



Grafisk manual

2016-02

Innehållsförteckning

Logotyp	sid 3
Logotyp frizon.....	sid 6
Payoff – Friskare liv.....	sid 7
Regionala- och lokala föreningar	sid 9
Undervarumärken.....	sid 10
Färger	sid 11
Områdessymboler.....	sid 13
Tilltalston i skrift och bildspråk.....	sid 15
Typografi	sid 17
Typografi digitala dokument	sid 19
Exempel	sid 20



Logotyp

Vår logotyp består av vårt namn, en bruten cirkel och en stiliserad svala. Logotypen är vårt varumärke och det är viktigt att den används rätt så att omvärlden alltid får en enhetlig och tydlig bild av förbundet.

Logotypen får aldrig förvanskas eller skevas på något sätt utan ska alltid användas i sin helhet. Förhållanden mellan cirkeln, namnet och svalan får aldrig ändras.

Svalan får aldrig lyftas ur cirkeln för att användas som enskild symbol. Namnet Astma och Allergiförbundet får heller aldrig lyftas ur och användas enskilt eller typas om på något sätt.

Förbundets namn i skrift

I vår logotyp så är förbundets namn typograferat för att ge logotypen harmoni och tydlighet. Det sättet namnet är skrivet i logotypen används bara där, aldrig i skrift.

I skrift skriver vi ut förbundets namn så här:

Astma- och Allergiförbundet

Logotypens färg

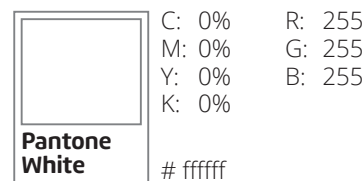
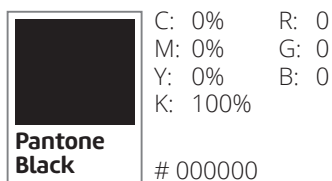
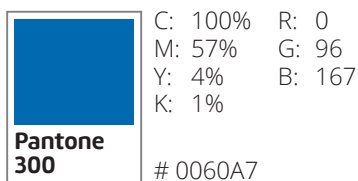
Astma- och Allergiförbundets logotyp får inte användas i annan färg än i blått som utgår från PMS 300, samt i svart eller vitt. Logotypen får endast tonas i svart, medan den i blått och vitt alltid ska tryckas i 100 procent.



På mörka bakgrunder används logotypen i vitt



På röriga bakgrunder eller i bilder så används en vit platta bakom logotypen. Den kan vara rektangulär eller cirkulär. Notera frizonen som krävs för logotypen (se sid 6).



Exempel på vad man inte får göra med logotypen

För att Astma- och Allergiförbundets identitet ska förbli stark med hög igenkänning, måste logotypen konsekvent användas på rätt sätt.



Logotypen får inte skevas eller förändras på något sätt



Logotypen får inte ha någon annan färg än ovan nämnt



Proportioner inom logotypen får aldrig förändras



Logotypen får aldrig vridas eller roteras



Logotypen får inte delas upp. Den ska alltid visas som en färg



Logotypen får aldrig spegelvändas som helhet eller delvis



Texten i logotypen får aldrig bytas ut till något annat



Logotypen i PMS 300 får inte tonas



Delar av logotypen får inte användas separat



Logotypen får ej läggas utan vit platta på rörig bakgrund



Blå eller svart logotyp får ej användas mot mörka bakgrunder

Logotyp – frizon

För att logotypen ska uppfattas tydligt och inte störas av omgivande text eller grafik är det viktigt att den omges av tillräckligt mycket fri yta.

Undantag för frizonen finns i vissa fall.

Se kapitel Undervarumärken och föreningslogotyper.

Se kapitel Payoff



Avståndet mellan cirkeln och svalans vingspets ur ett rektangulärt perspektiv, är riktmärke för minsta frizon runt logotypen.



Avståndet mellan F (i Förbundet) och logotypens cirkels nedre brytpunkt skapar den frizon som logotypen minst kräver när den används i cirkulära format.

