



Grafisk manual Fritidskortet

Version 1.0

Innehåll

Intro s. 3

Typsnitt s. 9

Koncept och budskap s. 4

Grafiska element s. 10

Verktygslåda s. 6

Fotomanér s. 12

Symbol s. 7

Avsändare s. 13

Färger s. 8

Exempel s. 14



Intro

Fritidskortet är en satsning som ger barn och ungdomar mellan 8 och 16 år ett statligt stöd för att delta i fritidsaktiviteter. Stödet ska få fler att få en meningsfull fritid, genom att främja hälsa, social delaktighet och personlig utveckling.

Här hittar du som arbetar med Fritidskortet information om hur vi kommunicerar både i text och bild om Fritidskortet. Tillsammans har vi en viktig uppgift att se till att budskap låter och ser likadant ut. På så sätt skapar vi igenkänning och får fler att förstå vad Fritidskortet är och vad vi vill förmedla.

Fritidskortet är ett uppdrag mellan Folkhälsomyndigheten, E-hälsomyndigheten, Försäkringskassan, Myndigheten för ungdoms- och civilsamhällesfrågor (MUCF) och Kulturrådet. Samverkan sker också med bland andra Riksidrottsförbundet, Svenskt Friluftsliv och Sveriges kommuner och regioner (SKR).



Koncept och budskap

Övergripande koncept

Vi behöver i all kommunikation och formgivning förmedla och spegla att Fritidskortet ger ökad tillgång till en bred palett av fritidsaktiviteter: kultur, friluftsliv, idrott och annat föreningsliv. Konceptets uttryck behöver ha en peppande och positiv ton.

Det vi vill förmedla är gemenskap, hopp och pepp och att det finns något för alla. Med Fritidskortet vill vi utifrån vårt grafiska manér skapa en glad, entusiasmerande och inbjudande värld.

Konceptet för Fritidskortet skapar ett ramverk för kommunikationen och ska generera positiv igenkänning och engagemang hos mottagaren. Det övergripande konceptet för Fritidskortet utgör en del av en helhet, där igenkänning och det unika intrycket skapas i flera delar;

- ett namn (Fritidskortet)
- en symbol för Fritidskortet
- ett huvudbudskap och flera delbudskap
- en särskiljande visuell gestaltning.

TONALITET

Konceptets uttryck behöver ha en peppande och positiv ton. Vi pratar inte om bakgrund, förutsättningar eller hemförhållanden. Vi pratar om kravlös glädje och hur härligt det är att hitta sitt sammanhang. Vi fokuserar på de bra saker som händer när man hittat rätt.

Budskap

Oavsett om du är blyg, låg, kreativ eller impulsiv; i vår kommunikation lyfter vi fram olika emotionella perspektiv om varför en aktiv fritid är viktig för just dig.

Vi placerar kortet i centrum, som hjälper dig att göra det du brinner för. Oavsett om du vet vad det är, eller vill hitta det.

Val av huvudbudskap väljs utifrån målgrupp och sammanhang. Inga andra varianter ska användas.

