

# GRAAFINEN PROFIILI

Huhtikuu 2014

# JOHDANTO

---

Toimialamme on hyvin yleinen. Useat toimijat tarjoavat pitkälti samoja palveluita, ja osaaminen vaihtelee yrityksestä toiseen. Asiakkaat valitsevat palveluntarjoajan ensisijaisesti halutun laadun ja hinnan perusteella – mutta viestinnällä voidaan erottua kilpailijoista. Kun annamme Bravidasta oikeanlaisen kuvan, palvelumme nähdään erittäin laadukkaina – meidät nähdään kilpailijoitamme parempina. Bravidan viestintäresurssit ovat suhteellisen pienet. Siksi on tärkeää, että viestimme on johdonmukainen ja käytämme kokonaisvaltaisesti yhtenäistä profiilia ja tonaliteettia.



# SISÄLTÖ

---

## **LOGO** **4 – 6**

Suoja-alue, peruslogo, logo ja slogan, keskitetty logo ilman slogania, negatiivilogo, valkoinen tai musta logo ja tiedostomuoto

## **VÄRIT** **7 – 8**

Päävärit, lisävärit, PMS, CMYK, RGB ja prosentti

## **TYPOGRAFIA** **9– 11**

Otsikkofontti, ingressi- ja sitaattifontti, leipätekstifontti ja typografia Office-ympäristössä

## **KUVAT** **12– 14**

Kuvapankki

## **TONALITEETTI** **15– 16**

Miten ilmaisemme itseämme

## **LAYOUT** **17– 20**

Ilmoitukset, esitteet, folderit, graafinen elementti ja toimistotarvikkeet

## **PROFILOINTI** **21– 24**

Kyllit, autot ja vaatteet

# LOGO



# LOGO

---

Logoa käytetään viestinnän yhtenäistämiseen ja vahvistamiseen.  
Logon mittasuhteita ja rakennetta ei saa muuttaa.

## SUOJA-ALUE

Riippumatta siitä, onko logossa slogan vai ei, logon ympärillä on oltava pienin tyhjä alue (x). Tyhjän alueen korkeus/leveys on sama kuin Bravidan logossa olevan pienaakkosen "a" korkeus.



## PERUSLOGO

Logo on yksi vahvimmista tunnusmerkeistämme ja tärkein identiteettimme ilmentymä.  
Bravida-sana ja sinivihreä tähti on aina esitettävä yhdessä.



## LOGO JA SLOGAN

Bravidan logoa ja slogania "Annamme kiinteistöllesi elämän" on käytettävä kaikissa Bravidan materiaaleissa mahdollisimman paljon. Slogan voidaan myös irrottaa ja sitä voidaan käyttää otsikkona logon alaotsikon sijaan, jos käytetyn logon leveys on alle 30 millimetriä.



## KESKITETTY LOGO ILMAN SLOGANIA

Bravidan logoa ilman slogania käytetään suurissa kylteissä pitkässä ja kapeassa muodossa, kun symboli muutoin on vallitseva tai kun slogan olisi liian pieni ja epäselvä. Keskitettyä logoa ilman slogania voidaan käyttää myös pienissä työpaikkailmoituksissa.



# LOGO

---

## NEGATIIVILOGO

Bravidan negatiivilogoa käytetään tummalla pohjalla.



## VALKOINEN TAI MUSTA LOGO

Valkoista tai mustaa logoa käytetään vain, jos väripainatus vaalealle tai tummalle pohjalle ei onnistu.



## TIEDOSTOMUOTO

Logojamme on saatavilla useissa tiedostomuodoissa, ja ne ovat ladattavissa Brainista tai sivulta [www.bravida.fi](http://www.bravida.fi).

Logoja on saatavilla painotuotteita (eps) ja toimisto- tai Office-ympäristöjä (jpg) varten.

# VÄRIT



# VÄRIT

Bravidan perusvärit ovat sininen ja vihreä. Pääväreinä käytetään logon värejä.

Toissijaisia värejä käytetään tarvittaessa – kun tarvitaan väripilkkuja (otsikossa tai sitaatissa) tai taulukoissa ja kaavioissa, kun tarvitaan useita värejä rinnakkain. Koko konsernissa käytetään samoja värejä. Yksittäisillä liiketoiminta-aloilla tai yksiköillä ei ole omia värejä.

