BESTÄMMELSER OM GRAFISK PROFIL

Ny grafisk profil godkänd av kommunfullmäktige 8 maj 2013, § 59 ersätter tidigare bestämmelser om grafisk profil antagen av kommunstyrelsen den 26 april 2006, § 99.

Grafisk profil

Inledning

Vi stärker vårt varumärke

Varumärkesutvecklingen inom Uddevalla kommun sätter spår också i vår visuella identitet. Vi vill att det ska synas att vi gör förbättringar i vår verksamhet och det återspeglar sig i vår identitet. Med den nya kommunlogotypen markerar vi förändring, det ska också vara enkelt för alla kommunens invånare att förstå vilka verksamheter som är kommunens ansvar.

I samband med vårt varumärkesarbete framkom det att vi bl.a. behöver förstärka vår attraktionskraft och lyfta fram vårt kustläge. Därför har vi skapat ett platsvarumärke, Uddevalla – Hjärtat i Bohuslän, som ska användas av kommunen och andra aktörer i aktiviteter och arrangemang som kan hjälpa till att stärka just detta. Mer information om platsvarumärket finns i del 3.

För att vi ska kunna hantera vår logotyp, och övriga grafiska signaler, på samma sätt inom hela kommunen kräver det att vi arbetar utifrån samma grund. Alla ska veta vilka förutsättningar som gäller. Vi blir lättare att känna igen och vi får en mer ekonomisk produktion. Om du har frågor kring vårt varumärke och den grafiska profilen är du alltid välkommen att kontakta informationsavdelningen, som har det övergripande ansvaret för att stärka varumärket Uddevalla.

Manualens olika delar

Vi har valt att dela manualens innehåll i tre delar. Del 1 består av övergripande information. Del 2 innehåller anvisningar för profilen som kan beröra alla medarbetare i sitt dagliga arbete. Del 3 innehåller information och anvisningar för avancerad grafisk produktion, som kräver mer specifik kunskap inom reklam och marknadskommunikation. Sådant material som produceras i samråd med informationsavdelningen.

Innehåll

Del 1 – Övergripande information .....
Identitet .....
Logotyp .....
Färger .....
Typografi .....
Bilder .....
Tonalitet .....

Del 2 – Basproduktion .....
Brev, kallelse, visitkort m.m. .....
E-post .....
PowerPoint .....
Annonsering .....
Trycksaker .....
Pressmeddelande och pressinbjudan .....
Sociala medier .....
Appar .....
Fordon .....
Skyltning .....
Arbetskläder .....

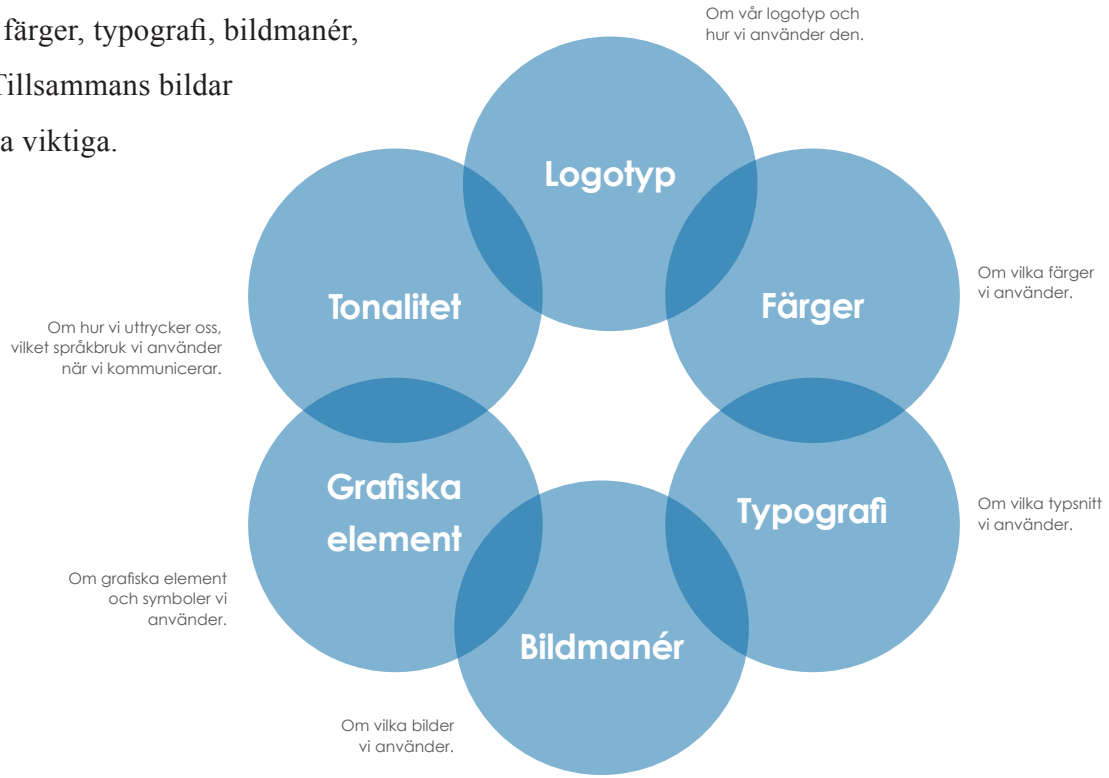
Del 3 – Avancerad produktion .....
Platsvarumärke .....
Inspiration .....

Del 1

Övergripande information

Identitet

Den grafiska profilen uttrycker kommunens visuella identitet och är en av flera delar i kommunens varumärke. Med visuell identitet menar vi här Uddevalla kommuns logotyp, särskiljande färger, typografi, bildmanér, grafiska element och tonalitet. Tillsammans bildar de en helhet där alla delar är lika viktiga.



Logotyp

Kommunens logotyp består av stadsvapnet med rundsatt text UDDEVALLA KOMMUN. Logotypen finns också i en engelsk version.
Logotypen är den officiella symbolen för Uddevalla kommun och den minsta gemensamma nämnaren i kommunens grafiska profil. Det är denna version som ska användas i största möjliga utsträckning. Det finns logotyper för respektive förvaltning men de ska endast användas i undantagsfall.
Logotypen är en helhet och ska aldrig ändras i form eller färger. Originalfiler finns att hämta på www.uddevalla.se/grafiskprofil

Bakgrund

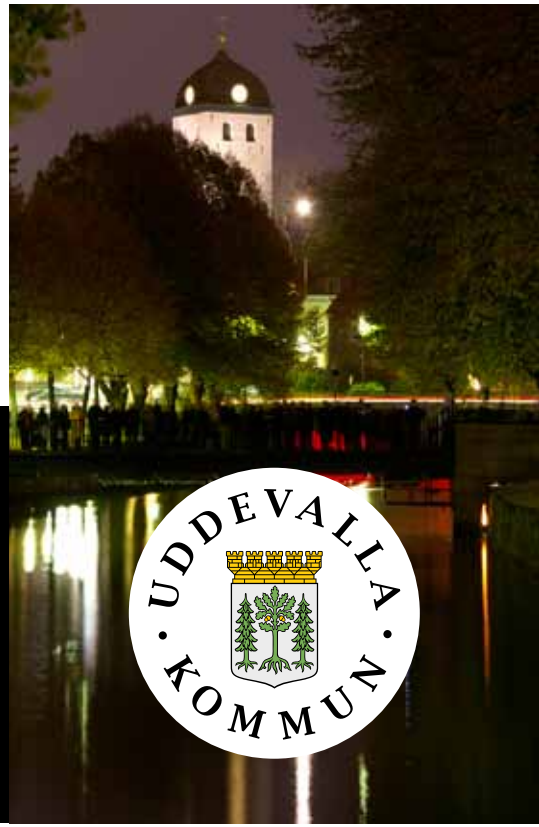
Uddevallas stadsvapen har sin bakgrund i exporten av sågat ektimmer som skeppades ut från hamnen i Uddevalla med början på 1500-talet. När råvarubrist inträffade fick Uddevalla en nedgångsperiod, men 1617 fick staden rätt att importera timmer från övriga delar av Sverige för export via Uddevallas hamn. En ny näring tog fart och för att hugfästa detta infördes ett sigill för att symbolisera att de goda åren med ekexport nu fick en efterföljare i export av gran. Det här sigillet, en ek omgiven av två granar, har levt vidare och blev senare Uddevallas stadsvapen. Nuvarande stadsvapen fick sin utformning 1942. Kommunens vapen är registrerat hos Patent- och registreringsverket och vapenbeskrivningen (blasoneringen) lyder: ”I fält av silver en grön ek med ollon av guld mellan två gröna granar”.

