

Viabile Cities

Grafisk manual

Vår grafiska identitet

Viable Cities arbetar för missionen Klimatneutrala städer 2030 – med ett gott liv för alla inom planetens gränser. För att nå dit måste vi i samhället tänka och göra på nya sätt, och vi behöver involvera alla. Det är ingen spikrak väg framåt, vi måste våga testa och experimentera och lära av våra, och andras, erfarenheter. Viable Cities arbetar tillsammans med städer, näringsliv, akademi och civilsamhälle för att snabba på klimatomställningen. Viable Cities grafiska profil är välkomnande och framåtblickande, den signalerar både nytänkande och trovärdighet, alltid med människan i centrum. Våra grafiska byggstenar används med respekt och i noga avvägd design för att förmedla precis det vi vill.

Den här manualen ger dig de verktyg du behöver för att skapa kommunikation som är unik för Viable Cities. Den innehåller regler och riktlinjer men också idéer och inspiration.

Innehåll

1.0	Logotyp	4	3.0	Typsnitt	21
1.1	Introduktion	5	3.1	Korta rubriker	22
1.2	Versioner	6	3.2	Långa rubriker	23
1.3	Storlek	8	3.3	Brödtext	24
1.4	Frizon	9	3.4	Sekundärt typsnitt	25
1.5	Placering	10			
1.6	Användning på bild	11	4.0	Grafiska element	26
1.7	Symbol	12	4.1	Bakgrunder	27
1.8	Ej tillåten användning	13	4.2	Infografik	34
1.9	Samprofilering	14	4.3	Statistik	35
2.0	Färger	18	5.0	Applicering	36
2.1	Färgpalett	19	5.1	Print	37
2.2	Användning	20	5.2	Digitalt	43

Logotyp

1.1 Introduktion

Det krävs stora förändringar i hela samhället för att vi ska klara klimatmålen och rädda planeten. Att göra som vi alltid gjort går inte längre, vi måste arbeta på helt nya sätt. Viable Cities tar hjälp av forskning inom många områden och inspiration från andra tänkare för att hitta detta nya sätt att arbeta på tillsammans. Vi hoppas att detta nya sätt ska bli så framgångsrikt att vi kan hjälpa alla städer, i Sverige, i Europa och i världen, att bli ekonomiskt, socialt och miljömässigt hållbara.

Konkret handlar det om att alla i staden ska ha en vardag där både vi och planeten mår bra. Klimatomställningen ska bidra till tryggare städer med mer grönska och bättre luft, platser där barn och vuxna kan leva, leka och trivas.

Logotypen består av kartnålen, som symboliserar dessa platser, samt ord bilden Viable Cities, tydlig och klar, men ändå mjuk och öppen.



1.2 Versioner

Primär logotyp

Logotypen kommer i ett antal varianter, utgå alltid från att använda primär tvåradig logotyp.

I mallar och annat officematerial används vår primära logotyp i grön och svart eller vår inverterade logotyp.

Primär logotyp i andra versioner än grön och svart eller inverterad får endast användas i professionellt designmaterial.

Vid mycket begränsade format får vår logotyp centreras.

Primär (standard)



Versioner (endast i designmaterial)



1.2 Versioner

Sekundär logotyp

Sekundär enradig logotyp används i de fall där det inte går att använda primär logotyp som till exempel på en mycket begränsad yta.

I mallar och annat officematerial används vår sekundära logotyp i grön och svart eller vår inverterade logotyp.

Sekundär logotyp i andra versioner än grön och svart eller inverterad får endast användas i professionellt designmaterial.

Vid mycket begränsade format får vår logotyp centreras.

Sekundär (standard)

Viable  **Cities**

Viable  **Cities**

Varianter (endast i designmaterial)

Viable  **Cities**

Viable  **Cities**

Viable  **Cities**

Viable  **Cities**

1.3 Storlek

För att vår logotyp ska fungera som tydlig avsändare, behålla läsbarhet och korrekt utseende får den inte användas i mindre storlek än:

Tryck: bredd 20 mm
Digitalt: bredd 30 pixlar

Minimumstorlek



Tryck: 20 mm



Digitalt: 30 px

1.4 Frizon

Med frizon menar vi ytan som ska finnas runt logotypen och minimumavståndet till andra grafiska objekt. Använd höjden på nedre delen av vår pin för att mäta minsta marginal till övriga grafiska element. Frizonen används för att inte utsätta logotypen för visuell konkurrens och för att säkerställa logotypens integritet och tydlighet.

Observera att frizonen är ett minimum, generellt gör mer fri yta att logotypen framträder tydligare.

Frizon



1.5 Placering

När vi står som ensam avsändare placeras vår logotyp i övre vänstra hörnet eller i nedre högra hörnet.

Se exempellayout mot några av våra olika bakgrunder.

Observera att våra finansiärer Vinnova, Energimyndigheten och Formas måste finnas med antingen som text eller logolimpa.

Vi enkelsidiga produktioner används logolimpa. Vid flersidiga produktioner kan text användas på framsida förutsatt att logoplattan finns med inuti produktionen.

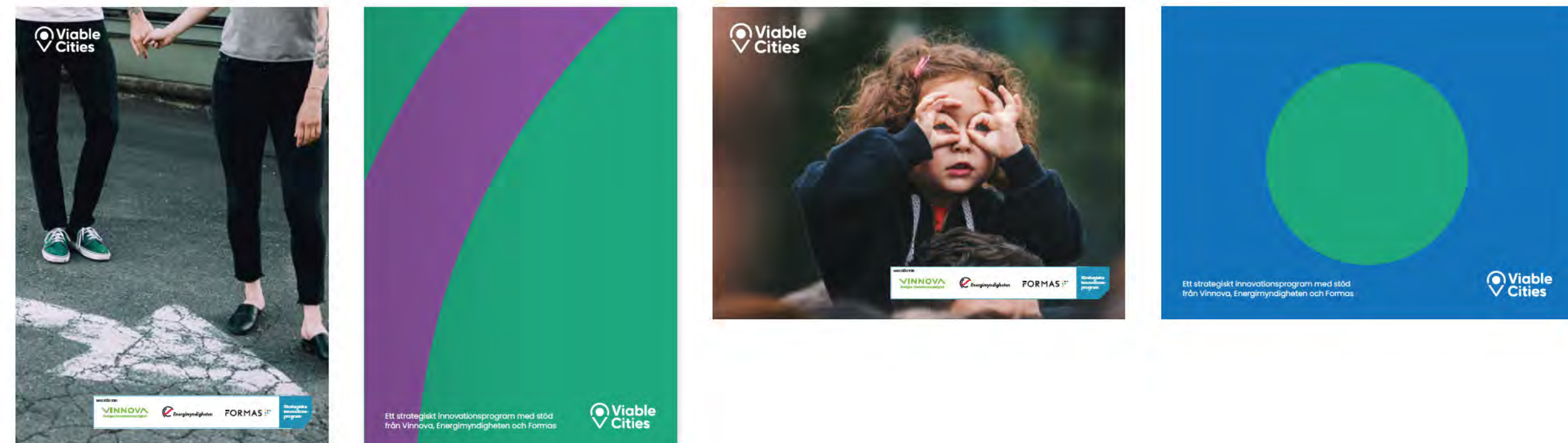
Boiler plate:

Ett strategiskt innovationsprogram med stöd från Vinnova, Energimyndigheten och Formas.

Placering



Exempellayout



Enkelsidig: logolimpa

Flersidig: boiler plate (logolimpa på annan sida i produktionen)

1.6 Användning av logotyp på bild

När du placerar vår logotyp på en bild är det viktigt att logotypen har tillräckligt hög kontrast mot bilden för optimal läsbarhet.

Placera vår inverterade logotyp på mörka bilder och vår svart/gröna logotyp på ljusa bilder. Använd ej bilder som upplevs röriga.

Tillåten användning



1.7 Symbol

Logotypens delar (symbol och ordbild) får som huvudregel inte förekomma separat. I vissa sammanhang kan man frångå huvudregeln och använda endast symbol. Dessa undantag kan vara när man arbetar på begränsade ytor som till exempel i sociala medier, på pins eller vid användning av symbolen som ett dekorativt element i till exempel infografik.

Symbol får endast förekomma separat i professionellt designmaterial.

Det är inte tillåtet att skapa mönster av symbolen.

Primär symbol



Sekundär symbol



1.8 Ej tillåten användning

Logotypen får endast användas i sitt grundutförande.

Utgå från:

- Roter inte logotypen
- Ändra inte logotypens proportioner
- Ändra inte färg på logotypen
- Ändra inte typsnitt i logotypen
- Logotypen får aldrig förekomma utan symbol
- Lägg inte skuggning under logotypen
- Se till att kontrasterna mellan logotyp och bakgrund är tillräckligt höga
- Ändra inte storlek på logotypens element
- Beskär inte logotypen
- Se till att logotypen inte är pixlig
- Lägg inte en kantlinje runt logotypen
- Skapa inte ett mönster av logotypen

Ej godkända utföranden



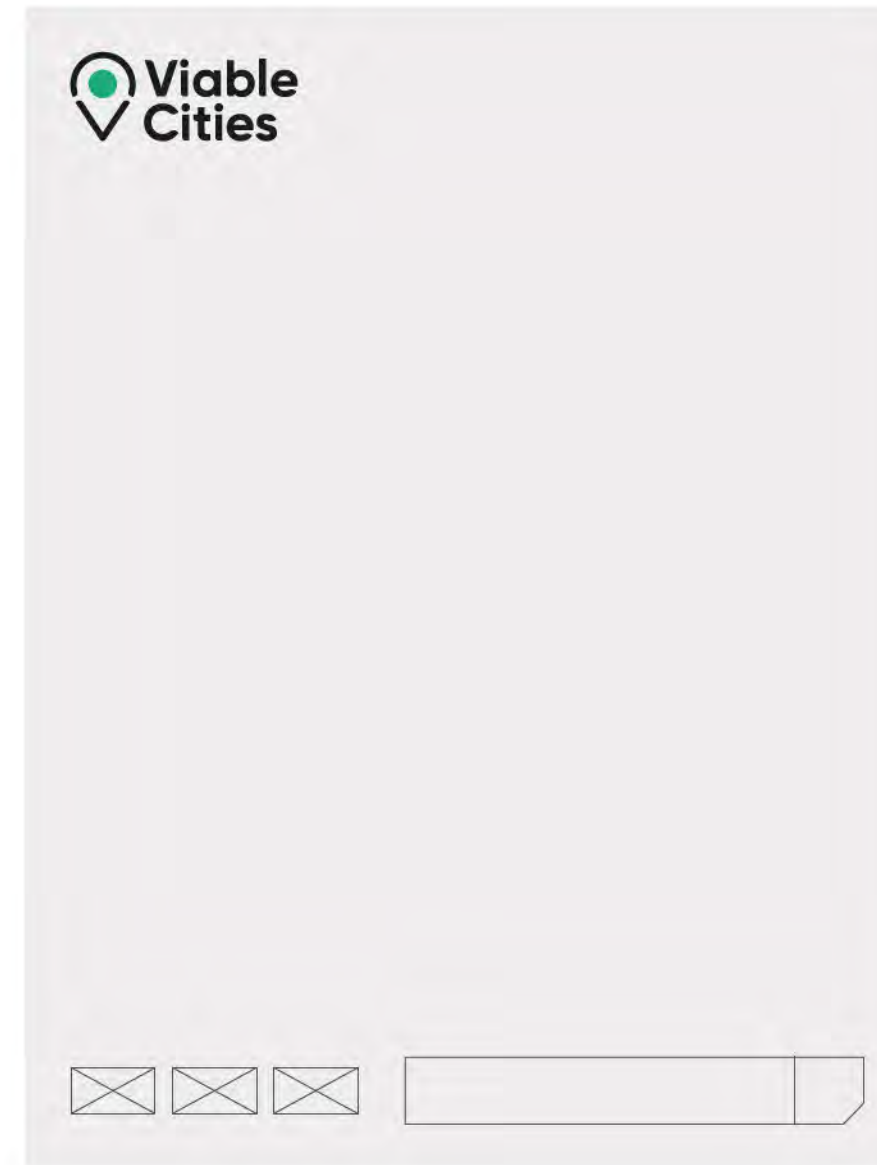
1.9 Samprofilering

När Viable Cities är tongivande part används vår grafiska profil och vår logotyp placeras högst upp till vänster. Övriga aktörers logotyper placeras i botten.

