

VÄSTGÖTA NATION

Grafisk profil



Glädjen
framför
allt

Nationen har till syfte att bereda sina medlemmar tillfälle till gemenskap samt främja dessas utbildning och personliga utveckling. Nationen ska även verka för att stärka bandet med hembygden och fullgöra de krav som ställs på nationen genom lag och förordning. Västgöta nation ska vara som ett andra hem i Uppsala, med slogan - Glädjen framför allt!

Syftet med en grafisk profil är att skapa en enhetlighet för hur Västgöta nation i Uppsala visas utåt. Det underlättar för nationens medlemmar, allmänheten och andra intressenter att känna igen nationen och bidrar till ett starkare varumärke.

Syftet är inte att begränsa kreativiteten bland studenter som jobbar med nationens marknadsföring, utan att skapa riktlinjer som gör att oavsett vem som jobbar med marknadsföringen känns nationen igen.

Logotyp

Loggan får enbart användas i följande färgskalor; i färg, tillsammans med "Västgöta nation Uppsala", svart-vit och vit-transparent. Proportionerna för vapnet får vara de som syns till höger utan, respektive med tillhörande text. Loggan ska i så stor utsträckning som möjligt placeras i nedre, högra hörnet. På affischer måste orden "Västgöta nation" vara med, samt en datumangivelse. När det är önskvärt att vara mer traditionsenlig kan nationens sigill användas. Detta återfinns längst ner på denna sida. Originalfilerna med loggan finns på förste och fjärde kurators dator.



VÄSTGÖTA NATION
UPPSALA

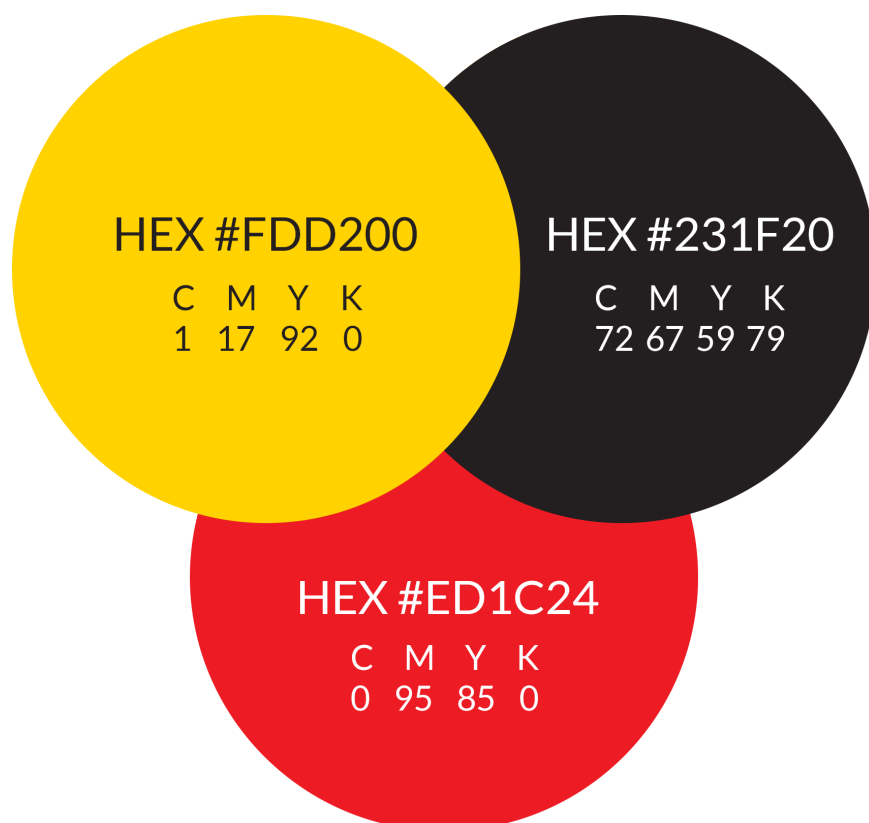
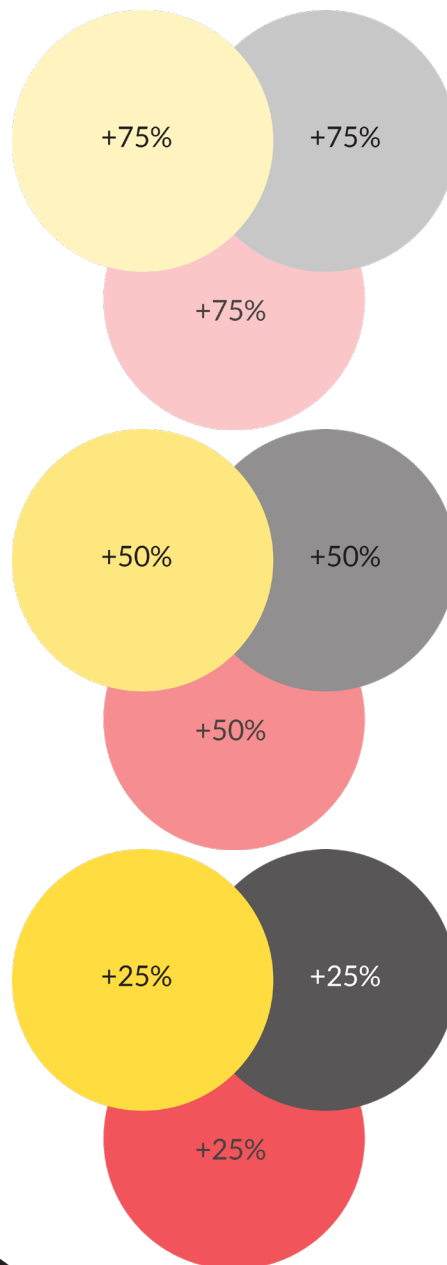


