

Grafisk profil

Graphic guidelines

Det är ett levande dokument som uppdateras efter behov. Har du frågor eller funderingar, önskan om tillägg eller förtydliganden, är du välkommen att kontakta BEVIs marknadskommunikatör.

This is a living document which is updated as needed. If you have any questions, request for additions or clarifications, please contact BEVI's Market Communication Manager.

Innehåll

Inledning	4
Vikten av en tydlig identitet	5
Varumärke och logotyp – vad är skillnaden?.....	6
Monolitisk varumärkesstrategi.....	7
Om BEVI	8
Företagsnamnet BEVI.....	9
Beskrivning av BEVI	10
Logotyp	12
Frizon runt logotypen	14
Logotypens placering och storlek	15
Tagline - vårt löfte	16
Gör ej	17
B-symbolen	18
Färger	20
Primära identitetsfärger.....	21
Komplementfärger.....	22
Stödande färger	23
Toning	23
Typsnitt	24
Grafiskt element	26
Kommunikationsexempel	28
Visitkort	29
Brevmall och kuvert	30
Presentationsmall.....	31
Offertmapp.....	32
Produktblad	33
Produktbroschyr.....	34
Teknisk dokumentation	35
Annonser	36
Affischer	39
Roll-up.....	40
På arbetsplatsen	42
Flaggor och skyltar.....	43
Arbetskläder	44
Fordon	45
Mässor	46
Mässkläder	49

Content

Introduction	4
The importance of a clear identity	5
Brand and logotype - what's the difference?	6
Monolithic brand strategy	7
About BEVI	8
The BEVI company name.....	9
Description of BEVI	11
Logotype	12
Clear space around the logotype.....	14
Placement and size of the logotype.....	15
The tagline - our promise	16
What not to do.....	17
The B symbol	18
Colours	20
Primary identity colours.....	21
Complementary colours	22
Supporting colours.....	23
Gradient	23
Type face	24
Graphic element	26
Communication examples	28
Business cards.....	29
Letter template and envelopes	30
Presentation template	31
Folder	32
Product leaflet	33
Product brochure	33
Technical documentation	35
Advertisements	36
Posters.....	48
Roll-up.....	40
In the workplace	42
Flags and signs.....	43
Work clothes	44
Vehicles	45
Exhibitions	46
Exhibition clothing	49

1 Inledning Introduction



Vikten av en tydlig identitet

Alla vi som arbetar inom BEVI-gruppen är med och formar bilden av vilka vi är. Hur vi kommunicerar är en viktig del av vår identitet.

BEVIs varumärke är en av våra viktigaste tillgångar och denna identitetsmanual är vårt verktyg för att vara konsekventa i vår kommunikation. Vi säkrar att kunder och andra samarbetspartners möter ett och samma företag oavsett när och var mötet ske. I förlängningen stärker detta kopplingen till våra kunder och samarbetspartners vilket i slutändan även stärker vår konkurrenskraft och våra affärer.

Riktlinjer och mallar i manualen ska förenkla arbetet och användas för allt material vi producerar. Det är ett levande dokument som uppdateras efter behov. Har du frågor eller funderingar, önskan om tillägg eller förtydliganden, är du välkommen att kontakta BEVIs marknadskommunikatör.

The importance of a clear identity

All of us who work in the BEVI group are part of shaping the image of who we are. How we communicate is an important part of our identity.

BEVI's brand is one of our most important assets and this brand guideline is our tool for being consistent in our communication. We ensure that customers and other partners meet one and the same company no matter when and where the meeting occurs. This strengthens the connection to our customers and partners, which ultimately also strengthens our competitiveness and our business.

Guidelines and templates in the manual should simplify the work and be used for all material we produce. It is a living document which is updated as needed. If you have any questions, request for additions or clarifications, please contact BEVI's Market Communication Manager.

” Ett varumärke är mycket mer än en logotyp.

” A brand is much more than a logotype.

Varumärke och logotyp – vad är skillnaden?

Varumärke och logotyp är två olika saker.

Ett varumärke är en brokig samling av både medvetna och omedvetna tankar, känslor och attityder kopplade till t.ex. en produkt eller ett företag.

Varumärket ”bor” i din kund och dennes tankar och uppfattning av ditt företag.*

Logotypen är en unik grafisk bild – en visuell representation av varumärket. Det är varumärkets signatur som skapar lätt igenkänning.

Brand and logotype – what’s the difference?

Brand and logotype are two different things.

A brand is a mixed collection of both conscious and unconscious thoughts, feelings and attitudes connected to e.g. a product or a company.

The brand “resides” in your customer, in his thoughts and beliefs about your company.*

The logotype is a unique graphical image - a visual representation of the brand. It’s the brand’s signature which creates easy recognition.

We are one BEVI.

Monolitisk varumärkesstrategi

BEVI tillämpar en monolitisk varumärkesstrategi. Det betyder att BEVI ska bygga ETT varumärke som representerar hela BEVI-gruppens verksamhet och produktsortiment.

Inga organisatoriska enheter, verksamhetsgrenar, interna projekt och liknande ska hanteras som egna varumärken. Det innebär att de inte ska användas eller utveckla:

- egna logotyper
- konkurrerande budskap eller identiteter

Vi kan visa att BEVI är återförsäljare av andra varumärken men själva förvaltar vi inte fler varumärken än just BEVI. Vi har ETT varumärke.

Monolithic brand strategy

BEVI use a monolithic brand strategy. This means that BEVI will build ONE brand that represent the entire BEVI group's operations and product range.

No organizational units, business branches, internal projects or similar should be handled as own brands. This means that they should not use or develop:

- own logos
- competing messages or identities

We can show that BEVI is a reseller of other brands, but we do not manage more brands than BEVI. We have ONE brand.

2 Om BEVI About BEVI

Företagsnamnet BEVI

Företagsnamnet BEVI är en förkortning från det ursprungliga namnet "Blomstermåla ElektroVerkstad och Installationsbyrå" som tillkom år 1940. Sedan starten 1931 fram till dess användes grundarens namn: "Edvin Peterssons Elektriska Byrå".

Idag används bara det kortare BEVI.

Namnet ska alltid skrivas med stora bokstäver "BEVI" oavsett om det är i en rubrik eller i en brödtext.

BEVI ✓

Bevi ✗

The BEVI company name

The company name BEVI is an abbreviation of the original Swedish name which would be "Blomstermåla Electrical Workshop and Installation Agency" in English. It was first used in year 1940. From the start in 1931 until then the founders name had been used in the company name "Edvin Petersson's Electric Agency".

Today we only use the shorter name BEVI.

The company name should always be written in capital letters "BEVI" no matter if it is in a headline or in body text.

Beskrivning av BEVI

I flera olika sammanhang, som presentationer, mässor med mera, behövs en text om BEVI. Det är bra att denna beskrivning ger en helhetsbild av BEVI och att vi är konsekventa i vår beskrivning. Ibland kan texten vara lång, ibland måste den vara kortare. Här är tre olika långa texter att använda när så behövs.

Kort beskrivning (374 tecken)

BEVI är ett av Nordens största företag inom elektriska drivsystem och kraftgenerering. Vi erbjuder ett omfattande sortiment av elmotorer, generatorer, transmissioner, kraftelektronik, komponentmaterial och startutrustningar. Med vår djupa tekniska expertis tillverkar vi även kundanpassade drivsystemlösningar samt att vi utför kvalificerad service, tester och reparationer.

Medium beskrivning (700 tecken)

BEVI är ett av Nordens största företag inom elektriska drivsystem och kraftgenerering. Sedan 1931 har vi tillverkat elmotorer till en mängd olika industrier. Elmotorerna står i centrum för vår verksamhet och vi ligger i framkant när det gäller produktutveckling av energieffektiva drivsystem.

Vi är verksamma i Sverige, Danmark, Norge, Finland, Litauen, Estland, Kina och Sydkorea huvudsakligen via egna bolag men även via distributörer.

Lokala variationer i erbjudandet finns men sammantaget över BEVI-gruppen erbjuder vi ett omfattande sortiment av elmotorer, generatorer, transmissioner, kraftelektronik, komponentmaterial och startutrustningar. Vi utför även service på elektriska maskiner upp till 20 ton.

Lång beskrivning (961 tecken)

BEVI är ett av Nordens största företag inom elektriska drivsystem och kraftgenerering. Sedan 1931 har vi tillverkat elmotorer till en mängd olika industrier. Elmotorerna står i centrum för vår verksamhet och vi ligger i absolut framkant när det gäller produktutveckling av energieffektiva drivsystem.

Vi är verksamma i Sverige, Danmark, Norge, Finland, Litauen, Estland, Kina och Sydkorea huvudsakligen via egna bolag men även via distributörer. Det ger god, lokal kontakt och bra tillgänglighet.

Lokala variationer i erbjudandet finns men sammantaget över BEVI-gruppen erbjuder vi ett omfattande sortiment av elmotorer, generatorer, transmissioner, kraftelektronik, komponentmaterial och startutrustningar. Vi utför även kvalificerad service och tester på elektriska maskiner upp till 20 ton.

BEVI-gruppen har omkring 90 anställda och är del av den börsnoterade teknikhandelskoncernen Addtech som har ca 3000 medarbetare i 20-talet länder med en omsättning på 11 miljarder (SEK).

