

Logotyp



Våra logotyper

Vår logotyp ska användas som avsändare i all vår kommunikation.

Logotypen består av symbolen med örnen och ordbilden Svenska Jägareförbundet. Den finns i liggande och stående format och kan användas i tre olika färgversioner: grön-svart, negativ (vit) och svart.

Den liggande logotypen använder vi oftast men det finns tillfällen då den stående logotypen är att föredra, läs mer om det på sida 9.

I vissa fall är det tillåtet att använda symbolen utan ordbilden. Läs mer om det på sida 10.

Liggande logotyp



Svenska Jägareförbundet

Den liggande logotypen är den vi använder oftast. Den består av både symbol och ordbild. Symbolen ligger till vänster om ordbilden.

Den grön-svarta logotypen används mot alla ljusa bakgrunder.



Den negativa (vita) logotypen används när logotypen ska placeras mot en mörk bakgrund eller en bild.



Svenska Jägareförbundet

Den svarta logotypen kan ersätta den grön-svarta logotypen när flerfärgstryck inte är möjligt.

Stående logotyp



Svenska
Jägareförbundet



Svenska
Jägareförbundet

Den stående logotypen placeras centrerat och får endast användas där den liggande logotypen inte är optimal.

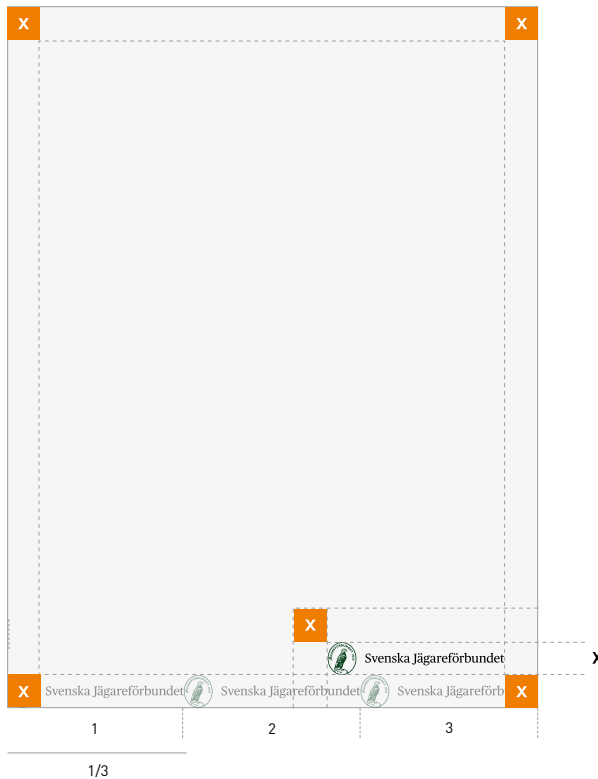
Symbol



Symbol utan ordbild får användas i fall där den vanliga logotypen inte får plats eller kan användas.

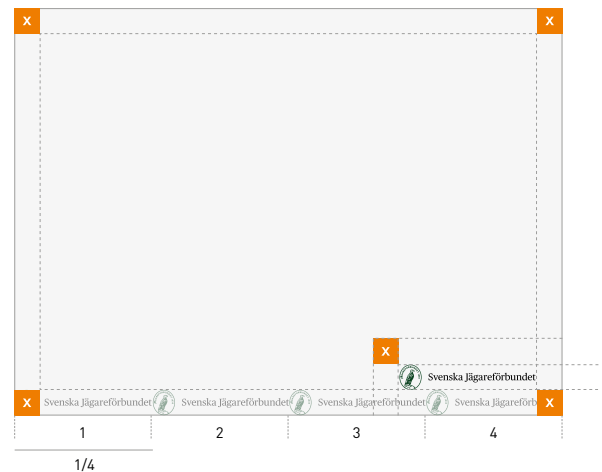
Logotypens storlek och frizon

Rätt storlek



Liggande logtyp i stående format

Den liggande logotypen ska vara en tredjedel av den totala ytans bredd.



Liggande logotyp i liggande format

Den liggande logotypen ska vara en fjärdedel av den totala ytans bredd.

