



ULRICEHAMN

GRAFISK MANUAL

Konsekvens. Varumärkets moder.

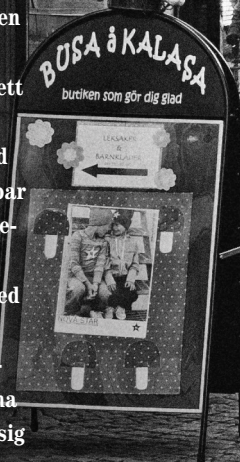
Välkommen till det kommersiella varumärket Ulricehamn och vår profilmanual. Här hittar du regler för hur du ska använda vår logotyp, färger och typsnitt etc. Så fort du utformar något med våra grafiska element är det ditt ansvar att riktlinjerna följs. Är du det minsta osäker – fäll hellre än fria!

Det visuella uttrycket är en central

del i vårt varumärkesarbete. Genom att använda manualen konsekvent blir vi och vårt erbjudande lätt att känna igen. Vi stärker vårt varumärke och identitet. Men minsta snedsteg kan radera mycket av det vi byggt upp. Konsekvens är nyckelordet. Se därför till att följa den här manualen till punkt och pricka.

LOGOTYPE

I varumärkesteorin är logotypen en avgörande del. Den är företagets ansikte utåt och förmedlar både ett första intryck och skapar en mer långsiktig relation. Rätt hanterad är logotypen en tillgång som skapar igenkänning och är en stark värdebärrare. Ulricehamn har en lång tradition av textil och handeln med den. Ett faktum vi vill ta vara på. Logotypen består av ett blått tygband format till ett "U". På samma slingrande sätt som Åtran söker sig mot staden. Den blå färgen är en diskret flört med vattnets närvaro i staden men signalerar även friskhet och vår historia som kurort. Toningarna ger ett modernt intryck och visar på rörelse och framåtanda. På följande sidor ser du hur logotypen ska användas i olika situationer. Vilka varianter som finns, vilka färger som används och hur mycket luft som ska finnas runt om.





Riddaregatan

Jacobsons
Skor
ecco
shop in shop

MARYS Salong
NOVA
VERO MODA ONLY FRANSÄ SISTERS POINT
VETO STORRE STORLEKAR KAFFE

Öpi

NOVA
NYHET
I BUTIK
VÄLKOMMEN

DRÖP IV
Mån av 7/7
GOLDBELL

DRÖP IV
Mån av 7/7
GOLDBELL

LARM

LOGOTYPE: STÅENDE

Uhamn_logotype_stående.eps



Grundutförande. Detta är alltid vårt försthandsval. Notera att den vektoriserade texten aldrig får ersättas av vanlig text. Proportionerna får aldrig förvrängas på något sätt, se sidan X.

LOGOTYPE: LIGGANDE

Uhamn_logotype_liggande.eps



En alternativ variant som endast ska användas när den stående inte fungerar fullt ut. Är du osäker använd den stående varianten. Inte heller denna får förvrängas på något sätt, se sidan X.

FRIYTOR: STÅENDE

Friytan är ett område runt logotypen som alltid ska vara fritt från t. ex. andra grafiska element och text. Friyta kring vår logotyp är obligatorisk.

Som mall för friytan använder vi samma bredd som tygbandet [som formar vårt U]. Se bilden här till höger. Friytans proportioner får aldrig ändras.

För att vår logotype alltid ska framgå tydligt är den minsta tillåtna storleken satt till 15 mm bred [exklusive friyta].



Minsta tillåtna storlek



FRIYTOR: LIGGANDE





Minsta tillåtna storlek



Minsta tillåtna storlek är 25 mm bred.

Olika förutsättningar. Olika varianter.

Beroende på vad som ska göras så kommer olika färgsystem och olika varianter av vår logotyp att komma i fråga. För t.ex. ett programblad som enbart trycks i svartvitt måste vår svartvita variant av logotypen användas. Mot en svart bakgrund gäller vissa regler och för fyrfärgstryck gäller andra. På följande sidor ser du en redogörelse för när vi ska använda vilka varianter.

| LOGOTYPE: CMYK | |
|--|--|
| <p>I det dagliga arbetet använder vi CMYK-varianten av vår logotyp som fungerar vid fyrfärgstryck.</p> | <p>U_logo_staeende_CMYK.eps</p>  |
| | <p>U_logo_liggande_CMYK.eps</p>  |

LOGOTYPE: PANTONE

Pantone-varianten är till för våra kontorstryck då vi vill hålla god färgkontroll och dessutom få ner antalet tryckfärger, från fyra till två.

