

Forbrukerrådets
stil og tone

Velkommen

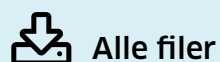
Her vil du finne praktiske retningslinjer for Forbrukerrådets visuelle profil.

Den visuelle identiteten er utviklet med Forbrukerrådets strategi og verdier som grunnlag. Det er derfor viktig at regelverket og malene i profilhåndboken brukes aktivt. Hovedelementene er bruk av overordnet logo, farger, typografi/tekst, ikoner, elementer og fotomanér. Disse elementene skal gjøre Forbrukerrådet – med tilhørende underliggende merkevarer og tjenester – tydelig og gjenkjennelig.

Vår ambisjon er å skape en helhetlig profil som gir brukeren den samme følelsen på alle kommunikasjonsflater. Vi håper du vil hjelpe oss i dette arbeidet. Er du i tvil om bruken av denne profilhåndboken eller har spørsmål vedrørende profilen, ta gjerne kontakt med grafisk designer i Forbrukerrådet.



Kontakt oss på
design@forbrukerradet.no

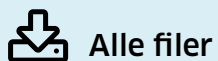


[Gå til dropbox](#)

INNHold

Logo	3
Hovedlogo.....	3
Digitale tjenester	4
Plassering.....	5
Vanskelige flater	6
Ikke gjør dette	7
Farger.....	8
Om farger	8
Typografi.....	9
Om typografi.....	9
Ikoner	10
Om ikoner.....	10
Elementer.....	11
Snakkeboblen	11
FRemoji	12
Ikoner	13
Foto.....	14
Om foto	14





Alle filer

[Gå til dropbox](#)



Spørsmål?

Kontakt oss på
design@forbrukerradet.no

LOGO

Hovedlogo

Der er hovedsaklig denne logoen som skal brukes på alt materiell som kommer fra Forbrukerrådet. Noen unntak kan forekomme i forbindelse med våre digitale tjenester. Logoen skal alltid holde proposjonene og skal aldri redigeres, manipuleres eller roteres.



A4 standard størrelse

For A4 er logoen definert til å ha en standard bredde på 56 mm.



Luft

Logoen skal alltid ha et minimum med luft rundt seg. Dette beregnes utfra x-høyden til navnetrekket og er proposjonalt like stor på alle sider.



Minimumstørrelse

Logoens minimumstørrelse er 30 mm. Unntak kan forekomme, for eksempel reklameartikler der vi må ta særskilte hensyn.





Alle filer

[Gå til dropbox](#)



Spørsmål?

Kontakt oss på

design@forbrukerradet.no

LOGO

Digitale tjenester

Forbrukerrådet leverer en rekke digitale tjenester til forbrukere. Noen av disse har egen logo. Samme regler gjelder for logoene til digitale tjenester som logo for Forbrukerrådet.

Finansportalen

Finansportalen leverer prissammenligning på en rekke banktjenester. De gir også informasjon til forbrukere om økonomi.



Strømpris

Strømpris leverer en prissammenligning på strømvakter i Norge, og gir informasjon om de forskjellige avtalene som finnes



Hva koster tannlegen

Hva koster tannlegen gir en sammenligning av alle tannleger i Norge. Denne tjenesten gir også informasjon om støtteordninger o.l.





Alle filer

[Gå til dropbox](#)



Spørsmål?

