



# 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 paikallisylypeys, 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 ennako-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 äänensävyistä

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 -lauseita 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

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

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

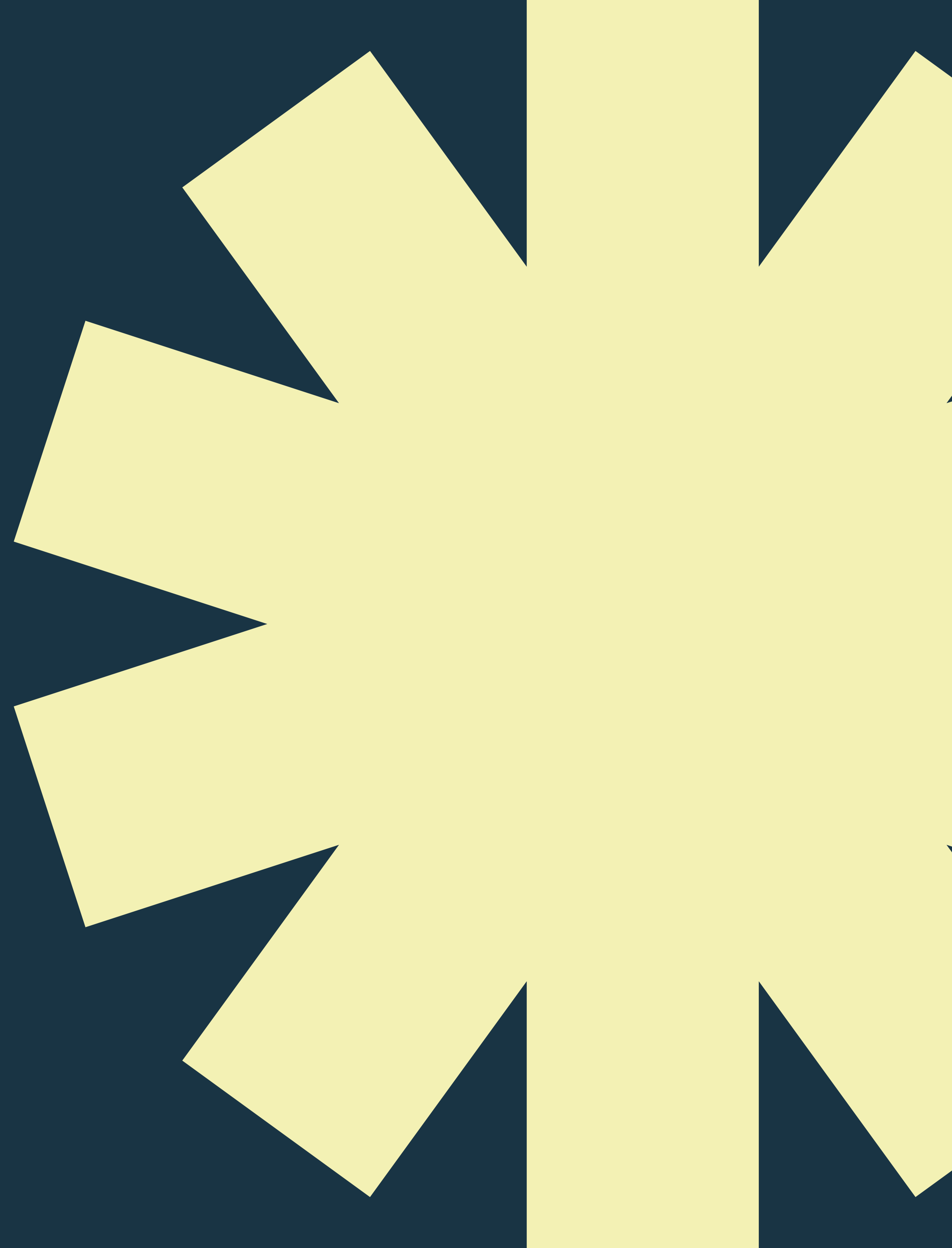


Naantali<sup>\*</sup>

Uudistunut  
Naantali on  
iloinen ja  
värikäs



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.

Naantalin logo on inhimillinen ja lämmin.