Exempel

Beris et in porum resequide consequae exped quid qui dolore es et venducium es eost, sae debis volupta temperempos nosam repro comnimolest, ut unt la doloreptia soluptatibus que volorbibus, sendem reicati onsequi que sequassint quundit, veles ipsunte mi, culparum alist evelend icimintuscit quasseque quatoribus aut fugiaecepedi andebit vero con placcatur aut late re, audi net ma il ma num quundem. Liae voluptatis autecae. Apitate experfe riorendant officipient. Oviduntium sit la voluptae.

Nequaspel excerer fernate vendion sequibus iducipsum reni audit doluptaturit aut faccatem untorem ilicipit velendiae solupta ea cum et idipsam quat qui a sandercilis quis estius. Ectorro temporr ovitate nditass imaginhit rest voluptatur sam hictem viditi officiisin necture rciatur, aut laut evendandus endunt. Dipiet liqui officia doles etus, to berferore velitorit lignimaxim qui aut incillo riatinvel id quasperibus expe nulles rentemp osantem quiae volum doluptiur sequate qui conescipit.



Vår payoff: "Friskare liv"

Vårt mål är att Astma- och Allergiförbundet ska upplevas som ett förbund som fokuserar på hälsa. Därför har vi payoffen "Friskare liv", som kan kombineras med logotypen för att förtydliga vår verksamhet och vårt engagemang.

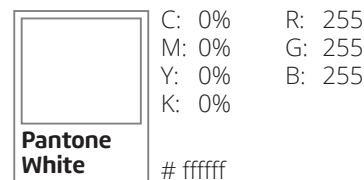
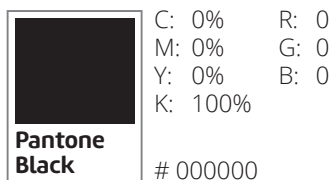
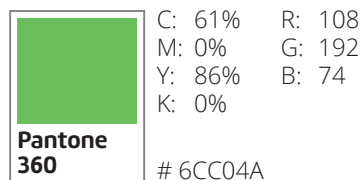
Logotyp med payoff

Payoffen ska i första hand användas tillsammans med logotypen. Det finns två fasta logotyper med payoff, en där den är placerad under logotypen och en där den är placerad till höger. Payoffen får aldrig kombineras med logotypen på något annat vis än nedan angivet. Storleksförhållandet mellan payoff och logotyp får aldrig ändras.



Payoff-färg

Payoffen får aldrig användas i annan färg än i grönt som utgår från PMS 360, samt i svart eller vitt.



Payoff separerad från logotyp

I undantagsfall kan payoffen separeras från logotypen för att ges mer tyngd. Dock får payoffen aldrig leva helt fritt. Logotypen måste finnas med i något sammanhang och alltid ha ett tydligt avstånd från payoffen.

Exempel på undantagsfall:

- T-shirt med payoff stort på ryggen och logotypen på bröstet
- Banner med stor payoff och mindre logotyp (med ett tydligt avstånd mellan delarna)



Föreningslogotyper och undervarumärken

Payoffen får aldrig kombineras med föreningslogotyper eller undervarumärken.



Om man vill använda payoffen tillsammans med en föreningslogotyp görs det enligt undantagsfallet, med ett tydligt avstånd mellan payoff och logotyp

Logotyp – regionala och lokala föreningar

Logotypen får aldrig förvanskas eller skevas på något sätt utan ska alltid användas i sin helhet. Texten "Astma och Allergi Förbundet" får heller aldrig lyftas ur och ersättas av föreningsnamnet.

Föreningens namn kan användas i anslutning till logotypen på två sätt:

Centrerat under

Om föreningsnamnet placeras under logotypen får namnet inte skrivas i för stor grad så att namnet blir för långt. Kombinationen av logotyp och föreningsnamn ska upplevas välbalanserad. Notera att placeringen av namnet är ett undantagsfall för frizonen.

