
HÄRNÖSANDS KOMMUN

GRAFISK PROFIL

| | | | |
|----------------------------|-----------|------------------------|-----------|
| Varumärkesplattform | 3 | Bildmanér | 27 |
| – | | – | |
| Grafisk profil | 9 | Exempel enheter | 29 |
| – | | Bildsättning | 30 |
| Logotyp | 11 | Annonser | 31 |
| – | | Trycksaker | 33 |
| Typografi | 16 | Affischer | 36 |
| Våra typsnitt | 17 | Digitalt | 37 |
| Huvudtypsnitt | 18 | Event | 38 |
| Sekundärtypsnitt | 19 | Profilmaterial | 39 |
| Komplement | 20 | | |
| Användning | 21 | | |
| – | | | |
| Färger | 22 | | |
| Våra färger | 23 | | |
| Användning | 24 | | |

INNEHÅLL

VARUMÄRKES- PLATTFORM

Styrkan kommer inifrån

Varumärkesplattformen fungerar som en guide där vi har samlat de värden och associationer vi vill förknippas med. Här beskrivs också vårt varumärkeslöfte och de mål vi gemensamt hoppas nå och till och med överträffa.

Hur människor uppfattar Härnösand påverkas i mångt och mycket av hur vi anställda kommunicerar både externt och internt. Varumärkesplattformen är till för att vägleda och underlätta för oss när vi kommunicerar, marknadsför eller på annat sätt representerar Härnösands kommun och platsen Härnösand. Vi ska sträva efter att vara konsekventa och tydliga i vår kommunikation.

Våra varumärken

I varumärkesplattformen ingår både kommunen och platsen Härnösand. De är på många sätt nära släkt med varandra, men vi skiljer ändå på dem i vår kommunikation. När vi pratar om Härnösand eller staden menar vi platsen Härnösand medan Härnösands kommun avser vi organisationen.



Härnösands kommun står för vår kommunala verksamhet, närmare bestämt uppdrag vi har inom skola, vård, omsorg och kultur. När vi kommunicerar med Härnösands kommun som avsändare använder vi symbolen med stadsvapnet tillsammans med vår ordbild. Symbolen och ordbilden får endast användas när kommunen står som avsändare och i kommunikation som rör skattefinansierad och kommunal service.

HÄRNÖSAND
HÖGA KUSTEN



För platsen Härnösand har vi en särskild platssymbol. Denna används när vi kommunicerar om platsen Härnösand som besöks- eller bostadsort.

Symbolerna får inte användas på ett oetiskt, olagligt eller på annat vis olämpligt sätt. Härnösands kommun har det övergripande ansvaret för varumärket och har därmed mandat att begränsa eller stoppa en användning om det inte håller sig inom korrekta ramar.

Härnösands platsvarumärkes grafiska manual hittar du här:
www.harnosand.se/verktygslada

Våra kärnvärden

Vår värdegrund utgår från tre viktiga ord: **KUND, ANSVAR** och **GLÄDJE**. Tre ord som i grunden bygger på ordning och reda, trygghet och bra relationer. Hur starkt vårt varumärke blir avgörs av våra möten – mellan oss själva och med omvärlden.

Våra associationer

Vi vill att Härnösand ska förknippas med Höga kusten – havet, vinden och vågorna. Förutom vårt vackra naturliv finns också en kreativ företagsamhet, ett starkt kulturliv, mycket engagemang och en värme som vi ska vara stolta över och visa upp.

Vår position

I vårt varumärkesarbete vill vi gärna lyfta fram hamnen som en position att associeras med. Lika aktuell idag som när staden en gång i tiden var en varvsstad, men nu står hamnen för mer än bara båtbyggande. Idag vill vi att våra fysiska hamnar ska få ett symbolvärde, närmare bestämt känslan av att bli väl mottagen och uppleva trygghet. Men också visionen om nya, spännande möjligheter och kontakten med omvärlden. I alla hamnar pågår liv och rörelse och när vi kommunicerar ska vi göra det med öppna sinnen och agera mottagande och inbjudande.

Vårt löfte

Vårt varumärkeslöfte sammanfattar vad varumärket ska stå för och hur det ska upplevas. Löftet spänner över både plats och arbetsklimat. Oavsett om man arbetar, är på tillfälligt besök, är nyinflyttad eller född och uppvuxen i Härnösand ska man känna att **HÄR RÅDER MEDVIND.**

Vår tanke

Där medvind råder står inget stilla. Där sker utveckling, där får alla en chans att ta sig fram och komma vidare. Vi skapar medvind för våra barn och ungdomar genom en bra och trygg skolgång. Vi skapar medvind för våra nyanlända så att de snabbt och smidigt blir en del av vårt samhälle och vi skapar medvind för företag som är verksamma hos oss eller vill etablera sig genom effektivt samarbete.

Några konkreta exempel som genomsyras av medvind och som utvecklar staden är att samtliga av våra bussar är fossilfria, att det byggs nya attraktiva bostäder samt att vi planterar 20 000 nya blommor i stadens centrum varje år.

Vi lovar medvind och vet samtidigt att det betyder att vi måste engagera oss, samarbeta och ställa upp för varandra. Ibland måste vi ro lite extra för att få vind i seglen igen.

Vår ton

Vilka bilder och vilket språk vi använder i vår kommunikation har stor betydelse. Vi ska sticka ut och visa att vi är stolta över vårt Härnösand. Både text och bild ska andas framåtanda, hoppfullhet, glädje, trygghet och gemenskap.

