



greppa näringsen

Guidelines

Uppdaterade 2023.03.14

Introduktion till logotypen	3
Logotypens färger	4
Logotypen mot bakgrunder	5
Felaktigt användande av logotypen	6
Typografi	7
Typsnitt för tryckt kommunikation	8
Typssnit för webb	9
Färgpalett	10
Färgschema	11
Grafiskt element - vågen	12
Bild	13
Bildstrategi	14

INTRODUKTION TILL LOGOTYPEN

Greppa Näringen logotypen är den officiella avsändaren och vårt viktigaste verktyg. Logotypen har en klar och tydlig form som syns mycket bra i alla sammanhang.

För att skydda logotypens visuella integritet, ska den alltid omges av en yta fri från text och grafik. Den fria ytan definieras här till höger och baseras på höjden av bokstaven 'n' i logotypen.

Logotypen fungerar bra även i små storlekar, men för att garantera att logotypen alltid är läsbar finns en minimistorlek definierad till 15 mm. Det är den minsta storlek som får användas, och den mäts i bredden på orden 'greppa näringen'. Sträva alltid efter att göra logotypen så tydlig som möjligt.

Logotypens färg definieras genom PANTONE systemet. På grund av restriktioner i tryck eller olika sätt att reproducera logotypen i annat media, har logotypen anpassats till andra färgsystem, se sid 11.



PMS 7461
C:98 M:23 Y:1 K:3



PMS 302
C:100 M:49 Y:12 K:58

LOGOTYPENS FÄRGER

Greppa Näringens logotyp finns i ett antal olika färger för att möjliggöra dess användning mot olika bakgrunder samt vid olika trycktekniker.

1. Logotypens standardutförande är de fördefinierade ljus- och mörkblå färgerna. Denna version ska användas i så stor utsträckning som möjligt.

2. Den svarta logotypen används när man endast kan trycka i en färg på grund av trycktekniska skäl.

3. Den vita versionen av logotypen används när logotypen placeras på en mörk bakgrund.

4. Den ljusblå versionen av logotypen används när logotypen av trycktekniska skäl endast kan tryckas i en färg. Denna variant ska endast användas i undantagsfall. Rådgör med projektansvarig innan användning.

①



②



③



④



LOGOTYPEN MOT BAKGRUNDER

Sträva alltid efter bästa läsbarhet när du placerar logotypen. Den tvåfärgade standardlogotypen ska alltid användas i första hand. Där bakgrunden är för mörk för att logotypen ska framträda används den negativa varianten.

Den svarta logotypen ska endast användas vid svart-vitt tryck.



Använd standardlogotypen mot ljusa bakgrunder och placera logotypen där den syns bäst



Mot mörkare bakgrunder ska den negativa varianten av logotypen användas



Använd inte en färglogotyp mot bakgrunder där synbarheten är dålig



Använd inte en negativ logotyp mot ljusa bakgrunder

FELAKTIGT ANVÄNDANDE AV LOGOTYPEN

Det är lätt att göra fel vid användandet av logotypen. Till höger är några vanliga misstag som ska undvikas.



TYPOGRAFI

Typsnitten för Greppa Nätverket är indelade i två områden:

1. Typsnitt för tryckt kommunikation:
Helvetica och Adobe Garamond
2. Typsnitt för digital kommunikation(webben):
Arial och Times New Roman

För mer information om typsnitten och deras användning se följande sidor.

Helvetica

A

Arial

a

Adobe Garamond

a

Times New
Roman

A

TYPSNITT FÖR TRYCKT KOMMUNIKATION

Samtliga varianter i de båda typsnitten är tillåtna. **Helvetica** används i första hand i rubriker, bildtexter och tabeller.

Adobe Garamond används med fördel i brödtext.

