



Upplands Väsby kommun

Grafisk profil

SENAST UPPDATERAD 2019-06-20



Innehåll

- 3 Vår grafiska profil**
Mål och syfte med vår kommunikation.
Kommunens vision och flerårsplan.
- 4 Logotyp och vapen**
Bakgrund. Historia. Frizon. Storlek. Vapen.
- 6 Profilfärger**
- 7 Typografi**
Rubrik – Gill Sans. Brödtext – Adobe
Garamond. Typografi övrigt.
- 8 Swoosh**
Grafiskt element. Swoosh vid samarbeten.
- 10 Platslogotypen hjärtat**
Platslogotypen för samarbete och samverkan
- 11 Fotografi och bildspråk**
Bildbank. Bildbyrå. Idébilder. Rättigheter.
Samtycke/GDPR. Verksamhetsbilder.
- 12 Illustration**
Bildbank.
- 13 Papper**
Huspapper. Format. Miljömärkning.
- 13 Tonalitet i text**
Klarspråk.
- 13 Skrivregler**
- 14 Verktyg**
Mallverktyget Brandgate. PowerPoint,
Word och Excel.
- 16 Våra kanaler**
- 17 Kommunens skyltar**
Skyltform. Rutiner vid skyltbeställning.
- 18 Profilerings utan egen logga**

Detta dokument ska fungera som ett arbetsredskap, ett stöd, i arbetet med material och kommunikation från Upplands Väsby kommun. Dokumentet är under ständig anpassning och kommer därav revideras undan för undan för att bli så komplett som möjligt.

Den grafiska profilen ligger under "Kommun och politik, Press- och informationsmaterial": upplandsvasby.se samt under "Service, support och stöd" på Insidan. På webben hittar du alltid den senaste uppdaterade pdf versionen av den grafiska profilen.



Vår grafiska profil

Allt kommunicerar, oavsett om vi är medvetna om det eller ej. Förutom själva orden ger formen, tonläget och kroppsspråket viktiga signaler till den helhet som mottagaren uppfattar. Därför ska vi i Upplands Väsby kommun vara noggranna med vad och hur vi kommunicerar. Inte minst när vi kommunicerar i skrift, eftersom det skrivna tolkas olika beroende på läsaren. Därför finns en kommunikationspolicy (länk) med riktlinjer för hur vi tillsammans skapar god kommunikation. Den ska säkerställa demokratisk insyn, transparens och god information för medborgarna och invånarna samt bidra till intern effektivitet, stolta medarbetare och stolta Väsbybor.

Ordet ”communicare” betyder på latin ”göra gemensam”, vilket är precis vad kommunens uppdrag och roll är; att göra vår gemensamma plats ännu bättre.

För att också det grafiska uttrycket ska hänga ihop och göra kommunen som avsändare tydlig finns en grafisk profil.

En grafisk profil finns för att ge Upplands Väsby kommun ett gemensamt ansikte utåt. Profilen hjälper oss att göra kommunikationen med Väsbybor, företag och organisationer så tydlig som möjligt.

Vårt mål är att allt material som kommer från oss ska ha en struktur där namn, logotyp och färger visas på ett enhetligt sätt. Bilderna vi väljer och språket vi använder ska ge mottagaren en enhetlig och positiv bild av Upplands Väsby kommun.

Riktlinjerna i den grafiska profilen gör det enklare att underhålla och stärka arumärket Upplands Väsby kommun. Om du har frågor om den grafiska profilen kan du kontakta kommunikationsenheten: kommunikationsenheten@upplandsvasby.se.

Mål och syfte med vår kommunikation

I nästan varje möte mellan människor talar folk om var de bor och var de jobbar. Två tillfällen i alla möten då de kommunanställda, invånarna, företagen och alla som pendlar in till Väsby för att jobba varje dag, med stolthet ska ha något intressant att berätta om Väsby. Detta är det övergripande målet med kommunens kommunikation: Stolthet över Väsby!

Syftet med kommunikationen är att:

- Medborgarna ska vara välinformerade och enkelt ha tillgång till relevant, korrekt, snabb och saklig information.
- Bidra till att förverkliga kommunens mål.
- Göra Upplands Väsby kommun tydligare, starkare och mer framgångsrik.
- Göra Upplands Väsby kommun mindre sårbar och starkare i kriser.
- Underlätta och förenkla arbetet i alla delar av kommunen, både för de kommunanställda, för politikerna, för medborgarna och för de som verkar i näringslivet.
- Involvera medborgarna så att de aktivt kan påverka och bidra i utvecklandet av kommunen.

Rätt nyttjad blir kommunikationen en drivkraft för Upplands Väsby utveckling.

Kommunens vision och flerårsplan

Kommunikation är ett verktyg för att nå kommunens vision. Upplands Väsby arbetar efter en vision som heter Vision Väsby stad 2040, där färgstarka människor möts. Visionen har tagits fram i samverkan med olika intressegrupper i kommunen och antogs i kommunfullmäktige 2013. Visionen kan sammanfattas i fem rubriker:

- 63 000 Väsbybor har rätt
- Ett lärande Väsby
- Väsby ligger rätt
- Väsby vågar och gör
- Väsby tänker längre

För att förverkliga visionen finns en flerårsplan som uppdateras och revideras varje år. I flerårsplanen sätts konkreta och mätbara mål för kommunens hela verksamhet vilka därefter konkretiseras ytterligare i varje kontors egna verksamhetsplaner. Kommunikation är ett viktigt verktyg på alla nivåer i dessa processer. Information om Upplands Väsby kommuns flerårsplan: upplandsvasby.se/fap.



