



Välkommen!

På en marknad med konkurrens behöver SJ upplevas som ett attraktivt val och på olika sätt visa att vi förstår kundernas behov och månar om att de ska få en bra reseupplevelse. Då kommer fler att välja att resa med SJ, även i framtiden. Den visuella identitetens uppgift är att spegla varumärket. Den bidrar till att lyfta fram och förstärka bilden av SJ som pålitligt, enkelt, mänskligt och härligt. Det pålitliga och enkla gestaltas av vår logotyp, vårt eget typsnitt med hög läsbarhet och med tydliga och enkla symboler och piktogram. Den mänskliga och härliga upplevelsen tillförs med hjälp av vårt eget typsnitts rundade karaktär, färgerna i färgpaletten och i de mänskliga bilderna.

För att åstadkomma den varumärkesupplevelse som eftersträvas är det viktigt att vårda identiteten. Det handlar inte bara om hur logotypen behandlas, utan också om en hel del annat. Denna manual innehåller grundläggande regler, riktlinjer och exempel. Genom att tillämpa dem vårdar vi vår visuella identitet – och därigenom vårt varumärke.

Innehåll

1. Logotyp	4	3. Typografi	17	Produkter och personal – att tänka på	33	7. Tonläge	50
Logotypen	5	Identitetstypografi	18	Bakgrundsbilder	34	Kollektivt och mänskligt	51
Logotyp för tryck	6	Rubrik	19	5. Ikonografi	35	Varm och betryggande optimism	52
Logotyp för digitalt	6	Underrubrik & ingress	19	Ikonografi	36	Inkludering och förankring	53
Logotyp för kontorsbruk	6	Brödtext	19	Användningsområden	37	8. Dotterbolag	54
Minsta storlek	7	Specialtecken & Ligaturer	20	Koncept	38	Logotyp	55
Friyta	7	Fallback-typsnitt	21	Ikoner	39	Förbjudet	56
Bakgrund	8	Exempel på användning av identitetstypografi	22	Ikoner mini	40	Exempel dokument	57
Avsändare i sociala medier	9	Att tänka på	23	Ikoner ombord	41	Exempel korrespondens	58
Förbjudet	10	Tillåtna färgkombinationer typografi	24	Illustrationsikoner	42	Exempel mejlsignatur	59
2. Färger	11	4. Bildmanér	25	Konstruktion av ikoner	43	Exempel skylt	60
Bakgrund	12	Vårt bildmanér	26	Tjocklek, hörn och avslut för linjer	44	Exempel PowerPoint Sj Götalandståg	61
Primära ID-färger	13	Människor på resa	27	Pixelperfekt	44	Exempel PowerPoint Sj Stockholmståg	62
Sekundära ID-färger	14	Destinationer och platser	28	Vinklar, proportioner och geometri	45	Exempel avtal, föreskrifter etc	63
Sekundära ID-färger – ljusa	14	Destination och platser – att tänka på	29	Animering av ikoner	46	Exempel giveaways	64
Färganvändning	15	Utsikter	30	6. Pratlådor	47	Tack!	65
Om färger	16	Utsikter – Att tänka på	31	Pratlådor	48		
		Produkter och personal	32	Konstruktion av pratlådor	49		

1. Logotyp

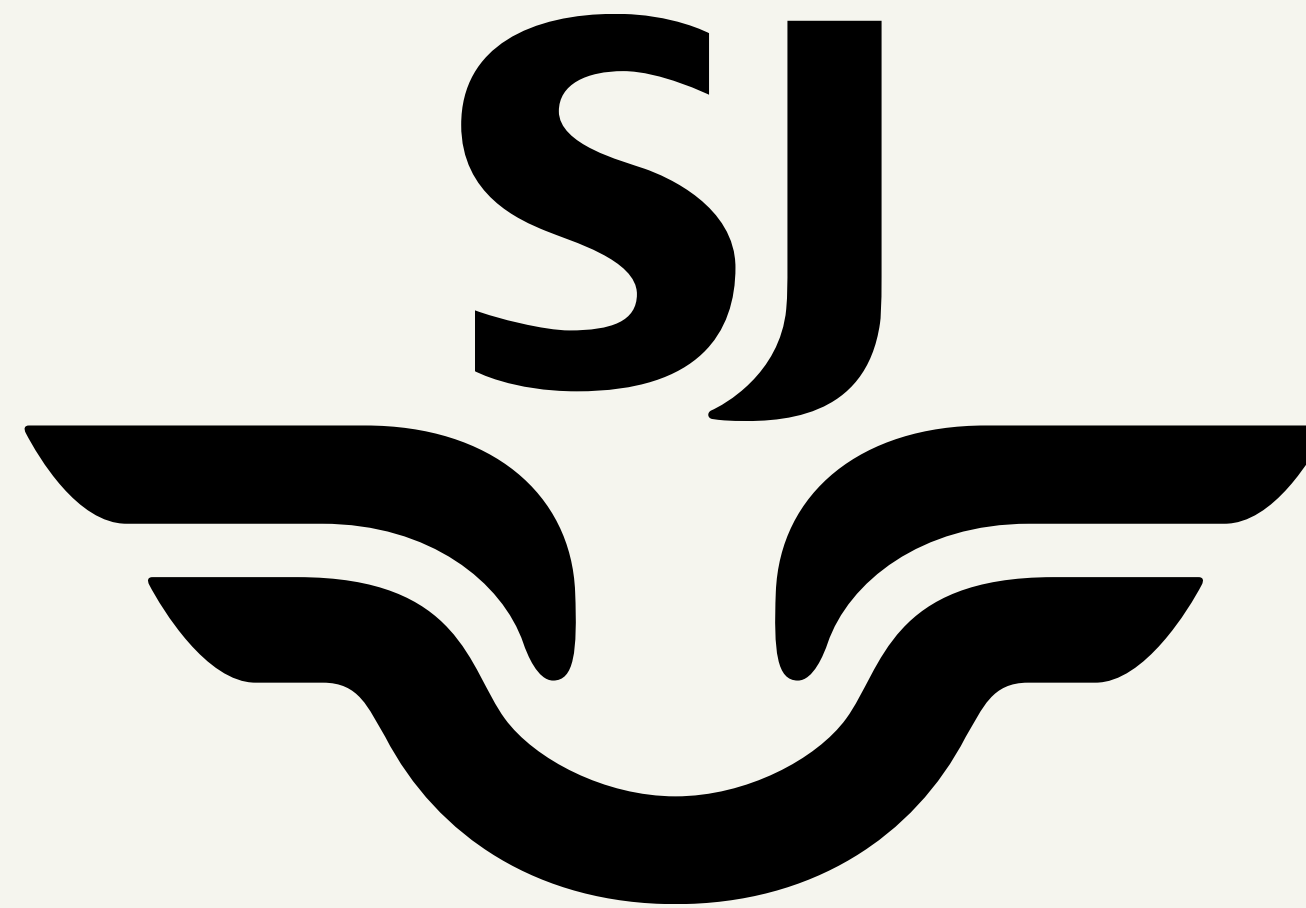
Logotypen är en avsändare och garant för det vi säger och gör. För att garantera ett konsekvent och tydligt användande finns några få och enkla regler. Reglerna omfattar bl a logotypens färger, storlek och frizon till kompletterande information.



1. LOGOTYP

Logotypen

SJ har bara en logotyp. Den finns i två färgvarianter. I undantagsfall kan den vara utförd i folierad silver, dock ej i illustrerad form. SJ skall visa sin logotyp med stolthet. När den är ensam placeras den stort och gärna centrerat. Tillsammans med andra identitetslement kan den vara mindre. Men aldrig otydlig eller underordnad.



Positiv



Foliering



Negativ

1. Logotyp

Logotyp för tryck

Dessa logotyper används för tryck på ett tryckeri och finns i logotypmappen Tryck.

Logotyp för digitalt

Dessa logotyper används för webb- och skärmpublikationer och finns i logotypmappen Digitalt.

Logotyp för kontorsbruk

Dessa logotyper är avsedda för kontorsbruk i till exempel word och powerpoint och finns i logotypmappen Kontorsbruk.



TRYCK

SJ_logo_cmyk.ai
För offsettryck i CMYK

SJ_logo_pms_coated.ai
För offsettryck med pms-färger på bestruket papper.

SJ_logo_pms_uncoated.ai
För offsettryck med PMS-färger på obestruket papper.

SJ_logo_cmyk_sv.ai
Vid utskrift eller tryck där CMYK eller PMS inte är alternativ.



DIGITALT

SJ_logo_srgb.ai
För digitalt bruk.

SJ_logo_srgb.png
För digitalt bruk. (Får ej skalas upp)



KONTORSBRUK

SJ_logo_office.png
För användning i Word och Powerpoint.



TRYCK

SJ_logo_cmyk_neg.ai
För offsettryck i CMYK



DIGITALT

SJ_logo_srgb_neg.ai
För digitalt bruk.
För mörk bakgrund.

SJ_logo_srgb_neg.png
För digitalt bruk. (Får ej skalas upp)
För mörk bakgrund.



KONTORSBRUK

SJ_logo_office_neg.png
För användning i Word och Powerpoint.

1. Logotyp

Minsta storlek

För att säkerställa läsbarheten och att återgivningen blir bra, finns begränsningar i hur liten logotypen får vara. För tryckt material är minsta bredden 10 mm. Digitalt bör den inte vara mindre än 50 pixlar bred.

Friyta

Vår logotyp syns ofta tillsammans med annan grafik. För att den ska behålla sin stringens även i dessa situationer finns en bestämd friyta. På denna får inget annat placeras.



Minsta storlek för tryck = 10 mm
Minsta storlek digitalt = 50 px



Friytan motsvarar höjden hos bokstaven S i logotypen.
När logotypens storlek förändras, ändras även friytan – proportionerligt med logotypen.

1. Logotyp

Bakgrund

Logotypen kan placeras på vita och färgade ytor, samt bilder och mönster. Var alltid noga med att den kontrasterar mot underlaget och undvik stökiga bakgrunder. Logotypen skall alltid vara så tydlig som möjligt!



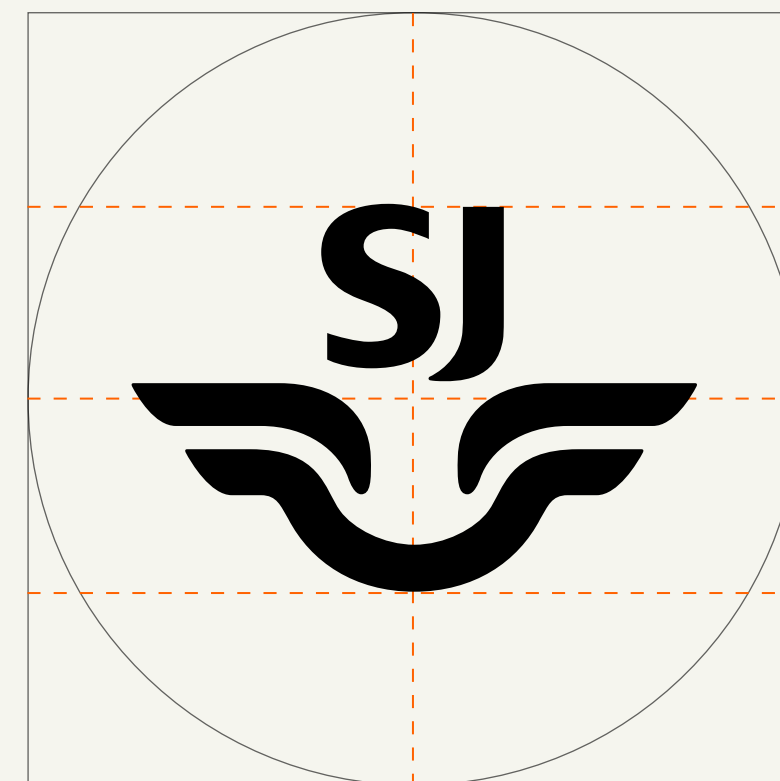
1. Logotyp

Avsändare i sociala medier

Vår avatar innehåller både vår logotyp och våra primärfärger som bakgrund alternativt bild. Den bär vår identitet och representerar oss på flera plattformar från App-ikonen till profilbild på Instagram.



Avataren är konstruerad så att den kan placeras och beskäras från fyrkant till cirkel utan skalning.



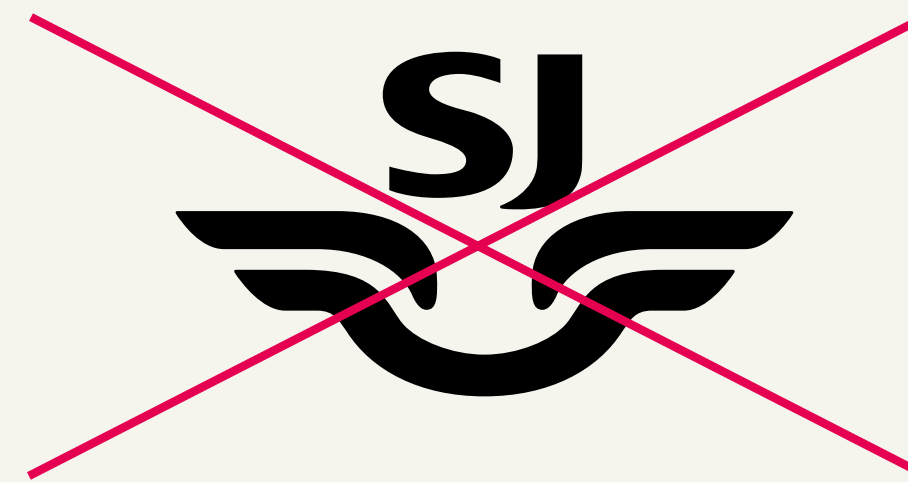
Logotypens storlek motsvarar 2/4 av formens höjd.



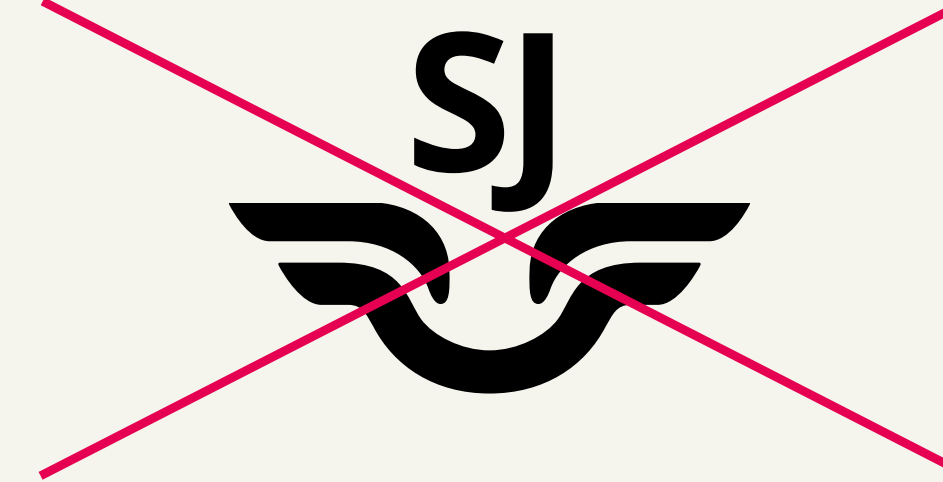
1. Logotyp

Förbjudet

Sjs logotyp är unik. Den får inte förändras eller manipuleras formmässigt på något sätt. Här visas några exempel på otillåten hantering av logotypen.



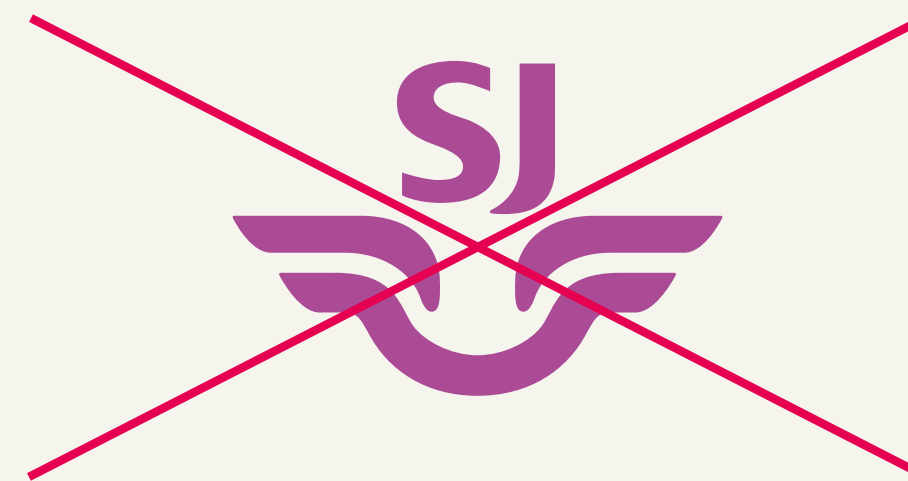
Pressa aldrig ihop eller drag ut logotypen.



Återskapa aldrig logotypen av andra typsnitt.



Addera inte effekter, såsom t ex skugga.



Ändra aldrig färg på logotypen.



Lägg aldrig till text i logotypen.



Förändra aldrig storleken på enstaka delar.

2. Färger

Färg är en viktig del av SJs visuella identitet. En färg kan signalera renhet, stolthet eller trygghet. Den kan också vara mer omedelbar, varna eller peka på något viktigt. För största möjliga likhet, oberoende av medium och teknik, finns våra färger i olika färgsystem.

