



Sveriges lantbruksuniversitet
Swedish University of Agricultural Sciences

Varumärkesmanual

Brand Manual

Producerad av SLU:s kommunikationsavdelning 2011

inom ramen för projektet varumärkesmanual för SLU.

Projektsvarig: Tina Zethraeus

Projektleddare: Maria Widén

Grafisk form: Maria Widén

Text: Li Gessbo, Mikael Propst, Jorja Scholes, Sofia Ljungman

Översättning: Maxwell Arding

Illustrationer: Fredrik Saarkoppel, Kobolt Media AB

Tryck: Davidsons tryckeri, december 2011

Papper: Invercote creato 240 gr och Artic matt 150 gr

Stort tack till övriga vid SLU som bidragit till denna manual
samt Pangea design.

Produced by the Division of Communication at SLU, 2011

within the framework of the Brand Manual project for SLU.

Project manager: Tina Zethraeus

Project leader: Maria Widén

Graphic design: Maria Widén

Text: Li Gessbo, Mikael Propst, Jorja Scholes, Sofia Ljungman

Translation: Maxwell Arding

Illustrations: Fredrik Saarkoppel, Kobolt Media AB

Printed by: Davidsons tryckeri, December 2011

Paper: Invercote creato 240g and Artic matt 150g

A big thank you to all others at SLU who contributed to
the Brand Manual project, as well as Pangea design.

Varumärkesmanual

Brand Manual



— *Du är viktig!*
— *You matter!*

Foto/Photo: Jenny Svernnäs-Gillner, SLU

Ett SLU – du är ambassadör

I din hand håller du SLU:s varumärkesmanual. Här finns riktlinjer för hur vi tydliggör vårt varumärke med gemensamma verktyg. Att vi är konsekventa i vår användning av logotyp, färg, bild och språk leder till att universitetet blir en tydlig och trovärdig avsändare. Det ökar också möjligheterna till igenkänning.

SLU:s varumärke ska signalera att vi är ett universitet i världsklass inom livs- och miljövetenskaper. Du är en viktig förmedlare av SLU:s varumärke. Tillsammans ska vi visa att vi är ett universitet, ett SLU.

You are an ambassador
for a united SLU

You are holding SLU's Brand Manual. Here you will find guidelines on how we use common tools to create a clear profile. We must be consistent in our use of logotype, colour, image and language, so that the university is perceived as a clear and credible communicator. This will also improve the chances of recognition.

SLU's brand should signal that we are a world-class university in the fields of life and environmental sciences. You are an important ambassador for SLU's brand. Together we will demonstrate that we are one university – a united SLU.

Lisa Sennerby Forsse
Rektor/Vice Chancellor

Innehåll

- 7 Riktlinjer
- 9 Om varumärken
- 11 Text och språk
- 17 Logotyp
- 25 Grafiskt element
- 27 Färger
- 29 Märken
- 30 Flera logotyper
- 33 Typsnitt
- 35 Bild
- 39 Profilprodukter
- 41 Mallar
- 45 Digitala medier

Contents

- 7 Procedures
- 9 About brands
- 11 Text and language
- 17 Logotype
- 25 Graphic element
- 27 Colours
- 29 Badges
- 31 Several logotypes
- 33 Fonts
- 35 Images
- 39 Profile products
- 41 Templates
- 45 Digital media

Varumärket SLU

SLU:s varumärke utgörs av vårt namn, vår logotyp och de värden som dessa representerar. I den här tryckta manualen finns de övergripande riktlinjerna för SLU:s varumärke. På SLU:s webbplats finns mer hjälp såsom mallar, anvisningar och kontaktpersoner. Kommunikationsavdelningen ansvarar för att riktlinjerna tas fram, finns tillgängliga och utvecklas.

Riktlinjerna för SLU:s varumärke gäller alla enheter som är en del av universitetet och all den information som i SLU:s namn sprids inom och utanför universitetet. Kom ihåg att alltid kontakta kommunikationsavdelningen vid större kommunikationsinsatser eller om du har frågor.

The SLU brand

SLU's brand comprises our name, our logo and the values they represent. This printed manual contains the general guidelines for SLU's brand. More help is available on SLU's website in the form of templates, instructions and contact persons. The Division of Communication is responsible for ensuring that guidelines are drawn up, made available and developed.

SLU's brand guidelines apply to all units that are part of the university, and all information disseminated in SLU's name within and outside the university. Remember always to contact the Division of Communication if you are involved in a major communication initiative or if you have any questions.

Du är en av oss

Det är viktigt för mottagaren att det tydligt framgår vem som är avsändare av ett budskap. Det är även viktigt rent juridiskt att veta vem som är ansvarig för det som förmedlas från SLU.

Bedrivs verksamheten under SLU:s organisationsnummer? I så fall ska SLU vara avsändare. Organisationsnummer i Sverige avser en juridisk person med både rättigheter och skyldigheter.

Enligt marknadsföringslagen ska det tydligt framgå vem som svarar för marknadsföringen. Därför är det viktigt att alla vi som är en del av verksamheten under SLU:s organisationsnummer tydligt anger SLU som avsändare vid all form av marknadsföring. På exempelvis inbjudningar, platsannonser, webbsidor och trycksaker ska mottagaren enkelt uppfatta att SLU är avsändaren.

>>> <https://internt.slu.se/kommunikation>

You are one of us

It is important to the recipient that the identity of the sender of a message is clear. In purely legal terms, it is also important to know who is responsible for information communicated by SLU. Are the activities conducted under SLU's registration number? If so, SLU should be named as the sender. Swedish registration numbers refer to legal entities, having rights as well as obligations.

