



Svensk
Orientering

Version 1.0 – 2026

Svensk Orientering

Grafisk manual

Välkommen till vår uppdaterade grafiska profil!

Förord

Det har hänt mycket sedan vi senast uppdaterade vår profil. Vi har vuxit, både som rörelse och som varumärke. Svensk Orientering står för mer i dag än tidigare – Vi är för alla, hela livet. Potentialen framåt är stor, samtidigt som det digitala samhället utvecklas snabbt. Därför har vi tagit ett nytt grepp om vår grafiska profil och vår grafiska karta, så att vi kan växa tillsammans.

Orienteringen är unik. Den rymmer rörelse, gemenskap och äventyr genom hela livet. Det vill vi spegla i vår grafiska profil som är framtidsanpassad, tillgänglig och lätt att känna igen, för att göra det enklare att nå ut och bjuda in fler till orienteringen.

Du kommer att se mjukare former som symboliserar att vi är en varm och välkomnande rörelse. Vår logotyp skrivs med gemener, för vi behöver inte skrika. Vi hörs ändå. Vårt nya typsnitt är lättläst, fungerar bra digitalt och är tillgängligt för många. I kursivt signalerar det fart och riktning framåt. Färgerna vi valt har tydlig koppling till vår idrott. Våra grafiska element, symboler och ikoner är moderna, men rotade i vår historia. Bildmanéret är varmt, äkta och genuint.

Oavsett sammanhang ska vi vara lätta att känna igen. Den uppdaterade profilen är ett gemensamt verktyg som gör det enklare att kommunicera, nå ut och arbeta tillsammans på ett enhetligt sätt. Så se vår grafiska profil som en guide att hjälpa till att skapa en igenkänning i allt vi gör.

Varmt välkommen att ta del av och inspireras av vår grafiska karta.

	Innehållsförteckning	04
	Byggstenar	05
01	Logotyp	
	Logotypöversikt	07
	Logotyphierarki	08
	Logotyp på färg	09
	Logotypplacering	10
	Felaktig användning av logotypen	11
	Symbol	12
02	Färger	
	Färger	14
	Exempel på färganvändning	16
	Typsnitt och färger	18
	Felaktig användning av färger	20
03	Typografi	
	Primärtypsnitt	19
	Primärtypsnitt	20
	Typsnittshierarki	21
	Typografisk betoning	22
	Typografiskt exempel	23
	Felaktig typografianvändning	24

04	Grafiska element	
	Triangelmönster	26
	Triangelement	27
	Triangelement – Färganvändning	28
	Den gula linjen	29
	Den gula linjen – Färganvändning	30
	Tunna streck	31
	Moduler	32
	Sekundärt element – Höjdkurvor	33
	Sekundärt element – Stigar	34
	Punktlistor	35
05	Bildmanér	
	Bildmanér	37
	Bildramar	38
	Gradient	39
06	Ikoner och knappar	
	Siffror, pilar & knappar	41
	Ikoner	42

07	Applicering	
	Instagramposts	44
	Instagram Stories	45
	Layout dokumentframsidor	46
	Inlagor & uppslag	47
	Inbjudan	48
	Diplom	49
	Layout enklare dokument	50
	Presentationsslides	51
	Kampanjtor	52
	Statistik & grafer	53
	LinkedIn-banner	54
	Videografik	55
	Teams-bakgrund	56
	Översikt	57
	Checklista	58
	Kontakt	60

Byggstenar

Det här är våra byggstenar. Tillsammans formar de den grafiska identiteten och hjälper oss att uttrycka vårt varumärke på ett enhetligt sätt.



Layout



Bilder



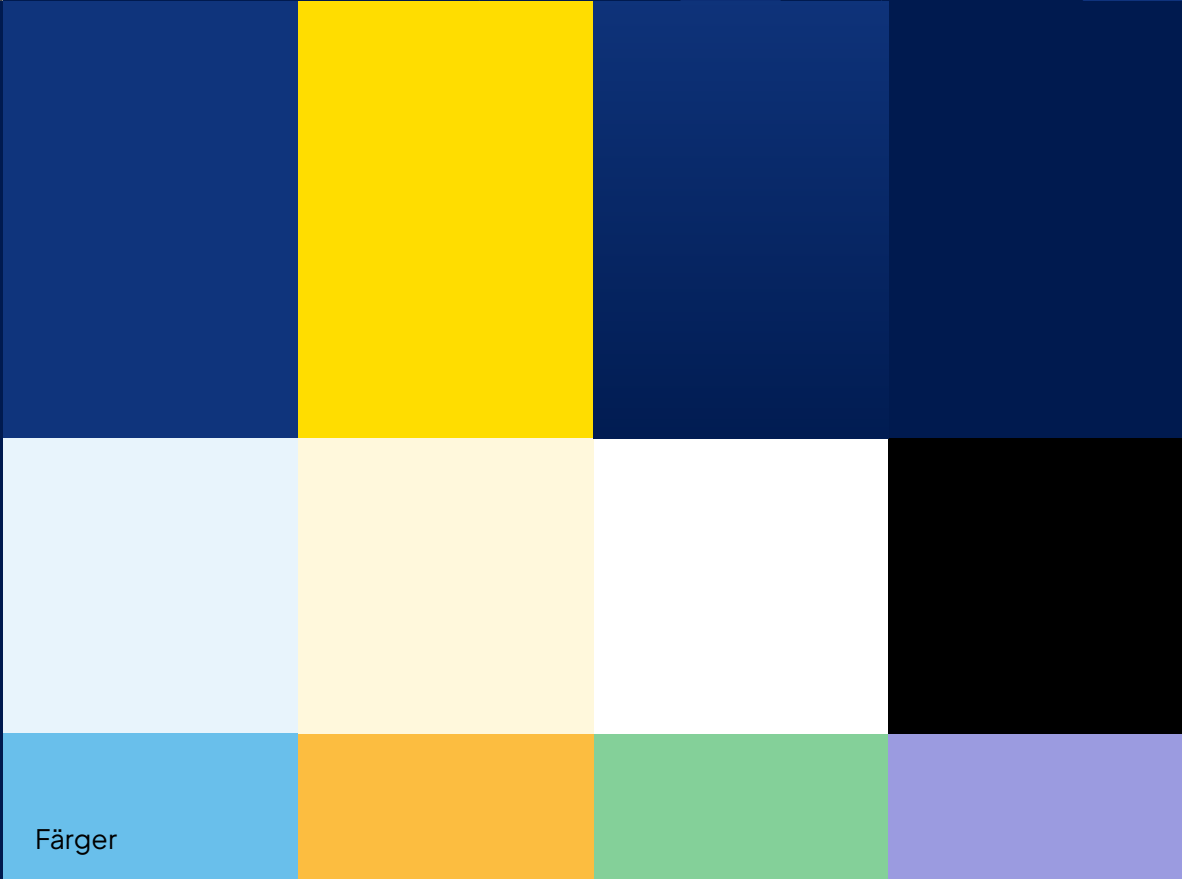
Grafiska element



Budskap



Logotyp



Färger



Typografi



1

Logotyp

Vår logotyp är en av de viktigaste delarna i vår grafiska identitet. Den fungerar som vår signatur i alla kanaler. För att den alltid ska kännas tydlig och igenkännbar har vi tagit fram några regler för hur den ska användas.

1.1	Logotypöversikt	07
1.2	Logotyphierarki	08
1.3	Logotyp på färg	09
1.4	Logotypplacering	10
1.5	Felaktig användning av logotypen	11
1.6	Symbol	12

Vår logotyp är en viktig del av vår identitet och ska alltid användas på rätt sätt. På de följande sidorna visar vi hur logotypen fungerar och vilka riktlinjer som gäller. Logotypen består av ett ordmärke och en symbol på en platta.





