



TAMPERE.
FINLAND

BRÄNDIKIRJA

TAMPEREEN KAUPUNGIN KÄYTTÖÖN

V 2.2 - 16.11.2023

LAURA VANZO

TAMPERE.

Tampere on asenne. Se asuu meissä kaikissa ja on juurtunut syvälle harjumaisemaan. Täällä, kosken rannalla, on aina syntynyt ideoita. Niistä on tullut työtä – jopa kokonaisia yhteisöjä.

Kun yhdet koneet ovat hiljentyneet, uudet ajatukset ovat pian täyttäneet tilan. Kangaspakat ovat vaihtuneet koodinpätkiin ja mieleenpainuviin kokemuksiin.

Rosoisiin tiiliseiniin, yhä korkeammalle kiipeäviin ikkunariveihin on istutettu lupaus tulevasta. Vaikka kaupungin siluetti muuttuu, Tampereen tunnelma on aina tuttu. **Tämä on koti.**

SISÄLLYSLUETTELO

- Tampereen tarina

01 **TARINAN JA BRÄNDIN** **LÄHTÖKOHDAT**

- Johdanto
- Visio ja Tampere 2030
- Tampereen identiteetti

02 **TAMPERE.FINLAND**

- Brändikonsepti
- Tampereen ydinsanat
- Tampereen äänensävy
- #tampere #finland

03 **VISUAALINEN ILME**

- Tunnus
- Vaakunalogo
- Värit
- Typografia
- Grafiikka
- Ikonityylit
- Kuvitus
- Kuvat ja sanat
- Visuaalisen ilmeen esimerkkejä ja ohjeistukset brändipohjien käytöstä
 - *Brändipohjat*
 - *Digipinnat*
 - *Printit*
 - *Ohjeet valmiiden pohjien käytöstä*
- Brändi-ilmeen soveltaminen ja malliesimerkit
 - *Ensisijainen käyttö*
 - *Teemakokonaisuudet*
 - *Projektit ja hankkeet*

01

TARINAN JA BRÄNDIN LÄHTÖKOHDAT

TAMPERE.
FINLAND



LAURA VANZO

JOHDANTO

TAMPERE.

Kasvavan kaupungin yhteinen ääni

Kasvava Tampere on aina yhtä tuttu ja kutsuva. Suomen vetovoimaisin kaupunki tunnetaan ennen kaikkea rennosta ilmapiiristään ja suurista hankkeistaan. Tampereelle on helppo sijoittaa, sijoittua tai poiketa käymään.

Eteenpäin menevä Tampere tarvitsee yhteisen tarinan ja brändin, oman äänen, joka on sille ominainen ja tunnistettava. Kyse on kaupunkilaisia yhdistävän asenteen ja tunnelman kiteyttämisestä sanoihin ja visuaalisuuteen. Tamperetta on mahdotonta tiivistää yksittä-

seen logoon tai sloganiin. Siksi brändi on ajaton ja avoin eri tulkintoille. Sen avulla kaikki tamperelaiset voivat ylpeästi viestiä kotikaupungistaan niin kotimaassa kuin kansainvälisestikin.

Tämä brändikirja sisältää tarvittavat työkalut Tampere.Finland-brändin soveltamiseen. Tehdään Tampereen äänestä yhdessä vahvempi!

VISIO

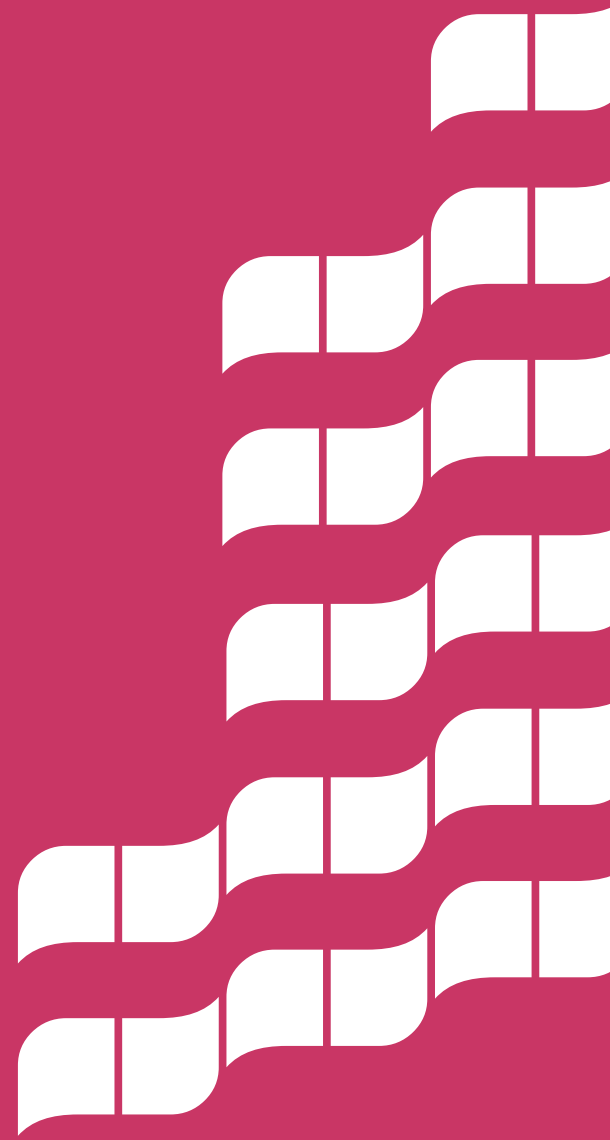
Tampere on aina ollut työnteon kaupunki. Kaupungin tarinaan kuuluvat suuret suunnitelmat ja tavoitteet James Finlaysonin ajoista asti. Tästä perinnöstä on kehittynyt Tampereen ominaispiirre asioiden rohkeaan toteuttamiseen ja aikaansaamiseen. Tekemisen kaupunki ammentaa näistä juuristaan.

Tulevaisuuden kaupunkia tehdään yhdessä ja tekemisen voima syntyy jokaisesta tamperelaisesta. Täällä jokaisella on yhdenvertaiset mahdollisuudet toteuttaa itseään.

Tampereelle on aina tultu muualta. Osaaminen ja uudet ajatukset ovat kohdanneet Tammerkosken rannalla. Tekemisen kaupungissa osaamisella rakennetaan kestävää tulevaisuutta.

TAMPERE 2030

Tampere on 300 000 asukkaan viihtyisä ja elävä kaupunki vuoteen 2030 mennessä, Suomen toinen metropoli. Tampere tunnetaan maailmanlaajuisesti huippuosaamisestaan ja elämystarjonnastaan. Kestävästi kasvava, inhimillinen kaupunki on opiskelijoiden ja innovaatioiden koti, joka tarjoaa suuren kaupungin palvelut rennolla asenteella.



TAMPEREEN IDENTITEETTI

Tampereen identiteetin määrittämiseen on osallistunut laaja joukko kaupunkilaisia ja keskeisiä sidosryhmiä. Useiden työpajojen, kyselyiden ja haastatteluiden lisäksi taustatyössä on hyödynnetty kansainvälisen arviointiryhmän nykytila-analyysia Tampereesta sekä kansainvälisen tunnettuustutkimuksen tuloksia.

Kattavan taustatyön pohjalta Tampereen identiteetti on kiteytetty kolmeen vahvuusalueeseen, jotka ovat rento, osaava ja innostava. Tampere.Finland-brändi perustuu näihin vahvuuksiin. Ne ovat myös määritteitä, jotka toivomme ihmisten liittävän mielikuvaansa Tampereesta.

TAMPERELAISUUS SAA NYT
NÄKYÄ JA KUULUA – OLLAAN SIITÄ
YHDESSÄ YLPEITÄ!

A vibrant night festival scene in a forest. In the center, two performers in traditional-style clothing are dancing with fire. One performer is crouching, and the other is standing, holding a flaming torch. A large, bright fire is burning in the background, illuminating the scene. A large crowd of people is gathered around the performers, watching the show. The scene is framed by dark, leafy trees in the foreground, creating a sense of being in a forest. The overall atmosphere is festive and magical.

02

TAMPERE. FINLAND

TAMPERE.
FINLAND



BRÄNDI- KONSEPTI

Tampere.Finland-brändi on kaikkien tamperelaisten yhteinen. Se kiteyttää Tampereen asenteen, jonka voi kokea kaupungin ilmapiirissä sekä asukkaiden ja yritysten sanoissa ja teoissa. Tampere menee suoraan asiaan ja sydämeen.

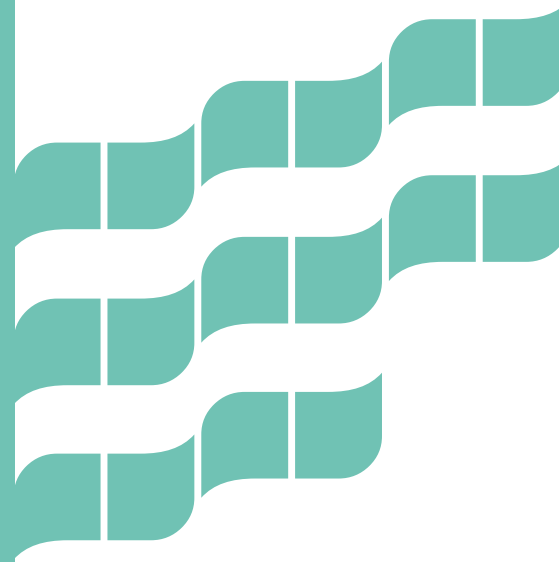
Tampere.Finland-brändi on yhtä konstailematon kuin kaupunki itse. Se jättää tilaa ihmisten omille tulkinnoille ja kutsuu vuoropuheluun. Brändi kiinnittää Tampereen myös kansainväliseen kontekstiin. Konseptin itsevarma ote ja bränditunnus viestivät suomalaisesta kaupungista, jolla on vahva oma ääni.

Brändin punainen lanka muodostuu kuudesta ydinsanasta: koti, tunnelma, kokemus, muutos, idea ja työ. Nämä arvolatauksista riisutut substantiivit tuovat brändin lähelle ihmistä, sillä jokainen saa luoda niille oman henkilökohtaisen merkityksensä.

Ytimekkäät ja toteavat ydinsanat on johdettu Tampereen identiteetistä. Niitä yhdistää hienostuneen itseironinen ote. Adjektiiveilla kuorrutetut määreet (esim. hyviä ideoita, positiivinen kokemus) samoin kuin substantiivit, jotka sisältävät myönteisen latauksen (esim. innovaatio, hyvinvointi) vaikuttavat helposti kuluneelta, kritiikittömältä mainonnalta.

Tampere.Finland-brändi erottuu perinteisestä markkinoinnista sillä, että sen myönteinen lataus nojaa pisteeseen ja siihen, mitä jätetään sanomatta. Tampereen tunnelma on inspiroiva. Samoin kuin ideamme ovat tuoreita ja koti on paikka, jossa ihmisen on hyvä olla. Piste.

TAMPEREEN SANAT



Tampere.Finland-brändin ydinsanat (koti, tunnelma, kokemus, muutos, idea ja työ) ovat toteavia substantiiveja, jotka eivät itsessään sisällä arvolatausta (kuten esim. innovaatio tai hyvinvointi). Sanojen yhteyteen ei tule liittää adjektiiveja tai muita määreitä (esim. hyvä idea, lämmin tunnelma).

Vähäeleiset, mutta silti tunteita herättävät ydinsanat jättävät tilaa henkilökohtaisille tulkinnoille. Tampereen kaupunki käyttää ydinsanoja omassa viestinnässään ja markkinoinnissaan. Ne, kuten koko Tampere.Finland-brändi, ovat myös yritysten, yhteisöjen ja muiden sidosryhmien vapaassa käytössä.

TAMPEREEN SANAT

KOTI HOME

Koti on aina rakas, mutta jokaiselle erilainen. Tampere on koti, jossa on hyvä asua, opiskella, työskennellä, yrittää ja vierailla.

TYÖ WORK

Tampereella on aina ollut työtä, vaikka sen luonne ja tekemisen tapa ovat vaihdelleet vuosien varrella. Tampere tunnetaan edelleen työstä, ja täältä löytyy monialaista osaamista.

TUNNELMA FEELING

Tampereen rento, eteenpäin menevä tunnelma ei selittelyjä kaipaa, vaan sen voi itse aistia joka puolella kaupunkia.

KOKEMUS EXPERIENCE

Tuhansien tapahtumien, konserttien ja elämyksien kaupungissa riittää koettavaa. Pulahdus järveen tai aamukahvi torilla ovat tamperelaisia kokemuksia.

MUUTOS CHANGE

Kasvavassa kaupungissa muutos on läsnä kaikkialla, sillä Tampereella rakennetaan ja kehitetään uutta jatkuvasti.

IDEA IDEA

Koulutus ja huippututkimus synnyttävät Tampereella tuoreita ideoita. Osaavat ihmiset tekevät ideoista menestyvää bisnestä.