2. Färger

Bakgrund

Varje dag passerar våra tåg hundratals stationer och binder samman Sverige från norr till söder. SJ är också en del av lösningen för att Sveriges klimatmål ska nås. Därför är det naturligt att vår färgpalett består av färger hämtade från hela Sveriges natur.



2. Färger

Primära ID-färger

Distinkta, pigga färger hämtade från svensk natur utgör primärfärger och skapar ett modernt och optimistiskt SJ.

Löv

PMS 354 C
PMS 354 U
CMYK 90/0/95/0
sRGB 0/175/73
NCS S 2075-G20Y
RAL 140 60 70

Gräs

PMS 7488 C
PMS 7488 U
CMYK 50/0/85/0
sRGB 98/219/90
NCS S 0580-G30Y
RAL 120 70 75

Himmel

PMS 306 C
PMS 306 U
CMYK 80/0/10/0
sRGB 34/188/232
NCS S 1555-B10G
RAL 220 60 40

Raps

PMS 109 C
PMS 108 U
CMYK 0/9/100/0
sRGB 255/215/0
NCS S 0580-Y
RAL 080 80 90

2. Färger

Sekundära ID-färger

Varma, dämpade färger hämtade från svensk natur uttrycker trygghet och lugn. Passar bra som accentfärger eller när man vill "vrída ner" volymen.

Sekundära ID-färger – ljusa

Som komplement finns ett antal ljusare färgtoningar som fungerar bra för bakgrundsplattor.

Sten	
PMS	Black 3 C
PMS	Black 3 U
CMYK	0/0/20/100
sRGB	37/37/37
NCS	S 8505-B80G
RAL	000 15 00

Granit	
PMS	416 C
PMS	418 U
CMYK	28/18/29/51
sRGB	105/107/87
NCS	S 6502-Y
RAL	120 50 05

Jord	
PMS	2018 C
PMS	2018 U
CMYK	0/58/95/0
sRGB	245/98/0
NCS	S 0580-Y60R
RAL	050 60 80

Lera	
PMS	7508 C
PMS	7508 U
CMYK	2/19/46/4
sRGB	206/156/95
NCS	S 2040-Y20R
RAL	070 70 40

Sjö	
PMS	307 C
PMS	307 U
CMYK	100/24/10/20
sRGB	0/116/154
NCS	S 3060-B
RAL	230 40 40

Mossa	
PMS	9420 C
PMS	9400 U
CMYK	11/0/6/0
sRGB	232/247/246
NCS	S 0510-B
RAL	220 92 05

Snö	
PMS	9043 C
PMS	Cool Gray 1 U
CMYK	5/3/8/0
sRGB	245/245/238
NCS	S 1002-Y
RAL	100 90 05

Äng	
PMS	9560 C
PMS	9525 U
CMYK	12/0/15/0
sRGB	232/247/228
NCS	S 0510-G20Y
RAL	140 90 10

Sand	
PMS	9120 C
PMS	9120 U
CMYK	4/2/25/0
sRGB	249/244/207
NCS	S 0515-Y
RAL	100 90 20

Vit	
CMYK	0/0/0/0
sRGB	255/255/255
NCS	S 0502-G50Y
RAL	9016

Svart	
PMS	BLACK C
PMS	BLACK U
CMYK	0/0/0/100
sRGB	0/0/0
NCS	S 9000-N
RAL	000 15 00

2. Färger

Färganvändning

Färgpaletten är bred och vald utifrån det Sverige som finns runt tågen på deras resor. De gröna färgerna bör dock användas mer frekvent än övriga färger för att betona vårt starka miljöargument.



2. Färger

Om färger

Färger kan uppträda lite olika beroende på om de trycks i Pantone eller fyrfärg på obestruket eller bestruket papper; om de visas på skärm eller ingår i en brodyr på ett klädesplagg. För största möjliga likhet, oberoende av medium och teknik, finns våra färger i olika färgsystem. Utgå dock alltid från Pantoneskalan när du ska bedöma om en färg har rätt nyans.



3. Typografi

En enhetlig och god typografi är ovärderlig i all skriven kommunikation. Vår typografi behöver vara tydlig, sympatisk och stämma överens med identiteten i övrigt. Därför har vi vår egen identitetstypografi att använda vid trycksaksproduktion och i digitala medier.

Bistro

3. Typografi

Identitetstypografi

Till Sjs identitetstypografi räknas Sjs egna, speciellt framtagna, typsnitt SJ Sans. Typsnittets x-höjd gör den vänlig och folklig. De mjuka och rundade formerna ger den en egen mänsklig och inkluderande karaktär. Att den är bredare gör den mer generös. Ett mänskligt, enkelt och pålitligt typsnitt.

SJ Sans finns både för tryck och webb i fyra vikter med olika användningsområden.

SJ Sans

SJ Sans Bold

SJ Sans Medium

SJ Sans Regular

SJ Sans Italic

3. Typografi

Rubrik

SJ Sans Bold används i rubriker, gärna stort och stort när man vill öka tonläget.

Underrubrik & ingress

SJ Sans Medium används i kombination med Bold i rubriker eller ensamt i underrubriker, ingresser, bildtexter eller kortare faktatexter.

Brödtext

För kortare och längre brödtexter används SJ Sans Regular. För kursiv text i brödtexter används SJ Sans Regular Italic.

SJ Sans Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö0123456789

SJ Sans Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö0123456789

SJ Sans Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö0123456789

SJ Sans Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö0123456789

3. Typografi

Specialtecken & Ligaturer

SJ Sans är ett typsnitt i formatet OpenType och innehåller många tecken förutom de som visas på tangentbordet, såsom kapitäl, gemena siffror och tabellsiffror. Dessa kan användas vid typografering av längre texter och tabeller för att skapa god läsbarhet.

Vissa specialtecken har tagits fram och finns som ligaturer i SJ Sans. Du kan infoga ligaturer automatiskt, för att dessa skall fungera krävs att ligaturer aktiveras i programvaran. Standardligaturer (Standard ligatures) skall alltid användas, medans mjuka ligaturer (Discretionary ligatures) kan användas i brödtext och underrubriker.

För användning av specialtecken och ligaturer i SJ Sans Webfont se digitala designriktlinjer.

SJ :- kl. fr. X2000

STANDARDLIGATURER (STANDARD LIGATURES)

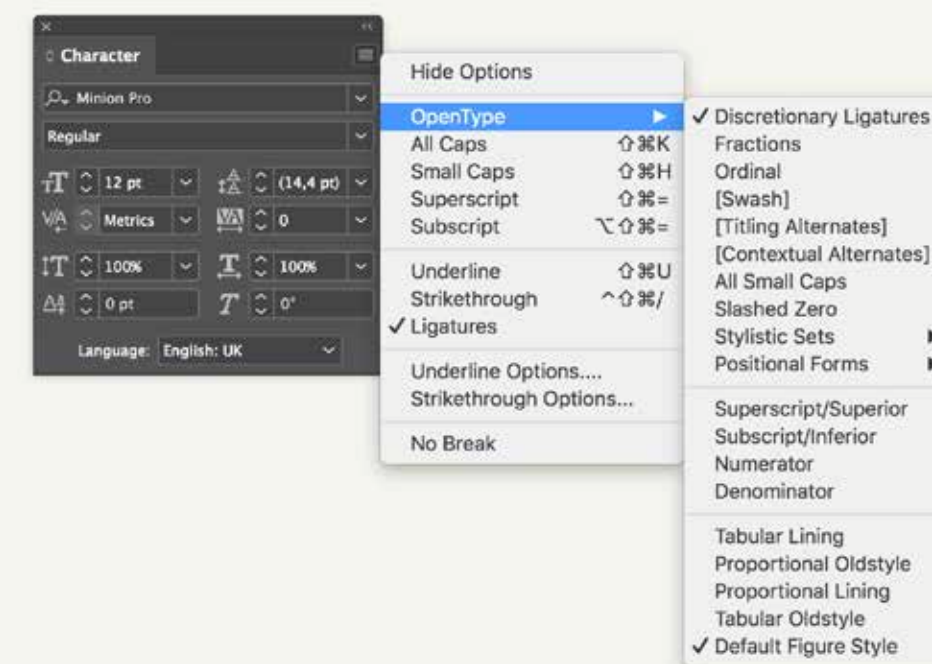
Standardligaturer är typografiska ersättningstecken för vissa teckenpar, som "fi" och "fl" eller "SJ" och skall alltid användas.

**Th ff ffb fb fh ffh fi
ffi fj ffj fk ffk fl ffl**

MJUKA LIGATURER (DISCRETIONAL LIGATURES)

**ABCDEFGHIJKLMNQRST
UVWXYZÅÄÖ1234567890!?**

KAPITÄLER (SMALL CAPITALS)



Exempel på aktivering av tabellsiffror i Adobe InDesign.

1234567890

GEMENA SIFFROR (OLDSTYLE FIGURES)

1234567890

TABELLSIFFROR (TABULAR FIGURES)

3. Typografi

Fallback-typsnitt

I kontorsprogram som PowerPoint eller när SJ Sans inte finns tillgängligt använder vi Arial, ett typsnitt som redan finns installerad i datorn.

Arial Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö0123456789**

Arial Regular

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö0123456789**

3. Typografi

Exempel på användning av identitetstypografi

Ett typsnitts uttryck kan skilja sig väldigt beroende på hur det används. Tillgängligheten och igenkänning är viktig, därför bör typsnitt och typografi vara lättläst och funktionell.

En grundprincip är att använda de olika vikterna och olika rubrikstorlekar för att skapa en stark hierarki så att de olika rubriknivåerna har en bra kontrast mot varandra. Större rubriker sätts alltid i versalgement.

SJ Prio

Medlemmar får mer

Som medlem i SJ Prio får du ut mer av ditt resande. Vad sägs om unika erbjudanden från oss och våra samarbetspartner och poäng på alla dina resor?

Huvudrubrik i
SJ Sans Bold
Bold 180 pt

Underrubrik i
SJ Sans Medium
Bold 55 pt

Underrubrik i
SJ Sans Medium
Bold 27 pt
Radavstånd 40 pt

Ta tåget till fjällen!

Östersund

fr. 245:-

..... SJ Sans Medium
Bold 43 pt

..... SJ Sans Bold
Bold 73 pt

..... SJ Sans Bold
62 pt / 102 pt



3. Typografi

Att tänka på

För att skapa ett starkt varumärke med god igenkänning bör vi jobba med våra typsnitt på samma sätt i alla kanaler, i tryck, digitalt och i fysiska miljöer.

~~**SJ Prio**
Medlemmar får mer~~

~~Som medlem i SJ Prio får du ut mer av ditt resande.
Vad sägs om unika erbjudanden från oss och våra
samarbetspartner och poäng på alla dina resor?~~

En för löst spärrad rubrik och för knipt underrubrik blir svårläst och skapar dålig balans.

~~**SJ Prio**
Medlemmar får mer~~

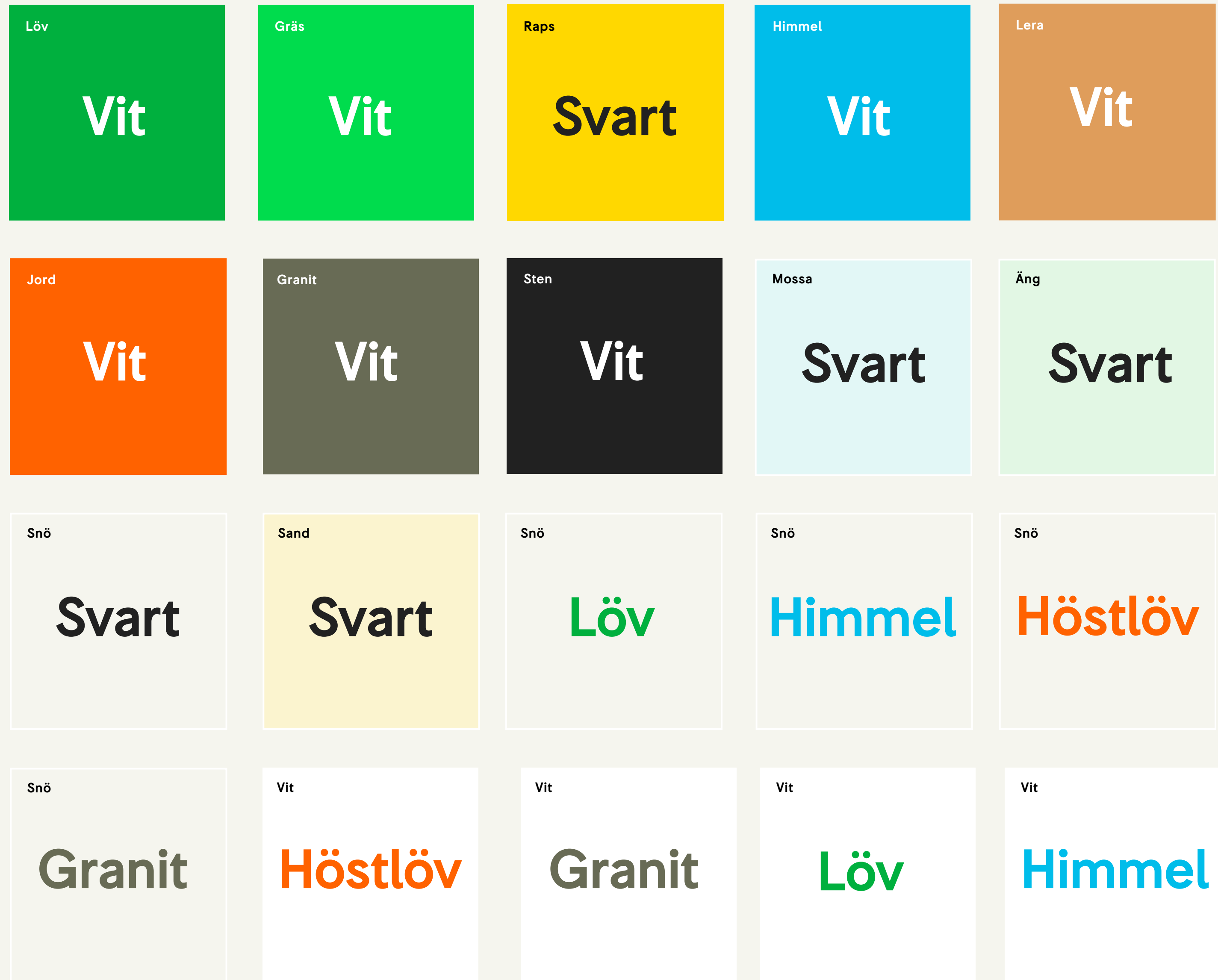
~~Som medlem i SJ Prio får du ut mer av ditt resande.
Vad sägs om unika erbjudanden från oss och våra
samarbetspartner och poäng på alla dina resor?~~

SJ Sans Medium i huvudrubrik och SJ Sans Bold i underrubrik skapar otydlig hierarki mellan olika rubriknivåer.

3. Typografi

Tillåtna färgkombinationer typografi

Då vi strävar efter hög läsbarhet i allt vi gör är det viktigt att välja textfärg som skapar god kontrast mot bakgrunden. Vissa kombinationer som gul text på blå bakgrund eller färgad text på bilder undviker vi för att de ger ett uttryck som inte passar SJ.



A photograph of two women embracing in a modern, glass-walled public space. The woman on the left is wearing a bright orange top and black pants, and is holding a black suitcase. The woman on the right is wearing a light grey top and black pants, and is holding a brown briefcase. In the background, a large glass building with the word 'CENTRALSTATION' above its entrance is visible. The scene is brightly lit, suggesting a sunny day.

4. Bildmanér

Rätt använt är bilder ett kraftfullt verktyg att förmedla känslor. Att ge liv åt vilka vi är och vad vi står för. Bildmanér beskriver den känsla våra bilder ska förmedla och ger praktiska riktlinjer när vi ska ta nya bilder.

4. Bildmanér

Vårt bildmanér

Sjs bildmanér ska kommunicera ett mänskligt och härligt SJ som är till för alla. Vi ska sträva efter ett naturligt uttryck med hudnära och naturnära färger i bilden för ett inkluderande, optimistiskt och milt uttryck.

Vi delar in våra olika bildbehov i fyra olika kategorier som SJ behöver för att kunna uttrycka sig som ett konsumentvarumärke:

- Produkt och personal
- Utsikter (Sverigebilder och natur)
- Destinationer och platser
- Människor på resa

Här visas exempel på den känsla våra bilder ska förmedla och grundläggande urvalskriterier för bilder. Dessa ska också ligga till grund för framtagning av nya bilder till bildbanken.



4. Bildmanér

Människor på resa

Situationsbilder med mänsklig närvaro som sätter ett leende på betraktarens läppar. Vi speglar gärna möten i vid bemärkelse. Nära inpå och vardagliga okonstruerade situationer fångas före, under resan eller framme vid resmålet. Gärna färgrika bilder med en varm ton och naturligt ljus. Möten mellan människor, aktiviteter och känslor som skapar en varm positiv känsla.

Visa gärna människor eller objekt i mindre grupper eller par. Använd mångfald i bilderna men undvik stereotypa eller överdrivna representationer, sträva efter autentiska motiv.



4. Bildmanér

Destinationer och platser

Avkodbara bilder på platser från Sjs destinationer. Befolkade och behagliga bilder som inspirerar till resande. Intressanta stadsbilder med platser som man kan känna igen. Inte för distanserat men inte för nära. Gärna med människor i bild på lagom avstånd.



4. Bildmanér

Destination och platser – att tänka på

När vi tar fram nya bilder finns det några viktiga tekniska aspekter att tänka på för att få ett konsekvent uttryck i vårt bildmanér. Detta gäller båda vid fotografering eller om vi köper in befintliga bilder.



