

Regler för visuell identitet

Typ av dokument	Regler
Beslutad av	Rektor
Beslutsdatum	2023-10-27
Dnr	Dnr SU FV-1484-23
Giltighetstid	2023-10-27 - tillsvidare
Ersätter dokument	Regler för visuell identitet, 2021-01-18, dnr SU FV-1.1.2-4587-20
Ansvarig förvaltningsavdelning	Kommunikationsavdelningen
Ansvarig handläggare	Clara Axtelius

Beskrivning:

Kommunikationsavdelningen har ansvaret för att styrdokumentet Regler för visuell identitet vid Stockholms universitet med tillhörande manual uppdateras och kommuniceras.

Kommunikationsavdelningen ansvarar även för uppföljning av Regler för visuell identitet där uppdatering sker löpande efter behov.



Inledning

Reglerna för den visuella identiteten beslutas av rektor och syftar till att Stockholms universitet ska vara en tydlig avsändare både nationellt och internationellt. Det är alla medarbetares ansvar att följa reglerna för visuell identitet i all typ av kommunikation, för att bidra till att på ett professionellt sätt förmedla en visuellt enhetlig bild av universitetet.

Stockholms universitets visuella identitet baseras på grundelementen i den grafiska profilen (logotyp, färger, typsnitt, bilder, grafiska element och avsändare). Anvisningar för hur de ska tillämpas återfinns i den grafiska manualen.

Logotyp

Logotypen, den främsta bäraren av universitetets renommé i omvärlden, är registrerad hos Patent- och registreringsverket och är upphovsrättsligt skyddad enligt upphovsrättslagen. Missbruk av universitetets logotyp kommer att beivras.

Universitets logotyp består av universitetets märke och en universitetsgemensam ordbild. Varje medarbetare ska säkerställa att universitetets logotyp alltid används när universitetet är avsändare.

Logotypen får inte förvanskas. Korrekta original ska alltid användas. Det är inte tillåtet för verksamheter att använda eller skapa egna logotyper. Det gäller även när nya verksamheter vid universitetet tillkommer.

Märket och ordbilden får inte fränkopplas varandra. Undantag från denna regel finns, till exempel i mindre digitala ytor där logotypen inte kan visas i sin helhet, på vissa profilkläder och i högtidliga sammanhang. Undantag vad gäller fränkoppling av märke och ordbild måste alltid godkännas av Kommunikationschefen, som också får fatta beslut att beskära märket. Kommunikationschefen får även i vissa sammanhang ge tillstånd till övriga delar av organisationen att använda märket som ett grafiskt element.

Studenter har rätt att använda universitetets logotyp på kandidat- och magisteruppsatser efter kontakt med sin institution. Om studenter vill använda logotypen i andra sammanhang krävs godkännande från Kommunikationsavdelningen.

Stående och liggande utförande

Logotypen finns i ett stående och ett liggande utförande beroende på tillämpning. Båda utförandena kan användas för tryck och för digital visning. Minsta storlek som den stående logotypen får återges i tryck är 20 mm bred, och digitalt 95 pixlar bred (svensk logotyp), och 87 pixlar bred (engelsk logotyp). Den liggande logotypen ska återges i tryck minst 32 mm bred, och digitalt 149 pixlar bred (svensk logotyp), och 141 pixlar bred (engelsk logotyp).

Färger och språkversioner

Logotypen finns på svenska och engelska och används främst i färgen universitetsblått. Den finns även som negativ (vit) och svart. Den engelska översättningen av logotypen används på material på engelska eller andra språk än svenska. I första hand ska universitetsblått om möjligt användas.



Logotypen med latinsk text och logotypen i guld används endast vid speciella tillfällen efter godkännande från rektor via Kommunikationsavdelningen.

Märket på latin eller i guld används endast i högtidliga sammanhang efter godkännande från rektor via Kommunikationsavdelningen.

