PORIN KAUPUNKI – BRÄNDIKÄSIKIRJA

V2.21 | 19.4.2022

SISÄLLYS

1. **Porin brändin ydin** 3
   - Yhdessä rakennettu brändi 4
   - Prosessi 6
   - Brändin ydin 7
2. **Puhetapa** 9
   - Johtoajatus 10
   - Matkailijat 15
   - Asukkaat 19
   - Yrittäjät 23
3. **Visuaalinen identiteetti** 26
   - Tunnukset 30
   - Värimaailma 42
   - Typografia: Pori Sans -fontti 45
   - Kuvitukset 51
   - Kuvamaailma 55
   - Esimerkit 59
4. **Saatesanat** 75

1. Porin brändin ydin

YHDESSÄ LÖYDETTY BRÄNDI.

KAUPUNKILAISTEN KANSSA RAKENNETTU BRÄNDI

Porin kaupungin brändiuudistus tehtiin tiiviissä yhteistyössä kaupunkilaisten kanssa. Ihmiset pääsivät vaikuttamaan brändin uudistumiseen jokaisessa työn vaiheessa.

Brändin rakennuspalikoita etsittiin lukuisissa työpajoissa eri toimijoiden ja kaupunkilaisten kanssa sekä verkossa tapahtuneen poriuudistuu.fi -verkkopalvelun Pori-tarinoiden tuottaman datan avulla. Loppuvaiheessa kaupunkilaiset pääsivät osallistumaan myös visuaalisen ilmeen muotoiluun, kun kaupunkilaisten oma mainostoimisto, **Poris**, avasi ovensa yhdeksän päivän ajaksi Yrjönkatu kolmosessa. Poriksessa oli esillä neljä erilaista tyylisuuntaa, joita kaupunkilaiset arvioivat tarkoitukseen rakennetun kyselytyökalun avulla. Tästä prosessista tiivistyivät Porin brändin peruskivet, jotka esitellään tässä brändikäsikirjassa.

Lähes 5500 ihmisen tuottama data muodosti Porin brändin perustan

LISÄKSI LUKUISAT KESKUSTELUT JA VAPAA SANA AUTTOIVAT LÖYTÄMÄÄN PORILAISILLE TÄRKEITÄ ELEMENTTEJÄ IDENTITEETIN RAKENTAMISEEN

PROSESSI

1. Työpajat & tutkimus

Perussuunnittelu yhdessä kaupungin henkilökunnan kanssa sekä historian läpikäynti

2. Verkko-osallistaminen

Poriuudistuu.fi:n tarinoista kerättiin data suunnittelun sekä ensimmäisten versioiden pohjaksi

3. Poris-toimisto

Verkossa ja kivijalassa identiteetin tyylisuuntien arviointia sekä ryhmäkeskusteluja

4. Viimeistely

Datan ja keskustelujen pohjalta tehdyt johtopäätökset ja ilmeen viimeistely

Kerättyä dataa käytettiin karttana suunnittelussa vaiheesta toiseen – etenkin kohdissa, joissa tulokset olivat lähes yksiselitteisesti tietyn vaihtoehdon tai ajatuksen puolella. Tai vastaan. Yhteensä prosessiin osallistui verkossa lähes 5500 ihmistä ja **Poris**-toimistossa vieraili varovaisestikin arvioiden lähemmäs 500 henkeä.

Brändin ydin

MITÄ PORILAISUUS SITTEN ON?

PORI*

Pori ei ole yhden asian, totuuden tai iskulauseen kaupunki, vaan monipuolinen, muuntautuva ja intohimoista elämää viettävä outolintu, joka on ylpeä ainutlaatuisuudestaan ja antimistaan.

Se on periksiantamaton, itsepäinen, mutta aina uudelleen luovasta hulluudesta ja vastakohdista voimaa ammentava kaupunki. Sen ytimessä on sitkeä yrittäminen ja oma tapa tehdä – alalla kuin alalla. Porilaiset ovat ylpeitä siitä, että täällä tehdään itse, luodaan tyhjästä ja noustaan tuhkasta. Täällä itseironia ja itsekritiikki lyövät kättä sulassa sovussa.

Porissa suhtaudutaan elämään, ympäristöön ja tekemiseen intohimoisesti. Porissa kulmia ei koskaan hiota liian pyöreiksi ja vastakohdille löytyy tilaa. Järki voi olla joskus jäässä mutta tunteisiin Pori menee aina. Siihen voi välillä mennä hermot, mutta vain koska se on niin rakas. Se itkettää, naurattaa ja ennen kaikkea koskettaa. Pori pääsee ihon alle.

* TIIVISTYS DATASTA JA WORKSHOP-HAVAINNOISTA, TUTKIMUKSISTA SEKÄ KESKUSTELUISTA PORIS-TOIMISTOSSA ASIANTUNTIJOIDEN NÄKEMYKSEN MUKAAN

Puhetapa

NÄIN PORI KERTOO ITSESTÄÄN.

EI YHTÄ SLOGANIA, VAAN JOHTOAJATUS

Yhtä ainoaa kaikille sopivaa slogania ei ole, siitä pitää huolen yli 85 000 toisistaan enemmän tai vähemmän eriävää mielipidettä. Pääkohderyhmät – asukkaat, matkailijat ja yrityselämä – tarvitsevat oman tapansa puhua – se mikä toimii paikallisille, ei välttämättä houkuttele bisnestä saatikka toimi turisteille.

Sloganin sijaan Porin tekemistä määrittelee johtoajatus, joka kumpuaa yhdessä määritellystä Porin ja porilaisuuden ytimestä – siitä, että tunne on vahva, asenne tinkimätön ja vastakohtien kohtaamisesta ei synny konflikti, vaan jotain uutta ja kiehtovaa. Pori ei ole neutraali, huomaamaton tai harmiton. Pori synnyttää tunnereaktion, joka muistetaan.

JOHTOAJATUS

"Pori pääsee ihon alle"

“PORI PÄÄSEE IHON ALLE” EI OLE KAUPUNGIN UUSI SLOGAN, VAAN AJATUS, JOKA MANIFESTOITUU TEKEMISESSÄ JA VIESTINNÄSSÄ.

SE ON OTSIKKO – EI ALLEKIRJOITUS.
SE ON ASENNE – EI PAKOTE.

ÄÄNENSÄVYN OHJENUORA

Pori pääsee ihon alle on johtoajatus – kartta, jonka avulla löytää oikean puhetyylin. Aina kun otsikoimme viestintää, tulisi otsikoita testata tämän avulla – herättääkö teksti tunteita? Onko siinä särmää ja rosoa, joka jää mieleen? Sisältyykö siihen intohimoa, hurttia huumoria tai rohkea oivallus? Jos teksti tuntuu lattealta, keskinkertaiselta tai jopa turvalliselta – väitämme, ettei se silloin sisällä "Porin henkeä". Ole rohkea, äläkä pelaa varman päälle.

