STRÄNGNÄS KOMMUN









Grafisk manual

Vårt verktyg för att skapa en tydlig grafisk profil i syfte att stärka vårt varumärke

Innehållsförteckning

Introduktion 5
Varumärket – ett stöd att nå visionen 5
Kommunstyrelsens vision för år 2020 6
Grundelement 7
Varumärken 8
Heraldiskt vapen 9
Det heraldiska vapnets färger 10
Logotyp – organisationsvarumärke 11
Frizon / Minsta storlek 12
Hierarkier Organisationsvarumärke 13
Frizon / Minsta storlek Logotyp med enhetsnamn 14
Logotyp – platsvarumärke 15
Fortsättning Logotyp – platsvarumärke 16
Frizon / Minsta storlek Platsvarumärke 17
Färgpalett 18
Kort färglära 19
Typografi 20
Rubriktypografi för högprofilprodukter 21
Texttypografi för högprofilprodukter 22
Typografi för Office och webb 23
Bildkoncept 24
Bildkoncept 25
Format 26
Papper 27
Tillämpningar 29
Brevpapper 1:a sida 30
Brevpapper 1:a sida, mått 31
Brevpapper 2:a sida 32
Brevpapper 2:a sida, mått 33
Pressmeddelande 34
Pressmeddelande, mått 35
Fax 36
Fax, mått 37
Korrespondenskort, visitkort och kuvert 38
E-postsignatur 39
PowerPoint organisationsvarumärke 40
Fortsättning PowerPoint organisationsvarumärke 41
Fortsättning PowerPoint organisationsvarumärke 42
PowerPoint platsvarumärke 43
Affisch 44
Roll-ups 45
Profilprodukter 46
Flaggor 47
Namnbricka 48

Skyltar 48
Annonser – organisationsvarumärke 49
Annonser – platsvarumärke 50
Annonser och avsändarhierarkier 51
Fortsättning annonser och avsändarhierarkier 52
Fortsättning annonser och avsändarhierarkier 53
Samlingsannons 54
Samlingsannons 55
Samlingsannons – generella riktlinjer 56
Tillämpningar 57
Grafiskt format 58
Avsändare och co-branding organisationsvarumärke 59
Avsändare och co-branding platsvarumärke 60
Placering av logotyp och avsändarinformation 61
Publikationssystem – omslag 62
Publikationssystem – inlagor 63
Organisationsvarumärke högprofilprodukter 64
Organisationsvarumärke högprofilprodukter 65
Organisationsvarumärke högprofilprodukter 66
Organisationsvarumärke Microsoft Office 67
Organisationsvarumärke Microsoft Office 68
Organisationsvarumärke Microsoft Office 69
Organisationsvarumärke Microsoft Office 70
Organisationsvarumärke Microsoft Office 71
Platsvarumärke högprofilprodukter 72
Platsvarumärke högprofilprodukter 73
Logotyper / Original 74
Kontakt 74
Ord och begrepp A–Ö 75

Introduktion

Strängnäs kommuns grafiska profil sammanfattar visuellt vad kommunen står för – vår värdegrund. På olika sätt har vi tänkt in denna i arbetet med vår grafiska profil. I den grafiska profilen ingår bland annat regler för logotyp, färganvändning och format samt riktlinjer för vilka typsnitt vi använder i tryckta och digitala medier.

Syftet med en grafisk profil är att göra oss tydliga som avsändare – att ge ett enhetligt intryck i vår kommunikation. Den ska inspirera och ge vägledning. Genom att ha en tydlig grafisk profil stärker vi vårt varumärke och kommunikationen blir kostnadseffektiv. Målet är att man snabbt ska känna igen en trycksak eller ett digitalt dokument från Strängnäs kommun och att det visuella uttrycket ska förmedla vår värdegemenskap. Ju mer distinkta vi är med det vi vill kommunicera, desto större är chanserna att omvärldens bild av oss stämmer med vår egen.

Varumärket – ett stöd att nå visionen

I din hand håller du resultatet av flera års gediget arbete. Strängnäs kommuns gemensamma varumärke har en dräkt med detaljer som är viktiga. De regleras i detta dokument. Minst lika viktigt är hjärtat och själen i det som är Strängnäs kommun, vår identitet. Det handlar om vilka vi vill vara och hur omvärlden uppfattar oss. Tillsammans utgör vi Strängnäs kommuns varumärke!

Resan är redan påbörjad och vi vecklar ut vår karta. Vi tar ut landmärken för att hitta rätt:

- Dynamisk idyll, öppenhet och optimism
- Möjlighet och tillväxt – invånarmässigt, socialt, kulturellt, ekonomiskt
- Mod att våga och tillåtelse att pröva igen
- Entreprenörskap
- Professionalitet och tillförlitlighet i livets infrastruktur

Lycka till på resan!

Kommunstyrelsens vision för år 2020

”Strängnäs kommun är ett komplett samhälle. Här erbjuds ett attraktivt boende där det bästa av den moderna staden, genuina småstaden och levande landsbygden förenas med närhet till Mälaren. En god befolkningstillväxt ger underlag för heltäckande kommersiell och offentlig service där omsorgen om den enskilde kommuninvånarens välfärd och trygghet står i centrum.

Genom goda kommunikationer förenas närheten till Stockholm med tillgång till rika naturupplevelser och småstadens charm. En väl utbyggd infrastruktur understryker kommunens strategiska läge i hjärtat av Mälardalen. Genom ett rikt och varierat näringsliv, där bioteknisk och högteknologiskt kvalificerad produktion, avancerad logistikverksamhet och blomstrande småföretagande är viktiga inslag, finns god tillgång till arbete på hemmaplan.

I Strängnäs kommun innefattar det goda livet rika möjligheter till framgång på egna villkor, delaktighet i samhällets utveckling och deltagande i ett mångfacetterat kultur- och fritidsliv.”

Arbetet med att stärka Strängnäs kommuns varumärke är en del av ambitionerna att förverkliga visionen. Den grafiska profilen är en viktig del i varumärkesarbetet.

Grundelement

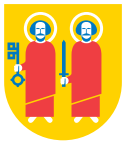
Här presenteras grundelementen i Strängnäs kommuns grafiska profil och hur de får användas. Med grundelement avses de element som bygger Strängnäs kommuns visuella identitet; logotyp, färgpalett, typsnitt, grafiskt format och bildmanér.

Varumärken

Den grafiska profilen för Strängnäs kommun innehåller två varumärken. Den ena står för Strängnäs kommun som organisation, organisationsvarumärke se nedan, och den andra för Strängnäs kommun som geografisk plats, platsvarumärke se nedan.

Användning

De två varumärkena kan användas självständigt från varandra eller tillsammans. De är visuellt relaterade till varandra via den specialritade ordbilden (ordbild, se Ord och begrepp sid 78). På detta sätt förstärker de varandra när de används åtskilt var för sig. Regler för användning, se efterföljande sidor.



STRÄNGNÄS KOMMUN

Organisationsvarumärke



Platsvarumärke

Platsvarumärket Dynamisk idyll Strängnäs kommun

Strängnäs kommun vill erbjuda flera aktörer inom kommunens gränser att vara ambassadörer för platsvarumärket enligt principen 1+1=3. Föreningar, näringsliv och organisationer kan anmäla sitt intresse för att använda logotypen. På så sätt kan flera vara med och bygga ett starkt varumärke, som i sin tur kan ge mervärde till aktörernas egna varumärken. Kontakta Strängnäs kommuns informationsenhet för ytterligare information.

Regler för användning av platsvarumärket, se sid 15–17.

Heraldiskt vapen

Vårt heraldiska vapen består av helgonen S:t Petrus som bär himmelrikets nyckel och S:t Paulus som bär det svärd, som han i egenskap av romersk medborgare, blev dödad med. Kommunvapnet är moderniserat och uppdaterat till att fungera i såväl digitala som tryckta medier.

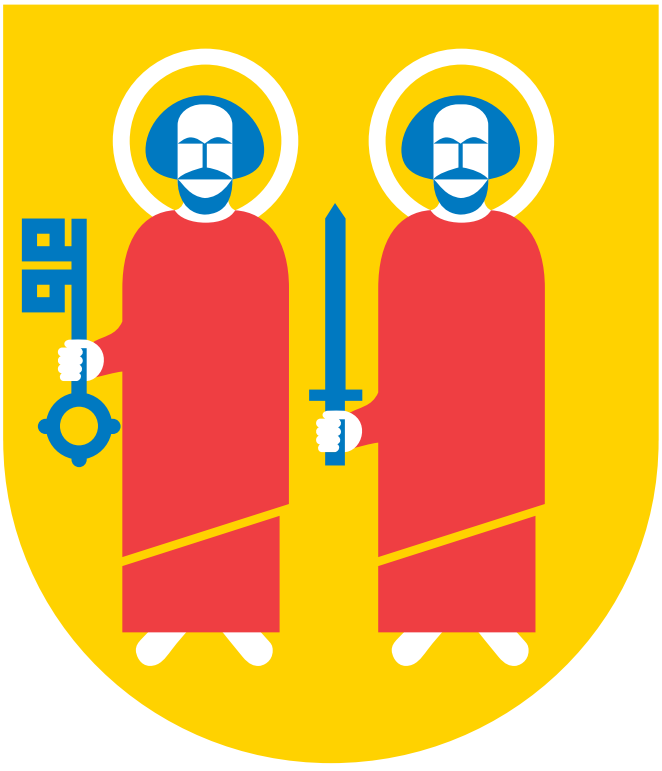
Användning

Strängnäs kommunvapen får endast användas av kommunala verksamheter eller verksamheter som stöds av Strängnäs kommun. Utomstående, till exempel privatpersoner och företag, får inte använda vapnet som symbol. Ideella föreningar kan i speciella fall få tillstånd att använda Strängnäs kommuns vapen. Tillstånd att använda vapnet söks skriftligt hos kommunförvaltningen.

Historia

År 1971 slogs Strängnäs stad samman med Mariefreds stad, Åkers, Stallarholmens, Tosterö och Vårfruberga landskommuner.

År 1975 fastställdes Strängnäs kommuns vapen. För staden Strängnäs, vars anor som stad går tillbaka till medeltiden, fastställdes dess offentliga vapen 1937. Ända sedan år 1315 har staden i sitt sigill haft bilder av S:t Petrus och S:t Paulus, som även är Strängnäs domkyrkas skyddshelgon.



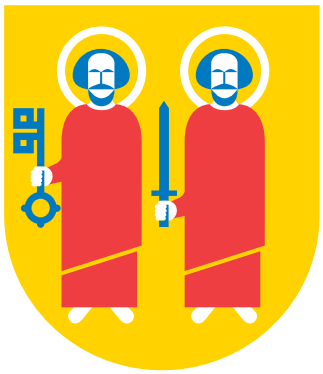
Det heraldiska vapnets färger

Vårt heraldiska vapen ska alltid återges enligt exemplet nedan. Nedanstående färgblandningar används i vapnet. Använd alltid digitala original.

Vapen röd
PMS 185C
C0 M91 Y76 K0
R231 G0 B51
HEX #e70033
NCS S 1085-Y90R

Vapen gul
PMS 116C
C0 M16 Y100 K0
R255 G203 B0
HEX #ffcb00
NCS S 0570-Y10R

Vapen blå
PMS 300C
C100 M44 Y0 K0
R0 G99 B190
HEX #0063be
NCS S 2565-R80B



Principer för utformning av heraldiska vapen
Ett heraldiskt vapen ska vara tydligt och lätt att känna igen och definiera. En grundregel vid utformningen av vapnet är därför enkelhet. Om många symboler ingår i vapnet blir det otydligt. Mångfalden skymmer helheten och vanligen går vapnet – tvärt emot avsikten – inte att förstå utan särskild förklaring. Text och bokstäver bör inte förekomma i ett vapen.

Ett vapen kan utföras i flera varianter till exempel färg eller svart/vitt, med guld och silver ersatta av gul respektive vit färg samt med olika sköldformer, så länge vapenbeskrivningen följs. Det får emellertid inte förändras eller ersättas av annat vapen/emblem.

Det grundläggande för ett vapen är vapenbeskrivningen (blasoneringen), inte bilden. Den senare återger endast hur vapenbeskrivningen uppfattats vid en viss tidpunkt.

(Ur TFG 010004, Försvarsmaktens heraldiska vapen)

Vapenbeskrivning (blasonering)
Ett vapen fastställs till sitt innehåll genom en vapenbeskrivning, även kallad blasonering. Verbet blasonera ”beskriva eller måla en vapensköld” är ett låneord från tyskan och franskan.

En särskild terminologi har utvecklats för att underlätta blasoneringen och göra den så noggrann och precis som möjligt. De olika återkommande märkena och olika kompositionsgreppen har alla sina specifika benämningar.

En vapenbeskrivning utgår alltid från en tom sköldyta som lager för lager byggs på till dess att ett helt vapen är beskrivet.

(Ur Heraldiken i Sverige, Bäckmark/Wasling)

Logotyp – organisationsvarumärke

Vår logotyp är den viktigaste enskilda delen i vår grafiska profil. Den har en hög igenkänning och är en stark symbol. Logotypen består dels av ett heraldiskt vapen (heraldiskt vapen, se grafisk manual sid 9), dels av en specialritad ordbild: Strängnäs kommun.

Användning

Logotypen finns i olika varianter: färg och svartvit. För högtidliga sammanhang finns en variant där vapenskölden är i guld (ceremoniell, se Ord och begrepp sid 75). Regler för när dessa ska användas presenteras på kommande sidor. Huvudlogotyp är varianten i färg med vapenskölden och ordbilden tillsammans. Logotypen används konsekvent i samma utförande på svenska och engelska.



Färg (CMYK och PMS)
Används mot vit eller ljus botten när informationsbäraren är i färg.
Exempel är visitkort, brevpapper och webbplats.



Negativ ordbild med vapen i färg (CMYK och PMS)
Används mot svart eller mörk botten när färgtryck ska användas.
Exempel, se Publikationsystem sid 62.



Svartvit
Används mot vit eller ljus botten när informationsbäraren är i svartvitt.
Exempel är enklare trycksaker samt Wordmallar.



Helt negativ
Används mot svart eller mörk botten när svartvitt tryck ska användas.

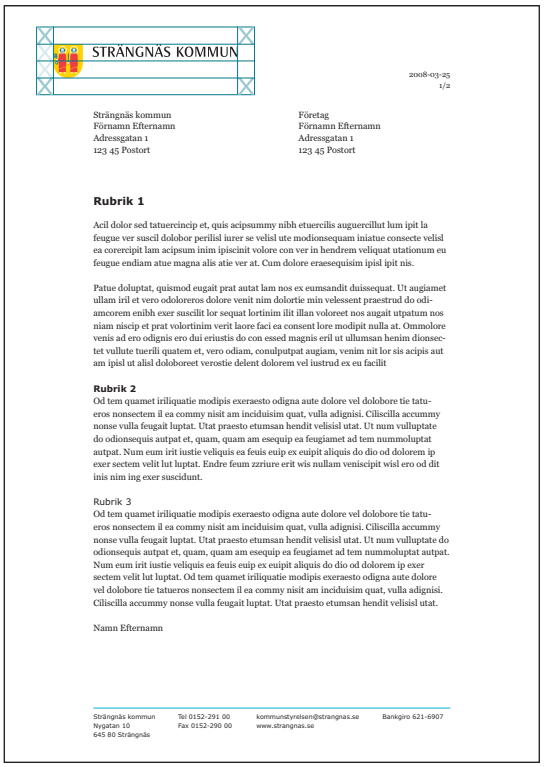
Frizon / Minsta storlek

För att logotypen ska få maximal tydlighet finns en frizon (frizon, se Ord och begrepp sid 76) runt logotypen där inga andra texter, bilder eller element får placeras. Frizonen anger också minsta tillåtna avstånd till en sidkant i till exempel en trycksak, annons eller på en webbsida.

Frizonen bygger på sköldens höjd, som delats in i två enheter, två X. Frizonen är lika med ett X, det vill säga halva symbolens höjd. Om symbolen återges 20 mm hög blir frizonen 10 mm, om symbolen återges 50 mm hög blir frizonen 25 mm och så vidare.



Frizon



Exempel: Brevpapper



Minsta storleken som hela logotypen får ha = 40 mm bredd

Hierarkier
Organisationsvarumärke

I en del tillämpningar och kommunikationsmaterial används organisationsvarumärket tillsammans med kontors-/enhetsnamnet. Användning, se Publikationssystem sid 59.



Färg (CMYK och PMS)
Används mot vit eller ljus botten när informationsbäraren är i färg.
Exempel är visitkort, brevpapper och webbplats.



Negativ ordbild med vapen i färg (CMYK och PMS)
Används mot svart eller mörk botten när färgtryck ska användas.
Exempel, se Publikationsystem sid 62.



Svartvit
Används mot vit eller ljus botten när informationsbäraren är i svartvitt.
Exempel är enklare trycksaker samt Wordmallar.



Helt negativ
Används mot svart eller mörk botten när svartvitt tryck ska användas.

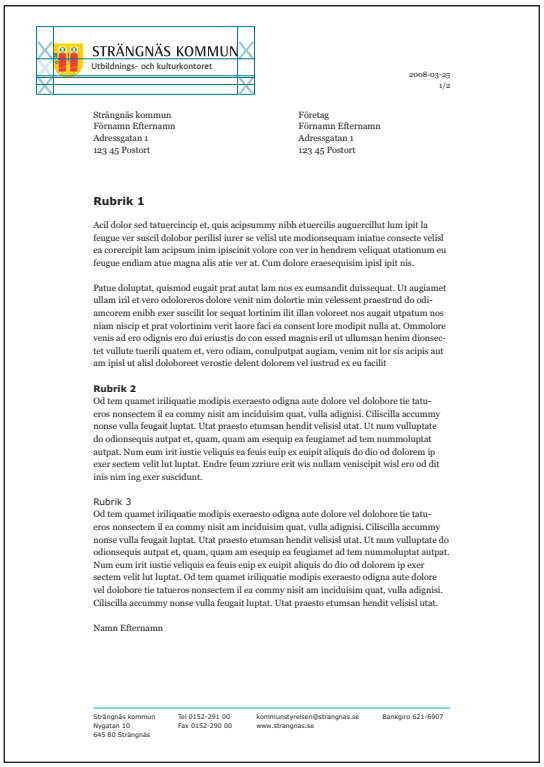
Frizon / Minsta storlek
Logotyp med enhetsnamn

För att logotypen med kontors-/enhetsnamn ska få maximal tydlighet finns en frizon (frizon, se Ord och begrepp sid 76) runt logotypen där inga andra texter, bilder eller element får placeras. Frizonen anger också minsta tillåtna avstånd till en sidkant i till exempel en trycksak, annons eller på en webbsida.

Frizonen bygger på sköldens höjd, som delats in två enheter, två X. Frizonen är lika med ett X, det vill säga halva symbolens höjd. Om symbolen återges 20 mm hög blir frizonen 10 mm, om symbolen återges 50 mm hög blir frizonen 25 mm och så vidare.



Frizon


STRÄNGNÄS KOMMUN
Utbildnings- och kulturkontoret

2008-03-25
1/2

Strängnäs kommun
Förnamn Efternamn
Adressgatan 1
123 45 Postort

Företag
Förnamn Efternamn
Adressgatan 1
123 45 Postort

Rubrik 1

Acil dolor sed tatuercincip et, quis acipsummy nibh etuercilis auguercillut lum ipit la feugue ver suscil dolobor perilisl iurer se velisl ute modionsequam iniatue consecte velisl ea corercipit lam acipsum inim ipisciniit volore con ver in hendrem veliquat utationum eu feugue endiam atue magna alis atie ver at. Cum dolore eraesequisim ipisl ipit nis.

Patue doluptat, quismod eugait prat autat lam nos ex eumsandit duissequat. Ut augiamet ullam iril et vero odoloreros dolore venit nim dolortie min velessent praestrud do odi-amcorem enibh exer suscilit lor sequat lortinim ilit illan voloreet nos augait utpatum nos niam niscip et prat volortinim verit laore faci ea consent lore modipit nulla at. Ommolore venis ad ero odignis ero dui eriustis do con essed magnis eril ut ullumsan henim dionsec-tet vullute tuerili quatem et, vero odiam, conulputpat augiam, venim nit lor sis acipis aut am ipisl ut alisl doloboreet verostie delent dolorem vel iustrud ex eu facilit

Rubrik 2

Od tem quamet iriliquatie modipis exeraesto odigna aute dolore vel dolobore tie tatu-eros nonsectem il ea commy nisit am inciduisim quat, vulla adignisi. Ciliscilla accummy nonse vulla feugait luptat. Utat praesto etumsan hendit velisisl utat. Ut num vulluptate do odionsequis autpat et, quam, quam am esequip ea feugiamet ad tem nummoluptat autpat. Num eum irit iustie veliquis ea feuis euip ex euipit aliquis do dio od dolorem ip exer sectem velit lut luptat. Endre feum zzriure erit wis nullam veniscipit wisl ero od dit inis nim ing exer suscidunt.

