Räpina brändimanuaal

RÄPINA
HEA KODU KOHT

Räpina Vallavalitsus 2010

Sisukord

Sissejuhatus 3

Mis on Räpina bränd?

Brändimanuaal – kellele ja milleks?

Räpina brändi identiteet 4

Sihtgrupid 5

Sõnaline identiteet

Tunnuslause 6

Tugilaused 7

Visuaalne identiteet 8

Logo eesmärgid 9

Logo – täisversioon

Logo – täiendavad versioonid 11

Logo kasutuskord 13

Räpina näidismeened 16

Koostajad 20

Kontakt

Lisad

Lisa 1: Räpina esitluse slaidid

Lisa 2: Räpina ümbrik

Lisa 3: Võrokiilne lõugahus ja logo

Mis on Räpina bränd?

Räpina bränd on märk Räpinast meie teadvuses. See, mida mõtleme ja tunneme seoses Räpinaga.

Räpina brändi võib mõtteliselt jaotada kaheks: brändi kuvandiks ja identiteediks.

Räpina **brändi kuvand** on see, kuidas Räpinat tegelikkuses tajutakse:

- Mida Räpinast teatakse?
- Kuivõrd positiivse kohana tunnetatakse Räpinat?
- Millised paigad, omadused ja väärtused seostuvad Räpinaga?

Räpina kohaturunduse projekti raames kaardistati Räpina brändi tänane kuvand Eesti elanike seas. Uuringust selgus, et Räpina kuvand on küll positiivne, kuid suhteliselt nõrk – ligi 40% Eesti elanikest ei tea Räpinast midagi. Nendest, kes aga teavad, seostab pea iga teine eestimaalane Räpinat Aianduskooliga. Kõige positiivsem on Räpina kuvand Räpina elanike ja Räpinat viimase aasta jooksul külastanud Eesti elanike seas – viidates seega Räpina sisulistele tugevustele, mis ei ole veel saanud osaks Räpina üldisest kuvandist.

Räpina valla arengu huvides on tugevdada ja rikastada Räpina kuvandit, sh

- Et Räpinat teaks ja tunneks rohkem Eesti elanikke
- Et Räpinat tajutaks atraktiivse kohana elamiseks, külastamiseks ja ettevõtluse arendamiseks.

Konkurentsivõimelise Räpina brändi kuvandi loomine on Räpina kohaturunduse olulisemaid sihte.

Räpina **brändi identiteet** iseloomustab, millisena Räpina valla arendajad eesotsas Räpina Vallavalitsusega soovivad näha Räpina kuvandit Räpina valla jaoks oluliste sihtgruppide seas. Räpina brändi identiteet väljendab seega Räpina valla kohaturunduslikke püüdlusi – kuidas Räpina vald soovib, et temast mõeldaks ning millega Räpinat seostataks.

Kui brändi identiteet põhineb koha tegelikel tugevustel ning seda viiakse oskuslikult ellu, muundub brändi identiteet aja jooksul reaalseks brändi kuvandiks. See loob omakorda eeldused käitumuslikeks muutusteks sihtgruppide poolt, mis võib väljenduda Räpina kõrgemas külastatavuses, uutes elanikes ja ettevõtetes. Käesolev brändimanuaal väljendab Räpina valla uut brändi identiteeti, mis arendati välja Räpina kohaturundusprojekti raames. Räpina brändi identiteedi väljatöötamisel võeti arvesse nii Räpina olemasolevat kuvandit Eesti elanike seas, Räpina koha-turunduslikke ressursse, Räpina kohaturunduslikku ainest, kui ka Räpina valla arengueesmärke.

Brändimanuaalis on seega esitatud Räpina Vallavalitsuse ja tema koostööpartnerite nägemus sellest, millises suunas ja milliste sihtgruppide seas peaks Räpina brändi kuvand lähiaastatel arenema.

Räpina brändimanuaal – kellele ja milleks?

