

# Grafisk manual



# Innehåll



Den visuella identiteten talar om vilka vi är, vart vi strävar och hur vi vill uppfattas visuellt. Vår identitet är mer än bara en logotyp. Den är en hopsättning av delar som tillsammans skapar ett distinkt och karaktäristiskt grafiskt språk som i sin tur skapar ett stadigt varumärke. Allting vi producerar och levererar säger någonting om oss.

Den grafiska manualen beskriver hur vi arbetar med varumärket ur en visuell synvinkel och är ett regelverk för hur allt material vi producerar får se ut. Med hjälp av riktlinjerna i den här manualen kan vi knyta de associationer vi önskar till vårt varumärke. Den är ett stöd i vårt kommunikationsarbete, på allt från förpackningar, annonser och till webben. Att vara konsekventa i genomförandet hjälper oss att stärka vår konkurrenskraft.

Dokumentet är levande och uppdateras kontinuerligt.

03	Logotyp
11	Färger
16	Typografi
22	Visuellt element
25	Bildmanér
30	Appliceringar

# Logotyp



Logotypen är den viktigaste beståndsdel  
i en identitet. Den är en stolt och tydlig  
avsändare i all vår kommunikation.

03	Logotyp
11	Färger
16	Typografi
22	Visuellt element
25	Bildmanér
30	Appliceringar

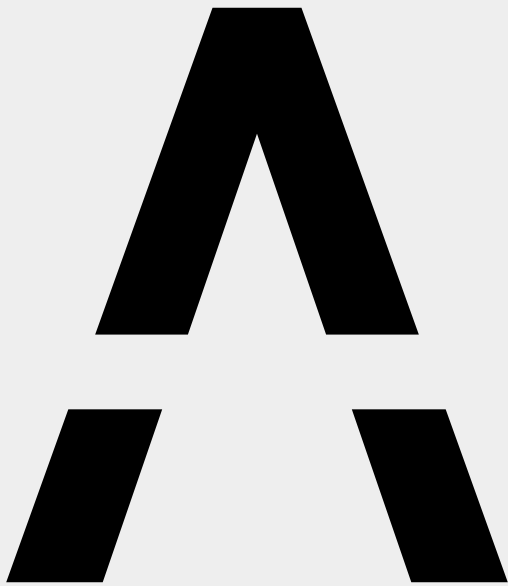
AmpSociety



Logotyp

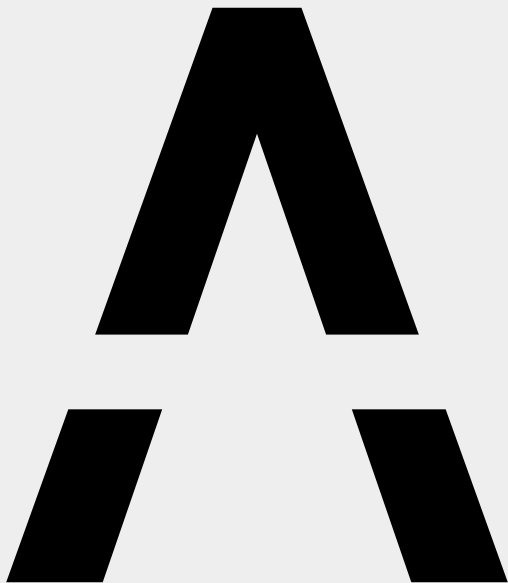
Logotypen består av en ordbild där vår produktbalk symboliseras genom mellanrummet i bokstäverna.

AmpSociety



Symbol

Symbolen för tankarna till en väg som går framåt eller en pil som pekar uppåt. Även här är vår produktbalk närvarande.



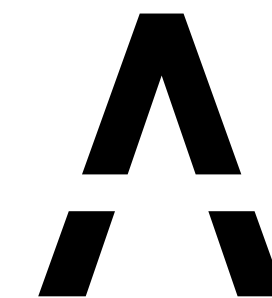
## Färgversioner

Primärt används logotypen i färgerna svart eller orange. Här är exempel på hur de olika färgerna appliceras.

**Svart version** används mot orange och vit bakgrund.

**Orange version** används mot svart och vit bakgrund.

**Vit (negativ) version** används när logotypen inte får tillräckligt hög synlighet i svart eller orange, men endast mot svart bakgrund eller mot en bild.

The word "AmpSociety" in a bold, sans-serif font, centered on a solid orange background.The word "AmpSociety" in a bold, sans-serif font, centered on a solid white background.The word "AmpSociety" in a bold, sans-serif font, centered over a photograph of a car's interior with people in the back seat.The word "AmpSociety" in a bold, sans-serif font, centered on a solid black background, with the letters in orange.

## Friyta

För att logotypen ska framgå tydligt så behöver den luft omkring sig. När logotypen appliceras tillsammans med annan grafik eller logotyper har den en bestämd friyta. Här får inget annat placeras.

Logotypen ska alltid ha minsta angivna friyta och får inte placeras för nära hörn, kanter, bilder, textblock eller andra grafiska element.

