

Typografi

Så här använder du manualen Typografin är viktig för den visuella profilen. Det är inte bara innehållet i en text som har ett budskap, textens utseende är också en viktig budbärare som säger mycket om avsändaren. Det är väsentligt att vi i alla sammanhang där vi framträder med vår logotype - i annonstexter och trycksaker, men också i brev, PM, fax och på OH-bilder etc - gör det enhetligt och konsekvent. Valet av typsnitt har därför gjorts med omsorg.

Vi använder typsnitten Frutiger och Palatino. Det är moderna typsnitt som harmonierar med vår logotype. De är tydliga och ger god läsbarhet.

Frutiger

Frutiger är ett lämpligt typsnitt att använda för kraftfulla, tydliga budskap, t ex på affischer och skyltar, i rubriker och bildtexter, men också i adresser, tabeller etc och ibland i korta faktatexter. I den här manualen används Frutiger i bl a rubrikerna.

Namnet i logotypen är en modifierad Frutiger. Det innebär att man alltid skall använda sig av färdiga original vid tryckning och alltså inte själv försöka tillverka logotypen.

Palatino

Palatino är lättläst och därför lämplig för löpande, lite längre texter i t ex broschyrer, annonser och brev. I den här manualen använder vi Palatino i den löpande texten.

Finns inte Palatino eller Frutiger tillgängliga är det tillåtet att i brev, PM, OH eller andra dokument använda alternativa typsnitt som Helvetica i stället för Frutiger och Times i stället för Palatino.

Verdana för Internet och intranät

För publicering på Internet, eller på vårt eget intranät, använder vi typsnittet Verdana. Verdana påminner om Frutiger, men är speciellt framtaget för att ge god läsbarhet på skärm. På vår hemsida www.sodra.com använder vi Verdana genomgående.

Dokument som skickas digitalt

Om man inte har tillgång till Frutiger och Palatino ska Arial och Times användas istället. Arial och Times, som är standardtypsnitt, ska även användas i dokument som skickas digitalt. Risken finns nämligen att mottagaren har ett begränsat antal typsnitt i sin dator.