

GRAFISK MANUAL

PROFIL FÖR HÖGANÄS KOMMUN



HÖGANÄS
KOMMUN

www.hoganas.se

Innehåll

Inledning	4	FÄRGER OCH GRAFISKT ELEMENT	24
Varför gemensam grafisk profil?	5	Färgkoder	24
Sammanfattning grafisk profil	6	Användning av färger	25
Om vårt visuella varumärke	7	Vårt grafiska element	26
Vision	8	Användning av grafiskt element	27
Devisen Höganäs - väl värt att investera i	9	Illustrationer	29
LOGOTYPEN	10	VÅRA BILDER	30
Grundform	10	Generella riktlinjer för bilder	30
Alternativa utföranden	11	Bilder i olika kanaler	31
Alternativa logotyper - minsta tillåtna storlek	12	Var finns Höganäs kommuns bilder	31
Frizon	13	Bildmanér	32
Placering och storlek	14	DOKUMENT OCH MALLAR	34
TYPOGRAFI	15	Digitala presentationer, Platina	34
Våra typsnitt	16	Mallar i Word	35
Ikontypsnitt	18	Tjänsteskrivelse	36
Användning av typsnitt	19	Kuvert	37
Bildtexter och tabelltexter	22	Visitkort	38
Diagram	23	Dörrskyltar	39

TRYCKSAKER	40	Formgivning.....	56
Layoutexempel	41	Färger för webben.....	57
Avsändare	42	Typsnitt för webben	58
Annonser.....	43	Sociala medier.....	60
Platsannonser.....	44	Film.....	60
Marknadsföringsmaterial	45	VÅRA VARUMÄRKEN	61
HK-magasinet.....	46	Platsvarumärke - Kullahalvön	62
Val av papper.....	47	Särprofilerade verksamheter	72
SKYLTNING / UTSTÄLLNING	48	Höganäs Sportcenter.....	72
Skyltning utomhus.....	48	Kultur- och fritidsförvaltningens bibliotek	73
Vägskyltar	49	Eric Ruuths kulturhus	74
Flaggor	49	Utbildningsförvaltningen	75
Kriskommunikation.....	50	Kullagymnasiet.....	76
Mässmaterial	51	Bolagsverksamheter.....	78
Profilprodukter	52	Höganäs Omsorg AB.....	78
WEBBASERAD FORM	54	Höganäshem AB.....	80
Lagen om tillgänglighet till digital offentlig service.....	54	Höganäs Energi AB.....	82
Sammanfattning webbaserad form.....	55	Om Höganäs kommuns grafiska profil.....	84



Inledning

En grafisk profil ska klä in och omfamna kommunikationen på ett enhetligt och tydligt sätt samt framställa informationen vi sänder ut som trovärdig och professionell.

Denna grafiska manual innehåller en genomgång av hur vi ska kommunicera för att skapa en professionell identitet och ska ligga till grund för produktionen av vårt visuella material. Den berättar hur du lyckas med arbetet att kommunicera enhetligt och hjälper oss att bli effektiva i att stärka bilden av Höganäs kommun och Kullahalvön.

Den grafiska profilen gäller alla kommunens verksamheter, undantaget kommunens bolag och Kullagymnasiet. Avsteg från den grafiska profilen får inte göras, kontakta kommunikationsavdelningen om frågor uppstår.

Manualen kan användas som en handbok i enskilda frågor, men också som en introduktion för att få en uppfattning om Höganäs kommuns grafiska profil. Dokumentet är ett levande dokument som kan komma att förändras över tid.

Charlotte Vahtera

KOMMUNIKATIONSCHEF



Varför gemensam grafisk profil?

Som kommun kommunicerar vi på många olika sätt. En grafisk manual ska vara till hjälp. Manualen är inte heltäckande, men visar på de vanligaste förekommande fallen. Framförallt är tydlighet i användning av logotyp, typsnitt och återkommande grafiska element viktigt. Det finns bland annat tre skäl till varför det är klokt att klä vår kommunikation i en samlad grafisk profil:

Identifikation

För att alla ska uppfatta att det är Höganäs kommun som står bakom informationen måste vi synas på ett konsekvent sätt. Vårt stadsvapen blir en kvalitetsstämpel för vårt varumärke som skapar kännedom och identifikation hos mottagarna men framför allt, mottagaren minns att det är Höganäs kommun som är avsändare.

Trovärdighet och tillgänglighet

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. Genom en tillgänglighetsanpassad och inkluderande kommunikation säkerställs att alla människor har jämlika möjligheter att ta till sig informationen.

Innehåll

Både ledare och medarbetare inom Höganäs kommun kommunicerar både externt och internt. Genom att använda sig av denna gemensamma grafiska profil behöver var och en inte fundera över det grafiska utseendet utan kan koncentrera sitt arbete på innehållet i det budskap som ska förmedlas. Det underlättar arbetet samtidigt som kraft kan läggas på att utforma budskapet på ett sådant sätt att det verkligen når fram.

Användarnivåer

Det finns två användarnivåer i arbetet med att framställa kommunikationsmaterial enligt den grafiska profilen:

Avancerad produktion för de medarbetare som arbetar i layoutprogrammet Indesign med avancerade trycksaker med stor variationsmöjlighet.

Enkel produktion för de medarbetare som arbetar med mer standardiserad produktion i färdiga mallar i officepaketet/Platina med begränsade möjligheter att variera sig samt beställningar av exempelvis visitkort och dörrskyltar via beställningsportalen på kommunens intranät.





Sammanfattning grafisk profil

LOGOTYP



GRAFISKT ELEMENT



TYPSNITT

ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZÅÄÖ
1234567890!?!&@+/()

CENTURY GOTHIC - REGULAR, MEDIUM, BOLD

ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZÅÄÖ
1234567890!?!&@+/()

GARAMOND - REGULAR, ITALIC, BOLD ITALIC

FÄRGER

	CMYK 100 0 0 0 RGB 0 158 224 HEX #009FE3 PMS Cyan
	CMYK 0 0 0 100 RGB 0 0 0 HEX #000000 PMS Pantone Black
	CMYK 0 100 100 0 RGB 226 0 26 HEX #e30613 PMS 186 C
	CMYK 35 35 45 0 RGB 181 164 140 HEX #b5c48c PMS 7536 C

KOMPLETTERANDE WEBBFÄRGER

	RGB 199 222 237 HEX #C7DEED
	RGB 227 237 244 HEX #E3EDF4
	RGB 224 242 238 HEX #F4F2EE
	RGB 0 96 156 HEX #00609C

IKONTYPSNITT



FONT AWESOME PRO THIN, LIGHT, REGULAR, SOLID



Om vårt visuella varumärke

Höganäs kommuns logotyp och visuella identitet används konsekvent i allt kommunikationsmaterial från organisationen Höganäs kommun. Det skapar en tydlig avsändare, stärker bilden av Höganäs kommun och förenklar / effektiviserar vårt arbete.

Varumärkesbyggande är inte en engångsinsats, utan ett långsiktigt arbete där vi alla bidrar i våra möten med våra målgrupper och hur vi kommunicerar. Varje dag. Var stolt över vårt varumärke och hjälp till att stärka det.

Vi vill att vårt varumärke lockar stolta medarbetare, invånare, besökare och näringsidkare till Höganäs kommun.

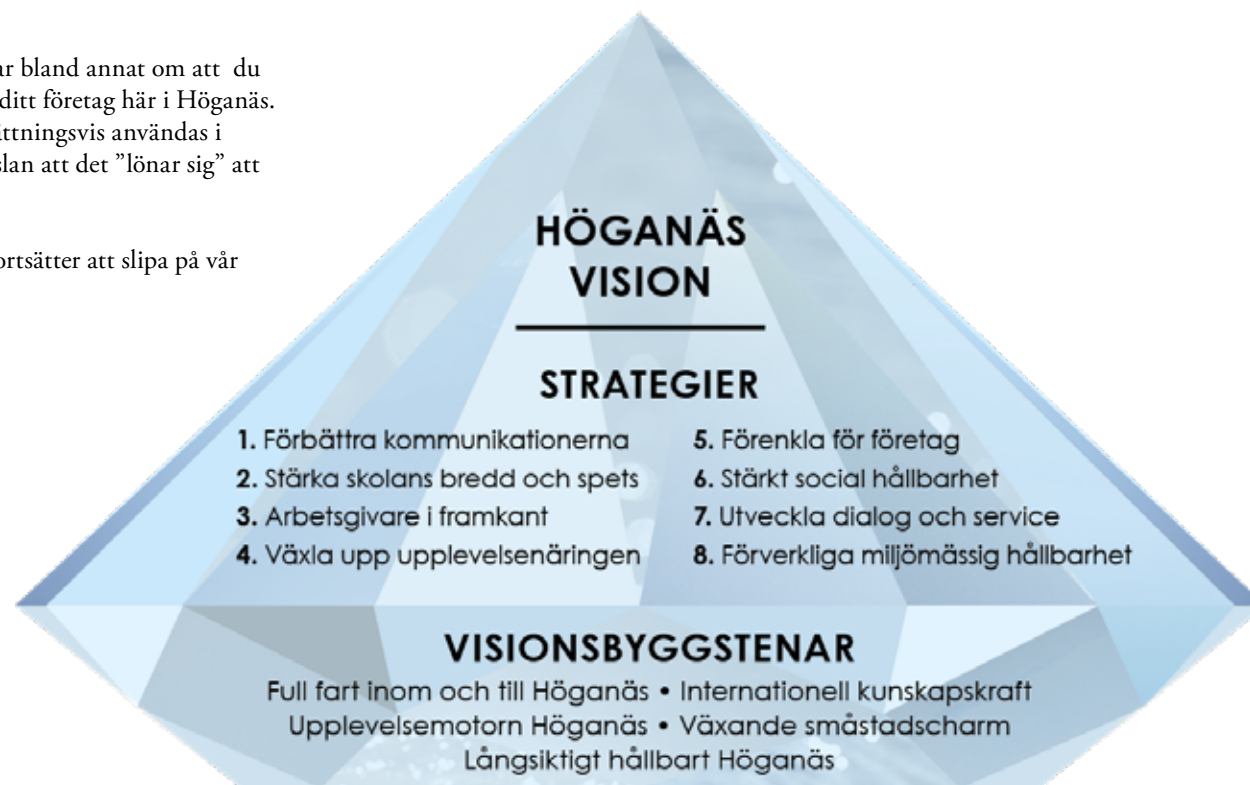


Vision

Höganäs kommun har stora visioner för framtiden och arbetar aktivt för att vara en attraktiv kommun. Kommunens vision består av fem visionsbyggstenar tillsammans med devisen ”Höganäs väl värt att investera i” och målet att vi ska vara 30 000 invånare år 2025.

Resan mot 2025 kallar vi ”Från kol till diamant”

- Fem visionsbyggstenar utgör grunden och berättar var vi vill att Höganäs ska vara 2025.
- Devisen: Höganäs väl värt att investera i handlar bland annat om att du kan investera ”ditt liv”, din bostad, ditt arbete, ditt företag här i Höganäs. Den har funnits med ett tag och ska även fortsättningsvis användas i marknadsföringssyften. Devisen ska skapa känslan att det ”lönar sig” att satsa på Höganäs.
- Resan mot visionen: Från kol till diamant. Vi fortsätter att slipa på vår diamant - vi är bra, men kan bli ännu bättre!



Läs mer om visionen på www.hoganas.se/vision

Från kol till diamant

HÖGANÄS - VÄL VÄRT ATT INVESTERA I

Devisen

Devisen är en koncepttribrik för Höganäs. Koncepttribriken ”Höganäs - väl värt att investera i”, har som avsikt att stärka Höganäs kommuns attraktivitet inom i första hand områdena inflyttning, skola, företag och handel samt besöks- och turistnäring.

”Höganäs - väl värt att investera i” ska användas i sammanhang som är relaterade till marknadsföring av Höganäs och när en specifik målgrupp ska bearbetas för att ändra ett beteende eller en attityd kopplat till Höganäs.

Exempel användning av Höganäs - väl värt att investera i

Använd vid:

- Annonsering för större arrangemang, till exempel en utställning.
- Marknadsföring av kommunen.

Använd inte vid:

- Kontorstryck, visitkort, interna skrivelser och brev.
- Kungörelser.
- Interna dokument.
- Utskick med information om förändringar inom den kommunala verksamheten.



▶ Logotypen

Logotypen består av stadsvapnet; en vit sköld med rött ankare och två facklor. Stadsvapnet kombineras med texten Höganäs kommun som är centrerad under stadsvapnet i typsnittet Frutiger, bold, versal på två rader. I sin grundform är logotypen komplett med symbol och text i en sammanhållen bild. Färgerna i logotypen får inte ändras och dess proportioner får inte tänjas eller förändras. Grundformen här till höger är den variant som ska användas i de allra flesta fall.

Historien bakom stadsvapnet

Centralorten Höganäs blev stad 1936 och stadsvapnet fastställdes året efter. Det gick då helt i silver och rött och beskrevs som: ”I silver två stolpvis ställda svarta facklor med röd låga, överlagda med ett rött ankare.” Historiskt sett härstammar stadsvapnet från den tid då Höganäs fortfarande var ett fiskeläge vid Öresund. Orten markerades med ett ankare på de gamla kartorna. År 1936 föreslog direktör P. E. Gummeson ett upprätt ankare över två korslagda facklor som stadsvapen för Höganäs. Facklorna skulle symbolisera gruvdriften på orten.

För att knyta an till Höganäs historia vill vi bevara stadsvapnet i logotypen i största mån, även om vissa moderniserande förändringar gjorts sen 1936.

Logotypens färger

Höganäs kommuns logotyp består av två färger plus vitt. Det är viktigt att det är just de angivna färgerna som används. Att färgerna är korrekta är lika viktigt som att symbolen används på rätt sätt och att typsnittet alltid är detsamma.



Beroende på hur du ska använda logotypen definieras färgerna på olika sätt:

- Pantoneskalan ska du använda när det är viktigt med en exakt färgåtergivning, som till exempel tryck på profilprodukter.
- CMYK (cyan, magenta, gult, svart) är det vanligaste sättet att definierar färger för trycksaksproduktioner.
- RGB (rött, grönt, blått) är skalan som används vid webbaserade produktioner, som till exempel hemsida och sociala medier.



HÖGANÄS KOMMUN



	PANTONE Svart	C	M	Y	K	R	G	B
		0	0	0	100	0	0	0
	PANTONE 186 C	C	M	Y	K	R	G	B
		0	100	100	0	226	0	26



Logotyp i grundformen med vit sköld och svart text.



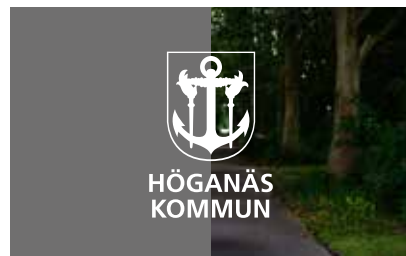
Logotyp i grundformen med negativ text.



Logotyp i grundformen med genomskinlig sköld.



Negativ logotyp. Används på mörk bakgrund /mörkt foto.



Vit logotyp används på mörk bakgrund/ mörkt foto.



Svart logotyp används vid enfärgstryck eller på ljusa bakgrunder / foton.

Logotypens utföranden

I första hand ska logotypen i färg i dess grundform användas. Om logotypen placeras på en mörk bakgrund ska varianten med negativ text användas.

Genomskinlig sköld kan användas om man vill att en färg eller bild ska synas igenom. Används enbart på lugna ytor, så att logotypen framställs tydligt.

Finns det ingen möjlighet att använda de färgade varianterna ska de enfärgade alternativen användas. Det finns en positivt (svart) och en negativ (vit), för tryck mot ljus respektive mörk bakgrund.



Alternativa logotyper

Dessa varianter av logotypen ska enbart användas där utrymmet kräver det. Vi använder till exempel logotypen med text till höger på vår hemsida.



HÖGANÄS
KOMMUN

Symbol med text till höger i två rader

Till vissa liggande format som inte tillåter att grundformen används kan denna variant användas.