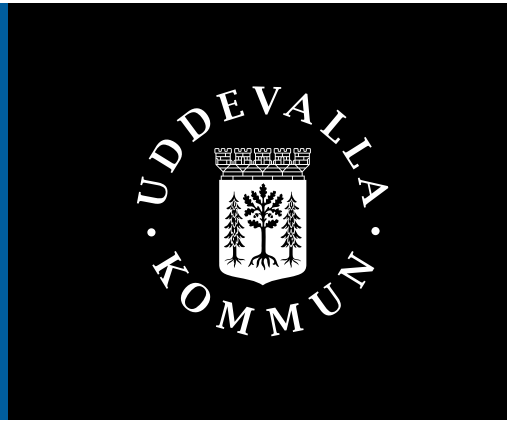
Versioner av logotypen

Så långt det är möjligt används logotypen i vapnets färger – grönt, gult, grått och svart.

Logotypen kan också användas enbart svart eller vit mot mörk bakgrund. Det är viktigt att det blir tydlig kontrast mellan bakgrunden och logotypen.

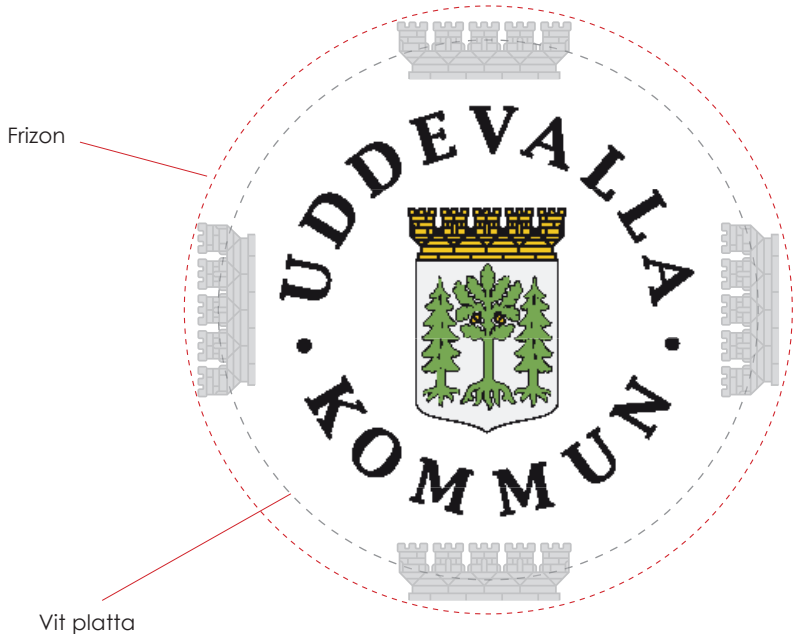
När det är svårt att få logotypen tydlig används logotypversionen med en vit platta.





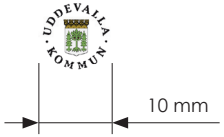
Frizon

Logotypen framträder tydligast när det finns tillräckligt med tomt utrymme runt omkring den. Hellre större tom yta än att logotypen ”kvävs” av andra element i omgivningen. Alltså, inga figurer eller texter precis intill och förstora inte logotypen ut i marginalerna.
För att det ska vara enkelt att bedöma hur stor yta som ska vara tom, den s.k. fria zonen, så utgörs den av en yta lika stor som murkrönet i vapnet.
I originalfilen finns frizonen med som en osynlig platta.



Minsta storlek

Minsta storlek för bra läsbarhet är när logotypen mäter 10 mm i diameter.



Förvaltningar

Om en logotyp för en förvaltning ska användas ska de se ut så här. Logotyperna är helheter och ska aldrig ändras i form eller färger. Originalfiler finns att hämta på www.uddevalla.se/grafiskprofil

Barn och utbildning

Kommunledningskontoret

Kultur och fritid

Miljö och stadsbyggnad

Räddningstjänsten

Socialtjänsten

Tekniska kontoret

Filformat

Logotypen är skapad som vektorgrafik, vilket betyder att den kan skalas obegränsat utan att den grafiska kvalitén påverkas. Den är sparad i olika versioner för att passa för olika ändamål.
Kommunens logotyp finns i dessa filformat:

.eps – Encapsulated PostScript

Vektorgrafik. Formatet är lämpat för professionell grafisk produktion. För att kunna öppna eller spara om EPS-filer till andra format krävs programvaror som Adobe InDesign, Illustrator eller liknande.
För att lägga till en logotyp i ett dokument måste du importera/montera EPS-filen.

.pdf – Portable Document Format

Vektorgrafik. Världsstandard för att granska och spara grafiskt komplex information. PDF-filer av logotypen är skapade i vektorformat och kan användas i layout-program och för webbproduktion. Fördelen med att använda PDF-format är att alla användare kan öppna och titta på filens innehåll, till skillnad från EPS-filer.

.jpg – Joint Photographic (Experts) Group

Pixelgrafik. Informationen i bilden komprimeras i varierande grad för att filstorleken ska bli liten. En JPG-fil ska aldrig öppnas och sparas om eftersom det gradvis försämrar bildkvaliteten. Filformatet är inte lämpligt att skala upp/förstora, då det orsakar ett oskarpt och pixligt intryck. JPG stödjer inte transparens (genomskinlighet), vilket gör att det blir en vit platta bakom logotypen om den läggs mot en färgad bakgrund. Lämpligt filformat i Office-paketet.

.png – Portable Network Graphics

Pixelgrafik. Formatet komprimerar inte informationen i bilden. Filformatet är inte lämpligt att skala upp/förstora. PNG tillåter transparens (genomskinlighet) och kan monteras mot färgad bakgrund. Lämpligt filformat i Office-paketet.

Färger

Uddevalla kommuns logotyp har sin bakgrund i vapnets färger där den gråa ytan ursprungligen är i silver. Färgerna är grönt, gult, grått och svart. Logotypen kan vara helt i svart eller ofärgad i materialets färg (t.ex. präglad i skinn eller etsad i glas). I speciella fall kan den förekomma i guld eller i silver. Vi väljer i första hand att trycka logotypen i fyra färger. En färg (svart) kan användas om tekniken för produktionen kräver det eller om kostnaden påverkas betydligt.

Som huvudfärg i dekorytor använder vi en blå färg för att hjälpa oss att betona kopplingen till havet och kommunens kustläge. I paletten av kommunens färger ingår också en röd färg.

Är färgen rätt?

För att få rätt färgåtergivning i alla sammanhang används olika färgsystem beroende på användningsområde. Färger kan också variera beroende på underlaget, t.ex. upplevs färgen som mörkare på ett obestruket (matt) papper som suger mer färg än ett bestruket (blankt eller sidenmatt).

I datorn påverkas färgåtergivningen av helt andra faktorer, främst skärmens färgkalibrering.

Färgutskrifter har sina begränsningar och återgivning via digitala projektorer har sina. Färgerna i det här dokumentet styrs t.ex. av hur visningsskärmen och skrivaren är kalibrerade.

Det viktigaste är att slutresultatet blir en färgåtergivning som uppfattas lika, oavsett hur eller på vilket material det är producerat. Det närmaste en säker färgåtergivning vi kan komma är färgprover från respektive producent.

		PMS	CMYK	RGB	# HEX	NCS	RAL	3M
Huvudfärg	Blå	2945	100-60-10-0	0-101-166	#0065A6	S 3065-R90B	260 40 45	100-47 Intense blue
Komplementfärger	Grå	Cool grey 2	0-0-0-10	236-237-237	#ECEDED	S 1002-Y	000 90 00	100-11 Pearl grey
	Grön	7489	60-10-80-0	121-172-84	#79AC54	S 1070-G30Y	130 60 50	100-2420 Moss green
	Gul	123	0-20-100-0	255-204-0	#FFCC00	S 0570-Y20R	080 80 80	100-25 Yellow
	Röd	208	40-100-60-0	165-24-72	#A51848	S 3060-R10B	010 30 44	100-2400 Intense Red

Färgbeteckningar

För tryckning i en, två eller tre färger används **PMS** (Pantone Matching System).

När färgbilder förekommer gäller 4-färgstryck som utgår från fyra grundfärger – **CMYK** (cyan, magenta, yellow och key=svart)

Digitalt återges färger med hjälp av rött, grönt och blått ljus – **RGB**. Oavsett om en färg har definierats som 4-färg eller PMS i ditt program visas färgen på skärmen i läget RGB.

För webbproduktion används ett hexadecimalt färgsystem som utgörs av sex tecken och inleds med tecknet #.

