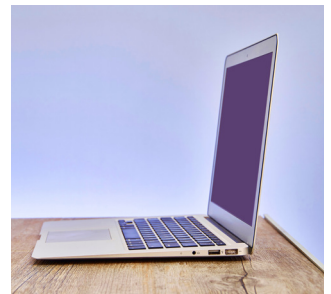


GRAFISKA
RIKTLINJER
SVERIGES
ÅKERIFÖRETAG



INNEHÅLLSFÖRTECKNING

Inledning	3
Färger	4
Typografi	5
Vår logotyp	6
Visitkort	7
Kuvert	7
Brevmallar	9
Rapportmall	10
Bilder	11-12
Ikoner/illustrationer	13
Grid (placeringsanvisning text och grafik)	14
Annonser	15
Trycksaker	16
Inbjudningar/program	17
Powerpoint.....	18-25
Mailavsändare Sveriges Åkeriföretag	26
Avsändare Fair Transport	27
Webb	28
Pappersval	29
Kontakt	30

GRAFISKA RIKTLINJER – EN GUIDE SOM GÖR DET LÄTT ATT GÖRA RÄTT.

ALLTING VI LEVERERAR – allt från medlemservice, rådgivning, förmånliga avtal, utbildningar, juridisk experthjälp till ett enskilt samtal med en medlem – berättar någonting om oss.

Samma sak gäller våra kommunikationsinsatser. Allt ifrån hur en bild är fotograferad, hur ett dokument ser ut till den valda färgen i en annons, förmedlar en liten fasett av vårt samlade varumärke. Därför är det värdefullt att vi följer en stadig riktning så att varje del i vår kommunikation tillsammans bygger en tydlig helhet. Dessa riktlinjer har tagits fram som stöd i denna strävan.

Riktlinjerna ligger i linje med de värderingar och värdeord som ligger i grunden för vår organisation. Genom att följa riktlinjerna skapar vi samtidigt ett grafiskt uttryck som förstärker och förmedlar vilka vi är och vad vi står för.

Grafiska riktlinjerna är en sammansättning av all de många olika element som står till vårt förfogande, såsom färger, grafik och bilder. Tillsammans bildar alla delarna ett samlat, distinkt och karaktäristiskt grafiskt språk. På så sätt bidrar också alla delar till att skapa den attraktiva helhetsbild som vi vill uppnå i våra kommunikationsinsatser. Långsiktigt stärker detta vårt varumärke.

Ta del av riktlinjerna och se dem som en inspirerande resurs för att hitta bra uttryck i dina kommande produktioner och aktiviteter.

Lycka till!

Färger

PRIMÄRA FÄRGER



"SÅ ORANGE"
CMYK 0 60 100 0
RGB 239 125 0
PANTONE 144 C



"SÅ GRÖN"
CMYK100 30 90 0
RGB 0 90 37
PANTONE 348 C

SEKUNDÄRA FÄRGER



"SÅ MÖRK ORANGE"
CMYK 0 80 100 10
RGB 215 71 3
PANTONE 1665 C



"SÅ LJUSGRÖN"
CMYK 35 10 20 0
RGB 188 206 201
PANTONE 559 C



"SÅ GRÅ/GRÖN"
CMYK 55 30 40 2
RGB 130 155 151
PANTONE 444 C



"SÅ MÖRKGRÖN"
CMYK 90 45 58 0
RGB 1 111 113
PANTONE 329 C



"SÅ VARMGÅ"
CMYK 30 25 35 5
RGB 185 178 162
PANTONE WARM GRAY 5C



"SÅ MÖRKGRÅ"
CMYK 0 0 0 85
RGB 60 60 60
PANTONE COOL GRAY 11 C

KOMPLETTRANDE FÄRGER



"SÅ RÖD"
CMYK 0 100 90 10
RGB 163 0 2
PANTONE 2035 C



"SÅ MÖRKBLÅ"
CMYK 80 40 0 5
RGB 43 132 195
PANTONE 300 C



"SÅ AQUA LJUS"
CMYK 60 10 35 8
RGB 35 183 72
PANTONE 326 C



"SÅ AQUA MELLAN"
CMYK 95 0 27 8
RGB 0 173 194
PANTONE 3135 C



"SÅ AQUA MÖRK"
CMYK 95 9 26 17
RGB0 139 160
PANTONE 3145 C



"SÅ LJUSBLÅ"
CMYK 80 10 0 5
RGB 0 171 227
PANTONE 299 C

Färgerna i vår palett hjälper oss att skapa ett tydligt och igenkännbart uttryck. Färgen "SÅ Orange" är färgen som ska användas i första hand. Det är en stark, positiv färg som signalerar energi och värme. Det är den färg som tydligast signalerar varumärket och ger störst igenkänning. SÅ:s andra primära färg - SÅ Grön - kan användas om orange inte passar i sammanhanget. De övriga färgerna i den breda paletten kan kombineras tillsammans med de primära färgerna för att skapa en rik och varierad färgskala.

Färgsystemen:

- CMYK (färg) används vid vanligt tryck
- PMS (dekorfärgstryck) används vid tryck av dekaler, screentryck av textilier
- RGB (webbfärger) används i de digitala miljöerna - webb, powerpoint och word

Typografi

- Typsnitt lämpliga för tryckta media
- Typsnitt lämpliga för digitala media

Futura Next Medium (Denna version av Futura har en väl avvägd "tjocklek" som ger läsaren en bra läsmiljö. Lämpar sig väl för både rubrik, mellanrubrik och löpande text.)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
åäö?!,,:;-1234567890

Futura Std Regular/Book (Används som alternativ till Minion i löpande text)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
åäö?!,,:;-1234567890

Futura Std Bold (Används i rubriker, men bara i undantagsfall då Futura Medium saknas)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
åäö?!,,:;-1234567890

Minion Regular (Används i löpande text)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
åäö?!,,:;-1234567890

Minion kursiv (Används i löpande text, när något ska betonas)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
åäö?!,,:;-1234567890

Minion bold (Används i rubriker, exempelvis i brevtexter)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
åäö?!,,:;-1234567890

Arial Regular (Används i löpande text)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
åäö?!,,:;-1234567890

Arial bold (Används i rubriker)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
åäö?!,,:;-1234567890

Times Regular (Används i löpande text)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
åäö?!,,:;-1234567890

Times Bold (Används i rubriker)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
åäö?!,,:;-1234567890

Typografi är en betydelsfull del av utformningen av trycksaker, annonser och presentationer. Rätt val av typsnitt ger läsaren en bekväm läsoplevelse. Ett konsekvent val av typografi skapar också ett återkommande och igenkännbart uttryck.

Typografin är uppdelad i två grupper – för *tryckta media* respektive *digitala media*.

Med digitala media menas webb och office-program, t ex word och powerpoint.

I *tryckta media* gäller Futura och Minion.

Futura Medium är det typsnitt som lämpar sig bäst att använda. Passar både för rubriker och löpande text. Minion lämpar sig för längre texter, mindre bra för rubriker.

I *digitala media* behöver vi ta hänsyn till att Futura och Minion inte alltid finns tillgängligt. Då ersätts dessa med Arial respektive Times.

Vår logotyp



Sveriges Åkeriföretags logotyp i positiv version. Denna version av vår logotyp är den som ska användas i första hand. Den kan användas i alla sammanhang där vi står som avsändare – allt ifrån viskort till annonser. Logotypen kan också återges helt negativ i vitt, se nedan.



FRIZON. För att logotypen ska synas tydligt är det viktigt att den inte störs av andra grafiska element eller text och på så vis kolliderar med omgivningen. Frizonen är helt enkelt till för att skapa tillräckligt med fritt utrymme runt logotypen, se ovan.



Sveriges Åkeriföretags logotyp kan också återges i negativ vit variant. Ovan exempel på negativ logotyp placerad mot färgad bakgrund och bild. Denna version av logotypen kan användas i extern kommunikation, som exempelvis inbjudningar, annonser, trycksaker och presentationer.

Viktigt att tänka på när logotypen placeras på bild är att den yta som ligger i bakgrunden innehar ett lugn och är reelltivt mörk vilket ger en god kontrastverkan.

Sveriges Åkeriföretags logotyp är uppbyggd av en symbol tillsammans med vårt namn. Sveriges Åkeriföretags logotyp innehar en enkelhet och tydlighet som gör att den är lätt att känna igen. Tack vare att den har sett likadan ut över många år är vår logotyp också för många välbekant. Det är givetvis värdefullt och vi ska se till att behålla den styrkan och om möjligt

ytteligare förstärka den kvaliteten. Det är därför viktigt att använda den på ett konsekvent och respektfullt sätt.

Logotypen är i grunden positiv med symbolen i SÅ Orange och SÅ Grön. Texten i svart.

Våra visitkort



Namn: Futura Next, versal 8 pt

Namn: Futura Next, versal/gemen 7/9 pt

Namn: Futura Next, versal/gemen 7/9 pt

Visitkort framsid, skala: 100%



Devis: Futura Next, versal/gemen 8/10 pt

Visitkort baksida, skala: 100%

Våra visitkort har en enkel och ren form. Formatet är liggande med måttet 90 x 55 mm. Lika stort som ett kreditkort och anpassat för att passa facken i en plånbok.

Formen är klassisk med logotypen placerad i toppen. I mitten av kortet namn och titel, i botten adressuppgifterna. Under logotypen ligger en orange linje som fångar upp vår primära färg och förstärker den. Linjen fungerar också som en avdelar som separerar logotypen från adresstexten. Linjens tjocklek är 0,6 mm.

