



dalaenergi

En del av Nordion Energi

Visuell
identitet

Varumärket
Dala Energi



*Ett varumärke lika kraftfullt som den brusande älven
och lika varm som den glödande solnedgången.*

En guide till vår grafiska identitet och varumärke

Dala Energi. Ett varumärke lika kraftfullt som den brusande älven och varm som den glödande solnedgången som sakta sänker sig nedanför bergen.

Längs de slingrande grusvägarna, den brusande älven och de böljande bergen hittar du en energi som du inte hittar någon annanstans. Vi kallar den Dala Energi.

Den visuella kommunikationen för varumärket Dala Energi bygger på hållbarhet, bygden, och människorna som lever, bor och verkar här.

Manualen består av riktlinjer och förklaringar kring hur vi använder varumärkets grafiska identitet både internt och externt för att skapa en enhetlig kommunikation och stark igenkänning.

Innehåll

Logotyp

- 4 Logotyp
- 5 Variationer
- 6 Frizon och minsta storlek
- 7 Placering
- 8 Placering på bilder

Färg

- 9 Primärfärger
- 10 Sekundärfärger
- 11 Komplementfärger

Typografi

- 12 Primärt typsnitt
- 13 Sekundära typsnitt
- 14 Tillämpningar
- 15 Rubriker

Grafiska element

- 16 Gula former
- 17 Bygden
- 18 Organiska former

Bilder

- 19 Bildmanér
- 20 Bygden
- 21 Människor
- 22 Svartvitt

Inspiration

- 23 Inspiration

Kontakt

- 28 Kontakt



Logotyp

Vår logotyp består av vårt namn Dala Energi i svara gemener, placerad i en gul kvadrat. Skarpa kontraster som påkallar uppmärksamhet precis som våra medarbetares varselfärgade kläder.

De två orden är sammansatta och särskiljer sig med olika tyngder på typsnittet.

I underkant på loggan ligger texten ”En del av Nordion Energi” för att tydligt visa samhörigheten till bolagen i koncernen.

dalaenergi

En del av Nordion Energi

Logotyp

VARIATIONER

För att passa i flera sammanhang finns fler färgsättningar samt en fristående variant av logotypen utan kvadraten.

När logotypen används fristående utan rutan ska den med fördel placeras på gul botten. Viktigt är alltid att texten framgår tydligt och att loggan passar i sitt sammanhang.



En del av Nordion Energi



dalaenergi
En del av Nordion Energi

Positiv logotyp

Den positiva logotypen har svart text mot en platta i primärfärgen gul. Den gula logotypen används i så stor utsträckning det är möjligt.



En del av Nordion Energi



Negativ logotyp

Den negativa logotypen används när vår gula variant inte ger tillräcklig kontrast, t. ex. mot foto, gul bakgrund eller vid enfärgstryck.

Logotyp

FRIZON & MINSTA STORLEK

Vårt varumärke kännetecknas främst av vår logotyp och det är därför viktigt att den har god läsbarhet och att dess frizon är tillräckligt stor.

Minsta frizon är ordet "dala" i logotyptexten, med undantag på logotypen med bakgrundsplatta som är utfallande i överkant och i nederkant har frizon där "dala" står på högkant.

Logotypen ska ha god läsbarhet och bredden ska därför inte vara mindre än 15 mm. Detta gäller både logotyp med färgplatta och utan.



Minsta tillåtna bredd:
15 mm



Logotyp

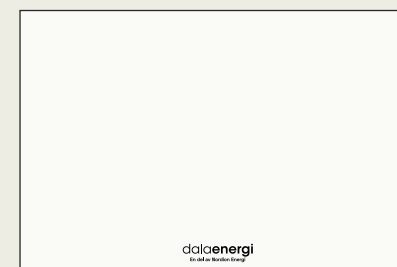
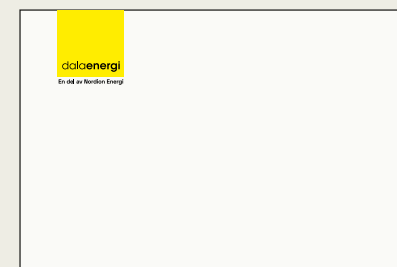
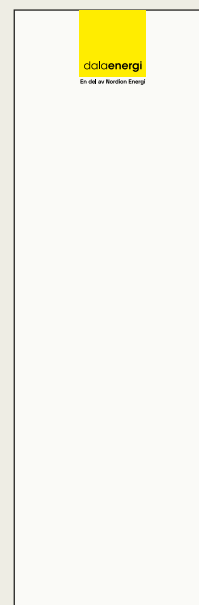
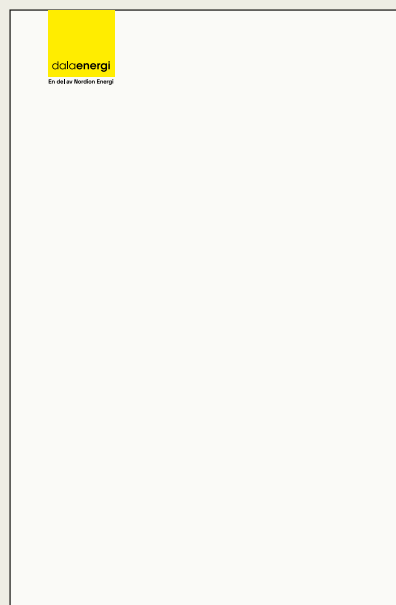
PLACERING