**Friytan runt logotypen ska minst vara motsvarande ett A från logotypen.**

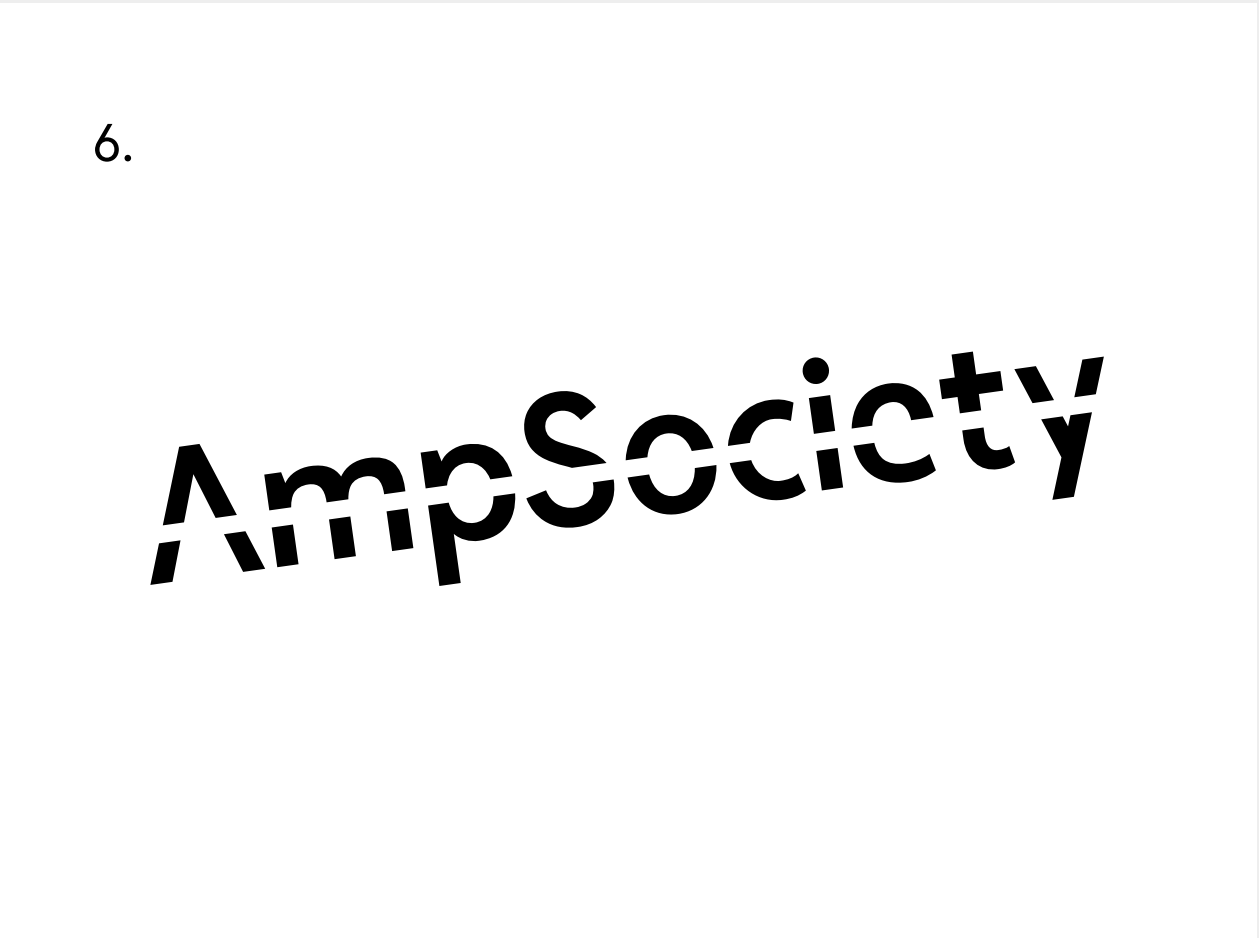
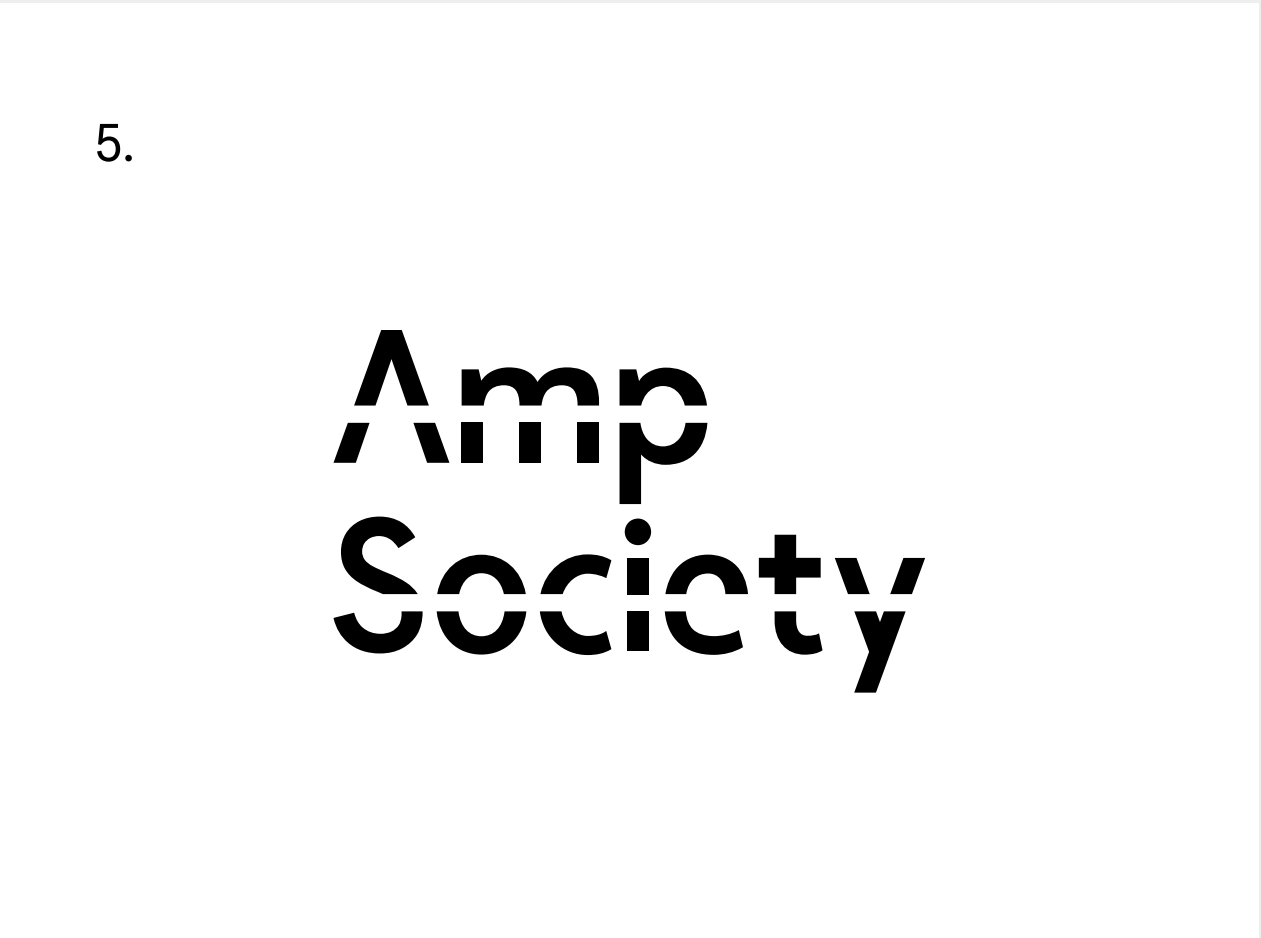
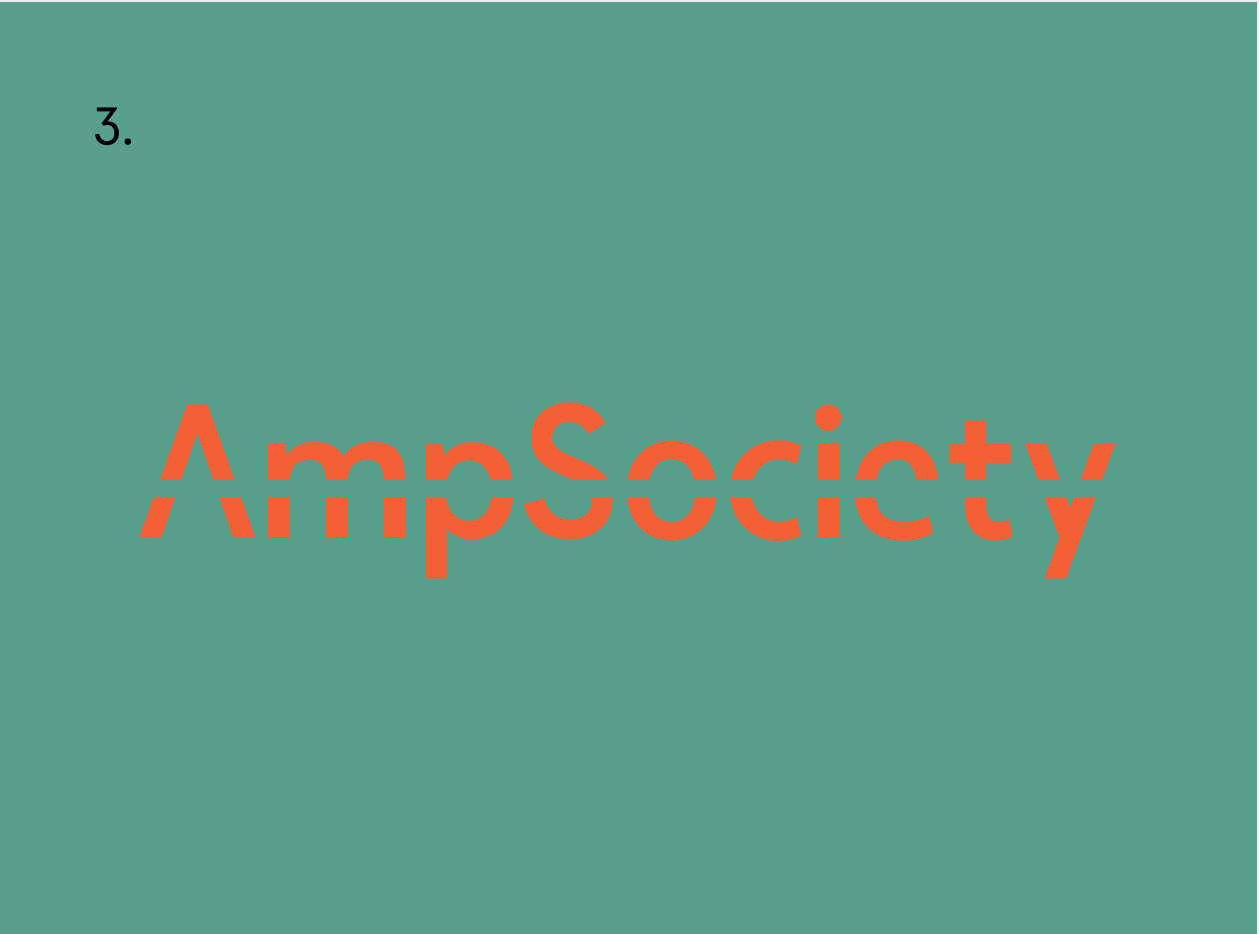
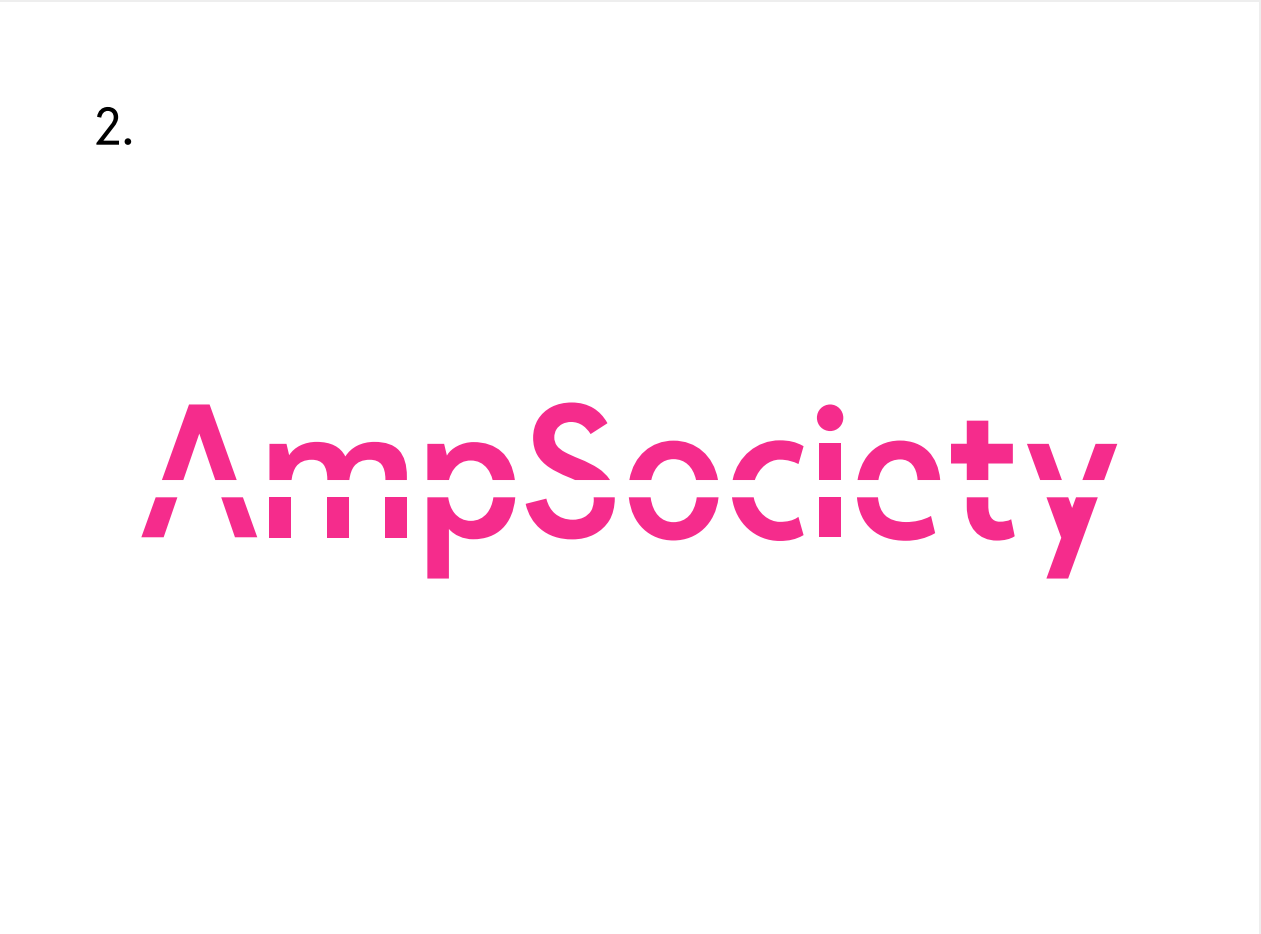
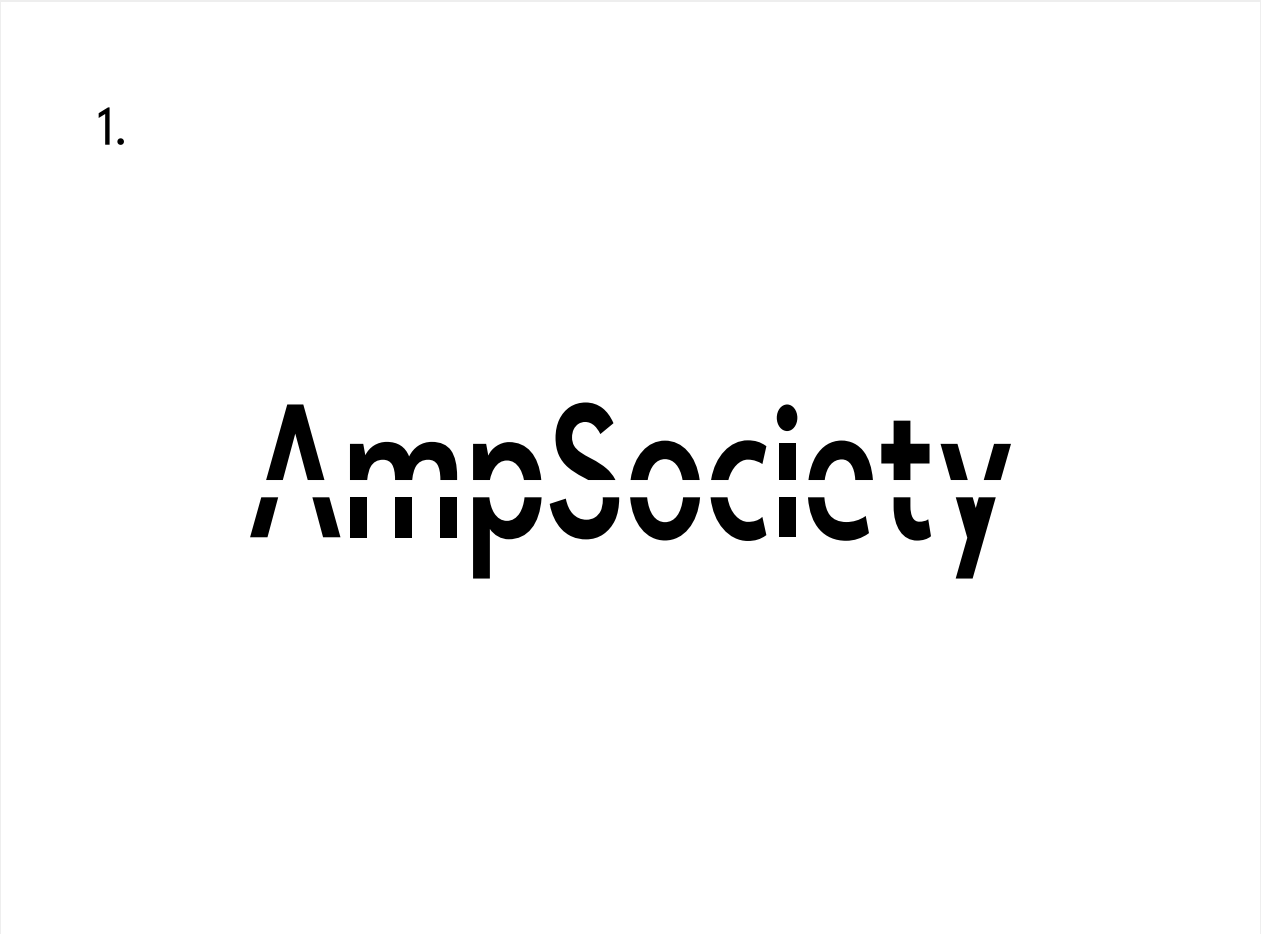
Syftet med friytan är att logotypen ska bli tydlig och att text, adresser, dekor-element eller bilder inte ska riskera att uppfattas som en del av logotypen. Marginalerna till andra objekt eller ytterkant kan det vill säga vara större än minimiavstånden.



