



SVENSKT NÄRINGSLIV

Grafisk manual

VERSION 1
2021

Vår grafiska identitet

Denna manual visar exempel och riktlinjer för framtagandet av nytt material. Här finns bland annat typsnitt, format och färgkoder till din hjälp. Manualen är framtagen för att vi ska kunna hålla en enhetlig form och en genomgående hög kvalitet på hela vår kommunikation. Därför är det viktigt att allt som tas fram följer våra grafiska riktlinjer. Om vi tillsammans säkerställer ett enhetligt manér, blir vi tydligare i vår omvärld.

LOGOTYP	3	BILD	26
Primär	4	Bildmanér	27
Användning	5	Exempelbilder	28
Sekundär	6	PRESENTATION OCH RAPPORTER	29
Frizon	7	Rapporter	30
Internationell logotyp	8	Powerpoint	31
Samarbeten & relationer	9	KONTORSTRYCK	32
FÄRGER	10	Visitkort	33
Primär	11	Kuvert	34
Färger till Powerpoint	12	Korrespondenskort	35
Färgkombination	13	Block	36
Diagram & grafer	14	VIDEO	37
MÖNSTER	15	Logotyp	38
TYPOGRAFI	17	Namnskyltar	39
Primär	18	Bakgrunder	40
Sekundär	20	EVENTENHETER	41
Användning print	21	Badges & Lanyards	42
Användning digitalt	22	Rollups	43
GRIDSYSTEM	23	Pyloner	44
Vårt gridsystem	24	Backdrops	45
Exempel	25	INSPIRATION	46

Logotyp



Primär

Användning

Sekundär

Frizon

Internationell logotyp

Samarbeten & relationer

1.0 Logotyp

Primär

Logotypen är den viktigaste enheten i Svenskt Näringslivs identitet och ska alltid användas som avsändare i vår kommunikation. Genom att konsekvent följa de riktlinjer som gäller för logotypen bibehåller vi ett professionellt uttryck som förstärker bilden av Svenskt Näringsliv, därför får logotypen aldrig förändras eller manipuleras.

Logotypen får endast användas i de versioner som visas i denna manual. Logotypen får heller inte användas i löpande text. För engelsk version se sida 8.

Logotypen finns att ladda ner på:

www.svensktnaringsliv.se/om_oss/grafisk-profil.



Logotypen får inte användas i mindre storlek än 23 millimeters bredd för läsbarhetens skull.

1.1 Logotyp Användning

Den mörkblå logotypen använder vi med fördel mot vit eller ljusblå bakgrund. Kan också placeras på någon av våra färgtoner 15% av SN Orange. Den vita logotypen använder vi mot mörkare bakgrunder, kan också användas på mörka bildpartier. Vid applicering på bilder är det viktigt att logotypen framstår i god kontrast därför får logotypen aldrig placeras på ett bildparti utan mörkblå opacitet 50%.

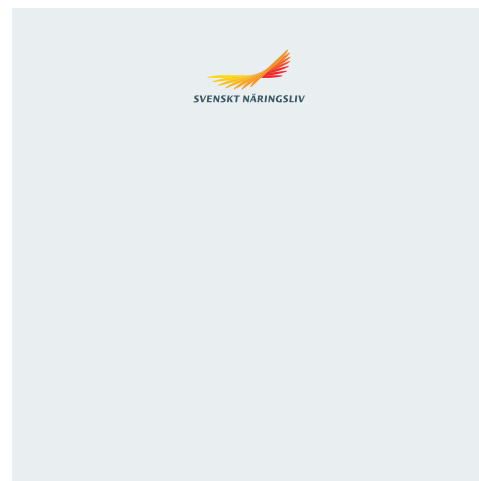
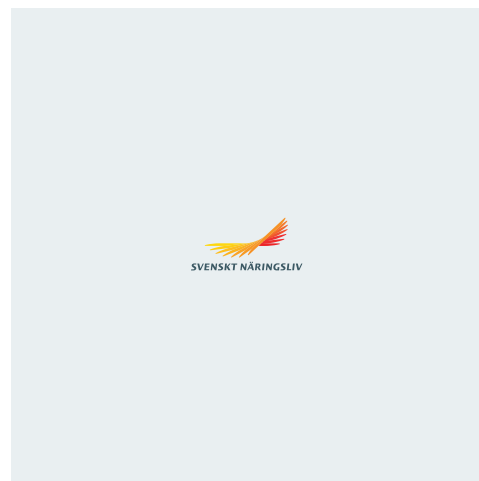
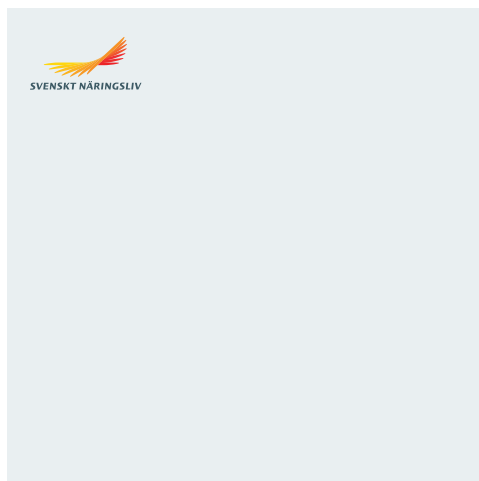
PRIMÄR ANVÄNDNING



SEKUNDÄR ANVÄNDNING



PLACERING



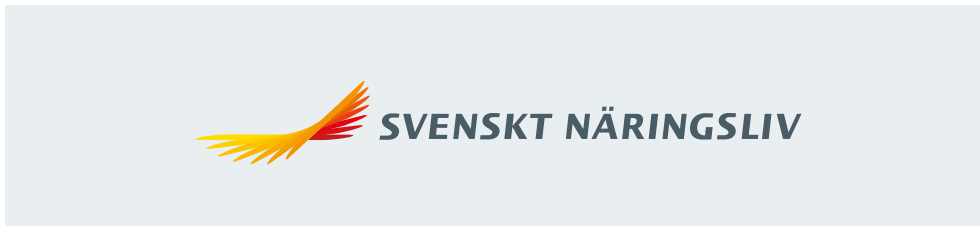
EJ TILLÅTET



1.2 Logotyp Sekundär

Använd i första hand den primära logotypen på föregående sida. I vissa fall kan dessa sekundära versioner bli nödvändiga. Den liggande logotypen används där utrymmet inte räcker till för att använda den primära logotypen t.ex. i sidhuvudet i Powerpoint. Den svartvita logotypen används i 1-färgstryck. I vissa undantagsfall kan man använda vingen utan text så länge den primära eller sekundära logotypen finns med på samma enhet.

