

Grafiska Riktlinjer

2022

**BARNCANCER
FONDEN**

Hur vi ser ut när vi kommunicerar med givarna har betydelse. Vår identitet säkerställer att vi och vårt budskap syns och tar plats i konkurrens med andra insamlingsorganisationer och företag. Vi vill därför att du som ska arbeta med vår kommunikation läser igenom den här manualen noga och följer de regler och riktlinjer vi har. Tillsammans skapar vi en stark och enad röst i kampen mot barncancer. En röst som gör att ännu fler vill bidra till vårt livsviktiga arbete.

Skulle du ha några frågor är du varmt välkommen att kontakta Inhouse eller varumärkesansvarig.

Innehåll

1.0 Logotyp

- 1.1 Primär logotyp
- 1.2 Frizon & minsta storlek
- 1.3 Synlighet
- 1.4 Avtalade samarbeten
- 1.5 Föreningslogotyp
- 1.6 Föreningslogotyp: Varianter & synlighet
- 1.7 Föreningslogotyp: Frizon
- 1.8 Föreningslogotyp: Exempel
- 1.9 Delad logotyp
- 1.10 Delad logotyp: Frizon & minsta storlek
- 1.11 Delad föreningslogotyp
- 1.12 SoMe/Favicon-logotyp

2.0 Färger

- 2.1 Primärfärger
- 2.2 Komplementfärger

3.0 Typografi

- 3.1 Primärt typsnitt
- 3.2 Grundläggande inställningar
- 3.3 Skiftläge
- 3.4 Justering av rubriker
- 3.5 Justering av brödtext
- 3.6 Komplementtypsnitt
- 3.7 Office/PowerPoint

4.0 Annonser & trycksaker

- 4.1 Grid: Stående format
- 4.2 Grid: liggande format
- 4.3 Storlek & placering: Logotyp
- 4.4 Storlek: Typografi

- 4.5 Placering: 90-konto

- 4.6 Exempel
- 4.7 Adressformat: Generellt
- 4.8 Adressformat: Logotypens placering
- 4.9 Adressformat: Exempel
- 4.10 Adressformat: Engelsk variant

5.0 Illustration & grafik

- 5.1 Vinjetter & grafik
- 5.2 Data & statistik

6.0 Bildtonalitet

- 6.1 Dokumentärt manér
- 6.2 Kampanjmanér

7.0 Texttonalitet

- 7.1 Texttonalitet
- 7.2 Grundbudskap

8.0 Pappersval

9.0 Stödmärken

- 9.1 Give Hope-märket
- 9.2 Give Hope-märket: Två-sidigt märke
- 9.3 Give Hope-märket: Frizon
- 9.4 Give Hope-märket: Exempel
- 9.5 Vi/jag stödjer
- 9.6 Vi/jag stödjer: Varianter
- 9.7 Vi/jag : Föreningsvarianter
- 9.8 Vi/jag : Frizon
- 9.9 Vi/jag stödjer: Exempel

- 9.10 Gör som vi/jag-märket
- 9.11 Gör som vi/jag-märket: Varianter
- 9.12 Gör som vi/jag-märket: Frizon
- 9.13 Gör som vi/jag-märket: Exempel

10.0 Eventmärken

- 10.1 Of Hope-märket
- 10.2 Of Hope-märket: Varianter
- 10.3 Of Hope-märket: Frizon
- 10.4 Of Hope-märket: Sociala medier & film
- 10.5 Of Hope-märket: Samarbeten
- 10.6 Of Hope-märket: Exempel

Logotyp

1.0

Primär logotyp:

Positiv logotyp

Barncancerfondens logotyp är ursprungligen ritad 1982 av Hans Kündig. Idén var att skapa en symbol med "busig" och lekfull karaktär. Logotypen är enkel i sin form för att den ska vara lätt att känna igen, och för att den ska fungera väl i olika sammanhang och storlekar.

Den positiva blå logotypen används primärt på alla ytor där den har god synlighet och tydlighet.

BCF Mörkblå
HEX: #2F5294
RGB: 47, 82, 148
PMS: 2146 U
CMYK: 100, 69, 0, 4

**BARNCANCER
FONDEN**

Negativ logotyp

En negativ, vit, logotyp finns som alternativ där den blå logotypens synlighet blir begränsad, t.ex. mot fotografier eller mörka färger.

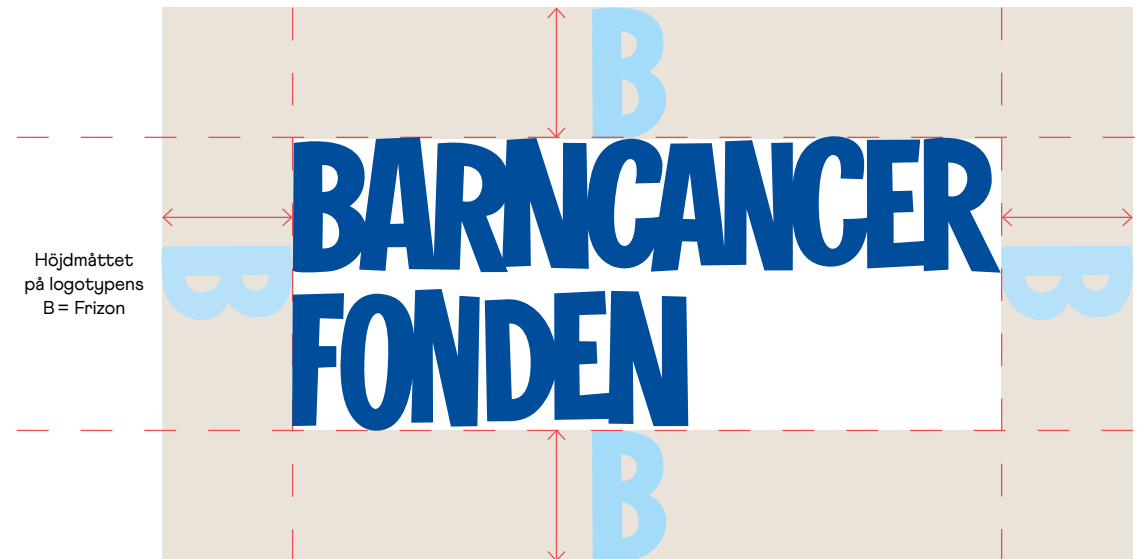


Logotyp: Frizon & minsta storlek

Frizonen är marginalen runt logotypen som måste hållas fri från andra grafiska element.

I en starkt konkurrensutsatt miljö (t.ex tillsammans med andra logotyper och varumärken) är det viktigt att säkerställa frizonen för att logotypen alltid ska uppfattas tydligt.

Frizonen gäller inte i logotypvarianter eller våra egna märkningar. Dessa bildar fristående symboler med specifika regler kring frizon. Se respektive variant längre fram i manualen.



Minsta storlek

Den minsta tillåtna storleken på logotypen är 10 mm i höjd.



Minsta storlek
10 mm i höjd.

Logotyp: Synlighet

Positiv/Negativ logotyp

Synlighet och tydlighet är alltid det viktigaste att ta hänsyn till när man väljer logotypvariant. Mörkblå logotyp används alltid på Barncancerfondens ljusare färger, t.ex vår ljusblå primärfärg.

Om ingen av varianterna får god tydlighet bör bakgrunden bytas eller modifieras.

För trycksaker med enbart svart tryck finns en svart variant. Denna får endast användas där de andra varianterna ej kan användas rent trycktekniskt.



Svart logotyp får endast användas där de andra varianterna ej kan användas rent trycktekniskt.

Logotyp: Avtalade samarbeten

Vi är måna om att vårt varumärke inte utnyttjas eller på något sätt associeras med sammanhang som vi inte har kontroll över. Därför krävs ett samarbetsavtal för att få tillstånd att använda Barncancerfondens logotyp. Storleken på Barncancerfondens logotyp ska vara minst 2/3 av företagets logotyp (2/3 av bredden för liggande format på logotyp; 2/3 av höjden för stående logotyp). Den kan placeras i de båda övre hörnen eller i nedre vänstra hörnet, beroende på placeringen av företagslogotypen.

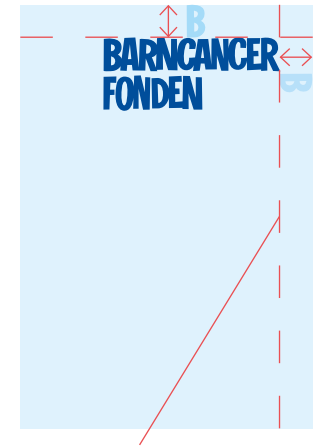
Tänk på att Barncancerfondens logotyp aldrig får bli mindre i höjd än 10 mm.

Barncancerfondens logotyp ska alltid ha en friyta enligt denna manual och får därför inte läggas direkt mot ytterkant.



**Nu stödjer vi
Barncancerfonden
med 5 kronor
per såld artikel!**

Lorem ipsum dolorem
lorem. Labo. Neque
nobis erferio qui dolum
dolor lorem.



Kom ihåg att logotypen alltid måste ha minst sin frijta till kant eller annan grafik. Läs mer i sektion 1.2

Föreningslogotyp

Barncancerföreningarna har sin respektive region som ett tillägg under logotypen. Tillägget är typograferat i Barncancerfondens identitets-typsnitt Athletics, i vikten Extra Bold.

Storleken på tilläggets text utgår från ordet "Mellansverige" som upptar hela logotypens bredd. På detta sätt får avdelningen en storlek med god läsbarhet. Avdelningen Stockholm Gotland skrivs ut på två rader för att behålla sin storlek.

Föreningslogotyperna finns färdiga att ladda ned i flera olika versioner, och i samtliga nödvändiga format.

**BARNCANCER
FONDEN**
Mellansverige

**BARNCANCER
FONDEN**
Västra

**BARNCANCER
FONDEN**
Stockholm
Gotland

**BARNCANCER
FONDEN**
Norra

**BARNCANCER
FONDEN**
Östra

**BARNCANCER
FONDEN**
Södra

Föreningslogotyp: Varianter & synlighet

Synlighet och tydlighet är alltid det viktigaste att ta hänsyn till när man väljer logotypvariant.

Det finns tre primära varianter av föreningslogotypen. En variant med Barncancerfonden i mörkblått och föreningen i ljusblått. Denna används i största möjliga mån där läsbarhet och tydlighet tillåter. Ytterligare en variant är en helt vit logotyp som används mot bild och mörka färger. Den tredje varianten har Barncancerfonden i mörkblått och föreningen i vitt. Denna kan nyttjas mot vår ljusblå primärfärg.

För trycksaker med enbart svart tryck finns en svart variant. Denna får endast användas där de andra varianterna ej kan användas rent trycktekniskt.



Svart logotyp får endast användas där de andra varianterna ej kan användas rent trycktekniskt.

BCF Mörkblå
 HEX: #2F5294
 RGB: 47, 82, 148
 PMS: 2146 U
 CMYK: 100, 69, 0, 4

BCF Ljusblå
 HEX: #4DBAEE
 RGB: 77, 186, 238
 PMS: 2190 U
 CMYK: 64, 2, 0, 0

Föreningslogotyp: Frizon

Frizonen är marginalen runt föreningslogotypen som måste hållas fri från andra grafiska element.

I en starkt konkurrensutsatt miljö (t.ex tillsammans med andra logotyper och varumärken) är det viktigt att säkerställa frizonen för att föreningslogotypen alltid ska uppfattas tydligt.



Föreningslogotyp: Exempel

Som inspiration ger vi några exempel på hur du kan använda föreningslogotypen. Hör av dig till oss om du funderar över hur du på bästa sätt kan applicera märket.



Delad logotyp:

I sällsynta fall kan vi dela på vår logotyp genom att skapa luft mellan orden "barn" och "cancer". Detta görs företrädesvis under barncancer månaden september för att förstärka vårt huvudbudskap om att barn och cancer inte hör ihop. För vår rörliga kommunikation använder vi en animerad logotyp där de två orden glider isär.

