Version 2.0

# Grafisk manual

## Göteborg & Co

Uppdaterad 2019-04-11

# Tillsammans skapar vi bilden av Göteborg

Varje framgångsrik verksamhet representeras av en tydlig symbol, en logotyp. Likaså kännetecknas varje framgångsrik verksamhet av att man lyckats förmedla vad man kan och vem man är. För att åstadkomma detta måste man förstås vårda sin identitet. Det handlar inte bara om hur logotypen behandlas, utan också om mycket annat. Den grafiska manualen beskriver hur vi arbetar med varumärket ur en grafisk synvinkel och är ett regelverk för hur saker och ting får se ut.

Med hjälp av riktlinjerna i den här manualen kan vi knyta de associationer vi önskar till vårt varumärke. Den är ett stöd i vårt kommunikationsarbete, på allt från annonser och skyltar till webben. Att vara konsekventa i genomförandet hjälper oss att stärka vår konkurrenskraft.

En grafisk manual kan aldrig bli heltäckande eller slutgiltig. Vi kommer fortlöpande att komplettera manualen allteftersom fler riktlinjer och applikationer blir klara.

### Våra kärnvärden är själen i varumärket

All kommunikation som rör destinationen har sin utgångspunkt i våra kärnvärden. Kärnvärdena är själva själen i vårt varumärke och i vår verksamhet.

**Mänsklig**
Göteborg är en stad där människor trivs. Invånare och besökare upplever staden som en vänlig och välkomnande plats där det är lätt att få positiva kontakter med andra.

**Pluralistisk**
I Göteborg finns ett fantastiskt utbud av aktiviteter och mötesplatser. Attityden är tolerant och öppen – vi ser mångfalden som en stor tillgång för Göteborgs fortsatta utveckling som destination.

**Inspirerande**
Staden bjuder på stimulerande upplevelser och lockar fram lusten och kreativiteten i människor. Utbudet och mångfalden är unik och inspirerar invånare och besökare till att se och tänka i nya perspektiv.

Har du frågor gällande den grafiska manualen kontakta
**Ulrika Green**, ulrika.green@goteborg.com, 031-368 41 39

# Logotyp

## Friyta och förbud

För att logotypen ska framgå tydligt även tillsammans med annan grafik eller logotyper har den en bestämd friyta. Här får inget annat placeras.

Friytan bygger på storleken av bokstaven o i logotypen.

Logotypen är unik och varumärkesskyddad. Det betyder att man inte får skapa en egen version med en liknande form och liknande bokstäver eller använda delar av den separat. Den får inte heller manipuleras formmässigt på något sätt.

Företaget heter Göteborg & Co AB och förkortas Göteborg & Co. Hela namnet skall användas i formella sammanhang som exempelvis avtalskrivningar.

Ordbilden inte på något sätt får efterliknas i löptext. Den får inte heller placeras in och användas som en del i löptext.

Vårt företag heter alltid Göteborg & Co i skrift och logotyp. När man pratar engelska går det bra att säga "Gothenburg and Co", om det känns mer naturligt.

Atur, Go:teborg & Co conse nis ut apis sa vendist, que non nos voleriorse velit repedicatur? Parum inis ducidunt eos destis incitas suntiatur repre seque pore, num facipsae custrum quam,

go:teborg&co sed quid quam sum utem eos cuptaque nem ut ariores as qui nonseque peritas eost doloritia verum de eatempos eatur audis expe core, corest, siment volorem quatumenis inveliquam expelit re, quis.

# Minsta tillåtna storlek

För att garantera läsbarheten får varken den färgade eller negativa logotypen vara mindre än 25 mm. Den svartvita logotypen får användas i storlekar ned till 18 mm.

25 mm
60 px. vid webb.
Minsta tillåtna storlek.
Logotyp i färg.

18 mm
45 px. vid webb
Minsta tillåtna storlek.
Svartvit logotyp.

