

BILDSPRÅK

Vi strävar efter att utnyttja bilden som kommunikationskanal fullt ut, oavsett om den är stilla eller rörlig. Det räcker inte med bilder på raka körspår - som mottagare av ett budskap ska man kunna identifiera sig med det. Därför strävar vi efter att porträttera människor i aktivitet där aktiviteten kan kopplas till mottagarens vardag.

Vi tänker på att ha en nordisk framtoning i vårt visuella material - för oss innebär det en låg färgmättnad men höga kontraster. Med kontrasterna plockar vi upp den svarta färgen som är en viktig komponent i den visuella delen av vårt varumärke.

För att ytterligare framhålla den nordiska framtoningen och samtidigt identifiera oss med majoriteten lantbrukare i våra marknadsområden fokuserar vi på jordbruksmiljöer i blandbygd snarare än stora fält med kilometerlånga drag.

Vi lägger mycket fokus på natur och människa i samspel och framställer lantbruket som livsplats snarare än arbetsplats. När övriga element i vår profil är ganska hårda, behöver bilderna vara mjuka.

På produktnivå anpassar vi bildval för att passa målgruppen, t.ex. bilder som anknyter till gräskörd, kor eller köttdjur för produkter som anknyter till vall, bilder från mellanbygd med stenmurar för att marknadsföra enklare guidningsutrustningar, kamerastyrd redskapsstyrning till målgrupp kopplad till grönsaksodling.



 **Undvik**

stora, platta spannmålsfält

starka färger

uppställda personer, posörer

 **Välj**

mellanbygd, oregelbundna fält

låg färgmättnad och hög kontrast

personer eller maskiner i rörelse, aktiva