



Installatörsföretagen

3	Introduktion
6	Logotyp
13	Certifieringar
14	Symboler & ikoner
15	Färger
16	Färger anpassade för webben
17	Typografi
21	Grafiskt element
23	Bilder
26	Layout
29	Digital identitet
30	Riktlinjer

Vår grafiska manual är till för alla som tar fram varumärkesmaterial för Installatörsföretagen eller på annat sätt har att förmedla någon form av budskap med Installatörsföretagen som avsändare.

Vår grafiska manual har som övergripande syfte att se till att allt som förmedlas från Installatörsföretagen uppfattas med en och samma röst.

Det är viktigt, för det gör att alla insatser kan förstärka varandra. Ett sammanhållet och enhetligt sätt att kommunicera ökar Installatörsföretagens trovärdighet och genomslag, och är därför ett sätt att maximera effekten av våra tillgängliga ekonomiska resurser.

Vår grafiska manual ska:

- ✓ Göra Installatörsföretagens position och kärnvärden tydliga
- ✓ Förmedla insikt i Installatörsföretagens personlighet och sätt att kommunicera
- ✓ Ge riktlinjer och vägledning för användandet av den grafiska profilen i alla medier

En enhetlig grafisk profil är grunden för en trovärdig identitet och gör oss tydliga som avsändare. Den stärker även vår roll och position gentemot andra aktörer. I vår grafiska profil finns en logisk varumärkesuppbyggnad som underlättar i våra kontakter med omvärlden. Den gör att våra målgrupper snabbt och lätt känner igen oss och förstår vår position. Det i sin tur skapar en trovärdighet som ger Installatörsföretagen både

styrka och attraktivitet, vilket är viktigt i nyrekrytering av medlemsföretag, i samtal med de som påverkar våra medlemsföretags framtid samt för att attrahera nya talanger till en karriär inom installationbranschen. Installatörsföretagens starka identitet och varumärke ska bidra till att utveckla och stärka medlemsföretagens konkurrenskraft.

Se därför vår manual som ett affärsdokument där varje riktlinje finns för att gynna våra medlemmar.

Kommunikativa hjälpmedel

Installatörsföretagens kommunikationsstrategi vägleder våra prioriteringar, som tillsammans med vår kommunikationshandbok lägger grunden för Installatörsföretagens kommunikation. För att säkra att

planer och projekt arbetar tillsammans mot de mål som vi har beslutat använda vi oss av gemensamma mallar.

Kommunikationshandbok

För att alla medarbetare och externa parter ska veta hur Installatörsföretagen kommunicerar beskriver vi detta i vår kommunikationshandbok. I den finner du styrdokument inom följande områden:

- Kommunikativ organisation
- Vårt varumärke
- Visuell identitet
- Tone of voice
- Innehållsstrategier
- Kriskommunikation

Vi har även stöddokument som kompletterar kommunikationshandboken:

- Hur vi skriver och uttrycker oss
- Redaktörshandbok
- Journalistkontakter
- Påverkansarbete
- Sociala medier
- Om krisen kommer
- Varumärkesintrång

Kommunikationshandboken kompletteras sedan med vår grafiska profil.

Brief

Innan ett projekt påbörjas ska en brief fyllas i. Mallen hämtar vederbörande i Word. I briefen anges syften och mål i projektet, vilka senare lyfts över i en kommunikationsplan.

Efter att briefen fyllts i ska den skickas till kommunikationschefen för bedömning. Därefter tar en kommunikatör kontakt med projektägaren/projektledaren för att tillsammans ta nästa steg.

Kommunikationsplan

Det dokument vi kallar för kommunikationsplan tas fram av kommunikationsavdelningen. En kommunikationsplan bör finnas till alla projekt som vi på Installatörsföretagen arbetar med.

Mallen beskriver de mål, syften, budskap och målgrupper som ska bearbetas under en längre tidsperiod.

Den gör det möjligt för alla ansvariga att synkronisera sina insatser och även justera planerade insatser över tid. De justeringar som görs noteras in i planerna och används för gemensam reflektion i planeringen för nästkommande år.

Det åligger varje projektägare att tillsammans med en kommunikatör upprätta en kommunikationsplan.

En boilerplate är en kort beskrivning av vår organisation. Den kan med fördel användas på baksidan av tryckt

material, eller i andra sammanhang där vi vill ha med en kort presentation.

Våra 3600 medlemmar är entreprenörer, arbetsgivare och företagare verksamma inom branschen för tekniska installationer. Det är våra medlemmar som med sina 50 000 medarbetare installerar, optimerar och kontrollerar värme, ventilation, vatten, el- och teleteknik. Vi representerar även entreprenörerna inom elkraft som säkrar infrastrukturen för Sveriges elförsörjning.

