

Brändikäsikirja

VERSIO 1.0 (21.4.2020)



Odotuksia, muistoja, tarinoita ja suhteita

Kuntaliiton elinvoimaindikaattorin mukaan Ylivieskan elinvoiman suunta on hyvä. Kaikkien Suomen kuntien elinvoimaindikaattorivertailussa Ylivieska sijoittuu parhaaseen viidennekseen. Kuntaliitto laskee elinvoiman mm. väestön, työpaikkojen ja koulutustason muutoksesta.

Kaupungillamme on lukusia vahvuuksia, jotka nostamme esille myös Ylivieskan strategiassa 2019–2030. Niistä mainittakoon esimerkkeinä turvallisuus, palvelut, väestön ja kaupan kasvu sekä sijainti ympäryskuntien kauppa- ja palvelukeskuksena.

Vahvuuksien rinnalla meillä on toki myös heikkouksemme. Yksi niistä on ulkoinen ja sisäinen viestintä sekä strategiaan sitoutumisen ja sitouttamisen haasteet.

Tämä brändikäsikirja on syntynyt vahvuuksista ja mahdollisuuksista: kaupunkimme menestystekijöistä.

Samalla käsikirja pyrkii auttamaan heikkouksiemme kanssa: se on yksi työkalu juurruttaa strategiaamme ja syventää viestintäämme. Se antaa meille raamit, kuinka viestiä kaupunkimme ja kaupunkilaistemme tarinaa eteenpäin aina naapuritapaamisista kansainvälisiin kontakteihin asti.

Ylivieskan brändi on enemmän kuin merkki, tunnus tai logo. Se on odotuksia, muistoja, tarinoita ja suhteita. Mitä johdonmukaisempia olemme markkinoinnissamme ja viestinnässämme, sitä todennäköisemmin saamme ihmiset tuntemaan sen, mitä Ylivieska on: hyvinvoiva kaupunki, jossa on kaikki kasvun ainekset sekä tilaa pienille ja suurille ihmeille.



Maria Sorvisto
kaupunginjohtaja

Johdanto	2
Odotuksia, muistoja, tarinoita ja suhteita	2
01 Ylivieskan brändin perusta	4
Brändi heijastaa arvoja	5
Rohkeasti etukenossa	6
Ainoa nousija	7
02 Ylivieskan brändi	8
Brändin kuvaus	9
Brändiattribuutit	10
Brändilupaus	11
03 Ylivieskan ääni	12
Äänensävy	13
Hissipuheet	14
Vinkkejä sisältöjen rakentamiseen	19
04 Ylivieskan visuaalisuus	20
Graafinen ohjeisto	21
Tunnus	22
Slogan	26
Vaakuna	28
Värit	29
Typografia	30
Sovelluksia	
• Käyntikortti	32
• Kirjelomake	33
• Kirjekuoret	34
Kuvamaailma	36

01

Ylivieskan
brändin perusta



Brändi heijastaa arvoja

Ylivieskan brändin lähtökohdat on määritelty kaupungin strategiassa 2019–2030.

Strategia määrittelee kaupungin visioksi seuraavan:
Ylivieska – kasvun kaupunki.

Vision peruskivinä on neljä arvoa:

- asukaslähtöisyys
- yrittäjäystävällisyys
- ennakkoluulottomuus
- tehokkuus

Kaupungin painopisteet kiteytyvät kolmeen:

- liikkeestä elinvoimaa
- koulutuksesta osaamista
- palveluista hyvinvointia

Rohkeasti etukenossa

Tuotamme ja järjestämme laadukkaita palveluita asukaslähtöisesti ja yrittäjäystävällisesti. Huomioimme ja ennakoimme kuntalaisten ja yrittäjien tarpeita esimerkiksi osallistamalla heitä päätöksentekoon ja kuuntelemalla palautetta.

Kehitämme palveluita asiakaskyselyiden ja palautteen pohjalta. Etsimme tapoja tehdä asioita vieläkin paremmin.

Otamme kaikessa toiminnassamme huomioon myös elinympäristön ja alueen elinvoiman kehittämisen. Olemme rohkeasti etukenossa. Päätöksentekomme on hyvän hallinnon mukaista, oikeudenmukaista ja avointa. Toimimme kasvun ja palveluiden kehittämisessä taloudellisesti, hallitusti, kestävästi ja luotettavasti.

Lähde: Ylivieskan strategia 2019–2030

Ainoa nousija

Ylivieska on yksi Suomen 55 seutukaupungista. Seutukaupunkien vetovoimatutkimuksen (Innolink 2019) mukaan sujuvan elämän imago toteutuu juuri seutukaupungeissa: turvallisuus, asuinympäristö ja liikenteellinen saavutettavuus nousevat seutukaupunkien vahvuuksiksi yleisesti – myös Ylivieskassa. Seutukaupungin vetovoimatekijöitä ovat niin ikään ilmapiiri ja filis sekä kaupungin persoonallisuus ja erottautuvuus – erityisesti muuttoa mietittäessä.