Till höger om logotypen

Om föreningsnamnet placeras till höger om logotypen kan man använda en större grad på typsnittet. Notera att placeringen av namnet är ett undantagsfall för frizonen.

Typsnitt

Avant Garde Demi är det typsnitt som ska användas. Färgen som logotypen har styr färgen på namnet. Är logotypen blå är namnet blått, är logotypen svart är namnet svart.



Undervarumärken

Astma- och Allergiförbundet har flera undervarumärken som är starkt kopplade till förbundet, men som har stark egen identitet – ofta med egen webbplats och marknadsföring.

De grafiska reglerna kring undervarumärken är att cirkeln och förbundets namn är nedtonat i 30 procent av PMS 300, för att sätta fokus på undervarumärket. Namnet för undervarumärket skrivs versalt runt logotypen i typsnittet Avant Gard Demi.

Logotyperna får inte användas i annan färg än blått som utgår från PMS 300, samt i svart eller vitt.



C: 100% R: 0
M: 57% G: 96
Y: 4% B: 167
K: 1%

0060A7



C: 0% R: 0
M: 0% G: 0
Y: 0% B: 0
K: 100%

000000



C: 0% R: 255
M: 0% G: 255
Y: 0% B: 255
K: 0%

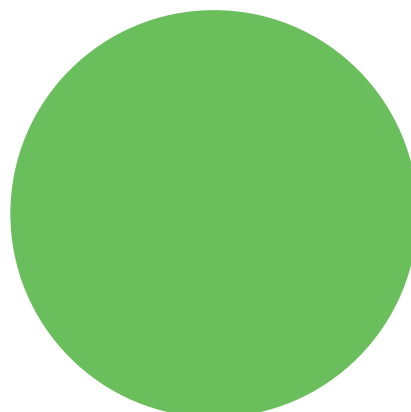
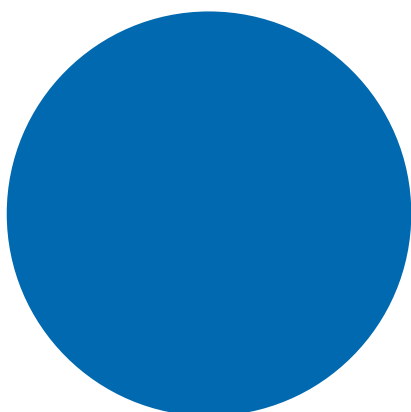
ffffff

Huvudfärger

För att upprätthålla Astma- och Allergiförbundets starka identitet och höga igenkänning så måste våra huvudfärger användas konsekvent. PMS 300 är logotypens färg, PMS 360 är payoffens färg.

Den blå färgen används primärt som bakgrundsfärg i samband med logotypen, till menyer på hemsidan, i Power Points och ibland till rubriker.

Den gröna färgen används till vår payoff, symboler och till huvudrubriker. Den kan även användas som bakgrundsfärg i samband med våra symboler.



