



Grafisk manual

VARFÖR EN GRAFISK PROFIL

Den röda tråden i vår kommunikation

Riktlinjer

Den grafiska profilen är riktlinjer för hur kommunen ser ut när vi kommunicerar, oavsett om det gäller en broschyr, ett inlägg i sociala medier eller en trycksak. Den grafiska profilen konkretiseras i den grafiska manualen, som tillsammans med mallarna fungerar som en handbok för dig som ska ta fram material där kommunen är avsändare. Den grafiska profilen hjälper oss att hålla en jämn och hög kvalitet i vår kommunikation och gör det enklare att arbeta på ett enhetligt sätt i vardagen. Den underlättar samarbetet både internt och med externa parter som formgivare och tryckerier. Den gäller för alla som på något sätt arbetar med kommunikation 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 roller 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.

Har du frågor som rör profilen?

Kommunikationsstrategen ger råd och rekommendationer om den grafiska profilen och följer upp att anvisningarna i manualen följs.

Innehåll

| | |
|---|----|
| Logotyp | 4 |
| Färger | 6 |
| Typsnitt | 11 |
| Grafiska element | 14 |
| Mönster | 17 |
| Tillämpningar | 19 |
| Principer för avsändare och profilering | 32 |

Logotyp

LOGOTYP

Hjo kommuns logotyp symboliserar en plats med historiskt värde som följer med i den moderna utvecklingen. Logotypen är tydlig, enkel och stolt. Ordet kommun är inte utskrivet eftersom 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 digital media. Stadsvapnet, utan texten "HJO" får inte användas. Undantag får enbart göras när logotypen är omöjlig att använda på ett funktionellt sätt, till exempel som profilbild i sociala medier eller som favicon på en webbplats.

Färgvarianter av logotypen

Logotypen i färg kan användas mot vit eller ljus bakgrund. Logotypen i vitt med fyllt vapen används mot mörka bakgrunder. Logotypen i vitt med transparent vapen används varsamt och i sammanhang där vapnet inte riskerar att smälta in i bakgrunden. Logotypen i svart används när inget av ovan passar eller vid svartvita utskrifter.

Placering av logotypen

Logotypen ska alltid ha en frizon som motsvarar vapnets bredd, se exempel. Det innebär att inga objekt får förekomma inom logotypens frizon, till exempel texter, symboler etc.



Färger

FÄRGER

Färg är ett av de mest direkta medlen för kommunikation. Vi kan använda det både för att väcka känslor och för att skapa igenkänning på ett tydligt sätt hos mottagaren.

Den här paletten är hämtad direkt från omgivningarna i vår kommun och vi har valt dem för att de speglar vår plats; de säger något om vilka vi är och var vi hör hemma. Från sjöbrisen och mossan i skogarna, till de inbjudande färgerna längs gatorna och vår stadspark till fälten på vår landsbygd.

Primärfärgerna ger tydlighet och igenkänning medan komplementfärgerna skapar värme, balans och flexibilitet. Tillsammans bildar de en identitet som känns naturlig, jordnära och självklar för just Hjo.

Opacitet/transparens

Samtliga färger får användas i opacitet mellan 25 % och 100 %. Tänk på att kontrasten mellan text/element och bakgrund behöver vara tillräckligt stor enligt WCAG 2.0 AA (se mer information om WCAG under avsnittet Färger - Tillgänglighet).

Primärfärger

Midnatt

CMYK: 87 / 64 / 42 / 27
RGB: 41 / 76 / 99
HEX: #294c63

Sjöbris

CMYK: 24 / 7 / 12 / 0
RGB: 191 / 214 / 217
HEX: #bfd6d9

Komplementfärger

Sammet

CMYK: 18 / 86 / 80 / 7
RGB: 190 / 70 / 61
HEX: #be463d

Mossa

CMYK: 69 / 34 / 67 / 15
RGB: 82 / 124 / 99
HEX: #527c63

Höstråg

CMYK: 6 / 42 / 94 / 0
RGB: 234 / 160 / 47
HEX: #eaa02f

Aprikos

CMYK: 0 / 28 / 38 / 0
RGB: 249 / 193 / 156
HEX: #f9c19c

Lindblom

CMYK: 33 / 6 / 38 / 0
RGB: 172 / 206 / 172
HEX: #acceac

Vanilj

CMYK: 0 / 4 / 15 / 0
RGB: 253 / 241 / 218
HEX: #fdf1da

FÄRGER

Gråtoner

De neutrala gråtonerna fungerar som stöd i färgpaletten och används när profilfärgerna inte är lämpliga, till exempel för bakgrunder, faktarutor, linjer eller andra ytor där tydlighet och läsbarhet behöver prioriteras.

Gråskalan bidrar till ett lugnt och sammanhållet uttryck och gör det möjligt att lyfta fram innehåll och budskap utan att konkurrera med profilfärgerna. Den ljusa grå tonen kan exempelvis användas som bakgrund på webben eller i trycksaker, medan de mörkare grå tonerna passar för text, linjer och strukturelement.

Dessa ska inte tonas.

