

**HELA
SVERIGE.**

*Hela Sverige
ska leva!*

HELA SVERIGE

**VÅR GRAFISKA PROFIL
PÅ FEM MINUTER.**

[FEBRUARI 2018]

INLEDNING.

Den här handledningen är en förenklad version av Riksorganisationen Hela Sverige ska levas grafiska profil och är främst tänkt för våra länsavdelningar och för projektledare.

Här finns instruktioner för hur vi gör och inte gör. Var logotypen placeras, vilka våra färger är, tips om hur du tar bra bilder, och förslag på enkla omslag till en årsredovisning eller rapport.

Vi har tagit fram enkla mallar för brev, rapporter och ett enkelt nyhetsbrev. De syns i slutet av handledningen och går att beställa från kansliet.

Den mer avancerade användaren som söker större valfrihet på layouten, hänvisar vi till riksorganisationens grafiska manual. Beställ den från kansliet.

Har du frågor eller vill ha råd som den här skriften inte svarar på?

Kontakta Karin Wenström på Hela Sverige ska levas kansli.

E-post: karin@helasverige.se

INNEHÅLLSFÖRTECKNING.

Inledning och presentation	03
Vår logotyp.....	04-05
Den nya stickerslogotypen	04
Typsnitt	06-07
Våra färger.....	08
Bilder	09-12
Språkbruk.....	13
Sidfot för e-post.....	13
Mallar	14-15

VÅR LOGOTYP OCH STICKERSLOGOTYP.

Utseende och storlek

Vi har utvecklat ett komplement till vår klassiska logotyp, en stickerslogotyp som vi kallar den. Det är den vi framför allt använder. Det är viktigt att stickerslogotypen inte är för liten, för då syns inte Hela Sverige ska leva-logotypen inuti den. Cirkeln bör vara minst 3,5 cm från kant till kant. Däremot kan den förstöras efter behag.

Placering

Stickerslogotypen fungerar både som logotyp och dekoration. Därför är placeringen av den ganska fri. I enklare dokument – brev, protokoll, projektansökningar, etcetera, rekommenderar vi att den läggs längst upp till höger. Går inte det, rekommenderar vi att du lägger den längst ner i mitten.

På omslag, rapporter, powerpoints med mera, så kan logotypen placeras på andra ställen, framför allt beroende på om man har bild eller ej. Se exempel på sidan 14.

Tänk på att logotypen är en avsändare som talar om vem som står för materialet. Läger du stickerslogotypen i hörnet av en bild på ett omslag, kan det vara bra att skriva din länsavdelnings namn på samma sida, nere i botten av dokumentet.

Vår stickerslogotyp



Vår logotyp



I och med att stickerslogotypen ska vara minst 3,5 cm så blir den ibland för stor. Då används den rektangulära logotypen som placeras på samma sätt. Exempel på när den rektangulära logotypen passar är i projektsammanhang där flera organisationers logotyper ska synas tillsammans och varje logotyp därför inte får ta för stor plats.

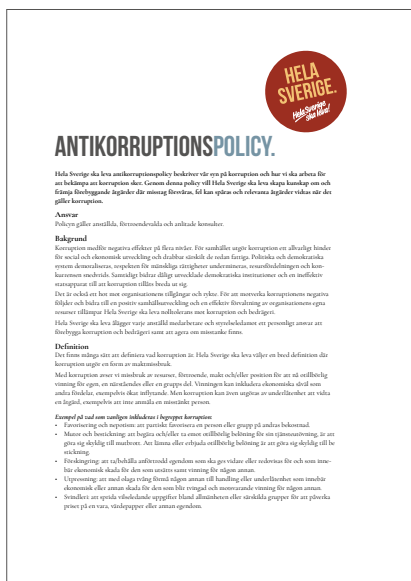
Tillsammans med andra

Här visar vi ett exempel på användande av vår rektangulära logotyp tillsammans med andra.



Lek med färg

Exempel på hur man kan leka med färger i rubrik och stickerslogotyp.



