

Grafisk profilmanual 2.0



Innehållsförteckning

Logotyp och grafiska element	4
Identitetsfärger	11
Typografi	14
Tillämpning	18
Mallar	22
Foto, illustrationer och rörlig media	25
Profilering	36

Den grafiska profilens uppgift

Att bygga och förvalta Tekniska verkens varumärke är en viktig uppgift. Hur vi kommunicerar visuellt är en del av vårt varumärke.

Vår grafiska profil ska inspirera, ge vägledning och signalera vad vi står för. Den ska ge allmänheten en bild av oss som överensstämmer med vår egen vision och våra löften. Tekniska verken ska uppfattas som trovärdiga, positiva och drivande.

I strävan mot vår vision behöver vi en tonalitet där vi sträcker på oss och vågar. Vår långsiktiga målbild är därför att, utöver drivande, positiva och trovärdiga, uppfattas som:

- Beslutsamma och modiga.
- Orädda och stolta.
- Innovativa och uppfinningsrika.
- Omtänksamma, personliga och uppmuntrande.

Genom att följa de grafiska riktlinjerna i all kommunikation bidrar vi till att göra vårt varumärke tydligt. Om vi däremot inte är konsekventa riskerar vi att vårt varumärke urvattnas.

När används den grafiska profilen?

Tekniska verkens grafiska profil ska alltid följas när Tekniska verken är huvudsändare. När det är något av våra övriga varumärken som är huvudsändare använder du istället respektive varumärkes grafiska profil.

Den grafiska profilen sammanfattas i den här manualen, som omfattar bland annat logotyp, typografi, färgpalett, grafiska element och bildmanér.

Vem ska använda den grafiska manualen?

Det är viktigt att alla medarbetare känner till och följer den grafiska profilen. Manualen är till för att underlätta arbetet för interna och externa formgivare, byråer, tidningar och tryckerier samt för alla som arbetar på Tekniska verken.

Genom att följa regler och riktlinjer får vi hög kvalitet på våra produktioner och ett konsekvent utseende över tid. Som komplement till manualen och för att underlätta det dagliga arbetet finns en rad mallar i Officepaketet och Indesign.

För mer information kring innehållet i denna grafiska manual, vänligen kontakta Marknad.

Logotyp och grafiska element

Logotyp

Tekniska verkens logotyp består av en symbol och en ordbild. Symbolen är en uppmjukad stilisering av bokstäverna T och V. Den kan också beskriva ett kretslopp, med delar som samverkar kring en fokuspunkt i mitten. Logotypens grundversion är en symbol i tre blå toner med en svart ordbild. Den används mot vit eller ljus bakgrund.

Logotypen ska så långt det är möjligt användas i färg för att inte urvattna vårt varumärke.

Regler

Logotypen får inte förvrängas, vridas eller förvanskas på något sätt. Det är inte heller tillåtet att skapa egna original eller varianter av logotypen.

Symbolen och ordbilden ska som grundregel aldrig separeras, men det finns undantag från denna regel – symbolen kan användas för sig, till exempel på en motorhuv eller som symbol i sociala medier. Kommunikationsansvarig i koncernen beslutar om undantag.

Det är viktigt att logotypen alltid är väl synlig. Om loggan ligger på en bild ska det vara en stor kontrast så att logotypen syns tydligt.

Varianter

Logotypen med symbol i färg finns även med vit/negativ ordbild. Den används bara i undantagsfall och mot svart eller mörk bakgrund, till exempel vid tryck på svarta profilkädrer.

I situationer när endast en färg kan användas finns logotypen i helsvart och helvit version. Dessa kan till exempel användas vid enfärgad brodyr och i specialsammanhang.



Logotypens frizon och minsta storlek

Logotypen ska placeras så att den uppfattas så tydligt som möjligt. Runt logotypen ska alltid finnas en frizon, där inga andra logotyper, bilder eller texter får placeras. Det enda undantaget från frizonen är Tekniska verkens eget grafiska element där linjen följer logotypens rundning (se avsnittet Logotyp – Placering).

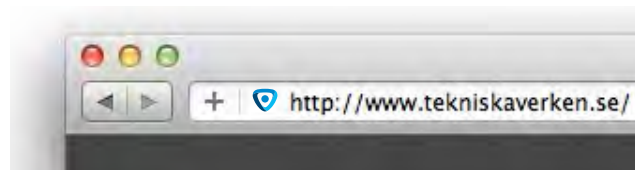
Logotypens frizon kan vara större än angivna mått, men får inte vara mindre. Frizonen baseras på höjden av logotypens versala T. Av denna höjd görs en kvadrat, som i bilden anges som ett X.

Minst ett X runtom logotypen ska lämnas fritt. X är ett proportionerligt mått och fungerar oavsett vilken storlek logotypen återges i.

Minsta tillåtna storlek för Tekniska verkens logotyp är 15 mm bred, inklusive både symbol och ordbild.



Minsta tillåtna storlek: 15 mm



Favicon i browser: 16 x 16px

Placering av logotyp

Tekniska verkens logotyp ska i första hand placeras upptill i höger hörn. I andra hand ska den placeras i nedre högra hörnet.

Logotypen kan användas på tre olika sätt:

- Tillsammans med vårt grafiska element (exempel 1).
- På en vit utfallande flik med rundade hörn (exempel 2).
- Utan grafiskt element på bilder med hög kontrast (exempel 3).

Placering med grafiskt element

Logotypen placeras längst upp tillsammans med vårt grafiska element, som är en platta med eller utan linje med en rundad form där logotypen placeras.

Det grafiska elementet används alltid utfallande och är en helvit bottenplatta med eller utan en tonad linje. På bilder ska alltid den vita plattan utan linje användas.

Placering på vit flik

Tekniska verkens logotyp placeras högt upp på höger sida på en vit flik med svagt rundade hörn. Fliken ska vara utfallande åt höger.

Placering utan grafiskt element

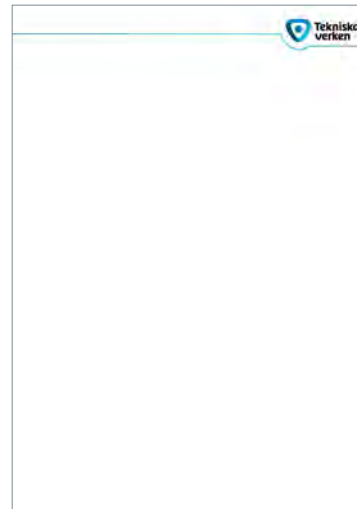
Tekniska verkens logotyp placeras i övre högra hörnet. Logotypen får endast placeras utan grafiskt element på bilder där logotypen syns tydligt mot bakgrunden.

Undantag

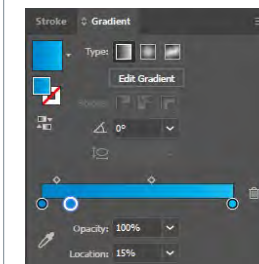
I Tekniska verkens Powerpoint-mall finns logotypen i vit version placerad i nedkant med linje. Detta manér används ingen annanstans.

På tekniskaverken.se ligger logotypen till vänster, i enlighet med webbstandard. På våra Word-mallar ligger logotypen ibland till vänster för att passa i fönsterkuvert.

