

# NITO

Designmanual | Versjon 1.0 / 2023

---

# Designmanual

- 01 Logo
- 02 Typografi
- 03 Fargebruk
- 04 Konsept / layout
- 05 Fotostil

---

# 01 Logo

## Logo

NITOs profilfarge er grønn. Sammen med svart utgjør dette hovedfargene i profilen.

Logoen skal hovedsakelig være grønn, men hvit (negativ) og svart (positiv) kan brukes dersom bakgrunnen krever det. Logoen skal ikke brukes i noen andre farger.

Det kan i enkelte tilfeller være aktuelt å benytte grønn logo på svart bakgrunn, og svart logo på grønn bakgrunn, men dette skal da avgjøres i samarbeid med markedsseksjonen.



## Logobruk på bilder

Hvis logoen skal ligge på en fotografisk bakgrunn, brukes sort eller hvit versjon - aldri grønn. Logoen skal være så tydelig som mulig og mørkhetsgraden til bildet styrer hvilken versjon som skal benyttes.

Grunnen til at grønt ikke skal brukes i ovennevnte tilfeller, er at fargens framtoning forandres drastisk når den ligger på andre farger enn hvit. Dette vil skape ulike inntrykk av grønnfargen, noe som kan forstyrre NITOs uniformitet og uttrykk.



---

## Eksempler på feil bruk

Logoen er merkevarens ansikt utad, og for å bygge opp og vedlikeholde en sterk merkevare, er det viktig at det ikke gjøres endringer på logoen når man bruker den.

Her vises noen eksempler på hva man ikke skal gjøre med logoen.

---

### Logo i sekundærfarger

---



---

### Outline

---



---

### Strekke logo

---



---

### Skygge bak logo

---



---

### Bilder i logo

---



---

### Rotere logo

---



---

## Frimeråde

Det er viktig at logoen ikke plasseres for tett opptil andre visuelle elementer, eller for nærme kanten av formatet.

Det er definert et minimum frimeråde rundt logoen tilsvarende logoens "N".

Dette gjelder også for sub-brands.



## Sub-brands

For at NITOs merkevare skal være tydelig, er det viktig at den framstår som én samlet enhet, og ikke mange forskjellige fragmenter. Alt NITO gjør skal komme tilbake til NITO.

For å ivareta dette, skrives alle sub-brands som en undertittel under logoen. Enten det er en avdeling, et fagmiljø eller NITO Studentene, skal det alltid være hovedvekt på NITO.

Det er laget et gridsystem som sørger for likhet i de forskjellige sub-brandene. Gridsystemet tar utgangspunkt i geometrien i logoen.



Avdeling

**NITO**  
Sogn og Fjordane

Studentene

**NITO**  
Studentene

Fagmiljø

**NITO**  
Bioingeniørfaglig  
institutt - BFI



---

## Plassering og bruk av sub-brands

Her vises hvordan man kan plassere sub-brands under logoen.

Som en tommelfingerregel skal den sentrerte versjonen kun brukes når logoen står sentrert på en flate, men dette er en vurderingssak der man må gjøre det som ser best ut.

---

## Venstrestilt

---

**NITO**  
Lederforum

**NITO**  
Bygg og anlegg

**NITO**  
Petroleum

---

## Sentrert

---

**NITO**  
Lederforum

**NITO**  
Bygg og anlegg

**NITO**  
Petroleum

## Avsenderinformasjon

NITOs avsenderinformasjon skal ikke stå i tilknytning til logoen. Det må gjøres en vurdering på når det er nødvendig å ha med denne informasjonen.

Her vises eksempler på hvordan avsenderinformasjonen kan plasseres.

### Bruksområder:

Avsenderinformasjonen nede benyttes spesielt til trykksaker og generelt verve-materiell.

Et generelt unntak vil være på rollups, da plassering nederst vil fungere svært dårlig. Rollups benyttes gjerne sammen med annet materiell hvor avsenderinformasjonen benyttes.

## Rollup med sub-brand og avsenderinfo



## Brosjyre med avsenderinfo



---

02

# Typografi

---

## Hovedfont

Blender er en geometrisk sans-serif font, som spiller godt sammen med resten av NITOs visuelle identitet.

