

# IDENTITY GUIDE

---

**VERSION 1**

**2024.04.16**

---

Syftet med den här manualen.

En tydlig strategi och enhetlig identitet stärker hel AB Sjuntorps varumärke. Dessa regler och riktlinjer är utformade för att ge användaren relevant och praktisk insikt i hur vi ska förmedlas på bästa möjliga, kommunikativa och visuella, sätt.

Ser vi till att alla som arbetar med AB Sjuntorps kommunikation utåt har tillgång till den här manualen ser vi också till att alla nödvändiga verktyg finns tillgängliga för att förmedla varumärket korrekt.

**AB Sjuntorp**



# VARUMÄRKE

LOGOTYP

IDENTITET

DIGITALT

PROFILERING

Varumärkesidentitet är den sammansatta uppsättningen av visuella, verbala och känslomässiga element som representerar ett varumärke och skiljer det från andra varumärken. Det är hur ett företag uttrycker sig självt till världen och hur det vill att kunderna ska uppfatta det. Varumärkesidentitet inkluderar vanligtvis element som logotyp, färger, typsnitt, bildspråk, tonfall i kommunikation och värdeord.

En stark varumärkesidentitet kan hjälpa ett företag att differentiera sig på marknaden, skapa igenkänning och lojalitet hos kunder och bygga upp en emotionell koppling till varumärket. Det är viktigt att varumärkesidentiteten är konsekvent i alla former av kommunikation och interaktion för att skapa ett enhetligt och starkt varumärkesintryck.

## ANVÄNDNING

## MÅLGRUPP

VILKA DE ÄR

VAD DE VILL HA

## KOMMUNIKATION

KOMMUNIKATIVT VÄRDE

KOMMUNIKATIVT MÅL

# ANVÄNDNING

Genom att vi alla jobbar i identitetens riktning skapar vi ett uttryck för hela AB Sjuntorp. Något vi gynnas av.

## ANVÄND IDENTITETEN SOM EN KOMPASS FÖR:

- 1 BUDSKAP OCH ARGUMENTATION
- 2 SÄLJ OCH PRESENTATION
- 3 GRAFISK FORMGIVNING
- 4 DIGITAL PRODUKTION
- 5 SOCIALA MEDIER

## MÅLGRUPP

**VILKA DE ÄR**

Vi är ett varumärke för nästa generation. Vår huvudsakliga målgrupp idag söker en **modern partner** som är **lösningsorienterad**. Dom vill ha en partner att **lära av** lika väl som någon att **klättra med**. De söker **status**, är **kreativa** och har ett "ekonomisk drive".

Den gamla kunden

**"GÖRAN, 65 ÅR"**

ANALOG

AVSLUTAR KARRIÄR

JOBBAR MED RELATIONER

KÖPER PRODUKTER

HATAR DETALJER

OGILLAR FÖRÄNDRING



Den nya kunden

**"WILLIAM, 34 ÅR"**VÅR  
MÅLGRUPP

DIGITAL

BYGGER KARRIÄR

JOBBAR MED PROFESSIONER

KÖPER LÖSNINGAR

KONTROLL PÅ DETALJER

SÖKER FÖRÄNDRING

## MÅLGRUPP

# VAD DE VILL HA

Vår målgrupp är enkla att förstå:

---

Vill ha ROI - Ekonimiskt driven

---

Medveten gällande nutid

---

Stabilitet - Ryggen fri

---

Köpa sig fri från problem

---

Kvalitet och en bra lösning

---



**JORDNÄRA.  
SUND.  
NO BULLSHIT.**

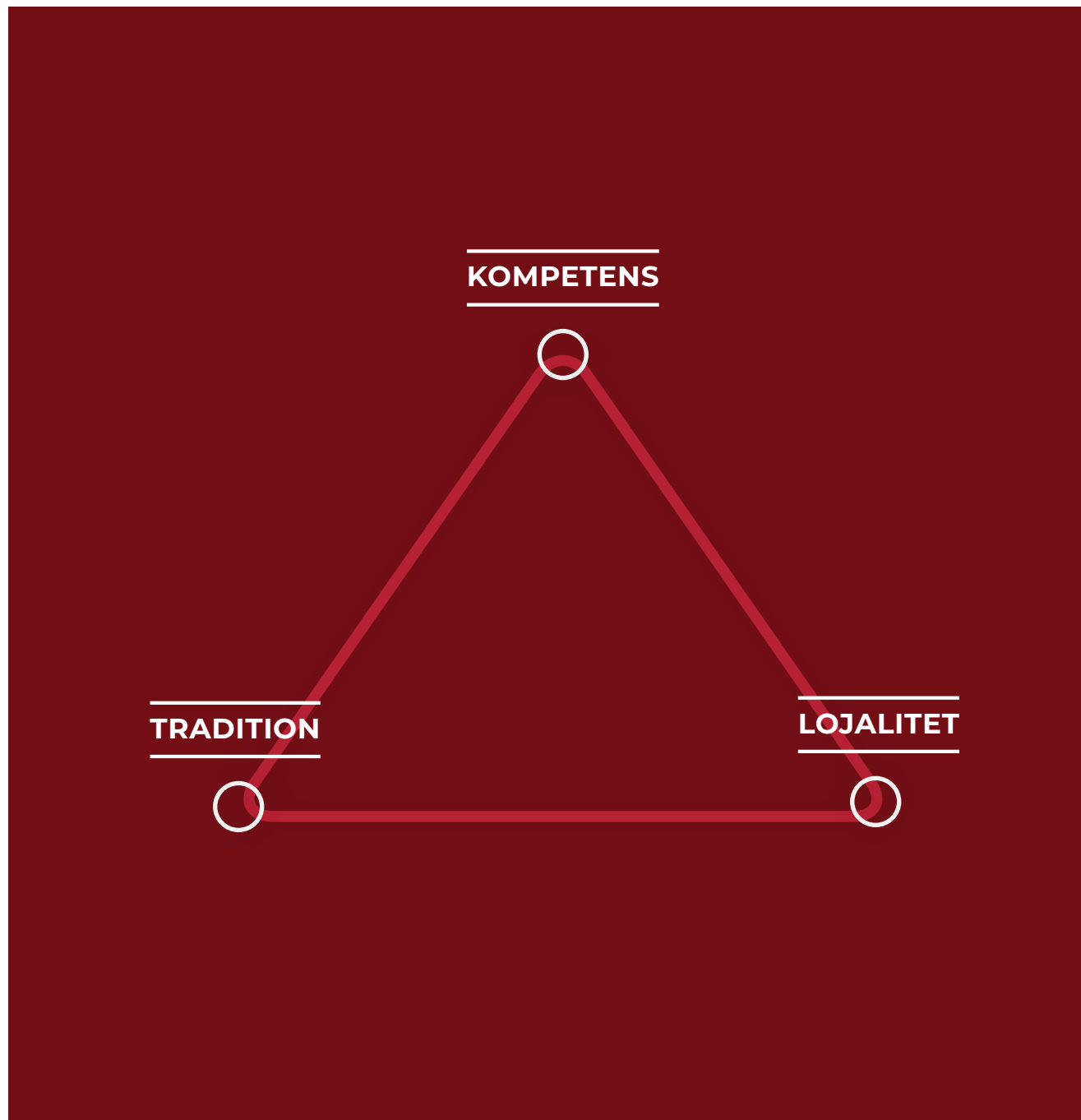
## KOMMUNIKATION

# KOMMUNIKATIVT VÄRDE

**Kompetens** - Kan allt för alla behov och kunder. En typ av kompetens som gör allt möjligt.

**Tradition** - Erfarenhet betyder trygghet. Med över hundra år på kontot levererar AB Sjuntorp verkligen på den här punkten.

**Lojalitet** - Håller löfte, kunden är trygg, sover gott.



KOMMUNIKATION

---

# KOMMUNIKATIVT MÅL

---

AB SJUNTORPS VARUMÄRKE  
SAMMANFATTAS I FÖLJANDE  
KONCEPT:

## DIN KOMPLETTA INDUSTRIPARTNER

KUNDERNA SKA KÄNNA ATT:

---

HÄR FINNS ALLT

---

VI ÄR ENKLA ATT JOBBA MED

---

VI KAN VÅR GREJ

---

)2

VARUMÄRKE

**LOGOTYP**

IDENTITET

DIGITALT

PROFILERING

**Logotypen är ert ansikte utåt.** Det innebär ett stort ansvar för att den också presenteras på ett korrekt sätt. Alternativen som vi går igenom i det här kapitlet kommer ge er möjligheter att tänka och göra rätt i alla situationer. På så vis kan vi säkerställa en professionell representation av AB Sjuntorp som företag och en logotyp som alltid syns på bästa möjliga sätt.

**LOGOTYP**

VÅR LOGOTYP

VARIANTER

FÄRGVAL

**HANTERING**

FRIZON

BAKGRUNDER

PLACERINGAR



## LOGOTYP

# VÅR LOGOTYP

Den här är vår logotyp. De kommande sidorna guidar dig genom vilka varianter av logotypen vi har och hur vi använder dom för att säkerställa att den alltid presenteras på bästa möjliga sätt.



**AB Sjuntorp**

## LOGOTYP

# VARIANTER

Varje variant har sin plats. Att ha logotypen i flera uppställningar ger mer möjligheter för att optimera synligheten på olika ytor. Den vita logotypen i en röd ram är den primära varianten, och båda varianter på en rad är att föredra över de på två eller tre.

**Ram Enkelrad** - Används så ofta som möjligt.

**Enkelrad** - Används där den röda ramen inte syns eller distraherar.

**Dubbelrad** - Passar på ytor med begränsad bredd.

**Trippelrad** - passar bra på kvadratiska och stående ytor.

Ladda ner



## LOGOTYP

**FÄRGVAL**

Den primära logotypen i ram kommunicerar vi enbart i en och samma färgvariant. Vit text i röd ram. Passar den inte finns det fler färgvarianter bland de övriga uppställningarna att jobba med.

VIT TEXT I RÖD RAM

**AB Sjuntorp**

## LOGOTYP

# FÄRGVAL

Övriga uppställningar av logotypen kommer i tre färger. Röd, Vit och Svart. Vi försöker få med den röda färgen i så stor uträkning som möjligt, men i material som redan har ett tydligt rött tema är den vita logotypen oftast att föredra.

