

GRAFISK MANUAL

FÖRBUNDET

Innehåll

Logotyp	1
Typsnitt	2
Våra profilfärger	6
Piktogram	10
Ramar och avdelare	12
Fotofilter	16
Bildspråk	17
Illustrationer	18
Vi Unga-symbolen och “Här växer”-konceptet	20
Hashtags	21
Exempelsida	22
Mailsignaturer	25
Rollup	26
Visitkort	27
Anteckningsbok	28
Kuvert	29
Microsoft Word-mall	31
Flagga	32
Horisontella banderoller	33
Profilprodukter	34

I denna grafiska handbok beskrivs Vi Ungas olika grafiska delar. Den innehåller regler för hur logotyp, typsnitt, färger och grafiska element ska användas. Handboken visar även exempel på hur vår design ser ut och hur den ska tillämpas i olika kanaler och material.

Logotyp

Logga

Vår Logotyp

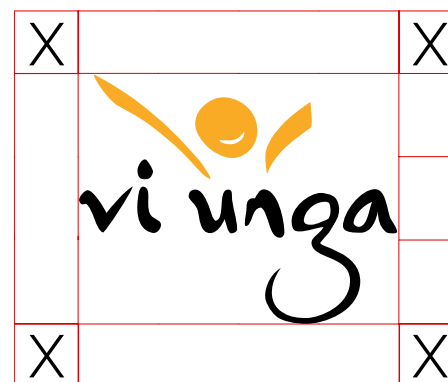
Logotypen är en grafisk bild och symbol för Vi Unga. Den ska användas i allt vårt material. Logotypen består av två delar: En glad person och texten “vi unga”.

Logotypen förekommer i olika utföranden :

- Vit, som används på färgade bakgrunder. Denna version ska användas på material med helfärgad bakgrund.
- Vit med orangefärgad ram. Denna version ska användas i första hand, på vit bakgrund.
- Orange person och svart text. Denna version kan användas på vit bakgrund.

Logotypen behöver luft

För att logotypen ska synas tydligt behöver den ha luft omkring sig. En bra regel är att lämna ett tomt utrymme runt logotypen i en storlek som motsvarar höjden och bredden på den glada personens huvud.



Logotyp

Färgvariationer

Rätt logotyp på rätt plats

Använd i första hand den vita logotypen med orange ram. Denna används på vit bakgrund. Om dokumentets bakgrundsfärg är i färg, exempelvis lila, ska den vita logotypen användas. Till höger är ett exempel på hur den vita logotypen ser ut på färgad bakgrund. Använd enbart våra profolfärger som bakgrund till den vita logotypen.

Vit logga på plommonlila bakgrund.

Ändra inte logotypens utseende

Logotyperna används för att skapa igenkänning till Vi Unga och vårt material, därför måste logotypen användas på samma sätt av alla. Logotypen ska inte beskäras, dras ut eller tryckas ihop. Vi använder inte heller andra färger än de som är godkända för vår grafiska profil. Ändra inte storlek på den grafiska symbolen i logotypen, exempelvis genom att beskära, dra ut eller trycka ihop den.

Tre exempel på loggor som ej är godkända.



Våra typsnitt

Vi har valt våra typsnitt eftersom de är lättillgängliga, lättlästa, moderna och ungdomliga. De fungerar bra både på tryckt och digitalt material. För att förstärka enstaka ord i en text kan ordet skrivas i fet eller kursiv stil.

Typsnitt för rubriker: Montserrat

Vi Ungas rubriktypsnitt är Montserrat. Rubrikerna kan vara skrivna i Montserrat Medium eller Montserrat Bold. Rubriker ska gärna vara stora och hållas korta. Om en rubrik är lång kan det vara bra att minska på storleken.

Exempel på hur Montserrat kan användas:

- För kortare texter på affischer och vepor.
- Ovanpå bilder med fotofilter.
- På webben.
- I övrigt material, dock ej som brödtext.

Montserrat Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
0123456789.,!?

Montserrat Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
0123456789.,!?

Montserrat Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
0123456789.,!?

Typsnitt för brödtext: Source Serif Pro

För brödtext och längre texter ska Source Serif Pro Regular eller Source Serif Pro Bold användas. Undvik att använda Source Serif Pro Italic för längre texter, då det gör dem svårlästa. Enstaka ord kan göras feta eller kursiva. Underrubriker kan göras feta.

Ersättningstypsnitt

Source Serif Pro och Montserrat är tyvärr inte alltid tillgängliga på allas datorer eller i alla system. På grund av detta har vi två ersättningstypsnitt som är mer lättillgängliga, som finns i vanliga mejlssystem och i Word. Typsnittet **Verdana** ersätter Montserrat och **Georgia** ersätter Source Serif Pro.

Verdana

Verdana

Verdana

Georgia

Georgia

Georgia

Source Serif Pro Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
0123456789.,!?

Source Serif Pro Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
0123456789.,!?

Source Serif Pro Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
0123456789.,!?

Typsnitt

Typsnittsvariationer

Rekommenderad textstorlek för sidor i storlekarna A4 och A5

Vi använder följande storlekar för material som innehåller text. Detta är riktlinjer och behöver inte följas i situationer där materialet går utanför ramarna för A4 och A5, eller då designen kräver annan textstorlek.

30 pt

RUBRIK

22 pt

RUBRIK

24 pt

Underrubrik

16 pt

Underrubrik

14 pt

Brödtext

12 pt

Brödtext

Våra profolfärger

Primära färger

Vår huvudfärg

Vi Ungas huvudfärg är apelsinorange. Vårt varumärke sammankopplas med denna färg och den ska användas så ofta som möjligt. Vi låter vår huvudfärg ta plats på framsidor i möjligaste mån. Huvudfärgen kan kombineras med våra övriga profolfärger och fungerar alltså som en god bas i grafiskt material.