Blender skal brukes i overskrifter som et profilbærende element. I tillegg skal den brukes på alt av grafikk og annet profilerende materiell.

Versjonen Blender Heavy er ikke en del av NITOs profil og skal ikke brukes.

---

## Blender

### Blender Thin

abcdefghijklmnopqrstuvwxyæøå  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ  
123456789 \$%&()@ß§/¼½¾

Character tracking: -20

### Blender Book

abcdefghijklmnopqrstuvwxyæøå  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ  
123456789 \$%&()@ß§/¼½¾

Character tracking: -20

### Blender Medium

abcdefghijklmnopqrstuvwxyæøå  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ  
123456789 \$%&()@ß§/¼½¾

Character tracking: -20

### Blender Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyæøå  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ  
123456789 \$%&()@ß§/¼½¾

Character tracking: -20

A b c  
1 2 3

---

## Sekundærfont

Sekundærfonten er Source Sans Pro; en mer lesevennlig font enn Blender. Den har mye av den samme stilen på bokstavene, men er mindre kantete.

Source Sans Pro skal kun brukes i lengre tekster der det er viktig med lesbarhet.

Source Sans Pro er en gratis Google-font og kan lastes ned fra: <https://fonts.google.com/specimen/Source+Sans+Pro>

### Erstatningsfont

Hvis verken Blender eller Source Sans Pro er tilgjengelig, brukes fonten Trebuchet MS.

---

## Source Sans Pro

### Source Sans Pro Thin

abcdefghijklmnopqrstuvwxyæøå  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ  
123456789 \$%&()@ß\$1/41/23/4

### Source Sans Pro Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyæøå  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ  
123456789 \$%&()@ß\$1/41/23/4

### Source Sans Pro Semibold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyæøå  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ  
123456789 \$%&()@ß\$1/41/23/4

### Source Sans Pro Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyæøå  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ  
123456789 \$%&()@ß\$1/41/23/4

