GRAFISK MANUAL

2020-04-02

AcadeMedia

AcadeMedia är norra Europas största utbildningsföretag och Sveriges näst största utbildningsanordnare (bara Stockholms stad är större). AcadeMedia har verksamheter i hela utbildningskedjan: förskola, grundskola, gymnasieskola och vuxenutbildning.

AcadeMedia består av människor som brinner för att skapa ett bättre och mer hållbart samhälle, med utbildning och lärande som grund. Vi rustar våra barn, elever och vuxenstuderande med kunskaper och bildning och vi ger dem förutsättningar att kunna forma sin egen framtid.

ACADEMEDIA | Tel. 08 - 794 42 00 | Box 213 | 101 24 Stockholm

www.academedia.se | info@academedia.se

Innehåll

1. Den grafiska profilen 4
1.1 Varför behöver vi en grafisk profil? 4
2. Typografiska grundbegrepp 5
3. Namnet 6
3.1 Stavning 6
4. Logotypen 7
4.1 Hur ska logotypen användas? 7
4.2 Logotypens frizon 7
4.3 Interna logotyper för staberna 8
4.4 Godkända bakgrunder 9
5. Typografi 10
5.1 Huvudtypsnitt (tryck) 10
5.2 Sekundärt typsnitt (kontor) 10
5.3 Webbtypsnitt 11
6. Färger 12
6.1 Koncernfärg 12
6.2 Komplementfärger 12
6.3 Undantag för webbplatsen 12
7. Formspråk 13
7.1 Färg i text och plattor 13
7.2 Grafiska element 13
7.3 Färgrutor 14
8. Bilder och foto 15
8.1 Bildstil 15
8.2 Bildavstånd 15
9. Trycksaker 16
9.1 Visitkort 16
9.2 Kuvert 17
9.3 Profilmaterial 18
9.4 Rollup 19
9.5 Vepa 20
9.6 Knapp 21

1. Den grafiska profilen

1.1 Varför behöver vi en grafisk profil?

En konsekvent använd grafisk profil stärker AcadeMedias identitet. En välformulerad säljande annonstext, ett kundbrev – oavsett hur genomtänkt/ vänligt/korrekt det är skrivet – har ändå betydligt svårare att förmedla sitt budskap om formen inte är lika väl avvägd och professionellt utförd. Om logotypen är obalanserad, färgerna inte harmonierar eller typografin är rörig så kommer helhetsintrycket att försämras väsentligt.

Den grafiska profilen bidrar till en helhet som skiljer AcadeMedia från andra företag och ökar tydligheten i AcadeMedias budskap. Sättet AcadeMedia presenteras grafiskt och i text ska vara konsekvent och förmedla ambitionen att vara attraktiva, lärande, effektiva och innovativa. AcadeMedia är en koncern som siktar på att ligga i framkant, med ständig rörelse framåt, vilket är i enlighet med vår mission.

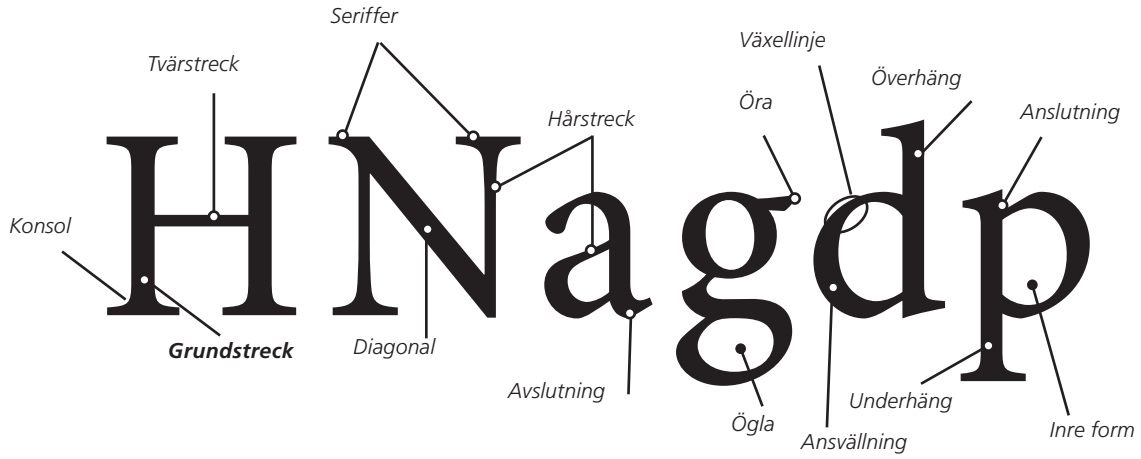
Denna manual innehåller kortfattad information och riktlinjer om de viktigaste beståndsdelarna i AcadeMedias grafiska profil, såsom logotyp, grafiska element, färger, bildspråk, typografi och texter.

