



Identitetsguide

En bok om vårt varumärke och hur vi använder det



Innehållsförteckning

Del 1

Det här är Navix

01 Det här är Navix

- 05 Om Navix
- 06 Vårt uppdrag

02 Vår identitet

- 08 Vår vision
- 09 Våra principer
- 10 Vad vi gör

Del 2

Riktlinjer för hur vi kommunicerar

03 Ton och budskap

- 12 Huvudbudskap
- 13 Hur vi pratar
- 14 Skrivexempel
- 15 Det vi vill förmedla

04 Visuell identitet

- 17 Vår logotyp
- 18 Logotypens varianter
- 19 Frizon
- 20 Felaktig användning
- 21 Typsnitt
- 22 Typografisk hierarki
- 23 Våra färger
- 24 Färganvändning
- 25 Formspråk
- 26 Symboler & ikonografi
- 27 Bildkoncept
- 28 Bildspråk i praktiken

05 Exempel

- 30 Mässmaterial
- 31 Digitala skärmar
- 32 Visitkort
- 33 Materialanpassad logotyp
- 35 Merchandise
- 37 Digitalt

Vår identitetsguide visar hur Navix ska uttryckas och uppfattas. Den hjälper oss att skapa en tydlig och konsekvent identitet som speglar vår erfarenhet, vårt kommersiella fokus och vårt sätt att arbeta.

01

Det här är Navix

Grunden för vilka vi är – vårt uppdrag, vår vision
och den roll Navix har på marknaden.

Om Navix

Navix är ett oberoende kommersiellt managementbolag med bas i Göteborg, specialiserat på produkttankers. Tillsammans med redare på den europeiska energimarknaden ansvarar vi för den kommersiella hanteringen av flottan genom chartering, operations, claims och accounting.

Vårt arbete bygger på lång erfarenhet av tankermarknaden, djup marknadskunskap och ett aktivt kommersiellt beslutsfattande.



Vårt uppdrag är att hjälpa redare att få ut mer av varje fartyg genom att ta ett samlat ansvar för den kommersiella sidan av flottan.

Med erfarenhet, marknadskunskap och välgrundade beslut skapar vi rätt förutsättningar för effektiv drift och starka kommersiella resultat över tid



02

Vår identitet

De principer som formar hur vi arbetar, hur vi skapar värde och vad som särskiljer Navix.

Vår vision

Att vara den självklara kommersiella
partnern för redare inom den europeiska
tankermarknaden.

Våra principer

01

Kommersiellt fokus

Vi utgår från vad som skapar bäst resultat för de fartyg och redare vi representerar. Erfarenhet, marknadskunskap och timing hjälper oss att fatta rätt beslut i en marknad som ständigt förändras.

02

Långsiktighet

Vi bygger samarbeten och fattar beslut med ett längre perspektiv. Målet är stark och stabil kommersiell utveckling över tid, inte kortsiktiga vinster.

03

Starka relationer

Vår verksamhet bygger på långvariga relationer med redare, charterers, brokers och andra aktörer i marknaden. Det skapar förtroende, bättre informationsflöden och större handlingsutrymme.

04

Ansvar hela vägen

Vi tar ansvar för den kommersiella sidan av flottan och följer arbetet hela vägen – från beslut och förhandling till genomförande och uppföljning.

Vad vi gör

Navix ansvarar för den kommersiella sidan av de fartyg vi representerar. Genom chartering, operations, claims och accounting arbetar vi som en integrerad del av redarens kommersiella organisation.

Vårt arbete omfattar allt från marknadsbedömning, kontraktsstrategi och positionering till genomförande, uppföljning och ekonomisk kontroll. Målet är att skapa rätt förutsättningar för varje fartyg att prestera så starkt som möjligt över tid.



03

Ton och budskap

Riktningen för hur Navix kommunicerar – vad vi vill förmedla, hur vi låter och hur språket används i praktiken.

Huvudbudskap

Maximizing Fleet Performance

Kort kärna

Combining market intelligence, experience and precise execution to optimise every voyage and improve commercial outcomes.

Längre kärntext

Navix is focused on creating stronger commercial performance for the vessels we represent. It is reflected in the decisions we make, the opportunities we pursue and the way we position each vessel in a volatile market.

We work closely with shipowners, combining deep market knowledge with hands-on experience and continuous market presence. From timing and positioning to execution and follow-up, our role is to turn insight into informed commercial decisions that create value over time.

Strong relationships and an established international network give us access to the information, flexibility and opportunities needed to act when it matters. By taking an active role in the commercial performance of the fleet, we help build stronger results and long-term value.

Tydligt, kommersiellt och erfaret

Navix kommunicerar med tydlighet, precision och ett tydligt kommersiellt fokus. Tonen ska spegla vår erfarenhet och marknadskunskap, utan att bli onödigt formell eller överdriven.

Vi uttrycker oss sakligt, direkt och med ett tydligt syfte – alltid med fokus på det som är relevant för mottagaren.

01

Professionellt

Sakligt, tydligt och välgrundat – aldrig överdrivet.

03

Direkt

Rakt på sak, utan onödigt företagspråk.

02

Kommersiellt

Fokus på marknad, beslut, möjligheter och resultat.

04

Erfaret

Kompetensen ska märkas i språket, inte behöva påstås.

Så skriver vi

Tonläget ska märkas i varje formulering
– från webbcopy och presentationer till mejl och löpande kommunikation.



Varumärkestext

In a volatile market, experience and timing matter.



~~*With our world-class expertise, we always deliver outstanding solutions for every customer.*~~

Marknad och beslut

We see better opportunities in the Baltic this week and are positioning accordingly.