Exempel 1



Inställningar för toning av linjen:



Exempel 2



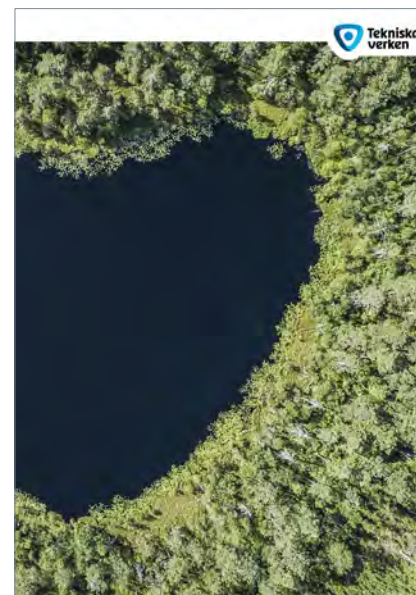
Exempel 3



Logotyp och grafiskt element – tillsammans med bottenplatta

Plattan ska alltid vara utfallande. I bildytan kan ett fotografi placeras. Det är viktigt att fotografier fyller ut hela ytan utan att förvrängas åt något håll.

Plattan bör vara enfärgad i Tekniska verkens mörkblå och mellanblå färg. Inga andra färger än dessa ska användas.



Varumärkeshierarki

När Tekniska verken kommunicerar tillsammans med sina dotterbolag har vi riktlinjer för hur vi syns tillsammans, ett system för samprofilering.

Huvudavsändare styr

När Tekniska verken är huvudavsändare används Tekniska verkens grafiska profil.

Tekniska verken har fyra dotterbolag Bixia, MSE, Svensk Biogas och Utsikt Bredband och är delägare i Bee, som alla har egna grafiska profiler och uttryck. När dessa bolag är huvudavsändare används varje enskilt bolags grafiska profil.

Kampanjprofiler

Det finns även egna grafiska profiler för kampanjer som till exempel Gröna Påsen, @52veckor och Sortera Mera. Dessa används enbart i de sammanhang de är skapade för, och får inte användas för att kommunicera annat än sådant som ingår i kampanjen.

Kampanjprofiler skapas endast i undantagsfall och måste alltid godkännas av kommunikationsansvarig.

Samprofilering med dotterbolag

När vi samprofilerar Tekniska verken tillsammans med våra dotterbolag använder vi utseendet till höger. Det är samtliga logotyper i bokstavsordning från vänster till höger, följt av en linje och texten "En del av Tekniska verken". Detta utseende används när det är två logotyper eller fler som ska visas.

För att samlingen med logotyper alltid ska se rätt ut oavsett storlek finns färdiga samlingsbilder att använda. Använd i första hand logotyperna i färg.



En del av Tekniska verken



En del av Tekniska verken

Samprofilering med samarbetspartners

När Tekniska verken samarbetar med andra aktörer har vi riktlinjer för hur vi syns tillsammans, ett system för samprofilering.

Tekniska verken som huvudsändare

När Tekniska verken är huvudsändare används vår grafiska profil. Logotypen placeras alltid längst till höger. På trycksaker finns vår logotyp på både framsidan och baksidan tillsammans med övriga parter.

Avståndet mellan logotyperna ska vara 2 X. X är höjden på det versala T i kvadrat. För liggande logotyper är höjden på andra parter ordbilder densamma som Tekniska verkens ordbild. När stående och liggande logotyper blandas är den stående logotypen 4 X hög och ligger på samma baslinje som Tekniska verkens logotyp.

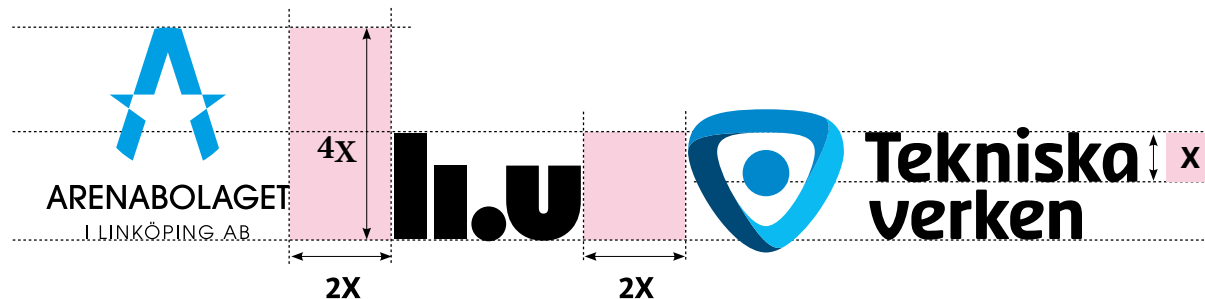
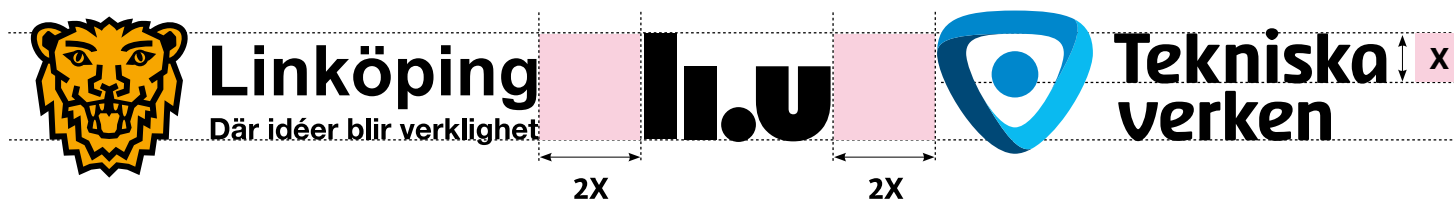
Om fler än fyra parter samverkar skrivs parternas namn ut i text istället för med logotyper, till exempel "Tekniska verken i samarbete med East Sweden, Linköpings kommun, Norrköpings kommun och Linköpings universitet".

Tekniska verken som jämbördig part

När Tekniska verken samverkar på lika villkor med andra parter är det viktigt att logotyperna har samma storleksförhållande. Tekniska verken kan inte göra anspråk på att vår grafiska profil används, men om övriga parter inte motsätter sig det finns det inga hinder för detta.

Tekniska verken som minoritetspart

När Tekniska verken är minoritetspart används huvudsändarens riktlinjer för samprofilering. Kontrollera om Tekniska verkens logotyp ska användas mot en ljus eller mörk bakgrund, så att rätt logotyporiginal skickas.



Identitetsfärger

Identitetsfärger

Tekniska verkens färgpalett består av tre huvudfärger som finns i vår logotyp – mörkblå, mellanblå och ljusblå.

Som komplementfärger finns en mörklila, en mörkgrön och två grå nyanser. Det finns också en ljuslila och en ljusgrön som kan användas till exempel för illustrationer eller tabeller.

Klargul och röd är signalfärger, och används bara i undantagsfall för att exempelvis signalera fara eller påkalla uppmärksamhet. Dessa kan även användas i begränsad mängd i illustrationer, exempelvis en gul sol.

Färgerna ska inte kopplas till ett specifikt bolag eller verksamhetsområde. Alla färger används i första hand ihop med vitt för att ge starka kontraster och få ett lätt och inbjudande uttryck.

Färgmättnad, kombinationer och toning

Färgerna ska så ofta som möjligt återges i 100 procent färgmättnad. De färger som kan användas tonade i till exempel illustrationer och diagram är den ljusblå, de grå och den gula. Övriga färger får inte tonas.

Övertoning mellan två olika färger får bara göras mellan mörkblå och ljusblå. Inga andra färger får användas med övertoning.

Kombinera inte kontrasterande färger, till exempel grönt tillsammans med lila eller blått tillsammans med gult.