Mörkgrå

CMYK: 87 / 60 / 39 / 31

RGB: 63 / 71 / 75

HEX: #3f474b

Mellangrå

CMYK: 69 / 33 / 63 / 18

RGB: 138 / 148 / 150

HEX: #8a9496

Ljusgrå

CMYK: 7 / 42 / 88 / 0

RGB: 230 / 232 / 231

HEX: #e6e8e7

FÄRGER - TILLGÄNGLIGHET I TEXT

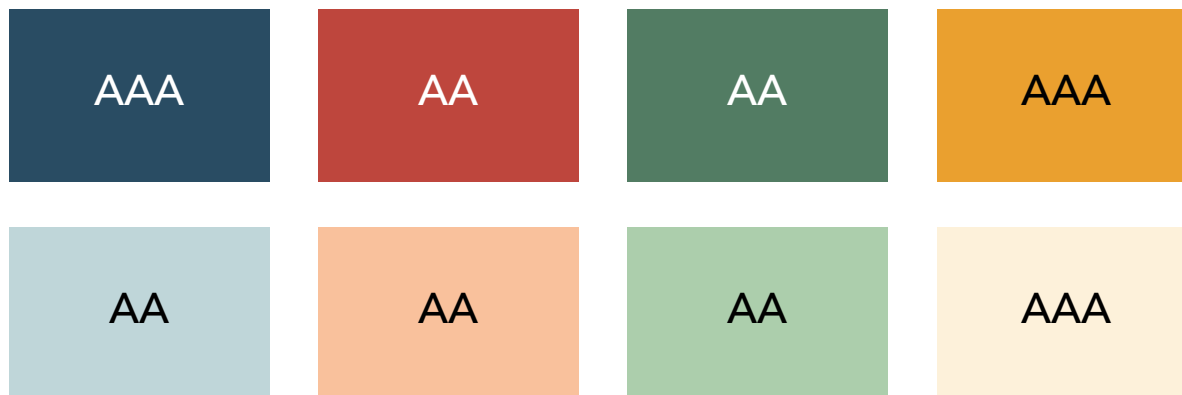
När vi väljer färger till bakgrunder och texter behöver vi tänka på kontrasten, alltså hur tydligt texten syns mot färgen bakom.

WCAG är riktlinjer för tillgänglighet, och där finns olika nivåer att sikta på.

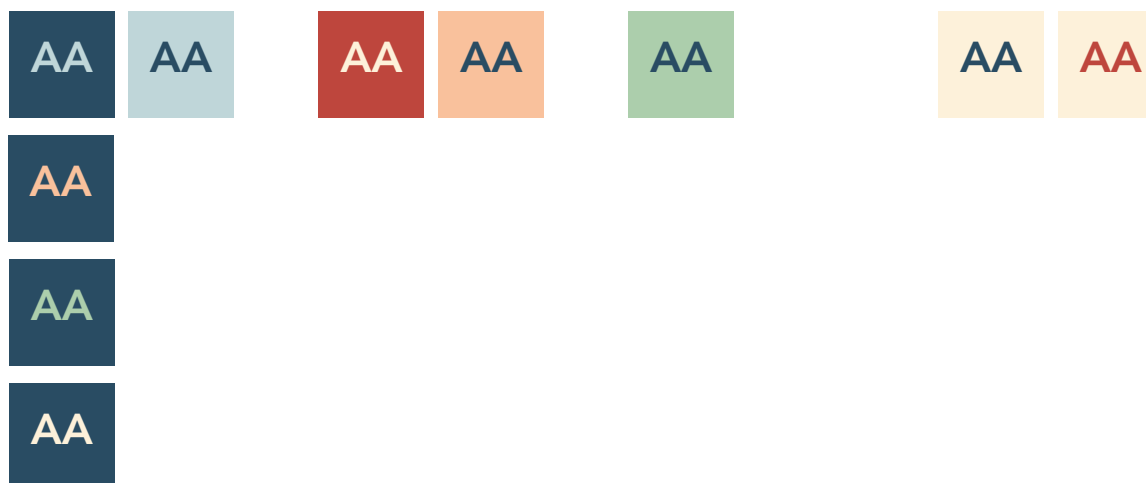
Vi utgår från **AA-nivå** vilket betyder att text och bakgrund har tillräcklig kontrast för att vara lätt att läsa för de flesta.

I tabellerna ser du vilka färgkombinationer för text som är godkända enligt AA-nivån. Några av färgerna är godkända på högsta nivån vilket är AAA.