U_logo_staende_P299.eps



U_logo_liggande_P299.eps



LOGOTYPE: NEGATIV TEXT

När logotypen skall läggas mot en mörk bakgrund använder vi i så lång utsträckning som möjligt den här varianten.

U_logo_staende_CMYK_N.eps



U_logo_liggande_CMYK_N.eps



LOGOTYPE: NEGATIV

Om vi av någon anledning inte har möjlighet att använda logotype i färg mot en mörk bakgrund är det den negativa varianten som gäller. Detta är endast i nödfall. Vi skall alltid sträva så långt det är möjligt att använda vår logotype i färg.

U_logo_staende_CMYK.eps



U_logo_liggande_CMYK.eps



LOGOTYPE: SVART

Även den svarta enfärgade är en variant som endast får användas i nödfall. Vi skall alltid så långt det är möjligt sträva efter att använda vår logotype i färg.

U_logo_staende_P299.eps







U_logo_liggande_P299.eps


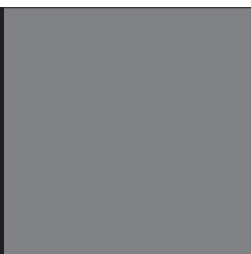
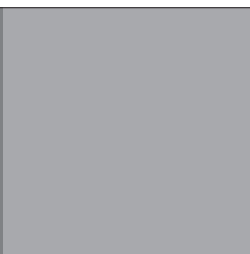
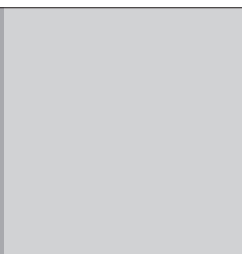


Färger

Vi arbetar med två grundfärger som får varieras enligt följande anvisningar. Ibland kan flera olika varianter av den blå färgen kännas rätt – då är det du och ditt sunnda förnuft som får avgöra. Men tänk på att det kräver stor formkänsla.







Varje färg anges i CMYK-värde, i ett RGB-värde och i ett Pantone-värde. CMYK och Pantone används för tryck. RGB för digitala medier (web, powerpoint, presentationer, etc.).

| | | | |
|---|---|---|--|
|  |  |  |  |
| PANTONE: 2995 | 60% | 40% | 20% |
| CMYK: 0 90 11 0 | | | |
| RGB: 0 159 216 | | | |

| | | | |
|---|---|---|--|
|  |  |  |  |
| CMYK: 0 0 0 100 | 60% | 40% | 20% |
| RGB: 0 0 0 | | | |

Exempel på felaktig användning

På den här sidan har vi samlat några riktiga skräckexempel på hur vår logotyp absolut inte, under några omständigheter, får användas.

| | | |
|---|---|--|
|  <p>ULRICEHAMN</p> <p style="text-align: right;">✘</p> |  <p>ULRICEHAMN</p> <p style="text-align: right;">✘</p> |  <p>ULRICEHAMN</p> <p style="text-align: right;">✘</p> |
| <p>FEL: Utdragen (ej heller skevad eller på något annat sätt ändrade proportioner är tillåtet)</p> | <p>FEL: Texten satt i annat typsnitt.</p> | <p>FEL: Roterad</p> |
|  <p>ULRICEHAMN</p> <p style="text-align: right;">✘</p> |  <p>ULRICEHAMN</p> <p style="text-align: right;">✘</p> |  <p>ULRICEHAMN</p> <p style="text-align: right;">✘</p> |
| <p>FEL: Texten inte centrerad.</p> | <p>FEL: För stora kontraster i toningen</p> | <p>FEL: Rörig bakgrund, eftersträva alltid ren bakgrund</p> |

Text tillsammans med vår logotype

Ofta kommer vår logotype användas ihop med textstycken. Här ser du de tillåtna varianterna av detta.

