

Kommunal.

VÅR VISUELLA IDENTITET

Innehåll

Vi är Kommunal	5
Logotyp	6
Typsnitt	8
Färger	10
Bilder	12
Layouter	14
Mönster	16
Skyltar	18
Flaggor	20
Papper	21

Vi är Kommunal. Varje dag.

Över en halv miljon medlemmar runt om i hela landet. Med viktiga jobb, värda att älska, dygnet alla timmar. Inom fler än 230 yrken.

Vi är Kommunal.

Tillsammans bemannar vi den välfärdsmotor som får Sverige att fungera, de ekonomiska hjulen att snurra och människors liv att gå ihop. Dygnet runt, varje dag på året.

Vårt varumärke formas i medlemmarnas tankar om oss. Hur upplevs mötet med Kommunal? Vad säger vi och vad gör vi? I vilken förpackning reser våra idéer? Det spelar stor roll.

För att vi ska uppfattas likartat runt om i landet har vi en gemensam visuell identitet och en grafisk manual som stöd i vårt dagliga arbete. Här kan du läsa mer om de olika delarna i den.

1 Logotypen

Kommunal.



2 Friutrymme



3 Minsta storlek

Kommunal.
16 mm



4 Logotypens färg



PMS 186
CMYK: 0 100 80 0

Logotypen är vår främsta identitetsbärare, vårt viktigaste verktyg för kommunikation. Genom att konsekvent följa dessa riktlinjer varje gång vi använder logotypen förstärker vi bilden av *ett* Kommunal.

1. Logotypen

Logotypen finns i två varianter, antingen röd eller vit (negativ). När den är vit ligger den alltid mot röd botten. Den röda profilbärande färgen är PMS 186. För tydlighetens och identifikationens skull ska vi helst använda logotypen i färg. Finns det inte möjlighet att använda färg kan den i undantagsfall visas svart eller vit på svart botten. Varianter av logotypen kan laddas ner från varumarke.kommunal.se

2. Friutrymme

Friutrymmet är ytan kring logotypen som ska vara fri från övriga objekt, så som texter, bilder och illustrationer. Utrymmet är till för att säkerställa en tydlig exponering av logotypen. Höjden på bokstaven "K" i logotypen används

för att bestämma hur stort friutrymmet ska vara. Här visar vi det minsta tillåtna friutrymmet runt logotypen. Det får således vara större, men aldrig mindre. I regel kan man säga, att ju större utrymme kring logotypen, desto större uppmärksamhet får logotypen/avsändaren.

3. Storlek

Logotypens storlek bestäms bland annat av dess omgivning och sammanhang. Minsta tillåtna storlek på Kommunals logotyp är 16 mm bred. Logotypen får inte under några omständigheter ändras i form eller proportion, den ska alltid visas i sin helhet.

Kuriosa

Kommunals logotyp är skapad utifrån typsnittet Neue Haas. De första vikterna

av Neue Haas Grotesk utformades 1957 -1958 av Max Miedinger. Typsnittet har senare ritats om och förfinats till den version vi ser idag. Ett modernt men klassiskt typsnitt som hjälper till att skapa en stabil, lättläst ordbild med folklig känsla. Stapeln på K är delat för att skapa ett eget uttryck. Ett K som inte ser ut som andra och kan leva på egen hand som till ex. avatar i digitala medier.

Den ihålliga punkten

Samverkan, famn, helhet, möte och överenskommelse, eller helt enkelt oändlighetens form, en sak är säker, cirkeln är världens mest grundläggande form och en av de former som väcker mest glädje, och värme världen över. Läs mer om hur vi inspirerats av ringen längre fram och på varumarke.kommunal.se

Använd endast de digitala vectoriserade original på logotypen som finns att ladda ner från varumarke.kommunal.se

1 Georgia | Rubrik- och budskapsbärande men även långa brödtexter.

Georgia bold 22 pt

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz @#%&!/? 1234567890 14/20 pt

Georgia Regular 22 pt

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz @#%&!/? 1234567890 14/20 pt

Georgia Italic 22 pt

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz @#%&!/? 1234567890 14/20 pt

2 Trebuchet | Mellanrubriker, bröd-, bild- och faktatexter.

Trebuchet bold 22 pt

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz @#%&!/? 1234567890 14/20 pt

Trebuchet Regular 22 pt

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz @#%&!/? 1234567890 14/20 pt

Trebuchet Italic 22 pt

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz @#%&!/? 1234567890 14/20 pt

Kommunals typsnitt är en av grundpelarna i den grafiska profilen. Därför är det viktigt att alltid använda dessa i kommunikationen med våra målgrupper.