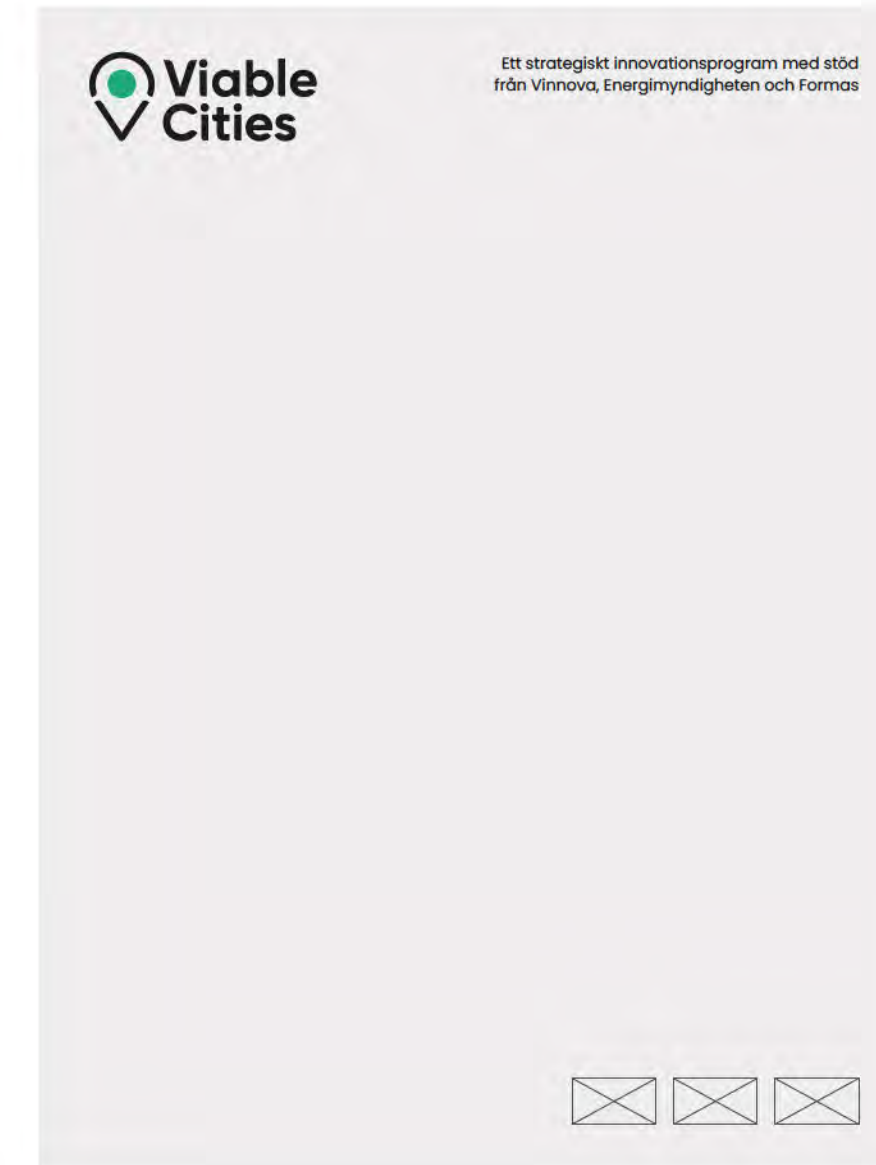
Observera att våra finansiärer Vinnova, Energi-myndigheten samt Formas alltid måste finnas med antingen med boiler plate eller med logolimpa.

Vi enkelsidiga produktioner används alltid logolimpan. Vid flersidiga produktioner kan boiler plate användas på framsida förutsatt att logoplattan finns med inuti produktionen.

Som tongivande part



Enkelsidig: logolimpa & andra aktörers logotyper

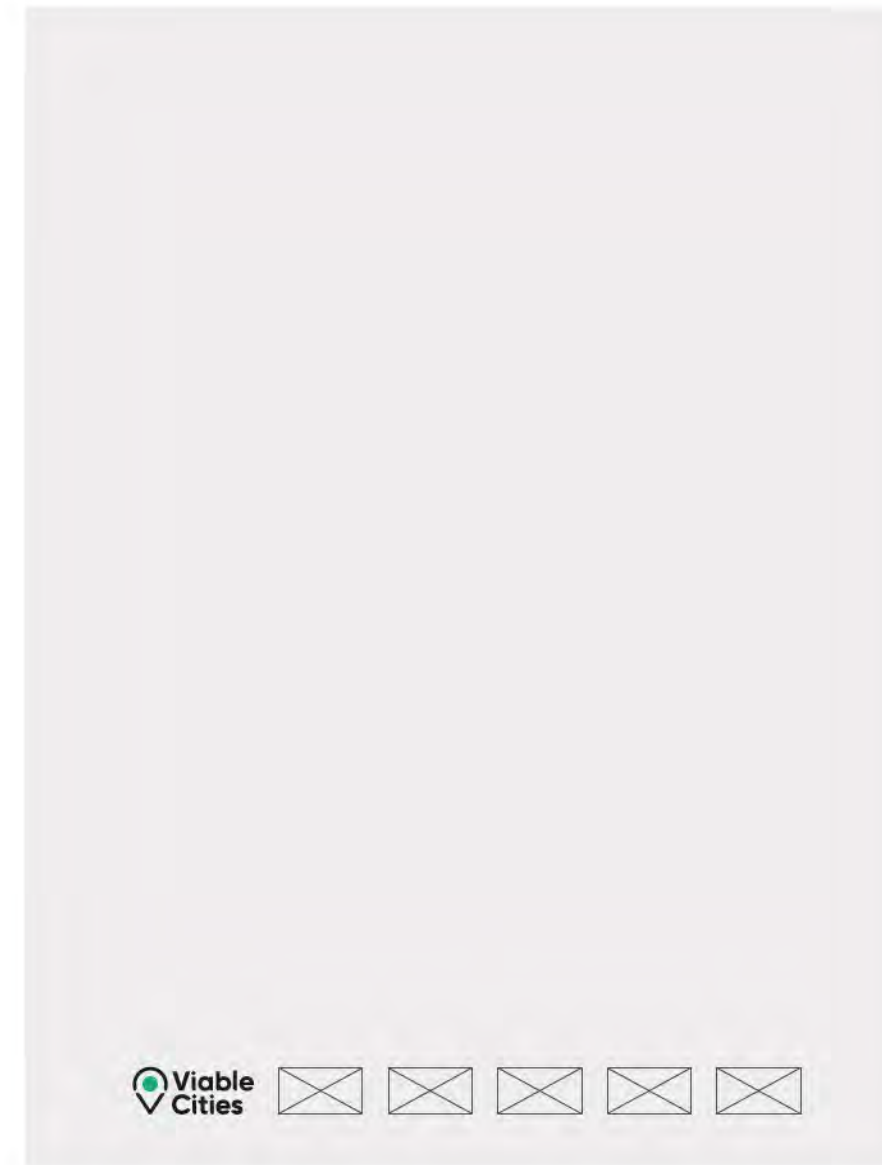


Flersidig: boiler plate & andra aktörers logotyper (logolimpa på annan sida i produktionen)

1.9 Samprofilering

När Viable Cities är jämbördig part används ingen av aktörernas grafiska profil och samtliga logotyper placeras i botten.

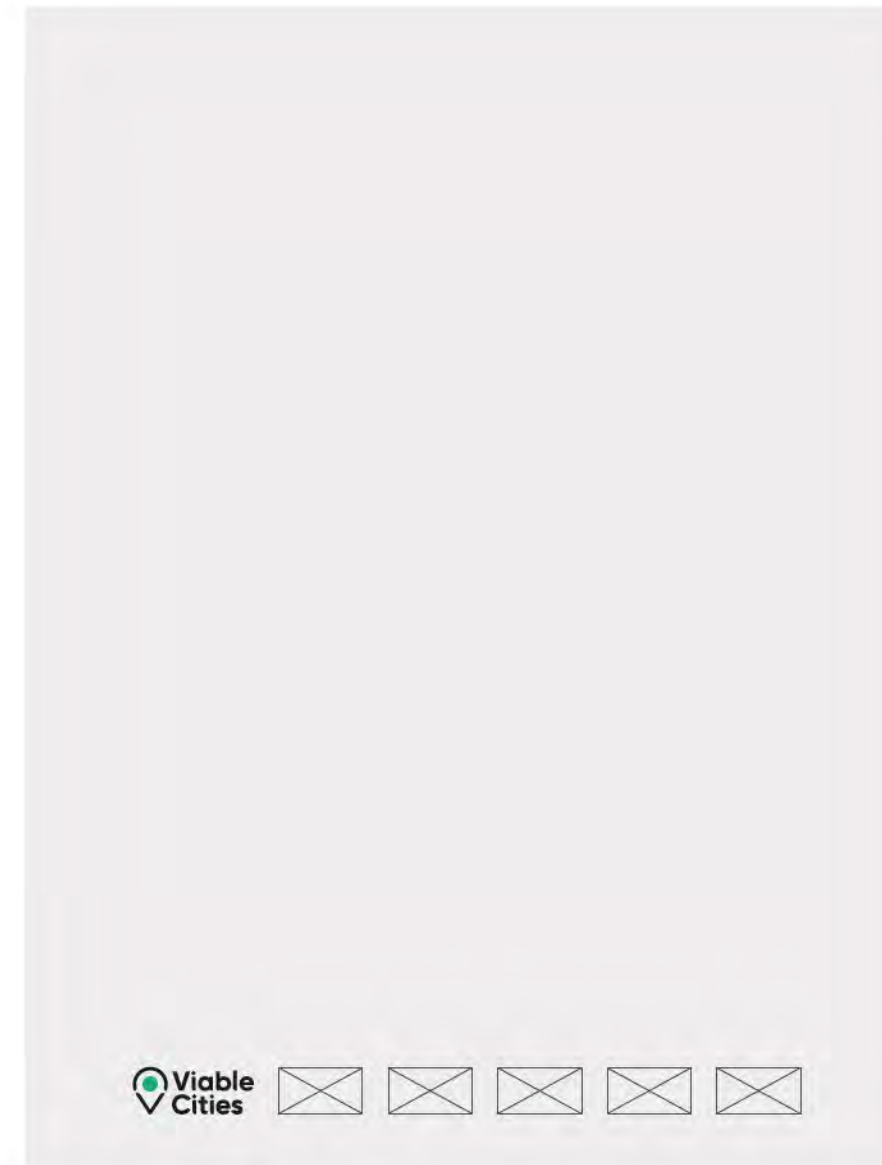
Som jämbördig part



1.9 Samprofilering

När vi agerar finansiär eller sponsor används den tongivande partens grafiska profil. Viable Cities logotyp finns som finansiär eller sponsor.