Vi ska sträva efter att visa mänsklig aktivitet, gärna i spännande miljöer. Färgtonen ska vara varm och ha en maritim känsla. I vår grafiska manual beskriver vi riktlinjerna för vår visuella kommunikation mer ingående.

Vårt mål

Vårt agerande ska leda till att människor tänker på Härnösand utifrån våra associationer och därmed göra både platsen Härnösand och Härnösands kommun mer attraktiv.

Vår målgrupp

Vårt varumärkesarbete vänder sig till alla som bor och verkar i Härnösand, potentiella inflyttare, företag som vill etablera sig i Härnösand samt alla besökare.

GRAFISK PROFIL

Grafisk profil

Vår verktygslåda

I den grafiska profilen hittar du de beståndsdelar vi har att arbeta med i vår grafiska verktygslåda. Dessa använder vi oss av för att skapa en enhetlig och uppdaterad bild av Härnösand, som kommun och plats.

Vår grafiska verktygslåda består av: logotyp, färger, bildspråk och typografi. De delar som skapar mest igenkänning är logotyp och färger. Bilder och typografi hjälper oss att bygga vårt varumärke.

Igenkänning

LOGO

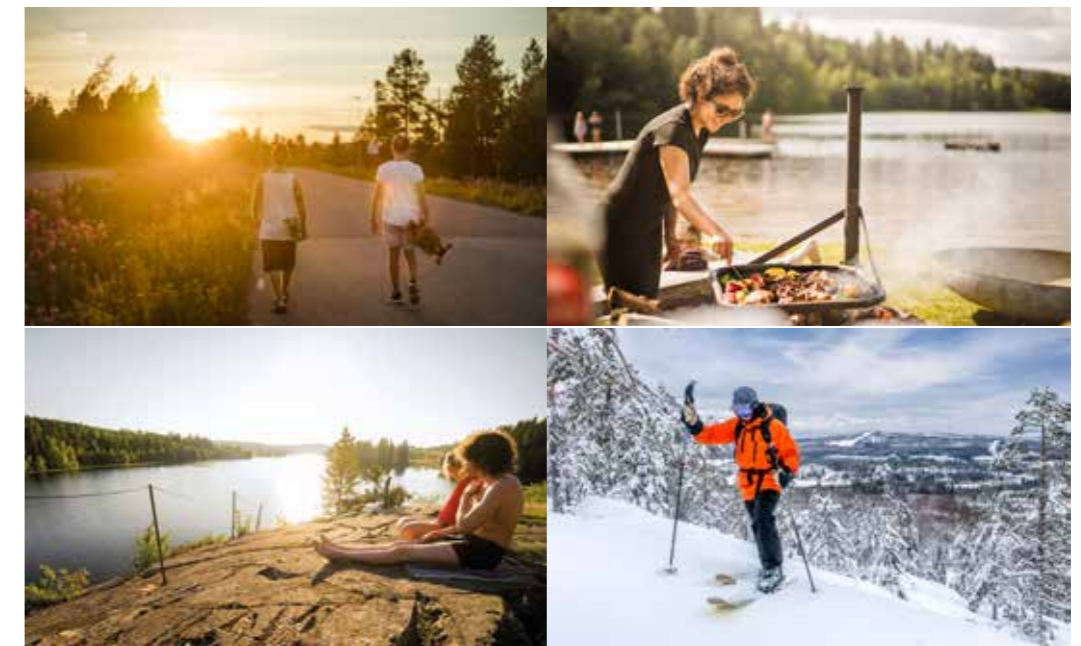


FÄRGER



Varumärkesbyggande

BILDMANÉR



TYPOGRAFI

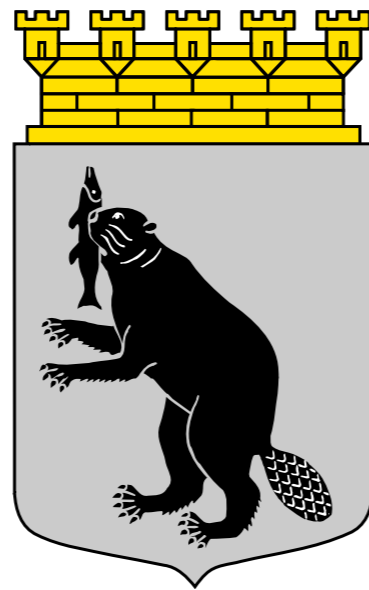
A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V W X Y Z Å Ä Ö
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö

LOGOTYP

Logotyp

Kommunen

Logotypen är en viktig del i vårt visuella uttryck och är den starkaste identitetsbäraren. Därför ska den behandlas med varsamhet. Logotypen består av Härnösands stadsvapen och ett ordmärke.



Härnösands kommun



Logotyp

Kommunen

Användning

Att vår logotyp behandlas på ett konsekvent sätt är viktigt för att skapa en enhetlig och professionell bild av Härnösand.

Bakgrund

För att optimera läsbarheten bör logotypen placeras mot en bakgrund som ger maximal kontrast. Här följer några exempel.



Frizon och minsta storlek

Frizonen avser det minsta rekommenderade område av luft som behöver omge logotypen.

Halva höjden på logotypen



Logotyp

Kommunen Användning

Vår logotyp får inte

Förvrängas

Logotypen får aldrig framställas på ett sätt som antyder att den förändrats på något vis. Använd alltid godkända original när ni ska återge logotypen.

