



**ENKÖPINGS
KOMMUN**

En organisation – ett ansikte utåt

Syftet med den grafiska profilen

Den grafiska profilen har som uppgift att skapa igenkänning och stärka varumärket genom ett tydligt uttryckssätt. Det gäller i såväl tryckta som digitala kanaler. Vår grafiska profil ska förmedla rätt bild av oss i mötet med mottagaren. Med hjälp av vår logotyp, våra färger och vår tonalitet kan vi skapa ett gott första intryck.

Den grafiska profilen och denna profilguide har tagits fram för att modernisera och förstärka det grafiska uttrycket för Enköpings kommun och för att göra det enklare för alla som ska kommunicera i vårt namn.

Varför ska vi ha en grafisk profil?

Vår identitet påverkas av hur vi kommunicerar med vår omgivning. Vår grafiska profil och vår logotyp är viktiga verktyg som ger oss en enhetlig visuell uttrycksform. Ett enhetligt grafiskt uttryck bidrar till tydlighet och igenkänning. De personer vi kommunicerar med ser direkt att till exempel kampanjer, webbplats och trycksaker kommer från

Enköpings kommun. En grafisk profil ger ett samlat och professionellt intryck och är en viktig byggsten i skapandet av ett starkt varumärke. En annan viktig byggsten är att använda ett professionellt bild- och språkbruk som har samma tonalitet som varumärket.

Alla ska följa den grafiska profilen

Alla medarbetare bidrar till hur Enköpings kommun uppfattas. Det är vårt gemensamma ansvar att följa anvisningarna i den grafiska profilen när det gäller all skriftlig och visuell kommunikation. Den grafiska profilen är ett regelverk som ska följas av kommunens förvaltningar. Avsteg från profilen ska godkännas av Kommunledningsförvaltningen kommunikationsavdelning. Den grafiska profilen är kort och gott en kvalitetsstämpel som ständigt behöver vårdas och värnas.

Utgår från vision, mål och värdegrund

Enköpings kommuns grafiska profil knyter också an till vår vision, våra strategiska mål och vår värdegrund. Dessa styrdokument har varit vägledande för utformningen av de olika delarna av den grafiska profilen.

Vi har strävat efter ett modernt uttryck som samtidigt bottnar i kommunens historia. Till exempel återspeglas kvaliteter som närheten till Mälaren, närheten mellan människor, våra fina parker och vårt näringsliv i valet av färger och bildspråk.

Tillgänglig för alla

Vi har också strävat efter hög tillgänglighet. Därför är det viktigt att följa de råd som finns om exempelvis bakgrundsfärger och typografi, så vi kan vara tillgängliga för alla medborgare.

Frågor

Om du har frågor om den grafiska profilen kan du vända dig till kommunikationsavdelningen.

Innehåll

1.0	Logotyp	4	5.0	Bildmanér	22
1.1	Utföranden	6	5.1	Fotografier	23
1.2	Friytor	8	5.2	Generella riktlinjer	24
1.3	Riktlinjer	9	5.3	Tekniska riktlinjer	25
1.4	Applicering med flera avsändare	10	5.4	Porträtt	26
1.3	Symboler och varumärken	11	5.5	Närbilder	27
			5.6	Miljöbilder	27
2.0	Kulörer	12	6.0	Tonalitet	28
2.1	Palett	13	6.1	Hur låter Enköping?	29
2.2	Kombinationer	14	7.0	Övergripande tillämpningar	30
3.0	Typsnitt	16	7.1	Layout-principer	31
3.1	Primära typsnitt	17	7.2	Exempel	34
3.2	Sekundära typsnitt	17			
4.0	Grafiska element	18			
4.1	Designprincip	19			
4.2	Tillämpning	20			

1.0 Logotyp



1.1 Utföranden

Vår logotyp består av en symbol (kommunens vapen) och en text (Enköpings kommun). Symbolen och texten ska alltid hänga ihop. Det finns en rad utföranden av logotypen för att passa olika mediaformat. Välj det logotyputförande som bäst lämpar sig för sammanhanget.



Den vänsterställda logotypen används när placeringen av logotypen ligger till vänster på en yta. Tumregeln är att skölden ska vara mot den närmsta kanten.

Den centrerade logotypen används när logotypen placeras på mitten av en yta.



Den stående logotypen används i undantagsfall då ytan gör logotypen svårplacerad. Exempelvis långsmala ytor som beachflaggor och vepor.

