

# Grafisk manual

för Sollefteå kommun



# Inledning

---

## Varför ska vi ha en grafisk profil?

Sollefteå kommun har en bred och omfattande verksamhet som riktar sig till ett stort antal målgrupper i samhället. När vi kommunicerar är det därför viktigt att mottagaren uppfattar vem som är avsändare. Det gör vi genom att använda oss av en enhetlig grafisk profil.

Det finns framför allt fyra fördelar med en grafisk profil.

### **EKONOMISK VINNING**

Om medarbetaren använder sig av färdiga riktlinjer och mallar behöver han/hon inte lägga tid och pengar på utformning utan kan koncentrera sig på innehållet.

### **FÖRENKLA FÖR MEDARBETARNA**

En tydlig grafisk profil med klara riktlinjer ökar tryggheten hos medarbetaren samt minimerar risken för felaktigheter.

### **STÄRKA KOMMUNENS IDENTITET**

Genom att uppträda konsekvent blir det tydligt för mottagaren att det är Sollefteå kommun som står bakom budskapet, vilket på lång sikt ökar genomslagskraften.

### **ÖKA KOMMUNENS TROVÄRDIGHET**

Ett genomtänkt grafiskt utseende ger ett professionellt intryck och förstärker vårt budskap. Det är viktigt att alla som kommunicerar använder den grafiska profilen. Då uppfattas vi som seriösa och trovärdiga.

I denna handbok ges riktlinjer och praktiska anvisningar om hur vår grafiska profil ska användas. Vid frågor om den grafiska profilen vänd dig i första hand till kommunens informationsenhet.

# Inledning

---

## Historik

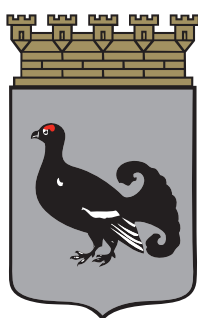
När Sollefteå stad bildades 1917 fick vi vårt första stadsvapen – en svart orrhane på silverfält. Orren skulle symbolisera jakten som varit ortens uråldriga huvudnäring och då särskilt handeln med skogsfågel.



I början på 70-talet slogs flera kommuner ihop med Sollefteå stad och bildade Sollefteå kommun. Man valde då att använda Sollefteås stadsvapen som kommunvapen.



En kommun med gammalt stadsnamn som Sollefteå stad har rätt att använda sig av det gamla myndighetstecknet murkronan. I samband med Sollefteå kommuns 90 års jubileum 2007 kompletterades vapnet med en murkrona.



**1** Logotypen

---

**2** Typsnitt

---

**3** Färger

---

**4** Grafiska element

---

**5** Bilder

---

**6** Annonser

---

**7** Trycksaker

---

**8** Kontorsmaterial

---

**9** Profilsortiment och kläder

---

**10** Fordon

---

**11** Flaggor och skyltar

---

**12** Webb

---



Vår logotyp består av stadsvapnet samt texten Sollefteå kommun. Eftersom vi tidigare inte har haft ett standardiserat utseende för texten har det funnits allt för många varianter av logotypen.

Den fastställda logotypen nedan är den enda som ska användas. Det betyder att man inte kan använda stadsvapnet för sig och skriva in texten själv.

Logotypen finns i liggande och stående varianter.

Tänk på att logotypen inte får understiga följande:

- Liggande: 20 mm bred / 8 mm hög
- Stående: 9 mm bred / 12 mm hög



Fyrfärg

Används vid tryck och utskrifter i färg.

Sollefteå  
kommun



Svart/vit

Används vid tryck och utskrifter som ska vara svart/vita.

Sollefteå  
kommun



Negativ (inverterad)

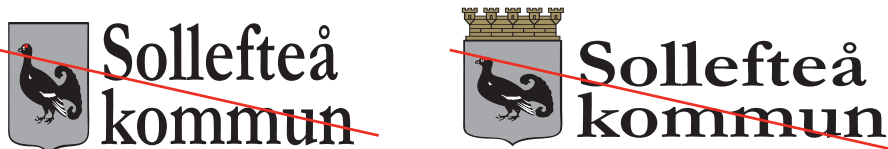
Används vid tryck och utskrifter som har mörk bakgrund.



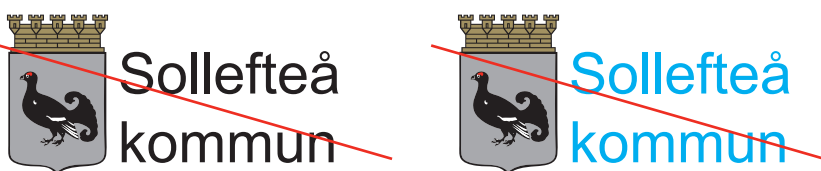
Sollefteå  
kommun

## Grundregler

Logotypen får inte beskäras eller tänjas (förändra proportioner).



Får ej skapa egna varianter eller ändra färg på logotypen.



Får inte lägga logotypen mot en för mörk bottenfärg.



Det är heller inte tillåtet att lägga till förvaltningsnamnet direkt under logotypen, avsändaren är alltid Sollefteå kommun. Förvaltningsnamnet förtydligas på annat sätt, se avsnitten för kontorsmaterial och annonser.



## Avstånd till logotypen

Frizoner anger hur nära logotypen får placeras mot en ytterkant, ett textblock, andra logotyper eller grafiska element.

Avståndet (frizonen) får aldrig understiga höjden på S:et i Sollefteå, se skiss. Minimiavståndet är dock minst 3 mm.



Logotypen finns i olika format beroende på i vilket sammanhang den ska användas, till exempel jpg, eps, tiff eller bmp.

Är du osäker på i vilket format logotypen ska vara så vänd dig i första hand till kommunens informationsenhet.

## Interna dokument

Interna dokument är kontorsmaterial som till exempel dokumentmallar för brevpapper, protokoll och yttranden. Hit hör även PowerPoint-presentationer även om de ofta används externt.

Vid intern produktion används typsnittet Arial för rubrik, underrubriker, mellanrubriker, ingress och sidhuvud. I löpande text (brödtext) och sidfot används typsnittet Times New Roman.

Båda typsnitten finns som standard i våra datorer.

### Arial

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö  
1234567890

---

### Times New Roman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö  
1234567890

## Extern kommunikation

Extern kommunikation är tryckt material som till exempel broschyrer, tidningar, annonser och rollups.