Omfördelas

Den framtagna uppställningen av logotypen måste följas. Egna versioner accepteras inte.



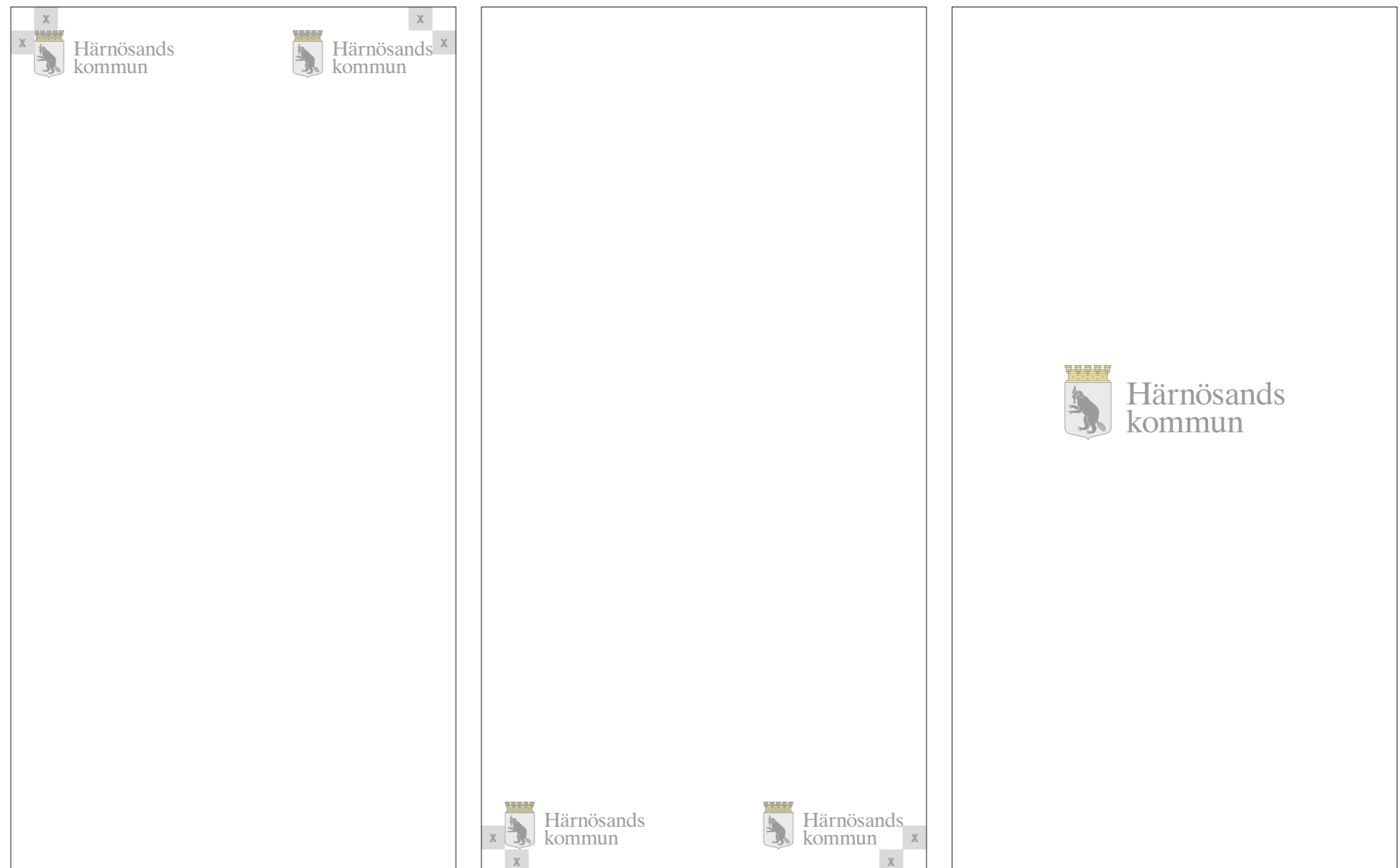
Logotyp

Kommunen

Placering

Konsekvent placering av logotypen är viktigt för att effektivisera layoutarbetet och för att skapa igenkänning. Logotypen kan placeras i något av den aktuella ytans hörn.

För de tillfällen då logotypen är det enda budskapet (exempelvis backdrop eller klistermärke) kan den centreras. Undantag kan även göras i specialfall.



TYPOGRAFI

Typografi

Våra typsnitt

Här presenteras de typsnitt som återfinns i vår verktygslåda.
Mer ingående beskrivningar följer på nästkommande sidor.

Profiltypsnitt

Vårt profiltypsnitt, Apercu, är en av våra viktigaste byggstenar i vårt visuella uttryck. Används uteslutande i all extern kommunikation, där den har en huvudroll.

Användningsområden

Rubriker
Underrubriker
Brödtext
Information
Citat

Sekundärtypsnitt

Som komplement finns vårt profiltypsnitt finns Adobe Caslon Pro. Detta typsnitt används framförallt i trycksaker med mer omfattande textlängder.

Användningsområden

Underrubriker
Brödtext
Citat

Kontorstypsnitt

För internt bruk jobbar vi med systemtypsnitten Arial/Helvetica. Detta innefattar bland annat brev och PowerPoint presentationer. Kontorstypsnitten får aldrig användas i vår externa kommunikation.

