

Grafisk profil - riktlinjer för dig



1. Därför har vi en grafisk profil	3
1.1 Ansvar	3
1.2 En manual för dig	3
2. Logotyp	4
2.1 Vid samarbete med andra	4
2.2 Olika alternativ	4
2.3 Tillåtna logotyper	4
2.4 Otillåtna logotyper	5
2.5 Olika tillämpningar	5
2.6 Logotypens färger	6
2.7 Logotypens placering	6
2.7.1 För tjänsteskrivelser	6
2.7.2 För trycksaker	6
2.8 Logotypens storlek	7
2.9 Frizonen	7
2.10 Igenkänningsmärken	7
3. Typsnitt	8
3.1 Typsnitt för tjänsteskrivelser	8
3.2 Typsnitt för trycksaker och webb	9
4. Typografi	10
5. Färger	11
5.1 Primärfärger	12
5.2 Komplementsfärger	12
6. Grafiska element	13
6.1 Ikoner	13
6.2 Foton och bildspråk	13
6.3 Illustrationer	13
7. Presentationer och bildspel	14
8. Trycksaker	15
8.1 Olika format	15
8.2 Broschyrers baksidor	17
8.3 Mallar för att hjälpa dig	17
9. Tjänsteskrivelser	18
10. Annonser	20
11. Roll-ups	20
12. Reklam- och presentartiklar	20
13. Arbetskläder	21
14. E-post signatur	22
15. Kontaktuppgifter	23

1. Därför har vi en grafisk profil

Med grafisk profil menas att vi alltid använder samma typsnitt, en bestämd uppsättning med färger, former och utseende för våra trycksaker, arbetskläder och handlingar. Som kommunanställd ska det vara enkelt att kommunicera. En grafisk profil ska underlätta i ditt arbete och är samtidigt ett stöd för dig som arbetar med att presentera Håbo kommun.

Med en grafisk profil skapar vi ett gemensamt uttryck. Vi ger som kommun en tydlig bild av oss själva där samhället ser direkt vem som är avsändare. Håbo kommun består av många olika verksamhetsdelar. Med en grafisk profil blir delarna en tydligare helhet och det stärker både hela kommunen och delarna separat. Det gör också vår externa marknadsföring effektivare.

Att arbeta efter en gemensam grafisk profil är också mycket mer kostnadseffektivt eftersom vi tillsammans kan utveckla och underhålla en enda grafisk profil än att arbeta med flera stycken.

1.1 Ansvar

Det är viktigt att alla medarbetare respekterar och följer den grafiska profilen i det dagliga arbetet. Den grafiska profilen är såväl ett regelverk som ett hjälpmedel.

1.2 En manual för dig

För att du på ett enkelt sätt ska kunna arbeta efter den grafiska profilen finns den här manualen för dig. Här finns riktlinjer och råd för hur du exempelvis skapar trycksaker, vilka färger och vilka typsnitt du ska använda och vad du ska tänka på när du använder Håbo kommuns logotyp.

Kommunikationsavdelningen på kommunstyrelsens förvaltning fungerar som ett stöd och kan ge råd i frågor kring den grafiska profilen.

2. Logotyp

Kommunvapnet och Håbo kommun som namn är den gemensamma symbolen för Håbo kommun och är varumärkesskyddat. Du ska behandla vapnet och namnet som en hel bild. Du får alltså inte stycka upp kommunvapnet och namnet. Kommunvapnet får inte förvanskas eller användas på ett oseriöst sätt.

Vapnet föreställer ett stående lamm som med högra frambenet på en ginbalkvist håller ett femflikigt banér. På baneret finns ett rött latinskt kors. Håbo härads äldsta sigill hade Guds lamm med fana som motiv redan på 1560-talet. Antalet flikar i baneret syftar på de fem socknarna i kommunen.

Kommunvapnet får bara associeras med en verksamhet eller organisation som inte kan upplevas som stötande av medborgare och andra. Det ska tydligt framgå vem som är avsändaren så att marknadsföringen inte kan förväxlas med samhällsinformation från kommunen. Organisationer som använder vapnet måste ha lokal förankring.

2.3 Tillåtna logotyper

Primär logotyp



Övriga logotyper som får användas. Vill du använda någon av dessa, kontakta kommunikationsavdelningen.

Liggande svartvit



Stående i färg



Stående i svartvitt



Liggande med vit text, används vid färgad bakgrund



2.1 Vid samarbete med andra

När Håbo kommun samarbetar med andra organisationer ska det tydligt visas att kommunen är en samarbetspartner. Håbo kommuns logotyp placeras då tillsammans med de andra organisationernas logotyper eller igenkänningsmärken med texten ”i samarbete med” eller liknade.

Vapnet och typografin får inte under några som helst omständigheter modifieras.

2.2 Olika alternativ

Kommunvapnet ska vara i färg eller svartvitt. Håbo kommun ska stå antingen till höger eller under kommunvapnet. Namnet ska stå med svart eller vit text. Om du använder en mörk bakgrund i din kommunikation ska du använda ett färgat kommunvapnet med vit text. Några andra alternativ är inte tillåtet. Den primära logotypen är det färgade kommunvapnet med namnet i svart text till höger.

Nedan ser du vilka alternativ som får användas.

2.4 Otillåtna logotyper

Här ser du exempel på gamla logotyper som inte får användas.



2.5 Olika tillämpningar

Fel!

Med svart text syns inte namnet i logotypen.



Rätt!

Välj istället logotypen med vit text. Då syns logotypen mycket bättre.



Fel!

Här har logotypen lagts på en bild där det händer mycket. Det gör att logotypen försvinner.



Rätt!

Försök istället att hitta en lugnare plats i bilden där logotypen syns.



