



Trøndelag fylkeskommune
Trööndelagen fylhkentjielte



GRAFISK PROFILHÅNDBOK



INNHOOLD

Tema:	Side:	Tema:	Side:
Introduksjon	03	Designelement	
		5.0 Om designelementet fylket	26
Logo - fylkesvåpen		5.1 Symbolikk	27
1.0 Om fylkesvåpenet	04	5.2 Designelementets bruk	28
1.1 Logo varianter: Hovedlogo	05	5.3 Designelement bruk - eksempler	30
Logo variant: Engelsk	06	5.4 Designelement + visjon	32
Digitale flater: skjold	07		
1.2 Størrelse og avstand	08	Ikoner	34
1.3 Plassering	09		
1.4 Samspill med andre logoer	10	Bildeprofil	
1.5 Logo for enheter	12	6.0 Bildeprofil	36
1.6 Ukorrekt bruk av logo	14	6.1 Landskap og lokasjoner	37
		6.2 Miljøbilder	38
Visjon		6.3 Opplevelse og aktivitetsbilder	39
2.0 Visjon - Vi skaper historie	16	6.4 Detaljbilder	40
		6.5 Retusjering i Photoshop	41
Fargeprofil		6.6 Bilde Spesialeffekt	42
3.0 Om fargeprofilen	18		
3.1 Fargesymbolikk	19	Rutenett for oppsett av materiell	
3.2 Fargesystem	20	7.0 Om rutenettet	46
3.3 Fargekoder	21	7.1 Rutenett eksempel	47
		7.2 Rutenett eksempler	48
Typografi			
4.0 Om skrifttypene	22	Eksempler og inspirasjon	50
4.2 Veiledning for bruk av skrifttypene	24	Inkluderer: Omslag trykksaker,	↓
4.3 Eksempler på bruk av skrifttypene	25	Innmat trykksaker, Visittkort,	
		Plakater, Annonser,	
		Promoteringsmateriell	
		Bekledning, Kjøretøy, bygg,	
		rollups, skilt og fasader.	



INTRODUKSJON

Trøndelag fylkeskommunes grafiske profil er bygget på konseptet fortid, nåtid & framtid, med visjonen "Vi skaper historie". Profilen skal bidra til å skape en helhetlig, positiv og gjenkjennbar identitet, både i og utenfor fylkets grenser.

For å bygge en sterk og stabil merkevare forutsettes bruk av faglig vurdering og skjønn, i tillegg til at gitte regler og retningslinjer som blir presentert følges.

Denne profilmanualen gir retningslinjer for hvordan Trøndelag fylkeskommune skal kommuniseres visuelt. Den retter seg til grafiske designere, reklamebyråer, trykkerier, fotografer, partnere og alle andre som utformer materiell som skal benytte fylkeskommunens identitet.

Profilmanualen tar for seg alle elementene i den grafiske identiteten, og gir detaljerte beskrivelser av hvordan de skal anvendes. Det oppfordres til kreativ bruk samtidig som retningslinjene skal følges. Avvik fra retningslinjene vil svekke det helhetlige inntrykket av profilen, og dermed fylkeskommunen som avsender .

*Den overordnede ideen for den visuelle identiteten til Trøndelag fylkeskommune er **fortid, nåtid & framtid**, med visjonen **Vi skaper historie**. Dette kommer til uttrykk både gjennom fargevalg og det bærende designelementet.*



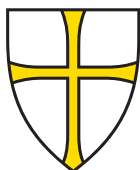
OM FYLKESVÅPENET

Fylkesvåpenet beskrives slik: "På sølv bunn et gull utbøyet kors". Dette var det gamle fylkesvåpenet til Nord-Trøndelags (tegnet av Hallvar Tretteberg ved Riksarkivet, godkjent i mars 1957). Våpenet skal bære minne om Olav den hellige som etter sagatradisjonen hadde gullkors på hvitt skjold under slaget på Stiklestad i år 1030.

Kombinasjonen gull på sølv var forbudt etter de heraldiske reglene, men det er gjort unntak for Trøndelag fylkeskommune.

Heraldiske regler krever at fargen gull, oversettes til gul, og fargen sølv oversettes til hvit i grafisk materiell.

Den største delen av det sørsamiske området ligger i Trøndelag. Som samfunnsutvikler har fylkeskommunen ansvar for å utvikle, styrke og synliggjøre samisk språk, kultur og samfunnsliv. Derfor er Trøndelag fylkeskommunes hovedlogo satt i to ulike skriftspråk, norsk og sør- samisk.



Trøndelag fylkeskommune
Trööndelagen fylhkentjielte

*Vi skal merke alt vårt folk og gjøre et hærtegn
på våre hjelmer og skjold og male det hellige
kors på dem i hvit farve.*

- Olav den Hellige

LOGO VARIANTER

Farge

Våpenskjoldet bør brukes i farget versjon på alle trykksaker, web og applikasjoner hvor farge ikke utgjør noe kostnadforskjell eller byr på praktiske problemer.

Farge



Trøndelag fylkeskommune
Trööndelagen fylhkentjielte



Trøndelag fylkeskommune
Trööndelagen fylhkentjielte

Farge
negativ



Trøndelag fylkeskommune
Trööndelagen fylhkentjielte



Trøndelag fylkeskommune
Trööndelagen fylhkentjielte

Sort/hvit

Våpenet kan brukes i sort og hvit på spesielle flater. Som f.eks brevark som printes kun i sort/hvit, arbeidsklær, t-skjorter, tekstiler og lignende. Bruk da 100% sort, eller 100% hvit.

Sort/hvit



Trøndelag fylkeskommune
Trööndelagen fylhkentjielte



Trøndelag fylkeskommune
Trööndelagen fylhkentjielte

Negativ



Trøndelag fylkeskommune
Trööndelagen fylhkentjielte



Trøndelag fylkeskommune
Trööndelagen fylhkentjielte

LOGO VARIANT: ENGELSK

Farge

**Trøndelag
County Authority****Trøndelag County Authority**Farge
negativ**Trøndelag
County Authority****Trøndelag County Authority**

Sort/hvit

**Trøndelag
County Authority****Trøndelag County Authority**

Negativ

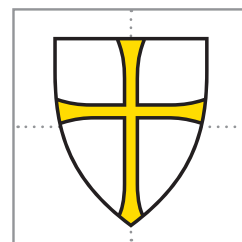
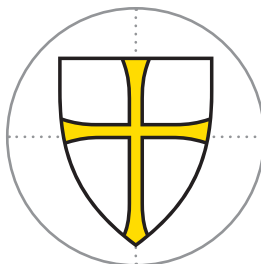
**Trøndelag
County Authority****Trøndelag County Authority**

DIGITALE FLATER: SKJOLD

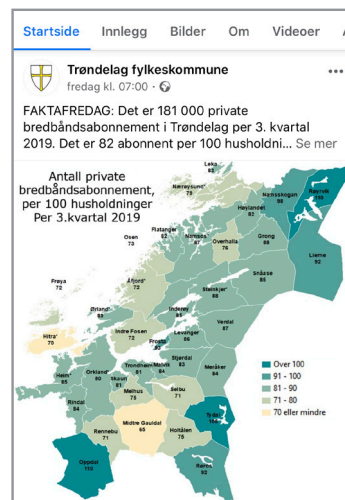
På enkelte digitale flater der formatet er lite, kan det være hensiktsmessig å kun bruke skjoldet. Dette kan gjelde profilbilder på for eksempel Facebook, Instagram, Youtube, eller thumbnails der bruk av hele logoen blir uleselig på grunn av liten størrelse. I slike tilfeller skal det brukes i farge og sørg for at det er litt luft rundt skjoldet sånn at det ikke når helt ut til kanten.

Når skjoldet brukes på denne måten i stedet for logo er det viktig at det kommer frem gjennom brukernavn at Trøndelag fylkeskommune er avsender og gjerne at hele logoen i tillegg vises andre steder på plattformen.

Eksempel på god plassering og avstand (stiplet senterlinje for referanse på plassering)



Eksempel på bruk - Facebook



STØRRELSE OG AVSTAND

Størrelser beregnes ut fra våpenskjoldets høyde.

Minimum størrelse i trykksaker er 0,8 cm høyde på våpenskjoldet.
Standard størrelse på A4 ark som brevark og dokumenter er 1,2 cm.
Standard størrelse på forsider av brosjyrer løpesedler etc. Er 1,6 cm.

Minimum avstand fra andre elementer beregnes med 50% av skjoldets høyde.

Minimum



Dokumenter
A4



Forsider
A4

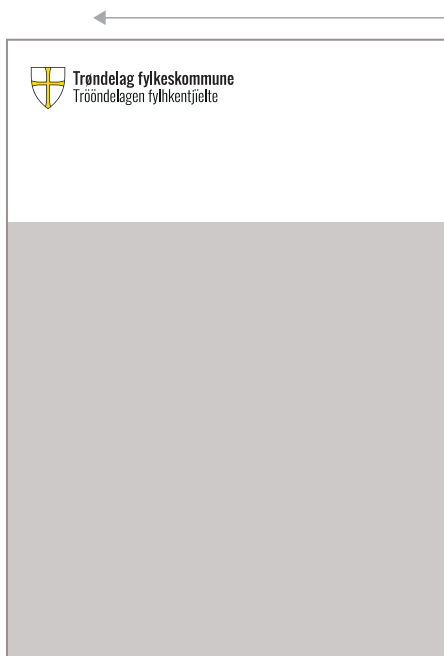


Avstander



PLASSERING

I alle medier hvor fylkeskommunen står som avsender skal logoen ha mest mulig lik plassering for å forsterke avsenders identitet.



Liggende logo plassering

Den horisontale varianten er den som oftest blir brukt. Denne plasseres i venstre topp.



Stående logo plassering

Vertikal logo anbefales å brukes midtstilt.

LOGO I SAMSPILL MED ANDRE LOGOER

Når logoen benyttes sammen med andre logoer vil clear space være viktig. Andre logoer og elementer skal ikke plasseres innenfor logoens clear space rammer. Målet er alltid å gi logoen godt med rom.

Plassering

Logoen plasseres på skriftlinje sammen med andre logoer. Bruk reglene for minimum avstand. (50% av skjoldets høyde)

Størrelse

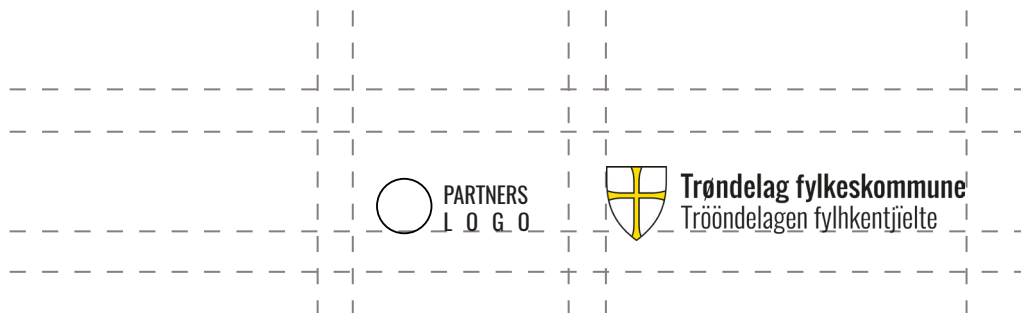
Logoen skal ikke være mindre en 0,8 cm høy. Og størrelsen må tilsvare størrelsen på de andre logoene. Dersom fylkeskommunen selv er avsender, kan logoen med fordel være litt større en de andre logoene.