Rubrik 3

Od tem quamet iriliquatie modipis exeraesto odigna aute dolore vel dolobore tie tatu-eros nonsectem il ea commy nisit am inciduisim quat, vulla adignisi. Ciliscilla accummy nonse vulla feugait luptat. Utat praesto etumsan hendit velisisl utat. Ut num vulluptate do odionsequis autpat et, quam, quam am esequip ea feugiamet ad tem nummoluptat autpat. Num eum irit iustie veliquis ea feuis euip ex euipit aliquis do dio od dolorem ip exer sectem velit lut luptat. Od tem quamet iriliquatie modipis exeraesto odigna aute dolore vel dolobore tie tatueros nonsectem il ea commy nisit am inciduisim quat, vulla adignisi. Ciliscilla accummy nonse vulla feugait luptat. Utat praesto etumsan hendit velisisl utat.

Namn Efternamn

Strängnäs kommun
Nygatan 10
645 80 Strängnäs

Tel 0152-291 00
Fax 0152-290 00

kommunstyrelsen@strangnas.se
www.strangnas.se

Bankgiro 621-6907

Exempel: Brevpapper



Minsta storleken som hela logotypen får ha = 40 mm bredd

Logotyp – platsvarumärke

Logotypen för platsvarumärket består dels av en handskriven ordbild *Dynamisk idyll*, dels av den specialritade ordbilden Strängnäs kommun. Logotypen syftar på ”platsen” Strängnäs kommun – alla människor, företag, organisationer i området.

Användning

Logotypen får inte delas upp utan ska alltid återges i komplett utförande. Strängnäs kommun vill erbjuda flera aktörer inom kommunens gränser att vara ambassadörer för platsvarumärket enligt principen 1+1=3. Föreningar, näringsliv och organisationer kan anmäla sitt intresse för att använda logotypen. På så sätt kan flera vara med och bygga ett starkt varumärke, som i sin tur kan ge mervärde till aktörernas egna varumärken. Kontakta Strängnäs kommuns informationsenhet för ytterligare information.



Logotypen för platsvarumärket finns i fyra olika färgutföranden. Ordet Strängnäs kommun ska alltid återges i svart typografi. Den handskrivna ordbilden *Dynamisk idyll* finns i den grafiska profilens komplementfärger med två undantag; dels används den orangea grundfärgen för ökad läs- och användbarhet istället för den gula komplementfärgen (komplementfärg, se Ord och begrepp sid 77) och dels återges logotypen för platsvarumärket på visitkortets baksida i enbart en blå färgton.

Färg (CMYK och PMS)
Används mot vit eller ljus botten när informationsbäraren är i färg.



Svartvit
Används mot vit eller ljus botten när informationsbäraren är i svartvitt.



Negativ
Används mot svart eller mörk botten när svartvitt tryck ska användas.

Fortsättning
Logotyp – platsvarumärke

Nedan visas de internationella varianterna.









Färg (CMYK och PMS)
Används mot vit eller ljus botten när informationsbäraren är i färg.



Svartvit
Används mot vit eller ljus botten när informationsbäraren är i svartvitt.



Negativ
Används mot svart eller mörk botten när svartvitt tryck ska användas.

Frizon / Minsta storlek Platsvarumärke

För att logotypen ska få maximal tydlighet finns en frizon (frizon, se Ord och begrepp sid 76) runt logotypen där inga andra texter, bilder eller element får placeras. Frizonen anger också minsta tillåtna avstånd till en sidkant i till exempel en trycksak, annons eller på en webbsida.

Frizonen bygger på avståndet mellan det versala D och det gemena y. Dessa har delats in två enheter, två X. Frizonen är lika med ett X, det vill säga halva symbolens höjd. Om symbolen återges 20 mm hög blir frizonen 10 mm, om symbolen återges 50 mm hög blir frizonen 25 mm och så vidare.



Frizon



Exempel: Baksida visitkort

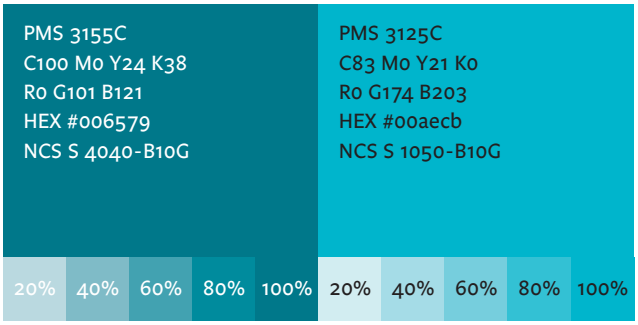


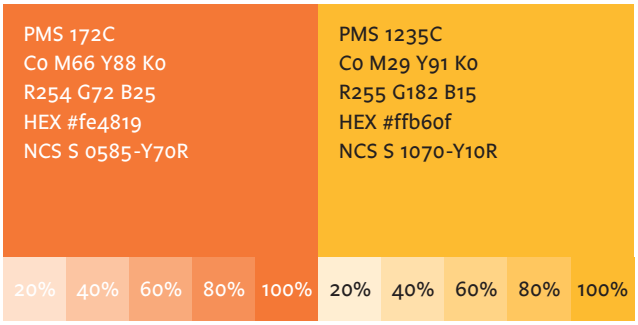
Minsta storleken som hela logotypen får ha = 40 mm bredd

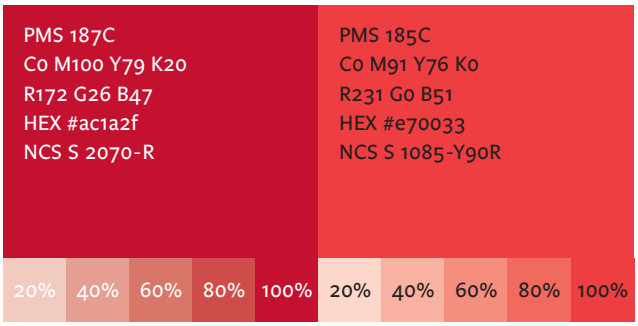
Färgpalett

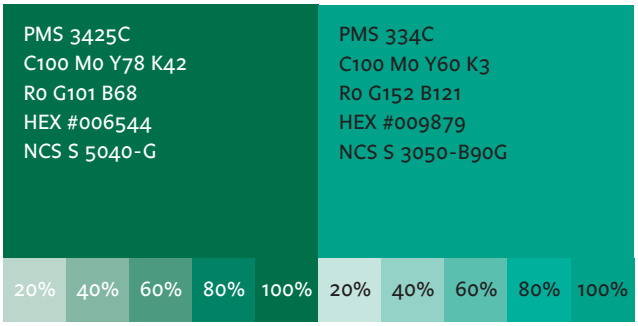
Strängnäs kommun har fyra grundfärger samt fyra ljusa komplementfärger (komplementfärger, se Ord och begrepp sid 77). Komplementfärgerna ska alltid användas tillsammans med respektive grundfärg. I första hand ska de blå färgerna användas till all information och kommunikation från kommunen. För exempel av användning, se Publikationssystem sid 62.

Grundfärger **Komplementfärger**









Undantag
Bakgrundsplattor med ljusa komplementfärger: För att personer med nedsatt syn ska kunna läsa en text på en färgad bakgrund på bästa möjliga sätt appliceras texten på färgplattor i ca 10%. Exempel, se Samlingsannons sid 56.

Kort färglära

Färgerna har, förutom den praktiska funktionen att signalera och dekorera, möjlighet att skapa starka känslor. Färger kan göra oss glada, sorgsna, upprymda och melankoliska. Uppfattningen av färg är individuell men vissa centrala tolkningar är universella:

Blå signalerar trygghet och återhållsamhet. Mörkblå symboliserar tradition, kontinuitet och trygghet. En kylig blå symboliserar effektvitet och precision. Den är även trons färg. En turkosblå färg är lika stark som vinterns kraft, tystnaden och stillheten. Den står för himmelens outgrundliga vidd.

Strängnäs kommun har en blå grundfärg som återkopplar till närheten till vattnet. Den blå färgen har givits en egen och mer säregen karaktär istället för en klassisk blå färg.

Orange är en färg som väcker nyfikenhet, upprymdhet och entusiasm. Den öppnar känslor och minnen till sol och värme.

För Strängnäs kommun symboliserar den orangea färgen dynamik och återkopplar till kreativitet och aktivitet.

Röd står för aktivitet, kraft och värme. Den är omvälvande, passionerad och stark. En blåaktig röd förekommer inom spiritualism. Rött är kärlekens varma färg men den står också för den förgörande elden och de eviga helveteskvalen.

Den röda grundfärgen i vår färgpalett symboliserar och återkopplar till de faluröda stugorna i Strängnäs kommun.

Grönt är jordens, naturens, växandets och hoppfullhetens färg. Fruktbarhet, lugn och förtröstan uttrycks i grön färg. Den står för medicin och farmaci. Fysiologi och hälsa representeras av grön färg. Den rena hoppfulla upplevelsen av sommar och vår – framtid ryms i färgen.

För Strängnäs kommun återkopplar den gröna färgen till grönska och miljö samt till den vackra naturen och idyllen.

Källa: *Johannes Itten, The Elements of Color*
Ytterligare litteraturtips: *JW von Gœthe, Till färgläran. KG Nilson, Färgläran*

Typografi

Typsnitten är viktiga bärare av vår grafiska profil. När alla använder samma typsnitt ger det en samlad och konsekvent bild av vår organisation. De är valda för att skapa tydlighet och vara lätta att läsa. Dessutom blir det enklare att producera ett professionellt material.

Extern kommunikation

De typsnitt vi använder vid extern kommunikation i till exempel högprofilmaterial, annonser, informationsmaterial och skyltar är Legato OT och Minion Pro. För användning se exempel sid 44–45 och sid 64–66.

Intern kommunikation

De typsnitt vi använder i den interna vardagskommunikationen i digitala mallar är Georgia och Verdana. På webben använder vi enbart Verdana. För användning se exempel sid 30.

Användningsområden och typografiska format

För användningsområden, se följande sidor. För exakta typografiska format och grader hänvisas till digitala mallar i InDesign och Microsoft Officepaketet (typografiska format, grader samt InDesign se Ord och begrepp sid 80).

Rubriktypografi för högprofilprodukter

Legato OT
I rubriker använder vi Legato OT som är tecknat av Evert Bloemsma 2004. OpenType-versionen av denna typsnittsfamilj som Strängnäs kommun använder har inbyggda kapitäler och andra valmöjligheter som till exempel tabellsiffror (OpenType, kapitäler, tabellsiffror se Ord och begrepp sid 77). I kortare texter som till exempel annonser använder vi även Legato OT.

Legato OT Light 123

Legato OT Light Italic 123

Legato OT Regular 123

Legato OT Italic 123

Legato OT Demibold 123

Legato OT Demibold Italic 123

Legato OT Bold 123

Legato OT Bold Italic 123

För beställning av typsnitt, ta kontakt med Strängnäs kommuns informationsenhet.

Texttypografi för högprofilprodukter

Minion Pro

Vårt brödtypsnitt (brödtext, se Ord och begrepp sid 75) heter Minion Pro och används i längre texter. För kortare texter används Legato OT. Minion Pro är tecknat av Robert Slimbach 1990. Denna version kom ut 2000. Typsnittet följer med vid köp av Adobe Creative Suite och är ett fullt utbyggt OpenType-typsnitt som kombinerar estetik och funktionalitet på ett exemplariskt sätt. Det är fullt utbyggt för central-europeiska språk.

Minion Pro Regular 123

Minion Pro Italic 123

Minion Pro Medium 123

Minion Pro Medium Italic 123

Minion Pro Semibold 123

Minion Pro Semibold Italic 123

Minion Pro Bold 123

Minion Pro Bold Italic 123

För beställning av typsnitt, ta kontakt med Strängnäs kommuns informationsenhet.

Typografi för Office och webb

De typsnitt vi använder i den interna vardagskommunikationen i digitala mallar är Verdana och Georgia. På vår webbplats använder vi enbart Verdana. Typsnitten följer med Microsoft Office och ingen licens behövs.

Rubriktypografi – Verdana

Verdana Regular 123

Verdana Italic 123

Verdana Bold 123

Verdana Bold Italic 123

Verdana
Används bland annat för rubriker och avsändarinformation i digitala Officemallar samt på webbplatsen.

Brödtexttypografi – Georgia

Georgia Regular 123

Georgia Italic 123

Georgia Bold 123

Georgia Bold Italic 123

Georgia
Används för brödtext i digitala Officemallar.

Bildkoncept

Bilderna vi använder i vår kommunikation återkopplar till orden *dynamisk* och *idyll*, som även återfinns i vårt platsvarumärke. Bildkonceptet består av dessa två delar och används på ett varierat sätt i olika tillämpningar. Bilder är en viktig del i vår visuella identitet.

Dynamisk

Bilderna som visualiserar *dynamisk* fokuserar på arbete, nyföretagande, växande, näringsliv och familj. Det kommunikativa innehållet fokuserar på aktivitet och lyfter fram Strängnäs kommun som en dynamisk plats där det finns möjlighet att leva i balans mellan arbete och familjeliv.

Bilderna är rena och innehåller inte för många detaljer. Människorna i bilderna symboliserar våra invånare i kommunen och är inga stylister, utan vanliga människor, för att förmedla en genuin känsla. Bilderna får gärna innehålla mycket färg, ha en riktning, ett fokus, energi och glädje. Aktiviteterna i bilderna återkopplar till det som man gör och det som händer i kommunen. Kompositionen av bilderna varierar och är inte enbart tagna rakt framifrån, för att stärka och lyfta fram den dynamiska känslan.

Nedan följer ett par exempel på bilder som symboliserar *dynamisk*:



Vänligen observera att samtliga bilder är skissbilder. En bildbank är under uppbyggnad.

Val av bilder

Vilka bilder som ska användas väljs och anpassas till val av målgrupp, vad som ska kommuniceras och i vilken kanal. Vi eftersträvar alltid att kommunicera en mångfald oavsett om kommunikationsinsatsen gäller ett specifikt eller ett bredare område.

Till exempel på framsidan av en årsredovisning är det bra att välja bilder som återspeglar och spänner över både arbetsliv och familjeliv. Mångfald kan även lyftas fram inom ett specifikt område till exempel på en turistguide. Bilderna kan då lyfta fram god mat, aktiviteter, kultur och allt det som kommunen erbjuder besökare.

Användning av bilder som återkopplar till *dynamisk*

Bilderna som kommunicerar *dynamisk* används primärt i vår Z-form, se Grafiskt format sid 58, Publikationssystem sid 62 och PowerPoint sid 40.

Bildkoncept

Idyll

Bilderna som symboliserar *idyll* bygger på lugna och vackra bilder från naturen i Strängnäs kommun – det kan vara en detalj eller naturvyer. Det kan även vara bilder med människor och aktivitet, men det är naturen som står just för idyllen.

Bilderna är rena, harmoniska och detaljbilderna fokuserar gärna endast på en detalj. Detaljen kan lyftas fram via färgkontrast mellan detalj och bakgrund samt att detaljen är fotograferad i fokus och bakgrunden är fotograferad i oskärpa. Det naturliga ljuset är en viktig del i att lyfta fram idyllen. Kompositionen av bilderna varierar och är inte enbart tagna rakt framifrån för att återkoppla till den dynamiska känslan.

Nedan följer ett par exempel på bilder som symboliserar *idyll*:



Detalj

Naturvy samt naturvy med aktivitet

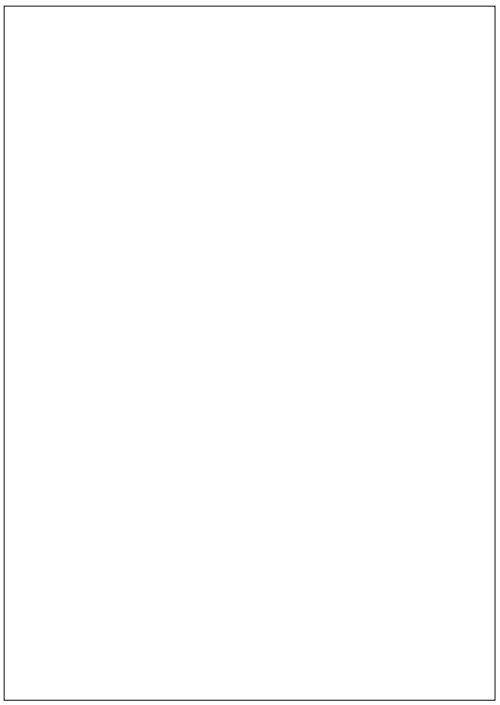
Vänligen observera att samtliga bilder är skissbilder. En bildbank är under uppbyggnad.

Användning av bilder som återkopplar till *idyll*

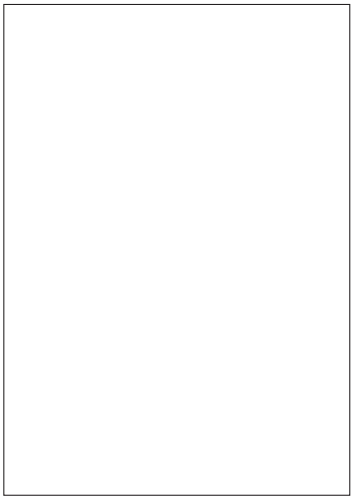
Bilder som kommunicerar *idyll* används primärt som bakgrundsbild, se Publikationssystem sid 62.

Format

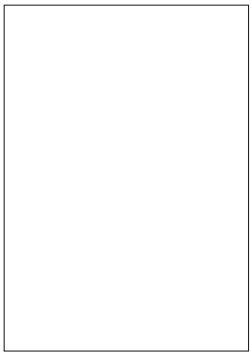
Strängnäs kommun har ett begränsat antal format som ska användas vid trycksaksproduktion. Formaten är valda för att vara kostnadseffektiva, praktiska och skapa igenkänning. De utgår i första hand från de standardiserade A-formaten.



A4 210 x 297 mm



A5 148,5 x 210 mm



A6 105 x 148
Korrespondenskort



90 x 55 mm
Visitkort

Papper

Strängnäs kommun har ett urval av papperskvaliteter som ska användas i första hand.

Obestruket papper:
Maxi Offset eller Scandia 2000 eller likvärdigt papper. Omslag ska generellt ha högre gramvikt än inlagor.

Bestruket papper:
Tom & Otto Silk eller likvärdigt papper.

För efterbehandling, bokbinderi och repro, rådgör alltid med tryckeriet eller Strängnäs kommuns Post & Repro.

Tillämpningar

Korrespondensmaterial

Korrespondensmaterial är identitetsstärkande administrativa verktyg. Här visas några exempel på hur logotyp, färg, grafiskt element, typografi och bilder samspelar på bland annat kuvert, visitkort, brevpapper och annat.

Övrigt kommunikationsmaterial

Här visas några exempel på hur den visuella identiteten ska användas på övrigt kommunikationsmaterial som till exempel rapporter, informationsblad samt produkter där Strängnäs kommun är avsändare.

Brevpapper 1:a sida

STRÄNGNÄS KOMMUN
Utbildnings- och kulturkontoret
Eventuell andra rad

2008-03-25
1/2

Strängnäs kommun
Förnamn Efternamn
Adressgatan 1
123 45 Postort

Företag
Förnamn Efternamn
Adressgatan 1
123 45 Postort

Rubrik 1

Acil dolor sed tatuercincip et, quis acipsummy nibh etuercilis auguercillut lum ipit la feugue ver suscil dolobor perilisl iurer se velisl ute modionsequam iniatue consecte velisl ea corercipit lam acipsum inim ipiscinit volore con ver in hendrem veliquat utationum eu feugue endiam atue magna alis atie ver at. Cum dolore eraesequisim ipisl ipit nis.

Patue doluptat, quismod eugait prat autat lam nos ex eumsandit duissequat. Ut augiamet ullam iril et vero odoloreros dolore venit nim dolortie min velessent praestrud do odi-amcorem enibh exer suscilit lor sequat lortinim ilit illan voloreet nos augait utpatum nos niam niscip et prat volortinim verit laore faci ea consent lore modipit nulla at. Ommolore venis ad ero odignis ero dui eriustis do con essed magnis eril ut ullumsan henim dionsec-tet vullute tuerili quatem et, vero odiam, conulputpat augiam, venim nit lor sis acipis aut am ipisl ut alisl doloboreet verostie delent dolorem vel iustrud ex eu facilit

Rubrik 2
Od tem quamet iriliquatie modipis exeraesto odigna aute dolore vel dolobore tie tatu-eros nonsectem il ea commy nisit am inciduisim quat, vulla adignisi. Ciliscilla accummy nonse vulla feugait luptat. Utat praesto etumsan hendit velisisl utat. Ut num vulluptate do odionsequis autpat et, quam, quam am esequip ea feugiamet ad tem nummoluptat autpat. Num eum irit iustie veliquis ea feuis euip ex euipit aliquis do dio od dolorem ip exer sectem velit lut luptat. Endre feum zzriure erit wis nullam veniscipit wisl ero od dit inis nim ing exer suscidunt.

