

Designmanual

Revitalisert oktober 2018



Norges Veteranforbund
for Internasjonale Operasjoner

Om manualen

Design er viktig for NVIOs profilering til omverdenen. Det er ofte vår grafiske profil som folk husker, og en god og felles identitet virker samlende og bidrar til å bygge opp rundt NVIO og vårt omdømme. Designmanualen er et strategisk verktøy som skal:

- Skape felles identitet
- Synliggjøre og kommunisere våre verdier
- Uttrykke kvalitet og kompetanse

Designmanualen skal sikre at alle internt og eksternt, følger de samme retningslinjene for utforming og innhold til materiell som produseres av og for NVIO. Alt grafisk materiell der logo benyttes sendes kommunikasjonsavdelingen for korrektur og godkjenning før produksjon hvis man er i tvil. Manualen beskriver ikke alle forhold og kan ikke gi anvisninger om all visuell profilering. Det betyr at man noen ganger må finne løsninger som tilpasses ulike målgrupper og situasjoner, og avvik bør alltid godkjennes av kommunikasjonsavdelingen..

Logoens elementer må ikke endres og forholdet mellom logoens lengde og bredde må alltid opprettholdes. NVIOs hovedlogo skal benyttes på hvit eller lys bakgrunn, og dersom det er mørk bakgrunn skal det benyttes negativ logo – hvit.

NVIOs logo med godkjent undertekst av lokalforening kan brukes av lokalforeninger på kommersielle flater. Eksempler på dette er brevark og mailsignaturer.

Innhold

Om manualen	2
Logoen vår	3
Symbolikk	
Farger og bruk	4
Typografi	5
Print	
Web	
Egne flater	
Postalia	6
Brevark og konvolutter	
Visittkort	
E-post/ mailsignatur	

Logoen vår

Symbolikken

Logoens figurer er laget i en sammenhengende strek som symboliserer Veteraner som står samlet. Ringen rundt forsterker inntrykket av samhold og fellesskap, og kan symbolisere jordkloden – verden – når logo brukes i sin enkleste form uten jordkloden bak.

- figurenes holdning viser styrke og stolthet og gir assosiasjoner til erfarne soldater
- arm i arm symboliserer samhold, kameratskap med støtte og omsorg, og styrke gjennom fellesskap
- de tre menneskene representerer igjen våre tre hovedverdier: samhold – erfaring – styrke
- fargene – gull, sort og hvitt – assosieres med erfaring og styrke



Farger og bruk

Logo foreligger både som .eps (vektorisert) og som .jpg filer på våre nettsider. Eps-filen brukes av profesjonelle leverandører av trykksaker og reklamemateriell. For andre programmer (Word, PowerPoint) anbefales det å bruke jpg filer, eller våre maler som kan brukes.

Logoen foreligger i tre fargeformat:

- CMYK farger for trykksaker som foldere og plakater.
- Pantone farger for silketrykk på for eksempel T-shirts eller skilt
- RGB farger for skjermbaserte presentasjoner.

I tillegg er det vedlagt en sort/hvitt utgave. Ved silketrykk oppgi Pantonefarge 118.

Profilfarger

Hovedfarger i tillegg til sort og hvit:



Gull
PMS 118
C-0 M-20 Y-90 K-30
RGB: B2 9E 2D



Burgunder
PMS 202
C-0 M-100 Y-60 K-45
RGB: 95 04 2E

Tilleggsfarger:



Grønn
PMS 357
C-80 M-0 Y-100 K-60
RGB: 00 59 1B



Marineblå
PMS 294
C-100 M-72 Y-0 K-26
RGB: 00 3F 80



Sand
PMS 7401
C-5 M-9 Y-29 K-0
RGB: F0 E6 C0

Bakgrunnsfarge på større flater under tekst:



Lys gull
C-0 M-15 Y-90 K-20

Typografi

Typografi er bruk av skrift. Ulike skrifter har ulik form. Form skaper identitet. Derfor er konsekvent bruk av typografiske elementer viktig for at NVIO skal fremstå med en ryddig og enhetlig grafisk profil.

Print

NVIOs fonter til trykksaker er Tahoma. Bold brukes på overskrifter/titler og evt brødtekst. Fontstørrelse justeres på mindre tekster, som f.eks faktabokser. Fontene er ikke lisensiert programvare, så alle kan bruke Tahoma.

Web

Våre nettsider er laget i WordPress, med følgende fonter:

Montserrat (400) i headings,
Roboto (300) i body/brødtekst,
samt Roboto Slab noen få steder (Headere).

Disse fontene faller utenfor NVIOs designmanual.

Egne flater

Tahoma og Georgia er fontene som skal benyttes til materiell som produseres av den enkelte (brev, notater, PowerPoint osv). Tahoma benyttes til overskrifter/titler og brødtekst, og Georgia på småtekster som f.eks faktabokser. Maler på dette finner du i StyreWeb. Ta eventuelt kontakt med kommunikasjonsavdelingen.

Power Point eksempler:



Tahoma

Print eksempel

Tahoma incient alia voluptatiant et, volorest, sant alibusa ntu- riae cerfernam repremquis atemperisa cus a nienderia natur, qui ut el ipsam nis am quis et quisconsequ volupta con nis pere

vento blabo. Hilis que nit peremqui consenis as venis sim faciam dolut aliatu adi dion eosantemque re vent unti consecumquo inciis estiis utat ut quiam latior sa porporit eossimi, iuntur, ipsum ventias quuntis adis etur adis doles es de idellenietum estiisseque omniend ucipsam cum fugia susam il is sitaquia nossi voluptati aut a verit

Tahoma Faktaboks eksempel

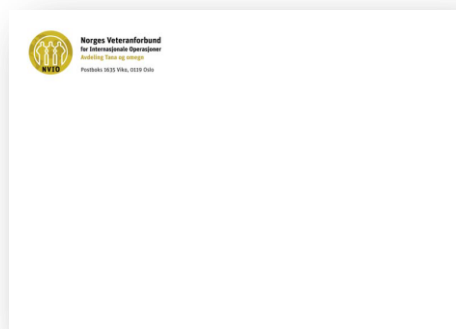
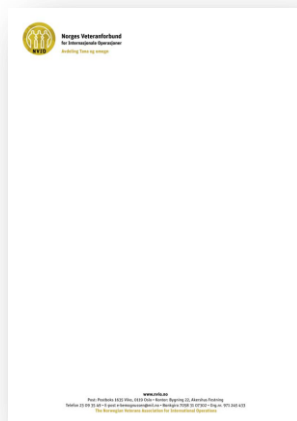
quibeata as ex eatem ipiduci debitio. Sae. Nam aut lantendis doloreceriam endis quaesci rectorion commin et por aut utem que pro omnibus erro tem renihicate cupatur? Officae rumqui totatur sundebis deliquat

Postalia

Konvolutt, brevark, visittkort og mailsignatur

På de følgende sidene viser vi retningslinjer for postale trykksaker. Digitale maler for brevark er utarbeidet og kan lastes ned via StyreWeb. For å unngå avvik og feil bør man alltid ta utgangspunkt i digitale originaler. Ta kontakt med kommunikasjonsavdelingen hvis du har spørsmål.

Brevark og konvolutter



Visittkort, forside og bakside



Epost- / mailsignatur