Plassering av én partner logo

Dersom Trøndelag fylkeskommune er avsender skal fylkeskommunens logo plasseres til sist, og partneren til venstre. Sørg for god clear space.

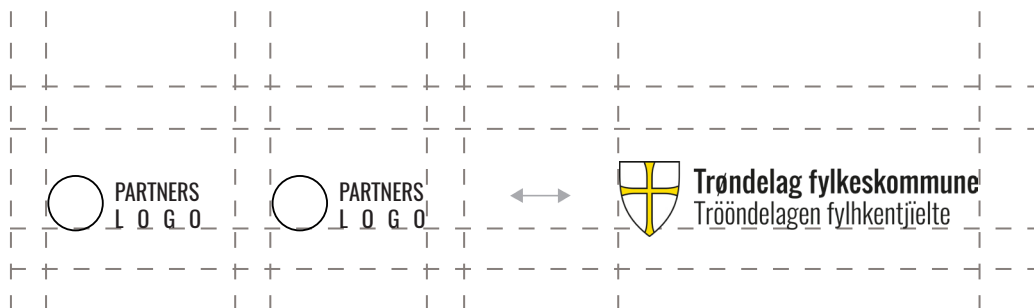
Eksempel



Plassering av flere partner logoer

Dersom Trøndelag fylkeskommune er avsender og skal stå sammen med flere andre logoer skal fylkeskommunens logo plasseres til sist, og med større avstand en resten av logoene.

Eksempel



Plassering fra andre aktører

Når andre aktører kontrollerer oppsettet, er det viktig at reglene for avstand følges. La logoen få godt med rom rundt seg, og hold den på linje med de andre logoene.

Eksempel



LOGO FOR ENHETER

Logo for enheter under Trøndelag fylkeskommune benytter den horisontale utgaven. Stedsnavn skal settes i lik skrifttype som "Trøndelag" i hovedlogo, mens sekundærtekst settes i skriftvekten "Light".

Regler for å sette opp enhet-logo

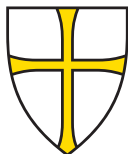
Logoer skal alltid utformes i vektor format. Hvis man tar utgangspunkt i en logo hvor skjoldets høyde er 1,9 cm, bruker man skriftstørrelse 19pt, med linjeavstand 23 pt. Skriften skal ha en avstand på 0,5 cm fra skjoldet og stedsnavn settes i skrifttype Oswald Regular, og sekundærnavn i Oswald Light.

For avdelingslogo med tre linjer (med utgangspunkt i skjoldhøyde 2 cm) bruker man skriftstørrelse 15pt og linjeavstand 19pt på de to første linjene. På siste linje bruker man skriftstørrelse 13pt og linjeavstand 17pt.



EKSEMPLER PÅ LOGO TIL ENHETER

Skoler

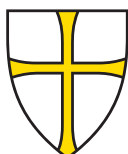


Selbu
videregående skole



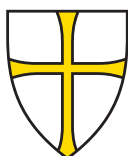
Trondheim
katedralskole

Bibliotek



Trøndelag fylkesbibliotek
Tröönderlagen fylhkengærjagåetie

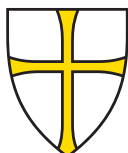
Tannklinikk



Ranheim
tannklinikk



Valentinlyst
offentlige tannklinikk

Logo med
tre linjer

Trøndelag fylkeskommune
Trööndelagen fylhkentjælte
avdeling veg

UKORREKT BRUK AV LOGO

Å endre på logoen, eller behandle den "kreativt" fører til utydelig avsender og identitet. Aldri strekk eller endre form, sørg for god oppløsning, og bruk alltid originalfiler.



Trøndelag fylkeskommune
Trööndelagen fylhkentjielte

1. Endre aldri logoen propsojoner



Trøndelag fylkeskommune
Trööndelagen fylhkentjielte

2. Endre aldri logoens farger



Trøndelag fylkeskommune
Trööndelagen fylhkentjielte

3. Legg aldri til noen form for effekt



Trøndelag fylkeskommune
Trööndelagen fylhkentjielte

4. Roter aldri logoen



Trøndelag fylkeskommune
Trööndelagen fylhkentjielte

5. Sørg alltid for god oppløsning



Trøndelag fylkeskommune
Trööndelagen fylhkentjielte

6. Legg aldri til nye, egne elementer



7. Sørg for god kontrast



8. Ikke flytt på elementene



9. Endre aldri på skrifttypen



10. Endre aldri logoens dimensjoner eller posisjoner



11. Lag aldri mønster av logoen



12. Gjør aldri logoen gjennomsliktig

VI SKAPER HISTORIE

Trøndelag Fylkeskommune har fått vedtatt i fylkestinget (14. desember 2017) visjonen "Vi skaper historie".

Trøndere var trøndere lik for over tusen år siden - og kommer til å være det i nye tusen år. At vi utforsket demokratiske systemer i jernalderen, og har forsvart dem mot despoti gjennom århundrer. At kvinner hadde tingrett 800 år før Camilla Collett. At vi gjorde teknologiske sjumilssteg for tusen år siden - og gjør det enda. Vi skaper historie.

Dette omhandler både fortid, nåtid og framtid, og man kan si at samlingen av Trøndelag-fylkene er en videreføring av en 2000 år gammel tradisjon om:

Frihet
Samtale og dialog
Folkestyre

Det er ikke Trøndelag fylkeskommune alene, men Trøndelag samlet som skaper historie.

Bruk av visjonen i grafisk materiell

Å bruke visjonen er en fin måte å fremme regionen på og alle kan bruke den fritt. Dersom avsender er Trøndelag fylkeskommune skal visjonsmerket avbildet på neste side brukes.

Med Trøndelag fylkeskommune som avsender kan visjonen brukes i alt av grafisk materiell og kommunikasjon. Det kan fungere spesielt bra på promoterende materiell, på stands, som "hvileside" eller avslutningsside i strategier, rapporter etc. eller bare som ren dekorasjon.

Visjonen forsterkes og tydeliggjør avsender ved å sette den sammen med designelementet.

Se side 32: Designelement + visjon.



VI SKAPER HISTORIE

OM FARGEPROFILEN

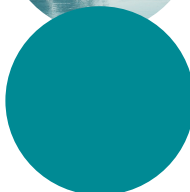
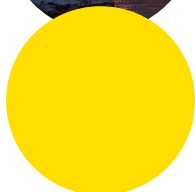
Farger kan påvirke tankene, styre handlinger og fremkalle reaksjoner. De kan virke stressende eller beroligende for øynene, øke blodtrykket og øke motivasjonen.

Konsekvent fargebruk hjelper hjernen til å etablere relasjoner – mellom følelser, egenskaper, opplevelser og mennesker. Men fremfor alt bidrar de til å styrke avsenders identitet.

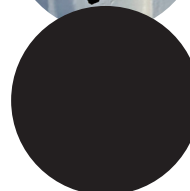
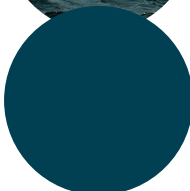
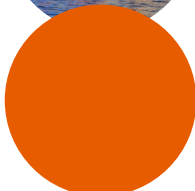
Hvit bakgrunn (Clear space)

Hvit bakgrunn og hvite flater er en stor del av identiteten. Disse skal brukes for å skape luft og “clear space”.

Hovedfarger



Tilleggsfarger



FARGESYMBOLIKK

Hovedfarger

Det er valgt tre hovedfarger for Trøndelag fylkeskommune.



GUL: OPTIMISME, KOMMUNIKASJON

Fargen er hentet fra våpenskjoldets heraldiske oversettelse av fargen gull. (Se informasjon om våpenskjoldet). Gult symboliserer optimisme og lykke, stimulerer mentale prosesser og ikke minst oppfordrer den til dialog.



TEAL: BALANSE, TILLIT, EMPATI

En balansert blanding av blå og grønn. Fargen er komponert av en blanding mellom hav og natur. Teal symboliserer balansen mellom arbeid og lek, å "gi og motta", empati, omsorg, samtidig som den fremstår tillitsfull.



BEIGE: HISTORIE, RØTTER, JORDNÆR

En lys brun farge med noe grått. Fargen gir assosiasjoner til eldre historie og våre røtter, den har en nøytral og beroligende tone, og symboliserer det ha bena godt plantet på jorden.

Tilleggsfarger

I tillegg til hovedfargene er det valgt ut tre tilleggsfarger. Disse brukes i mindre grad, men kan brukes for å fremheve små detaljer, og gi større spennvidde i for eksempel informasjonsdesign, interaktive knapper, diagrammer og grafer.



ORANGE:

Blanding av rød og gul. Fargen har en miks av energien til rødt og optimismen i gult. Fargen assosieres med glede, varme, entusiasme, frihet, helse og kreativitet.



HAVBLÅ:

En mørk blå, som symboliserer viktighet, autoritet, og interaksjon mellom mennesker. Fargen er hentet fra hav og vassdrag, industrier som fiske, oppdrett, energi og oljenæring.



SORT:

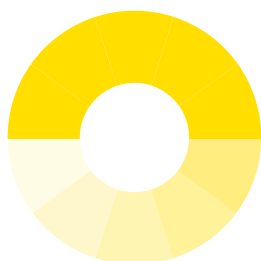
Sort symboliserer elegance, det formelle og styrke. Fargen skal brukes i liten skala, da mye sort fort kan bli dystert og mørk.

FARGESYSTEM

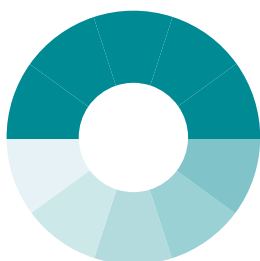
Pantone	Pantone (PMS) fargene er spesialblandede farger som kan brukes ved offset-trykk for å oppnå helt korrekt fargegjengivelse. Pantone gir best mettetthet, og den kraftigste fargen.
CMYK	CMYK-farger brukes også til trykk, hovedsaklig i annonser, brosjyrer, hefter og plakater.
RGB	RGB brukes til skjerm og digitale flater.
Html	Html (#) brukes til web og programmering.

