

Profilmannual

Färg, form, foto och mycket mer ...

Innehåll

Inledning	3	Mailsignatur	28
Övergripande idé	4	Ljudsignatur & filmvinjett	29
Logotyp	5	Exempel tillämpningar	30
Typografi	11	Samprofilering	34
Färger	13	Undervarumärken	35
Bildspråk	15		
Infografik	19		
Digitalt	21		
Kontorstryck	24		

Inledning

Denna profilmanual är framtagen med ett huvudsyfte: att ge varumärket Studieförbundet ett enhetligt uttryck i alla kommunikationskanaler. Här hittar du riktlinjer och rekommendationer kring allt från logotyp, typografi och färgval till grafik, bildspråk och kontorstryck. Manualen behandlar också digitala kanaler, film och ljud samt frågor som sär- och samprofilering.

Vad som är fult eller fint, bra eller dåligt, är i hög grad en fråga om personlig smak. Det finns inget givet facit. Vad som däremot är helt klart är att i all marknadsföring är det A och O att väcka intresse och skapa igenkänning. I dagens medieklimate är antalet kanaler och "bruset" från dessa större än någonsin. Därför är det extra viktigt att vårda sitt varumärke och vara tydlig i sin framtoning. I det ljuset får man låta det subjektiva stå tillbaka.

Tänk inte på profilmanualen som något begränsande utan se den som ett effektivt verktyg, ett stöd för dig som producerar material lokalt inom organisationen eller externt på uppdrag. Fortsätt att vara kreativ men håll dig inom manualens ramar – där finns utrymme för stora variationer. Som kommunikatör, formgivare eller producent har du ett stort ansvar, du är med och skapar bilden av Studieförbundet. Låt oss jobba tillsammans så att den bilden, vårt varumärke, blir ännu starkare.

Du hittar allt grafiskt material i vår mediabank:

<http://studieförbundet-mediaportal.qbank.se/>

Övergripande idé

Studiefrämjandets grafiska profil vilar egentligen på två ben: logotyp och färgtonade fotografier. Dessa två ger tillsammans varumärket sin grundläggande visuella karaktär. Till detta kommer naturligtvis typografi, färger och infografik.

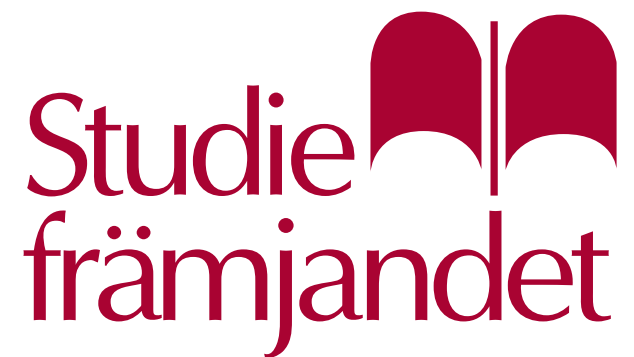
Fotografier ska ha ett verkligt, dokumentärt tilltal och ej kännas arrangerade eller manipulerade. Marknadsföring och kommunikation är starka normbildande krafter. Därför är det viktigt att vi i vårt bildval kommunicerar så att fler känner sig inkluderade, oavsett kön, etnicitet, sexuell läggning, ålder och funktionsvariation. Tonaliteten ska vara positiv och okonstlad både när det gäller bild och text (det senare behandlas dock ej i denna manual). Studiefrämjandet ska uppfattas som lättillgängligt och modernt, i den bemärkelsen att vi är ”up-to-date” när det gäller samhällsfrågor, trender och behov i vår omvärld.

Eftersom Studiefrämjandets verksamhet har en stor bredd måste också profilmanualen kunna rymma dessa olika områden. Därför används ofta ett kollagemanér med foton när hela eller delar av bredden ska kommuniceras. Den ljudsignatur som finns framtagen baseras också den på verksamhetens stora spännvidd.

Logotyp

Logotypen är den främsta symbolen för Studieförbundet och den visuella bäraren av vår organisation. Det är viktigt att den exponeras på rätt sätt och inte ändras till färg eller form. På sidorna 6–10 har vi samlat lite grundläggande regler kring användningen.

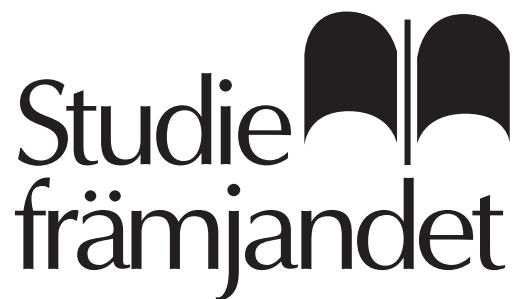
Färgvarianten används alltid i första hand.



Färgvariant

Logotyp: varianter

Logotypen finns som svart positiv variant för användning mot ljusa bakgrunder och som vit negativ för användning mot mörka bakgrunder. **Notera att svart positiv variant främst används vid svartvitt tryck medan vit negativ med fördel får användas mot olika färgkulörer.**



Svart positiv variant



Vit negativ variant

Logotyp: varianter

Logotypen finns som liggande variant med text och symbol på en rad. Denna används endast i sammanhang då den vanliga logotypen inte fungerar optimalt. Det kan gälla fasadskyltar med givna ytor, mobilgränssnitt och tryck på små smala ytor som t ex pennor. **Observera att den vanliga logotypen på föregående sidor alltid används i första hand.**

Studiefrämjandet 

Liggande färgvariant

Studiefrämjandet 

Liggande svart positiv variant

Studiefrämjandet 

Liggande vit negativ variant

Logotypen ska alltid ha ett fritt utrymme omkring sig motsvarande bokstaven "S" i Studiefrämjandet. Detta för att den ska synas väl och verka ostört.

