



NASTA[®]
PROFILMANUAL



INNHOLDSFORTEGNELSE

GENEREL INFORMASJON

Bruk av profilmanual	04
Samarbeidspartnere	05

MERKEVARESTRUKTUR

Nasta hovedlogo	06
Nasta hovedlogo i kombinasjon med slagord	07
Nasta hovedlogo negativ	08
Logo med slagord - negativ	09

NASTA HOVEDLOGO

Logo for underavdelinger	10
Clear space (luft rundt logo)	11
Logoens minimumstørrelse	11
Logo i samspill med leverandørlogo Hitachi	12
Logo i samspill med leverandørlogo Bell	13

IDENTITETSFARGER

Nasta sin fargepalett, bakgrunner og kontrastfarger	14-15
---	-------

GRAFISKE ELEMENTER

Primærelement og sekundærelement	16-17
----------------------------------	-------

TYPOGRAFI

Fontvalg trykk	18
Fontvalg digitalt	19
Typografisk eksempel	20

MERKANTILT OG PRESENTASJONER

Konvolutter	21
Visittkort og Power Point presentasjon	22

DIGITAL ANNONSERING

Bruk av profil til webbbannere i digitale flater	23
--	----

ANNONSERING OG MAGASINLAYOUT

Plassering	24
Elementer	24
Fontbruk	24
Bruk av grafisk element	24
Bildebruk	24
Bruk av leverandørlogo	24
Eksempel på artikkel i Nastanytt	25

BRUK AV PROFILMANUAL

Dette er retningslinjene for hvordan Nasta ønsker å fremstå utad ved bruk av logo og profil. For å forsterke vår profil er det viktig at alle i firmaet er klar over hvordan logoen vår skal brukes og at alle følger like retningslinjer. Skal du lage noe som inkluderer bruk av vår logo - ta kontakt med markedsansvarlig Jannike Vestrum Hansen (jannike.hansen@nasta.no) eller markedskoordinator Christina Skårhaug Andersen (christina.andersen@nasta.no).

Er det ting du mangler eller er uenig i - ta kontakt med undertegnede. Profilmanualen vil hjelpe Nasta å fremstå mest mulig profesjonelt utad i bransjen!

Det er alltid siste versjon av profilhåndboken som er gjeldende. Siste versjon vil alltid ligge tilgjengelig for nedlasting på intranett (intranett/dokumenter/grafisk profil).

Med vennlig hilsen
Jannike V. Hansen
Markedsansvarlig
Nasta AS
95943934
jvh@nasta.no

SAMARBEIDSPARTNERE

Samarbeidspartnere som jobber for eller representerer Nasta AS skal følge samme regler for profilering beskrevet i denne håndboken. Skal logoen til Nasta eller våre leverandører brukes sammen med egen logo skal dette alltid godkjennes av markedsavdelingen.

Det skal gå tydelig frem at firmaet er en samarbeidspartner. Den enkelte har ikke rett til å bruke eller nyttegjøre seg av logoen til Nasta eller våre leverandører etter at samarbeidet har opphørt.

Spørsmål?

Send e-post til: jvh@nasta.no



NASTA[®]



NASTA[®]

HOVEDLOGO

NASTA sin merkevarestruktur er utviklet med utgangspunkt i Nasta sin misjon og forretningsidé – fornøye kunder vender tilbake.

Regelen er å alltid bruke Nasta sin hovedlogo til alt av markedsmateriell, hvilken logoversjon som skal benyttes avgjør markedsavdelingen ut i fra hvilket formål som er gjeldene.

Originallogo i Nastarød skal kun brukes mot hvit eller lys grå bakgrunn. Ved bruk av bilder eller annen farget bakgrunn skal negativ logo benyttes (sort eller hvit).

NASTA[®]

FORNØYDE KUNDER VENDER TILBAKE

NASTA[®]

FORNØYDE KUNDER VENDER TILBAKE

LOGO MED SLAGORD

Slagord skal kun brukes i markedsmateriell hvor fokuset på bedriftens slagord og kundeløfte skal tydeliggjøres, eller sammen med andre leverandørlogoer.



NASTA[®]



NASTA[®]

HOVEDLOGO NEGATIV

Originallogo i Nastarød skal kun brukes mot hvit eller lys grå bakgrunn. Ved bruk av bilder eller annen farget bakgrunn skal negativ logo benyttes (sort eller hvit).

