



# Grafisk profil & riktlinjer

Version 1.2 | BRINNER

# Innehåll

3    **Introduktion**

4    **Logotypen**

7    **Användning av logotypen**

10   **Symbolen**

11   **Färger**

12   **Typografi**

13   **Bildmanér**

14   **Grafik- och ikonmanér**

15   **Grafiskt mönster**

16   **Material**

18   **Stripning av fordon**

19   **Skyltar**

23   **Kläder**

26   **Korresponderstryck**

27   **Mailsignatur**

28   **Profilprodukter**

29   **Trycksaker**

30   **Marknadsföring**

# Varför en grafisk profil?

Det här är ByggPartners grafiska manual. Med den blir det enklare att för oss som varumärke att synas och att göra det på rätt sätt. I manualen finns riktlinjer om hur vår logotyp, typsnitt och andra grafiska element ska användas för att vi ska bli tydliga för omvärlden och uppfattas på det sätt som vi är - omtänksamma, engagerade, trygga och förnuftiga.

Det är viktigt att du som ska producera något grafiskt tar del av manualen och följer den. På så sätt skapar vi ett enhetligt visuellt uttryck som känns igen av vår omvärld. I en förlängning leder det till att vårt varumärke stärks och blir tydligare.

Var noggrann och använd ditt sunda förnuft när du arbetar grafiskt med ByggPartner. Är du osäker på något – vänd dig till vår kommunikationsansvariga.

Lycka till!

## Kommunikationsansvarig

Jakob Falkerby  
070 - 345 13 16  
jakob.falkerby@byggpartner.se

# Logotypen

## Bakgrund

ByggPartners verksamhet bygger på samarbete och partnerskap. Vårt engagemang och det raka okomplicerade förhållandet mellan oss och våra kunder är en viktig framgångsfaktor för ByggPartner.

Därför tror vi på handslaget som symbol för överenskommelsen mellan två parter. Det symboliserar vi i logotypens symbol - det trygga samarbetet. Kvadraten i mitten symboliserar projektet som både kunden och vi omfamnar och tar hand om.

Logotypen består av en symbol och en ordbild. Symbolen kan användas fristående (se sid. 10). Ordbilden får inte användas separat.





# Logotypen

## Varianter

Logotypen finns i olika versioner och färger beroende på hur den ska användas. Den primära logotypen finns i en positiv och en negativ variant. Vilken version du ska välja att använda beror på bakgrunden. Välj den variant som ger störst kontrast mellan bakgrund och logotyp, så att det blir god läsbarhet och synlighet.

Logotypen finns även i en vit, svart och helgrön variant.



**Primär logotyp – positiv**

Används mot ljusa bakgrunder.



**Primär logotyp – negativ**

Används mot mörka bakgrunder.



**Sekundär logotyp – svart**

Används mot ljusa bakgrunder i de fall färgtryck inte finns att tillgå.



**Sekundär logotyp – vit**

Används mot mörka bakgrunder där kontrasten mot den gröna symbolen inte blir tillräckligt god.



**Specialvariant – helgrön**

Används mot ljusa bakgrunder i de fall man endast har möjlighet till enfärgstryck, t.ex. på giveaways.

## Vilket filformat ska jag använda?

### Tryck (EPS)

För tryckanvändning finns logotypen i EPS-format. Det är ett vektorformat som gör att logotypen kan skalas i storlek utan att tappa i kvalitet. Filerna för tryck finns i färgrymderna CMYK och Pantone.

### Skärm (PNG)

För skärmar och all digital användning finns logotypen som så kallade bitmap-bilder i PNG-format. PNG har fördelen av att vara ett okomprimerat format och kan dessutom använda transparent bakgrund. Alla filer för digital användning är i RGB.

# Logotypen

## Varianter med payoff

I vissa fall vill vi kommunicera fler värden än bara vår huvudlogotyp. Det kan vara i annonsering, rekrytering, profilprodukter eller liknande.

Logotypen med payoff finns i samma färger och format som huvudlogotypen, och används enligt samma riktlinjer vad gäller placering, frizon osv.

Tänk på att inte använda varianter med payoff i för liten storlek där läsbarheten blir dålig.



**Primär logotyp – positiv**

Används mot ljusa bakgrunder.



**Primär logotyp – negativ**

Används mot mörka bakgrunder.



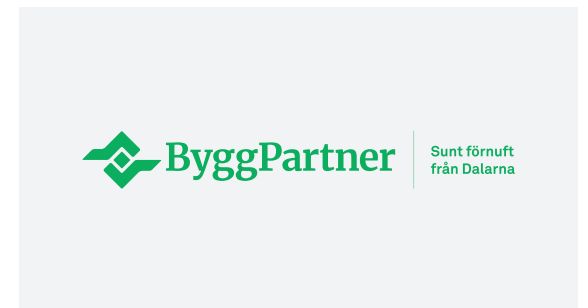
**Sekundär logotyp – svart**

Används mot ljusa bakgrunder i de fall färgtryck inte finns att tillgå.