Otsikoiden takaa puhumme aina kohderyhmällemme: Matkailijoita inspiroiden, asukkaita porilaisittain pilke silmäkulmassa puhutellen ja yrityselämän vetovoimatekijöitä faktalähtöisesti, mutta pori-henkisesti, esiin tuoden. Kaiken kaikkiaan olemme rentoja, rehellisiä sekä ripeitä, emme tee täytetekstiä, vaan käymme suoraan asiaan.

KOHDERYHMÄT

Matkailijat

Asukkaat

Yrittäjät

Johtoajatustamme **"Pori pääsee ihon alle"** sovelletaan eri kohderyhmille kohderyhmän näkökulmasta suunnitelluilla viesteillä ja puhetyyleillä.

Matkailijat

LÖYDÄ UUSI MUKAVUUSALUEESI.
FIND YOUR NEW COMFORT ZONE.

LÖYDÄ UUSI MUKAVUUSALUEESI

Porissa ei keskitietä kuljeta. Asiat syntyvät ja kasvavat laidoilta käsin. Porispere, Rauni Reposaarelainen ja jopa Pori Jazz ovat aikanaan ponnistaneet marginaalista, samoin erikoisuudet, kuten vaikkapa nakurannat ja talvisurffaus Yyterissä. Porissa voi kokea laajalla skaalalla uniikkeja asioita, joita aktiiviset porilaiset tekevät anteeksipyytelemättömällä asenteella. Pori saattaa haastaa kokijaansa, mutta palkitsee löytämisen ja uuden kokemisen ilolla – uudella mukavuusalueella. Pori pääsee ihon alle.

Matkailun brändilupauksemme sisältää toki ripauksen porilaisille rakasta itseironiaa. Viesti kääntyy vaivatta englanniksi, mutta eroaa silti matkailualan konventioista. Löydä uusi mukavuusalueesi - Find your new comfort zone.

LÖYDÄ UUSI MUKAVUUSALUEESI
VISIT PORI

FIND
YOUR
NEW
COMFORT
ZONE.
VISITPORI.FI

Asukkaat

NEGATIIVISESTA POSITIIVISEEN.

NEGATIIVISUUDESTA AMMENNETTUA POSITIIVISUUTTA

Asukkaille suunnattuun viestintään ei haluttu valita yhtä slogania, vaan enemmänkin kaava, jolla luoda otsikoita ja kiteytyksiä. Jujuna on kääntää aina negatiivinen positiiviseksi ja herättää siten mielenkiintoa. Asukkailla on oikeus itseironiaan ja sarkasmiin kotiaan kohtaan. Ei kuitenkaan sukelleta täysillä syvään päätyyn käyttämällä murretta, eikä etenkään porilaisille rakkaita kirosanoja. Murre on ja voi hyvin, mutta viestinnässä sen käyttäminen on jokseenkin vanha ja halpa temppu. Ehdotonta eitä emme sillekään kuitenkaan sano – kevytmielisempää ja kampanjamaisempaa kontekstia voi toisinaan maustaa murteella.

TODELLA
OUTO,
EHDOTTOMAN
UNIIKKI.
PORI
JCDecaux
LIPPU-
AUTOMAATTI
8 - 18
(8 - 16)
1
VYÖHY
P

ESIMERKKEJÄ

EI HELPOIN, MUTTA TAATUSTI RAKKAIN

VAATII PALJON, ANTAA ENEMMÄN

ELÄMÄ ON KOVAA, SAMOIN ASENNE

EI EHKÄ LEMPEIN, MUTTA TAATUSTI REHELLISIN

TODELLA OUTO, EHDOTTOMAN UNIIKKI

Yrittäjät

PORI SUOSII ROHKEAA.

ROHKEA ROKAN SYÖ

B2B-viestinnässä käytettävä "Pori suosii rohkeaa" ammentaa ajatuksesta "Pori = onni". Ja tässä mielessä etenkin rohkealle yrittäjälle Pori on onnenpotku. Tämä kuitenkin sisältää sen, ettei tyhjänpäivästä sanahelinää saa tuputtaa B2B-viestinnässä – otsikoinnin pitää aina johtaa siihen, että Pori voi edustaa onnenpotkua viestissä. Jos ajatus on tuntuu haastavalta, on kysyttävä itseltään: "Miksi haluan houkutella yrittäjiä Poriin, mitä aitoa Pori voisi heille tarjota?". Ei tästäkään tarvitse liian vaikeaa tehdä – pienetkin asiat merkitsevät. Kunhan ne ovat oikeita asioita, eikä ympäripyöreää small talkia.

Rohkeus myös näkyy porilaisessa liike-elämässä jo nyt. Uusia liikeideoita ja mahdollisuuksia syntyy ja teknologian kehitys auttaa uudistamaan myös perusteollisuutta. Porissa rohkeus voidaan palkita isostikin.

KRUUNU
PÄÄHÄN
JA
STARTTI-
RAHA
TASKUUN.
PORI
SUOSII ROHKEAA.

3. Visuaalinen identiteetti

TÄLTÄ PORI NÄYTTÄÄ.

RAKENSIMME YHDESSÄ PORILAISTEN KANSSA TUNNISTETTAVAN PALETIN PORI-ELEMENTTEJÄ, JOTKA YLI AJAN MUODOSTAVAT PORILLE VISUAALISTA PÄÄOMAA. PORIN KOKO KAUPUNKIORGANISAATIO NÄYTTÄYTYY NYT YHTENÄISENÄ JA TUNNISTETTAVANA KAIKISSA KOSKETUSPISTEISSÄ, TÄMÄ HELPOTTAA ARJEN VIESTINTÄÄ JA LISÄÄ KUSTANNUSTEHOKKUUTTA.

TÄRKEINTÄ ON EROTTAUTUMINEN. KRUUNUFONTTI JA KARHUKUVITUKSET EROTTAVAT MEIDÄT KILPAILUKENTÄSTÄ POSITIIVISESTI JA TAIPUVAT HELPOSTI ERILAISIIN KÄYTTÖTARKOITUKSIIN KAUPUNGIN JA IHMISTEN KÄSISSÄ. ILME ON YHDESSÄ TEHTY JA YHTEISEEN KÄYTTÖÖN TARKOITETTU.

Porin kaupungin visuaalinen pääoma

Porin kaupungilla on jo olemassa sellaista visuaalista pääomaa, joka voidaan laskea tunnistettavaksi ja ennen kaikkea porilaiseksi. Olisi siis järjetöntä olla ottamatta näitä tunnuselementtejä huomioon tulevassa uudessa visuaalisessa identiteetissä. Kaupungin vaakuna pysyy edelleen kaupungin virallisena tunnuksena, mutta sen symboliikkaa lainataan nyt myös vahvemmin kaupungin visuaaliseen ilmeeseen.

