

salling group

Brand guide

November 2024

Version 1.0e

Forord

Som en professionel organisation har vi brug for at have et ensartet udtryk både internt og udadtil. Med et ensartet udtryk bliver det lettere for beskueren at genkende os og opfatte os som én virksomhed, selvom de støder på os mange forskellige steder.

Denne brand guide forklarer i ord, billeder og grids, hvilke regler og retningslinjer der knytter sig til de kommunikationselementer, vi bruger i hverdagen. Guiden henvender sig til alle, der arbejder med visuel kommunikation.

God fornøjelse.

Indholdsfortegnelse

| | | | |
|------------------------------------|-----------|---------------------------------|-----------|
| Logoer | 4 | Farver..... | 21 |
| Salling Group..... | 5 | Farvedefinitioner..... | 22 |
| Hver Dag Bedre | 6 | Farver i gradueringer | 23 |
| Salling Fondene | 7 | Billeder..... | 24 |
| Brandhieraki | 8 | Billedstil..... | 25 |
| Respektafstand | 9 | Billedbehandling | 26 |
| Placering | 10 | Stationary | 27 |
| Flere logoer sammen..... | 11 | Brevpapir | 28 |
| Formatlogoer | 12 | Mailsignatur | 29 |
| Partnerlogoer | 13 | Print | 30 |
| Hver dag bedre – kompositlogo..... | 14 | Plakater/outdoor | 31 |
| Logoer på farver | 15 | Rollups | 35 |
| Sprogvarianter | 16 | PowerPoint..... | 37 |
| Typografi..... | 17 | Strategiske logoer | 39 |
| League Spartan..... | 18 | | |
| Brug af typografier | 19 | | |
| Fall-back typografi | 20 | | |

Logoer

Salling Group-logoet er kendetegnet ved at have en bjælke under de to l'er i 'Salling'. Vi kalder den fundamentalsbjælken, da den visuelt understreger det stærke fundament, som Salling Group bygger på.

Salling Group

Logoet findes i to varianter: en variant med og en variant uden 'Group'.

Salling Group-logoet er vores primære logo.

Salling-logoet uden Group bruges som bomærke, fx som på profilknappen på LinkedIn.

salling group

| CMYK | RGB | Pantone | RAL |
|--------------|----------|---------|------|
| 100-45-30-45 | 00-74-98 | 3035 C | 5001 |

salling



Hver Dag Bedre

‘Hver Dag Bedre’ er et kampagne-payoff, der altid bruges sammen med Salling Group-logoet. ‘Hver Dag Bedre’ skrives ligesom Salling Group i skriften Futura. Denne skrift må kun anvendes i kombinationen med logo og payoff.

Kompositionen af ‘Hver Dag Bedre’ er altid i tre linjer med ét ord pr. linje for at understrege den kraft og dynamik, der ligger bag.

‘Hver Dag Bedre’ er primær (payoff) og Salling Group sekundær (afsender).

Vi benytter primært udgaven med payoff i tre linjer, men i de tilfælde, hvor formatet ikke muliggør det, benytter vi den sekundære horisontale udgave.

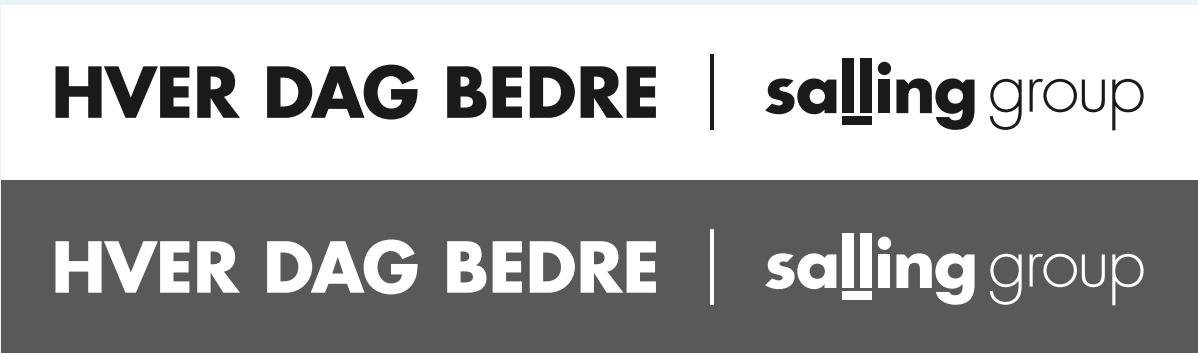
HVER
DAG
BEDRE

salling group

| CMYK | RGB | Pantone | RAL |
|--------------|----------|---------|------|
| 100-45-30-45 | 00-74-98 | 3035 C | 5001 |

HVER DAG BEDRE | salling group

Sekundær horisontal udgave



Salling Fondene

Salling Fondene har sin egen logofarve, der adskiller sig fra vores øvrige logoer.

