



ORIMATTILA

BRÄNDIOHJEISTO

Sisälllys

Edessäsi on Orimattilan brändiohjeisto, jossa on kaikki tärkein brändistä pähkinänkuoressa.

Ohjeistosta löydät vastaukset muun muassa kysymyksiin mitä Orimattila on, mikä on brändille tärkeää, ketä brändi puhuttelee sekä miltä brändi kuulostaa ja näyttää.

| | |
|--------------------------|--------------|
| Orimattilan tarina | 3 |
| Taustaa | 4-5 |
| Tone-of-Voice | 6-7 |
| Brändiattribuutit | 8-9 |
| Brändikonsepti | 10-23 |
| Look & Feel | 24-34 |
| Esimerkkejä | 35-39 |

Orimattilan tarina

Eli täältä me tulemme,
tuonne me olemme
matkalla.

Orimattilassa on omalaatuista vetovoimaa. Sen ovat
tienneet jo ensimmäiset suomalaiset, jotka asettuivat
yli 10 000 vuotta sitten asumaan kauniille törmällemme.

Olemme osanneet tehdä paljon oikein vuosien saatossa
ja pysyneet aivan omanlaisena kotina mukavalle määrälle
orimattilalaisia. Välillä meitä on moitittu liiasta tuumailusta,
mutta olemme pikemminkin pelanneet varman päälle
yhteistä hyvää rakentaessa. Suuntamme on kristallinkirkas:
rakennamme Päijät-Hämeen parasta asuinpaikkaa nykyisille
ja tuleville orimattilalaisille. Kaupungin uusi strategia asettaa
askelmerkit tulevaan. Vuonna 2030 kaupunkimme läpi virtaa
kaunis ja kunnostettu Palojoki, elävää keskustaa sävyttää
korkea kaupunkirakentaminen ja elinvoimaiset keskustan
kivijalkaliikkeet palvelevat paikallisia.

**Matkaamme tulevaisuuteen vauhdittaa uusittu
brändimme. Tervetuloa tutustumaan siihen!**



Mihin Orimattilan brändi pohjautuu?

Taustaa


Eli mistä koko brändi kumpuaa

KAUPUNKI: Orimattila on ylpeästi itsenäinen ja itsellinen, luonnonläheinen, juureva ja reilusti kotoisa maaseutukaupunki. Orimattila on aidosti omanlaisensa viihtyisä koti, jossa vallitsee lojaali yhteisöllisyys sekä luova hulluus.

IHMISET: Orimattilalaiset ovat olleet aina omanlaisiaan oman polkunsä kulkijoita, jotka pitävät lojaalisti huolta omistaan. Kun muu maa siirtyi kesäaikaan 40-luvulla, Orimattila muodosti oman aikavyöhykkeensä Suomen sisälle. Täällä tehdään mitä pitää ja itse halutaan.

SIJAINTI: Jo ensimmäiset suomalaiset tiesivät, mitä kotiin tarvitaan, ja asettuivat asumaan Orimattilan kauniille törmälle 10 000 vuotta sitten. Voikin sanoa, että Orimattila on suomalaisten syntykoti.

TULEVAISUUS: Vuoden 2030 Orimattila koostuu elinvoimaisesta kaupunkikeskustasta, kylistä sekä kasvukäytävästä Pennalan yritysalueen kautta Lahden rajalle.



Brändin ydin pohjaa neljään sanaan. Sanat löytyivät Orimattilan historiasta suomalaisten syntykotina, mutta nousivat esille myös kaupunkilaisten puheissa. Osana brändityötä toteutimme kyselyn, jonka aikana kuulumme yli 500:aa kaupunkilaista ja he saivat kertoa mielipiteensä menneestä ja tulevasta.

Tone- of-Voice

MILTÄ ORIMATTILAN BRÄNDI KUULOSTAA?

Tone- of-Voice

Miltä Orimattilan brändi kuulostaa?

Itsevarma ja ansaitusti ylpeä

Kerromme ylpeydellä, mitä Orimattila on tai ei ole ja mitä olemme saaneet aikaan. Emme kaunistele tai suurentele asioita, koska meidän ei tarvitse. Tämä ei kuitenkaan tarkoita ylimielisyyttä.

Omanlainen


Puhetyyli on hyvää peruskieltä, mutta jokaisen viestijän oma persoonallinen ääni saa kuulua. Viestiä voidaan tukea sopivissa kanavissa esimerkiksi paikallisilla ilmauksilla, kuten "perin konu" tai lempeällä huumorilla.