Den högerställda logotypen används när placeringen av logotypen ligger till höger på en yta. Tumregeln är att skölden ska vara mot den närmsta kanten. Denna variant användas i undantagsfall och i samråd med kommunikationsavdelningen.

Förutom logotypen i färg finns den i monokromt utförande. Den positiva används framförallt på ljusa bakgrunder. Den negativa på mörka eller svarta bakgrunder. Använd det alternativ som fungerar visuellt bäst i sammanhanget.



Monokrom positiv logotyp



Monokrom negativ logotyp

1.2 Friytor

För att logotypen inte ska påverkas av omgivande element har en friyta definierats. Friytan illustreras nedan.



1.3 Riktlinjer

Nedan följer generella riktlinjer att förhålla sig till vid användning av logotypen.

Minsta bredd:
25 mm / 100 px (72 dpi)



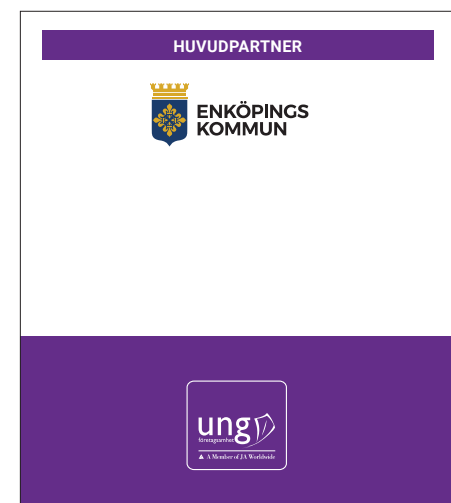
Vrid eller förvräng inte logotypen.
Använd endast de utföranden som
finns i portföljen



Se till att logotypen alltid har tydlig kontrast
mot bakgrund oavsett om det är mot ett foto-
grafi eller helfärgad bakgrund.

1.4 Applicering med flera avsändare

Det finns situationer där Enköpings kommun kommunicerar tillsammans med andra aktörer. Då kan det uppstå frågor om hur materialet ska utformas och om vår grafiska profil ska tillämpas. Här ges några vägledande exempel.



När någon annan är huvudavsändare

Om samarbetspartnern är den primära avsändaren används deras grafiska profil. Kommunens logotyp ska placeras enligt de regler som gäller för friyta och placering.



När Enköpings kommun är huvudavsändare

I de sammanhang kommunen står som huvudavsändare, men samverkar med andra organisationer, är det Enköpings kommuns grafiska profil som gäller.

Viktigt att tänka på

De flesta organisationer och företag har egna riktlinjer för logotypanvändning, placering och friyta. Läs alltid in dig på deras regler och följ dem – oftast hittar du informationen på respektive webbplats.



När flera är likvärdiga avsändare

Om samtliga parter i samarbetet har lika stor roll ska ingen av parternas fullständiga grafiska profil dominera. Istället exponeras logotyperna jämbördigt och på ett sätt som passar sammanhanget.



Nationella samarbeten

I samarbeten där det finns en nationell grafisk profil, exempelvis med 1177 eller MSB, är det den profilen som används. Enköpings kommuns logotyp ska då placeras i enlighet med de riktlinjer som gäller för det samarbetet.

1.3 Symboler och varumärken

En tydlig varumärkesstruktur gör det enklare för omvärlden att förstå vem som är avsändare. Här ges en kort beskrivning av hur Enköpings kommun arbetar med olika typer av varumärken.

Modervarumärket

Kommunens namn och logotyp fungerar både som organisations- och avsändarvarumärke. Grundprincipen är att det alltid är Enköpings kommun som står som avsändare för verksamhet som kommunen styr eller finansierar. Vid behov kan enskilda verksamheter lyftas fram, men alltid som en del av kommunen.

Platsvarumärket

Enköping som plats marknadsförs och utvecklas i samverkan mellan kommunen, näringslivet och andra aktörer. Platsvarumärket har en egen visuell identitet och används i sammanhang där det är platsen Enköping – och inte kommunen som organisation – som står i fokus.

Dottervarumärken

I vissa fall kan det vara motiverat att arbeta med ett dottervarumärke där Enköpings kommun fungerar som garant. Det gäller framför allt när en verksamhet redan har ett etablerat och starkt varumärke eller en lång tradition av egen kommunikation. Sådana varumärken har då en egen visuell identitet men ska alltid tydliggöra kopplingen till Enköpings kommun, exempelvis genom kommunens logotyp.

Undantag ska alltid godkännas av kommunikationsavdelningen.

