



## Innhold

### MERKE

---

- 04 Hovedmerke
- 05 Varianter
- 08 Intern bruk
- 09 Størrelse
- 10 Regler

### FARGER

---

- 13 Farger

### IMPLEMENTERING

---

- 15 Bruk på egne flater
- 20 Eksterne flater
- 21 Bedrifter
- 22 Skilt
- 23 Diplom

Bærekraftig reisemål er et kvalitetsmerke for reisemål i Norge som oppfyller strenge krav til reisemålets bærekraftige utvikling.

Godkjente reisemål har god forankring av arbeidet og kan vise at de jobber innenfor områder som bevaring av natur, kultur og miljø, styrking av sosiale verdier, og økonomisk levedyktighet.

Å jobbe for økt bærekraft er et kontinuerlig arbeid, og for å få lov til å beholde merket på sikt må reisemålet levere, dokumentere og godkjenne hvert tredje år.

1. Merket kan benyttes av Innovasjon Norge og av de reisemålene som er tildelt merket.
2. Reisemålene kan benytte merket i all skriftlig kommunikasjon i tråd med reglene for bruk av merket. Reisemålet har ansvar for aktivt å synliggjøre merket slik at gjester får innsikt i innholdet i merkeordningen og reisemålets oppfølging av dette. Eksempel på bruk er egne nettsider, sosiale medier, brosjyrer og annonser på print og på nett, brevark, powerpoint, nyhetsbrev osv.
3. Dersom enkeltbedrifter på et merket reisemål skal benytte merket må bedriften inneha en miljøsertifisering. Logo til den aktuelle sertifisering, reisemålets logo og merket "Bærekraftig reisemål" må alltid stå sammen.
4. Innovasjon Norge vil jobbe aktivt for å øke merkets verdi og betydning for reisemålene gjennom god eksponering og kommunikasjon av merket og merkets innhold i prioriterte markeder, målgrupper, samarbeidspartnere og media i tillegg til reiselivsnæringen i Norge. Eksponering og kommunikasjon skal skje via nettsidene innovasjon norge.no og visitnorge.no så vel som på trykk, i pressedokumentasjon og i andre relevante medier.

# Merke

## Hovedmerke

Merket er inspirert av naturen og de 10 prinsippene for et bærekraftig reiseliv. Det korresponderer videre til de 5 hovedtemaene i ordningen: Forankring politisk, forankring i reiselivsnæringen, bevaring av natur, kultur og miljø, bevaring av sosiale verdier og økonomisk levedyktighet.

1. Kulturell rikdom
2. Landskapets fysiske og visuelle integritet
3. Biologisk mangfold
4. Rent miljø og ressurseffektivitet
5. Lokal livskvalitet og sosiale verdier
6. Lokal kontroll og engasjement
7. Jobbkvalitet for reiselivsansatte
8. Gjestetilfredshet, trygghet og opplevelseskvalitet
9. Økonomisk levedyktige og konkurransedyktige reiselivsdestinasjoner gjennom lokal verdiskapning
10. Økonomisk levedyktige og konkurransedyktige reiselivsbedrifter



# BÆREKRAFTIG REISEMÅL

LOKALT ENGASJEMENT  
I ET LANGT PERSPEKTIV

Merke

## Varianter

Språkvarianter, med og uten undertekster.

Med undertekst

Uten undertekst

*Bokmål*



**BÆREKRAFTIG  
REISEMÅL**

LOKALT ENGASJEMENT  
I ET LANGT PERSPEKTIV



**BÆREKRAFTIG  
REISEMÅL**

*Nynorsk*



**BEREKRAFTIG  
REISEMÅL**

LOKALT ENGASJEMENT  
I EIT LANGT PERSPEKTIV



**BEREKRAFTIG  
REISEMÅL**

*Engelsk*



**SUSTAINABLE  
DESTINATION**

LOCAL ENGAGEMENT  
IN A LONG PERSPECTIVE



**SUSTAINABLE  
DESTINATION**

Merke

Med undertekst

Uten undertekst

## Varianter

Negativ versjon, brukes i tilfeller hvor merket må settes på en mørk bakgrunn.

Merket må alltid stå i god kontrast til bakgrunnen.