A a B b C c

Profiltypsnitt
Apercu

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö

Sekundärtypsnitt
Adobe Caslon Pro

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö

Kontorstypsnitt
Arial/Helvetica

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö

Typografi

Profiltypsnitt

För att skapa en stark profilering och igenkänning jobbar vi med typsnittet Aperçu. Aperçu är ett nyritat, modernt typsnitt, med starka rötter i klassiska typsnittsfamiljer. Känslan är öppen, inbjudande, tydlig och med starka kopplingar till kultur. Aperçu är vårt profiltärande typsnitt och ett av våra viktigaste verktyg för att skapa igenkänning. Typsnittet fungerar stort som litet och i de flesta sammanhang. I längre publikationer använder vi dock vårt sekundärtypsnitt för att ge en mer behaglig läsoplevelse.

Aperçu

Light – *Italic*

Regular – *Italic*

Medium – *Italic*

Bold – *Italic*

Black – *italic*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
 PQRSTUVWXYZÅÄÖ
 abcdefghijklmno
 pqrstuvwxyzåäö

Aximus. Dolore veliquiberia inciet alit omnihil etur? Landenti unte dolessita dolore, aut officiis ulparibus eatam faccus dendiati ipid qui dunt rectaspel iducidu cienis solo quae sunt maiosandes invel ilibus evelecabor aut entiur, aceribusani rem cum facepernam quidele ndiciis debis perundest aliquam ut plaut quam et que doles aperunde corenis derro doluptatesti dolo eatibus, qui res as eri te vendign ihillac eatur? Bea quid maximporeram simetusti ut ligent. lam que lacepro bero quam quae nonsequat as aut omnihil iberitiam haribusam, ium quam, autate eum etus.

Aximus. Dolore veliquiberia inciet alit omnihil etur? Landenti unte dolessita dolore, aut officiis ulparibus eatam faccus dendiati ipid qui dunt rectaspel iducidu cienis solo quae sunt maiosandes invel ilibus evelecabor aut entiur, aceribusani rem cum facepernam quidele ndiciis debis perundest aliquam ut plaut quam et que doles aperunde corenis derro doluptatesti dolo eatibus, qui res as eri te vendign ihillac eatur? Bea quid maximporeram simetusti ut ligent. lam que lacepro bero quam quae nonsequat as aut omnihil iberitiam haribusam, ium quam, autate eum etus.

Typografi

Sekundärtypsnitt

Som komplement till vårt profiltypsnitt använder vi Adobe Caslon Pro. Caslon är ett klassiskt typsnitt med mycket karaktär och bra läsbarhet. Primärt används typsnittet i längre texter, men kan även fungera som komplement och kontrast till Apercu, exempelvis i rubriker i längre trycksaker.

Adobe Caslon Pro

Regular – *Italic*

Semibold – *Italic*

Bold – *Italic*

ABCDEFGHIJKLMNOP
 PQRSTUVWXYZÅÄÖ
 abcdefghijklmno
 pqrstuvwxyzääö

Aximus. Dolore veliquiberia inciet alit omnihil etur? Landenti unte dolessita dolore, aut officiis ulparibus eatam faccus dendiati ipid qui dunt rectaspel iducidu cienis solo quae sunt maiosandes invel ilibus evelecabor aut entiur, aceribusani rem cum facepernam quidele ndiciis debis perundest aliquam ut plaut quam et que doles aperunde corenis derro doluptatesti dolo eatibus, qui res as eri te vendign ihillac eatur? Bea quid maximpore-ra simetusti ut ligent. lam que lacepro bero quam quae nonsequat as aut omnihil iberitiam haribusam, ium quam, autate eum etus.

Aximus. Dolore veliquiberia inciet alit omnihil etur? Landenti unte dolessita dolore, aut officiis ulparibus eatam faccus dendiati ipid qui dunt rectaspel iducidu cienis solo quae sunt maiosandes invel ilibus evelecabor aut entiur, aceribusani rem cum facepernam quidele ndiciis debis perundest aliquam ut plaut quam et que doles aperunde corenis derro doluptatesti dolo eatibus, qui res as eri te vendign ihillac eatur? Bea quid maximpore-ra simetusti ut ligent. lam que lacepro bero quam quae nonsequat as aut omnihil iberitiam haribusam, ium quam, autate eum etus.

Typografi

Kontorstypsnitt

När våra profiltypsnitt inte kan användas, primärt i Office-programmen, så får andra standardtypsnitt användas. För Mac-användare gäller då Helvetica och för PC-användare Arial.

Helvetica/Arial

**ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmno
pqrstuvwxyzåäö**

Aximus. Dolore veliquiberia inciet alit omnihil etur? Landenti unte dolessita dolore, aut officiis ulparibus eatam faccus dendiat ipid qui dunt rectaspel iducidu cienis solo quae sunt maiosandes invel ilibus evelecabor aut entiur, aceribusani rem cum facepernam quidele ndiciis debis perundest aliquam ut plaut quam et que doles aperunde corenis derro doluptatesti dolo eatibus, qui res as eri te vendign ihillac eatur? Bea quid maximporeram simetusti ut ligent. lam que lacepro bero quam quae nonsequat as aut omnihil iberitiam haribusam, ium quam, autate eum etus.

**ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmno
pqrstuvwxyzåäö**

Aximus. Dolore veliquiberia inciet alit omnihil etur? Landenti unte dolessita dolore, aut officiis ulparibus eatam faccus dendiat ipid qui dunt rectaspel iducidu cienis solo quae sunt maiosandes invel ilibus evelecabor aut entiur, aceribusani rem cum facepernam quidele ndiciis debis perundest aliquam ut plaut quam et que doles aperunde corenis derro doluptatesti dolo eatibus, qui res as eri te vendign ihillac eatur? Bea quid maximporeram simetusti ut ligent. lam que lacepro bero quam quae nonsequat as aut omnihil iberitiam haribusam, ium quam, autate eum etus.