HÖGANÄS
KOMMUN

Symbol med text på en rad

En del långsmala format, som exempelvis skyltar, tillåter inte att grundformen används. Då kan denna variant användas.



Endast symbol

Om enbart själva symbolen utan text ska användas ska det se ut så här. Exempel på användningsområden kan vara gravering på glas eller metall, brodyr eller som stämpel.

Minsta tillåtna storlek på logotyp

För att texten i logotypen ska vara läsbar, så finns det en minsta tillåtna storlek för logotypen. Gör du logotypen mindre än 8 mm på bredden, så ska du inte ha någon text med.

Minsta tillåtna storlek i bredd

Logotypen i sin grundform



HÖGANÄS
KOMMUN

8 mm

Symbol med text på en rad



HÖGANÄS
KOMMUN

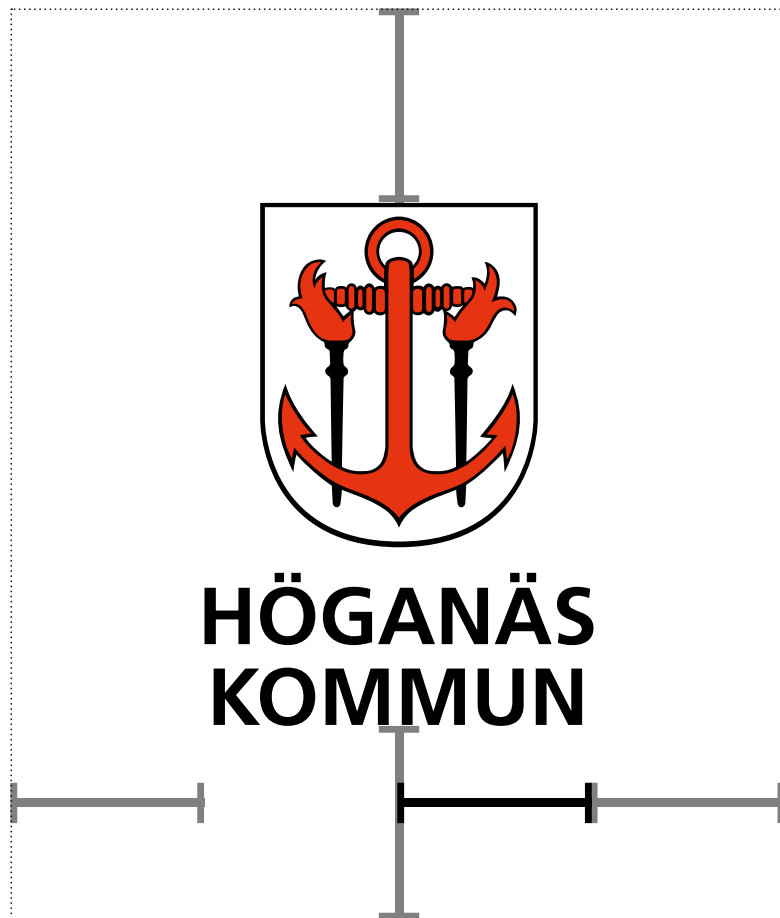
23 mm

Endast symbol



5 mm

Logotypen i olika filformat finns att ladda ner på: www.hoganas.mediaflowportal.com/pressbilder



Frizon logotyp

Utrymmet runt logotypen kallas frizon. Det är viktigt att frizonen hålls fri från text eller annan grafik för att logotypen ska vara tydlig. Däremot kan du placera logotypen på en färgtonplatta eller på en bild om bakgrunden inte är allt för orolig så att den stör logotypen.

Frizonen sträcker sig lika långt från logotypens kant som från kanten till logotypens mitt.

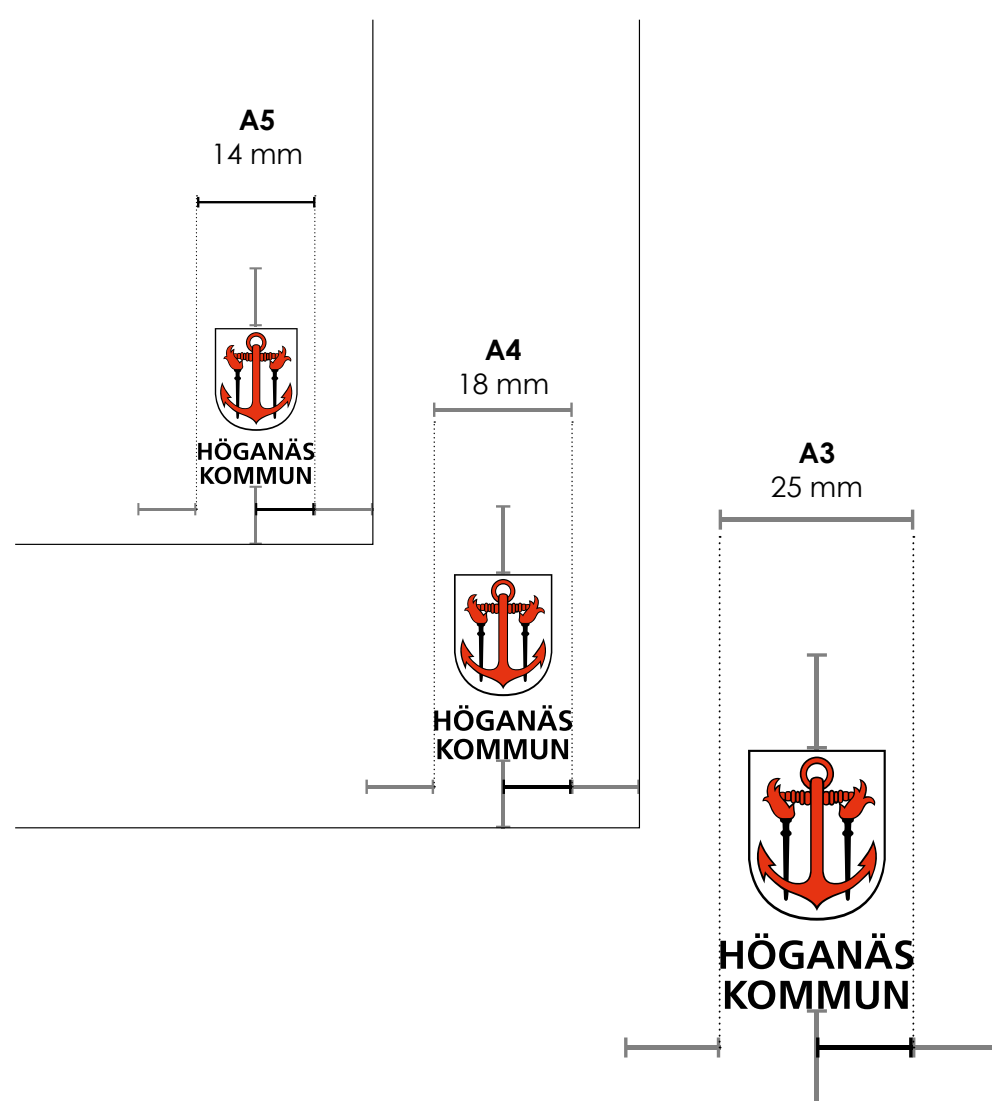




Placering och storlek logotyp

Höganäs kommuns logotyp ska i de allra flesta fall placeras nere i högra hörnet eller centreras i mitten av nedre delen av trycksaken. Undantag är webbaserade produktioner och kommunens interna textmallar där logotypen placeras uppe i vänstra hörnet.

Det finns ingen enkel regel för hur stor logotypen ska vara men det är viktigt att storleken blir proportionerlig för ett enhetligt intryck och för tydlighetens skull.



Typografi



I vår grafiska profil ingår fem viktiga delar; logotyp, färg, grafiska element, bilder och typografi. Typografin har som sin viktigaste uppgift att göra texten så lättillgänglig och läsvänlig som möjligt. Därför är det viktigt att använda typsnitten med omsorg, liksom dess storlekar och olika kombinationer.

Våra typsnitt

För att alla ska ha möjlighet att använda sig av den grafiska profilen har vi valt standardtypsnitt som finns i allas datorer.

Dessa typsnitt används för att skapa ett enhetligt uttryck och en tydlig avsändare.

För trycksaker; brevmallar, skrivelser, protokoll och övrigt som ska tryckas eller skrivas ut på papper gäller typsnitten Century Gothic och Garamond.

För digital produktion gäller typsnittet Open sans. Läs mer om den digitala profilen på sidan 54.

Ikontypsnittet Font Awesome används både på trycksaker och på webben.



Century Gothic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
1234567890!?!&@+/()

CENTURY GOTHIC REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
1234567890!?!&@+/()

CENTURY GOTHIC BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
1234567890!?!&@+/()

CENTURY GOTHIC ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
1234567890!?!&@+/()

CENTURY GOTHIC BOLD ITALIC

För faktarutor, siffror och korta löpande texter

Century Gothic Regular används främst för faktarutor, tabeller och siffror. Aldrig mindre än sex punkter. Använd till korta löpande texter, vid långa texter blir det svårtläst.

För rubriker

Century Gothic Bold är det vi använder oftast för rubriker. Både versala och versalgemena rubriker används. Det går bra att använda övriga vikter av Century Gothic till rubriker också där det passar, men vi använder Bold i första hand.

Garamond

ABCDEFGHIJKLMNÖPQRSTUVWXYZÅÄÖ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
 1234567890!/?&@+/()

GARAMOND REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNÖPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
1234567890!/?&@+/()

GARAMOND ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNÖPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
1234567890!/?&@+/()

GARAMOND BOLD

För brödtext och rubriker

Garamond Regular används främst till brödtexter som till exempel i en rapport, årsredovisning eller annan form av längre dokumentation. Minsta tillåtna storlek för brödtext är 8 pt.

För till exempel rubriker (i stor grad) och citat

Garamond Italic kan användas till rubriker där det passar. Gör rubriken stor och tydlig om du använder kursiv text. Det kan även användas till citat.

För betoning av ord.

Garamond Bold används i undantagsfall då vi behöver poängtera / "feta" ett ord.





Font Awesome - ikontypsnett



Font Awesome i Adobeprogrammen

Font Awesome finns i appkatalogen. Installera typsnittet och använd det sedan i Adobeprogrammen. Kontakta kommunikationsavdelningen@hoganas.se om du behöver ha hjälp med hur man använder de olika symbolerna i Indesign.

Så använder vi ikonerna

Det finns flera stilar av Font Awesome. Det är tillåtet att använda sig av alla stilar.



Font Awesome Brands

Det finns också ett separat typsnitt som heter Font Awesome Brands. Det innehåller enbart logotyper från olika varumärken. Detta används enbart för att på ett enkelt och korrekt sätt få tillgång till logotyper för sociala medier.



Font Awesome - exempel på användning

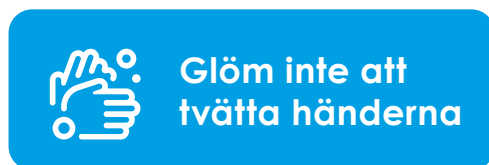
Font Awesome används för att få ett enhetligt utseende för våra ikoner. Här finns flera tusen ikoner att välja bland. Använd för att stärka en rubrik eller ett budskap.

Det är väldigt användbart när man gör skyltar till exempel. Ikonerna går att ändra i den färg du vill ha.

I undantagsfall får andra ikoner användas om du inte kan hitta ikonen i Font Awesome. Men de flesta ikoner går att hitta.

Sök efter ikoner

Hela ikonbiblioteket finns att titta på och söka i här:
<https://fontawesome.com/v6/icons>



Budskap som illustreras med Font Awesome.





Typografering

En riktigt bra huvudrubrik

Efter huvudrubriken passar en ingress bra. Texten sätts i Garamond eller Century Gothic i något större storlek än brödtexten och i någon av våra färger. Ingressen ska kortfattat berätta vad efterföljande text handlar om och samtidigt locka till vidare läsning.

Underrubriker sätts i samma storlek som brödtexten men i Bold

Brödtexten, eller den löpande texten, kallas den del som innehåller den stora delen av textmassan. Det är viktigt att denna text är lätt och behaglig att läsa. Tänk på att radens längd för optimal läsvänlighet bör ligga mellan 50–60 tecken per rad. Brödtexter sätts i Garamond. Ska något utmärkas i texten kan man använda *Garamond Italic*. Den kursiva varianten ska också användas till bildtexter.

Om du vill markera inledningen av ett stycke, ska det göras i Century Gothic Bold. En punkt mindre än brödtexten.

En mellanrubrik som inledning

Börjar ett nytt avsnitt av texten kan det vara bra att använda en tydlig avdelare i form av en mellanrubrik. Sen kommer brödtexten. Här är mellanrubriken i Century Gothic 12 pt.

Rubrik

Huvudrubriken ska alltid vara störst och betonas mest. Håll den så kort som möjligt, heslt inte längre än fem ord. Rubriken är "indragaren". Se till att ha en stark och slagkraftig rubrik som lockar till läsning. Det är tillåtet med både Century Gothic och Garamond till rubriker. Dock är Century Gothic vårt främsta rubriktypsnitt. Garamond används i undantagsfall om man känner att man behöver variation.

Ingress

Storleken på ingressen kan anpassas till utrymmet där den används, den ska dock vara minst två punkter större än brödtexten. Texten ska vara vänsterställd och sättas i Garamond eller Century Gothic. Det går bra att använda andra färger till ingressen än svart, men tänk på att det ska vara tillgängligt och lättläst.

Underrubrik

Som underrubrik används Century Gothic Bold i samma storlek som brödtexten.

Brödtext

För löpande text används Garamond Regular. Texten ska aldrig sättas i mindre grad än 8 punkter. Rekommenderad storlek på brödtext är 12 punkter.

Inledning stycke

Ett inledande stycke kan markeras med Century Gothic Bold.

Aldrig direkt under en mellanrubrik eller underrubrik.

Mellanrubrik

Som mellanrubrik används Century Gothic Bold ett par punkter större än brödtexten.

~~TA EN TITT PÅ PLANERNA FÖR DE NYA HÖGANÄS- KVARTEREN KAKTUSEN OCH ODÉON~~

När rubrikerna är långa, så kan du välja att förstora det eller de ord som sammanfattar innehållet, istället för att göra väldigt långa rubriker. Det blir svårsläst.

Ta en titt på planerna för

DE NYA HÖGANÄS- KVARTEREN

Kaktusen och Odéon

Tydliga och lättlästa rubriker

Mycket av vårt grafiska uttryck bygger på att skapa uppmärksamhet och att sticka ut genom en stor och talande rubrik. Undvik långa rubriker med många eller långa ord, försök att hålla det till max fem ord, om det går.

När du har långa rubriker kan du välja ut och markera det eller de ord som beskriver innehållet mest och gör det större. Eftersom de orden du väljer att förstora kommer att läsas först är det viktigt att välja rätt ord, så att man förstår budskapet genom att enbart läsa de förstörade orden.

Tänk tydlighet och läsbarhet. Ofta är det mer lättläst med gemener än med versaler i rubriker.



~~MARKANVISNINGSTÄVLING FÖR KVARTERET BÅGEN PÅ TORNLICKAN~~

Höganäs kommun inbjuder härmed till markanvisningstävling för att hitta aktörer som är intresserade av att uppföra bostäder på del av Tornlyckan esopp 2. Totalt avser markanvisningstävlingen ett markområde om cirka 5 630 kvadratometer. Vinnaren av anbudstävlingen kommer att få vara med under detaljplaneringsprocessen för att senare bebygga området.



Markanvisningstävling för kvarteret Bågen på Tornlyckan

Höganäs kommun inbjuder härmed till markanvisningstävling för att hitta aktörer som är intresserade av att uppföra bostäder på del av Tornlyckan esopp 2. Totalt avser markanvisningstävlingen ett markområde om cirka 5 630 kvadratometer. Vinnaren av anbudstävlingen kommer att få vara med under detaljplaneringsprocessen för att senare bebygga området.