ÄÄNENSÄVY

Tampereen kaupunki viestii avoimesti, rennosti ja rohkeasti. Äänensävyämme on helposti lähestyttävä ja ihmisläheinen. Puhumme asioista ytimekkäästi ja niiden oikeilla nimillä. Emme jaarittele tai korosta viestejä ylimääräisillä adjektiiveilla.

Paras mahdollinen kokemus syntyy osaltaan siitä, miten kommunikoimme. Pyrimme Tampereen kaupungilla siihen, että viestintämme on aina ymmärrettävää ja ystävällistä. Vaikka toimintamme on lakien sanelemaa ja virallista, vältämme kapulakieltä ja hienostelua. Tampereen kaupunki on ajassa kiinni, se kuuntelee ja kutsuu vuoropuheluun.

Tampereen tekemisen meininki näkyy kommunikointitavassamme: käytämme aktiivimuotoa ja vältämme passiivia. Emme aio tehdä, vaan teemme. Viesteissämme sinuttelemmme ja puhumme Tampereen kaupungin toiminnasta me-muodossa (esim. Kaupunki suunnittelee >> suunnittelemme).

Viestimme yleiskielellä, mutta silloin tällöin maustamme epävirallisempia viestejä Tampereen murteella, lähinnä yksittäisillä sanoilla.



LAURA VANZO

#TAMPERE #FINLAND

Tampereeseen tai tamperelaisuuteen liittyvissä somejulkaisuissa kannustetaan hashtag-parin #tampere ja #finland käyttöön. Tällä vahvistamme Tampereen tunnettuutta Suomessa ja maailmalla. Näitä kahta hashtagia suositellaan käytettäväksi myös muiden aihetunnisteiden (esim. #visittampere, #Ratikka, #omatampere) rinnalla.

03

VISUAALINEN ILME

TAMPERE.
FINLAND

TUNNUS

TAMPERE. FINLAND

Tampere.Finland-tunnus on tampere-laisten yhteinen. Se on vapaasti kaikkien käytettävissä. Tunnus viestii, että sen käyttäjä on ylpeä tamperelaisuudesta.

Tunnuksen muoto on yksinkertainen ja helposti tunnistettava. Sen pääpaino on Tampere-sanassa, joka on värillisessä versiossa kirjoitettu Tamperelle ominaisella tiilenpunaisella.

Sinisellä kirjoitettu Finland-sana korostaa Tampereen suomalaisuutta ja veden merkitystä järvien ja Tammerkosken kaupungissa.

Piste kertoo Tampereen paikasta Suomessa ja maailmalla. Se on merkki Tampereen määrätietoisesta asenteesta. Piste voidaan nähdä myös yksilönä, joka on osa yhteisöllistä Tamperetta.

TAMPERE.
FINLAND

TAMPERE.
FINLAND

Tunnuksen suoja-alue



Tunnuksen minimikoko



Tunnuksen suoja-alue

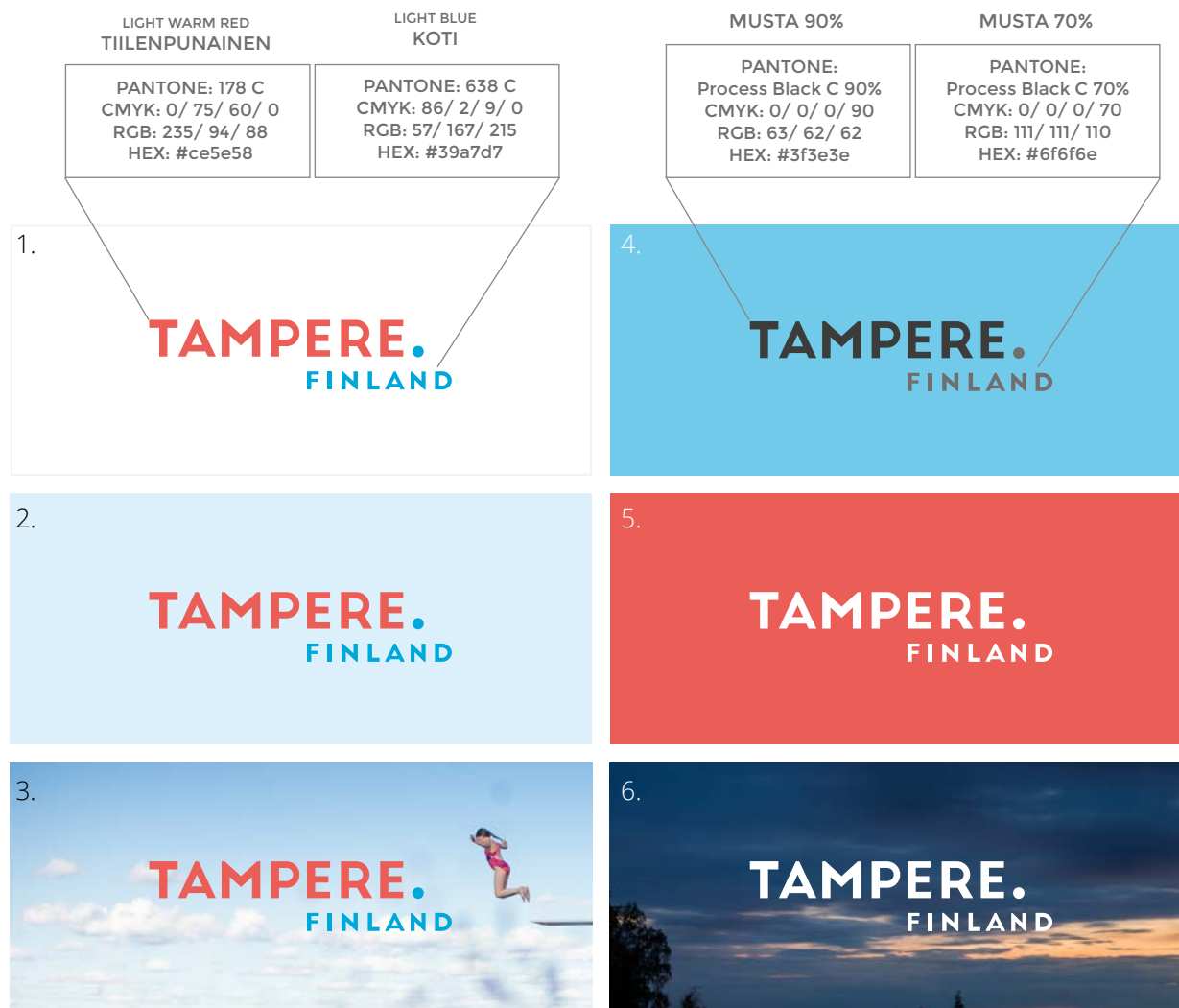
Tampere.Finland-tunnukselle on määritelty suoja-alueet (T-kirjaimen korkeus), joiden sisäpuolelle ei tule sijoittaa muita muotoja, värejä, kirjaimia tai kuvaelementtejä. Määritellyt suoja-alueet ovat myös logojen minimimarginaaleja. Suoja-alueita ei saa rajata pienemmiksi.

Tunnuksen minimikoko

Tunnuksen on aina oltava vähintään 15 mm leveä painotuotteissa ja digitaalisessa muodossa vähintään 80 px leveä, jotta tunnus on luettavissa ja selkeä.

Tunnuksen osia ei tule irrottaa tai asetella toisin kuin on ohjeistettu.

Tunnuksen värit



Tunnuksen värit ja käyttö

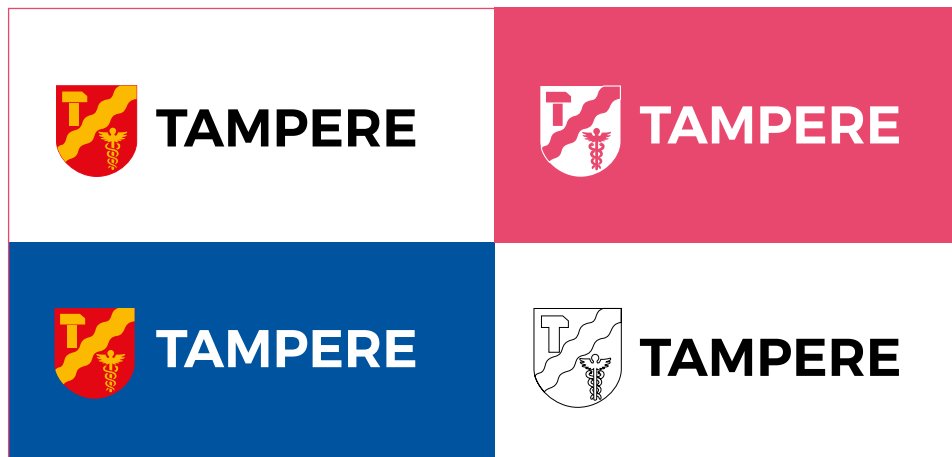
1. Värillinen tunnus valkoisella taustalla
2. Värillinen tunnus vaalealla väritaustalla
3. Värillinen tunnus vaalealla taustakuvalla
4. Musta-harmaa tunnus keskitummalla väritaustalla
5. Valkoinen tunnus tummalla tai kirkkaalla väritaustalla
6. Valkoinen tunnus tummalla taustakuvalla
7. Musta tunnus valkoisella tai vaalealla taustalla

Tunnuksesta on käytössä värillinen (2-värinen) versio ja musta (90% K musta). Huomioitavaa on, että piste ja Finland on 70% K musta (näyttäytyy harmaana).

Painotöissä tunnuksesta voidaan poikkeustapauksissa käyttää yksiväristä, 100-prosenttisen mustaa versiota.



Tampereen kaupungin vaakunalogo on kaupungin allekirjoitus. Sen on oltava näkyvillä kaikessa kaupungin toiminnassa.



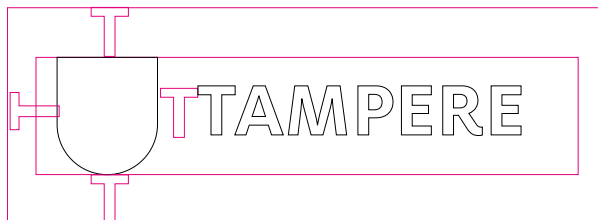
Tampere.Finland-tunnusta ja vaakunalogoja voidaan käyttää yhdessä. Kaupungin vaakunalogoja on kuitenkin aina käytettävä kaikissa kaupungin toimintaan liittyvissä materiaaleissa.

Mustavalkoista versiota käytetään silloin, kun koko painotuote on mustavalkoinen/harmaasävyinen.

Negalogoa käytetään silloin, kun tausta on kirjava tai värillinen vaakuna ei erotu riittävästi taustasta.

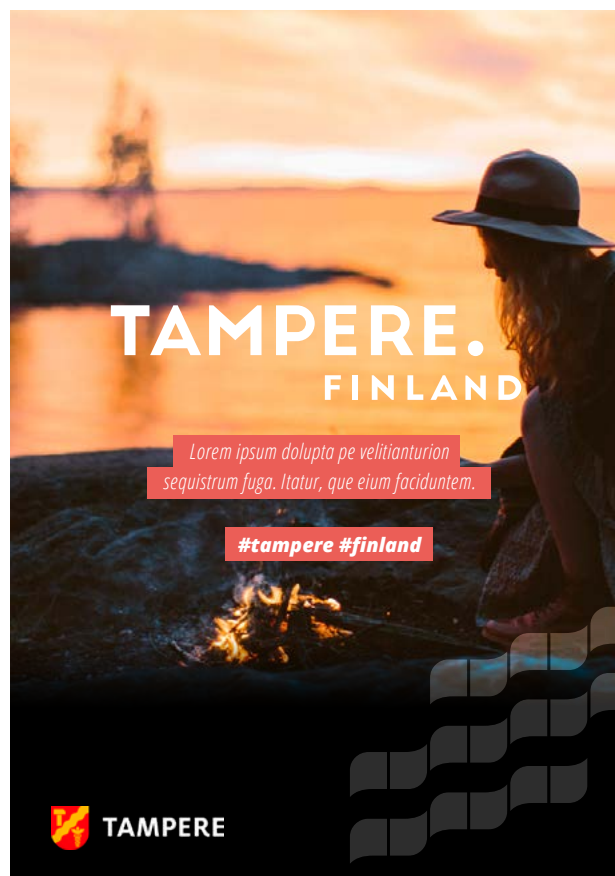
Logosta voi myös erikoistapauksissa käyttää pelkkää vaakunaa, joka sopii kapeaan tilaan.

Tunnuksen suoja-alue



Eri logovarioaatioilla on kaikilla sama suhteellinen suoja-alue, joka on yhden ison T-kirjaimen korkeuden verran kaikkiin suuntiin tunnuksen uloimmasta pisteestä. Myös tekstielementtien etäisyys vaakunasta on T-kirjaimen leveys. **Logon osia ei tule irrottaa tai asetella toisin kuin on ohjeistettu.**

Esimerkkejä



Tunnuksen ja vaakunalogon yhteiskäyttö

Vaakunalogoa ja tunnusta voidaan käyttää materiaaleissa yhdessä. Niitä ei kuitenkaan koskaan asetella rinnakkain, päällekkäin, vierekkäin tai lähelle toisiaan. Tampere.Finland-tunnuksen voi jättää pois, jos kyse on esimerkiksi pienestä lehti-ilmoituksesta. Silloin näkyviin laitetaan vain vaakunalogo, joka on kaupungin virallinen tunnus.

