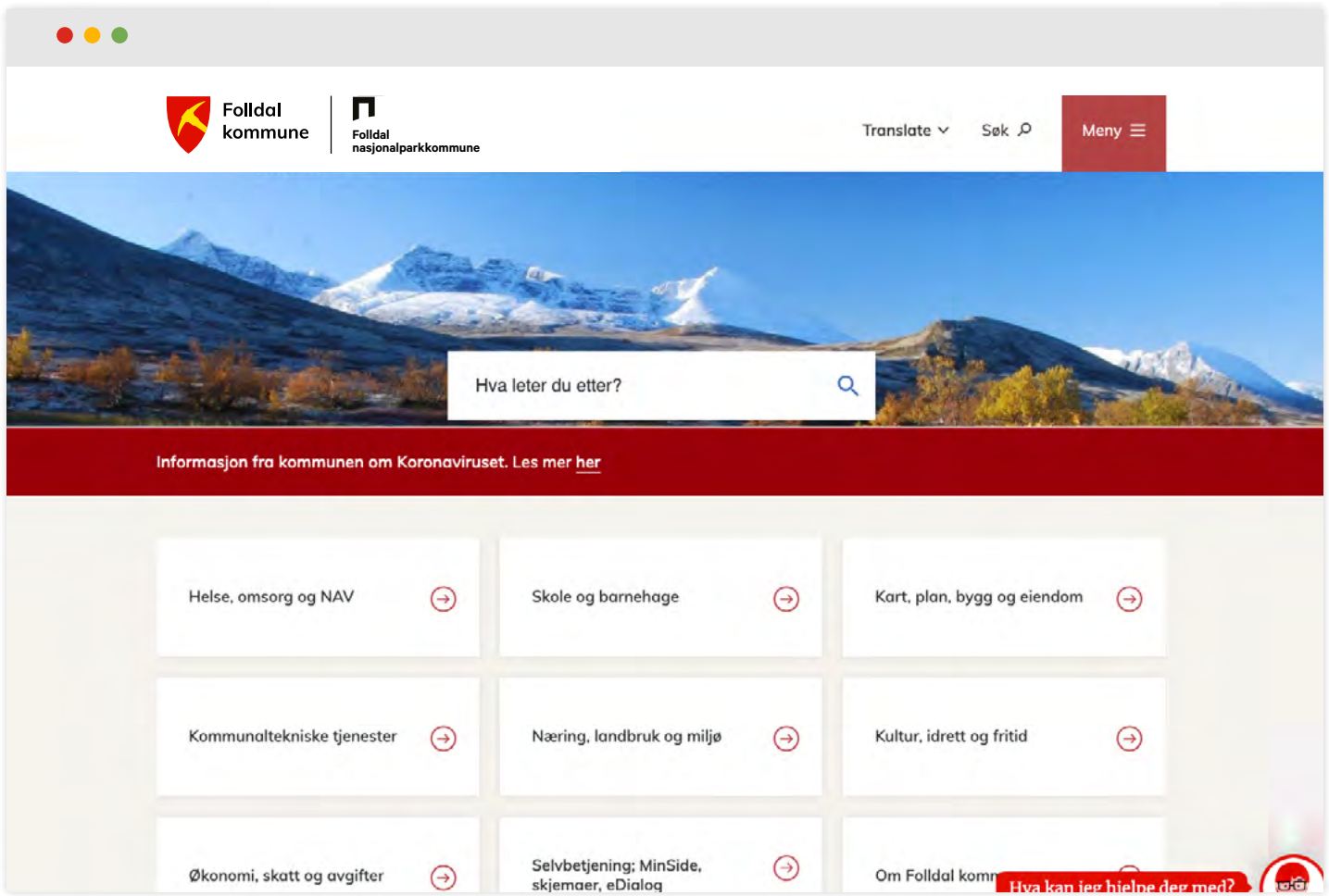
Horisontal versjon av nasjonalparkkommune-
logoen benyttes for å begrense plass i høyden.
(Kun til denne bruken).



Nettsider

Nasjonalparkkommunenes nettsider er bygget opp på forskjellige plattformer og moduler.