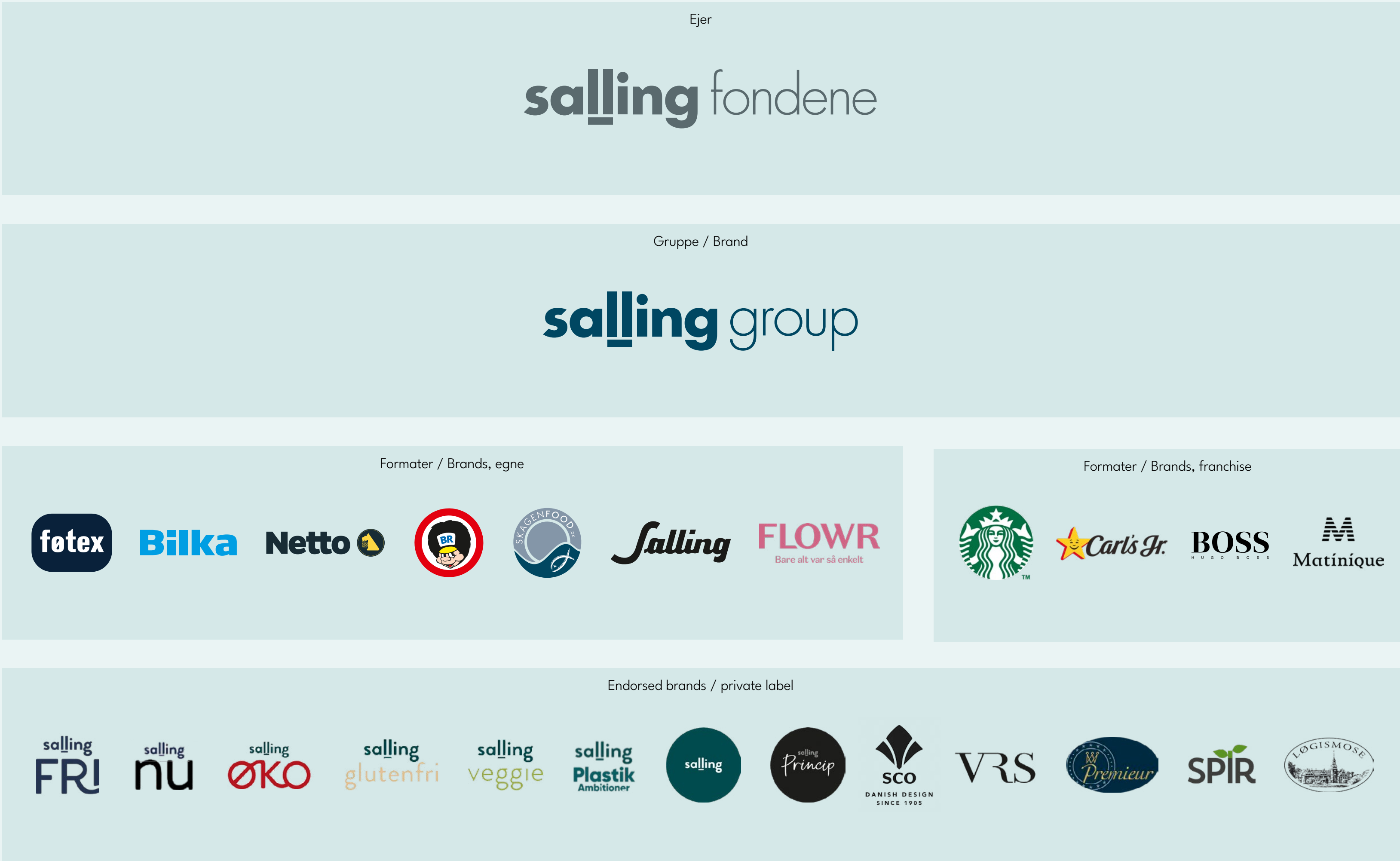
salling fondene

| CMYK | RGB | Pantone | RAL |
|-------------|------------|---------------|------|
| 65-45-45-25 | 86-103-107 | Cool Gray 10C | 7012 |



Brandhieraki

Visualisering af alle brands, der hører under Salling Group og deres relation.



Respektafstand

For at logoet kan gengives og genkendes bedst muligt, skal respektafstanden omkring det altid overholdes.

Respektafstanden omkring logoet er den minimumsafstand, der skal være mellem logoet og andre elementer i det design, logoet indgår i.

Respektafstanden (X) er højden på l'erne i 'Salling'.

Respektafstanden (X) er højden på l'erne i "Salling".



Respektafstanden (X) er højden på l'erne i "Salling".



