



Brändikirja



Naantali^{*}

naantali.fi

Naantali-brändi
on uudistunut –
tämä brändikirja
kertoo, miten.



Lähtökohtana yksi
yhteinen, vahva
Naantali-brändi.



Brändin ominaispiirteet

Neljä sanaa, jotka kuvaavat sitä, millainen Naantali on.

Valoisa

Sävy, tunne, ajattelutapa

Vieraanvarainen

Yhteisö, me-henki, tasavertaisuus, turvallisuus

Utelias

Ennakkoluulottomuus, leikkisyys, kokeilunhalu, moniäänisyys

Ylpeä

Hyvä itsetunto ja paikallisylpeys, ei pönötystä tai itseriittoisuutta

Huom!

Emme sano, että Naantali on näitä asioita. Naantali näyttää ja kuulostaa siltä, että nämä määreet toteutuvat.

Äänensävy

Neljä sanaa, jotka kuvaavat sitä, millainen Naantali on.

Näemme hyvän ja jaamme positiivisuutta ympärillemme. Luotamme tulevaisuuteen ja innostumme asioista helposti. Haluamme, että viestimme ovat avoimia ja helposti lähestyttäviä kaikille – siksi puhumme selkeästi ja termeillä, jotka ovat helposti ymmärrettäviä. Olemme keskustelevia ja kuuntelevia – emme koskaan puhu ylhäältä käsin.

Kutsumme kaikki mukaan tai meille käymään. Rakennamme vahvaa yhteisöä, josta jokainen voi olla ylpeä. Kohtelemme kaikkia tasavertaisesti ja ilman ennakko-oletuksia. Olemme avuliaita, ystävällisiä ja autamme eteenpäin.

Olemme valmiita kokeilemaan uutta ja katsomaan asioita eri näkökulmista. Uteliaisuus näkyy tavassamme kysyä, kokeilla ja antaa tilaa erilaisille äänille, ihmisille ja tarinoille. Uskallamme nauraa itsellemme, mutta emme naura muille.

Olemme ylpeitä omasta kaupungistamme ja siitä, mitä se edustaa – emme kuitenkaan sorru kehuskeluun, liioitteluun tai itseriittoisuuteen.

Hyödynnämme suomea, ruotsia ja englantia tarpeen mukaan.

Visit Naantalin brändi noudattaa samaa äänensävyä.

Sen äänensävyssä on lisäksi leikkisyyttä ja keveyttä.

Esimerkkejä äänensävystä

Kun puhutaan Naantalin eri alueista, käytetään muotoa:

Naantalin Velkua

Naantalin Rymättylä

Naantalin Merimasku

Naantalin Livonsaari

Naantalin-etuliite vahvistaa mielikuvaa laajasta, monipuolisesta ja elävästä kaupungista ja yhteisestä Naantali-brändistä.



Ydinviesti

Ilo olla



Ydinviesti

Ilo olla

Naantalilaiset arvostavat kotikaupunkiaan suuresti, ja kaupunki tekee jatkuvasti töitä, että vahva yhteisöllisyys ja vakaa talous ovat jatkossakin kaupungin vahvuuksia. Naantalilla on hyvä, aurinkoinen maine.

Tämä kaikki välitetään ydinviestillä: naantalilainen hyvinvointi ja ylpeys omasta kaupungista näkyy ulospäin positiivisuutena ja ilona. Iloa synnyttävät muun muassa yhteisöllisyys, toimiva arki ja hyvät palvelut, upea luonto ja meri sekä se, että Naantalissa on paljon iloa silmälle. Haluamme nostaa Naantalin tuoman ilon esille – se puhuttelee.



Ydinviestin variointi

Ilo olla -ydinviesti taipuu erilaisiin tarpeisiin. Kaupungin eri toiminnot ja toimialat voivat liittää **Ilo olla -lauseen perään sanoja ja varioida viestiä tarpeen mukaan.** Jos halutaan käyttää aktiivisempaa muotoa, **olla-verbi voidaan korvata** tilanteeseen paremmin sopivalla verbillä. Näin kaupungin moninaisissa viesteissä säilyy aina **yksi yhteinen ydin eli ilo.** Ilo-sana on lauseissa aina perusmuodossaan. Ilo-viestiin tulee aina sisällyttää sana Naantali loppuun, jotta sen tunnistaa Naantalin ydinviestiksi.