Huvudfärgens betydelse

Apelsinorange används ofta för att dra åt sig uppmärksamhet och är en färg som sprider energi, motivation och självsäkerhet. Färgen kan också inge en känsla av välkomnande och värme. Apelsinorange passar extra bra tillsammans med färgerna lila och blå.

Olika färgstyrkor

Det går att använda alla våra profolfärger i olika intensitet. Använd 100% av färgernas intensitet som tumregel, och välj svagare styrkor för illustrationer, designelement och liknande.

Apelsinorange

CMYK: 0 38 95 0

RGB: 255 161 0

PANTONE 137 C

Hex : ffa100



70%

30%

10%

Våra profolfärger

Sekundära färger

Plommonlila förmedlar lojalitet och stabilitet. Passar för: stadgar, utbildningsmaterial och styrdokument.

Skogsgrön förmedlar en uppfriskande och lugnande känsla samt symboliserar naturen. Passar för: förslag på nya saker och allmän information.

Himmelsblå förmedlar en känsla av lugn, stillhet och frid. Passar för: motioner och demokrati, stämmohandlingar och årsmötesdokument.

Blodorange drar åt sig uppmärksamhet. Tonerna av rött betyder rörelse och energi. Passar för: Beslutsunderlag, regler och nyheter.

Hur vi kombinerar våra färger

Skapa en ideal design genom att låta en av de två färgerna ta upp cirka 1/3 eller 1/4 av de grafiska elementen. Detta görs genom att låta en av två valda färger bli den huvudsakliga färgen, och det blir lättare för ögat att ta upp informationen i materialet. Kombinera max två eller tre färger i ett dokument. Illustrationer är undantag från denna regel, eftersom de kan ha fler färger än så.

Använd färgmodellen RGB för digitalt material, och färgmodellen CMYK för tryckt material.



Plommonlila

CMYK: 32 90 0 0

RGB: 194 29 172

PANTONE 246 C

Hex : c21dac



Himmelsblå

CMYK: 55 0 10 0

RGB: 82 198 226

PANTONE 637 C

Hex : 52c7e2

7



Skogsgrön

CMYK: 87 33 57 12

RGB: 0 122 114

PANTONE 327 C

Hex : 007a72



Blodorange

CMYK: 0 73 97 0

RGB: 248 105 34

PANTONE 165 C

Hex : f86a22

Våra profolfärger

Typsnittsanvändning

Hur vi använder våra färger på texter

- **Rubriker:** Använd enbart våra profolfärger på rubriker.
- **Brödtext med vit bakgrund:** Använd svart färg på texten.
- **Brödtext med färgad bakgrund:** Använd vit färg på texten.

FÖRENINGSLIV FÖR ALLA

FÖRENINGSLIV FÖR ALLA

Vi Unga stöttar och utvecklar unga människor inom ledarskap, arrangörskap och entreprenörskap. Med hjälp av Vi Unga så kan du utveckla och förverkliga dina idéer och drömmar.

Vi Unga stöttar och utvecklar unga människor inom ledarskap, arrangörskap och entreprenörskap. Med hjälp av Vi Unga så kan du utveckla och förverkliga dina idéer och drömmar.

Våra profolfärger

Använd ej

Hur vi inte använder våra färger på texter

- Undvik att använda transparent färgad text i rubriker. Detta gör texten svårare att läsa. Använd istället 100% styrka på färgerna.
- Undvik att använda flera olika färger i samma rubrik. Detta gör det svårare att förstå att, och hur, texten hänger samman.
- Undvik att använda färgad text på vit bakgrund. Det gör texten svårare att läsa. Använd istället svart text på vit bakgrund.
- Undvik att använda färgad text på färgad bakgrund. Detta gör att texten ser rörig ut och blir svårläst.

~~FÖRENINGSLIV FÖR ALLA~~

~~FÖRENINGSLIV FÖR ALLA~~

~~Vi Unga stöttar och utvecklar unga människor inom ledarskap, arrangörskap och entreprenörskap. Med hjälp av Vi Unga så kan du utveckla och förverkliga dina idéer och drömmar.~~

~~Vi Unga stöttar och utvecklar unga människor inom ledarskap, arrangörskap och entreprenörskap. Med hjälp av Vi Unga så kan du utveckla och förverkliga dina idéer och drömmar.~~

Piktogram

Ikoner

Ikoner som förstärker information

I vårt piktogrambibliotek finns symboler för olika sammanhang och situationer. Piktogram kan användas för att göra information extra tydlig eller för att presentera olika ämnen. Vi använder först och främst piktogram i vår huvudfärg, men piktogram i våra andra profärger kan också användas.



Piktogram

Olika bakgrundsfärger

Piktogram kan användas på både färgad och vit bakgrund, men ändrar då utseende för att fortfarande kunna vara synliga. Här går det att se hur olika färgkombinationer kan användas på en färgad bakgrund.



Fotoramar

Ramar och avdelare

Fotoramar

När vi vill göra en bild extra lekfull eller skapa djup i ett dokument kan vi använda oss av våra fotoramar. Här går det att se hur våra textramar ser ut på vit eller färgad bakgrund.

Hexagon

Alla våra profolfärger kan användas för den hexagonformade ramen. Fotoramen och bakgrundsfärgen som den placeras på ska inte ha samma färg.

