

# Grafisk profil

## för Sorsele kommun



**SORSELE KOMMUN**  
SUORSÁN TJEÄLDDIE

Antagen av kommunfullmäktige 2019-11-25,  
reviderad av kommunstyrelsen 2021-02-09  
och 2021-09-14

# Grafisk profil och riktlinjer

Den visuella kommunikationen är en del av kommunens varumärke. I en profilmanual sammanfattas kommunens visuella identitet. Den är framtagen för att vi ska vara konsekventa i vårt sätt att kommunicera, och för att stödja budskapen som vi förmedlar. Vår profilmanual ska göra det enkelt att identifiera Sorsele kommun och är tänkt att inspirera, ge vägledning och göra oss tydliga. När vi följer manualens riktlinjer bidrar vi till att organisationen blir tydliga och konsekventa som avsändare, och att kommunens varumärke stärks. Vår visuella identitet omfattar logotyp, typografi, färg och formspråk.

Profilmanualen ska underlätta arbetet för interna och externa formgivare, samt för alla som är anställda på Sorsele kommun och använder visuell kommunikation i sitt arbete. Alla verksamheter, förvaltningar och projekt som ägs och drivs av kommunen ska verka inom kommunens grafiska profil. Som medarbetare följer du riktlinjerna i denna manual, använder de utarbetade mallarna och fokuserar på innehållet i ditt budskap, istället för det grafiska utseendet i dina annonser, brev och skrivelser.

# Innehåll

## **Grafisk profil**

Innehåll	s. 2
Suorsán tjeälddie	s. 4
Kommunvapnet	s. 5
Kommunens logotyp	s. 6–8

## **Riktlinjer**

Avsändarstrategi	s. 9–10
Samprofilering och samarbeten	s. 11–12
Grafiska märken	s. 13
Typografi	s. 14–15
Typografi i praktiken	s. 16–17
Profilfärger	s. 18
Papperskvalitet & format	s. 19
Bilder och grafik	s. 20–21
Dekorelement	s. 22
Praktisk tillämpning	s. 24

# Suorsán tjeälddie

Sorsele kommuns huvudsakliga samiska språkvarietet är umesamiska, ubmejensámien gíella, ett språk som endast talas av en handfull personer och som är kritiskt hotat enligt Unesco. Umesamiskan godkändes som skriftspråk 2016.

Det umesamiska namnet på orten Sorsele är Suorssá. Namnets ursprung är oklart, men tros bero på att Vindelälven förgrenar sig vid Sorseleholmen. Suorge, gren, och Sfuortsa, gaffel, har nämnts i sammanhanget enligt Kurt Ågrens sammanställning av Ortsnamn i Sorseleboken. Andra för kommunen viktiga ortnamn är Gávtjávrie (Ammarnäs), Bláhnage (Blattnicksele) och Dráhkie (Gargnäs).

Det umesamiska namnet för Sorsele kommun är Suorsán tjeälddie. Tjeälddie är det umesamiska ordet för en administrativ enhet, såsom en sameby eller en kommun, och konstruktionen är densamma som för flera andra förvaltningskommuner i Västerbottens och Jämtlands län såsom Kraapohken, Saaren och Ååren tjielte. Motiveringen till att använda tjeälddie snarare än kommuvna är att så långt som det är möjligt använda samiska benämningar istället för låneord.

## Sorsele kommun i text

**Tänk på stavningen.** Alla ortnamn skrivs versalgement – med stor inledande bokstav – medan alla lokala och regionala myndigheter skrivs med små bokstäver. Det innebär att man skriver Sorsele kommun på detta sätt. Organisationsnamnet Sorsele kommun ska aldrig avstavas i rubriker och undvikas i löpande text. Om vi skriver på både svenska och samiska skriver vi på detta sätt: Sorsele kommun/Suorsán tjeälddie. Kommunvapnet och kommunlogotypen får inte användas i löpande text. På engelska skrivs kommunen Sorsele Municipality eller Municipality of Sorsele.

# Kommunvapnet



Den heraldiska beskrivningen av Sorseles kommunvapen är denna: Vapnet visar en sköld, genom ett mantelsnitt i ginstammen delad av blått och av silver, vari två korslagda blå skidor överlagda med ett blått vargspjut försett nedtill med röd skoning och upptill med blå renhornslida trädd på spjutspetsen, vars synliga del är röd.

**Skidorna** tänktes som sinnebild för landskapet Lappland och som sådana lämpliga som motiv på kommunens vapen. **Vargspjutet** syftar liksom skidorna på den samiska kulturen och rennäringen. **Mantelsnittet** bildar ett snöklätt fjäll.

Vapnet ritades av Berthold From, som med sitt vapenförslag vann en tävling om Sorsele kommuns kommunvapen 1970. Vapnet fastställdes av Kungl. Maj:t år 1970.

Ett heraldiskt vapen beskrivs i ord och kan till skillnad från en logotyp avbildas på olika sätt av olika konstnärer med vägledning av vapenbeskrivningen. Det vapen vi använder i och i anslutning till organisationen är det vapen som ritats av Berthold From med följande färgbeteckningar:

<b>Blått</b>	PMS 300 C CMYK 99/50/0/0
<b>Silver</b>	PMS 877 CMYK 45/34/34/0
<b>Rött</b>	PMS 199 C alt. PMS 186 C CMYK 2/100/85/6

## TÄNK PÅ ATT:

**Vapenskölden får användas** som symbol för föreningar och privatpersoner i olika sammanhang, utan tillstånd från kommunen. Om en näringsidkare vill använda vapenskölden som en del av sin logotyp eller varumärke krävs tillstånd av kommunstyrelsen. Näringsidkaren kan inte få ensamrätt på själva vapnet.



**Använd rätt vapen!** Denna vapentolkning har ritats av Vladimir Sagerlund för Riksarkivet i Sverige. Den använder vi inte i anslutning till vår organisation.

# Kommunens logotyp

**Vår logotyp** består av kommunvapnet tillsammans med ordbilden Sorsele kommun samt dess umesamiska översättning Suorsán tjeälddie. Det är den gemensamma symbolen och kännetecknet för all kommunal verksamhet och samlar alla våra förvaltningar, tjänster och projekt. Logotypen ska alltid användas som den är och den umesamiska översättningen får inte plockas bort.

Logotypen ska alltid användas som avsändarmärke i all vår kommunikation. Användandet ska tydligt visa att det är vi, Sorsele kommun, som är avsändare. Logotypen får inte beskäras, typograferas eller färgsättas annorlunda eller på annat sätt förändras utifrån originalen.

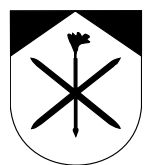
# Logotypvarianter

Logotypen finns i tre olika färgsättningar: Svart, vit och blågrå. Den blågrå logotypen används i de flesta sammanhang såsom trycksaker, presentationer, skyltar och i digitala kanaler. Logotypen ska alltid användas med god kontrast mot bakgrunden och endast där den inte påverkas negativt av andra färger eller innehåll. Använd alltid de framtagna logotyperna.