Vuorovaikutteinen ja keskusteleva

Olemme avoimia kuulemaan kaikkien mielipiteitä ja kutsumme kaikki kiinnostuneet keskusteluun – niin kaupungin sisällä kuin ulkopuolella. Seisomme omien päätöstemme takana ja kerromme niistä, muttemme tyrkytä niitä.

Rehellinen

Kerromme, miten asiat ovat, emmekä jätä tarkoituksella jotain kertomatta. Kaikki viestintämme lähtee tarpeesta kertoa jotain, eikä ole vain tyhjää fiilistelyä tai hehkutusta.



Puhuessaan Orimattilan äänellä kaupungin työntekijät käyttävät tone-of-voicea apunaan. Yhtenäinen puhetyyli rakentaa yhtenäistä brändiä. Niin Orimattila herätetään eloon.

Brändi- attribuutit

MITÄ ASIOITA TOISTETAAN?

Orimattila on

Alku-
peräinen

Aito

Ainut-
laatuinen

Oman-
lainen



Brändin ydin on kiteytettävissä neljään Orimattilaa kuvaavaan sanaan. Näitä sanoja eli brändin attribuutteja Orimattilan viestijöiden tulee käyttää ja toistaa omista viesteissään. Orimattilan brändiattribuutit tekevät Orimattilasta erilaisen kuin mistään muusta paikasta. Ne ovat totta Orimattilassa.



Brändi- konsepti

ELI IDEA BRÄNDIN VIESTIEN
JA TOIMENPITEIDEN TAKANA

Kaikki kiteytyy kirjaimiin

Eli mistä brändikonseptissa on kyse.

Osana brändityötä Orimattilalle luotiin konsepti, joka kiteyttää kaupungin olemuksen. Se toimii työkaluna käytännön toimenpiteissä viestinnästä markkinointiin ja auttaa meitä rakentamaan tulevaisuuden Orimattilaa.

Idea konseptista kiteytyy Orimattilan nimeen: Orimattilan oohon ja aahan. Niistä löytyy kaikki, joka erottaa meidät muista ja toisaalta ohjaa suuntaa, johon haluamme mennä. Osana brändikonseptia omimme nämä kirjaimet käyttöömmme.

Orimattilan O – ooh! – kuvaa positiivista yllätystä ja A – aah! – ihastelevaa ihmetystä. Kaupunkimme herättää molempia tunnetiloja.

Toisaalta taas kun puhutaan hyvästä elämästä, Orimattila on kaiken A ja O. Meiltä löytyy kaikki, mitä siihen tarvitaan. Mutta koska olemme olleet aina hitusen omintakeisia ja tehneet asiat omalla tavallamme, meillä puhutaankin päinvastoin kaiken oosta ja aasta.

Brändikonsepti kiteytyykin lauseeseen: Orimattila – Elämää oosta aahan. Se kuvastaa sitä, mitä me tulevaisuudessa olemme, hyvän elämän aineksia oosta aahan, ja matkaa, jonka me sinne taitamme – täynnä ihmetystä ja ihastelua. Elämä, ihmisen paras aika, eletään oon ja aan välissä.

Tältä brändi- konsepti näyttää

JA NÄIN SITÄ KÄYTETÄÄN

Elämää oosta aahan

ORIMATTILA

Elämää oosta aahan

ORIMATTILA

ASUKASMARKKINOINTI

OMANNÄKÖISIÄ KOTEJA **o**lohuoneesta **a**utotalliin

Jo ensimmäiset suomalaiset tiesivät, mitä kotiin tarvitaan, ja asettuivat asumaan Orimattilan kauniille törmälle 10 000 vuotta sitten. Yhteisöllisyyttä, tilan tuomaa rauhaa sekä turvallista sujuvaa arkea löydät meiltä yhä tänäkin päivänä.

 **ORIMATTILA**
Elämää oosta aahan

YRITYSMARKKINOINTI

MENESTYSTARINOITA

Orferista Alluun

Ainutlaatuinen sijaintimme tuo yrityksille aitoa kilpailuetua. Jopa 80 % kotimaan markkinoista sijaitsee alle 150 km:n etäisyydellä Orimattilasta, ja kansainvälisille markkinoille pääsee tunnissa niin lentokentältä kuin Vuosaaren ja Kotkan satamista. Orimattilan kustannustaso on jopa 30 % edullisempi kuin pääkaupunkiseudulla, ja Lahden seutu tarjoaa oivan yritysverkoston kasvun tueksi. Meiltä löydät aitoa tukea yrittämiseen. Orimattila on palkittu yrittämisen edellytyksiä helpottavasta ketterästä kaavoittamisesta, ja kasvava kaupunki tarjoaa osaavaa työvoimaa. Rakenna omannäköinen menestystarinasi Orimattilaan.