Cirkel

Den cirkelformade fotoramen kan användas på både vit och färgad bakgrund. De färgade cirkelarna ska inte ha samma färg som bakgrundsfärgen, utan behöver anpassas beroende på färg. Vi använder bara våra profolfärger för de färgade cirkelarna.



Textramar och avdelare

Ramar och avdelare

Textramar och avdelare

Våra textramar används för att rikta uppmärksamhet till en kortare text. Ramarna passar bra när vi vill påminna om något särskilt, rada upp information, starta en ny textdel eller lägga till en informationsruta i ett dokument. Citattecken kan användas för att dela med sig av ett citat. Avdelaren, de tre prickarna, är till för att bryta av en text och börja på ett nytt ämne.

Använd gärna typsnittet Source Serif Pro Regular för ramtexter. Textfärgen är alltid vit i färgade ramar. Det går också att använda Montserrat Medium, men då får inte lika många ord plats i ramen eftersom typsnittet är större än Source Serif Pro. Textfärgen är alltid vit i färgade ramar.

Färger

Ramarna och avdelarna används enbart i de färgkombinationer som visas upp här i den grafiska manualen. Vi använder inte andra färger på ramarna.

fortsätter på nästa sida ↓

Föreningsliv för alla

Föreningsliv för alla

Föreningsliv för alla

Föreningsliv för alla

Föreningsliv för alla

Föreningsliv för alla

Textramar och avdelare

Ramar och avdelare

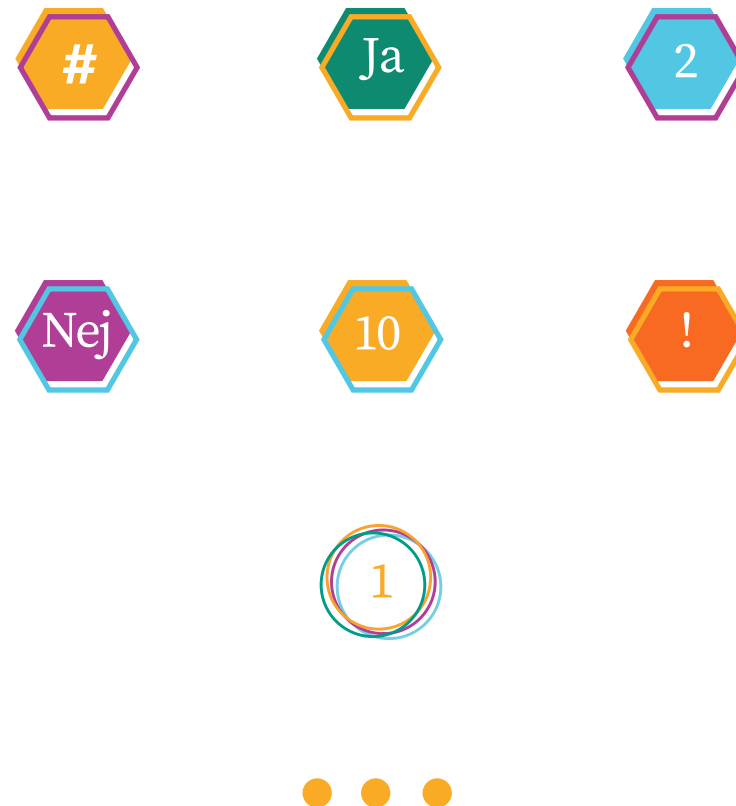
Citattecken och avdelare används i vit version när de placeras ovanpå en färgad bakgrund. Det är också viktigt att välja ramfärger så att de matchar bakgrundsfärgen de läggs ovanpå: välj en annan ramfärg än bakgrundens färg, så att de inte smälter samman. Den mindre cirkelformade ramen används enbart på vit bakgrund.

Lagom är bäst

Vi använder inte för många typer av ramar på samma sida. Detta gäller för både text- och fotoramar. Se till så att text, bilder och grafiska element får tillräckligt med luft och begränsa antalet typer av ramar som används på samma sida. För många olika symboler, ramar och texter gör att det ser rörigt ut och kan bli svårt att läsa.

Max antal ord

För de rektangulära textrutorna begränsar vi antalet ord till max två rader. När vi använder citattecken begränsar vi texten till max sex rader. De mindre textramarna är till för siffror, tecken och korta ord.



““ Civilsamhället är alltid en viktig del av lösningen ””

Föreningsliv för alla

Föreningsliv för alla

Föreningsliv för alla

Föreningsliv för alla

Ja

10

10

!



“Civilsamhället är alltid en viktig del av lösningen”

Ramar och avdelare

Föreningsliv för alla

Föreningsliv för alla

Föreningsliv för alla

Föreningsliv för alla

#

Nej

\$

2



“Civilsamhället är alltid en viktig del av lösningen”

Fotofilter

Färgstyrka

Färgade bilder

Våra färger kan också kombineras med våra bilder genom att använda ett fotofilter. Effekten är passande när vi vill lägga en text eller ett piktogram ovanpå en bild för sociala medier, skapa en framsida för ett dokument eller ha passande bakgrundsbilder i en powerpointpresentation.

Fotofiltret har 40% opacitet och läggs som en färgad ruta ovanpå önskad bild.

Vi använder vit text och/eller vita piktogram ovanpå bilder med fotofilter. Fotofilter kan också användas på bilder utan text.



