

GRAFISK MANUAL

ATRIUM LJUNGBERG



INNEHÅLL

VÅRT ANSIKTE UTÅT	3	6.0 KONTORS MATERIAL	16
1.0 LOGOTYP & SYMBOL	4	6.1 Visitkort	16
1.1 Logotyp	4	6.2 Adressetiketter	17
1.2 Storlekar och varianter	5	6.3 Brevpapper	17
1.3 Färgsättning	5	6.4 Kuvert	18
1.4 Frizon	6	6.5 Anteckningsblock	18
1.5 Placering	6	7.0 DIGITALA MALLAR	19
1.6 Symbolen som grafiskt element	7	7.1 Brevmall	19
2.0 FÄRGER	8	7.2 E-postsignatur	20
2.1 Färgpalett	8	7.3 Digitala presentationer	21
3.0 BILDER & FASETTMANÉR	9	8.0 ANNONSER & AVSÄNDARE	22
3.1 Bilder & dess uttryck	9	8.1 Annonser	22
3.2 Fasettmanér & komposition	11	8.2 Avsändare på trycksaker	23
4.0 TYPOGRAFI	12	8.3 Verksamhetstext	23
4.1 Typsnitt	12	8.4 En del av Atrium Ljungberg	24
4.2 Typsnitt för trycksaksproduktion	13	9.0 ÖVRIGT MATERIAL	26
4.3 Typsnitt för windows	14	9.1 Flaggor	26
4.4 Typsnitt för webb	14	9.2 Profilprodukter	26
5.0 PAPPER	15	9.3 Vepor	27
5.1 Papper & kvalitet	15	9.4 Arbetskläder	29



VÅRT ANSIKTE UTÅT

Oavsett var eller hur vår omvärld möter oss så ska de känna igen oss. Vår logotyp och grafiska profil är det viktigaste vi har för en omedelbar visuell igenkänning av Atrium Ljungberg. De speglar våra värderingar som ligger till grund för allt vårt agerande; långsiktighet, pålitlighet, samverkan och innovativt tänkande. Samtidigt knyter den an till vår historia och vår vision att alla vill leva i vår stad.

Den grafiska profilen utgörs av logotypen, våra färger, vår typografi och vårt bildspråk. Tillsammans med våra platser, vårt sätt att arbeta och vårt uppträdande skapar den en helhetsbild av Atrium Ljungberg.

Den här manualen beskriver hur vi arbetar med vår grafiska profil, från användande av logotypen och hanterandet av färger och typografi, till mallar för utformning av brev och övrigt kontorsmaterial. Den hjälper oss, och de konsulter vi anlitar, att skapa en enhetlig visuell bild av Atrium Ljungberg.

Atrium Ljungbergs varumärke ska inte ersätta våra undervarumärken, såsom våra handelsplatsers varumärken. De ska, på samma sätt som alltid, rikta sig till handelsplatsernas slutkonsumenter. I vissa fall är det dock lämpligt och framgångsrikt att koppla samman våra undervarumärken med Atrium Ljungberg. För att göra det möjligt finns en framtagen logotyp som heter "En del av Atrium Ljungberg". Läs mer om den på sidorna 24-25.

Genom att vi är konsekventa och noggranna med den grafiska profilen får vi ett tydligt ansikte utåt, blir igenkända och når mer framgångsrikt ut med våra budskap.

Om du har frågor eller behöver tips och råd vad gäller den grafiska profilen - vänd dig gärna till Kommunikationsavdelningen.

Annica Ånäs, vd

1.0 LOGOTYP & SYMBOL

1.1 LOGOTYP

Vår logotyp är en av de viktigaste representanterna för oss och vårt företag. Den utgör grunden i Atrium Ljungbergs visuella identitet och ska användas som avsändare i all vår kommunikation. Därför är det viktigt att vi behandlar logotypen konsekvent och varsamt.

Logotypen består av två delar; symbolen och ordbilden med vårt namn. Dessa bildar tillsammans en helhet och får aldrig ritas om eller förvrängas. Använd alltid de färdiga logooriginal som finns framtagna.

I löpande text skrivs vårt namn med versala inledningsbokstäver, Atrium Ljungberg, och med ett mellanslag mellan Atrium och Ljungberg. Namnet ska inte avstavas eller förkortas. Logotypen och symbolen får inte användas i löpande text.



ATRIUM LJUNGBERG

Grundvarianten av vår logotyp.



Den liggande varianten av vår logotyp.

1.2 STORLEKAR OCH VARIANTER

Överallt där det är möjligt ska grundversionen av logotypen användas. I de fall där utrymmet på höjden är begränsat, kan den liggande varianten användas.

Grundlogotypen bör inte understiga 20 mm i bredd.

Den liggande varianten av logotypen bör inte understiga 40 mm i bredd.



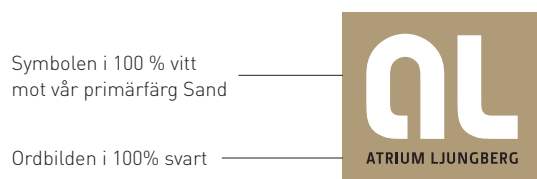
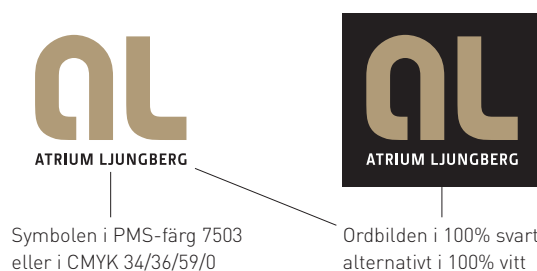
1.3 FÄRGSÄTTNING

Logotypen ska, så långt det är möjligt, reproduceras i färg mot helvit eller helsvart bakgrund. Ordbilden trycks då i 100% svart alternativt 100% vitt och symbolen i PMS 7503.