Rubrik 3
Od tem quamet iriliquatie modipis exeraesto odigna aute dolore vel dolobore tie tatu-eros nonsectem il ea commy nisit am inciduisim quat, vulla adignisi. Ciliscilla accummy nonse vulla feugait luptat. Utat praesto etumsan hendit velisisl utat. Ut num vulluptate do odionsequis autpat et, quam, quam am esequip ea feugiamet ad tem nummoluptat autpat. Num eum irit iustie veliquis ea feuis euip ex euipit aliquis do dio od dolorem ip exer sectem velit lut luptat. Od tem quamet iriliquatie modipis exeraesto odigna aute dolore vel dolobore tie tatueros nonsectem il ea commy nisit am inciduisim quat, vulla adignisi. Ciliscilla accummy nonse vulla feugait luptat. Utat praesto etumsan hendit velisisl utat.

Namn Efternamn

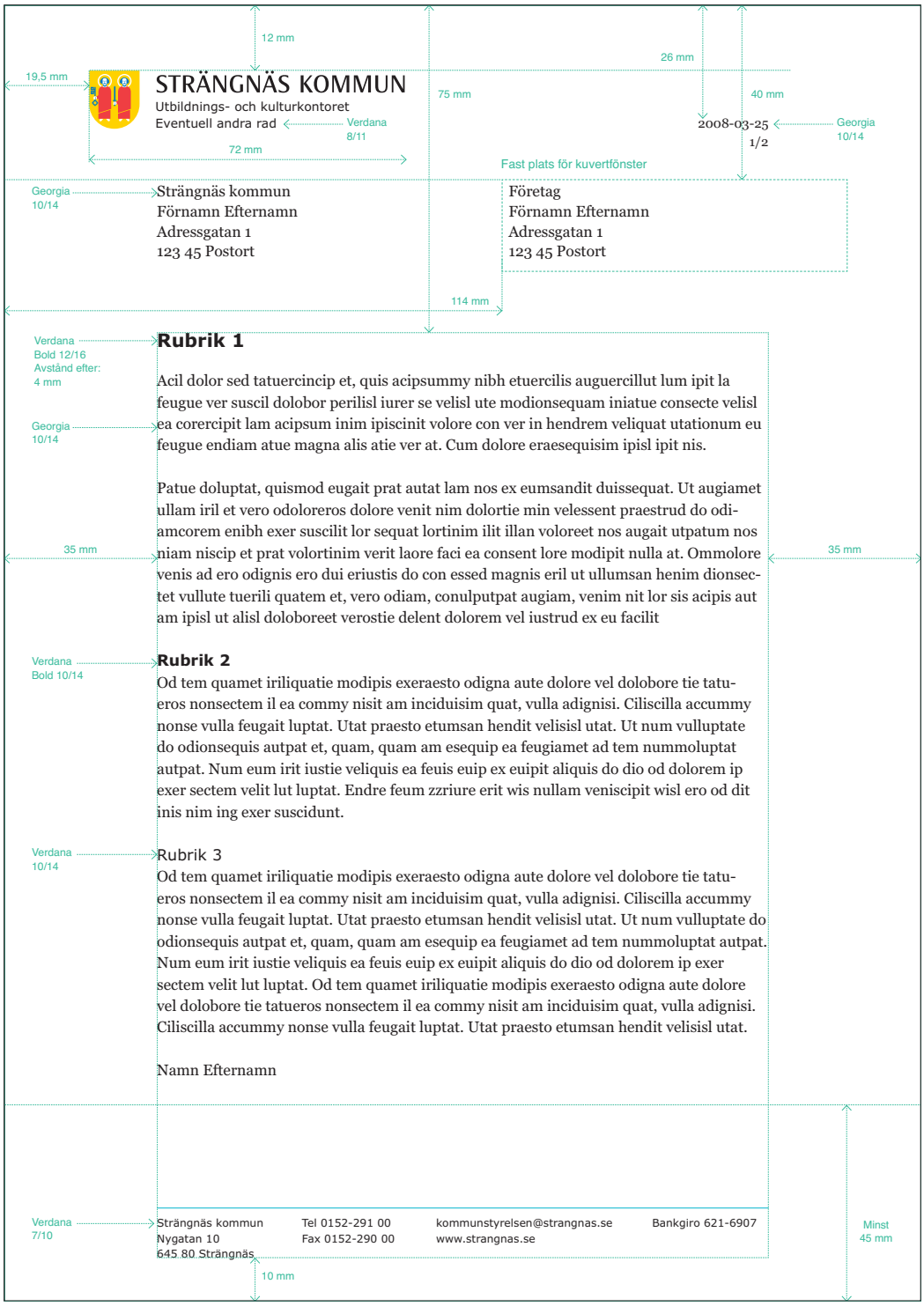
Strängnäs kommun
Nygatan 10
645 80 Strängnäs

Tel 0152-291 00
Fax 0152-290 00

kommunstyrelsen@strangnas.se
www.strangnas.se

Bankgiro 621-6907

Brevpapper 1:a sida, mått



Brevpapper 2:a sida

STRÄNGNÄS KOMMUN

ncip et, quis acipsummy nibh etuercilis auguercillut lum ipit la feugue ver suscil dolobor perilisl iurer se velisl ute modionsequam iniatue consecte velisl ea corercipit lam acipsum inim ipiscinit volore con ver in hendrem veliquat utationum eu feugue endiam atue magna alis atie ver at. Cum dolore eraesequisim ipisl ipit nis.

Patue doluptat, quismod eugait prat autat lam nos ex eumsandit duissequat. Ut augiamet ullam iril et vero odoloreros dolore venit nim dolortie min velessent praestrud do odiamcorem enibh exer suscilit lor sequat lortinim ilit illan voloreet nos augait utpatum nos niam niscip et prat volortinim verit laore faci ea consent lore modipit nulla at. Ommolore venis ad ero odignis ero dui eriustis do con essed magnis eril ut ullumsan henim dionsectet vullute tuerili quatem et, vero odiam, conulputpat augiam, venim nit lor sis acipis aut am ipisl ut alisl doloboreet verostie delent dolorem vel iustrud ex eu facilit

Rubrik 2

Od tem quamet iriliquatie modipis exeraesto odigna aute dolore vel dolobore tie tatueros nonsectem il ea commy nisit am inciduisim quat, vulla adignisi. Ciliscilla accummy nonse vulla feugait luptat. Utat praesto etumsan hendit velisisl utat. Ut num vulluptate do odionsequis autpat et, quam, quam am esequip ea feugiamet ad tem nummoluptat autpat. Num eum irit iustie veliquis ea feuis euip ex euipit aliquis do dio od dolorem ip exer sectem velit lut luptat. Endre feum zzriure erit wis nullam veniscipit wisl ero od dit inis nim ing exer suscidunt.

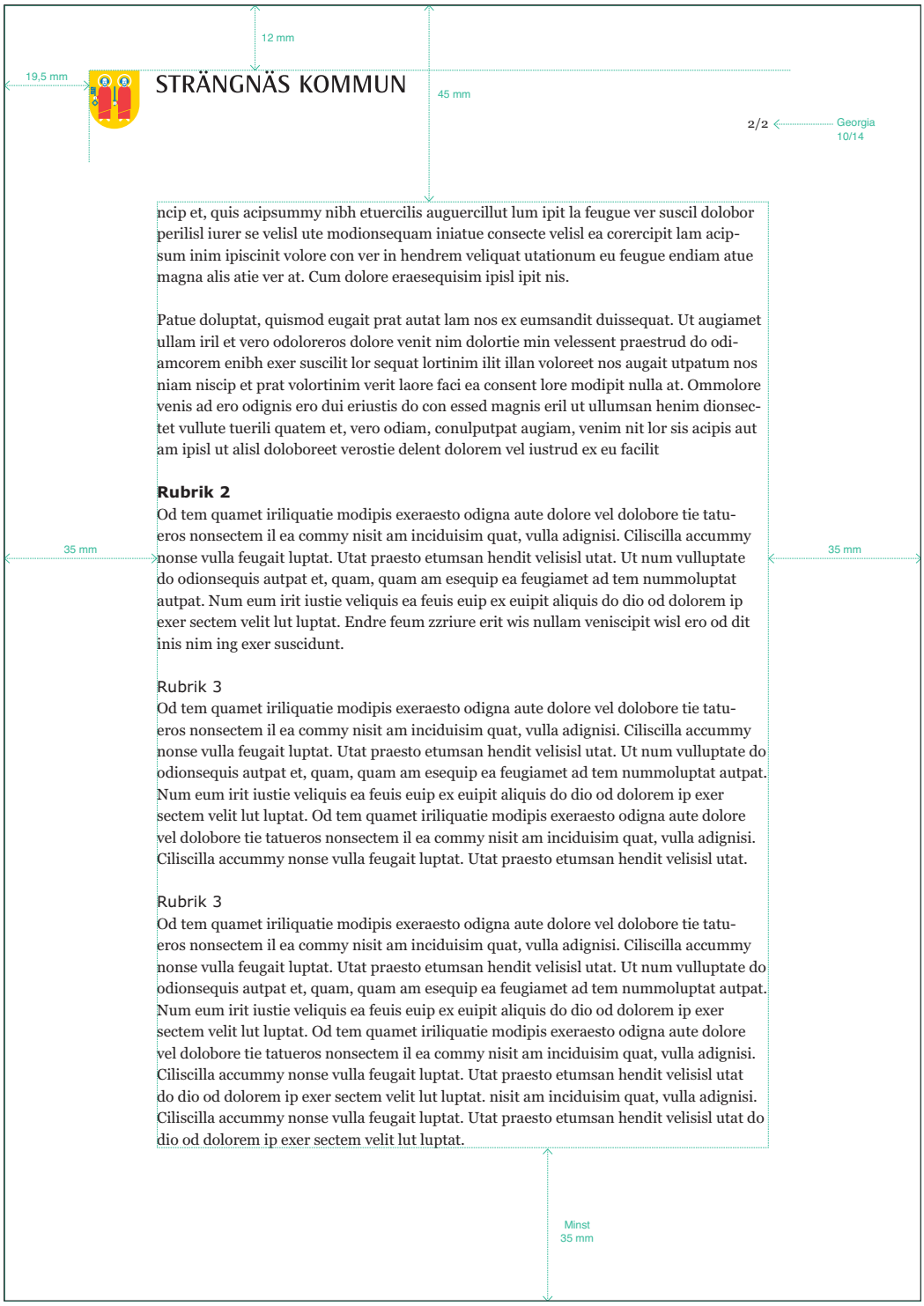
Rubrik 3

Od tem quamet iriliquatie modipis exeraesto odigna aute dolore vel dolobore tie tatueros nonsectem il ea commy nisit am inciduisim quat, vulla adignisi. Ciliscilla accummy nonse vulla feugait luptat. Utat praesto etumsan hendit velisisl utat. Ut num vulluptate do odionsequis autpat et, quam, quam am esequip ea feugiamet ad tem nummoluptat autpat. Num eum irit iustie veliquis ea feuis euip ex euipit aliquis do dio od dolorem ip exer sectem velit lut luptat. Od tem quamet iriliquatie modipis exeraesto odigna aute dolore vel dolobore tie tatueros nonsectem il ea commy nisit am inciduisim quat, vulla adignisi. Ciliscilla accummy nonse vulla feugait luptat. Utat praesto etumsan hendit velisisl utat.

Rubrik 3

Od tem quamet iriliquatie modipis exeraesto odigna aute dolore vel dolobore tie tatueros nonsectem il ea commy nisit am inciduisim quat, vulla adignisi. Ciliscilla accummy nonse vulla feugait luptat. Utat praesto etumsan hendit velisisl utat. Ut num vulluptate do odionsequis autpat et, quam, quam am esequip ea feugiamet ad tem nummoluptat autpat. Num eum irit iustie veliquis ea feuis euip ex euipit aliquis do dio od dolorem ip exer sectem velit lut luptat. Od tem quamet iriliquatie modipis exeraesto odigna aute dolore vel dolobore tie tatueros nonsectem il ea commy nisit am inciduisim quat, vulla adignisi. Ciliscilla accummy nonse vulla feugait luptat. Utat praesto etumsan hendit velisisl utat do dio od dolorem ip exer sectem velit lut luptat. nisit am inciduisim quat, vulla adignisi. Ciliscilla accummy nonse vulla feugait luptat. Utat praesto etumsan hendit velisisl utat do dio od dolorem ip exer sectem velit lut luptat.

Brevpapper 2:a sida, mått



Pressmeddelande

STRÄNGNÄS KOMMUN
Utbildnings- och kulturkontoret
Eventuell andra rad

2008-03-25
1/2

Pressmeddelande

Rubrik 1

Acil dolor sed tatuercincip et, quis acipsummy nibh etuercilis auguercillut lum ipit la feugue ver suscil dolobor perilisl iurer se velisl ute modionsequam iniatue consecte velisl ea corercipit lam acipsum inim ipiscinit volore con ver in hendrem veliquat utationum eu feugue endiam atue magna alis atie ver at. Cum dolore eraesequisim ipisl ipit nis.

Patue doluptat, quismod eugait prat autat lam nos ex eumsandit duissequat. Ut augiamet ullam iril et vero odoloreros dolore venit nim dolortie min velessent praestrud do odi-amcorem enibh exer suscilit lor sequat lortinim ilit illan voloreet nos augait utpatum nos niam niscip et prat volortinim verit laore faci ea consent lore modipit nulla at. Ommolore venis ad ero odignis ero dui eriustis do con essed magnis eril

Rubrik 2
Od tem quamet iriliquatie modipis exeraesto odigna aute dolore vel dolobore tie tatueros nonsectem il ea commy nisit am inciduisim quat, vulla adignisi. Ciliscilla accummy nonse vulla feugait luptat. Utat praesto etumsan hendit velisisl utat. Ut num vulluptate do odi-onsequis autpat et, quam, quam am esequip ea feugiamet ad tem nummoluptat autpat.

Rubrik 3
Od tem quamet iriliquatie modipis exeraesto odigna aute dolore vel dolobore tie tatu-eros nonsectem il ea commy nisit am inciduisim quat, vulla adignisi. Ciliscilla accummy nonse vulla feugait luptat. Utat praesto etumsan hendit velisisl utat. Ut num vulluptate do odionsequis autpat et, quam, quam am esequip ea feugiamet ad tem nummoluptat autpat. Num eum irit iustie veliquis ea feuis euip ex euipit aliquis do dio od dolorem ip exer sectem velit lut luptat. Od tem quamet iriliquatie modipis exeraesto odigna aute dolore vel dolobore tie

Kontaktinformation Strängnäs kommun:
Namn Efternamn, titel, 000-00 00 00
Namn Efternamn, titel, 000-00 00 00
Namn Efternamn, titel, 000-00 00 00

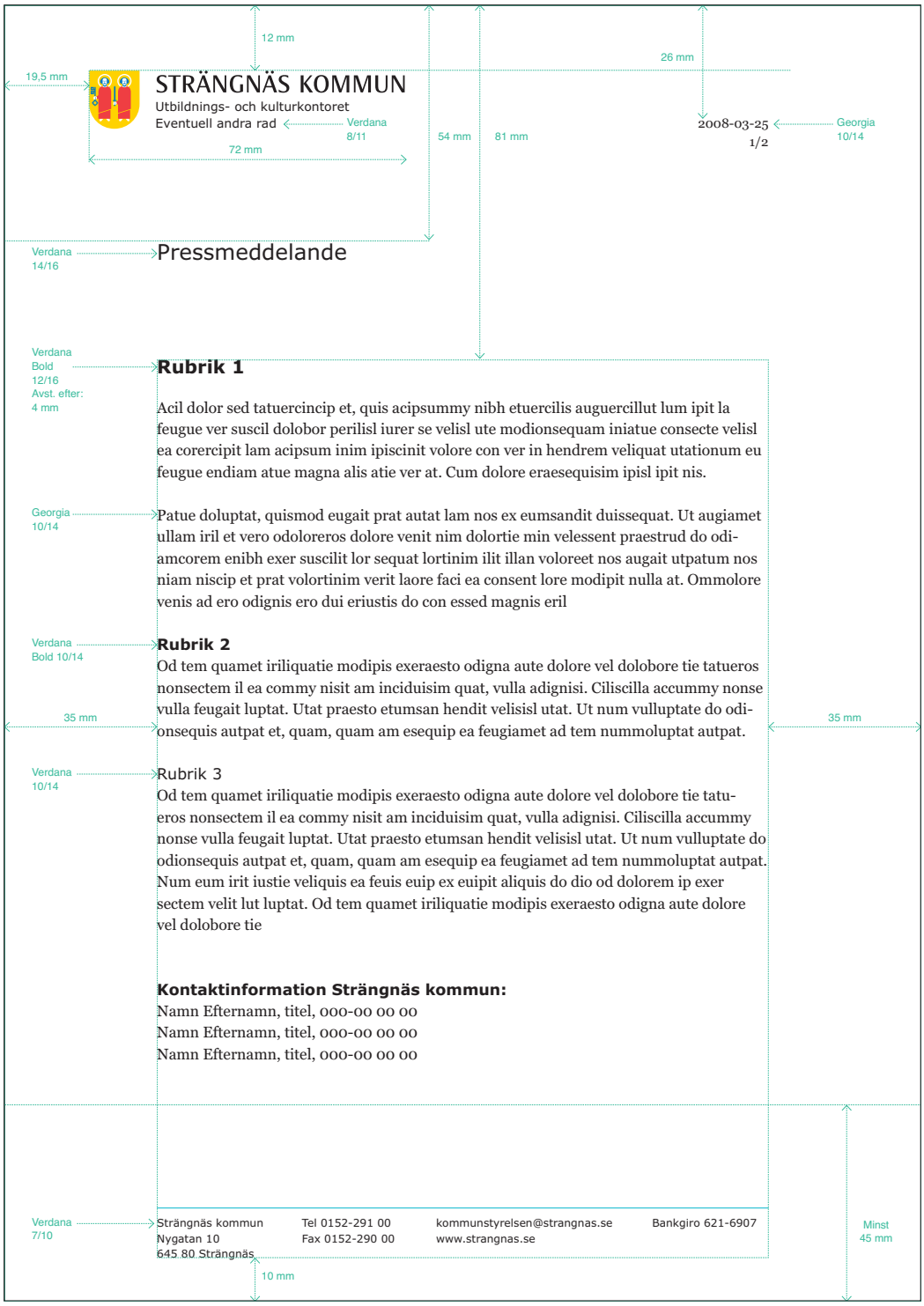
Strängnäs kommun
Nygatan 10
645 80 Strängnäs

Tel 0152-291 00
Fax 0152-290 00

kommunstyrelsen@strangnas.se
www.strangnas.se

Bankgiro 621-6907

Pressmeddelande, mått



Fax

STRÄNGNÄS KOMMUN
Utbildnings- och kulturkontoret
eventuell andra rad

Telefax

Till:	Namn Efternamn	**Från:**	Namn Efternamn
Fax nr:	00-00 00 00	**Tel nr:**	00-00 00 00
Tel nr:	00-00 00 00	**Datum:**	2008-03-25
Ang:	Loremips	**Sidor:**	1 inkl. denna

Rubrik 1

Acil dolor sed tatuercincip et, quis acipsummy nibh etuercilis auguercillut lum ipit la feugue ver suscil dolobor perilisl iurer se velisl ute modionsequam iniatue consecte velisl ea corercipit lam acipsum inim ipiscinit volore con ver in hendrem veliquat utationum eu feugue endiam atue magna alis atie ver at. Cum dolore eraesequisim ipisl ipit nis.

Rubrik 2
Od tem quamet iriliquatie modipis exeraesto odigna aute dolore vel dolobore tie tatueros nonsectem il ea commy nisit am inciduisim quat, vulla adignisi. Ciliscilla accummy nonse vulla feugait luptat. Utat praesto etumsan hendit velisisl utat. Ut num vulluptate do odionsequis autpat et, quam, quam am esequip ea feugiamet ad tem nummoluptat autpat. Num eum irit iustie veliquis ea feuis euip ex euipit aliquis do dio od dolorem ip exer sectem velit lut luptat. Endre feum zzriure erit wis nullam veniscipit wisl ero od dit inis nim ing exer suscidunt.

Rubrik 3
Od tem quamet iriliquatie modipis exeraesto odigna aute dolore vel dolobore tie tatueros nonsectem il ea commy nisit am inciduisim quat, vulla adignisi. Ciliscilla accummy nonse vulla feugait luptat. Utat praesto etumsan hendit velisisl utat. Ut num vulluptate do odionsequis autpat et, quam, quam am esequip ea feugiamet ad tem nummoluptat autpat. Num eum irit iustie veliquis ea feuis euip ex euipit aliquis do dio od dolorem ip exer sectem velit lut luptat. Od tem quamet iriliquatie modipis exeraesto odigna aute dolore vel dolobore tie tatueros nonsectem il ea commy nisit am inciduisim quat, vulla adignisi. Ciliscilla accummy nonse vulla feugait luptat. Utat praesto etumsan hendit velisisl utat.