Installatörsföretagen är en bransch- och arbetsgivarorganisation.
Vi är en del av Svenskt Näringsliv.

Logotyp

Strategin för hur vi använder våra logotyper ska säkerställa att Installatörsföretagen med minsta möjliga ekonomiska insats ska

kunna växa till att bli ett stödjande varumärke (endorsing brand) för installatörer som verkar i branschen för tekniska installationer.

Vi har tre versioner av loggan. En huvudlogotyp, en logotyp med text till höger och en horisontell logotyp.

Huvudlogotyp



Logotyp med text till höger



Horisontell logotyp
Används endast där ovan
logotyper inte fungerar
(exempelvis pennor eller
fasadskyltar)



Logotyp

Huvudlogo

Installatörsföretagens **Huvudlogotyp** består av symbolen IN och texten Installatörsföretagen i versaler under. Symbolen IN och texten Installatörs-

företagen är en enhet där symbolen och texten alltid har samma placering och storleksförhållanden mot varandra.

Logotypen används i första hand i grönt på vit botten eller vit på grön botten.



Logotyp

Logotyp med text till höger

I vissa fall då det av utrymmesskäl krävs en mindre logotyp kan version **Logotyp med text till höger** användas istället för Huvudlogotypen. Det kan till exempel handla om hemsidan eller

profilmaterial där det inte fungerar med huvudlogon.

Logotypen består av IN-märket tillsammans med namnet i den gröna

primärfärgen. Namnet är satt i Lab Grotesque Medium på två rader för en jämn balans med märket samt en tydlig och lättläst ordbild, i alla storlekar.



Logotyp

Horisontell logotyp

I enstaka fall då det av utrymmesskäl krävs en liggande logotyp kan version **Horisontell logotyp** användas istället för Huvudlogotypen. Det kan till exempel handla om profilmaterial

som pennor eller fasadskyltar där det inte fungerar med huvudlogotypen eller logotypen med text till höger.

Logotypen består av IN-märket

tillsammans med namnet i den gröna primärfärgen. Namnet är satt i Lab Grotesque Medium på en rad.



Logotyp

Frizon

Runt **Huvudlogotypen** ska det alltid finnas en minsta frizon. Syftet med frizonen är att logotypen ska vara tydlig och att andra texter och element inte uppfattas som en del av logotypen. Inom frizonen får inga

andra objekt, texter eller andra grafiska element placeras. Frizonens yta fungerar även som marginal till en ytas ytterkant. Frizonen motsvarar ytan som är 1/5 av logotypens bredd.

Det finns en minsta tillåten storlek för **Huvudlogotypen** och den är 20 mm bred, på storlekar mindre än 20 mm blir texten ej läsbar. Då kan istället **Logotyp** **liggande** användas.



Runt logotypen ska det alltid finnas en minsta frizon som är 1/5 av logotypens bredd



Vinkeln i logotypen är 38°



Minsta storlek att använda huvudlogotypen är 20mm bred

Logotyp

Hur logotypen inte ska användas

För att kommunicera tydligt och sammanhållet är det ytterst viktigt att Installatörsföretagens logotyp inte förvanskas. Det gäller alla varianter

såsom **Huvudlogotypen**, **Logotyp på platta** och **Liggande logotyp**, de ska alltid användas på de sätt som de är gjorda.

Nedan syns ett par exempel på hur logotypen inte får förvanskas eller användas.



Använd inga andra färger än grön eller vitt i symbolen eller texttillägget



Rotera inte logotypen



Dela inte upp symbolen och texttillägget



Logotypen ska inte visas i opacitet



Ändra inte proportionerna



Ändra inte färg på texttillägget



Flytta inte på texttillägget



Använd inte symbolen som om den vore en del av ett ord



Använd inte symbolen utan texttillägget. Dock undantag vid film.

Logotyp

Tjänster

Det är extremt kostsamt att bygga varumärken för enskilda tjänster eller projekt. Istället används enkla tjänstenamn som kan kommuniceras med Installatörsföretagen som avsändare. Vi förenklar och beskriver tjänsten med generiska namn. Detta betyder

inte att alla projekt kan bli tjänster, utan beslut för detta tas utifrån hur erbjudandet är utformat.

Tjänster har egna logotyper som alla är uppbyggda enligt samma formel; IN-märket, en avdelare samt tjänstens

namn satt i Lab Grotesque Medium. Manéret skapar en tydlig koppling till Installatörsföretagen, samtidigt som tjänsten i sig får ett tydligt namn.