NASTA[®]

FORNØYDE KUNDER VENDER TILBAKE

NASTA[®]

FORNØYDE KUNDER VENDER TILBAKE

LOGO MED SLAGORD / NEGATIV

Slagord skal kun brukes i markedsmateriell hvor fokuset på bedriftens slagord og kundeløfte skal tydeliggjøres, eller sammen med andre leverandørlogoer.

NASTA[®] FINANS

NASTA[®] HMS

NASTA[®] SKOLEN

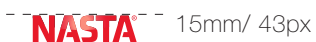
NASTA[®] UTLEIE

LOGO FOR UNDER- AVDELINGER.

Nastalogoen kombineres i noen tilfeller med sidetekst, dette er når hovedlogo er tilknyttet en underavdeling. Regler for Clear Space og fargebruk er de samme ved bruk av disse logoene som for Nasta hovedlogo.

All bruk skal utarbeides og godkjennes av markedsavdelingen.

Minimum clear space



Clear space ved unntak



Logoens minimumstørrelse

For at logoen skal gjengis så tydelig som mulig er det satt en minimumstørrelse. Denne minimumstørrelsen gjelder også for logo i kombinasjon med underavdeling.

For trykte media gjelder 35 mm som minimum for logo med payoff. For primærlogo uten payoff er det 15mm som gjelder. Digitale flater: gjelder målene som nevnt i pixler.

CLEAR SPACE

Nasta sin hovedlogo skal plasseres i en fremtredende posisjon slik at den vises tydelig. Rundt logoen skal det alltid være nok plass til å sikre et ryddig og oversiktlig uttrykk.

Mengden clear space vil variere proporsjonalt ut i fra logoens størrelse. Logoen bør aldri bli forstyrret av eller koblet sammen med andre elementer som reduserer dens tydelighet og lesbarhet. Dette med unntak av bruksområder der hovedlogo med underavdeling benyttes.

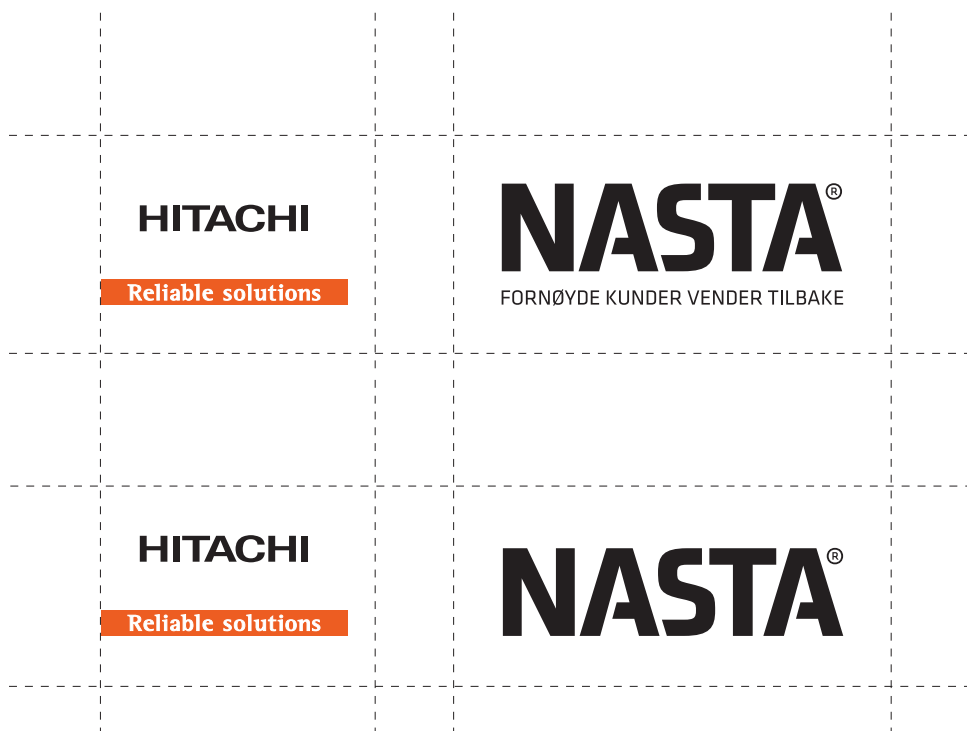
Clear Space er bereget ut i fra høyden på bokstavtykkelsen fra logo til omliggende elementer. 1,5 x tykkelse.