**SORSELE KOMMUN**  
SUORSÁN TJEÄLDDIE

**A.** LIGGANDE LOGOTYP mot vit eller lämpligt färgad bakgrund. Används aldrig på eller tillsammans med färgplattor eller färgstarka bilder som krockar med färgerna i logotypen.



**SORSELE KOMMUN**  
SUORSÁN TJEÄLDDIE

**B.** SVART LOGOTYP mot ljus bakgrund. Denna variant används endast mot vita bakgrunder, när ingen färgskrivare finns att tillgå.



**C.** NEGATIV LOGOTYP. Denna används mot svarta eller starkt färgade bakgrunder.



**SORSELE KOMMUN**  
SUORSÁN TJEÄLDDIE

**D.** STÅENDE LOGOTYP. Används aldrig på eller tillsammans med färgplattor eller färgstarka bilder som krockar med färgerna i logotypen.

# Så används logotypen

Ett korrekt och konsekvent användande av logotypen tydliggör kommunen som avsändare. När vi utformar nyhetsbrev, annonser och annan visuell kommunikation ska vi alltid lägga vikt vid att logotypen blir synlig och tydlig för mottagaren. Det minskar risken för osäkerhet för den person som ser vår annons. Konsekvens hjälper till att stärka varumärket Sorsele kommun. Det är inte tillåtet att skapa nya logotyper tillsammans med vapnet, till exempel med verksamhetsbeteckningar.

## Storlek



**Storleken har betydelse.** Avsändaren Sorsele kommun ska alltid framgå tydligt. Det är därför viktigt att logotypen används i tillräckligt stor storlek. Minsta tillåtna storlek är 450 mm. Undantag kan göras för nyckelband och pins.

## Friyta



**Låt logotypen tala.** Ge logotypen tillräckligt mycket utrymme för att ge intryck. Ju större utrymmet runt logotypen är, desto större visuell integritet har den. Den minsta tillåtna friytan runt logotypen utgörs av höjden på namnmärket Sorsele kommun.

## Placering

**Planera placeringen.** Logotypen får aldrig centreras i en layout utan ska placeras i något av de fyra hörnen i trycksaker, annonser och digitala presentationer. Undantag kan göras på skyltar, banderoller, mässmontrar och liknande. På webbplatser placeras logotypen alltid i övre vänstra hörnet.

## Bakgrund

**Logotypen ska synas.** Logotypen ska alltid sättas på en neutral yta som gör att den framträder tydligt och har god läsbarhet. Logotypen ska sättas på en yta som gör att den kontrasterar mot bakgrunden. Den färgade logotypen används inte mot färgade bakgrunder som skär sig mot logotypens färger – till exempel röd bakgrund. Om den placeras på en bild enligt exemplet på sidan 10 måste bakgrunden vara mycket lugn, eller så tonas ytan med en gradient. Logotypen får endast placeras på utfallande bilder.



# Avsändarstrategi

En mottagare vill veta vem som står bakom kommunikationen och tydlighet är viktigt. Mottagaren ska stå i fokus före organisationsstrukturen. Tumregeln är att vi samlas under en gemensam logotyp och varumärke: Sorsele kommuns. Vissa projekt och verksamheter har behov av att använda egna grafiska märken. Även dessa ska ha en tydlig koppling till Sorsele kommun, till exempel genom att de används tillsammans med kommunens logotyp, dock inte med en placering i direkt anslutning till logotypen.

## Avsändarnivåer

### Nivå 1: Organisation och varumärke.

Sorsele kommun är varumärket och befinner sig överst i hierarkin. Logotypen placeras i en yta där den framträder tydligt, en så kallad prioriterad yta. Nivå 1 är huvudavsändare och ska alltid finnas med. I flersidiga broschyrer avsedda för marknadsföring kan avsändaren placeras på baksidan.

### Nivå 2: Verksamheten eller enheten.

När en specifik verksamhet eller enhet kommunicerar befinner man sig i nivå två i hierarkin. Dit hör till exempel Valnämnden, Kultur och fritid eller Gatukontoret. Dessa anges med bokstäver.

**Nivå 3: Aktiviteter och lokaler.** Det finns ofta behov att kommunicera andra namn, exempelvis projekt, specifika aktiviteter, speciella lokaler, evenemang eller mindre organisatoriska enheter. Exempel på detta är Vindelälvevesskolan, Läget, Lärcentrum och Kulturskolan. Dessa ska inte stå som avsändare för kommunikationen utan används i rubriker och innehåll, även i de fall de har ett eget märke.

Denna yta används i huvudsak för nivå 1, 2 och 3, till exempel i rubriksättning. Övre vänstra hörnet kan med användas för nivå 1 när inga andra nivåer används på sidan.

Här placeras innehåll. Kan också användas för nivå 3.

Denna yta är högst prioriterad och avsedd för nivå 1. Här kan nivå 2 placeras om nivå 1 placeras överst till vänster. Observera att innehåll inte placeras i den prioriterade ytan.

Denna yta används vid behov för nivå 2 samt kontaktuppgifter. Nivå 3 placeras aldrig här.

# Exempel på avsändarnivåer

De prioriterade ytorna finns i hörnen längst upp och längst ner på sidan. Kommunens logotyp placeras företrädesvis i nedersta vänstra hörnet.



**Exempel på nivå 2 och 3.** Enhetsnamnet placeras till höger om logotypen. Här kan också kontaktuppgifter eller en webbadress läggas. Aktiviteten i rubrikform i den översta prioriterade ytan.



**Exempel på nivå 2 och 3.** Utan rubrik hade märket istället kunna placeras till höger, snett mitt emot avsändaren det vill säga kommunens logotyp. Märken används för igenkänning, aldrig som avsändare.



**Gör inte så här!** Kommunens logotyp är här inte placerad i den prioriterade ytan, utan innehållet spiller över i den prioriterade ytan. Kulturskolans märke är placerad i anslutning till logotypen, vilket antyder att de är på samma nivå i den visuella kommunikationen.

# Samprofilering och samarbeten

Samprofilering sker när en annan avsändare, identifierat i en egen logotyp som inte tillhör Sorsele kommun, står som avsändare tillsammans med Sorsele kommuns logotyp. Vid samprofilering är det viktigt att avgöra vem som är huvudavsändare för att kommunikationen ska bli så tydlig som möjligt.

## Vems profil gäller när?

Det är viktigt med en tydlig kommunikation och att ha en tydlig avsändare. När ett samarbete inleds eller vid starten av ett projekt måste det avgöras vilken roll Sorsele kommun har i samarbetet. Detta rör både samarbeten vi själva väljer och samarbeten genom ett gemensamt ansvar.

I stora, regionövergripande projekt finns ofta en egen, grafisk identitet och där kommuniceras kommunens inblandning i projektet tydligt. I de fall kommunen är huvudsavsändare inom projektet, används kommunens grafiska profil förutsatt att inte projektets grafiska profil säger annat.

För mindre projekt och kommunövergripande samarbeten behövs i princip aldrig någon unik grafisk identitet eller gemensam logotyp. Det räcker oftast med namnet på samarbetet och innehållet är det centrala som ska kommuniceras.

Att skapa nya identiteter och arbeta upp kändedom är resurskrävande. Vi undviker därför att skapa nya identiteter för projekt där Sorsele kommun är projektägare eller huvudfinansiär och allt material som produceras av kommunens anställda följer kommunens grafiska profil.