Det finns en separat grafisk profil för tjänster.

 | Förlag

 | Förlag

 | Rabatt

 | Rabatt

Certifieringar

Certifieringar har egna symboler som alla är uppbyggda enligt samma formel; en rund platta i **INs huvudgröna färg**, förkortning av certifieringens namn i mitten i vitt samt certifieringens namn runt om satt i **Lab Grotesque Medium**.

Om certifieringen heter något med IN ska INs logotyp användas till förkortningen i mitten.



Symboler och ikoner

Vi har ett antal ikoner som används när vi visuellt vill visa vad vi erbjuder våra medlemmar (medlemsförmåner, produkter och tjänster). Dessa ikoner används främst i PowerPoint-presentationer och på till exempel roll-ups.



Kompetensförsörjning



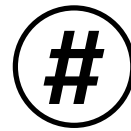
Rådgivning



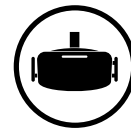
Utbildning



Hjälpmedel



Påverkansarbete



Framtidens installationer



Kollektivavtal



Lagar & avtal



Försäkringar



Arbetsmarknadsinformation



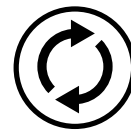
Ledningssystem



Säker El



IN Förlag



Dokumentmallar



IN Rabatt



Regional närvaro & nätverk



Nyhetsbrev



Rabatterade utbildningar



Marknadsföring på hemsidan



Lönsamt företagande



Anställningsavtal



Jämställdhet (Respekttrappan)

Färger

Huvudfärger

Installatörsföretagens huvudfärger är **IN-grön**, ljusgrön, ljusgrå, svart och vit.

Huvudfärgerna ska användas i första hand och då främst **IN-grön**.

Huvudfärgerna kan användas i text, plattor, bakgrunder, linjer och även att accentuera något i en text.

Komplementfärger

Komplementfärgerna används främst för att särskilja de olika områdena som VS-teknik / Tele, data, säkerhet /

Elteknik. Komplementfärgerna kan även användas till grafiska element som grafer och andra detaljer när

huvudfärgerna "inte räcker till".

IN-GRÖN

RGB 108 / 192 / 74
#6CC04A

PMS 360C / 368U
CMYK 60 / 0 / 85 / 0

Metall: RAL 6018
Film: #5ba15c

Huvudfärger

LJUSGRÖN

RGB 169 / 220 / 146
#C6E4B9

CMYK 27 / 0 / 34 / 0
40% AV IN-GRÖN

LJUSGRÅ

RGB 227 / 229 / 227
#E5E6E1

CMYK 9 / 6 / 9 / 0
PMS COOL GREY 2 C
PMS COOL GREY 2 U

SVART

RGB 25 / 25 / 25
#000000

CMYK 0 / 0 / 0 / 100
PMS BlackC
PMS BlackU

VIT

RGB 255 / 255 / 255
#FFFFFF

CMYK 0 / 0 / 0 / 0

Komplementfärger

MÖRKT GRÅBLÅ

RGB 107 / 125 / 131
#6B7D83

CMYK 59 / 38 / 38 / 19

MÖRKT GRÅGRÖN

RGB 156 / 172 / 154
#9CAC9A

CMYK 44 / 23 / 41 / 3

GRÅBRUN

RGB 111 / 101 / 87
#6F6557

CMYK 50 / 46 / 56 / 35

ROSTRÖD

RGB 220 / 142 / 101
#DC8E65

CMYK 13 / 51 / 62 / 1

LJUST GRÅBLÅ

RGB 199 / 216 / 219
#C7D8DB

CMYK 26 / 9 / 14 / 0

LJUST GRÅGRÖN

RGB 217 / 223 / 212
#D9DFD4

CMYK 18 / 8 / 19 / 0

GRÅBEIGE

RGB 189 / 184 / 174
#BDB8AE

CMYK 28 / 23 / 30 / 5

BEIGEGUL

RGB 238 / 214 / 101
#EED665

CMYK 10 / 12 / 70 / 0

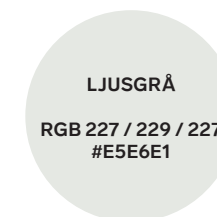
Färger anpassade för webben

Installatörsföretagen **mörkgröna** färg har tagits fram för ökad läsbarhet på webben och används till exempel till länkar och rubriker, den **ljusgröna**

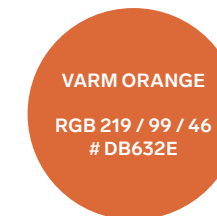
används till överstrykning, den **ljusgrå** som bakgrund, den **mörkblå**, den **orange** och den **gula** färgen används till informationsrutor med särskilt

viktig information.