25 mm
45 px. vid webb
Minsta tillåtna storlek.
Negativ logotyp.

## Användning

Bolagets logotyp finns i tre olika utföranden: blå, vit och svart. Logotypen används primärt i den blåa varianten, men kan också användas som vit när den ligger på bilder och mörkare färger. I enstaka fall kan logotypen även användas i svart utförande.

## Identitetstypografi

Vi har valt typsnitt som vi arbetar med konsekvent. Typografin hjälper till att göra det lättare att känna igen Göteborg som avsändare.

DIN PRO

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLl
**MmNnOoPpQqRrSsTtUuVvXx**
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU**

DIN Regular och Light används till kortare informationstexter, mellanrubriker och faktatexter i trycksaker.
DIN Bold används i rubriker.

GEORGIA

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLl
MmNnOoPpQqRrSsTtUuVvXx

Georgia Regular används i brödtext, både i trycksaker och för redaktionell text på goteborg.com

ARIAL

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLl
MmNnOoPpQqRrSsTtUuVvXx

Arial Regular används till rubriker och kortare informationstexter på goteborg.com

## Vardagstypografi

Till vardags och när man ska producera material själv, använder vi typsnitt som redan finns i våra datorer. Göteborg använder Georgia som vardagstypsnitt, med undantag för produktion av Excel-dokument då Arial är att föredra.

GEORGIA

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLl
MmNnOoPpQqRrSsTtUuVvXx

Georgia används exempelvis till brev och i PowerPoint-presentationer.

ARIAL

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLl
MmNnOoPpQqRrSsTtUuVvXx

Arial Regular används till tabeller och diagram –Ecxel-dokument.

# Färger

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **COOL GRAY 11 C**<br>CMYK: 0/0/0/80<br>sRGB: 87/87/87<br>HEX: 575757 | **PANTONE 302 C**<br>CMYK: 100/75/40/0<br>sRGB: 0/74/110<br>HEX: 004A6E | **PANTONE PROCESS BLUE C**<br>CMYK: 100/10/0/0<br>sRGB: 0/148/216<br>HEX: 0094D8 | **PANTONE 7472 C**<br>CMYK: 60/0/30/0<br>sRGB: 102/193/191<br>HEX: 66C1BF | **PANTONE 376 C**<br>CMYK: 50/0/90/0<br>sRGB: 149/194/61<br>HEX: 95C23D | **PANTONE 7405 C**<br>CMYK: 0/14/100/5<br>sRGB: 248/207/0<br>HEX: F8CF00 | **PANTONE 173 C**<br>CMYK: 0/80/95/0<br>sRGB: 233/78/36<br>HEX: E94E24 |
| **COOL GRAY 5 C**<br>CMYK: 0/0/0/40<br>sRGB: 178/178/178<br>HEX: B2B2B2 | CMYK: 37/18/15/5<br>sRGB: 167/186/200<br>HEX: A6BBC9 | CMYK: 100/10/0/0 **40%**<br>sRGB: 164/214/245<br>HEX: A4D6F5 | CMYK: 60/0/30/0 **40%**<br>sRGB: 205/232/231<br>HEX: CDE8E7 | CMYK: 50/0/90/0 **40%**<br>sRGB: 216/231/185<br>HEX: D8E7B9 | CMYK: 0/14/100/5 **40%**<br>sRGB: 255/236/173<br>HEX: FFECAD | CMYK: 0/80/95/0 **40%**<br>sRGB: 249/191/159<br>HEX: F9BF9F |
| **COOL GRAY 1 C**<br>CMYK: 0/0/0/15<br>sRGB: 227/227/227<br>HEX: E3E3E3 | CMYK: 10/3/2/5<br>sRGB: 226/235/239<br>HEX: E2E9EF | CMYK: 100/10/0/0 **20%**<br>sRGB: 212/234/250<br>HEX: D4EAFA | CMYK: 60/0/30/0 **20%**<br>sRGB: 234/243/243<br>HEX: EAF3F3 | CMYK: 50/0/90/0 **20%**<br>sRGB: 236/243/222<br>HEX: ECF3DE | CMYK: 0/14/100/5 **20%**<br>sRGB: 255/246/217<br>HEX: FFF6D9 | CMYK: 0/80/95/0 **20%**<br>sRGB: 253/224/208<br>HEX: FDE0D0 |