Under the Swedish Marketing Act, the identity of the person responsible for marketing must be clearly evident. It is therefore important in all forms of marketing that everyone involved in activities conducted under SLU's registration number makes it clear that SLU is the sender. For instance, those receiving invitations or reading job advertisements, websites and printed matter should easily be able to see that SLU is the sender.

>>> <https://internt.slu.se/communication>



202100-2817

”Vid SLU, Sveriges lantbruksuniversitet, publiceras varje år ...”

“Every year the Swedish University of Agricultural Sciences, SLU, publishes...”



SLU Alnarp
SLU Skara
SLU Umeå
SLU Uppsala

Vad heter vi – på svenska?

Vårt universitet heter:

- SLU
- Sveriges lantbruksuniversitet

I löpande text används förkortningen SLU. Dock ska hela namnet skrivas ut första gången. *Exempel: Forskare vid SLU, Sveriges lantbruksuniversitet, har upptäckt . . .*

Fakulteter, institutioner, områden, enheter, avdelningar och utbildningsprogram ska skriva sitt namn med liten bokstav i löpande text. *Exempel: Forskare vid institutionen för energi och teknik har upptäckt . . .*

SLU:s orter skrivs som SLU Grimsö, SLU Wången, osv.

Det är viktigt att vi använder enhetliga benämningar för vårt universitet. Det ska vara enkelt att förstå vilken enhet som är avsändare. Vid vetenskaplig publicering krävs rätt namn på universitetet. Det påverkar SLU:s vetenskapliga anseende och våra forskningsanslag.

>>> <https://internt.slu.se/sprak>

What is our name – in English?

Our university is called:

- The Swedish University of Agricultural Sciences
- In English our full name is used primarily but in running text you can use the abbreviation, SLU.

Faculties, departments, fields, units, divisions and education programmes should write their name in English using capital letters for every significant word in running text. Example: Researchers at the Department of Energy and Technology have...

SLU's various centres are always written as SLU Grimsö, SLU Wången and so on.

It is important that we use correct and uniform names for our university, especially in the context of scientific publications. This has an impact on SLU's scientific reputation and our research appropriation. It should be easy to understand which unit at SLU is the sender.

>>> <https://internt.slu.se/language>

Ett universitet, två språk

SLU är ett tvåspråkigt universitet där information ska finnas på både svenska och engelska.

Tvåspråkigheten innebär till exempel:

- styrdokument ska finnas på både svenska och engelska
- all administrativ dokumentation ska vara tvåspråkig
- där det finns medarbetare eller studenter som inte talar svenska ska all skriftlig information finnas på båda språken
- muntlig information vid institutionsmöten och liknande är på engelska om inte alla förstår svenska
- på grundutbildningarna är det svenska språket i fokus, på avancerade utbildningar och forskarutbildning är engelskan i fokus

Tvåspråkighet är ett ambitiöst mål för SLU som vill vara ett universitet i världsklass inom livs- och miljövetenskap.

>>> <https://internt.slu.se/sprak>

One university, two languages

SLU is a bilingual university, where information should be available in both Swedish and English.

These are some implications of this bilingual approach:

- governing documents should be available in Swedish and English
- all administrative documentation should be in the two languages
- where there are employees or students who do not speak Swedish, all written information should be available in both languages
- oral information at departmental meetings and the like is given in English if everyone does not understand Swedish
- The emphasis is on Swedish in first-cycle programmes; English is the main language on second and third-cycle programmes

The parallel use of two languages is an ambitious goal for SLU, whose aim is to be a world-class university in the fields of life and environmental sciences.

>>> <https://internt.slu.se/language>

Christina Fröberg

Student på trädgårdsingenjör – odling

Joe Wastie

Master's student: Ecology

Använd klarspråk!

Att använda klarspråk handlar om att uttrycka sig lättbegripligt och att anpassa språket till mottagaren. Det är lag på att myndigheter ska använda klarspråk, så det är viktigt att du som representerar SLU tänker på att:

- uttrycka dig begripligt
- följa svenska skrivregler och myndigheternas skrivregler
- möta läsaren/lyssnaren med en respektfull ton
- klarspråkskravet gäller även om du uttrycker dig på andra språk än svenska

Det är vi tillsammans, anställda och studenter, som fyller varumärket SLU med dess värden. Att möta omvärlden i en respektfull dialog som anpassats till målgruppen är ett sätt att stärka varumärket SLU.

Use plain language!

Using plain language is about expressing yourself in a way that is easy to understand, and adapting your language to the recipient. It is a legal requirement that public authorities and agencies use plain language, so if you represent SLU, remember:

- to express yourself comprehensibly
- abide by Swedish writing rules and the rules for writing official material
- address the reader/listener in a respectful tone
- the need to use plain language also applies if you express yourself in languages other than Swedish

Together, we the employees and students impart value to the SLU brand. Meeting the world around us in a respectful dialogue adapted to the target group is a way of enhancing the SLU brand.





Det här är vår logotyp.

SLU:s logotyp består av en symbol som är grön (som naturen) och röd (som blodet) tillsammans med ordbilden "SLU" i grön färg. Den kännetecknar vår verksamhet: det levande.

Logotypen är den yttersta förmedlaren av vår visuella identitet och utgör en bärande del av vårt varumärke. Det är därför väldigt viktigt att:

- logotypen inte förändras eller förvanskas. Det innebär att den till exempel inte får beskäras eller ändras i proportioner. Den får heller inte ingå i andra symboler, logotyper, märken eller liknande.
- den används när SLU är avsändare
- den används mot vit bakgrund för att framstå tydligare

Logotypen utarbetades av hovkalligraf Lars Laurentii och togs i bruk den 1 januari 1996. I december 2011 antogs en något justerad version av logotypen som är den du ser till vänster.

>>> <https://internt.slu.se/logotyp>

This is our logotype.