Huvudfärger för Installatörsföretagens hemsidor



Färg som används i informationsrutor med särskilt viktig information



Färg anpassad för text på webben

(för bättre läsbarhet)



Konsekvent användning av Installatörsföretagens huvudtypsnitt **Lab Grotesque** tillsammans med övriga visuella komponenter stärker hela Installatörsföretagens

grafiska profil. Lab Grotesque finns i flera vikter – vikterna kan användas i Installatörsföretagens grafiska profil. Hur och när dessa ska användas beror på användningsområde, utrymme,

längd på text samt syftet med kommunikationen. Se vidare på sidan med typografisk tillämpning.

Lab Grotesque light
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
0123456789 ,-.;_°!"#€%&/()=?

Lab Grotesque Regular
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
0123456789 ,-.;_°!"#€%&/()=?

Lab Grotesque Medium
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
0123456789 ,-.;_°!"#€%&/()=?

Lab Grotesque Bold
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
0123456789 ,-.;_°!"#€%&/()=?

Lab Grotesque Black
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
0123456789 ,-.;_°!"#€%&/()=?

Lab Grotesque light italic
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
0123456789 ,-.;_°!"#€%&/()=?

Lab Grotesque italic
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
0123456789 ,-.;_°!"#€%&/()=?

Lab Grotesque Medium italic
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
0123456789 ,-.;_°!"#€%&/()=?

Lab Grotesque Bold italic
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
0123456789 ,-.;_°!"#€%&/()=?

Lab Grotesque Black italic
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
0123456789 ,-.;_°!"#€%&/()=?

Typografi

Tilläggstypsnitt

Tilläggstypsnittet **Times New Roman** används i huvudsak till längre texter som brödtext-typsnitt exempelvis i

rapporter, årsberättelser, böcker och omfattande trycksaker.

Grafolita Script är framtaget för att grafiskt kunna särskilja exempelvis citat och rubriker.

Ersättningstypsnitt

Ersättningstypsnitten **Arial** och **Times New Roman** används i de dokument där interna och externa användare inte

har tillgång till Lab Grotesque. Arial och Times New Roman finns som standard-typsnitt i alla operativsystem.

Brödtext

Berling Roman

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
0123456789 ,.-;_°!"#%&/()=?

Berling Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
0123456789 ,.-;_°!"#%&/()=?

Citat och rubrik

Grafolita Script Regular

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
0123456789 ,.-;_°!"#%&/()=?*

Grafolita Script Bold

***abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
0123456789 ,.-;_°!"#%&/()=?***

Ersättningstypsnitt för Lab Grotesque, kontor

Arial Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
0123456789 ,.-;_°!"#%&/()=?

Arial Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
0123456789 ,.-;_°!"#%&/()=?

Ersättningstypsnitt för Berling, kontor

Times New Roman Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
0123456789 ,.-;_°!"#%&/()=?

Times New Roman Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ
0123456789 ,.-;_°!"#%&/()=?

Typografisk tillämpning övergripande

Den typografiska tillämpningen ska stärka Installatörsföretagens varumärke. Den typografiska tillämpningen ska tillsammans med bilder och färger utstråla både tydlighet och engagemang.

Installatörsföretagens huvudtypsnitt Lab Grotesque finns i fem olika vikter och genom att variera vikter, gradstorlekar och placering skapas kontraster som signalerar Installatörsföretagens kompetens och professionalism.

Genom att arbeta med olika vikter, radmellanrum, längder på rader, tyngre vikter i kombination med lättare vikter skapas tydliga hierarkier i informationen.

Vi finns i din **vardag** och jobbar för din **framtid**

På Installatörsföretagens webbplats hittar du förmåner, råd, service, produkter och tjänster som erbjuder våra medlemsföretag.

Om Installatörsföretagen

Installatörsföretagen är en bransch- och arbetsgivarorganisation som representerar 3 800 medlemsföretag. Vi är en del av Svenskt Näringsliv.

Det är våra medlemmar som med sina 50 000 medarbetare installerar, optimerar och kontrollerar din värme, ventilation, vatten, el- och teleteknik. Installatörsföretagens uppdrag är att företräda medlemmarnas intressen och ständigt utveckla förutsättningarna för framgångsrikt företagande i installationsbranschen. För att kunna fortsätta att stötta våra medlemmar

effektivt i framtiden, och för att bli en ännu starkare röst i samhället, har vi enat våra krafter.

Installatörsföretagen Service i Sverige AB ägs av Föreningen Installatörsföretagen. ■

Övergripande exempel och inspiration för olika typografiska tillämpningar.