LIIKUNTAPALVELUT

LIIKUNNAN ILOA

Orimattila
Areenalta
avantouintiin

 **ORIMATTILA**
Elämää oosta aahan



OSALLISTAMISTA

YHTEISÖLLISYYTTÄ

osallistavasta
taiteesta
aluekumppanuus-
pöytiin

 **ORIMATTILA**
Elämää oosta aahan



KUNTAREKRY

TYÖPAIKKOJA

opettajista
asentajiin

 **ORIMATTILA**
Elämää oosta aahan

KOULUTUS

URAPOLKUJA

oppitunnilta
ammattilaiseksi

 **ORIMATTILA**
Elämää oosta aahan







Näin konsepti toimii twiitteinä



Orimattilan kaupunki 
@Olankaupunki

Hyvinvointialueiden myötä monet ikääntyneiden tarvitsemien palveluiden tuottajat vaihtuivat. On tärkeää kertoa, mistä kaikki palvelut ostosavusta asumiseen jatkossa löytyvät. Orimattilan kaupunki järjestää neljästi vuodessa infotilaisuuden senioriohjaajan toimesta.

[#orimattila](#) [#oosta_aahan](#) [#seniori](#)
[#hyvinvointialue](#)




 12K  12K  12K 



Orimattilan kaupunki 
@Olankaupunki

Mediaseuranta on varsin toimiva johtamisen väline, näin totesimme johtoryhmän kokouksessa. Orimattilan näkyvyys on kasvusuunnassa ja kaupungin kanavat kasvavat. Eryisesti Instagram. Erilaiset sisällöt oman kaupungin kuulumisista asemakaavamuutoksiin sitouttavat hyvin.

[#johtaminen](#) [#orimattila](#) [#oosta_aahan](#)
[#mediaseuranta](#) [#somefi](#) [@MeltwaterFIN](#)

 12K  12K  12K 

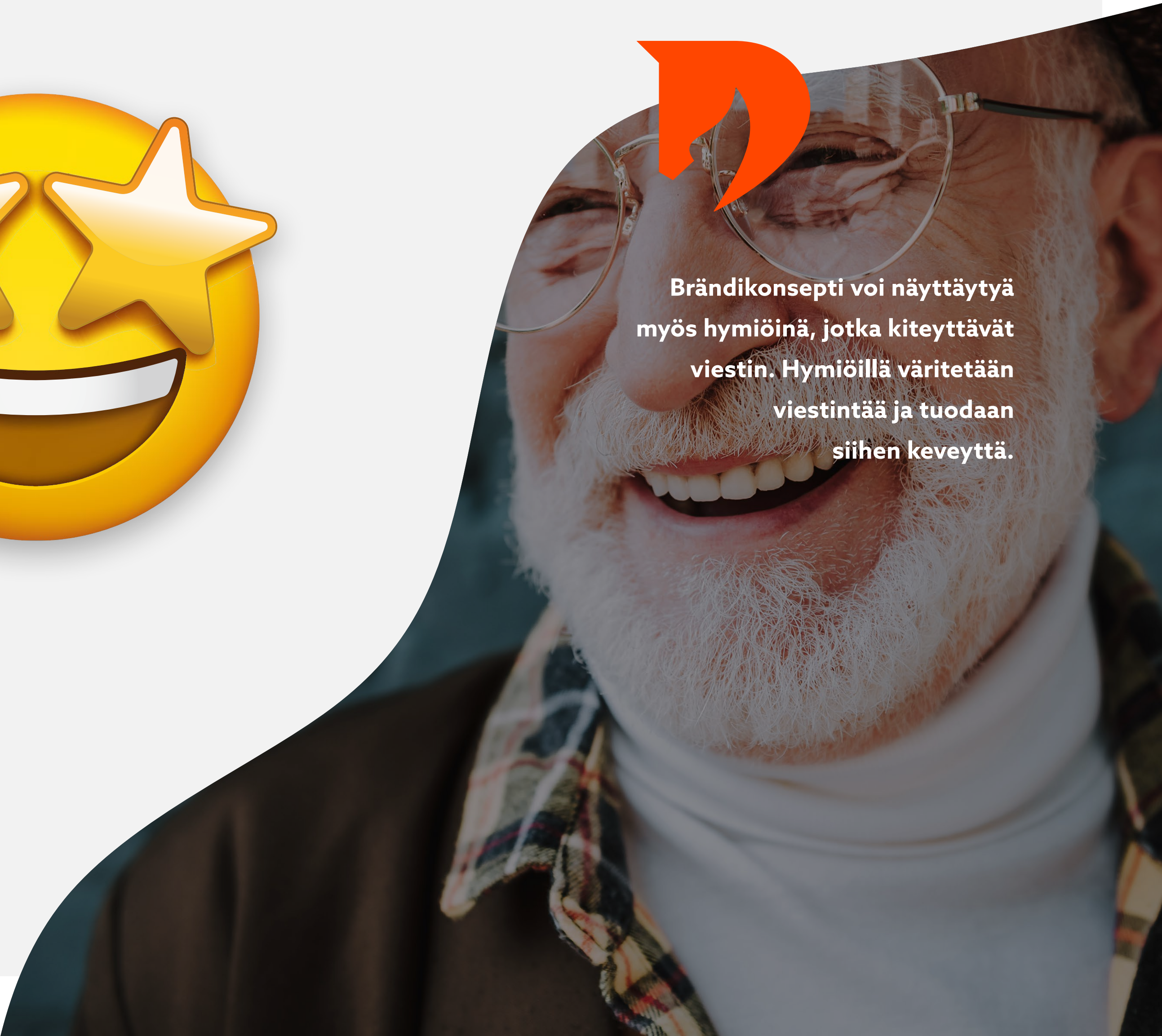
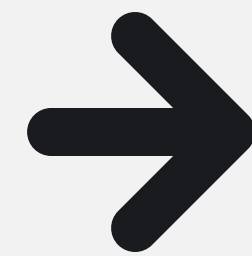