Liten formatguide

Ni har fått logotypen i flera olika format och här följer en snabbguide:

.ai – ett vektoriserat tryckformat. Används vid tryck.

.pdf – ett vektoriserat tryckformat. Används vid tryck.

.png – används på hemsidor, i officepaketet, Open office eller motsvarande. Kan användas på färgad bakgrund.

.jpeg – används på hemsidor, i officepaketet, Open office eller motsvarande.

VÅRA TYPSNITT.

I vår nya grafiska profil har vi två olika uppsättningar typsnitt. Våra *designtypsnitt* och våra *vardagstypsnitt*.

Våra *designtypsnitt* ger oss vår identitet och skapar igenkänning. De är **BEBAS NEUE** som vi använder i huvudrubriker, **Oswald** för mindre rubriker och bildtexter, samt Garamond som vi använder i brödtext, alltså löpande text. Vi rekommenderar storleken 11 punkter i brödtexter.

Bebas Neue är ett kraftfullt typsnitt som behöver vara i minst 18 punkter (rubriken ovan är 22 punkter). Är rubriken mindre, använder du antingen Oswald eller Garamond.

Bebas Neue och Oswald finns inte i alla datorer. Har inte mottagaren av ditt dokument dessa typsnitt, så ersätts de av typsnitt som väljs av mottagarens dator och det kan se konstigt ut.

Vi uppmanar alla till att använda våra designtypsnitt. Men de kräver att du sparar ditt dokument i PDF innan du skickar det. Då kommer det fram till mottagaren i oförändrat skick.

Våra *vardagstypsnitt* finns i de flesta datorer. Även här använder vi Garamond för brödtexten. I huvudrubrikerna använder vi **Calibri Bold**, i de mindre rubrikerna antingen Calibri Bold eller Garamond.

I slutet av handledningen presenterar vi ett antal mallar vi gjort, för att underlätta arbetet. De finns i både design- och vardagsversion.

-
- ▶ **TÄNK PÅ ATT** vi alltid sätter punkt efter rubrik. Det är en del av vår identitet.
 - ▶ **TÄNK PÅ ATT** våra huvudrubriktypsnitt gör sig mycket bra i någon av våra färger.
-

Vill du ha våra designtypsnitt, mejla Karin Wenström på kansliet, karin@helasverige.se.
Typsnitten är enkla att installera.

Minst 18 punkter. Är rubriken mindre, använder du antingen Oswald eller Garamond.

Vi sätter punkt efter huvudrubrik.

Använd gärna någon av våra färger.

RUBRIK | BEBAS NEUE |

LOREM IPSUM EST AN MUNDIAL.

Kan användas som rubrik, då mindre än 18 punkter, samt som ingress.

MELLANRUBRIKER & INGRESSER | Oswald Medium |

Sed elementum tincidunt ex, sit amet mattis sem mollis nec. Praesent sed rhoncus nisl. Nullam quis dapibus ante. Donec egestas rhoncus.

MELLANRUBRIKER & INGRESSER | Garamond Bold |

Sed elementum tincidunt ex, sit amet mattis sem mollis nec. Praesent sed rhoncus nisl. Nullam quis dapibus ante.

Vi rekommenderar storlek 11 punkter i brödtexter.

BRÖDTEXT | Garamond |

Sed elementum tincidunt ex, sit amet mattis sem mollis nec. Praesent sed rhoncus nisl. Nullam quis dapibus ante. Donec egestas rhoncus erat vel hendrerit.

Vi rekommenderar storlek 9 punkter i bildtexter.

BILDTEXTER | Oswald Light |

Sed elementum tincidunt ex, sit amet mattis sem mollis nec. Praesent sed rhoncus nisl. Nullam quis dapibus ante. Donec egestas rhoncus.

Vardagstypsnitt för rubriker.

Vi sätter punkt efter huvudrubrik.

Använd gärna någon av våra färger.