~~*Based on current market developments, we are continuously evaluating different geographical opportunities in order to optimise positioning.*~~

Vardaglig kommunikation

We will review the available options today and come back with our recommendation.

~~*Our team will carefully assess the various alternatives available and revert with a suitable recommendation in due course.*~~

Det vi vill förmedla

Navix kommunikation ska konsekvent förstärka ett antal teman som speglar vår position, vårt arbetssätt och det värde vi skapar för redare. Budskapen kan uttryckas på olika sätt beroende på sammanhang, men ska alltid kännas igen i kommunikationen.

Kommersiell prestation

Vi pratar om värdet vi skapar i form av bättre kommersiella beslut, starkare fartygsprestanda och långsiktiga resultat. Fokus ligger på utfallet för de fartyg och redare vi representerar.

Marknadskunskap och timing

Vi verkar i en volatil marknad där rätt beslut vid rätt tidpunkt har stor betydelse. Erfarenhet, kontinuerlig marknadsnärvaro och förmågan att tolka förändringar är därför centrala delar av vår kommunikation.

Långsiktiga relationer

Starka relationer är en del av vår affär, inte bara ett värdeord. De skapar förtroende, informationsflöden, flexibilitet och tillgång till möjligheter i marknaden.

Erfarenhet och genomförande

Vi ska visa vår kompetens genom hur vi arbetar och vad vi åstadkommer. Navix kombinerar lång erfarenhet med ett praktiskt och nära genomförande, från kommersiella beslut till uppföljning.

04

Visuell identitet

Ett tydligt och konsekvent visuellt uttryck som speglar Navix position och personlighet.

Vår logotyp

Navix logotyp är den tydligaste symbolen för vårt varumärke och en central del av vår visuella identitet. Den ska alltid användas konsekvent och med tillräckligt utrymme för att behålla sitt tydliga och distinkta uttryck.



Logotypens varianter

Navix huvudlogotyp (01.) är det primära uttrycket och används i första hand. Den finns i fullfärg med grön symbol och blått ordmärke samt i en negativ version med vit text för mörka bakgrunder.

Den enfärgade logotypen (02.) finns i helvitt och helsvart och används när fullfärg inte är möjlig eller när ett mer avskalat uttryck krävs.

Logomärket (03.) används främst i sin gröna version. Vid behov kan det även användas i negativ eller enfärgad version, exempelvis när material, produktionsteknik eller bakgrund kräver ett färglöst utförande.

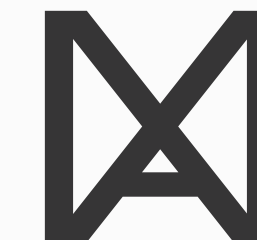
01.



02.



03.



Frizon

För att logotypen alltid ska behålla sin tydlighet ska den omges av en fri yta motsvarande 0,5X, där X definieras av logotypens höjd. Inga texter, bilder eller andra grafiska element får placeras inom den angivna frizonen.



Felaktig användning

För att Navix identitet ska förbli tydlig och konsekvent ska logotypen alltid användas i sina godkända versioner och proportioner. Undvik förändringar som påverkar logotypens form, färg, kontrast eller läsbarhet.



Ändra inte logotypens proportioner



Använd endast godkända färgvarianter, om inte särskilda externa krav kräver annat.



Rotera inte logotypen.



Lägg inte till effekter som skuggor, konturer eller gradienter.



Placera inte logotypen mot en bakgrund med för låg kontrast.



Ändra inte avståndet eller relationen mellan logomärke och ordmärke.

Typsnitt

Navix använder Plus Jakarta Sans (01.) som huvudtypsnitt i all kommunikation. Det är det bärande typsnittet och används för rubriker, brödtext och övrig information.

DM Serif (02.) används som accenttypsnitt för att skapa kontrast och karaktär. Det används sparsamt, främst i överrubriker eller för att lyfta enstaka ord och budskap – exempelvis Performance i huvudbudskapet Maximizing Fleet Performance.

DM Serif ska alltså fungera som ett komplement, inte som ett likvärdigt huvudtypsnitt.

01. Plus Jakarta Sans

REGULAR, SEMIBOLD & BOLD

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ

1234567890

02. *DM Serif*

ITALIC

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ

1234567890

Typografisk hierarki

Navix typografi bygger på tydliga nivåer där storlek, vikt och placering skapar struktur och hjälper läsaren att snabbt orientera sig i innehållet.

Plus Jakarta Sans används för huvudrubriker, underrubriker och brödtext. Huvudrubriker kan sättas i Bold (1.1) eller Regular (1.2) beroende på uttryck och sammanhang.

DM Serif Italic (2.1) används sparsamt som accent i exempelvis överrubriker, kortare introduktioner eller utvalda ord.

Brödtext (3.1) sätts i första hand i Regular, medan Semibold (3.2) kan användas när texten behöver större tydlighet, exempelvis mot en mer komplex bakgrund.

Hierarkin ska i första hand skapas genom storlek, vikt och placering – med ett fåtal tydliga nivåer snarare än många olika stilar.

PLUS JAKARTA SANS BOLD (1.1) / REGULAR (1.2)

Huvudrubriker kan sättas i Bold (1.1)

Huvudrubriker kan sättas i Regular (1.2)

DM Serif Italic (2.1)

Överrubrik / accent (2.1)

PLUS JAKARTA SANS REGULAR (3.1) ELLER **SEMIBOLD (3.2)**

Brödtext (3.1) används för löpande text i exempelvis trycksaker, artiklar och på webben. **Brödtext (3.2) kan också se ut så här om det är på en komplex bakgrund.**

Våra färger

Navix färgpalett bygger på tre nivåer. De primära färgerna (01.) utgör grunden för identiteten, med Deep Sea Blue som huvudsaklig bas. Pure White och Digital Green kompletterar uttrycket och används för kontrast, tydlighet och accenter.

