

- 01 Visuell identitet
- 02 Varumärke
- 03 Värdeorden
- 04 Tonalitet
- 05 Logotyp
- 06 Färger
- 07 Typografi
- 08 Bilder
- 09 Illustrationer
- 10 Tillämpningar

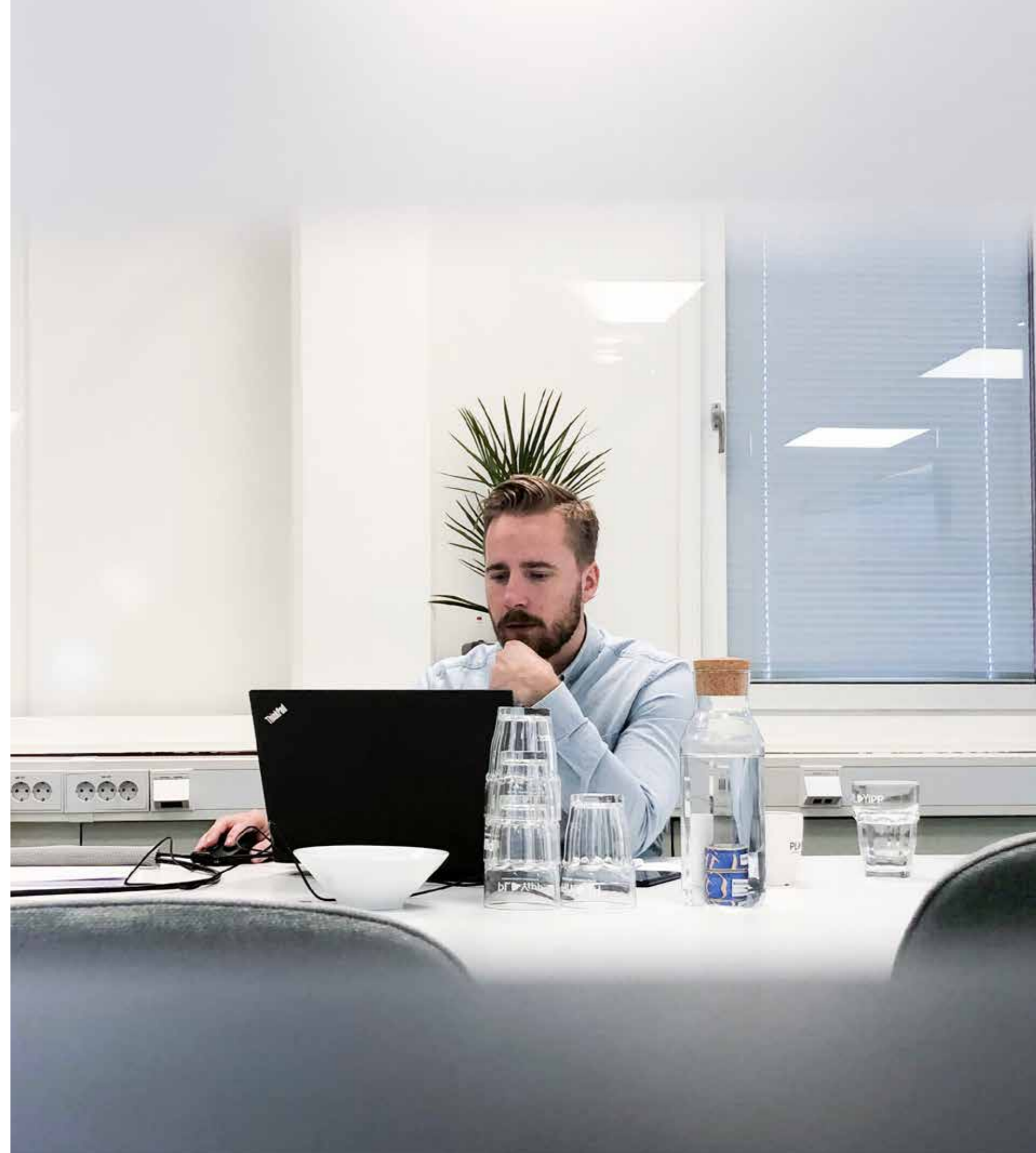


## 01 Visuell identitet

För att stärka PLAYipp som varumärke krävs att vi har en enhetlig och konsekvent kommunikation. En tydlig och lättanvänd visuell identitet utgör grunden för att kunna skapa en **sammanhållen och effektiv kommunikation** i alla kanaler.