Orimattilan kaupunki 
@Olankaupunki

Siitä jatkettiin, mihin viimeksi lopetettiin. Jälleen kerran oli viimeinenkin jakkara käytössä. Iso kiitos Ferroplanille ja Hämeen hallituspartnereille tilaisuuden isännöinnistä. Päivä hujahti nopeasti onnistumistarinoiden ja aamukahvien merkeissä.

[#orimattila](#) [#oosta_aahan](#) [#johtaminen](#)
[@Olankaupunki](#)

 12K  12K  12K 



Brändikonsepti voi näyttäytyä myös hymiöinä, jotka kiteyttävät viestin. Hymiöillä väritetään viestintää ja tuodaan siihen keveyttä.

Mihin kaikkeen Elämää oosta aahan taipuu

Se näkyy niin kaupungin asukasmarkkinoinnissa kuin liikuntapalveluistakin kerrottaessa. Toisaalta sen voi piilottaa hienovaraisesti twiitteihin tai esittää vaikka tekstiä maustavina hymiöinä. Nyt pallo on teillä. Mitä kaikkea keksitte Orimattilan oosta ja aasta?

Orimattilan brändikonsepti on työkalu, joka herättää brändin eloon.

Matka on alkanut!



Look & Feel

MILTÄ ORIMATTILA NÄYTTÄÄ JA TUNTUU?

Logo

Logo on yrityksen visuaalisen ilmeen ydin ja merkki siitä, että yritys seisoo kyseisen sisällön takana. Siksi on tärkeää, että sitä käytetään yhteneväisesti ja brändin mukaisesti.

Orimattilan logo perustuu kaupungin nimeen sekä tyyliteltyä orin päätä kuvastavaan logomerkkiin.

Visuaalisesti logossa on määrätietoisuutta, selkeää jämpyyttä ja elinvoimaisuutta – aivan kuten Orimattilassa.



Logon versiot

Orimattilan logosta käytetään ensisijaisesti värillistä versiota aina, kun se on mahdollista. Mustaa logoa käytetään mustavalkoisissa esityksissä. Mustalla tai värillisellä taustalla logosta voidaan käyttää negatiivista valkoista versiota. Tällöin on tärkeää ottaa huomioon riittävä kontrasti logon erottumisen varmistamiseksi.

Logoa voidaan käyttää myös sloganiin yhdistettynä. Sloganin käyttö on perusteltua esimerkiksi silloin, kun halutaan korostaa ja kiinnittää lukijan huomio kerrotussa viestissä olleeseen oosta aahan -sisältöön.

 ORIMATTILA ORIMATTILA ORIMATTILA ORIMATTILA

LOGO SLOGANILLA

 ORIMATTILA
Elämää oosta aahan

Logon suoja-alue

Logolle tulee jättää aina erottuvuuden varmistamiseksi suoja-alue, jolle ei tule tekstiä tai kuvia. Suoja-alueen tulee olla joka suuntaan vähintään logon O-kirjaimen mittainen.