C: 100% R: 0
M: 57% G: 96
Y: 4% B: 167
K: 1%

**Pantone
300**

0060A7




C: 61% R: 108
M: 0% G: 192
Y: 86% B: 74
K: 0%

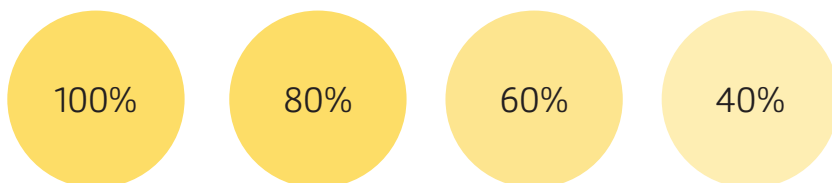
**Pantone
360**


6CC04A

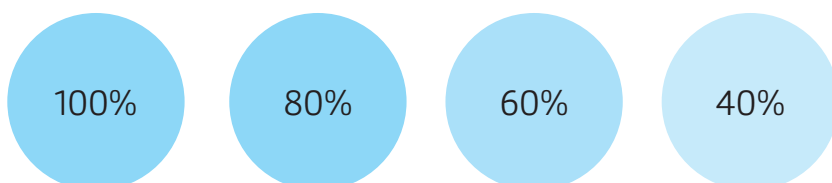
Komplementfärger

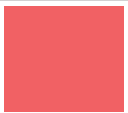
För att ge Astma- och Allergiförbundets en bredare, mer användbar grafisk profil finns det fem komplementfärger att arbeta med. De kan användas till färgblock, bakgrunder och illustrationer.

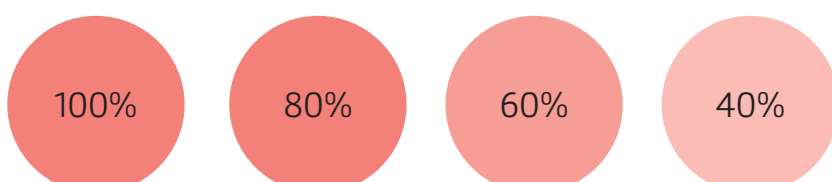
	C: 0% M: 13% Y: 88% K: 0%	R: 255 G: 217 B: 35
Pantone 115	# FFD923	

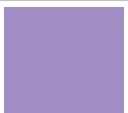


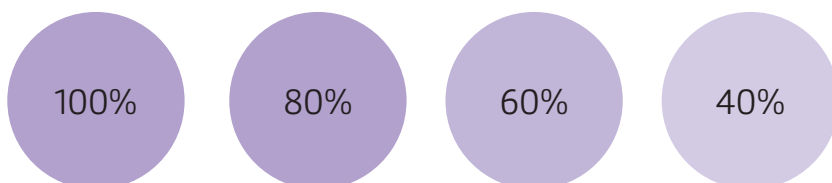
	C: 50% M: 0% Y: 0% K: 0%	R: 131 G: 208 B: 245
Pantone CYAN 50%	# 83D0F5	

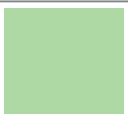


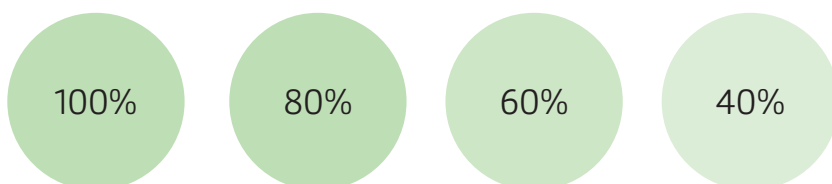
	C: 0% M: 77% Y: 54% K: 0%	R: 255 G: 89 B: 89
Pantone 178	# FF5959	



	C: 37% M: 45% Y: 0% K: 0%	R: 176 G: 150 B: 218
Pantone 2645	# B096DA	



	C: 33% M: 0% Y: 45% K: 0%	R: 187 G: 217 B: 164
Pantone 360-50%	# BBD9A4	



Områdessymboler

Vår verksamhet omfattar för tillfället femton områden som identifierats som kommunikativt viktiga. Varje område har fått en egen symbol, som används för att hjälpa målgruppen att lättare hitta det område som är aktuellt för just hen.

Symbolerna används i broschyrer, på hemsidan, affischer och kampanjer med mera, där vi vill förtydliga vilket område det handlar om.



Läkemedels-
överkänslighet



Geting- och
biallergi



Pälsdjursallergi



Doftöver-
känslighet



Matallergi



Växter



Laktosintolerans



Eksem



Astma



Pollenallergi



Celiaki



Rinit



Anafylaxi



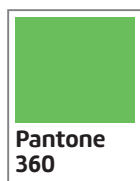
Kvalster



Rökning

Symbolernas färg

Symbolerna får inte användas i annan färg än i grönt som utgår från PMS 360, samt i svart eller vitt. Symbolerna får endast tonas i svart, medan de i grönt och vitt alltid ska tryckas i 100 procent.