BCF Mörkblå
HEX: #2F5294
RGB: 47, 82, 148
PMS: 2146 U
CMYK: 100, 69, 0, 4

BARN CANCER FONDEN

Negativ logotyp

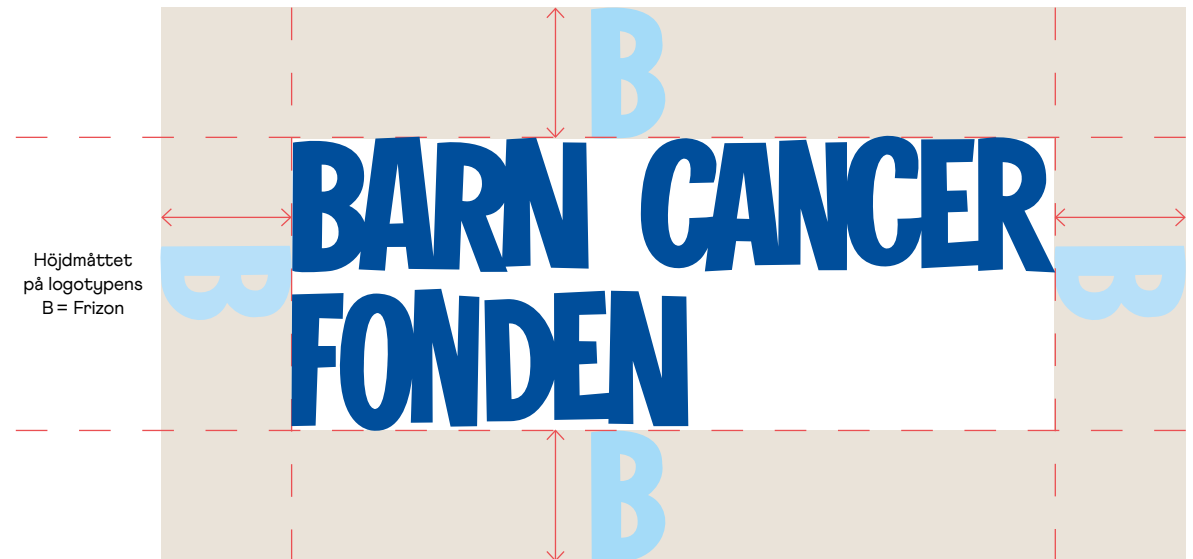
Den delade logotypen finns även i en negativ variant som kan användas mot mörkare färger eller i bild.



Delad logotyp: Frizon & minsta storlek

Frizonen är marginalen runt logotypen som måste hållas fri från andra grafiska element.

I en starkt konkurrensutsatt miljö (t.ex tillsammans med andra logotyper och varumärken) är det viktigt att säkerställa frizonen för att logotypen alltid ska uppfattas tydligt.



Minsta storlek

Den minsta tillåtna storleken på logotypen är 10 mm i höjd.



Minsta storlek
10 mm i höjd.

Föreningslogotyp

Den delade logotypen finns även som föreningslogotyper med föreningsnamnet tillagt. Tillägget är typograferat i Barncancerfondens identitetstypsnitt Athletics, i vikten Extra Bold.

Samma regler gällande frizon och liknande gäller som för den ordinarie föreningslogotypen, se avsnitt 1.6—1.7.

De delade föreningslogotyperna finns färdiga att ladda ned i flera olika versioner, och i samtliga nödvändiga format.

**BARN CANCER
FONDEN**
Mellansverige

**BARN CANCER
FONDEN**
Västra

**BARN CANCER
FONDEN**
Stockholm
Gotland

**BARN CANCER
FONDEN**
Norra

**BARN CANCER
FONDEN**
Östra

**BARN CANCER
FONDEN**
Södra

SoMe/Favicon-logotyp:

Huvudlogotyp

För sociala medier och som logotyp i webbläsare etc. använder vi en logotyp som skalas upp och kapas. Logotypens former har sån igenkänning att man kan vinna tydlighet i den större skalan ändå.

För plattformar med en kvadratisk ikon finns ett alternativ där hela logotypen är synlig.



Föreningslogotyper

För de lokala föreningarna finns varianter på symbolen för separata konton. I dessa används logotypen med föreningens namn i sin helhet. Även om de blir små skapas en särskiljning från huvudlogotypen och mellan de olika föreningarna.

Logotypen fungerar både för plattformar som använder fyrkantiga symboler och för de som använder runda.



Färger

2.0

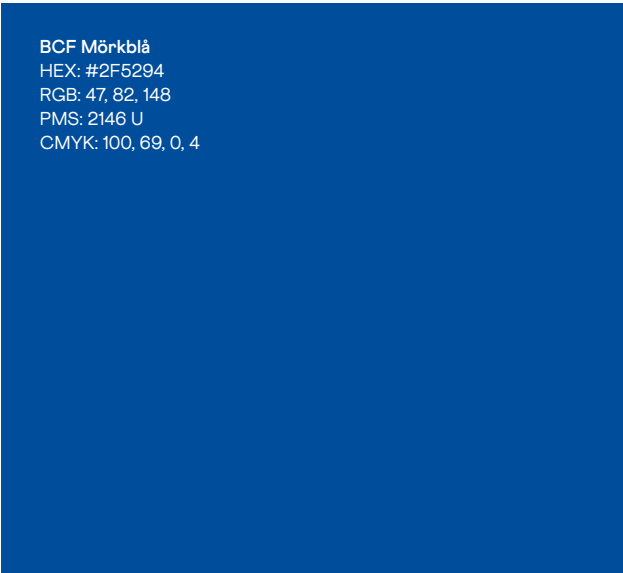
Färger:

Primärfärger

Våra primära varumärkesfärger är de två blå nyanserna *BCF mörkblå* och *BCF ljusblå*. Dessa två färger bildar grunden för vår palett och är ett av våra grundläggande verktyg för igenkänning.

Pantone (PMS) används vid dekorfärgstryck.
CMYK används vid fyrfärgstryck.
RGB och *HEX* används för publicering på skärm.

Vid identitetens uppdatering 2022 har vi som synes behållit Barncancerfondens mörkblå primärfärg. Vi har dock korrigerat färgens RGB-värde och valt en ny PMS-färg för att bättre matcha färgens utseende i tryck (CMYK).



BCF Mörkblå
HEX: #2F5294
RGB: 47, 82, 148
PMS: 2146 U
CMYK: 100, 69, 0, 4



BCF Ljusblå
HEX: #4DBAEE
RGB: 77, 186, 238
PMS: 2190 U
CMYK: 64, 2, 0, 0

Färger:

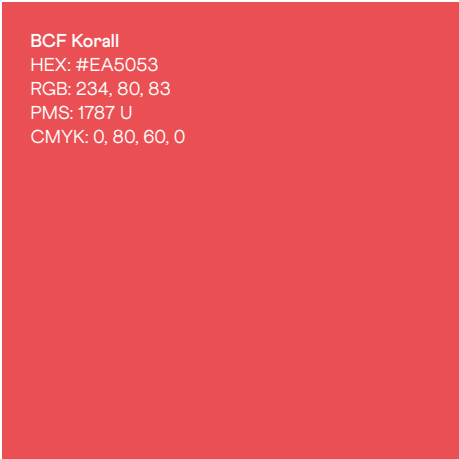
Komplementfärger

Komplementfärger

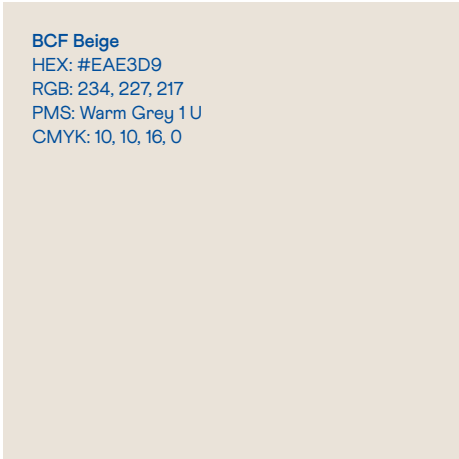
Våra komplementfärgers funktion är att understödja våra primärfärger och ska inte ses som ett alternativ till huvudfärg.

BCF Korall är en signalfärg som kan användas för att signalera viktig information eller för att skapa *Call To Action*. T.ex månadsgivar-knappar på hemsidan.

BCF Beige är en kompletterande bakgrundsfärg för att skapa variation och ett varmare uttryck.



BCF Korall
HEX: #EA5053
RGB: 234, 80, 83
PMS: 1787 U
CMYK: 0, 80, 60, 0



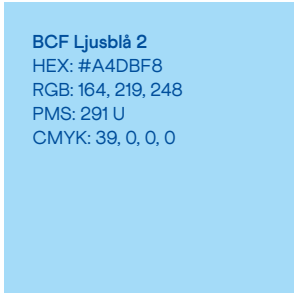
BCF Beige
HEX: #EAE3D9
RGB: 234, 227, 217
PMS: Warm Grey 1 U
CMYK: 10, 10, 16, 0

Nyanser

Våra nyanser av *BCF Korall* och *BCF Ljusblå* använder vi primärt i våra digitala kanaler för att skapa variation. Vi använder dem också i diagram och statistik för att få en bredare palett.



BCF Rosa
HEX: #F39AA3
RGB: 243, 154, 163
PMS: 197 U
CMYK: 0, 51, 24, 0



BCF Ljusblå 2
HEX: #A4DBF8
RGB: 164, 219, 248
PMS: 291 U
CMYK: 39, 0, 0, 0



BCF Ljusblå 3
HEX: #DFF2FD
RGB: 223, 242, 253
PMS: 642 U
CMYK: 15, 0, 0, 0

Typografi

Om typografi

Målet med Barncancerfondens typografi är att genom typsnittsval och enkla men konsekventa regler skapa igenkänning, tydlighet och identitet.

Typografin bör spegla det grundläggande intresset för människan: ett humanistiskt, mjukt och enkelt sätt att typografera.

Vi arbetar primärt med typsnittet *Athletics*, ritat år 2017 av den australiensiska typsnittsstudion *Family Type*. *Athletics* är ett modernt och linjärt typsnitt med stora och tydliga former, ett samtida anslag och lekfulla detaljer. Typsnittets egenheter och detaljer hjälper oss med igenkänning och varumärkesnärvaro, även om vår logotyp frånvarar.

Typografi: Primärt typsnitt

Athletics Extrabold används för huvudrubriker och stora budskap.

Athletics Bold används för mellanrubriker och kortare texter i annonser.

För brödtext används i huvudsak *Athletics Regular*, men kan bytas ut mot *Athletics Medium* om läsbarheten kräver det, t.ex vid väldigt små grader eller vid inverterad text.

Färg på typografi är svart, vit eller någon av primärfärgerna BCF Mörkblå eller BCF Ljusblå.

Athletics
Extrabold

Aa Bb Cc Dd Ee *Aa Bb Cc Dd Ee*
FGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ &!?\$£¥€©
fg hijklmnopqrstuvwxyzåæäøö / 1234567890

Athletics
Bold

Aa Bb Cc Dd Ee *Aa Bb Cc Dd Ee*
FGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ &!?\$£¥€©
fg hijklmnopqrstuvwxyzåæäøö / 1234567890

Athletics
Medium

Aa Bb Cc Dd Ee *Aa Bb Cc Dd Ee*
FGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ &!?\$£¥€©
fg hijklmnopqrstuvwxyzåæäøö / 1234567890

Athletics
Regular

Aa Bb Cc Dd Ee *Aa Bb Cc Dd Ee*
FGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ &!?\$£¥€©
fg hijklmnopqrstuvwxyzåæäøö / 1234567890

Typografi: Grundläggande inställningar

För att få en så behaglig, läsbar och vältypograferad text som möjligt skiljer sig inställningarna för rubriker och brödtext något. Till höger finner du inställningar för vikt, radavstånd, ordmellanrum och tillriktning. De här inställningarna säkerställer att text alltid ser likadan ut, även i detaljerna.

Huvudrubrik

Lorem ipsum dolorem lorem

Inställningar för huvudrubriker.

Vikt: Athletics Extrabold
Radavstånd: 105 %
Ordmellanrum: 75 %
Tillriktning: +/- 0

Mellanrubrik

Lorem ipsum dolorem

Inställningar för mellanrubriker.