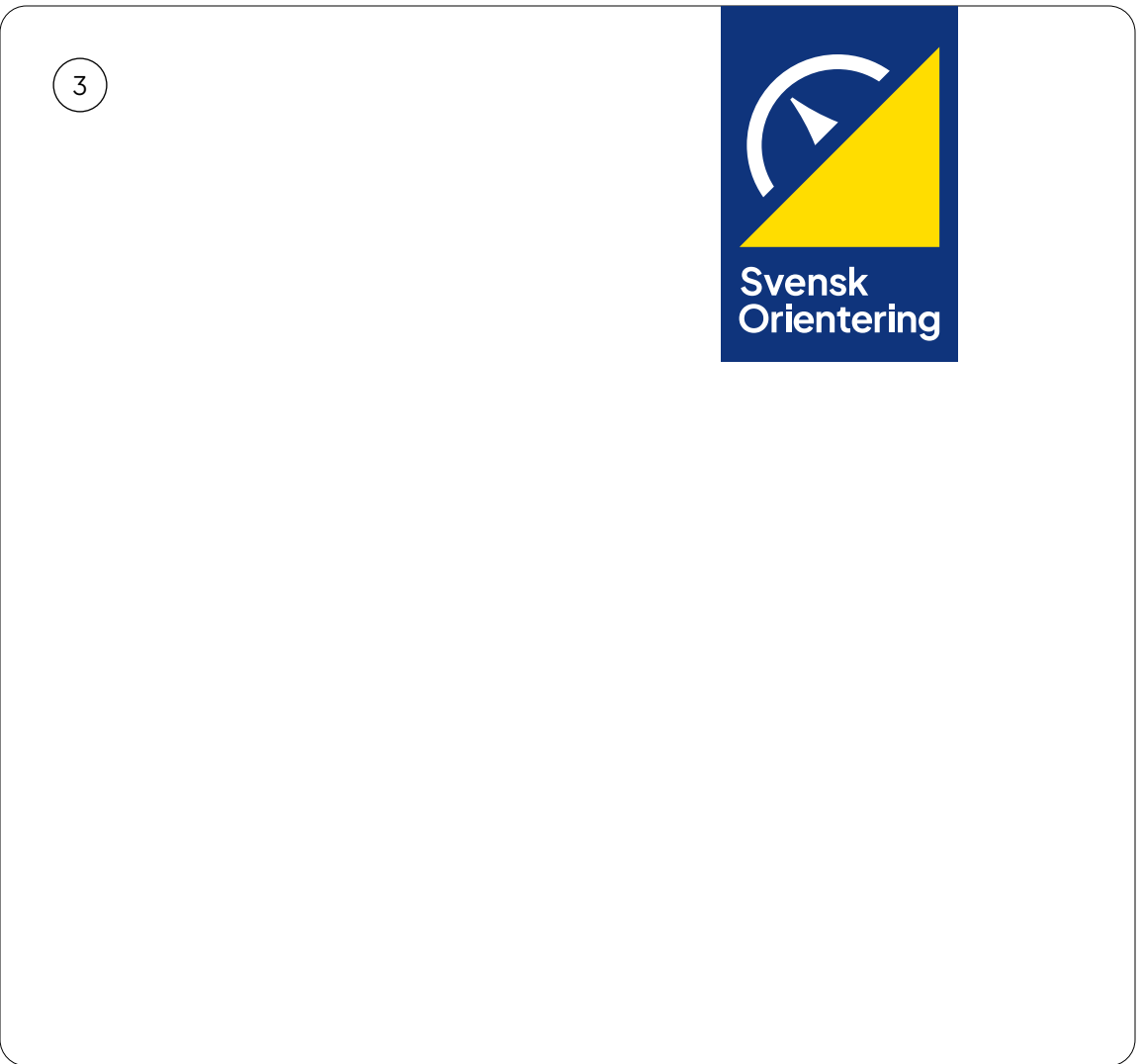
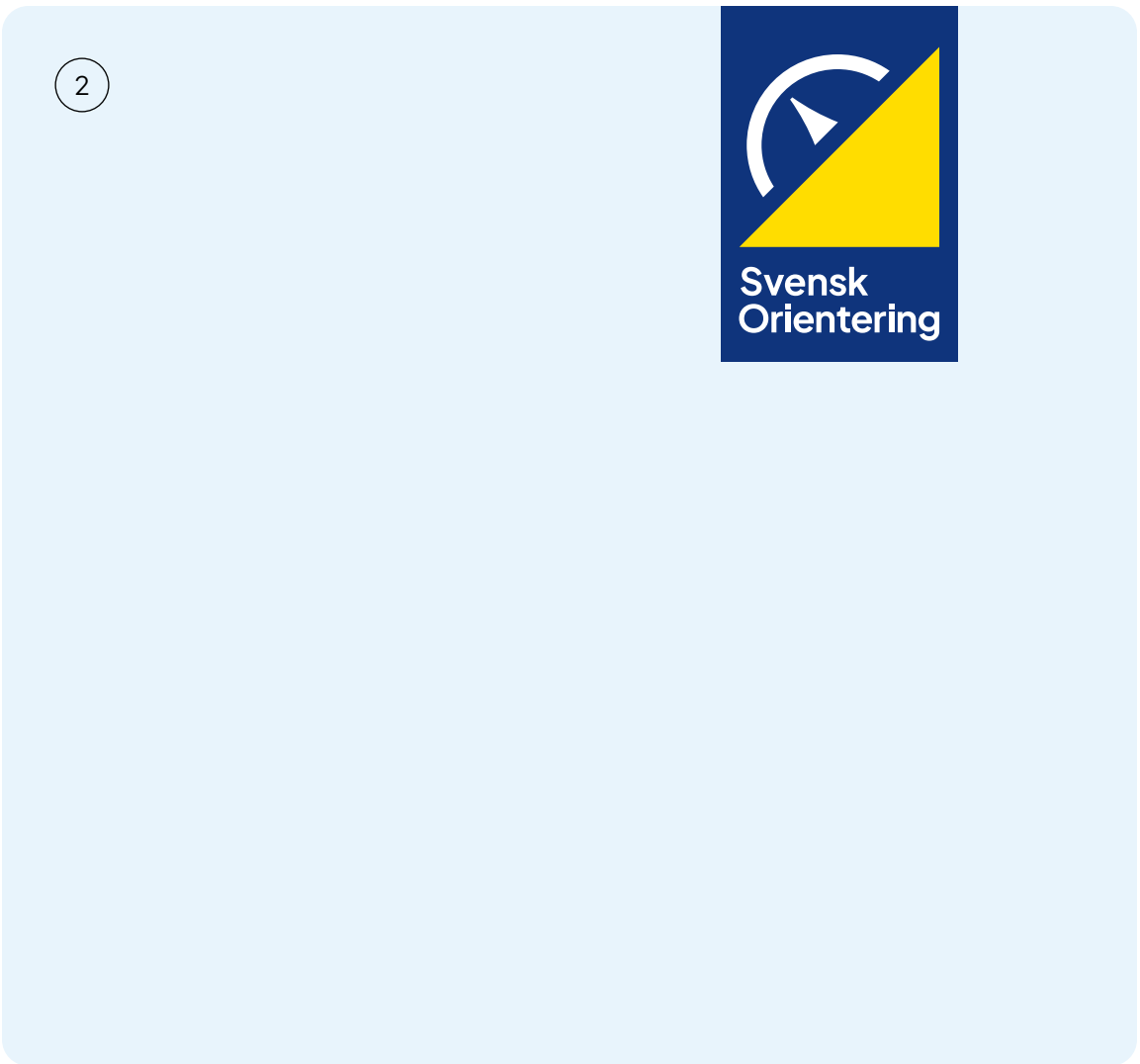
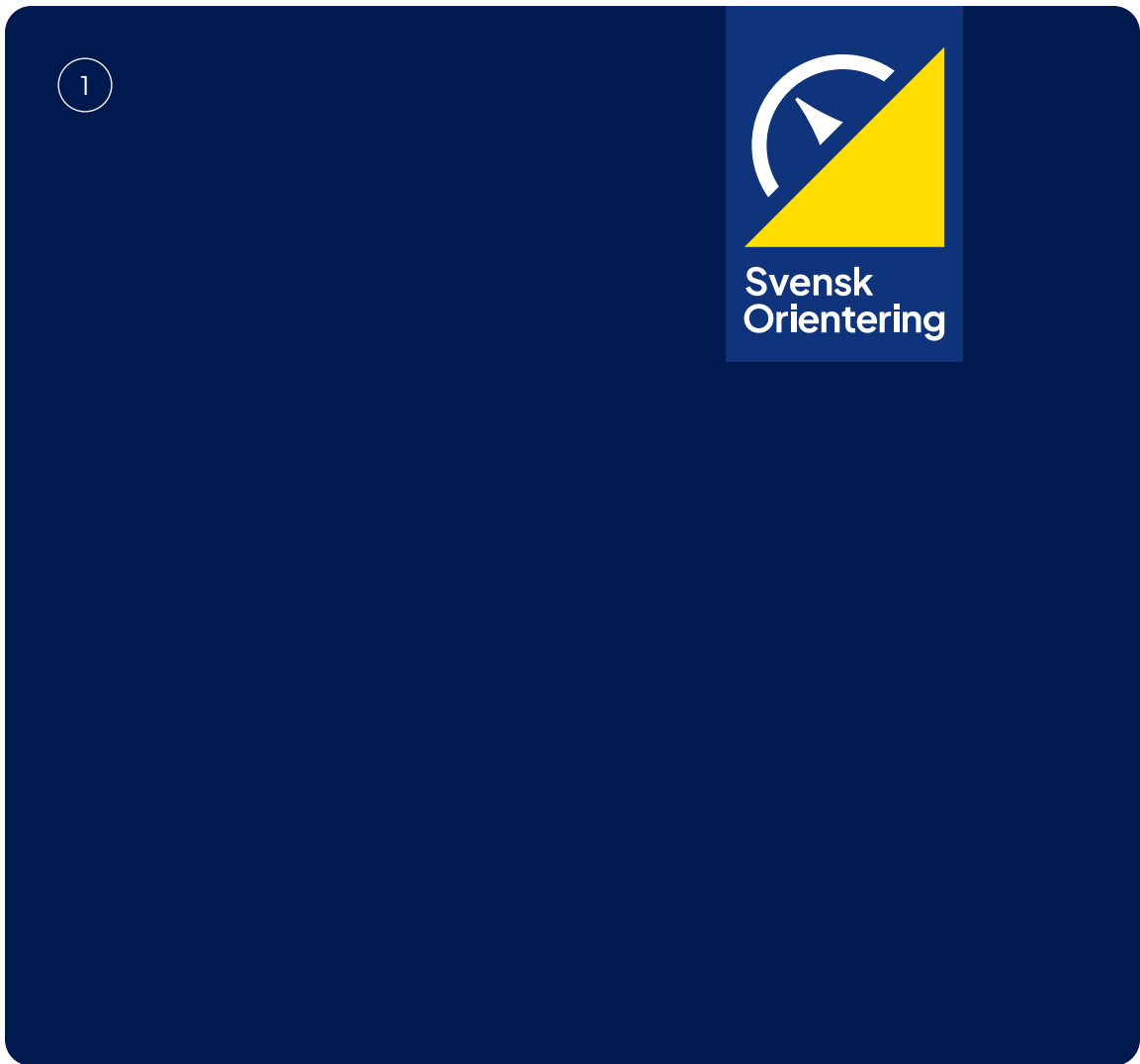
Stående logotyp — Primär
Vår primära logotyp består av ett ordmärke och en symbol på en blå platta.

Ordmärket är uppdaterat i versal–gemen med typsnittet Plus Jakarta för att ge ett modernt, konsekvent uttryck som harmonierar med övrig grafisk identitet. Logotypens form och symbol är i övrigt oförändrade.

Liggande logotyp — Sekundär
Den liggande logotypen är vår sekundära logotyp och används i utvalda sammanhang där ett mer öppet och horisontellt uttryck är önskvärt. Den är avsedd för mörkblå bakgrund och lämpar sig särskilt väl när logotypen placeras centralt, exempelvis på tröjor och

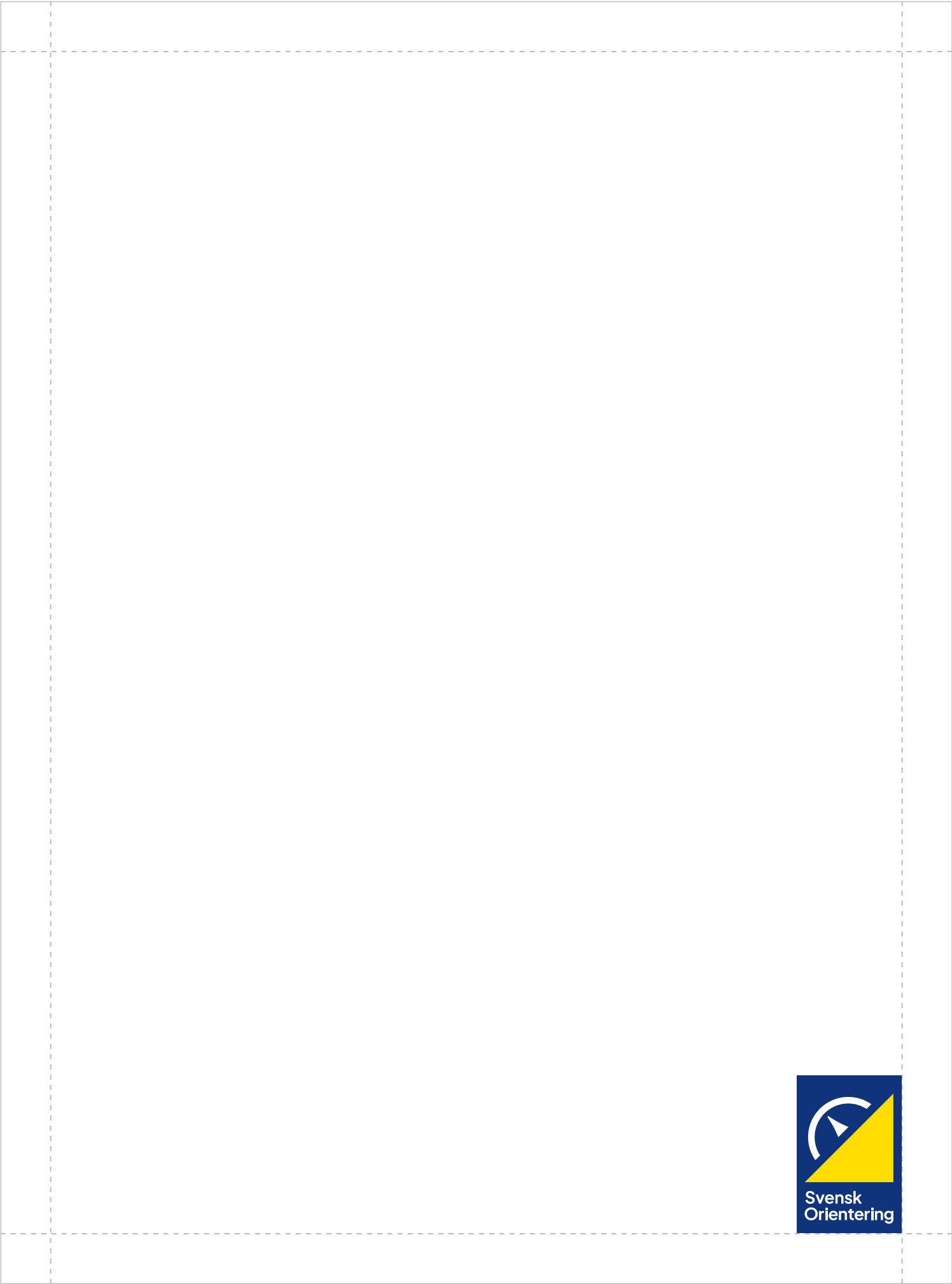
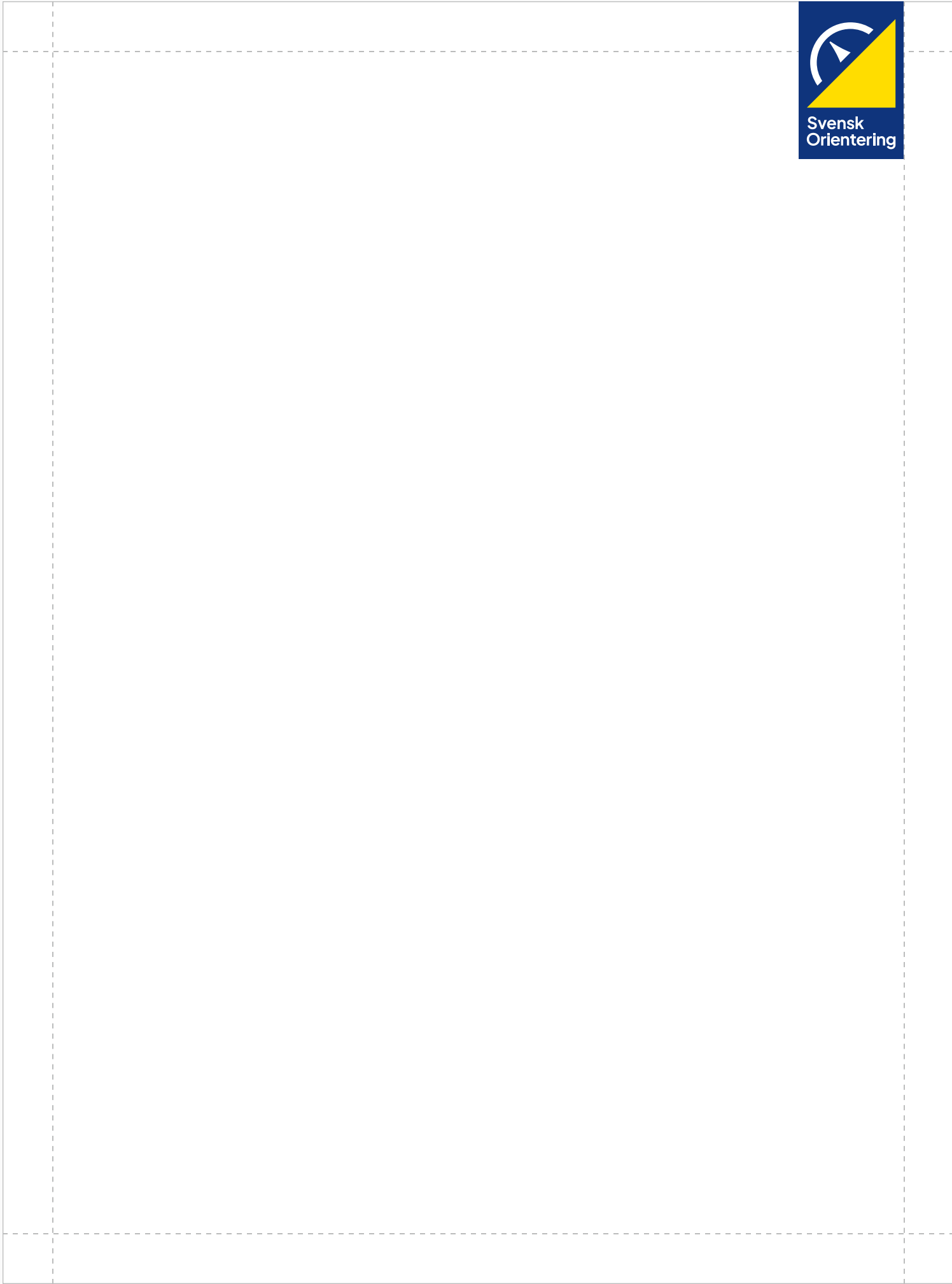
andra profilprodukter eller centralt placerad på video. I övergripande kommunikation ska den primära logotypen med platta användas som huvudavsändare. Den liggande logotypen används inte som ersättning för den primära, utan som ett kompletterande alternativ i rätt sammanhang.