Den visuella identiteten handlar inte bara om färger, typsnitt, bilder och användningen av logotypen. Ytterst handlar det om att varumärket PLAYipp alltid uppfattas och presenteras enhetligt.

All vår kommunikation strävar efter att förstärka och konsekvent sprida PLAYipp till omvärlden – nationellt och internationellt.





## 02 Varumärket

Vårt varumärke är mer än ett utseende, en logotyp eller en tagline. Varumärket PLAYipp är helheten av de förväntningar, minnen och relationer som tillsammans tar hänsyn till våra kunders beslut att välja oss över våra branschkollegor.

Det är därför som vi måste fokusera på vårt varumärke varje dag, så att alla vi möter eller pratar med kan se oss tydligt för vilka vi är.

Tillsammans utgör vi delarna av helheten, av varumärket.

## 03 Värdeorden

Att vara en PLAYippare innebär att hen sprider positiv energi och omfamnar förändringar, delar med sig av kunskap och visar respekt, har ett starkt eget driv och en stark vilja att ingå i gemenskapen.

En viktig drivkraft är att vi tillsammans skapar engagemang hos medarbetare världen över genom att utveckla den viktigaste plattformen för medarbetarkommunikation.

Våra tre värdeord **energi, gemenskap & engagemang** präglar hur vi beter oss mot varandra, våra kunder, partners och sätter också tonen i all vår kommunikation.



## 04 Tonalitet

Tonaliteten handlar inte om VAD som sägs, utan HUR det sägs. Tonaliteten kan beskrivas som företagets personlighet. Tone of voice heter det på engelska, och det begreppet innehåller två väldigt viktiga ord i sammanhanget – ton och röst.

Genom att 'snacka på samma sätt' bygger vi en relation med våra kunder och partners. PLAYipp känns bekant och familjärt i deras öron. Utgångspunkten för vår ton är våra värdeord.

Med dess som utgångspunkt har vi satt en avslappnad, enkel och skön ton i våra texter. Alla ska förstå, vi krånglar inte till det. **Vi är ett skönt gäng.**

YES

Visste du att vi **hänger** drygt 11 år av våra liv på jobbet. Då gäller det att **maxa** den tiden - att **jobba** på en arbetsplats som ger rätt förutsättningar.

NO

I genomsnitt **tillbringar** vi cirka 11 år på arbetet. Det är en **god anledning** att utnyttja tiden på bästa sätt genom att välja en **arbetsplats** som ger dig som anställd bästa tänkbara förutsättningar.

YES

Medarbetarkommunikation är den viktigaste **kuggen** för att ett företag ska **uppnå** sina mål och få engagerade och motiverade medarbetare. Detta tror PLAYipp **benhårt** på.

NO

Medarbetarkommunikation är den största **faktorn** för att ett företag ska **ernå** sina ekonomiska målsättningar. Detta är PLAYipp **fullt och fast** övertygade om.

## 05 Logotyp

Logotypen är vårt främsta **visuella kännetecken**. Den visar att det är PLAYipp som är avsändare. Vår logotyp består av vårt namn med PLAY i versaler och ipp i gemener och a:et lekfullt utbytt av vår symbol.

Förstavelsen play i PLAYipp betyder spela, starta. Bokstäverna som följer därefter, ipp, är en förkortning av Information Publishing Plattform.