A b c  
1 2 3

---

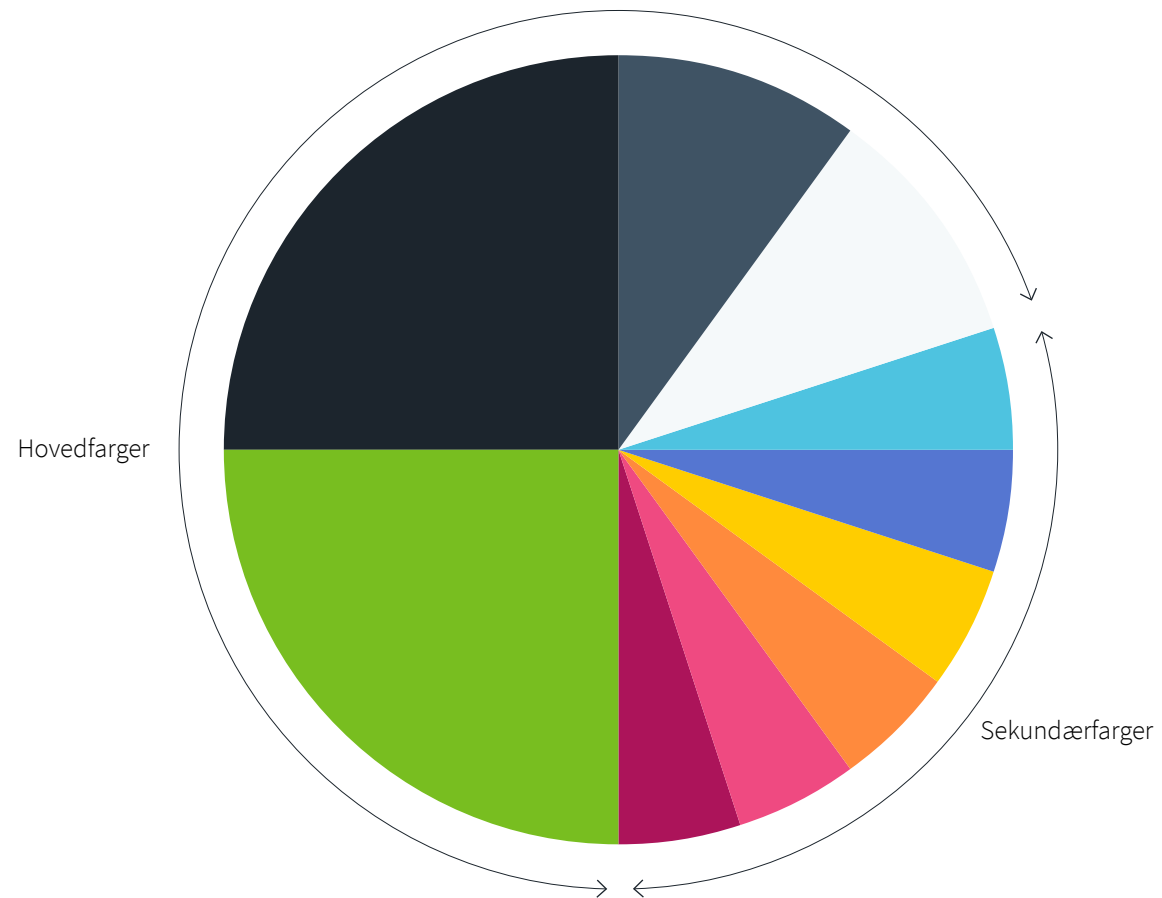
03

# Fargebruk

## Vekting og bruk av farger

For at NITO skal få en tydelig identitet og et helhetlig uttrykk, er det utviklet en egen fargepalett. Det er viktig at man bruker disse fargene gjennomgående i NITOs kommunikasjon, og på riktig måte.

I NITOs profil er det hovedvekt på grønn og sort, mens sekundærfargene gir litt mer å spille på i forskjellige kommunikasjonsoppgaver.



## Fargepalett

### Hovedfarger:

Det er de fire hovedfargene som primært skal brukes på alt av profilbærende elementer.

### Sekundærfarger:

Sekundærfargene kan brukes til å skape forskjellige etterlatte inntrykk. Hovedregelen er at de skal supplere det grønne og svarte, og at de hovedsakelig opptrer i par; de to blåfargene, oransje og gul, og de to rosafargene.

Det overordnede uttrykket skal være i hovedfargene. Sekundærfargene skal ikke brukes på store flater, kun på mindre elementer.

Det er viktig at NITO har ett ansikt utad. Sekundærfargene skal derfor ikke "eies" av en avdeling, men derimot brukes av hele NITO.

## Hovedfarger



### PMS 368 C

C:65 M:0 Y:100 K:0  
R:120 G:190 B:32  
HEX: 78BE20



### PMS 433 C

C:90 M:68 Y:41 K:90  
R:29 G:37 B:45  
HEX: 1D252D



### PMS 7545 C

C:58 M:32 Y:18 K:54  
R:66 G:85 B:99  
HEX: 425563



### LYS GRÅ

C:7 M:1 Y:3 K:2  
R:237 G:244 B:245  
HEX: EDF3F5

## Sekundærfarger



### PMS 637 C

C:62 M:0 Y:8 K:0  
R:78 G:195 B:224  
HEX: 4EC3E0



### PMS 2130 C

C:78 M:51 Y:0 K:0  
R:85 G:118 B:209  
HEX: 5576D1



### PMS 116 C

C:0 M:14 Y:100 K:0  
R:255 G:205 B:0  
HEX: FFCD00



### PMS 2025 C

C:0 M:50 Y:71 K:0  
R:255 G:138 B:61  
HEX: FF8A3D



### PMS 1915 C

C:0 M:75 Y:21 K:0  
R:239 G:74 B:129  
HEX: EF4A81



### PMS 215 C

C:6 M:100 Y:26 K:24  
R:172 G:20 B:90  
HEX: AC145A



## Bruk av fargegraderinger i heksagon

For å få til 3D-effekten på heksagonene kan alle fargene til NITO brukes i graderinger over hvit og svart (PMS 433 C). Velg prosentandel ut fra det som gir ønsket uttrykk og effekt, men generelt anbefales 90 eller 85 prosent.



---

# 04 Konsept og layout

## Konsept for visuell identitet

NITOs visuelle identitet er bygget rundt konseptet «KREFTER». Det handler om kreftene som omgir oss, kreftene som bor i oss, og kraften som ligger i fagorganisasjonen.

