

Vår grafiska manual



Vår vision

– tillsammans skapar vi framtidens Hjo

Tillsammans

Vi kan bara göra detta tillsammans. Hjo & Me! Vår metod är samarbete. Det betyder inte att vi är överens om allt. Bara att vi är överens om att vi har ett gemensamt ansvar för den plats vi där vi bor. Goda möten och ett välkomnande förhållningssätt är nyckeln till framgång.

Skapar vi

Vi skapar framtidens Hjo genom att utveckla vår unika potential. För att lyckas behöver vi vara öppna för nya möjligheter – framtiden skapar vi varje dag och alla bidrar efter förmåga. För vi är inte bara kommunen, näringslivet eller föreningarna. Vi är alla, alla tillsammans. Ett starkt lag som med lite planering och kreativitet skapar ett ständigt ännu bättre Hjo.

Framtidens Hjo

I framtidens Hjo samarbetar vi över gränserna för att nå ännu längre. Vi är en välkomnande och levande stad med ett rikt utbud av meningsfulla aktiviteter för alla åldrar. Hjoborna lever på ett hållbart sätt och tar vara på den lilla stadens stora fördelar. Kommunikationerna är goda och det är nära mellan såväl människor som platser. Attraktiva boenden och idylliska miljöer drar till sig nya invånare och nya besökare. När vi blir fler kan vi bättre möta framtidens utmaningar och upprätthålla en hög kvalitet på både utbildning och äldreomsorg.

Innehåll

Vår vision.....	2	Affischer.....	20
Innehåll.....	3	Dokumentmallar.....	22–23
Att bygga ett varumärke.....	4	Roll-ups.....	24
Varför en grafisk profil?.....	5	Profilkläder.....	25
Vår logotyp.....	6	Bildekor.....	26
Typografi.....	7	Flaggor och skyltar.....	27
Profilfärger.....	8		
Grafisk dekor.....	9	SAMARBETEN	
Rätt bild säger mer.....	10	Annonser.....	29
		Roll-ups.....	30
GRAFISKT MATERIAL		Foldrar och broschyrer.....	31
Korrespondenskort, visitkort och kuvert.....	12	Affischer.....	32
Brevmall.....	13		
E-postsignatur.....	14	PROFILERING FÖR ÖVRIGA VERKSAMHETER	
Annonser.....	15	Sär- och samprofilering.....	34
Presentation.....	16		
Tryckta foldrar och broschyrer.....	17	PLATSMÄRKE	
Inlagor i foldrar och broschyrer.....	18	Hjärtat – Hjos platsmärke.....	36
Interna utskrifter av foldrar och broschyrer.....	19	Platsmärket i olika varianter.....	37
		Applivering med platsmärke.....	38

ATT BYGGA ETT VARUMÄRKE

Det tar tid att bygga ett varumärke och det är viktigt att blicka bakåt för att kunna gå framåt. År 2013 firade Hjo 600 år som stad. Stadens position med sin hamn vid Hjoåns utlopp i Vättern har alltid varit viktig. Och detta avspeglas också i Hjo stadsvapen.

En gång var det över vattnet de viktiga kommunikationslederna gick. Långt innan vägar blev farbara och trygga för resande och handlande. Hästholmens 3 500 år gamla hållristningar av skepp vittnar om detta. För Hjo har läget vid Vätterns strand och förbindelserna över vattnet alltid varit avgörande.

Kyrkan, som klostret i Alvastra ägde stora egendomar på Västgötasidan liksom mäktiga släkter som Bjälboätten i Vadstena. Det tidiga Hjo blev en viktig plats; man måste ju äta, sova och proviantera – besöksnäring kallar vi det numera.

Hjo är en stad där historien gör sig påmind i varje gathörn. Det är det som gör Hjo speciellt. De äldsta delarna av staden upplever du bäst bland de gamla kullerstensgatorna nära kyrkan och Stora Torget. Där är gatunätet bibehållet från slutet av 1300-talet.

När Hjo fick Europa Nostra-medaljen år 1990 var det första gången en hel miljö prisades istället för en enskild byggnad.

Inspiration hämtad ur Hjo historia

Denna grafiska profil har hämtat sin inspiration ur Hjo historia, dess läge vid Vättern med den bördiga jordbruksbygden och den rika bebyggelsekulturen. Design av trycksaker, val av färger och typografi har sin grund i detta.



VARFÖR EN GRAFISK PROFIL?

Riktlinjer

Den grafiska profilen är riktlinjer som ska vara ett stöd i vårt informations- och kommunikationsarbete, oavsett om det gäller en enkel skylt, affisch eller en mer avancerad trycksak. Logotypen tillsammans med den grafiska profilen skapar den visuella identiteten och ger kommunen ett ansikte. Den grafiska profilen är en förutsättning för att säkra kvaliteten och är utformad för att underlätta arbetet med formgivare, tidningar, tryckerier och reklambyråer med flera. Det gäller för alla som i någon form arbetar med kommunikation – internt och externt – inom kommunen.

Identifikation

För att alla ska uppfatta att det är Hjo kommun som står bakom ett meddelande måste vi vara konsekventa. Med tiden arbetas kännedom och identifikation in hos mottagarna och våra budskap får bättre genomslagskraft. Och, framför allt, man minns att det är Hjo kommun som är avsändare.

Trovärdighet

Ett genomtänkt grafiskt utseende ger ett professionellt intryck och förstärker våra budskap på ett positivt sätt. Det är därför viktigt att alla som kommunicerar utnyttjar samma visuella grund så att vi uppfattas som seriösa och trovärdiga.

Innehåll

Det är många befattningshavare inom Hjo kommun som på olika sätt kommunicerar externt eller internt. Det är viktigt att alla använder sig av de riktlinjer som anges för att undvika att vårt material spretar åt olika håll. Det underlättar arbetet samtidigt som vi kan lägga kraft på att utforma budskapet på ett sätt som verkligen når fram.

Informationsenhetens roll

Informationsenheten ger råd och rekommendationer om den grafiska profilen och följer upp att anvisningarna i

manualen följs. Kontakta Informationsenheten om du behöver kompletterande anvisningar.

Den grafiska profilen är i första hand ett digitalt dokument. Ambitionen är inte att dokumentet ska täcka alla frågor om grafisk profil.

Har du frågor som rör profilen?

Vänd dig till informationschef Lena Bogren, 0503-351 39 eller e-posta till lana.bogren@hjo.se

VÅR LOGOTYP

Hjo kommuns logotyp består av Hjos stadsvapen och texten HJO som symboliserar en plats med historiskt värde som följer med i den moderna utvecklingen. Logotypen är tydlig, enkel och stolt. Ordet *kommun* är inte utskrivet då stadsvapnet tillsammans med ortsnamnet tydligt visar att det rör sig om en kommun.

Stadsvapnet är moderniserat av Vladimir A Sagerlund på Statens heraldiska verksamhet, Riksarkivet och har på senare tid omarbetats för att bättre passa till digitala media.

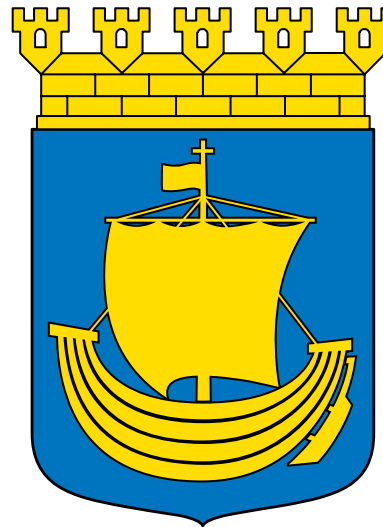
Placering av logotypen

Logotypen ska alltid placeras på vit bakgrund (undantag kan göras vid tryck av kläder, se sidan 25) och det ska finnas en frizon runt logotypen som motsvarar vapnets bredd, se exempel. Det innebär att inga objekt får förekomma inom logotypens frizon, till exempel texter, symboler etc. Undantag gäller när vi använder logotypen tillsammans med vår grafiska dekor, se skiss.

