

GRAFISK PROFIL FÖR V-DALA

Fastslagen av styrelsen 2019-10-XX

Syfte.....	2
Logotyp.....	2
Färger.....	2
Typsnitt.....	3
Namn och skrivregler.....	4
Övrigt.....	4
Sammanfattning.....	5
Saker att undvika.....	6

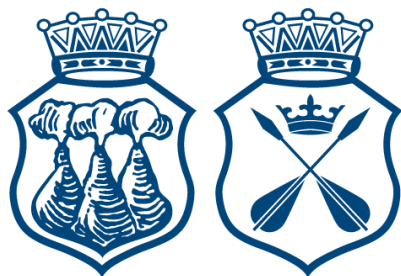
Syfte

En grafisk profil skapar en helhet som baserar sig på igenkänning och repetition. Grundstenarna är logotyp, färg, typsnitt och eventuella grafiska element, att dessa är enhetliga är viktigt för att kunna kommunicera tydligt och bygga ett starkt varumärke och en stark identitet. Det skapar även klarhet i vem eller vilka som är avsändaren, i vårt fall att man direkt ska se att det är V-Dala som står bakom kommunikationsinsatsen. Hur uppnår vi då detta? Jo, genom att konsekvent använda samma grundstenar i vår kommunikation - det handlar om att det finns ett stort värde i att våga se likadan ut. Och i slutändan lönar det sig nästan alltid, i form av styrkan i igenkänning.

Den grafiska profil som beskrivs i detta dokument är den standardprofil som ska användas vid "ordinarie" kommunikation och marknadsföring. Återkommande evenemang eller etablerade varumärken inom nationen (såsom Taket) kan skapa egna grafiska profiler som kan uttrycka en egen identitet samtidigt som de tydligt bör vara kopplade till denna övergripande profil. På så sätt knyts de olika varumärkena till varandra och V-Dalas gemensamma varumärke och identitet stärks.

Logotyp

Vilka är då våra grafiska grundstenar? Vi börjar med logotypen. V-Dalas nationsvapen är en etablerad och tydlig symbol för vår nation och ska därför användas som återkommande logotyp i allt material. Den version av vapnen som ska användas är denna¹:



Detta ska aldrig frångås, även om det kan klia i fingrarna att använda andra varianter. Däremot kan symbolerna i vapnen användas på andra sätt i den grafiska utformningen ifall så önskas.

Placering av logotypen ska normalt vara i det nedre högra hörnet, en riktlinje är att den inte bör vara större än 20 % av arbetsytans bredd och höjd i normala fall. Vid tryck i större format bör den dock vara mindre än så för att inte ta över, likaså ifall

¹ Observera, modifierad version av gammalt vapen! Filnamn V-Dala_vapen_2019.pdf.

storleksförhållandet är smalare än 2:1. För att öka igenkänningsfaktorn ska logotypen ha en frizon motsvarande 50 % av sin storlek.²



Alternativt kan logotypen integreras i den övriga designen.

Färger

Då kommer vi till färgsättning. Här finner du en lista på färgkoderna i vår baspalett i olika format:

	“Platinum”	“Teal”	“Medium Electric Blue”
HEX	E1EDE9	33658A	034992
RGB	225 237 233	51 101 138	3 73 146
CMYK ³	5 0 2 7	63 27 0 46	100 50 0 43
<i>Kan användas till</i>	<i>Text och förgrundselement.</i>	<i>Bakgrund på webb.</i>	<i>Enstaka element mot neutral bakgrund, logotyp i tryck.</i>

Baspaletten är inte tvingande, men någon av dessa färger ska alltid användas som utgångspunkt ifall det inte är enkelt att motivera ett avsteg. Som exempel så är det naturligt att grafik för ett jul-evenemang använder rött och grönt som grundfärger, medan en välkomstkväll ska färgsättas utifrån baspaletten.

² Med 50 % frizon menas att det ska vara fritt runt logotypen så att ingen text eller andra grafiska element är i närheten av den.

³ En notering kring färger: RGB och CMYK är tekniskt omöjliga att konvertera mellan exakt, därför kan olika bildbehandlingsprogram visa andra värden än dessa.

Vill du experimentera med komplementfärger till baspaletten är den här hemsidan användbar för att generera fram komplementfärger:

<https://coolors.co/e28413-000022-e1ede9-33658a-034992>

Var noga med kontrasten när du väljer färger så att de inte går för mycket ton i ton och att inte använda färgkombinationer som är svåra för människor med synskador eller dyslexi att uppfatta. Färgsättning för webb och utskrift uppfattas olika, tänk även på att färg kan se annorlunda ut på olika skärmar och ha olika nyanser från skrivare till skrivare.