Minimum clear space

Denne er å foretrekke i all produksjon.

Clear space ved unntak

Der det ikke er mulig å benytte minimum clear space, skal en clear space ved unntak benyttes. Dette gjelder kun flater som har spesielle begrensninger.



LOGO I SAMSPILL MED LEVERANDØR LOGO.

I de tilfeller hvor Nasta as sin logo opptrer i samspill med leverandør logo eller andre logoer tilknyttet vår bedrift, vil clear space være svært viktig. Andre logoer og elementer skal da ikke plasseres innenfor logoens clear spaceramme. Målet skal alltid være å gi logoen så mye rom som mulig.

Her må det da også ta hensyn til Hitachi sine retningslinjer rundt clear space og plasseringer av diverse elementer.

Se separat manual for Hitachi sine retningslinjer.

The Bell logo is displayed in a bold, italicized, sans-serif font with a double outline effect.The Nasta logo consists of the word "NASTA" in a bold, sans-serif font with a registered trademark symbol (®) to its upper right. Below it, the tagline "FORNØYDE KUNDER VENDER TILBAKE" is written in a smaller, all-caps, sans-serif font.

NASTA[®]
FORNØYDE KUNDER VENDER TILBAKE

The Bell logo is displayed in a bold, italicized, sans-serif font with a double outline effect.The Nasta logo consists of the word "NASTA" in a bold, sans-serif font with a registered trademark symbol (®) to its upper right.

NASTA[®]

LOGO I SAMSPILL MED LEVERANDØR LOGO.

Når man skal bruke logo fra leverandørene Hitachi, Bell, MSB etc er det leverandørenes egne profilmanualer som gjelder.

Vær nøye når man bruker disse logoene. Som forhandler er det avtalefestet at Nasta skal følge deres regler og retningslinjer.

Som eksempel kan ikke Hitachi og Nasta logoen stå sammen uten at det følger med en fotnote (gitt og bestemt av Hitachi).

Som generell regel SKAL ALLTID markedsavdelingen kontaktes dersom noe skal produseres med leverandørlogo på.







FARGEBRUK

Farger er en viktig del av varemerkets identitet. Kun følgende farger er tillatt for reproduksjon sammen med varemerket.

Varemerkets farger

Nasta sine farger består i hovedsak av kun primærfargen Nastarød, fargenyansene knyttet til denne brukes som hovedfarger til designelementets gradering. Sekundærfargene aubergin og oransj benyttes kun ved spesielle behov i trykksaker eller annet markedsmateriell. Dette MÅ avklares med markedsavdelingen.

Nasta sine kontrast farger strekker seg fra 100% sort ned til 20% avhengig av markedsplattform og utrykk.

<p>pantone: 1787 cmyk: 0/88/60/0 rgb: E8/3A/4E hex: #E83A4E</p>	<p>pantone: 1795 cmyk: 0/100/93/3 rgb: DE/06/1D hex: #DE061D NCS: S1080-Y90R RAL: 3020</p>	<p>pantone: 7621 cmyk: 20/100/97/13 rgb: B2/19/1B hex: #B2191B</p>	<p>pantone: 1815 cmyk: 30/100/95/34 rgb: 87/19/17 hex: #871917</p>	<p>pantone: 4975 cmyk: 40/91/76/67 rgb: 4F/19/16 hex: #4F1916</p>
				
<p>pantone: 1495 cmyk: 0/54/80/0 rgb: F2/8C/3E hex: #F28C3E</p>				
				
<p>pantone: 7652 cmyk: 60/100/30/30 rgb: 67/1B/52 hex: #671B52</p>				
				
				
<p>pant.: Black6 cmyk: 60/40/40/100 rgb: 1D/1D/1B hex: #1D1D1B</p>	<p>pant.: cool grey 11 cmyk: 0/0/0/80 rgb: 57/57/56 hex: #575756</p>	<p>pant.: cool grey 8 cmyk: 0/0/0/60 rgb: 87/87/87 hex: #878787</p>	<p>pant.: cool grey 1 cmyk: 0/0/0/20 rgb: DA/DA/DA hex: #DADADA</p>	

FARGEBRUK

Pantone farger

Pantone farger brukes i offsettrykk, først og fremst for eksklusive formål som brevpapir og visittkort.