Som finansiär eller sponsor

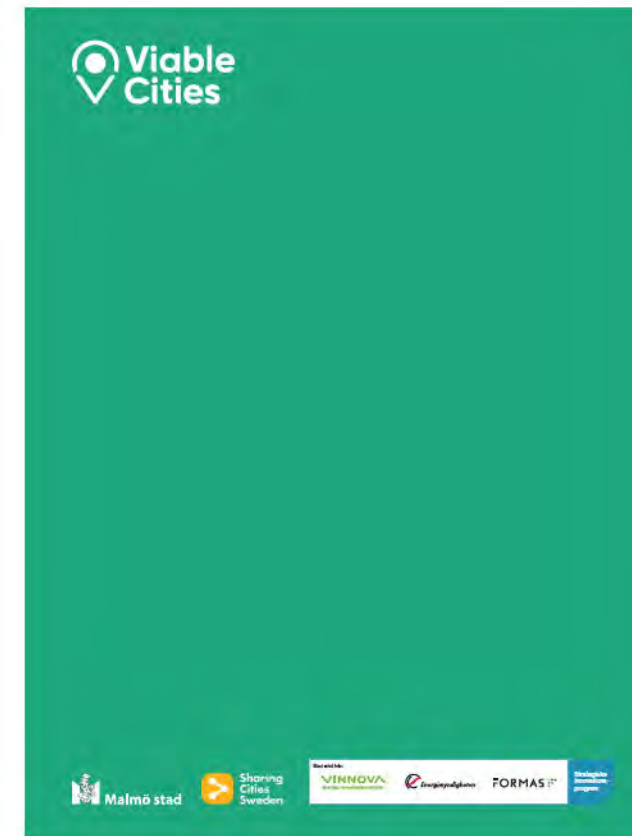


1.9 Samprofilering

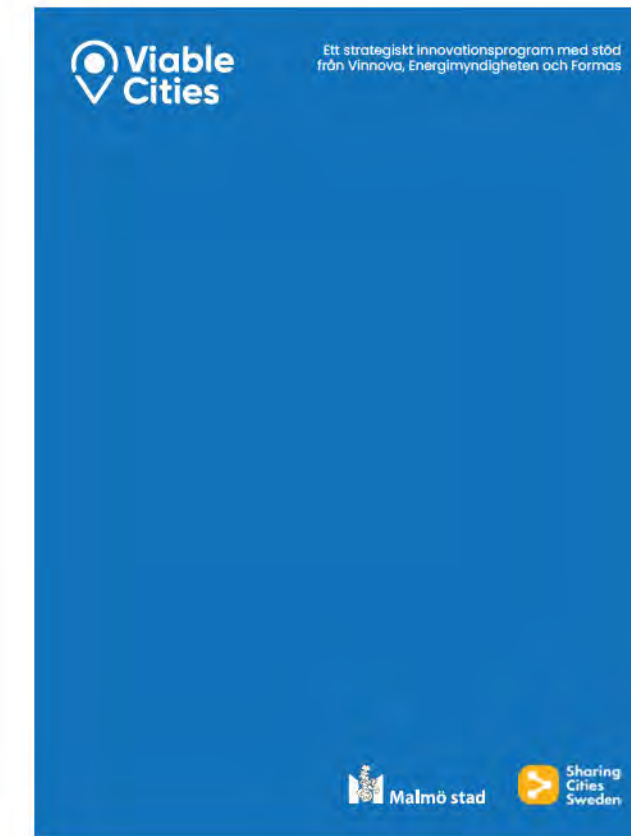
Till höger finns exempel på alla varianter av samprofilering som vi har.

Utgå från guide till höger och justera efter antal logotyper som finns med i din publikation.

Tongivande



Enkelsidig – Logoplatta



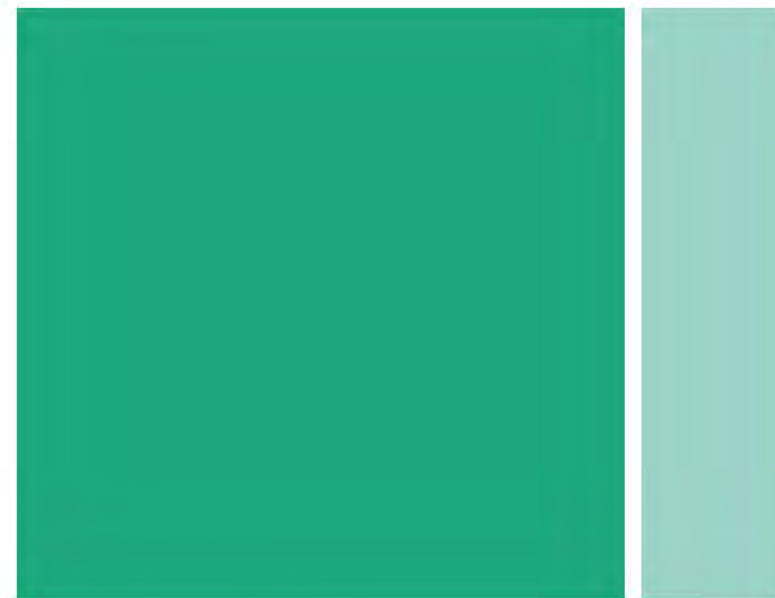
Flersidig – boiler plate
(logolimpa på annan sida i produktionen)

Jämbördig part, finansierare eller sponsor



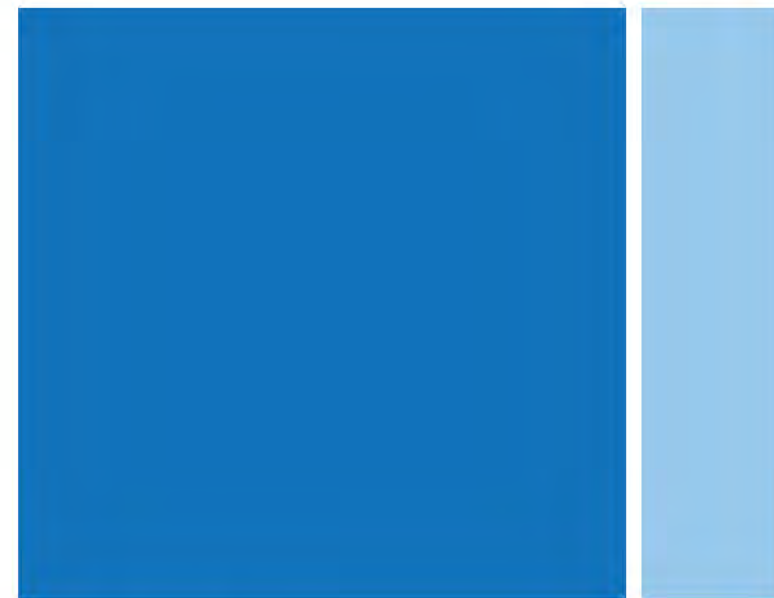
Jämbördig – ingen grafisk profil
Finansierare eller sponsor – tongivande parts grafiska profil

Färger

**Primär grön**

RGB: 0/168/126
Hex: 00A87E
CMYK: 84/0/58/0
Pantone: 339 C

Toning 40%

**Sekundär blå**

RGB: 0/117/201
Hex: 0075C9
CMYK: 100/32/0/0
Pantone: 3005 C

Toning 40%

**Highlight lila**

RGB: 164/77/196
Hex: A44DC4
CMYK: 56/76/0/0
Pantone: 2582 C

Toning 40%

**Highlight orange**

RGB: 255/160/47
Hex: FFA02F
CMYK: 0/45/84/0
Pantone: 1375 C

Toning 40%

**Highlight rosa**

RGB: 240/77/152
Hex: F04D98
CMYK: 0/80/0/0
Pantone: 212 C

Toning 40%

2.2 Användning

Viable Cities har en primär färg, en sekundär färg och tre highlightfärger.

Grönt och blått används alltid i första hand och dominerar det visuella intrycket oavsett enhet. Rosa, lila och orange används i mindre utsträckning för att skapa en mer lekfull och levande design som står ut.

Även vit och svart är tillåtna kulörer.

Färgerna får även användas tonade i 40%.

Färganvändning



Typsnitt

3.1 Korta rubriker

I korta rubriker används Bely Display. Vi använder alltid versal/gemen för bästa läsbarhet. Med korta rubriker avser rubriker omkring 40 tecken.

Stora rubriker är identitetsbärare och ger ett starkt intryck. Håll rubrikerna så korta som möjligt så att rubriken får ta ordentligt med plats.

Vi använder också Bely Display i viss statistik till exempel genom att förstärka siffror och citattecken.

Utgå från följande inställningar:

Radavstånd: cirka 120%

Bokstavsmellanrum: 0

Kerning: Optisk

Bely Display

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S

T U V W X Y Z Å Ä Ö a b c d e f g h i j

k l m n o p q r s t u v w x y z å ä ö

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

‘ ’ “ ” (%) [#] { @ } / & \ < + ÷ × = >

® © \$ € £ ¥ ¢ : ; , . *

3.2 Långa rubriker

I längre rubriker använder vi Poppins Bold för att skapa optimal läsbarhet. Poppins Light används även till underrubriker, ingresser, citat etc.

Utgå från följande inställningar:

Radavstånd: cirka 120% (auto)

Bokstavsmellanrum: 0

Kerning: auto

Poppins Bold/Light

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S

T U V W X Y Z Å Ä Ö a b c d e f g h i j

k l m n o p q r s t u v w x y z å ä ö

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

' ? ' " ! " (%) [#] { @ } / & \ < + ÷ × = >

® © \$ € £ ¥ ¢ : ; , . *

3.3 Brödtext

Brödtext sätts i Poppins Regular. Spalter är generellt vänsterställda med så få avstavningar som möjligt. Vid behov att förstärka ord eller meningar används i första hand Poppins Bold och i andra hand Poppins Italic.

Utgå alltid från att använda vårt profiltypsnitt Poppins. I undantagsfall, till exempel vid längre artiklar och andra mycket långa texter används Lora för optimal läsbarhet.

Utgå från följande inställningar:

Radavstånd: cirka 130–140%

Bokstavsmellanrum: 0

Kerning: auto

Poppins

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S
T U V W X Y Z Å Ä Ö a b c d e f g h i j
k l m n o p q r s t u v w x y z å ä ö
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
' ? ' " ! " (%) [#] { @ } / & \ < + ÷
× = > ® © \$ € £ ¥ ¢ : ; , . *

Poppins Light
Poppins Regular
Poppins Italic
Poppins Bold
Poppins Bold Italic

Lora

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S
T U V W X Y Z Å Ä Ö a b c d e f g h i j
k l m n o p q r s t u v w x y z å ä ö
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
' ? ' " ! " (%) [#] { @ } / & \ < + ÷ × =
> ® © \$ € £ ¥ ¢ : ; , . *

Lora Regular
Lora Italic
Lora Bold
Lora Bold Italic

3.4 Sekundärt typsnitt

I Office-dokument som delas med utomstående använder vi Calibri och Georgia för att försäkra oss om att mottagaren har samma typsnitt installerat och därmed möts av samma utseende som vi själva ser på våra skärmar.

Calibri används för rubriker och brödtexter.

I undantagsfall, till exempel vid längre artiklar och andra mycket långa texter används Georgia för optimal läsbarhet.

Calibri

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S
T U V W X Y Z Å Ä Ö a b c d e f g h i j
k l m n o p q r s t u v w x y z å ä ö
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
' ? ' " ! " (%) [#] { @ } / & \ < + ÷ × = > ®
© \$ € £ ¥ ¢ : ; , . *

Calibri Light

Calibri Regular

Calibri Italic

Calibri Bold

Calibri Bold Italic

Georgia

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S
T U V W X Y Z Å Ä Ö a b c d e f g h i j
k l m n o p q r s t u v w x y z å ä ö
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
' ? ' " ! " (%) [#] { @ } / & \ < + ÷ × =
> ® © \$ € £ ¥ ¢ : ; , . *

