

FRIELE

Profilmanual
Oppdatert april 2026



1	Intro	3–4
2	Logo	5–10
3	Heraldikk	11–15
4	Profilfarger	16–18
5	Fonter	19–22
6	Kommunikasjon	23–26
7	Profilartikler	27–29
8	Kjøretøy	30–31

Hvordan bruke profilmmanualen?

Profilmanualen presenterer vår visuelle identitet, hvilke elementer den er bygget opp av og hvordan disse skal brukes. Formålet med manualen er å sikre en konsekvent og helhetlig presentasjon av selskapet og merkevaren Friele. Det skal skje ved hjelp av tydelige retningslinjer for bruk av vår grafiske profil i ulike kommunikasjonsflater og mediekanaler.

Profilmanualen skal være et verktøy for alle ansatte og samarbeidspartnere av Friele som forvalter merkevaren på vegne av selskapet. Vis respekt for retningslinjene som fremkommer her, og husk at ved å benytte virkemidlene som springer ut av vår visuelle identitet sikrer vi en god forvaltning av den overordnede merkevaren Friele. Oppstår det tvilstilfeller eller du har spørsmål som ikke besvares i profilmmanualen, ta kontakt med markedsavdelingen.



FRIELE



Vår visuelle identitet

Merkevaren Friele har en lang og godt forankret tradisjon som kaffehus gjennom mange generasjoner. Det har resultert i sterke oppfatninger om hvem vi er og hva vi står for, både internt i selskapet og hos våre venner og samarbeidspartnere i kaffebransjen. Parallelt med en svært høy kjennskap og lojalitet blant norske forbrukere, gjør det at vi må være bevisst hvilke grafiske elementer og andre visuelle eiendeler som er viktige for merkevaren. Disse må tas vare på og videreutvikles.

Vår grafiske profil er det visuelle beviset på Friele som Norges ledende og mest innovative kaffehus. Det er en posisjon vi ønsker å forsterke og videreutvikle, og da er det avgjørende å ta vare på de sterke signalene som allerede ligger i varemerket og tilhørende profilelementer i det som utgjør en av landets sterkeste merkevarer.



1799



1893



1938



1966



2015

2 Logo



2.1 Frieles logo

Friele-logoen ble opprinnelig tegnet på 50-tallet og har kun gjennomgått små justeringer frem til i dag.

Friele er tradisjonsrikt i form av utforming av logo og grafiske virkemiddel, og respekt for historien har vært viktig. Den enkle typografien i logoen har særpreg, er sterk og tidløs. Valg av plassering, størrelse og materialer er essensielt for å forsterke Friele sin posisjon.

Der er bare en ener...

Det er ingen tilfeldighet at FRIELE står frem som det ledende merke i kaffebyen Bergen. Det skyldes ene og alene KVALITET: verdens beste kaffesorter, blandet av eksperter, foredlet i det største og mest moderne brenneri – midt i kaffebyens hjerte. Når det tales om kaffe, har man Friele på tungen.



KAFFEHUSET
FRIELE

Fryd Dem over «FRIELES FROKOST» det er kaffe.

FRIELES fremfor alt

Rik, fyldig og velsmakende. En utsøkt blanding av kaffe fra mange land.



Alltid nybrent og frisk i røde aromatette poser.

Eller «FRIELES EKSTRA med JAVA» — den eksotiske blanding med den særpregete smak som bare JAVA kan gi. Alltid nybrent og frisk i sorte aromatette poser.



FRIELES FROKOST KAFFE
D. FRIELE & SØNNER A.S. - BERGEN



2.2 Bruk av Friele-logoen

Frieles hovedlogo består av typografien Friele. Den skal brukes i rødt, brunt, sort eller hvitt avhengig av bakgrunnsfargen.

En god huskeregel er at hvit logo brukes på mørk bakgrunn, mens rød logo brukes på lys bakgrunn. Målet er alltid å sikre god kontrast og lesbarhet.



FRIELE



FRIELE



FRIELE



FRIELE

2.3 Logo og materialvalg

Logoen skal helst oppleves på flater med god kvalitet og tekstur. Dette kan være papir, stoff, treverk, stein osv. Etterlatt inntrykk skal være at Friele-logoen oppleves som enkel, med gode kvaliteter og godt håndverk.



FRIELE



FRIELE



FRIELE



FRIELE



FRIELE

2.4 Logoavstand

Når logoen må plasseres tett inntil tekst og bilder må det settes av luft tilsvarende høyden på bokstavene i Friele-logoen (navnets x-høyde).



