

Oulun brändikäsikirja



Sisältö

Asteen verran vastuullisempi.....	3	Päävärit	20
Oulun brändin rakennusaineita.....	4	Lisävärit	21
Brändin ytimet	5	Tunnuksen väri variaatiot	22
Asteen verran... ..	6	Typografia: Oulun Graadi.....	23
Kärkiviestit: osaajat ja yhteistyö.....	7	Kirjasintiedot	24
Kärkiviestit: opiskelu, nuoret ja matkailu	8	Astemerkin käyttö	25
Hissipuhe	9	Valokuvat ja kerronta	26
Brändipersoona	10	Taiton periaatteet ja taittomallit	29
Äänensävy	11	Taittomallit	30
Oulun tunnus.....	12	Julistemalleja	31
Oulun tunnus: tarina ja käyttö.....	13	Kuvat ja otsikot taitossa: esimerkkejä	32
Tunnuksen versiot.....	14	Dokumentit ja ilmoitus pohjat	33
Suoja-alueet	15	Inspiraatio: tuotteita.....	34
Mustavalkoinen	16	Inspiraatio: grafiikka, pinnat jne.	35
Toimialat	17	Oulun brändi on oululaisten tekemä	36
Liikelaistokset.....	18	Yhteystiedot	37
Logohierarkia ja asettelut	19		

Asteen verran vastuullisempi

Oulun brändi on Oulu ja oululaiset. Brändi on se tunne, jonka Oulu herättää ihmisten mielissä. Se kertoo, mitä Oulusta ja oululaisista ajatellaan ja millaiseksi kaupunkimme koetaan.

Tämä brändikäsikirja on ohjeisto tai sikermä siitä, miten Oulusta kerrotaan kuvin ja sanoin. Käsikirja kertoo Oulun brändistä tärkeimmät asiat, ohjaa viestien ja viestinnän suunnittelua ja ohjeistaa visuaalisten tunnisteen käyttöä.

Oululaiset ovat osallistuneet brändityöhön. Jokainen teko, idea, vastaus, kommentti ja palaute on ohjannut brändiä asteen verran oululaisemmaksi.

Brändissä näkyy myös Oulun lähestyvä Euroopan kulttuuripääkaupunkivuosi.

Ennen kaikkia brändin tulee olla todellinen, merkityksellinen ja aito – asteen verran vastuullisempi.

*Ari Alatossava
kaupunginjohtaja*



Oulun brändin rakennusaineita

Brändi on ennen kaikkea tekoja ja viestejä. Niitä ohjaavat Oulun olemassa olevat vahvuudet, jotka rakentavat brändin perustan.

Erottava positio: Pohjoisuuden voimalla elävä juureva kasvukeskus

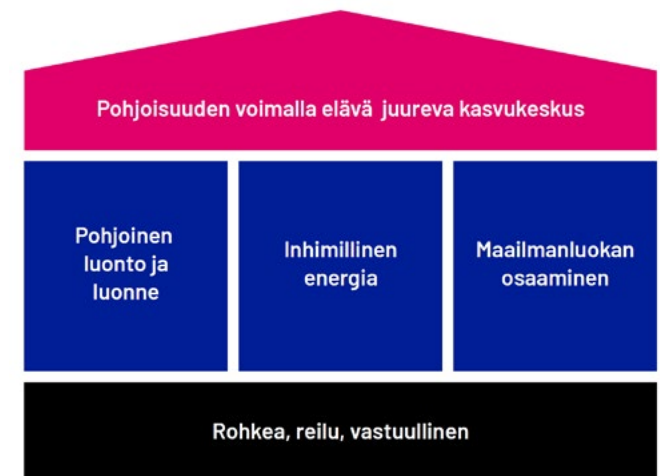
Erottava positio on brändin tavoitemielikuva, joka erilaistaa sen kilpailijoistaan. Positio ei ole sama asia kuin slogan tai brändilupaus.

Tukitekijät: Pohjoinen luonto ja luonne / Inhimillinen energia / Maailmanluokan osaaminen

Tukitekijät ovat erottavan position rakennusaineita. Ne tarkentavat sitä, miten aiomme luoda tavoitellun position ja vahvistaa sitä.

Arvot: Rohkea, reilu, vastuullinen

Arvot ohjaavat brändiä ja ovat perusta kaikelle toiminnalle.



Brändin ytimet

Oulun brändi tiivistyy Oulun vahvuuksiin eli niihin ydinajatuksiin, jotka määrittelevät oululaisuutta ja erottavat kaupungin muista.

Pohjoinen

Pohjoisuus tarkoittaa sekä maantieteellistä sijaintia että asennetta. Paljaimmillaan se on karun, kauniin ja monipuolisen luonnon läheisyyttä ja vaikutusta Ouluun, puolen Suomen ykköspaikkaan. Jalkamme ovat tukevasti pohjoisessa maassa: se, mitä tehdään, tehdään vastuullisesti ja omalla lailla. Oulu on rohkea, se vaikuttaa enemmän kuin siihen vaikutetaan.

Inhimillinen

Inhimillisyys tiivistyy yhteisöksi, johon on helppo päästä mukaan. Ihmiset kohdataan rehellisesti, sellaisena kuin he ovat. Työ ja tekeminen on tärkeää, mutta se ei ole elämän tärkein asia – perheelle, kodille ja itsensä toteuttamiselle annetaan tilaa ja luodaan mahdollisuuksia. Oulussa tuntuu, että aikaa on enemmän.

Älykäs

Oulussa asuu älykkyyden ja luovuuden kombinaatio. Se näyttäytyy muun muassa korkeana koulutusasteena, joka antaa valmiudet ongelmanratkaisukyvyille, sekä yrityskulttuurina, joka rohkaisee kokeilemaan. Se voi näkyä myös kaupunki-infrana, joka parantaa elämänlaatua. Oulun oivaltavuus on nokkelaa ja mukaansatempaavaa.



Asteen verran...

Oulun brändilupaus perustuu kaupungin vahvuuksiin. Se kuitenkin uskaltaa kurottaa myös tulevaisuuteen ja luoda uutta. Asteen verran... -ajattelu kertoo Oulun sijainnista, mutta siinä kuuluvat myös ympäristövastuullisuus, tekniikka, muutos ja kaupunkikehitys.