De kompletterande färgerna (02.) består av Sand Beige, Signal Blue och Carbon Black. De används för att skapa variation och flexibilitet utan att konkurrera med huvudpaletten.

Accentfärgerna (03.) används mer selektivt. Brand Red används för att skapa särskild uppmärksamhet. Brand Green är främst kopplad till Navix logotyp, medan Digital Green används i första hand för gröna accenter i övrig kommunikation.

01.

Deep Sea Blue

CMYK

RGB

HEX

PMS

100 / 70 / 0 / 80

4 / 30 / 66

041E42

296 C

Pure White

CMYK

RGB

HEX

PMS

0 / 0 / 0 / 0

255 / 255 / 255

FFFFFF

–

Digital Green

CMYK

RGB

HEX

PMS

66 / 0 / 70 / 0

38 / 208 / 124

26D07C

3395 C

02.

Sand Beige

CMYK

RGB

HEX

PMS

4 / 7 / 16 / 0

246 / 231 / 206

F6E7CE

7506 C

Signal Blue

CMYK

RGB

HEX

PMS

94 / 71 / 0 / 0

0 / 71 / 187

0047BB

286 C

Carbon Black

CMYK

RGB

HEX

PMS

0 / 0 / 0 / 93

18 / 18 / 18

121212

Process Black C

Brand Red

CMYK

RGB

HEX

PMS

3 / 100 / 70 / 12

205 / 18 / 57

CD1239

200 C

Brand Green

CMYK

RGB

HEX

PMS

41 / 0 / 68 / 0

170 / 205 / 114

AACD72

367 C

03.

Färganvändning

Bas och kontrast (01.)

Deep Sea Blue är huvudfärgen. Pure White skapar kontrast och Digital Green används selektivt för fokus.

Ljus kommunikation (02.)

På ljusa ytor används Carbon Black för typografi och Digital Green för mindre accenter.

Neutrala toner (03.)