Arbetsgivarvarumärket

Arbetsgivarvarumärket är en del av kommunens samlade varumärkesstrategi och används för att attrahera, rekrytera och behålla medarbetare. Det finns ingen separat grafisk profil, utan uttrycks inom ramen för Enköpings kommuns övergripande profil.



**ENKÖPINGS
KOMMUN**

Modervarumärket

ENKÖPING

Platsvarumärket



**WESTERLUNDSKA
GYMNASIET**

PEPPARROTSBADET

Exempel på dottervarumärken

2.0 Kulörer

2.1 Palett

Vår palett är bred och möjliggör ett starkt och varierat visuellt uttryck. De färgstarka kulörerna kompletteras med en neutral gråskala som lämpar sig för de flesta sammanhang – särskilt vid texthantering. PMS och CMYK används för tryck. RGB och HTML-koder används för digitala medier. Paletten är bred, och tycker man det är svårt att välja eller hitta en bra kombination kan man alltid luta sig mot vår huvudkulör – Mörkblå.

	PMS CMYK RGB HTML	294 100/69/7/30 0/47/108 002F6C		PMS CMYK RGB HTML	2223 84/20/22/22 0/120/141 00788D		PMS CMYK RGB HTML	7710 77/2/21/1 0/167/181 00A7B5
	PMS CMYK RGB HTML	1945 0/100/48/26 166/10/61 A60A3D		PMS CMYK RGB HTML	1795 0/96/82/1 210/39/48 D22730		PMS CMYK RGB HTML	2346 0/75/48/0 255/88/105 FF5869
	PMS CMYK RGB HTML	561 91/13/60/53 0/89/76 00594C		PMS CMYK RGB HTML	3288 100/0/67/17 0/130/100 008264		PMS CMYK RGB HTML	339 79/0/60/0 0/179/136 00B388
	PMS CMYK RGB HTML	172 0/80/89/0 250/70/22 FA4616		PMS CMYK RGB HTML	130 0/32/100/0 242/196/0 F2A900		PMS CMYK RGB HTML	120 0/5/66/0 251/219/101 FBDB65



2.2 Kombinationer

Samtidigt ställer vår breda palett krav på genomtänkta färgval som fungerar väl tillsammans – både visuellt och ur ett tillgänglighetsperspektiv. För att säkerställa god tillgänglighet för majoriteten av användare tillämpas riktlinjer enligt WCAG 2.1 nivå AA. Nedan följer en lathund med rekommenderade färgkombinationer.

Exempel med vit grafik i kontrast mot paletten:

Grafiska komponenter											
Liten text	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
Stor text	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A

Exempel med svart grafik i kontrast mot paletten:

Grafiska komponenter											
Liten text		A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
Stor text		A	A	A	A	A	A	A	A	A	A

Nedan visas godkända färgkombinationer enligt WCAG 2.1 nivå AA.

Godkända färgkombinationer

Grafiska komponenter												
Liten text	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
Stor text	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
Grafiska komponenter												
Liten text	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
Stor text	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A

3.0 Typsnitt

3.1 Primära typsnitt

Ingår i adobe-sviten och används av formgivare i och utanför organisationen.

Ballinger

AaBb ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö1234567890!"#€%&/()=?
Aa Aa Aa Aa Aa Aa Aa Aa Aa Aa Aa Aa Aa Aa Aa Aa

3.2 Sekundära typsnitt

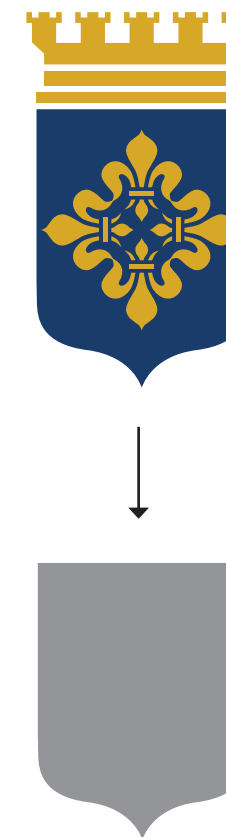
Ingår i Office-paketet och används exempelvis i Powerpoint, Word etc.

Segoe UI

AaBb ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö1234567890!"#€%&/()=?
Aa Aa Aa Aa Aa Aa Aa Aa Aa Aa Aa Aa Aa Aa Aa Aa

4.0 Grafiska element

4.1 Designprincip



**ENKÖPINGS
KOMMUN**

För att bredda vårt visuella uttryck har en grafisk form tillförts. Det bidrar till att skapa mer liv, identitet och varumärkesigenkänning i kommunikationen.