Placering

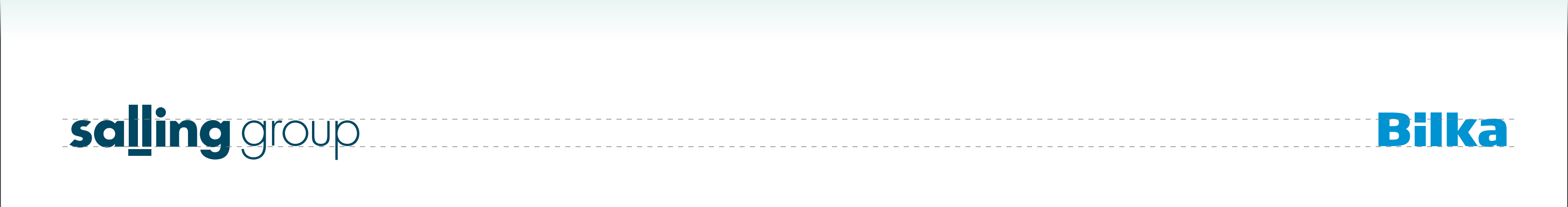
Logoet placeres som udgangspunkt i nederste eller øverste venstre hjørne. Hvis det ikke er muligt, kan det alternativt placeres i højre side.

Der er ingen faste regler for størrelser på logo og tekster, men det skal altid tilstræbes, at elementer flugter med hinanden og har samme margener og afstande i forhold til hinanden.

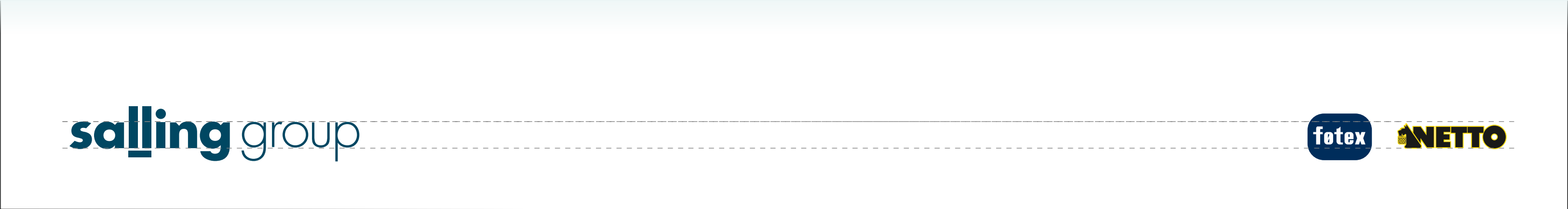


Flere logoer sammen

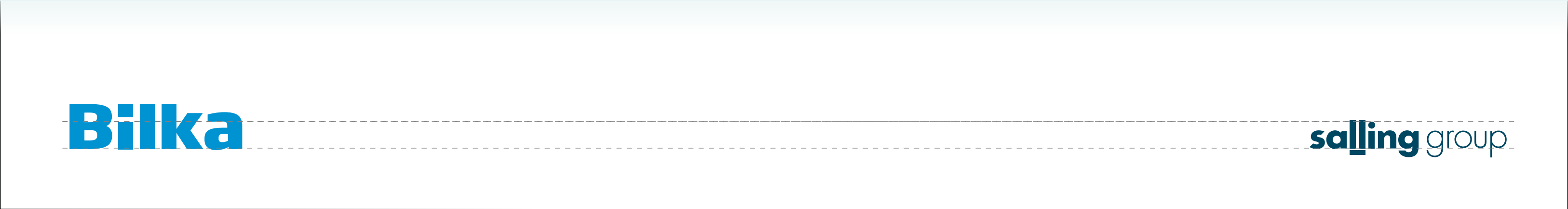
Optræder Salling Group-logoet sammen med et eller flere logoer, placeres det som udgangspunkt altid til venstre på de materialer, det indgår i. Den eneste undtagelse er, når logoet optræder som sekundær afsender. I de tilfælde placeres det i højre hjørne i en mindre størrelse end den primære afsender.



Sammen med et brand



Sammen med flere brands



Som underordnet afsender

Formatlogoer

Når ‘Hver Dag Bedre’ logo bruges i kombination med et af formaterne, benyttes disse udviklede logoer.

Logoerne er udviklede i positive (til lys baggrund) og negative (til mørk baggrund) udgaver.

Logoerne markerer tydeligt, at formatet er sit eget brand – under Salling Group.



Partnerlogoer

Når ‘Hver Dag Bedre’ logo bruges i kombination med en af vores partnere, benyttes disse udviklede logoer i stil med vores formatlogoer (se side 12).

Logoerne er udviklede i positive (til lys baggrund) og negative (til mørk baggrund) udgaver.



Hver dag bedre
– kompositlogo

Der findes to varianter af Salling Group-kompositlogoet for ‘Hver Dag Bedre’: en variant med de tre primære kæder (Bilka, føtex og Netto) og en med fem kæder (Bilka, føtex, Netto, BR og Salling). Kæderne er altid venstrestillet og flugter med kampagnelogoet.