Här visas exempel på godkänd färganvändning av logotyperna samt hur de kan placeras på bild.



- 1. Primär logotyp på mörkblå
- 2. Primär logotyp på ljusblå
- 3. Primär logotyp på vit
- 4. Primär logotyp på bild
- 5. Sekundär logotyp på mörkblå
- 6. Sekundär logotyp på bild

Logotypen kan placeras i höger överkant eller nere i högra hörnet. I undantagsfall där logotypen inte kan placeras enligt exemplet, kan den placeras i vänster överkant.



Det är viktigt att logotypens utseende alltid är konsekvent. Logotypen får inte misstolkas, ändras eller byggas på. Inga försök ska göras att justera logotypen på något sätt.

Logotypens riktning och uppbyggnad ska alltid följa riktlinjerna i detta dokument. För att tydliggöra detta visas här några exempel på misstag som ska undvikas.



✗ Gör inte logotypen till konturer



✗ Förvräng inte logotypen



✗ Placera inte logotypen i vinkel



✗ Lägg inte till effekter på logotypen



✗ Ändra inte transparensen eller färgen



✗ Ändra inte typsnittet i logotypen

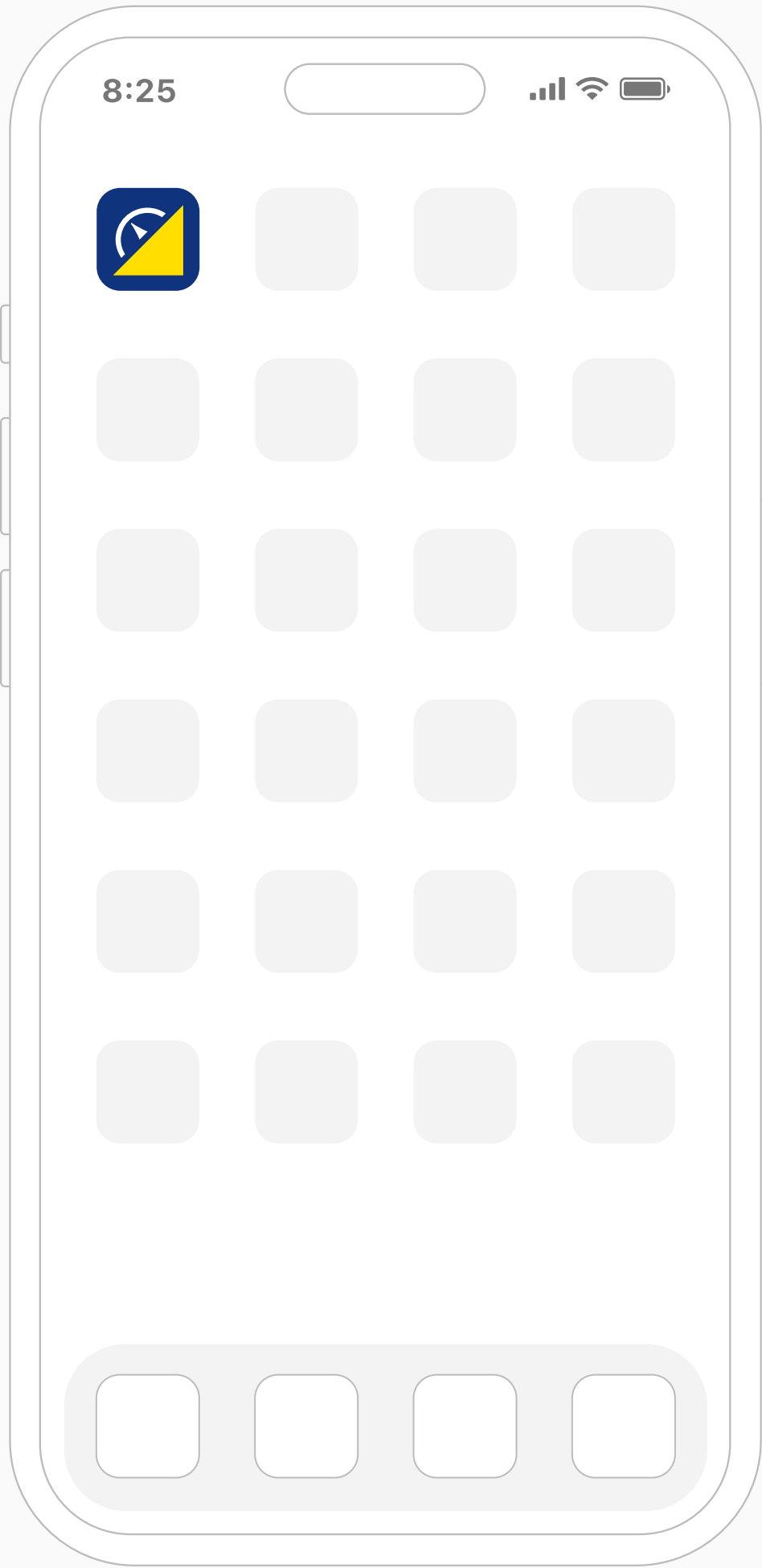
Symbolen är en fristående del av logotypen och används i sammanhang där utrymmet är begränsat eller där hela logotypen inte ger tillräcklig tydlighet, exempelvis som favicon eller profilbild i sociala medier.

Symbolen får aldrig ändras, beskäras eller kombineras med andra element. Färg, proportioner och riktning ska alltid följa riktlinjerna i denna manual för att säkerställa igenkänning och konsekvens.

Favicon



Profilbild – Sociala medier



Färger

Våra färger betyder mycket för oss. De skapar personlighet, energi och hjälper till att visa vilka vi är. Färgerna sätter tonen, bygger igenkänning och binder ihop all vår kommunikation.

2.1	Färger	14
2.2	Exempel på färganvändning	15
2.3	Typsnitt och färger	16
2.4	Felaktig användning av färger	17

Det här är vår primära färgpalett och den används i all vår kommunikation.

De gula och blå färgerna representerar Sverige. Den orangea är inspirerad från orienteringsskärmerna.

Hittaut, Naturpasset och O-Ringen behåller sina egna färger.

Tidigare komplementfärger används inte framöver.

Utvecklingstrappan och dess färger inom orienteringen kan användas vid undantagstillfällen när primär och sekundfärger inte räcker till, exempelvis vid ett diagram.

Sverigeblå

Logotypplatta
Trianglar
Rubriker på ljus bakgrund

HEX: #0F347C
RGB: 15, 52, 124
CMYK: 100, 90, 20, 8

Sverigegul

Logotyptriangel
Trianglar
Streck
Textmarkeringar
Cirkelar med text

HEX: #FFDD00
RGB: 255, 221, 0
CMYK: 0, 12, 100, 0

Vinnarblå

Bakgrunder

HEX: #001A4F
RGB: 0, 26, 79
CMYK: 100, 76, 0, 60

Skymningsblå gradient

Bakgrunder (digitalt bruk)

Använd färgkoder från blå till mörkblå

Himmelsblå

Sekundära bakgrunder
Moduler

HEX: #E8F4FC
RGB: 232, 244, 252
CMYK: 7, 2, 0, 0

Solgul

Sekundära bakgrunder
Moduler

HEX: #FFF8DC
RGB: 255, 248, 220
CMYK: 0, 3, 18, 0

Kartvit

Text på mörk bakgrund
Sekundära bakgrunder
Trianglar
Streck

HEX: #FFFFFF
RGB: 255, 255, 255
CMYK: 0, 0, 0, 0

Stensvart

Brödtext på ljus bakgrund
Streck på ljus bakgrund

HEX: #000000
RGB: 0, 0, 0
CMYK: 0, 0, 0, 100

Sjöblå

Trianglar
Diagram och detaljer

HEX: #69BFEB
RGB: 105, 191, 235
CMYK: 56, 15, 0, 0

Kontroll-orange

Diagram och detaljer

HEX: #FCBD40
RGB: 252, 189, 64
CMYK: 1, 28, 86, 0

Skogsgrön

Diagram och detaljer

HEX: #84D099
RGB: 132, 208, 153
CMYK: 49, 0, 53, 0

Violett

Diagram och detaljer

HEX: #9B9BE0
RGB: 155, 155, 224
CMYK: 39, 37, 0, 0

Detta exempel visar hur vår färgpalett bäst används för att behålla ett konsekvent uttryck och en sammanhållen känsla i större kommunikationsinsatser och kampanjer.

Se fler exempel under kapitlet **Applicering**.

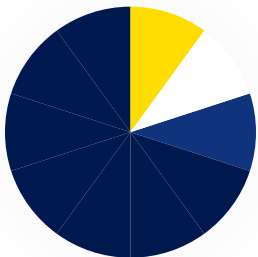




Det finns många vägar. Du väljer din.

Orientering är för dig som vill tänka,
röra dig och vara ute i naturen.

Hitta din närmsta klubb och nybörjarkurser på orientering.se.



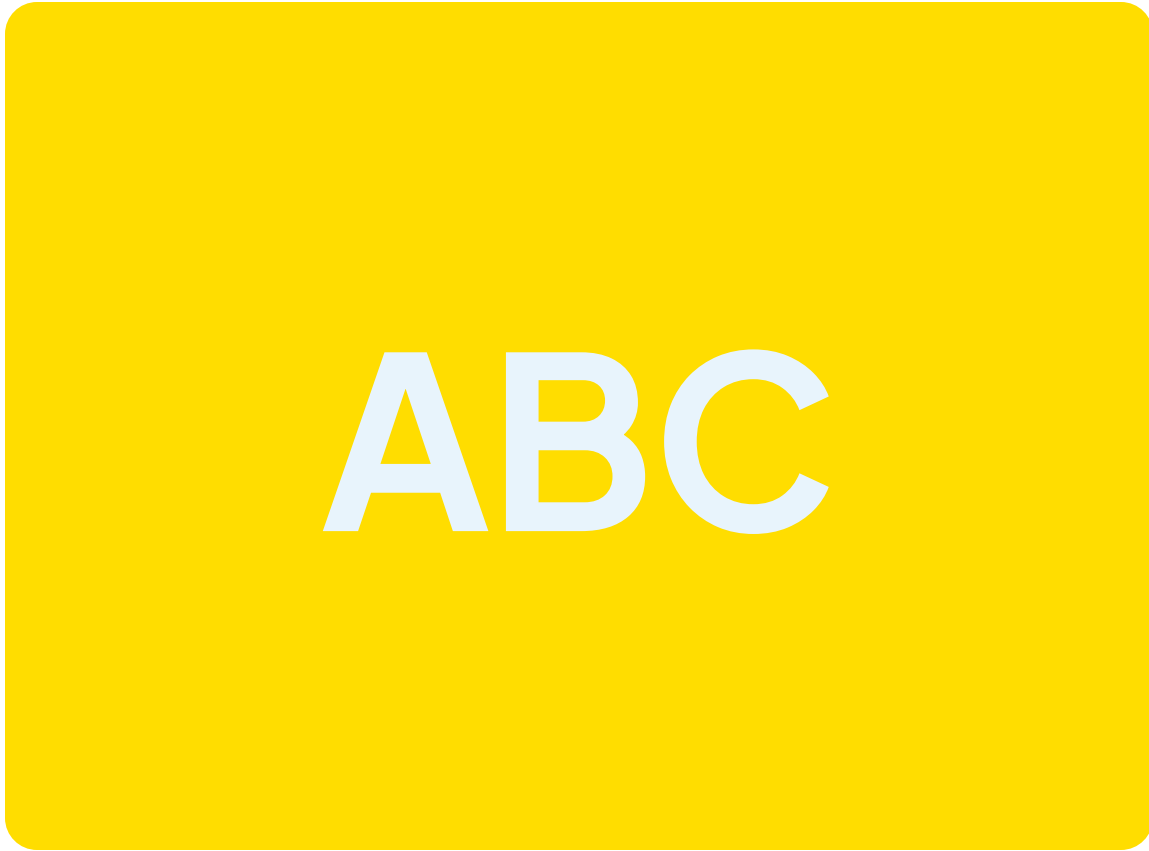
4 färger

Se fler exempel under kapitlet **Applicering**.