Vikt: Athletics Bold
Radavstånd: 105 %
Ordmellanrum: 90 %
Tillriktning: +/- 0

Brödtext

Itaque ni quid ut ma et quo to queli consed que idus inctotat is ea dolum quidercia dellicio osa dit labo. Lesequis auditatie labo. Neque magnisi ut qam litatem sintur res sitodibus, officia sunt la et vel is dis uto eostis dolressi ipsunt pos ex endit ut dio fuga lorem.

Inställningar för brödtext.

Vikt: Athletics Regular
Radavstånd: 130 %
Ordmellanrum: 90 %
Tillriktning: +/- 0

Typografi: Skiftläge

Vi skriver alltid med versalgemen text — alltså med både stora (versala) och små (gemena) bokstäver. Den versalgemena texten ger ett mjukt och lekfullt uttryck i och med den varierade höjden. Enbart versal text uppfattas mer uppmanande och mindre humanistisk.

**Versalgement.
Stora och
Små bokstäver.**

~~**VERSALT.
BARA STORA
BOKSTÄVER.**~~

Typografi: Justering av rubriker

Rubriker vänsterjusteras eller centreras. Välj det alternativ som är bäst för den övergripande formen.

Vänsterjusterad rubrik

**Barn och cancer
hör inte ihop**

Centrerad rubrik

**Barn och cancer
hör inte ihop**

Typografi: Justering av brödtext

För texter mer omfattande än några rader justeras vänsterkanten jämt. Detta ger formen en naturlig struktur och ordning. Enbart centrerad text i större mängd kan få ett rörigt uttryck och ger texten sämre läsbarhet.

Vi marginaljusterar inte texter utan låter högerkanten vara ojämn. Detta ger en friare, mer läsbar och humanistisk form, samt motverkar avstavningar, gluggar och utdragen text.

Vänsterjusterad

Itaque ni quid ut ma et quo to queli conseed que idus inctotat is ea dolum quidercia dellicio osa dit labo. Lesequis auditatie labo. Neque magnisi ut qam litatem sintur res sitodibus, officia sunt la et vel is dis uto eostis dolressi ipsunt pos ex endit ut dio fuga lorem.

Et ea iust ernat hicati berorio dolu tatur? Aceario reicet voluptatem eti ant ut halrum rem essuntiis ani adiaepe rferumo aut aliasiod ducim harum et quae dicotat. Itae que et labor rem. Nequis dem a si vitolio quaspie ndebis etur, occus quam, conesequis atiunt ella di genia volt fugia atum aute volor ratate reno hen deno ihit volorem fugiae nes sitias eme magni sitato quatus, conser nos ditatemi duo ventis ad ex eat quis et. Lorem ipsum dolorem lorem aquenti.

Vi arbetar med en ojämn högerkant!

Om man har möjlighet — och tid — kan man försöka få den ojämn högerkanten att bli så varierad som möjligt (som här i exemplet).

Särskilt i kortare texter med större grad: ingresser, annonser, presentationer och powerpoints. Textgruppen blir behagligare och mer lättläst om den hela tiden är varierad.

Centrerad med ojämna kanter

Itaque ni quid ut ma et quo to quelia conseed que idus inctotatis ea quidercia dellicipsa di labo. Lesequis auditiatiae labo. Neque magnisi ut quam litate sintur res sitibust, officia sunt la et vel is dis ut doloressi ipsunt poso ex endit millaut fuga.

Et ea iust ernat hicatiberori doluptatur? Aceario reicet voluptatem et ant ut harum remol essuntisadiaepe rferumo auto allasi ducim. Itae que et labore rem. Nequis dem a si vit quaspie ndebis eatur, occus quam, conesequis atiunt ellale digenia volt fugia voloratate rehendeno ihit Lorem ipsum dolorem lorem aquenti.

Marginaljusterad

Itaque ni quid ut ma et quo to quelia conseed que idus inctotatis ea dolum quidercia dellicipsa dit labo. Lesequis auditiatiae labo. Neque magnisti ut quam litatem sintur res sitibust, officia sunt la et vel is dis ut eostis doloressi ipsunt pos ex endit millaut ut fuga lorem ipsum.

Et ea iust ernat hicatiberori doluptatur? Aceario reicet voluptatem et ant ut harum rem essuntiis adiaepe rferum aut allasi ducim harum quae dictotat. Itae que et labore rem. Nequis dem a si vit quaspie ndebis eatur, occus quam, conesequis atiunt digenia volut fugia.

Typografi: Komplementtypsnitt

Vi använder vårt primärtypsnitt i så hög utsträckning som möjligt. *Athletics* har hög läsbarhet i både små och stora textmängder.

Ibland kan det dock, i omfattande trycksaker (t.ex. böcker) i längre dokument eller Wordmallar, behövas ett typsnitt med serifer. Vid dessa tillfällen använder vi typsnittet Georgia, tecknat 1993 av formgivaren Matthew Carter med ambitionen att ta fram ett typsnitt med så hög läsbarhet som möjligt, både i tryck och på skärm. Georgia är ett standardtypsnitt som finns förinstallerat i både Windows och Mac OS.

Georgia kan användas i *Office*-miljö, i *Word* och *Excel*, i *PowerPoint* använder vi dock andra typsnitt, se avsnitt 3.7.

Georgia
Bold

Aa Bb Cc Dd Ee Aa Bb Cc
FGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
fg hijklmnopqrstuvwxyzåæäö
&!?\$£¥€© 1234567890

Georgia
Regular

Aa Bb Cc Dd Ee Aa Bb Cc
 FGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
 fg hijklmnopqrstuvwxyzåæäö
 &!?\$£¥€© 1234567890

Generella inställningar
av Georgia.

Radavstånd: 130 %
 Ord mellanrum: 80 %
 Tillriktning: +/- 0

Typografi: Office/PowerPoint

Barncancerfonden använder typsnittet *Athletics* i så stor utsträckning som möjligt. Tänk på att spara worddokument som en pdf innan du skickar det, för att säkerställa att dokumentet behåller vårt typsnitt. Risken är annars stor att hela dokumentet förvrängs eftersom mottagaren troligtvis saknar *Athletics*.

När det gäller *PowerPoint* använder vi i stället typsnittet *Arial*. Detta för att säkerställa att presentationen fungerar i samtliga datorer.

Som ett alternativ till *Arial* i vissa system och miljöer kan man använda *Helvetica*, ett typsnitt som har väldigt stor likhet i sin form med *Arial*.

Arial och *Helvetica* kan användas i *Office*-miljö, i *Power Point* och som rubriker i *Excell*. I *Word* använder vi dock andra typsnitt, se avsnitt 3.6.

Arial
Bold

Aa Bb Cc Dd Ee Aa Bb Cc Dd Ee
FGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ &!?\$£¥€©
fghijklmnopqrstuvwxyzåæäøö / 1234567890

Arial
Regular

Aa Bb Cc Dd Ee Aa Bb Cc Dd Ee
 FGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ &!?\$£¥€©
 fghijklmnopqrstuvwxyzåæäøö / 1234567890

Helvetica
Bold

Aa Bb Cc Dd Ee Aa Bb Cc Dd Ee
FGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ &!?\$£¥€©
fghijklmnopqrstuvwxyzåæäøö / 1234567890

Helvetica
Regular

Aa Bb Cc Dd Ee Aa Bb Cc Dd Ee
 FGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ &!?\$£¥€©
 fghijklmnopqrstuvwxyzåæäøö / 1234567890

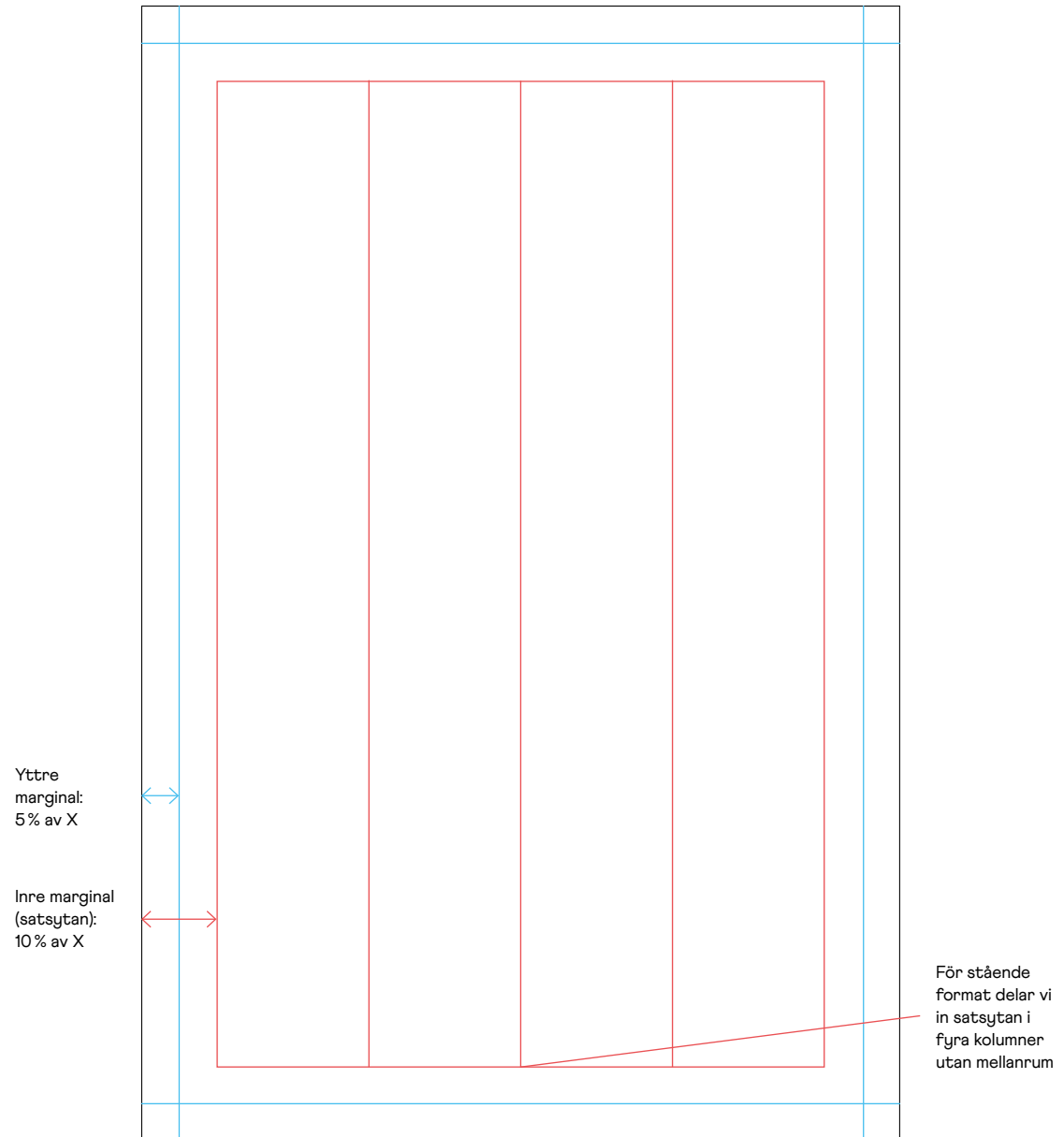
Annonsor & trycksaker

Grid: Stående format

Till höger ses en grundläggande uppbyggnad av en annons eller trycksak i stående format. Genom att arbeta med liknande proportioner och förhållanden binder vi ihop vår produktion och får en större enhetlighet.

Man måste dock se detta som en utgångspunkt. Vid väldigt stora eller väldigt små format, samt vid extremt högsnala eller avlångt liggande format, kan man behöva korrigera marginaler och storlekar. Utgå från dessa förhållanden och korrigera eventuellt tills form och funktion blir bra. Håll hela tiden ett öga på att den övergripande formen känns som Barncancerfonden och hänger ihop med övrig produktion.