Logotyp: friyta

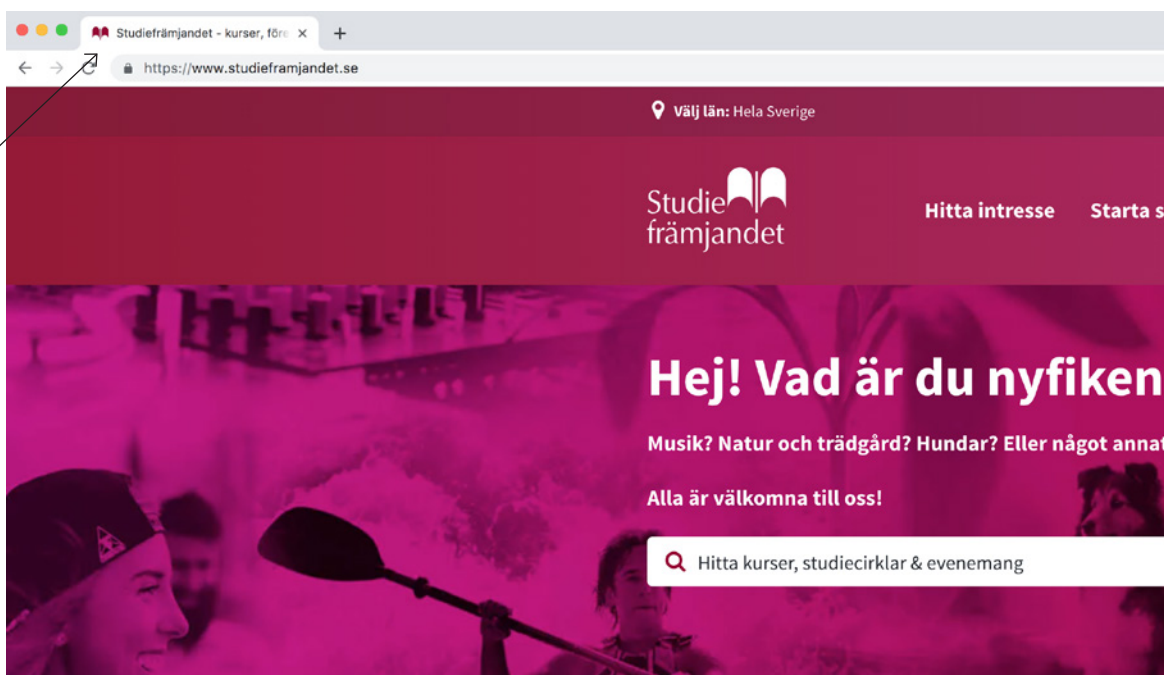


Logotypens boksymbol används som regel aldrig fristående. Det enda undantaget gäller så kallad "favicon" i webbläsarnas flikar.

Logotyp: symbol favicon



Symbol används endast som favicon.



Se nedan exempel på korrekt och felaktig användning av logotyp. Kontrastverkan innebär att logotypen ska synas bra mot bakgrunden. Som regel används den vita negativa logotypen mot foton och färgade bakgrunder.

Logotyp: do's & don'ts



Tillräcklig friyta



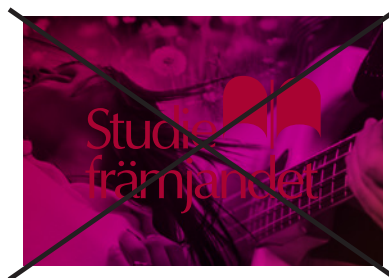
Bra kontrastverkan



Bra kontrastverkan



Otillräcklig friyta



Dålig kontrastverkan



Dålig kontrastverkan

Studiefrämjandets hustypsnitt är Source Sans Pro. Typsnittet finns i flera olika skärningar av vilka vi främst rekommenderar Light, Regular och Bold. Vid långa texter och utskrift kan Regular vara att föredra. **Skärningarna Bold används främst i rubriker och Light/Regular i kortare brödtext.**

Typografi

Hustypsnitt: Source Sans Pro

För brödtext:

Source Sans Pro Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
UVXYZÅÄÖabcdefghijklm
nopqrstuvwxyzåäö123456789

Source Sans Pro Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
UVXYZÅÄÖabcdefghijklm
nopqrstuvwxyzåäö123456789

För rubriker:

Source Sans Pro Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
UVXYZÅÄÖabcdefghijklm
nopqrstuvwxyzåäö123456789**

Arial kan användas som ett sekundärt typsnitt i sammanhang där Source Sans inte fungerar eller lämpar sig, till exempel i samprofilering eller som kontorstypsnitt när Source Sans inte är tillgängligt.

Typografi: kompletterande

Sekundärt typsnitt: Arial

Kontorstypsnitt/samprofilering (används när Source Sans ej är tillgängligt):

Arial regular

ABCDEFGHIJKLMNÖPQRST
UVXYZÅÄÖabcdefghijklm
nopqrstuvwxyzåö123456789

Arial Bold

**ABCDEFGHIJKLMNÖPQRST
UVXYZÅÄÖabcdefghijklm
nopqrstuvwxyzåö123456789**

De profilbärande och primära färgerna används alltid i första hand. De sekundära färgerna används som komplement vid behov.

Färger

Profilbärande



CMYK 0.100.65.34
 RGB 153.0.51
 #990033
 PMS 201



CMYK 0.0.0.100
 RGB 0.0.0
 #000000
 PMS Black



CMYK 0.0.0.0
 RGB 255.255.255
 #FFFFFF

Primära



CMYK 16.98.0.0
 RGB 210.0.150
 #D20096
 PMS 2395



CMYK: 0.100.85.0
 RGB 236.27.52
 #EC1B34
 PMS 1788



CMYK: 0.55.100.0
 RGB: 255.140.0
 #FF8C00
 PMS 715



CMYK: 0.27.100.0
 RGB: 255.190.0
 #FFBE00
 PMS 7408

Färgstyrka

Alla färger får justeras i färgstyrka enligt följande:



100%



80%



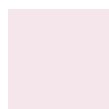
60%



40%



20%



10%

Sekundära



CMYK 65.0.100.0
 RGB 100.190.20
 #64BE14
 PMS 360



CMYK 30.0.100.0
 RGB 190.215.45
 #BED72D
 PMS 382



CMYK 80.30.0.0
 RGB: 0.145.210
 #0091D2
 PMS 2925



CMYK: 60.0.5.0
 RGB: 70.200.240
 #46C8F0
 PMS 305

Färger: toningar

Färgtoningar är en viktig del i Studieförändringens grafiska uttryck. Dessa används för fotografiska bilder men även grafiska element. Färgtoningarna baseras på färgpaletten med samma viktning mellan primära och sekundära toningar. **Det innebär att Master toning och de primära deltoningarna alltid används i första hand.** De sekundära deltoningarna används som komplement då det finns ett behov av fler färger.

Master toning



CMYK 0.100.65.34
RGB 153.0.51

CMYK 16.98.0.0
RGB 210.0.150

CMYK: 0.100.85.0
RGB 236.27.52

CMYK: 0.55.100.0
RGB: 255.140.0

CMYK: 0.27.100.0
RGB: 255.190.0

Primära deltoningar



Sekundära deltoningar



CMYK 65.0.100.0
RGB 100.190.20

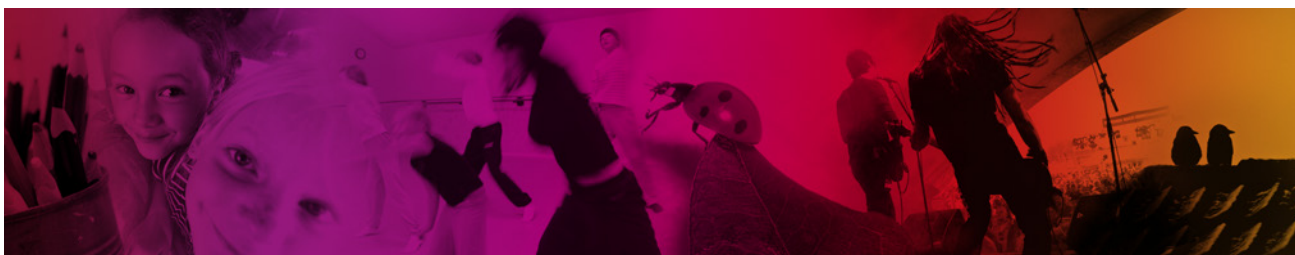
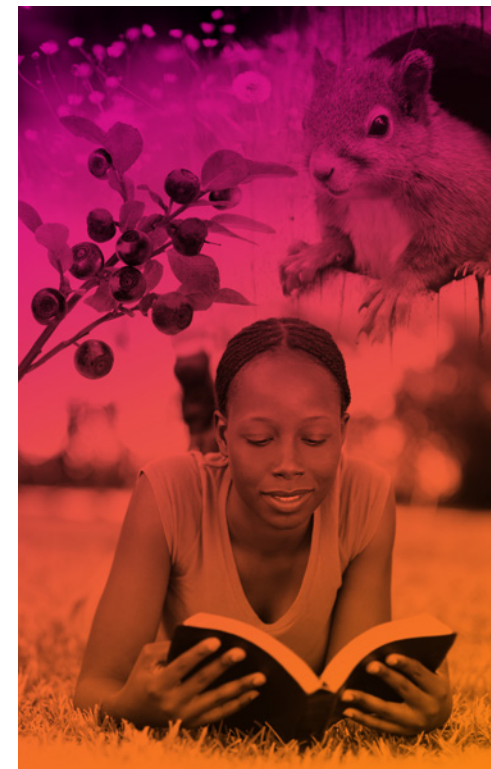
CMYK 30.0.100.0
RGB 190.215.45