Description of BEVI

In several different situations, such as during presentations, exhibitions and more, a text about BEVI is needed. It is good that this description gives a full picture of BEVI and that we are consistent. Sometimes the text can be long, other times it must be shorter.

Here are three texts of different length to use when needed.

Short description (375 characters)

BEVI is one of the Nordic region's largest companies in electric drive systems and power generation. We offer a comprehensive range of electric motors, generators, transmissions, power electronics, component materials and starter equipment. With our deep technical expertise, we also produce customized drive system solutions and perform qualified service, tests and repairs.

Medium description (721 characters)

BEVI is one of the Nordic region's largest companies in electric drive systems and power generation. Since 1931, we have manufactured electric motors for many industries. Electric motors are at the heart of our business and we are at the absolute forefront when it comes to product development of energy-efficient drive systems.

We operate in Sweden, Denmark, Norway, Finland, Lithuania, Estonia, China and South Korea mainly through own companies but also through distributors.

Local variations in the offer exist but overall the BEVI group offers an extensive range of electric motors, generators, transmissions, power electronics, component materials and start equipment. We also carry out service on electric machines up to 20 tons.

Long description (971 characters)

BEVI is one of the Nordic region's largest companies in electric drive systems and power generation. Since 1931, we have manufactured electric motors for a variety of industries. The electric motors are at the heart of our business and we are at the forefront of the product development of energy-efficient drive systems.

We operate in Sweden, Denmark, Norway, Finland, Lithuania, Estonia, China and South Korea mainly through our own companies but also through distributors. It provides good local contact and accessibility.

Local variations in the offer exist but overall the BEVI group offers an extensive range of electric motors, generators, transmissions, power electronics, component materials and start equipment. We also perform qualified service and tests on electric machines up to 20 tons.

The BEVI group has around 90 employees and is part of Addtech, a publicly listed technology trading group present in about 20 countries with 3 000 employees and a turnover of 1 100 MEUR.

3 Logotyp Logotype

Grön logotyp

Den gröna versionen är BEVIS huvudsakliga logotyp som används i första hand. För bästa synlighet ska den helst användas mot en vit eller ljus bakgrund.

Green logotype

The green version is BEVI's main logotype. Preferably use this logotype against a white or light background.

The image shows the BEVI logo in a vibrant green color. The letters are bold and sans-serif, with a distinctive design where the 'V' and 'I' have a slight gap between their vertical strokes.

Varianter av logotypen

Den vita logotypen kan användas på färgade bakgrunder eller för bra kontrast mot mörkare bilder.

Svart logo används i sällsynta fall vid svart-vitt tryck eller undantagsvis när den gröna eller vita logotypen av olika skäl ej går att använda.

Logotype variants

The white logotype is used against coloured backgrounds or for better visibility against darker images.

The black logotype is used on rare occasions in black-and-white print or when the green or white logotype for different reasons can not be used.

The image shows the BEVI logo in white, centered on a light gray background. The font style is consistent with the green version.The image shows the BEVI logo in black, centered on a light gray background. The font style is consistent with the other versions.

Frizon runt logotypen

Logotypen ska alltid omges av en frizon. Frizonen ska till ytan vara minst som nedre delen av bokstaven B, runt om hela logotypen. Frizonen är minimiavståndet till annan grafik, text eller bild. Inom frizonen får inga andra objekt placeras som till exempel texter eller andra grafiska element.

Samma minimiavstånd gäller till ytterkanten på de material där logotypen placeras. Syftet med frizonen är att logotypen ska bli tydlig och att text, adresser, dekorelement eller bilder inte ska riskera att uppfattas som en del av logotypen. Frizonen är ett minimum; ju mer fri yta som finns runt logotypen, desto tydligare framträder den.

Vid vissa tillfällen kan frizonen ej tillämpas då enbart logotypen exponeras. Rekommendationen är då att frizonen till ytan är minst hälften så stor. Dessa tillfällen ska godkännas av BEVIs Marknadskommunikatör.

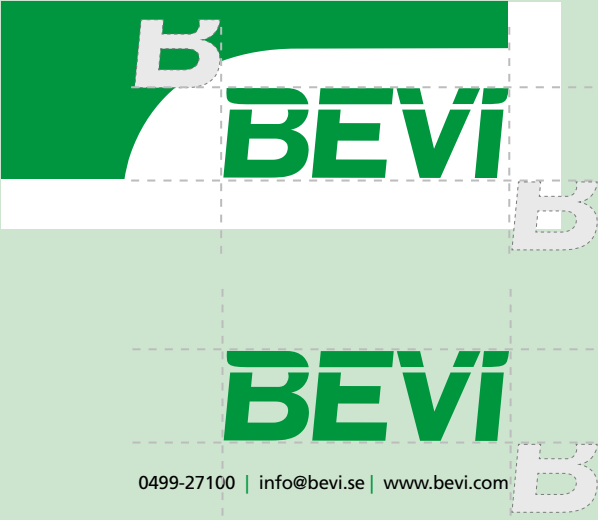
Clear space around the logotype

The logo should always be surrounded by a clear zone. The size of the clear zone should be at least as the lower part of the letter B around the entire logo. The clear zone is the minimum distance to another graphic, text or image. Within the clear zone, no other objects may be placed such as text or other graphic elements.

The same minimum distance applies to the outer edge of the material where the logo is placed. The purpose of the clear zone is to make the logo clear and that text, addresses, decorative elements or images should not be perceived as part of the logo. The free zone is a minimum; The more free space that exists around the logo, the more clearly it appears.

On occasion, when only the logo is exposed, the clear zone can not be applied. The recommendation is then that the free zone to the surface is at least half the size. These occasions should be approved by BEVI's Market Communication Manager.





Undantag gällande frizonen

Undantag gällande ovan frizon runt logotypen är i annonser eller broschyrer när logotypen används tillsammans med det rundade hörnet eller med vår kontaktinformation i en rad. Se exempel i bilderna till vänster.

Exceptions to the clear space

Exceptions to the above mentioned free zone around the logotype are in ads or brochures when the logotype is used together with the rounded corner plate or with our contact information in a row underneath the logotype.

Logotypens placering och storlek

För att BEVI ska framstå som en tydlig avsändare ska alltid vår logotyp placeras i ett av de fyra hörnen. Placeringen ska alltid ta hänsyn till frizonen.

OBS! Logotypen får aldrig vara mindre än 10 mm bred och aldrig vridas eller roteras åt något håll.

Placement and size of the logotype

In order for BEVI to clearly appear as the sender, our logo should always be placed in one of the four corners. The location should always take the clear zone into account. The logo must never be rotated in any direction.

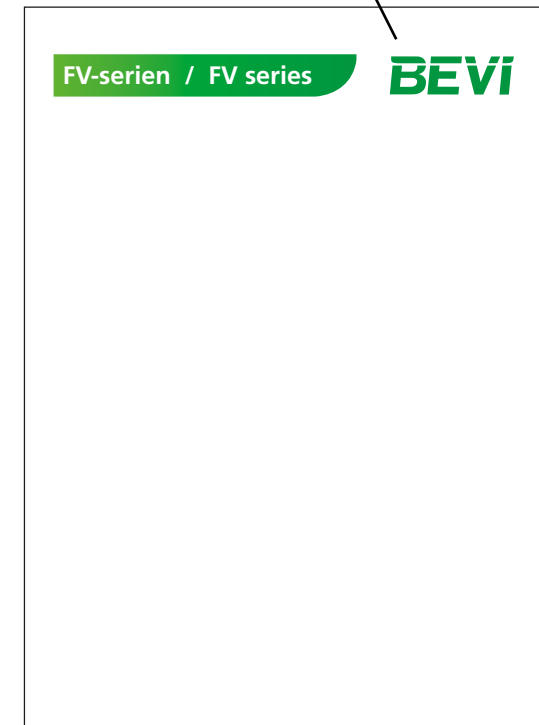
OBS! The logotype may neither be smaller than 10 mm wide, nor rotated in any direction..



Annons /
Advertisement

Produktblad /
Product leaflet

Kontorsdokument /
Office documents



Tagline - vårt löfte

“Our energy - your success”. Med detta sagt vill vi förmedla hela vår affärsidé. Att oavsett om det gäller elektriska drivsystem, vårt sätt att bemöta våra kunder eller om vi håller i en kurs, ska vår energi se till att våra kunder når framgång. Det gäller även internt. Vår gemensamma energi ska se till att alla trivs, utvecklas och når framgång på jobbet.

The tagline - our promise

“Our energy - your success”. By this we mean to convey our complete business idea. That no matter it is about electrical drive systems, our way to greet our customers, if we hold a training course our energy will make our customers successful. This is also valid internally within BEVI. Our common energy will make sure that everyone thrives, develops and reaches success at work.

Storlek och placering

Se bilden till vänstern för beskrivning av storlek, typsnitt och placering av vår tagline i förhållande till logotypen.

Size and placement

See the image to the left for a description of the size, font and location of our tagline relative to the logotype.