Alla esimerkkejä viesteistä:

Ilo olla...

Ilo olla Naantalissa.

Ilo olla kotona Naantalissa.

Ilo olla opettaja Naantalissa.

Alla esimerkkejä viesteistä:

Ilo käydä Naantalissa.

Ilo asua Naantalissa.

Ilo opettaa/opiskella Naantalissa.

Kun Ilo olla
-lausetta käytetään
otsikkona, siihen ei
lisätä pistettä. Jos
lausetta käytetään
muualla kuin
otsikossa, lisätään
piste.

Ydinviestin kieliversiot ja variointi

Sama ydinajatus toimii sekä englanniksi että ruotsiksi.

Englanniksi Ilo olla -lause kääntyy Happy to -lauseeksi.

Ruotsiksi käytetään Tur att få -lausetta. Lauseita voi varioida samaan tapaan kuin suomenkielistä. Ilo-viestiin tulee aina sisällyttää sana Naantali loppuun, jotta sen tunnistaa Naantalin ydinviestiksi.

Happy to...

Happy to visit Naantali.

Happy to live in Naantali.

Happy to be here in Naantali.

Tur att få...

Tur att få vara i Nådendal.

Tur att få leva i Nådendal.

Tur att få cykla i Nådendal.

Visuaalisuus



Visuaalisuus

Visuaalisuuden lähtökohtana on ilo

Naantalin uudistunut brändi on ilmeeltään iloinen, voimakas ja värikäs. Visuaalisuudesta välittyy elämisen, asumisen, työskentelyn ja olemisen ilo – Naantalin ilmeessä ilo loistaa ja aaltoilee.

Vahvoina graafisina elementtinä ilmeessä käytetään uutta Aurinko-elementtiä sekä jo tuttua Aalto-elementtiä. Kokonaisuus tekee brändistä monikäyttöisen ja tunnistettavan.

