



SJÖBO  
KOMMUN

# Grafisk profil Sjöbo kommun





SJÖBO  
KOMMUN



Sjöbo - en plats för tillväxt.

Samhällsinformation/  
Myndighetsutövning

Marknadsföring

## Om varumärket

Kan en kommun vara ett varumärke? Absolut! Sjöbo är en plats och ett ord som är fyllt med olika värden och värderingar. Dessa är föränderliga över tid och påverkbara genom hur invånare, anställda i kommunen, politiker, besökare och omvärlden pratar om Sjöbo, vad som skrivs och sägs i media, i sociala medier och så vidare.

Syftet med en grafisk profil är att stärka Sjöbo kommuns varumärke. En grafisk profil gör det lätt för mottagaren att se att det är Sjöbos kommunala verksamheter som är avsändaren. En enhetlig och tydlig avsändare ger goda förutsättningar för att verksamheten ska uppfattas som förtroendeingivande.

Den grafiska profilen ska ge medarbetaren stöd i kommunikationen. En grafisk profil visar hur det ska se ut så att medarbetaren kan fokusera på vad som sägs.

Den grafiska profilen ska användas konsekvent. Det är inte tillåtet för någon av Sjöbo kommuns verksamheter att skapa egna logotyper eller använda bilder för att skapa en egen identitet.

För externa leverantörer, t ex annonsbyråer, är det av yttersta vikt att få tillgång till den grafiska profilen.

## Två varianter = en profil

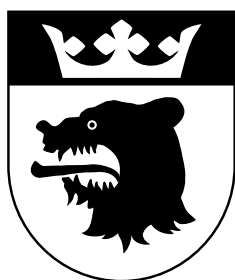
Kommunvapnet är Sjöbo kommuns officiella avsändare. Det används i all kommunikation med kommunens invånare, t ex på fakturor, informationsutskick och liknade. För material som används dagligen finns mallar i arbetsnätet och i dokument- och ärendehanteringssystemet.

Det grafiska elementet används i marknadsföring, på tryckt material såsom roll ups, broschyrer, samt hemsidan. Marknadsföringens syfte är att generera något: fler invånare t ex.

Ett varumärke är ett namn, en symbol eller ett tecken, som används för att identifiera produkter eller tjänster. Varumärken är en typ av immateriell tillgång. De är ofta skyddade genom ett varumärkesskydd eller helt enkelt genom att varumärket är känt av allmänheten. Varumärke har en grundläggande betydelse för individualisering av ett visst företags produkt och för dess marknadsföring. Märket blir bärare av produktens positiva intryck hos konsumenten.

Ett varumärke kan bestå av ett ord, en logotyp, ett koncept som är unikt. Varumärken som är mycket väl kända kan ge stora konkurrensfördelar för innehavaren och även ge möjlighet till inkomster utanför den egna reguljära verksamheten genom licensavtal som tillåter användningen av märket för andra företag än innehavaren.

## Standardutförande i färg respektive svart/vitt



SJÖBO  
KOMMUN



SJÖBO  
KOMMUN

Gul PMS 102 C  
Röd PMS 186 C



SJÖBO  
KOMMUN

De här färgerna ingår i Sjööbo  
kommuns vapen:  
Guld PMS 871 C  
Röd PMS 186 C

## Kommunvapnet

Kommunvapnet ska inte göras mindre än 13 mm bred, då texten blir svåräst. Lämna alltid en frizon runt vapnet. Den ska vara minst 25 procent av logotypens höjd.

Logotypen/vapnet består av två delar; kommunvapen och textblocket Sjööbo kommun.

Det är inte tillåtet att förvränga vapnet för att skapa en egen identitet.

Vapnet används i sin helhet det vill säga alltid tillsammans med textblocket för att vara så tydligt som möjligt.

Vapnet kan användas både i färg och i svart/vitt. Placera det på neutral bakgrund. Oftast kommer vapnet till sin rätt på högra sidan så att det "tittar in mot pappret." På brevpapper är det dock vänsterställt.

Logotypen får endast användas i kommunala ändamål och inte i kommersiellt eller informativt syfte av någon annan än Sjööbo kommun.