Logotyp och vapen

Bakgrund

Upplands Väsby kommuns logotyp är den främsta symbolen för vår organisation. Logotypen består av kommunvapnet och texten ”Upplands Väsby kommun”. Vapnets färger är heraldiskt blått och vitt.

Logotypen ska finnas med på allt material där kommunen står som avsändare. Den stående varianten av logotypen i blått, vitt eller svart ska i första hand användas. Logotyp i vitt placeras in i vårt grafiska element, swooshen är 100% i våra profilmfärg, se sida 8.

Historia

Kommunvapnet antogs den 1 januari 1952. Kungl. Maj:t har fastställt kommunens vapen. Den korskrönte kyrkan i vapnet påminner om de tre socknarna (Eds, Hammarby och Fresta församling) och kugghjulen symboliserar industrierna som kom till Upplands Väsby i början av seklet.

Kommunvapnet är mönsterskyddat och kan inte ändras utan tillstånd av Riksheraldikern. Logotypen får inte användas av någon annan än kommunen utan särskilt tillstånd.

Primär logotyp, en-färg



Blå



Vit (negativ) på färgplatta



Svart

Liggande logotyp, endast i specifika sammanhang



Logotyp vid specialtryck, endast i specifika sammanhang





Frizon logotyp (minimum)

Frizonen anger hur nära vår logotyp får placeras mot en ytterkant, ett textblock, en annan logga eller grafiska element.

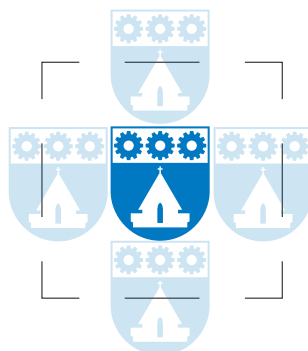
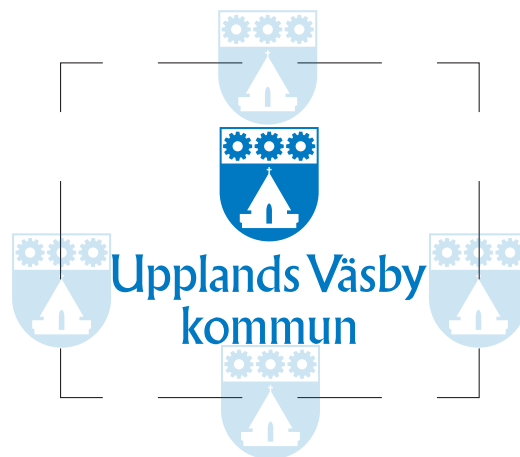
Frizonen är ett minimum, ju mer fri yta som finns runt logotypen, desto tydligare framträder den. Frizonen ska minst motsvara hälften av sköldens bredd och höjd. Se anvisning nedan.

Storlek

Vår logotyp är utformad för att kunna användas i de flesta sammanhang och storlekar. För att logotypen inte ska upplevas som otydlig finns dock en minsta tillåtna storlek, logotypen bör inte understiga 30 mm i bredd.

Vapen

Vi kan välja att bara använda vapnet. Samma frizon, färg och övriga regler gäller då.





Profilfärger

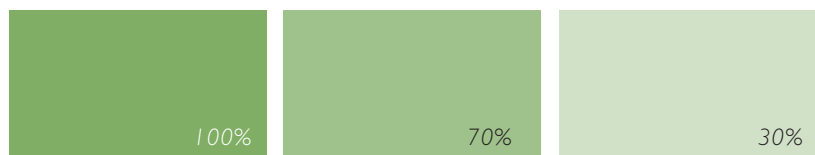
Upplands Väsby kommuns grafiska profil har fem profilfärger som i sin tur får användas i tre färgtoner. Vid vit text måste färgtonen vara 100 % för bästa läsbarhet. Färgen heraldisk blå från kommunvapnet används

endast vid direkt och samlad samhällsinformation från kommunen, t.ex. helsidesannonsering i lokalpress, brevpapper, namnskyltar och visitkort. Specialtryck används på till exempel pins.

Färgkoder, profilfärgerna används i procenttalen 100%, 70% eller 30%.