*Bokmål*



**BÆREKRAFTIG  
REISEMÅL**

LOKALT ENGASJEMENT  
I ET LANGT PERSPEKTIV



**BÆREKRAFTIG  
REISEMÅL**

*Nynorsk*



**BEREKRAFTIG  
REISEMÅL**

LOKALT ENGASJEMENT  
I EIT LANGT PERSPEKTIV



**BEREKRAFTIG  
REISEMÅL**

*Engelsk*



**SUSTAINABLE  
DESTINATION**

LOCAL ENGAGEMENT  
IN A LONG PERSPECTIVE



**SUSTAINABLE  
DESTINATION**

Merke

## Varianter

Så langt det er mulig skal fargeversjonen av merket brukes.

Hvis du mener du må bruke sort/hvitt versjonen av merket, henvend deg til:

### Epost:

ingunn.sornes  
@innovasjon norge.no

### Telefon:

95778663

Med undertekst

Uten undertekst

*Bokmål*



**BÆREKRAFTIG  
REISEMÅL**

LOKALT ENGASJEMENT  
I ET LANGT PERSPEKTIV



**BÆREKRAFTIG  
REISEMÅL**

*Nynorsk*



**BEREKRAFTIG  
REISEMÅL**

LOKALT ENGASJEMENT  
I EIT LANGT PERSPEKTIV



**BEREKRAFTIG  
REISEMÅL**

*Engelsk*



**SUSTAINABLE  
DESTINATION**

LOCAL ENGAGEMENT  
IN A LONG PERSPECTIVE



**SUSTAINABLE  
DESTINATION**

Merke

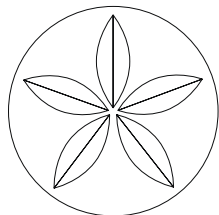
*Vi er i gang*

## INTERN BRUK

Reisemål som har fullført og fått godkjent merkeordningens A og B-kriterier kan benytte svart/hvitt-merket “Bærekraftig reiseliv - vi er i gang” til motivasjon internt på reisemålet.

Merket kan ikke brukes på reisemålets salgs- og markedsmateriell eller på gjesterettet webside.

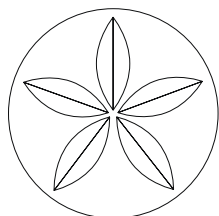
*Bokmål*



**BÆREKRAFTIG  
REISEMÅL**

VI ER I GANG

*Nynorsk*



**BEREKRAFTIG  
REISEMÅL**

VI ER I GANG



## Merke

### Størrelse

Det er viktig at merket kommer godt fram og er leservennlig. I utgangspunktet brukes hovedmerket med undertekst, men i tilfeller hvor merket må opptre mindre enn 45 mm brukes varianten uten undertekst.

Se regler for bruk av kun symbolet på s. 21

## Med undertekst

## Uten undertekst

## Symbol

### Trykk



Min. 45 mm



Min. 30 mm



Min. 10 mm

### Skjerm



Min. 200 px



Min. 135 px



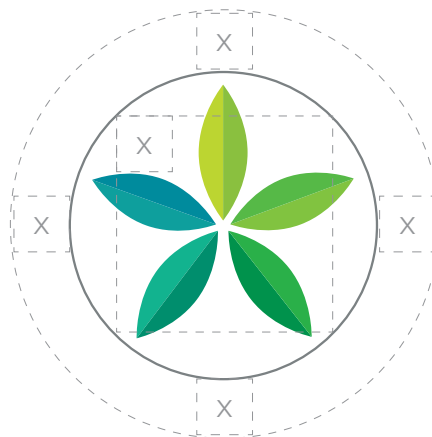
Min. 50 px

Merke

Beskyttelsesområde

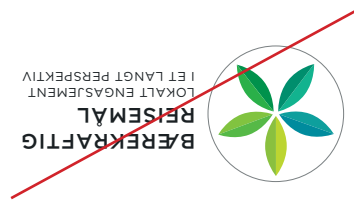
### Regler

Hovedmerket må ikke plasseres rotete eller for nær andre gjenstander. Derfor er det opprettet en sikkerhetszone rundt merket.