Logotypen ska placeras till vänster och utfallande i överkant i största möjliga mån. I vissa fall gör sig logotypen bäst centrerad, t. ex. i stående panoramaformat, se mitten-exemplet till höger.

Avståndet mellan logotypen och vänster ytterkant ska vara samma som logotypens bredd från och med ordet "energi" till och med högerkanten.

Vid tryck kan extra utfall behöva läggas till för att den gula plattan ska behålla sin proportion (1:1).

Kan logotypen med färgplatta inte monteras utfallande så ska främst textversionen användas. Den har fri placering, förutsatt att den har god läsbarhet.



Logotyp

PLACERING PÅ BILDER

Vi använder gärna och ofta bilder i vår kommunikation. Logotypen ska placeras på en lugn yta och aldrig på ett parti som försämrar läsbarheten.

Använd gärna den positiva logotypen med gul platta. Regler för placering finns på tidigare sida.

I de sammanhang där avsändare inte behöver framträda lika tydligt går det bra att använda logotypen med enbart text.



Färger

PRIMÄRFÄRGER

Våra primärfärger är de färger som finns i logotypens olika varianter.

Den gula färgen måste återges korrekt för att bibehålla vår starka profil och ska så långt det går användas i 100%.

I logotypen används 100 % svart, men för en mjukare ton använder vi en mörkgrå ton i övrig produktion.

Energi

PMS: 102

CMYK: 4, 0, 89, 0

RGB: 255, 236, 0

HEX: #ffec00

Blackout

PMS: 426

CMYK: 77, 67, 61, 84

RGB: 24, 24, 24

HEX: #181818

Svart

PMS: Black 6

CMYK: 0, 0, 0, 100

RGB: 0, 0, 0

HEX: #000000

Vit

PMS: White

CMYK: 0, 0, 0, 0

RGB: 255, 255, 255

HEX: #ffffff

Färger

SEKUNDÄRFÄRGER

Sekundärfärgerna är våra profolfärger. De bidrar till en varm och välkomnande framtoning och får gärna användas för att skapa liv.

Använd gärna sekundärfärgerna i kombination med primärfärgerna.

Skogsgrön

PMS: 7497

CMYK: 53, 43, 68, 36

RGB: 105, 101, 72

HEX: #696548

Soldis

PMS: 454

CMYK: 21, 15, 32, 1

RGB: 211, 207, 181

HEX: #d3cfb5

Siljan

PMS: 534

CMYK: 92, 75, 41, 38

RGB: 38, 55, 83

HEX: #263753

Himmelsblå

PMS: 5425

CMYK: 61, 27, 27, 6

RGB: 107, 154, 171

HEX: #6b9aab

Slamröd

PMS: 7524

CMYK: 30, 68, 58, 30

RGB: 145, 81, 75

HEX: #91514b

Koppar

PMS: 7566

CMYK: 24, 65, 91, 15

RGB: 177, 97, 39

HEX: #b16127

Färger

KOMPLEMENTFÄRGER

Komplementfärger kallar vi denna palett av knalliga och pastelliga färger. Dessa används sparsamt t. ex. på pratbubblor, ikoner och andra mindre dekorativa element.

Komplementfärgerna kan också användas i kampanj eller trycksak till särskilda tillfällen som inte kräver stark Dala Energi-profilering.

Rosa

CMYK: 0, 71, 35, 0
RGB: 245, 107, 125
HEX: #f56b7d

Ljus rosa

CMYK: 0, 47, 19, 0
RGB: 244, 164, 175
HEX: #f4a4af

Grön

CMYK: 65, 0, 75, 0
RGB: 96, 181, 100
HEX: #60b564

Ljus grön

CMYK: 37, 16, 48, 2
RGB: 176, 189, 148
HEX: #b0bd94

Persika

CMYK: 0, 56, 44, 0
RGB: 241, 141, 127
HEX: #f18d7f

Ljus persika

CMYK: 0, 25, 27, 0
RGB: 250, 206, 185
HEX: #faceb9

Blå

CMYK: 82, 27, 37, 10
RGB: 6, 132, 145
HEX: #068491

Ljus blå

CMYK: 36, 5, 16, 0
RGB: 176, 213, 217
HEX: #b0d5d9

Orange

CMYK: 0, 46, 63, 0
RGB: 250, 161, 99
HEX: #faa163

Ljus orange

CMYK: 1, 24, 48, 0
RGB: 249, 204, 146
HEX: #f9cc92

Gul

CMYK: 0, 35, 95, 0
RGB: 249, 177, 4
HEX: #f9b104

Ljus gul

CMYK: 5, 10, 46, 0
RGB: 247, 227, 161
HEX: #f7e3a1

Typografi

PRIMÄRT TYPSSNITT

Poppins är en modern sans serif som likt en kameleont kan ge karaktär till orden med sina många skärningar.