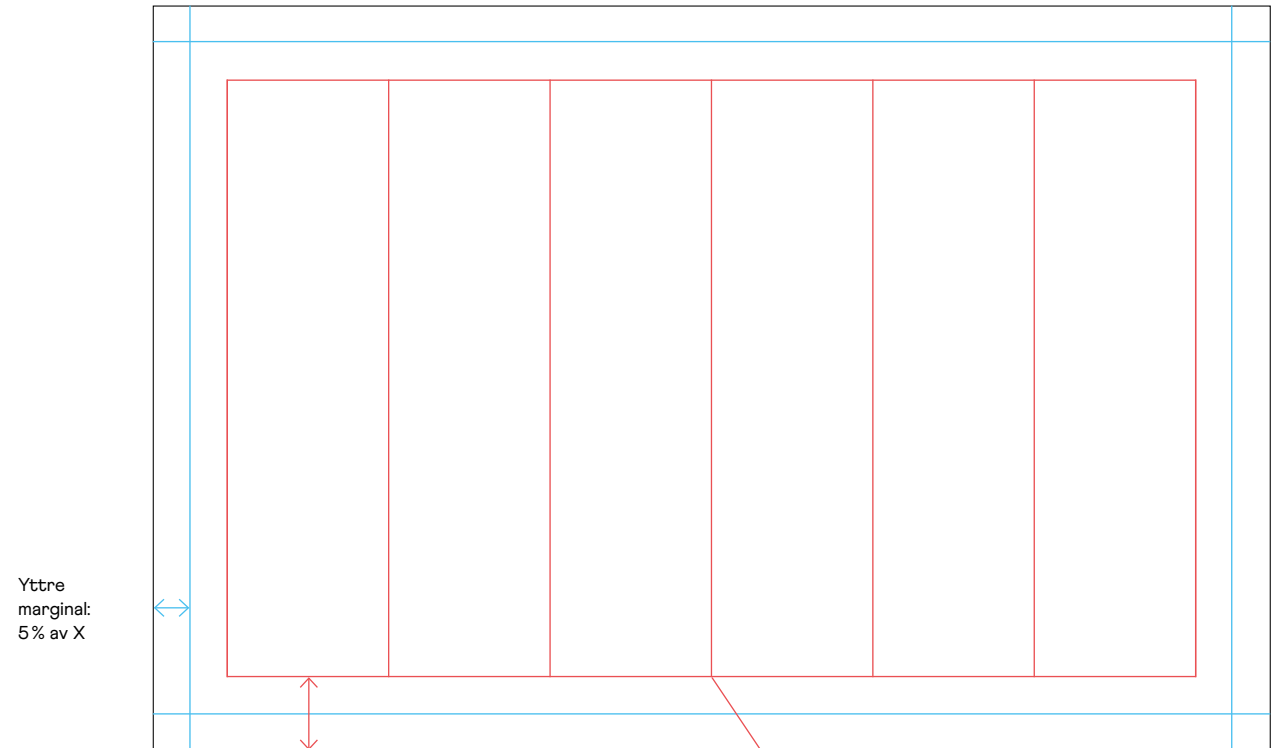
X = Dokumentets bredd



Grid: Liggande format

Till höger ses en grundläggande uppbyggnad av en annons eller trycksak i stående format. Genom att arbeta med liknande proportioner och förhållanden binder vi ihop vår produktion och får en större enhetlighet.

Man måste dock se detta som en utgångspunkt. Vid väldigt stora eller väldigt små format, samt vid extremt högsnala eller avlånga liggande format, kan man behöva korrigera marginaler och storlekar. Utgå från dessa förhållanden och korrigera eventuellt tills form och funktion blir bra. Håll hela tiden ett öga på att den övergripande formen känns som Barncancerfonden och hänger ihop med övrig produktion.



Yttre marginal:
5% av X

Inre marginal
(satsytan):
10% av X

För stående
format delar vi
in satsytan i
sex kolumner
utan mellanrum

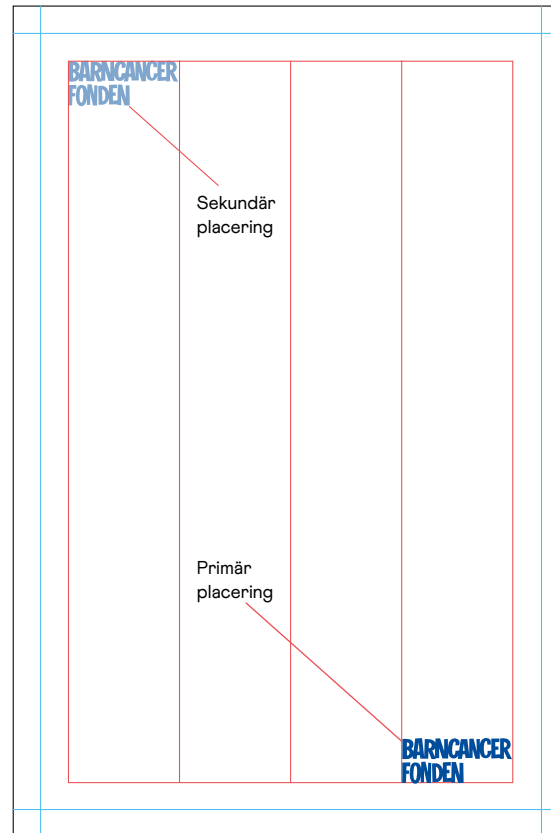
X = Dokumentets bredd

Storlek & placering: Logotyp, annons & omslag

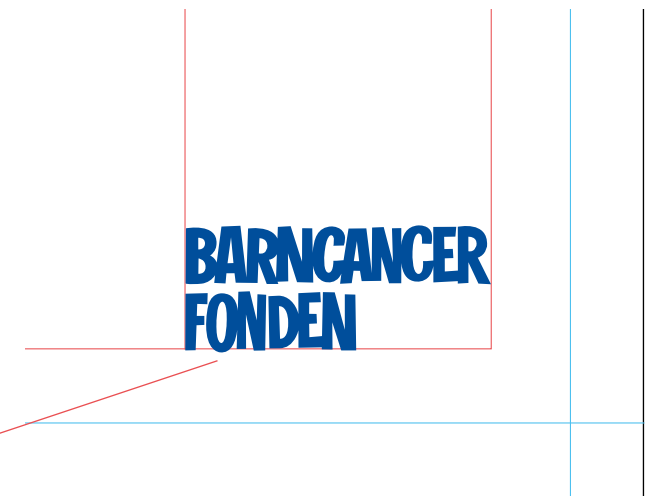
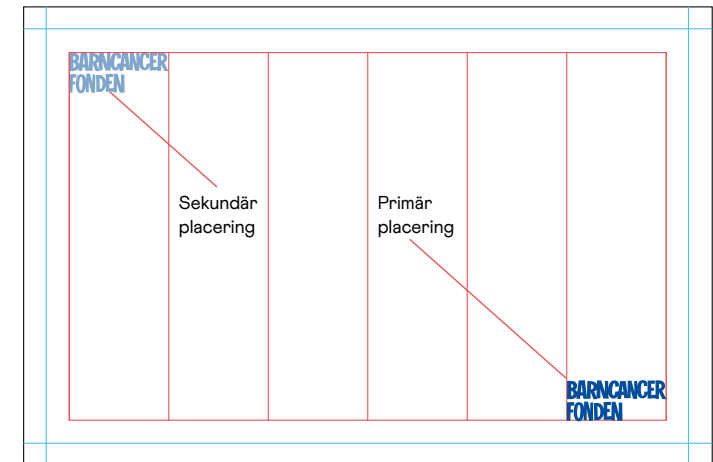
Till höger ses en generell storlek och placering av Barncancerfondens logotyp i en annons eller trycksak. Genom att arbeta med liknande proportioner och förhållanden binder vi ihop vår produktion och får en större enhetlighet.

Man måste dock se detta som en utgångspunkt. Vid väldigt stora eller väldigt små format, samt vid extremt högsmala eller avlångt liggande format, kan man behöva korrigera storlek och placering. Utgå från dessa förhållanden och korrigera eventuellt tills form och funktion blir bra. Håll hela tiden ett öga på att den övergripande formen känns som Barncancerfonden och hänger ihop med övrig produktion.

Placering på stående format



Placering på liggande format



I och med logotypens oregelbundna form får man låta delar av den gå över marginalen. Hitta ett medelläge där det känns som att logotypen står på marginalen

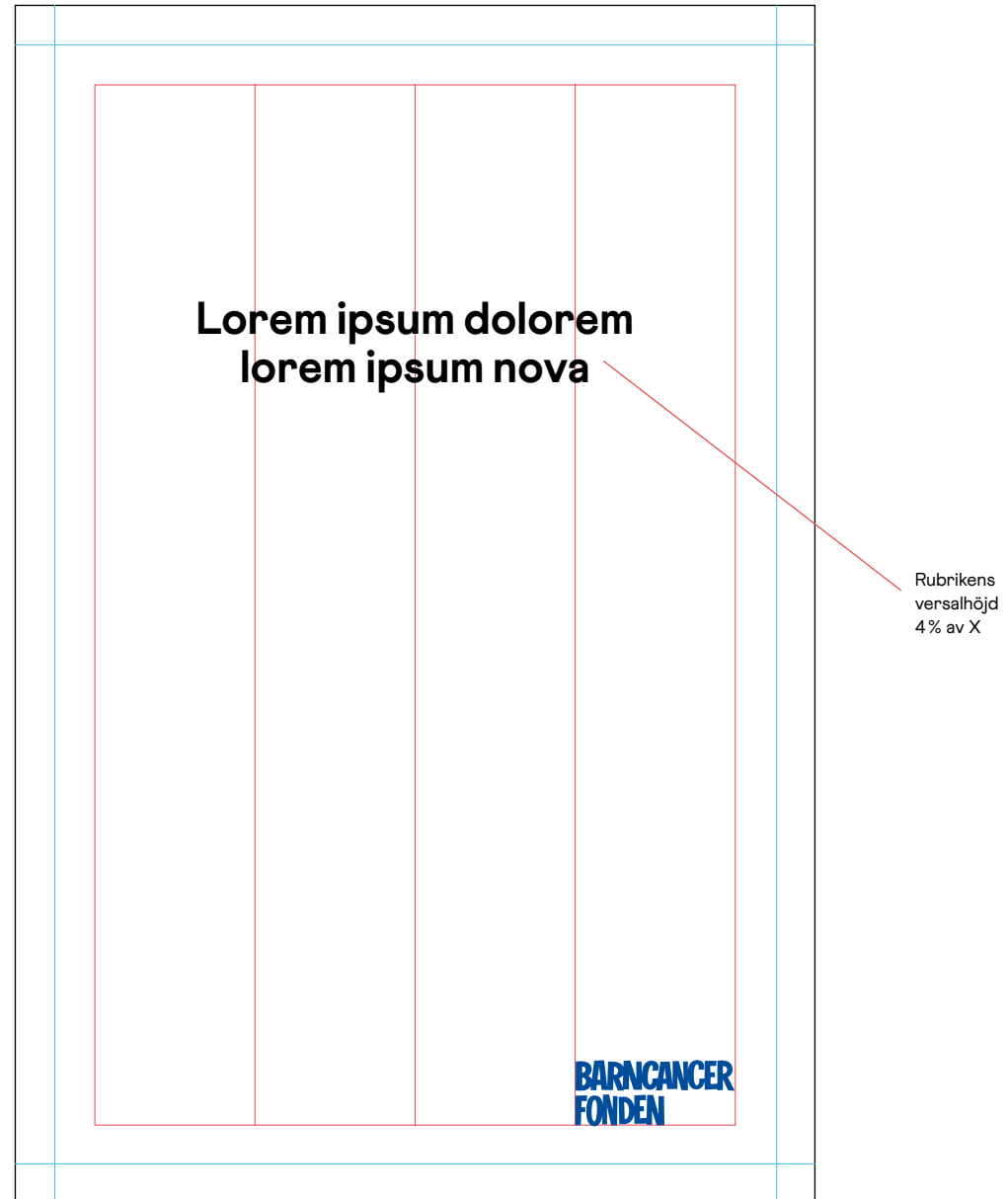
Storlek: Typografi

Till höger ses en generell storlek för rubriker i en annons eller trycksak. Genom att arbeta med liknande proportioner och förhållanden binder vi ihop vår produktion och får en större enhetlighet.

