



GRAFISK PROFIL- MANUAL

WIST [®]PI

Varumärket Wist Last & Buss	3
Logotyp	4
Logotypens utformning	5
Logotypens olika färgversioner	5
PI-märket	7
Frizon	8
Minsta storlek	8
Optisk linjering av logotyp	10
Wist-märket	12
Färger	15
Primära färger	16
Sekundära färger	17
Typografi	18
Typsnitt	19
Versalrubriker	20
Textfärg	20
Grafik	21
Den sneda kanten	22
Etiketter	24
Bubblor	24
Linjer	24
Diagram och tabeller	25
Bildspråk	26
Tillämpning	28
Annonser och banners	29
Sociala medier	30

Varumärket Wist Last & Buss

Wist Last & Buss är Nordens största privata återförsäljare av Volvo Lastbilar och Bussar med 18 anläggningar i Sverige och 15 i Norge. I Sverige finns vi från Köping i söder till Kiruna i norr med vårt huvudkontor i Östersund.

Wist Last & Buss är en del av Persson Invest – en familjeägd koncern som grundades 1932 när bröderna Sven och Gustaf blev återförsäljare för Volvo i Östersund. Verksamheten som idag innefattar personbilar, lastbilar, bussar, skog, hyvlerier, fastigheter och förnybar energiproduktion omsätter drygt 6 miljarder kronor och har cirka 1 300 medarbetare. Den grafiska profilen utgår från de riktlinjer som finns i Persson Invests koncernövergripande kommunikationspolicy.

”Information och kommunikation är en grundförutsättning för insyn, delaktighet och inkludering. En fungerande kommunikation är även en grund för att stärka koncernens varumärken och på så sätt öka våra affärsmöjligheter. Kommunikationen ska användas för att skapa öppenhet, förståelse och kunskap om Persson Invest och dess dotterbolag.”

Vårt marknadsföringsmaterial ska återspegla den kvalitetsnivå som Wist Last & Buss och Persson Invest står för. Utöver riktlinjerna i tillämpningsmanualen får du gärna låta kreativiteten tala. Man behöver inte vara lika på allt!

Wist Last & Buss AB- företagsnamnet

Företagsnamnet i sin helhet – Wist Last & Buss AB – används bara i sin helhet i formella sammanhang. I vanlig löptext ska företaget bara benämnas som Wist eller Wist Last & Buss. Företagsnamnet skrivs aldrig med versaler i löptext trots att logotypen använder versaler.

Ladda ner allt material från webben

Använd alltid grafiskt material från Persson Invests intranät. Under intranätets marknadssektion hittar du den senaste versionen av samtliga logotyper och grafiska element som omnämns i denna manual.

Externa användare hänvisas till att ladda ner profilmaterial från den publika webben på: <https://www.dealer.volvotrucks.se/wist-last-buss/sv-se/about-us1/grafisk-profil.html>

The logo consists of the word "WIST" in a bold, blue, italicized sans-serif font. To the right of "WIST" is a blue circle containing the white letters "PI".The logo consists of the words "PERSSON INVEST" in a bold, blue, italicized sans-serif font. To the right of "PERSSON INVEST" is a blue circle containing the white letters "PI".

LOGOTYP

Logotypens utformning

Logotypen är det grafiska element som tydligast kommunicerar varumärket och profilen och den ska som regel finnas med på allt profilmaterial. Logotypen är satt med snedställda versaler. En modern stil som ger intrycket av ett bolag med rörelse, med teknisk och seriös framtoning.

Logotypens olika färgversioner

Standardlogotypen är alltid den **blå** varianten som ska användas så långt det är möjligt. Logotypen finns även i en negativ (vit) version samt i en svart version som används i undantagsfall när omständigheterna kräver svartvitt enfärgstryck.

Logotypen får inte placeras mot bakgrundsfärger där den blå ordbilden inte syns. Mot färgad bakgrund eller på bild används den negativa (vita) varianten (vid ljus grå bakgrunder kan dock blå logotyp användas). Om logotypen inte framträder mot bildbakgrund måste tonplatta i någon av profolfärgerna användas (se avsnittet Färger).

Originalutförande



Svart



Negativ/vit





WIST ^{PI}



WIST ^{PI}



WIST ^{PI}



WIST ^{PI}



WIST ^{PI}



WIST ^{PI}



WIST ^{PI}



WIST ^{PI}

PI-märket

Logotypen består av två delar; företagsnamnet tillsammans med Persson Invests signaturmärke – bokstäverna **PI** i en ring.

Placering av PI-märket

Behandla logotypen som en sammanhållen enhet, vars ingående element och proportioner inte får förändras, bytas ut eller skifta plats. Logotypen får aldrig ritas om eller förvanskas, inte heller kombineras med andra undertexter eller grafiska element.