Bildspråk

Bilder

Vårt bildspråk kommunikerar våra värderingar

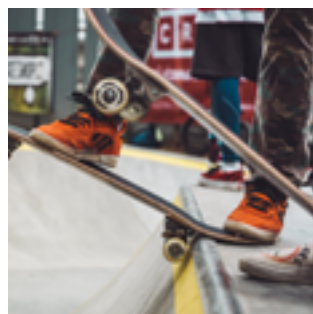
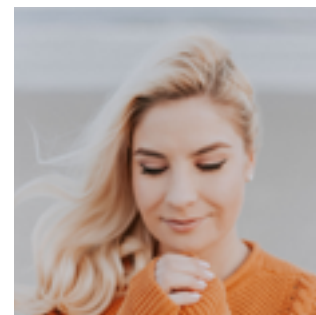
Vi Ungas bilder är en stark del av känslan i vår kommunikation och är därför också en del av vår grafiska profil. Våra bilder ska förmedla en känsla av gemenskap, föreningsliv och drivkraften att få vara tillsammans. Använd alltid bilder när det är möjligt och passar in i materialet du skapar.

Bilder inspirerar

Vi väljer bilder som inspirerar och stärker våra budskap. Det här betyder att bilderna inte behöver avbilda verkligheten på ett särskilt sätt, utan bidra till att skapa en känsla. Det ger ett djup åt materialet, som kan vara svårt att nå ut till med enbart text.

Skapa kontinuitet med färger

Vår huvudfärg kan användas för att skapa enhetlighet och kontinuitet i vårt grafiska material, bildflöden, sociala medier och dokument. Bilder kan innehålla apelsinorangefärgade toner, eller ha fotofilter i den tonen. Det går också att använda våra sekundära färger som en del av vårt bildspråk.



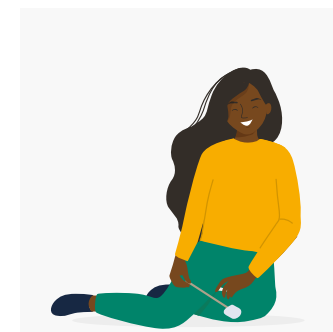
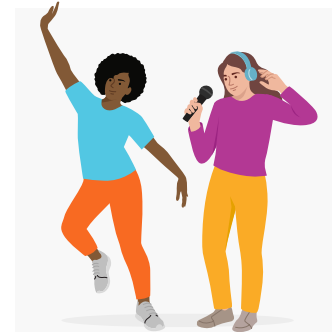
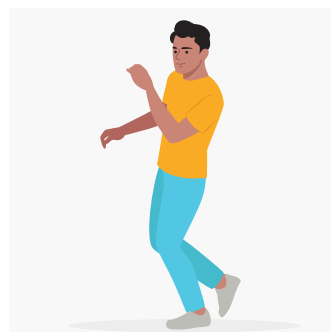
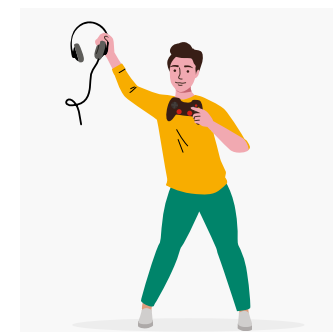
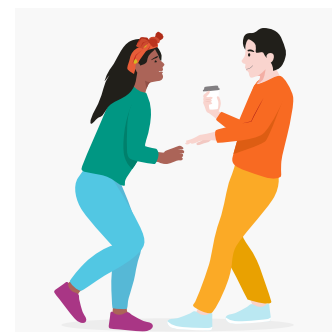
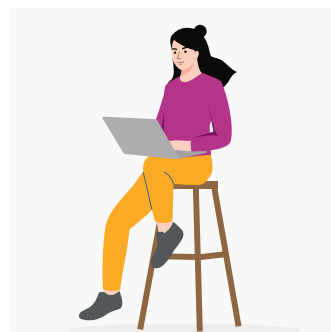
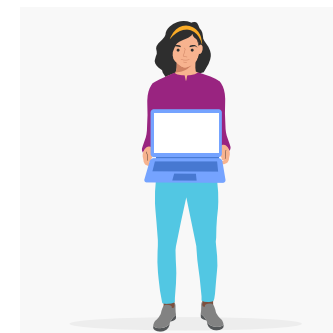
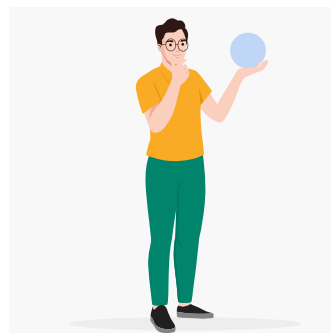
Illustrationer

Illustrationer

Vår illustrationsstil

Illustrationer är ett bra sätt att lyfta det visuella intrycket och samtidigt göra information extra tydlig. Vår illustrationsstil är minimalistisk, färgstark och neutral. Stilen går också hand i hand med våra värderingar som bland annat innebär mångfald och inkludering. Illustrationernas färgskala matchar med våra profolfärger och kan lätt användas tillsammans.

Vi använder illustrationer för att skapa lekfullhet och förklara det vi kommunicerar på ett lättförståeligt sätt. Illustrationerna består av människor som gör olika aktiviteter och visar på olika ansiktsuttryck, detta gör bilderna uttrycksfulla och levande. Enkelheten i vår illustrationsstil gör att illustrationernas budskap når ut lättare och snabbare.