**Sekundär logotyp – vit**

Används mot mörka bakgrunder där kontrasten mot den gröna symbolen inte blir tillräckligt god.



**Specialvariant – helgrön**

Används mot ljusa bakgrunder i de fall man endast har möjlighet till enfärgstryck, t.ex. på giveaways.

## Vilket filformat ska jag använda?

### Tryck (EPS)

För tryckanvändning finns logotypen i EPS-format. Det är ett vektorformat som gör att logotypen kan skalas i storlek utan att tappa i kvalitet. Filerna för tryck finns i färgrymderna CMYK och Pantone.

### Skärm (PNG)

För skärmar och all digital användning finns logotypen som så kallade bitmap-bilder i PNG-format. PNG har fördelen av att vara ett okomprimerat format och kan dessutom använda transparent bakgrund. Alla filer för digital användning är i RGB.

# Användning av logotypen

## Logotypens frizon

För att logotypen ska behålla sin egen tydliga identitet är det viktigt att den används med god marginal till omgivande objekt.

En enkel tumregel är att – som minst – använda en halv symbols avstånd från logotypen, runt om, för att skydda frizonen. Placera aldrig andra objekt innanför denna gräns. Frizonen gäller också som minsta avstånd till ytterkanten på den yta där logotypen ska placeras.

OBS! Sträva alltid efter att ge logotypen mer luft än frizonens minimum.



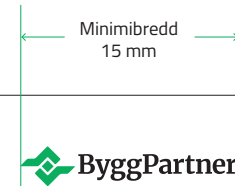
# Användning av logotypen

## Placering

Logotypen placeras främst i något av de högra hörnen, exempelvis framsidan av en folder, i en annons eller på en skylt. Sekundärt kan logotypen även placeras centrerat eller i de vänstra hörnen beroende på typ av produktion. Se exempel på detta under "Applicerings-exempel" sid. 17.

## Storlek

Logotypen är utformad för att kunna användas i de flesta sammanhang och i de flesta storlekar. För att logotypen alltid ska vara läsbar och upplevas som tydlig bör inte minim måttet understigas.



### Kolla frizonen

Se till att använda frizonen som minsta avstånd mot ytterkanterna och var gärna mer frikostig än så om det är möjligt.



# Användning av logotypen

## Felaktig användning av logotypen

För att upplevas tydliga och konsekventa är det viktigt att logotypen alltid följer riktlinjerna och alltid återges på samma sätt. Här ser du några exempel på felaktig användning av logotypen.



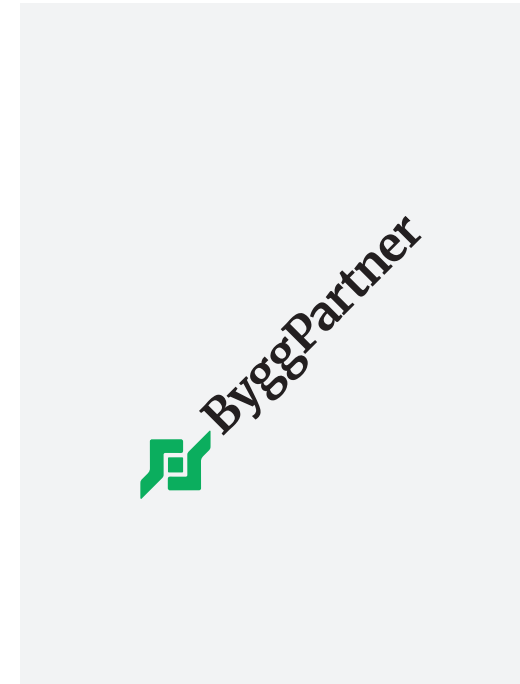
Ändra inte logotypens proportioner.



Använd inga effekter på logotypen.



Använd inte logotypen utan symbol.



Rotera inte logotypen.



Lägg inte logotypen mot bakgrunder som försämrar kontrasten.