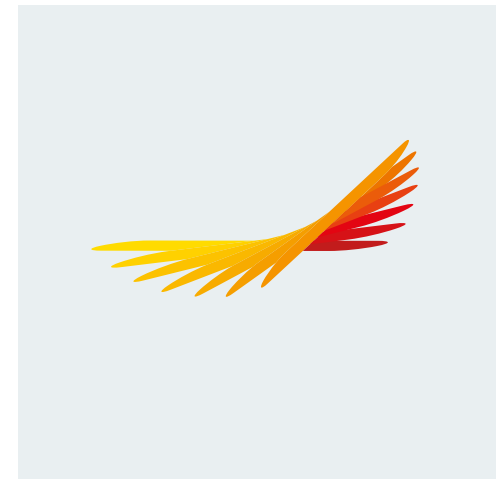
SEKUNDÄR LOGOTYP



1-FÄRGSTRYCK



VINGEN



Logotypen får inte användas i mindre storlek än
35 millimeters bredd för läsbarhetens skull

1.3 Logotyp

Frizon

För att skydda logotypens visuella integritet ska den alltid omges av en fri yta där inga andra grafiska element får ligga. Frizonen är ett minimum – ju mer fri yta som finns runt logotypen desto tydligare träder den fram. Frizonen gäller också som minsta avstånd till ytterkanten på den yta där logotypen ska placeras.

Vår frizon är baserad på bokstaven S i Svenskt Näringsliv där vi använder bokstaven för att beräkna frizonen både vertikalt och horisontellt. Observera att frizonen skiljer sig beroende på logotypens storlek. Nedan visas principen för frizonen runt logotypen.

FRIZON PRIMÄR LOGOTYP



FRIZON SEKUNDÄR LOGOTYP



FRIZON MED PAYOFF



1.4 Logotyp

Internationell

Används endast i engelskspråkigt material. Använd i första hand den primära engelska logotypen. Den liggande logotypen används endast i undantagsfall där utrymmet inte räcker till för att använda den primära logotypen t.ex. i sidhuvudet i Powerpoint. Svartvit logo används i 1-färgstryck.

PRIMÄR ENGELSK LOGOTYP



1-FÄRGSTRYCK



SEKUNDÄR ENGELSK LOGOTYP



SEKUNDÄR ENGELSK LOGOTYP. 1-FÄRGSTRYCK



1.5 Logotyp

Samarbeten & relationer

Vi är inblandade i en stor mängd samarbeten som påverkar bilden av Svenskt Näringsliv. Om vi vet hur samarbetet ska utformas och om vi är noggranna med att följa riktlinjerna har vi en möjlighet att påverka hur vi uppfattas.

HUVUDAVSÄNDARE

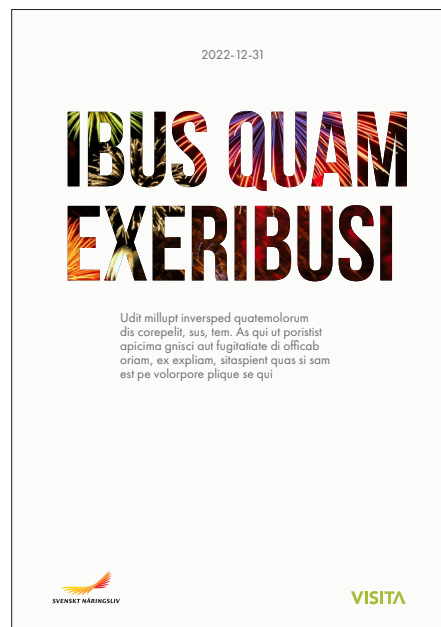
- Svenskt Näringslivs grafiska riktlinjer tillämpas genomgående
- Svenskt Näringslivs logotyp bör placeras i den övre delen
- Samarbetet visas grafiskt och placeras i något av de nedre hörnen.
- En text som förklarar relationen mellan oss och våra partners ska alltid finnas, t.ex. "I samarbete med"

LIKVÄRDIG PARTNER

- En neutral design används
- Ingen av parternas varumärke ska vara mer framträdande
- Säkerställ att riktlinjer för logotypens frizon efterlevs
- En förklarande text kan användas, t.ex. "En gemensam satsning av"

MEDLEMSFÖRETAG

Föreningen Svenskt Näringslivs medlemmar är arbetsgivareförbund och branschföreningar. De har möjlighet att visa upp sitt medlemskap på t.ex. sin hemsida genom att använda vår medlemsföretagslogotyp.



Färger

Primär

Färger till diagram

Färgkombination

Diagram & Grafer



2.0 Färger

Primär

Svenskt Näringslivs färgpalett är framtagen för att skapa enhetlighet samt dynamik mellan varma och kalla toner. De varma färgerna används i huvudsak som accentfärger ihop med de blågrå grundfärgerna. De röda tonerna i SN Röd användas endast i diagram och tabeller.