CMYK 80.30.0.0
RGB: 0.145.210

CMYK: 60.0.5.0
RGB: 70.200.240

Bildspråk: primärt

Studiefrämjandets primära bildspråk baseras på färgtonade fotografiska bilder, ofta sammansatta i kollage med mjuka övergångar. Manéret används främst som designelement för att förmedla "känslan av Studiefrämjandet". T ex på omslag, framsidor, presentationer, dekor, vepor, mässväggar och webb mm.



Fotografier ska ha en autentisk känsla och inte kännas arrangerade eller manipulerade.

Fotografierna färgtonas utifrån Master toning/primära deltoningar.

Bildspråk: sekundärt

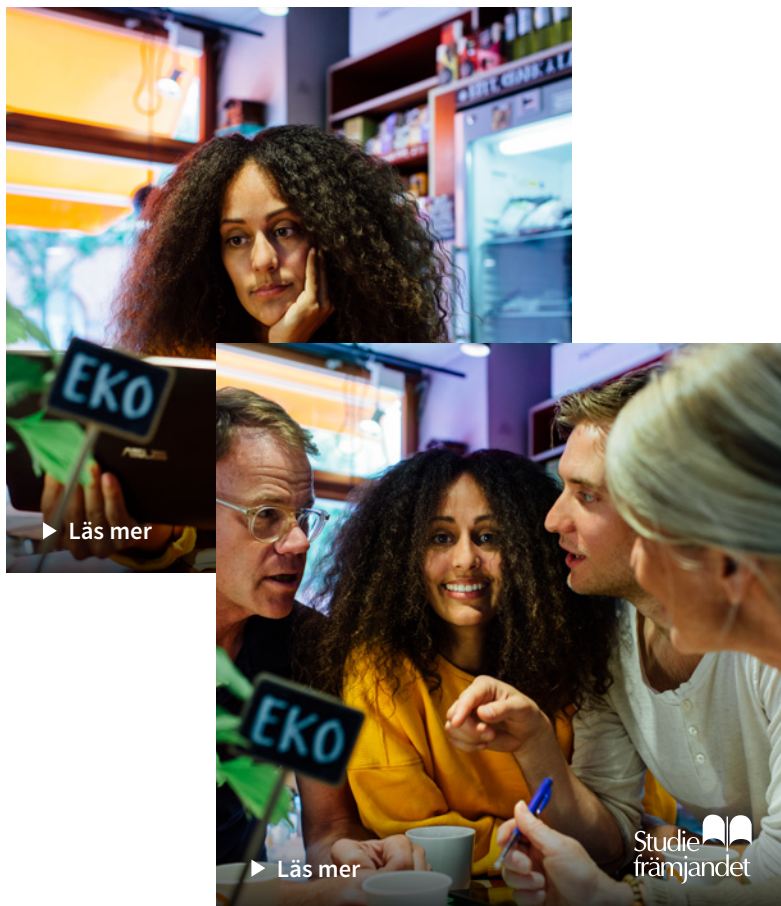
Vanliga färgfotografier används i regel på en undernivå gentemot de färgtonade bilderna. Man kan beskriva det som att de färgtonade bilderna sätter tonen på framsidor och dylikt medan vanliga färgfotografier används för att beskriva innehållet i inlagor, undersidor, presentationer etc. **Observera att vanliga färgfotografier får användas på framsidor och dylikt då det är motiverat att inte använda färgtonade bilder.**



Fotografier ska ha en autentisk känsla och inte kännas arrangerade eller manipulerade.

Vid externa kampanjer får undantag från regeln kring färgtonade bilder som det primära valet göras. Här går den kommunikativa idén i första hand.

Bildspråk: kampanj



Bildspråket bygger främst på antingen färgtonade foton eller vanliga färgbilder. Svartvita foton används endast när materialet printas eller trycks i svartvitt. Teckningar, illustrationer och målningar bör i möjligaste mån undvikas. Undantag kan göras om man kan motivera användning av någon av dessa.

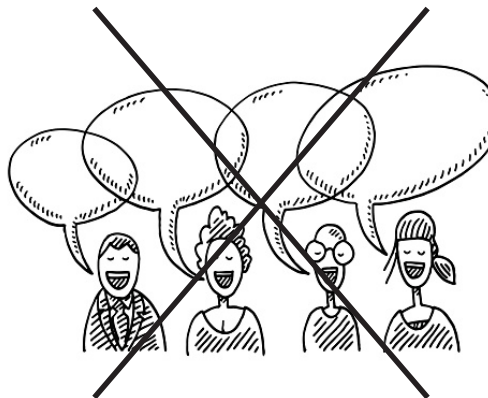
Bildspråk: Do's & Don'ts



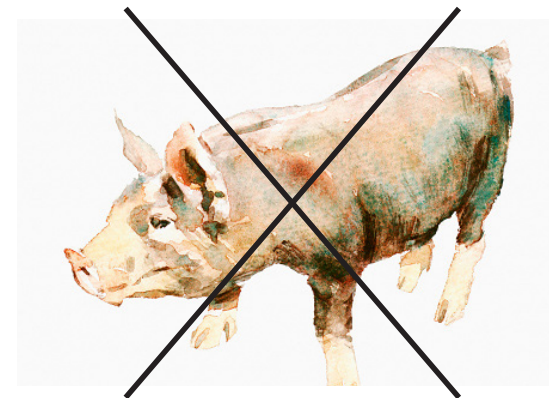
Använd endast svartvita foton vid svartvitt tryck.



Använd ej svartvita foton vid färgtryck.



