



# Gildeskål

kommune

Designmanual

August 2012 © Whitefox



# Innhold

2	Innholdsfortegnelse
3	Om profilen
4	Logo
5	Logoversjoner
6	Logo – tilleggsversjoner
7	Logoregler
8	Logoplassering
9	Designelementer
10	Typografi
11	Farger
12	Bildebruk
	Postale trykksaker
13	• Brevark
14	• Brevark med avdeling /virksomhet
15	• Mal til elektronisk brevark
16	• Konvolutter
17	• Visittkort
18	Annonsemaler
	• Stillingsannonse mod 22B
	• Stillingsannonse m/bilde mod 32B
20	Skilting / synlighet

## Om profilen:

Profilen er folkelig og nær, men likevel profesjonell. Den er ung i sitt uttrykk, med tanke på fremtiden, men tar også med seg historien i sin dybde.

Profilen har hentet sine elementer fra naturen, for naturen er vakker i Gildeskål. Det er noe helt unikt. Naturen er sterk når havet er sterkt, som vinden som stikker i kinn og som fjellet er mektig. Men naturen er også myk, som spirende vårplanter, og de nordnorske orkideene og en lett bris rundt hushjørnet.

Typografien i Gildeskål kommunes logo er vennlig og åpen, og har vind og bevegelse i seg. Den har feminine trekk som gir en velkommenfølelse, og fjerner ordet «konservativ» fra «kommune».

Kommunevåpenet står støtt til typografien, og med variasjon i typografiens plassering får vi en brukervennlig profil som er lett å implementere på alle kommunens kontaktflater.

Designelementene er også hentet fra naturen. Naturen setter spor i oss som kommer fra Gildeskål, og naturen har spor i seg selv. Det er spor i fjellene – som stripene i Sandhornet, som årene i gruvedriften. Det er spor i floraen, spor i bølger og vann. Det er spor i ansiktene våre, som følge av spor i historien. Å ha vært igjennom Gildeskål setter spor i sjelen, og gir en mer verdi. Dette kjenner de som bor her, og de som kommer hit. Designelementene er grafiske elementer for spor, som beveger seg dynamisk over flaten. De er levende, og tilfører noe ekstra til profilen.

Hovedfargene i profilen er blå og grå. Blå, er fargen fra den opprinnelige logoen og er tatt med videre for å skape gjenkjennelighet, og bevare historien. Blå er en trygg og god farge som symboliserer stabilitet, ro og harmoni. Blått står også for inspirasjon, sannhet og kommunikasjon.

Grå er en sterk farge, som ikke oppleves like hard som sort. Grått symboliserer vennskap, trygghet, ansvarlighet og nøytralitet - og er

derfor en god farge som godt kan kombineres med andre farger.

Det er også valgt ut en støttende fargepalett i blåturkise toner og grønn-toner. Fargepaletten gir tydelige kontraster, men oppleves ikke som syntetisk. Fargene er hentet ut fra naturen; det blå fra himmel og sjø og det grønne fra skog og mark. I tillegg er grønnfargen en lenke til Elias Blix-profilen, da Elias Blix-profilen og Gildeskål kommunes profil skal snakke godt sammen; men likevel stå sterkt alene.

Det er også hentet inn en lys beige tone til bruk på bakgrunnsmateriell, for å unngå den sterke kontrasten til hvitt.

Ved å ha en designmanual klarer Gildeskål kommune lettere å holde en felle linje for sin profil. Ved å konsekvent følge de retningslinjer som her er beskrevet vil de fremstå som tydelig, helhetlig og profesjonell på alle kontaktflater som blir benyttet for å nå ut til folk. utfordringer er å unngå at alle kokkene søler, ettersom det er mange som skal bruke denne profilen.

## Merkevarebygging:

Merkevarebygging kan oppsummeres som: det man sier, hvordan man kommuniserer dette visuelt og hvordan produktet til slutt oppleves hos mottager.

Elementene i den grafiske profilen skal tydeliggjøre Gildeskål kommunes budskap. Endres det på disse, vil det være med på å svekke budskapet.