Alle krefter defineres av en styrke og en retning. Den visuelle identiteten skal presentere NITO som en organisasjon med selvtillit og ambisjoner, med sterk vilje og gjennomføringskraft.

Visuelt kommer kreftene til uttrykk gjennom bruk av geometriske former i ikoner, typografi og komposisjon av flater og foto.

Et gjennomført og helhetlig visuelt uttrykk, med høy kvalitet på alt materiell og i alle kanaler, er i seg selv et viktig virkemiddel for å oppnå det ønskede etterlatte inntrykket.



---

## Konstruksjon og komposisjon av og med heksagoner

Naturens egne byggeklosser formes av geometrien. Hos ingeniører og teknologer står derfor geometrien sentralt, som benytter disse grunnformene når de "bygger framtida".

Heksagonen er grunnformen i NITOs visuelle identitet. Fra naturens side er heksagonen en av de mest effektive og stabile geometriske formene. Vi finner heksagoner på molekylnivå i naturen, og i store menneskeskapte konstruksjoner.

Omrisset av en kube som roteres danner en heksagon. Ved å delvis overlape to heksagoner, oppstår en 3D-effekt. Dette gir oss mulighet til å leke med lys og skygger, og skape 3D-effekter i et ellers moderne og flatt design.

Her vises hvordan utsnitt av heksagonene brukes i komposisjoner.