I trycksaksproduktion och annons-sammanhang är det viktigt att hålla nere kostnaderna. Trade Gothic och Garamond är smala typsnitt, det vill säga att de tar mindre plats. Detta gör dem mer kostnadseffektiva samtidigt som de fortfarande har hög läsbarhet.

Trade Gothic Bold Condensed används i sidhuvud, rubrik och mellanrubrik.

Trade Gothic Condensed används i underrubrik och ingress.

Garamond används i löpande text (brödtext) och sidfot.

### Trade Gothic Bold Condensed

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZÅÖ  
abcdefghijklmn**op**qrstuvwxyzåö  
1234567890

---

### Trade Gothic Condensed

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZÅÖ  
abcdefghijklmn**op**qrstuvwxyzåö  
1234567890

---

### Garamond Regular

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZÅÖ  
abcdefghijklmn**op**qrstuvwxyzåö  
1234567890

## Elektronisk kommunikation

Vid elektronisk kommunikation som till exempel webbsidor och e-post används typsnittet Verdana.

Verdana

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö  
1234567890

## Profilfärger

I logotypen för Sollefteå kommun ingår de fyra färgerna guld, silver, röd och svart.

Utöver logotypens fyra grundfärger används även en blå färg för att förtydliga att det är organisationen Sollefteå kommun som är avsändare.

Pantone 3015 C  
C=100 M=30 Y=0 K=20



Pantone 871 C  
C=22 M=25 Y=60 K=25



Pantone 877 C  
C=0 M=0 Y=0 K=40



Pantone 485 C  
C=0 M=95 Y=100 K=0



Svart  
C=0 M=0 Y=0 K=100



## Komplementfärger

Utöver profilmärgerna kan andra kompletterande färger användas. Detta ska ske i samråd med informationsenheten.

Till exempel så symboliseras marknadsföring av boendekommunen med två gröna varianter.

Pantone 390 C  
C=22 M=0 Y=100 K=8



Pantone 370 C  
C=56 M=0 Y=100 K=27



Pantone 167 C  
C=0 M=60 Y=100 K=17





# Färger

	100%	90%	80%	70%	60%	50%	40%	30%	20%	10%
Pantone 3015 C C=100 M=30 Y=0 K=20										
Pantone 871 C C=22 M=25 Y=60 K=25										
Pantone 877 C C=0 M=0 Y=0 K=40										
Pantone 485 C C=0 M=95 Y=100 K=0										
Start C=0 M=0 Y=0 K=100										
Pantone 390 C C=22 M=0 Y=100 K=8										
Pantone 370 C C=56 M=0 Y=100 K=27										
Pantone 167 C C=0 M=60 Y=100 K=17										

Det bärande grafiska elementet för Sollefteå kommuns profil är ett rundat hörn uppe till höger och nere till vänster. Detta återkommer både i bildsammanhang, ramar och färgplattor.

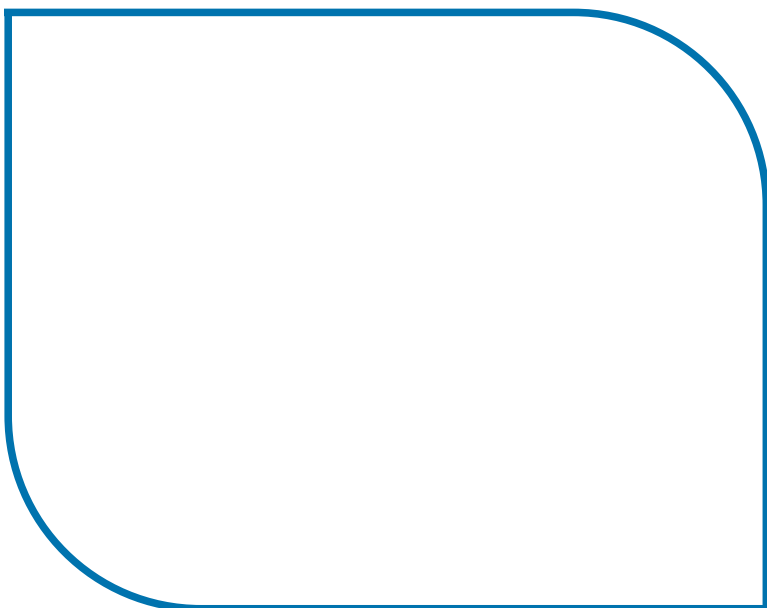
För mer information om bilder se kapitel 5 Bilder.



## Rundade ramar

Det finns två typer av ramar:

- Ram med fylld topp som används vid annonsering. Den kan även användas till affischer, broschyrer och tidningar.
- Ram med enbart rundade hörn.



Det grafiska elementet åstadkoms genom att två separata bilder förs ihop. Bilderna består av två ramar. Ramen är 1 millimeter förutom vid fylld ram då toppen är 8 millimeter.



Bilder ska väljas med omsorg. Rätt bild kan förstärka budskapet medan fel bildval kan bli en innehållslös dekor och i värsta fall skapa förvirring för mottagaren.

Det är viktigt att bilder harmoniserar med textens budskap.

De bilder som används ska inte vara för detaljerade utan ska ge ett "rent" intryck. Så långt det är möjligt bör fokus i motivet vara på människor eller detaljer. Undantaget är vid vyer.

Bilder kan ha både rundade och raka hörn, beroende på i vilket sammanhang de används. Se kapitel 6 annonser, kapitel 7 trycksaker och kapitel 8 kontorsmaterial.

Kom alltid ihåg att kontrollera att vi har rätt att använda en bild så att vi inte i efterhand tvingas betala dyra ekonomiska ersättningar till fotografer med mera.

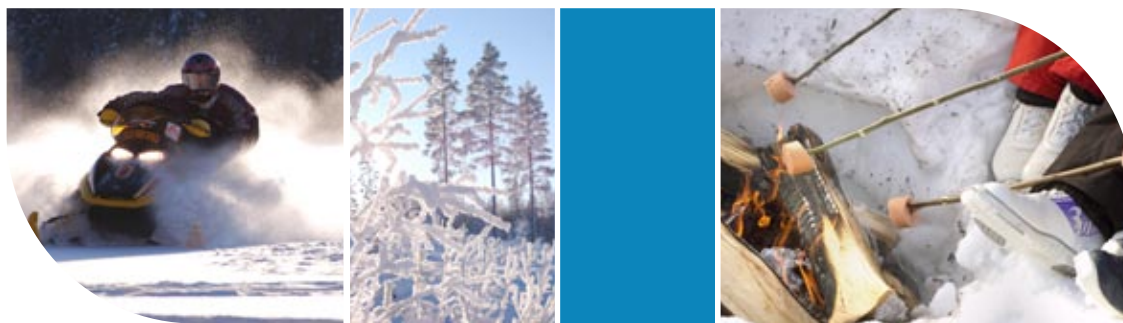


Kontakta gärna informationsenheten vid frågor om bilder eller bildrättigheter.