TYPSNITT FÖR KONTORSARBETE

Helvetica och Adobe Garamond finns inte alltid tillgängliga på alla datorer. I de fall då dessa inte finns används istället Arial till rubriker, tabeller och bildtexter. Times New Roman används för brödtext. I PowerPoint används enbart Arial. Mallar för Word och PowerPoint kommer att tas fram under 2010.

Helvetica

Light

abcdefghijklmnopqrstuv
xyzåö 1234567890
ABCDEFGHIJKLMNÖP
QRSTUVWXYZÅÖ

Regular

abcdefghijklmnopqrstuv
xyzåö 1234567890
ABCDEFGHIJKLMNÖP
QRSTUVWXYZÅÖ

Bold

abcdefghijklmnopqrstuv
xyzåö 1234567890
ABCDEFGHIJKLMNÖP
QRSTUVWXYZÅÖ

Adobe Garamond

Regular

abcdefghijklmnopqrstuv
xyzåö 1234567890
ABCDEFGHIJKLMNÖP
QRSTUVWXYZÅÖ

Italic

*abcdefghijklmnopqrstuv
xyzåö 1234567890
ABCDEFGHIJKLMNÖP
QRSTUVWXYZÅÖ*

Bold

abcdefghijklmnopqrstuv
xyzåö 1234567890
ABCDEFGHIJKLMNÖP
QRSTUVWXYZÅÖ

TYPSNITT FÖR WEBB

Eftersom typsnitt på webben är begränsat används här två vanligt förekommande typsnitt: **Arial** och **Times New Roman**.

Arial

Regular

abcdefghijklmnopqrstuv
xyzåäö 1234567890
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZÅÄÖ

Bold

**abcdefghijklmnopqrstuv
xyzåäö 1234567890
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZÅÄÖ**

Times New Roman

Regular

abcdefghijklmnopqrstuv
xyzåäö 1234567890
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZÅÄÖ

Italic

*abcdefghijklmnopqrstuv
xyzåäö 1234567890
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZÅÄÖ*

Bold

**abcdefghijklmnopqrstuv
xyzåäö 1234567890
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZÅÄÖ**

TILLGÄNGLIG FÄRGPALETT

Färgpaletten är framtagen för webben och används även i tryck. Färgerna möjliggör tillgänglighetsanpassad produktion, men det är viktigt att kontrollera kontrasten mellan färgerna. Se nästa sida.

Primära färger

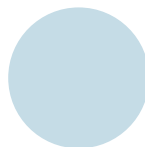


RGB: 51, 120, 142
CMYK: 78, 36, 32, 14
HEX: #33788E

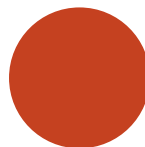


RGB: 40, 84, 104
CMYK: 84, 53, 39, 30
HEX: #285468

Sekundära färger



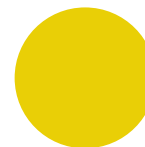
RGB: 197, 220, 230
CMYK: 27, 6, 9, 0
HEX: #C5DCE6



RGB: 197, 65, 32
CMYK: 16, 83, 94, 6
HEX: #C54120



RGB: 167, 26, 49
CMYK: 23, 98, 72, 18
HEX: #A71A31

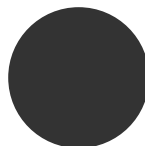


RGB: 233, 207, 6
CMYK: 13, 13, 95, 1
HEX: #E9CF06

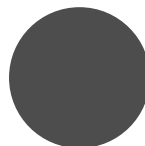


RGB: 240, 235, 218
CMYK: 7, 7, 17, 0
HEX: #F0EBDA

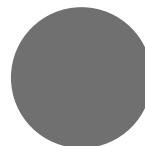
Monokroma färger



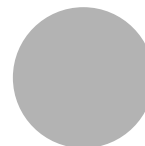
RGB: 51, 51, 51
CMYK: 69, 59, 56, 65
HEX: #333333