Symbolen förstärker betydelsen av PLAY (spela upp och starta), men anspelar också på en framåt rörelse, på framtid och på att PLAYipp drivs av att utveckla den viktigaste plattformen för medarbetarkommunikation.

Frizon



Frizonen runt om logotypen ska alltid respekteras. Optimalt är att frizonen alltid är hela bredden av symbolen. I extrema undantag kan halva frizonen användas.

I ren text ska företagsnamnet alltid skrivas med 'PLAY' i versaler och 'ipp' i gemener.

## 05 Logotyp

I första hand ska logotypen med svart text och grön symbol användas, i andra hand den med vit text och grönt emblem. I tredje hand logotypen helt i vitt och i enstaka fall när vi inte kan påverka bakgrunden eller vårt gröna emblem skär sig mot bakgrunden, logotypen helst i svart.

Original



Sekundär



Tredjehand - helvit



Enstaka fall - helsvart



Felaktig användning

Logotypen får inte placeras på rörigt eller för färgstarkt underlag där läsbarhet och tydlighet försvinner, se våra exempel nedan.



## 06 Färger

PLAYipp är grönt i själ och hjärta. Detta slår igenom i allt vi gör och även i våra produkter – PLAYipp Manager och Connect.

För att vår symbol ska få en särställning och lyftas fram ytterligare har den en skarpare grön ton. Den tonen används enbart på symbolen och får inte användas i något annat sammanhang.

Vår **PLAYipp gröna** i kombination med komplementfärgen **blå** och **turkos** är de som sätter hela paletten för PLAYipp. Dessa färger tillsammans med text- och detaljfärgerna är de som används i allt årt visuella uttryck. Komplementfärgerna **Red Roman** och **Orange Jaffa** förekommer främst i PLAYipp Manager och Connect som signalfärger.

### Huvudfärger



PLAYipp enbart på symbolen:

Hex: #3f8e42  
RGB: 63, 142, 66  
CMYK: 78, 22, 100, 7



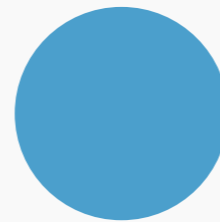
PLAYipp grön:

Hex: #64ce81  
RGB: 100, 206, 129  
CMYK: 60, 0, 60, 0  
Pantone: 145-5 C  
NCS: S 0560-G10Y

### FLER NYANSER?

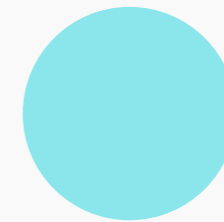
Detta är ett axplock av alla färgtonsteg som vi använder. Har du behov av fler – hör av dig till oss så får tillgång till alla i vår digitala designbibel.

### Komplementfärger



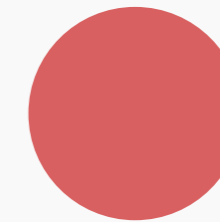
Komplement blå:

Hex: #4b9fcc  
RGB: 75, 159, 204  
CMYK: 70, 20, 10, 0



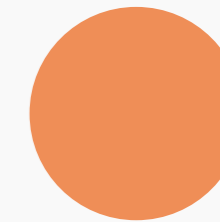
Komplement turkos:

Hex: #8ae6ea  
RGB: 138, 230, 234  
CMYK: 45, 0, 15, 0



Komplement Red Roman:

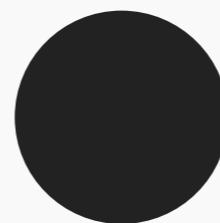
Hex: #d96060  
RGB: 217, 96, 96  
CMYK: 10, 70, 50, 0



Komplement Orange Jaffa:

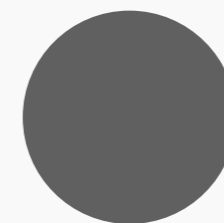
Hex: #ef8e57  
RGB: 239, 142, 87  
CMYK: 0, 50, 70, 0