01:PUNAINEN KRUUNU

02:KARHU-HAHMO

03:SÄVYMAAILMA

Tunnukset

1. Pori-logo

Pori-logon kirjaimet ovat käsinmuotoiltua typografiaa, jonka muotokieli on saanut inspiraationsa teollisuuskaupungin omasta historiasta. Logon groteskiin kirjainmuotoiluun on yhdistetty Porin vaakunasta tuttu punainen kruunu-elementti, joka toimii tunnusmaisena elementtinä kaikissa Pori- ja Visit Pori -tunnuksissa.

Logon ensisijainen käyttöversio on 2-värinen versio, jossa kirjaimet ovat mustat ja kruunu-elementti punainen (ks. alla) mutta tätä versiota sovelletaan vain valkoisen pinnan päällä.

Logosta on sekä 2- että 1-värisiä versiota, joiden käyttöä opastetaan tarkemmin seuraavilla sivuilla.

Pori-logon käyttäminen kaikissa sen muodoissa ja kaikkien sen versioiden osalta on kiellettyä ilman asianmukaista lupaa Porin kaupungilta.
Lisätiedot: info@visitpori.fi

PORI

1.1 Pori-logon suoja-alue

Pori-logolle on määritetty suoja-alue (ks. viereinen havainnekuva), jonka sisäpuolelle ei tule sijoittaa muita muotoja, värejä, kirjaimia tai kuvaelementtejä.

Määritelty suoja-alue toimii myös logon minimimarginaalina, eli logoa ei tule sijoittaa pinnalle niin, että sen suoja-alueesta jokin osa rajautuu piiloon.

1.1 Pori-logon väritys

Pori-logosta on sekä 2- että 1-värisiä käyttöversiota. Logon 2-värisiä versioita käytetään vain valkoisen, mustan ja Porin päävärien (Pori Punainen 3. ja Pori Sininen 4.) päällä. Huomioitavaa on se, että 2-värisissä logoissa kruunun väri on joko musta tai punainen riippuen taustaväristä, jonka päälle logo on aseteltu.Valkoisen ja mustan värin päällä voidaan myös tarvittaessa käyttää logon yksivärisiä versioita.

Kaikissa muissa tapauksissa logosta käytetään yksivärisiä versioita.Viereiset esimerkit:1. 2-värinen positiivi valkoisella

2. 2-värinen negatiivi mustalla
3. 2-värinen negatiivi Pori-punaisella
4. 2-värinen negatiivi Pori-sinisellä
5. Yksivärinen negatiivi keskisävyn päällä
6. Yksivärinen negatiivi kuvan päällä

1.2 P-merkki

Pelkistetyin Porin kaupungin tunnuksista on P-merkki, joka on johdettu suoraan Pori-logon muotoilusta.

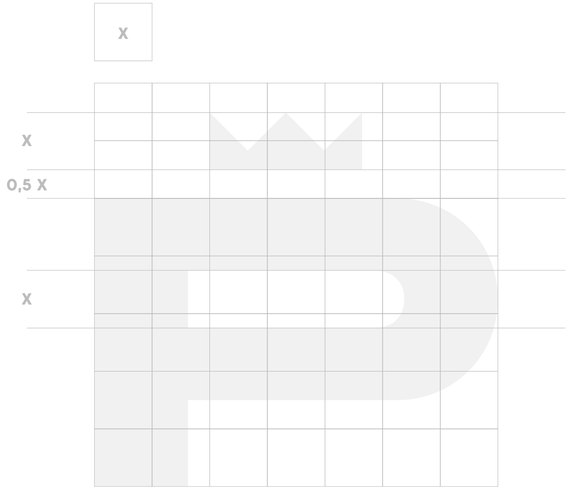
Merkin ensisijainen käyttöversio on 2-värinen versio, jossa P-kirjain on musta ja kruunu-elementti punainen (ks. viereinen esimerkki) mutta tätä versiota sovelletaan vain valkoisen pinnan päällä.

P-merkkiä voidaan käyttää Pori-kontekstin sisällä esimerkiksi pienenä merkkinä verkkoympäristöissä, merkkinä tekstiileissä tai vaikkapa julisteen suuren kuvaelementin maskina.

Merkin käyttöön sovelletaan lähtökohtaisesti samoja määrityksiä kuin muihinkin Porin kaupungin tunnuksiin.

1.2 P-merkin konstruktio

Viereinen tekninen piirros havainnollistaa P-merkin mittasuhteiden muodostumisen. Samaa määritystä käytetään kaikissa Porin kaupungin tunnuksissa ja Pori Sans -fontissa, jossa kruunuelementti esiintyy kirjainten päällä. Ohessa määritettyjä mittasuhteita ei tule muuttaa.