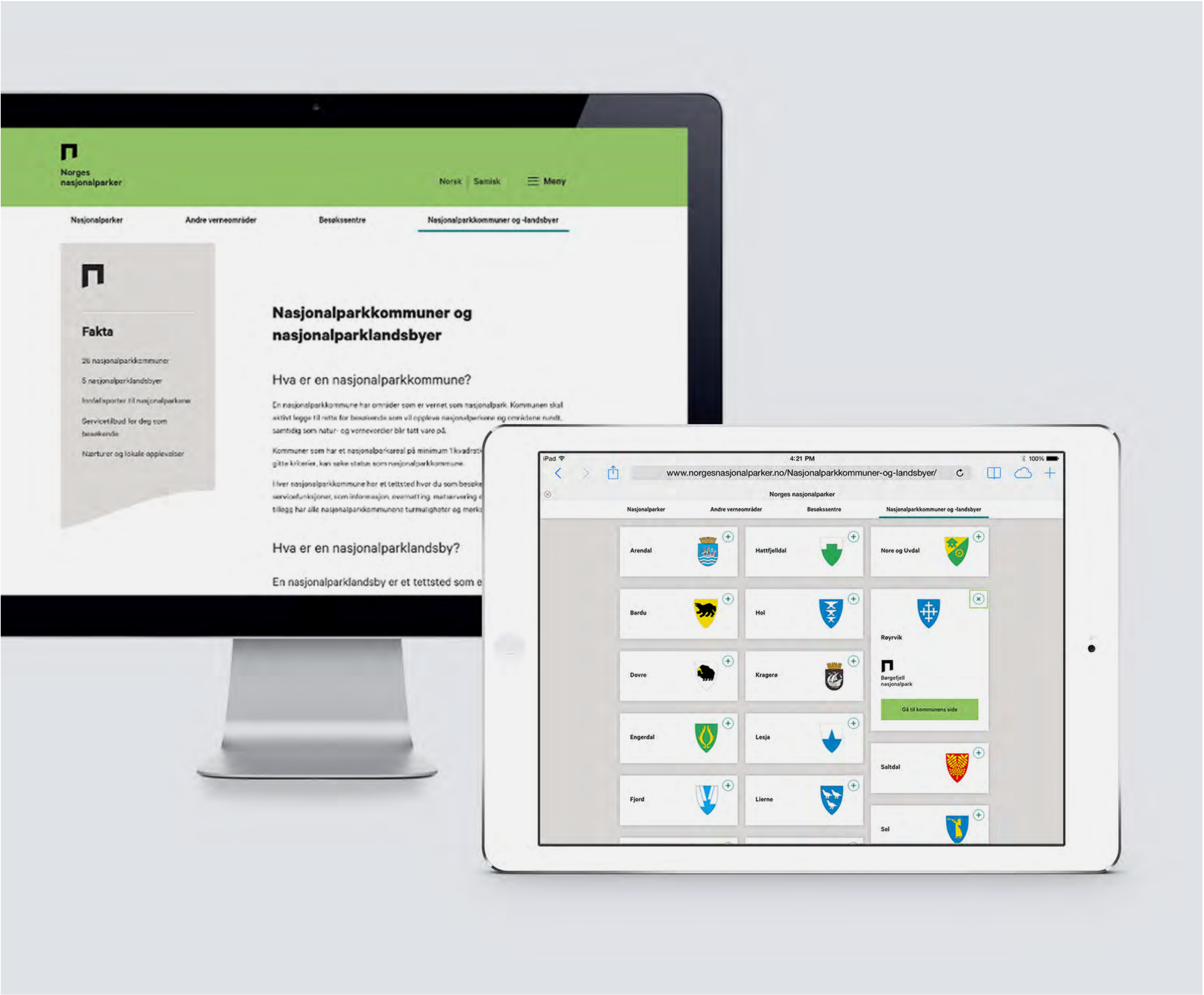
Ved sammenstilling av logoer skal logoene plasseres venstrestilt. Eventuelt slagord skal settes sammen med kommunelogo.

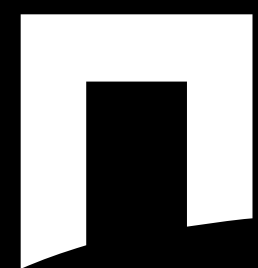


Nettsiden norgesnasjonalparker.no

På nettsiden norgesnasjonalparker.no finnes det en oversikt over alle nasjonalparkkommunene og logo for deres respektive nasjonalparker.

Her kan man klikke seg direkte videre til nasjonalparkkommunenenes egne nettsider hvor de har informasjon om sin nasjonalpark.





**Norges
nasjonalparker**