Suomessa on tehty kaupunkiverkkotutkimusta vuodesta 1998. Vuoden 2019 päivityksen mukaan Suomessa on 29 toiminnallisesti merkittävää kaupunkiseutua. Määrä on vähentynyt kuudella viimeisen kahdenkymmen vuoden aikana. Samalla merkittävien kaupunkiseutujen joukkoon on kuitenkin noussut yksi uusi: Ylivieskan seutu. (MDI 2019: Kaupunkiverkkotutkimus.)

Elinvoimaisen ja kasvavan Ylivieskan kohdalla on puhuttu Ylivieskan ihmeestä (esim. yle.fi/uutiset/3-10463227). Tilastokeskuksen ennusteen mukaan kaupungin väkiluku on vuonna 2040 noin 18 000, 3 000 enemmän kuin nyt, vuonna 2020. Myös työpaikkojen kasvuennuste on hyvä: vuoteen 2030 mennessä kaupungissa on 1 000 uutta työpaikkaa.

Ylivieskaan myös juurrutaan: 75 % ylivieskalaisista on sitä mieltä, ettei aio muuttaa kaupungista. Sama koskee yrityksiä: yli 80 % vastanneista yrittäjistä ei harkitse yritystoiminnan lopettamista Ylivieskassa tai liiketoiminnan siirtämistä muualle (Redocap 2018: Ylivieskan kaupunki. Asukas- ja yrittäjäkyselyt).

02

Ylivieskan
brändi



Brändin kuvaus

On sanottu, että Ylivieskassa kasvavat lapset, vilja ja liikenne. Samaa kasvun ihmeiden listaa voi jatkaa esimerkiksi väkimäärällä, palveluilla, työpaikoilla ja yrityksillä.

Ylivieska antaa kasvulle hyvät eväät. Se on vireä ja energinen mutta samalla turvallinen ”pienisuuri” kaupunki alueensa ympäryskuntien keskuksena sekä maanteiden ja rautateiden solmukohtana.

Kasvun kaupungista on poimittavissa myös monia muita hyvän elämän pieniä ja suuri ihmeitä. Näitä ovat muun muassa puhdas ilma, luonto ja juomavesi, edulliset asumiskustannukset, kaunis jokivarsi, hunaja, maailman pohjoisin tiilitehdas, Ryskypäivät, 20 000 vierasta houkutteleva Kauppojen yö, pesäpallo, ravi- ja yleisurheilu, suuri määrä yhdistyksiä sekä avara kaupunkimiljöö ja tila hengittää.

Kaikkein tärkeintä on kuitenkin ylivieskalainen rohkeus tehdä päätöksiä: katsoa eteenpäin ennakkoluulottomasti ja uudistuvasti kaikkien yhteiseksi parhaaksi.

Brändiattribuutit

Brändiattribuutit kiteyttävät sen mielikuvan, jonka haluamme syntyvän ihmisten mielissä Ylivieskasta.

Ennakkoluuloton

Ylivieska haluaa kasvaa, kehittyä ja uudistua. Sillä on oikealla lailla peloton asenne tarttua vastaantuleviin mahdollisuuksiin ja haasteisiin. Katseet on suunnattu eteenpäin; eteenpäin uskalletaan myös katsoa. Kun on päätösten aika, ne tehdään rohkeasti ja turhia viivyttämättä.

Sisukas

Ylivieska ei pysähdy paikoilleen, vaan siellä tartutaan toimeen. Ilmapiiri on vireä, energinen ja yrittäjähenkkinen – virka-aikana ja vapaalla. Asukaslähtöisyys ja yrittäjyystävällisyys eivät ole vain sanoja arvolistassa, vaan tapa toimia ylivieskalaisten eteen on ymmärtävä, ripeä ja joustava.

Yhdistävä

Ylivieskassa puhalletaan yhteen hiileen niin vastoinkäymisissä kuin ilonaiheissa. Savarin alueella tehdään työtä rinta rinnan, useat tapahtumat syntyvät talkoilla, yhdistys- ja harrastustoiminta on vilkasta. Ylivieska yhdistää myös kirjaimellisesti: se on maanteiden ja rautateiden risteyskaupunki, joka toivottaa vierailijat tervetulleiksi.

Myös seuraavat määritteet ovat tärkeitä Ylivieskan brändinrakentamisessa:

vireä, kehittyvä, uudistuva, aktiivinen, energinen, vilkas, turvallinen, lapsiystävällinen, sopivan kokoinen, viihtyisä, luonnollinen.

Brändiattribuutit

ovat osin muotoutuneet ylivieskalaisten vastauksista kaupungin kyselyyn Tehdään Ylivieska tutuksi yhdessä.

Brändilupaus

Kasvun ihmeitä

Yle (yle.fi/uutiset/3-10463227) otsikoi lokakuussa 2018: "15 000 asukkaan pikkukaupunki porskuttaa keskellä ei mitään, kun samaan aikaan moni muu tekee kuolemaa – näin syntyi Ylivieskan ihme."

Ylivieskan brändilupauksen lähtökohtana on Ylivieskan myönteinen kasvu ja kehittyminen, kaupungin strategiassa ja visiossa esille nostettu kasvun kaupunki.