Ej tillåtet

För att logotypen ska komma till sin rätt och alltid sitta som en tydlig avsändare på olika ytor finns det regler för hantering.

- 1. Logotypen får ej förvrängas.
- 2. Logotypen ska ej användas i en annan färg än orange, svart eller vitt, och följa de riktlinjer som finns kring färgversioner.
- 3. Placera inte logotypen mot fel bakgrundsfärg. Tänk på kontrast och synlighet.
- 4. Vi lägger inte på en hård skugga eller andra effekter.
- 5. Vi delar inte upp logotypen i flera delar.
- 6. Vi roterar inte logotypen.



# Färger



Färger hjälper oss att ha ett sammanhållet uttryck. Att använda våra färger rätt och konsekvent hjälper oss att över tid bygga igenkänning för AmpSociety.

03	Logotyp
11	Färger
16	Typografi
22	Visuellt element
25	Bildmanér
30	Appliceringar

# Kort om färgrymd

Färger kan upplevas olika beroende på var man ser dem – digitalt eller i print, och kan även variera mellan olika tryck. För att försäkra sig om att man får den färg man förväntar sig så kan man be om ett provtryck vid tryck av olika material eller papper.

## CMYK

CMYK står för Cyan, Magenta, Yellow och Key color (svart). CMYK-färg används när det gäller tryck på papper.

## RGB

RGB står för färgerna röd, grön och blå. RGB-färg är den färg du ser på din skärm. Denna färgrymd är större än CMYK och vi kan därför få färger som inte går att översätta i ett CMYK-tryck. Detta är anledningen till att färgen du ser på skärmen inte alltid ser exakt likadan ut i tryckta medier.

## PMS (Pantone)

Pantone® Matching System (PMS) är ett referenssystem. Används i tryckta medier, när det är viktigt att färgerna återges med största exakthet. Varje färgton har ett färgnummer du kan referera till.

## RAL

RAL är ett färgmatchningssystem som definierar färger för beläggningar och plast.



# Primärfärger

Vår primärfärg är en både dämpad och intensiv färg som tydligt visar upp sig. Den skriker inte, men ber heller inte om ursäkt.

För att skapa variation i kommunikation finns tonen i nyanser som kan användas som komplement.

**CMYK** 0 70 88 0  
**RGB** 245 95 55  
**PMS** 171 C/U  
**HEX** F46036

**CMYK** 12 72 70 40  
**RGB** 134 52 30  
**HEX** 86341E

**CMYK** 0 40 40 0  
**RGB** 245 168 136  
**HEX** F5A888

**CMYK** 0 12 12 0  
**RGB** 252 228 212  
**HEX** FDE3D4

# Komplementfärger

Dessa färger används ihop med primärfärgen.  
De finns till för att framhäva och stärka  
vårt utseende i alla kanaler.