Läs mer om logotypens färger och hur de ska användas på [s.8](#).

RÖD

**AB Sjuntorp**

VIT

**AB Sjuntorp**

SVART

**AB Sjuntorp**

## HANTERING

# FRIZON

Frizon är viktigt för logotypens tydlighet.

Kläm inte in den i utrymmen där den inte får plats. Håller man sig till frizonen säkerställer man att logotypen alltid får det visuella utrymme den behöver.

För att göra regeln lättapplicerad i alla storlekar och sammanhang är det lättaste sättet att säkerställa frizonen genom att använda logotypens egna komponenter. Se därför till att det alltid får plats ett "o" åt samtliga håll. Samma regler gäller för samtliga uppställningar.

Denna riktlinje är ett minimum och inte ett krav, använd gärna mer utrymme om det är möjligt.



## HANTERING

# BAKGRUNDER

Olika färger gör sig bäst på olika bakgrunder.  
Nedan kan du se vilken som passar bäst vart.

**I Ram** - Kan användas på allt utom Crimson Red-bakgrunder eller Crimson Red-mönster.

**Vit** - Används främst på röd bakgrunder, men går att använda på bild, mörka färger och Crimson Red-mönster.

**Röd** - Används främst på ljusa färgbakgrunder. Kan användas på vissa lugna bilder (med bra kontrast till färgen). Passar inte till Space Blue eller Crimson Red-mönster

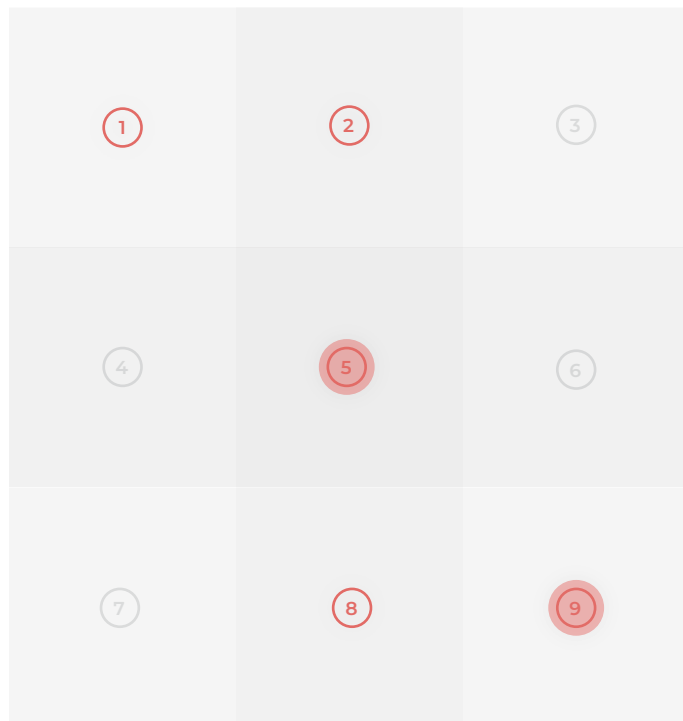
**Svart** - Används endast vid tillfällen då färgtryck inte är tillgängligt.



## HANTERING

# PLACERINGAR

Delar vi in en yta i 9 lika stora zoner har vi främst 2 primära placeringar. Våra primära är zon 5 och zon 9. Det vill säga om det inte finns en anledning att välja någon annan placering väljer vi någon av dessa. Olika scenarion kan alltid komma att kräva olika placeringar men försök undvika 3, 4, 6 och 7. Tänk på att hela logotypen inte behöver få plats i zonen, det här indikerar enbart placering.



)3

VARUMÄRKE

LOGOTYP

**IDENTITET**

DIGITALT

PROFILERING

Helheten skapar varumärket. Därför är rätt färger och rätt typsnitt minst lika viktigt som rätt logotyp. I det här kapitlet går vi genom vilka byggstenar som utför stommen för AB Sjuntorps identitet och hur vi ska använda dem för att skapa en tydlig och helhetsmässigt stark visuell kommunikation.

**TYPSNITT**

RUBRIKER

BRÖDTEXT

I ANVÄNDNING

**FÄRGER**

FÄRKKODER

HIERARKI

**VISUELLA ELEMENT**

OUTLINE S:ET

DEKORLINJER

AFFÄRSOMRÅDEN

BILDMANÉR

VÅR PAYOFF

VÅR SLOGAN



## TYP SNITT

# RUBRIKER

Montserrat är vårt mer identietsbärande **typsnitt**. Det passar därför bäst till rubriker och dekorativa texter. Det här typsnittet använder vi som regel inte i Italic och endast i versaler.

## RUBRIKER

Typsnitt

**AA** MONTSERRAT

Vikter

Extra Light | Extra Light Italic | Light | Light Italic | **Regular** | Italic | **Medium** | Medium Italic |  
**Semi Bold** | Semi Bold Italic | **Bold** | Bold Italic | Extra Bold | Extra Bold Italic | Black | Black Italic

[Ladda ner](#)

## TYP SNITT

**BRÖDTEXT**

Open Sans är vårt lättlästa typsnitt. Denna passar bättre till längre texter eller korta texter vars syfte inte är att synas för mycket. Det här typsnittet använder vi som regel inte i Condensed.