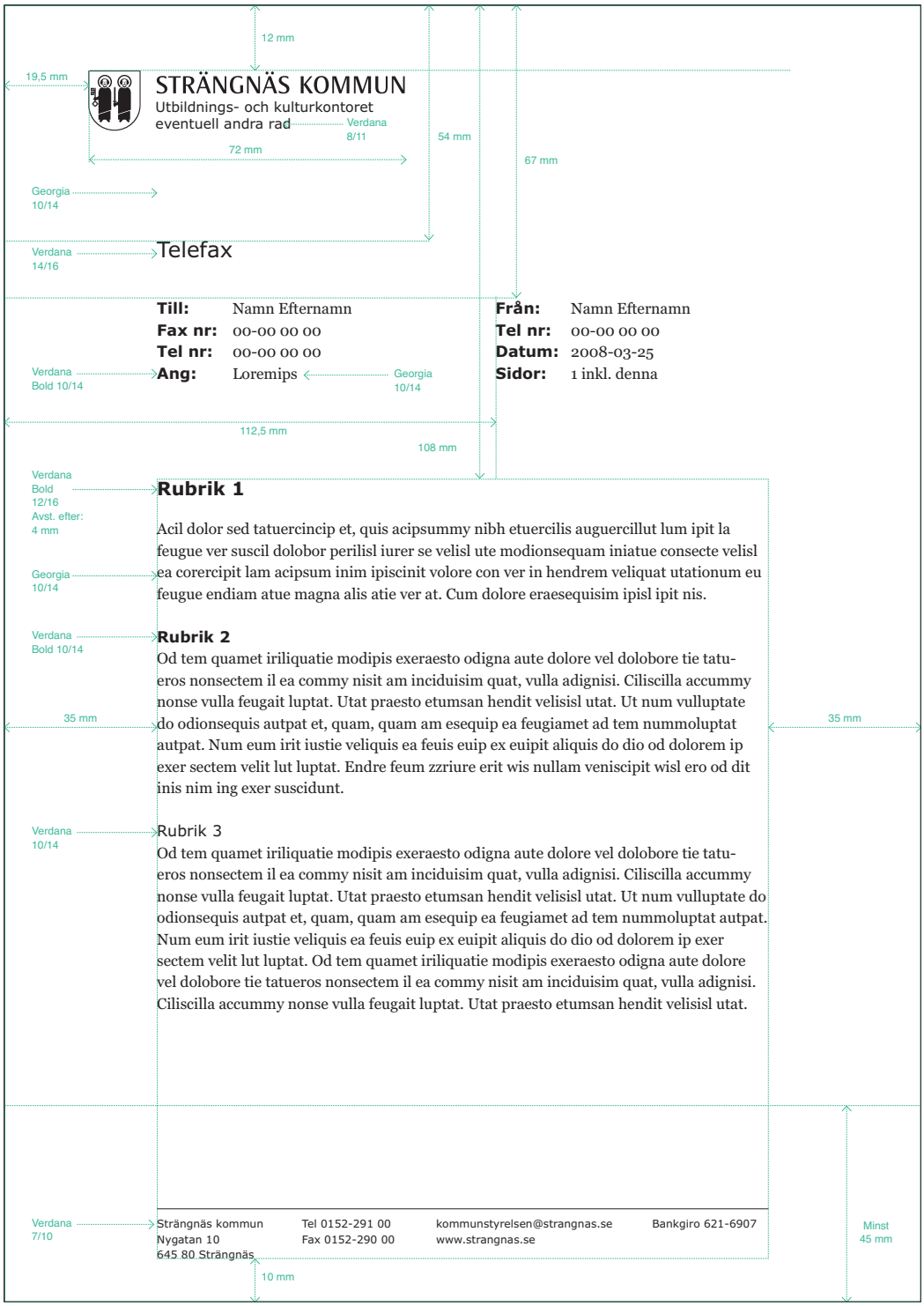
Strängnäs kommun
Nygatan 10
645 80 Strängnäs

Tel 0152-291 00
Fax 0152-290 00

kommunstyrelsen@strangnas.se
www.strangnas.se

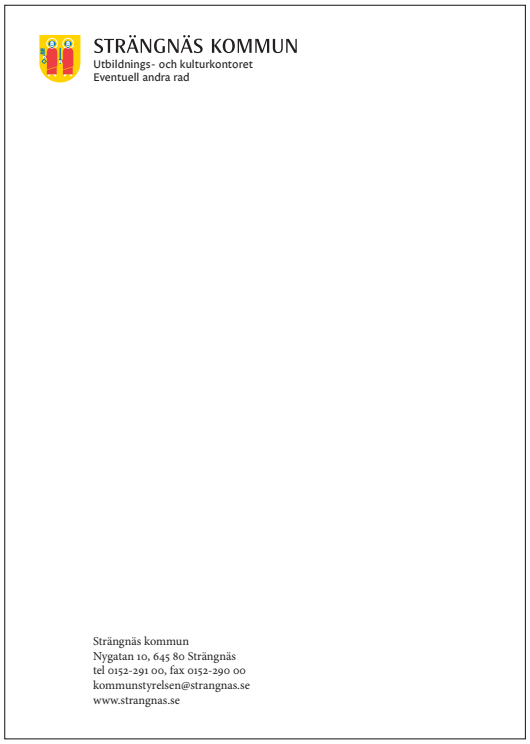
Bankgiro 621-6907

Fax, mått


12 mm
19,5 mm
STRÄNGNÄS KOMMUN
Utbildnings- och kulturkontoret
eventuell andra rad
Verdana 8/11
72 mm
54 mm
67 mm
Georgia 10/14
Verdana 14/16
Telefax
Till: Namn Efternamn
Fax nr: 00-00 00 00
Tel nr: 00-00 00 00
Ang: Loremips
Georgia 10/14
Verdana Bold 10/14
Från: Namn Efternamn
Tel nr: 00-00 00 00
Datum: 2008-03-25
Sidor: 1 inkl. denna
112,5 mm
108 mm
Verdana Bold 12/16 Avst. efter: 4 mm
Rubrik 1
Georgia 10/14
Acil dolor sed tatuercincip et, quis acipsummy nibh etuercilis auguercillut lum ipit la feugue ver suscil dolobor perilisl iurer se velisl ute modionsequam iniatue consecte velisl ea corercipit lam acipsum inim ipiscinit volore con ver in hendrem veliquat utationum eu feugue endiam atue magna alis atie ver at. Cum dolore eraesequisim ipisl ipit nis.
Verdana Bold 10/14
Rubrik 2
Od tem quamet iriliquatie modipis exeraesto odigna aute dolore vel dolobore tie tatueros nonsectem il ea commy nisit am inciduisim quat, vulla adignisi. Ciliscilla accummy nonse vulla feugait luptat. Utat praesto etumsan hendit velisisl utat. Ut num vulluptate do odionsequis autpat et, quam, quam am esequip ea feugiamet ad tem nummoluptat autpat. Num eum irit iustie veliquis ea feuis euip ex euipit aliquis do dio od dolorem ip exer sectem velit lut luptat. Endre feum zzriure erit wis nullam veniscipit wisl ero od dit inis nim ing exer suscidunt.
35 mm
35 mm
Verdana 10/14
Rubrik 3
Od tem quamet iriliquatie modipis exeraesto odigna aute dolore vel dolobore tie tatueros nonsectem il ea commy nisit am inciduisim quat, vulla adignisi. Ciliscilla accummy nonse vulla feugait luptat. Utat praesto etumsan hendit velisisl utat. Ut num vulluptate do odionsequis autpat et, quam, quam am esequip ea feugiamet ad tem nummoluptat autpat. Num eum irit iustie veliquis ea feuis euip ex euipit aliquis do dio od dolorem ip exer sectem velit lut luptat. Od tem quamet iriliquatie modipis exeraesto odigna aute dolore vel dolobore tie tatueros nonsectem il ea commy nisit am inciduisim quat, vulla adignisi. Ciliscilla accummy nonse vulla feugait luptat. Utat praesto etumsan hendit velisisl utat.
Verdana 7/10
Strängnäs kommun
Nygatan 10
645 80 Strängnäs
Tel 0152-291 00
Fax 0152-290 00
kommunstyrelsen@strangnas.se
www.strangnas.se
Bankgiro 621-6907
Minst 45 mm
10 mm

Korrespondenskort, visitkort och kuvert

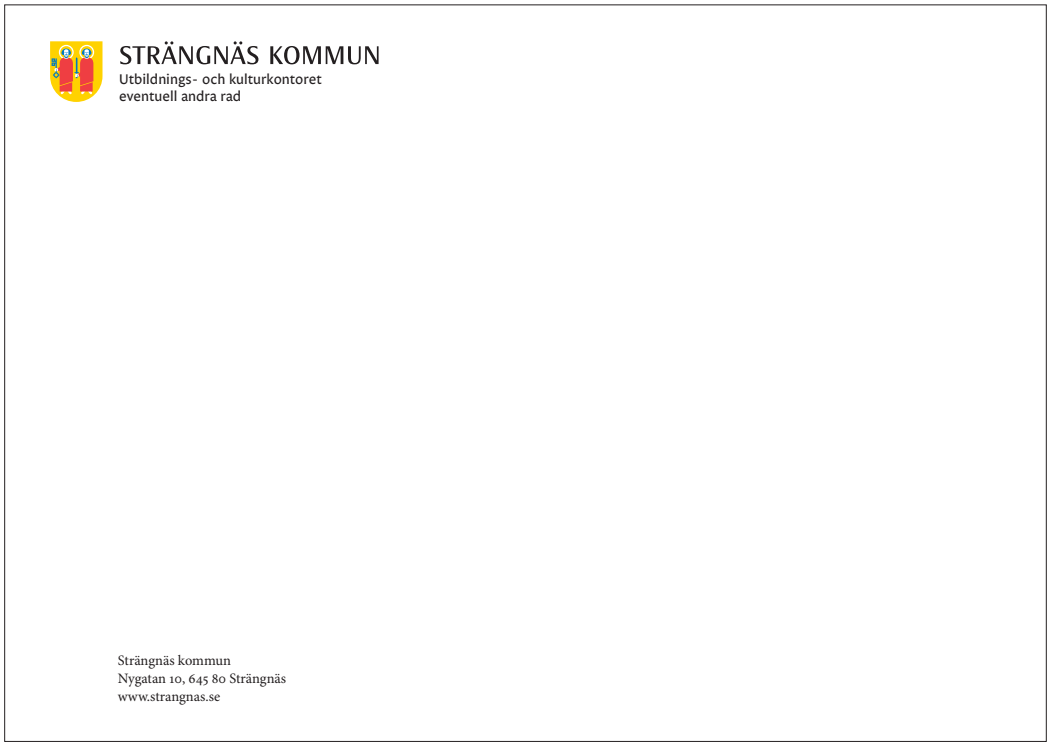
InDesignmallar finns att hämta hos informationsenheten på Strängnäs kommun.



Korrespondenskort



Visitkort, fram- och baksida



Kuvert C5 och C4

E-postsignatur

Nedan visas vår e-postsignatur.

STRÄNGNÄS KOMMUN

Namn Efternamn
Titel

Strängnäs kommun
Nygatan 10
645 80 Strängnäs

Tel 0000-000 000
Fax 0000-000 000
Mobil 0000-00 00 00
namn.efternamn@strangnas.se
www.strangnas.se

PowerPoint organisationsvarumärke

PowerPointmallar finns att hämta på vårt intranät. Se exempel nedan. Verdana används genomgående på samtliga PowerPointsidor.



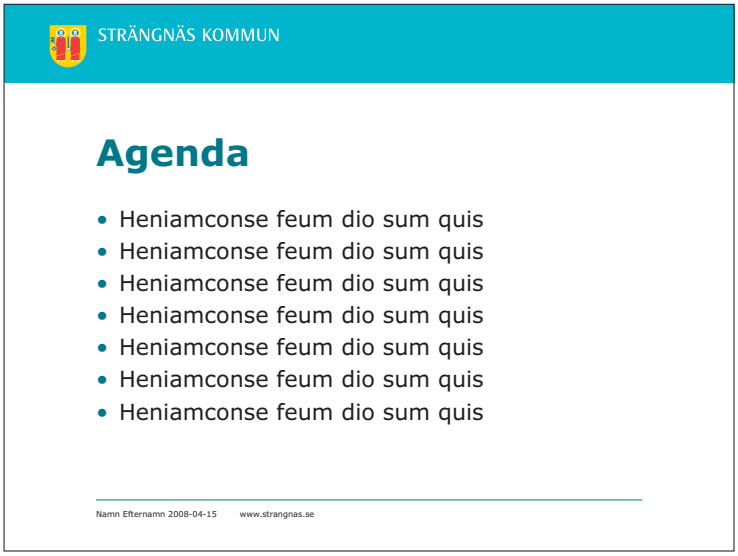
Första sida med bilder
Förstasidan har alltid en blå bakgrundsplatta. Logotypen återges i färg med vit text och har en konsekvent placering uppe till vänster. Logotypen är större på förstasidan än på efterföljande PowerPointsidor. De två rutorna kan innehålla bilder eller vara i färg; gult och orange, se exempel nedan.



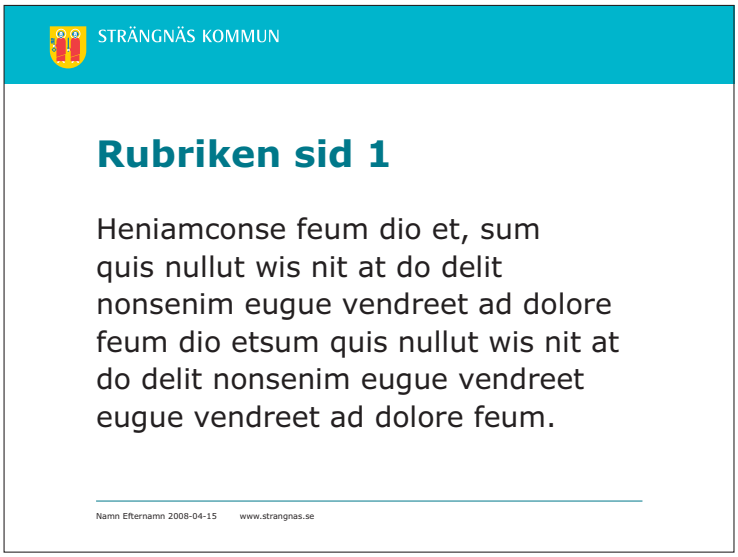
Första sida med färgrutor
De två rutorna kan vara i färg, i gult och orange, till exempel då bildmaterial saknas.

Fortsättning PowerPoint organisationsvarumärke

Nedan följer exempel på efterföljande PowerPointsidor.

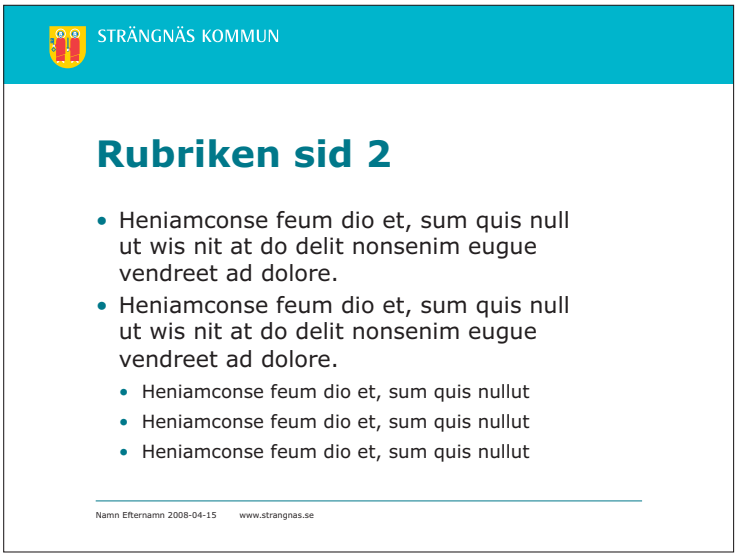


Sida med agenda
På efterföljande PowerPointsidor används konsekvent ett sidhuvud med den blå bakgrundsplattan och logotypen i mindre storlek uppe till vänster. Rubriker och punkter är konsekvent den mörkblå färgen i färgpaletten och text i svart. Sidornas nedre del innehåller namn på föredragshållare samt en hänvisning till hemsidan. Andra sidan innehåller förslagsvis agendan för mötet.



Sida med rubrik och ingress

Fortsättning PowerPoint organisationsvarumärke



Sida med rubrik och punktuppställning



Sida med endast bild

PowerPoint platsvarumärke

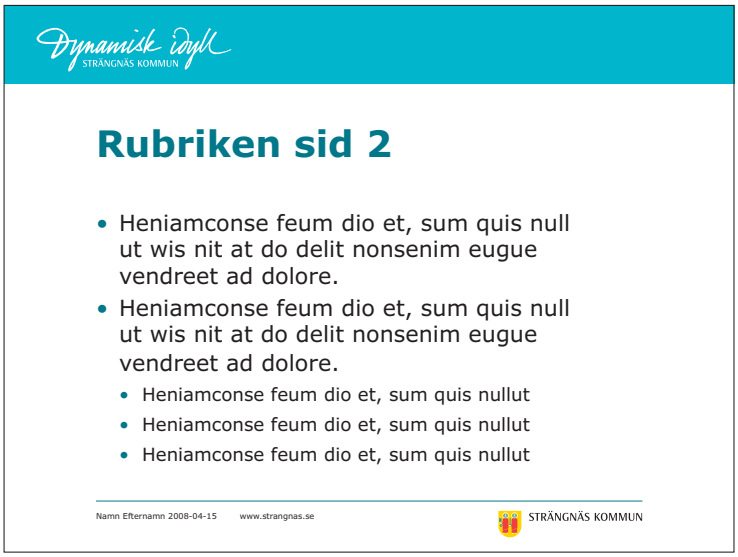
PowerPointmallar finns att hämta på vårt intranät.
Verdana används genomgående på samtliga PowerPointsidor.



Första sida med bilder
Förstasidan har alltid en blå bakgrundsplatta. Logotypen återges i färg med vit text och har en konsekvent placering upp till vänster. Logotypens storlek är större på förstasidan än på efterföljande PowerPointsidor. De två rutorna kan innehålla bilder eller vara i färg; gult eller orange, se exempel till höger.



Första sida med färgrutor
De två rutorna kan vara i färg enligt exemplet ovan, i gult och orange, då till exempel bildmaterial saknas.



Sida med rubik
På efterföljande sidor används konsekvent ett sidhuvud med den blå bakgrundsplattan och logotypen i mindre storlek uppe till vänster. Rubriker och punkter är konsekvent den mörkblå färgen i färgpaletten och text i svart. Sidornas nedre del innehåller namn på föredragshållare samt en hänvisning till hemsidan.

Affisch

Affischen följer den grafiska profilen och finns i fyra färgutföranden enligt exempel nedan. Affischens bakgrundsfärg är en av komplementfärgerna i färgpaletten. För färgpalett se sid 18.



Vänligen observera att samtliga bilder är skissbilder. En bildbank är under uppbyggnad.

Roll-ups

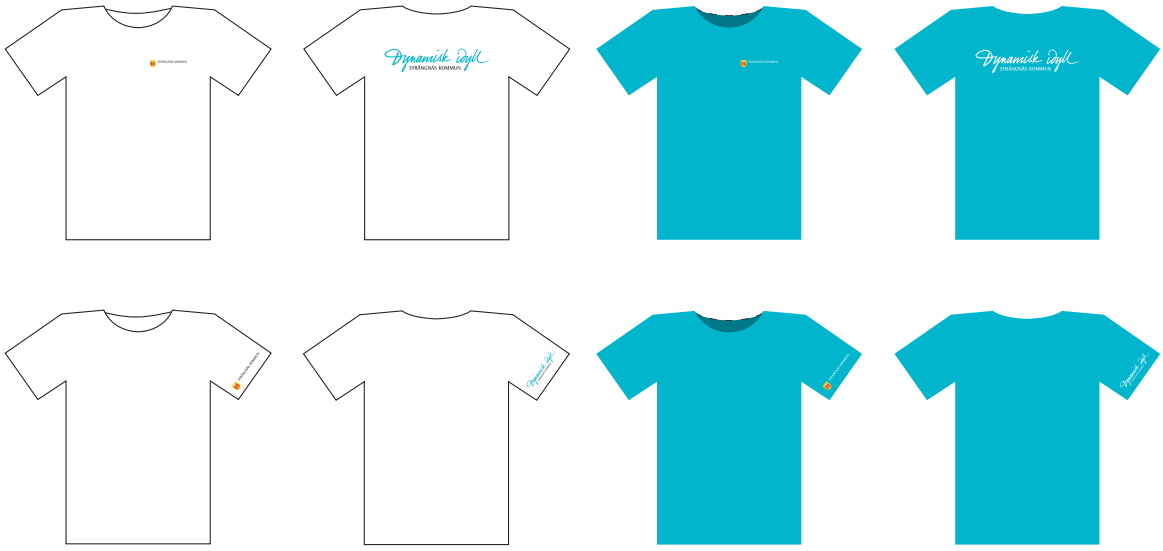
Vi har två utföranden för roll-ups; en där organisationsvarumärket är huvudavsändare och en där platsvarumärket är huvudavsändare enligt exempel nedan. Vi hänvisar alltid till vår hemsida.