CMYK 52 0 35 18  
RGB 88 160 140  
PMS 7472 C/U  
HEX 58A08B

CMYK 2 0 2 50  
RGB 130 130 130  
PMS Cool Gray 7 C/U  
HEX 838282

CMYK 0 0 0 0  
RGB 255 255 255  
HEX FFFFFFFF

CMYK 30 25 25 100  
RGB 0 0 0  
HEX 000000

CMYK 40 0 25 65  
RGB 45 85 75  
HEX 2E5449

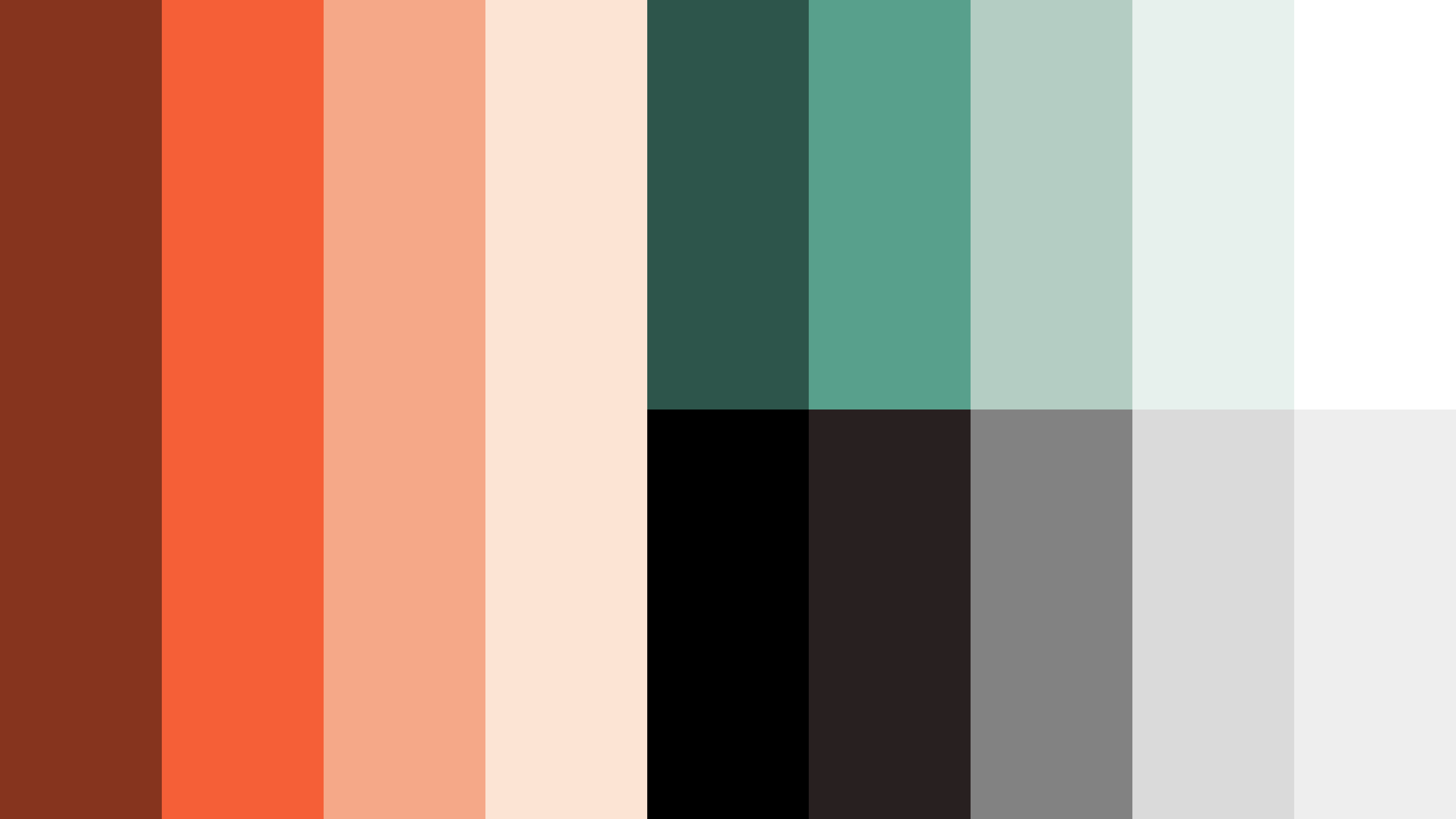
CMYK 25 0 17 15  
RGB 180 205 195  
HEX B5CDC3

CMYK 10 1 8 0  
RGB 231 241 237  
HEX E7F1ED

CMYK 18 22 18 90  
RGB 40 32 32  
HEX 272120

CMYK 3 3 3 15  
RGB 218 218 218  
HEX DADADA

CMYK 2 2 1 4  
RGB 238 238 238  
HEX EEEEEE



# Typografi



Typografin omfattar våra typsnitt och hur de används. De har tagits fram för att förmedla AmpSociety's personlighet men också fungera som ett dynamiskt komplement till logotypen.

03	Logotyp
11	Färger
16	Typografi
22	Visuellt element
25	Bildmanér
30	Appliceringar

# Rubriktypsnitt

## GT Super Display

aA bB cC dD eE fF gG  
hH iI jJ kK lL mM nN oO  
pP qQ rR sS tT uU vV  
wW xX yY zZ åÅ äÄ öÖ

Fyra vikter

---

Medium  
*Medium italic*  
Bold  
*Bold italic*

0 1 2 3  
5 6 7 8  
a b A B

GT Super

Say goodbye to  
patchwork  
charging solutions.



# Brödtypsnitt

## Apercu

aA bB cC dD eE fF gG  
hH iI jJ kK lL mM nN oO  
pP qQ rR sS tT uU vV  
wW xX yY zZ åÅ äÄ öÖ

Tre vikter

---

Light

Regular

**Bold**

There is a better way!  
Our journey began in frustration. Back in 2015, founder Kristian Sandahl was waiting to charge his new electric car. All charging stations were occupied and the owners nowhere in sight. That moment sparked determination. A few years year later, our first groundbreaking and patent-pending charging system shook up the Swedish market.

Five product generations of innovation later, we’re now the leaders in our field. We’ve transformed the landscape of large-scale EV charging and hold the biggest market share in Sweden. In this dynamic industry, we never stop evolving. We listen closely to our customers, striving for excellence in reliability, innovation, simplicity, design, economics, and future-proof technology.

# Say goodbye to patchwork charging solutions.



Iqui sim fugiati aepelli genietur aut fuga. Itaturi oreici voleseque dolorum expliqu issunti conestio. Et officius consedi bearum et volup tatiis audit ut fuga.

## Im ut lam idipiciam velique voluptur?

Fugit evelliqui aperrumet laceatiae et eatur, officae mi, imus eos andae conector rorecum inus sus dolupti busaper itinvelique conecattem quam aut landebis explignat il is non prati rernatus. Ab inciliberum quia simi, et eum harum ea volestrum eate aut ma dia con natquam earitat facepra. Ullacid magnisciliti opta doluptate latestrum excerovit modic to earum net vit re, cusam abores aut magnim vendae por adia no.

Rubrik  
GT Super, Medium

Brödtext  
Apercu, regular

Underrubrik  
Apercu, bold



Primära typsnitt

Say goodbye to patchwork charging solutions.

Tamet que cus is et apietur, corehendem fugiam quiae pratempor aliquo di ius eari odionsecab idust restrum quae sit.

