

Brand Guidelines

**Akademikernas
a-kassa.**

Innehåll

VARFÖR EN GRAFISK MANUAL?

Vår verksamhet är beroende av ett starkt och tydligt varumärke. Vår grafiska manual är ett viktigt redskap i arbetet med att tydliggöra vår verksamhet. Här finns regler och praktisk information om bland annat typsnitt och annat som är viktigt för dig som arbetar med den grafiska utformningen av vår kommunikation. Det är inte meningen att denna guideline skall vara ett hinder för en flexibel designproduktion, men den skall främst agera som en vägvisare för en givande arbetsprocess.

01. Logo

02. Symbol

03. Färger

04. Typografi

05. Ikoner

01. Logo

HUVUDLOGOTYPE

Logotypen är vårt ansikte utåt. Därför är det viktigt att den alltid används på rätt sätt, att den håller hög kvalitet och är tydlig i alla sammanhang där vi syns.

Logotypen är vårt varumärke och det är viktigt att den används rätt så att omvärlden alltid får en enhetlig och tydlig bild.

Logotypen får aldrig förvanskas eller skevas på något sätt utan ska alltid användas i sin helhet.

Akademikernas a-kassa.

SVART

**Akademikernas
a-kassa.**

NEGATIV / VIT

**Akademikernas
a-kassa.**

MINSTA STORLEK = 20 MM

Akademikernas
a-kassa.

FRIYTA = HÖJDEN HOS BOKSTAVEN A

▷ ^A Akademikernas ◁
a-kassa.

02. Symbol

BILDMÄRKE

Vårt bildmärke "stora A" är en symbol för vår verksamhet. Symbolen är inte en logotyp utan bör alltid användas tillsammans med logotypen. Det kan dock användas ensam som t ex avatar eller pins där ytan är för liten för logotypen men då skall berättarministeriet vara närvarande i textform.

Minsta storlek för symbolen är bredden 10 mm.



03. Färger

HUVUDFÄRG

En stor del av vår visuella identitet kan härledas till färganvändningen. För att upprätthålla vår starka identitet och höga igenkänning så måste vår huvudfärg användas konsekvent.

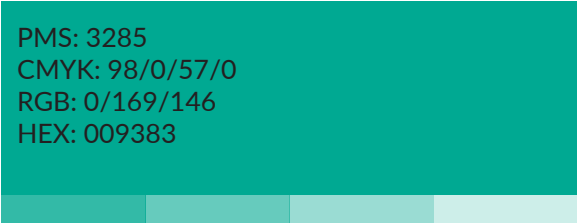
En passande färg som både vit och svart text kan appliceras på.

Fyrfärg/cmyk innebär tryck med tryckteknikens tre grundfärger cyan (C), magenta (M) och gul (Y) samt svart (K). De blandas i nämnda ordning, i varierande proportioner, för att ge önskad färg.

Pantone eller PMS är ett internationellt system för benämning av ett tusental färger. Används i stor utsträckning av formgivare och tryckerier. Färgerna redovisas i kataloger tillsammans med recept på hur de blandas.

RGB eller sRGB står för blandningen av grundfärgerna rött (R), grönt (G) och blått (B), speciellt anpassad för visning på skärm.

FÄRGKODER



PMS: 3285
CMYK: 98/0/57/0
RGB: 0/169/146
HEX: 009383

03. Färger

KOMPLEMENTFÄRG

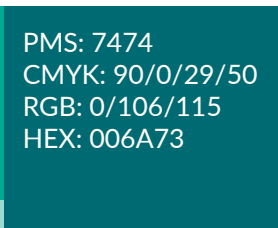
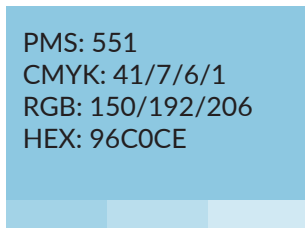
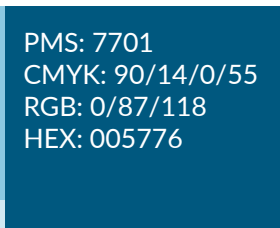
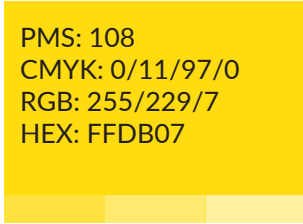
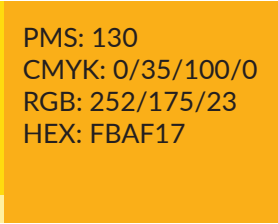
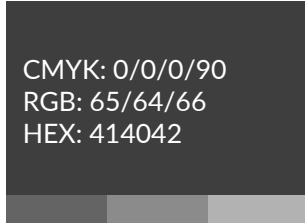
Vi har en rik färgpalett för att ge liv till vår gröna huvudfärg. För en bredare, mer användbar grafisk profil finns det komplementfärger att arbeta med. De kan användas till färgblock, bakgrunder och illustrationer.