Oulu on Suomen 5. suurin kaupunki, ja se tunnetaan valtakunnallisesti erittäin hyvin. Siksi Oululla ei ole tarvetta mainostaa itseään pikkunäppärällä ulkoisella sloganilla. Oulun brändilupaus onkin ensisijaisesti sisäinen työkalu, jonka rooli on ohjata kaikkea toimintaa kohti tavoiteltavaa tulevaisuutta.

Lupaus ei ole slogan, eikä sitä kirjoiteta auki logon yhteyteen. Se voi kuitenkin olla esillä kaupungin materiaaleissa ja sisällöissä, joissa lupaus on kuitenkin aina perusteltava ja lunastettava joko kuvallisesti, sanallisesti tai kokemuksellisesti. Lupauksen toisto ei ole itsetarkoitus.

ASTEEN VERRAN

Asteen verran... -ajattelu tarkoittaa, että lupaus elää ja muuntautuu aiheen ja käyttöpaikan mukaan. Lupauksen täydentävät adjektiivin komparatiivit valitaan niin, että ne ovat oululaisia, todellisia tai tavoiteltavia ja kulloiseenkin teemaan sopivia. Adjektiivin komparatiivit sopivat Oulun brändin aukikirjoitettuihin ydinasioihin, linkittyvät kärkiviesteihin ja noudattavat äänensävyä annettuja ohjeita.

SUVAITSEVAMPI

VASTUULLISEMPI

PAREMPI

LUOVEMPI

LÄHEISEMPI

MERKITYKSELLISEMPI

KESTÄVÄMPI

ROSOISEMPI

ONNELLISEMPI

ÄLYKKÄÄMPI

OULULAISEMPI

Kärkiviestit: osaajat ja yhteistyö

Mitä meidän olisi syytä kertoa Oulusta ulospäin, kaupungista kiinnostuneille?

Ensimmäinen, yleinen kärkiviesti toimii Oulun brändilupauksen avaajana ja brändin ytimien allekirjoituksena. Oulun valikoituja vahvuuksia taas on listattu kohderyhmäkohtaisesti: voimme kaikki käyttää viestejä sellaisinaan keskustelunavauksina ja täydentää listatuilla lisähuomioilla.

**Oulu on asteen verran parempi paikka.
Se on pohjoinen Euroopan
kulttuurikaupunki, joka pursuaa
inhimillistä energiaa ja kuhisee
tulevaisuuden teknologiaa.**

Yritykset Suomessa ja kansainvälisesti

Oulu on yhteistyön mallikaupunki: valmiiden ja kehittyvien verkostojen kehto. Yritysyhteistyössä ilmastossa koko maailman mahdollisuudet ovat ulottuvillasi.

Kommunikaatiossa huomioitavat tärkeimmät pointit:

- Oulu on kaikin puolin Smart City ja kansainvälisen tason osaamisen ja innovaatioiden keskittymä. 5G ja 6G, radio- ja terveysteknologia, painettu äly ja maailman älykkäin sairaala ovat vain muutama esimerkki Oulun osaamisesta.
- Pohjoisen Suomen jatkuvasti kasvava osaamis- keskittymä on käytettävissäsi, samoin kuin monialaisen opiskelu- ja tutkimuskaupungin koulutus- ja verkostoitumismahdollisuudet sekä vaikuttavat ihmiset ja yhteisöt.
- Hyvinvoivassa kaupungissa rekrytoiminen toimii ja osaajat pysyvät. Oulussa myös tuetaan juuri oikeiden osaajien löytämisessä niin kotimaasta kuin maailmalta.
- Oulu tarjoaa innovatiivisen ympäristön, älykkään kokeilualustan ja kaiken mahdollisen tuen uuden aloittamiselle. Tulevaisuuden ongelmat ratkaistaan Oulussa.

Osaajat meillä ja muualla

Oivalla, inspiroidu ja lunasta potentiaalisi Oulussa. Tällä on tilaa ja tilaisuuksia kiireettömään kruisailuun ja merkitykselliseen työelämään. Oululainen arki rullaa asukkaiden ehdoilla – muita suuria kaupunkeja edullisemmin.

Kommunikaatiossa huomioitavat tärkeimmät pointit:

- Rohkea uuden luominen ja huippuluokan koulutus mahdollistavat oululaisen onnen ja globaalilla tasolla merkittävän ja vaikuttavan työn tekemisen.
- Edullinen mutta laadukas elämä on Oulussa totta. Parempaa, inspiroivampaa ja merkityksellisempää Oulua rakennetaan yhdessä ja jatkuvasti – kehittyvä Euroopan kulttuuripääkaupunki tarjoaa tapahtumia, tekemistä, kulttuuria ja hyvinvointia.
- Jokapäiväiset etapit ja suuremmat unelmat saavutetaan vilkkaassa pyöräilykaupungissa helposti ja ekologisesti. Kestävyys on muutenkin kaiken perusta: luonto on kaupungissa läsnä ja sitä myös vaalitaan. Oulu on sitoutunut Agenda 2030 -tavoitteisiin sekä eurooppalaiseen kiertotalouden julistukseen.
- Oulu toivottaa tervetulleiksi ihmiset eri puolilta maailmaa, kohtelee kaikkia yhdenvertaisesti ja kutsuu ihmiset osaksi yhteisöä.

Kärkiviestit: opiskelu, nuoret ja matkailu

Opiskelijat ja nuoret

Oulussa kasvaa juurevia maailmankansalaisia. Kaupunki yhdistää luovuuden, luonnon, osaamisen ja välittämisen tavalla, joka kasvattaa vahvoja ja tasapainoisia ihmisiä.

Kommunikaatiossa huomioitavat tärkeimmät pointit:

- Oulussa kehityksellä ja yhdessä tekemisellä luodaan merkityksiä ja yllättäviä yhteyksiä kulttuurin, tieteen ja teknologian avulla: Euroopan kulttuuripääkaupunki luo jatkuvasti lisää työpaikkoja ja hyvinvointia alueelle.
- Oulu tarjoaa pohjoisen laadukkainta ja monipuolisinta koulutusta kaikilla koulutusasteilla, mutta myös maailma on tarjolla: puolen Suomen työpaikat ovat auki, kuten myös jatkokoulutusmahdollisuudet ja valmiit kansainväliset verkostot.
- Oulussa voi kehittää itseään eteenpäin jatkuvasti: kaupungissa panostetaan sekä nuoriin että elinikäiseen oppimiseen – viedään pä oululaista koulutusta ja osaamista maailman ääriin.
- Itsestään ja suhteestaan luontoon on helppo pitää huolta. Oulu panostaa tulevaisuuteen ekologisesti ja sosiaalisesti – se tarjoaa hyvää elämänlaatua kaikissa elämänvaiheissa.