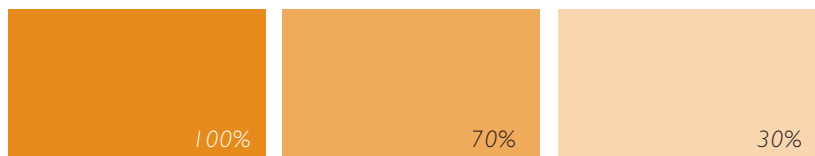
GRÖN

CMYK 44/0/71/18
RGB 141/176/94
PMS 377
Webb #92b461



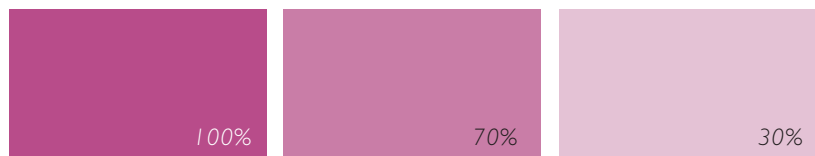
ORANGE

CMYK 0/50/100/7
RGB 230/139/0
PMS 145
Webb #e98d00



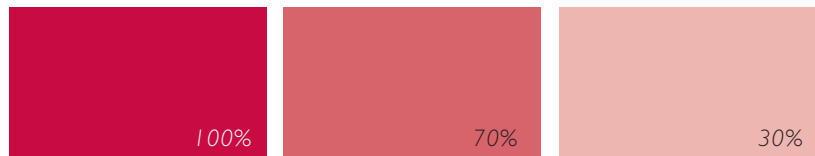
CERICE

CMYK 10/78/0/18
RGB 190/76/134
PMS 240
Webb #be4c86



RÖD

CMYK 0/100/59/17
RGB 199/5/61
PMS 200
Webb #c9023c



TURKOS

CMYK 70/0/20/34
RGB 33/139/154
PMS 3145
Webb #388e9a



Färgen heraldisk blå används i specifika sammanhang. 2-färg endast vid specialtryck.

BLÅ

CMYK 100/44/0/0
RGB 0/110/199
PMS 300
Webb #007bbb



SILVER/GRÅ

CMYK 0/0/0/30
PMS 877



Typografi

Rubrik – Gill Sans

För rubriker, ingresser och andra kortare texter som faktarutor samt avsändar- och kontaktinformation. Det används också i tabeller, diagram och bildtexter. Kursiv kan användas för att framhäva vissa ord eller stycken. Siffran 1 kan vid önskemål bytas ut till typsnittet Arial.

Brödtext – Adobe Garamond

För brödtexter. De kursiva och feta varianterna använder vi sparsamt då vi vill framhäva vissa ord eller stycken. Lämplig storlek i brödtext är 10–12 punkter och i bildtext och adressuppgifter är det 8,5–11 punkter. Radavståndet i brödtext bör vara två punkter större än graden (storleken) på texten.

Gill Sans MT Pro OT

Gill Sans MT PRO Light
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Gill Sans MT Pro Medium
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Gill Sans MT Pro Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Gill Sans MT Pro Medium Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Adobe Garamond Pro

Adobe Garamond
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Adobe Garamond Pro Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Adobe Garamond Pro Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Typografi övrigt

Om vi inte har våra typsnitt installerade använder vi Arial för rubrik och Times New Roman för brödtext.

E-post

I e-post ska signaturen sättas i typsnittet Arial i 10px. Mall för hur kommunens enhetliga signatur bör skrivas finns på insidan.

Word och Excel

I Word och Excel används Arial och Times New Roman. Mallar finns även i våra typsnitt.

Kompletterande typsnitt

Kommunikationenheter kan vid behov använda kompletterande typsnitt.

PowerPoint

I PowerPoint (PPT) används Arial. Mallar finns även i Gill Sans MT Pro, vårt typsnitt.