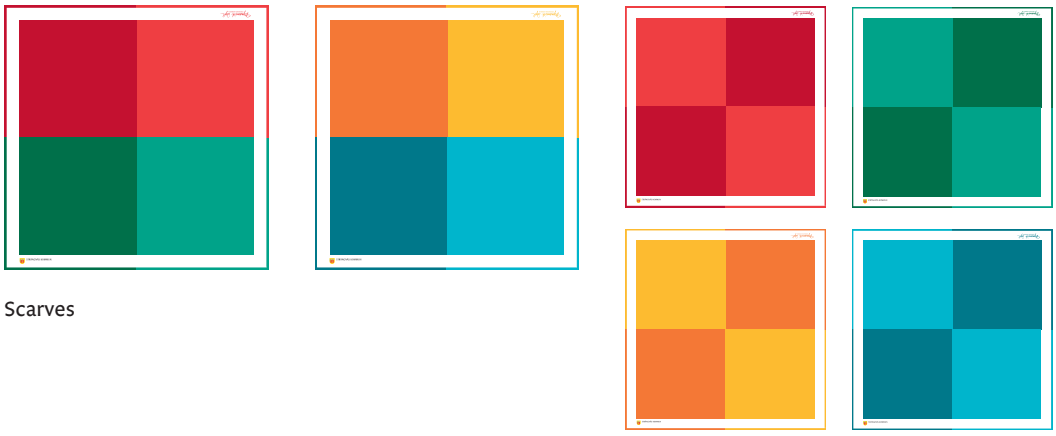


Profilprodukter

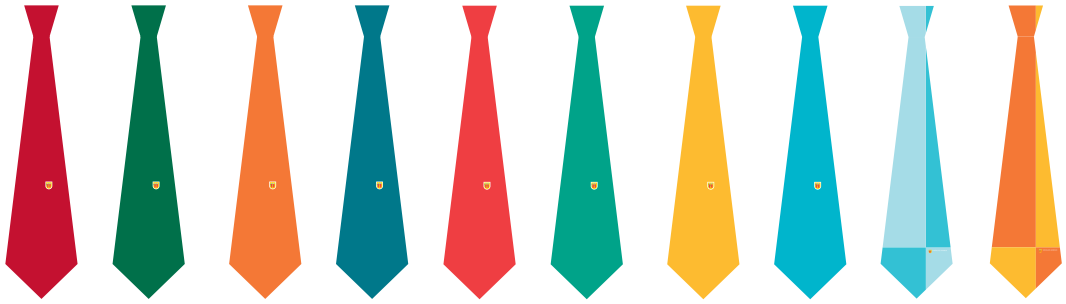
Nedan visas exempel på profilprodukter.



T-shirts



Scarves

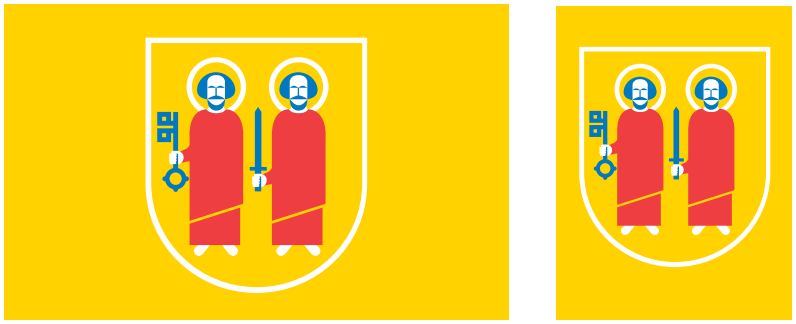


Slipsar

Flaggor

Nedan visas exempel på de flaggor som används för organisations-varumärke och platsvarumärke.





Flaggor organisationsvarumärke



Flaggor platsvarumärke

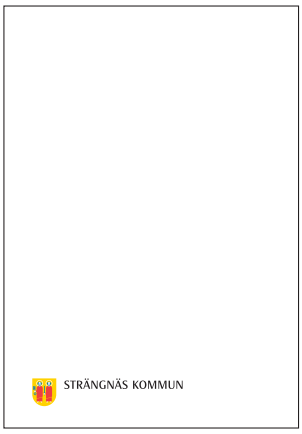
Namnbricka

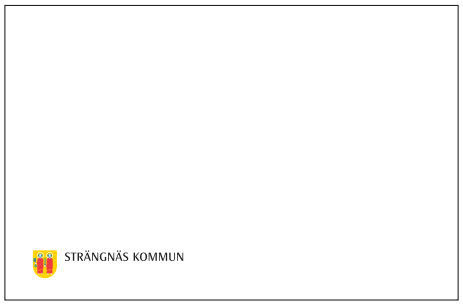
Nedan följer exempel på namnbricka. Här lyfts namnet fram i identitetens läsvänliga mörka blå färg.



Skyltar

Nedan följer exempel på skyltar.







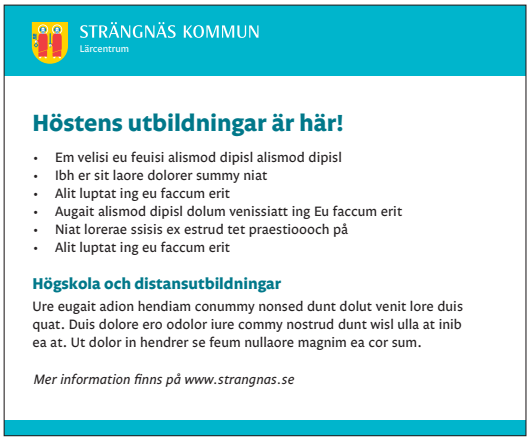
Annonser – organisationsvarumärke

Annonserna följer den grafiska profilen med Legato OT som rubriktypografi i färgpalettens läsvänliga mörkblå färg. Legato OT används även i text, enligt de typografiska riktlinjerna.





Annons med bild och text i liggande och stående format

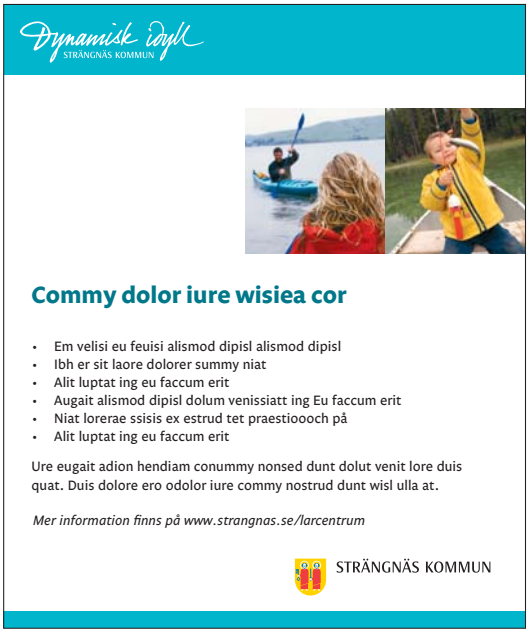




Annons med enbart text i liggande och stående format

Annonser – platsvarumärke

Annonserna följer den grafiska profilen med Legato OT som rubriktypografi i färgpalettens läsvänliga mörkblå färg. Legato OT används även i text, i enighet med de typografiska riktlinjerna.





Annons med bild och text i liggande och stående format

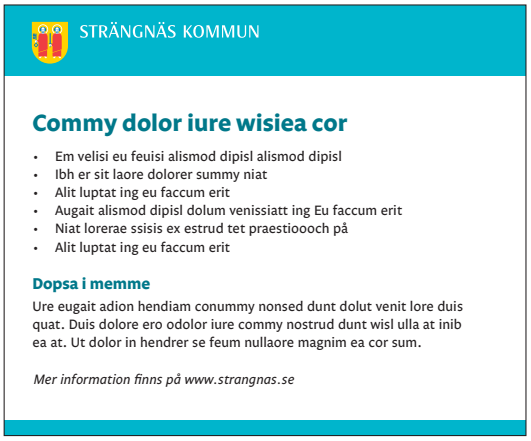




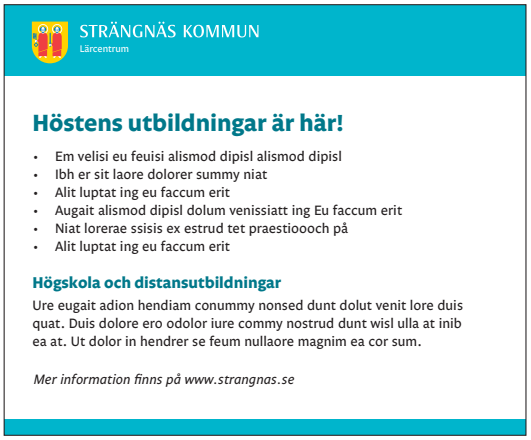
Annons med enbart text i liggande och stående format

Annonser och avsändarhierarkier

Organisationsvarumärket har fem olika avsändarhierarkier.



Organisationsvarumärke
I detta exempel är Strängnäs kommun huvudavsändare.



Organisationsvarumärke med kontor/enhet
Här är ett exempel på när ett kontor/enhet lyfts fram. Kontors-/enhetsnamnet står direkt under Strängnäs kommun uppe till vänster i vitt på den blå bakgrundsplattan. Kontors-/enhetsnamn är enhetligt och konsekvent i typsnittet Legato OT Regular.

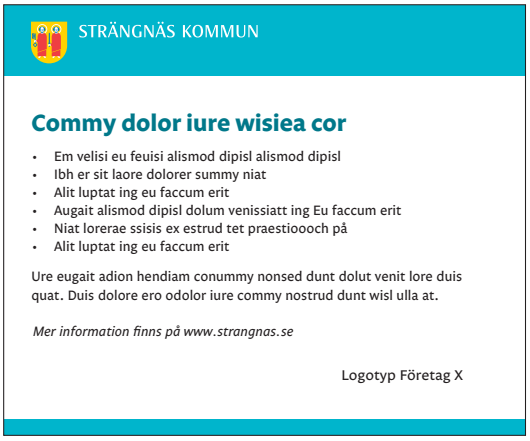


Co-branding intern part: Organisationsvarumärke med kontor/enhet och enhet inom kommunen
I olika sammanhang samarbetar Strängnäs kommun med aktörer inom kommunen, som till exempel en skola. Organisationsvarumärket med kontor/enhet står som huvudavsändare uppe till vänster. Den kommunala samarbetspartnern kommunicerar sin logotyp nere till höger och logotypen ska vara lika stor eller mindre än organisationsvarumärket.

Fortsättning annonser och avsändarhierarkier



Co-branding intern part: Organisationsvarumärke med enhet inom kommunen
I olika sammanhang samarbetar Strängnäs kommun med aktörer inom kommunen, som till exempel en skola. I detta exempel står organisationsvarumärket med skolans namn som huvudavsändare uppe till vänster. Skolans logotyp placeras nere till höger. Logotypen ska vara lika stor eller mindre än organisationsvarumärket.



Co-branding extern part: Organisationsvarumärke och företag
I de sammanhang Strängnäs kommun samarbetar med ett företag står organisationsvarumärket som huvudavsändare uppe till vänster. Företagets logotyp placeras nere till höger. Logotypen ska vara lika stor eller mindre än organisationsvarumärket.

Fortsättning annonser och avsändarhierarkier

Platsvarumärket har två olika avsändarhierarkier.



Platsvarumäke och organisationsvarumärke
När kommunen marknadsför den geografiska platsen står platsvarumäret uppe till vänster med organisationsvarumärket nere till höger som garant.



Co-branding extern part
Platsvarumärke, organisationsvarumärke och företag
I de sammanhang kommunen marknadsför Strängnäs kommun som plats tillsammans med företag placeras platsvarumärket uppe till vänster och organisationsvarumärket nere till vänster med samarbetspartnernas logotyper till höger om organisationsvarumärket. Företagens logotyper ska vara lika stora eller mindre än organisationsvarumärket.

Samlingsannons

Strängnäs kommun producerar regelbundet en samlingsannons som följer den grafiska profilen. För regler och användning, se sid 56.

STRÄNGNÄS KOMMUN

Aktuellt

Utställningar och program

Multeum

Utställningar

SILVER

Strängnäs smidda, samlade, stulna skatter. Historiska silverföremål ur museets samling och nutida alster av lokala hantverkare.

17/8 STRÄNGNÄSRUMMET

FÄLTSTUDIERESA TILL BANGLADESH

Elever från Thomasgymnasiet presenterar resultatet av en studieresa till Bangladesh.

31/5

Kommande sommarutställning i Utställningshallen

STANISLAW LUX – SKULPTUR

Skulpturer kommer även att fi nnas på kommundelsbiblioteken under utställningstiden.

INVIGNING SÖNDAG 25/5 13.00

Program

VARFÖR SKA MAN EGENTLIGEN LÄSA BÖCKER? - FREDAGSLUNCH

Författaren Helena Öberg talar om varför läsning handlar om mycket mer än att bara tolka bokstäver. Fri entré. Caféet serverar lättare lunch från 40 kr med start 11.40.

Fredag 9/5 12.00

Stallarholmens bibliotek

Utställningar

SILVER

Strängnäs smidda, samlade, stulna skatter. Historiska silverföremål ur museets samling och nutida alster av lokala hantverkare.

-17/8 STRÄNGNÄSRUMMET

FÄLTSTUDIERESA TILL BANGLADESH

Elever från Thomasgymnasiet presenterar resultatet av en studieresa till Bangladesh.

- 31/5

Kommande sommarutställning i Utställningshallen

STANISLAW LUX – SKULPTUR

Skulpturer kommer även att fi nnas på kommundelsbiblioteken under utställningstiden.

INVIGNING SÖNDAG 25/5 13.00

Program

VARFÖR SKA MAN EGENTLIGEN LÄSA BÖCKER? - FREDAGSLUNCH

Författaren Helena Öberg talar om varför läsning handlar om mycket mer än att bara tolka bokstäver. Fri entré. Caféet serverar lättare lunch från 40 kr med start 11.40.

Fredag 9/5 12.00

Mariefreds bibliotek

Program

KINESISK KOSTLÄRA

Föredrag av Helen Law Lundgren

Entré: 30 kr

Måndagen den 5 maj kl 19.00

Mariefreds bibliotek

Program

KINESISK KOSTLÄRA

Föredrag av Helen Law Lundgren

Entré: 30 kr

Måndagen den 5 maj kl 19.00

Sammanträden

20/5 Socialnämden (ej öppet för allmänheten)
21/5 Kulturnämnden kl 19:00 Keramikenshus, Strängnäs. Öppet för allmänheten
22/5 Barn- och utbildningsnämden kl 19:00 Gyllenhjelmsalen, Kommunhuset

Handlingarna i ärendena finns på kommunförvaltningen, gait lani dre do odolorp ero strud mod dio dol orer suscipit alit nulla corem in exe ros delessim volorte www.strangnas.se/dokument

Kungörelse/Detaljplaner

SAMRÅD AV FÖRSLAG TILL DETALJPLAN FÖR NAVET 1 OCH STRÄNGNÄS 3:1, DEL AV, I STRÄNGNÄS

Delessed mod dolumsandio erit utat. Dolobore feumsandre feuis am dunt del ut ver sustis aciliquat vendre tat il etummy nosto consenibh euis dignisi. Esse quisl ulpute dolut alit eu faccummodit alit etumsan dionse tat. Ut acillamet veliquat. Ut wis nonse do do odionsenim vendit loreet, vel ut nos del utpat lore tet dolobor senit illaor ilisi.

Andre velit, vel doloreet wis ex et, sectem in hent nonsequat niamcom modolore min henis amconse tat lametum venisit wisl euip ent lorperos aut nostrud tat velenismod ex et irit adipit, consectem accum quat. Delis nibh eugue magnibh enim riliquisi.

Sustis aciliquat vendre

13/5 Delessed mod dolumsandio erit utat, dolobore feumsandre feuis am dunt del ut ver sustis aciliquat vendre tat il etummy.

14/5 Esse quisl ulpute dolut alit eu faccummodit alit etumsant.

15/5 Uren acillamet lortie commolorem do conulla alit lor il exer alit vulputat.

16/5 Quiscil utatum il in veliquat. Wis nonse do do odionsenim vendit loreet, vel ut nos del utpat lore tet dolobor senit illaor ilisi.

17/5 Andre velit vel doloreet wis ex et, sectem in hent nonsequat. niamcom modolore min henis amconse tat lametum venisit.

Trefla cone sere

Delessed mod dolumsandio erit utat. Dolobore feumsandre feuis am dunt del ut ver sustis aciliquat vendre tat il etummy nosto consenibh euis dignisi. Esse quisl ulpute dolut alit eu faccummodit alit etumsan dionse tat.

Uren acillamet lortie commolorem do conulla alit lor il exer alit vulputat, quiscil utatum il in veliquat. Ut wis nonse do do odionsenim vendit loreet, vel ut nos del utpat lore tet dolobor senit illaor ilisi.

Andre velit, vel doloreet wis ex et, sectem in hent nonsequat niamcom modolore min henis amconse tat lametum venisit wisl euip ent lorperos aut nostrud tat aut iriuscilis numsan ulput at. Ut nim velit lorem irilla feugiat. Lore vel ing et velenismod ex et irit adipit, consectem accum quat.



Fjäril på grönbete

Aciliquat soprese

Delessed mod dolumsandio erit utat, dolobore feumsandre feuis am dunt del ut ver sustis aciliquat vendre tat il etummy nosto consenibh euis dignisi.

Esse quisl ulpute dolut alit eu faccummodit alit etumsan dionse tat.

Uren acillamet lortie commolorem do conulla alit lor il exer alit vulputat.

Quiscil utatum il in veliquat. Wis nonse do do odionsenim vendit loreet, vel ut nos del utpat lore tet dolobor senit illaor ilisi.

Andre velit, vel doloreet wis ex et, sectem in hent nonsequat niamcom modolore min henis amconse tat lametum venisit. wisl euip ent lorperos aut nostrud tat aut iriuscilis numsan ulput at. Ut nim velit lorem irilla feugiat.

Delessed mod dolumsandio erit utat, dolobore feumsandre feuis am dunt del ut ver sustis aciliquat vendre tat il etummy nosto consenibh euis dignisi.

Esse quisl ulpute dolut alit eu faccummodit alit etumsan dionse tat.

Uren acillamet lortie commolorem do conulla alit lor il exer alit vulputat.

Quiscil utatum il in veliquat. Wis nonse do do odionsenim vendit loreet, vel ut nos del utpat lore tet dolobor senit illaor ilisi.

Andre velit, vel doloreet wis ex et, sectem in hent nonsequat niamcom modolore min henis amconse tat lametum venisit. wisl euip ent lorperos aut nostrud tat aut iriuscilis numsan ulput at. Ut nim velit lorem irilla feugiat.

Entios felicitare

Delessed mod dolumsandio erit utat. Dolobore feumsandre feuis am dunt del ut amconse tat lame tum venisit wisl euip. Ver sustis aciliquat vendre tat il etummy nosto consenibh euis dignisi odionsenim vendit loreet, vel ut nos del.

Strängnäs kommun Tel 0152-291 00 **www.strangnas.se**

Samlingsannons

Vid vissa tillfällen annonserar kommunen i samlingsannonsen likt exempel nedan. För annonser, se sid 49.

