



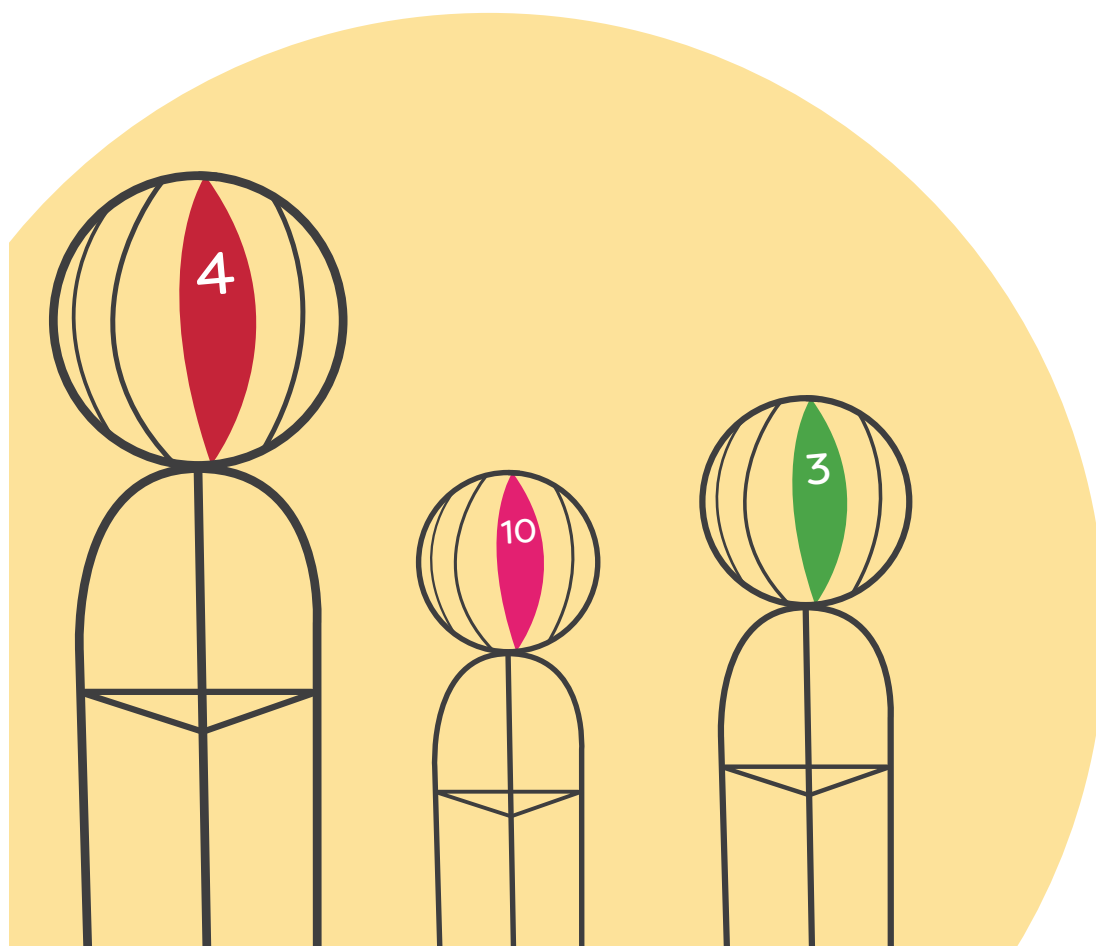
Global Go!

GRAFISK PROFIL



INNEHÅLLSFÖRTECKNING

Innehållsförteckning	2
Logotypen	3
Placering	4
Färger	5
Typsnitt	6
Typsnitt i praktiken	7
Bildspråk/foto	8
Illustrationer	9
Sociala medier	10
Språk	11



LOGOTYPEN

Global Gos logotyp symboliserar värme, mjukhet och öppenhet. Det är lätt att vandra Global Go, och det ska logotypen förmedla. Globen till vänster om texten avbildar en av de 17 Globerna som används i vandringsleden. Globens färger följer grafiska profilens färgpalett.

Logotypens text är placerad på två rader för att öka läsbarheten i mindre storlekar och för att placeras i kanthörn av dokument/trycksaker.