LOGOTYPE: TEXT UNDER

Kontaktinformation under vår logotype. Vänsterställt [som bilden] då logotypen placeras i vänterkant på satsytan, centrerat vid en centrerad placering. Undvik dock högerställd text.



ULRICEHAMN

Tel: +46[0]321-18 40 00
Mob: +46[0]705-15 10 20
Mail: namn@handeliulricehamn.se
www: handeliulricehamn.se

LOGOTYPE: TEXT HÖGER

Kontaktinformation till höger om vår logotype.



ULRICEHAMN

Tel: +46[0]321-18 40 00
Mob: +46[0]705-15 10 20
Mail: namn@ulricehamn.se
www: handeliulricehamn.se

Våra typsnitt

Vi använder oss av två olika typsnitt i vår kommunikation. Ett modernt typsnitt som förmedlar nytänkande och framåtanda. Det heter Geogrotesque. De olika skärningarna av typsnittet som vi använder ser du här nedan. Det är endast dessa skärningar och inga andra som gäller.

Det andra typsnittet heter ITC Century Condensed. Tanken är att det skall spegla stadens historia och ursprung. Detta är ett mer traditionellt typsnitt som blir en bra kontrast mot det moderna Geogrotesque. Här ser du vilka skärningar av typsnitten som är tillåtna.

| GEOGROTESQUE | | | | | | | | | | | |
|-----------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|-----------------------------|-------------------------------|------------------------------|
| | | | | | | | | | | 7,5 pkt light | 13 pkt light |
| | | | | | | | | | | 7,5 pkt <i>light italic</i> | 13pkt <i>light italic</i> |
| | | | | | | | | | | 7,5 pkt Regular | 13 pkt Regular |
| | | | | | | | | | | 7,5 pkt <i>Regular italic</i> | 13 pkt <i>Regular italic</i> |
| | | | | | | | | | | 7,5 pkt Medium | 13 pkt Medium |
| | | | | | | | | | | 7,5 pkt <i>Medium italic</i> | 13 pkt <i>Medium italic</i> |
| A | B | C | D | E | F | G | H | I | 9 pkt light | 22 pkt light | |
| J | K | L | M | N | O | P | Q | R | 9 pkt <i>light italic</i> | | |
| S | T | V | X | Y | Z | Å | Ä | Ö | 9 pkt Regular | 22 pkt Regular | |
| a | b | c | d | e | f | g | h | i | 9 pkt <i>Regular italic</i> | | |
| j | k | l | m | n | o | p | q | r | 9 pkt Medium | 22 pkt SemiBold | |
| s | t | v | x | y | z | å | ä | ö | 9 pkt <i>Medium italic</i> | | |
| ITC CENTURY CONDENSED | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | 7,5 pkt light | 13 pkt light |
| | | | | | | | | | | 7,5 pkt <i>light italic</i> | 13 pkt <i>light italic</i> |
| | | | | | | | | | | 7,5 pkt Book | 13 pkt Book |
| | | | | | | | | | | 7,5 pkt <i>Book italic</i> | 13 pkt <i>Book italic</i> |
| | | | | | | | | | | 7,5 pkt Bold | 13 pkt Bold |
| | | | | | | | | | | 7,5 pkt <i>Medium italic</i> | 13 pkt <i>Bold italic</i> |
| A | B | C | D | E | F | G | H | I | 9 pkt light | 20 pkt light | |
| J | K | L | M | N | O | P | Q | R | 9 pkt <i>light italic</i> | | |
| S | T | V | X | Y | Z | Å | Ä | Ö | 9 pkt Regular | 20 pkt Regular | |
| a | b | c | d | e | f | g | h | i | 9 pkt <i>Regular italic</i> | | |
| j | k | l | m | n | o | p | q | r | 9 pkt Bold | 20 pkt Bold | |
| s | t | v | x | y | z | å | ä | ö | 9 pkt <i>Bold italic</i> | | |

Så sätter vi texter

På vänstra sidan gick vi igenom våra två olika typsnitt och alla dess olika skärningar de får användas i. Men det är mer än så att ta hänsyn till. Här ser du vilket typsnit som ska användas till vad. Och hur stort det ska vara.

