

# profil- manual

för Slättö Förvaltning

## SLÄTTÖ FÖRVALTNING

Grev Turegatan 19  
114 38 Stockholm

+46 771 650 200  
@ info@slattoforvaltning.se  
www.slattoforvaltning.se

## SOCIALA MEDIER

f slattobostad  
Instagram slattobostad  
in slättö-förvaltning  
YouTube slattobostad

**SLÄTTÖ**  
MER ÄN BARA BOENDE

# inledande ord

Denna manual beskriver vår visuella identitet. Vi vill att den ska vara till hjälp att hantera grafiska element, för att säkra en enhetlighet och konsekvens gällande varumärkets grafiska profil. Slättös affärsidé är att utveckla, äga och förvalta nya bostäder i svenska tillväxtorter. Våra kärnvärden: ansvar, engagemang och hållbarhet är viktiga ledord som ligger till grund för vår dagliga verksamhet.

*Tack för att du tar del  
av denna manual.*

*Daniel Lyckhammar, marknadschef*



# manualens innehåll

## LOGOTYP

Logotypanvändning .....	3
Svart och vit logotyp .....	3
Konstruktion och frizon .....	4
Samprofilering, logotyp ihop med andra .....	4

## TYPOGRAFI

Typsnitt .....	5
Typografiska regler .....	5
Typsnitt för digitala medier .....	5

## FÄRG

Primära färger .....	6
Sekundära färger .....	6
Kompletterande palett .....	7
Färgsystem .....	7

## KONTAKTINFORMATION

Kontakter .....	7
-----------------	---

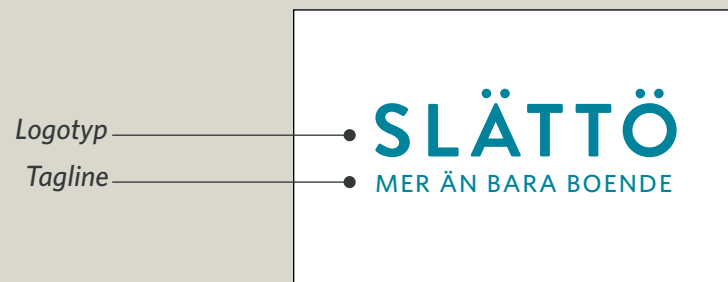
# logotyp design

## Användning

Texten är specialritad till ett unikt ordmärke och får inte förvanskas eller ändras utan måste användas enligt de regler som följer. Logotypen är det tydligaste kännetecknet för vår verksamhet och den viktigaste identitetsbäraren för bolaget.

*Taglinen ska alltid vara i samma färg som logotypen.*

## Logotypen på olika bakgrunder



### Slättö-cyan



Slättös egna cyanfärg används på logotypen i första hand.

### Vit



Vid de tillfällen då bakgrunden inte tillåter, används vit logotyp.

Ibland, på grund av produktionskostnad eller när ett media där man endast trycker i svartvitt/enfärgstryck, är det dessa två varianter av logotypen vi använder (100 % svart respektive 100 % vit).

Logotypen måste vara tydligt urskiljbar mot bakgrunden. En vit respektive svart bakgrundsplatta kan användas om bakgrunden kräver.

**SLÄTTÖ**  
MER ÄN BARA BOENDE

100 % svart

**SLÄTTÖ**  
MER ÄN BARA BOENDE

100 % vit

## Konstruktion + frizon

För att logotypen ska framträda och synas ordentligt behövs det utrymme runt omkring. Grundregeln är att friutrymmet runt logotypen ska vara minst lika stort som teckenbredden som bokstäverna T och Ö bildar tillsammans i logotypen, men ju större frizon, desto tydligare logotyp.

**Storlek och färg:** Logotypen ska vara minst 10 mm på höjden och i största möjliga mån i färg. Slättö-cyan används i första hand, i de fall detta inte är möjligt används vit logga. Det är viktigt att logotypen framträder på ett tydligt och kontrastrikt sätt gentemot bakgrunden. Vit eller svart logotyp används endast när det är omöjligt med färgtryck på ljus respektive mörk bakgrund. Om logotypen placeras i en bild är det av avsevärd betydelse att den har en god kontrast mot bakgrunden. Välj därför att placera Slättö-cyan mot en ljus, jämnfärgad del av bilden.



När logotypen används ska den vara omgiven av den frizon som bokstäverna T och Ö i Slättös logotyp tillsammans skapar (x).

Tagline ska ej användas då storleken på logotypen understiger 25 millimeter i bredd.