**NiMR.** Inbjudan till en utbildning helt finansierad av NiMr, i arrangemang av kommunens projektmedarbetare. Inbjudan följer NiMR:s grafiska profil.



**Swedish Lapland.** Sorsele kommun i broschyrproduktion med Swedish Lapland. Broschyren följer Swedish Laplands profil men kommunens roll uppmärksammas på baksidan bredvid EU-logotypen.



# Exempel på samprofilering

## Samarbeten

13/10 Kursdag: Lär dig arrangera (Riksteatern Västerbotten), Folkets hus.  
17/10 18.30 Ur arkivet: Nils Björkmans kärleksbrev (Västerbottens museum), Sorsås bygdegård.  
31/10 19.00 Berättarteater: Glupahungern (Västerbottensteatern), Folkets hus.  
13/11 Kulturforum med Region Västerbotten, Folkets hus.  
14/11 Kulturforum med Region Västerbotten, Folkets hus.  
20/11 9.30 Skolföreläsning: BOLO-BOLO, (Norlandsoperan), Vindelälvs skolans Gymnastiksal.  
20/11 18.00 Familjeföreläsning: BOLO-BOLO, (Norlandsoperan), Vindelälvs skolans gymnastiksal.  
1/12 14.00 Familjeföreläsning: Korans magiska värld med Sousou & Maher Cissoko (Norlandsoperan), Folkets hus.

Följ på Facebook: Sorsele - Årets Kulturkommun i Västerbotten 2018/19  
Mer information finns även på [www.sorsele.se/kalender/](http://www.sorsele.se/kalender/)

**Exempel 1: likvärdiga samarbeten.** När Sorsele kommun har ett likvärdigt ansvar med andra aktiviteter, projekt, kommuner, organisationer eller myndigheter läggs logotyperna i samma storlek, linjerade med varandra, på en vit platta.

Vindelälvs skolans gymnastiksal.  
1/12 14.00 Familjeföreläsning: Korans magiska värld med Sousou & Maher Cissoko (Norlandsoperan), Folkets hus.

Följ på Facebook: Sorsele - Årets Kulturkommun i Västerbotten 2018/19  
Mer information finns även på [www.sorsele.se/kalender/](http://www.sorsele.se/kalender/)

**Exempel 2: med stöd från andra.** När Sorsele kommun får stöd från andra organisationer ligger kommunens logotyp i övre vänstra hörnet, medan de stödgivande organisationerna ligger nere till höger i mindre storlek. Observera att speciella regler gäller vid EU-projekt.

## Sponsring och stöd

20/11 9.30 Skolföreläsning: BOLO-BOLO, (Norlandsoperan), Vindelälvs skolans Gymnastiksal.  
20/11 18.00 Familjeföreläsning: BOLO-BOLO, (Norlandsoperan), Vindelälvs skolans gymnastiksal.  
1/12 14.00 Familjeföreläsning: Korans magiska värld med Sousou & Maher Cissoko (Norlandsoperan), Folkets hus.

Följ på Facebook: Sorsele - Årets Kulturkommun i Västerbotten 2018/19  
Mer information finns även på [www.sorsele.se/kalender/](http://www.sorsele.se/kalender/)

**Exempel 1: sponsring och stöd.** Samarbetet eller stödet anges i text. Gör detta i de fall då huvudsavsändaren är en organisation med egen logotyp.

Hoppberg Gigantisk hoppberg  
Kaffe, fika, dricka och korg med bröd finns att köpa  
Entre: Alla aktiviteter, korg med bröd, festis och Bio  
50 kr

Filmer på Folkets hus  
Popcorn och läsk finns att köpa

KI 18.00 LasseMajas detektivbyrå - Det första mysteriet 70 kr för övriga	KI 21.00 Jurassic World: Fallen Kingdom 120 kr för övriga 2 tim 8 min Action11 år	KI 24.00 Skräck film
--	--	-------------------------

ARRANGEMANG AV SORSELE KOMMUN

**Med avsändarmärket.** Sorsele kommun stödjer ibland projekt utan att själva vara avsändare. Vid dessa tillfällen ska avsändarmärket användas. Exempel kan vara en organisation som genomför ett arrangemang med ekonomiskt eller personalstöd av kommunen, eller ungdomar som genomför olika mindre projekt med stöd i form av mentor eller bidrag från kommunen. Avsändarmärket får användas när kommunen inte är huvudsavsändare. Avsändarmärket används utfallande mot sidorna.

# Grafiska märken

Det finns inget egenvärde i ett eget märke för en verksamhet. Vi får aldrig glömma att huvudavsändaren alltid är Sorsele kommun. Däremot finns det verksamheter som drivs över tid, med likriktade kommunikationsbehov, där det kan finnas behov av ett gemensamt märke.

## Användning

**Innan ett nytt** grafiskt märke skapas ska alltid behovet av att ge verksamheten en egen visuell identitet beaktas. Märken ska aldrig betraktas som logotyper utan som ett sätt att profilera verksamheten visuellt – avsändaren är alltid Sorsele kommun och eventuella samarbetspartners. Märken är tänkta att användas över tid och inte för tidsbegränsade projekt. Kommunikatören avgör om ett nytt grafiskt märke ska skapas.

## Riktlinjer

**Grafiska märken** ska inte användas som logotyper. De ska snarare användas som en stämpel, eller en rubrik, och inte som avsändare. Därför är det fördelaktigt med ett märke som är runt, eller har en uppbruten form. Grafiska märken ska också göras så att de fungerar att använda negativa och med ett sådant distinkt utseende att de inte kräver en lugn bakgrund.

## Placering

**Märken** placeras inte i anslutning till kommunens logotyp, utan som rubrik eller stämpel i innehållet på sidan, alternativt i något av de övre hörnen. Se riktlinjer på sidan 9. Två olika märken ska aldrig användas tillsammans, oavsett externt eller inte – i så fall får samarbetet anges i text.



**Exempel på grafiska märken.** Årets kulturkommun är ett exempel på externt grafiskt märke med egen profilmanual.

**Gör inte så här!** Här har två logotyper, avsändarna Sorsele kommun och Norrlandsoperan, kombinerats med två grafiska märken.



# Typografi

Sorsele kommun har två profiltypsnitt som används i extern kommunikation, som annonser eller broschyrer, och profilmaterial som visitkort och brevpapper. Profiltypsnitten används i olika kombinationer för att skapa kontraster och öka läsbarheten. Den ena är en antikva med seriffer, det vill säga klackar, som ökar typsnittets läsbarhet i längre texter. Det andra är en sans serif, ett rubriktypsnitt som också fungerar bra i kortare texter och för läsning på skärm.

## Profiltypsnitt – Source Sans Pro

**Source Sans Pro** är vårt huvudtypsnitt. Det finns i flera vikter som går att kombinera för att formulera budskap anpassade till olika målgrupper. Huvudtypsnittet används för att lyfta fram verksamhetsnamn, rubriker, mellanrubriker, ingresser, kortare brödtexter, puffar och bildtexter. Eftersom Source Sans Pro har samtliga unikt nordsamiska tecken används det för alla texter som översätts till ume-, nord- och sydsamiska.