SLU's logotype consists of a symbol that is green (as in nature) and red (as in blood) together with the letters "SLU" in green. This is a symbol that reflects the values characterising our activities: living things.

The logo is the ultimate medium for communicating our visual identity and is a central element of our brand. It is therefore essential that:

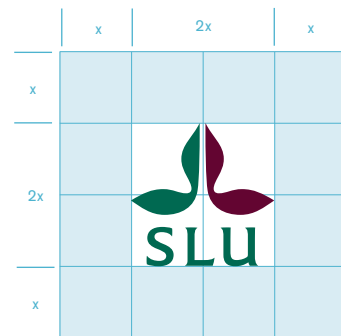
- the logo is not altered or distorted. This means that the logo's proportions must not be adjusted and may not be included in other symbols, logotypes, badges, etc.
- it is used when SLU is the sender
- the logo is always used against a white background so that it stands out even more

The logo was designed by Lars Laurentii, Master of Calligraphy, and was introduced on 1 January 1996. In December 2011 an adapted version of the logo was introduced. This logo is seen on the left.

>>> <https://internt.slu.se/logo>

Lyft fram SLU

Highlight SLU



- ■ ■ Frizonen runt vår logotyp är halva höjden alt bredden, x , åt alla håll.
- ■ ■ The free space around our logo is half of the logo's height or width, x , in all directions.



Pantone: 336 C
 CMYK: C 100, M 0, Y 67, K 47
 RGB: R 0, G 102, B 82
 HEX: #006652
 NCS: S 4550-B90G

- ■ ■ Dessa är SLU:s logotypfärger.
- ■ ■ These are SLU's logotype colours.



Pantone: 209 C
 CMYK: C 21, M 97, Y 35, K 61
 RGB: R 113, G 39, B 61
 HEX: #71273d
 NCS: S 4050-R10B

SLU:s logotyp ska alltid ha en väl synlig placering i alla våra produkter. När det gäller trycksaker, som till exempel tidskrifter, ska SLU:s logotyp finnas på framsidan.

Logotypen ska ha luft runt om för att tydligt framträda, respektera därför logotypens frizon.

SLU:s gröna och röda färg får inte finnas någon annanstans än i logotypen. Toningar av logotypfärgerna får inte heller användas. Använd färgerna i SLU:s färgpalett istället, se sidan 27.

SLU's logotype must always have a very visible position on all SLU products. When it involves printed material, for example, journals, SLU's logo should always be used on the front page.

The logo should have space around it so that it stands out clearly, so respect the free space around the logo.

SLU's green and red colour may not be used anywhere else than in the logo. In addition, the tones of the logo's colours may not be used. The colours in SLU's colour palett can be used instead. Please see page 27.



Logotypvarianter

SLU:s logotyp i färg mot vit bakgrund ska alltid användas när det är möjligt. I de fall det inte går kan istället en svart eller vit logotyp användas. Välj den variant, svart eller vit, som ger störst kontrast och syns bäst mot bakgrunden.

Logotypvarianterna finns endast i svart och vit, inga andra färger får användas.

>>> <https://internt.slu.se/logotyp>

Logotype variants

SLU's logo in colour against a white background should always be used where possible. Where this is not possible, a black or white variant may be used. Use the variant, black or white, that gives the greatest contrast and stands out most clearly against the background.

The logo variants are only available in black and white; no other colours may be used.

>>> <https://internt.slu.se/logo>



Sveriges lantbruksuniversitet
Swedish University of Agricultural Sciences



Sveriges lantbruksuniversitet
Swedish University of Agricultural Sciences

Institutionen för mark och miljö



Sveriges lantbruksuniversitet
Swedish University of Agricultural Sciences

Department of Soil and Environment

När SLU behöver förklaras

Behöver SLU skrivas ut görs det på både svenska och engelska, oavsett språk i det följande innehållet. Detta signalerar att vi är ett tvåspråkigt universitet.

De utskrivna namnen kopplas till logotypen med ett grafiskt element. Det grafiska elementet är en linje i vinkelform och har ett fast läge som inte får ändras. Logotypen med våra utskrivna namn och grafiska element ska alltid placeras i övre vänstra hörnet.

Det kan också vara viktigt att lyfta fram en specifik avsändare inom SLU. Det kan vara en fakultet, kluster, institution, område, centrumbildning, enhet eller avdelning. Namnet på den specifika avsändaren skrivs på en eller högst två rader under linjen i fet stil, som bilderna till vänster visar. Den specifika avsändaren skrivs på antingen svenska eller engelska beroende på vem mottagaren är.

>>> <https://internt.slu.se/logotyp>

Using our names

If SLU's full name needs to be written out, this should be done in both Swedish and English, regardless of the language used in the following content. This signals that we are a bilingual university.

The full name of the university in the two languages is linked to the logo by a graphic element. This is a line in angled form, in a fixed position, which may not be altered. The logo, along with SLU's printed name and graphic element, should always be placed in the top left-hand corner.

It may also be important to highlight a specific sender at SLU. This may be a faculty, cluster, department, field, collaborative centre, unit or division. The name of the specific sender is written in bold on one or two lines at the most, as shown in the illustrations to the left. The name of the specific sender is written either in Swedish or English, depending on the identity of the recipient.

>>> <https://internt.slu.se/logo>

Två linjer i vinkel som grafiskt element

Two lines at an angle as a graphic element

SLU:s grafiska element är en del av den grafiska profilen och ett av kännetecknen för varumärket SLU.

The graphic element is part of SLU's graphic profile and a distinctive feature of the SLU brand.

- svart eller vitt
 - två linjer i vinkel på 90°
 - högst en gång per sida
-
- black or white
 - two lines at an angle of 90°
 - no more than once per page

De återkommande linjerna

För att avgränsa eller framhäva text i ett dokument kan man använda SLU:s grafiska element som består av två linjer i vinkel.

