



**NASTA<sup>®</sup>**

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 webbanenere i digitale flater	23
--	----

**ANNONSERING TRYKK**

Plassering, elementer, fontbruk, bildebruk samt eksempel	24
--	----

**DM 6 EPOSTMARKEDSFØRING**

Plassering, elementer, fontbruk, bildebruk samt eksempel	25
--	----

**BROSJYRE & MAGASINLAYOUT**

Brosjyre	26
Magasin	27

**PLAKATER, DEKOR & SKILT**

Skilt, plakater og dekor	28
Dekorfolie	29

**INNVENDIGE SKILT**

Aluminium skilt	30
Akryl skilt	30

**UTVENDIGE SKILT**

Aluminium skilt	31
-----------------	----

## 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 Magnussen (christina.magnussen@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](mailto:jvh@nasta.no)***



**NASTA<sup>®</sup>**



**NASTA<sup>®</sup>**

## 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 gjeldende.

Originallogo i Nasta rød 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**<sup>®</sup>

FORNØYDE KUNDER VENDER TILBAKE



**NASTA**<sup>®</sup>

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<sup>®</sup>**

**FORNØYDE KUNDER VENDER TILBAKE**

**NASTA<sup>®</sup>**

**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<sup>®</sup>** FINANS

**NASTA<sup>®</sup>** HMS

**NASTA<sup>®</sup>** SKOLEN

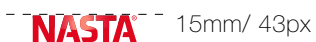
**NASTA<sup>®</sup>** UTLEIE

## 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 minimumstørrelse for logo med payoff. For primærlogo uten payoff er det 15mm som gjelder. Digitale flater: gjelder målene som nevnt i pilene.

## 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. Logoet 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.

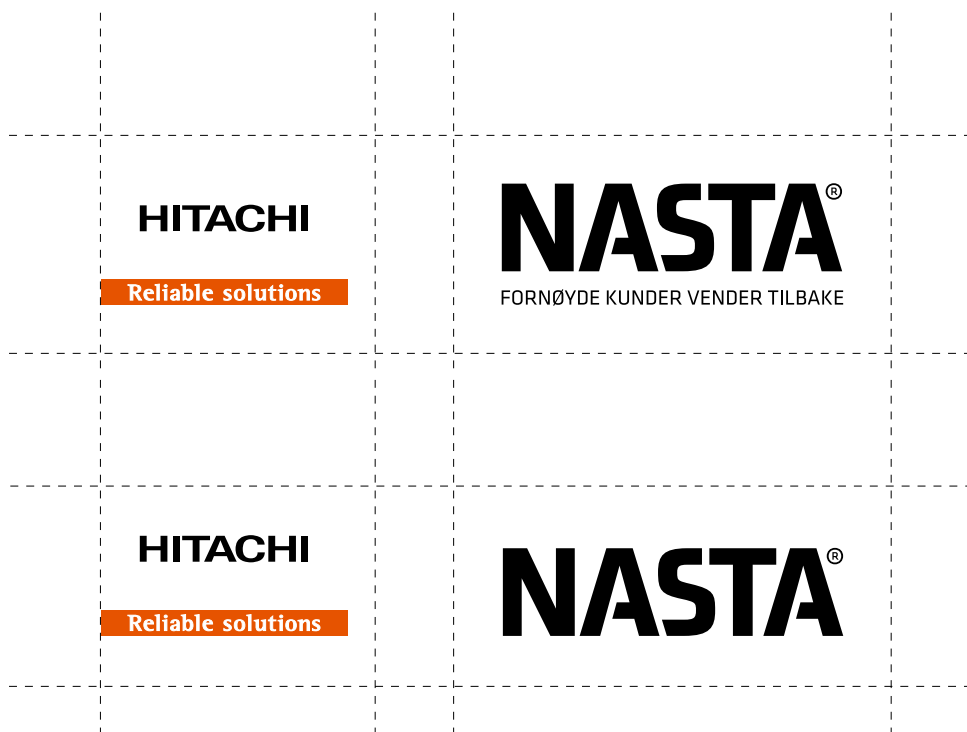
Clear Space er beregnet ut i fra høyden på bokstavtykkelsen fra logo til omliggende elementer. 1,5 x tykkelse.