### TÄNK PÅ ATT:

**Vi använder typografin** som ett verktyg för att underlätta läsbarheten, inte som dekor. Till exempel använder vi kursiv text som *betoning* och inte dekorativt element.

### Extralight

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖŃĐČŽÁŠ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääöñďčžáš  
1234567890!"#€%&/()=?`\*`

### Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖŃĐČŽÁŠ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääöñďčžáš  
1234567890!"#€%&/()=?`\*`

### Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖŃĐČŽÁŠ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääöñďčžáš  
1234567890!"#€%&/()=?`\*`

### Semibold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖŃĐČŽÁŠ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääöñďčžáš  
1234567890!"#€%&/()=?`\*`

### Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖŃĐČŽÁŠ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääöñďčžáš  
1234567890!"#€%&/()=?`\*`

### Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖŃĐČŽÁŠ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääöñďčžáš  
1234567890!"#€%&/()=?`\*`

# Profiltypsnitt – Source Serif

**Source Serif Pro** har fördelar för läsbarhet. Klackarna gör det lättare att läsa längre texter. Source Serif Pro används i första hand till längre brödtexter som i rapporter, längre brev och artiklar.

## Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö  
1234567890!"#€%&/()=?`\*`

## Semibold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö  
1234567890!"#€%&/()=?`\*`

## Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö  
1234567890!"#€%&/()=?`\*`

## Vardagstypografi

**Som vardags- eller kontorstypsnitt** använder vi två olika typsnitt: Calibri och Times New Roman. Calibri kan i likhet med Source Sans Pro användas för såväl brödtexter som rubriker. Använd inte Times New Roman i fet variant i ingresser eller andra liknande långa stycken. Vardagstypsnitten används till exempel i protokoll och många formulär som kommunen använder. Vardagstypsnitten har allmänt god tillgänglighet vilket gör dokumenten lätta att dela digitalt i annat än PDF-format.

## Times New Roman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö  
1234567890!"#€%&/()=?`\*`

## Calibri

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö  
1234567890!"#€%&/()=?`\*`

## Calibri Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö  
1234567890!"#€%&/()=?`\*`

# Typografi i praktiken

En läsare märker sällan skillnad på bra och bättre typografi. Syftet med god typografi är att se till att det är så lätt som möjligt att ta till sig skriven text. En tydlig struktur i texten innebär också att läsbarheten ökas. Där kan typografin underlätta genom en tydlig rangordning av nivåerna i texten. Det är också viktigt att texten framträder tydligt och kontrastrikt mot bakgrunden. För personer med ned-satt synförmåga är det svårt att uppfatta texten om kontrasten mellan bakgrund och typsnitt är för svag. Vit text är svårare att uppfatta än svart, liksom färgad text på färgade plattor.

## Riktlinjer

**Utgå alltid från Source Sans Pro Bold** eller Light för rubriksättning. Rubriker skrivs med inledande stor bokstav (versalgement). Undvik helt att skriva rubriker med stora bokstäver (versaler) eller med kapitäl. Rubriken, eller underrubriken i det fall sådana finns, ska ha en tydlig grafisk koppling till brödtexten och mellanrummet får inte vara för stort.

Valfri och passande tjocklek av Source Sans Pro kan användas till ingresserna. Se till att det finns en kontrast mellan ingress och brödtext, till exempel att göra punktstorleken 10–20 procent större. Välj en tjocklek som skiljer sig från brödtexten.

Source Sans Pro används till kortare brödtexter medan Source Serif Pro används till längre. Lämplig storlek för tidningar och magasin är 9–10 punkter, medan rekommendationen för enklare trycksaker gäller 10–12 punkter. Radavståndet bör vara minst 120 procent av brödtextens storlek. Rubriker i större grad bör kernas manuellt.

För mellanrubriker används valfri tjocklek av Source Sans Pro och bör precis som ingresser kontrastera mot brödtexten.

I det fall kapitäl används ska dessa inte skrivas med inledande versal.

## Huvudrubrik

### Underrubrik

**Nullam netus malesuada risus convallis  
duis cum condimentum sem, et aliquet  
inceptos fringilla tristique blandit volutpat  
proin posuere, eros sagittis euismod  
mattis fermentum lacinia bibendum.**

Diam urna dictumst feugiat viverra a tempor  
dis fermentum montes justo, rutrum morbi nisi  
ullamcorper felis lacinia pretium semper iaculis,  
molestie risus proin sagittis placerat integer eges-  
tas penatibus enim. Dis blandit suscipit tincidunt  
fusce aptent sapien dui ullamcorper nisi, lobortis  
leo ridiculus parturient vitae enim curae class,  
vestibulum sed phasellus mus accumsan torqu-  
ent quis hendrerit. Magnis mus posuere habitasse  
egestas hendrerit augue quam turpis eget, pel-  
lentesque class ligula venenatis inceptos iaculis  
facilisi curae.

**LÄS MER:** [SORSELE.SE/KULTUR](https://www.sorsele.se/kultur)

**Tilläggs- och bildtexter.** Nullam netus ma-  
lesuada risus convallis duis cum condimentum  
sem, et aliquet inceptos.



# Rubriksättning

**Exempel på rätt användning.** Tydlig kontrast mellan de olika nivåerna. Olika vikter har använts mellan huvudrubriken och underrubriken.

**Exempel på fel användning.** Samma vikter har använts för huvudrubrikerna och underrubrikerna, för liten kontrast mellan huvudrubrik och underrubrik. Kapitäl har använts i huvudrubriken.

Huvudrubrik

**Underrubrik**

Brödtext lorem ipsum

Huvudrubrik

Underrubrik

Brödtext lorem ipsum

Huvudrubrik

**Underrubrik**

Brödtext lorem ipsum

Huvudrubrik

Underrubrik

Brödtext lorem ipsum

**HUVUDRUBRIK**

**Underrubrik**

Brödtext lorem ipsum

Huvudrubrik

**Underrubrik**

Brödtext lorem ipsum

## TÄNK PÅ ATT:

**Följ de standarder** som generellt anses vara god typografi, till exempel att låta satsytan i nederkant vara större än övriga satsytor, en radlängd på mellan 35–65 tecken, att undvika avstavning i smala spalter, undvika horungar, inte avstava rubriker, att använda indrag istället för mellanrad vid nya stycken samt att ha en tydlig hierarki på textens olika nivåer.

## Alternativ typografi?

**Får man använda** något annat typsnitt? Ibland får man faktiskt det. Det kan till exempel vara nödvändigt att variera typografin vid särskild marknadsföring, för att väcka uppmärksamhet eller för att tilltala en speciell målgrupp. Val av alternativ typografi ska alltid ske av grafisk designer och får endast göras där det finns särskilda skäl att frånga grundprinciperna. Kommunikatören ska alltid rådföras vid användningen av alternativ typografi.

# Profilfärger

Användning av färger är en viktig del av ett grafiskt formspråk. Det hjälper till att ge djup och kontrast i formgivningen. Sorsele kommun hämtar sina profilfärger från naturen: vattnet, skogen, fjällen och bären. Huvudfärgen är blå, som är ett dominerande inslag i kommunvapnet och som skapar en igenkänning till Vindelälven. Med dessa färger är det möjligt att jobba med kontraster och olika färgkombinationer.

