SKOLIDROTTSFÖRBUNDET

GRAFISK PROFIL

2023

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

LOGOTYP	01-03	INSTAGRAM	14-15
TYPOGRAFI	04-06	LINKEDIN	16
FÄRGER	07-08	FACEBOOK	17
DESIGNELEMENT	09-11	NYHETSBREV	18
BILDSPRÅK	12-13	HEMSIDA	19

Detta är Skolidrottsförbundets logotyp. Den ska användas med varsamhet.
På nästa sida finns anvisningar kring användning av logotypen.





LOGOTYP

Korrekt användning

Minsta storlek 20 mm.
Den vita logotypen kan användas med våra primär- och sekundärfärger.





Felaktig användning

Undvik att ändra storlek, beskära eller göra logotypen osynlig bakom bild.
Tänk alltid på logotypens synlighet.







Skolidrottsförbundets logotyp ska synas där förbundet medverkar. Detta gäller även vid samarbeten. Den som är projektansvarig säkerställer att vår logotyps placering, färg och storlek överensstämmer med förbundets grafiska profil.

Eventuell medarrangör eller samarbetspartner kan då framgå både i text och med logotyp. Samarbetspartnerns logotyp får dock inte dominera. I de fall när förbundet inte är huvudavsändare placeras logotypen enligt den arrangören eller partnerns grafiska profil.

LOGOTYP SDF

Korrekt användning

Minsta storlek 20 mm.
Komplettera logotypen med namnet på förbundet i typsnitt (Calibre).





Felaktig användning

Undvik att ändra storlek, beskära, välja egna tyspnitt eller ändra färg på logotypen.
Tänk alltid på logotypens synlighet.







Riktlinjer SDF

Skolidrottsförbundets rekommendation är att alltid använda förbundets logotyp. Det skapar igenkänning och förtroende hos både SDF och förbundet som avsändare. Komplettera med ert namn i förbundets typsnitt (Calibre), nedanför förbundets logotyp. Skolidrottsförbundets logotyp får inte göras om eller manipuleras – eller domineras av annan logotyp eller avsändare.

4.1
RUBRIK OCH KAMPANJ

CLASSROOM JNL

Det är viktigt att tänka på hur förbundet skriver. Sättet som förbundet uttrycker sig på ska anpassas efter respektive målgrupp. Det ska kännas medryckande, välkomnande, avslappnat och rätt i tiden för läsaren.

CLASSROOM JNL används framför allt i texterna, större kampanjer, i sociala medier och på hemsidan. I allt övrigt material används CALIBRE.

CLASSROOM JNL REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
1234567890+’!”#€%&/()=?

Classroom JNL Regular används för huvudrubriker och som kampanjtypsnitt i anpassade storlekar. 14 pt är standard för rubriker. 12 pt för styckesrubriker.

4.2
BRÖDTEXT OCH SYSTEMFONT

CALIBRE

CALIBRE agerar som systemfont. Detta innebär att typsnittet används när CLASSROOM inte är tillgängligt. CALIBRE är även det typsnitt som skrivs i brödtext och i rubriker (när CLASSROOM inte fungerar).

Vill du ha CLASSROOM typsnittet vänligen kontakta Kansliet.

Calibre Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
1234567890+’!”#€%&/()=?

Calibre Medium används vid ingresser. Typsnittet används primärt i svart eller vitt.

CALIBRE BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
1234567890+’!”#€%&/()=?

Calibre Bold för huvudrubriker. 14 pt är standard för rubriker. 12 pt för styckesrubriker.

Medium

Bold

TYPOGRAFI

Användning av typografin ska spegla Skolidrottsförbundets grafiska profil. Därför bör vi undvika att använda typografin på fel sätt. Här presenteras vad som ska undvikas när man använder typsnitten CLASSROOM och CALIBRE.

Om du är osäker, fråga en kollega om läsbarheten av typsnittet.

Korrekt användning

TITEL MED CLASSROOM

Ingressen skrivs med Calibre.

labo. Um re pre, sam qui doloreicate labores a con rem que labore mi, que quunt quasperibus, ut ut asinimus magnatibus doleceatia doluptas velis ra quo tem ipicimo loriam nam, omnit eum comnihit que vid qui omnisi berum psandae ma nihil il in consequi to ium rem. Nam quatassin



Felaktig användning



FELAKTIG ANVÄNDNING AV CLASSROOM

Använd aldrig färger med dålig läsbarhet.