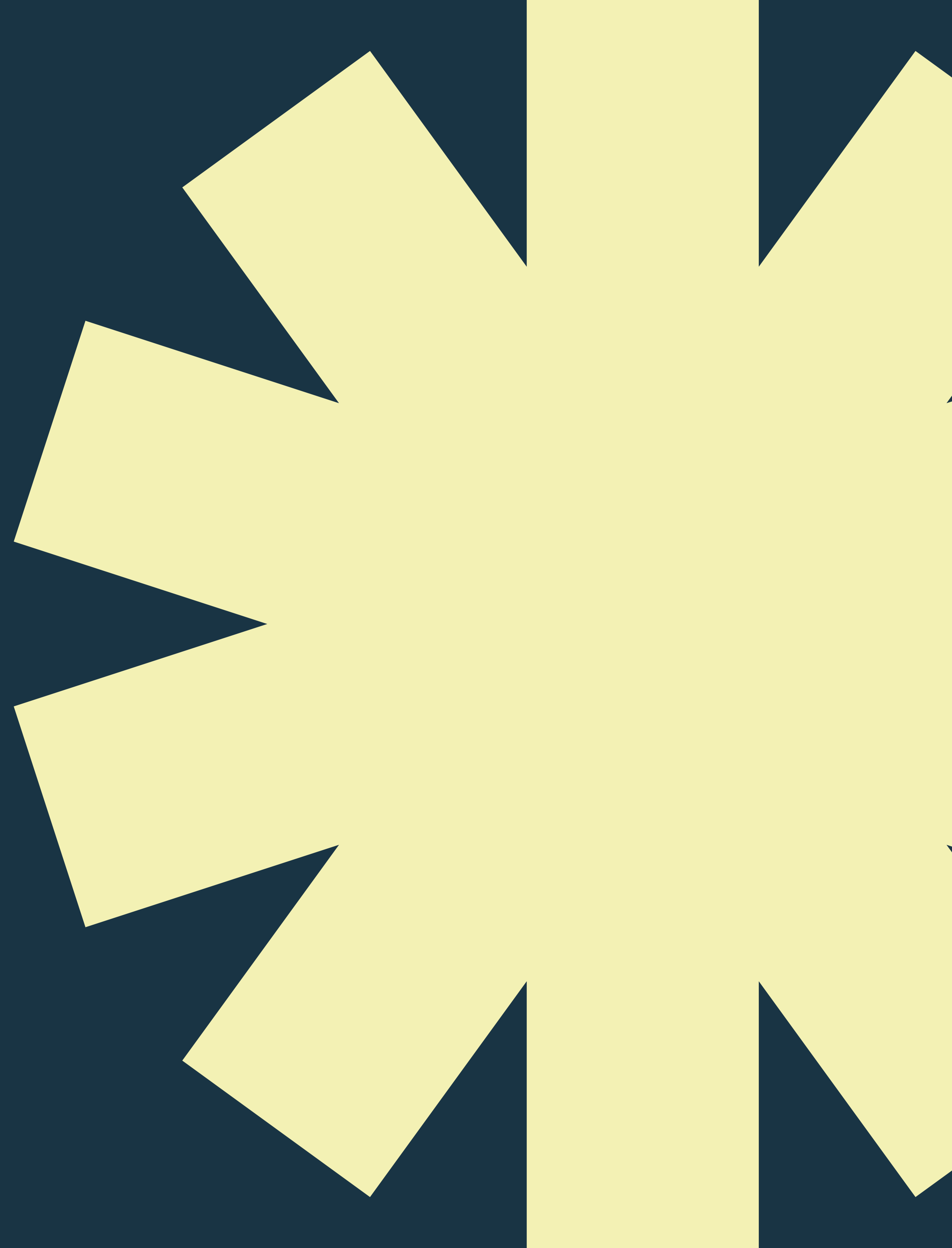


Uudistunut
Naantali on
iloinen ja
värikäs

Naantali*



Logo ja elementti



Logo

Naantalin logossa Aurinko-elementti on korvannut i:n pisteen. Logon kirjaimet ovat merellisiä ja aaltoilevia. Kirjaimissa ei ole yhtäkään suoraa viivaa. Tämä tekee logosta orgaanisen ja helposti lähestyttävän.

Nantalin logo on inhimillinen ja lämmin.

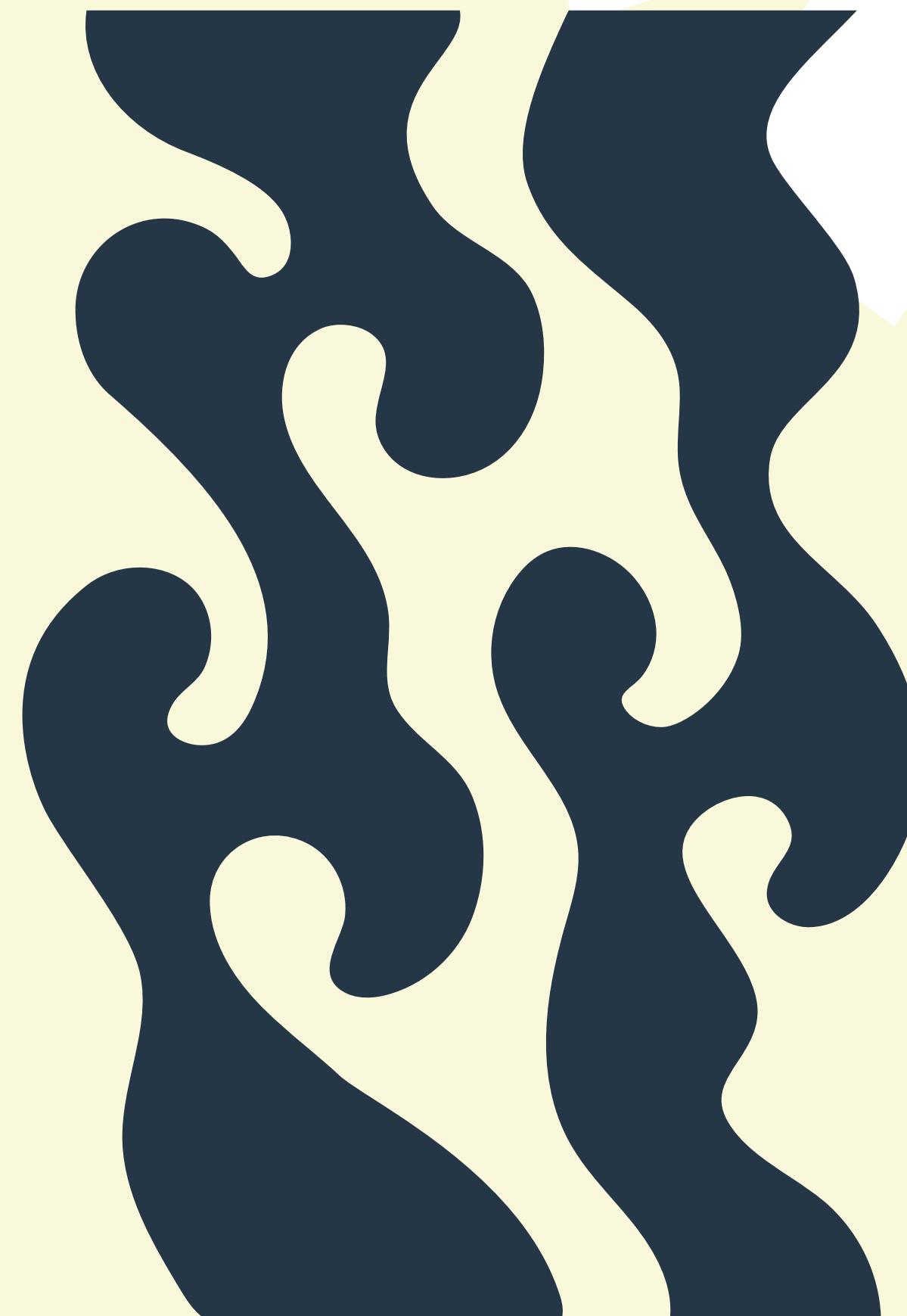
Ruotsinkielisessä logossa Aurinko-elementti siirtyy i:n päältä å:n päälle.

