

Riktlinjer för profilprodukter



Riktlinjer för profilprodukter

Visions identitet ska kommunicera:

Ett modernt och handlingskraftigt fackförbund som levererar medlemsnytta.

Ett fackförbund som är närvarande och syns på arbetsplatserna.

Ett fackförbund som har engagerade medlemmar.

Ett fackförbund som är attraktivt för unga.

Ett fackförbund som skapar förutsättningar för nätverkande.

En Fair Union som arbetar med mänskliga rättigheter, rätten att organisera sig och en hållbar miljö.

Ett Fackförbund som står upp för allas lika värde, inkludering och mångfald på jobbet.

- ▶ **Om vi uppträder på samma sätt överallt så stärker det känslan för Vision som organisation.** Därför är det viktigt att vi har en gemensam identitet. Om vi hjälps åt med att hålla ihop vår visuella identitet kommer vi att stödja arbetet med att bli ett starkare fackförbund och därmed ökar chanserna att vi kan göra våra medlemmars arbetsliv ännu bättre. Uppträder vi olika blir det en splittrad bild och då känns Vision inte lika värdefullt längre. Andra som är duktiga på att uppträda likadant är exempelvis Nike, Amnesty, Coca Cola, Virgin, Rädda Barnen, Röda Korset.
- ▶ **Profilprodukter är ett betydande verktyg i Visions kommunikation utåt, och en viktig del av vår visuella identitet.** I det här dokumentet hittar du riktlinjer och rekommendationer som ska underlätta för dig att göra rätt val när du ska använda och köpa in profilprodukter.
- ▶ **Har du frågor, synpunkter eller tips?** Kontakta gärna Visions kommunikationsavdelning, ditt center eller prata med Topline som är Visions helhetsleverantör för profilprodukter.

Vision är en Fair Union

Vision vill ha ett schyst arbetsliv och vi vill ta ansvar så långt det bara går. Det är därför vi är en Fair Union. Att vara en Fair Union spelar givetvis en viktig roll även när vi tar fram profilprodukter. Som förbund väljer Vision att handla av företag med kollektivavtal och som har ett aktivt miljöarbete. Vi vill att det vi köper är schyst tillverkat med tanke på såväl arbetsvillkor som miljö.

För Vision är det en självklarhet att produktionen av profilprodukter sker på ett etiskt och miljösäkert sätt och att dokument finns som styrker detta. Det innebär att de är **giftfria** och **marktransporterade** och uppfyller minst något av följande:

- ▶ Fairtrade-märkt
- ▶ miljömärkt
- ▶ närproducerad
- ▶ tillverkade i återvunnet material
- ▶ återvinningsbar
- ▶ sparar energi

När du handlar

Vision vill inte bidra till onödigt avfall. Köp därför produkter som du vet kommer att användas, och informera gärna mottagaren om hur produkten ska återvinnas.

Checklista

- Leverantören har kollektivavtal.**
- Leverantörens produktion sker på ett etiskt och miljösäkert sätt.**
- Produkten i sig är marktransporterad och giftfri.**
Inga av våra produkter innehåller kemikalier som är upptagna på [REACH](#) kandidatlista. De är fria från bisfenol A, PVC, ftalater, fluorkarboner, kadmium, bly, krom och antibakteriella ämnen, t ex silverjoner.
- Produkten är inte tillverkad i ett icke-demokratiskt land.**
Se demokratiindex av Economist Intelligence Unit.
- Uppfyller minst ett men gärna flera av följande:**
 - ▶ **Fairtrade-märkt**
Fairtrade garanterar schysta löner och arbetsförhållanden bland dem som tillverkat produkten.
 - ▶ **miljömärkt**
Märkt med t ex Svanen, Bra Miljöval, EU-blomman, Ecocert eller Öko-tex.
 - ▶ **närproducerad**
Med närproducerad menar vi att produkten är tillverkad i Norden eller i något land runt Östersjön.
 - ▶ **tillverkad i återvunnet material**
 - ▶ **återvinningsbar**
 - ▶ **sparar energi**
Produkten uppmuntrar till att spara energi.

**Alla priser i Visions
profilbutik inkluderar
packning, emballage och
moms.**



En helhetsleverantör

Vision har valt att samarbeta med Topline Profil AB som helhetsleverantör för våra profilprodukter. Som helhetsleverantör sköter Topline lagerhållning, distribution, logistik, reklamationer, fakturering, kvalitetssäkring, produktutveckling samt drift av profilbutiken.

Topline arbetar med ansvarsfulla affärer. Det innebär att de endast samarbetar med godkända leverantörer som garanterar etik, miljö och arbetsförhållanden enligt Topline AB "code of conduct". Alla underleverantörer bedöms innan de blir godkända, detta för att förhindra förekomsten av bland annat barnarbete.

Genom att använda vår helhetsleverantör är vi garanterade att dessa krav efterföljs och att produkterna som säljs i Visions profilbutik är fair.

Vilka produkter är fair?