Matkailijat

Oulu koukuttaa pohjoisilla elämyksillä ja mahdollisuuksilla. Vesistöistä ja urbaanista luonnosta voimaa ammentava alue tarjoaa astetta enemmän yllättäviä elämyksiä. Tule ja ole reilusti oma itsesi – niin mekin olemme!

Kommunikaatiossa huomioitavat tärkeimmät pointit:

- Oulu on erinomainen kohde kestävään matkailuun. Luonto- ja kulttuuriarvot itsessään ovat syy matkaillla Oulussa, ja aidot neljä vuodenaikaa sekä niiden vaihtelu kasvattavat mahdollisuuksia tekemiseen entisestään.
- Vastustamattomia ja vastuullisia kulttuuritapahtumia löytyy laidasta laitaan: sopivasti hulluutta, kulttuuria, urheilua ja innovaatioita yhdistelevät tapahtumat jäävät mieleen.
- Olit sitten turisti, matkanjärjestäjä tai kongressimatkailija, Oulun tarjoamat matkailupalvelut ja kaupungin kokemuksellisuus kehittyvät koko ajan. Tulijalla on mahdollisuus juuri omannäköisiin Oulu-hetkiin.
- Oulun ravintolakulttuuri tarjoaa pohjoisen elämyksiä ja puhtaita makuja, halusit sitten katuruokaa asfaltin polttaessa tai muikkuja tai rössypottua rannassa.

Hissipuhe

Oulun hissipuhe luo kaupungista halutun ensivaikutelman. Tarkoituksenamme on kiteyttää, jopa sopivasti kärjistää. Kun laadimme hissipuhetta tositilanteessa, muistamme aina, kenelle puhumme, ja muokkaamme puhetta vastaanottajaa varten – tarvittaessa vaikka lennosta. Tärkeintä on, että luomme yhteyden kuulijaan. Tässä yksi esimerkki:

Oulu. Vesistöjen hellässä halauksessa syntynyt, jalat tukevasti pohjoisessa mullassa seisova juureva, luonnon ehdoilla kehittyvä kaupunki matkalla maailman parhaaksi. Olemme pohjoisen pallonpuoliskon oivaltavin paikka monellakin tapaa: hyödynnämme alueemme loppumatonta osaamista, jotta voimme jakaa onnea Suomessa ja maailmalla mahdollisimman laajalle.

Pohjoisuutemme on rennonletkeää vieraanvaraisuutta, rohkeita tekoja ja sinnikkyyttä – menestyksen edellytyksiä niin yksilöille kuin yrityksille. Supervoimamme ovat erilaiset ihmiset ja kaupunginosat sekä Oulun seudun rikas luonto. Meillä on tilaa, aikaa ja mahdollisuuksia kohtaamisille, jotka voivat myllertää koko elämäsi – asteen verran paremmin, tietenkin.

Brändipersoona

Jotta löydämme brändistä itsemme, siihen on liityttävä myös inhimillisiä ominaisuuksia. Siksi Oululle on määritelty brändipersoona, johon voimme kaikki peilata omia puoliamme ja tärkeiksi katsomiamme ominaisuuksia.

Jos törmäisit Ouluun kadulla tai somessa, sinusta tuntuisi, että olet tavannut luotettavan ja miellyttävän älykkään tyypin, joka on viehättävää seuraa. Oulu tahtoisi tutustua kaikkiin ja kaikenlaisiin ihmisiin. Veikeä ilme kasvoillaan Oulu kyselisi sinusta ja elämästäsi ja vastavuoroisesti kertoisi hersyvästi myös itsestään. Pilke pysyisi silmäkulmassa, vaikka hän haastaisikin sinua käsityksissäsi. Huomaisit, että Oulu on maailmaa nähnyt, vaikkei se välittömästi pohjoisen kaverista loistakaan tökeröllä tavalla.

Vasta kertoessaan kokemuksistaan avoimesti voisit huomata, että hän on hyvin perillä maailman menosta ja haluaa oppia lisää koko ajan. Oulu on luova ja periksiantamaton, joka tahtoo tehdä ja menestyä aina yhdessä. Kahdestaan voisittekin mukavasti pyöräillä nauttimaan paikallisen panimon tuotteita ja keskustelemaan tuntikausiksi.

Äänensävy

Kerronnan sävy on yhtä tärkeä kuin viestikin. Siksi Oululle on määritelty yhtenäinen äänensävy, joka erottaa sen muista ja korostaa Oululle ominaisia piirteitä. Äänensävyä käytämme kaikessa Oulun viestinnässä – niin sisäisesti kuin ulkoisesti.

Oulu on reilu, luotettava ja luonnollinen, joten se puhuu REHDISTI

Miten piirre näkyy ja kuuluu?

Viestimme ymmärrettävästi ja inklusiivisesti. Puhumme meistä, mutta niin, että olemme avoimia myös muille. Otamme viesteissä mukaamme nykyisten oululaisten lisäksi myös tulevat. Olemme innostuvia ja innostavia!

Miten se vaikuttaa?

Vahvistamme veto- ja pitovoimaamme tulemalla lähelle vastaanottajaa ja olemalla täpinöissään kaupungistamme.

Oulu on älykäs, vastuullinen ja rohkea, joten se puhuu PELOTTOMASTI

Miten piirre näkyy ja kuuluu?

Sanomme suoraan. Olemme ylpeitä esimerkiksi osaamisestamme, mutta emme myöskään piilottele virheitämme, vaan kerromme avoimesti oppivamme. Uskallamme asettua mielipidejohtajaksi, haastaa ja näyttää esimerkkiä.

Miten se vaikuttaa?

Otamme asemamme kaupunkikeskustelussa ja määrittelemme omaa paikkaamme kansallisesti ja kansainvälisesti.

Oulu on pohjoinen, eloisa ja leppoisa, joten se puhuu VEIKEÄSTI

Miten piirre näkyy ja kuuluu?

Voimme kuvailla iloisesti ja käyttää harkitusti jopa ylisanoja. Sopivissa tilanteissa kerromme itsestämme pilke silmäkulmassa: uskallamme olla jopa viiltävän itseironisia, mutta emme koskaan naureskele muille. Emme jumitu negatiivisuuteen, vaan näytämme asiat huumorin kautta. Opettelemme puhumaan kaikissa tilanteissa Oulusta hyvää.