Ved å fremstå tydelig i alt som gjøres, fra annonser, plakater, web og andre medier, fremstår man som sterk og bevisst, og vil oppfattes som en seriøs aktør.





Gildeskål  
kommune

## Logo

Logoen er Gildeskål kommunes ansikt utad og hovedelementet i den grafiske profilen.

Logoen består av det opprinnelige kommunevåpenet, og typografi som gjenspeiler vind og åpenhet.

Vi har tatt utgangspunkt i en myk og moderne seriffont, og skreddersydd enkelte av bokstavene for å skape noe unikt for Gildeskål.



*...Å eg veit meg eit land...*



Gildeskål  
kommune

Gildeskål  
kommune



### Logoversjoner

For å skape en brukervennlig og dynamisk profil har det blitt utviklet flere versjoner av logoen, som alle kan brukes som originalversjon.

Det er dog viktig å bruke skjønn, og bruk den versjonen som passer best til der den skal implementeres, og bør gjøres i samråd med designeren/opphaver for å beholde profilens profesjonalitet.



## Logo – ekstraversjoner

For at logoen skal passe inn i de enkelte trykksaker og medier, har vi alternativer til hvordan den kan fremstilles.

Logoen vises her i farger, gråtoner, helsort og helhvit.

Hovedregel er at logo settes i farger på hvit bakgrunn. Om dette ikke er mulig har vi laget negativ versjon. Her må designer vise skjønn, å bruke den best tilpassede versjonen.

Hvor bruk av farger ikke er mulig kan den brukes i gråtoner. Alternativer med hvit og helsort unngås om mulig.

Det er den enkelte designer som avgjør hvilken logo som er mest passende for det grafiske utseendet, enten det gjelder web eller trykk. For ikke profesjonelle, bør det forespørres designer/opphaver om godkjenning ved den minste tvil om korrekt bruk.

Minste «lovlige» størrelse er 2,5 cm bred i den horisontale versjonen.

Minste «lovlige» størrelse for den vertikale versjonen er 1,5 cm bred.



✓ KORREKT LOGO



✗ DET ER IKKE LOV Å FORANDRE FARGE



✗ LOGOEN KAN IKKE PLASSERES PÅ FORSTYRENDE FLATER



✗ DET ER IKKE LOV Å STREKKE LOGOEN UPROPOSJONALT



✗ DET ER IKKE LOV Å LEGGE PÅ SKYGGE ELLER ANDRE EFFEKTER



✗ DET ER IKKE LOV Å KLEMME SAMMEN UPROPOSJONALT

## Korrekt logo

For at logoen skal fremstå riktig er det viktig å vite at det ikke er lov til å gjøre endringer på logo-originalen, som å dra i den, legge på skygge, endre plassering av tekst, omforme den eller legge til en effekt. Kontrollér at fargegjengivelse, proporsjoner og oppløsning er korrekt før publisering. Man skal heller ikke flytte på elementer i logoen, fjerne eller legge til noen.

Øverst til venstre vises korrekt logo, og alle de andre eksemplene på siden er da ukorrekte.

Logoen må ikke legges over forstyrrende flater. Skal den plasseres på et bilde må den plasseres i et rolig hjørne. Man må da også ta hensyn til at man velger logo i den fargen som står mest i kontrast til bakgrunnen, slik at den ikke skal drukne i annen visuell informasjon. I tvil kan det være lurt å bruke logoversjon i sirkel.