Iqui sim fugiati aepelli genietur aut fuga. Itaturi oreici voleseque dolorum expliqu issunti conestio. Et officius consedi bearum et volup tatiis audit ut fuga.

Im ut lam idipiciam velique voluptur? Fugit evelliqui aperrumet laceatiae et eatur, officae mi, imus eos andae conecto rrorecum inus sus dolupti busaper itinvelique conecatam quam aut landebis explignat il is non prati rernatus. Ab inciliberum quia simi, et eum harum ea volestrum eate aut ma dia con natquam earitat facepra. Ullacid magnisciliti opta doluptate latestrum excerovit modic to earum net vit re, cusam abores aut magnim vendae por adia no.

Rubriker	Brödtext, underrubrik och ingress
GT Super	Apercu
Vikt: Bold	Vikt: Bold, Regular

Detta typsnitt ska alltid används i den mån det går, och används i allt vårt marknadsmaterial ut till kund.

Fallback typsnitt

Say goodbye to patchwork charging solutions.

Tamet que cus is et apietur, corehendem fugiam quiae pratempor aliquo di ius eari odionsecab idust restrum quae sit.

Iqui sim fugiati aepelli genietur aut fuga. Itaturi oreici voleseque dolorum expliqu issunti conestio. Et officius consedi bearum et volup tatiis audit ut fuga.

Im ut lam idipiciam velique voluptur? Fugit evelliqui aperrumet laceatiae et eatur, officae mi, imus eos andae conecto rrorecum inus sus dolupti busaper itinvelique conecatam quam aut landebis explignat il is non prati rernatus. Ab inciliberum quia simi, et eum harum ea volestrum eate aut ma dia con natquam earitat facepra. Ullacid magnisciliti opta doluptate latestrum excerovit modic to earum net vit re, cusam abores aut magnim vendae por adia no.

Rubriker	Brödtext, underrubrik och ingress
Playfair Display	Karla
Vikt: Bold	Vikt: Bold, Regular

Har man inte tillgång till de primära typsnitten ska man använda våra fallbacktypsnitt. Men aldrig i marknadsmaterial, utan endast till presentationer och liknande. Laddas ner gratis från Google fonts.

System typsnitt

Say goodbye to patchwork charging solutions.

Tamet que cus is et apietur, corehendem fugiam quiae pratempor aliquo di ius eari odionsecab idust restrum quae sit.

Iqui sim fugiati aepelli genietur aut fuga. Itaturi oreici voleseque dolorum expliqu issunti conestio. Et officius consedi bearum et volup tatiis audit ut fuga.

Im ut lam idipiciam velique voluptur? Fugit evelliqui aperrumet laceatiae et eatur, officae mi, imus eos andae conecto rrorecum inus sus dolupti busaper itinvelique conecatam quam aut landebis explignat il is non prati rernatus. Ab inciliberum quia simi, et eum harum ea volestrum eate aut ma dia con natquam earitat facepra. Ullacid magnisciliti opta doluptate latestrum excerovit modic to earum net vit re, cusam abores aut magnim vendae por adia no.

Rubriker	Brödtext, underrubrik och ingress
Georgia	Arial
Vikt: Regular	Vikt: Bold, Regular

Systemtypsnitt är ett typsnitt som finns på de flesta datorer och används om man inte har möjlighet att ladda ner typsnitt. Detta används alltid som sista alternativ.

# Visuellt element



Vårt visuella element återfinns i hela den grafiska profilen, och arbetar tillsammans med typografi, färger och bilder för att skapa en mer levande layout och ett särskiljande uttryck.

03	Logotyp
11	Färger
16	Typografi
22	Visuellt element
25	Bildmanér
30	Appliceringar



# Strecket / Balken

Produktbalken är den ständiga hjälten och vi använder oss av den så ofta vi kan. Därför plockas tomrummet i ikonens A ut och används som ett visuellt element som förstärker vår varumärkesfärg, och samtidigt visar att vi bryr oss om de små detaljerna.

Balken ett mångsidigt verktyg som kan användas ihop med rubriker, citat men även bilder.





Användning av strecket

Streckets bredd och längd behöver anpassas från fall till fall, beroende på rubrikens storlek, yta och typ av enhet.

**Tänk på** att strecket inte ska bli för tunt eller långt. Det ska inte sträcka sig över hela meningen. Strecket får förekomma i orange och vitt.

Se exempel på användning här bredvid.

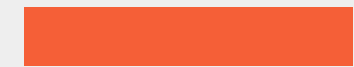
Say goodbye to patchwork charging solutions.



Brand platform

The brand platform defines what our brand is all about, describing why it exists, what it stands for and what it promises to deliver to all different stakeholders.

# Bildmanér



Vårt bildspråk förmedlar hur AmpSociety skiljer ut sig på marknaden med en premium-känsla och förhöjning som står i kontrast till den vardaglighet som är vanlig i branschen.

03	Logotyp
11	Färger
16	Typografi
22	Visuellt element
25	<b>Bildmanér</b>
30	Appliceringar

# Bildmanér



Vi har tre nivåer för att se rätt ut  
vid rätt tillfälle.