2.6 Logotypens färger

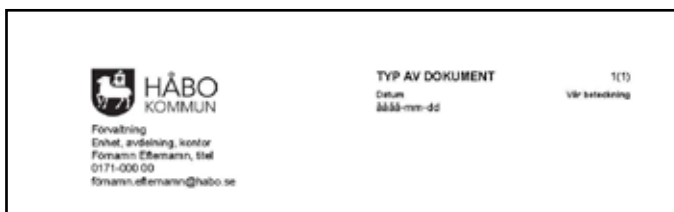
Fyrfärg CMYK	PMS	RGB	Svart/vit
RÖD 80% gul 100% ma- genta	RÖD PMS 186	RÖD R 186 G 36 B52	100% svart (skölden) 100% vit (banér) 100% vit (lammet)
GUL 100% gul 10% ma- genta	GUL PMS 109	GUL R 239 G 207 B 28	

2.7 Logotypens placering

2.7.1 För tjänsteskrivelser

I brev, protokoll, handlingar och övriga tjänsteskrivelser ska logotypen alltid placeras högst upp till vänster i sidhuvudet tillsammans datum, beteckning och med namnuppgifter på personen som har författat skrivelser. Sidhuvudet ska alltid se ut som exemplet nedan, inga andra logotyper eller övriga element ska placeras där.

Sidhuvud



2.7.2 För trycksaker

På alla ensidiga trycksaker som annonser, informationsblad och affischer ska logotypen alltid placeras i det övre vänstra hörnet.

Så här placeras kommunens logotyp på affischer och informationsblad.



När det gäller trycksaker som har både fram- och baksida, exempelvis broschyrer, ska logotypen placeras både på framsidan och baksidan.

På baksidan ska logotypen alltid placeras i det nedre vänstra hörnet i den utmarkerade sidfoten.

På framsidan ska logotypen placeras i titelplattan under titeln på trycksaken.

Logotypens placering är förinställt i mallarna.

Så här placeras kommunens logotyp på broschyrers fram- och baksida.



2.8 Logotypens storlek

Hur stor logotypen ska vara i olika format ser du i tabellen nedan. Det är viktigt att logotypens storlek blir rätt eftersom proportionerna är viktiga för tydlighetens skull men också för att visa ett enhetligt intryck. Logotypens storlek är förinställt i de olika formaten.

Logotypens bredd vid de vanligaste formaten för trycksaker

A6	25 mm bred
A5	30 mm bred
A4	30 mm bred
A3	40 mm bred
A4 Högsmal	25 mm bred

Logotypens bredd vid de vanligaste formaten för tjänsteskrivelser

A4	40 mm bred
----	------------

Kontakta kommunikationsavdelningen om du har du frågor om logotypen, dess storlek eller placering.

2.9 Frizonen

Frizonen är den minsta ytan som ska hållas fri från text eller annan grafik runt logotypen. Det är alltid bra att ha mycket luft runt logotypen. Då syns den bättre och det skapar en större tydlighet.

Här ser du hur stor frizonen runt logotypen ska vara som minimum.



2.10 Igenkänningsmärken

Flera verksamheter i kommunen har egna igenkänningsmärken som de använder på webbplatsen och i trycksaker. Några som har igenkänningsmärken är grundskolan Futurum.



I all kommunikation på webbplatsen och på trycksaker kan igenkänningsmärken användas. Dock får igenkänningsmärken aldrig stå själva utan Håbo kommuns logotyp ska alltid finnas med. Igenkänningsmärket får inte vara större än kommunens logotyp.

Har du frågor kring igenkänningsmärken, storlekar och placering, kontakta kommunikationsavdelningen.

3 Typsnitt

Håbo kommuns typografi är viktig för att skapa igenkänning och en bärande del av den visuella identiteten. Genom att all personal på ett konsekvent vis använder samma typsnitt på samma sätt stärks igenkänningsfaktorn för kommunen.

All vår kommunikation ska vara aktiv, tillgänglig och trovärdig. Det ska tydligt synas vem som är avsändare och typsnitten ska vara lätta att läsa.

3.1 Typsnitt för tjänsteskrivelser

Kommunens två primära typsnitt, Arial och Times New Roman, ska alltid användas i skrivelser, brev med mera.

Arial ska användas i rubriker och Times New Roman ska användas i brödtext. Typsnitten är kända typsnitt som är lättlästa och kompletterar varandra. Genom att använda Arial i alla typer av rubriker och Times New Roman i all brödtext skapas en bra harmoni för ögat vid läsning.

Arial och Times New Roman finns förvalt när du registrerar en handling i ärendehanteringssystemen samt i formatmallarna i de wordmallar som är framtagna för skrivelser.

Arial:

ABC

abcdefghijkl

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö 123456789

Times New Roman:

ABC

abcdefghijkl

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö 123456789

För rubriker:

Rubrik 1 (används som en överrubrik vid exempelvis större utredningar)

Arial fet 14pkt, 12 pkt avstånd före och 12 pkt avstånd efter.

Rubrik 2 (används oftast som första rubrik)

Arial fet 12 pkt, 6 pkt avstånd före och 6 pkt avstånd efter.

Rubrik 3 (underrubrik till Rubrik 2)

Arial fet 11 pkt, 6 pkt avstånd före, 0 pkt avstånd efter.

Rubrik 4 (underrubrik till Rubrik 3)

Arial kursiv 11 pkt, 6 pkt avstånd före, 0 pkt avstånd efter.

Brödtext/Löptext:

Normal – Times new roman, 12 pkt normal.

Brödtext 2 - Times new roman, 11 pkt, 3 pkt avstånd före och 3 pkt avstånd efter.

Brödtext 3 – Times new roman, 10 pkt, 2 pkt avstånd före och 2 pkt avstånd efter.

Brödtext med indrag - 12 pkt efter och hängande indrag 4 cm.

Listor:

Numrerad lista - Normal med 6 pkt före och 6 cm efter. Hängande indrag; tab på 0,63 (där texten börjar). När man byter rad ska indraget följa indraget på alla rader.

Punktlista - Samma som ovan

Strecklista - Samma indrag som ovan som ovan

Inget avstånd efter (vilket innebär smalare mellanrum mellan raderna än numrerad lista och punktlista).