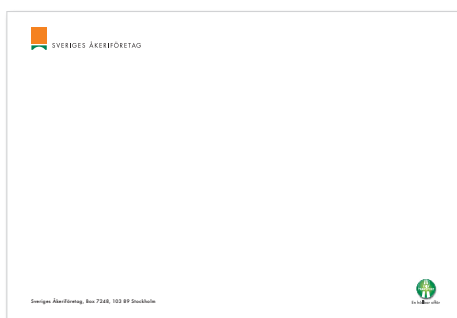
På baksidan av kortet är Fair Transports logotyp placerad. Fair Transport är en central del i Sveriges Åkeriföretags opinionsbildning och ska lyftas fram i möjligas-

te mån. Därför använder vi baksidan på våra visitkort för att visa upp vår satsningen på hållbara transporter. Under Fair Transports logotyp är devisen "Hållbara transporter utförda av ansvarstagande åkeriföretag" placerad.

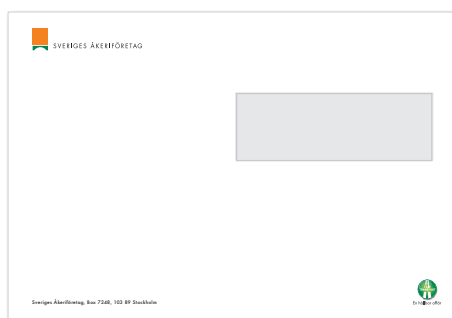
I övrig mer publika sammanhang är devisen förkortad och mer kärnfull och lyder kort och gott "En hållbar affär".

Visitkortet kan beställas från vår trycksaksportal där namn och adress anpassas utifrån vad du som beställare har som önskemål. Beställningen kan göras via vårt intranet Gemet.

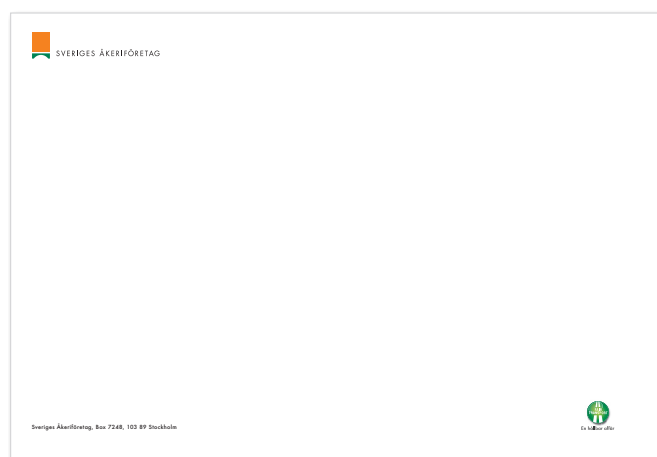
Kuvert



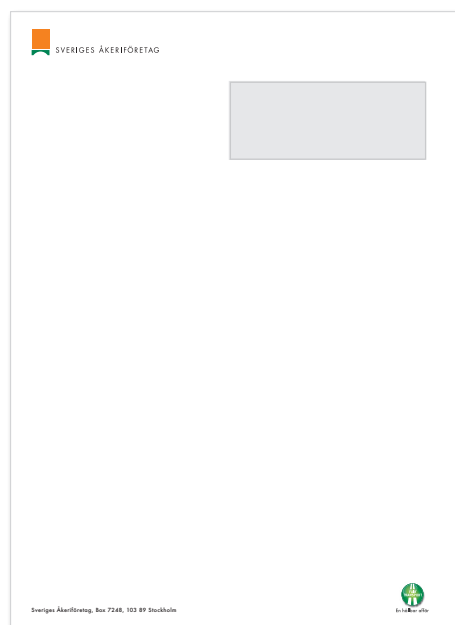
Kuvert, liggande C5



Kuvert, liggande C5 med adressfönster



Kuvert, liggande C4.



Kuvert, stående C4 med adressfönster

Våra kuvert har precis som övriga trycksaker en enkel och ren form.

Kuverten finns tillgängligt i fyra olika format:

- liggande C5
- liggande C5 med adressfönster
- liggande C4
- stående C4 med adressfönster

Formen är klassisk med logotypen placerad till vänster i toppen.

I botten på kuvertet ligger adressen. Bredvid återfinns logotypen för vår pionjärsatsning på hållbara transporter – Fair Transport.

Kuvert kan beställas från vår trycksaksportal där adressen kan anpassas utifrån vilken region du verkar inom. Beställningen kan göras via vårt intranät Gemet.

Brevmall



Brevmall "Bas",
följande sida/sidor.

Brevmall "Bas", förstasidan.
Plats för adressat och namnteckning.



Brevmall "Enkel",
följande sida/sidor.

Brevmall "Enkel", förstasidan.
Endast rubrik och text.

Våra brevpapper har på samma sätt som visitkortet en enkel och ren form.

I sidhuvudet uppe till vänster är genomgående vår logotyp placerad. En traditionell placering som tydligt förmedlar vem som är avsändaren. Till höger i sidhuvudet återfinns datum och sidnumrering. Som ett återkommande designelement i sidhuvudet ligger en tunn orange linje. Den ger stadga och lyfter fram vår främsta profillfärg – SÅ Orange.

I sidfoten återfinns vår adress. Till höger ligger Fair Transports logotyp tillsammans med dess pay off.

Våra brevmallar finns i två olika versioner:

- Brevmall "Bas"
- Brevmall "Enkel"

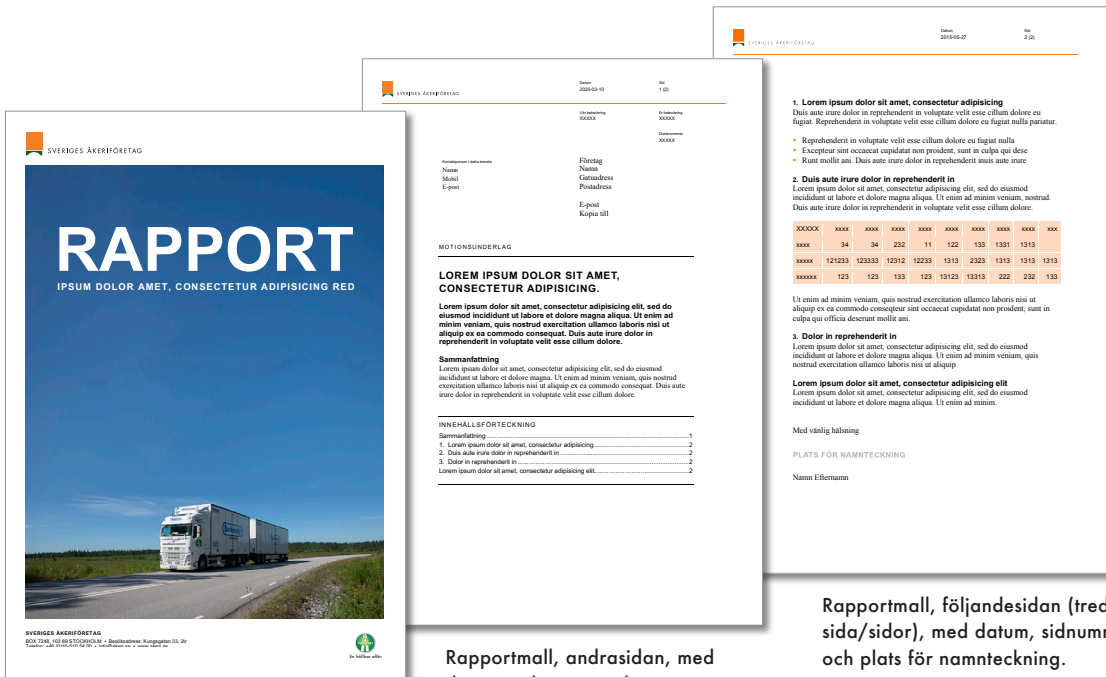
Brevmall "Bas" lämpar sig för korrespondens medans brevmall "Enkel" lämpar sig för dokumentation.

Typsnitten i mallarna är Arial och Times med varierande storlekar och fethet.

Mallarna i form av Word-dokument finns att ladda ned via vårt Intranät.

Det finns mallar att hämta som är anpassade utifrån respektive regionkontors adresser.

Rapportmall



Rapportmall, förstasidan.
Omslagsbild med rubrik.

Rapportmall, andrasidan, med
datum, sidnummer, diarienummer,
beteckning, adressat, avsändare,
rubrik och innehållsförteckning

Rapportmall, följandesidan (tredje-
sida/sidor), med datum, sidnummer
och plats för namnteckning.

Som komplement till brevmallar finns också en rapportmall. Rapportmallen lämpar sig för dokument med flera sidor text som exempelvis externa och interna rapporter, motioner mm.

Rapportmallen har en generös omslagsbild. Här finns möjlighet att sätta en bra inledande ton på innehållet i dokumentet. Som vanligt i sidhuvudet uppe till vänster är vår logotyp placerad. Observera att en orange linje inte ligger under logotypen i huvudet. En linje krokar på önskat sätt med den stora bilden och därav borttagen. I nedre kant återfinns adress och logotypen för vår hållbarhetsansats: Fair Transport.

Andrasidan som följer innehåller i huvudet utöver vår logotyp även datum, sidnummer, diarienummer, beteckning, adressat och avsändare. På sidan följer sedan

rubrik och innehållsförteckning.