### Regler

Eksempler på hvordan merket ikke skal opptre: ensfarget, skeiv, dratt i lengden eller bredden, med skygge, oppned, i en boks som ikke respekterer beskyttelsesområdet, oppdelt, for å nevne noen.



# Farger

## Farger

### Palett

Fargepaletten i symbolet består av 10 farger. Disse fargene har referanser fra hav og fjell, og representerer de ti prinsippene for bærekraftig reiseliv. Dette er illustrert med en oppdeling som skal representere de 5 områdene merkeordningen omfatter. Ringen rundt illustrerer helheten reismålet.

Fargene skal i utgangspunktet kun brukes i merket. Trenger du likevel CMYK eller RGB verdiene til fargene kan du henvende deg til:

#### Epost:

ingunn.sornes  
@innovasjon norge.no

#### Telefon:

95778663



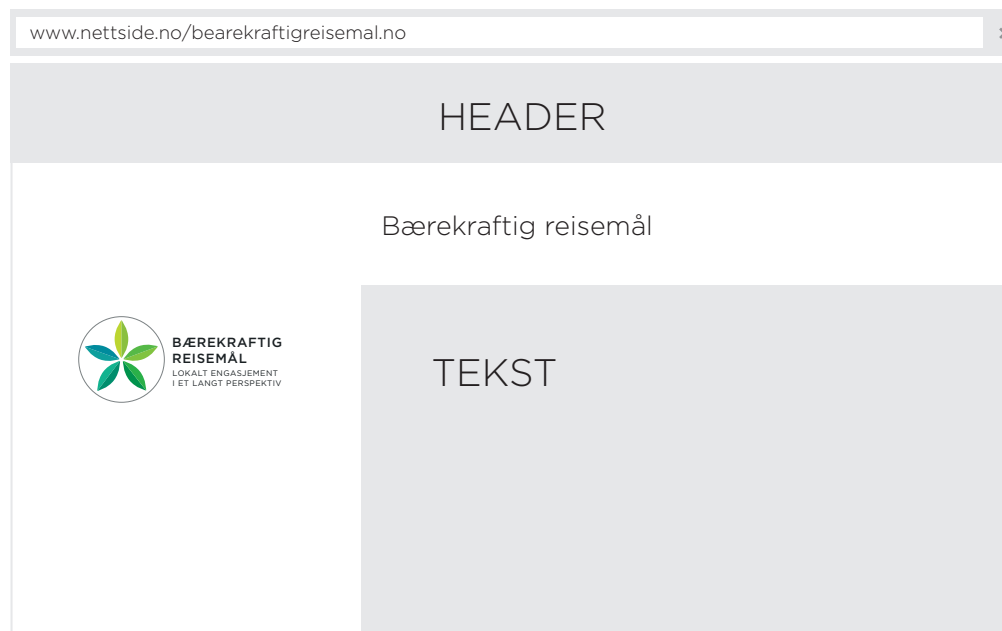
# Implementering

## Bruk på egne flater

På reisemålets egne flater skal merket opptre alene og underordnet reisemålet og reisemålets egen logo. Det er viktig at det kommer tydelig frem at det er reisemålet som er avsender - og ikke Bærekraftig reisemål.

På nettsiden kan merket f.eks ligge i footeren, og/eller på en underside om Bærekraftig reisemål, hvis aktøren har dette.

Husk å sjekke størrelse mot lesbarhet, se s. 9.



