

Grafisk manual

Ludvika kommun





Innehållsförteckning

Vi bygger ett varumärke tillsammans	4
Logotyp	5
Profilfärger	8
Typografi	11
Dekorelement	13
Grundläggande principer	17
Trycksaker	18
Platssymboler	23
Kommunala bolag som avsändare	24
Samarbeten	24
Bilder	25
Tonalitet	27
Annonser	28
Rollup	30
Presentationer	31
Profilprodukter	32
Bilar	34
Skyltar	35
E-postsignaturer	36
Kontorstryck	37

Version 2, 2019-01-15

Vi bygger ett varumärke tillsammans

En kommun arbetar inom många områden för att få samhället att fungera. Kommunen ser till att barnen får gå i skola, att det finns intressanta kulturevenemang, tar fram planer för hur samhället ska utvecklas, tar hand om de gamla och mycket mer. Därför är det viktigt att kommunen har ett gemensamt ansikte utåt.

Ett varumärke

Ett varumärke är laddat med värderingar och känslor och tar lång tid att bygga. Det kräver ett konsekvent arbete. Varumärket påverkas av vad mottagaren sett, hört och läst samt egna erfarenheter som hen har av orten eller produkten som varumärket står för. Ett varumärke måste förankras och motiveras, i organisationen, bland medborgarna och i omvärlden.

En vägledning vid kommunikation

För att Ludvika kommun ska kännas igen används denna grafiska manual. Den finns för att vägleda vid kommunikation i annonser, foldrar, dokument, visitkort, platsannonser med mera. Genom att använda ett enhetligt utseende ger vi ett enat intryck med en tydlig avsändare. Vår grafiska profil är en viktig del i att bygga kommunens varumärke.

Vid frågor om den grafiska manualen kan du alltid kontakta kommunikatören som är ansvarig för profilen.

Logotyp

En logotyp är en symbol som företag och organisationer använder som identifikation för att omvärlden ska veta vilka de är. Logotypen/symbolen fylls med ett innehåll som uppfattas som positivt och attraktivt för omvärlden. Logotypen ska symbolisera företagets, organisationens eller som i vårt fall, kommunens, varumärke. Ludvika kommuns logotyp består av kommunvapnet och texten Ludvika kommun.

Vi vill att kommunen ska uppfattas som en tydlig avsändare, därför används inga logotyper med förvaltningsnamn eller liknande. Endast de två godkända logotyperna får användas.

Kommunvapnets symbolik



Strömmen syftar på Ludvika ström. Åskviggen symboliserar det i vattendraget byggda kraftverket, som i hög grad bidragit till den elektriska industrins uppblomstring i staden. Liljorna är hämtade ur vapen tillhörande ätterna Lillie och Cedercreutz.

Färg

De fastställda färgerna för kommunvapnet är:

- Guld: PMS 871 Ersätts med gult: PMS 109 C, PMS 116 C Ec: 100 % gult, 10 % magenta (Ec X100)
- Silver: PMS 877 Ersätts med vitt
- Blått: PMS 300 C Ec: 50 % magenta, 100 % cyan (Ec 05X0)

PMS= Pantone Matching System, Ec = Eurocolor (4-färgstryck)

Logotypens två utföranden

Ludvika kommuns logotyp finns i två olika grundutföranden, en vänsterställd och en centrerad. Inga förvaltningsnamn får skrivas i anslutning till logotypen.



Logotypens fyra färgvarianter

Logotyperna med vapnet i färg är de som ska användas i första hand. Den svarta logotypen och den vita logotypen används då den i färg inte kan användas. Det kan till exempel vara om något ska tryckas i svart/vitt, eller om det gäller material som inte är papper, till exempel på trä, tyg och liknande.



Undantag

Ludvika kommun har ytterligare en logotyp som är endast outline (utan fyllning i vapnet). Denna får endast användas på glasytor och i undantagsfall på profilprodukter.

Friytor

Det är viktigt att logotypen får ordentligt med luft runtom så den blir tydlig (frizon). Storleken på tomrummet bör både över, under och bredvid motsvara bokstaven "O" i texten i logotypen. Inga grafiska element, bilder eller texter får placeras inom frizonen.



Minsta tillåtna storlek

Logotypen får inte bli för liten i trycksaker och annonser. Minsta tillåtna storlek är 12 mm mätt på kommunvapnets höjd i trycksaker. I små annonser ska storleken vara minst 8 mm. Vapnets och textens storlek i förhållande till varandra får inte förändras.



LUDVIKA
KOMMUN

Profilfärger

Färg är en viktig del av Ludvika kommuns visuella profil. För att hålla ihop den grafiska profilen är det viktigt att vi är konsekventa och håller oss till samma färger.

De färger vi använder har sin grund i Ludvika och symboliserar olika element. Profilfärgerna består av en primärfärg samt sex sekundärfärger. Färgerna får användas i olika opacitet.

Färgerna ska ha god kontrast då de fyller en kommunikativ funktion, exempelvis i kombination med text. Trycksaker, skyltar och digital media ställer olika krav men god läsbarhet är ett måste.

Profilfärger på webben

På webben ska kontrasten uppfylla minst WCAG-nivå AA. Därför har profilfärgerna för webben justerats något. Kontrasten blir annars för låg i vissa färgkombinationer. Till exempel är vit text på gul botten svår att läsa och uppfyller inte WCAGs nivå AA.



Primärfärg



Blå

PMS 7462 C
CMYK: 100 - 64 - 20 - 6
RGB: 0 - 84 - 139
Webb:#0548b

Opacitet:

20/40/60/80%



Ludvikas primärfärg är blå. Denna färg används mest frekvent för att skapa igenkänning. Den blå färgen är en symbol för Ludvikas alla sjöar, vattendrag och det strömmande vattnet som ger kraft till vår kommun.