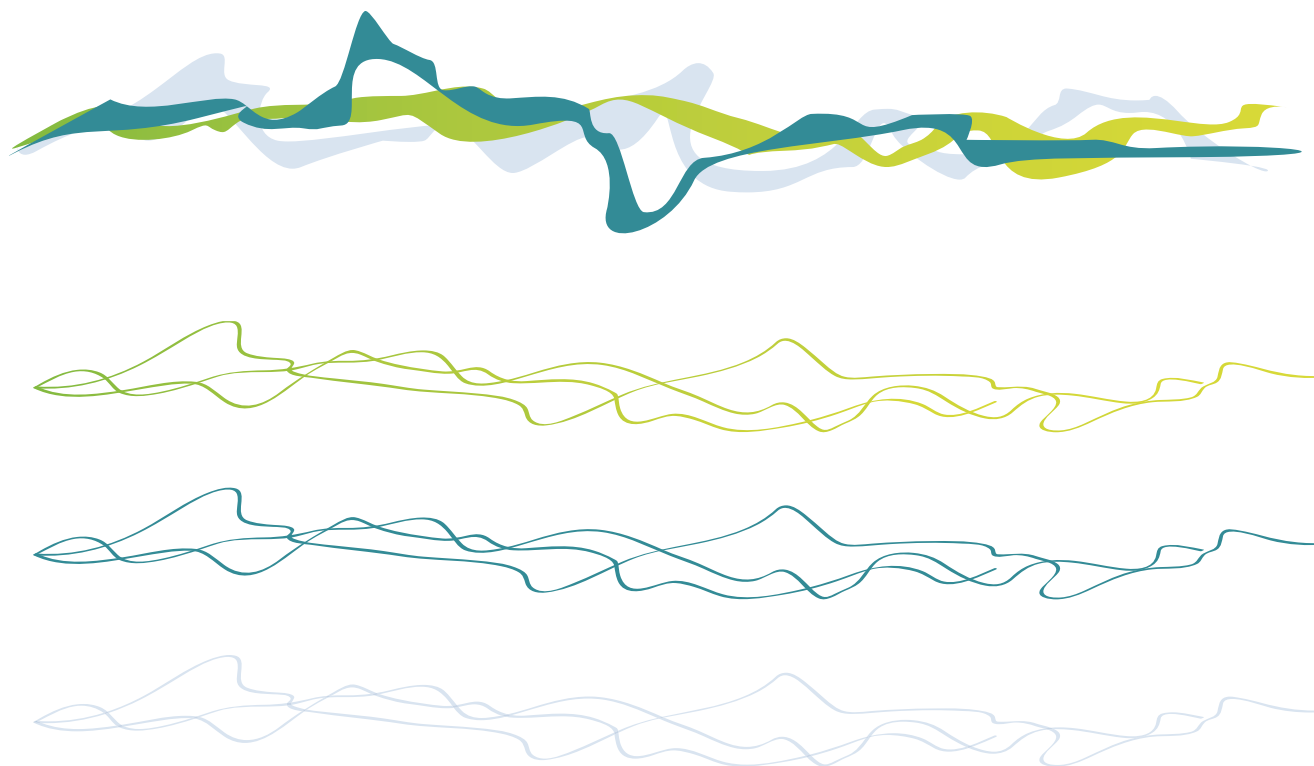


## Logoplassering

I hovedsak skal logoen plasseres slik at den er lett synlig. Den kan plasseres hvor som helst alt etter hva som passer best visuelt sett. Som hovedregel kan man plassere denne i nedre høyre hjørne, men det kan oppstå situasjoner der det visuelt sett ikke passer å plassere den i angitte rammer, og designeren må selv ta avgjørelsen om hva som skal gjøres.

Et viktig element er at logoen aldri blir plassert uten luft rundt seg. En tommelfingerregel er å holde en minimumsavstand utfra et element i selve logoen. Ingen elementer fra annet design rundt får komme nærmere inn på logoen enn hva utvalgt designelementet i logoen selv tillater. Dette gjelder også avstand til papirkanten. En annen regel kan være å aldri ha mindre enn 1 cm luft rundt. Her må designeren bruke skjønn.





*...Å eg veit meg eit land...*

## Designelementer

Designelementene er hentet fra naturen. Naturen setter spor i oss som kommer fra Gildeskål, og naturen har spor i seg selv. Det er spor i fjellene – som stripene i Sandhornet, som årene i gruvedriften. Det er spor i floraen, spor i bølger og vann. Det er spor i ansiktene våre, som følge av spor i historien. Å ha vært igjennom Gildeskål setter spor i sjelen, og gir en merverdi. Dette kjenner de som bor her, og de som kommer hit. Designelementene er grafiske elementer for spor, som beveger seg dynamisk over flaten. De er levende, og tilfører noe ekstra til profilen.

