

GRAFISK MANUAL



GRAFISK MANUAL

Innehåll

Grafisk manual - ett verktyg.....	2	Bilder & bildspråk	9
Värdegrund	3	Typsnitt.....	10
Profil & uttryck.....	4	Hemsidan.....	11
Logo	5	Facebook & e-post	12
Grund- & kompletteringsfärger	6	Mallar - Bulletinen	13
Symboler.....	7	Mallar - brev, månadsbrev & nyhetsbrev	14
Lättläst & tillgängligt.....	8	Mallar - power point, annons	15

PUBLICERAD 1.3.2021

Ålands handikappförbund r.f.
Skarpansvägen 30
AX-22 100 MARIEHAMN, Åland

Kansli och reception
Skarpansvägen 30, Mariehamn
Telefon växel 018 22360, info@handicampen.ax

GRAFISK MANUAL

- verktyg för att underlätta vår gemensamma visuella kommunikation

Genom att vara så konsekventa och enhetliga som möjligt i den externa marknadskommunikationen gynnas vår organisation och verksamhet. Det gör vårt och våra medlemsföreningars budskap tydligare och ökar förutsättningarna för synlighet och igenkänning i det växande allmänna informationsbruset.

Manualen är främst avsedd för förbundets personal men fungerar som ett verktyg för alla som behöver använda förbundets logotyp, typsnitt, färger och andra grafiska element. Användningsområden kan till exempel vara broschyrer och informationsfoldrar, posters, annonser, med mera.

Publicering av material där grafiska element ingår bör godkännas av förbundets kommunikationsenhet före användning.

Kontakt

info@handicampen.ax, telefon 040 1897431



VÄRDEGRUND

Vi vill se ett samhälle där varje människa kan delta på lika villkor och vara sitt bästa jag!

Förbundets kommunikation ska stärka synligheten i det åländska samhället för personer med funktionsnedsättning, samt öka kunskapen, förståelsen och insikten hos myndigheter, organisationer och allmänhet.

Förbundet är en ideell organisation med målsättningen att förändra samhället och individernas möjligheter till det bättre. Vi strävar till att på alla sätt utveckla och stärka ett samhälle där varje människa har rätt till självbestämmande och full delaktighet i samhällets alla delar.

Vi agerar i en välfärdsstat och strävar till att stödja där samhället eller den privata sektorn inte alltid förmår hjälpa.

Vår verksamhet baserar sig på respekt för individen. Vi betonar vikten av människomöten, inte bara i vårt påverkansarbete, utan också i vår vardag på kansliet, på möten och när vi rör oss i samhället. Utgångspunkten är att bemöta andra så som vi själva vill bli bemötta. Ett bra möte handlar om att två personer visar respekt för varandra.



PROFIL & UTTRYCK

Förbundets arbete och vision grundar sig på Förenta Nationernas konvention om rättigheter för personer med funktionsnedsättning.

Förbundets budskap, texter, uttryckssätt, val av bilder, typsnitt, logo, färger och värdeord ska spegla en bild av en modern och aktiv organisation i tiden.

Vi strävar till att aktivt satsa på synlighet med fokus på delaktighet och mänskliga rättigheter. Vi rör oss bort från begrepp som hinder och handikapp mot ett självklart fokus på lika rättigheter för alla!

Här finns hela FN-konventionen om rättigheter för personer med funktionsnedsättning
www.handicampen.ax/rattigheter/

LOGO

Förbundets första logo utarbetades 1991 av bildkonstnären Isa Hällström. Genom åren har logons utseende förändrats men pusselbiten har bestått och med tiden blivit en väl inarbetad symbol som många känner igen.

Var och en kan göra sin egen tolkning av pusselbitens symbolik. En tolkning kan vara att vi alla behöver anpassa oss till varandra, precis som pusselbitar som passar in i varandra.