Vårt val av typografi baserar sig först och främst på att göra användandet av typsnitten så lättillgängligt som möjligt. Vi har valt typsnitt som alla ska ha tillgång till, oavsett vart i landet man befinner sig, eller från vilken plattform man jobbar. Det är licensfria typsnitt som inte belastar organisationen med extra kostnader.

1. Georgia

Om Kommunal måste välja vilket typsnitt som är mest profilbärande så blir det Georgia. Typsnittet är Kommunals rubrik- och budskapsbärande typsnitt. Ska du producera längre, löpande texter som exempelvis i böcker, tidningar och omfattande broschyrer, kan du med fördel använda Georgia i brödtexten, för att öka läsbarheten.

Vill du accentuera ett citat eller lyfta ett budskap rekommenderas Georgia.

2. Trebuchet MS

Trebuchet MS används i faktatexter, ingresser, och kortare brödtexter. Läs mer om hur du kan använda typsnitten på varumarket.kommunal.se

Kuriosa

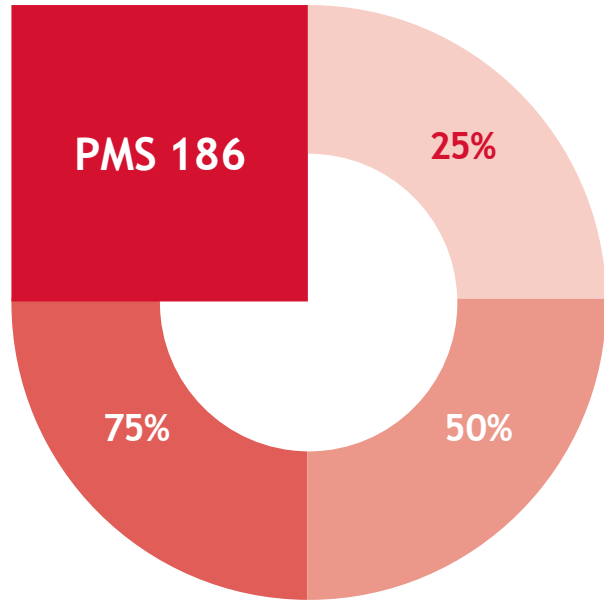
Georgia är ett serif typsnitt som designades 1993 av Matthew Carter. Georgia, som bland annat medföljer operativsystemet Windows, är speciellt formgivet för att visas så klart och tydligt som möjligt på datorskärmar.

Trebuchet MS är ett sans-serif typsnitt skapat 1996 av Vincent Connare för Microsoft.

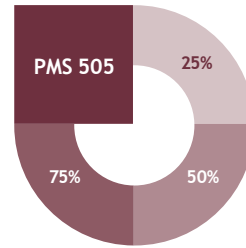
Typsnittet har karakteristiska bokstavsformer, som är inspirerade av 1920- och 30-talets linjära. De öppna bokstavsformerna gör typsnittet lättläst – ett typsnitt som är väl lämpat för textåtergivning på skärm.