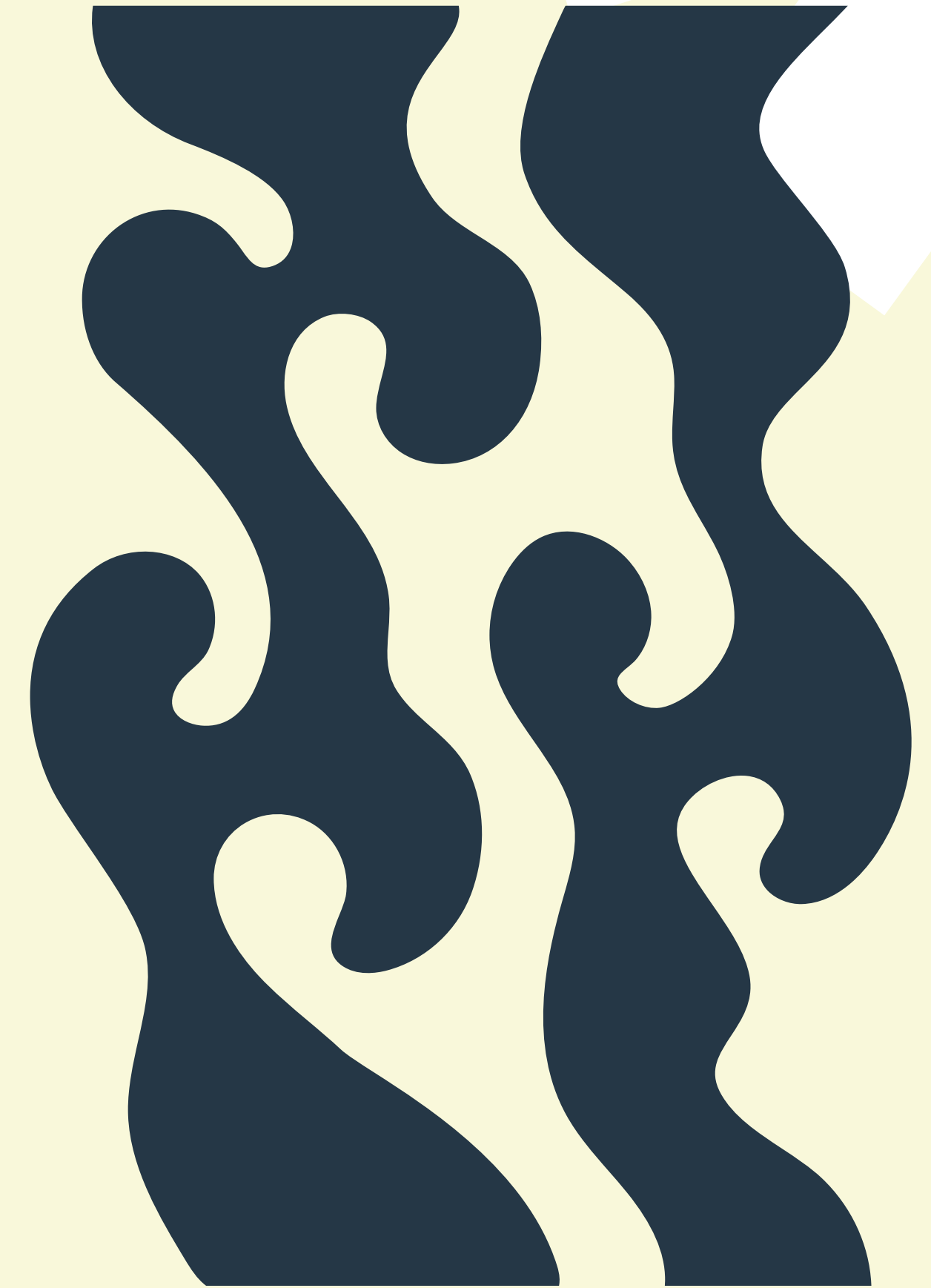
Ruotsinkielisessä logossa Aurinko-elementti siirtyy i:n päältä å:n päälle.