## 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.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.

## 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.







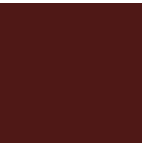

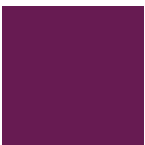
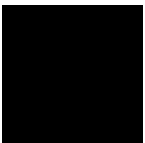


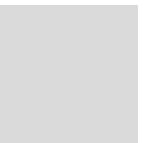
## FARGEBRUK

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: 1795                  cmyk: 0/100/93/3                  rgb: DE/06/1D                  hex: #DE061D                  NCS: S1080-Y90R                  RAL: 3020</p>			
<p>pantone: 1787                  cmyk: 0/88/60/0                  rgb: E8/3A/4E                  hex: #E83A4E</p>	<p>ORACAL: 028/                  cardinal red                  AVERY: 749-01                  crimson red.</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 digitaltrykk, hovedsakelig i annonser og trykksaker som brosjyrer, hefter og plakater.

### RBG/HEX-farger

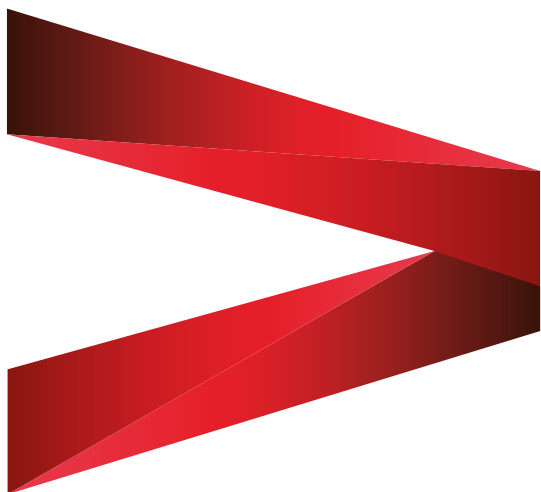
Disse fargene brukes for digitale flater.

### NCS/RAL-farger

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

### FOLIE

Ved montering av dekor til skilt, bildekor eller annet ser vi helst at folie fra Oracal eller Avery benyttes. Fargekode er oppgitt i oversikten til venstre. Skal det mot formodning brukes annen folie **må** markedsavdelingen kontaktes.



## GRAFISKE ELEMENTER

De grafiske elementene 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. Det grafiske linjeelementet, skal kun brukes i markedsmateriell som blant annet magasiner, brosjyrer og messemateriell. Dette elementet skal illustrere gravmaskinens førerhus, bom, stikke og skuffe, samt gi et uttrykk av maskinens oppbygging, og tilføre det grafiske uttrykket et innovativt preg.





Klavika - Light & Bold

---

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

Merriweather - Light

---

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

Helvetica - Regular / Light

---

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

*Always in my hart - Regular*

---

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

## FONTVALG TRYKK/ DIGITALT

**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.

**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.

**Always in my hart** brukes kun som dekorativ støttefont hvor en ønsker at budskapet skal personaliseres.

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).

---

**OSWALD - Regular / Bold**

---

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå**

---

**Roboto - Regular / Light**

---

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

## FONTVALG WEB

Primærtypesnitt digitale flater – Roboto

Nettsidens typografi består av to forskjellige fonter. Typesnittet gjengis digitalt ved en såkalt web-font og er Roboto samt Oswald. Roboto brukes på de fleste flater – hovedsakelig i løpende tekst. Oswald benyttes til meny punkter og overskrifter. Ved layout til banner annonser ol. vil primærtypesnittet oppgitt på forrige side 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 duiis 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 vekter av primærtipesnittet Klavika kan kombineres med sekundærtipesnittet 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 bestilles via sentralbordet.

Oppsett av visittkort bestilles av den enkelte via intranettet og skal settes opp i henhold til avtalt mal-oppsett.

Powerpoint- og Wordmaler legges på intranettet, og kan lastes ned der og tilpasses ved behov.

Visittkort m/ front og bakside



Power Point presentasjon



**NASTA**

**HVORFOR VELGE HITACHI HJULLASTER?**

Les hva våre kunder sier om oss!