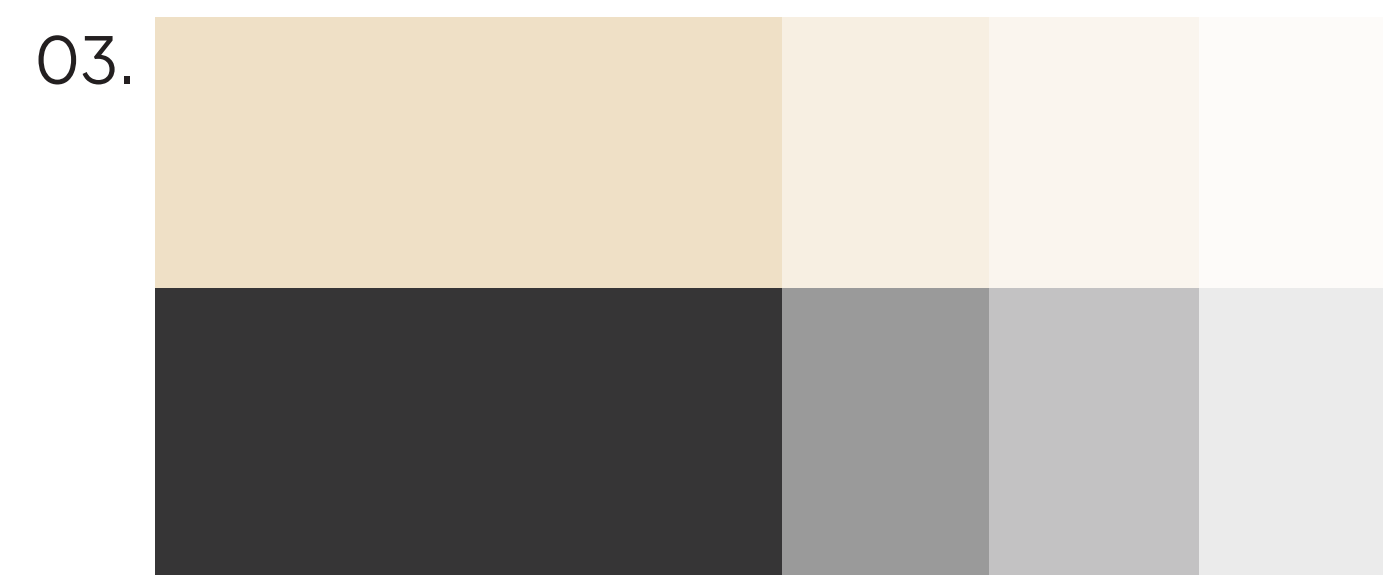
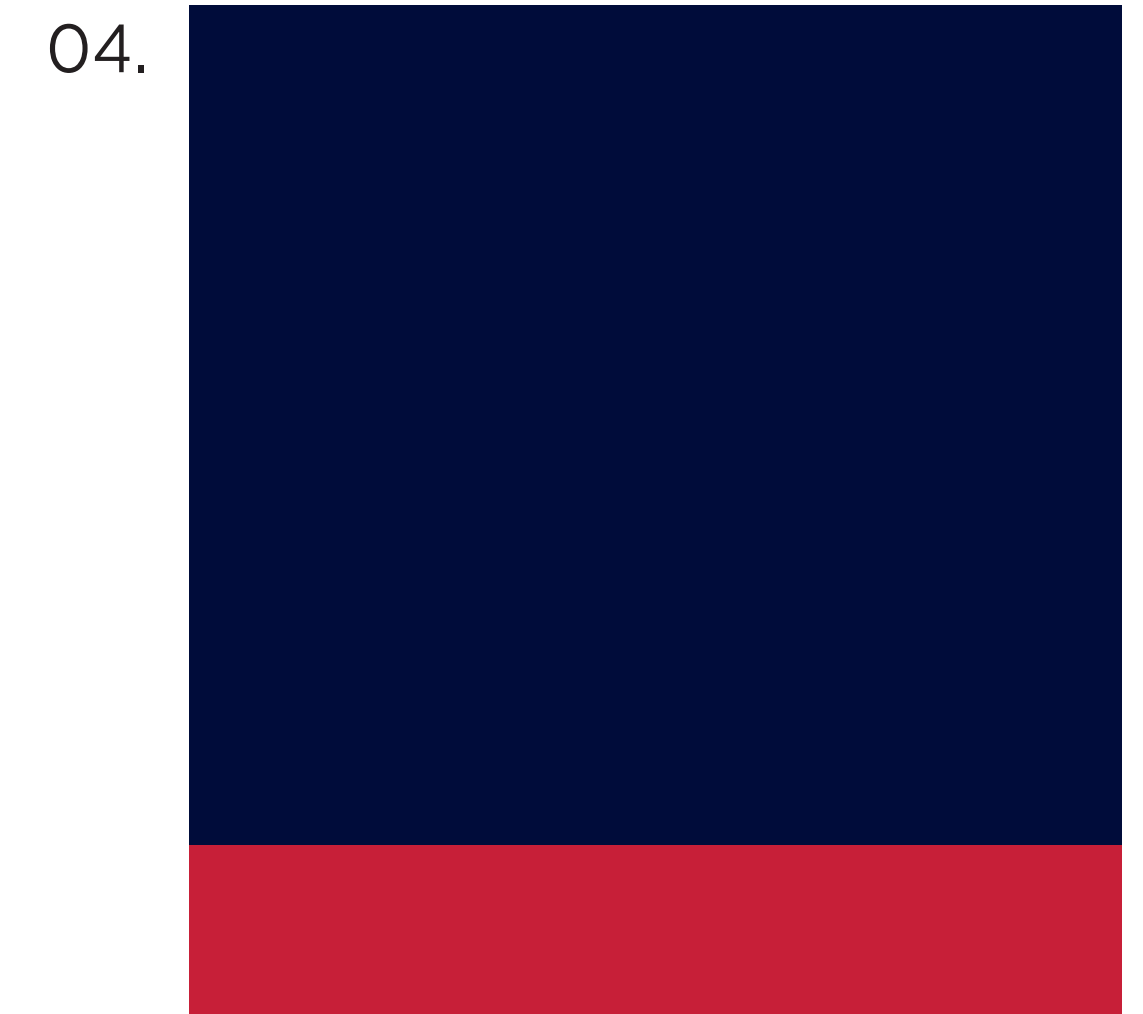
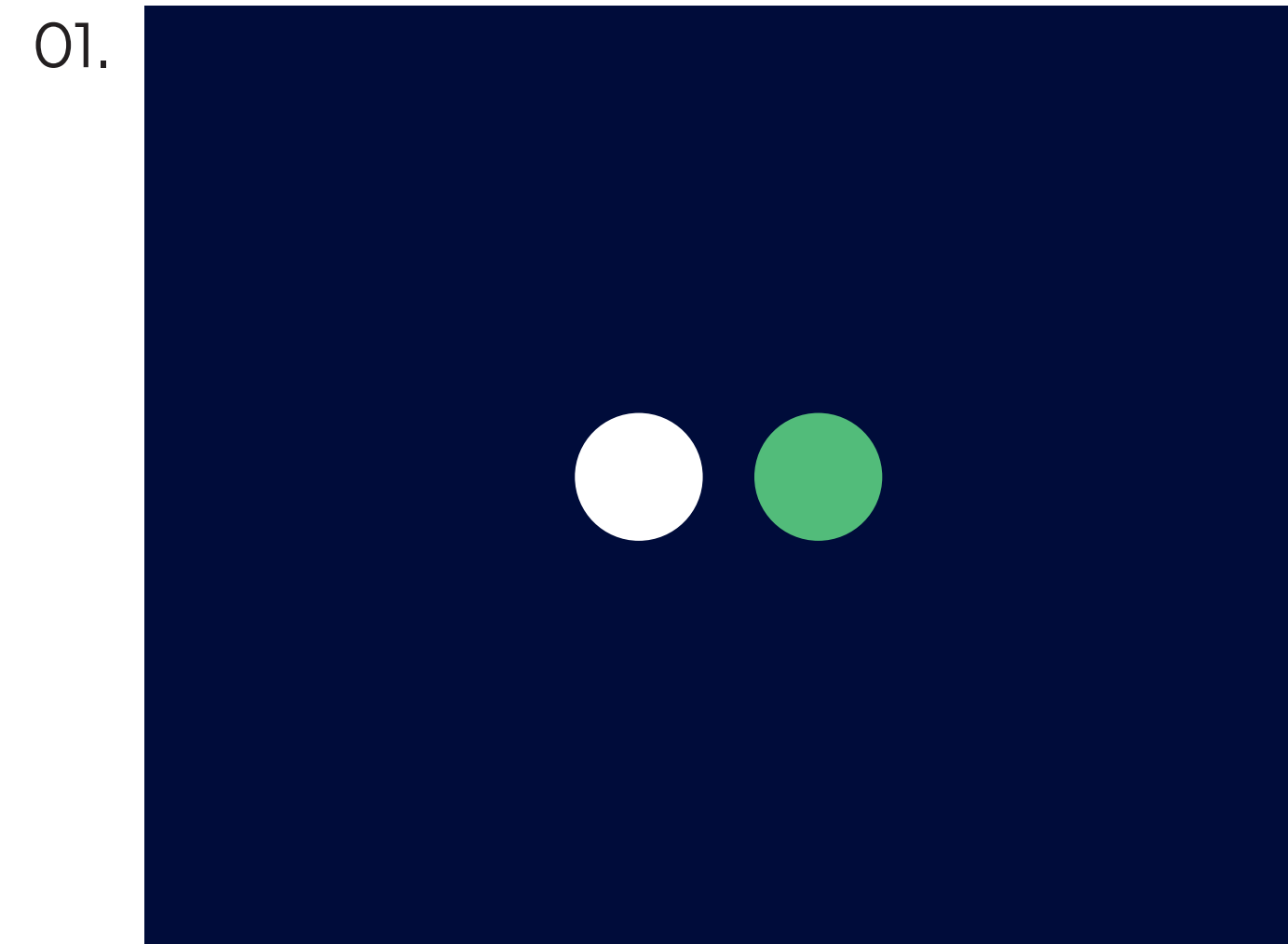
Sand Beige och Carbon Black kan användas i reducerad opacitet för att skapa mjukare bakgrunds nivåer.

