



Grafisk profil

Innehåll

TUC Sweden har fyra varumärken. I denna manual beskrivs riktlinjer för samtliga. I vissa fall hänvisar vi tillbaka till ett tidigare avsnitt.

3-18 TUC Yrkeshögskola

19-22 TUC Alumni

23-26 Urmakarskolan

27 Kontakta oss



TUC Yrkeshögskola



Logotyp

Logotypen är den främsta symbolen för vårt varumärke. I den ryms alla de värderingar som vi själva står för. En logotyp som företräder ett starkt varumärke väcker känslor och tankar. Vår logotyp ska väcka tankar om att vi kan erbjuda bra utbildningar som leder till utveckling för individer och företag. En stark logotyp kan i sig självt berätta en historia.

Just för att logotypen är så viktig, är den också helig rent grafiskt. Här finns inga utrymmen för tolkningar, den ska alltid utformas likadant. Vår logotyp symboliserar utveckling – att en människa eller ett företag kan gå in i en utbildning och komma ut ur den som något helt annat. Den grå hälften av symbolen står för tiden innan utbildningen, och den röda delen symboliserar utveckling och tiden efter utbildningen. Där de båda hälfterna möts, uppstår en “virvel” av kreativitet, kunskap och nyfikenhet.





Vår logotyp

Detta är vår logotyps grundutförande. Den består av företagsnamnet TUC Yrkeshögskola och "utvecklingsnurrar". Den känns stilren, men har samtidigt en inbyggd känsla av rörelse. Symbolen kan även användas enskilt där det finns en tillräcklig tydlighet i vem avsändaren är.





Frizon

En logotyp behöver utrymme för att vara tydlig och göra ett gott intryck. Ovan ser du storleken på den frizon som alltid ska avsättas kring logotypen. Här används bokstaven U ur TUC som ett riktmärke och halva symbolens bredd när endast den används.



Storlek

Vår logotyp är utformad för att kunna användas i de flesta sammanhang och storlekar. För att logotypen inte ska upplevas som otydlig finns dock en minsta tillåten storlek. Storleken får inte understiga 25 mm i bredd.





Placering

Vi letar automatiskt efter en avsändare när vi ser marknadskommunikation. Det finns inpräntat i oss att en logotyp oftast befinner sig i ett hörn. Därför ska vi också placera vår logotyp där. Vilket hörn vi ska använda beror mycket på bildlösning och layout. Företrädesvis använder vi nedre högra hörnet.





Bakgrund

Det är inte alltid vår logotyp vilar mot en bakgrund som gör logotypen rättvisa och i dessa fall används en helvit variant.



Typografi

Vår typografi stärker TUCs profil och därför är det viktigt att använda typsnitten konsekvent i vår kommunikation för att skapa igenkänning och ett starkare varumärke. Man kan med fördel kombinera vikter, storlekar och olika färger för att skapa en tydlig hierarki.



Profiltypsnitt rubrik

ABCDEFGHIJKLMN O P

QRSTUVWXYZÅÄÖ

abcdefghijklmnopqrstu vwx yz å ä ö

1234567890

Montserrat Bold

Vi har ett profiltypsnitt, som ska bidra till att även våra texter skapar en grafisk igenkänning hos mottagare. Det används i rubriker, grafiskt material samt i devis/tagline och heter Montserrat Bold. Typsnittet är en sans serif av geometrisk karaktär med inspiration från 1900-talets första hälft fast med en modernare känsla.



Profiltypsnitt brödtext

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
1234567890

Lato Regular

När det gäller brödtexter strävar vi efter tydlighet och hög läsbarhet. Lato är ett lättläst typsnitt som finns tillgängligt i många skärningar och fungerar på webben. Det harmonierar även bra med profiltypsnittet. Sans-serifer uppfattas oftast som moderna och stilrena.



Kompletterande typsnitt

Arial används i mejl, PowerPoint och Word. Punktstorleken i mejl är 10 och kan i PowerPoint och Word anpassas för både rubriker och brödtext.




Färger

Att arbeta konsekvent med profilfärger, är ett bra och effektivt sätt att skapa omedelbar igenkänning hos betraktaren. Vi har 9 profilfärger som är utformade för att kunna fungera i en mängd olika kombinationer och på så sätt skapa olika uttryck och mångfald utan att tappa igenkänning.


Färgerna är uppdelade i 4 primärfärger och 5 komplementfärger. Tillsammans skapar de en estetiskt tilltalande grafisk identitet. Färgerna bör hållas till tre olika om möjligt för att bibehålla identiteten.