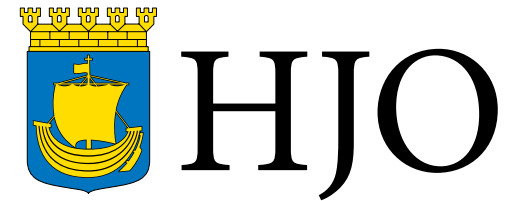
Placering av logotypen tillsammans med vår grafiska dekor

När vi placerar logotypen tillsammans med vår grafiska dekor gäller förhållningen som motsvarar höjden i bokstaven O i texten Hjo. Här mäter vi förhållanden från textens underkant till dekorens djup, se skiss.

STADSVAPNET



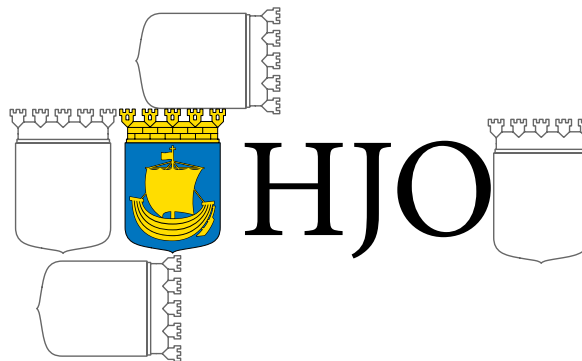
LOGOTYP I FÄRG



LOGOTYP I SVART/VITT



LOGOTYPENS FRIZON



LOGOTYPENS FÖRHÅLLANDE
TILL GRAFISK DEKOR



TYPOGRAFI

Typografin är en viktig del i den grafiska profilen. Vi har valt ett huvudtypsnitt som är sobert och som förmedlar *Hjo-känslan* – ljushet, lätthet, karaktär och tradition.

Huvudtypsnitt

Vårt huvudtypsnitt heter Gill Sans och är ett stilrent och

klassiskt typsnitt med egen karaktär. Det är viktigt att kommunens grafiska kommunikation är lättillgänglig och tydlig. Gill Sans är ett erkänt lättläst typsnitt som finns i många olika skärningar.

Huvudtypsnittet använder vi till alla rubriker, ingresser, kortare texter och i det mesta av vårt externa material.

GILL SANS LIGHT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö

GILL SANS REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö

GILL SANS BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö

Komplementtypsnitt

Många gånger behövs ett typsnitt som är anpassat och ritat för längre löpande texter, till exempel för våra större interna dokument. Därför ingår även ett komplementtypsnitt i den grafiska profilen. Lämpligt är ett antikvativtypsnitt som har god läsbarhet även i mindre typsnittstorlekar. Som komplement har vi därför valt det klassiska typsnittet Garamond som dessutom kontrasterar fint till det stilrena Gill Sans.

Komplementtypsnittet ska användas sparsamt och är i huvudsak tänkt att användas för löpande texter och ingresser som omfattar många sidor. Till rubriker använder vi fortfarande Gill Sans.

GARAMOND

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 TUVWXYZÅÄÖ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
 1234567890

Undantagsfall

Om det finns tekniska begränsningar och vi inte har tillgång till huvudtypsnittet Gill Sans använder vi istället typsnittet Arial. Finns inte heller typsnittet Garamond att tillgå kan det bytas ut mot Times.

PROFILFÄRGER

Hjo kommun har en huvudfärg som är plockad från stadsvapnet i logotypen och huvudfärgen används bland annat till vårt grafiska element. Vi har också fyra komplementfärger som kan användas till olika tonplattor i våra inlagor och till faktarutor:

För att uppnå känslan av *lätthet, ljus och en öppen horisont* använder vi mycket av papprets vita yta för en luftig layout.

Tänk på att det är minst lika viktigt att färgerna alltid är desamma som att rekommendationer för logotyp och typsnittet efterlevs.

Olika färgdefinitioner

Färgerna definieras på olika sätt beroende på medium. I trycksammanhang talar man om två olika färgskalor –

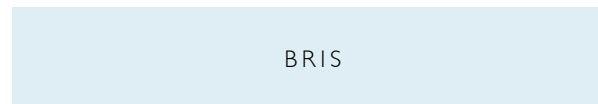
PMS och Europaskalan (CMYK). PMS tillämpas när färgen används färdigblandad, tex vid screentryck, och CMYK används vid fyrfärgstryck där de fyra grundfärgerna; gult, magentarött, cyanblått och svart blandas samman. Vid skyltning kan även andra färgblandningssystem användas och för bildskärm definieras färgen i RGB.

Huvudfärg



PMS: 300C CMYK: 100 40 0 0 RGB: 0 117 189

Komplementfärger



PMS: 643C CMYK: 13 0 3 3 RGB: 238 238 241



PMS: Warm Grey 1C CMYK: 3 3 8 7 RGB: 215 210 203



PMS: 5665C CMYK: 5 0 10 15 RGB: 218 222 211



PMS: 656C CMYK: 10 2 0 0 RGB: 234 243 252

GRAFISK DEKOR

I Hjo kommuns grafiska identitet ingår logotyp, typsnitt, färger och bildspråk men även en form som vi kallar för grafisk dekor. Den grafiska dekoren är tänkt att användas både internt och externt och ska gå som en röd tråd genom allt vårt material. Formen kan symbolisera såväl horisonten, vattnet som luften och harmonierar väl med Kulturkvarterets grafik. Den grafiska dekoren används enbart i vår huvudfärg och vitt.

För vårt internt framtagna material är det viktigt att den grafiska dekoren inte stjäl för mycket utrymme och med hänsyn till våra interna utskrifter har vi valt en form som fungerar utan utfall och inte innehåller stora färgfält. Däremot använder vi gärna den grafiska dekoren med utfall i det material som syns externt. Den kan också användas i tonad version, se skiss.

OBS! För till exempel ett dokument på flera sidor räcker det med att den grafiska dekoren finns med på fram- eller baksida. Huvudsaken är att vårt material är unikt och kännetecknas genom det grafiska elementet.

GRAFISK DEKOR (ALTERNATIVA FÄRGER HJO BLÅ, VIT ELLER TONAD)



RÄTT BILD SÄGER MER

Staden Hjo är unik på många sätt. Här finns närheten till människorna, vattnet, naturen, våra historiska byggnader och de charmiga kullerstengatorna.

Våra bilder ska förmedla platsen Hjo och bilderna ska i möjligaste mån kunna förknippas med just vår stad. Unika kännetecken för Hjo som kan synas i våra bilder kan vara byggnader, platser, detaljer, bakgrundsvyer med mera.

Välj gärna bilder med fokus på spännande vinklar och detaljer. Leta fram bilder som är intressanta för målgruppen.

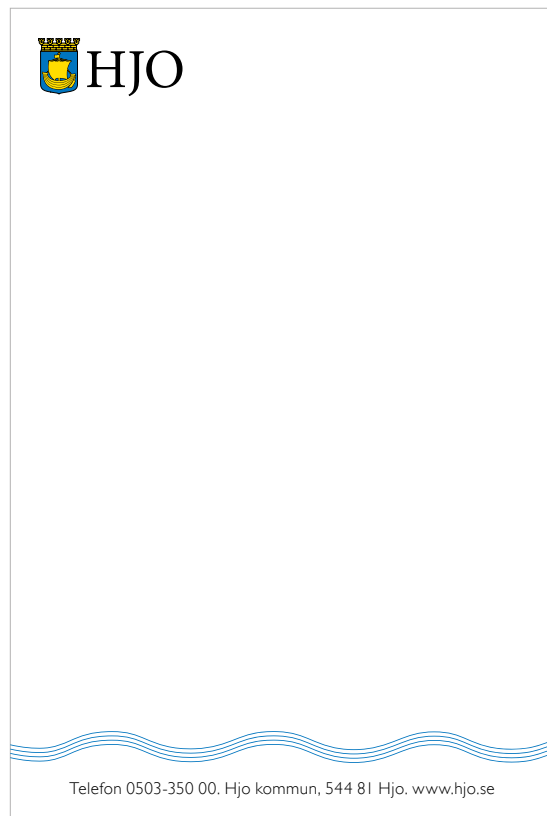
OBS! Välj hellre lite för ljusa bilder än för mörka.

