

UMEÅ PLATSVARUMÄRKE

**UMEÅ.
VILL MER.**

INNEHÅLL

Inledning	3	Målgrupper	12
Varumärkesstory	4	Invånare	13
Varumärkeslöfte	5	Framtida invånare	14
Kärnvärden	6	Studenter	15
Teman	7	Näringsliv	16
Livskvalitet	7	Besökare	17
Med omtanke om Umeå	8	Grafisk profil	18
Kultur	9	Logotyp	19
Idrott & aktiv livsstil	9	Typografi	20
Mat och dryck	10	Färger	20
Kunskap och innovationskraft	11		

VARFÖR ETT PLATSVARUMÄRKE?

Varumärkesplattformen för Umeås platsvarumärke hjälper oss att beskriva vår plats på ett tydligt och sammanhängande sätt för våra organisationers målgrupper. Den är ett styrdokument som beskriver platsidentiteten och de egenskaper som kännetecknar Umeå och den omkringliggande regionen.

Den är till för dig som arbetar med platskommunikation i Umeåregionen, eller som använder platsvarumärket som ett av dina kommunikativa verktyg. Plattformen stöttar dig när du ska berätta om, eller illustrera, de styrkor och egenskaper som kännetecknar vår plats.

**UMEÅ.
VILL MER.**

UMEÅ BRINNER!

Orden för tankarna till den dramatiska dagen 25 juni 1888, när trästaden Umeå gick upp i lågor. Men det var inte slutet. Umeå har alltid varit mer än sina gator och byggnader. Det som gör platsen levande är engagemanget hos människorna som bor här.

Umeå reste sig. Och vi har fortsatt att brinna sedan dess. Det är i viljorna, samtalen och idéerna som Umeå formats och fortsätter formas. Hit har människor kommit, stannat, flyttat vidare och kommit tillbaka. En mötesplats där vägar och perspektiv korsas. Och varje möte lämnar spår. I debatterna, i tjaftet, i den självklara rätten att tycka och tänka fritt och stort.

Vi har byggt Umeå på kunskap och kultur. Universitetet förändrade allt och gjorde Umeå större. Vi förenas i idrotten, i innovationsandan som byggt ett starkt näringsliv, och i viljan att göra hållbara val. Vi litar på varandra och bygger en av världens tryggaste platser. Vi visar omtanke i vardagen och det genomsyrar hur vi tar hand om varandra och våra resurser – det är cirkularitet i praktiken.

Allt det här gör Umeå speciellt. Inte bara älven eller björkarna. Utan vi som bor här och som väljer att komma hit. Som fortsätter att välkomna nya tankar, pröva idéer och låta mötena mellan människor driva oss framåt.

Där olikheter är en styrka och Umeå utformas för alla. Där vi växer hållbart och fortsätter utveckla Umeå genom att vilja mer och göra saker tillsammans.

Umeå är och förblir en plats av och för människor som brinner. Där idéer får växa, där det är okej att göra misstag och där vi litar på varandra.

**Vill du vara en del av berättelsen?
Välkommen till Umeå.**

**UMEÅ.
VILL MER.**

VARUMÄRKESSLÖFTE

Umeå är en plats för *progressiva förebilder*. Vi välkomnar nya perspektiv, engageras av utmaningar och vågar testa nya idéer tillsammans.

Progressiv

Umeå kännetecknas av människor som utmanar invanda föreställningar och traditioner. Vi benämner detta som progressivitet. Det finns ett engagemang för det vi tror på, en stark framtidstro, och en vilja att ta steg för att utveckla och göra saker bättre.

Förebild

Vi tror att vi kan göra skillnad, och att vi uppnår mer tillsammans. Med förebild syftar vi på någon som tar initiativ och inspirerar andra. Vi peppar varandra, är öppna till omvärlden och utbyter idéer och kunskap.



VÅRA KÄRNVÄRDEN



**KREATIV, PASSIONERAD
OCH ÖPPEN.**



**INNOVATIV, HÄNGIVEN
OCH NÄRA.**



**ENTREPRENÖRIELL,
ENGAGERAD OCH TILLITSFULL.**

Om Umeå var en person...

...så vore hen framåtutad och nyfiken intresserad.

Umeå är tolerant och inkluderande – upplevs som varm. Umeå kännetecknas av professionalitet, är påläst och uttrycker sig konkret, tydligt och autentiskt – uppfattas som seriös. Tonaliteten är seriös och professionell, positiv och framåtblickande – gärna med glimten i ögat.

TEMA:

LIVSKVALITET

I Umeå är det enkelt att leva det goda livet. Här finns valfrihet i ett rikt utbud av kultur, idrott, natur- och matupplevelser. Från uppfriskande kallbad till föreställningar i världsklass på Norrlandsoperan. Vi är också en av Sveriges främsta idrottsstäder. Här kan du utöva din idrott på högsta nivå, eller följa den passionerat från läktaren.

Naturen är inom räckhåll för dig som vill vandra längs Taveljöleden eller åka i Nydalas fina skidspår. Efteråt kan du unna dig en rullpizza på torget eller njuta av modern skandinavisk gastronomi. Och bäst av allt? I Umeå är allt nära.