Huvudfärger



Mörkblå

Pantone: 2955
CMYK: C100 M40 Y0 K50
RGB: R0 G72 B118
HEX: #004876
RAL: 240 30 25



Mellanblå

Pantone: Process Blue
CMYK: C90 M30 Y0 K0
RGB: R0 G136 B204
HEX: #0087CC
RAL: 240 50 40



Ljusblå

Pantone: 299
CMYK: C70 M0 Y0 K0
RGB: R23 G197 B238
HEX: #0ABBEF
RAL: 230 60 40

Komplementfärger



Mörklila

Pantone: 520
CMYK: C50 M80 Y0 K35
RGB: R112 G56 B112
HEX: #004876
RAL: 240 30 25



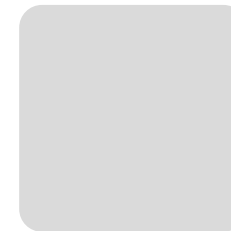
Mörkgrön

Pantone: 3415
CMYK: C100 M30 Y80 K0
RGB: R0 G124 B88
HEX: #007C57
RAL: 160 40 50



Mörkgrå

Pantone: 430
CMYK: C20 M0 Y0 K55
RGB: R122 G137 B145
HEX: #7A8991
RAL: 240 60 05



Ljusgrå

Pantone: Cool Gray 3
CMYK: C0 M0a Y0 K20
RGB: R218 G218 B218
HEX: #DADADA
RAL: 000 80 00

Signalfärger



Gul

Pantone: Process Yellow
CMYK: C0 M0 Y90 K0
RGB: R255 G230 B9
HEX: #ffee00
RAL: 95 90 59



Röd

Pantone: 200
CMYK: C16 M100 Y77 K6
RGB: R195 G0 B47
HEX: #c3002f

Komplementfärger för dekor, diagram och tabeller



Ljuslila

Pantone: 523
CMYK: C20 M40 Y0 K0
RGB: R207 G169 B208



Ljusgrön

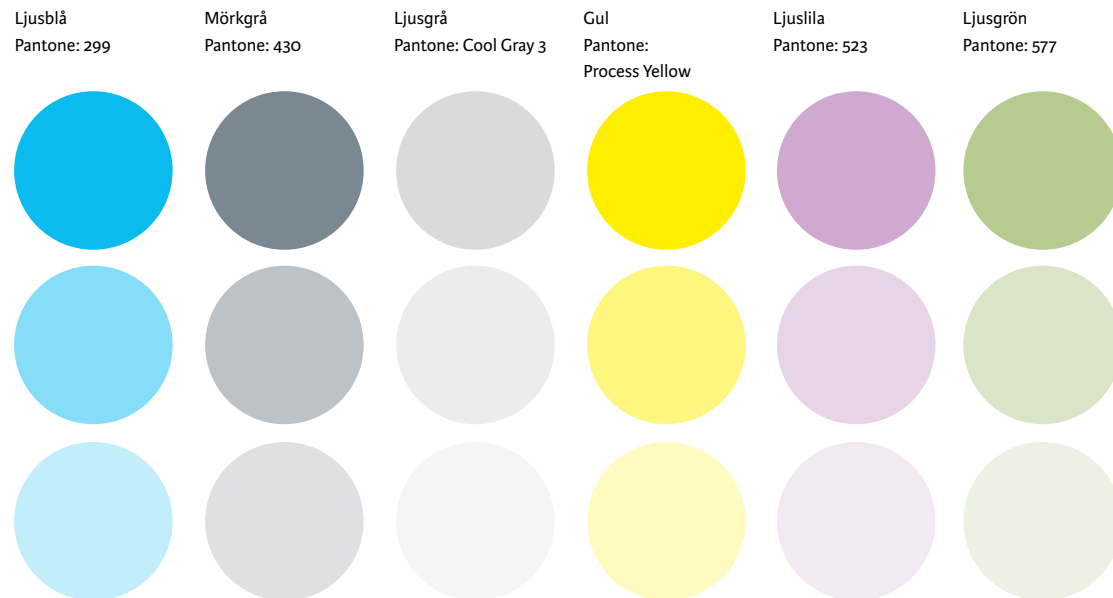
Pantone: 577
CMYK: C30 M0 Y50 K10
RGB: R185 G204 B145

Toningar

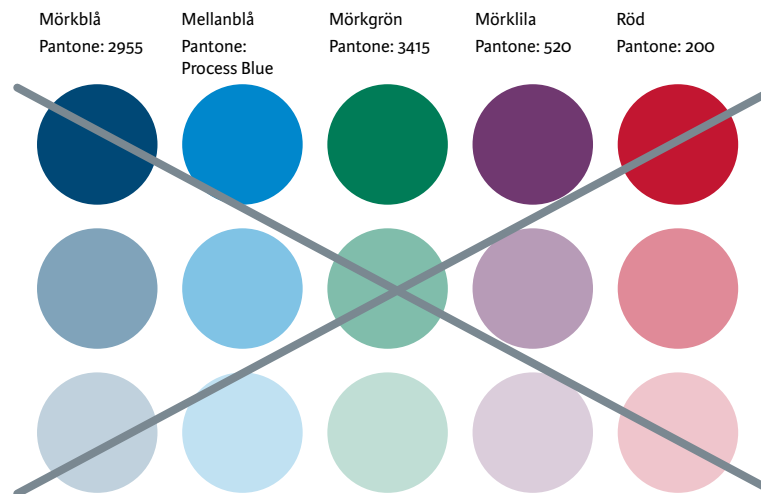
Vissa av våra färger tappar helt känslan av grundfärgen när de blir tonade, och upplevs som en annan färg. Ibland måste man ändå kunna använda toningar i till exempel tabeller och illustrationer. Använd då färgtoningarna i den övre bilden, och undvik att använda de färgtoningar som är överkorsade.

Eventuella undantag beslutas av kommunikationsavdelningen.

Använd:



Använd inte:



Typografi

Typografi

Tekniska verkens profilerande typsnitt heter Karmina Sans. Med profilerande menas att det är Tekniska verkens huvudsakliga typsnitt för både digital produktion och print. För att använda typsnitten krävs en typsnittslicens. Dokument med de profilerande typsnitten sparas som pdf innan de skickas vidare.

Typsnittet är valt för att det har hög läsbarhet i såväl tryckta som digitala medier. Att använda samma typsnitt i vår kommunikation bidrar också till att skapa en sammanhållen bild av oss, och skapar igenkänning.

Användningsområden

Karmina Sans Bold och Semibold används framför allt i rubriker och mellanrubriker. Karmina Sans Regular och Light används till brödtext och annan faktatext. Regular och Bold används i första hand, men i fall där vi behöver särskilja text kan även Light eller Semibold användas.

Undvik att använda kursiv text, eftersom det har sämre läsbarhet. Kursiv text får bara användas i undantagsfall, till exempel vid källhänvisningar i flytande text.

Karmina Sans Heavy and Karmina Sans Extra Bold används inte.

Karmina Sans Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxy^zåäö
ABCDEFGHIJKLMN^{OP}QRSTU^{VW}
XYZÅÄÖ 0123456789

Karmina Sans Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxy^zåäö
ABCDEFGHIJKLMN^{OP}QRSTU^{VW}
XYZÅÄÖ 0123456789

Karmina Sans Semibold

abcdefghijklmnopqrstuvwxy^zåäö
ABCDEFGHIJKLMN^{OP}QRSTU^{VW}
XYZÅÄÖ 0123456789

Karmina Sans Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxy^zåäö
ABCDEFGHIJKLMN^{OP}QRSTU^{VW}
XYZÅÄÖ 0123456789

Typografi för Office

I Word, Powerpoint och e-post använder vi typsnittet Calibri som standard. Rubrik och underrubrik skrivs i Calibri Bold. Till brödtext används Regular eller Light.

