

# Sundbybergs stad

# **Grafisk profil**

v 1.0 · 2017-04-21



# Förord

Det sätt vi väljer att uttrycka oss på påverkar hur vi uppfattas. Inte bara när vi uttrycker oss i ord, utan även när vi förmedlar budskap med hjälp av bild och form.

När vi kommunicerar ska avsändaren därför vara tydlig och konsekvent. För att stadens olika verksamheter ska bidra till en positiv bild av helheten, måste det gå att känna igen oss och det vi står för, oavsett var man möter oss.

Den grafiska profilen talar om vilka vi är och vill vara. Den utgår från och förstärker våra kärnvärden – **levande, nytänkande, tillsammans.**

Här i **Grafisk profil** hittar du regler för hur stadens grafiska produkter ska se ut. I en separat manual hittar du exempel på hur den grafiska profilen kan användas i olika sammanhang.

Har du frågor kring hur profilen ska användas eller behöver stöd, kontakta kommunikationsavdelningen. Om det råder tveksamheter kring hur profilen ska tolkas är det kommunikationschefen som fattar beslut om vad som gäller.

Vi på kommunikationsavdelningen tar också mer än gärna emot synpunkter och önskemål om förbättringar.

# Vision

Visionen och kärnvärdena ska genomsyra **all kommunikation**, även bildspråk och tonalitet i text. De tre kärnvärdena, devisen och den grafiska profilen stärker varumärket Sundbybergs stad.

EXEMPEL:

DEVIS:

**Sundbyberg växer med dig!**

KÄRNVÄRDEN:

**Levande    Nyttänkande    Tillsammans**

# Kärnvärden



Sundbyberg är en levande, trygg och sammanhållen stad med liv och rörelse i alla stadsdelar. Staden är fylld av mötesplatser, ett stadsliv med all tänkbar service och gröna platser. Det är en stad där hela världen får plats – en stad för dig och hela ditt liv.



Sundbyberg är en nytänkande, kreativ och modig stad. Här är vi nyfikna och flexibla och vågar göra annorlunda för att ständigt utvecklas och förbättras. En stad fylld av möjligheter för dig som vill växa och utvecklas.



Sundbyberg är en stad fylld av gemenskap och närhet. Här finns plats för alla människor oavsett livsstil eller förutsättningar. Vi samarbetar och hjälps åt för att lyckas. Vi är en stad som växer bäst tillsammans.

# Grafisk profil

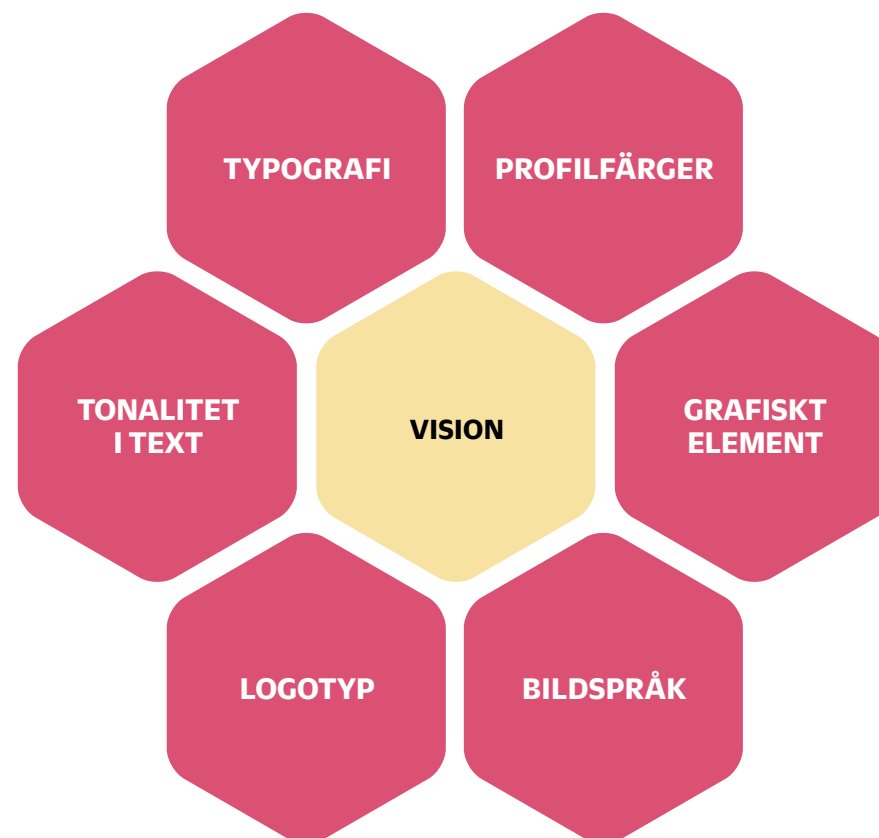
En tydlig grafisk profil är en förutsättning för god och framgångsrik kommunikation. Den skapar tydlighet och igenkänning och stärker Sundbybergs stads varumärke.