Här finns också exempelmallar för några vanligt förekommande trycksaker och annonser. Manualen ska användas vid produktion av trycksaker, annonser, webbsidor och annat material där AcadeMedia står som avsändare.

Den grafiska profilen är konstant under utveckling, men dessa riktlinjer är till för att underlätta i arbetet med att ta fram material för AcadeMedia. Är du det minsta osäker på hur logotyp, färger, bilder eller grafiska element ska användas, kontakta AcadeMedias koncernkommunikationsavdelning.

2. Typografiska grundbegrepp

För att ha något att förhålla sig till när det gäller avstånd och marginaler bör vissa typografiska grundbegrepp klargöras. Detta för att avstånden ska vara proportionerliga mot typsnittens storlek och skärning så att det blir en visuell stringens över allt material, oavsett storlek.



Bokstävernas delar.



Typografins höjdsystem.

3. Namnet

3.1 Stavning

Vårt företagsnamn är AcadeMedia. Namnet skrivs alltid versalgement: Versalt ”A” och Versalt ”M”.



~~Academedia~~

~~academedia~~

~~ACADEMEDIA~~

4. Logotypen

4.1 Hur ska logotypen användas?

AcadeMedias logotyp finns i olika utföranden för användning i olika sammanhang. Logotypen finns i svart och vitt och får aldrig förekomma i några andra färger.

Grundutförandet av logotypen är positiv, där färgen är svart mot ljus bakgrund (se exempel nedan). Den negativa logotypen ska användas när bakgrunden gör att en positiv logotyp inte syns så bra. Då kan kontrasten ökas genom att använda den negativa varianten.

I sammanhang där endast gråskala finns att tillgå, används positiv logotyp eller om bakgrunden är mörk den negativa. Tumregeln är att alltid eftersträva största möjliga tydlighet. Vid enstaka tillfällen då namnet AcadeMedia är känt eller framgår på annat sätt, samt placeringens karaktär försvåras av det rektangulära formatet kan den minimerade versionen användas. Till exempel som favicon* på AcadeMedias webbplats.

AcadeMedia

Positiv logotyp

AcadeMedia

Negativ logotyp

4.2 Logotypens frizon

Frizonen är det minsta avståndet mellan logotypen och ett annat grafiskt objekt, bild eller en text. Frizonen gör att vår logotyp inte blandas ihop med andra texter, bilder och symboler. Ingenting bör placeras närmare logotypen än ett avstånd motsvarande den x-höjden. X-höjden är den höjd mellan baslinjen – det vill säga den linje på vilken bokstäverna i regel ”står” – och toppen på lilla bokstaven x. Normalt ryms de flesta gemenerna (de små bokstäverna) inom den här höjden. AcadeMedias logotyp motsvaras x-höjden (se sid. 5) av tex. gemena a.



* En favicon (kort för favorites icon) är en ikon som representerar en webbsida. Den visas vanligen till vänster i adressfältet i de flesta webbläsare när du är inne på sidan och kan även visas i menyer och listor om du väljer att lagra sidan som bokmärke.



4.3 Interna logotyper för staberna

Det finns sedan tidigare logotyper som staberna på AcadeMedia har i sina e-postsignaturer (se bildexempel). Dessa ska inte användas i någon annan kommunikation, utan enbart i e-posten.

AcadeMedia
KOMMUNIKATION

AcadeMedia
INKÖP

4.4 Godkända bakgrunder

Det är tillåtet att placera logotypen mot färgade bakgrunder i koncernens profil- och komplementfärger. I första hand ska då logotypen användas negativt. Läs mer om färger i kapitel 6 sidan 12.

Om logotypen ligger mot en bild, ska den placeras på en ren yta i bilden.

AcadeMedia

AcadeMedia

AcadeMedia

AcadeMedia

AcadeMedia

AcadeMedia

AcadeMedia



Logotyp i bild.