Vi använder **Poppins** i det mesta, både digitalt och i tryck, och det är fritt fram att använda lämplig skärning, dvs. även skärningar utöver de vi visar här intill.

I rubriker använder vi max en tyngd, men med möjlighet att belysa ord med hjälp av italic-versionen av samma tyngd.

Ac/Dc

Poppins Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö

0123456789

Ac/Dc

Poppins Bold Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö

0123456789

Ac/Dc

Poppins Semibold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö

0123456789

Ac/Dc

Poppins Semibold Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö

0123456789

Ac/Dc

Poppins Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö

0123456789

Ac/Dc

Poppins Regular Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö

0123456789

Ac/Dc

Poppins Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö

0123456789

Ac/Dc

Poppins Light Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö

0123456789

Typografi

SEKUNDÄRA TYP SNITT

Minion Pro är en klassisk serif som vi främst använder i kombination till Poppins. **Minion Pro** används även främst vid längre löpande texter.

I presentationer, interna dokument, brev och e-post där ovanstående typsnitt ej går att tillämpa används **Arial**.

Ac/Dc

Minion Pro Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö

0123456789

Ac/Dc

Minon Pro Bold Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö

0123456789

Ac/Dc

Minion Pro Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö

0123456789

Ac/Dc

Minion Pro Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö

0123456789

Ac/Dc

Arial Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö

0123456789

Ac/Dc

Arial Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö

0123456789

Ac/Dc

Arial Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö

0123456789

Ac/Dc

Arial Bold Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö

0123456789

Typografi

TILLÄMPNINGAR

Exempel och förslag på hur vi använder de olika typsnitten, och till vad.

Ingress

Poppins Regular.
Används till förstasidor,
kapitelsidor, intron etc.

Rubrik

Poppins Bold + Bold Italic.
Används till förstasidor,
kapitelsidor, intron etc.

Brödtext

Minion Pro Regular.

Poppins

Genomgående användning
av Poppins i ingress, rubrik
och text, med variation av
skärning.

Text i pratbubbla

Poppins Bold + Bold Italic.

Mål är en viktig del av vår utveckling som hjälper oss att fokusera på önskade resultat och strategier för att uppnå dem.

Fem fokusområden för framgång

Tydliga mål och engagerade medarbetare är avgörande för att skapa en positiv företagskultur och för att öka motivationen och prestationen i arbetet mot en hållbar framtid.

Vårt fokus ringar in hela verksamheten, då vi arbetar aktivt med att minska vår klimatpåverkan, främja hållbarhet i leverantörsledet, hjälpa

våra kunder att minska sin energiförbrukning, engagera våra medarbetare i arbetet samt att skapa tillväxt i bolaget.

Vi arbetar också aktivt med att förbättra befintliga mål för att uppnå bättre resultat och uppfylla våra hållbarhetsambitioner. Ett exempel på det är fokusområdet "Affär", som tillkom inför år 2023.

Poppins + Minion

Poppins Bold i rubriker
och kategorisering.
Minion Pro i löptext.

Höjdpunkter från 2022

15 400

Med 15 400 anslutna adresser till vårt fibernät är vi Dalarnas största nätbolag.

dalaenergi.se

NYHET FÖR VÅRA KUNDER

Vid strömavbrott är vi bara ett sms bort

Visste du att vi erbjuder alla våra kunder en kostnadsfri tjänst som innebär att du får ett sms eller mail om din fastighet blir strömlös?

Registrera ditt telefonnummer på Mina Sidor på www.dalaenergi.se så informerar vi dig om det blir strömlöst, uppdaterar dig med prognos och berättar när avbrottet är åtgärdat.



Skanna QR-koden för att registrera ditt telefonnummer via Mina Sidor som du enkelt loggar in på med Mobilt Bank-ID.

Vi har pratat med tre
av våra nya kollegor

Typografi

RUBRIKER

Exempel och förslag på hur vi använder typsnitten i rubriker.

Huvudrubrik

Poppins Bold samt Bold
Italic på enstaka ord
som ska belysas extra.

Tillsammans är vi Dala Energi

Poppins

Genomgående användning
av Poppins i ingress, rubrik
och text, med variation av
skärning.

