

KIL GRAFISK MANUAL



4	VARFÖR EN GRAFISK MANUAL?	24	VÅRA TEXTER
6	VÅR LOGOTYP	26	SÅ HÄR SER VI UT
12	VÅRA FÄRGER	36	VÅRA SKYLTA
16	VÅRA TECKENSITT	38	DET SKA VARA LÄTT
18	VÅRT BILDSPRÅK		

*Den grafiska manualen är till för dig som är anställd i Kils kommun. Sidor märkta med **R**, **T** och **S** innehåller mer teknisk information för reklambyråer, tryckerier och andra samarbetspartners.*

“The times they are a-changing”, sjöng Bob Dylan 1964. Det var lika sant då som nu. Vill man rusta för framtiden måste man följa med i strömningarna.

Eller som Mr Dylan så väl uttryckte det; “you better start swimmin’, or you’ll sink like a stone”.

Som kommun har Kil ett ansvar gentemot sina invånare att se till att samhället håller sig på rätt sida av vattenytan. Att förse folket med de samhällstjänster som behövs, men också att skapa förutsättningar för ekonomisk och social välfärd, samt att förvalta Kils historiska arv.

Nu och i framtiden.

VARFÖR EN GRAFISK MANUAL?

Vi lever i ett föränderligt samhälle. En förändring som påverkat oss alla det senaste decenniet är en växande flod av budskap. Följden är att vi får svårare och svårare att ta in de budskap som berör oss. De är så många att vi av ren självbevarelsesdrift filtrerar bort de flesta.

Utmaningen för kommunens medarbetare är därför att förpacka varje budskap så att det når fram till mottagaren. För att klara det måste vi skapa information som är tydlig, enhetlig och effektiv.

Det ska alltid märkas när Kils kommun är avsändare. All vår kommunikation ska präglas av samma formspråk och uttryckssätt. Internt såväl som externt. Vi kan kalla det vår alldeles egna dialekt.

Den här manualen har vi skapat för att du som arbetar i Kils kommun enkelt ska kunna skapa information som följer vår dialekt.

Manualen berättar hur vi använder vår logotyp, vilka färger och typsnitt vi använder, samt vilken information som ska placeras var. Vi har också tagit fram mallar för våra vanligaste dokument. Använd dem, så kommer du enkelt och snabbt kunna skapa proffsig och snygg information.

Har du frågor runt den grafiska manualen är du när som helst välkommen att kontakta Kils kommuns informationsavdelning.

VÅR LOGOTYP



Kil är nära.

Kil har god gemenskap.

Kil har bra boenden.

Frågar du Kilsborna vad de tycker om sin ort, så får du oftast de här svaren.

Vår ambition har varit att skapa en logotyp som förmedlar samma varma känslor som Kilsborna själva har för sin ort. Vi har också velat bevara arvet från Kils kommuns vackra vapen.

Kilen finns kvar, men de kantiga formerna har mjukats till och gjorts mer organiska. Den blå färgen har blivit ljusare och varmare. Med lite fantasi finner du formerna av en blomma eller en fjäril i sköldens delar.

Vårt nya teckensnitt är robustare, ovanligare och tydligare att läsa än det gamla. Vår vision (På rätt spår) finns också med, skrivet i en mjuk handstil.

Den här mixen av kontraster skapar dynamik och balans. Här möts mjukt och hårt, strikt och informellt, kantigt och runt.

Denna dynamik symboliserar närheten och gemenskapen som finns i Kil.

SÅ HÄR ANVÄNDER VI INTE VÅR LOGOTYP

Vi behandlar vår logotyp som en medmänniska. Vi sätter den inte i obekväma situationer. Vi vänder den inte upp-och-ner, eller ställer den på sned.

Vi placerar den inte på ställen den inte vill vara och vi trycker inte ner den.

Egentligen är det enkelt. Vi använder den som den är - alltid mot vitt. Givetvis finns det undantag, men de hanteras av informationsavdelningen.



Vår logotyp ställs
aldrig på sned.



Vi ser alltid till att vår logotyp
behåller proportionerna.



Vi lägger inga effekter bakom vår
logotyp som gör den svåräst.



Vi lägger inte vår logotyp
i andra än angivna färger.



Vår logotyp är aldrig svart.



Vi använder inte logotypen
utan sin byline.



Vi placerar inte vår logotyp på någon
annan bakgrundsfärg än vit.



Vi placerar inte vår logotyp
direkt på en bild.

SÅ HÄR LINJERAR VI VÅR LOGOTYP

Placera vår logotyp så att den linjerar med närliggande text i höjd med överdelen av namnet eller den undre delen av magen på bokstaven P i vår vision.