BILDSPRÅK



Grafiskt material

KORRESPONDENSKORT, VISITKORT OCH KUVERT



KORRESPONDENSKORT

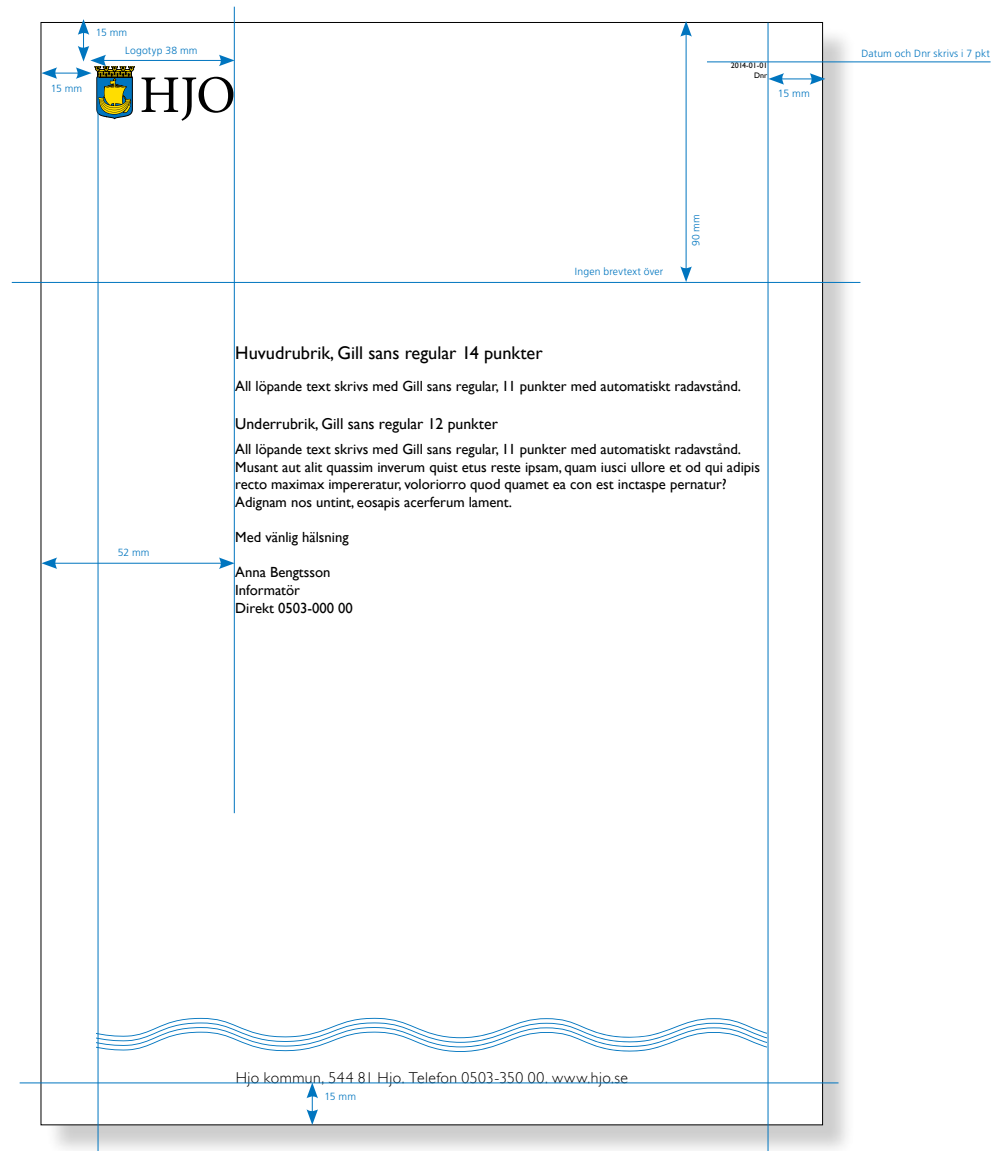


VISITKORT



KUVERT MED ADRESS PÅ FLIK

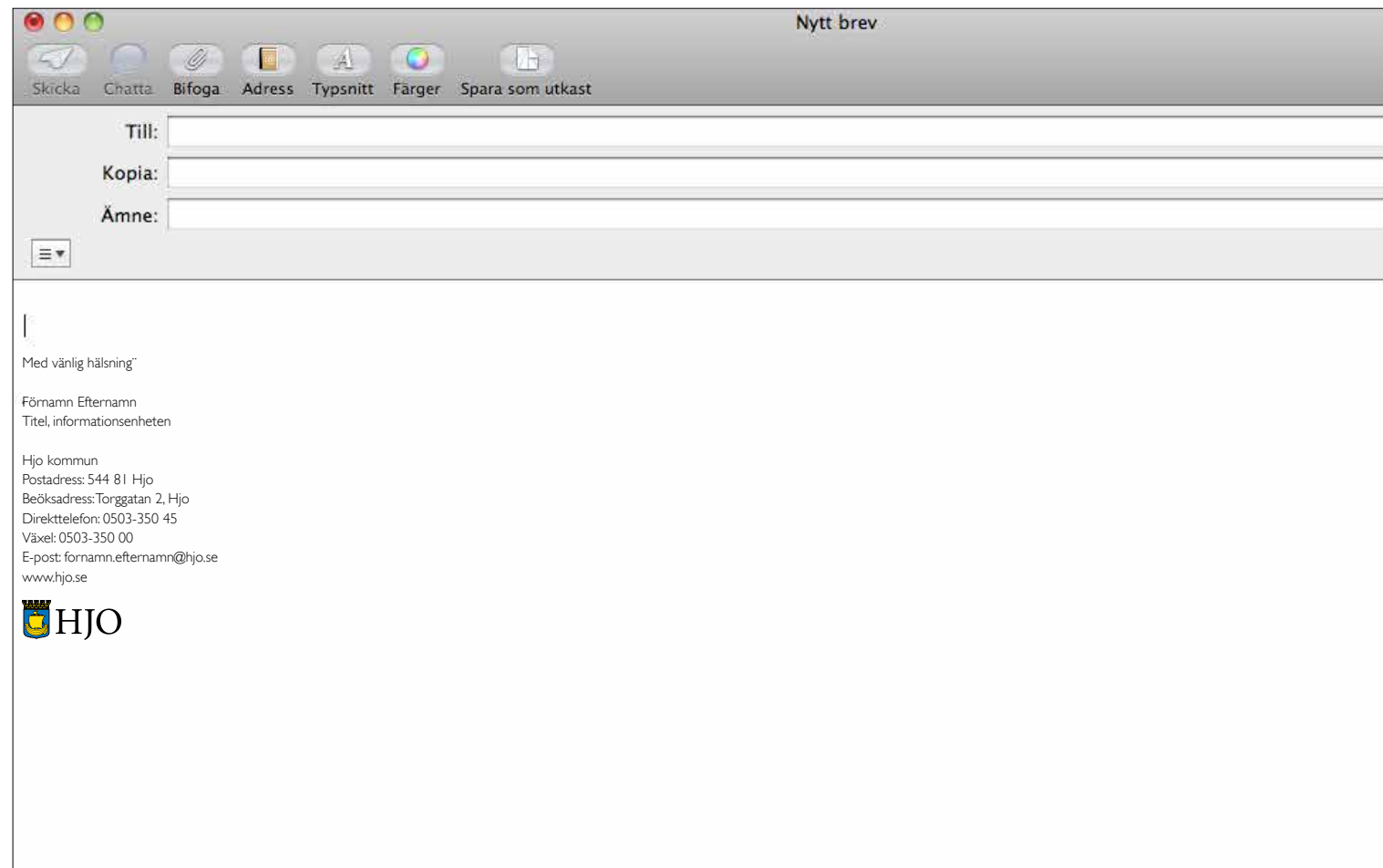
BREVMAILL



A-POSTSIGNATUR

Vi ska alltid använda en enhetlig signatur i våra e-postmeddelanden för igenkännande och tydlighet.