Illustrationer

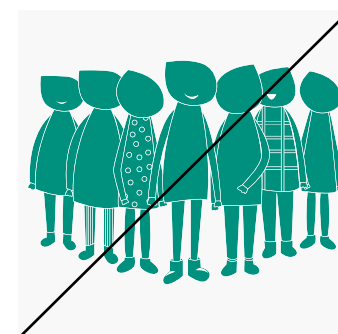
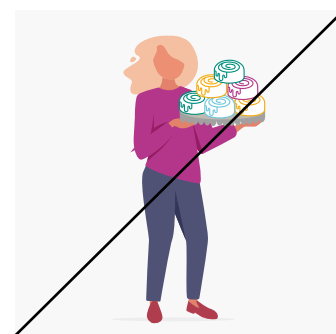
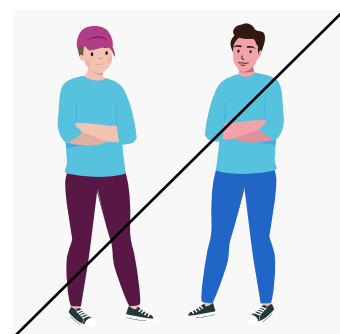
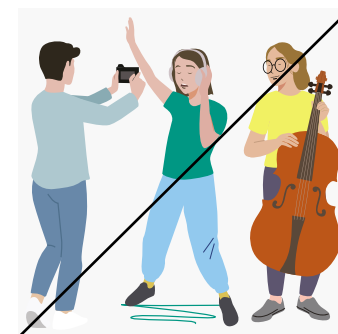
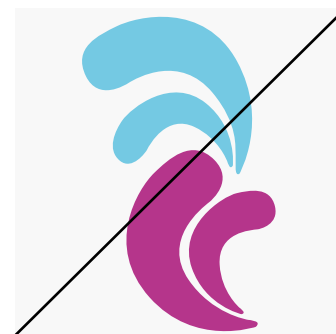
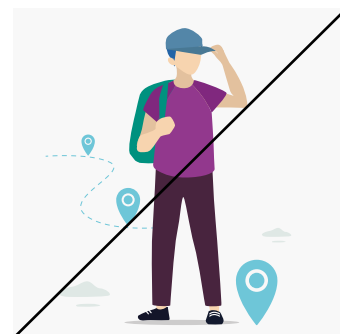
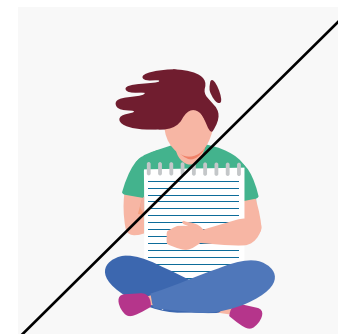
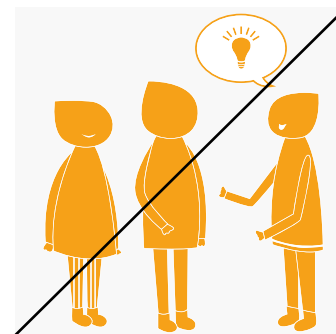
Använd rätt illustrationsstil

Använd Vi Ungas nya illustrationer.

Använd inte Vi Ungas gamla illustrationer. Här är några exempel på vår gamla illustrationsstil, som inte ska kombineras med vår nya.

Illustrationsstilar som ska undvikas består bland annat följande element:

- Illustrationer som visar på en etnisk enfald där alla personer har samma hudfärg.
- Illustrationer där alla personer står i samma position.
- Illustrationer som saknar ansiktsuttryck.
- Illustrationer som har andra färger än de som är godkända i denna grafiska manual. Detaljer i avvikande färger är acceptabelt, men den övervägande delen av illustrationen måste vara i våra profolfärger. Exempel på accepterade detaljer i avvikande färger är till exempel en gul sol eller ett rött äpple.
- Illustrationer som visar på könstillhörighet.



Vi Unga-symbolen och “Här växer”-konceptet

“Här växer ...”

Vi unga-symbolen

Vår symbol representerar utveckling, barn och unga samt landsbygden. En ung människa i ständig utveckling, som växer i en positiv riktning. Symbolen har tagit inspiration från en växande blomma.

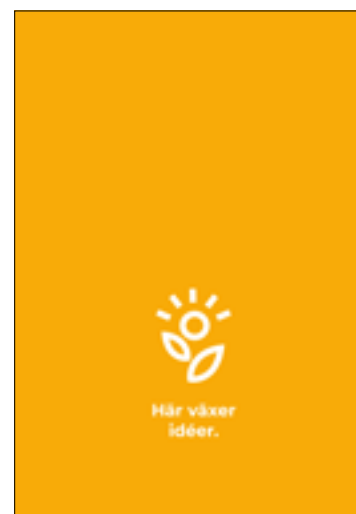
“Här växer”-konceptet

Det sammanfattar vad Vi Unga står för och tillför ett mer djupgående element till vår kommunikation med omvärlden. “Här växer” efterföljs av något eller någon som vår organisation arbetar för att stödja, förverkliga eller förbättra, till exempel:

- Här växer individer.
- Här växer gemenskap.
- Här växer förändring.
- Här växer lokalsamhällen.

Hur symbolen och konceptet kan användas

Båda kan användas inom Vi Ungas verksamhet i till exempel sociala medier, utskick, webbtexter, dokument och tryckmaterial. Symbolen och konceptet kan med fördel användas tillsammans, för att förstärka budskapet. Till höger finns exempel på hur detta kan se ut i vårt material.



Hashtags

Hashtags

Vårt hashtagkoncept

Detta koncept har tagit inspiration från vårt idéprogram och dess fokusområden. Dessa områden är viktiga för Vi Unga och med hashtagarna framhäver vi dem på ett kreativt sätt. Idéprogrammet handlar mycket om vad Vi Unga står för och våra stadgar. Vi arbetar för att skapa makt och gemenskap för unga, samt att göra positiv skillnad i samhället.