I det här fallet är det tydligare att ha en versalgemen rubrik än en versal. Och det ger oss även möjlighet att ha en större bild när rubriken inte tar så stor plats.



Bildtexter och tabelltexter

Bildtext

Bildtexten i trycksaker ska vara vänsterställd och sättas i Century Gothic regular. Bildtextens storlek ska vara som mest 9 punkter och aldrig i mindre grad än 6,5 punkter. Om fotografens namn ska vara med ska det vara högerställt och i övrigt samma format som den övriga bildtexten.



Höganäs kommun ligger vackert och har utvecklats från gruvort till en blomstrandestad.

Siffror och tabeller

Till text som ska skilja sig från övrig brödtext, som exempelvis siffror och tabeller ska Century Gothic användas. Aldrig mindre än 6 punkter.

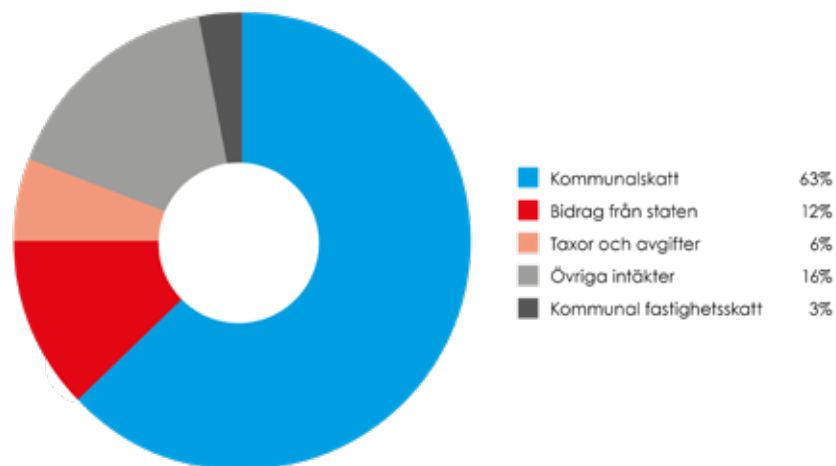
PANTONE Svart	C M Y K 0 0 0 100	R G B 0 0 0	HEXADECIMAL #000000
PANTONE 186 CVC	C M Y K 0 100 100 0	R G B 241 174 0	HEXADECIMAL #C40005

Diagram

Reglerna för typografi och färger när det gäller diagram följer den grafiska profilen. Toningar av våra färger är tillåtna. Typsnittet vi använder i diagram är Century Gothic.

Sträva alltid efter tydlighet i diagram. Det ska vara lätta att förstå.

Intäkter

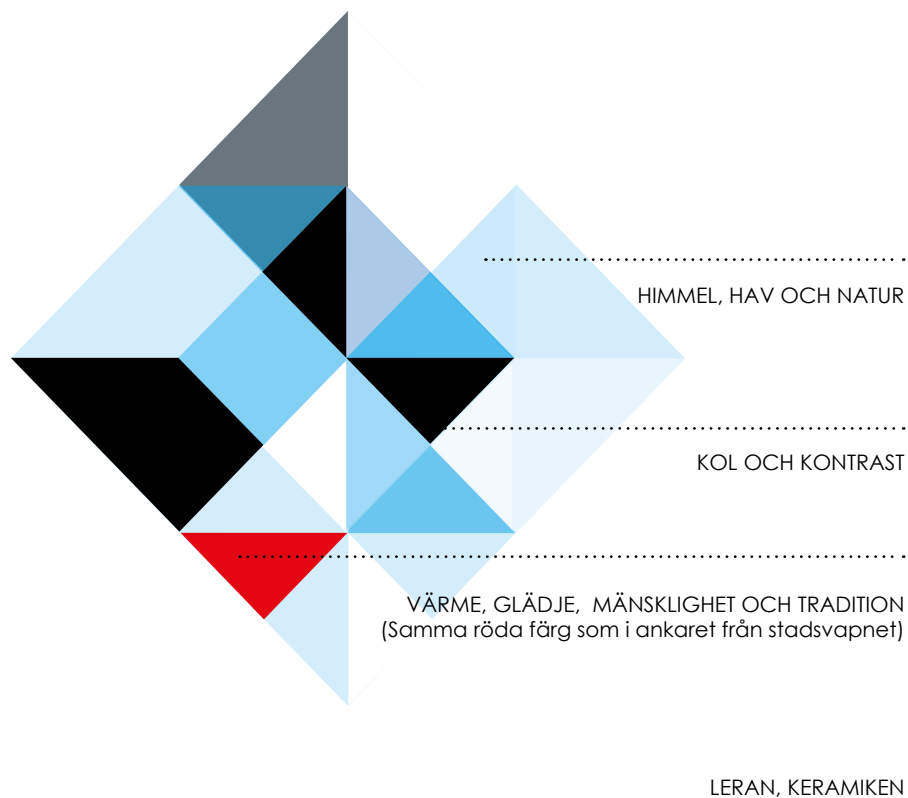


Vårt typsnitt Century Gothic till siffror och tabellfakta och våra färger från profilen används.





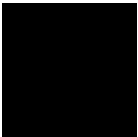





Om symboler används i ett diagram - använd Font Awesome.
Pil och tumme upp/ner i exemplet är ikoner från typsnittet Font Awesome.

Färger och grafiskt element



Vår grafiska profil innehåller fyra färger (+ vitt) som ska illustrera Höganäs kommun; cyan (blå), svart, röd och beige. De fyra rena färgerna kan kompletteras med ljusare nyanser av ursprungsfärgern.

Profilens färgkoder

	PANTONE Cyan C	C 100 M 0 Y 0 K 0	R 0 G 158 B 224	NCS 1565B
				
	PANTONE Svart	C 0 M 0 Y 0 K 100	R 0 G 0 B 0	NCS S 9000-N
				
	PANTONE 186 CVC	C 0 M 100 Y 100 K 0	R 226 G 0 B 26	NCS 1080-Y90R
				
	PANTONE 7536 CVC	C 35 M 35 Y 45 K 0	R 181 G 164 B 140	
				

100 % ————— 10 %

Profilens färger kan tonas till önskad färgstyrka genom att minska procentsatsen i färgtonen.



Användning av färger

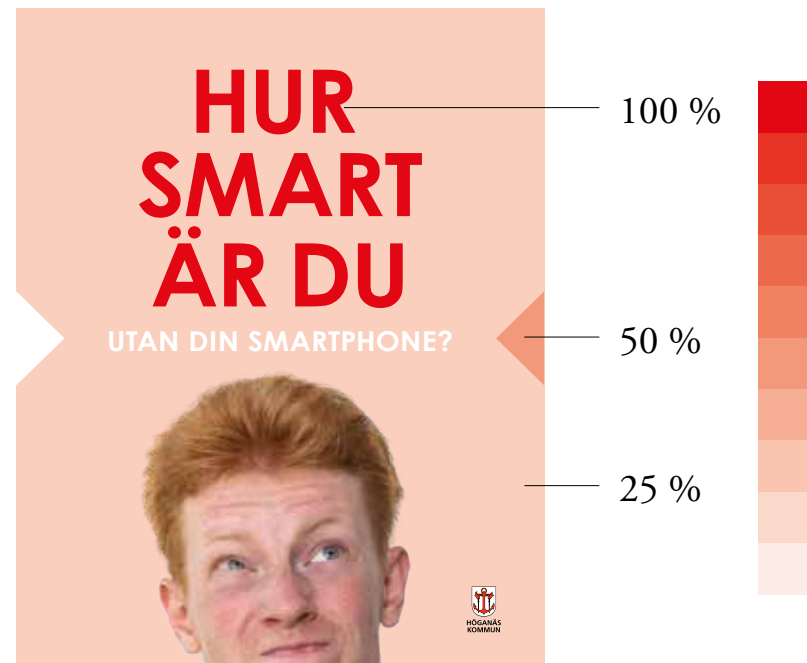
Ljusare toning på stora ytor

På stora ytor kan man använda tonad färg för att det inte ska kännas för intensivt med färgerna. 100% röd kan till exempel upplevas som skarp en skarp bakgrund, men kan behövas ibland. Vi använder det till exempel vid krisinformation, då det blir ett starkt signalvärde.

Inga andra varianter av färgerna tillåts

Använd enbart färgerna som anges på föregående sida. En annan blå tillåts alltså inte, förutom på webben, där det har tagits fram en egen blå färg som endast används på webben. Läs mer om profilen för webben på sidan 54.

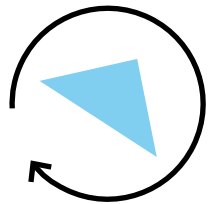
Exempel på toning





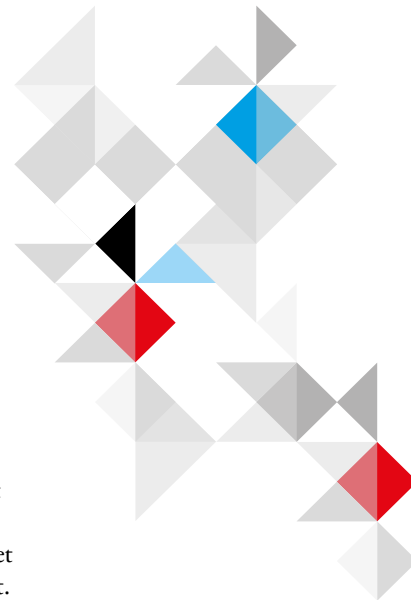
Diamanten - vårt grafiska element

Vårt grafiska element är en viktig ingrediens i den grafiska profilen. Den består av olikfärgade trianglar som används för att komplettera bilder, färger, logotyp och text och för att öka igenkänningseffekten för Höganäs grafiska uttryck. Den grafiska diamanten i profilen med sina fasetter är tänkta att illustrera kommunens olika delar och enheter. Den illustrerar vår visionresa som vi kallas "Från kol till diamant" och trianglarna i det grafiska elementet ska symbolisera fasetterna i en diamant. Men eftersom diamanten är abstrakt kan personer som inte känner till diamantvisionen göra egna tolkningar, som exempelvis segel, kakelplattor, flaggor med mera.



Dela upp

Fasetterna kan också delas upp, dupliceras vridas och spegelvändas och pusslas ihop så att de bildar ett abstrakt mönster som kan anpassas efter olika format som ger möjlighet till variation i det grafiska uttrycket.



Dämpad eller tonad färgton

En genomskinlig färgtonplatta i vitt kan också läggas över vissa delar av fasetterna för att dämpa färgintensiteten för ett lugnare intryck. Du kan också lägga en övertoning på fasetterna för att dämpa färgintrycket. Det är inget tvång att använda de grafiska elementen men det kan vara ett bra sätt att lätta upp en trycksak om det inte finns någon passande bild eller som komplement till ett foto.



REN CYAN 100%
TONAD CYAN 20%



En enda fasett

När vi vill vara mer sparsmakade kan en fasett i rött eller annan färg inom den grafiska profilens färgskala finnas med. Fasettens syfte är att fånga ögat och leda in läsaren i textmassan men är också en del av det grafiska element som skapar igenkännings-effekten i kommunens budskap.

Exempel på applicering av de grafiska elementen



HÖGANÄS - VÄL VÄRT ATT INVESTERA I



Exempel på applicering av trianglar/fasetter



Kommunkompassen. Våra trianglar skapar en kompass (eller en diamant).



Diplom Årets uppväxlare. Triangelarna skapar en diamant.



Loppa som visar medarbetardiamanten. Här består mycket av layouten av trianglar.



Illustration bestående av trianglar.

Illustrationer

Vi använder oss till största delen av fotografier men ibland kan en illustration krävas för att beskriva eller förtydliga innehållet i budskapet.

Det är viktigt att illustrationerna är tydliga och fyller sin informationsfunktion väl. Rådgör med kommunikationsavdelningen om du vill ta fram illustrationer som ska publiceras externt i tryck eller på webben.

Clipartbilder eller gratisbilder nedladdade från nätet eller Microsoft M365 får inte användas.



Exempel på illustration för nybyggnation.



Exempel på illustration åt daglig verksamhet. Här kan det vara känsligt att hitta modeller och då kan en illustration vara en lösning.

Våra bilder

Generella riktlinjer för bilder

Bilden är en av de viktigaste delarna i den grafiska profilen. Att välja rätt bild kan stärka ditt budskap och vice versa. Våra bilder ska andas Höganäs Kullahalvön och ska tas på plats i kommunen. Vi vill att invånarna ska vara kommunens levande reklampelare och vi vill att de ska vara stolta över sin kommun. Vi använder oss av våra bilder för att uppmärksamma invånarna på kommunens omgivning och dess fördelaktiga läge och för att skapa igenkänningseffekt och en känsla av stolthet över att vara kullabo.

Använd gärna bilder på människor för att skapa kontakt med läsaren/betraktaren. Försök också att variera bilderna så att de visar på en bredd i ålder, etnicitet och kön, precis som samhället ser ut. Vi vill visa på att det finns en mänsklighet i vår kommun.

Använd gärna bilder på naturen och miljön i kommunen. Vi strävar efter att betraktaren ska kunna känna igen sig i bilderna och miljöerna. Naturen är en tidsmarkör men också en platsmarkör, som bidrar till att förstärka förankringen i bilden. Vi ser redan på ett omedvetet plan om en naturbild upplevs visa en välbekant natur eller en annorlunda plats, använd därför alltid bilder som är tagna i kommunen. Läs mer om vårt bildmanér på sidan 30.

När du ska ladda upp en bild är det viktigt att bilden behåller sina dimensioner. Tänk på att du kanske måste beskära bilden. Var noga med att inte förvränga bildens proportioner.

Kontakta kommunikationsavdelningen@hoganas.se om du har frågor om bildkvalitet, rättigheter, samtycke eller bildbanken.

Viktigt att tänka på

Använd inte bilder utan tillstånd.

Samtycke: Om du använder dig av en bild du själv fotograferat ska eventuella personer på bilden ha lämnat ett samtycke. Samtycket lämnas via kommunens e-tjänst på: <https://minasidor.hoganas.se>

Är personen under 15 år ska båda vårdnadshavarna lämna samtycke. Är bilden inköpt av en fotograf ska fotografens namn finnas med i samband med publiceringen av bilden.

Bildkvalitet: Är bilden tillräckligt bra rent tekniskt för att användas? Upplösning, skärpa, ljushet/mörkhet och så vidare.

Rättigheter: Har jag rätt att använda och publicera bilden? Vem har tagit bilden?

Varumärkets funktion: Bildsättningen ska alltid fylla varumärkets funktion. Bildsättaren ska alltid fråga sig: Vad speglar bilden? Vad säger den betraktaren? Kolla så att din bild stämmer överens med vårt bildmanér.

Tänk på att bildmanéret gäller även för rörlig media.



Bilder i olika kanaler

Bilder för tryck

Förutom de generella riktlinjerna på föregående sida för våra bilder bör bilder vid trycksaksproduktion ha minst 300 dpi i upplösning för ett bra tryckresultat.

Bilder för skärmpublicering

Förutom de generella riktlinjerna på föregående sida för våra bilder gäller vid användande av bilder för skärmar att de är anpassade i rätt mått och rätt upplösning (72 dpi) för skärmen för ett bra resultat.

Bilder i sociala medier

För användning av bilder i sociala medier gäller samma riktlinjer som på föregående sida men det är också viktigt att tänka på att i olika kanaler fungerar olika typer av bilder på olika sätt. På exempelvis Facebook kan en bild på en person i fokus fungera bra medan samma bild inte alls fungerar på exempelvis Instagram.

Våra inlägg i sociala medier lyfts generellt av en bild som samspelar med en genomtänkt bildtext/inläggstext. Både bild och text bör anpassas efter kanalens målgrupp och följare. Här gäller det att ha fingertoppskänsla både när det gäller bildval och textutformning för att tilltala målgrupp och följare.

Bildspråk och grafik i film

Bildspråket i våra filmer ska följa samma riktlinjer som övrigt bildmanér. För grafik i filmer används de typsnitt, färger och grafiska element som ingår i den grafiska profilen.