## BRÖDTEXT

Typsnitt

**Aa** Open Sans

Vikter

Light | Light Italic | Condensed Light | Condensed Light Italic | Regular | Italic | Condensed | Regular | Condensed Italic | Semi Bold | Semi Bold Italic | Condensed Semi Bold | Condensed Semi Bold Italic | Bold | Bold Italic | Condensed Bold | Condensed Bold Italic | Extra Bold | Extra Bold Italic | Condensed Extra Bold | Condensed Extra Bold Italic

Ladda ner

## TYPSSNITT

# I ANVÄNDNING

Här är våra typsnitt i samspel med varandra.

I all kommunikation utåt är det viktigt att vi använder oss av dessa för att bibehålla ett enhetligt formspråk.

I de fall där våra typsnitt inte kommer vara tillgängliga, (etc. mail) är vårt default typsnitt Calibri.

**1 Pre Rubrik:** Montserrat, Bold, 7 pkt, Versaler, Över- och underlinje (se mer på s. X).

**2 Rubrik:** Montserrat, Bold, 23 pkt, Versaler, Crimson Red.

**3 Ingress:** Open Sans, Semi Bold, 8 pkt.

**4 Underrubrik:** Montserrat, Semi Bold, 9 pkt, Versaler.

**5 Brödtext:** Open Sans, Regular, 7 pkt, Crimson Red.

**6 Länk:** Open Sans, Regular 7 pkt, Understruken.

1 POSTAD 2024.03.18

## 2 200 ÅR AV INDUSTRIHISTORIA

3 **Adi num sitia at dolorature nistius nonecto elignih iciende llecturem reptat liquiatia deligendae. Sum rem volorro quation sendici enihilitiaes ex eatiostrum quibus ant late vollitatem quibust quae magna. Alis derspient ex est, sequi bero et ex escillo reseque estiiscimus.**

### 4 GRUNDEN FÖR ETT STYCKE SVENSK INDUSTRIHISTORIA

Culparc hilitin ullori voluptaquam dolor archili catium ideria velibero quas exceperciti cor sin es dolorep restiatiiis derum re magnima pro volestor sunt quasperia nobit omnimagnam voluptis a exeriam unt intibea tibearior autas es esedis qui ut hillam nis dolorit fugitatus, tenis dolorep tiandandae etumquibus te voluptatus est velicae nist officimint, officide corrum et voloritiae cus siti consecto ea cusa doluptasimos es doluptatet earistrum aut magnit pori tempero offic con rero eostrum fugia por as molo coribus, occulpa sunt ut volupta sitatectatia ant.

5 **Adi num sitia at dolorature nistius "nonecto elignih iciende" llecturem reptat liquiatia deligendae. Sum rem volorro quation sendici enihilitiaes ex eatiostrum quibus ant late vollitatem quibust quae magna. Alis derspient ex est, sequi bero et ex escillo reseque estiiscimus, quunt.**

6 Föregående artikell

## FÄRGER

# FÄRGKODER

Färg sätter en identitet även på tomma ytor. Även om vi plockar bort logotypen vill vi fortfarande att grunden ska utstråla AB Sjuntorp.

**RGB** representerar de färger för digitala skärmar. Ska du göra material som visas på en skärm är det alltså denna kod som behövs.

**CMYK** representerar de färger som används vid tryck. Ska du ta fram ett tryckt material är det alltså denna kod som behövs.

**Pantone** är en ren färg och kan ibland vara det bättre alternativet vid tryck. Kolla med ert tryckeri vilket färgval som är bäst för varje specifikt tryck.

## PURE WHITE

RGB	255,255,255
CMYK	0,0,0,0
HEX	ffffff

## MILKY GREY

RGB	245,244,244
CMYK	5,4,4,0
HEX	f5f4f4

## CRIMSON RED

RGB	184,26,40
CMYK	19,99,84,10
HEX	b81c29
PMS	7621

## SPACE BLUE

RGB	34,38,61
CMYK	92,82,45,54
HEX	22263d

## SHADOW RED

RGB	121,23,18
CMYK	31,100,94,43
HEX	791712

## HIGHLIGHT RED

RGB	226,107,102
CMYK	7,69,53,0
HEX	e26b66

FÄRGER

# HIERARKI

PURE WHITE

PRIMÄR

CRIMSON RED

MILKY GREY

SPACE BLUE

SHADOW RED

HIGHLIGHT RED

## VISUELLA ELEMENT

# OUTLINE S:ET

Det stora outline S:et är nästan som vårt mönster. Syftet med S:et är inte att det ska synas att det är ett S - det skall användas stort och utfallande. På så vis ger S:et form och liv till något man tycker känns för platt eller något man tycker behöver en tydligare AB Sjuntorp stämpel på sig.

**Bilder** - här använder vi alltid grafiken i Crimson Red och 100% opacitet.

**Ton-i-ton** - här använder vi Crimson Red på Shadow red, eller Shadow Red på Crimson Red. Opaciteten kan vara 20%, 60% eller 100% beroende på hur subtilt man vill ha det.