Logotypen kan också återges med symbolen i 100% vit och ordbilden i 100% svart mot primärfärgen Sand.

I fyrfärgstryck, CMYK, trycks logotypen i CMYK 34/36/59/0 och 100% svart.

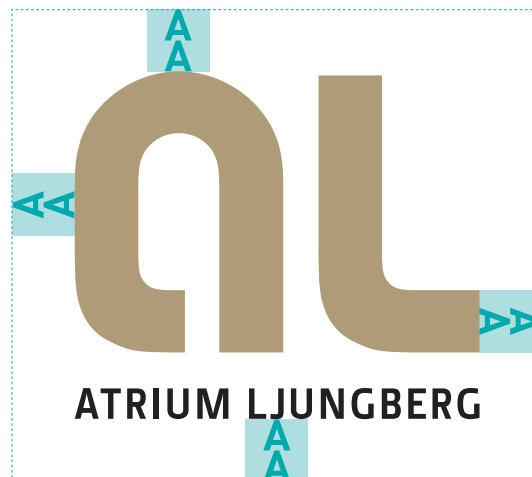
När inte färgtryck är möjligt ska den svartvita varianten användas. Symbolen och ordbilden trycks då i 100% svart.



1.4 FRIZON

För att logotypen ska uppfattas tydligt ska den alltid omges av en frizon, ett minimiavstånd till annan grafik, text eller bild. Ju mer friyta som finns runt logotypen, desto tydligare framträder den.

Den fria ytan runt logotypen grundar sig på ordbildens höjd gånger två, som på bilden här bredvid.



1.5 PLACERING

Logotypen ska helst placeras mot helvit eller helsvart bakgrund. Logotypen kan appliceras mot en bild förutsatt att bakgrunden är tillräckligt ljus och lugn.

Logotypen får aldrig läggas mot en färgad bakgrund som är störande eller mot bilder med störande element.

Här ser du några exempel på hur man inte ska använda logotypen. Om du är osäker på hur logotypen får användas eller om du behöver ett original på logotypen, kontakta Kommunikationsavdelningen.



1.6 SYMBOLEN SOM GRAFISKT ELEMENT

Symbolen kan även användas på egen hand som ett grafiskt element. Den används då i vitt mot färgad bakgrund eller som en utstansad bana, se exempel här intill.

Exempel på hur vi använt symbolen som grafiskt element är till exempel på baksidan av våra visitkort och som inspiration när vi kommunicerar vår vision.

Symbolen bör ej beskäras men får gärna vara utfallande.



2.0 FÄRGER

2.1 FÄRGPALETT

Vår grafiska identitet innehåller en färgpalett av tio olika färger.

Den beige färgen Sand är hämtad från vår logotyp. Samtliga färger kan kombineras enligt tycke och smak och används som komplement till våra bilder då vi använder oss av vårt fasettmanér.

Komplementfärgen Guld, Pantone 7503, kan användas som en ersättning för primärfärgen Sand, vid exklusiva trycksaksproduktioner eller som en extra effekt.

Färgerna ska i så stor utsträckning som möjligt användas i 100%, men toningar av de olika färgerna kan användas för att skapa nyanser i till exempel diagram och bakgrund.

 SAND	RGB 170/153/125	HEX AA997D	LAB 34/36/59
CMYK 34/36/59/0 45% 15%			
 GRANIT	RGB 110/116/111	HEX 6E736D	LAB 48/-3/2
CMYK 20/0/20/65 45% 15%			
 AQUA	RGB 0/155/162	HEX 009BA2	LAB 58/-33/-14
CMYK 100/0/40/0 45% 15%			
 MOSSA	RGB 133/135/75	HEX 85874B	LAB 55/-8/32
CMYK 13/0/100/46 45% 15%			
 CITRON	RGB 247/224/55	HEX F7E037	LAB 89/-4/78
CMYK 0/0/100/0 45% 15%			
 RÖDBETA	RGB 130/75/90	HEX 824B5A	LAB 39/25/2
CMYK 0/100/10/59 45% 15%			
 SUMAK	RGB 224/80/108	HEX E0506C	LAB 55/58/16
CMYK 0/100/50/0 45% 15%			
 APELSIN	RGB 227/142/79	HEX E38E4F	LAB L=74, A=29, B=47
CMYK 0/50/100/0 45% 15%			
 JORD	RGB 151/118/83	HEX 977653	LAB L=52, A=10, B=24
CMYK 0/40/80/40 45% 15%			
 CURRY	RGB 217/177/70	HEX D9B146	LAB L=74, A=7, B=58
CMYK 0/18/100/10 45% 15%			



3.0 BILDER & FASETTMANÉR

3.1 BILDER & DESS UTTRYCK

Bilderna i Atrium Ljungbergs kommunikation ska beskriva den mångfasetterade staden. Pulsen, själen, fastigheterna och det liv som finns i stadsmiljöerna.