SN Orange

C0 M52 Y96 K0
R234 G143 B18
#EA8F12

PMS – 3588C / 137U

70%

30%

15%

SN Röd

C12 M94 Y93 K3
R177 G47 B38
#B12F26

PMS – 1797C / 3546U

70%

30%

15%

SN Mörkblå

C86 M62 Y47 K46
R51 G65 B78
#33414E

PMS – 7545C / 2168U

SN Marin

C93 M73 Y55 K70
R30 G38 B46
#1E262E

PMS - 296C / 296U

SN Ljusblå

C8 M3 Y4 K0
R239 G242 B245
#EFF2F5

PMS - 656C / 656U

SN Stål

C66 M43 Y35 K20
R98 G113 B127
#62717F

PMS – 7544C / 7545U

SN Krämvit

C2 M2 Y3 K0
R250 G249 B247
#FBFAF8

SN Silver

C16 M7 Y7 K0
R222 G228 B234
#DEE4EA

PMS – 538C / 538U

Vit & Svart

2.1 Färger

Komplement till grafer

Bra kontrast är viktigt i diagram och grafer därför har vi tagit fram några komplementfärger som endast får användas i diagram och grafer. T.ex. när man använder diagram i trycksaker, digitalt eller i Powerpoint.

SN Gul

C0 M19 Y97 K0
R242 G205 B34
#F2CC22

SN Lila

C50 M68 Y31 K16
R121 G89 B116
#795974

SN Blå

C76 M20 Y13 K1
R91 G155 B195
#5B9BC3

SN Grön

C70 M0 Y51 K0
R113 G179 B150
#71B396

SN Mörkgrön

C92 M31 Y65 K23
R52 G107 B92
#346B5C

C1 M10 Y64 K0
R247 G225 B123
#F7E17B

C19 M29 Y12 K0
R205 G187 B202
#CDBBCA

C34 M4 Y7 K0
R190 G216 B233
#BED8E9

C16 M0 Y11 K0
R227 G239 B233
#E3EFE9

C18 M32 Y100 K6
R195 G163 B37
#C3A325

C29 M45 Y17 K1
R179 G151 B174
#B396AE

C48 M8 Y10 K0
R159 G197 B220
#9FC5DC

C31 M0 Y21 K0
R198 G225 B213
#C6E1D5

C35 M44 Y100 K30
R133 G111 B37
#856F25

C58 M73 Y40 K35
R92 G68 B87
#5C4457

C89 M36 Y21 K6
R57 G121 B161
#3979A1

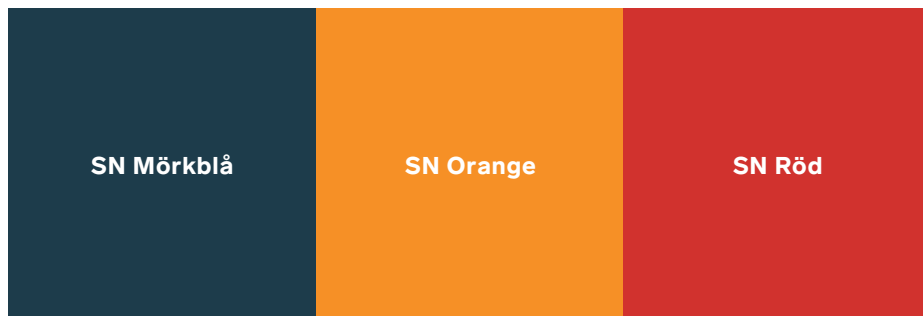
C45 M0 Y30 K0
R169 G207 B193
#A9CFC1

2.2 Färger

Färgkombination

PRIMÄR FÄRGKOMBINATION

Denna färgkombination säkerställer Svenskt Näringslivs övergripande färguttryck när ett fåtal designelement finns att tillgå.



SEKUNDÄR FÄRGKOMBINATION

Dessa färgkombinationer används på mer komplexa enheter där fler designelement finns att tillgå. Används t.ex. på webbplatsen, trycksaker, rapporter och informationsgrafik.



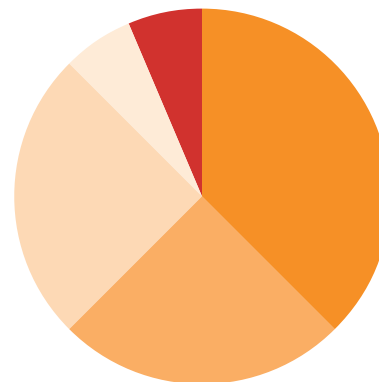
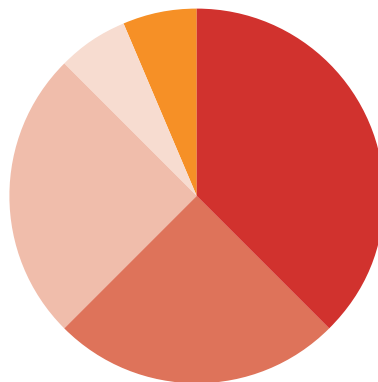
2.4 Färger

Diagram & Grafer

Bra kontrast är viktigt i diagram och grafer. Välj färger utifrån angivna färgkoder och försök alltid använda vår primära färg SN Orange i alla grafer och diagramer.