Miten se vaikuttaa?

Kuulostamme kaupunkilaisiltamme ja houkuttelemme yhä uusia vastaanottajia viestimme vaikutuspiiriin.

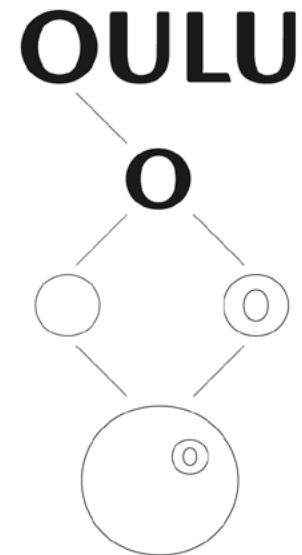
Oulun tunnus

Oulun tunnus yhdistää vanhaa ja uutta. Jo tuttu, persoonallinen väri, magentan sävy, on saanut rinnalleen merellisen sinisen. Yhdessä ne muodostavat liukuvärin, joka ilmentää Oulun eri puolia ja vastakohtaisuutta. Kun värin yhdistää Oulu-sanaan tutulla typografialla, syntyy Oulun kaupunkitunnus: uniikkia, tuttua, raikasta, oululaista.



Oulun tunnus: tarina ja käyttö

Koko tunnuksen pohjalla on Oulu-sanana O-kirjain. O on antanut muotonsa tunnuksen ellipsimäiselle perusmuodolle sekä tunnuksessa käytetylle asteen merkillä. Niitä yhdistää orgaaninen ja tilanteen mukaan muovautuva muoto, joka elää ellipsin päällä: kun maailma muuttuu, muuttuu Oulokin.



Tunnuksen versiot

Tunnuksesta on erikokoisia pysty- ja vaakaversioita eri tilanteisiin. Eri versiot on nimetty koon mukaan.

Yleisimmin käytössä olevat versiot ovat tunnuksen S- ja L-koot.



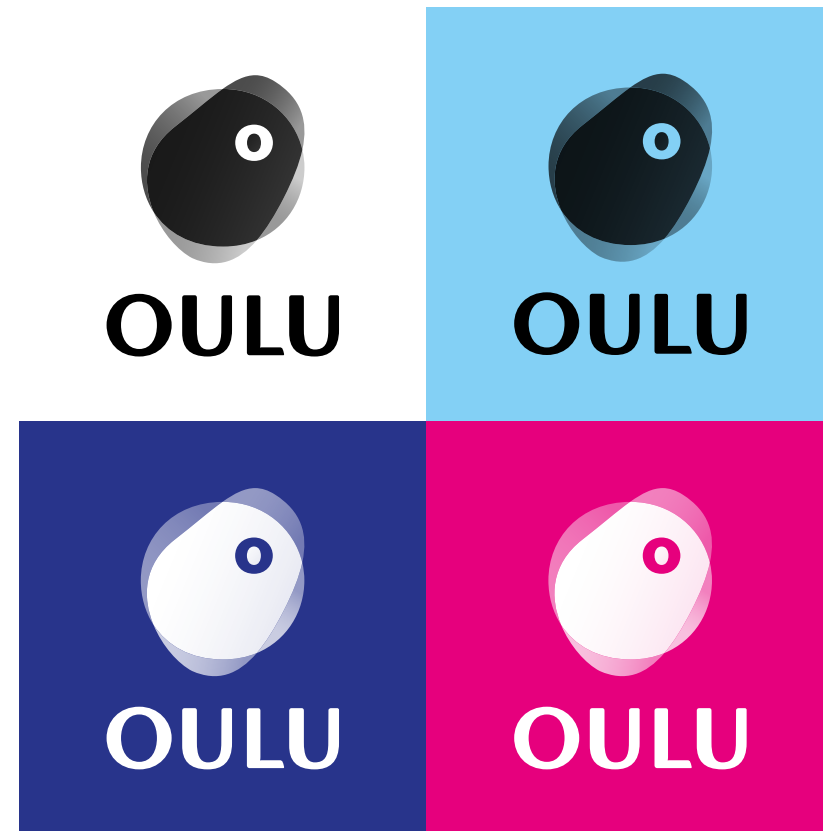
Suoja-alueet

Emme sekoita Oulun tunnusta muihin elementteihin, vaan se pysyy aina selkeänä ja puhtaana. Siksi tunnukselle on määritelty suoja-alueet, joita ei saa ylittää muilla elementeillä.



Mustavalkoinen

Jos Oulun tunnusta käytetään ilman liukuväriä erityistilanteessa, käytössä on musta tai valkoinen versio. Näissä versioissa liukuväri on korvattu läpinäkyvyydellä, jolloin taustan väri vaikuttaa tunnuksen ulkoasuun. Jos tarvitaan täysin musta tai valkoinen tunnus ilman läpinäkyvyyttä esimerkiksi painoteknisistä syistä, lisätietoja saa Oulun kaupungin viestinnästä.



Toimialat

Oulun kaupungin toimialat käyttävät materiaaleissaan Oulun tunnuksen värejä ja elementtejä. Toimialan tunnuksesta on eri versioita: tunnus, jossa on Oulun logo mukana vaaka- ja pystyversioina, sekä erilliset tunnukset ilman Oulun logoa. Erillisiä tunnuksia käytettäessä tulee aina lisätä julkaisuihin Oulun logo mukaan (kts. sivu 18 asetteluohjeista).

Kun luomme visuaalisia ilmeitä Ouluun tai sen liikelaitoksiin tiiviisti sidoksissa oleville hankkeille, tapahtumille tai muille tilaisuuksille, on vahvasti suositeltavaa käyttää Oulun päävärejä sekä Oulun omaa Oulun Graadi -typografiaa. Näin ilmeet ovat yhdenmukaisia ja tunnistettavissa oululaisiksi.



Liikelaitokset

Osa liikelaitoksista käyttää Oulun perusväreistä erottuvaa, uniikkia ilmettä, omaa valittua lisäväriään ja varioivat tunnuksen elävää muotoa.

Materiaaleissa käytämme Oulun ilmettä, joka säilytetään valitulla lisävärillä. Oulun tunnuksen ilme yhdistyy valkoisen astemerkin avulla. Osa liikelaitoksista käyttää Oulun brändistä sovellettua omaa ilmettään (esim. Oulun Vesi.)



Logohierarkia ja asettelut

Oulun logo on yleisesti Oulun kaupungin omissa materiaaleissa oikeassa alareunassa ja asetellaan usein samaan linjaan oikean yläkulman astemerkin kanssa.