Till dagligt bruk fungerar den svart/vita logotypen utmärkt och vid utskrift på svart/vit skrivare används alltid den svart/vita logotypen för bästa resultat.

För material som ska skickas till tryckeri rekommenderas kommunvapnet i EPS. Annars används jpg. Vapnet finns i mallar och nedladdningsbara på Sjööbo kommuns arbetsnät.

I fält av guld ett avslitet björnhuvud med tunga och tänder röda och däröver en svart ginstam, belagd med en krona av guld. Så lyder blasoneringen av Sjööbo kommuns vapen.

Vapnet skapades för Sjööbo köping och fastställdes av Kungl. Maj:t 1969. Det går tillbaka på bilden i Färs härads 1500-tals-sigill med en gående björn. Efter kommunbildningen registrerades vapnet för Sjööbo kommun i PRV 1974.

## Varför är det en björn?

Det är det ingen som riktigt vet.

Färs härads äldsta kända sigill (från 1500-talet) hade bilden av en björn, visserligen i en lite annorlunda utformning. Björnen var stående på alla fyra och med en blå sköld och en förgylld krona på ryggen. Sedan dess har det funnits flera varianter på sigill, alla med en björn på. Det nuvarande vapnet fastställdes 1969 av Sjööbo köping och övertogs vid kommunsammanslagningen 1974 av nya Sjööbo kommun.

Förklaring nr 1: Det har funnits björnar i Skåne. Vapnet har gamla anor.

Förklaring nr 2: Björnen finns med som symbol för mod och tapperhet, egenskaper som "färsingarna" brukar tillskrivas.

Förklaring nr 3: Statsheraldikern Scheffer har 1969 refererat till en saga, som återgetts av den danske 1100-talshistorikern Saxo. Enligt den hade kungasonen Skjold visat tapperhet vid en björnjakt som troligen ägde rum i Skåne. Scheffer menar att kanske syftar sigillet ursprungligen på denna saga/jakt.



Sjöbo - en plats för tillväxt.



Sjöbo - en plats för tillväxt.

Sjöbo kommuns grafiska element finns i fem färger och kan användas med eller utan slogan eller sk pay off, på olika färgade bakgrunder och på bilder. Det går också att använda delar av det grafiska elementet. Det grafiska elementet ersätter inte Sjöbo kommuns vapen som är Sjöbo kommuns avsändare.

## Grafiskt element

Det grafiska elementet finns i profilfärgerna samt i vitt. Det går att använda på alla färger och på bilder, i sin helhet eller i delar.

Det grafiska elementet används endast av de anställda som arbetar med trycksaksproduktion och annan grafisk formgivning. De är också de enda som har tillgång till dem. Behövs det grafiska elementet för t ex en inbjudan ska informatören kontaktas. Det är viktigt att använda rätt format: eps för tryck, jpg för webb. Det innebär att de som arbetar med grafiska elementet för tryck ska ha program som kan hantera eps-filer. Prata med informatören.

Det är inte tillåtet att kopiera det grafiska elementet från hemsidan eller från en power point. Det ger en lågupplöst utskrift. Det är inte heller tillåtet att använda det som avsändare i mail.

Exempel på tillämpning för grafiska elementet: broschyrer och rapporter som distribueras externt, t ex årsredovisning men även Sjöbomagasinet, externa nyhetsbrev och inbjudan, diplom, annonser, webb, montrar, power point-presentationer osv.

Ibland används vapnet och det grafiska elementet tillsammans. Då blir vapnet en garant för vem avsändaren är. Det är vanligt i annonser och trycksaker som både är marknadsföring och officiell information, t ex årsredovisning och platsannonser.

## Vad är det för något?

Det grafiska elementet är en symbol för tillväxt. En frökapsel, en struktur av byar med en större centralort, en magnet som drar till sig människor - tolkningarna är lika många som betraktarna.

## Sponsorskap

När Sjöbo kommun sponsrar evenemang används alltid vapnet som avsändare. Det grafiska elementet lämnas aldrig ut till föreningar, näringsliv eller privatpersoner.

