

GRAFISK MANUAL

LANDSBYGDSNÄTVERKET



Innehåll

Varför och hur man använder den grafiska manualen 3

LOGOTYP

Färgvarianter av logotypen 4

Logotypens storlek och frizon 6

Pay-off och faktaruta 8

Landsbygdsnätverkets logga i förhållande till andra 10

FÄRGER

Färger 12

TYPOGRAFI

Landsbygdsnätverkets teckensnitt 14

Typografering 16

DEKORELEMENT

Dekorelement 17



Varför och hur man använder den grafiska manualen

Tanken med den här grafiska manualen är att den ska vara till hjälp och stöd för dig som producerar material med Landsbygdsnätverket som avsändare. När man arbetar med ett varumärke är det viktigt att vara tydlig och konsekvent så att mottagaren av information får en bild som stämmer överens med den profil som är fastställd. Oavsett vad man ser från Landsbygdsnätverket ska man alltid känna igen sig. I manualen presenteras Landsbygdsnätverkets logotyp, färger och teckensnitt. Du får en vägledning om hur de olika delarna ska användas och vad man

bör tänka på när man arbetar med dem. Här finns också regler om hur profilen ska hanteras i powerpoint-presentationer, worddokument och andra sammanhang. Manualen innehåller tydliga anvisningar om var och hur logotypen ska placeras, storleksgrad på texter och när det passar bäst att använda de olika färgerna. Allt för att det ska kännas enkelt att arbeta med den grafiska profilen.

Lycka till!

LOGOTYPE

Färgvarianter av logotypen

Logotypen representerar Landsbygdsnätverkets identitet. Det är därför viktigt att den används och återges på rätt sätt. Den ska finnas med som avsändare både i trycksaker och på webben, men används lite olika beroende på plattform.

Det gröna och blått böljande landskapet ska visa på landsbygden i Sverige med dess vackra vyer och biologiska mångfald. Fiskarna i vattnet illustrerar de blåa näringarna med verksamheter där fisken på något sätt står i centrum. En mer detaljerad förklaring av logotypen och symbolernas innebörd finns att läsa på webbplatsen.

Logotypens placering är tänkt till höger, antingen i övre högra hörnet eller i nedre högra hörnet, oavsett produktion. Logotypen finns i tre olika färgvarianter. Logotypen återges i färg eller gråskala mot vit bakgrund och negativ (vit) om bakgrunden är färgad. Original till logotyperna finns att hämta på Landsbygdsnätverkets webbplats www.landsbygdsnätverket.se. Endast dessa original får användas vid reproduktion av logotypen. Proportionerlig storleksförändring är tillåten, se avsnittet om logotypens storlek och frizon.



Logotyp och dekor får återges i tre olika utföranden.

1. Till färgtryck och på webben. Finns som CMYK (till tryck) och RGB (till webb).
2. Gråskala används när man trycker eller skriver ut i svart/vitt.
3. Den vita (negativa) varianten används mot färgad eller svart bakgrund.

1.



2.



3.



Logotypens storlek och frizon

Logotypen är skapad för att vara tydlig och lättläst. När man använder logotyp med pay-off är det viktigt att inte dra ner den till en storlek som gör pay-offen svårsläst. Tänk på att arbeta med logotypen till höger, antingen i övre eller nedre högra hörnet så att den bidrar till att kommunicera profilen på rätt sätt. Var noga med att alltid använda rätt logotyp till rätt typ av produktion, så att färgåtergivningen blir rätt. Alla logotyperna finns att ladda ner på Landsbygdsnätverkets webbplats www.landsbygdsnatverket.se När man arbetar med en logotyp är det viktigt att den får luft runt om, så att den framträder tydligt.

Det kan aldrig bli för mycket luft, men däremot för lite. För att undvika detta finns en gräns, frizon, som är det minsta avstånd som måste finnas runt logotypen i förhållande till text, bild eller grafik. Detta gäller även som minsta avstånd till ytterkanten av en satsyta. Avståndsvärdet är 25 procent av logotypens höjd, och ska finnas runt om på alla dess sidor, se figuren. Måttet är ett konstant värde och alltid detsamma, oavsett hur stor eller liten man gör logotypen. Tänk på att alltid förstora/förminska proportionerligt!