Godkända kontraster för svart och vit text



Godkända kontraster för färgad text på färgad bakgrund



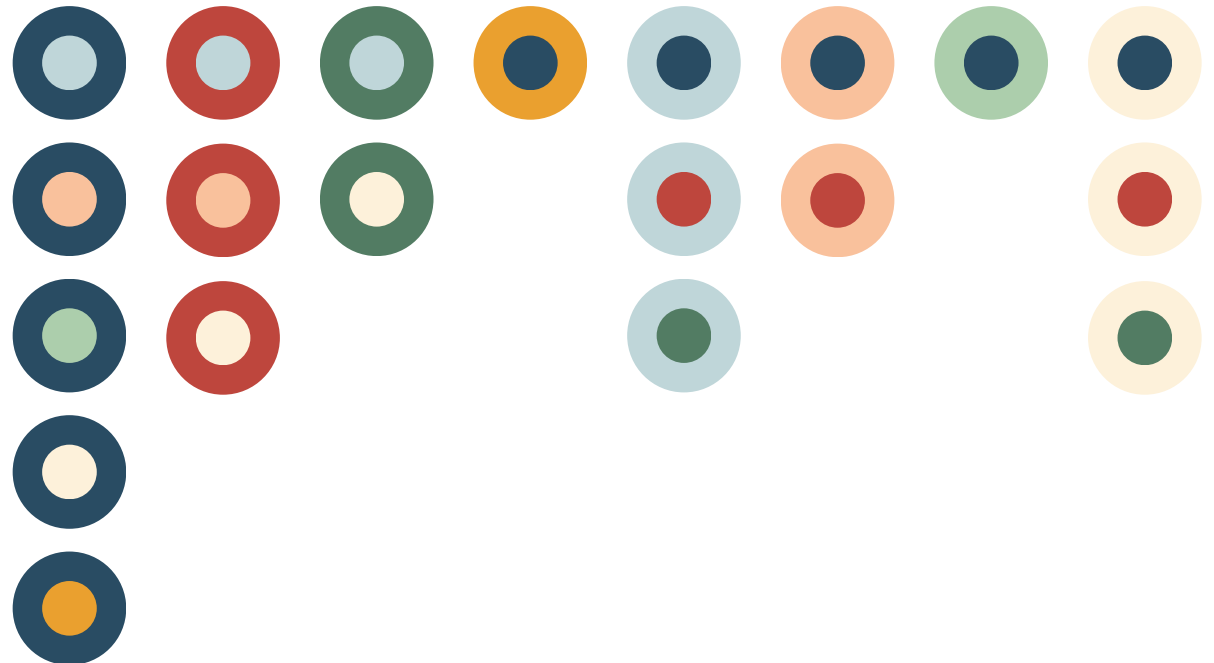
FÄRGER - TILLGÄNGLIGHET GRAFIK

När vi kombinerar färger i grafik (t.ex. diagram eller grafiska element) som förmedlar information som är bärande för att kunna ta till sig budskapet behöver vi tänka på kontrasten, alltså hur tydligt de olika färgerna skiljer sig från varandra.

WCAG är riktlinjer för tillgänglighet och används för att säkerställa att visuella element är möjliga att uppfatta för så många som möjligt. Vi utgår från AA-nivån, vilket innebär att färgerna behöver ha tillräcklig kontrast för att inte flyta ihop eller bli svåra att se.

I tabellerna ser du vilka färgkombinationer som är godkända enligt AA-nivån när det gäller grafik. Genom att följa detta skapar vi material som är både tydligt och tillgängligt.

Godkända färgkombinationer för grafik



Typsnitt

TYPOGRAFI - TYP SNITT

Typografin är en viktig del av vår grafiska profil. Den hjälper oss att skapa ett uttryck som känns tydligt, modernt och förankrat i vår plats. Våra valda typsnitt ska bära både vår identitet och våra budskap på ett sätt som gör kommunikationen lätt att ta till sig.

Huvudtypsnitt

Vårt huvudtypsnitt heter Avenir Next Pro. Det är ett modernt, stilrent och mycket lättläst typsnitt som fungerar i många olika sammanhang. Avenir Next Pro ger ett öppet och välkomnande uttryck och bidrar till den tydlighet och tillgänglighet som vår kommunikation ska ha.

Avenir Next använder vi i rubriker, brödtexter, ingresser och i huvuddelen av vårt externa och interna material. Typsnittet finns i flera olika skärningar, vilket gör det flexibelt och lätt att anpassa efter olika behov.

Kompletterande rubriktypsnitt

För att kunna förstärka det mer klassiska och kulturhistoriska uttrycket i vår identitet använder vi ibland Baskerville Display PT som ett kompletterande rubriktypsnitt. Det ger rubrikerna ett mer elegant och tidlöst anslag och fungerar särskilt bra i sammanhang där vi vill betona vår historia och vårt arv.

Avenir Next Pro light, regular och demi

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ 0123456789?!
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ 0123456789?!
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ 0123456789?!
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö**

Baskerville Display PT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ 0123456789?!
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö

TYPOGRAFI - ANVÄNDNING

Text och bild ska hanteras med målet att ge så god läsbarhet och förståelse för innehållet som möjligt.

Rubriker och löptexter ska i regel vara vänsterställda och skrivas i gemener med inledande versal. Huvudrubriker kan också skrivas helt i versaler. Rubriker sätts i Avenir Next Pro Demi och bör vara minst dubbelt så stora som brödtexten, men gärna uppåt tre till fem gånger större vid kortare rubriker eller i mer profilbärande material. Underrubriken fungerar som en brygga mellan huvudrubrik och brödtext och bör vara tydligt urskiljbar för att guida läsaren. Det viktiga är att skapa en tydlig visuell kontrast.

Centrerad text ska användas sparsamt och vid enstaka tillfällen, exempelvis i specifikt marknadsföringsmaterial eller enklare enheter med lite text, men bör undvikas i längre texter.