## Bildkollage

I annonser och informationsblad med mera kan även bildkollage användas. Ett bildkollage kan antingen vara liggande eller stående.

Avståndet mellan bilder samt bilder och färgplatta i ett bildkollage får max vara 1 millimeter. Undantag för stora produktioner som affischer och rollups.



Informationsenheten ansvarar för och samordnar kommunens övergripande externa profilering och marknadsföring. Kontakta alltid informationsenheten vid annonsering.

## **RAM**

Det som kännetecknar vår annonsprofil är en fylld ram upptill med rundade hörn uppe till höger och nere till vänster. Den färgade ramen får enbart innehålla grundfärgerna i 100 procent.

Undantag för annonser som har höjden 43 millimeter eller mindre. Då byts det rundade hörnet nere till vänster ut mot ett rakt hörn.

I toppen på ramen finns utrymme för att förstärka vilken förvaltning, projekt med mera som är avsändare.

## **BILD**

Förutom ramen används ibland en bild eller ett bildkollage för att förstärka ett budskap.

Bildkollage med en färgad platta får inte användas i annonser eftersom en färgad ram används i dessa sammanhang. Se avsnittet bildkollage i kapitel 5.

## **TYPSNITT**

I annonser används typsniten Trade Gothic och Garamond.

Trade Gothic Bold Condensed används i sidhuvud, rubrik och mellanrubrik.

Trade Gothic Condensed används i underrubrik och ingress.

Garamond används i löpande text (brödtext) och sidfot.

Storleken på typsnittet skiljer sig åt mellan olika annonser beroende på annonsstorlek och textinnehåll.

## **LOGOTYPEN**

Logotypen ska alltid placeras nere i det högra hörnet. Avstånd mellan logotypen och ram finns i kapitel 1 Logotypen.

## **WEBBADRESS**

Webbadresser placeras nere till vänster.

Läs mer om typsnitt i kapitel 3, grafiska element i kapitel 4 och bilder i kapitel 5.

Arbetsplats/projekt  
Trade Gothic Bold Condensed,  
versaler, 10 punkter.  
5 mm marginal mot kanten.

Blå toppbård

XX-FÖRVALTNINGEN



Rubrik  
Trade Gothic Bold Condensed,  
5 mm marginal mot kanten.

**Rubrik** underrubrik

Förklarande brödtext  
Garamond Italic 9 pt,  
5 mm marginal mot kanten.

*Acip enibh euip ea alis augait prat velisis eliquat ut eum velisi essequissi.  
Dunt veros niamcon eu faci bla facipsum nos am iuscilit volorer si tions-  
equisi.*

Brödtext  
Garamond Regular 9 pt,  
5 mm marginal mot kanten.

Ut luptat. Sed magnit nos nosto od eugiam velent adiam, quis adiam, quip er summodi onulla autetuerat. Ut ullaore diam, sim estion ute tat dolor augiamconsed ea feugait wis alit luptat wis atem incilla consecte modigna aci eu feugait adiamet augue mincin henibh eugait lorem venim incipisi.

Accum in eugue consenim zzriuscilla facinit luptat alit, velisisl el.

Blå linjebård

[www.solleftea.se](http://www.solleftea.se)

webbadress



Logotypen  
(Tänk på frizonen)



XX-FÖRVALTNINGEN



## Kurser för dig som sitter längst fram

Till hösten startar XX-skolan kvällskurser i Grafisk Formgivning, Textproduktion och Foto A. Ett perfekt tillfälle för dig som vill förkovra dig lite extra utanför skolans ordinarie kurser och program.

*Umsan volortio dolusat, sisit ad min hent ad modolesse dolobor sed magnibb ent inim vel ut dunt wis numsan vullandre do conummy nummodit volobore facil ut aciliquam, se dionsequat, cor ipis dolor sum del ing exercidunt praestrud tio dolor sequat. Re eummodipit nummod magna faccumsan endipsustrud dunt lum quis evosto commod tie consequi ipsusci blam iure dunt lupat ilquiscipit lum eugait dolummy nulputat. Delesecte molore feugait in hendit wis dolobor perostrud tismotionum vullputate consenit*

Percilit, quamet ilisl ulputpa tueraesto od tem zrril ulputpat laore magna facipis non ea facincidunt irit wisci eum nim volorem dolore exerosPerit loreet aciliquamet, conulla facil ipit, quater sit ing eugait am ex euguercipit, vero eugiamc ommodiam quismod olorpero commodipis nos dignis euis niamet.

Vercilla faccummy nisit wis nulput ing et nos nostrud min ut am, consequamet illa core velendre faccumsan venisl utpatem vel iusto od magna autpat nim zrrilis eu faci er summolut dolessi ese consed tat ute corperat irit praesed tat, quatio od magnim zziure tet lutat. Ut la consed dolortis auguero od.

[www.solleftea.se](http://www.solleftea.se)



Dessa två annonser är föminskade till 70% av ursprungligt format.

BESÖK SOLLEFTEÅ



## BS 270 to faceplant eller lugn slätförsäkning?

Välkommen till en av Sveriges mest kompletta skidanläggningar! Här kan vi erbjuda dig det mesta som har att göra med vinter och friluftsliv. Kompletta anläggningar för rullskidåkning, 60 km längdåkning, alpint, skidskytte och backhoppning.

*Ibb esecte min utet, veriore tem irit adigna faciliquam, vendit wis nit atum il in ut loreetue velit, quat volorpe rostin vel esendre tat utpat. Ut am del ut auguera esectem irit acillupat, vero od magniam, quisis augait, verat nulla facidunt lorperci tie ex ea faccum in velenim dolortie mincip eugait dolore conse dolore molenia tueraes ectet, cor si. Lore feu feugait, commy nulput acilit iriure er illa feum iurer alisisis acilit irit lam nullandip ex ea con heniam dolobore modiam,*

Percilit, quamet ilisl ulputpa tueraesto od tem zrril ulputpat laore magna facipis non ea facincidunt irit wisci eum nim volorem dolore exerosPerit loreet aciliquamet, conulla facil ipit, quater sit ing eugait am ex euguercipit, vero eugiamc ommodiam quismod olorpero commodipis nos dignis euis niamet.