LOGON SUOJA-ALUE



LOGO SLOGANILLA -SUOJA-ALUE



Logon käyttö

Käytä aina valmiita logo-originaaleja. Logon mittasuhteita tai värejä ei saa muuttaa.

Logoa ei saa paloitella tai jakaa useammalle riville.

Logoa ei tule käyttää sellaisella taustalla, jolta se ei erotu riittävästi (esim. liian kirjava tausta tai liian pieni kontrasti logon ja taustan välillä).



X LOGON MITTASUHTEITA EI SAA MUUTTAA



X LOGON VÄREJÄ EI SAA MUUTTAA



X VARMISTA RIITTÄVÄ KONTRASTI

Typografia

Typografia on yksi brändin tärkeimmistä tunnistettavuutta ja erottuvuutta rakentavista ominaisuuksista. Johdonmukainen typografia edistää jatkuvuutta, selkeyttä, lähestyttävyyttä ja omaa visuaalista äänensävyä.

Orimattilan visuaalista identiteettiä tukemaan on valittu kaksi kirjasintyyppiä: **Tussilago** sekä **Azo Sans** -fonttiperhe.

Tussilago on Orimattilan ensisijainen fontti markkinoinnissa ja printti-viestinnässä. Tussilagoa käytetään pääfonttina otsikoissa ja muissa lyhyissä teksteissä sekä painetuissa että digitaalisissa materiaaleissa.

Azo Sansia käytetään pääasiallisesti leipätekstissä sekä muissa pitkissä tekstikappaleissa. Azo Sansia voidaan käyttää leipätekstin rinnalla eri leikkauksia väliotsikoissa, ingresseissä ja nostoissa ym. visuaalista erottuvuutta vaativissa yhteyksissä.

Jos kirjasintyypit eivät ole saatavilla, esimerkiksi Office-sovelluksissa, käytetään tällöin **Avenir**-fonttiperhettä.

TUSSILAGO REGULAR

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

AZO SANS REGULAR

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

TUSSILAGO HEAVY

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

AZO SANS BOLD

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

Väripaletti oranssista asuurinsiniseen

Orimattilan monikäyttöinen väripaletti antaa mahdollisuuksia ilmeen soveltamiselle ja variaatioille myös värin keinoin. Värejä on tärkeää käyttää johdonmukaisesti brändiohjeistossa määritellyllä tavalla, jotta lopputulos on hallittu ja yhdenmukainen.

Päävärien vaaleammat sävyt (80%, 60%, 40%, 20% tint) otetaan tarvittaessa käyttöön infografiikassa ja tilastoesityksissä esimerkiksi PowerPointissa.

Sisältökäytössä sopivaa aksenttiväriä voi hyödyntää kuvan sävytyksenä viestin vahvistamiseksi tai otsikoissa.

Sävyjä voi tarvittaessa muuttaa saavutettavuuden parantamiseksi. Sävyjä voi tummentaa, mikäli ne eivät kontrasteiltaan näytä täyttävän saavutettavuusvaatimuksia.

PÄÄVÄRIT

ORANSSI

CMYK - / - / - / -
PMS -
RGB - / - / -
HEX #-

MUSTA

CMYK - / - / - / -
PMS -
RGB - / - / -
HEX #-

KULTA

CMYK - / - / - / -
PMS -
RGB - / - / -
HEX #-

LISÄVÄRIT

HOPEA

CMYK - / - / - / -
PMS -
RGB - / - / -
HEX #-

VIHREÄ

CMYK - / - / - / -
PMS -
RGB - / - / -
HEX #-

**ASUURIN-
SININEN**

CMYK - / - / - / -
PMS -
RGB - / - / -
HEX #-

Yrityksen värien tarkat värisävymäärittelyt sisältävät Pantone®-standardin täyssävyiset spottivärit (PMS), sekä niiden digitaalisiin (RGB, HEX) ja painettuihin (PMS, CMYK) ympäristöihin määritellyt väriarvot.

Suositteluvia väriyhdistelmiä

Ohessa näet esimerkkejä siitä, miten brändin päävärejä ja lisävärejä voi yhdistellä. Yhdistämisessä kannattaa huomioida saavuttavuusvaatimusten lisäksi harmoninen yleisilme ja selkeys.