Rubriken är 24 pt

Underrubriken är 16 pt

Brödtexten är 12 pt. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Suspendisse et justo nec turpis lacinia tempor. Vestibulum aliquam auctor nunc id pellentesque. Fusce dapibus cursus sodales. Etiam tortor leo, maximus interdum enim et, mollis pharetra ligula. Cras ornare lobortis nisl. Maecenas non volutpat magna.

Rubriken är 42 pt

Underrubriken är 21 pt

Brödtexten är 12 pt. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Suspendisse et justo nec turpis lacinia tempor. Vestibulum aliquam auctor nunc id pellentesque. Fusce dapibus cursus sodales. Etiam tortor leo, maximus interdum enim et, mollis pharetra ligula. Cras ornare lobortis nisl. Maecenas non volutpat magna.

Grafiska element

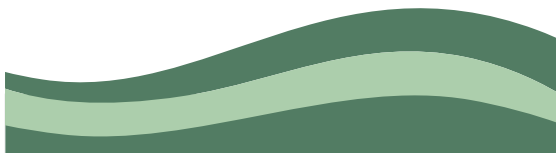
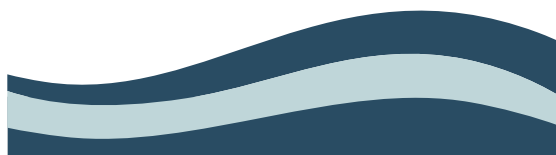
GRAFISKA ELEMENT

De grafiska elementen är en viktig del av vår visuella identitet. De hjälper oss att skapa igenkänning genom uttryck som präglar vår kommun – närheten till vattnet, den rika naturen och den lokala historien.

Vågen är vårt huvudelement. Den speglar vattnets betydelse för kommunen, både som plats och som berättelse. Formen är mjuk och följsam och skapar ett lugnt men tydligt uttryck. Vågen finns i olika färgställningar.

Utöver de vågor som visas här finns en mer "böljande" våg. Den används endast i produktioner som görs av kommunikationsstrategen.

Vågen, att använda i sidfot eller fritt



GRAFISKA ELEMENT

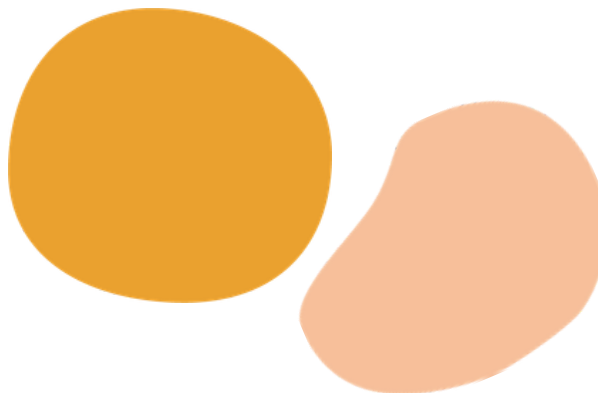
Till vågen adderas fyra kompletterande element:

- Organiska cirklar – inspirerade av naturens former. De tillför en mjukhet och ett mer lekfullt uttryck när det behövs. Cirklarna kan användas som bildramar.
- Fyr – en visuell blinkning till de fyror som finns i kommunen. Tänk på fyren som en vägvisare.
- Blad – en symbol för grönskan och närheten till naturen, från landskapet runtom till stadsparken mitt i centrum.
- Pusselbit – används för att förstärka idén om helhet och sammanhang. Den visar hur olika delar hänger ihop och bidrar till en större bild, oavsett om det handlar om verksamhet, platser eller budskap.

Elementen kan användas i de färgkombinationer som anges för grafiska element i avsnittet Färger.

Elementen kan med fördelas användas i dekorativt syfte när bild saknas.