Logon finns i tre olika färgversioner. Orange/svart och svart logo ska användas på vit eller ljus bakgrund. Vit logo kan användas frilagd på mörk bakgrund, även på foton där bakgrunden är enhetlig. I alla sammanhang där logon används ska bakgrunden stå i tydlig kontrast mot logon.

Logon ska omges av en fri yta, minst motsvarande de gemena bokstävernas höjd i namnet.



GRUND- & KOMPLETTERINGSFÄRGER

Det är viktigt att alltid beakta kontrast och läsbarhet i valet av färger.

Grundfärgerna är orange, svart & vitt

Färger uppfattas olika och skapar någon form av reaktion hos de flesta människor. Orange är en färg som drar till sig uppmärksamhet. Den signalerar egenskaper som energisk, aktiv, kreativ och välkomnande. Den för också tankarna till den åländska röda graniten.

- **Orange**

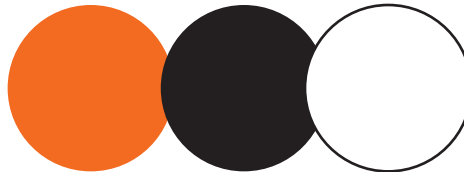
HEX: #FE8100, **RGB:** R 255, G 100, B 9, **CMYK:** 0%, 72%, 100%, 0%, **PMS:** PANTONE 1585 C

- **Svart**

100%

- **Vit**

100%



Kompletteringsfärgerna är ljusblå, varm blå och beige

Kompletteringsfärgerna matchar och kan kombineras med primärfärgerna.

- **Ljusblå**

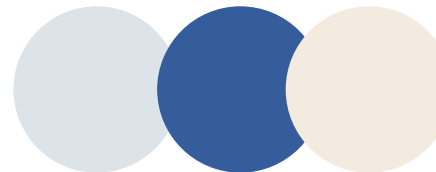
HEX: #e6eae6, **RGB:** 230, 234, 239, **CMYK:** 12,6,5,0

- **Varm blå**

HEX: #375595, **RGB:** 55, 85, 149, **CMYK:** 87, 68, 12, 2

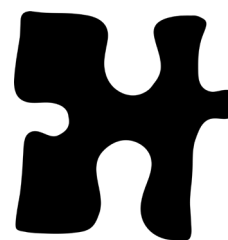
- **Beige**

HEX: #f7efe6, **RGB:** 247, 239, 230, **CMYK:** 4, 7, 11, 0



SYMBOLER

Följande symboler kan användas i sammanhang där det passar in. Symbolerna monteras mot vit/ljus eller mörk enhetlig bakgrund, beroende på vad som ger en tillräckligt tydlig kontrast. Symbolerna kan även undantagsvis monteras på foton. Om bakgrunden är färgad bör symbolen vara frilagd.



LÄTTLÄST & TILLGÄNGLIGT

Att kommunicera tillgängligt är ett av förbundets hjärtefrågor. Vi vill vara en vägvisare i samhället när det gäller tillgänglighet, inte minst när det gäller lättläst kommunikation.

Cirka 20% av befolkningen behöver lättläst text. Lättläst är till fördel för alla människor! I all kommunikation, hemsida, facebook, trycksaker, dokument, brev, nyhets- och månadsbrev, Bulletinen, annonser med mera, strävar förbundet till att uttrycka sig så lättläst och lättillgängligt som möjligt.

Vi jobbar ständigt på att förbättra oss och följer utvecklingen gällande riktlinjerna för att skriva lättläst. Vi uttrycker oss kort, tydligt och med vanliga ord. Vi undviker förkortningar, skiljetecken, svåra ord och komplicerade långa meningar. Alla våra typsnitt uppfyller kraven på lättläst text i dokument och på webben. På hemsidan följer vi WCAG 2.1 AA som är en internationell tillgänglighetsstandard för myndigheter och officiella organisationer.