Umeå är nämligen byggt för människor. Bostadsområden och offentliga rum har planerats för att vara trygga och tillgängliga för alla. De välutvecklade gång-, cykel- och kollektivtrafiksystemen gör det lätt att ta sig fram, mötas och få ihop vardagen.

I förskola, skola och omsorg vågar vi tänka nytt och håller en hög kvalitet för livets olika skeden. Umeå erbjuder också goda förutsättningar för professionell utveckling genom studier, arbete och eget företagande. I en av Sveriges främsta universitetsstäder finns ledande skogsforskning, Nobelpristagare, och design- och konstutbildningar i världsklass. Här skapas varje år nya jobb- och utvecklingsmöjligheter hos etablerade företag, offentliga arbetsgivare och startups.

Umeå är en internationell förebild för jämställdhetsarbete, och toppar både nationella och internationella listor över hög livskvalitet. Det är ett resultat av höga ambitioner, långsiktigt arbete och ett samhälle som ger människor goda förutsättningar att trivas, stanna och utvecklas.



Foto: Matilda Audas Björholm

TEMA:

MED OMTANKE OM UMEÅ

I Umeå tar vi hand om våra gemensamma resurser. Vi förädlar det platsen ger, och ser varandra som vår största tillgång. Det gör det lättare att själv göra hållbara val i vardagen, och att göra sin röst hörd. Med kunskap, kreativitet och en vilja att samarbeta fortsätter vi att utveckla, bygga vidare och dela med oss. Här är det tillåtet att prova nya idéer, misslyckas och börja om. För vi vet att erfarenhet leder till insikter, innovationer och nya lösningar.

Jämställdhet är viktigt för Umeåborna och har länge funnits högt på den politiska dagordningen. Vi vill skapa en plats där alla har samma förutsättningar. Arbetet med cirkularitet handlar i grunden om omtanke för det gemensamma. Att skapa trygghet, gemenskap och långsiktig hållbarhet. För oss som lever här nu, och för dem som kommer efter.

Kunskap och innovationsförmåga ger oss förutsättningar att gå från ord till handling. I klimatfärdplaner, återbruksinitiativ och ambitioner om klimatneutralitet. Allt kombineras med ett hållbarhetsperspektiv där social, ekologisk och ekonomisk hållbarhet hänger ihop. Cirkularitet blir något konkret. I hur resurser tas till vara, hur miljöer delas och hur människor samarbetar. Umeå fortsätter att utvecklas genom att vi vill mer, gör tillsammans och låter nya idéer få växa.



Foto: Matilda Audas Björholm

TEMA:

KULTUR

I Umeå är kulturen ständigt närvarande. Det är något vi skapar tillsammans. Från stora festivaler och scener, som Brännbollsyran och Norrlandsoperan, till små vardagsnära uttryck – allt från jazz till punk och hiphop.

Vi har ett starkt föreningsliv, fria kulturskapare och etablerade institutioner. Här finns en levande do-it-yourself-anda och en bredd som gör kulturen tillgänglig. Både när det gäller att uppleva och att själv delta i skapandet.

Oavsett om det handlar om konserter med lokala eller inresta världsartister eller en teateruppsättning på någon av stadens levande scener är kultur i Umeå ett sätt att bygga gemenskap och skapa positiva sammanhang.

Samtidigt är Umeå en plats för upplevelser och skapande i bredare bemärkelse. Lokala råvaror, internationella smaker och ett nyfiket förhållningssätt genomsyrar allt från hyllade restauranger till utflyktsmål. Här skapas ständigt nya upplevelser, från det storslagna till det vardagsnära.



Foto: Chris Ainsworth



Foto: Bea Holmberg

IDROTT & AKTIV LIVSSTIL

Umeå har fostrat många världsstjärnor, bland annat inom fotboll, beachvolleyboll och skidor – både på längden och utför. IKSU präglar många studenters vardag, och vid Idrottshögskolan kombineras elitsatsning med universitetsstudier.

Men idrott i Umeå handlar om mer än elit. Det handlar om rörelseglädje, tillhörighet och ett aktivt liv på olika nivåer. Ett starkt föreningsliv, långsiktiga satsningar och ett inkluderande synsätt gör det möjligt att både utöva och följa idrott, oavsett ambition. Att stora arrangemang

som SM-veckan och Rally Sweden väljer att komma till Umeå är ett kvitto på vår kvalitet som idrottsstad. I idrotten skapas sammanhang som ger trygghet, gemenskap och förebilder.

Närheten till naturen är en självklar del av idrotten och ger goda möjligheter till en aktiv livsstil. Vandring, cykling och friluftsliv smälter samman med stadens vardag, medan regionens skogar, älvar och kust öppnar för utflykter året runt. De tydliga årstiderna ger goda förutsättningar för vinteridrott och fler sätt att vara aktiv.

TEMA:

MAT OCH DRYCK

I Umeå är mat och dryck en självklar del av platsen och identiteten. Här finns en passion för lokala råvaror, hållbara produktionssätt och smaker som speglar både det norrländska landskapet och världen utanför. Nobelmiddagsvärdiga ostdelikatesser, rökta läckerheter från Vindelns, eller regionens unika iscider är några exempel på smakupplevelser från Umeå med omnejd.