Georgia Regular

Georgia Italic

Georgia Bold

Georgia Bold Italic

Grafiska element

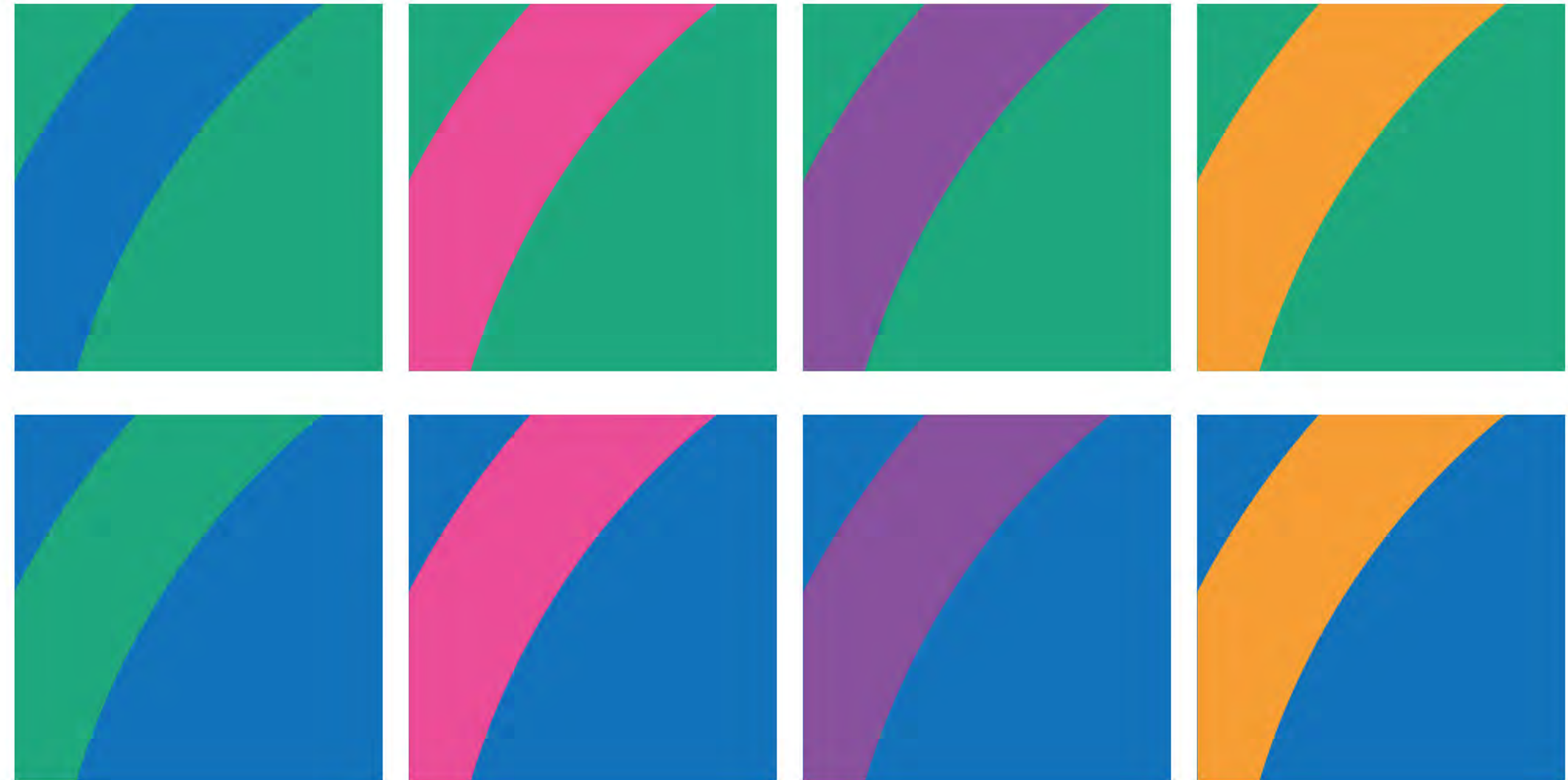
4.1 Bakgrunder

Båge

Som en del av vår grafiska profil har vi olika bakgrunder. Bågen adderar en framåt- och uppåtrörelse som ger en stark igenkänning för oss.

Bågen får förekomma i alla våra färger men bakgrunden bör generellt vara grön eller blå.

I färgpalett



4.1 Bakgrunder

Båge

Bågen kan också innehålla fotografier, antingen i färg eller svartvita. Välj gärna bilder som har någon form av rörelse uppåt eller (och) framåt, abstrakt eller bokstavligen.

Bakgrunden bör generellt vara grön eller blå.

Med fotografi



Färg



Svartvitt

4.1 Bakgrunder

Båge

Utgå alltid från att använda de mallar som vi har tagit fram. Hittar du inte en mall på önskat format använd vår guide för hur vi formatanpassar vår bakgrundsåge:

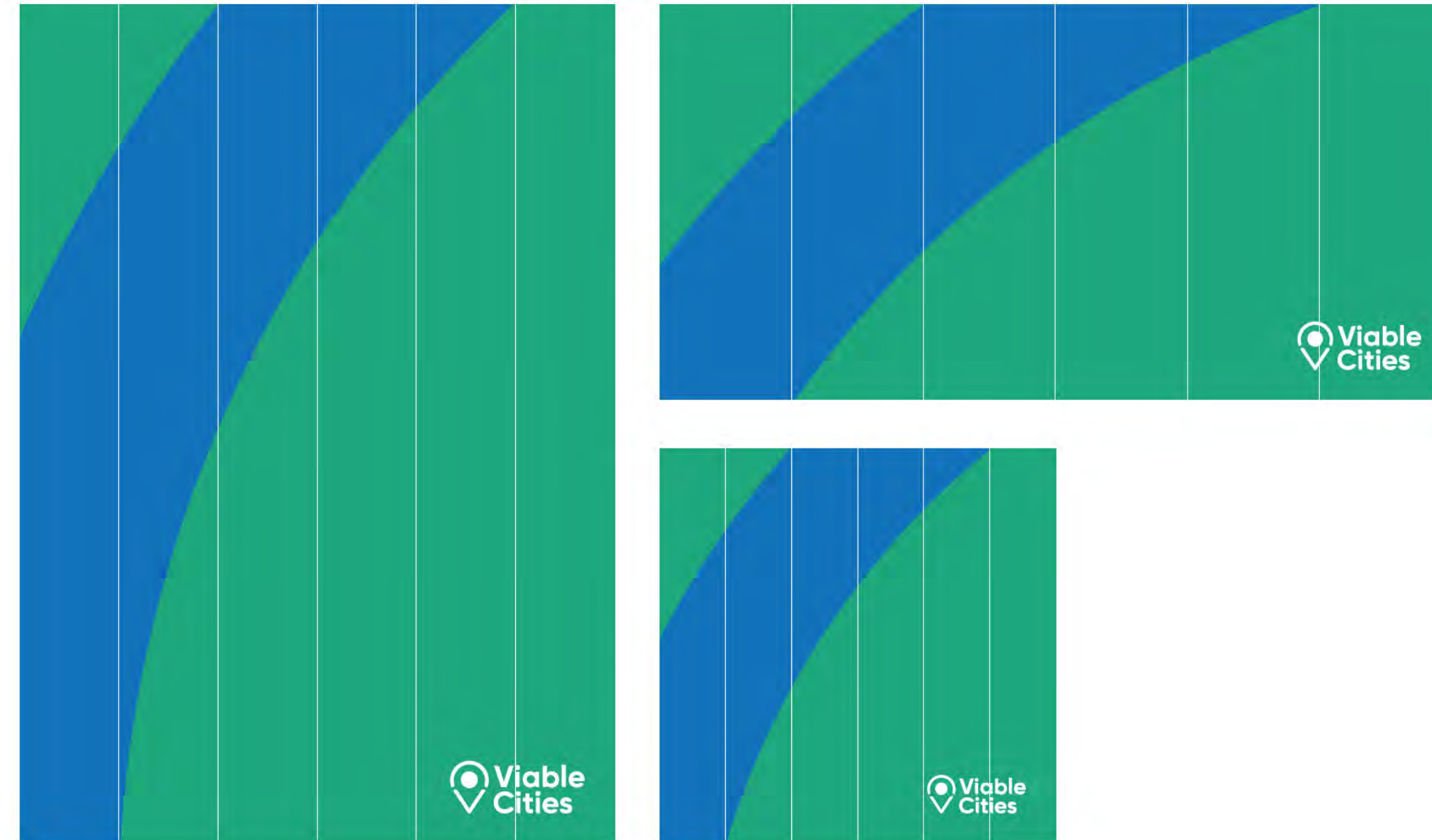
Dela upp din yta i sex spalter. Skapa en ihålig cirkel och justera storlek och bredd så att bågen startar vid slutet av första spalten och slutar vid början av sista spalten. Bredden på bågen är omkring tre spalter.

Klipp ut formen till storleken på dokumentet (plus eventuellt utfall).

Vid mer extrema liggande eller stående format justeras bågen optiskt för bästa återgivning. Alternativt används enfärgad bakgrund.

Logotypexempel endast för föreslagen placering.

Formatanpassning



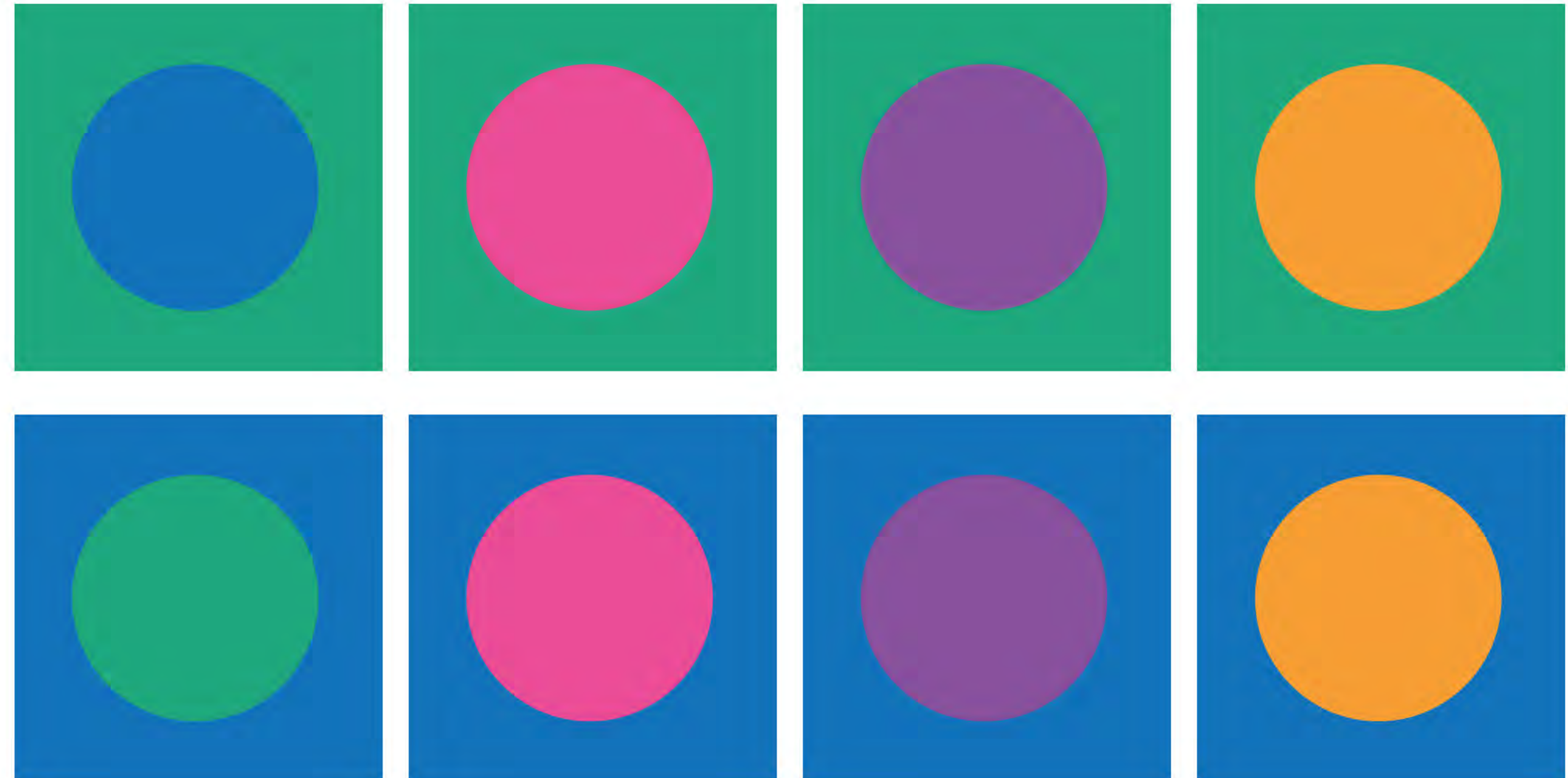
4.1 Bakgrunder

Cirkel

Som en del av vår grafiska profil har vi olika bakgrunder. Cirkeln adderar en stabilitet och en antydning till jordklotet som är en stor del av vad vi arbetar med.

Cirkeln får förekomma i alla våra färger men bakgrunden bör generellt vara grön eller blå.