Accent (04.)

Brand Red används sparsamt när något behöver särskild uppmärksamhet och helst i samband med Deep Sea Blue.

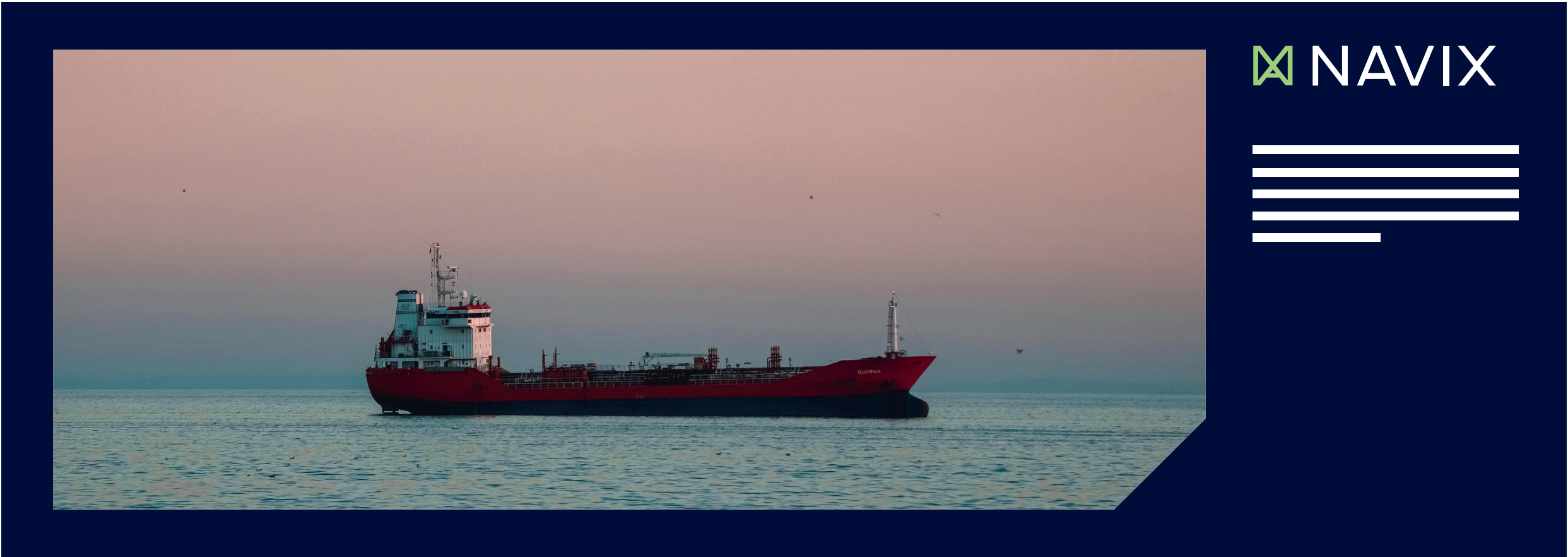
Kompletterande blå(05.)

Signal Blue används som komplement till Deep Sea Blue för att skapa variation mellan ytor och sektioner.



Formspråk

Navix visuella uttryck är avskalat och bygger på ett fåtal återkommande formelement. Den tydligaste signaturdetaljen är det kapade hörnet, som används i exempelvis bildytor och knappar. Formen är inspirerad av fören på ett tankfartyg och skapar en subtil koppling till Navix verksamhet. Den används konsekvent och med återhållsamhet för att skapa igenkänning utan att dominera uttrycket.



