

Grafiska riktlinjer

Senast uppdaterad: 13.10.2021



Svenska Röda Korset
UNGDOMSFÖRBUNDET

1. Tonalitet

1. Vi talar TILL, inte OM unga

2. "Den trygga kompisen"

3. Personligt

4. Avdramatiserat

5. Tillgängligt

6. Engagerat

2. Logotyp

Primärlogotyp och frizon

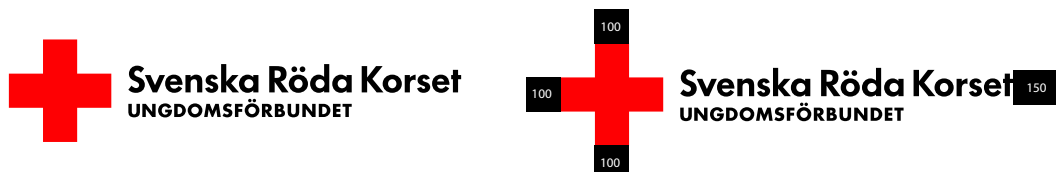
Nedan, på första bilden ser på Röda Korsets Ungdomsförbunds huvudsakliga logotyp, och den som alltid används i första hand när vi är avsändare.

Texten och korset i vår logotyp utgör en enhet, vilket innebär att de alltid ska skalas proportionerligt till varandra. Logotypen används konsekvent i svart mot vit bakgrund.

De två textraderna ska alltid vara centrerat i förhållande till korset. Runt logotypen finns en frizon där ingenting får placeras. Frizonen runt logotypen är lika med bredden på korsets "arm". Se bild nedan.

Organisationssymbolen/logotypen får aldrig göras om eller förändras. Korset måste alltid vara rött och bakgrunden vit.

Logotypen placeras i regel i nedre höger hörnet. Om det absolut inte går kan det placeras i nedre vänster hörn. Placera aldrig logotypen i övre sidhörn när du använder den.



Exempel på placering av logotyp

Kärlek

och respekt

Röda Korsets ungdomsförbund
bedriver verksamhet på plats och
digitalt för barn och unga i Sverige.
Vi kämpar för humanitet och
medmänsklighet varje dag.
Vi engagerar barn och unga,
skapar respekt för människovärdet,
förhindrar och lindrar mänsklig
lidande och ökar förståelsen
mellan människor emellan.

Sekundär logotypversion

Vi har en primärlogotyp, men för att möta organisationens skiftande behov finns även en sekundärlogotyp vi kan använda oss av. Detta gör att vi kan garantera god synlighet i alla lägen, samtidigt som vi säkerställer att vi alltid har ett enhetligt uttryck. Det skapar tydlighet och stärker vårt varumärke.

Den sekundära logotypen används endast i undantagsfall när den primära ej går att använda. Den sekundära logotypen kan användas i ovanligt små storlekar och på vissa specifika produkter i särskilda format, t ex pins, tryckmaterial och flaggor. Vi använder denna logotyp främst på sociala medier i dagsläget för att texten "Ungdomsförbundet" tydligt ska synas.

Vid frågor gällande när du kan använda den sekundära logotypen, kontakta kommunikator.



3. Designkonsept & grafiska riktlinjer

Typsnitt

I annonser, affischer och annat formgivet material använder vi Futura Std- och ingen annan futuravariant!
Har ni inte tillgång till typsnittet och behöver skapa ett dokument med detta typsnitt prata med kommunikötör.

Rubrik: Futura Std Bold

Exempel på rubrikttext

Brödtext: Futura Std Book

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut magna aliqua.

Citat: Futura Std Bold

“Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut magna aliqua.”

Kontor/ersättningstypsnitt

I Officedokument använder vi Arial i rubriker och kortare texter, och Times New Roman i längre texter.

Rubrik: Arial Bold/Fet

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
0123456789 0123456789

Kortare text: Arial

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
0123456789 0123456789

Brödtext: Times new roman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
0123456789 0123456789

Att tänka på

- Rubriker skrivs med fördel i en stor grad, så att de tar för sig på ytan.
- Rubriker är med fördel korta och slagkraftiga.
- Brödtexter skrivs i en tydligt mindre grad för att uppnå en tydlig hierarki.
- Både rubrik och brödtext vänsterställs.

Primärfärger

Byggstenarna finns i tre färger: rött, lila, lavendel och svart. Till varje färg finns en tillhörande typografisk färg, som används när du skriver text i byggstenen. Vit bakgrund förutsätter svart text och/eller logotyp. Observera att den röda färgen används primärt i varumärkesbyggande sammanhang och den mörklila i övriga fall.



Röd byggsten

C 0
M 100
Y 100
K 0

R 227
G 0
B 11

HEX #e3000b

Lila byggsten

C 100
M 100
Y 19
K 6

R 40
G 17
B 125

HEX #28117D

Lavendel byggsten

C 6
M 14
Y 0
K 3

R 232
G 213
B 247

HEX #E8D5F7

Svart byggsten

C 0
M 0
Y 0
K 100

R 0
G 0
B 0

HEX #000000

Färgkompisar

Förutom de primära färger som presenterats ovan har vi även tre primärfärger som går bra att använda i kombination med ovanstående färger. Detta gäller endast när det finns ett tydligt syfte att addera fler färger i en design/layout.

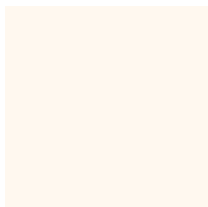


Gul

C 0
M 13
Y 65
K 0

R 255
G 222
B 89

HEX #ffde59

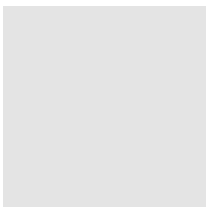


Ljusgul

C 0
M 3
Y 6
K 0

R 255
G 248
B 239

HEX #fff8ef



Grå

C 0
M 0
Y 0
K 11

R 228
G 228
B 228

HEX #e4e4e4

4. Bildspråk

Bilder

De bilder och fotografier vi använder inom organisationen är i första hand egenfotade och sekundärt genrerbilder/stockbilder från Canva. Så länge vi använder bilder som vi själva tagit eller från Canva kan vi med säkerhet veta att vi har rättigheter för dem.

Våra bilder ska:

- Vara anpassade/talande för sitt sammanhang
- Kännas levande och autentiska - utan att vara övertydliga
- Vara högkvalitativa
- Vara "krispiga", dvs starka kontraster (det mörka är mörkt och ljusa är ljust i bilden)
- Vara i färg - ej svartvita

Att välja bild

Det finns tre sätt att hitta bilder på Röda Korsets Ungdomförbund:

1. I Canva, mappen "Bildbank" som är fäst i vänstra menyraden
2. I SharePoint: Röda Korsets Ungdomsförbund > Dokument > Kommunikation > Mediabank
3. Svenska Röda Korsets bildbank: <https://mediabank.rodakorset.se>

Letar du efter en specifik bild från ett tidigare event är det enklast att gå via Shairpoint. Ska du däremot publicera ett inlägg på sociala medier eller webben och behöver en genrerbild eller dyl är det enklast att gå via Canva. Från och med sommaren 2021 hittar du utvalda bilder av hög kvalitet i mappen "Bildbank" i Canva.