BEVI
OUR ENERGY – YOUR SUCCESS



BEVI
OUR ENERGY – YOUR SUCCESS

○

Frutiger LT Pro
65 Bold

Gör ej

- 1.) Förvanska inte logon på något sätt. När logon skalas upp eller ner i storlek, se till att den skalas proportionerligt.
- 2.) Byt aldrig färg på logon
- 3.) Placera aldrig logon så den bli svår att läsa
- 4.) Logotypen får aldrig vara mindre än 10 mm bred. (Då skriver vi istället BEVI i vanlig text.)
- 5.) Vrid eller rotera aldrig logotypen.

What not to do

- 1.) Do not alter the logo in any way. When scaling the logo, make sure that it's scaled proportionally.
- 2.) Never change the colour of the logo.
- 3.) Never place the logo so that it becomes difficult to see against the background.
- 4.) The logotype may neither be smaller than 10 mm wide. (Then instead we write BEVI in plain text.)
- 5.) Never rotate the logotype.



4 B-symbolen The B symbol

Användning av symbolen B

Symbolen "B" används sparsmakat och endast för sig självt. Den kan till exempel användas som favicon på hemsidan, i de sociala kanalerna, på vissa kläder eller give-aways.

Begär godkännande från BEVI's marknadskommunikatör innan eventuell användning.

Use of the B symbol

The "B" symbol is used on only a few occasions and only by itself. It is for example used as favicon on the websites, in our social media channels, in some clothes or give-aways.

Ask BEVI's Communication Manager about potential use.



Gör ej

Do not use the "B" symbol together with the logotype.

What not to do

Do not use the "B" symbol together with the logotype.



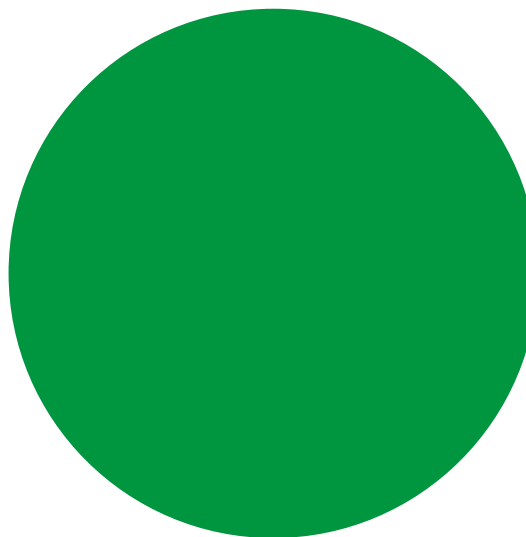
5 Färger Colours

Primära identitetsfärger

BEVIs primära färger grönt och vitt är de som huvudsakligen ska synas i allt från BEVI.

Primary identity colours

BEVI's primary colors green and white should mainly be seen in everything from BEVI.



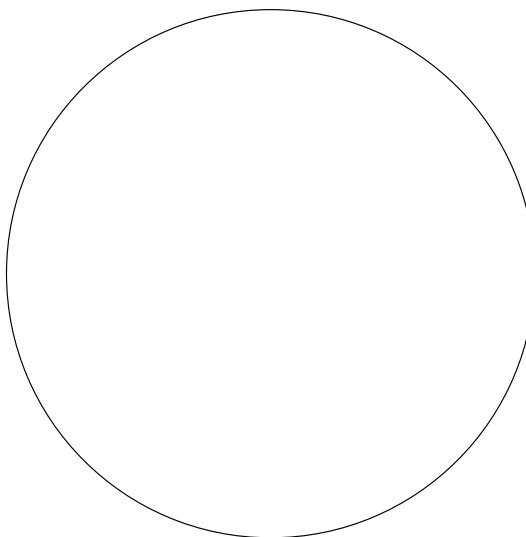
BEVI green

CMYK 100, 0, 100, 0

RGB 0, 150, 64

HEX #009640

PMS 355 C



White

CMYK 0,0,0,0

RGB 255, 255, 255

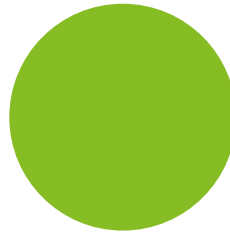
HEX #FFFFFF

NCS 0502-y

Komplementfärger

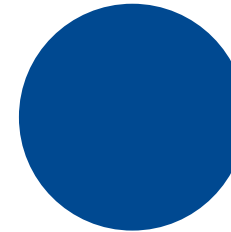
Komplementfärgerna används grafiskt för att skapa viss kontrast och liv i layouten. Använd dessa med viss begränsning. Kisar man mot materialet ska de primära färgerna huvudsakligen ska synas.

Den blå färgen används även på vissa av våra produkter, främst elmotorer.



BEVI light green

CMYK 56, 0, 100, 0
 RGB 131, 187, 38
 HEX #83BB26
 PMS 368 C



BEVI blue

CMYK 100, 79, 0, 21 (Coated)
 CMYK 100, 70, 0, 12 (Uncoated)
 RGB 30, 28, 119
 HEX #1E1C77
 PMS 2748 C
 RAL 5010
 NCS 95BB 07/350

Complementary colours

The complement colors are used graphically to create some contrast and life in the layout. Use these colours with some care. If you peer at the material, it is the primary colors which should mainly be visible.

The blue color is also used on some of our products, mainly electric motors.

Färkoder - förklaring och användning

CMYK En färgmodell för fyrfärgstryck (papper). En kombination av cyan, magenta, gul och svart.

RGB Kombination av rött, grönt och blått som används för digitala enheter och skärmar.

HEX Används för webbsidor.

PMS Ett standardiserat färgsystem för dekorfärger där varje färg representeras av ett unikt namn och/eller nummer. Används för bl a tryck på tyg.

RAL Ett europeiskt färgmatchningssystem som definierar färger för lack, pulverlack och plast.

NCS Natural Colour System – en global standard för att definiera ett exakt slutresultat för bl a målarfärg.

Explanation of colour codes and usage

CMYK 4-colour process breakdown used for print. A combination of cyan, magenta, yellow and black.

RGB Combination of red, green and blue used for digital devices and screens.

HEX Used for display on web pages.

PMS A standardized color matching system, Pantone, used for print on fabric etc.

RAL RAL is a European color matchin system used to define standard colors for varnish, powder coating and plastics.

NCS Natural Colour System – a global standard for the defining an exact end-result in e.g. paint colours .

Stödande färger

De ljusare tonerna kan användas som t ex färg för exempelvis tonplattor bakom viss text.

Den mörkare grå färgen kan t ex användas som rubrikfärg där 100% svart text där svart text upplevs som alltför kontrastrik mot bakgrunden.

Samtliga färger, inklusive komplementfärgerna kan användas till informationsgrafik: grafer, diagram, pictogram med mera. Tänk på att det är de primära färgerna som ska ha övertaget totalt sett.

Supporting colours

The lighter tones can be used as, for example, as background for text areas to be high-lighted or separated.

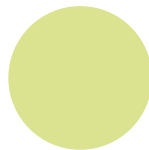
The darker gray color can, for example, be used as header color where 100% black text is perceived as too contrasting towards the background.

All colors, including complementary colors, can be used for information graphics: graphs, diagrams, pictograms and more. Make sure that the primary colours have the upper hand in the layout.



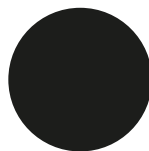
BEVI light green nuance 1

CMYK 35, 0, 75, 0
 RGB 186, 210, 95
 HEX #BAD25F
 PMS 367 C



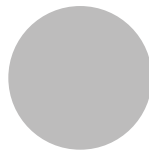
BEVI light green nuance 2

CMYK 20, 0, 55, 0
 RGB 219, 227, 144
 HEX #1D1D1B
 PMS 587 C



Black

CMYK 0, 0, 0, 100
 RGB 29, 29, 27
 HEX #1D1D1B
 PMS Neutral black C



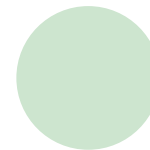
35% Black

CMYK 0, 0, 0, 35
 RGB 189, 188, 188
 HEX #BDBCBC
 PMS Cool grey 4 C



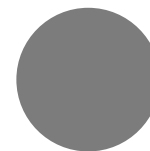
BEVI green nuance 1

CMYK 65, 0, 65, 0
 RGB 93, 183, 122
 HEX #5DB77A
 PMS 7723 C



BEVI green nuance 2

CMYK 25, 0, 25, 0
 RGB 204, 229, 206
 HEX #CCE5CE
 PMS 621 C



65% Black

CMYK 0, 0, 0, 65
 RGB 124, 124, 123
 HEX #7C7C7B
 PMS Cool grey 9 C



12% Black

CMYK 0, 0, 0, 12
 RGB 233, 233, 233
 HEX #1E9E9E
 PMS 663 C

Toning

Används som bakgrund i viss layout. (Se exempel från avsnitt 8 och framåt.) Toningen skapas diagonalt, med den ljusare färgen i övre vänstra hörnet.

Gradient

Used as background in some layout. (See examples from section 8 onwards.) The gradient is created diagonally with the lighter color in the upper left corner.



6 Typsnitt Type face

Primärt typsnitt

Det primära typsnitt som används av BEVI är Frutiger, ett väl läsbart sans serif typsnitt. Frutiger används för allt marknadsföringsmaterial såsom broschyrer, annonser, direktreklam, skyltar med mera.