I färgpalett



4.1 Bakgrunder

Cirkel

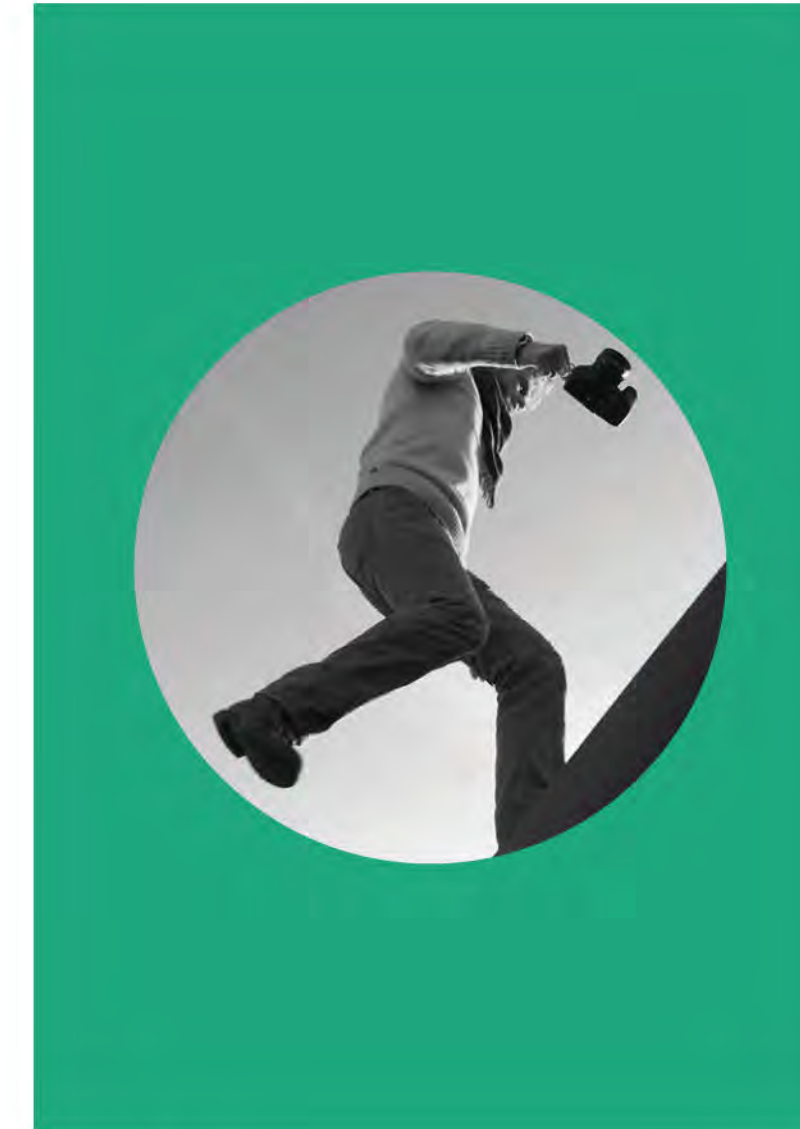
Cirkeln kan också innehålla fotografier, antingen i färg eller svartvita. Välj gärna bilder som har någon form av rörelse uppåt eller/och framåt, abstrakt eller bokstavligen.

Bakgrunden bör generellt vara grön eller blå.

Med fotografi



Färg



Svartvitt

4.1 Bakgrunder

Cirkel

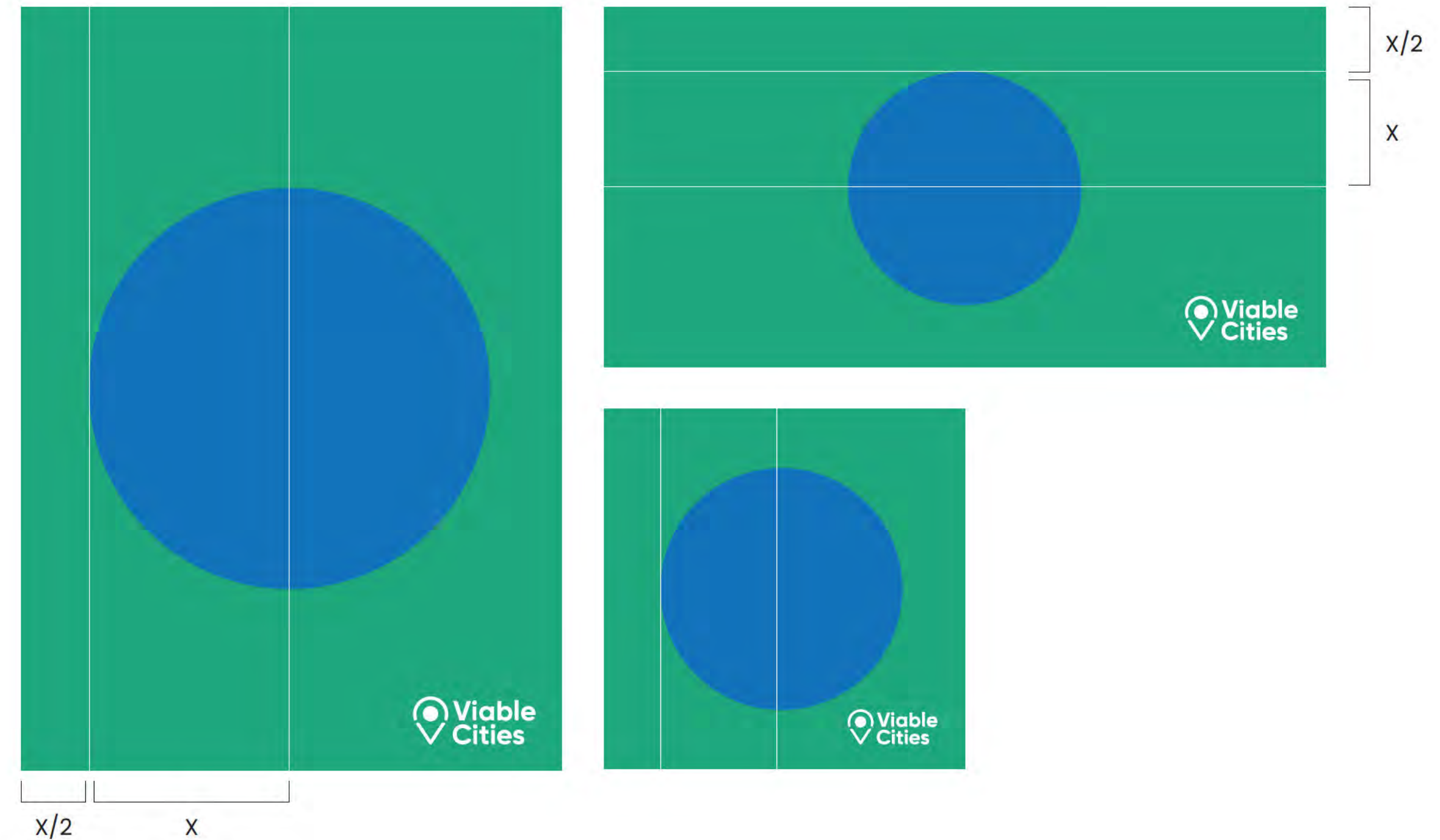
Utgå alltid från att använda de mallar som vi har tagit fram. Hittar du inte en mall på önskat format använd vår guide för hur vi formatanpassar vår bakgrundscirkel:

Skapa en ifylld cirkel och centrera den i ditt dokument. Mät upp avståndet mellan mitten på cirkeln och cirkelns kant. Dela resultatet på två. Resultatet är avståndet som ska finnas mellan cirkeln och dokumentets kant.

Vid mer extrema liggande eller stående format justeras cirkeln optiskt för bästa återgivning. Alternativt används enfärgad bakgrund.

Logotypexempel endast för föreslagen placering.

Formatanpassning



4.1 Bakgrunder

Utfallande bild

För att bibehålla igenkänning även när vi använder utfallande bakgrundsbild använder vi bågen som ett dekorativt element i bildens nederkant.

Bågen bör endast förekomma i vår primära gröna färg och mäts enligt nedan:

Dela upp din yta i sex spalter. Skapa en ihålig cirkel och justera storlek och bredd så att bågen startar vid början av femte spalten och är omkring en spalt bred. Höjden på bågen från kant är densamma som bredden.

Vid mer extrema liggande eller stående format justeras bågen optiskt för bästa återgivning.

*Logotypexempel endast för föreslagen placering.
Logotypen får placeras i nederkant delvis på bågen
förutsatt att din design inte upplevs som rörig.*

Båge vid utfallande bakgrundsbild



4.2 Infografik

Infografik är en stor del av vår identitetsbärare i både tryckt och digitalt material. Till höger finns några exempel på hur vi använder oss av typografi och andra grafiska element för att förstärka våra budskap.

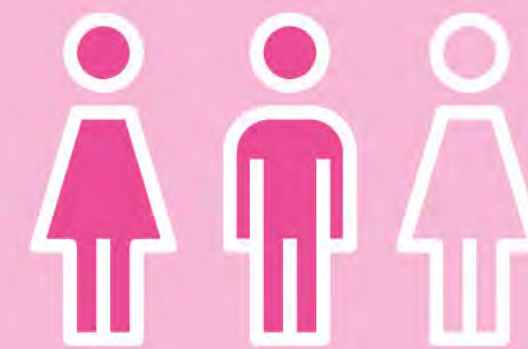
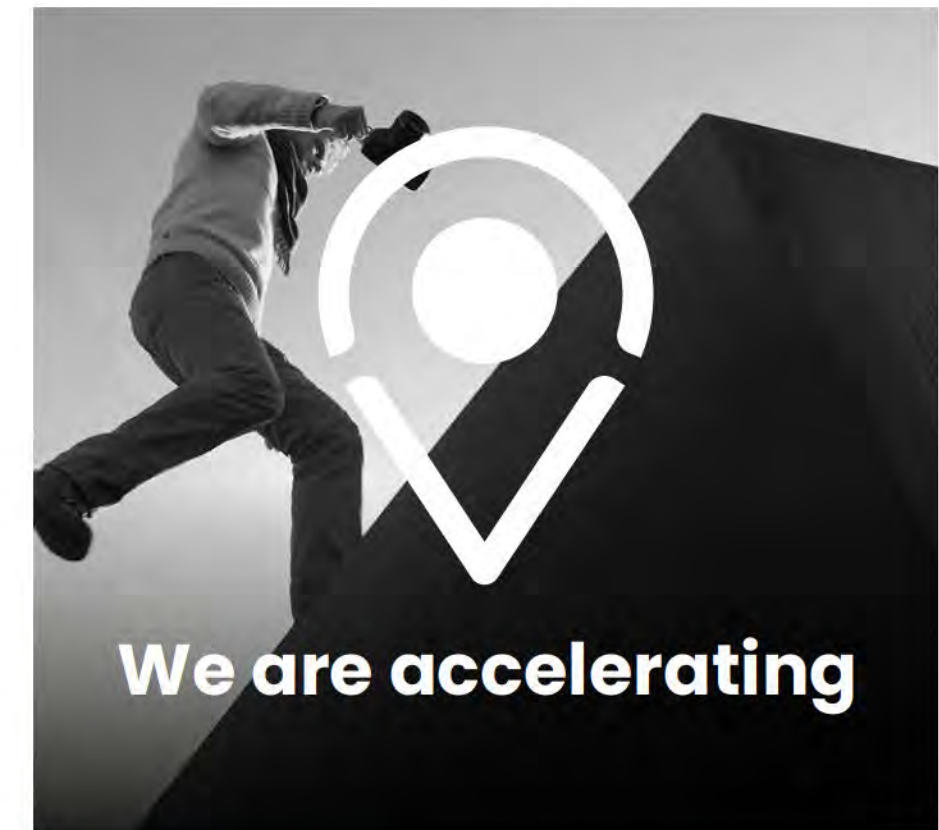
Exempel på infografik

“ We must transition away from the dirtiest fossil fuels toward renewable sources of energy for the sake of our economy and our planet ”

Namn Namnsson

56%

Oresti as ea des eliquid ebitasp itatem. To consequo volorehendit officim adiaepae cus esciam et dion nis et landi officta voluptas ipiciduntio. Ent, nitate odi occus, que quidi tet velenit.