## Päävärit

R: 0	C: 100
G: 99	M: 5
B: 144	Y: 0
	K: 47
R: 221	C: 11
G: 209	M: 0
B: 0	Y: 100
	K: 11

100% ← → 20%



## PMS

on standardivärijärjestelmä. PMS-koodien avulla painettaessa haluttu väri asetetaan fyysisesti koneeseen. Koodit on muunnettava CMYK-järjestelmään, kun halutaan neliväripainatuksia. Tällöin PMS-koodi muunnetaan vastaavien värien neljäksi CMYK-värien prosenttiarvoksi.

## Toissijaiset värit

R: 0	C: 100
G: 130	M: 0
B: 187	Y: 0
	K: 22
R: 233	C: 0
G: 131	M: 57
B: 0	Y: 100
	K: 0

100% ← → 20%



R: 79	C: 80
G: 45	M: 90
B: 127	Y: 0
	K: 0



R: 0	C: 100
G: 155	M: 0
B: 72	Y: 86
	K: 3



R: 172	C: 15
G: 192	M: 3
B: 198	Y: 0
	K: 30



R: 81	C: 60
G: 98	M: 40
B: 111	Y: 20
	K: 70



## CMYK

muodostuu sanoista cyan (syaani), magenta (magenta), yellow (keltainen) ja key (musta). Se on värijärjestelmä, jota käytetään sekä offset- että digitaalipainossa. Järjestelmässä värit ilmoitetaan prosentteina neljästä perusväristä, ja haluttu väri saadaan niitä yhdistelemällä.

## RGB

muodostuu sanoista red (punainen), green (vihreä) ja blue (sininen). Se on värijärjestelmä, jota käytetään näyttölaitteissa. Siinä sekoitetaan valoja eri aallonpituuksilla, minkä ansiosta muodostuu eri värejä.

## PROSENTTI

Efektien luomiseksi värijämme voidaan käyttää eri vahvuisina – 100 prosentista 20 prosenttiin.



# TYPOGRAFIA



# TYPOGRAFIA

---

Kaupallisessa viestinnässä (ilmoitukset, esitteet, painotuotteet jne.) käytetään aina Helvetica- ja Platino-fontteja. Poikkeuksena on internetmateriaali, jossa käytetään luettavuuden vuoksi muita fontteja. Fontti on lisensoitu ja sitä on saatavilla eri leikkauksilla, joita käytetään eri tilanteissa luettavuuden ja painotuotteen mukaan.

## OTSIKKOFONTTI

Bravidan otsikkofontti on Helvetica Compressed. Se on vankka ja monipuolinen fontti, jolla voidaan viestiä mitä tahansa selkeästi ja tehokkaasti.

Helvetica Compressed

**Aa**

**ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTU  
VWXYZÄÖabcdefghijklmno  
pqrstuvwxyzääö0123456789**

## INGRESSI- JA SITAATTIFONTTI

Bravidan ingressi- ja sitaattifontti Helvetica Light Condensed sopii erittäin hyvin viestin korostamiseen lehdissä, suurtauluissa tai mainoksissa.

Helvetica Light Condensed

Aa

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTU  
VWXYZÄÖabcdefghijklmno  
pqrstuvwxyzääö0123456789

## LEIPÄTEKSTIFONTTI

Bravidan leipätekstifontti Platino on helppolukuinen, täydentää Helvetica-fonttia ja sopii hyvin pitkiin teksteihin esimerkiksi esitteissä.

Platino

Aa

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTU  
VWXYZÄÖabcdefghijklmno  
pqrstuvwxyzääö0123456789

# TYPOGRAFIA OFFICE-YMPÄRISTÖSSÄ

---

Office-ympäristössä laadituissa asiakirjoissa käytetään Georgia- ja Arial-fontteja. Nämä fontit ovat kaikissa tietokoneissa, eikä niiden käyttöön tarvita erityistä lisenssiä. Georgia-fonttia käytetään leipätekstissä ja Arial-fonttia otsikoissa sekä Power Point -esityksissä, kun ne luetaan kuvaruudulta.

## OTSIKKOFONTTI

Bravidan otsikkofontti Office-ympäristössä on Arial. Arial-fonttia käytetään myös Power Point -esityksissä.