Ladda ner

SHADOW RED, 20%

CRIMSON RED, 60%

CRIMSON RED, 100%



## VISUELLA ELEMENT

# DEKORLINJER

Dekorlinjerna är en under- och överlinjering som används tillsammans med Pre-Rubriker och Rubriker. Det innebär alltså att dom bara kan kombineras tillsammans med typsnittet Montserrat i versaler. Läs mer om typsnitt på [s.11](#).

För att få linjeringen att upplevas konsekvent oavsett när, var och hur vi använder den, litar vi på ögonmått och några goda riktlinjer. Avståndet mellan bokstav och linje bör vara ungefär halva H-höjden. Tjockleken på linjen bör vara ungefär lika fet som bokstaven själv.

Bokstavslinjerad

**AB SJUNTORP**

Styckeslinjerad

**AB SJUNTORP**

## VISUELLA ELEMENT

# AFFÄRSOMRÅDEN

# AB Sjuntorp

## TRUCK & MASKIN

Ladda ner

AB Sjuntorps fem affärsområden kan presenteras både stående och liggande. I den stående uppställningen bestämmer AB Sjuntorps x-höjd både affärsområdets höjd och marginalen mellan dom.

I den liggande uppställningen bestämmer AB Sjuntorps x-höjd höjden på affärsområdet medan bredden på p:et bestämmer marginalen mellan dom.

# AB Sjuntorp

## INDUSTRITEKNIK





## VISUELLA ELEMENT

# VÅR PAYOFF

Vår payoff är som vår stående kampanj. Det är det budskap vi alltid vill förmedla och inte vill att någon ska missa.

För att ge den här meningen mer tyngd har den fått sig ett eget handskriftstypsnitt. Det är typsnittet är öronmärkt för payoffen och får inte användas på andra ställen.

Den finns som enkel- och dubbelrad.

DIN KOMPLETTA  
INDUSTRIPARTNER

Ladda ner

## VISUELLA ELEMENT

# VÅR SLOGAN

Vår slogan blir som vårt interna motto. En mening som varje Sjuntorpare ska ha med sig i bakhuvudet när vi tar oss igenom arbetsdagen.

Till skillnad från vår payoff är den här för internt bruk och inget vi fokuserar på att kommunicera utåt.

**JAJAMÄN,  
DET FIXAR  
VI!**

Ladda ner



)4

VARUMÄRKE

LOGOTYP

IDENTITET

**DIGITALT**

PROFILERING

Digitalt involverat allt som visas på en skärm. Vår digitala kanaler är en av våra viktigaste exponeringar. Glöm därför inte bort att det är minst lika viktigt att förmedla ett visuellt intressant och välproducerat content här som det är att i en broschyr eller roll-up.

**SOCIALA MEDIER**

PROFILBILD

OMSLAGSBILDER

GRAFISKA MALLAR

HIGHLIGHT-BILDER

**HEMSIDA****MAILSIGNATUR****ANNONSER**

## SOCIALA MEDIER

## PROFILBILD

Vi använder vårt S som symbol på profilbilder. Det gör vi för att undvika en icke läsbar logotyp på de ofta små displayytorna i mobilen.

Vi använder alltid det vita S:et på en röd bakgrund för att låta den identetsbärande röda färgen ta så stor plats som möjligt.

Ladda ner



## AB Sjuntorp

636 gilla-markeringar • 704 följare

Vi är en komplett industripartner

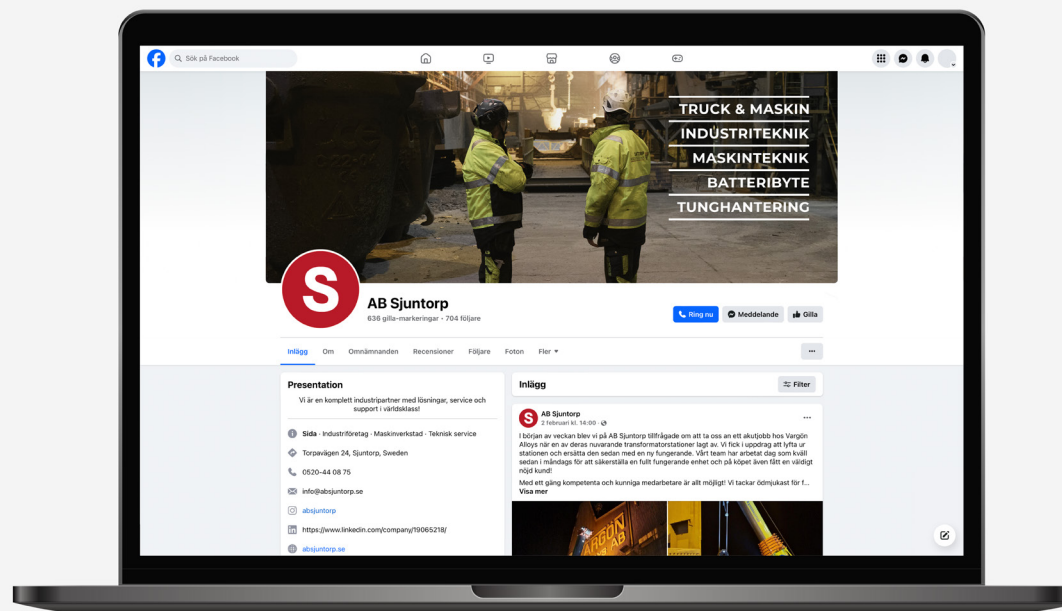
## SOCIALA MEDIER

## OMSLAGSBILDER

Som omslagsbild använder vi bilder som andas AB Sjuntorp. Kom ihåg att samma bild syns olika i mobil och desktop. Om du väljer att ha text med i bilden behöver den placeras synligt i båda vyerna.