GEOGROTESQUE

aA

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| A | B | C | D | E | F | G | H | I |
| J | K | L | M | N | O | P | Q | R |
| S | T | V | X | Y | Z | Å | Ä | Ö |
| a | b | c | d | e | f | g | h | i |
| j | k | l | m | n | o | p | q | r |
| s | t | v | x | y | z | å | ä | ö |

Det här typsnittet är främst för rubriker. Men också kortare informativa texter. T. ex. bildtexter, adresser, avsändare och telefonnummer.

32 pkt / 35 pkt SemiBold

Bra rubrikstorlek

20 pkt / 22 pkt Medium

Bra storlek för underrubrik

11 pkt / 13 pkt Medium

Bra storlek för underrubrik

8 pkt / 11 pkt Regular

Bra storlek för kortare informativa texter.

ITC CENTURY CONDENSED

aA

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| A | B | C | D | E | F | G | H | I |
| J | K | L | M | N | O | P | Q | R |
| S | T | V | X | Y | Z | Å | Ä | Ö |
| a | b | c | d | e | f | g | h | i |
| j | k | l | m | n | o | p | q | r |
| s | t | v | x | y | z | å | ä | ö |

Det här typsnittet ska användas för brödtext och citat. Det fungerar även till vissa underrubriker. En bra storlek som ofta fungerar är 9 pkt / 13 pkt och 11 pkt / 15 pkt.

Fersperr oressitibus nulla con renem et quamus moluptae nectatiunt moditate siti tecepel enimus, soloruntium ilia quibeatum alis distionsero bero mollorro volore exerem re mod utent represtis commimp oratis sit iunt omnismil et volo qui di consend untio. Alit,

9 pkt / 13 pkt

Fersperr oressitibus nulla con renem et quamus moluptae nectatiunt moditate siti tecepel enimus, soloruntium ilia quivolore exerem re mod oratis sit iunt omnismil et volo qui di consend untio.

11 pkt / 15 pkt

Alternativ typografi

Ibland kan inte våra rätta typsnitt användas. Då är det de här alternativen som gäller. Men notera, de ska bara användas i absoluta nödfall och får endast användas för interna enheter, inte annonser och liknande publika enheter.

ARIAL

aA

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| A | B | C | D | E | F | G | H | I |
| J | K | L | M | N | O | P | Q | R |
| S | T | V | X | Y | Z | Å | Ä | Ö |
| a | b | c | d | e | f | g | h | i |
| j | k | l | m | n | o | p | q | r |
| s | t | v | x | y | z | å | ä | ö |

När vi inte har tillgång till Geogrotesque, använder vi Arial. Men det är endast i nödfall. Vi skall alltid sträva efter att använda våra ordinarie typsnitt.

32 pkt / 35 pkt Bold

Bra rubrikstorlek

20 pkt / 22 pkt Bold

Bra storlek underrubrik

11 pkt / 13 pkt Bold

Bra storlek underrubrik

8 pkt / 11 pkt Regular

Bra storlek för kortare informativa texter

GEORGIA

aA

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| A | B | C | D | E | F | G | H | I |
| J | K | L | M | N | O | P | Q | R |
| S | T | V | X | Y | Z | Å | Ä | Ö |
| a | b | c | d | e | f | g | h | i |
| j | k | l | m | n | o | p | q | r |
| s | t | v | x | y | z | å | ä | ö |

Ibland finns inte tillgång till ITC Century Condensed, t.ex. på webben. Då får vi istället använda Georgia. En bra formatering som ofta fungerar är 8 pkt / 13 pkt och 10 pkt / 15 pkt

Fersperr oressitibus nulla con renem et quamus moluptae nectatiunt moditate siti tecepel enimus, soloruntium ilia qui-beatum alis distionsero bero mollorro volore exerem re mod utent represtis commimp oratis sit iunt.