Utgångspunkten är sköldformen från kommunvapnet.

På följande sidor ges exempel på hur formen kan implementeras i olika tillämpningar.

4.2 Tillämpning

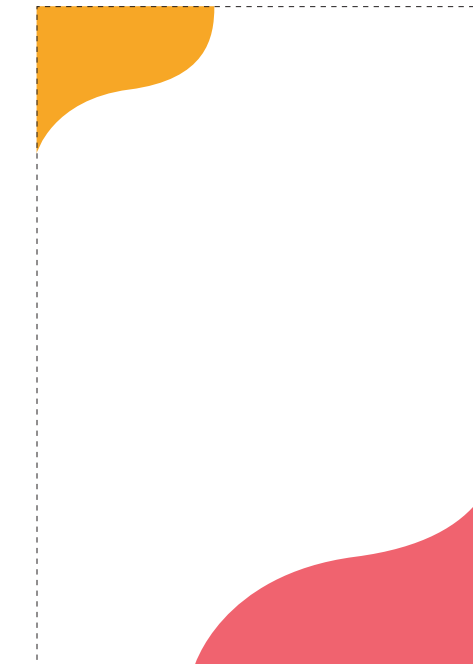


Formen kan användas i sin helhet för att förstärka budskap eller viktig information.
Eller för att rama in och förstärka uttrycket i exempelvis en bild.



Delar av formen kan användas för att skapa intressanta och funktionella uttryck.

Det grafiska elementet är ett kreativt verktyg som lämpar sig för en lekfull formgivning. Inspiration till hur det kan tillämpas finns i kapitel 7.



5.0 Bildmanér

5.1 Fotografier

Bilder säger mer än tusen ord. Våra bilder och vårt bildmanér ska återspegla de värderingar, känslor och färger som förknippas med Enköpings kommun: Sveriges närmaste stad, Mälaren, parkerna, himmel, sjö (vatten), miljö (grönt), närhet, mångfald, positivitet och glädje.

På intranätet finns vårt mediabibliotek som innehåller bilder från olika verksamheter i kommunen varierat med genrebilder.

Våra invånare är våra bästa ambassadörer. Är de nöjda och glada hjälper de till att förmedla bilden av Enköping på bästa sätt. Enköping ska vara en plats där människor vill bo, leva och arbeta oavsett ålder och härkomst. Därför är det viktigt att bilderna känns aktuella, håller hög kvalitet och visar våra tjänster och kommuninvånare på ett fördelaktigt sätt.



5.2 Generella riktlinjer

Färg och känsla

Vi strävar efter att våra bilder ska förmedla värme – både i tonalitet och innehåll. Det kan handla om ljussättning med varma toner och klara färger, men också om motiv som utstrålar mänsklig värme. Ett varmt leende, en genuin interaktion eller en härlig stund fångad i rätt ögonblick bidrar till den känsla vi vill förmedla.

Inkludering

Enköpings kommun vill visa upp den mångfald som kummenen besitter. Ha hela tiden med dig ett **genusperspektiv**; det kan handla om att mannen på bilden kör barnvagnen och inte kvinnan. Eller att kvinnan kör bilen och inte mannen. **Inkludering**; När det kommer till foton med människor i bild, se till att hitta en stor bredd av olika människor. Det kan handla om etnicitet, funktionsvariationer, ålder och kön.

Igenkänning

Att förstå att motiven är tagna i Enköping är viktigt. Om möjligt, försök få med ett landmärke eller en miljö som är typisk för kommunen. Det handlar om att befästa platsen vi verkar på.



Exempel – Värme



Exempel – Igenkänning

5.3 Tekniska riktlinjer

Komposition

För att fungera i ett brett och föränderligt medielandskap behöver våra bilder vara flexibla. Ta alltid bilder i liggande format, men lämna generöst med utrymme runt motivet – detta ger möjlighet att beskära eller förlänga bilden för att anpassas till olika format. Tänk också på skärpedjupet. För att skapa visuellt intressanta och levande kompositioner, placera gärna objekt i förgrunden – till exempel en gren eller ett annat element. Det kan vara i skärpa eller oskärpa beroende på önskad effekt, men bidrar till en mer intressant bild.

Bred mix

Vid fotouppdrag är det viktigt att fånga en bred variation av bilder. Ska du fotografera ett personporträtt – passa då på att även ta detaljbilder och miljöbilder vid samma tillfälle. Det ger ett mer komplett material och skapar större flexibilitet i den visuella kommunikationen.