FÄRGER

Den blå färgen är primär och används i första hand, övriga är komplementfärger. Här presenteras färgerna för såväl tryckt som digitalt material. För digitala applikationer, använd RGB eller HEX. För trycksaker, använd CMYK eller PMS.

Vi anpassar färgvalet baserat på vad det är vi kommunicerar. Här är det viktigt att säkerställa läsbarheten och vilken känsla vi vill förmedla.

VIT

RGB 255/255/255
CMYK 0/0/0/0
HEX #ffffff

SVART

RGB 0/0/0
CMYK 0/0/0/100
HEX #000000

BLÅ

RGB 19/101/171
CMYK 100/50/0/1
HEX #1365ab

GRÖN

85/193/104
81/0/83/0
#55c168

ROSA

241/151/205
0/52/0/0
#f197cd

RÖD

236/90/41
0/73/91/0
#ec5a29

BEIGE

249/235/210
0/8/18/0
#f9ebd2

FÄRGER

Korrekt användning



Felaktig användning



På den övre raden syns exempel på hur vi använder färgerna i kombination med text och bild. På den nedre raden syns exempel på hur vi inte använder färgerna.

Om du är osäker på kombinationen av färger fråga en kollega.



DESIGNELEMENT

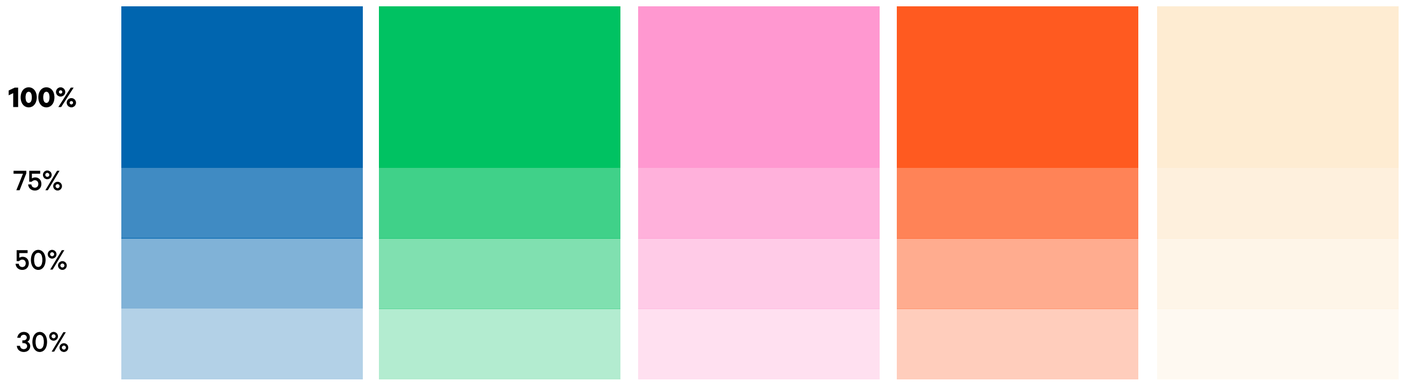
TRANSPARENT DESIGNELEMENT





När vi publicerar bilder i våra sociala kanaler, hemsida eller rapporter använder vi en transparent bakgrund. Den finns tillgänglig i våra fem färger.

När vi använder det transparenta designelementet tänker vi på att anpassa färgen efter bilden och designen. Detta görs genom att dra ner opaciteten till följande procentantal. Osäker? Fråga en kollega om hjälp.



Vid användning av det transparenta designelementet ska du använda de transparenta färgerna i procentsatser. De olika procentsatserna är inte till för tryck.

TRANSPARENT DESIGNELEMENT





Ifall den transparenta plattan inte passar bilden kan en övertoning appliceras. Denna görs genom att välja verktyget övertoningsrutan i exempelvis Photoshop eller InDesign. Övertoningen används när text är svårläst bakom bild. Annars ska transparenta plattan användas i första hand.

BILDSPRÅK











BILDSPRÅK





Alla människor som visas på bild ska behandlas med respekt och omsorg.

Att vara med på bild ska vara frivilligt och för att undvika tvister och missförstånd krävs ett muntligt eller skriftligt samtycke.