Naantali

Nådendal

Graafiset elementit

Graafiset elementit ovat nimeltään Aurinko ja Aalto. Aurinko-elementti tulee uudistuneesta Naantali-logosta, jonka i-kirjaimen piste Aurinko-elementti on. Merellinen Aalto-elementti esiintyy niin ikään voimakkaana, kokonaan värillisenä elementtinä.



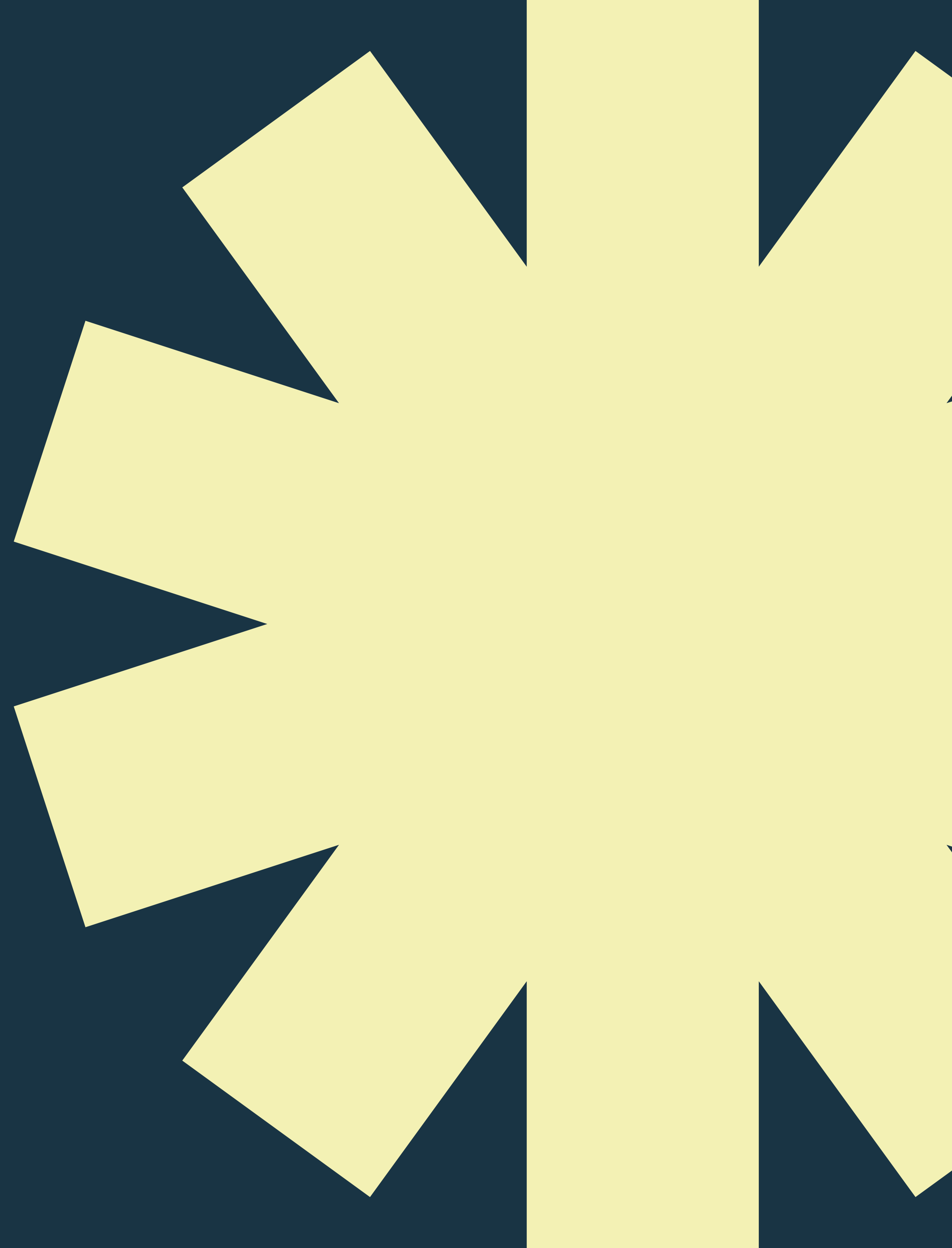
Graafiset elementit

Aurinko ja Aalto voivat esiintyä graafisina elementteinä väripinnassa tai kuvan päällä.

Elementtien sisään voidaan myös sijoittaa kuva.



Värit ja väriyhdistelmät



Värimaailma

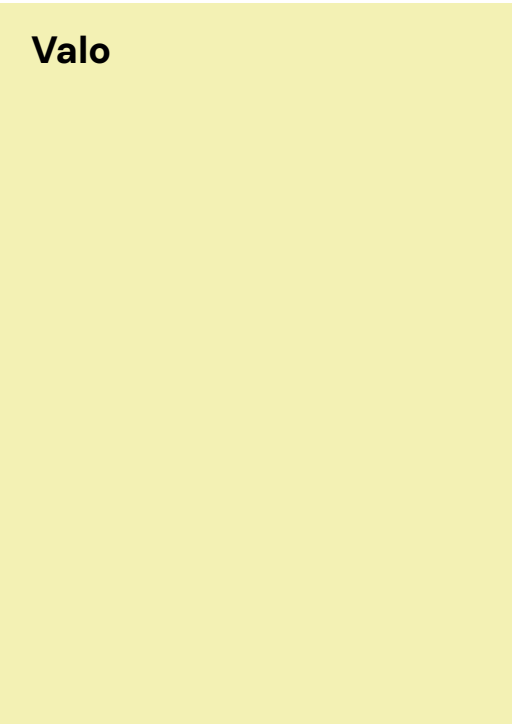
Pääasialliset värit

Naantalin uudistetussa väripaletissa kirkkaat, vahvat ja osin tummat sävyt esiintyvät yhdessä niitä säestävien vaaleampien värisävyjen kanssa.

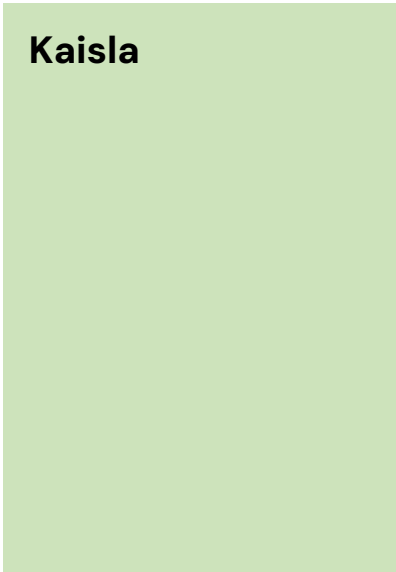
Pääsääntöisesti markkinoinnissa ja viestinnässä käytettävät värit ovat Ilta, Aurinko, Hehku, Meri, Horisontti, Valo ja Kaura.