2 av 3 lorem ipsum dolor

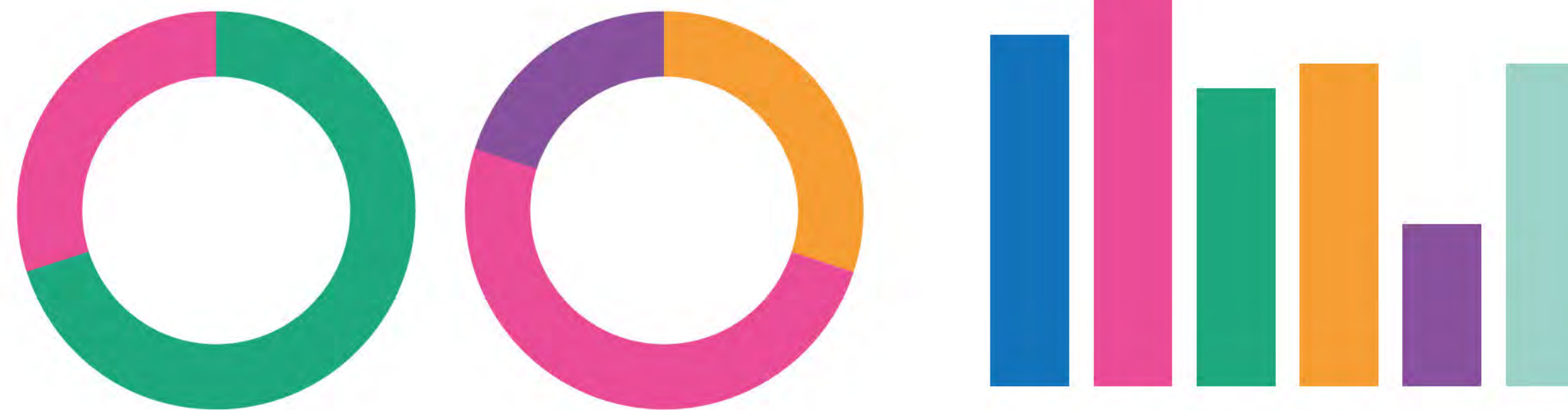
Klimat-
frukost



4.3 Statistik

För snabb och korrekt återgivning av statistik använder vi oss ofta av olika typer av diagram. Använd gärna hela vår färgpalett när du skapar diagram. Det går även bra att använda våra toningar.

Exempel på diagram



Applicering

Publikationer – framsida



Publikationer – inlaga

Lorem ipsum dolor

Lorem ipsum dolor unde optate voles ad magniment, nimus sit quo in re eium ab invent qui dit, nobiste molorrovid qui bla qui omnis ratiumquis volut fugit.

Escipideles out arum seque solorectia doleat, qui quante poraturibus voluptate non- sectem dolit volereit everationum samus archilout quasper lorelecte aut utem simod est pro quia qui volent est alliquam, tamoloria ne et, sequi que abo. Ita quo ipiet quodis et lanit fuga. Nam que molutatus sus apient.

Odit quid quoenup tottis aperiore voluptinum es modi consendi doluptatur susdae atus, conem el ipitatest molupid quisint.

De eumet quant voluptae naturibus, aut estis apiet volorem poreris malonseque molorentate vellesequam, sum allitatusae nonsequi officiento cupitos volores aut porias arum quistibus, tem numquae vendanducid minulpa deat, sam soluptatur simli et, officitae consequis idebistincil id esci rerit laboreum porerupta escilla borestiossim.

Lorem ipsum Archilout quasper

- Agris po lus, qui aut autot.
- Onsende liciet et laboriam quodtiosi alit facero.
- Plautotias experunt ratem qui quis solesequae renim.

“ Ur autemos totaquis ni natus, serum qui volor aborrorerepraevolendeniet prentus sim nihicim porerepero ipitatem fugit berunt rehendio quo experunto el inctese cusaesc imusdaero



Mer info

Et audaeoe ptaqui te ra, te nobisimas nobis cum desactiamet, cum laborum volupie nietur


Årsrapport 4

Viable Cities i siffror

21 Lorem ipsum dolor ende optate voles ad

108 Lorem ipsum dolor ende optate magniment,

318 Lorem ipsum dolor ende optate magniment,



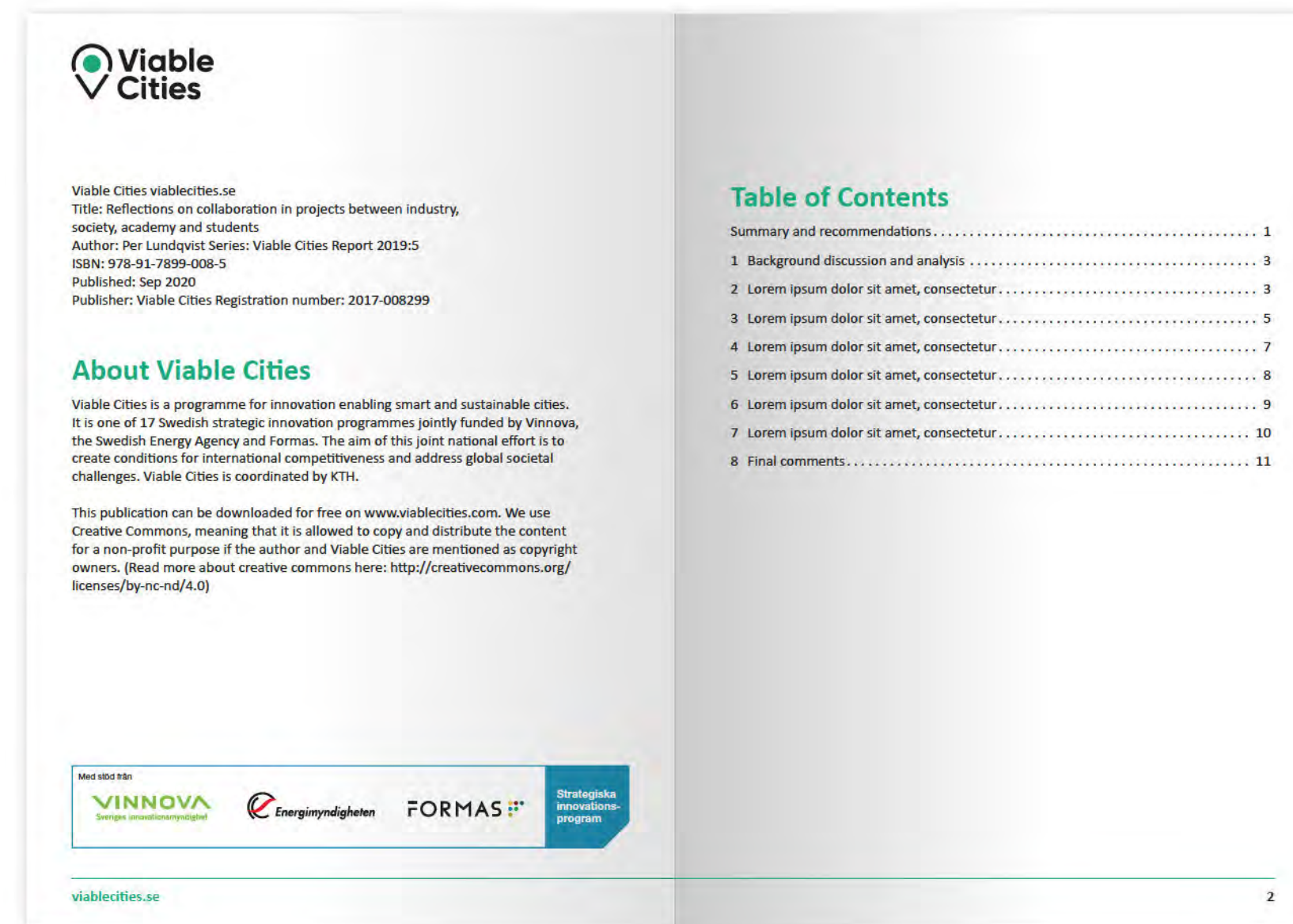
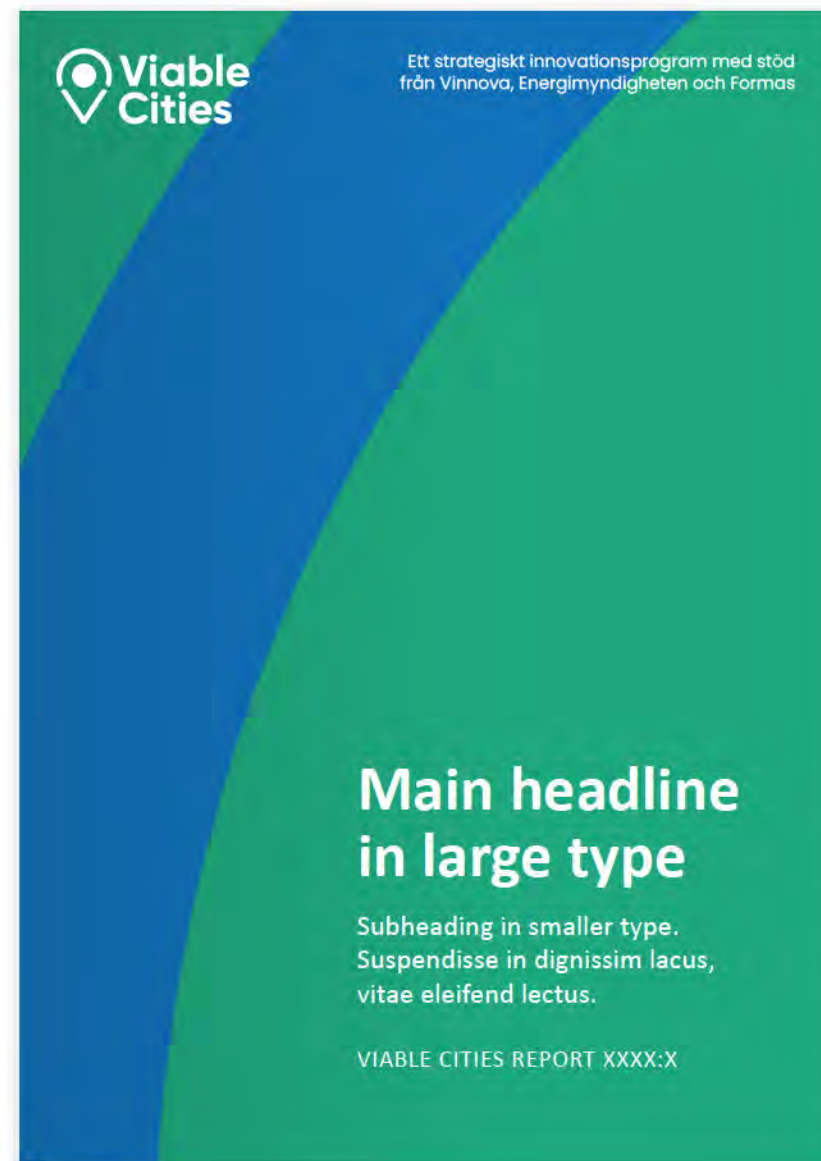
Lorem Lorem Lorem Lorem