Typografi

Användning

Exempel

Rubrik - Apercu, bold

Detta är en exempelrubrik

Ingress - Apercu, medium

Igent explis plab imil is unt ut endicipit, tecus qui con nihita voluptas aliciurenis veliquae non pos dolor mi, odis poriber oressin repreicim que cus re dolorpore iunt dolesequis magnatur

Brödtext - Apercu, light

Igent explis plab imil is unt ut endicipit, tecus qui con nihita voluptas aliciurenis veliquae non pos dolor mi, odis poriber oressin repreicim que cus re dolorpore iunt dolesequis magnatur arum esciis demporepera quae maionsequunt fugia vendis dis eos quas ne num rehendae aut parum harum quatem aut

Detaljer/Specifik info - Apercu, black/bold

IGENT EXPLIS PLAB IMIL IS UNT UT ENDICIPIT
IGENT EXPLIS PLAB IMIL IS UNT UT ENDICIPIT

Rubrik - Apercu, medium

DETTA ÄR EN EXEMPELRUBRIK

Ingress - Adobe Caslon Pro, semibold italic

Igent explis plab imil is unt ut endicipit, tecus qui con nihita voluptas aliciurenis veliquae non pos dolor mi, odis poriber oressin repreicim que cus re dolorpore iunt dolesequis magnatur

Brödtext - Adobe Caslon Pro, regular

Igent explis plab imil is unt ut endicipit, tecus qui con nihita voluptas aliciurenis veliquae non pos dolor mi, odis poriber oressin repreicim que cus re dolorpore iunt dolesequis magnatur arum esciis demporepera quae maionsequunt fugia vendis dis eos quas ne num rehendae aut parum harum quatem aut

Detaljer/Specifik info - Apercu, black/bold

IGENT EXPLIS PLAB IMIL IS UNT UT ENDICIPIT
IGENT EXPLIS PLAB IMIL IS UNT UT ENDICIPIT

FÄRGER

Färger

Våra färger

Den havsnära staden Härnösands primärfärg är den marinblå. Denna ska i största möjliga mån användas i vår kommunikation. Med en konsekvent hantering skapar vi ett distinkt grafiskt uttryck och bygger igenkänning kring vårt varumärke.

MARINBLÅ

CMYK 100-50-0-60

RGB 6-47-80

PMS 2955 C

#032D4D

LJUSBLÅ

CMYK 66-0-0-0

RGB 55-190-245

PMS 298 C

#37BEF5

LJUSGRÅ

CMYK 0-0-0-25

RGB 207-207-207

PMS Cool Gray 2 C

#CFCECF

GUL

CMYK 0-0-94-8

RGB 245-225-14

PMS 3955 C

#F5E10D

VIT

CMYK 0-0-0-0

RGB 255-255-255

#FFFFFF

SVART

CMYK 0-0-0-100

RGB 0-0-0

#000000

RÖD

CMYK 0-100-64-20

RGB 195-4-52

PMS 200 C

#C20434

Färger

Användning Fördelning

Identitetsfärg

Marinblå

Komplementsfärger

Ljusblå
Ljusgrå
Vit
Svart

Accentfärger

Gul
Röd

Identitetsfärg

Vår viktigaste färg är vår marinblå färg. Denna är en huvudbärare av vårt varumärke i grafisk produktion. Med en konsekvent hantering skapar vi ett distinkt grafiskt uttryck och bygger igenkänning kring vårt varumärke.

Används till

Bakgrundsfärg
Huvudrubrik
Tabeller/infografik

Komplementsfärger

Som komplement till vår identitetsfärg finns våra ljusblå, ljusgrå, vita och svarta färger. Vi använder dessa färger för att på ett bra sätt förhöja och sätta vår identitetsfärg i centrum.