# Bildmanér

Bildmanéret är en central byggsten i destinationens grafiska profil och de bilder som används ska återspegla våra kärnvärden mänsklig, pluralistisk och inspirerande. Bilden av destinationen ska vara lockande och få människor att inspireras att besöka Göteborg. Vi vill också förmedla en mänsklig och pluralistisk bild som speglar det rika utbudet i staden. I val av modeller och liknande är det viktigt att tänka normkritiskt och vara medveten om att vi eftersträvar mångfald också i vår mediabank.

**Checklista för normkritisk bildanalys**

- Vad ska bilden illustrera?
- Vilken miljö och vilket sammanhang visar bilden?
- Vilka finns med på bilden och vilka finns inte med? Ålder, kön, hudfärg, klass, etnicitet, funktionalitet.
- Hur framställs de personer som syns? Vem är aktiv/passiv? Hur är de klädda?
- Är bilden inkluderande? Om inte – vilka exkluderas och varför?

Våra bilder används i många olika sammanhang och på många olika plattformar. Därför är det en fördel med bilder som kan anpassas till olika format och beskäras efter behov.

**Vyer och perspektiv**
En vybild måste berätta något mer än att bara visa destinationens landmärken, byggnader eller omgivningar. Det kan vara en intressant vinkel, ljuset eller utsnittet som adderar inspiration.

**Detaljer**
Visar också staden, men på ett nära håll. Ibland kan det vara att föredra för att visa karaktäristiska drag för destinationen, t.ex. en siffra på en spårvagn, en detalj från varvet eller det gula göteborgsteglet.

**Människor**
Bäst förmedlas kärnvärdet mänsklig på nära håll. Det är viktigt att porträttbilder känns spontana för att förmedla liv och rörelse.

**Variation och dynamik**
Vi ska arbeta med bilder av olika karaktär. Det blir ofta tråkigt att titta på bilder som alla är fotograferade från samma avstånd och i samma vinkel. Det är bättre att låta olika typer av bilder komplettera varandra. Låt bilderna spegla kärnvärdet pluralistiskt. Stilistiskt ska vi alltid sträva efter att bilderna ska ha en mild färgton med sparsam mättnad – en modern, kreativ känsla.

KAFE
KAFE

SVENSKA
VÄSTKUSTLINJEN

SALLAD
KAFFE
BAGELS
TE

TILLERIET

# Profiltext

Profiltexten ska användas i sin helhet i tryck-saker, annonser och på bolagets hemsida. Texten ska varken förkortas eller förlängas.

SVENSK

*Göteborg & Co:s uppdrag är att få fler att upptäcka och välja Göteborg. Det görs genom att i bred samverkan leda och driva utvecklingen av Göteborg som hållbar destination så att alla som lever och verkar här gynnas av en växande besöksnäring. Göteborg & Co är en del av Göteborgs Stad.*

ENGELSK

*The mission of Göteborg & Co is to get more people to discover and choose Gothenburg. We do this through wide-reaching collaboration, by leading and promoting the development of Gothenburg as a sustainable destination, so that everyone who lives and works here benefits from a growing hospitality industry.*

# Garanttext

Eftersom Göteborg & Co ägs av Göteborgs Stad behövs en så kallad garanttext. Bolagets förhållande till Göteborgs Stad ska vara tydligt för boende, besökare, näringsliv, anställda och omvärlden.