Umeåregionen bjuder på utflyktsmål där mat, natur och kultur vävs samman. Det handlar lika mycket om små vardagsnära guldkorn som om större sammanhang. Om möten runt matbordet, på evenemang och i naturen. Skogar, älvar, kust och landsbygd bjuder in till upplevelser året runt, samtidigt som naturen letar sig hela vägen in i stadskärnan via Umeälven.

Årstidernas skiftningar ger platsen nya uttryck – från skördetid och vintermörker till ljusa sommarnätter. Det formar en miljö där mat och dryck blir ett sätt att förstå och uppleva Umeå.

Platsvarumärket Umeå



Foto: Bea Holmberg

TEMA:

KUNSKAP OCH INNOVATIONS- KRAFT

Umeå är en kunskapsstad där akademien satt sin tydliga prägel på platsen. Universitetens etablering förändrade Umeå i grunden och har bidragit till att skapa ett öppet, internationellt och nyfiket samhälle. Här finns en bred utbildningsmiljö som varje år lockar studenter från hela världen, kombinerat med spetsforskning, banbrytande upptäckter och Nobelpristagare. Här finns bredd med spets – med hjärtat i Campus Umeå som delas av Umeå universitet och Sveriges lantbruksuniversitet, och med konstnärligt campus som bland annat rymmer Designhögskolan som återkommande utses till världens bästa.

Nytänkande hos lokala entreprenörer ligger bakom många av regionens stora exportföretag, och närheten till starka forskningsmiljöer har stärkt innovationskraften i näringslivet ytterligare. I mötet mellan forskning, näringsliv och samhälle har idéer utvecklats till nya lösningar, företag och industrier. Inkubatorer, innovationsmiljöer och samverkansarenor gör det möjligt att ta idéer vidare, testa nytt och skapa värde. Såväl historiskt som i dag är Umeå en plats där ny kunskap får omsättas i praktiken och där framtidens lösningar växer fram.



Foto: Amanda Sved

MÅLGRUPPER



MÅLGRUPP:

INVÅNARE

Invånaren bor redan i regionen och har en etablerad relation till närområdet. Hen är engagerad i lokalsamhället och gör sin röst hörd, ibland också i nationella och globala frågor. Engagemang och olika åsikter leder ofta till debatt. Genom att utmana och ifrågasätta synliggör invånaren fler perspektiv för beslutsfattare.

Denna anda bidrar till vår utveckling i den politiska debatten, inom akademien, i näringslivet och i föreningslivet.



HÄR LEVER DU DET GODA LIVET

MÅLGRUPP:

FRAMTIDA INVÅNARE

Våra framtida invånare står inför skiften i livet. Kanske planerar de att bilda familj, är färdiga med studier eller bara drivs av längtan till något annat – ibland är valet av ny hemort värderingsstyrt. De kan leta efter de bästa möjligheterna att forska eller hitta andra intressanta karriärer. Framtida invånare kommer från andra norrlandskommuner, storstadsregioner i södra Sverige samt från andra länder.



**DU KAN OCKSÅ
LEVA DET GODA
LIVET**

MÅLGRUPP:

STUDENTER

Här hittar vi en mix av nuvarande studenter, framtida lokala studenter och framtida nationella och internationella studenter. Målgruppen innefattar även gymnasieelever i mellersta och norra delarna av Sverige. En hög andel av de nuvarande studenterna har sina rötter utanför Västerbotten och har låg kännedom om Umeå innan studietiden. De tycker om Umeå när de lär känna regionen, och många kan tänka sig att stanna kvar efter studierna ifall förutsättningarna är rätt.

INTE BARA PLUGG I UMEÅ



**UMEÅ ÄR
"THE ROAD TO
EVERYWHERE"**

Foto: Matilda Audas Björkholm

MÅLGRUPP:

NÄRINGSLIV

Som navet i norr har Umeå en bred nationell- och internationell målgrupp inom näringsliv. Vi riktar oss till framtidens industrier, tjänsteföretag, små- och medelstora företag och fastighetsägare. Dessutom finns en stor målgrupp bland logistikföretag – järnväg, rederier, flygfart med mera.

HÄR HÄNDER DET SOM GÖR LIVET BÄTTRE

MÅLGRUPP:

BESÖKARE

Umeås mix av bredd- och spetsutbud gör oss attraktiva för besökare med olika bakgrund och intressen, året runt. Från närmarknaden kommer besökare för högkvalitativa citybreaks med världsunik kultur, evenemang och smakupplevelser. Våra internationella besökare lockas av den här delen av landets naturupplevelser och är nyfikna på vår livsstil.

GRAFISK PROFIL

CITY OF SCIENCE

Anditibus evelit omnit et re, officiatqui con cus sandia con est etur, volora nis et anducisqui omniatusda quistio rporiam is sit lat ex et, od quis inullique nulla

eaquaelectori optum quam aritio conse consequas. Molupta quodit peratenet volupta vellam aut maios debitam qui dit ut vel inullup tatur.



IDEAS BY UMEÅ.

umea.se

CULTURE IN FOCUS

Anditibus evelit omnit et re, officiatqui con cus sandia con est etur, volora nis et anducisqui omniatusda quistio rporiam is sit lat ex et, od quis inullique nulla

eaquaelectori optum quam aritio conse consequas. Molupta quodit peratenet volupta vellam aut maios debitam qui dit ut vel inullup tatur.