FOOTER



FOOTER



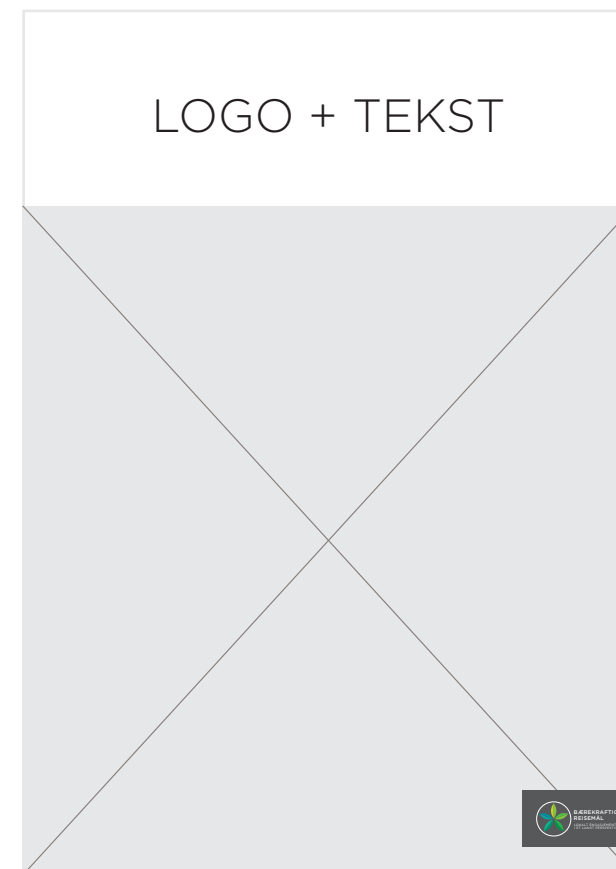
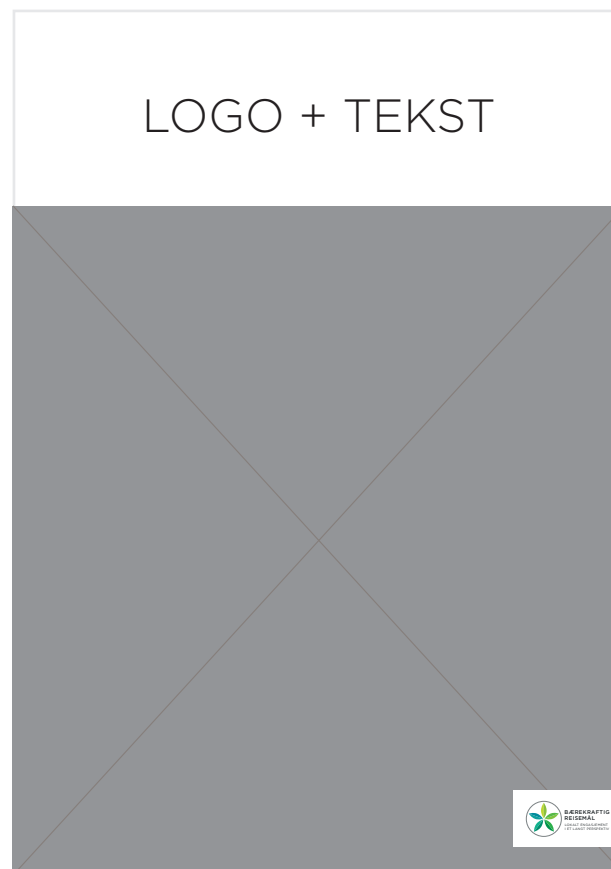
### Bruk på egne flater

På flater som plakater, annonser og bannere festes merket på en hvit eller sort tag som er utfallende på høyre side.

Hvit eller sort tag velges etter hva som står best ut fra bakgrunnen.

Husk å sjekke størrelse mot lesbarhet, se s. 9.

Taggen plasseres ca. en halv høyde fra bunnen.





### Bruk på egne flater

På plakater, annonser og bannere festes merket på en hvit eller sort tag som er utfallende på høyre side. Hvit eller sort tag velges etter hva som står best ut fra bakgrunnen.

Husk å sjekke størrelse mot lesbarhet, se s. 9.

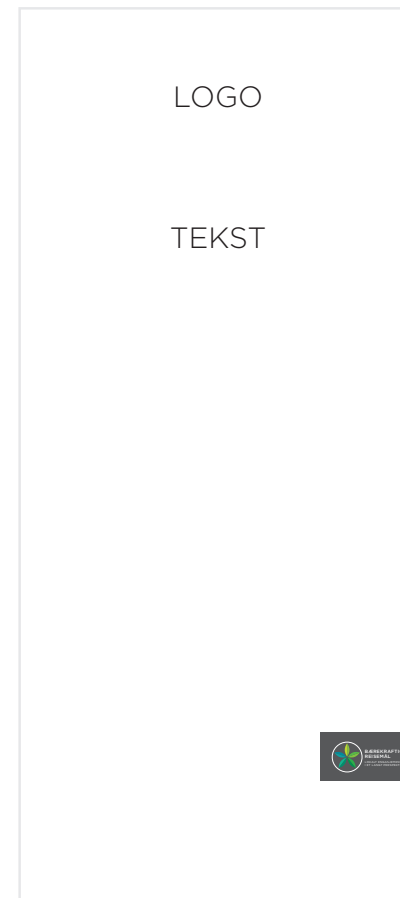
Taggen plasseres ca. en halv høyde fra bunnen.