Kontakt oss på

design@forbrukerradet.no

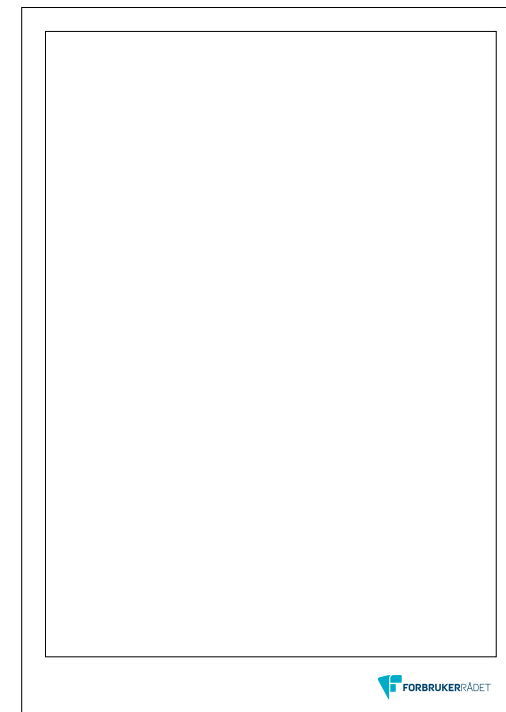
LOGO

Plassering

Logoen skal plasseres nederst i høyre hjørne der det er mulig og hensiktsmessig. Unntak vil forekomme slik som ved rollups der logoen skal plasseres sentrert i topp eller på nett der logoen skal plasseres i venstre hjørne.

Eksempel A4

Ved bruk av marger finner vi plasseringen. Ved A4-størrelse skal det være marg på 10 mm, med unntak av bunn som har 25 mm. Logo skal ligge midtstilt vertikalt i bunnmarg og flukte med innsiden av høyre marg. Er det flere sider i dokumentet brukes logo på forsiden og symbol på resterende sider.





Alle filer

[Gå til dropbox](#)



Spørsmål?

Kontakt oss på

design@forbrukerradet.no

LOGO

Vanskelige flater

Noen ganger vil det ikke være mulig å bruke logoen vår i de originale fargene cyan og mørk blå. Da skal en av disse brukes. Det hender også at vi må bruke sekundærlogoen vår for å bruke flaten effektivt. Eksempel på dette er design på ballonger, men vi prøver å unngå bruk av denne.

Negativ logo

Logoen med cyan symbol og hvitt navnetrekk.

Hvit

Helt hvit logo. Denne kan brukes som vannmerke, men logoen skal komme tydelig nok frem.

Sekundærlogo

Symbolet er plassert over som gir en mer kvadratisk logoform. Dette kan være gunstig på vanskelige flater.



** mørk bakgrunn er lagt på for å illustrere og er ikke en del av logoen.*



FORBRUKERRÅDET



LOGO

Ikke gjør dette

Dette er eksempler på måter logoen ikke skal brukes. Alle eksempler er ikke illustrert, dette er kun et utvalg.

Hold proposjoner

Logoen skal ikke strekkes i noen retning



Ikke rotér

Logoen skal ikke roteres på noen måte



Ikke «pynt» logoen

Logoen skal aldri endres eller ha ting over seg. Det skal være god avstand til andre elementer.



Ikke bruk andre farger

Logoen skal ikke brukes i andre farger enn det som er spesifisert i denne guiden.



Endre logo

Logoen skal brukes i sin helhet og aldri endres.



Farget logo på bilde

Farget logo skal alltid legges på hvit flate. Hvis mørk flate skal negativ logo brukes.





Alle filer

[Gå til dropbox](#)



Spørsmål?

Kontakt oss på

design@forbrukerradet.no

FARGER

Om farger

Forbrukerrådet jobber hardt for å være gode på universell utforming. Derfor er det viktig at all bruk av farger skjer på en slik måte at lesbarheten økes og at svaksynte ikke blir diskriminert.

Farger i logoen



Pantone 7694 C

CMYK: 100, 73, 33, 21

RGB: 0, 65, 107



Pantone 3125 C

CMYK: 91, 0, 23, 0

RGB: 0, 173, 198

Farger som brukes aktivt



Pantone 3125 C

CMYK: 91, 0, 23, 0

RGB: 0, 173, 198

Tint i prosent:

100 , 80, 60, 40, 20, 10



Pantone 340 C

CMYK: 98, 5, 79, 0

RGB: 0, 148, 94

Tint i prosent:

100, 80, 60, 40 og 20

Andre farger



Pantone 7579 C

CMYK: 7, 75, 89, 0

RGB: 224, 89, 42

Tint i prosent:

100 , 80 og 60



Pantone 7409 C

CMYK: 3, 34, 90, 0

RGB: 244, 178, 35

Tint i prosent:

100, 80, 60 og 40



Pantone 7474 C

CMYK: 95, 28, 41, 16

RGB: 0, 148, 94

Brukes på lenker



Lisens Clan

Siden vi har begrenset antall lisenser må du kontakte vår grafiske designer for å få tilgang til denne fonten.