Räpina brändimanuaal on töövahendiks organisatsioonidele, kelle identiteet on otseselt seotud Räpina vallaga, kes soovivad end avalikult seostada Räpinaga ning kaasa aidata Räpina valla arengueesmärkide saavutamisele. Räpina brändimanuaali kasutajateks ja kasusaajateks on:

- Räpina Vallavalitsus, kes ametlikult esindab ja turundab Räpina valda
- Räpina ettevõtted, kes soovivad seostada oma tooteid ja teenuseid Räpinaga
- Räpina kolmanda sektori organisatsioonid, kes edendavad Räpina elu ning väärtustavad enda sidet Räpinaga

Räpina brändimanuaali eesmärgiks on esitleda uut Räpina brändi identiteeti selliselt, et see

- Kehastaks neid väärtusi, mis on iseomased Räpinale ja positiivselt eristavad Räpina valda teistest Eesti kohtadest
- Oleks lihtsalt sihtgruppidele edastatav ja kergesti arusaadav
- Aitaks luua tugevamat ja konkurentsivõimelisemat Räpina kuvandit, mis omakorda tõstaks Räpina kui elu-, puhke- ja töökeskkonna kvaliteeti.

Räpina brändi identiteet

Räpina terviklik brändi identiteet koosneb kahest komponendist:

1. **Sõnaline identiteet**, mis väljendub Räpina tunnuslauses ja seda täiendavates tugilausetes

2. **Visuaalne identiteet**, mis väljendub Räpina logos, selle erinevates versioonides ja kasutusvõimalustes

Sihtgrupid

Räpina brändi identiteet on suunatud sihtgruppidele, kellest enim sõltub Räpina valla jätkusuutlik areng:

- **Räpina elanikud** – nii tänased kui tulevased Räpina elanikud, kelle jaoks Räpina pakub kvaliteetset elukeskkonda

- **Räpina külastajad** – esmajärjekorras Eesti elanikest siseturistid, kes külastavad Räpinat mitmesugustel põhjustel. Erihuvide osas on prioriteetseteks sihtgruppideks kodu ja aianduse huvilised turistid, aktiivse puhkuse, kultuuri-, ja romantilise puhkuse turistid.

- **Räpina ettevõtjad** – tänased ja tulevased Räpina valla ettevõtjad, tänu kellele luuakse Räpinas majanduslikku väärtust ja töökohti

Sõnaline identiteet

Räpina brändi sõnalise identiteedi eesmärgiks on artikuleerida Räpina valla omadusi ja väärtusi, mis kõige paremini väljendavad seda, mis teeb Räpina ainuomaseks ning mille pärast on põhjust Räpinas olla ja siia tulla – olgu siis külastaja, ettevõtja või ka elanikuna.

Räpina sõnalist identiteeti on võimalik kasutada erinevates olukordades:

Rääkides Räpinast – Räpina elanikele, külastajatele, ettevõtjatele, ajakirjanikele

Kirjutades Räpinast – artiklites, pressiteadetes, Räpina valla trükistes, Räpina veebilehel jm

Arendades Räpinat – Räpina sõnalises identiteedis kätketud mõtted võimaldavad arendada uusi algatusi, projekte, ettevõtmisi – mis toetavad, tugevdavad ja kinnistavad seda

Räpina sõnaline identiteet koosneb **tunnuslausest** ja seda toetava-test ning täiendavatest kolmest nn **tugilausest**.

Tunnuslause

Räpina tunnuslauseks on *'hea kodu koht'*.
Räpina tunnuslause on ühtlasi Räpina kohaturunduslikuks juhtideeks.

Tunnuslause kannab endas vähemalt kolme sõnumit:

1. Räpina vald on hea koht kodu loomiseks ja hoidmiseks – st, Räpina on hea *kodukoht.*
See on sõnum, mis on suunatud nii tänastele kui tulevastele Räpina elanikele ning tugineb Räpina valla tegelikel tugevustel, sh

- Kaunis, rikkumata ja mitmekesine loodus
- Heal tasemel sotsiaalteenused (sh haridus, huviharidus, tervishoid)
- Rahulik ja turvaline keskkond
- Aktiiivne kohalik kultuuri- ja spordielu
- Stabiilne ja tegus kohalik omavalitsus

2. Räpina kui koht, kus omandada teadmisi ja oskusi *hea kodu* loomisest ja oma kodu paremaks tegemisest. See on sõnum, mis on suunatud nii Räpina elanikele kui ka kodu ja aianduse teemast huvitatud Räpina külastajatele. Ka see sõnum tugineb Räpina tänastel ressurssidel, sh