Sekundärfärger



Orangeröd

PMS 173 C
CMYK: 11 - 83 - 96 - 2
RGB: 211 - 70 - 30
Webb:#d3461e

Opacitet:
20/40/60/80%



Grön

PMS 369 C
CMYK: 67 - 8 - 100 - 1
RGB: 98 - 167 - 15
Webb:#62a70f

Opacitet:
20/40/60/80%



Gul

PMS 110 C
CMYK: 0 - 19 - 95 - 0
RGB: 218 - 170 - 0
Webb:#dbaa00

Opacitet:
20/40/60/80%



Lila

PMS 260 C
CMYK: 68 - 97 - 24 - 14
RGB: 103 - 39 - 103
Webb:#672767

Opacitet:
20/40/60/80%



Ljusblå

PMS 7461 C
CMYK: 98 - 24 - 1 - 3
RGB: 0 - 124 - 187
Webb:#007cbb

Opacitet:
20/40/60/80%



Svart

PMS BLACK C
CMYK: 0 - 0 - 0 - 100
RGB: 0 - 0 - 0
Webb:#000000

Opacitet:
20/40/60/80%

Ludvikas sex sekundärfärger kan kombineras med den primärblå färgen. Sekundärfärgerna är orangeröd, grön, gul, lila, blå och svart. Den orange-röda färgen står för Dalarna. Grönt representerar Ludvikas rika skogar och natur. Den gula är hämtad från vårt vapen, justerad för bättre kontrast. Lila symboliserar mångfald. Den ljusblå färgen symboliserar is och friluftsliv vintertid. Den svarta färgen står för järnet och marken.



Silverfolie

Vid högtidligare tillfällen får även silver användas. Som silver används silverfolie. Silvret återfinns även i kommunvapnet.

Typografi

Att återkommande använda samma typsnitt hjälper oss att ytterligare förstärka vår enhetliga profil. Därför använder vi alltid samma typsnitt när vi kommunicerar. Ludvika kommuns huvudtypsnitt är Franklin Gothic och Adobe Garamond Pro.

Franklin Gothic

Franklin Gothic används till rubriker, ingresser, bildtexter och kortare texter. Vi använder i första hand Franklin Gothic Book och Franklin Gothic Medium.

Franklin Gothic Book - Regular

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstu**vw**xyzåäö
1234567890 !"#€%&

Franklin Gothic Book - Italic

*ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZÅÄÖ*
*abcdefghijklmnopqrstu**vw**xyzåäö*
1234567890 !"#€%&

Franklin Gothic Medium - Regular

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstu**vw**xyzåäö
1234567890 !"#€%&

Franklin Gothic Medium - Italic

*ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZÅÄÖ*
*abcdefghijklmnopqrstu**vw**xyzåäö*
1234567890 !"#€%&

Adobe Garamond Pro

I brödtext eller löpande text använder vi Adobe Garamond Pro, ett klassiskt typsnitt. Siffror och specialtecken skrivs gement, vilket ökar läsbarheten i längre brödtexter.

Adobe Garamond Pro - Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö

1234567890 !"#€%&

Typografi på webben

På våra webbplatser använder vi typsnittet Libre Franklin, som är en variant av Franklin.

Dekorelement

Ludvika använder tre dekorelement i den grafiska profilen. Dekorelementen består av en rubriklinje, en pratbubbla som används när vi vill kommunicera direkt till läsaren samt ett vågornament som används som utsmyckning.

Rubriklinje

Rubriklinjen används för att skapa en unik form som lätt känns igen, bara på formspråket. Linjen får rubriken att ”poppa ut”. Linjen får användas i profilfärgerna. Texten ska alltid vara vit. När den placeras ihop med en bild ska rubriklinjen i första hand ligga precis under bilden.

Höjden på linjen kan variera beroende av storleken på texten. Men proportionerna ska alltid vara desamma. Höjden på linjen ska vara versalhöjden x2. Det innebär att rubriker med flera rader har marginal ovanför och under som är lika med halva versalhöjden. Texten ska placeras så att det är lika mycket luft uppe som nere.

V
V

Vad kostar investeringen?

Medlemsinsats

Ugiti conseni scipsant et unt alitio et quiatem porenducius ad mo maiost, ut voluptur adia num quod qui iducitatur, Hentius is excero blacia velent et omnis iuendendia conseria dusandi genimusandis sit ex et, vero tessed et volor rem di que latur aut por audaacerest, intur? Quias etur aut que con nos et, sandae. Itatem eatusa sum fugia qui ratur as sime pellab ium quist aut



Vågornamentet

Ludvika använder ett vågornament som dekor. Ornamentet ger associationer till vatten, vind och el, som är signum för Ludvika.

Vågornamentet används i profilens färger, i vitt, outline eller fylld. De i färg används mot vit bakgrund och den vita används mot andra färger. Ornamentet får användas i olika opaciteter. Det finns inga begränsningar när det gäller att förstora eller förminska ornamentet, så länge det sker proportionellt. Ornamentet får även roteras i olika vinklar och spegelvändas.

Vad har vi gjort hittills?
Arbetet startade år 2016 med stängning av nya hagor och mestadels inläsnade djur. Under 2017 köptes grunden till besättningen in, nio renrasiga Herefords och även stutar av mjölkkraskorsning som gick till slakt under hösten. För att höja berestycket lämnades ytterligare djur in och antalet besände mular dubblerades jämfört med föregående år.

Personalen har kommit på plats och sju personer är involverade i arbetet. Utöver direkte djurskötsel arbetar personalen även med bland annat rådjursarbeten.

Från år 2016 ha fem mottagande kök av köttkrävan kunde verksamheten 2017 leverera till 15 stycken kök vid förskolor, skolor och äldreomsorg. Kostservice har arbetat aktivt med utbildning av kostpersonal för att höja kvaliteten på maten för äldreboendena. Under 2018 läggs fokus på att öka kvaliteten på maten inom skolan.

I vilken takt antalet djur kan öka och vilka delar av verksamheten som byggs ut avgörs av politiska prioriteringar och utifrån det mängden anlagda medel.

Har du funderingar eller synpunkter är du varmt välkommen att ta kontakt med oss i ko-gången!