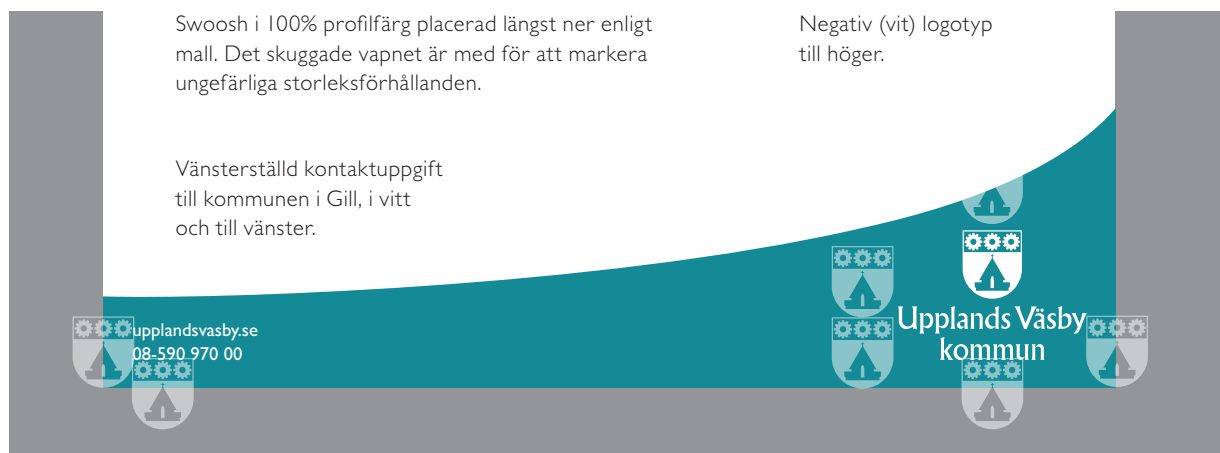
Swoosh

Grafiskt element

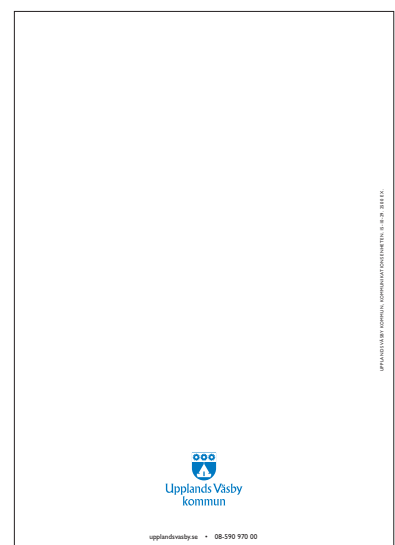
Vi använder ett grafiskt element, en swoosh, för att spegla vårt fokus på färgstarka, dynamiska människor. Swooshen ska finnas med på första sidan på allt material från kommunen för att öka igenkänning. Swooshen ska vara i någon av våra profilmfärger, i 100 %,

med en vit kommunlogotyp och med våra avsändaruppgifter.

Mallar för exakt placering av swoosh finns både i InDesign och i mallverktyget Brandgate, se sida 14. PowerPoint och Word-mallar finns för nedladdning.



Användning swoosh



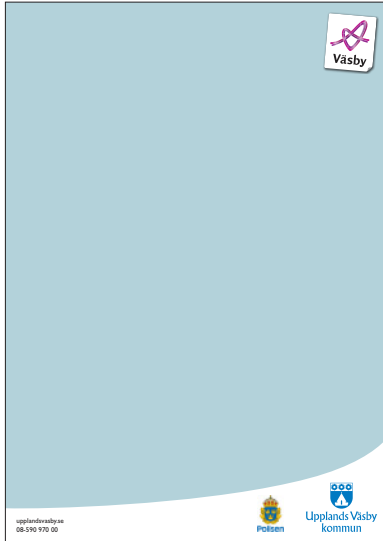
Framsida flyer och rapport: Vit logotyp placerad i swoosh i 100 % profilmfärg. Kontaktuppgift i vitt till vänster. InDesign mallar finns hos Kommunikationsenheten.

Baksida: Centrerad blå logotyp. Samma storlek som logotyp på framsida. Kontaktuppgift i Gill Sans Pro centrerat under i svart.



Swoosh vid samarbeten

Vid samarbeten är swooshen vit och logotypen blå för att samarbetande logotyp också ska kunna vara i färg. Placera samarbetande logotyp till vänster om vår logotyp, se nedan.



Blå logotyp placerad i vit swoosh. Samarbetande logotyp till vänster, utanför logotypens frizon.

Är det fler än två samarbetande logotyper kan alla logotyperna placeras tillsammans på en vit yta över swooshen, se exempel nedan. Platsmärket kan även användas, se anvisningar sida 10.

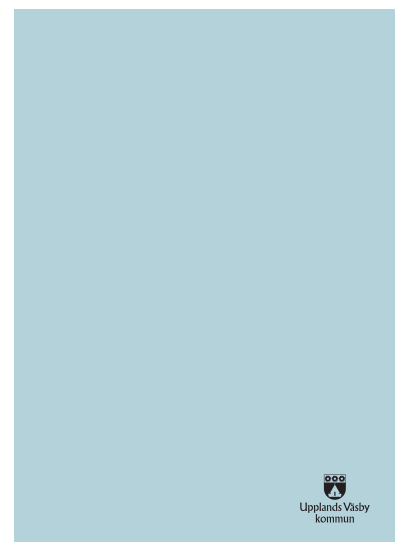
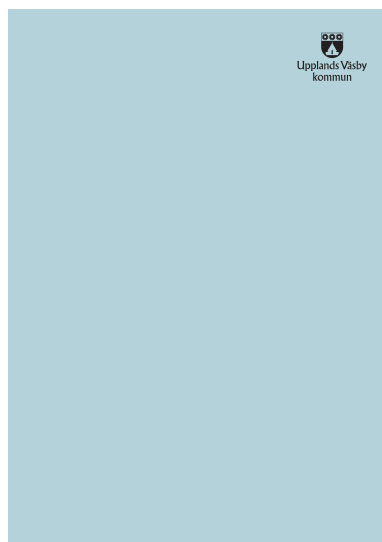
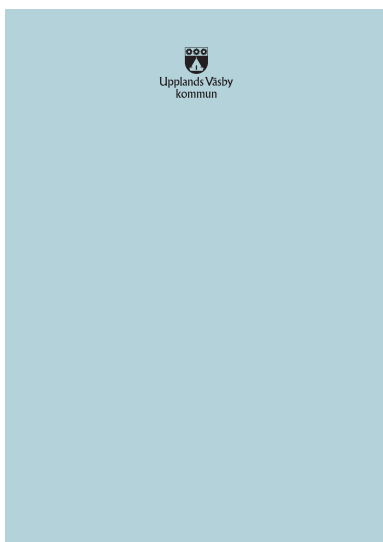


Vid flera logotyper rekommenderar vi att de placeras tillsammans på en vit färgplatta över swooshen. Swooshen kan då vara i en av våra profilm färger.