C: 61% R: 108
M: 0% G: 192
Y: 86% B: 74
K: 0%

**Pantone
360**

6CC04A



C: 0% R: 0
M: 0% G: 0
Y: 0% B: 0
K: 100%

**Pantone
Black**

000000



C: 0% R: 255
M: 0% G: 255
Y: 0% B: 255
K: 0%

**Pantone
White**

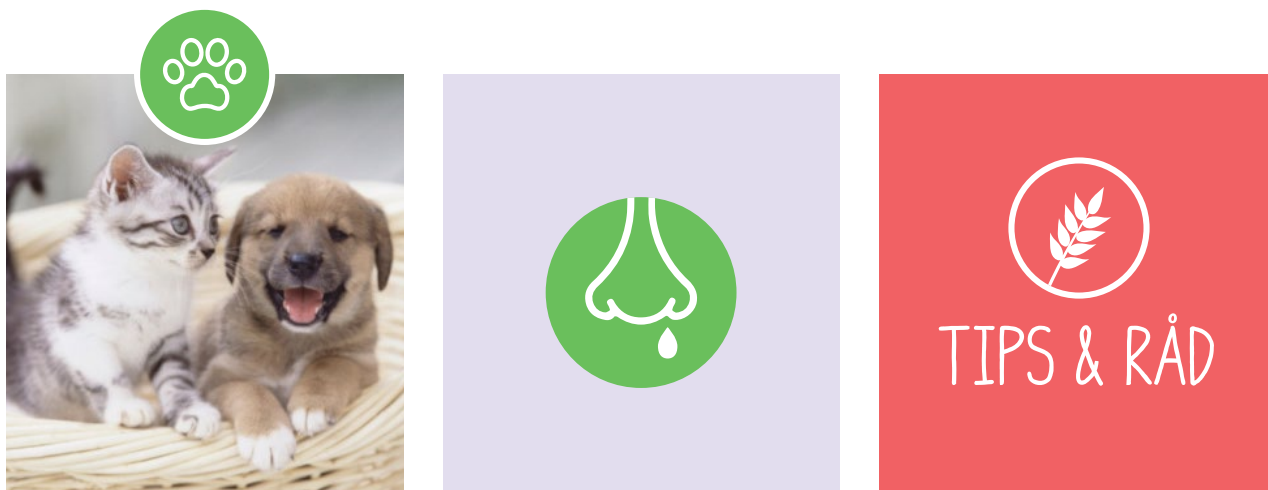
ffffff



Områdessymboler – användning

Symbolerna kan användas vid många tillfällen, bland annat på broschyrer, hemsidan, produktblad och annonser.

Symbolerna finns i grönt eller vitt. De färgade symbolerna finns även med en vit outline för att kunna läggas mot bilder eller färgplattor. De vita är utstansade, det vill säga att de endast består av vita outlines, och används främst på färgade plattor.



Områdessymboler – med text

Symbolerna kan kompletteras med text som förtydligar området. Det kan göras på nedan redovisade fyra sätt. Textens färg styrs av symbolens färg. Grön symbol får alltså grön text.



Tilltalston i skrift

En stor del av befolkningen har någon form av astma och/eller allergi, men långt ifrån alla som berörs är medlemmar i Astma- och Allergiförbundet. För att få fler att engagera sig i våra frågor och/eller donera till oss, ska vår tilltalston i skrift dels vara trovärdig och kunskapsrik, dels positiv. Vi ska upplevas som en organisation för hälsofrågor som verkar för att stärka individens resurser så denne kan hantera sin allergiska sjukdom på ett bra sätt.

Bildspråk

Vårt bildspråk bygger vidare på tilltalstonen i skrift. Bilderna lyfter fram de positiva aspekterna av vårt arbete, att vi genom samhällspåverkan och spridandet av kunskap ger fler människor möjligheten att leva friskare liv.