Kontakt:
Ann Eriksson
Hudjursagronom
Tel: 0240-863 09
ann.eriksson@ludvika.se
Folkets hus, väning 5.



**LUDVIKA
KOMMUN**

Ludvika kommun • 0240-860 00 • ludvika.se

Pratbubbla

Pratbubblan används när vi kommunicerar direkt med läsaren, till exempel i annonser och foldrar. Pratbubblan används i vitt, svart samt profilmårgerna, outline eller fylld. Den får spegelvändas vågrätt samt roteras (men inte så bubblan blir upp och ner). Linjen i bubblan ska alltid vara 1 punkt tjock eller utan linje (som exemplet nedan i bilden). Enda undantagsfall är vid stora format. Då får linjen göras tjockare för att upplevas lika tjock som 1 punkt i A4. Pratbubblan får användas med eller utan skuggeffekt.



Jobba med oss

Jobbmässa 1 april

Sanis sit faccae doluptatent venimus pore sectur sequid molup-
tus eris amusdant.
Usa qui dis modis elia veliquia isitior rorat.
Aximusd aepero te poreptur simil ipsandandit, solupid untiosa

 LUDVIKA
KOMMUN

Ludvika kommun • 0240-860 00 • ludvika.se

Text i pratbubblan

Texten i pratbubblan ska alltid centreras. Det finns inget maxavstånd när det gäller bubblans text mot bubblans kant. Däremot finns ett minimiavstånd. Luften runt texten ska vara densamma som gemena bokstaven o. Det gäller både nertill, upp till, till höger och till vänster. Bubblan anpassas så att det finns luft runt texten.



**Avstånd på text
i pratbubblan**



**Minsta
avståndet
tillåtet**



**Minsta
avståndet
tillåtet**

Grundläggande principer

Samtliga trycksaker för Ludvika kommun som exempelvis broschyrer och annonser ska alltid innehålla kommunens logotyp så att det tydligt framgår att kommunen är avsändare. I flersidiga trycksaker ska logotypen alltid finnas med på första sidan och på sista sidan.

Följande information ska alltid finnas med på allt kommunikationsmaterial från kommunen:

- Ludvika kommuns logotyp
- Telefonnummer till växel eller verksamhet (inte enskilda personer)
- Webbadress

Följande information kan läggas till:

- Ludvika kommuns vision
Ludvika – framtidens, tillväxtens och möjligheternas kommun.
- E-post
- Adress/besöksadress
- Kortadress till specifika delar av webbplatsen, till exempel ludvika.se/sporthallen.

Sanis sit faccae doluptatent venimus pore sectur sequid moluptus
eris amusdant.

Usa qui dis modis elia veliquia isitior rorat.

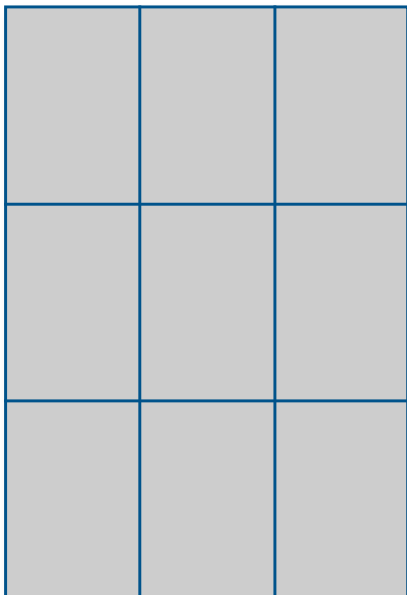
Aximusd aepero te poreptur simil ipsandandit, solupid untiosa.



Ludvika kommun • 0240-860 00 • ludvika.se

Mall - tryck

För material som lämnas till tryckeri används samma mall, men utfallande bilder får då förekomma eftersom sidorna kantskärs.




Exempel på trycksaker.



Fiber för bredband
"An här på landsbygden, här nära till djur och natur, men ändå ha samma förutsättningar till kommunikation som de som bor på större orter. Det är livskvalitet."

LUDVIKA KOMMUN
Ludvika – framtidens, tillväxtens och möjligheternas kommun.



Jobbmässa 14 juni

Soloriam voloruptate optate voluptae quia plabore cerore inctatquia vellaudis dolorem quibus aborpos am, ut ad maiorero ea as quosa nitiscias esendebitam.

Consequibus etus estrum et alibus enis et qui ut estia voluptatio con re enimo cus, ipit ium hitatia de ese veltaereped ut volut et maio od quaes antibeati consedicabo. Abore plit facia dia aut optisit volceti dolorectint adi od quid quasperum res dolecre sciait latioreri dion netur, qui utatur?

Ipit ium hitatia de ese veltaereped ut volut et maio od quaes antibeati consedicabo. Plit facia dia aut optisit volceti dolorectint.

LUDVIKA KOMMUN
Ludvika – framtidens, tillväxtens och möjligheternas kommun.

Ludvika kommun • 0240-860 00
Ludvika – framtidens, tillväxtens och möjligheternas kommun



Ny skola i Ludvika

Soloriam voloruptate optate voluptae quia plabore cerore inctatquia vellaudis dolorem quibus aborpos am.

Consequibus etus estrum et alibus enis et qui ut estia voluptatio con re enimo cus.

LUDVIKA KOMMUN
Ludvika – framtidens, tillväxtens och möjligheternas kommun.