MOTIV – GÄRNA SÅ HÄR

Inte för distanserat men inte för nära. Gärna med människor i bild på lagom avstånd.



MOTIV – INTE SÅ HÄR

Bilden känns kylig, öde och för distanserad.



MOTIV – GÄRNA SÅ HÄR

Intressanta stadsbilder med platser som man kan känna igen.



MOTIV – INTE SÅ HÄR

Undvik alltför arketytiska stadsbilder.

4. Bildmanér

Utsikter

Bilder från resor genom Sverige, svensk natur och svensk landsbygd. Olika landskapstyper som gör att man vill upptäcka Sverige. Gärna baserade på ett horisontalt snitt med en lägre kamera med "tåg-perspektiv".



4. Bildmanér

Utsikter – att tänka på

När vi tar fram nya bilder finns det några viktiga tekniska aspekter att tänka på för att få ett konsekvent uttryck i vårt bildmanér. Detta gäller både vid fotografering eller om vi köper in befintliga bilder.



PERSPEKTIV – GÄRNA SÅ HÄR

Gärna baserade på ett horisontalt snitt med en lägre kamera med "tåg-perspektiv".



PERSPEKTIV – INTE SÅ HÄR

Vi undviker flygfoton eller utsikter från höga höjder.



AVSTÅND – GÄRNA SÅ HÄR

Lagom avstånd till förgrunden, det känns som en utsikt från ett tågfönster.



AVSTÅND –INTE SÅ HÄR

Förgrunden i bilden kommer för nära, det känns inte som en utsikt från tåg.



FÄRGTON

Undvik alltför processade färger, eller "instagram-filter". Eftersträva istället mer naturliga färgtoner.

4. Bildmanér

Produkter och personal

Bilder på stolta och positiva människor. Porträtt med avsikt att avbilda någon i sin arbetsmiljö, snarare än att fånga någon i farten. Bilderna visar positiva människor, stolta över sitt yrke. Ögonkontakt, naturligt ljus och varm naturlig färgton. Tågen avbildas helst i rörelse, både interiört och exteriört. Alltid med tydlig logotyp, gärna centralt i bilden.



4. Bildmanér

Produkter och personal – att tänka på

När vi tar fram nya bilder finns det några viktiga tekniska aspekter att tänka på för att få ett konsekvent uttryck i vårt bildmanér. Detta gäller både vid fotografering eller om vi köper in befintliga bilder.



BETRAKTNINGSVINKEL – GÄRNA SÅ HÄR

Använd ett perspektiv som visar motivet på samma nivå som betraktaren. Det gör bilden mer tillgänglig, ofarlig och ödmjuk. Gärna med en lugn bakgrund som lyfter fram personen på bild.



BETRAKTNINGSVINKEL – INTE SÅ HÄR

Undvik gärna onaturliga vinklar och perspektiv.



SITUATION – GÄRNA SÅ HÄR

Sträva efter att fånga en naturlig och avslappnad situation där personal är i arbete.



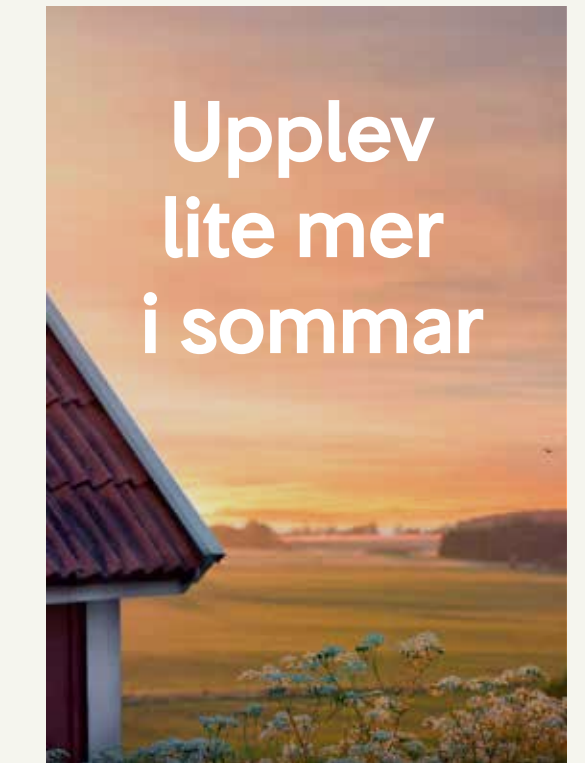
SITUATION – INTE SÅ HÄR

Bilden känns onaturlig och alltför konstruerad.

4. Bildmanér

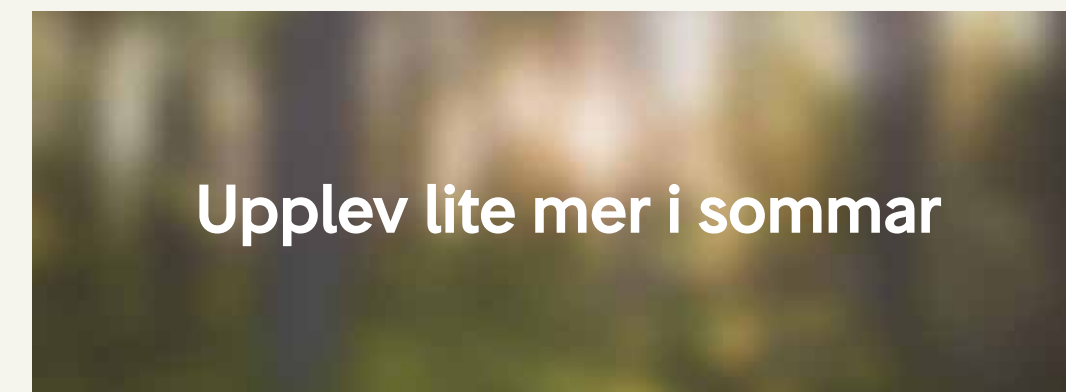
Bakgrundsbilder

När bilder används som bakgrund tillsammans med text eller grafik bör vi sträva efter god läsbarhet och att bilderna tål att beskäras i olika format.



UTSNITT

Bilder som är tänkta att användas som bakgrundsbilder behöver klara av att användas i olika format och beskärningar. Bilderna kommer ofta användas tillsammans med text så se till att det finns en relativt lugn yta för detta till vänster, till höger eller ovan kompositionen.



OSKÄRPA

Genom att addera oskärpa till bilder, skapar vi tåliga och levande bakgrunder för information och grafik. Bakgrunder som är lätta att använda och som adderar en känsla av djup och liv. Tänk på att oskärpan inte skall vara vinjetterad och kraftig.

5. Ikonografi

Ikoner är ett jättebra sätt att göra saker enklare – både för att informera och vägleda. Vår ikonografi är utformad för att göra innehåll härligt och enkelt att förstå.

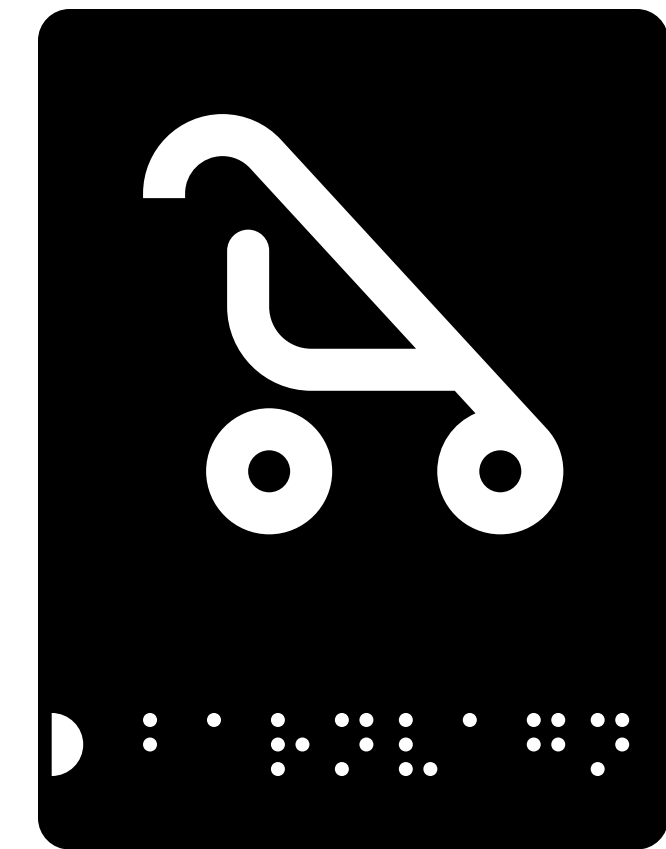
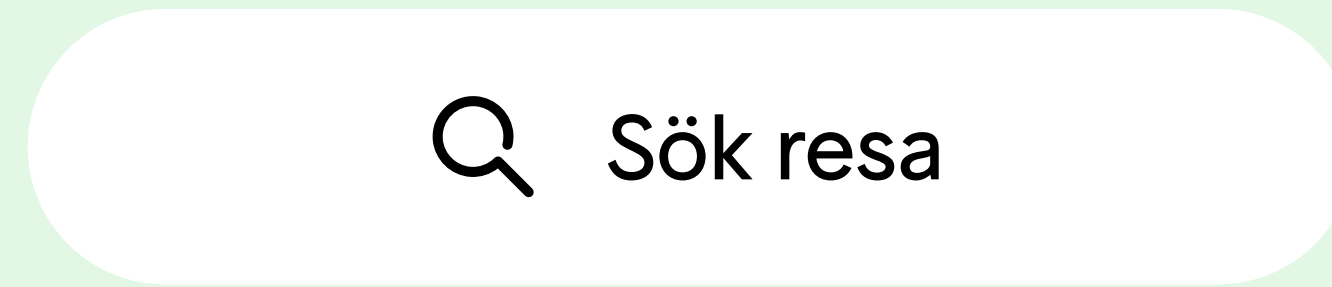
5. Ikonografi

Ikonografi

Ikoner är ett universellt språk som kompletterar det skrivna ordet och guidar mottagaren rätt eller förhöjer och förstärker ett budskap.

SJ har ett stort behov av att vägleda människor i en mängd olika situationer; i digitala kanaler, i fysiska miljöer och i tryckt information. För att ta hand om dessa behov har SJs ikonografi tagits fram. Ikonografin är nära kompis till typografin och har ett mänskligt och trevligt uttryck.

Denna designguide skall följas oavsett vilket användningsområde ikonerna skall ha. Detta skapar ett konsekvent och enkelt uttryck på alla ytor där vi möter våra kunder.

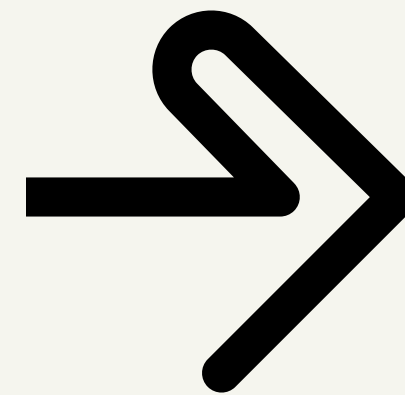


5. Ikonografi

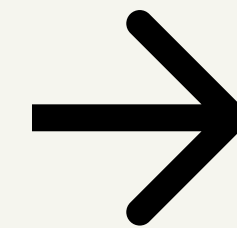
Användningsområden

Våra ikoner finns i tre olika nivåer för att fylla våra olika behov. Vanliga ikoner finns i två nivåer, en normal som går att skala upp och ikoner mini som är en förenklad variant av ikoner och som enbart skall används i små storlekar i digitala applikationer så som platskarta.

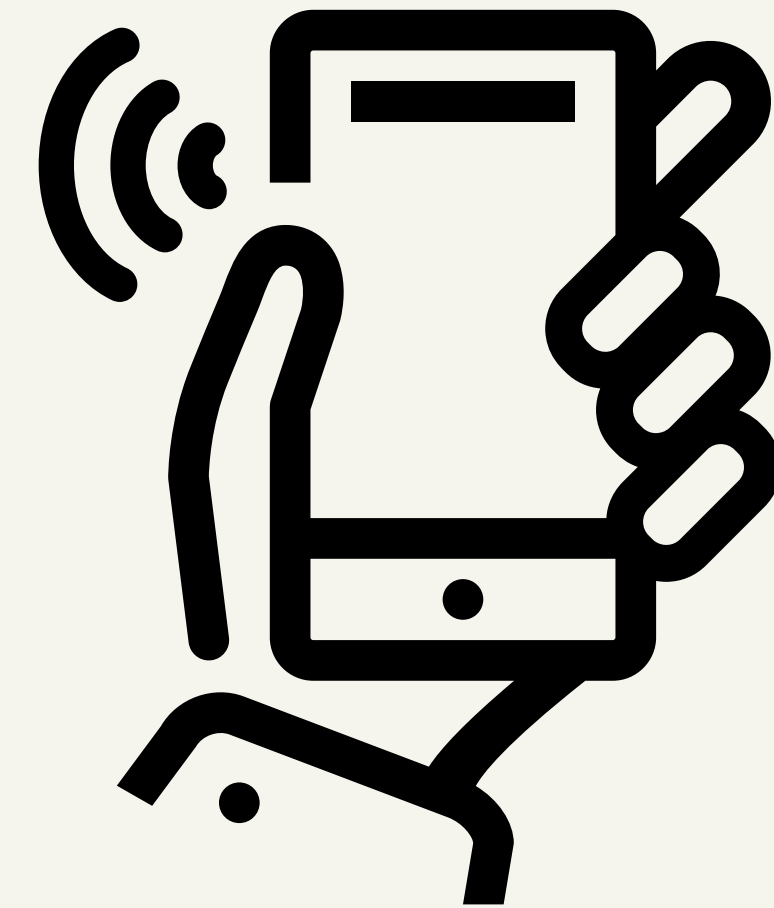
Som komplement till ikoner finns också illustrationsikoner som är en mer kommunikativ och dekorativ ikon. Denna används i stora storlekar i kombination med text och kan illustrera ett budskap eller ett empty state i appen.



IKONER



IKONER MINI

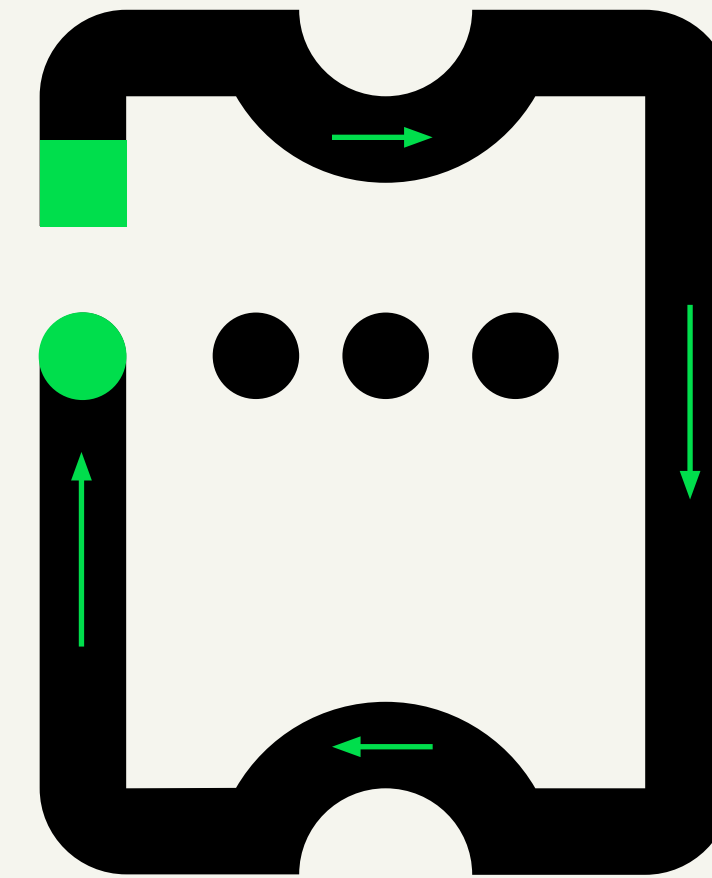
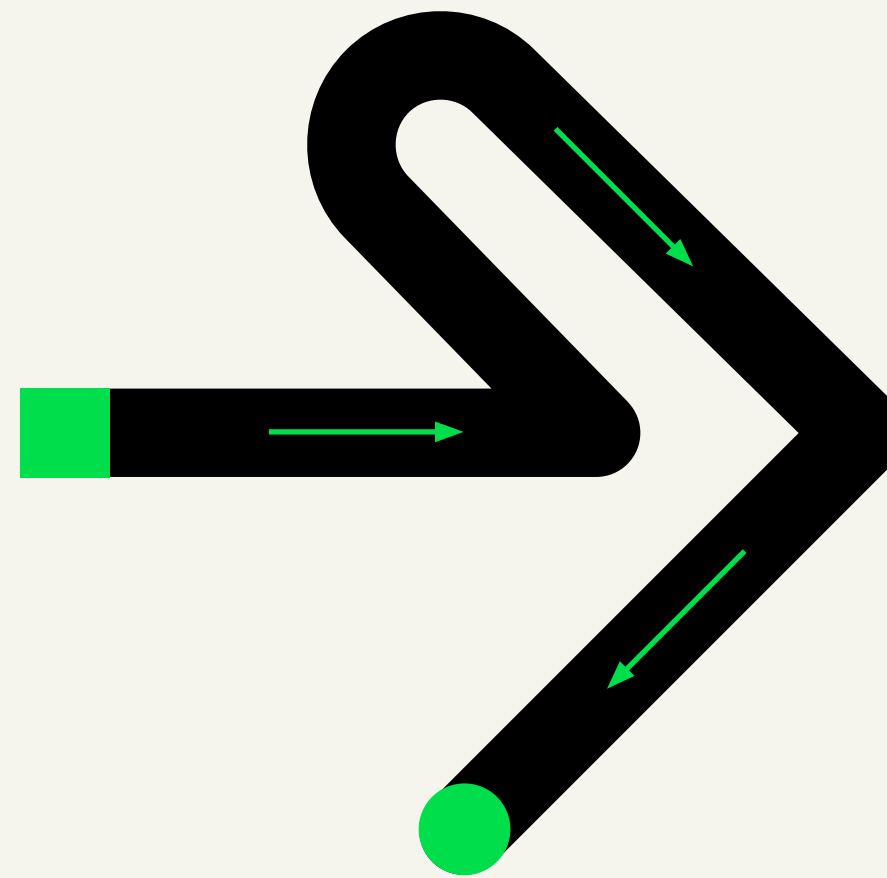


ILLUSTRATIONSIKONER

5. Ikonografi

Koncept

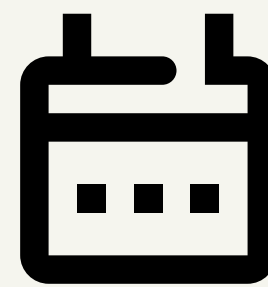
Sjs ikoner bygger på rörelse och resan – från en punkt till en annan. Detta ger en unik karaktär, skapar rörelse och ger en tydlig koppling till tågresan. Både enkelt men samtidigt bearbetat. Ikoner startar alltid "resan" med ett rakt streck, går sedan medurs och slutar med ett rundat avslut.