Undvik att använda kursiv text, eftersom det har sämre läsbarhet. Kursiv text får bara användas i undantagsfall, till exempel vid källhänvisningar i flytande text.

Använd inte andra typsnitt än Calibri.

Calibri Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzaöö
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
XYZÅÄÖ 0123456789

Calibri Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzaöö
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
XYZÅÄÖ 0123456789

Calibri Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzaöö
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
XYZÅÄÖ 0123456789

Enklare typografi- och skrivregler

Läsbarhet

Texter ska vara så enkla att läsa som möjligt så att budskapet är lätta att uppfatta. Undvik att skriva text på bilder där bakgrunden är rörig.

Text som ligger på en färgad platta ska ha god kontrast, till exempel vit text på mörk botten eller svart text på vit botten. Använd inte röd text på blå botten eller liknande kombinationer.

Använd korta rader. Långa rader är svårare att läsa.

Avstavning

Avstava inte ord om det inte är absolut nödvändigt. Avstava aldrig:

- Korta ord
- Förkortningar, siffror, måttenheter och liknande
- Siffror och tillhörande tecken eller förkortning, tex 35 %, 2 250 kr
- Webbadresser eller e-postadresser.

Om du måste avstava ett ord finns det två sätt att göra det på:

- Dela ordet före en naturlig gräns, till exempel klar-språk, an-ställa.
- Dela ordet i stavelsegränsen och slå ner en konsonant till nästa rad, till exempel automa-tisk, effek-tiv.

Undvik så långt det går att avstava flera rader under varandra.

Radbrytningar

Radbryt alltid före ett ensamt i, till exempel i hemmet, i pannan.

Undvik så långt det går ensamrader. Ensamrad är en typografisk term för en ensam textrad eller ett ensamt ord, i början eller slutet av ett stycke, som hamnat på annan sida eller i annan spalt än resten av stycket.

Rubriker

Skriv så korta och tydliga rubriker som möjligt, helst på en eller max två rader. Skriv inte rubriker i enbart versaler.

En rubrik eller budskap på två rader skrivs så att den övre raden är längst:

Vår syn på framtidens
fordonsbränslen

Om budskapet måste stå på tre rader, till exempel på en rollup där bredden är begränsad, skrivs det så att mittenraden är längst och den understa raden är kortast.

Sveriges största
solcellspark byggs
på Gärtstad

Vänsterställd text

Använd alltid vänsterställd text. Centrera bara text om det absolut inte går att ha texten vänsterställd. Använd aldrig högerställd text.

Förkortningar

Skriv ut ord så långt det går istället för att använda förkortningar. Om det inte finns plats att skriva ut ordet, använd förkortningar utan punkter: t ex, t o m, etc

Webb, e-post och webblänkar

Använd webb eller webbplats som benämning för tekniskaverken.se och våra övriga bolags webbplatser, inte hemsida eller webbsida.

Skriv e-postadress. Det enskilda meddelandet kallar vi e-post eller mejl.

Vi skriver tekniskaverken.se utan www. Det gäller även utsikt.se, svenskbiogas.se och bixia.se

Hänvisa till rätt undersida direkt om det går, istället för att skriva enbart tekniskaverken.se

Skriv kortlänkar till sidor på vår webb så långt det är möjligt i löpande text. En kortlänk är en förkortad länk som leder till en webbsida som fått en betydligt längre adress om du klickat dig fram till den. Till exempel leder följande två adresser till samma sida, men kortlänken är mycket lättare för kunden att läsa:

- tekniskaverken.se/din-fjarrvarme
- tekniskaverken.se/privat/fjarrvarme/din-fjarrvarmecentral/sa-har-fungerar-din-fjarrvarmecentral/

Om du inte vet om sidan du vill länka till har en kortlänk, kontakta kommunikationsavdelningen.

Punktlistor

Skriv punkt endast efter det sista ledet om uppräknigen inte består av fullständiga meningar. I uppställningar där varje punkt är en fullständig mening sätts en punkt ut efter varje led. Vi använder alltid bullet points (•) som symbol i punktlistor.

Klarspråk

Sedan 2009 är det lag på att alla som arbetar inom offentlig verksamhet ska skriva vårdat, enkelt och begripligt, det vill säga klarspråk. Tekniska verken räknas också som en myndighet.

Med klarspråk ska texten ha rätt innehåll, tydligare form och vara tillgänglig utan invecklade ord.

Om du behöver råd om hur du skriver klarspråk, kontakta kommunikationsavdelningen.

Allmänna skrivregler i korthet

Vi skriver i du-form både internt och till våra kunder. Det gäller även till företagskunder.

Tecknet % skrivs inte i löpande text, utan skrivs ut som procent. Observera att % skrivs i tabeller och alltid med mellanslag: 10 %.

Vi skriver i aktiv form, inte passiv. Vi gör saker, saker görs inte åt oss.

Vi skriver inte snedstreck i uttrycket och/eller. Skriv om meningen i stället.

Tillämpning

Trycksaker

Känslan i våra trycksaker är ren och tydlig. Bilderna följer vårt bildspråk och vi har god kontrast mellan text och bakgrund så att texten är lätt att läsa. Använd gärna blått eller svart mot vit bakgrund.

Text är alltid vänsterställd, och aldrig roterad eller skevad. Vi använder inte skuggningar, 3D-effekter eller liknande effekter.

Undvik för långa rader, 14 cm är ett bra riktmått för en normalstor text på ett A4. Använd helst tvåspalt, som finns inlagt som stöddlinjer i malldokumenten.

Gör innehållet mer levande genom att försöka bryta ut fakta ur texten och istället visa denna i rutor, diagram och infografik.

Håll texten så kort som möjligt och dela upp den i stycken med mellanrubriker och punktlistor där det behövs. Undvik hela sidor med enbart text. Lätta istället upp med bilder och illustrationer.



Utbytespaketet

Gata, parkering, lekplatser och innergårdar

Har era armaturer sett sina bästa dagar, har ni kvar kvicksilvret eller vill ni se över möjligheten att minska er energiförbrukning? Vi hjälper er med utbyte av era armaturer!



Rubrik Underrubrik

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

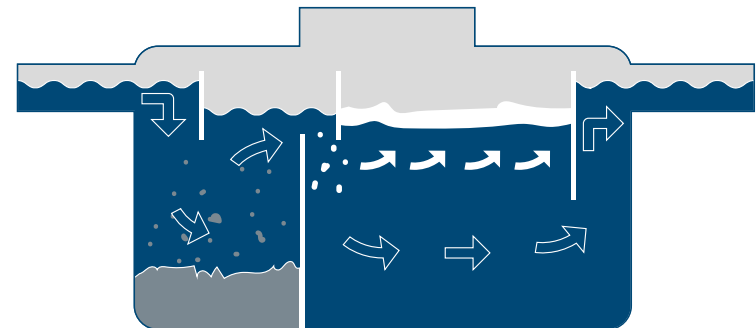
Så fungerar en fettavskiljare

En fettavskiljare ska vara kopplad mot vaskar, diskmaskiner och golvbrunnar. Då samlas fett upp innan det når avloppsnetet. Däremot får inte toaletter vara anslutna hit, de ska kopplas direkt ut på avloppet.