### Konstruksjon

---



---

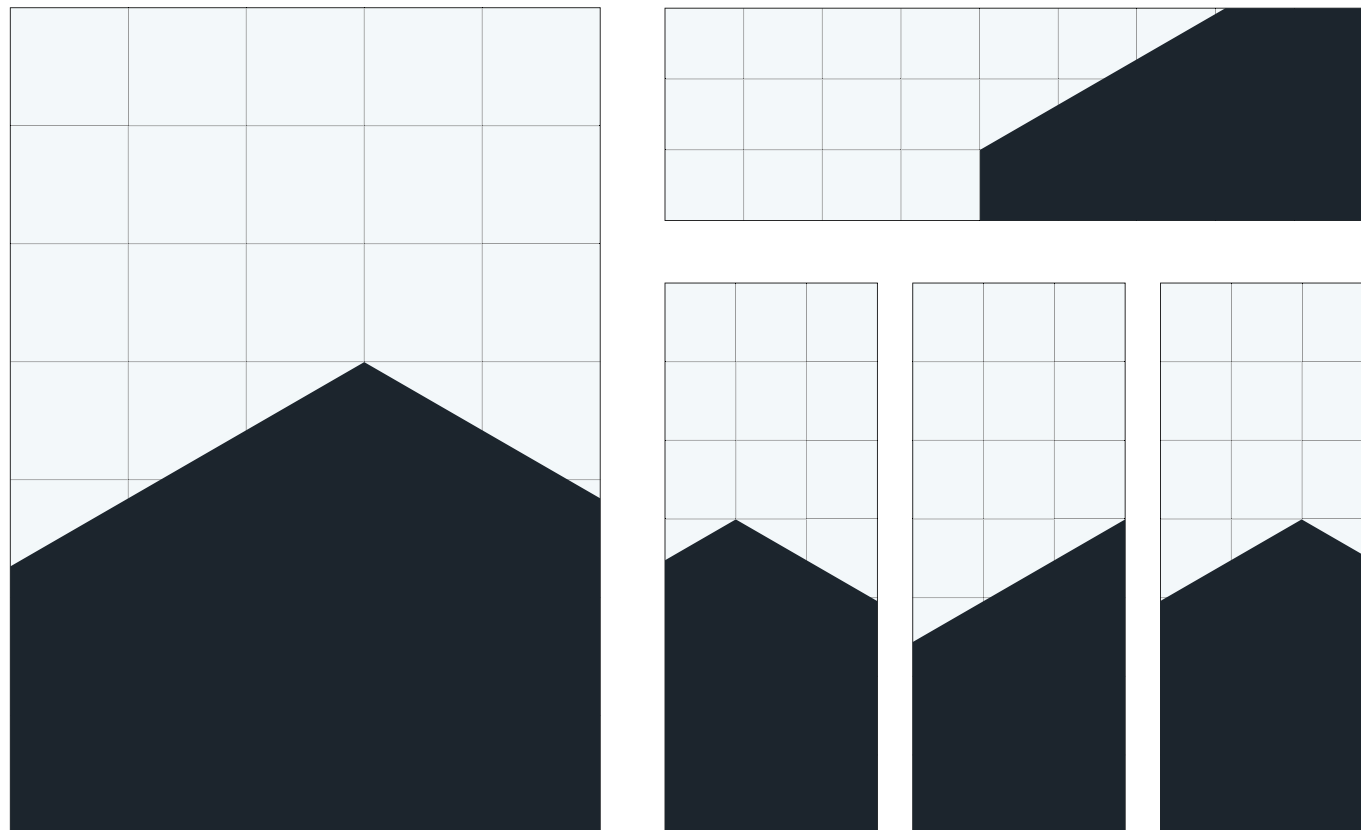
## Gridsystem og layout

Ulike utsnitt av originalformen kan benyttes til å komponere flater i alle størrelser og formater.

---

## Eksempler på utsnitt

---



## Eksempler på komposisjoner og fargebruk i heksagon

Her vises eksempler på måter man kan bruke heksagoner på, både med og uten bilder. Det som er gjennomgående og viktig for uttrykket, er at man alltid bevarer 3D-effekten.

Her vises også eksempler på hvordan man kan variere fargebruken.



## Rollup

Her vises eksempler på hvordan man skal bruke logo med og uten sub-brands på rollups.



## Trykksaker

Her vises et utvalg av trykksaker. Eksemplene viser hvordan ulike trykksaker kan ha ulike formater, bilder, tekst og formål, samtidig som de geometriske formene forankrer det til den overordnede identiteten.