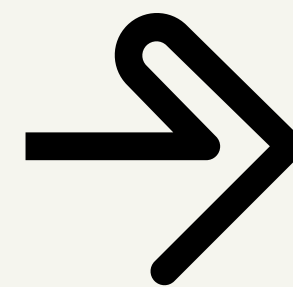
5. Ikonografi

Ikoner

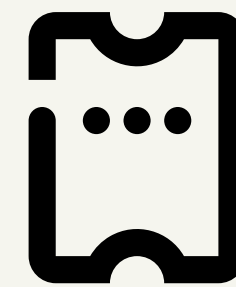
Deskriptiva eller informativa ikoner för att kommunicera vilken service som finns ombord på tåget eller för att guida och interageras med. Ikonerna bör vara enkla i sin karaktär och kommer i vissa fall förekomma utan någon beskrivande text. De behöver därför vara självförklarande och tydliga för kunden. De ritas i ett 24 x 24 px grid för att fungera i små storlekar och vid behov av större ikoner kan de skalas upp.



Kalender



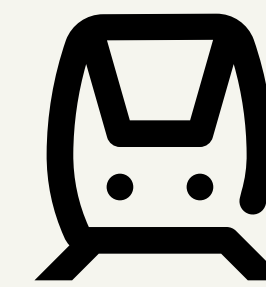
Pil



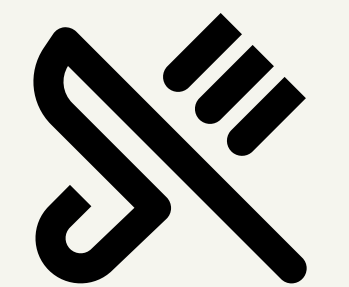
Biljett



Rullstol



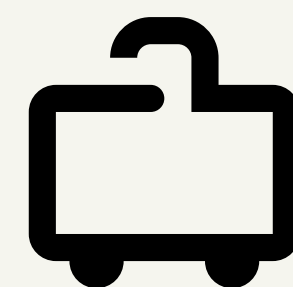
Tågres



Bistro



Sittplats



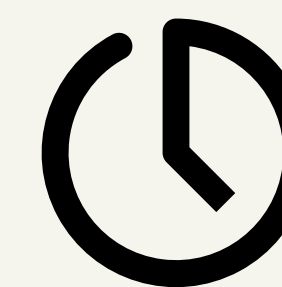
Bagage



Wifi



Cykel



Klocka



Barnvagn

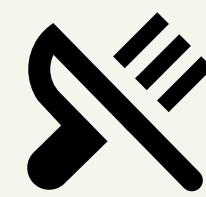
5. Ikonografi

Ikoner mini

Ikoner mini är en förenklad variant av ikoner och som används i små storlekar i digitala applikationer så som platskarta eller bokningsvy för att kommunicera vilken service som finns ombord på tåget. De ritas i ett 20 x 20 px grid för att fungera i extra små storlekar och bör ej skalas upp.



Rullstol



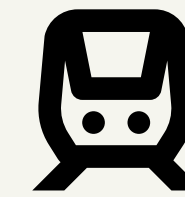
Bistro



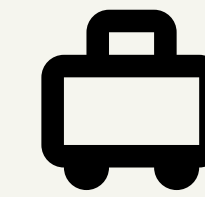
Sittplats



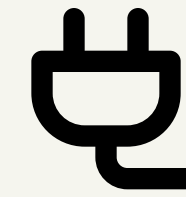
Cykel



Tåg



Bagage



Eluttag

5. Ikonografi

Ikoner ombord

Ikoner som används för skyltning ombord och exteriört på tågen är i de flesta fall identiska med övriga ikoner. Det finns dock vissa undantag som exempelvis Bistro. Dessa ikoner kan även användas i andra sammanhang som vid events och i utskick.

På tågen finns dessutom ett antal ikoner som är kopplade till ombordmiljön, till exempel Ej dricksvatten.



Bistro



Papperskorg



Personal



Ej dricksvatten



Pappershandduk

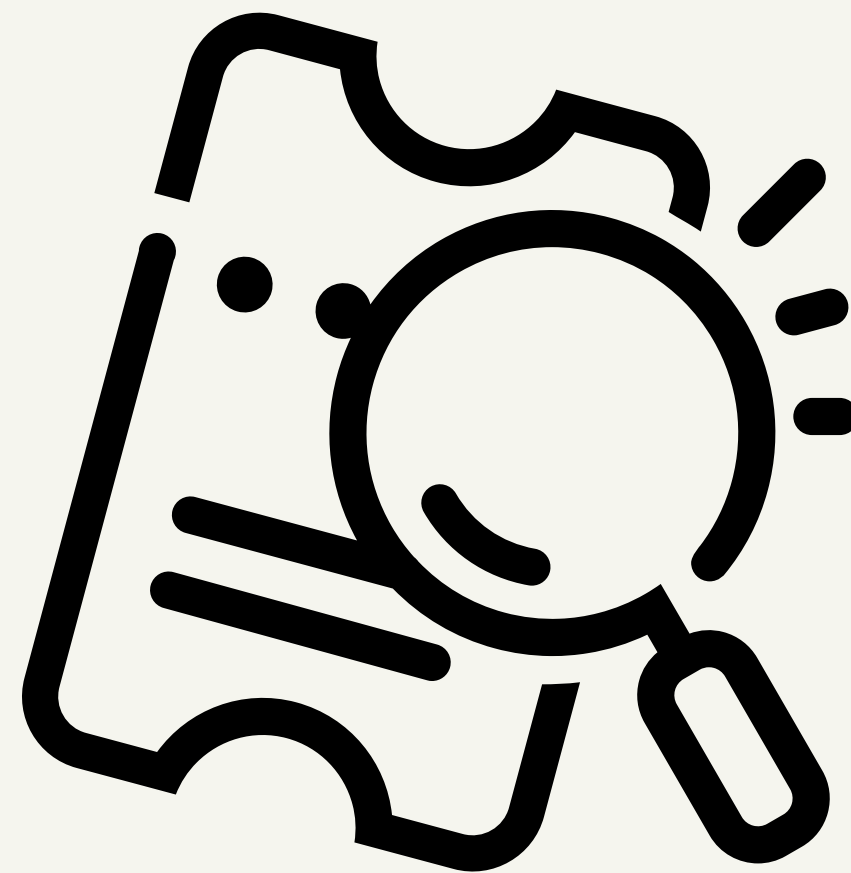


Rörelsehindrad

5. Ikonografi

Illustrationsikoner

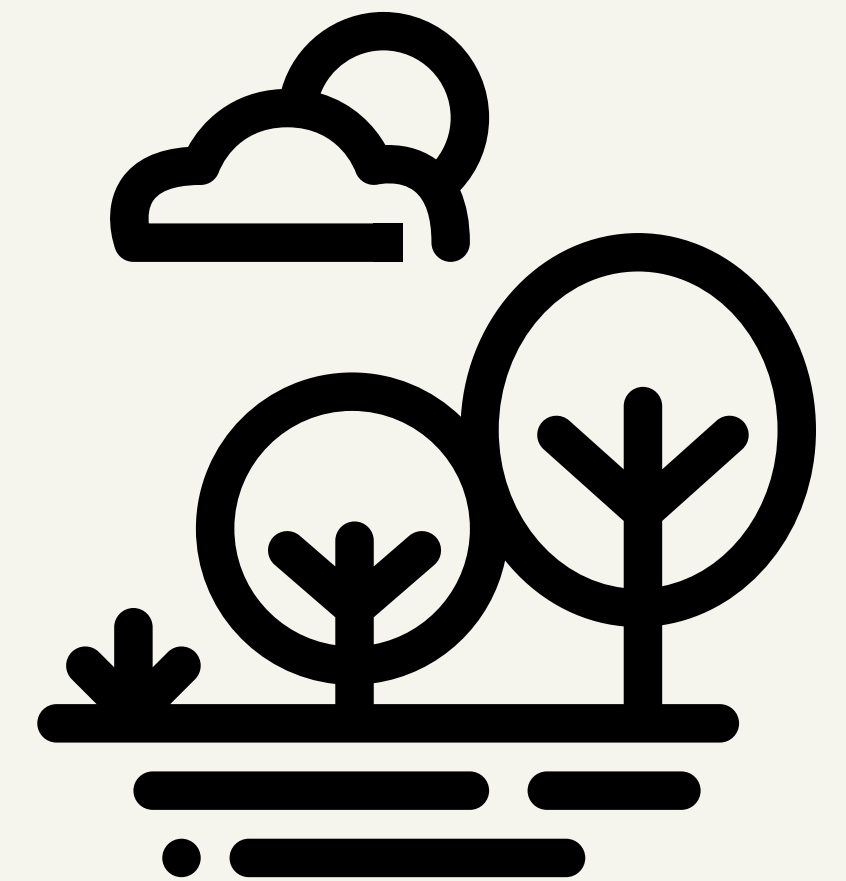
Illustrationsikoner är mer kommunikativa och dekorativa. Denna används i stora storlekar i kombination med text och kan illustrera ett budskap eller ett empty state i appen. Den har som huvudsyfte att göra information roligare. De ritas i ett större och friare grid vilket gör att de kan vara både mer komplexa och detaljerade. Dessa ikoner ritas i ett 96 x 96 px grid.



Ex: Här visas dina biljetter



Ex: Biljett i appen



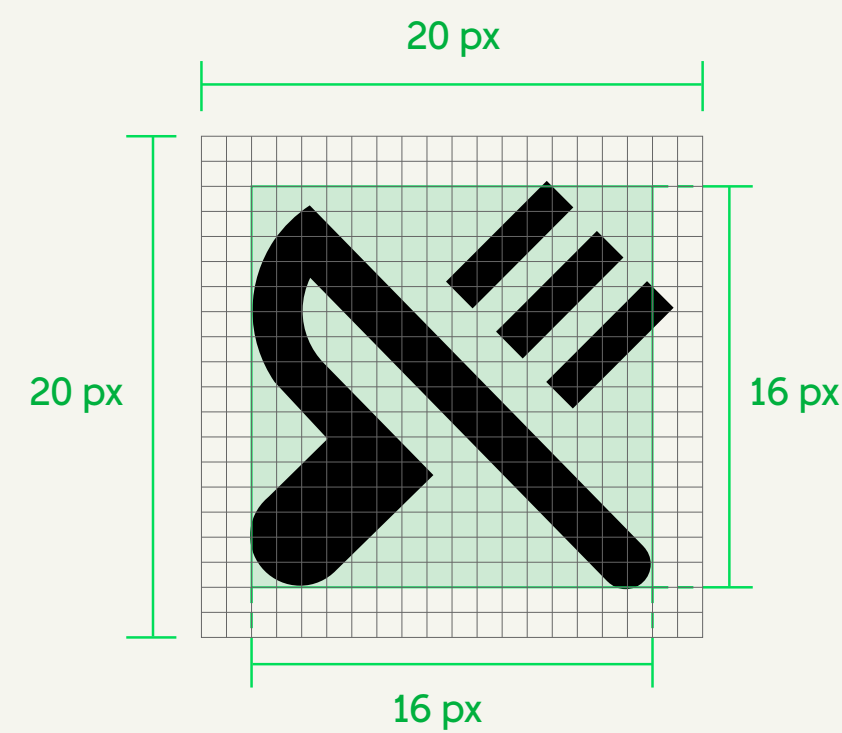
Ex: Miljöbudskap

5. Ikonografi

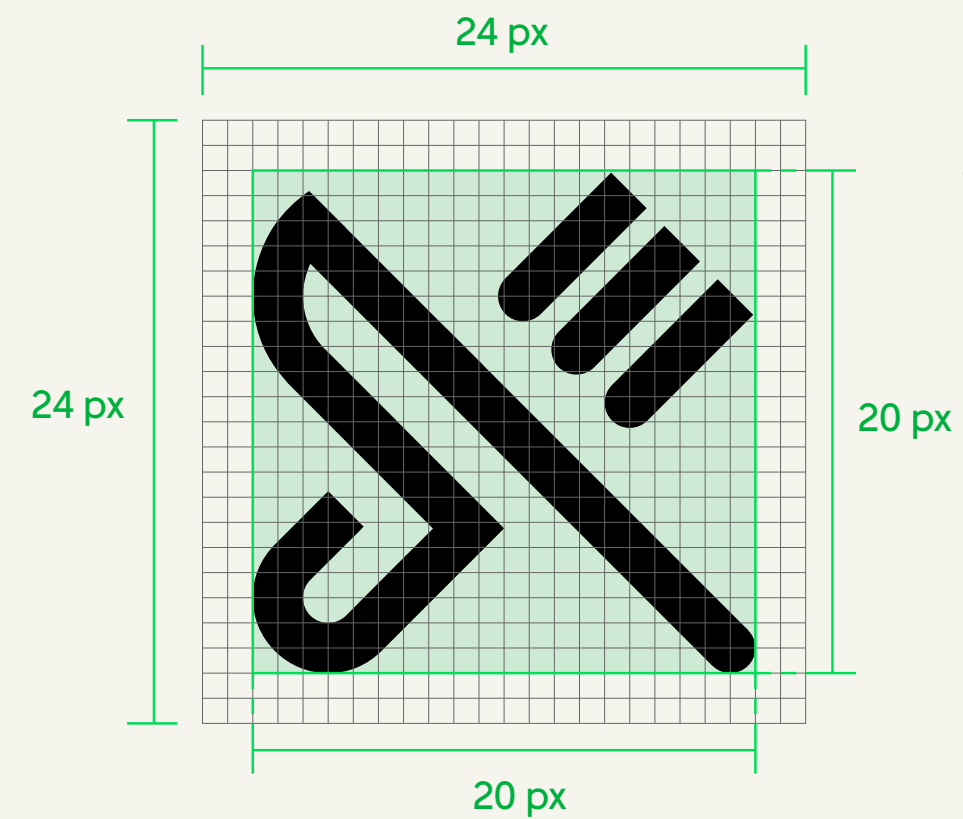
Konstruktion av ikoner

När vi tar fram nya ikoner utgår vi från tre olika rutnät. Det minsta rutnätet är 20 x 20 px och gäller för ikoner mini. Det mellersta rutnätet är 24 x 24 px och används för ikoner. Det största rutnätet är 96 x 96 px och används för illustrationsikoner.