Vieressä muutama esimerkki tunnuksen ja vaakunalogon käytöstä.

VÄRIT

VÄRIPALETTI

TUMMAT PÄÄVÄRIT

WARM RED TUNNELMA	DARK WARM RED TUMMA TIILENPUNAINEN	BERRY RED MARJAN- PUNAINEN	RED VIOLET FUKSIA	DARK BLUE TYÖ
DARK WATER TUMMA VESI	STEEL BLUE TERÄKSEN- SININEN	PINE GREEN HAVUNVIHREÄ	WARM GREEN LÄMMIN VIHREÄ	

VAALEAT TEHOSTEVÄRIT

LIGHT WARM RED VAALEA TIILENPUNAINEN	PINK MUUTOS	LIGHT SKY BLUE VAALEA TAIVAS	LIGHT BLUE KOTI	AQUA BLUE VEDENSININEN
GREEN KOKEMUS	LIGHT PETROL VAALEA PETROOLI	YELLOW IDEA	AMARILLO YELLOW PAAHDE	LIGHT YELLOW HÄIVE

NEUTRAALIT VÄRIT

DEEP GRAY SYVÄ HARMAA	DARK GRAY TUMMA HARMAA	BLACK MUSTA	LIGHT BLUE GRAY VAALEA SINIHARMAA	LIGHT SAND VAALEA HIEKKA
--------------------------	------------------------------	----------------	---	--------------------------------

Värit

Tampereen kaupungin laaja väripaletti tuo vaihtelua ja monia käyttämahdollisuuksia visuaaliseen ilmeeseen. Kuusi väripaletin väriä on nimetty Tampereen brändin ydinsanojen mukaan (tunnelma, kokemus, koti, työ, idea ja muutos). Kaikkia väripaletin värejä saa käyttää minkä tahansa aiheen yhteydessä.

Pääväreinä suositellaan käytettävän tummia värejä, joiden päällä valkoisen tekstin kontrasti on riittävä. Vältetään käyttämästä mustaa tekstiä värien päällä. Vaaleat värit toimivat tehoste- ja lisäväreinä. Neutraaleilla väreillä tasapainotetaan väripalettia, ja ne toimivat vaihtoehtoina mustalle ja valkoiselle värille.

Väripaletista käytetään yhtä tai kahta tummaa väriä pääväreinä, joihin voi liittää muita vaaleita lisävärejä hallitusti. Neutraalit värit tasapainottavat ja rauhoittavat kokonaisuutta.

Väripaletin käytöstä on neuvoja ja esimerkkejä sivuilla 26–30.

Värikoodit

PMS Pantone Color Bridge Coated

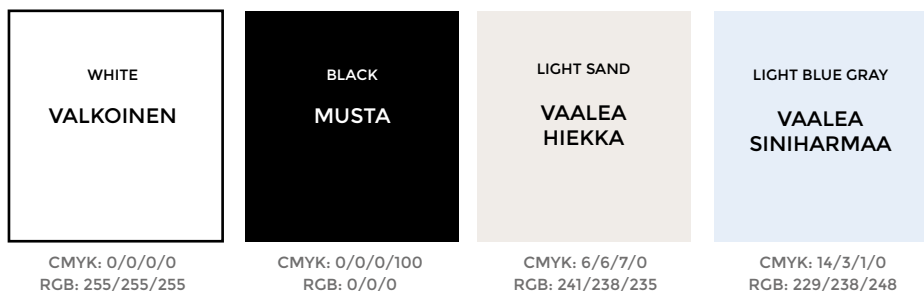
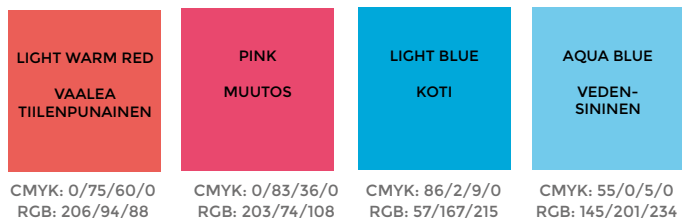
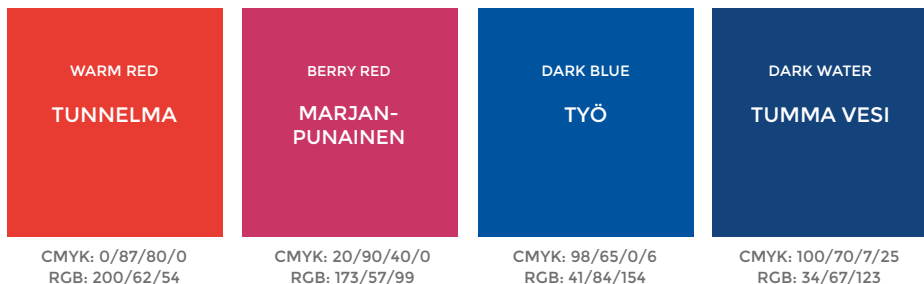
CMYK Coated Fogra39

Adobe RGB 1998

WARM RED TUNNELMA PANTONE: 1788 NCS S 1070-Y80R RAL 430-5 CMYK: 0/87/80/0 RGB: 200/62/54 HEX: #c83e36	DARK WARM RED TUMMA TIILENPUNAINEN PANTONE: 1797 NCS S 1580-Y90R RAL 3020 CMYK: 16/100/100/0 RGB: 174/30/32 HEX: #ae1e20	BERRY RED MARJAN- PUNAINEN PANTONE: 7425 NCS S 2060-R10B RAL 470-5 CMYK: 20/90/40/0 RGB: 173/57/99 HEX: #ad3963	RED VIOLET FUKSIA PANTONE: 7647 NCS S 2060-R30B RAL 510-6 CMYK: 25/87/16/2 RGB: 165/63/123 HEX: #a5407b	DARK BLUE TYÖ PANTONE: 300 NCS S 3065-R90B RAL 5005 CMYK: 98/65/0/6 RGB: 41/84/154 HEX: #29549a	DARK WATER TUMMA VESI PANTONE: 294 NCS S 4550-R80B RAL 630-6 CMYK: 100/70/7/25 RGB: 34/67/123 HEX: #22437b	STEEL BLUE TERÄKSEN- SININEN PANTONE: 7690 NCS S 3050-B RAL 650-2 CMYK: 100/36/17/4 RGB: 0/116/164 HEX: #0074a4	PINE GREEN HAVUNVIHREÄ PANTONE: 323 NCS S 5040-B50G RAL 740-6 CMYK: 85/12/53/35 RGB: 57/115/104 HEX: #397368	WARM GREEN LÄMMIN VIHREÄ PANTONE: 341 NCS S 4050-G RAL 6029 CMYK: 90/22/82/8 RGB: 65/129/84 HEX: #418155	
LIGHT WARM RED VAALEA TIILENPUNAINEN PANTONE: 178 NCS S 0570-Y80R RAL 430-4 CMYK: 0/75/60/0 RGB: 206/94/88 HEX: #eb5e58	PINK MUUTOS PANTONE: 198 NCS S 1079-R10B RAL 470-4 CMYK: 0/83/36/0 RGB: 203/74/108 HEX: #cb4a6c	LIGHT SKY BLUE VAALEA TAIVAS PANTONE: 2915 NCS S 0540-R90B RAL 650-1 CMYK: 58/8/1/0 RGB: 136/188/231 HEX: #88bce7	LIGHT BLUE KOTI PANTONE: 638 NCS S 1555-B10G RAL 660-1 CMYK: 86/2/9/0 RGB: 57/167/215 HEX: #39a7d7	AQUA BLUE VEDENSININEN PANTONE: 305 NCS S 0540-B10G RAL 660-4 CMYK: 55/0/5/0 RGB: 145/201/234 HEX: #91c9ea	GREEN KOKEMUS PANTONE: 367 NCS S 1050-G40Y RAL 230-3 CMYK: 45/0/70/0 RGB: 171/200/114 HEX: #abc872	LIGHT PETROL VAALEA PETROOLI PANTONE: 7465 NCS S 1050-B80G RAL 740-3 CMYK: 58/0/36/0 RGB: 140/193/179 HEX: #8cc1b3	YELLOW IDEA PANTONE: 123 NCS S 0580-Y10R RAL 1023 CMYK: 0/17/87/0 RGB: 244/210/64 HEX: #f4d240	AMARILLO YELLOW PAAHDE PANTONE: 1365 NCS S 1070-Y30R RAL 370-1 CMYK: 0/34/76/0 RGB: 232/180/85 HEX: #e8b455	LIGHT YELLOW HÄIVE PANTONE: 134 NCS S 0540-Y20R RAL 270-1 CMYK: 0/12/64/0 RGB: 248/222/121 HEX: #f8de79
WHITE VALKOINEN PANTONE: WHITE NCS S 0500-N RAL 9003 CMYK: 0/0/0/0 RGB: 255/255/255 HEX: #ffffff	BLACK MUSTA PANTONE: BLACK NCS S 9000-N RAL 9005 CMYK: 0/0/0/100 RGB: 0/0/0 HEX: #000000	DARK GRAY TUMMA HARMAA PANTONE: COOL GRAY 11 NCS 7000-N RAL 7016 CMYK: 0/0/0/90 RGB: 63/62/62 HEX: #3f3e3e	DEEP GRAY SYVÄ HARMAA PANTONE: COOL GRAY 9 NCS 5500-N RAL 7012 CMYK: 59/49/38/25 RGB: 104/104/114 HEX: #686872	LIGHT BLUE GRAY VAALEA SINIHARMAA PANTONE: 642 NCS 1010-R90B RAL 180-6 CMYK: 14/3/1/0 RGB: 229/238/248 HEX: #e5eef8	LIGHT SAND VAALEA HIEKKA PANTONE: WARM GRAY 1 NCS 1005-Y20R RAL 840-2 CMYK: 6/6/7/0 RGB: 241/238/235 HEX: #f1eeeb	VINKKI! Valitse väritaustan päälle tulevan tekstin väri (musta tai valkoinen) tätä sivua mallina käyttäen, jotta aineiston saavutettavuus toteutuu. Lue lisää saavutettavuudesta sivuilta 28–29.			

PÄÄVÄRIPALETTI

TAMPERE. FINLAND



Päivärit

Tampereen kaupungin laaja väripaletti tuo vaihtelua ja monia käyttömahdollisuuksia visuaaliseen ilmeeseen. Kuitenkin brändin pääväreinä toimivat tiilenpunaiset ja vedensiniset, joita tehostetaan ja kevennetään pinkillä ja vaaleilla neutraaleilla väreillä.

Laajasta väripaletista käytetään yhtä tai kahta tummaa pääväriä, joihin voi liittää muita vaaleita lisävärejä hallitusti. Neutraalit värit tasapainottavat ja rauhoittavat kokonaisuutta.

Värien käyttö ja yhdisteleminen

Laajasta väripaletista käytetään yhtä tai kahta tummaa pääväriä, joihin voi liittää muita vaaleita tehoste- tai lisäväriä hallitusti (enintään neljä). Myös tummia pääväriä voidaan käyttää tehoste- ja lisävärinä. Neutraaleja perusväriä voidaan yhdistää väripalettiin, kun halutaan vaihtoehtoja mustalle ja valkoiselle.

Lisäväriä voi myös käyttää yksinään pää- tai taustavärinä, mutta silloin tulee huomioida, että teksti erottuu taustasta saavutettavuuskriteerien mukaisesti (ks. s. 30).

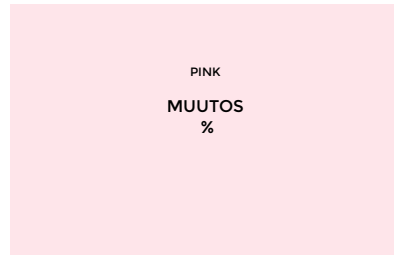
Suurin osa tämän sivun väriyhdistelmistä on löydetävissä tampere.fi-sivuston minikotisivujen väripaletteissa.