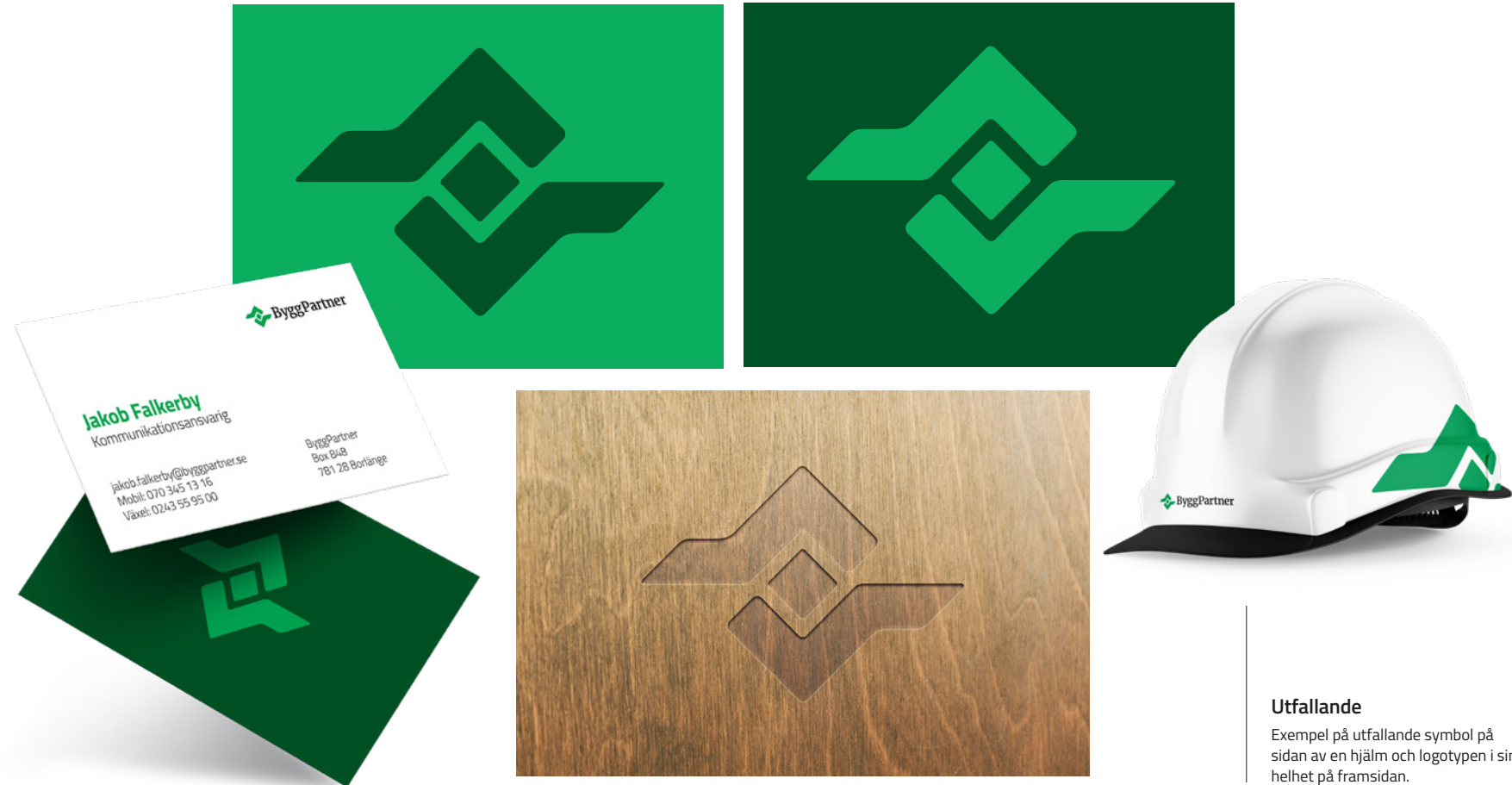
# Symbolen

## Symbolen som dekorelement

Symbolen från logotypen kan användas fristående som ett grafiskt dekorelement för att förstärka ByggPartner som avsändare.

Symbolen får både vara i sin helhet och utfallande. Den används i våra två primära färger och får också fritt användas som en form vid t.ex. stansning och prägling. Samma regler vad gäller användning av logotypen, (sid. 9), gäller även symbolen.

Logotypen som helhet bör finnas i anslutning till den fristående symbolen. T.ex. på framsidan av en hjälm, baksidan på ett visitkort etc.



Symbolen som en form.

### Utfallande

Exempel på utfallande symbol på sidan av en hjälm och logotypen i sin helhet på framsidan.

# Färger

Vi har två tydliga primära profilfärger: ByggPartner Grön och Mörkgrön. De är ett starkt signalement för ByggPartners varumärke och ska användas frikostigt och genomgående i all kommunikation. De har sällskap av tre sekundära profilfärger – att till exempel använda vid framtagning av grafik och diagram i rapporter.

ByggPartners primära färger får användas till att färga rubriker, citat och andra rubriknivåer. De andra färgerna kan också användas till att färga text, men i sekundära fall och med måtta.

## Primära färger

### Byggpartner Grön

CMYK: 85,0,87,0  
Pantone: 7482  
RGB: 0,162,80  
Hex: #00a250

### Byggpartner Mörkgrön

CMYK: 100,20,100,54  
Pantone: 357  
RGB: 0,80,35  
Hex: #005023

## Sekundära färger

### Byggpartner Ärtgrön

CMYK: 60,0,100,0  
Pantone: 376  
RGB: 118,184,42  
Hex: #76b82a

### Byggpartner Limegrön

CMYK: 25,0,88,0  
Pantone: 584  
RGB: 210,217,50  
Hex: #d2d932

### Byggpartner Ljus

CMYK: 3,0,10,0  
Pantone: 7485  
RGB: 250,251,237  
Hex: #fafbed

## Om färgrymder

### CMYK

Används vid fyrfärgstryck i exempelvis annonser, trycksaker och affischer. CMYK-färger beskrivs med en procentangivelse för varje färg.

### Pantone™ (PMS)

Används vid dekorfärgstryck. Det är vanligt att kombinera en dekorfärg med fyrfärgstryck för att säkerställa att färgen i en logotyp framställs exakt.