## Samprofilering

**Logotypen med andra företag:** I de sammanhang som logotypen exponeras tillsammans med andra bör man använda logotyp utan tagline för bäst exponering. Eftersom de flesta företag har riktlinjer för samexponering är det ibland svårt att hitta en gemensam lösning, dock måste alltid friutrymmet för Slättös logotyp respekteras och efterlevas. Notera att det ska finnas ett vertikalt respektive horisontellt streck mellan logotyperna. Storleken på strecket ska vara 0,3 punkter med färgen 60 % svart. Se exempel nedan.

SLÄTTÖ



ARKITEMA ARCHITECTS

SLÄTTÖ



ARKITEMA ARCHITECTS

## FILFORMAT

Logotypen finns i två olika filformat. PNG innebär att logotypen är gjord som pixelgrafik. Denna version användas för skärmvisning (webb, e-post, PowerPoint).

EPS är vektoriserade filer avsedda för trycksaker. (Filformat kan skalas i storlek utan att förlora kvalitet, samma fil kan användas till en kvartsannons och till en fyra meter bred vepa).

# typografi

# användning

Slättös typsnitt är utvalda för sina estetiska och kommunikativa kvaliteter och bidrar till ett dynamiskt och modernt visuellt uttryck.

## Aleo – rubrik, bildtext

Light	Regular	Bold
ABCDEFGHIJKLMNOP abcdefghijklmnpqr 1234567890	ABCDEFGHIJKLMNOP abcdefghijklmnpqr 1234567890	<b>ABCDEFGHIJKLMNOP</b> <b>abcdefghijklmnpqr</b> <b>1234567890</b>

## Whitney – ingress, kortare brödtexter och tabeller

Regular	Bold	Regular Light
ABCDEFGHIJKLM abcdefghijklmnpqr 1234567890	<b>ABCDEFGHIJKLM</b> <b>abcdefghijklmnpqr</b> <b>1234567890</b>	ABCDEFGHIJKLM abcdefghijklmnpqr 1234567890
Condensed Light	Condensed	Bold Condensed
ABCDEFGHIJKLMNOP abcdefghijklmnpqr 1234567890	ABCDEFGHIJKLMNOP abcdefghijklmnpqr 1234567890	<b>ABCDEFGHIJKLMNOP</b> <b>abcdefghijklmnpqr</b> <b>1234567890</b>

## Adobe Caslon Pro– till längre brödtexter

Regular	Semibold	Bold
ABCDEFGHIJKLM abcdefghijklmnpqr 1234567890	ABCDEFGHIJKLM abcdefghijklmnpqr 1234567890	<b>ABCDEFGHIJKLM</b> <b>abcdefghijklmnpqr</b> <b>1234567890</b>

## Typografiska regler

Exakt grad på text anpassas efter format och layout, men graden bör aldrig understiga 9 punkter (1 punkt = 0,376 mm). Man bör inte använda enbart versaler eller kursiv stil i hela meningar eftersom det kan upplevas som svårläst. Normalt radavstånd bör vara cirka 2 punkter större än teckengraden och för att skapa en behaglig läsning rekommenderas att använda radlängder mellan cirka 6 och 13 cm.

## Typsnitt för digitala medier:

För digitala medier vilka inkluderar sociala medier, MS Office-dokument (OBS: Detta gäller ej banners och PDF:er) använder vi Arial (sans-serif) till rubriker, ingresser, bildtexter, samt diagram. Georgia används till brödtexter och i alla andra längre löpande texter. Arial och Georgia använder vi i normal och fet, kursiv (i båda snitten) används till att förstärka enskilda ord eller stycken.

Anledningen till att vi frångår Slättös huvudtypsnitt är att vi inte kan garantera en användares lokala datorinställningar. Om exempelvis Whitney inte finns installerat byter datorn automatiskt ut det till ett systemtypsnitt och då uppstår oönskad layout. De valda typsnitten ovan är så kallade "webbsäkra" typsnitt och tillgängliga på majoriteten av de datorer som används för att öppna dokument, besöka webbsidor, et cetera. Arial och Georgia tillhör dessutom Officepaketets grunduppsättning och är installerade i datormiljöer utan att licens krävs. Att använda dessa typsnitt minimerar därför risken för typsnittskrängel.

Vidare är dessa typsnitt ritade för att fungera optimalt för både bildskärm och skrivare.

# färg- system

## Primära färger

Slättös färgpalett är uppdelad i en primär del (Slättö-cyan, ljusbeige, Slättö-svart och vit), en sekundär del (aquamarine, marinblå, pistagegrön och oaklandgrön) samt en kompletterande palett (mangogul, sötorange, orangeröd). När materialvalet är metall används silverfärgad metall.