Exempel på användandet av typsnitt finns på varumarket.kommunal.se

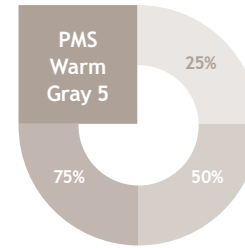
PROFILFÄRG



KOMMUNALRÖD
PANTONE: PMS 186
CMYK: 10 100 80 0

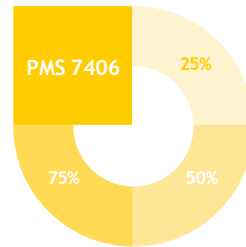


PMS 505
CMYK: 35 80 45 50

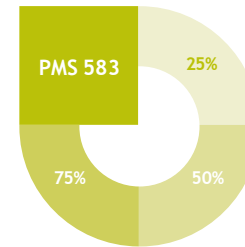


PMS Warm Gray 5
CMYK: 30 30 35 10

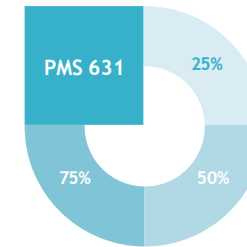
BASFÄRGER



PMS 7406
CMYK: 0 20 100 0

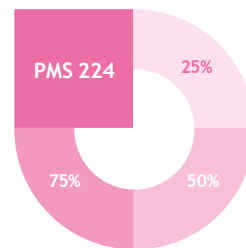


PMS 583
CMYK: 35 10 100 0

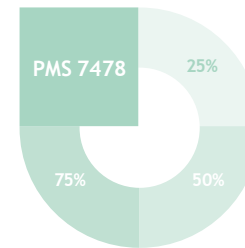


PMS 631
CMYK: 70 7 20 0

KOMPLEMENTFÄRGER



PMS 224
CMYK: 0 70 0 0



PMS 7478
CMYK: 40 0 30 0

ACCENTFÄRGER

Kommunals profilmfärg är den röda färgen Pantone 186 som finns i Kommunals logotyp. Den förknippas starkast med varumärket, används som identitetsskapande färg och hjälper till att bygga bilden av ett enhetligt Kommunalt.

Det röda rummet

Kommunalt är rött. Ingen annan färg är så tydligt förknippad med Kommunalt och så ska det fortsätta att vara. Den röda färgen ska användas i störst utsträckning, den ska dominera våra material och vara den vanligast förekommande av våra profilmfärger. Det går utmärkt att komplettera den röda med någon av de andra färgerna men det är viktigt att huvudintrycket är rött. Våra övriga färger ska aldrig användas utan den röda.

Basfärger

Basfärgerna kompletterar det röda och skapar ett bra rum för den röda profilmfärgen. Primärt används dessa till tonplattor, typografi i röda ytor, informationsgrafik, samt till mönster och former nära eller i det röda rummet.

Komplementfärger

De tre komplementfärgerna ger liv och rörelse och möjlighet att skapa en profil med bredd.

Accentfärgerna

De två attention- eller accentfärgerna används sparsmakat. De ska aldrig tävla med övriga färger om utrymme utan används när något behöver lyftas lite extra. De fungerar som en hjälp för navigering och information.

Därför valde vi dessa färger

Precis som Kommunalt så ska färgerna spegla hela Sverige. Den röda – vår primära profilmfärg som alltid kommer att vara den bärande färgen. Precis som Falu Rödfärg är en naturlig del av den svenska landsbygden eller teglets naturliga när-

varo i stadsmiljö. Basfärgerna – hjälper den röda färgen att få variation utan att kliva ur det röda rummet. Komplementfärgerna – den gula för tankarna till solen och den svenska floran (tussilago, smörblomma och raps). Naturens närhet, gräset och skogarna, avspeglas i den gröna och den blåa står för våra sjöar och vattendrag.

Färgerna kan användas i tonsteg, gärna i 25, 50 och 75 procent.



Målet är att Kommunals bildmanér ska genomsyra samtliga fotografier, illustrationer och grafiska element som används i vår kommunikation. Bildernas motiv, komposition, beskärning och placering ska uttrycka och förmedla Kommunals tonalitet.

Bilderna ska ge ett ljus, levande och mänskligt helhetsintryck. Bilderna kännetecknas av ljus, färg och vardagsrealism. Våra kärnvärden – närvarande, proffsiga och handlingskraftiga – får gärna återspeglas.

Med fler än 500 000 medlemmar runt om i landet rymmer Kommunal en mångfald som bör komma fram i vårt val av bilder.

Människor som ser äkta ut

Vi vill gärna ha människor med i motivet, men det behöver inte vara ett porträtt.