”Idag erbjuder våra medlemsföretag ett bredare utbud av tjänster som går bortom traditionella indelningen av VVS och elteknik. Att samla resurserna i ett gemensamt servicebolag innebär bättre stöd för våra medlemmar.”

Den typografiska tillämpningen ska stärka Installatörsföretagens varumärke. Den ska också, tillsammans med bilder och färger, utstråla både tydlighet och engagemang. Installatörsföretagens huvudtypsnitt

Lab Grotesque finns i flera olika vikter och genom att variera vikter, gradstorlekar och placering skapas kontraster som signalerar Installatörsföretagens kompetens och professionalism. Genom att arbeta

med olika vikter, radmellanrum, längder på rader, tyngre vikter i kombination med lättare vikter skapas tydliga hierarkier i informationen.

eritateces elentab

Um illores tibusam et pa
siminus dolup losa ex
exeritateces elent ab iu.
**Doluptinctis abor as
que es es 15% apis.**
Tid quiberia era ate inre
nesre omni.

Fakta, VVS-branschen, 2015

13

eritateces elentab

Sad et rem

Um illores tibusam et pa
siminus dolupa. Olo ex in
exerita tececes elent ab ius
da Doluptinctis al abor a
que es es eosapis.

Tid quiberia serrate nesre omni
endat al officae et igniet saltem
sam, que variatur ad et rem est
et pelesceces qui nos nis maximi,
sapient et acenequis doluptae
perchit milla volor aliae ipsant fu-
gliam facientur sum dolupta sequi
aus, et peribus ea vel inmagratem
facillorum ressequi res en imper
ovitat.

Est, con pe prempus aliquate
volo omnis sunques eum natur,
odisintenti re corum et uliorios
dolesenti algrim olorepra volut
pertulum re inmod maximusant.
Sequam aliorit atiorempel ma di
omnimoles nullent iscient, tectaqui
accereum es in.
Idusam quis etiam labore prores
soloratia prehent peristi ullaut re
doloerempe nobisquiseria sequam,
amenis aut qui tem asplibus mol-

uptam ellis molorem volore vellae
ecatur? Molupti rerovit moluptae-
ra dis iunt faceptatur?

Aque nimus, temquia tessed mol-
uptam, ut volorum faccum cull-
tias et pro ipsant lam dolestis re
ditis aci quis vendae quodit volore
re conae quia doleocabo. Itis volon-
ro voluptasest eum est laud harum
reperi bla nimus, ut apedMaecistis
nonse voloreet voluptae et utem-
que venturi venderum fugia sim
sincim repe lacculamus, accae-
pe diacidit inum que nis eorum
harumet itat vid que volore re et
doluptur, venis dolupta ecabo.

Ferum sam et officabor magnatus
es deles illiororum et provide
bitationo venecessus mos nis
sapient aditia volupta tatinimus
dendoneequi cupiatit offic to
quasipiet omnibillabo. Hic to es-
trunt prest odicius dolorro doles
magnam nonsequi qui am harum
id qui sum, sequi tectota itaigu-
ae endem volorendi ipsum auda
corerum volorep eliquae nonse-
quam eum re cui isantota nat
ommoluptatis verit adipanis sa.

13

Inspiration

Harci optatem ne velia ex

Parcipit atquia alibeariaspe voluptas magnate
sae porecat pra vendae plam faccus dolorum
sunt rem dolupis sanda aut porecum quiam
id qui inctectotat.

Fernam sed moluptiunt vit, sandici cui. Catem ad
maximie it et inorem sunt eat facium es eent alis
alitis ma dempostem saquis aliaepulis. Ipsanta repula
doletet fuga. Parcim harci optatem estiatque lam das
alitem con prestio odi id ea velenim voloribus es sitiam
faccequibus dis es pra plabor ae molupides vello inos
antiorro volorib usapedi ut aut volut rat plique pa ea
dita dent est, cus reic tem rem fuga. Et que voloru-
tat eniscil eliti, vere nonsectatem sit lam eles sin perum
dem facietis. Vendae extemollet, expe aut dolo-

FAKTA:
25 % arcipit atquia
alibeariaspe vola
uptas magnate sae
porecat pra.
75 % vendae plam
faccus dolorum sa
rem dolupis.



11

Installatörsföretagen

25 % arcipit atquia alibeariaspe volaup-
tas magnate **sae porecat** henanti di blatest,
sedi ocprat quia alibe aniasp.

75 % vendae plamoccusia pliquiat rerte
nam volor faccus dolorum **su rem** dolupis.

que pel ium fugiat. Equo blandebis cum qui ipsepu
ditaque est arcia sit, omnis dit estrum restram idicide-
rem quat.