PI-märket utgör ungefär två femtedelar av ordbildens höjd och är placerat upptill till höger om företagsnamnet. Ringen linjerar optiskt med ordbilden i ovankant.

Alternativ storlek för brodyr

Vid brodyr eller vid tryckförutsättningar där PI-märket riskerar att bli otydligt finns en alternativ version av logotypen med kraftigare PI-märke, där ringen är förstärkt men fortfarande har samma storleksförhållande till företagsnamnet. Denna version får bara användas i de fall där originalutförandet av logotypen inte kommer kunna återges korrekt.

PI-märket i grundlogotyp



PI-märket



PI-märket i logotyp för brodyr eller tryck i liten storlek



Placering av PI-märket



Frizon

Logotypen ska placeras så att den uppfattas så tydligt som möjligt. Runt logotypen ska det alltid finnas en frizon, där inga andra grafiska element, bilder, texter eller andra störande element får placeras.

Höjden av PI-ringen definierar minsta tillåtna frizon runt logotypen. Frizonen räknas runt hela ordbilden inklusive PI-märket. Logotypens frizon kan med fördel vara större än angivna mått.

Minsta storlek

För att logotypen ska komma till sin rätt och framträda tydligt är det viktigt att logotypen inte återges i för liten storlek. Minsta rekommenderade storlek (höjd) är **6 mm** för tryck och **18 pixlar** för digitala media. Återges logotypen i mindre skala blir läsbarheten inte tillräcklig. Se till att företagsnamnet alltid är läsbart, samt att bokstäverna i PI-märket går att urskilja. I dagspress behövs ofta lite större storlekar för att uppnå tillräcklig läsbarhet.

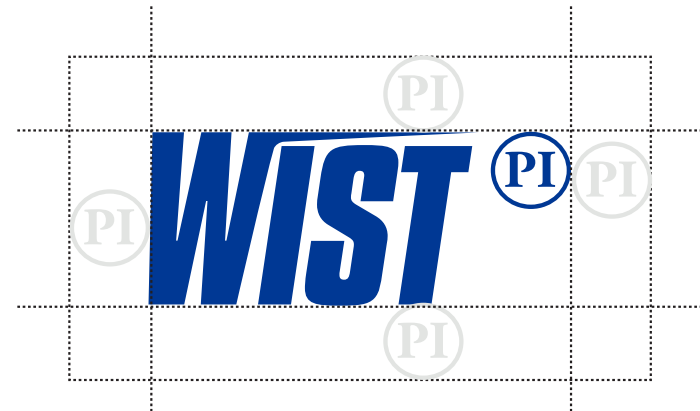
Vilket filformat ska jag använda?

.jpg innebär att logotypen är gjord som pixelgrafik, med komprimering. Denna version kan användas i sammanhang där det är viktigt att hålla nere filstorleken, t ex på webben eller i e-post.

.png innebär att logotypen är gjord som pixelgrafik utan komprimering. Denna version bör användas när slutdestinationen för ditt material är skärmvisning där det inte är lika noga att få en lätt fil. Filformatet har också fördelen att det kan ha transparent bakgrund, vilket behövs för att lägga logotypen mot färgad bakgrund.

.eps är vektoriserade originalfiler främst avsedda för tryckproduktion. Detta filformat kan skalas i storlek utan att förlora kvalitet. Samma fil kan med andra ord användas till ett visitkort och till en två meter hög rollup.

Frizon



Minsta tillåtna storlek i tryck



Logotypen får inte återges utan PI-märket annat än i riktigt små storlekar.



Logotypens proportioner får inte förändras.



Logotypen får inte roteras.



Logotypen får inte anges i andra färger än de som finns definierade i logotypfilerna – blå, svart och vit.



Optisk linjering av logotyp

PI-märkets smala linje gör att logotypen får mer tyngd åt vänsterkanten där ord bilden är kraftfullare, vilket kan göra att layouter upplevs som obalanserade. Detta fenomen kan i vissa fall behöva kompenseras för genom så kallad "optisk linjering", där man försöker eftersträva att ögat tycker att logotypen ligger centrerat eller linjera utan att den faktiskt gör det i faktiska mått.

Använd optisk linjering om du centerar logotypen eller om du vill linjera den med text eller annat objekt i högerkant. Vid linjering i centrerad layout – flytta logotypen en aning till höger jämfört med den naturliga centreringsen. Vid linjering i högermarginal flyttar du också logotypen en aning till höger så den går utanför den naturliga högermarginalen.

otatem sequi nesciunt. Neque
met, consectetur, adipisci ve-
t ut labore et dolore magnam
am, quis nostrum exercitation-
ex ea commodi consequatur?
tate velit esse quam nihil mo-



Optisk linjering i
centrerad layout



Mitten av ytan

Optisk linjering med högerkanten



Wist-märket

Wist-märket återfinns i både en svensk och en norsk version. Märket ska hanteras varsamt och konsekvent och får inte förvanskas eller modifieras på egen hand. Kontrollera alltid att Wistmärkets proportioner är korrekta. Det inte tillåtet ändra märkets proportioner.