Arial

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
VWXYZÅÄÖabcdefghijklmno  
pqrstuvwxyzääö0123456789

## LEIPÄTEKSTIFONTTI

Bravidan leipätekstifontti Office-ympäristössä on Georgia, joka on helppolukuinen, täydentää Arial-fonttia ja sopii pitkiin teksteihin.

Georgia

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
VWXYZÅÄÖabcdefghijklmno  
pqrstuvwxyzääö0123456789

# KUVAT



# KUVAT

Kuvat ovat keskeinen osa Bravidan graafista identiteettiä. Brainissa olevassa kuvapankissamme on kuvia, jotka ovat ohjeidemme mukaisia ja joilla voidaan välittää oikeat visuaaliset arvot. Olemme asettaneet muutamia perussääntöjä kuville, joita käytämme:

- Ne kuvaavat asiakkaidemme etuja
- Käytämme ihmisten kuvia, jotka esittävät Bravidan henkilöstöä tai asiakkaita.





# TONALITEETTI



# TONALITEETTI

---

Jotta esitämme oikean kuvan Bravidasta, on tärkeää kiinnittää huomiota siihen, miltä kuulostamme. Käyttämämme sanat ja välittämämme viestit vaikuttavat siihen, miten meidät nähdään. Yksinkertaistetusti voidaankin sanoa, että tärkeää ei ole aina varsinainen sanoma vaan miten se esitetään. Tonaliteetillamme on neljä kulmakiveä:



**Puhumme asiakkaasta  
emme itsestämme**



**Näemme ratkaisuja  
emme ongelmia**



**Käytämme helppoa kieltä,  
meitä on helppo ymmärtää**



**Olemme huumorintajuisia,  
mutta osamme olla myös  
vakavia**



# LAYOUT



**SAAVUTAMME  
ENEMMÄN  
YHDESSÄ**



# LAYOUT

Bravida käyttää useita erilaisia painotuotteita, jotka voivat olla yksinkertaisia postikortteja ja kutsuja tai laajempia esitteitä. Jotta painotuotteet ovat yhdenmukaisia, asettelun, kuvavalintojen ja muotoilun johdonmukaisuudelle on asetettu sääntöjä. Tavoitteena on, että kaikista painotuotteista välittyy Bravidan yhtenäinen ilmaisutapa.

## BRAVIDA LV

**Bravidan LV-palvelut – älykkäät rakaisut vähentävät energiankulutusta**

Joka vuosi tapahtuu yli 100 000 vesivahinkoa. Yli puolet näistä johtuu vuotavista putkistoista. Vesivahingoista syntyy suuria kustannuksia ja vakuutusmaksuja sekä paljon muuta haittaa.

Bravida tarjoaa sertifioituja ja ympäristöystävällisiä ratkaisuja, jotka tarjoavat turvallisen pääsyn veteen, lämpöön ja jäähdytykseen - tehokkaaseen energiankäyttöön ja hyvään sisilmaan.

**MIKSI TILATA LV-PALVELUT BRAVIDALTA?**

- Kokonaisratkaisut asiakkaan tarpeiden mukaan
- Laadukkaat tuotteet Bravida-valikoimasta
- Nykyisten laitteiden tehostaminen
- Laaja palvelusosastus
- Energian optimointi

**Täydellinen kumppani**  
Bravida koordinoi kaikkentyyppisiä LV-hankkeita riippumatta siitä, koskeeko se lämpöä, vettä tai viemärintä. Teemme sekä pieniä että suuria toimeksiantoja asuin- ja toimistotiloihin sekä julkisiin tiloihin. Jos tarvitset myös sähkö- tai ilmanvaihtolaitteita, koordinoimme asiantuntijoiden osuamista eri teknologia-alueilla tehokkaan kokonaisratkaisun tuottamiseksi. Oman materiaalikannan, Bravidas-valikoiman kautta, tarjoamme valikoiman valittuja tuotteita, jotka vähentävät kustannuksia ja lisäävät laatua, jotka kaikki



täyttävät toiminnallisuuden ja pitkän aikavälin käyttötilanteesi vaatimukset.

#### Sertifioidut asennukset

Jotta voit tuntea olonsa turvalliseksi, jokainen LV-asennus vaatii ammattilaisen. Tulevien huoltarpeiden määrän on oltava mahdollisimman pieni. .