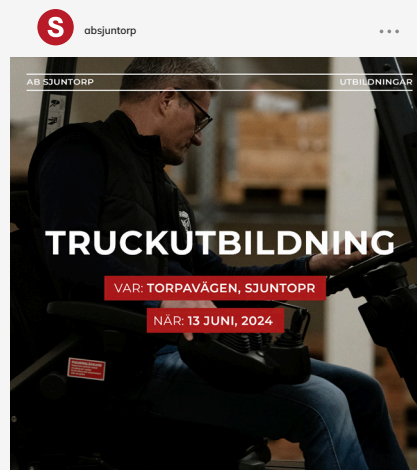


Ladda ner



## SOCIALA MEDIER

# GRAFISKA MALLAR



## SOCIALA MEDIER

# HIGHLIGHT-OMSLAG

Till våra highlights har vi designade omslag. Det är ett enkelt tillägg för att sätta ytterligare identitet på våra sociala medier.

TRUCK &  
MASKIN

INDUSTRITEKNIK

MASKINTEKNIK

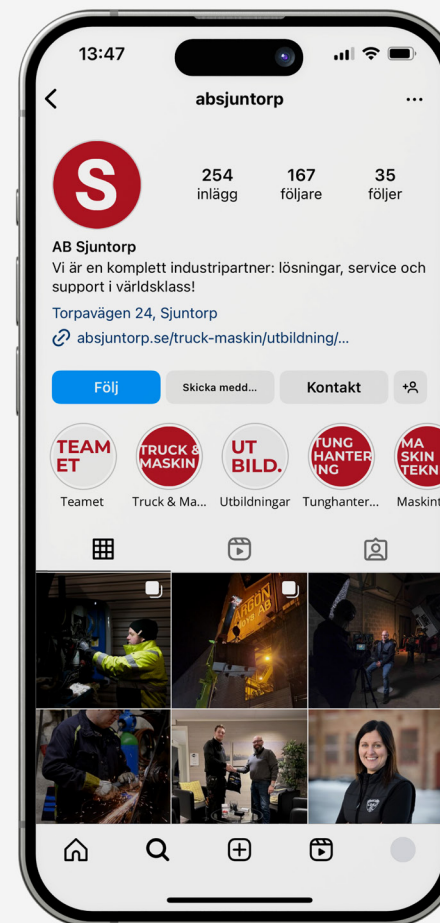
BATTERI  
BYTE

TUNGHANTERING

TEAM  
ET

SPO  
NS.

UT  
BILD.





# HEMSIDA

## AB Sjuntorp

[TRUCK & MASKIN](#)
[INDUSTRIOTEKNIK](#)
[MASKINTEKNIK](#)
[BATTERIBYTE](#)
[TUNGHÄTERING](#)
[OM OSS](#)
[HUR VI JOBBAR](#)
[NYHETER](#)
[UTBILDNINGAR](#)
[LEDIGA TJÄNSTER](#)
[KONTAKT](#)


# DIN KOMPLETTA INDUSTRIPARTNER

**Kunskap** – Vi jobbar hela tiden för att ligga i framkant och försäkrar oss kontinuerligt om att våra medarbetare innehar rätt och aktuell kunskap/utbildning, för att kunna upprätthålla och leverera högsta kvalitet.

**Känsla** – Vi agerar alltid med en väl avvägd kombination av "fingertoppskänsla" och hög servicenivå för kunden, produkten, tjänsten och leveransens bästa.

**Kvalitet** – Inget vi gör görs halvdant, därför är kvalitet en del av våra dagliga mindset när vi jobbar. På så vis kan en kund hos oss alltid känna sig trygg med att produkter som kommit ut ur vår verksamhet är bland den bästa på marknaden.

# MAILSIGNATUR

Med vänliga hälsningar,

Calibri, 12pt



**Förnamn Efternamn**

Calibri, 18pt, Bold  
Crimson red

Arbetstitel

Calibri, 12pt



Vxl: +46 520 44 08 75

Dir: +46 790 06 60 46

Web: [www.absjuntorp.se](http://www.absjuntorp.se)

Calibri, 12pt



**AB Sjuntorp**

Calibri, 12pt  
Understruken,  
Crimson Red

[Facebook](#) | [Instagram](#) | [LinkedIn](#)

kursen. Eftersom du har genomgått utbildning med godkänt prov utvärderas din personlighet mer på bifogad PDF om hur dagen kommer se ut.