## Primär färgpalett



**VINDELÄLVEN**  
**PANTONE:** 287 CP  
**CMYK:** 100/75/2/18  
**RGB:** 26/71/132  
**HTML:** 1A4784



**LAISÄLVEN**  
**PANTONE:** 285 CP  
**CMYK:** 90/48/0/0  
**RGB:** 43/116/183  
**HTML:** 2BG74B7



**JUKTÅN**  
**PANTONE:** 283 CP  
**CMYK:** 42/9/0/0  
**RGB:** 152/195/229  
**HTML:** 98C3E5



**GIMEGOULTS**  
**PANTONE:** 2293 CP  
**CMYK:** 49/0/90/0  
**RGB:** 153/190/72  
**HTML:** 99BE48

## Sekundär färgpalett



**LINGON**  
**PANTONE:** 3546 CP  
**CMYK:** 2/100/99/4  
**RGB:** 202/29/32  
**HTML:** 718229



**MÅSAN**  
**PANTONE:** 2426 CP  
**CMYK:** 89/0/100/10  
**RGB:** 0/134/43  
**HTML:** 00862B



**KOMMUNHUSET**  
**PANTONE:** P 135-15 C  
**CMYK:** 85/0/58/51  
**RGB:** 9/93/77  
**HTML:** 095D43



**LJUNG**  
**PANTONE:** 2362 CP  
**CMYK:** 85/0/58/51  
**RGB:** 9/93/77  
**HTML:** 095D43



**SMÖRBOLL**  
**PANTONE:** P 7-8 C  
**CMYK:** 0/18/100/0  
**RGB:** 244/197/34  
**HTML:** F4C522



**SNÅTTREN**  
**PANTONE:** 3514 CP  
**CMYK:** 0/27/100/0  
**RGB:** 237/174/0  
**HTML:** EDAE00

## Användning

Färgpaletterna utgår ifrån **Pantoneskalan** (PMS) som ger träffsäkrast färgåtergivning. **CMYK** anges vid grafisk tryckproduktion och är anpassade för att användas på ett obestruket papper. **RGB** anges i digital produktion där färgåtergivningen är anpassad för skärm. Ange färg manuellt beroende på produktion.

Sekundärfärgerna kompletterar primärfärgerna och används när vi behöver ett större urval av nyanser. Tänk på att balansera färgerna med vita ytor för att skapa ett luftigt intryck. Färgerna kan användas i blandningar om 25, 50 och 75 %.

### TÄNK PÅ ATT:

**Färg används som** en förstärkare till den grafiska utformningen. Använd färg i små volymer på exempelvis rubriker, citat, faktarutor eller symboler. Längre brödtexter sätts alltid i svart eller mörkgrå mot en vit eller ljusgrå neutral bakgrund. På så sätt har text och innehåll alltid god kontrast och hög läsbarhet.

# Papperskvalitet & format

Papperskvaliteten påverkar intrycket av en trycksak och olika papperskvalitet ger också olika associationer. Papper ska väljas med hänsyn till upplevelse, färg, kvalitet, miljö, budget och syfte. Riktlinjerna kring papperskvalitet berör därför inte kontorspapper, arkiv eller annan daglig produktion, utan professionella trycksaksproduktioner, diplom eller kontorsproduktioner som används vid marknadsföringsinsatser eller representation såsom visitkort.

## Papperskvalitet

**Våra trycksaker** ska tryckas på ett obestruket vitt papper med matt yta. Obestrukna papper, framför allt naturvita, ger en känsla av kvalitet och miljövänlighet och stärker vår profil som ekokommun.

Sorsele kommun har inget exakt fastställt papper eftersom tillgången kan variera med tryckeri. Exempel på obestrukna, vita papper med matt yta är dock Multi Design Original White eller Scandia 2000. Med fördel används ett Svanenmärkt papper vilket innebär att trycksaken kan märkas med Svanen om tryckeriet är licensierad för detta.

Papperets gramvikt får varieras efter behov och bestämmas enligt trycksakens användning. Som tumregel används dock en högre ytvikt på omslag än på inlaga vid broschyrproduktioner.

Om en tåligare yta krävs, till exempel för tryck av affischer eller annat som ska brukas utomhus, kan ett bestruket och glättat papper användas.

## Format

Vi använder standardformat för trycksaker och utskrifter. Standardformaten är de mest ekonomiska att trycka och att skicka och förenklar hanteringen för såväl användare som mottagare.

- A3, A4, A5, A6. Stående eller liggande format
- A65. Stående (99 x 210 mm) vanligt som vikt A4/3 till sexsidig folder
- Folderformat (200 x 250)
- Kvadratisk format (150 x 150 mm)
- Huggen A4 (210 x 230 mm)
- Tabloidformat (250 x 372 mm)

# Bilder och grafik

Fotografier är en viktig del av Sorsele kommuns kommunikation. Med bra valda bilder kan vi skapa platsidentitet, igenkänning och viktiga känslor, liksom att förstärka och förtydliga innehållet i vår kommunikation.



Vi har en begränsad bildbank och bildbehoven varierar mellan olika verksamheter. Vi skiljer därför mellan olika typer av bilder. I vår kommunikation använder vi bland annat: **verksamhetsbilder**, som visar människor, miljöer och situationer från vår verksamhet. Dessa har en dokumentär känsla. Vi använder också **platsbilder**, miljöer runt omkring Sorsele kommun som kan användas i exempelvis presentationer. Vi använder också **profilbilder**, som är varumärkestärkande. Dessa ska endast användas för strategisk kommunikation och platsmarknadsföring.



# Bildspråk

Sorsele kommuns värdegrund är glädje, mod och respekt. Vår vision är ett livskraftigt samhälle där vi tillsammans skapar tillväxt, hållbarhet och trygghet. Detta ska i möjligaste mån genomsyra våra bilder. Vi jobbar med bilder som inte bara är representativa.

## Bildretorik

Våra bilder belyser Sorsele kommun. Genom bilden, delen, går det att få en uppfattning om hur helheten ser ut. Den typen av retoriska bilder har lättare att skapa engagemang. Vi har en väldigt vacker natur som ofta förekommer på bilder, så kallade representativa bilder. Därför försöker vi att prioritera bilder på människor och aktiviteter.

## Äkta, närvarande och engagerande

Våra bilder speglar vår kommun, våra verksamheter och våra anställda. Bilderna ska visa att det är människor av alla olika slag och genuina möten oss emellan som utvecklar, formar och berikar Sorsele kommun. Miljöer och modeller ska ha lokal förankring. Det är inte tillåtet att använda hård retuschering, färgtonade bildfilter, eller att sätta ihop flera fotografier till en ny komposition.

## Mångfald och kontraster

Våra bilder ska ha ett inkluderande och normkritiskt perspektiv. Unga, gamla, funktionsnedsatta, kvinnor och män, nysvenskar och infödda – vi verkar för jämställdhet och mångfald i våra bildval. Vi undviker bilder som förstärker klichéer.