Logoer på farver

Når vi anvender logoet på farver eller billeder, er det afgørende, at der er kontrast, og at det tydeligt kan aflæses. Det skal derfor i alle tilfælde vurderes, om det er det hvide logo eller det blå logo, der bedst kan aflæses på den valgte baggrund.



Sprogvarianter

Vores ‘Hver Dag Bedre’-logo er – udover på dansk – også udviklet på engelsk, tysk og polsk.

EVERY
DAY
BETTER

salling group



Engelsk

JEDEN
TAG
BESSER

salling group



Tysk

Z KAŻDYM
DNIEM
LEPIEJ

salling group



Polsk

Typografi

Vores typografi hedder League Spartan. Den rummer det klassiske og det moderne, og som både er corporate og i øjenhøjde.

Vi bruger desuden Arial til nogle ting – se afsnit om fall-back typografi på side 20.



Vi har tidligere benyttet typografien Futura. Den benyttes nu kun i vores godkendte logoer og må ikke længere bruges til andet.

League Spartan

League Spartan er en videreudvikling af Matt Bailey’s Spartan – en typografi baseret på det tidlige 20. århundredes amerikanske geometriske sans serif (uden fødder).

League Spartan er en Google-font og kan hentes gratis her:

fonts.google.com/specimen/League+Spartan

Familien består af ni snit, hvoraf vi benytter de fem midterste vægtninger:

- ☐ League Spartan – Thin
- ☐ League Spartan – ExtraLight
- ☒ League Spartan – Light
- ☒ League Spartan – Regular
- ☒ League Spartan – Medium
- ☒ League Spartan – Semibold
- ☒ League Spartan – Bold
- ☐ League Spartan – ExtraBold
- ☐ League Spartan – Black

Som udgangspunkt bruges de tykkere snit til overskrifter og de tyndere snit til brødtekster.

Se eksempler på næste side.

League Spartan
Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

League Spartan
Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

League Spartan
Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

League Spartan
SemiBold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

League Spartan
Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

Brug af typografier

Her ses et eksempel på en eksekvering, hvor overskriften er sat i League Spartan Bold med en skydning (linjemellemrum) på 100 % af punktstørrelsen, fx 85 pkt bogstavstørrelse og 85 pkt skydning.

Derefter er brødteksten/manchetten sat i Light for at skabe typografisk kontrast til rubrikken. Skydningen er her 110 %, fx 40 pkt bogstavstørrelse og 44 pkt skydning.

Endelig er den nederste forklarende brødtekst, som er sat i Regular for at sikre læsbarhed, med 130% skydning med det formål at gøre tekstblokken mere luftig – fx 12 pkt bogstavstørrelse og 15,6 pkt skydning.

League Spartan Bold
Skydning 100 %

League Spartan Light
Skydning 110 %

Hver madpakke. Hver gulerod. Hvert bevidst valg.

Salling Group gør det nemt for alle med appetit på en grønnere hverdag. Vi har Danmarks største udvalg af plantebaserede varer og mange Fuldkorns- og Nøglehulsmærkede produkter.

HVER
DAG
BEDRE

salling group

Bilka fotex Netto

Bilka er hvert år i perioden 2019 – 2023 kåret som "Årets Plantebaserede Supermarked" af Dansk Vegetarisk Forening og ligeledes kåret som "Bedst-i-pris" i 2021-2023. Læs mere om priserne på www.vegetarisk.dk

League Spartan Regular
Skydning 130 %

Fall-back typografi

Fall-back typografien Arial anvendes til PowerPoints, nyhedsbreve, Word-dokumenter, mails og lignende.

Arial må ikke erstatte League Spartan i andre eksekveringer, fx trykte medier og øvrigt designet materiale.

Arial bruges i følgende skriftsnit:

- ☒ Regular
- ☒ Bold
- ☒ Black

Arial
Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

Arial
Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

Arial
Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

Farver

Salling Groups farveunivers er inddelt i tre kategorier: primær farve, sekundær farve og tertiære farver.

Farvedefinitioner

Modellen viser Salling Groups primære, sekundære og tertiære farver og deres definitioner.

