

Grafisk manual

BOKMÄSSAN

INNEHÅLL

Inledning Bokmässan

Logotyp

Beståndsdelar
Färg
Versioner
Filformat
Storlek
Frizon
Placering
Användning av logotypen

Färger

Profilfärg
Accentfärger

Typografi

Typsnitt
Officeprogram
Rubrik
Brödtext

Bildspråk

Designelement

INLEDNING

Denna grafiska manual visar Bokmässans visuella identitet. Den som tar del av information i olika kanaler ska kunna känna igen Bokmässan i uttryck, färger, typsnitt och formspråk. Vårt uppdrag, våra värden och vår själ ska genomsyra all kommunikation och genom den visuella identiteten skapar vi igenkänning hela vägen från t ex annonsen i tidningen, vår webb till besöket på Bokmässan.

Manualen ska vara ett stöd såväl internt som externt i profileringen av Bokmässan. Regler och mallar gör att vi blir konsekventa och lätta att känna igen och manualen underlättar kommunikationen med externa partner och formgivare. För externa partner ska tillstånd inhämtas för att få använda logotypen. Detta tillstånd ges av Bokmässans kommunikationschef.

Meg, som numera är en integrerad del av Bokmässan, har en egen visuell identitet.

Det är vår förhoppning att Bokmässans uttryck med denna manual ska bli tydligare och att vi får en form med stor igenkänning.

LOGOTYP



BOKMÄSSAN

GÖTEBORG BOOK FAIR

Beståndsdelar

Logotypen härstammar från den tidigare Bok & Bibliotek-logotypen och består av namnet Bokmässan och det engelska namnet Göteborg Book Fair. Bokmässan är satt i en modernt typsnitt – Archer.

Göteborg Book Fair är satt i en antikva och härstammar från den ursprungliga Bok & Bibliotek-logotypen. Tillsammans speglar de nutiden och historien.

Sigillet rymmer sjöjungfrun och texten Bok & Bibliotek samt Etabl 1985. Sjöjungfrun förekom i den första boken utgiven i Sverige 1484 och användes som symbol i samband med bokens 500-årsjubileum 1984. Efter att ha använt sjöjungfrun som symbol för den första mässan 1985 gav grundarna Bertil Falck och Conny Jacobson formgivaren Bo Berndahl i uppdrag att göra en logotype för Bokmässan. Då vändes den läsande sjöjungfrun åt höger och Bok & Bibliotek lades till i logotypen.

Färg

Logotypen ska användas i färg där det är möjligt. Den finns också i en negativ och en svart version.

Versioner

Huvudlogotypen är den stående versionen.

Det finns även en liggande version att användas i sammanhang där utrymmet inte tillåter den stående logotypen.

Filformat

Logotypen finns i två olika filformat.

Eps – använd till allt som trycks. Den går att skala till vilken storlek som helst utan att den förlorar sin kvalitet.

Png – används för skärm, som till webben eller facebook. Png är byggd av pixlar och blir pixlig om den förstoras.



BOKMÄSSAN
GÖTEBORG BOOK FAIR

Huvudlogotyp



BOKMÄSSAN
GÖTEBORG BOOK FAIR

Liggande logotyp



BOKMÄSSAN
GÖTEBORG BOOK FAIR

Svart/vit logotyp



BOKMÄSSAN
GÖTEBORG BOOK FAIR

Liggande svart/vit logotyp



BOKMÄSSAN
GÖTEBORG BOOK FAIR

Negativ logotyp



BOKMÄSSAN
GÖTEBORG BOOK FAIR

Liggande negativ logotyp



Frizon: Logotypen behöver luft för att synas. Använd bokstaven M som riktmärke på hur stor frizonen *minst* behöver vara.



Frizon

Logotypen behöver luft för att synas och ska placeras väl avgränsad från annan information. Använd bokstaven M, i samma storlek som M i BOKMÄSSAN, som riktmärke på hur stor frizonen minst behöver vara runt om logotypen. Finns möjlighet till mer luft är det att föredra.

Storlek

För att sigillet ska vara tydligt och läsbart är det viktigt att logotypen inte blir för liten. Minsta tillåtna storlek är 35 mm bred.

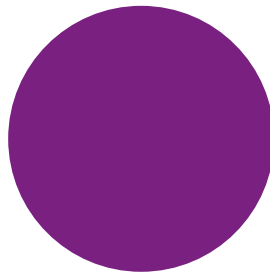
Placering

Logotypen ska i möjligaste mån placeras till vänster i layouter. Huvudlogotypen med sin centrerade form placeras centrerad på ytan i t ex annonser och affischer där ytan tillåter det. Avsteg får göras där formatet kräver det, t ex i smala banners, annonser och annorlunda format.

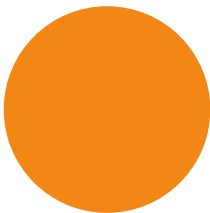
Användning av logotypen

Tillstånd för externa partner att använda logotypen ges av kommunikationschefen.