## Lokal förankring

Alla bilder ska ha lokal förankring i såväl miljöer som modeller. Det är dock viktigt på att spegla vår geografiskt stora kommun med många byar, olika landskapstyper och skiftande kulturarv. Vi försöker att välja bilder som omfamnar hela kommunen.

## Relevanta och enkla

Använd bilder som förstärker budskapet. Använd inte bilder som utfyllnad, de saknar ofta relevans och riskerar att förminska innehållet. Vi eftersträvar enkelhet i bilderna och undviker röriga motiv och bakgrunder.



**Bildexempel:** Vi ser på kläderna att det handlar om räddningstjänsten och att personerna är anställda av Sorsele kommun. Även om bilden är uppställd och arrangerad framstår glädjen i bilden som äkta. Den förmedlar tillhörighet och engagemang för uppdraget.

## TÄNK PÅ ATT:

**Upphovsrätten** ägs alltid av den person som tagit bilden. Om vi har köpt en bild har vi köpt rätten att använda den i ett visst sammanhang, på vilket sätt finns angivet i mapparna för de olika fotografierna. Fotografen har alltid rätt att få sitt namn angivet i anslutning till bilden. Det gör vi på det sätt som visas här på sidan. Bilderna får heller inte manipuleras eller beskåras på något sätt.

**Publiceringsgodkännande** är som regel nödvändigt. Innan en bild på identifierbara eller namngivna individer publiceras måste de ge sitt samtycke. De ska vara införstådda i hur bilden ska användas. Vårdnadshavare ska alltid ge sitt samtycke innan bilder på underåriga barn publiceras. Översikts- och avståndsbilder med många människor är undantagna. De bilder som finns i mappen Bilder på vår server är GDPR-godkända.

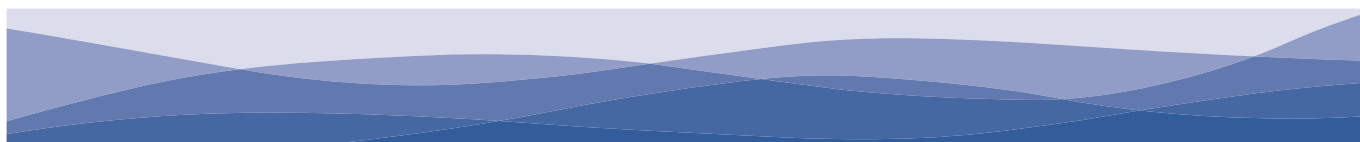
**Fråga först!** Alla vill inte vara med på bild. Det hör till god ton att berätta att man ska fotografera och fråga om någon vill undvika fotografering. Det är inte tillåtet att ta bilder som kan upplevas kränkande.

# Dekorelement

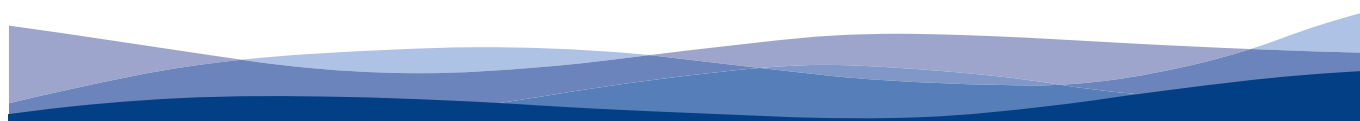
Grafiska element bildar tillsammans med logotypen, typsnitten och färgerna en helhet i vårt informationsmaterial. De grafiska elementen finns till för att förstärka budskapet och ge igenkänning i informationen som kommer från kommunen.

## Dekorelement vågor

Dekorelementet finns i två olika versioner, en platta och en avdelare. Plattan används främst som bakgrundsplatta för rubrik- och ingresstext. Avdelaren används som avdelare mellan bild och text eller som kantdekoration. Dekoren finns i olika färgvarianter för ett varierat grafiskt uttryck.



**Grafisk platta.** Plattan får beskäras för att passa enheten eller formatet men måste förstoras eller förminskas proportionellt. Dekorelementet finns i blå, gul och grön färg.



**Avdelaren** används för att särskilja bild och text i annonser, eller som dekorkant i botten eller på långsidan av en trycksak. Avdelaren får beskäras i sidorna, ej uppåt eller neråt, för att passa formatet. Den läggs alltid med 3 mm utfall på de sidor som inte är vänd inåt och ska därför endast användas vid professionella trycksaksproduktioner eller helt digitala produktioner, inte i kontorsproduktioner där vanlig färgskrivare används.

## Dekorelement puff

**Puffen** ska användas för korta, slagkraftiga budskap. Används framför allt i broschyrer, inbjudningar, på affischer och annat printmaterial. Textrutorna ska vara centrerade i puffen och texten ska vara centrerad. I puffar används Futura Bold, radavståndet är 1 + teckenstorleken till exempel 10/11. Textblocket roteras 11-15 grader. Puffen får storleksändras men inte beskäras. Puffen finns i blå, gul och grön färg.



# Dekorelement djur

**Djuren baseras** på en känd Sorseleillustration och har hög igenkänning. Djuren används inte i annonser eller vardagliga trycksaker utan reserveras för diplom, dekaler, givaways och dylika specialproduktioner. Kommunikatör ska alltid tillfrågas innan dekorelementet används.



## Riktlinjer

- Dekorelementen ska alltid läggas på vit bakgrund. De får inte läggas på bilder eller färgad bakgrund. Observera att det inte är tillåtet att lägga en vit platta bakom för att sedan lägga dekorelementet infällt i bild eller färgad bakgrund.
- Blanda inte färger. Puffen kan användas i en avvikande färg men då max totalt två färger.
- Proportionerna får inte ändras på någon av dekorelementen.
- Text får endast läggas på de dekorelement som är anpassade för detta, det vill säga platta och puff. Texten ska vara svart eller inverterad beroende på vad som ger bäst kontrast.

### TÄNK PÅ ATT:

**Använd inte andra dekorelement.** Dit räknas till exempel avdelare i form av fasta eller prickade streck, geometriska figurer som cirklar eller trianglar, färgade ramar eller infällda rutor med transparens placerade i bilder. Faktarutor lyfts fram med en färgad bakgrund som denna i någon av våra profilmärken.



LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET

## Lorem Ipsum

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc dapibus augue eget augue gravida volutpat. In ligula libero, iaculis nec finibus sit amet, pulvinar ac lorem. Aliquam erat volutpat. Nullam egestas porta ex, eget aliquet justo efficitur quis. Donec lobortis lacus et felis pulvinar elementum. Proin fermentum turpis sit amet nibh rutrum, nec porttitor dui ultricies. Nullam scelerisque mattis dui. Praesent lobortis vel risus ac tincidunt.

In imperdiet sit amet est in lacinia. Integer vitae tempus arcu. Vivamus ut felis ac libero malesuada suscipit accumsan id justo. Duis vel urna eu urna gravida gravida sed eget libero. Aenean ante nunc, pretium vitae libero vel, auctor viverra magna. Ut hendrerit lacus ut lacinia malesuada. Pellentesque sit

amet lectus lacinia elit euismod molestie vitae et orci. Nunc facilisis sollicitudin felis id tempor. Fusce lobortis a felis eget porttitor. Proin nec consequat dui, sit amet ultricies risus. Ut ac justo efficitur, vehicula justo eu, tempus nisi. Donec non ullamcorper ipsum. Nulla pharetra laoreet nisl, vel pretium nunc fringilla quis. Sed rutrum lacus ac imperdiet hendrerit.