- linjerna har samma tjocklek som logotypens grafiska element
- de två linjerna ska stå mot varandra i en rät vinkel
- linjerna ska vara antingen svarta eller vita
- det ska användas sparsamt – högst en gång per sida
- linjerna ska linjera med logotypens grafiska element, se figur till vänster. Observera att endast logotypens grafiska element får ha två vinklar.

Det grafiska elementet måste inte användas, layouten fungerar bra även utan detta. När det används är det viktigt att det används enligt riktlinjerna, eftersom det är en del av SLU:s grafiska profil och ett av kännetecknen för varumärket SLU.

>>> <https://internt.slu.se/grafisktelement>

The recurring lines

To separate or highlight text in a document, SLU's graphic element, the recurring lines, can be used. The recurring lines are composed of two lines at an angle.

- The line has the same thickness as the graphic element of the logo
- It consists of two lines at an angle of 90°
- The lines should be in either black or white
- It should be used sparingly
 - no more than once per page
- The lines should match the graphic element of the logo; see the example on the left. Please observe that according to the graphic element only two lines may be used.

The graphic element need not be used; the layout also works well without it. When it is used, it is important that it is used as specified in the guidelines, since it is part of SLU's graphic profile and a distinctive feature of the SLU brand.

>>> <https://internt.slu.se/graphicelement>

■ ■ ■ SLU:s färgpalett

■ ■ ■ SLU's colour palette



Pantone: 7441 C
 CMYK: C 36, M 50, Y 0, K 0
 RGB: R 153, G 97, B 195
 HEX: #9961c3
 NCS S 2050-R50B



Pantone: 397 C
 CMYK: C 10, M 0, Y 100, K 11
 RGB: R 193, G 187, B 0
 HEX: #c1bb00
 NCS S 1075-G80Y



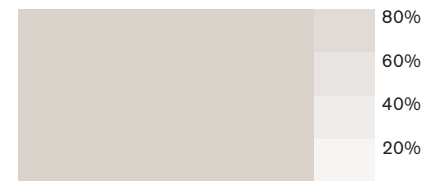
Pantone: 7459 C
 CMYK: C 57, M 0, Y 6, K 13
 RGB: R 44, G 149, B 181
 HEX: #2c95b5
 NCS S 2050-B10G



Pantone: 131 C
 CMYK: C 0, M 32, Y 100, K 9
 RGB: R 210, G 142, B 0
 HEX: #d28e00
 NCS S 2070-Y20R



Pantone: Cool Grey 10 C
 CMYK: C 0, M 2, Y 0, K 60
 RGB: R 97, G 98, B 101
 HEX: #616265
 NCS S 6502-B



Pantone: 400 C
 CMYK: C 0, M 3, Y 6, K 16
 RGB: R 204, G 199, B 192
 HEX: #ccc7c0
 NCS S 2502-Y

Sätt färg på tillvaron

För att ge möjlighet till många olika uttryck finns SLU:s färgpalett med sex färger och trettio färgtoner att välja bland!

När vi använder färg i till exempel tonplattor, som bakgrund eller som markering bör dessa färger användas. Logotypens gröna och röda färg får enbart användas i logotypen.

Det finns även högtidsfärger: guld, silver och brons. De får endast användas i högtidliga sammanhang, som till exempel vid våra akademiska högtider.

Färgerna bidrar till ett sammanhållet uttryck av vår grafiska profil och stärker varumärket SLU.

>>> <https://internt.slu.se/farger>

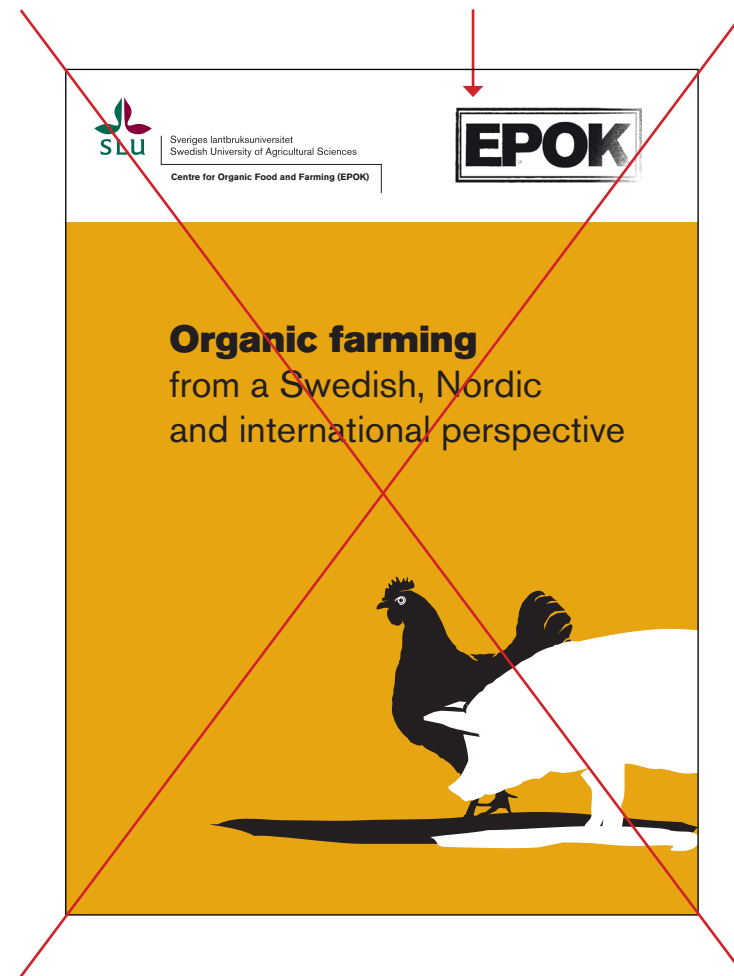
Brighten things up

To give scope for a wide variety of expression, SLU's colour palette is available in six colours and thirty shades to choose between. When we use shading, for example, as a background or for emphasis, one of these colours should be used. The green and red used in the SLU logo should not be used elsewhere.