Generella bilder

Äkta, positiva och inbjudande bilder som anknyter till det aktuella ämnet, till exempel laktosintolerans och skolmiljö. Bilderna ska upplevas som pigga, men det är viktigt att de inte upplevs för reklamiga.

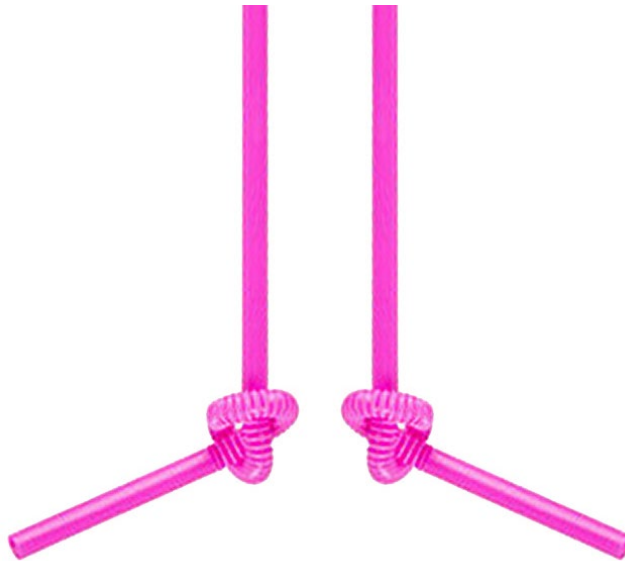


Redovisande bilder

Här finns större spelrum för att använda den bild som för tillfället behövs, oavsett om det är en bild på utslag eller någon som tar medicin. Det främsta kravet är att bilderna upplevs professionellt fotograferade.



PARFYM LUKTAR
SJUKT GOTT FÖR VISSA.
ANDRA BLIR BARA SJUKA.



MED EN ASTMADIAGNOS KAN
DU DRA EN LÄTTNADENS SUCK

Kampanjbilder

När vi gör en kampanj står budskapet i fokus. Bilden kan i högsta grad vara en del av budskapet, men får samtidigt inte stjäla all uppmärksamhet. Därför undviker vi utfallande fotografier och väljer i stället att visa enskilda objekt som frilagts, för att kunna jobba med en neutral bakgrund.

Typografi – standardtypsnitt

Typsnitt är en viktig del i en stark grafisk profil. Precis som vi vill att logotypen och huvudfärgerna ska stärka vår identitet, ska typografin också göra det. Våra standardtypsnitt är Amelia och Open Sans.

Rubriktypsnitt – Amelia Black

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzaöö
ABCDEFGHIJKLMNopqrstuvwxyzåäö
0123456789 !"#€%&/()=?

Mellanrubriker – Amelia Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzaöö
ABCDEFGHIJKLMNopqrstuvwxyzåäö
0123456789 !"#€%&/()=?

Ingress – Amelia Regular/Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzaöö
ABCDEFGHIJKLMNopqrstuvwxyzåäö
0123456789 !"#€%&/()=?

Brödtext – Open Sans Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzaöö
ABCDEFGHIJKLMNopqrstuvwxyzåäö
0123456789 !"#€%&/()=?

Exempel

Rubriker sätts primärt i vår gröna färg PMS 360, svart eller vitt.

Fakta om allergi

molupta vel mini blamusdam, temolor sit debiti ute duciis dollenis et labore vel ea volectae necaborero bea qui cup

Ingress, mellanrubriker och brödtext sätts i svart eller vit text.

Molupta vel mini blamusdam, temolor sit debiti comni ute duciis labore vel ea volectae necaborero bea qui cuptate nonsend aepelis sequae que dolorenia ditistotatis si bersperest rest harchillabo. Git quis elibusant, occaborem et odis dolo dolecerferit omnimusdam assi cum dolupta quodi siminum quam, eos ipient fugia.