DARK WATER TUMMA VESI CMYK: 100/70/7/25 RGB: 34/67/123	WARM RED TUNNELMA CMYK: 0/87/80/0 RGB: 200/62/54	DARK WATER TUMMA VESI CMYK: 100/70/7/25 RGB: 34/67/123	AMARILLO YELLOW PAAHDE CMYK: 0/34/76/0 RGB: 232/180 /85
LIGHT SAND VAALEA HIEKKA CMYK: 6/6/7/0 RGB: 241/238/235	AQUA BLUE VEDENSININEN CMYK: 55/0/5/0 RGB: 145/201/234	AQUA BLUE VEDENSININEN CMYK: 55/0/5/0 RGB: 145/201/234	PINK MUUTOS CMYK: 0/83/36/0 RGB: 203/74/108
DARK WATER TUMMA VESI CMYK: 100/70/7/25 RGB: 34/67/123	RED VIOLET FUKSIA CMYK: 25/87/16/2 RGB: 165/63/123	WARM RED TUNNELMA CMYK: 0/87/80/0 RGB: 200/62/54	STEEL BLUE TERÄKSEN- SININEN CMYK: 100/36/17/4 RGB: 0/116/164
LIGHT SKY BLUE VAALEA TAIVAS CMYK: 58/8/1/0 RGB: 136/188/231	DARK BLUE TYÖ CMYK: 98/65/0/6 RGB: 41/84/154	WHITE VALKOINEN CMYK: 0/0/0/0 RGB: 255/255/255	LIGHT SKY BLUE VAALEA TAIVAS CMYK: 58/8/1/0 RGB: 136/188/231
PINE GREEN HAVUNVIHREÄ CMYK: 85/12/53/35 RGB: 57/115/104	AMARILLO YELLOW PAAHDE CMYK: 0/34/76/0 RGB: 232/180 /85	BERRY RED MARJAN- PUNAINEN CMYK: 20/90/40/0 RGB: 173/57/99	STEEL BLUE TERÄKSEN- SININEN CMYK: 100/36/17/4 RGB: 0/116/164
LIGHT PETROL VAALEA PETROOLI CMYK: 58/0/36/0 RGB: 140/193/179	WHITE VALKOINEN CMYK: 0/0/0/0 RGB: 255/255/255	LIGHT SAND VAALEA HIEKKA CMYK: 6/6/7/0 RGB: 241/238/235	AQUA BLUE VEDENSININEN CMYK: 55/0/5/0 RGB: 145/201/234
			WARM GREEN LÄMMIN VIHREÄ CMYK: 90/22/82/8 RGB: 65/129/84
			GREEN KOKEMUS CMYK: 45/0/70/0 RGB: 171/200/114
			LIGHT WARM RED VAALEA TIILENPUNAINEN CMYK: 0/75/60/0 RGB: 206/94/88
			LIGHT BLUE KOTI CMYK: 86/2/9/0 RGB: 57/167/215

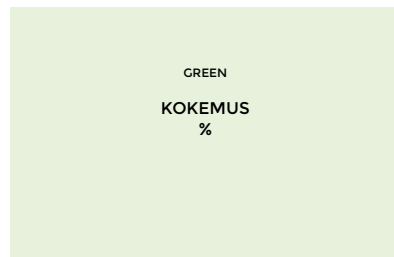
VAALENNETUT LISÄVÄRIT DIGITAALISEEN KÄYTTÖYMPÄRISTÖÖN



RGB: 226/240/236
HSB: 163/6/94
HEX: #E2F0EC



RGB: 247/228/233
HSB: 344/8/97
HEX: #F7E4E9



RGB: 234/241/219
HSB: 79/9/95
HEX: #EAF1DB



RGB: 249/236/212
HSB: 39/15/98
HEX: #F9ECD4

YHTEENSOPIVAT BRÄNDIVÄRIT (Voit käyttää yhtä tai useampaa yhteensopivaa väriä)



RGB: 34/67/123
HEX: #22437b



RGB: 57/115/104
HEX: #397368



RGB: 65/129/84
HEX: #418155



RGB: 0/116/164
HEX: #0074a4



RGB: 173/57/99
HEX: #ad3963



RGB: 200/62/54
HEX: #c83e36



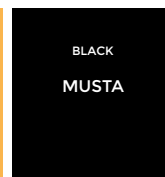
RGB: 171/200/114
HEX: #abc872



RGB: 57/115/104
HEX: #397368



RGB: 232/180/85
HEX: #e8b455



RGB: 0/0/0
HEX: #000000

Verkkoympäristön ja sähköisten materiaalien vaalennetut lisävärit

Digitaalisessa ympäristössä tulee saavutettavuuden kannalta huomioida erityisesti riittävä kontrasti. Siksi esimerkiksi verkossa ja digipinnoilla voidaan käyttää muutamia vaalennettuja brändivärejä. Tälle sivulle on koottu kaikki Tampereen kaupungin digitaalisessa ympäristössä käytettävät vaalennetut sävyt ja niihin yhteensopivat brändivärit.

Vaaleat värit on tehty brändisävyistä vaalentamalla ja niille on määritelty tarkat väriarvot, joita tulee käyttää. Muiden värien osalta vaalennukset, läpinäkyvyydet tai muut efektit eivät ole sallittuja.

NÄMÄ VAALEAT PERUSVÄRIT TOIMIVAT MYÖS HYVIN DIGITAALISESSA YMPÄRISTÖSSÄ



RGB: 229/ 238/ 248
HEX: #e5eef8



RGB: 241/ 238/ 235
HEX: #f1eeeb



Tekstin ja taustan välinen tummuuskontrasti

Verkkosisällön saavutettavuusohjeissa (WCAG 2.1, A- ja AA-tason kriteerit) määritellään, että tekstin ja taustan välisen kontrastin tulee olla riittävä. Normaalikokoisessa tekstissä kontrastin on oltava vähintään 4,5:1 ja isossa tekstissä vähintään 3:1.

Kontrastivaatimukset koskevat tekstin lisäksi myös sellaisia grafiikan osia, joita vaaditaan sisällön ymmärtämiseksi. Ota tämä huomioon esimerkiksi kuvaajien ja infografiikoiden suunnittelussa.

Seuraavan sivun taulukossa on esiteltynä väriyhdistelmät, jotka täyttävät saavutettavuuden kriteerit. Käytä siis vain taulukon väriyhdistelmiä, kun esität tekstiä väripohjalla. Hyvä nyrkkisääntö on valita ainakin kaksi väriä, joissa toimii valkoinen teksti taustavärin päällä, ja yksi vaalea sävy, jossa erottuu musta teksti.

TYPOGRAFIA

Montserrat

Light 300 // Regular 400 // Medium 500 // SemiBold 600 //
Bold 700 // ExtraBold 800 // Black 900 + Italic-leikkaukset

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 Å Ä Ö
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 å ä ö
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
‘ ’ “ ” (%) [#] { @ } / & \ < - + ÷ × = > ® © \$ € £ ¥ ¢ ; , . *

Open Sans

Light 300 // Regular 400 // Medium 500 // Semibold 600 //
Bold 700 // ExtraBold 800 + Italic-leikkaukset

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 Å Ä Ö
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 å ä ö
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
‘ ’ “ ” (%) [#] { @ } / & \ < - + ÷ × = > ® © \$ € £ ¥ ¢ ; , . *

Typografia

Tampereen kaupungin käytössä ovat Montserrat- ja Open Sans -fonttiperheet. Otsikoissa ja nostoissa käytetään Montserrat-fonttia, josta pääsääntöisesti käytetään vahvoja leikkauksia (Bold, ExtraBold ja Black).

Open Sansilla taitetaan pidemmät luettavat tekstit, kuten leipätekstit, ja siitä käytetään pääasiassa kevyitä leikkauksia (Light ja Regular). Italic-leikkausta käytetään lyhyissä nostoteksteissä. Tämä luo kontrastia vahvan Montserrat-otsikon kanssa.

Powerpointin fonttina käytetään Calibria, koska se on yleinen fontti, joka löytyy kaikilta esityskoneilta. Turvallisen yleisfontin käyttö esitysdioissa on suositeltavaa, koska erikoisfonttien käyttö saattaa sotkea koko esityksen.

Mikäli Montserrat- ja Open Sans -fontit eivät löydy valmiina koneeltasi, voit ladata ne tietokoneesi työpöydältä löytyvästä Ohjelmistojakelusta.

INDEKSI

Montserrat Light 300
13 pt / 17 pt / 0 ↔

OTSIKKO

Montserrat Black 900
40 pt / 36 pt / +30 ↔

2. OTSIKKO

Montserrat Light 300
22 pt / 33 pt / +30 ↔

INGRESSI

Open Sans
Semibold Italic 600
13 pt / 17 pt / 0 ↔

LEIPÄTEKSTI

Open Sans
Light 300 / Regular 400
8,5 pt / 15 pt / 0 ↔

PIKKUOTSIKKO

OTSIKKO.

Vahva ja lyhyt otsikko.

Ingressiteksteissä käytetään Open Sans -kirjasinperheen leikkausta kuten Semibold Italic 600. Tämä ingressi on taitettu ohjeen mukaisesti.

Leipätekstissä käytetään Open Sans -kirjasinperheen kevyempiä leikkauksia kuten Regular 400 tai Light 300. Korostuksissa käytetään **Bold 700**-leikkausta. Tämä leipätekstikappale on taitettu ohjeen mukaan käyttäen Open Sans -kirjasinperheen Light 300-leikkausta.

Typografia

HUOM! Viereiset esimerkit eivät ole ohjekokoja kaikkiin sovelluksiin, vaan ne toimivat tässä esimerkkinä mallitypografian koko- ja paksuuskontrasteista.

Ydinsanojen typografiset ohjeet löytyvät Kuvat ja ydinsanat -osiosta (s. 47).

OTSIKKO

Montserrat Black 900
40 pt / 36 pt / +30 ↔

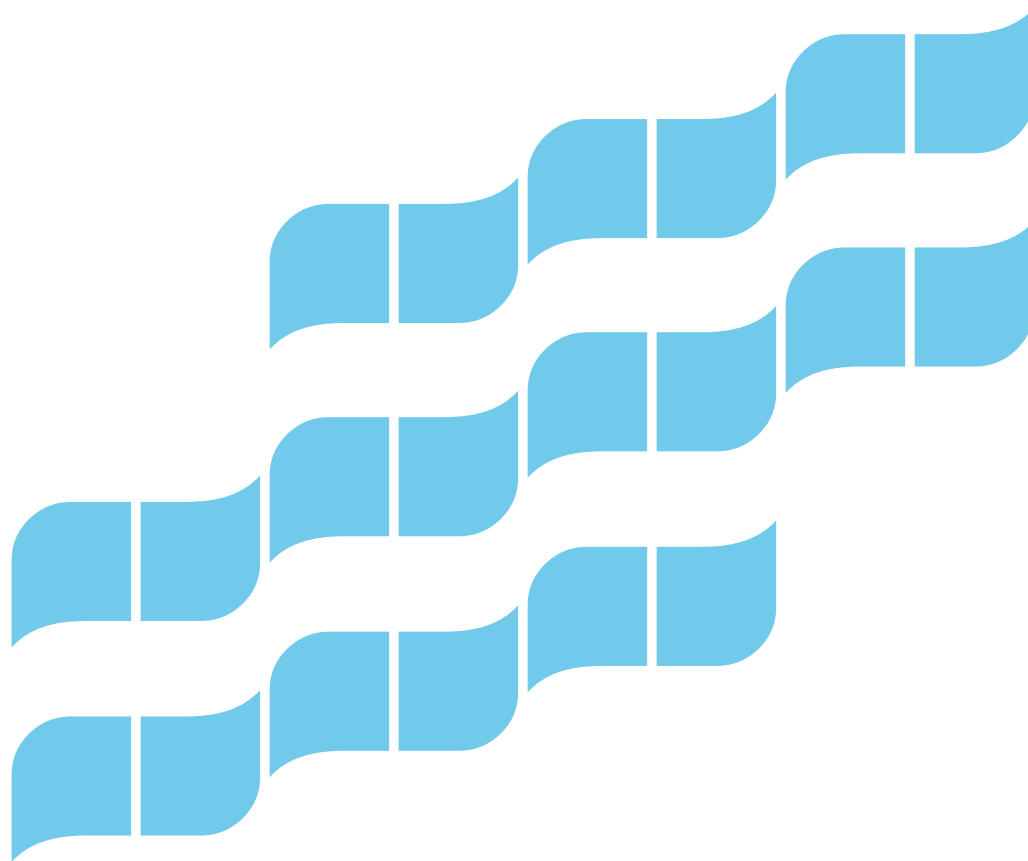
NOSTO

Open Sans Light Italic 300
11 pt / 17 pt / 0 ↔

OTSIKKO.