SÅ HÄR PLACERAR VI VÅR LOGOTYP

För att vara säker på att du inte klämmer in logotypen i ett hörn (där den så klart inte trivs) ska du se till att ha en frizon mellan loggan och närliggande objekt. Tänk dig att det ska rymmas en sköld över, under och på sidorna, som i exemplet här bredvid. Mindre luft än så har vi aldrig runt logotypen.



VÅRA FÄRGER

Blått är trygghetens färg. Det är en färg som kommunicerar stillhet och lugn. Enligt Wikipedia anser många att blå är den bästa färgen eftersom den har flest positiva associationer i flera olika kulturer. Antagligen är det därför så många kommuner och industriföretag använder blått som sin profolfärg.

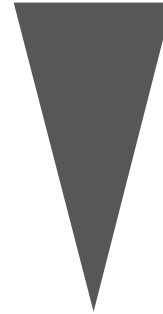
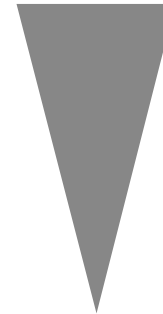
Kils kommuns nya blåa nyans är lite varmare, lite ljusare och lite gladare än den gamla. Vid sidan av den huvudsakliga nyansen använder vi också en ännu ljusare nyans av blått, samt tre grå nyanser. Var de olika nyanserna hör hemma ser du i dokumentmallarna som visas i denna manual.

HUR ANVÄNDER VI FÄRGER OCH NÄR?

Receptet för en färg kan skrivas på olika sätt. Olika recept används i olika sammanhang.

För att skriva ut på skrivare eller i kopieringsapparat använder du RGB-färger. Webbfärger används på webbplatsen.

PMS- och CMYK-färger används endast när något ska tryckas på ett tryckeri.

KIL
BLÅKIL
MELLANBLÅKIL
GRÅ 1KIL
GRÅ 2KIL
GRÅ 3

RGB	R0 G169 B224	R110 G204 B244	R88 G89 B91	R128 G130 B133	R188 G189 B192
CMYK	C83 M1 Yo Ko	C50 M1 Yo Ko	Co Mo Yo K80	Co Mo Yo K60	Co Mo Yo K30
WEBB	#00A9E0	#84CFEF	#58585A	#87888A	#C6C7C8
GRÅSKALA	-	-	Gråskala 20%	Gråskala 40%	Gråskala 70%
PANTONE 1	PMS 2995 C	-	-	-	-
PANTONE 2	PMS 2985 U	-	-	-	-

VÅRA TECKENSNIITT

A

RUNDFUNK GROTESK

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖ

1234567890+&!"#€%&/()=?

För rubriker i trycksaker som görs av informationsavdelningen. Används alltid med enbart versaler. Storleken varierar från 6 pt och uppåt. Spärrningen skall ligga på -50pt.

Alla våra färger kan tillämpas.

A

Arial Standard, Kursiv, Fet, Fet kursiv

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖ

1234567890+&!"#€%&/()=?

För rubriker i Office-dokument. Används med både gemener och versaler. Storleken styrs av de olika mallarnas rubrikformat. Saknas rubrikformat används storlekar från 6pt och uppåt. Alla våra färger kan tillämpas.

A

Georgia Standard, Kursiv, Fet, Fet kursiv

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖ

1234567890+&!"#€%&/()=?

För all brödtext i samtliga dokument utom Microsoft Excel och Power Point. Storleken varierar mellan 6 pt - 12 pt. Vi använder 10pt som standard med 18 pt radavstånd. I Microsoft Excel och PowerPoint skrivs brödtext med Arial.

Alla våra färger kan tillämpas.

VÅRT BILDSPRÅK

BILDER ÄR VIKTIGA I ALL KOMMUNIKATION

Bilder talar sitt eget visuella språk. Ett språk där grammatiken består av färger, former och kontraster, och där meningar byggs genom val av motiv, förgrund och bakgrund.

Precis som med den grafiska formgivningen bör våra bilder tala samma språk oavsett om de är tagna av en professionell fotograf, eller en amatör. Det gör det lättare för människor att känna igen våra bilder och det stärker vår kommunikation över lag.

För att det ska vara enkelt att följa vårt bildspråk har vi ställt upp några regler och rekommendationer. Om du följer dessa efter bästa förmåga kommer det att "kännas" vilka bilder som representerar Kils kommun.

VI ÄR INTE



VI ÄR



VI ÄR INTE



VI ÄR



GRUNDKURS

GÅ NÄRA

Vi människor har lättare att minnas motivet på ett pussel om det saknas en pusselbit. Det samma gäller med bilder. Om du utelämnar något bärande ur en bild så aktiveras betraktarens fantasi och hon fyller själv i de utelämnade bitarna. Resultatet blir ett starkare minne. Ett intressant exempel är Viking Lines logotyp som bara består av NG LI.

Försök därför att utelämna något av de bärande elementen när du komponerar din bild. Undantag är landskapsbilder.