Samalla brändilupaus kiteyttää toisen kokoluokan tarinat. Se yhdistää arkisen hienot kertomukset mm. perheiden, lasten, yritysten ja luonnon kasvusta. Niiden myötä Ylivieska lakkaa olemasta Ylen mainitsemassa "ei missään". Sen sijaan se on juuri siellä, missä pitääkin: keskellä elämää turvallisena ja rauhallisena kotikaupunkina – ihmeen rakkaana ja tärkeänä.

03

Ylivieskan
ääni



Äänensävy

Äänensävy (tone of voice) on meidän sanomamme sävy, se, miten puhuttemme kohderyhmiämme. Äänensävy tuo esille kaupunkimme persoonaa ja auttaa sitä erottumaan muista. Äänensävyn avulla pyrimme niin ikään yhtenäistämään ja johdonmukaistamaan viestinnällistä linjaamme.

Äänensävyä kuvataan adjektiivein. Käytännössä äänensävy kuitenkin muodostuu siitä, kuinka käytämme kieltä: sanoista, rakenteista ja tyylistä.

Tarinallinen

Kerromme mieluummin tarinan kuin toteamme, että kaupunkimme on monien tarinoiden lähde. Vältämme turhan abstraktia kieltä ja pyrimme olemaan konkreettisia.

Maanläheinen

Sanamme ovat vahvasti Ylivieskan maassa: rehellisesti, aidosti ja konstailematta. Emme liioittele emmekä käytä ylisanoja. Vieraan on helppo lähestyä meitä ja kaupunkiamme.

Innostunut, innostava

Tempaamme mukaan. Emme tyrkytä mutta emme myöskään kainostele aitoa innostustamme. Äänestämme kuuluvat tyytyväisyys, ilo ja ylpeys.

Puhutteleva

Viestimme ystävällisesti, avoimesti ja ymmärrettävästi. Vältämme hankalia käsitteitä ja turhan virallista kieltä. Huomioimme vastaanottajan ja lähestymme häntä sopivan tuttavallisesti ja henkilökohtaisesti.

Hissipuheet

Joka kerta, kun puhumme tai kirjoitamme Ylivieskasta, luomme sen brändiä.

Pääviestimme on Ylivieskan kasvu. Saamme viestin tehokkaimmin perille, kun mietimme, mikä siinä kiinnostaa kohderyhmää ja miten kerromme sen kohderyhmään kuuluville.

Hissipuheet ovat kohderyhmälähtöisiä kiteytyksiä Ylivieskasta. Ne ovat esimerkinomaisia avauksia siitä, miten kutakin kohderyhmää olisi hyvä lähestyä. Vastaavasti ydinviestit ovat asioita, joita voi nostaa esille eri kohderyhmien kanssa. Lopullinen sisältö ja sen muoto on kiinni mm. mediasta ja viestintäajankohdasta.

1

Kohderyhmä: ylivieskalaiset

Ylivieskassa on jo 15 000 ylpeydenaihetta: me ylivieskalaiset itse. Meistä syntyy sopivankokoinen, turvallinen ja vireä kaupunki, jossa tunnemme naapurit, uskomme yhdessä tekemisen voimaan ja elämme joka päivä hyvän kasvun pieniä ja suuria ihmeitä.

Ydinviestejä

- Ylivieska on yhtä kuin ylivieskalaiset
- Ylpeys omasta kotikaupungista
- Yhdessä saadaan aikaan enemmän
- Sopivankokoinen kaupunki
- Rohkeus ja halu uudistua
- Turvallinen kaupunki
- Vireä ilmapiiri
- Mukaansa tempaava meininki

Lisäksi ylivieskalaisille suunnatussa viestinnässä voi tapauskohtaisesti nostaa esille samoja asioita, joita on listattu muuttajien ydinviesteihin.

2

Kohderyhmä: muuttajat, uudet ylivieskalaiset

Ylivieska on juuri sopivankokoinen kaupunki erikokoisille perheille. Meillä on koteja ja kotitontteja jokirannasta keskustaan. Kaupat, harrastukset, lenkkipolut ja marjametsät ovat vieressä, talvi on valkoinen ja ilma puhdas. Kaunis joki virtaa kaiken keskellä. Täällä tottuu myös erinomaisiin palveluihin ja siihen, että yhteistä kehitetään kasvu mielessä. Lisäksi asenne on kohdallaan: jos jotain ei ole vielä huomattu tehdä, ehdotuksesi otetaan mielellään vastaan.

Ydinviestejä

- Maaseutu keskellä kaupunkia
- Sopivan kokoinen kaupunki
- Turvallinen ja rauhallinen kaupunki
- Hyvät palvelut eri-ikäisille
- Asumisen monet mahdollisuudet
- Kaikki lähellä
- Puhdas luonto
- Puhdas ilma
- Puhdas juomavesi
- Tilaa hengittää
- Kaunis jokivarsi
- Tapahtumien kaupunki
- Kustannustaso
- Työpaikkojen määrä kasvussa
- Kohtuulliset asuinkustannukset
- Hyvät kulkuyhteydet
- Puoli tuntia merenrannalle

3

Kohderyhmä: opiskelijat

Ylivieska on yllättävä opiskelijakaupunki, varsin erilainen kuin isommat keskukset mutta juuri siksi harkinnan arvoinen. Koulutustarjonta on monipuolinen, harrastusmahdollisuudet mainiot ja lompakkokin pysyy piirun verran lihavampana kuin toisaalla. Harjoittelujen ja töiden tilanne näyttää hyvältä myös tulevaisuudessa, sillä Ylivieskassa työpaikkojen määrän on ennustettu jatkavan kasvua.