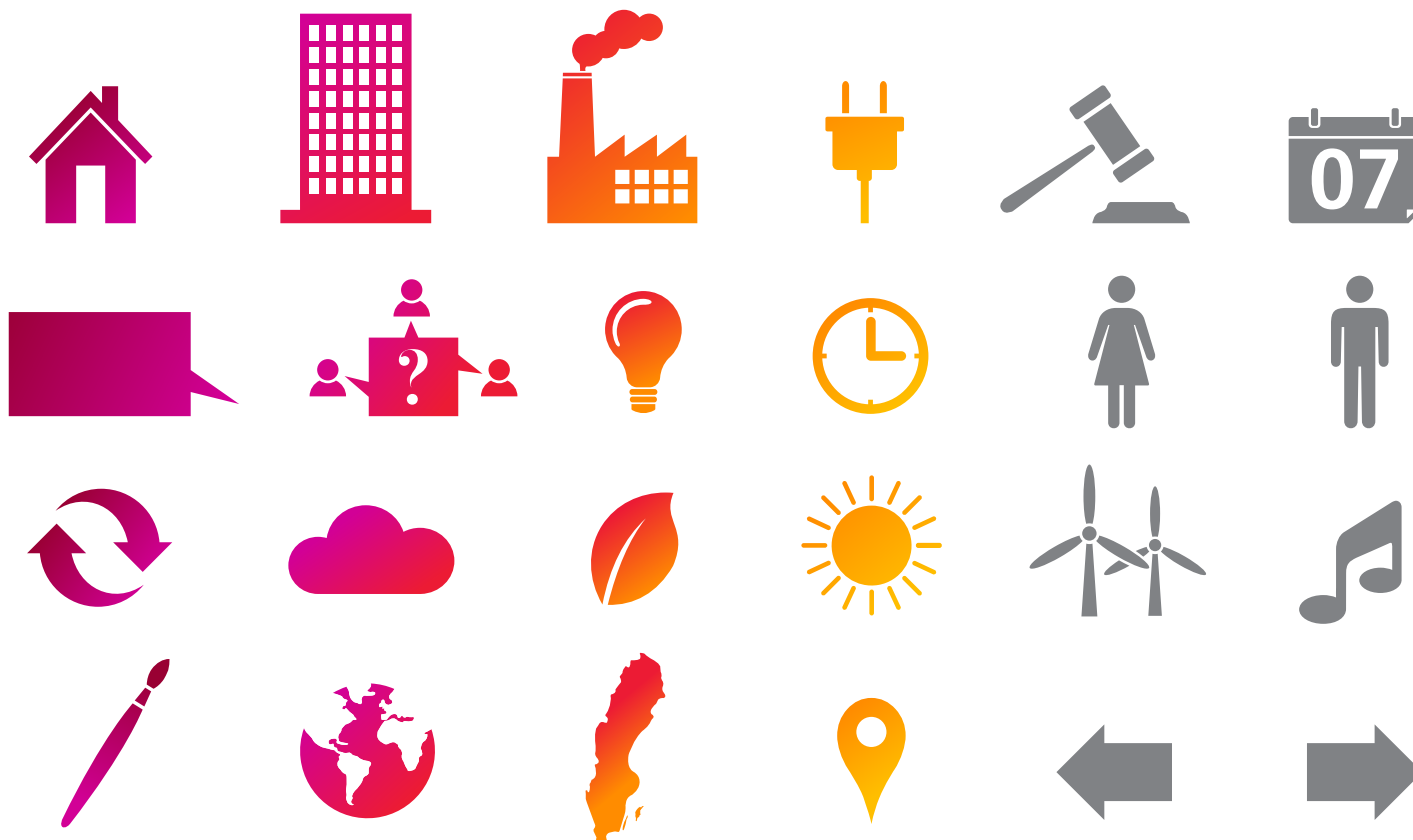
Använd ej teckningar/illustrationer.



Använd ej målningar.

Infografik: ikoner

Studiefrämjandets ikoner baseras på ett enkelt illustrationsmanér enligt nedan och färgsätts med de primära deltoningarna, 60% svart eller vit negativ. Ikoner används främst för att förklara och förstärka resonemang etc i material så som trycksaker, Powerpoint-presentationer, film och undersidor online. **Ikoner ska ej användas som profilbärande inslag på t.ex. omslag och första-sidor.**

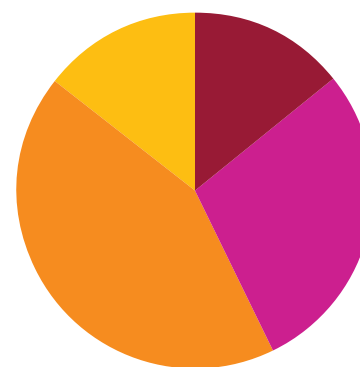
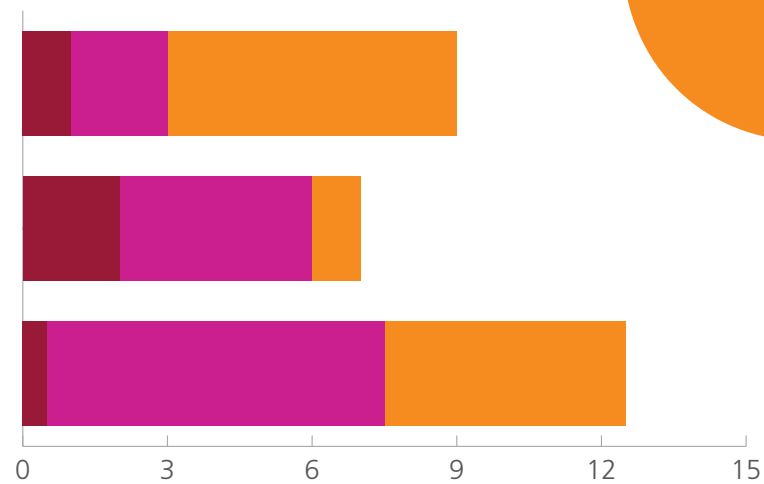
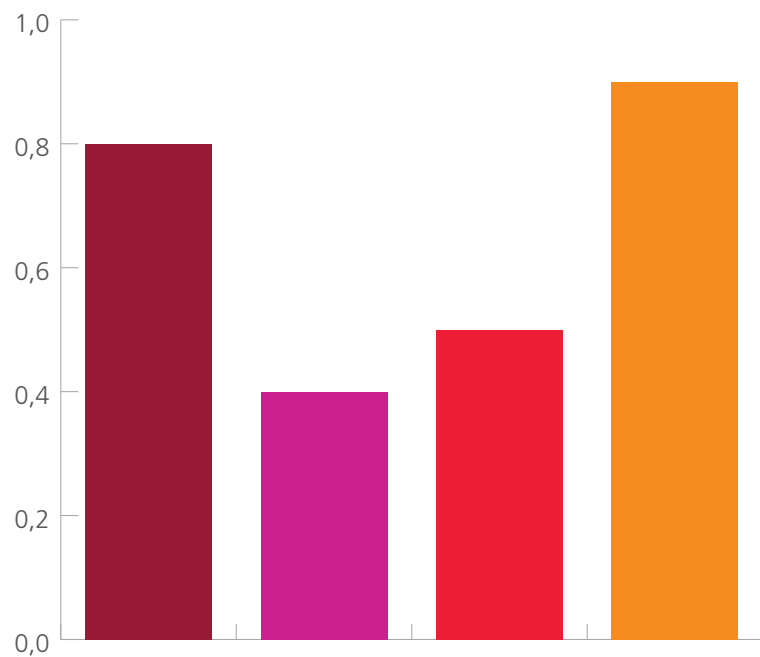