Vitae tempus arcu. Vivamus ut felis ac libero malesuada suscipit accumsan id justo. Duis vel urna eu urna gravida gravida sed eget libero. Aenean ante nunc, pretium vitae libero vel, auctor viverra magna. Ut hendrerit lacus ut lacinia malesuada. In imperdiet sit amet est in lacinia. Integer vitae tempus arcu. Vivamus ut felis ac libero malesuada suscipit accumsan id justo.



# Praktisk tillämpning

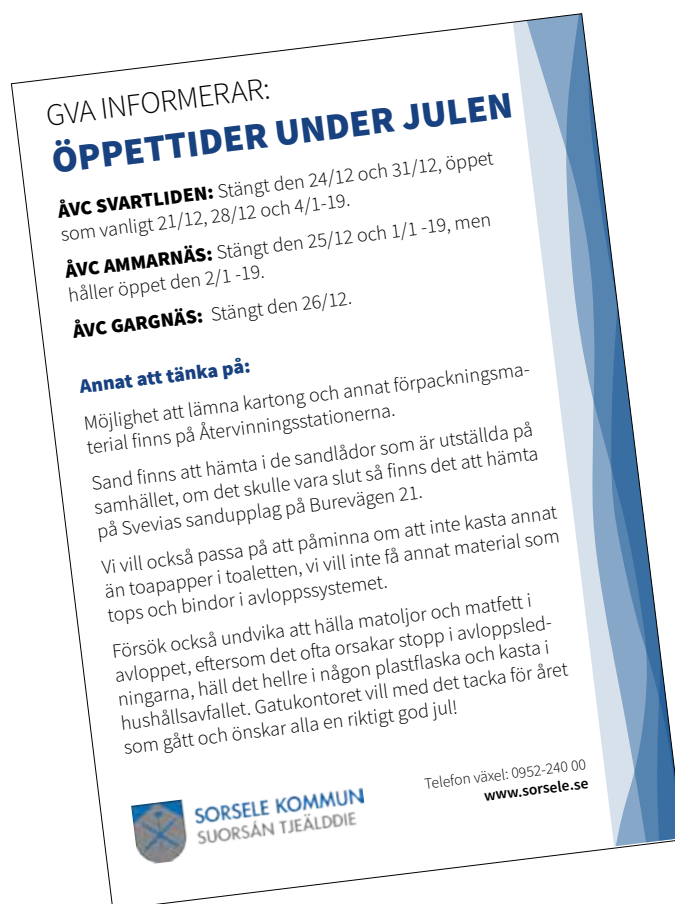
Den grafiska profilen ska fungera som grund i all visuell kommunikation – annonser, presentationer, inbjudningar, kontorsmaterial, visitkort, formella dokument och skyltning. Den grafiska profilen ger utrymme för variation med de olika grafiska dekorelementen, bilder och en lekfull typografi. Samtidigt tillhandahåller den grafiska profilen en röd tråd i formella dokument, rekryteringsannonser och kallelser.

## Använda mallar

**Grundpremisen** är den att färdiga mallar används för kontorsproduktioner så långt som det är möjligt. Om det finns behov av att layouta i högre grad än vad en mall ger utrymme för ska kommunikatören kontaktas för stöd. Mallarna hittas på kommunens server i mappen Mallar och finns i olika filformat, för Office och Indesign. Saknas en mall, kontakta kommunikatören.

## Nya profiler och logotyper?

**Får man skapa nya** logotyper och profilmanualer, till exempel för ett projekt? Tumregeln är att vi inte etablerar nya varumärken eller skapar nya logotyper, utan jobbar med det vi har. Det finns undantag, till exempel för kommunalägda bolag. Ett annat undantag är stora, kommunövergripande samarbetsprojekt där Sorsele kommun står som projektägare. Nya logotyper och profiler skapas i så fall professionellt. Grundregeln är också att vi inte skapar lokala varieteter av logotyper som finns i kommunövergripande samarbeten. Användandet av andra logotyper än Sorsele kommunorganisations föregångs av varumärkesstrategiska analyser, och beslut tas av kommunstyrelsen.





# Profilanpassning

Den grafiska profilen ska fungera som grund i all visuell kommunikation. Den tillhandahåller en röd tråd i formella dokument, rekryteringsannonser och kallelser. Vårt varumärke är dock någonting som vi bygger inifrån – tillsammans. Den grafiska profilen ger utrymme för variation med de olika dekorelementen, bilder och lekfull typografi, men får inte vara ett hinder för lärare, lokalvårdare, vårdare och fritidspersonal att kommunicera med sina kunder. Nedanstående skiss kan vara ett stöd i hur vi förhåller oss till profilmaterialen.

**HÖG**



**LÅG**

**Stor**

**Generell**

**Formell**

**Internt**

Kontorsmallar  
Interna användare av InDesign.

**Professionellt**

Grafiska designers  
Externa byråer etc.

Räckvidd

Tilltal

Status

Produktion

**Liten**

**Partikulär**

**Informell**

**Internt**

Ej kontorspersonal.



# Skyltning

Skyltar kommunicerar dels att det bedrivs kommunal verksamhet på platsen dels hjälper de till med hänvisningar och förmedlar viktig information. Sorsele kommun bedriver verksamheter på många olika platser och i olika byggnader. Därför ska våra skyltar utformas på ett konsekvent sätt.

## Fasadskyltning

Används som märkning av platser där kommunal verksamhet bedrivs, exempelvis kontor, anläggningar och skolor. En princip för fasadskyltar ska vara att dessa är verksamhetsskyltar. Texten talar alltså om verksamhetens namn ("Vindelälvsskolan", "Lärcentrum") eller verksamheten ("simhall", "bibliotek") och inte husets namn ("F-huset", "Läkarbostaden").

- För ljus fasad används blå bakgrund och vitt dekorelement. För mörk fasad används vit bakgrund och blått dekorelement. Annan färg på dekorelement eller bakgrundsfärg kan användas om det är påkallat.
- Dekorelementet läggs i sidan, inte i neder- eller överkant.
- Svensk text sätts i Source sans pro black, samisk översättning i Source sans pro regular.
- Texten ska alltid, på grund av sin storlek, kernas manuellt.
- En fasadskylt bör innehålla max två verksamhetsnamn med den underordnade verksamheten satt i en mindre storlek. Om skylten är tänkt att innehålla fler verksamhetsnamn bör en annan typ av skyltning än en fasadskylt övervägas.
- Det bör övervägas om efterledet "-verksamheten" är nödvändig.