CMYK-farger (firefarger trykk)

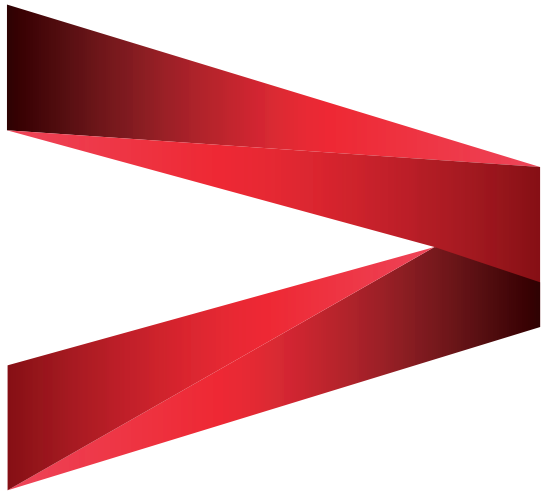
CMYK-farger brukes ved offsett- og digitalrykk, hovedsakelig i annonser og trykksaker som brosjyrer, hefter og plakater.

RGB/HEX-farger

Disse fargene brukes for digitale flater.

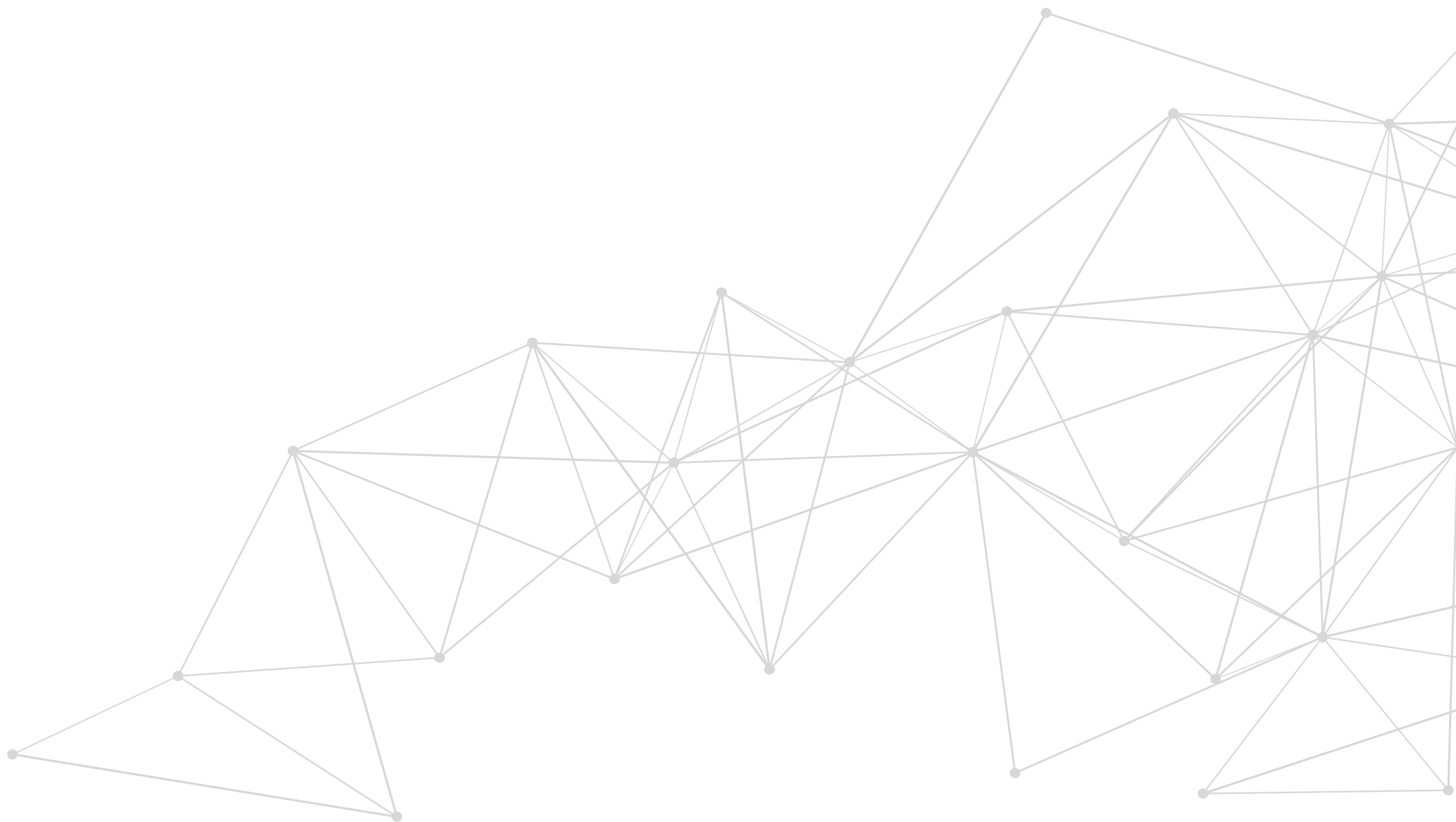
NCS/RAL-farger

Disse fargene brukes på malte eller lakkerte flater og er tilgjengelige i alle malebutikker.



GRAFISKE ELEMENTER

De grafiske elementene brukes der det er hensiktsmessig og hvor elementene er med på å bygge oppunder det grafiske uttrykket. Pileelementet skal alltid peke mot logo eller budskapet i teksten. Det grafiske linjeelementet, skal kun brukes i markedsmateriell til messe, magasiner og brosjyrer. Dette elementet skal illustrere gravmaskinens førerhus, bom, stikke og skuffe, samt gi et uttrykk av maskinens oppbygging og tilføre det grafiske uttrykket et innovativt uttrykk.



Klavika - Light & Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

Merriweather - Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

Helvetica - Regular / Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

FONTVALG TRYKK

Klavika er det primære typesnittet for overskrifter i alt av printet markedsmateriell eller eksporterte pdf filer. Dette med unntak av elektroniske medier som f.eks. e-post signaturer og annet digitalt materiell.

Merriweather er sekundærtypesnitt sammen med Helvetica til trykte medier. Denne fonten brukes hovedsakelig som ingress i annonser og trykksaker som brosjyrer, hefter og plakater.