FARGEKODER

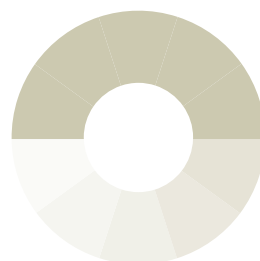
Hovedfarger



R: 255 G: 221 B: 0
C: 0 M: 10 Y: 100 K: 0
Pantone: 108
Html: ffdd00

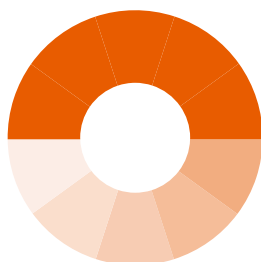


R: 1 G: 138 B: 146
C: 84 M: 28 Y: 40 K: 3
Pantone: 3135
Html: 008b93

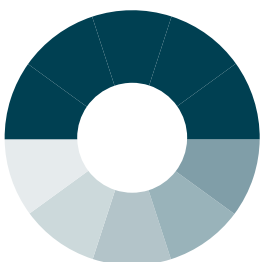


R: 205 G: 201 B: 175
C: 20 M: 16 Y: 32 K: 0
Pantone: 454
Html: cdc9af

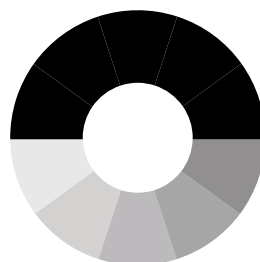
Tilleggsfarger



R: 227 G: 82 B: 5
C: 0 M: 76 Y: 100 K: 0
Pantone: 166
Html: e35205



R: 0 G: 64 B: 82
C: 96 M: 66 Y: 48 K: 38
Pantone: 3025
Html: 003f51



R: 0 G: 0 B: 0
C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100
Pantone: Black
Html: 00000

OM SKRIFTTYPENE

Det er valgt ut tre skrifttyper for bruk på alt materiell. Oswald, Verdana og Cambria. De to sistnevnte er standard-fonter som kommer med Microsoft Office pakken, mens Oswald er en gratis nedlastbar font (distribuert av Google Fonts).

På web er Verdana erstattet med skrifttypen "Muli", en tilnærmet lik font som er utformet spesielt for skjerm og som gir sømløs integrering på web.

Trykksaker

Oswald

Aa

Overskrifter, forsider og titler

Oswald er en stolt og høy font med god lesbarhet. Fonten er designet til å fungere optimalt på skjerm, men er også god på print. Skrifttypen distribueres gratis blant annet gjennom Google fonts.

Verdana

Aa

Brødtekst og små overskrifter

Brødtekst, ingresser og mengdetekst settes i Verdana. Skrifttypen har få detaljer og tykk strek, noe som gjør at den oppfattes som ren og enkel å lese. Skrifttypen finnes som standard på de aller fleste datamaskiner og krever ingen egen installasjon.

Cambria

Aa

Kontrastfont til uthevinger, sitater o.l

For å skape spenning i tekst er det valgt en Serif skrifttype som kan brukes til å skille ut tekst som feks sitater, uttalelser, eller informasjon som har behov for å skille seg fra mengdeteksten. Bruk gjerne italic eller Bold italic dersom det er sitater eller andre "muntlige" uttalelser.

Web

Muli

Aa

Web

På web skal Muli brukes som erstatter for Verdana. Muli er en skrifttype i samme familie som overnevnte, men som er bedre tilpasset for lesbarhet på skjerm. Skrifttypen er gratis distribuert via google fonts.

Oswald

Oswald
Bold

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
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 æ ø 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 Æ Ø Å

Oswald
Regular

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
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 æ ø 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 Æ Ø Å

Oswald
Light

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
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 æ ø 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 Æ Ø Å

Verdana

Verdana
Bold

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
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 æ ø 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 Æ Ø Å

Verdana
Bold italic

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
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 æ ø 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 Æ Ø Å

Verdana
Regular

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
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 æ ø 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 æ ø å

Verdana
Italic

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
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 æ ø 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 æ ø å

Cambria

Cambria
Bold

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
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 æ ø 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 Æ Ø Å

Cambria
Bold italic

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
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 æ ø 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 Æ Ø Å

Cambria
Regular

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
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 æ ø 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 Æ Ø Å

Cambria
italic

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
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 æ ø 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 Æ Ø Å

VEILEDNING FOR BRUK AV SKRIFTTYPENE

Størrelser på skrift vil variere ut fra størrelsen på mediet. Men her følger et eksempel på et godt balansert oppsett for standard A4 dokument.

Hovedoverskrifter

Hovedoverskrifter settes "Oswald Regular", og bør settes med 200pt sperring for å skape luft og kontrast til mengdetekst. I et standard A4 format anbefales det skriftstørrelse 18pt.

Sekundære overskrifter

Overskrifter til avsnitt o.l. settes i "Verdana" skriftstørrelse 11pt.

Ingresser

Ingresser i artikler og lignende settes i "Verdana" skriftstørrelse 11pt linjeavstand 15pt.

Brødtekst

Brødtekst settes i "Verdana" skriftstørrelse 9pt. linjeavstand 13pt.

Uthevinger

Tekst som man ønsker å utheve, som f.eks. sitater, eller ekstra viktig informasjon settes i skrifttypen "Cambria Italic" med større skrift en brødtekst. F.eks:
skriftstørrelse 16pt
linjeavstand 20pt

Web

På web gjelder det egne regler for universell utforming og disse reglene skal alltid følges.

Oswald
Regular
18pt

— EKSEMPEL OVERSKRIFT / TITTEL

Verdana
Regular
11pt

- Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo.

Verdana
Bold
11pt

— **Nemo enim ipsam voluptatem**

Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi nesciunt. Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptatem. Ut enim ad minima veniam, quis nostrum exercitationem ullam corporis suscipit laboriosam, nisi ut aliquid ex ea commodi consequatur?

Verdana
Regular
9pt

Quis autem vel eum iure reprehenderit qui in ea voluptate velit esse quam nihil molestiae consequatur, vel illum qui dolorem eum fugiat quo voluptas nulla pariatur?

Cambria
Italic
16pt

— *“Sed quia non numquam eius modi tempora incidunt ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptatem”*

Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptatem. Ut enim ad minima veniam, quis nostrum exercitationem ullam corporis suscipit laboriosam, nisi ut aliquid ex ea commodi consequatur?

Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptatem. Ut enim ad minima veniam, quis nostrum exercitationem ullam corporis suscipit laboriosam, nisi ut aliquid ex ea commodi consequatur?

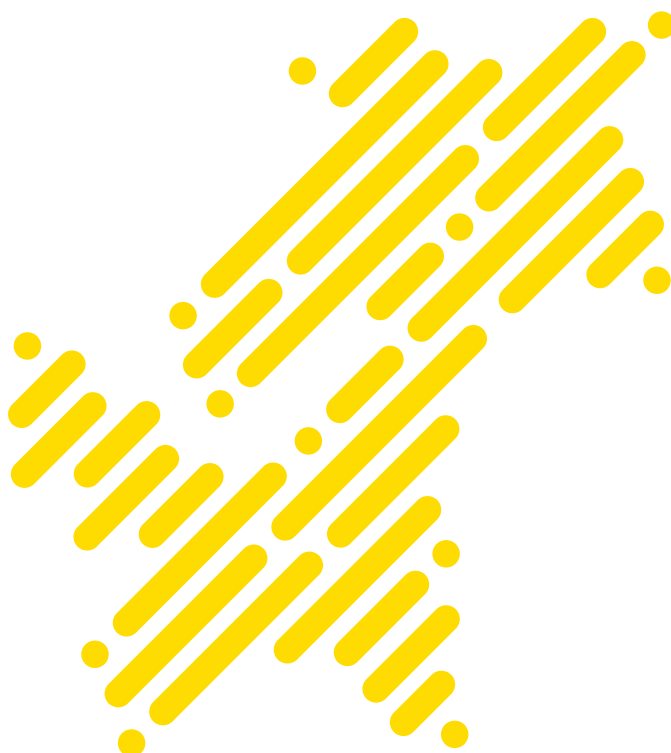
Cambria
Italic
9pt

Skrevet av: Fornavn Etternavn

OM DESIGNELEMENTET - FYLKET

Det bærende designelementet i Trøndelag fylkeskommunes identitet er en myk stilisering av fylkets kart.

Designelementet er satt sammen av mange små fraksjoner som tilsammen danner hele fylket. Linjene strekker seg i stigende nord-østlig retning, og har avrundede kanter for å skape en myk kontrast i en ellers stram identitet.



SYMBOLIKK



Fylket - mangfold, samhold & dialog

I all hovedsak skal designelementet vise fylkets form, satt sammen av mange mindre elementer. Dette symboliserer mangfoldet og samholdet som til sammen danner hele vårt fylke.



Geologi

Når man studerer berggrunnen, elver og innsjøer i Trøndelag, fra for eksempel satellitt eller flyfoto, vil man se at de aller fleste av disse går i nord-østlig retning. Dette stammer fra millioner av år tilbake, og er ganske unikt for Trøndelag. Vi har derfor valgt å la alle linjer i elementet stige i nord-østlig retning.



Stigende retning

Den stigende retningen symboliserer også vekst og fremgang, fra tidenes morgen, frem til i dag og inn i fremtiden. En retning som i formpsykologien oppfattes som optimistisk.



Prikkene

I tillegg til å være en del av mangfoldet, representerer prikkene i designelementet postene/setene i Frostatinget. Disse postene er i dag spredt over hele fylket, og er en viktig del av vår demokratiske historie.



Avrundinger

Alle kanter og hjørner i designelementet er avrundet for å gi det en vennlig form. Runde former oppfattes som myke, vennlige og organiske.

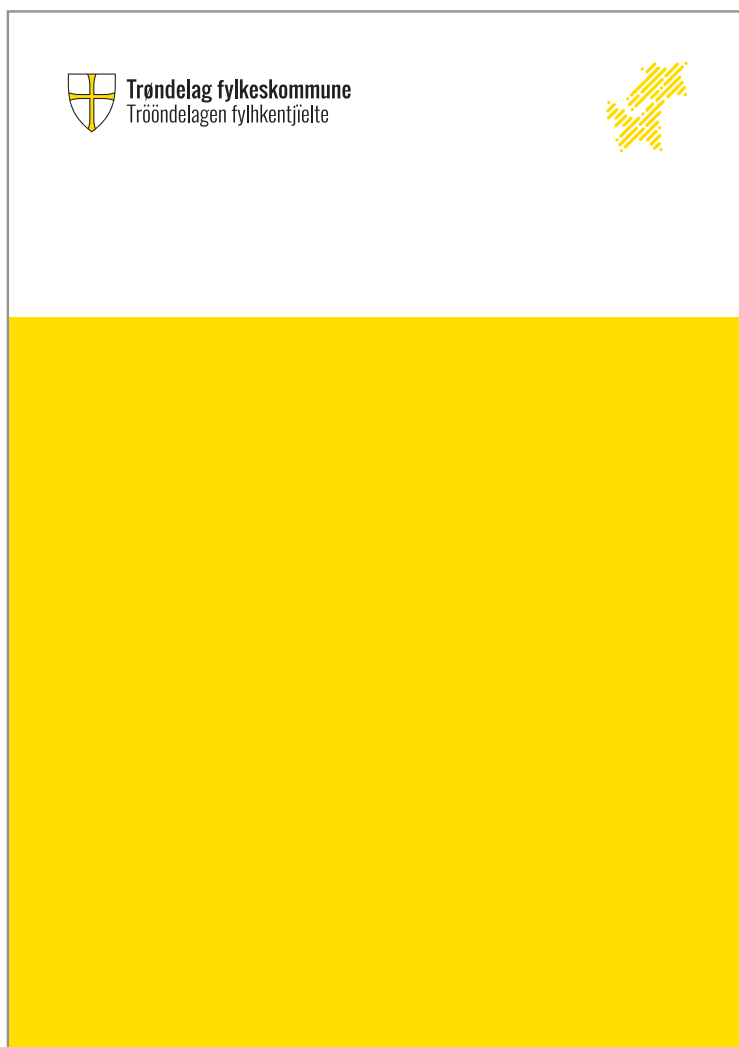


Fylt med farge eller gjennomsiktig

Designelementet kan fylles med alle profilens hovedfarger. Men størst potensiale får det når det brukes transparent. Det kan plasseres over f.eks. et foto, eller fylles med foto. På den måten fyller man selv Trøndelag med innhold. Se eksempler side 30 og 31.