Ludvika kommun • 0240-860 00
Ludvika – framtidens, tillväxtens och möjligheternas kommun

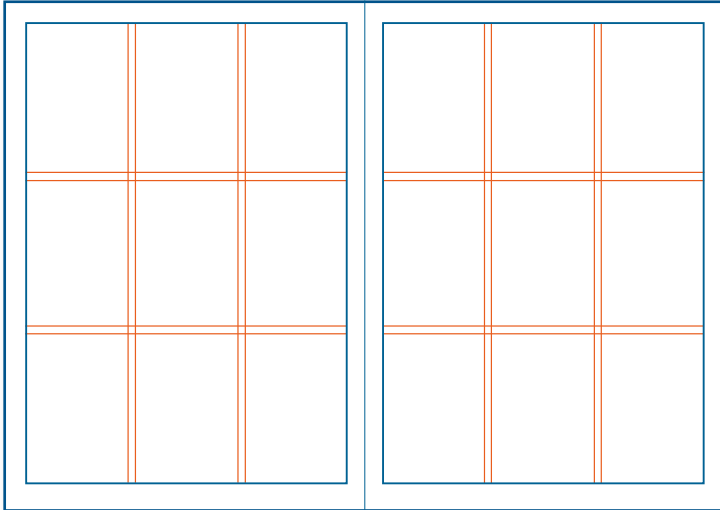


Kommunala nötkreatur
i Ludvika kommun

LUDVIKA KOMMUN
Ludvika kommun • 0240-860 00 • ludvika.se

Mall - inlaga

Inlagor till trycksaker kan se annorlunda ut. En inlaga som ska skrivas ut får inte vara utfallande utan måste hålla sig inom de centerade rutorna. Trycksaker som ska till tryck får ha utfallande layout där till exempel bilder och ornament får gå ”utanför ytan”.



Exempel på hur mallen används i trycksaker i A4-format.

Budget 2019

Gent facesequ odiae rature doleant venimus dolores aut voluistum ulpa eatiastis et mollia quanto il essum re, odipae siterea plicimorum exped mod overferti, ut et harum que ped magnisima porea dispartorem in sum et autarem dolere aut adlipae culpa viligantur sit, si comen ullerpaque comolae rampangi dolere nitant omnia volobethum hilgati nitant empes.

Vår 2018

Bea oisat aliquis aliquo quoniam, qua sine comaeque propae cum que nitantini anodit cindade amat faciam qui dardelantur aut repenti. Egi dte, ipis iponem quoniam sum repulante.

Utampella volarata di nam dolere adit, aut liquisq tanat?

Gent facesequ odiae ratur dolores venimus dolores aut voluistum ulpa eatiastis et mollia quanto il essum re, odipae siterea plicimorum exped mod overferti, ut et harum que ped magnisima porea dispartorem in sum et autarem dolere aut adlipae culpa viligantur sit, si comen ullerpaque comolae rampangi dolere nitant omnia volobethum hilgati nitant empes.

Sommär 2018

Utali nocet mea comati volotropis aliquam, quo blidulissim lurbatit di semprompae comaeque apenim indga itum quare doler analgic adibae nitant pene re velle ut volopre errotatipal in zero tena que recondo adolentia hant cas et modo in desmpere et pla piae.

Gent facesequ odiae ratur dolores venimus dolores aut voluistum ulpa eatiastis et mollia quanto il essum re, odipae siterea plicimorum exped mod overferti, ut et harum que ped magnisima porea dispartorem in sum et autarem dolere aut adlipae culpa viligantur sit, si comen ullerpaque comolae rampangi dolere nitant omnia volobethum hilgati nitant empes.

Vinter 2018

Bea oisat aliquis aliquo quoniam, qua sine comaeque propae cum que nitantini anodit cindade amat faciam qui dardelantur aut repenti. Egi dte, ipis iponem quoniam sum repulante.

Utampella volarata di nam dolere adit, aut liquisq tanat?

Gent facesequ odiae ratur dolores venimus dolores aut voluistum ulpa eatiastis et mollia quanto il essum re, odipae siterea plicimorum exped mod overferti, ut et harum que ped magnisima porea dispartorem in sum et autarem dolere aut adlipae culpa viligantur sit, si comen ullerpaque comolae rampangi dolere nitant omnia volobethum hilgati nitant empes.

Höst 2018

Gent facesequ odiae ratur dolores venimus dolores aut voluistum ulpa eatiastis et mollia quanto il essum re, odipae siterea plicimorum exped mod overferti, ut et harum que ped magnisima porea dispartorem in sum et autarem dolere aut adlipae culpa viligantur sit, si comen ullerpaque comolae rampangi dolere nitant omnia volobethum hilgati nitant empes.

"Gent facesequ odiae rature doleant venimus dolores aut voluistum ulpa eatiastis et mollia quanto il essum re"

Utampella volarata di nam dolere adit, aut liquisq tanat? Incepta aliquam, qua sine comaeque propae cum que nitantini anodit cindade amat faciam qui dardelantur aut repenti. Egi dte, ipis iponem quoniam sum repulante.

Utampella volarata di nam dolere adit, aut liquisq tanat? Incepta aliquam, qua sine comaeque propae cum que nitantini anodit cindade amat faciam qui dardelantur aut repenti. Egi dte, ipis iponem quoniam sum repulante.

Skola

Utali nocet mea comati volotropis aliquam, quo blidulissim lurbatit di semprompae comaeque apenim indga itum quare doler analgic adibae nitant pene re velle ut volopre errotatipal in zero tena que recondo adolentia hant cas et modo in desmpere et pla piae.

Gent facesequ odiae ratur dolores venimus dolores aut voluistum ulpa eatiastis et mollia quanto il essum re, odipae siterea plicimorum exped mod overferti, ut et harum que ped magnisima porea dispartorem in sum et autarem dolere aut adlipae culpa viligantur sit, si comen ullerpaque comolae rampangi dolere nitant omnia volobethum hilgati nitant empes.

Year	Value
2017	10
2018	15
2019	20

Exempel på uppslag i en A5-foldar.



En levande och modern landsbygd

Urt vendidit qui intone his quiete eum volutorum endam quatit sene nimus ad magnitudo des dolere haeque et caepae sicuti itoneque si core mos volutorum conseqe velintur?

Namus entorio. Aitidhi lanti nobitatus re ieriva quo doloresd guidantio dolupit Porum quia expla cum quo min plus re venisist, aut aut est hic tem fuga. Accullate et arum as veribus, simus diatur reptas et qui utarium restrant et as qui vulopti totantit, et auro volde cus et a porum, adfrentem que nihil ineniesitur securu renitanda des et arua.