**Branding** – Varumärkestärkande bilder/herobilder

**Produktnivå 1** – Varumärkestärkande bilder/herobilder  
som inkluderar produkt

**Produktnivå 2** – Taktiska bilder som inkluderad produkt



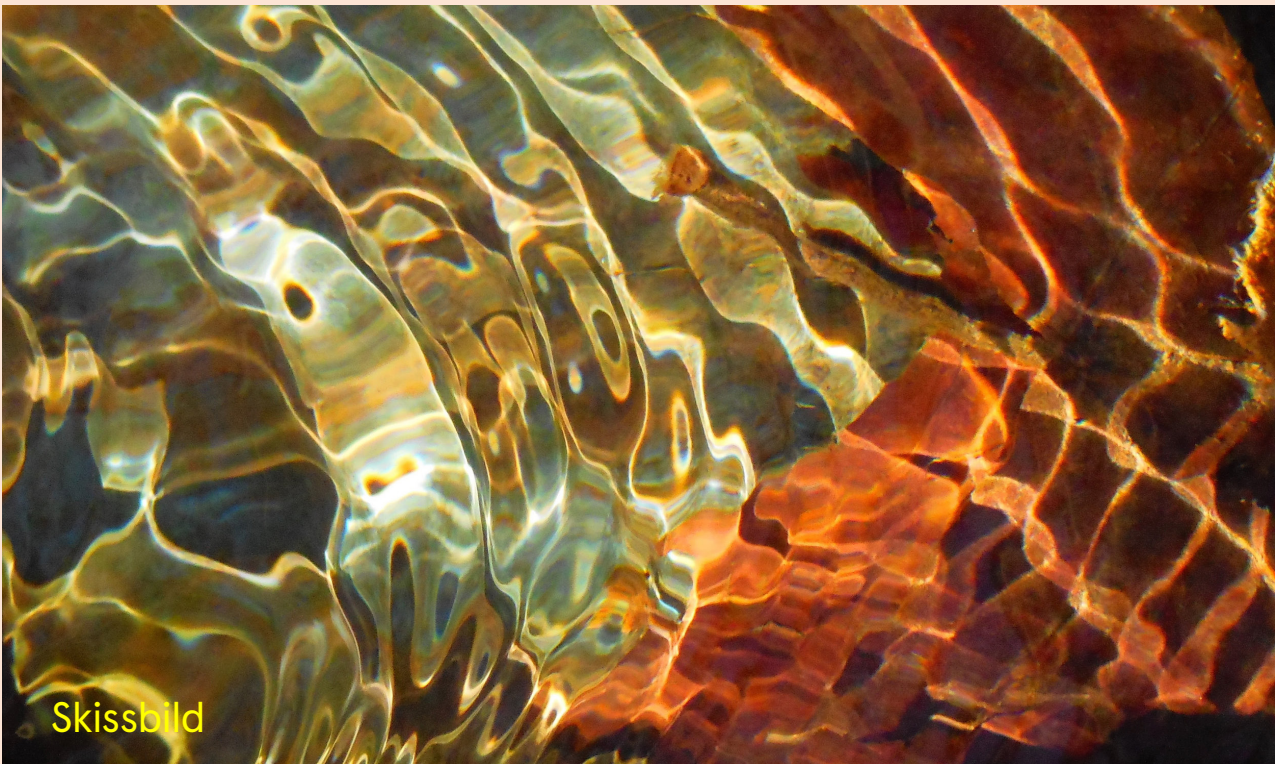
Branding

Hemsida, annonsering, företags- och säljpresentationer m.m.

**Människor i bild** förkommer i närhet till balken eller en elbil. Det är inte vardagssituationer eller vid själva anslutningsögonblicket, utan snarare modellbilder som för tankarna till modevärlden. Fler än en person porträtteras för att förstärka society-tanken.

**Den primära varumärkesfärgen** bygger igenkänning och kopplar samman de andra visuella elementen.

För att få in ett mjukare element som också påminner om hållbarhetsaspekten använder vi **miljöbilder** men inte övertydligt utan snarare aningen abstrakta eller diffusa.





Produktnivå 1

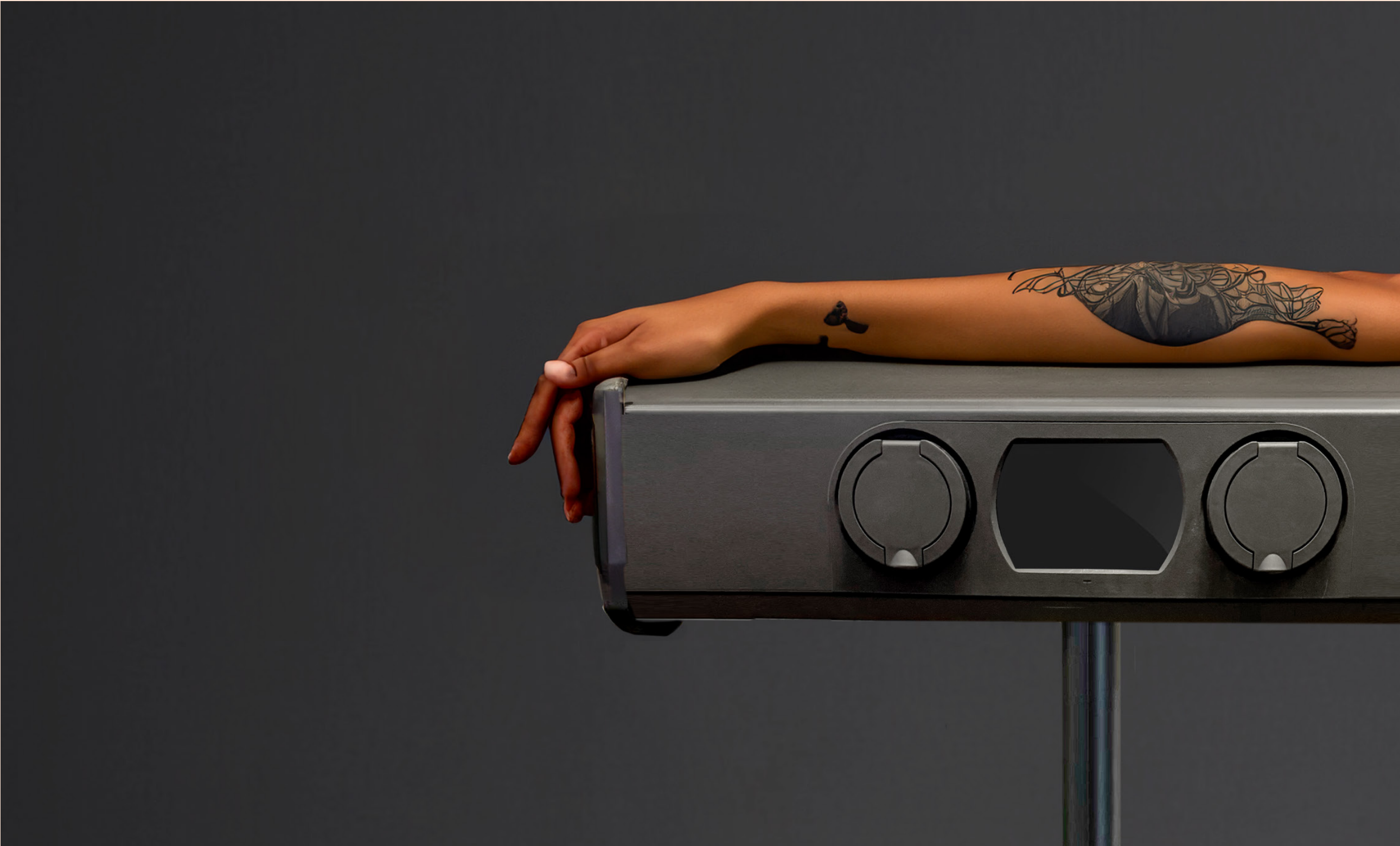
Till annonsering,  
produktbroschyr m.m.

Bilder som visar själva **produkten**.  
De har så god verkshöjd i ljussättning  
och utförande att de skapar köplust.  
De porträtteras i mörk studio för att  
förhöja premiumkänsla.

**Produktbilder med människor** för  
att tillföra kontrasterande mjukhet  
och livlighet som matchar den  
moderna designen.

Bilderna kan mycket väl visa funktioner  
så som skalbarhet, modultanken eller  
ljuset under balken. Men dessa bilder  
är mer ”modebilder” än rationella/  
instruerande bilder. Här har vi möjlighet  
att visa bredd av människor – ett society.

Den **primära varumärkesfärgen** bygger  
igenkänning och kopplar samman de  
andra visuella elementen.