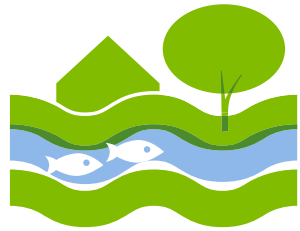
Avståndsvärdet för logotypens frizon är 25 % av logotypens höjd.



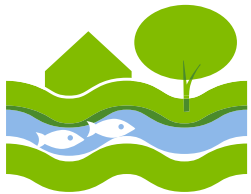
Pay-off, faktaruta och internationell logotyp

Logotypen finns i en svensk och en internationell variant. Pay-offen är den korta mening i anslutning till logotypen som har till uppgift att understryka och förtydliga Landsbygdsnätverkets uppgift. Observera att de framtagna originalen alltid ska användas och att det inte är tillåtet att återge pay-offen på annat sätt, utanför logotypformen.

När man vill presentera korta fakta om Landsbygdsnätverket använder man hela eller delar av den faktaruta som är framtagen för detta ändamål. Den internationella logotypen används tillsammans med övrig information på engelska och för den logotypen gäller samma regler som för den svenska.



Landsbygds-
nätverket ²⁰²⁰
– samverkan för utveckling



The Swedish
Rural Network ²⁰²⁰

Om Landsbygdsnätverket

I Landsbygdsnätverket samverkar ett 100-tal organisationer och myndigheter för hållbar landsbygdsutveckling samt havs- och fiskeriutveckling. I nätverket samlas vi för att byta erfarenheter, information och för att lära av varandra. Genom arbetsgrupper och olika nätverksaktiviteter samarbetar vi för att stärka vår förmåga att bidra till målen i landsbygdsprogrammet, havs- och fiskeriprogrammet samt programmet för lokalt ledd utveckling i social och regionalfonden.

Det svenska nätverket är en del av

- europeiska landsbygdsnätverket ENRD,
- European Fisheries Arena Network FARNET
- och det europeiska nätverket för Europeiska innovationspartnerskapet EIP-Agri.

På så vis sker erfarenhetsutbytet även med intressenter i andra länder i EU. Landsbygdsnätverket finansieras med medel från landsbygdsprogrammet och havs- och fiskeriprogrammet och dess kansli finns på Jordbruksverket. Mer information finns på www.landsbygdsnatverket.se.

Landsbygdsnätverkets logotyp i förhållande till andra

Användning av EU-flaggan och samhörande texter i Landsbygdsnätverkets informationsmaterial

När EU-medel används för att finansiera stöd eller informationsmaterial ska EU-flaggan samt lämplig beskrivning i text användas i informationsmaterialet för att upplysa om EU:s roll.

Här ska EU-flaggan och samhörande text användas

- Informationsbroschyrer
- Faktablad och informationsblad
- Affischer (kan avgöras från fall till fall)
- Annonser

- Pressmeddelanden
- Beslutsbrev
- Webben
- PPT-presentationer (flagga och text behöver inte vara med på alla sidor)

Flaggan och samhörande text behöver inte användas för:

- Anvisningar
- Blanketter
- Visitkort/Kontaktkort

Placering av flaggan och samhörande text

Informationsbroschyr

EU-flaggan och samhörande text placeras i första hand på broschyrens sista sida, på omslaget. Om det är direkt olämpligt kan logotyp och text placeras på annan plats. I samtliga fall ska placeringen ske åtskilt från Jordbruksverkets och Landsbygdsnätverkets logotyp.

Faktablad, informationsblad och beslutsbrev

Flagga och text placeras åtskilt från Landsbygdsnätverkets logotyp. Ta hänsyn till logotypernas frizon.

Webben

Text placeras på en huvudsida för stödet eller verksamheten. Dessa ska även kompletteras med en länk till EU-kommissionens webbplats.

Olika symboler och texter för olika ändamål

Landsbygdsprogrammet

För informationsmaterial som Jordbruksverket tar fram i landsbygdsprogrammet om stöden ska följande symboler och texter användas:

EU-flagga

Europeiska jordbruksfonden för landsbygdsutveckling: Europa investerar i landsbygdsområden

Leader-symbol

Europeiska jordbruksfonden för landsbygdsutveckling: Europa investerar i landsbygdsområden

Havs- och fiskeriprogrammet

EUROPEISKA UNIONEN Europeiska havs- och fiskerifonden.