Organiska cirklar



Fyr



Blad



Pusselbit



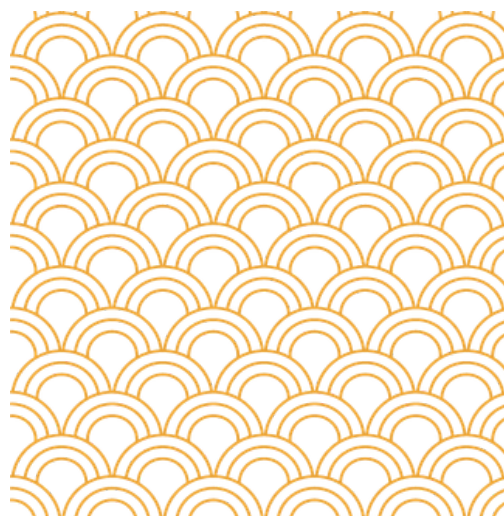
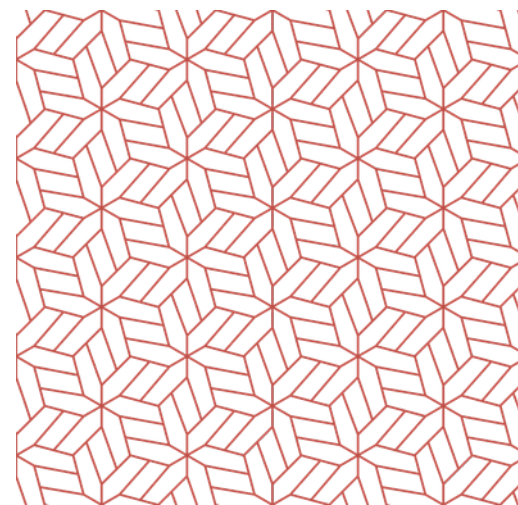
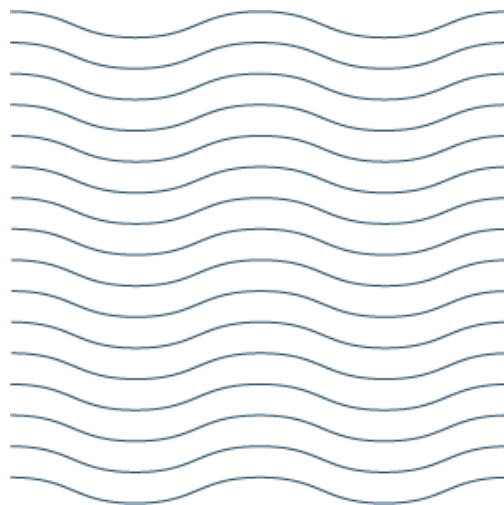
Mönster

MÖNSTER

Mönstren i vår grafiska profil är valda för att ge oss fler sätt att uttrycka platsens identitet. De är inspirerade av detaljer i den lokala miljön – från närheten till vattnet, från gator och byggnader till till trästadens karaktär.

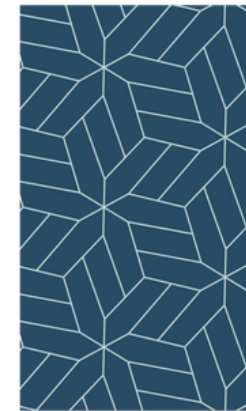
Mönstren kan användas som bakgrunder, utfyllnad eller diskreta detaljer för att skapa variation och igenkänning i vår kommunikation.

Mönstren kan användas i de färgkombinationer som anges för grafiska element i avsnittet Färger.



Tillämpningar

KORRESPONDENSKORT OCH VISITKORT



BREVMALL, DOKUMENT OCH E-POSTSIGNATUR

 Klicka eller tryck här för att ange datum.
Dnr 20XX:XXX

<Mottagare>
<Adress>
<Postnr><Postort>

Rubrik

Skriv en tydlig och konkret rubrik. Den ska snabbt hjälpa mottagaren att förstå vad dokumentet gäller och varför det är relevant.

Använd rubriknivåer för att skapa en tydlig struktur i ditt dokument. Du hittar dem under start/format.

Om kontaktuppgifter behövs utgår du från signaturen nedan. Ändra till dina kontaktuppgifter.

Namn Efternamn
Titel
Direkt: 0503-35X XX
Växel: 0503-350 00
E-post: namn.efternamn@hjo.se

Hjo kommun, Torggatan 2, 544 30 Hjo, 0503-350 00, www.hjo.se, kommunen@hjo.se

 Klicka eller tryck här för att ange datum.

Rubrik

Skriv en tydlig och konkret rubrik. Den ska snabbt hjälpa mottagaren att förstå vad dokumentet gäller och varför det är relevant.

Använd rubriknivåer för att skapa en tydlig struktur i ditt dokument. Du hittar dem under start/format.

Om kontaktuppgifter behövs utgår du från signaturen nedan. Ändra till dina eller verksamhetens kontaktuppgifter.

Namn Efternamn (alternativt verksamhetens namn)
Titel
Direkt: 0503-35X XX
Växel: 0503-350 00
E-post: namn.efternamn@hjo.se (alternativt verksamhetens e-post)



Förnamn Efternamn
Titel/roll
Enhet

Direkt: 0503-35X XX
Kontaktcenter/Växel: 0503-350 00

Hjo kommun, 544 30 Hjo
Besöksadress: Torggatan 2, Hjo

www.hjo.se



DOKUMENTMALLAR

Vi har mallar för följande dokument:

- Dokument
- Brev
- Protokoll
- Kallelse och ärendelista
- Missiv
- Skrivelse
- Rutin
- Styrdokument
- Utredning

| | |
|-------------------|--|
| Fastställd av: | L.ex. KF 20XX-XX-XX, § X |
| Giltighetstid: | Till och med 20XX-XX-XX / Tills vidare |
| Senast reviderad: | Instans § XX/XX |
| Dokumentansvarig: | Titel på ansvarig chef |
| Diarienummer: | 20XX-XXX |

| | | |
|------------------|----------------------------|-----|
| Ansvarig chef | Datum | Der |
| Förman Efternamn | Klicka eller tryck 20XX-XX | |
| Titel | här för att ange datum. | |
| Hedäggen | Mottagen | |
| Förman Efternamn | Skriv beslutsinstans här | |
| E-post | | |

Huvudrubrik

Förvaltningens förslag till beslut
Förslag till text:
Kommunstyrelsen beslutar att X.
Kommunstyrelsen föreslår att kommunfullmäktige beslutar att X.