Användningsområden

Hashtaggarna kan användas som mässmaterial, exempelvis på en mässvägg. De kan också användas på profilprodukter, trycksaker, fram- och baksidor av material, i sociala medier och liknande.



Exempelsida

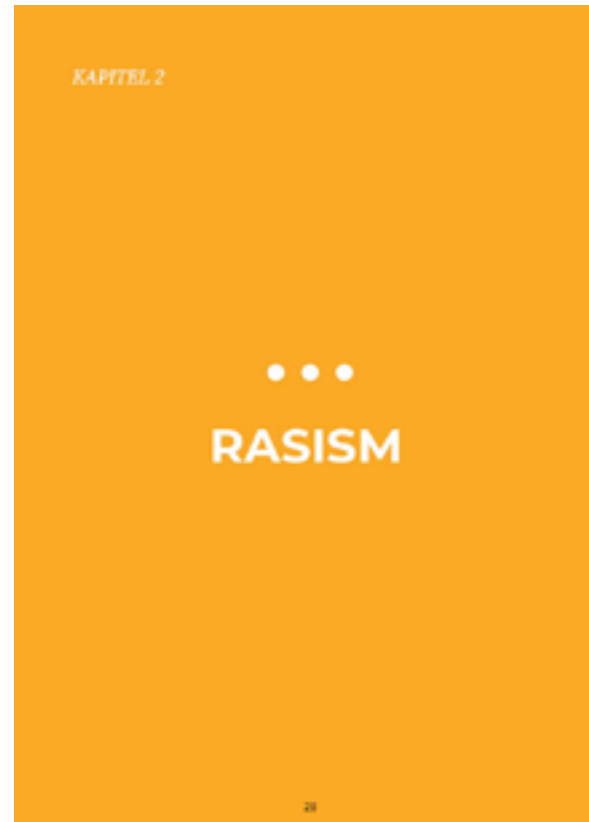
Posters



Här ser du exempelbilder på posters som använder sig av elementen från den grafiska handboken. Använd gärna dina samarbetspartners logotyper, alternativt skriv in deras namn i text.

Exempelsida

Sidinnehåll



Här ser du exempelbilder på hur broschyrer, dokument och texter använder sig av elementen från den grafiska handboken.

Exempelsida

Inlägg för sociala medier



Här ser du exempelbilder på hur våra sociala medier använder sig av elementen från den grafiska handboken.

Våra mailsignaturer

Mailsignatur

Bild

Våra mailsignaturer har en bild av personen i fråga, med en hexagonformad ram. Om personen inte har, eller vill ha, en bild på sig själv finns alternativet att använda en logotyp med hexagonram istället.

Mobilnummer och e-postadress

Varje person uppdaterar mobilnumret och e-postadressen till sina egna uppgifter.

Hemsida och adress

Dessa delar uppdateras inte, utan ska alltid leda till Vi Ungas officiella hemsida och adress.

Sociala medier

Sociala medier-symbolerna länkas i första hand till Vi Ungas officiella profiler, men kan även länkas till personligt konto om så önskas.

Typsnitt

Typsnittet som används är ersättningstypsnittet Verdana. Detta typsnitt finns tillgängligt i de flesta mailsystem och datorer.



Elsa Valeberg

Förbundsstyrelseledamot

☎ 070 785 43 21

✉ elsa.valeberg@viunga.se

🌐 www.viunga.se

📍 Förbundet Vi Unga c/o
United Spaces Box 190,
101 23, Stockholm



Förenklad version till mobiltelefon:

Elsa Valeberg, Förbundsstyrelseledamot
Förbundet Vi Unga

070 785 43 21

www.viunga.se

Förbundet Vi Unga c/o United Spaces
Box 190, 101 23, Stockholm

Rollup

Rollup

Användning

Rollups kommer i formatet 850 x 2000 mm och har många användningsområden, på bland annat mässor och liknande är det bra för synligheten. Vid föreläsningar och andra platsbesök är den en bra bakgrund som visar upp Vi Unga på ett tydligt sätt.

Exempel

Exempel på hur en rollup från Vi Unga kan se ut kan ses till höger. Den har Vi Ungas logotyp i vitt samt Vi Ungas vision i citat. Denna version har en bakgrund i profolfärgen *blodorange* men bakgrundsfärgen kan även bytas ut till någon av de andra profolfärgerna.



Visitkort

Visitkort

Framsida

Visitkortets framsida består av information som kan bytas ut till höger med förklarande piktogram i primärfärgen “apelsinorange”. Till vänster kan man välja att antingen ha ett fotografi eller Vi Ungas logotyp.

Baksida

Visitkortet kommer med två olika bakgrunder. Baksida 1 är med primärfärgen “apelsinorange” med Vi Ungas logotyp centrerad. Baksida 2 kommer med fält man kan fylla i för att skriva ner någon annans kontaktuppgifter.

Visitkortet kommer i storlek 85x50 mm.