Oulun logoa ei saa toistaa omista materiaaleista, kun listataan esimerkiksi yhtä tapahtumaa järjestämässä olevien useampien toimialojen tunnuksia.



Oikea tapa on irrottaa Oulun logo erikseen ja listata toimialat sen oikealle/rinnalle oheisten esimerkkien mukaisesti.

Kansainvälisissä yhteyksissä käytetään ensisijaisesti Oulun peruslogoa ja erityistapauksissa voi mainita logon yhteydessä 'Finland'.

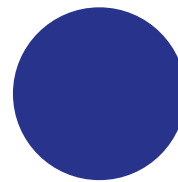
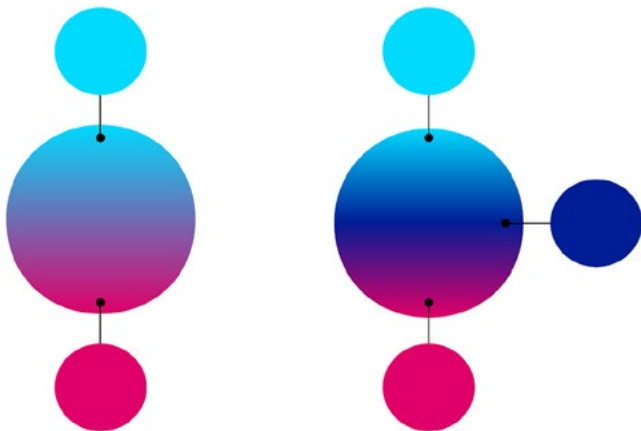
Logoasetteluista ja 'Finland'-maininnasta lisätietoja Oulun kaupungin viestinnästä.



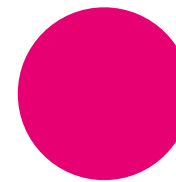
Päävärit

Oulun värit ovat raikkaita. Tuttuun oululaiseen magentaan sävyyn yhdistyy sointuva, merellinen sininen sekä värien yhdistelmästä syntyvä liukuväri.

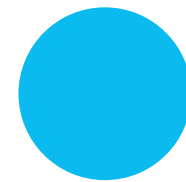
Kun rakennamme liukuväriä, se tarvitsee mukaansa niin sanotun välivärin, jotta liukuvärin kirkkaus säilyy. Myös väliväri on osa Oulun värejä.



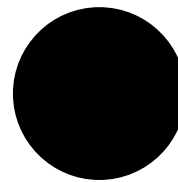
TUMMA SININEN
C100 M90 Y0 K0
R0 G30 B150
#001E96
PANTONE 286 C
RAL 5002



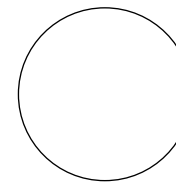
MAGENTA
C0 M100 Y15 K0
R225 G0 B105
#E10069
PANTONE 213 C
RAL 4010



VAALEA SININEN
C70 M0 Y0 K0
R0 G219 B255
#00DBFF
PANTONE 306 C
RAL 5012



MUSTA
C0 M0 Y0 K100
R0 G0 B0
#000000
PANTONE BLACK 6 C
RAL 5004

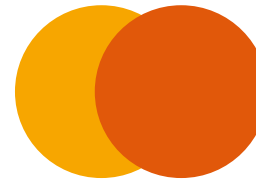
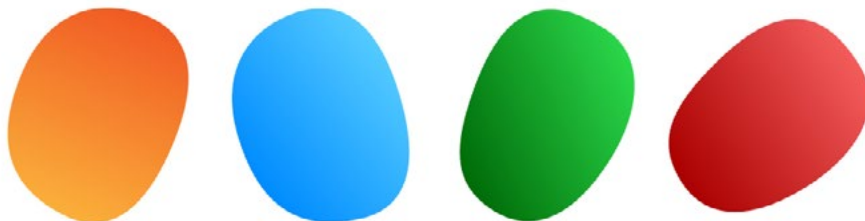


VALKOINEN
C0 M0 Y0 K0
R255 G255 B255
#FFFFFF
PANTONE -
RAL -

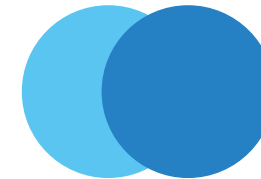
Lisävärit

Käytämme lisävärejä pääasiassa eri liikelaitosten tai hankkeiden ilmeissä, jotka syntyvät Oulun tunnuksen variaatioista. Oulun brändin lisävärejä voi käyttää harkitusti myös erilaisissa graafisissa kokonaisuuksissa, kampanjoissa tai tapahtumissa myös toimialojen tarpeisiin, kunhan Oulun päävärit ovat myös käytössä ja tunnistettavuus Ouluun säilyy.

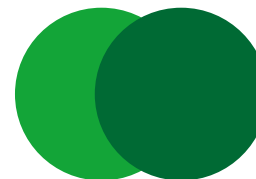
Lisävärit ovat iloisia ja kirkkaita, ja niiden kahdesta sävystä muodostetaan liukuvärejä.



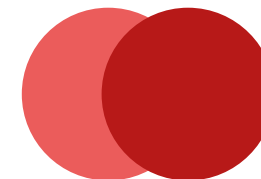
C0 M40 Y100 K0
C0 M75 Y100 K5
R250 G175 B60
R240 G90 B3
#FAAF3C
#F05A23
PANTONE 137 C
PANTONE 1655 C
RAL 1028
RAL 2009