9 pkt / 13 pkt

Fersperr oressitibus nulla con renem et quamus moluptae nectatiunt moditate siti tecepel enimus, soloruntium ilia quivolore exerem re mod oratis sit iunt omnismil

11 pkt / 15 pkt

Grafiska symboler

Vår logotyp består av ett blått band, format till ett u. För att hålla konsekvens och en god form är det inte tillåtet att modifiera det blå bandet. Den enda tillåtna undantaget är vårt grafiska mönster nedan.

| | | |
|--|---------------------------|--|
| <p>DET BLÅ BANDET</p> <p>Ett blått band som slingrar sig fram i ett mönster. Detta för att ytterligare stärka vår profil. Används t.ex i vårt profilmaterial</p> | <p>_monster_P299.eps</p> |  |
| <p>PARTNER SYMBOL</p> <p>Vår logotyp får inte användas i enskilda butikers annonsering. Istället kan partnersymbolen användas, då som en dekal som "klistras" på t ex en annons eller liknande.</p> | <p>_partnersymbol.eps</p> |  |



ULRICEHAMN

Tel: +46[0]321-18 40 00
Mob: +46[0]705-15 10 20
Mail: namn@handeliulricehamn.se
www: handeliulricehamn.se



ULRICEHAMN



ULRICEHAMN



STATIONARY

Den grafiska profilen i praktiken

Här ser du några exempel på hur vår grafiska profil tillämpas. Använd exemplena här som vägledning när du själv ska utforma något. Självklart ska du följa riktlinjerna som presenterats tidigare i den här manualen.

Anders Andersson

Titel

Tel: +46[0]321-18 40 00

Mob: +46[0]705-15 10 20

Mail: namn@ulricehamn.se

www: ulricehamn.se



Visitkort

VISITKORT

Prydligt uppradad logotyp och kontaktuppgifter på framsidan. Mönstret med det blå bandet på baksidan.

Format: 90 x 55 mm

U_visitkort.indd



ULRICEHAMN

Anders Andersson
Titel

Tel: +46[0]321-18 40 00

Mob: +46[0]705-15 10 20

Mail: namn@ulricehamn.se

www: ulricehamn.se



Korrespondanskort

KORRESPONDANSKORT

Rent och snyggt på framsidan. På baksidan används mönstret med det blå bandet.

Format: 145 x 105 mm

U_korrtkort.indd



ULRICEHAMN

Tel: +46(0)321-18 40 00
Mob: +46(0)705-15 10 20
Mail: mam@handelulricehamn.se
www.handelulricehamn.se



Brevpapper

BREVPAPPER

Logotyp och kontaktuppgifter sobert uppställda i vänster övre hörn. Det blå bandet på baksidan.

Format: 210 x 197 mm

U_brevpapper.indd



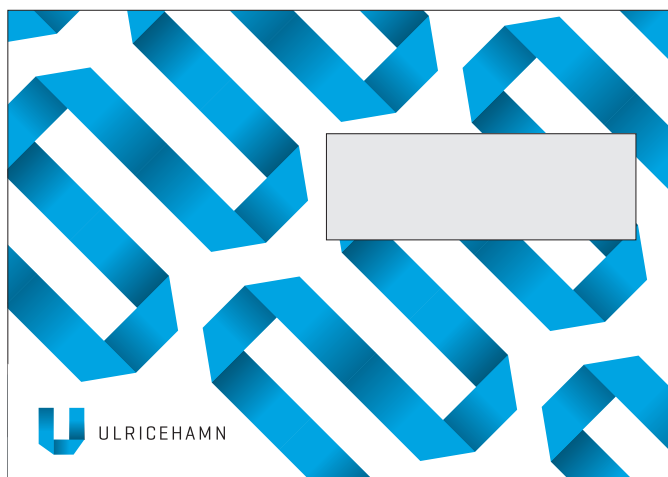
Kuvert

KUVERT

Det blå bandet slingrar sig runt kuvertet och ger tydlig signal om avsändaren.