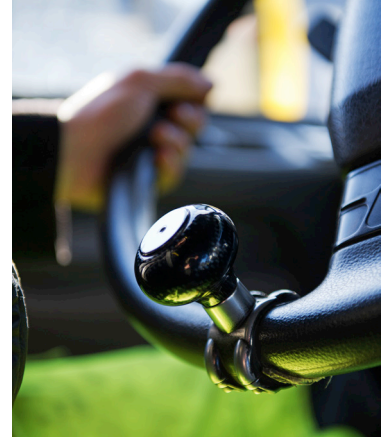
De sidor som utöver första- och andrasidan ligger med i dokumentet kallas för följandesida eller tredjesida. Dessa sidor är enklare och innehåller formateringar för rubriker, text och tabeller. Det finns även möjlighet att addera namnteckning i slutet.

Typsnitten i mallarna är Arial och Times med varierande storlekar och fetthet.

Mallarna i form av Word-dokument finns att ladda ned via vårt Intranät.

Rapportmallen finns endast i en version med adressen för huvudkontoret i Stockholm.

Bilder 1



Typografi, färger och layout förmedlar alltid något om avsändaren. Samma sak gäller också för bilder. Bilder är i vissa fall en ännu starkare bärare av ett uttryck. Därför är också ett genomtänkt bildval en viktig del i kommunikationsarbetet. Ett konsekvent bildspråk som ligger i linje med värdegunden och sänder de signaler vi vill förmedla ger både igenkänning och tydlig kommunikation.

Vårt bildspråk ska vara okomplicerat och rakt på sak. Bilderna ska spegla de ämnen och områden som vi

arbetar inom. Bilder som innehar grafiska kvaliteter i form av enkelhet, tydlighet, färgrikedom och kontrast är av godo. Om uttrycket och innehållet på en bild i sitt sammanhang också känns självklar och naturlig är det helt rätt val.

Som stöd i arbetet med att hitta bra bilder finns en bildbank med väl valda bilder tillgängliga. Du hittar bildbanken på vår gemensamma delade disk "G". Sökvägen är:
G:\bildbank

Bilder 2



Färgplatta med multiplicering
(100% transparens + multiplicering)



"SÅ VARMGRÅ"
CMYK 30 25 35 5
RGB 185 178 162
PANTONE WARM GRAY 5C



Färgplatta med multiplicering
(100% transparens + multiplicering)



"SÅ MÖRKGRÖN"
CMYK 90 45 58 0
RGB 44 86 84
PANTONE 329 C

↓
80% FÄRGTON AV
"SÅ MÖRKGRÖN"



Färgplatta med multiplicering
(100% transparens + multiplicering)



"SÅ GRÅ/GRÖN"
CMYK 55 30 42 2
RGB 137 151 145
PANTONE 444 C

När text ska kombineras med bilder så kan läsbarheten påverkas. Om bilden innehåller en blandning av ljusa och mörka partier så upplevs bilden – som agerar bakgrund för texten – rörlig och orolig. Det gör att texten kan kännas svårsläst. Det är givetvis något vi vill undvika. Så när en text placeras direkt på en sådan typ av bild så kan lämpligen en färgplatta adderas till bilden. Den färgplatta som placeras ovanpå en bild ska inte vara helt tät den ska istället tilldelas en funktion som heter "multiplicera". Det gör så att tonade plattan smälter samman med den underliggande bilden. Funk-

tionen kan adderas i de flesta program. Genom att låta placera en genomskinlig färgad tonplatta med multiplicering tilldelad på en bild så skapas en lugn miljö för texter vilket i sin tur ger god läsbarhet.

Ovan ser du de tre utvalda färger från palletten som kan användas i kombination med bilder.

Observera att färgen "SÅ Mörkgrön" innehåller en minskad täthet (mättnad). Färgen är satt till 80% täthet i detta fall. Övriga två färger har 100% täthet.

Ikoner/illustrationer



Transportekonomi



Nätverk



Internationellt



Bygg & anläggning



Åkerihandboken



Opinionsbildning



Produkter & tjänster



Fjärrtransport



Event



Rådgivning



Trafiksäkerhet



Skogstransport



Barometern



Förmånsavtal



Hållbarhet



Dispenstransport



Certifiering



Transportindex



Effektiva transporter



Renhållning



E-post



Utbildning



Effektiva transporter



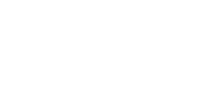
Lantbrukstransport



Juridik



Nyheter



Effektiva transporter



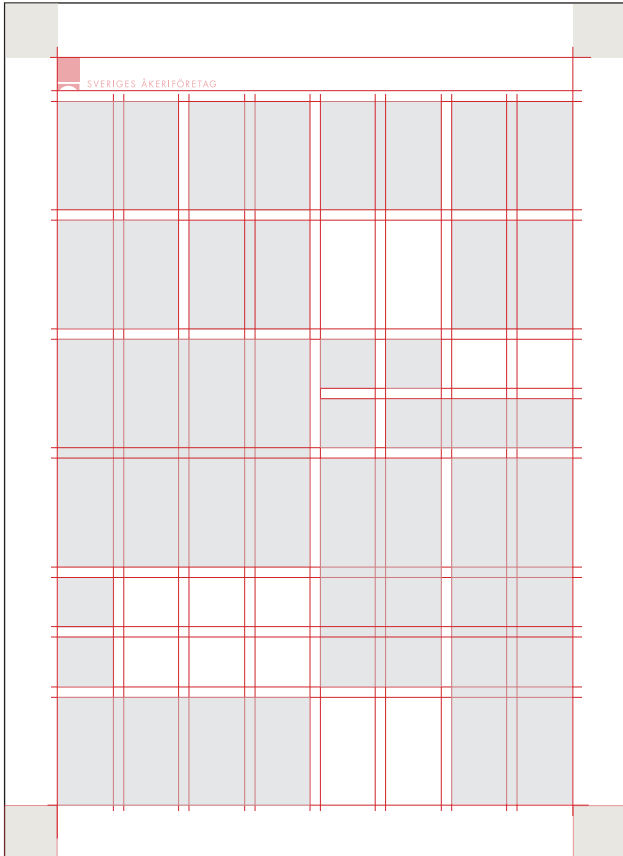
Tank & bulk



Distribution

Som stöd i arbetet med att bilsätta aktuella ämnen finns en grafikbank med unikt framtagna ikoner och illustrationer för ändamålet. Du hittar bildbanken på vår gemensamma delad disk "G".
Sökvägen är: G:\bildbank

Grid



Grid – gudiën till placeringar av text och bild.
Grid för stående A-format.



Exempel på form baserad på aktuell grid.

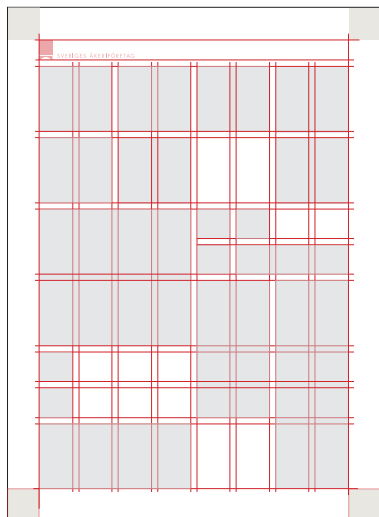
Som stöd för placering av texter, bilder, illustrationer och andra grafiska element har vi skapat en grid. Griden är ett rutnät bestående av en serie korsande raka vertikala och horisontella linjer. Rutnätet guidar och anger var och med vilka lämpliga avstånd som texter och grafik placeras. Framför allt är griden ett lättarbetat system för strukturering av innehållet.

Griden bygger på 8 stående fält och 12 liggande. Dessa ytor ger god flexibilitet och ger möjlighet till lägga upp bilder i små, stora, kvadratiska, högsmla

eller breda format – allt efter tycke och smak. Griden anvisar också på ett tydligt sätt hur spalter för texten lämpligen byggs upp. Griden ger friheten att välja mellan 1 upp till 8 spalter.

Griden anvisar också placeringen av vår logotyp. Den placeras uppe till höger på sidan med de angivna avstånden som griden innehar. Griden beskriver också en generös marginal alltid finns med i ytterkant. Denna marginal skapar en lugn yta som ger övrigt innehåll en god stadga.

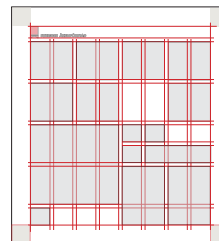
Annonser



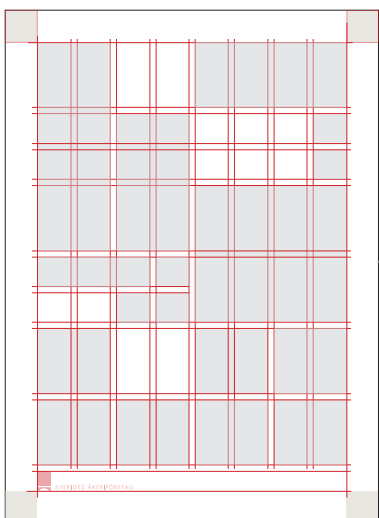
Griden är grunden till annonsers form



Helsida baserad på griden



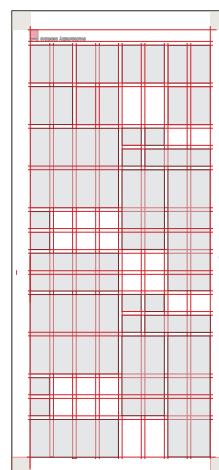
Exempel mindre format. Den bygger på en lägre variant av grid men med precis samma grundläggande relativa marginaler och avstånd.



Griden med avsändare i botten



Exempel på annons med utfallande bild



Exempel annons högsnallt format. Den bygger på en högre variant av grid men med precis samma grundläggande relativa marginaler och avstånd.