Primärfärgerna är Slättös huvudfärger och ska därför användas i största utsträckning för att ge igenkänning och förknippas med varumärket. Precis som användningen av vår logotyp är det viktigt att på ett korrekt och konsekvent sätt nyttja färgpaletten så att den blir en god identitetsbärande för Slättö.

De färger som främst profilerar Slättö är Slättö-cyan, ljusbeige, Slättö-svart och vit.

## Sekundära färger

De sekundära färgerna hjälper oss att ge vår kommunikation mer uttryck och liv, ett kreativt svängrum, för att komplettera primärfärgerna. De används i rubriker, citat, tonplattor och andra grafiska element.

Det går bra att tona färgerna, det ger tillgång till en större palett av färger som harmoniserar med varandra då produktion av grafiskt material kräver större variation.

### PRIMÄRA FÄRGER SLÄTTÖ-CYAN

#### FÄRGKODER

CMYK	100 / 10 / 30 / 15
RGB	0 / 131 / 155
HEX	#00839B
PMS	7712

### PRIMÄRA FÄRGER LJUSBEIGE

#### FÄRGKODER

CMYK	0 / 0 / 10 / 17
RGB	224 / 222 / 209
HEX	#E0DED1
PMS	7527

### PRIMÄRA FÄRGER SLÄTTÖ-SVART

#### FÄRGKODER

CMYK	15 / 0 / 0 / 90
RGB	51 / 56 / 58
HEX	#33383A
PMS	426C

### PRIMÄRA FÄRGER VIT

#### FÄRGKODER

CMYK	0 / 0 / 0 / 0
RGB	255 / 255 / 255
HEX	#ffffff

### SEKUNDÄRA FÄRGER AQUAMARIN

#### FÄRGKODER

CMYK	72 / 0 / 20 / 0
RGB	11 / 182 / 205
HEX	#00BB6D
PMS	631 C

### SEKUNDÄRA FÄRGER MARINBLÅ

#### FÄRGKODER

CMYK	94 / 43 / 11 / 45
RGB	0 / 77 / 116
HEX	#004D74
PMS	7701

Färgerna tonas procentuellt

i 20-tal, 80 %, 60 %

och så vidare.

### SEKUNDÄRA FÄRGER PISTAGEGRÖN

#### FÄRGKODER

CMYK	49 / 0 / 93 / 4
RGB	147 / 189 / 51
HEX	#93BD33
PMS	375

### SEKUNDÄRA FÄRGER OAKLANDGRÖN

#### FÄRGKODER

CMYK	100 / 0 / 50 / 59
RGB	0 / 84 / 80
HEX	#005450
PMS	3292

## Kompletterande palett

Vi har också en kompletterande palett, den är främst till för detaljer och faktarutor som behöver god kontrast till andra färgfält. Även bland element som exempelvis linjer och punkter där många färger behövs parallellt, eller som betoning i diagram och övrigt där något ska sticka ut.

## Färgsystemen

**De olika färgsystemen används för olika typer av produktioner**

**PMS:** Efterfrågas vid till exempel tryck på profilkläder (screentryck/dekorfärgstryck/offset)

**CMYK:** Används vid grafisk produktion för exempelvis trycksaker som foldrar, broschyrer, annonser, et cetera.

**RGB:** Nyttjas för bildskärm.

**HEX:** Färgblandningssystem för till exempel webbsidor och i program som MS Word och PowerPoint. Anger egentligen samma sak som RGB, men i olika talsystem.

### KOMPLETTERANDE MANGOGUL

#### FÄRGKODER

CMYK 0 / 17 / 100 / 0  
RGB 255 / 209 / 0  
HEX #FFD100  
PMS 116

### KOMPLETTERANDE SÖTORANGE

#### FÄRGKODER

CMYK 8 / 66 / 95 / 0  
RGB 225 / 110 / 29  
HEX #E16E1D  
PMS 158

### KOMPLETTERANDE ORANGERÖD

#### FÄRGKODER

CMYK 0 / 87 / 89 / 7  
RGB 219 / 57 / 34  
HEX #DB3922  
PMS 7597

### KOMPLETTERANDE SILVER

När materialvalet är metall används silverfärgad metall.

## Kontaktinformation

### MARKNADSCHEF

Daniel Lyckhammar  
073-639 00 10  
daniel.lyckhammar@slattoforvaltning.se

### KOMMUNIKATIONSBYRÅ

#### Manifest Stockholm

Anna Karlsson  
073-520 28 80  
anna@manifeststockholm.se  
Josefine Hedlund  
073-050 29 84  
josefine@manifeststockholm.se

### PRODUKTIONSBOLAG

#### Brightbox Production

Leif Hansen och Robert Ringström  
070-888 98 75  
leif@brightboxproduction.se  
073-431 45 26  
robert@brightboxproduction.se