GEMENSAM AVSÄNDARSIGNATUR



The image shows a screenshot of an email client window titled "Nytt brev". The window has a toolbar with icons for "Skicka", "Chatta", "Bifoga", "Adress", "Typsnitt", "Färger", and "Spara som utkast". Below the toolbar are three input fields for "Till:", "Kopia:", and "Ämne:". A small menu icon is visible below the "Ämne:" field. The main body of the email contains a signature template with the following text:

Med vänlig hälsning

Förnamn Efternamn
Titel, informationsenheten

Hjo kommun
Postadress: 544 81 Hjo
Beöksadress: Torggatan 2, Hjo
Direkttelefon: 0503-350 45
Växel: 0503-350 00
E-post: fornamn.efternamn@hjo.se
www.hjo.se


Below the text is the Hjo logo, which consists of a small crest icon followed by the letters "HJO" in a bold, sans-serif font.

ANNONSER

Här ser du exempel på utformning av våra annonser, med eller utan bild. Logotypen placeras alltid nere till höger ovanför vår grafiska dekor

Då vi använder bilder monteras de alltid med utfall till höger och vänster. Utfall kan även användas upptill och/eller nertill och den vita ytan får varieras i höjd.


OBS! Försök att hålla annonserna luftiga och välj gärna ljusa bilder. Tänk på att bilder alltid blir mörkare i dagspresstryck.



En annonsrubrik som lockar läsare

Nest om moluptatur alicium an idenem quiat is di doluptkate omnisqui aspella ccaborepudi beruntius nonsi re volupequam.

Jenis ullupti corerat iationsed que nobist qui vour adi ti corerat sed in quos pore voluptatur pudae.




En bra annonsrubrik som lockar läsare

Nest om moluptatur alicium an idenem quiat is di doluptkate omnisqui aspella ccaborepudi beruntius nonsi re volupequam venis ullupti corerat iationsed que nobist qui vour adi ti coreratsed in quos pore voluptatur pudae.




En bra annonsrubrik som lockar läsare

Nest om moluptatur alicium an idenem quiat is di doluptkate omnisqui aspella ccaborepudi beruntius nonsi re volupequam venis ullupti corerat iationsed que nobist qui vour adi ti coreratsed in quos pore voluptatur pudae.

Ouiditatur atquae con no. Faisqu idelibu saes sitis aut quisti ntruria qui con ea doloressequi ut ullent doluptiiseidest quae repeliqua ditatur; nis rem que qui volupta tinvenis enis porum voluptus ut aut ium quina pos neellat optatia quost. ut haria nistrum aut hilloris dolor reratus ipsaece rpienimint et odit dere sintur.




En bra annonsrubrik som lockar läsare



Nest om moluptatur alicium an idenem quiat is di doluptkate omnisqui aspella ccaborepudi beruntius nonsi re volupequam venis ullupti corerat iationsed que nobist qui vour adi ti coreratsed in quos pore voluptatur pudae.

Nest om moluptatur alicium an idenem quiat is di doluptkate omnisqui aspella ccaborepudi beruntius nonsi re volupequam venis ullupti corerat iationsed que nobist qui vour adi ti coreratsed in quos pore voluptatur pudae

Läs mer på www.hjo.se



PRESENTATIONER

För presentationer i Powerpoint och på OH-blad gäller samma profil som för övrigt material förutom att bilder inte behöver vara utfallande på sidorna.

Mallarna installeras automatiskt när en ny dator levereras. Om du har en dator som saknar rätt dokumentmallar kontaktar du It-enheten.

Presentation av Hjo kommun i PowerPoint

Nest om moluptatur alicium an idenem quiat is di dolupt
kate om nisqui aspella ccaborepudi beruntius nonsi re vo
lupe quam venis ullupti corerat iationsed que nobist qui
vour adi ti coreratsed in quos pore voluptatur pudae.



Presentation med bild



Presentation av Hjo kommun i punktform

- Här följer meningen i vår punktpresentation
- På rad nummer två hittar du punkt nummer två
- Sedan kommer nummer 3
- Sist men inte minst har du meningen för punkt

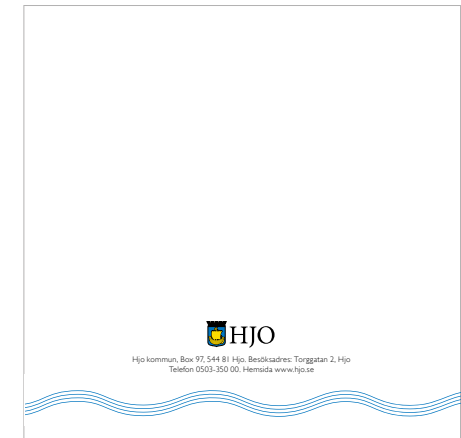


TRYCKTA FOLDRAR OCH BROSHYRER

EXEMPEL FRAMSIDA FOLDER/BROSHYR



EXEMPEL MED TONAD GRAFISK DEKOR PÅ BILDEN



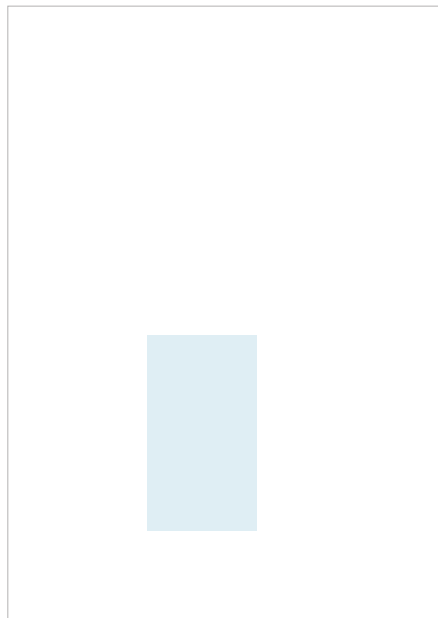
EXEMPEL BAKSIDA FOLDER/BROSHYR

Här ser du exempel på omslag för våra foldrar och broschyrer. Rubriker placeras centererade på vit bakgrund och på sidans övre del. Om rubriken placeras på bild får den även sättas vänster- eller högerställd, dock inte utanför marginalen. Vår grafiska dekor monterar på sidans nedre del, i blått, vitt eller tonad variant av vitt på bild. På framsidor placeras logotypen till höger nertill på sidan enligt exemplen. På baksidor placeras logotypen och adressuppgifter centererat, se exempel.

Då vi använder bilder monterar de alltid med utfall till höger och vänster om bilden. Utfall kan även användas upptill och/eller nertill och den vita ytan får varieras i höjd.

INLAGOR I FOLDRAR OCH BROSHYRER

FAKTARUTOR



Vår vision

Hjo ska vara känd för sin unika boendemiljö – samspelet mellan byggnad, miljö och sjö, en välkänd kommun dit människor ständigt återkommer.

Hjo ska vara känd för sin kommunala service som behåller och attraherar etablerandet av ett differentierat näringsliv såväl i stad som på landsbyggt.

Hjo ska vara en kommun som präglas av omtanke, delaktighet och gemenskap vilket gör Hjo till en unik kommun att leva, verka och bo i.

Vår vision

Hjo ska vara känd för sin unika boendemiljö – samspelet mellan byggnad, miljö och sjö, en välkänd kommun dit människor ständigt återkommer.

Hjo ska vara känd för sin kommunala service som behåller och attraherar etablerandet av ett differentierat näringsliv såväl i stad som på landsbyggt.

Hjo ska vara en kommun som präglas av omtanke, delaktighet och gemenskap vilket gör Hjo till en unik kommun att leva, verka och bo i.