Detta är en utgångspunkt. Hur typografin uppfattas kan vara väldigt beroende av formatets storlek, annonsens idé eller kombinationen med bild.

Brödtext ges inga generella mått utan måste bedömmas från gång till gång, beroende på läsbarhet och funktion. Håll dock hela tiden ett öga på att den övergripande formen känns som Barncancerfonden och att det hänger ihop med övrig produktion.

X=Dokumentets bredd



Placering: 90-konto

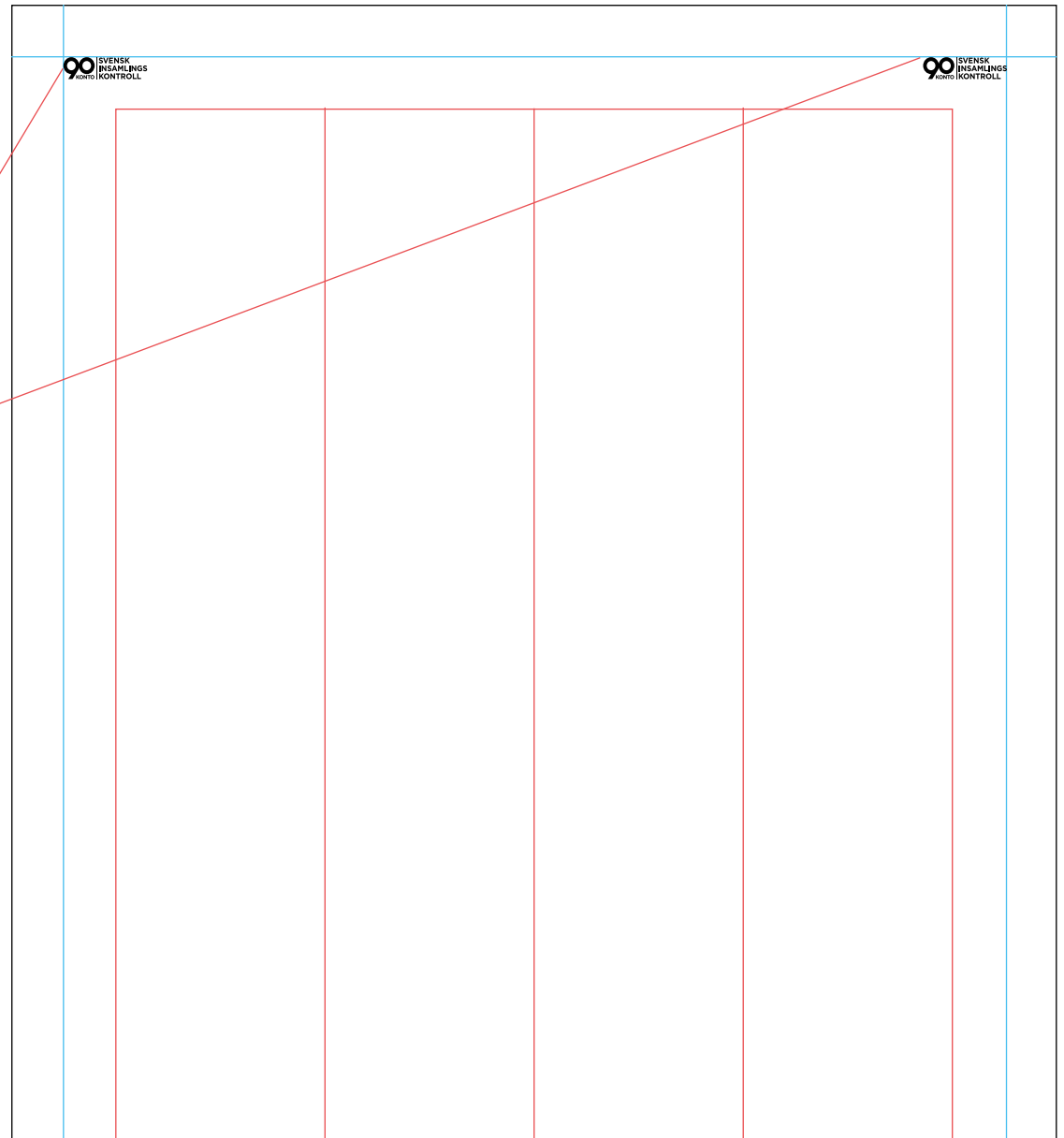
När kommunikationen i första hand handlar om insamling ska Svensk Insamlingskontrolls logotyp finnas med på enheten. Den ska om möjligt placeras i något av de övre hörnen.

När formatet är väldigt litet, exempelvis mindre pluggannonser är det ok att utesluta den.

90-kontosymbolen placeras på den yttre marginalen i något av de övre hörnen.

Symbolen skall inte kännas stor eller iögonfallande

Minsta storlek
25 mm i bredd.



Exempel

Hjälp oss hålla barncancer borta från vuxna.



BARN CANCER

Livet är det viktigaste vi har och vi vill att alla kämpar för. Åtså få öppna ögonen på morgonen, svära åt den förbannade väckarklockan, smorda missa busen och senare på kvällen skratta åt alla tillslumarna med någon man älskar. Åtså få träffa nya människor, upplocka nya platser, arbeta och bada till det gemensamma i samhället.

Barn som överlever cancer har på peppret samma möjligheter som vi andra. Åtså gå in i skolorna, bli lärare, bli föräldrar, bli föräldrar i vardagen, åtså ta del av deras föräldrar i kampen mot ett oförståeligt samhälle och veta att det är poliser och myndigheter som ska utvärdera.

Vår barn som överlever är en fantastisk framgång, men det kommer för att bli en utmaning. Vi måste hålla den här sjukdomen borta från barn, även när de blivit färdigbehandlade, även när de blivit vuxna.

Till dig som haft barncancer. Vi lovar att alltid stå vid din sida, göra din röst hörd, kämpa för din sak. Till alla andra. Var med i kampen, hjälpa oss att förbättra livet för de som överlevt sjukdomen och avslutat sin behandling. Varje krona är livsviktig.

Sjukdomen och de kraftfulla behandlingarna har även tagit hårt på kroppen, med komplikationer som hormonproblem, hörselnedsättning, spridning, bottenbråsar, inlärningssvårigheter och hjärntrötthet.

Barn och cancer hör inte ihop. Swisha till 90 20 900 och stöd kampen mot barncancer.

BARNCANCER FONDEN

Estelles sista behandling var på julafton.



Feber, rinniga ögon och krupp är de allra flesta nyfödda bebisar med om. Sjukhuset för Estelle var att det aldrig gick över, det blev isom inte bra. Till slut bestämde sig föräldrarna Amanda och Calle för att åka till akuten.

— Vi åkte in och ut ur sjukhuset under en tid, det var till slut BVC som reagerade och kände något i Estelles mage och ville boka in ett uträjlad, berättar Amanda.

Uträjladet skulle ske dagen efter så de fick åka hem och vänta. Nu kunde även Amanda och Calle känna något i Estelles mage. Croni väkte, natten blev sömnlös. En dag efter uträjladet var Calle på väg till ett jobb och när telefonen ringde. Även om läkaren inte berättade om misstankarna blev allvaret smärtsamt tydligt.

— Han sa att jag borde packa ihop direkt, åka hem och vara med familjen, och att vi skulle komma in till sjukhuset tidigt nästa morgon, säger Calle.

Efter röntgen konstaterades det värsta. En tumör som vuxit snabbt och var stor som en tennisboll i bröstet från månader gamla Estelles mage. Behandlingarna sattes igång omedelbart, samma dag. Först trodde man det var Wilms tumör och startade en värdplan utifrån det. Det visade sig

dock handla om en klarcellstumör, en diagnos med längre och mer krävande mediciner. Den nybivna familjen fick plötsligt förbereda sig på omfattande läkarens, starka mediciner och att spendera många dagar och nätter på sjukhus.

— Första veckorna var så tuffa, det tog lång tid innan kunde säga Estelle och Calle samma mening, jag kunde bli sågna orden, säger Amanda.

Mitt i allt mörker fick de än så länge skule längtan på Estelle för Amanda och Calle blev gör för drabbade barn.

Även om sjukdomstiden var minnen från den här tiden, försöka göra något av vagn.

BARNCANCER FONDEN

Barn och cancer hör inte ihop.




BARN CANCER

Hjälp oss hålla cancer borta från barn. Swisha till 90 20 900 och stöd forskningen.

BARNCANCER FONDEN

Barn och cancer hör inte ihop.



BARN CANCER

Marta 7 år Leukemi.

Hjälp oss hålla cancer borta från barn. Swisha till 90 20 900 och stöd forskningen.

BARNCANCER FONDEN

Adressformat: Generellt

Alla trycksaker som Barncancerfonden skickar ut ska innehålla avsändar- och kontaktinformation. Texten i adressraden ska alltid sättas i Athletics Regular, hemsidan märks särskilt ut i Athletics Italic.

Exemplen visar texten satt i storleksgrad 7,5 pt med 130 % radavstånd och 90 % ordmellanrum. Vid behov kan texten sättas i annan storlek (helst inte större), men i samma proportioner.

För texten "Tel", "Pg", "Bg" osv. använder vi aldrig kolon som skiljetecken, eftersom det ger ett hårdare intryck än utan.

I DR-enheter, som oftast består av flera enheter (brev, folder osv) är det för foldern lämpligt att använda den enklare avsändaradressen. Pg, Tel och webbadressen är den information som alltid måste finnas med.

De olika grupperna av information separeras av ett helfyrkant mellanrum.

1.

Adressraden uppdelad på tre rader. Lämplig för t.ex. sidfot på trycksaker ner till A5 format.

Box 5408, 114 84 Stockholm Besöksadress Hälsingegatan 49
Tel 08-584 209 00 Org nr 802010-6566 Pg 90 20 90-0
barncancerfonden.se

Ideon Science Park Scheelevägen 17, 223 63 Lund
Tel 040-42 65 64 Org nr 845001-3415 Pg 90 03 30-2
barncancerfonden.se/sodra

2.

Adressraden uppdelad på fyra rader. Lämplig för trycksaker med mindre bredd än format A5.

Box 5408, 114 84 Stockholm
Besöksadress Hälsingegatan 49
Tel 08-584 209 00 Org nr 802010-6566
Pg 90 20 90-0 *barncancerfonden.se*

Klintvägen 47, 907 37 Umeå
Tel 090-772 700
Org nr 894002-4790 Pg 90 30 80-0
barncancerfonden.se/norra

3.

Adressraden med minsta möjliga information. Lämplig för foldrar/broschyrer som tillhör DR-utskick med följebrev (där en komplett avsändaradress finns med).