### Text- och detaljfärger



PLAYipp - Mine Shaft-Black:

Hex: #222222  
RGB: 34, 34, 34  
CMYK: 70, 65, 60, 80



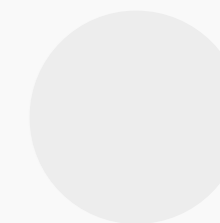
PLAYipp Dove Gray 2:

Hex: #606060  
RGB: 96, 96, 96  
CMYK: 60, 50, 45, 40



Komplement Silver Chalice:

Hex: #a1a1a1  
RGB: 161, 161, 161  
CMYK: 40, 30, 30, 10



Komplement Gallery:

Hex: #ededed  
RGB: 237, 237, 237  
CMYK: 10, 5, 7, 0



## 07 Typografi

PLAYipp använder **Open Sans** som sitt primära typsnitt i allt visuellt material - avsett om det är print eller digitalt. Detta skapar ett enhetligt intryck.

Vi har två undantag. I appen Connect och på de tekniska inställningssidorna för våra mediaspelare används snarlika typsnitt anpassade för kanalen. I Connect används San Francisco i iPhone och Roboto i Android. På de tekniska inställningssidorna används Roboto.

Utgångspunkten vad val av textstorlek och skärning är alltid läsbarheten i aktuell kanal, men använd med fördel light i rubriker och mellanrubriker, semibold i ingress och regular i brödtexter. Radavståndet kan med fördel vara luftigt – gärna en eller ett par punkter mer än autoinställningen.

Exempel

# DETTA ÄR EN RUBRIK I LÄMPLIG STORLEK

Detta är en ingress lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec commodo sagittis sem, vitae iaculis velit tristique in. Duis varius euismod eros at fringilla.

Detta är en brödtext vestibulum non imperdiet arcu. Sed hendrerit, lacus vitae mollis gravida, libero nisl facilisis arcu, ultrices egestas lorem massa id dui. Aenean nec sem laoreet, vulputate risus non, pellentesque elit. Sed sit amet tristique est, quis aliquam turpis.

MELLANRUBRIK

Detta är en brödtext vestibulum non imperdiet arcu. Sed hendrerit, lacus vitae mollis gravida, libero nisl facilisis arcu, ultrices egestas lorem massa id dui.

## 08 Bilder

Att skapa engagemang, att motivera och ge förutsättningarna för ökad arbetsglädje är tre av de drivkrafter som sporrar PLAYipp att utveckla den viktigaste plattformen för medarbetarkommunikation. Detta måste också genomsyra våra bilder. I fokus står värdet och nyttan för kunden inte tekniken. Därför sätter vi **människorna, medarbetarna i fokus.**

Bilderna också förstärka ett budskap och förmedla rätt känsla. En bild säger ofta mer än tusen ord - så försökt att alltid eftersträva att köpa in eller ta ett foto (stilla eller rörligt) som känns äkta och inte iscensatta. Givetvis använder vi inte bilder som kan anses stötande, kränkande eller exkluderande.



### CHECKLISTA FÖR BILDER

- > Eftersträva alltid energi, glädje, samarbete och engagemang.
- > Människor står i fokus, tekniken finns med i för- eller bakgrunden.
- > Ljusa, enkla och fotade i moderna miljöer.
- > Jobba gärna med skärpedjup.



## 09 Illustrationer

Våra illustrationer används som ett komplement till våra foton och för att förstärka och förklara våra budskap i ett digitalt och mer neutralt uttryck. Illustrationerna är **enkla med få detaljer** i vår färgpalett. Enkelheten gör att de hänger stilmässigt ihop med typsnittet Open Sans.

Illustrationerna ger oss en bredd i vårt visuella uttryck. Vi har medvetet valt att illustrera människorn utan ansikten för att förstärka det generiska. Det lätt naiva manerét spelar också an på att det är lekande lätt att använda vår produkter.



# 09 Illustrationer



# 10 Tillämpningar