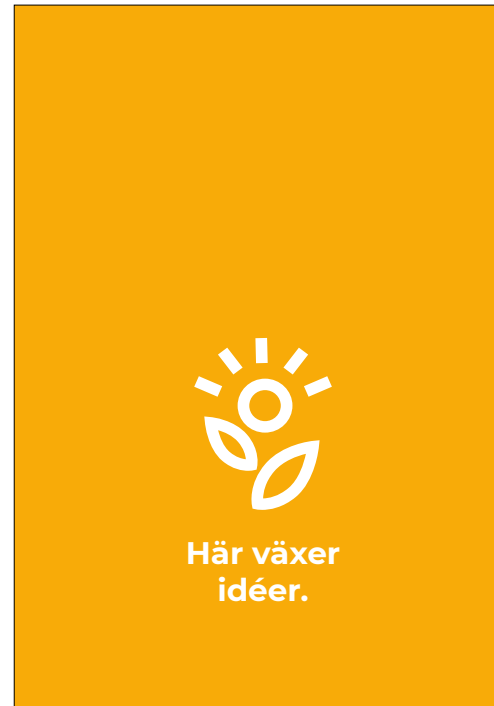
Anteckningsbok

Anteckningsbok

Ett exempel på hur Vi Ungas anteckningsböcker kan se ut – de ska vara enkla och stilrena och utgå från den grafiska profilen. Här är ett exempel med en bas i profilmfärgen apelsinorange samt vit text. Vi Ungasymbolen pryder omslaget och på baksidan finns Vi Ungas logotyp samt adress till hemsidan.

Storleken är i A5.

Framsida



Baksida



Kuvert

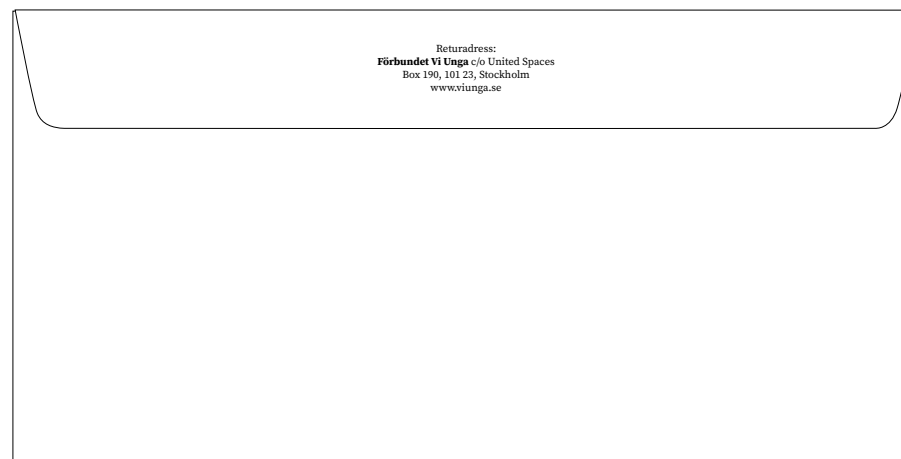
Kuvert DL

Enkel design

Vi Ungas DL-kuvert kommer i en stilren men lekfull design med Vi Unga som tydlig avsändare på framsidan med logotypen i det övre vänstra hörnet och förbundets vision i det nedre högra. På baksidan finns avsändaradress på kuvert-flärpen.

Kuvert i storlek DL

Kuvert i DL-storlek är en av de mest använda varianterna. Kuvertet rymmer ett A4-papper som vikts tre gånger på höjden och utgör standarden för företagsbrev på en till tre sidor. Storleken är 220 x 110 mm.



Kuvert

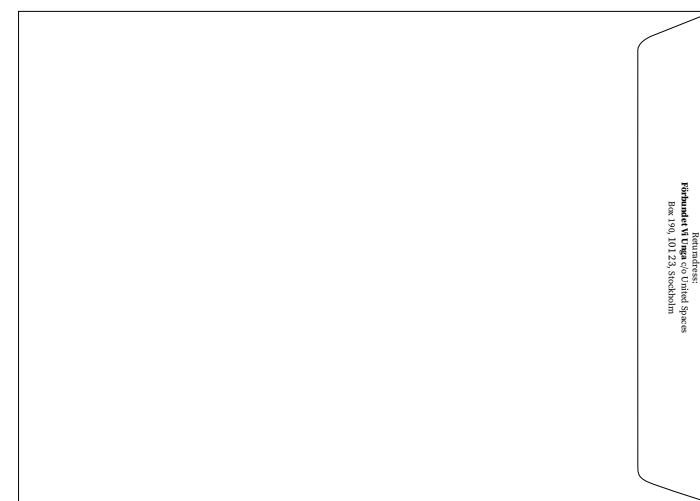
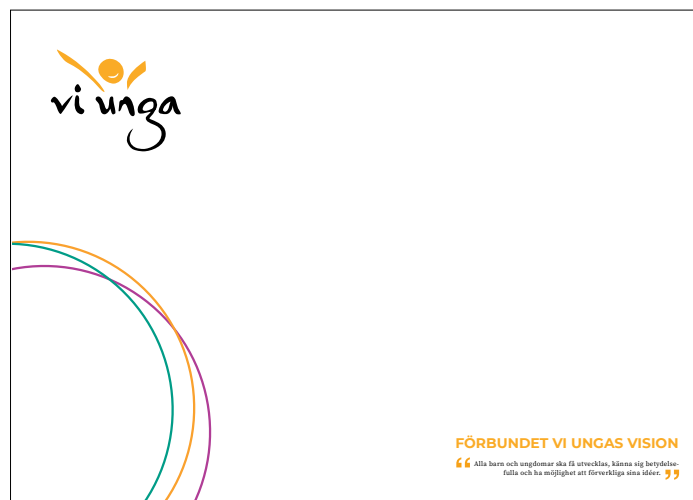
Kuvert C4

Enkel design

Vi Ungas C4-kuvert kommer i en stilren men lekfull design med Vi Unga som tydlig avsändare på framsidan med logotypen i det övre vänstra hörnet och förbundets vision i det nedre högra. På baksidan finns avsändaradress på kuvert-flärpen.