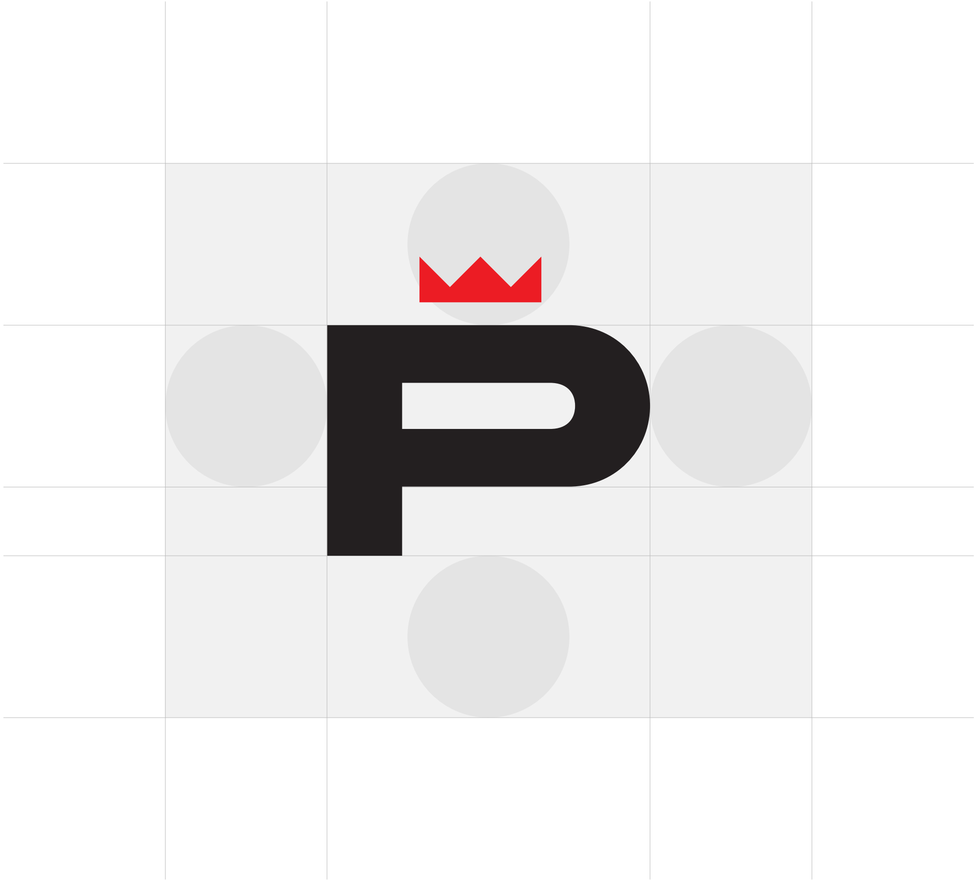
1.2 P-merkin suoja-alue

P-merkille on määritetty suoja-alue (ks. viereinen havainnekuva), jonka sisäpuolelle ei tule sijoittaa muita muotoja, värejä, kirjaimia tai kuvaelementtejä. Tätä määritystä noudatetaan lähtökohtaisesti.

Poikkeuksena voidaan mainita esim. Porin kaupungin oman viestinnän/markkinointiviestinnän käyttöyhteydet, joissa P-merkki muodostaa tekstin kanssa tunnusmaisen elementin tai että P-merkkiä käytetään kuvituselementtinä tai kuvamaskina omissa sovelluksissa.

Määritelty suoja-alue toimii myös lähtö-kohtaisesti merkin minimimarginaalina, eli logoa ei tule sijoittaa pinnalle niin, että sen suoja-alueesta jokin osa rajautuu piiloon.

Poikkeuksena voidaan mainita esim. julistemaiset pinnat, joissa merkki on isossa koossa sekä verkkoympäristöjen pienet mediakoot, joissa voidaan hyödyntää hieman tiukempaa marginaalia.



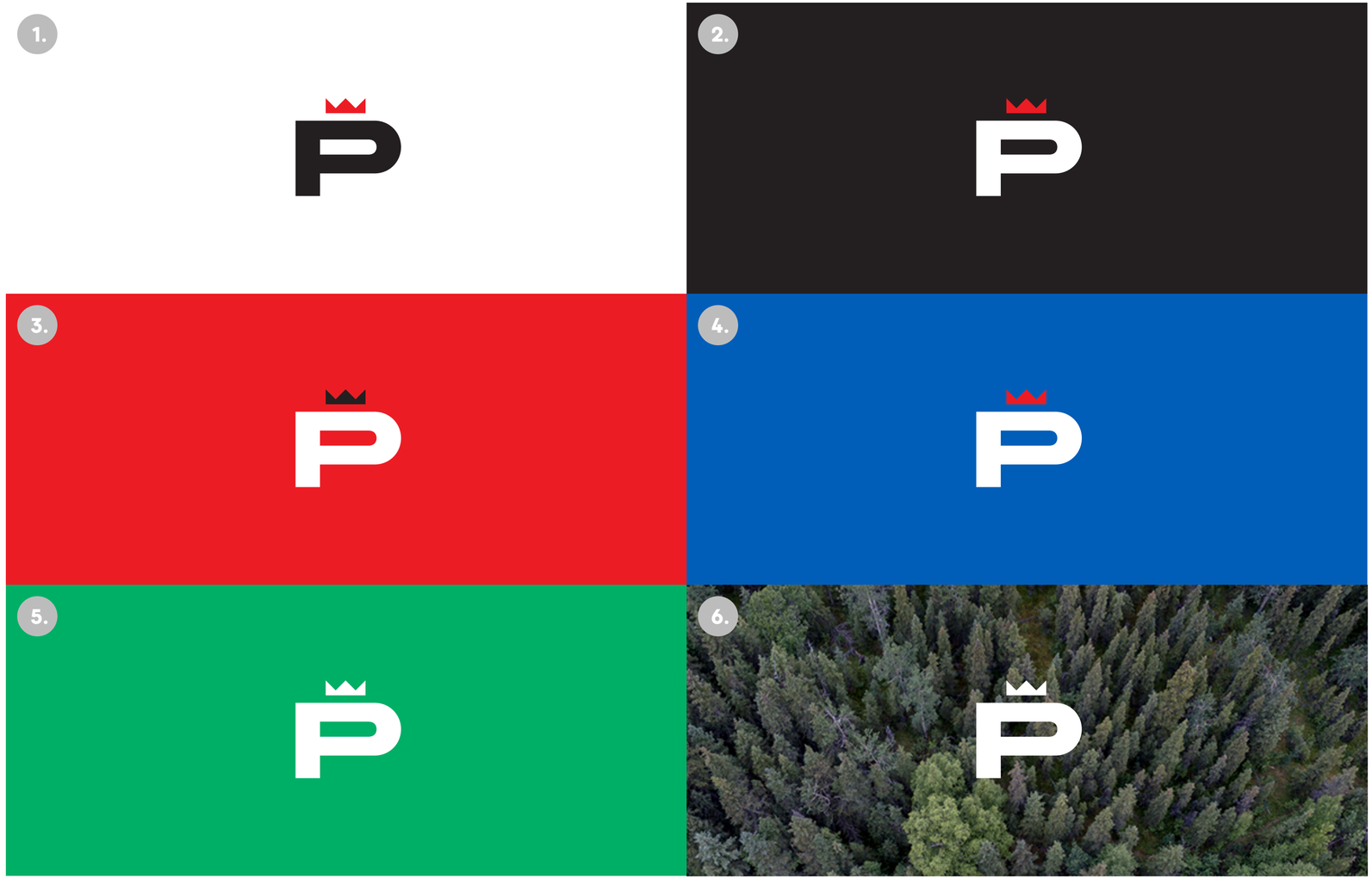
1.2 P-merkin väritys

P-merkistä on sekä 2- että 1-värisiä käyttöversiota. Merkin 2-värisiä versioita käytetään vain valkoisen, mustan ja Porin pää-värien (Pori Punainen 3. ja Pori Sininen 4.) päällä. Huomioitavaa on se, että 2-värisissä logoissa kruunun väri on joko musta tai punainen riippuen taustaväristä, jonka päälle merkki on aseteltu.

Valkoisen ja mustan värin päällä voidaan myös tarvittaessa käyttää merkin yksivärisiä versioita.