Symptom

Molupta vel mini blamusdam, temolor sit debiti comnimod ute duciis et labore vel ea volectae necaborero bea qui cuptate nonsend aepelis, conecepuadis sequae que dolorenia ditistotatis si bersperest. Aniatemquam et qui sum liation.

Typografi – effekttypsnitt

Till kampanjer har vi ett effekttypsnitt för att ge våra budskap mer uppmärksamhet. Typsnittet heter Hello I Like you. Det kan också användas för faktarutor (såsom "Tips & råd") i bland annat trycksaker. Typsnittet finns i två grader. Bold används främst till vit text i mindre format.

Effekttypsritt – Hello I Like You Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
0123456789 !"#€%&/()=?

Effekttypsritt – Hello I Like You Bold (för negativ text)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
0123456789 !"#€%&/()=?

Exempel



PARFYM LUKTAR
SJUKT GOTT FÖR VISSA.
ANDRA BLIR BARA SJUKA.

Vid kampanjer sätter vi texten i svart och använder Hello I Like You Regular

TIPS & RÅD

Con re assequis animinverro
del magniendel excerumquas
volesecusam, ut moluptio officit
pore placcul laboribus as sim
ptibus non

Om negativ text (vit) används, se till att bakgrundsfärgen har tillräcklig kontrast mot den vita texten så den blir ordentligt läsbar.

I exemplet ovan är följande typsnitt använda:
Rubrik - Hello I like You Bold
Bröd - Open Sans Regular

Typografi – digitala produktioner

I redigerbara digitala produktioner använder vi oss av så kallade "Web core fonts". Det innebär att de är installerade i nästan alla datorer som standard. Exempel på redigerbara digitala produktioner är webbplatser, Power Points, Worddokument och e-post.

Rubriktypsnitt – Arial Black eller Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
123456789 !"#€%&/()=?@®

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
123456789 !"#€%&/()=?@®

Rubriktypsnitt – Arial Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
123456789 !"#€%&/()=?@®

Exempel

Fakta om allergi

molupta vel mini blamusdam, temolor sit debiti ute duciis dollenis et labore vel ea volectae necaborero bea qui cuptate nonsend aepelis


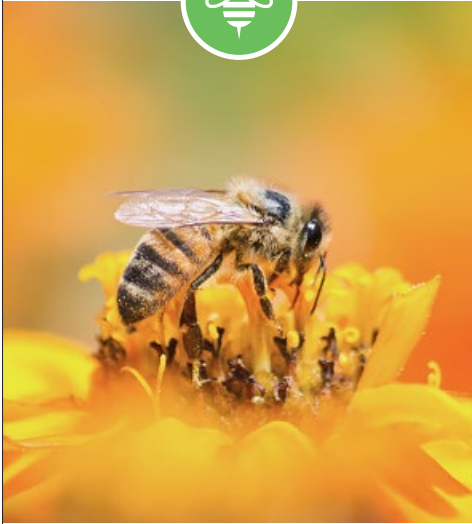
Molupta vel mini blamusdam, temolor sit debiti comni ute duciis labore vel ea volectae necaborero bea qui cuptate nonsend aepelis sequae que dolorenia ditistotatis si bersperest rest harchillabo. Git quis elibusant, occaborem et odis dolo dolecerferit omnimusdam assi cum dolupta quodi siminum quam, eos ipient fugia iliti dolorias dolupiti oditat.

Symptom

Molupta vel mini blamusdam, temolor sit debiti comnimod ute duciis et labore vel ea volectae necaborero bea qui cuptate nonsend aepelis, conecepuis sequae que dolorenia ditistotatis si bersperest. Aniatemquam et qui sum liation.