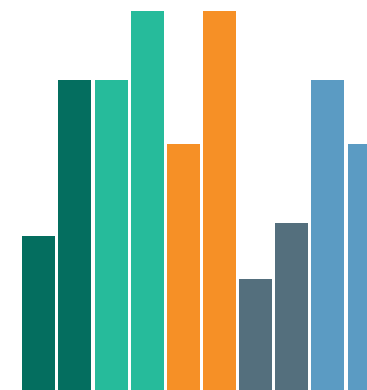
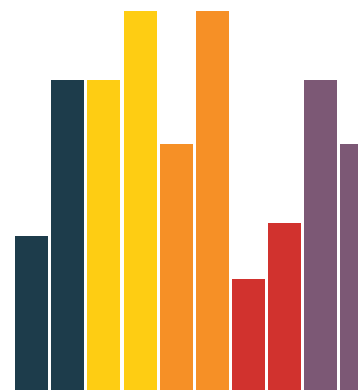
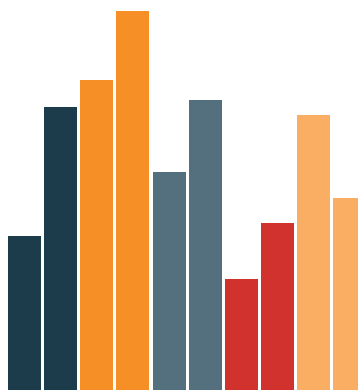
13%

Merparten av 20–64-åringarna är sysselsatta, 5 procent är arbetslösa och 13 procent hör inte till arbetskraften enligt AKU. Majoriteten av de senare studerar heltid, är förtids- eller ålderspensionärer eller sjuka.



40%

Merparten av 20–64-åringarna är sysselsatta, 5 procent är arbetslösa och 13 procent hör inte till arbetskraften enligt AKU. Majoriteten av de senare studerar heltid, är förtids- eller ålderspensionärer eller sjuka.

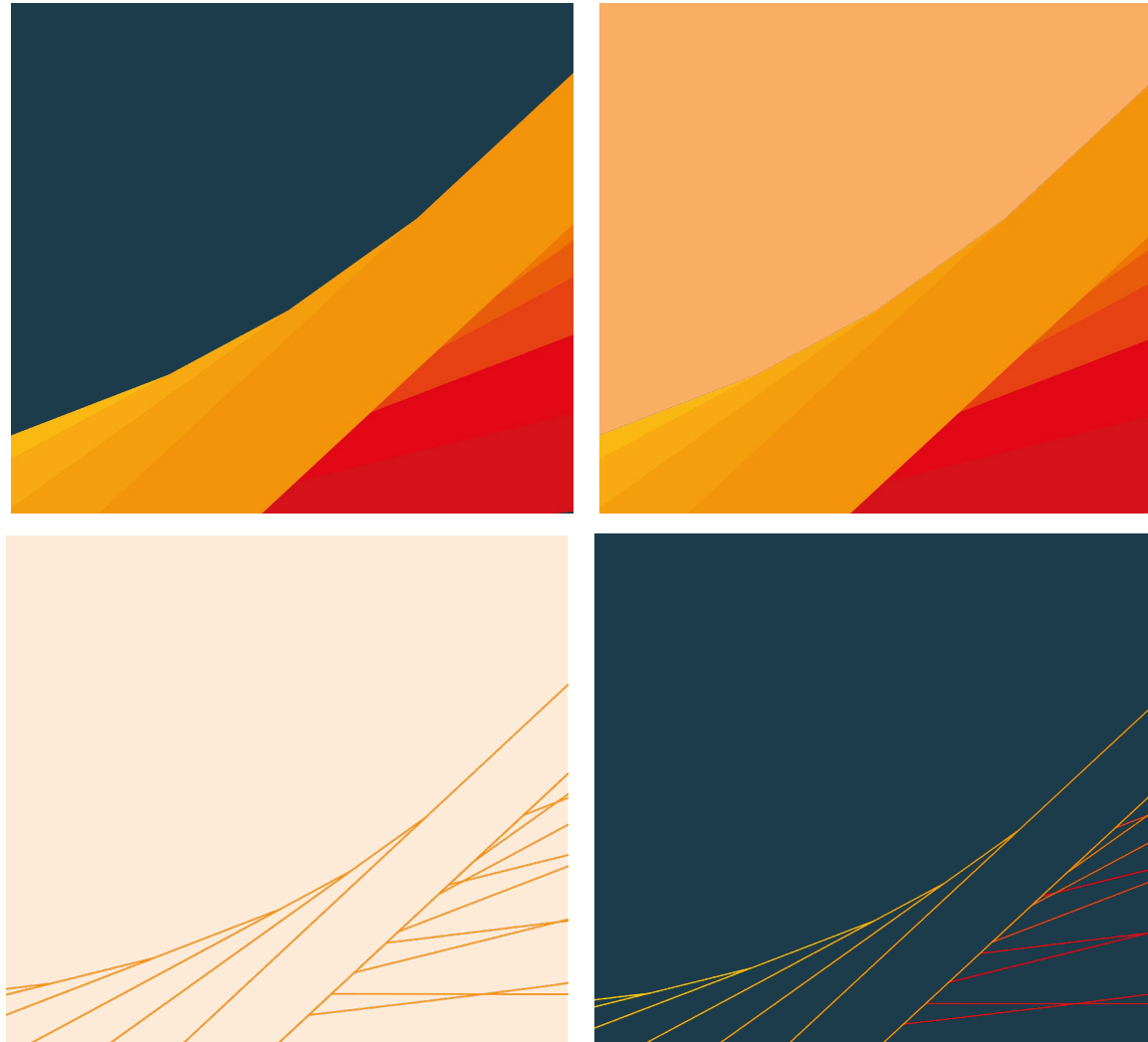


Mönster



3.0 Mönster

Våra grafiska element kompletterar vår logotyp och används för att skapa en högre igenkänning utanför själva varumärket. Mönstret kan nyttjas för dekorelement på produkter, i presentationer, väggar och trycksaker. Mönstret är baserat på vår vinge och ska alltid vara utfallande på den yta där den ligger. Linjetjockleken ska harmonisera med övriga element vid samma yta.



Typografi

Primär

Sekundär

Användning



4.0 Typografi

Primär

Svenskt Näringslivs typsnitt för rubriker och kortare texter heter Lab Grotesque och används både i tryckt och digitalt material. Lab Grotesque används för stora rubriker, ingresser, mellanrubriker, bildtexter, text i diagram och grafer, paginering, fotnoter och bylines. För längre texter i t.ex. rapporter används typsnittet Sabon. Se sida 19.