Användare: Kommunikatörer och leverantörer som reklambyråer.

Frutiger är ett typsnitt som kräver licens. De personer som bedöms behöva typsnittet köper sin licens av de leverantörer som säljer typsnitt. Leverantörer, som t ex byråer och tryckerier, måste ha sin egen licens och betala för detta. Observera att det är olagligt att överlämna typsnitt till leverantörer.

Primary typeface

The primary type face used by BEVI is Frutiger, an easily read sans serif typeface. Frutiger is used for all marketing material such as brochures, direct mails, advertisements, signs etc.

Users: Communication personnell and suppliers like advertising agencies.

Frutiger is a typeface which requires a license. Persons who is considered to need the typeface purchase their license by suppliers selling typefaces. Agencies and printers must have and pay for their own license to the typeface. Please notice that it is illegal to hand over the typeface to suppliers.

Typsnitt kontorstillämpningar

För alla kontorstillämpningar, såsom brevpapper, kommersiella dokument, PowerPoint-presentationer, teknisk dokumentation med mera används typsnittet Arial.

Användare: Alla

Typeface office applications

For all office applications such as letters, commercial documenta, PowerPoint-presentations, technical documentation etc the typeface Arial is should be used.

Users: All

Frutiger LT Pro 45 Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö

Frutiger LT Pro 55 Roman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö

Frutiger LT Pro 65 Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö

Arial

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö

7 Grafiskt element Graphic element

Det rundade hörnet

Det rundade hörnet är ett grafiskt element som ska användas ofta för att skapa igenkänning.

Rundningen är likadan men elementet kan förlängas eller höjas beroende på om den ska innehålla vår logotyp eller en kortare textrad.

Den fungerar även i toning/grönt även om vitt mot grön bakgrund är att föredra.

The rounded corner

The rounded corner is a graphic element that will often be used to create recognition.

The rounding of the corner is the same but the bar can be extended or heightened depending on the content – our logo or a shorter line of text.

It works in gradient/green, although white against a green background is to prefer.



8 Kommunikationsexempel Communication examples

Visitkort

Visitkort ser ut som i bilden till vänster. I Norden beställs dessa via BEVIs marknadskommunikatör.

För personal med utländska kontakter kan de beställas med två språk, en sida med det lokala språket och den andra sidan med exempelvis engelska.

Logotypen på kortet inkluderar vår tagline.

Business cards

Business cards look like in the image to the left. In the Nordic countries, these are ordered via BEVI's Market Communication Manager.

For personnel with foreign contacts, they can be ordered in two languages, one side with the local language and the other side with English or Chinese depending on the need.

The logo on the card includes our tagline.



Brev och kuvert

Brevmall finns i Microsoft Word. I Norden beställs nya kuvert via BEVIs marknadskommunikatör.

Logotypen i brevmallen inkluderar vår tagline. På kuvertet används logotypen utan tagline för att ge plats till avsändaradressen under logotypen.

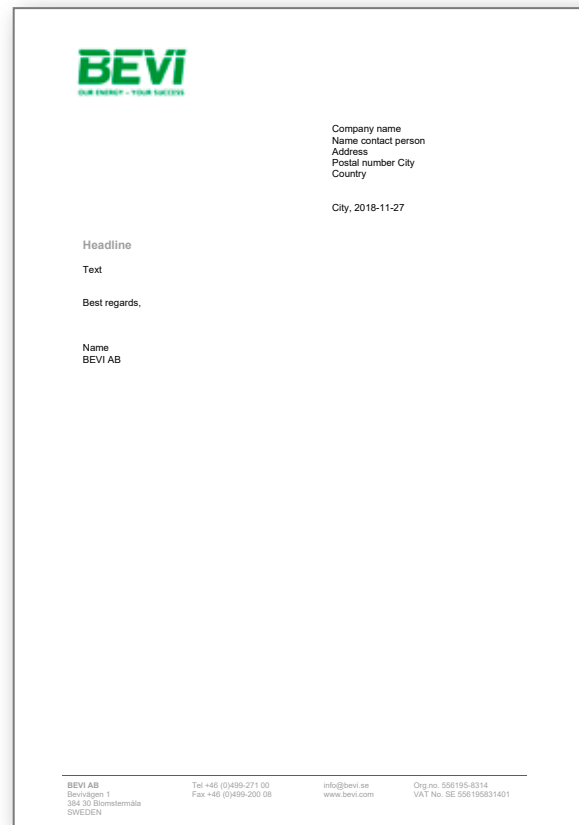
Typsnitt som används är Arial.

Letters and envelopes

Letter template is available in Microsoft Word. In the Nordic Market Communication Manager.

The logotype in the letter template includes our tagline. On the envelope we use the logotype without the tagline to leave room for the sender address beneath the logo.

The font used is Arial.



Presentationsmall

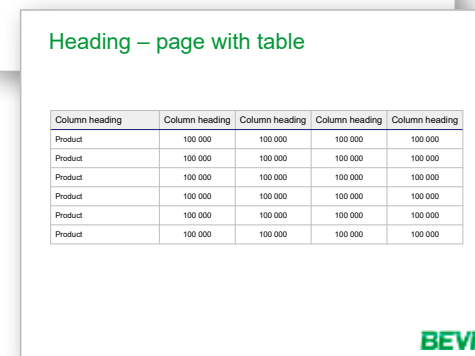
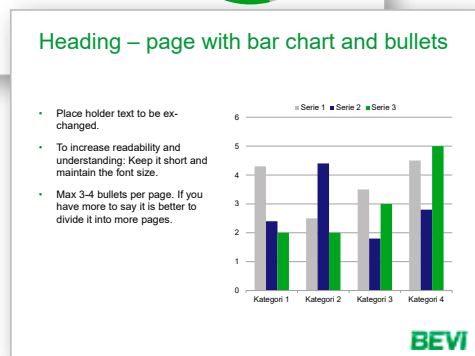
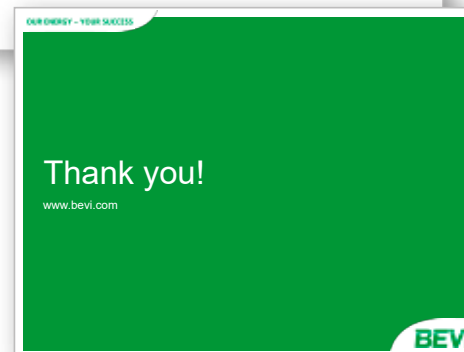
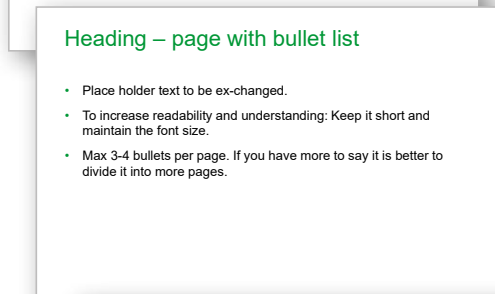
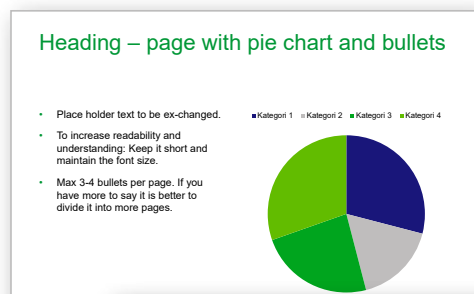
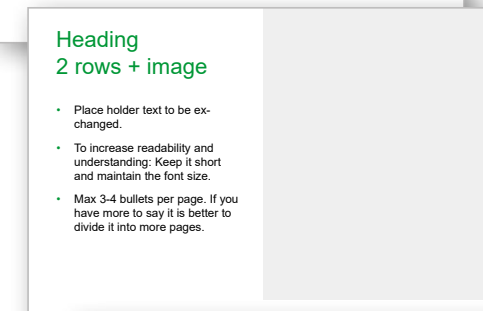
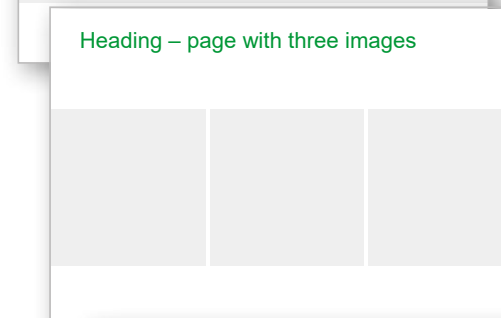
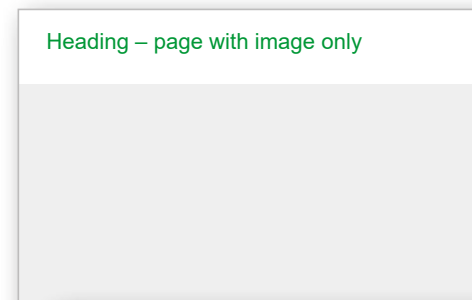
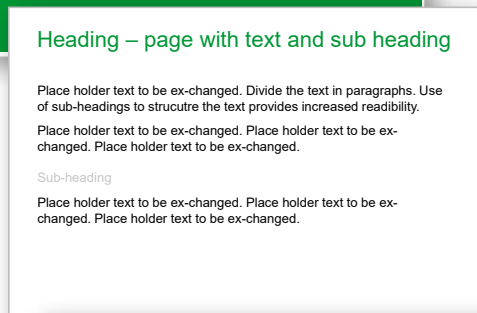
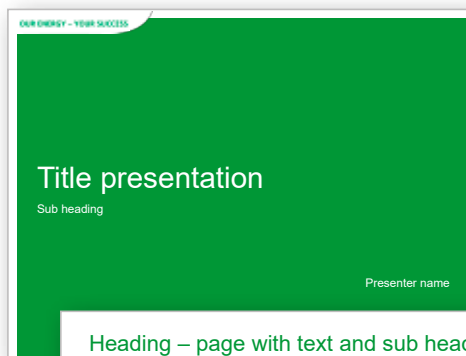
Presentationsmall finns i Microsoft PowerPoint. Det finns en mall med svensk platshållartext och en med engelsk text.