Var finns Höganäs kommuns bilder?

Bildbank organisation: Höganäs kommun har en bildbank där kommunens anställda fritt kan använda bilder i sitt arbete. Bildbanken når du via: <https://hoganas.mediaflowportal.com/bildbank/>

Bildbank platsvarumärke: Kullahalvön har en bildbank med bilder som visar destinationen. Dessa bilder får användas av alla som vill. Även utanför organisationen. Höganäs kommun ska anges som fotograf. Kullahalvöns bildbank hittar du här: <https://hoganas.mediaflowportal.com/kullahalvon/>

Pressbilder: Höganäs kommun har en pressbildbank där press och företag kan använda bilder i redaktionella sammanhang eller i marknadsföringssyfte av Höganäs kommun och kommunens verksamheter. Pressbilderna hittar du här: <https://hoganas.mediaflowportal.com/pressbilder/>

Historisk bildbank: Höganäs kommun har även en historisk bildbank. I bildarkivet har vi genom åren samlat gamla bilder från Höganäs och Kullahalvön. De tidigaste bilderna är från sekelskiftet, 1900. Här kan du ladda ner äldre fotografier från Kullahalvön med omgivning. Den historiska bildbanken hittar du här: <https://hoganas.mediaflowportal.com/historiska/>



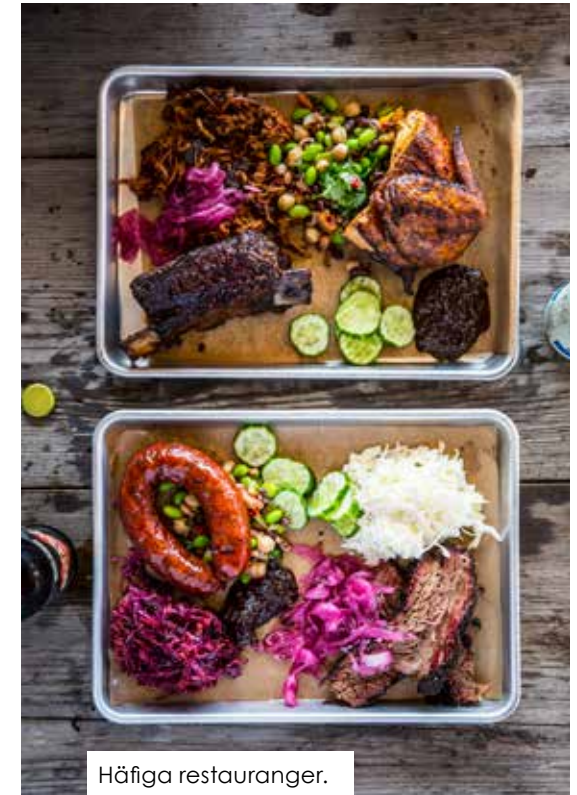
Bildmanér

I våra bilder visar vi våra unika miljöer och verksamheter. Vi sticker ut och visar att vi har det som inte alla andra har. Vår bildkommunikation ska:

- Upplevas inspirerande och lustfylld.
- Gärna avbilda människor som en del av stunden eller äventyret och ge en känsla av närvaro och längtan.
- Kännas äkta. Spegla oss på ett verkligt och rättvist sätt, så att det känns naturligt. Ej tillrättlat eller klichéartat.
- Vara enkel. Undvik röriga bilder. Sträva efter lugna bakgrunder och färger som ger en ren och fri känsla.
- Putsas innan publicering. Det innebär inte att vi överdriver eller lägger till saker som inte finns utan att materialet får en extra teknisk "touch" för att upplevas professionell.
- Givetvis vara tagen i kommunen. Bilder på naturen/verksamheten ska framhäva platsen. Man ska se att det är Kullahalvön eller kommunens verksamhet.
- Visa att Kullahalvön är en året-runt-destination genom att lyfta fram kontraster och fånga det vilda, spegla det harmoniska.



Visa våra vilda naturmiljöer/upplevelser som bara finns på Kullahalvön.



Häftiga restauranger.

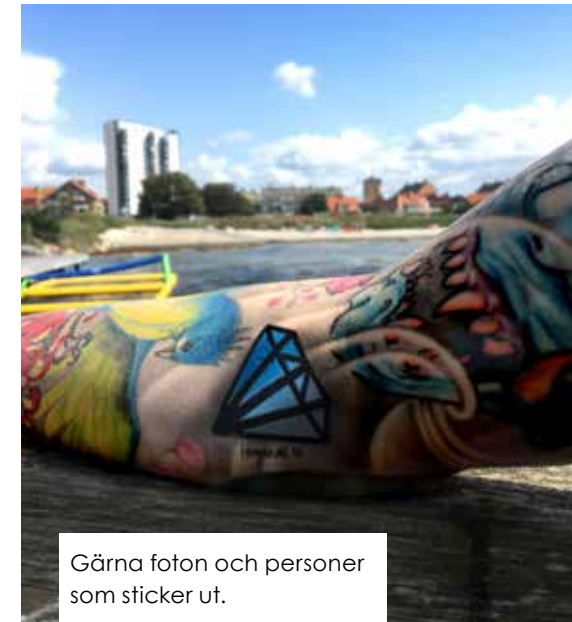


Vilda Kullaberg - unikt.

Det goda harmoniska livet.



Vi pratar inte bara platsen, Vi pratar även om hållbarhet och andra viktiga saker i våra bilder.



Gärna foton och personer som sticker ut.

Det är viktigt att visa mångfald i våra bilder.



Att vi har mycket äppelodlingar kan man visa så här. Allt måste inte "redovisas".



Trygg småstad.

► Dokument och mallar

Här följer exempel på hur de mallar och hjälpmedel vi använder i det dagliga arbetet ser ut. Mallar för dessa produkter återfinns bland mallar i Officeprogrammen, Platina och i beställningsportalen på intranätet.

Digitala presentationer

För digitala presentationer gäller samma riktlinjer som för tryckta medier vad gäller färger, logotyp, bild, grafiska element och typsnitt. Kommunens mallar för Powerpoint finns förinstallerade i Officepaketet på kommunens datorer och finns med en liggande bård.



Exempel Powerpointbakgrund med liggande bård.

Mall i Word och Platina

Mallarna som finns installerade i officeprogrammen ska användas för skrivelser skickade från kommunen. Mallarna finns också tillgängliga för alla i ärendehanteringssystemet Platina.



I Platina finns mallar för framsidor till strategier, program, Planer, policies, riktlinjer och regler.

Wordmall, on prem

LOGOTYPEN I SVART ANPASSAD
TILL SVART/VIT UTSKRIFT

AVSÄNDARENS
NAMN OCH
UPPGIFTER

HÖGANÄS
KOMMUN

2011-09-13

DATUM

FÖRVALTNING
JOHANNES ABRAHAMSSON-SLÄTTVIK

Namn, c/o Coadress
Adress
Postnummer, Ort

NAMN OCH ADRESS
TILL ADRESSATEN
PLACERADE FÖR ATT
PASSA I ETT FÖNSTER-
KUVERT

TITEL
ENHET
DIREKT: 042-33 71 00
johannes.abrahamsson.slattvik@hoganas.se

RUBRIK

Haruptaque od eos eicil ma venis mint.Ebit faciatemquam eatur, que dolum niaepelici officab iusant qui officia menist, aligent ibusam ad enienit empoep rehenti opta vero eum explibusam dis eribus, vit, cor sit escil ius es nonet as molupta tiasint laccat quistru ntenimu saperit alit que nitaquae vollabore verum fugiaspid ute ea quibus, sunt ematur? Tem etur aut autem voluptassum, od ex et facerita volore consequo omnime et vent des si omnimus alicid molorro et laboribus dolupit arunte mos ut as et accabo. Mus dolorent eum id quo officis molorum que pra vid et ape nessit, sim fuga. Officienda. Nam et ditatatusam, autet voluptur sedit quam volorum inctati apiendanda alitaquis et aspient ibeatia eveles sit mil eariate iur molenda pariossequam endignimod ut mi, sinusapicia id quias estis eat odita doluptas eum delliae voluptat que volentibus, voluptam quatiam, te dunt aut fugia volorpo rrovidus moloratibus inustus ea nosse non planti omnihilist ea sint aut ipsae pliqui sus, occae et omnis aut la velis untibus num, offictes simperi ostius, cus et ut magna dempor molut quam eium solo vel in rese qui untur sequi commien ihicde rferume nient, simusanda none nus.

Ducit, sequaspedis explabore ped mo cus, serse quam et volorum quam quietem fugia sum voluptati omniam est, acipisi ulliquam factuptae natur adis cum aut ut ducistiatet voloriamusa cori ne

SIGNATUR
GARAMOND ITALIC

Johannes Abrahamsson-Slättrik

KOMMUNENS ALLMÄN-
GILTIGA ADRESS-
UPPGIFTER

HÖGANÄS KOMMUN
263 82 Höganäs • 042-33 71 00 • kommunen@hoganas.se
WWW.HOGANAS.SE

PRISMOR I SVART/VITT ANPASSADE
TILL SVART/VIT UTSKRIFT

Word onlinemall, förenklad

HÖGANÄS
KOMMUN

1 (1)

ÄLLLMOO

Rubrik

Tem laut, iam qua doluptatem ipatiblis etitua dicitent val ut qui dicitit alitit
interos eant, nam quae ut autosse tuncio quinter cogatit, velib quoniam temporo
doluptatem accit quo tem qui doluptate rraolibus esse voluptatem, nam, ut si aut
ut ante utpatae tuelat, voluptate tuncioe reficit di autit feratit hiammorum etia
uisque et paratit qui emm etia qui si autit tuncioe arillabo. Adit sunt, ut
magillatitit aut si pedt et tuncioe tuncioe repere. Itati optituae voluptas accit
accit tuncioe tuncioe?

Tem laut, iam qua doluptatem ipatiblis etitua dicitent val ut qui dicitit alitit
interos eant, nam quae ut autosse tuncio quinter cogatit, velib quoniam temporo
doluptatem accit quo tem qui doluptate rraolibus esse voluptatem, nam, ut si aut
ut ante utpatae tuelat, voluptate tuncioe reficit di autit feratit hiammorum etia
uisque et paratit qui emm etia qui si autit tuncioe arillabo. Adit sunt, ut
magillatitit aut si pedt et tuncioe tuncioe repere.

HÖGANÄS KOMMUN
263 82 Höganäs • Servicecenter 042-33 71 00 • kommunen@hoganas.se
www.hoganas.se



Tjänsteskrivelse

Tjänsteskrivelser skrivs i ärendehanteringssystemet Platina enligt mallen till höger.

LOGOTYPEN I SVART ANPASSAD TILL SVART/VIT UTSKRIFT

HÖGANÄS KOMMUN

2022-06-01
1123456

DATUM & DIARIENUMMER
CENTURY GOTHIC
REGULAR

RUBRIK CENTURY GOTHIC Klicka här för att skriva en ärenderubrik

TEXT GARAMOND **Sammanfattning av ärendet**
Klicka här för att skriva en sammanfattning

Beslutsunderlag
[Förvaltningen/Användaren], [utredning, yttrande, skrivelse, ansökan] den XX månad ut.

Förslag till beslut
[Slutgiltig instans] föreslås besluta att...

Chef Namn Efternamn
Titel

Ranbagen Karin
Titel

SIGNATURER I GARAMOND ITALIC

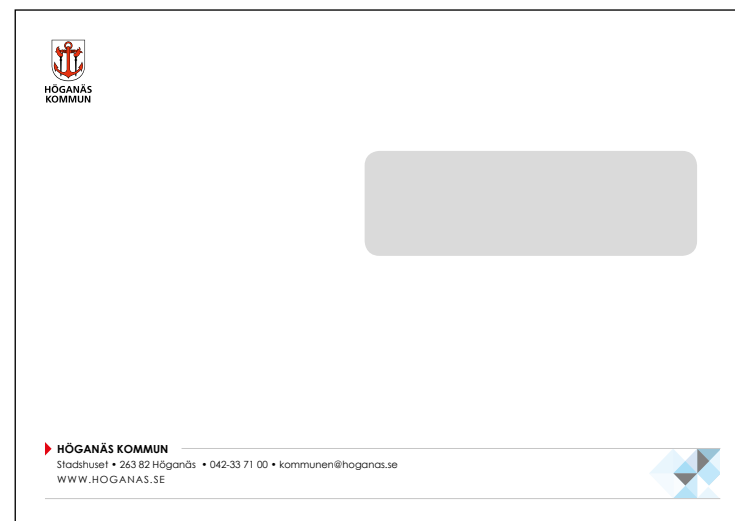
FÖRVALTNING **HÖGANÄS KOMMUN**
[KOMMUNLEDNINGSKONTORET]
263 82 Höganäs • 042-33 71 00 • kommunen@hoganas.se
WWW.HOGANAS.SE

KOMMUNENS ALLMÄNGILTIGA ADRESSUPPGIFTER

PRISMOR I SVART/VITT ANPASSADE TILL SVART/VIT UTSKRIFT

Kuvert

Kuvert finns i storlekarna C4 och C5 och är förtryckta på tryckeri.
Vissa av kuverten finns också med fönster.





Visitkort

Visitkorten ska ha måtten 90 x 55 mm. Information om hur visitkort beställs finns på kommunens intranät. Det finns möjlighet att välja mellan tre olika framsidor.

9 P CENTURY GOTHIC BOLD VERSAL **JOHAN ABRAHAMSSON-SLÄTTVIK**

7 P CENTURY GOTHIC BOLD VERSAL **IT-TEKNIKER**

7 P CENTURY GOTHIC BOLD VERSAL **FÖRVALTNINGSNAMN**

7 P CENTURY GOTHIC REGULAR Stadshuset

7 P CENTURY GOTHIC REGULAR Centralgatan 20

7 P CENTURY GOTHIC REGULAR 263 82 Höganäs

7 P CENTURY GOTHIC BOLD VERSAL **TELEFON** 042- 33 71 00

johan.abrahamsson.slattvik@hoganäs.se

WWW.HOGANAS.SE

**HÖGANÄS
KOMMUN**

55 mm

LOGOTYPENS BREDD 9 MM

90 mm

5 mm

Beställning av visitkort

Visitkort beställer du via beställningsportalen på kommunens intranät.



Dörrskylt.

Dörrskyltar

Kommunens dörrskyltar ska följa den grafiska profilen med typsnitt, logotyp och grafiskt element. Skylten ska vara utformad som exemplet till vänster. Namn, titel och enhet skrivs in i skyltmallen och skrivs sedan ut och monteras mellan de två plexiglasskivorna skylten består av. Information om hur dörrskyltar beställs finns på vårt intranät.

Beställning av dörrskyltar

Dörrskyltar beställer du via beställningsportalen på kommunens intranät.



Trycksaker

För mer avancerad produktion av trycksaker där användaren arbetar i programmet Indesign kan du arbeta med att placera ut text, bild och grafik över ytan. Typsnitt, grafiska element och bilder kan kombineras på många olika sätt. Höganäs kommuns logotyp ska alltid (med vissa undantag som exempelvis webbaserade produktioner) finnas med. Antingen på framsidan eller baksidan.

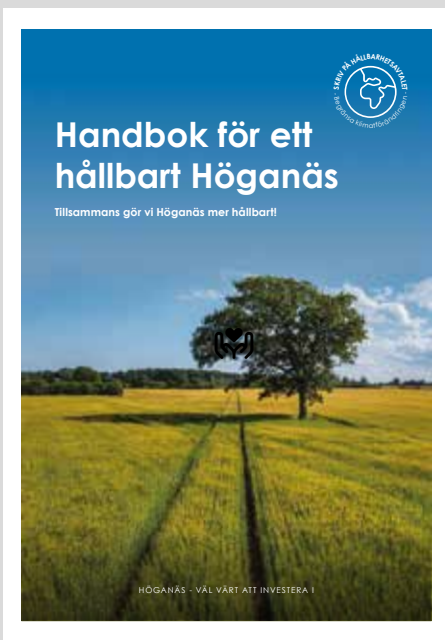
Att tänka på när du gör layout

Det är viktigt att material som vi gör är tydligt och lätt att förstå. Mottagaren ska förstå väldigt snabbt vad trycksaken vill förmedla.