Ex på hur grafiska elementet och kommunens färger kan användas i en broschyr.



SJÖBO – EN PLATS FÖR TILLVÄXT

SJÖBO KOMMUN SÖKER

### VERKSAMHETSCHEF

Idérisk och kreativ chef inom barn- och ungdomskultur, bibliotek och kulturskola.

### ENHETSCHEF

Inom LSS som är kreativ och har förmågan att motivera andra.

### REDOVISNINGSCHEF

Som älskar ordning och reda.



[www.sjöbo.se](http://www.sjöbo.se)

SJÖBO – EN PLATS FÖR TILLVÄXT

SJÖBO KOMMUN SÖKER

### VD/ LOKALFÖRSÖRJNINGSCHEF

Är du handlingskraftig? Har du ett öppet och kommunikativt arbetssätt? Erfarenhet inom något eller några av områdena fastighetsförvaltning, ekonomi eller byggprojektering?



[www.sjöbo.se](http://www.sjöbo.se)

SJÖBO – EN PLATS FÖR TILLVÄXT

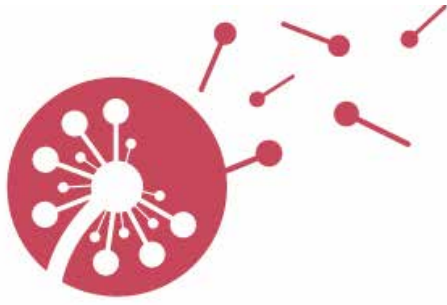
SJÖBO KOMMUN SÖKER

### ENHETSCHEF GATUKONTORET



[www.sjöbo.se](http://www.sjöbo.se)

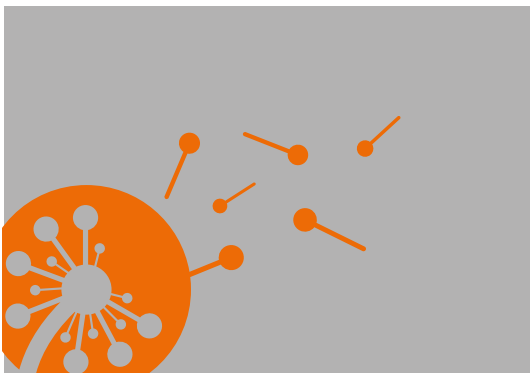
*avsandare upplevs som en garant.*



Sjöbo - en plats för tillväxt.



Sjöbo - en plats för tillväxt.



Ex på hur grafiska elementet kan användas på färgade bakgrunder, med och utan pay off, hel eller i delar, eller som en del i en bild.



Så här användes det grafiska elementet i Sjöbo kommuns cykelkampanj.



Ex på power point-presentation. Mallar finns på intranätet.



Så här kan man också använda grafiska elementet. Det gör vi bl a på hemsidan. Den här bilden är anpassad för webbpublicering och blir inte skarp nog när den återges i tryck.



*Ett kreativt kollage med det grafiska elementet.*

## Profilmfärger

Färg sänder budskap och är lätta att minnas. Till höger finns Sjöbo kommuns profilmfärger. De består av sex färger som är uppdelade i tre basfärger och tre komplementfärger.

Basfärgerna är färgstarka och komplementfärgerna är grå nyanser som fungerar med alla tre basfärgerna.

Färgerna är valda för att symbolisera kreativitet, mod och kraft. Trycksaker och kommunens hemsida ska bryta av mot de av tradition avskalade produkterna från offentlig förvaltning.

Sjöbo vill vara en välkomnade boendekommun med närhet till naturen. Grönt är av tradition Sjöbos färg. Den ljusa, gröna färgen påminner om bokskogar som nyss slagit ut. Den röda och orange färgen är varma, välkomnande och familjära. Färgerna hjälper till att förmedla en positiv bild av Sjöbo som en kommun med stora gröna värden och välkomnade atmosfär. De grå färgerna ska komplettera och stötta basfärgerna så att de förstärks ytterligare, samtidigt som de är sobra och ger ett seriöst intryck.