Frizon

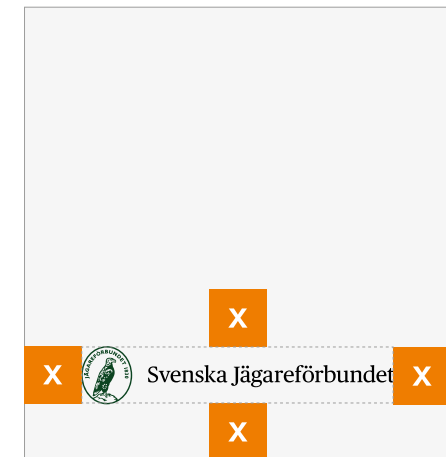
För att tydliggöra logotypen är det viktigt att respektera dess frizon.

Frizonen är höjden på symbolen.

Frizonen är det minsta möjliga område runt logotypen eller symbolen som behöver vara rent och fritt från distraktioner för att logotypen ska framträda och komma till sin rätt. Innanför denna yta får inte text eller annan grafik placeras.

Frizonen är ett minimum; använd gärna större fri yta runt logotypen eller symbolen. Logotypen bör heller inte läggas närmare kanten än motsvarande denna frizon.

Undatag



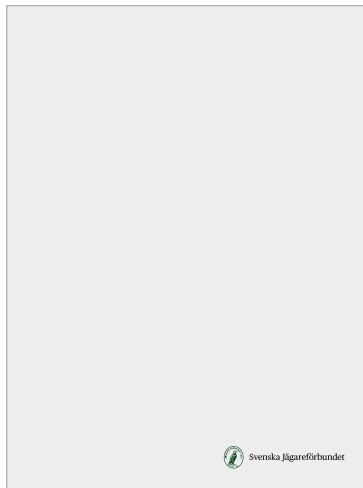
Liggande logotyp i små format

På mindre format, till exempel visitkort, korrespondenskort, mindre annonser eller SoMe-posts, kan regeln om 1/3 eller 1/4 av ytans bredd undantas. Logotypen får i dessa fall vara större men tänk på att ta hänsyn till frizonen.



Logotypens placering

Tillåtna placeringar

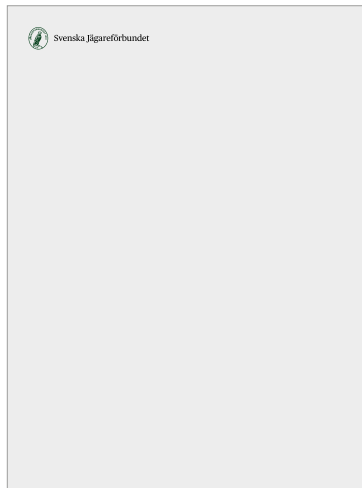


Liggande logotyp: Högerställd

Den liggande logotypen får placeras i nedre högra hörnet.

EXEMPEL PÅ ENHETER:

- Annonser
- Broschyrer



Liggande logotyp: Vänsterställd

Den liggande logotypen får placeras i övre vänstra hörnet.

EXEMPEL PÅ ENHETER:

- Dokument
- Roll up



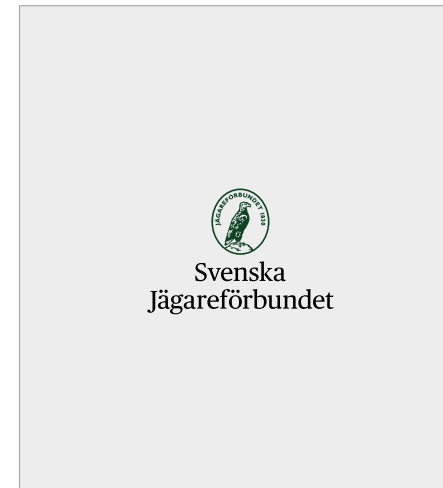
Liggande logotyp: Centrerad

Den liggande logotypen får centreras när den ska placeras på liggande format. Placera logotypen mitt på eller i underkant av ytan. Ta hänsyn till frizonen.

Vid placering mitt på ytan bör inga andra budskap eller objekt konkurrera med logotypen..

EXEMPEL PÅ ENHETER:

- Visitkort
- SoMe-posts eller filmer
- Profilprodukter
- Backdrops



Stående logotyp: Centrerad

Den stående logotypen får centreras när den ska placeras på kvadratiska eller stående format. Placera logotypen mitt på eller i underkant av ytan. Ta hänsyn till frizonen.

Vid placering mitt på ytan bör inga andra budskap eller objekt konkurrera med logotypen.