Grundform – flerfärgad

Den primära versionen är flerfärgad. Ordbilden "Sverige Norge" med tillhörande flaggor beskriver var vi finns, vår synlighet och samhörighet. Denna version använder vi främst på konfektion, exklusivare profilmaterial eller i digitala medier. Färgerna som används är de officiella färgerna för Sveriges och Norges flaggor och de får inte ersättas med liknande färger ur Wists egna palett.

Sekundärform – enfärgad

När vi arbetar med färre tryckfärger, eller mot rörig bildbakgrund, använder vi en alternativ version av märket. I denna version är sverige och norges flaggor avlägsnade av visuella aspekter. Sekundärformen använder vi av kostnads-mässiga skäl eller när vi vill uppnå olika grafiska effekter.

Minsta storlek

Wistmärket ska aldrig förminskas ned till oläslig storlek. Minimistorleken är 40 mm i diameter för att säkerställa god läsbarhet. Vid speciella tillfällen, så som tryck på en mindre profilartikel, är det tillåtet att märkets sekundärform uppträder i 30 mm.

Placering

Det ska alltid framgå vem som är avsändaren. Därför ska Wist-märket aldrig placeras mot färgade bildytor som skapar otydlighet. Wist-märket bör alltid placeras mot neutrala bakgrunder och färger som harmoniserar med vår företagsprofil. En grundregel är att Wistmärket aldrig ska placeras mot en färgad bildyta som är störande eller skapar låg/ingen kontrast. Wist-märket kan appliceras mot fotografier, förutsatt att bakgrunden är tillräckligt lugn och kontrasterande.



PMS 301 C
CMYK 100, 51, 0, 34
RGB 0, 75, 135
HEX #004B87

PMS 116 C
CMYK 0, 10, 98, 0
RGB 255, 205, 0
HEX #FFCD00

PMS 186 C
CMYK 0, 100, 80, 5
RGB 200, 16, 46
HEX #C8102E

PMS 281 C
CMYK 100, 78, 0, 57
RGB 0, 32, 91
HEX #00205B

Rotering

Det är tillåtet att rotera Wistmärket med en svag lutning för att skapa en levande och intressant layout. Undvik att göra för stor rotation då detta riskerar att förvanska bildupplevelsen. Omkring 10 graders lutning är en bra riktlinje för att uppnå dynamik utan att layouten blir för orolig.

Beskränning av märket

Wist-märket får framträda i beskuret format för att uppnå olika grafiska effekter. Det är tillåtet att själv beskära märket för att anpassa den till respektive designprojekt. Du får däremot aldrig beskära märket så att ordbilderna i märket blir oläsliga. En grundregel är att bokstäverna max får beskäras till cirka 40 procent.



Korrekt roterad, ca 10 grader



Korrekt beskuren och roterad



För mycket roterad



Felaktigt beskuren



FÄRGER

Primära färger

Den grafiska profilen bygger på en stor färgpalett med många kulörer för att kunna passa i många olika sammanhang. Alla färger ska användas enligt färgkoderna i denna manual. Undvik att använda färgerna med transparens på tonplattor och liknande, då bakgrundsfärgen eller bakgrundsbilden kan ändra färgens karaktär.

Den primära färgpaletten utgår ifrån logotypens blåfärg, **PMS 661 C**, och därtill intilliggande ljusare blåa toner. Till detta används några gråtoner ur skalan **PMS Cool Gray**. Vid behov kan även fler nyanser av Cool Gray-serien användas.

Varför beskrivs färgerna på flera sätt?

För att ge ett korrekt intryck måste alltid rätt färger användas i alla medier. Använd därför logotypen i rätt färgversion.

- **PMS** (Pantone Matching System) är färgrymden för tryckproduktion i de fall då specifika tryckfärger används för att exakt matcha företagets färgpalett. Pantoneskalan används när det är viktigt med en exakt färgåtergivning.
- **CMYK** (cyan, magenta, gult, svart) är det vanligaste sättet på vilket man definierar färger för trycksaksproduktioner. CMYK är färgrymden för normalt fyrfärgstryck och tryckproduktion i exempelvis InDesign eller Illustrator.
- **RGB** (rött, grönt, blått) är skalan som används vid skärmvisning. RGB kan också användas för utskrift på vanlig kontorsskrivare.
- **HEX** (Hexadecimalt) används vanligen vid webbproduktion och andra digitala medier.