**NASTA**  
Hitachi ZX250-7

«Støynivået i hytta er betydelig redusert – det merkes! Veldig fornøyd!»

Jan Erik Vasbotten, maskinfører  
Bjørn & Øyvind Tveter AS



**NASTA**

**HVORFOR VELGE NASTA?**

Les hva våre kunder sier om oss!



**NASTA**

«Vi har kjørt Hitachi siden 1986!»

Rune Sandnes  
daglig leder, HK Sandnes



## DIGITAL ANNONSERING

Primærtypesnitt digitale annonser – Klavika

Nasta sitt typesnitt, farger og brand image skal brukes i designet.

I tillegg skal primærtypesnittet, Klavika brukes på all tekst.

Annonser på digitale kommunikasjonsflater kan hvis hensiktsmessig settes opp som HTML5. Dette skal da kun brukes dersom bevegelsen oppfattes som et forsterkende virkemiddel i kampanjen.

**NASTA**  
FORNYDE KUNDER VENDER TILBAKE

**Hitachi ZW75-6**

«Den er veldig allsidig i bruk!  
Det er aldri noe fjas og tull!»

Dystein Lillerovde, daglig leder og maskinfører  
Lillerovde Maskin AS

**LILLEROVDE**  
KLANGJØRING - ASPALTERING

t: 33 13 26

**NASTA**  
FORNYDE KUNDER VENDER TILBAKE

**Hitachi ZX890LCH-6**

«Det beste jeg har prøvd!»

Johnny Hella, maskinfører  
John Myrvang AS

t: 33 13 26 00 - www.nasta.no

## ANNONSERING TRYKK

**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 18.

**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 leverandørenes, f.eks. Hitachi sine regler for bildebruk.

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





## DM & EPOST-MARKEDSFØRING

**Plassering:** Layout foretrekkes på høykant, bilde skal alltid være utfallende.

**Elementer:** Logo samt forhandlerlogo hvis det gjelder utstyr.

**Fontbruk:** Her gjelder retningslinjer beskrevet på side 18.

**Bilde:** Bilde bør være av høy kvalitet, samt godkjent for annonse vvvv- dvs. tilpasset profilen. Bildet skal alltid også samsvare med leverandørenes, f.eks. Hitachi sine regler for bildebruk.

**Leverandørlogo:** Øverst til venstre - sammen med Nasta hovedlogo.



## BROSJYRER & MAGASIN LAYOUT

**Layout:** Foretrekkes på høykant.

**Elementer:** Logo, samt kontaktinformasjon.

**Fontbruk:** Her gjelder retningslinjer beskrevet på side 18.

**Grafisk element:** Disse 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.

**Bilde:** Bilde skal være av høy kvalitet, høy oppløsning (min 2 mb), samt godkjent av markedsavdelingen. Bildet skal alltid samsvare med leverandørens, f.eks. Hitachi sine regler for bildebruk.

**NASTA<sup>®</sup> NYTT**  
KUNDEMAGASIN FRA NASTA MAI 2019

Connect with Hitachi

BAUMA 2019

**SE VÅRENS MANGE NYHETER**

Les mer fra side 6 til 12

90 ÅRS HISTORIE

**VÅR SPENNENDE HISTORIE!**

Les mer på side 4 og 5

## VEIEN INN I ARBEIDSLIVET

Skoleprosjektet – et unikt prosjekt for ungdom i Norge.

Hosten 2018 igangsatte BetonmastHæhre enda et nytt skoleprosjekt i Vikersund. Og da Nasta AS ble spurt om å bidra med maskiner var det veldig hyggelig å svare ja til å levere både oransje Hitachi og gule Bell.

Hovedoppgaven denne gangen har vært å bygge en 65-meters hoppbakke, samt utføre vedlikeholdsarbeid på Linnarønnen i skiflyvningsbakken. Prosjektet er tverrfaglig, med blant annet oppgaver som stopp av forskalings-elementer, avvis av prefabrikkerte elementer og selvsagt maskinkjøring.

Siden det første kullet startet i 2016 har totalt 31 av 36 elever fullført prosjektet. 22 har fått lærekontrakt, 17 av disse jobber for BetonmastHæhre – så vi kan vel konkludere med at dette er en real solskinnshistorie som Nasta er meget stolt av å få ta del i.