There are also colours for ceremonial use: gold, silver and bronze. These may only be used on special occasions, such as our academic ceremonies.

The colours help to create a consistent and coherent expression of our graphic profile, and to reinforce the SLU brand.

>>> <https://internt.slu.se/colours>



Egna märken

Vissa verksamheter inom SLU har egna godkända märken, en symbol för den egna verksamheten. Egna märken kan aldrig ersätta SLU:s logotyp.

SLU är alltid avsändare och juridiskt ansvarig. Det ska vara tydligt för mottagaren.

Det egna märket ska placeras på ett tydligt avstånd under SLU:s logotyp.

Skriv gärna ut verksamhetens namn under linjen i SLU:s logotyp, se sidan 23.

>>> <https://internt.slu.se/marken>

Own badges

Some operational areas at SLU also have their own badges, which act as a symbol for their own operations. The badge must never replace SLU's logo.

SLU is always the primary sender and legally responsible; this should be clear to the recipient.

The badge must be placed at a clear distance under SLU's logo.

Feel free to print out the operational area's name under the line in SLU's logo. Please see page 23.

>>> <https://internt.slu.se/badges>

SLU tillsammans med andra

När SLU samarbetar med andra externa aktörer och ska kommunicera gemensamt gäller följande:

Om SLU är huvudpart ska SLU:s grafiska profil följas och samarbetspartnerns logotyp placeras som SLU:s egna märken, se sidan 29.

Om SLU är en av flera jämbördiga parter ska logotyperna placeras bredvid varandra balanserade i storlek och avstånd. Är det många parter så skriv hellre ut namnen på parterna.

Om SLU är minoritetspart gäller huvudpartens grafiska profil.

>>> <https://internt.slu.se/logotyp>

SLU in collaboration

When SLU collaborates with external partners we should communicate collectively using the following guidelines:

If SLU is the main partner, SLU's graphic profile should be used, and the partner's logotype should be placed in the same way as other SLU badges. Please see page 29.

If SLU is one of several equal partners, the logotypes should be placed next to one another and equalised in size and distance. If many parties are involved, it is better to write out their names.

If SLU is a minority partner, the main partner's graphic profile is used.

>>> <https://internt.slu.se/logo>



Arial

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789@&éfiçåäöæøüßñ

Times New Roman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789@&éfiçåäöæøüßñ

Arial och Times New Roman

Våra typsnitt är en viktig del av igenkänningen av varumärket SLU. Om typsnittsanvändningen är konsekvent blir vår kommunikation tydligare och varumärket stärks. I vår dagliga kommunikation använder vi typsnitten Arial och Times New Roman, i till exempel Word-dokument eller PowerPoint-presentationer. De finns som standardtypsnitt i de flesta datorer.

Times New Roman används i längre, löpande text. Arial används främst i rubriker och kortare texter. På SLU:s webb och i e-post ska Arial användas.

I annonser, skyltar, profilprodukter och särskilda trycksaker används de profilerande typsnitten Bembo och Akzidenz Grotesk. För dessa typsnitt krävs särskilda licenser.

>>> <https://internt.slu.se/typsnitt>

Arial and Times New Roman

Our fonts are an important feature aiding recognition of the SLU brand. If our use of fonts is consistent, our communication will be clearer and our brand will be reinforced. The fonts we use in our day-to-day communications are Arial and Times New Roman. They are standard fonts on most computers. We use them in Word documents, or in PowerPoint presentations.

Times New Roman is used in longer pieces of running text. Arial is used mainly in headings and short texts. Arial should be used on the SLU website and in e-mails.

In advertisements, signs, profile products and other printed matter we use the distinctive fonts Bembo and Akzidenz Grotesk. Special licences are required for these fonts.

>>> <https://internt.slu.se/fonts>



Berätta med bilder

Bilder har en unik förmåga att omedelbart förmedla en känsla till mottagaren. Med bra bilder bidrar vi positivt till varumärket SLU.

Vi ska använda autentiska bilder från vår verksamhet i så stor utsträckning som möjligt.

För att stärka varumärket SLU ska våra bilder:

- inge förtroende och kännas äkta
- vara intressanta och aktuella
- vara av hög estetisk och teknisk kvalitet
- spegla SLU:s verksamhetsområden
- visa SLU:s mångfald

SLU ska alltid vara en tydlig avsändare och bilderna bidrar till att förmedla information om vår verksamhet och skapa intresse. Därför är det viktigt att SLU inte förekommer i negativa sammanhang, med symboler eller bilder som associeras med vapen och droger med mera.

>>> <https://internt.slu.se/bild>

Every picture tells a story...

Images have a unique ability to immediately communicate a feeling to the recipient. By using good images we enhance the SLU brand.

As often as possible, we should use authentic images of our activities.

To reinforce the SLU brand, our images should:

- inspire confidence and feel genuine
- be interesting and topical
- be of high aesthetic and technical quality
- reflect SLU's operational areas
- show SLU's diversity

It should always be clear that SLU is the sender. Images should help to communicate information about our activities and generate interest. It is therefore essential that SLU is not depicted in negative contexts, with symbols associated with weapons or drugs, etc.