Ydinviestejä

- Monipuolinen koulutustarjonta
- Kaikki lähellä
- Hyvin asuntoja opiskelijoille
- Lompakkoystävällinen kustannustaso
- Kauppakaupungin runsas tarjonta, myös baarit, ravintolat ja putiikit
- Työpaikkojen määrä kasvussa
- Monipuoliset harrastusmahdollisuudet
- Tapahtumien kaupunki
- Hyvät kulkuyhteydet kaikkiin ilmansuuntiin

4

Kohderyhmä: yrittäjät ja elinkeinoelämä

Ylivieskan yrittäjät ovat tyytyväisiä: heistä 80 % on sitä mieltä, ettei aio muuttaa yritystään Ylivieskasta toisaalle. Jokaisella on omat syynsä. Yksi asia kuitenkin toistuu puheissa: kiitos siitä, että kaupunki on tehnyt systemaattisesti työtä, jotta meillä on voitu kasvaa yhdessä jo nyt 100 000 ihmisen kauppa- ja palvelukeskukseksi.

Ydinviestejä

- Lähes 100 000 ihmisen markkina-alue
- Savarin alueen ponnistukset
- Koulutettua työvoimaa
- Vahvaa aikuiskoulutusta
- Kunnallisen päätöksenteon nopeus
- Kaupungin investoinnit
- Yrittäjien tyytyväisyys
- Yhteen hiileen puhaltaminen
- Rautateiden solmukohta
- Maantieliikenne kaikkiin ilmansuuntiin

5

Kohderyhmä: sidosryhmät

Ylivieska on reilun 15 000 ylivieskalaisen kaupunki Kalajoen varrella Pohjois-Pohjanmaalla. Kaupunkilaiset itse kuvaavat Ylivieskaa sopivan kokoiseksi, turvalliseksi, rauhalliseksi ja eloisaksi. Olemme paitsi Ylivieskan seutukunnan, myös 100 000 ihmisen markkina-alueen keskus. Kaupunkiamme voi kutsua palvelukaupungiksi: työpaikoistamme yli 70 % on palvelualojen, kiitos runsaiden päivittäistavara- ja erikoisliikkeiden. Meidät yhdistetään usein rautatiehen: kaupunkimme sijaitsee pääradan varrella. Myös maanteitse olemme liikenteen solmukohdassa.

Ydinviestejä

- Sopivankokoinen kaupunki
- Kaunis jokirantakaupunki Pohjois-Pohjanmaalla
- Eloisa ja aktiivinen kaupunki
- Turvallinen ja rauhallinen kaupunki
- Asukkaidensa arvostama
- Palveleva kaupunki
- Kauppakaupunki; markkina-alueen keskus
- Maantie- ja rautatieliikenteen solmukohdassa

Vinkkejä sisältöjen rakentamiseen

Luota tarinan voimaan

Parhaiten mieleen jäävät tarinat. Ne tapahtuvat jollekulle, ja niissä ilmenee useimmiten ongelma ratkaisuiheen. Ne vetoavat tunteisiimme; ne ja niiden sisältämät merkitykset jäävät mieliin paremmin kuin pelkkä toteamus asiasta.

Keskity tunteisiin

Sen sijaan, että pyrit sanomaan paljon ja kattavasti, keskity viestin sisällössä siihen, joka koskettaa vastaanottajan tunteita.

Päästä ihminen ääneen

Yhden ihmisen koskettava ääni kantaa todennäköisesti pidemmälle kuin yritys puhua yleisesti kaikkien suulla.

Anna konkreettisia esimerkkejä

Tsuumaa ihmiseen, harrastukseen, palveluun, yritykseen, metsään, taloon, jokivarteen. Kerro asioita yleistämisen lisäksi konkreettisten yksityiskohtien kautta. Kuulija vakuuttuu konkretian kautta, sillä konkretia on jotain, jota hän voi peilata omaan elämäänsä.

Vie kuulija ytimeen

Sijoita sanottavasi muistettavalla tavalla Ylivieskaan. Sen lisäksi, että kerrot kaupungista yleisesti, vie lukija kirjaimellisesti kylään kaupunkiin, esimerkiksi Huhmarkallion ulkoilualueelle, kulttuurikeskus Akustiikkaan tai Helaalan myllykahvilaan.

04

Ylivieskan
visuaalisuus



Graafinen ohjeisto

Graafinen ohjeisto sisältää määrittelyt Ylivieskan tunnuksen ja muiden visuaalisten peruselementtien käytöstä eri tilanteissa ja materiaaleissa.

Graafinen ohjeisto on tehty palvelemaan kaupunkimme omaa henkilöstöä, yhteistyökumppaneitamme ja muita sidosryhmiämme. Ohjeisto on työkalupakki, jota noudattamalla Ylivieskan ilme pysyy yhtenäisenä eikä lähde varioitumaan eri käyttöyhteyksissä.