NYHET FÖR VÅRA KUNDER

Vid strömavbrott är vi bara ett sms bort

Visste du att vi erbjuder alla våra kunder en kostnadsfri tjänst som innebär att du får ett sms eller mail om din fastighet blir strömlös?

Registrera ditt telefonnummer på *Mina Sidor* på www.dalaenergi.se så informerar vi dig om det blir strömlöst, uppdaterar dig med prognos och berättar när avbrottet är åtgärdat.



Skanna QR-koden för att registrera ditt telefonnummer via *Mina Sidor* som du enkelt loggar in på med Mobilt Bank-ID.

Poppins + Minion

Poppins Bold i rubriker
och kategorisering.
Minion Pro i löptext.

Höjdpunkter från 2022

15 400

Med 15 400 anslutna adresser till vårt fibernät är vi Dalarnas största nätbolag.

dalaenergi.se

Grafiska element

GULA FORMER

Ett grafiskt element har syfte att lyfta en layout och skapa ytterligare igenkänning av varumärket.

Vår gula primärfärg är en fanbärare för vårt varumärke, men kan stundtals vara svår att använda i grafiska produktioner. Med de gula formerna som är hämtade från logotypens form kan den gula färgen enkelt användas och fungera som en härligt syrlig ingrediens som höjer hela layouten – precis som en färsk gul citron.

De gula formerna löper längst med andra element, oftast i ytterkant vid en grafisk produktion. De kan också användas i ett markerande syfte, som vid en ingress eller ett menyval på webbplatsen.

Jobba hos oss

Hos oss får du energi över till livet.



dalaenergi
En del av Nordion Energi

Personaldagar 2023

Dag 1

11:30

Ankomst och
incheckning

12:00

Lunch

12:45

Inledning av Bengt



13:00

Våra intressebolag

14:20

Fika

14:50

Workshop – mål

16:20

Incheckning och
ombyte

17:00

Femkamp och Quiz

18:10

Fri tid och mingel

19:00 – sent

Middag och
underhållning



Energibranschen har haft ett intensivt år. Här är några av Dala Energis mest betydande händelser under 2022.

Höjdpunkter från året som gått



År 2022 – vi fyller 125 år och firar med pompa och ståt under vår årsstämma.

10 %

Förbrukningen i vårt område minskade med 10 % under 2022. Vi ser att allt större intresse hos våra kunder för hur man kan minska sin elförbrukning.

97,3 %

frisknärvaro under hela årets gång.



Vi startade projektet med att etablera en andelsägd solcellspark i Gagnefs kommun.

55

Vi har på bara sex år, lyckats minska avbrottstiden med 141 minuter. Under 2022 hade våra kunder i genomsnitt 55 min avbrottstid/år.

15 400

Vi är Dalarnas största nätbolag med 15 400 adresser anslutna till vårt fibernät.

13

Vi har rekryterat 13 nya medarbetare som kommer att förstärka organisationen.



Under 2022 beslutades att samtliga personbilar ska drivas med 100 % el från och med år 2023.

Sponsring

Vi sponsrade 48 föreningar under året där några insatser ledde till en handikappstump till en bystuga, en räddskola som kunde bygga ett nytt hinder och en kyrkbåt som fick nya åror. Vi mår bra när bygden mår bra.

0

0 inrapporterade olycksfall med sjukfrånvaro.

8 HÖJDPUNKTER FRÅN 2022

DALA ENERGI HÅLLBARHETSRAPPORT 2022

dalaenergi
En del av Nordion Energi

Tillsammans för bygdens bästa investering

dalaenergi.se

Vi lägger **energi** på bygden

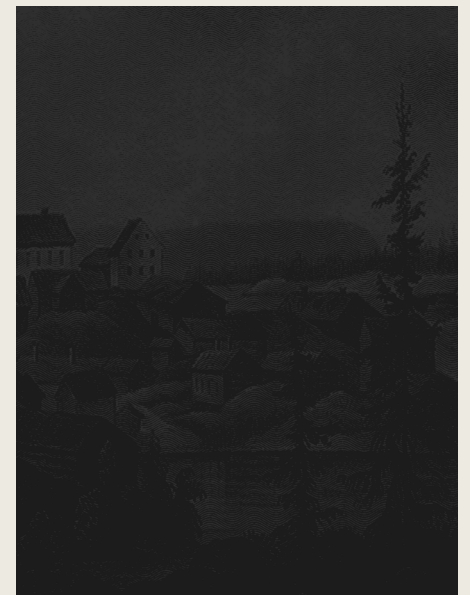
Grafiska element

BYGDEN

Att vi brinner för bygden visas inte bara i våra affärsmål och vårt lokala engagemang, utan även i vårt grafiska element *bygden*.