BUDSKAP

Till alla

Vara-mig-själv-kortet
Bara-ha-kul-kortet

De utan aktivitet

Våga-nåt-nytt-kortet
Göra-nåt-annat-kortet
Komma-bort-en-stund-kortet

De med aktivitet

Det-jag-längtar-till-kortet
Hänga-med-laget-kortet

Ekonomisk vinkel

Bara-till-dig-kortet

Vårdnadshavare

Hitta-nya-kompisar-kortet



Verktygslåda

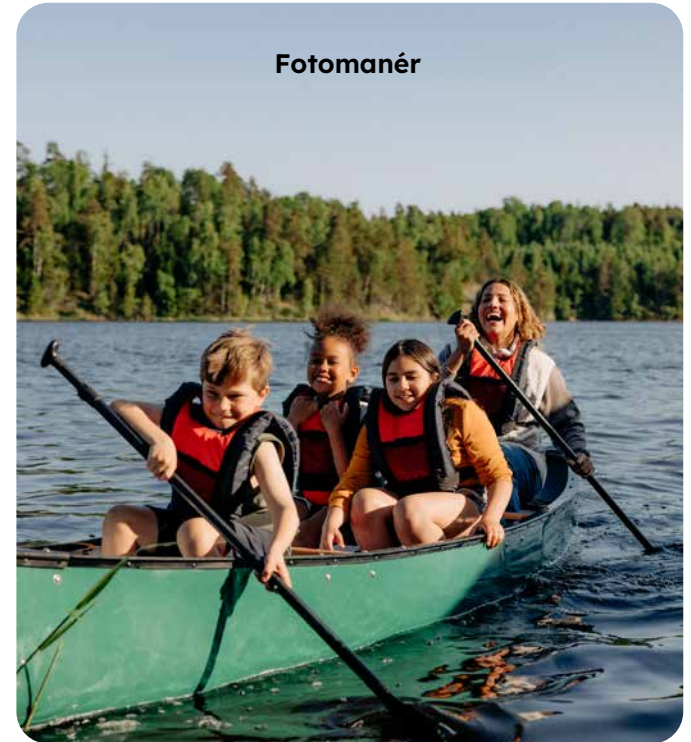
Vår visuella verktygslåda består av Fritidskortets symbol, färger, typsnitt, grafiska element och foton.

Genom att använda de olika delarna enhetligt skapar vi tydlig kommunikation och igenkänning över tid.

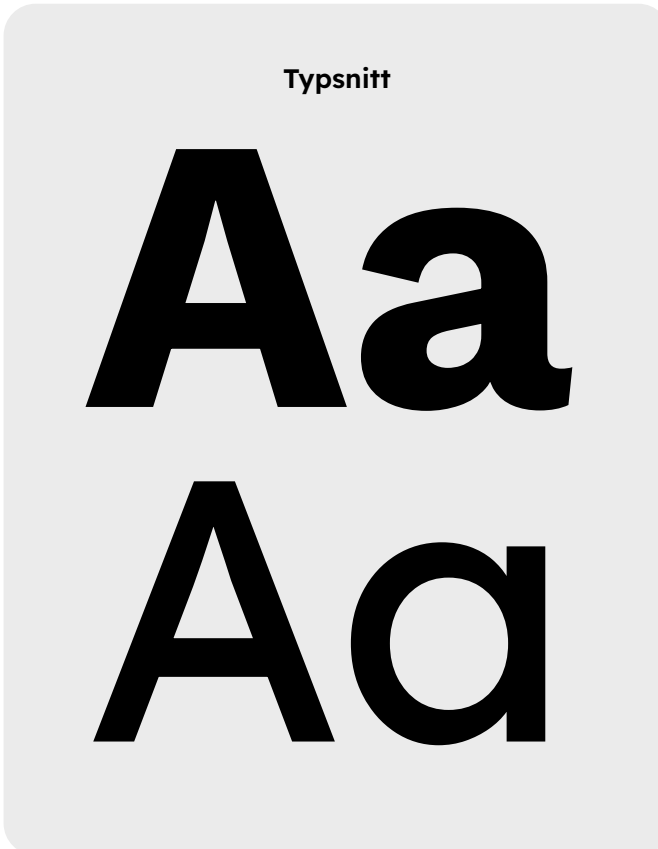
Symbol



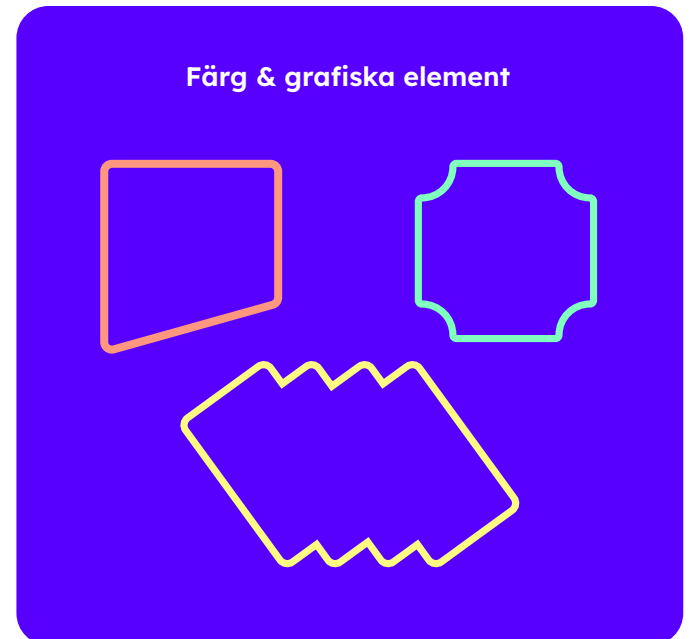
Fotomanér



Typsnitt



Färg & grafiska element





Symbol

Symbolens färger är Fritidskortets huvudfärg blålila och vit. Den finns även i en svart version som endast används i de särskilda fall där färgtryck inte är möjligt.

