

# Grafiska riktlinjer

## Lycksele platsvarumärke

Här är riktlinjer och råd om hur du använder de visuella och grafiska verktyg vi tagit fram för att gemensamt och effektivt nå ut med Lycksele platsvarumärke. Riktlinjerna ska inte ses som begränsningar utan som hjälp för att tydligt få fram ett enhetligt budskap.

### VARFÖR EN GRAFISK MANUAL

Vi är många som ska hjälpas åt att på olika sätt kommunicera Lyckseles budskap, fördelar och allt vi har att erbjuda. Chansen att nå fram i bruset blir betydligt större om vi gör det på ett enhetligt och konsekvent sätt, bland annat genom design och formspråk. Då blir det tydligt för mottagaren vem kommunikationen kommer ifrån och skapar igenkänning.

### LOGOTYP

Lyckseles logotyp består av namnet och symbolen som ska symbolisera toppen på en kåta. Den äga av alla och kan användas fritt och på olika sätt i olika sammanhang. Logotypen får aldrig ritas om eller förvanskas, inte heller kombineras med andra undertexter. Den får självklart inte användas i något sammanhang där innehåll som faller innanför ramen av de sju diskrimineringsgrunderna förekommer.

**Symbolen** kan användas fristående och kan placeras på valfritt ställe, anta olika storlekar och fyllas med valfritt innehåll förutsatt att logotypen i sin helhet förekommer på samma enhet. Den får alltså ej ersätta logotypen. Det är viktigt att bilder som används i symbolen håller en hög kvalitet och inte på något sätt går emot varumärkets värdering eller riktning.

**Payoffen** "Naturligt från grunden" har en uppgift, att kommunicera budskapet eller varumärkets kärna i en kort minnesvärd mening. Den säger allt. Utan att säga för mycket. Den används när man tycker att den tillför något. Se alltid till att payoffen är läsbar – om inte, välj logotypversionen utan payoff.

**Exempel placering:** För att logotypen ska behålla enhetligt uttryck i olika trycksammanhang fredar vi den med en frizon runt dess hörn. Avståndet mellan logotypens hörn och frizonens ytterkant är minst höjden på L:et. I detta område får inte någon text förekomma. Logotypen ska placeras med hänsyn till bakgrunden. Den bör placeras i en "lugn miljö" för att inte förändras i uttrycket.

Lyckseles logotyp kommer ofta att exponeras tillsammans med andra logotyper. När inga andra restriktioner finns bör Lyckseles logotyp vara minst lika stor som de övriga logotyperna. Ta alltid hänsyn till eventuella omkringliggande logotyper. Det ska kännas bra för ögat.

### TYPSNITT

Vi använder ett speciellt typsnitt till rubriker och brödtext för att skapa en enhetlig bild av Lycksele.

Rubrik: Ultra

Mellanrubrik: Avenir Medium

Brödtext: Avenir Book

Långa löptexter: Times New Roman

Ersättningstypsnitt: Arial (används i de fall som Avenir inte finns.)

## LOGOTYPEN SOM MEDAVSÄNDARE – EN HÄLSNING FRÅN LYCKSELE

Med hjälp av en Lycksele-etikett kan du koppla ihop ditt eget företag, organisation eller förening med vår gemensamma identitet. Om du märker ditt befintliga material (t ex annons, skylt eller annan kommunikation) med Lyckseles platsvarumärke så blir det en tydlig röst i det stora arbetet med att sprida den gemensamma bilden och utveckla Lycksele som plats.

Fyrfärg



Svart



Vit



Lycksele-etikett som du kan placera fritt på ditt eget material. Tänk bara på att de måste vara tillräckligt stora för att texten ska vara läsbar. Dagspress och skärmvisning kräver t ex ofta lite större original för att ge läsbarhet.

ETIKETT MED PLVM  
SOM MEDAVSÄNDARE



Exempel på annons från företag/förening med platsvarumärkets etikett som medavsändare.

## BILDER – DET HÄR ÄR VI!

Bilder som används i platsvarumärkets kommunikation ska ha sin grund i Lyckseles personlighet. Vi vill uppfattas som en naturlig plats – utifrån alla perspektiv. Det handlar både om miljöer, människor och sättet som vi tar bilder. Vi tycker om det som inte är tillrättalagt – det är viktigare att det är spontant och äkta. Det ska finnas en närvaro och mångfald i våra bilder. Vi vill visa upp det perfekt operfekta i autentiska miljöer och verkliga Lyckselebor, och gärna egentagna bilder. Det här är ju vårt eget varumärke.

I dagsläget finns ingen gemensam bildbank med friköpta bilder, men det finns flera duktiga fotografer som kan erbjuda högupplösta bilder.

## BILDRÄTTIGHETER

Fotografen har upphovsrätten till sina bilder. Fotografens namn ska alltid anges vid publicering. Tänk även på att upplysa medier om detta när du skickar eller lägger ut pressbilder för nedladdning.

Det är inte tillåtet att ta vilken bild/illustration som helst från internet. Både upphovsperson och eventuella personer som finns på bild måste ge sitt samtycke innan användning. Undantag är bildbanker med fria bilder och illustrationer.

**Lagen om namn och bild i reklam:** Används bilder i marknadsföringssyfte krävs tillstånd från de personer som finns på bilden innan publicering.

**GDPR:** GDPR har till syfte att skydda den enskilda personens integritet. Enligt GDPR måste man informera om vad bilden ska användas till, var den ska publiceras och hur länge den ska användas. Det ska finnas skriftligt samtycke från alla personer på bilden. Det är bildköparen som ansvarar för att förvara påskrivna samtyckesblanketter.

**Lagen om konstnärers rättigheter:** Man får inte publicera bilder med konst som är placerad inomhus utan konstnärers tillstånd och man måste även betala en avgift till Bildupphovsrätt i Sverige, BUS. För kontaktuppgifter och

## LADDA NER LOGOTYPMATERIAL

Länken hittar du på [lycksele.se](http://lycksele.se).