



FALUN BORLÄNGE
REGIONEN



GRAFISK MANUAL

Falun Borlänge-regionen

FALUN

BORLÄNGE

GAGNEF

LUDVIKA

SMEDJEBACKEN

SÄTER

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

Logotyp	4
Färger	6
Typsnitt	7
Bilder och budskap	8
Ordval	9
Profilmaterial	10
Avslutningsvis	11





LOGOTYP



**FALUN BORLÄNGE
REGIONEN**



**FALUN BORLÄNGE
REGIONEN**



Logotypen är den samlande och centrala symbolen för vår identitet. Det är den viktigaste enskilda delen i vår grafiska profil. Det är symbolen (den gröna snurran) och bolagsnamnet (Falun Borlänge-regionen) som tillsammans utgör vår logotyp.

Vi ska eftersträva att använda vår logotyp i färg på ljus bakgrund eftersom vår gröna färg gör sig bäst då. Logotypen är specialskuren och kan inte ersättas med något typsnitt. Rita aldrig om eller ändra proportionerna. Logotypen finns i två utföranden, en liggande och en stående. I första hand ska den stående logotypen alltid användas.

Logotypen finns även i vitt och svart. De används då färgåtergivning inte är möjlig genom att använda svart på vit eller ljus bakgrund, alternativt vit på mörk bakgrund. I svartvita produktioner används alltid den svarta logotypen. Fotografiska bilder kan användas som bakgrund så länge de ger god kontrast mot logotypen.



FRIZON

För att vår logotyp ska framträda så tydligt som möjligt ska den alltid skiljas från övriga grafiska element genom en frizon. Det är önskvärt att eftersträva så mycket luft som möjligt runt logotypen eftersom det skapar ett tydligare visuellt intryck. I de fall utrymmet är begränsat och delas med fler är grundtanken, som syns i exemplet nedan, att frizonen alltid ska vara lika stor som det femkantiga hål som finns i logotypen. För att säkerställa att logotypen tydligt framgår i allt material som produceras är det viktigt att ta hänsyn till frizonen som ska vara fri från både objekt och text.

När Falun Borlänge-regionen är ensam avsändare ska våra ägarkommuners namn alltid finnas med. De appliceras i första hand som ett färdigt textmanér. Det är viktigt att alla kommunnamn alltid finns med, och då i följande ordning: Falun, Borlänge, Gagnef, Ludvika, Smedjebacken och Säter. Logotype och kommunnamn finns att ladda ner på www.fbregionens.se

FALUN	BORLÄNGE	GAGNEF	LUDVIKA	SMEDJEBACKEN	SÄTER
FALUN	BORLÄNGE	GAGNEF	LUDVIKA	SMEDJEBACKEN	SÄTER
FALUN	BORLÄNGE	GAGNEF	LUDVIKA	SMEDJEBACKEN	SÄTER

Denna variant kan även användas vid vissa sammanhang. Denna har tagits fram som en fasadskylt där kommuner och loggo ska synas lika mycket.



**FALUN BORLÄNGE
REGIONEN**

FÄRGER

Färg påverkar oss både estetiskt och känslomässigt. Det är en viktig del i byggandet av vårt varumärke. Företagsfärgerna och det intryck de ger har därför stor betydelse. Ett sätt att stärka vår identitet genom färg är att använda företagsfärgen tillsammans med en palett accentfärger. Våra accentfärger är endast ett komplement till vår gröna företagsfärg. De kan användas i kampanjsammanhang eller för att förstärka detaljer i vår kommunikation.

FÖRETAGSFÄRG

En konsekvent användning av vår företagsfärg bidrar till att förstärka vårt helhetsintryck. Därför är det av stor betydelse att det är rätt färg som reproduceras när vårt varumärke används.