Primær farve: Salling Blå

CMYK
100-45-30-45

RGB
00-74-98

Pantone
3035 C

RAL
5001

Sekundær farve

CMYK
40-05-20-00

RGB
152-203-204

Pantone
7464 C

RAL
6027

Tertiære farver

CMYK 90-60-45-45
RGB 19-63-79

CMYK 65-45-45-25
RGB 86-103-107

CMYK 50-15-10-00
RGB 125-182-209

CMYK 20-15-10-00
RGB 202-204-213

CMYK 50-00-50-00
RGB 152-203-151

CMYK 25-45-85-05
RGB 187-138-68

CMYK 00-10-35-00
RGB 255-228-175

CMYK 10-45-35-00
RGB 224-155-147

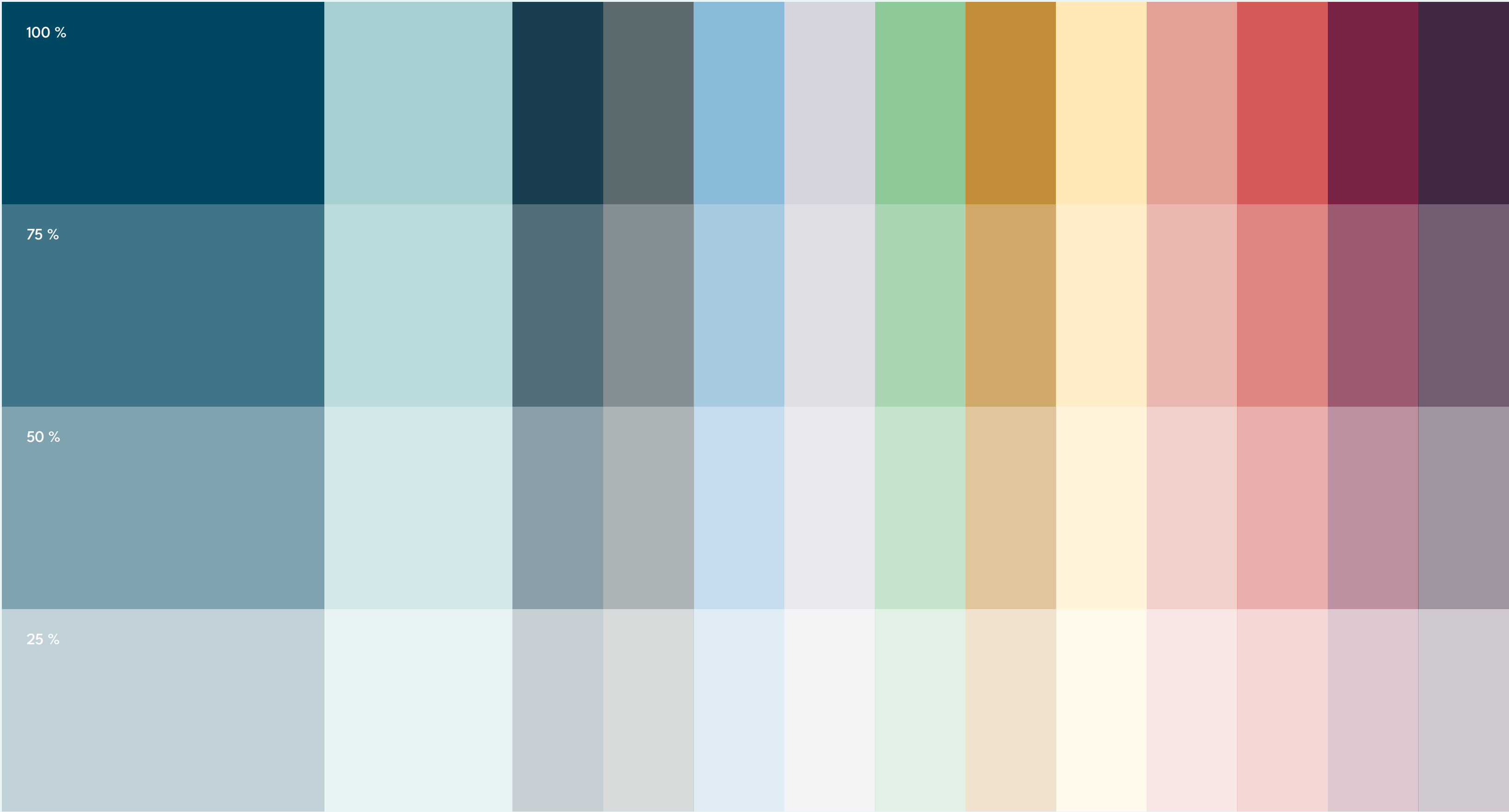
CMYK 15-75-60-00
RGB 212-99-96

CMYK 45-95-50-30
RGB 117-35-72

CMYK 75-85-45-45
RGB 61-40-68

Farver i gradueringer

Farverne bruges oftest i 100 procent, men også i 75, 50 og 25 procent. Ved kombination af farver er det altid nødvendigt at sikre sig tydelig læsbarhed og kontrast.



Billeder

‘Improving everyday life’ er Salling Groups formål, og den filosofi går igen i billedstilen, som portrætterer velkendte ‘everyday life’-situationer, der er ærlige, relatérbare og genkendelige øjeblikke fra hverdagen.

Billedstil

‘Everyday life’-situationer kan være med og uden mennesker. Det er altid situationerne, der er omdrejningspunktet og i fokus. Farvemæssigt er billederne justeret, så de fremstår lyse og naturlige.



Billedbehandling

Der tilstræbes et lyst og elegant nordisk look, og billederne må gerne være både kontrastrige og lette i udtrykket.