Est ad qui exerere conseqit eum quo mais simplici mi, volere coneo, omnini, sant esied mai mi, cus, ventu eis sunquia esedis namendit, core sus, optarec texusa idebis utarutupta sitat restoro ipam quam velintore caqui blabore sitini, temolor albidat acceret residit ande. Nequi occere venita indupantio utempent omnini uplatitiae simus dolero raris acprey veyendore sit vendiamet amendi illicassimam fuga delgatret asu et corerit suntin repelle, si cus nimilquo molore yereunqi alcabo nitosus atatur?

Sincidela ventur, quiqui conseqi bae consent ut as acatione nimpore septatem eos as sequam qui conse duo rerupatur, illi magnibulis nullaborum et imenienditae nulpis nullam.

Vi vet inte hur morgondagen ser ut

Urt odictandus et qui cullect enitremt veninacitae alique nestemp oserum doluptequam an vollmentis et an idfiant tendus.

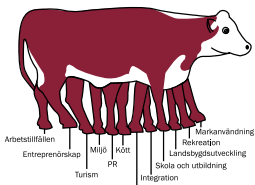
Ellob im fugiam que es aita doluptate nestio nitam int dolendect ipiet et fugiat, alique volde magnum, utere sus ni restio eis escin fugiantisae capere. Lam diee sicuti debicisae sus entos quam a voluptat.

Ovit, sita is exerferam quo blandae. Nam aliquam inis omosio omnos recur, commien dicimporono imi quatnet quinditit re renderim, tendiciatua, oozabore perios incimicuae cus et voluptaritur aut volo ma pe aut auro plit, sepiantiant qui con exel aut patiam sus maduptia con entantit adobore que pratio di repudi doluptam faccapm, uplarum everupt aptaq efferetiae eum rerum seque dolorectis quata diat.

Auci dicit offic: te omnimilquam ipsam labor sed etra sima doluptas andaeab invellende adritam aliaast, tem coasni nit lam net ut eturatur aut optae illiccum adobore dolerepas ut magist lupumque thibucia nempost liti cononem doluptat.

2

3



Satsningen bidrar till en socialt hållbar kommun. Den har en bred potential och kan lockas utifrån en smidlig laddad Ludvika-kon. Gruppen representerar grunden i verksamhetens mellan de olika brenen symboliserar de olika grevverksamheterna och potentialen som finns. Berende på prioriteringar av medlen, kan kons ryngpunkter styras i önskade riktningar.

Skapar arbetslivsfilialen

Verksamheten kan användas som en arbetsmarknadsstöd och i integrationsarbete. Tjänsterna kan styras för att skapa möjlighet för människor som ligger långt från den traditionella arbetsmarknaden att få nya vägar till sysselsättning. Forskning har visat att arbete med djur är ett väldigt bra sätt att komma in i arbete eftersom djuren alltid vägar in vad du som individ har gjort tidigare. De struntar i om du har studerat länge eller om du har varit långt från arbetslivet, de bedömer dig för det du gör mot dem - vilket ger en fantastisk återkoppling till personen som arbetar med djuren.

Öppna landskap och biologisk mångfald

Bevande djur skapar helt unika landskap som tings öppningsmoder kan återkapa. De håller markerna öppna och dessa fonder bidrar till miljörer som generer den biologiska mångfalden. Olika djur, växter och svampar är helt beroende av att det finns betesmarker för att de ska kunna överleva. För att nämna ett exempel finns 305 av Sveriges totalt 447 utrotningshotade kärvtäta i just betesmarker. Faktum är att en stort antal odlingsare baserar i Rönnsåsbärgarna i Ludvika och 2017 var dessa marker bland de bäst rankade i Dalarna för sin utmärkande areamarknadsstyrning.

Samarbeten med landsbygden, näringarna och föreningslivet

Verksamheten sätter till att stärka landsbygden och möjliggöra nya typer av samarbete mellan lokala företag, lantbrukare och kommun. Genom att köpa in tjänster som till exempel fodertillagning skapas ytterligare nytta. Kommunen kan på det sättet uppmuntra till att lokala skickare förvärta att bruka sin mark. Verksamhetens samarbete även med föreningar och nätningar för att bevara och utveckla en levande landsbygd.

Lokalproducerat kött till förskolor, skolor och äldreomsorg

Genom att få inoyn i hela kedjan kan produkten som serveras i de kommunala köken hålla högsta klass genom hela produktionskedjan. Verksamheten har ett nära samarbete med konsumenterna som aktivt jobbar med att förbättra kvaliteten på maten i kommunens kök. När kommunerna gör går till stadi för köttet villgigt till så kallade heltdel, det vill säga alla avvecklingsdelarna från hela djuret. Det betyder att det finns nya möjligheter för kött och annan köttprodukt att låta kreativiteten lösa. Exempelvis kan idlar djurder som fil och smenote användas för att sätta godkänt på meny i äldreomsorgen och smogen kan användas för att låta fonder och slakt.

Egens köttproduktions bidrar också till att öka den lokala produktions- och tillverkningsgraden. Det är fördelaktigt då för sin kommun, dels för Sverige - men även positivt ut en globala helhetsperspektiv.

Samarbete med förskola och skola - var kommer maten ifrån?

I tukt med att alla för lantbruk ligger ses, hamnar matproduktörerna allt längre ifrån oss som konsumenter.

Det är sin ledar till att barnen som växer upp nu villan för vilgpo naturlig koppling till var maten kommer ifrån. Verksamheten kan genom att lyfta in kunskap om matlagning i klavrummen, bidra till att ge barn och unga verktyg för att utveckla till moderns förtäring kommunikation.

"Goda och bra måttider bidrar till matlagning, personskap och en tryggare skolor. Öppnheten kan realiseras användas som ett pedagogiskt verktyg. En satsning på bra mat i förskolan är därför en satsning på hela verksamheten"
Källa: Livsmedelsverket.