Brosjyre



Flyer



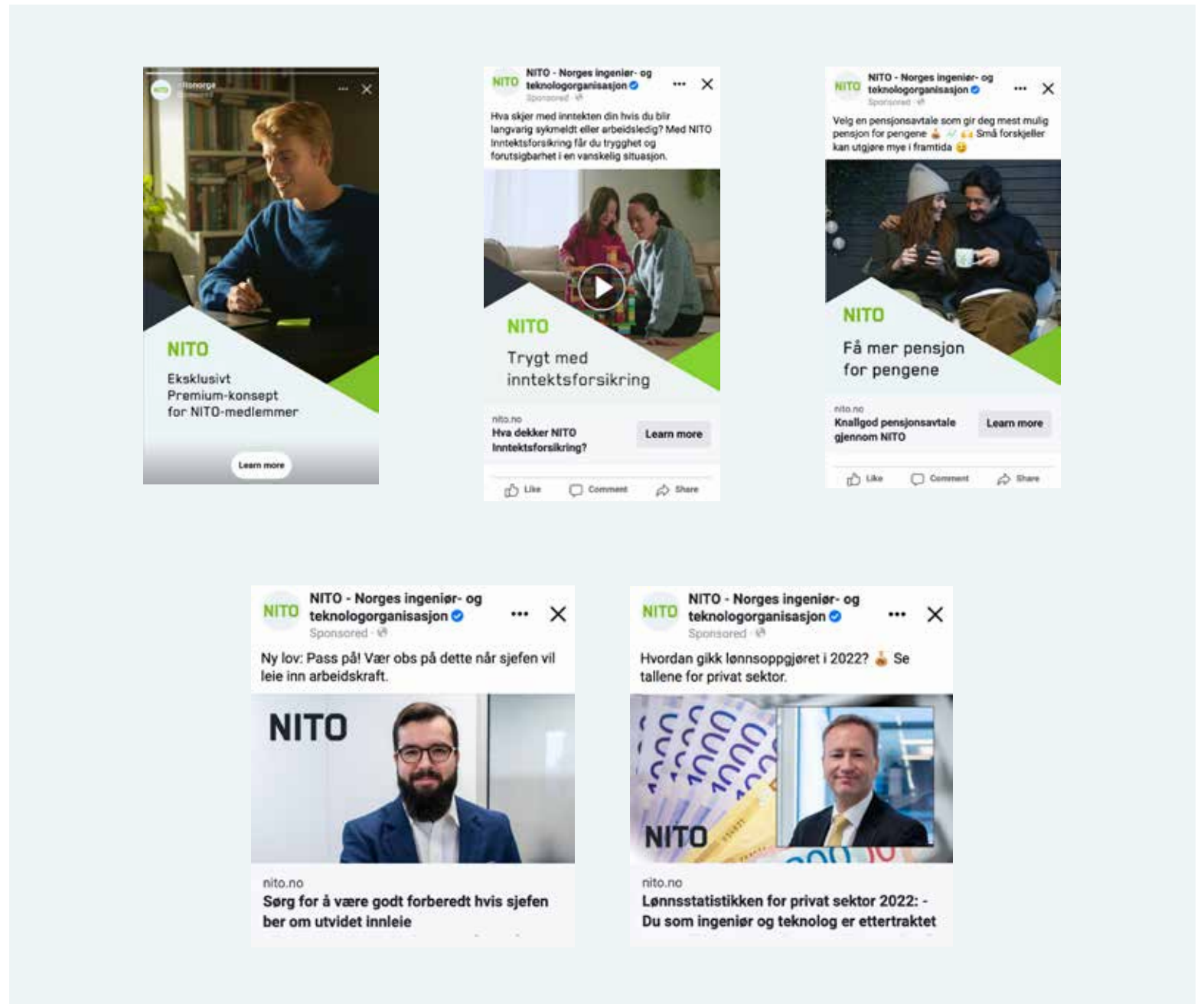
Plakat



## Sosiale medier

I sosiale medier og andre digitale applikasjoner kan heksagon benyttes som et rent illustrativt element.

NITO logo må alltid være med som en del av det visuelle uttrykket.



## Abstrakte ikoner

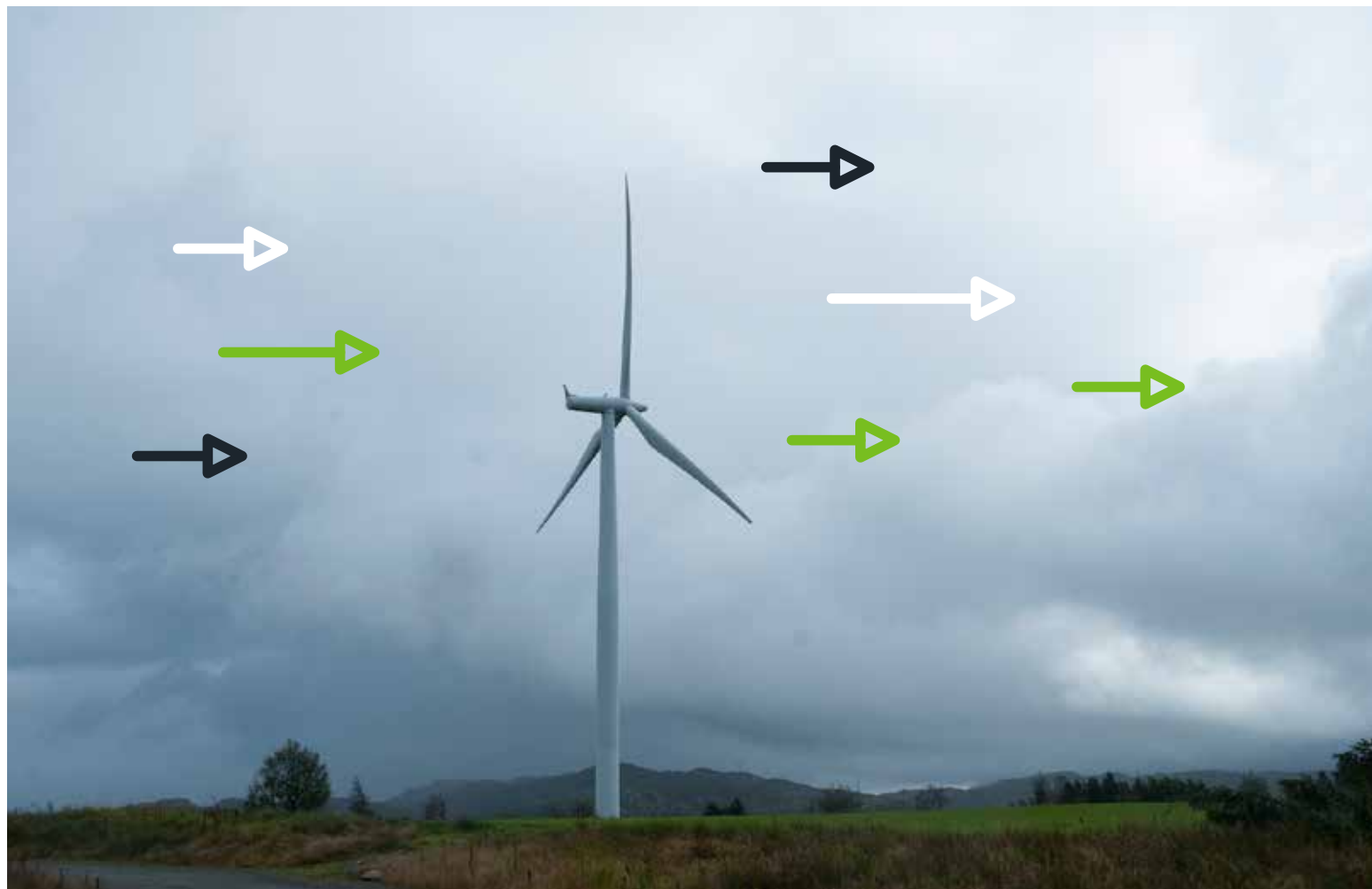
Det er utviklet et sett med abstrakte ikoner som sammen med bilder og/eller tekst symboliserer ulike krefter som er relevante for temaene NITO snakker om.