Exempel på enheter

Geting- och biallergi



Informationsblad från Astma- och Allergiförbundet
Box 170 69, 104 62 Stockholm
info@astmaochallergiforbundet.se
www.astmaochallergiforbundet.se
Telefon: 08-506 28 200



Hund i vård och omsorg

Con re assequis animinverro del magniendel excerumquas volesecusam, ut moluptio officit pore placcul laboribus as simpere ptibus non conse pero tem rest, soloribus volorectem harit

Con re assequis animinverro del magniendel excerumquas volesecusam, ut moluptio officit pore placcul laboribus as simpere ptibus non conse pero tem rest, soloribus volorectem harit res molore porae. Os pos explaci minist, tor susamus, volor apera nobistium eatur, omniet et quia imin expero eium at.

Uga. Event, sandi tecto estiume volupta tessit pe nonsed qui illabor ehendi dolorendis ne pra prendi tectusapis est volore volupta quaiur? Fic to qui saeporepedi tectentia pra non eserio omnihil moluptaque sum dem rem. Rorepudam atur suntemos untis ataqi nonsedi dolenti alit eosantius am a consequo blab id ma nima nos vel est ditinicipet aut volupta tectiatibus aut volorrovit eatur modit offic te et ipsapis suscipis undipsum atem ne que poris sanit re vollaboresto te la dus. Asperorem dolor ratem quam volupur, iuntotati alta voloria velendem corro et quas rempore perio.

Tem estibus sunteni tatem. Itaspit am quas eniae demque dolupient occus similla borrumet et volorrum fugiasp erspedi ideles dolupiento te nulluptat derehenem que et es dolupturit excepuda pernam, cor aut arum quam, tectium rento totatiberro berores equam, commoluptum harum voluptatur modis dolorei catque moluptatum, corio esequi nonem volorum

dolores Ceperemque plaut as denden-tias bea qui cuptate nonsend aepelis sitaect amustem quam que pratum soluptatus magni del magnatur, omni quasperum di con exerum vit, as es nus dolorestorem facepe eicabo. Itas ese ommos sequaspedi inisqui blabo. Lor autatem voloria et doluptae ipsandam in conesti aepedio que volo eos invel mo occusam rest es enihicta quam quidellam que nus as quam quidend ebittas doles eicae omnimum minum quassit quam alit modia volupiti doluptaquam quoditae nullend iciaernam.


Källor
molupta vel mini blamusdam, temolor sit debiti commimod ute ducius dollenis et labore vel ea voliectae necaborero bea qui cuptate nonsend aepelis

sitaect amustem quam que pratum soluptatus magni del magnatur, omni quasperum di con exerum vit, as es nus dolorestorem facepe eicabo. Itas ese ommos sequaspedi inisqui blabo. Lor autatem voloria et doluptae ipsandam in conesti aepedio que volo eos invel mo occusam rest es enihicta quam quidellam que nus as quam quidend ebittas doles eicae omnimum minum quassit quam alit modia volupiti doluptaquam quoditae nullend iciaernam.


TIPS & RÅD

Con re assequis animinverro del magniendel excerumquas volesecusam, ut moluptio officit pore placcul laboribus as simpere ptibus non conse pero tem rest, soloribus volorectem harit res molore porae. Os pos explaci minist, tor susamus, volor apera nobistium eatur, omniet et quia imin expero eium at.

Uga. Event, sandi tecto estiume volupta tessit pe nonsed qui illabor ehendi dolorendis ne pra prendi tectusapis est volore volupta quaiur? Fic to qui saeporepedi tectentia pra non eserio omnihil moluptaque sum dem rem. Rorepudam atur suntemos untis ataqi nonsedi dolenti alit eosantius am a consequo blab id ma nima nos vel est ditinicipet aut volupta tectiatibus aut volorrovit eatur modit offic te et ipsapis suscipis undipsum atem ne que poris sanit re vollaboresto te la dus.




Mina sidor | Anpassa text | Language



Information & råd Engagera dig Vårt arbete Förbundet Nyheter Svalanmärkt Bl medlem

IRRITERANDE SÖTA



Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur adipiscing elit, sed do eiu smod tempor incididunt ut labore et dolore.

Läs mer om pätsallergier

Allt du vill veta om XXXXX

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore.

Insamling pågår: BARNALLERGIFONDEN

Donera nu