Lämplig bredd på logotyp 50mm
Storlek på trycksak: A4-format 210x297 mm.



Lämplig bredd på logotyp 30mm
Storlek på trycksak: A5-format 148,5 x 210 mm, A6-format 105 x 148,5mm.



Lämplig bredd på logotyp 90mm
Storlek på trycksak: A3-format 297 x 420mm.

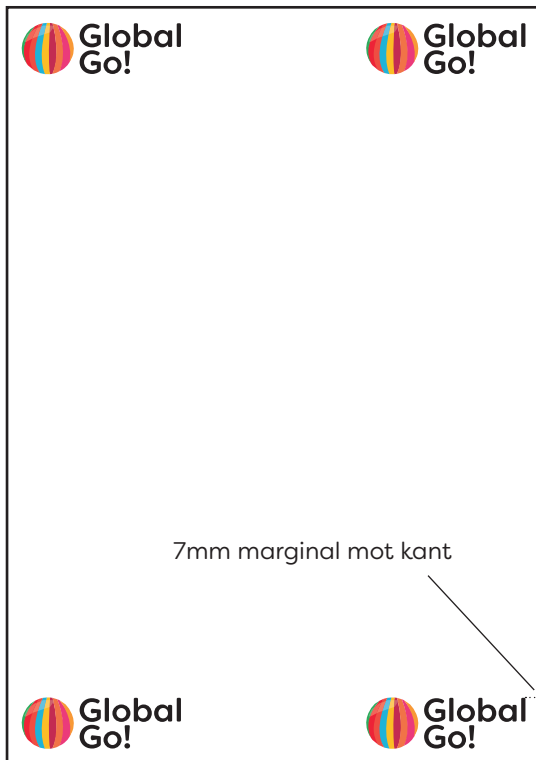
Minsta storlek

För att logotypen alltid ska vara synlig i tryck får den inte vara mindre än 15mm.



Minimum 15mm

PLACERING



Logotypen ska placeras i något av trycksakens fyra hörn.

Med minst 7mm marginal mot papprets kant.

I digitalt material där logotypen är för sig själv ska den placeras centrerat.

NEGATIV



Logotyp för svartvitt tryck.



FÄRGER

Färgpaletten som Global Go använder sig av består av färgerna av de 17 globala målen. Där varje mål har en designerad färg.

Färgernas opacitet/genomsiktighet får justeras.

Färgernas intensitet/ljusstyrka får även justeras.

När du väljer bilder, försök hitta något i bilden som pekar på någon av färgerna.



C1 M100
Y92 K0



C18 M37
Y100 K1



C81 M15
Y100 K2



C16 M100
Y86 K7



C0 M90
Y94 K0



C82 M7
Y9 K0



C0 M31
Y100 K0



C29 M100
Y70 K27



C0 M71
Y98 K0



C6 M98
Y9 K0



C0 M45
Y96 K0



C18 M48
Y100 K2



C74 M32
Y95 K19



C96 M41
Y6 K0



C75 M4
Y100 K0

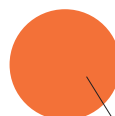


C100 M71
Y22 K5



C100 M86
Y22 K5

ANMÄL DIG!



TYP SNITT

Principen för Global Go typsnitt är att de ska vara tydliga, läsbara men även lekfulla och inbjudande. Genom en kombination och en avgränsning mellan fri text/rubriker och längre brödtext blir den grafiska profilen tydlig men även sammanhängande i olika grafiska format. Filson soft är vårt primära typsnitt, som används i brödtext och underrubriker. Logotypen består även av detta typsnitt.

Filson soft, Bold

ABCDEabcde12345

Filson soft, Medium

ABCDEabcde12345

Filson soft, Book

ABCDEabcde12345

Filson soft, Thin

ABCDEabcde12345

Post box, Regular

ABCDEabcde12345

Crimson Text, Regular

ABCDEabcde12345

I situationer där längre brödtext används i tryckt format kan Crimson användas.

TYPSNITT I PRAKTIKEN

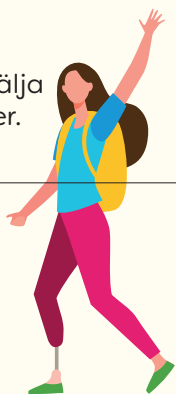
Exempel för trycksak

SOMMARENS TÄVLING!