- Räpina Aianduskool kui oma ala parim kool Eestis, mis on pälvinud ka rahvusvahelist tunnustust. 'Hea kodu loomisega' on otseselt seotud Aianduskoolis õpetatavad aianduse, maastikuehituse, floristika ja tekstiilitöö erialad.
- Räpina vallas tegutsev MTÜ Vanaajamaja, mis õpetab ja populariseerib traditsioonilisi ehitusviise, mille abil luua paremaid (sh keskkonnahoidlikemaid, loodus-lähedasemaid) kodusid
- Räpina vallas asuvad puitmajade tootjad (sh A&H Ristpalkmajad OÜ, Hobbiton OÜ, Mati Tiigimäe OÜ, Saulerman OÜ, Varola OÜ), kes ehitavad häid kodusid nii eestimaalastele kui ekspordiks

3. Räpina kui hubase ja *koduse* miljööga koht. See on sõnum, mis on suunatud nii turistidele kui elanikele ning põhineb samuti Räpina olemasoleval tugevusel ja kuvandil (Räpina kuvandi küsitluse kohaselt tunnetatakse Räpinat hubase, st koduse kohana).

Räpina tunnuslause tugineb Räpina tegelikel ressurssidel, kuid ei ole vaid hetkeolukorda peegeldav. Vähemalt sama oluline on tunnuslause tulevikku suunatus: et Räpina saaks oma elanike jaoks veelgi paremaks kodukohaks ja et Räpina vallas hoitavaid teadmisi parema kodu loomisest antaks edasi senisest enamatele ja laiematele sihtgruppidele. Räpina tunnuslause on seega ühtaegu tõetruu ning tulevikku vaatav.

Tugilaused

Räpina turunduslikud tugilaused täiendavad ja toetavad tunnuslauset, kõnetades uusi või fokuseeritumaid sihtgruppe ning osutades täiendavatele Räpina tugevustele.
Räpina kolmeks tugilauseks on valitud:

- Eesti aianduse kodu
- Romantiline ja rõõmus
- Peipsimaa õis

Eesti aianduse kodu

Antud tugilause toetab ja võimendab Räpina tunnuslauset 'hea kodu koht', keskendudes Räpina tänase kuvandi olulisemale tunnusele – Räpina Aianduskoolile. Seda sõnumit on soovitav kasutada sügavama, sh erialase aiandushuviga külastajate ning aiandusega seotud ettevõtete meelitamiseks Räpinasse. Toetamaks Räpina tunnuslauset 'hea kodu koht' ning eristumaks rohketest teemapealinnadest, on soovitav siinkohal vältida mõistet 'Eesti aianduse pealinn'.

Romantiline ja rõõmus

Räpina esitlemine romantilise ja rõõmsa kohana kõnetab nii turiste kui ka kohalikke elanikke.

Räpina kui **romantilise** koha identiteet põhineb eelkõige Sillapää lossil ja pargil – sealsel ajaloolisel õhkkonnal ning idüllilistel vaadetel, mis ei jää alla tuntuimatele Eesti mõisakompleksidele. Sillapää loss ja park on suurepäraseks asukohaks romantilise (sh romantismiaegse) muusika esitamiseks, teatrietenduste lavastamiseks ja tundeliste hetkede nautimiseks lähedaste inimeste seltsis.

Räpina kui **rõõmsa** koha identiteeti toetab Räpina elanike positiivne suhtumine oma koduvalda (Räpina kuvandi uuringu kohaselt hindavad Räpinat enim justnimelt Räpina elanikud), samuti Räpina valla tegus kultuuri- ja spordielu.

Kuigi tänasel päeval ei ole 'romantiline ja rõõmus' osaks Räpina valdavast brändi kuvandist, põhineb ta vähemalt osaliselt tegelikkusel. Peamiseks kohaturunduslikuks vahendiks nende omaduste kinnistamisel osaks Räpina kuvandist on mitmesuguste temaatiliste ürituste – sh kontsertide, teatrietenduste ja spordiürituste läbiviimine.

Peipsimaa õis

Kohaturunduslikus mõistes on soovitav seostada Räpinat nn Peipsimaa piirkonnaga, mis ulatub tinglikult Vasknarvast Võõpsuni (piirnedes lõunast Setomaaga). Peipsimaa on kõrge turismiarenduse potentsiaaliga piirkond, kus Räpinal on võimalik kehtestada end Peipsimaa olulise tõmbekeskusena.