RUBRIKER | Vardagstypsnitt | Calibri Bold |

LOREM IPSUM EST AN MUNDIAL.

Kan användas som rubrik och som ingress.

MELLANRUBRIKER & INGRESSER | Vardagstypsnitt | Garamond Bold |

Sed elementum tincidunt ex, sit amet mattis sem mollis nec. Praesent sed rhoncus nisl. Nullam quis dapibus ante.

Vi rekommenderar storlek 11 punkter i brödtexter.

BRÖDTEXT | Vardagstypsnitt | Garamond |

Sed elementum tincidunt ex, sit amet mattis sem mollis nec. Praesent sed rhoncus nisl. Nullam quis dapibus ante. Donec egestas rhoncus erat vel hendrerit.

VÅRA FÄRGER.

Våra fem färger är inspirerade av färger på svenska husväggar. Det är bara att blanda och ge. Använd dem exempelvis för att färgsätta rubriker. Men vi rekommenderar inte fler än två färger åt gången i samma publikation, för då blir det lätt rörigt. Se sidan 5 för exempel.

Färgsystem

RGB, Red Green Blue, är ett färgsystem som främst används på webben.

PMS, Pantone Matching System, är ett färgsystem där varje färgnyans har ett eget nummer.

Du använder pms-systemet när du bara ska ha en enda färg i din trycksak.

CMYK står för cyan, magenta, yellow och svart (Key colour). Det är färgerna som ingår i fyrfärgstryck. Används vid tryckning.

RÖD CMYK 25 90 90 25	GUL CMYK 00 25 60 05	BLÅ CMYK 55 30 30 05	GRÖN CMYK 50 40 80 10	GRÅ CMYK 05 05 05 80
Opacitet 80%	Opacitet 80%	Opacitet 80%	Opacitet 80%	Opacitet 80%
Opacitet 60%	Opacitet 60%	Opacitet 60%	Opacitet 60%	Opacitet 60%
Opacitet 40%	Opacitet 40%	Opacitet 40%	Opacitet 40%	Opacitet 40%
Opacitet 20%	Opacitet 20%	Opacitet 20%	Opacitet 20%	Opacitet 20%

RÖD
RGB | R 162, G 26, B 23

GUL
RGB | R 249, G 181, B 103.

BLÅ
RGB | R 118, G 148, B 164

GRÖN
RGB | R 115, G 117, B 48

GRÅ
RGB | R 84, G 83, B 82

PMS RÖD PMS 484 C	PMS GUL PMS 2008 C	PMS BLÅ PMS 2178 C	PMS GRÖN PMS 7749 C	PMS GRÅ PMS 445 C
----------------------	-----------------------	-----------------------	------------------------	----------------------

VÅRA BILDER.

Vi vill visa att det finns människor på landsbygden. Därför undviker vi vackra naturbilder – de finns överallt ändå. Vi vill också visa mångfalden på landsbygden. Alla är inte bönder eller har egna djur och livet på landsbygden är ju mångskiftande.

Gärna oväntade och roliga bilder. Men också bilder med skärpa och allvar. Ta en extra bild när du ändå håller på, och lek lite med kameran.

Människor på landsbygden är kreativa, roliga, står med fötterna djupt i myllan, går sin egen väg och allt möjligt annat. De är glada, jobbar hårt eller vilar sig. Visa det! Den härliga mångfald som är hela Sverige!

Central bildbank

Vi håller på att bygga en bildbank centralt, med bilder som speglar vår identitet. Exempel finns på riksorganisationens hemsida. Dessa bilder är fria att använda och behöver ni en sådan bild för exempelvis en trycksak eller omslag, så hör ni av er till kansliet.

Nyhetsbilder

De vanligaste bilderna kommer alltid att vara nyhetsbilder som på ett eller annat sätt beskriver och dokumenterar något som händer i rörelsen eller i organisationen. Bilder från konferenser, projektarbete och olika typer av möten mellan människor. De bilderna tar vi själva. Vi här nedan samlat några vardagsbilder/nyhetsbilder som vi hoppas kan fungera som inspiration för egna bilder.