Symbolen får inte förekomma i andra färgställningar.

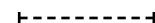
Varianter av Fritidskortets symbol finns att ladda ner från [Folkhälsomyndighetens bildbank](#).

På ljus bakgrund används symbolen i färgen blålila och på mörk bakgrund används den vita symbolen.

Symbolen får aldrig förvrängas eller skalas annat än proportionerligt.



Symbolen får aldrig återges i mindre format än att texten är läsbar.



VIT
Används på mörk bakgrund

X-höjden utgörs av halva symbolens höjd. Detta mått används för att sätta friytan runt symbolen, vertikalt och horisontellt.

BLÅLILA



Används på ljus bakgrund

SVART



Används endast vid särskilda tillfällen då färgtryck inte är möjligt

Färger

Våra färger är indelade i huvudfärg och accentfärger. Huvudfärgen blålila dominerar.

Accentfärgernas roll är att förstärka grafiska element och erbjuda variation i de sammanhang där utrymme finns. Men den blålila huvudfärgen ska alltid vara dominerande.

Som textfärg använder vi vit och svart, beroende på bakgrunden för att uppnå god kontrast och läsbarhet.

a a



Notera att svart text aldrig får användas på den blålila färgen. Svart text är endast ett alternativ i de fall där vit bakgrund förekommer, exempelvis på en webbsida eller i en flersidig folder med större mängd text.

Huvudfärg

BLÅLILA

#5800ff

RGB 88/0/255
CMYK 80/70/0/0

Accentfärger



GUL

#fefa82

RGB 254/250/130
CMYK 5/5/65/0



ORANGE

#ff9680

RGB 255/150/128
CMYK 0/55/50/0



GRÖN

#80ffbf

RGB 128/255/191
CMYK 55/0/45/0

Typsnitt

Vi använder oss av två typsnitt i vår kommunikation, Work Sans och Lexend. Båda typsnitten finns tillgängliga via Google Fonts.

Work Sans Bold används främst för rubriker medan Lexend främst används till brödtext.

Som ersättningstypsnitt där det krävs används istället Verdana. Det är ett lättillgängligt typsnitt som fungerar väl både digitalt och analogt. Verdana Bold används till rubriker och Verdana Regular till brödtext.

Primärtypsnitt - Används för rubriker

WORK SANS BOLD

Aa

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz Åå Ää Öö
0123456789 #!?!&=+-;.**

Sekundärtypsnitt - Används för brödtext

LEXEND REGULAR

Aa

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz Åå Ää Öö
0123456789 #!?!&=+-;.**

Ersättningstypsnitt - Används där primär- och sekundärtypsnitt inte kan användas

VERDANA BOLD OCH REGULAR

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz Åå Ää Öö
0123456789 #!?!&=+-;.**