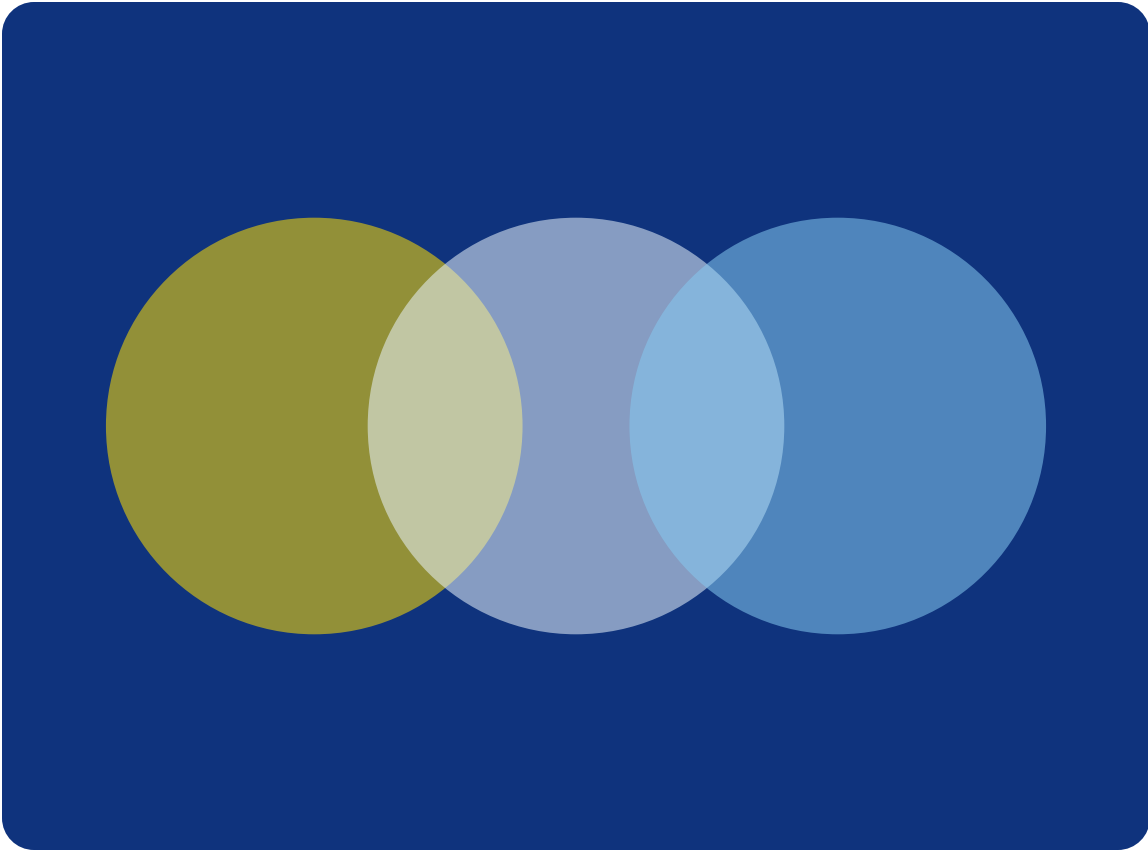
Våra färgkombinationer är medvetet framtagna för att vara kompletterande, tydliga och tillgängliga. De är skapade för att fungera tillsammans och ska därför användas enligt riktlinjerna. Till höger visas några färgkombinationer med hög kontrast.

Gul och vit rubrik på mörkblå Abc def	Vit brödtext på mörkblå Abc	Gul och vit rubrik på gradient Abc def	Vit brödtext på gradient Abc
Blå rubrik på ljusblå Abc	Svart brödtext på ljusblå Abc	Blå rubrik på vit Abc	Svart brödtext på vit Abc
Blå rubrik på ljusgul Abc	Svart brödtext på ljusgul Abc	Blå rubrik på ljusgrå Abc	Svart brödtext på ljusgrå Abc

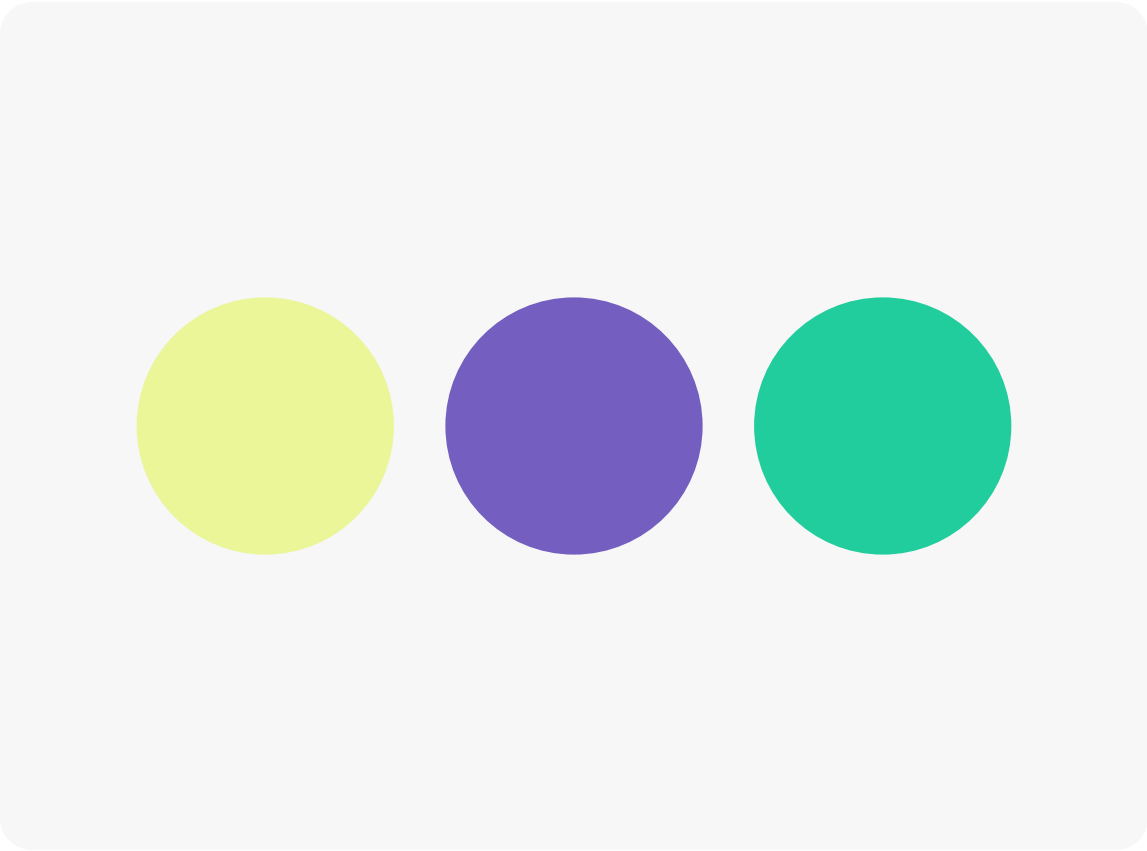
Detta är en snabb guide för att säkerställa god kontrast korrekt användning av färger. Exempelen avser exempel som man inte ska göra.



✗ Använd inte felaktiga bakgrunds- och textfärger



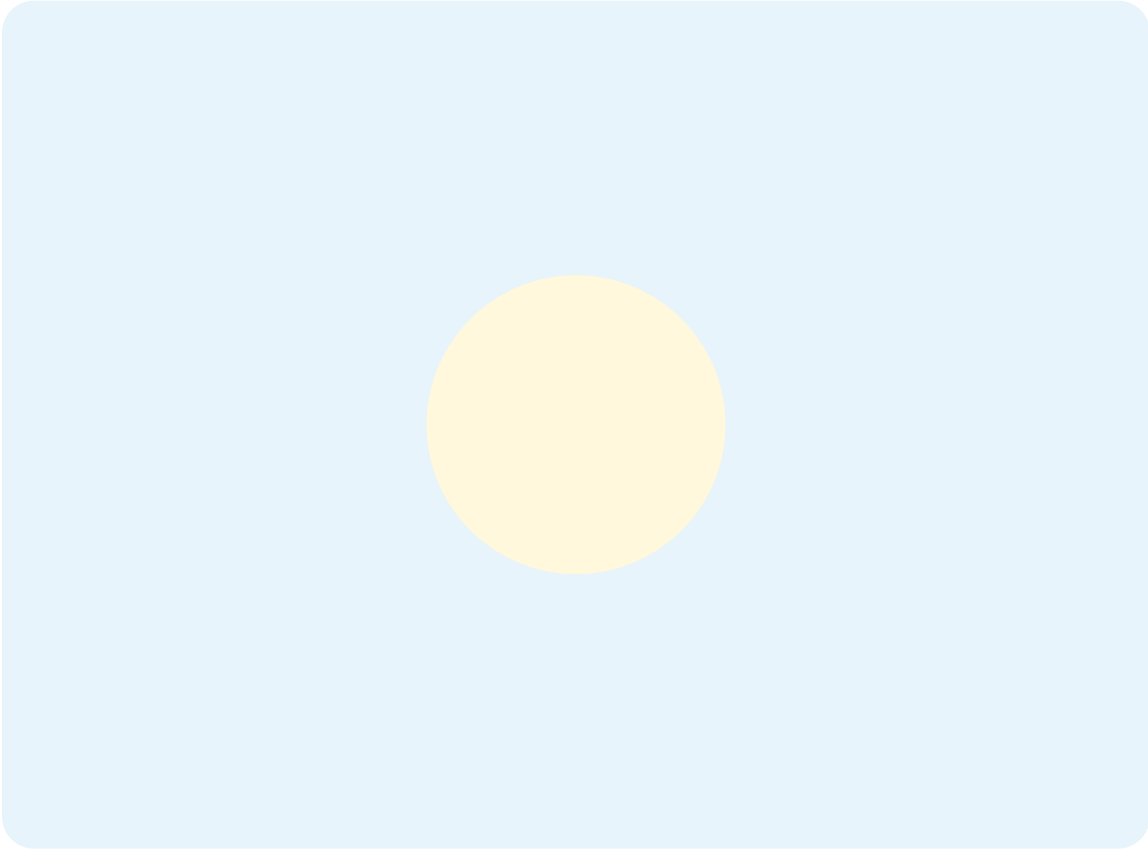
✗ Justera inte färgernas transparens



✗ Använd inte färger utanför paletten



✗ Skapa inte egna toningar



✗ Använd ej ljusgul på ljusblå



✗ Använd ej ljusblå på ljusgul

Typografi

Typografi är en viktig del av vårt visuella språk. Vårt typografiska system bygger på läsbarhet och tillgänglighet. Det ska vara tydligt, uttrycksfullt och enkelt att använda. Typografin är en central del av vår identitet och genom att använda den konsekvent i all kommunikation stärker vi igenkänningen av vårt varumärke.

3.1	Primärtypsnitt	19
3.2	Primärtypsnitt	20
3.3	Typsnittshierarki	21
3.4	Typografisk betoning	22
3.5	Typografiskt exempel	23
3.6	Felaktig typografianvändning	24

Vårt primära typsnitt heter **Plus Jakarta Sans** och är ett gratis typsnitt tillgängligt via Google Fonts. Typsnittet används konsekvent i all kommunikation – i rubriker, brödtext, detaljtext och digitala gränssnitt.

Plus Jakarta Sans är ett modernt och mycket lättläst sans serif-typsnitt, optimerat för både tryck och digitala miljöer. Den öppna teckenkonstruktionen, generösa x-höjden och tydliga skillnaden mellan bokstavsformer gör texten lätt att läsa även i små storlekar och på skärm.

Genom att använda Plus Jakarta Sans överallt säkerställer vi igenkänning, tillgänglighet och ett enhetligt visuellt språk i alla kanaler.

Primärtypsnitt

Plus Jakarta Sans

Plus Jakarta Sans Bold

Plus Jakarta Sans Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789 — !? \$£€¥%

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789 — !? \$£€¥%

01234
56789
→ \$£%

Svensk Orienterings primära typsnitt är Plus Jakarta Sans. I de fall där detta typsnitt inte är tillgängligt, används Arial som alternativt typsnitt.

Arial är valt eftersom det har liknande proportioner och teckenbredd som Plus Jakarta Sans, vilket gör att texten i stort sett tar lika stor plats. Detta minimerar risken för att radbrytningar, sidindelning eller layout förändras när dokument öppnas i olika miljöer.

Fallbacktypsnittet är särskilt viktigt i sammanhang där material skickas mellan olika mottagare, till exempel presentationer, Word-dokument eller andra redigerbara filer. Genom att använda Arial säkerställs att innehållet visas på ett konsekvent och förutsägbart sätt, även när originaltypsnittet saknas.

Alternativt typsnitt

Arial

Arial Bold

Arial Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789 — !? \$£€¥%

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789 — !? \$£€¥%

01234

56789

→ \$£%

Typografi är en viktig del av vårt varumärke. Den skapar tydlighet, igenkänning och ett enhetligt uttryck i all kommunikation. För att behålla konsekvensen är det viktigt att följa den typografiska hierarkin i detta dokument.