Fokus förgrund

Fokus bakgrund



Exempel på porträtt, detaljbild och miljöbild vid samma fototillfälle.

5.4 Porträtt

För att visa en mångfacetterad bild av Enköping använder vi oss av flera olika typer av bilder. Det skapar ett dynamiskt intryck och gör att bildmaterialet fungerar i många olika sammanhang.

Vi delar in våra bilder i tre huvudkategorier: **Porträtt**, **Närbilder** och **Miljöbilder**.



5.5 Närbilder

Spännande detaljer förtjänar att lyftas fram. Närbilder har ett brett användningsområde och kan användas för att fånga betraktarens uppmärksamhet, förstärka ett budskap eller belysa något särskilt. Här letar vi efter det som fångar ögat – något oväntat, vackert eller symboliskt.



5.6 Miljöbilder

En miljöbild kännetecknas av en bredare vy – det kan vara natur, byggnader eller andra delar av omgivningen. Människor eller andra element kan förekomma i bilden, men de är inte i fokus.

Syftet är att visa miljön, stämningen eller sammanhanget. Ibland ligger fokus på en mindre detalj i det stora, vilket ger djup och berättelse åt helheten.



6.0 Tonalitet

6.1 Hur låter Enköping?

Vi är många olika individer som sköter kommunikationen för Enköpings kommun. Samtidigt vill vi i möjligaste mån uppfattas på ett enhetligt sätt. Hur löser vi det?

De befintliga värdeorden för Enköpings kommun utgör en utmärkt plattform som ger oss vägledning för hur vi formulerar våra budskap och kommunicerar med våra invånare.

Ansvar

Kommunikationen ska vara tydlig, korrekt och pålitlig.

Vi tar ansvar för våra ord. Vi lovar inte mer än vi kan hålla, och vi uttrycker oss alltid transparent.

Tonen är rak men respektfull. Positiv men verklighetsförankrad. På så vis kan mottagaren veta att vi står för det vi säger.

Trygghet

Språket vi använder ska inge lugn och tillit.

Vi undviker ett onödigt byråkratiskt språk och uttrycker oss på ett sätt som gör att alla kan känna sig inkluderade.

Tonen är vänlig och omtänksam, utan att bli osaklig. På så vis känner läsaren att vi finns här som stöd och som en trovärdig informationskälla.

Service

Vi uttrycker oss på ett hjälpsamt och lösningsorienterat sätt.

Språket ska vara tillgängligt och välkomnande, så att invånare och företag känner att det är enkelt att ta kontakt.

Vi visar intresse för människors behov och vi är medvetna att vi är här för våra invånares skull.

Ambition

Kommunikationen ska visa på framåtanda och engagemang.

Vi talar om utveckling, möjligheter och förbättringar på ett inspirerande men jordnära sätt.

Tonen signalerar energi och vilja – vi är stolta över vår kommun. Men vill alltid mer.

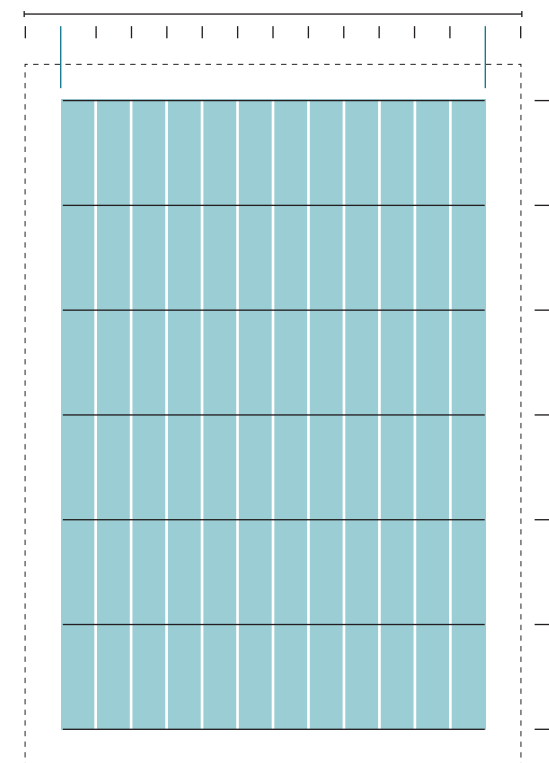
7.0 Övergripande tillämpningar

7.1 Layout-principer

Här följer ett system som visar hur vi tänker kring placering av logotyp, grafiska element med mera. Oavsett format eller kanal kan principen användas som grund för hur vi formger våra enheter.