Ohjeiston mukaan tulee edetä kaikissa sisäisissä ja ulkoisissa markkinointi- ja viestintämateriaaleissa, eikä ohjeistosta ole syytä poiketa. Näin jokainen yksittäinen kokonaisuus, esimerkiksi ilmoitus, esite ja Powerpoint-pohja, rakentaa johdonmukaisesti Ylivieskan visuaalista ilmettä ja brändiä ja auttaa tunnistamaan kaupunkimme eri yhteyksissä ja medioissa.

Tunnus

Tunnuksella tarkoitetaan tässä logosymbolin ja tekstilogon – Ylivieska-sanan visualisoidun kirjoitusasu – yhdistelmää.

Logosymboli viittaa Y-kirjaimeen, ja sen mittasuhteet ovat johdettavissa Ylivieskan vaakunasta. Symboli toimii modernisoituna käyttöversiona ja jatkumona vaakunalle.

Tekstilogon kirjoitusasu on selkeä ja moderni. Näin varmistetaan, että se toimii eri medioissa pienessä ja isossa koossa.

Lisätietoa tunnuksista, eri tiedostotyypeistä ja niiden käytöstä saat olemalla yhteydessä Ylivieskan viestintään.



Logosymboli

Tekstilogo (logotyyppi)

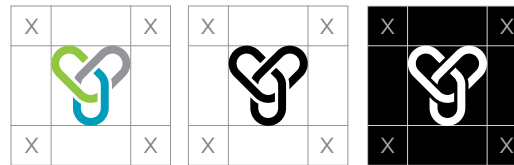


Tunnus

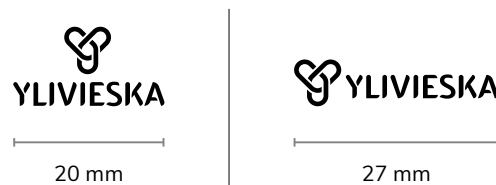
Logosymboli



Tekstilogo (logotyyppi)



Tunnuksen minimileveys painomateriaaleissa on pystyversiossa 20 mm ja vaakaversiossa 27 mm



Tunnuksen versiot, suoja-alueet ja minimikoko

Tunnuksesta on olemassa vaaka- ja pystyversiot värillisenä, mustana ja valkoisena. Tunnuksen logosymbolia voi myös käyttää irrallaan logotyypistä, mutta logotyyppiä käytetään aina symbolin kanssa.

Ylivieskan tunnuksen ympärille on aina jätettävä tarpeeksi tilaa; kuvia tai muita häiritseviä elementtejä ei saa sijoittaa liian lähelle sitä. Minimisuoja-alue (X) on vähintään logotyypin korkeuden kokoinen.

Tunnuksen käyttö

Ylivieskan värillistä tunnusta tulee käyttää pääsääntöisesti valkoisella taustalla.

Muissa tapauksissa käytetään 1-värisiä versioita taustan sävyn ja kontrastin mukaan.

Esimerkkejä

1. Värillinen tunnus valkoisella taustalla
2. Negatiivitunnus tumman värin päällä
3. Musta tunnus vaalean kuvan päällä
4. Negatiivitunnus tumman kuvan päällä
5. Musta tunnus vaalean värin päällä
6. Negatiivitunnus mustan päällä





Älä käytä näin

1. Älä muokkaa tunnuksen värejä.
2. Älä liitä tunnukseen erikoistehosteita.
3. Älä lisää elementtejä tunnukseen.
4. Älä muuta tunnuksen tai sen osien mittasuhteita.
5. Älä käännä tunnuksen osia.
6. Älä muuta logotyypin kirjainvälistystä.
7. Älä peitä tunnusta.
8. Älä poista elementtejä tunnuksesta.
9. Älä muuta tunnuselementtien suhteellista sijaintia.
10. Älä käytä tunnusta siten, ettei se erotu kunnolla taustasta.
11. Älä käytä tunnusta läpinäkyvänä.
12. Älä käytä tunnusta rauhattomalla taustalla.

Ohjeet koskevat kaikki tunnusversioita.

Slogan

Slogan, Ylivieskan brändilupaus, on käytössä neljänä kieliversiona: suomeksi, ruotsiksi, englanniksi ja venäjäksi.

Sloganin kirjasin on tunnuksen yhteydessä Expletus Sans Medium.

Slogania suositellaan käytettäväksi tunnuksen yhteydessä pääsääntöisesti aina. Poikkeuksia ovat tapaukset, joissa tunnus on hyvin pienessä roolissa, esim. lippalakeissa.

Slogan voidaan irrottaa tunnuksesta otsikkomaiseen käyttöön, kun halutaan korostaa brändilupausta esim. esitteen tai folderin kannessa tai ilmoituksissa. Tällöin samassa yhteydessä esiintyvässä tunnuksessa ei käytetä slogania.

Sloganin merkitystä on avattu tarkemmin luvussa Brändilupaus (s. 11).

FI kasvun ihmeitä

SV tillväxtens under

EN growing wonders

RU чудеса роста



Sloganin käyttö tunnuksen kanssa

Slogan on käytössä sekä pysty- että vaakamallisessa tunnusversiossa.

Pystysuuntaisessa tunnusversiossa slogan on optisesti keskitetty suhteessa muihin tunnuselementteihin.