DESIGNELEMENTETS BRUK

Designelementet er ikke en logo, og skal aldri erstatte logoen. Men det kan komplementere logo. På flater hvor logo settes i venstre topp, kan designelementet plasseres i høyre topp.



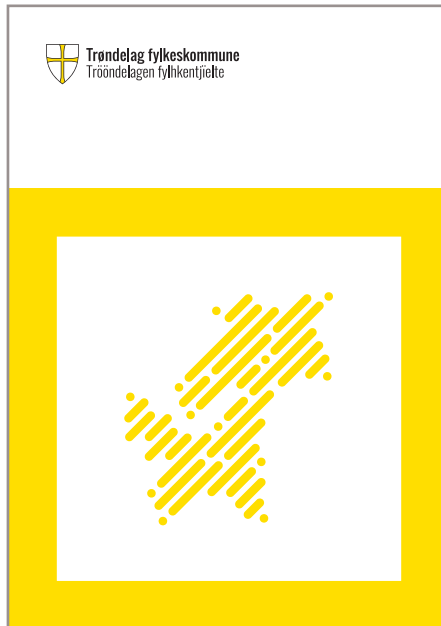
Designelementet kan brukes i alle størrelser. Stort som et blikkfang, eller lite som en detalj. Det kan brukes som et "vindu" med foto bak, eller som et rent element over et foto.

Det oppfordres til kreativ bruk, og bruk av spesialeffekter som utskjæring, uv-lakk, preging og lignende.

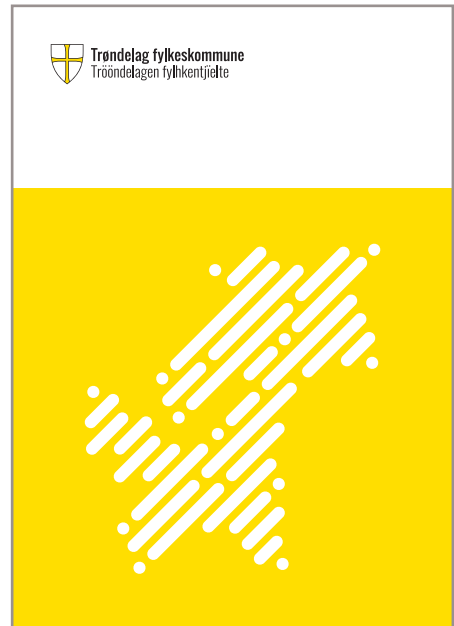


DESIGNELEMENTET EKSEMPLER

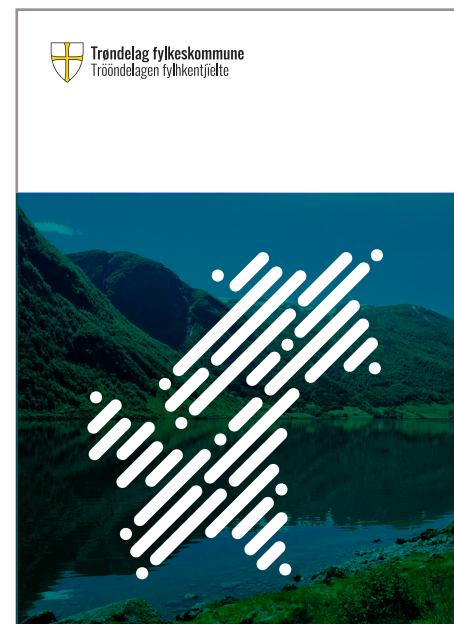
Eksempler på hvordan designelementet kan implementeres.

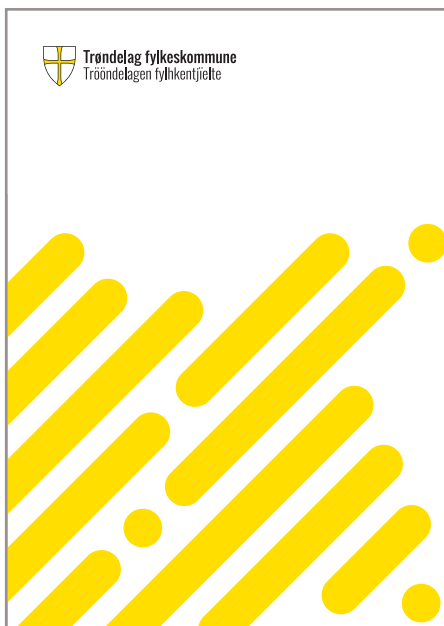


Transparent boks over foto eller farge.

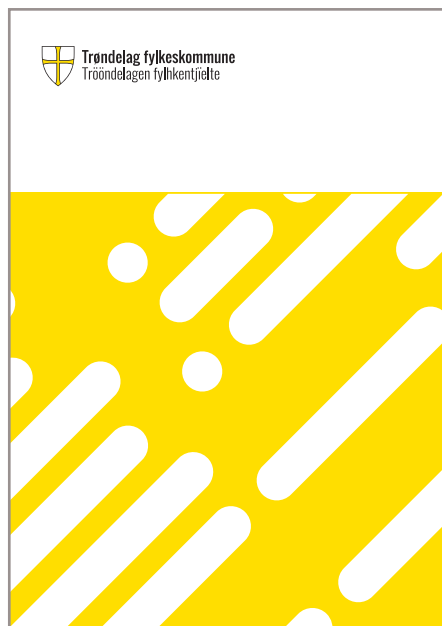


Designelement uten boks, på et foto eller en farge.

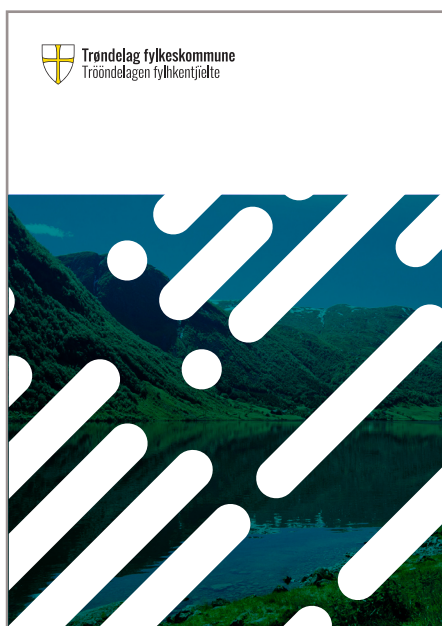




Forstørret, transparent over et foto eller en farge.



Forstørret, over et foto eller en farge.



DESIGNELEMENT + VISJON

Designelementet kan brukes sammen med visjonen "Vi skaper historie" (se side 18). Visjonen er ikke et designelement, men en setning. Den kan derfor settes i alle profilens fonter og størrelser ut fra behov.

Visjonsmerke

Det er utviklet et visjonsmerke som bør dekke de fleste behov og kan brukes valgfritt.



VI SKAPER
HISTORIE

Visjonsmerke teal



VI SKAPER
HISTORIE

Visjonsmerke gul



VI SKAPER
HISTORIE

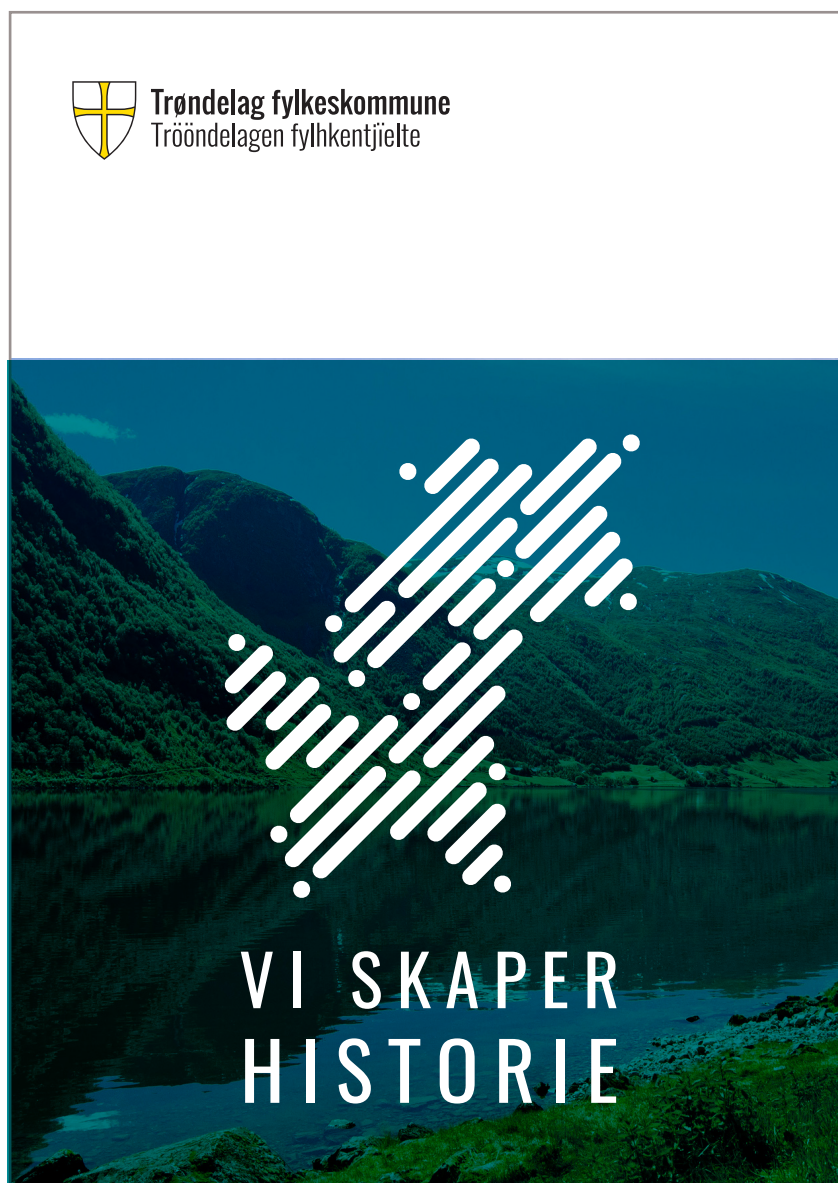
Visjonsmerke beige



VI SKAPER
HISTORIE

Visjonsmerke sort

VISJONSMERKE - EKSEMPEL

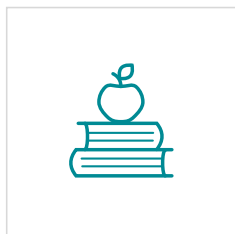


Visjonsmerke hvit

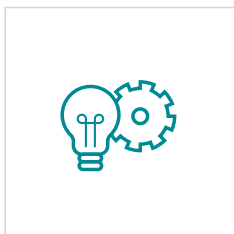
IKONER

Basert på de 12 tjenesteområdene til Trøndelag fylkeskommune, er det utviklet ikoner. Disse kan brukes på nettsider, annonser, rapporter ol. der de kan fungere som er naturlig støtte der det er relevant å vise kategori.