1 000 000 000 kr

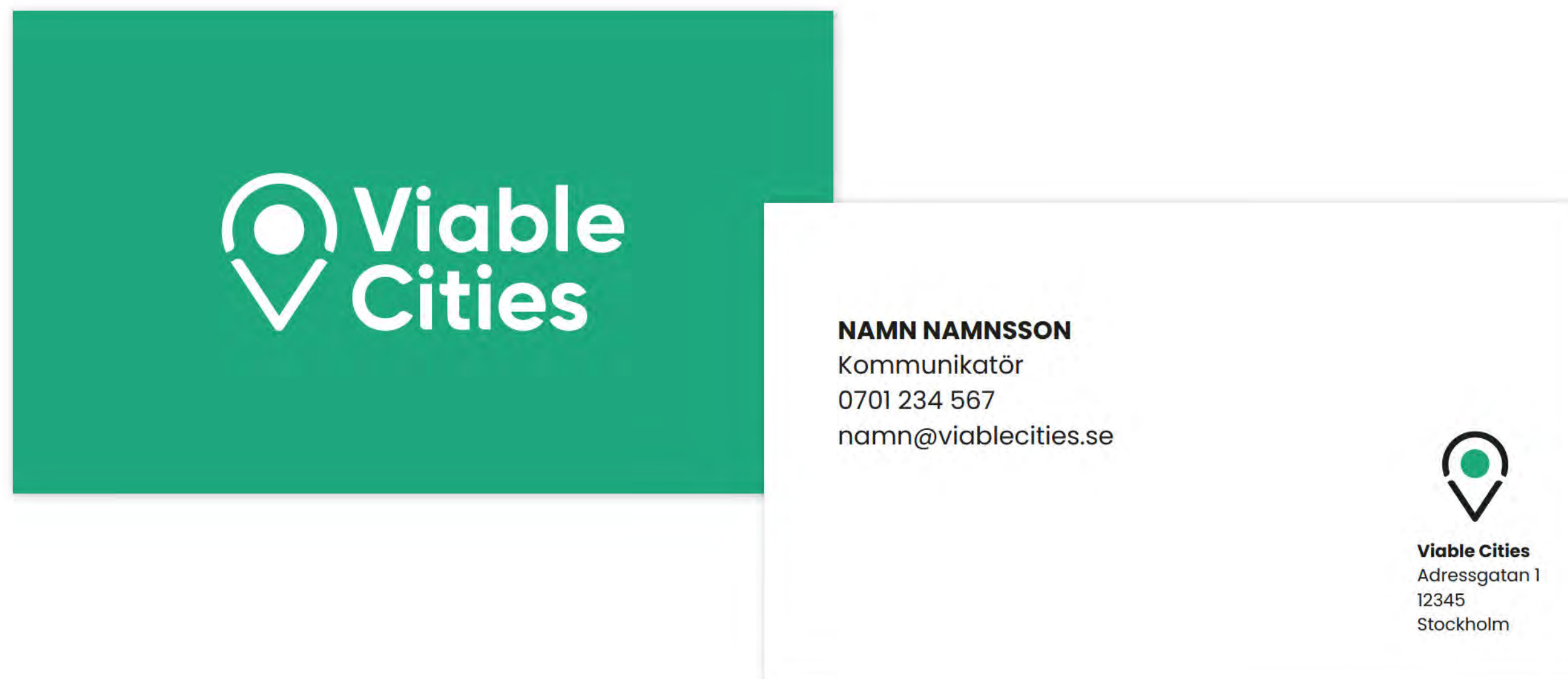
Lorem ipsum dolor unde optate voles ad magniment, nimus sit quo in re eium ab invent qui dit, nobiste molorrovid qui bla qui omnis ratiumquis volut fugit.



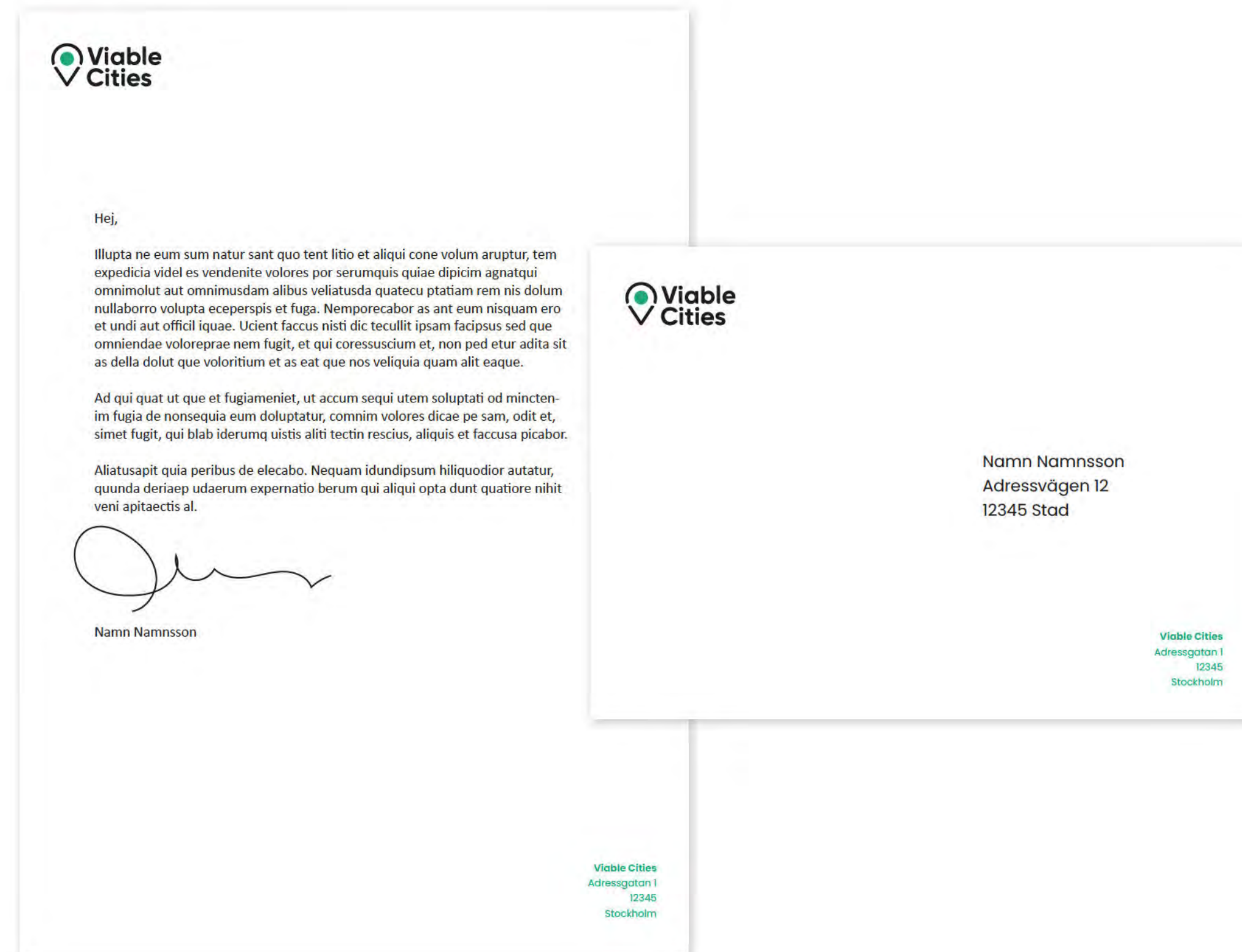
Rapportmall (för officematerial)



Visitkort

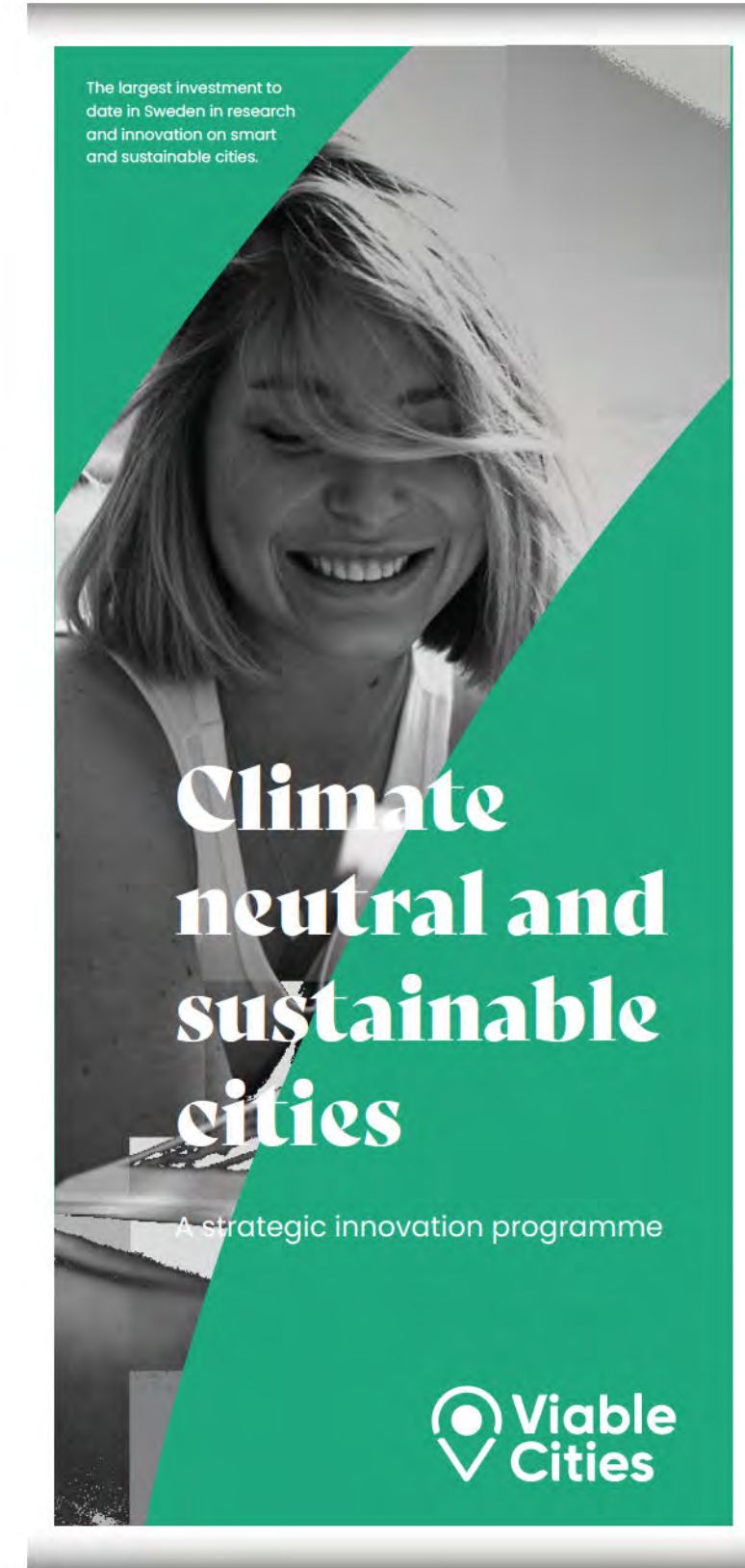


Brevmall



5.1 Print

Roll-ups



PowerPoint

Viable Cities
Tillsammans på väg mot klimatneutrala och hållbara städer

En strategiskt innovationsprogram med stöd från Energimyndigheten, Vinnova och Formas

Eus Horisont Europa

Fem missioner:

- Klimat och städer
- Klimatanpassning
- Cancer
- Hav och vatten
- Mat, hälsa och jord

100 Climate Neutral Cities by 2030 – by and for citizens

Mission

Klimatneutrala städer 2030
Med ett gott liv för alla inom planetens gränser

Klimatsmart mobilitet

1. Rios as debit, sa consed ma nonse alitaspic totatis imoditatis quia simus
2. Eseditatum consequo berferf
3. Cullupt amenis destis sequia

“
TeklaRios as debit, sa consed ma nonse alitaspic totatis imoditatis quia simus eseditatum

Viable Cities – Klimatfrukost
Tillsammans på väg mot klimatneutrala och hållbara städer

Ett strategiskt innovationsprogram med stöd från Energimyndigheten, Vinnova och Formas

Varför städer?

- Städer utgör 3 procent av jordens landmassa och står för cirka 72 % av alla utsläpp av växthusgaser
- 2050 förväntas 85 procent av medborgarna i Europa bo i städer

Innovativa lösningar
Aktörer och partners

Transformativ innovation är som isberg

Utsläppen av växthusgaser minskar

Tre städer under tre år

Så fördelar sig utsläppen

Transition Lab Forum 7
Tillsammans på väg mot klimatneutrala och hållbara städer

Viable Cities logo and partner logos: H2O SMARTCITY, LOCALO 2030 SWEDENHUB, etc.