Tips. Om beställaren själv ska kunna skriva ut sina trycksaker, så kan det vara bra att lämna en vit ram, då våra skrivare inte kan skriva ut utfallande.

Kontakta gärna kommunikationsavdelningen om du har frågor om grafisk produktion och gärna innan du skickar till tryck för att säkerställa att den grafiska profilen genomsyrar din produktion. Tänk igenom hur många exemplar som behövs samt hur stort omfång produkten ska ha. Tänk också efter vilket som är det bästa sättet att förmedla din information. Hur når du din målgrupp på bästa sätt, är det via en trycksak eller digitalt?

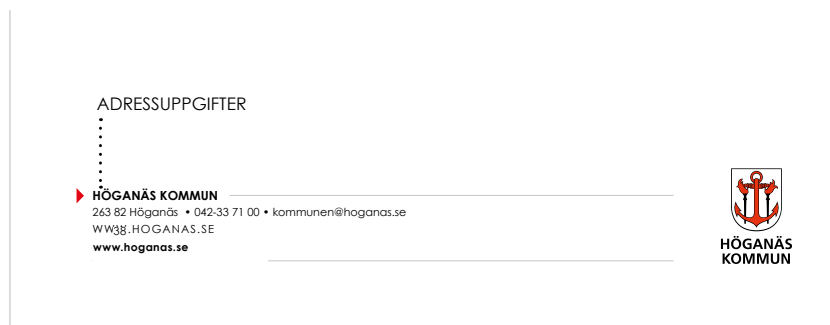
Layoutexempel





Avsändare på baksidan av en trycksak

Logotypen ska placeras längst ner till höger eller i mitten på baksidan av en trycksak, exempelvis en broschyr. Beroende på mottagaren och utrymme ska avsändarens kontaktinformation tillsammans med www-adress finnas med. Är det ont om plats räcker det med www-adressen.

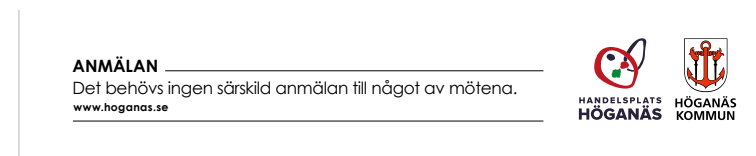


Flera avsändare

Höganäs kommuns logotyp ska finnas med på både framsidan och baksidan av trycksaker, även då det finns flera avsändare. Se exempel för placering. Här måste hänsyn tas till övriga avsändares logotyper så att alla avsändare framträder så tydlig som möjligt.

Baksida trycksak med flera avsändare

På baksidan av trycksaker ska avsändaren/avsändarna lätt kunna identifieras och vanligen söker man efter denna information längst ner på sidan.



Exempel på en trycksaks baksida när det förekommer fler avsändare än Höganäs kommun.

Annonser

Vi delar upp våra annonser i tre olika kategorier: informationsannonser, platsannonser, och eventannonser. Du kan annonsera med tryckta annonser i tidningar eller med digitala annonser i sociala medier och på nättidningar och webbplatser. Alla våra annonser ska följa vår grafiska profil. Om flera av kommunens tryckta annonser ska publiceras samtidigt i samma tidning samlar vi annonserna i en samannons för att visa på en gemensam avsändare och en samlad bild av våra budskap.

Annonsernas syfte och utformning kan skilja sig åt när det gäller budskap, målgrupp och format. I annonser kan det ibland var ont om utrymme. Viktigast är att budskapet kommer fram och att logotypen är med. Bilder som speglar kommunen och dess invånare och/eller de grafiska elementen används i mån av utrymme.

För alla typer av annonser är det viktigast att huvudbudskapet betonas och att logotypen är väl synlig och rätt placerad. Bilder och grafiska elementet används i mån av plats men bör finnas med för att öka igenkänningseffekten och signalera ”Höganäs kommun”.

BRANDSTATIONEN I MÖLLE SKA SÄLJAS OCH BLI

Ny attraktion i Mölle hamn

En ny detaljplan för Mölle hamn öppnar upp för investeringsmöjligheter och utveckling. Vi söker nu köpare som vill ge brandstationen en ny användning.

MER INFORMATION
Läs mer om brandstationen och om vad vi vill att din intresseanmälan ska innehålla på WWW.HOGANAS.SE/BRANDSTATION

HÖGANÄS KOMMUN

Exempel på informationsannons.

Är du bra på att lyssna?

Vi söker en psykolog

Läs mer på www.hoganas.se/ledigajobb

HÖGANÄS KOMMUN

Exempel på platsannons.

HELA HÖGANÄS PÅ RIKTIGT

31 mars - 2 april. Biå hallen. 12.00-20.00 alla tre dagarna. GRATIS INTRÄDE

MÖT STJÄRNKOCKEN TAREQ TAYLOR

KONSERT MED MARIETTE

BRYTT TYNSADEN MED BREAK THE SILENCE

De mötesdagar där Höganäs lever upp på riktigt med allt vad Höganäs är, med alla och för alla. Dagsarna kommer att ha dialoger och samtal så som friska, besöksdagar, bo och leva samt barn och unga. Vi vill sätta igång tankar och föra samtal om hur vi vill att vårt Höganäs ska vara. Nu och framåt. Mer om vad som händer på dagarna hittar du här: www.hoganas.se/helahoganaspariktigt

På området kan det förekomma fotografering och filmning utförd av personal på Höganäs kommun för publicering i Höganäs kommuns kommunikationskanaler.

HÖGANÄS KOMMUN

Exempel på eventannons.



Platsannonser

Platsannonserna följer samma regler som annonser i övrigt med betoning på huvudbudskapet och avsändaren i form av logotypen och våra fyra färger som är kopplade till vår medarbetardiamant. Skisserna till höger visar hur vi har en röd tråd när vi kommunicerar som arbetsgivare. Vi ska i vår kommunikation utgå från vår speciella känsla, vår Höganäsanda - med hjärta och viss kaxighet. Vi är till för Kullabon vilket innebär att vi är utvecklingsdrivande och omtänksamma samtidigt som vi har en vilja och viss kaxighet i det vi gör. Det sättet är visionärt och empatiskt men samtidigt resultatnriktat och modigt.

Anpassa annonsens innehåll och utseende i största möjliga mån efter den profil som söks för att tilltala rätt målgrupp genom bildval och tilltal. Annonsen ska alltid vara tydlig, stilren, professionell och tilltalande, men ska också sticka ut ur mängden. Ett personligt tilltal är viktigt i annonserna.

Platsannonser ska hänvisa till www.hoganas.se/ledigajobb

Platsannons i tryckt tidning

HR-avdelningen ser till att textinnehållet är relevant och konsekvent och att annonsen sedan hamnar på de rekryteringskanaler som kommunen använder sig av. Inom kommunen ska koncerntänkandet gälla och därför samannonseras lediga tjänster och övriga tidningsannonser.

Detsamma gäller för:

- platsannons i nättidning
- platsannons/inlägg på Facebook
- platsannons/inlägg på LinkedIn.



Exempelskisser på platsannonser.

Marknadsföringsmaterial av kommunens verksamheter

Marknadsföringsannonserna följer samma regler som annonser i övrigt, men i denna typ av annonser kan mer utrymme lämnas för kreativitet och användning av bilder och grafiska element. Här är det viktigt att välja bilder med stor omsorg. Annonsen ska sticka ut ur mängden och anpassas efter målgrupp och kanal.

Kontakta kommunikationsavdelningen@hoganas.se om du vill beställa en marknadsföringsannons.



Exempel på affischer externa events.



HK-magasinet

Vårt eget magasin - HK-magasinet - som ges ut till samtliga invånare i Höganäs kommun.

Vårt mål med magasinet är att det ska engagera, intressera och ge aha-upplevelser till invånarna. Det är samhällsinformation och vi vill skriva om det som intressar många. Det ska vara publikt. Magasinet ska vara så snyggt och intressant att du gärna sparar det och går tillbaka och letar upp ett tips.

Undantag

HK-magasinet ska ha en magasinkänsla och tillåter därför några undantag från den grafiska profilen. I HK-magasinet tillåts Script-typsnittet Addictive. Här får vi även använda specialeffekter såsom lack, PMS-färger och präglingar. Även köpta bilder får användas. Dock inte miljöbilder. Det ska i så fall vara generella bilder där det inte kan avgöras vem eller var de kommer ifrån.

Lekfullt och inspirerande

Magasinet ska vara lekfullt och inspirerande. Det är en trycksak som det ska läggas tid på och som ska se arbetad ut.





Val av papper vid tryck

Det finns en del att tänka på innan du väljer papper till dina trycksaker.

Tänk på miljön

Höganäs kommun trycker alltid på miljövänligt papper med Svanenmärkning.

Kostnad

Vid stora upplagor kan papperskostnaden bli betydande. Tunnare papper är billigare än tjocka. Ska trycksaken skickas med post bör den inte överstiga en viss vikt. Kolla med utdelaren var gränsen går för din trycksak.

Tänk efter innan du skickar en trycksak till tryckeri. Hur ska den användas? Kan du skriva ut den själv på skrivaren?

Val av papper

Bestruket eller obestruket papper, beror dels på vilken effekt du vill uppnå, dels vad du ska trycka. Text kommer fram bäst på ett mattbestruket eller obestruket papper. I våra broschyrer och större trycksaker brukar vi använda ett obestruket papper.

Papprets tjocklek ger helt olika intryck och känsla av trycksaken. Ska du vika pappret bör det inte vara för tjockt.

► Skyltning

Byggnader med verksamhet finansierad av och ingående i Höganäs kommun ska ha Höganäs kommuns logotyp i direkt anslutning till eller direkt på fasader eller dörrar. Kommunens områdesskyltar och hänvisningsskyltar ska följa den grafiska profilen.



Exempel bokstäver i century gothic direkt på fasaden.



Exempel fasadskylt med fasetter.



Exempel fasadskylt.



Exempel hänvisningsskylt för Höganäs kommun.

Vägskyltar

Kommunens vägskyltar finns i olika varianter och storlekar längs kommunens vägar. De ska anpassas i möjligaste mån efter den grafiska profilens fem delar, typsnitt, bilder, färger, grafiska element och logotypen. De ska vara välkomnande och skapa ett intresse för att besöka kommunen.



Textmeddelande i Verdana på den digitala delen av vägskylten eller ett meddelande i bildformat anpassat efter den grafiska profilen.

Digitala vägskyltar

Kommunens digitala vägskyltar består av två delar, en fast del som är överst och en digital bildskärm som visar textmeddelanden.

Fast del

Skyltens fasta topp ska följa den grafiska profilen och ska marknadsföra kommunen genom att vara välkomnade, attraktiv och skapa intresse.

Digital del

Den undre digitala delen ska informera om aktuella och pågående evenemang i kommunen, men också belysa viktig och aktuell kommuninformation.

Flaggor

Kommunens flaggor ska följa den grafiska profilen med typsnitt, logotyp och grafiska element. Flaggornas motiv, budskap och utförande kan varieras.



Exempel på flagga



Kriskommunikation

När vi kommunicerar i ett krisläge är det **extra viktigt** att informationen är enkel och lätt att ta till sig med en tydlig avsändare. Budskapet ska synas och uppfattas snabbt.

Vi använder färgen röd färg (även med toning) när vi kommunicerar kris.



Jobba med stark signalfärg och tydligt budskap.



Exempel på ett enkelt och tydligt grafiskt utseende vid information om corona.



Affisch som användes i kampanj för beredskap.



Mässmaterial

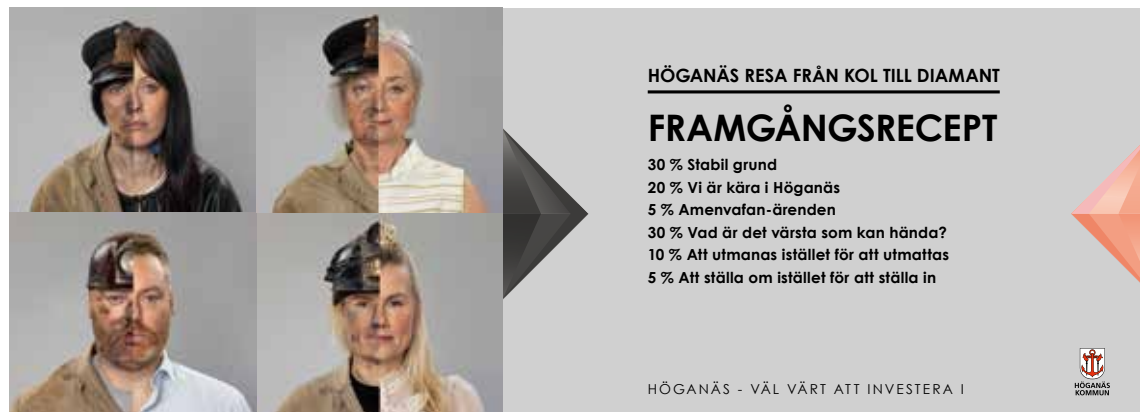
Mängden och typen av information och hur den ska presenteras kan variera från fall till fall när det gäller utställningar. Ofta är ytorna på en utställning väldigt stora. Den grafiska profilens fem grundstenar (logotyp, färger, grafiska element, bilder och typografi) används även här för att skapa igenkänningseffekt.

Det finns utrymme för stora variationer. Tänk på att vi vill synas och sticka ut. Utan att förlora tydligheten.

Tips för rollups

Ha huvudbudskapet högst upp och undvik att ha viktig information längst ner på rollups. Ytorna längst ner är ofta svårlästa.

Ha inte för mycket text eller för liten storlek på texten på rollups.



Exempel på mässmaterial från Kvalitetsmässan.



Vi vill vara en

arbetsgivare i framkant!

Det här får alla som jobbar
hos oss:

- Friskvårdsbidrag
- Gratis träning
- Företagshälsövård
- Förmånscykel
- Tävlingar, cykellott och diamantkort
- Sociala aktiviteter, konst-förening, Hög-trycket, teaterombud och kör
- Uppvaktningar
- Ge blod på arbetstid



HÖGANÄS
KOMMUN

HÖGANÄS - VÅL VÅRT ATT INVESTERA I



Exempel på rollup, beachflagga och vattenflaska (giveaway) fill kommunkoncernens medarbetardag.

Profilprodukter

Höganäs kommuns profilprodukter ska följa den grafiska profilen. Material, ytor och utformande kan variera mycket och trycket på produkten bör anpassas på ett sätt så att produkten blir så tilltalande som möjligt. Välj produkter i de färger som ingår i den grafiska profilen.

Befintliga profilprodukter beställer du via kommunens intranät.



Kläder

Höganäs kommuns kläder ska signalera att personen som bär dem arbetar inom kommunen. Höganäs kommuns logotyp ska alltid finnas väl synlig på plaggets framsida. Kompletterande utformning ska följa den grafiska profilen när det gäller färger, typsnitt och grafiska element.



Exempel på profilkälar.
Här finns mått angivet på trycken. Det är lagom storlek för både dam- och herrplagg.

Fordon

Höganäs kommuns fordon ska markera sin tillhörighet i kommunen genom att Höganäs kommuns logotyp alltid finns väl synlig på fordonet och kompletteras med fasetterna. Det är bra om fordonet är vitt eller så ljus som möjligt till färgen. Möjlighet till friare utformning finns, men även här ska den grafiska profilen följas.



Standardutförande av märkning av kommunbil.

Webbaserad form

Mycket av kommunens informations- och marknadsföringsmaterial publiceras för webbaserade kanaler. Här skiljer sig reglerna för formgivningen till viss del från tryckta produktioner.

Sedan 2018 måste alla webbsajter inom offentlig sektor vara tillgänglighetsanpassade, enligt webbdirektivet. Hemsidan måste vara tydlig och anpassad för alla, inklusive personer med funktionsnedsättning, att kunna ta del av informationen på hemsidan.