Sammanfattning av ärendet
Sammanfattningen är obligatorisk och ska vara max två stycken A4.

Beslutsunderlag
Lista samtliga handlingar som ska skickas ut med missivet. Om missivet är det enda beslutsunderlaget ska du ta bort den här rubriken.
Till exempel: Utredning, samhällsbyggnadschef, 2025-01-01

Skickas till
Lista samtliga roller och externa mottagare som beslutet ska skickas till.

Hjo kommun, Torggatan 2, 544 30 Hjo, 0503-350 00, www.hjo.se, kommunen@hjo.se

PRESENTATIONER

I mallen för presentationer finns tre teman:
midnatt, sjöbris och våg.




ANNONSER

Exempel på olika sätt att utforma tryckta annonser.

Älskar du gröna rum?

VI SÖKER EN TRÄDGÅRDSMÄSTARE TILL STADSPARKEN

Hos oss blir ditt jobb att skapa trivsel varje dag – för både människor, djur och natur. Låt dina gröna fingrar göra skillnad i hjärtat av staden.



Sommarsimskola för 12-åringar

VECKA 25-26


Sommarsimskolan för 12-åringar riktar sig till dig som ännu inte nått simmålen i skolan och vill stärka din trygghet i vattnet.

Fokus ligger på att utveckla vattenvana, grundläggande simteknik och säkerhet med målet att du ska känna dig trygg och klara målen. Samtidigt vill vi att det ska vara roligt att lära, så lek och glädje är en naturlig del av träningen.

Anmälan: hjo.se/sommarsimskola

 Guldkroksbadet
Måndag-onsdag kl. 10.00-11.30

**ANMÄLAN
SENAST
8 JUNI**



Samrådsmöte

PLANPROGRAM HAMMARDALSOMRÅDET

Hjo kommun bjuder in allmänheten till samrådsmöte inom projektet Planprogram för Hammardalsområdet.

 Kulturkvarteret, Lilla Park
 Tisdag 10 juni klockan 18.30



KUNGÖRELSE

Granskning av ny detaljplan för del av fastighet Norr 3:59 - Utbyggnad av industriområdet mot väg 195

Granskningen pågår 18 september till 9 oktober. Den 2 september 2025 beslöt byggnadsnämnden att ställas ut den nya detaljplanen för granskning. Den nya detaljplanen syftar till att möjliggöra en vägförlängning av Sveavägen mot länsväg 195 samt förlänga industriområdet fram till 195:an. Efter samråd med Länsstyrelsen görs bedömningen att konsekvenser av genomförandet av planförslaget inte medför en betydande miljöpåverkan.

BYGGNADSNÄMNDEN

INLÄGG SOCIALA MEDIER

Mallarna är medvetet enkla för att skapa ett lugnt och professionellt helhetsintryck, men också för att vara lätta att använda i vardagen.

Solid bakgrund + tydlig text i kontrast

Används när budskapet står i centrum. Rubriken ska vara kort, rak och lätt att ta in i ett snabbt scrollande flöde. Fokus ligger på god kontrast mellan text och bakgrund för maximal läsbarhet.

Bild + dekorelement med text i

Här kombineras bild och text för att skapa både känsla och tydlighet. Dekorelementen används för att rama in texten och guida blicken. Texten ska alltid vara fullt läsbar och ha tillräcklig kontrast mot sin bakgrund.

Bild + dekorelement

Används när bilden bär innehållet i sig. Dekorelementen bidrar till igenkänning och ett konsekvent uttryck, men används med återhållsamhet så att bilden får stå i fokus. Texten placeras i första hand i inläggstexten.

Text på bild

Text på bild används när budskapet behöver nå mottagaren direkt i flödet, samtidigt som bilden bidrar med kontext eller känsla. Textmängden hålls låg och placeras så att den fungerar i olika format och beskärningar.



FOLDRAR

Det finns flera mallar framtagna för foldrar i olika utföranden. Det ger verksamheterna möjlighet att välja en lösning som passar innehållet och användningsområdet, samtidigt som uttrycket hålls enhetligt.

Foldrarna finns i versioner anpassade både för professionellt tryck och för intern utskrift på skrivare. På så sätt kan material tas fram för både större produktioner och enklare informationsblad inom verksamheten.

Exempel på framsidor och baksida



Exempel på inlagor



AFFISCHER

Affischmallarna är framtagna för olika typer av budskap.

Den med mer text används när informationen behöver förklaras tydligare. Den har plats för bild, dekorelement och en yta för kort information som till exempel datum, tid och plats.

Övriga mallar används när budskapet är rakt och kräver mindre text, till exempel vid evenemang. Här står rubrik, bild och kort information i fokus.

Mallarna kan varieras med färger, dekorelement och mönster för att skapa olika uttryck.



Hjo 2030

Ny detaljplan FÖR SVÄRTAN

Nu finns ett förslag till ny detaljplan för Svärtan och du har möjlighet att lämna dina synpunkter.