# 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

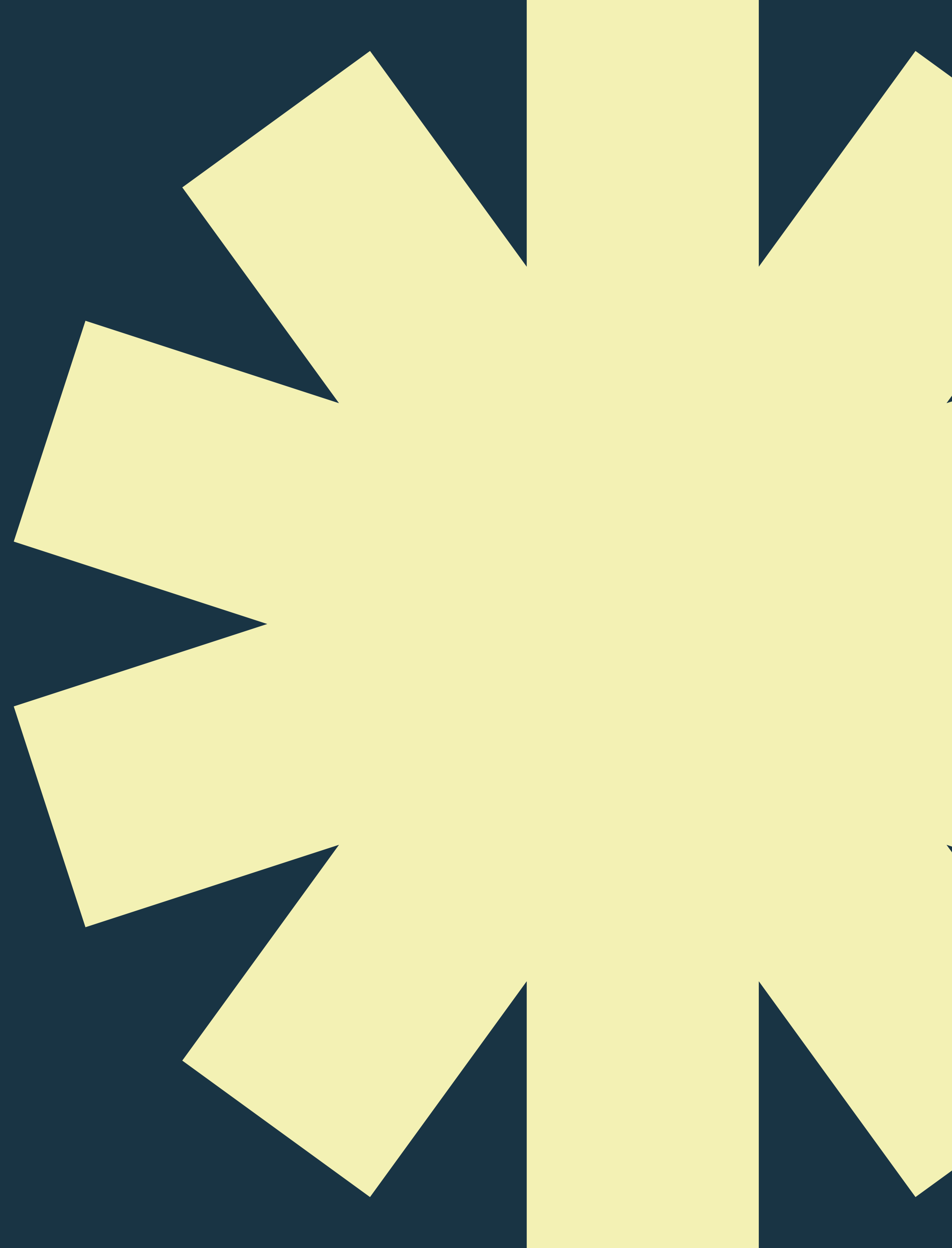
Aurinko ja Aalto voivat esiintyä graafisina elementteinä väripinnassa tai kuvan päällä.



Elementtien sisään voidaan myös sijoittaa kuva.