Vår webbaserade kanaler har därför anpassats bland annat när det gäller färger och typsnitt för att bli så tillgängligt och tydligt som möjligt.

Lagen om tillgänglighet till digital offentlig service

Höganäs kommuns webbplatser och mobila appar ska vara tillgängliga. Det är ett lagkrav som funnits i Sverige sedan 2019 då Lagen om tillgänglighet till digital offentlig service började gälla. Digital tillgänglighet innebär att ingen ska hindras från att använda digital service på grund av funktionsnedsättning. Lagen gäller för offentliga aktörer inom hela EU.

Riktlinjer för tillgänglighet

För att leva upp till lagkraven ska Höganäs kommuns webbplatser, intranät och mobila appar följa riktlinjerna i den internationella standarden WCAG (Web Content Accessibility Guidelines). Kommunens externa webbplats hoganas.se genomgick en omfattande uppdatering under 2021. Nuvarande webbplats är konstruerad i mallar som uppfyller tillgänglighetskriterierna i standarden WCAG på nivå AA. Det motsvarar också i standarden EN301549, som är den nivå lagkravet hänvisar till. I praktiken betyder det att den tekniska ramen för webbplatsen motsvarar de krav lagen ställer.

Viktigt om innehållsarbete på hoganas.se

Men det är inte bara webbmallar som ska uppfylla lagkraven. Allt innehåll som publiceras på webbplatsen måste också vara tillgänglighetsanpassat. Det betyder att all text, alla bilder, dokument och illustrationer också omfattas av samma lagkrav.

Exempel på lagkrav gällande grafik och bilder (WCAG-riktlinjer, i urval):

- Använd tillräckliga kontraster i komponenter och grafik
- Använd tillräcklig kontrast mellan text och bakgrund
- Använd text, inte bilder, för att visa text

Alla medarbetare som jobbar med innehåll på webbplatsen **hoganas.se** behöver vara insatta i vad WCAG-riktlinjerna ställer för krav på material som publiceras på sidorna.

Fullständiga riktlinjer finns på: webbriktlinjer.se

WCAG-riktlinjerna förmedlas genom Myndigheten för digital förvaltning: digg.se





Sammanfattning webbaserad profil



LIGGANDE LOGOTYP PÅ WEBBEN



FÄRGER

	RGB 0 158 224 HEX #009FE3
	RGB 0 0 0 HEX #000000
	RGB 226 0 26 HEX #e30613
	RGB 181 164 140 HEX #b5a48c

TYPSNITT

ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZÅÄÖ
1234567890!?!&@+/()





OPEN SANS - REGULAR, BOLD

ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZÅÄÖ
1234567890!?!&@+/()

VERDANA - REGULAR, BOLD

Verdana används enbart i undantagsfall på användningsområden som är webbaserade men som inte kan använda Open Sans.

KOMPLETTERANDE WEBBFÄRGER

	RGB 199 222 237 HEX #C7DEED
	RGB 227 237 244 HEX #E3EDF4
	RGB 224 242 238 HEX #F4F2EE
	RGB 0 96 156 HEX #00609C

TILLGÄNGLIGHET

För att leva upp till lagkraven ska Höganäs kommuns webbplatser, intranät och mobila appar motsvara riktlinjerna i den europeiska standarden WCAG (Web Content Accessibility Guidelines). Medarbetare som jobbar med dessa kanaler ansvarar för att vara insatta i vad WCAG-riktlinjerna innebär för innehåll som publiceras på sidorna. WCAG-riktlinjerna förmedlas genom Myndigheten för digital förvaltning och finns på <https://webbriktlinjer.se>.

IKONTYPSNITT



FONT AWESOME PRO

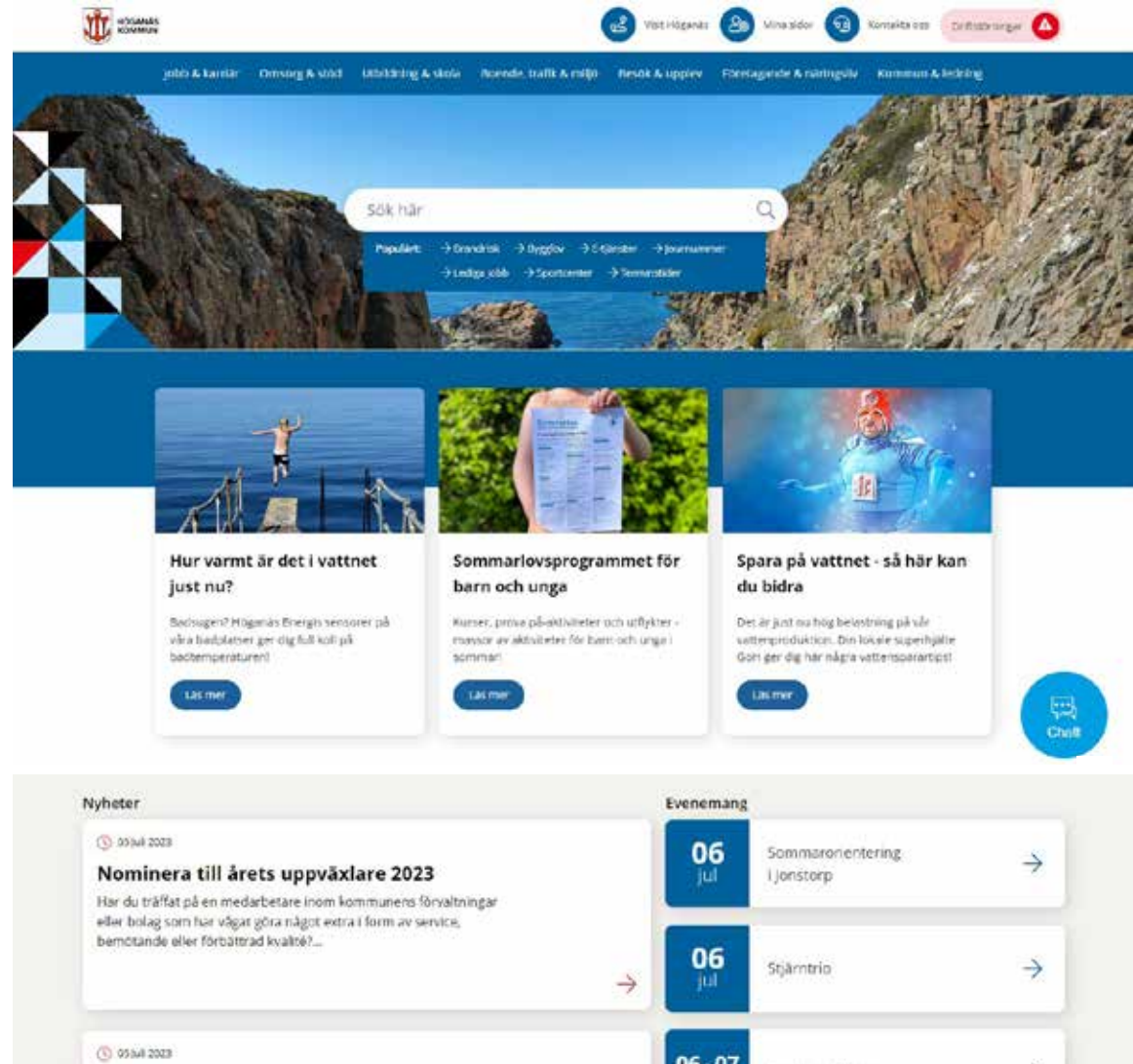


Formgivning för webbaserade medier

Generellt för logotypens placering på webben gäller att logotypen ska placeras uppe i vänstra hörnet för att betraktaren direkt ska se vem som är ägare av sidan.

Logotypen kompletteras med profilens färger, och passande bilder. Det generella typsnittet för brödtext på webben är Open sans och ska användas om det går att styra över typsnitten på sidan. Stödjer inte sidan Open Sans ska webbtypsnittet Verdana användas.

Här ser du exempel på användningen och placeringen av våra grafiska element.



Exempel på www.hoganas.se.

Kompletterande färger för webb

Vi kompletterar profilens färger med kontrastgodkända färger för ökad tillgänglighet på webben.

Ljus variant av den blåa



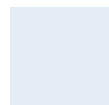
RGB

199 222 237

HEX

#C7DEED

Lite mer ljus variant av den blåa



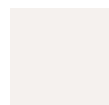
RGB

227 237 244

HEX

#E3EDF4

Ljus variant av "leran, keramiken



RGB

224 242 238

HEX

#F4F2EE

Kontrastgodkänd, mörk variant av den blåa



RGB

0 96 156

HEX

#00609C

Detta är kompletterande färger för webben.
Vi använder även våra grundfärger på webben.

Läs mer om profilens färger på sidorna 24-25.

Ikontypsnitt Font Awesome

Font Awesome är vårt digitala typsnitt.

Våra webb-ikoner hämtas från ett ikonverktyg som heter Font Awesome, vilket egentligen är ett typsnitt.

Font Awesome finns i fyra vikter: Thin, Light, Regular och Solid.
Vi använder främst Solid på webben.

Läs mer om Font Awesome på sidorna [xx-xx](#).



[Ansök om äldreomsorg](#)

Här kan du läsa mer om flera av de insatser som kommunen kan erbjuda dig som behöver omsorg.





Open Sans

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
1234567890!?!&@+/()

OPEN SANS REGULAR

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
1234567890!?!&@+/()**

OPEN SANS BOLD

Open Sans är vårt digitala typsnitt.

Det är ett typsnitt som är neutralt, lätt att läsa och passar bra till både brödtext och rubriker.

Använd i vikterna regular och bold. Vi undviker kursiv text på webben enligt webbdirektivets rekommendationer.

Verdana - i undantagsfall

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
1234567890!?!&@+/()

VERDANA REGULAR

På användningsområden som är webbaserade men som inte kan använda Open Sans, används typsnittet Verdana. Exempelvis på bloggar, vissa typer av appar, digitala vägskyltar och i våra mejl.

Formgivning för sociala medier

På sociala medier för Höganäs kommun ska vi vara tydliga och enhetliga.

Vi placerar stadsvapnet i centrum. Det placeras alltid på samma ställe och i samma storlek. Bakgrunden består antingen av en färgplatta eller ett foto.

Profilbilden görs i 320x320 px.

Exempel profilbilder instagram



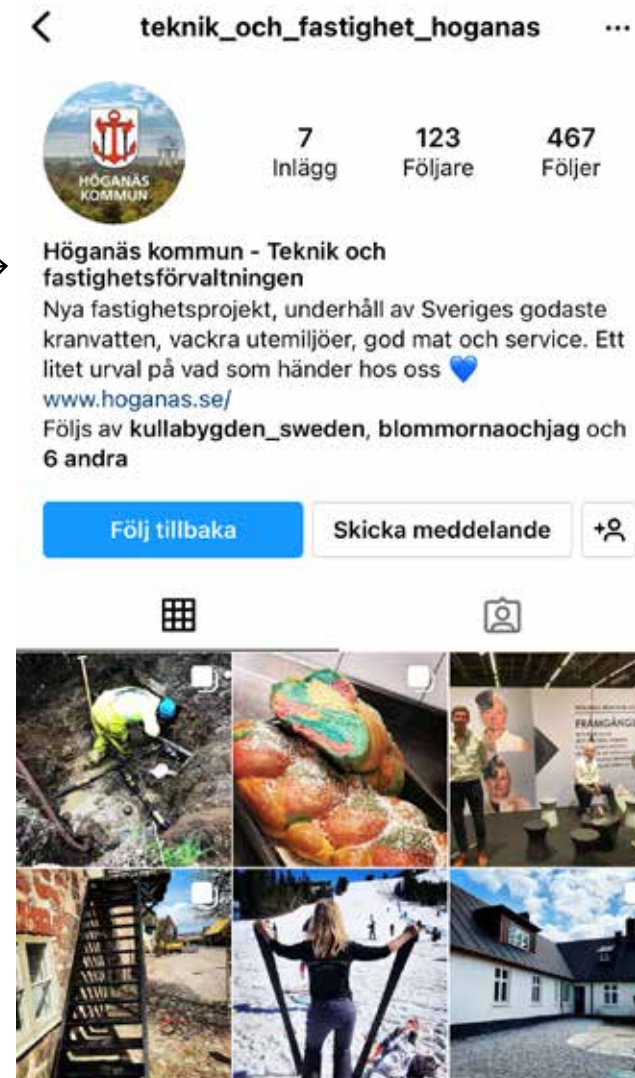
Höganäs officiella
Likadan som för
Facebook.



**Teknik- och
fastighets-
förvaltningen**

Höganäs kommun står först och **sedan namn på förvaltningen** som rubrik till den beskrivande texten. Exempel: Höganäs kommun - Teknik- och fastighetsförvaltningen.

Detta gäller samtliga konton för Höganäs kommun.





Film

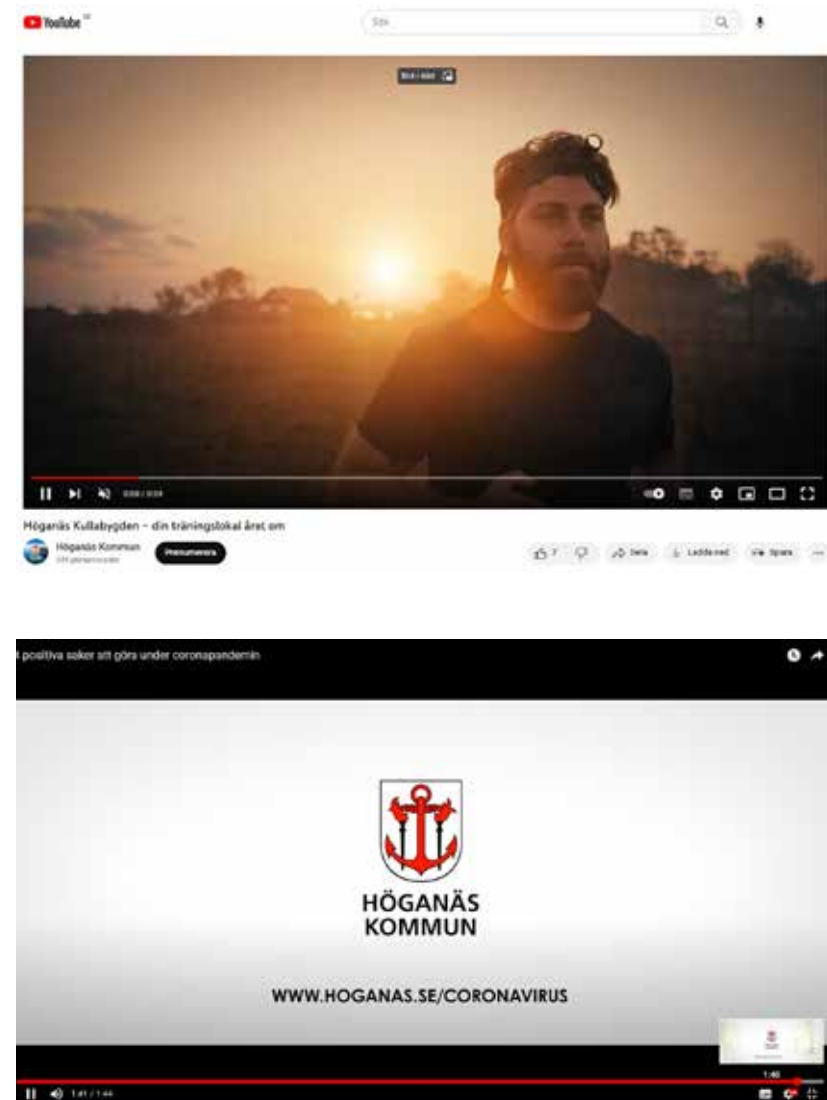
Filmer som Höganäs kommun skapar ska ha ett bildspråk som följer samma riktlinjer som våra bilder. Grafiken i filmerna ska använda de typsnitt, färger och grafiska element som ingår i den grafiska profilen.