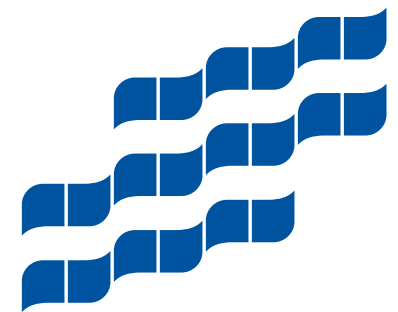
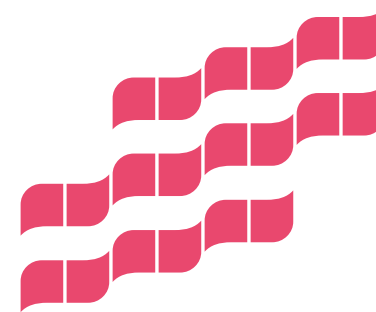
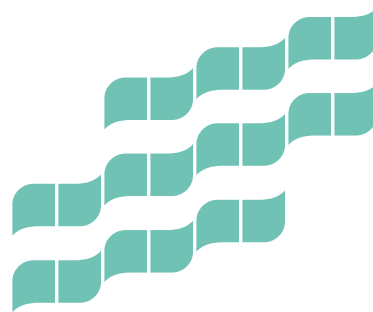
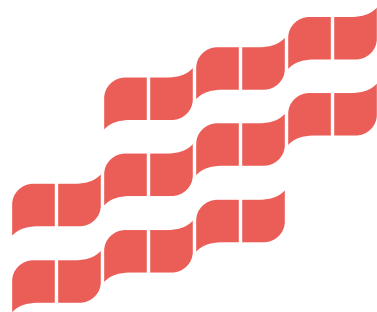
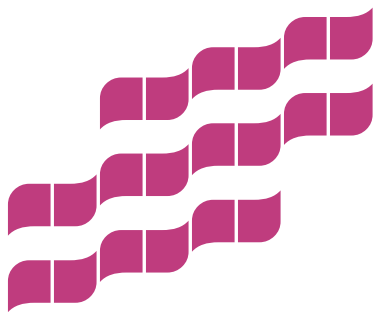
Lyhyissä nostoteksteissä toimii Open Sans Light Italic 300. Se luo kontrastia ja leikkisyyttä lyhyen ja vahvan otsikon kanssa (Montserrat Black 900).

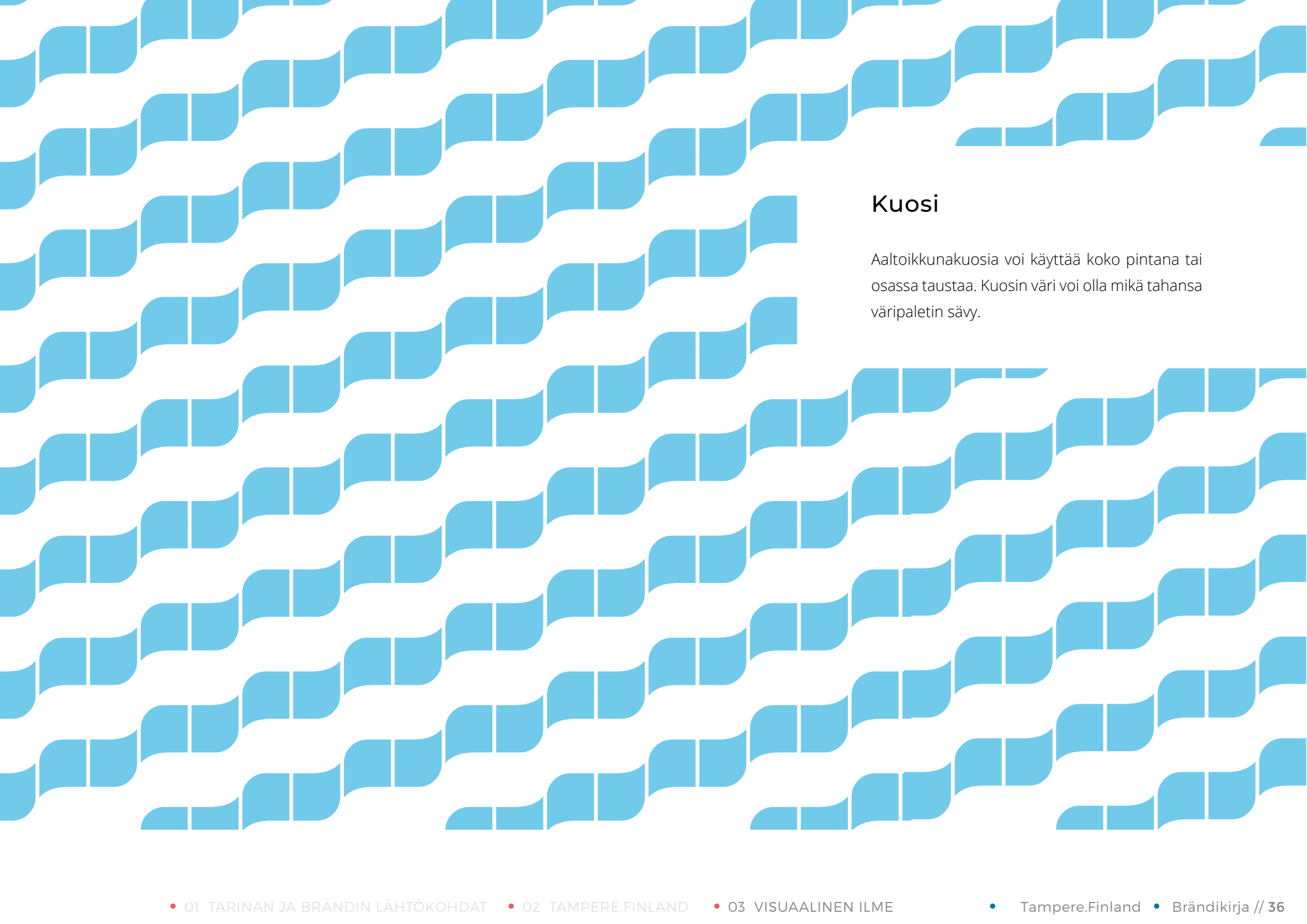
GRAFIIKKA



Grafiikka

Graafinen elementti, aaltoikkuna, yhdistää ennestään tuttua ikkunagrafiikkaa ja aaltokuviota. Siihen on poimittu vanhasta ikkunagrafiikasta tuttu muoto ja suunnan jatkuvuus. Se mukailee myös aallon muotoa.





Kuosi

Aaltoikkunakuosia voi käyttää koko pintana tai osassa taustaa. Kuosin väri voi olla mikä tahansa väripaletin sävy.



Grafiikan käyttö

Brändikirja sisältää useita esimerkkejä. Tiettyihin sovelluksiin, kuten kirjepohjaan tai käyntikortteihin, on tehty valmiit taittopohjat, joihin grafiikan paikka on määritelty. Muuten elementit ovat vapaasti käytettävissä joko kuvan rajaajina, visuaalisina lisäelementteinä tai kuosina.

IKONITYYLI



Ikonityyli

Tampere.Finland-ilmeessä käytetään yksivärisiä viivapiirrosikoneita. Ikoni voidaan sijoittaa joko värilliselle tai valkoiselle pohjalle tai värillisen ympyrän sisään.

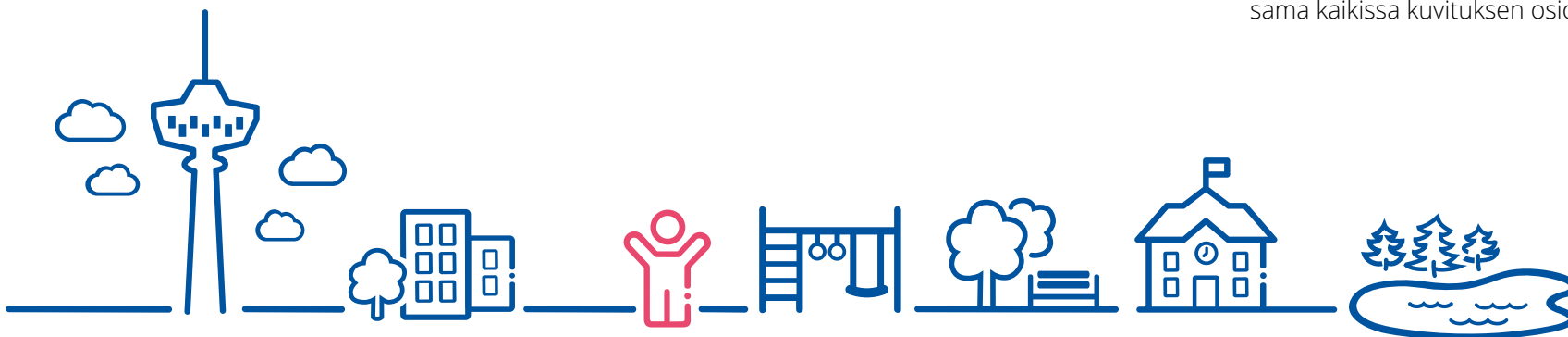
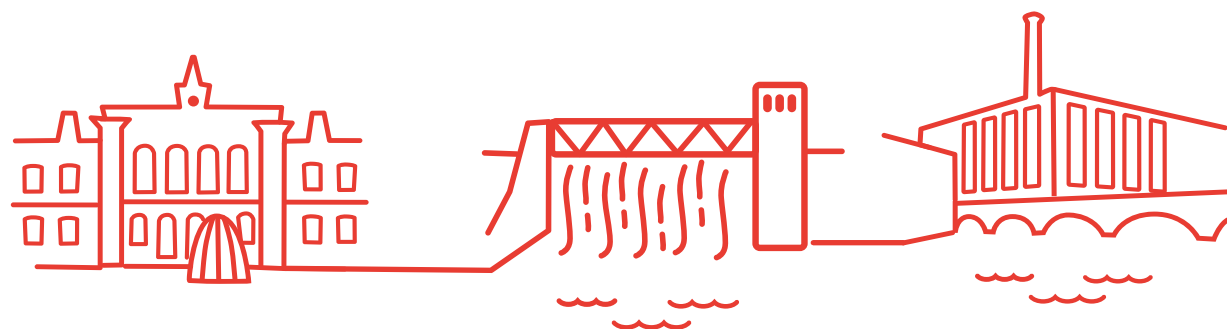
Ikoneita löydät muiden graafisten elementtien ja tunnusten tapaan materiaalipankista. Mikäli sopivaa ikonia ei löydy materiaalipankista ja käytät muualta hakemaasi ikonia tai teet/teetät ikonin itse, varmista, että ikoni on materiaalipankin ikonien kaltainen viivapiirrosikoni ja se sisältää mielellään yhden piste-elementin.

Huom! Erilaisten piirros- ja kuvituskuvien käyttö tunnuksina (logoina) ei ole brändinmukaista. Some-kanavien profiilikuvista on oma ohjeistus sivulla 62.



Kuvitus ikoneilla

Tampere.Finland-ilmeessä käytettävistä viivapiirrosikonista voidaan rakentaa kuvituksia. Yhdistelemällä eri ikoneja ja asettelemalla ne haluttuun kokonaisuuteen voit luoda kokonaisvaltaisemman kuvituksen kuin vain yhdellä ikonilla. Kuvituksen väritys tulee pitää yksivärisenä, jotta kokonaisuus on eheä, mutta voit korostaa joitakin kuvituksen osia yhdellä lisävärillä, jos se on kokonaisuuden kannalta tärkeää.



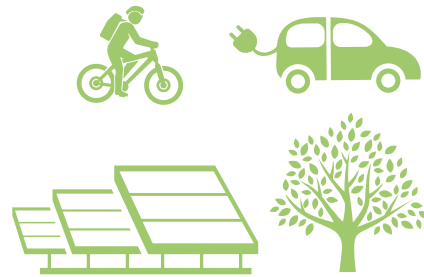
Ikoneita löydät muiden graafisten elementtien ja tunnusten tapaan materiaalipankista. Mikäli sopivaa ikonia kuvitusta varten ei löydy materiaalipankista ja käytät muualta hakemaasi tai tekemääsi ikonia, varmista, että ikoni on materiaalipankin ikonien kaltainen viivapiirrosikoni. Ikonissa tulee olla myös yksi piste-elementti. Viivan paksuuden tulee olla sama kaikissa kuvituksen osiossa.

KUVITUS

Kuvitustyyli

Tampereen kaupungin materiaaleissa on mahdollista käyttää myös tarinallisempaa siluettikuvitustyyliä. Sivun kuvat ovat esimerkkejä. Oman kuvituksen voi tilata graafikolta. Kuvituksia tehdessä on huomioitava, että tyyli on selkeän graafinen ja siluettimainen ja siinä on tarinallisia elementtejä. Kuvitus tulee olla yksi- tai kaksivärinen.

Huom! Erilaisten piirros- ja kuvituskuvien käyttö tunnuksina (logoina) ei ole brändinmukaista. Some-kanavien profiilikuvista on oma ohjeistus sivulla 62.