Sidhuvud:

Namn och förvaltning - 10 pkt Arial

DOKUMENTNAMN - 11 pkt Arial fet VERSALER

Så här ser formatmallarna ut för tjänsteskrivelser

3.2 Typsnitt för trycksaker och webb

När trycksaker, som exempelvis broschyrer, informationsblad och affischer skapas ska kommunens sekundära typsnitt Century Gothic och Century Schoolbook som ska användas.

I alla rubriker ska Century Gothic användas i rubriker. I all brödtext i trycksaker ska Century Schoolbook användas.

När du ska ta fram en trycksak finns det färdiga mallar som underlättar ditt arbete.

Century Gothic:

ABC

abcdefghijkl

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZÅÄÖ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö 123456789

Century Schoolbook:

ABC

abcdefghijkl

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZÅÄÖ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö 123456789

På webbplatsen ska typsnittet Century Gothic användas i rubriker och Georgia ska användas i brödtext. Georgia är ett typsnitt som fungerar bra för webb där typsnittet har en hög läsbarhet och är tillgängligt. När du ska skriva på webbplatsen är typsnitten förvalda.

BRÖDTEXT – WEBB

Georgia

ABC

abcdefghijkl

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZÅÄÖ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö 123456789

Läs gärna mer om tillgänglighet och god läsbarhet på www.webbriktlinjer.se.

Kommunikationsavdelningen finns som stöd och kan ge råd i frågor om typsnitten.

Så här ser formatmallarna ut för trycksaker

Storlekarna på typsnitten kan skilja sig någon eller några grader i storlek beroende på storlek på trycksaken. Typsnittstorlekarna som är angivna nedan utgår från broschyren i storleken A5. För större trycksaker blir teckengraden något större och för mindre trycksaker blir teckengraden något mindre. Detta är inlagt och förinställt i mallarna.

För rubriker:

Titel

(används på broschyrers framsida)

Century Gothic Regular, 28 pkt i teckenstorlek och 28 pkt radavstånd.

Huvudrubrik

(används ofta som första rubrik vid ett nytt avsnitt)

Century Gothic Regular, 26 pkt i teckenstorlek och 26 pkt radavstånd.

Mellanrubrik 1 (används som mellanrubrik i löpande text. Exempelvis vid ett nytt stycke.)

Century Gothic 13 pkt teckenstorlek och 13 pkt i radavstånd.

Mellanrubrik 2 (används som mellanrubrik i löpande text under mellanrubrik 1.)

Century Gothic bold/fet 11 pkt teckenstorlek och 13 pkt i radavstånd.

Rubrik 3 (används som mellanrubrik under rubrik 2)

Century Gothic italic/kursiv 11 pkt teckenstorlek och 13 pkt i radavstånd.

DÅRAD (används som ett förklarande ord eller mening på broschyrens framsida ovanför titeln)

Century Gothic bold/fet 8pkt teckenstorlek.

För brödtext/löptext:

Century Schoolbook, regular 10 pkt i teckenstorlek och 12 pkt i radavstånd.

4 Typografi

För att en text ska bli så lättläst och lättförståelig som möjligt behövs det en bra typografi. Då behöver man ta hänsyn till teckenstorlek, spalter, bilder, avstånd mellan stycken med mera. Med en bra typografi fungerar layouten och texten blir tillgänglig för så många som möjligt.

Några viktiga råd

Brödtext

- Ett radavstånd på två (2) punkter över teckenstorleken är att rekommendera vid brödtext. Vid en teckenstorlek på 12 punkter bör du alltså välja ett radavstånd på minst 14 punkter.
- I alla broschyrer ska du alltid sträva efter att texten ska placeras i två spalter per sida. Två spalter ger en bra läsbarhet för ögat då meningarna varken blir för korta eller för långa.

Rubriker

- Håll rubriken kort och intresseväckande.
- Undvik avstavningar och stora ordmellanrum i rubriker.

Mellanrubriker

- En mellanrubrik ska ge läsaren information om vad texten handlar om och fungerar samtidigt som vilopauser i läsningen.

Allmänna tips och råd

- Undvik kursiv eller understruken text i meningar eller stycken.
- Undvik att skriva med enbart versaler (stora bokstäver).
- Dela upp texten i stycken så att det blir lätt att läsa.
- Använd mellanrubriker för att dela upp texten.
- Undvik avstavningar i största möjliga mån.
- Gör punktlistor när du ska räkna upp något.
- Skriv alltid ut förkortningar. Det är lättare för läsaren att läsa ”med mera” än ”mm”.

5 Färger

Håbo kommun har fem primärfärger och sju komplementfärger. Genom att använda samma färger i all kommunikation stärks budskapet samtidigt som det skapas en hög igenkänningsfaktor. Primärfärgerna ska alltid finnas med i samtliga trycksaker och på webbplatsen för att skapa en hög igenkänning. Komplementfärgerna skapar en större flexibilitet och kan användas fritt.

Färgerna är klara i sina nyanser eftersom de syns och sticker ut utan att ta över budskapet. Dessa färger ses också som aktiva färger och upplevs också som tidlösa samtidigt som de är moderna. Kommunens färgspråk ska fungera här och nu såväl som långsiktigt.

5.1 Primärfärger

Det är viktigt att använda någon eller några av primärfärgerna i våra trycksaker för att skapa en igenkänning och samtidigt visa på en enhetlighet. Primärfärgerna är hämtade från kommunens logotyp och färger som har använts historiskt. Att använda rätt nyans av färger är lika viktigt som att logotypen används på rätt sätt och att typsnitten alltid är detsamma.

Håbo röd

Den röda färgen återfinns i kommunens logotyp i kommunvapnet. Genom att använda vapnets färg i trycksaker skapas en igenkänning. Röd symboliserar symboliserar kraft, styrka, beslutsamhet och energi. Den röda färgen används främst när vi kommunicerar frågor som rör kris.

Håbo gul

Den gula färgen symboliserar fåret i kommunens logotyp. Genom att använda samma gula färg som finns i kommunvapnet skapas det en igenkänning. Gul symboliserar upplysning, intellekt, glädje och energi.