Används till

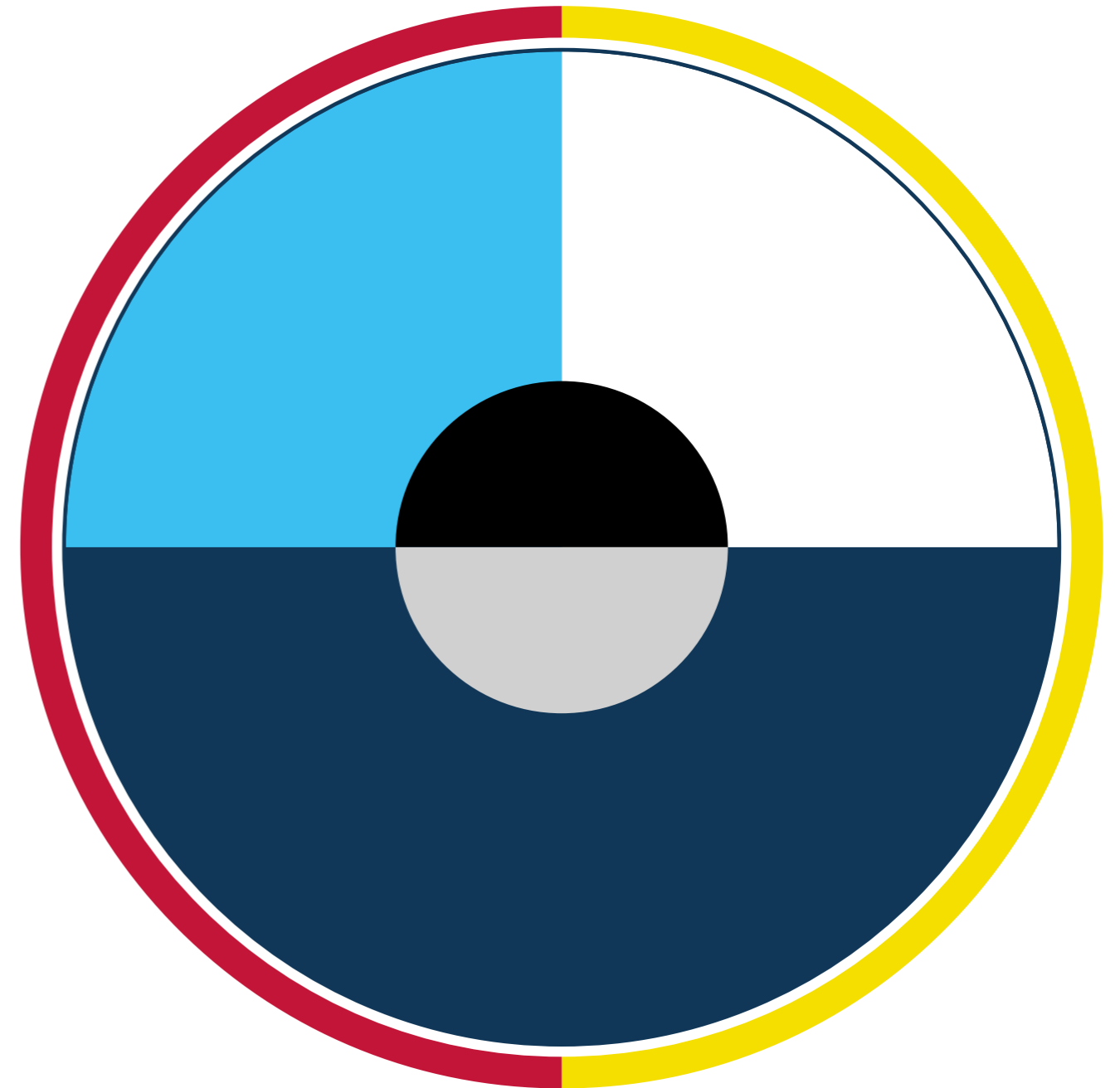
Bakgrundsfärg
Underrubrik
Ingress
Tabeller/infografik

Accentfärger

För att lyfta och skapa fokus på specifik information och liknande element kan våra accentfärger användas. Dessa ska helst inte vara den primära färgen som används i vår kommunikation.

Används till

Fokus på små element
Tabeller/infografik



Färger

Användning

Bra kombinationer

Grundstommen i våra färgkombinationer är den marinblå. Den ska i så stor utsträckning som möjligt vara den huvudsakliga färgen i vår kommunikation. Här följer några rekommenderade sätt att kombinera våra färger.



Färger

Användning Typografi

Det sätt vi kombinerar färger gäller också för den typografiska behandlingen. Även här är den marinblå en dominant färg i kompositionen.

**Detta är en
exempelrubrik
med en undre del
i en annan färg**

**Detta är en
exempelrubrik
med en undre del
i en annan färg**

**Detta är en
exempelrubrik
med en undre del
i en annan färg**

**Detta är en
exempelrubrik
med en undre del
i en annan färg**

BILDMANÉR

Bildmanér

För att bygga bilden av ett människornas Härnösand så vill vi i våra bilder jobba med människor. Viktigt att tänka på att spegla den mångfald och jämställdhet som kommunen och platsen representerar. Även i miljöbilder ska det primära elementet vara just människan, om inte i person, så i väsen. Kanske en hängmatta, eller något som signalerar mänsklig inblandning. I extern kommunikation är det av största vikt att vi endast använder bilder vi har tillåtelse att använda. Att ta bilder direkt från exempelvis Google är strikt förbjudet.



Här följer en rad exempel på hur våra olika element jobbar tillsammans för att skapa en enhetlig bild av varumärket Härnösands kommun. Dessa exempel är framtagna för att ge vägledning i produktionen av grafiskt material.

EXEMPEL
ENHETER

Enheter

Layout Bildsättning

I vårt bildspråk försöker vi jobba med en luftig och variationsfull bildsättning. Vi låter alltid bilderna omges med goda marginaler och de får gärna flyta ut utanför sidogränserna.



Enheter

Annonser

Kommunen

När det är kommunen som kommunicerar, exempelvis vid rekrytering, jobbar vi i större utsträckning med färgplattor. Här får informationen ta mest plats, vi använder den mörkblå färgen till färgplattor som lyfter vår information. Vid de fall där plats eller format inte möjliggör användandet av bakgrundsplatta kan informationen läggas mot vit bakgrund.



Som står med båda fötterna på jorden, men har idéer som flyger. Du som ser vår kommun ur fågelperspektiv och bidrar med strategier som gör att vi lyfter är varmt välkommen till vår tillvästvedelning. Vi behöver någon som är riktigt gatusmart, men samtidigt lika vass på plan- och bygglagen. Vi jobbar för att utveckla Härnösand och i det arbetet får du en nyckelroll.