'Õis' viitab siinkohal vähemalt kolmele Räpina tunnusele: 1) õis kui Räpina Aianduskooli sümbol, 2) õis kui Räpina heakorrastatuse ja miljööväärtuse sümbol ning 3) õis kui Räpina kestva arengu sümbol.

Visuaalne identiteet

Räpina brändi visuaalne identiteet väljendub Räpina logos ja selle erinevates rakendustes.

Logo eesmärgid

Räpina logo on mõeldud märgina, mis kinnitab ja väljendab selle kandja seotust Räpinaga. Räpina logo kasutamine turundab seega nii selle kandjat kui ka Räpina valda.

Räpina logo on mõeldud võimalikult laiaks kasutamiseks Räpinaga seotud ettevõtete, organisatsioonide ning lõppkokkuvõttes kõigi Räpina elanike ja sõprade poolt.

Räpina logo kasutusvõimalused on piiratud vaid selle kasutaja kujutlusvõimega. Siinkohal esitame vaid mõningad näited Räpina logo kasutusest

- Räpina Vallavalitsus: vallavalitsuse poolt korraldatavad või toetatavad avalikud üritused, vallavalitsuse esitlused, Räpina valla trükised ja veebileht, Räpina valla meened ja esinduskingitused, teadaanded ja reklaamid trükiajakirjanduses ja veebis. Seejuures ei asenda Räpina logo Räpina vapi kasutust sellele seaduse poolt ettenähtud funktsioonides.

- Räpina ettevõtted ja kolmanda sektori organisatsioonid: logo kasutus turundusmaterjalides, ettevõtete sümboolikal, toodetel (nt pakenditel, etikettidel). Originaalsete Räpina logo kandvate toodete (nt logoga rõivaesemed, praktilised meened) tootmine ja turustamine.

Räpina logo täpsem kasutuskord sätestatakse Räpina Vallavolikogu vastavas määruses.

RÄPINA
HEA KODU KOHT

Logo: täisversioon

Räpina logo koosneb kahest komponendist:

1) Piltsümbol koos kohanimega ‘Räpina’ (logo kohustuslik osa)
2) Tunnuslause ‘Hea kodu koht’ (logo valikuline osa).

Räpina logo autor on Leonhard Lapin.

Piltsümbol

- Talv – igiroheline
- Kevad – ereroheline
- Suvi – küps roheline
- Sügis – kollakasroheline

- Üldistatud dekoratiivne lehemotiiv sümboliseerib Räpinat kui Eesti aianduse kodu.
- Lehemotiiv asub kolmnurga sees, mis viitab Räpina Sillapää lossi klassitsistlikele kolmnurkviiludele.
- Kolmnurk seostub ka kodu ('hea kodu koha') ja majaga üldisemalt, tuletades meelde tüüpilise Eesti maakodu katust.
- Kolmnurk tipuga ülespoole sisendab kindlustunnet, olles läbi aegade olnud mehelikkuse sümbol. Selle sees õilmitsev lehemotiiv seevastu sümboliseerib looduse naiselikku alget.
- Kolmnurgas kehastatud kolm on kristliku kultuuri üks põhiarve – näiteks Püha Kolmainsus.
- Logo põhivärviks on nn igiroheline, sest aiakunsti põhimõte on, et aed oleks igal aastaajal ilus. Ka Räpina vald peab olema kaunis ja hea kodu koht aastaringselt.
- Logo täisversioonis vahelduvad lehemotiivi lehtede värvitoonid vastavalt aastaaegadele, sümboliseerides nõnda Räpina aastaringsust.

Kohanimi 'Räpina'

RÄPINA

- Kohanimi 'Räpina' on kohustuslikuks osaks Räpina logost, moodustades seeläbi terviku koos piltsümboliga
- Kohanimi 'Räpina' viitab logol Räpina vallale tervikuna
- Kirjatüüp (FontinSans) on teadlikult klassitsistlike mõjutustega, toetamaks piltsümboli ideestikku (kolmnurk kui klassitsistliku kolmnurkviilu sümbol)

Tunnuslause 'Hea kodu koht'

HEA KODU KOHT

- Kui piltsümbol ja kohanimi 'Räpina' moodustavad ühtse lahutamatu visuaalse terviku, siis tunnuslause 'hea kodu koht' täiendab seda.
- Räpina logo võib kasutada nii tunnuslausega kui ilma selleta, sh sõltuvalt logo kasutuse eesmärkidest ja kontekstist.
- Tunnuslause kirjatüüp (FontinSans) on valitud selliselt, et see ühilduks kohanime 'Räpina' kirjatüübiga.