Til højre ses et eksempel på fotos før og efter billedbehandling.



Stationary

Der findes en bred vifte af Salling Groups stationery. Fælles for dem er, at de alle er enkle i deres udtryk ved hjælp af de primære og sekundære farver.

Brevpapir

Eksempel på brevpapir med Salling Group og ‘Hver Dag Bedre’ som payoff.

Anders Hagh
Rosbjergvej 33
8220 Brabrand

Aarhus 11.10.2024

Ny identitet til Salling Group

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vestibulum in ornare diam, sodales sodales risus. Aenean dignissim elit odio, vitae tempus risus pellentesque ac. Nullam dui leo, eleifend a felis nec, aliquet aliquet ipsum. Etiam ultricies, ipsum finibus tincidunt rutrum, velit metus porta mauris, quis tristique ipsum lorem sed lacus. Fusce et magna eget lacus auctor mollis ac vel mi. Nunc sed ex eget leo pulvinar laoreet. Phasellus nec est ac justo aliquet suscipit.

Mauris auctor lacinia nibh et interdum. Mauris aliquet lorem id sem bibendum fringilla in et ipsum. Donec vel nunc non nisi viverra tempus. Sed molestie, nunc nec vestibulum commodo, purus dui mattis ligula, quis suscipit tortor neque in purus. Mauris augue lectus, blandit tincidunt lectus ac, convallis placerat lacus. Proin arcu nibh, placerat ac nunc at, venenatis feugiat orci. Mauris nec tristique nisi. Vestibulum mauris metus, eleifend rutrum commodo id, egestas sed velit. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; Sed commodo nisi sit amet imperdiet tincidunt. Quisque blandit volutpat turpis ut cursus. Aenean a ipsum lobortis, ullamcorper lorem at, pulvinar est. Suspendisse in dui ac nibh varius suscipit. Fusce consequat libero quis mollis accumsan.

Med venlig hilsen



Navn Navnesen
Titel

+45 1234 5678

Salling Group
Rosbjergvej 33
8220 Brabrand
sallinggroup.com

CVR-nr: 35 95 47 16

Venstremargin 27 mm

Headline
Arial Black 14/18 pkt.

Brødtekst
Arial Regular 10/14 pkt.

HVER
DAG
BEDRE

salling group

Aarhus 11.10.2024

Ny identitet til Salling Group

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vestibulum in ornare diam, sodales sodales risus. Aenean dignissim elit odio, vitae tempus risus pellentesque ac. Nullam dui leo, eleifend a felis nec, aliquet aliquet ipsum. Etiam ultricies, ipsum finibus tincidunt rutrum, velit metus porta mauris, quis tristique ipsum lorem sed lacus. Fusce et magna eget lacus auctor mollis ac vel mi. Nunc sed ex eget leo pulvinar laoreet. Phasellus nec est ac justo aliquet suscipit.

Mauris auctor lacinia nibh et interdum. Mauris aliquet lorem id sem bibendum fringilla in et ipsum. Donec vel nunc non nisi viverra tempus. Sed molestie, nunc nec vestibulum commodo, purus dui mattis ligula, quis suscipit tortor neque in purus. Mauris augue lectus, blandit tincidunt lectus ac, convallis placerat lacus. Proin arcu nibh, placerat ac nunc at, venenatis feugiat orci. Mauris nec tristique nisi. Vestibulum mauris metus, eleifend rutrum commodo id, egestas sed velit. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; Sed commodo nisi sit amet imperdiet tincidunt. Quisque blandit volutpat turpis ut cursus. Aenean a ipsum lobortis, ullamcorper lorem at, pulvinar est. Suspendisse in dui ac nibh varius suscipit. Fusce consequat libero quis mollis accumsan.