Spørsmål?

Kontakt oss på
design@forbrukerradet.no

TYPOGRAFI

Om typografi

Tekst skal hovedsaklig settes i svart. Unntak kan forekomme ved for eksempel hvit på cyan-fargen vår. Da skal kontrasten være tilfredstillende og teksten kan gjerne settes et hakk fetere enn normalt for å kompensere.

Clan

Clan er Forbrukerrådet sin hovedfont. Denne brukes på web og så langt det lar seg gjøre på andre flater. Hovedsaklig blir book, book italic, medium og medium italic. Unntak kan forekomme ved hvit tekst på mørk bakgrunn. Bruk da news og bold.

Clan

Forbrukerrådet er en uavhengig interesseorganisasjon som bistår forbrukerne og påvirker myndigheter og næringsliv i en forbrukervennlig retning. (12 pt)

Forbrukerrådet er en uavhengig interesseorganisasjon som bistår forbrukerne og påvirker myndigheter og næringsliv i en forbrukervennlig retning.

Calibri

På flater der det er tekniske begrensninger skal Calibri brukes. Dette gjelder for eksempel mail, diverse maler i word og powerpoint og lignende. Dette er en standardfont og krever ikke lisens. Denne fonten har noe lavere x-høyde og skal settes noe større størrelse enn Clan.

Calibri

Forbrukerrådet er en uavhengig interesseorganisasjon som bistår forbrukerne og påvirker myndigheter og næringsliv i en forbrukervennlig retning. (14 pt)

Forbrukerrådet er en uavhengig interesseorganisasjon som bistår forbrukerne og påvirker myndigheter og næringsliv i en forbrukervennlig retning.





Lisens FontAwesome Pro

Siden vi har begrenset antall lisenser på denne fonten må du kontakte vår grafiske designer for å få tilgang til denne fonten.



Spørsmål?

Kontakt oss på
design@forbrukerradet.no

IKONER

Om ikoner

Forbrukerrådet har et begrenset antall lisenser på FontAwesome Pro som er en ikonfont. Dette er tidsbesparende og det er ønskelig å bruke denne så langt det går ved design av digitale tjenester og lignende. Merk at dette ikke er en standardfont. Om vi mangler et ikon, kan det lages, men det må da følge samme stil som eksemplene under. Disse ikonene skal godkjennes før de tas i bruk av vår grafiske designer.



Bruker



Mail



Bilder



Fly



Statistikk



Varsel



Kort



Vedlegg



Ekstern lenke

 Alle filer

[Gå til dropbox](#)

 Spørsmål?

Kontakt oss på
design@forbrukerradet.no

ELEMENTER

Snakkeboblen

Snakkeboblen brukes til korte sitater eller tekster. Fordelen med denne boblen er at man kan plassere kort tekst over et bilde uten å miste lesbarhet. Skal ikke plasseres over vesentlige ting i bildet, slik som ansikter. Snakkeboblen skal heller ikke roteres eller speilvendes.



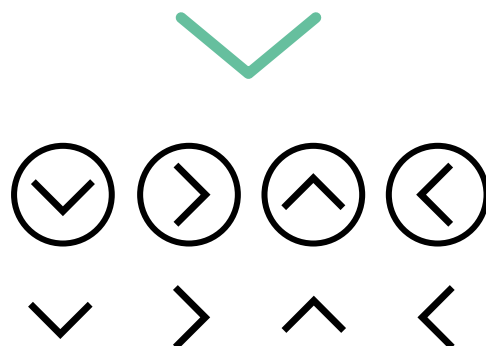
ELEMENTER

Ikoner

Ikoner er flott å bruke for og illustrere testresultater, eller for å få forbrukeren til å bli ekstra obs på noe.