C60 M0 Y0 K0
C80 M40 Y0 K0
R85 G200 B255
R0 G140 B255
#55C8FF
#008CFF
PANTONE 2985 C
PANTONE 285 C
RAL 5012
RAL 5017



C80 M0 Y100 K0
C100 M30 Y100 K20
R40 G215 B75
R0 G110 B10
#28D74B
#006E0A
PANTONE 360 C
PANTONE 356 C
RAL 6018
RAL 6032

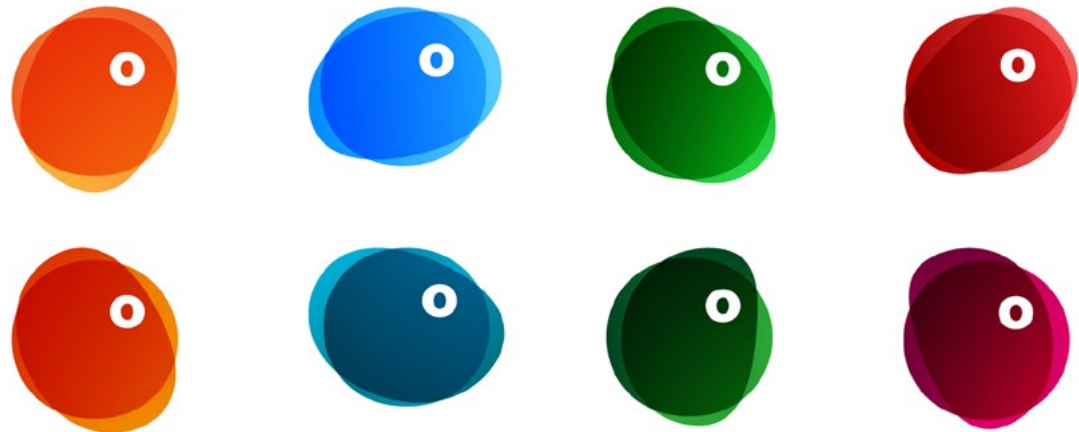


C0 M75 Y60 K0
C20 M100 Y100 K10
R240 G90 B90
R170 G0 B0
#F05A5A
#AA0000
PANTONE 1785 C
PANTONE 1805 C
RAL 3017
RAL 3020

Tunnuksen värivariaatiot

Kun muovaamme tunnuksen elävää muotoa ja otamme käyttöön lisävärejä, luomme yksilöllisiä merkkejä Oulun eri liikelaitosten käyttöön. Värit ilmentävät liikelaitoksen toimintaa, ja Oulun tunnukseen ne yhdistää valkoinen astemerkki.

Värivariaatioiden suunnittelussa tulee aina olla yhteydessä Oulun kaupungin viestintään.



Typografia: Oulun Graadi

Oulun Graadi on oululaisten oma fontti, jolla on asteen verran leppoisampi luonne. Fontissa on vivahduksen verran viivan paksuuden vaihtelua ja vinoon loppuvat kirjaimet kuten Oulun tunnuksessa. Suorien diagonaalien sijaan on laakeita kaaria, ja ahtaimmat sisäkulmat aukeavat pieneen hymyyn. Fontin uniikit muodot ovat lämpimiä, runsaita ja humaaneja.

Oivaltavasti yhteensovitettut vinot muodot tekevät fontista eloisan ja omalaatuisen.

**ASTEEN
VERRAN**

**asteen
verran**

**ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZÄÖ**

**abcdefghijklmno
pqrstuvwxyzäö**

**123456789
!"#€%&/()=?@£\$§|[]**

ISO OTSIKKO (VERSAALI)

OULUN GRAADI

ASTEEN VERRAN

ISO OTSIKKO (GEMENA)

OULUN GRAADI

asteen verran

LOGON TEKSTITYYPPI

OULUN GRAADI

BUSINESSOULU
KAUPUNKIYMPÄRISTÖ
SIVISTYS- JA
KULTTUURIPALVELUT

OTSIKOT

OULUN GRAADI

6X **First headline**
4X **Second headline**
2X **Third headline**
1X **Fourth headline**

ISON OTSIKON INGRESSI

BARLOW

DO, NONSIMUNTERE ARBISSES REI
PUBLICA TRIBUS, FURNIUS; NENT CORAT
OREI INTI, SE NIR QUAS HOSTIA PATUS
ANDERIS.

Do, nonsimuntere arbisses rei publica tribus,
furnius; nent corat orei inti, se nir quas
hostia patus anderis, condiusti.

INGRESSI

BARLOW

DO, NONSIMUNTERE ARBISSES REI PUBLICA
TRIBUS, FURNIUS; NENT CORAT OREI INTI, SE
NIR QUAS HOSTIA PATUS ANDERIS, CONDIUSTI
SED APERCEPERI FACCHUID IGNATUIUM
MANDAMED IM FINC.

Do, nonsimuntere arbisses rei publica tribus,
furnius; nent corat orei inti, se nir quas hostia
patus anderis, condiusti sed aperceperi facchuid
ignatuium mandamed im finc.

LEIPÄTEKSTI

BARLOW

Edionsed moluptatio. Ibus et quid utempost idit, imuscimin nimpe etur
andae non re, anis ut omnis mo dus aliquo cumenih itatus apiende aut
posam estrum, tem doluptat venis accus sediat, que optium vel iumquam
hillabor as nus molorpo reribus cienimagnati comnis aut alibusa nditempost
as eos velibusam il is dolorpos vollibu struptatem dolorer ibust, qui des

NOSTO / LAINAUS

BARLOW

//

Do, nonsimuntere arbisses rei
publica tribus, furnius; nent corat
orei inti, se nir quas hostia patus
anderis, condiusti sed aperceperi
facchuid ignatuium mandamed
im finc.

//

KIRJASINTIEDOT

Leipätekstin kirjasin on **Barlow**.
<https://fonts.google.com/specimen/Barlow>

Otsikoiden kirjasin on **Oulun Graadi**.
Ladattavissa esimerkiksi: <https://www.ouka.fi/brandi>

Sekundäärinen kirjasin on **Segoe UI**, jota käytetään mm. Microsoft
Word - ja PowerPoint-ohjelmissa. Vaihtoehtona Segoe UI:lle voi
käyttää myös Open Sans -kirjasinta.

Kyrellisiin kirjaimiin käytetään **Frutiger Neue** -kirjasinta.

Astemerkin käyttö

Oulun astemerkki ei ole logo eikä toimi kaupungin tunnuksena yksinään. Astemerkki symboloi Asteen verran... -ajattelua, ja käytämme sitä graafisena, kiinnostavuutta tuovana elementtinä erilaisissa tilanteissa ja pinnoissa.

Astemerkki asettuu yleensä materiaalien tai elementtien oikeaan yläkulmaan. Astemerkin sisällä oleva kuvio muodostuu Oulun tunnuksen elementeistä, ja sitä voidaan muokata liikuttamalla elementtejä. Näin luomme eläviä ja erilaisia pintoja.

Oulun graafisen pinnan tai moni- tai tummasävyisten valokuvien päällä käytetään astemerkin valkoista versiota.

Liikelaithokset, jotka käyttävät ateriaaleissaan omaa lisäväriään, voivat käyttää astemerkkiä kyseisessä värissä.