Worddokument utformas enligt lättlästdirektiven och sparas i lättläst-pdf. Förbundets remisser, yttranden, utlåtanden och andra officiella skrivelser kan utgöra undantag.

Distribuera alltid dokumentet i både Word- och PDF-format om du inte är säker på att dokumentet är tillgängligt.

BILDER & BILDSPRÅK

Valet av bilder i förbundets kommunikation kompletterar förbundets visuella identitet, det vill säga hur förbundet uppfattas av omvärlden. Den visuella identiteten ska samspela med och förstärka förbundets profil och vision. Det är viktigt att motiv och färger håller en enhetlig linje i all kommunikation.

Vi använder i första hand bilder på förbundets personal för att förbundet ska kännas välkomnande och tryggt för våra besökare. Bildbanken innehåller också naturbilder som följer förbundets identitet.

De flesta av förbundets bilder har tagits av fotograf Therese Andersson/BLICK BILDBYRÅ. Förbundet har fullständig rättigheter till bilderna men fotografens namn skall alltid anges då det är möjligt.

Vi undviker bilder som fokuserar på funktionsnedsättningar och problem och väljer istället att lyfta fram möjligheter och lösningar. Alla bilder i bildbanken kan fritt användas med fullständiga rättigheter.



TYPSNITT & ANVÄNDNING

Officiella dokument, brev, utlåtanden, remisser och månadsbrev

I våra officiella Word-dokument använder vi Officebaserade standardtypsnitt som alla i personalen har tillgång till.

Typsnitten är

- Calibri regular, Calibri light och **Calibri bold**
- Century Gothic regular och **Century Gothic bold**

Löpande text bör skrivas i

- Calibri regular, 12 punkter (minst 11 punkter). Radavstånd 1,5 (minst 1,2)

Word's standardmallar används för olika rubrikstorlekar och brödtext. Vi använder fastställda regler för mallarna.

Levande dokumentlayout och marknadskommunikation

Genom att använda Century Gothic kan vi göra våra dokument visuellt mera levande. Century Gothic rekommenderas i förbundets Power Point presentationer, affischer och liknande.

För kraftfulla rubriker kan även följande typsnitt användas:

- Franklin Gothic Book regular, **Franklin Gothic Book medium** och **Franklin Gothic Book heavy**

Century Gothic och Franklin Gothic går bra att kombinera med Calibri.

Allmänt

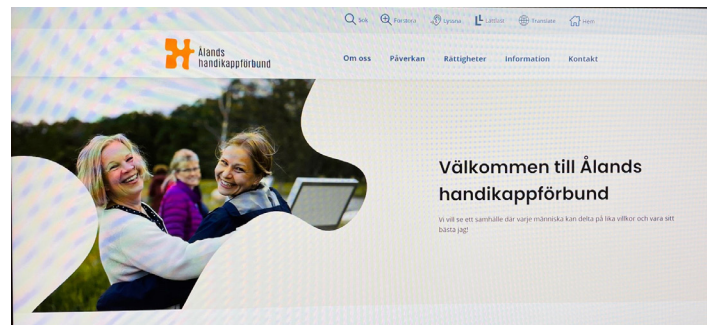
Text och teknik följer riktlinjerna för lättläst.

HEMSIDAN & DIGITAL KOMMUNIKATION

Förbundets hemsida, som publicerades 14.9.2020, är producerad av Winter kommunikationsbyrå. Innehåll och layout är avskalad och renodlad. Tekniken, funktionerna och navigeringarna är förenklade i enlighet WCAG 2,1 AA direktiv, vilket har granskats av Funka. Sidorna har även skapats i separata lättlästa versioner.

Våra digitala typsnitt **Open Sans** och **Poppins** är ekkommenderade för tillgänglig webb.

Som kommunikationsverktyg i sociala medier använder förbundet Facebook. Förbundets facebook-konto följer samma enhetliga linje som hemsida och övrig kommunikation.



www.handicampen.ax



E-POST & SIGNATURMALLAR

Standardtext i mail är Calibri 12 punkter.