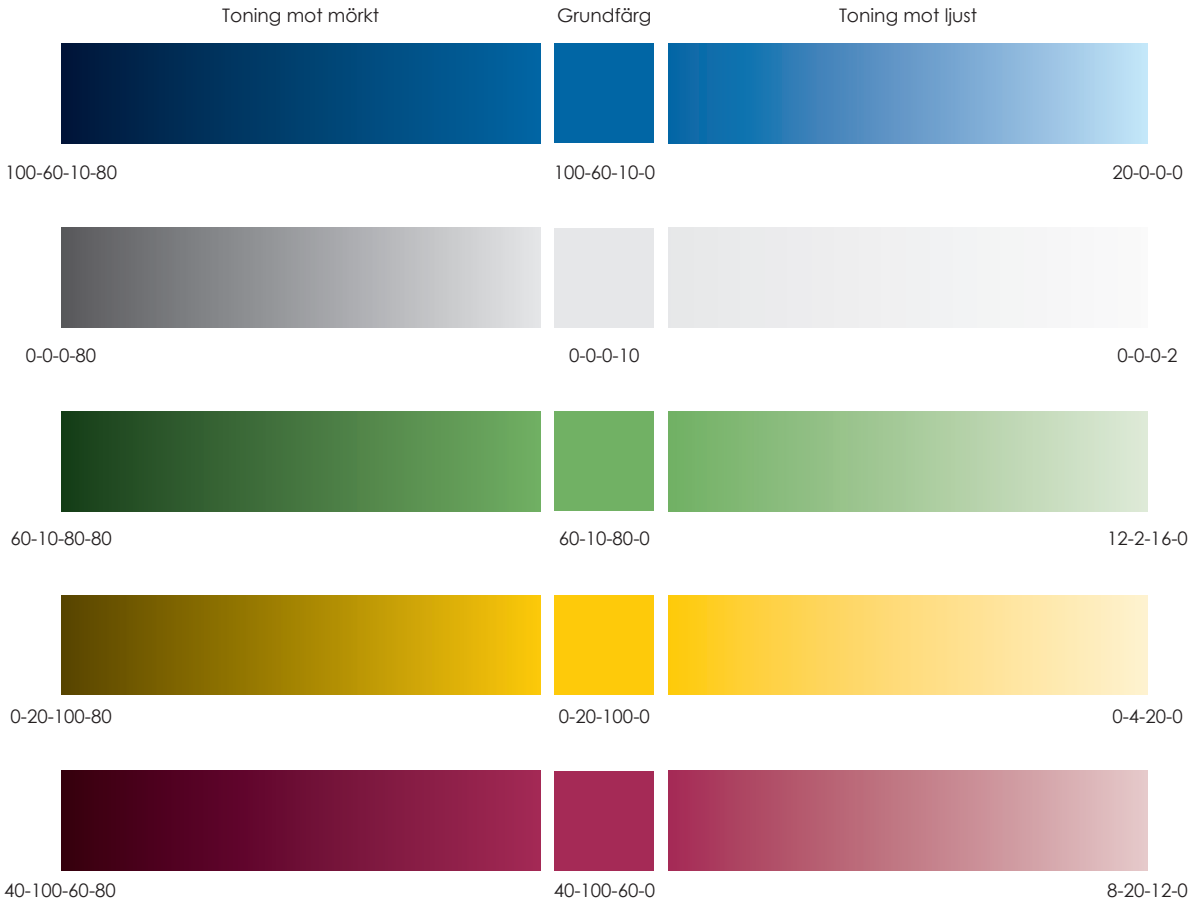
För andra produktioner där inte fyrfärgstryck används, som t. ex. i textilier och i inredningssammanhang där färgen ska målas, används färgsystemet **NCS** (Natural Colour System).

Vid lackering, t.ex. av fordon, utgår färgbeteckningen från **RAL**-systemet.

I de produktioner där självhäftande **folie** används är färgen som rekommenderas från 3M. Observera att 3M inte är en färgskala utan namnet på en producent av självhäftande material. Färgnumret som anges ger bästa möjliga färgåtergivning i 3Ms material men material från andra producenter kan användas.

Toningar

För att få ett större spektrum av färger kan de utvalda kulörerna tonas i ljushet med utgångspunkt från kulörens grundfärg.
Denna färgåtergivning använder vi bara vid fyrfärgstryck.
Vid toning mot mörkare nyanser ökas mängden svart i färgblandningen, till max 80 %.
Vid toning mot ljusare nyanser minskas istället mängden av alla ingående färger proportionerligt.



Typografi

Vi har valt att använda två olika typsnitt för vår grafiska kommunikation, Century Gothic och Times New Roman. Typsnitten är valda med tanke på att de fungerar bra tillsammans och de finns som standard i de allra flesta datorer. Genom att använda olika skärningar kan rubriker, brödtexter och kombinationer varieras, men ändå ge en egen karaktär åt våra texter. Notera att Century Gothic uppfattas som betydligt större jämfört med Times New Roman satt i samma punktstorlek.

I vissa sammanhang kan det finnas behov av ytterligare typsnitt, speciellt för rubriker. Det är t.ex. när vi gör kampanjer eller vissa trycksaker där vi behöver ha en egen karaktär i informationen. Läs mer om det i del 3 – Avancerad produktion.

För webbsidor och annan internetanvändning är det lämpligare att använda Verdana, för bättre läsbarhet på bildskärm.

När det gäller e-post har vi valt Calibri som är standard i Outlook.

Rubriktypsnitt

Century Gothic Normal

Brödtext

Times New Roman

Varianter Century Gothic

Century Gothic Normal

Century Gothic Kursiv

Century Gothic Fet

Century Gothic Fet Kursiv

Varianter Times New Roman

Times New Roman Normal

Times New Roman Kursiv

Times New Roman Fet

Times New Roman Fet Kursiv

http://bildbank.uddevalla.se/fotoweb

Bilder

Uddevalla kommun har en bildbank som du når via http://bildbank.uddevalla.se/fotoweb

När fotografens namn finns angiven, se ”Byline” i bildbanken, ska det alltid sättas ut i anslutning till bilden.

Genom de bilder vi använder förmedlar vi inte bara faktainformation om innehållet i bilden, utan även en stämning, en känsla. Välj därför gärna havsnära bilder och bilder som speglar våra övriga profilbärare, t.ex. stadsutbudet och stadsmiljöer, strandpromenaden, Uddevallabron samt handel på Torp och i centrum. En viktig profilbärare är också alla de människor som bor, lever och verkar i Uddevalla.

Tonalitet – hur vi uttrycker oss

En viktig del av kommunens identitet förmedlas genom hur vi uttrycker oss muntligt och skriftligt. Tonaliteten utgör den språkliga delen av hur ett varumärke uppfattas och är lika viktig som den visuella. Ordval, stavning och vilket tilltal vi använder är helt avgörande för vilken känsla som förmedlas. Vilken bild får du när någon ena gången är högtravande eller strikt och nästa gång klämmigt säljande? Det är inte enbart vad vi säger, utan också hur vi säger det, som påverkar människor.

Vi kommunicerar med våra medborgare och det är viktigt att vi uttrycker oss enkelt så att alla förstår.

Uddevalla kommun har bl.a. skrivregler för webben som du hittar på Inblicken. Du kan också söka vägledning på www.sprakradet.se (Sveriges officiella språkvårdsorgan).

Del 2

Basproduktion

Basproduktion

Här har vi samlat anvisningar för produktioner som de flesta av kommunens medarbetare träffar på dagligen. Det är bl.a. visitkort, mallar för skrivelser, PowerPoint m.m.

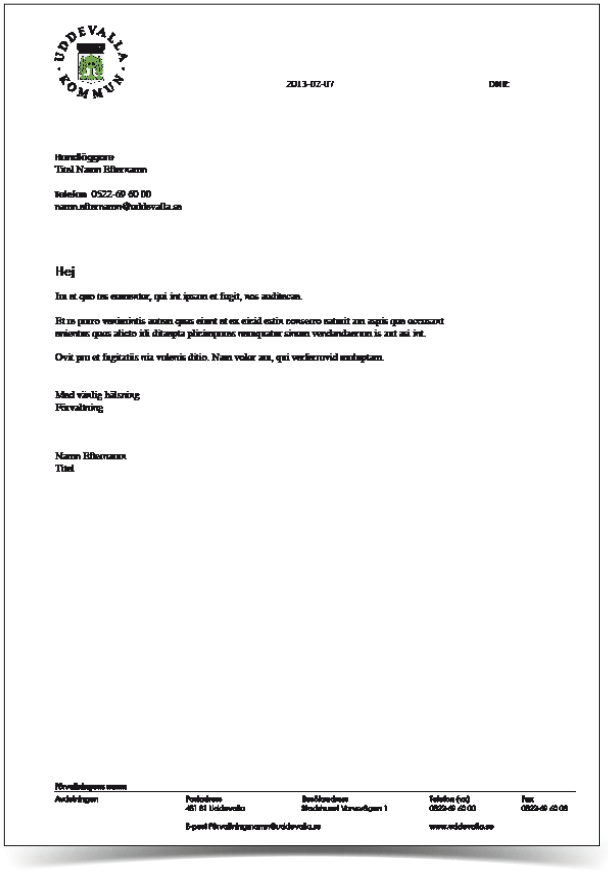
Basproduktion handlar om att göra snygga, enkla och enhetliga textdokument med rätt typsnitt, samt att använda Uddevalla kommuns logotyp på rätt sätt.