### Bruk på egne flater

På rollups gjelder samme retningslinjer - men her er det viktig å løfte merket litt opp slik at det ikke kommer helt på bakkenivå.

Husk å sjekke størrelse mot lesbarhet, se s. 9.

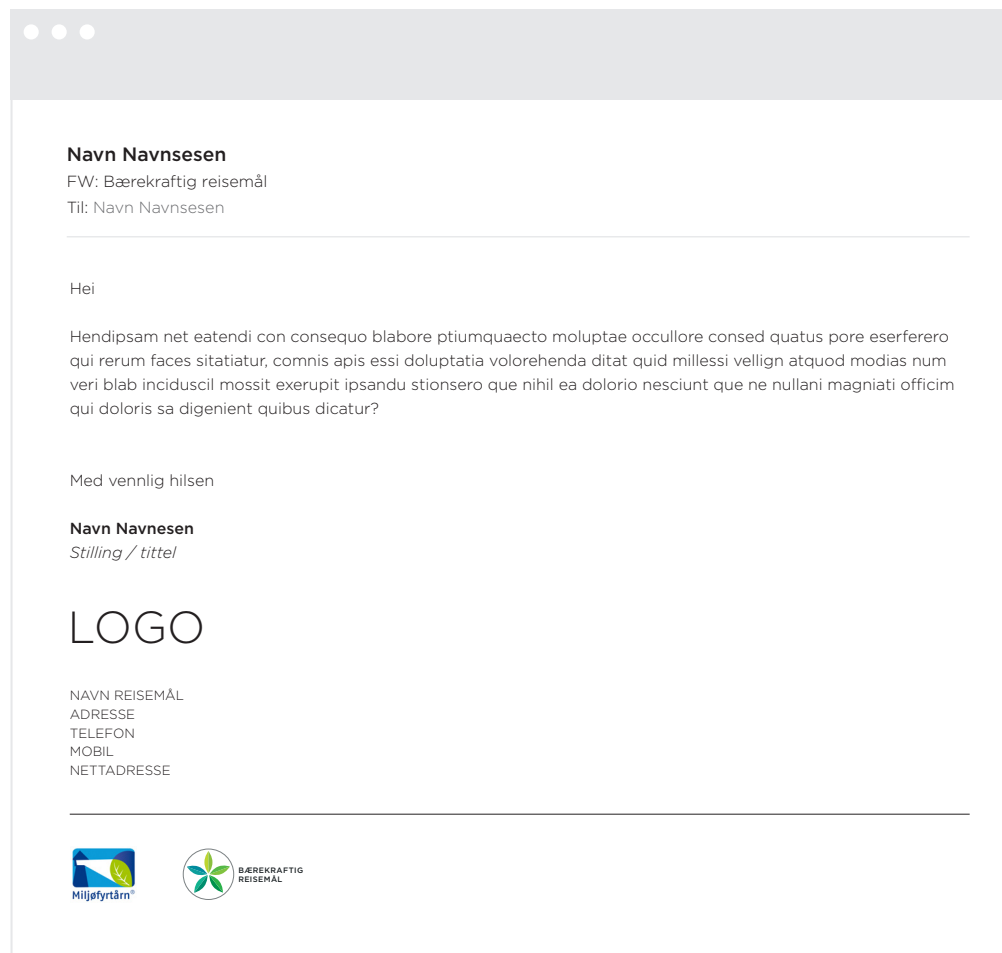


## Bruk på egne flater

Det er viktig at det kommer tydelig frem i eposten at det er reisemålet/destinasjons-selskapet som er avsender - og ikke Bærekraftig reisemål.

Merket for Bærekraftig reisemål settes sammen med eventuelle andre sertifiseringer nederst - og skilles fra resten av signaturen med en tynn linje.

Vi anbefaler å bruke merket uten undertekst til epost-signaturen.