Helvetica brukes som en standard brødtekst font til all mengdetekst i samspill med Merriweather som ingressfont.

Det følger med en zip. fil med fonter slik at disse kan installeres på hver enkelt maskin for bruk til eks. powepoint presentasjoner osv.

Tekstfarge på trykksaker - der hvor det lar seg gjøre brukes i 100% sort (CMYK 0 0 0 100).

Klavika - Light & Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

Helvetica - Regular / Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

FONTVALG DIGITALT

Primærtypesnitt digitale flater – Helvetica Neue
Nettsidens typografi følger merkets identitet, og består av to forskjellige skrifter. Den primær skrift som gjengis digitalt ved en såkalt web-font er Helvetica. Helvetica brukes på de fleste flater – hovedsakelig i løpende tekst. Ved layout til banner annonser ol. vil primærtypesnittet benyttes så langt det er mulig.

NASTA SATSER ELEKTRISK!

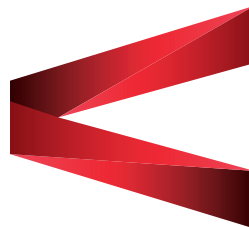
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam

NASTA®



TYPOGRAFISK EKSEMPEL

Denne siden illustrerer hvordan ulike vektter av primærtypernittet Klavika kan kombineres med sekundærtypernittet Merriweather og Helvetica.

C4 m/ venstrevindu



E65 m/ venstrevindu



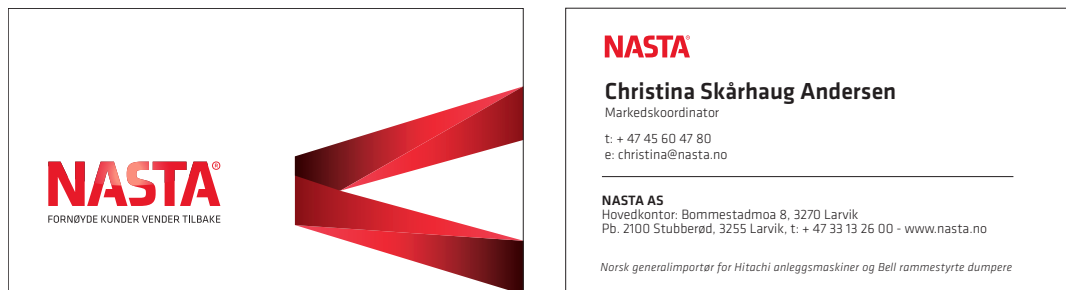
MERKANTILT & PRESENTASJONER

Merkantilt materiell som maler for brevark, konvolutter, fakturaoppsett etc. vil utarbeides av markedsavdelingen og fås via IT-avdelingen.