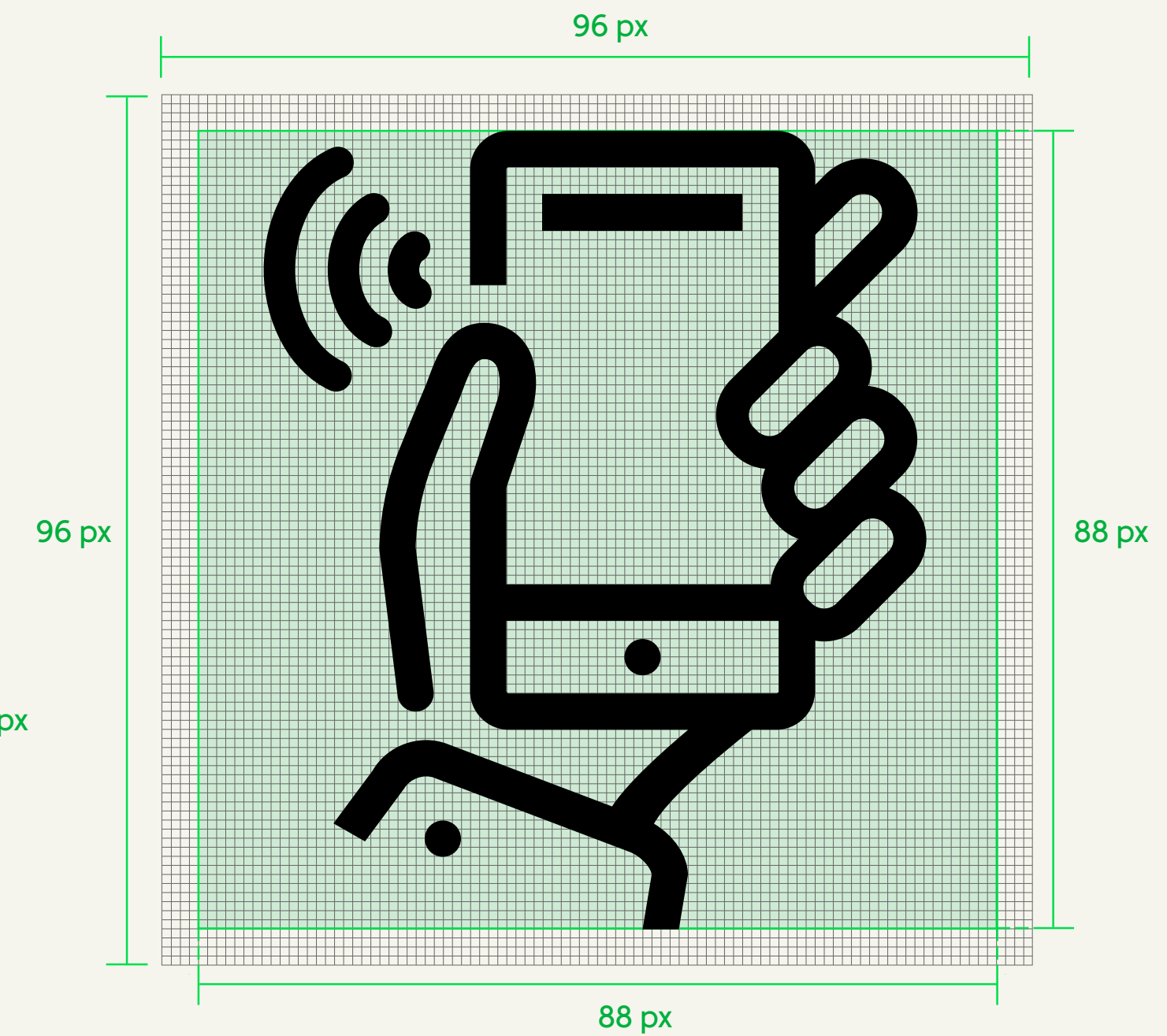
Varje rutnät har en "padding" och en "live area". Ikoner bör hålla sig inuti "live area", men om motivet kräver det kan innehållet sträcka sig in i paddingen. Inga delar av ikonen får gå utanför rutnätet.



Ikoner mini ritas i ett 20 x 20 pixlar stort grid med 2 pixlars padding. Live area på 16 x 16 pixlar.



Ikoner ritas i ett 24 x 24 pixlar stort grid med 2 pixlars padding. Live area på 20 x 20 pixlar.



Illustrationsikoner ritas i ett 96 x 96 pixlar stort grid med 4 pixlars padding. Live area på 88 x 88 pixlar.

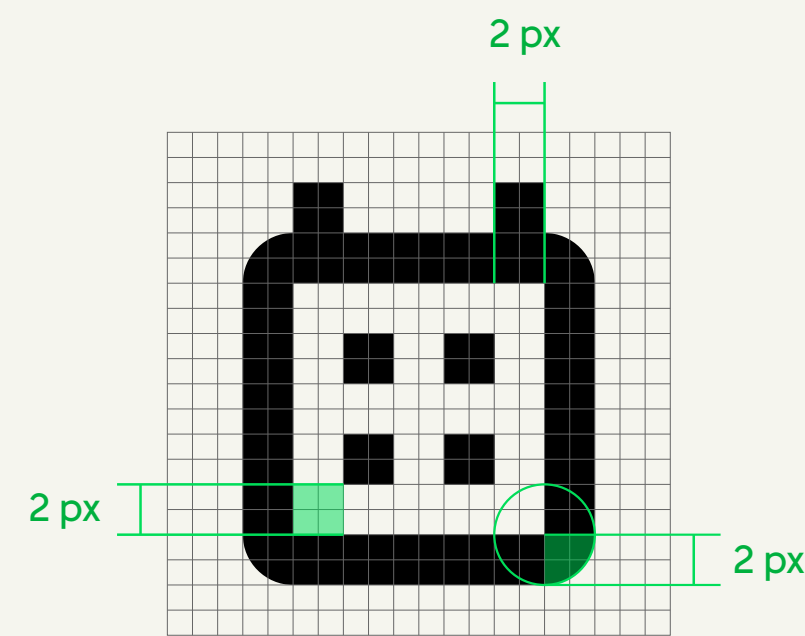
5. Ikonografi

Tjocklek, hörn och avslut för linjer

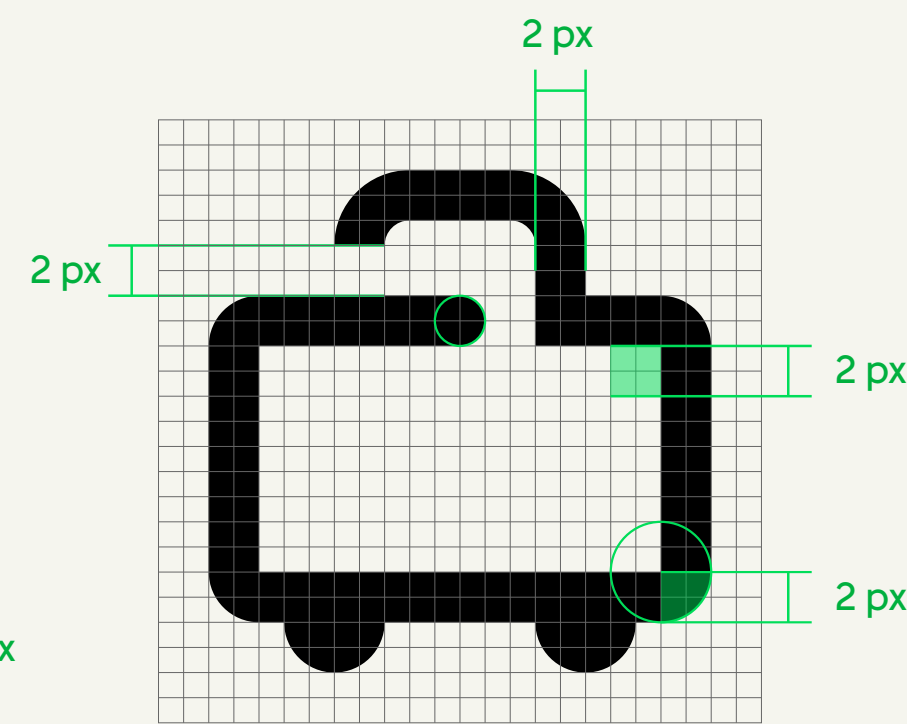
För att skapa ett sammanhållet uttryck ritas vi våra ikoner i vissa specifika linjetjocklekar och med konsekventa hörnavrundningar.

Pixelperfekt

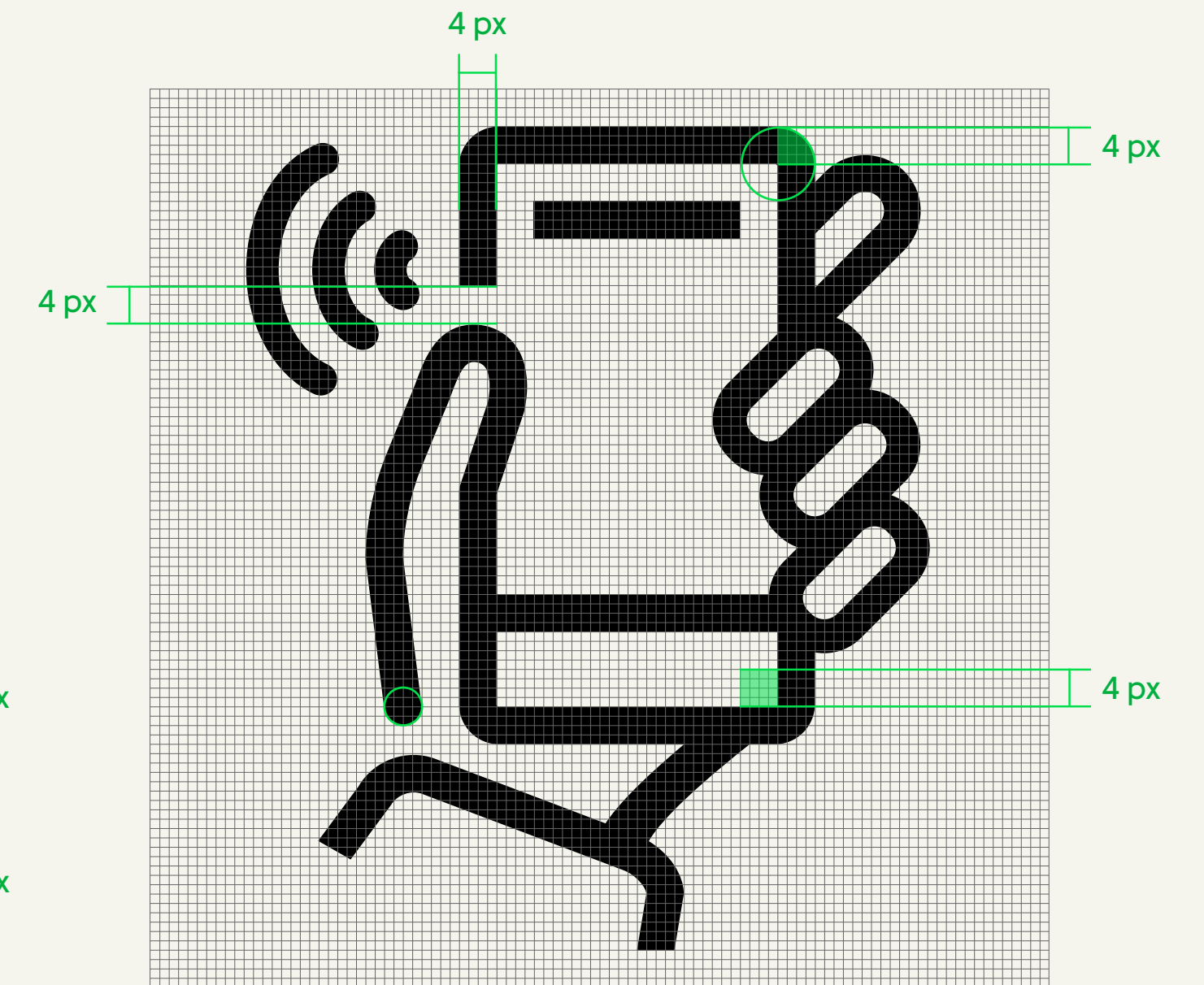
För att ikonerna ska se skarpa ut på skärm eller undvika att ikonerna förvrängs är det viktigt att rita dem "pixelperfekt" på rutnätet.



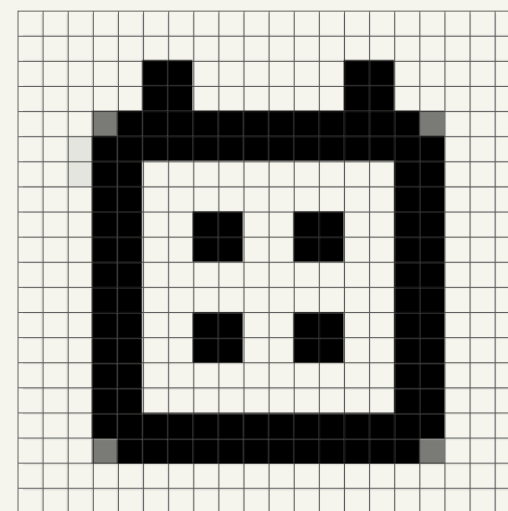
Ikoner mini ritas med en linjetjocklek på 2 px och med en hörnradie på 2 px.



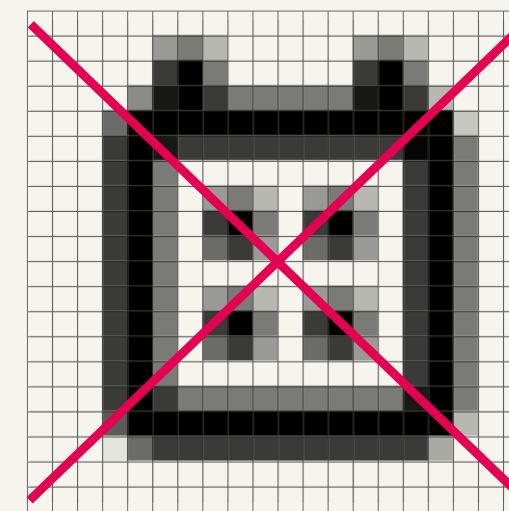
Ikoner ritas med en linjetjocklek på 2 px och med en hörnradie på 2 px.



Illustrationsikoner ritas med en linjetjocklek på 4 px och med en hörnradie på 4 px.



Placera ikoner "on-pixel" på exakta koordinater i rutnätet. Se till att alla objekt hamnar på jämna koordinater och att alla objekt ritas i heltal.

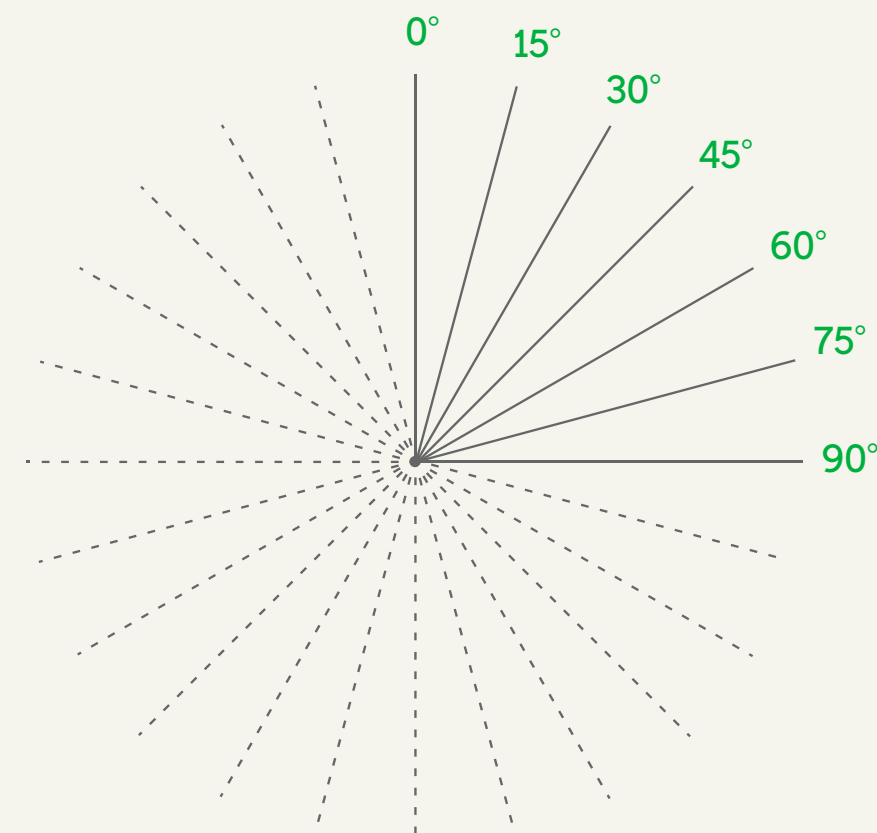


Undvik att placera ikoner "off-pixel" i rutnätet.

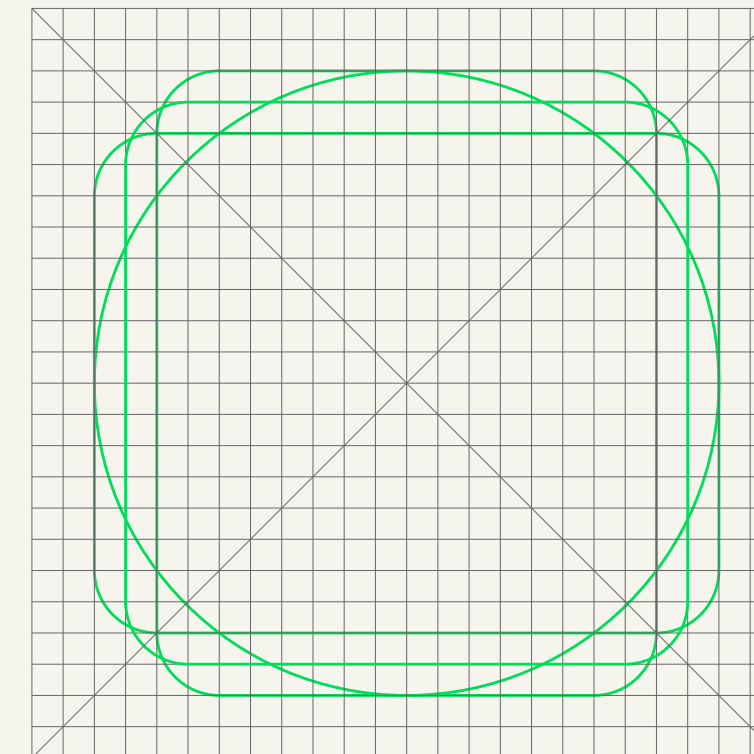
5. Ikonografi

Vinklar, proportioner och geometri

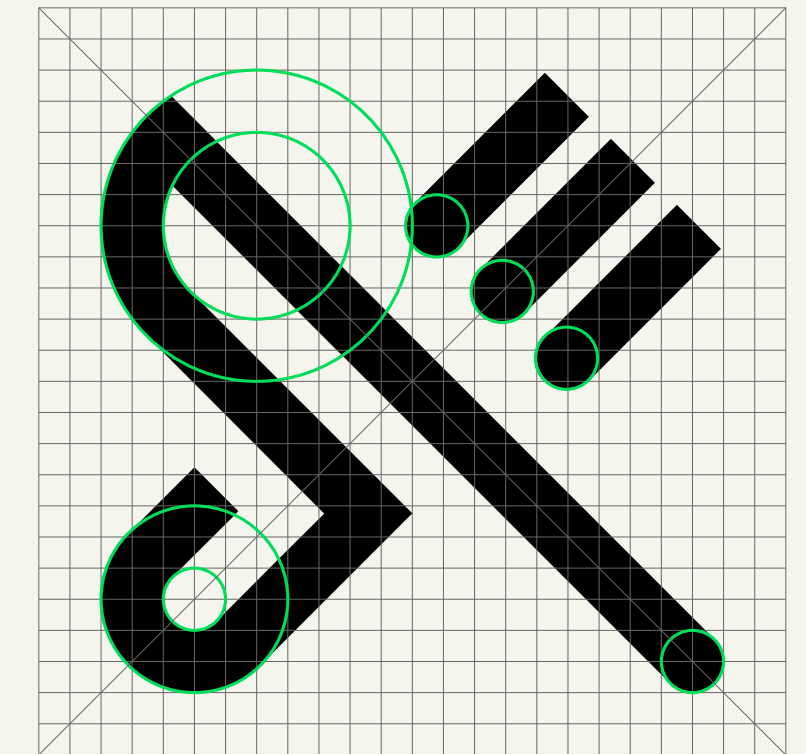
Rutnätet innehåller tydliga regler för en konsekvent positionering av grafiska element. Genom att följa dessa riktlinjer och geometriska mallar bibehåller vi konsekventa visuella proportioner för alla ikoner.