Fyrfärg/cmyk innebär tryck med tryckteknikens tre grundfärger cyan (C), magenta (M) och gul (Y) samt svart (K). De blandas i nämnda ordning, i varierande proportioner, för att ge önskad färg.

Pantone eller PMS är ett internationellt system för benämning av ett tusental färger. Används i stor utsträckning av formgivare och tryckerier. Färgerna redovisas i kataloger tillsammans med recept på hur de blandas.

RGB eller sRGB står för blandningen av grundfärgerna rött (R), grönt (G) och blått (B), speciellt anpassad för visning på skärm.

FÄRGKODER

 PMS: 3285 CMYK: 98/0/57/0 RGB: 0/169/146 HEX: 009383	 PMS: 7474 CMYK: 90/0/29/50 RGB: 0/106/115 HEX: 006A73	 PMS: 551 CMYK: 41/7/6/1 RGB: 150/192/206 HEX: 96C0CE	 PMS: 7701 CMYK: 90/14/0/55 RGB: 0/87/118 HEX: 005776
Grön - huvudfärg	Grön - kontrastfärg	Blå - huvudfärg	Blå - kontrastfärg
 PMS: 108 CMYK: 0/11/97/0 RGB: 255/229/7 HEX: FFDB07	 PMS: 130 CMYK: 0/35/100/0 RGB: 252/175/23 HEX: FBAF17	 CMYK: 0/0/0/90 RGB: 65/64/66 HEX: 414042	 PMS: BLACK CMYK: 0/0/0/100 RGB: 0/0/0 HEX: 000000
Gul - huvudfärg	Gul - kontrastfärg	Grå	Svart

03. Färger

ANVÄNDNING

Den bifogade bilden visar det ungefärliga procentuella användningen av färgpaletten i det totala uttrycket.



04. Typografi - huvudtypsnitt

TYPSNITT

Till vardags, i brev, PowerPoint, som huvudsnitt på hemsidan och annat egenproducerat material, använder vi Lato som typsnitt.

Google Fonts.

Lato finns i familjen:

Hairline

Hairline Italic

Thin

Thin Italic

Light

Light Italic

Regular

Regular Italic

Bold

Bold Italic

Semibold

Semibold Italic

Bold

Bold Italic

Heavy

Heavy Italic

Black

Black Italic

LATO

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

TUVWXYZÅÄÖ 0123456789

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö

04. Typografi - brödtext

TYPSNITT

Vid behov, som typsnitt för brödtext använder vi för enkelhets skull Lora som typsnitt.

Google Fonts.

Lora finns i familjen:

Regular

Regular Italic

Bold

Bold Italic

LORA

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

TUVXYZÅÄÖ 0123456789

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö

04. Typografi - effekttypsnitt

TYPSNITT

Används mer sparsamt och som rubrik, siffermarkering eller liknande effekt.

Typsnittet kan gratis laddas ned här:

<https://www.fontfabric.com/fonts/perfograma/>

PERFOGRAMA

A B C D E F G H I J K L N O P Q R S

T U V X Y Z Å Ä Ö

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

05. Ikoner

ILLUSTRATIONSMANÉR

Ibland är det svårt att kommunicera med bilder. Då är ikoner/illustrationer ett alternativ. Illustrationer kan användas för att förklara ett komplext sammanhang, förtydliga en funktion eller förstärka ett budskap. De kan också finnas med i dekorationssyfte.

En annan möjlighet är att kombinera bilder och illustrationer. I den grafiska profilen finns ett grundläggande linjärt illustrationsmanér som är inspirerat av vår logotyp. Illustrationer ritas fram efter behov.

EXEMPEL PÅ IKONER



Bli medlem



Ditt medlem



Regler & villkor



Sök ersättning