C: 35 M: 0 Y: 100 K: 20
R: 160 G: 175 B: 0
PMS: 383

FÄRGSYSTEM

Bildskärmar återger färger enligt det additiva systemet RGB. Detta system lämpar sig inte för att ange färger i trycksaksproduktioner. CMYK är ett färgblandningssystem man använder vid offsettryck. De fyra grundfärgerna cyan, magenta, gul och svart blandas sinsemellan i olika proportioner för att återge övriga färger. Trycksaker med färgfoton trycks uteslutande med CMYK. Dekorfärgs-tryck, Pantone Pantone Matching System är ett färgsystem som innehåller så kallade platta färger. Dessa färger blandas inte inbördes utan återges var och en för sig. Trycksaker som inte innehåller färgfoton trycks med fördel enligt PMS. Detta färgsystem används också för det mesta vid screentryck, en metod för tryck på exempelvis plast, tyg och porslin

ACCENTFÄRGER



C: 38 M: 4 Y: 0 K: 0
R: 168 G: 215 B: 240
PMS: 544



C: 8 M: 75 Y: 0 K: 0
R: 221 G: 95 B: 155
PMS: 224



C: 0 M: 58 Y: 100 K: 0
R: 239 G: 132 B: 0
PMS: 144



C: 75 M: 20 Y: 30 K: 10
R: 45 G: 144 B: 157
PMS: 5483



C: 0 M: 16 Y: 92 K: 0
R: 255 G: 212 B: 0
PMS: 7404



C: 0 M: 100 Y: 91 K: 0
R: 226 G: 0 B: 97
PMS: 485



C: 6 M: 0 Y: 0 K: 47
R: 113 G: 129 B: 134
PMS: 258



C: 43 M: 76 Y: 0 K: 0
R: 155 G: 161 B: 165
PMS: 258

TYPSNITT

Falun Borlänge-regionen har typsnitt som är speciellt utvalt för att passa vår karaktär och framhäva vår logotyp. Det är en viktig del av vår grafiska profil.

RUBRIKTYPSNITT OCH KORTA TEXTER

Trycksaker används typsnittet Avenir som finns i 10 olika varianter. Här visas fyra exempel:

Avenir LT Std 35 Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ

1234567890

Avenir LT Std 65 Medium

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ

1234567890

Avenir LT Std 55 Roman

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ

1234567890

Avenir LT Std 85 Heavy

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ

1234567890

BRÖDTEXT/LÖPANDE TEXT

För god läsbarhet används Garamond i bröd- och löptext.

Adobe Garamond

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ

1234567890

Adobe Garamond Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ

1234567890

Adobe Garamond Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ

1234567890

FBR

BILDER OCH BUDSKAP

BILDSPRÅK

I arbetet med att synliggöra våra attraktiva boende-, livsmiljöer och karriärmöjligheter har valet av bilder stor påverkan på vår kommunikation. Vi använder bilder i flera syften: för att väcka nyfikenhet, känslor, intresse och stolthet. Vårt bildspråk ska genomsyra all kommunikation, t ex presentationer, annonser, broschyrer, inbjudningar, webbplats, rapporter etc.

När vi väljer bilder ska vi välja bilder som känns positiva, moderna och utstrålar värme. Bilderna ska hjälpa oss att förmedla de attraktiva boende-, livsmiljöer och karriärmöjligheter som finns i vår region. Det ska visa att vi är en attraktiv region, där man både vill arbeta, bo och leva. Vi ska eftersträva en balans mellan människor, livsmiljöer, stadsliv och mötesplatser.

Prioritera bilder som föreställer människor, möten mellan människor eller människor i handling, framför statiska bilder. Man ska gärna känna igen sig i bilderna om man är från regionen men undvik bilder där ingenting händer.