Vårt typsnitt kommer i olika vikter och används i tryckt och digitalt material. Vi använder Lab Grotesque Black i rubriker

KARAKTÄRER

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

1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! # ? + = / % " € & (' - . , ^

LÖPANDE TEXT

Vi vill öka förståelsen för företagens verklighet och arbetar för att alla företag i Sverige ska ha bästa möjliga förutsättningar för att verka och växa. Vi vill öka förståelsen för företagens verklighet och arbetar för att alla företag i Sverige ska ha bästa möjliga förutsättningar för att verka och växa...

VERSALER

**LAB GROTESQUE
SOM VERSALER**

Aa

4.1 Typografi

Primär

För längre textgrupper, i tryckt material, använder Svenskt Näringsliv typsnittet Sabon. Det kan användas i rapporter eller i broschyrer. Sabon är ett klassiskt typsnitt som är känt för att vara lättläst.

I längre textgrupper i tryckt material t.ex. rapporter eller broschyrer så använder vi Sabon som är ett lättläst typsnitt.

KARAKTÄRER

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

1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! # ? + = / % ” € & (' - . , ^

LÖPANDE TEXT

Vi vill öka förståelsen för företagens verklighet och arbetar för att alla företag i Sverige ska ha bästa möjliga förutsättningar för att verka och växa. Vi vill öka förståelsen för företagens verklighet och arbetar för att alla företag...

KURSVIT

*Sabon som
kursivt*

Ad

4.2 Typografi

Sekundär

Vi använder oss endast av vårt sekundära typsnitt Arial när vi jobbar i Microsoft Office och jobbar med interna dokument i t.ex. Word och PowerPoint när Lab Grotesque inte är tillgängligt. Det sekundära typsnittet är en s.k. systemfont, som återfinns i alla datorer oavsett plattform.

Vårt sekundära typsnitt Arial används endast när Lab Grotesque inte är tillgängligt.

KARAKTÄRER

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
123456789!#?+=/%"€&('-. , ^

LÖPANDE TEXT

Vi vill öka förståelsen för företagens verklighet och arbetar för att alla företag i Sverige ska ha bästa möjliga förutsättningar för att verka och växa. Vi vill öka förståelsen för företagens verklighet och arbetar för att alla företag i Sverige ska ha bästa möjliga förutsättningar för att verka och växa...

VERSALER

**ARIAL SOM
VERSALER**

Aa

4.3 Typografi

Exempel
användning
Print

Huvudrubrik

Lab Grotesque Black

Teckenstorlek: **35 pkt**

Radavstånd: **38 pkt**

Ingress

Lab Grotesque Regular

Teckenstorlek: **12 pkt**

Radavstånd: **18 pkt**

Mellanrubrik

Lab Grotesque Black

Teckenstorlek: **11 pkt**

Radavstånd: **14 pkt**



Fakta om löner och arbetstider

Detta är en ingress med platshållartext. Huidem audam pultudees mandiis consul unt. Opuline quam rem Patum pat. es con acriptiaesi iam. Habefex ne que nondam ut aperei sictusquos ilissil hor auctuam cotilnem es sintea non dis ex nos, quo pere coente patquidiumus viridem.

Unga utbildar sig

Merparten av de unga går i skolan och förbereder sig för arbetslivet, men av de 565 000 i åldrarna 15–19 år räknas 211 000 till arbetskraften enligt AKU. 145 000 av dessa är sysselsatta och 67 000 är arbetslösa. I åldersgruppen finns också 18 000 unga som varken arbetar eller studerar.

Närmare 6 miljoner i åldrarna 20–64 år

Merparten av 20–64-åringarna är sysselsatta, 5 procent är arbetslösa och 13 procent hör inte till arbetskraften enligt AKU. Majoriteten av de senare studerar heltid, är förtids- eller ålderspensionärer eller sjuka. Arbetskraftsdeltagandet har ökat i åldersgruppen 55–64 år under 2000-talet. I de yngre åldrarna 20–34 år finns 149 000 unga som varken arbetar eller studerar.

Stegvis övergång till pension

I åldrarna 65–74 år är 195 000 sysselsatta, och sysselsättningsgraden i gruppen har under

2000-talet ökat med 5–10 procentenheter. I åldrarna 65–74 år är 195 000 sysselsatta, och sysselsättningsgraden i gruppen har under 2000-talet ökat med 5–10 procentenheter. I åldrarna 65–74 år är 195 000 sysselsatta, och sysselsättningsgraden i gruppen har under 2000-talet ökat med 5–10 procentenheter.

Utvecklingen av företag

Merparten av de anställda finns inom privat sektor. Volymen anställda varierar över tid. Under lågkonjunkturen i början av 1990-talet försvann 385 000 personer (16 procent). Anställda inom privata sektorn på tre år. Därefter ökade anställningarna till samma nivå som innan lågkonjunkturen. Under perioden 2000–2005 var antalet anställda relativt konstant, för att sedan återigen öka. Under hela perioden 1990–2018 har antalet anställda inom privat sektor ökat med 574 000 personer eller 24 procent. I åldrarna 65–74 år är 195 000 sysselsatta, och sysselsättningsgraden i gruppen har under 2000-talet ökat med 5–10

Brödtext

Sabon Roman

Teckenstorlek: **10 pkt**

Radavstånd: **14 pkt**

4.4 Typografi

Exempel användning Digital

Digitalt använder vi oss bara av Lab Grotesque. För en mer omfattande användning av digitalt material se vår stylguide [här](#)

RUBRIKER DESKTOP

H1

Lab Grotesque Bold
Teckenstorlek: **44 px**
Radavstånd: **52 px**

H2

Lab Grotesque Bold
Teckenstorlek: **28 px**
Radavstånd: **36 px**

H3

Lab Grotesque Bold
Teckenstorlek: **24 px**
Radavstånd: **32 px**

H4

Lab Grotesque Bold
Teckenstorlek: **20 px**
Radavstånd: **28 px**

H5

Lab Grotesque Bold
Teckenstorlek: **18 px**
Radavstånd: **24 px**



Lead (ingress)