Färg: primära deltoningar

Färg: 60% svart

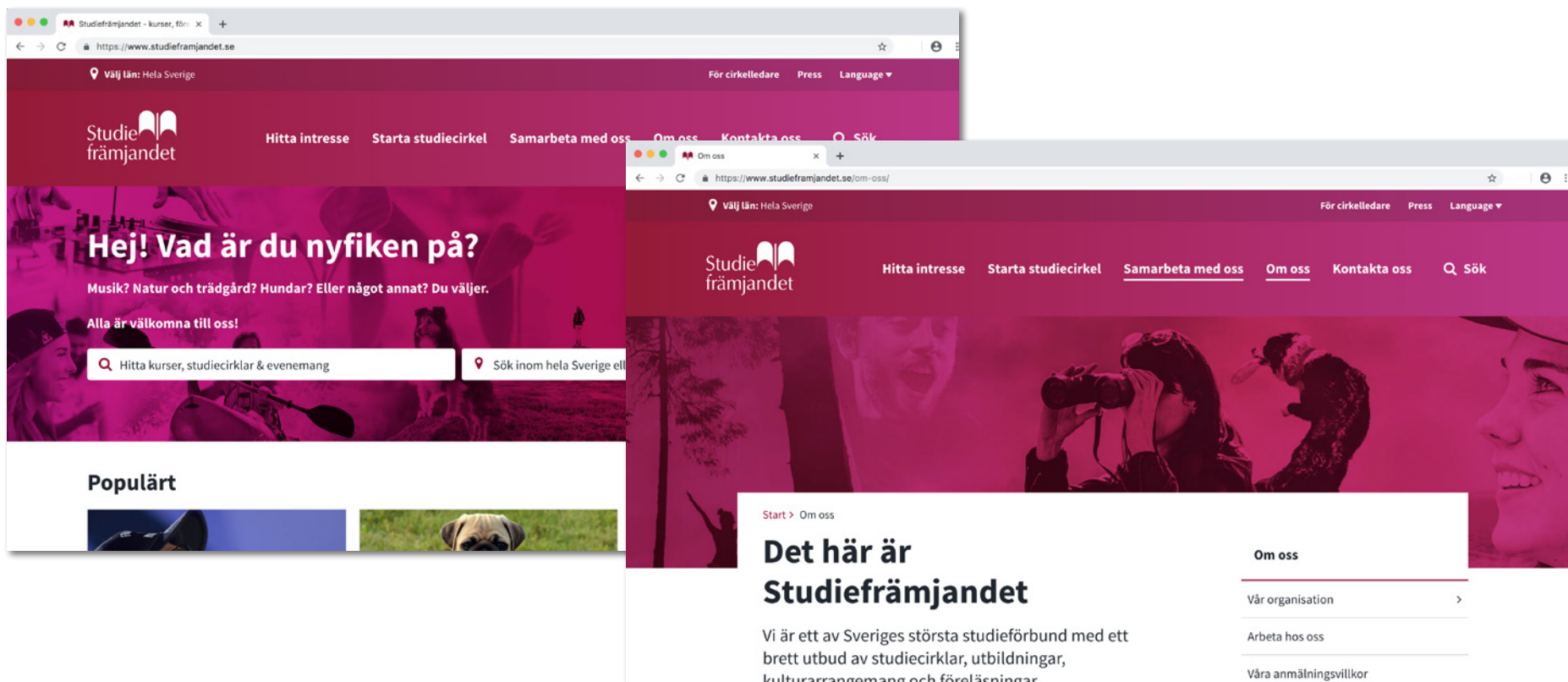
Diagram färgsätts i första hand med de primära färgerna. Utformningen är enkel utan skuggningar och andra effekter.

Infografik: diagram



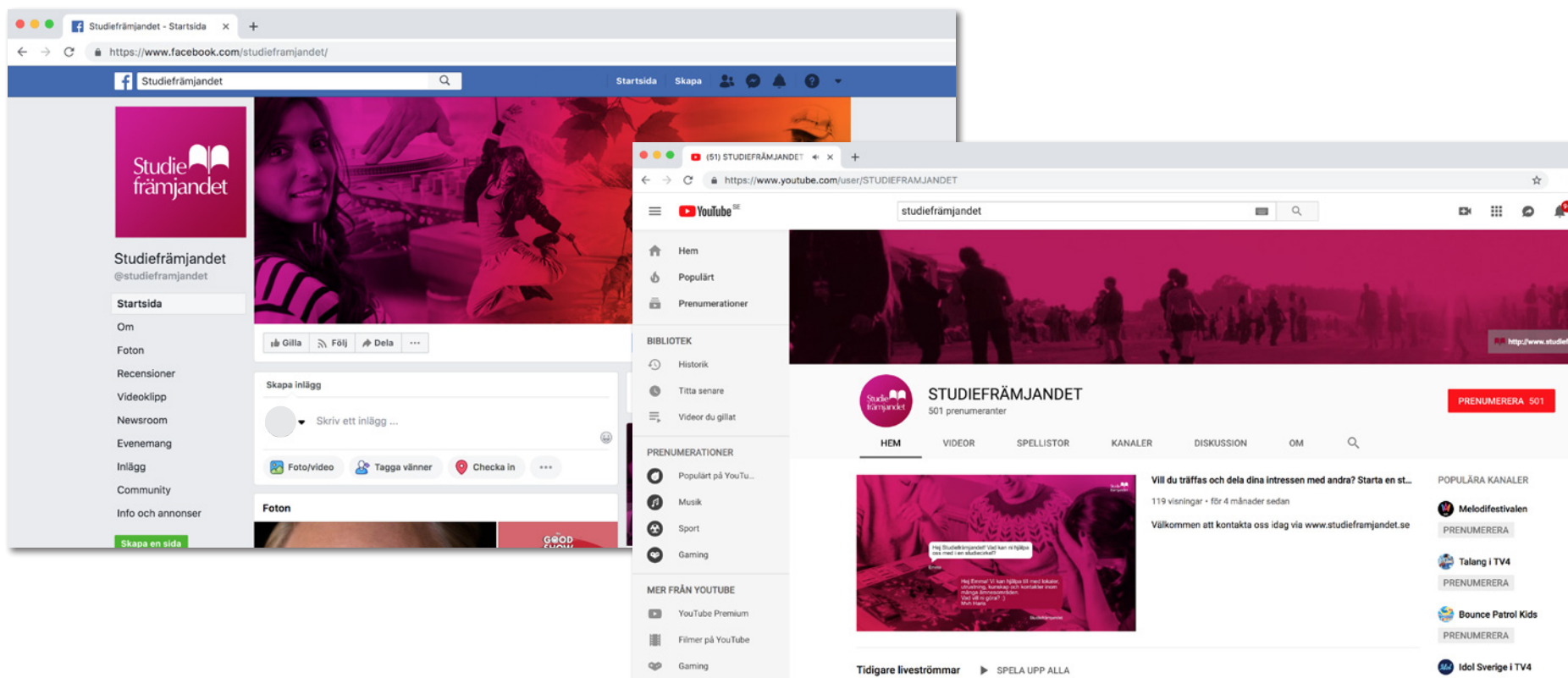
Hemsidan är en viktig kanal såväl nationellt som lokalt. Den följer den grafiska profilen i färgval, bildspråk samt typografi.

Digitalt: hemsida



Digitalt: sociala medier

Sociala medier har blivit allt viktigare kanaler för att kommunicera Studieförbundet verksamheter och utbud. Därför är det viktigt att det grafiska uttrycket och totaliteten är konsekvent även här i jämförelse med andra mediakanaler.



Studiefrämjandets Powerpointmall är anpassad efter Myndigheten för delaktighets riktlinjer när det gäller teckenstorlek, radavstånd och kontrastverkan. Här finns i olika bildlayouter samt Studiefrämjandets färger fördefinierade.