Kaikissa muissa tapauksissa merkistä käytetään yksivärisiä versioita.Viereiset esimerkit:1. 2-värinen positiivi valkoisella

2. 2-värinen negatiivi mustalla
3. 2-värinen negatiivi Pori-punaisella
4. 2-värinen negatiivi Pori-sinisellä
5. Yksivärinen negatiivi keskisävyn päällä
6. Yksivärinen negatiivi kuvan päällä



1.3 Visit Pori -logot

Porin kaupungin matkailuyksikölle on muotoiltu oma Visit Pori -logo, joka on johdettu suoraan Pori-logon muotoilusta.

Logon ensisijainen käyttöversio on 2-värinen versio, jossa kirjaimet ovat mustat ja kruunu-elementti punainen (ks. viereinen esimerkki) mutta näitä versiota sovelletaan vain valkoisen pinnan päällä.

Logoista on luotu sekä vaaka- että pystyversioita, joista kuitenkin ensisijaisesti käytetään suositellaan käytettäväksi vaakaversioita.

Logojen käyttöön sovelletaan lähtökohtaisesti samoja määrityksiä kuin muihinkin Porin kaupungin tunnuksiin.

VAAKALOGO:

VISIT PORI

PYSTYLOGO:

VISIT
PORI

1.3 Visit Pori -logojen suoja-alue

Visit Pori -logoille on määritetty suoja-alueet (ks. viereiset havainnekuvat), joiden sisäpuolelle ei tule sijoittaa muita muotoja, värejä, kirjaimia tai kuva-elementtejä.

Määritellyt suoja-alueet toimivat myös logojen minimimarginaaleina, eli logoja ei tule sijoittaa pinnalle niin, että niiden suoja-alueesta jokin osa rajautuu piiloon.

VAAKALOGO:

PYSTYLOGO:

1.3 Visit Pori -logojen väritys

Visit Pori -logoista on sekä 2- että 1-värisiä käyttöversiota. Logojen 2-värisiä versioita käytetään vain valkoisen, mustan ja Porin päävärien (Pori Punainen 3. ja Pori Sininen 4.) päällä. Huomioitavaa on se, että 2-värisissä logoissa kruunun väri on joko musta tai punainen riippuen tausta-väristä, jonka päälle logo on aseteltu.

Valkoisen ja mustan värin päällä voidaan myös tarvittaessa käyttää logon yksivärisiä versioita.

Kaikissa muissa tapauksissa logoista käytetään yksivärisiä versioita.Viereiset esimerkit:

1. 2-värinen positiivi valkoisella
2. 2-värinen negatiivi mustalla
3. 2-värinen negatiivi Pori-punaisella
4. 2-värinen negatiivi Pori-sinisellä
5. Yksivärinen negatiivi keskisävyn päällä
6. Yksivärinen negatiivi kuvan päällä

Porin vaakuna

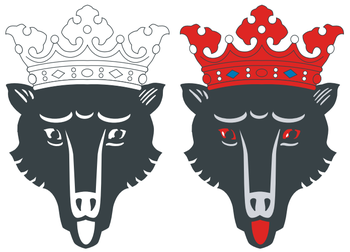
Porin vaakuna säilyttää edelleen asemansa virallisissa yhteyksissä, joihin uusi ilme ei sovellu.

Porin vaakunan on piirtänyt taiteilija Olof Eriksson vuonna 1959. Vaakunan karhuaihe on peräisin 1600-luvun sinetistä ja tunnuslause on kaupungin perustajan, Juhana Herttuan vaakunasta.

Kultakentässä punaisella kruunattu musta, punavaruksinen kohtikatsova karhunpää. Vaakunan yläpuolella kultainen muurikruunu ja alapuolella sininen nauha jossa hopeakirjaimin vaalilause: Deus protector noster.

Vaakuna sijoitetaan valkoiseen tai vaaleaan taustaan. Mittasuhteita tai värejä ei saa muuttaa. Kun ei ole painoteknisesti mahdollista käyttää metallivärejä, kulta ja hopea korvataan keltaisella ja harmaalla värillä.

Vaakunan käyttöluvan myöntää konsernihallinnon viestintäyksikön päällikkö.



C:100	C:0	C:0	C:0
M:40	M:100	M:15	M:0
Y:0	Y:90	Y:90	Y:0
K:0	K:0	K:0	K:15
R:0	R:237	R:255	R:220
G:125	G:27	G:210	G:221
B:197	B:47	B:48	B:222

MINIMILEVEYS
PAINOMATERIAALEISSA
18 MM

Värimaailma

2.1 Päävärit

Porin kaupungin visuaalisen identiteetin pääväreinä toimivat Pori Punainen ja Pori Sininen valkoisen ja mustan lisäksi.

Pori Punaista ja Pori Sinistä voidaan käyttää suurinakin pintoina markkinointiviestinnän sovelluksissa.

Mitä enemmän sisältöä yhdelle pinnalle tulee sitä pienempään rooliin mahdolliset suuret väripinnat tulee pienentää.

Pääväripalettiin on määritelty myös keskiharmaa sävy, joka toimii hyvin niin punaisen, sinisen kuin mustan ja valkoisenkin rinnalla. Keskiharmaata käyttämällä ja murtamalla saadaan luotua hienovaraisia visuaalisia hierarkoita sekä kontrasteja yhdessä esim. typografian kanssa. Varsinkin verkkopalveluja luotaessa näille kevyemmille neutraaleille sävyille löytyy paikkansa käyttöliittymäelementtejä suunniteltaessa.

VALKOINEN

White
R: 255 **G:** 255 **B:** 255
HTML: ffffff
C: - **M:** - **Y:** - **K:** -

MUSTA

Process Black
R: 30 **G:** 30 **B:** 30
HTML: 1e1e1e
C: 0 **M:** 0 **Y:** 0 **K:** 100

PORI PUNAINEN

PMS 485
R: 236 **G:** 28 **B:** 36
HTML: ec1c24
C: 0 **M:** 95 **Y:** 100 **K:** 0

Sisämaali: Teknos T1073

PORI SININEN

PMS 300
R: 0 **G:** 94 **B:** 184
HTML: 005eb8
C: 100 **M:** 50 **Y:** 0 **K:** 0

Sisämaali: Teknos T1191

KESKIHARMAA

100%
50%
10%

PMS Cool Gray 4
R: 188 **G:** 188 **B:** 188
HTML: bcbcbc
C: 12 **M:** 8 **Y:** 9 **K:** 23

2.2 Lisävärit

Porin kaupungin lisävärit ovat suunniteltu ensisijaisesti identiteetin kuvitusten tarpeita silmällä pitäen. Harmonisen keskisävyisen lisäväripaletin rooli on herättää huomiota yhdessä karhukuvitusten kanssa.

Keskisävyiset lisävärit ovat määriteltyn niin, että musta karhu-hahmo erottuu selkeälinjaisena sävypinnan päältä. Ne ovat myös määritelty niin, että niiden päälle voidaan asettaa valkoista tekstiä kuvitusten yhteyteen niin, että se pysyy vielä luettavana.

