

# GRAFISK PROFILMANUAL

JUNI 2017



RO-GRUPPEN

# INLEDNING

Vår grafiska identitet är det snabbaste och starkaste uttrycksmedlet för vårt varumärke. Därför är det av största vikt att vi följer de grafiska riktlinjer som ska hjälpa mottagaren att känna igen och förstå vilka vi är.

Riktlinjerna i det här dokumentet styr den grafiska formen med bland annat teckensnitt, färger och logotypens användning. För att framstå som professionella och kompetenta måste vi profilera oss på ett distinkt sätt – vid varje tillfälle. Genom att vara konsekventa i vår kommunikation och hur vi använder den grafiska profilen utnyttjar vi styrkan i varumärket fullt ut.

Se alltid till att du har den senaste versionen av det här dokumentet. Om du har några frågor gällande innehållet, kontakta:

RO-Gruppen AB  
033 - 435 60 00  
info@ro-gruppen.se

# LOGOTYPEN

RO-Gruppens logotyp är designad för att ge ett modernt uttryck som andas förtroende. Logotypen består av namnet RO-Gruppen och en grafisk symbol – en form som bildar ett stiliserat R och O. Symbolen och namnet har en fixerad storleksrelation och placering i förhållande till varandra. Dessa får inte ändras. En grundregel är också att inte göra logotypen för stor. Använd istället luft runt omkring för att göra den tydlig.

Logotypen kan förekomma i sin helhet i två versioner. Vilken som ska användas bestäms utifrån var den ska placeras.

EPS i CMYK och PMS används till trycksaker, give-aways, bilar, skyltar och kläder.  
PNG och JPG i RGB används till webb, interna dokument och till bildskärm.

## PRIMÄR LOGOTYP

Den primära logotypen är den version du bör eftersträva att använda i så stor utsträckning som möjligt – så länge formatet tillåter det.



# RO-GRUPPEN

*Filnamn: RO\_Logotype*

Negativ logotype:



*Filnamn: RO\_Logotype\_Neg*

Svart logotype:



*Filnamn: RO\_Logotype\_Svart*

Vit logotype:



*Filnamn: RO\_Logotype\_Vit*

## SEKUNDÄR LOGOTYP

Det här är en alternativ variant av logotypen som endast är till för användning i de sammanhang då formatet begränsar dina valmöjligheter.



*Filmn: RO\_Horizontal-Logotype*

Negativ logotype:



*Filnamn:*  
*RO\_Horizontal-Logotype\_Neg*

Svart logotype:



*Filnamn:*  
*RO\_Horizontal-Logotype\_Svart*

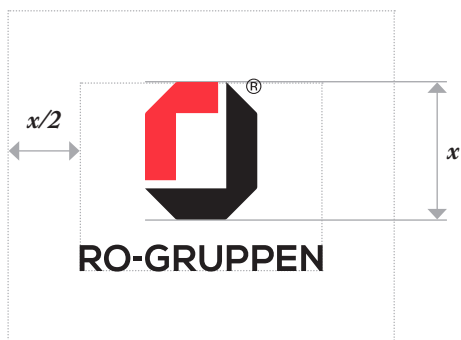
Vit logotype:



*Filnamn:*  
*RO\_Horizontal-Logotype\_Vit*

## FRIZON

Runt logotypen ska det alltid finnas luft – en tom yta som säkerställer att logotypen syns tydligt. Linjerna anger hur stort avståndet ska vara.



## MINSTA STORLEK

12 mm



4 mm



# GRAFISK SYMBOL

Ibland kan ett grafiskt element behövas för att göra kommunikationen mer iögonfallande. Vid dessa tillfällen kan symbolen ur logotypen användas för att förstärka formen och tydliggöra vår profil.