#### Hyvä palvelu on investointi tulevaan

LV ei ole vain putkia. Oikean palvelun, ylläpidon ja pitkän aikavälin suunnittelun avulla voimme säästää sekä rahaa että energiaa. Bravida rakentaa ja toimittaa lämmitys- ja jäähdytysjärjestelmiä sekä auttaa sinua lämmönlähteiden kaukolämmön, kalliolämmön tai fossiilisten polttoaineiden avulla. Toimistoja eri puolilla Suomea. Tarjoamme paikallista läheisyyttä ja korkeat palvelutasot.



## MODERNIT TALOTEKNISET KOKONAISRATKAISUT

Hotelli Clarion Hotel Post sijaitsee Göteborgin keskustassa ja sieltä löytyy kaikki modernit mukavuudet. Hotellissa on huippumodernit sähkö, LV, IV sekä sprinklerilaitteet.

Bravida on Pohjoismaiden johtava lämmityksen, ilmastointin ja jäähdytysjärjestelmien ja IV-järjestelmien asennus- ja huoltoyritys. Meillä on 100 vuotta kokemusta ja 5000 työntekijää Suomessa, Norjassa, Tanskassa ja Suomessa. Bravida Finlandilla noin 500 ammattilaista ja tarjotaan kokonaisratkaisua sähkö-, lämpö-, vesi-, viemärintä, ilmastointi-, jäähdytys- ja ilmastointijärjestelmien ja IV-järjestelmien osalta. Meillä on laaja palvelusosastus ja me teemme lämmityksen lisäksi sisäilman laadun seurauksen, huollon ja ylläpidon.

WWW.BRAVIDA.FI

## Bravida etsii pääkaupunkiseudulla SÄHKÖASENTAJIA

Lisätietoja:  
<https://www.bravida.fi/toihin-bravidalle/tyopaikat/>  
tai ota yhteyttä Sampsa Rautio Puh: +358 503804979

WWW.BRAVIDA.FI

## LAYOUT

Selkeän vaikutuksen aikaansaamiseksi otsikossa voidaan käyttää väritaustaa ja isoa fonttia. Graafisten viivojen käyttöä suositellaan. Väritaustan yhteyteen voidaan tuoda myös kuva. Bravidan logon on oltava selvästi näkyvässä. Sen vuoksi logon tai otsikon taustan on oltava mahdollisimman puhdas.

## MAINOS

### KAKSI KUVAA

Jos käytetään kahta kuvaa, toinen voi ulottua sivun reunaan asti dynamiikan luomiseksi.

### YKSI KUVA

Jos käytetään yhtä kuvaa, on tärkeää, että se tasataan ilmoituksen tekstin kanssa. Kuvan on liityttävä jotenkin ilmoituksessa esitettyyn palveluun.