EXEMPEL PÅ ENHETER:

- SoMe-posts eller filmer
- Profilprodukter
- Backdrops

Rätt och fel med logotypen

Otillåten hantering

~~Svenska Jägareförbundet~~

Logotypen får ej användas utan symbolen.



Ändra inte symbolens eller ordbildens storlek eller placering.



Placera inte logotypen snett.



Det är ej tillåtet att ändra färg på symbolen eller ordbilden.



JÄGARNAS FÖRSTAHANDSVAL

Det är ej tillåtet att lägga till text eller egna "bylines" i logotypen.

Logotyp mot bilder och färgade bakgrunder



Anpassa valet av logotyp till den bakgrund som logotypen ska placeras mot så att logotypen framträder tydligt. Placera inte logotypen mot röriga bilder där den inte framhävs tydligt.



Anpassa valet av logotyp till den bakgrunden som logotypen ska placeras mot så att logotypen framträder tydligt.

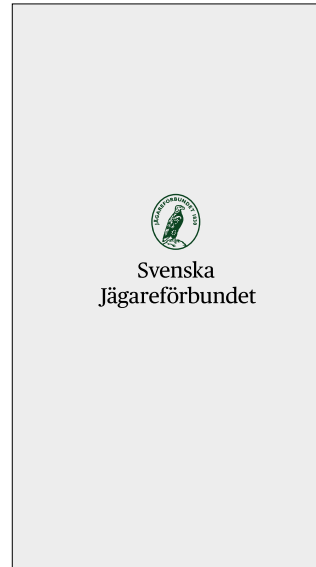
Exempel på när den stående logotypen bör användas

Som komplement till den liggande logotypen finns en stående version. Den kan användas när den liggande logotypen inte fungerar optimalt. Exempelvis vid stående, långsmala eller runda format.

Exempel på dessa är:

- Film, avsändare
- SoMe
- Profilprodukter
- Material utan budskap med endast logotyp, t ex backdrops, Q-cards

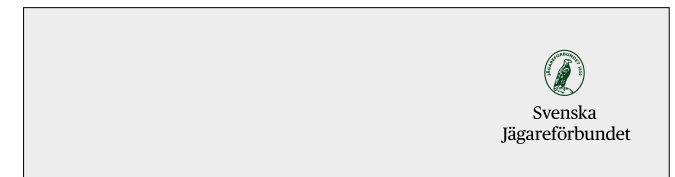
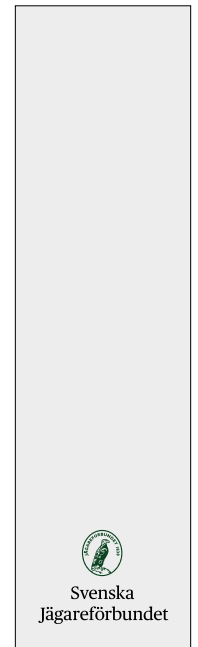
Den stående logotypen placeras i första hand centrerat.



Avsändare i sociala medier där loggan visas i slutet av en film mot en bild eller färgplatta.



När logotypen ska placeras på runda format används den stående logotypen centrerad.



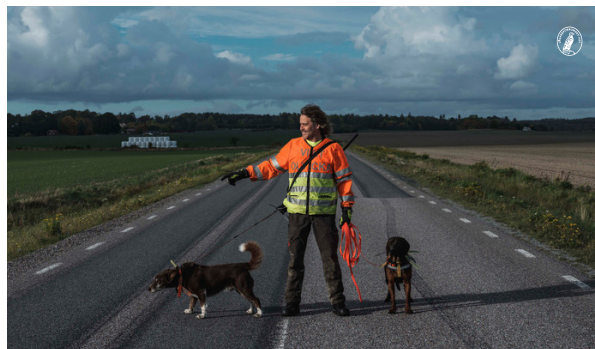
I långsmala format, t ex banners, kan den stående loggan användas.

Exempel på när symbolen bör användas

Logotypen i sin helhet, det vill säga både symbol och ordbild, ska användas i så stor utsträckning som möjligt för att tydliggöra att Svenska Jägarförbundet är avsändare. Men det finns tillfällen där endast symbolen är att föredra.