En hand kan tillföra den mänskliga närvaro som behövs. När vi porträtterar människor bör de vara i aktivitet eller med en aktiv mötande blick. Generellt vill vi visa vanliga människor som på något sätt är intressanta och fångar

betraktarens blick. Vi ser verkligheten genom en positiv lins. Medlemmar, förtroendevalda eller andra ambassadörer i arbete får gärna visa omsorg, stolthet och glädje i det de gör. Vi vill helst visa bilder med människor i miljöer, människor som fokuserar på sitt arbete eller har en fokuserad blick.

Några ord att ta med sig i valet av bilder

- Ljus
- Färg
- Vardagsrealism
- Stolthet
- Mänsklig närvaro

Kärnvärden

- Proffsiga
- Närvarande
- Handlingskraftiga

Vill du veta mer om vårt bildmanér, hur vi tänker och få tips? Gå in på varumarke.kommunal.se där hela grafiska manualen finns. Här finns även riktlinjer att ladda ner för fotografier.



IL IN EOSTIBE ARCHICIPIS EXPLIBUS AUT ULLABOREPUDA NET LABO

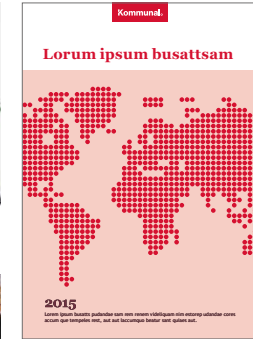
Du vet väl vad du är värd mer än alla stjärnor



Rapportomslag



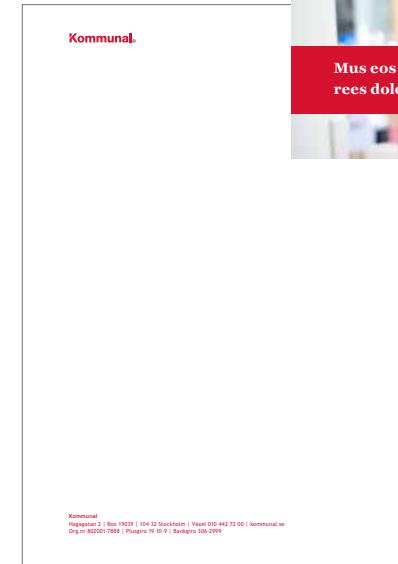
Foldrar och broschyrer



Affisch eller annons



Brevpapper



Power point



Visitkort

Ett av syftena med en visuell identitet är att det ska finnas ett gemensamt uttryck för all kommunikation. Det gemensamma uttrycket är viktigt för att mottagarna enkelt ska kunna se vem som är avsändare och för att bilden av Kommunal ska bli tydlig.

Innehållet ska naturligtvis vid varje givet tillfälle anpassas efter budskap och vem som är mottagare, men med en bra gemensam grund är det lättare för oss alla att ta fram enhetliga, välfungerande material som stärker vårt varumärke och förmedlar vårt budskap. Förutom logotyp, färger, bilder och typografi finns det därför ett designsystem som ska tjäna som ett stöd i det praktiska arbetet. Utgångsformen är de standardformat som bör användas i de flesta av våra produktioner: A-formaten.

Omslag

Gördeln kan vara röd eller vit, en gördels bredd eller flera. Gördeln fungerar som rubrikbärare. Logotypen placeras så som anges i de färdiga mallarna, alltid centrerad högst upp. Se storlek, placering

och grids i de omslagsmallar som går att ladda ner på varumärke.kommunal.se Undantag från regel är om omslaget är helt rött. Som i fallet av den här produktionen. Då får logotypen placeras valfritt så länge friytan är respekterad.

Inlaga

Även till inlagorna finns ett rutnät (grid) framtaget. För att se exempel på användandet eller ladda ner rutnätet gå in på varumärke.kommunal.se

Kontorstryck

Eftersom vi inte kan ha utfallande logotyp på brevpapper och kuvert så ligger logotypen röd mot vit botten på allt vårt kontorstryck. Kontorstrycket finns att beställa i Klara på uniqueue.se/Wilma, logga in med din e-postadress

och lösenord, välj *Klara* i fliken längst upp till höger.