Enda typsnittet som används är Arial.

Presentation template

Presentation template is available in Microsoft PowerPoint. There is a template with Swedish placeholder text and another with English text.

Arial is the only font to be used.

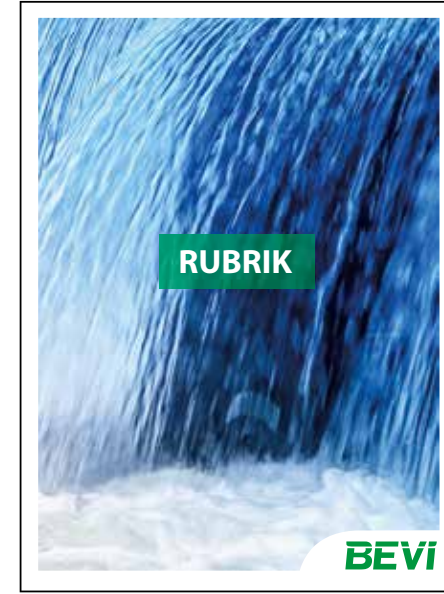
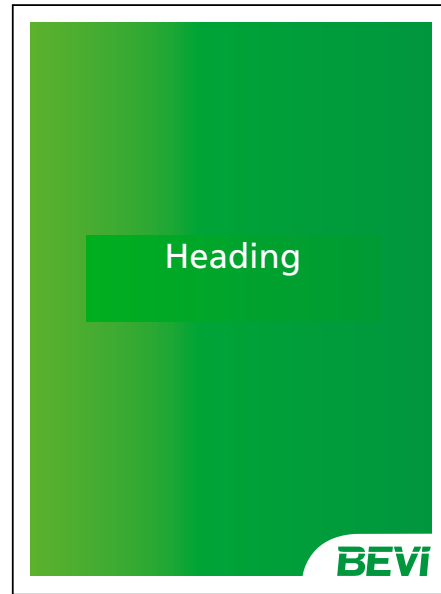


Offertmapp

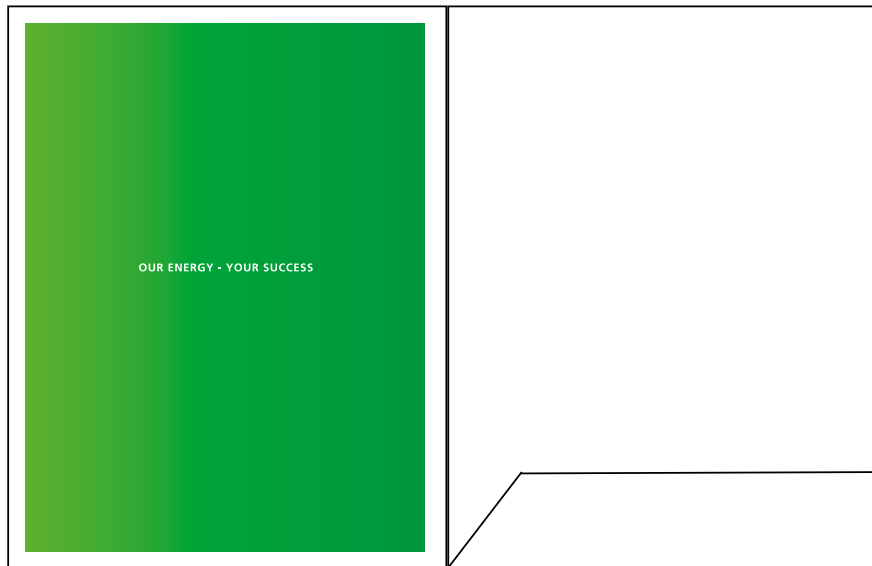
Här är ett exempel på hur en tryckt mapp skulle kunna se ut.

Folder

This is an example of what a printed folder could look like.



Framsidor / Front pages



Insida / Inside



Baksida / Reverse

Produktblad

Exempel på ett enkelt produktblad, 1-4 sidor.


Exemplet på bilderna visar ett två-språkigt produktblad.

Product leaflet

Example of a simple product leaflet, 1-4 pages.

The example in the images shows a product leaflet with two languages.


FV-serien / FV series



Snäckväxel i rostfritt stål (AISI 316)
Stainless steel wormgearboxes (AISI 316)

För användning i livsmedels- och marinindustrin
 Snäckväxelserien FV är konstruerad för de höga kraven inom livsmedelsindustrin. Den släta, runda designen gör växeln enkel att rengöra.
 FV används också inom aggressiva miljöer, t ex marinindustrin, där salt och bräckt vatten ställer stora krav på växelns beständighet.

For use in the food and marine industries
 FV series stainless steel wormgearboxes are designed to meet the latest standards for the highly demanding environments in the food industry. The round and smooth design makes the gearboxes easy to clean.
 FV is also used in aggressive environments, for example the marine industry, where salt and brackish water put high demand on the gearbox material.



FV rostfri snäckväxel (AISI 316)
 FV stainless steel wormgearboxes (AISI 316)

Tekniska data

- FV finns i tre olika storlekar 040, 050 och 063.
- Sekundär hålaxelstorlek 18 och 25 mm (andra storlekar finns på begäran)
- Utväxling upp till 1:100
- Utgående vridmoment upp till 152 Nm
- Effekt upp till 1,5 kW
- Fyllt med livsmedelsgodkänd olja (USDA H1)
- Högkvalitativt elektrolyterat rostfritt stål AISI 316
- Utbytbar med andra vanliga växlar
- IEC-adapter
- Blå oljetätningar för livsmedelsproduktion
- Rund design som är enkel att rengöra
- Ingen namnskytt där bakterier eller smuts kan samlas. Typbeteckningen är ställd etsad på växeln.
- Luftplugg i rostfritt stål AISI 316

Tillval

- Utgående flans
- Skyddslock för hygien och säkerhet
- Momentarm, enkel att rengöra
- Fotplattor
- Polerad yta för finare finish
- Enkel utgående axel tapp i rostfritt
- Nötfri, Halal eller Kosher-godkänd smörjning finns som tillval.

Main features

- FV is available in three different frame sizes 040, 050 and 063.
- Secondary hollow shaft sizes 18 and 25 mm (other sizes are available on request)
- Ratios up to 1:100
- Output torque up to 152 Nm
- Power up to 1.5 kW
- Filled with USDA H1 foodgrade lubrication
- High quality electro polished stainless steel AISI 316
- Interchangeable with common brands
- IEC direct motor build
- Blue oil seals for food production.
- The smooth, round design makes it easy to clean.
- No name plates under which bacterial growth and dirt can occur. The type specification is etched on the gearbox.
- Stainless steel AISI 316 debreather

Options

- Output flanges
- Easy clean open and closed shaft covers
- Easy clean torque arm
- Footplates
- Mirror polishing
- Single sided solid output shafts in stainless steel
- Lubrication with Halal, Kosher or nut free certification.

Vikt / Weight


Type / Type	Kg
F040	1,7
F050	3,2
F060	8,9

Ytterligare rostfria växlar
 Difterna finns även som rak kugg-, vinkelkugg- samt tappväxel.

Additional stainless steel gears
 Gears also exist as helical gear, bevel gear and shaft-mounted gear.

Hur du kontaktar BEVI
 Kontaktpuffiter till olika länder och kontor uppdateras kontinuerligt på vår hemsida www.bevi.se.

How to contact BEVI
 Contact details to different countries and offices are continually updated on our website www.bevi.com.



Produktbroschyr

Exempel på en mer fyllig produktbroschyr på fler än fyra sidor.

Product brochure

Example of a richer product brochure at more than four pages.



Teknisk dokumentation

Mall för teknisk dokumentation finns i Word-format. Typsnitt som ska användas genomgående är Arial.

För varningstexter i manualen går det bra att göra texten röd. Följ mallen i övrigt.