Exempel på dessa är:

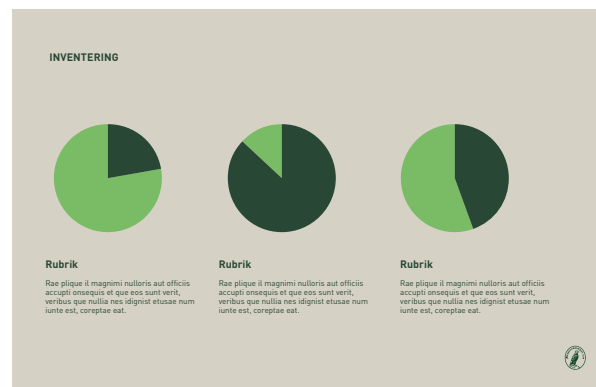
- Upprepning, t ex i PPTs där symbolen kan ersätta logotypen på varje sida eller i en film där avsändaren ska synas hela tiden.
- Profilprodukter, där en logotyp med text inte får plats eller där logotypen ska vara mer subtil och mer som ett brand.



Film

I filmer kan symbolen användas i högra övre hörnet för att hela tiden visa en tydlig avsändare utan att använda hela logotypen. Placeringen gör att eventuell textning av filmen i nedkant störs av symbolen.

Logotypen i sin helhet måste dock finnas med i filmens intro eller outro.



Presentationer

I presentationer kan symbolen användas i högra nedre hörnet för att hela tiden visa en tydlig avsändare utan att använda hela logotypen. Logotypen i sin helhet måste dock finnas med i inledningen av presentationen.



Profilprodukter

På de profilprodukter som vi önskar ska vara mer subtila och cleana används endast symbolen.



Användning av endast örnen

Det finns fall då varken logotyp eller symbol är möjliga att använda. Till exempel på en stickad mössa. Då kan det vara okej att enbart använda örnen. Användning godkänns av varumärkesansvarig.

Enskilda projekt och kampanjer

I de projekt som Svenska Jägareförbundet står bakom ska förbundets logotyp användas som avsändare.

Utforma därför inte nya logotyper för enskilda projekt, kampanjer eller initiativ. Ett enskilt projekt, kampanj eller initiativ kan ha ett namn som används i kommunikationen men inte utformas som en logotyp.

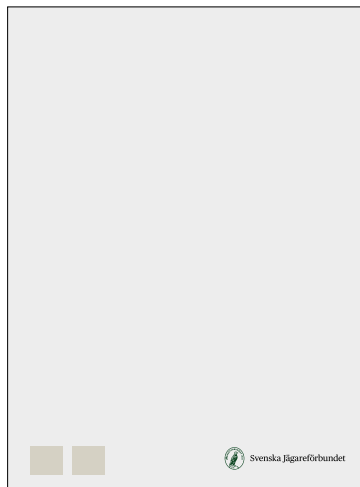
Ej tillåtet



Logotypen med samarbetspartners

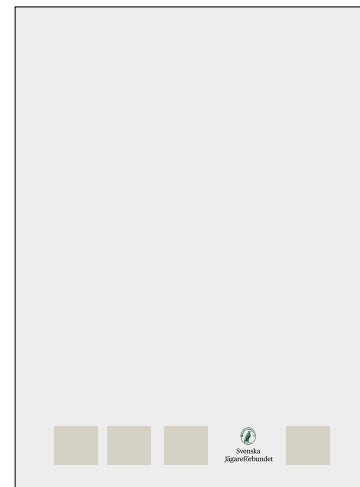
Ibland är Svenska Jägareförbundet en part i samarbete med andra. Samarbetet kan vara ett nätverk eller ett projekt som drivs tillsammans med andra organisationer eller företag. I dessa fall är Svenska Jägareförbundet inte ensam avsändare utan en av flera. Det finns olika nivåer av samarbeten som påverkar logotypens storlek och placering och detta förklaras på denna sida.

I nivå 2 och 3 det fritt att välja mellan att använda den liggande eller stående logotypen.



Nivå 1

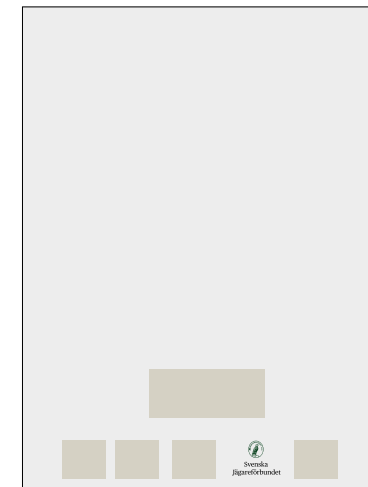
Om Svenska Jägareförbundet huvudsakligen står bakom projektet ska det tydligt framgå att Svenska Jägareförbundet är avsändaren och vår grafiska profil ska användas. Övriga parter visualiseras men på en sekundär plats.