Typsnitt

Typsnitt för Officepaketet och mailprogram

Calibri används i rubriker och Times New Roman i brödtext.

Typsnitt för tryckta ytor

PMN Caecilia Com Roman används i universitetets logotyp, i huvudrubriker samt för att lyfta fram avsändare inom universitetet.

The Sans Plain och/eller Bold används i övriga rubriker, kapitelrubriker, mellanrubriker och underliggande rubriker. För texter som ska särskiljas från brödtexten, till exempel i faktarutor, ingresser, bildtexter och tabelltexter, används The Sans i olika vikter. Se manualens typsnittstabell för detaljerad information.

Sabon används i brödtext.

Typsnitt för digitala ytor

PMN Caecilia används i huvudrubrik på ingångssidorna på domänen su.se och i verksamhetsnamnet i sidhuvudet.

The Sans används i övriga rubriknivåer samt i bröd-, bild- och tabelltext.

Grafiska element

De grafiska elementen som hämtats från logotypens märke – olivkvisten, elden och kronorna – ska alltid vara utfallande åt minst ett håll och får inte beskäras för kraftigt. Det är inte tillåtet att enbart använda små detaljer ur de grafiska elementen. Kronorna används sparsamt och endast när Stockholm universitet kommunicerar som myndighet.

De grafiska elementen används i universitetsgemensamt material och kan användas av alla verksamheter inom universitetets organisation. Studenter får inte använda de grafiska elementen.

Ikoner

Ett urval av ikoner från typsnittet FontAwesome används för att förtydliga den centrala kommunikationen.

Piktogram

Ett speciellt framtaget bibliotek av piktogram används i skyltmanualen.



Bilder

Stockholms universitets bilder ska tillföra något utöver vad text kan förmedla.

Bildspråk

Bildspråket för fotografiska bilder ska förstärka bilden av ett modernt, internationellt, öppet och ledande forskningsuniversitet i huvudstaden. Bilder ska återspegla att Stockholms universitet är en naturlig och integrerad aktör i samhället.

Avsändare

För att vara tillgängliga, öppna och trovärdiga, både när universitetet kommunicerar övergripande eller som en enskild verksamhet, ska det tydligt framgå att Stockholms universitet är avsändare. Avsändarinformation ska alltid finnas med i all kommunikation i universitetets kanaler.

Namnstrategi

Varumärkesnamn och verksamhetsnamn placeras i en kommunikativ hierarki med två nivåer.

Nivå 1: Varumärkesnamn/logotyp.

Denna nivå måste alltid finnas med och kan sedan kombineras med nivå 2 efter behov.

Nivå 2: Verksamhetsnamn.

När kommunikationen utgår från en enskild verksamhet (fakultet, institution eller centrum) lyfts verksamhetsnamnet fram.

Nivå 3: Övriga namn, t.ex namn på projekt, aktiviteter mm.

Verksamhetsnamn bredvid logotypen

Verksamhetsnamnet får placeras under eller till höger om Stockholms universitets logotyp. I första hand placeras vi verksamhetsnamnet (Nivå 2) till höger om logotypen (Nivå 1).

Samprofilering

Samprofilering eller gemensam marknadsföring innebär att två eller flera varumärken marknadsför sig gemensamt. Universitetets logotyp får användas och/eller kombineras med andra logotyper endast vid samarbeten med avtalade partners utanför universitetet. Det kan gälla samarbete med andra universitet, myndigheter, organisationer eller företag. Tillstånd för samprofilering lämnas av Kommunikationsavdelningen.

Kategorier av samarbete:

- Stockholms universitet som huvudavsändare
- Stockholms universitet som en av två eller flera jämbördiga partners
- Stockholms universitet som partner till huvudavsändare

Vid samprofilering ska Stockholms universitets logotyp vara fristående och med egen bestämd/regelsatt placering.