Grafisk information

Färdiga logotyper

För samtliga varianter av symbol och text finns färdiga logotyper som ska användas. Dessa logotyper kan laddas ner på Landsbygdsnätverkets webbsida.



FÄRGER

Färgerna är en viktig del av den grafiska identiteten. Huvudfärgerna för Landsbygdsnätverket, de tre färgerna i logotypen, är utvalda för att ge ett mjukt och harmoniskt intryck. Tillsammans med dessa tre färger används svart och grått, som finns angivna för reproduktion av logotypen i gråskala. Man kan också använda färgerna i en 10-procentig skala, som passar bra i t.ex. diagram och tabeller. Om man exempelvis behöver tre färger kan man använda en färg i 100 %, 60 % och 30 % eller om man

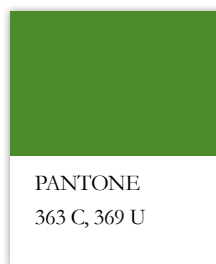
behöver 10 färger kan man med en färg göra den i 10 %, 20 %, 30 % osv. ända upp till 100 %. Vitt får gärna användas mycket då det lättar upp och ger en bra kontrast till de mjuka färgerna. Det är viktigt att man använder de färger som valts ut och är konsekvent, detta för att förstärka identiteten och varumärket ytterligare. Tänk på att färgåtergivningen påverkas av papperskvalitet, utskrift på skrivare eller visning på skärm. Det är därför viktigt att använda rätt färgkod i rätt typ av produktion.





PANTONE
376 C, 382 U

CMYK 56-0-100-0
RGB 149-186-58



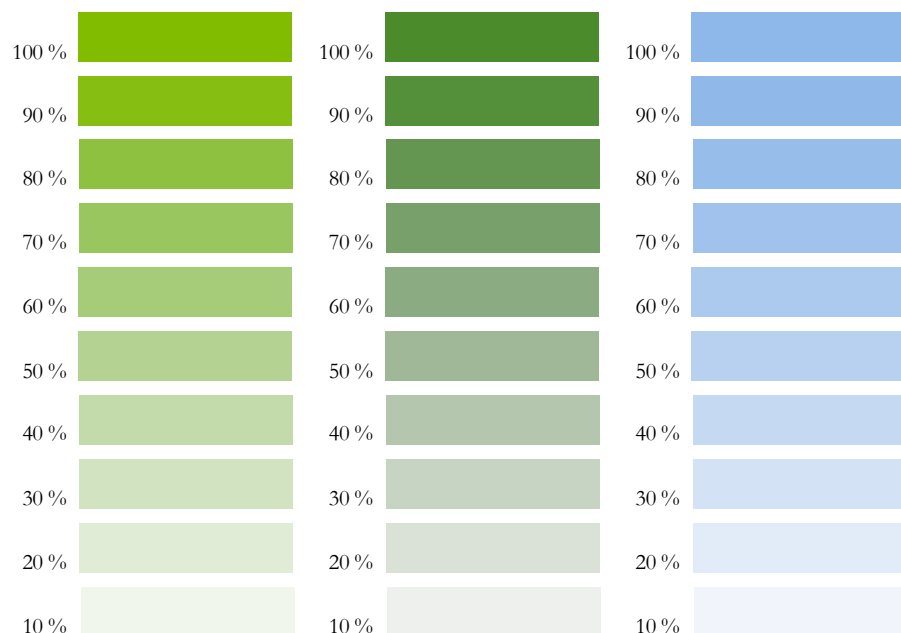
PANTONE
363 C, 369 U

CMYK 74-23-100-8
RGB 99-137-60



PANTONE
278 C, 278 U

CMYK 48-19-0-0
RGB 155-182-224



Ordlista

CMYK – Cyan (blått), Magenta (rött), Yellow (gult) och K (svart).

Används vid tryckning i fyrfärgstryck.

När man beskriver CMYK-färger gör man det med en procentangivelse för varje färg.

Exempel: CMYK C=48, M=19, Y=0, K=0 (blå färg).

PMS – Pantone Matching System.

Används vid dekorfärgstryck på t.ex. visitkort och korrespondenskort.

När man vill att en färg, exempelvis i en logotyp, ska bli exakt återgiven kan man använda PMS. Man kan då kombinera en dekorfärg med fyrfärgstryck. När man ska trycka på ett bestruket papper använder man PMS C= PMS Coated, och när man trycker på ett obestruket papper använder man PMS U=PMS Uncoated. Färgnumren kan vara olika beroende på papperskvalitet och hur mycket färg papperet tar åt sig.