Grid – ett verktyg

Att använda sig av ett rutnät (en grid) är en bra hjälp för att skapa en stabil och tydlig form. Vi har valt att i flera av våra produktioner jobba med en grid.

Rutnätet är ett sätt att organisera innehållet på en sida, kombinationen av marginaler, guider, rader och kolumner. Ett rutnät, eller en samling av nät, kan användas över hela projektet för att uppnå ett enhetligt utseende och känsla. I den färdiga produkten är nätet osynligt.

De flesta av layouterna vi visar här är endast skisser.

För att ladda ner våra mallar och grid gå in på varumärke.kommunal.se



1 Mönster



En mönsterrapport i 75% CMYK på Kommunalröd botten

2 Färg



75% av Kommunalröd



50% av Kommunalröd



25% av Kommunalröd

För att ytterligare öka möjligheterna att variera form och uttryck i Kommunals kommunikation har vi tagit fram ett mönster.

Mönstret bygger i själva verket på ringen (punkten) i Kommunals logotyp. Ringen har inspirerat oss att ta fram ett mönster och lagt grunden för tänket kring pikto-gram och informationsgrafik (läs mer på varumärke.kommunal.se). Med närheten till logotypen harmonierar mönstret naturligt med den grafiska profilen. Det bidrar också till igenkänning och identifikation. Därmed stärker det Kommunals profil.

1. Mönstret

Mönstret användes helt eller som en del av ett hörn. Det finns flera original på mönstret. Här brevid ser du en kvadrat av mönstret, en så kallad rapport. Av en sådan kvadrat går att duplicera och skapa stora mönsterytor. På tygkassen ser du ”hörn-mönstret” applicerat.

2. Färger

Mönstret används alltid på Kommunals röda profilmfärg. Mönstrets färgställningar kan variera i 3 steg: 25, 50 och 75 procent av den Kommunalröda. Ska du Screentrycka (till exempel på tyg) så finns det pantone färger framtagna som motsvarar procentvärdena.

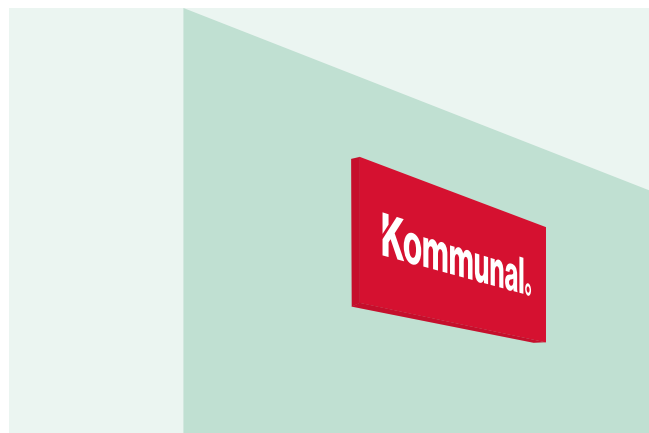
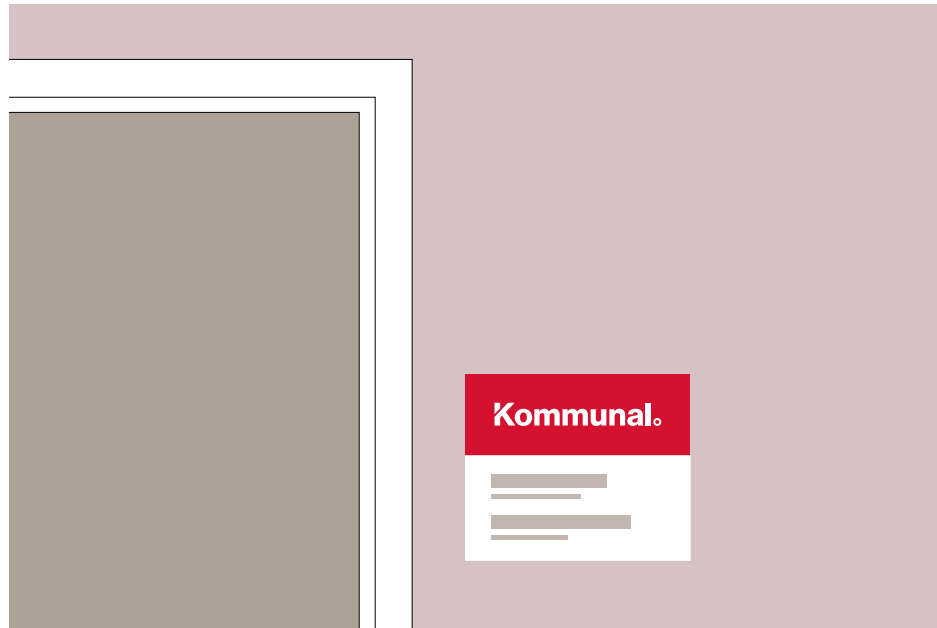
Användning och proportioner