När vatten rinner genom fettavskiljaren sjunker tyngre partiklar, som till exempel matrester, till botten i det första facket.

Fett som flyter på vatten samlas på ytan i det andra facket. För att fettavskiljaren ska fungera måste den tömmas och rengöras minst sex gånger per år.

Om fettkakan på ytan blir för tjock kommer fettavskiljaren inte längre att fungera och fettet kommer följa med vattnet ut till avloppsledningsnätet.



Annonser

Våra annonser är rena i formen. Tänk på att hålla hög kontrast mellan text och bild så att det är lätt att läsa innehållet. Det är viktigt att hålla texten så kort som möjligt, för att öka chansen att informationen blir läst.

Våra platsannonser använder bilder ur vår verksamhet i så stor utsträckning som möjligt. Bilderna följer vårt bildmanér och visar aktiva personer som arbetar, gärna tillsammans.

Texten i våra annonser är alltid vänsterställd och inte centrerad.

Annonser



På rätt väg tillsammans

Precis som LHC, ser vi styrkan i gemenskap

Vi utvecklar och levererar hållbara tjänster som bidrar till ett resurseffektivt Linköping. Som kund till oss är du med och förverkligar det arbetet.

Läs mer om våra tjänster på tekniskaverken.se

Platsannonser





Vi söker Fjärrvärmetekniker

Som medarbetare på Tekniska verken är du en viktig del av vår vision – vi bygger världens mest resurseffektiva region.

tekniskaverken.se/jobb





Vi söker Fjärrvärmetekniker Underhållstekniker

Som medarbetare på Tekniska verken är du en viktig del av vår vision – vi bygger världens mest resurseffektiva region.

tekniskaverken.se/jobb

Affischer och vepor

Tekniska verken använder olika typer av rollups och vepor, till exempel på event och föreläsningar.

Tänk på att placera texten i ögonhöjd, på den övre delen av ytan.

Skriv ett så kort budskap som möjligt. Är det mycket information, välj hellre ett annat sätt att kommunicera som komplement.



Mallar

Powerpoint

Tekniska verken har en Powerpoint-mall som är tydlig och ger ett professionellt intryck. Färger och typsnitt följer Tekniska verkens grafiska profil.

Använd i så stor utsträckning som möjligt de marginaler, textblock, färger, teckenstorlekar och bildformat som ligger i mallen utan att ändra dem, eftersom de är noga genomtänkta och utgår ifrån att mottagarna ska kunna ta till sig informationen på bästa sätt.

Textblocken är anpassade för en professionell presentation. Dra inte i plattshållaren (rutan runt texten). Text som sträcker sig ända ut i kanterna blir svårsläst.

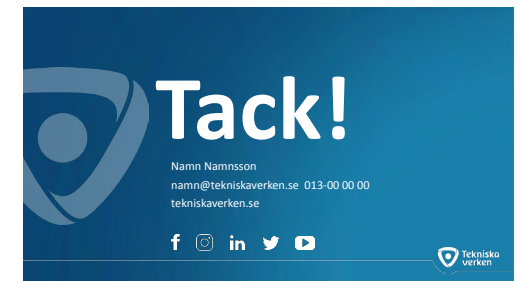
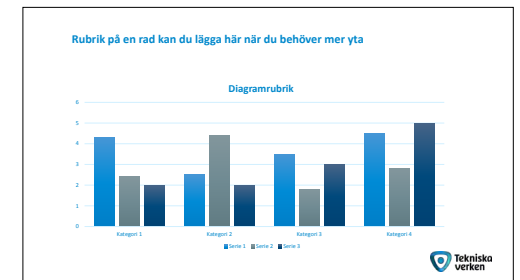
Det finns start-, mellan- och slutbilder att välja mellan. Du kan också välja mellan ljus och mörk bakgrund.

Tänk på att bara använda nyckelord i din presentation, resten av innehållet presenterar du muntligt. Lägg istället stödtext i bildens anteckningsfält, så får du talarstöd utan att åhörarna störs av för många intryck.

SmartArt eller andra typer av figurer ska vara så enkla som möjligt – både i färg och form. Använd inte effekter som 3D, skuggning, metalliskt med mera.

Använd ”Ta fram” om du har behov av att klicka fram punkter, textrader eller bildobjekt efter hand på samma bild. Vi använder inga andra animationer.

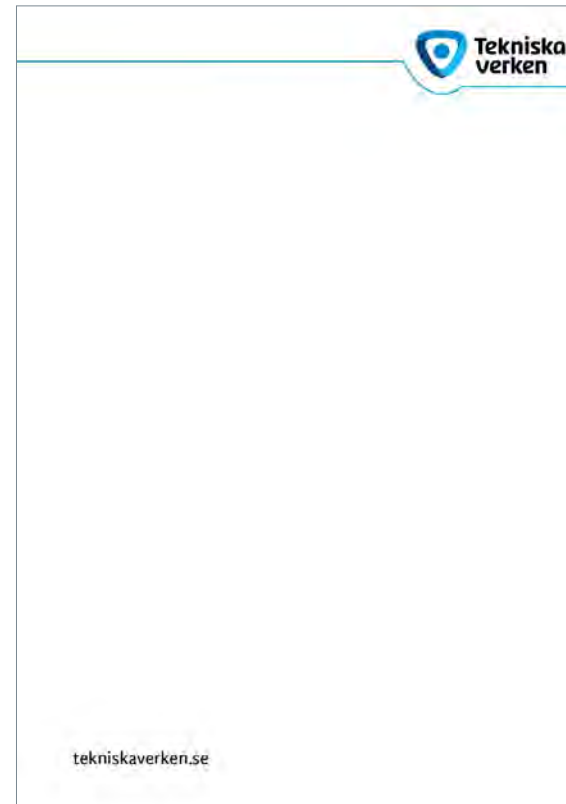
Bilder, filmer och textblock får aldrig delvis eller helt täcka vår logotyp.



Visitkort och korrespondenskort

Visitkort beställs via intranätet.

Korrespondenskort finns på Kontorsservice.



E-postsignatur

Det finns en mall för hur medarbetare på Tekniska verken ska skriva sin e-postsignatur. Mallen finns att ladda ned på intranätet under Stöd i arbetet/Kommunikation.

Det är viktigt att hålla sig till de typsnitt och storlekar som finns i mallen, för att ge ett professionellt intryck och skapa igenkänning för mottagaren.

Foto, illustrationer och rörlig media

Bildspråk

Tekniska verkens bildmanér sätter en känsla för hur Tekniska verken uppfattas både internt och externt. Bildmanéret gäller både fotografier och rörligt innehåll.

Vi är med ”där det händer”, oavsett om vi visar en kund i hemmiljö eller en anställd som utför sitt arbete. I största möjliga mån visar vi människor, även på anläggningsbilder. Fokus ligger på personen och det hen gör, inte på maskinerna runt omkring.

Bilderna ska följa vår övergripande tonalitet.

Avslappnat och aktivt

Personer är avslappnade och interagerar med varandra eller håller på med något arbete eller en syssla som känns relevant. Vi är aktiva hellre än passiva, det vill säga att personen på bilden gör något istället för att titta på. Endast på porträttbilder eller i viss berättande rörlig media tittar personer in i kameran.

Tillsammans är ett nyckelord – när vi visar flera personer gör de saker ihop och interagerar med varandra på ett naturligt sätt.