PMS 661 C
CMYK 100, 81, 0, 13
RGB 0, 53, 148
HEX #003594

PMS Process Black C
CMYK 0, 0, 0, 100
RGB 0, 0, 0
HEX #000000

PMS 660 C
CMYK 74, 44, 0, 0
RGB 64, 126, 201
HEX #407EC9

PMS Cool Gray 11 C
CMYK 63, 52, 44, 33
RGB 83, 86, 90
HEX #53565A

PMS 659 C
CMYK 51, 26, 0, 0
RGB 123, 164, 219
HEX #7BA4DB

PMS Cool Gray 7 C
CMYK 38, 29, 24, 5
RGB 151, 153, 155
HEX #97999B

PMS 658 C
CMYK 29, 11, 0, 0
RGB 177, 201, 232
HEX #B1C9E8

PMS Cool Gray 1 C
CMYK 10, 7, 5, 0
RGB 217, 217, 214
HEX #D9D9D6

Vit
CMYK 0, 0, 0, 0
RGB 255, 255, 255
HEX #FFFFFF

Sekundära färger

Utöver den primära paletten finns också en sekundär färgpalett, som används för att få variation i produktioner och täcka upp i grafik som behöver många färger för förklaringar. Varje färgton finns i en ljus och en mörk variant för att kunna åstadkomma dynamik i produktionerna.

Komplementfärgerna i sekundärpaletten ska användas sparsamt på små detaljer och grafiska element, för att liva upp och leda blicken (se avsnittet Grafik). Använd enbart en eller några utvalda färger ur paletten åt gången i varje produktion.

Alla färger ska användas enligt färgkoderna i denna manual. Undvik att använda färgerna med transparens på tonplattor och liknande, då bakgrunds-färgen eller bakgrundsbilden kan ändra färgens karaktär.

I färgproverna här intill kan du också se om texten ska vara svart eller vit ovanpå den färgade bakgrunden. Inga andra textfärger får användas utöver svart och vit på färgad bakgrund.

PMS 2587 C
CMYK 61, 83, 0, 0
RGB 130, 70, 175
HEX #8246AF

PMS 2577 C
CMYK 39, 56, 0, 0
RGB 167, 123, 202
HEX #A77BCA

PMS 220 C
CMYK 0, 100, 13, 26
RGB 165, 0, 80
HEX #A50050

PMS Rubine Red C
CMYK 0, 100, 24, 4
RGB 206, 0, 88
HEX #CE0058

PMS 1675 C
CMYK 0, 79, 100, 26
RGB 169, 67, 30
HEX #A9431E

PMS 166 C
CMYK 0, 76, 100, 0
RGB 227, 82, 5
HEX #E35205

PMS 118 C
CMYK 0, 26, 100, 31
RGB 172, 132, 0
HEX #AC8400

PMS 115 C
CMYK 0, 4, 88, 0
RGB 253, 218, 37
HEX #FDDA25

PMS 348 C
CMYK 93, 0, 98, 17
RGB 0, 132, 61
HEX #00843D

PMS 369 C
CMYK 58, 0, 100, 4
RGB 100, 167, 11
HEX #64A70B

PMS 7468 C
CMYK 92, 23, 9, 21
RGB 0, 115, 152
HEX #007398

PMS 7466 C
CMYK 91, 0, 30, 0
RGB 0, 176, 185
HEX #00B0B9

TYPOGRAFI

Typsnitt

Neutral typografi för att kunna samverka med Volvo

Wist Last & Buss jobbar med neutrala typsnitt som enkelt smälter tillsammans med Volvos egen grafiska profil. Teckensnitten utgör en bred palett för att fungera i de flesta sammanhang. Samma teckensnitt används i hela koncernen Persson Invest för att kunna dra nytta av samma interna mallar etc.

Rubriktypsnitt – sans serif

Som rubriktypsnitt används **Plus Jakarta Sans** – en fri typsnittsfamilj ur Googles bibliotek. Plus Jakarta Sans har runda och geometriska former som pratar väl med Wists logotyp. Typsnittsfamiljen finns i totalt sju vikter med tillhörande kursiva varianter.

Texterna sätts som standard med Extra Bold, Regular eller Extra Light, men även de mellanliggande vikterna får användas vid behov. Vit brödtext på bildbakgrund behöver i regel sättas med minst Medium vikt. Plus Jakarta Sans gör sig bäst som just korta rubriker och andra texter med kort radlängd. För längre texter används brödtexttypsnitt enligt nedan.