Vaakaversiossa slogan on tasattu optisesti vasemmalle Y-kirjaimen kanssa. Sloganin vaatima tila vaihtelee leveyssunnassa vapaasti kieliversion mukaisesti.

Vaakuna

Ylivieskan vaakuna säilyttää edelleen asemansa virallisissa yhteyksissä, joihin uusi ilme ei sovellu.

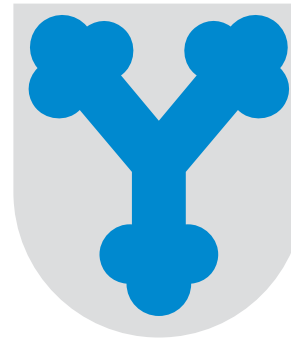
Vaakunan on suunnitellut Ahti Hammar, ja Ylivieskan kunnanvaltuusto hyväksyi sen kokouksessaan 5. huhtikuuta 1955. Sisäasiainministeriö vahvisti vaakunan käyttöön 20. kesäkuuta samana vuonna.

Vaakunan aiheena on heraldisoitu kunnan nimen alkukirjain. Vaakunan selitys on ”hopeakentässä, sininen apilapäinen haaruristi”. Hopeaväri esittää vettä.

Vaakuna sijoitetaan valkoiseen tai vaaleaan taustaan. Mittasuhteita tai värejä ei saa muuttaa. Mikäli metallivärien käyttö ei ole mahdollista, hopea korvataan harmaalla värillä. Paino- tai esittämisteknisiä poikkeustapauksia varten vaakunasta on olemassa myös mustavalkoinen versio.

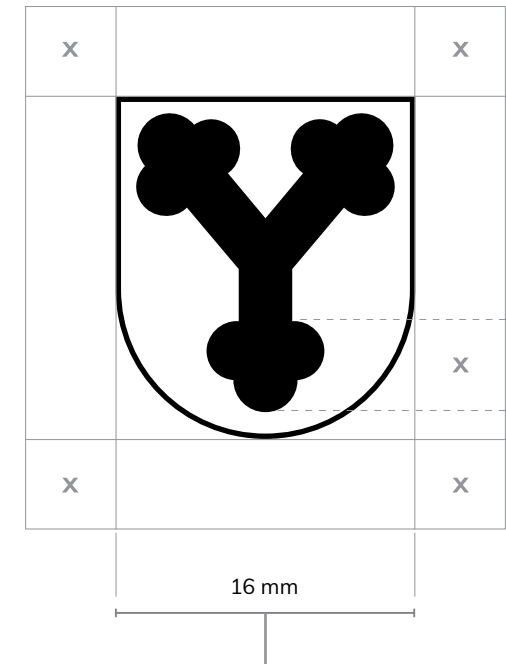
Vaakunan käyttöluvan myöntää Ylivieskan kaupungin viestintäyksikön päällikkö.

Ylivieskan vaakuna



**Minimileveys paino-
materiaaleissa on 16 mm**

Vaakunan vaatima vähimmäistila



Vaakunan värit



Sininen
CMYK 100/30/0/0

PMS Process Blue C
RGB 0/128/201



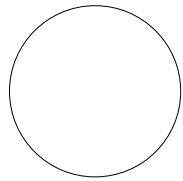
Hopea
CMYK 0/0/0/15

PMS 877 C
RGB 217/217/217

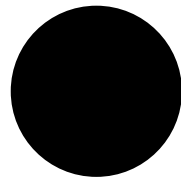


Musta
CMYK 0/0/0/100

PMS Black C
RGB 0/0/0



Valkoinen
CMYK 0/0/0/0
RGB 255/255/255
HEX #ffffff



Musta
CMYK 0/0/0/100
RGB 0/0/0
HEX #000000



Värit

Väreiksi ovat valikoituneet Ylivieskalle luonteavat sininen, vihreä ja harmaa.

Vihreä kertoo Ylivieskan luonnonläheisyydestä. Samalla se kertoo kasvusta – sekä luonnon että ihmisten. Vihreä on myös eteenpäin menemiseen viittaava väri – sopiva kasvavalle ja kehittyvälle Ylivieskalle.

Sininen kuvastaa Ylivieskan läpi virtaavaa kauniista Kalajokea. Sininen koetaan myös luottamusta herättäväksi väriksi.

Harmaa liittyy Ylivieskan erinomaisiin liikenneyhteyksiin sekä maanteitse että rautateitse. Harmaa viittaa myös rakennusalaan ja teollisuuteen.

Typografia

Viestinnän typografiassa käytetään ensisijaisesti Muli-kirjasinperhettä, joka kuuluu päätteettömiin Sans Serif -kirjasintyypleihin. Typografia on käytännöllistä, selkeää, yksinkertaista ja visuaalisesti miellyttävää.

Muli-kirjasinperhe sisältää laajan valikoiman eri leikkauksia, jotka kaikki ovat käytettävissä ja sovellettavissa monipuolisesti Ylivieskan viestintätarpeisiin. Jos Muli-kirjasinperhettä ei ole käytettävissä, käytetään Arial-kirjasinperhettä, joka sisältyy Microsoftin Windows-käyttöjärjestelmään.