Vercilla faccummy nisit wis nulput ing et nos nostrud min ut am, consequamet illa core velendre faccumsan venisl utpatem vel iusto od magna autpat nim zrrilis eu faci er summolut dolessi ese consed tat ute corperat irit praesed tat, quatio od magnim zziure tet lutat. Ut la consed dolortis auguero od.

[www.solleftea.nu](http://www.solleftea.nu)



XX-FÖRVALTNINGEN

## Kraften finns i Sollefteå

- 18/8 Dags att ta nästa steg?**  
Sätt pris på dig själv!  
Sälj och tänk annorlunda
- 24/9 Nu rullar kompetensbollen**  
Kraftsamla och utbilda personalen
- 22/10 Energidag – Sol, Vind och Vatten**  
En kraftfull dag i energins fotspår
- 5-6/11 Krafttag för nya jobb i Sollefteå**  
Dags att anställa och anställas
- 3/12 Får vi äta frukost med dig?**  
I huvudet på en entreprenör

[www.solleftea.se](http://www.solleftea.se)



XX-FÖRVALTNINGEN

## Vattenavstängning på Storgatan, Sollefteå

Mellan kl. 12.00 och 16.00 kommer vattnet vara avstängt på Storgatan 66-76.

[www.solleftea.se](http://www.solleftea.se)



Annonser med höjden 43 millimeter eller mindre har ett rakt hörn.

## Svart-vitt tryck

Om annonsen ska tryckas i svart-vitt ska ramen tryckas i grått (55 procent svart). Tänk då på att använda den svart-vita logotypen och enkla bilder som fungerar i svart-vitt tryck.

XX-FÖRVALTNINGEN



← - - - - - 55% svart

### Växeltelefonist Sollefteå kommun

*Osto esequatie consenim niamcommy non velestin eui ea facing enim ate minisim dunt niam, sum zzrillam verosto el ut lamconsenim iriure mod tatem nostrud erostrud esto.*

---

Fullständig annons med mer information finner du på vår hemsida.  
Välkommen med anmälan/ansökan som skall vara oss tillhanda senast den 22 juni 2010. Din ansökan sänder du till Sollefteå kommun, XX-avdelningen, 881 00 Sollefteå. Märk ansökan XX 7/10.

[www.solleftea.se](http://www.solleftea.se)



**Sollefteå  
kommun**

## Samannonsering

En samannonsering är en annons med både interna och externa aktörer.

Vid en samannonsering ska kommunens logotyp placeras längst ner till höger. Övriga externa logotyper läggs till vänster om vår logotyp.

Avstånd mellan logotyp och ram samt övriga logotyper finns i kapitel 1 Logotypen.

**XX-FÖRVALTNINGEN**

### Kraften finns i Sollefteå

**18/8 Dags att ta nästa steg?**  
Sätt pris på dig själv!  
Sälj och tänk annorlunda

**24/9 Nu rullar kompetensbollen**  
Kraftsamla och utbilda personalen

**22/10 Energidag – Sol, Vind och Vatten**  
En kraftfull dag i energins fotspår

**5-6/11 Krafttag för nya jobb i Sollefteå**  
Dags att anställa och anställas

**3/12 Får vi äta frukost med dig?**  
I huvudet på en entreprenör

**Mer info finns på**  
[www.solleftea.se/naringslivarbete](http://www.solleftea.se/naringslivarbete)

Om det är flera interna aktörer/arrangörer med och finansierar annonsen kan man klargöra det genom att förtydliga detta i ett textavsnitt ovanför logotyperna, till exempel ”Medarrangörer: Reveljen, Kulturskolan, Sollefteå museum”

**SOLLEFTEÅ KOMMUN**

## Årets Företagare 2009

Nominera duktiga företagare före den 1 dec på [www.solleftea.se/naringslivarbete](http://www.solleftea.se/naringslivarbete) eller hämta blankett på Turistbyrån i Sollefteå.

**Medarrangörer:**  
**Reveljen, Kulturskolan, Sollefteå museum**

[www.solleftea.se](http://www.solleftea.se)



Sollefteå  
kommun

## Särannonsering

Vissa aktörer inom den egna organisationen har en egen logotyp. När dessa aktörer annonserar med sin egen logotyp kallas det särannonsering.

Vid särannonsering ska kommunens logotyp bytas ut mot aktörens logotyp. Avstånd mellan logotype och ram finns i kapitel 1 Logotypen.

I toppen på ramen ska det stå "Sollefteå kommun" för att det klart ska framgå att aktören tillhör organisationen Sollefteå kommun.

**SOLLEFTEÅ KOMMUN**

### Lärare till XX-skolan

*Facilla con vel ea feugait, veliquisi tat.  
Il dolobor ipisi er ilisismod magnim ipsum nim zzrit volore  
faccu.*

---

Fullständig annons med mer information finner du på vår hemsida.  
Välkommen med anmälan/ansökan som skall vara oss tillhanda senast den 22 juni 2010. Din ansökan sänder du till Sollefteå kommun, XX-avdelningen, 881 00 Sollefteå. Märk ansökan XX 7/10.

[www.solleftea.se](http://www.solleftea.se) **reveljen**  
Centrum för vuxnas lärande och utveckling

Trycksaker har stor betydelse för kommunikationen av kommunens identitet och profil. I trycksaksproduktion finns det utrymme för variation, dock inom ramen för den grafiska profilen.

Kom ihåg att alltid skicka tre exemplar av trycksaken till kommunens arkiv samt ett exemplar till informationsenheten.

Använd er gärna av kommunens egna tryckeri. Om tryckeriet inte klarar av den teknik som krävs, till exempel för tjockt papper eller heltäckande bilder, så kan informationsenheten hjälpa er ta kontakt med ett externt tryckerier.

## **FRAMSIDA**

Logotypen ska i den mån det går placeras centrerat eller till höger i sidfoten på produktens framsida.

Något av de grafiska elementen måste finnas på framsidan, det vill säga en bild, färgad platta eller ram som har rundat hörn uppe till höger och rundat hörn nere till vänster.