«Å eg veit med eit land» er Gildeskål kommunes slagord. Det uttrykker både vår stolthet til historien og visjonen for det vi skal skape. Elementet kan enten brukes i samhandling med logo, som vist på tidligere sider, eller løsrevet som et element. For sistnevnte bør utformingen foretas av profesjonelle designere, for å være sikret korrekt visuelt uttrykk. Det er også sistnevnte som vil fungere best på de ulike kontaktflatene.

For ikke profesjonelle, bør det forespørres designer/opphaver om godkjenning ved den minste tvil om korrekt bruk.

## Profilfont 1

Museo

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

STUVWXYZÆØÅ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

1234567890!?!&%

Museo 100

Museo 300

**Museo 500**

**Museo 700**

**Museo 900**

## Profilfont2

Tstar

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

1234567890!?!&%

*Tstar Light italic*

Tstar Regular

*Tstar italic*

Tstar Medium

*Tstar Medium italic*

**Tstar Bold**

*Tstar Bold italic*

**TSTAR HEADLINE**

## Støttefont 1

Verdana Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

1234567890!?!&%

*Verdana italic*

**Verdana bold**

***Verdana bold italic***

## Støttefont 2 (om Verdana ikke er tilgj.)

Arial Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

1234567890!?!&%

**Arial Bold**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå**

**1234567890!?!&%**

## Typografi

Bruk av rett typografi er like viktig for det skrevne ord som korrekt uttale er for det talte ord. I tillegg til å være viktig for formidlingen av et budskap er typografi et virkemiddel i vår visuelle identitet. Konsekvent bruk av skrifttyper er med på å skape gjenkjennelse.

Skrifttypene som skal bruke er delt inn i to grupper – profilfont og støttefont. Profilskrifttypen er den skrifttypen som sammen med logo og farger er en viktig byggestein i Gildeskål kommunes visuelle identitet. Museo kan dog kun brukes i overskrifter, mellomoverskrifter, sitater m.m.

Tstar skal brukes i mengdetekster, da denne er lett lesbar og brukervennlig. Støttefonten, Verdana, brukes på web og andre steder Museo/Tstar ikke er tilgjengelig. Disse skrifttypen er allment tilgjengelig og man unngår derfor problemene forbundet med at mottaker ikke har riktig skrifttype installert på sin maskin vedr. web, og også i plakatmaler som skal brukes av ulike lag/foreninger m.m. Enkelte mangler også Verdana, og der kan Arial brukes. Ingen andre skrifttyper er tillatt. Skrifttypene er nøye valgt for å oppfylle kravene til norge.no om universell utforming på nett.

Typografien skal holdes lett og luftig, med god nok linjeavstand uten å løsgjøre det for voldsomt. For Tstar holder det med en økning av linjeavstand på 3 pt, i forholdt til fontstørrelse. Dear Sarah trenger seks punkts økning.

## HOVEDFARGER



Pantone process blue | C: 100 M:10 Y:0 K:10 | R: 0 G:147 B:208 | #0093D0



Pantone Black 50% | C: 0 M:0 Y:0 K:50 | R: 147 G:149 B:152 | #939598

## STØTTEFARGER



Pantone 7705 | C:90 M:50 Y:45 K:25 | R:17 G:91 B:105 | #115B69



Pantone 7703 | C:80 M:40 Y:30 K:5 | R:44 G:136 B:144 | #2C8890



Pantone 630 | C:40 M:15 Y:20 K:0 | R:154 G:188 B:195 | #9ABCC3



Pantone 7491 | C: 55 M:30 Y:100 K:0 | R: 123 G:139 B:56 | #7B8B38



Pantone 377 | C: 50 M:20 Y:100 K:0 | R: 145 G:169 B:62 | #91A93E



Pantone 579 | C: 25 M:10 Y:60 K:0 | R: 197 G:204 B:131 | #C5CC83

## Fargepalett

Hovedfargene i profilen er blå og grå. Blå, er fargen fra den opprinnelige logoen og er tatt med videre for å skape gjenkjennelighet, og bevare historien. Blå er en trygg og god farge som symboliserer stabilitet, ro og harmoni. Blått står også for inspirasjon, sannhet og kommunikasjon.