**Utveckling**  
Uvddániebmie

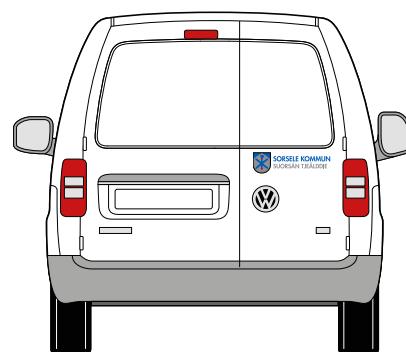
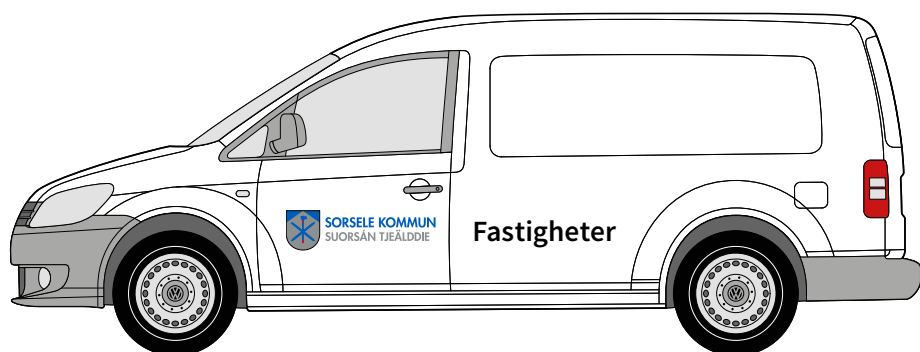
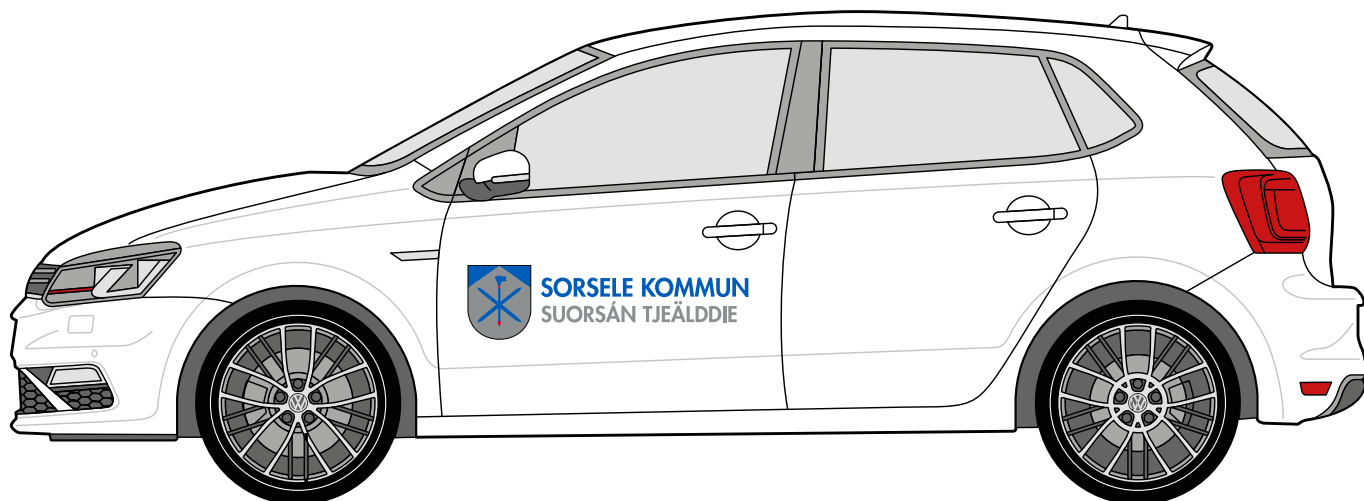
# Utveckling

## Uvddániebmie



# Fordonsgrafik

På fordon används som huvudregel den färgade logotypen. Logotypen placeras centrerat på fordons framdörr samt, om fordonet ger utrymme för det, bak på bilen. Om det finns behov av att komplettera med verksamhet- eller enhetsnamn placeras detta på lämplig yta bredvid logotypen. Denna text får inte överskrida logotypens storlek på höjden.



# E-postsignatur

Ett av de vanligaste sätten vi kommunicerar på är via e-post. Varje dag skickas en stor mängd meddelanden ut till olika mottagare. Inom Sorsele kommun ska vi använda samma enhetliga e-postsignatur där namnet, personliga uppgifter och adressuppgifter finns. Bilder, symboler eller logotyper ska inte läggas in i e-postsignaturen. Vi ska som samisk förvaltningskommun i största utsträckning använda en till umesamiska översatt yrkestitel. Om översättning saknas kan samisk samordnare vara behjälplig med översättning.

Arkiv Meddelande Infoga Alternativ Formatera text Granska Hjälp Acrobat

Calibri (Brödde: 11 F K U A

Skicka Till Kopia

Ämne

Hälsningar / Várradahkh  
**Förnamn Efternamn**

Kommunikatör / Dieditiejjie  
**Sorsele kommun / Suorssán Tjeälddie**

Enhet alt. verksamhet alt. arbetsställe alt. projekt  
Telefon: 0952-140 XX  
fornamn.efternamn@sorsele.se

Besöksadress: Adressrad 1  
Postadress: Sorsele kommun, 924 81 SORSELE  
[www.sorsele.se/kommun](http://www.sorsele.se/kommun)

Source sans pro 10 pt  
**Suorce sans pro semibold**


**Suorce sans pro black**

Webbadress kan ändras till den adress som används för verksamheten.

# Visitkort

Visitkorterna ska ha dimensionerna 53 x 90 mm och minst 250 grams papper. Visitkorterna går att få med dekorelementens olika färger på ovansidan och baksidan.




 **SORSELE KOMMUN**  
SUORSÁN TJEÁLDDIE

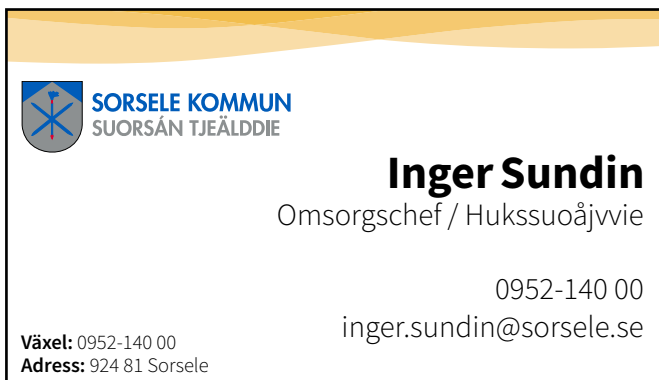
**Maria Broberg**  
Kommunikatör / Diediteijjie


0952-140 38  
maria.broberg@sorsele.se

Växel: 0952-140 00  
Adress: 924 81 Sorsele



**WWW.SORSELE.SE**



 **SORSELE KOMMUN**  
SUORSÁN TJEÁLDDIE

**Inger Sundin**  
Omsorgschef / Hukssuoájjvie

0952-140 00  
inger.sundin@sorsele.se

Växel: 0952-140 00  
Adress: 924 81 Sorsele



**WWW.SORSELE.SE**



 **SORSELE KOMMUN**  
SUORSÁN TJEÁLDDIE

**Simon Sundström**  
Teknisk chef / Teknijkkaájjvie

0952-140 38  
simon.sundstrom@sorsele.se

Växel: 0952-140 00  
Adress: 924 81 Sorsele



**WWW.SORSELE.SE**