### ILMAN KUVAA

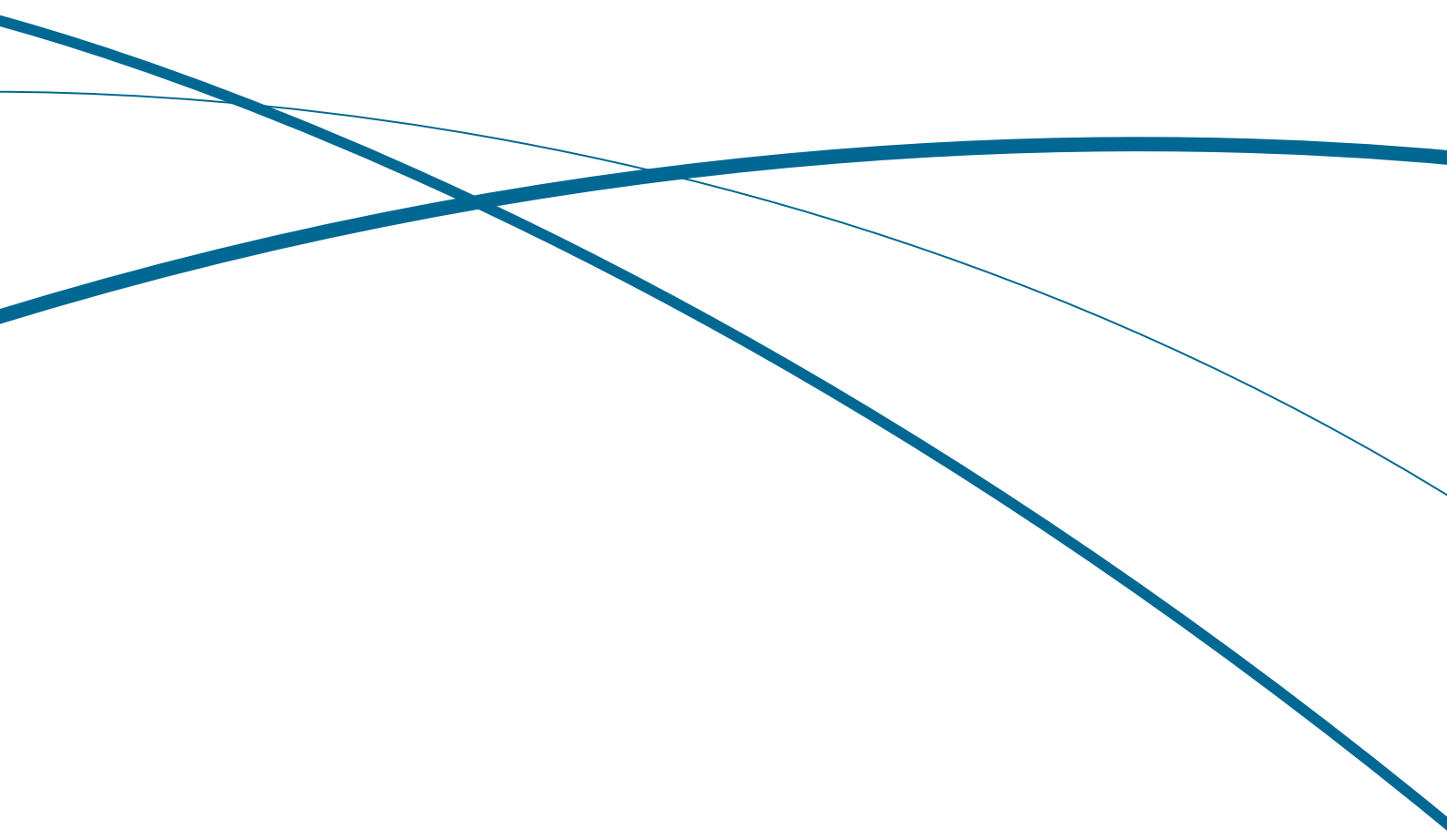
Taustaksi valitaan joko valkoinen tai sivun reunoihin asti ulottuva Bravidan sininen väri ja graafisia viivoja käytetään korostuksena.

# GRAAFINEN ELEMENTTI

---

Bravida on voitava tunnistaa graafisen kuvion perusteella.

Viivojen päälle ei saa asettaa tekstiä, kuvaa tai logoa. Viivat kehystävät sisältöä.



# TOIMISTOTARVIKKEET

Kirjepaperit, kirjekuoret ja lomakkeet, muut valmiiksi painetut toimistotarvikkeet ja käyntikortit tilataan mallien mukaisesti. Käyntikorteissa ei saa olla erityisratkaisuja. Käyntikortin taustalla voidaan kuitenkin esittää sertifiointit.

## TOIMISTOTARVIKKEET

Kirjepaperilla ei ole typografiaa. Se asetetaan tulostimeen vapaavalintaisen asiakirjan tulostamista varten. Käyntikorttien ja kirjeenvaihtokorttien tiedot on jaettu oikealla olevaan yritysosaan ja nimen yhteydessä olevaan henkilökohtaiseen osaan. Standardimuoto:  
Kirjepaperi – A4  
Kirjekortti/-lehtiö – A6  
Käyntikortti – 90 x 50 mm



## PAPERIN VALINTA

Bravida käyttää monenlaista tiedotus- ja markkinointimateriaalia, joten on selvää, että tarvitaan monia erilaisia papereita. Mahdollisuuksien mukaan valitaan mattapintainen ja päällystämätön paperi, joka sopii välitettävään tunnelmaan: yksinkertainen ja laadukas. Neliömassa valitaan käyttökohteen perusteella. Paperi valitaan yhdessä muotoilijan ja painon kanssa käyttötarkoituksen ja kohderyhmän mukaisesti. Muista aina, että Bravida huolehtii ympäristöstä. Jotta varmistetaan viestintämateriaalin laatu, eri käyttötarkoituksissa on käytettävä erilaisia paperilaatuja. Alla esitetään joitakin ehdotuksia, joissa on otettu huomioon kuvien ja värien toistotarkkuus, tyyli, tuotteen odotettu käyttöikä ja käyttötarkoitus.