Valokuvat ja kerronta

Oulun brändin kuvakonseptin lähtökohtana on yhdistää Oulun brändin ydinasiat aitoon elämään ja oululaisuuteen. Kuvissa nojataan Oulun brändilupauksen erottuvuuteen ja brändilupauksen lunastamiseen hausalla tavalla. Kuvissa Oulu näytetään kokonaisuutena ja kokonaisuudessaan, ylpeänä erilaisista alueistaan ja ihmisistään. Me kaikki oululaiset voimme löytää kaupungin kuvakerronnasta tarttumapintaa ja itsemme näköisiä ihmisiä. Kuvat antavat meille myös mahdollisuuden laajentaa käsitystämme oululaisuudesta ja erilaisten ihmisten rooleista.



Viestinnässä käyttämämme kuvat edustavat Oulua vilpittömällä ja puhuttelevalla tavalla. Kuvissa voi olla esillä Oulun brändin Asteen verran... -ajattelu: jokin on vinossa, paremmin, väärässä paikassa, kaaoksena järjestyksen keskellä tai abstraktisti eri tavalla. Oulussa uniikki, erilainen tai epäsovinainenkin on asteen verran kauniimpaa!



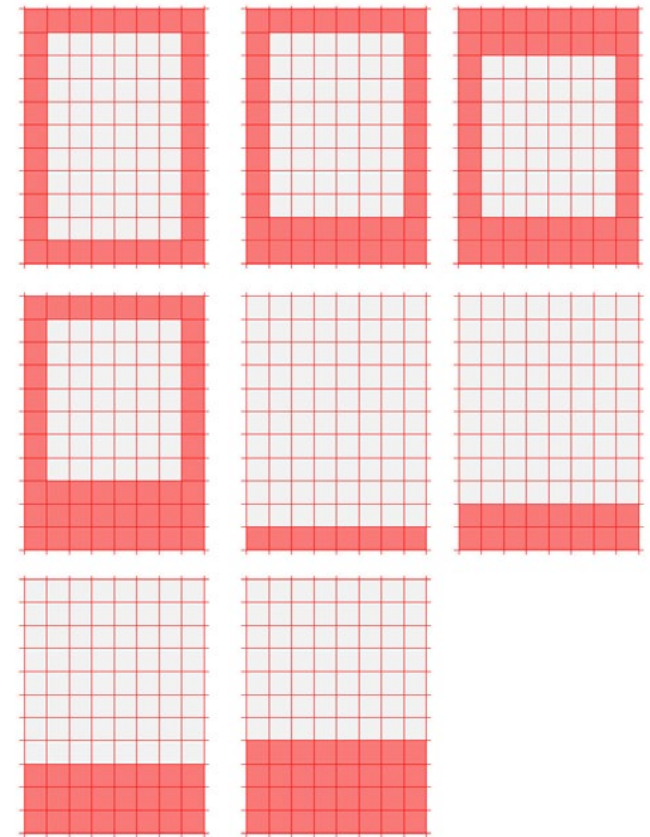
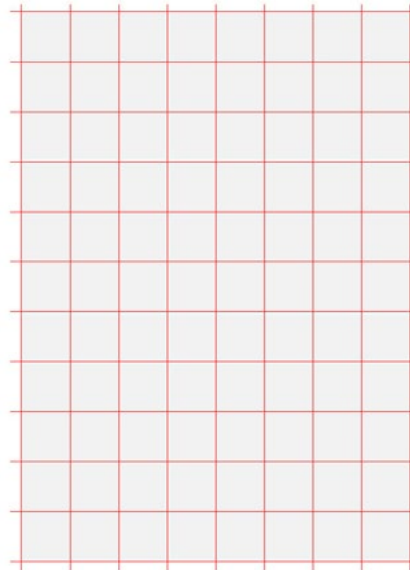
Viestinnässä käyttämämme kuvat ovat säväyttäviä ja erottuvat massasta. Näytämme Oulun aitona ja vilpittömänä. Kaikenlaiset tunteet, erikoiset ja kiinnostavat kohteet ja ihmiset sekä rujo puoli Oulusta saavat näkyä kuvista.

Kuvilla herätämme eloon kaupungin kehityksen ja kerroksellisuuden. Kuvilla kiinnitämme huomiota ja herätämme tunteita: niissä voi olla jopa dokumentaarista tunnelmaa. Emme käsittele kuvia liian siisteiksi ja muovisiksi, vaan näytämme niissä teemoina Oulun brändin ydinasioiden lisäksi kulttuuria, urbaania kaupunkia ja luontoa sekä monipuolista hyvinvointia. Tuomme kuviin myös aidot neljä vuodenaikaa ja alueen monet vastakohdat.