I slutet av varje film ska vår logotyp visas, eventuellt med en webbadress nederst som har med filminnehållet att göra. Slutbilden kan varieras i utseende så att den passar filmen i övrigt, men den grafiska profilen ska följas. Om filmen är ett samarbete mellan flera aktörer ska detta framgå i slutet.

Alla filmer lagras på YouTube. Andra plattformar kan förekomma, som Facebook och Instagram, men då endast i publiceringssyfte. De filmer som ska bäddas in på kommunens hemsida ska av GDPR-skäl lagras på Mediaflow.

De filmer på YouTube som ska vara nåbara externt ska ha synlighetsstatus ”publik”, medan de som enbart ska vara nåbara internt – exempelvis via inbäddning på intranätet – ska ha synlighetsstatus ”olistad”.

Filmer ska i första hand bäddas in på en webbsida, i andra hand länkas till <https://www.youtube.com/user/hoganaskommun>



Exempel på slutbild av film

Våra varumärken

Det finns en rad verksamheter som ägs och drivs i kommunens regi, men som är helt eller delvis särprofilerade. Ett gemensamt formspråk är viktigt för att tydliggöra att det är en verksamhet som ägs och drivs i kommunal regi.

Organisationsvarumärke

Höganäs kommuns logotyp och visuella identitet används konsekvent i allt kommunikationsmaterial från organisationen Höganäs kommun. Det skapar en tydlig avsändare, stärker bilden av Höganäs kommun och förenklar / effektiviserar vårt arbete.



Platsvarumärke

Kullahalvön används för att kommunicera platsen som besöksdestination, etableringsort eller plats att bo på. Det finns även en logotyp som används av andra partners som levererar på platsvarumärket Kullahalvön, det är tillsammans som vi skapar ett starkt platsvarumärke.



Särprofilerade verksamheter

Dessa ägs och drivs i kommunens regi, men är helt eller delvis särprofilerade.

Den grafiska profilen genomsyrar skolor och kultur- och fritidsförvaltningens verksamheter med viss förstärkning.

Handelsplats Höganäs och Kullagymnasiet har sin egen grafiska profil.



Bolagsvarumärken

Inom Höganäs kommun finns ett antal kommunala bolag som ägs helt eller delvis kommunalt. De agerar ofta på en konkurrensutsatt marknad och har behov som motiverar att de arbetar med fritstående varumärken och därmed har egna grafiska profiler.





Platsvarumärke

Vårt platsvarumärke Kullahalvön används för att på ett enhetligt sätt marknadsföra och kommunicera platsen som besöksdestination, etableringsort eller boendeort.

Varumärket ska visa upp platsen och livet på halvön på ett ärligt sätt. Vi har en unik skånsk vildmarksliknande och exotisk natur. Här bor, verkar och lever vilda äventyrare och harmoniska konstnärer som är överens om att tillhöra halvön är ett vilt sätt att vara, ett harmoniskt sätt att leva. Enkelt och tryggt, men samtidigt så spännande och oväntat.

Vi är den vilda sidan av Skåne och halvön går att upptäcka alla dagar, året om. Kontrasterna som finns, både i naturen och i människorna, ska lyftas fram i text och bild tillsammans med platsens unika egenskaper, det vilda och harmoniska.



Logotypen används i första hand i vitt. Men finns även i svart för ljusa bakgrunder.

Sammanfattning Kullahalvöns grafiska profil



LOGOTYP







LOGOTYP - PARTNER



GRAFISKT ELEMENT



FÄRGER

	CMYK 0 0 0 100 RGB 0 0 0 HEX #000000 PMS Pantone Black
	CMYK 0 0 0 0 RGB 255 255 255 HEX #ffffff PMS Pantone White
	CMYK 35 35 45 0 RGB 181 164 140 HEX #b5a48c PMS 7536 C
	CMYK 100 0 0 0 RGB 0 158 224 HEX #009FE3 PMS Cyan

TYPSNITT

ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZÅÄÖ
1234567890!?!&@+/()

CENTURY GOTHIC - REGULAR, MEDIUM, BOLD

ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZÅÄÖ
1234567890!?!&@+/()

GARAMOND - REGULAR, ITALIC, BOLD, BOLD ITALIC

IKONTYPSNITT



FONT AWESOME PRO



Huvudlogotyp



Det finns en vit och svart version, för tryck mot ljus respektive mörk bakgrund.

Använd främst vit version av logotypen. Svart version är också tillåten och kan användas på ljusa bakgrunder. Logotypen visar kontrasterna som finns på Kullahalvön. Här finns det vilda och det harmoniska och det visas i motsatsfärgerna svart och vitt. Logotypen har en rörelse i sig som anknyter till halvöns djupa hav och höga berg.

Logotypen är skyddad av upphovsrätten

Logotypen för Kullahalvön är skapad och ägs av Höganäs kommun och är därmed skyddad av upphovsrätten. Den ska betraktas som ett illustrativt verk för att kvalitetsstämpla Kullahalvön som plats. Den finns i två utföranden, en som används av kommunen och en som kan användas av alla som är med och levererar på platsens varumärke så som etableringar, event, invångare och näringsliv. Höganäs kommun har ensamrätt att bestämma vem som får använda logotypen samt ensamrätt att bestämma hur eller om loggan ska göras tillgänglig för allmänheten. Det gäller oavsett om loggan publiceras på nätet eller sprids på annat sätt. Logotypen får inte användas, bearbetas eller manipuleras på något sätt och inte heller på något sätt förknippas med etiska och mänskliga värderingar och handlingar som kommunen inte ställer sig bakom.

Logotypen i olika filformat finns att ladda ner på:
www.hoganas.mediaflowportal.com/kullahalvon

Logotyp, versioner

Logotypen finns i tre versioner: vit, svart och vit på svart platta. Använd främst vit version av logotypen. Svart version är tillåten och används på ljusa bakgrunder.



På bild eller färgbakgrund

Det går bra att placera logotypen på foton. Dock måste det vara tydligt. Ljus bakgrund till svart version och mörk bakgrund till vit version. Är bilden orolig, så används den vita versionen med en svart platta bakom.



Logotyp för sociala medier

Använd i negativ logotyp på svart bakgrund.

Frizon och minsta tillåtna storlek

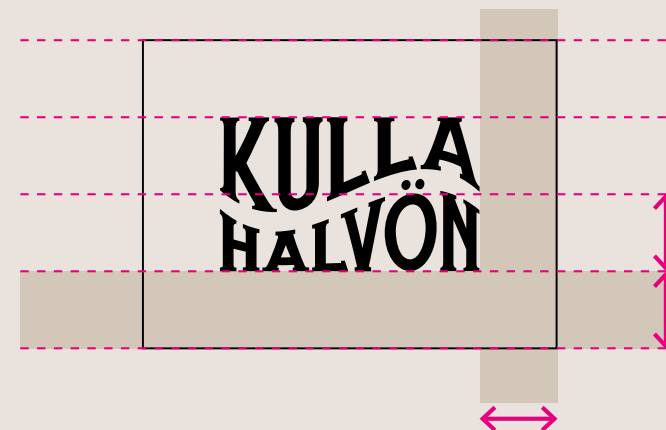
Minst tillåtna storlek

Låt inte logotypen understiga 20 mm i dina layouter.



Frizon

Logotypen ska omges av en frizon som motsvarar minst halva storleken av logotypen.





Logotyp "En del av Kullahalvön" - för etableringar, event och näringsliv

Den här versionen "en del av Kullahalvön/a part of Kullahalvön" kan användas av alla som är med och levererar på platsens varumärke så som etableringar, event, invånare och näringsliv. Den är satt i en cirkel och kan användas som en stämpel som du sätter på ditt marknadsföringsmaterial eller användas som stolthetssymbol.

Logotypen får inte förändras eller manipuleras. Och ska framställas på ett tydligt sätt. Används den genomskinliga versionen, så ska bakgrunden vara lugn.



Parnerlogotypen finns i svart och vit version och på svart och vit platta. Använd den som blir tydligast och lättast att läsa i din layout. Versionerna ovan finns även på engelska och det står då "a part of Kullahalvön".

Logotypen i olika filformat finns att ladda ner på:
www.hoganas.mediaflowportal.com/kullahalvon

Layoutexempel



Placera Kullahalvöns logotyp i höger nederkant. Antingen för sig själv eller som en "stämpel" vid er logotyp.

Typsnitt och färger

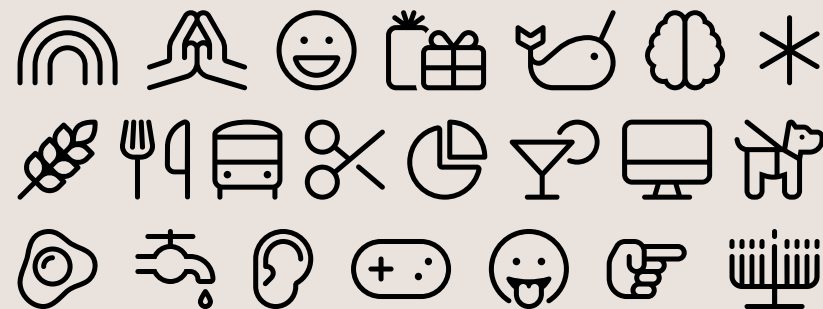
Platsvarumärket använder samma typsnitt och färger som organisationen gör: Garamond, Century Gothic och Font Awesome. Se vikter nedanför och läs mer om hur du använder typsnitten på sidorna 16–20.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
1234567890!?!&@+/()

GARAMOND REGULAR, BOLD, ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
1234567890!?!&@+/()

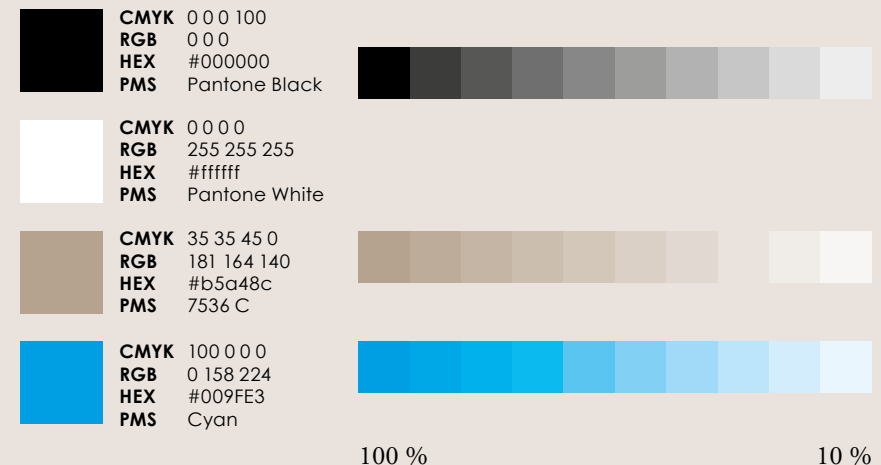
CENTURY GOTHIC BOLD



FONT AWESOME PRO, THIN, LIGHT, REGULAR, BOLD

Huvudfärgerna för Kullahalvön är svart och vitt, då dessa färger ger stor kontrast. Och kontraster är något som är viktigt att visa i Kullahalvöns profil.

Det är även tillåtet att tona dessa färger.



► Grafiskt element

**KULLA
HALVÖN**



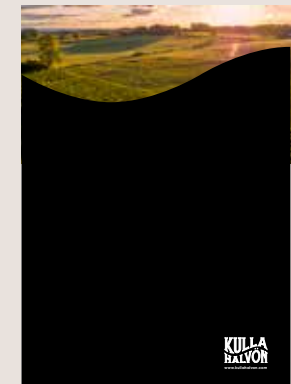
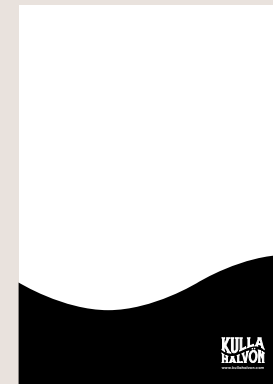
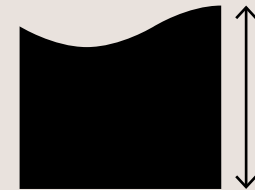
All kommunikation som rör varumärket har en röd tråd, så även Kullahalvöns logotyp. Logotypen symboliserar halvöns unika egenskaper, dess djupa hav och höga berg, inte den annars platta bilden av Skåne. Havet och bergslandskapet välkomnar vågen som bjuder på kontraster: både det vilda och harmoniska.

Kullahalvön har ett grafiskt element som används tillsammans med logotyp, typografi, färger och bilder för att skapa en mer levande layout och ett särskiljande uttryck.

Det grafiska elementet används i våra färger svart, vit, blå eller beige. Det går även bra att montera in ett foto inuti vågen.



Det grafiska elementet används i olika höjder för att passa din layout.



Grafiskt element, layoutexempel





Layoutexempel

Det går bra att göra layouter utan vårt grafiska element.
Det är inte alltid det får plats och ibland vill du ha en lugnare layout.



Giveaways

Exempel på hur giveaways kan se ut.



Klistermärken



Tygpåse



T-shirt



Take-away-mugg



Särprofilerade verksamheter

För kultur- och fritidsförvaltningens och utbildningsförvaltningens verksamheter har en anpassning och förstärkning gjorts av kommunens grafiska profil.

Vissa av av verksamheterna har en kvadrat med verksamhetens namn. Kvadraten används när vi vill förtydliga vilken del av förvaltningarna det är som är avsändaren. Kommunens logotyp ska alltid finnas med även om kvadraten används precis som övriga delar i profilen ska följas med färger, typsnitt och grafiska element.

Höganäs Sportcenter

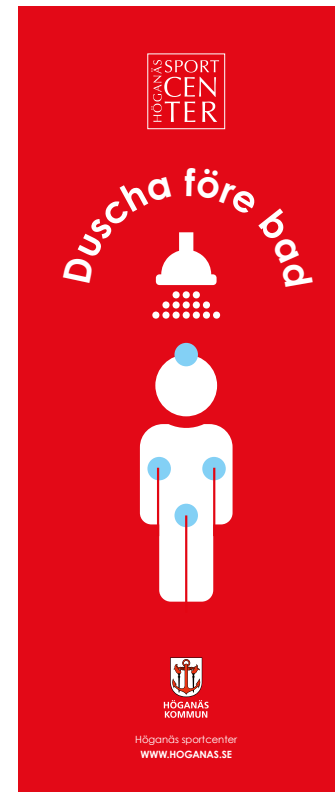
Formgivningen för Höganäs Sportcenter följer vår grafiska profil. Höganäs Sportcenter använder kvadraten som ett förtydligande för verksamhetens namn



Jobba med tydlighet och enkelhet när det gäller budskap som ska nå många.



Exempel på folder för Höganäs Sportcenter.



Exempel på rollup för Höganäs Sportcenter.



Kultur- och fritidsförvaltningens bibliotek, exempel trycksaker

Formgivningen för kultur- och fritidsprogram följer vår grafiska profil. Använd gärna bilder som lockar till evenemangen.



Exempel på kulturkalender och annonser för kultur- och fritidsförvaltningens bibliotek.

En del av Familjen Helsingborg

Höganäs bibliotek är en del av Familjen Helsingborg. Det är ett samarbete mellan flera nordvästskånska kommuner. Syftet med samarbetet är att biblioteksbesökarna ska kunna söka och låna från bibliotekens samlade utbud oavsett var man bor.

När flera kommuner går ihop och tillsammans marknadsför ett arrangemang, då ska Familjen Helsingborgs logotyp och grafiska profil användas och kommunernas logotyper ska vara med som sekundära logotyper för att visa samarbetet.





Eric Ruuths kulturhus

Det kommunala Eric Ruuth kulturhus har en egen logotyp som består av ett bakvänt e och ett r i svart eller vitt. ER-logotypen ska alltid kompletteras med Höganäs kommuns logotyp vid utskick och trycksaker.



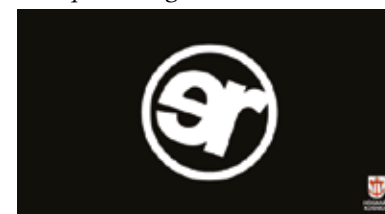
Logotypen används i första hand i svart version. Men finns även som negativ för mörka bakgrunder.