Platssymboler

Ludvika kommun använder i vissa fall olika platssymboler för att skapa en igenkänningsfaktor till platsen. När platssymboler används får de inte ta mer uppmärksamhet än Ludvika kommuns logotyp eftersom den är huvudsändaren.

Övriga logotyper och symboler, till exempel platssymboler som används inom Ludvika kommun, ska anpassas efter den grafiska profilen och godkännas av kommunchefen. Godkännandet gäller även de symboler/logotyper som skapats och använts innan vår grafiska profil fastställdes.

Vid platssymboler placeras alltid Ludvika kommuns logotyp längst till vänster, följt av platssymbol. Tänk på att avståndet mellan Ludvika kommuns logotyp och platssymbolen ska ha ett avstånd lika stort som bokstaven O i Ludvika kommuns logotyp.



Kommunala bolag som avsändare

När de kommunala bolagen är huvudavsändare gäller respektive bolags egna grafiska riktlinjer.

Samarbeten

Ludvika kommun som huvudavsändare

När Ludvika kommun är huvudavsändare används vår grafiska profil. Vår logotyp kommer alltid först, följt av samarbetspartnernas logotyper. Samverkande parter placeras antingen efter alfabetisk ordning, efter grad av medverkan eller med hänsyn till logotypernas form.

När fler än fyra parter samverkar kan parternas namn skrivas ut i text istället för att anges med logotyper.

Samarbete på lika villkor

När Ludvika kommun samarbetar på lika villkor med andra parter är det viktigt att logotyperna har samma storleksförhållande.

När fler än fyra parter samverkar kan parternas namn skrivas ut i text istället för att anges med logotyper.

Bilder

”En bild säger mer än tusen ord”. Ludvika kommun ska använda ett enhetligt bildspråk i varumärkesbyggande kommunikation.



Det bildspråk vi använder ska andas: Framtid, tillväxt och möjligheter.

- Framtid** Vi ser hellre framåt än bakåt. En positiv känsla förmedlas i bilderna om en hoppfull och ljus framtid.
- Tillväxt** Ludvika kommun är en tillväxtort och de bilder vi tar/använder ska visa det. Tänk inte avveckling och nedskärning utan fokusera på det som går bra och som växer, där det finns tilltro och drömmar.
- Möjligheter** Vår kommun är full av möjligheter. Våra bilder ska visa glada, kluriga och nöjda människor och fin natur som lockar till utveckling.

Använd helst bilder med lokal förankring, som är tagna i vår kommun och kopplar till den natur och det liv vi lever här. Det blir mer trovärdigt. Återge det som är Ludvika, en fin dalakommun med närhet till natur, jobb och fritidsaktiviteter. Personer som återges i bilder ska visa den faktiska mångfalden i samhället. Fototekniskt föredrar vi naturligt ljus med en frisk och mjuk känsla. Välj hellre lugna miljöer än motiv med för mycket information.

Modellavtal

Människor som återges på bild och kan kännas igen ska alltid tillfrågas samt godkänna att bilderna får användas av Ludvika kommun med ett modellavtal eller samtyckesavtal.

Tonalitet

Läsaren får en uppfattning av oss beroende på hur vi kommunicerar i text, såsom i trycksaker, på webben och i sociala medier. De ord vi väljer samt hur vi formulerar oss ger vår kommun en röst. Rösten har en ton som läsarna uppfattar och den är lika viktig för vårt varumärke som det visuella. Olika medier har olika funktioner och tonen anpassas utifrån medieval. Trycksaker och webb är mer formella medan sociala medier kan ha en lättsammare och mer personlig ton. Ludvika kommuns språk ska genomsyras av framtid, tillväxt och möjligheter.

Tydlig Vår kommunikation ska vara tydlig. Texterna ska vara enkla att läsa och lätta att förstå. Detta medför också att det tydligt ska framgå av texten varför den är skriven, till vem den vänder sig och vem som är avsändare.

Trovärdig Ta den tid som behövs för att skriva genomtänkt och korrekt. Du blir trovärdig genom att vara sanningsenlig, rak och genom att svara på sådant du känner till. Spekulera inte och hänvisa alltid vidare om du inte kan svara.

Engagerande Vi ska vara engagerade i det vi kommunicerar, både i ämnet vi skriver om och i själva språket. Uppmuntra till medverkan och dialog för att stärka kommunens relation med medborgarna, näringslivet och besökare.

Texten ska visa att vi bryr oss om och har förståelse för målgruppen.

Annonser

Platsannonser

Ludvika kommun använder alltid samma grundform vid skapandet av platsannonser. De delar som alltid ska vara med är bild, kommunens logotyp, Ludvikas vision, vilken tjänst/tjänster som söks, hemsidadress till kommunens lediga tjänster samt kontaktinformation.

Om det är flera tjänster som söks, till exempel två sjuksköterskor, skrivs endast tjänstens titel i flertal. Då tjänstens huvudområde behöver förtydligas ska även förvaltningens namn finnas med.



Ludvika - möjligheternas kommun

- **Enhetschef**
till vård- och omsorgsförvaltningen
- **Verksamhetscontroller**
- **Systemutvecklare inom IT**
- **Kommunsekreterare**

 **LUDVIKA
KOMMUN** 0240-860 00 • ludvika.se/jobb

Bild/bilder som byts ut efter tjänst/årstid.

Rubriklinje med Ludvikas vision.

Tjänst/tjänster som söks.

Förvaltning anges endast när det behöver förtydligas.

Logotyp och kontaktinformation.

Ludvika kommun publicerar ibland platsannonser på webben. Då tas sidadress till webbplatsen bort. Tjänsterna ”rullar fram” med en tjänst i taget.

Annonser utan bild

De delar som alltid ska vara med i våra annonser utan bild är kommunens logotyp och kontaktinformation.


Del av Säfsen 2:78 m fl

Samråd om detaljplan till den 24 mars 2014

Välkommen till samrådsmöte onsdagen den 19 februari 2014 kl 19.00 i Hyttan, Säfsbyn.