Ett samtycke kan tas tillbaka och då har du som redaktör eller ansvarig utgivare ansvar för att bilden, där det är möjligt, genast tas bort. Om du har fått samtycke för ett visst ändamål kan bilden inte automatiskt användas i andra sammanhang.

SKOLIDROTTS-FÖRBUNDETS SOCIALA MEDIER









INSTAGRAM

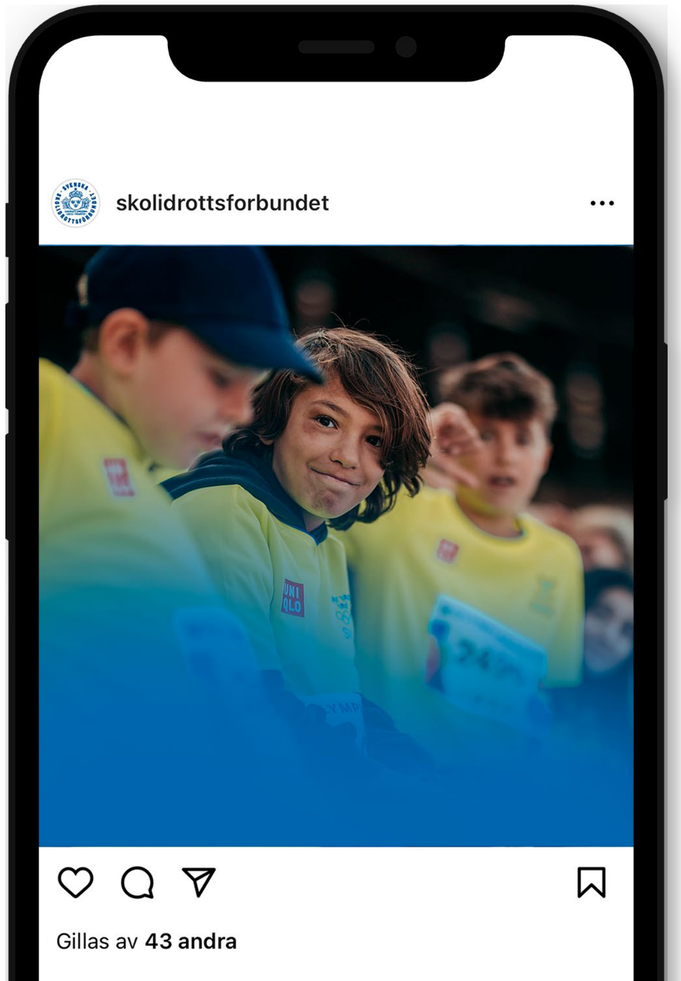
När vi publicerar text på bild i våra sociala kanaler använder vi den transparenta plattan. Om vi vill publicera en vanlig bild behöver inte plattan användas. Prova med en övertoning om plattan inte fungerar.

Vi är även generösa med färg. Använd gärna våra komplementfärger när det passar.

Notera även vilket syfte inlägget har för Skolidrottsförbundet. Se exempel.

Vilken är målgruppen? Vuxenstöd, unga ledare eller beslutsfattare? Anpassa inlägget med färger och typografi.

Om ni inte har tillgång till CLASSROOM använd CALIBRE som typsnitt.