Godkända vinklar: 15°, 30°, 45°, 60°, 75° och 90°.



Våra ikoner uppträder ofta bredvid varandra, vilket gör att de behöver uppfattas som att de är lika stora. För att få rätt proportioner finns mallar för olika former att förhålla sig till i gridet.

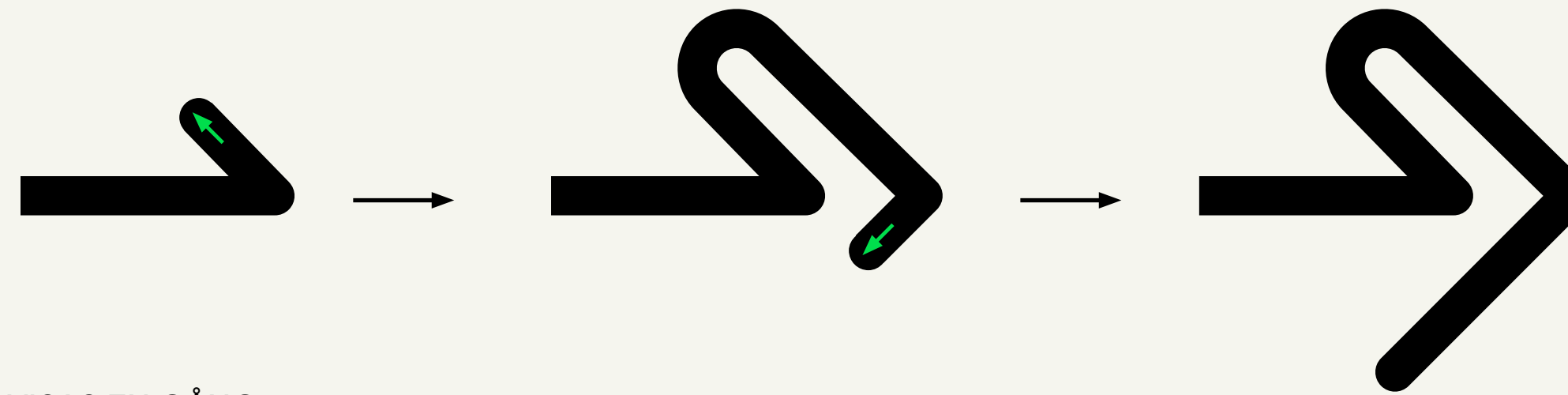


Använd geometriska former för att bygga upp ikonen, ej linjer.

5. Ikonografi

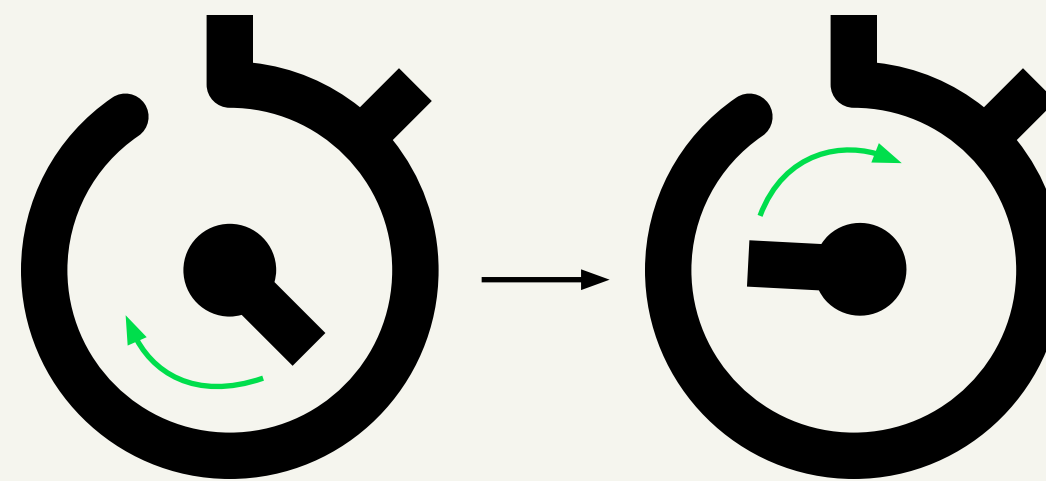
Animering av ikoner

Genom att animera våra ikoner kan vi göra dem både tydligare och samtidigt förstärka det härliga och enkla. Animeringarna kan göras på tre sätt; en rörelse som visas en gång, en rörelse som pågår hela tiden eller en rörelse som aktiveras när man interagerar med ikonen.



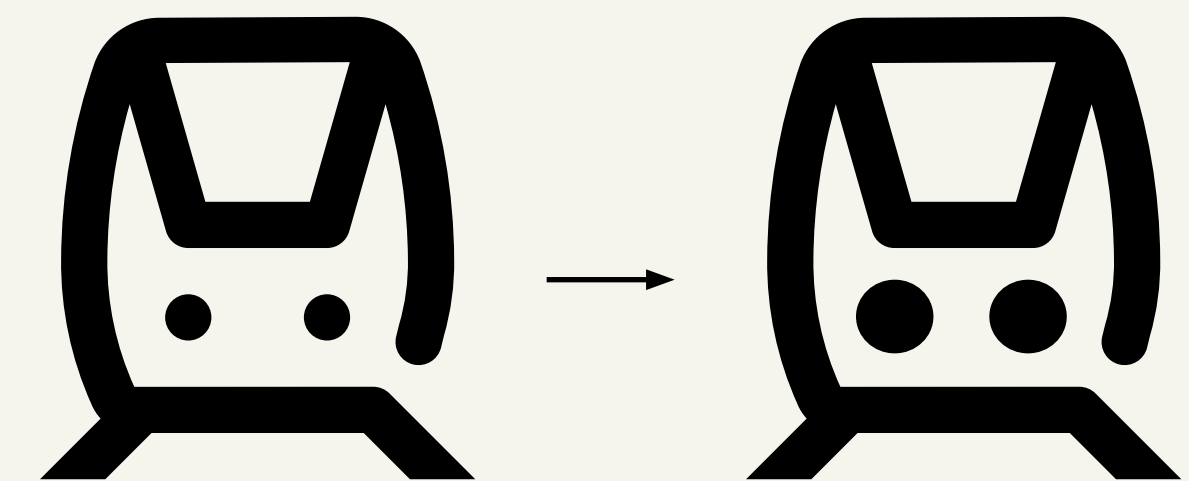
VISAS EN GÅNG

Ikoner kan animeras upp och knyter då samman två punkter, precis som resan med tåget.



PÅGÅR HELA TIDEN

Animation som kan pågå subtilt hela tiden där visare snurrar i tidtagaruret.



VID INTERAKTION

Animation som startar när man för musen över eller klickar på ikonen.

6. Pratlådor

När ett budskap eller information behöver lyftas fram lite extra i layouten kan det vara bra att använda sig av våra pratlådor.

6. Pratlådor

Pratlådor

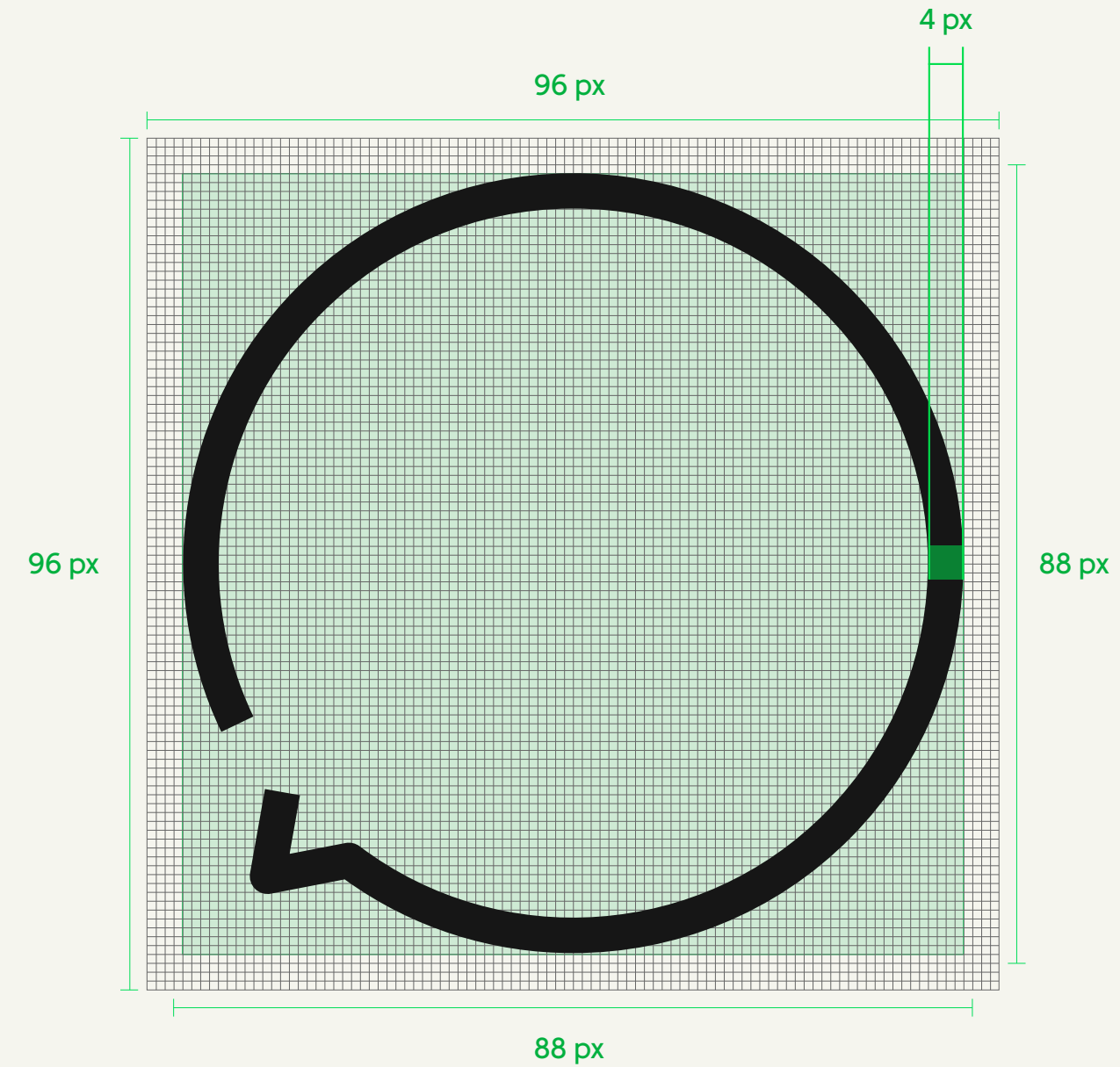
I vissa fall har SJ behov av att lyfta fram vissa budskap lite extra vid till exempel priskampanjer. Då kommer pratlådor väl till hands. Dessa pratlådor har en egen karaktär och hjälper till att stärka SJs personliga röst och gör budskapen mer SJ-unika. Pratlådor kan användas med identitetsfärgerna eller mot bilder.



6. Pratlådor

Konstruktion av pratlådor

Våra pratlådor bygger vidare på linjen och rörelsen från ikoner och bygger på samma grid som för illustrationsikoner.



PRATLÅDOR GRID

Illustrationsikoner ritas i ett 96 x 96 pixlar stort grid med 4 pixlars padding. Live area på 88 x 88 pixlar. Linjetjocklek på 4 px.



TEXT I PRATLÅDOR

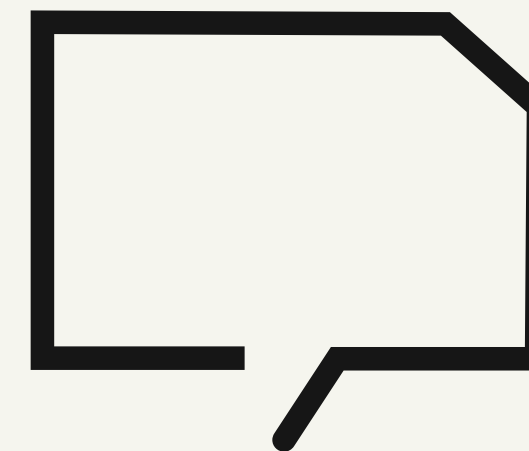
När text ska sättas i formerna är det viktigt att hålla god marginal till ytterformen.



PRATLÅDA RUND

Pratlada_Rund_RGB_SJ.ai
För digitalt bruk.

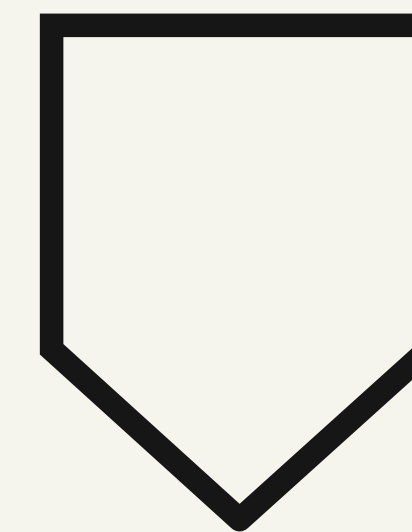
Pratlada_Rund_CMYK_SJ.ai
För tryck



PRATLÅDA REKTANGEL

Pratlada_Rektangel_RGB_SJ.ai
För digitalt bruk.

Pratlada_Rektangel_CMYK_SJ.ai
För tryck



PRATLÅDA PIL

Pratlada_Pil_RGB_SJ.ai
För digitalt bruk.

Pratlada_Pil_CMYK_SJ.ai
För tryck

7. Tonläge

Hur vi uttrycker oss påverkar vilken känsla man får av SJ. Det här avsnittet behandlar i korthet vårt tonläge när vi pratar.



Kollektivt och mänskligt

Vare sig vi pratar om tekniska innovationer, funktionella lösningar eller individuella framgångar pratar vi utifrån ett mänskligt och vi-orienterat perspektiv. Vi framhäver fördelarna av gemenskap och berättar hur vi jobbar tillsammans i team.

Vi frågar varandra, våra resenärer och våra partners om hjälp och vi bekräftar varandra, ser allas värde, lyssnar och förstår.

Varm och betryggande optimism

Vi vill representera optimism och en ljus framtid och en möjliggörande inställning. Vi är därför uppmuntrande och vänder frågor till det positiva genom att bekräfta andras upplevelser, men också föreslå lösningar.

Vi respekterar den känslomässiga och sinnliga upplevelsen, och uttrycker oss gärna med värme och tillgänglighet genom att uttryckligen inkludera medmänniskor på ett jämlikt sätt. Vi pratar inte om hierarkier, utan visar att vi alla är på samma nivå. Om vi har misslyckats, vågar vi stå för det men förklarar också varför och hur vi avser ta oss vidare.

Vi visar också förståelse för våra resenärers misstag, och lyssnar till deras berättelse. Vi undviker att lämna frågor hängande i luften.

Inkludering och förankring

Vi uttrycker oss lättbegripligt och praktiskt applicerbart på människors vanliga liv och vardag, utifrån ett användarperspektiv. Vi använder talspråk och undviker svåra ordval enbart vissa grupper av människor förstår.

Vi uttrycker kontinuitet genom att referera till och välkomna traditioner, vanor och återkommande händelser. Vi är vägledande och underlättande genom att visa framförhållning, vara konstruktiva och praktiskt möjliggörande. Vi undviker att komplicera saker.

Vi är respektfulla, opretentiösa och ödmjuka, vi är villiga att kompromissa och svälja vår stolthet för en god anledning, men kompromissar inte för individuella syften på bekostnad av allmänhetens bästa.

8. Dotterbolag

SJ använder ett och samma varumärke för hela verksamheten, ett så kallat "varumärkt hus". Detta kräver tillämpning av deskriptiva beteckningar för att särskilja och tydliggöra verksamhetsdelar och erbjudanden från varandra. I det här kapitlet finns riktlinjer för hur och var dotterbolag kommuniceras. Den visuella identiteten är samma som för hela varumärket.