Utbildningsda...  
Schema.pdf

Med vänliga hälsningar,

**Johan Stjernberg**

VD och Säljchef AB Sjuntorp

Vxl: +46 520 44 08 75

Dir: +46 790 06 60 46

Web: [www.absjuntorp.se](http://www.absjuntorp.se)

**AB Sjuntorp**

[Facebook](#) | [Instagram](#) | [LinkedIn](#)

NL

**Anders Hagfors**

Sv: Fallskyddsutbildning Feb

Till: Johan Stjernberg

Hej Johan,

Vi pratades vid ang. fallskyddskursen igår.

Är det bokad och klart?

# ANNONSER

Exempel på digital annons. Korta budskap och gärna med rörliga inslag om möjligt.

I digital annonsering är en "läs mer" eller "klicka här"-knapp att föredra över en utskriven webbadress.

Läs mer om tryckt annonsering på [s.41](#).



)5

VARUMÄRKE

LOGOTYP

IDENTITET

DIGITALT

## PROFILERING

Var er egna reklampelare. Innan vi trycker något för en stor summa pengar vill vi gärna få en visuell prognos av resultatet, så i det här kapitlet ger vi förslag på hur fysiskt material hade kunnat se ut. Gör som förslagen eller använd det som inspiration, bara ni inte missar en möjlighet att marknadsföra er på allt som någon kan komma att se.

### KONTORSMATERIAL ▶

VISITKORT

KUVERT OCH BREVPAPPER

### MONTER ▶

### KLÄDER ▶

ARBETSPLAGG

KONTORSPLAGG

VARDAGSPLAGG

### MERCHANDISE ▶

### BILDEKOR ▶

### ANNONSER ▶

### SKYLTNING ▶

# KONTORSMATERIAL



## KONTORSMATERIAL

**VISITKORT**

1 Mått: 90 x 50 mm

2 Kantmarginal: 6 mm

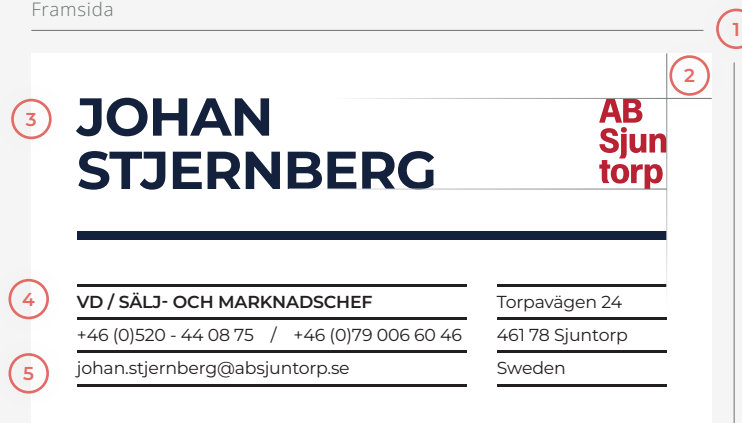
3 Namn: Montserrat, Bold, 20 pkt, Versaler, Space Blue

4 Arbetstitel: Montserrat, Semi Bold, 6,5 pkt, Versaler

5 Övrig information: Montserrat, Regular, 6,5 pkt

6 Logotyp: 60 mm bred

Framsida



Baksida



## KONTORSMATERIAL

# KUVERT OCH BREVPAPPER

1 Kantmarginal: 20 mm

2 Logotyp med adress: 63 mm bred

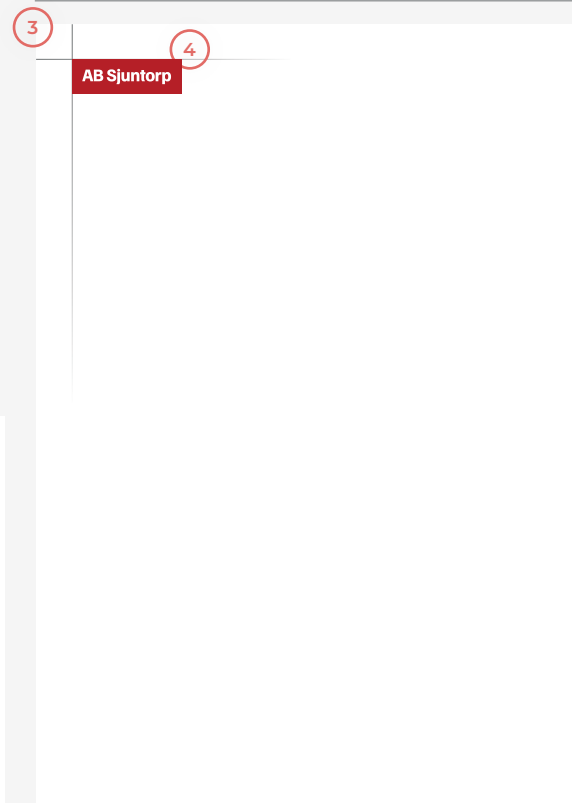
3 Kantmarginal: 20 mm

4 Logotyp: 60 mm bred

Kuvert C4



Brevpapper A4



# MONTER





# KLÄDER



- Elin
- Anders
- Lotta
- Ulf
- Nina
- Marcus
- Fredrik
- Patrik
- Per
- Johan
- Christian (Pell)
- Niklas
- Fowar