Format: 229 x 162 mm

U_kuvert.indd

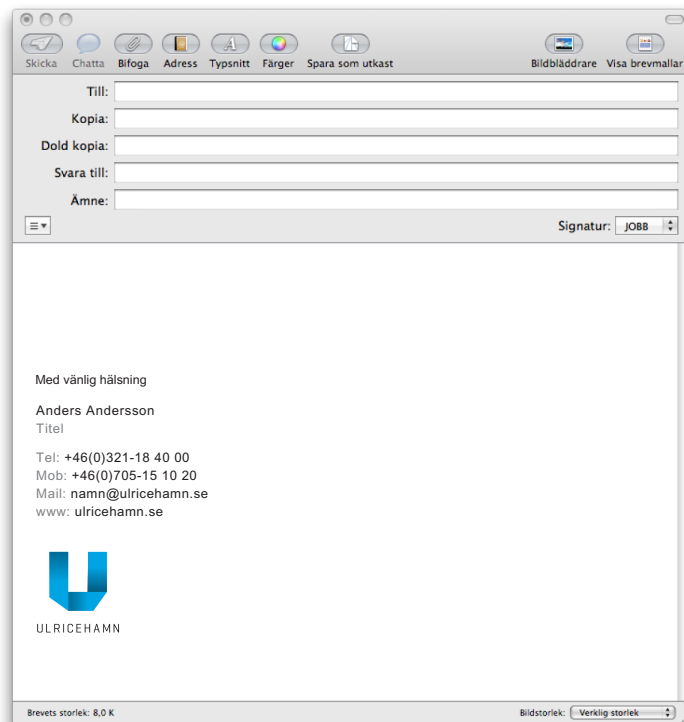


Mailsignatur

MAILSIGNATUR

I mailsignaturen använder vi Arial i 12 pkt. Den gråa färgen är #666666. Logotypen bifogas som bild och ska vara vänsterställd.

U_logo_staende.jpg



Powerpoint

POWERPOINTMALL

Våra presentationer börjar med en centrerad logotyp. Därefter använder vi våra rubriktyppsnitt[se sidorna 18-20].

U_pptmall.potx



Lägg till rubrik

Klicka här för att lägga till underrubrik





ANNONSER

Vårt ansikte utåt

Mailsignaturer och brevpapper i all ära, den stora allmänheten kommer förmodligen att se oss i våra annonser. Därför är det extra viktigt att vi håller oss till vår grafiska profil i utformningen av dessa.

U ULRIKENAMN

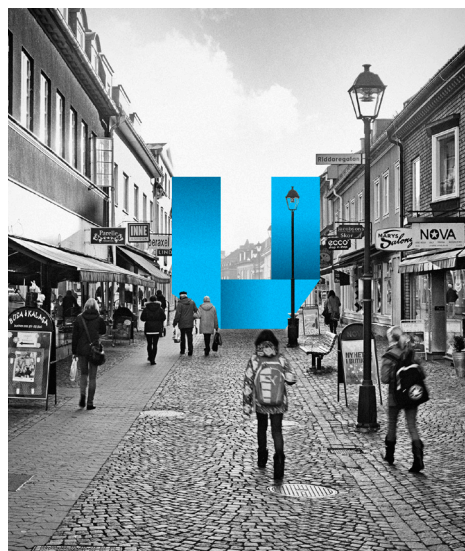
Öppet

Imageannonser

Imageannonser är de annonser som fokuserar på att berätta något om oss, våra planer och idéer.

IMAGEANNONSER

I regel används en svartvit bild som vi låter ta för sig. I den kan finnas element i vår blå färg. Därefter rubrik och kortare brödtext. Detta behöver inte vara helsidor. Naturligtvis är andra format tillåtna.



Ett U som ska göra skillnad. För dig.

Ensam är inte stark. Ensam är bara ... ensam. Nu går vi handlare i Ulricehamn samman för att skapa ett levande centrum och bättre shopping. Vi har lyssnat på er som bor i Ulricehamn ett tag nu och vi har lärt oss en hel del. Om vad som är bra och vad som kan bli bättre. Vad ni vill ha och vad ni kanske inte sett redan finns här på hemmaplan. Alla våra ambitioner har vi samlat under en gemensam symbol; U som i Ulricehamn. Håll utkik!



ULRICEHAMN



Bättre service. För dig.

Vi vill ha världens nöjdaste kunder. Samtidigt är vi medvetna om att vi inte alltid har räckt till för att nå dit. Därför börjar vi nu hårdträna för att ge ännu bättre service. Vi ska expediera proffsigare, inspirera mera och ge ännu vassare tips. Bland annat. En kolossalt stor men rolig utmaning med andra ord. Berätta gärna hur du tycker att vi lyckas. Vi ses!