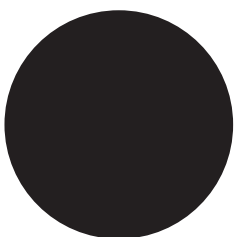
## MINSTA STORLEK PÅ SYMBOL

*12 mm*

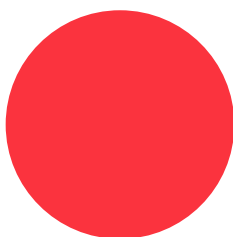


# FÄRGER

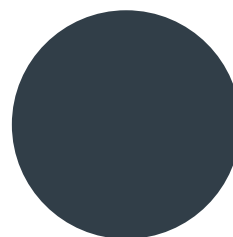
För ett enhetligt grafiskt uttryck har RO-Gruppen slagit fast ett antal profilmärker. Vi har tre grundfärger: Svart, röd (PMS 032) och grå (PMS 432).



**CMYK** 0 0 0 100  
**RGB** 0 0 0



**CMYK** 0 88 68 0  
**PMS** 032  
**RGB** 213 63 65  
**NCS** S 0580-Y9012



**CMYK** 78 60 50 50  
**PMS** 432  
**RGB** 57 64 73  
**NCS** 8005-R80B

## FÄRGPALETT

Utöver våra profilmärker har vi också ett antal komplementfärger som skapar möjligheter att lyfta vår visuella nivå.



**CMYK** 70 30 23 6 **PMS** 7459 **RGB** 102 140 168



**CMYK** 0 0 62 0 **PMS** 305 **RGB** 129 194 230



**CMYK** 26 23 30 5 **PMS** 7535 **RGB** 190 185 175



**CMYK** 4 16 48 0 **PMS** 7402 **RGB** 239 216 155



**PMS** 877

# TYPOGRAFI

Typografin stärker vår identitet. Som rubriktypsnitt används i huvudsak Brandon Grotesque – bold. I brödtext används Adobe Caslon PRO som gör texten mer lättläst.

## TYPSNITT

### PRINT RUBRIK

**Brandon Grotesque Bold**

1234567890

ABCDEFGHIJKLMNOPS

TUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

### PRINT BRÖDTEXT

Adobe Caslon Pro Regular

1234567890

ABCDEFGHIJKLMNOPS

TUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

## ALTERNATIVA TYPSNITT

I de fall som våra primära typsnitt inte finns tillgängliga, är det tillåtet att använda två standardtypsnitt. Dessa finns tillgängliga på de flesta datorer. Som alternativt typsnitt använder vi Calibri Bold i rubriker. I brödtext använder vi Times New Roman.

### RUBRIK

**Calibri Bold**

1234567890

ABCDEFGHIJKLMNOPS

TUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

### BRÖDTEXT

Times New Roman

1234567890

ABCDEFGHIJKLMNOPS

TUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

# PAPPER

Valet av papper till våra trycksaker betyder mycket för helhetsupplevelsen. Vårt förstaval bör i så stor utsträcknings som möjligt vara Scandia 2000 – ett obestruket papper.



# TILLÄMPNING AV KONCEPT/PROFILMATERIAL

Allt material där RO-Gruppen är avsändare ska ge ett enhetligt intryck och utformas enligt anvisningarna i det här dokumentet. På de följande sidor ser du exempel som förtydligar hur profilen och vårt kommunikationskoncept CHALLENGE:ACCEPTED används.

## KORT OM CHALLENGE:ACCEPTED

RO-Gruppen är en modern byggare som förenar decennier av erfarenhet med ett driv att ständigt fortsätta utvecklas. Framtiden är under uppbyggnad. Vi antar utmaningen.

# CHALLENGE:ACCEPTED

# CHALLENGE: ACCEPTED

*CHALLENGE:ACCEPTED kan skrivas på en eller två rader enligt exempel ovan. Devisen skrivs alltid med typsnittet Brandon Grotesque BOLD (i versaler). Separera orden med ett kolon (:) – använd aldrig mellanslag.*





**RO-GRUPPEN**