De ska vara ett emotionellt anslag, snarare än att visa faktiska platser, som fasader eller halvtomma torg, vill vi visa bilder av hur själva känslan av platserna upplevs. Bilderna ska förmedla en urban känsla med nyckelord som: kornigt, mustigt och varmt. Ögonblicksbilder, minspel, kroppsspråk, kläder, leenden, generationer, etnicitet och gemenskap. Detaljer från staden som kullerstenar, skyltar, tegelväggar, glas, betong, växter, cyklar, bilar och allt annat som gör det till en stad. En levande stad dygnet runt. En stad där folk väjer att bo, arbeta och leva.

Människorna bör vara naturliga, av olika kön, gärna med egen stil, i olika åldrar, dock med tonvikt på arbetsför ålder, med olika etnicitet och i olika sinnesstämningar.

När vi använder bilder och illustrationer kan de ha olika syften, därför har vi delat in bilderna i två kategorier:

- Profilbilder är bilder som förmedlar eller uttrycker en känsla och skapar associationer.
- Verksamhetsbilder är bilder som förtydligar eller beskriver en företeelse eller verksamhet.

PROFILBILDER

Detta är bilder som används när vi vill bygga och förstärka bilden av Atrium Ljungberg. Det är bilder som ska visa på fördelarna med det som vårt företag skapar, bilder som förmedlar känslor och upplevelser. Det kan till exempel vara stämningsfulla bilder på människor, möten eller spännande miljöbilder.

VERKSAMHETSBLDER

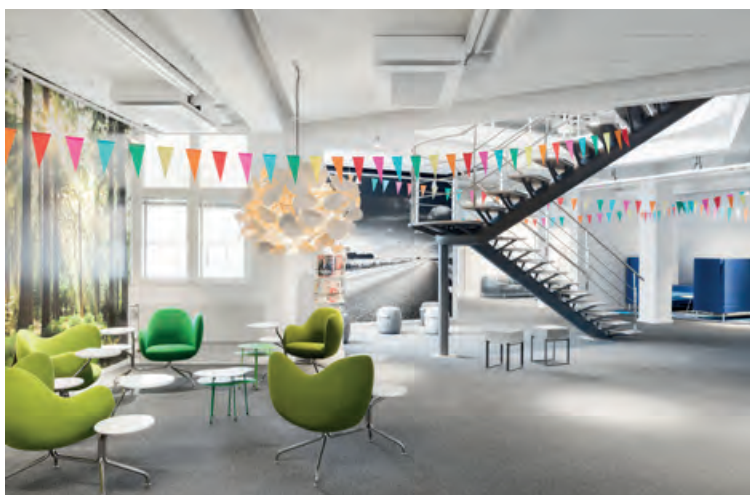
Dessa bilder utgör stöd för att beskriva en företeelse eller särskild situation, till exempel information om byggnaden av ett nytt köpcentrum, beskrivning av en lokal som är för uthyrning eller förtydligande av en informationstext.

När vi använder bilder och illustrationer är det också viktigt att vi vet vem som har upphovsrätten till den aktuella bilden och hur vi får använda den. I vår bildbank på intranätet är alla bilder kvalitetssäkrade, upphandlade för fri användning och märkta med fotografens/illustratörens namn. Om du är osäker på upphovsrättslagen kan du kontakta Kommunikationsavdelningen för stöd och råd.

Oavsett hur vi vill använda bilderna är det viktigt att vi utgår från våra värdeord vid valet; långsiktighet, pålitlighet, samverkan och innovativt tänkande.

Se exempel på nästa sida.

EXEMPEL



3.2 FASSETTMANÉR & KOMPOSITION

Fasett betyder liten, plan yta begränsad av räta linjer, av vilka var och en samtidigt är gränslinje till en i annat plan liggande liknande yta. Det är en bra beskrivning att utgå ifrån för att förklara hur vi använder oss av bilder och färgplattor i vårt grafiska uttryck.

Genom att blanda färgplattor och bilder i olika mönster skapar vi ett unikt uttryck för Atrium Ljungberg. Färgerna ska alltid vara från vår egen färgpalett men får användas med passande opacitet om plattan ligger exempelvis över en bild. Antal fält

bör vara tre till sex stycken för att inte skapa ett allt för rött intryck.

Använd olika vinklar, gå nära eller långt ifrån och kombinera med känsla. Fasetterna ska spela ihop och skapa en helhet.

EXEMPEL



4.0 TYPOGRAFI

4.1 TYPSNITT

Våra utvalda typsnitt är en viktig del i att bygga ett enhetligt grafiskt språk för Atrium Ljungberg och det är viktigt att de används konsekvent för att skapa igenkänning. Typsnitten är indelade i tre grupper utifrån användningsområde:

TYPSNITT FÖR TRYCKSAKER

När vi producerar externa trycksaker som till exempel skyltar, annonser och årsredovisningar använder vi typsnitten DIN och AGaramond.

DIN Pro Light

ABCDEFGHIJKLM
nopqrstuvwxyzåö
1234567890!?!%

AGaramond Regular / Expert

ABCDEFGHIJKLM
nopqrstuvwxyzåö
1234567890!?!%

TYPSNITT FÖR WINDOWS

För brev, Powerpoint och andra internt producerade dokument använder vi typsnitten Verdana och Times New Roman.

TYPSNITT FÖR WEBB

För publicering på webben använder vi typsnittet Roboto.

