

# JÄMTLAND HÄRJEDALEN TURISM

*Visuell identitet för organisation & varumärke*





# WHEN LIFE IS GOOD

Vi befinner oss på en liten och relativt okänd plats i Norden. Men vi har något som efterfrågas av många; friskt vatten, storslagen natur, ren och rättvis mat och spännande kultur. Vi har också människor som brinner för platsen de lever på och som vet vad värdskap innebär. Jämtland Härjedalen är en progressiv och välkomnande plats där det moderna livet går hand i hand med traditioner vi värnar om.

Med utgångspunkt i Jämtland Härjedalens brandbook och kommunikationskoncept "Spice for life" har vi tagit fram riktlinjer för den visuella identitet som Jämtland Härjedalen Turism arbetar efter, dels för organisationen (branschkommunikation) och dels för platsen (gästkommunikation). Det bärande elementet i gästkommunikationen är varumärket Adventure Sweden och våra äventyr inom natur, kultur, friluftsliv och gastronomi. Genom att kommunicera starka, minnesvärda upplevelser och samtidigt belysa vikten av ansvar för natur och kultur sätter vi Jämtland Härjedalen på kartan som en plats för morgondagens besökare.

# LOGOTYPE

## *Jämtland Härjedalen Turism*

Vid kommunikation gentemot t ex bransch och medlemmar kommunicerar Jämtland Härjedalen Turism (JHT) utifrån organisationens varumärke.

## *Adventure Sweden*

Vid kommunikation gentemot besökare kommunicerar Jämtland Härjedalen Turism primärt utifrån varumärket *Adventure Sweden*. I Jämtland Härjedalen finns många positiva och konkurrenskraftiga värden, här finns ett stort utbud av äventyr och upplevelser inom natur, kultur, friluftsliv och gastronomi som lyfts in under varumärket Adventure Sweden.

JHT äger även varumärket Gastronomy som används för specifik kommunikation inom mat och varumärket Drömfiske som drivs av en sammanslutning fiskeintressenter.

## *Färgsättning & typsnitt*

Logotyperna ska i första hand användas i grundfärgen Torp som är en varm, mörkt röd färg med inslag av brunt. Den vita varianten används främst på mörka bilder eller bakgrunder. Vid svartvit produktion används logotypen i gråskala. Typsnitt: DIN Condensed & Dancing Script

## Logotype – Jämtland Härjedalen Turism

Grundfärg



Vit



Gråskala



## Logotype – Adventure Sweden

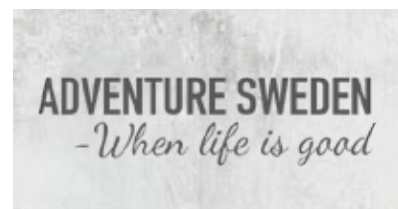
Grundfärg



Vit



Gråskala



# BUDSKAP

## *When life is good*

För att förstärka varumärket Adventure Sweden jobbar vi med det kompletterande budskapet *When life is good*.

Fånga betraktaren genom att jobba med kontraster och kombinationer. Förmedla känslan av det goda livet – av att uppleva skidåkning en solig vårvinterdag eller gå på teater utomhus, att laga mat på ett Trangiakök eller njuta av innovativa kockars mästerverk, att svalka tårna i en forsande fjällbäck eller njuta av en kaffe på någon av stadens gator. Små och stora äventyr kombineras för att locka till besök.

Anpassa och forma konceptet utifrån intressen inom olika segment för att matcha det med deras drivkraft att besöka Jämtland Härjedalen. Kommunicera på ett tydligt sätt och arbeta med elementen text, bild, avsändare och budskap. Kommunikationen ska vara icke-diskriminerande och inkluderande för betraktaren.

- Avsändaren och budskapet  
*"Adventure Sweden – When life is good"*
- Beskrivande text som stärker budskapet, Jämtland Härjedalen lyfts med fördel in.
- Levande bilder som illustrerar budskapet.

*When life is good*

# TYP SNITT

## *Det skrivna ordet*

“OFL Sorts Mill Goudy” och “Open Sans” används i den skrivna kommunikationen oavsett om det gäller print, webb eller andra medier. Om “Open Sans” används i rubriker passar det bra att komplettera med “OFL Sorts Mill Goudy” i brödtext – och tvärt om. Det skapar bra typografiska kontraster.

Som komplement till dessa typsnitt används “Dancing Script”, främst till kortare fraser och uttryck. “Dancing Script” har en mjuk och lekfull ton som skapar liv i kommunikationen.

För internkommunikation och som alternativt typsnitt används “Trebuchet MS”. “Trebuchet MS” finns som standard på de flesta datorer.

## *Ladda hem typsnitten*

- OFL Sorts Mill Goudy:  
[www.theleagueofmoveabletype.com](http://www.theleagueofmoveabletype.com)
- Open Sans: Google Fonts
- Dancing Script: Google Fonts



---

Open Sans

---

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö  
1234567890

---

OFL Sorts Mill Goudy

---

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö  
1234567890

---

Dancing Script

---

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö  
1234567890*

---

Trebuchet MS

---

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö  
1234567890

# FÄRGER

## *Hämtade från natur & kultur*

Vi har valt att arbeta med jordnära färger som har en koppling till platsen vi befinner oss på. Färgerna är inspirerade av natur och kultur i såväl Jämtland Härjedalen som i Sverige.