Att kommunicera att bolaget är en del av Göteborgs Stad kan göras på olika vis: En kort garanttext talar om att vi är del av Göteborgs Stad. En lång garanttext förklarar vad det innebär. I några fall används Göteborgs Stads logotyp som garant.

De olika garanttyperna används vid olika tillfällen.

KORT – SVENSK

En del av Göteborgs Stad

LÅNG – SVENSK

Göteborg & Co är ett bolag som ägs av Göteborgs Stad. Det innebär att vi arbetar för en hållbar stad, öppen för världen.

KORT – ENGELSK

A municipal company, City of Gothenburg

LÅNG – ENGELSK

Göteborg & Co is a municipal company fully owned by the City of Gothenburg. This means that we work towards a sustainable city, open to the world.

# Visitkort

Visitkortet mäter 85×55 mm och har ett liggande format.

DIN 6/10 pkt
DIN Bold i namn, övrig information i DIN Light utsluten spalt

Logotyp 45 mm bred

FRAMSIDA – SVENSK

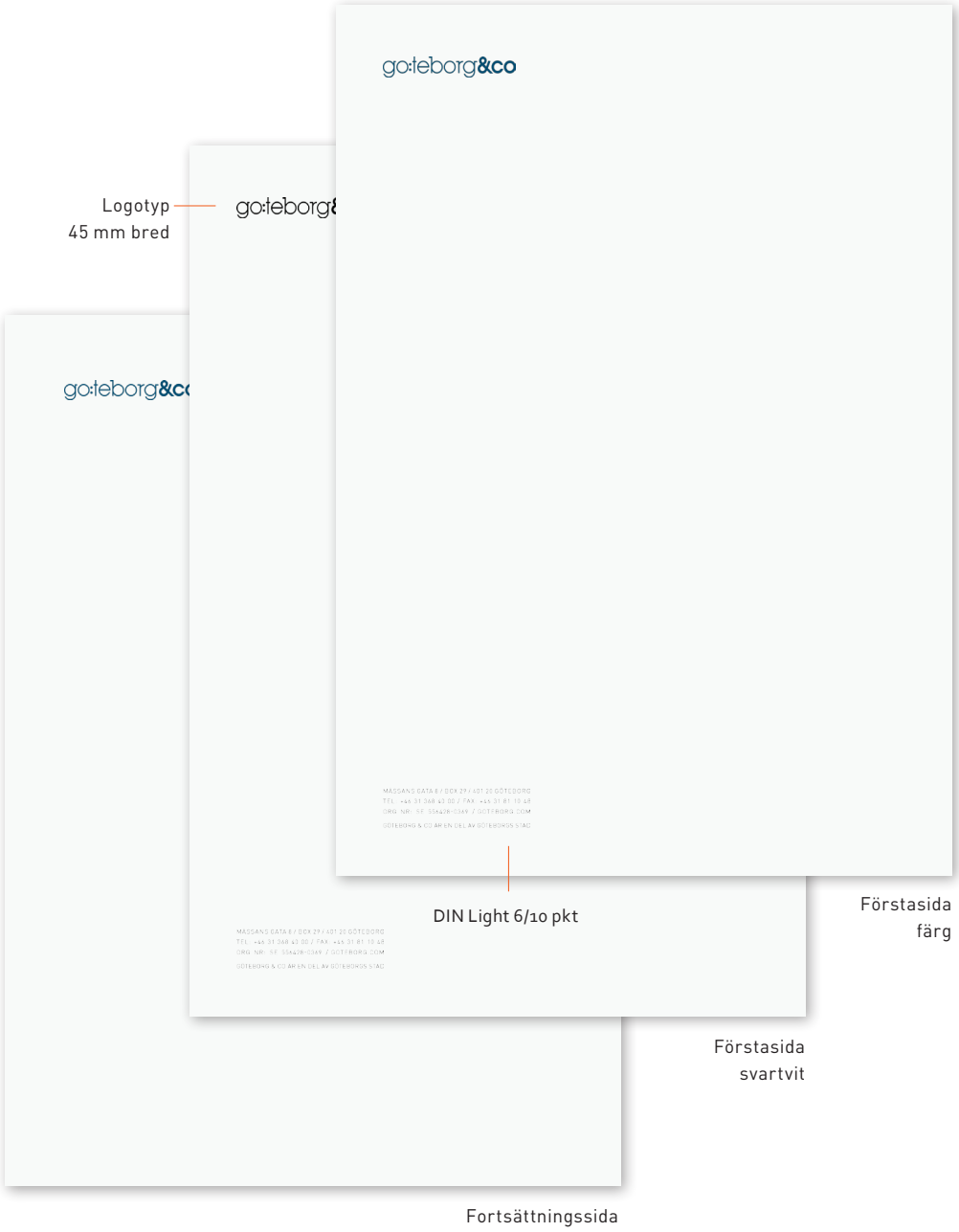
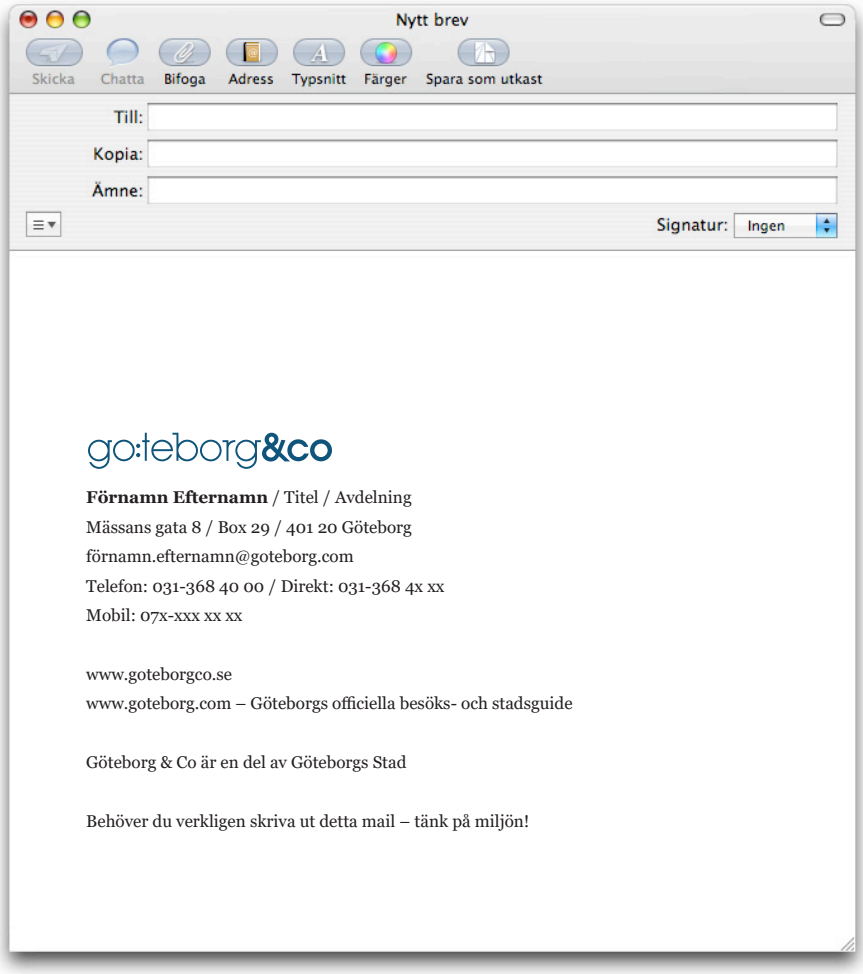
FRAMSIDA – ENGELSK

BAKSIDA – SVENSK

BAKSIDA – ENGELSK

# Brevpapper

Brevpappret har formatet 210×297 mm (A4). Brevpappret finns i tre olika varianter: färg, svartvitt samt fortsättningssida.



# E-postsignatur