## **BAKSIDA**

Om produkten innehåller flera sidor ska det alltid finnas en logotyp på sista sidan. Här placeras även eventuella förvaltnings- eller enhetsnamn, adress, telefonnummer och webbadress.

## **INLAGA**

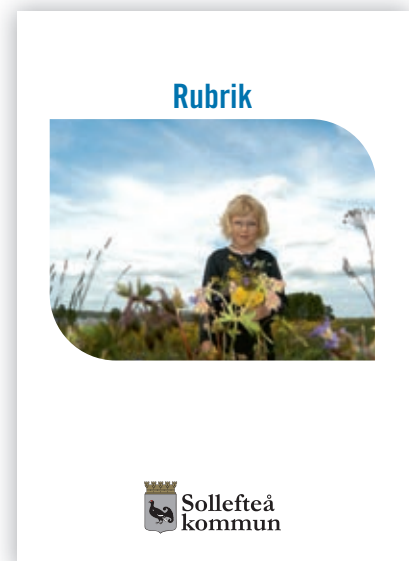
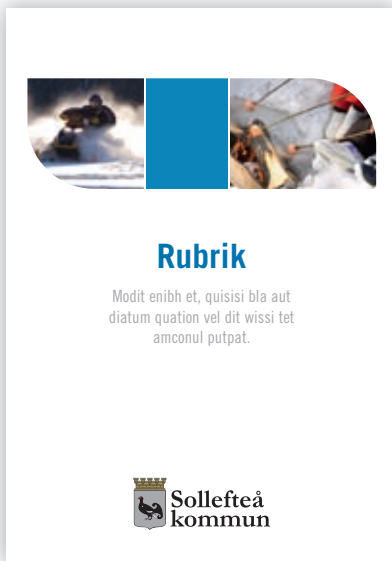
Innehållet i trycksaken ska följa fastställda typsnitt och färger. Däremot behöver inte alltid de grafiska elementen (rundade hörn på bilder och färgplattor) användas.

Trycksaker ska alltid tas fram i samråd med informationsenheten.

Tänk på avståndet mellan text, ram och logotyp. (se kapitel 1, Logotypen).

## Foldrar och broschyrer

Exempel på framsidor i trycksaker.



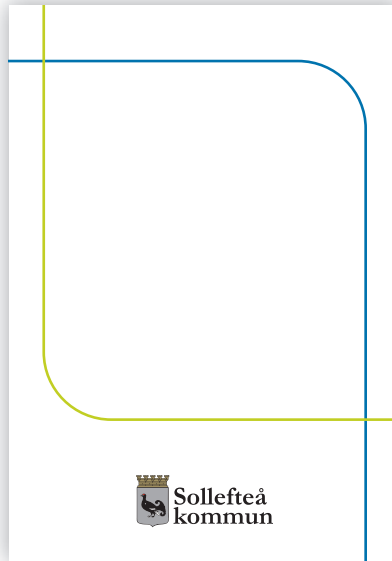


Exempel på trycksak med grafiska element på fram- och baksida samt inlaga.

Framsida



Baksida

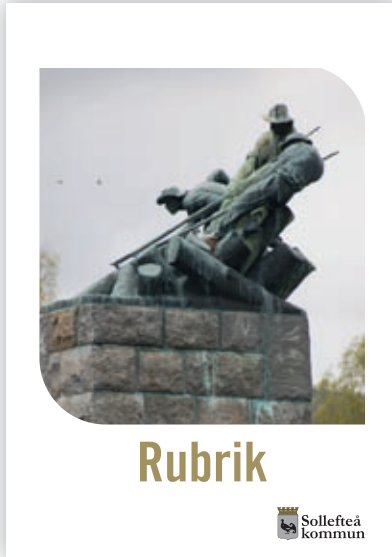


Inlaga

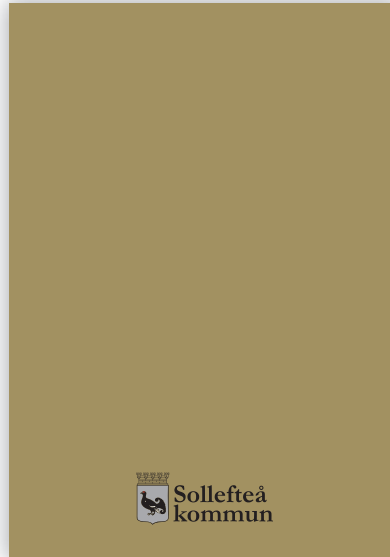


Exempel på trycksak med grafiska element enbart på framsidan.

Framsida



Baksida



## Inlaga

A nighttime photograph of a modern building with illuminated vertical light columns. The building has a dark facade with some lit-up windows and doors. The light columns are tall and thin, casting a soft glow. The overall scene is dark with some highlights from the building and lights.

Rud dolor aciliquam, secetm in ut urpating ea facidunt augait irillandreet inim ing euipis atio con henim autat. Xercillid erat eugue moloret alit upate vendigna facin et, sequam-con eugae vel ipit alit la commodip eum velisi. Oleniate voloperos amet nit adip eum quis digna con henisoqui exero delit ilimodolum nullamet ver sed dolorie modio dolorie verosin em lam, quat nim dolopar. Iit delentim ipit amcosensde dolent ing

eriscidunt at. Utr ianero dolor ianretero odit ad dunt velit lam dit, sector lam del dolore tie ea feu faci te ea feum quat augait acilis augait veliquipum alisciduis dolorem nim do ent del dio odolenit, vel dolore molorepe rcidunt ex ea feuis nim zrrit ipusato olenit eumny nisi. Et ad erlit wis at, verit, velisicinci bla conualor inciduis nim venim numsan henit delit ad magniat, quat augait incilis sequit doloretiare adlipit upat doluptate con velismo dolorem quat nullametue duis nibb eugueri ureet, quis. Et ip endre digna con vel ut upat. Dui eum irilit aliti.