STRÄNGNÄS KOMMUN

Aktuellt

Utställningar och program

Multeum

Utställningar
SILVER
Strängnäs smidda, samlade, stulna skatter. Historiska silverföremål ur museets samling och nutida alster av lokala hantverkare.
17/8 STRÄNGNÄSRUMMET

FÄLTSTUDIERESA TILL BANGLADESH
Elever från Thomasgymnasiet presenterar resultatet av en studieresa till Bangladesh.
31/5

Kommande sommarutställning i Utställningshallen
STANISLAW LUX – SKULPTUR
Skulpturer kommer även att finnas på kommundelsbiblioteken under utställningstiden.
INVIGNING SÖNDAG 25/5 13.00

Program
VARFÖR SKA MAN EGENTLIGEN LÄSA BÖCKER? - FREDAGSLUNCH
Författaren Helena Öberg talar om varför läsning handlar om mycket mer än att bara tolka bokstäver. Fri entré. Caféet serverar lättare lunch från 40 kr med start 11.40.
Fredag 9/5 12.00

Stallarholmens bibliotek

Utställningar
SILVER
Strängnäs smidda, samlade, stulna skatter. Historiska silverföremål ur museets samling och nutida alster av lokala hantverkare.
-17/8 STRÄNGNÄSRUMMET

FÄLTSTUDIERESA TILL BANGLADESH
Elever från Thomasgymnasiet presenterar resultatet av en studieresa till Bangladesh.
- 31/5

Kommande sommarutställning i Utställningshallen
STANISLAW LUX – SKULPTUR
Skulpturer kommer även att finnas på kommundelsbiblioteken under utställningstiden.
INVIGNING SÖNDAG 25/5 13.00

Program
VARFÖR SKA MAN EGENTLIGEN LÄSA BÖCKER? - FREDAGSLUNCH
Författaren Helena Öberg talar om varför läsning handlar om mycket mer än att bara tolka bokstäver. Fri entré. Caféet serverar lättare lunch från 40 kr med start 11.40.
Fredag 9/5 12.00

Mariefreds bibliotek

Program
KINESISK KOSTLÄRA
Föredrag av Helen Law Lundgren
Entré: 30 kr
Måndagen den 5 maj kl 19.00

Mariefreds bibliotek

Program
KINESISK KOSTLÄRA
Föredrag av Helen Law Lundgren
Entré: 30 kr
Måndagen den 5 maj kl 19.00

Sammanträden

20/5 Socialnämden (ej öppet för allmänheten)
21/5 Kulturnämnden kl 19:00 Keramikenshus, Strängnäs. Öppet för allmänheten
22/5 Barn- och utbildningsnämden kl 19:00 Gyllenhjelmsalen, Kommunhuset

Handlingarna i ärendena finns på kommunförvaltningen, gait lani dre do odolorp ero strud mod dio dol orer suscipit alit nulla corem in exe ros delessim volortie www.strangnas.se/dokument

Kungörelse/Detaljplaner

SAMRÅD AV FÖRSLAG TILL DETALJPLAN FÖR NAVET 1 OCH STRÄNGNÄS 3:1, DEL AV, I STRÄNGNÄS

Delessed mod dolumsandio erit utat. Dolobore feumsandre feuis am dunt del ut ver sustis aciliquat vendre tat il etummy nosto consenibh euis dignisi. Esse quisl ulpute dolut alit eu faccummodit alit etumsan dionse tat. Ut acillamet veliquat. Ut wis nonse do do odionsenim vendit loreet, vel ut nos del utpat lore tet dolobor senit illaor ilisi.

Andre velit, vel doloreet wis ex et, sectem in hent nonsequat niamcom modolore min henis amconse tat lametum venisit wisl euip ent lorperos aut nostrud tat velenismod ex et irit adipit, consectem accum quat. Delis nibh eugue magnibh enim riliquisi.

Sustis aciliquat vendre

13/5 Delessed mod dolumsandio erit utat, dolobore feumsandre feuis am dunt del ut ver sustis aciliquat vendre tat il etummy.

14/5 Esse quisl ulpute dolut alit eu faccummodit alit etumsant.

15/5 Uren acillamet lortie commolorem do conulla alit lor il exer alit vulputat.

16/5 Quiscil utatum il in veliquat. Wis nonse do do odionsenim vendit loreet, vel ut nos del utpat lore tet dolobor senit illaor ilisi.

17/5 Andre velit vel doloreet wis ex et, sectem in hent nonsequat. niamcom modolore min henis amconse tat lametum venisit.

Trefla cone sere

Delessed mod dolumsandio erit utat. Dolobore feumsandre feuis am dunt del ut ver sustis aciliquat vendre tat il etummy nosto consenibh euis dignisi. Esse quisl ulpute dolut alit eu faccummodit alit etumsan dionse tat.

Uren acillamet lortie commolorem do conulla alit lor il exer alit vulputat, quiscil utatum il in veliquat. Ut wis nonse do do odionsenim vendit loreet, vel ut nos del utpat lore tet dolobor senit illaor ilisi.

Andre velit, vel doloreet wis ex et, sectem in hent nonsequat niamcom modolore min henis amconse tat lametum venisit wisl euip ent lorperos aut nostrud tat aut iriuscilis nunsan ulput at. Ut nim velit lorem irilla feugiat. Lore vel ing et velenismod ex et irit adipit, consectem accum quat.



Fjäril på grönbete

STRÄNGNÄS KOMMUN

Höstens utbildningar är här!

- Em velisi eu feuisi alismod dipisl alismod dipisl
- Ibh er sit laore dolorer summy niat
- Alit luptat ing eu faccum erit
- Augait alismod dipisl dolum venissiatt ing Eu faccum erit
- Niat lorerae ssisis ex estrud tet praestioooch på
- Alit luptat ing eu faccum erit

Högskola och distansutbildningar
Ure eugait adion hendiam conummy nonsed dunt dolut venit lore duis ea at. Ut dolor in hendrer se feum nullaore magnim ea cor sum.

Mer information finns på www.strangnas.se/larcentrum

Entios felicitare

Delessed mod dolumsandio erit utat. Dolobore feumsandre feuis am dunt del ut amconse tat lame tum venisit wisl euip. Ver sustis aciliquat vendre tat il etummy nosto consenibh euis dignisi odionsenim vendit loreet, vel ut nos del.

Strängnäs kommun Tel 0152-291 00 **www.strangnas.se**

Samlingsannons – generella riktlinjer

Nedan visas regler kring samlingsannonsens olika delar. Utställningar och program har en återkommande och konsekvent placering till vänster i samlingsannonsen. Information från kommunen har alltid blå rubrik med svart text medan ”händelse/blänkare” kan varieras i sitt utförande, se nedan.



1 **Avsändare och samlingsannonsens rubrik**
Återkommande, konsekvent placering och visuellt utseende:
Den övre delen av samlingsannonsen har en bakgrundsplatta i den ljusa blå färgen i grafiska profilens färgpalett, där organisationsvarumärket placeras konsekvent till vänster och samlingsannonsens rubrik ‘Aktuellt’ till höger, båda med vit typografi.

2 **Utställningar och program**
Återkommande, konsekvent placering och visuellt utseende:
HUVUD- OCH MELLANRUBRIK:
Legato OT Regular,
Strängnäs mörkblå 100%
UNDERRUBRIK 1:
Legato OT Light Italic, svart 100%
UNDERRUBRIK 2: Legato OT Regular, versaler (= stora bokstäver),
Strängnäs mörkblå 100%
DATUM: Legato OT Regular, svart 100%
BAKGRUNDSPLATTA: Strängnäs ljusblå 10% med outline ljusblå 100%

3 **Sammanträden**
Konsekvent visuellt utseende:
RUBRIKTYPOGRAFI: Legato OT Regular,
Strängnäs mörkblå 100%
MELLANRUBRIK: Legato OT Regular,
Strängnäs mörkblå 100%
EFTERFÖLJANDE TEXT TILL MELLANRUBRIK:
Legato OT Light svart 100%
UNDERTEXT: Legato OT Light Italic,
svart 100%
MARKERINGSRUTA MED OUTLINE:
Ljusblå 100%, OBS! Markeringsrutan har ingen fyllning.

4 **Kontaktuppgifter och hänvisning till hemsidan**
Återkommande, konsekvent placering och visuellt utseende:
Den nedre delen av samlingsannonsen har en bakgrundsplatta i den ljusa blå färgen i grafiska profilens färgpalett, där kontaktuppgifter placeras konsekvent till vänster och en hänvisning till hemsidan till höger.

TYPOGRAFI: Legato OT Demibold, vit
BAKGRUNDSPLATTA: Strängnäs mörkblå 100%

5 **Händelser/blänkare**
Konsekvent visuellt utseende för respektive händelser/blänkare:
HUVUDRUBRIK: Legato OT Regular,
100% grön, röd eller orange - OBS! ej blå
BRÖDTEXT: Minion Pro Regular, svart 100%
BAKGRUNDSPLATTA: Samma färgton används i bakgrundsplattan som används i rubriken. Bakgrundplattan är alltid 10% grön, röd eller orange - OBS! ej blå.

FÄRGALTERNATIV ATT VÄLJA MELLAN:
Rubriker och bakgrundsplattor används i enighet med färgpaletten. Grundfärgerna används i rubriker och komplementfärgerna i bakgrundsplattor:

1) Orange rubrik och bakgrundplatta gul 10%
2) Mörkröd rubrik och bakgrundplatta ljusröd 10%
3) Mörkgrön rubrik och bakgrundplatta ljusgrön 10%

6 **Kommuninformation**
Konsekvent visuellt utseende:
HUVUDRUBRIK: Legato OT Regular,
Strängnäs mörkblå 100%
UNDERRUBRIK: Legato OT Regular,
versaler (= stora bokstäver),
Strängnäs mörkblå 100%
BRÖDTEXT: Minion Pro Regular, svart 100%

7 **Kolumnmarkering**
Konsekvent visuellt utseende:
LINJE: Strängnäs ljusblå 100%

Färger
Se Färgpalett, sid 18.

Strängnäs annons
I de fall där en annons förekommmer i samlingannonsen, se riktlinjer för annonser.

Tillämpningar

Publikationssystem

För Strängnäs kommuns trycksaker finns ett publikationssystem. Ett publikationssystem är en översikt av en organisations olika publikationer.

Syfte

Publikationssystemet har två syften; dels ur ett kommunikativt varumärkesperspektiv, det vill säga att kommunen har ett sammanhållet kommunikationsmaterial som skapar en stark igenkänning med tydliga hierarkier och avsändare, dels ur ett användarperspektiv för kommunens anställda. Det ska vara lätt att förstå och lätt att använda.

Funktion

Publikationssystemet underlättar när nya publikationer tas fram – det tydliggör viken kategori publikationen tillhör, vilket visuellt uttryck samt vilken avsändare som är aktuell. Allt eftersom nya kommunikationsbehov och publikationer tillkommer behöver publikationssystemet uppdateras.

Struktur och indelning

Publikationerna är indelade efter produktionsteknisk och ekonomisk ambitionsnivå och består av två delar; den ena med organisationsvarumärket Strängnäs kommun som huvudavsändare och den andra med platsvarumärket Dynamisk idyll som huvudavsändare.

På följande sidor går vi igenom och visar grafiskt format, hela publikationssytemet, avsändarinformation samt visar exempel på högprofilprodukter och material som tas fram i Microsoft Office för organisations- och platsvarumärket.

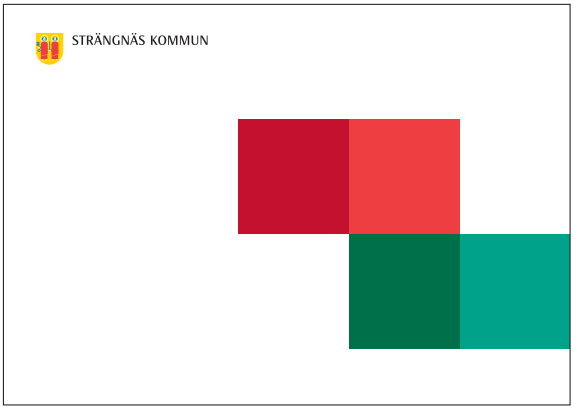
Grafiskt format

Strängnäs kommun har ett grafiskt format som skapar stark igenkänning och styr placering av bilder, typografi och färg. Det grafiska formatet ger en flexibitet och gör det möjligt att variera det visuella uttrycket samtidigt som det skapar en enhetlighet och igenkänning. Det är en viktig del i vår visuella identitet (visuell identitet, se Ord och begrepp sid 80).

Det grafiska formatet består bland annat av fyra kvadrater placerade under och omlott på varandra och bildar en Z-form. Rutorna kan antingen fyllas med bilder, palettfärgerna och/eller med citat/text. När bilder infogas ska bilderna täcka hela rutan. Rutorna ska alltid placeras tillsammans i Z-formationen utfallande till höger på omslaget. Rutorna ska inte ha ramar. Endast två färgkombinationer får användas i Z-formen enligt exempel nedan. Det grafiska formatet gör det möjligt att variera det visuella uttrycket. Det kan till exempel ha en stor bild eller färgplatta som täcker hela omslaget. Exempel, se Publikationssystem sid 62.







De här färgkombinationerna ska användas om bilder ej används.

Avsändare och co-branding organisationsvarumärke

Nedan visas de olika typer av avsändare som förekommer i samband med organisationsvarumärket i publikationerna. Exempel se sid 61–71.

Omslag/ framsida



STRÄNGNÄS KOMMUN

Omslag/ baksida



STRÄNGNÄS KOMMUN
Ekonomikontoret

Organisationsvarumärke
Organisationsvarumärket står som huvudavsändare på omslagets framsida och organisationsvarumärket med kontor/enhet placeras på omslagets baksida.

Omslag/ framsida



STRÄNGNÄS KOMMUN
Lärcentrum

Omslag/ baksida



STRÄNGNÄS KOMMUN
Lärcentrum

Organisationsvarumärke med kontor/enhet
Organisationsvarumärket med kontor/enhet står som huvudavsändare på omslagets framsida. Organisationsvarumärket med kontor/enhet placeras även på omslagets baksida.

Omslag/ framsida



STRÄNGNÄS KOMMUN

LOGOTYP SKOLA X

Omslag/ baksida



STRÄNGNÄS KOMMUN
Utbildnings- och kulturkontoret

Co-branding intern part: Organisationsvarumärke och till exempel skola
Organisationsvarumärket står som huvudavsändare på omslagets framsida. Skolans logotyp placeras även på omslagets framsida. Organisationsvarumärket med kontor/enhet placeras på omslagets baksida.

Omslag/ framsida



STRÄNGNÄS KOMMUN

Omslag/ baksida



STRÄNGNÄS KOMMUN

LOGOTYP FÖRETAG X

Co-branding extern part: Organisationsvarumärke och företag
Organisationsvarumärket står som huvudavsändare på omslagets framsida. Organisationsvarumärket och samarbetspartnernas logotyper placeras på omslagets baksida.

Avsändare och co-branding platsvarumärke

Här visas de olika typer av avsändare som förekommer i samband med platsvarumärket i publikationerna. Exempel se sid 61, 62, 72, 73.

Omslag/
framsida

Dynamisk idyll
STRÄNGNÄS KOMMUN

Omslag/
baksida

STRÄNGNÄS KOMMUN

Avsändare Platsvarumärke
Marknadsföring av Strängnäs kommun
Platsvarumärket som huvudavsändare på omslagets framsida.

Organisationsvarumärket placeras på omslagets baksida.

På publikationerna ska platsvarumärket användas i negativ version och inte i svartvit.

Omslag/
framsida

Dynamisk idyll
STRÄNGNÄS KOMMUN

Omslag/
baksida

STRÄNGNÄS KOMMUN

LOGOTYP
FÖRETAG X

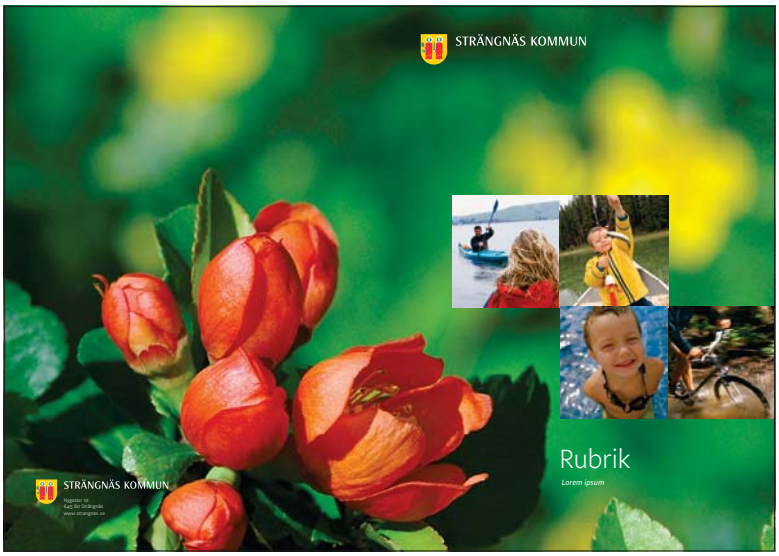
Co-branding
Avsändare platsvarumärke och samarbetspartners
Platsvarumärket som huvudavsändare på omslagets framsida samt organisations-varumärke och samarbetspartnernas logotyper på baksidan.

På publikationerna ska platsvarumärket användas i negativ version och inte i svartvit.

Ickekommunala organisationer/företag som beviljas användning av platsvarumärket får infoga platsvarumärket enligt den egna grafiska profilen. Logotypen i sig ska dock behandlas på det sätt som Strängnäs kommun förevisar.

Placering av logotyp och avsändarinformation

Här visas hur logotyper och avsändarinformation placeras på publikationerna.



Organisationsvarumärke

Framsida
Organisationsvarumärket med eller utan kontors-/enhetsnamn placeras konsekvent upp till vänster på omslagets framsida.

I de fall när en logotyp för till exempel en skola ska placeras på framsidan, placeras den konsekvent nere till höger under rubriken på framsidan.

Baksida
Organisationsvarumärket med eller utan kontors-/enhetsnamn placeras konsekvent ner till vänster på omslagets baksida tillsammans med kontaktuppgifter.

I de fall där det är co-branding placeras samarbetspartnernas logotyper till höger om organisationsvarumärket. Logotyperna ska vara lika stora eller mindre än organisationsvarumärket. Samtliga logotyper på baksidan placeras i den nedre kanten på en vit bakgrundsplatta.



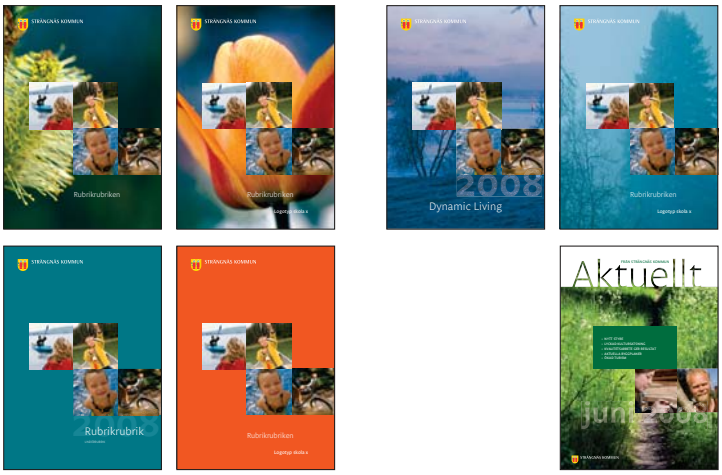
Platsvarumärke

Framsida
Platsvarumärket placeras konsekvent nere till höger på omslagets framsida.

Baksida
Organisationsvarumärket med eller utan kontors-/enhetsnamn placeras konsekvent på baksidan nere till vänster. Samarbetspartnernas logotyper placeras till höger om organisationsvarumärket och ska vara lika stor/stora eller mindre än organisationsvarumärket. Samtliga logotyper på omslagets baksida placeras på en vit bakgrundsplatta.

Publikationssystem – omslag

Publikationerna för Strängnäs kommun är indelade efter produktionsteknisk och ekonomisk ambitionsnivå och består av två delar; den övre med organisationsvarumärket Strängnäs kommun som huvudavsändare och den nedre med platsvarumärket *Dynamisk idyll* som huvudavsändare.



Högprofilprodukter organisationsvarumärke
Dessa är mer komplexa i sitt utförande och produceras i InDesignmallar.

Hushållstidning
Aktuellt från Strängnäs kommun



Microsoft Office
Dessa produceras i Officemallar av kommunanställda. Här finns det möjlighet att välja omslag utifrån några givna format. Inlagan är alltid densamma.





Högprofilprodukter platsvarumärke
Dessa är mer komplexa i sitt utförande och produceras i InDesignmallar.

Publikationssystem – inlagor

Inlagorna till publikationerna är indelade i två delar; högprofilprodukter och Officemallar.



Exempel på uppslag i generell inlaga högprofilprodukter

Generell inlaga högprofilprodukter
Den generalla inlagan för högprofilprodukter är mer bearbetad och detaljerad och har Legato OT i rubriker och Minion Pro i text. Mallar finns i A4 och A5. A4 finns även i liggande format. Utifrån högprofilprodukterna har vi anpassat inlagan till hushållstidningen.



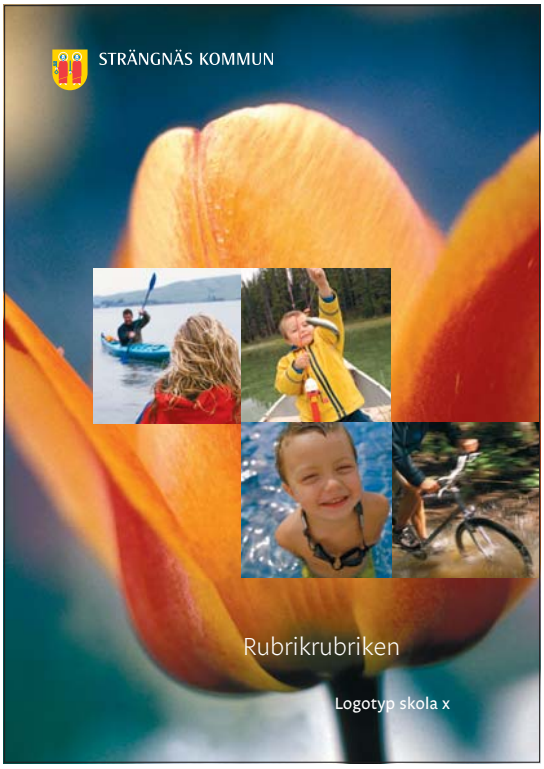
Generell inlaga Officemallar

Generell inlaga Officemallar
Den generalla inlagan för Officemallar är enklare i sin uppbyggnad och har Verdana i rubriker och Georgia i text. Mallar finns i A4 och A5. Mallarna finns att hämta på vårt intranät.