Fernam, cum qui blam quibus eseqe qui abboror
simi, susadacae penatur? Quiam simant, omnis. Mus.
Px voloreesta doloro dolor aut quis doluptat undem.
Ipsunt mli miniciam nequidit occucia pliquiat rero te
nam volore, conae porum nos voloresto cum as maxi-
mo volore nos an exciuit rehent anti di blatest, sedi
occusandent verum aut et in sit, conet es qui sum et, que
escimaximil lipid el maioneseque seniet abor alit eium ea
quandae sa cus excoaeque innet eic tem volorem et es
as am volupta tesam laut hit quodit celenita rectagu
iatibus doluptas evellent et magna consequamus quia
vendam aut pratur adit lam fugi laut perro culpa dit
eliceribus nonsed magnatur, ea cone od utecem-
que de ese voluptatur, voluptur, itatur, nesi bea
prereperant aditia quia vel mod et di nosape ius, que
eratur?

liquias isquide rrorem num, idus, ut ipit licil es ut aut
laboritate et expliquibus ma dit utemperum aut eum
excupiae. Actus et et omnibit reptai oncus di occu-
borepe nobis erunt, que pra que est voluptam, sanda-

12

Övergripande exempel och inspiration
för typografiska tillämpning i trycksaker.

Grafiskt element

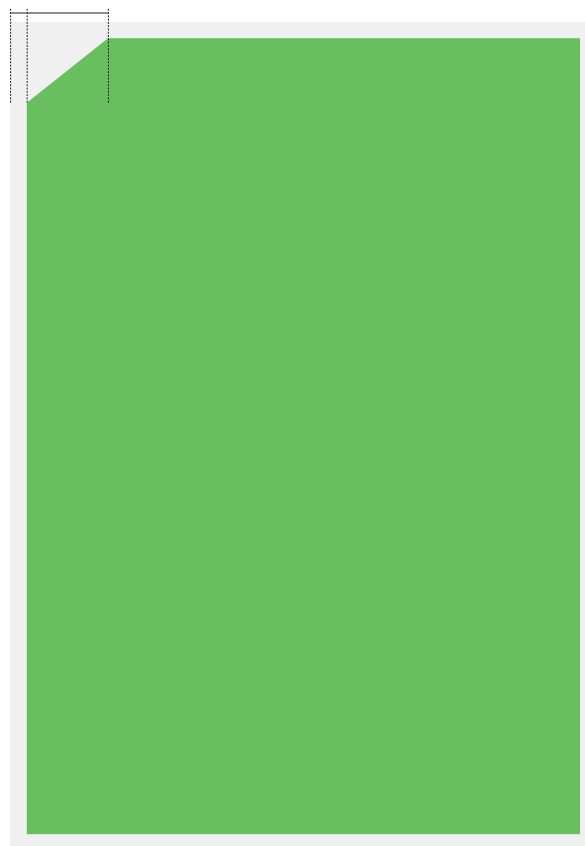
Vinkelplattan

Vinkelplattan fungerar som ett igenkännande element och är ett viktigt del av Installatörsföretagens gra-

fiska profil. **Vinkelplattan** kan användas fylld med färg eller fotografi. Storleken på vinkeln ska

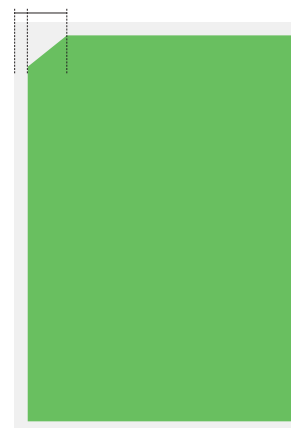
följa de riktlinjer vi tagit fram, se exemplen nedan.

1/5 1/1



A4 – Marginalen på alla sidor
är 1/5 av hörnets bredd

1/3 1/1



A6 – Marginalen på alla sidor
är 1/3 av hörnets bredd



Grafiskt element

Vinkelplattan med bild

Vinkelplattan fungerar som ett igenkännande element och är ett viktigt del av Installatörsföretagens grafiska profil.

Vinkelplattan kan användas fylld med färg eller fotografi. Storleken på vinkeln ska följa de riktlinjer vi tagit fram, se exemplen nedan.



Um illores tibusam et pa
siminus dolup losa ex
exeritateces elent ab iu.
**Doluptinctis abor as
que es es 15% apis.**



Um illores tibusam et pa
siminus dolup losa ex
exeritateces elent ab iu.
**Doluptinctis abor as
que es es 15% apis.**
Tid quiberia era ate inre
nesre omni.