Sloganin muotoilussa on käytetty soveltaen Expletus Sans Medium -kirjasinta.

Muli-kirjasinperhe on ladattavissa osoitteesta <https://fonts.google.com/specimen/Muli>



Muli

Black, Black Italic, Extrabold, Extrabold Italic, Bold, Bold Italic, Semibold, Semibold Italic, Regular, Italic, Light, Light italic, ExtraLight, ExtraLight Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö1234567890



Arial

ExtraBold, Bold, Bold Italic, Regular, Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö1234567890

Expletus Sans Semibold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö1234567890



1. Kuvateksti

2. **Vetovoimainen Ylivieska**

3. Ylivieska elää vahvaa kasvun ja kehittymisen kautta. Asukaslukumme on kasvanut jatkuvasti sitten 2000-luvun alun, ja nyt ylivieskalaisia on yli 15 000. Kaupunki on investoinut merkittävästi kyetäkseen vastaamaan kasvavan kaupungin lisääntyvään palvelutarpeeseen.

4. Positiivinen kehitys on vahvistanut Ylivieskan asemaa alueellisena kaupan ja palveluiden keskuksena. Vahvan kasvun myötä Ylivieska on nimetty myös yhdeksi uusimmista, valtakunnallisista päämarkkina-alueista.

5. **Keskeinen sijainti valttina**

Ylivieskan oivallinen sijainti rautateiden risteyskohdissa ja maanteiden solmukohdissa varmistaa hyvän saavutettavuutemme. Kaupunkimme on vireä ja aktiivinen, ja tasokkaiden kunnallisten palveluiden lisäksi meillä on erinomaiset mahdollisuudet aktiiviseen vapaa-ajan viettoon.

6. **Tarjoamme asukkaillemme** edellytykset viihtyisään asumiseen ja itsensä kehittämiseen sekä yrityksille mahdollisuudet monipuoliseen ja menestyksekkääseen toimintaan.

7. Tervetuloa tutustumaan!

8.

VisitYlivieska.fi
sivut nyt avattu!

Esimerkki typografian käytöstä taitossa

1. **KUVATEKSTI**
Muli Regular
2. **OTSIKKO**
Muli ExtraBold
3. **INGRESSI**
Muli SemiBold
4. **LEIPÄTEKSTI**
Muli Light
5. **VÄLIOTSIKKO**
Muli Bold
6. **BOLD**
Muli Bold
7. **KURSIIVI**
Muli Light Italic
8. **NOSTO**
Muli SemiBold Italic

Visuaalinen ilme

Sovelluksia



 Käyntikortti



Otsikko 1

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Section 1.10.32 of de Finibus Bonorum et Malorum, written by Cicero in 45 BC
Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo. Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi nesciunt.

Otsikko 2

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim.

Otsikko 3

- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.
- Etiam at risus vitae libero gravida facilisis ultrices in purus.
- Ut faucibus sapien a sodales ullamcorper.
- Vestibulum a arcu et nulla fringilla finibus fermentum mollis augue.
- Mauris tristique sem ac lacus fermentum, venenatis tristique nulla tempus.
- Praesent rutrum magna in pulvinar posuere.
- Morbi pharetra elit a risus placerat maximus.
- Aliquam vitae risus eget libero mollis lobortis non vel magna.
- Sed rutrum arcu id consectetur tristique.

Postiosoite:
Ylivieskan kaupunki
PL 70
84101 YLIVIESKA

Käyntiosoite:
Ylivieskan kaupunki
Kyöstintie 4
84100 YLIVIESKA

Puhelin:
(08) 42941
Y-tunnus: 0190557-3

Sähköposti:
kirjaamo@ylivieska.fi
ctunimi.sukunimi@ylivieska.fi
Kotisivu: www.ylivieska.fi