Vi använder Plus Jakarta Sans för alla nivåer av typsnittshierarkin. Bold för rubriker, Medium för underrubriker och Regular för brödtext och bildtexter.

Använder du det alternativa typsnittet Arial används det med samma principer och hierarkier.

Större rubriker	Plus Jakarta Sans	Bold
Rubriker	Plus Jakarta Sans	Bold Bold Italic
Underrubriker	Plus Jakarta Sans	SemiBold
Detaljrubriker	Plus Jakarta Sans	Bold Versaler Teckenavstånd 50 eller 0,5pt
Brödtext	Plus Jakarta Sans	Regular
Bildtext	Plus Jakarta Sans	Regular

Rubriker

Rubriker*/Rubriker*

Underrubriker

DETALJRUBIKER

Orientering ger utrymme för både fokus och frihet. Det handlar om vägval, tempo och känslan av att vara helt närvarande i stunden. Oavsett om du tränar, tävlar eller deltar för upplevelsens skull finns alltid möjligheten att göra det på ditt sätt.

Orientering ger utrymme för både fokus och frihet. Det handlar om vägval, tempo och känslan av att vara helt närvarande i stunden. Oavsett om du tränar, tävlar eller deltar för upplevelsens skull finns alltid möjligheten att göra det på ditt sätt.

Kursiva rubriker kan användas i resultat- och tävlingssammanhang för att förstärka känslan av fart och energi.

Gul text kan användas för att betona enskilda ord eller korta fraser och är ett återkommande inslag i vår kommunikation för att stärka igenkänning och varumärkesidentitet. Använd färgen med omsorg och konsekvens för att behålla tydlighet och balans i uttrycket.



Rak text används som standard för att säkerställa god läsbarhet och ett lugnt, konsekvent uttryck.



Gul text kan användas för att betona enskilda ord eller korta fraser.



Kursiv text kan användas för att skapa mer fart och energi i tävling- och resultatsammanhang.



Gul text kan användas för att betona enskilda ord eller korta fraser.

Det ska alltid finnas en tydlig typografisk hierarki. Den hjälper läsaren att förstå vad som är viktigast och hur informationen hänger ihop.

Olika textstorlekar och vikter ger stor flexibilitet, men de ska användas med eftertanke. För många variationer gör att designen känns rörig. Försök därför att hålla antalet variationer nere. Skillnaderna mellan textnivåerna ska vara lätta att se. Tydlig kontrast är viktig för att skapa kommunikation som är enkel att läsa, stark och konsekvent.

Liten rubrik
Typsnitt: Plus Jakarta Sans/Arial
Vikt: Bold
Storlek: 12pt (Versaler)
Teckenavstånd: 50 (i Word: 0,5pt)

Underrubrik/Ingress
Typsnitt: Plus Jakarta Sans/Arial
Vikt: SemibBold
Storlek: 24pt
Teckenavstånd: Normal

Brödtext
Typsnitt: Plus Jakarta Sans/Arial
Vikt: Regular
Storlek: 12pt
Teckenavstånd: Normal

23 JUNI, 2026



Internationellt deltagande inom orienteringen

En sammanställning av internationellt deltagande och dess betydelse för svensk orientering.

Internationellt deltagande är en naturlig del av orienteringens utveckling. Genom att möta löpare från andra länder skapas nya perspektiv, erfarenhetsutbyten och en högre sportslig nivå. Tävlingsmiljöer med internationell närvaro bidrar till inspiration, lärande och stärker orienteringens roll både nationellt och internationellt.

Vid svenska tävlingar, inklusive mästerskap, deltar ibland löpare med olika bakgrund, träningskulturer och tävlingserfarenheter. Det bidrar till ett bredare sammanhang och skapar möjligheter att jämföra prestationer, vägval och genomförande på ett sätt som utvecklar både individer och arrangemang.

Tävlingssammanhang

Internationellt deltagande förekommer i olika typer av tävlingar och sammanhang. Det kan handla om etablerade elitlöpare, unga talanger eller löpare som är verksamma i svenska klubbar. När flera nationer möts i samma tävlingsmiljö höjs ofta både kvaliteten och tempot, samtidigt som arrangemangen får större spridning och uppmärksamhet.

Regler och förutsättningar

Deltagande från utländska löpare sker enligt gällande regelverk och anvisningar. Tydliga riktlinjer säkerställer rättvisa förutsättningar, korrekt klassindelning och ett konsekvent genomförande. Detta skapar trygghet för både deltagare, arrangörer och funktionärer.

Utveckling och utbyte

Möten mellan löpare från olika länder bidrar till erfarenhetsutbyte inom teknik, träning och tävlingsförberedelser. Det ger möjlighet att ta del av nya idéer och arbetssätt, samtidigt som svensk orientering kan visa upp sin styrka, sitt kunnande och sina arrangemang.

Orientering i ett internationellt sammanhang

Orientering är en sport utan nationsgränser, där karta, terräng och beslut står i centrum. Genom internationellt deltagande stärks sportens gemenskap och långsiktiga utveckling. Oavsett bakgrund förenas alla av samma grund: förmågan att fatta egna beslut och ta ansvar för sitt vägval.

Rubrik
Typsnitt: Plus Jakarta Sans/Arial
Vikt: Bold
Storlek: 46pt

Liten rubrik
Typsnitt: Plus Jakarta Sans/Arial
Vikt: Bold
Storlek: 14pt

God typografi är mycket viktig i både intern och extern kommunikation. Den gör budskap tydligare och skapar förtroende hos mottagaren. Nedan beskrivs några vanliga sätt att använda typografi som försvagar dess effekt.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur elit. Fusce nulla leo, luctus a neque at, ultrices elementum ligula. Nullam cursus ut mi et cursus. Nulla eu libero quis leo congue cursus. Sed vitae ipsum lobortis, interdum risus et, laoreet elit.

✗ Sträck eller förvräng inte text

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur elit. Fusce nulla leo, luctus a neque at, ultrices elementum ligula. Nullam cursus ut mi et cursus. Nulla eu libero quis leo congue cursus. Sed vitae ipsum lobortis, interdum risus et, laoreet elit.

✗ Gör inte text till konturer

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur elit. Fusce nulla leo, luctus a neque at, ultrices elementum ligula. Nullam cursus ut mi et cursus. Nulla eu libero quis leo congue cursus. Sed vitae ipsum lobortis, interdum risus et, laoreet elit.

✗ Använd inte för tätt teckenavstånd

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur elit. Fusce nulla leo, luctus a neque at, ultrices elementum ligula. Nullam cursus ut mi et cursus. Nulla eu libero quis leo congue cursus. Sed vitae ipsum lobortis, interdum risus et, laoreet elit.

✗ Använd inte för tätt radavstånd

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur elit. Fusce nulla leo, luctus a neque at, ultrices elementum ligula. Nullam cursus ut mi et cursus. Nulla eu libero quis leo congue cursus. Sed vitae ipsum lobortis, interdum risus et, laoreet elit.

✗ Använd inte marginaljusterad text

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur elit. Fusce nulla leo, luctus a neque at, ultrices elementum ligula. Nullam cursus ut mi et cursus. Nulla eu libero quis leo congue cursus. Sed vitae ipsum lobortis, interdum risus et, laoreet elit.

✗ Använd inte typsnitt som inte är godkända

Grafiska element

Våra grafiska element är bärande för vårt visuella uttryck och används för att skapa en stark och tydlig identitet. De ger karaktär, sammanhang och igenkänning i all kommunikation. Elementen ska användas med omtanke och konsekvens för att förstärka vårt varumärke och säkerställa ett enhetligt, distinkt uttryck över alla kanaler.

4.1	Triangelmönster	26
4.2	Triangelement	27
4.3	Triangelement – Färganvändning	28
4.4	Den gula linjen	29
4.5	Den gula linjen – Färganvändning	30
4.6	Tunna streck	31
4.7	Moduler	32
4.8	Sekundärt element – Höjdkurvor	33
4.9	Sekundärt element – Stigar	34
4.10	Punktlistor	35

Triangelmönstret är vårt huvudsakliga grafiska element och en central identitetsbärare. Det används för att skapa igenkänning och ett tydligt visuellt uttryck. Formen är hämtad från orienteringens klassiska kontrollskärm, samt karttecken för stenar.

Mönstret används på framsidor samt på profilerande ytor som exempelvis påsar och visitkort. På framsidor kan mönstret placeras i nedre högra hörnet och används alltid på mörkblå bakgrund och tillsammans med den gula linjen.

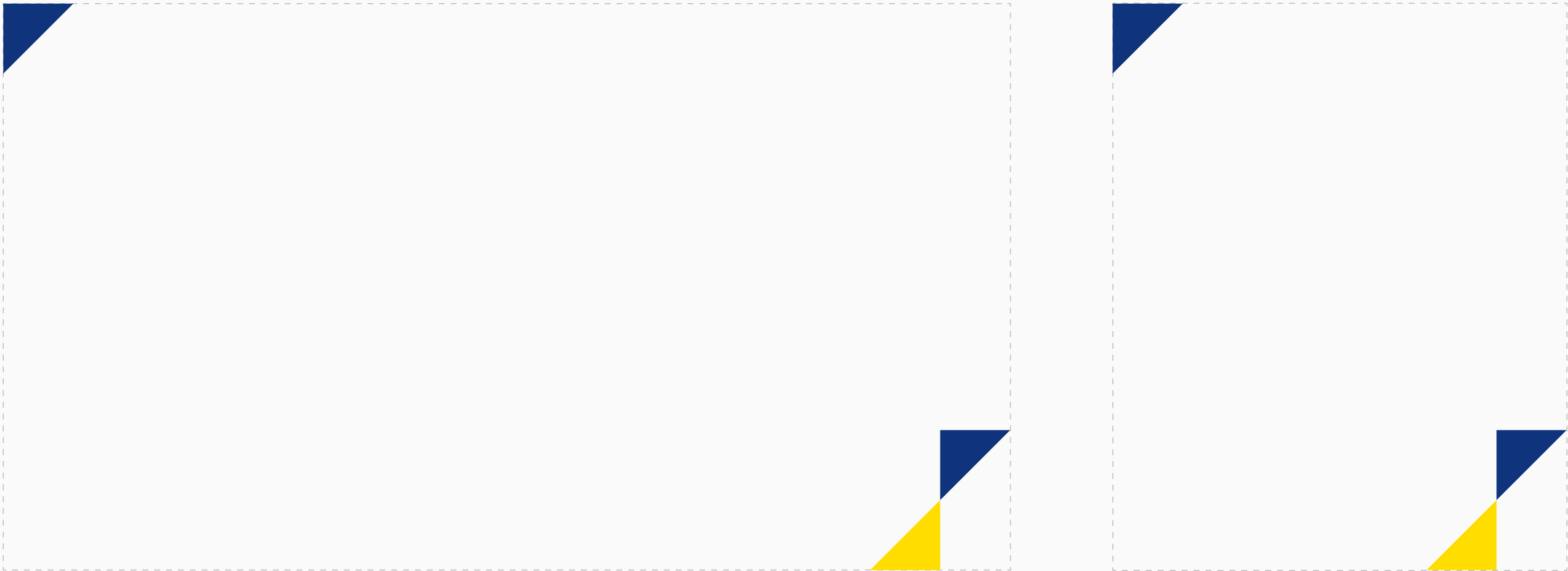
Triangelmönstret ska inte användas i inlagor eller uppslag. För innehållssidor används istället triangelementen enligt riktlinjerna i manualen.



Triangelementen är uttagna former från det större triangelmönstret och används som fristående grafiska element. De ger flexibilitet samtidigt som de behåller kopplingen till helheten. Trianglarna placeras alltid i samma storlek, i första hand med **en i det övre vänstra hörnet** och **två i det nedre högra hörnet**.

Triangelementen kan användas inne i material, exempelvis på uppslag eller i digitala format, men även på framsidor tillsammans med bild samt i sociala medier och annan digital kommunikation.