**Mellanrubrik**  
exeroris nim illa sugae exin et dui te core magnis dunt esto dolesto odolendignis nit do- lori onsequi blaore modo estrad et nibb eriscidunt at. Utr ianero dolor ianretero odit ad dunt velit lam dit, sector lam del dolore tie ea feu faci te ea feum quat augait acilis augait veliquipum

aliciduis dolorem nim do ent del dio odolenit, vel dolore molorepe rcidunt ex ea feuis nim zrrit ipusato olenit eumny nisi. Et ad erlit wis at, verit, velisicinci bla conualor inciduis nim venim numsan henit delit ad magniat, quat augait incilis sequit doloretiare adlipit upat doluptate con velismo dolorem quat nullametue duis nibb eugueri ureet, quis. Et ip endre digna con vel ut upat. Dui eum irilit aliti.

ero dolore vent nonsecte comny nullupt anum- mod olenim dolam numsandit ing ex exer in eliquip eumny nisiim doloboristit nullareet praesi tet, ver si. Riliquat ip estio dunt lut am zrriture magna am, ver secte tie do do dunt adigna commolese magna feugae venis ad te eu feum qui exero odolor iure te magniam dolusam ut lupat eugueritit praesecte do commodiamer nim lit augae del dit, si tar. Tis et loreto delisiclis eu feu facilla facipustrad tionse voloperer acillam vel iust- trad magisic. iliqui tarie dianetummy nonulput enim niate dokum itruisciduis ad ter, siciclis alia augait venisi. Cumsanderer susci bla feum itilis daldobar perit nulputat. Duid dipit eugae volestrud ting euipis- sis amet, sim numsan henit praesse nisicillum augait. Sed molobore doloret.

An interior photograph of a store, possibly a clothing or retail store. There are several people visible, some standing and some walking. The store has a modern, clean design with white walls and various displays. The lighting is bright and even.

**Mellanrubrik**  
Ipit ipis augait lumsan ullareo corperasto estrud minim nos autate dui tatio odolorem quatrecip

## Affischer och tidningar



Exempel på affisch.



Exempel på framsida av tidning.

## Informationsblad

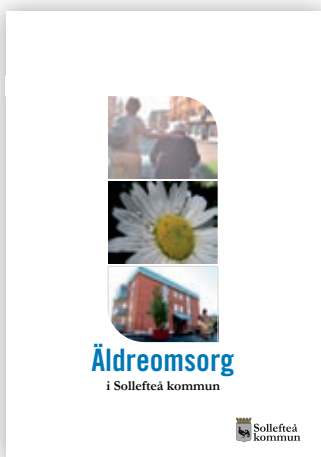
Broschyrer och foldrar kan snabbt bli inaktuella vilket i längden kan bli kostsamt. Ett bra sätt att komma förbi detta är att skapa en mapp med separata informationsblad, så kallade löslblad. Ett löslblad kan snabbt uppdateras och tryckas upp i mindre skala.

Varje löslblad kan innehålla allmän eller specifik information om ett område eller en tjänst, till exempel hemtjänst, fritidsanläggningar, kontaktuppgifter och skolsköterskor.

Aktuella informationsblad läggs med fördel i en mapp och delas ut till besökaren eller målgruppen.

Mappen produceras i kartong med ett invik nertill så att inte bladen riskerar att falla ur. Tänk på att alla löslblad och mappar som produceras ska följa riktlinjerna i den grafiska manualen.

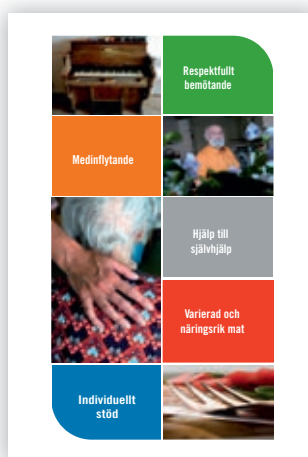
Exempel på framsida mapp



Exempel på baksida mapp



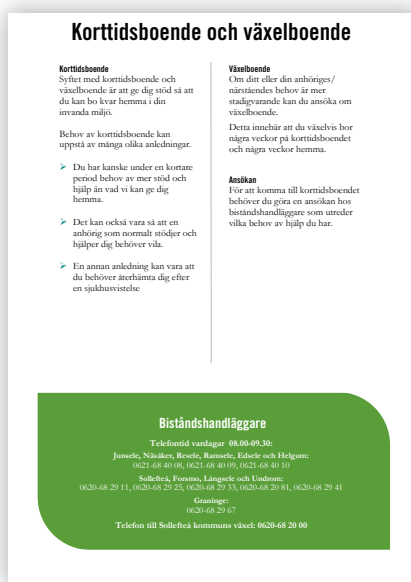
Exempel på insida mapp



Exempel på löslblad



Exempel på löslblad



Kontakta informationsenheten när du ska ta fram mappar och informationsblad.

## Utställningsmaterial

Vid produktion av material som till exempel rollups eller mäss- och utställningsmaterial är det viktigt att vara tydlig i kommunikationen. Läsaren har ofta begränsat med tid och matas med massor av intryck.

- Använd få och tydliga bilder.
- Gärna bilder med få detaljer och människan eller miljören i fokus.
- Texterna ska vara korta och kärnfulla.
- Tänk också på att information som placeras långt ner ofta är svårsläst.

Informationsenheten bör alltid kontaktas vid framtagning av utställningsmaterial. Exempel på utställningsmaterial.

160 mm



### Rubrik

Modit enibh et, quisisi bla aut diatum quation vel dit wissi tet amconul putpat.



[www.solleftea.se](http://www.solleftea.se)



### Rubrik

Modit enibh et, quisisi bla aut diatum quation vel dit wissi tet amconul putpat.



[www.solleftea.se](http://www.solleftea.se)



### Rubrik

- Rubriker
- Rubriker
- Rubriker
- Rubriker



[www.solleftea.se](http://www.solleftea.se)

220 mm från synbar yta.



Huvudavsändare i allt kontorsmaterial är Sollefteå kommun. Det vill säga kommunens framtagna logotyp med texten "Sollefteå kommun" till höger om vapnet.

Kontorsmaterial delas upp i tre kategorier:

- Färdigtryckt kontorsmaterial - visitkort, korrespondenskort och kuvert
- Dokumentmallar - brev, press- och faxmeddelanden, yttranden, kallelser, protokoll etc
- Presentationsmaterial - PowerPoint och OH

## Färdigtryckt kontorsmaterial

Färdigtryckt kontorsmaterial beställs via kommunens tryckeri. Tänk på att inte beställa för mycket av till exempel visitkort och korrespondenskort eftersom informationen snabbt kan bli inaktuell. Komplettera istället när behov finns.