Färger

Färger är mättade och glada. Naturligt och varmt är nyckelorden, gärna med solljus som ger bilden värme där det är möjligt.

Mångfald

Bilder och film visar människor av olika ålder, kön, etnicitet, kroppstyp, klädstil, familjesammansättning med mera. Mångfalden visas på ett sätt som känns naturligt och inte påtvingat.



Att tänka på vid beställning av foto, illustrationer och rörlig media

Beställning och köp av bild

All media ska vara friköpta för hela Tekniska verken att använda på alla sätt vi vill. Vi köper inte bilder med begränsningar i tid eller användning. Tekniska verken har en färdig mall för fotografavtal som vi alltid använder när vi köper bilder, film eller illustrationer. Fråga inte detta avtal.

Allt innehåll ska följa Tekniska verkens bildmanér och följa vår övergripande tonalitet. Bildansvarig på kommunikationsavdelningen avgör om innehållet följer manéret. Kontakta bildansvarig före köp av nytt innehåll från fotograf, illustratör eller filmare.

Bilder som friköps och läggs i vår bildbank ska alltid vara högupplösta med minsta upplösning 300 ppi. Köp alltid bilden i så stort format som möjligt för att göra det möjligt att använda bilderna till alla typer av kommunikation i framtiden. Illustrationer ska vara vektoriserade och i ett format som går att redigera, till exempel .ai eller .eps.

Tekniska aspekter

Innehållet ska anpassas efter det media de ska användas i. Innan en bild används i tryck eller publiceras, kontrollera att formatet stämmer för det media bilden är tänkt att användas till.

Upphovsrätt

Upphovsmannens namn, eventuellt företag eller bildbyrå ska inte behöva anges vid publicering. Om vi ändå vill ange fotografens namn kan det anges i litet format i anslutning till bilden (under eller stående till höger). På webben läggs bildbylines i alt-texten.

Om du är osäker på om du har rätt att publicera en bild eller film, kontakta bildansvarig på kommunikationsavdelningen.

Använd aldrig bilder, illustrationer eller filmer om du är osäker på vem som tagit bilden eller om Tekniska verken har rätt att publicera den. Att publicera bilder utan avtal eller godkännande från fotografen är ett brott mot upphovsrättslagen.

GDPR

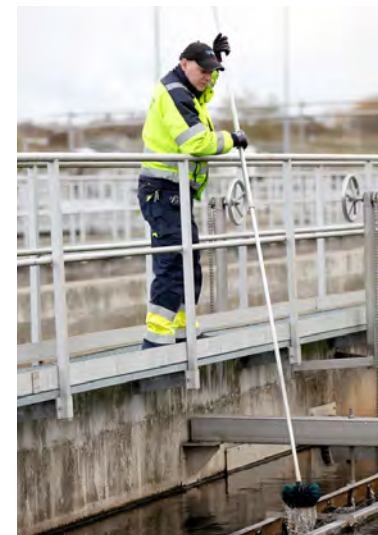
Människor som återges på bild eller rörliga media och kan kännas igen ska alltid tillfrågas samt skriftligen godkänna att bilderna används för Tekniska verken. Utgå alltid från att en person kan kännas igen, även om det bara går att se en hand eller ett bakhuvud.

I enlighet med GDPR ska ett modellavtal eller en samtyckesblankett upprättas och sparas. Om du beställer bilder via en fotograf kan det vara dennes ansvar att upprätta ett modellavtal. Dubbelkolla alltid att det finns ett avtal.

Människor som agerar modeller eller statister har rätt till skäligt arvode. Modeller eller statister får gärna förstärka bilden av mångfald när det gäller ålder, kön, etnicitet, religion med mera. Vid porträttfotografering av anställda hos Tekniska verken utgår ingen ersättning.

Fotografi – Bra exempel

Visa anställda och kunder "där det händer".



Fotografi – Dåliga exempel

Undvik onaturliga motiv och poser, samt bilder utan personaktivitet.



Illustrationer – Ikoner

Tekniska verkens illustrationsmanér delas in i två kategorier: Ikoner och infografik.

Ikoner är enkla illustrationer uppbyggda av linjer, oftast en symbol som sammanfattar en större betydelse i en enkel bild. De kan användas till exempel som symboler för våra olika affärsområden eller tjänster, eller för att skapa en förenklad bild av ett komplicerat innehåll.

Ikonerna är alltid enfärgade och används främst i någon av våra tre blå profölfärger. De får även användas i vitt på färgad bakgrund. Sätts flera ikoner ihop till en bild, får bilden innehålla flera färger men varje ikon ska fortsätta vara enfärgad.

Illustrationsmanéret som ikonerna har ersätter det tidigare manéret som vi kallade pictogram. Ikonerna används även av koncernens dotterbolag i deras profölfärger.

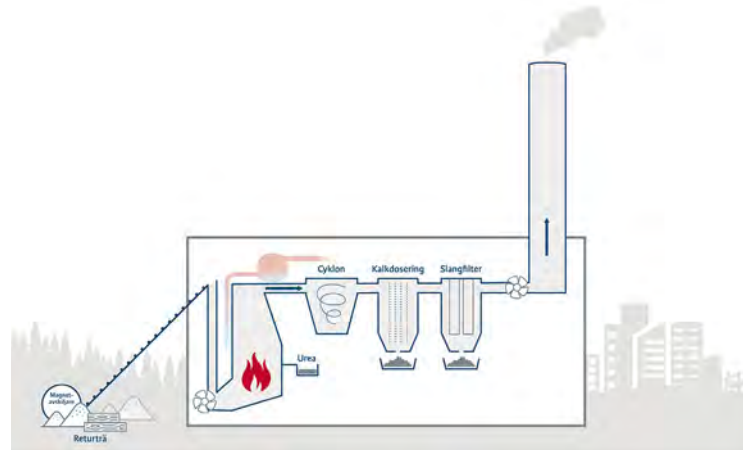


Illustrationer – Infografik och diagram

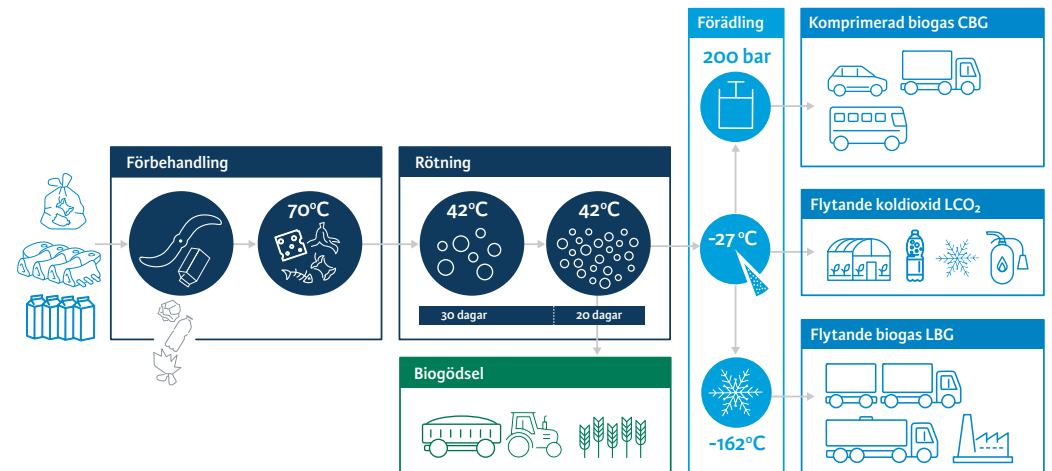
Infografik och diagram förenklar och ger betraktaren en tydlig bild av budskapet. Det kan handla om att sammanfatta en komplicerad process i en enkel bild, eller att skapa en tydlig bild av information som är svår att sammanfatta på ett kort och enkelt sätt i text.