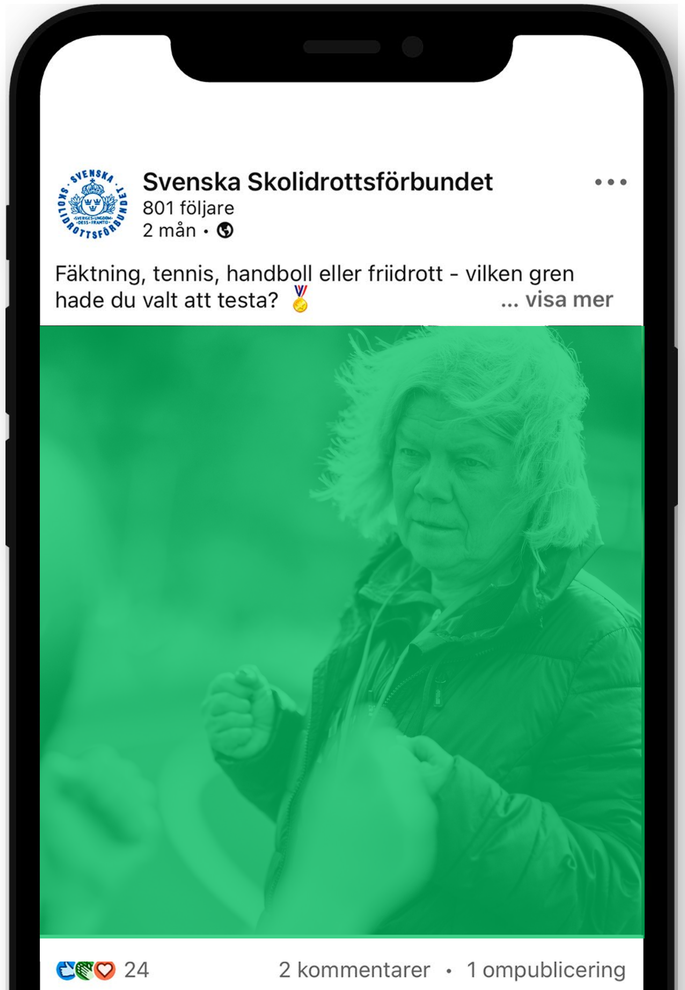


LINKEDIN

Uttagen till LinkedIn liknar både de för Facebook och Instagram. Här fokuserar vi mer på målgruppsanpassad copy. Bilderna för LinkedIn ska alltid vara baserade på den grafiska profilen.

Detta med en transparent platta för igenkänning.

Om ni inte har tillgång till CLASSROOM använd CALIBRE som typsnitt.





FACEBOOK

På Facebook publicerar vi liknande innehåll som på Instagram. Det vill säga tips och nyheter om Skolidrottsförbundets verksamhet.

Den blå färgen används primärt som bakgrundsbild för budskap och tips. Däremot går det att byta färgerna beroende på budskap och målgrupp.

När vi publicerar inlägg tänker vi även på att använda rätt typsnitt och färger. Om ni inte har tillgång till Classroom använd Calibre som typsnitt.

Tänk på hur headerbilden ser ut. Den kan med fördel uppdateras kring kampanjer eller viktiga evenemang.







NYHETSBREV

Nyhetsbrevet ska vara lättläst och anpassas efter målgruppen och det budskap vi vill förmedla. Använd färgerna från den grafiska profilen. I exemplet nedan används den blå, rosa och gröna färgen. Dock kan vi mixa olika färgkombinationer – så länge vi följer riktlinjerna i den grafiska profilen. Bakgrundsfärgen ska vara vit. Den transparenta plattan används inte i nyhetsbrevet. Däremot går det bra att använda en övertoning i färgerna grön, orange eller rosa.



PREMIÄR! SKOL-IF-SPELEN 2023

För första gången arrangerar Skolidrottsförbundet en turnering för att inspirera Skol-IF till att testa nya rörelser och aktiviteter. Ni får prova på olika idrotter, tävlingar, lekar och andra roliga aktiveringar.

Vi besöker:
Kalmar, fredagen den 17 mars
Jönköping, torsdagen den 25 maj

Kommer vi inte till er ort? Gör en intresseanmälan ni också men anmäl intresse för att vara medarrangör.

VI VILL ANMÄLA OSS





FRIENDLY REMINDER

Glöm inte att checka in och rapportera från er verksamhet det senaste året.

Ni ska:

- **svara på ett par frågor gällande er verksamhet.**
- **skicka in samtliga årsmöteshandlingar från senaste årsmötet.**
- **göra detta så fort som möjligt, gärna senast 31 oktober!**

Saknar ni information kring detta? Ta kontakt med er regionala verksamhetsutvecklare.



HYLLA HÖSTLOVET MED RÖRELSE!

Behöver ni tips på höstaktiviteter till ert Skol-IF? I aktivitetsmaskinen kan ni få massor tips på roliga grejer att hitta på. Ni kan anpassa era sökningar för att hitta en aktivitet som passar er alla.