Visuaalinen ilme

Sovelluksia



Ylivieskan kaupunki
PL 70, 84101 Ylivieska

ylivieska.fi



Kirjakuori C5



Ylivieskan kaupunki
PL 70, 84101 Ylivieska

ylivieska.fi



Kirjekuori C4

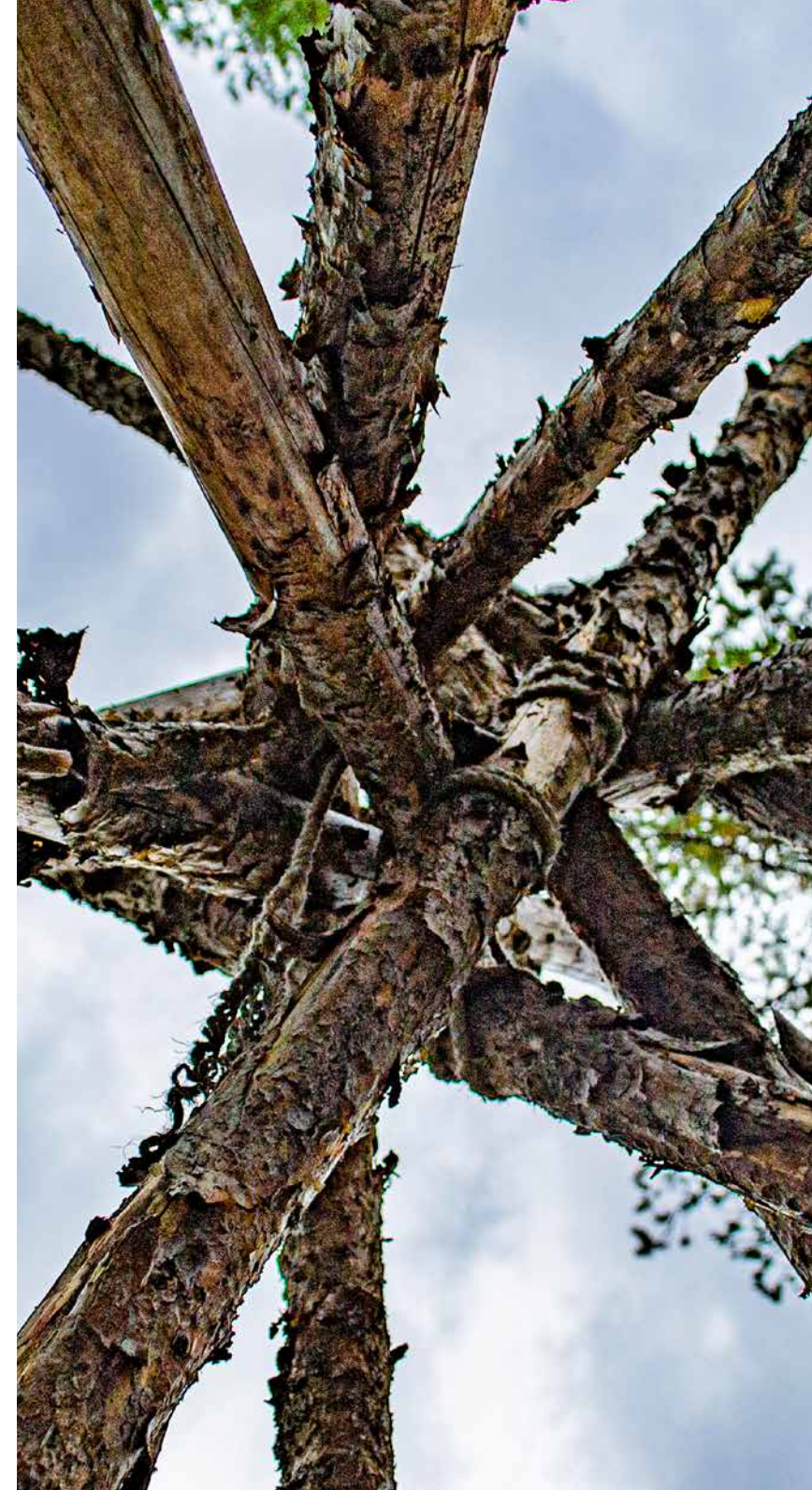
Kuvamaailma

Ylivieskan kuvamaailma keskittyy kaupungin brändilupauksen mukaisesti myönteiseen kasvuun ja kehittymiseen. Kuvat puhuttelevat jokapäiväisillä kertomuksillaan esim. Ihmisten, luonnon, yritysten ja kaupungin kasvusta. Kuvamaailma on yleisilmeeltään inhimillinen ja lämmin. Kuvien esittämiin tarinoihin ja tilanteisiin on helppo samastua.

Kuvamaailma nostaa esiin ylivieskalaisia erilaisissa arjen tilanteissa: lenkillä jokivarressa, keinussa leikkipuistossa, marjametsässä, hiihtoladulla, koulussa ystävien kanssa, harrastuksissa jne. Olennaista on tekemisen meininki, välitön, rento tunnelma ja luonnollinen hymy. Myös valoltaan kuvat ovat mahdollisimman luonnollisia.

Kuvamaailma pelaa myös arkielämän ja luonnon mielenkiintoisilla yksityiskohdilla: puolukanvarvulla, viljankorrella, hymyllä. Valokuvaustilanteessa kuvia ei kuitenkaan rajata liian tarkasti, vaan kuvat otetaan riittäväällä rajausvaralla. Jatkokäytön kannalta tulee huolehtia myös, että kuvat toimitetaan riittäväällä resoluutiolla.

Kuvauksia sovittaessa on hyvä varmistaa, että kuvaaja luovuttaa kuvat Ylivieskan käyttöön kaikkine käyttöoikeuksineen painotuotteista digitaalisiin kanaviin asti. Myös kuvissa esiintyvien ihmisten tulisi allekirjoittaa julkaisuluvat silloin, kun he ovat selkeästi malleina (vrt. julkiset tapahtumat, joissa otettuja kuvia voidaan käyttää ilman henkilökohtaisia julkaisulupia).



Visuaalinen ilme

Kuvamaailmaa ja sitä esitteleviä kuvia tullaan täydentämään.



”

Ylivieskan brändi on enemmän kuin merkki, tunnus tai logo. Se on odotuksia, muistoja, tarinoita ja suhteita. Mitä johdonmukaisempia olemme markkinoinnissamme ja viestinnässämme, sitä todennäköisemmin saamme ihmiset tuntemaan sen, mitä Ylivieska on.”



Yhteystiedot

Ylivieskan kaupunki
Kyöstintie 4, PL 70
84101 Ylivieska

ylivieska.fi