### RGB

De kulörer som skärmar återger. Används för alla digitala produktioner som Powerpoints, webb, film etc.

### Hexadecimal

Används som definition av HTML-färger att använda till digitala lösningar som ska visas i webbläsare.

# Typografi

Att använda rätt typsnitt är en viktig del av ByggPartners profil. Det förstärker identiteten ytterligare och ger kommunikationen en tydlig avsädare. Vi använder typsnittet Cairo i all kommunikation, inklusive digitala sammanhang, där det är möjligt.

## Officedokument

Av tekniska skäl är det vanligtvis inte rekommenderat att använda profiltypsnitten i applikationer som Powerpoint, Word och e-postsignaturer. De dokumenten sprids generellt till mottagare som i många fall inte har typsnitten installerade.

För Office-dokument bör därför standardtypsnittet Arial användas.

Huvudrubriker  
Cairo Bold

Mellan- och underrubriker  
Cairo Semibold  
Cairo Regular

Brödtext  
Cairo Regular

Officepaketet  
Arial Bold  
Arial Regular  
Times New Roman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö  
0123456789.:%&?!

Tatem et abore oditatis ium nobitaque dia corruptat  
quam dolore, idusciant alit, ullaciae paruptatio. Itae quis  
sunt ad et ut audae. Sitius, voluptet eosam int ipis alia  
videmosam ut eate endantiandi ipsant, consequi ut.

### Luftiga rader

Använd gärna ett större radavstånd  
än standard för ett luftigare intryck.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö  
0123456789.:%&?!

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö  
0123456789.:%&?!

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö  
0123456789.:%&?!



# Bildmanér

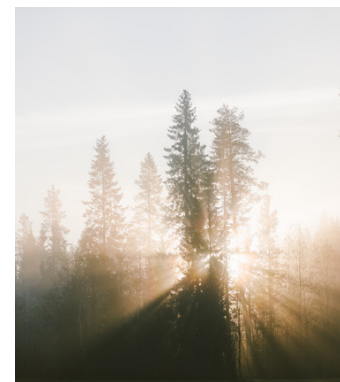
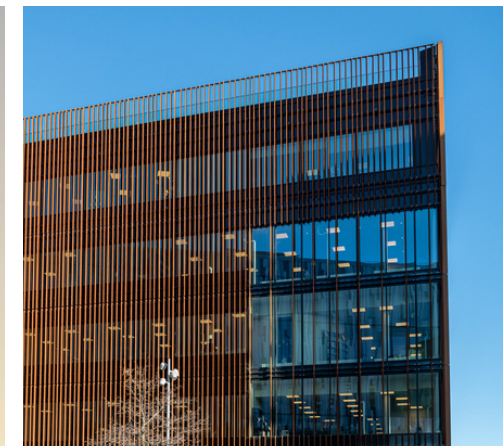
Bilder från ByggPartner ska förstärka och förmedla bilden av oss som varma, kompetenta och mänskliga. Samarbetet med andra människor är centralt för oss, därför ska vi i våra bilder eftersträva att få med interaktion, möten och varma uttryck.

När vi fotograferar och filmar ska motiven och människorna vara verkliga medarbetare och miljöerna autentiska. Vilka som utför momentet ska väljas på ett sådant sätt att vi visar på mångfald vad gäller kön, ålder och etniskt ursprung.

För att ytterligare förstärka den varma autentiska känslan spelar ljuset stor roll. Arbeta med det naturliga ljuset och undvik platt blyxtljus.

## Att tänka på:

- Skyddsutrustning ska användas på ett korrekt sätt för den situation/miljö som bilden återger.
- Våga gå nära personen/motivet. Bilder tagna på avstånd upplevs mer opersonliga.
- Undvik i möjligaste mån att exponera andra varumärken.
- Fotografera med naturligt ljus och låt ljuset skapa en riktning och ett driv i bilden.