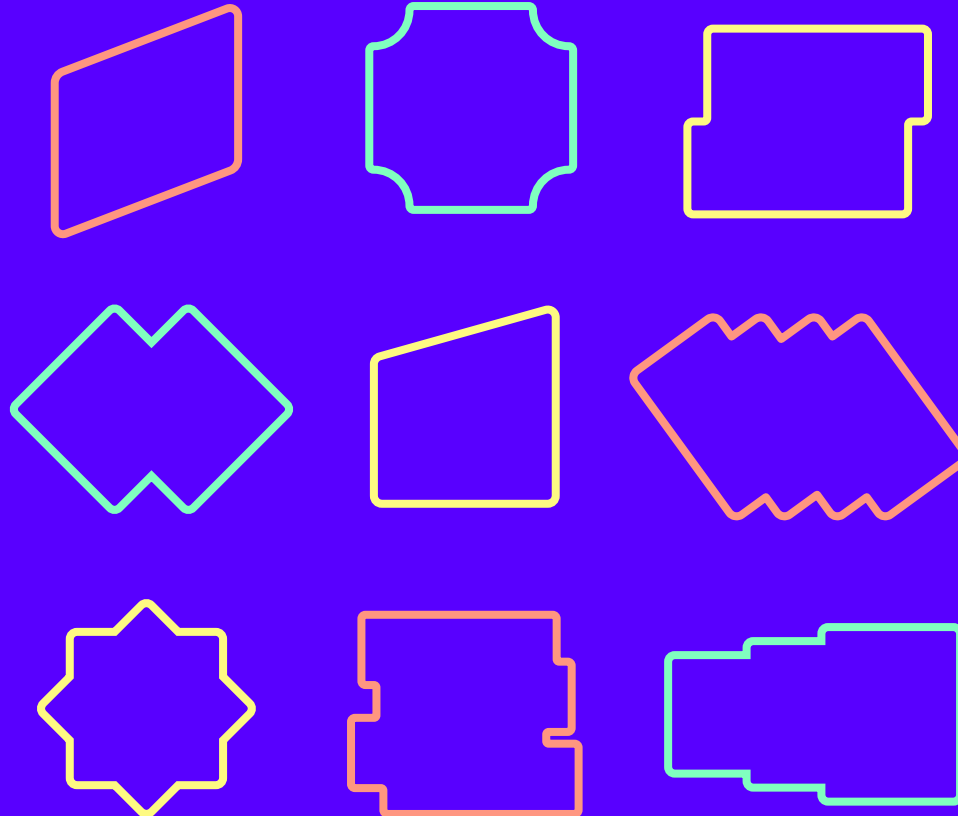
Grafiska element

Våra grafiska element är uppbyggda av fyrkanter för att påminna om kort på ett lekfullt och varierat sätt. Dessa "kort" ska i första hand användas som bildmasker för foton. Se exempel på nästa sida hur korten kan användas och vad du ska tänka på när du arbetar med dem.

Bra att tänka på:

- Placering, utfallande på ytan
- Färghantering
- Anpassa motivet i bildmasken
- Skala korten proportionerligt utan att förvränga kortets ursprungliga form

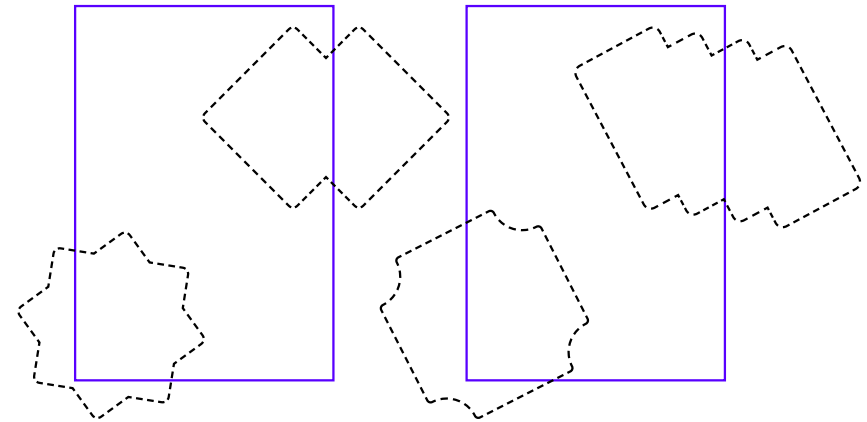
KORTFORMER



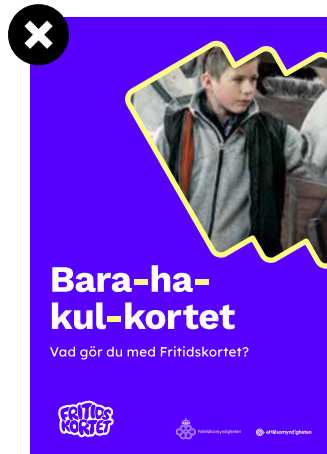
RAM - Matcha ramens färg med rubrikens färgsättning