Ikonene er ikke ment som konkrete representasjoner av aktiviteter, fagområder, produkter eller tjenester, men som abstrakte geometriske former som gir riktige assosiasjoner.

En vesentlig funksjon er at de enkelt kan brukes for å “NITO-fisere” eksternt innhold, som f.eks. stockbilder og materiell fra samarbeidspartnere.

Ikonene skal hovedsakelig brukes i svart med grønt, men hvit med grønt (negativ versjon) kan brukes dersom bakgrunnen krever det.

Ikonene finnes i NITOs mediabank:  
<https://nito.imageshop.no>



## Figurative ikoner

Bruk av bilder skal prioriteres på alt materiell. Det er i tillegg utviklet figurative ikoner som kan brukes hvis man har behov for å visuelt forsterke innholdet, men ikke har relevante bilder.

Fordi ikonene kan tolkes ulikt, må de kun brukes i en kontekst, med en tydelig kobling til budskapet de skal forsterke. Konteksten for hvert ikon framkommer i NITOs mediabank:

<https://nito.imageshop.no>

Ikonene skal hovedsakelig brukes i svart med grønt, men hvit med grønt (negativ versjon) kan brukes dersom bakgrunnen krever det.

Noen av ikonene kommer i animerte utgaver.

Ved behov for nye ikoner eller animasjoner, kontakt markedsseksjonen.

## Eksempler



Bærekraft



Konkurranseskulder



Ung jente



Støttespiller



Kompetanse, kompetanseheving



Tillitsvalgt Mann



Laboratorie



Budsjett og regnskap



## Illustrasjoner

Det er også utviklet noen større illustrasjoner basert på de figurative ikonene.

Fordi illustrasjonene kan tolkes ulikt, må de kun brukes i en kontekst, med en tydelig kobling til budskapet de skal forsterke. Konteksten for hver illustrasjon framkommer i NITOs mediabank:

<https://nito.imageshop.no>

Illustrasjonene skal hovedsakelig brukes i svart med grønt, men hvit med grønt (negativ versjon) kan brukes dersom bakgrunnen krever det.

Ved behov for nye illustrasjoner, kontakt markedsseksjonen.