Vår vision

Hjo ska vara känd för sin unika boendemiljö – samspelet mellan byggnad, miljö och sjö, en välkänd kommun dit människor ständigt återkommer.

Hjo ska vara känd för sin kommunala service som behåller och attraherar etablerandet av ett differentierat näringsliv såväl i stad som på landsbyggt.

Hjo ska vara en kommun som präglas av omtanke, delaktighet och gemenskap vilket gör Hjo till en unik kommun att leva, verka och bo i.

Vår vision

Hjo ska vara känd för sin unika boendemiljö – samspelet mellan byggnad, miljö och sjö, en välkänd kommun dit människor ständigt återkommer.

Hjo ska vara känd för sin kommunala service som behåller och attraherar etablerandet av ett differentierat näringsliv såväl i stad som på landsbyggt.

Hjo ska vara en kommun som präglas av omtanke, delaktighet och gemenskap vilket gör Hjo till en unik kommun att leva, verka och bo i.

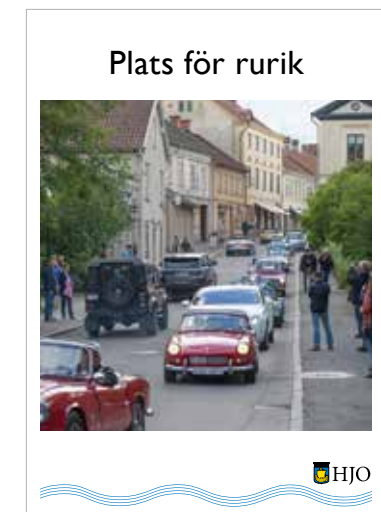
Här visas exempel på hur våra komplementfärger kan användas som tonplattor och faktarutor på inlagor i foldrar och broschyrer. Vi använder aldrig tonplattor på våra fram- eller baksidor. Våra inlagssidor har en 15 mm marginal runt om och våra textstycken placeras i en- eller tvåspalt.

INTERNA UTSKRIFTER AV FOLDRAR OCH BROSCHYRER

Här visas exempel på framsidor som är anpassade för våra interna utskrifter som vi producerar och skriver ut själva. Här använder vi samma profil som för tryckta foldrar och broschyrer; skillnaden är att vi har marginaler runt om på sidorna och alltså inget utfall.

Rubriker placeras centrerade på vit bakgrund och på sidans övre del. Om rubriken placeras på bild får den även sättas vänster- eller högerställd, dock inte utanför marginalen.

Våra dokumentmallar har en marginal på 15 mm runt om. Mallar finns att hämta på vår server.



AFFISCHER

Här ser du exempel på utformning av våra affischer där logotypen alltid placeras nere till höger. Då vi använder bilder monteras de alltid med utfall till höger och vänster om bilden. Utfall kan även användas upptill och/eller nertill och den vita ytan får varieras i höjd.

För rubrik och text gäller en vänster- och högermarginal på minst 15 mm.



INTERNA UTSKRIFTER AV AFFISCHER

Här visas exempel på affischer som är anpassade för våra interna utskriftar som vi producerar och skriver ut själva. Här använder vi samma profil som för tryckta foldrar och broschyrer, skillnaden är att vi har marginaler runt om på sidorna och alltså inget utfall.

Våra dokumentmallar har en marginal på 15 mm runt om. Mallar finns att hämta på vår server.



Plats för rubrik

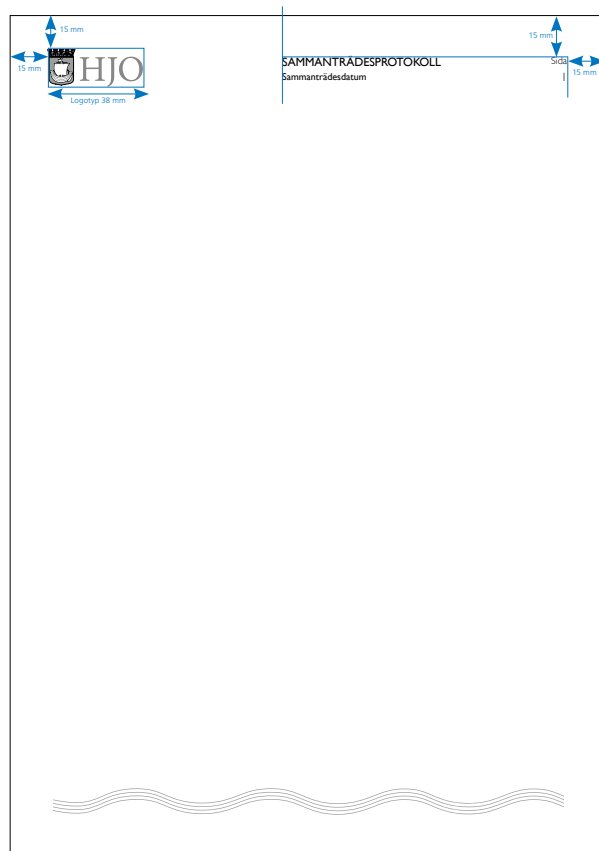


Plats för en
passande
rubrik

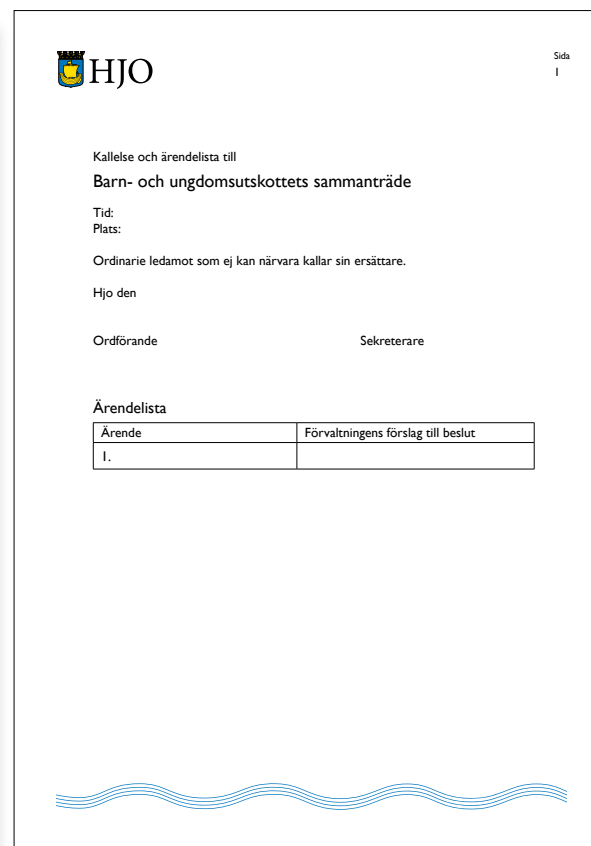


DOKUMENTMALLAR

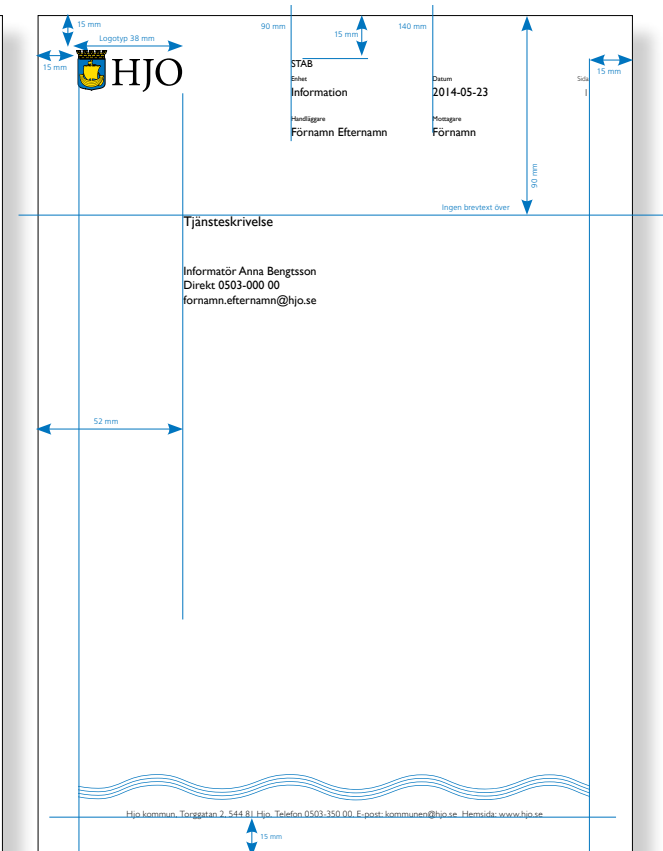
Våra dokumentmallar har en marginal på 15 mm runt om.
Mallar finns att hämta på vår server:



SAMMANTRÄDESPROTOKOLL I GRÅSKALA



KALLELSE



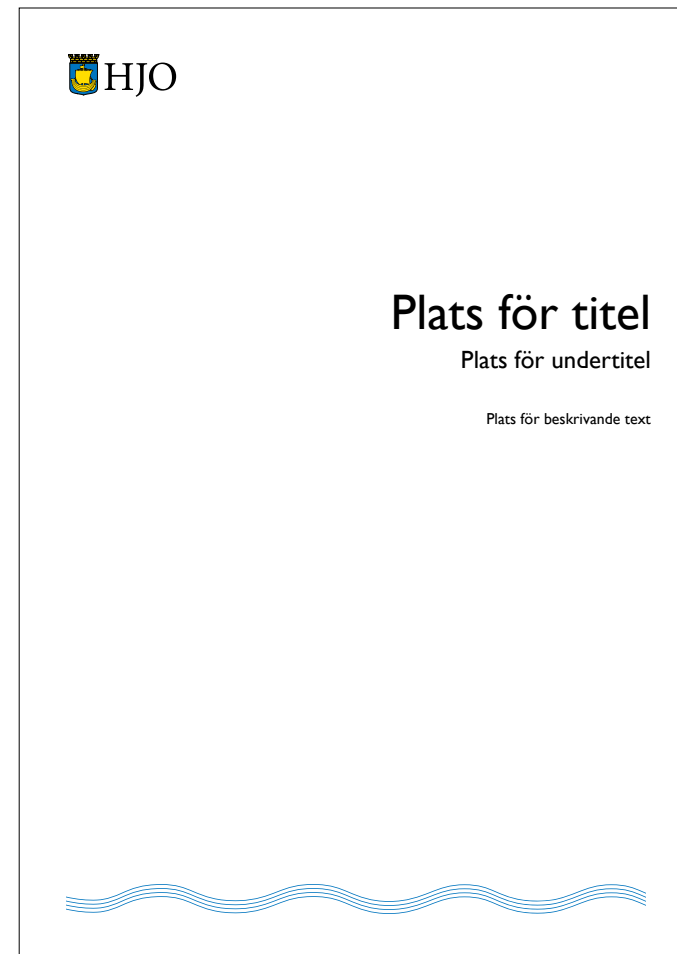
TJÄNSTESKRIVELSE

DOKUMENTMALLAR

Våra dokumentmallar har en marginal på 15 mm runt om.
Mallar finns att hämta på vår server:



RAPPORT POPULAR MED BILD



RAPPORT POPULAR

ROLL-UPS

Roll-ups är ett rullgardinsystem som är lätt att hantera och fungerar bra på mässor, utställningar och i andra sammanhang där vi vill informera snabbt, tydligt och enkelt.

Här ser du exempel på roll-ups anpassade efter Hjo kommuns grafiska profil. Vår grafiska dekor placeras på sidans nedre del i blått, på bilder i vitt eller tonad vit. Logotypen placeras till höger och nertill på sidan enligt exemplen. Rubriker sätts i Gill Sans Light eller Gill Sans Regular.

Då vi använder bilder monteras de alltid med utfall till höger och vänster om bilden. Utfall kan även användas upptill och/eller nertill och den vita ytan får varieras i höjd. Vill vi använda flera bilder kan vi montera dem tillsammans så att de ändå bildar en helhet.

Minsta marginal från botten är 30 cm.



En bra rubrik som lockar målgruppen

Nest om moluptatur alicium an idenem quiat is di doluptkate omnisqui aspella ccaborepudi beruntius nonsi re volupe quam venis ullupti corerat iationsed que nobist qui vour adi ti coreratsed in quos pore voluptatur pudae.




Minst 30 cm



En bra rubrik som passar målgrupp

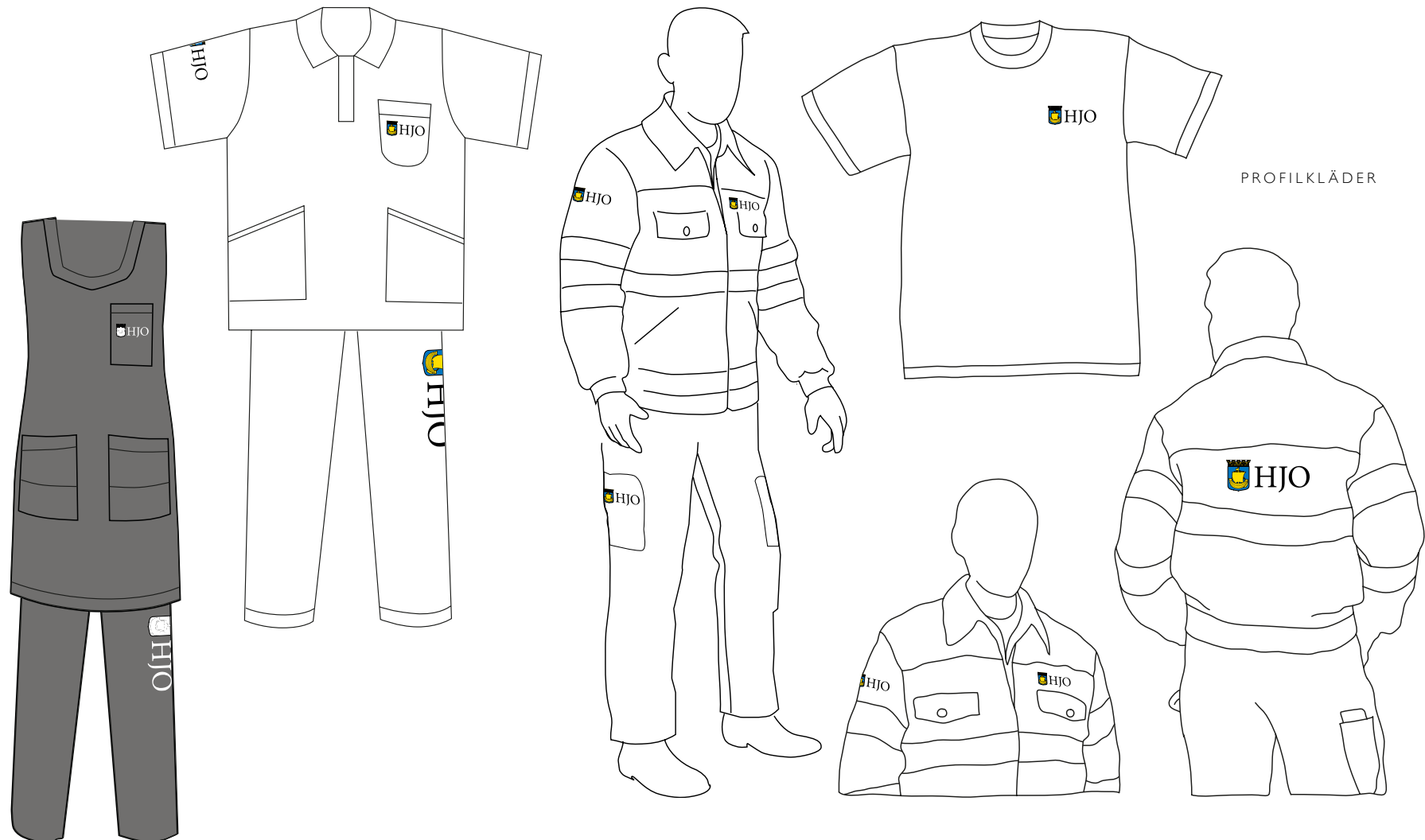
Nest om moluptatur alicium an idenem quiat is di doluptkate omnisqui aspella ccaborepudi beruntius nonsi re volupe pore voluptatur pudae.