GET IN TOUCH ↗

OUR SERVICES ↗

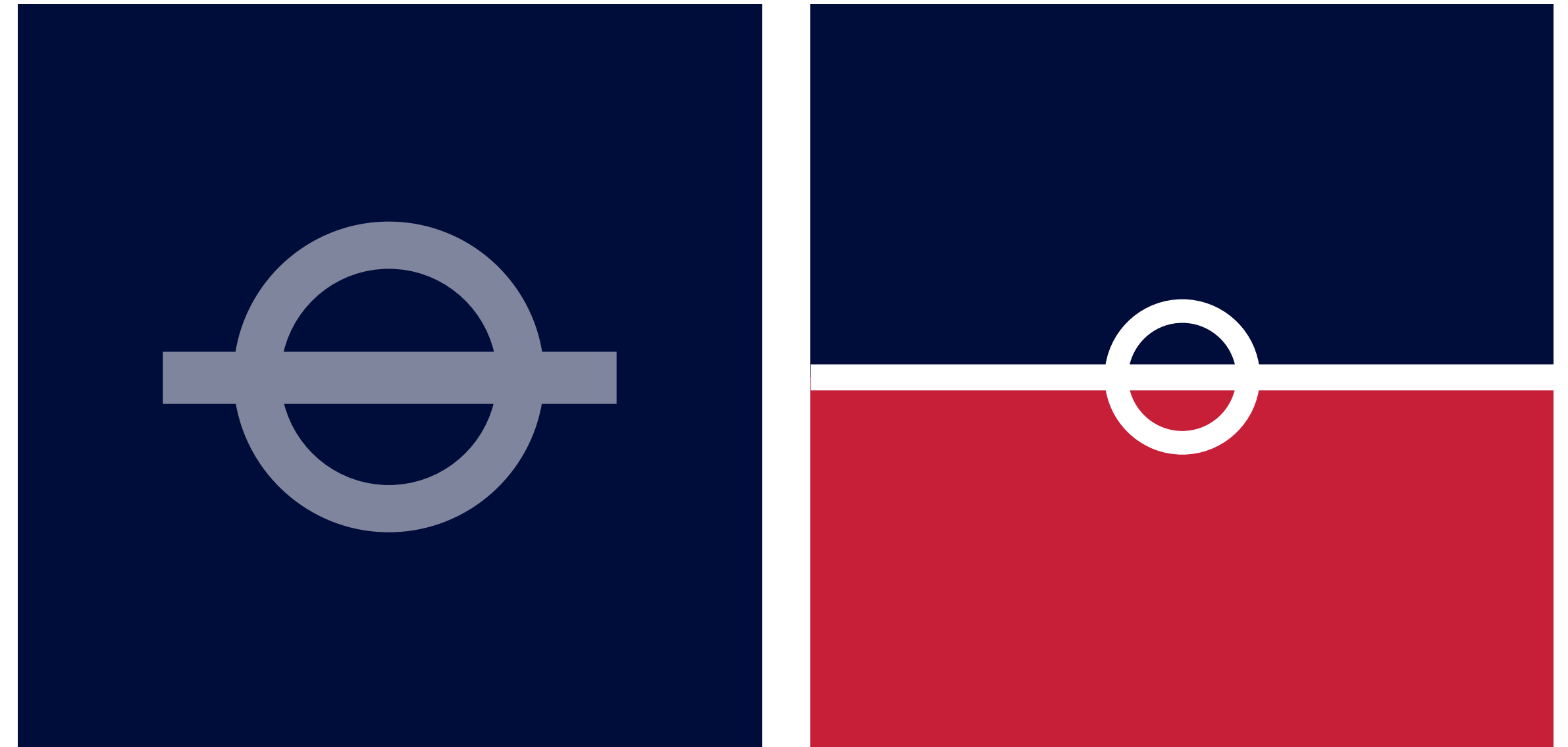
Symboler & ikonografi

Loadline-symbolen (01.) är inspirerad av den markering som används på fartyg och fungerar som en återkommande grafisk identitetsbärare. Den kan användas fristående, men också integreras i layouten som en grafisk avdelare mellan olika färgfält och innehållsytor.

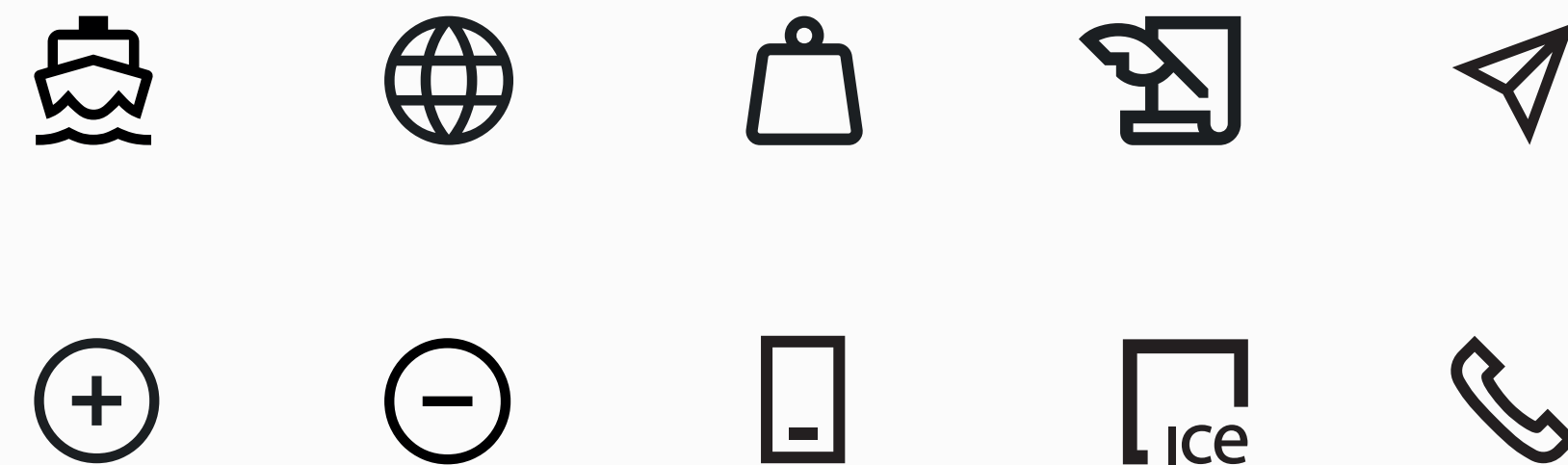
Navix ikonografi (02.) bygger på ett enkelt outline-uttryck med jämn linjeföring och begränsad detaljriktedom. De flesta ikoner utgår från [Google Icons](#), vilket gör systemet lätt att använda och vidareutveckla internt.