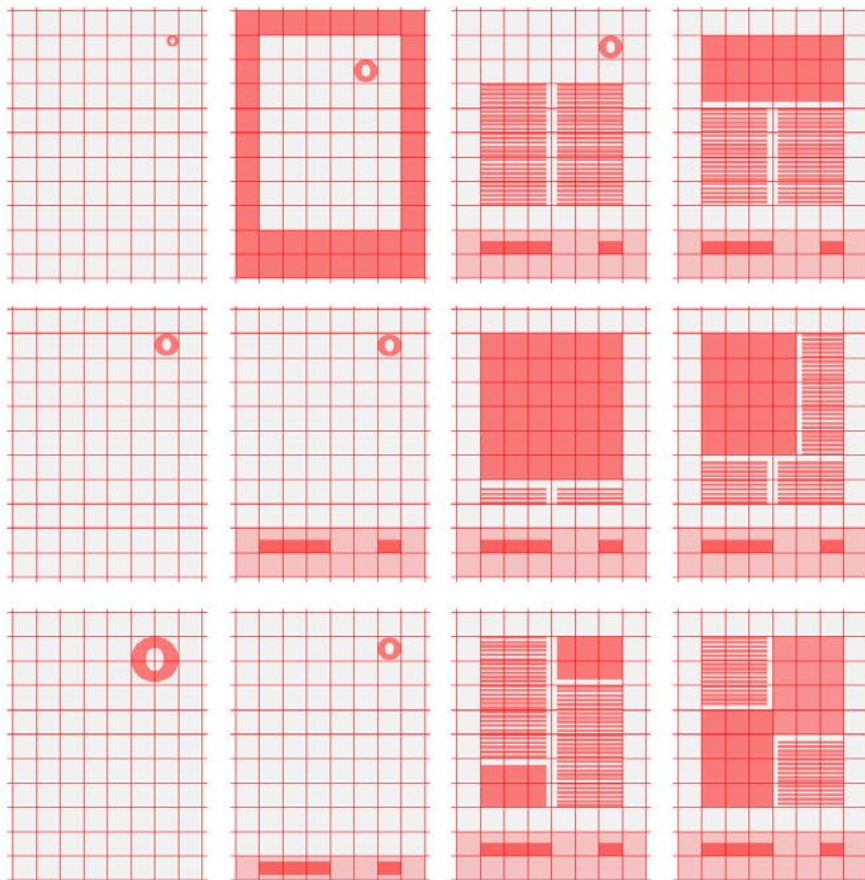


Taiton periaatteet ja taittomallit

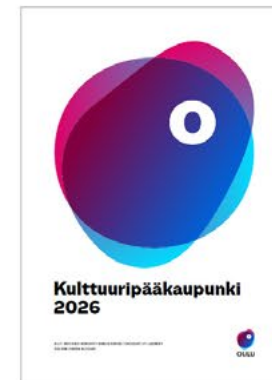
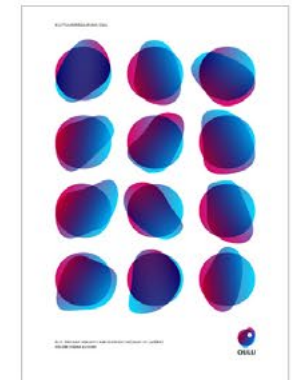
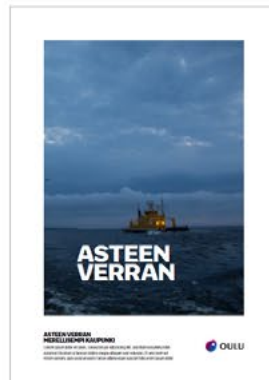
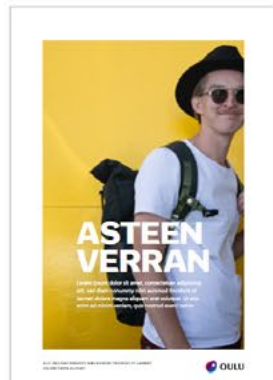
Noudattamalla taiton periaatteita pidämme Oulun julkaisut visuaalisesti yhtenäisinä ja tunnistettavina. Taiton pääperiaatteena on ruudukko, joka auttaa käyttäjää sijoittamaan elementit ja tekstit oikeaan kohtaan. Perusajatuksia ovat isot marginaalit, selkeät kuva-alueet ja helppolukuisuus. Voimme käyttää Oulun omaa astemerkkiä tuomaan tunnistettavuutta materiaaleihin.



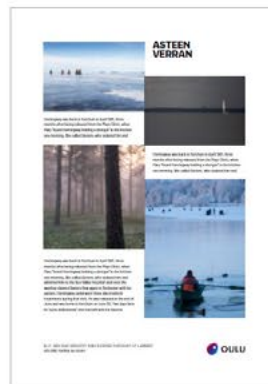
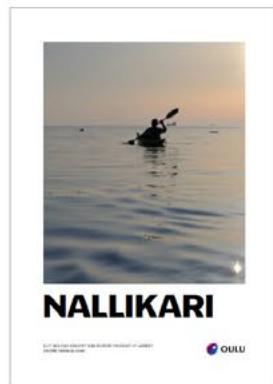
Taittomallit



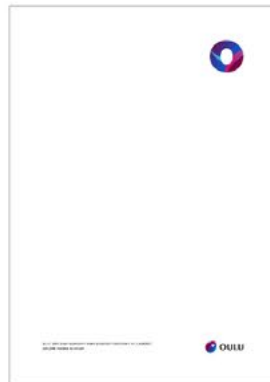
Julistemalleja



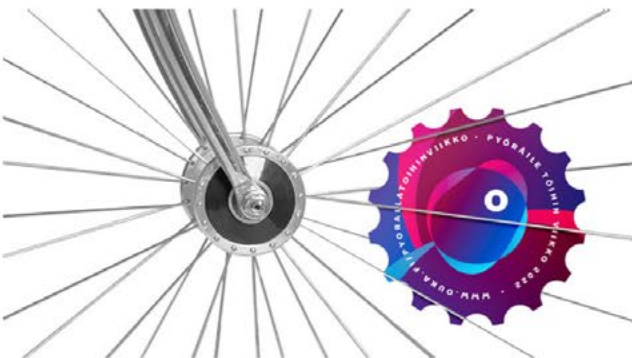
Kuvat ja otsikot taitossa: esimerkkejä



Dokumentit ja ilmoituspohjat



Inspiraatio: tuotteita



Inspiraatio: grafiikka, pinnat jne.



Oulun brändi on oululaisten tekemä

Brändi ei synny tyhjästä vaan kaupungista ja kaikista sen asukkaista. Oululaisten on tunnistettava Oulun brändi omakseen ja samaistuttava siihen – siksi se onkin tehty yhdessä oululaisten kanssa. Olemme yhdistäneet tuttuja ja tunnistettuja asioita uusiin seikkoihin kuten raikkaaseen asenteeseen ja terävöitettyyn persoonallisuuteen. Brändi kurkottaa tulevaan, mutta elää tunnistettavien tekojen tasolla.

Oulun uusi brändi on muodostunut kyselyjen, haastattelujen ja äänestysten pohjalta yhdessä oululaisten kanssa. Jokainen idea, ajatus ja kommentti oli merkittävä ja toimi brändin rakennusaineena. Tässä pari esimerkkiä siitä, miten oululaiset ovat kuvailleet Oulua:

”Oulu on vastakohtien kaupunki, täynnä hyvää omituisuutta, leppoisuutta ja toisaalta särmää.”

”Outo, omintakeinen, omavarainen, osallistava. Löytyy kaikkea poronhoidosta korkeaan teknologiaan!”

”Selkeä ja saavutettava, hullu ja hauska, mieluummin överi!”

”Kaupungin syke ja maaseudun rauha, ihmisten hymy ja rohkeus, asenne ja lempeys. Sitä Oulu minulle on.”

”For me, Oulu reflects contrasts. City and nature, development and historical, relaxed and vibrant.”

”The wind. It brings otherwise silent people together when they say to a stranger ‘it’s very windy’.”

Yhteystiedot

Kaikissa Oulun brändiin liittyvissä kysymyksissä sinua auttavat:

Sari Valppu, viestintäpäällikkö
sari.valppu@ouka.fi

Niina Teräslahti, AD
niina.teraslahti@ouka.fi