Grå er en sterk farge, som ikke oppleves like hard som sort. Grått symboliserer vennskap, trygghet, ansvarlighet og nøytralitet - og er derfor en god farge som godt kan kombineres med andre farger.

Det er også valgt ut en støttende fargepalett i blåturkise toner og grønn-toner. Fargepaletten gir tydelige kontraster, men oppleves ikke som syntetisk. Fargene er hentet ut fra naturen; det blå fra himmel og sjø og det grønne fra skog og mark. I tillegg er grønnfargen er lenke til Elias Blix-profilen, da Elias Blix-profilen og Gildeskål kommunes profil skal snakke godt sammen; men likevel stå sterkt alene.

Ved bruk av pantoner, bør det legges to farger over hverandre som går mot transparent i hver sin ende, dersom det skal lages en gradient. Dette må testes hos produsent for å oppnå ønskelig effekt. Eventuelt brukes flate farger.

## ILLUSTRASJONSFOTO



## Bildebruk

Illustrasjonsfoto bør ha en varm og god tone i seg, og ha en profesjonelt uttrykk. Det er også viktig at bildene innehar samme visuelle uttrykk, i form av fokus, farger og kunstneriske vinkling.

Bilder fra idag, fra arrangementer, nyheter m.m bør være LEVENDE bilder - bilder med bevegelse, ekte mennesker, med spennende utsnitt og positivitet over seg. Disse kan gjerne være i farge.

## DAGSAKTUELLE BILDER



## Brevark

Brevarket skal bestå av logo, design-elementer og den nødvendige kontaktinformasjonen.

Brevarket skal fortrinnsvis forhåndstrykkes for å bevare profesjonaliteten til den visuelle identiteten, da profesjonelle trykkmaskiner er svært mye mer nøyaktig når det kommer til korrekt fargegjengivelse. I tillegg vil printere til vanlig ikke skrive helt ut i kantene og dette forringer kvaliteten. Dersom brevark skrives ut på printer, må fargene sjekkes mot forhåndstrykk. Ved avvik, må utskrift i svart/hvitt benyttes.

Det er viktig at elementene ikke kommer i konflikt med den skrevne tekst, så ved bruk av elektronisk mal i stedet for ikke ferdig trykte brevark, skal elementene til en hver tid være låst, og ikke flyttes på.

## Brevark tilpasset virksomhet, elektronisk mal.

Brevarket skal bestå av logo, design-  
elementer og den nødvendige  
kontaktinformasjonen.

Her er det lagt opp til at støttetyposografi,  
da disse typosnittene finnes på enhver  
maskin. Oppsettet er dog likt som trykket  
brevark, for å bevare profilen og gjenkjen-  
neligheten til merkevaren.

Ved bruk av elektronisk brevmal i stedet for  
ferdig trykte brevark, skal elementene til en  
hver tid være låst, og ikke flyttes på.

Det anbefales å forhåndstrykke brevarkene  
med de faste elementene, og ha en  
elektronisk mal som kun endrer virksomhet  
og kontaktinformasjon. På denne måten  
bevarer man profesjonaliteten og ivaretar  
profilen på beste måte.

...Å eg ve

...Å eg veit meg eit land...

Mottakers navn  
v/ Kontaktperson  
Adresselinje 1  
Adresselinje 2

1234 POSTSTED

Deres ref.	Vår ref.	Arkivkode	Dato	Saksbehandler:	E-post:	Telefon
10/121212	15/540-10	223 X01	22.12.2012	Anne Grete Mosti	kjepet@gildeskalkommune.no	75 76 06 00

**TEMA FOR BREV**

Qui conihitibus doles aciet is cum eaquamenda quid ut doluptas ex excerna muscipsam aciem  
volupita volupta volese velitatem ne vent audi tendipsa conserum laceprae essinullaut quasimus  
eatisquia voloreicis es cusdantem simolor emquam, sam, comniem imodic totae nes re doluptatis  
dit, sitibus unt.