PROFILKLÄDER

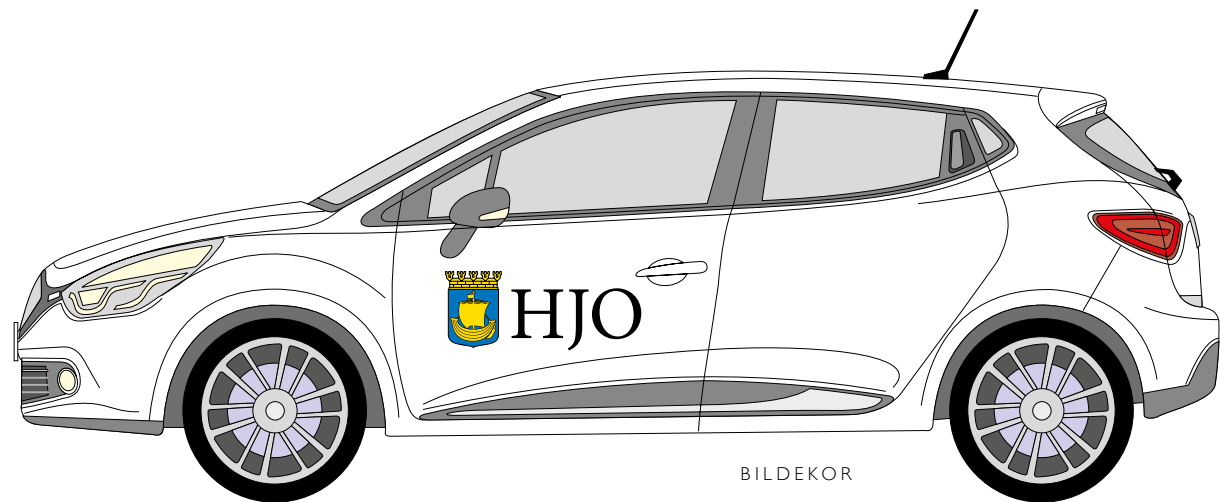
Hjo kommuns logotyp ska alltid användas på våra arbetskläder och profilkläder. I första hand väljer vi alltid logotypen i färg. För mörka kläder kan vi använda vår

negativa logotyp för bättre synlighet. Här nedan ser du exempel på olika placeringar på våra profilkläder.



BILDEKOR

På våra fordon används enbart logotypen enligt skiss.
Logotypen ska vara i färg och placeras på fordonets
framdörrar.



BILDEKOR

FLAGGOR OCH SKYLtar

FLAGGA



Här visas exempel på utformning av flagga och skyltar:
Bottenfärgen bör alltid vara vit och på skyltar används
logotypen i mesta mån tillsammans med vår grafiska dekor.

I de fall då logotypen behöver återges i större storlek kan
den användas solitärt, utan grafisk dekor.

SKYLt MED UTFALL



SKYLt UTAN UTFALL



Samarbeten

ANNONSER MED SAMARBETSPARTNERS

I annonser där våra samarbetspartners ska vara med ska deras logotyper vara underordnade Hjo kommun i storlek och placeras längst ner till vänster. Som riktlinjer använder vi texten HJO, se stödlinjer i exempel. Vi försöker i största möjligaste mån använda den annonsbredd som

behövs för att våra samarbetspartners ska få plats på en och samma rad. I undantagsfall får samarbetspartners logotyper placeras under den grafiska dekoren. Storleken och proportioner på logotyperna ska ändå vara desamma som i exemplen.



En annonsrubrik som lockar läsare

Nest om moluptatur alicium an idenem quiat is di doluptkate omnis qui aspella ccaborepudi beruntius nonsi re volupequam. Jenis ullupti corerat iationsed que nobist qui vour adi ti corerat.




En bra annonsrubrik som lockar läsare

Nest om moluptatur alicium an idenem quiat is di doluptkate omnisqui aspella ccaborepudi beruntius nonsi re volupequam venis ullupti corerat iationsed que nobist qui vour adi ti coreratsed in quos pore voluptatur pudae.



ROLL-UPS MED SAMARBETSPARTNERS

På roll-ups där våra samarbetspartners ska vara med ska deras logotyper vara underordnade Hjo kommun i storlek och placeras längst ner till vänster. Som riktlinjer använder vi texten HJO, se stömlinjer i exempel. Då roll-upens bredd inte räcker till får samarbetspartners logotyper placeras under den grafiska dekoren, se exempel. Storleken på logotyperna ska ändå vara densamma som för placering i första alternativet.


Vårt grafiska element placeras på sidans nedre del, i blått eller tonad vit på bild. Logotypen placeras till höger och nertill på sidan enligt exemplet. Rubriker får sättas i Gill Sans Light eller Gill Sans Regular.

Då vi använder bilder monteras de alltid med utfall till höger och vänster om bilden. Utfall kan även användas upptill och/eller nertill och den vita ytan får varieras i höjd.





En bra rubrik som lockar målgruppen

Nest om moluptatur alicium an idenem
quiat is di doluptkate omnisqui aspella
ccaborepudi beruntius nonsi re volupe
quam venis ullupti corerat iationesd
que nobist qui vour adi ti coreratsed in
quos pore voluptatur pudae.

En bra rubrik som lockar

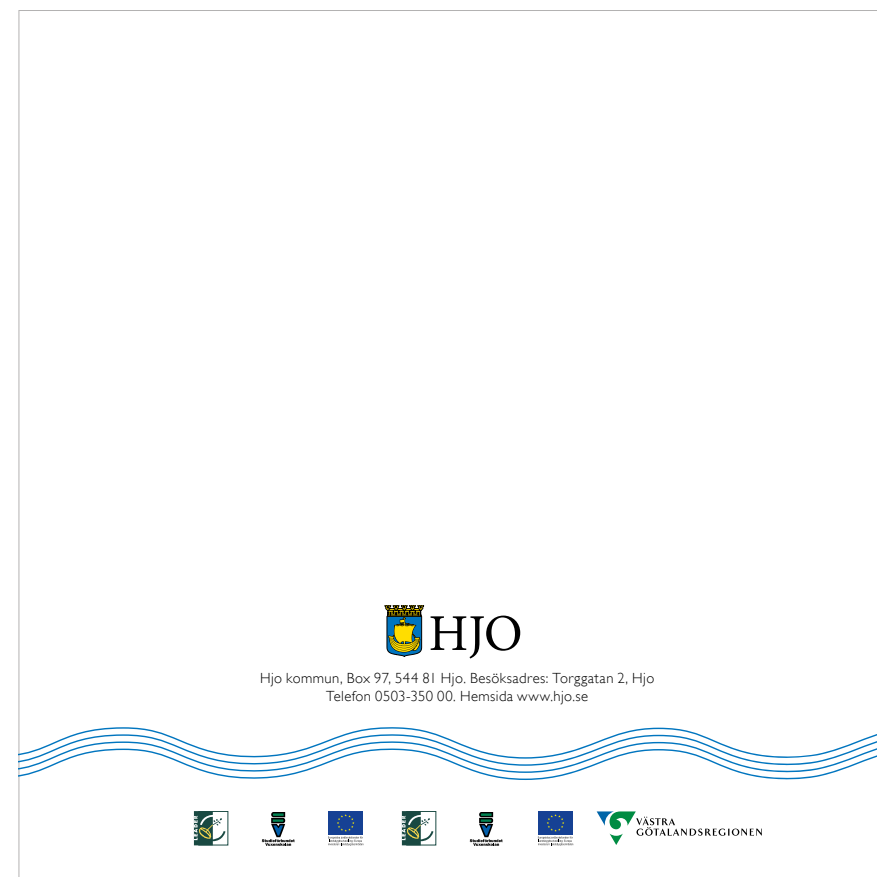
Nest om moluptatur alicium an idenem
quiat is di doluptkate omnisqui aspella
ccaborepudi beruntius nonsi re volupe
pore voluptatur pudae.