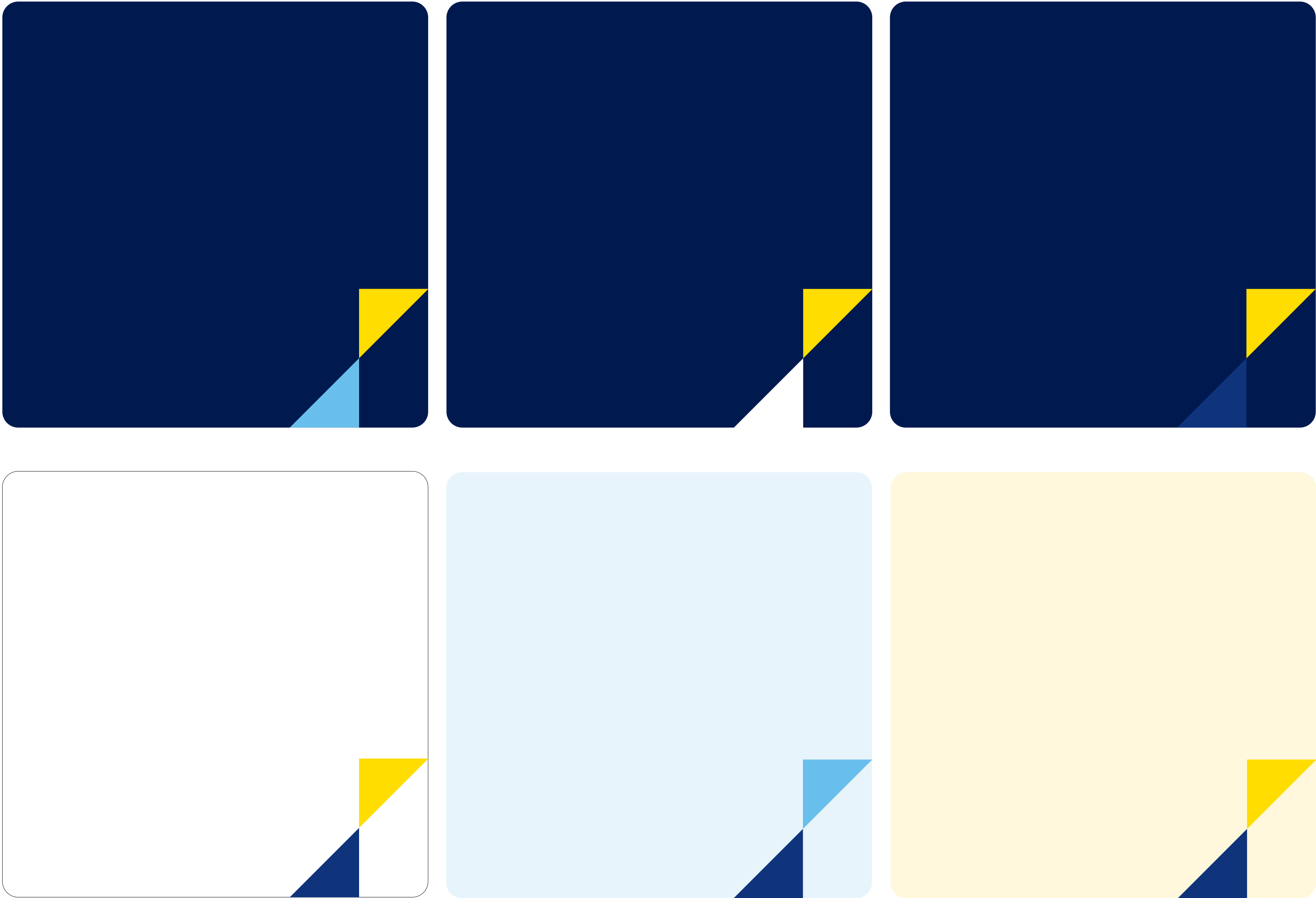
Triangelementen ska alltid användas sparsamt och konsekvent, och aldrig bilda nya mönster eller kombinationer utanför riktlinjerna.



Triangelementen används i färger från den fastställda färgpaletten.

Den gula triangeln ska inte användas på ljusblå bakgrund, då kontrasten blir för låg.

- ✓ Mörkblå bakgrund: Blå, klarblå, gula och vita trianglar
- ✓ Vit bakgrund: Blå och gula trianglar
- ✓ Ljusblå bakgrund: Blå och klarblå trianglar
- ✓ Ljusgul bakgrund: Blå och gula trianglar



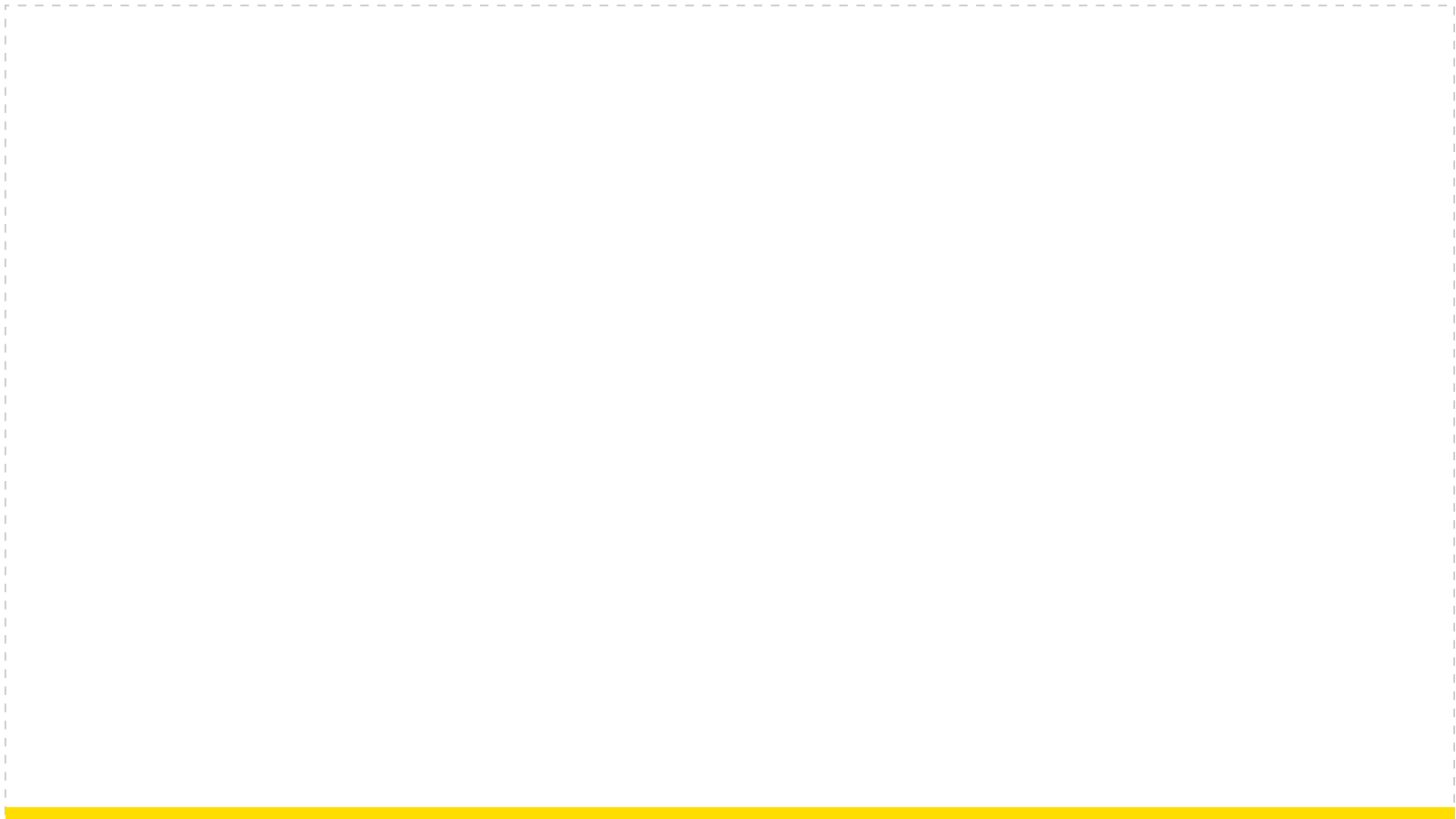
Den gula linjen är ett grafiskt element som används för att skapa igenkänning, energi och tydlig avsändare. Den kan användas på framsidor och profilmaterial tillsammans med triangelmönstret eller triangelementen.

Den gula linjen kan även användas inne i material samt andra sammanhang, såsom i sociala medier och digital kommunikation, där den fungerar som ett sammanhållande visuellt inslag.

Linjen ska användas konsekvent i färg, form och placering för att behålla ett enhetligt uttryck.

Höjd på den gula linjen:

- Liggande presentation: 18 px
- Sociala medier: 26 px
- A4-dokument: 4 mm



Liggande presentation: 18 px hög linje (0,3 cm i PowerPoint)



A4-dokument: 3 mm hög linje



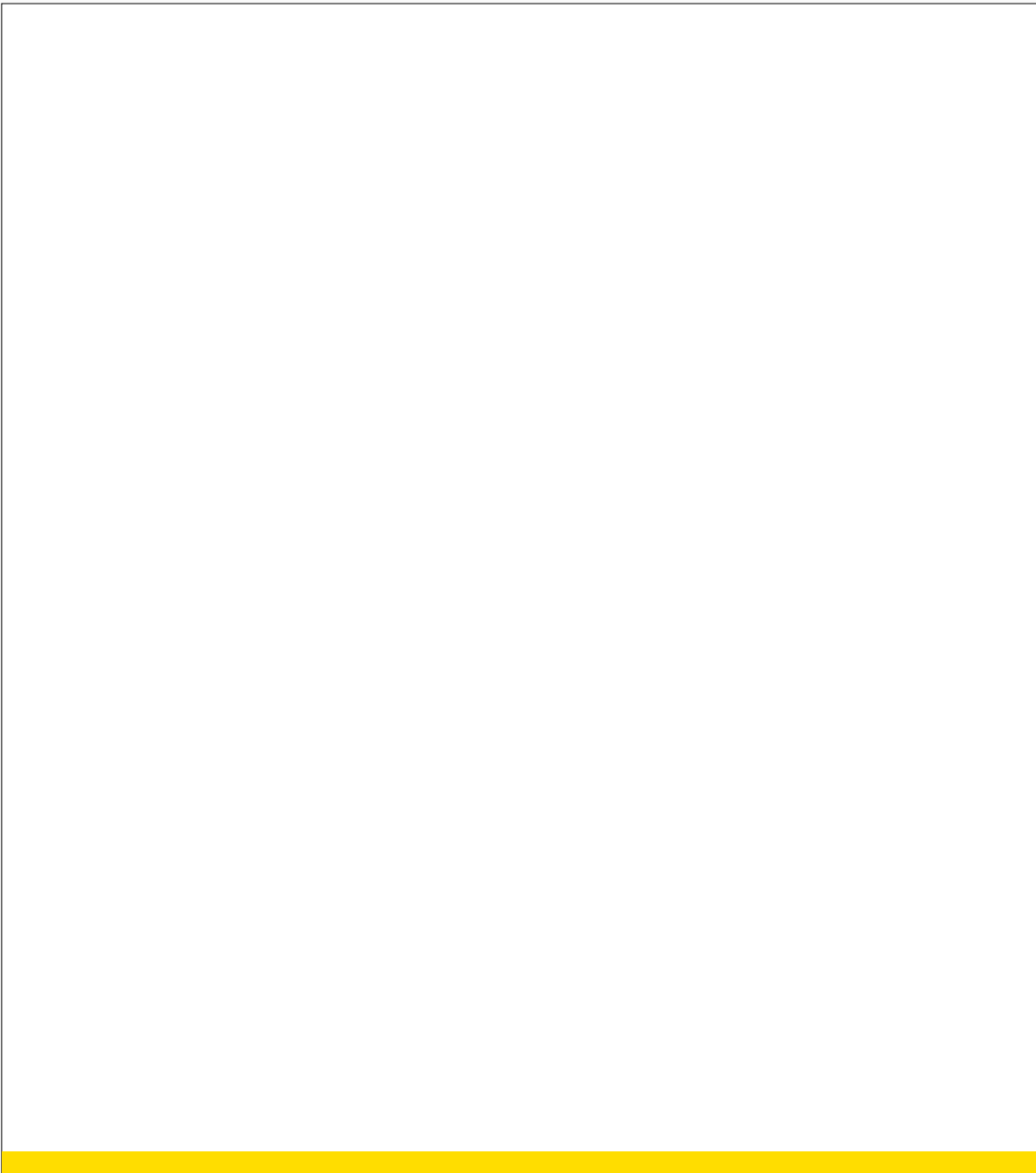
Sociala medier: 26 px hög linje

Det gula strecket används på mörkblå och vit bakgrund.

Det gula strecket ska inte användas på ljusblå bakgrund, då kontrasten blir för låg.



✓ Gult streck på mörkblå bakgrund



✓ Gult streck på vit bakgrund

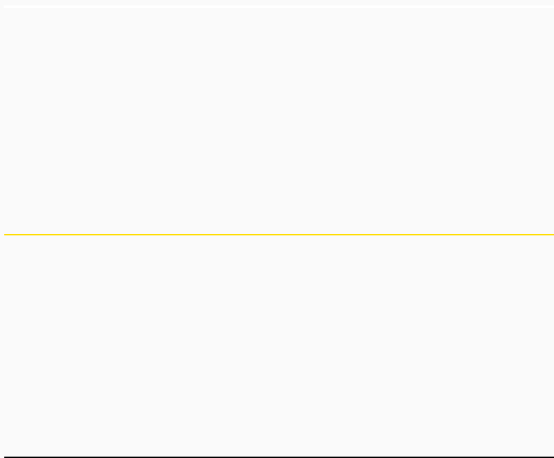


✗ Gula strecket används ej på ljusblå bakgrund

Tunna streck i gult, vitt eller svart används som ett diskret grafiskt verktyg för att skapa struktur, balans och tydlighet i layouten. De bidrar till ett avskalat och professionellt uttryck och hjälper till att guida blicken genom innehållet.