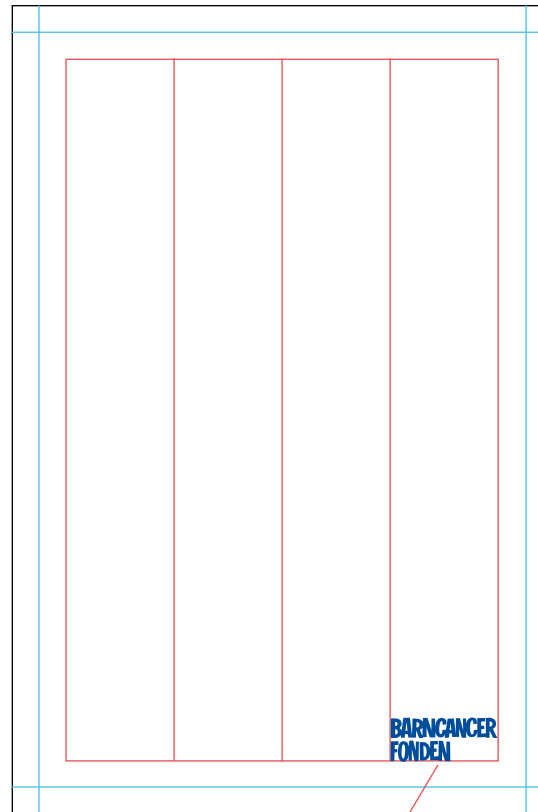
Tel 08-584 209 00 Pg 90 20 90-0
barncancerfonden.se

Tel +46 (0)73-976 15 86 Pg 90 02 90-8
barncancerfonden.se/stockholm

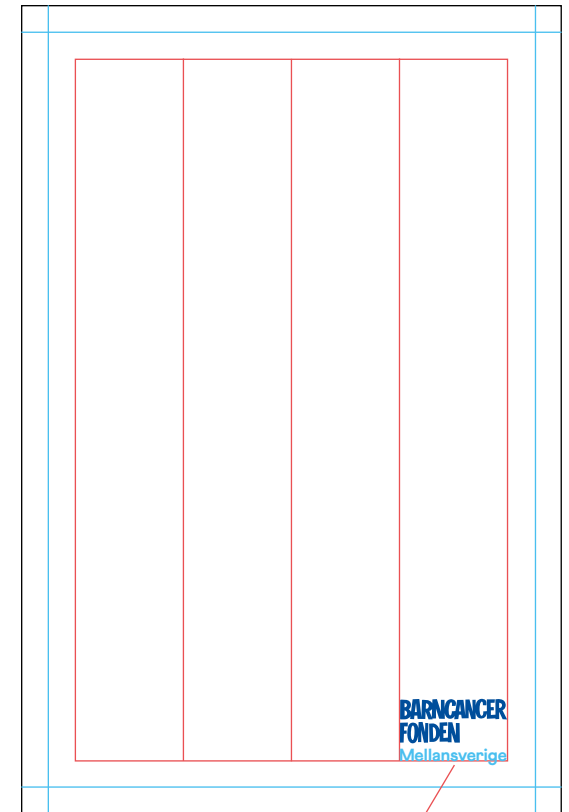
Adressformat: Logotypens placering

Logotypen placeras alltid i det nedre högra hörnet enligt reglerna i avsnitt 4.3.

I små format får logotypen inte bli mindre än det bestämda minsta måttet.



Placering och storlek för
utskick från Barncancerfonden



Placering och storlek
för utskick från lokala
avdelningar

Adressformat: Exempel

Så här används dina gåvor.

Varje krona vi får bidrar till att vi kan fortsätta jobba för att bekämpa barncancer. Så här fördelar vi en gåva på 100 kronor från dig.



Våra tre ändamål.

Forskning och utbildning

Vårt mål är att alla barn ska överleva — därför finansierar vi utbildningar för vårdpersonal inom barncancer och är idag den största finansiären av barncancerforskning i Sverige.

Råd och stöd

När ett barn får cancer drabbas hela familjen. Vi arbetar för att barn och deras familjer ska få råd och stöd för att kunna hantera sin vardag både under och efter behandlingstiden.

Information

Vi sprider information om barncancer, de drabbades situation och forskningsframsteg. Vi arbetar också med opinionsbildning för att påverka beslutsfattare till att förbättra situationen för de familjer som drabbas av barncancer.

Box 5408, 114 84 Stockholm Besöksadress Hälningegatan 49
Tel 08-584 209 00 Org nr 802010-6566 Pg 902090-0
barncancerfonden.se

**BARNCANCER
FONDEN**

Treradig variant i 7,5 pkt.
och logotyp enligt regler.

Så här används dina gåvor.

Varje krona vi får bidrar till att vi kan fortsätta jobba för att bekämpa barncancer. Så här fördelar vi en gåva på 100 kronor från dig.



Våra tre ändamål.

Forskning och utbildning

Vårt mål är att alla barn ska överleva — därför finansierar vi utbildningar för vårdpersonal inom barncancer och är idag den största finansiären av barncancerforskning i Sverige.

Råd och stöd

När ett barn får cancer drabbas hela familjen. Vi arbetar för att barn och deras familjer ska få råd och stöd för att kunna hantera sin vardag både under och efter behandlingstiden.

Information

Vi sprider information om barncancer, de drabbades situation och forskningsframsteg. Vi arbetar också med opinionsbildning för att påverka beslutsfattare till att förbättra situationen för de familjer som drabbas av barncancer.

Box 5408, 114 84 Stockholm Besöksadress Hälningegatan 49
Tel 08-584 209 00 Org nr 802010-6566 Pg 902090-0
barncancerfonden.se

**BARNCANCER
FONDEN**

Treradig variant i 7,5 pkt.
och logotyp enligt regler.

Våra tre ändamål.

Forskning och utbildning

Vårt mål är att alla barn ska överleva — därför finansierar vi utbildningar för vårdpersonal inom barncancer och är idag den största finansiären av barncancerforskning i Sverige.

Råd och stöd

När ett barn får cancer drabbas hela familjen. Vi arbetar för att barn och deras familjer ska få råd och stöd för att kunna hantera sin vardag både under och efter behandlingstiden.

Information

Vi sprider information om barncancer, de drabbades situation och forskningsframsteg. Vi arbetar också med opinionsbildning för att påverka beslutsfattare till att förbättra situationen för de familjer som drabbas av barncancer.

Box 5408, 114 84 Stockholm Besöksadress Hälningegatan 49
Tel 08-584 209 00 Org nr 802010-6566 Pg 902090-0 barncancerfonden.se

**BARNCANCER
FONDEN**

Fyrradig variant i 6 pkt (pga. avstånd).
och logotyp enligt minsta storlek

Adressformat: Engelsk variant

Den engelska versionen av adressformat skiljer sig inte nämnvärt från den svenska. Det viktigaste tillägget: *Swedish Childhood Cancer Fund* markeras med *Athletics Italic*. För övrigt gäller samma principer som den svenska versionen.

1.

Adressraden uppdelad på fyra rader. Lämplig för t.ex. sidfot på trycksaker ner till A5 format.

Barncancerfonden *Swedish Childhood Cancer Fund*
Box 5408, 114 84 Stockholm, Sweden
Visiting address Hälsingegatan 49 Tel 08-584 209 00
Pg 90 20 90-0 *barncancerfonden.se*

2.

Adressraden uppdelad på 6 rader. Lämplig för trycksaker med mindre bredd än format A5.

Barncancerfonden
Swedish Childhood Cancer Fund
Box 5408, 114 84 Stockholm, Sweden
Visiting address Hälsingegatan 49
Tel 08-584 209 00 Pg 90 20 90-0
barncancerfonden.se

Illustration & grafik

Illustration & grafik: Vinjetter & ikoner

Vårt sätt att illustrera hämtar vi från de handgjorda formerna i vår logotyp. Med hjälp av element och former direkt ur logotypen — eller former inspirerade av den kan vi skapa små vinjetter eller förklara skeenden med en stark koppling till det övriga varumärket.

Formerna kan även med fördel animeras.

Ikoner för hemsida och trycksaker tecknas på samma vis, med inspiration från logotypens handgjorda former.

BARNCANCER FONDEN

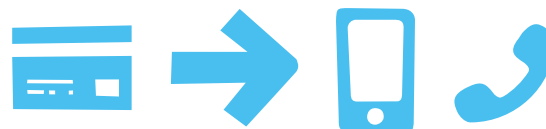
Exempel

Illustrationernas uttryck utgår från logotypens former.



Illustration

Ett par illustrationer som t.ex. skulle kunna vara vinjetter för delar av hemsidan.



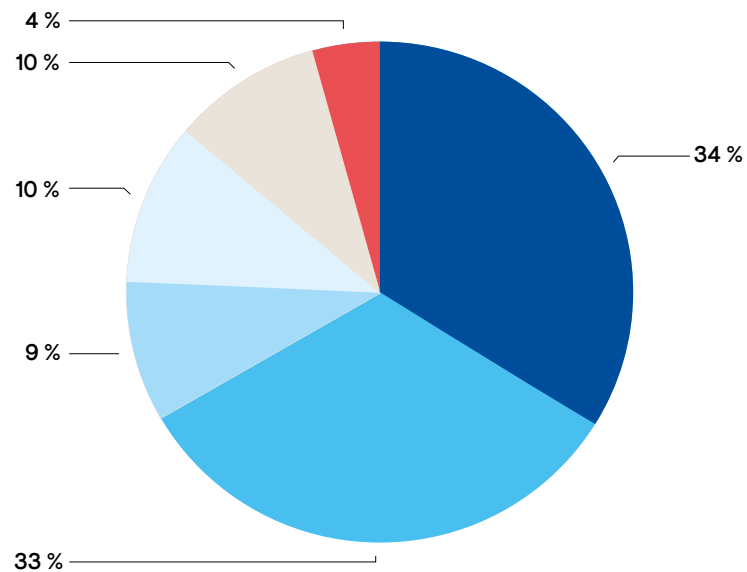
Ikoner

Ikoner ritas med inspiration från logotypens formspråk.

Illustration & grafik: Data & statistik

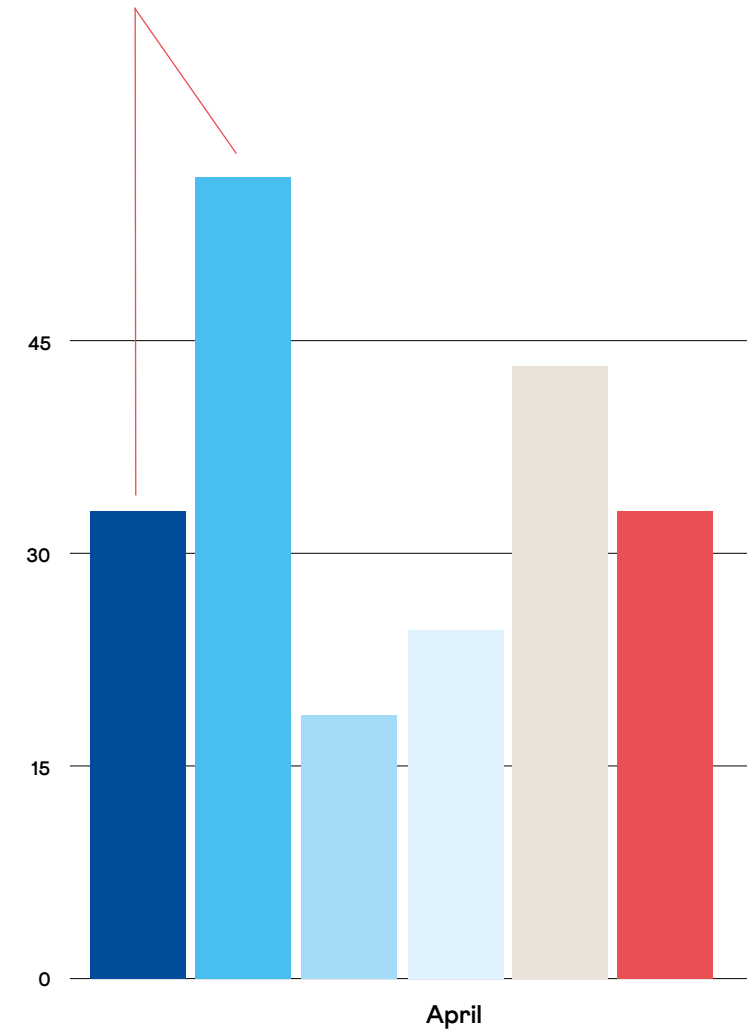
Vi presenterar data och statistik på ett enkelt och tydligt vis. För variation använder vi hela vår färgpallett. Dock är våra primärfärger alltid de som är knutna till den viktigaste datan.

Använd inte skuggningar, bilder och gradienter, utan jobba med stora tydliga och rena färgfält.



Tänk på!

Använd alltid primärfärgerna för den viktigaste datan i diagrammet, eller i en ordning så de kommer först. Den mörkblå och den ljusblå ska vara bredvid varandra i stapeldiagram.



Bildtonalitet

Bildtonalitet

Vårt bildmaterial ska kännas äkta och verklighetsnära. I största möjliga utsträckning använder vi oss av autentiska personer i naturlig ljussättning. Vårt bildmanér ska upplevas varmt och hoppfullt även i känsliga situationer. Vår känsla är dokumentär; vi vill undvika poserade och uppställda bilder. En allvarsam känsla är önskvärd men om vi porträtterar sjuka barn får de aldrig upplevas som sjuka, ledsna och ensamma. I de fall barnet är sjukt och ledset bör det avbildas i sällskap med någon, företrädesvis en förälder eller annan vuxen. Är barnet däremot sjukt – men glatt eller stolt – är det okej att det avbildas ensamt.