Skissbild





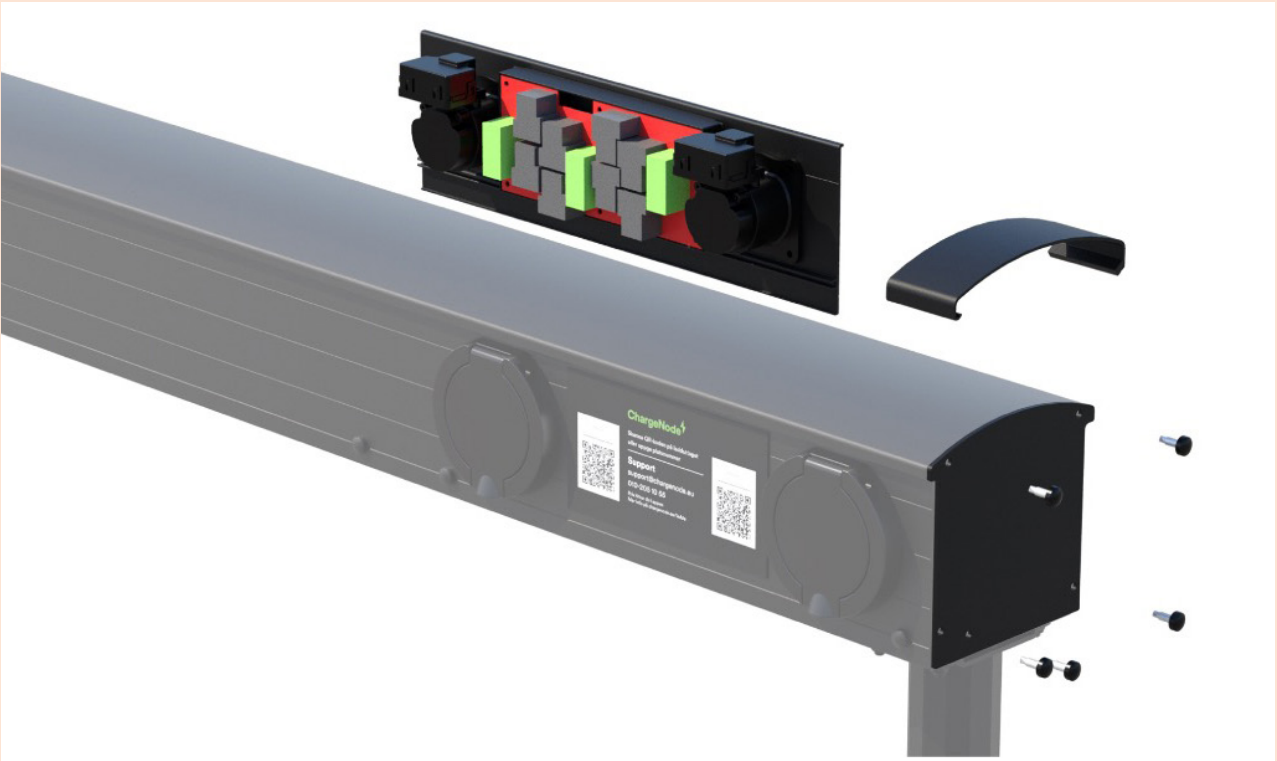
Produktnivå 2

Hemsida, produktblad, instruktioner m.m.

**Produktbilder i användarmiljö.**  
Gärna med en premiumkänsla av arkitektonisk ambition och estetiska värden.

**Rena produktbilder** som stödjer budskap kring tekniska eller systematiska fördelar. De kan vara i verklig miljö eller i mörk studioomgivning.

**Installationsbilder** som är schematiska, tekniska och hjälpsamma för installatörer.





# Appliceringar



En bra profil innehåller en verktygslåda av element man kan variera och använda flexibelt beroende på var man pratar och vem man pratar med.

Det ska också finnas utrymme att utvecklas över tid.

03	Logotyp
11	Färger
16	Typografi
22	Visuellt element
25	Bildmanér
30	Appliceringar



Driven by innovation.  
Fueled by passion.  
Empowering the future  
of EV charging.



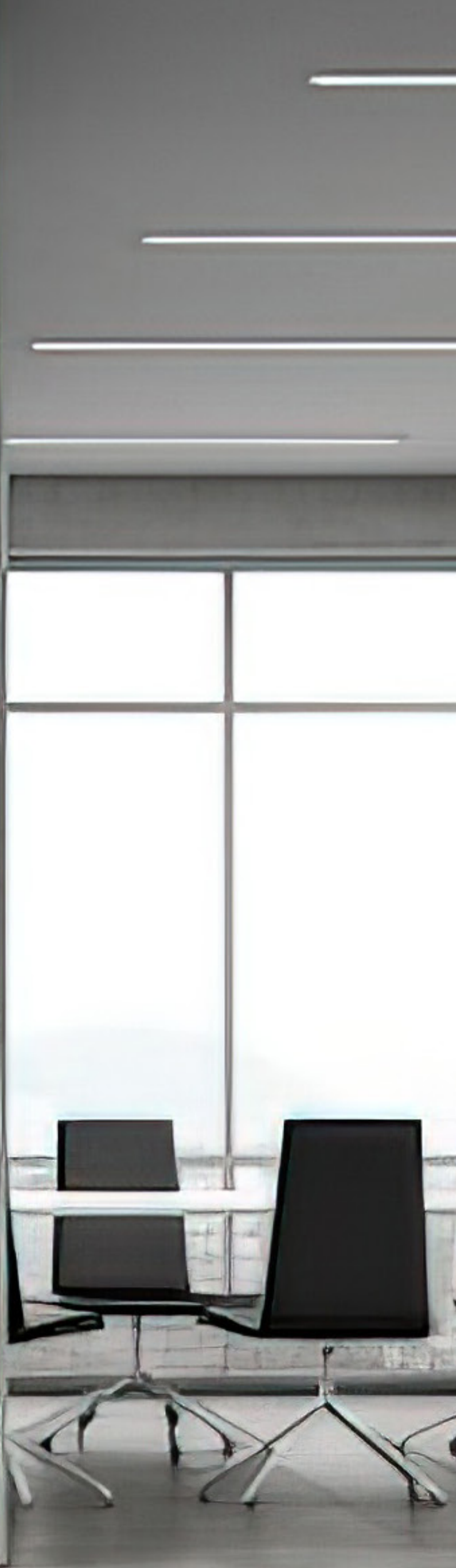
AmpSociety



AmpSociety



AmpSociety





## Are you just looking for a charger, or are you ready for a complete charging system

---

Like many transformative ideas, ours was born out of frustration. In 2015 Kristian Sandahl, one of our founders, waited for his turn to charge his brand-new electric car. The only three charging stations in the parking lot were taken and the car owners were nowhere to be found. After frustration came determination.

We have come a long way, since then. From the first system that transformed the Swedish market in 2019, we have developed five generations, each improving on the last. Today our charging solution is the market leader in Sweden and holds the largest share of our niche.



AmpSociety











HAND CRAFTED QUALITY  
**OVERALL  
MURALS**  
SINCE 2010

Driven by innovation.  
Fueled by passion.  
Empowering the future  
of EV charging.

---

**AmpSociety**