>>> <https://internt.slu.se/images>



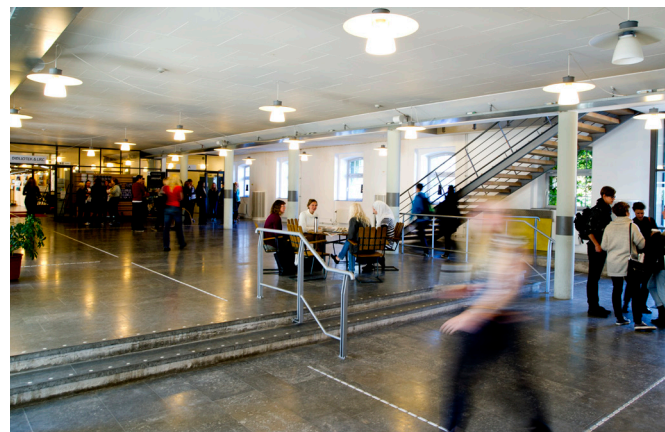
Foto/Photo: Julio Gonzalez, SLU

- ■ ■ *Porträtt i miljö hjälper till att berätta vem personen är eller i vilket sammanhang personen är aktuell.*
- ■ ■ *Portraits in context help to say who the person is, or show the context in which the person is of current interest.*



Foto/Photo: Julio Gonzalez, SLU

- ■ ■ *Verksamhetsbilder ska om möjligt visa autentiska situationer.*
- ■ ■ *If possible, images of our activities should show authentic situations.*



Foto/Photo: Viktor Wrangé, SLU

- ■ ■ *Bilder som innehåller människor ger en känsla av livlighet och aktivitet.*
- ■ ■ *Images containing people give a livelier, more active impression.*

Bilder och rättigheter

I SLU:s bildbank hittar du ett utbud av verksamhets-, genre- och porträttbilder som kontinuerligt fylls på. Dessa får du använda fritt i redaktionella sammanhang som till exempel trycksaker och webb. Dessa bilder får inte användas kommersiellt för att marknadsföra något annat än SLU. Som anställd eller student vid SLU har du tillgång till större utbud av bilder än våra externa besökare.

Upphovsrätten har ett starkt skydd i svensk lagstiftning. Den som skapat ett konstnärligt verk (till exempel foto, målning, film, illustration eller skulptur) äger alltid den ideella rätten till sitt verk. Därmed får det inte beskäras, förvanskas eller användas utan upphovsmannens tillstånd, och namnet på upphovsmannen/konstnären ska alltid anges vid användning.

>>> <https://internt.slu.se/bild>

Images and rights

In SLU's image bank you will find images of our activities, genres and portrait photographs. New additions are continuously made. You are free to use these images in editorial contexts, e.g., in printed matter and on the website. They may not be used commercially to market anything except SLU. As an SLU employee or student, you have access to a larger selection of images than our external visitors.

Copyright is well protected under Swedish law. Anyone creating an artistic work (such as a photograph, painting, film, illustration or sculpture) always owns the right to their work. Hence, it may not be cropped, distorted or used without the right holder's permission. The name of the copyright holder/artist must always be stated.

>>> <https://internt.slu.se/images>



Att synas med produkter

Med **profilprodukter för SLU** avses kläder och presentartiklar med SLU:s logotyp. Profilprodukterna är ett led i marknadsföringen av SLU och ska stärka bilden av universitetet. SLU:s profilprodukter ska därför:

- ha kopplingar till SLU:s verksamhetsområden
- tillverkas i enlighet med SLU:s miljöpolicy
- utformas enligt riktlinjerna för SLU:s grafiska profil
- bära SLU:s logotyp om det är möjligt, annars bära texten Sveriges lantbruksuniversitet/Swedish University of Agricultural Sciences
- ha ett tydligt avstånd mellan logotypen och eventuella kampanjbudskap, namn eller andra godkända märken