Med venlig hilsen



Navn Navnesen
Titel

+45 1234 5678

Salling Group
Rosbjergvej 33
8220 Brabrand
sallinggroup.com

CVR-nr: 35 95 47 16

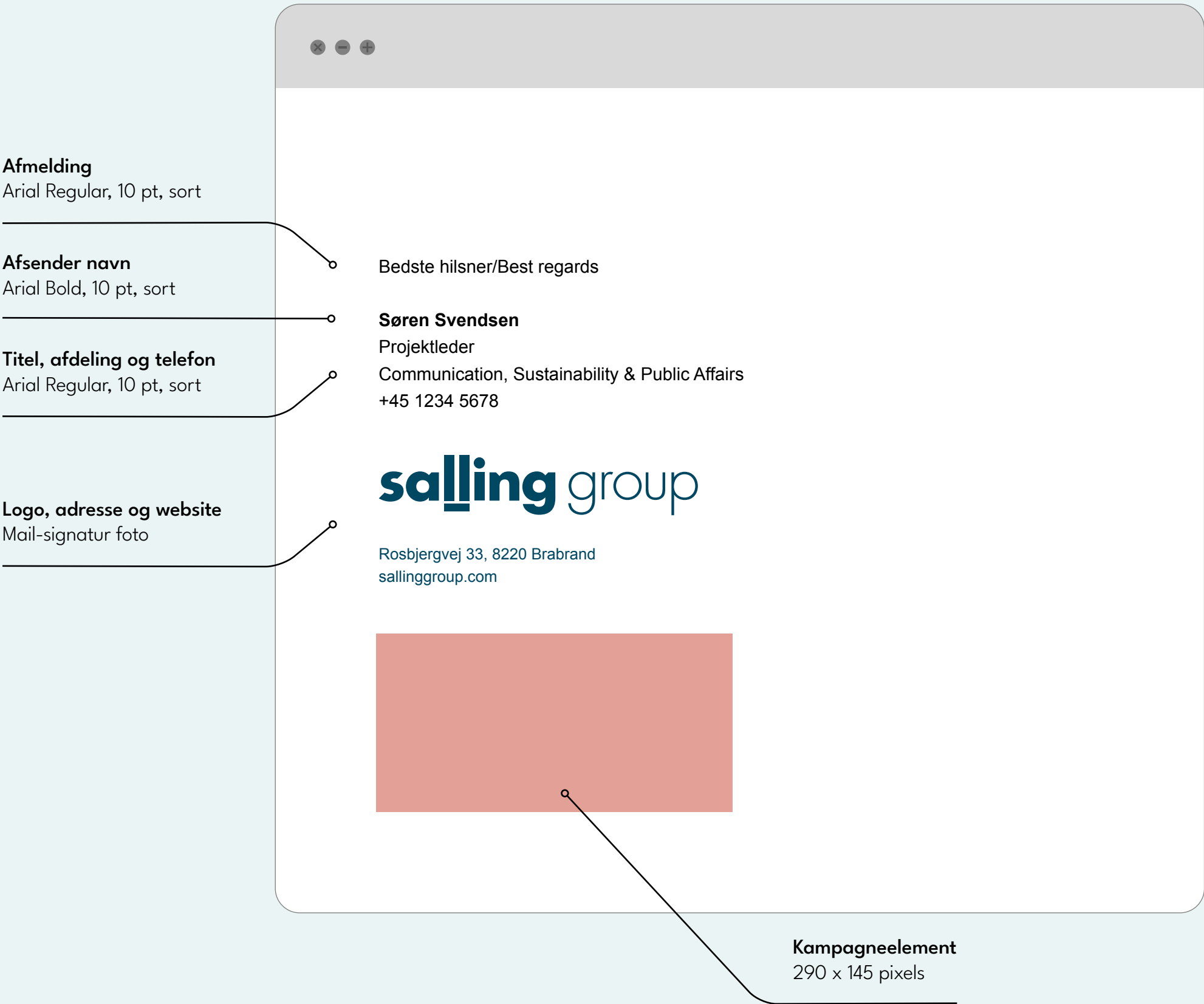
Mailsignatur

Eksempel på mailsignatur med Salling Group som afsender samt eksemplificering af kampagneelement.

Signaturen skrives – som resten af mailen – i sort tekstfarve med Arial Regular og afsenderens navn i Bold.

Logo, adresse og website er en PNG, som ikke må ændres.

I forbindelse med diverse kampagner kan vi kommunikere disse nederst i et felt i en fast defineret størrelse på 290 x 145 pixels – og altid kun ét kampagneelement ad gangen.



Print

Print er et af de steder, hvor Salling Groups grafiske identitet virkelig kommer til udtryk. Det er nemlig her, vores font, farver og fotostil mødes.

Plakater/outdoor

Eksempel på en outdoor-eksekvering.



Plakater/outdoor



Hvert menneske. Hver personlighed. Hver kommende kollega.

I Salling Group er der plads til alle. Uanset hvem du er. Uanset hvad du drømmer om. Velkommen til Danmarks største detailkæde med over 40.000 ansatte og 118 nationaliteter.

**HVER
DAG
BEDRE**

salling group

Bilka **fotex** **Netto**



Hver madpakke. Hver gulerod. Hvert bevidst valg.

Salling Group gør det nemt for alle med appetit på en grønnere hverdag. Vi har Danmarks største udvalg af plantebaserede varer og mange Fuldkorns- og Nøglehulsmærkede produkter.

**HVER
DAG
BEDRE**

salling group

Bilka **fotex** **Netto**

Bilka er hvert år i perioden 2019 – 2023 kåret som "Årets Plantebaserede Supermarked" af Dansk Vegetarisk Forening og ligeledes kåret som "Bedst-i-pris" i 2021-2023. Læs mere om priserne på www.vegetarisk.dk

Plakater/outdoor



Kædespecifik
kommunikation

**Hver kunde.
Hvert smil.
Hver kollega.**

I Bilka har vi et stort udvalg af dagligvarer, nonfood og tekstil, som gør det nemt at samle hele dit indkøb ét sted. Og med Bilka ToGo kan du få det leveret hjem til dig eller direkte i dit bagagerum.