Bygden är en vektoriserad illustration som är fri att beskära efter behov i grafiska produktioner och som med fördel färgsätts med valfri profilmfärg.

Illustrationen passar bra som subtil bakgrund i grafiska produktioner. Se exempel på föregående sida.



Grafiska element

ORGANISKA FORMER

Organiska former är ett ständigt återkommande inslag i det grafiska uttrycket när information behöver sticka ut och synas.

Den mjuka organiska formerna skapar en vänlig tonalitet och går att applicera på geometriska figurer, liksom pratbubblor och bildhållare.

Formerna får färgsättas fritt inom primär-, sekundär- och komplementfärger på ett sätt som passar aktuellt material.

Typsnittet i formerna är Poppins Bold om inte omständigheter kräver annat.

**55 minuter är den genomsnittliga
avbrottstiden per kund/år**

**Verksamhet med
nytta för ägare,
kunder och hela
bygden.**



**"Våra fantastiska
medarbetare är
avgörande för att
vi ska lyckas med
vårt hållbarhets-
arbete"**

Bilder

BILDMANÉR

Vi verkar för framtidens bygd och vill återspegla det i vår bildanvändning. Bilderna ska återspegla Dalarna och dess natur samt de som bor och verkar här.

Ledordet för en perfekt bild är *energi*. Det hittar vi i naturen, bygden, människorna och medarbetarna.

Bilderna ska vara av god kvalitet och motivet ska vara klart, gärna med kort skärpedjup. Känslan från bilden ska vara äkta, glad och krispig.

För ännu starkare anknytning till varumärket får det gärna finnas gula detaljer i bilden.

I vår interna bildbank finns foton att använda i kommunikation och marknadsföring, eller så kompletterar vi med bilder från vårt konto på iStock.



Bilder

BYGDEN

Vi verkar för framtidens bygd och vill återspegla det i vår bildanvändning. Bilderna ska återspegla den miljö och natur som finns lokalt här i Dalarna.

Bilderna porträtterar både utomhus- och inomhusmiljö, där vi visar på den variation som finns i vår bygd. Allt från böljande berg till modern kontorsmiljö.

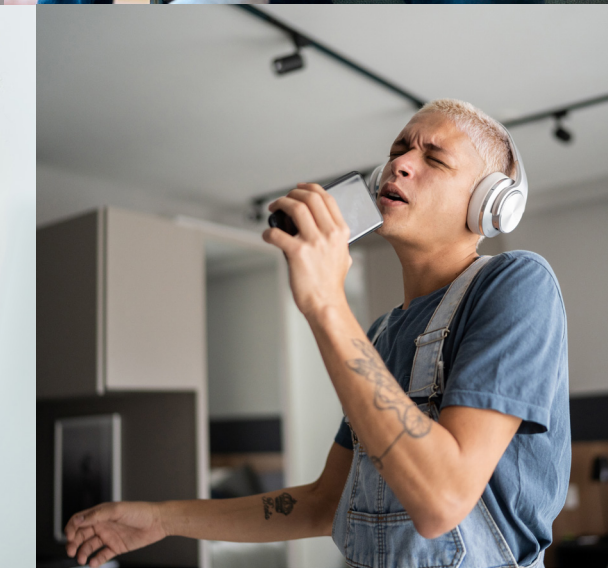


Bilder

MÄNNISKOR

I våra bilder figurerar det ofta människor. Det är våra kunder, ägare och medarbetare som tillsammans gör Dala Energi och detta visar vi gärna i våra bilder.

Människorna i bilderna speglar verkligheten där kön, etnicitet, storlek, livssituation och ålder med mera visas i en härlig blandning.



Bilder

SVARTVITT

Ibland behöver vi använda oss av svartvita bilder för att låta den grafiska profilens färger och element komma fram mer tydligt.

Vår svartvita konvertering har god kontrast och ibland lägger vi även en transparent overlay med 100 % svart över fotot för att text ska framhävas bättre.

Den svartvita redigeringen har en mjuk toning från mörkgrått till nästan vitt. Den är hög i kontrast utan att tappa sina mjuka övergångar.



Våra styrkor och utmaningar motiverar oss i vårt fortsatta arbete att förbättra och förenkla energianvändningen och de digitala lösningar som krävs för att kunna bo och verka i vår bygd.

Den tändande gnistan

Styrkor

- FÖRTROENDE**
98 % av våra kunder har stort förtroende för Dala Energi. Affärsutvecklingsmöjligheterna är stora med ett starkt kundförtroende.
- MÅLSTYRNING**
En av våra utmaningar förra året gällde målstyrning. Nu har vi tagit ett helhetsgrepp och satsar på individuella mål, enhetsmål och övergripande mål för organisationen.
- ERFARENHET OCH KOMPETENS**
Våra medarbetare är vår viktigaste resurs, som besitter stor kompetens och samlad erfarenhet, vilket gör oss till en stark organisation.