Det hele startet med at Albert Kr. Hæhre og Terje Bråten (tidligere ordfører i Modum Kommune) hadde lyst til å gi skoletrøtte elever en ny sjansen. BetonmastHæhre Anlegg AS, med Albert Kr. Hæhre i spissen, har alltid hatt fokus på de som av forskjellige årsaker faller ut av «systemet».

Dermed ble "Skoleprosjektet" en realitet. Pilotprosjektet ble startet i august 2016, og det året ble hele 18 elever med forskjellig bakgrunn hjulpet inn i arbeidslivet. Mange av elevene har læse- og skrivevansker, men gjennom dette opplegget har de tydelig funnet motivasjon til å jobbe og lære. Prosjektet består av to hoved-

NASTA NYTT

## SKOLEPROSJEKTET HÆHRE 23

grupper, en tomrer- og en maskingruppe. I dag er det 7 elever i hver gruppe.

«Målet med prosjektet er å gi jobb til ungdom som ikke passer inn i det tradisjonelle skolesystemet. Det er viktig med samfunnsansvar og fantasistikk at vi på samme tid får bidra til sårt tiltrengt rekruttering til bransjen. Det trengs mye arbeidskraft i fremtiden, så opplæring av disse ungdommene er gull verdt», sier Lars Hæhre, assisterende daglig leder i BetonmastHæhre.

Det er «Kikka» (Kristian Thoresen) som styrer den daglige driften til anleggsgjengen i bakken. Kikka har et langt anleggsliv bak seg, og har jobbet i Hæhre siden 2004. På prosjektet har han ansvar for fem ungdommer som skal lære å kjøre anleggsmaskiner. «En ting som er meget viktig for oss er sikkerhet, samt det å ta vare på maskinene. Derfor brukes det god tid på opplæring i forkant av prosjektet. Elevene gjennomfører sikkerhetskurs, HMS opplæring og får en grundig gjennomgang av maskinvedlikehold. Det er særdeles viktig at elevene får forståelse for hva som venter når de kommer ut i arbeidslivet», presserer han.

Fra Nasta har konsernkundeansvarlig Vegard Gultvedt og maskinselger Øystein Myrhaug jobbet tett på gutta i bakken og BetonmastHæhre for å gi best mulig oppfølging av maskinene. «Skoleprosjektet er et veldig bra tiltak som det er fint å kunne støtte. Som maskinselger har det i tillegg vært fornøydlig å høre de gode tilbake-

meldingene på maskinene fra elevene og de ansvarlige på prosjektet», sier Øystein Myrhaug.

Nasta har levert hjullasterne Hitachi ZW75-6, Hitachi ZW65-6 og Hitachi ZW310-5, bølgegraverne Hitachi ZX-85US-5 og Hitachi ZX135US-5, samt en ny Bell B20E dumper.

Siden overleveringen av maskinene i september i fjor har Nasta hatt gleden til å følge ungdommene gjennom de forskjellige arbeidsoppgavene i prosjektet. Hver søndag har vi delt noen av disse øyeblikkene på vår Facebook side. Det er tydelig at ungdommene trives, og de gir tydelig uttrykk for at dette er noe de vil anbefale videre til andre som sitter på skolebenken.

Vi ønsker gjengen lykke til videre – og takker for samarbeidet så langt!

**«Nytt i år er at vi har med ei dumperinteressert jente på maskinavdelinga, dette er vi veldig stolte av. Da passet det jo ekstra bra at dere leverte en splitter ny Bell B20E til oss.»**

- Kristian Thoresen, Hæhre

Bildet til venstre: Kenneth Østbøli Eriksen, Torje Marie Løkke, Kåre Andre Ledem og Marcus Andre Strøm – Bildet under: Torje Marie Løkke