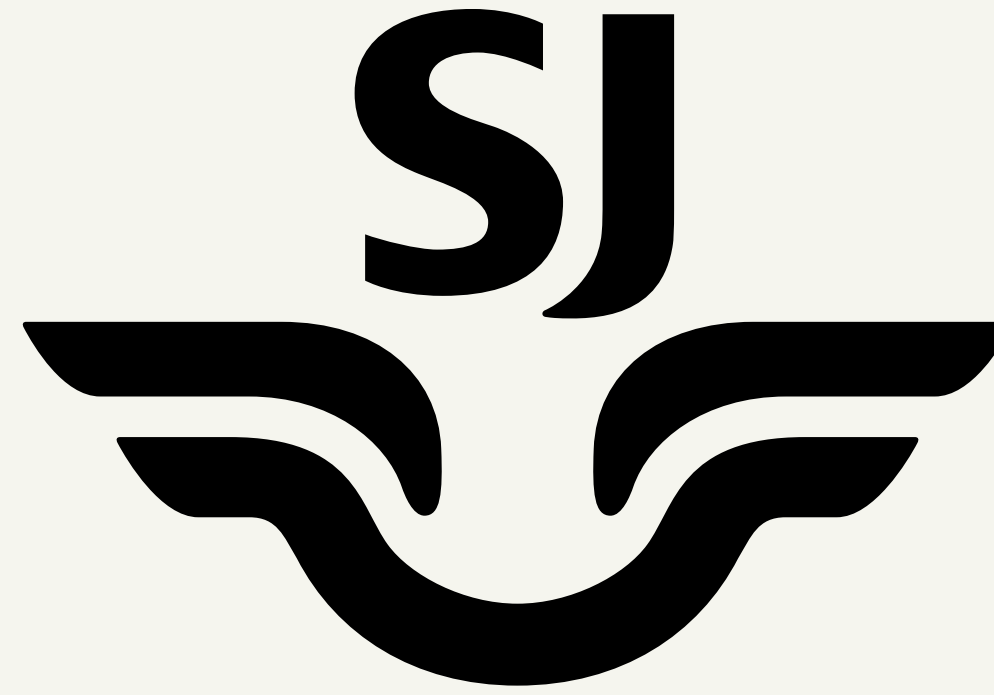
8. Dotterbolag

SJ Götalandståg – SJ Stockholmståg

Logotyp

Sjs logotyp separeras alltid från namnet på dotterbolagen.

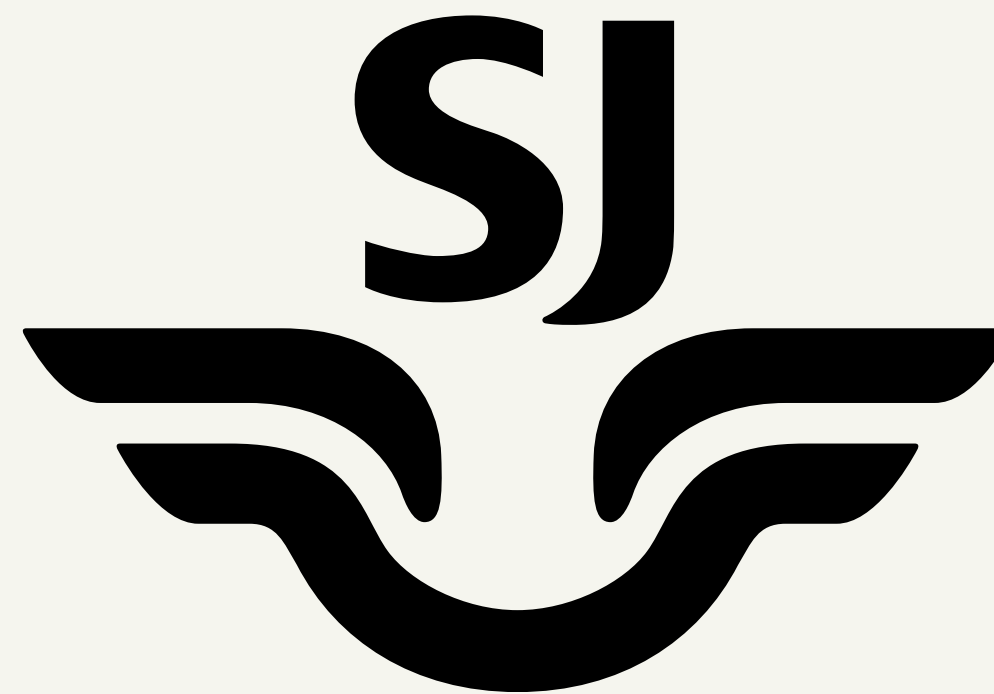
Götalandståg och Stockholmståg är en deskriptiv beteckning, d v s beskrivning av en verksamhetsdel inom SJ-koncernen. SJ Götalandståg och SJ Stockholmståg skrivs i text i Sjs identitetstypsnitt.



SJs logotyp separeras alltid från namnet SJ Götalandståg.



SJ Götalandståg



SJs logotyp separeras alltid från namnet SJ Stockholmståg.



SJ Stockholmståg

8. Dotterbolag SJ Götalandståg – SJ Stockholmståg

Förbjudet

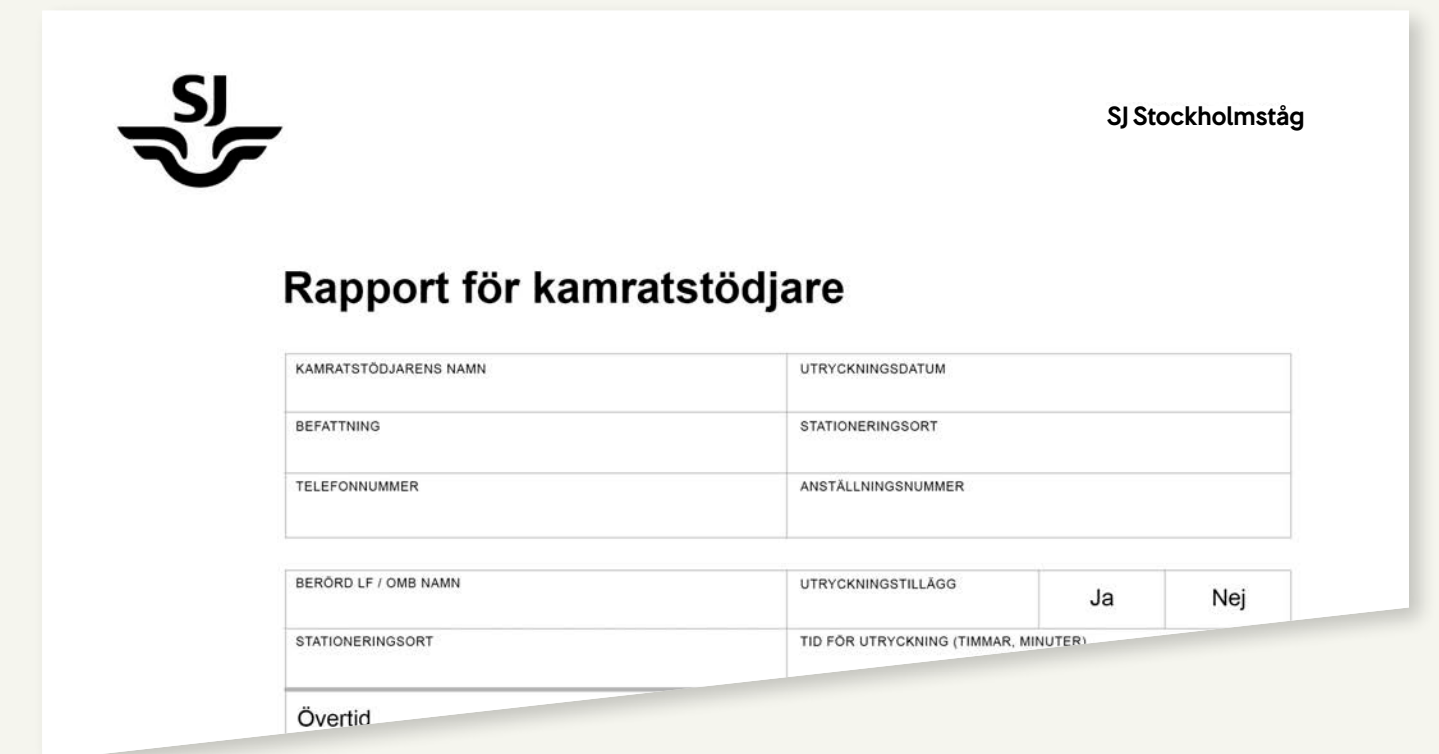
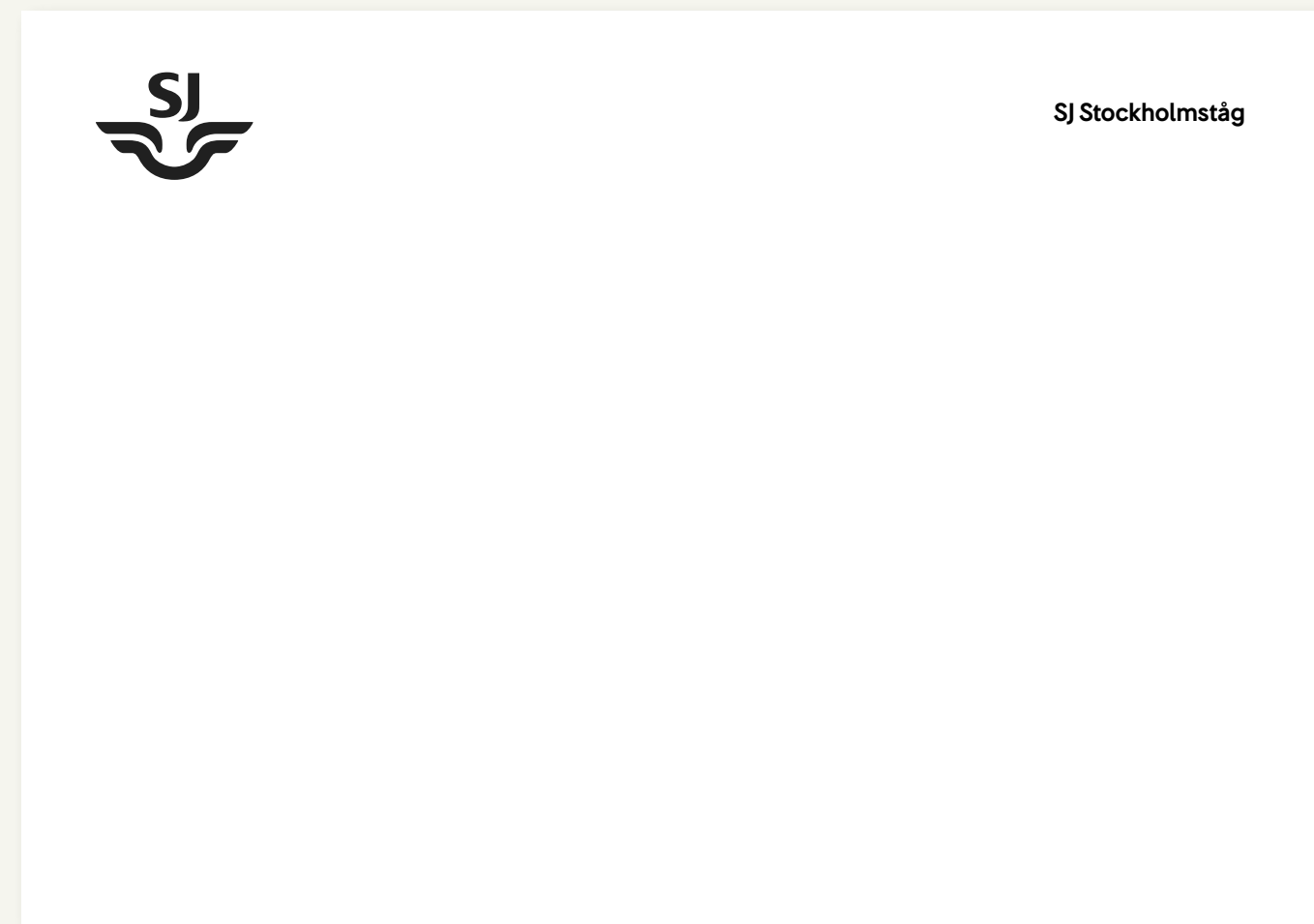
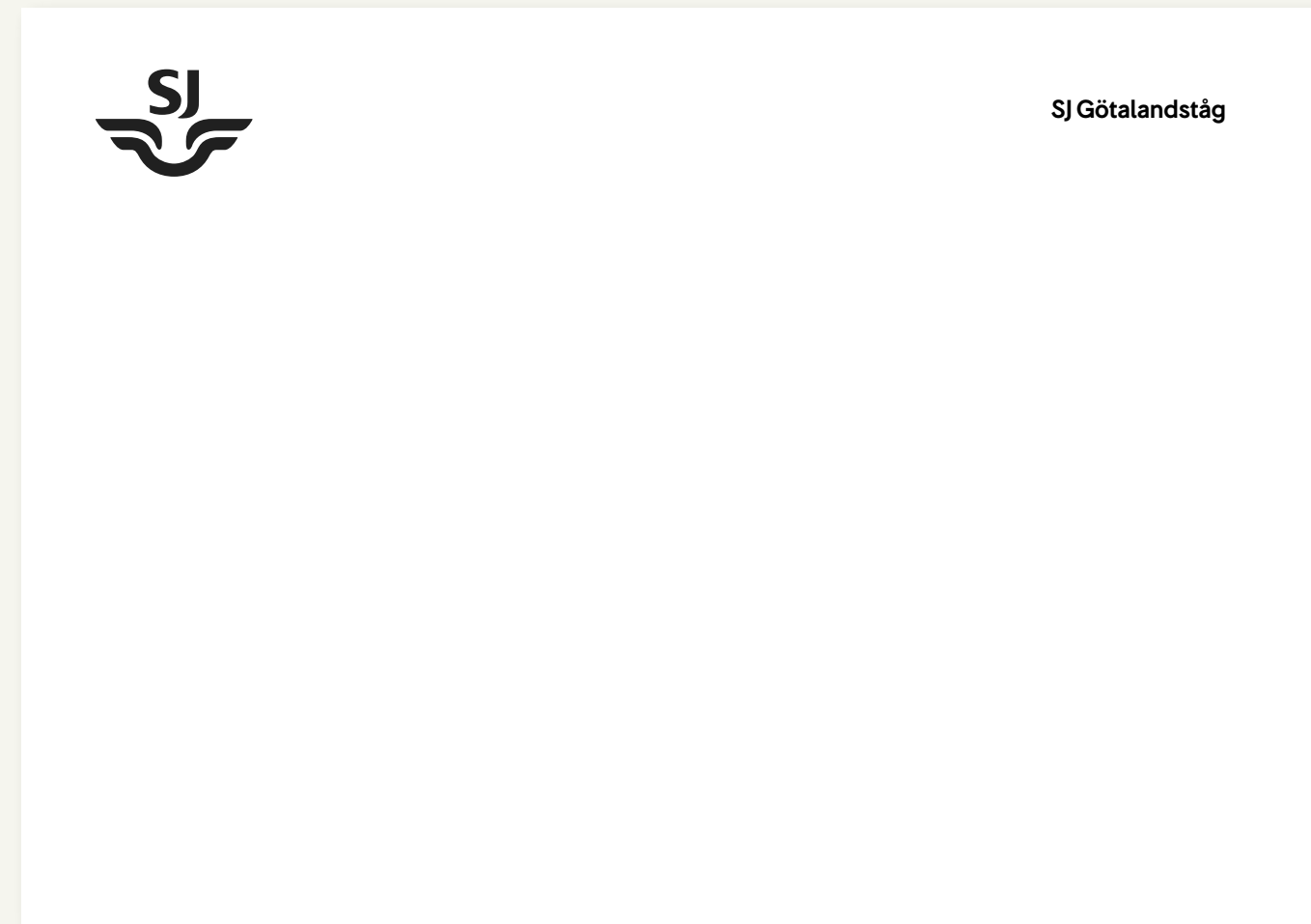
Sjs logotyp är unik. Den får inte förändras eller manipuleras formmässigt på något sätt. Ingen egen logotyp används för SJ Götalandståg eller SJ Stockholmståg.



8. Dotterbolag SJ Götalandståg – SJ Stockholmståg

Exempel dokument

Använd en mall och en riktlinje till alla dokument.



8. Dotterbolag SJ Götalandståg – SJ Stockholmståg

Exempel korrespondens

SJ Götalandståg och SJ Stockholmståg skrivs som namn och i löpande text.

SJ Götalandståg AB och SJ Stockholmståg AB skrivs i samband med bolagsfakta eller tillsammans med fullständig adress.

grupperna tidig/sen etc om det skulle uppstå vakanser på

4. Tjänstlediga mer än 50 % av året kommer inte att placeras
5. Sökning sker enligt bifogad sökningslista.
6. Ofullständig ifylld valblankett gäller inte då hamnar man si
7. Under sommaren anpassas grupperna till sommartrafiken.
8. Har du problem med att fylla i din ansökan ta kontakt med så hjälper de dig.