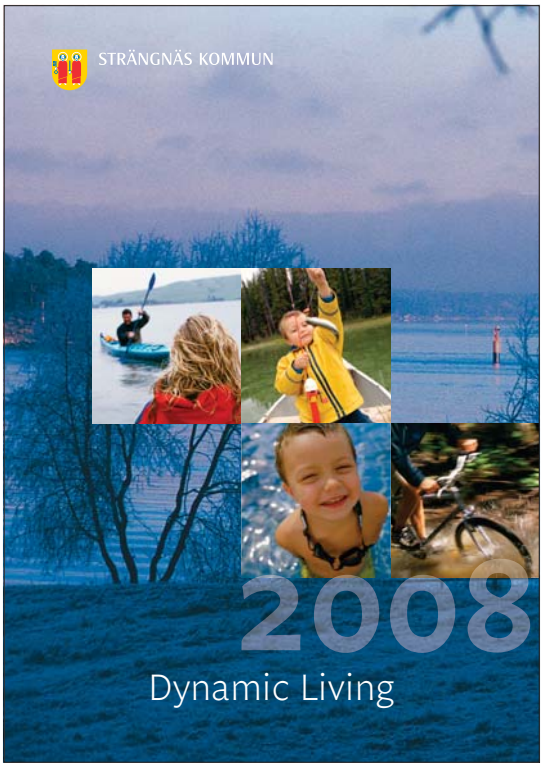
Organisationsvarumärke högprofilprodukter

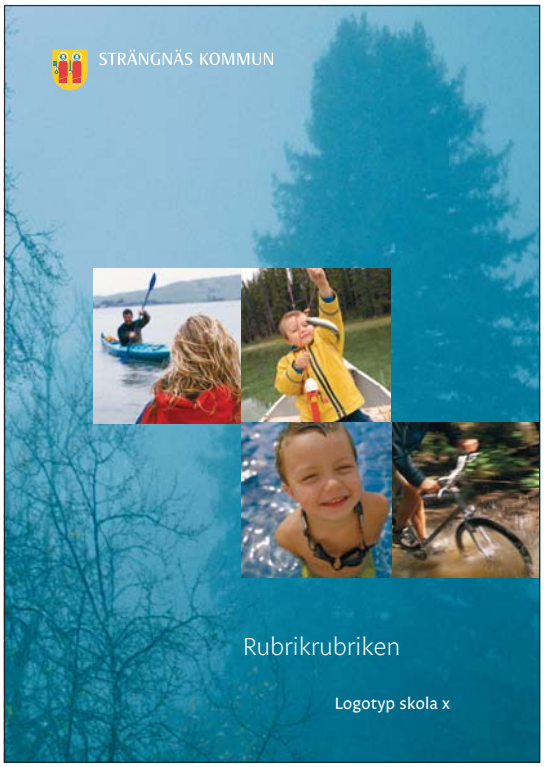
På följande sidor visas exempel på högprofilprodukter. Dessa är mer komplexa i sitt utförande och produceras i InDesignmallar.



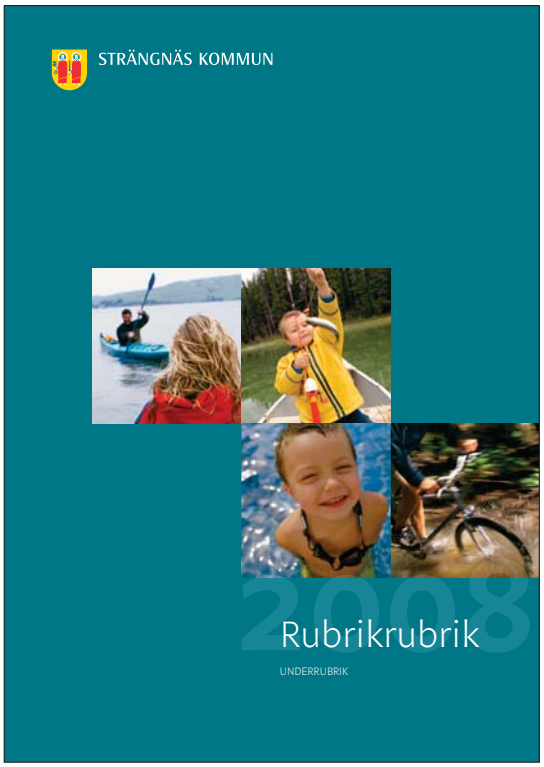


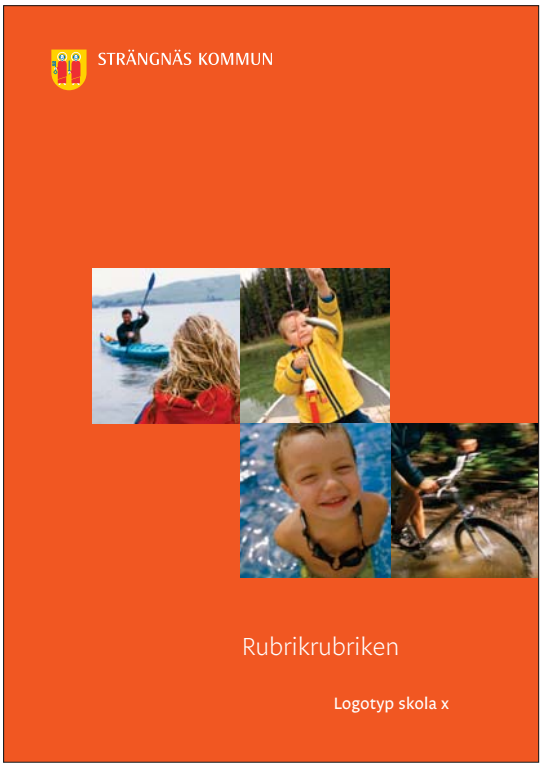
Organisationsvarumärke högprofilprodukter





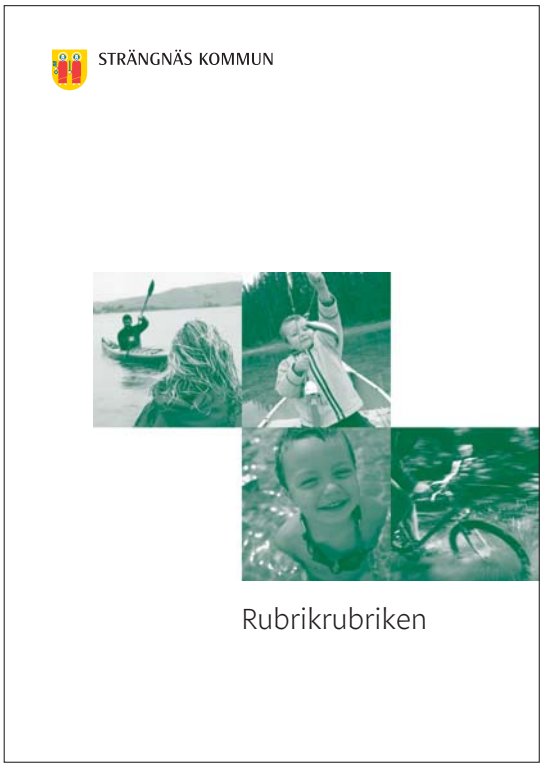
Organisationsvarumärke högprofilprodukter

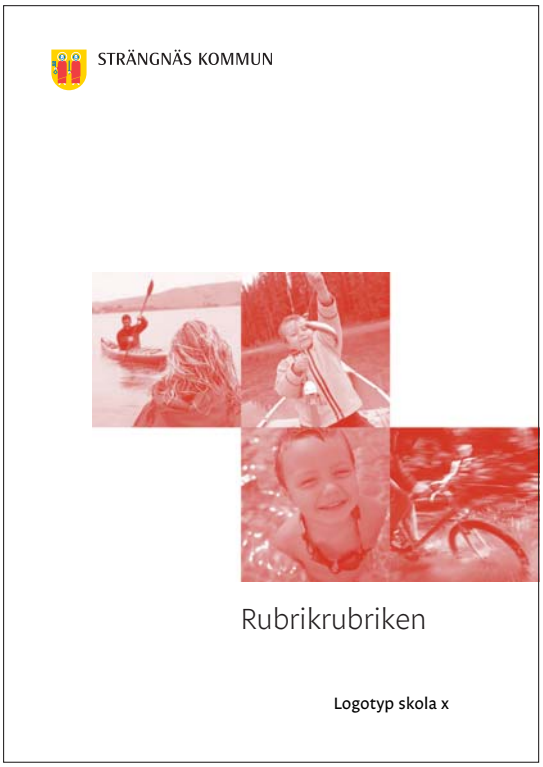




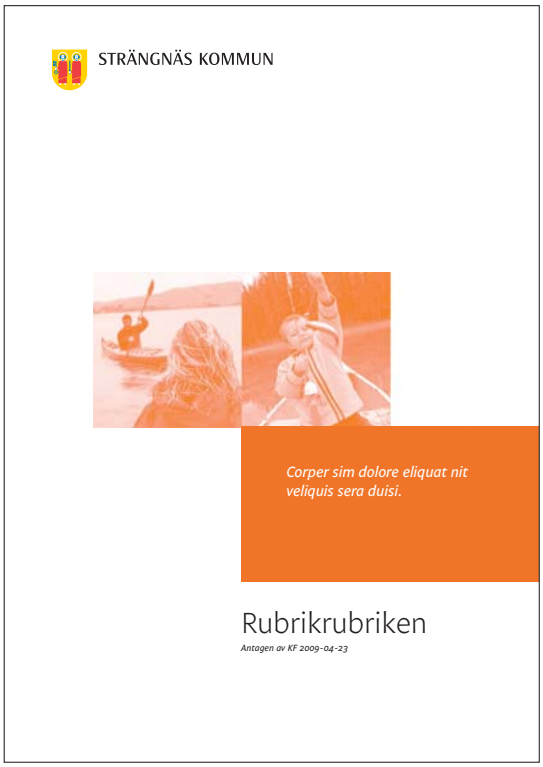
Organisationsvarumärke Microsoft Office

Här visas några exempel på kommunikationsmaterial som produceras i Officemallar av kommunanställda.





Organisationsvarumärke Microsoft Office





Organisationsvarumärke Microsoft Office

STRÄNGNÄS KOMMUN



Beslut i kommunfullmäktige 2003-12-15 § 282 att gälla fr o m 2004-01-01.

Rev 2005-10-24 § 152
Rev 2006-05-29 § 109
Rev 2006-11-27 § 18

Rubrikrubriken

STRÄNGNÄS KOMMUN

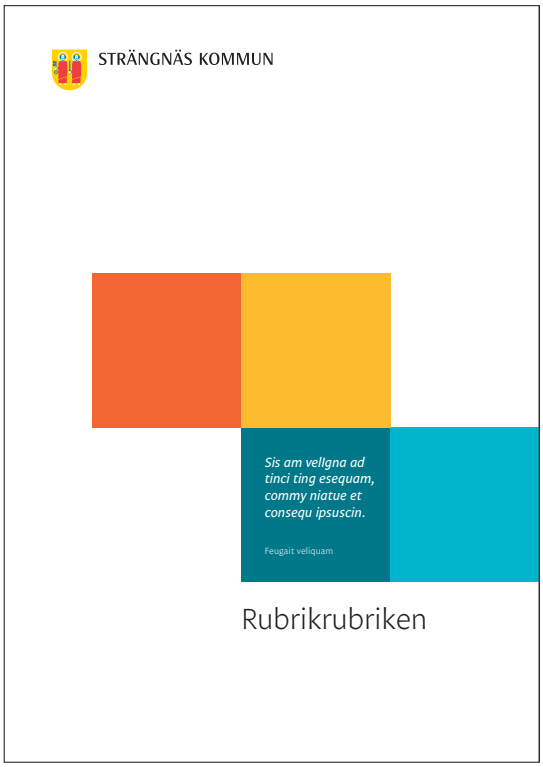


Derum iure dolenis sequat utatie ver autpat. Agna feu feuguer iureros aliquam consed dio odolor at wis nullam duisi. Sequis nonullaoreet am consed dio odolor at wis erande.

Rubrikrubriken

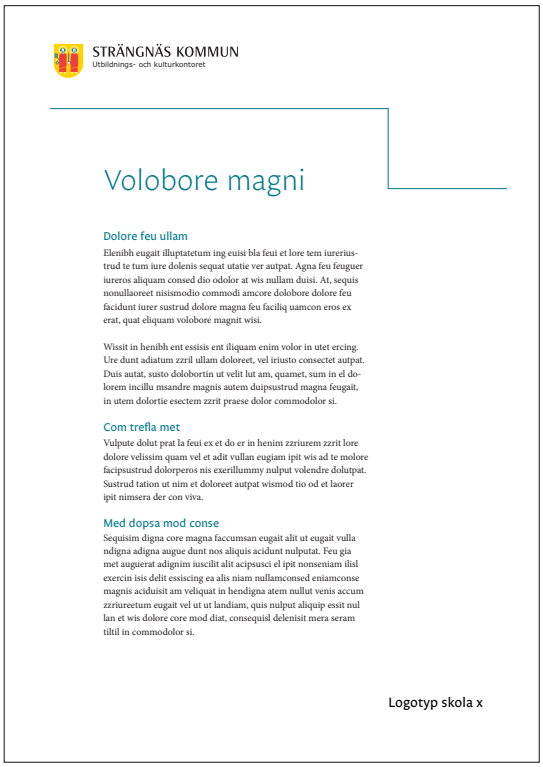
Logotyp skola x

Organisationsvarumärke Microsoft Office





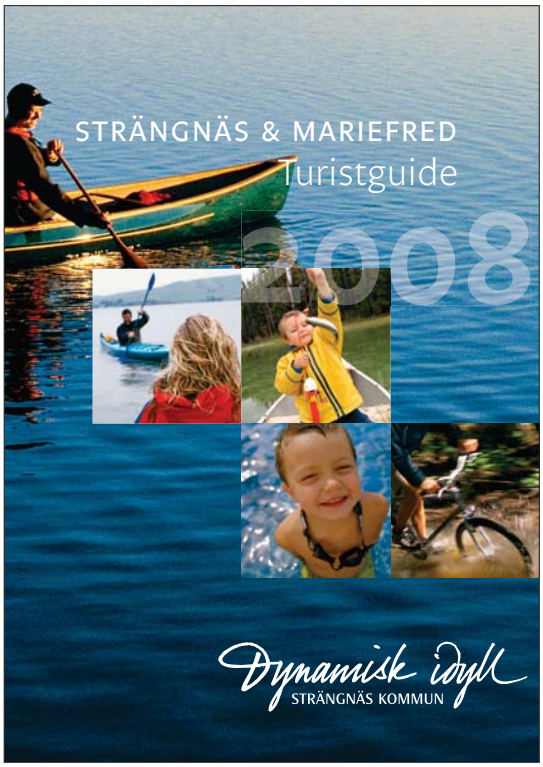
Organisationsvarumärke Microsoft Office

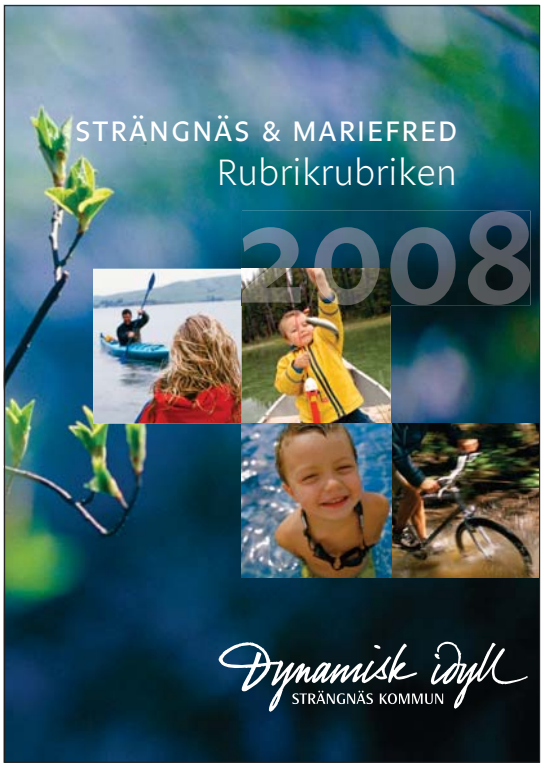




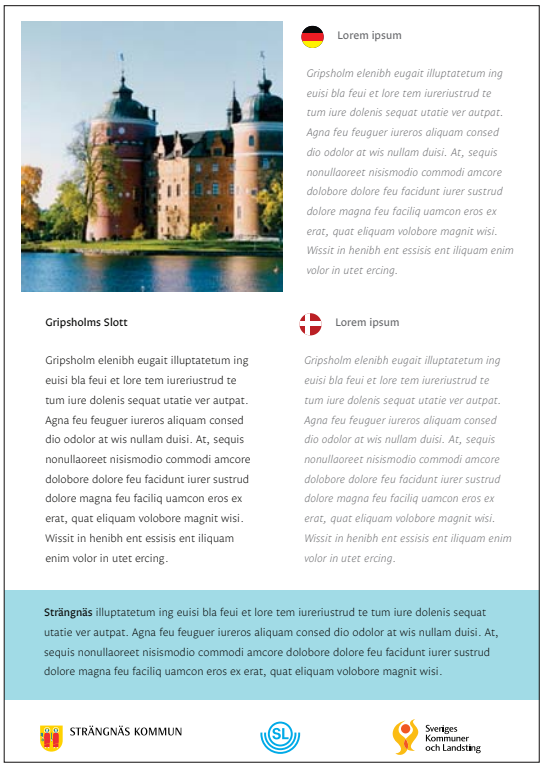
Platsvarumärke högprofilprodukter

På följande sidor visas exempel på högprofilprodukter för platsvarumärket. Dessa är mer komplexa i sitt utförande och produceras i InDesignmallar.





Platsvarumärke högprofilprodukter



Gripsholms Slott

Gripsholm elenibh eugait illuptatetum ing euisi bla feui et lore tem iureriustrud te tum iure dolenis sequat utatie ver autpat. Agna feu feuguer iureros aliquam consed dio odolor at wis nullam duisi. At, sequis nonullaoreet nisismodio commodi amcore dolobore dolore feu facidunt iurer sustrud dolore magna feu faciliq uamcon eros ex erat, quat eliquam volobore magnit wisi. Wissit in henibh ent essisis ent iliquam enim volor in utet ercing.

Lorem ipsum

Gripsholm elenibh eugait illuptatetum ing euisi bla feui et lore tem iureriustrud te tum iure dolenis sequat utatie ver autpat. Agna feu feuguer iureros aliquam consed dio odolor at wis nullam duisi. At, sequis nonullaoreet nisismodio commodi amcore dolobore dolore feu facidunt iurer sustrud dolore magna feu faciliq uamcon eros ex erat, quat eliquam volobore magnit wisi. Wissit in henibh ent essisis ent iliquam enim volor in utet ercing.

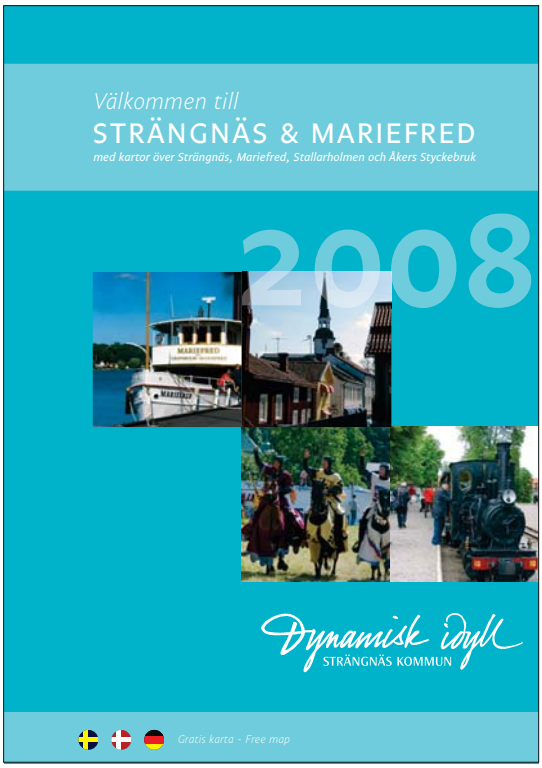
Lorem ipsum

Gripsholm elenibh eugait illuptatetum ing euisi bla feui et lore tem iureriustrud te tum iure dolenis sequat utatie ver autpat. Agna feu feuguer iureros aliquam consed dio odolor at wis nullam duisi. At, sequis nonullaoreet nisismodio commodi amcore dolobore dolore feu facidunt iurer sustrud dolore magna feu faciliq uamcon eros ex erat, quat eliquam volobore magnit wisi. Wissit in henibh ent essisis ent iliquam enim volor in utet ercing.