IDEAS BY UMEÅ.

umea.se



PLACE FOR BUSINESS

Anditibus evelit omnit et re, officiatqui con cus sandia con est etur, volora nis et anducisqui omniatusda quistio rporiam is sit lat ex et, od quis inullique nulla

IDEAS BY UMEÅ.



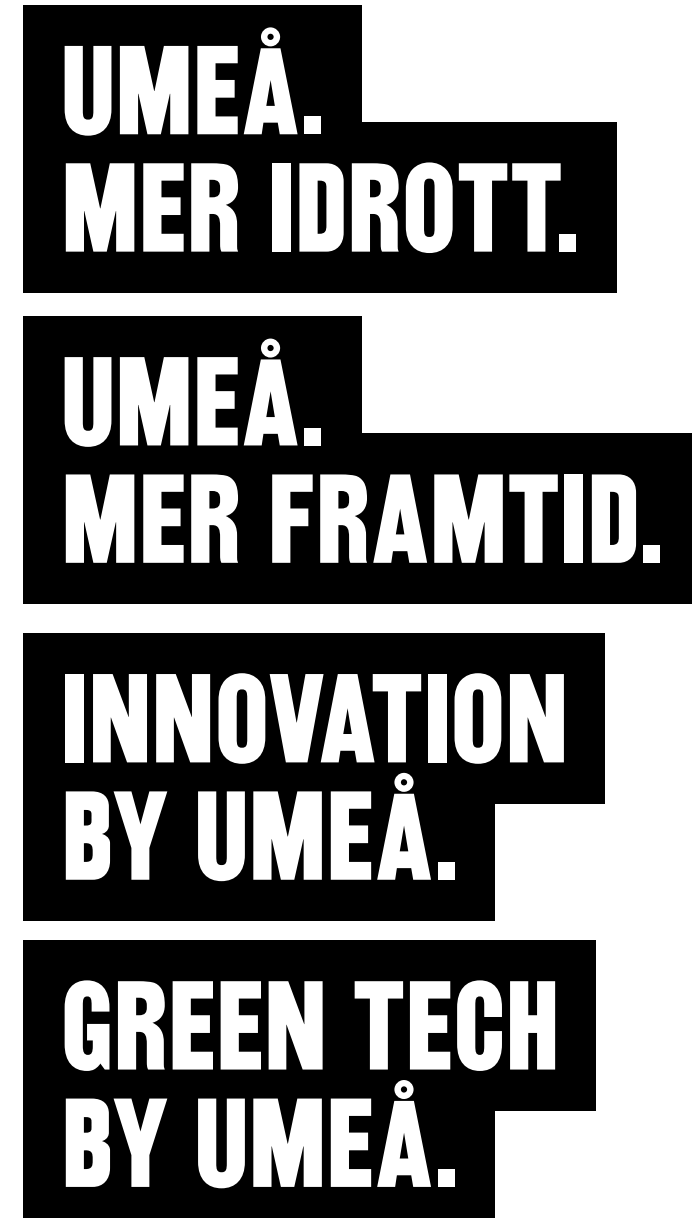
LOGOTYP

Det finns två grundversioner, en svensk och en engelsk. Den svenska innehåller devisen VILL MER.

Den svenska logotypen inleds alltid med UMEÅ. ensam på övre raden, och den engelska versionen avslutas alltid med BY UMEÅ. på undre raden. Vi skriver alltid med Å, inte A, i engelsk version.

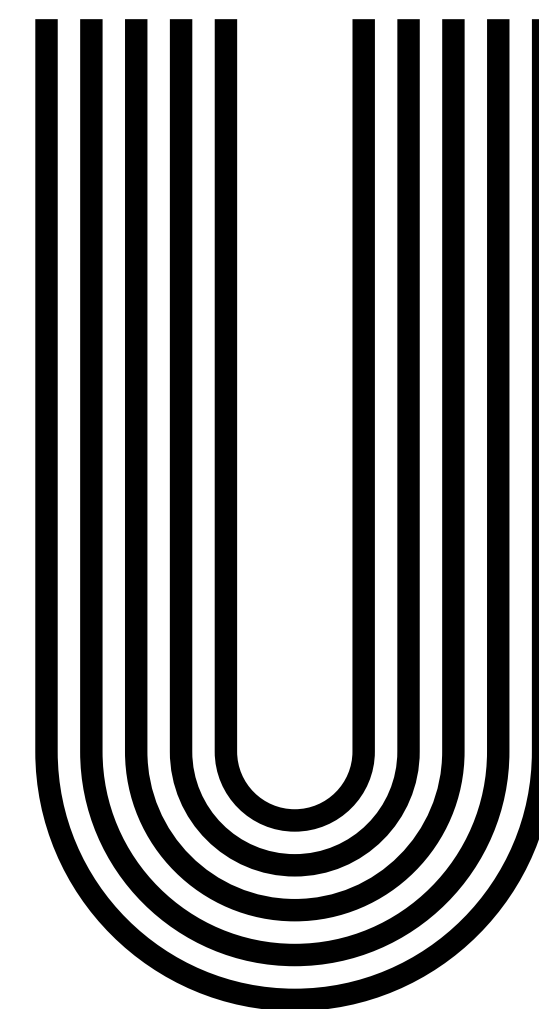
Logotypen ska anpassas med en devis för varje specifikt sammanhang.