Lab Grotesque Regular
Teckenstorlek: **24px**
Radavstånd: **36 px**

Paragraph (brödtext)

Lab Grotesque Regular
Teckenstorlek: **18 px**
Radavstånd: **28 px**

Gridsystem

Våra gridsystem
Exempel

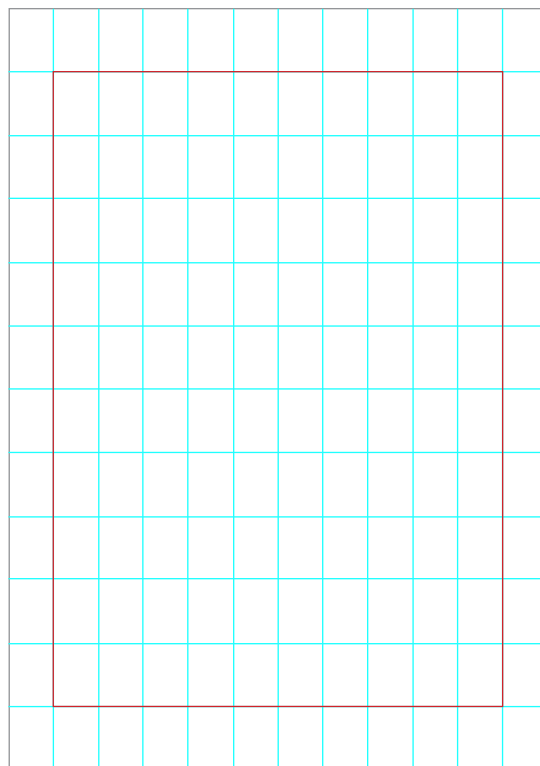


5.0 Gridsystem

Omslag

En grid är en två-dimensionell struktur bestående av ett antal vertikala och horisontella axlar som används för att strukturera upp innehåll i form av text, bilder och rutor. För att ge ett homogent intryck oavsett format, har vi i vårt övergripande designsystem en vertikalt och horisontellt struktur där vi delar in ytan i tolv delar. På så sätt får allt vi gör likartade proportioner.

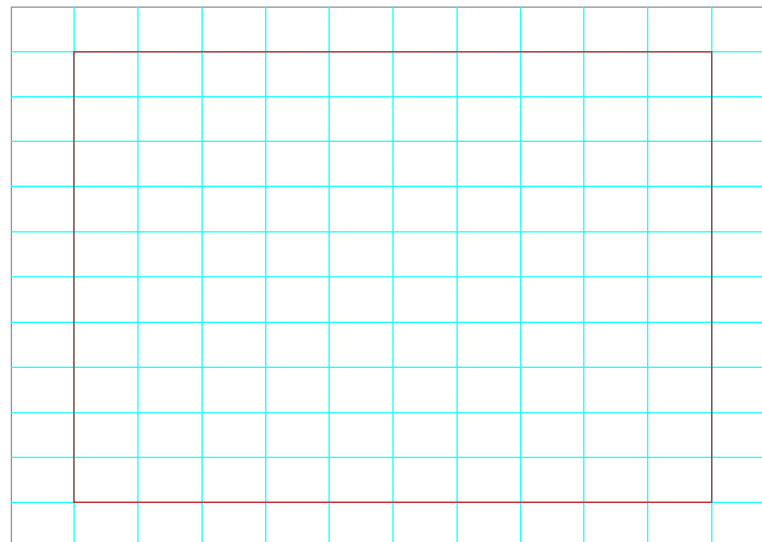
Omslag Stående A4



Satsytans bredd utgörs av 10 kolumner

Satsytans höjd utgörs av 10 rader

Liggande format A4



5.1 Gridsystem Exempel

För att lättast skapa ett omslag med vår snedskurna detalj så dela upp ytan i 12 delar både vertikalt och horisontellt, dra sedan formens vänstra hörn ned till nästa stödlinje. Nedan visas principen för marginaler gällande A4 stående och liggande format. I ett stående format ska logotypen alltid centreras och i ett liggande format ska logotypen alltid placeras i det vänstra hörnet.

Observera att logotypens frizon är annorlunda i ett liggande format tillsammans med den sneskruna formen. Vår vinge används som en grafisk detalj och ska alltid vara utfallande, i ett stående format ska vingens högsta punkt alltid täcka fyra vågräta stödlinjer och i ett liggande format sex stödlinjer. Vingens lägsta punkt ska linjeras med den första stödlinjen.

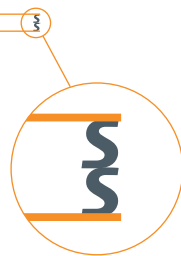
SIDA

GRID

Omslag Exempel Rapport A4



Alltid utfallande vinge



Liggande format A4



Vingens högsta punkt

Vingens lägsta punkt

Bilder

Bildmanér
Bildspråk



6.0 Bildspråk och visuell tonalitet

Bilder är en viktig del i vår kommunikation och ska användas för att förtydliga och förstärka det vi kommunicerar. Svenskt Näringslivs bilder ska präglas av ett och samma bildspråk för att skapa igenkänning och förmedla rätt känsla. Ett gemensamt bildspråk hjälper till att profilera oss.

Att vi har ett bildspråk betyder inte att alla bilder ska se ut på ett särskilt sätt. Det handlar inte om att bilder behöver ha samma filter eller beskåras likadant, utan det viktiga är att vara medveten om de budskap och känslor som bilderna förmedlar.

Våra bilder ska vara levande och kännas autentiska.

Bilderna ska ge en positiv känsla och förstärka budskapet att det är företagsamma människor som bygger och utvecklar Sverige. Vi är stolta över våra medlemsföretag och det ska märkas i våra bilder!