Brev, kallelse, visitkort m.m.

Brev, kallelser, protokoll och visitkort är dagliga bärare av kommunens identitet och därför extra viktiga för att vår omgivning ska uppfatta oss som enhetliga och konsekventa.

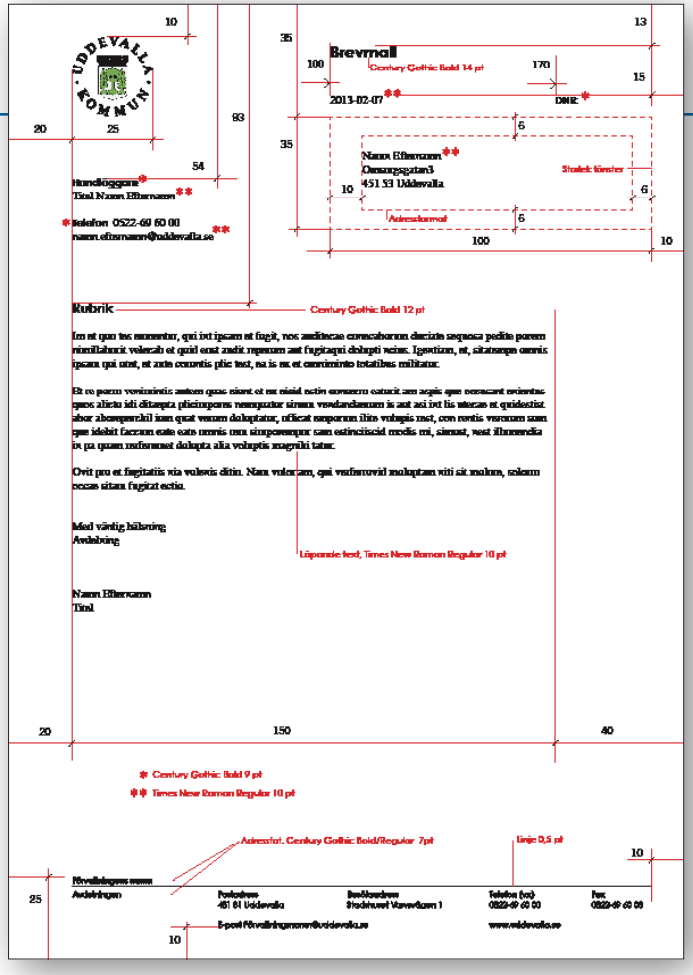
Vi ska i största möjliga utsträckning använda oss av den gemensamma kommunlogotypen och ange förvaltningar i avsändaruppgifterna eller på annan avsedd plats.

Digitala mallar finns i dina Officeprogram/Mina mallar samt i vårt ärende- och dokumenthanteringssystem.

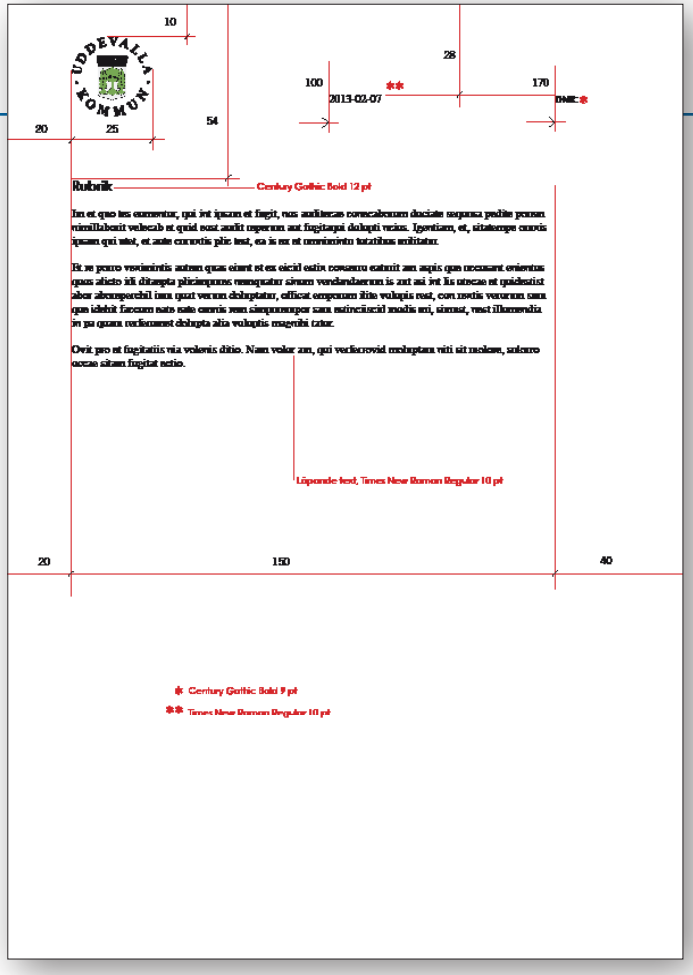


Tillämpningar: Brevpapper

Brevmallen är en grundmall som kan användas för fler dokument. Digitala mallar finns i dina Officeprogram/Mina mallar samt i vårt ärende- och dokumenthanteringssystem.