Klimatneutrala städer 2030 2.0

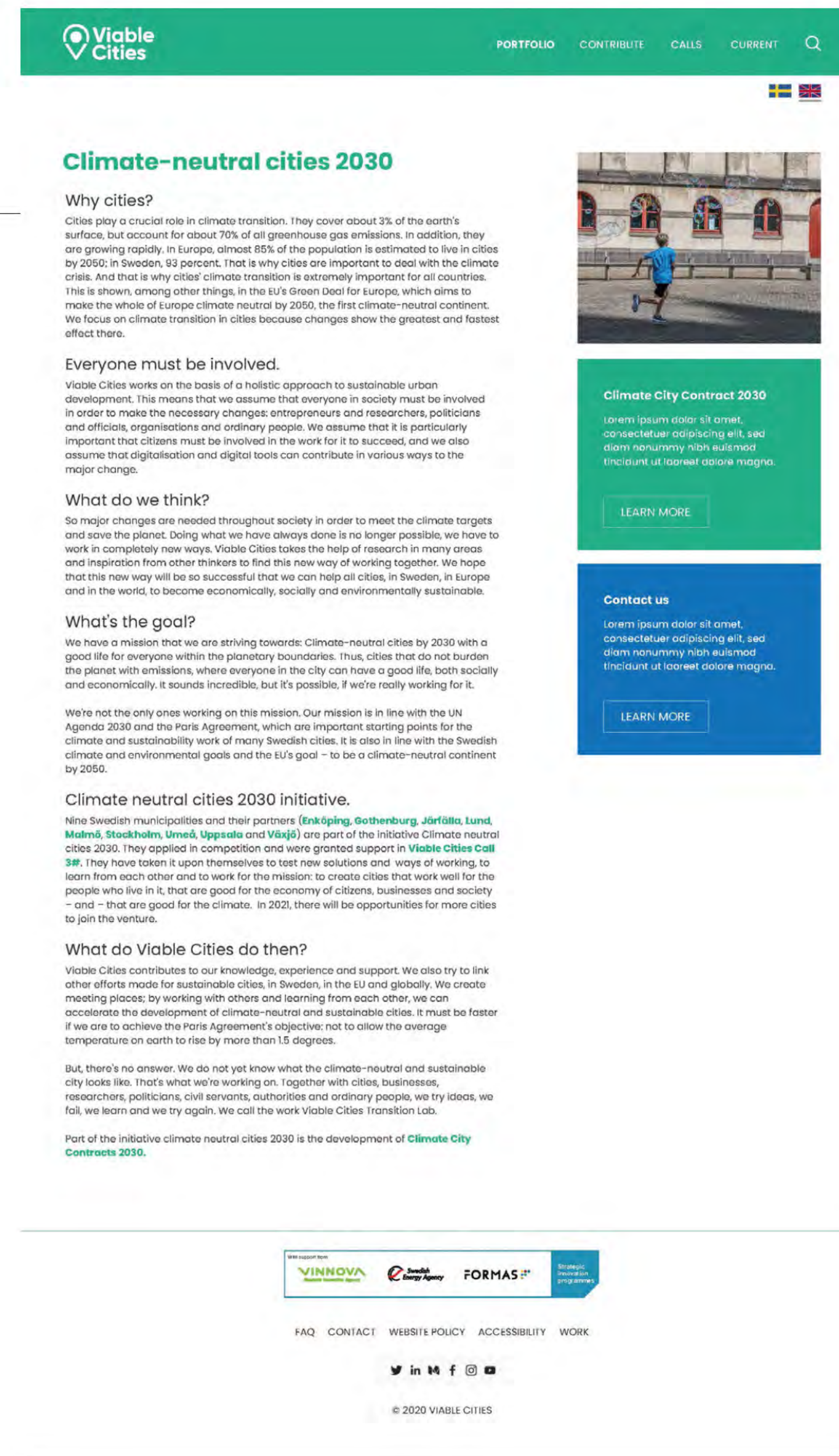
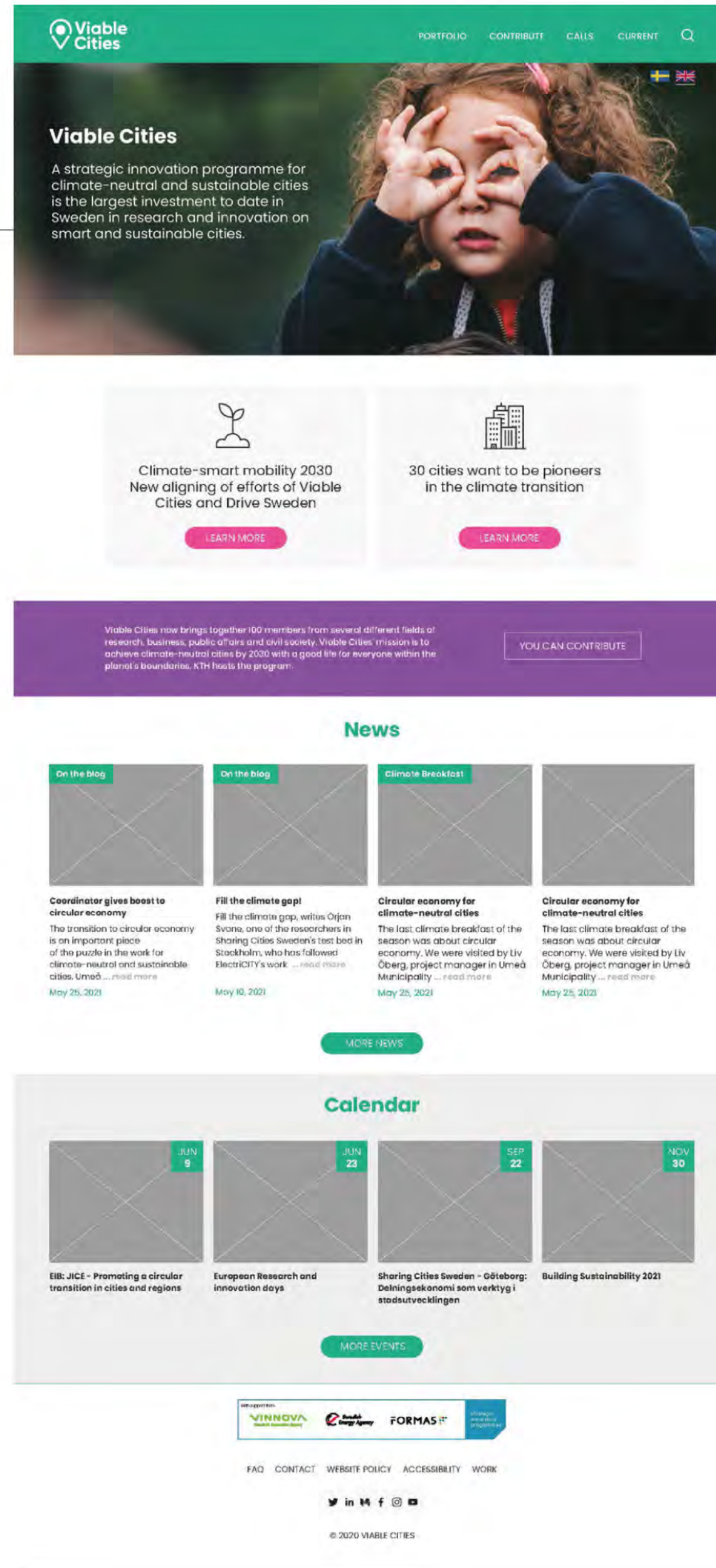
Utlåsta medel totalt – 100 Mkr
Stödbelopp per projekt: 4 000 000–5 000 000 kr
Stödnivå för projektet som helhet: Max 50 %
Projektlängd: 3 år

Projektet förväntas starta den 1 oktober 2021

Utveckling av Klimatkontrakt 2030

- Den finansiella sektorn måste ställa om. Hur ska det gå till?
- Alla i samhället behöver vara med på tåget, inte minst medborgarna
- Digitala verktyg och digitalisering kan snabba på omställningen

Tack!



Nyhetsbrev – header

Viable Cities View in Browser

Climate neutral cities by 2030

with a good life for everyone within the planetary boundaries

Many cities want to be pioneers

The call Climate neutral cities 2030 2.0 has attracted great interest around Sweden. Right now we have a packed meeting schedule for consultations with interested cities and many questions come in to our collaboration strategist Patrik Rydén. But there is still time to apply, the deadline is April 28. Read more about the call [here](#).

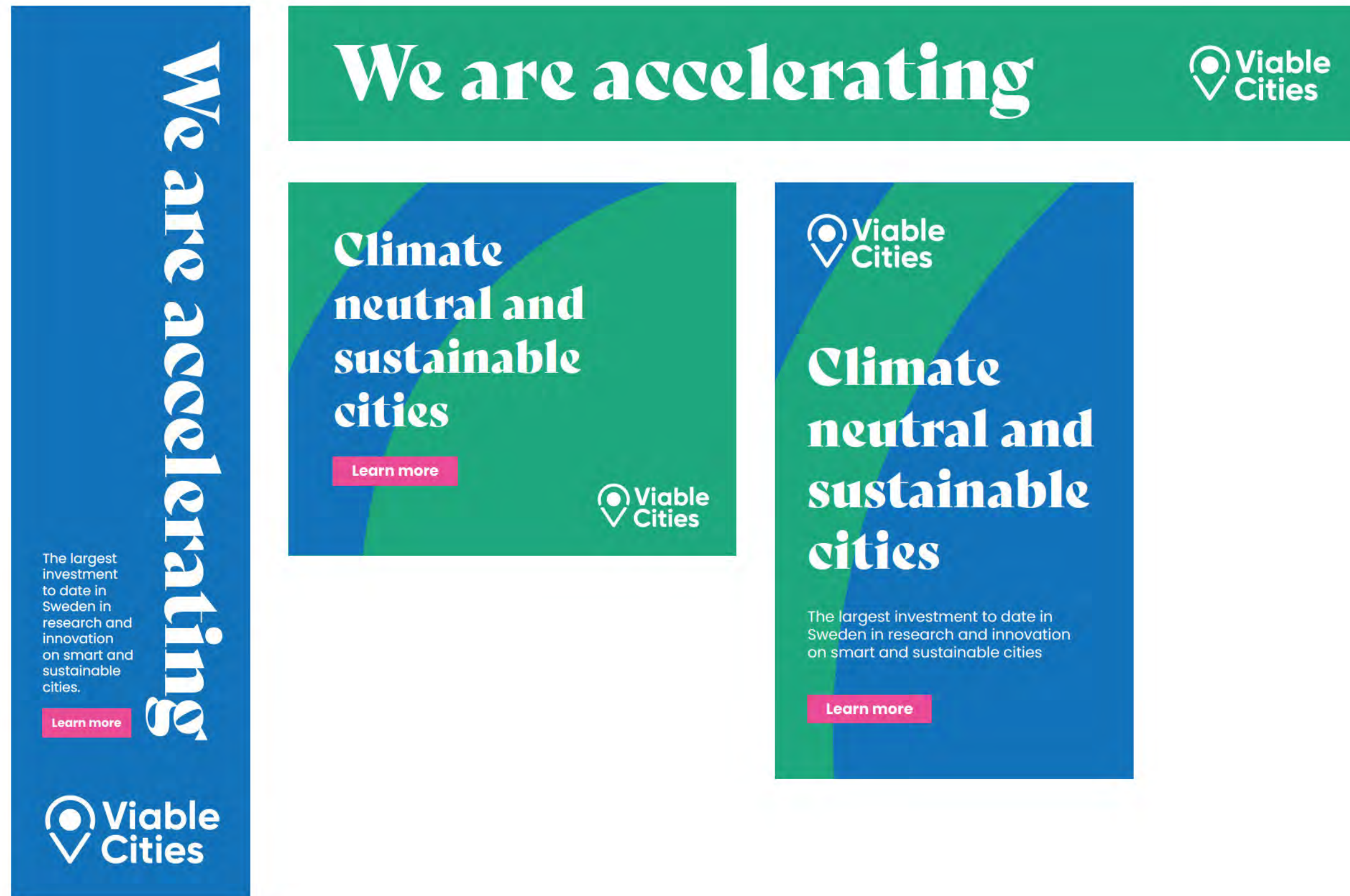
Subscribe to our newsletter

5.2 Digitalt

Sociala Medier



Banners





www.viablecities.se

Anna-Lena Ekenryd

anna-lena.ekenryd@viablecities.se