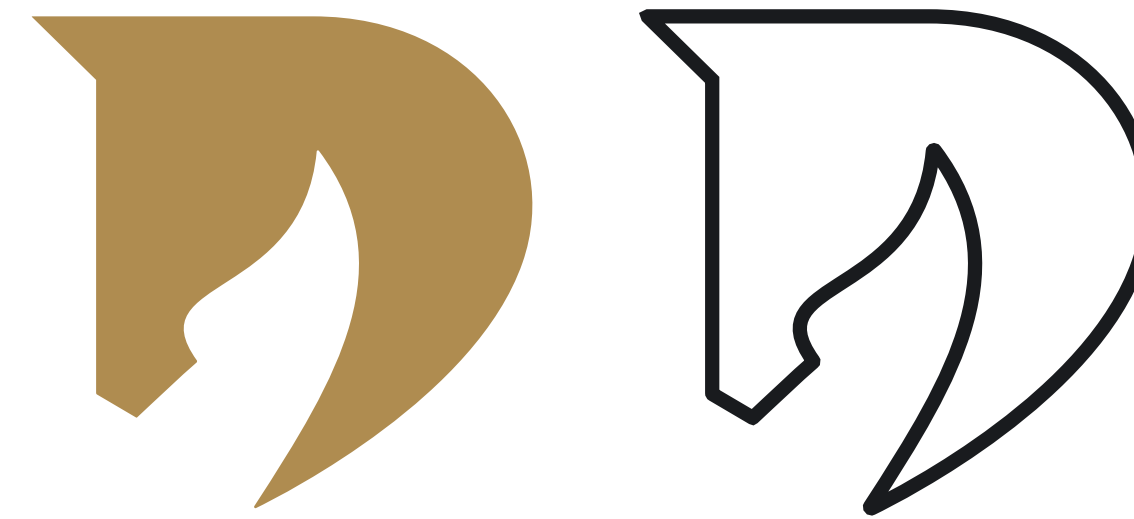
Graafiset elementit orista abstrakteihin muotoihin

Orimattilan graafisena lisäelementtinä käytetään ori-logomerkkiä sekä luonnonläheisyyttä kuvastavia abstrakteja orgaanisia muotoja.

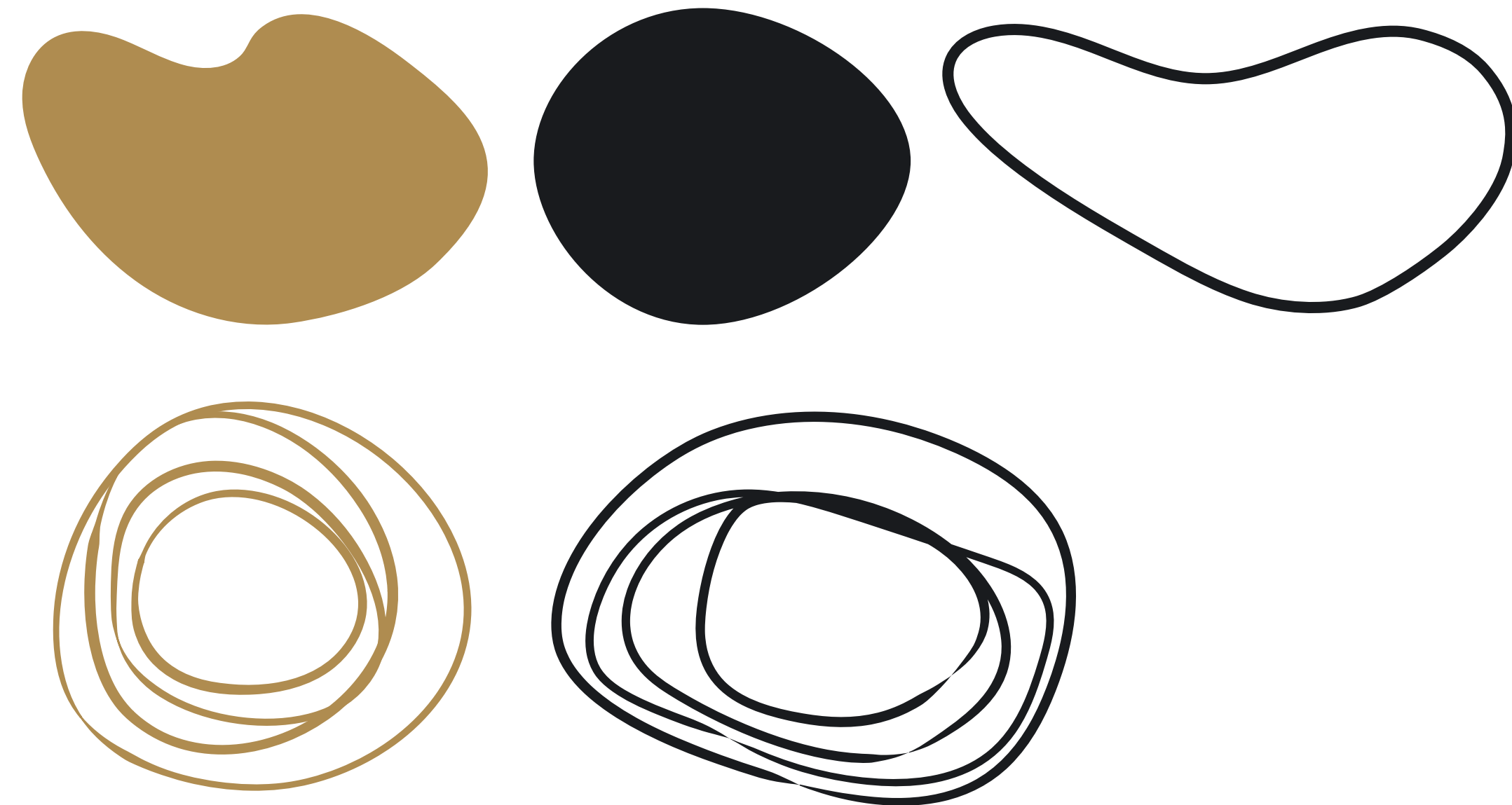
Elementtejä voidaan käyttää visuaalisina elävöittäjinä esimerkiksi graafisissa sovelluksissa, kuten käyntikorteissa ja PowerPoint-esityksissä.