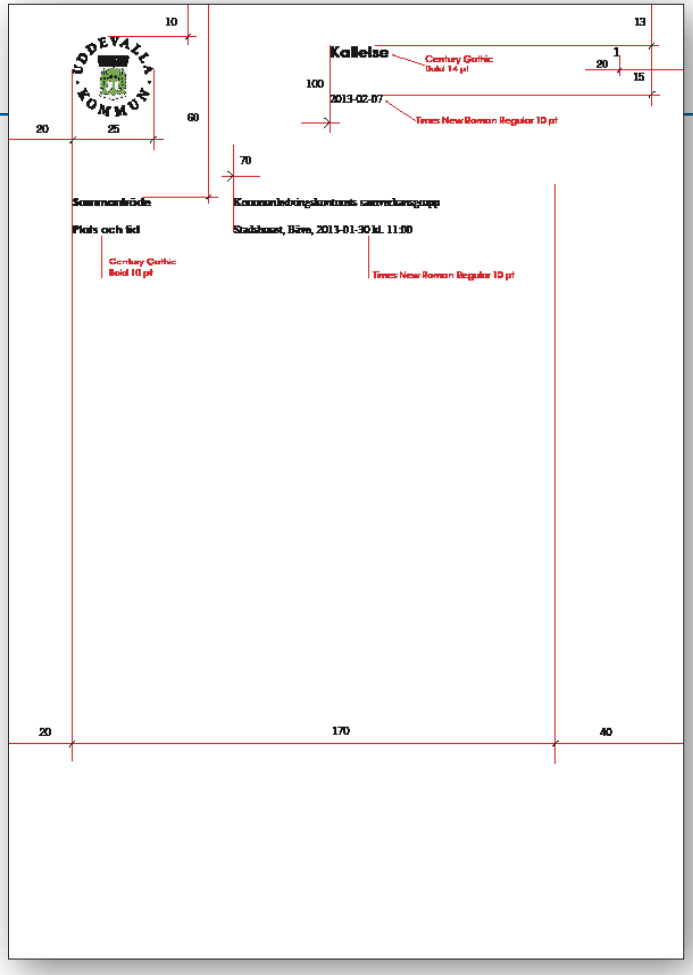
Brevpapper – sidan 1



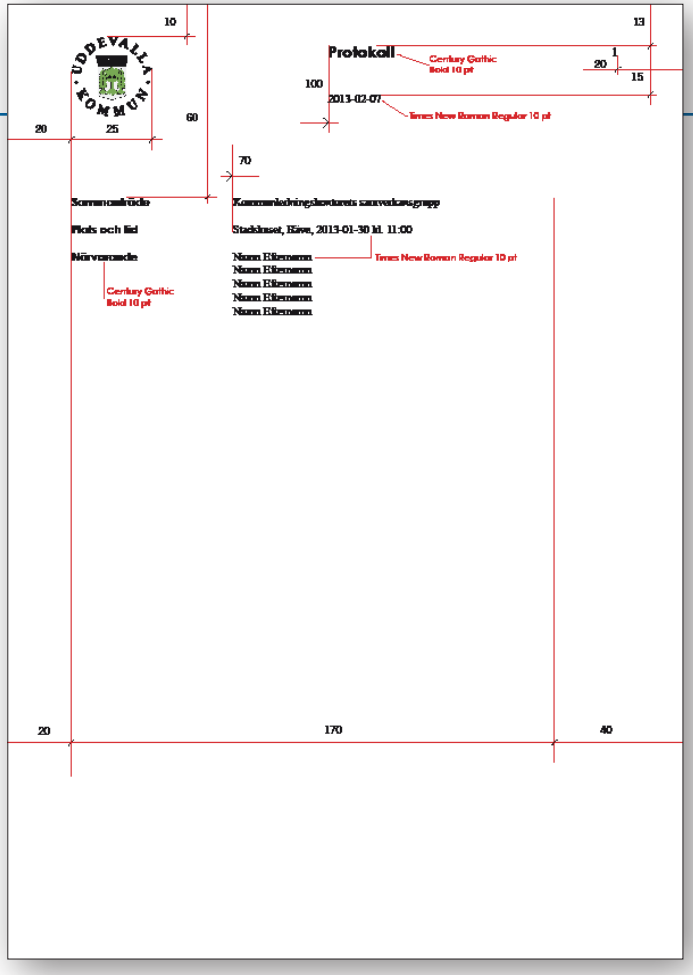
Brevpapper – sidan 2

Tillämpningar:
Kallelse och protokoll – bas

Digitala mallar finns i dina Officeprogram/ Mina mallar samt i vårt ärende- och dokumenthanteringssystem.



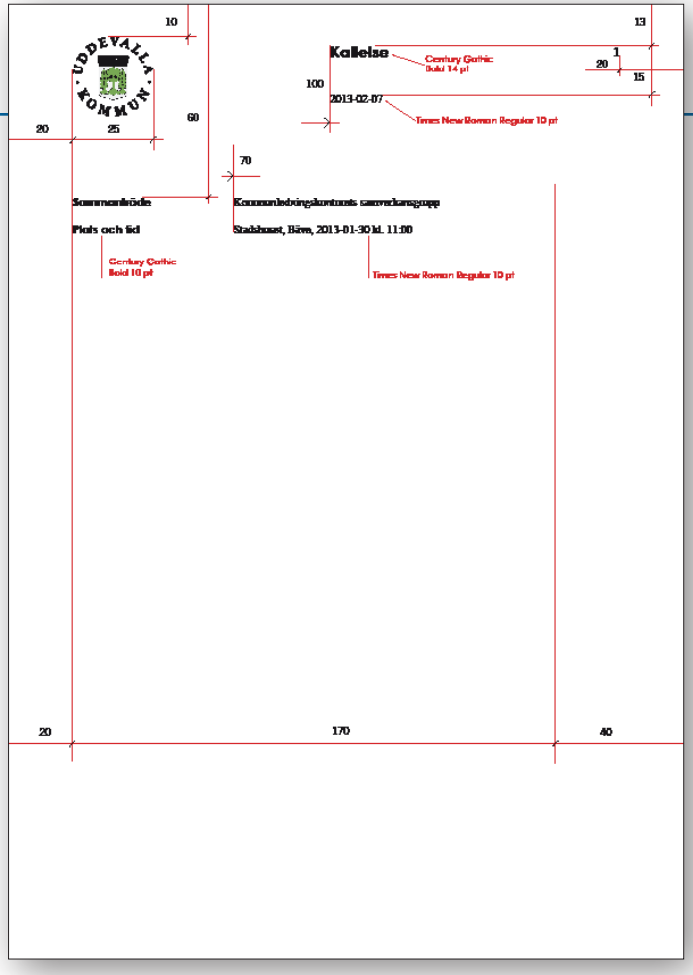
Kallelse – bas



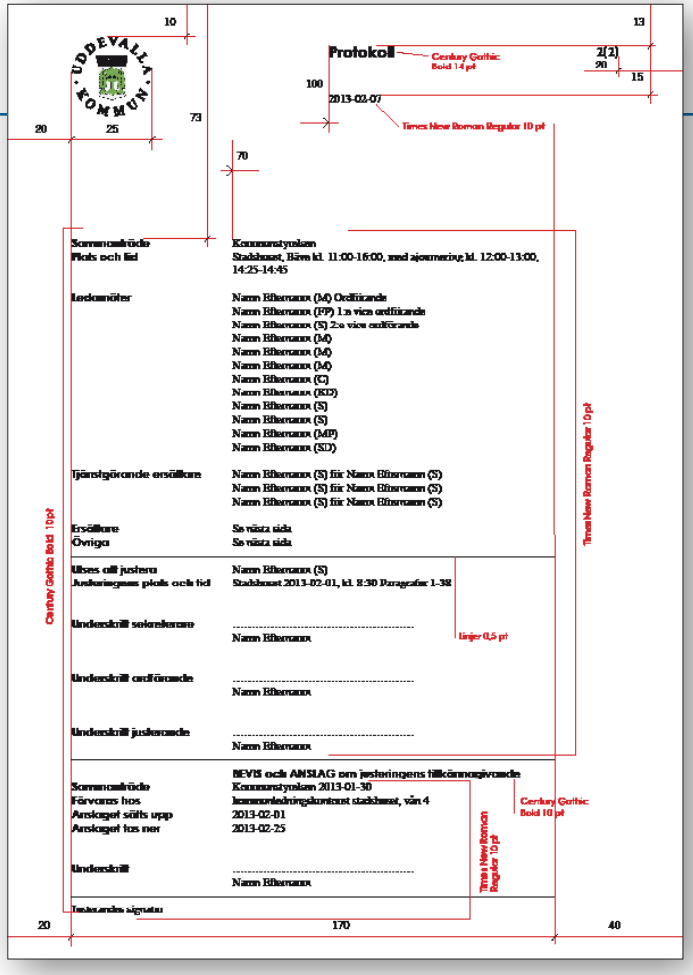
Protokoll – bas

Tillämpningar: Kallelse och protokoll – nämnd

Digitala mallar finns i dina Officeprogram/ Mina mallar samt i vårt ärende- och dokumenthanteringssystem.