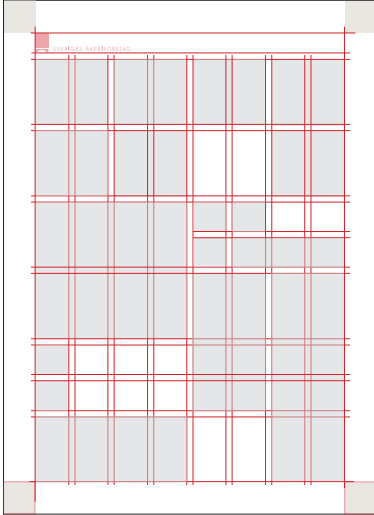
Annonser bygger på den tidigare beskrivna griden. Griden skapar ett tydligt ramverk för placeringen av texter, bilder och grafik. Griden guidar och anger var och med vilka lämpliga avstånd som innehåll fördelas. Den beskriver också plats för logotypen och vilka marginaler som gäller. Det gör att annonser relativt enkelt kan skapas för olika sammanhang.

Griden har genom att den kan erhålla olika höjder möjlighet att möta behovet av varierande format på annonsen. Är annonsen av en bredare lägre karaktär

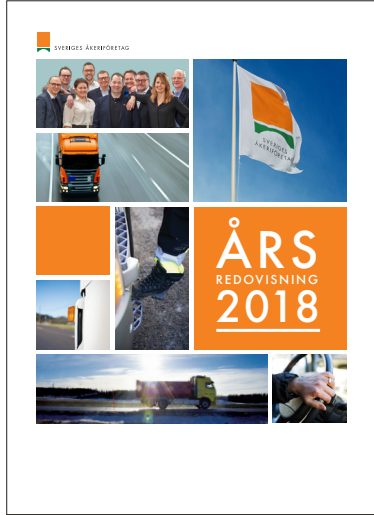
utgår man från en lägre bredare typ av grid (se exempel ovan). Om istället aktuell annons är högsnallt så används en högre version av griden. Oavsett bredd eller höjd så skapas ett igenkännbart utseende.

Det finns även möjlighet att använda utfallande bild i annonser. Då krävs dock att bilden har lugna ytor som fungera väl som bakgrund för rubrik och texter. Avstånd och marginaler som anges i griden gäller även här. Observera att logotypen kan placeras i botten i annonser om så önskas (se exempel ovan).

Trycksaker



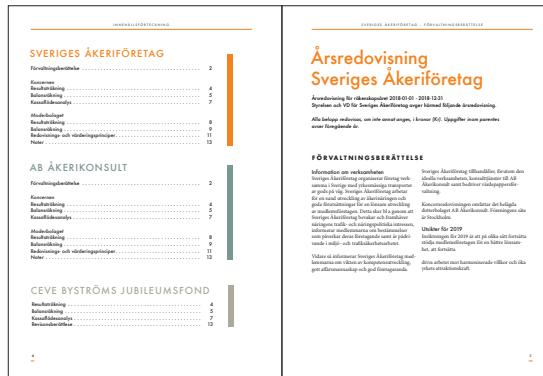
Griden är grunden till trycksakers form



Omslag baserad på griden



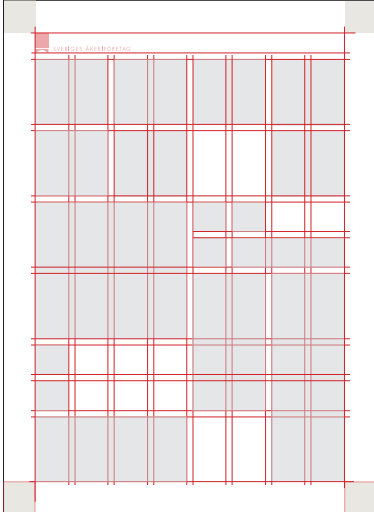
Två exempel på inlägg i en trycksak. Båda baserade på griden.



Formen för trycksaker bygger även den på vår grid. Griden skapar ett tydligt ramverk för placeringen av texter, bilder och grafik. Griden guidar och anger var och med vilka lämpliga avstånd som innehåll fördelas.

Den beskriver också plats för logotypen och vilka marginaler som gäller. Det gör att trycksaker relativt enkelt kan skapas för olika sammanhang.

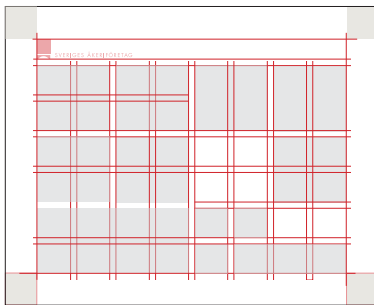
Inbjudningar



Griden är grunden till inbjudningars form. Grid för stående A-format.



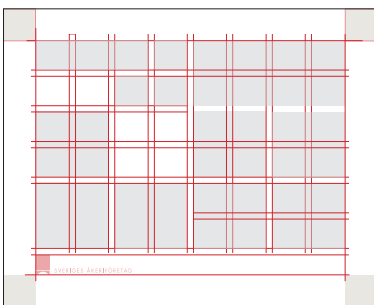
Exempel på inbjudan baserad på griden. I detta fallet A4.



Grid för liggande A-format.



Exempel på inbjudan baserad på griden. I detta fallet liggande A5.



Grid för liggande A-format. Logo i botten.

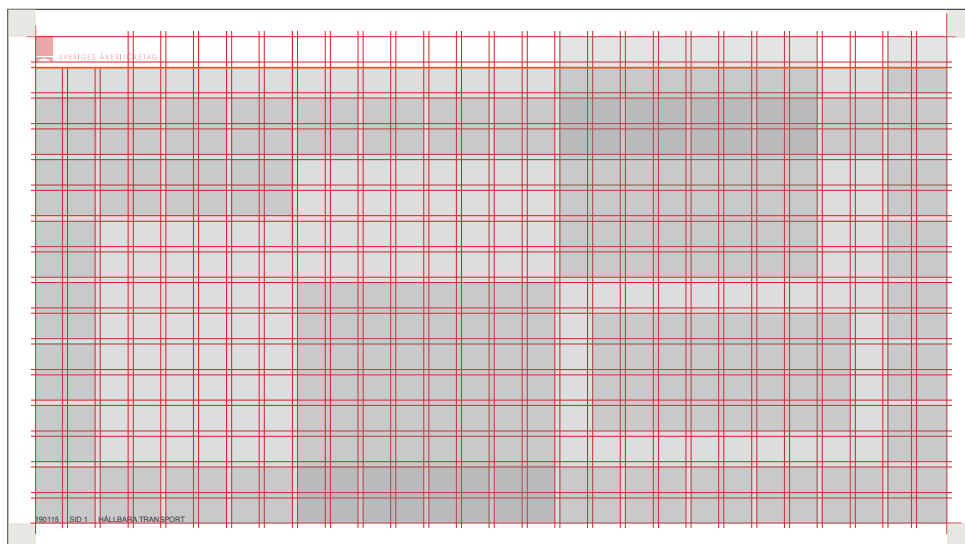


Exempel på inbjudan baserad på griden. I detta fallet liggande A5.

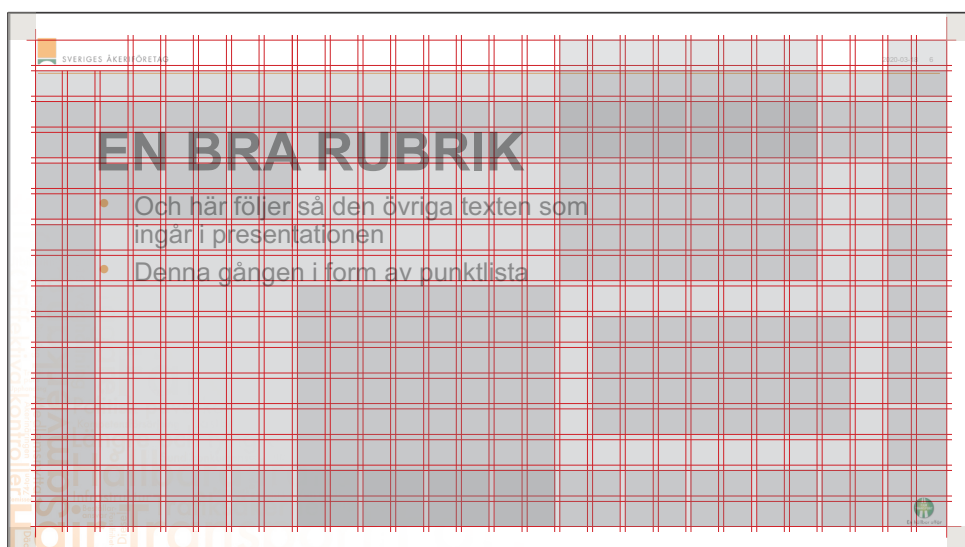
Inbjudningar bygger på den tidigare beskrivna griden. Griden guidar och anger var och med vilka lämpliga avstånd som innehåll fördelas. Den beskriver också plats för logotypen och vilka marginaler som gäller.

Det gör att inbjudningar relativt enkelt kan skapas för olika sammanhang. Observera att logotypen även kan placeras i botten om det passar sammanhanget bättre. Bild kan även placeras med utfall (se exempel ovan).

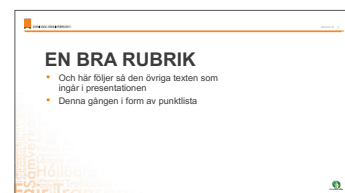
Powerpoint 1



Grid för Powerpoint, format 16:9.