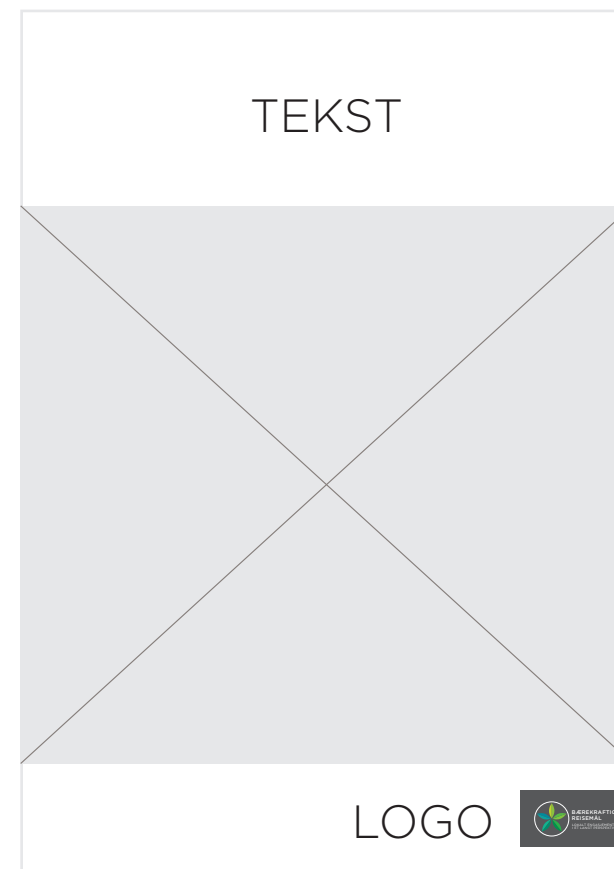
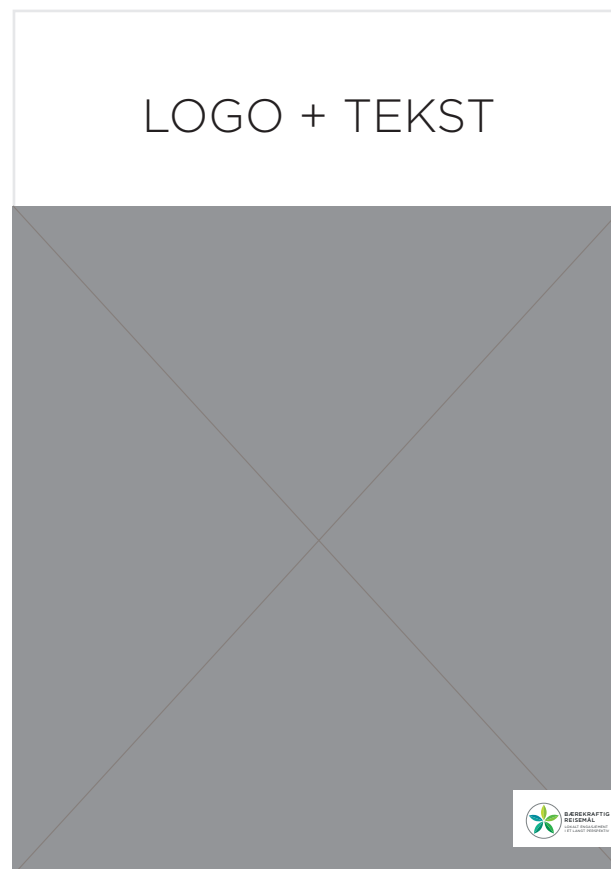


### Eksterne flater

På eksterne flater hvor reisemålet presenteres vil det sikkert bli behov for å sette reisemålets logo og merket sidestilt - og da er det ekstra viktig å bruke taggen slik at de skiller seg fra hverandre.

Husk å sjekke størrelse mot lesbarhet, se s. 9.

Taggen plasseres ca. en halv høyde fra bunnen.