5. Typografi

5.1 Huvudtypsnitt (tryck)

Typsnittet Frutiger används genomgående, ”Frutiger Roman” i rubriker och ingresser. I brödtext används varianten ” Frutiger Light”. Övriga varianter används i brödtext för att markera vissa ord eller stycken.

Frutiger LT Std 45 Light

abcdefghijklmnopqrstuvxyzåää 1234567890
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXYZÅÄÖ ”!?&@€%

Frutiger LT Std 55 Roman

abcdefghijklmnopqrstuvxyzåää 1234567890
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXYZÅÄÖ ”!?&@€%

Frutiger LT Std 65 Bold

abcdefghijklmnopqrstuvxyzåää 1234567890
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXYZÅÄÖ ”!?&@€%

5.2 Sekundärt typsnitt (kontor)

Om inte typsnittet Frutiger finns att tillgå ska det ersättas med Arial. Då används Arial genomgående, Arial Bold i rubriker och ingresser, Arial Regular i brödtext.

Arial Regular

abcdefghijklmnopqrstuvxyzåää 1234567890
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXYZÅÄÖ”!?&@€%

Arial Bold

abcdefghijklmnopqrstuvxyzåää 1234567890
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXYZÅÄÖ ”!?&@€%

5.3 Webbtypsnitt

På AcadeMedias webbplats används typsnittet Gotham. I rubriker används varianten ”Gotham bold” och i brödtext ” Gotham 300”.

Gotham Bold

abcdefghijklmnopqrstuvxyzåääö 1234567890
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXYZÅÄÖ ”!?&@Đ%

Gotham 300

abcdefghijklmnopqrstuvxyzåääö 1234567890
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXYZÅÄÖ”!?&@Đ%



Typsnitt på webbplats.

6. Färger

6.1 Koncernfärg

AcadeMedia använder förutom svart och grått i logotyp och texter, grön som koncernfärg. Den gröna färgen symboliserar tillväxt, förändring och innovation, med koppling till utbildning. Detta symboliserar lärande och kunskapsäpplets gröna färg. Den gröna färgen är även densamma som nyutslagna blad. I det här sammanhanget symboliserar det kunskap som spirar.

PANTONE:	376
CMYK:	50,0,100,0
RGB:	150,190,30
HEX:	9eb337

6.2 Komplementfärger

Dessa färger ska användas mycket och ofta - det är det färgglada som definierar AcadeMedias profil. Färgerna väljs i den ordning som de listas nedan där den första används oftast. Men färgerna ska kompletteras av mycket vit yta och luftig typografi.

PANTONE: CYAN	PANTONE: 187	PANTONE: 137	PANTONE: 261	PANTONE: Rhodamine Red
CMYK: 100,0,0,0	CMYK: 0,100,70,20	CMYK: 0,50,100,0	CMYK: 50,100,10,40	CMYK: 3,89,0,0
RGB: 0,158,224	RGB: 193,0,51	RGB: 242,148,0	RGB: 105,11,84	RGB: 225,50,136
HEX: 00A1E6				HEX: E13288

6.3 Undantag för webbplatsen

På grund av läsbarhet på skärm så kan inte de exakta nyanserna av färgerna ovan användas. För länkar används därför en mörkare nyans av den gröna (RGB: 111,124,39 HEX: 6F7C27). Detta färgvärde kan även användas för tonplattor med negativ text, något som annars inte ska användas.

7. Formspråk

AcadeMedias identitet präglas av den gröna färgen som kompletteras med någon av komplementfärgerna och vita ytor. Känslan i marknadsföringsmaterial för webb och tryck ska vara friskt, luftigt och färgglatt.

7.1 Färg i text och plattor

Texten i AcadeMedias material är svart på vit bakgrund där undantag kan göras för negativ, vit, text mot bakgrund i någon av profilfärgerna. Detta gäller endast för rubriker och kortare textstycken. Marginalen ska då vara dubbelt så stor som rubrikens versalhöjd (se sid. 5). Profilfärgerna används aldrig som textfärg, förutom för eventuella länkar på nätet.

Rubrik

Lorem IpsumIgnissed que dolo con rem. Nam volut inis exerfero blam, tet dusdandiati beaquis int ex elibusArciduciunt volut lamendandae qui to eaqui be.

7.2 Grafiska element

Den grafiska profilen tillåter användning av grafiska element i trycksaker som broschyrer och rollups samt för webb. Dessa utgörs till största del av block i någon av profilfärgerna. Dessa kan användas med eller utan text. Även siluetter, av företrädesvis människor, i någon av profilfärgerna kan användas för att illustrera eller göra materialet mer levande. Människorna symboliserar de barn, elever och deltagare vi har i vår verksamhet, samt våra medarbetare. Siluetterna ska läggas i nederkant av trycksaken eller av webbplatsen.