I de stora drag handlar detaljplanen om hur området kan utvecklas med nya bostäder, förbättrade stråk för gång och cykel samt mer plats för grönska och mötesplatser. Samtidigt tas hänsyn till områdets karaktär, befintlig bebyggelse och hur Svärtan hänger ihop med omgivningen.

Alla synpunkter är viktiga och tas med i det fortsatta arbetet.

Lämna dina synpunkter 1-30 april
i Stadshuset eller på hjo.se



**5-11
maj**

TRYGGHETSVECKAN

Självförvar för nybörjare
Tisdag kl. 14-17, Lilla Park

Brandkydd
Tisdag kl. 18-19.30, Hotell Bellevue
Hjärtestartare - visning och information

Onsdag kl. 14-15,
Kultursorget i Kulturkvarteret

Tipspromenad med tema trygghet
Tisdag-Onsdag, kl. 09-15.30
Rödningen
Torsdag kl. 10. Genomgång av svar
och utlottning av priser

Bedrageriföreläsning
Torsdag kl. 18.30-19.30,
Hotell Bellevue

Helgmys med sällskapsspel för unga
Fredag kl. 17.00 och lördag
kl. 11.00, Bellevueterassen

Högalidens dag
Söndag kl. 10-14, Högaliden

Hälsoslingan
Hela veckan med tema
"Trygga seniorer"



**20
april**

VÅRFEST I PARKEN

Våren är här och det vill vi fira tillsammans!

Välkommen till en härlig eftermiddag i parken med musik, gemenskap och skön stämning i det gröna.

Ta med familj, vänner och något att sitta på. Vi bjuder på värkänsla, skratt och en park fylld av liv.

Vi ses i Stadsparken klockan 13.00-17.00



HÖSTSYMFONI MED MUSIKSKOLAN

VI SPELAR BACH OCH VIVALDI

9 maj | Kulturskolan Pedagogien
Anmälan: hjo.se/hostsymfoni
Kontakt: Anna Andersson, 0603-123 45



BYGGNADSVÅRDSDAGEN

15 juni

Byggnadsvårdsdagen äger rum i Samsköleparken utanför Kulturkvarteret. Det är ett gratis evenemang med fokus på vårt kulturarv och byggnadsvård, där föreläsningar och visningar kommer att vankas.



ROLLUPS

Rollups används ofta i miljöer där mycket händer samtidigt: mässor, möten, evenemang och offentliga lokaler. Därför behöver de vara enkla att ta in, även på håll.

Håll budskapen korta och tydliga och undvik att fylla ytan med för mycket information. En bra rollup ska fungera som en tydlig visuell markör: den ska fånga uppmärksamhet, signalera vem vi är och ge en snabb bild av vad vi vill förmedla.

Använd få element, god kontrast och gärna något av våra grafiska element eller mönster för att skapa igenkänning.

En ren rollup gör större nytta än en plottrig. Detaljer, längre texter och praktisk information hör hemma i andra format.



FLAGGOR OCH SKYLtar

Flaggor

Kommunens flaggor används för att stärka synligheten och igenkänningen av kommunen i det offentliga rummet.

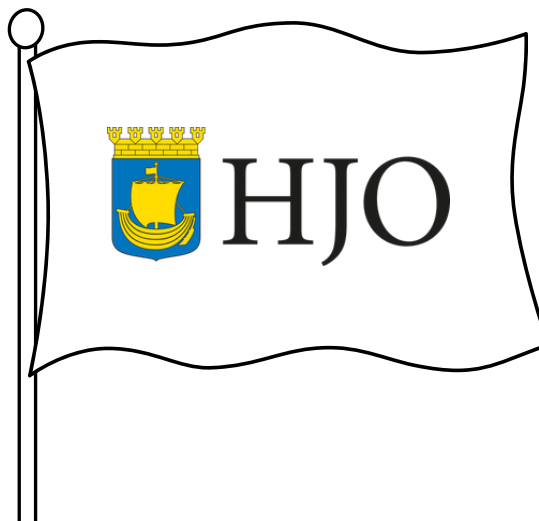
Flaggor ska alltid ha vit botten med kommunens logotyp i färg.

Skyltar utomhus

Kommunens skyltar ska ha ett enkelt och tydligt uttryck som gör det lätt att orientera sig och förstå avsändaren.

Skyltar har vit bakgrund och svart text. Typsnittet ska vara Avenir Next Pro Demi. Textmängden ska hållas sparsam och i första hand bestå av verksamhetsnamn. Om tilläggstext behövs placeras den under verksamhetsnamnet i typsnittet Avenir Next Pro Light.

Kommunens logotyp placeras alltid till höger i mitten.