DIN Pro Bold

**ABCDEFGHIJKLM
nopqrstuvwxyzåö
1234567890!?!%**

AGaramond Bold / Bold Expert

**ABCDEFGHIJKLM
nopqrstuvwxyzåö
1234567890!?!%**

Verdana Regular

ABCDEFGHIJKLM
nopqrstuvwxyzåäö
1234567890!?!%

Verdana Bold

ABCDEFGHIJKLM
nopqrstuvwxyzåäö
1234567890!?!%

Times New Roman Regular

ABCDEFGHIJKLM
nopqrstuvwxyzåäö
1234567890!?!%

Times New Roman Bold

ABCDEFGHIJKLM
nopqrstuvwxyzåäö
1234567890!?!%

Roboto Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
1234567890!?!%

4.2 TYPSSNITT FÖR TRYCKSAKSPRODUKTION

DIN används i alla våra trycksaker, från broschyrer till skyltar och annonser. DIN lämpar sig väl för rubriker, underrubriker, ingresser och kortare textstycken.

AGaramond används som komplement till DIN. Det lämpar sig väl för längre, sammanhållna texter där ett typsnitt med klackar ger bättre läsbarhet. Siffror bör då sättas i AGaramond Expert för god läsbarhet och jämnare textflöde.

Typsnitten får användas fritt med gott typografiskt omdöme.

DIN BOLD I RUBRIKEN

DIN LIGHT I RUBRIKEN

Din Bold i rubriken

Din Light i rubriken

Ingress eller mellanrubrik i DIN Light, här 14 punkter med 18 punkters radavstånd.

Brödtext i DIN light, förslagsvis 9 punkter med 13 punkters radavstånd, vänsterställd.

MELLANRUBRIK I DIN BOLD 9 PUNKTER

Mellanrubrik i DIN Bold 9 punkter

Brödtext i AGaramond, förslagsvis 9 punkter med 13 punkters radavstånd, vänsterställd. Siffror sätts i AGaramond Expert.

4.3 TYPSNITT FÖR WINDOWS

För att producera dokument i Windows-miljö såsom brevmallar och PowerPoint presentationer använder vi windowstypsnitten Verdana och Times New Roman. Dessa finns installerade på alla de datorer i vår kontorsmiljö som innehåller Windows Officepaket.

VERDANA BOLD I RUBRIKEN
VERDANA REGULAR I RUBRIKEN
Verdana Bold i rubriken
Verdana Regular i rubriken

Ingress eller mellanrubrik
i Verdana Regular, här i
14 punkter.

Brödtext i Verdana Regular, förslagsvis
10 punkter vänsterställd.

MELLANRUBRIK I VERDANA BOLD
10 PUNKTER
Mellanrubrik i Verdana Bold
10 punkter

Brödtext i Times New Roman, förslagsvis
11 punkter, vänsterställd.

4.4 TYPSNITT FÖR WEBB

För användning på webben finns särskilt lämpade typsnitt som har god läsbarhet på bildskärmen.

Roboto är det typsnitt Atrium Ljungberg använder på vår externa webbplats.

Roboto Medium

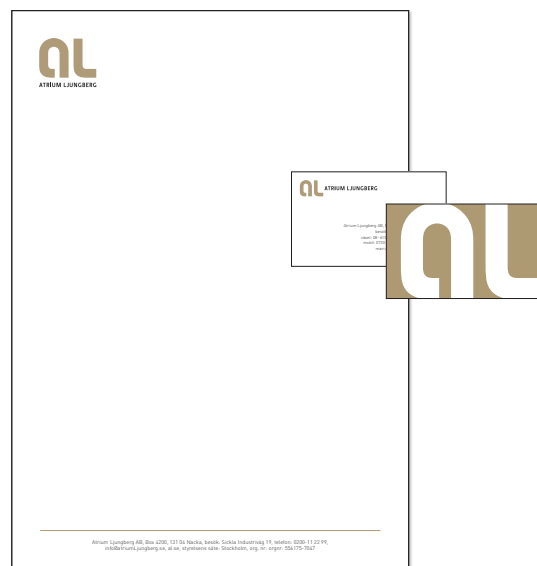
5.0 PAPPER



5.1 PAPPER & KVALITET

För att skapa ett enhetligt utseende är det viktigt att allt material vi producerar trycks på papper av samma kvalitet. Atrium Ljungberg använder vitt, obestruket papper som andas kvalitet. Det ska också vara miljömärkt. Exempel på sådant papper är Scandia 2000.

Undantag kan göras för speciella trycksaker som till exempel vykort.



6.0 KONTORSMATERIAL

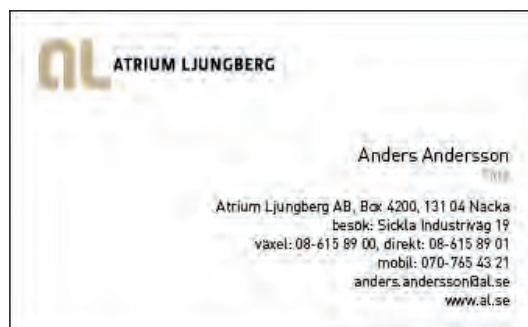
6.1 VISITKORT

Formatet för visitkortet är standard, 55x90 mm. Det finns olika varianter av visitkort; standard (med eller utan titel), engelskt och med dubbla adresser.

Den liggande varianten av logotypen används på framsidan. På baksidan används symbolen som grafiskt element i vitt mot en platta av Pantone 7503.

Samtlig uppgifterna är typograferade i Din Light.

Papper: 270 gram Scandia 2000.