Ikonene finnes i alle profolfargene inkludert hvit og svart.



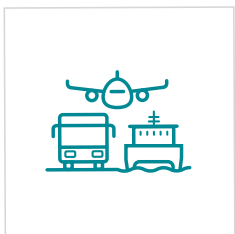
Utdanning



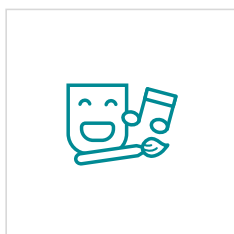
Næring og innovasjon



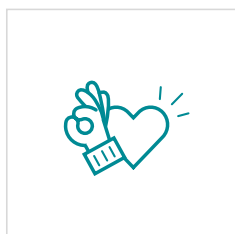
Kulturminnevern



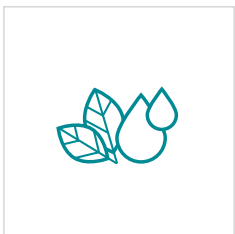
Samferdsel



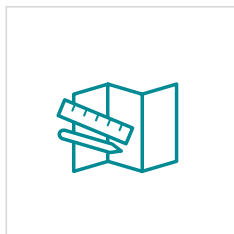
Kultur



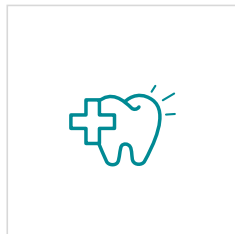
Folkehelse



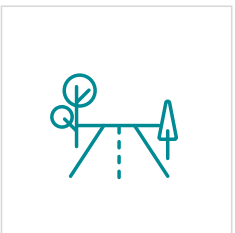
Klima, miljø og vannforvaltning



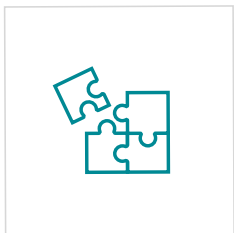
Plan og areal



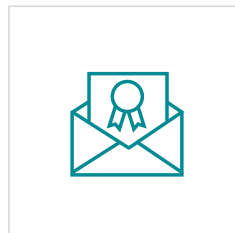
Tannhelse



Veg



Integrering



Tilskudd, priser og stipend

OM BILDEPROFILEN

Når det skal fotograferes bilder for Trøndelag fylkeskommune anbefales det at dem blir profesjonelt fotografert med stor følsomhet. Dette er de optimale Trøndelagsbildene, og skal brukes på alle viktige kommunikasjonsflater som nettside, annonser og brosjyrer.

Brand images

Brand images presenterer fylkets landskap, destinasjoner, aktiviteter, opplevelser og detaljer fra fjell, innland og kyst. Bildene har en sentral rolle i kommunens identitet og i kommunikasjonen med alle målgrupper.

Bildene skal vekke målgruppens interesse. De skal formidle budskap og opplevelser, og gjennom sitt innhold og uttrykk styrke det etterlatte inntrykket av Trøndelag. Bildene beskriver personlige, unike opplevelser med vinkler, lys og beskjæring som unngår det forventede og klisjéaktige.

Stilen på bildene skal ha en varm fargetone, med gode kontraster. De mørke områdene i et bilde skal være med å forsterke dybden.

Sammen med logo, designelement, fargevalg og typografi, formidler bildene fortellingen om Trøndelag.

Bildestil

- Bildene skal føles naturlige
- Bildene skal ikke bære preg av overdreven bildebehandling.
- Det svarte i bildene skal være dyp svart.
- Bildene skal ha en varm tone
- Hudtoner skal være naturlige.

Sort/hvit

Bildene kan også konverteres til sort/hvit. For å skape spennende komposisjoner, og for å skape et roligere helhetlig uttrykk på flater med mange fotografier, anbefales det å kombinere fargebilder med sort/hvitt bilder.

Bildestilen er delt inn i fire kategorier:

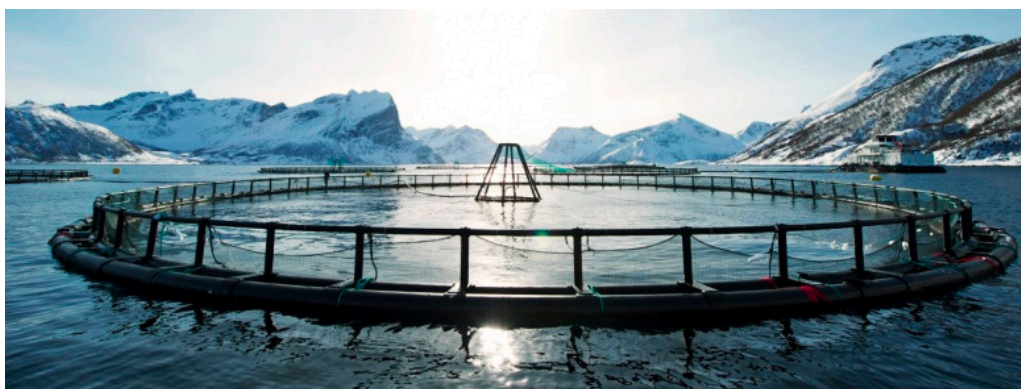
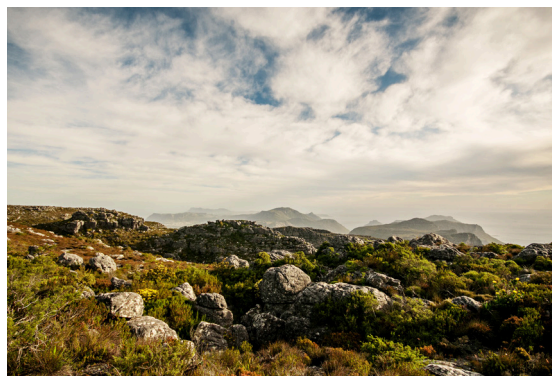
1. **Landskap og lokasjoner**
2. **Miljøbilder**
2. **Opplevelse og aktivitetsbilder**
3. **Detaljbilder**

LANDSKAP OG LOKASJONER

Trøndelags bilder av landskap og lokasjoner skal fremstå som velkomponerte, fargekorrigererte fotografier. For å skape variasjon og kontraster bør man finne innbydende utsikter under ulike årstider og til ulike tider av døgnet. Bildene kan inneholde mennesker, men skal ha størst fokus på omgivelsene og landskapet eller lokasjonen som avbildes. Bildene bør etterbehandles og fargekorrigeres, men innenfor det som oppfattes som et naturlig og ærlig fotografi.

Stikkord

Utsikt / Luftig / Stort / Ikke fokus på mennesker / Innbydende / Natur og kulturarv / Kontrastrikt / Landskap / Ærlig



MILJØBILDER

Miljøbilder er de bildene som fotograferes for eksempel inne i et bibliotek, på en skole, på en tannlegeklinikk eller en arbeidsplass. Eksempler på miljø utebilder er kulturarrangement, matfestival, publikum på en musikkfestival etc.

Stikkord

Ærlig / Positiv / Inkluderende / Åpenhet / Tilhørighet / Interessant / Dybde / Innhold



OPPLEVELSE OG AKTIVITETSBILDER

Bilder av opplevelser skal ha mennesker og følelsen av aktiviteten (eller opplevelsen) i fokus. Unngå unaturlige, og åpenbart arrangerte situasjoner. Personene som avbildes bør helst ikke se rett i kamera, men heller ha et uttrykk som støtter situasjonen eller historien bildet skal fortelle.

Stikkord

*Mennesker / Inkluderende / Aktivitet / Inspirerende / In-Action / Følelser / Alle aldre
Opplevelse / Kontrastrikt / Tilhørighet / Nært*



DETALJBILDER

Detaljbilder synliggjør de små detaljene i en opplevelse, aktivitet eller et sted. Bildene skal oppleves inspirere gjennom å fremheve følelser og sanseopplevelser. Detaljbilder må ikke undervurderes, siden de i kombinasjon med landskaps- og opplevelsesbildene er sterke stemningsskaper. Bildene kan med fordel ha høy dybdeskarpheit, mennesker skal ikke ha fokus, men f.eks. et nærbilde av hender som utfører en oppgave kan være med å styrke historien man ønsker å fortelle.

Stikkord

Fremheve / Tydeliggjøre / Kontrastrikt / Innbydende / Stemningsskaper / Nært / Ærlig / Tekstur



RETUSJERING I PHOTOSHOP

Pass på at bildet har et nøytralt utgangspunkt. Raw format er anbefalt.

Med Photoshop som utgangspunkt følger en oppskrift som skal være til hjelp for å få et varm og jordnært uttrykk på de fleste bilder.

- Ta fargemetningen ned i master (image/adjustment/hue/saturation) (ca - 5 til -10)
- Legg på en liten kontrast-kurve (image/curves) for å øke kontrast mellom mørkt og lyst.
- Legg på en liten negativ kurve i den blå kanalen (image curves), slik at bildet får en gulere tone.
- Legg på fotofilter "Warming Filter 81", (image/adjustments/photo filter) med en opasitet på mellom 10 og 15.
- Hvis bildet nå er for mørkt, lys det opp med en liten ekstra kurve (image/curves).
- Juster eventuelle hudtoner, slik at de ikke blir for røde, eller grå og livløse.
- Juster eventuelt det sorte i bildet, slik at sorte farger ikke er for duse, og skyggene blir sterkere.



Før retusjering



Etter retusjering



Før retusjering



Etter retusjering

BILDE SPESIALEFFEKT

For ekstra effekt på bilder til for eksempel forsider, plakater, filmintro etc kan man bruke én av profilens hovedfarger som et overlag på fotografier.

Spesialeffekt i photoshop

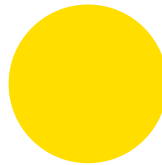
Gå til fanen: **Bilde**. Velg **justeringer**-->**Svart-hvitt**. Deretter hak av for **fargetone**. Klikk så på **fargen til høyre for fargetone** og så legg inn fargen du vil bruke. Klikk deretter ok.

Eksempel:



Landskapsbilde

+



=



Gul

Bilde->Justeringer->
Svart-hvitt->Fargetone->
Fargekode

Eksempler på hvor spesialeffekt kan benyttes

Man kan gi det grafiske uttrykket ekstra smell ved å benytte denne effekten. Den kan benyttes i kombinasjon med designelementet, og for å skape dynamikk i bildebruken.

- Forsider på brosjyrer.
- Pausesider i trykksaker.
- Forsider på Power Point presentasjoner.
- I bildecollager, på ett eller flere bilder.
- På bilder som har behov for tekst på bildet.
- Bilder som har behov for tekst rett på bildet.
- Stillingsannonser hvor man bruker foto kun som dekor.