Vi er 100% danskejet af Salling Fondene, der har delt mere end 2 milliarder ud til gode formål. Som en del af Salling Group arbejder vi på at gøre hver dag bedre for både kunder, kolleger og vores fælles fremtid.



**HVER
DAG
BEDRE**

salling group

**Hver kunde.
Hvert smil.
Hver kollega.**

I føtex har vi et stort og inspirerende udvalg, der gør det let at købe ind til sundere og spændende måltider.

Vi er 100% danskejet af Salling Fondene, der har delt mere end 2 milliarder ud til gode formål. Som en del af Salling Group arbejder vi på at gøre hver dag bedre for både kunder, kolleger og vores fælles fremtid.



**HVER
DAG
BEDRE**

salling group

**Hver kunde.
Hvert smil.
Hver kollega.**

I Netto ønsker vi, at alle skal have råd til kvalitet – lige som alle skal have råd til økologi. Det betyder fokus på grønt, friskhed og basisvarer til rene Netto-priser.

Vi er 100% danskejet af Salling Fondene, der har delt mere end 2 milliarder ud til gode formål. Som en del af Salling Group arbejder vi på at gøre hver dag bedre for både kunder, kolleger og vores fælles fremtid.



**HVER
DAG
BEDRE**

salling group

Rollups



Hver madpakke. Hver gulerod. Hvert bevidst valg.

Salling Group gør det nemt for alle med appetit på en grønnere hverdag. Vi har Danmarks største udvalg af plantebaserede varer og mange Fuldkorns- og Nøglehulsmærkede produkter.

**HVER
DAG
BEDRE**

salling group

Bilka **fetex** **Netto**

Bilka er hvert år i perioden 2019 – 2023 kåret som 'Årets Plantebaserede Supermarked' af Dansk Vegetarisk Forening og ligeledes kåret som 'Bedst-i-pris' i 2021-2023. Læs mere om priserne på www.salling.dk.



**Hvert menneske.
Hver personlighed.
Hver kommende kollega.**

I Salling Group er der plads til alle. Uanset hvem du er. Uanset hvad du drømmer om. Velkommen til Danmarks største detailkæde med over 40.000 ansatte og 118 nationaliteter.

**HVER
DAG
BEDRE**

salling group

Bilka **fotex** **Netto**



**Hver aflevering.
Hvert partnerskab.
Hvert sammenhold.**

Salling Group er stolt partner
for dansk fodbold. Sammen
med DBU arbejder vi for at
give lige muligheder og sunde
fællesskaber til alle.

**HVER
DAG
BEDRE**

salling group

Rollups



PowerPoint

PowerPoint er et af Salling Groups vigtigste kommunikationsværktøjer. Derfor er det afgørende, at de enkle retningslinjer overholdes for at opnå et genkendeligt udtryk, som alle i Salling Group kan være stolte af.

PowerPoint

Til højre ses et lille udsnit af de mange forsider, undersider, agendaslides og breaker templates på både dansk og engelsk.



Lorem ipsum dolore sit amet

Duis aute irure dolor in repreh in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur.

5

Indsæt overskrift her

- Hver aflevering
- Hvert partnerskab
- Hvert sammenhold

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.

Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

HVER DAG BEDRE
salling group

3



Lorem ipsum dolore sit amet

Duis aute irure dolor in repreh in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur.

1



Lorem ipsum dolore sit amet

Duis aute irure dolor in repreh in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur.

2

Strategiske logoer

Strategiske logoer

Aspire '28 er Salling Groups strategi for perioden 2025 – 2028 og udtrykker med et enkelt ord koncernens store ambitioner. Navn og logo signalerer, at vi stræber efter nye målsætninger og logoets fire stjerner symboliserer de fire konkrete målsætninger i strategien. Logoet anvendes i præsentationer, omtale og andet materiale, der omhandler strategien.

Salling Seeds er navnet på Salling Groups investeringsprogram i startup-virksomheder inden for dagligvarebranchen. Programmet er en del af den overordnede vækststrategi, og navn og logo symboliserer netop vækst. Logoet anvendes i forbindelse med præsentationer, omtale og andet materiale, der omhandler programmet.

Horizon er Salling Groups program for intern kulturforandring, der ligeledes en del af den overordnede strategi. Navn og logo er multifacetteret, idet horisonten indikerer, at der er klart mål forude, men også at det er en proces, der tager tid – horisonten er ikke et sted, vi nogensinde når helt hen til, men vi stræber alligevel hen mod solopgangen og de nye, positive forandringer, den bringer med sig. Logoet anvendes i forbindelse med præsentationer, omtale og andet materiale, der omhandler programmet.