Illustrationerna är avskalade, enkla och tydliga. Undvik toningar och använd starka kontraster. Det är viktigt att det går snabbt att läsa av och förstå budskapet utan alltför mycket hjälptext.

Använd Tekniska verkens färger, i huvudsak de blå nyanserna.



Tre ben för elproduktion i Tekniska verken: Vattenkraft, kraftvärme och vindkraft



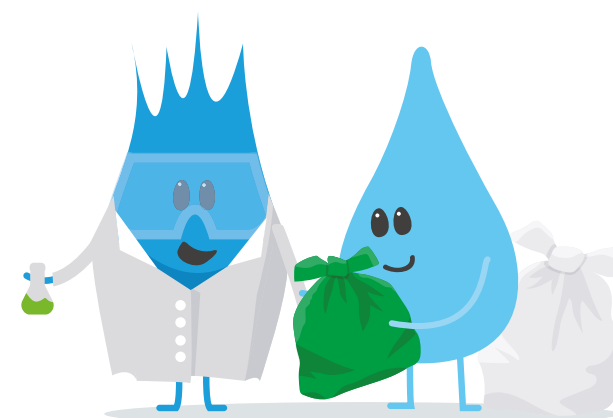
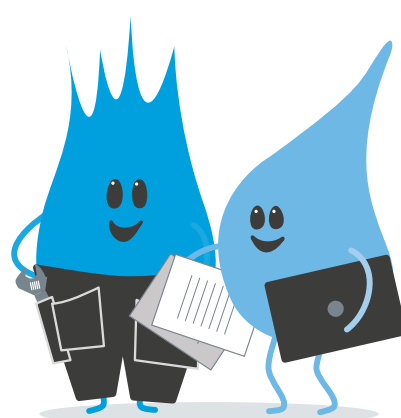
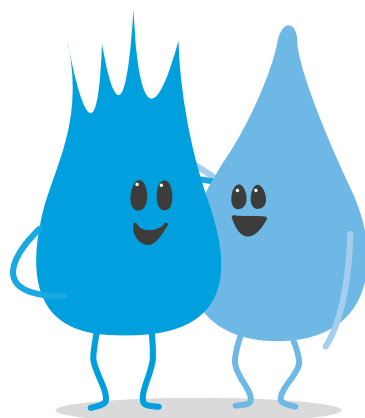
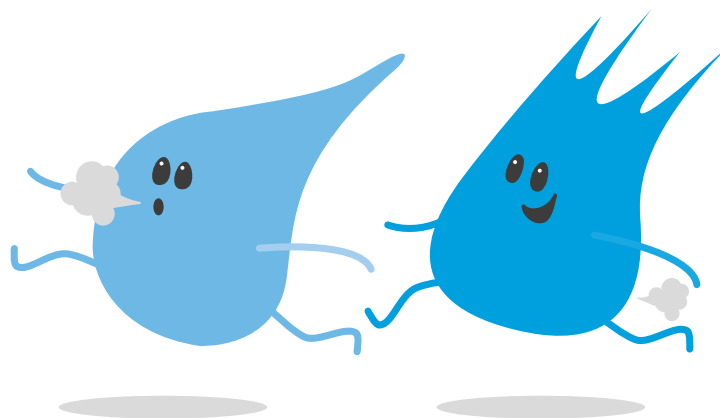
Illustrationer – Pyret och Pärlan

Tekniska verken har två maskotar, Pyret och Pärlan. Pyret är en en låga och Pärlan är en vattendroppe.

Färgerna på maskotarna får inte ändras. De finns som illustrationer och även som två kostymer för att använda vid event.

Pyret och Pärlan får användas för att sprida budskap. Använd helst båda tillsammans.

De är könsneutrala, åldersneutrala och etniskt neutrala. De hjälper varandra.



Illustrationer – Övriga illustrationer

Siluetterna

Utöver ikoner och infografik finns flera siluetter som visar Tekniska verkens verksamhet.

Siluetterna finns i flera olika varianter och visar både stadsmiljöer och lantliga miljöer. Vid behov kan kommunikationsavdelningen även komplettera med ytterligare varianter.

Stadssiluetterna visar välkända byggnader från Linköping och Katrineholm. Var noga med att inte blanda byggnader från de olika städerna i samma bild.



Avfall Sverige – Nationellt symbolsystem

Symboler

Ett gemensamt symbol- och skyltsystem för avfallssortering. Ett system som fungerar både för hushållsnära insamling, på återvinningscentraler och på stan. Ett system som gör det lätt att göra rätt.

Efter en noggrann kartläggning av de många olika varianter som finns runt om i landet vid insamling av avfall, har Avfall Sverige tagit fram ett nationellt system för färgkodning, symboler och terminologi för avfallsfraktioner. Systemet ska underlätta både för individer och organisationer.

Med hjälp av ett samlat symbol- och skyltsystem som är lätt att känna igen i hela landet, kan vi nå ett högre återvinningsmål och en ökad mängd av rätt material till rätt behandling. Detta uppnås genom enkelhet, tydlighet och systematik för medborgare och företag.

TRÄDGÅRDSAVFALL



MATAVFALL



GLAS



PAPPER



KARTONG



ELAVFALL



FARLIGT AVFALL



PLAST



METALL



RESTAVFALL



Tonalitet i rörlig media

All rörlig media följer Tekniska verkens bildspråk, se avsnitt om Bildspråk. Tonaliteten är lättfram och kan vara humoristisk där det passar. Vi undviker att vara alltför tekniska. Innehållet känns äkta och återspeglar att vi är där det händer, när det händer.

Vi uppfattas som:

- Drivande, positiva och trovärdiga
- Beslutsamma och modiga
- Orädda och stolta
- Innovativa och uppfinningsrika
- Omtänksamma, personliga och uppmuntrande.

Tekniska verkens logotyp ligger i nedre högra hörnet. Diamanten är alltid i färg, medan textens färg (vit eller svart) väljs utifrån vilken bakgrundsfärg som dominerar under logotypen i den produktion det gäller.

Längd

Det är viktigt att anpassa längden efter vilken kanal filmen ska visas i. Gör alltid filmen så kort som möjligt efter förutsättningarna.

Ljud och textning

Tittaren ska lätt förstå vad som sägs i filmen. Tänk på att ljudet är hörbart i alla medier och att tal är tydligt och välartikulerat. Minimera mängden bakgrundsljud som kan göra det svårt att höra vad som sägs. Om en speaker används talar personen tydligt och inte för snabbt.

All rörlig media är textad. Undantaget är live-sändningar och långa föredrag som filmas för internt bruk.

Ljus och miljöer

Välj miljöer som är ljusa utan för mycket som händer i bakgrunden. Tänk på att ha tillräckligt med ljus vid inspelningen så att materialet inte uppfattas som mörkt och grynigt.

Effekter

Använd enkla, stilrena effekter som följer vårt illustrationsmanér. Effekterna får inte ta fokus från övrigt innehåll.

Vinjett

Vi delar in våra rörliga produktioner i två kategorier, reklamproduktioner riktad till en extern publik och interna informationsproduktioner. Vinjetten finns både med och utan ljud.

I reklamproduktioner som riktar sig till en extern publik använder vi musik som passar innehållet, och avslutar med en enkel vinjett där logotypen i färg tonas in och ut mot vit bakgrund. Här används vinjetten utan ljud, och musiken spelas istället under hela filmen.