Primärfärgen Torp är en varm, mörkt röd färg med inslag av brunt som är hämtad från de klassiska svenska torpen. Torp är den färg som kännetecknar Jämtland Härjedalen. Som komplement till Torp används sekundärfärgerna midvinter, tjäle, mylla, lav, is och mylta – färger som alla knyter an till naturliga element.

*Torp*

CMYK: 34/100/100/55  
RGB: 100/19/19  
PANTONE: 1815 C

*Midvinter*

CMYK: 0/0/0/85  
RGB: 75/75/77  
PANTONE: 446 C

*Tjäle*

CMYK: 0/0/0/10  
RGB: 236/236/237  
PANTONE: Cool Gray 1 C

*Mylla*

CMYK: 47/77/61/74  
RGB: 62/30/33  
PANTONE: 4975 C

*Lav*

CMYK: 27/2/39/0  
RGB: 201/220/175  
PANTONE: 579 C

*Is*

CMYK: 98/80/28/16  
RGB: 0/60/106  
PANTONE: 654 C

*Mylta*

CMYK: 8/30/92/0  
RGB: 236/182/28  
PANTONE: 7409 C

# BILDER

## *Kontraster skapar spänning*

Att en bild säger mer än tusen ord vet vi – men säger den rätt saker? Det är viktigt att använda bilder som är representativa och som gestaltar prioriterade aktiviteter och intressen hos målgruppen. Bilder som stärker de värden som definierar platsen vi befinner oss på.

Bildspråket för JHT och varumärket Adventure Sweden kännetecknas av levande bilder där känslan av upptäckter och äventyr ligger i fokus – känslan hos människor som prioriterar det goda livet. Det lugna och rofyllda kombineras med det extrema och adrenalinfyllda. Vida vyer kontrasteras med detaljer och närbilder med personer i fokus. Aktiviteter lyfts ofta tillsammans med den lokala maten för att visa på livets smakerika stunder. Kontrasterna skapar en spännande och kreativ mix som karaktäriserar Jämtland Härjedalen och ger liv åt kommunikationen.

Bilderna matchas med det aktuella budskapet. I förlängningen ska de även representera Sverige och Sverige bilden. Oftast används en eller ett fåtal starka bilder istället för många.

Bilderna ska vara icke-diskriminerande, inkluderande och kunna tilltala så många av våra besökare som möjligt – oberoende av funktionsförmåga, kön, kulturell och religiös bakgrund etc.



FOTO: NICKLAS BLOM, SANDRA LEE PETERSSON & INGRID HEDLUND

## Exempel – Kommunikation från Jämtland Härjedalen Turism



**Conscious Travel**

Varför ska morgondagens gäster välja att besöka oss i Jämtland Härjedalen?

En av våra globalt sett viktigaste konkurrensfördelar är naturen och för att vara ett självklart val i framtiden är det oerhört viktigt att vi tar ansvar för en hållbar utvecklingen av besöksnäringen.

Hur gör vi detta på ett smart sätt samtidigt som vi skapar tillväxt i näringen?

Välkommen till en spännande workshop där vi tar klivet in i framtiden!

**JÄMTLAND  
HÄRJEDALEN  
Turism**

*Fjällgården Ramundberget*  
TOR 14 feb | KI 09-12

FOTO: TINA STAFREN



**Karin Gydemo Grahnlöf**  
PROJECT MANAGER & ASSISTANT CEO

+46(0)70-605 37 67  
karin.g.grahnlöf@jht.se

Jämtland Härjedalen Turism  
Rådhusgatan 44  
SE-831 34 Östersund

jht.se | adventuresweden.com



**Mats Forslund**  
MANAGING DIRECTOR

+46(0)70-377 25 76  
mats.forslund@jht.se

Jämtland Härjedalen Turism  
Rådhusgatan 44  
SE-831 34 Östersund

jht.se | adventuresweden.com

## Exempel – Kommunikation från Adventure Sweden



**The Lungs  
of Europe**

Dark winter nights the Aurora Borealis dance over the skyline in the serene Swedish wilderness in Jämtland Härjedalen.

Here, in the vast, unexploited areas the flora and fauna is unique, the air is clean and the water is fresh. Revel in superb homemade foods and experience the contrasts of the light summer nights and the winter darkness. Make a visit.

[adventuresweden.com](http://adventuresweden.com)

**ADVENTURE SWEDEN**  
*- When life is good*

FOTO: WILLIAM FALK





**Jämtland Härjedalen Turism** ekonomisk förening (JHT) bildades 1995 och är en samverkansplattform för utveckling av besöksnäringen i Jämtland Härjedalen. JHT företräder besöksnäringen i regionen i nationella och internationella sammanhang och samverkar med destinationer och turismföretag, med företrädare för offentlig sektor, intresseorganisationer m fl. I föreningens styrelse finns företrädare för regionens besöksnäring samt representanter från Region Jämtland Härjedalen.

*Mer information om Jämtland Härjedalen Turism finns på [jht.se](http://jht.se).*