VÄLJ GRÖN-BLÅ MOTIV

Försök välja motiv som innehåller gröna eller blå detaljer.

ÖVERKURS

DIGITAL EFTERBEHANDLING

Följande är rekommendationer för hur du kan efterbehandla bilder digitalt för att skapa den där sista finishen.

Rekommendationerna gäller dig som har kunskap om retusch och bildbehandling.

- Lägg på en lätt blå ton.
- Förstärk färgerna i bilden.
- Lägg till vinjettering för ökad dynamik och rama in motiv.
- Öka kontrasten.

KORT SKÄRPEDJUP

Använd kort skärpedjup förutom vid landskapsfotografering.

FÖRE



EFTER



VÅRA TEXTER

GENERELLA SKRIVRÅD

För att människor ska känna igen sig i vårt sätt att kommunicera bör du så gott du kan följa vårt tonläge när du skriver för kommunens räkning. En informativ text bör svara på frågorna: vad, vem, var, hur och varför. Strukturera texten så att det viktigaste kommer först och det minst viktiga sist. Glöm inte korrekturläsa. Du kan läsa upp texten högt för dig själv så hör du om något behöver formuleras om. Eller så kan du be någon annan korrekturläsa din text. En mer grundlig genomgång av skrivråd hittar du i vår informations- och kommunikationspolicy på intranätet.

VETA, KÄNNA, GÖRA

Innan du skriver en text bör du sätta upp mål för vad din målgrupp ska veta, känna och göra efter att de läst din text. Gör en lista för att försäkra dig om att du inte glömmer bort något viktigt. Veta handlar om rena fakta och information, medan känna handlar om vilka känslor din text ska förmedla. Göra är det du vill att läsaren ska göra när han/hon läst din text.

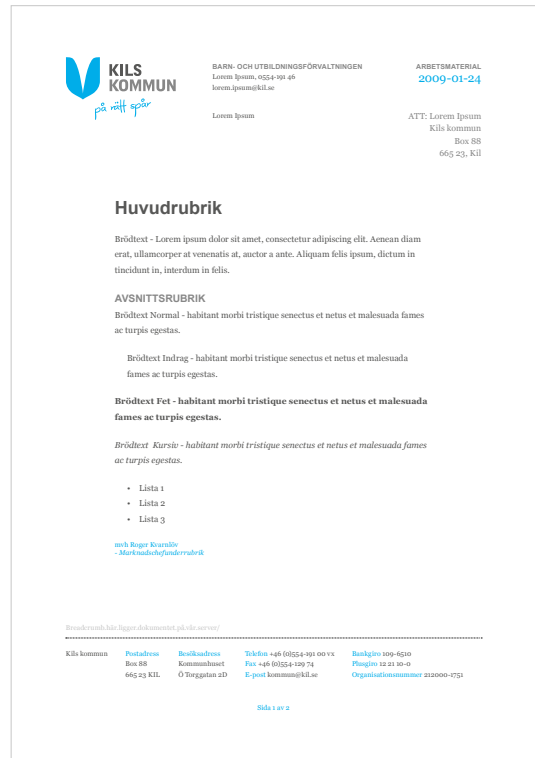
TONLÄGE

- *Det är alltid bara en person som läser en text.* Vänd dig därför till EN tänkt person. Skriv “du” istället för “ni”, “din” istället för “er” och så vidare. Ska du skriva ett informationsbrev till en föräldragrupp är det enklare att tänka sig EN förälder istället för alla.
- *Använd ett enkelt och informellt språk.* Om du kan välja en enklare synonym så gör det.
- *Skriv verb i aktiv form, hellre än passiv.* Skriv därför “Vi sänker kommunalskatten nästa år” hellre än “Kommunalskatten kommer att sänkas nästa år”.
- *Skriv kort och koncist,* med korta meningar. Undvik inskjutna bisatser.

**SÅ HÄR
SER VI UT**

En grafisk profil byggs upp av återkommande grafiska element. Ett sådant element är vår vita bård, som du hittar i nästan varje dokument. Vi placerar den ovanpå en bild eller en kilslå platta och den har en liten kil i övre vänstra hörnet. Längst ner till höger placerar vi vår logotyp. I annonser använder vi bården för att lägga brödtext i, medan det i en affisch går att fylla den med en fet rubrik.

För att det ska vara enkelt för dig att skapa de dokument du behöver, och för att alla Kils kommuns dokument ska vara formade på samma sätt, har vi tagit fram en samling mallar som täcker de flesta behov. Använd dem. Vilka mallar som finns, var de finns och hur du använder dem finns beskrivet på vårt intranet.