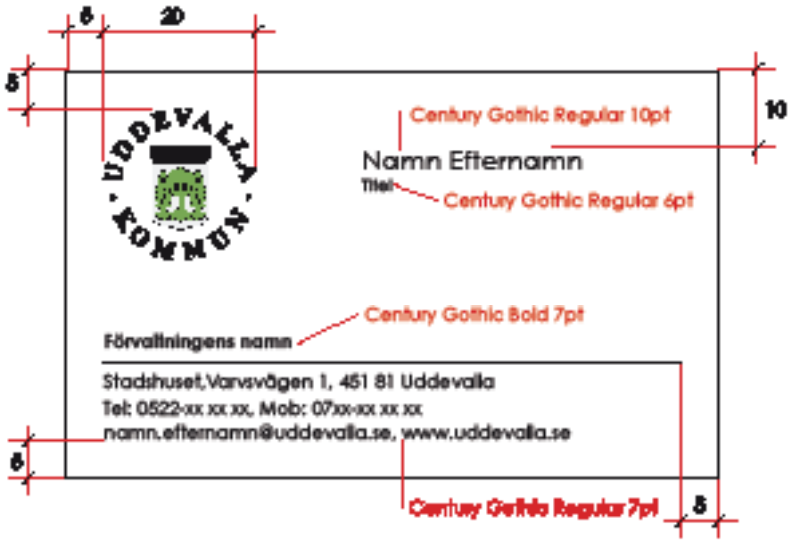
Kallelse – nämnd



Protokoll – nämnd

Tillämpningar:
Visitkort

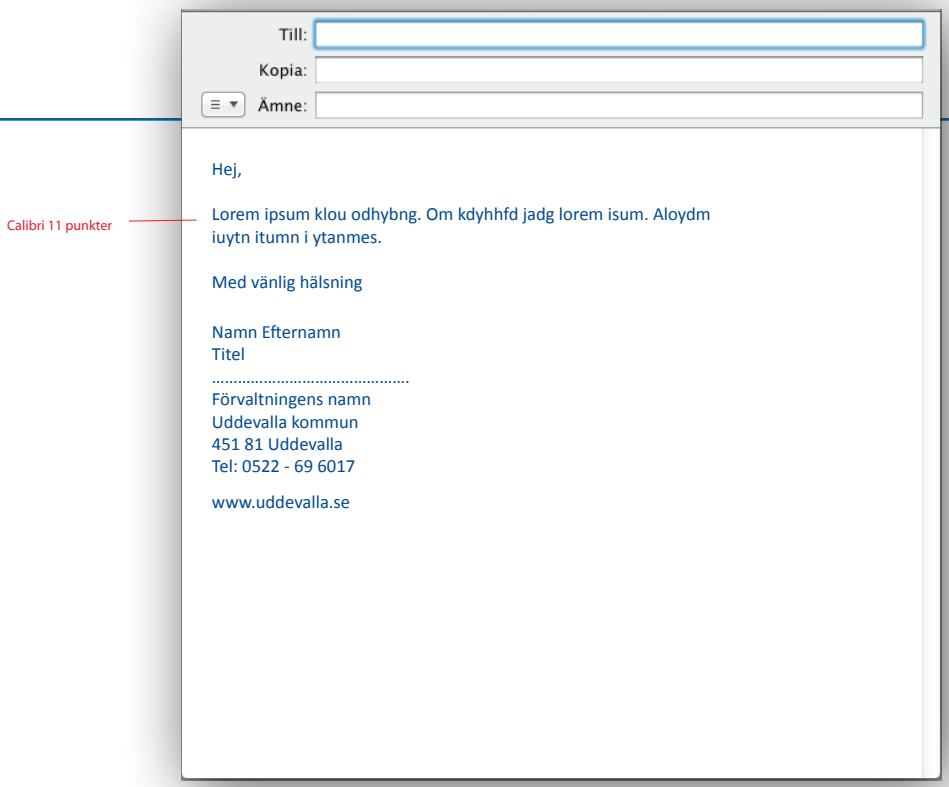
Kontakta Kommuntryckeriet för beställning av visitkort. Engelsk version trycks på baksidan.



E-post

Idag har stora delar av våra kommunikationsvägar ersatts av e-post i någon form. Vi skriver numera sällan brev och ännu mer sällan fax. Därför är signaturen i våra meddelanden också en viktig signal för hur enhetliga vi är inom kommunen.

Vi använder typsnittet Calibri, som är standard i Outlook, och vi har valt att inte använda logotypen i signaturen. Vi kan inte påverka hur det ser ut hos mottagaren och vi vill undvika att logotypen riskerar att komma med som en bifogad fil.



PowerPoint

Uddevalla kommun har en grundläggande mall för PowerPoint-presentationer. Den ser ut som visas här. Detta är våra basbilder. En inledningssida och en enkel grundsida med en bestämd plats för logotypen. Vi använder inledningssidan som startbild med stor logotyp och uppgifter i övrigt som är kopplade till innehållet eller visningstillfället. (Utmärkt att använda för inställning av skärpa etc. och som introduktion under tiden som mötets deltagare samlas).

Grundsidan kan varieras fritt så när som på logotypen och att vi enbart använder typsnittet Century Gothic. Digitala mallar finns i dina Officeprogram/Mina mallar. Tänk på att PowerPoint-bilder är ett talarstöd och att läsbarheten är viktig. I våra exempel är rubrikerna satta i 60 punkt och de minsta texterna 30 punkt. Minsta rekommenderade storlek i en PowerPoint-presentation är 16 punkt.

Annonser

Uddevalla kommuns annonser syns så gott som dagligen i både dagspress och andra media. Om vi håller oss till de anvisningar som finns här, beträffande annonsernas utseende, så hjälper vi alla läsare att snabbt känna igen oss och det blir lättare att nå ut med det vi vill säga.

Uddevalla kommuns logotyp placeras alltid i avsändarfältet till vänster för att komma först om det finns andra avsändare. Den fria ytan till höger om logotypen används för hänvisning till ytterligare information t.ex. ”Läs mer på uddevalla.se”.

Informationsannonser

Så här ser basutförandet ut. Annonsernas utseende kan variera mellan enkla annonser utan bild till annonser med bild i varierande storlek. Samråd gärna med informationsavdelningen när du ska producera en annons. Vid vissa tillfällen använder vi också platsvarumärket ”Uddevalla – Hjärtat i Bohuslän”. Mer information om när, hur och varför platsvarumärket används finns i del 3.

Uddevalla kommuns logotyp placeras alltid i avsändarfältet till vänster för att komma först om det finns andra avsändare. Den fria ytan till höger om logotypen används för hänvisning till ytterligare information, t.ex. ”Läs mer på uddevalla.se”.

Vid arrangemang som genomförs tillsammans med andra aktörer använder vi kommunens logotyp som i exemplen här intill.

Gymnasieskolorna kan ha egna logotyper. När dessa används ska alltid Uddevalla kommuns logotyp finnas med, för att tydliggöra att det är en kommunal skola.

Rubrik rubrik

Borerspe sequiscia dolupti orendaepra natemposam etusandipis illaccatem et odi.

Optaze, sieo optatur, at iues dolupti natemos quiessitatis aciliat, siessoilles aut omnis deligni nolecto cusequam aut volor sam qui sinos eatia si dolorest ad ullicidunt quiestiat.

Asilla vent adit adit hiusapea voluptatem facepiam ipiet et eaquae dolorit exepti con cusapis a vero estiore dolupti debit et plique sam qui eatia zellupiat.
Esi dolo tusanal itatur, optaquam ullupta

Läs mer på: uddevalla.se/rubrik

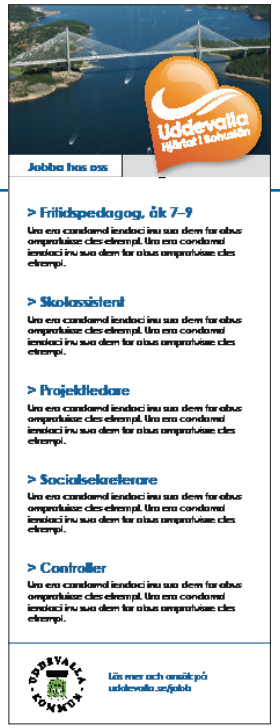
Avsändarfält.

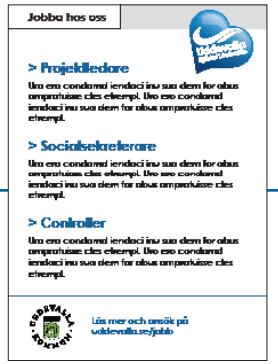
Platsannonser

Kommunens platsannonser ska i möjligaste mån koordineras till ”samlingsannonser” - det vill säga vi annonserar helst ut flera tjänster åt gången.

Det finns två huvudvarianter av annonslayout att använda sig av. En med bild och en utan - den röda tråden i båda är platsvarumärket ”Uddevalla – Hjärtat i Bohuslän” och hur vi skriver ”Jobba hos oss”.

Platsannonserna är en bärande del i kommunens kommunikation. De ska snabbt fånga läsarens uppmärksamhet och dessutom skicka positiva signaler om Uddevalla som plats att arbeta och bo i. Därför är valet av bild så viktigt. Uddevallabron är vår största profilbärare och används först och främst. Vill du ha någon annan bild så ska detta diskuteras med informationsavdelningen.



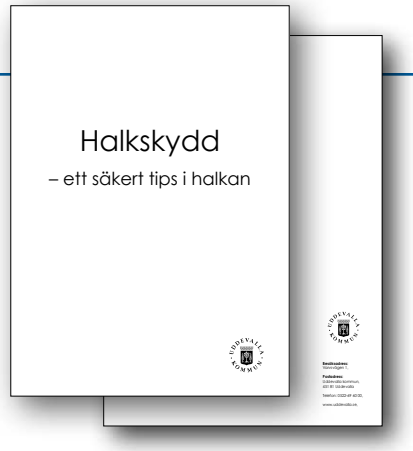


Trycksaker

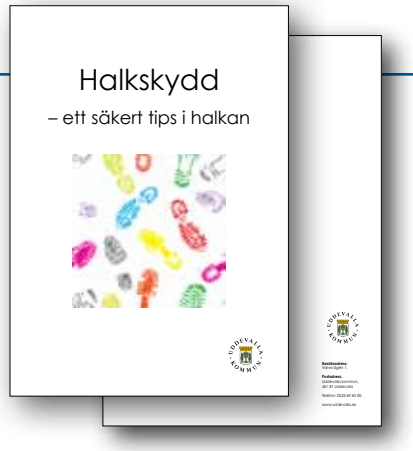
Den grafiska profilen ska alltid följas oavsett enkla eller mer påkostade trycksaksproduktioner.