BILDEKOR

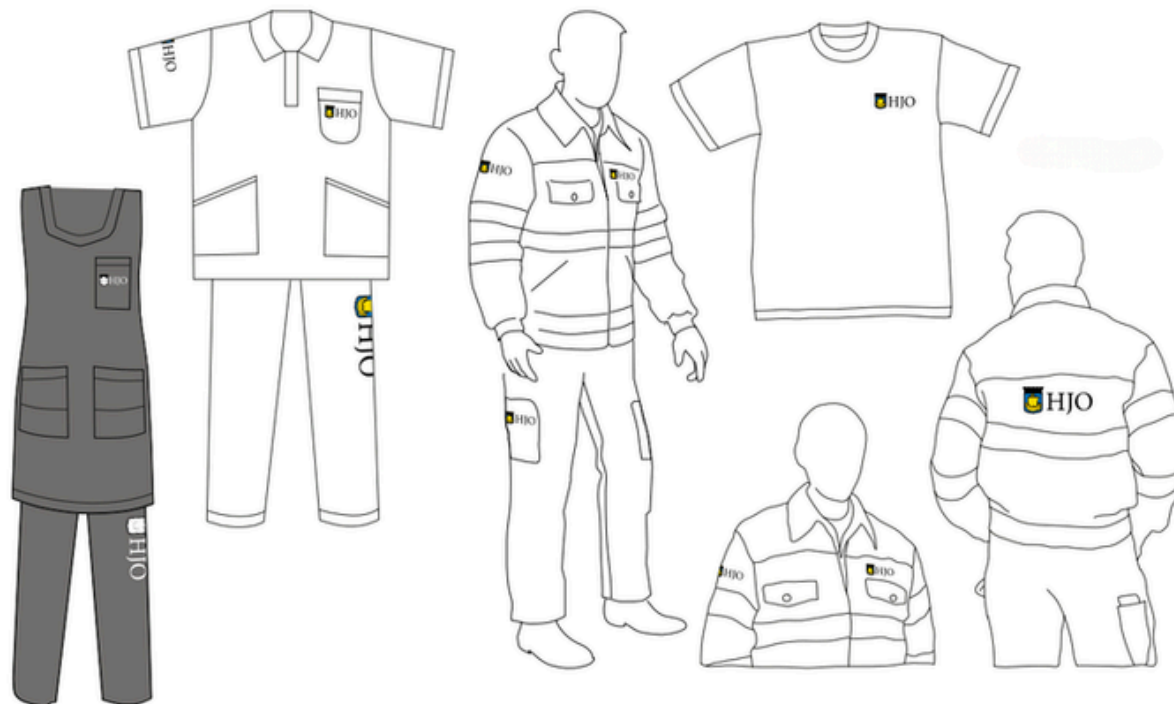
I första hand ska vi välja vita eller grå bilar vid inköp. Logotypen ska vara i färg och placeras på fordonets framdörrar. Vid mörkare färg på bilen används istället den vita fyllda logotypen.

Logotypen ska placeras enligt bilden.



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



Principer för avsändare och profilering

PRINCIPER FÖR AVSÄNDARE OCH PROFILERING

Kommunens grafiska profil är alltid grunden i kommunens visuella kommunikation och ska användas av alla verksamheter där kommunen är avsändare. En gemensam visuell identitet stärker igenkänningen, tydliggör avsändaren och bidrar till ett starkare kommunvarumärke.

Utgångspunkten är därför att alla verksamheter är en del av kommunens identitet och använder kommunens logotyp, färger, typsnitt och övriga grafiska riktlinjer. Egna visuella lösningar eller alternativa profiler ska inte tas fram.

Varumärkeshierarki

Kommunens grafiska profil utgör alltid nivå ett och ska vara den dominerande visuella identiteten när kommunen står som avsändare. Det gäller även i material där kommunen kommunicerar tillsammans med andra organisationer eller samarbetspartners. Samarbetspartners logotyper får förekomma i materialet, men ska alltid vara underordnade kommunens logotyp i storlek och placering.

Om en verksamhet har en egen symbol används detta på nivå två, som ett komplement inom kommunens grafiska system. Det får inte ersätta kommunens identitet utan ska samspela med den. Nya symboler ska alltid godkännas av kommunikationsstrateg.

Vid samprofilering med platsvarumärket avgör avsändarrollen hierarkin:

- När kommunen är huvudavsändare ska kommunens grafiska profil dominera och platsvarumärket användas som tillägg.
- När platsvarumärket är huvudavsändare gäller platsvarumärkets identitet som överordnad, och kommunens profil används då som sekundär avsändare.

Särprofilering

I vissa särskilda fall kan kommunledningsgruppen besluta att en verksamhet får använda egen profilering. Ett sådant beslut ska bygga på att särprofileringen skapar ett tydligt mervärde för kommunen som helhet. Förutsättningen

för att särprofilering ska godkännas är att det finns resurser och kompetens att hantera denna profilering och marknadsföring på ett professionellt sätt. Vid särprofilering tas en separat profil och manual fram.

Följande verksamheter har i dag beslut om särprofilering:

- Visit Hjo

PRINCIPER FÖR AVSÄNDARE OCH PROFILERING - EXEMPEL



I folderexemplet placeras symbolen på framsidan och kommunens logotyp, som alltid ska vara med, på baksidan för att harmonisera med layouten. I material där logotyp och symbol kan användas tillsammans – som i affischexemplet – utan att störa layouten är detta förstahandsval. Kontakta kommunikationsstrategen om du utformar material utan färdig mall och känner dig osäker på hur detta ska hanteras. I övrigt följs kommunens grafiska profil i sin helhet.

Hjo kommun
Torggatan 2, 544 30 Hjo
0503-350 00
www.hjo.se