Oppsett av visittkort bestilles via Simen Berg Sørensen og skal settes opp iht avtalt maloppsett.

Powerpoint og Wordmal maler legges på intranettet, og kan lastes ned der.

Visittkort m/ front og bakside



Power Point presentasjon



PARTIVARE SALG!



DENNE PRISEN SER DU ALDRI IGJEN!
 Hitachi ZV75R vibrostamper m/ Honda GX100 motor.
 Vekt 76 kg. Veil. 22.000,-

NÅ 13 499,-
Alle priser er eks.mva

NASTA® **KJØP HER!**

PARTIVARE SALG!



DENNE PRISEN SER DU ALDRI IGJEN!
 Hitachi ZV75R vibrostamper m/ Honda GX100 motor.
 Vekt 76 kg. Veil. 22.000,-

NÅ 13 499,-
KJØP HER!

NASTA®

DIGITAL ANNONSERING

Primærtypesnitt digitale flater - Klavika

Nasta sitt typesnitt, farger og brand image er brukt i designet.

I tillegg er primærtypesnitt for web, Klavika brukt på all tekst.

På digitale kommunikasjonsflater er det utviklet i dette tilfelle banner annonser i HTML5 som skal ha overskrift og pris med bevegelig effekt.



ZERO EMISSION CONSTRUCTION

ER DU PÅ UTKIKK ETTER ENERGI-EFFEKTIV GRAVMASKIN?

Nasta er nå en del av Pilot-E prosjektet ledet av næringslivet for å utvikle løsninger for utsatt og fri transport på land. På denne måten kan fremtidens digitaliserte energisystemer.

Ønker du mer informasjon? Ta kontakt og vi skreddersyr din maskin etter dine ønsker!

NASTA
FORNYDE KUNDER VENDER TILBAKE

ZERON
MACK

EFFEKTIVITET - ALLSIDIGHET - KOMFORT

PERFEKTE SMÅ PARTNERE, SOM FÅR JOBBEN GJORT!

Hitachi kompaktmaskiner gir deg en driftssikker og kostnadseffektiv arbeidshverdag.

Ved å velge kompaktmaskiner som ZW75-6 og ZX65USB-5 kommer du lett til der det trengs. Maskinene er enkle å manøvrere, vedlikeholde og transportere.

LYST TIL Å VITE MER?
t: 33 13 26 00 - www.nasta.no

NASTA
FORNYDE KUNDER VENDER TILBAKE

ANNONSERING & MAGASIN LAYOUT

Plassering: Layout foretrekkes på høykant, annonsene ønskes alltid utfallende hvis mulig.

Elementer: Logo, samt kontaktinformasjon skal alltid være med.

Fontbruk: Her gjelder retningslinjer beskrevet på side...

Grafisk element: Disse brukes der det er hensiktsmessig og hvor elementene er med på å bygge oppunder det grafiske uttrykket. Pilelementet skal alltid peke mot logo eller budskapet i teksten.

Bilde: Bilde bør være av høy kvalitet, høy oppløsning (min 2 mb), samt godkjent for annonse - dvs. tilpasset profilen. Bildet skal alltid også samsvare med leverandørens, f.eks. Hitachi sine regler for bildebruk.

Leverandørlogo: Nederst til venstre - sammen med Nasta hovedlogo. Dette gjelder kun på annonser.



NASTA[®] NYTT

KUNDEMAGASIN FRA NASTA MAI 2018

**NASTA UTVIKLER
FREMTIDENS ENERGISYSTEMER!**

Les mer på side 6 og 7

LA OSS GI DEG OPTIMAL YTELSE OG DRIFTSTID

06

EL-MASKINER FRA NASTA SPESIALPRODUKSJON

NASTA NYTT

ZERO ER FØDT - ET ELEKTRISK EVENTYR ER I STARTGROPA!