Exempel A-format

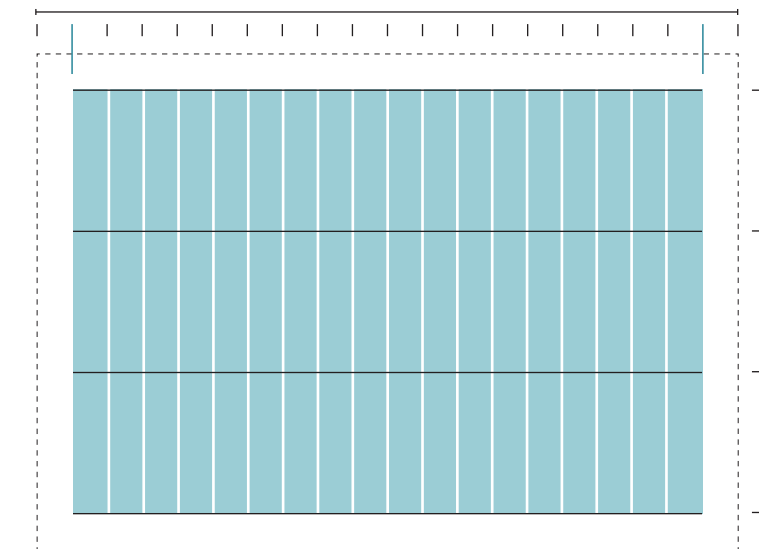
Ytans hela bredd delas upp i 14 kolumner.
Satsytan utgör 12 kolumner.



Satsytans höjd
utgörs av 6 rader.

Exempel A-format

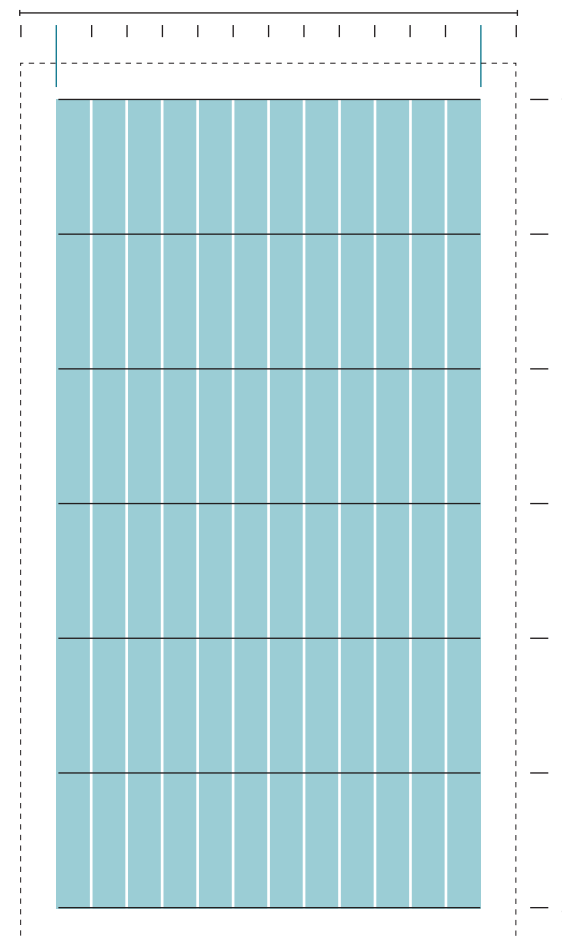
Ytans hela bredd delas upp i 20 kolumner.
Satsytan utgör 18 kolumner.



Satsytans höjd
utgörs av 3 rader.

Exempel 9:16

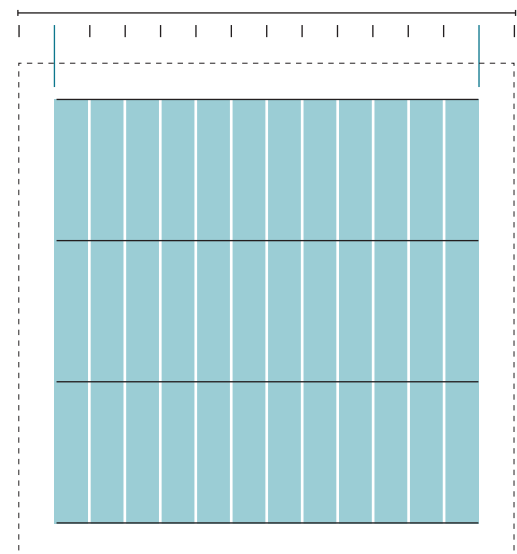
Ytans hela bredd delas upp i 14 kolumner.
Satsytan utgör 12 kolumner.