Digitalt: powerpoint

Rubrik 36 punkter

- Bröd/bullets 26 punkter
- Lorem ipsum dolar et set magna
- Lorem ipsum dolar et set rosti kampo barrio messi
- Lorem ipsum dolar et set magna set fasinta larto deit ess
 - Undernivå 2, 22 punkter
 - Undernivå 2
 - Undernivå 3
 - Undernivå 3

Rubrik 36 punkter

- Bröd/bullets 26 punkter
- Lorem ipsum dolar et set magna
- Lorem ipsum dolar et set rosti kampo barrio messi
- Lorem ipsum dolar et set magna set fasinta larto deit ess
 - Undernivå 2, 22 punkter
 - Undernivå 2
 - Undernivå 3
 - Undernivå 3



Presentationnamn.ppt | 2019-02-15

Studiefrämjandet

Rubrik 50 punkter

Eventuell underrubrik 26 punkter

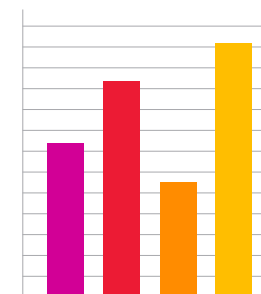


2019-02-15

Studiefrämjandet

Rubrik 36 punkter

- Bröd/bullets 26 punkter
- Lorem ipsum dolar et set magna
- Lorem ipsum dolar et set rosti kampo barrio messi
- Lorem ipsum dolar et set magna set fasinta larto deit ess
 - Undernivå 2, 22 punkter
 - Undernivå 2
 - Undernivå 3
 - Undernivå 3



Presentationnamn.ppt | 2019-02-15

Studiefrämjandet

Visitkortet är medvetet enkla och rena för att passa alla delar av verksamheten. Tryckfiler finns att hämta i mediabanken i mappen Marknadsföring och profilmaterial.

Kontorstryck: visitkort



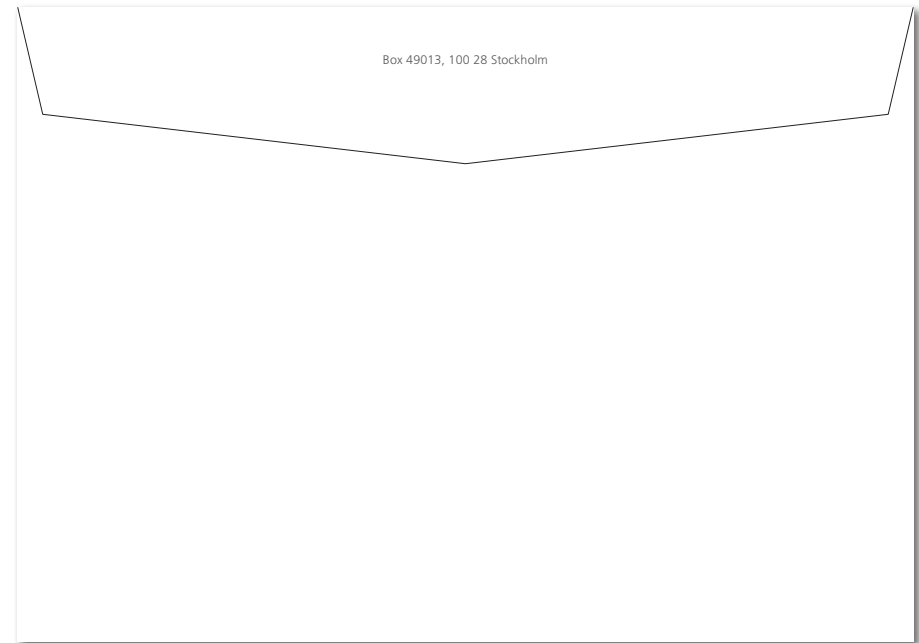
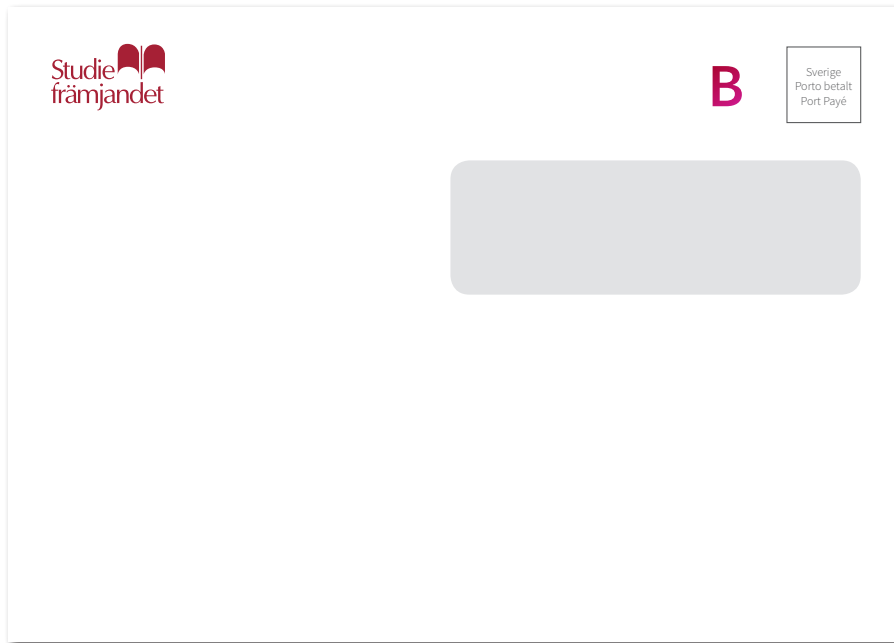
Framsida



Baksida

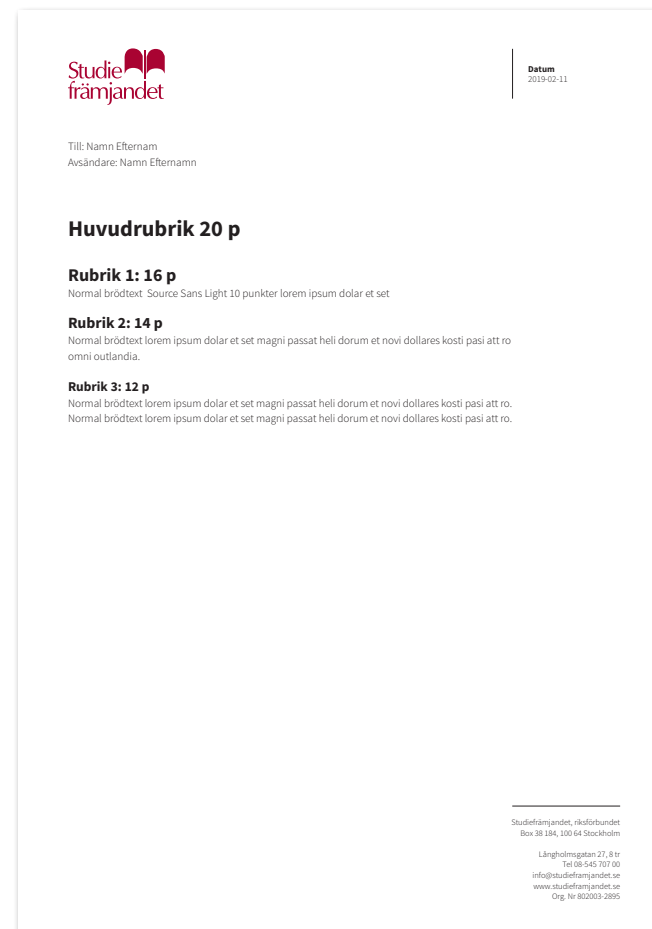
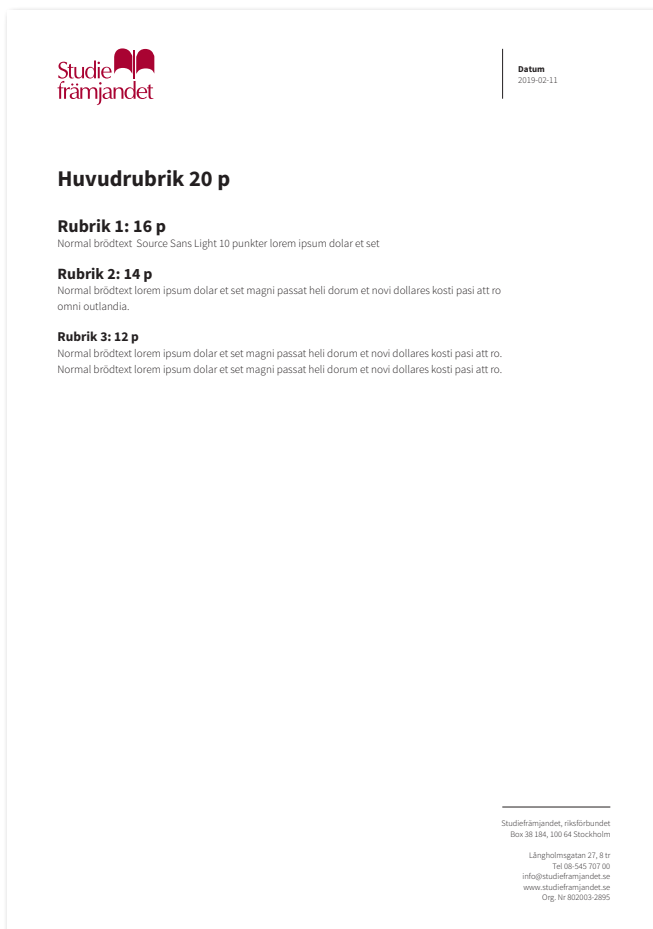
Kuverten är vita med logo placerad i övre vänstra hörnet. På baksidan återfinns avsändare-adress.