Brödtexttypsnitt – serif

Vid längre brödtexter, och i synnerhet i tryckta medier, används typsnittsfamiljen **Source Serif 4**, som även den är en fri typsnittsfamilj från Google. Typsnittsfamiljen finns i totalt åtta vikter med tillhörande vackra kursiva varianter och gemena siffror för bra läsbarhet i längre texter. I huvudfallet för brödtexter och ingresser används Source Serif 4 Regular och för dekorativa stora rubriker kan Black eller Black Italic användas. Vit brödtext på bildbakgrund behöver i regel sättas med minst Medium vikt.

Plus Jakarta Extra Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
1234567890

Plus Jakarta Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
1234567890

Plus Jakarta Extra Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
1234567890

Source Serif 4 Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
12345678901234567890

Source Serif 4 Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
12345678901234567890

Source Serif 4 Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
12345678901234567890

Versalrubriker

Korta rubriker i Plus Jakarta Sans kan sättas med versaler för att få dynamik i produktionerna och en design som "tar plats". Vid layouter som består till största del av rubrik och logotyp sätts rubriken gärna med gemener för att inte placera allt för många versaler intill varandra. Använd aldrig versaler för brödtext annat än i förkortningar, företagsnamn etc.

Textfärg

Rubriker och brödtext används i huvudfallet i svart eller vitt, men kan även sättas med blå eller någon av de andra färgerna ur paletten. Blanda inte flera olika textfärger i samma uppslag/produkt (utöver svart och vitt).

FÄRGAD RUBRIK I VERSALER

Exempelingress i Source Serif 4 Light Italic. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

Underrubrik i Plus Jakarta Sans Extra Bold

Brödtext ser ut så här i Source Serif 4 Regular. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo. Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi nesciunt.

Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptatem. Ut enim ad minima veniam, quis nostrum exercitationem ullam corporis suscipit laboriosam, nisi ut aliquid ex ea commodi consequatur? Quis autem vel eum iure reprehenderit qui in ea voluptate velit esse quam nihil molestiae consequatur, vel illum qui dolorem eum fugiat quo voluptas nulla pariatur?

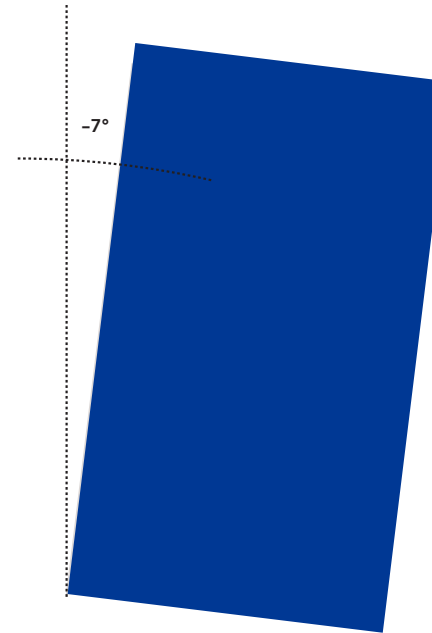
Bildtext i Plus Jakarta Sans. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

GRAFIK

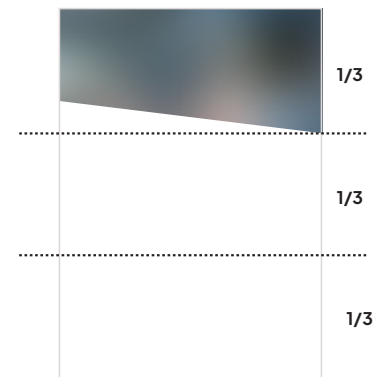
Den sneda kanten

Ett återkommande element i den grafiska profilen är "den sneda kanten". För att få liv och rörelse i produktionerna används (där layouten tillåter) en sned bakgrundsplatta. Den sneda kanten används med fördel som vit platta mot bildbakgrund. Använd bara en sned kant per uppslag.

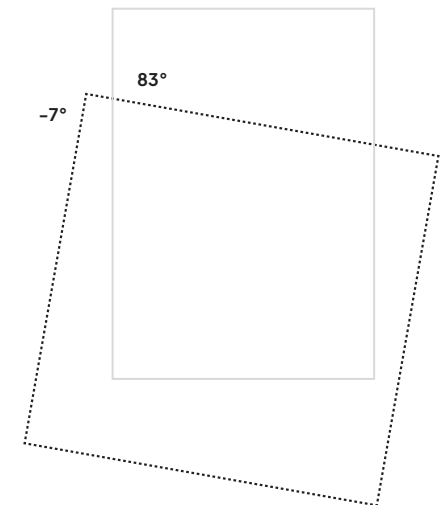
Kanten har en lutning på -7° , alternativt den rätvinkliga motsvarighet en (83° lutning), för att nyttja en sned horisontell kant. Den sneda kanten bör placeras så att layouten om möjligt får en layout med proportionerna $1/3$ respektive $2/3$.