Håbo blå

Den blå färgen symboliserar vatten. Håbo kommun är Mälarkommunen som har en närhet till naturen och havet. Den blå färgen återknyter även till kommunens vision. Färgen symboliserar förtroende, lojalitet, sanning, stillhet och lugn.

Håbo svart

Den svarta färgen finns i det svartvita kommunvapnet som visas i kommunens samtliga tjänsteskrivelser. Svart kan ge uttryck för formalitet, elegans, auktoritet och styrka.

Håbo vit

Den vita färgen finns också i det svartvita kommunvapnet. Den vita färgen kan associeras med ljus, godhet, neutralitet och säkerhet.



RGB	R = 186 G = 36 B = 52	R = 239 G = 207 B = 28	R = 125 G = 161 B = 196	R = 0 G = 0 B = 0	R = 255 G = 255 B = 255
CMYK	C = 0 M = 100 Y = 80 K = 0	C = 0 M = 10 Y = 100 K = 0	C = 55 M = 15 Y = 0 K = 15	C = 0 M = 0 Y = 0 K = 100	C = 0 M = 0 Y = 0 K = 0
Hexa-decimalt	#BA2434	#EFCF1C	#7DA1C4	#000000	#FFFFFF
PMS	186	109	645	svart	vit

5.2 Komplementsfärger

För att öka valmöjligheterna till att använda fler färger än primärfärgerna finns det sju stycken komplementsfärger. Komplementsfärgerna kan användas som bakgrundsfärger, på tonplattor eller på andra element. Komplementsfärgerna skapar en flexibilitet, utan att för den skull gå utanför ramen. För att kunna variera urvalet av komplementfärgerna kan du även sänka färgernas styrka, alltså att färgen blir i en svagare nyans.



RGB	R = 0 G = 174 B = 121	R = 132 G = 42 B = 99	R = 255 G = 120 B = 69	R = 0 G = 113 B = 181	R = 255 G = 98 B = 101	R = 187 G = 184 B = 176	R = 233 G = 232 B = 227
CMYK	C = 100 M = 4 Y = 62 K = 0	C = 43 M = 94 Y = 30 K = 8	C = 0 M = 70 Y = 70 K = 0	C = 97 M = 42 Y = 4 K = 0	C = 0 M = 78 Y = 48 K = 0	C = 0 M = 0 Y = 9 K = 36	C = 0 M = 0 Y = 3 K = 12
Hexa-decimalt	#009379	#842A63	#FF7845	#0071B5	#FF6265	#BBB8B0	#E9E8E3

Förklaring av färgkoder

- CMYK används till trycksaker, exempelvis broschyrer
- PMS används för tryckning av profilartiklar eller som extrafärg på trycksaker
- RGB används för PowerPoint presentationer, video och skärmar (digitalt)
- Hexadecimalt är webbproducenternas skala

6. Grafiska element

I trycksaker, annonser och på webbplatsen finns det grafiska element som består av symboler. Syftet med dessa grafiska element är att fånga betraktarens uppmärksamhet samtidigt som betraktaren snabbt förstår vad elementet betyder och vad som sägs.

6.1 Ikoner

Ikoner används vid behov för att förstärka, förtydliga och förenkla informationen. Det kan handla om att guida läsaren och göra innehållet mer lättnavigerat. Ikonerna ska inte användas som dekorelement utan i första hand fylla en tydlig funktion.

Kontakta kommunikationsavdelningen om du vill ha hjälp med ikoner.

6.2 Foton och bildspråk

Det är alltid bra att använda foton som förstärker textens budskap. För att fånga rätt känsla i bilden är det viktigt att först tänka igenom vad du vill att bilden ska förmedla. Att fotografera människor är alltid positivt. Det skapar en igenkänningsfaktor samtidigt som budskapet får en tydligare innebörd och känsla. Det är alltid positivt att fota ansikten där ögonkontakt syns. Det skapar en känsla av närvaro och dialog, antingen direkt med kameran eller med människor mellan varandra.

Bilderna från Håbo kommun ska kännas aktiva, tillgängliga och trovärdiga.

Det finns flera sätt att ta fram bilder som stärker ditt budskap.

Om fotograferar själv och fotar människor är det viktigt att du förklarar för personen som du fotar vad du ska ha bilden till och hur den ska användas. Det är viktigt att du har skriftligt fototillstånd på de människor som du fotar.

Du kan också använda kommunens externa bildbank för att leta fram foton som du tycker passar för ändamålet.

Du kan också kontakta kommunikationsavdelningen när det gäller fotografering eller om du har frågor kring bilder och fototillstånd.

6.3 Illustrationer

Ska du visa, berätta eller marknadsföra något där det är svårt att använda bilder kan en illustration vara en bra idé. Det finns många olika varianter av illustrationer som kan användas. Innan du vill använda en illustration är det viktigt att du först tänker igenom vad du vill ha, till vilket syfte, vilken målgrupp du ska vända dig till och vad du vill att illustrationen ska berätta. Kom ihåg att ta hänsyn till upphovsrätten.

Vill du ta fram en illustration, kontakta kommunikationsavdelningen som hjälper dig.

Här är illustrationerna som används till visionen ”Vårt Håbo 2030.”