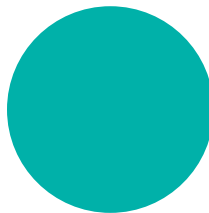
FÄRGER



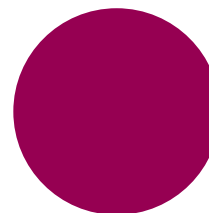
Lila
CMYK 65, 100, 0, 0
PMS 2603
RGB 120, 30, 130
HTML #781e82



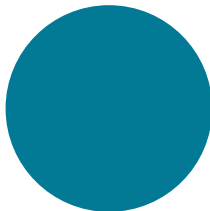
Orange
CMYK 0, 55, 95, 0
PMS 144
RGB 240, 135, 20
HTML #f18715



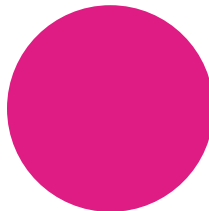
Turkos
CMYK 75, 0, 40, 0
PMS 326
RGB 0, 180, 70
HTML #00b0a9



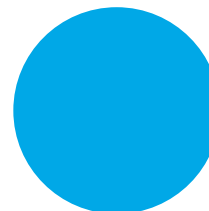
Aubergine
CMYK 0, 100, 0, 45
PMS 221
RGB 151, 0, 82
HTML #960051



Petrol
CMYK 100, 35, 35, 0
PMS 3025
RGB 120, 150, 0
HTML #007996



Magenta
CMYK 5, 95, 0, 0
PMS 219
RGB 223, 29, 132
HTML #df1c84



Cyan
CMYK 90, 0, 0, 0
PMS 299
RGB 0, 167, 231
HTML #00a7e7

Profilfärg

Bokmässans huvudfärg är en mustig lila färg. Det är en stark och tydlig färg som tar för sig och syns bra i annonser, skyltar och flaggor, till skillnad från en mer nedtonad färg som mörkblått. Lila tillskrivs egenskaper som själslig, medveten, visionär, sanningsenlig, kreativ, ambitiös och kvalitet.

Accentfärger

Som komplement till den lila profilfärgen finns ett antal accentfärger som kan användas för att förstärka budskap eller skilja dem åt. Accentfärgerna används främst på mindre ytor som färgplattor och andra grafiska element. Den lila profilfärgen måste alltid dominera uttrycket.

TYPOGRAFI

TYP SNITT

ABCDEFGHIJKLMN
abcdefghijklmnop
qrstuvwxyzåö
1234567890.,;!?--

Archer

TYP SNITT OFFICEPROGRAM

ABCDEFGHIJKLMN
abcdefghijklmnop
qrstuvwxyzåö
1234567890.,;!?--

Calibri

ABCDEFGHIJKLMN
abcdefghijklmnop
qrstuvwxyzåö
1234567890.,;!?--

Charter ITC regular

Typsnitt

Bokmässans huvudtypsnitt heter Archer. Det är ett linjärt typsnitt med seriffer som tillhör typsnittsfamiljen mekaner. Archer ritades från början för tidningen Martha Stewart Living av typsnittsformgivarna Hoefer & Frere-Jones. Målet var att åstadkomma en rättfram, trovärdig linjär med personlighet, som också skulle vara vacker och arbetsduglig, enligt Hoefer & Frere-Jones. Kraven typsnittet skulle ställas inför var heller inte få: det skulle fungera för listor, recept, diagram och grafik, tabeller, kalendrar och ordlistor. Resultatet är ett modernt, personligt, vänligt och inbjudande typsnitt som rimmar väl med Bokmässans

identitet. Det finns i många skärningar och ger möjlighet till stor variation.

Som komplement till Archer använder vi Charter ITC. Det är en tydlig och lättläst antikva som är utrymmessnål vilket är viktigt i t ex seminarieprogrammet.

Typsnitt Officeprogram

Calibri använder vi i rubriker och brödtext i officeprogram. Det är ett standardtypsnitt som fungerar för alla användare. Till rubriker används Calibri bold.

RUBRIKER

Archer Book

Archer Medium

Archer Semibold

Archer Bold

Archer Book

Archer Medium

Archer Semibold

Archer Bold

Rubriker

Rubriker sätts alltid i Archer i ovan angivna varianter. I t ex seminarieprogrammet kan rubriker även sättas i kursiva skärningar för att skapa variation. Våra rubriker är aldrig svarta utan sätts i den lila profolfärgen eller negativ på lila bakgrund. Accentfärgerna kan användas till rubriker där stor variation krävs. Rubriker sätts versalgement. Versala rubriker kan användas som komplement.

BRÖDTEXT

Archer Book

Gendis ipitis mo explaccaest, cuptaspedit, velent ent et harchil modis dolupta seque landem idus ut fugiam eatur sit, odicia escilit esciurita dolenimpore comnihi llibearum enes ipsam que ipsam fugiam fugia quibuscid et porem ra quamus ulluptatem essum erum re volestiis simus eum reperio dipitio.