För att bygga goda relationer internt och med omvärlden är det viktigt att vi är konsekventa. Därför ska alla följa profilen, i all kommunikation.

# Grafisk profil

## Byggstenar

**Byggstenarna** kompletterar varandra och oftast använder vi flera av dem tillsammans. Då skapar vi igenkänning, tydlighet och **kontinuitet** i vår kommunikation.



## PROFILFÄRGER

Sundbybergs stad har fyra profilmärker: pion, halm, turkos och silver. Pion är vår primärfärg.

# Profilmärker Palett

Vår färgpalett har sitt ursprung i stadsvapnets färger.

**Pion** är primärfärg, vilket innebär att *den ska användas i första hand* och att det är den som ska synas mest i stadens totala kommunikation. Pion står för mod, energi, värme och kreativitet.

Halm, silver och turkos är komplementfärger. De harmonierar väl med primärfärgen pion och är framtagna för att variera det grafiska uttrycket.

Konsekvent använd etablerar färgpaletten en tydlig identitet för staden.

### PION – PRIMÄRFÄRG



### HALM



### SILVER



### TURKOS



## TYPOGRAFI

Teckensnitten **Duplicate Sans** och **Sina Nova** är stadens profiltypografi. Det innebär att de ska användas i all kommunikation där det är möjligt.

## Typografi Profilteckensnitt

**Duplicate Sans** är ett teckensnitt som är valt utifrån dess öppna och modiga karaktär. Det används i första hand till exempel i rubriker, kortare texter, ingresser och bildtexter.

**Sina Nova** är ett teckensnitt som balanserar en klassisk form med ett modernt uttryck. Det används där kravet på läsbarhet är som allra störst, till exempel i längre löpande texter.

Duplicate Sans Light

# Sundbyberg

Sina Nova Regular

Tius quaspe vellabo recerep ernatur?  
Quiam, occae etur? Dandand igendebitis  
sitasinte venisi solupitate simi, quo tem  
faccærum intio.

# Typografi

## Officepaketet

I vissa fall kan stadens profiltypografi inte användas. För Officepaketet ersätter vi profiltypografin med teckensnitten Calibri och Georgia, som liknar profiltteckensnitten.

**Calibri** och **Georgia** är teckensnitt som följer med i operativsystemet Windows och programmen Microsoft Office. De är framtagna för optimal skärmvisning. Teckensnitten är tydliga på datorskärmar och passar bra i Office-dokument.

EXEMPEL:

Calibri

# Sundbyberg

Georgia

Tius quaspe vellabo recerep ernatur? Quiam, occae etur? Dandand dolupta tissus nulla dest et, sitasinte venisi solupitate simi, quo tem faccaerum intio.

# Typografi

## Webb

På våra webbplatser ersätter vi profiltypografin med teckensnittet Asap.

**Asap** är ett webbteckensnitt som fungerar på alla plattformar. Det erbjuder god läsbarhet och liknar den övriga profiltypografin.

EXEMPEL:

Asap

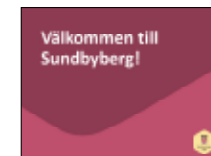
# Sundbyberg

## GRAFISKT ELEMENT

En viktig byggsten i vår grafiska profil är det grafiska elementet, hexagonen. Den förstärker Sundbybergs stads visuella identitet och skapar igenkänning.