Placering av logotyp eller vapen, utan swoosh

Om logotypen ska placeras utan swoosh kan du välja att ha den i svart, vitt eller blått och placera den enligt 1. centrerad överst eller underst, eller enligt 2. i övre

eller nedre högra hörnet. Placera alltid logotypen så att avståndet till kant på pappret/ytan är lika långt från två håll (frizone).





Platslogotypen hjärtat

Platslogotypen för samarbete och samverkan

Platsvarumärket, hjärtsymbolen, har tagits fram (2009) i bred samverkan med en mängd olika aktörer och intressenter i Väsby. Den kan användas av alla som vill i Väsby och när kommunen arrangerar eller gör saker i samverkan med, eller tillsammans med, andra. Den appliceras i övre högra hörnet som en tydlig symbol för att visa att det är ett gemensamt initiativ. Mallar finnes.

Att göra allt grafiskt material enkelt, tydligt och med så få komponenter som möjligt är alltid det bästa. Oftast är en enda logotyp tydligast och får då starkast genomslag. Därför används inte flera olika logotyper när kommunen är ensam avsändare. I andra lägen, då kommunen samverkar med andra myndigheter, organisationer eller företag kan det bli starkare att visa de medverkandes logotyper samt samverkanslogotypen, platslogotypen, hjärtat.

Kommunikationsenheten har mall för placering.

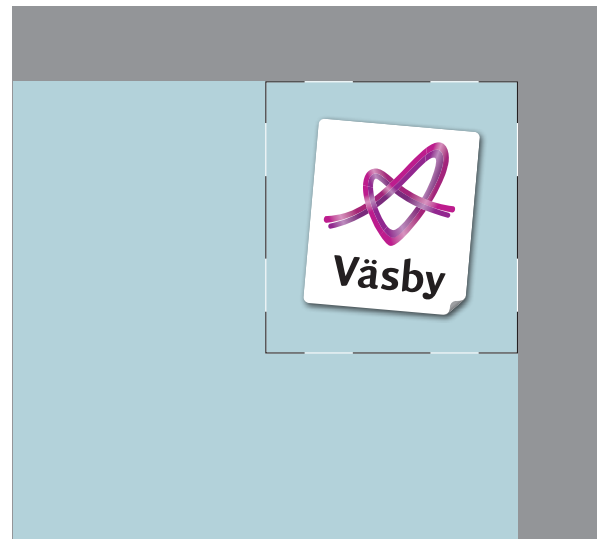


Placering



Vid samarbeten placeras platslogotypen enligt skiss uppe i höger hörn.

Frizon





Fotografi och bildspråk

Våra bilder ska spegla att den kommunala verksamheten är till för invånarna. Välj därför bilder som visar aktiva människor och företrädesvis bilder som är tagna i Väsby. Bilderna ska visa mångfald och inkludera individer med olika kön, etnicitet, kultur, funktion, ålder, utseende, yrke och så vidare. *"En bild säger mer än tusen ord"*.

Bildbank

Vår bildbank heter idag Qbank. Där finns alla bilder som vi har köpt eller fotograferat lagrade. Bildansvarig ansvarar för bildbanken och respektive kommunikatör ansvarar för att lägga upp sina verksamhetsbilder. Det är viktigt att fotografens namn och bildens rättigheter framkommer i beskrivningen i bildbanken. Om du har ett foto som du vill ladda upp i bildbanken kontakta Kommunikationsenheten.

Bildbyrå

Vår bildbyrå heter idag Mostphotos där kan vi köpa 100 bilder i månaden. Log-in och lösenord delas inte ut. Många bilder från Mostphotos ligger i vår bildbank. Önskar du att en speciell bild ska laddas ned från Mostphotos och upp i Qbank kontaktar du Kommunikationsenheten.

Idébilder

Ibland behöver vi bilder som tydligt visar en kyrka, en runsten eller en robot. Då väljer vi en bild som vi tror kan väcka intresse och som visar det vi vill berätta utan att den blir tråkigt redovisande.

Rättigheter

Fotografens namn ska alltid finnas med brevid fotot vid publicering. Fotografens namn och avtalad tid för användning av bilden ska finnas samlad i informationen om bilden i vår bildbank.

Samtycke/GDPR

En samtyckesblankett från de personer som är med i bild ska bifogas bilden och ligga länkad som en pdf brevid bilden i bildbanken.

Verksamhetsbilder

I material som ska inspirera och påverka, väljer vi bilder på aktiva och engagerade människor. Använd bilder som väcker intresse och berör. Var inte rädd för att använda bilder som visar udda vinklar, detaljer eller som är oskarp i vissa delar av bilden.

Exempel



Foto: Mostphotos, bildbyrå bild.

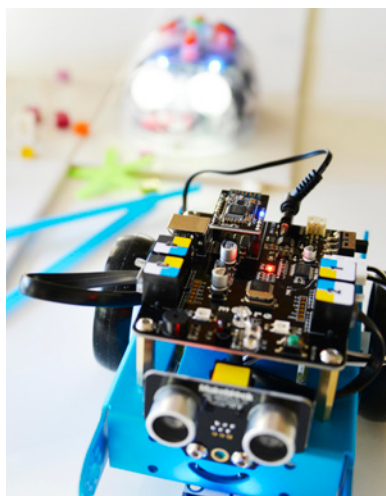


Foto: Upplands Väsby kommun.
Robot från Makerspace, UBK.