I informationsfoldrar använder vi företrädesvis bilder från verksamheten. De kompletteras med våra värdegrundsbilder för att skapa känslan vi vill förmedla.

I kampanjkommunikation arbetar vi med studiobilder och blå bakgrund för att skapa igenkänning och bygga varumärket Barncancerfonden långsiktigt. Dessa bilder är till sin natur mer ”uppställda” och skiljer sig därmed från vårt dokumentära manér.

Tips! Tänk på att en bild som ska tryckas måste ha en tillräcklig upplösning för att kunna tryckas i 100% storlek i 300 dpi.

Dokumentärt manér



Kampanjmanér



Texttonalitet

Texttonalitet

När du skriver texter för Barncancerfondens marknadskommunikation finns det några saker som kan vara bra att tänka på:

Visa hoppfullhet

Barncancer är ett svårt och jobbigt ämne att prata och skriva om. Vi vill därför gärna förmedla en känsla av möjligheter och hopp i vår kommunikation. Det kan till exempel handla om att berätta hur man som givare kan vara med och bidra till att göra livet bättre för drabbade barn och familjer.

Var kärnfull

Våga vara direkt och skriv som det är. Håll språket enkelt och berätta det viktigaste först. Även om ämnet är engagerande finns ingen anledning till ett alltför målande språk eller krångliga omskrivningar. Håll kvar läsaren genom att låta budskapet driva texten framåt.

Tänk på läsaren

Fundera på vem som ska läsa texten och anpassa tonaliteten därefter. Om innehållet är informativt eller rådgivande kan ett något mer formellt språk användas. Om innehållet ska driva insamling bör språket vara enklare och mer direkt. Oavsett vilken typ av text du skriver är det viktigt att fakta återges på ett tydligt och korrekt sätt.

Grundbudskap

Vår vision är att alla som drabbas av barncancer ska leva – inte bara överleva. Det innebär att vi står vid de drabbades sida, oavsett om de behöver akut eller mer långsiktigt stöd. Här kommer några formuleringar som vi använder beroende på textens syfte.

Säljande budskap:

- Barn och cancer hör inte ihop. Hjälp oss dela ordet.
- Swisha till 90 20 900. Varje krona är livsviktig.
- Swisha till 90 20 900 och stöd forskningen.
- Tack vare din gåva kan vi finnas vid de drabbades sida.
- Hjälp oss hålla cancer borta från barn.
- Vi behöver din hjälp för att kunna hålla cancer borta från barn.

Informativa budskap:

- Barncancer är den vanligaste dödsorsaken för barn mellan 1 och 14 år i Sverige.
- Barncancerfonden är den enskilt största finansiären av forskning kring barncancer.
- Gåvor från privatpersoner och företag har bidragit till att barncancerforskningen gjort stora framsteg. Idag överlever 85 procent av de barn som insjuknar i cancer.
- Sedan starten 1982 har Barncancerfonden bidragit med mer än tre miljarder till barncancerforskningen.
- Nästan varje dag drabbas ett barn i Sverige av cancer.

Budskap riktade till överlevare:

- Barn som överlever cancer står ofta inför livslånga komplikationer på grund av de kraftfulla behandlingarna och långa perioderna på sjukhus.
- Vi har förmågan och viljan att stå vid de drabbades sida genom hela livet.
- Barncancerfonden kan och vågar ta kampen mot myndigheter, politiker och ett oförstående samhälle.
- 7 av 10 barncanceröverlevare drabbas av sena komplikationer.

Pappersval

8.0

Pappersval

Till alla våra trycksaker använder vi obestruket papper, eftersom vi strävar efter den mjuka och varma känslan som obestruket papper ger.

Vi använder helst *Munken Polar* som är ett kvalitetspapper i många olika ytvikter för olika ändamål. För att få ner produktionskostnader förekommer ibland andra alternativ som påminner om *Munken Polar*. Alternativet ska alltid vara obestruket.

Principen gäller samtliga trycksaker samt även omslag för böcker och broschyrer. Använd då en högre ytvikt och eventuellt ett skyddande lack.

Vi undviker laminat och folieringar då det underlättar återvinningen av trycksakerna.

Stödmärken

Give Hope-märket

Give Hope-märket passar extra bra när insamling sker via specifika produkter. Tänk på att tydligt ange hur stor del av produktens pris som går till Barncancerfonden. Det bör ske i direkt anslutning till produkten, t.ex. på hang tags eller en hyllvippa. Bidraget ska uttryckas i ett fast belopp eller i procent av produktens/tjänstens värde. Uttryck som t.ex. "allt överskott/vinsten skänks till Barncancerfonden" rekommenderas inte då det uppfattas för otydligt för mottagaren.

**BCF Mörkblå**

HEX: #2F5294

RGB: 47, 82, 148

PMS: 2146 U

CMYK: 100, 69, 0, 4

BCF Ljusblå

HEX: #4DBAEE

RGB: 77, 186, 238

PMS: 2190 U

CMYK: 64, 2, 0, 0

Minsta storlek

Den minsta tillåtna storleken på Give Hope-märket är 25 mm i bredd.

Minsta storlek
25 mm i bredd.



Give Hope-märket: Två-sidigt märke

Give Hope-märket finns även i en två-sidig variant där man kan inkludera ett förtydligande om det stöd som tillfaller Barncancerfonden. Märket laddas ned som en mall så texten kan ändras. Det finns även en mall för animering av ett digitalt, vändbart märke. Detta kan inkluderas i digitala kanaler.

Kontakta varumärkesansvarig för mallar eller färdiga märken.



Framsida



Baksida

Give Hope-märket: Frizon

Frizonen är marginalen runt Give Hope-märket som måste hållas fri från andra grafiska element.

I en starkt konkurrensutsatt miljö (t.ex tillsammans med andra logotyper och varumärken) är det viktigt att säkerställa frizonen för att märket alltid ska uppfattas tydligt.



Give Hope-märket: Exempel

Här ger vi några exempel på applicering av Give Hope-märket. Hör av dig till din kontaktperson om du funderar över hur ditt företag på bästa sätt kan applicera märket. Och glöm inte att all användning av märket ska godkännas av Barncancerfonden.



Tygkasse

Hang tag
på produkt.
2-sidig



Skylt vid
produkt

Vi/jag stödjer:

”Vi/jag stödjer Barncancerfonden” är framtaget med formmässig koppling till Barncancerfondens logotyp. Märket i färg ska användas i så stor utsträckning som möjligt.

I all kommunikation där märket används ska det vara tydligt vad stödet består av. Berätta i en förklarande brödtext hur stort bidrag eller hur stor andel som skänks till Barncancerfonden. Bidraget ska uttryckas i ett fast belopp eller i procent av produktens/tjänstens värde. Generella uttryck som ”allt överskott” och ”vinsten skänks till Barncancerfonden” rekommenderas inte då de uppfattas som otydliga av mottagaren.



BCF Mörkblå
HEX: #2F5294
RGB: 47, 82, 148
PMS: 2146 U
CMYK: 100, 69, 0, 4

BCF Ljusblå
HEX: #4DBAEE
RGB: 77, 186, 238
PMS: 2190 U
CMYK: 64, 2, 0, 0

Minsta storlek

Den minsta tillåtna storleken på Vi/jag stödjer-märket är 25 mm i bredd.

Minsta storlek
25 mm i bredd.



Vi/jag stödjer: Varianter

Märkena finns i två primära färgställningar. Använd det som passar bäst mot bakgrunden och som blir tydligast.

Märkena finns även utan bakgrundsplatta och som enfärgade varianter. Dessa bör dock främst användas av trycktekniska anledningar.

Primära varianter

Jag stödjer
**BARNCANCER
FONDEN**

Tillsammans
stödjer vi
**BARNCANCER
FONDEN**

Alternativa varianter

Jag stödjer
**BARNCANCER
FONDEN**

Vi stödjer
**BARNCANCER
FONDEN**

Jag stödjer
**BARNCANCER
FONDEN**

Vi/jag stödjer: Föreningsvarianter

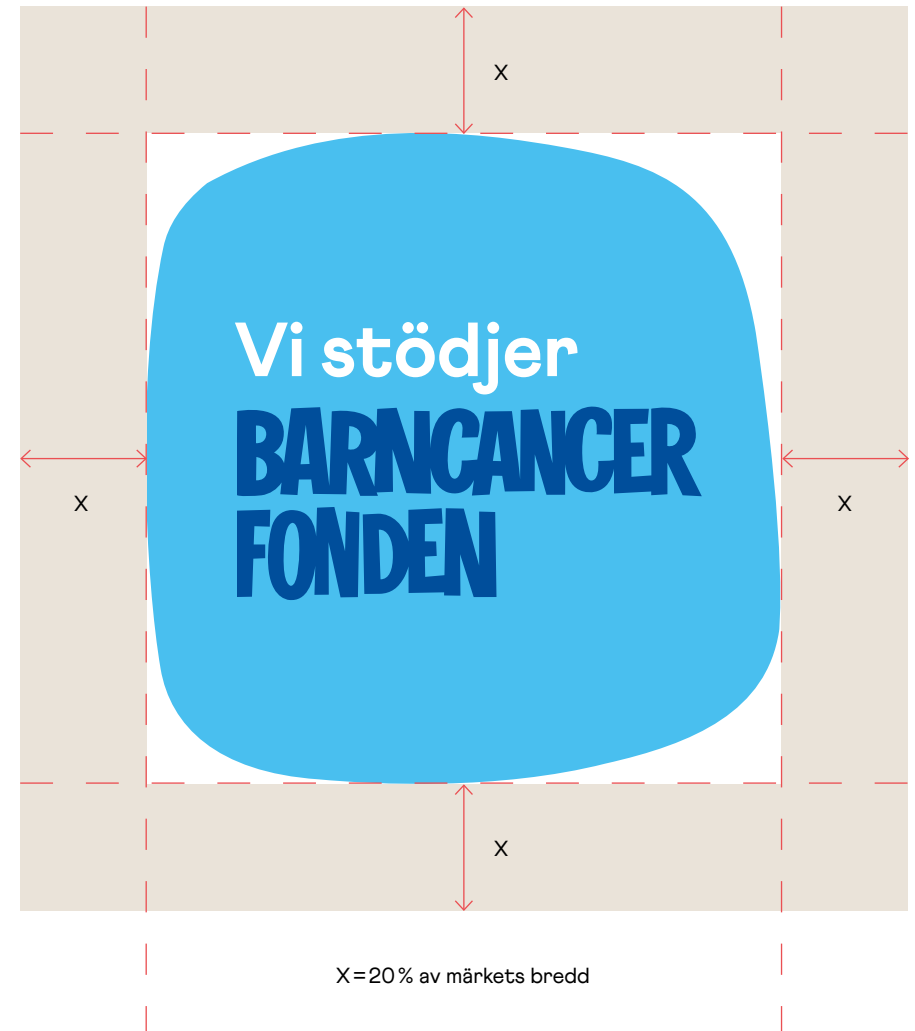
Märket finns även med de lokala föreningarna som ett tillägg under logotypen. Alla varianter finns att ladda ned i flera olika filformat (EPS, PNG). Använd EPS för tryck då den är skalbar, PNG passar för webb.



Vi/jag stödjer: Frizon

Frizonen är marginalen runt Vi/jag stödjer-märket som måste hållas fri från andra grafiska element.

I en starkt konkurrensutsatt miljö (t.ex tillsammans med andra logotyper och varumärken) är det viktigt att säkerställa frizonen för att märket alltid ska uppfattas tydligt.