Käyntikortti: 300 g Maxioffset

Kirjelehtiö: 90 g Maxioffset

Kirjekortti: 250 g Maxioffset

# PROFILOINTI



# KILVET

Kaikki Bravidan yritystuotteet ovat tärkeitä viestintävälineitä, ja siksi ne ovat määritettyjen yleisten graafisten ohjeiden mukaisia. Kylttien, tarrojen ja lippujen ynnä muiden asettelu on määrätynlainen. Ota yhteyttä Bravidan viestintäosastoon saadaksesi tarkempia tietoja.

Esimerkki: Rakentajakyltti, 244 x 119 cm, taivutettu reunalevy



## JULKISIVUKYLTTI

Bravidan julkisivukyltti on leikattu kyltti, jossa on logo ja mielellään valaistus.

## RAKENTAJAKYLTTI

Sloganiilla varustettua logoa voidaan käyttää, jos kyltti on riittävän suuri ja se on mahdollista. Suurissa rakentajakylteissä näkyvät parhaiten sininen tausta (PMS 308) ja negatiivilogo, erityisesti jos kyltissä esitetään usean toimittajan tiedot.

## KENTÄMAINOS TAI SPONSOROINTI

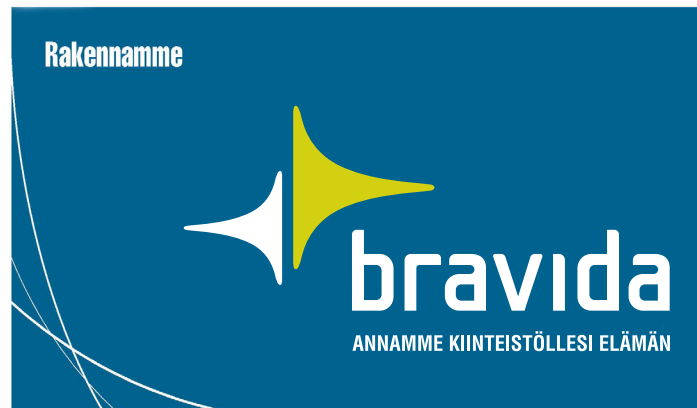
Mainostettaessa Bravidaa erilaisissa tapahtumissa kuten urheilutapahtumissa, käytetään negatiivilogoa, joka sopii parhaiten pitkille ja kapeille pinnoille. Erityistapauksissa kyltissä voidaan esittää tapausta varten valittu viesti.