Utmaningar

- KOMPETENSFÖRSÖRJNING**
För att kunna bemöta framtidens behov av energiförnyelse och digital kommunikation behöver vi knyta mer kompetens till oss i en bransch där det råder stor konkurrens om personal. Därför trappar vi upp vårt arbete för att säkerställa att vi kan attrahera ny kompetent arbetskraft men samtidigt bibehålla våra befintliga medarbetare.
- TILLVÄXT**
Vi står inför utmaningen att behöva bli en större organisation för att vara konkurrenskraftiga i framtiden. Små energibolag kommer få svårt att överleva då det blir svårt att säkerställa kompetensförsörjningen och det finns tydliga skalffördelar i energidigitaliseringen. Vi ökar fokuset på tillväxt genom att aktivt öka lensamma tillväxtpotentialer och driva värdskapande strukturer, utveckling och verka för regional samverkan.
- EFFEKTBRIST**
Effektbrist är en utmaning som upprepa när efterfrågan på el är högre än tillgänglig kapacitet i elnätet. Detta kan leda till strömavbrott och skador på elsystemet. För att undvika effektbrist kan åtgärder som energieffektivisering, ökad elproduktion och förbättrad elöverföring behövas.

24 STYRKOR OCH UTMANINGAR

DALA ENERGI HÅLLBARHETSRAPPORT 2022



Inspiration

INSPIRATION

Följande sidor innehåller förslag och inspiration på hur man kan använda vår visuella identitet.

Med regler följer undantag, och det viktigaste i varje produktion är att helheten ska spegla och andas Dala Energi.



År 2022, ett år som går till historien. Aldrig har energifrågan varit en så omdebatterad fråga berättar **vd Bengt Östling**.

"Vi ska leda den omställning som krävs"

Elpriser och elförsörjning var på både gott och ont ett av 2022 års mest diskuterade ämnen. Det positiva är att medvetenheten ökar och att vi med små medel kan bli mer energieffektiva och spara på energi. El har de senaste 30 åren varit för lågt prissatt för att vi ska vara sparsamma och använda el förändring. 2022 slog pendeln åt andra hållet och elen blev för högt prissatt, vilket gav en riktig kalldusch. Ser jag tillbaka på min uppväxt var det helt naturligt att vara sparsam. Tiden i duschen var självreglerande med en liten varmvattenberedare, och om det mot förmodan fanns mycket varmvatten så öppnade farsan kranen i en andra del av huset och då kom det bara kallvatten för att få stopp på slösandet i duschen. I det stora hela fungerar elmarknaden, många glömer bort de låga elpriserna vi hade bara för några år sedan, 2020. Men det finns stor förbättringspotential att utveckla elmarknaden så att hushållskunder och mindre företag kan fortsätta verka och leva enkelt, bekymmersfritt och hållbart.

Det bästa sättet att skydda sig mot höga elpriser är att själv äga sin elproduktion. Det var så det började för mer än 125 år sedan där man gick ihop i belysningsföreningar för att elektrifiera bygden för att leva bekymmersfritt. Vi ser en enorm efterfrågan från kunder som vill producera sin egna el och då främst genom solceller men också som andelsägare i större sol- och vindkraftsanläggningar. Genom att kunderna direkt eller indirekt äger elproduktion kommer fördelarna av relativt låga produktionskostnader tillfalla hushåll och företag i Sverige. Det gäller även med en marknadslösning som innebär att vi importerar höga europeiska elpriser på spotmarknaden och oberoende av hur handelsutbytet med våra grannländer utvecklas. En annan fördel är att kunderna kan se investeringar i elproduktion som en försäkring mot höga priser och elbrist. Det perspektivet saknar rena elproducenter.

Dala Energi och vår ägarmodell är en lösning i att äga en del av den infrastruktur som är så viktig för oss. Våra kunder har möjlighet att bli delägare och

många är det redan. Vi investerar i elnät, fibernät och elproduktion. Dessa investeringar har endast varit möjliga tack vare att ägare har investerat i bolaget. Investeringar som genererar vinster, där en del delas ut till våra aktieägare och en del återinvesteras för att fortsätta utveckla bolaget för att skapa mer värde för kunder och ägare.