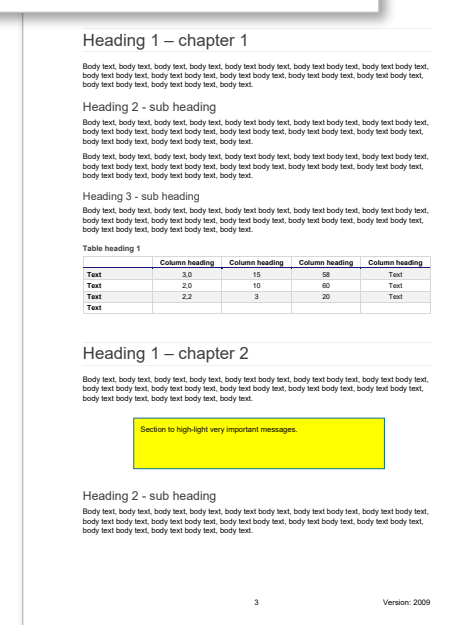
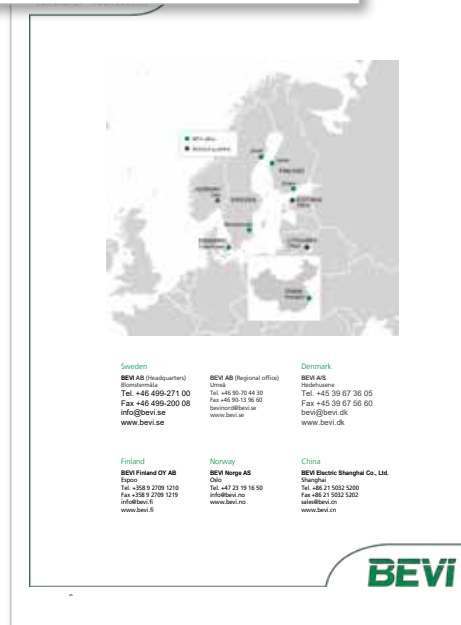
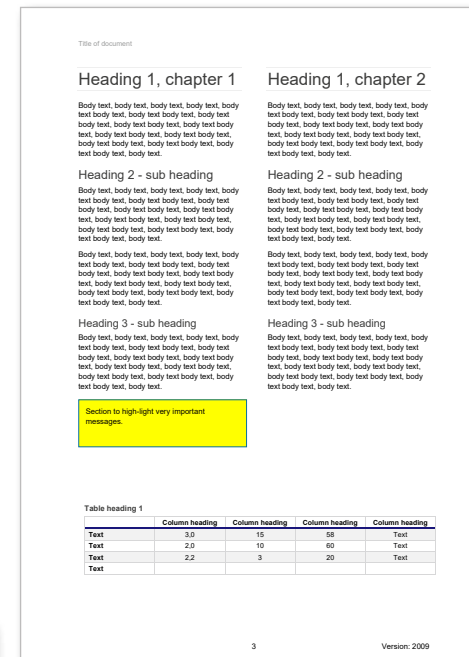
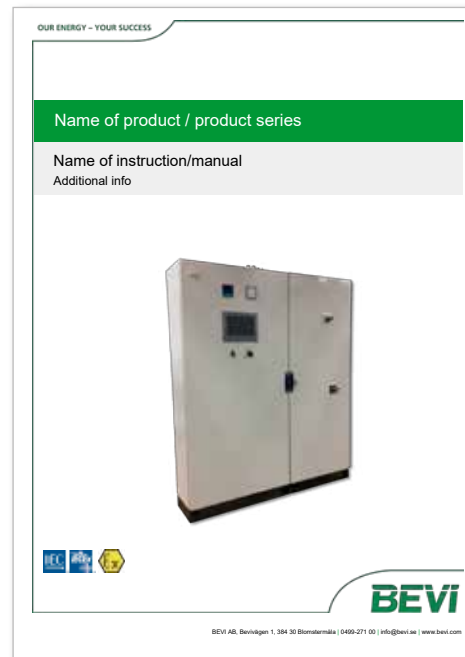
Höjden på det grå textfältet på titelsidan anpassas efter antal textrader som behövs. Mer än tre rader är dock inte att rekommendera.

Technical documentation

A template for technical documentation is available in Word format. Use the font Arial throughout the document. (For Asian languages, use a similar font.)

Warning texts may be high-lighted in red text. For other text please follow the template.

Adjust the height of the gray text field on the title page as needed. More than three rows are not recommended.



Annons utan bild

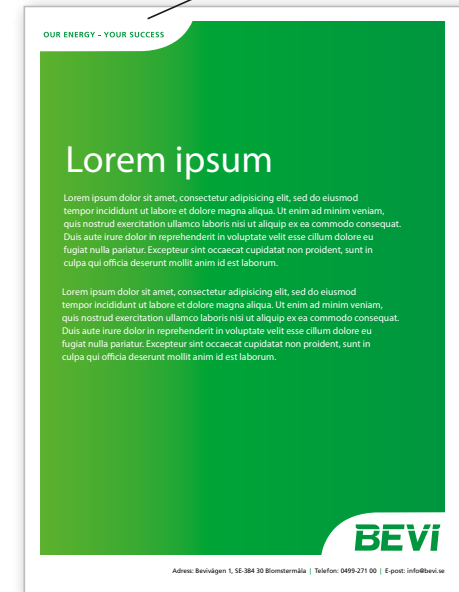
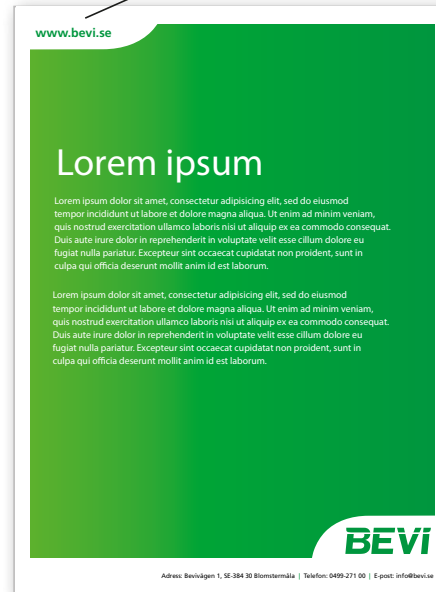
Exempel på hur en annons utan bild kan se ut.

Advertisement without image

Example of what an advertisement without images can look like.

Web address

Tagline



Annons med bild, liggande

Exempel på hur en liggande annons med bild kan se ut.

Advertisement with image

Example of what a horizontal advertisement with an image can look like.



Annons med bild, stående

Exempel på hur liggande annonser med bild kan se ut.

Advertisement with image, portrait

Example of what horizontal advertisements can look like.

www.bevi.fi

Sähkökäyttöjesi toimittaja

BEVI pystyy toimittamaan energiatehokkaat sähkömoottorit, vaihteet ja taajuusmuuttajat kaikkiin sovelluksiin ja tarpeisiin. Nopeat toimitukset kattavasta varastosta.



Taajuusmuuttajat

- 0,18–630 kW
- Myös IP66
- Ilmaiset ohjelmat
- Hiljainen ajo

Vaihteet

- Laaja valikoima alumiini- ja valurautarunkoisia vaihteita
- 90 kW ja 20 000 Nm asti

Sähkömoottorit

- 0,1–10 000 kW
- Jopa IE4
- Kaikkiin ympäristöihin

BEVI

OUR ENERGY - YOUR SUCCESS

Vi söker svetsare

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.



BEVI

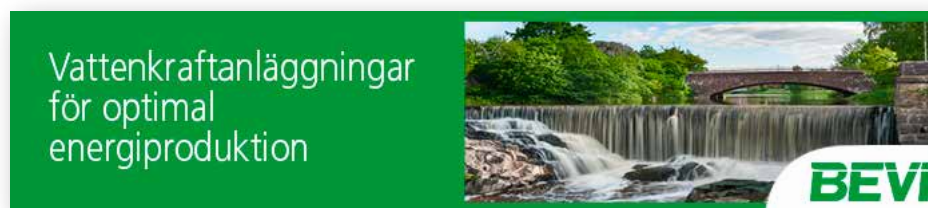
Adress: Bevivägen 1, SE-384 30 Blomsteråla | Telefon: 0499-271 00 | E-post: info@bevi.se

Digital annons för webb och sociala medier

Exempel på hur en bannerannons för webben eller bild för sociala medier kan se ut.

Digital ads for web and social media

Example of what a digital ad/web banner or post for social media can look like.

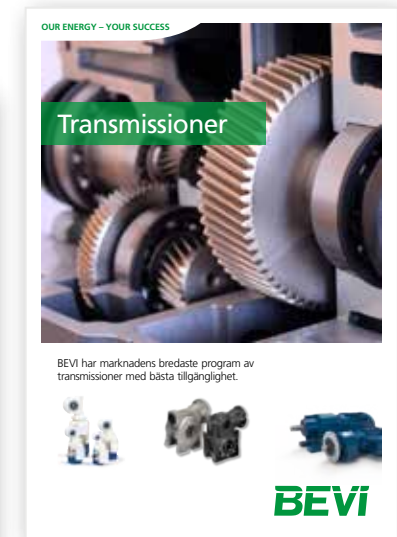
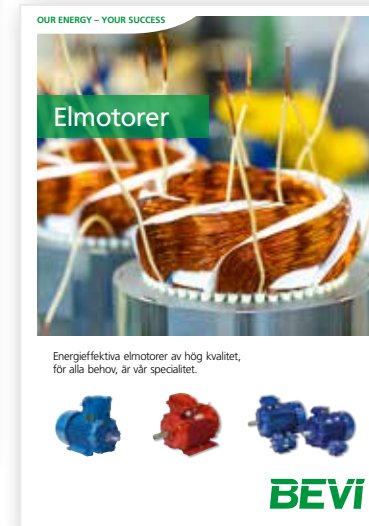


Affischer

Exempel på affischer med en standardstorlek på 100 x 70 cm. Andra storlekar kan också användas om det behövs.