Grupp-valet börjar gälla **7/1**

Din ansökan ska vara inne senast **28/11 kl: 08:00**

Långtidsplaneringen, SJ Götalandståg

*SJ Götalandståg och SJ Stockholmståg
som namn och i löpande text.*

SJ GÖTALANDSTÄG AB
BURGGREVEGATAN 4
411 08 GÖTEBORG

DIARIET@SJ.SE
ORGANISATION NO 556083-2098
+46 (0) 10 751 60 00

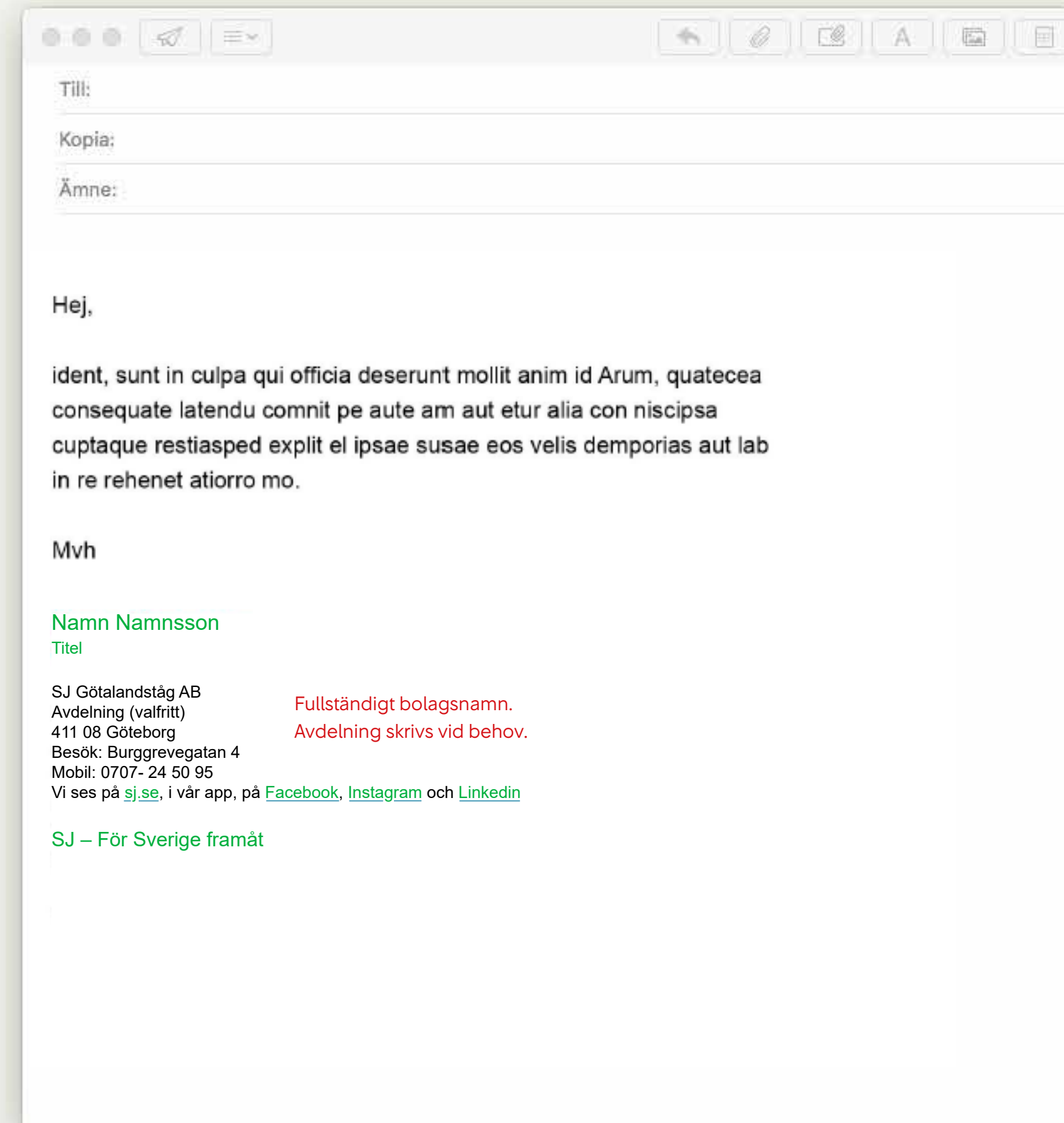
*SJ Götalandståg AB och SJ Stockholmståg AB skrivs i samband
med bolagsfakta eller tillsammans med fullständig adress.*

8. Dotterbolag SJ Götalandståg – SJ Stockholmståg

Exempel mejlsignatur

SJ Götalandståg och SJ Stockholmståg skrivs som namn och i löpande text.

SJ Götalandståg AB och SJ Stockholmståg AB skrivs i samband med bolagsfakta eller tillsammans med fullständig adress.



8. Dotterbolag

SJ Götalandståg – SJ Stockholmståg

Exempel skylt

AB skrivs ut i samband med postadress samt för att förtydliga fler bolag på samma adress. Tydlig separering av logotyp och deskriptiv text.



Tydlig separering av logotyp och deskriptiv text, genom avstånd och text materialval.

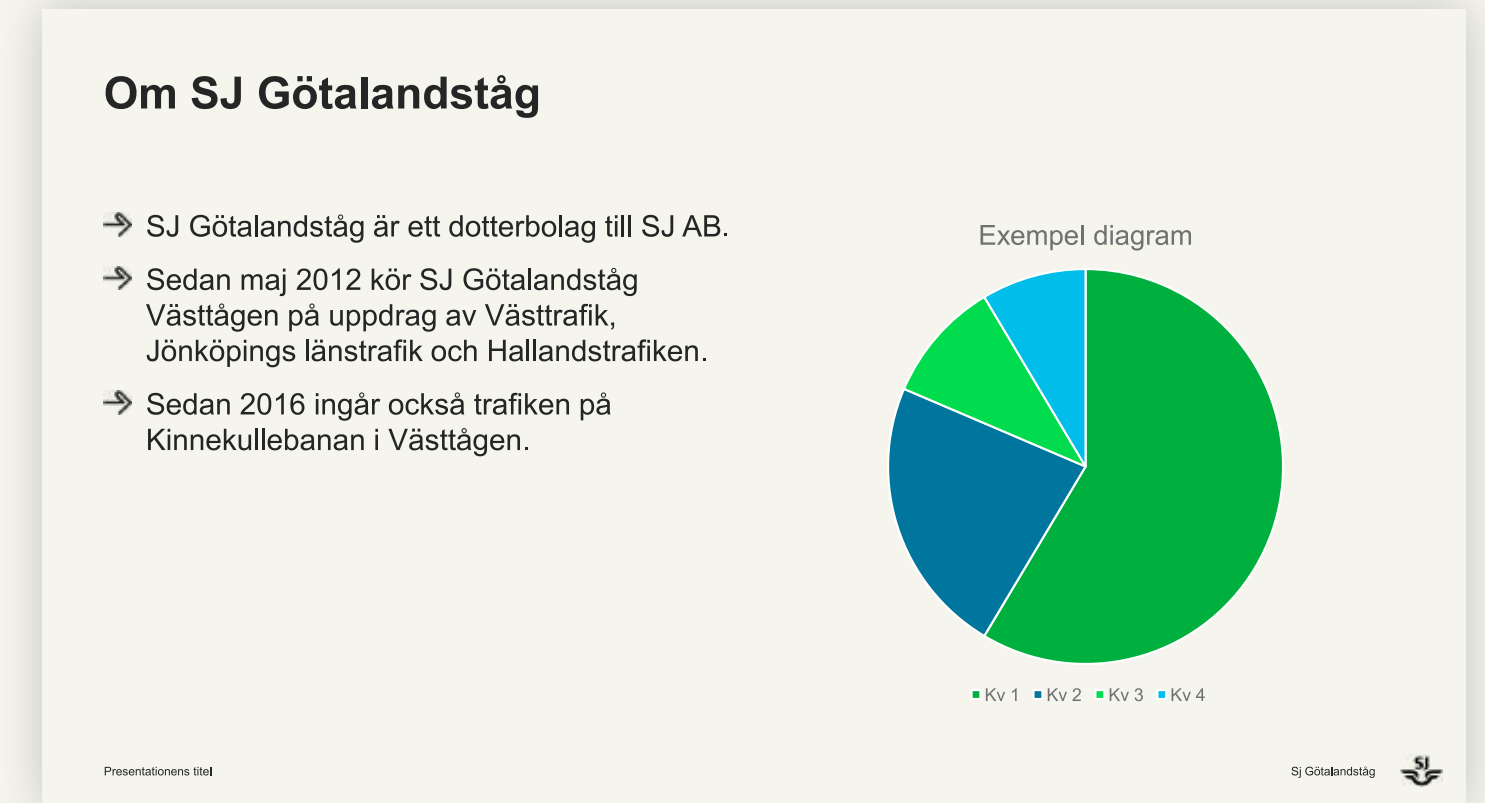
8. Dotterbolag SJ Götalandståg – SJ Stockholmståg

Exempel PowerPoint SJ Götalandståg

Tydligt och konsekvent. Utgå alltid från Sjs befintliga PowerPoint-mall.



Startsida SJ Götalandståg.

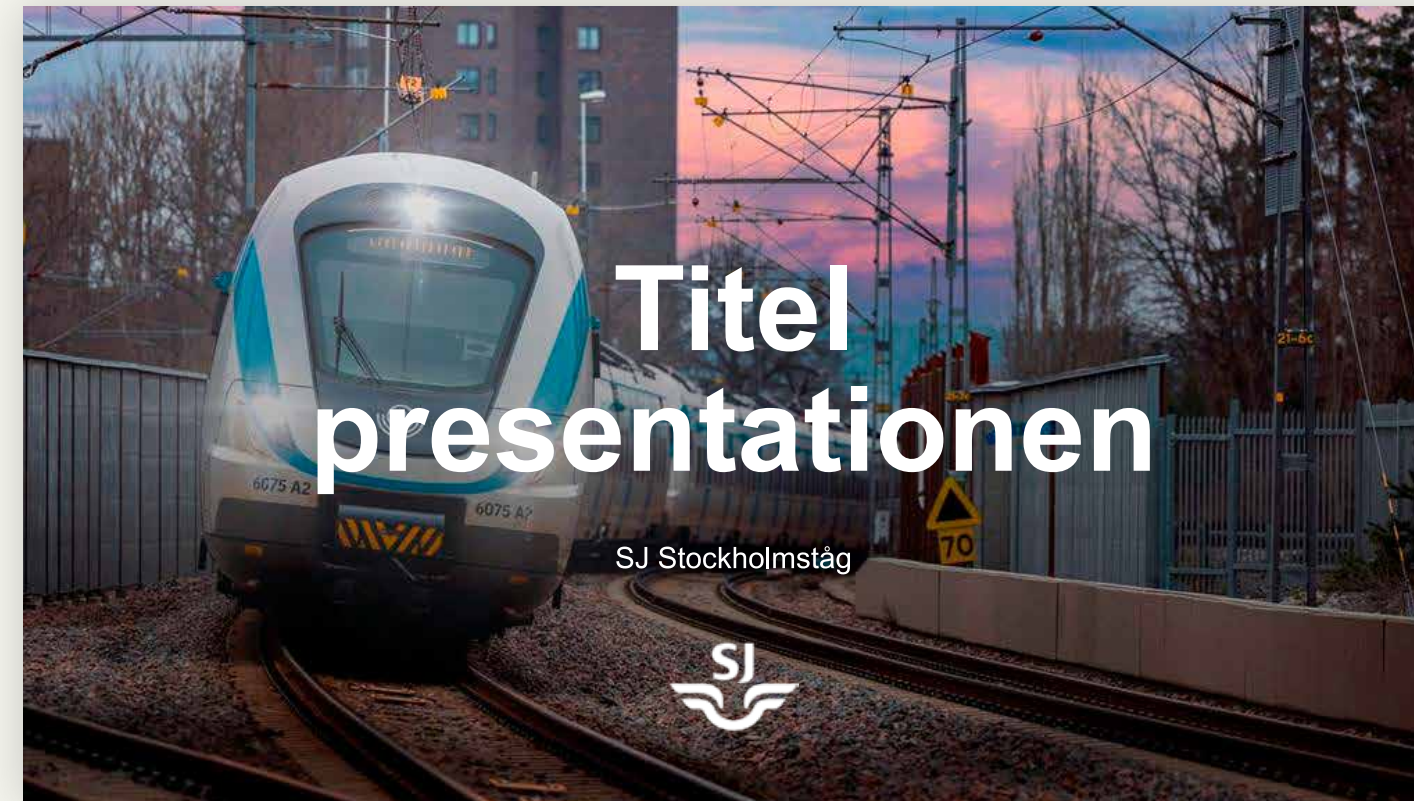


"SJ Götalandståg AB" skrivs ut i samband med bolagsfakta.

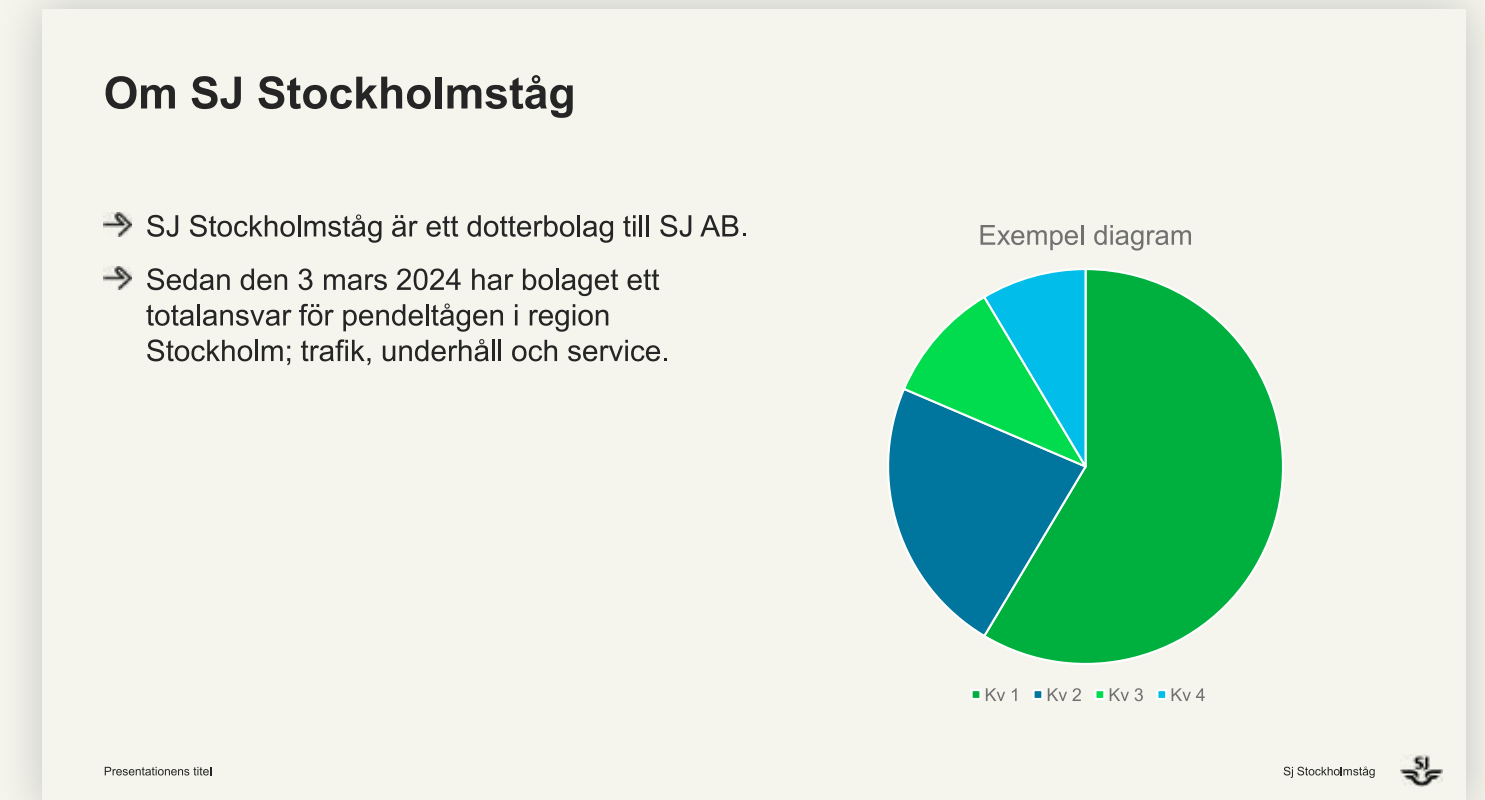
8. Dotterbolag SJ Götalandståg – SJ Stockholmståg

Exempel PowerPoint SJ Stockholmståg

Tydligt och konsekvent. Utgå alltid från Sjs befintliga PowerPoint-mall.



Startsida SJ Stockholmståg.



"SJ Stockholmståg AB" skrivs ut i samband med bolagsfakta.

8. Dotterbolag

SJ Götalandståg – SJ Stockholmståg

Exempel avtal, föreskrifter etc

I löpande text skrivs fullständigt namn ut;
SJ Götalandståg, SJ Stockholmståg.
Alternativt används förkortning "SJG", "SJS".
Avtal utfärdade av SJ Götalandståg och
SJ Stockholmståg skrivs på mallar i enlighet
med blanketter.

8. Dotterbolag SJ Götalandståg – SJ Stockholmståg

Exempel giveaways

På giveaways kommuniceras i första hand SJ. Med olika text- och bildbudskap kan man berätta unika budskap. Använd identitetsverktygen och var tydlig med avsändaren, SJ logotypen.



SJ Götalandståg används här som rubrik i SJ Sans, tillsammans med en pratbubbla. SJ är stolt avsändare, här på baksidan.

Tack!

För frågor kontakta:

Maria Höglund
Marknadschef
maria.hoglund@sj.se

Margareta Lindén
Projektledare
margareta.linden@sj.se