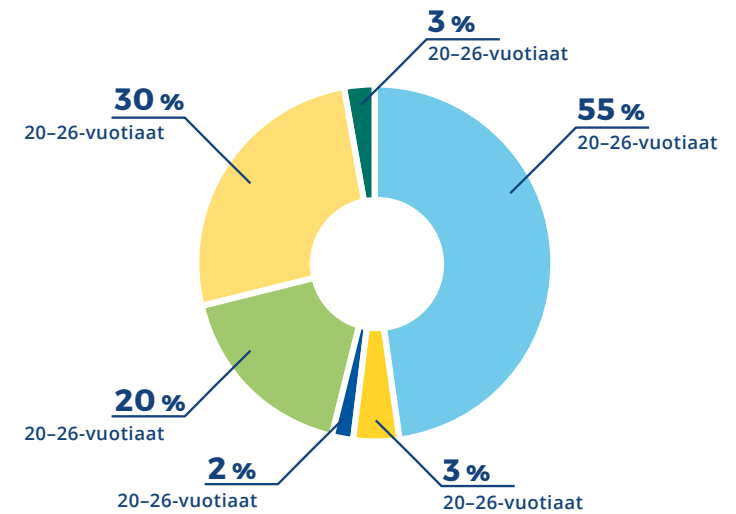
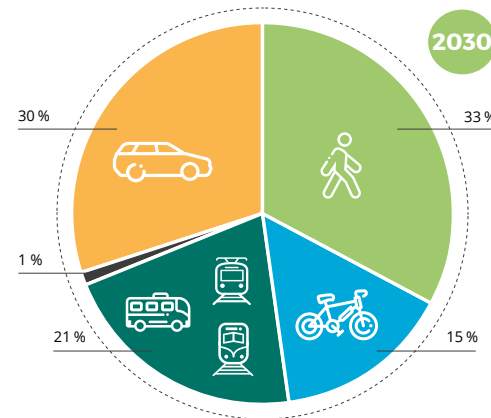
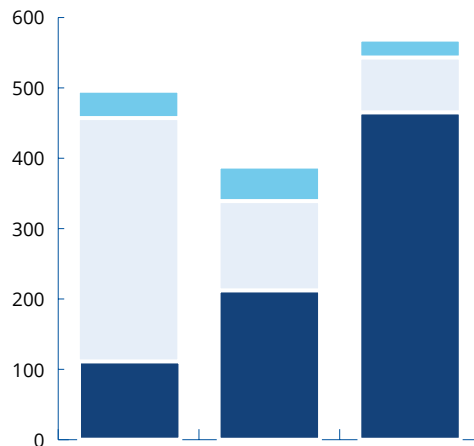




Graafit ja infografiikat

Tampere.Finland-ilmeen mukaisissa graafeissa ja infografiikassa käytetään väripaletin värejä. Väreistä ei tule käyttää vaaleampia sävyjä (esim. 80% sävy). Graafeissa paletin värejä voi yhdistellä vapaasti. Graafit voidaan sijoittaa joko valkoiselle tai värilliselle pohjalle riittävä kontrasti huomioiden.

Vieressä esimerkkejä graafien värien käytöstä.



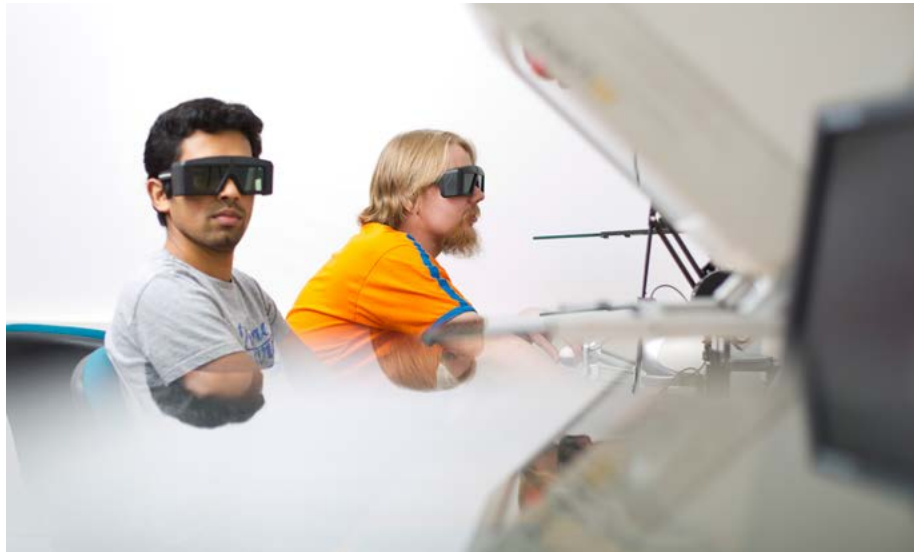
KUVAT JA YDINSANAT



Kuvamaailma

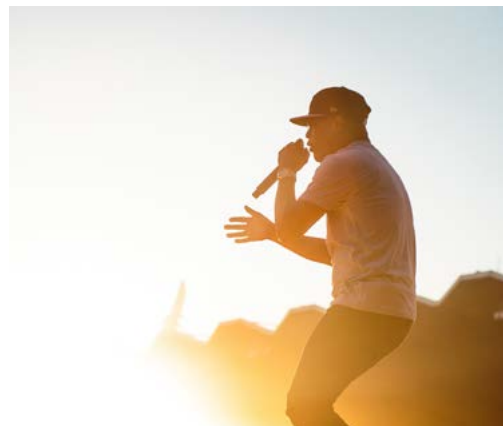
Tampere.Finland-brändiin yhdistetään pelkistettyjä ja itsevarmoja kuvia, joissa ihmiset tai ihmisen läsnäolo ovat keskiössä. Suosimalla erilaista asetelua kuviin luodaan syvyyttä ja mielenkiintoisia yksityiskohtia.

Kuviin saadaan uudenlaista jännitettä yhdistelemällä tekstiä ja kuvia yllättävällä tavalla.



Kuvausohje

- Kuissa tulee olla syvyyttä. Esimerkiksi tarkennus tehdään kauempana olevaan kohteeseen, jolloin etualalla oleva kohde jää epätarkaksi. Tarkentaa voi myös edessä olevaan kohteeseen tai yksityiskohtaan, jolloin tausta tai maisema jää epätarkaksi.
- Asettelulla ja yksityiskohtia korostamalla luodaan kuviin mielenkiintoa.
- Kuissa voi leikitellä valolla käyttäen joko vasta-aloa tai vahvaa sivuvaloa luomaan varjoja ja kontrastia.
- Pääsääntöisesti suositetaan laajakuvaa tai laajaa rajausta, jotta kuviin jää taitossa pelivaraa asetelulle.
- Kuissa tulisi myös huomioida, että tekstejä saatetaan käyttää kuvan keskellä.





Kuvapankki

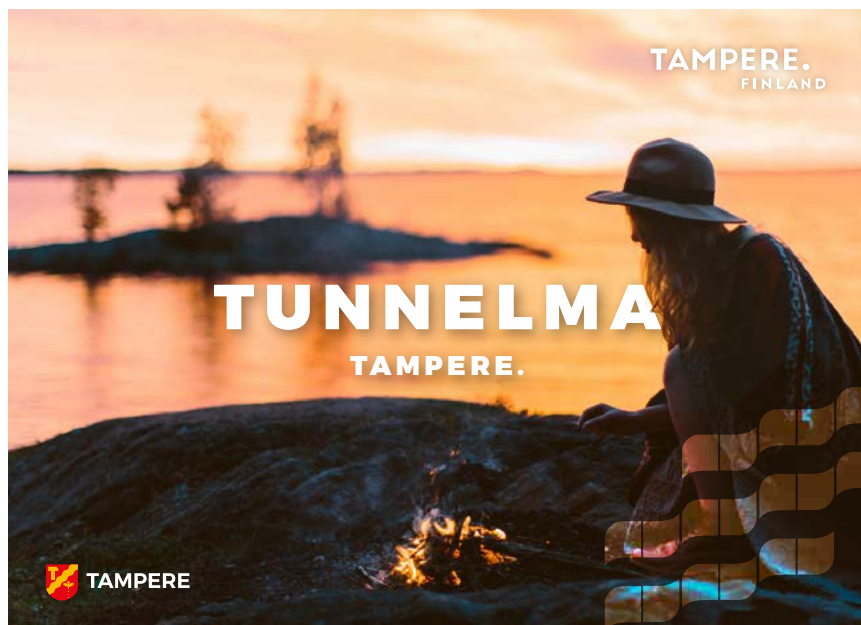
Kuvat on tarkoitettu Tampereen seudun markkinointiin ja lehdistölle. Kuvia tulee käyttää hyvän tavan mukaisesti, eikä niitä saa käyttää asiayhteydestä irrotettuna tai poliittisissa tarkoituksissa. Kun käytät kuvia, kuvaajan nimi on mainittava. Ilmoita kuvan lähteeksi Visit Tampere Oy.

Mikäli jaat kuvan sosiaalisessa mediassa, sen yhteydessä tulee käyttää kuvaajan nimeä ja hashtagiä #VisitTampere. Kuvia ei saa käyttää kaupallisesti (esimerkiksi myytävissä tuotteissa). Kuvien kaupallisesta käytöstä tulee sopia erikseen valokuvaajien kanssa. Kuvien käyttäminen luvatta kaupallisiin tarkoituksiin saattaa johtaa oikeudellisiin toimenpiteisiin.

Hae tunnukset kuvapankkiin täältä:

tampere-kuvapankki.fi





KOTI
TAMPERE.

TYÖ
TAMPERE.

TUNNELMA
TAMPERE.

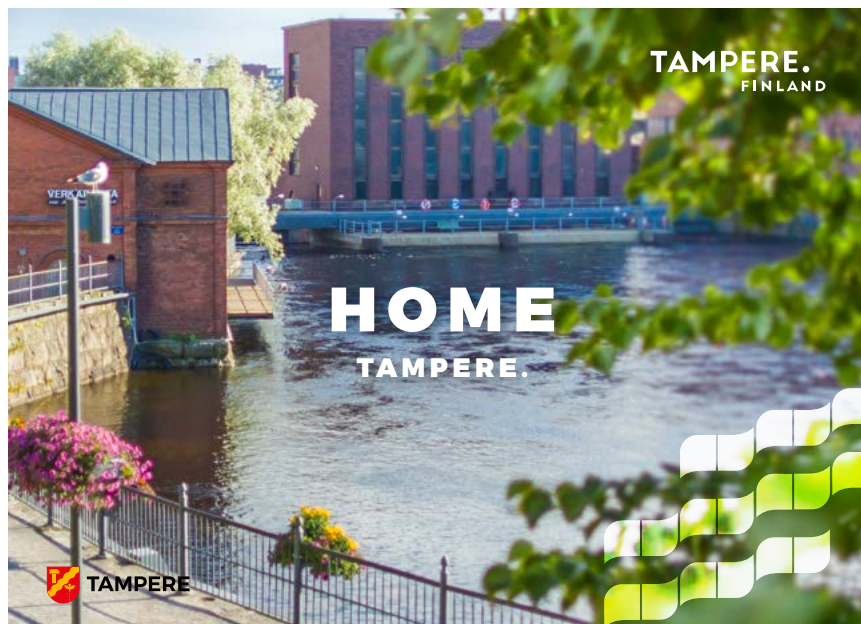
KOKEMUS
TAMPERE.

MUUTOS
TAMPERE.

IDEA
TAMPERE.

Ydinsanojen käyttö kuvien kanssa

Kuusi ydinsanaa (koti, työ, tunnelma, kokemus, muutos ja idea) kuvastavat Tampereen monipuolisuutta. Valitut sanat ovat neutraaleja substantiiveja. Voimakkaan vaikutuksen luomiseksi sanoja voidaan käyttää kuvien yhteydessä niin, että sanojen yhteyteen ei tuoda muita sanoja (esim. leppoisia tunnelma). Sanojen kanssa käytettäviä kuvia voidaan vaihtaa niin, että ne sopivat eri käyttötarkoituksiin.



HOME
TAMPERE.

WORK
TAMPERE.

FEELING
TAMPERE.

EXPERIENCE
TAMPERE.

CHANGE
TAMPERE.

IDEA
TAMPERE.

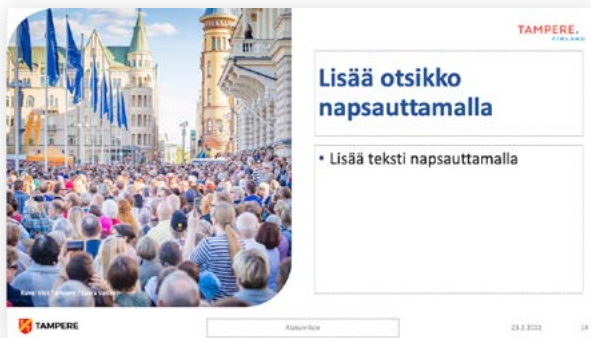
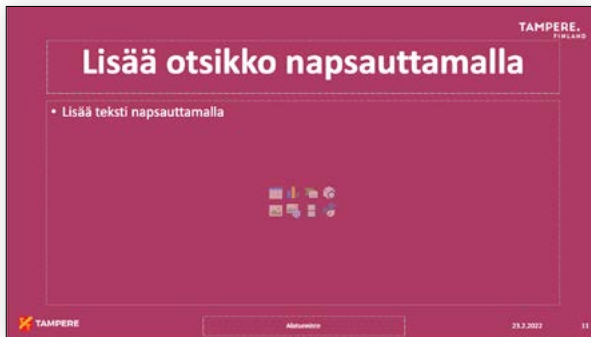
Kuvan kanssa käytettynä ydinsanan yhteydessä lukee aina 'Tampere.'. Tampere.-teksti ei ole osa Tampere.Finland-tunnusta vaan tekstimuoto, joka kirjoitetaan Montserrat-fontilla ja versaalilla. Sanat sijoitetaan keskelle taittopohjaa kuvan päälle.