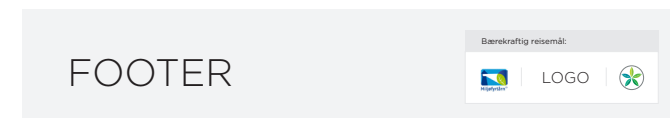
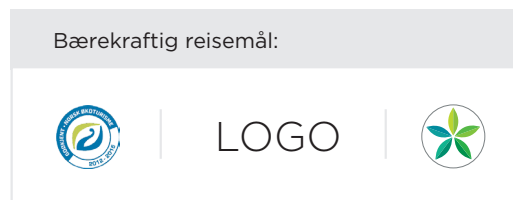
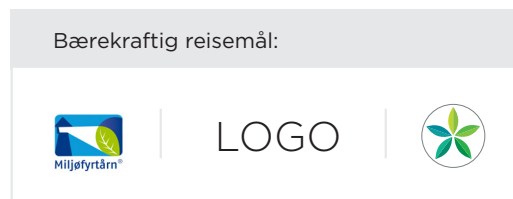
### Bedrifter

Enkeltbedrifter som kan bruke merket må:

1. Være en medlemsbedrift
2. Inneha en gyldig miljøsertifisering
3. Sikre at miljøsertifisering, reisemålets logo og Merket for Bærekraftig reisemål står sammen.

Logoene og merkene (kun symbolet i Bærekraftig reisemål) samles i en boks med en tittel som forteller at reisemålet har mottatt Merket for Bærekraftig reisemål.

Dette er for å samle og tydeliggjøre at det er reisemålet som har mottatt merkene.



### Skilt

Ved godkjenning tildeles et veggsilt til å henge på vegg ute, for eksempel ved reisemålsselskapets yttervegg, under reisemålets logo.

Godkjente reisemål kan ikke produsere skilt selv.



## Diplom

Ved godkjenning tildeles et diplom. Dette henges på vegg på turistkontor, kommunehus, godt synlig for gjester.

Innovasjon Norge [www.innovasjon Norge.no](http://www.innovasjon Norge.no)

**BÆREKRAFTIG REISEMÅL**  
LOKALT ENGASJEMENT  
I ET LANGT PERSPEKTIV

Innovasjon Norge gratulerer

**Geilo**  
Tildeles Merket for Bærekraftig reisemål

**Bærekraftig Reisemål**  
Bærekraftig Reisemål er et kvalitetsmerke for norske reisemål som viser betydning og kontinuerlig innsats for økt bærekraft i reiselivet.

Reisemålet har innfridd en rekke krav innenfor områdene:

- Bevaring av natur, kultur og miljø
- Styrking av sosiale verdier
- Økonomisk levedyktighet
- God lokal forankring og godt samarbeid

**Sustainable Destination**  
Sustainable Destination is a quality brand for Norwegian Tourism Destinations dedicated to continuous performance towards sustainability in tourism.

The Destination has documented actions and management in the areas of:

- Protection of nature, culture and environment
- Strengthening of social values
- Economic viability and strength
- Good local anchoring and successful cooperation

Sted, dato, årstall

Inger Solberg  
Divisjonsdirektør

Jan Erik Dierichsen  
Ekstern kontrollør

Innovasjon Norge [www.innovasjon Norge.no](http://www.innovasjon Norge.no)

**BÆREKRAFTIG REISEMÅL**  
LOKALT ENGASJEMENT  
I ET LANGT PERSPEKTIV

Innovasjon Norge gratulerer

**Setesdal**  
Tildeles Merket for Bærekraftig reisemål

**Bærekraftig Reisemål**  
Bærekraftig Reisemål er et kvalitetsmerke for norske reisemål som viser betydning og kontinuerlig innsats for økt bærekraft i reiselivet.

Reisemålet har innfridd en rekke krav innenfor områdene:

- Bevaring av natur, kultur og miljø
- Styrking av sosiale verdier
- Økonomisk levedyktighet
- God lokal forankring og godt samarbeid

**Sustainable Destination**  
Sustainable Destination is a quality brand for Norwegian Tourism Destinations dedicated to continuous performance towards sustainability in tourism.

The Destination has documented actions and management in the areas of:

- Protection of nature, culture and environment
- Strengthening of social values
- Economic viability and strength
- Good local anchoring and successful cooperation

Sted, dato, årstall

Inger Solberg  
Divisjonsdirektør

Jan Erik Dierichsen  
Ekstern kontrollør