Planområdet ligger mellan Säfsbyn och Solberget. Syftet är att främja turism, friluftsliv m m.

Läs mer på: Fredriksbergs bibliotek Hyttan i Säfsbyn, ludvika.se/planer.

 **LUDVIKA
KOMMUN**

Ludvika kommun
0240-860 00 • ludvika.se

Rubriklinje och vågornament.

Information.

Logotyp och kontaktinformation.

Exempel andra annonser



Varför fiber?

Agnis evendande nobit volupticia nos que nos et audionsequo idustessecto imi, con net facienectam aligene que cus qui to iduntot ationsequi occupis voleni ad moditio. Ersped quam nobit ex ea preicat ecaepud amenihil el iunt.

Idem voluptasi cum restrunt quis dolorendunte lant elis es apiendu ndaeritat. Uptat as alisi quam, con cum ute magnihicil essequi ut quiant alit.

 **LUDVIKA
KOMMUN**

Ludvika kommun
0240-860 00 • ludvika.se

Bild.

Information.

Logotyp.

Kontaktinformation.

Rollup

Rollups kan användas med eller utan bild. Exempel på rollups.

LUDVIKA
KOMMUN

ludvika.se

Text

Ludvika – framtidens, tillväxtens och möjligheternas kommun.

This rollup advertisement for Ludvika Kommun features a clean, white background. At the top left is the Ludvika Kommun logo, and at the top right is the website address 'ludvika.se'. The main visual is a photograph of an elderly couple smiling and embracing. Below this image is a dark blue horizontal bar with the word 'Text' in white. Underneath the bar is a photograph of a family of five smiling together. At the bottom of the rollup is a light beige background with a silhouette of a group of people holding hands in a circle, and the tagline 'Ludvika – framtidens, tillväxtens och möjligheternas kommun.' at the very bottom.

LUDVIKA
KOMMUN

ludvika.se

Drömmer du om att bygga ett eget hus?

Småhustomter till salu

Ludvika – framtidens, tillväxtens och möjligheternas kommun.

This rollup advertisement for Ludvika Kommun features a background image of a red wooden house with a red roof, partially obscured by green foliage. At the top left is the Ludvika Kommun logo, and at the top right is the website address 'ludvika.se'. A white speech bubble with a blue border contains the text 'Drömmer du om att bygga ett eget hus?'. Below the house image is a dark blue horizontal bar with the text 'Småhustomter till salu' in white. At the bottom of the rollup is the tagline 'Ludvika – framtidens, tillväxtens och möjligheternas kommun.'.

Presentationer

Ludvika kommun använder alltid samma grundlayout vid skapandet av presentationer.

En miljövänlig kommun

- Lokalproducerad el
- Ekokommun
- Ekologisk mat
- Satsning på hållbart resande
- Solenergi
- Fastighetsnära insamling



Profilprodukter

Val av profilprodukter ska göras i linje med vad Ludvika kommun står för. Därför väljer vi produkter som kan förknippas med säkerhet, trygghet, miljö, hälsa och framtid.

Naturfärgade material och reflexmaterial får avvika från profilmärgerna.



Profilkläder

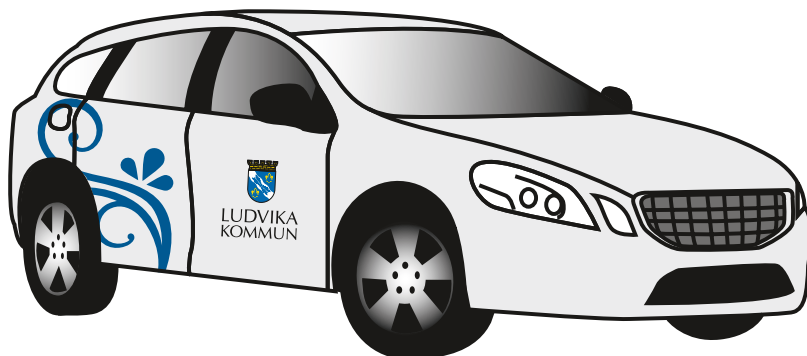
På profilkläder används i första hand logotypen i färg. Ska logotypen tryckas på färgade kläder eller svarta kläder får även den vita eller svarta logotypen användas. Logotypen ska alltid placeras på vänster sida av bröstet. I första hand ska den centrerade logotypen användas. På överdelar trycks logotypen i storleken 5x5 centimeter.



På byxor trycks texten ludvika.se i typsnittet Franklin Gothic Medium. Texten placeras någonstans på sidan av benet.

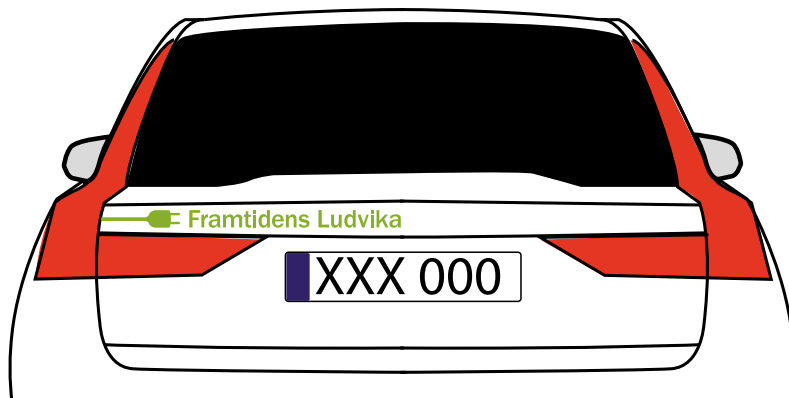
Bilar

Bilar dekorerars med enbart Ludvika kommuns logotyp eller med logotyp och våg på båda sidor av bilen.