Exempel på en enkel mallside i powerpoint med endast rubrik och text. Griden man kan skönja i bakgrunden ligger med bara för att visa hur den styr placering av innehållet. Grid syns inte i de faktiska mallarna.



Exempel på en enkel mallside med endast rubrik och text (punktlista). Observera den tunna orangea linjen som ligger under logotypen i toppen på sidan. Den ligger på alla sidor utom på de med större bilder. En annan återkommande del är ett ordmoln i vänstre nedre kant. Ordmolnet speglar några av våra viktigaste ämnesområden.

Presentationer i Powerpoint är ett av det mest spridda och synliga uttrycket som Sveriges Åkeriföretag innehar. Det är därför en viktig kanal för spridning av varumärket. Det i sin tur innebär att presentationer i Powerpoint i möjligaste mån överensstämmer med övrigt uttryck och får en stadig, tydlig och tilltalande form. Mallen för Powerpoint bygger även den på en grid. Denna grid skiljer sig dock något från tryckta media men bygger på samma grundläggande principer.

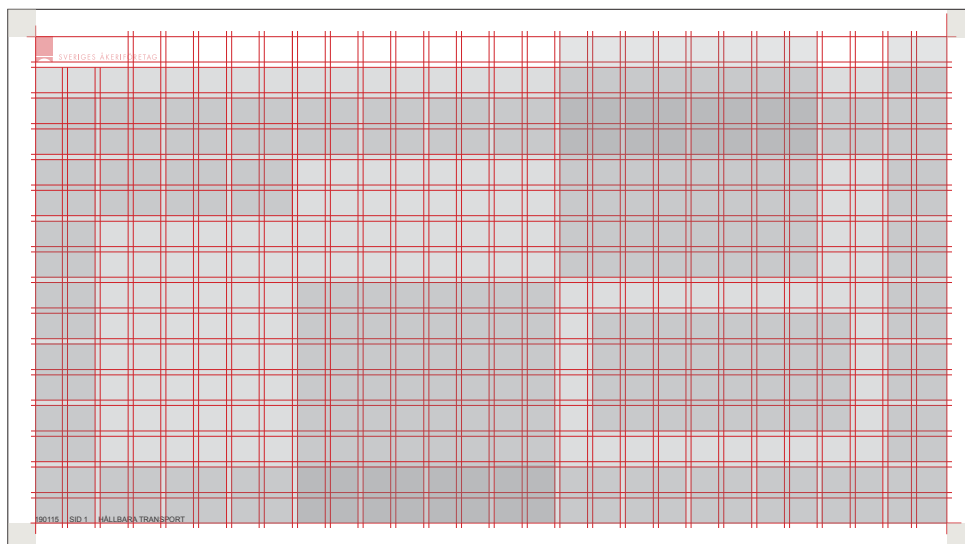
Mallen på Powerpoint är anpassad för formatet 16:9.

En tunn orange linje ligger i toppen under logotypen.

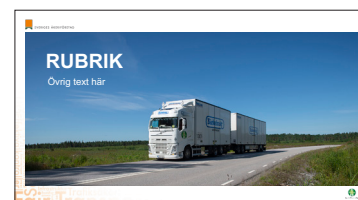
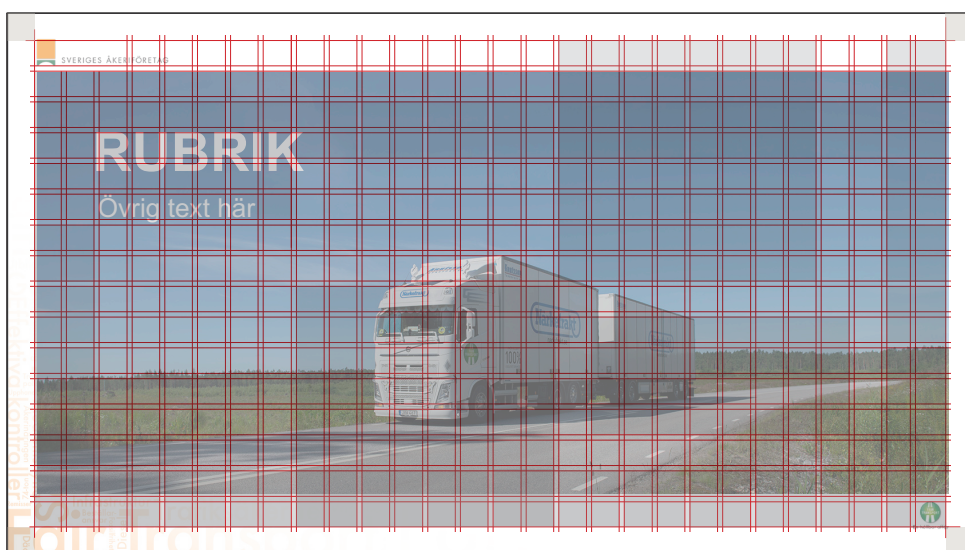
Typsnitten i mallarna är Arial och Times med varierande storlekar och fethet.

Mallarna i form av Powerpoint-dokument finns att ladda ned via via vårt intranät Gemet.

Powerpoint 2



Grid för Powerpoint, 16:9.



Exempel startsida, endast bild och ordmoln. Observera: ingen tunn linje i övre kant på sidor med stora bilder.

Exempel på en startsida i powerpoint med rubrik och bild. Griden man kan skönja i bakgrunden ligger med bara för att visa hur den styr placering av innehållet. Grid syns inte i de faktiska mallarna.

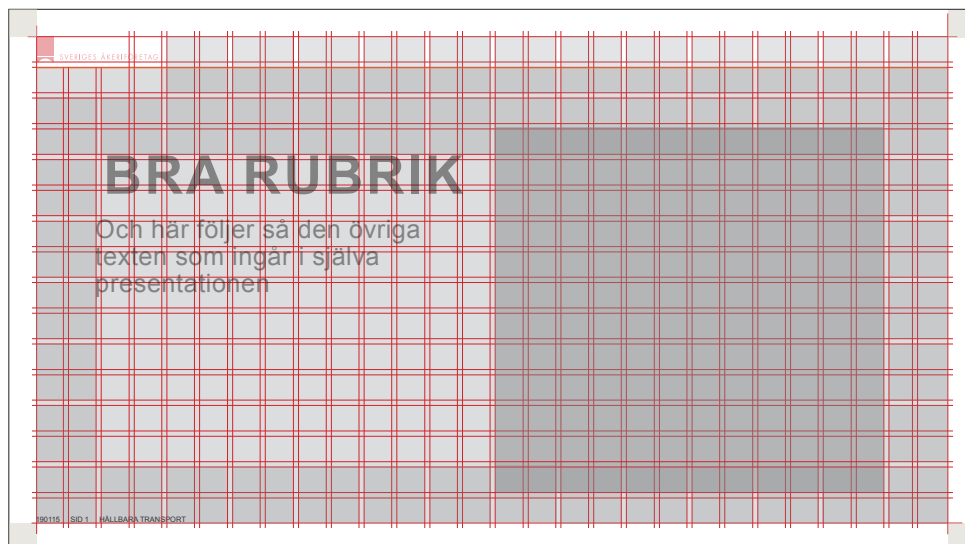
Mallen för powerpoint innehåller en rad olika sidvarianter att välja på. Bland annat med generös bild och rubrik som exemplet ovan.

När en bild ska kombineras med rubrik och text är det viktigt att tänka på läsbarhet. En bild bör innehå lugna ytor som fungera väl som bakgrund för rubrik och text. Exemplet på bild ovan innehar en stor lugn yta i övre delen där rubrik och underrubrik ges en lugn

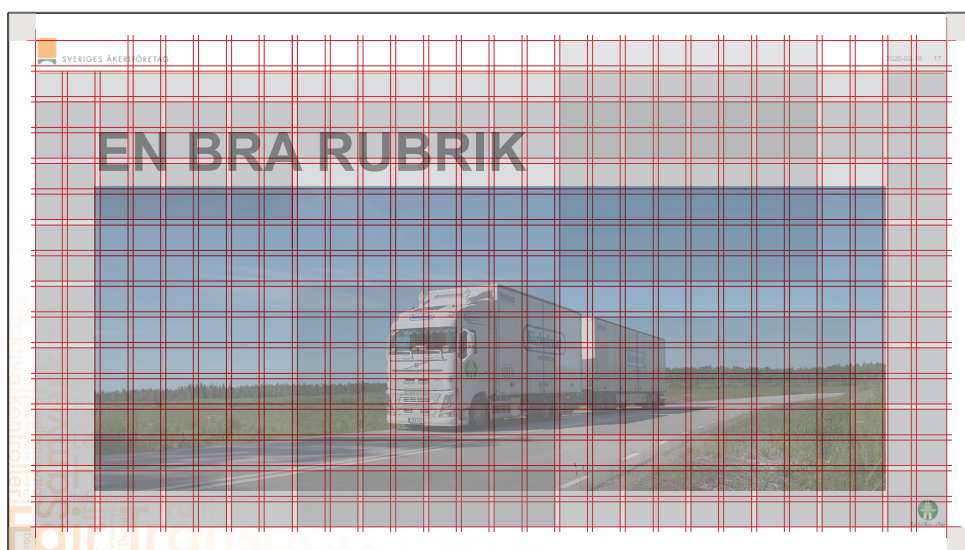
omgivning och läsbarhet därmed blir god. I mallarna finns det fyra olika "basbilder" inkompleterade i temat. Dessa är utvalda för att fungera väl med rubrik och underliggande text inlagd direkt i bildens övre del.

Observera att på denna typ av sida med stor bild ligger inte en tunn orange linje i toppen på sidan. Övre kanten på bilden markerar istället denna linje.