Versionen med ljud används framför allt i sammanhang där vi informerar om Tekniska verken, till exempel till interna informationskampanjer eller där vi berättar om Tekniska verkens uppdrag.



Profiling

Profilkläder

Hela Tekniska verkens logotyp placeras på ett synligt ställe på alla profilkläder. För profilkläder av typen jackor, kepsar och väskor används svart, vitt eller någon av identitetsfärgerna som bottenfärg (det vill säga färg på plagget).

Tekniska verkens skyddskläder och varselkläder ställer speciella krav på färg, reflex- och skyddsmärkning.

Använd logotypen i färg så långt det är möjligt.

På framsidan använder vi logotypen i litet format på bärarens vänstra bröst. På ryggen är logotypen centrerad.



Fordonsstripning – Egna fordon

Det är viktigt att de fordon som finns i vår bilpark och de bilar som kör på uppdrag av oss, tydligt visar att de tillhör Tekniska verken. Fordonen ska ha ett utseende som stämmer med vår grafiska profil.

Tekniska verken kör vita bilar med logotypen i färg. På sidan av fordonen använder vi det grafiska elementet med linje, som är tonad från mörkblått till ljusblått. I övrigt undviker vi toningar av kostnadsskäl.

Säljbilar och kampanjbilar ser annorlunda ut än våra servicebilar, för att det ska vara tydligt för våra kunder vad som är servicefordon.

Budskap

Budskapen på bilarna följer vår budskapsplattform. Exempel på budskap kan vara "Vi bygger världens mest resurseffektiva region" eller "På rätt väg tillsammans". Budskap skrivs med små bokstäver, även namn på affärsområden. Bilar med felaktig stripning ska fasas ut efterhand.

Det finns några saker att ta hänsyn till när vi väljer typ av stripning:

- Ska fordonet tvättas ofta?
- Hur är slitaget på bilen?
- Hur länge ska stripningen hålla?
- Är innehållet känsligt för till exempel uppvärmning?

Servicebilar



Fordonsstripning – Kampanjbilar

Ibland vill vi ha bilar som syns lite extra. Dessa kallar vi kampanjbilar och kan ha en begränsad livslängd.

Var noga med att följa den grafiska profilen och förankra budskap och utseende med kommunikationsavdelningen.

Svensk Biogas – sigill

Sigillet hör till Svensk Biogas grafiska profil och finns i två utföranden. Tekniska verken får använda dessa på fordon som drivs av biogas och i sammanhang där vi vill marknadsföra biogas. Sigillen får användas i grått, vitt eller svart, men inte i några av Tekniska verkens profilm färger.

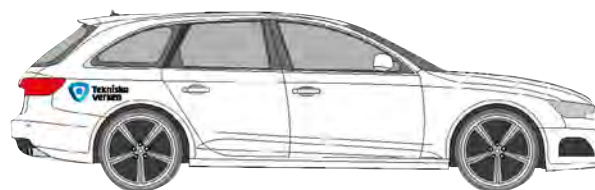
Använd det sigill som avsett för fordon. Kontakta kommunikationsavdelningen för att få rätt tryckoriginal.



Flisbil



Säljbilar och tjänstebilar



Fordonsstripning – Fordon som kör på uppdrag av oss

Ibland ger Tekniska verken en entreprenör i uppdrag att utföra ett speciellt arbete åt oss. För entreprenörer som gör arbeten under en kortare tid eller använder samma bil till flera olika uppdragsgivare, använder vi en flyttbar dekal.

I andra fall utför entreprenören alltid samma uppdrag åt oss. Till exempel sker hämtningen av hushållsavfall på entreprenad. Dessa bilar strpas alltid med budskapet ”Jag kör på uppdrag av Tekniska verken”.

Flyttbar dekal



Skyltar och dekaler

Tekniska verkens skyltar är tydliga och enkla, med rent utseende och korta budskap. Skyltarna har vit bottenfärg. Rubriker skriver vi med Tekniska verkens mörkblå eller mellanblå färg. Brödtexten är svart.

Budskap och textstorlek

Vi använder aldrig enbart versaler för rubriker eller texter på skyltar. Tänk på att välja en textstorlek som syns tydligt och är lätt att läsa från den plats där kunden kommer att befinna sig när de ser skylten.

Använd korta budskap och välj ut den viktigaste informationen till skylten. Om kunden behöver mer information, hänvisa istället till webben eller kundservice.

Tonalitet

Tonen på skyltarna är positiv. Undvik ord som tyvärr, röra, problem, ursäkt och så vidare. Använd istället ord som förbättrar, framtid, bättre och liknande.

Kontaktuppgifter

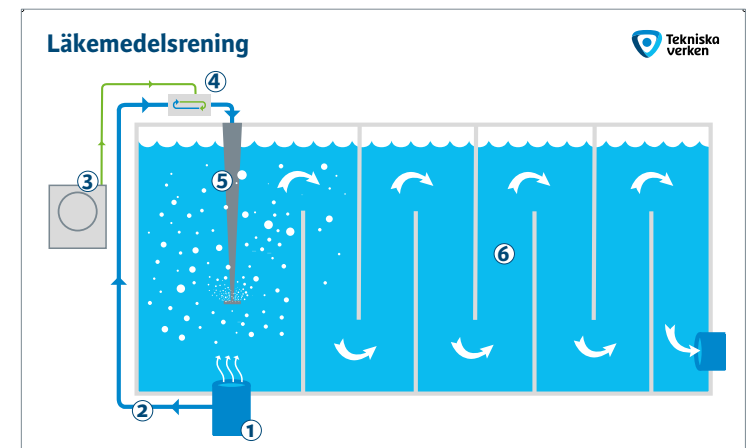
Längst ner på skyltar som står där vi arbetar i allmänna miljöer, till exempel gräver för fjärrvärmeledningar på en stadsgata, finns alltid kontaktuppgifter för mer information.

Illustrationer

Vid de tillfällen vi behöver använda symboler eller infografik på våra skyltar följer dessa vårt illustrationsmanér.



- 1 Inloppsör**
Vattnet kommer in i reaktortanken genom ett rör från den biologiska reningen.
- 2 Sidostrom**
En del av avloppsvattnet avleds i en sidostrom för att blandas med ozongas, innan det återförs till reaktortanken.
- 3 Ozongenerator**
I ozongeneratoren omvandlas syrgas till ozon. Ozonet leds sedan till en injektor.
- 4 Injektor**
I injektorn blandas ozongasen med sidostrommen så att ozonet enkelt kan fördelas i avloppsvattnet.
- 5 Inblandningslans**
Sidostrommen återförs till det stora vattenflödet genom en lans som sprider ozonet i vattnet i höjd med synglasat.
- 6 Reaktor**
Vattnet får flöda upp och ner genom reaktortanken för att ge ozonet tid att reagera med läkemedelsresterna och förbrukas helt, innan vattnet slutligen går vidare till nästa reningssteg.



Eventmaterial

Tekniska verken har ett grundmaterial som används till event där vi deltar. Detta grundmaterial är enkelt och rent, och består av raka beachflaggor samt vepor och tält. Dessa skapar igenkänning utan att ta fokus från övrig kommunikation.

Budskapen följer vår budskapsplattform.

På banners, beachflaggor eller annat material där vår logga måste placeras lodrätt ska symbolen placeras i överkant. Äldre material där symbolen ligger nedåt ska fasas ut.