Voimakas Meri on varattu VisitNaantalin käyttöön.

Lisävärejä käytetään täydentämään väripalettia tarvittaessa, esimerkiksi graafeissa ja kuvituksissa.



Lisävärit



Typografia

Otsikkofontti Tanssikallio
on kirjainmuotoilija Jaakko
Suomalaisen Naantalia varten
suunnittelema.

Myös Naantalin logolle pohjana
toimava merellinen Tanssikallio
on lempeä ja lainehtiva, mutta
samaan aikaan pelkistetty ja
selkeä.

Fontti on tarkoitettu
ainoastaan Naantalin
kaupungin käyttöön. Sitä ei saa
käyttää muissa yhteyksissä.

Tanssikallio-fontista ei
muodostu Naantalille erillisiä
lissenssimaksuja.

Naantalin leipätekstifonttina
toimii vapaasti käytettävissä
oleva selkeä ja helppolukuinen
Google-fontti DM Sans.

Kun Tanssikallio- ja DM Sans
-fontit eivät ole käytettävissä,
käytetään Arialia, esimerkiksi
Microsoftin toimisto-
ohjelmissa.

Ilo olla Naantalissa

Naantalilaiset arvostavat kotikaupunkiaan suuresti, ja kaupunki tekee
jatkuvasti töitä, että vahva yhteisöllisyys ja vakaa talous ovat jatkossakin
kaupungin vahvuuksia. Naantalilla on hyvä, aurinkoinen maine.

Tämä kaikki välitetään ydinviestillä: naantalilainen hyvinvointi ja ylpeys
omasta kaupungista näkyy ulospäin positiivisuutena ja ilona. Iloa
synnyttävät muun muassa yhteisöllisyys, toimiva arki ja hyvät palvelut,
upea luonto ja meri sekä se, että Naantalissa on paljon iloa silmälle.
Haluamme nostaa Naantalin tuoman ilon esille – se puhuttelee.