Logo täiendavad versioonid

Täisvärvilise logo kasutamine tunnuslauseta

Tunnuslauseta logo on ette nähtud brandi identiteedi edastamiseks lihtsustatud kujul - olukordades kus visuaalne identiteet on määravam sõnalisest. Tunnuslauseta logo on kohustuslik kasutada ka olukordades, kus logo mõõtmed ja/või trükitehnilised iseärasused tingivad tunnuslause mitteloetavuse.

RÄPINA

Logo kasutamine ühetoonilisena (igiroheline)

Logo on ette nähtud kasutamiseks ühetoonilisena juhtudel kui materjalide koostamisel kasutatakse lakoonilist kujundusstiili või kui tehniline lahendus näeb ette minimaalsel hulgal värvitoonide kasutamist. Ühetoonilisena (igiroheline) võib logo kasutada nii koos kui ilma tunnuslauseta.

RÄPINA
HEA KODU KOHT

RÄPINA

Logo kasutamine halltoonides e. must-valge skaalal

Halltoonidest on on logo ette nähtud kasutamiseks ühetooniliselt tumehallina. Tumehall toon on võrdeline 90%-ga must-valge skaalal. Tumehallina (90% must) võib logo kasutada nii koos kui ilma tunnuslauseta.

Logo kasutamine negatiivis e. valgena tumedal taustal

Logo võib kasutada negatiivis e. valgena vaid ühetoonilisel taustal mille tooniks on tumeroheline (logo igiroheline) või 100% must. Äärmuslikel juhtudel võib kasutada ka muid taustatoone kui tehnilised võimalused eelnimetatud toone ei võimalda. Logo võib kasutada negatiivis nii koos kui ilma tunnuslauseta.

Logo kasutuskord

Kohustuslik vaba ruum

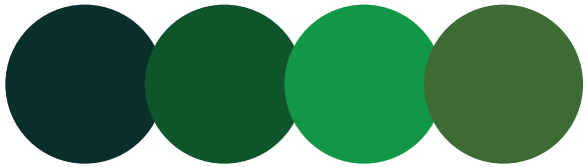
Vaba ruum on logo ümbritsev minimaalne ruum, mis peab olema visuaalselt tühi. See ruum määrab ära logo hingamisruumi, mis tagab logo mõjulepääsemise. Kohustusliku vaba ruumi määramise ühikuks on võetud täht A sõnast Räpina.

Kohustusliku vaba ruumi nõuet võib eirata vaid juhtudel, kui see on tehniliste ja kujunduslike eritingimuste tõttu põhjendatud, näiteks mõnede meenete puhul.

Logo kasutamine fotodel ja mittevalgel pinnal

Logo on ette nähtud kasutamiseks koos kohustusliku vaba ruumiga, mille taustatooniks on alati valge.

Värvipalett



igiroheline	küps roheline	erkroheline	kollakasroheline
C 85	C 90	C 85	C 77
M 57	M 40	M 16	M 36
Y 69	Y 100	Y 100	Y 100
K 64	K 38	K 3	K 25
R 16	R 6	R 8	R 63
G 48	G 86	G 149	G 107
B 44	B 44	B 71	B 52

Lisaks logo värvidest koosnevale primaarsele värvipaletile on loodud kolmest lisatoonist koosnev sekundaarne värvipalett.

Sekundaarse paleti toonid on ette nähtud Räpina brändiga seonduvate reklaam- ja turundusmaterjalide kujundamisel erinevate graafiliste ja tekstiliste lisadetailide tarbeks.

Sekundaarne värvipalett

C 0	C 0	C 90
M 15	M 100	M 50
Y 100	Y 20	Y 0
K 0	K 0	K 0
R 255	R 237	R 0
G 212	G 6	G 116
B 0	B 119	B 188

Logo minimaalne suurus

Kaitsmaks logo visuaalset selgust, ei kasutata Räpina logo täisversiooni puhul väiksemana kui 25 mm ning ilma tunnuslauseta versiooni puhul väiksemana kui 15 mm. Logo väiksemal reprodutseerimisel võivad selle detailid trükitehnilistel jms põhjustel kaotsi minna.
Väikestel suurustel on soovitatav kasutada logo ühevärvilisi versioone.