[Här kan du ladda ner den svenska grundversionen.](#)



ANPASSAD LOGOTYP

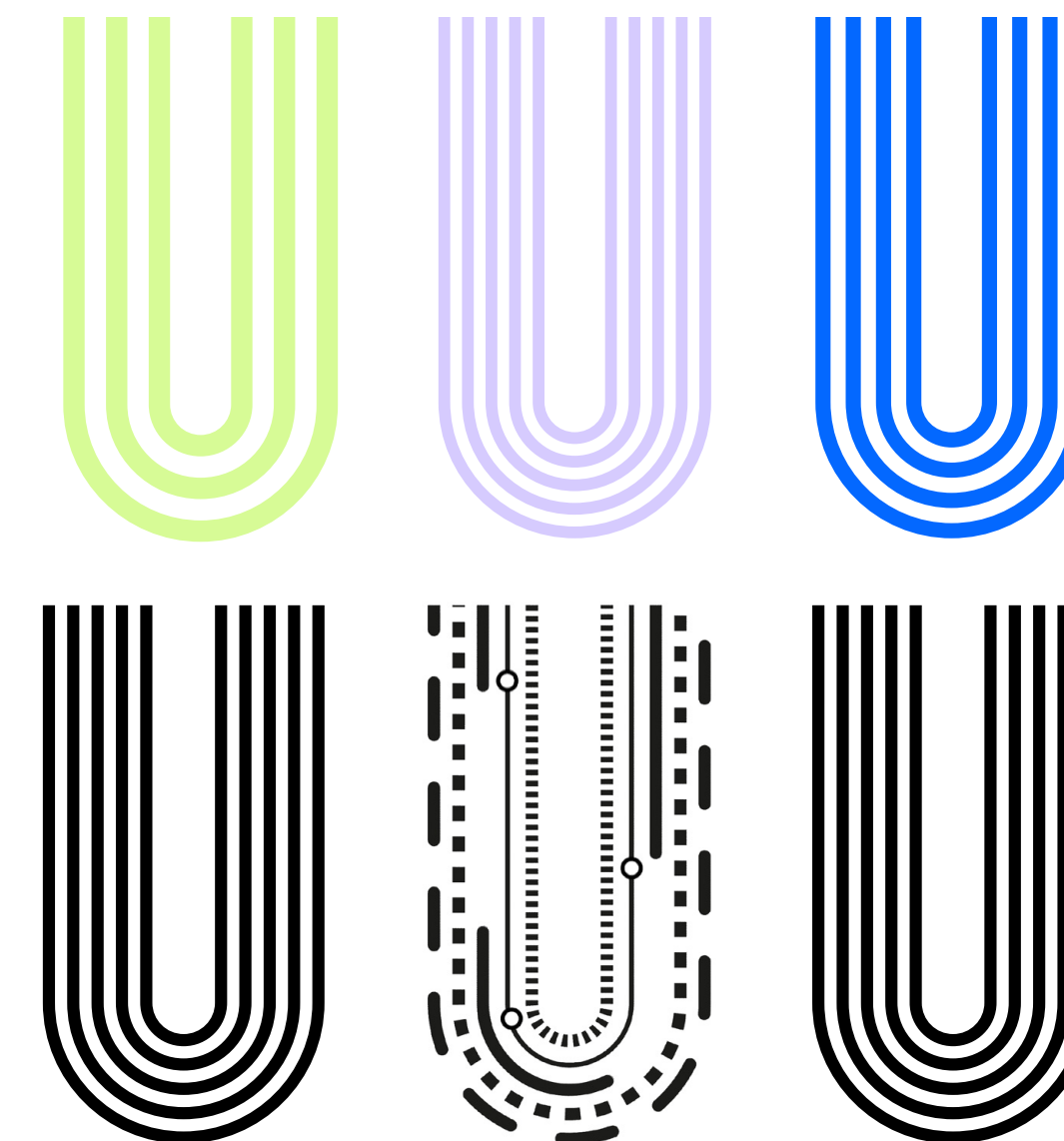
Profilen speglar Umeås dynamik, med möjligheten att ta fram anpassade deviser för att förstärka budskap med önskad precision. Anpassade budskap kan användas av enskilda aktörer i egen grafisk profil, eller av samverkande aktörer som använder hela den grafiska profilen för platsvarumärket Umeå.



GRAFISKT ELEMENT

Det grafiska elementet kan ha alla profilfärger. Färg på rubrik, färgplatta och logotyp styr färgvalet för grafiskt element.

Du kan ladda ner det grafiska elementet [här](#).