# Värit ja väriyhdistelmät



# Värimaailma

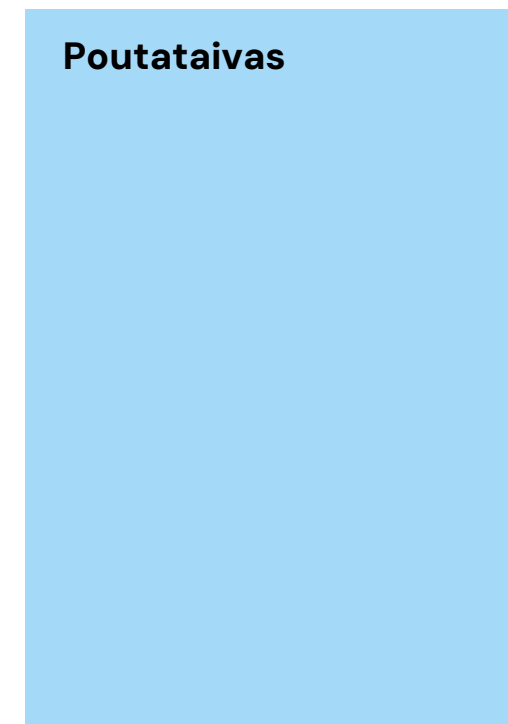
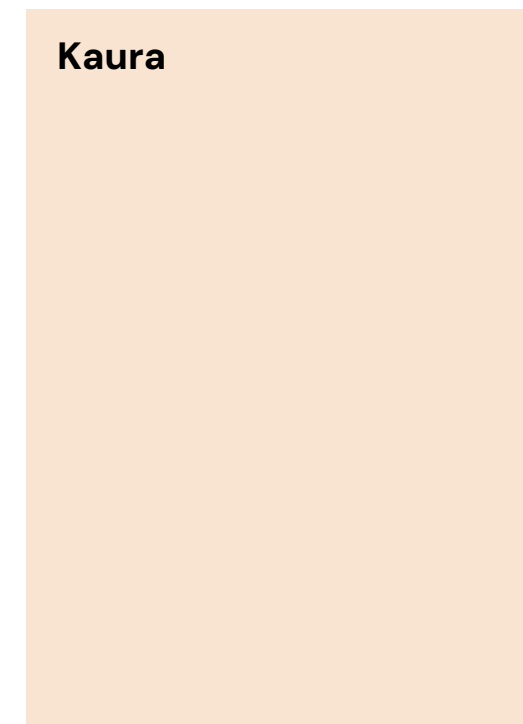
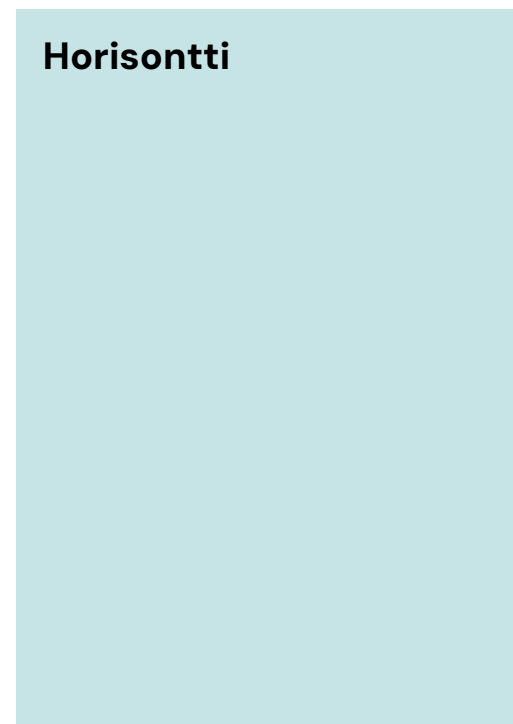
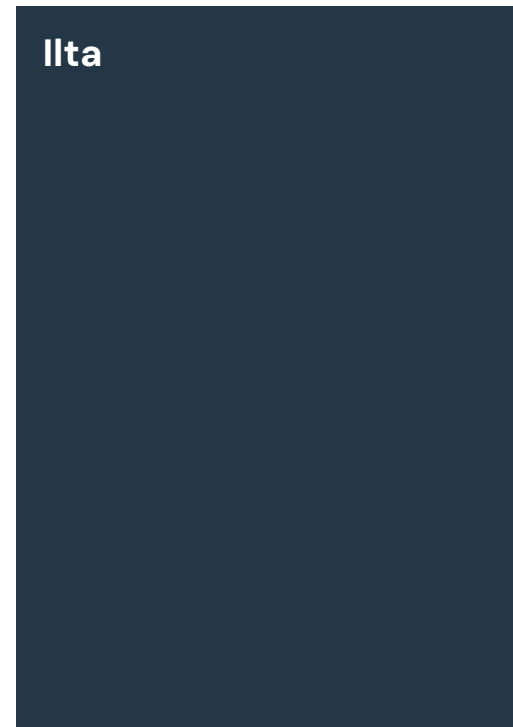
## Pääasialliset värit