Charter ITC regular

Gendis ipitis mo explaccaest, cuptaspedit, velent ent et harchil modis dolupta seque landem idus ut fugiam eatur sit, odicia escilit esciurita dolenimpore comnihi llibearum enes ipsam que ipsam fugiam fugia quibuscid et porem ra quamus ulluptatem essum erum re volestiis simus eum reperio dipitio.

Brödtext

Charter ITC används till längre brödtexter. Archer Book kan också användas till brödtext där det eftersträvas ett luftigare uttryck.

BILDSPRÅK

Bokmässan är en viktig mötesplats där många samlas. Därför ska bildspråket avspegla sig i möten – genom unika möten men också genom mingelbilder. Bilderna ska visa människor.

Då Bokmässan är det största kulturevenemanget i Norden ska också detta stora intresse visas genom bilder med många besökare, t ex svep över mässhallarna där det tydligt framgår att Bokmässan även har många utställare.

Vad ska bilderna signalera?

Bilderna ska andas engagemang, intressanta möten där man ser en stor närvaro hos personerna på bild, gärna ögonkontakt med varandra eller med kameran. Inte poserande bilder.

Bilderna visar såväl affärsrelationer, som möten mellan författare och läsare och möten mellan författare och författare eller andra medverkande.

Vi vill att bilderna ska skapa en nyfikenhet, önskan om delaktighet och leda till besök av såväl allmänheten som av branschbesökare. Vi vill också förmedla att Bokmässan är viktig för affärsrelationer, där vårt syfte är att få fler utställare, både i mässhallarna och i IRC, samt att attrahera branschbesökare.

Vilka bilder kan vi använda?

Översikts- och mingelbilder är möjliga att ta och använda enligt dataskyddsförordningen GDPR. Däremot måste personer som tas i närbild ge sitt samtycke för att vi ska få använda bilden. Det är viktigt att fotografen förvissar sig om att personen i fråga har givit sitt samtycke.

Vi förser fotografer med ett formulär för samtycke men även muntliga avtal gäller. Bokmässan tecknar avtal med fotograf om fri användningsrätt av bilderna.



DESIGNELEMENT



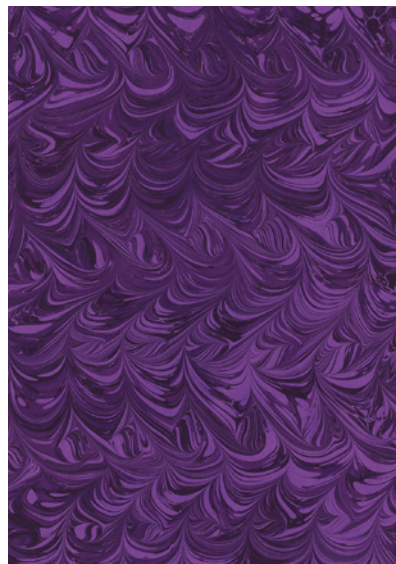
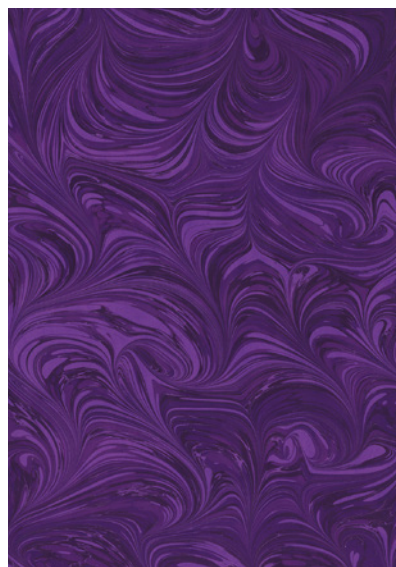
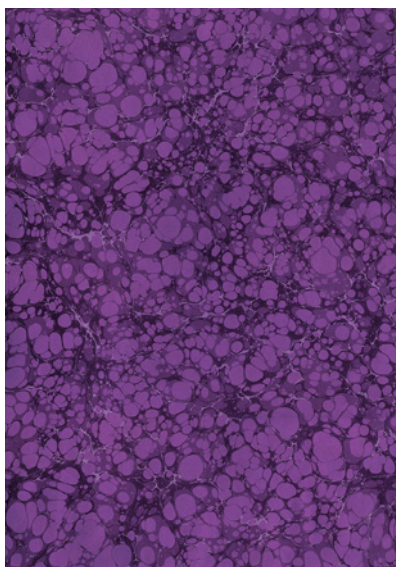
Exempel på marmorering i annons, affisch och folder.

Marmorering

Bokmässans profilfärg är lila. Den kan användas som bakgrundsfärg, i rubriker och färgplattor.

Som ett designelement använder vi marmorering med lila bakgrund. Här finns fyra varianter från lugn och böljande till ett mer markerat och lite "livligt" uttryck. Val av mönster görs efter vilket budskap som ska framföras.

Marmorering kan användas t ex i annonser, på banners och affischer samt i sammanhang där bakgrunden ska vara mer levande.



Vi använder sex olika marmoreringar.