BUDSKAP

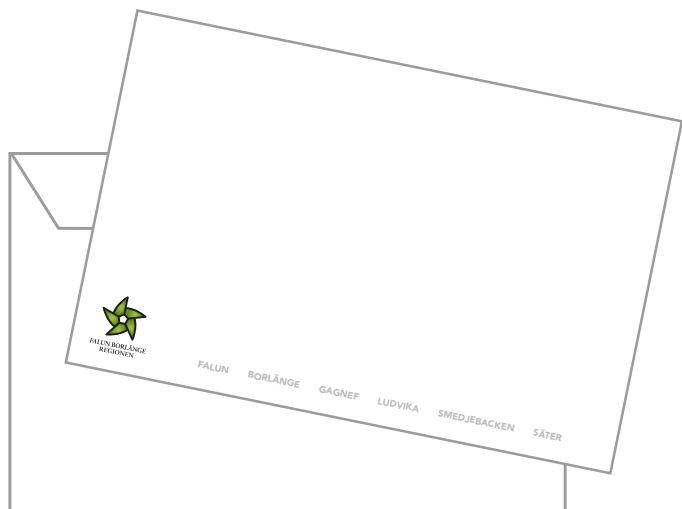
- I Falun Borlänge-regionen bor 165 000 människor, varav 110 000 i Falun och Borlänge.
- Här finns karriärmöjligheter med nästan 80 000 arbetstillfällen.
- Mellan Falun och Borlänge är det bara 15 minuter.
- Högskolan Dalarna har 16 000 studenter.
- Här finns världsledande högteknologiska företag som formar morgondagens teknik.
- Från Dala Airport reser årligen cirka 34 000 personer till bland annat Malmö, Stockholm, Göteborg och Europa.
- Här är nära till allt, både fjällen och Stockholm når du inom 2,5 timme.
- Dalarna är ett av Sveriges starkaste exportlän.
- Här finns en av Europas mest kompletta idrottsarenor.
- Vi arrangerar Skid-VM 2015.
- Regionen är Dalarnas handelscentrum.
- En av Sveriges bäst bevarade trästäder finns i vår region.
- Romme Alpin är Sveriges största alpina skidanläggning utanför fjällen.
- Falun Borlänge-regionen bidrar med 1,5 miljarder kronor varje år till Dalarnas totala turismomsättning.
- Från Falun Borlänge-regionen kan du ta båten till havet.
- Här bildas Dalälven.



PROFILMATERIAL



Visitkort



Kuvert



Namnskylt

"Det var när jag flyttade hit som karriären tog fart. Här kan jag kombinera det trivsamma familjelivet i en mindre stad med det utmanande jobbet i ett globalt företag."

Sara Facchini-Franketal
HR-Chef vid ABB i Ludvika

**VÄLKOMMEN TILL
FALUN BORLÄNGE-REGIONEN**

Här bor det över 165 000 människor och med storföretag så som ABB, SSAB och Stora Enso finns här över 70 000 arbetstillfällen. Det är nära till allt och både Stockholm och fjällen når du inom 2,5 timme. På Högskolan Dalarna finns 16 000 studenter inom områden som IT, teknik, data, vård, idrott och hälsa. Vår region kommer dessutom att stå värd för Skid-VM 2015.

Upptäck oss du också!

info@fbregionen.se www.fbregionen.se www.facebook.com/fbregionen

FALUN BORLÄNGE GAGNEF LUDVIKA SMEDJEBACKEN SÄTER

Annonsexempel

AVSLUTNINGSVIS...

Marknadsavdelningen på Falun Borlänge-regionen arbetar aktivt med att all kommunikation från oss ska vara enhetlig och tydlig. Vi finns alltid tillgängliga via telefon eller e-post och naturligtvis på kontoret. Vi svarar på frågor och vi vill gärna vara med och bidra till att det vi producerar alltid håller bästa kvalitet.

Sofia Berglund

Kommunikationsansvarig

Tel 0243-24 80 45

sofia.berglund@fbregionen.se

Anna Ekstrand

Marknadsassistent/webbansvarig

Tel 0243-24 80 50

anna.ekstrand@fbregionen.se

Sofia Hampus

Grafisk formgivare/Marknadsassistent/Foto

Tel 0243-24 80 43

sofia.hampus@fbregionen.se



Syftet med den här grafiska manual är att göra oss till tydliga och enhetliga avsändare. Manualen är ett av våra verktyg i arbetet med att stärka varumärket Falun Borlänge-regionen.



FALUN BORLÄNGE
REGIONEN

Falun Borlänge-regionen AB ▪ Forskargatan 3 ▪ 781 70 Borlänge ▪ Tel 0243-24 80 40
info@fbregionen.se www.fbregionen.se www.facebook.com/fbregionen