Vi fortsätter att utveckla Dala Energi för att leda den omställning som krävs. Vi är bara i början av den så kallade elektrifieringen 2.0, som handlar om att energikällor som tidigare varit baserade på fossila bränslen, ersätts med mer hållbara alternativ. Det betyder att vi ska byta ut bensin- och dieselmotorer mot elbilar, investera i förnybar energi, men också utveckla befintlig vattenkraft. Samtidigt ska vi inte glömma att vi kan energieffektivisera och komma långt genom att använda el kloklare. Vi kommer under närmaste åren se en enorm utveckling inom energidigitalisering som ger digitala verktyg för konsumenterna och mindre företag att på ett enkelt sätt optimera kostnader och användning av el. Som ett hållbart bolag tar vi hänsyn till miljö-, sociala- och ekonomiska aspekter i vår verksamhet för att skapa långsiktigt hållbara lösningar. Det handlar om att balansera ekonomiska mål med ansvar för människor och miljö, där vi bidrar till att skapa en hållbar utveckling i vår bygd. Summerar man utvecklingen senaste tio åren har vi lyckats skapa en stor värde- tillväxt. Bland annat har leveranssäkerheten kraftigt förbättrats, bygden har fått tillgång till bredband via fiber och vi har skapat förutsättningar för en höjd utdelningsnivå till aktieägarna.

Det är människor som gör att Dala Energi utvecklas och att vi når våra strategiska mål. Jag vill tacka alla medarbetare i Dala Energi, våra intressebolag och övriga samarbetspartners för goda insatser under 2022. Jag ser med spänning fram emot den fortsatta utvecklingen där vi tillsammans fortsätter utveckla Dala Energi till nytta för ägare, kunder och alla i vår bygd.

"Våra fantastiska medarbetare är avgörande för att vi ska lyckas med vårt hållbarhetsarbete"

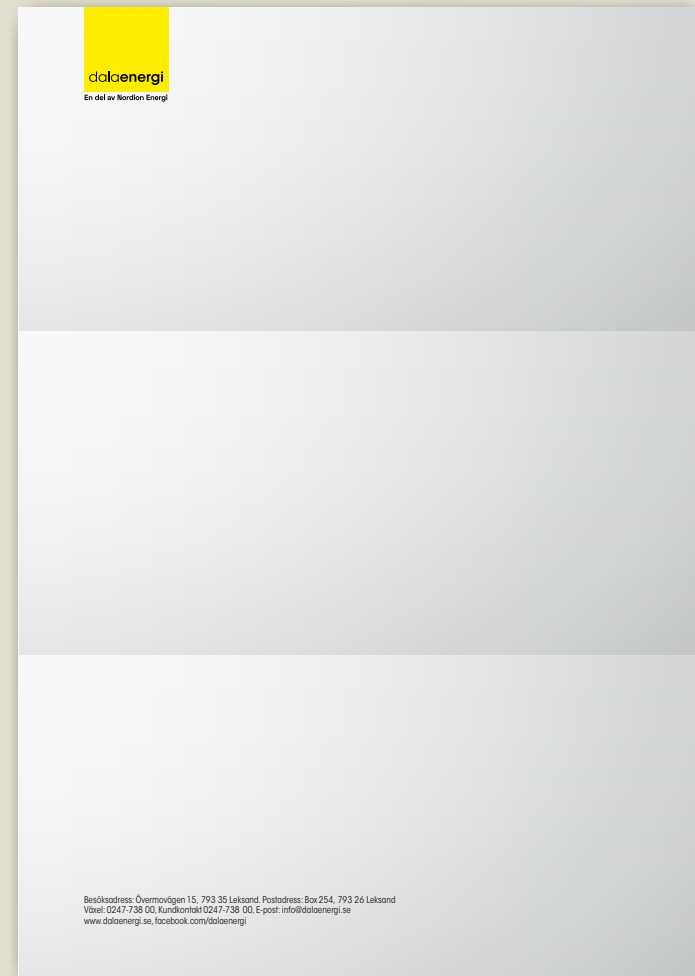
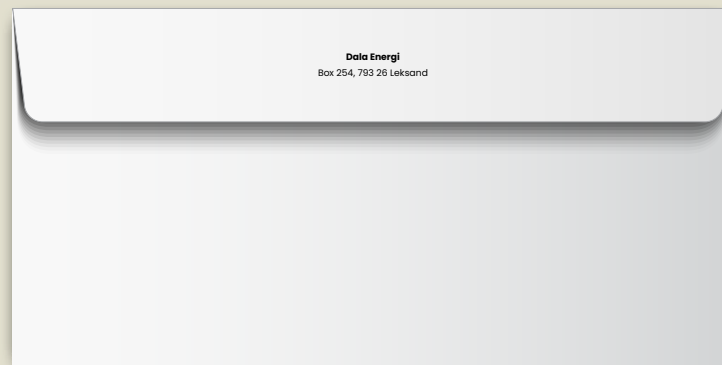
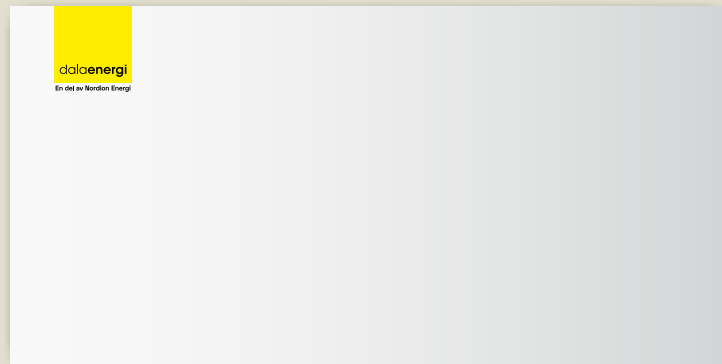
En jämställd arbetsplats

Dala Energi arbetar aktivt med att skapa en hållbar arbetsplats för både kvinnor och män. Vi befinner oss i en historiskt mansdominerad bransch och arbetar medvetet mot en mer jämställd arbetsplats.