2.6 Feil bruk av logoen

Frieles logo skal alltid brukes i sin opprinnelige form. Det vil si at det ikke er rom for å forandre logoen på noen måte (farge, form og proporsjoner) eller plassere den på uhensiktsmessige bakgrunner.



LOGOENS OPPRINNELIGE PROPORSJONER SKAL IKKE ENDRES



LOGOEN SKAL IKKE ROTERES



SVAK KONTRAST: RØD LOGO SKAL IKKE BRUKES PÅ MØRK BAKGRUNN



SVAK KONTRAST: HVIT LOGO SKAL IKKE BRUKES PÅ LYSE BAKGRUNNER



LOGOENS LESBARHET SKAL ALLTID IVARETAS



LOGOEN SKAL IKKE GJENGIS I ANDRE FARGER ENN RØD, BRUNT, SORT ELLER HVITT



LOGOEN SKAL IKKE BRUKES I FLERE FARGER SAMTIDIG



STØTTEFARGER SKAL IKKE BRUKES I MARKEDSMATERIELL



LOGOEN SKAL IKKE BRUKES MED KONTUR



LOGOEN SKAL IKKE PÅFØRES VISUELLE EFFEKTER



DET SKAL ALDRI PLOSSERES INNHOOLD INNENFOR LOGOENS FRISONE



LOGO MED 1799-MERKING SKAL IKKE BRUKES SAMMEN MED HERALDIKK-SYMBOLER

3 Heraldikk



3.1 Heraldikk

Heraldikken er et viktig tilleggselement til Friele-logoen for å markere at Friele er Norges eldste kaffehus og underbygge tradisjon og kunnskap.

Heraldikken skal aldri opptre alene eller beskjæres.

Heraldikken er et kvalitetsstempel.

Den kan utføres for eksempel som preg, folie eller lakk på papir. Andre muligheter er sandblåst i glass, sydd i stoff, stemplet på skinn eller hugget i stein.

HØY KONTRAST



LAV KONTRAST



POSITIV



BRUN



RØD



NEGATIV



3.2 Forhold til logoen

Minimumsavstanden mellom logoen og heraldikken er 2x, der x tilsvarer logoens høyde. Heraldikken skal aldri være større enn logoen, og maksimal høyde er 2,5x i forhold til logoen.

Heraldikken kan benyttes i mindre størrelse og med større avstand til logoen. I markedsmateriell er den typisk løsrevet fra logoen.

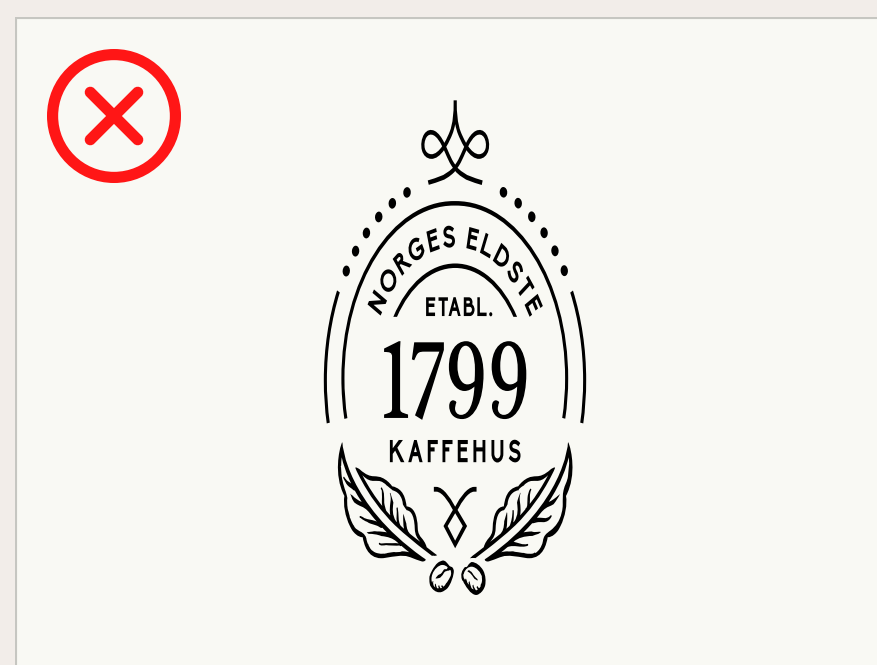



3.2 Eksempler



3.3 Feil bruk av heraldikk

Heraldikken skal alltid brukes i sin opprinnelige form. Det vil si at det ikke er rom for å endre den på noen måte (farge, form og proporsjoner) eller plassere den på uhensiktsmessige bakgrunner.