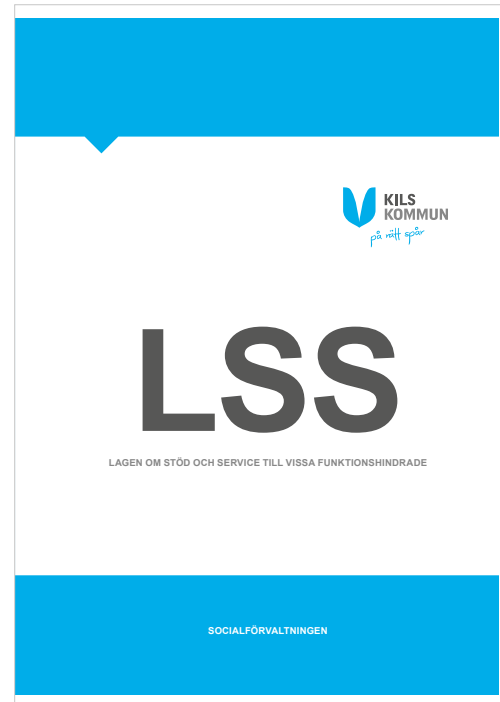
BREVMALL



POWERPOINT



AFFISCHMALL



BROSCHYRMALL



AFFISCHER

Använd stora bilder. När du gör en affisch rekommenderar vi att du använder EN stor bild under bården.

Om du inte kan hitta en bild som stärker ditt budskap så ska du använda en kilsblå platta.

ANNA ANDERSSON
Lärare
anna.andersson@kil.se
www.kil.se

BARN- OCH UTBILDNINGSFÖRVALTNINGEN

Adress	Box 88, 665 23 Kil
Telefon	+46 (0)554-191 00 vx
Direkt	+46 (0)554-191 46
Mobil	+46 (0)70-310 22 05

 **KILS
KOMMUN**
på rätt spår

*På vårt intranät kan du beställa visitkort. Där finns ett formulär där du anger dina uppgifter.
När du fyllt i formuläret skickas din beställning automatiskt vidare till tryckeri.*



BROSCHYRER

*Broschyrer som ska tryckas på tryckeri görs av informationsavdelningen.
De kan formges med eller utan bild på framsidan, men har alltid den vita bården.*

OBS! SKISSBILD

LOREM IPSUM DOLOR

The facillit lum inim dolemit incillid dolobore tis nos nis niam irili irilit, consectet praestrud. Unt dolore consenim zzril utat ullum velit dolutpat nim.

GÅ IN PÅ [KIL.SE/FLYGET](#)



KIL-SE


KOMMUN- FULLMÄKTIGE

sammanträder torsdag 28 jan kl 19.00 i KilaArenan.

Föredragningslista finns i kommunhusets medborgarhörna och på [kil.se](#).

Vi hälsar allmänheten välkommen!
Kurt Blank, ordförande

Du är också välkommen till dessa öppna sammanträden:
socialnämnden 27 jan,
tekniska nämnden 28 jan,
barn- och utbildningsnämnden 3 feb och kommunstyrelsen 9 feb.



VI SÖKER FÖRVALTNINGSCHEF



LÄS MER PÅ [KIL.SE](#)

ANNONSER

Annonser ser ut så här och de görs av informationsavdelningen.





VÅRA SKYLTAR



GATUAVDELNINGEN

Skyltar på kommunala byggnader ska designas enligt den här modellen. Använd enskilda bokstäver istället för ljuslådor. Placera symbolen till vänster och namnet på avdelningen eller byggnaden i versaler till höger. Om namnet består av två ord ska två nyanser av grått användas. Det finns också en ännu ljusare nyans att använda till ett eventuellt tredje ord.

DET
SKA VARA
LÄTT

På intranätet hittar du vår Informations- och kommunikationspolicy i sin helhet.

I denna grafiska manual nöjer vi oss med att ta med ett utdrag ur kommunikationspolicyn som ger dig stöd och råd när du arbetar med kommunikation. Vi kallar den **LÄTT** och den består av fyra riktlinjer.

- **Lättbegriplig.** Språket ska vara enkelt nog för alla att förstå. Skriv därför med korta meningar och undvik svåra ord, förkortningar och interna begrepp.
- **Ärlig och pålitlig.** Innehållet ska vara väl genomtänkt och anpassat till den aktuella målgruppen. Informationen ska vara ärlig, öppen och relevant.
- **Tillgänglig.** Efterfrågad information ska vara lätt att hitta och ska kunna lämnas ut snabbt och lätt.
- **Tydlig.** Informationen ska alltid följa Kils kommuns grafiska riktlinjer. Vi ska också sträva efter att kommunicera effektivt. Kan du säga något med en mening så är det onödigt att formulera två.

MER INFORMATION

Kils kommun har en informations- och kommunikationspolicy. Denna policy kompletteras av ett antal riktlinjer för hur lagar, grafisk profil, webb, massmedia annonsering, skrivregler och kanaler ska användas och följas. Du hittar dem på vårt intranet.