Inspirationsbilder

Bilden nedan visar på en bra översiktsbild som ändå är ren och avskalad. Där man ser vad det handlar om och vem som pratar. Bildskärmen i bakgrunden skapar intresse för sammanhanget.



Foto: Anne Helgeson



Foto: Linn Hjort

Kontakt och glädje

Det blir en underbar kontakt med mannen på bilden som ler så oreserverat in i kameran på bilden ovan. En härlig arbetsglädje! Stolarna i bakgrunden bidrar också till en levande, och lite underbart rörig, bild.



Foto: Karin Wenström



Foto: Anne Helgesson

Diagonal princip

På gruppbilden ovan deltar fler än 30 personer. Gruppen är formad lite som ett V – eller spjutspets – och dels så syns alla bättre, dels blir det en oväntad form, och dels så skapas ett djup i bilden när människorna står lite diagonalt.



Våga beskära

Visst behövs en eller annan översiktssbild från ett seminarium för att visa sammanhanget, men våga gå nära. Skär bort och visa energin och engagemanget hos den som talar.



Foto: Anne Helgesson

Innehållsrik bild

Den här bilden innehåller mycket information. Ett gäng människor säljer hemodlade grönsaker och honung – det är Helgessons som står för honungen. Bilden är tagen på diagonalen, vilket skapar ett fint djup.



Foto: Karin Wenström



Foto: Anne Helgesson

Säg något fånigt – skapa glädje!

Många bilder är uppställningar av människor och när den här bilden togs sa fotografen något fånigt för att alla skulle skratta. Nog blev det mer levande!

Detaljerna gör skillnad

Konferenser kan dokumenteras via detaljerna också. Blir ett jättefint komplement till översiktsbilderna.

Engagemang och närhet

Ytterligare en påminnelse om hur fina närbilder kan bli. Den här mannen är fokuserad och intresserad av det som berättas.



Foto: Anne Helgesson



Foto: Linnea Ronström

Barn

Kommer du ihåg sången av Olle Adolfsson som börjar ”Barn är ett folk och de bor i ett främmande land...”? De bor i fantasins land – precis som bilden antyder. Här finns en rejäl portion harmoni i bilden och en tydlig horisontlinje.

Liten ”kom-ihåg-lista” för bra bilder

- ▶ Porträttbilder och gruppbilder blir oftast bättre i skuggan än i starkt solsken – det blir mjukare skuggor och människorna plirar inte så mycket med ögonen.
- ▶ Tänka på att inte beskära precis vid leder, till exempel halsen eller handleder eller fotleder – då kan det se avhugget ut! Hellre mitt på bröstet eller låren.
- ▶ Undvik lyktstolpar, trädgrenar och annat som sticker upp bakom huvudet på folk!
- ▶ Ta många bilder, särskilt när folk pratar, för att undvika blinkande ögon och konstiga miner.
- ▶ Om det är en planerad fotografering så skapa en trygg kontakt med den du ska fotografera. Då kommer personen att slappna av mer. Det kommer att synas!
- ▶ Kom ihåg att alltid fråga om lov innan du fotograferar en person.
Det kommer en ny lag i maj om hantering av personuppgifter. Där ingår hantering av bilder på människor och den kommer att förändra villkoren för hur vi tar bilder på människor. Vi återkommer om det. Lagen förkortas GDPR.

VÅRT SPRÅKBRUK.

Under lång tid har staden varit norm och det har påverkat vårt språk. Hela Sverige ska leva vill vara ett föredöme när det gäller val av ord och rensa våra texter från den urbana normen.

Kolla in vårt landsbygdslexikon på hemsidan, där vi diskuterar ord och uttryck som beskriver staden som norm och centrum och ger alternativ.

Varför skriver vi ”ut på landet” och ”in till stan”? Landsbygdslexikonet föreslår i det här fallet man skriver neutralt ”till staden” respektive ”till landet”.