KLÄDER

# ARBETSPLAGG



KLÄDER

# KONTORSPLAGG



KLÄDER

# VARDAGSPLAGG



01 VARUMÄRKE

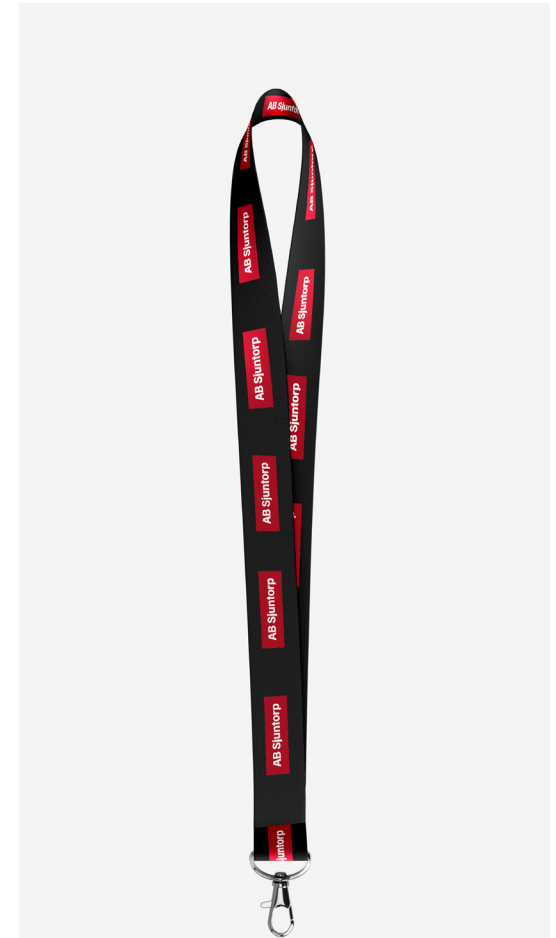
02 LOGOTYP

03 IDENTITET

04 DIGITALT

05 PROFILERING

# MERCHANDISE



# MERCHANDISE



# BILDEKOR



# BILDEKOR





# ANNONSER

Exempel på tryckta annonser. I "OOH" (Out of home) gäller korta tydliga budskap.

I tidningar och andra tryckta format (som inte observeras i farten) kan samma budskap också kombineras med ytterligare förklarade information.

I all tryckt annonsering skriver vi alltid ut webbadressen.

Läs mer om digital annonsering på [s. 29](#).

UNDERHÅLLSMÄSSAN WWW.ABSJUNTORP.SE

um  
m dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.  
it eleifend hendrerit. Sed viverra sed felis in  
ger non porta elit. Mauris facilisis tortor nec  
ue, at cursus elit auctor.  
s ut volutpat arcu. Quisque velit quam,  
n posuere nec, volutpat tristique purus.  
t nunc, bibendum a pharetra a, suscipit sed  
ultrices risus a semper efficitur. Aliquam at  
i.  
s ac commodo est. Ut id fringilla ipsum. Nam  
at tellus, et scelerisque turpis. Class aptent  
squ ad litora torquent per conubia nostra, per  
menaeos. Morbi in erat mattis, sodales tellus  
ue orci.

ida  
cipit sollicitudin, ipsum purus sollicitudin  
por ipsum sem sed augue. Quisque  
pellentesque porta.  
s non eros tempor, facilisis sapien eget,  
m. Pellentesque vehicula dictum justo ut  
varius natoque penatibus et magnis dis  
montes, nascetur ridiculus mus.  
odio non ante mattis dapibus sit amet sit  
nec at erat maximus elit bibendum luctus vel  
uspendisse neque ipsum, eleifend a rutrum  
nec metus. Duis elementum sagittis diam.  
allis semper lectus ut mollis. Nulla facilisi.  
rerit tincidunt eros. Praesent varius odio  
cidunt, vitae semper libero sagittis. Integer  
la sed arcu posuere eleifend. Fusce ut

TRUCK & MASKIN  
INDUSTRIOTEKNIK  
MASKINTEKNIK  
BATTERIBYTE  
TUNGHANTERING

**BESÖK VÅR MONTER  
C02-02**

Vi kommer finnas på Underhållsmässan mellan 12 och 15 mars. Kom förbi och upptäck hur vi kan bli din kompletta industripartner. Välkommen!

**AB Sjuntorp**

# ANNOSER

MASKINTEKNIK

WWW.ABSJUNTORP.SE

**TRASIG MASKIN?  
DET FIXAR VI.**

**AB Sjuntorp**



# STICKERS



# SKYLTING

TRUCK & MASKIN MASKINTEKNIK INDUSTRITEKNIK BATTERIBYTE TUNCHANTERING

## AB Sjuntorp RECEPTION

0520 - 44 08 75

WWW.ABSJUNTOPR.SE

BESÖKARE?



VÄNLIGEN ANMÄL DIG I  
RECEPTIONEN!

relinē Sjuntorp Sjuntorp JOPRO

# AB Sjuntorp