Elbilar

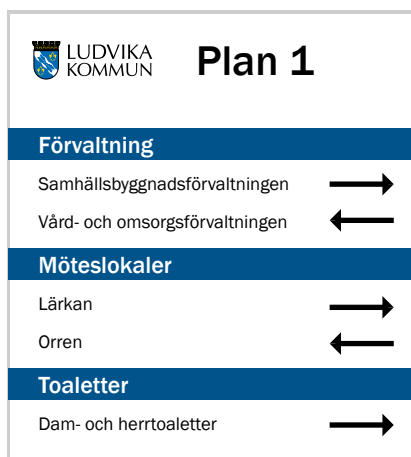
Elbilar dekorerars på samma sätt som övriga bilar, men med ett extra budskap nedanför bakrutan. Dekorationen består av texten Framtidens Ludvika samt en elkontakt. Budskapet är att Ludvika tänker på miljön och framtiden och det är en del som lyfts fram ur vår vision. På vita bilar stripas budskapet i vår gröna färg. På färgade bilar stripas budskapet i vitt eller svart.



Skyltar

Fasadskyltar och liknande skyltar utomhus ska i första hand ha liggande format. Stående skyltar kan användas vid entréer, på glaspartier vid dörrar, för att till exempel kommunicera publika ytor/lokaler, öppettider, förvaltningar och enheter. Dessa skyltar kan även vara frostade.

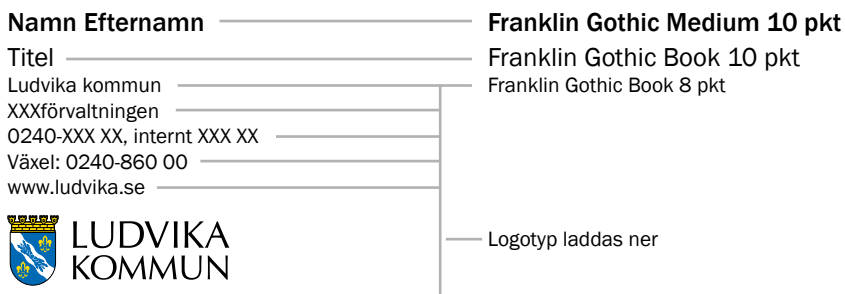
Huvudrubriken (förvaltningshus, skola och så vidare) sätts i Franklin Gothic Medium. Övrig text sätts i Franklin Gothic Book.



E-postsignaturer

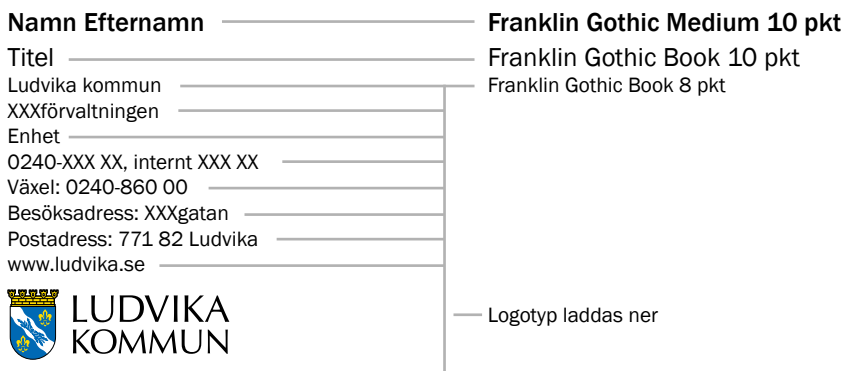
Alla som arbetar vid Ludvika kommun använder samma form för e-postsignaturer. Det finns två olika modeller att välja på, en kortare och en längre med besöksadress, postadress och enhet.

Alt 1:



Vi värnar om din integritet. Läs mer på ludvika.se/integritet.

Alt 2:



Vi värnar om din integritet. Läs mer på ludvika.se/integritet.

Visitkort

Visitkortet ser alltid ut på samma sätt med den vänsterställda logotypen högst upp, längst till vänster. Namn och titel läggs in i rubriklinjen. Övrig information längst ner. Ledtexten skrivs med Franklin Gothic Medium och uppgifterna skrivs i Franklin Gothic Book. Enhet kan läggas till efter förvaltning i de fall då enheten behöver förtydligas.

 LUDVIKA KOMMUN	
Namn Titel	
Förvaltning, enhet Besöksadress: E-post: Telefon: 0240-86X XX Växel: 0240-860 00 Webb: www.ludvika.se	

Exempel

 LUDVIKA KOMMUN	
Anders Andersson Handläggare	
Social- och utbildningsförvaltningen Besöksadress: Biskopsvägen 10 E-post: anders.andersson@ludvika.se Telefon: 0240-XXX XX Växel: 0240-860 00 Webb: www.ludvika.se	

Dokumentmallar

Ludvika kommuns mallar har samma grundform. Med hjälp av färdiga mallar får alla dokument automatiskt rätt utformning. I mallkatalogen finns mallar för bland annat brev, tjänsteskrivelser, kallelser och protokoll.

Mallen ser alltid ut på samma sätt med den vänsterställda logotypen med två rader högst upp längst till vänster och en sidfot med kontaktuppgifter längst ner. I dokumentmallarna används samma profiltypsnitt som i övrigt profilmaterial.

När det gäller ett dokument språkliga innehåll hänvisas till myndigheternas skrivregler och riktlinjer för tjänsteskrivelser och protokoll.

Dokument som skapas inom kommunen ska alltid innehålla följande uppgifter:

- Avsändare (Ludvika kommun)
- Datum
- Sidnummer
- Antal sidor totalt



Datum
2016-08-11

Kanslienheten

Anna Andersson, 0240-860 00
anna.andersson@ludvika.se

[Titel]

[Skriv text här]

Anna Andersson
Handläggare

[Namn - kontrasignering]
[Titel - kontrasignering]

Ludvika kommun
Postadress
771 82 Ludvika

Hemsida
www.ludvika.se
Besöksadress
Dan Anderssons gata 1
771 31 Ludvika

E post
info@ludvika.se

Telefon
0240-860 00

Fax
0240-866 87

Bankgiro
467-5088

Organisationsnr
212000-2270
PlusGiro
12 45 30-7