Färgerna ska alltid vara korrekt återgivna. Att hålla färgerna är lika viktigt som att symbolen i sig används på rätt sätt och att typsnittet alltid är detsamma. Färgerna ska återges i full mättnadsgrad och får endast tonas när de är bakgrundsfärger på t ex faktarutor och tabeller.

När text placeras på färgad botten är det viktigt att det blir en kontrast så att inte läsbarheten försämras. Det bästa är att använda mörka färger med vit text i det sammanhanget.

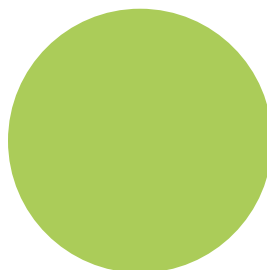
Beroende på vilket medium som används definieras färgerna på olika sätt:

CMYK är det vanligaste sättet på vilket man definierar färger för trycksaksproduktioner.

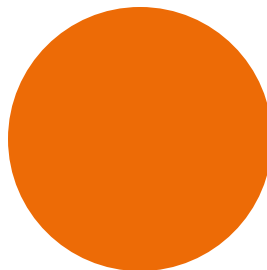
RGB är skalan som används vid digitala produktioner, som till exempel Power Pointpresentationer.

Observera att färgåtergivelsen på en vanlig skrivare aldrig blir korrekt vilket det blir på ett tryckeri. Färgerna kan också variera på olika papper.

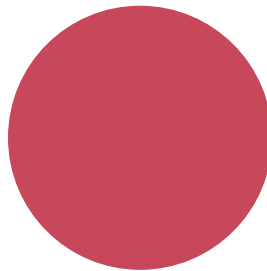
## Basfärger



PMS 375 C  
C: 41 M: 0 Y: 78 K: 0



PMS 7420 C  
C: 0 M: 68 Y: 100 K: 0

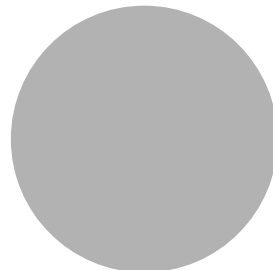


PMS 1665 C  
C: 0 M: 80 Y: 42 K: 20

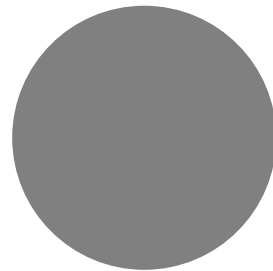
## Komplementfärger



Cool Grey 9 C  
C: 0 M: 0 Y: 0 K: 63



Cool Grey 6 C  
C: 0 M: 0 Y: 0 K: 40



Cool Grey 2 C  
C: 10 M: 8 Y: 10 K: 0

## Typografi

### I trycksaker:

Typografi har en viktig roll som gemensam nämnare i den grafiska profilen. Därför är det viktigt att välja typsnitt med omsorg, liksom storlekar och kombinationer. Storlek på bokstäver anges i punkter. Den här texten är satt i 10 punkter.

Ett och samma typsnitt innehåller tecken i olika snittvarianter med olika grundformer (gemen, versal, rak, kursiv), grovlekar eller sorter (mager, halvfet osv), bredder eller vidder (smal, normal osv).

### Rubriker: Myriad Pro

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö

### Löptext trycksak: Adobe Garamond Pro

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö

### Hemsidan och arbetsnätet:

Verdana

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö

### Korrespondens:

Times New Roman fungerar utmärkt för daglig korrespondens.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö

## Tryck eller inte?

Produktens utformning bestäms utifrån

- Målgrupp
- Antal exemplar
- Behov av aktualisering

För produktet med bilder och grafisk profil är principen att framställningen ska ske på tryckeri och inte genom utskrift eller kopiering på vanliga kontorskopiatorer/-skrivare eftersom färgåtergivning ska vara korrekt. Undantag från detta kan göras för material som endast ska framställas i ett begränsat antal exemplar på grund av att uppgifterna i produkten fortlöpande aktualiseras. Produkter för extern bruk som avses skrivas ut eller kopieras ska i princip inte innehålla några profilmått eller bilder.