7. Presentationer och bildspel

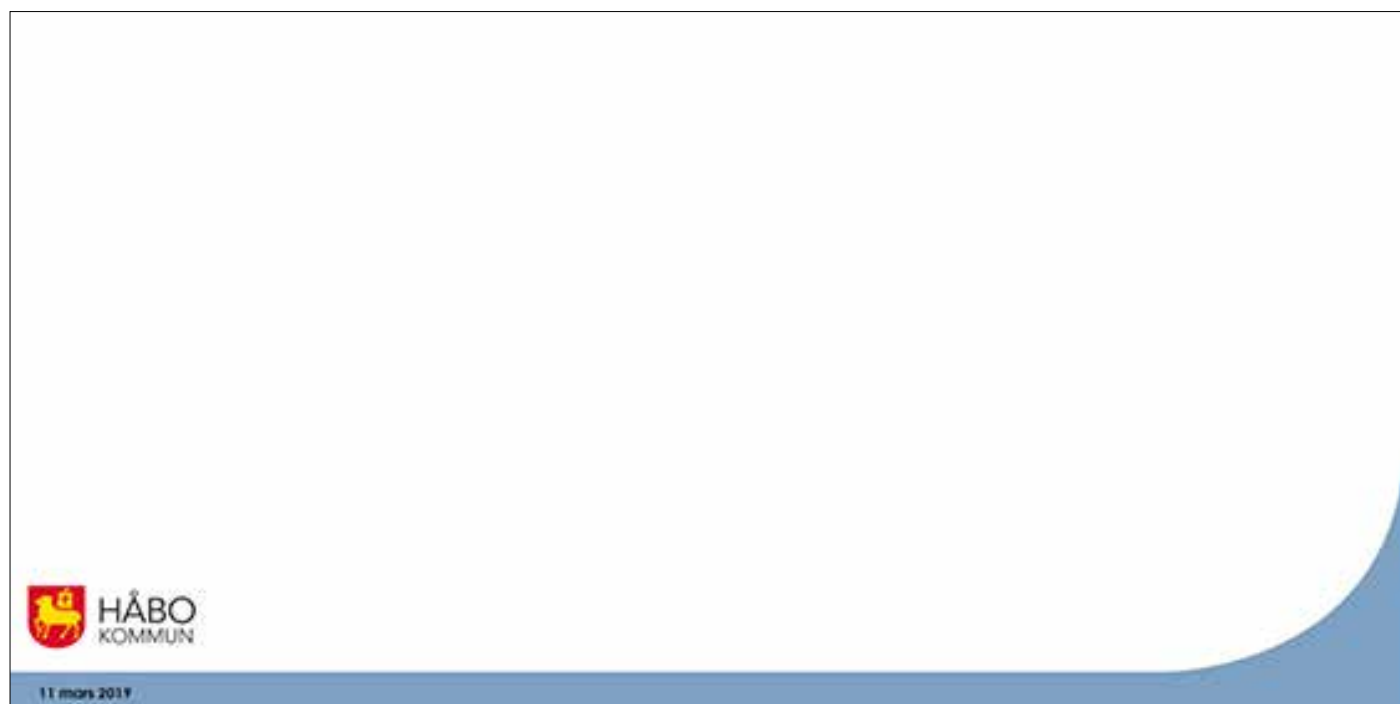
En Powerpoint-presentation är en viktig bärare av vårt varumärke.

Det är viktigt att använda mallen, både när du presenterar internt såväl som externt. Genom att använda våra grafiska element när vi kommunicerar och representerar Håbo kommun stärker det vårt varumärke och det blir tydligt vem som är avsändare.

Presentationen är framtagen så att det ska vara enkelt för dig att följa vår grafiska profil. Du behöver inte fundera på logotyp, färger eller typsnitt, allt är förinställt i mallen.

Du kan själv lägga in passande bilder, om du behöver hjälp med bilder till din presentation kan du kontakta din kommunikatör.

Du hittar kommunens mall när du öppnar Powerpoint-programmet. Klicka på gemensamma mallar och sedan på presentationsmall.



8 Trycksaker

Trycksaker är ett brett område som innefattar alltifrån broschyrer, informationsblad, affischer, annonser med mera.

Det finns tydliga riktlinjer och mallar för dig när du ska skapa en trycksak. Ditt arbete förenklas samtidigt som alla trycksaker från kommunen har ett gemensamt utseende. Det skapar en enhetlig bild och stärker samtidigt varumärket och bilden av kommunen.

Alla trycksaker har vissa element som former och detaljer som återkommer. Två exempel är en titelplatta med rundat hörn som ska finnas på alla broschyrers framsida. På samtliga informationsblad och affischer återfinns titelplattan, men har då omvandlats till en ram som omger budskapet. Genom att använda återkommande detaljer skapas en igenkänning som gör att mottagaren förstår att det är Håbo kommun som är avsändare.

Här ser du tre exempel på hur en broschyrs framsida kan se ut.

Framsida med frilagd bild



Framsida med vanlig bild



Framsida med färg



På framsidan kan du antingen ha en frilagd bild, en vanlig bild, någon av basfärgerna eller komplementfärgerna som fyller hela satsytan. Variationsmöjligheterna är många. Titelplattan ska alltid vara vit. Om en frilagd bild används ska titelplattan fyllas med den grå komplementfärgen med 20% genomskinlighet. Detta kommer att vara förinställt i mallarna.

Alla broschyrer kommer att omges av en vit ram. Det har flera fördelar att ha en vit ram runt trycksaken. Dels håller ramen ihop budskapet men ramen gör också att du kan skriva ut dina broschyrer själv då skrivaren alltid "tar" en bit av pappret som ram.

Under "olika format" kan du se hur kommunens trycksaker ser ut med den nya grafiska profilen. Där ser du också titelplattan och ramen som återkommer på alla

trycksaker.

I alla broschyrer ska du alltid sträva efter att texten ska placeras i två spalter per sida. Två spalter ger en bra läsbarhet för ögat då meningarna varken blir för korta eller för långa.

Kommunikationsavdelningen finns som stöd om du har frågor kring trycksakerna.

8.1 Olika format

Håbo kommun har flera olika typer av trycksaker som du kan använda dig av, exempelvis informationsblad, broschyrer, affischer med mera. Vilken typ av trycksak och vilken storlek du ska använda dig av avgörs till stor del vilket budskap du vill förmedla och till vilken målgrupp.

Kommunikationsavdelningen finns som stöd för dig i dessa frågor.

Nedan och på nästa sida ser du några olika format för Håbo kommuns trycksaker.

Exempel på A4 informationsblad

HÅBO KOMMUN

Personalfest

Nu är det dags för personalfest och en trevlig kväll med dina kollegor.