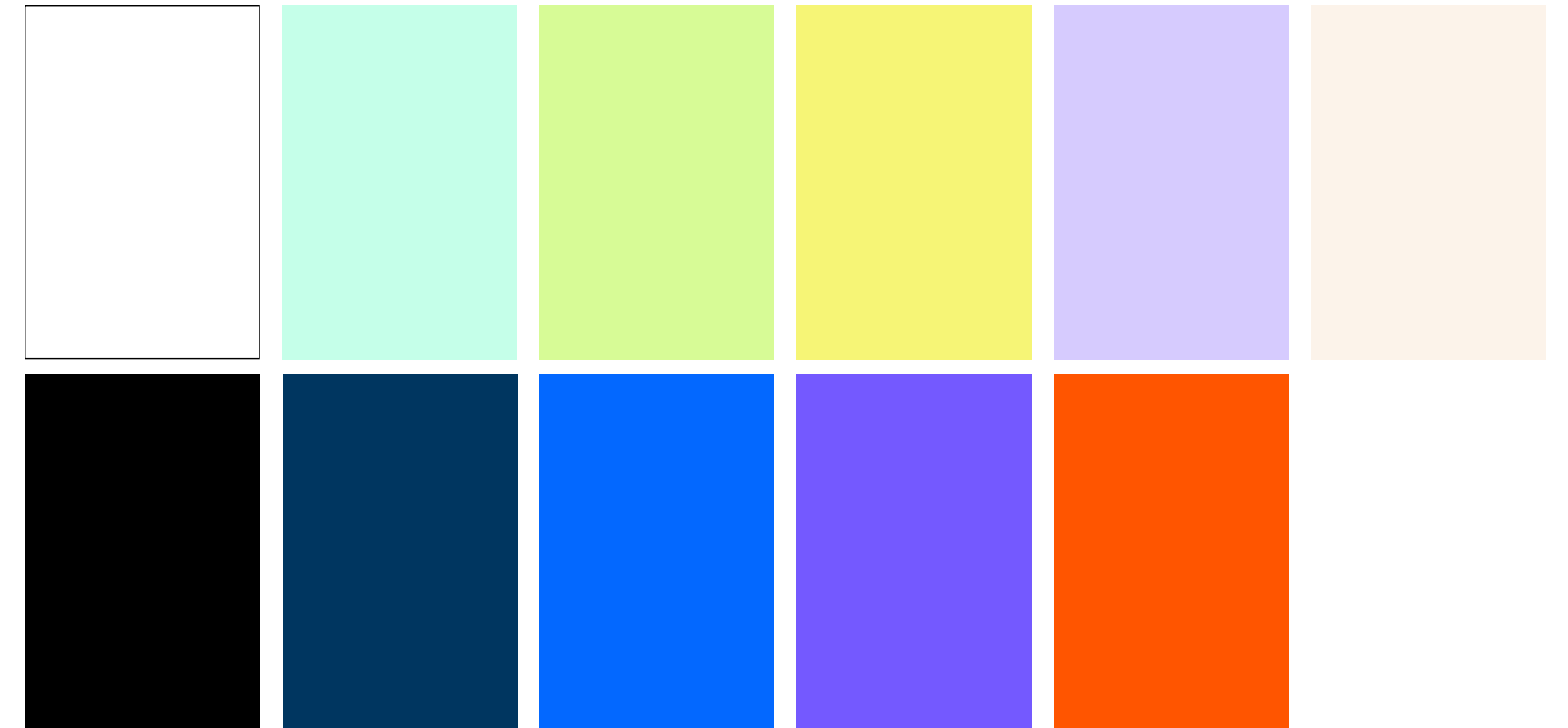
ANIMERAT

Animerade versioner av U:et utgår alltid från grundformen. Animationen ska alltid börja och avslutas med den för att behålla igenkänning. Linjerna är utgångspunkten i animationens uppbyggnad men kan tolkas fritt i själva animationen.

Efterföljs grundprincipen med start och slut i grundformen finns friheten att ta fram nya versioner.

UMEÅ EXTRABOLD

Figtree Light Google font
Figtree Regular Google font
Figtree Medium Google font
Figtree Bold Google font



TYPOGRAFI

Umeå Extrabold är typsnittet som används i våra logotyper och i alla rubriker och mellanrubriker. För all övrig text ska Figtree användas, i versionerna Light, Regular, Medium och Bold.

[Ladda ner typsnittet Umeå Extrabold](#)