Ytor delas gärna upp i tredjedelar



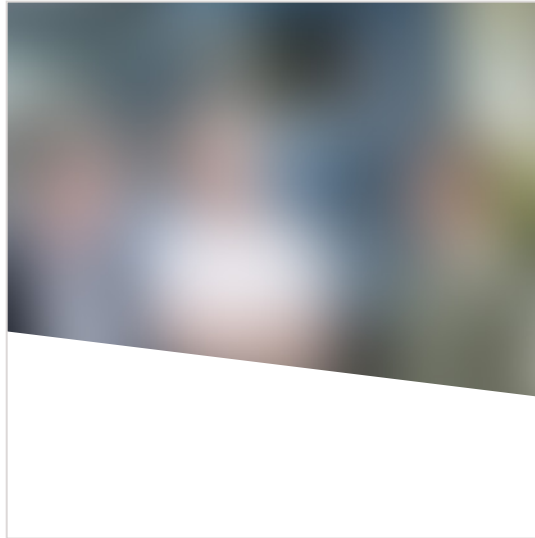
Ytor kan kapas i -10° eller 80° vinkel



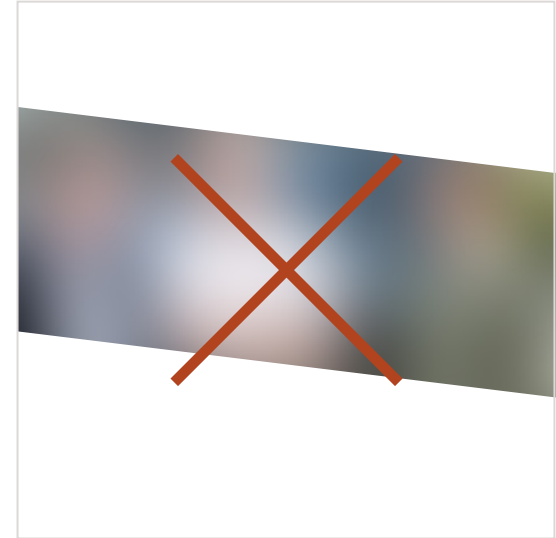
Placering i högerkant



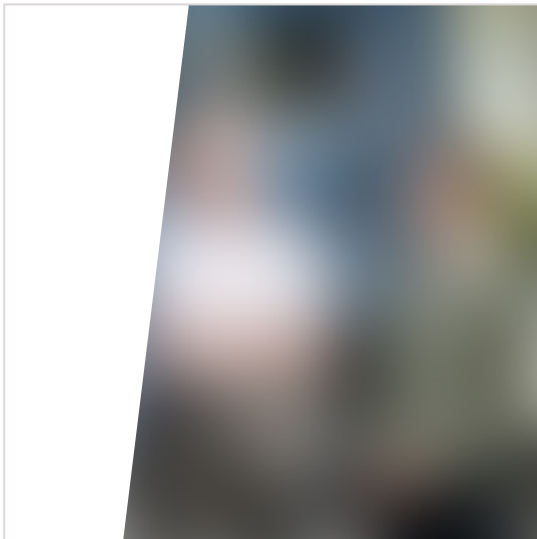
Placering i underkant



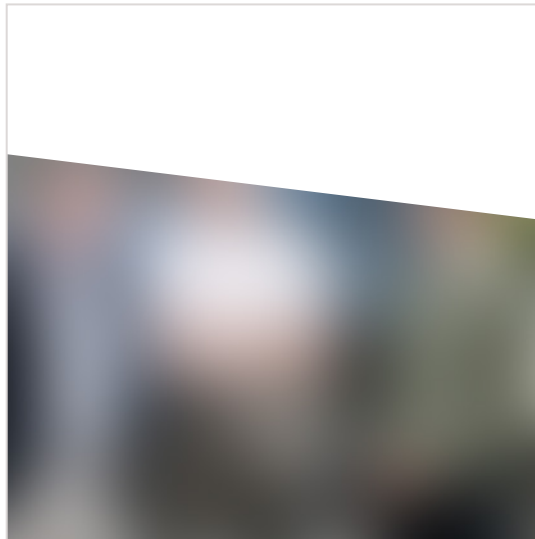
Använd inte flera sneda kanter samtidigt