Vi handlare i Ulricehamn gör nu samman för att skapa ett levande centrum och bättre shoppingupplevelser. Håll utkik efter vårt U som är symbolen för vårt gemensamma arbete med handelsstaden Ulricehamn.



ULRICEHAMN



Öppettider som passar. Dig.

Vi handlare finns till för dig och vill att alla ska kunna handla här på hemmaplan. Oavsett om du bor i centrum eller utanför, jobbar här hemma eller pendlar. Nu diskuterar vi våra öppettider. Kanske är det dags att justera dem lite? Vi vill ha öppet när du har tid och tänkte faktiskt bli lite öppnare nu på en gång. Från och med idag kan du handla hos oss alla veckans dagar, ända fram till dopparedagen. Välkommen.

Vi handlare i Ulricehamn gör nu samman för att skapa ett levande centrum och bättre shoppingupplevelser. Håll utkik efter vårt U som är symbolen för vårt gemensamma arbete med handelsstaden Ulricehamn.



ULRICEHAMN

Utbudsannonser

Utbudsannonser är de annonser som fokuserar på att sälja varor. Pris och produkt helt enkelt.

UTBUDSANNONSER

Våra utbudsannonser följer en striktare mall än den för imageannonser. Produkterna fotograferas mot blå bakgrund. Flera produkter på samma bild är okej. Under varje bild finns en text som beskriver produkten och allra helst även ger ett pris.

Längst ner finns en rubrik som sätter temat för annonsen. Det kan vara till exempel "Fars dag". Så gott som det är möjligt bör produkterna ha en relation till temat. I det här fallet skulle det kunna vara slipsar, böcker, presentkort etc.

Brödtexten beskriver kortfattat temat och avslutar med en uppmaning att besöka butikerna.

Behöver särskilda öppettider anges för t.ex. helger kan göras det i kursiv stil långt ned. Se skiss.

Logotypen placeras alltid i nedre vänstra hörnet.

Naturligtvis är andra format än helsidor tillåtna.

| | | |
|---|--|---|
|  |  |  |
| <small>Stövlar i läder, 45-46, 1 999 kr (inkl. moms)</small> | <small>Blått och rosa, 100%, 100% bomull</small> | <small>1200 W, 230 V, 1 499 kr</small> |
|  |  |  |
| <small>Julgran, 100 cm, 1 999 kr</small> | <small>120 cm, 100% naturgran</small> | <small>1000 g, 1 999 kr</small> |
|  |  |  |
| <small>1000 liter, 1 999 kr</small> | <small>120 cm, 1 999 kr</small> | <small>1000 liter, 1 999 kr</small> |

Julgransbestyr

Bestyr julgransbestyr och bestyr av julgransbestyr. Vi har ett för dig och din grann. Om du vill ha julgransbestyr "bestyr". Vill du ha julgransbestyr (och julgransbestyr) för ett julgransbestyr.

Julgransbestyr, 1000 liter, 1 999 kr. Julgransbestyr, 1000 liter, 1 999 kr. Julgransbestyr, 1000 liter, 1 999 kr.

ULRICEHAMN



Headset, 1000 kr. Hverdagens Bilut



Støtt, strykejernet, 995 kr. Hverdagens



Juling, 1000 kr. Juling til alle



Ullte Sock, 4-pakning, 495 kr. Hverdagens Bilut



Kaffe, 40 kr. Toppakning til alle



Skjønnhetsprodukter, 495 kr. Hverdagens Bilut



CD-spiller, 495 kr. Hverdagens Bilut



Kamera, Olympus, 495 kr. Hverdagens Bilut



Juling, 1000 kr. Juling til alle

Klappjakt

Tror du du kan finne alle klappene? Klappene er skjult i alle butikker våre. Finn dem alle og vin en fantastisk gave. Klappene er skjult i alle butikker våre. Finn dem alle og vin en fantastisk gave. Klappene er skjult i alle butikker våre. Finn dem alle og vin en fantastisk gave.