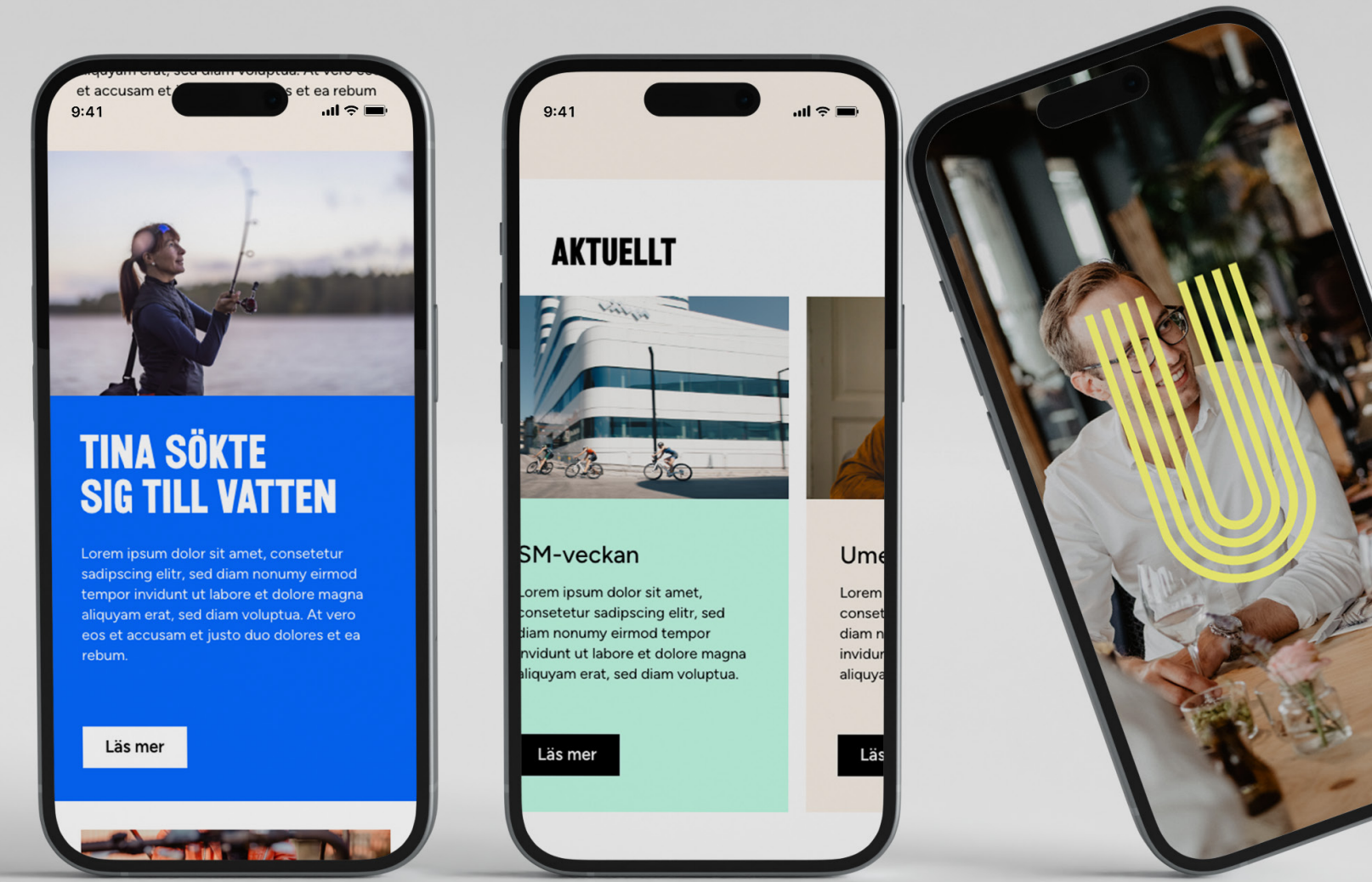
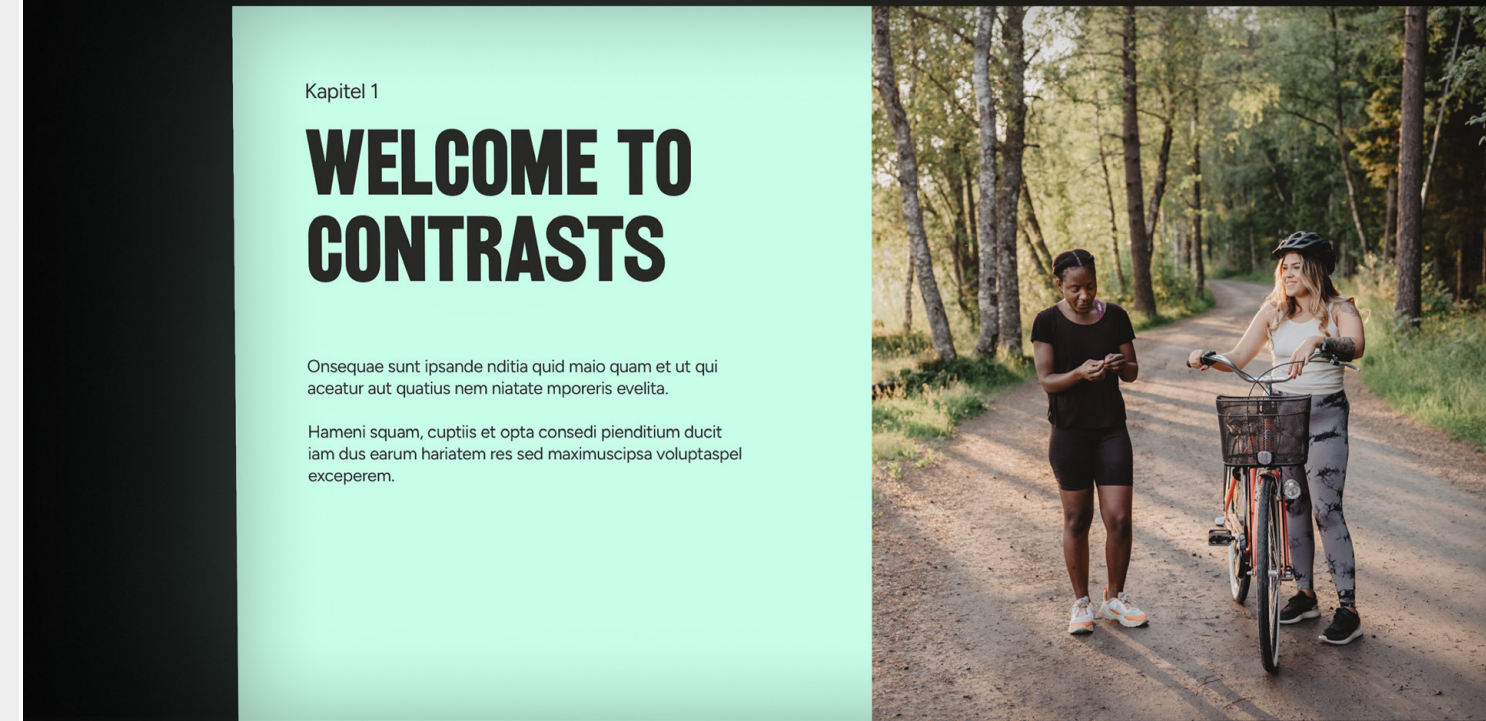
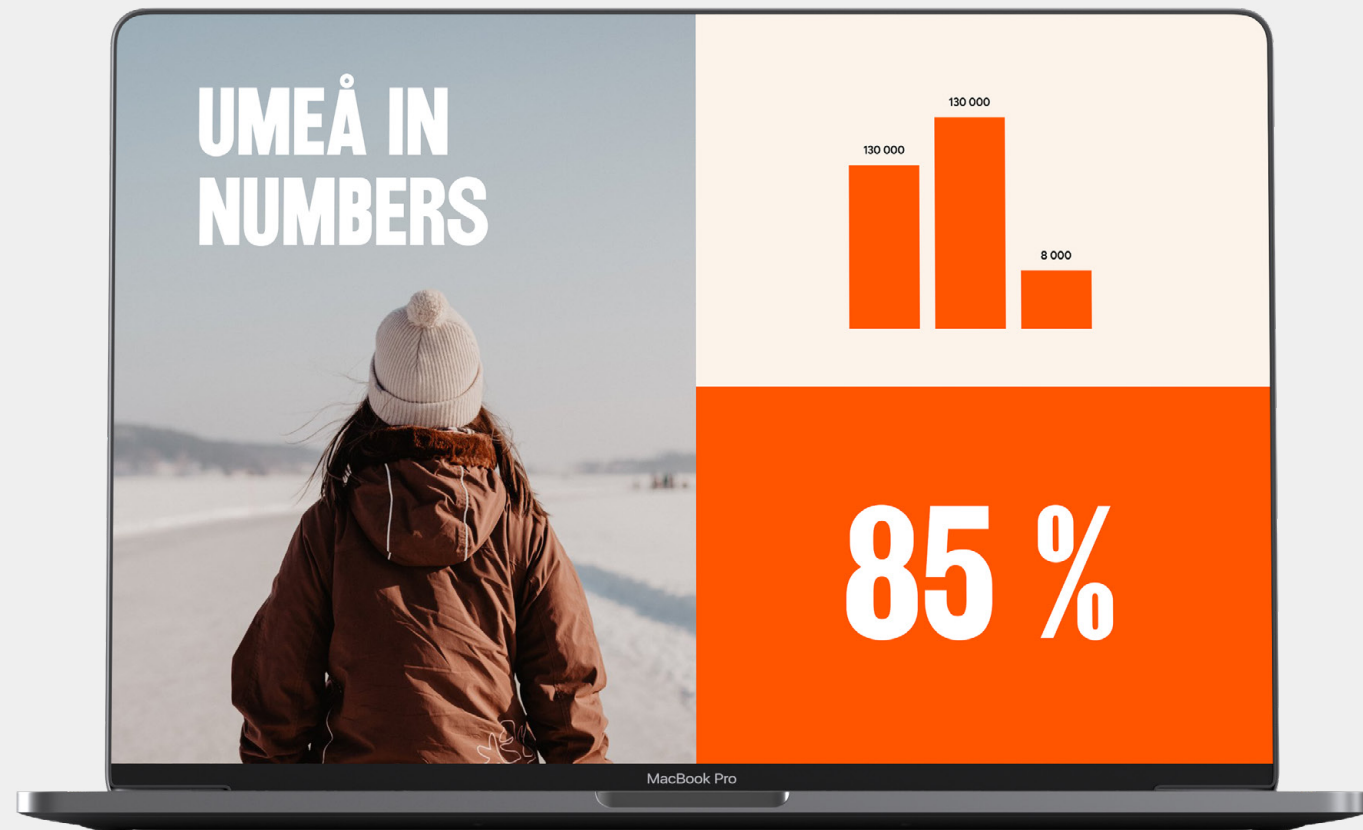
[Ladda ner typsnittet Figtree](#)

Alla presentationer och material som tas fram för att marknadsföra Umeå i platsens grafiska profil bör ha de korrekta typsnitten, som kan laddas ner genom länkarna.

FÄRGER

Det finns en palett av profilmärker för att spegla platsens identitet och mångfald. Färgerna är inte bundna till tema eller användningsområden utan kan väljas för att passa sammanhanget eller en bild. Flera färger kan användas i ett sammanhang för att visa på bredd.

Det är viktigt att följa de kontrastkrav som finns i digitala sammanhang för att göra all kommunikation tillgänglig för fler, oavsett funktionsvariation. Platsvarumärkets färger ska därför kombineras med antingen vit eller svart. Övre raden av färger kombineras alltid med svart, nedre raden alltid kombineras med vit.



VID FRÅGOR KONTAKTA

Anna Olofsson, marknadschef, Umeå kommun

Nils Håkansson, marknadskommunikatör, Umeå kommun

Josefin Nordfjell, marknadskommunikatör, Umeå Kommun

www.umea.se/investera/berattaomumea