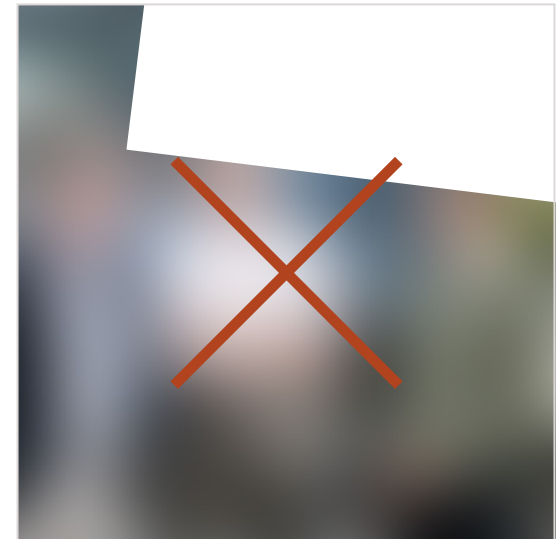
Placering i vänsterkant



Placering i överkant



Använd inte dubbla sneda kanter i form av ett hörn



Etiketter

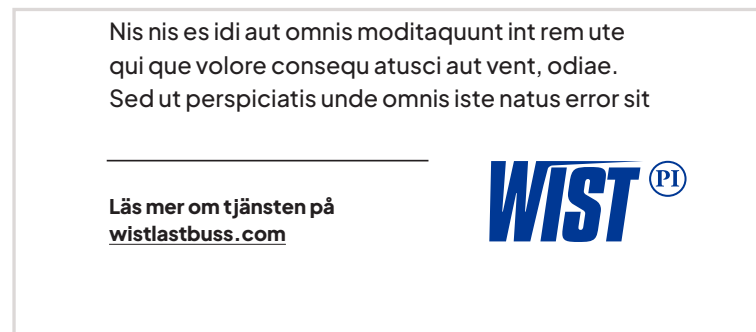
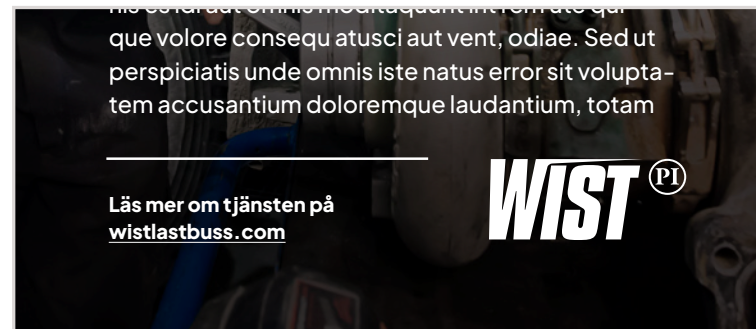
I den grafiska profilen används små etiketter i övre högra eller vänstra hörnet av ytor för att markera avsnittsrubriker, teman etc. Som bakgrund används någon av profilfärgerna, med svart eller vit text på (enligt instruktionerna i avsnittet Färger). Använd en profilfärg som harmoniserar med eller blir ett komplement för motivfärgerna om etiketten ligger i anslutning till en bild. Som standard används typsnittet Plus Jakarta Sans Extra Bold för text på etiketter. Etiketterna har texten vertikalt centrerad, med ungefär lika mycket luft runt texten som texten själv är hög. Marginalen till objektets ovkant ska vara lika stor som etikettens egen höjd.

Bubblor

I profilen används också runda bubblor för att fånga uppmärksamheten. Som bakgrund används även här någon av profilfärgerna, med svart eller vit text på (enligt instruktionerna i avsnittet Färger). Använd en profilfärg som harmoniserar med eller komplementerar motivfärgerna om bubblan ligger i anslutning till en bild. Som standard används typsnittet Plus Jakarta Sans Extra Bold för text i bubblor. Texten i bubblor sätts centrerat.

Linjer

Avgränsande linjer i textlayout sätts i huvudfallet med samma färg som texten. Eftersträva en linjetjocklek som motsvarar brödtextens linjetjocklek.



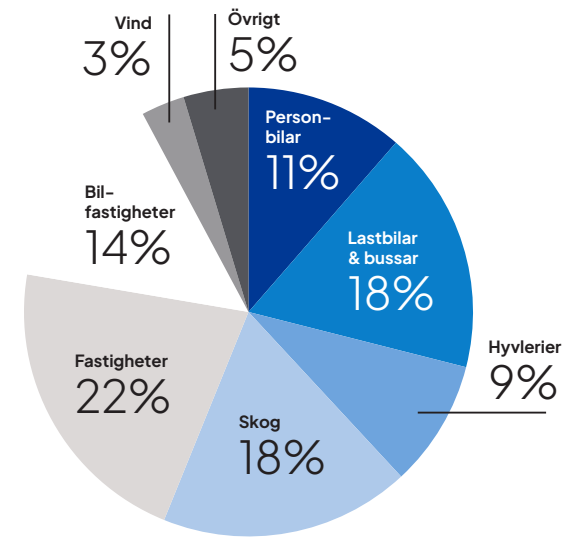
Lika stor marginal som etiketten är hög.