Affischer kan användas själva eller som en del av en serie med två eller tre affischer placerade nära varandra.

Affischer av denna storlek är utformade för att få uppmärksamhet av en förbipasserande från ett avstånd på 5-7 meter och ska kunna läsas från ett avstånd på 1-2 meter. De är också avsedda att fungera som ett särskiljande designelement på platser som kontor eller butiker. För att uppnå detta bör du helst använda en större bild eftersom produktbilder på egen hand kommunicerar inte mycket.

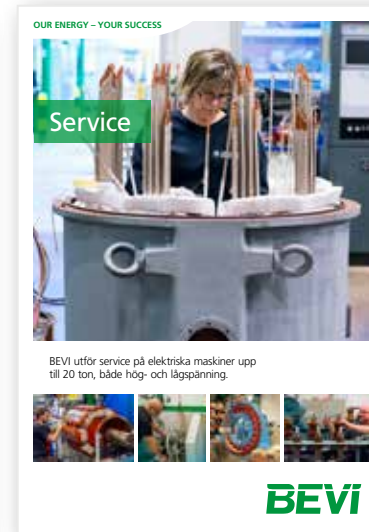


Posters

Example of posters with a standard size of 100 x 70 cm. Other sizes can also be used if required.

Posters can be used as a single poster or as part of a series of two or three posters placed close to each other.

Posters of this size are designed to catch the eye of a passer-by from a distance of 5-7 metres and to be read from a distance of 1-2 metres. They are also designed to act as a distinctive design element in locations such as offices or shops. To achieve this, you should preferably use one larger image since product images on their own does not communicate very much.

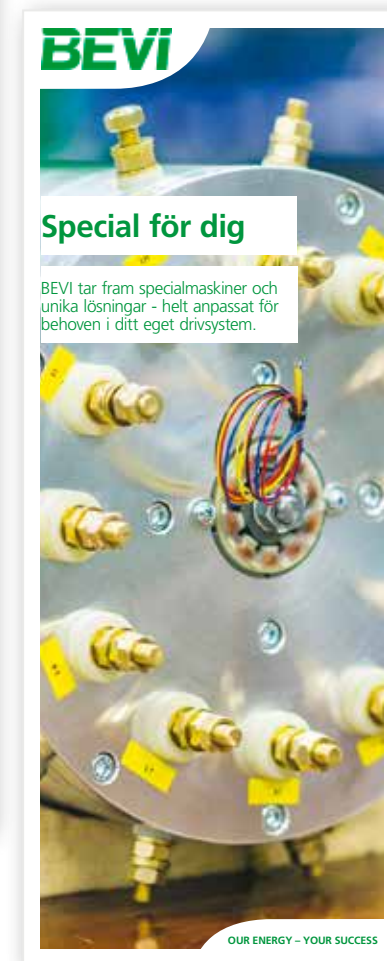
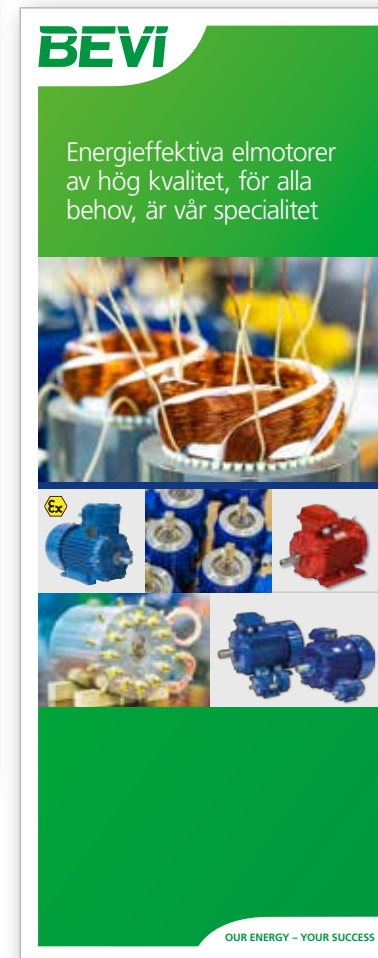
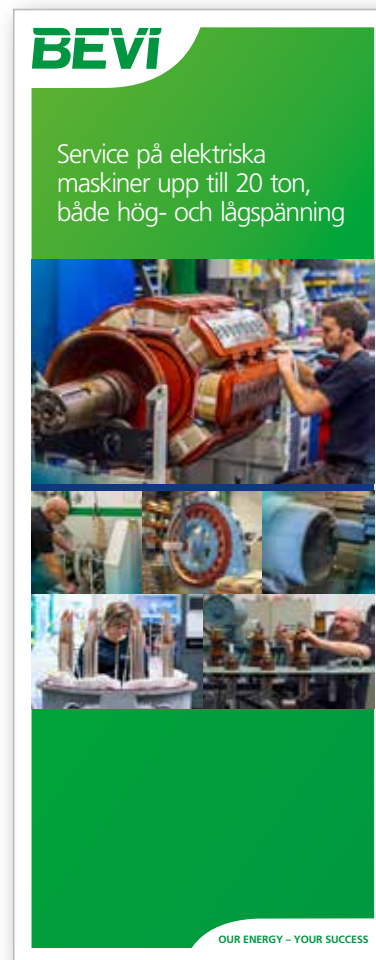


Roll-up

Exempel på hur roll-ups ser ut.

Roll-up

Examples of what roll-ups look like.



9 På arbetsplatsen In the workplace

Flaggor och skyltar

Exempel på hur en flagga och skylt kan se ut.

Flags and signs

Example of what a flag and sign can look like.



Arbetskläder

BEVI's arbetskläder ska av praktiska skäl vara svarta. För att ändå få in ett grönt element ska den gröna logotypen användas vid tryck eller broderi. För speciella säkerhetskläder mot ljusbågar kan undantag vad det gäller plaggens färg göras, beroende på vad som finns tillgängligt.

Ska något mer tryckas på kläderna ska följande tas i beaktande:

- Frizonen runt logotypen
- Att logotypen ej ska vridas eller snedställas
- Att typsnittet Arial ska användas

Se tidigare avsnitt kring logotypen, frizon och typsnitt för mer information.

Bilderna till vänster visar alternativa placeringar av logo-trycket.

Work clothes

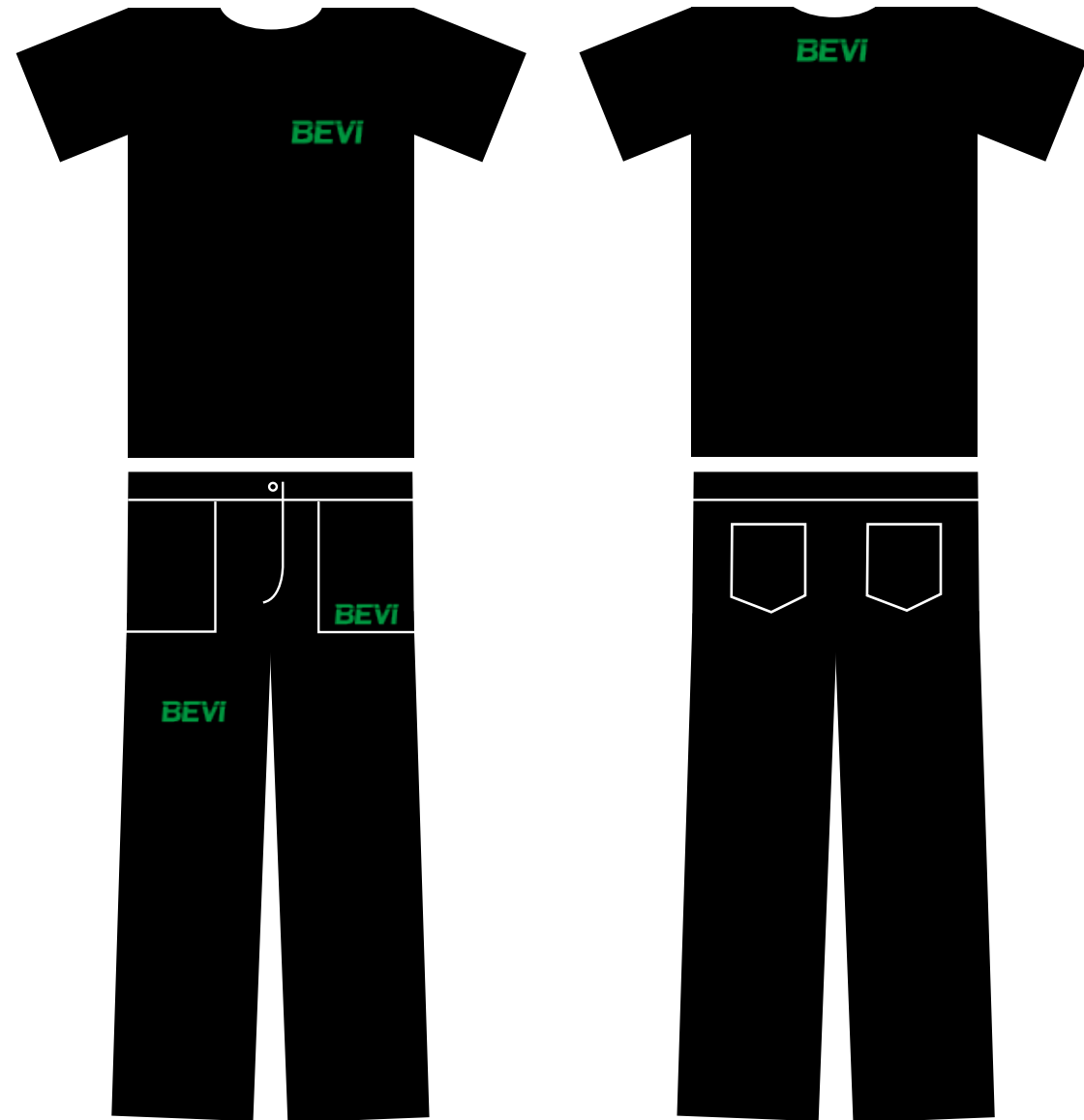
BEVI's work clothes should preferably be black. In order to still have a green element, the green logo should be used. For special safety clothing exceptions regarding the clothing color can be made, depending on what is available.