Lexikonet är under utveckling och nya ord tillkommer regelbundet.

HUR GÖR VI?
Kolla in vårt
landsbygdslexikon under
rubriken ”Vad vi gör”
på vår hemsida.

VÅR SIDFOT FÖR E-POST.

En snygg sidfot för e-post ger ett bra intryck. Därför rekommenderar vi att länsavdelningarna använder samma sidfot som kansliet.

Här nedan ser du hur vår sidfot ser ut. Behöver du hjälp med sidfoten kan du vända dig till kansliet.

Namn Efternamn

Titel arbetet

Riksorganisationen Hela Sverige ska leva

HELA SVERIGE.

Tfn: 000-123 45 67

Gatunamn 1

111 11 ORTENS NAMN

namn.efternamn@helasverige.se

www.helasverige.se

#helasverigeskaleva

(Frivilligt)

Facebook: namn

Twitter: @namn

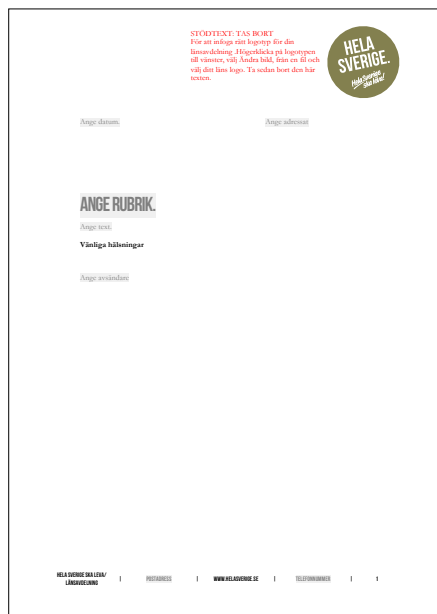
Instagram: namn

@HelaSverige

helasverigeskaleva



VÅRA MALLAR.



Brevmall

Du byter lätt ut den befintliga logotypen mot din egen. Finns i designtypsnitt och vardagstypsnitt.



Nyhetsbrev

Logotypen placerad till vänster. Du byter ut texten i sidhuvudet, mot länsavdelningens namn. Finns bara med designtypsnitt.



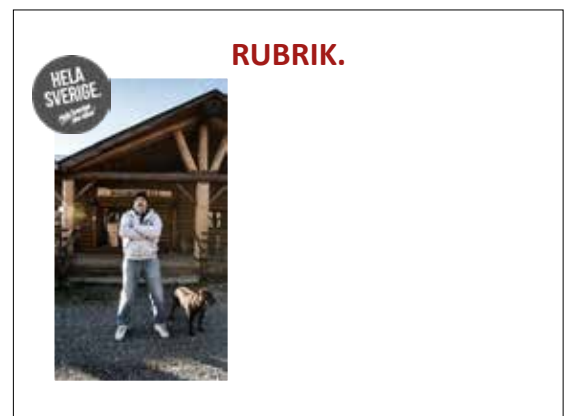
Rapportmall med egen bild

Här lägger du in din egen bild i förutbestämt utrymme. Den befintliga loggan byts lätt ut. Mallen är flersidig och det finns en innehållsförteckning liksom textsida. Finns i designtypsnitt och vardagstypsnitt.



Rapport med färdig bild

Den här mallen är likadan som den bredvid, förutom att det redan ligger en bild på omslaget. Bra att ha när du inte har en egen bild. Finns i designtypsnitt och vardagstypsnitt.



Powerpointmallar

Här är exempel på hur våra powerpointsidor kan se ut. Vi använder stickerslogotypen som dekorativt element. Du kan färgsätta en rubrik och lägga en svagt färgad bakgrund.

Mallar finns att beställa på kansliet.



Hela Sverige. 1527



HELA
SVERIGE.

*Hela Sverige
ska leva!*

Hela Sverige ska leva
Stortorget 7
111 29 Stockholm
Telefon: 010-489 13 50
E-post: info@helasverige.se