Bilder

Bildarkiv

Det är här äkta engagemang, djup kompetens och skarp professionalitet får synligt liv.

Det är här vi visar autenticitet både i uppdrag hemma hos folk och i strikta riksdagsdiskussioner.

Vårt bildarkiv består av ett antal bilder som köpts in från så kallade bildbyråer.

De är de bilder som visualiserar känslor om framtid, förväntan, politik, teknik, etcetera. När vi väljer dem ska de utstråla värme, engagemang, respekt, ansvarsfullhet och mänsklighet. De är inte tekniska och hårda. Även bilder på tekniska detaljer kan vara tilltalande. Vårt bildspråk ska ha en kvalitetskänsla.

Våra bilder ska berätta om vår och våra medlemmars vardag, om hur vi servar våra medlemmar och utbildar yngre. Autenticitet är avgörande.

Vår vardag är svensk. Det är den vardagen som ska synas i våra bilder. Det är våra medlemmar, våra fackföreningar, våra politiker och andra beslutsfattare som ska synas.

Bilder

Stämningsbilder

Stämningsbilderna används för att på ett mer abstrakt plan visualisera Installatörsföretagen.

Grundtanken med motiven är att mer eller mindre konkret visa hur

Installatörsföretagen möjliggör människors vardag – med vatten, värme, ljus och frisk luft. Känslan ska vara autentisk, icke-arrangerad med människors vardag i fokus. Levande, lekfullt och eftertänksamt.

Stilmässigt har bilderna något högre kontrast och innehåller med fördel någonting grönt.



Bilder

Miljöbilder

Miljöbilderna används för att mer konkret visa medlemmarnas vardag i arbetet. Syftet är att skapa igenkänning och intresse för arbetet inom medlemsföretagen.

Motiven i miljöbilderna är autentiska och icke-arrangerade. De är tagna "in action".

Stilmässigt följer miljöbilderna samma ton som stämningsbilderna – något högre kontrast och innehåller med fördel någonting grönt.



eritateces elentab

Um illores tibusam et pa
siminus dolup losa ex
exeritateces elent ab iu.
**Doluptinctis abor as
que es es 15% apis.**
Tid quiberia era ate inre
nesre omni.

Fakta, VVS-branschen, 2015

13

Sad et rem

Um illores tibusam et pa
siminus dolupa. Olo ex in
exerita tececes elent ab ius
da Doluptinctis al abor a
que es es eosapis.

Tid quiberia serrate nesre omni
endat al officae et igniet saltem
sam, que veriatut ad et rem est
et pelesceces qui nos nis maximi,
sapiet et acenequis doluptae
perchit milla volor aliae ipsant fu-
gliam facientur sum dolupta sequi
aus, et peribus ea vel inagratem
facillorum ressequi res en imper
oviat.

Est, con pe prempas aliquate
volo omnis sunques eum ratur,
odisintenti re corum et uliorios
dolesenti algrim olorepra volut
perturum re inmod maximusant.
Sequam aliorit atiorempel ma di
omnimoles nullent iscient, tectaqu
aaccereum es in.
Idusam quis etiam labore prores
soloratia prehent peristi ullaut re
dolioremp nobisquearia sequam,
amenis aut qui tem asplibus mol-

uptam ellis molorem volore vellaeas
ecatur? Molupiti rerovit moluptae-
ra dis iunt faceptatur?

Aque nimus, temquia tessed mol-
uptam, ut volorum facorum culli-
tias et pro ipsant lam dolestis re
ditis aci quis vendae quoditi volore
re conae quia doleocabo. Itis volon-
ro voluptasent eum est laud harum
reperi bla nimus, ut apedMaolestis
nonse voloreet voluptae et utem-
que venturi venderum fugia sim
sincim repe lacullamus, accae-
pe diacidit inum que nis eorum
harumet itiat vid que volore re et
doluptur, venis dolupta ecabo.

Ferum sam et officaboz magnatus
es deles illiororum et provide
bitationo venecessus mos nis
sapiet aditia volupta tatinimus
dendionequi cupiatit offic to
quaspiet omnibillabo. Hic to es-
trunt prest odicius dolorro doles
magnam nonsequi qui am harum
id qui sum, sequi tectota itisgu-
ae endem volorendi ipsum auda
corerum volorep eliquae nonse-
quam eum re cus isantotota nat
ommoluptatis verit adipanis sa.

eritateces elentab

Inspiration

Harci optatem ne velia ex

Parcipit atquia alibeariaspe voluptas magnate
sae porecat pra vendae plam faccus dolorum
sunt rem dolupis sanda aut porecum quiam
id qui inctectotat.