Färgkoder




PMS: 485 C
RGB 222 39 36
CMYK: 0 100 100 0
HEX: #DE2724




RGB: 239 138 168
CMYK: 0 62 8 0
HEX: #EF8AA8



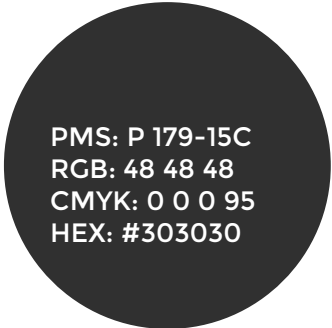
RGB: 46 53 79
CMYK: 87 78 42 37
HEX: #2E354F




RGB: 210 205 200
CMYK: 20 17 20 1
HEX: #D2CDC8




PMS: Coolgrey 9
RGB: 117 120 123
CMYK: 50 40 34 17
HEX: #75787B




PMS: P 179-15C
RGB: 48 48 48
CMYK: 0 0 0 95
HEX: #303030



RGB: 249 190 174
CMYK: 0 33 29 0
HEX: #F9BEAE



RGB: 251 216 207
CMYK: 0 21 17 0
HEX: #FBD8CF



RGB: 226 26 144
CMYK: 10 92 0 0
HEX: #E21A90



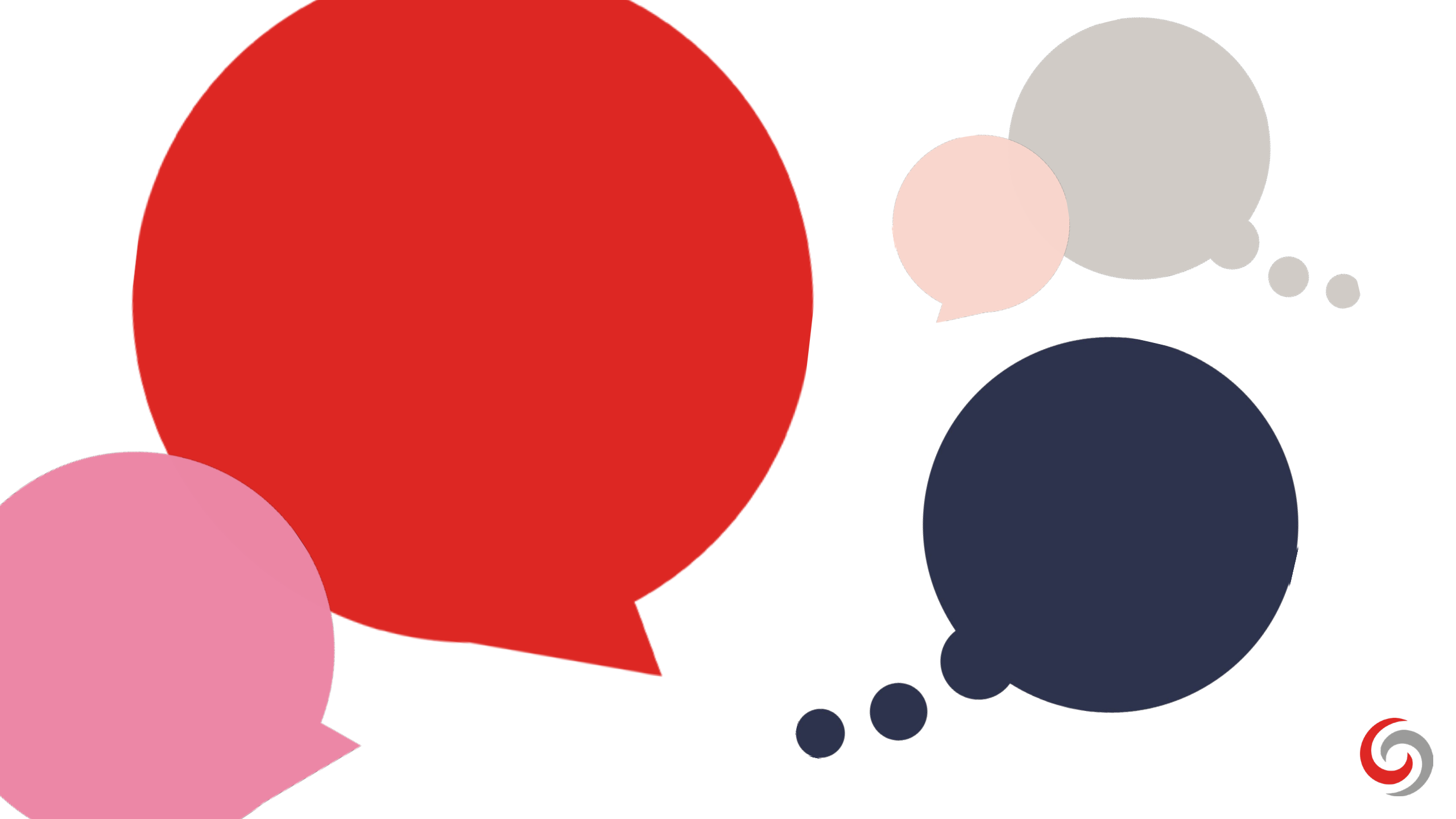
Färgkombinationer



Grafiska element

Våra grafiska element består av en pratbubbla och en tankebubbla som ofta används ihop för att förtydliga och förstärka TUCs visuella identitet. I kombination med vår typografi och våra profilmärker är elementen verktyg som skapar igenkänning i vår kommunikation. De kan användas i sin helhet, utfallande eller överlappande. På nästa sida visar vi några exempel.





TUC Alumni



Logotyp

Vårt alumninätverk har en grafisk profil som är nära besläktad med TUC Yrkehögskola. TUC Alumni har en egen logotyp. Utgå från samma förutsättningar gällande storlek, placering och frizon som beskrivs på sidorna 5-9.




Färger


Färgskalan för alumninätverket består av ett urval av fyra färger från TUC Yrkehögskolas profilmärken. Dessa kan kombineras eller användas enskilt för att förmedla TUC Alumnis visuella identitet.