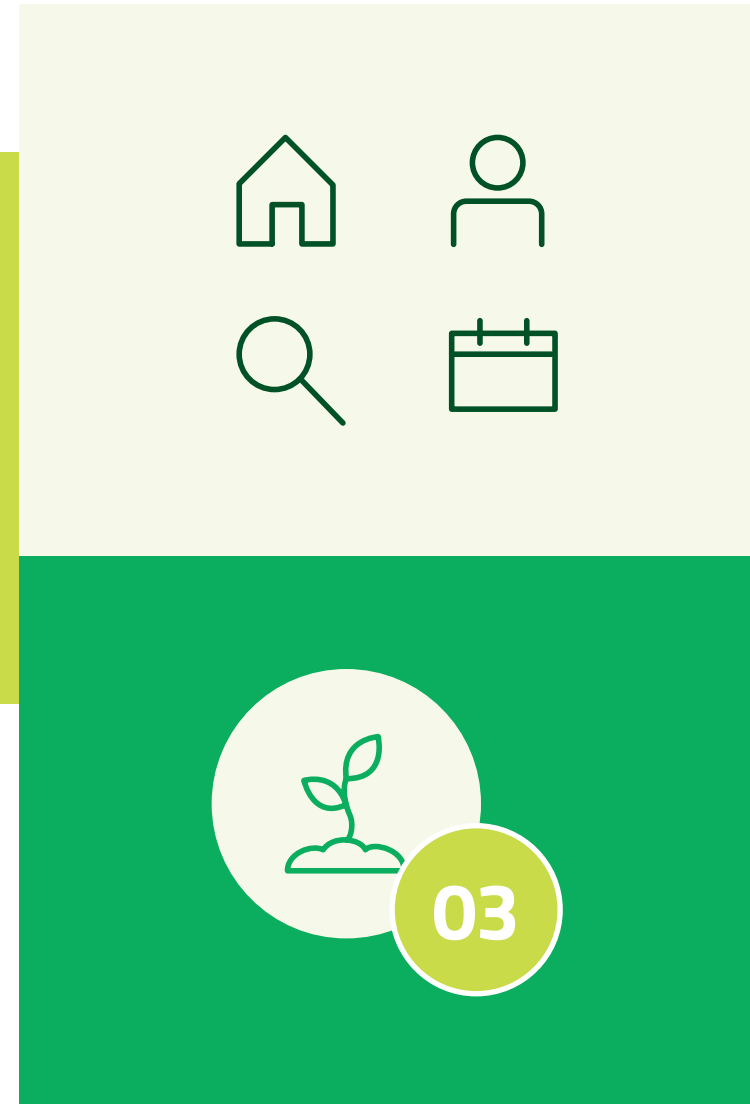


# Infografik och ikonmanér

Infografik används i rapporter, presentationer, webb med mera. Byggpartners manér för infografik ska hålla en konsekvent röd tråd, precis som allt annat.

Grafiken är linjebaserad med rundade avslut och vi försöker med så få detaljer som möjligt göra grafik som lyfter och tydliggör budskapet.

När vi skapar diagram och ikoner får alla ByggPartners färger användas.



## Förenklat och tydligt

Med få, rena linjer skapar vi tydliga och enkla ikoner.



### Att tänka på:

- Förenkla och håll ikonmanéret till så få detaljer som möjligt.
- Använd samma linjetjocklek och rundade avslut.

# Grafiskt mönster

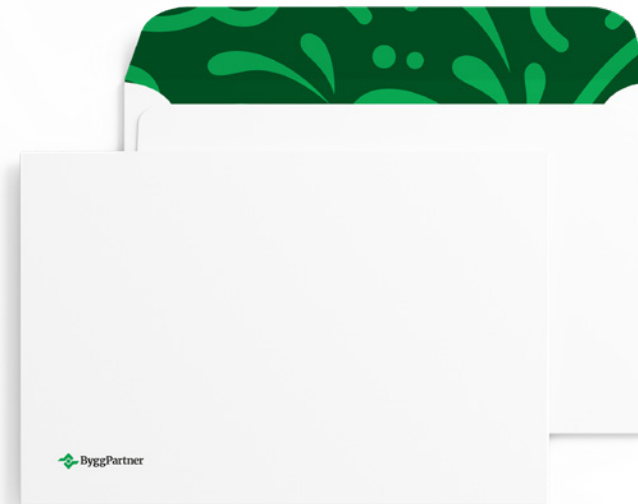
ByggPartner har ett mjukt organiskt kurbitsinspirerat mönster. Genom det visar vi vårt ursprung och väcker känslor om värme, tradition och hantverkskunnande. Mönstret är sekundärt till logotyp och symbol, varför det ska användas sparsamt och på ett sådant sätt att det upplevs som ett komplement i ett samlat helhetsuttryck.

Mönstret ska alltid användas utfallande. Typisk användning är t.ex. en buff, insida pärm, och insida kuvert. Se "Applisering av profil" sid. 17 och framåt för fler exempel.

Mönstret finns som färdiga filer och används i de primära färgerna samt vitt. Inga egna varianter eller egenritade mönster får förekomma.

## Dra upp!

Använd med fördel mönstret uppskalat så att det upplevs abstrakt. Det ger ett mer modernt uttryck.



Exempel på användning av mönster. Se fler från sid. 17.



## Alltid utfallande

Använd alltid mönstret utfallande som ett all-over-print.