BILDE SPESIALEFFEKT EKSEMPLER



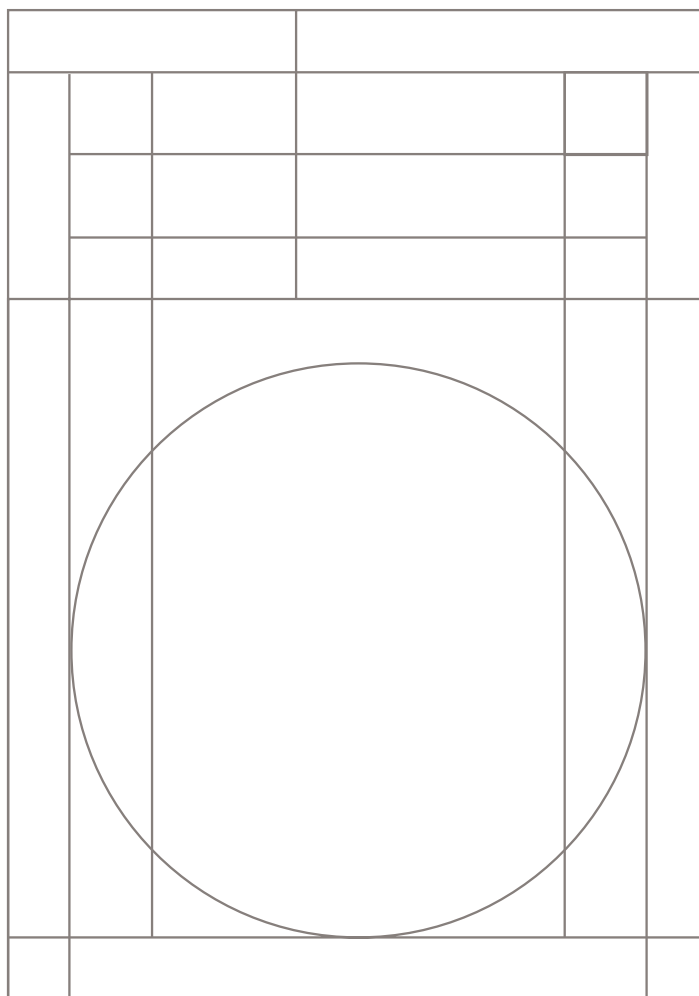




OM RUTENETTET

Det er utviklet en rutenett basert på det gyldne snitt. "The Golden Ratio" eller "Devine proportion" har blitt brukt i kunst og design siden 1500 tallet, og i arkitektur helt siden førkristen tid. Ved å ta i bruk dette rutenettet kan man sørge for å få et godt balansert oppsett, og samtidig få alt materiell fra fylkeskommunen til å ha et mest mulig likt og gjenkjennbart uttrykk.

Rutenettet er beregnet for A formater (A3, A4, A5 osv).



7.1

Rutenett for oppsett av materiell

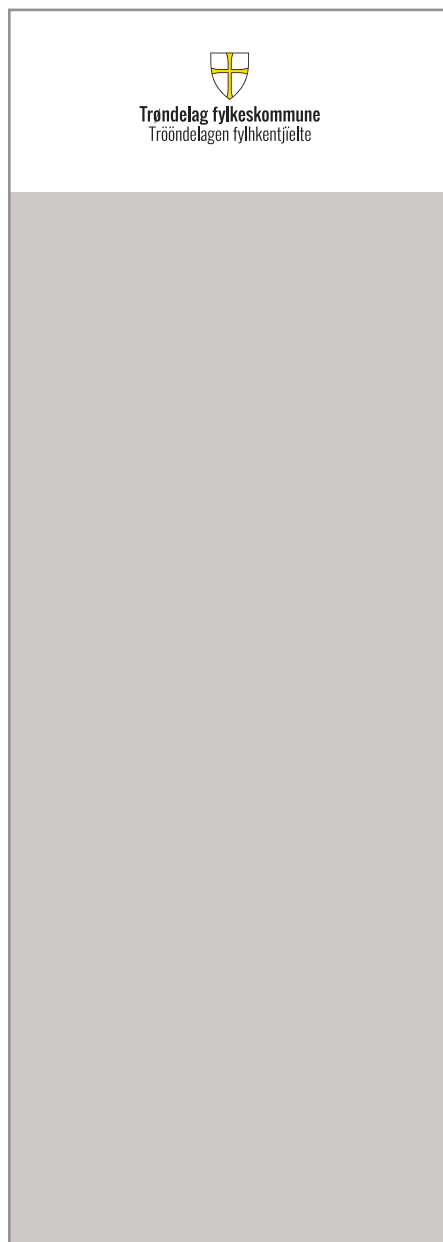
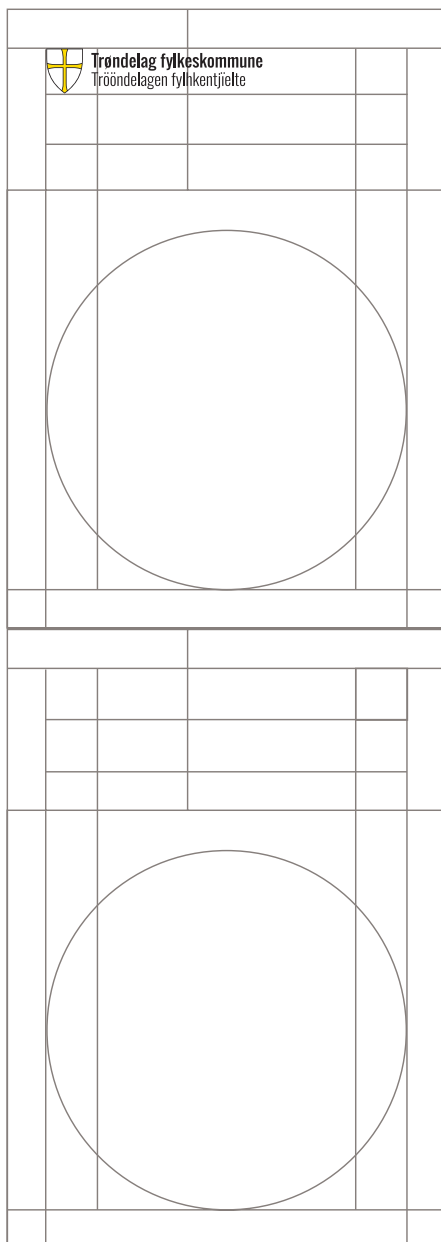
EKSEMPEL

Denne håndboken er satt opp med disse hjelpelinjene. Man behøver ikke benytte alle linjene, men forhold og avstander blir enklere å beregne ved å bruke rutenettet.



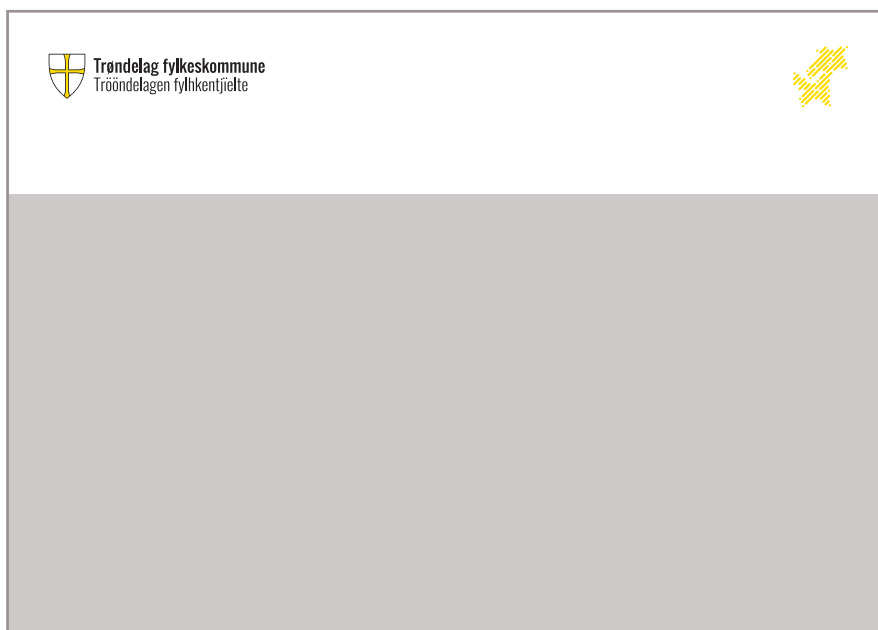
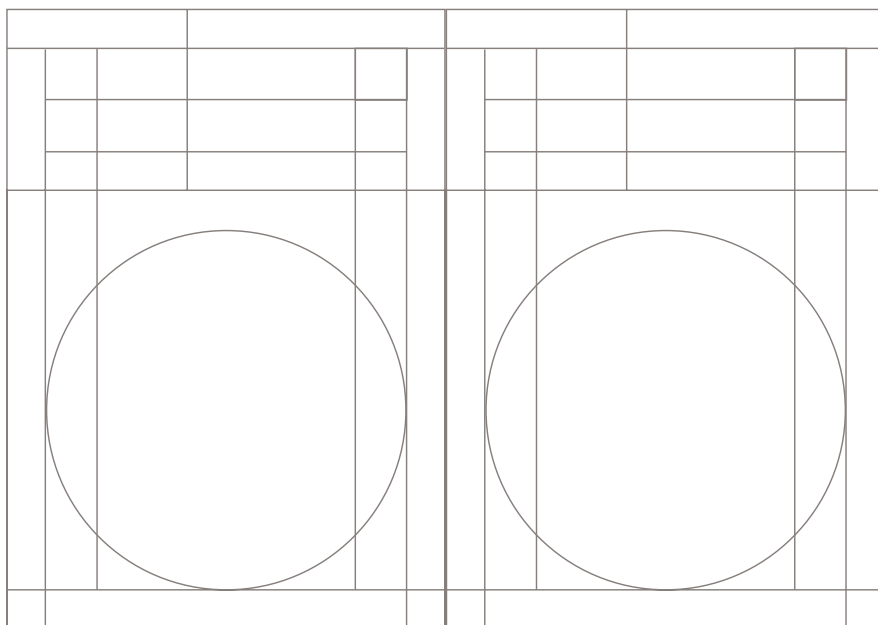
EKSEMPEL ROLLUP

Ved formater med større X høyde slik som rollups, kan man kombinere med flere rutenett i høyden.



EKSEMPEL POWERPOINT

Ved formater med større Y bredde, kan man kombinere flere rutenett i bredden.







Rapport/magasin omslag i teal



Rapport/magasin omslag i beige



Foto: Maria Raa

Trøndelag fylkeskommune
Trøndelagen fylkentrifjelte

FORORD

Dette er andre gang vi utgir Trøndelag i tall. Første versjon av heftet ble laget som et forarbeid til ny regional planstrategi i januar 2015. Siden den gang er det besluttet at Sør-Trøndelag og Nord-Trøndelag fylker skal slå seg sammen til et felles Trøndelag-lag.

Sammenslåing av fylkene gir nytt behov for å løfte fram felles overordnede mål for regionen. Arbeidet med en felles fylkesplan har også som ambisjon å skape bevissthet om regionens egne kvaliteter og fortrinn og dermed gi et grunnlag for sterkere strategisk samordning. Trøndelag i tall er et kunnskapsgrunnlag for de prosessene som nå pågår på fylkeskommunalt nivå i Trøndelag. Samtidig er det en målsætning om at heftet brukes som en del av kunnskapsgrunnlaget for planleggingen som foregår i kommunene i Trøndelag.