25 mm

15 mm

Kirjatüübid

Ametlikuks kirjatüübi-perekonnaks on **Aller**, mis oma selgeltloetavuse ja stiili poolest sobib kasutamiseks teiste brändi elementidega.
See tähendab, et kus iganes kirjutatakse teksti, mis esindab Räpinat, kasutatakse selleks kirjatüüpi **Aller.**
Alternatiivina võib kasutada Helvetica kirjatüüpi.

Aller Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSŠZŽTUVWÕÄÖÜXY
abcdefghijklmnopqrsšzžtuvwõäöüxy

Aller Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSŠZŽTUVWÕÄÖÜXY
abcdefghijklmnopqrsšzžtuvwõäöüxy

Aller Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSŠZŽTUVWÕÄÖÜXY
abcdefghijklmnopqrsšzžtuvwõäöüxy

Aller Regular Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSŠZŽTUVWÕÄÖÜXY
abcdefghijklmnopqrsšzžtuvwõäöüxy

Aller Light Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSŠZŽTUVWÕÄÖÜXY
abcdefghijklmnopqrsšzžtuvwõäöüxy

Aller Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSŠZŽTUVWÕÄÖÜXY
abcdefghijklmnopqrsšzžtuvwõäöüxy

Räpina näidismeened

Heaks võimaluseks tutvustada ja ellu viia Räpina brändi identiteeti on seda esindavad meened.
Järgnevalt on esitatud valik võimalikest meenetest, mis nii vormiliselt kui sisuliselt toetavad Räpina uut brändi identiteeti.

- Polosärk – Räpina polosärk on lihtne, kuid samas väärikas rõivaese, mida võib kanda nii tööl kui puhkehetkedel. Polosärk sobib nii meestele kui naistele.

- Võtmehoidja – hea kodu võtmete hoidja Räpina tänastele ja tulevastele elanikele

- Räpina kaabu[2] - Kagu-Eesti traditsioonilisest kaapkübarast inspireeritud Räpina kaabu on säilitanud oma ajaloolise ülevalt kitseneva vormi. Räpina kaabu sobib kandmiseks soojemal ajal ning vabamas olustikus. Pretensioonitu värvigamma ning vorm annavad võimaluse kanda Räpina kaabut kogu perel. Räpina kaabu disaini autor on Piret Ilves (Piret Ilves Moemaja OÜ).

- Teetass – Praktiline meene, mis on osaks suuremast Räpina teeserviisist

- Helkur – Räpina helkur aitab turvaliselt jõuda heasse kodu kohta.

- Suveniirmärk – Taskukohane ja nähtav meene igas vanuses Räpina fännile

- Vihmavari – Ka vihma, tuule ja tormiga saab tõsta Räpina tuntust!

Meeskond

Räpina brändimanuaali koostas Räpina Vallavalitsuse tellimusel Consumetric OÜ (www.consumetric.ee).

Projektimeeskonda kuulusid

- Oliver Loode – projektijuht
- Leonhard Lapin – Räpina logo autor
- Karl-Erik Leik (Ideum Media) – graafiline disain
- Piret Mägi – rahvarõivaste ekspert
- Piret Ilves (Piret Ilves Moemaja OÜ) – moedisainer

Brändimanuaali koostamisel osalesid ka Räpina Vallavalitsuse, Räpina Aianduskooli , Räpina Äriabikeskuse ja mitmete teiste Räpina organisatsioonide esindajad.