LÄS MER PÅ [HARNOSAND.SE/KARRIAR](https://harnosand.se/karriar)
ANSÖK SENASTE DE 7 JUNI 2017

Vi söker en gatusmart planerare.

 Härnösands kommun



Som står med båda fötterna på jorden, men har idéer som flyger. Du som ser vår kommun ur fågelperspektiv och bidrar med strategier som gör att vi lyfter är varmt välkommen till vår tillvästvedelning. Vi behöver någon som är riktigt gatusmart, men samtidigt lika vass på plan- och bygglagen. Vi jobbar för att utveckla Härnösand och i det arbetet får du en nyckelroll.

LÄS MER PÅ [HARNOSAND.SE/KARRIAR](https://harnosand.se/karriar)
ANSÖK SENASTE DE 7 JUNI 2017

Vi söker en VD som har barnsinnets kvar.

 Härnösands kommun

Som står med båda fötterna på jorden, men har idéer som flyger. Du som ser vår kommun ur fågelperspektiv och bidrar med strategier som gör att vi lyfter är varmt välkommen till vår tillvästvedelning. Vi behöver någon som är riktigt gatusmart, men samtidigt lika vass på plan- och bygglagen. Vi jobbar för att utveckla Härnösand och i det arbetet får du en nyckelroll.

LÄS MER PÅ [HARNOSAND.SE/KARRIAR](https://harnosand.se/karriar)
ANSÖK SENASTE DE 7 JUNI 2017

Vi söker en gatusmart planerare.

 Härnösands kommun

Enheter

Annonser Information

Då vi behöver prata med en mer formell och informerande ton låter vi färgerna ta större plats och jobbar till stor del typografiskt.

Härnösands kommun

Här skriver vi det primära budskapet. Efteråt skriver vi några extra rader som på något sätt fortsätter och förtydligar.

20 OKTOBER 19:30
BADHUSETS SAMLINGSLOKAL

Här finns det plats för extra text. Postion secas unt explatias velique ernatustrum rerchil iatur, sum et acea sus et laborrum as asperi unti volupta derchil laccati oriorum est occaes asperit re verionsed quis estibea turion parchil laccum quati aritatorrum rerro estibea turion parchil laccum saperitiume nes esto qui sae eatur, serferf ernam, volesecea doloreni bla sitius, in event, consequisqui quam alique poreprat aut occus idemod quem que autem quisic. Ratet aboruntum recumqui res nectent et vellam quo.

WWW.HARNOSAND.SE VÄRML. 0311-34 80 00 ÖPPEN 07:30-16:30 HÄRNÖSANDS KOMMUN 871 80 HÄRNÖSAND KOMMUN@HARNOSAND.SE

Härnösands kommun

Här skriver vi det primära budskapet. Här skriver vi någon rad som fortsätter.

Magnita nobitati dolore venis aut etusclis adi volor acs ent que et voluptatusda que cumqui as unt, asitation ratqui uta velendustem nullit pelessi tatus et veliquis perundam inus mint rat di dolectios volioriem quis dolore explanis dolorrorum nations equidilibus natur, iur, aut lam, alique pres min nonsequibus sequiae perovitium.

LÄS MER PÅ HARNOSAND.SE/KARRIAR
ANSÖK SENASTE DEN 7 JUNI 2017

WWW.HARNOSAND.SE VÄRML. 0311-34 80 00 ÖPPEN 07:30-16:30 HÄRNÖSANDS KOMMUN 871 80 HÄRNÖSAND KOMMUN@HARNOSAND.SE

Härnösands kommun

Här skriver vi det primära budskapet. Här skriver vi någon rad som fortsätter.

Magnita nobitati dolore venis aut etusclis adi volor acs ent que et voluptatusda que cumqui as unt, asitation ratqui uta velendustem nullit pelessi tatus et veliquis perundam inus mint rat di dolectios volioriem quis dolore explanis dolorrorum nations equidilibus natur, iur, aut lam, alique pres min nonsequibus sequiae perovitium.

LÄS MER PÅ HARNOSAND.SE/KARRIAR
ANSÖK SENASTE DEN 7 JUNI 2017

WWW.HARNOSAND.SE VÄRML. 0311-34 80 00 ÖPPEN 07:30-16:30 HÄRNÖSANDS KOMMUN 871 80 HÄRNÖSAND KOMMUN@HARNOSAND.SE

Härnösands kommun

Här skriver vi det primära budskapet i vår profilblå färg. Här skriver vi någon rad som fortsätter under i annan färg.

20 OKTOBER 19:30
BADHUSETS SAMLINGSLOKAL

Här finns det plats för extra text. Postion secas unt explatias velique ernatustrum rerchil iatur, sum et acea sus et laborrum as asperi unti volupta derchil laccati oriorum est occaes asperit re verionsed quis estibea turion parchil laccum.