Signaturmallarna skrivs med Century Gothic, 11 punkter.

Med vänlig hälsning,

Susanne Broman
Verksamhetsledare

+358 (0)40 189 7451

emilia.liesmaki@handicampen.ax



Ålands handikappförbund
Skarpansvägen 30, AX-22100 Mariehamn
www.handicampen.ax



BULLETINEN

Förbundets tidning Bulletinen utkommer två gånger per år i cirka 13 830 exemplar. Bulletinen är tillsammans med hemsidan, en av de viktigaste informationskanalerna. Designen har anpassats för att följa hemsidans profil samtidigt som den på ett informativt och tydligt sätt ska förmedla samhällsaktuella nyheter i tabloidformat till alla hushåll och företag på Åland.

PÄRM: **Franklin Gothic Heavy regular** 145 pkt och Franklin Gothic Book, regular

FOOTER & HEADER: **Impact, regular**, 18 pkt

CITAT/TEXTRUTOR: **Franklin Gothic Heavy, regular** 30 pkt och Franklin Gothic Book, regular, 30 pkt

RUBRIKER: Franklin Gothic Book, regular, 50 pkt och Franklin Gothic Heavy regular 50 pkt

ARTIKLAR: Underrubrik **Franklin Gothic Medium, regular**, 18 pkt

INGRESS: **Franklin Gothic Medium, regular**, 14, radavstånd 16,8 pkt

LÖPANDE TEXT: Myriad pro, regular, 11 pkt, radavstånd 13 pkt. Mellanrubrik i löpande text **Myriad, pro bold**, 11 pkt

BILDTEXT: Franklin Gothic Book, regular, 11 pkt



MALLAR

Lättläst brevmall

Brevmallen har automatisk sidnumrering.
Löpande text Calibri 12 pkt och Words standardrubrik 1

Lättläst ekonomibrevmall

Lättläst mall för månadsbrev

Nyhetsbrev

Förbundets Nyhetsbrev utformas i Mailchimps gratisversion och där används Mailchimps egen design för ett nyhetsbrev. Mailchimp e-post mallen (template) använder Helvetica, 16 px (11 teckenstorlek) och radavstånd flera och vid 1,08 vilket betyder att mallen uppfyller tillgänglig standard.

Alla Mailchimp-mallar är utformade för att vara lyhörda (responsiva) så att innehållet alltid visas i rätt, logisk ordning. Om du kodar dina egna kampanjer, vidta åtgärder för att säkerställa att de är lyhörda.

MALLAR

Power Point presentation

I presentationerna används samma färger och bilder som på hemsidan. Century Gothic kombineras med Calibri för att göra presentationen mer dynamisk och mer estetiskt tilltalande.

Affisch eller annons

En affisch eller en annons måste alltid ha förbundets logo synlig. Vi använder Calibri och Century Gothic i så stor teckenstorlek som möjligt.

Exempel på annons:

Fira den Internationella Funktionshinderdagen med oss 3.12.2019

- 12 Välkommen, utdelning av Bemötandepiset 2019
- 12.30 Funkiskören uppträder
- 13-14 Pelarduon med Isabel Backman och Håkan Mansnerus
- 12-14 Marknadsstånd med Fixtjänsts handgjorda produkter av återvunnet material



Personal från förbundet och medlemsföreningarna finns på plats mellan kl. 12-12.30. Välkommen att hälsa på oss, ställa frågor och diskutera.



Välkommen

Vi vill se ett samhälle
där varje människa
kan delta fullt ut och
vara sitt bästa jag



Ålands
handikappförbund
www.handicampen.ax

Förbundet

Registrerad
förening,
grundad 1988

- PAF-finansiering
- Kansliverksamhet
- 13 medlemsföreningar
- Huvudman för Fixtjänst



Ålands handikappförbund, 2/14