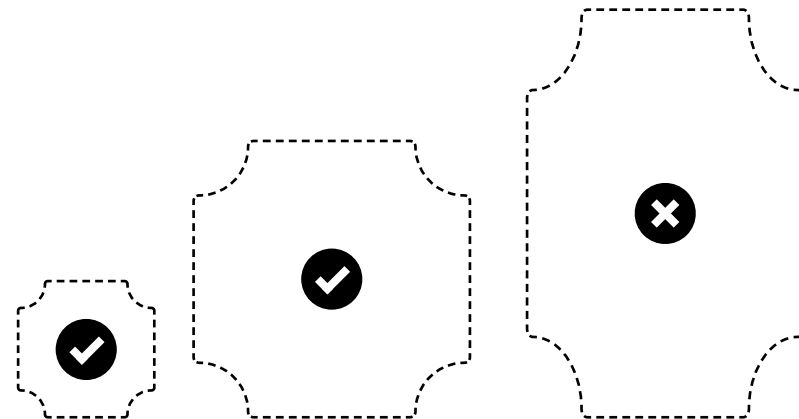
PLACERING - Placera korten utfallande på ytan, korten får vinklas



BILDMASK - Tänk på och anpassa motivets placering och storlek i kortet



STORLEK OCH FORM - Kortet får endast skalas proportionerligt upp och ner. Formerna får heller inte förvrängas



Fotomanér

Vi vill visa på gemenskap mellan individer och här kommer människor finnas med i både film- och fotomanér. Inkludering och mångfald är centralt i både text och visualisering, så att så många som möjligt känner sig representerade. I och med detta talar vi till en bred målgrupp samtidigt som vi sänker trösklarna för den enskilde individen.

Foton som får användas för Fritidskortet finns tillgängliga via [Folkhälsomyndighetens bildbank](#).

Fotona har valts utifrån diskrimineringsgrunderna: kön, könsidentitet eller könsuttryck, etnisk tillhörighet, religion, funktionsnedsättning, sexuell läggning och ålder. Alla foton inkluderar utan att markera.





Avsändare

Fritidskortet är ett uppdrag mellan Folkhälsomyndigheten, E-hälsomyndigheten, Försäkringskassan, Myndigheten för ungdoms- och civilsamhällesfrågor (MUCF) och Kulturrådet. Samverkan sker också med bland andra Riksidrottsförbundet, Svenskt Friluftsliv och Sveriges kommuner och regioner (SKR).

I kommunikationen för Fritidskortet används Folkhälsomyndigheten och E-hälsomyndigheten som avsändare.

Fritidskortets symbol ska alltid finnas med i kommunikationen. I största möjliga mån ska även Folkhälsomyndighetens och E-hälsomyndighetens logotyper finnas med.



Vara-mig-själv-kortet

Vad det är spelar ingen roll, alla mår bra av en roligare fritid. Vad gör du med Fritidskortet?

Med Fritidskortet kan du få ett statligt stöd till aktiviteter utanför skolan. Gå in på [folkhalsomyndigheten.se/fritidskortet](https://www.folkhalsomyndigheten.se/fritidskortet)



Folkhälsomyndigheten



eHälsomyndigheten



Exempel

Folkhälsomyndigheten som avsändare i kommunikation om Fritidskortet

Här är exempel på hur en affisch och inlägg i sociala medier kan komma att se ut. I sociala medier är här Folkhälsomyndigheten avsändare och Fritidskortets symbol syns tydligt.

Affisch



Sponsrat inlägg



Organiskt inlägg





Använd egen logga när din organisation kommunicerar om Fritidskortet
Här är exempel på hur en annons och inlägg i sociala medier skulle kunna se ut, med en annan organisation som avsändare. Platshållaren LOGO i bilderna skulle kunna ersättas av din organisations logotyp som avsändare. Varianter av Fritidskortets symbol finns att ladda ner från [Folkhälsomyndighetens bildbank](#).

Affisch



Sponsrat inlägg i SoMe



Organiskt inlägg via egna konton i SoMe



Lägg in din egen organisations logotyp i affischen, vid platshållaren LOGO. Mallen finns att ladda ner i Folkhälsomyndighetens bildbank. Den går bra att skriva ut i färg eller svartvitt i vanlig skrivare.



Mall för affisch om Fritidskortet

Här är ett exempel på en affisch om Fritidskortet. Det går bra att lägga in din egen organisations logotyp i affischen, vid platshållaren LOGO. Mallen finns att ladda ner i [Folkhälsomyndighetens bildbank](#). Den går bra att skriva ut i färg eller svartvitt i vanlig skrivare.

Affisch



Har du frågor?

fritidskortet@folkhalsomyndigheten.se



Folkhälsomyndigheten