Foto: Rosie Alm. KFK.



Illustration

Illustration och infografik kan vara ett alternativ till ett fotografi. De illustrationer vi använder ska vara professionella och ska alltid tas fram i samarbete med kommunikationsenheten. Fria ClipArt-bilder ska varken användas på webben eller i grafisk produktion. Illustratörens namn ska finnas med bredvid illustrationen.

Bildbank

Illustrationer läggs liksom alla våra bilder in i vår bildbank och markeras med användarområde samt användningsrättigheter.

Exempel



Illustration: Malin Koor. Vi har endast rätt att använda dessa illustrationer för främjande av barnkultur i 3 år from oktober 2017). Beställare KFK.

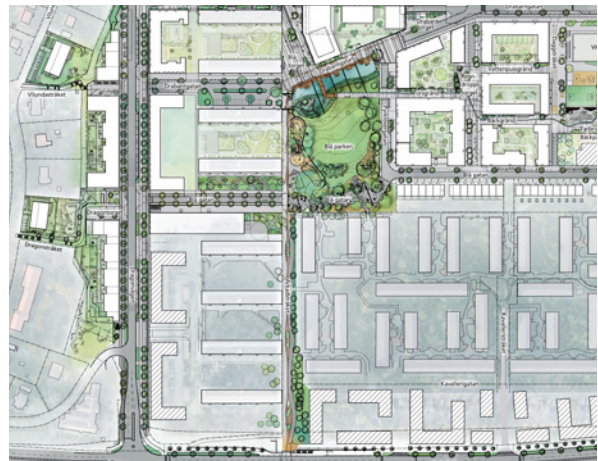


Illustration: Funkia. Beställare Fyrklövern, KSB.



Ikoner till skyltar för Väsby Friluftsområde – Kairo, Sättra, Runby för KFK. Grafiker: Ateljé Altmann, 2018.

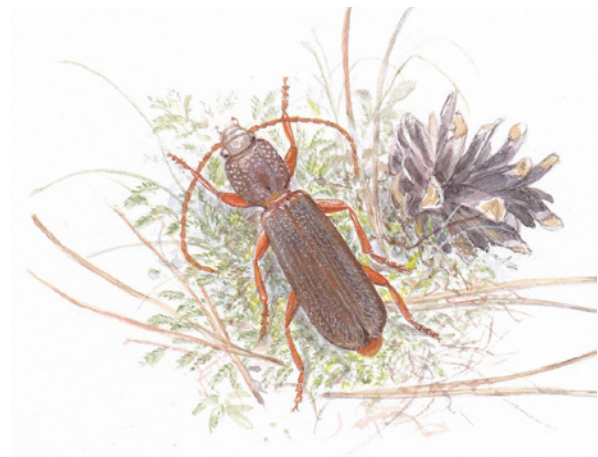


Illustration: Bo Mossberg. Reliktbock för information om Norra Törnskogens naturreservat, 2018.



Papper

Den politiska ledningen har beslutat att Upplands Väsby ska vara en miljöcertifierad kommun. Enligt kommunledningskontorets handlingsplan för att uppnå målet och minska miljöpåverkan ska därför volymen trycksaker minskas.

Huspapper

Våra huspapper är det bestrukna Tom&Otto Silk och det obestrukna Scandia 2000 white. Pappersprover i olika gramvikt finns på kommunikationsenheten.

Rekommendationer på gramvikt: Flyer och folder: cirka 130–150g. Vykort: 250–300g. Broschyr: omslag cirka 170–210g, inlaga 130–150g. Vårt upphandlade tryckeri rekommenderar och skickar gärna prover på olika gramvikter.

Format

I första hand används stående A-format för trycksaker. Undantag kan göras för trycksaker som är enkel- eller dubbelsidiga. Över A3 används storformaten 50x70cm och 70x100cm. Vi har valt enhetliga format för miljön (minska pappersspill) och för att förenkla produktion.

Miljömärkning

Våra upphandlade tryckerier är miljöcertifierade.



Tonalitet i text

Klarspråk

Språkrådet som arbetar för att offentliga aktörer ska uttrycka sig värdat, enkelt och begripligt har tagit fram riktlinjer för myndigheters texter, Klarspråk. Läs mer om [Klarspråk här](#).

På samma sätt som de bilder vi använder ska spegla vad kommunen står för ska våra texter också göra det. De ska vara tydliga och svara på läsarens outtalade fråga: ”Vad betyder det här för mig?”. Undvik därför krångliga, byråkratiska formuleringar. Var försiktig med adjektiv och adverb. Tonläget kan förstås variera i olika sammanhang. Ibland vill du i första hand informera och ibland inspirera. Självklart ska du använda ett enkelt och korrekt språk anpassat till sammanhanget och den aktuella målgruppen. Tänk på att det är en person

som läser texten och vänd dig därför alltid till en person när du skriver.

Informera texter bör vara raka. I inspirerande texter kan du använda ett mer känslomässigt tilltal.