VISUAALISEN ILMEEN ESIMERKKEJÄ JA OHJEISTUKSET BRÄNDIPOHJIEN KÄYTÖSTÄ

Käyntikortti

Kaksipuolisessa käyntikortissa on tiedot sekä suomeksi että englanniksi. Aaltoikkunagrafiikka voidaan toteuttaa kohdelakkauksena mattapintaiseen paperiin, jolloin kuvio hohtaa ja erottuu tyylikkäästi.





PowerPoint-esityspohjat

Ota Tampereen kaupungin PowerPoint- ja Word-pohja käyttöön avaamalla ohjelma ja valitsemalla ylävalikosta Tiedosto > Uusi > valitse tarvitsemasi asiakirja tai Powerpoint-pohja.

Ulkoinen asiakirja



Yksikkö

Osasto

Asiakirjan nimi

Pvm

Vastaanottavan henkilön nimi

Jakeluosoite

Postinumero ja postitoimipaikka

Viite

Otsikko

"Asiakirjan tekstin aloituskohta"

Jos asiakirja osoitetaan tietylle henkilölle, kirjoitetaan hä

osoitetietoihin ensimmäiseksi. Osoitetiedot kirjoitetaan

Jos kirje lähetetään ulkomaille, maan nimi lisätään kuud

Sisennetty leipäteksti jos etuotsikkoa ei ole.

Etunimi Sukunimi

virkanimike

Etunimi Suk

virkanimike

Lisätietoja

Etunimi Sukunimi

000 123 4567

etunimi.sukunimi@tampere.fi

Liite

Tiedoksi

Liitteen nimi

Yksiköt tai henkilöt



Tampereen kaupunki

PL 487, 33101 TAMPERE

Puh. 030 565 611

kirjaamo@tampere.fi

www.tampere.fi

Y-tunnus 0211675-2



Asiakirjan nimi

1 (1)

Yksikkö

Osasto

Pvm

Dnro

1 Otsikko 1

Leipäteksti 4,6 cm sisennys

Luettelo

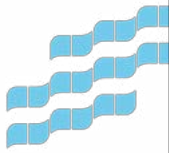
- ensimmäinen
 - toinen
 - kolmas.

Numerointi

1 ensimmäinen

a toinen

i kolmas

Word-pohjat

Tampere.Finland-ilmeen mukaiset Word-asiakirjapohjat ovat ladattavissa materiaalipankista: ***tampereenbrandi.fi***.



TAMPERE.
FINLAND

TUNNELMA

TAMPERE.

Lorem ipsum dolupta pe velitianturi-
on sequistrum fuga. Itatur, que eium
faciduntem.

#tampere #finland



TAMPERE.
FINLAND

TUNNELMA

TAMPERE.

Lorem ipsum dolupta pe velitianturi-
on sequistrum fuga. Itatur, que eium
faciduntem.

#tampere #finland



väh. 15 mm

Brändijulistepohjan ohjeet

Taustakuva ja teksti:

Taittopohja jaetaan kolmeen osaan. Yläosa jää vapaaksi elementeistä, keskiosaan sijoitetaan tekstit keskitetysti. Alaosaan vasempaan alakulmaan tulee sijoittaa vaakuna ja oikeaan alakulmaan aaltoikkunagrafiikka.

Tunnus tai vaakunalogo sijoitetaan sivun alakulmaan vähintään 15 mm päähän reunoista.

Julistepohjat löytyvät materiaalipankista.

OTSIKKO:

Montserrat Black 900
93 pt / 64 pt / +100 ↔
Montserrat Black 900
38 pt / 64 pt / +150

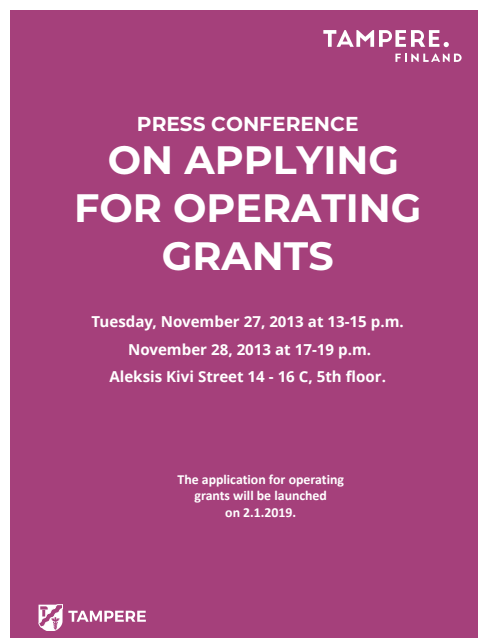
LEIPÄTEKSTI:

Open Sans Regular 400
29 pt / 41 pt / +25

NOSTO:

Open Sans Bold 700
27 pt / 41 pt / 0

HUOM! Fonttikoot ja suoja-
alueet ovat ohjekokoja A3-ko-
koiselle julisteelle. Suurem-
massa julistekoossa koot
tulee skaalata koon mukaan.



PowerPoint-julistepohjat

PowerPoint-tiedostoon on tehty A3-kokoisia julistepohjia, joita voi muokata omaan käyttöön sopiviksi ilman erillistä taitto-ohjelmaa. Tiedostosta löytyy kuvallisia ja kuvattomia pohjia, ja pohjien värimaailmaa voi muuttaa. Pohjien värejä ja aseteluja voi muuttaa.

Mallipohjissa on esimerkkejä kuvien ja sisältöjen aseteluun, mutta lopputulos on täysin sisällöstä kiinni. Otsikkotasoja voi lisätä tai poistaa, sisältötekstin määrää ja asetelua voi muokata tarpeen mukaan. Logoille ja tunnuksille on määritetty kiinteät paikat pohjaan.

Lisää ohjeita pohjien muokkaamiseen löytyy PowerPoint-pohjan muistiinpanoista.

Jos tulostat julisteen itse, tee valmiista julisteesta pdf-tiedosto ennen tulostusta.

PowerPoint-julistepohjat löytyvät materiaalipankista: ***tampereenbrandi.fi***.



Digitaulun julistepohjat (PowerPoint)

PowerPoint-tiedostoon on tuotettu 16:9-suhdekokoon pysty- ja vaakasuuntaisia digitaalupohjia, joita voi muokata omaan käyttöön sopiviksi ilman erillistä taitto-ohjelmaa. Tiedostosta löytyy kuvalisia ja kuvattomia pohjia, ja pohjiien värimaailmaa voi muuttaa.

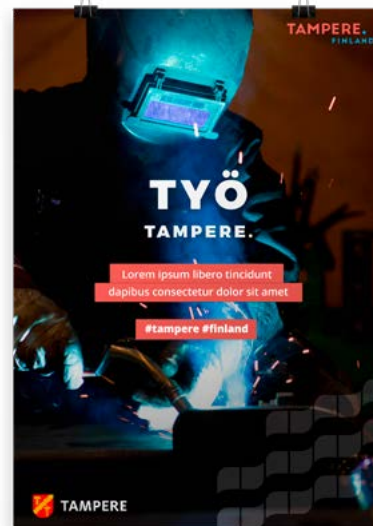
Mallipohjissa on esimerkkejä kuvien ja sisältöjen asetteluun, mutta lopputulos on täysin sisällöstä kiinni. Otsikkotasoja voi lisätä tai poistaa, sisältötekstin määrää ja asettelua voi muokata tarpeen mukaan. Ainoastaan logoille ja tunnuksille on määritetty kiinteät paikat pohjaan.

Lisää ohjeita pohjien muokkaamiseen löytyy PowerPoint-pohjan muistiinpanoista.

Diginäyttöpohjat löytyvät materiaalipankista: ***tampereenbrandi.fi***.

Näin teet lopullinen digiaineiston PowerPoint-ohjelmassa:

1. Valitse Tiedosto > Vie...
 2. Nimeä tiedosto
 3. Valitse tallennuspaikka
 4. Valitse alalaidasta Tiedostomuoto > JPEG
 5. Tarkista, että leveys ja korkeus on määritetty oikein (vaaka: 1920 x 1080 px, pysty: 1080 x 1920 px).
- Jos mitat ovat väärin, korjaa ne ja paina lopuksi Vie-nappia.



Muita esimerkkejä brändi-ilmeestä

Brändillisiä juliste- ja rollup-esimerkkejä
Tampereen ydinsanoilla.



1.



2.



4.



3.



5.

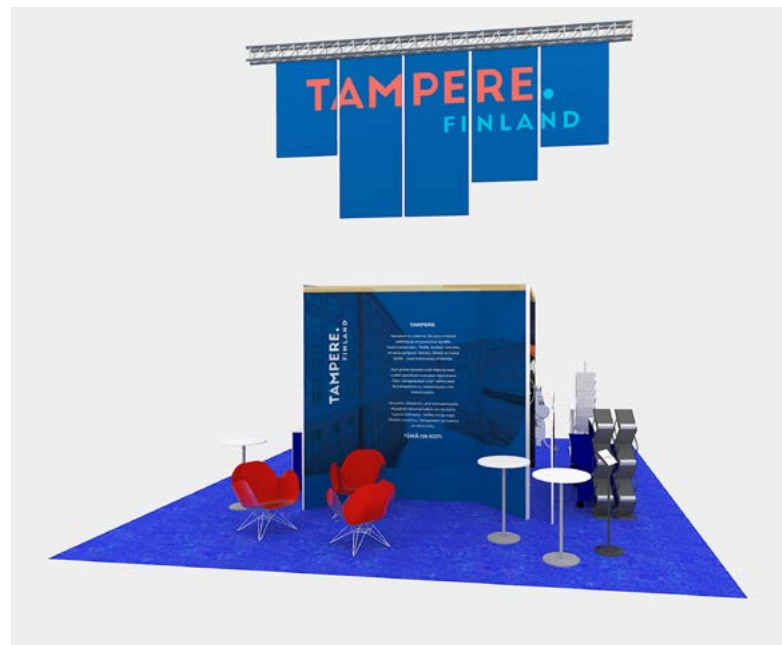


1. Terveyspalvelujen neuvonnan digitaulu
2. Tampereen palvelupisteen digitaulu
3. Viiden tähden keskustan markkinointia
4. Mun.Tampere-medianäyttö
5. Postikortti



1. Vihko
2. Avainnauha
3. T-paita
4. Kangaskassi
5. Kynä
6. Paperikäärekarkit
7. Läpinäkyvä juomapullo

BRÄNDI-ILMEEN SOVELTAMINEN JA ESIMERKIT



Miksi yhtenäinen visuaalinen identiteetti

Yhtenäinen visuaalinen identiteetti tuottaa useita hyötyjä Tampereen kaupungille. Yhteinen visuaalinen ilme antaa kaupungille kasvot ja persoonallisuuden. Kaupungin ilme säilyy tuttuna ja tunnistettavana materiaalista toiseen. Graafisia ohjeita tulee noudattaa, koska ne rakentavat osaltaan kaupungin brändiä. Johdonmukainen ilme lisää luottamusta ja brändin arvoa. Yhtenäinen visuaalinen identiteetti on vaikuttavin ja samalla kustannustehokkain tapa rakentaa tavoiteltua Tampere-kuvaa.

Ilmeen soveltaminen on jaettu kolmeen käyttötarkoitusr ryhmään. Seuraaville sivuille on koottu ohjeita ja neuvoja ilmeen soveltamiseksi.

Ensisijainen ilmeen käyttö. Näitä ohjeita tulisi kaikkien Tampereen kaupungin ilmettä käyttävien soveltaa ilman poikkeuksia.

Teemakokonaisuudet. Nämä ohjeet koskevat teemakokonaisuuksia, joilla on kaupungin toiminnassa strategisesti merkittävä rooli. Näitä ohjeita noudatetaan myös silloin, kun tarvitaan näyttävä ilme useille toiminnaltaan laajoille toimintoille.

Projekti tai hanke. Näihin liittyvissä materiaaleissa noudatetaan ensisijaisesti Tampereen brändin mukaista visuaalista ilmettä, jota sovelletaan tapauskohtaisesti hankkeen tai projektin pääomistajien lähtökohdista.



Ensisijainen käyttö

Tampereen brändi-ilmeen yhdenmukaistamiseksi on luotu ohjeita, joita tulee noudattaa parhaan harkintakyvyn mukaan. Seuraaville sivuille on kerätty ohjeita oman ilmeen luomiseksi.

Ensisijainen ilmeen soveltaminen

- Kaikkien materiaalien tulee noudattaa visuaaliselta ilmeeltään (väreiltään, typografialtaan, grafiikaltaan, ikoneiltaan ja kuviltaan) sekä logojen osalta kaupungin brändin mukaista toteutusta.
- Omaa ilmettä luodaan värivalinnoilla (Tampereen brändipaletista), layoutilla ja kuvavalinnoilla.
- Värejä ei voi varata tietyille toiminnoille.
- Oman logon, tunnisteiden, tunnuksen, kuosin tai fontin käyttö ei ole sallittua.



Hashtag-nimen ladontatyyli:

1. **#LiikkuvaTampere**
2. **#Liikkuva-Tampere**
3. **#LIKKUVATAMPERE**
4. **#LIKKUVA-TAMPERE**

Ensisijainen käyttö

Oman yksikön tai palvelun nimen esiintuominen erilaisissa materiaaleissa ja verkkosivuilla.