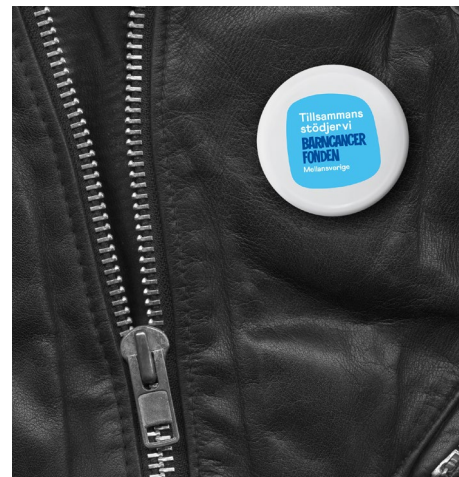


Vi/jag stödjer: Exempel

Här ger vi några exempel på applicering av Tillsammans stödjer-märket. Hör av dig till din kontaktperson om du funderar över hur ditt företag på bästa sätt kan applicera märket. Och glöm inte att all användning av märket ska godkännas av Barncancerfonden.

Storleken på märket bör vara minst 2/3 av företagets logotyp. Den kan placeras i något av de övre hörnen eller i nedre vänstra hörnet. Märket ska alltid ha en friyta enligt instruktioner

Hang tag på produkt



Badge

Annons



Hemsida

Gör som vi/jag-märket

Det här märket är framtaget så att företag och privatpersoner på ett enkelt sätt kan berätta att de valt att stödja Barncancerfondens verksamhet samtidigt som de också kan påverka andra att göra samma kloka val. Ange gärna, i anslutning till märket, hur stor andel som skänks till Barncancerfonden eller vad stödet består av.

Märket får endast exponeras i egna kanaler såsom hemsida, Facebooksida och nyhetsmejl. Märket får användas under det år som är angivet på märket alternativt under den period kampanjen är aktuell. Märket får ej användas på produkter, på produktförpackningar, på egna bilar eller i externt köpta kanaler.

Placera märket mot en bakgrund där det blir tydligt och passar i färg.



Märket finns i flera olika filformat (EPS, PDF, PNG). Använd EPS eller PDF för tryck då den är skalbar, PNG passar för webb.

Märket finns med och utan årtal, med och utan region, samt både med "Gör som jag" och "Gör som vi".

Minsta storlek

Den minsta tillåtna storleken på Gör som vi/jag-märket är 30 mm i bredd.

Minsta storlek
30 mm i bredd.



Gör som vi/jag-märket: Varianter

Märkena finns i två färgställningar. Använd det som passar bäst mot bakgrunden och som blir tydligast.



Gör som vi/jag-märket: Frizon

Frizonen är marginalen runt föreningslogotypen som måste hållas fri från andra grafiska element.

I en starkt konkurrensutsatt miljö (t.ex tillsammans med andra logotyper och varumärken) är det viktigt att säkerställa frizonen för att märket alltid ska uppfattas tydligt.

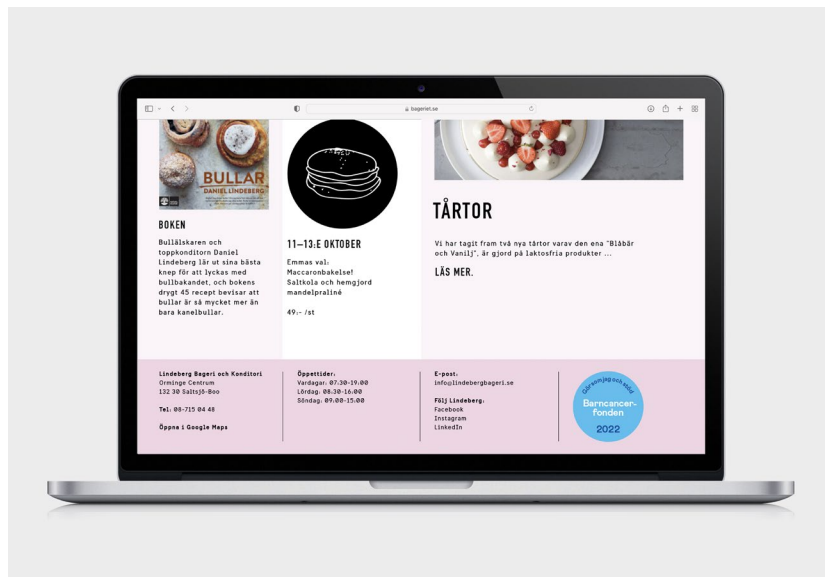


Gör som vi/jag-märket: Exempel

Som inspiration ger vi några exempel på hur du kan använda märket. Hör av dig till oss om du funderar över hur du på bästa sätt kan applicera märket.



Skyltar



Hemsida

Eventmärken

Of Hope-märket

Idrottsevenemang erbjuder människor en möjlighet att förena sin passion för rörelse och hälsa med att bidra till kampen mot barncancer.

Barncancerfonden har gett evenemangen en gemensam visuell identitet där färger och typografi tydligt återkopplar till vårt varumärke. Varje evenemang har sin rubrikingång som förtydligar aktiviteten.

Placera endast märket mot en bakgrund där det blir tydligt och passar i färg.

**BCF Mörkblå**

HEX: #2F5294

RGB: 47, 82, 148

PMS: 2146 U

CMYK: 100, 69, 0, 4

BCF Ljusblå

HEX: #4DBAEE

RGB: 77, 186, 238

PMS: 2190 U

CMYK: 64, 2, 0, 0

Minsta storlek

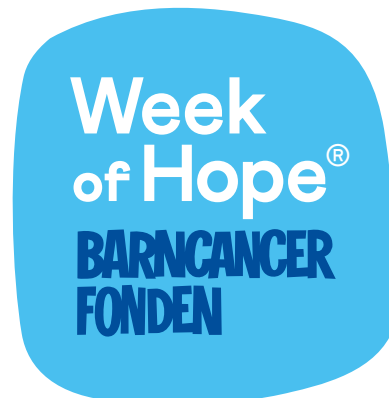
Den minsta tillåtna storleken på Of Hope-märket är 25 mm i bredd.

Minsta storlek
25 mm i bredd.



Of Hope-märket: Varianter

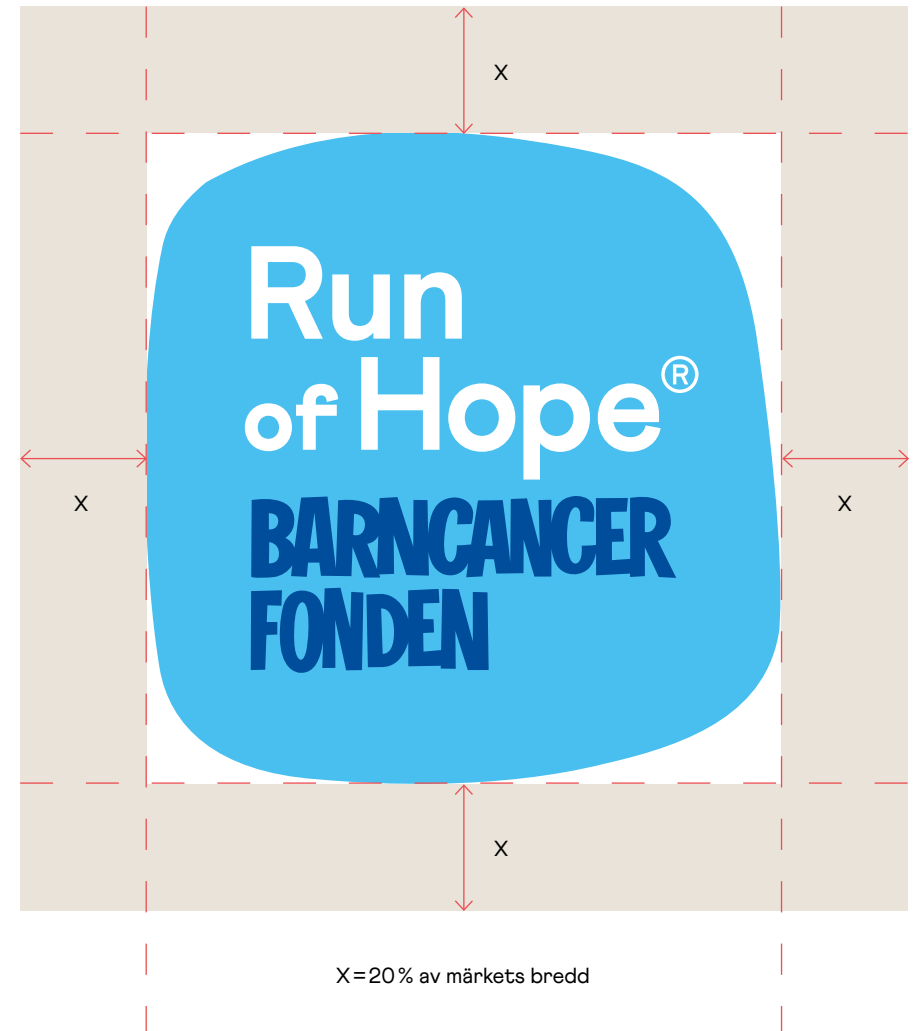
Alla Of Hope-märken finns att ladda ned i flera olika filformat (EPS, PNG). Använd EPS för tryck då den är skalbar, PNG passar för webb.



Of Hope-märket: Frizon

Frizonen är marginalen runt föreningslogotypen som måste hållas fri från andra grafiska element.

I en starkt konkurrensutsatt miljö (t.ex tillsammans med andra logotyper och varumärken) är det viktigt att säkerställa frizonen för att föreningslogotypen alltid ska uppfattas tydligt.



Of Hope-märket: Sociala medier & film

Man kan använda Of Hope märket i sin primära form i bild och film. Men ibland behöver man alternativ.

Förutom det ordinarie märket har vi tagit fram två varianter som kan användas. Alla märkena finns som en helt negativ variant att applicera direkt på bilden eller filmen. Man kan också ladda ned en version där tonplattan är svagt genomskinlig.



X = 20 % av logotypens bredd



Ett alternativ för bild och film är att tonplattan ges en opacitet på 85%. Då kan man öka synligheten i texten men fortfarande få rörelsen i filmen. Märket appliceras med gällande frizon.

Of Hope-märket: Samarbeten

I ett evenemang eller samarbete där vi är ansvariga ska vårt märke alltid ligga överst i layouten. Ingen logotyp får heller vara större i bredd eller höjd än Of Hope-märket.

Vi lägger även till en liten text ovanför samarbetspartners, "Tillsammans med", i vår typografi för att ytterligare stärka Barncancerfondens närvaro.



**Var med och
gör avtryck!**

Spring för barn med cancer
11—13 september 2022

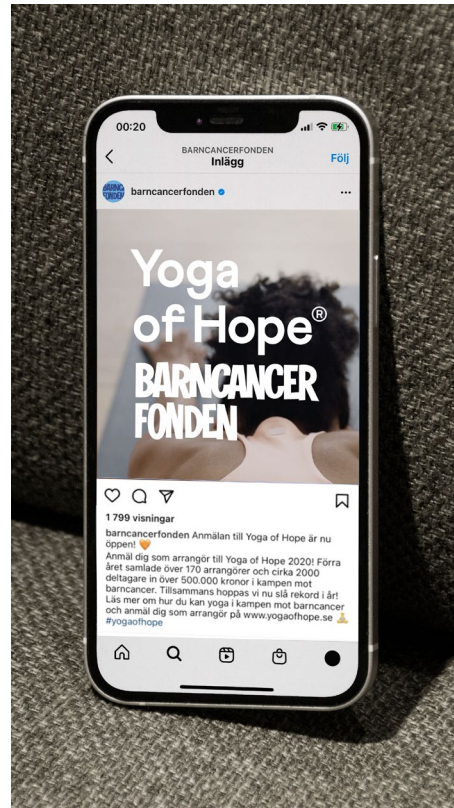
Run
of Hope®
BARNCANCER
FONDEN

Tillsammans med
**VITAMIN
WELL**

Tänk på frizonen!

Of Hope-märket: Exempel

Alla arrangörer får färdiga start-kit för att marknadsföra sitt evenemang – och om du vill skapa eget material ger vi här några exempel på applicering av Of Hope-märket. Hör av dig till din kontaktperson om du funderar över hur ditt företag på bästa sätt kan applicera märket. Och glöm inte att all användning av märket ska godkännas av Barncancerfonden.



Marknadsföring
på SoMe

Deltagartröjor



Marknadsföring
på event