Grunden bygger på att leverantören uppfyller våra krav på att produktionen av produkterna sker på ett etiskt och miljösäkert sätt. Men vi kan också resonera om själva produkten i sig är fair. Ambitionen är att vi inte ska ta fram produkter som inte tillför så mycket värde för mottagaren, för det är att slösa på jordens resurser.

Varför är till exempel en cykellampa men inte en lysande jojo okej? Anledningen till det är vad produkten i sig signalerar och fyller för syfte. En cykellampa uppmanar inte bara människor att cykla (som är miljövänligt), utan signalerar även att Vision vill att människor tar hand om sig i trafiken. Små cykellysen som man kan ha med sig i fickan är dessutom bevis på nytänkande. En lysande jojo å andra sidan fyller inte något specifikt syfte, är inte miljövänlig och har ingen koppling till vad Vision arbetar för. Detta är ett exempel på hur produktvalet i sig påverkar bilden av Vision.

Ta gärna en diskussion om detta i styrelsen och även på arbetsplatsen. På det viset fördjupar vi Visions arbete med att vara en Fair Union.

Om du vill ta fram eget

Checklista

Genom att köpa dina profilprodukter genom Visions profilbutik vision.topline.se säkerställer du att produkterna följer alla riktlinjer för såväl fair som design. Om du vid något tillfälle ändå behöver använda dig av en annan leverantör, stäm då av så att checklistan ovan uppfylls.

När det gäller designregler för färger, placering av logotyp med mera, går det utmärkt att lämna över dessa riktlinjer till leverantören.

Ta gärna hjälp av oss

Visions kommunikationsavdelning hjälper dig gärna när du ska ta fram eget material. Du kan genom dem få hjälp med till exempel layout, bolla frågor eller få tips på hur annat material kan se ut.

Melina Grundel

Art Director

melina.grundel@vision.se

Eller skriv till fragortillKFU@vision.se

Stämmer designen med Visions identitet?

Är den fair?

Har den en koppling till Visions verksamhet?



Visste du...

Att alla priser i Visions profilbutik inkluderar packning, emballage och moms. Dessutom är alla produkter fair.

Uppfyller produkten Visions kriterier?

Vid val av produkter som i olika sammanhang ska bära Visions varumärke finns det ett antal kriterier och frågeställningar som ska tas hänsyn till.

- ▶ Uppfyller produkten våra krav som fair?
 - ▶ Fyller produkten ett syfte som kan kopplas till Vision? Produkter som har en koppling till arbetslivet, förenklar vardagen, stimulerar hälsa och symboliserar hållbar utveckling är rekommenderade.
 - ▶ Ställ gärna frågan: Vilket syfte fyller denna produkt? Med tanke på miljön vill vi inte ta fram produkter som inte tillför något.
 - ▶ Har produkten en design som stödjer och förtydligar våra kännetecken (personlig, inspirerande, fair, framgångsrik, inflytelserik) och följer Visions visuella identitet?
- Alla produkter som finns att köpa i Visions Profilbutik är framtagna i enlighet med ovanstående punkter.



Tändare är en produkt som är starkt associerad med rökning och ohälsa. Alltså inte fair.



Vit



Vision-blå

PMS 2685, CMYK 88, 100, 0, 8



Vision-lila

PMS 265, CMYK 55, 68, 0, 0



Logotyp på rätt färg.



Placering på svart, placera logotyp i cirkel alternativt den helvita logotypen



Designregler: färgval

Färgerna ovan är Visions främsta identitetsfärger, och är godkända att använda i vårt profilsortiment. Val av färg på produkt beror självfallet på funktion, material, i vilket sammanhang den ska användas samt på vilket utbud av standardfärger som finns på marknaden. Här nedan hittar du riktlinjer för färgval.

Vit = Bäst

Att ta fram profilprodukter som i grunden är vita är det rekommenderade. Då används Visions logotyp i sitt grundutförande, där namnbilden är i Vision-blå och pilarna i Vision-lila.

Vision-blå = Bra

Produkter i Vision-blå (Pantone 2685) är också rätt. Då används vår negativa logotyp, dvs den där namn-

bilden står i vitt. För att utförandet ska bli korrekt krävs det att produkten färgas in i vår rätta PMS-färg, detta kräver ofta längre produktionstid.

Annan blå/lila = Nja...

I vissa fall finns det produkter som redan finns i en lila grundfärg som påminner om Vision-blå, men som inte är den rätta PMS-färgen. Även om det alternativet inte rekommenderas, kan det vara okej ibland. Det förutsätter dock att den aktuella färgen är mycket lik Vision-blå. Jämför med den rätta PMS-färgen (Pantone 2685), ligger de tillräckligt nära i färg för att man ska ha svårt att särskilja dem? Då är det okej att välja det här alternativet.

Svart = Okej i nödfall

Grundregeln är att undvika att ta fram produkter som i grunden är svarta. Men tyvärr finns det ibland produkter som endast kommer i svart. Det kan exempelvis handla om olika typer av väskor och ryggsäckar. Då får vi anpassa oss efter omständigheterna.

Logotypen får i dessa fall bli den helvita versionen av logotypen. Det går det bra att använda ett annat material för logotypen, t ex brodyr, gumering etc. Logotypen ska då vara placerad i en vit cirkel, som i exemplet ovan.