Näet vieressä esimerkkejä siitä, mitä abstraktit muodot voivat olla, mutta niitä voi luoda myös lisää tarpeen vaatiessa.

ORI



ABSTRAKTIT MUODOT

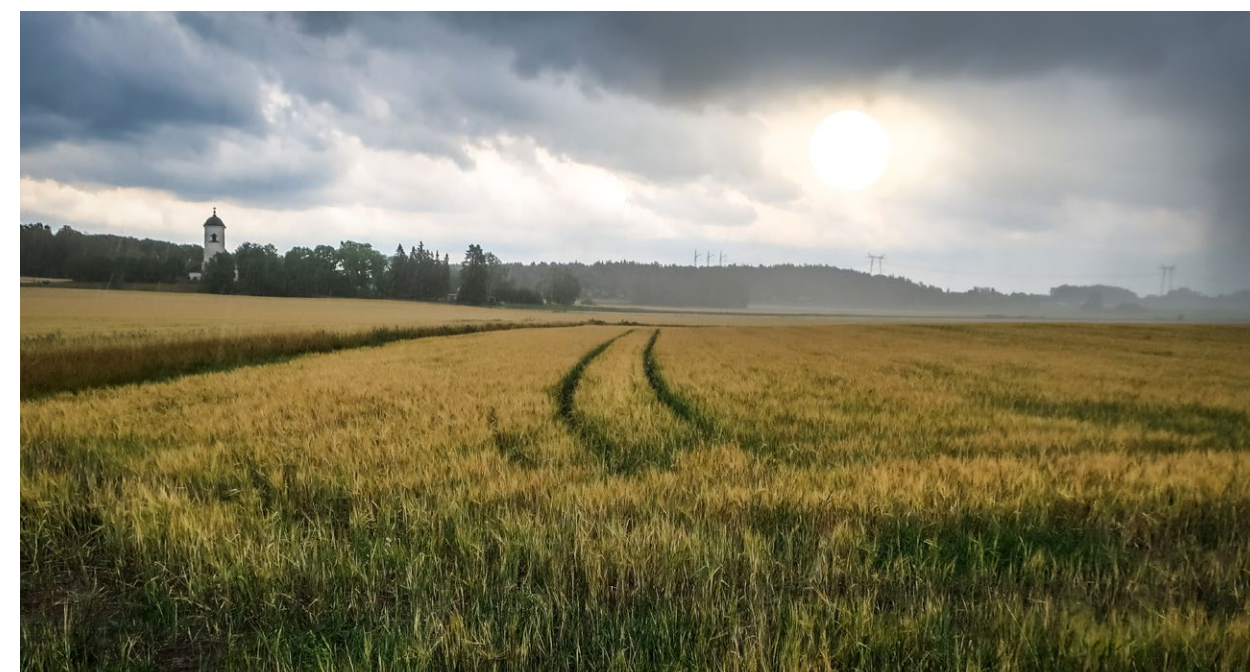


Kuva- maailma

Oma kuvamaailma on brändi-identiteetin ainutlaatuinen rakentaja.

Orimattilan kuvamaailmaa värittävät aidot ihmis- ja kuntalaiskuvat aitoine ilmeineen.

Näiden lisäksi kuvamaailma esittelee orimattilalaista maisemaa, rakennuksia ja elinympäristöä.