Helt på tampen av 2017 ble det offentliggjort at ni prosjekter ledet av næringslivet vil bli støttet med totalt 117 millioner kroner til å utvikle løsninger for utslippsfri transport på land.

Støtten gis gjennom PILOT-E, den felles finansieringsordningen til Forskningsrådet, Innovasjon Norge og Enova. Ett av prosjektene er et samarbeidsprosjekt ledet av Nasta AS ved avdelingen Nasta Spesialproduksjon (NSP). Sammen med utvalgte partnere skal Nasta AS utvikle utslippsfrie løsninger for gravemaskiner. Målet er å lage en stor anleggsmaskin – en gravemaskin på 30 tonn – som ikke slipper ut noe luftforurensing. Det betyr at den må være elektrisk.

Leder for avdelingen spesialkonstruksjon Jan Ivar Ibsen, har sammen med HMS-ansvarlig Nils Olav Haukaas stått i spissen for prosjektet. Bakgrunnen er et sterkt ønske om å utvikle miljøvennlige maskiner, samt krav og fokus fra myndigheter og kunder. Prosessen PILOT-E prosjektet har vært spennende, og det var en lett gjeng hos Nasta som mottok nyheten: «Ja, dette var veldig moro! Utslippsfrie anleggsmaskiner er ikke akkurat hyllevare - de må lages, og til dels finnes opp. Nasta Spesialproduksjon har fått mange forespørsler på utslippsfrie anleggsmaskiner, og vi har derfor valgt å hive oss rundt for og utvikle dette!», sier Haukaas.

Prosjektet er et samarbeidsprosjekt mellom Oslo Om-sorgsbygg, Bellona, Sintef Byggeforsk, Difi, Skanska, Siemens og Nasta. Prosjektet er å lage en utslippsfri gravemaskin på 30 tonn. Maskinen skal blant annet kunne fungere på byggeplasser i Oslo. Dette er utfordrende i seg selv, da det ikke er mange mega-watt med ledig strømkapasitet på byggeplasser i etablerte og tettbygde strøk. Derfor må gruppen tenke utradisjonelt og kreativt om målet om å ha en prototype klar i første halvår 2019 skal nåes.

For Pilot-E prosjektet så dagens lys var Nasta allerede i gang med en annen type elektrisk graver. I skrivende stund er det like før RagnSells får den første av fem Hitachi ZX160LC-6 som Nasta SpesialProduksjon konverterer til elektrisk drift. Dieselmotor og dieseltank er fjernet, mens elektrisk motor og batteripakke er satt inn. Maskinen er beregnet for hoveddrift med strøm fra nettet med tilkoblet kabel + et batteri som gjør at den også kan kjøre en kort periode uten nettsstrøm. El-motor, omformere og batteri er vannkølte. Alle andre funksjoner på maskinen fungerer som originalt.



F.v. Leder for Spesialproduksjon Jan Ivar Ibsen sammen med HMS-ansvarlig Nils Olav Haukaas

Maskinen har kabellkobling på overvogn (etter kundens ønske), men kan også leveres med kabellkobling på undervogn.

«Vi vil også kunne gjøre tilsvarende el-konverteringer på andre Hitachimodeller, nye og brukte i fremtiden»
– understreker Jan Ivar Ibsen.

Denne maskinen er den første av en pakke på fem like maskiner som skal gå på RagnSells avdelinger rundt om i landet. Dette er maskiner som er 100 % Nasta-ombygget og vi ønsker derfor å gi de utslippsfrie maskinene vårt eget merkenavn. Den første maskinen fra Nasta til RagnSells ble da også den første som tok navnet ZERON - kort oppsummert: ZERO by Nasta.

En kan i dag tenke seg flere løsninger av utslippsfrie anleggsmaskiner. Energikilder kan være strøm, batteri eller brenselcelle, eller en kombinasjon av disse. Hva som vil lønne seg er avhengig av bruksområde, maskinstørrelse, type arbeid og så videre.

Vi i Nasta er stolte av å lede utviklingen av utslippsfrie maskiner i Norge. Når Hitachi og Nasta SpesialProduksjon samler kunnskapen så ser vi at løsningene blir veldig gode. Vårt felles mål er at kunder som kjøper Hitachi (og nå ZERON) skal forbli hestehodet foran sine konkurrenter.



NASTA[®]

FORNØYDE KUNDER VENDER TILBAKE