Lisäväripalettiin keskisävyjä täydentämään on luotu myös ns. varjovärit, tummat lisävärit, joiden tehtävänä on luoda kuvitusten sävyalaan lisää syvyyttä ja liikkumavaraa.

Lisäväripaletin harkitulla ja johdonmukaisella soveltamisella kuvituksissa pystytään luomaan Porin kaupungin visuaaliseen identiteettiin laadukas ja tunnistettava kuvitustyyli, joka toimii saumattomasti yhteen identiteetin muiden elementtien kanssa.

KESKISÄVYT:

SININEN

Process Cyan
R: 0 **G:** 155 **B:** 234
HTML: 009bea
C: 100 **M:** 0 **Y:** 0 **K:** 0

PUNAINEN 2.

PMS 7417
R: 228 **G:** 78 **B:** 52
HTML: e44e34
C: 1 **M:** 83 **Y:** 85 **K:** 0

VIHREÄ

PMS 3405
R: 0 **G:** 175 **B:** 102
HTML: 00af66
C: 88 **M:** 0 **Y:** 68 **K:** 0

KELTAINEN

PMS 116
R: 255 **G:** 205 **B:** 0
HTML: ffcd00
C: 0 **M:** 14 **Y:** 100 **K:** 0

TUMMAT SÄVYT:

TUMMA SININEN

(Ks. PORI Sininen)

TUMMA PUNAINEN

(Ks. PORI Punainen)

TUMMA VIHREÄ

PMS 356
R: 0 **G:** 122 **B:** 51
HTML: 007a33
C: 91 **M:** 4 **Y:** 100 **K:** 25

ORANSSI

PMS 151
R: 255 **G:** 130 **B:** 0
HTML: ff8200
C: 0 **M:** 60 **Y:** 100 **K:** 0

Typografia

3.1 Pori Sans –fontti

Pori Sans -fontti on Porin kaupungin porilaisille suunnittelema täysin oma, käsityönä muotoiltu, kirjaintyyppi. Samalla kirjainmuotoilulla on luotu myös kaupungin omat tunnukset.

Pori Sans –fontti on sans serif -tyylinen kirjaintyyppi, joka on saanut inspiraationsa teollisuuskaupungin omasta historiasta.

Kirjaintyypin kruunupäällysteisten versaalikirjainten avulla voidaan "porilaistaa" erisnimiä ja sanoja. Pori Sans –fonttia käytetään ensisijaisesti paikkojen, tapahtumien sekä palveluiden brändäämiseen.

Kruunupäällysteisiä versaaleja suositellaan käytettäväksi niin, että brändättävän sanan ensimmäisen kirjaimen päällä käytetään kruunuelementtiä. Suositeltavaa on käyttää vain yhtä kruunupäällysteistä merkkiä sanaa kohden. Kruunuelementille voi myös antaa punaisen tunnusvärin muiden 2-väristen Pori-tunnusten tapaan.

HUOM! Pori Sans -fontin kaupalliseen käyttöön vaaditaan kaupungin myöntämä lupa. Huomioithan myös, että vaikka Pori-logo on kirjoitettu Pori Sans -fontilla, Pori-logon käyttö ilman kaupungin lupaa on kiellettyä kaikissa käyttötapauksissa, niin kaupallisissa, yhteisöllisissä kuin yksityisissäkin tapauksissa (kts. sivu 31). Lisätiedot: info@visitpori.fi

ŸYTERI
ŬIMAHALLI
ḰALLO
ṖORISPERE
ÄNSSI

3.2 Pori Sans –merkistö

Pori Sans –fontti merkistö koostuu versaaleista kirjaimista, vaihtoehtoisista kruunupäällysteisistä versaaleista, numeroista sekä yleisimmistä erikoismerkeistä. Huomioitavaa on, että merkistössä ei ole gemena-kirjaimia ollenkaan.

Katso merkistön ladontaohje seuraavalta sivulta.

Ä B̆ C̆ D̆ Ĕ F̆ Ğ H̆ Ĭ J̆ K̆ L̆ M̆ N̆ Ö

P̆ Q̆ R̆ S̆ T̆ Ŭ V̆ W̆ X̆ Y̆ Z̆ Ä Ö Å

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 Ä Ö Å

0 1 2 3 4 5 6 7 9 8 ¹ ² ³ ⁴ ½ ¼ ¾

. , : ; ... - – — _ ' ' " " " ° ^ *

& ! ¡ ? ¿ @ © ® ™ # € $ ₵ £ ¥ % ‰

( ) = – + ~ × ÷ > < « » ‹ › · •

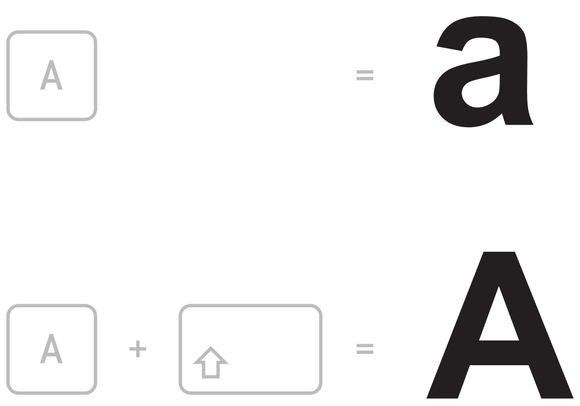
| ¦ / \ [ ] { } ¶ §

3.3 Pori Sans -ladontaohje

Pori Sans –fontin erikoisuutena voidaan pitää sen vaihtoehtoisia kruunupäällysteisiä versaalikirjaimia.

Ladottaessa normaalisti gemenakirjaimia Pori Sans –fontti tuottaa tavallisia versaalikirjaimia. Kun Pori Sans –fontti ladotaan versaaleja se tuottaa kruunupäällysteisiä versaalikirjaimia.

YLEISET KIRJAINTYYPIT:



PORI SANS -KIRJAINTYYPPI:

3.4 Ensisijaiset kirjaintyypit

Johdonmukainen typografinen muotoilu viestinnän sovelluksissa on yksi tunnistettavan visuaalisen identiteetin kulmakivistä yhdessä tunnusten sekä tunnusvärien kanssa. Porin kaupungin typografia rakentuu Bergen Mono ja Bergen Text -kirjainperheiden varaan.

Bergen Mono luo tunnistettavan, leikkisän, groteskin otsikkotason, joka toimii saumattomasti yhteen karhu-kuvitusten kuvitustyylin kanssa. Samaan muotokieleen perustuvan Bergen Text -kirjainperheen leikkaukset luovat klassisemman ja selkeä-lukuisen alatason kokonaisuuteen.