## SKILT PLAKATER & DEKOR

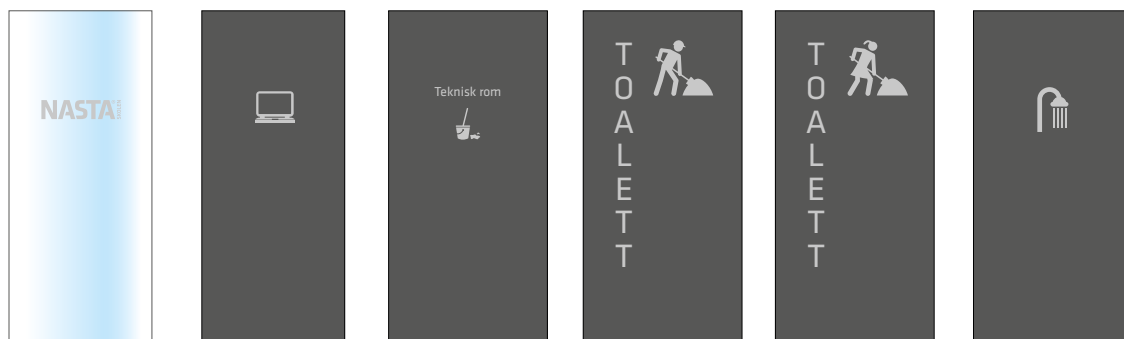
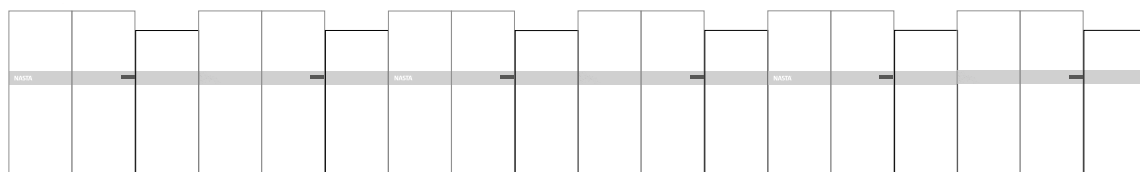
**Layout:** Høykant.

**Elementer:** Logo, samt grafiske elementer.

**Fontbruk:** Her gjelder retningslinjer beskrevet på side 18.

Ved oppsett av skilt, plakater eller dekor rettet mot COVID 19 situasjonen, skal fastsatt mal **alltid** benyttes. Mal til plakater lastes ned fra intranettet.

Ønskes det annen merking som f.eks. dekormerker/klistremerker, plakater ol., kontakt markedsavdelingen.



## DEKORFOLIE

**Materiale:** Frostet folie, sølv folie (silver grey 090)

**Folie:** Frostet folie benyttes til skjerming av innsyn. Sølv folie benyttes til merking av dører.

**Fontbruk:** Her gjelder retningslinjer beskrevet på side 18.

Ved oppsett av dekor, kontakt markedsavdelingen.

## ALUMINIUM SKILT / INNE

**NASTA**<sup>®</sup>  
SKOLEN →**VAREMOTTAK - UMLEVERING**

## AKRYLSKILT

**Frode Nordfjellmark****Jessica H. Gramstad**  
Logistikkmedarbeider**BOMMEN**

## INNVEINDIGE SKILT

**Materiale/ folie:** Børstet aluminium eller akryl.**Retning eller plasseringsskilt** skal lages i 3 mm «Sandwich-plate» med børstet aluminium på front. Folie: Oracal 951 – 713.**Merking av kontor eller møterom** benyttes skilt i utfrest akryl.**Navnskilt:**

Farget felt bak, mørk grå, Oracal 951 – 713

Ansatt navn, sølv, Oracal 951 – 090

**Møterom:**

Navn på møterom, Oracal 951 – 713

Farget felt bak, sølv, Oracal 951 – 090

**Fontbruk:** Her gjelder retningslinjer beskrevet på side 18.

Ved oppsett av skilting, kontakt markedsavdelingen.

ALUMINIUM SKILT / UTE



## UTVENDIGE SKILT

**Materiale:** Børstet aluminium.

**Folie:** Utvendig benyttes sort folie mot aluminiumsplate, samt logo i Nastarød, Oracal 951 – 028

**Fontbruk:** Her gjelder retningslinjer beskrevet på side 18. Ved oppsett av skilting, kontakt markedsavdelingen.



**NASTA<sup>®</sup>**

FORNØYDE KUNDER VENDER TILBAKE