Vi använder mönstret sparsmakat. Det får aldrig ta över, heller aldrig konkurrera med, eller ersätta logotypen.

Här presenterar vi några exempel på hur mönstret kan användas. (Produkterna finns inte tillverkade utan är inspirationsbilder för hur du kan använda mönstret.)

Fler exempel och riktlinjer för användande av mönstret finns på varumärke.kommunal.se

Vi använder bara mönstret på Kommunals röda profilmfärg och i angivna tonsteg.



Vi finns i hela Sverige och det är vi stolta över. Ett gemensamt skyltsystem betyder mycket för hur vi uppfattas.

Välkommen!

Varhelst i landet du befinner dig ska det vara lätt att känna igen och hitta till Kommunal. Kommunals förbundsstyrelse har därför beslutat att alla skyltar inom hela organisationen ska vara lika.

En gemensam leverantör, som arbetar rikstäckande och har kollektivavtal, är upphandlad för att det ska vara lätt att göra rätt. Kontaktuppgifter finns på varumarke.kommunal.se

Avdelningarna

För avdelningar är skylten en så kallad ljuslåda, där loggan är belyst bakifrån. Vit logotyp på Kommunals röda profolfärg.

Sektionerna

För sektioner är skylten en rödlackerad plåtskytt. Anpassningar görs efter fastighetsägarnas olika krav.

Där skyltar inte tillåts

Det kommer även finnas dekaler att fästa i de fall skyltar inte är tillåtna. Ett tips är att använda en rollup på ställen där det är svårt eller ej tillåtet att fästa/sätta upp en skylt.

Läs mer om skyltar på varumarke.kommunal.se



Kommunals flagga vajar såklart i sin röda profilmfärg. Vi har *en* flagga och *en* fana till hela förbundet. Allt för att vi ska vara så enhetliga som möjligt i vår visuella kommunikation.

Vår flagga har vit logotyp mot röd bakgrund, precis som fasadskyltarna. Flaggan är avsedd att hissas på stång eller mast och är sydd i ett tyg som är noga utvalt, tyget är infärgat i vår profilmfärg. Flaggor finns i Wilma för beställning.

Fanan är avsedd att bäras och består därför av en flaggduk fäst vid en stång. Fanan har ett klassiskt utseende, logotypen är sydd i guld mot djupröd bakgrund. Materialet är av fint siden. Flaggan och fanan tillverkas av Tellus i Karlshamn och beställs i Wilma. Fana och stång kan beställas separat.

Hundraårig historia

Fackförbundet Kommunal har funnits i över 100 år. Övertygelsen om allas lika värde och strävan efter bättre arbetsvillkor och mer inflytande för medlemmarna går aldrig ur tiden. Sedan 1910, då förbundet startades, har Kommunal bidragit till flera förbättringar i arbetslivet. Och mycket återstår att göra. Tillsammans är vi starka.

Läs mer om hur du beställer flaggan och fanan på varumärke.kommunal.se

Precis som färger, bilder, bokstäver och språklig tonalitet bygger vår personlighet – gör pappret det också. Därför är valet av papper viktigt när du ska producera en trycksak från Kommunal.