Tänk på det här vid val av bilder:

- Så ofta som möjligt en medlemsföretagare i sin verksamhet på bild. Det kan också vara medarbetare på medlemsföretag.
- Bilderna ska ge en positiv känsla och visa på kraften och glädjen som finns i att vara företagare.
- Våra bilder ska visa på den stora bredd som finns bland våra 60 000 medlemsföretag. Eftersträva gärna att visa medlemmar från flera av våra sektorer; industri, tjänster, handel, hotell och restaurang, transporter och byggindustri och installation.
- Företagsamma människor är av alla möjliga åldrar, kön, har olika bakgrund och lever i alla delar av Sverige. Använd bilder som förmedlar det!
- Genre- och miljöbilder ska kännas autentiska och inte ge en känsla av "reklam".

Några saker att undvika:

- Arrangerade, konstlade bilder som inte känns autentiska.
- Frilagda bilder.
- Bilder på företagare som inte är medlemmar i Svenskt Näringsliv.

Godkända bilder finns att ladda ner från vår bildbank via Sintra.

6.1 Exempelbilder



Presentationer och rapporter



Rapport
Powerpoint

7.0 Rapporter

Nedan visas exempel på våra rapporter.

MARGINALER 1-KOLUMN

Överkant: 40 mm

Underkant: 26 mm

Inre: 26 mm

Yttre: 54 mm

Spalter: 1

Spaltmellanrum: 0

STÖDLINJER

Spaltmellanrum:

4.233 mm

10.286 mm

MARGINALER 2-SPALT

Överkant: 40 mm

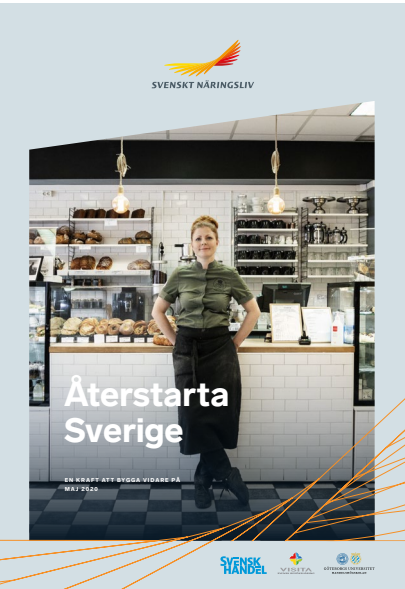
Underkant: 26 mm

Inre: 26 mm

Yttre: 26 mm

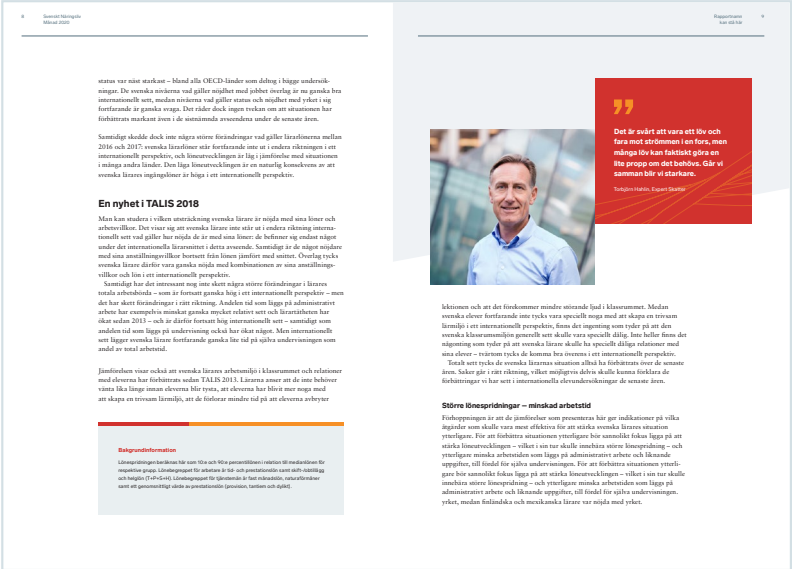
Spalter: 2

Spaltmellanrum: 4.233 mm



Fakta om löner
och arbetssätt

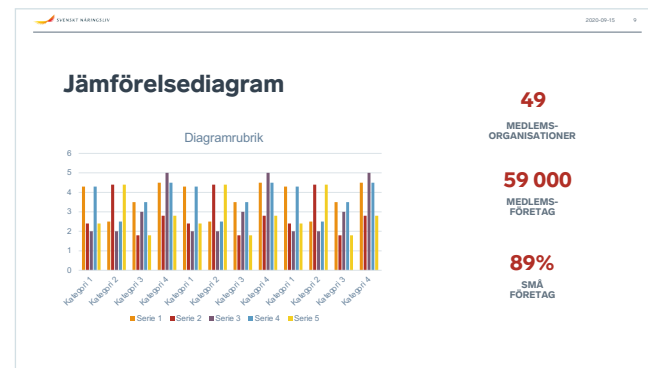
TEMAKAPITEL OM LÖNEUTVECKLING
MAY 2020



7.1 Powerpoint

Svenskt Näringslivs presentationer ska utformas i enlighet med den grafiska profilen för att skapa stark igenkänning. Därför finns det en mall för Powerpoint. För startsidor finns ett antal färdiga templates med olika bildlösningar. Typsnittet som används i våra presentationer är vårt primära typsnitt Lab Grotesque,

om det typsnittet inte finns tillgängligt så används vårt sekundära typsnitt Arial. För färgskalor, se vår färgpalett. Se alltid till att utgå från Svenskt Näringslivs Powerpointmall. Mallen finns tillgängliga att ladda ner på: www.svensktnaringsliv.se/om_oss/grafisk-profil



Kontorstryck

Visitkort

Kuvert

Korrespondenskort

Block



8.0 Kontorstryck

Visitkort

Nedan visas exempel på Svenskt Näringslivs visitkort.