Exempel på informera text: ”Utmaningen för Upplands Väsby kommun de närmaste åren är att fortsätta förnya den politiska färdriktningen.

Arbetet framåt ska präglas av att öka människors egenmakt, ökad valfrihet och större tillgänglighet inom välfärdssektorn.”

Exempel på inspirerande text: ”Det är precis så här de vill ha det. De har nyss flyttat hit och älskar stadens och dynamik, atmosfären samt den sköna mixen av bostäder, butiker, restauranger, kultur och service.”

Skrivregler

Några av kommunens skrivregler hittar du här:

- <https://insidan.upplandsvasby.se/arbetsstod/kommunikation/skrivregler.html>
- <https://insidan.upplandsvasby.se/download/18.3a6be82514c20875de73c3/1426501925807/Myndigheternas+skrivregler+-+%C3%85ttonde+upplagan.pdf>



Verktyg

Mallverktyget Brandgate

Vi har ett mallverktyg för framtagning av enklare grafiskt material. Du hittar Mallverktyget Brandgate via Insidan (under verktyg). Mallarna justeras kontinuerligt.

Vi kan även ta fram ytterligare mallar efter specifika behov och önskemål. De betalas av respektive kontor och kan sedan användas av alla.

Om du har frågor eller vill gå en kurs i mallverktyget kan du höra av dig till Kommunikationsenheten.

Mallar i Brandgate:

- Nyhetsbrev, dubbelsidig, A4 (en- eller tvåspalt)
- Inbjudan, enkelsidig, A4
- Folder, fyra sidor, A5, 4 sidor.
- Affisch, A3
- Skärmmanns i Messingen, 1920x1080px
- Diplom (med eller utan länk till excel)
- Byggskylt 90x90cm.
- A5 Flyer
- A4 Faktablad

Exempel på mallar



Skärmmanns för bildskärm i Messingen, reception och i centrum.



Byggskylt, 99x90cm.



A3-affisch.



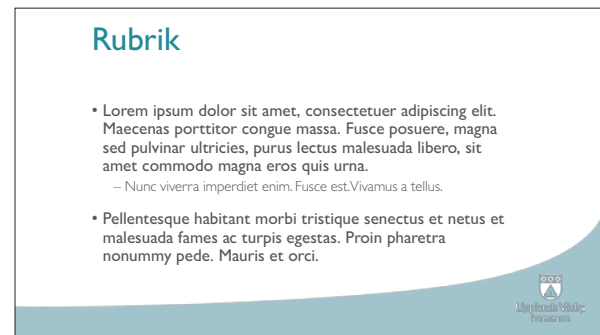
PowerPoint, Word och Excel

PowerPoint-, Word- och Excel-mallar i våra profilmfärger, med och utan våra typsnitt. Våra profilmfärger och typsnitt i exempelvis tårtdiagram följer lätt med från excel in i både PPT och word.

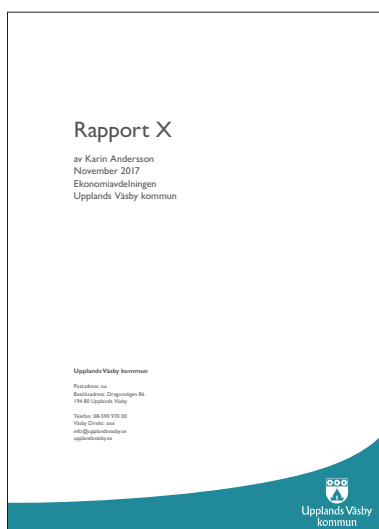
Mallarna laddas ner från vår interna webb, där också våra typsnitt finns för nedladdning. Word mallarna är till för enklare rapporter, rapportframsidor och enklare faktablad, mm.

Viss tillgänglighetsanpassning (EU direktivet) har de mallar som följer rubriknivåerna h1, h2, osv. Pdf'er bör innan de läggs ut på vår webb granskas så att de följer direktivet, se anvisningar "[Guider för att skapa tillgängliga dokument](#)" på Insidan. Vid osäkerhet kontakta Kommunikationsenheten.

PowerPoint-mall



Word-mall



Excel-mall, med bla våra profilmfärger



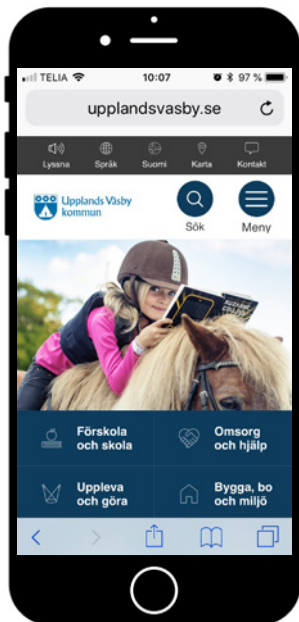
Våra kanaler

Vi når ut med information till medborgare, organisationer och företag via kanaler som t.ex. tryckt material som rapporter, tidningar, kampanjer, broschyrer, affischer, annonser, visitkort, mässmontrar, informationsskyltar, vägskyltar och profilprodukter. Vidare använder vi digitala kanaler som kommunens webbplatser, intranät,

e-tjänster, skärmannonser, sociala medier samt film. Vi når också ut genom personligt bemötande, telefon, brev och mail.