Tid: 25 oktober klockan 17:30-02:00
Plats: Aronsborgs konferenshotell

Från 17:30 - Välkomstdrink och mingel
Klockan 18:30 står middagen uppdukad. Vi bjuder på en god tvårätters måltid, kaffe med tryffel samt dryck och underhållning till maten. Efter middagen fortsätter vi med underhållning och dans på två dansgolv.

Välkommen till en kväll i showens och musikens tecken
Suit & Tie är showduon som under de senaste 15 åren erövrat Sverige, Europa och världen med sin medryckande, "småskaliga" och unika show.
Med bejublade franträdanden i Stockholm, Köpenhamn, Oslo, Helsingfors, Barcelona, London och Miami mm, har dessa herrar tillkänat sig mer rutin än de flesta showartister i Sverige. Många tusen människor har dansat, skrattat, sjungit och hoppat till deras show!

Vill du bo kvar på Aronsborg?
Det finns möjlighet att bo kvar på Aronsborg över natten. Pris 884 kr per rum, inklusive frukost. Samma pris gäller för både enkel och dubbelrum.
Vi behöver dock vara minst 25 personer som väljer övernattning för att Aronsborg ska kunna erbjuda detta. Ange i anmälan om du är intresserad av att boka rum, om du önskar enkelrum eller dubbelrum. Glöm inte att ange din epostadress, så återkommer vi med en bekräftelse.

Anmäl dig senast den 30 september
Anmäl dig via mail till hannah.rydstedt@habo.se senast den 30 september.

*Din anmälan är bindande från och med 30 september. Kommunstyrelsen står för kostnaden. I det fall platsen inte används kommer respektive bolag/förvaltning att debiteras.
Vid bokning av rum kommer kostnaden att debiteras dig vid utcheckning.*

Exempel på A3 Poster/Affisch



HÄBO KOMMUN



Dags för de kommunala förskolornas mässa

Efter förra årets välbesökta och omtyckta förskolemässa hälsar vi nu återigen barn och föräldrar välkomna till de kommunala förskolornas mässa!

Här får du möjligheten att träffa personal från alla kommunala förskolor samt verksamheter som finns kring förskolebarnen.

Tisdagen den 17 mars kl. 16.00–18.30
Plats: Entrén Fridsgårdsgymnasiet

Medverkande

- Samtliga kommunala förskolor i Häbo kommun
- Barnhälsoenheten, BHT och mobila teamet
- Kommunens språkutvecklare
- Kostenheten
- Öppna förskolan
- Administrationen kring förskoleplaceringar
- Finskt förvaltningsområde
- Förskolecheferna
- Nattugglan (omsorg på obekvämt arbetstid)

Varmt välkomna!

Exempel på A4 broschyr



Grafisk profil
- riktlinjer för dig

HÄBO KOMMUN

Exempel på A5 broschyr



Fotvården
Pomona

HÄBO KOMMUN

Exempel på A6 broschyr



Titel
CG 26/26

HÄBO KOMMUN

8.2 Broschyrens baksidor

Alla broschyrers baksidor har vissa element som alltid ska finnas med. Högt upp till höger finns utrymme för diarienummer du får när du ska registrera din trycksak i Ciceron. Genom att skriva diarienummer kan du enkelt se vilken version du har.

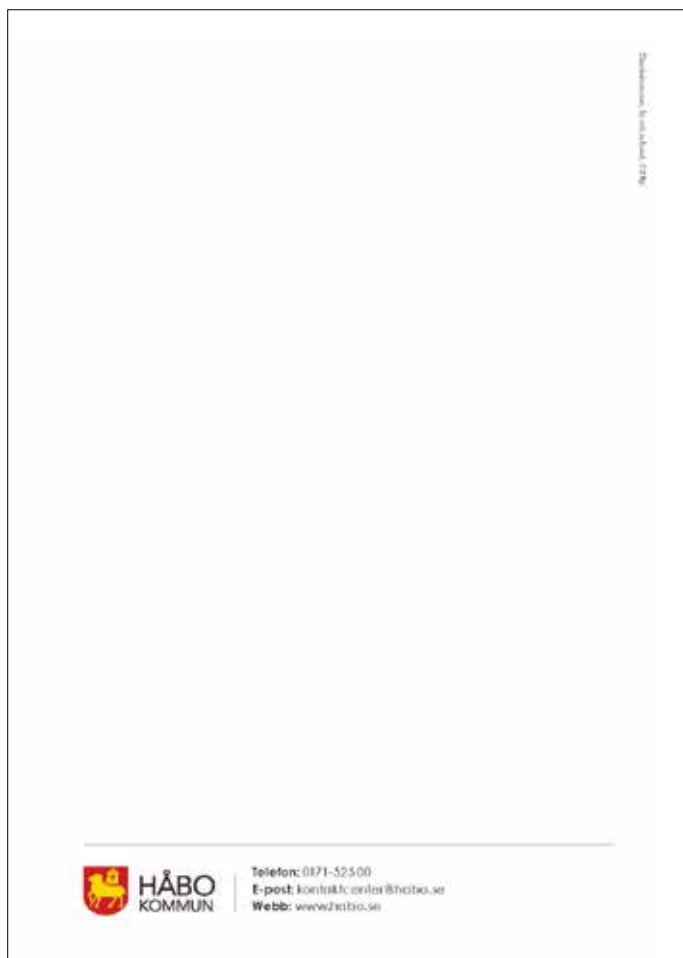
Längst ner i sidfoten ska Håbo kommuns logotyp alltid finnas med tillsammans med telefonnummer, e-post till kontaktcenter samt adressen till kommunens webbplats. Sidfotens placering och innehåll ska inte ändras.

På baksidan, ovanför sidnoten, finns det möjlighet för dig skriva viktig information.

Sidfoten och diarienumret finns i mallarna när du skapar din trycksak.

Har du frågor kring baksidan på broschyrer, kontakta kommunikationsavdelningen.

Så här ser baksidan på broschyrer ut.



8.3 Mallar för att hjälpa dig

För att du ska kunna skapa enklare trycksaker som informationsblad, affischer eller foldrar finns det mallar som du ska använda dig av. Mallarna finns i word.