Exempel: Omslag katalog.



Exempel: Instagram



Exempel: Videointro

Utbildningsförvaltningen

Alla skolor inom kommunen, (förutom Kullagymnasiet som har en egen grafisk profil) har en egen kvadrat i blått som innehåller skolans namn. Kvadraten används för att förtydliga vilken av förvaltningens skola det är som är avsändare.

Kommunens logotyp ska alltid finnas med när kvadraten används precis som övriga delar i profilen ska följas med färger, typsnitt och grafiska element. Texten "Hela barnet - hela vägen" ska finnas med när avsändaren är en skola eller utbildningsförvaltningen.



Hela barnet - hela vägen

Texten "Hela barnet - hela vägen" ska finnas med när avsändaren är en skola eller utbildningsförvaltningen



Exempel på hur den blå kvadraten kombineras med kommunens logotyp och textbudskapet "Hela barnet - hela vägen"

Exempel på beachflagga för utbildningsförvaltningens skola Vikensskolan.



Kullagymnasiet - sammanfattning grafisk profil

LOGOTYP



I sin grundform är logotypen komplett med symbol och text i en sammanhållen bild. Logotypen ska förmedla skolans internationella inriktning med hög pedagogisk kvalitet.

FÄRGER

	PANTONE 7694 C	C 100	M 80	Y 23	K 12	R 51	G 74	B 151
	PANTONE Svart	C 0	M 0	Y 0	K 100	R 0	G 0	B 0
	PANTONE 186 C	C 0	M 100	Y 100	K 0	R 226	G 0	B 26
	PANTONE Cool Gray C	C 0	M 0	Y 0	K 47	R 163	G 164	B 166

LOGOTYP MED KONCEPTRUBRIK



Logotypen i kombination med konceptrubriken "Det är här resan börjar".

TONINGAR



"Kullablå" är Kullagymnasiets huvudfärg. Den ska alltid dominera. Tona gärna den blå i olika nyanser.



Det går även bra att göra toningar med blandade färger. Till exempel röd + blå.

KOMPLETTERA MED KOMMUNENS LOGOTYP



**HÖGANÄS
KOMMUN**

Höganäs kommuns logotyp ska finnas med i grafiska produktioner så att mottagaren ser att skolan ingår i kommunens verksamheter.

TYPSNITT

ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZÅÄÖ
1234567890!?!&@+/()

CALIBRI - LIGHT, REGULAR, BOLD

För trycksaker gäller typsnittet Calibri.

ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZÅÄÖ
1234567890!?!&@+/()

OPEN SANS - REGULAR, BOLD

På webben använder vi Open Sans.

Exempel digitalt



Kullagymnasiet på facebook



Logotypsymbol

I sociala medier används en logotypsymbol med enbart symbolen på en blå platta. Texten "Kullagymnasiet" plockas bort. Texten blir för liten om man till exempel tittar på instagram på en mobiltelefon.



Kullagymnasiets hemsida.

Exempel trycksaker



Roll ups

Beachflaggor



Bolagsverksamheter

Höganäs Omsorg AB - sammanfattning grafisk profil

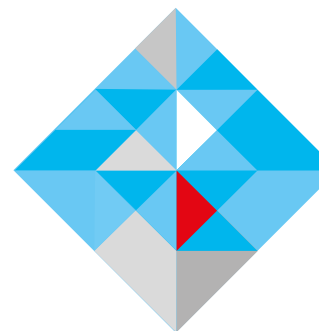
OM PROFILEN

Det kommunalt helägda bolaget Höganäs Omsorg AB har en grafisk profil som är starkt knuten till Höganäs kommuns profil. Typsnitt och färger och används på samma sätt för bolaget som för Höganäs kommun. Kopplingen mellan kommunens profil och bolagets profil grundar sig i att användare, brukare och vårdtagare ska känna igen formspråket och känna sig trygga med att det är kommunen som äger bolaget. Höganäs Omsorg AB har en egen hemsida www.hoganasomsorg.se.





LGOTOYP



GRAFISKT ELEMENT



FÄRGER

	CMYK 100 0 0 0 RGB 0 158 224 HEX #009FE3 PMS Cyan
	CMYK 0 0 0 100 RGB 0 0 0 HEX #000000 PMS Pantone Black
	CMYK 0 100 100 0 RGB 226 0 26 HEX #e2001a PMS 186 C
	CMYK 35 35 45 0 RGB 181 164 140 HEX #b5a48c PMS 7536 C

TYPSSNITT

ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZÅÄÖ
1234567890!?!&@+/()

CENTURY GOTHIC - REGULAR, MEDIUM, BOLD

ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZÅÄÖ
1234567890!?!&@+/()

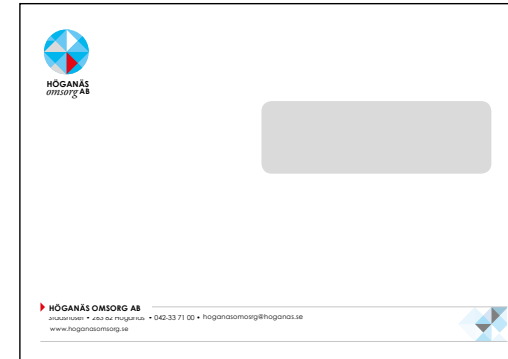
GARAMOND - REGULAR, ITALIC, BOLD ITALIC

IKONTYPSSNITT



FONT AWESOME PRO LIGHT

Layoutexempel



Exempel på powerpoint-slide.

Exempel på trycksaker från Höganäs Omsorg AB. Formgivningen ska vara tydlig och andas positivt och självständighet.



Höganäshem - sammanfattning grafisk profil

LOGOTYP



Logotypen finns i stående och liggande version. Och i positiv (svart) och negativ (vit) version.

LOGOTYP MED KONCEPTRUBRIK



Logotypen i kombination med konceptrubriken "Närhet och Harmoni".

TYPSNITT






ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZÅÄÖ
1234567890!?!&@+/()

TISA SANS - REGULAR, ITALIC, BOLD, BILD ITALIC






Typsnittet Tisa Sans Bold och Bold Italic används till rubriker, mellanrubriker och citat. Som kompletment då olika rubrikstilar krävs kan du välja Regular eller Italic. Till brödtext används i första hand Tisa Sans regular, men vid längre texter kan Adobe Garamond föredras för en bättre läsbarhet.

FÄRGER




PRIMÄRA FÄRGER

	CMYK 99 50 0 0 RGB 26 105 177 HEX 1A69B1 PMS 285		CMYK 0 93 79 0 RGB 198 46 53 HEX C62E35 PMS 185
	CMYK 74 38 0 0 RGB 93 136 197 HEX 5D88C5		CMYK 0 0 0 20 RGB 217 217 217 HEX D9D9D9
	CMYK 25 13 0 0 RGB 203 212 237 HEX CBD4ED		

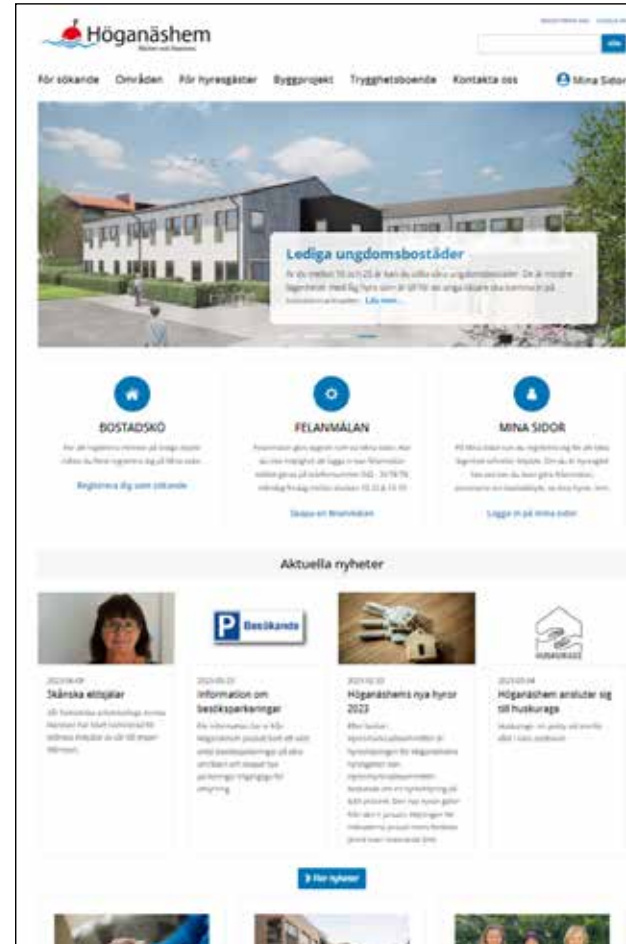
SEKUNDÄRA FÄRGER

	CMYK 0 30 100 0 RGB 234 184 24 HEX EAB818		CMYK 48 0 100 0 RGB 166 194 54 HEX A6C236
	CMYK 0 62 100 0 RGB 93 136 197 HEX D4781C		CMYK 68 0 100 0 RGB 122 175 63 HEX 7AAF3F
	CMYK 28 0 100 0 RGB 206 212 41 HEX CED429		

BAKGRUNDSFÄRGER

	CMYK 0 0 0 10 RGB 236 236 236 HEX ECECEC
	CMYK 15 8 0 0 RGB 223 228 244 HEX E0E5F5
	CMYK 11 0 40 0 RGB 236 237 179 HEX ECEDB3

Layoutexempel



Årsredovisning

Hemsida



Höganäs energi - sammanfattning grafisk profil

LOGOTYP



Logotypen består av en röd symbol tillsammans med företagsnamnet i grått. Symbolen är en stilisering av bokstäverna H och E med inspiration från en stickkontakt.

KONCEPTRUBRIK

HÅLLBARHET FÖR
KULLAHALVÖN

TYPSNITT

ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZÅÄÖ
1234567890!?!&@+/()

BLISS - LIGHT, REGULAR, ITALIC, BOLD

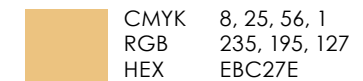
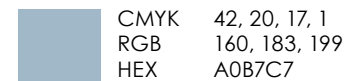
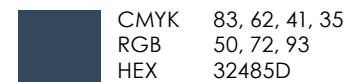
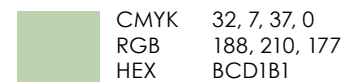
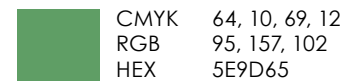
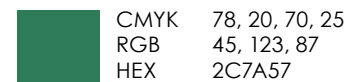
Typsnittet Bliss används till rubriker, citat och kortare texter i både print och digitala medier. I rubriker används versaler. Kursiv variant används främst till citat och bildtexter. Bliss light används i första hand men blir det svåräst används regular eller bold.

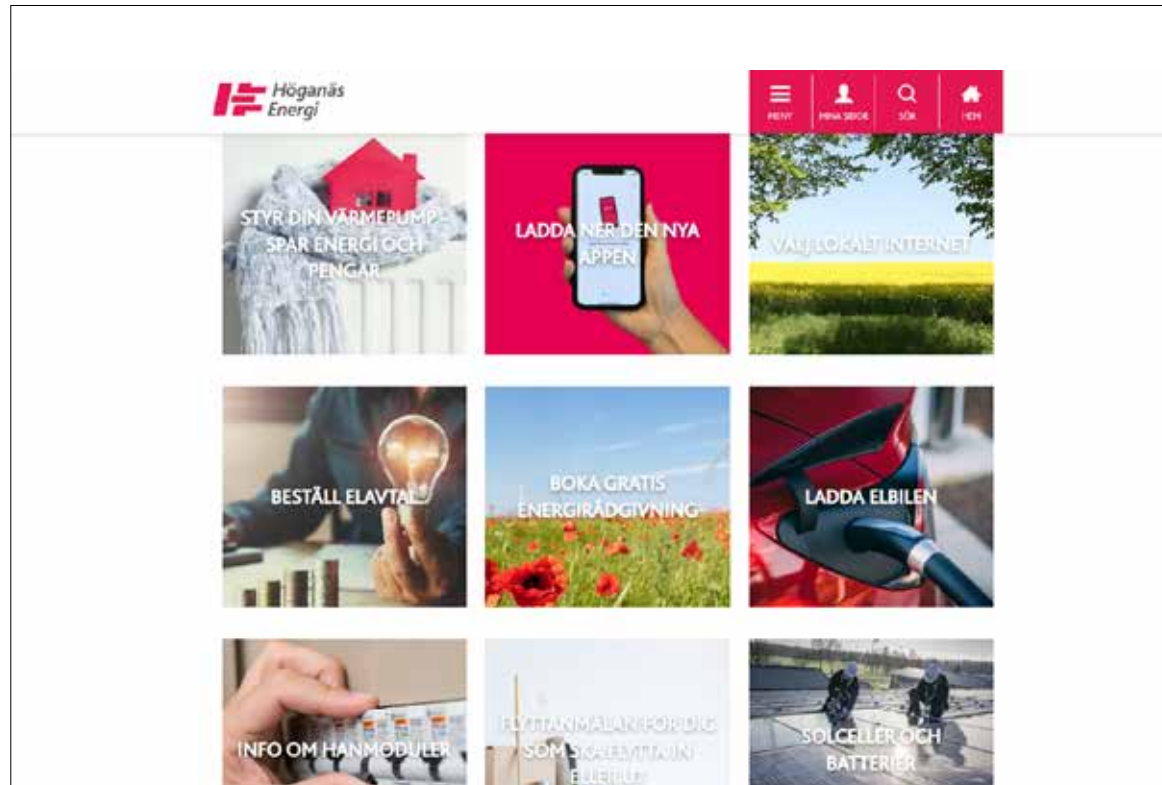
FÄRGER

PRIMÄRA FÄRGER



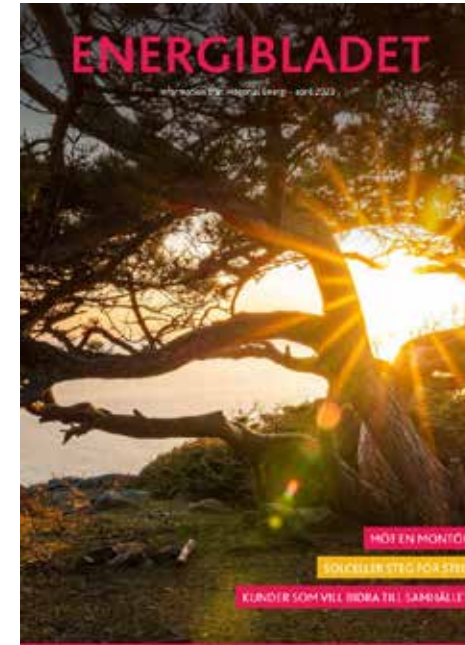
SEKUNDÄRA FÄRGER





Hemsida

Layoutexempel



Energibladet - Höganäs Energis egen tidning





Om Höganäs kommuns grafiska profil

Kommunikationsavdelningen på kommunledningskontoret svarar på frågor om Höganäs grafiska profil och om kommunikationsarbetet i Höganäs kommun.

Ett levande dokument

Kommunikationsavdelningen har ansvar för Höganäs kommuns grafiska profil. I ansvaret ingår att utbilda och vägleda övriga förvaltningar i hur manualen ska användas.

Kommunikationsavdelningen har rätt att göra förändringar i den grafiska profilen av icke-principiell karaktär (det vill säga förtydliganden och språkliga ändringar).

Den grafiska profilen ska ses över och revideras regelbundet.

▶ Frågor?

Kontakta kommunikationsavdelningen@hoganas.se om du vill veta mer om Höganäs kommuns grafiska profil.







▶ **HÖGANÄS KOMMUN**
Kommunikationsavdelningen

263 82 Höganäs • 042-33 71 00 • kommunikationsavdelningen@hoganäs.se
www.hoganäs.se



**HÖGANÄS
KOMMUN**