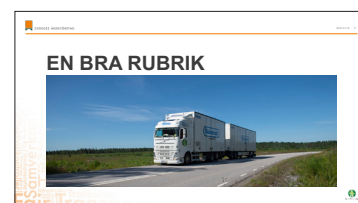
Powerpoint 3



Grid för Powepoint, 16:9.



Exempel på en mallsida i powerpoint med rubrik och bild sida vid sida. Griden man kan skönja i bakgrunden ligger med bara för att visa hur den styr placering av innehållet. Grid syns inte i de faktiska mallarna.



Exempel på mallsida, rubrik med text, bred bild direkt under och ordmoln. Observera: på sidor med mindre bild är orangea linje alltid med i toppen.

I denna sidtyp samsas rubrik med tillhörande text och bild sida vid sida. Enkelt, rent och tydligt tillika snyggt.

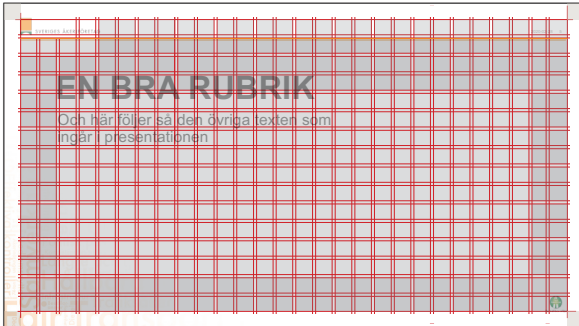
I mallarna finns det fyra "basbilder" inkorporerade i temat.

Typsnitten i mallarna är Arial och Times med varierande storlekar och fetthet.

I botten till vänster ligger vårt ordmoln med ord som anknyter till vår verksamhet och vår bransch.

Mallarna i form av Powerpoint-dokument finns att ladda ned via vårt intranät Gemet.

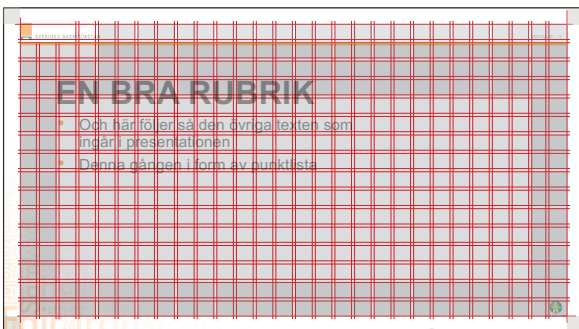
Powerpoint 4



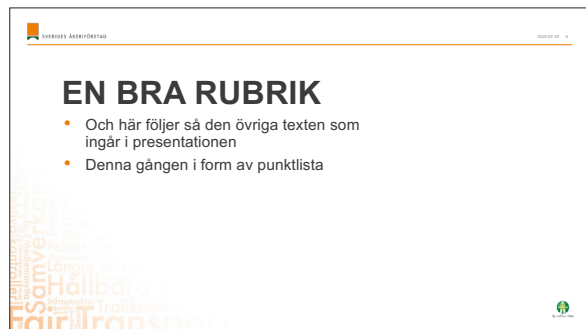
Grid för Powerpoint, 16:9 - Rubrik + text



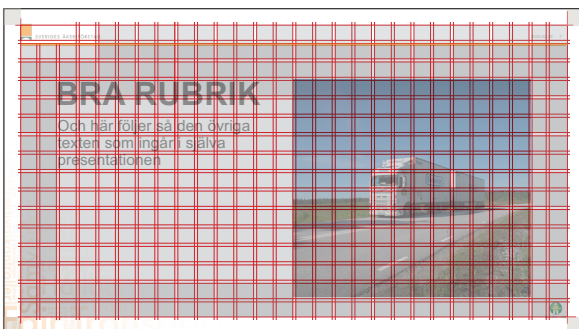
Exempelsida med rubrik och text



Grid för Powerpoint, 16:9 - Rubrik + text och punktlista



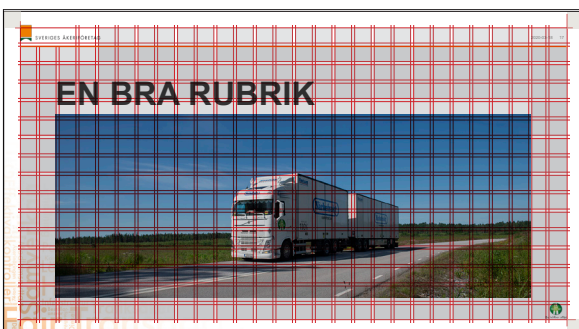
Exempelsida med rubrik och punktlista



Grid för Powerpoint, 16:9 - Rubrik och text kombinerat med bild



Exempelsida med rubrik och text kombinerat med bild

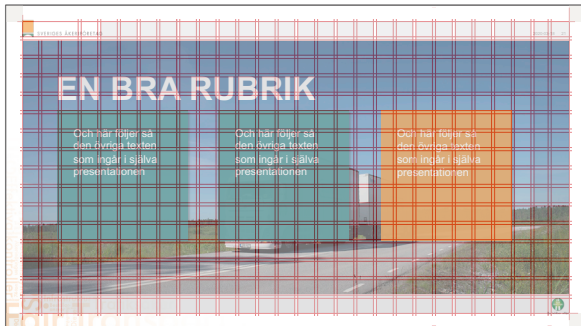


Grid för Powerpoint, 16:9 - rubrik och underliggande panoramabild



Exempelsida med rubrik och underliggande panoramabild

Powerpoint 5



Mallsida F – tre transparenta färgplattor

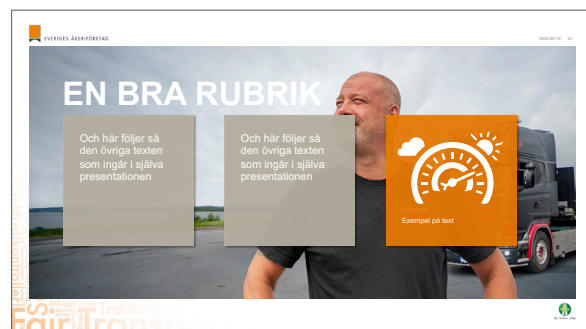


Mallsida F med tre transparenta färgplattor, täthet 93%

“SÅ MÖRKGRÖN”
↓
TRANSPARENS 93%

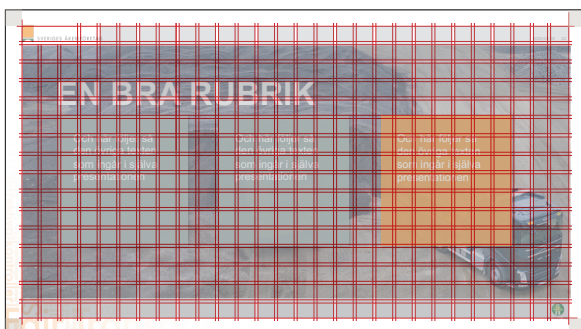


Mallsida F – tre transparenta färgplattor.



Mallsida F med tre transparenta färgplattor, täthet 93%

“SÅ VARMGRÅ”
↓
TRANSPARENS 93%



Mallsida F – tre transparenta färgplattor. En av de tre färgplattorna kan mer fördel ges orange färg (vår profils huvudfärg). Det kan förstärka ett budskap och samtidigt vår identitet.



Mallsida F med tre transparenta färgplattor, täthet 93%

“SÅ GRÅ/GRÖN”
↓
TRANSPARENS 93%

I denna sidtyp används transparenta färgplattor ovanpå bild som bakgrunder för rubriker, text och grafik. Genom att låta färgade plattor bilda bakgrund så skapas en yta som säkerställer att texter ges en lugn omgivning. Det garanterar i sin tur god läsbarhet. Det är samtidigt enkelt, rent och stiligt.

I mallarna finns det fyra “basbilder” inkorporerade i denna typ av sidor. Bilderna är utvalda utifrån fyra ämnesområden: “Lastbil på väg”, “Lastarbete”, “Föra-re/pepersonal” och “Hållbarhet”. Det är möjligt att välja

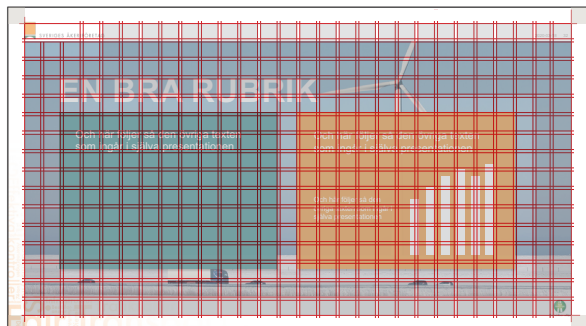
mellan tre olika färger för plattorna – SÅ Mörkgrön, SÅ Varmgrå och SÅ Grågrön.

Typsnitten i mallarna är Arial och Times med varierande storlekar och fetthet.

I botten till vänster ligger vårt ordmoln med ord som anknyter till vår verksamhet och vår bransch.

Mallarna i form av Powerpoint-dokument finns att ladda ned via vårt intranät Gemet.