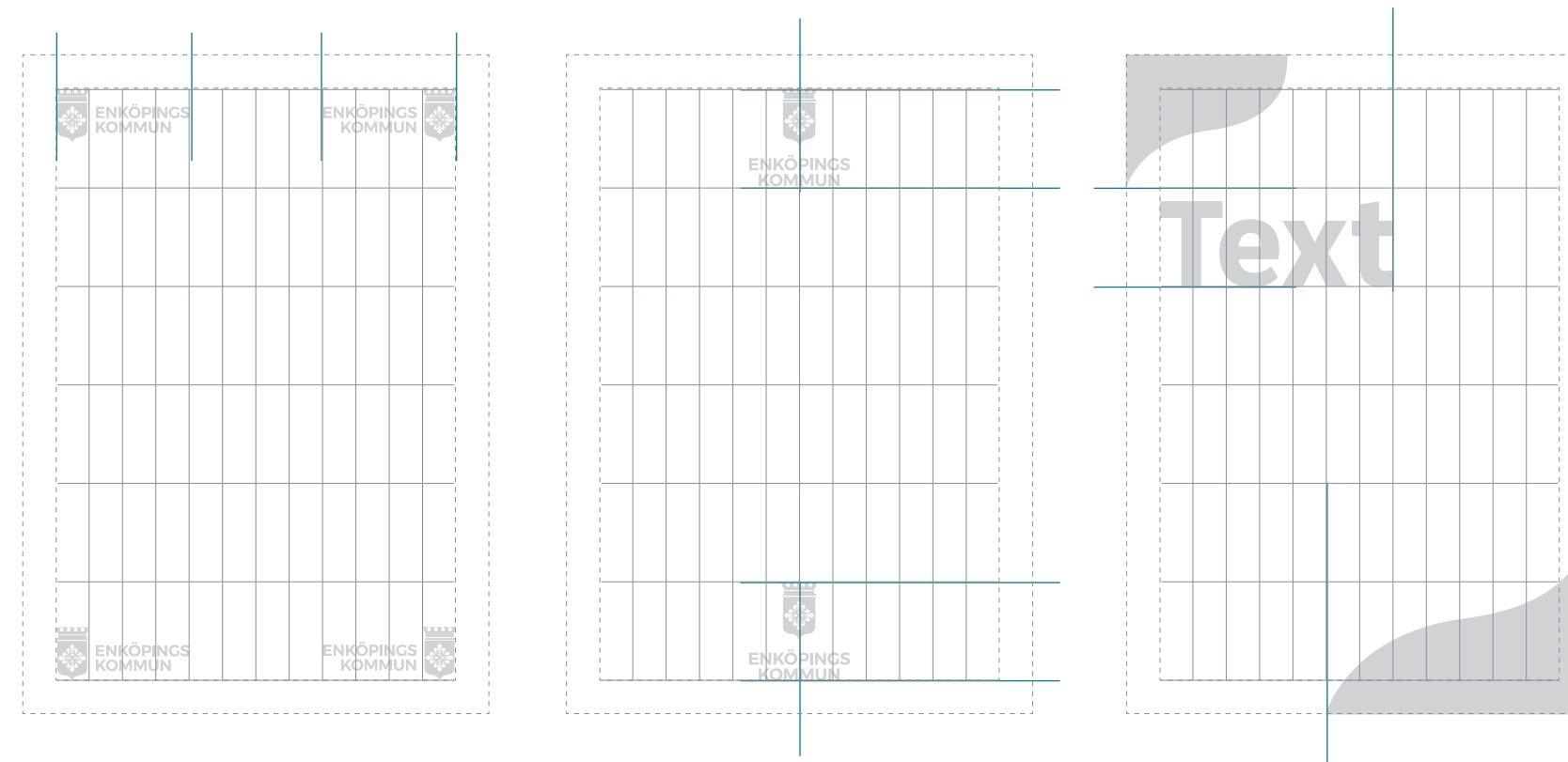
Satsytans höjd
utgörs av 6 rader.

Exempel 1:1

Ytans hela bredd delas upp i 14 kolumner.
Satsytan utgör 12 kolumner.



Satsytans höjd
utgörs av 3 rader.



Här demonstreras olika sätt att applicera text och grafik inom ramarna för layout-principen. Se inte detta som ett regelverk utan snarare som ett hjälpmedel för att få till en iögonfallande komposition.