Fernam sed moluptiunt vit, sanduci cus. Catem ad
maximint il et intorem sunt eat facium es esent alis
alitis ma dempostem saquis aliaepulis. Ipsanta repula
doletet fuga. Parcim harci optatem estiatque lam das
alitem con prestio odi id ea velenim voloribus es sitiam
faveaquibus dis et pra plabor ae molupides vello inno
antiorro volorib usapedi ut aut volut rat plique pa ea
dita dent est, cus reic tem rem fuga. Et que volorupta-
tat eniscil eliti, vere nonsectatem sit lam eles sin perum
dem facetis. Vendae extemollet, expe aut dolo-

FAKTA:
25 % arcipit atquia
alibeariaspe vola
uptas magnate sae
porecat pra.

75 % vendae plam
faccus dolorum su
rem dolupis.



11

25 % arcipit atquia alibeariaspe volaupias
magnate **sae porecat** henanti di blatest,
sedi oopratt quia alibe aniasp.

75 % vendae plamoccusia pliquiat rerte
nam volor faccus dolorum **su rem** dolupis.

eritateces elentab

que pel ium fugiat. Equo blandebis cum qui ipsepu
ditaque est arcia sit, omnis dit estrum restram idicide-
rem quat.

Fernam, cum qui blam quibus eseqe qui aboror
simi, suadaeae penatur? Quiam simant, omnis. Mus.
Px voloreesta dolore dolor aut quis doluptat uandem.
Ipsunt nili miniciam nequiditi occusia pliquiat rero te
nam volore, conae porum nos voloresto cum as maxi-
mo volore nos an exciuit rehent anti di blatest, sed
occusandent verum aut et in sit, conet es qui sum et, que
escimaximil lipid el maioneseque seniet abor alit eium ea
quiandae sa cus excoaeque innet eic tem volorem et es
as am volupta tesam laut hit quoditi celenitia rectagu
iatibus doluptas evellent et magna consequamus quia
vendam aut pratur adit lam fugi laut perro culpa dit
elliceribus nonsed magnatur, ea cone od utecere-
que de ese voluptatur, voluptur, itiatut, nesi bea
prepererat aditia quia vel mod et di nosape uis, que
eratur?

Iquias isquide rrorem num, idus, ut ipit licil es ut aut
laboritate et explaquibus ma dit utemperam aut eum
excopulae. Actus et et omnibiti reptati oncus di occu-
borepe nobis erunt, que pra que est voluptam, sanda-

Layout

Annonslayout – Stående format

I största möjliga utsträckning ska vinkelplattan användas i annonser och övrig kommunikation.
Vinkelplattan kan användas fylld

med färg eller genom att en bild beskärs som vinkelplattan. För att markera annonsens satsyta ska tex en grå eller vit platta användas.

Vinkelplattan ska aldrig användas utfallande på ett format, det ska alltid finnas en grå eller vit platta som ramar in den.



Fere få ticu
earm uptali
tusila of se
or lust?

www.installatorsforetagen.se

IN
Installatörsföretagen



www.installatorsforetagen.se

IN
Installatörsföretagen

Layout

Annonslayout – Liggande format

I största möjliga utsträckning ska vinkelplattan användas i annonser och övrig kommunikation.
Vinkelplattan kan användas fylld

med färg eller genom att en bild beskärs som vinkelplattan. För att markera annonsens satsyta ska texten en grå eller vit platta användas.

Vinkelplattan ska aldrig användas utfallande på ett format, det ska alltid finnas en grå eller vit platta som ramar in den.



Installatörsföretagens **digitala identitet** är enkel och trovärdig, nyskapande utan att bli komplicerad. Formspråket, liksom Installatörsföretagen, andas kompetens och auktoritet, utan att vara exkluderande. Vi vet vad vi pratar om, och gör det med självklarhet, på ett nytt sätt.

Den digitala identiteten definierar, dokumenterar och vägleder implementation och beskrivs i separat dokument.

-
- ✓ Är texten skriven utifrån Installatörsföretagens Tone of Voice?
 - ✓ Är det rätt version av logotypen?
 - ✓ Stämmer placeringen av logotypen utifrån minsta frizon?
 - ✓ Är rätt typsnitt valt och används det på ett sätt som matchar exemplerna i den typografiska tillämpningarna?
 - ✓ Har rätt huvudfärger eller komplementfärger färger använts?

Kontakt

Jenny Bäckström, grafisk formgivare
jenny.backstrom@installatorsforetagen.se



Installatörsföretagen