Powerpoint 6

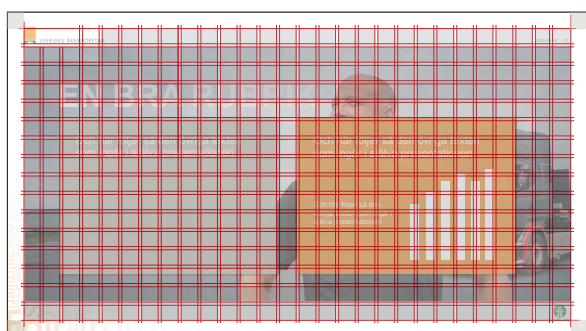


Mallsida G - två transparenta färgplattor



Mallsida G med två transparenta färgplattor, täthet 93%

“SÅ MÖRKGRÖN”
↓
TRANSPARENS 93%

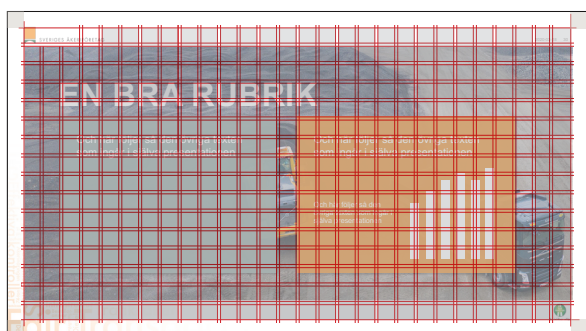


Mallsida G - två transparenta färgplattor



Mallsida G med två transparenta färgplattor, täthet 93%

“SÅ VARMGRÅ”
↓
TRANSPARENS 93%



Mallsida G - två transparenta färgplattor. En av de tre färgplattorna kan med fördel ges orange färg (vår profils huvudfärg). Det kan förstärka ett budskap och samtidigt vår identitet.



Mallsida G med två transparenta färgplattor, täthet 93%

“SÅ GRÅ/GRÖN”
↓
TRANSPARENS 93%

I denna sidtyp används transparenta färgplattor ovanpå bild som bakgrunder för rubriker, text och grafik. Genom att låta färgade plattor bilda bakgrund så skapas en yta som säkerställer att texter ges en lugn omgivning. Det säkerställer i sin tur god läsbarhet. Det är samtidigt enkelt, rent och stiligt.

I mallarna finns det fyra "basbilder" inbäddade i denna typ av sidor. Det är möjligt att välja mellan tre olika färger för plattorna - SÅ Mörkgrön, SÅ Varmgrå

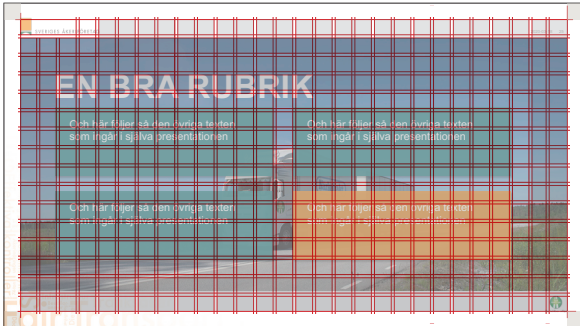
och SÅ Grågrön.

Typsnitten i mallarna är Arial och Times med varierande storlekar och fetthet.

I botten till vänster ligger vårt ordmoln med ord som anknyter till vår verksamhet och vår bransch.

Mallarna i form av Powerpoint-dokument finns att ladda ned via vårt intranät Gemet.

Powerpoint 7

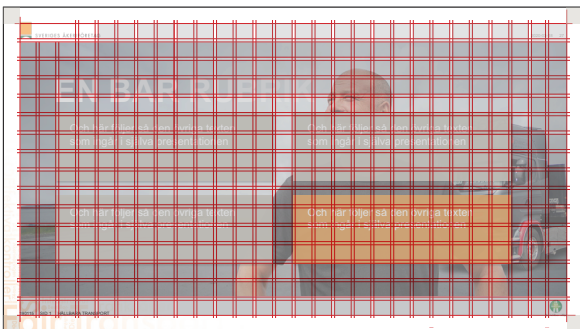


Mallsida H - fyra transparenta färgplattor



Mallsida H med fyra transparenta färgplattor, täthet 93%

"SÅ MÖRKGRÖN"
↓
TRANSPARENS 93%

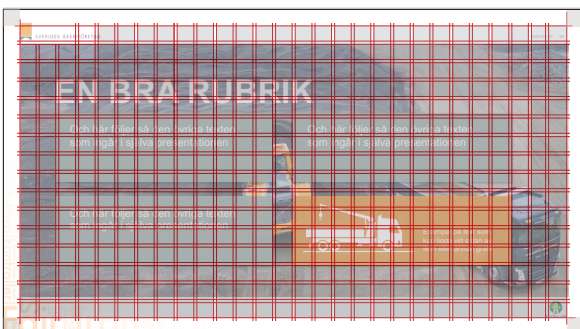


Mallsida H - fyra transparenta färgplattor



Mallsida H med fyra transparenta färgplattor, täthet 93%

"SÅ VARMGRÅ"
↓
TRANSPARENS 93%



Mallsida H - fyra transparenta färgplattor. En av de tre färgplattorna kan mer fördel ges orange färg (vår profils huvudfärg). Det kan förstärka ett budskap och samtidigt vår identitet.



Mallsida H med fyra transparenta färgplattor, täthet 93%

"SÅ GRÅ/GRÖN"
↓
TRANSPARENS 93%

I denna sidtyp används transparenta färgplattor ovanpå bild som bakgrunder för rubriker, text och grafik. Genom att låta färgade plattor bilda bakgrund så skapas en yta som säkerställer att texter ges en lugn omgivning. Det säkerställer i sin tur god läsbarhet. Det är samtidigt enkelt, rent och stiligt.

I mallarna finns det fyra "basbilder" inkomponerade i denna typ av sidor. Det är möjligt att välja mellan tre olika färger för plattorna - SÅ Mörkgrön, SÅ Varmgrå

och SÅ Grågrön.

Typsnitten i mallarna är Arial och Times med varierande storlekar och fetthet.

I botten till vänster ligger vårt ordmoln med ord som anknyter till vår verksamhet och vår bransch.

Mallarna i form av Powerpoint-dokument finns att ladda ned via vårt intranät Gemet.

Powerpoint 8 – Översikt



MALLSIDA A.
STARTSIDA/KAPITELSIDA.
Rubrik och undertext direkt i bild.
Fyra olika bilder valbara i mallen.



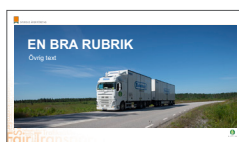
MALLSIDA D. Rubrik och text med bild till höger.
4 olika bilder valbara.



MALLSIDA F.
Bakgrundsbild med tre tonplattor.
(4 olika varianter, olika bakgrundsbilder)



MALLSIDA B. Rubrik och text.



MALLSIDA E. Rubrik och panoramabild.
4 olika bilder valbara.



MALLSIDA H.
Bakgrundsbild med fyra tonplattor.
(4 olika varianter, olika bakgrundsbilder)

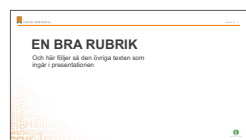


MALLSIDA C. Rubrik och text i punktlista.

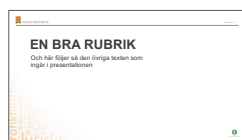


MALLSIDA G.
Bakgrundsbild med två tonplattor.
(4 olika varianter, olika bakgrundsbilder)

TRE OLIKA MALLAR MED VAR SITT UNIKA ORDMOLN



MALL GENERELL. Ordmolnet nere till vänstermed anknytning till hela branschen



MALL JURIDIK. Ordmolnet nere till vänster med anknytning till juridisk rådgivning



MALL UTBILDNING. Ordmolnet nere till vänster med anknytning till kompetensutveckling

Komplett översikt på alla de olika sidtyper som finns att välja på i Powerpoint-mallen.

Mallarna i form av Powerpoint-dokument finns att ladda ned via vårt intranät Gemet.

Mailavsändare



Exempel på mailavsändare

Även då vi skickar ett mail marknadsför vi oss själva, även om inte alltid tänker på det. Mail är en av de "kanaler" vi dyker upp i allra mest frekvent. Därför bör vi också här ha ett formspråk som går i linje med övriga uttryck.

Avsändaren och adressinformation i mail avskiljs från övriga innehållet med en streckad linje.

Därefter följer vår logotyp, namn, titel och övriga

adressinformationen. Namn och titel i egen grupp, övrig adressinformation också samlad i egen grupp. All text i adressinformationen skrivs i Arial Regular. Namnet i 12 punkters storlek. Övrig kontaktinformation i 10 pt. Radavstånd 12 punkter genomgående. Namnet skrivs alltid i versaler.

I botten på mailavsändaren infogas en grön balk med Fair Transports logotyp och tillhörande text. Under balken kort information och webbadress.

Avsändare Fair Transport



På visitkort låter vi de två logotyperna få husa på var sin sida. Under Fair Transports logotyp i detta sammanhang är devisen "Hållbara transporter utförda av ansvarstagande åkeriföretag" placerad. I övrigt mer publika sammanhang är devisen förkortad och mer kärnfull och lyder kort och gott "En hållbar affär".



Exempel på logotypernas placering i en inbjudan. Här placeras Sveriges Åkeriföretag som regel i toppen till vänster. Fair Transports logotyp i nedre kant till höger.



Exempel på placering av logotyper i annons. Sveriges Åkeriföretags logotyp i övre vänstra hörnet. Detta är huvudregeln.