Vaakuna

Orimattilalla on käytössään heraldinen tunnus eli vaakuna. Sitä käytetään vain kaupunginvaltuuston ja kaupunginhallituksen sineteissä ja muissa virallisissa yhteyksissä, kuten virallisissa asiakirjoissa.

Vaakunan ja Orimattilan logon samanaikaista käyttöä vältetään.



Sovellus- esimerkkejä

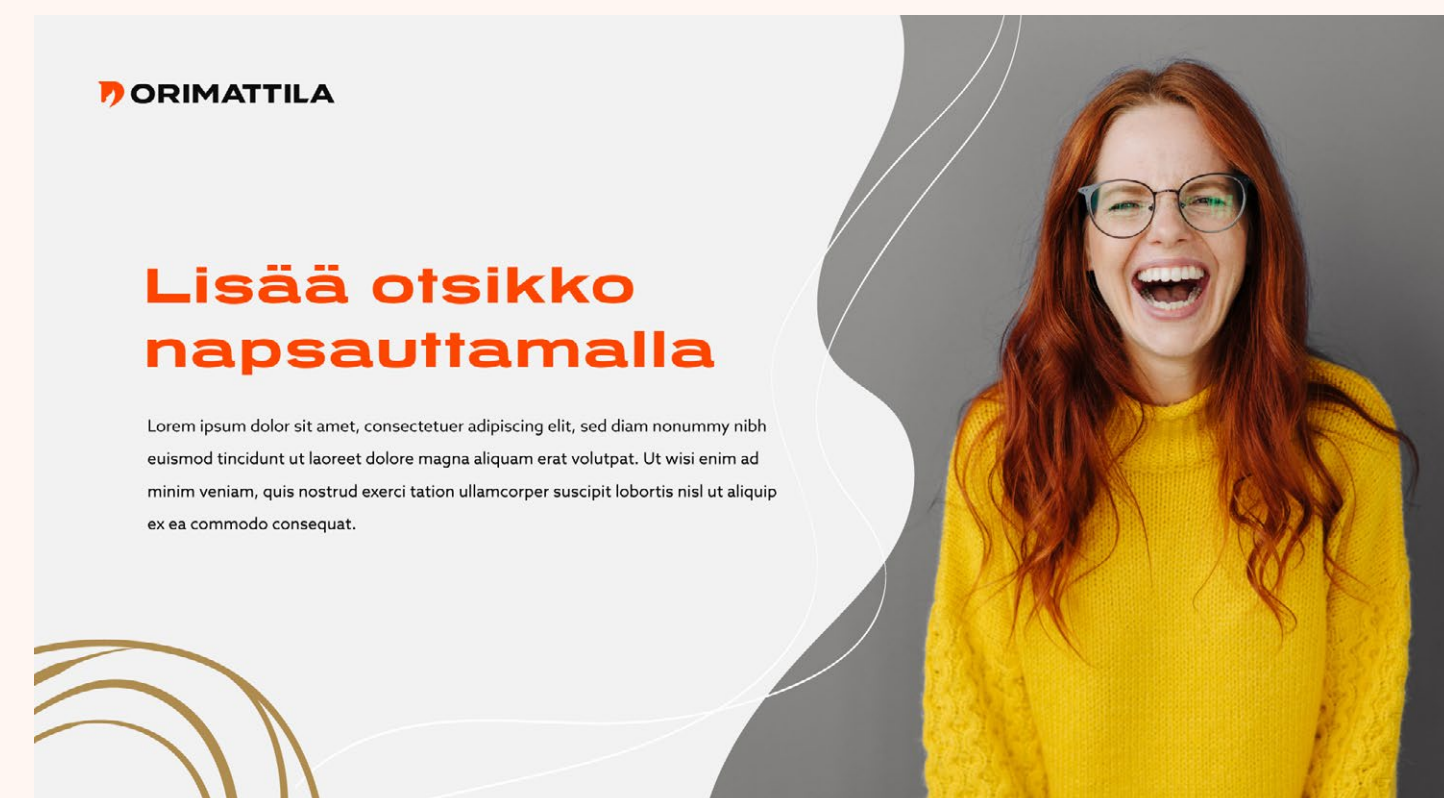
Käyntikortit & asiakirjapohjat



Jakotavara



Power Point -pohjat



Julisteet & flyerit



**Elämää
oosta aahan**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

ORIMATTILA



ORIMATTILA

**Elämää
oosta
aahan**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

orimattila.fi

orimattila.fi

**Elämää
oosta aahan**

ORIMATTILA



Orimattilan kaupunki
Erkontie 9, PL 46, 16301 Orimattila

orimattila.fi