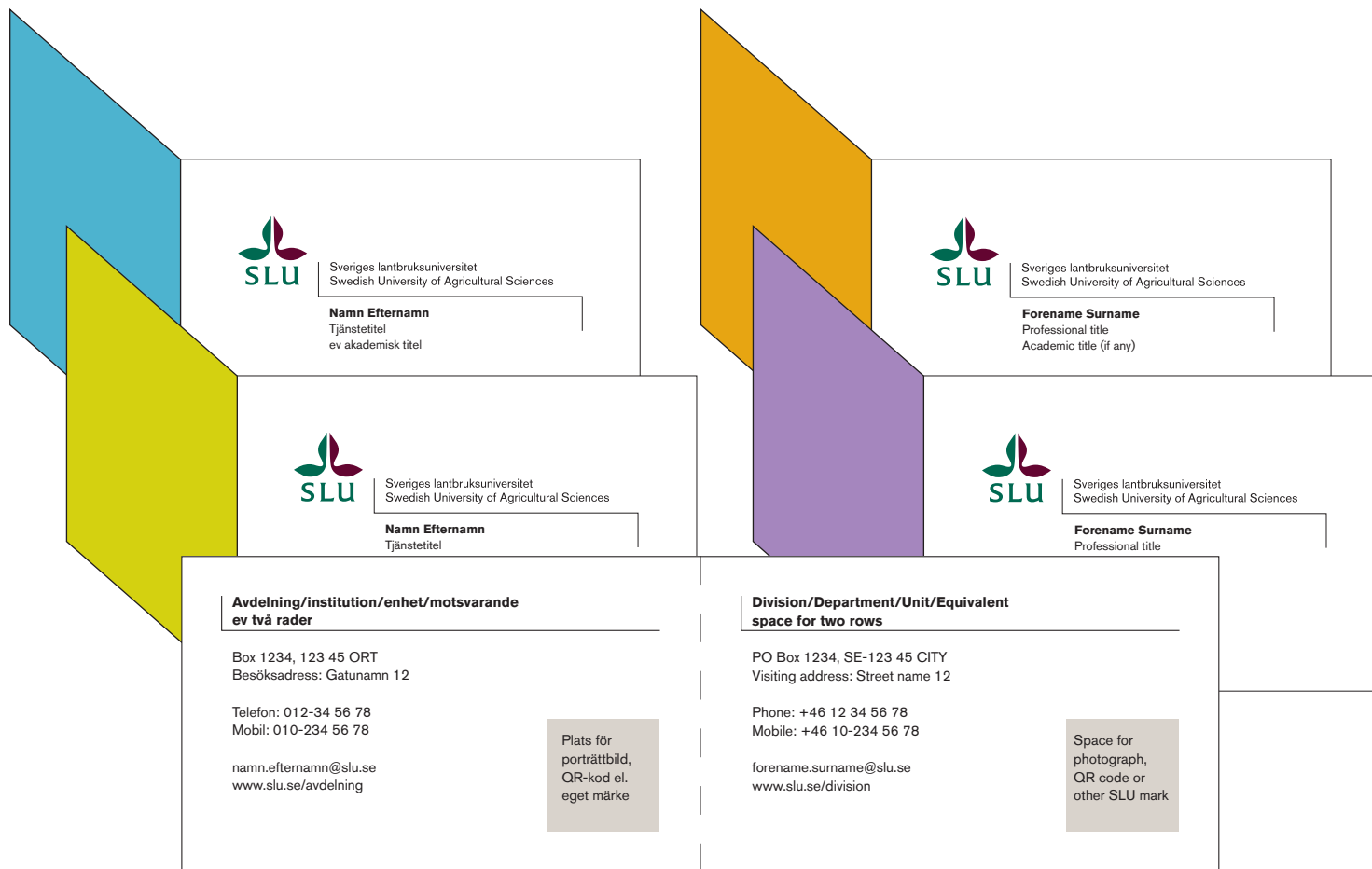
Kommunikationsavdelningen tar fram och tillhandahåller ett sortiment av profilprodukter. Hör av dig om du har egna behov eller idéer!

Using products to be seen

Profile products for SLU, such as clothing and presents, use SLU's logo. Profile products are a way of advertising SLU and strengthen the image of the university. SLU's profile products should therefore:

- be related to SLU's operational areas
- be manufactured in accordance with SLU's environmental policy
- be designed in accordance with SLU's graphic profile guidelines
- bear the SLU logotype if possible, otherwise Sveriges lantbruksuniversitet/Swedish University of Agricultural Sciences
- have a clear distance between the logotype and any campaign message, name or other approved badges

The Division of Communication produces and supplies a range of profile products. Contact us for your own requirements or if you have any ideas.



■ ■ ■ Visitkort är tvåspråkiga och dubbelvikta.

■ ■ ■ Business cards are printed in two languages and folded.

Ramen är klar

Så här ser SLU:s visitkort ut. De är tvåspråkiga, dubbelvikta och har baksidor med fyra olika färger. På insidan finns plats för eget märke, porträttbild eller QR-kod. Det finns även en enkelsidig variant för studenter och anställda där begränsad information får plats.

>>> <https://internt.slu.se/visitkort>

Behöver du göra en affisch, folder eller roll-up?

Här finns det ett basutbud av mallar framtagna för detta som du kan se på webben.

>>> <https://internt.slu.se/trycksaksmallar>

För vetenskaplig poster finns det mallar tillgängliga för dig på webben liksom tips på hur du kan göra för att fånga uppmärksamheten till din poster.

>>> <https://internt.slu.se/vetenskapligposter>

A ready-to-use framework

Here you can see the format for SLU's business cards.

They are printed in Swedish and English, folded and the reverse side is in four colours. Inside there is space for other SLU badges, a photograph or QR code. There is also a one-sided version for students and employees that has limited space for information.

>>> <https://internt.slu.se/businesscard>

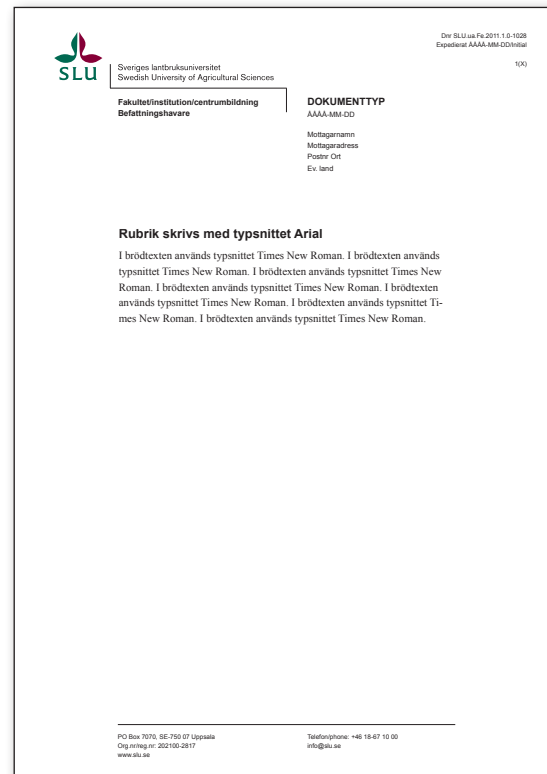
Do you need to make a poster, folder or roll-up?

You can find a basic selection of templates produced for this purpose on the website.

>>> <https://internt.slu.se/printtemplates>

There are templates for scientific posters available to you on the website, together with hints on how to ensure that the poster attracts attention.

>>> <https://internt.slu.se/scientificposter>



- ■ ■ Så här ser grundmallen ut för SLU:s Word-dokument.
- ■ ■ Here you can see a basic template for an SLU Word-document.