FOLDRAR OCH BROSCHYRER MED SAMARBETSPARTNERS

På foldrar och broschyrer där våra samarbetspartners ska vara med ska deras logotyper vara underordnade Hjo kommun i storlek. I första hand placeras sponsorena på framsidan längst ner till vänster. Vid tillfällen då sponsorena är många kan sponsorena istället placeras på baksidan

under vår grafiska dekor. Som riktlinjer för storleken på våra samarbetspartners logotyper använder vi texten HJO, se stödlinjer. För övrigt gäller samma profil som för våra foldrar och trycksaker, se sid 17.



BAKSIDESPLACERING FÖR MÅNGA SPONSORER

AFFISCHER MED SAMARBETSPARTNERS

På affischer där våra samarbetspartners ska vara med ska deras logotyper vara underordnade Hjo kommun i storlek och placeras längst ner till vänster. Som riktlinjer använder

vi texten HJO, se stödlinjer i exempel. För övrigt gäller samma profil som för våra affischer, se sid 20.



Profilering för övriga
verksamheter

PROFILERING FÖR ÖVRIGA VERKSAMHETER

Särprofilering

Ju fler verksamheter som bidrar till bilden av Hjo kommun desto starkare blir den. Därför är vår inställning att alla verksamheter ska vara en del av Hjo kommuns identitet. Det betyder att verksamheten också använder Hjo kommuns logotyp som avsändare och den grafiska manualen som riktlinjer för utformning av informationsmaterial. Kommunens ledning kan vid vissa specifika tillfällen bedöma att det finns ett mervärde för kommunen att en verksamhet får använda en egen profilering. Utgångspunkten för särprofilering är att mervärdet är större än om den enskilda verksamheten ingår i den gemensamma identiteten och profileringen. Särprofilering innebär att en verksamhet har rätt att använda en egen logotyp och egen plan för profilering.

Idag är det följande verksamheter som har särprofilering

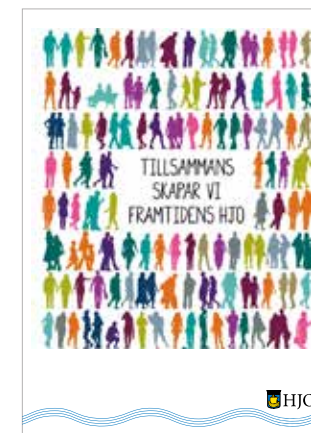
- Hjo Energi (kommunalt bolag)
- Kulturkvarteret Pedagogien
- Turismen

Samprofilering

Vissa enheter och verksamheter som sedan tidigare har använt en egen symbol kan även i fortsättningen få tillåtelse att använda symbolen tillsammans med Hjo kommuns logotyp och ska då tillämpa kommunens grafiska profil. Symbolen kan antingen placeras på samma sätt som våra samarbetspartners logotyper (se sid 29) eller som bild eller del av bild (se skiss nedan).

Är du osäker om tillämpning? Kontakta kommunkontorets informationsenhet.

EXEMPEL PÅ SAMPROFILERING



Platzmärkte

HJÄRTAT – HJOS PLATSMÄRKE



Vart vi än kommer och vem vi än pratar med så förknippas staden Hjo med vårt "I love Hjo-hjärta". Det ska vi se som en tillgång som vi kan bygga vidare på och förstärka. Hjärtat är Hjos platsmärke och Hjo turisms logotyp.

Hjärtat kan användas av alla som verkar i Hjo – företag, organisationer, föreningar och invånare. Alla vi som representerar Hjo har allt att vinna på att vi tillsammans bygger ett riktigt starkt varumärke.

Hur ska platsmärket användas?

I all information som är avsedd för att marknadsföra platsen Hjo får platsmärket finnas med. I material där kommunens grafiska profil används ska platsmärket dock användas sparsmakat och alltid mot vit bakgrund, bild eller

del av bild. Hjärtat får i dessa sammanhang inte placeras mot röd bakgrund.

I informationsmaterial från kommunen till exempel trycksaker som berör utveckling av bostadsområden, information till nyinflyttade eller platsannonser som publiceras utanför kommunens gränser kan kommunens logotyp användas tillsammans med platsmärket om vi så önskar. I marknadsföring till kommunens invånare och som enbart avser kommunens olika verksamheter och service, till exempel skola, vård, social omsorg, renhållning etc, ska platsmärket inte användas, endast kommunens logotyp.

Hjärtat och riktlinjer vid användning finns att ladda hem på Hjo kommuns hemsida.

OBS! Platsmärket får aldrig utkonkurrera eller på något vis ersätta kommunloggan i de sammanhang kommunen står som avsändare. Är Hjo kommun huvudavsändare gäller kommunens grafiska regler fullt ut. Endast Hjo turism får använda platsmärket kombinerat med texten "Trästad vid Vättern". Detta är turismens egna logotyp. Vill vi ha med texten "trästad vid Vättern" får vi skriva det i vår löpande text eller i rubriker.

PLATSMÄRKET I OLIKA VARIANTER

Platsmärket finns i tre olika varianter, en centrerad och två roterade. Roteringen är fastställd till 10 grader åt båda hållen. Exempel på placering av platsmärket tillsammans med Hjo kommuns logotyp finns på sidan 38.



PLATSMÄRKE CENTRERAD



PLATSMÄRKE ROTERAD 10 GRADER



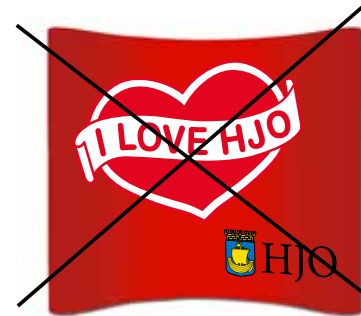
PLATSMÄRKE ROTERAD -10 GRADER

PLATSMÄRKE TILLSAMMANS MED HJO KOMMUN



MÄSSVÄGG MED PLATSMÄRKE

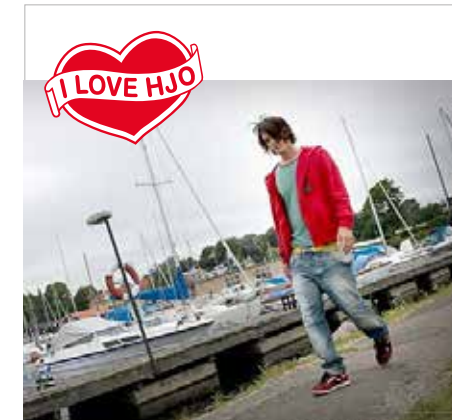
Vid de tillfällen då vi använder platsmärket tillsammans med Hjo kommuns logotyp placeras det alltid längst upp till vänster. Platsmärket ska då placeras på vit bakgrund, på bild eller del av bild. Är Hjo kommun huvudsändare gäller kommunens grafiska regler fullt ut. I dessa sammanhang får inte platsmärket placeras på röd bakgrund eftersom färgen röd inte ingår i kommunens grafiska profil.



OBS! PLATSMÄRKET TILLSAMMANS MED HJO KOMMUNS LOGOTYP PLACERAS ALDRIG PÅ RÖD BAKGRUND



EXTERN ANNONS MED PLATSMÄRKE



En bra rubrik

Nest om moluptatur alicium an idenem quiat is di doluptkate omnisqui aspella ccaborepudi beruntius nonsi re volupe quam venis ullupti corerat iationsed que nobist qui vour adi ti coreratsed in quos pore voluptatur pudae.

Gue nobist qui vour adi ti coreratsed in quos pore voluptatur pudae.



EXTERN ROLL UP MED PLATSMÄRKE