Valet av papper är också viktigt ur ett miljöperspektiv och det är något vi sätter stort värde på. Vi använder alltid klimatkompenserat papper. Ett brev eller en broschyr har den stora fördelen att det sänder ett budskap som man upplever genom både känsel och syn. De faktorer man tar hänsyn till vid pappersval är till exempel uttryck och känsla. Ett tunt papper känns sladdrigt och ger kanske ett billigt intryck. Ett exklusivt papper känns lyxigt men kan upplevas som onödigt påkostat. Dessutom måste valt papper fungera bra att trycka text och bilder på.

Pappersval

För alla våra olika trycksaker gäller den generella regeln att de ska tryckas på ett högvitt papper som inte drar åt vare sig en blå eller gul nyans.

Inlaga

Vi har valt att arbeta med GalerieArt Matt från Antalis i inlagor. Fördelen med GalerieArt Matt som inlaga gör att det blir enklare att läsa då man slipper blänk, samt att man kan skriva på pappret.

Omslag

På omslag till foldrar och broschyrer använder vi gärna GalerieArt Silk som blir stadigt utan att vara styvt. Vill vi ha ett styvt omslag, för exempelvis en bok då väljer vi Invercote Creato.

Papper för kontorsmaterial

Om du ska trycka visitkort, korrespondenskort, brevpapper eller diplom, ska du välja ett vitt obestruket papper, Scandia 2000. Kännetecknande för det här pappret är den höga vitheten, den goda opaciteten

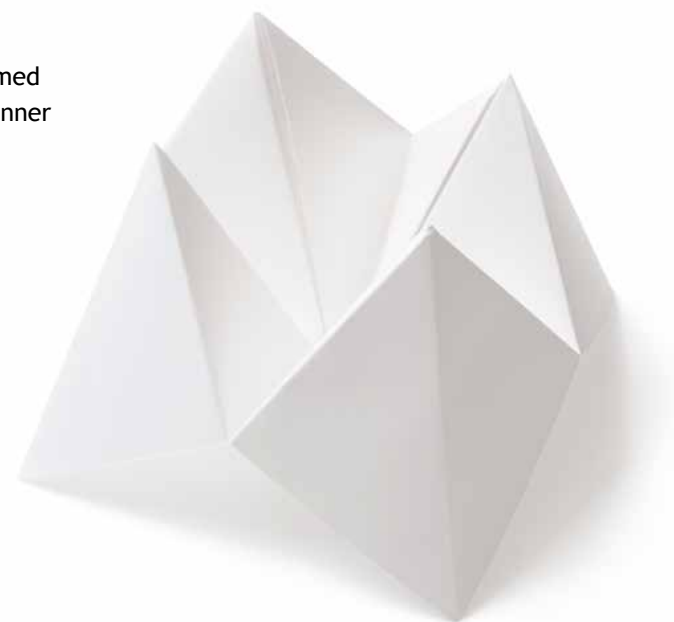
(papprets täthet som gör att texten inte ”syns igenom” från andra sidan) och det stora sortimentet som även inkluderar kuvert i samma qualité.

Papper för övrigt tryck

Till trycksaker så som produktblad, inbjudningar eller posters används med fördel Scandia 2000. Scandia 2000 finner du hos pappersleverantören Antalis.

Kuvert

I första hand ska våra kuvert vara Svanenmärkta. De kan komma från Mailman eller Opus, lite beroende på tillgång.



Vem är Wilma?

Wilma är Kommunals produktions- och distributionssystem för trycksaker. I Wilma finns allt från logotyper, bildbank, rapporter, kontorstryck, annonsmallar till fasadskyltar, mässmaterial och profilprodukter.

Du når Wilma via: unique.se/Wilma. Inloggning sker med e-postadress och lösenord.

Kommunal har valt att ta fram en grafisk manual, för att bli mer enhetliga och tydliga i vår kommunikation.

Vi vill vara *ett* varumärke, *ett* förbund med *en* symbol.

Läs mer om hur resan gick till och vad detta praktiskt innebär på varumärke.kommunal.se

Vi är Kommunal. Varje dag.