Kuvert i storlek C4

Ett C4-kuvert är designat för att rymma ett helt A4-papper. Eftersom det har den perfekta storleken för enkla dokument, certifikat och tidningar är det en väldigt vanlig typ av kuvert. För de dokument som inte går att vika ihop så passar de perfekt i ett C4-kuvert. Storleken är 324 x 229 mm.

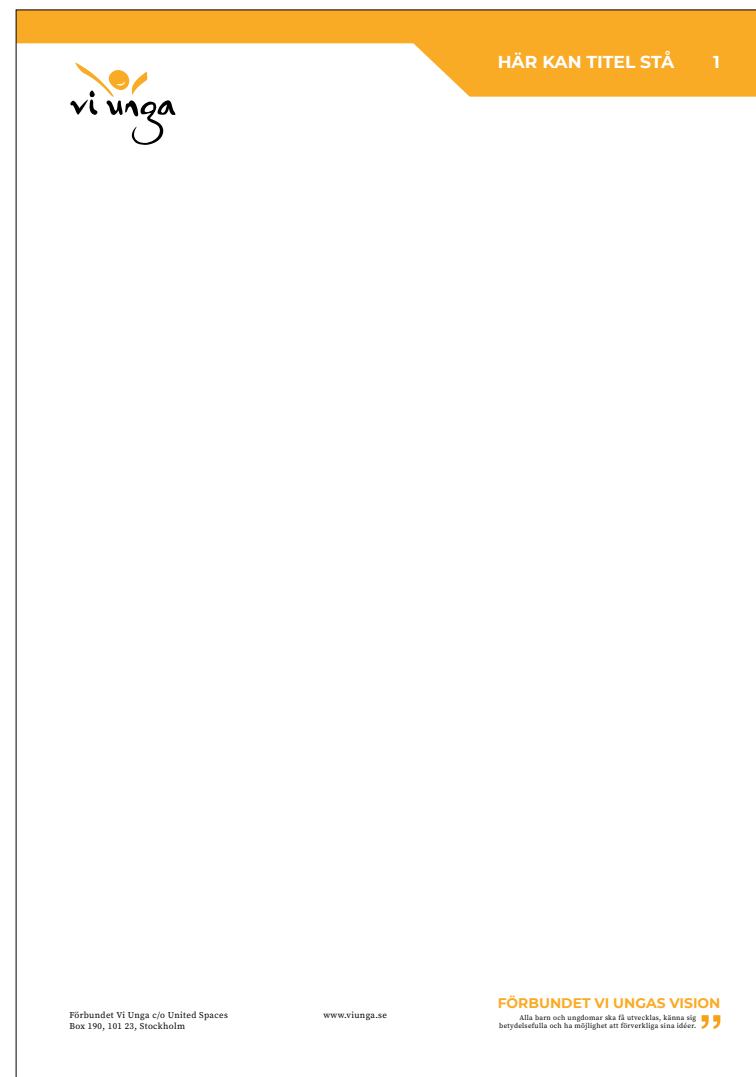


Microsoft Word-mall

Mall

Sidhuvud & Sidfot

Vi Unga har en Microsoft Word-mall i A4-storlek (210x297mm) där logotyp samt en apelsinorange flik finns i sidhuvudet. Rubriken i fliken är redigerbar och kan bytas ut till vilken titel man vill. Även sidnumret finns här. Postadress samt hemsidaadress finns i sidfoten. I sidfoten finns även Vi Ungas vision.



Flagga

Vi Ungas flagga har en enkel design där logotypen får ta plats på en apelsinorange bakgrund. Flaggan används bara i denna färg och har inga andra designelement utöver logotypen.

Flagga



Horisontella banderoller

Horisontella banderoller

Våra banderoller förekommer i många olika designar. Banderollerna är ett enkelt sätt att synas stort!

Användningsområden

De kan utformas inför olika typer av event, arrangemang, lokaler, träffar och andra syften. Banderoller passar också bra att använda som en del av en kampanj eller ett tema.

Montering

De kan hängas upp på väggar eller med hjälp av en ställning.



Tygpåse

Tygpåsen sticker ut ur mängden och är dessutom praktisk!



Profilprodukter


T-shirt



T-shirt

En vit t-shirt med vår logotyp på framsidan. På baksidan finns Vi Unga-symbolen med en tillhörande text, båda i primärfärgen orange.

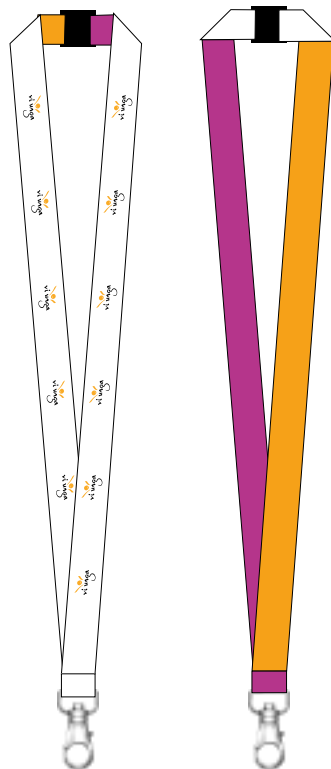
Profilprodukter

Mugg, Namnskylt, Penna, Nyckelband, Pins

Mugg



Nyckelband



Pins



Namnskylt



Penna



Exempel på hur Vi Ungas muggar, namnskyltar, nyckelband, pins och pennor ser ut. Pins kommer i alla profilmärgerna.



2021
Förbundet Vi Unga[©]

• • •

Förbundet Vi Unga c/o United Spaces
Box 190, 101 23, Stockholm

• • •

www.viunga.se

• • •

info@viunga.se