Nequam res de et quid qui doluptatem. Et omnius niscidi omni dolo ipitatibus eles siminci ut  
perovitos esto imi, sit occupit ut as doles expliquam es ium dolores cilliquis accum apis ut qui  
sequaes sinihit illiquidentio bererumqui omnis sitint doluptaspis et est labo. Ut ent rerspel laccae  
molestrum que moluptatur arunt voluptaspit, quam que conetur, eum repersp erferumque nienihi  
ctasint fugiatiusam quodion sectore nos dolluptusam, que minciate rem ex ea ex et adis invelest  
doloraessus, quae ipicid ut poris

Cusam volupta tistio enectas as eume nonectiur aut volorep erionet im ut idit prat experep udae-  
fe rerspel et untum assitia aut aut eossi cum et et quistios ma de excerovid et repta dolupid magni  
dolorro conem num expliti sequias excea explaccum int fugit quodisimus simoles tiuntor sint.

Am quunt, volorum et et latem ut aut mo blanimi luptiumquid etur repe pos et odiorem qui dior-  
rum qui cum veritiusaped excerfe rorum, eossimus nusdaestem et quo blaut estius et esto ili-  
quaspit qui dem que.

Med hilsen

Saksbehandlers navn  
Saksbehandlers tittel  
*...Å eg veit meg eit land...*

## Mal til elektronisk brevark

Ved bruk av ikke ferdig trykket brevark, skal elektronisk brevmal i saksbehandler-program benyttes.

Her er det lagt opp til at støttetypografi, da disse typosnittene finnes på enhver maskin. Oppsettet er dog likt som trykket brevark, for å bevare profilen og gjenkjenneligheten til merkevaren.

Ved bruk av elektronisk brevmal i stedet for ferdig trykte brevark, skal elementene til en hver tid være låst, og ikke flyttes på.

Det anbefales å forhåndstrykke brevarkene med de faste elementene, og ha en elektronisk mal som kun endrer virksomhet og kontaktinformasjon. På denne måten bevarer man profesjonaliteten og ivaretar profilen på beste måte.



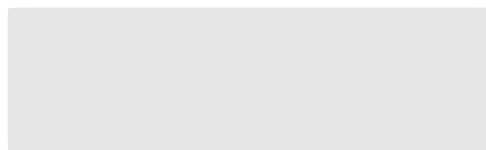
*...Å eg veit meg eit land...*

Avsender:  
Gildeskål kommune,  
Postboks 54, 8138 Inndyr  
Org.nr: 845 901 422  
www.gildeskål.kommune.no

Avsender: Gildeskål kommune, Postboks 54, 8138 Inndyr | Org.nr: 845 901 422 | www.gildeskål.kommune.no



*...Å eg veit meg eit land...*



## Konvolutt

Konvolutter skal bestå av logo, design-elementer og den nødvendige kontaktinformasjonen.

Konvolutter som ikke frankeres på servicekontoret bør forhåndstrykkes for å bevare profesjonaliteten til den visuelle identiteten, da profesjonelle trykkmaskiner er svært mye mer nøyaktig når det kommer til korrekt fargegjengivelse. Om logo printes på konvolutter, skal det være i svart/hvitt om ikke fargeprint samsvarer med forhåndstrykk.

Det er viktig at elementer ikke kommer i konflikt med et evt vindu og poststempel, og derfor må de ikke flyttes på.

Konvolutter vises her i C4 og E65, men kan lett tilpasses øvrige formater.





## Visittkort

Visittkort skal bestå av logo, design-elementer og den nødvendige kontaktinformasjonen, og tilpasses hver enkelt ansatt i kommunen.

Visittkort skal forhåndstrykkes for å bevare profesjonaliteten til den visuelle identiteten, da profesjonelle trykk-maskiner er svært mye mer nøyaktig når det kommer til korrekt fargegjengivelse.