Det er lagt vekt på å presentere data på kommunenivå så langt det er mulig, samt tidsserier som viser utvikling over tid. Tallene som blir brukt i dette heftet er offentlig tilgjengelig statistikk og alle tabeller i dokumentet har oppgitt kilde slik at leseren skal kunne finne bakgrunnsstoffene om man ønsker å gjøre egne sammenstillinger. Når SSB er brukt som kilde er det også oppgitt tabellnummer slik at leseren lett kan finne tabellene som er brukt ved å skrive tabellnummeret i søkefunksjonen på statistikkbanken hos SSB.

Det er gjort mange valg på hva som er tatt med og ikke minst hva som ikke er blitt med. Mange av temaene har hver for seg forjent mye mer oppmerksomhet. I produksjonen av heftet er det derfor arbeidet med flere temaer som ikke har fått plass i det endelige dokumentet. Lesere som savner enkelte tema, eller har andre spørsmål, kan ta kontakt med Nord- eller Sør-Trøndelag fylkeskommune.

Trondheim / Steinkjer
06.07-2017

Kapittel 7 FOLKEHELSE

Folkehelsearbeidet defineres som samfunnets innsats for å påvirke faktorer som fremmer befolkningens helse og trivsel, samt arbeid for en jevnere fordeling av faktorer som direkte eller indirekte påvirker helsen.

Statistikken som er relevant for folkehelsen er faktorer som beskriver helsetilstanden og påvirker den. Statistikken som beskriver helse er mindre tilgjengelig enn data om faktorene som påvirker den, og dette reflekteres i utvalget av statistikk. Faktorer som påvirker folkehelsen finnes også i alle de foregående kapitlene.

Det er forskjellig tilfang av god helsestatistikk mellom fylkene. Nord-Trøndelag har Helseundersøkelsen i Nord-Trøndelag (HUNT) med god helseinformasjon om en stor andel av befolkningen. For begge fylkene finnes det statistikk fra SSB og Folkehelseinstituttet i tillegg til andre kilder.

Folkehelseutfordringene i Trøndelag er stort sett tilsvarende det nasjonale nivået. Statistikken i dette kapittelet fra levekårsundersøkelsen og folkehelseprofilen viser at Sør-Trøndelag kommer noe bedre ut enn Nord-Trøndelag på flere områder.

Side | 118

Sosiale ulikheter i helse

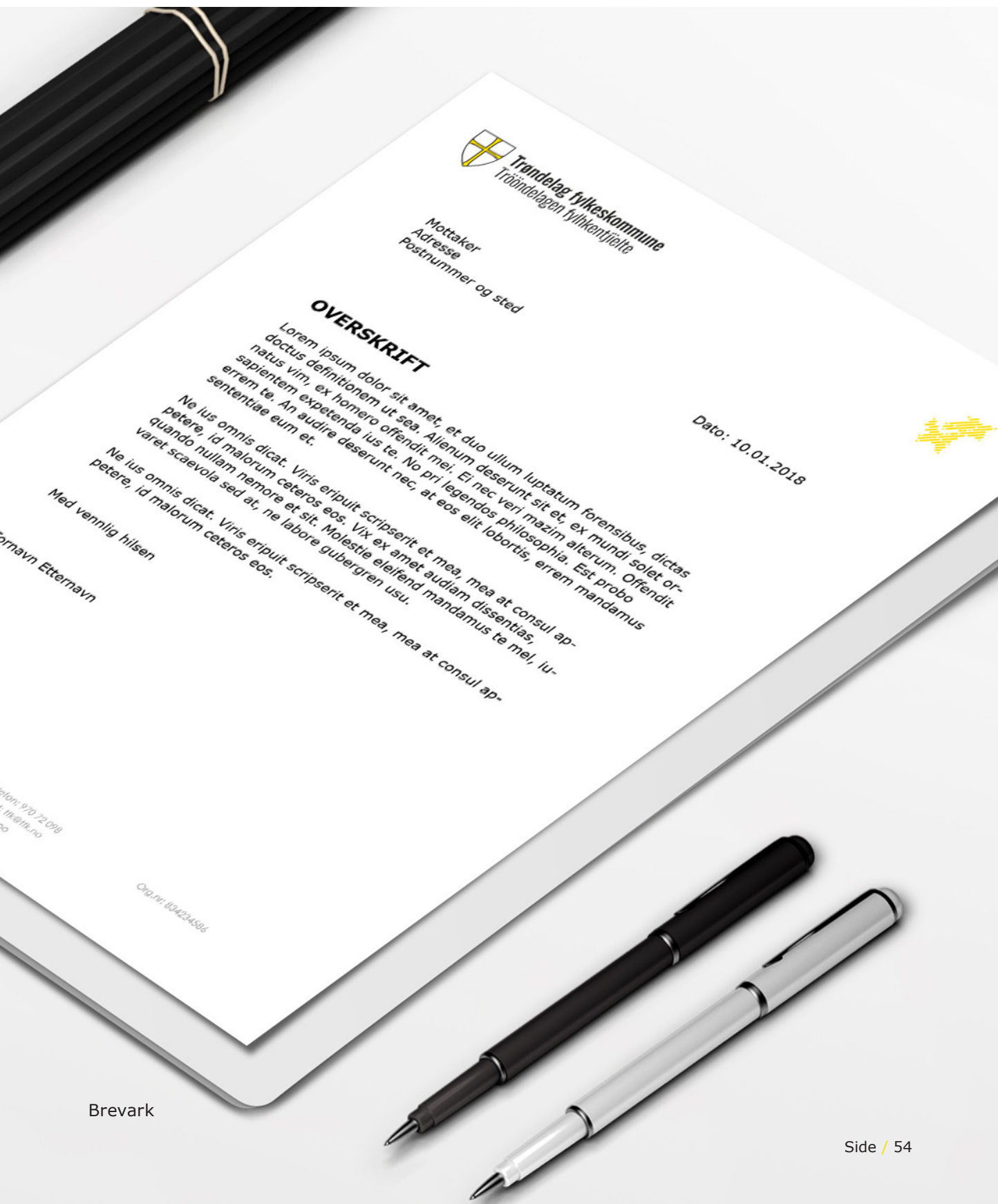
Folkehelsen påvirkes av det samfunnet vi lever i. Den samlede folkehelsesituasjonen i en kommune, eller et fylke, eller i landet er ikke kun en summen av individuelle valg og genetiske forutsetninger. Det er også store geografiske forskjeller i helse og betydelige sosiale helseforskjeller. Det er også store geografiske forskjeller i helse og betydelige sosiale helseforskjeller. Samfunnsmessige forhold skaper disse forskjellene, som vi kan påvirke gjennom planlegging, forvaltning og tiltak.

Disse faktorene og deres relasjoner er fremstilt i en mye anvendt figur (under) utarbeidet av Whitehead og Dahlgren allerede i 1991. Figuren viser at individuelle valg, med unntak av faktorer som alder, kjønn, biologi etc., påvirkes gjennom et sett av ytre faktorer - både i miljø og samfunn - positive som negative. Figuren illustrerer også at det må arbeides på mange nivåer, og i mange sektorer for å forebygge sykdom og fremme helse.

Mange av faktorene i de ytre sirkelene er omtalt i tidligere kapittel i dokumentet - som utdanning og arbeidsliv - uten at innvirkningen på folkehelsen er blitt direkte beskrevet. Dette kapittelet trekker fram noen faktorer som ikke er nevnt i tidligere kapittel. Samtidig er det viktig å bruke tidligere kapittel som et grunnlag for å forstå forutsetningene for helse i befolkningen, og de indikatorene vi har på dagens helsetilstand.



Side | 119



Trøndelag fylkeskommune
Trøndelagen fylkeskontor

Mottaker
Adresse
Postnummer og sted

OVERSKRIFT

Lorem ipsum dolor sit amet, et duo ullum luptatum forensibus, dictas
doctus definitionem ut sea. Alienum deserunt sit et, ex mundi solet or-
natus viri, ex homero offendit mei. Ei nec veri mazim philosophia. Est probo
sapientem expetenda ius te. No pri legendos philosophia. Est probo
errem te. An audire deserunt nec, at eos elit lobortis, errem mandamus
sententiae eum et.

Dato: 10.01.2018

Ne ius omnis dicat. Viris eripuit scripserit et mea, mea at consul ap-
petere, id malorum ceteros eos. Vix ex amet audiam dissensias,
quando nullam nemore et sit. Molestie eleifend mandamus te mei, iu-
varet scaevola sed at, ne labore gubergren usu.

Med vennlig hilsen

Navn Etternavn

Telefon: 970 72 098
E-post: tr@trk.no

Org.nr: 834234586



Trøndelag fylkeskommune
Trøndelagen fylhkentjette

Postboks 2350 Torgard, 7004 Trondheim







8.0

Eksempler og inspirasjon - Visittkort









Trøndelag fylkeskommune
Tröndelagen fylhkentjelte



SOMMERSKOLEN I TRØNDELAG 2017

**HAR DU STRØKET ELLER IKKE BESTÅTT MATEMATIKK,
NATURFAG ELLER KROPPSØVING?**

Om kompetansegivende kurs

I sommer arrangerer Trøndelag fylkeskommune sommerskole for femte gang. Tilbudet består av en intensivopplæring med påfølgende eksamen ved Tiller videregående skole.

Hvem kan delta?

Yrkesfagelever på Vg1 eller Vg2 som mangler standpunktkarakter eller har strøket på eksamen i matematikk (MAT 1001), naturfag (NAT 1001) eller Kroppsøving (KRO 1005) kan delta. Det gjelder også lærlinger og OT-ungdom.

Når gjennomføres kursene?

• Matematikk (MAT 1001): Oppstart onsdag 21. juni klokken 0900 på Tiller videregående skole. Undervisning foregår til og med tirsdag 4. juli. Eksamen avholdes onsdag 5. juli.

• Naturfag (NAT 1001): Oppstart torsdag 22. juni klokken 0900 på Tiller videregående skole. Undervisning foregår til og med mandag 3. juli. Eksamen avholdes tirsdag 4. juli.

• Kroppsøving (KRO 1005): Oppstart torsdag 22. juni klokken 0900 på Tiller videregående skole. Undervisning foregår til og med mandag 3. juli. Eksamen avholdes tirsdag 4. juli.

Hva inneholder sommertilbudet?

Den 4. juli og 5. juli gjennomføres eksamen for elevene som deltar på sommerskolen. Det betyr at de elevene som melder seg på kompetansegivende kurs ved sommerskolen samtidig melder seg opp til eksamen. De kompetansegivende kursene i sommerskolen består av undervisning og eksamen. Det er ikke mulig å bare melde seg opp til eksamen.

Undervisningen foregår mellom klokken 09.00 – 15.00. Vi har lett fysisk aktivitet før felles lunsj halvveis i skoledagen.

Hvilken betydning får resultatene?

• Intak til vgo: Eksamenresultatene kan medregnes i andreinntaket ved søknad til videregående opplæring og kan få betydning for hvilket opplæringstilbud du kan konkurrere deg inn på til neste skoleår.