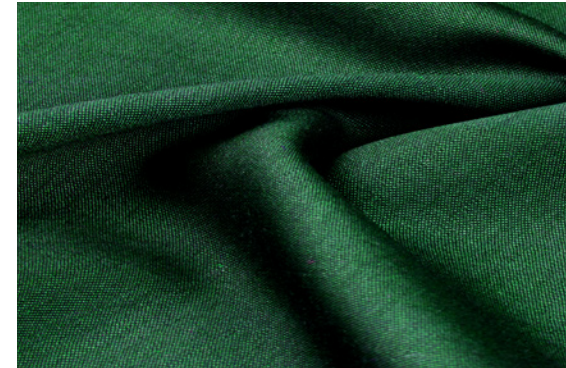
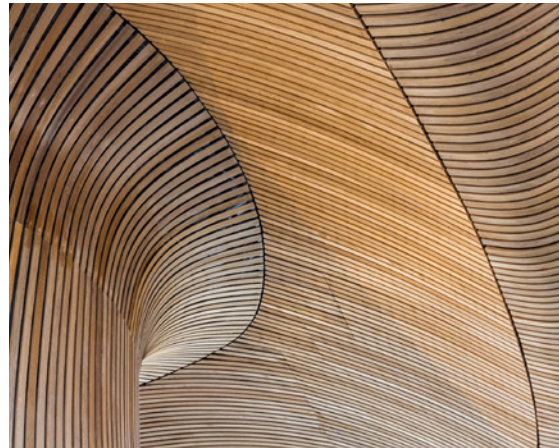


# Material

ByggPartners identitet, personlighet och värderingar framkommer inte bara genom vårt grafiska uttryck. Det både syns, och känns.

När vi gestaltar fysiska rum som t.ex. kontor, mötesrum och mässmontrar ska våra profilfärger ligga till grund för val av interiör och textil tillsammans med naturliga och hållbara material och växter som signalerar hållbarhet, växtkraft och vårt Dalaurprung.

När vi tar fram profilprodukter och giveaways använder vi material av hög kvalitet och med hållbarhet i åtanke.



# Applicering av profilen

Så här ser profilen ut när den används

# Stripning av fordon

## Dekor

Tjänstebilar stripas med diskret logotyp i positiv eller grön negativ logotypvariant, beroende på färg på bilen.

Arbetsfordon är alltid vita och stripas med positiv logotyp, symbol och webbadress.



Arbetsfordon



Arbetsfordon - höger sida



Arbetsfordon - vänster sida



Poolbil



Poolbil - bak

### OBS! Exempelbilar

Bilarna som visas ska ses som exempel på biltyper, inte guidelines för exakta modeller.



# Skyltar

Skyltar på och i anknytning till byggarbetsplatser och ByggPartners egna lokaler är en stor och viktig del av vår profilering och ska produceras på ett enhetligt sätt. Här visar vi några exempel på olika typer av skyltar.



# Skyltar

## Fasadskyltar

Beroende på förutsättningarna och eventuella befintliga skyltinstallationer visar vi här några alternativ på olika typer av skyltning.



Ljuslåda



Utskuren skylt

## Belysning

Tänk på att tryckta skyltar som inte är ljuslådor behöver belysning för att synas bra på dygnets mörkare timmar.



Tryckt skylt



# Skyltar

## Orienteringsskyltar

Orienterings-, förbuds- samt enklare informations-skyltar formges primärt mot mörkgrön botten. Mer komplexa skyltar med t.ex. bilder görs mot vit botten. Symbolen används som dekor i de fall logotypen är mindre till förmån för text och information för att ytterligare förstärka avsändaren på plats. Använd inte symbolen vid rena logotypskyltar.

Vid design av pilar och annan ikonografi, följ riktlinjer för grafik på sid. 14.

### Använd symbolen som dekorelement

På informationsskyltar kan symbolen användas utfallande i nederkanten för att tydliggöra avsändaren.



Orienteringsskylt



Förbuds- och informationsskylt

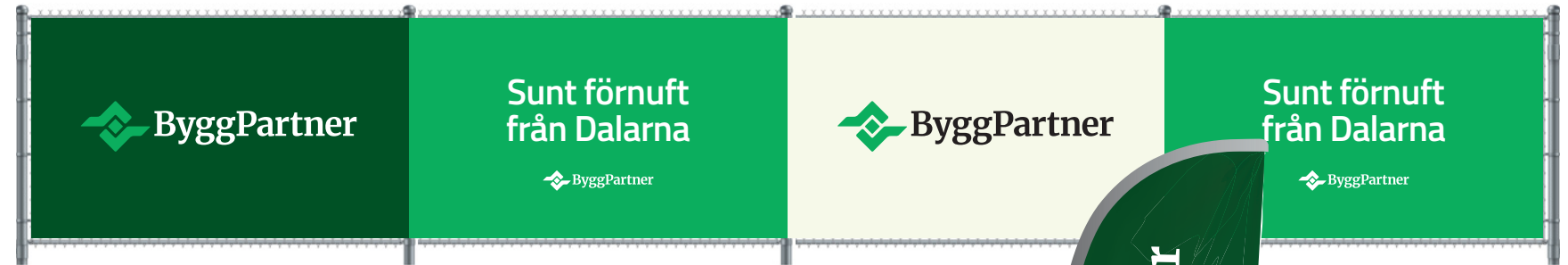
# Skyltar

## Vepor och flaggor

Använd främst ByggPartners mörkgröna i botten med negativ logotyp. Att blanda profilfärger på t.ex. en grupp flaggor kan vara effektivt och ett snyggt sätt att profilera sig.

### Ta plats

Satsa gärna på att profilera en större yta ordentligt, än fler platser med mindre skyltar. Flera vepor i fler färger ger ett effektivt uttryck och syns bra.