## STILLINGSTITTEL

### Avdeling i kommunen

---

- Kulepunkt
- Kulepunkt
- Kulepunkt

Søknadsfrist: 01. januar 2012

Luptiae abore veliquodis eium autecto bearchillor si sed quas con et mod ea nobit, tentis aut que lab intistiis dolupta tatiandesto inctorro eos et omnitinulpa quiatur abo. Voluptius, culliqu untioassin ratem evene asitatqui odion rehent officillat ommostinciet fugiate nis sitionsed quis dolupta turionesto tem con?

Pit alit offic tem iusdae la natae et aliqne se elisi voles ne plaut occatur soluptas.

*...Å eg veit meg eit land...*



## STILLINGSTITTEL

### Avdeling i kommunen

---

- Kulepunkt
- Kulepunkt
- Kulepunkt

Søknadsfrist: 01. januar 2012

Luptiae abore veliquodis eium autecto bearchillor si sed quas con et mod ea nobit, tentis aut que lab intistiis dolupta tatiandesto inctorro eos et omnitinulpa quiatur abo. Voluptius, culliqu untioassin ratem evene asitatqui odion rehent officillat ommostinciet fugiate nis sitionsed quis dolupta turionesto tem con?

Pit alit offic tem iusdae la natae et aliqne se elisi voles ne plaut occatur soluptas.

*...Å eg veit meg eit land...*

## Stillingsannonse uten bilde

Eksempel på stillingsannonse uten bilde i modul 22B, i farge og sort/hvitt.

Modul 22B er 80 x 107 mm

Ved større formater beholdes proposjoner på designelementer, men må tekststørrelse på tilpasses den enkelte annonse.

Annonser for kunngjøringer følger samme mal.



## STILLINGSTITTEL

### Avdeling i kommunen

---

- Kulepunkt
- Kulepunkt
- Kulepunkt

Søknadsfrist: 01. januar 2012

Luptiae abore veliquodis eium autecto bearchillor si sed quas con et mod ea nobit, tentis aut que lab intistiis dolupta tatiandesto inctorro eos et omnitinulpa quiatur abo. Voluptius, culliqu untiossin ratem evene asitatqui odion rehent officillat ommostinciet fugiate nis sitionsed quis dolupta turionesto tem con?

Pit alit offic tem iusdae la natae et alique se elisi voles ne plaut occatur soluptas autatio nsequas mi, tem evel int ea-que duntiorum quiam et a nusant ex eliquiatqui aut erchicæ volut eatia prae inusae. Nam sedicil lorum re eatemporum dollupis necerumquae pel iumet repudandipid mo et enimil incid molupta ssitat am, sim que consequae inis ex et oditatem fuga. Nem inverem.

*...Å eg veit meg eit land...*



## STILLINGSTITTEL

### Avdeling i kommunen

---

- Kulepunkt
- Kulepunkt
- Kulepunkt

Søknadsfrist: 01. januar 2012

Luptiae abore veliquodis eium autecto bearchillor si sed quas con et mod ea nobit, tentis aut que lab intistiis dolupta tatiandesto inctorro eos et omnitinulpa quiatur abo. Voluptius, culliqu untiossin ratem evene asitatqui odion rehent officillat ommostinciet fugiate nis sitionsed quis dolupta turionesto tem con?

Pit alit offic tem iusdae la natae et alique se elisi voles ne plaut occatur soluptas autatio nsequas mi, tem evel int ea-que duntiorum quiam et a nusant ex eliquiatqui aut erchicæ volut eatia prae inusae. Nam sedicil lorum re eatemporum dollupis necerumquae pel iumet repudandipid mo et enimil incid molupta ssitat am, sim que consequae inis ex et oditatem fuga. Nem inverem.

*...Å eg veit meg eit land...*

## Stillingsannonse med bilde

Eksempel på stillingsannonse med bilde i modul 32B, i farge og sort/hvitt.

Modul 32B er 80 x 181 mm

Ved større formater beholdes proposjoner på designelementer, men tekststørrelse må tilpasses den enkelte annonse.

Annonser for kunngjøringer følger samme mal.



## Skilting/synlighet

Eksempel på bordfane og fasadedekor.

Designmanualen er produsert av:

*whitefox*

[www.whitefox.no](http://www.whitefox.no) | [post@whitefox.no](mailto:post@whitefox.no)