AKTIVITETSMASKINEN





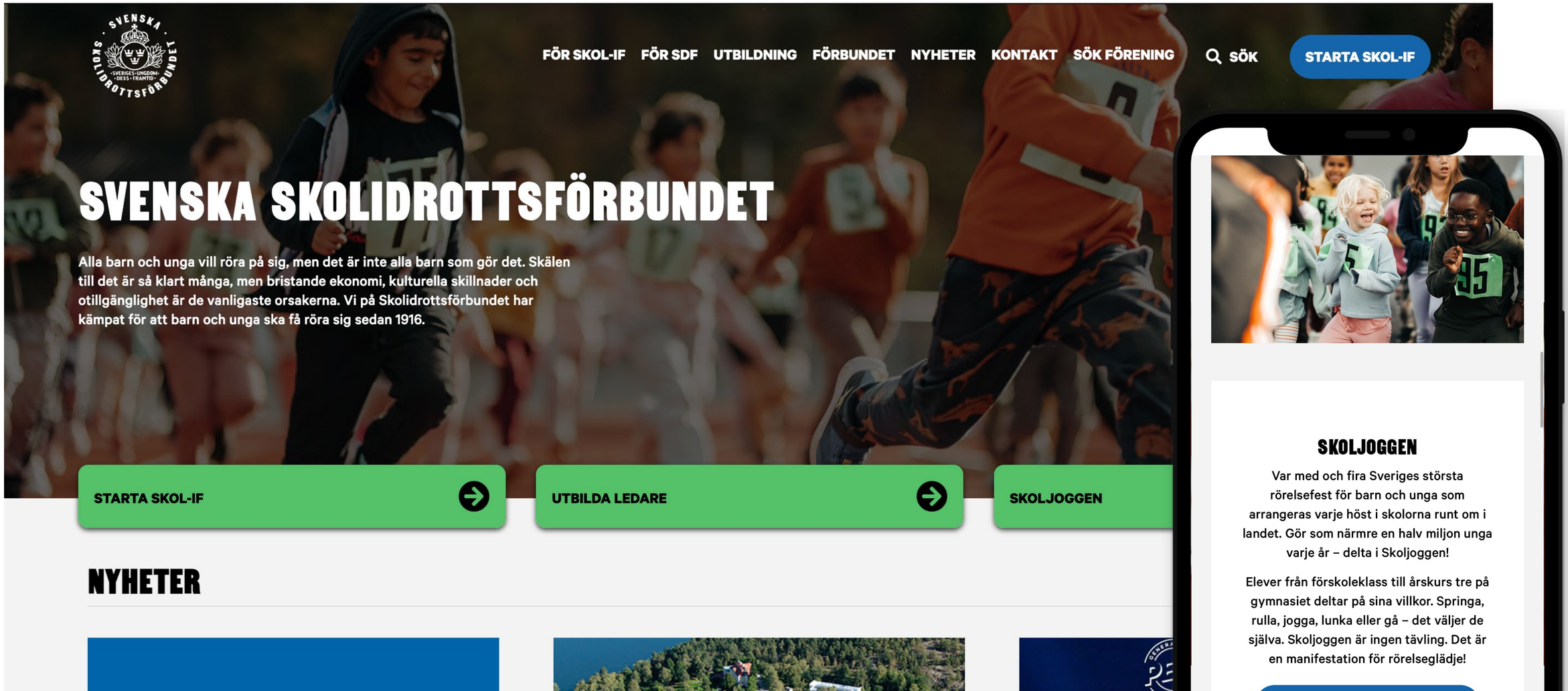
HÖR AV DIG! VI FINNS HÄR SOM STÖD

KONTAKTA OSS

Skolidrottsförbundet I Idrottens hus 11860 Stockholm I 08-699 60 00 I skoljoggen@skolidrott.se
Avprenumerera I Prenumerera

HEMSIDA

Det som främst karaktäriserar en hemsida är tillgängligheten i olika enheter (exempelvis mobiltelefon, dator och läsplatta) samt möjligheten att ha full kontroll över vad som publiceras på den egna hemsidan. Tänk på att det i hög grad förväntas att Skolidrottsförbundet har en aktiv hemsida där det är möjligt att hitta den information man behöver. Detta ska framgå visuellt också.



Om du har några frågor kring Skolidrottsförbundets varumärke eller dess kommunikation kan du höra av dig till förbundet på skolidrott.se eller på telefon 08-699 65 09.

SVENSKA SKOLIDROTTSFÖRBUNDET
SVERIGES UNGDOM DESS FRAMTID

2023