## Tryckeri

Vi har avtal med tryckeri CA Andersson. Allt trycks av dem enligt upphandling gjord 2015. Kontakta informatören vid frågor.

## Övriga identitetsbärare

Att ett brev eller ett e-postmeddelande är från Sjöbo kommun ska det inte råda tvivel om.

Använd alltid signatur i extern e-post.

Den skrivs enligt följande:

Förnamn Efternamn

Titel

Sjöbo kommun

Förvaltningen

275 80 SJÖBO

Tel 0416-270 00 Mobil 070-000 00 00 Fax 0416-51 17 92

E-post: fornamn.efternamn@sjobo.se

www.sjobo.se

www.facebook.com/sjobokommun

Lägg gärna till texten:

Överväg miljöpåverkan innan du skriver ut detta e-postmeddelande

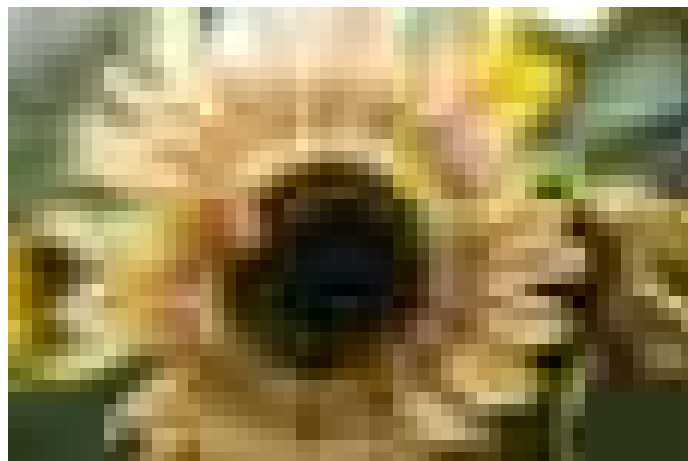
Flaggor och skyltar har vapnet som avsändare. Profilprodukter ska särbehandlas. Är det en gåva ska det vara den officiella avsändaren, dvs vapnet. Ska profilprodukter delas ut i större mängd, t ex godis, billigare pennor etc kan det grafiska elementet användas.

Kansliavdelningen ansvarar för allt kontorstryck. Här gäller den officiella avsändaren, dvs vapnet.

Visitkort beställs av inköpsansvarig på kansliavdelningen för tryckning. Visitkortet trycks på 250 gr Conqueror, snövit, eller likvärdigt papper.

Mallar för brev, power point osv finns i dokument- och ärendehanteringssystemet och på arbetsnätet.





Bilden ovan är högupplöst, dvs 300 dpi och anpassad för tryck. Samma bild bredvid är lågupplöst, 72 dpi och anpassad för visning på skärm; webb och power point. Den blir därför suddig vid utskrift.

## Användning av bilder

När vi väljer bilder ska vi tänka på vilka signaler bilden sänder. Bilder får inte användas som dekoration eller utfyllnad. De ska alltid vara betydelsebärande, dvs fungera i relation till texten och förmedla ett budskap, väcka intresse, skapa en känsla etc.

Bilderna ska också ge en positiv bild av Sjöbo genom att visa vackra omgivningar och aktiva människor. Men många ämnen är allvarliga: om en fråga är problematisk ska inte politiker och tjänstemän på bilden skratta. Att vara allvarlig i det sammanhanget visar på ett seriöst engagemang för uppdraget.

Bilder på webben ska sparas i jpg eller annat webbvänligt format och vara 72 dpi. Bilder för trycksaker ska hålla 300 dpi eller mer. Vid fotografering ska kameran ställas in på högsta upplösningen.

Bilder som ska tryckas ska vara sparade i CMYK. En del tryckerier föredrar RGB. Fråga tryckeriet om vad de önskar.

De grafiska elementen ska behandlas som alla andra bilder: Lågupplöst för webb och högupplöst för tryck. Kopiera inte det grafiska elementet från worddokument och power point-dokument. Resultatet blir lågupplöst.