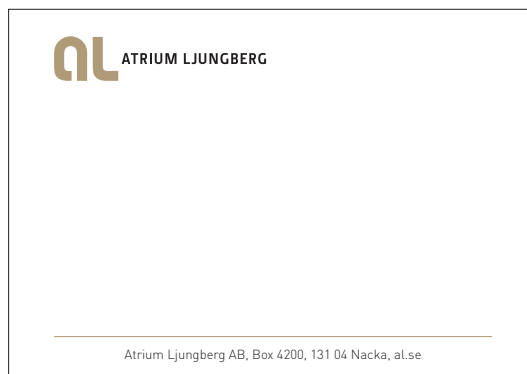


6.2 ADRESSETIKETTER

Det finns tillfällen då inte våra kuvert med förtryckta adressuppgifter och logotyp fungerar, till exempel då vi sänder skrymmande post. För detta ändamål finns självhäftande adressetiketter på rulle.

Adressetiketternas format är 100x70 mm.

Den liggande varianten av logotypen används och är placerad högst upp till vänster. Adressuppgifterna ligger längst ner och är typograferade i Din Light.



6.3 BREVPAPPER

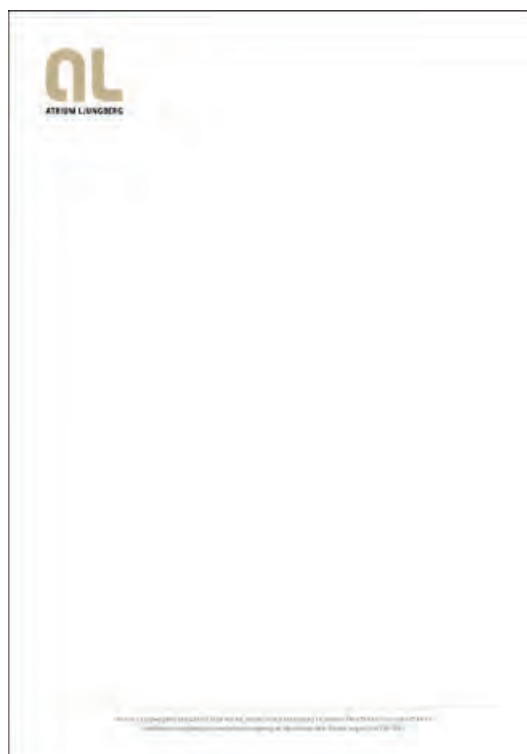
Formatet är standard A4, 210x297 mm.

Den stående varianten av logotypen används och är placerad högst upp till vänster.

Adressuppgifterna ligger längst ner och är typograferade i Din Light. Linjen ovan adressuppgifterna har sandfärgen Pantone: 7503.

Det finns även ett brevpapper framtaget med endast logotyp och utan adressuppgifter.

Papper: 100 gram Scandia 2000.



6.4 KUVERT

Det finns två olika format på kuvert:

- C5: 229x162 mm
- C4: 324x229 mm liggande/stående

Den stående varianten av logotypen används och är placerad längst ner till vänster. Adressuppgifterna ligger under logotypen och är typograferade i Din Light.

Samtliga kuvert finns med och utan fönster.



6.5 ANTECKNINGSBLOCK

Det finns två olika format på anteckningsblock:

- A6: 105x148 mm
- A5: 148x210 mm linjerat

Limbblock med 25 blad och kartongbaksida.

Den liggande varianten av logotypen används och är placerad högst upp till vänster.



7.0 DIGITALA MALLAR

7.1 BREVMALL

För att underlätta vårt dagliga arbete använder vi oss av färdiga, digitala mallar för brev. På så sätt ser allt som vi producerar enhetligt ut och vi får en tydlig avsändare. Om vi alla använder de färdiga mallarna bidrar vi till att stärka bilden av Atrium Ljungberg. Den digitala brevmallen laddar du ner från intranätet.



Ort den 1 oktober 20XX

Förnamn Efternamn
Företag
Box XXXX
XXX XX Stockholm

Hej Förnamn,

Equibusam commodia porpore si omnient, suntia volut harchie ipitdissi ium apit, nonsene sent.Quia soluptas dustiant, omnimus ut at poreriam nustiis ante et

velectem ipsapiet vendis nectam volorep udaepta tempor sequia sin re modia nim quas eum ex ex et que con rentur? Qui dolupta tiscimus as et esitis alitempedis am nonem ut fugitio blab il illupis si aut ipid

Apel quae debis ducias exped quo dolorita verum unte ipsum quidusam et repratit intur sedit evel imolum nam si nimolupta con plate velus eat ad quas rae. Binae commos mint hictus mit maiorerum quia quis eum quas endipsamus eos dollectum voluptatur similla borectatur? Cerum quia voloria dolor sam et eri iundam volore corem vel iditi ulluptas et odis solupti issimen iendae si ut as ea vendi autatec ti temqui corbusam, ommolor erchil minciun danimet iniet arum, et moluptam et

Bästa hälsningar,

Förnamn Efternamn
atrium Ljungerhg

Bilaga

Atrium Ljungberg AB, Box 4200, 131 64 Nacka, besöks: Sirkka Industriväg 19, telefon: 08-475 89 00
info@atrium.ljungberg.se, styrelsen@atrium.ljungberg.se, org.nr: 556175 7047

7.2 E-POSTSIGNATUR

E-post är ett av våra vanligaste kommunikationsmedel. För att tydligt visa vem avsändaren är och för att skapa igenkänning använder vi alla på Atrium Ljungberg samma enhetliga e-postsignatur där företagsnamnet, personliga uppgifter och adressuppgifter finns, tillsammans med vår symbol. Symbolerna för våra sociala kanaler finns också här och de är länkade till

Atrium Ljungbergs egna sidor. Dessa får inte ersättas av egna personliga sidor i sociala kanaler.