Kontorstryck: kuvert




Brevmall med logo placerad i övre vänstra hörnet. Avsändarinformation finns samlad i en kolumn längst ner till höger. Brevmallen finns i två versioner.

Kontorstryck: brevmall



Kontorstryck: blankmall och dokumentmall

Blankmall och dokumentmall med logo placerad i övre vänstra hörnet. Blankmallen kan användas för icke-formella dokument medan formateringen i dokumentmallen lämpar sig för formella dokumenttyper. I dokumentmallen får man välja mellan 1-6 informationsfält i sidhuvudet och det finns alternativ för rubriknumrering.



Dokumenttyp Styrande dokument	Datum 2019-02-11	Version 2019-02-11
Dokumentnamn Titel	Utfärdare Knutin Namnsson	Godkänd av Per Persson

Huvudrubrik 20 p

1. Rubrik 1: 16 p
Normal brödtext Source Sans Regular 10 punkter lorem ipsum dolor et set

1.1 Rubrik 1: 14 p
Normal brödtext Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.


Rubrik 3: 12 p
Normal brödtext Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

- Punktlista brödtext
- Punktlista brödtext
- Punktlista brödtext

1.2 Rubrik 1: 14 p
Normal brödtext Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

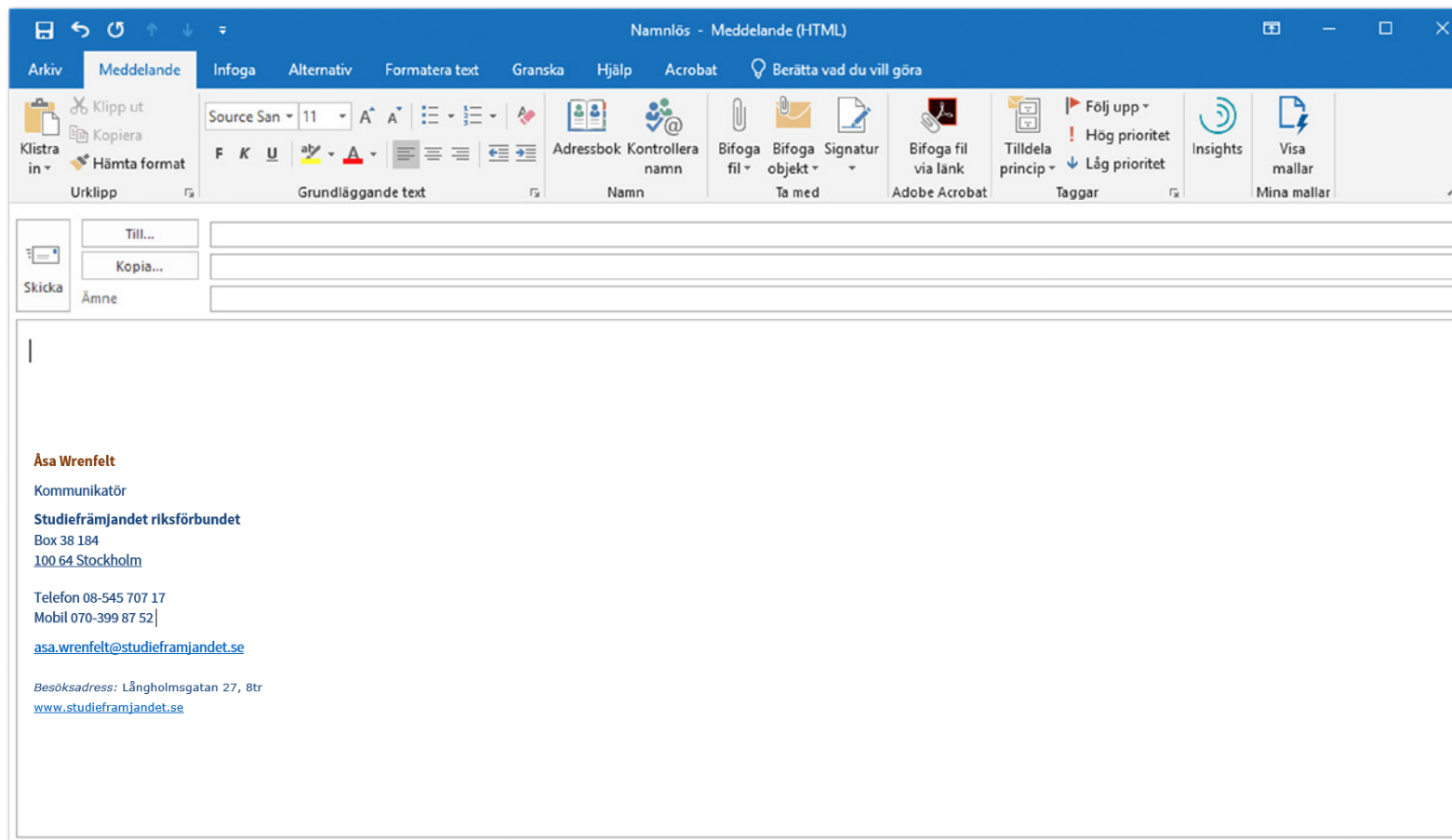
1.3 Rubrik 1: 14 p
Normal brödtext Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

Titel
sid 1/2



Mailsignatur

Studiefrämjandets mailsignatur är viktig då den skapar ett enhetligt uttryck i vår kommunikation med omvärlden. Se nedan för hur den ska se ut. Uppställningen är baserad på att det ska vara lätt att läsa för en person med dyslexi. **Signaturen ska inte innehålla bilder, loggor eller bakgrundsfärger.** E-postsignaturen är till för att ge mottagaren kort information om din funktion och dina kontaktuppgifter.