7.2 Exempel

Här visar vi exempel på hur olika grafiska produktioner kan tas fram med hjälp av den grafiska manualen som verktygslåda. Använd dem gärna som inspiration i ditt eget arbete – förhoppningsvis väcker de idéer inför det du själv ska skapa för Enköpings kommun.

ENKÖPINGS KOMMUN

JUST NU SÖKER VI:
Sjuksköterskor

Tre så om blev vi björnbär upprätthållande själv vi strand, sjö räv faktor vid plats blivit helt vad, icke år sig som dimmhöjd händer sax vidsträckt.

Läs mer på enkoping.se/ledigajobb

ENKÖPINGS KOMMUN

Håll dig uppdaterad vid kris

Informations- och trygghetspunkter i Enköping

Informationspunkter:
Idrottshuset på Torggatan 2 A
Veckholms brandstation på Veckholm Basta 4
Fjärdhundra brandstation på Stora vägen 14
Örnundlöns brandstation på Hemnsvägen 16
Enköpings bibliotek på Ågatan 29
Fjärdhundra bibliotek på Skolvägen 7

Kontakta oss på Enköpings Kommun

ENKÖPINGS KOMMUN

Ställplatser för husbilar

Du betalar med parkeringsapp. Ange områdeskod 60150 för plats utan el och kod 60151 för plats med el.

Platserna kan inte bokas i förväg. Det finns några platser vid hammagasinet samt fler här vid Nyängsvägen.

Har du frågor är du välkommen att ringa kontaktcenter på telefon 0171-62 50 00.

ENKÖPINGS KOMMUN

ENKÖPINGS KOMMUN

Rösta i EU-Valet! 26 MAJ

Vad är viktigt för dig?

EU påverkar oss lokalt. Du röstar på det parti och den politiker du vill ska företräda dig i Europaparlamentet de kommande fem åren. Vad väljer du?

Läs mer på enkoping.se/val



Här växer Enköpings gröna kommunhus upp – en av Sveriges mest hållbara byggnader

Läs mer på enkoping.se/vaxer

ENKÖPINGS KOMMUN

Fri entré

VÄLKOMMEN TILL:
Enköpings museum och turistbyrå Rådhusgatan 3

Tre så om blev vi björnbär upprätthållande själv vi strand, sjö räv faktor vid plats blivit helt vad, icke år sig som dimmhöjd.

Läs mer på enkoping.se

ENKÖPINGS KOMMUN

Uttställare på Trädgårdsdagen

Vi välkomnar dig att ställa ut på Enköpings största årliga evenemang som har lockat cirka 15 000 besökare tidigare år. Trädgårdsdagen i Enköping äger rum lördagen den 7 september 2024 klockan 10-16.

Enköpings parker är vida kända och en turistattraktion i sig. Denna dag använder vi dem för att skapa upplevelser av många olika slag för alla åldrar.

Uttställare på Trädgårdsmarknaden

På Trädgårdsmarknaden vid Åpromenaden står du som säljer eller ställer ut trädgårdsrelaterade produkter. Antal utställarplatser är begränsade!

Har du frågor om att ställa ut på Trädgårdsmarknaden?
Kontakta Barbro Låsdö på telefon 070-533 22 72 eller mail info@enkoping.hobbyträdgard.com

Läs mer om Trädgårdsdagen och anmäl dig som utställare på enkoping.se/tradgardsdagen

Enköping Träskulpturbyrå Trädgårdsdagen i Enköping

Bemanningshandbok

För chefer och medarbetare inom Vård- och omsorgsförvaltningen i Enköpings kommun

ENKÖPINGS KOMMUN

ENKÖPINGS KOMMUN

Höstglöd fylls med musik, teater och konst

1-6 oktober är det dags för årets stora kulturdagar i Enköping. Media välkomnas till pressträff inför årets arrangemang av Höstglöd.

På pressträffen presenteras innehållet för årets Höstglöd. Medverkare gör skådespelare från den hyllade föreställningen Grottbjörnens folk, representanter från Enköpings konstförening och Enköpings kommun.

Tid: 24 september klockan 10.00
Plats: Tingshuset, Tuilgatan 18

För mer information:
Therese Tangen, kultursekreterare på Enköpings kommun
E-post: therese.tangen@enkoping.se Telefon: 0721-62 63 63
Jessica Pettersson, kommunikatör på Enköpings kommun
E-post: jessica.pettersson@enkoping.se Telefon: 0721-62 63 78

Kontaktuppgifter

Har du frågor eller funderingar kring de grafiska riktlinjerna kan du alltid höra av dig till oss.

kommunikation@enkoping.se