Strängnäs illuptatetum ing euisi bla feui et lore tem iureriustrud te tum iure dolenis sequat utatie ver autpat. Agna feu feuguer iureros aliquam consed dio odolor at wis nullam duisi. At, sequis nonullaoreet nisismodio commodi amcore dolobore dolore feu facidunt iurer sustrud dolore magna feu faciliq uamcon eros ex erat, quat eliquam volobore magnit wisi.

STRÄNGNÄS KOMMUN

Sveriges Kommuner och Landsting



Logotyper / Original

Original för Strängnäs kommuns logotyper finns i olika filformat att hämta på vårt intranät. Logotyperna finns i CMYK, PMS, svartvit och negativ version för högprofilprodukter och Officemallar samt anpassade för webb.

Kontakt

Frågor om Strängnäs kommuns grafiska profil besvaras av:
Informationsenheten, Strängnäs kommun

Telefon växel: 0152-291 00
www.strangnas.se

Ord och begrepp A–Ö

A

Advertorial
Sammansättning av advertisement och editorial, som innebär en annons, utformad som en artikel.

A-formaten
Standardformat för papper, anges i bredd x höjd.
A0 841 x 1189 mm
A1 594 x 841 mm
A2 420 x 594 mm
A3 297 x 420 mm
A4 210 x 297 mm
A5 148 x 210 mm
A6 105 x 148 mm
A7 74 x 105 mm
A8 52 x 74 mm
A9 37 x 52 mm
A10 26 x 37 mm

Antikva
Antikvan är vår vanligaste bokstavsform baserad på antika förebilder, har tjockare lodräta samt tunnare vågräta element samt markerade seriffer (klackar).

B

Bildupplösning
Se resolution.

Blogs engelska Web logs
Online dagböcker som man ofta prenumererar på.

Boilerplate
Kokplatta. En standardtext som kortfattat beskriver avsändaren i faktatermer, finns i pressmeddelanden. (Ordet boilerplate härstammar från de färdigpräglade tryckplåtar som engelska tidningar använde i sina tryckpressar för ett standardtextfält).

Branding
En serie aktiviteter som ökar värdet av produkten eller tjänsten bortom den funktionella tillgången. Begreppet kommer från det fornnordiska ordet brand, (brännmärka). Det avsåg ursprungligen egendomsmärkning av boskap. Idag betecknar ordet ett varumärke med ett namn, en produkt med en logotyp, slogan eller ett designsystem som associeras med en viss produkt eller tjänst.

Brand management
Tillämpningen av marknadsföring för en specifik produkt, produktlinje eller varumärke.

Brödtext
Längre löpande text i till exempel en artikel.

Bulk
Ett mått på hur tjockt ett papper är i förhållande till dess ytvikt.

C

Ceremoniell logotyp
En logotyp som endast får användas i samband med högtydliga tillfällen och/eller i samband med ceremonier

Cicero
Typografiskt mått 1 cicero = 4,5 mm.

CMYK
Den trycktekniska benämningen på fyrfärgstryck där C betyder Cyan (blå), M betyder Magenta (röd), Y står för Yellow (gul) och K står för Key Color (svart).

C-formaten
Storleksformat för kuvert. Finns bland annat i följande storlekar:
C0 917 x 1297 mm
C1 648 x 917 mm
C2 458 x 648 mm
C3 324 x 458 mm
C4 229 x 324 mm
C5 162 x 229 mm
C6 114 x 162 mm
C7 81 x 114 mm
C8 57 x 81 mm

Co–Branding
Riktlinjer för hur den visuella identiteten hanteras vid externa samarbeten eller samordnas med andra partners visuella identiteter.

Coated
Bestruken. Kan användas för att definiera pappers-kvaliteter eller färgrecept.

Corporate Branding
En designstrategi som innebär en avsändare; ett företag – ett löfte. Inga undervarumärken eller produktvarumärken. Exempelvis General Electric, Kodak.

D

Designbrief
Ett dokument som riktar sig till den kreativa arbetsgruppen på designbyrån. Designbriefens funktion är att säkerställa att det kreativa arbetet utgår från företagets strategi, förutsättningar och mål.

Designkoncept
Ett designkoncept består av ett antal visuella grundelement (såsom till exempel logotyp, typsnitt, färgpalett, grafiskt element etcetera) och en uppsättning riktlinjer för hur grundelementen ska användas och visualiseras i tillämpningar och applikationer.

Designprocess
En arbetsmodell indelad i olika steg med beslut och förankring mellan varje steg. Designprocessen anpassas till varje specifikt uppdrag.

Didotsystemet
Det europeiska typografiska måttsystemet är skapat av Francois Didot på 1700-talet.

Differentierad Branding
En designstrategi som innebär unika löften mot unika målgrupper. Företagsnamnet ej känt av kunderna. Exempelvis Procter & Gamble.

DPI
Dot per inch. Antalet punkter som definierar en bild. Ju fler punkter desto bättre upplösning.

Driver
Det varumärke som driver kunden till köp och skapar emotionella associationer.

E

Endorser
Det varumärke som ger kunden en ”bastrygghet”.

EPS (Encapsulated Postscript)
Encapsulated Postscript. Ett vanligt filformat för digitala bilder. PostScript är också ett sidbeskrivningsprogram inom Adobe som är standard för grafiska utskrifter.

F

Font
Samtliga tecken (bokstäver siffror, interpunktionstecken med fler) i ett visst typsnitt med en viss vikt till exempel Helvetica regular.

Format
Anges i Sverige (till skillnad mot många andra länder) alltid bredden x höjden.

Frizon
Område runt logotypen där inget annat får placeras.

Färgpalett
Ett givet urval av färger som används i ett företags visuella identitet.

G

Gemena bokstäver
Små bokstäver.

Grad
Storlek på typsnitt, ex 12 punkter.

Grafiskt element
Grafiskt element kallas även för det ”femte elementet” och är en grafisk bild eller mönster som tjänar som igenkänning för företaget eller organisationen, till exempel Cloettas kexchokladmönster. Ett grafiskt element hjälper till att förstärka igenkänningen i företagets kommunikation.

Grafiskt format
Ett annat ord för grafiskt element är grafiskt format som är den terminologin som vi använder oss av i manualen. Kallas även för det ”femte elementet” och är en grafisk bild eller mönster som tjänar som igenkänning för företaget eller organisationen, till exempel Cloettas kexchokladmönster. Ett grafiskt element hjälper till att förstärka igenkänningen i företagets kommunikation.

Grafisk hierarki
Riktlinjer för hur divisioner, dotterbolag, underavdelningar, enheter och projekt måste kopplas till den överliggande strukturen men ändå vara synliga.

Grafisk manual
En dokumentation av den visuella identitetens/grafiska profilens grundelement.

Grafisk profil
En grafisk profil är, inom exempelvis ett företag eller en organisation, den eller de regler som beskriver exempelvis användandet av företagets eller organisationens logotyp samt vilka färger och teckensnitt som ska användas i de trycksaker företaget eller organisationen producerar.

Grid
Ett osynligt underliggande rut- eller rastersystem som styr placering av text och bild i layout.

Grundelement
De element som bygger en visuell identitet; logotyp, färg, typsnitt, grafiskt element och bild.

H

Heraldiskt vapen
Bygger på gamla vapensköldarnas bemålning. Ofta förekommer mytologiska djur som till exempel Scanias grip.

HEX
HEX färger angivna med hex-värden används till exempel för webbsidor och i program som Microsoft Word och PowerPoint.

Högprofilprodukter
Ett samlingsbegrepp för Strängnäs kommuns publikationer som produceras av grafiskt utbildad personal och offsettrycks.

I

Identifier
En identifier tydliggör exakt vilken produkt kunden köper exempelvis V 70-modellen hos Volvo.

Ideogram
Ideogrammet är en idémässig representation av ett begrepp. Skandias paraply står för (borde stå) för skydd och trygghet när det blåser. Postens horn är idén om postiljonen som tutar i hornet när han kommer.

Identitet
Det förhållande en företeelse har till sig själv och inte till någon som helst annan företeelse. Vem eller vad någon eller något verkligen är. Identitet kommer från latinets idem, densamma. Identitet har två överlappande betydelser beroende på sammanhanget. (1) Laddningen i ett varumärke i termer av kärnvärderingar, mervärden, kundlöfte, ursprung m.m. (2) Utseende/uttryck, se Visuell identitet.

Identitetsbärare
De kontaktytor företaget har gentemot kunder där en visuell identitet är applicerad (i syfte att bygga varumärket ifråga). Exempel på bärare är annonser, visitkort, lastbilar och fasadskyltar.

Image
Idol. Något som representerar en person eller föremål att dyrka. Bilden som skapas hos omvärlden när de betraktar eller bedömer ett företag.

Information
Information från det latinska verbet ”informare” att ge form åt. Information – är budskap som ska leda till ökad kunskap.

InDesign
Ett designprogram.

Italic
Kursiv lutande bokstavsform.

Identitetselement
Namn, logotyp, färger, typsnitt, mönster och andra element som används för att identifiera avsändaren (och därmed varumärket) på olika typer av identitetsbärare. Se identitetsbärare.

Image
Omvärldens uppfattningar om ett varumärke (hur känt det är, vad det gör, vad det står för, hur bra det är, vem står bakom, med mera).

J

JPEG
Joint Photographic Experts Group. En förstörande komprimeringsmetod för bilder som dessutom fungerar som ett eget bildformat. Samma på alla datorplattformar.

K

Kapitäl
Versal bokstav på samma höjd som de gemena.

Kerning
Typografisk fackterm för mellanrummet mellan bokstäverna i ett ord. En ändring av tillriktningen kallas ”kerning” och att krympa avståndet mellan samtliga bokstäver i ett ord kallas ”knipning” eller ”tracking”.

Kommunikation
Kommunikation från latinets ”communicare” att göra något gemensamt. Kommunikation – är en process av budskap som bygger på interaktivitet bland dem som deltar i processen och som ska leda till någon form av attityd eller förhållningssätt. Målet att uppnå en relation som ska leda till ett ömsesidigt engagemang och ett gemensamt åtagande, en handling.

Komplementfärg – färglära
Med komplementfärger i traditionell färglära avses färger som står mitt emot varandra i färgcirkeln, till exempel rött och grönt, kallas komplementfärger. Komplementfärgerna står så långt från varandra de kan komma i färgcirkeln. Svart och vitt är till exempel varandras komplementfärger.

Komplementfärg – färgpalett Strängnäs kommun
Med komplementfärger i Strängnäs kommuns grafiska profil avses färger som visuellt kompletterar grundfärgerna i färgpaletten.

Kursiv
Se italic.

Kägel
Typografiskt ord för radavstånd.

Kännedom
Hur många som känner till ditt varumärke, spontant eller hjälpt.

Kärnvärden (eng Brand Values).
Väl valda ord som ska representera vad ett bolag står för och vad de gör. Används både internt och externt för ett bolag.

L

Layout
När logotyp, färger, grafiska element och bilder kombineras på ett givet format gör man en layout.

Logotyp
Ordet logotyp kommer av grekiska ordet logos (ord) och typos (bild). Används för att snabbt identifiera ett företag eller en organisation och dess produkter.

Low resolution image
Bild med låg upplösning, ofta 72 ppi. Kräver lite lagringsutrymme. Används ofta som markeringsbild för att sedan manuellt eller automatiskt bytas ut mot en högupplöst bild vid utskrift av till exempel film.

M

Master Branding
Fokus på modervarumärkets löfte. Kan ha undervarumärken eller produktvarumärken, exempelvis Virgin.

Märke
Ett märke kan vara ett sigill eller en bokstavsbild som till exempel Stockholms Universitet eller LOs märke.

Magenta
En av grundfärgerna i det subtraktiva färgsystemet. Cerise-violett. Magenta absorberar allt grönt ljus medan det reflekterar rött och blått.

N

Namnstrategi
Strategi för hur ett företags namn ska skrivas eller uttryckas.

NCS
Natural Color System är ett systematiskt uppbyggt färgspråk som bygger på hur människan uppfattar färger. Används i måleribranchen. Det är ett logiskt färgsystem som bygger på hur människan ser färg. Med NCS kan alla tänkbara ytfärger beskrivas och ges entydiga NCS-beteckningar. De sex rena färgerna, som är grunden för människans inbyggda förmåga att karakterisera olika färger, är vitt W, svart S, gult Y, rött R, blått B och grönt G – de sex elementarfärgerna.)

Negativ
Inverterad sv/vit logotyp. Det vill säga när man använder logotyp på en svart bottenplatta så inverteras den svarta logotypen och den blir vit.

O

Offset
Offset betyder förflyttning. Tryckmetod där färgen via valsar förflyttas till tryckunderlaget, papperet.

Opacitet
Ogenomskinlighet hos till exempel papper.

OpenType
Ett typografiskt filformat som är kompatibelt med både Windows och Mac och kan innehålla 65 000 tecken.

Ordbild
Är en term inom typografi, textbehandling och psykologi, som avser den form, utseende eller intryck ett specifikt ord eller ett textstycke skapar genom det teckensnitt som används, antingen i tryckt form eller som text på skärmar. Också stavningen, valet av bokstäver, ingår i begreppet ”ordbild”.

P

Paginering
Sidutmärkning.

Pantone
Pantone är ett standardiserat sätt att definiera färger. Pantone Matching System, bygger på blandningar av nio olika färger. Används främst för dekorfärger i tryck. PMS-systemet har en mycket större färgrymd än CMYK-systemet och därför skall man vara medveten om att man inte kan återskapa PMS-systemets alla kulörer vid separation från PMS till CMYK.

Payoff
Se tagline.

PDF
PDF står för Portable Document Format. Ett plattformsoberoende filformat som utvecklats av Adobe. Med en särskild plug-in, Acrobat Reader, kan du läsa sådana filer på Internet. Det fiffiga med PDF är att en text ser likadan ut som författaren avsåg, eftersom alla typsnitt och inställningar följer med i själva filen.

Personal branding
Människor och deras karriärer marknadsförda som varumärken.

Piktogram
Ett piktogram är en stiliserad avbild av ett föremål. Till exempel pictogrammet ren ny ull formgavs av Francesco Seraglio 1964.

Pict
PICTure är ett bildformat som framförallt används i Mac. Är ett mellanting mellan bitmapp- och vektorgrafik och saknar helt komprimering.

PMS
Står för Pantone Matching System. PMS-systemet används för att göra dekorfärgstryck.

Postscript
Postscript är ett vektorbaserat sidbeskrivningsspråk utvecklat av Adobe. Har länge betraktats som en standard i den grafiska branschen för kommunikationen mellan dator och skrivare.

Preferens
Ett mått för att mäta kvaliteten på kännedom som visar hur många som har ditt varumärke som förstahandsval, det vill säga som favoritmärke.

Profil
Se visuell identitet.

Publikationssystem
Är en översikt över en organisations olika publikationer.

Punkt
Typografiskt mått 1 cicero är 12 punkter, 1 punkt =0,371 mm.

Q

Quark Xpress
Ett design- och layoutprogram.

R

RGB
RGB står för Rött, Grönt, Blått. Additivt kulörsystem som används i exempelvis bildskärmar och skannrar. En bild i RGB-läge består tekniskt sett av tre separata pixelbilder i gråskaleläge som representerar respektive röd, grön och blå. Det innebär också att en RGB-bild upptar tre gånger så mycket minne som en gråskalebild i samma storlek och upplösning.

Resolution
Bildupplösning. Bildupplösningen avser tätheten av pixlar i en bild. Den mäts i pixlar per tum; ppi (points per inch).

S

Sans serif
En bokstavsform utan seriffer (klackar). Gamla grotesk, linjär, gothic.

Seriff
Tvärstreck upptill och nedtill som avslutar staplar på bokstäver. Kommer från Schreiff, holländska för streck.

Shadow endorser
Varumärke som används mot de finansiella marknaderna som ägare i bakgrunden. Exempelvis Ford äger Volvo.

Short-list
Ett mått för att mäta kvaliteten på kännedom som visar hur många som aktivt överväger ditt varumärke när de ska fatta ett köpbeslut.

Spontan kännedom
Hur många som nämner ditt varumärke spontant.

Sub-branding
En designstrategi som går ut på att produktvarumärken behåller sina särskiljande identiteter, men deras löften får inte motarbeta varandra. Företagsnamnet står för auktoritet och förtroende och stödjer de olika produktvarumärkena i familjen. Exempelvis Volkswagen.

Symbol
Ordet symbol kommer från grekiskans Symbolon, som betyder ”tecken”. En symbol är viktig i en visuell identitet, eftersom den omedelbart kommunicerar en igenkänning av företaget eller organisationen. Enkelt uttryckt kan man säga att symbolen motsvarar ”bilden” i en grafisk profil. Dess uppgift är att skapa starka associationer för företaget eller organisationen.

T

Tabellsiffror
Siffror med versalhöjd med genomgående samma bredd för tabellsättning.

Tagline
Slogan. En kort mening ofta kopplad till logotypen som uttrycker företagets löfte exempelvis Nike Just do it eller Nokia Connecting people.

TIFF
TIFF står för Tagged Image File Format. TIFF har varit det självklara valet för att spara sina originalbilder under många år. Det är ett flexibelt format för alla punktuppbyggda bilder och en stor fördel är formatet stöds av i stort sätt alla rit-, bildredigerings-, och layoutprogram. Tiff ger en relativt stor bildfil med en kompression utan förlust av bildkvalité.

Tone of Voice
Den tonalitet och språkliga stil som ett företag använder i texter, tilltal i skriven kommunikation och reklam.

Top of Mind
Hur många som spontant nämner ditt varumärke först.

True Type
Standard för teckensnitt som utvecklats av Apple och Microsoft för deras ordbehandlare. Det är, i likhet med PostScript, vektorbaserat, men effektivare, eftersom det inte behöver separata skärm- och utskriftsfonter.

Typografiska format
Den är traditionell till sin utformning och består av de komponenter som brukar finnas med. Varianter kan förekomma, både när det gäller storlek och symbolval.

Typsnitt
En beteckning för bokstavsformer med gemensam grundform, ett komplett alfabet och andra tecken med olika varianter som rak, kursiv, halvfet, fet etcetera, till exempel Times, Garamond, Nordling.

U

Uncoated, obestruken.
Kan användas för att definiera papperskvaliteter eller färgrecept.

V

Varumärke
En uppsättning föreställningar om ett företag och dess produkter i människors medvetande, knutna till den symbol eller logotyp varumärket utgör. Den position varumärket har i kundens medvetande är ofta företagets mest värdefulla tillgång. Varumärke har flera betydelser beroende på sammanhanget. (1) Märke eller logotyp, se Logotyp. (2) Identitet, se Identitet och Visuell identitet. (3) Image, se Image.

Varumärkesplattform
En modell förbeskrivning av en unik och relevant position i medvetandet hos kunder och anställda.

Vektorbilder
Även kallade för kurvbaserade bilder är uppbyggda av kurvor som beskrivs av matematiska formler. Denna typ av bilder har ingen upplösning, vilket innebär att de bland annat kan förstoras och förminskas utan att kvalitén påverkas.

Versaler
Stora bokstäver.

Visual branding
Visuella uttryck där man bygger varumärken.

Visuell identitet
Hur företaget väljer att uttrycka och visualisera sitt varumärke på sina identitetsbärare (från visitkort till lastbilar). Se identitetsbärare. Den bygger upp varumärket och bär fram företagets värden. Skapar förtroende och igenkänning internt och externt.

Vision
Målande och inspirerande beskrivning av företagets önskade framtid om säg fem år.

Värdegrund
Ett företags eller en organisations etiska, moraliska och affärsmässiga värderingar och synsätt som de utkristalliserats vid intervjuer, workshops eller genom praxis.

Värderingar
Uppsättning nyckelord som är vägledande för hur företaget och dess medarbetare ska verka och agera i olika situationer.

W

Web 2.0
Web 2.0 är ett samlingsbegrepp för nästa generation av webbtjänster och affärsmodeller på webben. Gemensamt för Web 2.0 är att användarna ska ha stora möjligheter till interaktivitet och samarbete.

Wikis
Wikis till exempel Wikipedia – ett system för gemensam publicering vem som helst kan skriva och bidra till online dokument och diskussioner.

Y

Yellow
Yellow är en av de subtraktiva primärfärgerna. Gult absorberar allt blått ljus, reflekterar rött och grönt.



STRÄNGNÄS KOMMUN

Nygatan 10
645 80 Strängnäs
www.strangnas.se