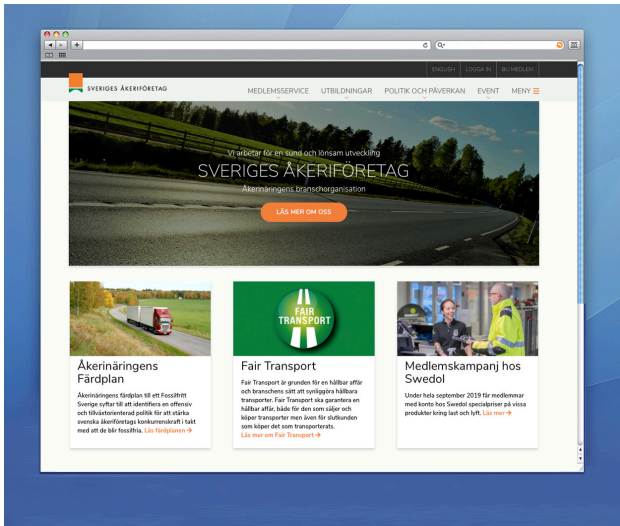


Exempel på placering av logotyperna i annons. Sveriges Åkeriföretags logotyp i nedre vänstra hörnet i detta fallet. Bör ske mer i undantagsfall.

Satsningen på Fair Transport är både långsiktig och ambitiös. Det är en unik satsning som vi ska vara mycket stolta över. Därför vill vi också synliggöra Fair Transports logotyp så mycket som möjligt i vår kommunikation. Viktigt i detta sammanhanget är att de två

logotyperna inte konkurrerar på ett oönskat sätt utan samsas väl och samverkar. Ovan ser du exempel på hur Sveriges Åkeriföretags logotyp bör stå i relation till Fair Transports.

Webb



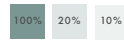
Webbplatsens färger är hämtade ur den tidigare beskrivna paletten. Framträndnade färger är de två huvudfärgerna för varumärket SÅ Orange och SÅ Grön. De mest frekventa färgerna på sidan är olika ljusa brytningar av i första hand SÅ Grå/grön. Det är lätta ljusa behagliga toner som ger texter en väl fungerande bakgrund.



"SÅ ORANGE"
CMYK 0 60 100 0
RGB 239 125 0
PANTONE 144 C



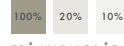
"SÅ GRÖN"
CMYK 100 30 90 0
RGB 0 90 37
PANTONE 348 C



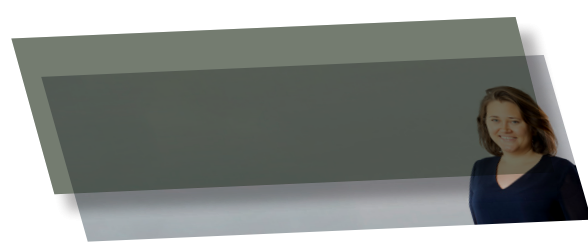
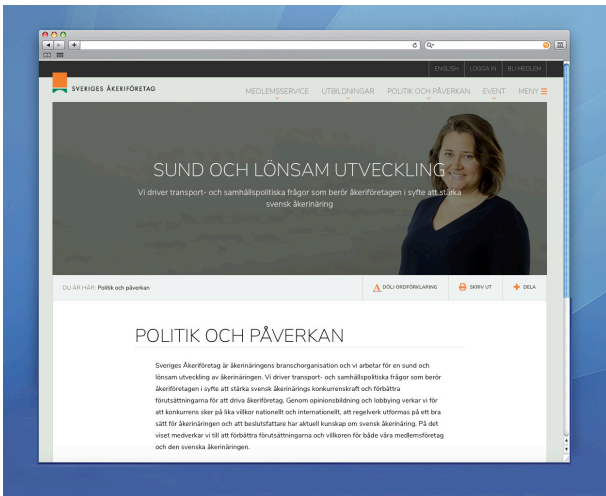
"SÅ GRÅ/GRÖN"
CMYK 55 30 40 2
RGB 137 151 145
PANTONE 444 C



"SÅ MÖRKGRÅ"
CMYK 0 0 0 85
RGB 75 75 77
PANTONE COOL GRAY 11C



"SÅ VARMGRÅ"
CMYK 30 25 35 5
RGB 185 178 162
PANTONE WARM GRAY 5C



"SÅ VARMGRÅ"
RGB 185 178 162



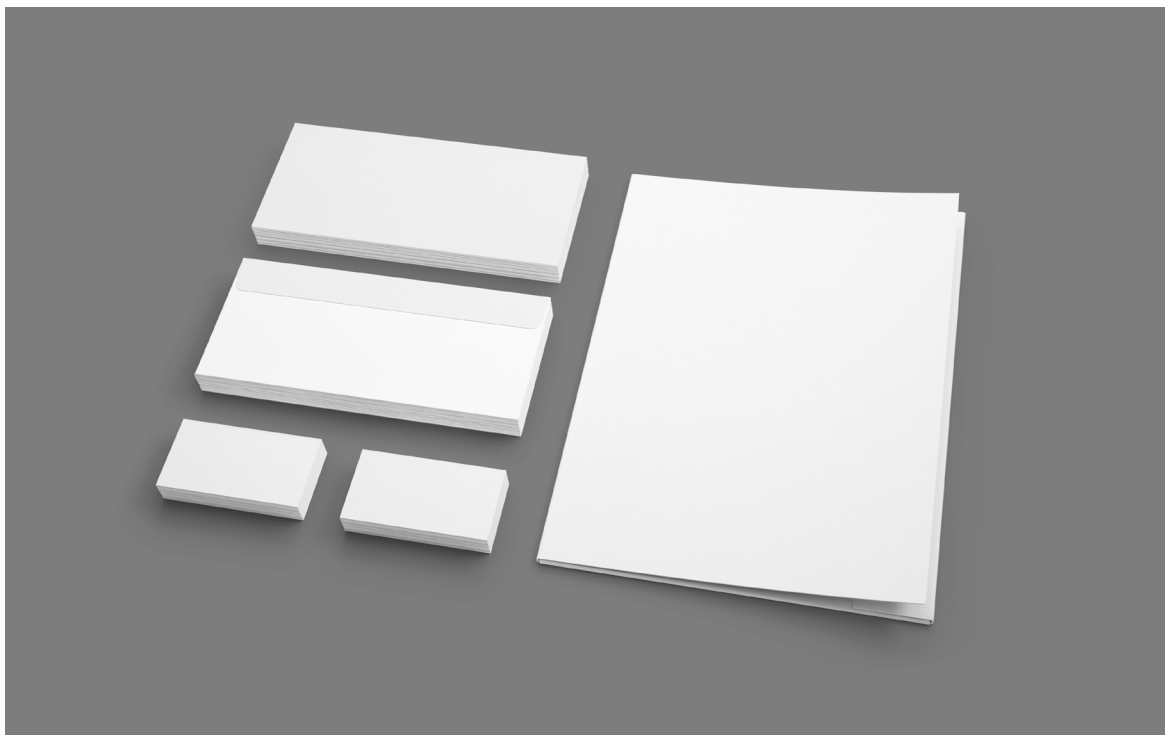
"SÅ GRÅ/GRÖN"
RGB 137 151 145

När texter kombineras med bilder på webbplatsen så är tillvägagångssättet detsamma som i övriga miljöer – det vill säga bild kombineras med färgplatta. Vi gör detta för att säkerställa att texten får en väl fungerande bakgrund och därmed en god läsbarhet. I webbmiljö kombineras två färger tillsammans (SÅ varmgrå & SÅ Grå/grön) för att säkerställa att bildbakgrunden blir tillräckligt mörk för att de vita texterna tecknar ut. Färgplattan skapas genom att båda färgerna ges 100% färgtäthet och tilldelas 100% transparens och funktionen multiplicering.

Sveriges Åkeriföretags webbplats är givetvis även den en viktig kanal för att nå ut via. Man kan snabbt konstatera att webbplatsen är det nav kring vilket den övriga kommunikationen och flesta aktiviteter snurrar. Vårt grafiska uttryck känns igen från våra andra miljöer.

er. Vi håller oss till en enkel och ren form med generösa luftiga ytor och stora bilder och som ger sidan ett behagligt lugn. Färgerna på sidan är hämtad ur vår gemensamma palett med varierande ljusa brytningar.

Pappersval



Utöver färger, typsnitt, ikongrafik och bildmanér så är val av papper för trycksaker en viktig del i hur vi uppfattas. Känslan i papprets yta och dess förmåga att återge bilder i tryck är egenskaper som är viktigt att tänka på i det här sammanhanget. Samtidigt så måste givetvis en rimlig prisnivå på pappret styra valet.

Det rekommenderade pappret för tryck är Scandia 2000. Det är obestruket träfritt papper som har en högvit och matt yta med tydlig gräng och som känns behaglig att hålla i. Det är ett papper som återger tryckta bilder på ett mycket bra sätt. Det är dessutom ett papper som håller en vettig prisnivå. Scandia 2000 lämpar sig främst för traditionell offsettryck.

För digitalt tryck så finns ett snarlikt papper som inne-

har liknade egenskaper som Scandia 2000, det pappret heter Maxioffset.

I de sammanhang det kan krävas en tåligare yta på pappret kan man med fördel lägga en matt transparent lack uppe på trycket. Det skapar en skyddande yta som ger ökad hållbarhet och längre livslängd på trycksaken i fråga.

Om det av någon anledning är aktuellt med bestruket papper i en trycksaksproduktion så rekommenderas istället för glansig eller blank yta en mattare typ av yta som kallas silk. Det är en kvalitet som ger en behaglig len yta med god förmåga till bildåtergivning.



Hållbara transporter utförda av ansvarstagande åkeriföretag

Idén med Fair Transport är att lyfta fram och uppmärksamma sunda transporter från ansvarsfulla åkerier. Åkerier som kör trafiksäkert, tänker klimatsmart och erbjuder goda arbetsförhållanden. Bra val ska löna sig, för både dem som köper och säljer transporter.