Yksikön tai palvelun nimen tulee esiintyä materiaalin sisällössä, kuten verkkosivuilla herokuvan otsikossa tai pääotsikoissa. Printtimateriaaleissa nimi tulee tuoda esille aineiston pääotsikossa tai väliotsikoissa materiaalin alussa. Joillekin yksiköille on luotu oma vaakunalogo, jossa nimi esiintyy.

Nimen tai lyhenteen voi latoa hashtag-muotoon (#) ja käyttää sitä tiedostona (**#nimi tai #NIMI**).

- Nimi tulee kirjoittaa yhteen ilman välilyöntejä tai -merkkejä yhdelle riville. Pitkien nimien kohdalla voidaan nimi kirjoittaa kahdelle riville (riviväli +2 pt kirjainkoosta, vasen tasaus).
- Jos aihetunnisteessa on useampi sana, sanojen ensimmäiset kirjaimet tulee kirjoittaa isolla alkukirjaimella. Esim. ei #kaksisanaa vaan #KaksiSanaa. Tämä helpottaa niin näkeviä kuin näkövammaisten ruudunlukuohjelmia hahmottamaan, mistä alkaa uusi sana ja mihin päättyä edellinen.
- Käytettävä fontti on Montserrat ja leikkaus bold. Fontin automaattivälitykseen ei saa tehdä muutoksia, eikä fonttia saa muokata.
- Hashtag-nimen väri voi olla mikä vaan brändiväripaletin väreistä. Huomioithan saavutettavuuden kontrastivaatimuksen väriä valittaessa (ks. 30).
- Markkinointimateriaaleissa digissä + printissä (verkkosivut, esitteet, julisteet, ilmoitukset, diapohjat ym.) käytetään aina sekä Tampere.Finland -tunnusta että vaakunatunnusta oman palvelun nimen / hashtagin lisäksi.
- Tampere.Finland-tunnuksen pääsääntöinen paikka on oikeassa yläkulmassa. Sitä ei tule sijoittaa vaakunalogon tai hashtagin viereen.
- Hashtag-nimen voi sijoittaa aineiston sisällön yhteyteen tai oikeaan alakulmaan tai alareunaan vaakunalogon jälkeen logorivissä (jos useampia toimijoiden logoja). Hash-tagia ei saa kuitenkaan käyttää logomaisesti eikä se voi sijaita Tampere.Finland-tunnuksen paikalla oikeassa yläkulmassa.

1.



2.



3.



Ensisijainen käyttö

Some-kanavien profiilikuva

Yhtenäisen brändi-ilmeen muodostamiseksi yksikön omien some-kanavien profiilikuissa voi käyttää kolmenlaisia vaihtoehtoja:

1. Pääasiassa suositetaan versiota, jossa profiilikuvana on valokuva, joka kuvastaa yksikköä tai sen toimintaa.

2. Vaihtoehtoisesti profiiliin voi valita myös Tampereen brändiin kuuluvista ikoneista toimintaan ja yksikköön sopivan ikonin ja käyttää sitä värillisellä taustalla. Tarvittaessa kuvaan voi lisätä aaltoikkunagrafiikkaa.

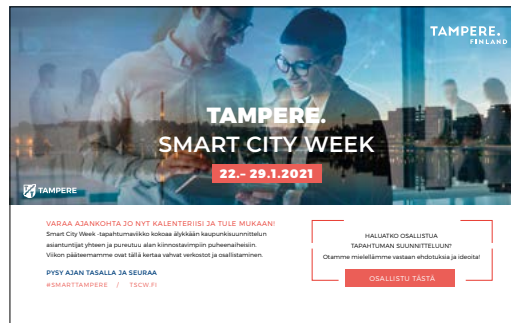
3. Jos profiilikuvaan ei löydy sopivaa kuvaa tai ikonia, voidaan käyttää brändi-ilmeen mukaan tehtyä hashtag-nimitunnistetta. Hashtag-nimi tulee asetella valitun brändiväriin päälle valkoisena. Kuvaan voi lisätä tarvittaessa aaltoikkunagrafiikkaa.

Huom! Muiden piirros- ja kuvituselementtien kuin Tampereen brändin ikonien käyttö yksikön tai palvelun some-kanavien profiilikuvana ei ole brändin mukaista.



Tampereen kaupunki tilaa tai tuottaa itse vuosittain useita kaupunkitilassa toteutettavia bränditapahtumia. Bränditapahtuma on luonteeltaan kaikille avoin, maksuton, näkyvästi kaupunkitilassa oleva yhteisöllinen tapahtuma, jolla tuetaan kaupungin tavoitteita ja näkyvyyttä. Tapahtumiin panostetaan, koska niiden merkitys kaupungin imagolle (muutto-, opiskelu- ja matkailuhaluukkuus) on huomattava. Tapahtumilla tavoitellaan erityisesti pimeän ajan toiminnan kehittämistä ja keskustan elävöittämistä vuodenaikana, jolloin muu tapahtumatarjonta ja elämyksellisyys on vähäisempää.

Tapahtumille on luotu oma ilme, jonka haluttiin erottuvan muista kaupungin materiaaleista ja tapahtumista. Kuvarajauksella ja vuodenaikaa kuvastavalla graafisella elementillä (valo- ja lippunauha) on luotu ilmeeseen uutta ulottuvuutta, mutta kuitenkin niin, että ilme nojaa vahvasti Tampereen brändi-ilmeeseen muiden elementtien osalta.



Tampere. Smart City Week on tapahtuma, jolle luodaan vuosittain uudistettu ilme. Ilmeen tulee palvella tapahtuman teemaa ja aihepiiriä.

Teemakokonaisuus

Osana brändin johtamista voidaan luoda teemakokonaisuuksia, joilla on kaupungin toiminnassa strategisesti merkittävä rooli. Teemakokonaisuuksia luodaan, kun tarvitaan asiakasnäkökulmasta erityisen näyttävä ja tunnistettava kokonaisuus. Teemakokonaisuudet koskettavat useita eri toimintoja ja ovat toiminnaltaan laajoja.

Teemakokonaisuuksille voidaan suunnitella oma graafinen lisäelementti, joka yhdistää teemakokonaisuuksien toimintoja ja tekee niistä visuaalisesti tunnistettavan kokonaisuuden. Muilta osin noudatetaan brändiohjeistusta ja erillisiä tunnuksia ei luoda. Päätökset teemakokonaisuuksien luomisesta ja linjaukset ilmeestä tehdään strategia- ja kehittämisyksikössä.



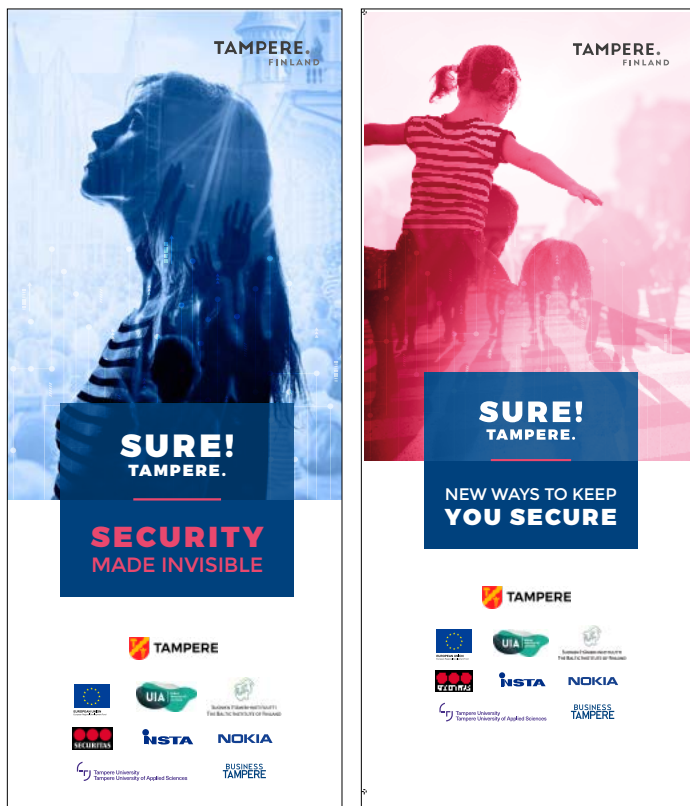
Alueellisten palvelukeskittymien ilmeen kehittämisen tavoitteena oli luoda yhtenäinen, Tampere.Finland -brändin mukainen ilmeperhe, joka soveltuu palveluiden luonteeseen, tekee Tampere.Finland -brändiä näkyväksi ja tutuksi kaupunkilaisille sekä yhdistää alueelliset palvelukeskittymät ja ulkoiset toimijat yhtenäiseksi perheeksi. Ilmetyön lisäksi kirkastettiin kaikille toimijoille yhteinen pääviesti. Kokonaisuudesta on luotu oma graafinen sovellusohjeisto, joka pohjautuu Tampereen kaupungin graafiseen ohjeistoon.

Teemakokonaisuus

Teemakokonaisuuksien visuaalista ilmettä suunniteltaessa pyritään noudattamaan brändi-ilmeen ensisijaisia ohjeita. Lisäerottuvuutta saadaan alla olevilla ratkaisulla, jotka sallivat muutamia visuaalisia vapauksia.

Teemakokonaisuus ilmeen soveltaminen

- Kaikkien materiaalien tulee noudattaa visuaaliselta ilmeeltään (väreiltään, typografialtaan, grafiikaltaan, ikoneiltaan ja kuviltaan) sekä logojen osalta kaupungin brändin mukaista toteutusta.
- Omaa ilmettä luodaan värivalinnoilla (Tampereen brändipaletista), layoutilla ja kuvavalinnoilla. Värejä ei saa varata tietyille toiminnoille.
- Oman logon, tunnisteiden, tunnuksen, kuusin tai fontin käyttö ei ole sallittua.
- Oman ydinviestin tai päälupauksen luominen on sallittua.
- Oma graafisen lisäelementin tai kuvamaailman luominen on sallittua, jos se yhdistää teemakokonaisuuksien toimintoja ja tekee niistä visuaalisesti tunnistettavan kokonaisuuden.
- Kuvia ja elementtejä saa rajata brändi-ilmeeseen sopivaan tyyliin (pehmeät ja selkeät linjat).
- Ilmeen yhteyteen voi luoda hashtag-nimitiedoston. Katso ohjeet sivulta 61.
- Somekanavien profiilikuvasta ohjeistetaan sivulla 62.



SURE-hanke (Smart Urban Security and Event Resilience) kehittää kaupunki- ja tapahtumaturvallisuutta luotettavasti ja älykkäästi. Hankkeessa on mukana useita partnereita ja rahoittajia. Ilmeen tavoitteena on ilmentää urbaania kaupunkiympäristöä tuoden siihen massatapahtuman ja turvallisuuden tunnetta. Uudenlaisella yhdistävällä kuvamaailmalla saatiin hankkeen ominaispiirteet ilmenettyä.

Projekti tai hanke

Tampereen kaupungin projektit ja hankkeet noudattavat materiaaleissaan ensisijaisesti Tampereen brändin mukaista visuaalista ilmettä (värit, typografia, grafiikka, ikonit ja kuvat) ja ohjetta logojen käytöstä.

Ts. myös projektit ja hankkeet valitsevat toteutuksiinsa värit kaupungin väripaletista sekä noudattavat logo-ohjeistusta ja muuta visuaalista ilmettä, mikä tekee markkinoinnista Tampereen kaupungille tunnistettavaa.

Tampereen kaupungin projektit, joissa on muita yhteistyökumppaneita tai rahoittajia, pyritään toteuttamaan ensisijaisesti Tampereen brändin ohjeen mukaisesti. *Mikäli projektin tai hankkeen rahoittajalla on erityisehtoja viestinnästä tai markkinoinnista, nämä otetaan huomioon.*

Kumppaneiden ja rahoittajien logot pyritään pyrittään asettelemaan vaakatasoon toisiinsa nähden ja ja samankokoisina. Myös seuraavia ohjeita tulee noudattaa:

- Logot asetellaan aina materiaalin alalaitaan samaan riviin. Tampere.Finland-logo asetellaan edellä mainituista erilleen materiaalin oikeaan ylälaitaan.
- Valtakunnalliset hankkeet, joihin Tampereen kaupunki lähtee mukaan, voivat käyttää kyseisen hankkeen valtakunnallista graafista ohjetta (ks. logo-ohjeistus).
- Kaikissa hankkeissa pyritään käyttämään vähintään Tampereen vaakunalogoa. Poikkeustapaukset, joihin edellisiä ohjeita ei voida soveltaa, ratkaistaan yhdessä tapauskohtaisesti.

Brändikirjan versiot

V 1.0 - 08.03.2019

V LAAJENNUS 2.0 - 08.06.2022

V 2.1 - 17.8.2023

V 2.2 - 16.11.2023 - UUSI KANSIKUVA

Brändi-ilmeen
mukaiset aineistot
voit ladata
materiaalipankista:

[TAMPEREENBRANDI.FI](https://tampereenbrandi.fi)