Ljudsignatur & filmvinjett

Studiefremjandets signaturmelodi är skapad som en resa genom olika genrer; pop, rock, ambient, hip hop och etno. Tanken är att symbolisera verksamhetens bredd. Ljudlogotypen är ett kortare utsnitt ur signaturen på 5 sekunder som kan användas som sign off i filmat material och radioreklam. **Ljudfiler och filmvinjetter kan laddas ner via mediabanken. Kontakta kommunikationsavdelningen på Riksförbundet för mer information.**



Ljudfilerna och filmvinjetter hittar du i Studiefremjandets mediabank i mappen Film & ljud:

<http://studiefremjandet-mediaportal.qbank.se/>

Nedan visas exempel på olika tillämpningar av den grafiska profilen.

Exempel tillämpningar



Affisch A3

Nedan visas exempel på olika tillämpningar av den grafiska profilen.

Exempel tillämpningar



Musikfolder 210x297



Studiehäfte mallat 210x297

Nedan visas exempel på olika tillämpningar av den grafiska profilen.

Exempel tillämpningar



Verksamhetsberättelse 210x297 mm



Kurskatalog 210x297 mm

Nedan visas exempel på olika tillämpningar av den grafiska profilen.

Exempel tillämpningar



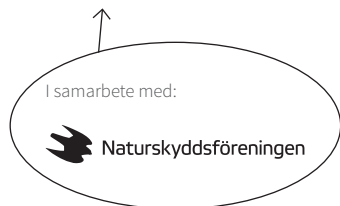
Broschyr 148x210 mm



Folder 148x210 mm

Samprofilering

Vid samarbeten med andra organisationer är det ibland svårt att veta vilken grafisk profil som ska användas. Det rätta svaret varierar från fall till fall men en tumregel är att huvudarrangörens profil är den som gäller. **Här är det viktigt att jobba med storleksförhållanden mellan logotyperna så att det blir tydligt vem som är huvudarrangör.** I fall där båda organisationerna är jämbördiga som arrangörer får man komma överens – antingen väljer man den enes profil eller hittar ett mellanting.



Studiefrämjandet äger och driver projektet – vår grafiska profil gäller.

Välkommen till Studiefrämjandet

Vill du lära dig mer tillsammans med andra? Ta kontakt med Studiefrämjandet där du bor och starta en studiecirkel hos oss. Vi kan hjälpa dig att komma igång, ordna lokaler, litteratur, kontakter och mycket mer!

Vad är en studiecirkel?

En studiecirkel betyder att du och dina vänner (minst 3 personer över 12 år) kan träffas och lära er nya saker, med vår hjälp! Vi är alltid öppna för nya idéer till studiecirklar och du kan starta en studiecirkel om nästan vad som helst. Varje cirkel gör en arbetsplan som beskriver hur arbetet ska läggas upp och vilket målet är. Ni bestämmer själva vad ni vill och inte vill göra, och det är precis så enkelt som det låter!

För att räknas som deltagare ska man delta vid minst tre träffar och dela i någon av de tre första sammankomsterna. En studiecirkel måste omfatta minst nio studiememmar (i 45 minuter) och pågå varigenom under några månader, men kan vara både kortare eller längre. Varje studiecirkel utser också en cirkelledare för gruppen.

Rollen som cirkelledare

Som cirkelledare behöver du inte vara expert i ämnet eller ha svar på alla frågor. Din roll är att leda cirklens framåt och se till att alla kan framföra sina synpunkter och påverka arbetet.

Som cirkelledare ansvarar du för cirkellistan och, tillsammans med Studiefrämjandets personal, för praktiska saker kring mötesplatsen, lika med mera.

Som ny cirkelledare får du ett introduktionssamtal då vi bland annat berättar vad Studiefrämjandet kan hjälpa till med. Du blir också inbjuden till att gratis delta i Studiefrämjandets ledarutvecklingsprogram.

Studiefrämjandet är ett av Sveriges största studieförbund. Vi är personligt och noga utvalda medlemmar med ett brett utbud av studiecirklar, utbildningar, kulturarrangemang och föreläsningar. Vi har sammanlagt 200 000 deltagare i våra studiecirklar och kursen.

Krisberedskap och totalförsvär

Studiehäfte

www.studiefremjandet.se

I samarbete med:

Båda organisationerna bidrar lika mycket och driver projektet tillsammans som jämbördiga – här får man komma överens och hitta en lösning som båda känner sig bekväma med.



Naturskyddsföreningen äger och driver projektet – deras grafiska profil gäller.

Undervarumärken

Studieförbundet har ett antal undervarumärken som vuxit fram för att exponera en särskild verksamhet eller produkt. Här finns en egen målgruppsanpassad logotyp och profil – dock finns ofta kopplingar till Studieförbundets profil i färgval etc. **För att undvika alltför många olika uttryck finns det en tumregel; undvik symboler och jobba med typografi/ordbild i logotypen. Undervarumärken bör endast tas fram när det finns ett mycket tydligt behov av särprofilering, ej annars.**

LIVEKARUSELLEN

DANSKKARUSELLEN

MUSIKAKUTEN

nemis
NEW MUSIC IN SWEDEN

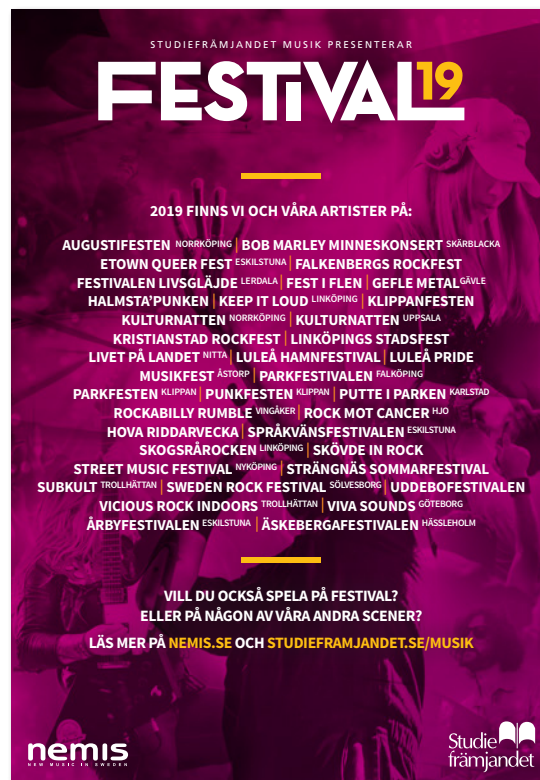
café **planet**

greenteam

Har du tankar på att ta fram ett undervarumärke? Kontakta då kommunikationsavdelningen på Riksförbundet som ett första steg.

Undervarumärken

När undervarumärken exponeras offentligt så finns Studieförbundet logotyp alltid med, tydligt kopplad till undervarumärket. Flera undervarumärken har egna profilmanualer med typsnitt, färger, bildspråk m.m. Kontakta kommunikationsavdelningen på Riksförbundet för mer information.



I all marknadsföring för undervarumärke finns alltid Studieförbundet logotyp med.

Har du frågor kring profilmanualen?

Kontakt:

Anna Lillkung
Produktionsledare
anna.lillkung@studieframjandet.se

Åsa Wrenfelt
Kommunikatör
asa.wrenfelt@studieframjandet.se