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

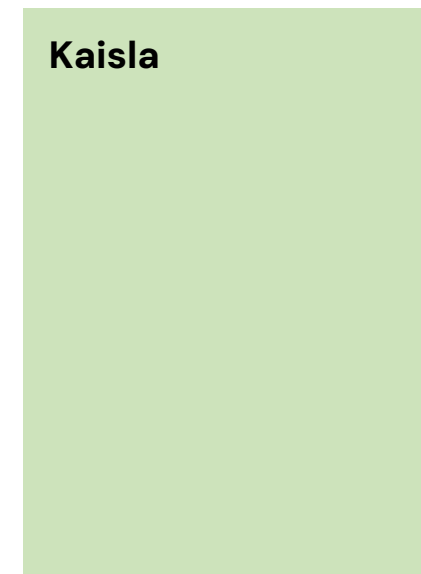
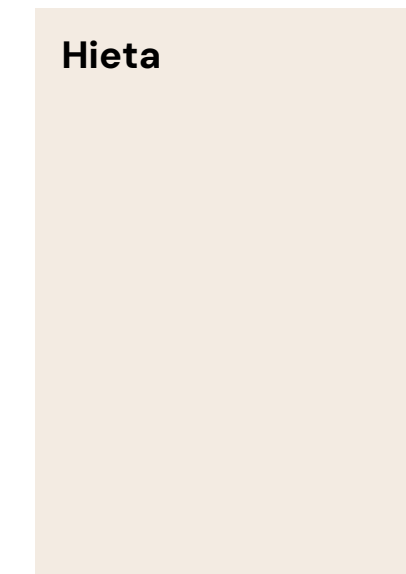
Pääsääntöisesti markkinoinnissa ja viestinnässä käytettävät värit ovat Ilta, Aurinko, Hehku, Horisontti, Valo ja Kaura.

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 toimiva 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 lisenssimaksuja.

**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

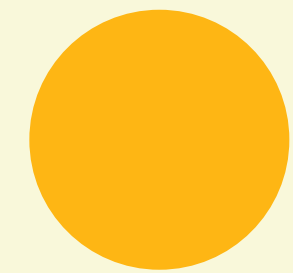
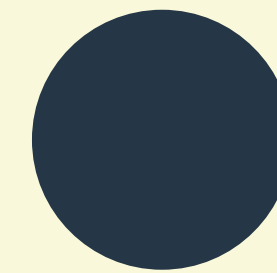
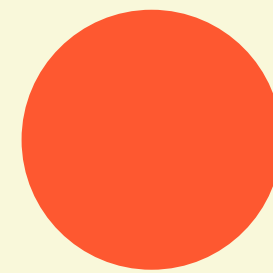
Naantalilaiset arvostavat kotikaupunkiaan suuresti, ja kaupunki tekee jatkuvasti töitä, että vahva yhteisöllisyys ja vakaa talous ovat jatkossakin kaupungin vahvuuksia. Naantalilla on hyvä, aurinkoinen maine.

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<sup>\*</sup>

Lisätietoja:

**Jessica Ålgars**

Viestintä- ja markkinointipäällikkö

[jessica.algars@naantali.fi](mailto:jessica.algars@naantali.fi)

**Naantalin viestintä**

[viestinta@naantali.fi](mailto:viestinta@naantali.fi)

[naantali.fi](http://naantali.fi)