## 3M-KALVO

Lemon Green:  
100, 16, 83

Dark Turquoise:  
100, 24, 22

Esimerkki: Rakentajakyltti, 244 x 119 cm, taivutettu reunalevy



Esimerkki: Banderolli, 250 x 100 cm

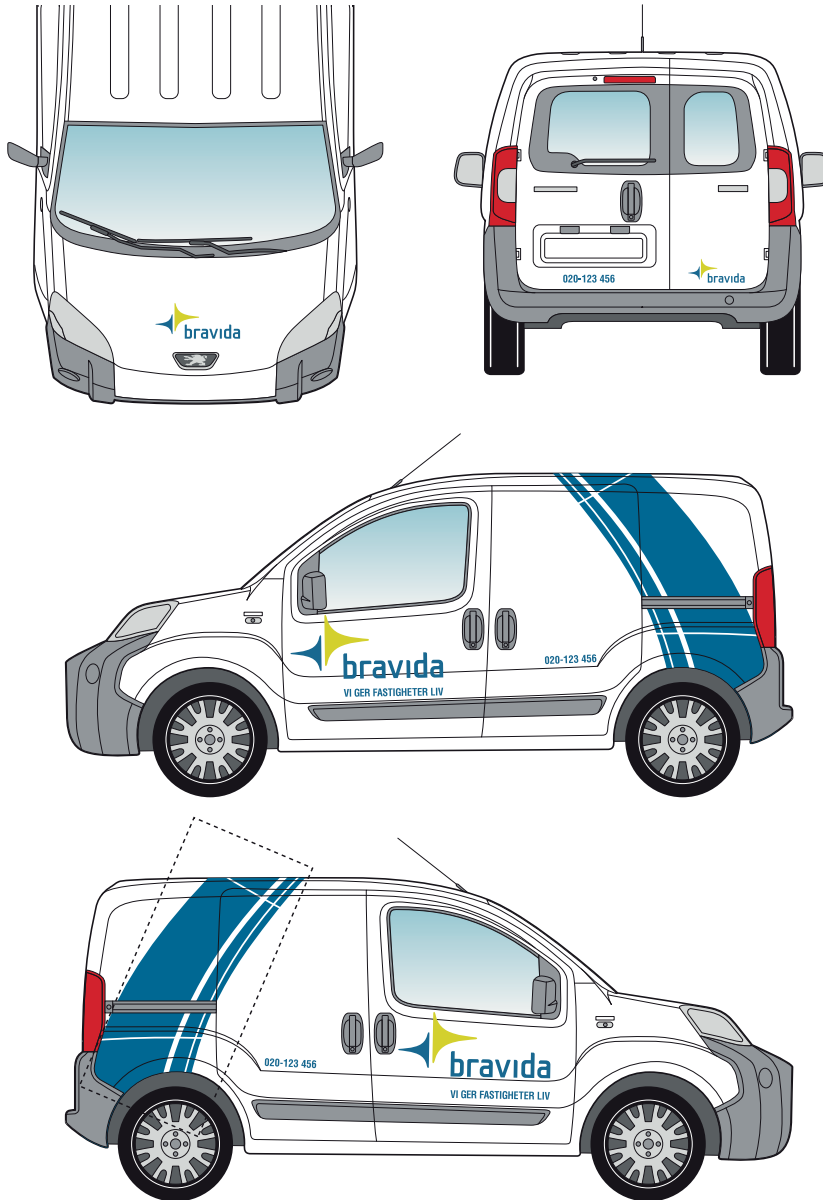


Esimerkki: Ohjekyltti, 100 x 30 cm



# AUTOT

Bravidan autot ovat hyviä ja näkyviä mainosalustoja.  
Kaikkien autojen ulkonäkö on määrätty, ja niissä on tarrat ja logot tietyissä paikoissa.



## AUTOT

**AUTO EDESTÄ PÄIN**  
Edessä on vain logo.

**AUTO TAKAA PÄIN**  
Logo sijoitetaan oikealle ja mahdollinen matkapuhelinnumero tai tuotemerkki vasemmalle.

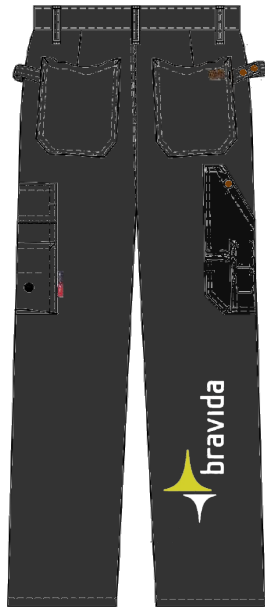
Perällä tarkoitetaan auton takaosaa. Kaikkien autojen takaosan rakenne ja ulkonäkö on samanlainen yhdenmukaisuuden vuoksi.

Logo sijoitetaan takaosaan ja slogan logon alle. Etuoveen sijoitetaan konserninjohton vahvistama mahdollinen tuotemerkki. Puhelinnumero sijoitetaan tarvittaessa tuotemerkkin alle.

# VAATTEET

Bravidan vaatteet ovat graafisten ohjeiden mukaisia, ja niissä käytetään negatiivilogoa.  
Kun tuotemerkki tai toimiala halutaan nostaa esiin, se sijoitetaan

- takeissa ja paidoissa vasempaan rintaan
- takkien selkäpuolella hartioille ja
- housujen takapuolella oikeaan lahkeeseen pohkeen korkeudelle
- housujen etupuolella vasempaan taskuun.



## VAATTEET

Mustat työhousut, musta takki,  
sininen tai musta T-paita tai pikeepaita.

Tuotemerkki sijoitetaan takin oikeaan hihaan  
ja housujen vasempaan lahkeeseen.