HERALDIKKENS PROPORSJONER SKAL IKKE ENDRES



HERALDIKKEN SKAL IKKE ROTERES



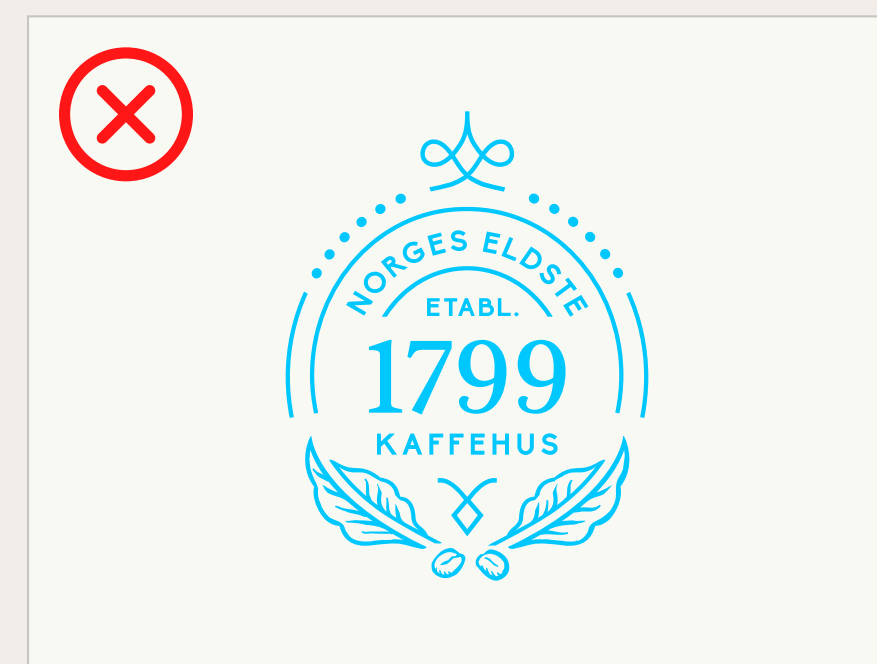
LOGO MED 1799-MERKING SKAL IKKE BRUKES SAMMEN MED HERALDIKK-SYMBOLT



HERALDIKKEN SKAL IKKE BRUKES SOM VANNMERKE BAK LOGOEN



HERALDIKKENS SKAL ALLTID VÆRE LESBAR, OGSÅ VED PLASSERING OPPÅ BILDE



HERALDIKKEN SKAL IKKE GJENGIS I ANDRE FARGER ENN RØD, BRUNT, SORT ELLER HVITT



HERALDIKKEN SKAL IKKE BRUKES I FLERE FARGER SAMTIDIG



HERALDIKKEN SKAL IKKE PÅFØRES VISUELLE EFFEKTER



HERALDIKKEN SKAL IKKE BRUKES MED KONTUR



FORHOLDET MELLOM LOGOEN OG HERALDIKKEN SKAL IKKE ENDRES



HERALDIKKENS TEKSTINNHOLD SKAL IKKE ENDRES



INNHold SKAL IKKE PLASSERES FOR TETT INNTIL HERALDIKKEN

4 Profilfarger



4.1 Primærfarge

Primærfargen til Friele er rød. Konsekvent og riktig fargebruk er svært viktig for at Friele sin profil skal bli tydelig og gjenkjennelig i alle sammenhenger. Det er viktig å passe på at vi bruker riktige fargekoder på de forskjellige flatene. For at en farge skal gjengis best mulig, må den defineres i det systemet som best svarer til mediet. Forskjellige medier har forskjellige fargemuligheter, derfor må vi regne med et visst avvik i fargene.

Friele rød

RGB 166 25 46
WEB #A6192E
CMYK 7 100 82 26
CMYK 7/92/75/18 (ubestrøket papir)
Pantone 187 C
RAL 3031 Orientrot
Avery 981 Soft Red

4.2 Sekundærfarger

Frieles sekundærfarger kan benyttes i grafisk materiell, grafer og administrativt presentasjonsmateriell, og kan brukes i både lysere og mørkere nyanser.