Typsnitt

När det kommer till typografi och typsnitt så använder vi typsnitten **Josefin sans bold** och Josefin sans light (båda är gratis att ladda ner om du inte har dem på din dator sedan innan) i digitala sammanhang, den grövre är till för rubriker och den smalare för övrig information. I övriga sammanhang, exempelvis tryckta foldrar ska typsnitten ovan användas till rubriksättning och Palatino Linotype⁴ ska användas till brödtext. Avsteg från ovanstående får göras för att exempelvis få en rubrik att förmedla en viss känsla. Typsnitt med serifer ska dock undvikas i grafik, särskilt för digitalt bruk. Ifall sådana ska användas måste du säkerställa att seriferna inte blir svårlästa eller blandar sig med bakgrunden. Tänk även på att inte blanda för många olika storlekar eller stilar på texten i en och samma produktion och att använda dem konsekvent. Max tre är en bra riktlinje, t.ex. **RUBRIK** UNDERRUBRIK övrigt.

Färgsättningen på typsnitten är i första hand den samma som övrigt nämns i detta dokument. Var noga även här med kontrasten mellan typsnitt och bakgrund när du väljer dina färger, särskilt om du väljer att frångå våra officiella färger. Exempelvis så är det mycket svårläst om du kombinerar rött och grönt, och blått och rött, i synnerhet för personer med nedsatt syn.

Namn och skrivregler

Ett annat viktigt element att tänka på med grafisk kommunikation är namnstrategi. För att kunna anspela på så stor igenkänningsfaktor som möjligt är det väsentligt att samma kanaler konsekvent använder samma namn, i vårt fall är det V-Dala som ska användas i alla marknadsföringssammanhang. Oavsett om det är i rubriker eller i löpande text så skrivs V-Dala alltid med stort V och stort D, såvida inte hela namnet skrivs med versaler. Namnet V-Dala ska exponeras på ett tydligt sätt i varje publicering, vilket i exempelvis sociala medier inte nödvändigtvis betyder att det måste stå i själva grafiken

⁴ Eller de i praktiken identiska typsnitten Book Antiqua eller URW Palladio L, det senaste kan laddas ner gratis.

eftersom avsändaren redan är våra konton med vårt namn. Hela nationens namn ("Västmanlands-Dala nation") ska endast användas i mer "officiella" handlingar.⁵

Övriga skrivregler:

- "gask", inte "gasque".
- "Förste kurator" eller "1Q", inga andra varianter.
- Ord som inte är egennamn skrivs inte med stor bokstav, till exempel "Carl Larssons café".
- Undvik förkortningar, särskilt i brödtext.

Övrigt

Grafik ska utformas på ett sådant sätt att den förmedlar den känsla som vi vill att mottagaren ska förknippa med det som marknadsförs. Det är viktigt att utformning av grafik görs samordnat med copywriting och övrig marknadsföringsarbete, och även med själva planeringen av evenemanget eller motsvarande. Grafik ska sträva efter att vara så enkel som möjligt, utan överflödigt information som gör intrycket rörigt. Grafiska element eller enklare illustrationer kan med fördel användas men foton bör undvikas i ren marknadsföring och aldrig användas som bakgrund.⁶ Så långt som möjligt ska en layout anpassas till varje tänkt publicering. Tänk på att centrera innehållet i fritt utrymme och placera samtliga element på ett naturligt sätt i förhållande till varandra.

Sammanfattning

- Använd **alltid** samma logotyp.
- Våra basfärger är "Medium Electric Blue", "Teal" och "Platinum".
- Våra typsnitt för digital användning är Josefin Sans Bold och Josefin Sans Light.
- Våra typsnitt för analog användning är de två ovan och Book Antiqua *eller* Palatino Linotype *eller* URW Palladio L.
- Använd inte foton som bakgrund till grafik.
- Skriv alltid "V-Dala", endast i mer "officiella" handlingar använder vi hela namnet.
 - V-Dala skrivs **alltid** med stort V och stort D om du inte skriver hela namnet i versaler: V-DALA.
 - Namnet är inte en del av logotypen utan ska normalt placeras fristående.
- Namnet ska exponeras i varje publicering.
 - Detta betyder inte att det måste finnas med i all grafik.

⁵ Såsom brev, kallelser, anmodningar. Inte på affischer, banners eller liknande.

⁶ Givetvis kan och ska foton användas fristående i kanaler där det är naturligt (som Instagram), i publikationer som Landskapsposten och till fotoalbum.

Saker att undvika

- Låg kontrast.
 - Använd inte konturlinje för att förbättra läsbarhet, anpassa istället färgpaletten och ta bort störande grafik från bakgrunden.
- Typsnitt som ej är anpassade för webb.
- För mycket text.