Uppfinn inte hjulet

Word-dokumentet är kanske vår mest använda kanal i kommunikationen. Dokumentet är inte bara förmedlare av information, de är också viktiga bärare av varumärket SLU. För att effektivisera arbetet finns mallar för våra vanligaste dokument. Genom att använda mallar ger vi ett professionellt och enhetligt intryck.

Mallar finns för bland annat styrande dokument, begäran, yttrande, beslut, brev, promemoria och protokoll.

På webben hittar du fler mallar, även för PowerPoint.

>>> <https://internt.slu.se/mallar>

Don't reinvent the wheel

Word documents are perhaps the communication channel we use most. These documents are not merely a means of communication, they are also a key component of the SLU brand. For the sake of efficiency, there are templates for our most common documents. Using templates gives a professional and united impression.

There are templates for governing documents, requests, statements, decisions, letters, memoranda, minutes and other documents.

Visit the website and you will find more templates, including some for PowerPoint.

>>> <https://internt.slu.se/slutemplates>

E-postsignatur

Vi e-postar som aldrig förr, både inom SLU och till omvärlden. Precis som vid all annan kommunikation är det viktigt att avsändaren är tydlig när vi e-postar. Om du e-postar i egenskap av anställd eller student vid SLU ska det tydligt framgå.

Nu finns signaturmallar för SLU:s e-post som alla kan använda och som:

- bidrar till en enhetlighet i vår e-postkommunikation
- bidrar till att vårda vårt varumärke SLU
- hjälper oss att få med allt väsentligt i avsändarsignaturen
- finns både på svenska och engelska

Instruktioner finns om hur du skapar e-postsignaturen i ditt e-postprogram. Ge dig själv en SLU-signatur och hjälp till att stärka varumärket SLU genom din e-postkommunikation.

>>> <https://internt.slu.se/epostsignatur>

E-mail signatures

We e-mail like never before, both within SLU and to the outside world. Just as with all other communication, it is important that the sender's identity is clear when we e-mail. If you e-mail in your capacity as an SLU employee or student, this must be clearly evident.

There are now signature templates for SLU e-mails that can be used by anyone and that:

- help to make our e-mail communication uniform
- help us to nurture the SLU brand
- help us to include all necessary information in the sender's signature
- are available in Swedish and English

There are instructions on how to create an e-mail signature in your e-mail program. Give yourself an SLU signature and help to reinforce the SLU brand via your e-mail communication.

>>> <https://internt.slu.se/emailsignature>

Förnamn Efternamn
Titel

Sveriges lantbruksuniversitet
Swedish University of Agricultural Sciences

Avdelning/institution/etc
Box 1234, 123 45 ORT
Besöksadress: Exempelvägen 1
Telefon: 012-34 56 78, mobil: 070-123 45 67
fornamn.efternamn@slu.se, www.slu.se



E-postsignatur på svenska

Typsnitt: Arial 9 pkt
Hyperlänka gärna e-post- och webbadressen.

Forename Surname
Title

Sveriges lantbruksuniversitet
Swedish University of Agricultural Sciences

Division/Department/etc
PO Box 1234, SE-123 45 CITY
Visiting address: Examplestreet 1
Phone: +46 12 34 56 78, Mobile: +46 70 123 45 67
forename.surname@slu.se, www.slu.se



E-mail signature in English

Font: Arial 9 pt
Avoid hyphens in telephone numbers. Hyperlink your e-mail address and the website address.

Förnamn Efternamn
Student på <programnamn/kurs/etc>

Sveriges lantbruksuniversitet
Swedish University of Agricultural Sciences

Mobil: 070-123 45 67
fornamn.efternamn@slu.se, www.slu.se



För studenter/For students

Typsnitt: Arial 9 pkt.
Font: Arial 9 pt.

SLU:s digitala verktyg för kommunikation

Här finns olika verktyg för dig som är SLU-anställd.

WEBB: EPiServer

Det verktyg som vi använder för att publicera webbsidor på www.slu.se och på medarbetarwebben internt.slu.se.

>>> <https://internt.slu.se/webbpublicering>

BLOGG: WordPress

Det system som vi använder för SLU:s egna bloggplattform blogg.slu.se.

>>> <https://internt.slu.se/blogg>

NYHETSBREV: Apsis Newsletter Pro

SLU:s verktyg för att göra och skicka ut digitala e-brev. Verktuget ger bra möjligheter till att följa upp utskick och är relativt enkelt att använda.

>>> <https://internt.slu.se/nyhetsbrev>

SLU's digital communication tools

Here you will find various tools available to SLU employees.

WEB: EPiServer

The tool we use to publish web pages on www.slu.se and on the internal website internt.slu.se.

>>> <https://internt.slu.se/webpublishment>

BLOG: WordPress

The system we use for SLU's blog platform blogg.slu.se.

>>> <https://internt.slu.se/blog>

NEWSLETTER: Apsis Newsletter Pro

SLU's tool for creating and distributing e-letters. The tool includes the ability to follow up digital mailouts and is fairly easy to use.

>>> <https://internt.slu.se/newsletter>



CO₂-utsläpp (kg/ton produkt)

Papper	115
Produktion (inkl. emballage)	337
Transporter	128

CO₂ emissions (kg/tonne product)

Paper	115
Production (incl. packaging)	337
Transportation	128

Du är SLU:s bästa ambassadör.

Den här varumärkesmanualen är ett redskap i ditt arbete.

Den fullständiga vägledningen finner du på SLU:s webbplats:

<https://internt.slu.se/kommunikation>

You are SLU's best ambassador

This Brand Manual is a tool in your work. For full

information and guidance, visit SLU's internal website:

<https://internt.slu.se/communication>