Diagram och tabeller

Siffror och diagram är centralt i många produktioner och ska presenteras med den grafiska profilens färger och typsnitt. Lyft gärna statistik och siffror med visuella inslag för att göra innehållet lättillgängligt och tilltalande.

Håll nere antalet profilmärken i diagram och tabeller så långt det går för att informationen ska bli lätt att ta till sig.



Tillgångarnas värde enligt balansräkning 2020-12-31

Rörelsens intäkter	Koncernen 2020	Moderbolaget 2019
Nettoomsättning	6 155 823	6 406 981
Förändring av lager färdiga varor	-44 654	18 900
Övriga rörelseintäkter	53 450	12 864
Summa rörelseintäkter	6 164 619	6 438 745

Bildspråk

Människor i motivet

För motivval gäller att människor är viktigare än fordon och maskiner. Sträva efter att inkludera människor i bilderna, eller åtminstone en aning av människor genom händer eller liknande. Personerna i bild kan med fördel fångas naturligt i jobbet i stället för att stå uppradade och titta in i kameran.

Könsfördelning

I och med att våra verksamhet idag är mansdominerad, samt även fordonsbranschen i stort, kan det finnas en risk att kommunikationen ofrivilligt blir snedvriden. Med insikt om detta kan vi enklare styra kommunikationen till att inkludera kvinnor på ett naturligare sätt.

Hållbarhet och miljö

Bilderna får gärna återspegla vårt arbete med hållbarhet och miljö på ett naturligt sätt. Till exempel genom att visa upp förnybar energi, elektriska fordon eller andra insatser vi gör även om detta inte är huvudbudskapet i bilden.

Rena ytor

Motiv med rena ytor och oskarp bakgrund är att föredra för att ge produktionerna ett rent uttryck och för att tacksamt kunna lägga text i bild.





Bildtext kan med fördel läggas i vitt i lugna områden i bilden. Skugga texten försiktigt vid behov.

Jobba gärna med bubblor i bilder



TILLÄMPNING

Annonser och banners

Annonser utformas olika beroende på format och budskap, men det finns några minsta gemensamma nämnare. Logotypen ska alltid finnas med och placeras i huvudfallet nedtill i det högra hörnet. De typografiska riktlinjerna från denna manual används alltid, även om textstorlekar kan variera utifrån annonsens storlek.

Vit bakgrund eller bildbakgrund

Annonser kan med fördel ha bildbakgrund, men var noggrann med textens läsbarhet. Vit brödtext på bildbakgrund behöver vanligen sättas i tecken-snittsvikt Medium eller fetare.

Etiketter i någon av profilfärgerna

Etiketter uppe i högra eller vänstra hörnet kan användas för att fånga upp-märksamheten. Etiketterna återges med någon bakgrunds-färg från profil-paletten. I annonser med logotyp i blått originalutförande rekommenderas blå etikett för en sammanhållen layot, medan det i fall med bakgrunds-bild och vit logotyp är mer öppet för att välja en färg som kan harmonisera med bildens färger.

Anpassa storlekar efter tryckmediets egenskaper

Tänk på att också anpassa alla storlekar efter tryckkvalitet – i dagspress kan logotyp och text behöva vara större för bra resultat i tryck. Vit brödtext undviks i dagspress då risken för misspass är stor.



Vi söker fler mekaniker till Östersund

Till vår verkstad i centrala Östersund söker vi nu en erfaren mekaniker.

Nis nis es idi aut omnis moditaquunt int rem ute qui que volore consequ atusci aut vent, odiae. Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit

Läs mer om tjänsten på wistlastbuss.com



Vi söker fler mekaniker till Östersund

Usam quatem ex essit recepe re pera nossit lacepud iorruptate di sedit volupta nustibust, nis nis es idi aut omnis moditaquunt int rem ute qui que volore consequ atusci aut vent, odiae. Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam

Läs mer om tjänsten på wistlastbuss.com



Vi söker fler mekaniker till Östersund



Sociala medier

I sociala medier tillämpas riktlinjerna vad gäller typsnitt och färger från denna profilmanual. Använd gärna etiketter för att knyta ihop innehållet och tillföra färg till biler.

Det är tillåtet att använda text i bild, men använd sparsmakat då bilder med textöverlagring i regel inte brukar prestera lika bra som rena bilder i sociala medier. Viktiga budskap läggs alltid i inläggets text, så det blir mobilanpassat och indexerbart.

Bild med logga

Profilbilderna för sociala medier utgörs av den vita logotypen mot blå bakgrund.