Nivå 2

Om Svenska Jägareförbundet är en av två eller flera jämbördiga parter ska Svenska Jägareförbundets logotyp exponeras likvärdigt med de andra parternas logotyper.

I dessa fall är det tillåtet att använda den stående logotypen för att få plats med övriga logotyper.



Nivå 3

Om Svenska Jägareförbundet är minoritetspart i ett samarbete och någon annans aktörs grafiska profil ska efterföljas, ska det tydligt framgå att Svenska Jägareförbundet är en del i samarbetet.

I dessa fall är det tillåtet att använda den stående logotypen för att få plats med övriga logotyper.

Tips:

- Om parternas logotyper har många olika färger kan man med fördel sätta alla logotyper i svart/vitt.
- Är det väldigt många logotyper kan du istället skriva ut aktörernas/parternas namn.
- I internationella sammanhang använder vi logotypen med vårt namn utskrivet på engelska.

Övriga logotyper

Våra län och kretsar har egna logotyper som används istället för förbundets primära logotyp. Det finns också nätverk och projekt som har egna logotyper. Här visas också den engelska versionen av logotypen. Samtliga logotyper finns i en liggande och en stående version och i tre olika färgversioner: grön-svart, negativ (vit) och svart. Se logotyperna på nästa sida.



Läns- och kretslogotyper



Jägarförbundet
Lerum-Partille



Jägarförbundet
Lerum-Partille

Läns- och kretslogotyperna ersätter den Svenska Jägarförbundets logotyp när en krets eller en länsförening är ensam avsändare. Logotypen används enligt samma princip som den nationella logotypen vad gäller färger, frizon, placering och storlek.

Unga Jägare



Svenska Jägarförbundet
Unga Jägare



Svenska
Jägarförbundet
Unga Jägare

Logotypen för Unga Jägare används i kommunikation som enbart rör verksamheten "Unga Jägare". Används enligt samma princip som de primära logotyperna vad gäller färger, frizon, placering och storlek.

Engelsk version



Swedish Association
for Hunting and Wildlife
Management



Swedish Association
for Hunting and Wildlife
Management

Den engelska versionen av logotypen används enligt samma princip som de liggande och stående svenska logotyperna vad gäller färger, frizon, placering och storlek.

Invasiva arter



Svenska Jägarförbundet
Invasiva arter



Svenska
Jägarförbundet
Invasiva arter

Logotypen för Invasiva arter används i kommunikation som enbart rör projektet "Invasiva arter". Används enligt samma princip som de primära logotyperna vad gäller färger, frizon, placering och storlek.

JAQT



Svenska Jägarförbundet
JAQT



Svenska
Jägarförbundet
JAQT

Logotypen för JAQT används i kommunikation som enbart rör verksamheten "JAQT". Används enligt samma princip som de primära logotyperna vad gäller färger, frizon, placering och storlek.

Filformat

Så använder du rätt filformat på olika enheter:

EPS

När?

- För trycksaker som visitkort, affischer, banners och andra högkvalitativa trycksaker eller utskrifter.
- När logotypen ska skalas utan att förlora kvalitet.
- För delning mellan designers eller tryckerier.

Varför?

- Behåller kvalitet oavsett storlek och stöder transparens.
- Är standard för professionell grafisk design och tryck.

JPG

När?

- För användning på webben.
- När filstorlek behöver vara liten och hög upplösning inte är lika viktig.

Varför?

- Laddar snabbt och passar för bakgrunder eller bilder där transparens inte behövs.
- Lämpligt för enklare digitala plattformar.

PNG

När?

- För digital användning där transparens krävs, exempelvis på hemsidor, presentationer eller digitala dokument.
- När du vill ha hög kvalitet och tydliga detaljer i logotypen.

Varför?

- Stödjer transparens och är bra för skärmbaserade enheter.
- Behåller skärpa och detaljer, perfekt för digital grafik.

SVG

När?

- För webb och responsiva plattformar, där logotypen måste skalas för olika skärmstorlekar.
- För interaktiva webbapplikationer eller animationer.

Varför?

- Skalbar utan kvalitetsförlust och har små filstorlekar, vilket gör dem idealiska för moderna webbplatser.
- Perfekt för logotyper som behöver anpassas dynamiskt.