### Variera!

På flaggor och beachflaggor som står i en grupp är det effektivt att variera profilfärgerna i bakgrunden.

# Kläder

Våra kläder är ännu en viktig bärare av ByggPartners varumärke och vår logotyp bär vi självklart med stolthet. Kläderna har inga onödiga detaljer eller utsmyckningar utan är funktionella och stilrena basplagg.

Som bas jobbar vi alltid med ByggPartner Grönt, Mörkgrönt, vitt och svart - samt varselfärger såklart.





# Kläder

## Arbetskläder

I vår arbetsvardag befinner vi oss ofta i påfrestande miljöer som ställer höga krav på våra kläder. Vi använder alltid slitstarka kläder och ofta med svart som bas för att maskera smutsen.

För både användarsäkerheten och signalvärdet är det viktigt att våra arbetskläder används hela och i vårdat skick.

Här visas exempel på hur symbolen och logotypen kan placeras på olika typer av plagg.

### Symbolen som dekorelement

I vissa fall kan det passa att använda symbolen som förstärkande avsändare, t.ex. på byxben eller sidan på en hjälm.



# Kläder

## Kontor & fritid

Att blanda profolfärgerna på våra kläder som används på kontor och fritid ger ett genomtänkt och professionellt intryck. En grön vindjacka gör sig bra tillsammans med en vit t-shirt t.ex.

Det är en självklarhet att våra kläder används hela och i vårdat skick.



### Mönstertryck

Kombinera gärna basplaggen med t.ex. en buff i ByggPartners grafiska mönster. Ett mjukt och lekfullt komplement.



# Korresponderstryck

ByggPartners korrespondensmaterial och kontorstryck är rena och användbara. Vi använder våra två primära gröna färger samt vitt.

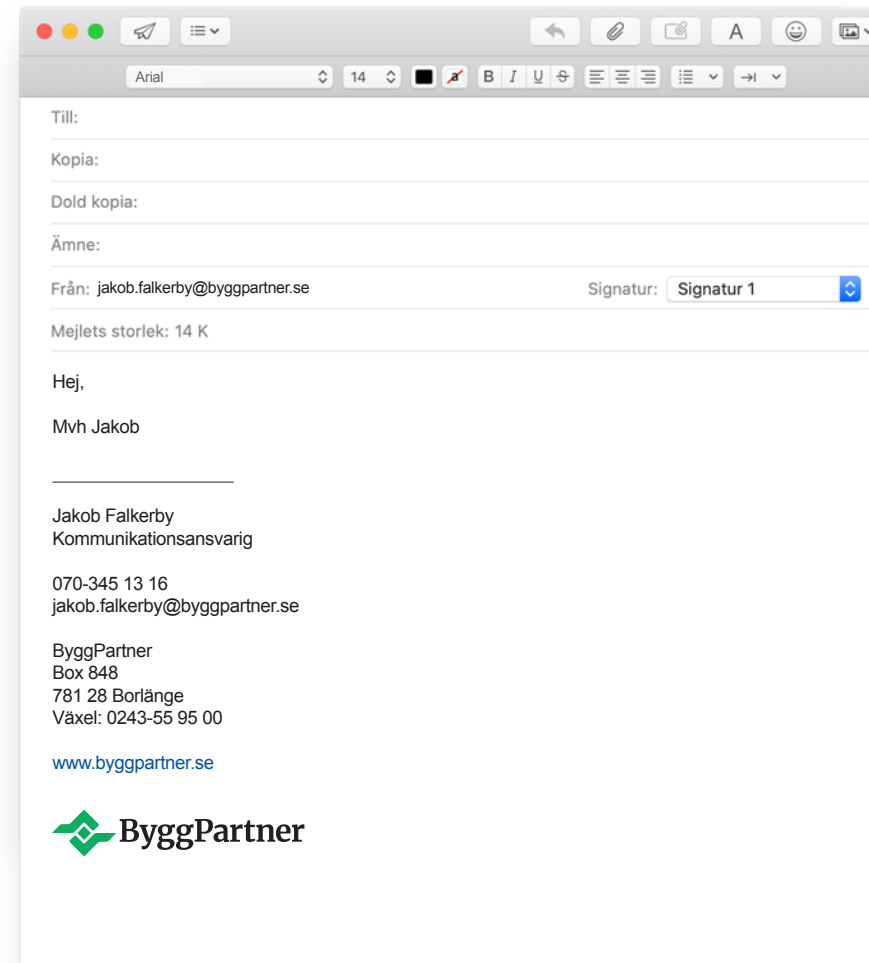


# Mailsignatur

Våra mailsignaturer ska vara enhetliga över hela bolaget och följa samma mall på uppställning.

## Använd standardtypsnittet

Se till att använda mailprogrammets standardtypsnitt för att inte mottagarens mailfilter ska protestera.



# Profilprodukter

ByggPartners logotyp och profil kan appliceras på många olika produkter. Tänk på att grön genomgående ska vara vår bärande färg och att företaget som ska ta fram produkter får ta del av hela manualen.