E-postsignaturen finns förinställd i din Outlook. Kontakta IT-avdelningen om du har frågor.

E-POST SIGNATUR

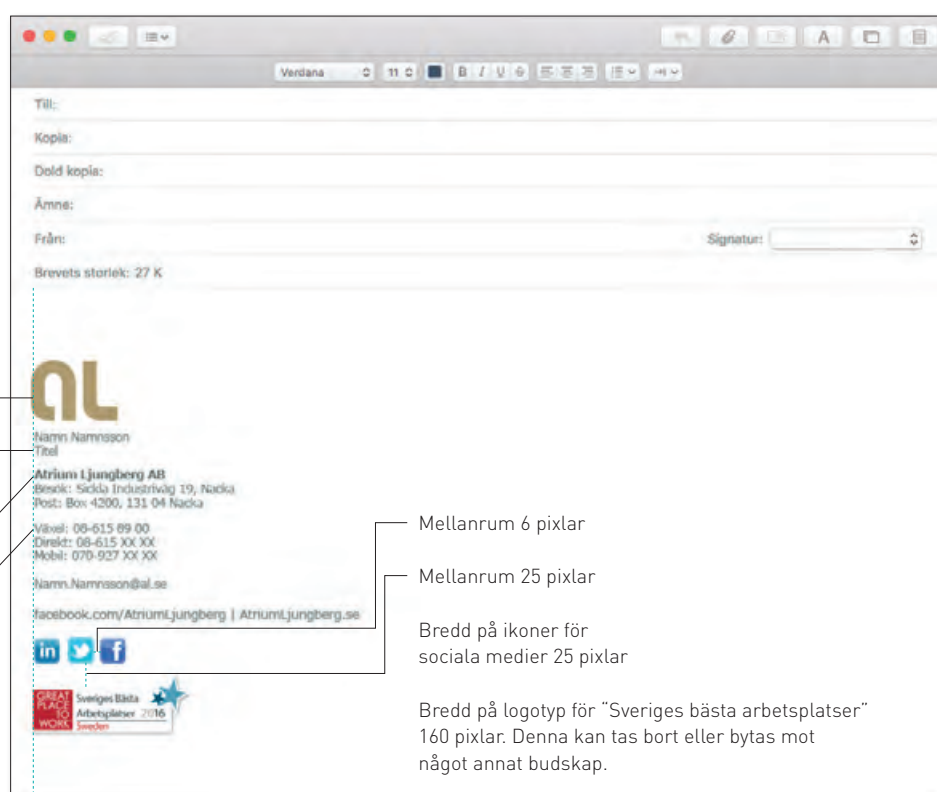
Logotypen är 85 pixlar bred

Marginal från vänsterkant
25 pixlar

Företagsnamn:
Verdana Bold 8 punkter

Adress- och personliga
uppgifter:
Verdana Regular 8 punkter

Textfärg:
RGB 110/116/111



Mellanrum 6 pixlar

Mellanrum 25 pixlar

Bredd på ikoner för
sociala medier 25 pixlar

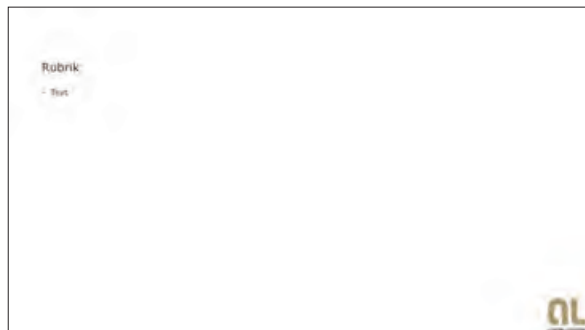
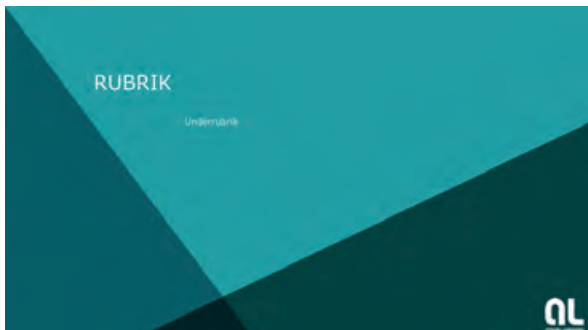
Bredd på logotyp för "Sveriges bästa arbetsplatser"
160 pixlar. Denna kan tas bort eller bytas mot
något annat budskap.

7.3 DIGITALA PRESENTATIONER

Powerpoint är ett bra verktyg för att skapa presentationer på ett enkelt sätt. Genom att vi använder våra egna framtagna mallar och fasettmanéret ges alla presentationer en tydlig identitet. Verdana används i all typografering.

Grundmallen är den som öppnas när du öppnar din Powerpointpresentation. Vill du komma åt en 4:3-presentation väljer du att trycka på AL-symbolen uppe i vänstra hörnet av presentationen.

EXEMPEL



8.0 ANNONSER & AVSÄNDARE

8.1 ANNONSER

Såväl printannonser som digitala annonser ger oss möjlighet att påverka bilden av Atrium Ljungberg. Därför är det viktigt att även dessa följer vår grafiska profil.

I alla typer av annonser ska alltid vår logotyp finnas med i nedre högra hörnet och de grafiska riktlinjerna avseende typografi och färger följas. De grafiska elementen i form av fasettmanéret utgör grunden i annonsen.