## Grafiskt element Användning

Hela eller delar av det grafiska elementet återfinns på något sätt i all kommunikation.





## TONALITET I TEXT

Våra ordval och vårt tilltal i text är en del av den grafiska profilen. Sättet vi skriver på påverkar hur väl de övriga byggstenarna i profilen fungerar. Därför måste vi skriva på samma sätt som vi vill uppfattas: levande, nytänkande, tillsammans.

## Tonalitet i text

Texten och det grafiska uttrycket bildar en helhet. Tillsammans skapar de känslan vi vill förmedla till läsaren. Utgångspunkten för våra övergripande budskap är stadens vision, och våra kärnvärden **levande, nytänkande, tillsammans**.

Alla medarbetare i Sundbybergs stad ska också skriva klarspråk. Klarspråk handlar om att förstå vem mottagaren är och vad hen behöver för att kunna läsa din text. Några enkla grepp för att skriva klarspråk är att:

- välja läsarens perspektiv och ett personligt tilltal
- inte använda fackuttryck utan att förklara dem när du skriver för andra än de som tillhör din yrkesgrupp
- använda en enkel meningsbyggnad där verbet kommer tidigt i meningen
- skapa tydliga och informativa rubriker som hjälper läsaren att hitta rätt i texten.

Skriv till exempel så här: *Skicka in dina synpunkter på förslaget till detaljplan senast den 15 maj.*

Skriv inte så här: *Synpunkter på detaljplaneförslaget ska vara kommunen tillbanda senast den 15 maj.*

## BILDSPRÅK

Det mest effektiva sättet att förmedla stadens kärnvärden är genom fotografiska bilder. Bilderna ska kännas levande, nytänkande, tillsammans.

Det är viktigt att bilden talar samma språk som texten och rubriken. Kommunikationen blir då tydlig och lätt att ta till sig.

## Bildspråk Levande och äkta

Bilderna ska skapa en känsla av en positiv anda där människor och miljöer upplevs som **levande och äkta**. Undvik uppställda och arrangerade bilder. Bildspråket ska spegla stadens **mångfald**, till exempel olika åldrar, yrken, kön och etnicitet. För att förmedla nytänkande kan vi välja bilder som **bryter mot normen** och är oväntade.

Ibland finns skäl att välja en professionell **illustration** i stället för ett foto, till exempel när ett ämne är abstrakt eller känsligt.



# LOGOTYP

Stadsvapnet och ordbilden "Sundbybergs stad" utgör logotypen. Tillsammans med det grafiska elementet bildar de **logogruppen**.

Logogruppen finns med i all vår kommunikation.

## Logotyp Logogrupp



SBG LOGO FÄRG

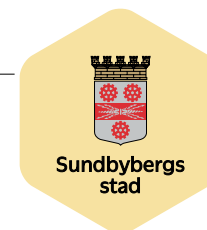
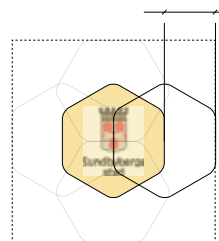
Logotypen utgörs av **stadsvapnet**, stadens officiella märke, och ordbilden "Sundbybergs stad". Stadsvapnet är märkesskyddat och får inte förvanskas, användas på ett oseriöst sätt eller utan stadens tillstånd.

Kommunikationschefen beslutar, på delegation från kommunstyrelsen, om tillstånd att använda stadens vapen i olika sammanhang.

Logotypen används tillsammans med det grafiska elementet och bildar **logogruppen**. Den finns i färgerna halm och silver. Logogrupp halm är den som ska användas i de flesta fall. Logogrupp svart används enbart när man inte har tillgång till vanligt färgtryck.

Även vid samarrangemang ska logogrupp halm användas. Den finns att ladda ned på [sundbyberg.se](http://sundbyberg.se).

Logogruppens frizon är en halv hexagonbredd.



LOGOGRUPP HALM



LOGOGRUPP SILVER



LOGOGRUPP SVART



Den här skriften är en kortfattad beskrivning av Sundbybergs grafiska profil. Här hittar du hörnstenarna för ett enhetligt visuellt uttryck.

Kontakta kommunikationsavdelningen om du har frågor.