Ilo olla Naantalissa

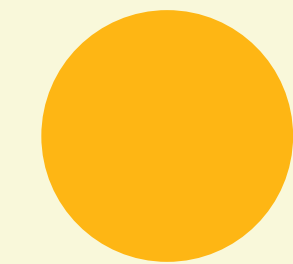
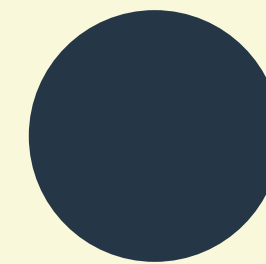
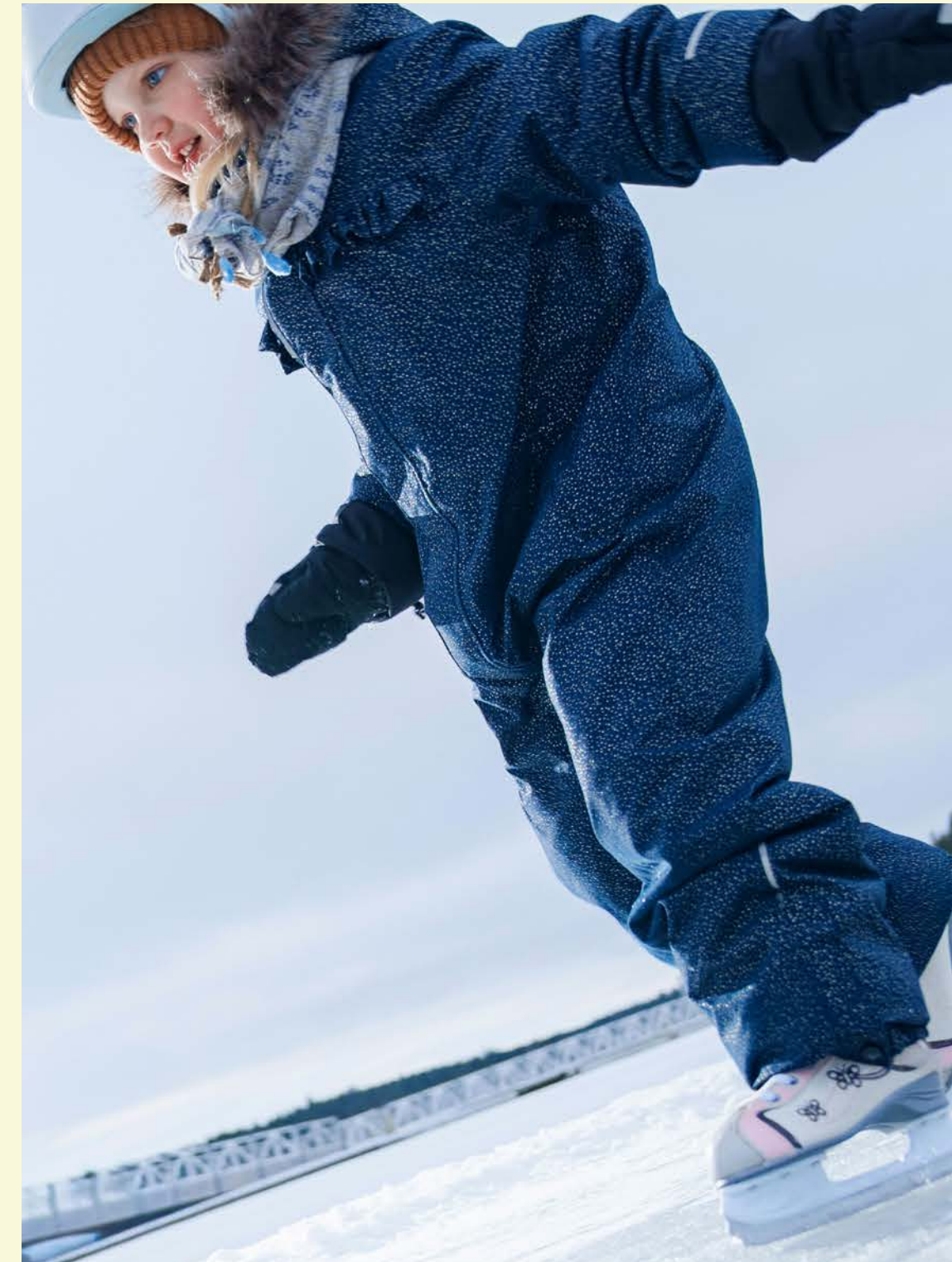
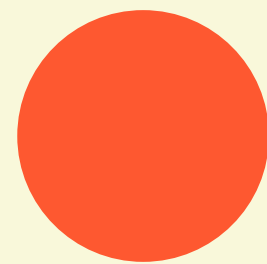
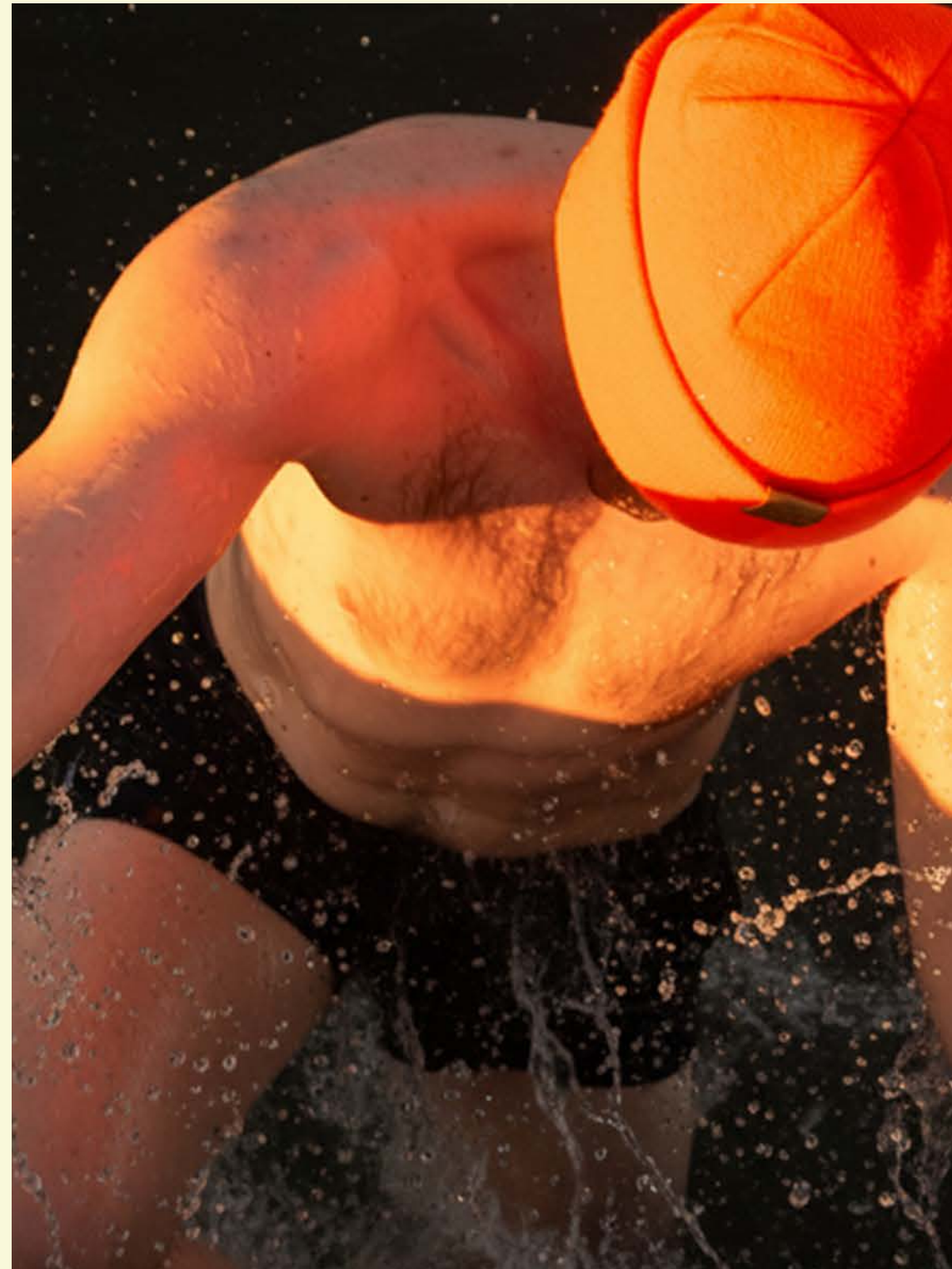
Naantalilaiset arvostavat kotikaupunkiaan suuresti, ja kaupunki tekee
jatkuvasti töitä, että vahva yhteisöllisyys ja vakaa talous ovat jatkossakin
kaupungin vahvuuksia. Naantalilla on hyvä, aurinkoinen maine.