EXEMPEL



8.2 AVSÄNDARE PÅ TRYCKSAKER

AVSÄNDARE

På baksidan av våra trycksaker ska vår logotyp, så långt det är möjligt, läggas i nedre vänstra kanten. Avsändarinformationen placeras vänsterställd under logotypen.

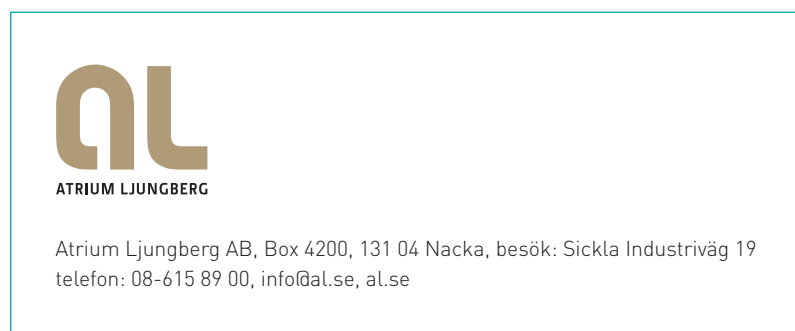
Använd grundlogotypen eller den liggande logotypen, beroende på utrymme och form. Hanteras enligt riktlinjer under avsnittet om vår logotyp.

Typografi i avsändare är Din Light 8 punkter med 11 punkters radavstånd.

TRYCKKORT

Tryckkortet ska placeras minst 4 mm från högerkanten, på sista sidan av våra trycksaker. Tryckkortet ska innehålla; Atrium Ljungberg, Datum, Produktion, Tryckeri samt eventuell information om illustratör/fotograf.

Typografi i tryckkort är Din Light 5,5 punkter med 8 punkters radavstånd.



EXEMPEL PÅ AVSÄNDARE

Logotypen i sin minsta tillåtna storlek, 25 mm bred och adressraden i DIN light, 8 punkter med ett radavstånd på 11 punkter.

Atrium Ljungberg, Januari 2008, produktion: Irons Design, tryck: Åtta45, copyright bilder: Johnér Bildbyrå.

EXEMPEL PÅ TRYCKKORT

Roterat 90 grader. Din light, 5,5 punkter med ett radavstånd på 8 punkter.

8.3 VERKSAMHETSTEXT

Det finns tillfällen när det finns behov av en kort och beskrivande text av Atrium Ljungberg. För detta ändamål finns det två varianter av "verksamhetstext" – en längre och en lite kortare. Du hittar texterna

under "Stöd i arbetet" på intranätet. Dessa texter kan till exempel användas på baksidan av trycksaker eller som avsändarinformation i annonser i anslutning till logotypen.

8.4 EN DEL AV ATRIUM LJUNGBERG

“En del av Atrium Ljungberg” är ett uttryck för att visa att alla våra enskilda handels- och kontorsplatser har ett stort och stabilt företag med ett starkt varumärke i ryggen. Vi vill så långt det är möjligt koppla samman våra undervarumärken med Atrium Ljungberg. Därför finns en särskild logotyp. Den används tillsammans med undervarumärkets logotyp.

“En del av Atrium Ljungberg” bör alltid sättas i samma storlek – den är inte knuten till hur stor logotypen är. I till exempel trycksaker och annonser, som betraktas på nära håll, är 20 mm en rekommenderad bredd.

Logotypen “En del av Atrium Ljungberg” hittar du på intranätet och nedan finns några exempel på hur den kan användas.

**EN DEL AV
ATRIUM LJUNGBERG**

**EN DEL AV
ATRIUM LJUNGBERG**

EN DEL AV ATRIUM LJUNGBERG

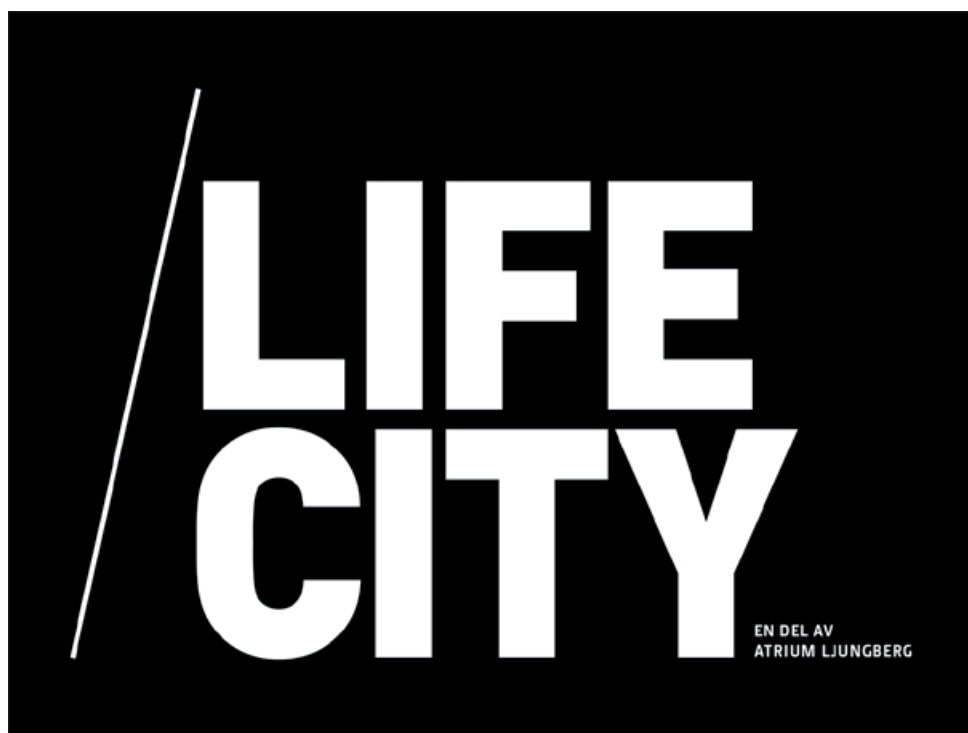
EN DEL AV ATRIUM LJUNGBERG

Enkelradig och dubbelradig variant av uttrycket, positiv och negativ.