När nya eller specialanpassade ikoner tas fram ska de följa samma visuella principer för att behålla ett konsekvent uttryck. Ikoner (03.) kan kombineras med identitetens färger och bakgrundsytor enligt riktlinjerna för färganvändning.

01.



02.



03.

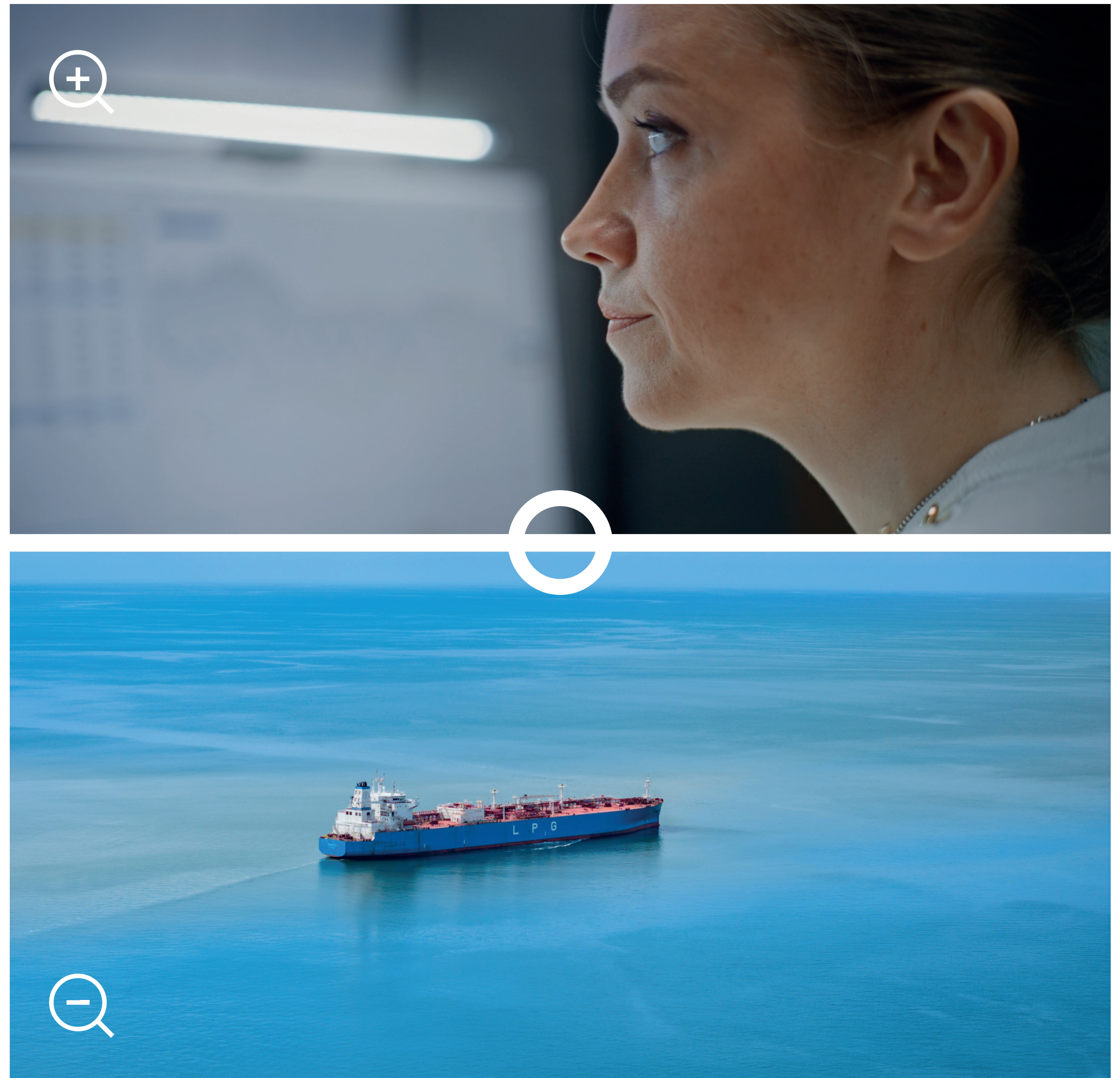


Bildkoncept

Nära relationer på den globala scenen

Navix bildspråk bygger på kontrasten mellan det nära och det globala. Människorna, samarbetet och besluten visar den personliga och professionella närvaron, medan fartyg, hav och marknadsmiljöer sätter verksamheten i ett större internationellt sammanhang.

Navix befinner sig alltid i skärningspunkten mellan de två. Det är där nära relationer möter en global och föränderlig marknad, och där det kommersiella arbetet tar form.



Bildspråk i praktiken

01. Människor & miljö

Fokus på människor, samarbete och miljöer där verksamheten tar form. Uttrycket ska kännas naturligt, välkomnande och professionellt, med en tydlig närvaro och trovärdighet snarare än ett alltför arrangerat intryck.

02. Marint & marknad

Bilder som visar den marina kontexten runt Navix, exempelvis fartyg, hav, hamnar och andra miljöer kopplade till den internationella tankemarknaden. Uttrycket får gärna vara mer atmosfäriskt och ge känslan av skala, rörelse och den marknad Navix verkar i.

