

# zetup

Improving Mission Critical IT

Grafisk profilmanual Zetup

Publik version 1:1

## Inledning ..... 3

### 1 Zetup

1:1 Zetup .....	4
1:2 Logotyp Zetup .....	5
1:3 Logotyp Zetup placering .....	6
1:4 Profolfärger Zetup .....	7

## 2 Typsnitt ..... 9

I Zetups grafiska profil finns regler, råd och hjälpmedel för att vi skall lyckas att synas på ett enhetligt och strategiskt vis. Det skall vara lätt för omvärlden att uppfatta vem som är avsändare.

Genom att stärka vår identitet och ge en tydlig profil gentemot våra medarbetare, huvudmän, samarbetspartners och kunder förbättrar vi vår position i deras medvetande. Manualen är uppbyggd enligt våra grafiska regler och fungerar som hjälp när frågor uppstår.

Tack för att du hjälper till att vårda vårt varumärke och vårt ansikte utåt. Det ligger på var och ens ansvar att tillämpa Zetups grafiska profilprogram i sitt dagliga arbete.

## 1:1 Zetup

Zetups varumärke är avsändaren i all korrespondens från Zetup som företag.  
Så här skriver du i löpande text:

### Zetup

Företagets namn skrivs alltid versalgement både i rubriker och löpande text.

Skriv aldrig Zetup med endast versaler eller uppifrån och ner.

Undvik avstavningar.

~~ZETUP~~

~~Zet-  
up~~

<del>Z</del>	<del>Z</del>
<del>E</del>	<del>e</del>
T	t
U	u
P	p

**zetup**  
Improving Mission Critical IT

1.



2.

**zetup**  
Improving Mission Critical IT

3.



4.

### 1:2 Logotyp Zetup

Logotypen är den symbol vi använder i kommunikationen med kunder, affärsrelationer och media. Därför är det viktigt att logotypen alltid exponeras på ett enhetligt och enkelt sätt, så att det blir lätt att känna igen oss för omvärlden. Följ därför alltid dessa enkla riktlinjer för hur vi använder logotypen i olika sammanhang.

Logotypen ska alltid användas i sin helhet och får inte delas upp, beskäras eller på annat sätt modifieras. Logotypen förekommer i fyra utföranden:

1. Positiv i orange och svart mot vit bakgrund, används för kontorsmaterial t ex brevpapper, visitkort och kuvert.
2. Negativ i orange och vit – för svart och mörk bakgrund, används i imagematerial, t ex presentationer, vepor och profilmaterial.
3. Svart – vid enfärgstryck i svart (undantag)
4. Svart – vid enfärgstryck i svart negativt (undantag)



## 1:3 Logotyp Zetup placering

På dokument, broschyrer, annonser och profilmaterial för Zetup ska logotypen i möjligaste mån placeras i övre högra hörnet (undantag kuvert där den placeras i nedre vänstra hörnet).

I en centrerad layout ska logotypen placeras upptill i mitten.

Avståndet mellan logo och ytans slut ska vara minst lika stort som det utrymme som bokstaven Z bildar. Undantag avsändaradress på t ex kuvert.



Logotyp-/kompletteringsfärg:

PMS 165

RAL XXX

CMYK 0/56/100/0

NCS XXX

RGB 231/100/0 (Powerpoint/mot svart bakgrund)

RGB 237/130/14 (Word/mot vit bakgrund)



Komplementfärg: Svart

PMS Svart

CMYK 0/0/0/100

RGB 0/0/0



Komplementfärg: Vit

CMYK 0/0/0/0

RGB 100/100/100

## 1:4 Profilfärger Zetup

Logotypens färger är alltid orange och svart mot vit bakgrund alt. orange och vit mot svart bakgrund. För att få största möjliga likhet i färg, oberoende av teknik och medium, har vi tagit fram blandningar av våra vanligaste färgsystem.

När det gäller plastfilm, brodyr, screentryck etc. där färgnummer inte följer standard ska den orange som känns mest "pigg" väljas.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö  
123456789

Bell Gothic light

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö**  
**123456789**

Bell Gothic black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö  
123456789

Verdana

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö**  
**123456789**

Verdana bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö  
123456789

Georgia regular

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ*  
*abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö*  
*123456789*

Georgia italic

### 2:1 Typsnitt

För att förstärka en enhetlig bild av Zetup är det också viktigt att vi använder oss av samma typsnitt i tryckta respektive digitala medier. Den här manualen avspeglar tydligt hur typsnitten skall användas.

#### *Rubrik*

Som rubriktypsnitt i trycksaker har vi valt Bell Gothic light och black (storlek beror på typ av trycksak). I digitala medier används Verdana och Verdana bold (se brevmall Word och Powerpoint för storlekar och färger).

#### *Brödtext*

Brödtexten är den löpande texten i annonser, digitala medier och trycksaker. Som brödtextteckensnitt har vi valt Georgia som är ett klassiskt och lättläst typsnitt som är standard i alla datorer. Därmed fungerar det även på webben och i öppen korrespondens.

#### *Bildtext/tabell*

Till bildtext används Georgia italic.

#### *Tabell*

I tabeller tryckta medier används Bell Gothic light och i digitala medier Verdana.