För att belysa arbetet som sker för haven runt om i världen kommer vi anordna en tävling där du har möjlighet att vinna 5 000 kr till ett välgörande ändamål.

Du anmäler dig genom att gå in på globalgo.nu och registrerar ditt namn. Där får du även välja vilket välgörande ändamål du vill skänka till om du vinner.

Vi ses 20 september i Nacka strand!



Rubrik

Brödtext

Underrubrik

Exempel för hemsida



HEM MÅLEN OM GLOBALGO DAGSVANDRINGAR KONTAKT

VANDRA FÖR FRAMTIDEN!





Anmäl dig till sommarns tävling!

För att belysa arbetet som sker för haven runt om i världen kommer vi anordna en tävling där du har möjlighet att vinna 5 000 kr till ett välgörande ändamål.

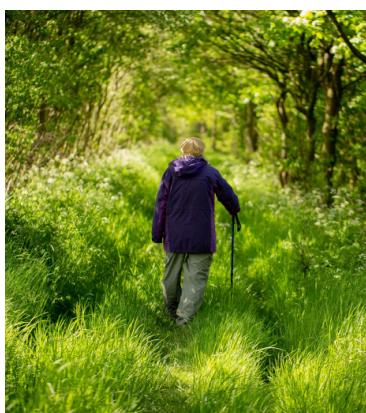
ANMÄL DIG HÄR!

Vi ses 20 september i Nacka strand!

BILDSPRÅK/FOTO

Bilderna vi använder ska förstärka varumärket genom att visa upp en bred variation på människor. Detta blandat med naturbilder i svensk miljö och ibland djurbilder ska skapa en mysig känsla genom varma och mättade toner.

Bilderna ska gärna visa rörelse, någon som är igång och redo att vandra!
Undvik mobilbilder eller bilder som skär sig mot omgivande bilder.
Detta gäller även vid rörlig bild. Bilderna ska vara inkluderande utifrån de sju diskrimineringsgrunderna som är; *Kön, könsöverskridande identitet eller uttryck, etnisk tillhörighet, religion eller annan trosuppfattning, funktionsnedsättning, sexuell läggning och ålder.*



ILLUSTRATIONER

En stor del av Global Gos grafiska profil och grafiska språk är illustrationerna. Illustrationerna är gjorda i en minimalistisk och stilren stil, men samtidigt sprakar de av färg och livfullhet.

Illustrationerna har modifierats för att vara mer inkluderande utifrån de sju diskrimineringsgrunderna som är;
Kön, könsöverskridande identitet eller uttryck, etnisk tillhörighet, religion eller annan trosuppfattning, funktionsnedsättning, sexuell läggning och ålder.

Samtliga illustrationer är hämtade från [freepik.com](https://www.freepik.com)



SOCIALA MEDIER

Våra sociala medier är vår primära kommunikation. Det är så vi bygger upp det varumärket. Vårt flöde följer en tydlig struktur. Där varannat inlägg visar bilder med fokus på vandring och natur och varannat inlägg inlägg med text, som fokuserar på de globala målen och vad man själv kan göra själv och fakta.

När du schemalägger inlägg, tänk på att färgerna mellan textinlägg och bilder smälter samman och att flödet känns naturligt. Om du publicerar Reels, tänk på att antingen följa utformandet av en bildruta eller textruta. Avsluta alla reels med animationen av loggan.

Visste du?

Att det slängs över
8 miljoner ton plast i
havet varje år.



Exempel för Instagram och Facebook



SPRÅK

Språket som Global Go använder sig kretsar kring en princip, klarspråk. Genom ett tydligt och enkelt språk vänder sig våra texter sig till en stor målgrupp utan att vara exluderande genom, till exempel svåra formuleringar eller akademiskt språk. Språket ska även vara inkluderande utifrån de sju diskriminerings grunderna som är; *Kön, könsöverskridande identitet eller uttryck, etnisk tillhörighet, religion eller annan trosuppfattning, funktionsnedsättning, sexuell läggning och ålder.*

Namnet "Global Go" skrivs alltid som två ord och med stora G;n. Utropstecknet som avbildas i loggan används inte i löpande text.

/ˈɡlɔʊbət/ /ˈɡoʊ/