När vi tar fram profilprodukter tänker vi till vad gäller material, kvalitet och hållbarhet så att vi håller oss till våra värderingar och skapar produkter vi kan stå för.







# Marknadsföring

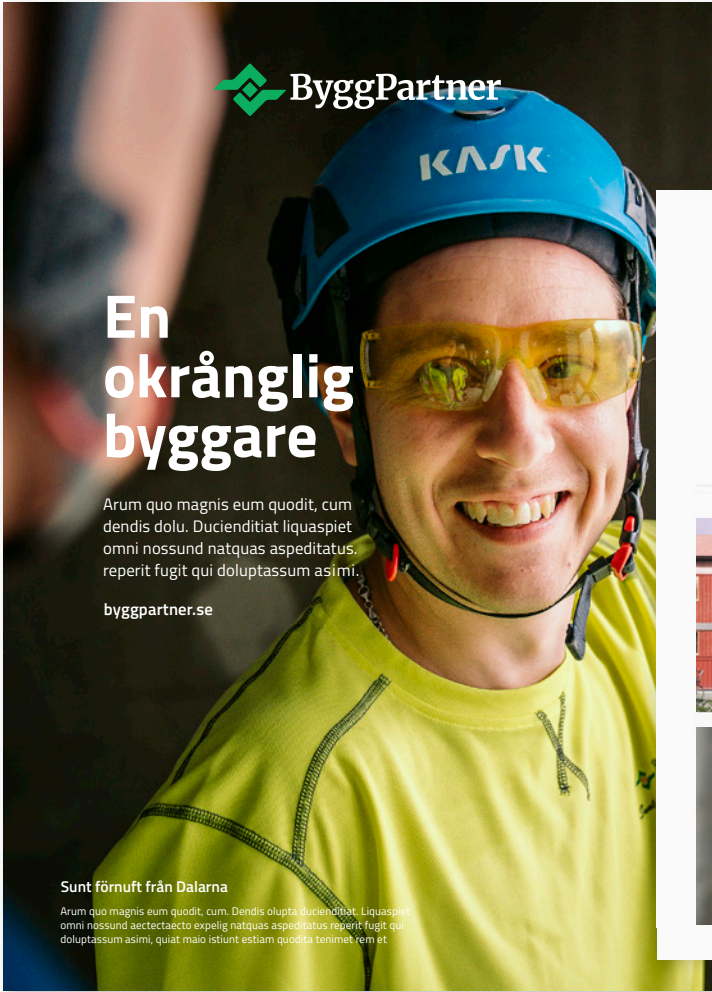
All kommunikation bygger vårt varumärke i mottagarens medvetande. Därför är det viktigt att vara konsekvent och genomtänkt i allt vi gör.

När vi kommunicerar och bygger vårt varumärke i vår fysiska och digitala omgivning vill vi ladda det med rätt associationer. Det gör vi genom att uttrycka våra värderingar och personlighet i bildmanér och text.

Ta gärna inspiration från det vi visar i manualen och tänk på att följa de riktlinjer som finns.

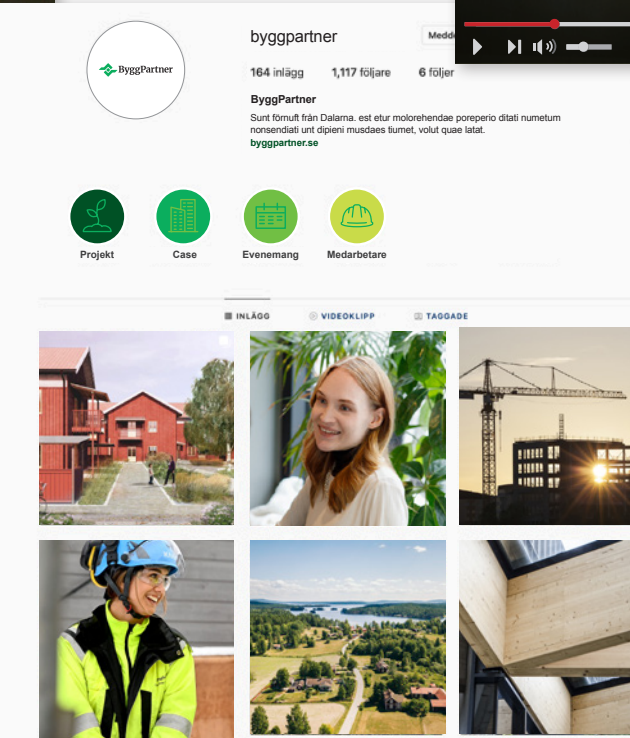
### Det här är ByggPartner

Vid t.ex. annonsering kan det vara bra att ha en såkallad "Mission Statement-text" - en kort förklarande text som ringar in vår affärsidé, vision och värderingar.



### Sociala Medier

Se till att vara konsekvent med t.ex. profilbild och presentation i sociala digitala kanaler.



### Film och rörligt

När vi skapar filmer och animerade presentationer gäller samma regler som för all annan grafisk produktion.