If anything else should be printed on the clothes, the following should be taken into account:

- The clear space around the logotype
- Not to rotate the logotype
- Use the font Arial

See previous sections on the logotype, clear space and fonts for more information.

The images to the left show alternative placements of the logotype.



Fram / Front

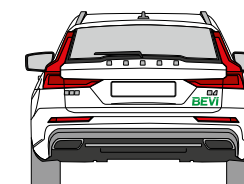
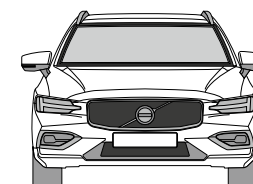
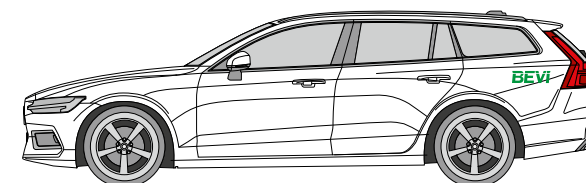
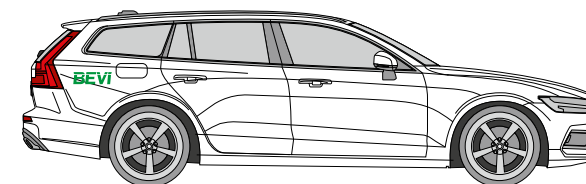
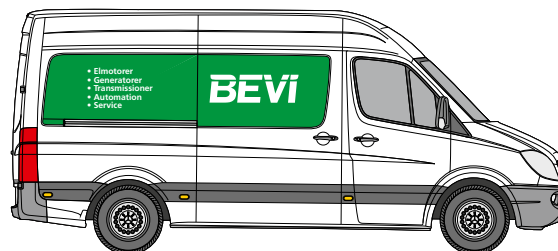
Bak / Reverse

Fordon

BEVI:s fordon ska i första hand vara vita till färgen med grön/vit foliering.

För vissa typer av fordon, som körs mycket i skog och på grusvägar, kan av praktiska skäl vara ljus grå/metallic till färgen.

Exakt placering av logotypen och text avgörs av vad som är möjligt för respektive bilmodell. Se några exempel här till höger.

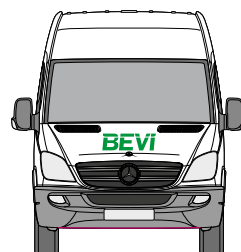
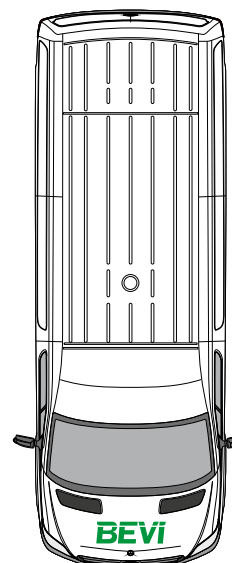


Vehicles

BEVI's vehicles should primarily be in white color with green/white foil.

For certain types of vehicles, driven in dirt roads etc, can for practical reasons be light gray metallic in color.

Exact placement of the logo and text is determined by what is possible for each car model. See some examples to the right.



11 Mässor Exhibitions



Golv

Ett ljus trägolv eller grå matta går bra ihop med färgprofilen i stort. En grå matta är oftast bra av kostnadsskäl. Samtidigt är den praktisk eftersom eventuell smuts syns mindre på den.

Floor

A light wooden floor or gray carpet goes well with the overall color profile. A gray carpet is usually good for cost reasons. At the same time, it is practical because any dirt is less visible on it.

Väggar

BEVIS logotyp ska bara väl synlig på väggarna. Den placeras i hörnen i måttlig utsträckning. I övrigt arbetar vi med vit text mot en grön tonad bakgrundsplatta eller stora bilder med text som är väl synlig på 5-7 meters håll.

Du ska inte använda en kollage av foton eller en produktbild - en produktbild i sig inte kommunicerar mycket.

Walls

BEVIS logo should only be visible on the walls. It is placed in the corners to a moderate extent. Besides this we work with white text on a green toned background, or large images with text visible on 5-7 meters distance.

You should not use a collage of photos or a product image - a product image in itself does not communicate much.

Produktdisplay - podier

Vita podier ger bra kontrast som gör att produkterna syns väl.

Om podiet är av en bra storlek, dekorera det gärna med en folie-logotyp.

Product display - podiums

White podiums provide good contrast that makes the products clearly visible.

If the podium is of a good size, please decorate it with a logotype.



Takvepa

En takvepa högt över montern gör att besökare enkelt hittar till oss och varumärket BEVI blir mer synligt i hallen.

Logo banner

A logo banner high above the exhibition stand makes it easy for visitors to find us and the BEVI brand becomes more visible in the exhibition hall.



Ljus

En tross med ljuskannor skapar en ljus och välkomnande monter samt att det ger möjlighet att belysa produkter och nyheter så att de syns bra. Enbart spotlights på väggen ger inte ett tillräckligt bra ljus.

Lights

Lighting grids in the ceiling creates a bright and welcoming stand. It also gives the opportunity to high-light products so that they are well visible. Only small spotlights on the wall do not provide good enough light.



Produktskyltar

Skyltar med information om de viktigaste köpargumenten och tekniska data ger besökaren möjlighet att läsa mer själv. Det ger även möjlighet till fotografering för att komma ihåg något efter mässan eller dela i sociala medier. Därför ska dessa skyltar inkludera logotypen.

Products signs

Signs with information on the most important buying arguments and technical data give the visitor the opportunity to read more on his own. It also provides the opportunity to take a photo to remember something after the fair, or to share in social media. These signs should therefore include the logo.

Mässkläder

Vid val av mässkläder får hänsyn tas till kulturella skillnader i olika länder och branscher. På mässor i Sverige har vi valt att ha pikétröjor och mörka byxor. På andra marknader kanske kostym och skjorta behövs.

Det viktigaste är att samtlig monterpersonal har likadana kläder så att besökarna enkelt kan identifiera vem de kan tala med.

Samtlig monterpersonal ska även ha en namnskylt på sig. Polar 30 classic clear/steel är en bra skylt som det finns en BEVI-mall till.

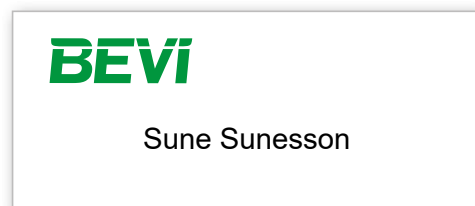


Exhibition clothing

Differences in different cultures and industries should be taken into account when selecting what to wear during an exhibition. At exhibitions in Sweden, we have chosen to wear short sleeve polo shirts and dark trousers. In other markets, a suit and shirt may be needed.

Whatever choice, it is important that all personnel in the stand have the same clothes, so that visitors can easily identify who they can talk to.

All stand personnel must also wear a name badge. Polar 30 classic clear / steel is a good badge for which there is a BEVI template.



Namnskylt / Name badge

OUR ENERGY – YOUR SUCCESS



Sweden

BEVI AB (Headquarters)
Blomstermåla
Tel. +46-499-271 00
Fax +46-499-200 08
info@bevi.se
www.bevi.se

BEVI AB (Regional office)
Umeå
Tel. +46 90-70 44 30
Fax +46 90-13 96 60
bevinord@bevi.se
www.bevi.se

Denmark

BEVI A/S
Hedehusene
Tel. +45 39 67 36 05
Fax +45 39 67 56 60
bevi@bevi.dk
www.bevi.dk

Norway

BEVI Norge AS
Oslo
Tel. +47 23 19 16 50
info@bevi.no
www.bevi.no

Finland

BEVI Finland OY AB
Espoo
Tel. +358 9 2709 1210
Fax +358 9 2709 1219
info@bevi.fi
www.bevi.fi

China

BEVI Electric Shanghai Co., Ltd.
Shanghai
Tel. +86 21 5032 5200
Fax +86 21 5032 5202
sales@bevi.cn
www.bevi.cn