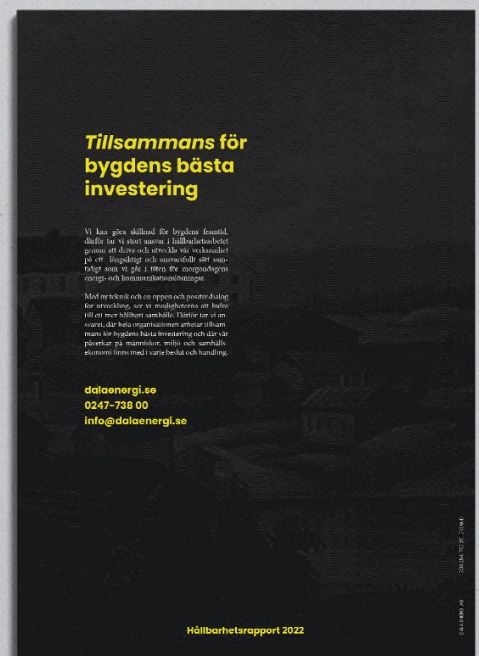
- 30,5 % av våra medarbetare är kvinnor
- 20 % av våra chefer är kvinnor
- Ledningsgruppen består av 37,5 % kvinnor
- 37,5 % av våra kvinnliga medarbetare har en chefs- eller ledande position
- Under året tog 26 % av våra manliga medarbetare ut föräldraledighet

HÅLLNING FRÅN VD

Inspiration



Inspiration



Inspiration



dalaenergi
En del av Nordion Energi

PRODUKTKATALOG

Elnät och fiber för företag

dalaenergi.se



dalaenergi
En del av Nordion Energi

NYHET FÖR VÅRA KUNDER

Vid strömavbrott är vi bara ett sms bort

Visste du att vi erbjuder alla våra kunder en kostnadsfri tjänst som innebär att du får ett sms eller mail om din fastighet blir strömlös?

Registrera ditt telefonnummer på *Mina Sidor* på www.dalaenergi.se så informerar vi dig om det blir strömlöst, uppdaterar dig med prognos och berättar när avbrottet är åtgärdat.



Skanna QR-koden för att registrera ditt telefonnummer via *Mina Sidor* som du enkelt loggar in på med Mobilt Bank-ID.



dalaenergi
En del av Nordion Energi

Framtidens energi väntar på dig

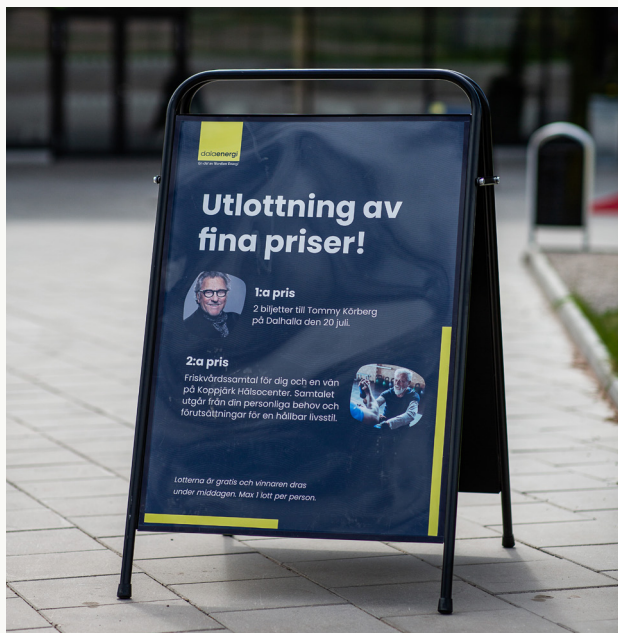


dalaenergi
En del av Nordion Energi

Vi lägger energi på framtiden

dalaenergi.se

Inspiration



En guide till vår grafiska identitet och varumärke

Om du har frågor kring material och vår grafiska identitet eller önskar veta mer om hur varumärket Dala Energi kan tillämpas får du gärna kontakta oss.

Veronica Bergström

Kommunikationsansvarig

0247-738 31

veronica.bergstrom@dalaenergi.se

Uppdaterad 14 oktober 2025.