VÄSTGÖTA NATION
UPPSALA



Färger

Dessa färger bör främst användas i informationsgrafik såsom veckoscheman, utlysningar och nationssammankomster. Gult och svart är nationens primära färger och rött den sekundära. Färgerna kan användas enligt färgkoderna som visas i figurerna nedan eller i olika nyanser av dessa (se figurerna till höger). Nyansskillnaderna uppnås genom att kombinera den gula, svarta och röda färgen med blank vit till olika procentsatser. Reklamföreståndaren har inför sitt mandatår rätt att, tillsammans med marknadsföringsnämnden, bestämma en annan färgpalett som kan matchas med dessa färger. Det är då reklamföreståndarens ansvar att upplysa kuratelet om den nya paletten.



Typografi

Att använda återkommande typsnitt på hemsida och affischer skapar en helhetsbild som medlemmar och icke-medlemmar känner igen. Didot och Didot LT Std är tydliga i stor textstorlek och används med fördel som rubrik. Didot får användas i vanligt format, och Didot LT Std får användas i fetstil och kursivt. Lato-familjen har en modern, vänlig men samtidigt seriös touch, och kan med fördel användas som mellanrubrik tillsammans med Didot. Lato finns i flera varianter, och de tillåtna för Västgöta nation är Lato, Lato Light och Lato Hairline. Lato passar även i löpande text som enbart ska läsas digitalt. Lato får användas i vanligt format och i fetstil, men ej kursivt eller fet kursivt. Baskerville Old Face är ett professionellt och fokuserat typsnitt och används med fördel i löpande text som ska skrivas ut. Den bör enbart användas i vanligt format, ej i fetstil, kursivt eller fet kursivt.

Didot

Didot LT Std bold

Didot LT Std Italics

Lato

Lato bold

Lato Light

Lato Hairline

Baskerville Old Face

VÄSTGÖTA NATION

Glädjen framför allt
sedan 1639



Detta dokument togs fram 2020 av Marknadsföringsnämnden under ledning av fjärde kurator Susanna Wärmegård och reklamföreståndare Klas Holm.



Anno 1639