Färger

Den mörkblå färgen universitetsblått ska alltid ingå på universitetsgemensamma trycksaker/enheter och om möjligt på institutioners och centrumbildningars trycksaker/enheter, exempelvis genom att använda logotypen i universitetsblått.

Sekundärfärgerna finns för att kunna lyfta fram delar i layouten, öka läsbarheten och skapa visuell variation. Sekundärfärgerna får inte användas på egen hand. Universitetsblå måste alltid vara närvarande för att skapa igenkänning.

Primärfärg

Stockholms universitet blå 100%

PMS 295 C - Bestruket

PMS 295 U - Obestruket

CMYK 100 69 8 54 - Bestruket

CMYK 99 51 8 36 - Obestruket

NCS 5540-R90B - Bestruket

NCS 5030-R90B – Obestruket

RAL Classic 5003

RAL Design 270 30 25

RGB 0 47 95

HEX #002F5F

Stockholms universitet blå 80%

RGB: 51, 88, 127

Hex: #33587F

CMYK 80 55 6 43 - Bestruket

CMYK 79 41 6 29 - Obestruket

Sekundärfärger

Himmel 100%

PMS 629 C - Bestruket

PMS 629 U - Obestruket

CMYK 36 0 9 0 - Bestruket

CMYK 32 0 10 0 - Obstruket

NCS 1020-B30G - Bestruket

NCS 1020-B50G – Obestruket

RAL Design 220 80 20

RGB 172 222 230

HEX #ACDEE6

Himmel 70%

RGB 196 232 237

HEX #C4E8ED

Himmel 35%

RGB 227 244 247



HEX #E3F4F7

Himmel 20%
RGB 238 249 250
HEX #EEF9FA

Vatten 100%
PMS 651 C – Bestruket
PMS 651 U - Obestruket
CMYK 38 14 1 2 – Bestruket
CMYK 34 11 1 0 – Obestruket
NCS 3020-R80B – Bestruket
NCS 3020-R90B – Obestruket
RAL Design 260 70 15
RGB 155 178 206
HEX #9BB2CE

Vatten 70%
RGB: 184, 201, 220
Hex: #B8C9DC

Vatten 35%
RGB: 220, 228, 238
Hex: #DCE4EE

Vatten 20%
RGB: 235, 240, 245
Hex: #EBF0F5

Oliv 100%
PMS 5777 C - Bestruket
PMS 5777 U - Obestruket
CMYK 25 9 56 20 – Bestruket
CMYK 28 11 51 4 – Obestruket
NCS 3030-G70Y- Bestruket
NCS 3020-G50Y – Obestruket
RAL Design 110 60 30
RGB 163 168 107
HEX #A3A86B

Oliv 70%
RGB: 190, 194, 151
Hex: #BEC297

Oliv 35%
RGB: 223, 225, 203
Hex: #DFE1CB



Oliv 20%
RGB: 237, 238, 225
Hex: #EDEEE1

Eld 100%
PMS 158 C - Bestruket
PMS 158 U - Obestruket
CMYK 0 62 95 0 – Bestruket
CMYK 0 50 84 0 – Obestruket
NCS 1080-Y60R – Bestruket
NCS 1070-Y70R – Obestruket
RAL Classic 2003
RAL Design 060 60 80
RGB 235 113 37
HEX #EB7125

Eld 70%
RGB: 241, 155, 102
Hex: #F19B66

Eld 35%
RGB: 248, 205, 179
Hex: #F8CDB3

Eld 20%
RGB: 251, 226, 211
Hex: #FBE2D3

Komplementfärger – endast för högtidliga sammanhang

Silver
PMS 877 C
CMYK 12 8 8 23

Guld
PMS 871 C
CMYK 30 40 80 15

Övriga färger – begränsad användning, se Grafisk manual

Grön
RGB: 73, 153, 67
Hex: #499943

Röd
RGB: 176, 0, 32
Hex: #B00020



Röd 10 %

RGB: 247, 229, 232

Hex: #F7E5E8