Kontakt

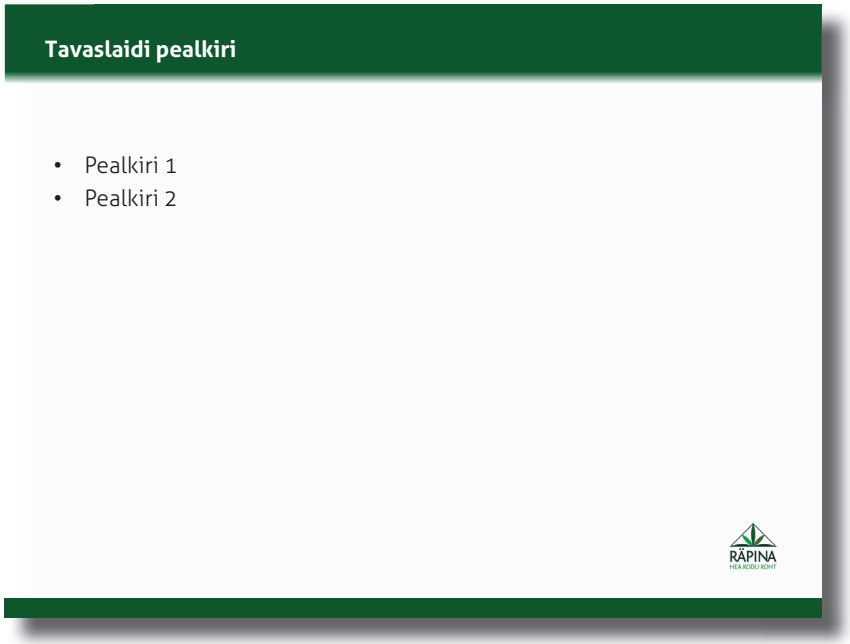
Räpina logo kasutusega seotud küsimustes palume võtta ühendust
Räpina Vallavalitsusega aadressil vald@rapina.ee või telefonil 7 999 500.

Lisad

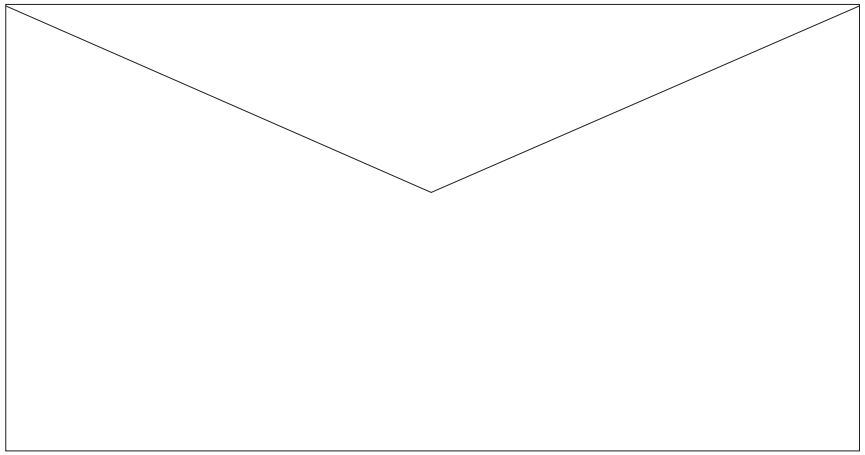
Lisa 1: Trükimeedia kuulutus
Lisa 2: Veebibännerid
Lisa 3: Räpina esitluse slaidid
Lisa 4: Räpina ümbrik

Lisad

Lisa 1: Räpina esitluse slaidid



Lisa 2: Räpina ümbrik



Lisa 3: Võrokiilne lõugahus ja logo

Räpinä vald om ammutsõst aost käänö Võromaa ala ja nii tä om ka põrõhõlla tükükene vanast Võromaast. Tuud näütäs kõgõ selgembähe Räpinä keelepruuk, midä loetas võro keele hulka. Umah keeleh kõnõldas siiämaane, kirotõdas värsse ja tetäs tiatrit.

Ku Räpinä lõugahust 7. vahtsõaastakuu pääväl 2011 rahvalõ vällä hõõgate, sõs Räpinä miis Ilvesse Aapo pand´ ette tarvitõda estikiilse lõugahusõ kõrval ka timä võrokiilset vastust. Nigu mõtõld oll´, nii sai tettös kah. Räpinä võrokiilne lõugahus om 'hää kodo kotus'.

Võrokiilne logo om Räpinäl sääne:

RÄPINÄ
HÄÄ KODO KOTUS

Niimuudo näütäse vällä manomõtõldo tõõsõndi Räpinä võrokiilsest logost:

Võrokiilset Räpinä loko või pruuke sammamuudo nigu estikiilset: trükitölt, veebih, mälehtösasjo pääl, kokkotulõkidõ ja ettevõtmiise man, - egäl puul, kos om tegemist Räpinä vallaga. Kinmähe tulõ võrokiilset loko parõmbast pitä nood´e asjo ja ettevõtmiise man, miä putussõ võro keelele ja kultuurilõ (näütösest võrokiilside näütemängä kuulutusõ, võrokiilse veebilehe). Olko logo esti vai võro keeleh, timmä and tarvitõda kõgõ moodo ala - sinnämaane, kohe tarvitajal ettekujotamise võim vällä küünüs.