Linjerna kan användas som avdelare, för att markera sektioner eller placeras före rubriker och texter för att skapa rytm och hierarki. Använd dem sparsamt och konsekvent för att förstärka layouten utan att ta fokus från innehållet.

Tjocklek: 0,5 px eller 0,5 pt



Vitt tunt streck

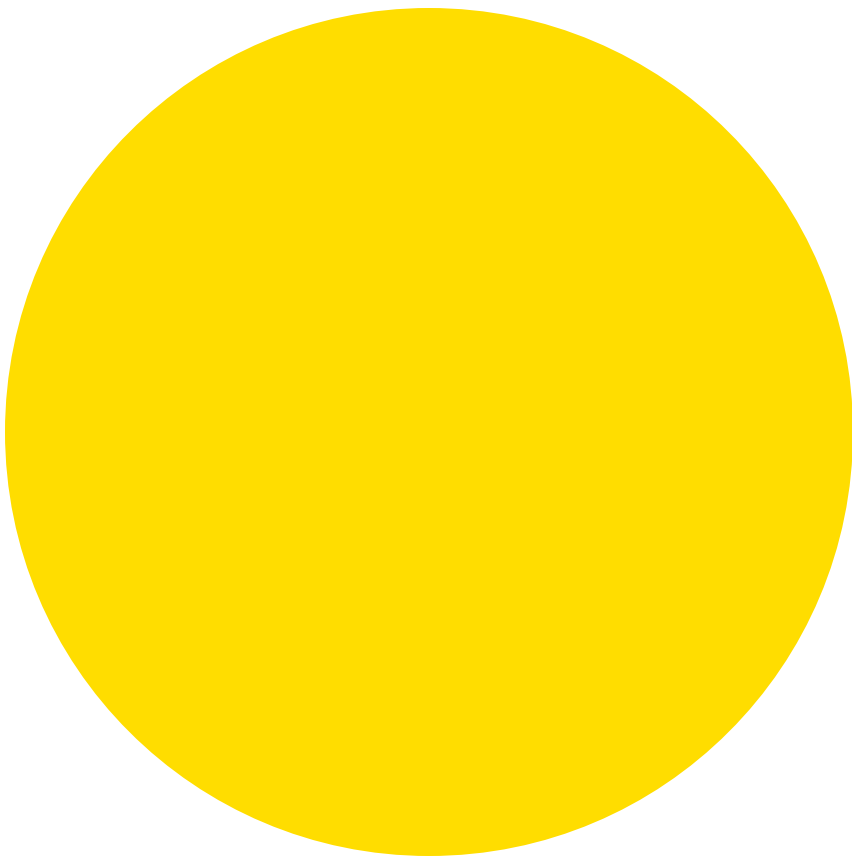


Gult tunt streck

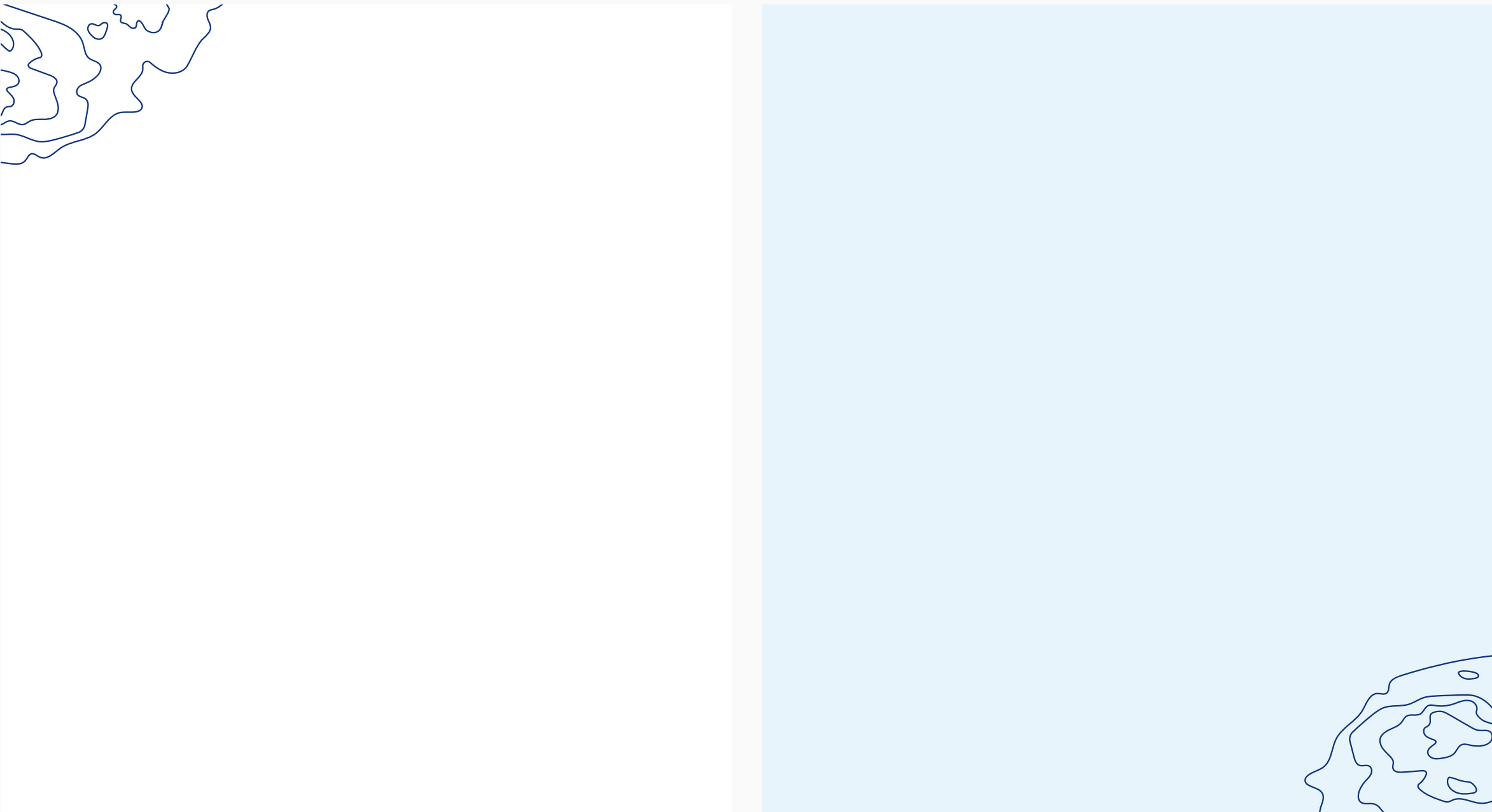
Modulerna används i inlagor, uppslag och liknande material för att strukturera och lyfta innehåll. De kan fyllas med rubrik, brödtext eller enklare information och fungerar som ett stöd för tydlig och lättläst kommunikation.

Använd modulerna för att framhäva viktiga budskap, sammanfattningar eller fakta. De ska användas i linje med typografi och färgpalett för att skapa ett sammanhållet och tydligt uttryck.

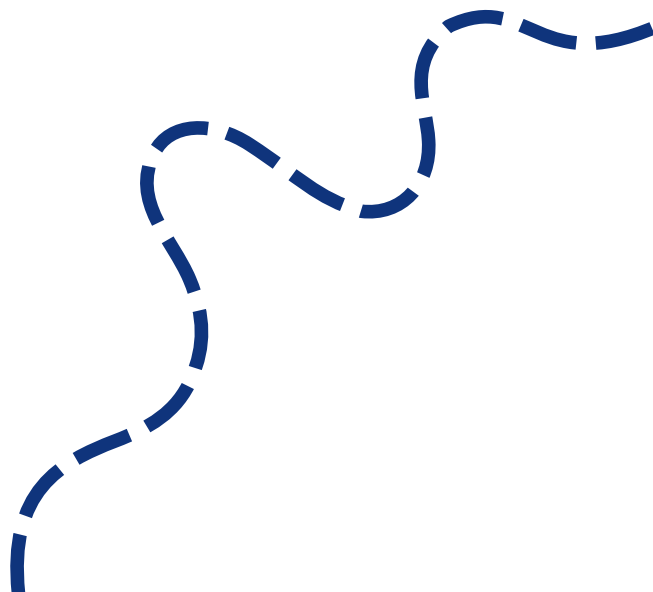
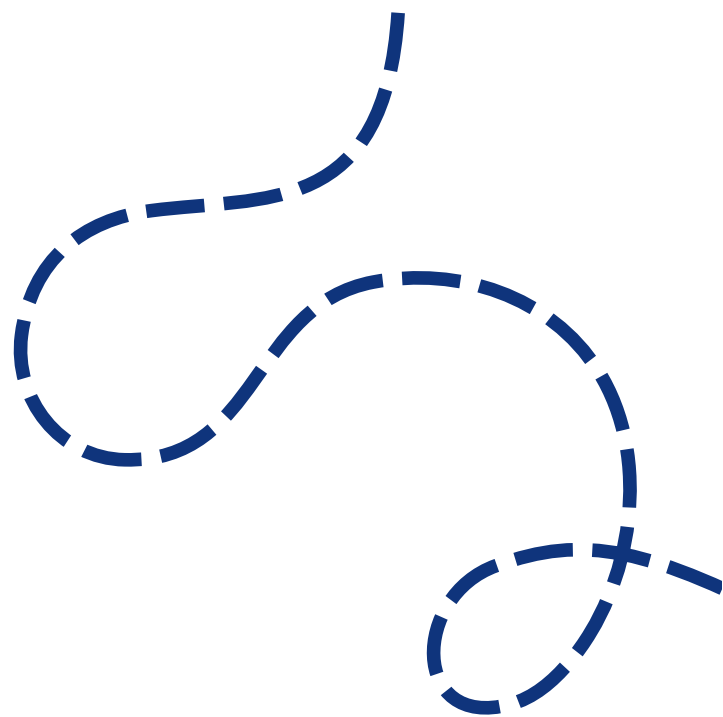
Färger:
Ljusblå, vit, blå, gradient eller gul.



Höjdkurvor kan användas som ett sekundärt grafiskt element för att skapa variation i layouten. Elementet ska användas som ett diskret komplement i inlagor eller andra utvalda tillämpningar där uttrycket behöver brytas upp. Höjdkurvor ska användas sparsamt och aldrig ta fokus från innehåll, bild eller primära grafiska element.



Stigar kan användas som ett sekundärt grafiskt element för att skapa variation i layouten och leda blicken. Elementen ska användas som ett diskret komplement i inlagor eller andra utvalda tillämpningar där uttrycket behöver brytas upp. Stigar ska användas sparsamt och aldrig ta fokus från innehåll, bild eller primära grafiska element.



Triangelementen kan användas som listmarkörer (bullet points) i punktlistor. Vid användning som bullets ska gula trianglar användas på vit eller mörkblå bakgrund och klarblå trianglar på ljusblå bakgrund, för att säkerställa god kontrast och ett sammanhållet uttryck.

- ▲ Lorem ipsum dolor sit amet
- ▲ Lorem ipsum dolor sit amet
- ▲ Lorem ipsum dolor sit amet

- ▲ Lorem ipsum dolor sit amet
- ▲ Lorem ipsum dolor sit amet
- ▲ Lorem ipsum dolor sit amet

Bildmanér

Bilder hjälper oss att skapa liv och känsla. Oavsett om det gäller stillbild eller video skapar bilderna direkt kontakt med vår målgrupp på ett mer personligt plan. Vi arbetar med en naturlig fotografisk stil som speglar vår vision och våra värderingar och som gör vårt uttryck tydligt och igenkännbart.

5.1	Bildmanér	37
5.2	Bildramar	38
5.3	Gradient	39

Våra bilder ska vara ljusa och levande, med människor i centrum. Bildspråket ska förmedla rörelse, energi och glädje, med färger som är klara och mättade utan att upplevas överdrivna. Ibland kan kort skärpedjup användas för att skapa effekt.

Undvik Stockphoto-bilder och AI-bilder.



Bildramarna bidrar till igenkänning och används för att lyfta fram människor, rörelse och detaljer inom orienteringen. De har sin grund i orienteringens geometriska former. Triangeln och 45-gradersfasade hörn hämtar sitt uttryck från kontrollskärmen, cirkeln från kontrollringen och runda karttecken som exempelvis stenar, medan rundade fyrkanter och rektanglar knyter an till byggnader och andra konstruerade objekt på kartan. De mjuka kanterna skapar ett modernt, vänligt och bearbetat uttryck som känns tillgängligt. Se till att rundningen liknar dessa former.



Rekommenderad för enkel användning



Rekommenderad för enkel användning



Används främst av design- och kommunikationsteam eller i färdiga mallar och ramar



Används främst av design- och kommunikationsteam eller i färdiga mallar och ramar

Gradient används för att mörka ner delar av en bild och skapa tillräcklig kontrast för text och grafiska element. Den används främst när text placeras ovanpå bild och bidrar till god läsbarhet utan att ta bort bildens uttryck.

Gradienten ska alltid utgå från vår blå färg och gå från 0–100 % opacitet med en mjuk övergång. Använd gradienten med återhållsamhet och endast där den fyller en tydlig funktion.