WWW.HARNOSAND.SE VÄRML. 0311-34 80 00 ÖPPEN 07:30-16:30 HÄRNÖSANDS KOMMUN 871 80 HÄRNÖSAND KOMMUN@HARNOSAND.SE

Enheter

Trycksaker
Omslag



Enheter

Trycksaker

Inlaga

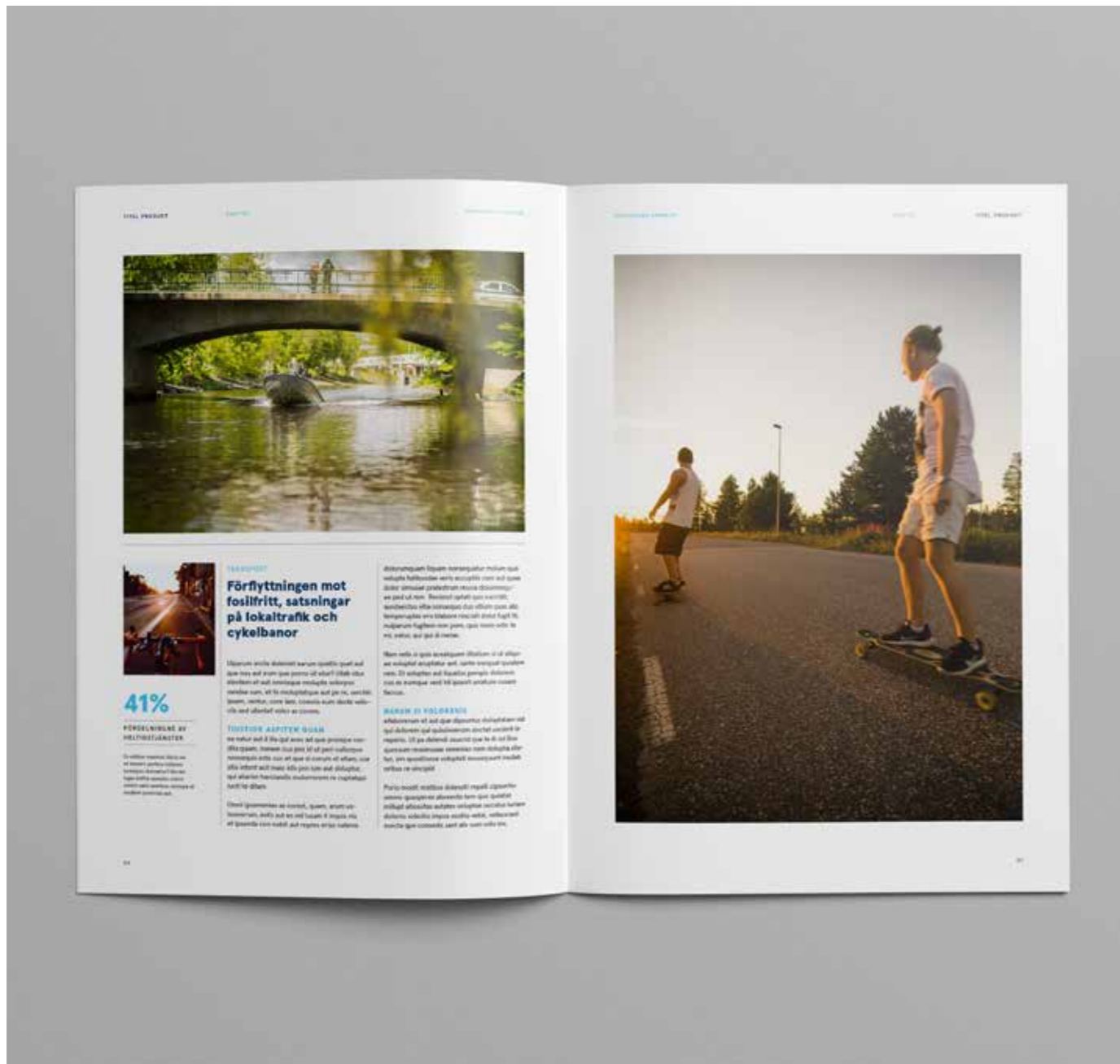
För tryckt produktion försöker vi i så stor utsträckning som möjligt att behålla det luftiga och inbjudande intrycket. Vi använder oss av spännande bildskärningar.



Enheter

Trycksaker

Inlaga



Enheter

Trycksaker

Affischer



Enheter

Digitalt Presentationer

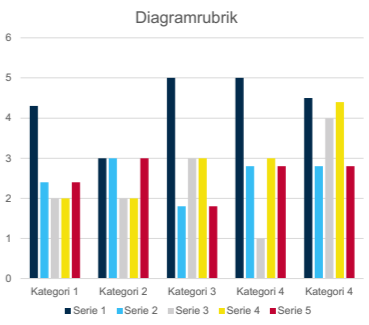



Hej jag är en viktig text som kan vara bra att skriva stort.



En härlig rubrik till ett diagram

Färger är inlagda så att de automatiskt utdelas till diagram. Testa!

FINNS ÄVEN I BLÅTT

VISST ÄR DET HÄRLIGT!



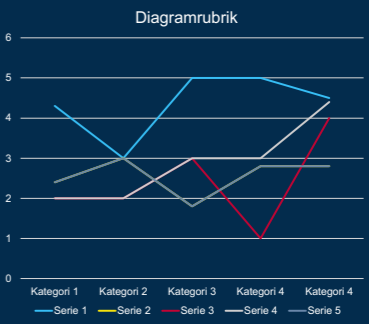

Detta är ett bra sätt att visa enkel information, lite kortare såklart.

Rum imposi tiuscil laborpor molorem as accum velloreptae experib usantibust, autem sim intio iderae explab ipsunt. Fictus ea porum accabo. Nequid quo eturia aut et lam sitintetus, ut fugias dit experibus, quo occum facit ut iuntia pel ma natibus. It quiasimus eiunt. Liquodi tatemodit



En härlig rubrik till ett diagram

Färger är inlagda så att de automatiskt utdelas till diagram. Testa!

Enheter

Event
Rollup



Enheter

Profilmaterial

Bilar





Härnösands
kommun