Önskar du däremot en mer avancerad eller en större trycksak finns kommunikationsavdelningen för dig. Ta kontakt med din kommunikatör på kommunikationsavdelningen.

9 Tjänsteskrivelser

Att den grafiska profilen ska användas i alla trycksaker vet du nu. Men det är precis lika viktigt att den grafiska profilen också används i alla våra tjänsteskrivelser. Alla våra tjänsteskrivelser som papper, dokument, brev, visitkort med mera ska följa den grafiska profilen och skapar en igenkänning.

Så här ser brevmallen och mallen för skrivelser ut:



Visitkort:



Visitkort med igenkänningsmärke



Format för visitkort: 85x54 mm

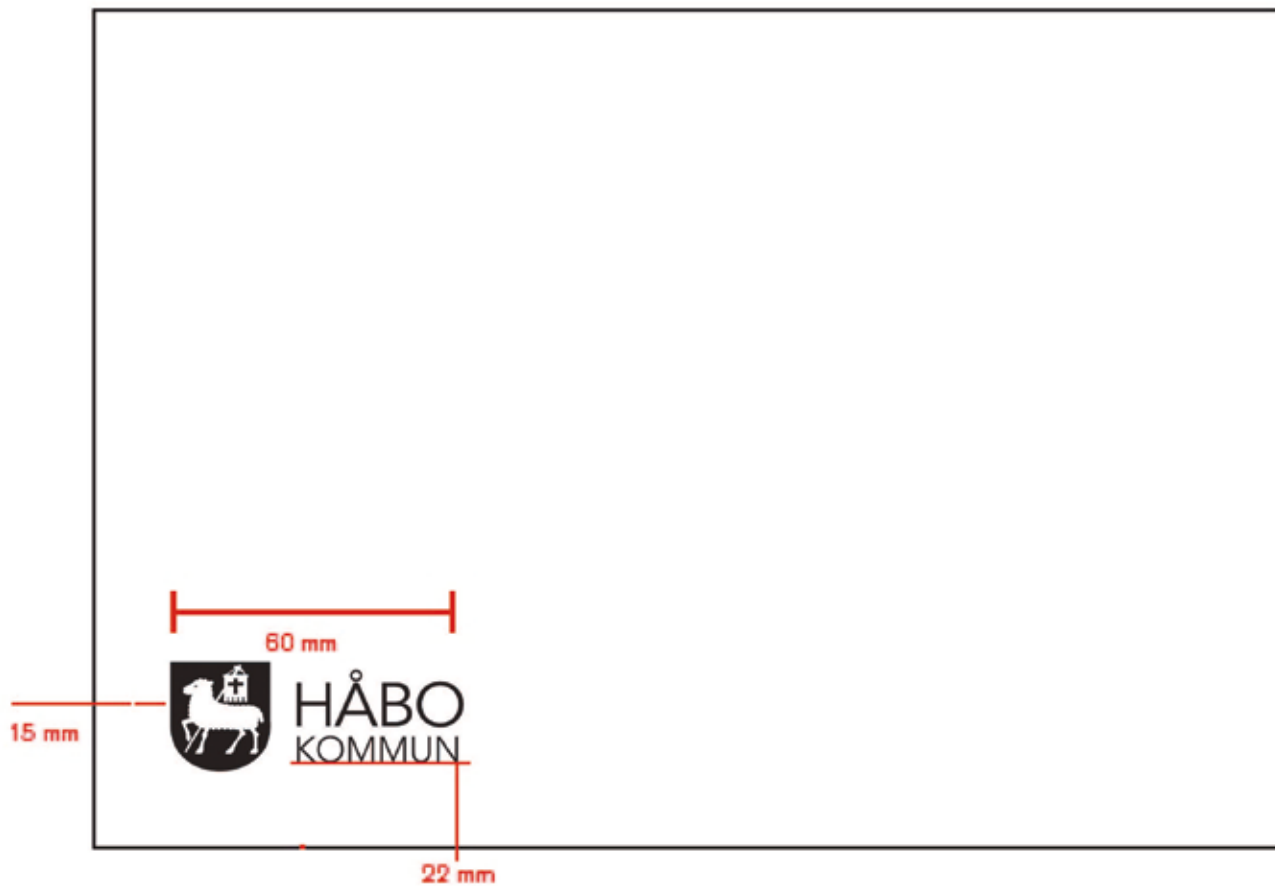
Namn: Arial Fet 10 punkter

Titel: Arial 7 punkter

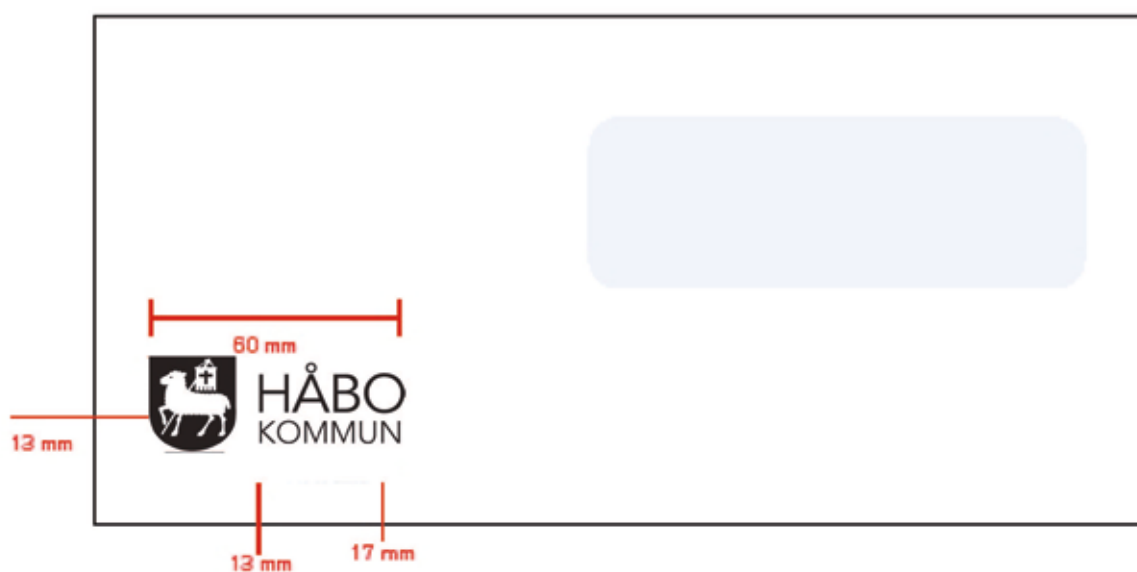
Adress: Arial 7 punkter

Visitkort och korrespondenskort beställs från Internservice.