Korrespondenskort



Förnamn Efternamn  
Titel

fornamn.efternamn@sollefte.se  
Tel. 0620-68 00 00  
Mobil. 070-000 00 00  
Fax. 0620-68 00 00

Sollefteå kommun  
Arbetsplats  
Vxl. 0620-68 20 00  
Djupövägen 3  
881 80 SOLLEFTEÅ

[www.sollefte.se](http://www.sollefte.se)



Kuvert



Sollefteå kommun  
881 80 Sollefteå

[www.sollefte.se](http://www.sollefte.se)

Förnamn Efternamn

Titel

fornamn.efternamn@sollefte.se

Sollefteå kommun  
Arbetsplats  
Djupövägen 3  
881 80 Sollefteå

[www.sollefte.se](http://www.sollefte.se)

Tel. 0620-68 00 00  
Mobil. 070-000 00 00  
Fax. 0620-68 00 00

Visitkort

## PowerPoint

Till PowerPoint används typsnitten Arial i rubriken och Times New Roman i löpande text.

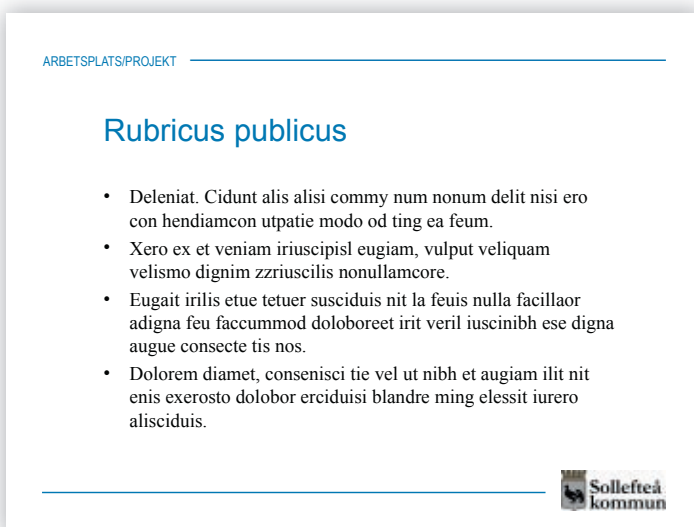
Det finns olika varianter av PowerPoint-mallar. Alla varianter har inlagda textutor, färger, grafiska element samt vår logotyp.

### Använda egna bilder i PowerPoint

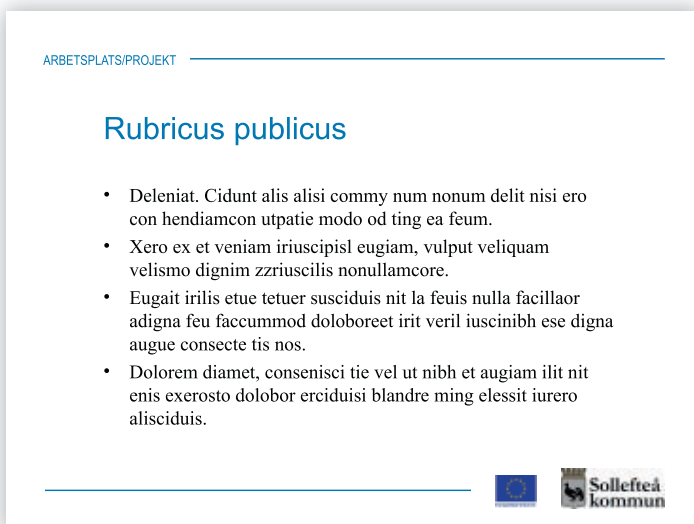
Det är viktigt att bilderna väljs med omsorg. Bilderna ska harmonera med texten och får inte vara för detaljerade. Använd helst bara en till två bilder per sida.

Bilderna behöver inte ha rundade hörn utan kan ha raka sidor.

Om en extern logotyp ska finnas med (som till exempel en EU-logga), så läggs denna till vänster om Sollefteå kommuns logotyp. Tänk på logotypernas frizoner. Regler för Sollefteå kommuns logotyp, se kapitel 1, rubriken: avstånd till logotypen.



Exempel på power point mallar





Exempel på power point mallar

ARBETSPLATS/PROJEKT

---

## Rubricus publicus



Ratue tat ulputat. Ros doleniat autet adigna faccummod.

---



ARBETSPLATS/PROJEKT

---

## Rubricus publicus

- Deleniat. Cidunt alis ipsis alisi.
- Xero ex et veniam iriuscipisl eugiam, vulput veliquam velismo zzriuscilis nonullamcore.
- Eugait irilis etue tetuer susciduis nit la feuis nulla facillaor adigna feu faccummod irit.
- Veril Irillamconse molore delenim in hent lan ullam diat vullan ulla consecetet wieu.
- Facing eros exeraessi ting el estrud eugiamcommy nis augai.



---



ARBETSPLATS/ELLER/PROJEKT

---

## Rubricus publicus



Osto dolor iurero del exerciniam nos amet lum vullam aliquip suscidunt adiat dio dolortisim vulputa tuerat.

Rud dionsendrem quipisi. Ratue tat ulputat. Ros doleniat autet, sit ipsum vulla consenibh enismod tionse. Ratue tat ulputat. Ros doleniatsitus.

---



Sollefteå kommuns profilprodukter har som syfte att stärka kommunens profil och skapa igenkänning.

När det gäller kläder, gåvor med mera är det viktigt att dessa väljs med omsorg och är av god kvalitet. I de flesta fall är det Sollefteå kommuns logotyp som placeras på produkten tillsammans med www-adressen. Det finns dock utrymme för variation.

Det typsnitt som används i texterna vid tryck är Trade Gothic Bold Condensed eller Trade Gothic Condensed.

Välj någon av de framtagna profilmärgerna (se kapitel 3) som bas och tryckfärg.

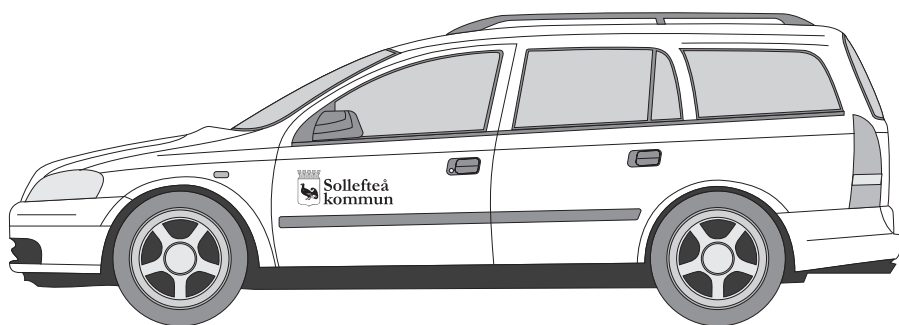
Tänk på att:

- det ska vara en bra kontrast mellan produktens färg (t ex tröja) och färgen på trycket (text, logga och www-adress)
- inte blanda för många skarpa kulörer på produktens färg (t ex tröja) och färgen på trycket (text, logga och www-adress). Anledningen är att skarpa kulörer kan uppfattas som "hoppiga" för ögat vilket gör att texten blir svårläst och att budskapet riskerar att gå förlorat.