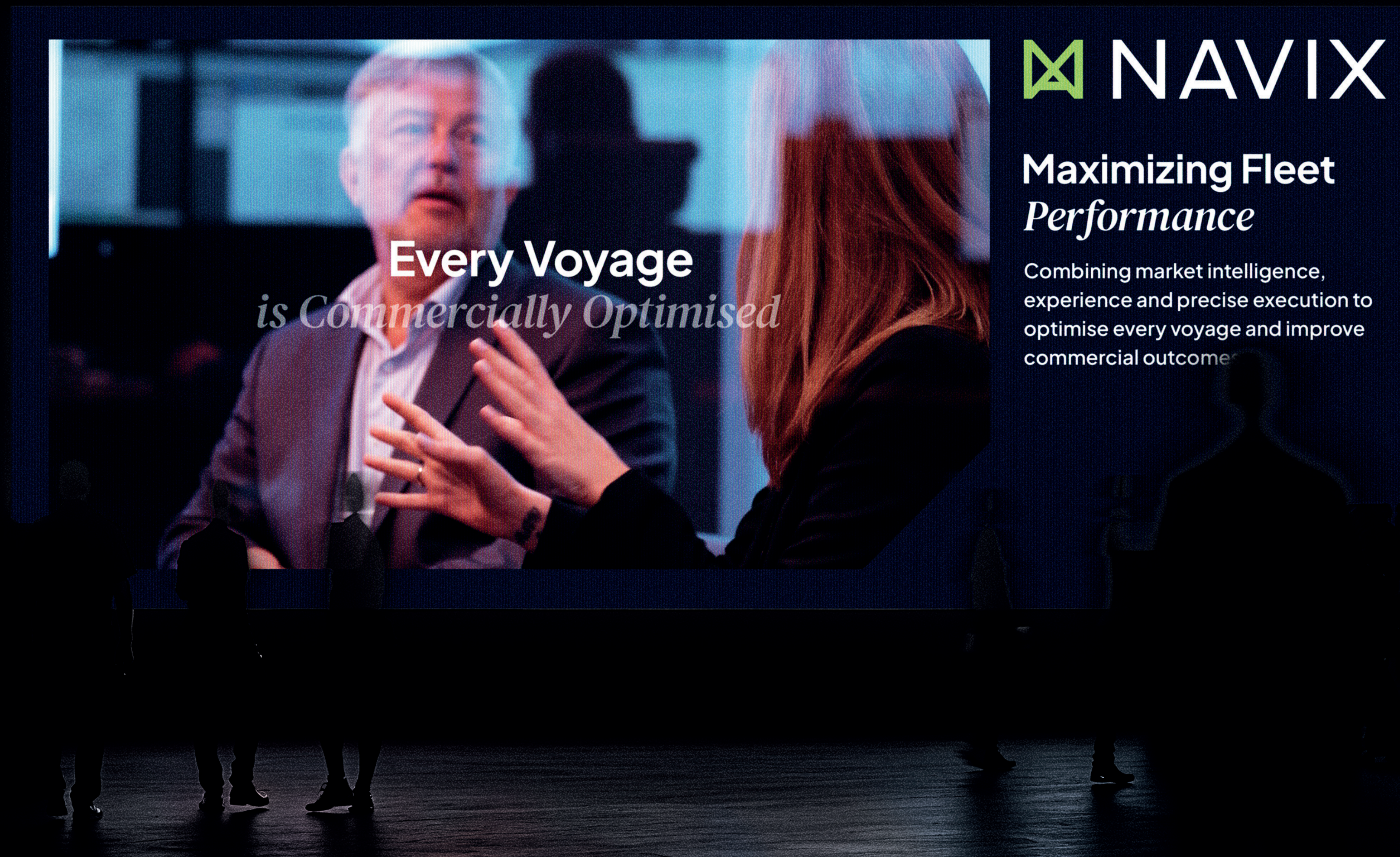


05

Exempel

Exempel på hur Navix identitet används i praktiken och hur de visuella byggstenarna tillsammans skapar ett konsekvent och igenkännbart uttryck.





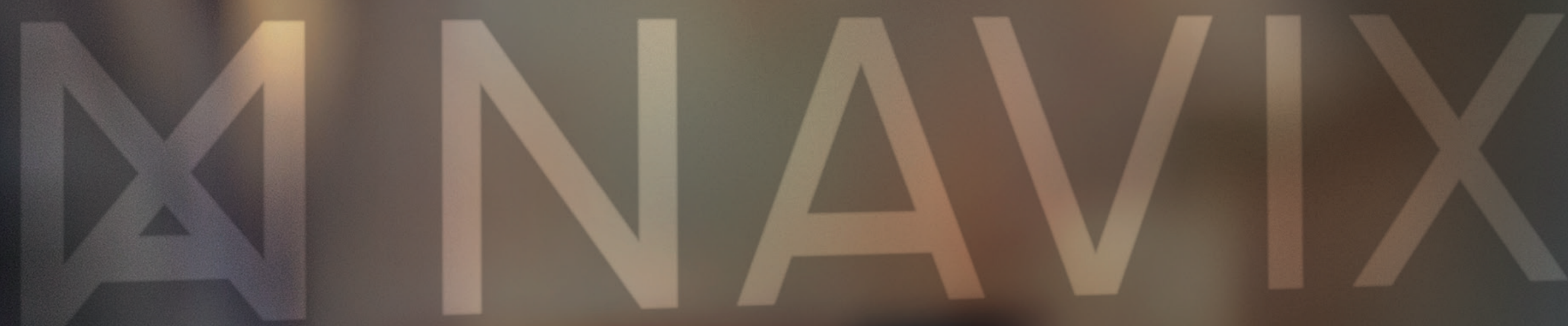
Every Voyage
is Commercially Optimised

NAVIX

Maximizing Fleet Performance

Combining market intelligence, experience and precise execution to optimise every voyage and improve commercial outcomes





NAVIX