EXEMPEL



EXEMPEL



9.0 ÖVRIGT MATERIAL

9.1 FLAGGOR

För Atrium Ljungbergs flaggor använder vi grundformen av vår logotyp, där symbolen är i färg och ord bilden i svart, mot vit bakgrund.

Våra flaggor ska ha proportionerna 3:2 (bredd och höjd).



9.2 PROFILPRODUKTER

Ibland finns behov av presentreklam eller profilprodukter med vår logotyp. Här är det viktigt att mottagaren vet att produkten kommer från Atrium Ljungberg och att produkten i sig stämmer överens med vårt företags värderingar. Logotypen kan anpassas till den aktuella produkten, den kan präglas, broderas eller på annat sätt appliceras. Tänk dock på att alltid följa riktlinjerna avseende frizon och färger.

För att ta fram nya profilprodukter eller beställa redan framtagna, vänd dig till Kommunikationsavdelningen.



9.3 VEPOR

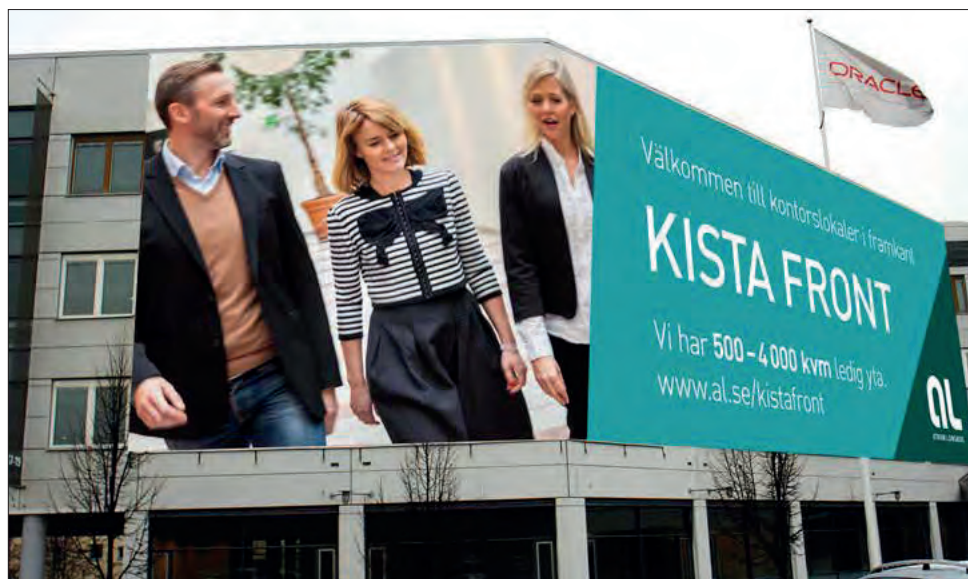
Att sätta upp en vepa på en fasad väcker stor uppmärksamhet. Förutom att förmedla ett budskap finns där också en möjlighet att ge ett positivt intryck av Atrium Ljungberg.

På alla vepor ska alltid vår logotyp finnas med och följa de grafiska riktlinjerna för typografi och färg. Vårt fasettmanér utgör grunden för den grafiska formen på veporna.

EXEMPEL



EXEMPEL



9.4 ARBETSKLÄDER

På våra arbetskläder ska logotypen placeras väl synlig. Vi använder svarta arbetskläder, dock kan man välja beige pikétröja som ett alternativ till svart.

Här är några exempel på arbetskläder med rekommenderad placering av logotyp. Här finns också regler för hur liten logotypen får vara på de olika plaggen.

Kontakta Kommunikationsavdelningen om du har frågor angående applicering av logotypen på arbetskläder.



PIKÉTRÖJA I SVART ALT BEIGE

Logotyp, svart tröja: liggande variant symbol, PMS 7503 med ordbild 100% vit
Logotyp, beige tröja: liggande variant, symbol i 100% vitt med ordbild 100% svart
Rekommenderad placering av logotyp: bröst och arm
Minsta storlek på logotyp: 60 mm bred



ARBETSSKJORTA I SVART

Logotyp: grundlogotyp, symbol PMS 7503 med ordbild 100% vit
Rekommenderad placering av logotyp: bröst och arm
Minsta storlek på logotyp: 65 mm bred



FLEEETRÖJA I SVART

Logotyp: grundlogotyp, symbol PMS 7503 med ordbild 100% vit
Rekommenderad placering av logotyp: bröst
Minsta storlek på logotyp: 65 mm bred



ARBETSBYXOR I SVART

Logotyp: grundlogotyp, symbol PMS 7503 med ordbild 100% vit
Rekommenderad placering av logotyp: benficka
Minsta storlek på logotyp: 75 mm bred



al
ATRIUM LJUNGBERG

Atrium Ljungberg AB, Box 4200, 131 04 Nacka, besök: Sickla Industriväg 19,
telefon: 08-615 89 00, info@al.se, al.se