### Personuppgiftslagen

Är det människor på bilden? Kontrollera att de har gett sitt tillstånd att vara med. Var extra noga om barn förekommer på

bilderna. Personuppgiftslagen (PuL) ska skydda människor mot att deras personliga integritet kränks när personuppgifter behandlas. PuL omfattar insamling, registrering, lagring, bearbetning, spridning, utlåning, med mera.

I personuppgiftslagen finns regler för hur personuppgifter får behandlas. Lagen bygger främst på samtycke och information till de registrerade. Det finns också regler om säkerhet och rättelse av felaktiga uppgifter. Företag, myndigheter, föreningar, och andra kan utse personuppgiftsombud som självständigt kontrollerar att personuppgifter behandlas korrekt inom verksamheten.

### Upphovsrätt

Lagen om upphovsrätt ger upphovsmannen rättsligt skydd till sitt verk. Upphovsrättslagen gäller för såväl analog som digital bildanvändning. Med bild menas olika typer av bilder, som till exempel fotografier, teckningar, illustrationer och collage. Inga ändringar i bilden får göras utan upphovsmannens tillstånd. Ladda aldrig ner bilder från internet för att publicera - det är stöld.

Clip art är inte tillåtet att använda.

I Sjöbos bildbank, som informatören ansvarar för, finns bilder som är fria att använda, för evigt eller under en begränsad tid. Informatören har avtal med fotograferna som tagit bilderna.

För att hantera de flesta av dem krävs bildbehandlingsprogram. Kontakta informatören om något är oklart.

## Vägen till en bättre text

Några enkla råd för korrekta och läsbara texter:

Vem ska läsa texten? Vad är syftet med texten? De frågorna ska du alltid fundera över när du skriver.

Svara på frågorna vad, var, när, hur, vem och varför. Då får du med allt.

Skriv på Klarspråk. Vissa texter bör även finnas på Lättläst. Diskutera med informatören.

Använd lix.se – en sajt för att räkna ut läsbarhetsindex, eller liknande tjänst. Så lågt index som möjligt gäller. Läs mer om klarspråk på Språkrådets hemsida: [www.sprakradet.se](http://www.sprakradet.se).

Felaktig stil skymmer budskapet i en text. Undvik: slarvigt tal-språk, kanslisvenska, jargong, flåshurtighet, för personlig eller för formell stil.

Skriv modern svenska:  
Skriv ta, finns – inte taga, finnes.  
Skriv ska – inte skall.  
Skriv du, ni, er – inte Du, Ni, Er.

Undvik ”kommer att”. Ex. ”ljusen kommer att tändas,” skriv ”ljusen tänds.”

Undvik förkortningar förutom de allmänt kända. Det är korrekt svenska att skriva dem med eller utan punkt.

Undvik diffusa uttryck som ”gå av stapeln” (det är bara båtarna som går av stapeln).

Tal t o m tolv skrivs normalt med bokstäver. (Dock ej i ekonomisk redovisning - då skrivs siffrorna ut.)

Stryk småord och vaga ord som inte tillför texten något – ju, så, ganska, också, alltså.

Var försiktig med att använda ordet man, som skapar otydlighet.

Se upp med särskrivningar. Kom ihåg några dåliga exempel: djup fryst kyckling lever, sjuk sköterska.

Centrala verk och myndigheter som är unika och har namnkaraktär skrivs med stor bokstav. Exempel: Datainspektionen, Kammarkollegiet. Myndigheter som inte är unika – regionala myndigheter, domstolar, nämnder – skrivs med liten bokstav. Exempel: hovrätten, men Svea hovrätt, tingsrätten, kronofogdemyndigheten, länsstyrelsen, arbetsförmedlingen, Sjöbo kommun. Sjöbo kommun skrivs med litet k i kommun.

Slösa inte på utropstecken. Utropstecken används vid korta utrop, t ex Oj! Kära mormor! Välkommen! Eller vid uppmaningar: sätt dig!

Förvaltningar och nämnder inleds med liten bokstav, t.ex. kommunledningsförvaltningen, vård- och omsorgsnämnden.

Använd SAOL och Svenska skrivregler.