Mer påkostade trycksaker kan vara aktuella i sammanhang där det råder konkurrens om målgruppen.

Vid vissa tillfällen använder vi också platsvarumärket ”Uddevalla – Hjärtat i Bohuslän”. Mer information om när, hur och varför finns under del 3.



Enklare trycksak, svart/vit



Enklare trycksak, färg

Avancerad trycksak, färg

Avsändare, exempel 1

Avsändare, exempel 2

På omslagets sista sida placeras kommunlogotypen samt avsändare/adress.

Pressmeddelande och inbjudan

Pressmeddelanden och inbjudningar till presskonferenser ska alltid samordnas med informationsavdelningen som också hanterar distributionen. Digitala mallar finns i dina Officeprogram/Mina mallar.

UDDEVALLA KOMMUN

2013-02-07

Presskonferens

Rubrik

Eventuell underrubrik – henisquodio moluptat eos

Acimolo rumquos sinulpa qui id et hita num eris expeligni odis volupturi cus voluptatus qui dolorum quis am quis nia del minveliqui de ilbus repea ut aut et, audipsum facius et qui aliata est, nia dionsequiam dolupta dolessequate as ullaborem atia voluptate none pos voluptatur? Qui nobit am id quatur saloriatem del masapelent untus re latest ant resequidem nis aut quo magnam, sit, aut adipicietur, corum velessitiur, asperem vallupt atibus volum ium reperio.

Ut liquam init ex et vitat volupta dolorepel imet exerum volupta tatende mparepedit ut et ides modis con et ut lant di sedis volendebit quisque que laut volupta tusamenis re, consendae destemperum repedio vitat quam aperspe matium none volorpore, sequodi genduci santemp oreicid eruptaeri doluptatem re endusae nulpa aut alique pra conse nobis eum dusandi tatiatis a commolum, ulpa vel et eicienis venihilitio sit lautasitae.

Ugiat et aliquideni cutibu sciliquia dolest andia nese vellant aditas dit exerian sectium fugia nus autet quid magnia pra eostinciatem reperei cimagnatibus doluptaqui utas rescilles dis velendant.

Tid och plats:

För mer information kontakta gärna:
Namn Efternamn
Titel
Telefon 0522-69 60 00

Förvaltningens namn

Avdelningen | Postadress 481 81 Uddevalla | Telefon (vx) 0522-69 60 00 | www.uddevalla.se

Sociala medier

I sociala medier gäller anvisningarna för logotyp, färger och övrig grafisk profil, med undantag för profilbilder.

Profilbilder kan väljas utifrån verksamhet och ska innehålla kommunens rundsatta text. Den rundsatta texten ger en stark koppling till kommunens identitet och säkerställer att informationen är tillförlitlig. Kontakta informationsavdelningen för att skapa profilbild.

Omslagsbilder användas för att profilera verksamheten ytterligare.

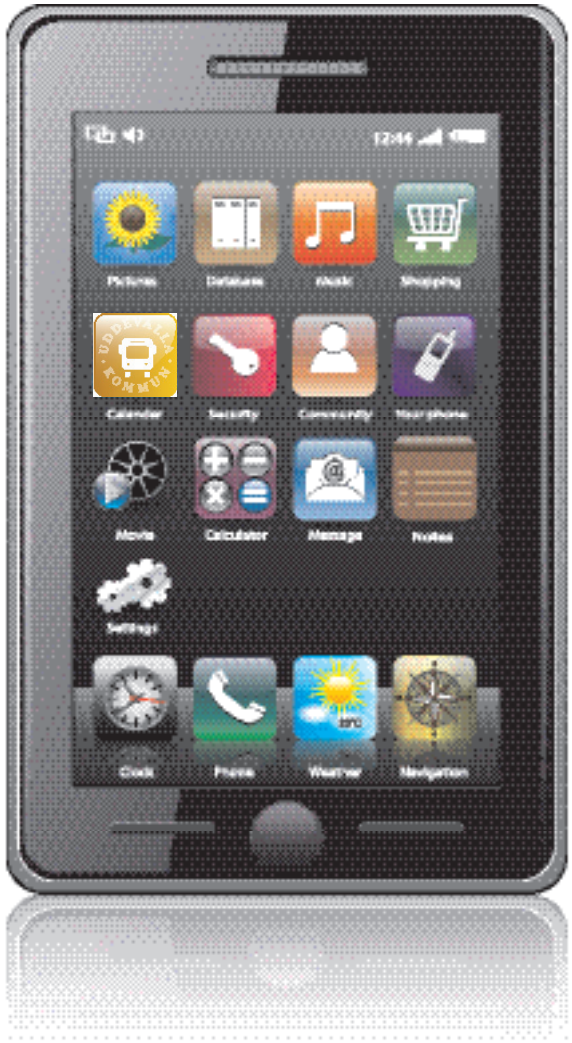
Omslagsbild:
Bild som speglar verksamheten.

Innan en verksamhet startar en social media kanal är det viktigt att:

- ta del av råden i dokumentet ”Uddevalla kommun i sociala medier”
- få ett godkännande av förvaltningschef
- rådgöra med informationsavdelningen

Appar

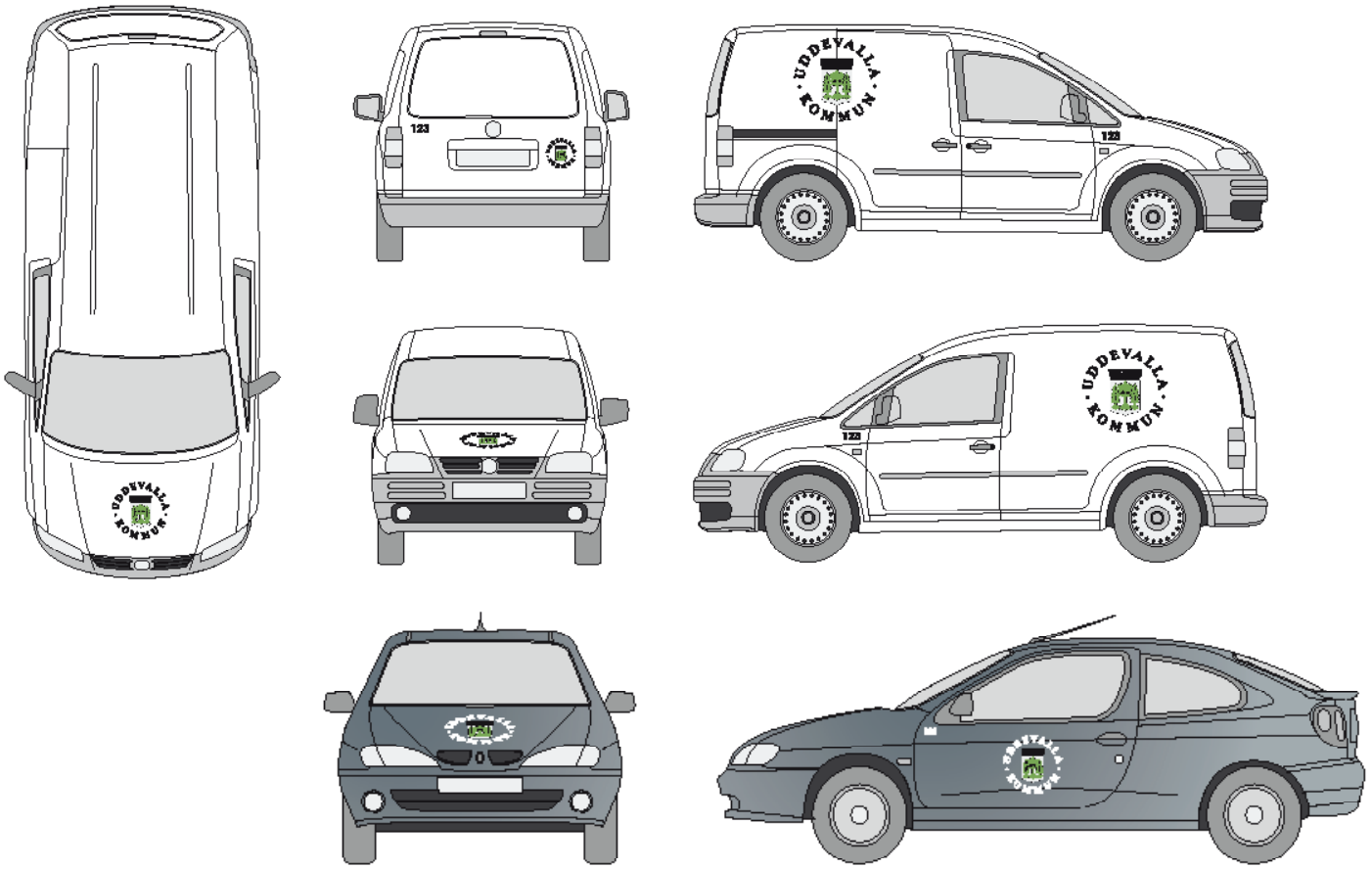
Appar (applikationer) som har Uddevalla kommun som avsändare är funktionsorienterade och för dem behövs särskillnad i utformningen. Symbolen för appen ska illustrera den specifika funktionen och innehålla kommunens rundsatta text. Färger väljs i första hand från vår färgpalett (se sidan 12). Vi får en stark koppling till kommunens identitet men också en tydlig åtskillnad av funktioner.
Kontakta alltid informationsavdelningen när nya appar ska tas fram.