Kuvert C5:
Format för C5 Kuvert: 162x229 mm



Kuvert E65:
Format för E65 Kuvert: 110x220 mm



10 Annonser

Annonser i tidningar som Enköpings-Posten eller Upsala Nya Tidning (UNT), ska följa den grafiska profilen. Det finns en annonsmall som är framtagen och ska följas. Annonserna gäller inte för kommunsidorna i Bålsta Direkt utan där skickas annonserna in precis som tidigare.

Om du vill annonsera i en tidning är det viktigt att du först tänker igenom vad du vill säga med din annons och vilka du vill nå. Försök att håll informationen så kort som möjligt eftersom du har ett begränsat utrymme. Hänvisa istället till kommunens webbplats där utförligare information finns.

Alla annonser från Håbo kommun ska alltid innehålla:

- Kommunens logotyp
- Kommunens webbplatsadress, gärna med en kortadress. Exempelvis: habo.se/matavfall

Kommunikationsavdelningen finns som stöd och hjälper dig om du ska ta fram en annons som ska publiceras i en tidning.

Så här kan en annons se ut:



11 Roll-ups

En roll-up kan se ut på en mängd olika sätt. Allt beror på i vilket forum som roll-upen ska visas, vilken målgrupp som ska nås och vilket syfte du vill uppnå genom att ha en roll-up.

Kontakta kommunikationsavdelningen i alla frågor om roll-ups.

12 Reklam- och presentartiklar

Reklam- och presentartiklar är något som kan användas så väl i det dagliga arbetet samt vid exempelvis mässor och utställningar, till exempel pennor, koppar och nyckelringar.

Här ser du exempel på olika reklam- och presentartiklar.



På alla reklam- och presentartiklar ska kommunens logotyp alltid finnas med. Det finns mycket reklam- och presentartiklar att välja på. Därför är det viktigt att du först funderar ut vilket budskap produkten ska förmedla, vilket syfte den ska uppfylla, vilken budget du har och vilken målgrupp du vänder dig till.

För att beställa reklam- och presentartiklar, besök kommunens avtalsdatabas för att hitta leverantör.

Behöver du stöd och råd vilka produkter du ska använda, kontakta kommunikationsavdelningen.

13. Arbetskläder

För att alla arbetskläder ska följa samma mall behövs det riktlinjer för hur de ska se ut.

För att beställa arbetskläder, besök kommunens avtalsdatabas för att hitta leverantör.

Logotyp

Använd alltid Håbo kommuns logotyp. Aldrig bara kommunvapnet.

Vid tryck på färgglada eller vita kläder:

- Svart text

Vid tryck på svarta eller mörka kläder:

- Vit text

Storlek på tryck och placering

Logotypen, både vapen och text ska vara 8 centimeter bred.

På tröjor/jackor placeras logotypen på bröst eller ärm. På byxor placeras logotypen på fickorna på benet eller annan lämplig placering.

Här ser du exempel hur Håbo kommuns arbetskläder ser ut.



Exempel på arbetskläder för fastighetskötare:
Exempel på arbetskläder för Gatuavdelningen:



Exempel på arbetskläder för vård och omsorg:



Exempel på arbetskläder för kök:



14 E-post signatur

Alla e-post signaturer skrivs i typsnittet Arial 10 pkt. Håbo kommun skrivs i Arial fet. Så här ska signaturen se ut.

Med vänlig hälsning

Namn Namnsson
Titel

Håbo kommun

Skolans eller förvaltningens namn
746 80 Bålsta
Eventuell besöksadress
Telefon 0171-xxx xx
Fax 0171-xxx xx
www.håbo.se

Överväg miljöpåverkan innan du skriver ut detta e-post-meddelande.

Det här gäller för avsändartexten i vår e-post:

En avsändare – Håbo kommun

Vi har endast EN avsändare i vår e-post (precis som i våra brevpapper) och det är Håbo kommun. Håbo kommun som organisation och myndighet är avsändare och det ska inte blandas ihop med något annat.

Avsändartexten ska följa de grafiska riktlinjerna.

Tillfälliga budskap/kompletterande text

Ibland vill och behöver vi skicka med mer eller mindre tillfälliga budskap/kompletterande text i vår avsändartext i e-post.

Det är okej om:

- Den kompletterande texten är separerad från den obligatoriska avsändartexten och kommer sist i e-postmeddelandet.
- Texten kan med fördel vara i annan färg för att särskiljas från den obligatoriska avsändartexten.

Den kompletterande texten, kan vara till exempel vara:

- Följ Håbo kommun på Facebook.
www.facebook.com/habokommun
- Verksamheten xx är HBTQ-certifierad
- Undvik miljöpåverkan innan du skriver ut detta e-post meddelande

Inga igenkänningsmärken eller bilder i signaturen

Det är inte tillåtet att ha med igenkänningsmärken eller bilder i e-postsignaturen. Endast text är tillåtet.

15 Kontaktuppgifter till kommunikationsavdelningen

Du hittar kommunikationsavdelningens kontaktuppgifter på www.habo.se/kommunikationsavdelningen

Du kan också mejla till kommunikationsavdelningen på kommunikation@habo.se



HÅBO
KOMMUN

Telefon: 0171-525 00

E-post: kontaktcenter@habo.se

Webb: www.habo.se