RGB: 78, 77, 77
CMYK: 61, 52, 50, 48
HEX: #4E4D4D



RGB: 113, 112, 112
CMYK: 52, 43, 42, 27
HEX: #717070



RGB: 179, 179, 179
CMYK: 32, 24, 25, 4
HEX: #B3B3B3



RGB: 205, 204, 204
CMYK: 22, 18, 18, 1
HEX: #CDCCCC



RGB: 242, 242, 242
CMYK: 6, 4, 5, 0
HEX: #F2F2F2

FÄRGSHEMA – HUR DU SKA ANVÄNDA DEN TILLGÄNGLIGA FÄRGPALETTEN

Tillgänglighetsschemat till höger visar palettens färger som är godkända för text på olika bakgrundsfärger.

Övriga färger i paletten kan användas till dekor-element (artefakter), som inte är av betydelse för exempelvis en skärmuppläsare.

Färgerna får användas på respektive bakgrundsfärg för vanlig text, stor text och grafik så som figurer och diagram.

Bakgrundsfärg: Vitt		GODKÄND
		GODKÄND
		GODKÄND
		GODKÄND
		GODKÄND
		GODKÄND
Bakgrundsfärg: Beige		GODKÄND
		GODKÄND
		GODKÄND
		GODKÄND
		GODKÄND
Bakgrundsfärg: Ljusgrå		GODKÄND
		GODKÄND
		GODKÄND
		GODKÄND
Bakgrundsfärg: Ljusblå		GODKÄND
		GODKÄND
Bakgrundsfärg: Mörkblå		GODKÄND
		GODKÄND
		GODKÄND
Bakgrundsfärg: Röd		GODKÄND
		GODKÄND

GRAFISKT ELEMENT - VÅGEN

'Vågen' är ett återkommande grafiskt element inom Greppa Näringsens kommunikativa material. Den hjälper till att stärka Greppa Näringsens identitet. Vågen ska inte användas så att den konkurrerar med logotypen.

Vågen finns i två utföranden, en smalare och en bredare version. Den smalare versionen hjälper till att beskära samt rama in bilder medan den bredare vågen har ett friare användningsområde.

Ett av vågens syften är att ytterligare förtydliga vilken kategori materialet tillhör. Detta åstadkoms genom färgsättning enligt kategorierna. Se sid 10-11 för kategoriernas färger.

Grafisk form



Generell Greppa Närings



Kategorier:

1. Rådgivare
2. Fältet
3. Stallet



1



2



3

BILD

Bild är en stark identitetsbärare och en tydlig del av Greppa Näringens profil. Bilden ska både förstärka det aktuella budskapet och spegla Greppa Näringens personlighet.

Varje fototillfälle ska ses som en möjlighet att komplettera en ständigt växande bildbank för Greppa Näringen. För att skapa en enhetlig känsla finns utarbetade riktlinjer för bilderna.

Generellt finns två huvudlinjer för bildmotiven:

1. Stämningsfulla miljöbilder från omgivningarna
2. Motiv hämtade från den dagliga verksamheten



BILDSTRATEGI

Här bredvid förklaras det strategiska tänket vid val av bilder samt hur bilder ska användas.



1. Bilderna ska kännas naturliga, enkla och fräscha. Motiven ska hämtas ur den dagliga verksamheten och omgivningarna.



2. Den blå färgen är en del av Greppa Näringens identitet och ska gärna finnas med som ett naturligt inslag i bilden.



3. Bilderna ska ha en personlig känsla. Människor på bilderna ska kännas avslappnade och vänliga. Beträktaren ska kunna identifiera sig med motivet.



4. Bilderna ska fokusera på ett objekt. Undvik alltför generella överblickande bilder med många detaljer.



5. Intressanta symmetrier/vinklar i till synes ointressanta bildmotiv skapar starkare karaktär.



6. Bilder som går att beskära på flera sätt ger större användningsområde.

PERSONLIGHET

Så här önskar vi att kommunikationen ska uppfattas i stort.