Andra färger = Inte okej

Andra färger än ovanstående ska undvikas att användas på produkter, eftersom det inte stämmer överens med Visions visuella identitet.

VISION

Logotypen i sitt grundutförande

VISION

Negativ logo, vit text lila pilar

VISION

Helvit logo, används främst på Visionlila eller andra mörkare bakgrunder, eller när enfärgstryck krävs.



Minsta tillåtna bredd är 15 mm



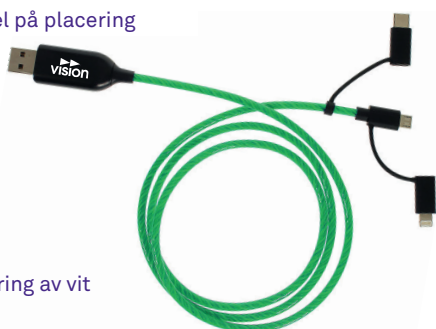
Frizon för logotyp



Exempel på placering



Om logotypen placeras mot svart/mörk bakgrund använd den helvita logotypen.



Exempel på placering

Exempel på placering av vit logotyp



Designregler: logotyp

Här hittar du information om vad som gäller för placering av Visions logotyp.

Placering på kläder

På kläder är följande placeringar av Visions logotyp godkända:

- ▶ Liten logotyp på vänster bröst
- ▶ Liten logotyp överst på vänster ärm
- ▶ Stor logotyp på ryggen
- ▶ Stor logotyp på bröstet

Tänk på att Visions logotyp med lila pilar inte får placeras på mörka plagg i sitt grundutförande, använd då den helvita logotypen.

Placering på produkter

För placering av logotypen på profilprodukter ska du utgå från den verkliga ytan och anpassa placeringen enligt riktlinjerna för logotypens frizon. Ovan ser du exempel på logotypens frizon, mer information finns på varumärke.vision.se under grafisk profil. Rådgör gärna med Topline eller med Visions kommunikationsavdelning om du är osäker.

Visions pilar

Visions logotyp består av ett namnmärke och en symbol. Symbolen är hämtad ur v:ets form och är två pilar

som alltid pekar framåt. Namnmärket får aldrig användas utan symbolen, men symbolen kan frikopplas från logotypen och användas som ett eget designelement.

Symbolen kan användas separat utan namnmärket när sammanhanget är givet att det är Vision som visar upp sig. De ska dock inte användas tillsammans med logotypen, då det blir kaka på kaka. Pilarna funkar däremot bra att använda på t ex en motsatt sida som logotypen finns på. Ovan ser du exempel hur pilarna kan användas på rätt sätt, på ryggen av en tröja samt på bak-sidan av ett visitkort.



Tillägg är inte tillåtet.

Ta kontakt med oss så hjälper vi dig!
Behöver du en lokal prägel på ditt material, eller hjälp att sätta rätt budskap till din målgrupp, kontakta oss!

Payoffer i samband med logotypen

Genom att uppträda medvetet, enhetligt och konsekvent stärks Vision som varumärke. I kommunikation utåt, till medlemmar och potentiella medlemmar, är det därför viktigt att tänka på att det är Vision som är avsändare. För dem är vi ett förbund. Även om vi har flera olika målgrupper, och många olika avdelningar och klubbar, är det Vision som förbund som ska möta medlemmar och potentiella medlemmar i kommunikationen. Därför är det inte tillåtet att göra egna tillägg till logotypen, i form av exempelvis payoffer eller namn.

Tillägg till logotypen

För medlemmar och potentiella medlemmar är vi Vision. Egna tillägg till Visions logotyp (till exempel ett avdelningsnamn) eller payoff får därför inte göras, då det för mottagaren ger ett splittrat intryck. Oavsett vilken avdelning/klubb, yrke eller sektor kommunikationen är riktad åt så är det Vision som ska vara avsändaren. På så vis stärker vi känslan för Vision.

"Ditt jobb är vårt jobb"

Det finns en payoff som är framtagen för Vision som bygger på budskapet "Ditt jobb är vårt jobb". Vi jobbar dagligen för att våra medlemmar ska få ut så mycket som möjligt av sitt arbetsliv. Det är okej att använda sig av payoffen i de sammanhang det lämpar sig och där det är givet att det är Vision som är avsändare. För användning av payoffen "Ditt jobb är vårt jobb" kontakta Visions kommunikationsavdelning. Egna varianter, med t ex annat typsnitt är inte tillåtet.

**Visions profilbutik**

vision.topline.se

Visions visuella identitet

varumärke.vision.se

Kontaktuppgifter

Vid frågor, synpunkter eller tips som rör Visions profilprodukter kan du vända dig till ditt center, Visions kommunikationsavdelning eller vår leverantör Topline.

Topline Profil AB

033-205900

order@topline.se

Ta hjälp av Visions kommunikationsavdelning**Samordnare**

Elin Andersson

elin.andersson@vision.se

08-789 63 57

Art Director

Melina Grundel

melina.grundel@vision.se

070-471 6972