Friele kaffebrun

RGB 62 30 0
WEB #3e1e00
CMYK 32 72 99 81
Pantone 2322 c

Friele gull

RGB 184 141 91
WEB #b88d5b
CMYK 15 30 60 15
Pantone 874C
RAL 1035 Perlbeige
Avery 991 Gold Metallic

Friele varmgrå

RGB 242 237 234
WEB #f2ede9
CMYK
Pantone Warm Gray 1–10
Pantone Process Black

5 Fonter



5.1 Frieles profilfont

Typesnitt (typografi) er en viktig del av den visuelle identiteten. Frieles primærfont heter Nyte og står godt til vår identitet. Nyte er en klassisk og godt utbygd fontfamilie som har et stilrent, klassisk og elegant uttrykk.

Nyte font family er tilgjengelig i 7 vekter, pluss italic versjoner av alle vektene. Nyte font familie er tegnet av **Dino dos Santos**/DSType Foundry i 2012.

Nyte inneholder et godt utvalg med spesielle bokstaver og tegn. Typografien skal ha en sentral rolle i Frieles visuelle uttrykk i fremtiden, og det oppfordres til en leken og kreativ bruk av typografien på alle egnede flater.

Lidenskap for kaffe siden 1799.

NYTE THIN

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
1234567890'+''@-.,\$!'#\$%&/()=?`^*::

NYTE THIN ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
1234567890'+''@-.,\$!'#\$%&/()=?`^*::

NYTE BOOK

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
1234567890'+''@-.,\$!'#\$%&/()=?`^*::

NYTE MEDIUM ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
1234567890'+''@-.,\$!'#\$%&/()=?`^*::

NYTE BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
1234567890'+''@-.,\$!'#\$%&/()=?`^*::

NYTE BLACK ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
1234567890'+''@-.,\$!'#\$%&/()=?`^*::

5.2 Frieles sekundærfont

Sekundærfonten til Friele er Brandon Grotesque. Brandon Grotesque er en fin kontrast til Nyte, og kan benyttes i titler, brødtekst og på produkter.

I sin helhet skal Nyte oppfattes som Friele sin hovedprofilfont; selv om Brandon Grotesque i noen tilfeller vil bli brukt i større grad enn Nyte.

Der Brandon Grotesque ikke er tilgjengelig kan fonten erstattes med Arial.

Lidenskap for kaffe siden 1799.

BRANDON GROTESQUE LIGHT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
1234567890'+`@-.,§!"#\$%&/()=?`^*;,:

BRANDON GROTESQUE REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
1234567890'+`@-.,§!"#\$%&/()=?`^*;,:

BRANDON GROTESQUE MEDIUM

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
1234567890'+`@-.,§!"#\$%&/()=?`^*;,:

BRANDON GROTESQUE BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
1234567890'+`@-.,§!"#\$%&/()=?`^*;,:

BRANDON GROTESQUE BLACK

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
1234567890'+`@-.,§!"#\$%&/()=?`^*;,:

5.3 Frieles erstatningsfont

Erstatningsfont til Friele er Arial. Arial er en fin kontrast til Nyte og kan benyttes der Nyte ikke er tilgjengelig og/eller egnet.

Lidenskap for kaffe
siden 1799.

ARIAL REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

1234567890'+""@-.,\$!"#\$%&/()=?`^*;,:

ARIAL BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

1234567890'+""@-.,\$!"#\$%&/()=?`^*;,:

6 Kommunikasjon



6.1 Språk og kommunikasjon

Språk og kommunikasjon er en viktig del av Frieles identitet og bidrar til å bygge tillit og gjenkjennelse på tvers av alle flater.

For å sikre en helhetlig og gjenkjennelig kommunikasjon på tvers av alle flater, skal all bruk av Friele i kommunikasjon, utover standard bruk av logo og profilelementer, avklares med og godkjennes av markedsavdelingen.



6.1 Eksempler



7 Profilartikler



7.1 Kaffeartikler



FRIELE-SUKKERRØR



FRIELE-PAPPBEGER



FRIELE-MÅLESKJE

7.2 Bekledning

Bekledning er en viktig del av Frieles visuelle uttrykk og bidrar til å styrke merkevaren i møte med omverdenen.

Utformingen skal være i tråd med Frieles identitet og logoen skal benyttes på en balansert og diskret måte for å sikre et profesjonelt og klassisk uttrykk



7.3 Merking av kaffemaskin

For å knytte Friele-merkevaren tettere til kaffemaskinene er det utviklet egne elementer tilpasset de ulike maskintypene. Se egen maskinmanual for veiledning og montering.



8 Kjøretøy



8.1 Kjøretøy





JACOBS DOUWE EGBERTS

Postboks 175

5852 Bergen

@ www.friele.no

? Hvis spørsmål om bruk av Friele sin profil,
kontakt markedsavdelingen.