Piler

Brukes for å lede brukeren. Den grønne pilen er mye brukt mellom tittel og ingress.



Bil

Tips, råd og dine rettigheter

Kjøp, reparasjon og leie av bil volder forbrukere mye bry. Her finner du dine rettigheter og hvordan du går frem for å klage hvis noe er galt.

KJØP OG SALG AV BIL

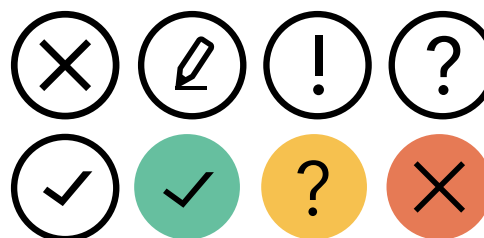
Gode tips for et godt bilkjøp, og hjelp hvis du trenger å klage.

REPARASJON AV BIL

Dine rettigheter når reparasjonen ikke gikk som ønsket.

Diverse

Fra øverst til venstre:
Lukk, kontakt, obs, spørsmål og sjekkliste
Brukes aktivt på web og wordmaler.



Testikoner

Fra bra til dårlig. Det er ikke alle tester det passer med smiletegn, da skal sjekk, spørsmålstegn og kryss brukes.





Alle filer

[Gå til dropbox](#)



Spørsmål?

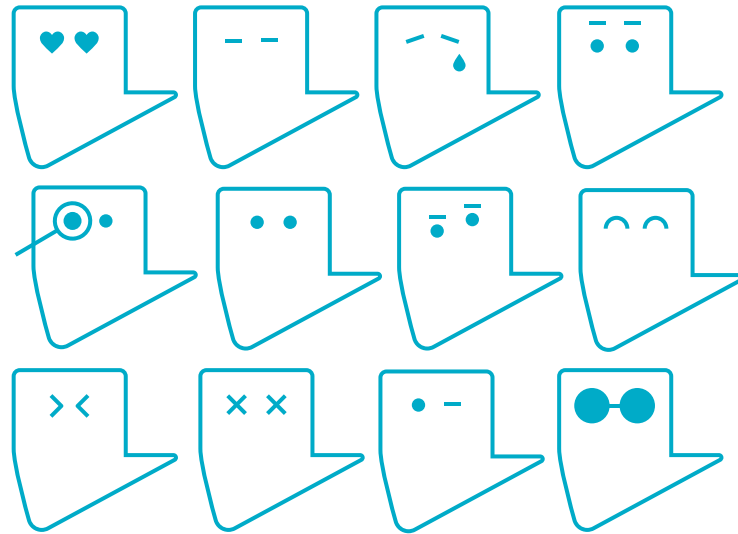
Kontakt oss på

design@forbrukerradet.no

ELEMENTER

FRemoji

FRemoji kan brukes for å illustrere følelser. Kanskje er det noe som ikke går som det skal? FRemoji er en fin måte å gjøre dette med glimt i øyet.



Bildebank

Forbrukerrådet har avtale med Colourbox. Ta kontakt hvis det er ønskelig å bruke noen bilder herifra.

 <https://colourbox.com>

Andre bildebanks vi bruker er

 <https://unsplash.com/>

For å få bruker til den interne bildebanken kontakt grafisk designer eller videoprodusent i Forbrukerrådet.



Kontakt oss på
design@forbrukerradet.no

FOTO

Om foto

Uttrykket på fargebildene bør tas med tilnærmet naturlig lys. Bildene skal ha lett redusert fargemetning og et kaldt fargestikk. Fargetoner fra Forbrukerrådets fargepalett kan gjerne forsøkes integrert i klær og bakgrunner uten å benytte overdreven bildemanipulering.

Motivet og menneskene på bildene (eller deres handlinger) – bør speile Forbrukerrådets verdier (åpen, tydelig, handlekraftig), men også være jordnære og folkelige.