Visitkort nationellt



Visitkort internationellt



Visitkort lokalt

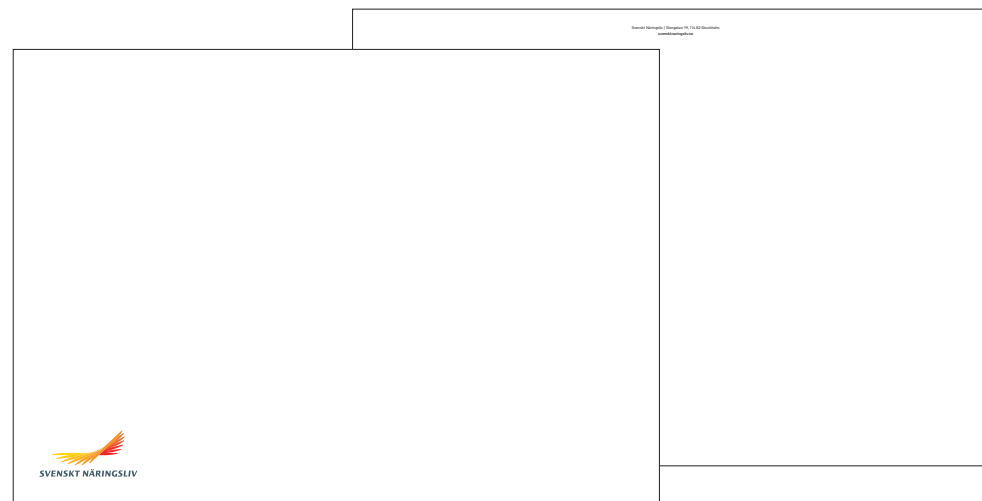


8.1 Kontorstryck

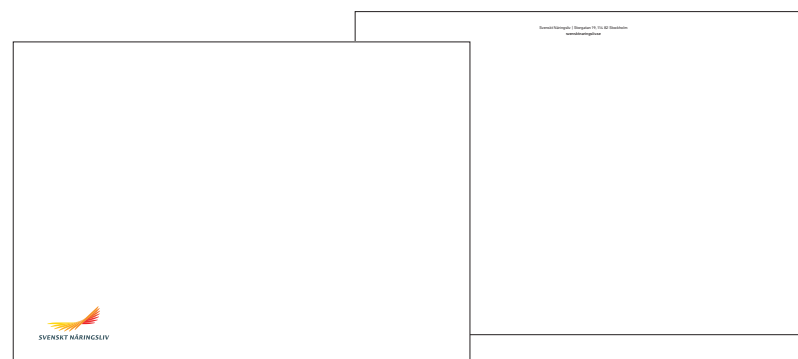
Kuvert

Nedan visas exempel på kuvert i C4 och C5 format. Malldokument kan beställas av cathrine.ruud@svensktnaringsliv.se

Kuvert C4



Kuvert C5



8.2 Kontorstryck

korrespondenskort

Nedan visas exempel på korrespondenskort i A5-format.

Malldokument kan beställas av cathrine.ruud@svensktnaringsliv.se



8.3 Kontorstryck

Block

Nedan visas exempel på block i A5-format. Beställs genom xxxx@svensktnaringsliv.se

Spiralblock A5



Block linjerat C4



Video

Logotyp
Namnskyltar
Bakgrunder



9.0 Video

Logotyp

Svenskt Näringslivs logotyp ska alltid användas konsekvent i film och får endast användas i de versioner som visas nedan. Animationen kan beställas av cathrine.ruud@svensktnaringsliv.se



9.1 Video

Namnskylt

För att säkerställa Svenskt Näringslivs grafiska identitet i video ska våra digitala namnskyltar (lower thirds) användas. Malldokument kan beställas av cathrine.ruud@svensktnaringsliv.se.



9.2 Video

Bakgrunder

Animerade versioner av våra grafiska element kan används för att skapa en igenkänning. Nedan visas två animationer för användning som bland annat pausbilder eller kapitelinledare i presentationer. Animeringen som är baserat på vår vinge och kan beställas av cathrine.ruud@svensktnaringsliv.se

Bakgrund 1



Bakgrund 2



Eventenheter

10

Badges & Lanyards

Rollups

Pyloner

Backdrops

10.0 Eventenheter

Badges & Lanyards

Nedan visas exempel på badges och lanyard för event, med tydligt typograferade namn på framsidan och eventprogram på baksidan.



10.1 Eventenheter

Rollups

Nedan visas flera exempel på rollup-design med och utan budskap.



10.2 Eventenheter

Pyloner

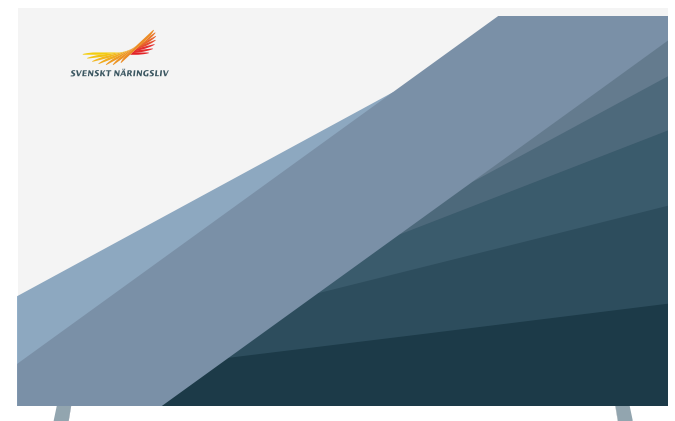
Nedan visas flera exempel på pylon-design med och utan budskap.



10.3 Eventenheter

Backdrops

Nedan visas flera exempel på backdrop-design. Backdrops kan användas som grafiska inramningar för t.ex. mässmontrar eller som bakgrunder för foto och film.



Inspiration