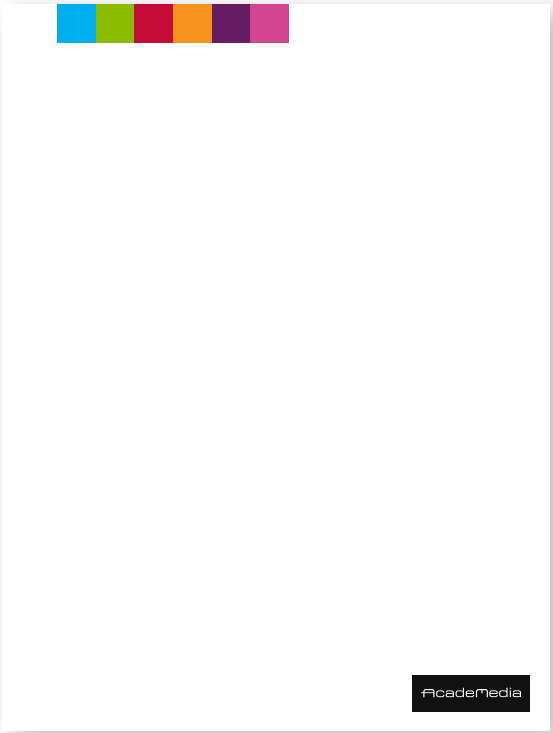


7.3 Färgrutor

Bandet av kvadratiska färgfält kan användas för att förtydliga AcadeMedia som avsändare i annonsering eller vid andra liknande sammanhang. Bandet ska alltid ligga utfallande mot ovan- och nederkanten av marknadsföringsmaterialet eller ett foto med ett avstånd till vänsterkanten på minst en rutas bredd. Avståndet till högerkanten ska alltid vara större än bandets bredd. Färgerna ska alltid vara kvadratiska och får inte tryckas ihop på höjd eller bredd så att en rektangulär form uppstår. Färgbandet får inte heller användas på tonplattor i någon av AcadeMedias profilfärger. Logotypen ska alltid vara med någonstans när färgbandet används.







8. Bilder och foto

8.1 Bildstil

AcadeMedias bilder ska präglas av verksamheten och utstråla lärande och rörelse. Bilderna ska i största möjliga mån innehålla människor och de ska interagera med varandra på en jämlik nivå. Pedagogerna ska inte titta ner på barn/elever/deltagare utan vara aktiva och ute i verksamheten. Det är viktigt att våra bilder symboliserar det mänskliga mötet, gemenskap och framåtanda.

8.2 Bildavstånd

När fotografier används mot eventuella färgrutor och block ska de avgränsas med ett avstånd/linje motsvarande ungefär dubbla bredden av grundstreck (se sid. 5) i rubriken, enligt exemplet nedan. Samma princip gäller när flera bilder ingår i ett collage.



AcadeMedia

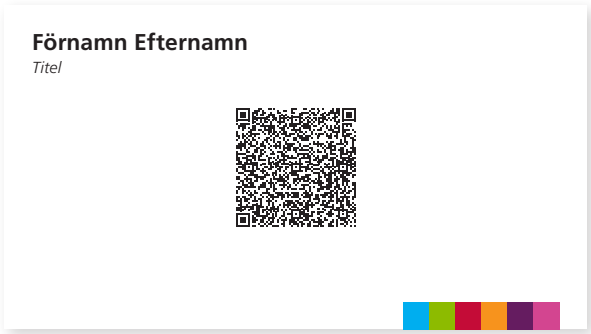
Lärande, Attraktivitet, Effektivitet, Innovation.

Exempel på foto mot angränsande färgat textblock. Jämför bredden på linjerna (grundstrecken) i A och M i rubriken med avståndet mellan foto och färgat block.

9. Trycksaker

9.1 Visitkort





9.2 Kuvert



9.3 Profilmaterial









9.4 Rollup


AcadeMedia
AcadeMedia
delar med sig
AcadeMedia
Change through education

9.5 Vepa



9.6 Knapp





Frågor om den grafiska profilen? Kontakta oss på info@academedia.se

AcadeMedia

Box 213
101 24 Stockholm

Tel: 08 794 42 00