PMS: 485 C
RGB: 222 39 36
CMYK: 0 100 100 0
HEX: #DE2724



PMS: Coolgrey 9
RGB: 117 120 123
CMYK: 50 40 34 17
HEX: #75787B



PMS: P 179-15C
RGB: 48 48 48
CMYK: 0 0 0 95
HEX: #303030



RGB: 251 216 207
CMYK: 0 21 17 0
HEX: #FBD8CF



Övrigt

Typografin och de grafiska elementen är samma som de som finns beskrivna för TUC Yrkeshögskola på sidorna 10-13 samt 17.



Urmakarskolan



Logotyp

Urmakarskolan har en grafisk profil som liknar TUC Yrkeshögskolas. Urmakarskolan har en egen logotyp. Utgå från samma förutsättningar gällande storlek, placering och frizon som beskrivs på sidorna 5-9.




Färger


Färgskalan för Urmakarskolan består av ett urval av tre färger från TUC Yrkeshögskolas profolfärger. Dessa kan kombineras eller användas enskilt för att förmedla Urmakarskolans visuella identitet.



PMS: 485 C
RGB 222 39 36
CMYK: 0 100 100 0
HEX: #DE2724



PMS: Coolgrey 9
RGB: 117 120 123
CMYK: 50 40 34 17
HEX: #75787B



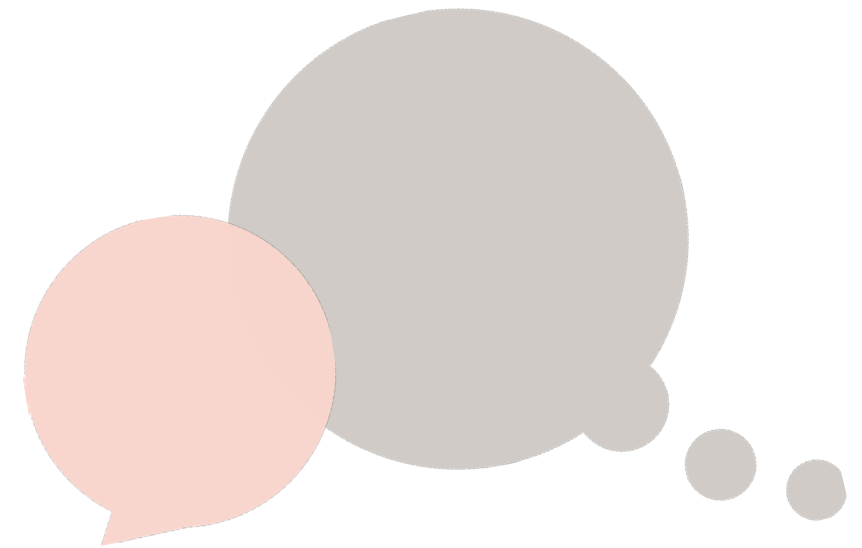
PMS: P 179-15C
RGB: 48 48 48
CMYK: 0 0 0 95
HEX: #303030



Övrigt

Typografin bör följa samma riktlinjer som de som finns beskrivna för TUC Yrkeshögskola på sidorna 10-13 samt 17. De grafiska elementen används i regel inte för Urmakarskolan.





Kontakta
marknad@tucsweden.se
för frågor om vår
grafiska profil.