HUOM! Viereiset esimerkit eivät ole ohjekokoja kaikkiin sovelluksiin vaan esimerkittävät vain tässä sovelluksessa käytetyn mallitypografian koko- ja paksuuskontrasteja.

INDEKSI (VERSAALEINA)

Bergen Mono:	Regular
Fonttikoko:	10 pt
Riviväli:	11 pt
Merkkivälistys:	0

OTSIKKO (VERSAALEINA)

Bergen Mono:	Bold
Fonttikoko:	32 pt
Riviväli:	42 pt
Merkkivälistys:	0

INGRESSI/VÄLIOTSIKKO

Bergen Text:	Bold
Fonttikoko:	14 pt
Riviväli:	19 pt
Merkkivälistys:	-5

LEIPÄTEKSTI

Bergen Text:	Regular
Fonttikoko:	10 pt
Riviväli:	16 pt
Merkkivälistys:	-10

KULTTUURI

OTSIKKOTYYLI EROTTUU MUUSTA TYPOGRAFIASTA PERSOONALLISELLA TAVALLA.

Ingressit, pidemmät otsikot sekä väliotsikot ladotaan Bergen Text -kirjaintyypillä, joka on hieman hillitympi versio Bergen Monosta.

Leipäteksteissä käytetään saman Bergen Text kirjainperheen kevyempiä leikkauksia kuten "Regular". Korostuksissa voidaan käyttää "**Bold**"-leikkausta. Class aptent taciti sociosqu ad litora torquent per conubia nostra, per inceptos himenaeos. Morbi ac dolor massa. Donec auctor neque eu sem euismod tempus non a augue. Ut suscipit nisi a biben dum lobortis. Nullam tempus, nibh eu molestie egestas, nulla mauris rutrum massa, vel interdum nibh enim in ipsum.

3.5 Toissijaiset kirjaintyypit

Porin kaupungin visuaalisessa identiteetissä toissijaisena kirjaintyyppinä käytetään järjestelmäfontti Arialia.

HUOM! Toissijaisia kirjaintyyppejä käytetään vain sellaisissa sovelluksissa tai järjestelmissä, joissa ensisijaisten kirjaintyyppien käyttäminen ei jostain syystä ole mahdollista.

Viereiset esimerkit eivät ole ohjekokoja kaikkiin sovelluksiin vaan esimerkittävät vain tässä sovelluksessa käytetyn mallitypografian koko- ja paksuuskontrasteja.

INDEKSI (VERSAALEINA)

Arial:	Regular
Fonttikoko:	10 pt
Riviväli:	11 pt

OTSIKKO (VERSAALEINA)

Arial:	Bold
Fonttikoko:	32 pt
Riviväli:	42 pt

INGRESSI/VÄLIOTSIKKO

Arial:	Bold
Fonttikoko:	14 pt
Riviväli:	19 pt

LEIPÄTEKSTI

Arial:	Regular
Fonttikoko:	10 pt
Riviväli:	16 pt

KULTTUURI

OTSIKKOTYYLI EROTTUU MUUSTA TYPOGRAFIASTA PERSOONALLISELLA TAVALLA.

Ingressit, pidemmät otsikot sekä väliotsikot ladotaan Arial Bold -kirjaintyypillä, lorem ipsum dolor nehem sit väliotsikko donec amet.

Leipäteksteissä käytetään saman Arial kirjainperheen kevyempiä leikkauksia kuten "Regular". Korostuksissa voidaan käyttää "**Bold**"-leikkausta. Class aptent taciti sociosqu ad litora torquent per conubia nostra, per inceptos himenaeos. Morbi ac dolor massa. Donec auctor neque eu sem euismod tempus non a augue. Ut suscipit nisi a biben dum lobortis. Nullam tempus, nibh eu molestie egestas, nulla mauris rutrum massa, vel interdum nibh enim in ipsum.

Kuvitukset

4.1 Karhu-kuvitukset

Sympaattisten ja hyväntuulisten karhu-kuvitusten rooli kaupungin visuaalisessa identiteetissä on tuoda ripaus väriä ja tunnetta kaupungin markkinointiviestinnän sovelluksiin. Karhu-hahmot toimivat metaforana Porista ja porilaisuudesta.

Kuvitusten tulisi olla intuitiivisesti kiinnostavia ja jopa hieman abstrakteja. Yhteen kuvitusaiheeseen ei tule ladata liikaa viestinnällisiä tavoitteita vaan sen ensisijainen tehtävä on vangita katsojan huomio, jonka jälkeen viestiä syvennetään tekstisuunnittelun avulla.

Kuvituksia voidaan käyttää kaikissa kaupungin markkinointiviestinnän, viestinnän ja palveluiden sovelluksissa yhdessä tekstisuunnittelun kanssa tai ilman.

Graafisesti pelkistetyt kuvitukset toimivat näyttävästi niin katukuvassa, tekstiileissä kuin matkamuistoissakin. Verkkoympäristöissä kuvitukset heräävät aivan uudella tavalla eloon animaatiotekniikoiden avulla.

4.2 Karhu-kuvitusten yleisversiot

Karhu-kuvitusten yleisversioiden aiheet ponnistavat porilaisuudesta tai Porille ominaisista asioista. Niillä voidaan viestiä sympaattisella ja mieleenpainuvalla tavalla kohdeyleisöille uusia asioita Porista/porilaisuudesta.

Kuvituksia voidaan käyttää kaupungin viestinnässä yhdessä tekstisuunnittelun kanssa tai sellaisenaan kuvittamassa tiloja tai sovelluksia.