• Fullført og bestått: Ved bestått eksamen på sommerskolen får du ny mulighet til å fullføre videregående opplæring.

Hva koster sommertilbudet?

Eksamenskostnader Vg1: 0,-. Vg2-/OT/lærling: 1.057,-/2.115,-

FRISTER KOMPETANSEGIVENDE KURS:

1. Elever på Vg1: Frist **17. juni**
2. Elever på Vg2: Frist **17. april**
3. Ot-ungdom: Frist **1.april**
4. Lærlinger: Frist **1. april**



LES MER PÅ:

www.tfk.no/sommerskolen

HENVENDELSER:

sommerskolen@tfk.no
tlf: 404 90 468



Trøndelag fylkeskommune
Trööndelagen fylhkentjelte



Regional utvikling

Rådgiver - forvaltning av økonomiske virkemidler

Kontaktinfo:

- Fagsjef næring og nyskaping
Navn Navnesen tlf: 97 74 09 81
- Rådgiver Navn Navnesen tlf: 97 74 09 81

Rådgiver - energi og miljø

Kontaktinfo:

- Fagsjef næring og nyskaping
Navn Navnesen tlf: 97 74 09 81
- Fagsjef areal og miljø
Navn Navnesen tlf: 97 74 09 81

Søknadsfrist: 28.10.17

Fullstendig utlysningstekst og Søknadsskjema:

www.trondheimfylke.no



Rektor - Byåsen videregående skole

Byåsen videregående skole ligger i Trondheim og holder til i nye og tidsmessige lokaler.

Skolen tilbyr opplæring innen studiespesialisering, studiespesialisering med medier og kommunikasjon, helse- og oppvekstfag, teknikk og industriell produksjon og restaurant- og matfag.

Arbeidsoppgaver

- Rektor er enhetsleder med omfattende delegert myndighet fra Fylkesrådmannen.
- Rektor har et overordnet ansvar for skolens pedagogiske utvikling, der elevenes læring skal stå i sentrum. Elever og ansattes organisasjoner må sikres god medvirkning.
- Rektor må også bidra til å styrke samarbeidet med lokalt nærings- og arbeidsliv. I tillegg må rektor sikre god styring av skolens ressurser i samsvar med gitte rammer og mål.

Kvalifikasjoner

- Relevant kompetanse og erfaring
- God kjennskap til videregående opplæring
- Lederutdanning og pedagogisk erfaring vil være en fordel.

For mer informasjon, kontakt Fylkesdirektør
Inger Johanne Christensen
tlf: +47 971 29 464

Søknadsfrist: 28.10.17

Søknadsskjema finnes på
www.trondheimfylke.no



T-skjorte



Laptop veske



Caps



Ryggsekk



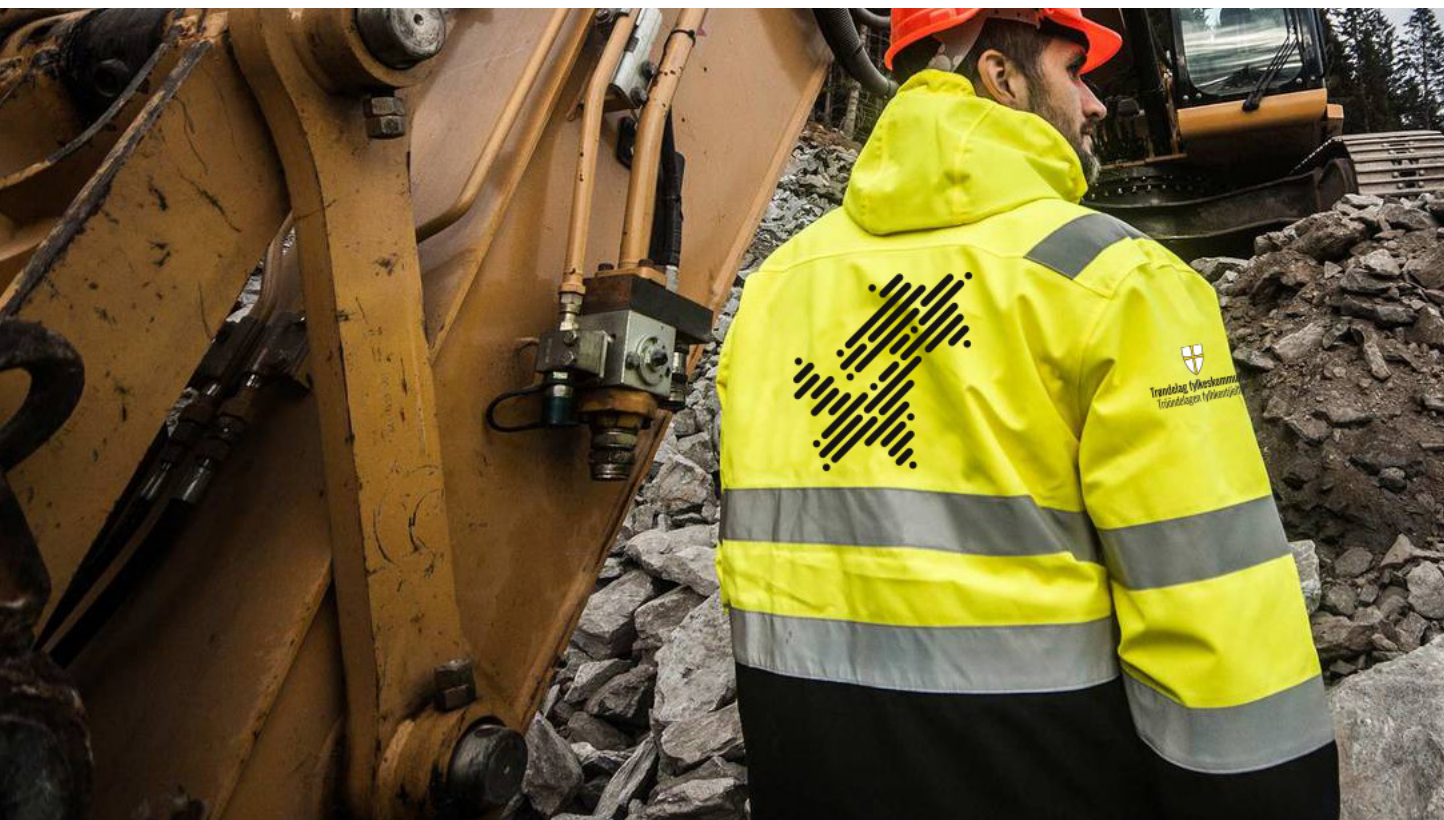
Mobildeksel





8.0

Eksempler og inspirasjon - Bekledning







Bil



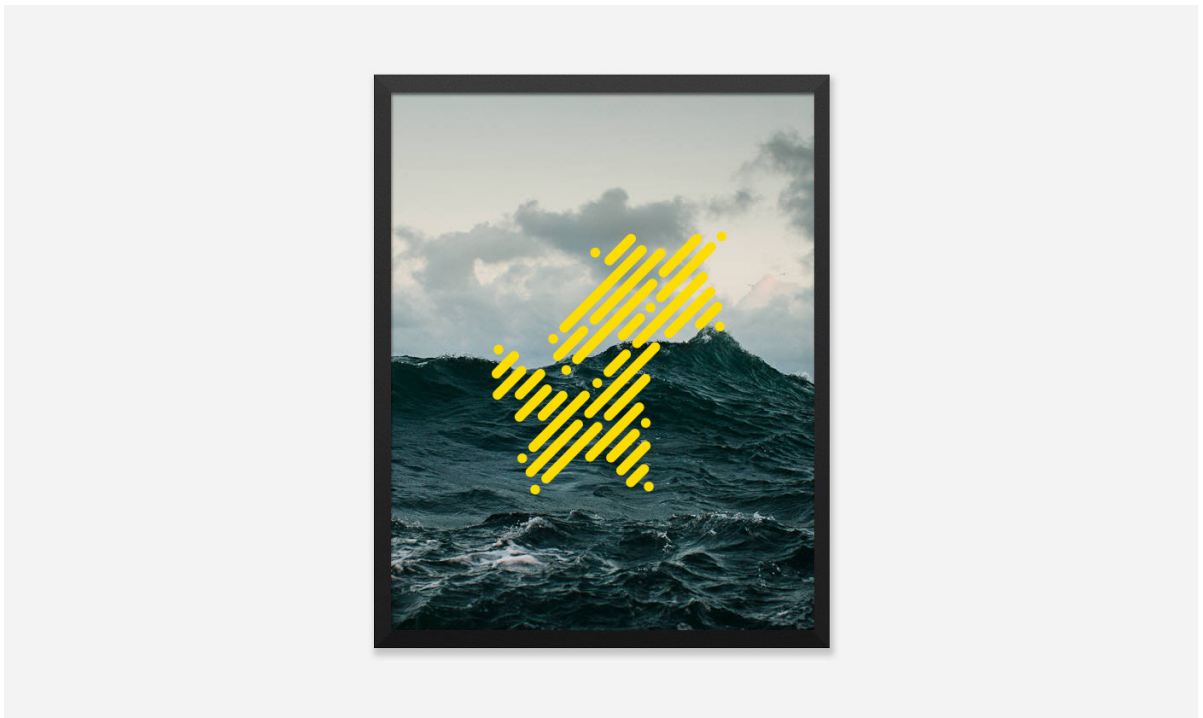
Buss



Adgangskort



Møterom / kontor



Dekorbilde innrammet



Fres i bordplate

8.0

Eksempler og inspirasjon - Visjonsmerke



Dropbanner



kaffekopp



Drikkeflaske



Klistremerke

Her bygges Strinda videregående skole



Byggestart mai 2018 - ferdigstilles til skolestart august 2020



Trøndelag fylkeskommune
Trøndelagen fylkeshjette

Byggeplass skilt



Charlottenlund
videregående skole

→ **Hovedinngang**
↑ **Varemottak**
← **P** **Parkering**

Utvendig skilt



Charlottenlund
videregående skole

Etasjeoversikt

5	Kontorer Møterom Kantine Repsjon	Kontorer Møterom Kantine Repsjon
4	Kontorer Møterom Kantine Repsjon	Kontorer Møterom Kantine Repsjon
3	Kontorer Møterom Kantine Repsjon	Kontorer Møterom Kantine Repsjon
2	Kontorer Møterom Kantine Repsjon	Kontorer Møterom Kantine Repsjon
1	Kontorer Møterom Kantine Repsjon	Kontorer Møterom Kantine Repsjon

Innvendig etasjeoversikt

2. Etasje

← **Ekspedisjon**
← **Administrasjon**
→ **Driftskontor**

Innvendig informasjonsskilt

Svømmehall



Takheng skilt



RÅDGIVINGSKONFERANSEN 2017

RÅDGIVING I ET SAMFUNN I ENDRING

PROGRAM:

- kl.09.00 Introduksjon
- kl.10.00 Gruppejobbing
- kl.12.00 Lunjs
- kl.13.00 Prosessjobbing
- kl.15.00 Festmiddag



Skolebygg skilt



Fasade / inngang



VI SKAPER
HISTORIE