## Eksempler



Tillitsvalgt



Bærekraft



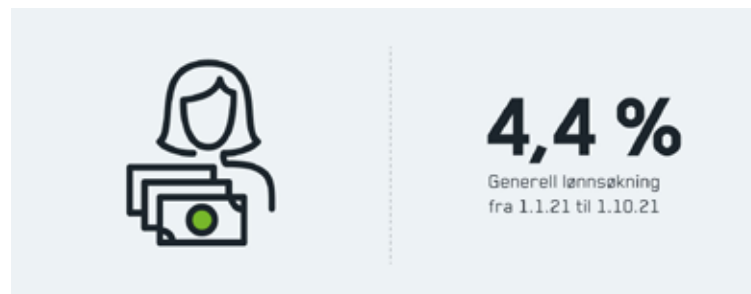
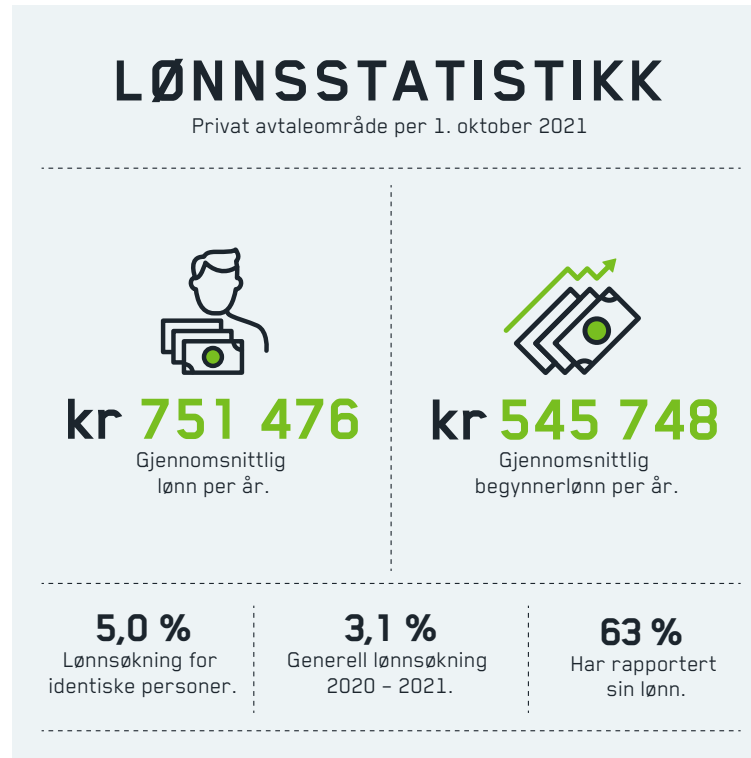
Konflikt

## Bruk av ikoner i infografikk

Ikonene kan brukes som elementer i infografikk sammen med typografi, grafer, diagrammer og streker.

Ved behov for å utforme infografikk, kontakt markedsseksjonen.

## Eksempler



---

05

Fotostil



## "I øyeblikket"

Våre bilder skal være så naturlige som mulig. Bildene bør ha et dokumentarisk uttrykk som gir et innblikk i hele livet til medlemmene - både arbeidslivet og fritiden.

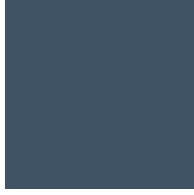
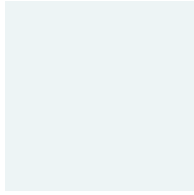
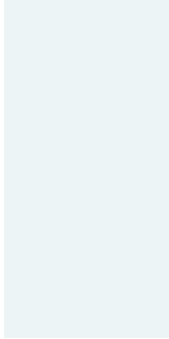
De avbildede menneskene bør ha en entusiastisk og engasjerende væremåte, uten at det resulterer i et kunstig preg.

Våre bilder bør ha et kalt og lyst uttrykk i tråd med paletten.



# Tonalitet

Er lyst og moderne uttrykk med farger som passer til paletten.





---

## Kontaktpersoner

Markedsseksjonen kan kontaktes for  
avklaringer og spørsmål.

### **Mona Arctander**

mona.arctander@nito.no

Mobil: 91569669

### **Martine Skaugerum**

martine.skaugerum@nito.no

Mobil: 45219079

Logo, designikoner, bilder og videoer  
som eies av NITO finnes i NITO Media-  
bank: <https://nito.imageshop.no>