4.2 Karhu-kuvitusten palveluversiot

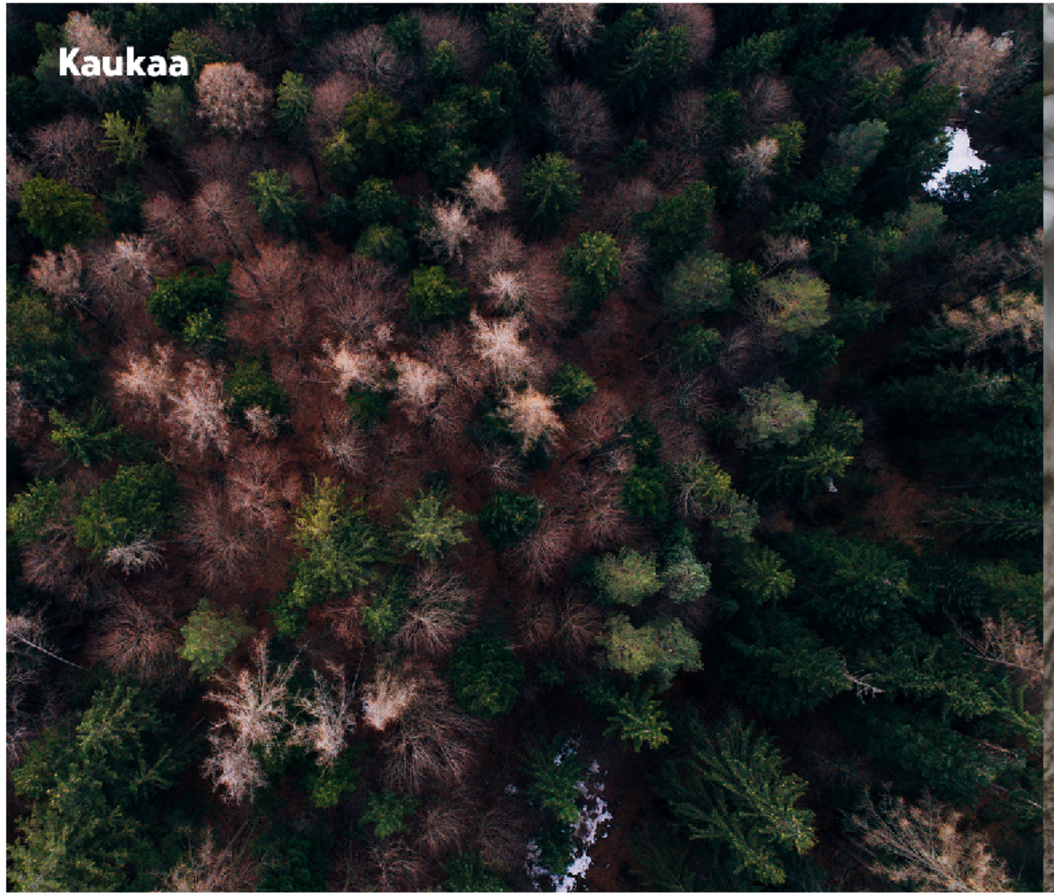
Karhu-kuvitusten palveluversioiden aiheet ponnistavat kaupungin toiminnoille ominaisista aihealueista. Niillä voidaan viestiä sympaattisella ja mieleenpainuvalla tavalla kaupungin kaupunkilaisille tarjoamista palveluista tai tuottamista elämyksistä.

Kuvituksia voidaan käyttää kaupungin viestinnässä yhdessä tekstisuunnittelun kanssa tai sellaisenaan kuvittamassa tiloja tai sovelluksia.

Kuvamaailma

Porin kaupungin kuvakonsepti

Kuvakonseptissa voitaisiin esitellä samasta tarinasta kaksi tasoa/perspektiiviä. Kauniilla ilmakuvilla voitaisiin esitellä Poria ja Porin tapahtumia mielenkiintoisesta lintuperspektiivistä. Samassa kontekstissa koetaan sama miljöö/tarina ihmisen perspektiivistä ja tällöin keskitytään koettuun tunteeseen ja itse ihmiseen, mennään lähelle.



Muut

Pori-logo, maamerkki

Pori-logosta voisi tehdä kaupunkiin keskeiselle paikalle myös maamerkin, jossa vierailijat voisivat ottaa vaikka valokuvia muistoksi Porista. Tälläisten elementtien voima perustuu jakopotentiaaliin internetin sosiaalisissa verkostoissa.

Esimerkkejä

PORI
PORI
PORI
PORI
PORI

PORI
Salla Rajala
Viestintäyksikön päällikkö
salla.rajala@pori.fi
+358 44 701 XXXX
www.pori.fi

Y03

Y05

Y01

JUUSO

ŘEPOSAARI
Consectetur adipiscing elit. Integer volutpat sodales tortor eu
vehicula. Sed porta vehicula molestie. Fusce rutrum tortor nibh,
id rutrum dolor sodales molestie. Mauris ligula felis, placerat.

PORI
PORI
PORI

Pankki
ANTTIL
VISIT PORI
KALLO
61°35'35'N 21°27'45'E
JCDecaux

PORI

FIND
YOUR
NEW
COMFORT
ZONE.
VISITPORI.FI

FIND
YOUR
NEW
COMFORT
ZONE.
VISITPORI.FI

FIND
YOUR
NEW
COMFORT
ZONE.
VISITPORI.FI
KLUBIN

PORI
PORI
PORI

4. Saatesanat

YHDESSÄ SUUNNITELTU, YHTEISEEN KÄYTTÖÖN TEHTY.

Yhdessä rakennettu identiteetti kaupunkilaisten käyttöön

YHTENÄ TAVOITTEENA ON, ETTÄ PORIN UUSI BRÄNDI ALKAA ELÄÄ MYÖS KAUPUNKILAISTEN KÄSISSÄ. SIKSI ESIMERKIKSI PORI SANS -FONTTI ANNETAAN ILMAISEKSI HALUKKAIDEN EI-KAUPALLISEEN KÄYTTÖÖN.

EI VAIN POWERPOINTTIEN NURKKAKORISTE

Uusi Porin ilme on suunniteltu yhdessä kaupunkilaisten kanssa sekä kaupungin että kaupunkilaisten käyttöön. Porin fontista ja kruunu-elementistä toivotaan tulevaisuudessa uutta isoa visuaalista pääomaa Porille: Tämän vuoksi fonttimme on vapaasti kaupunkilaisten käytettävissä ei-kaupallisissa yhteyksissä. Tämä ilme jalkautuu kaupungin sisältä aina kansalaisille asti. Mukana on työkaluja, joilla porilaiset voivat näyttää porilaisuuttaan. Pori elää ja hengittää kaupunkilaisten kautta.

Pori-fontin voit ladata osoitteesta: pori.fi/fontti

BRÄNDIKÄSIKIRJAAN TEHDYT MUOKKAUKSET:

19.4.2022 Sähköpostiosoitteiden muokkaus.

12.4.2022 Pori-logon ja Pori Sans -fontin käyttöoikeuksien tarkennus.

20.10.2017 Karhu-kuvitusten palveluversioiden tekstikorjaukset.

15.9.2017 Typografisten ohjekokojen muokkaus.

30.8.2017 Vaakunan kuvaustekstien ja kuvien muokkaus.

22.8.2017 Toissijaisten kirjaintyyppien ohjetekstin tekstikorjaukset.

10.8.2017 Uusien karhu-kuvitusten yksikköversioiden lisäys.

10.8.2017 P-merkin esittelytekstin muokkaus.

PORI

LISÄTIETOJA:

Marika Virtanen
viestintä- ja markkinointisuunnittelija,
Porin kaupunki
p. +358 44 701 9788
marika.virtanen@pori.fi

Tiina Lehtonen
yksikön päällikkö,
Porin kaupunki
p. +358 44 701 1021
tiina.j.lehtonen@pori.fi