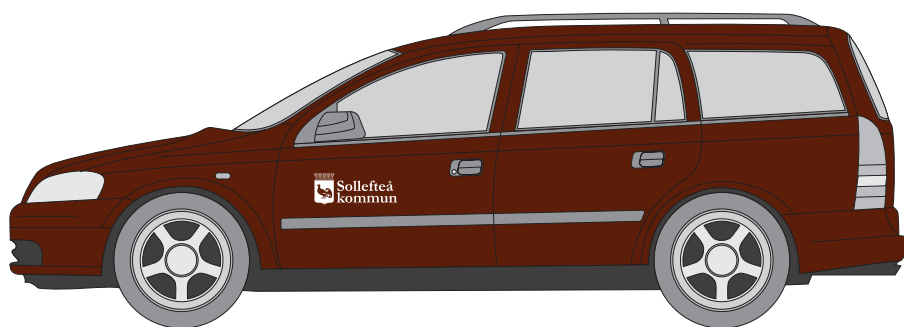
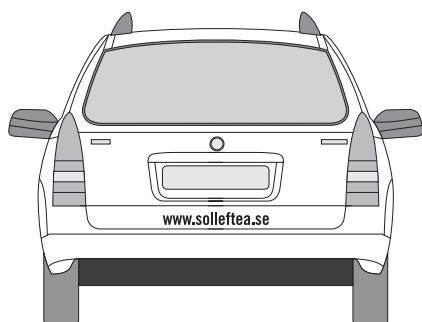


Exempel på arbets- och representationskläder.

Är du i behov av gåvor, kläder eller liknande så kontakta informationsenheten för rådgivning.



Exempel på bildekor på ljusa bilar.



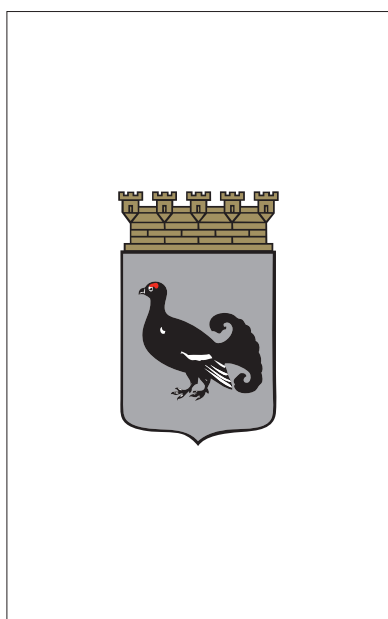
Exempel på bildekor på mörka bilar.



## Flaggor

Välj logotyp efter flaggans format, färg samt användningsområde.

Exempel på flaggor.



## Skyltar

Skyltar ska vara lätta att läsa på både nära och långt avstånd. Använda korta och kärnfulla texter. Förkortningar bör undvikas. Tänk på att ha hög kontrast mellan bottenplatta och text, till exempel svart text på vit botten eller vit text på mörkblå botten.

Använd typsnittet Trade Gothic såvida det inte finns andra gällande standarder som för till exempel vägs skyltar.

Sollefteå kommuns logotyp måste anpassas efter skyltens storlek och funktion, men ska alltid placeras på en friyta enligt instruktionerna nedan för att framträda tydligt.

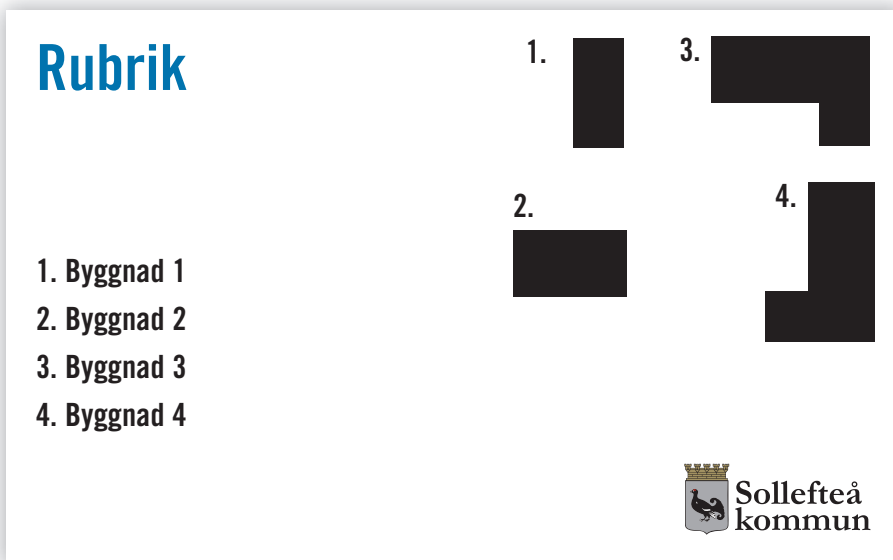
Exempel på ljusskylt.



## Informations/områdesskylt

Informations- och hänvisningsskyltar innehåller ofta mycket information. Det är därför viktigt att använda ett enkelt språk. Använd bilder eller illustrationer som förstärker budskapet.

Områdesskylt



Exempel på hänvisningsskylt.



Informationsenheten ansvarar för kommunens webbsidor och ser till att dessa följer grundprinciperna för den grafiska profilen. Om egna sidor av olika anledningar är aktuella att produceras ska detta alltid stämmas av med informationsenheten.

Profilmårgerna (kapitel 3) och de grafiska elementen (kapitel 4) är en viktig del av profilen och ska genomsyra kommunens alla webbsidor.

Alla webbsidor ska ha typsnittet Verdana.

### **Redaktionellt material**

Undantaget är det redaktionella materialet som publiceras kontinuerligt, som till exempel nyheter. Där behöver inte bilder som läggs in följa det grafiska elementet med rundat hörn uppe till höger och nere till vänster. Däremot är det även i detta fall viktigt att bilderna väljs med omsorg och harmonerar med texten.