Juling, 1000 kr. Juling til alle



ULRICEHAMN



Headset, 1000 kr. Hverdagens Bilut



Juling, 1000 kr. Juling til alle



Presentkort, 1000 kr. Hverdagens Bilut



Presentkort, 1000 kr. Hverdagens Bilut



Juling, 1000 kr. Juling til alle



CD-spiller, 495 kr. Hverdagens Bilut



Blomster, 495 kr. Hverdagens Bilut



Juling, 1000 kr. Juling til alle



Juling, 1000 kr. Juling til alle

Sista minuten

Det er sista minuten for å kjøpe alle klappene våre. Klappene er skjult i alle butikker våre. Finn dem alle og vin en fantastisk gave. Klappene er skjult i alle butikker våre. Finn dem alle og vin en fantastisk gave. Klappene er skjult i alle butikker våre. Finn dem alle og vin en fantastisk gave.

Juling, 1000 kr. Juling til alle



ULRICEHAMN

Programannonser

Programannonser är annonser som presentera de aktiviteter som genomförs i gemensam regi.

PROGRAMANNONSER

Våra programannonser byggs på ett rutmönster, en så kallad grid och byggs upp enligt ett schackmönster där textkommunikation kompletteras med illustrerande bilder i vårt manér. En ljus blå bakgrund används bakom texten för att skapa ett sammanhållet intryck som sticker ut i tidningen.

Det är viktigt att arbeta med en rubrik som fångar uppmärksamhet och illustrera vad som är på gång.

Det är viktigt att mängden information och storlek på annons anpassas så att budskapet får ta för sig och kommer fram.

Logotyp och öppettider presenteras alltid i rutan i nedre vänstra hörnet.

| | | |
|--|--|--|
| <p>Tjejkväll – med massor av värkänslor</p> <p><i>Enovit utemque plaut qui nism para etundam fugio. Equid utia. Et repartibum nulum dertialamot, adl bosques meditas nos sit.</i></p> |  | <p>TÄVLA OM FINA PRISER</p> <p><i>Iquo datorsa para quo que si apud mostam. Edi blam, ut idoval mo- tor ahamt dolutatio sinchm voluptus wae platur modula solamo que.</i></p> |
|  | <p>AKTIVITETER PÅ STAN 15/3</p> <p><i>Lorem ipsum dolor sit amet est sin dolo visum sing lor est id an amini ei doro est sancum.</i></p> <p>18.00 Modavisning, Stora torget 19.00 Ostprovning, Din Deli 20.00 Modavisning, Stora torget 20.00 Taprovning, Bar Prago 21.00 Fyrvärk, Järnvägstorget</p> |  |
| <p>MODEVISNING</p> <p><i>Woody som bidragt med värda till banorna, ICA Kvansum som sponsar med korv och bröd, OKQB som bjuder på voden i sällsorgarna som hålar oss varma till Lullåne, Ögarnevgasline och Øuglas som bidragt med presenter till alla deltagare, samt till UEAB och Thernde Åkert som bidragt med snön.</i></p> |  |  <p>ULRICEHAMN</p> <p><small>Öppet måndag - fredag 10.00 - 18.00. Lördag 10.00 - 14.00</small></p> |



Tjejkväll – med massor av värkänslor

Erovt utem quo plaut qui nim
para stiumiam fuga. Equod utis.
Et reperitum nulum claritatem,
adli bonasque moditas nos sit.

AKTIVITETER PÅ STAN 15/3

Lorem ipsum dolor sit amet est sin
dolo vtsum sitq lor est ldi am amih
alidra est sanctum.

18.00 Medveking, Stora torget

19.00 Ostproving, Din Dail

20.00 Medveking, Stora torget

20.00 Taproving, Bar Prago

21.00 Fyrvorker, Järnvägstorget



ULRICEHAMN

Öppet måndag - fredag 1000 - 1800.
Lördag: 1000 - 1400

Tjejkväll – med massor av värkänslor

Erovt utem quo plaut qui nim
para stiumiam fuga. Equod utis.
Et reperitum nulum claritatem,
adli bonasque moditas nos sit.



ULRICEHAMN

Öppet måndag - fredag 1000 - 1800.
Lördag: 1000 - 1400