Tämä kaikki välitetään ydinviestillä: naantalilainen hyvinvointi ja ylpeys
omasta kaupungista näkyy ulospäin positiivisuutena ja ilona. Iloa
synnyttävät muun muassa yhteisöllisyys, toimiva arki ja hyvät palvelut,
upea luonto ja meri sekä se, että Naantalissa on paljon iloa silmälle.
Haluamme nostaa Naantalin tuoman ilon esille – se puhuttelee.

Bränditason kuvat

Naantalin brändikuvissa voi esiintyä naantalilainen tai Naantalissa vierailija, jonka mielessä ja ympärillä Naantali elää. Bränditason kuvissa hyödynnetään mielenkiintoisia, tavanomaisuudesta poikkeavia rajauksia tai kuvakulmia. Mallien kasvojen ei välttämättä tarvitse näkyä kuvissa.

Naantalin värit voivat näkyä kuvattavien vaatteissa ja asusteissa tai kuvien yksityiskohdissa.



Naantalin viestinnässä tai markkinoinnissa ei käytetä tekoälyllä tuotettuja kuvia.

Naantali^{*}

Lisätietoja:

Jessica Ålgars

Viestintä- ja markkinointipäällikkö

jessica.algars@naantali.fi

Naantalin viestintä

viestinta@naantali.fi

naantali.fi