Exempel: PMS 278 (blå färg).

RGB – Rött, Grönt, Blått.

Används vid bildskärmar, på webb och scannrar då det är ett additivt kulörsystem.

Exempel: R=155, G=182, B=224 (blå färg).

TYPOGRAFI

Landsbygdsnätverkets teckensnitt

För att det ska vara enkelt att göra material för Landsbygdsnätverket används två klassiska, enkla och tydliga teckensnitt som alla har tillgång till i sin dator och som är lätta att arbeta med. Till brödtext används Garamond och till rubriker, ingresser, bildtexter, kortare texter, avsändar- och kontaktinformation används Arial. När man arbetar med tabeller, diagram och liknande passar det också bra med Arial. Dessa teckensnitt bidrar till att texten blir lättläst. Båda teckensnitten finns i några olika varianter: regular som är det vanligaste och används i längre brödtexter, fet som man kan använda i rubriker och mellanrubriker

och kursiv som är bra när man vill framhäva ett visst ord eller ett stycke. Dessa teckensnitt ska användas i allt material som produceras för Landsbygdsnätverket förutom på webben där särskilda teckensnitt används.

Vid val av storlek (grad) på texten är det lämpligt att använda 9-12 punkter till brödtext och 7-9 punkter till adressuppgifter och liknande. För att anknyta till logotypens högerplacering kan rubriker högerjusteras (placeras till höger i layouten), som exempelvis i den här manualen, men det är inte nödvändigt.

GARAMOND regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
1234567890?!,.+-"%*()

GARAMOND italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
1234567890?!,.+-"%()*

GARAMOND bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
1234567890?!,.+-"%*()

ARIAL regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
1234567890?!,.+-"%*()

ARIAL italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
1234567890?!,.+-"%()*

ARIAL bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
1234567890?!,.+-"%*()

ARIAL bold italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
1234567890?!,.+-"%*()



ARIAL BOLD

TOTA COREPUDITIOS MAGNAT VENIENDAE INCTORIAM

ARIAL REGULAR

Tota corepuditos magnat veniendae inctoriam, serit doluptaque et aut volestio et fuga. Itas utem voloremquam faceperum reperit facepernatem si nobist qui a coreribus.

GARAMOND BOLD

Oritconsed eium eum re opta volut lamentius

Ut occusandeste idit:

- tota corepuditos magnat veniendae inctoriam, serit doluptaque et.
- gia doloritae am quati reperi omnim repud.
- endandest od evenisse molupta spienderum
- eosant, int aborem et moluptae voluptatur repe sim repta nat modicim quiam esciti.

Hillita ssinci iuntionet doluptas dia quam.

Ut aboresent reiumque modisitint endipsape volum sum, seque lia nis ma dolupit, nusciis sum ni occae aut faccusda dolora in eturepta quiam escitium quasita dist, sedi aliquiant, iur mi, optatectam hitate preiur modi cusae aperunt officab ide pernatur? Ovide non pro offictem qui doluptatur, ulpariator aut ullorru ptaquo doluptatur re odipsae con nonsend eturepta quiam escitium.

GARAMOND REGULAR

Evenisse molupta spienderum ipsanis doluptat

Tota corepuditos magnat veniendae inctoriam, serit doluptaque et aut volestio et fuga. Itas utem voloremquam.

Ut aboresent reiumque modisitint endipsape:

- et moluptae voluptatur repe sim repta nat
- henis undae es maiosam unt etus doluptassunt ium quia sum il m repe sim repta.

Henis undae es maiosam unt etus doluptassunt ium quia sum il mollandiatem vel in et lactectae officipsant odit quia cus qui doluptatur, ulpariator aut ullorru ptaquo moluptae voluptatur repe sim repta nat modicim endandest od evenisse molupta spienderum ipsanis.

DEKORELEMENT

Ett dekorelement är en form av utsmyckning som är till för att stärka identiteten visuellt. Ett sådant är den våg i någon av logotypens färger som kan ligga i underkant av ett dokument. Dekorelementets höjd får inte överstiga logotypens höjd.



Man kan använda vågen både utfallande och beskuren beroende på om materialet ska tryckas eller skrivas ut på skrivare (oftast kan man inte skriva ut utfallande i skrivare).