Fordon

Uddevalla kommun har en stor variation av fordon och beroende på fordonstyp använder vi två storlekar av dekaler. Här används logotypen i färg.

Tillämpningar:
Fordon



Skyltar och flaggor

Skyltar förekommer i mycket varierande format. De måste anpassas från fall till fall med hänsyn tagen till placering, omgivning, arkitektur, belysning med mera. Det är viktigt att se till maximal kvalitet i både material och färgåtergivning.

I skyltsammanhang är det extra viktigt att tänka på en frizon runt logotypen. Informationen på skylten syns inte bättre för att den sträcker sig ut till kanterna. Det är luften runt om som avgränsar från omgivningen och som därmed gör skylten lättare att läsa.

Flaggor

En tumregel är att flaggstångens höjd är en tredjedel högre än huset som den ska stå invid.

Storlek på flagga och vimpel							
Stånglängd (m)	6,00	8,00	9,00	10,0	11,0	12,0	14,0
Flagglängd (m)	1,50	2,00	2,40	2,40	3,00	3,00	3,60
Vimpellängd (m)	2,00	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	5,00

Arbetskläder

På arbetskläder används kommunlogotypen i enfärgstryck, svart eller vitt. På ytterplagg placeras logotypen centrerad på ryggen och på vänster bröst.

Del 3

Avancerad produktion

Avancerad produktion

Denna del innehåller information och anvisningar för avancerad produktion som kräver mer specifik kunskap inom reklam och marknadskommunikation. Material som visas här ska produceras i samråd med Informationsavdelningen.

Med vårt platsvarumärke "Uddevalla – Hjärtat i Bohuslän", får vi unika möjligheter att bygga önskvärda associationer till varumärket Uddevalla.

Platsvarumärke

Platsvarumärket är tänkt som ett kompletterande varumärke som kan användas av flera olika aktörer. Vi vill att företag, organisationer offentlig verksamhet, invånare och besökare ska uppfatta oss på önskvärt sätt och att vårt varumärke ska vara tydligt. Vi ger varandra draghjälp i marknadsföringen genom att mentalt koppla namnet Uddevalla till den positiva bild som Bohuslän står för. När vi lyckas med detta i vår kommunikation, blir genomslaget som störst.

Tanken med platsvarumärket ”Uddevalla – Hjärtat i Bohuslän” är att det ska användas i alla sammanhang som bidrar till en positiv och önskvärd upplevelse av Uddevalla. Det är informationsavdelningen inom Uddevalla kommun som ansvarar för vilka aktiviteter och aktörer som får bära platsvarumärket.

Läs mer på www.uddevalla.se/grafiskprofil om användning av märket.

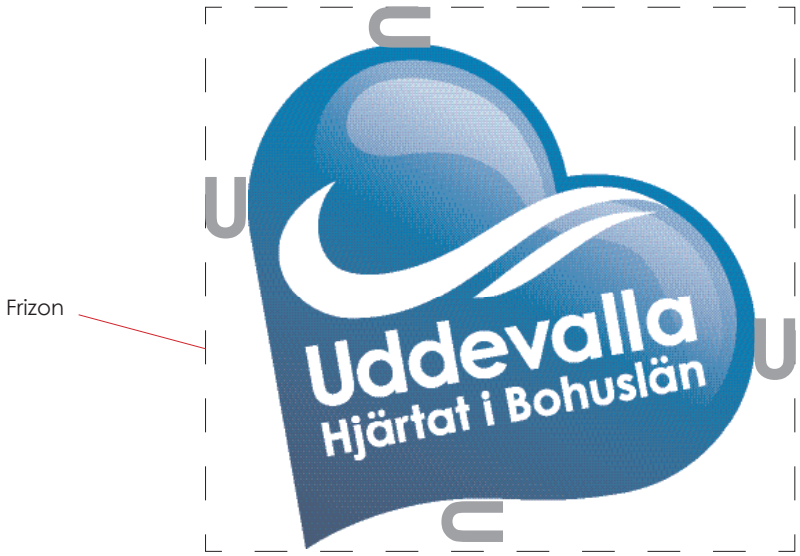
Platsvarumärket – färgvarianter

Märket är en helhet och delar av det får aldrig användas enskilt. Vågen och texten får alltså inte användas separat. Märket finns i en svensk och en engelsk version, i ett flertal färger. Det kan också användas enbart i svart eller vitt mot mörk bakgrund.

Kontakta alltid Informationsavdelningen för vägledning. Du kan också läsa mer på www.uddevalla.se/grafiskprofil om användning av märket.

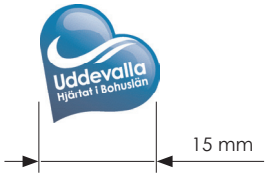
Frizon

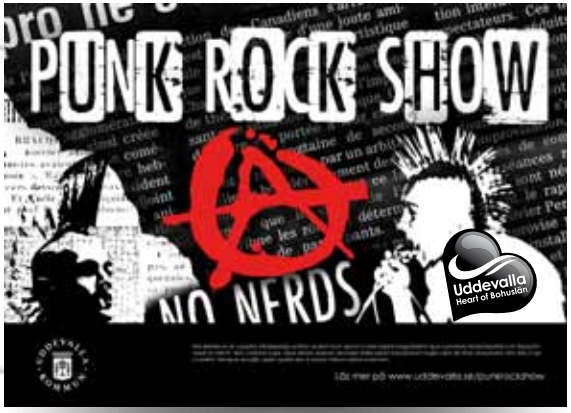
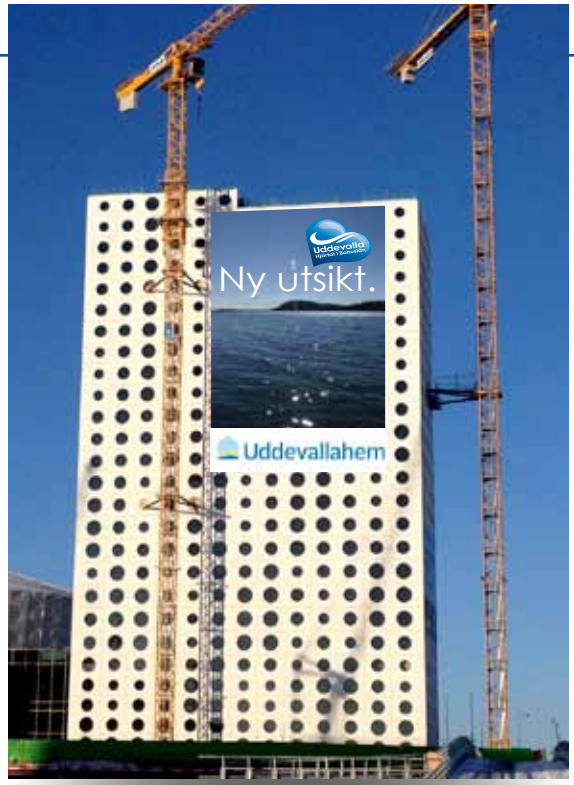
Märket har en ganska snäv frizon och får användas relativt fritt i harmoni med bakgrundsfärger, bilder och texter. Frizonen är endast en vägledning till den som vill behålla märkets tydlighet.



Minsta storlek

Märket bör inte användas i mindre storlek än 15 mm bredd, för att bibehålla läsbarheten.



Inspiration

I vissa sammanhang kan det finnas behov av ytterligare typsnitt, speciellt för rubriker. Det är t.ex. när vi gör kampanjer eller vissa trycksaker där vi behöver ha en egen karaktär i informationen. Det kan vara att vi vill skapa en speciell känsla för innehållet eller för att få större uppmärksamhet i en konkurrensutsatt miljö.