Allt ska hänga ihop via en stark grafiska profil för att visa upp Upplands Väsby kommun på ett tydligt och bra sätt.

Exempel på våra kanaler





Kommunens skyltar

Skyltform

Använd kommunens typsnitt Gill Sans Pro och placera kommunloggan i nedre höger hörn och ev kontaktuppgift i nedre vänster hörn. Swoosh kan användas.

Hög kontrast mellan text och bakgrund är avgörande för läsbarheten samt storleken på texten. Testa textstorlekar på olika avstånd innan du beställer skylten. Rekommenderad textstorlek för läsbarhet på 2 m avstånd: rubrik minst 72 pt och brödtext minst 23 pt.

Skyltens storlek bestäms av hur mycket information som ska finnas på skylten, på vilket avstånd skylten ska kunna läsas och vart skylten ska sitta.

Enhetliga ikoner och symboler kan finnas hos Kommunikationsenheten. Naturvårdsskyltarna har egna.

Kartunderlag beställas av Kart- och GIS-enheten, de kan även anpassa kartor efter behov.

Rutiner vid skyltbeställning

1. Rådfråga Kommunikationsenheten när du ska ta fram en ny skylt.
2. Tänk igenom vilken information du vill ha på skylten. Förbered text och ev illustration/foto.
3. Bestäm storlek på skylten.
4. Använd mallverktyget Brandgate om skylten ska vara under 1x1 meter.
5. Ska skylten vara större än 1x1 m, kontakta upphandlade kommunikationsbyrå (se avtalsdatabasen på Insidan). Storlek på skylt anges i bredd först och sedan höjd, i hela centimeter.
6. När du har ett färdigt korrektur så kan du beställa skylten hos upphandlade skyltproducent.
7. Glöm inte att beställa klotterbehandling av skyltar som ska sitta utomhus.

Exempel utomhusskylt



Infoskylt med karta, 45 x 60 cm, bockad plåt.

Infoskylt A4, bockad plåt.

Exempel inomhusskylt



Hänvisningsskylt för inomhusbruk som pappersutskrift monteras i "välvd plåttram", se de exempel som finns i kommunhuset.

Exempel fasadskylt



Fasadskylt, bockad plåt. Skolorna har valt att alla fasadskyltar ska tryckas i en-färg, i 80 % svart. Format: max 60 cm i höjd, längden utgår från namnets längd.



Profilering utan egen logga

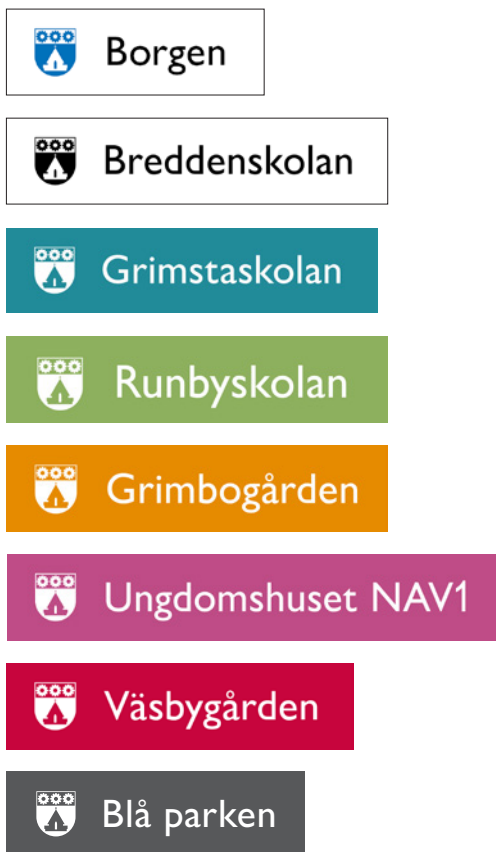
Enhetlig placering av vapen och namn i kommunens profilfärger, istället för div. egna loggor, visar på gemenskap, stabilitet och ger en enhetlig och tydlig bild av kommunen som avsändare.

Sätt namnet i Gill Sans Pro i versal/gemen. Vapnet till vänster + namn. Färgplatta i vit, grått (80% svart) eller i en av profilfärgerna i 100%. Verksamheterna

kan själva välja vilken av profilfärgerna de vill använda. Skolorna har valt att arbeta med endast ett fåtal av profilfärgerna för att stärka deras samhörighet och därmed igenkänning.

Vi har endast ett fåtal fristående loggor kvar i kommunen: Väsby stöd och omsorg, Gunnes gård, Messingen och Väsby nya gymnasium.

Exempel "vapen + namn" till Kommunala verksamhet, dvs i kommunal regi



Placering av namn enligt denna skiss på en A4-framsida, kan göras i Brandgate. Vapnet behöver inte sitta framför namnet om trycksaken redan har vår logotype.

Förslag till enhetliga Gata- och parkskyltar med vit text på grå färgplatta (80% svart).

Exempel "vapen + namn" till Fristående utförare och Kommunal utförare



Vid behov lägg till texten "Kommunal utförare" eller "Utförare åt" under namnet tillsammans med logga/vapen nere i höger hörn, se skiss.



Upplands Väsby
kommun