6

Ikoner & knappar

Ikoner och knappar används för att förenkla navigation och guida användaren till handling. De ska vara tydliga, konsekventa och lätta att känna igen. Ikoner och knappar används främst i digitala sammanhang och ska ha god kontrast mot bakgrunden för att säkerställa läsbarhet, tillgänglighet och ett sammanhållet uttryck.

6.1	Siffror, pilar & knappar	41
6.2	Ikoner	42

Siffror

Siffror används för att lyfta fram viktiga värden och skapa tydlighet i vår kommunikation. De ska presenteras på ett konsekvent och lättläst sätt och fungera som visuella ankare som snabbt förmedlar information. En enhetlig hantering av siffror bidrar till ett strukturerat uttryck och stärker igenkänningen av vårt varumärke.

Knappar

Knappar är centrala för användarens interaktion och ska vara tydliga, tillgängliga och konsekventa i sitt uttryck. De guidar användaren vidare och skapar ett intuitivt flöde i både digitala och tryckta sammanhang. Genom konsekvent utformning och användning stärker knappar både användbarheten och vårt visuella uttryck.

Färgkontrasten ska alltid vara hög och tillgänglig, så val av färg på siffror, pilar och knappar beror på bakgrundsfärgen.

✓ Gula siffror och knappar på mörkblå bakgrund

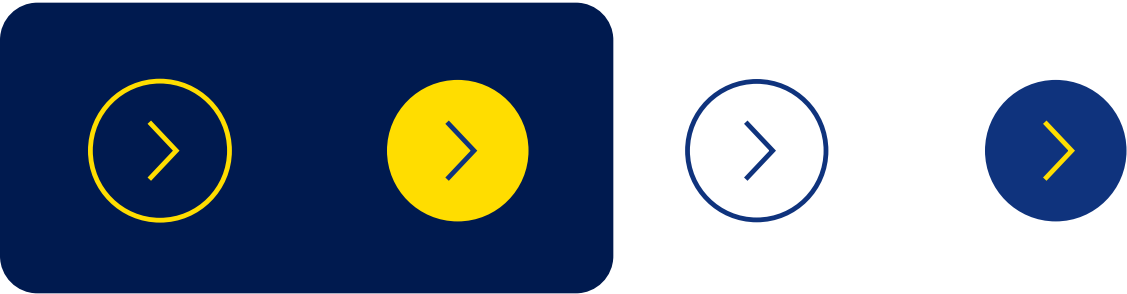
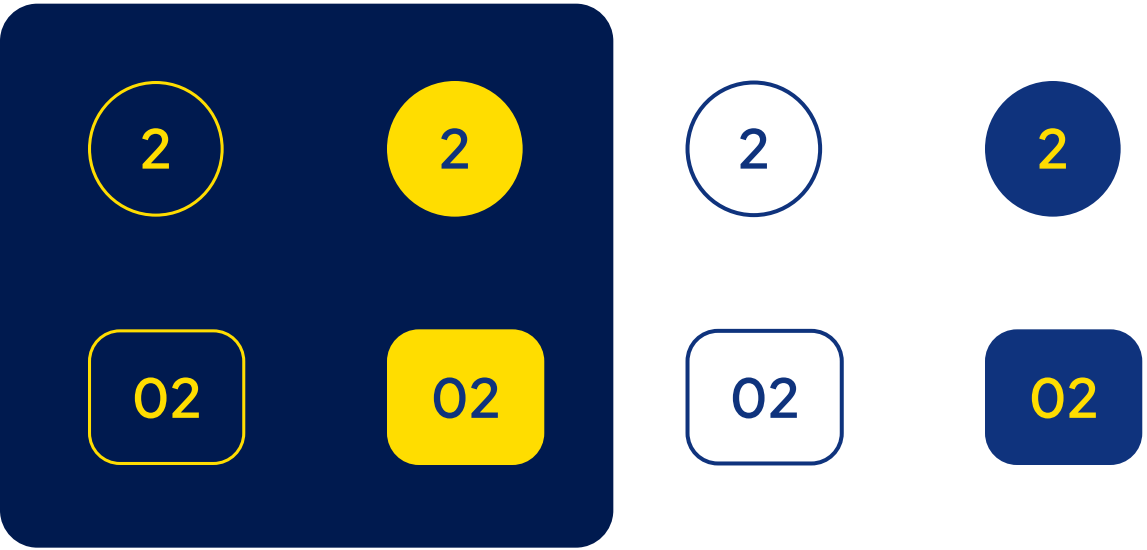
✓ Blå siffror och knappar på vit, ljusblå eller ljusgul bakgrund

Ikoner & knappar

Siffror Plus Jakarta Sans SemiBold

Pilar

Knappar Plus Jakarta Sans Bold Versaler
Teckenavstånd 50 (InDesign)/5%



Våra ikoner är framtagna för att fylla en tydlig funktion och för att förenkla och tydliggöra ett budskap i en lättigenkännbar form. Ikonerna används för att illustrera idéer, visa funktioner på ett ögonblick och stödja användbarhet, särskilt i digitala sammanhang.



Orienteringslöpning
(OL)



Skidorientering
(SkidO)



Mountainbikeorientering
(MTBO)



Precisionsorientering
(PreO)



Nyfiken



Modig



Stolt



Karta



Kontroll



Digitalt



Mark



Stjärna



Ledare



Utbildning

Applicering

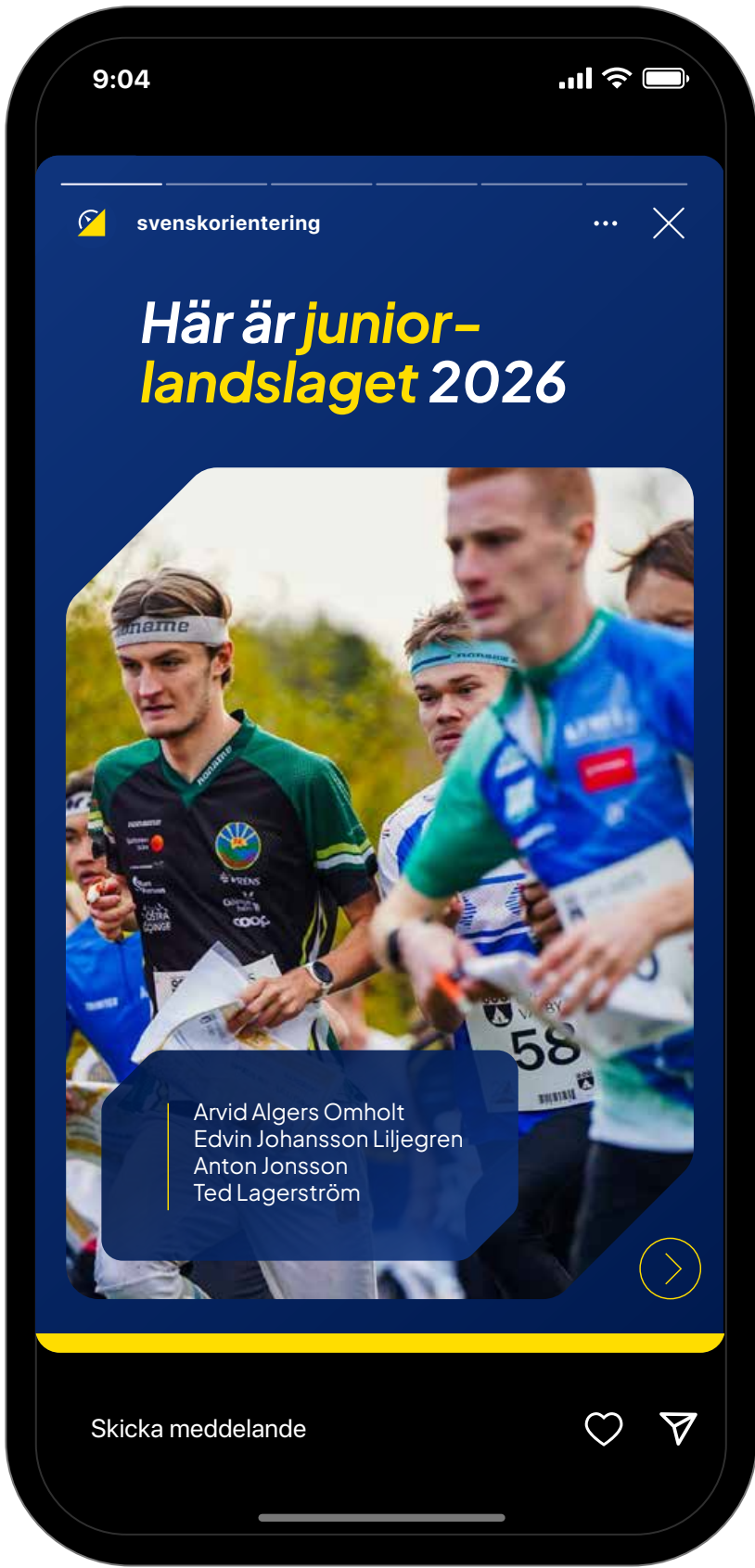
Vi använder ett konsekvent visuellt språk i alla sammanhang för att stärka igenkänningen av vårt varumärke. All vår kommunikation, oavsett om den är digital, tryckt, i montrar eller utomhus, ska följa samma visuella system och hålla en tydlig och sammanhållen form.

7.1	Instagramposts	44
7.2	Instagram Stories	45
7.3	Layout dokumentframsidor	46
7.4	Inlagor & uppslag	47
7.5	Inbjudan	48
7.6	Diplom	49
7.7	Layout enklare dokument	50
7.8	Presentationsslides	51
7.9	Kampanjtor	52
7.10	Statistik & grafer	53
7.11	LinkedIn-banner	54
7.12	Videografik	55
7.13	Teams-bakgrund	56
7.14	Översikt	57

Här visas exempel på hur vårt visuella uttryck kan tillämpas för att skapa ett enhetligt och igenkännbart uttryck i sociala medier. I annonserat material kan ett mer grafiskt uttryck användas, medan innehåll i flödet bör vara något mer nedtonat för att upplevas naturligt och lättillgängligt.



Här visas exempel på hur vårt visuella uttryck kan tillämpas för att skapa ett enhetligt och igenkännbart uttryck i sociala medier. I annonserat material kan ett mer grafiskt uttryck användas, medan innehåll i flödet bör vara något mer nedtonat för att upplevas naturligt och lättillgängligt.



Elementen linjeras
i vänsterkant



Framsida med mönster placerat i höger nederkant.



Framsida med bild i bildform och trianglar som grafiska element.



Framsida med helbild och trianglar som grafiska element.

Inlagor och uppslag används för längre innehåll som rapporter, presentationer och redaktionellt material. Layouten ska vara luftig och strukturerad, med tydlig rubrikhierarki och god balans mellan text, bild och grafiska element.

Färger, typografi och triangelement används konsekvent enligt den grafiska identiteten. Det gula strecket är frivilligt i inlagor och uppslag och används endast när det tillför tydlighet eller igenkänning, inte som ett krav.

Hållbarhetsrapport 2026

Hållbarhetsrapport 20269

Kärnvärden, vision & värdegrund

Kärnvärden

Våra kärnvärden är de ledord som förklarar vilka tillstånd vi önskar att svensk orientering ska behålla sig i. Dessa kärnvärden ska leda oss framåt i vår utvecklingsresa. Kärnvärdena ska genomsyra vår verksamhet och vara med oss i allt vi gör. Tillståndet önskar vi både mellan individer och till vår omvärld samt i relation till all vår verksamhet.

NYFIKENHET

Vi väljer att vara nyfikna på vår omvärld och de människor vi har runt omkring oss. Vi visar nyfikenhet och försöker förstå varandras perspektiv. Vi är nyfikna på nya infallsvinklar.

MOD

Vi väljer att vara modiga i våra val. Vi har mod att utmana och utmanas och våga att förändra och våga prova nytt. Vi har mod att vara tydliga och vi tar ansvar för vår idrotts utveckling.

STOLTTHET

Vi känner stolthet över svensk orientering. Vi är stolta över allt bra vi gör och vi ägnar på ett sätt som bidrar till känslan av stolthet.

Svensk Orientering – För alla hela livet

SVENSK ORIENTERING

Står för att vi utövar idrotten orientering och att vi utgår från Sverige.

FÖR ALLA

Vi välkomnar alla till orienteringen och vår arena oavsett förutsättningar och ambition. Vi agerar jämlikt och inkluderande och värderar samarbete högt.

HELA LIVET

Vi bedriver idrott för alla oavsett ålder. Vi ger inspiration och skapar glädje för alla hela livet.

Orientering

Orientering innebär att med karta och kompass navigera sig fram i terrängen. Allt fler upptäcker hur kul det att träna med både kroppen och hjärnan!

Här vill vi kort berätta om orienteringens grunder och om Hittahem, en orienteringsaktivitet för alla. I Hittahem finns banor i bostadsområden och parker, men inte i stora skogar. Därför är Hittahem en perfekt aktivitet för dig som inte tidigare testat orientering. Banorna bjuder även på utmanande vägval för vana orienterare.

Det här är orientering

Visste du att du orienterar när du i vardagen ska hitta till en ny plats? Du tar del av en beskrivning, jämför med verkligheten, håller utkik efter ett landmärke att ta sikte på. Så småningom är du framme – kanske för att möta en vän eller njuta av en vacker utsikt.

Orientering som idrott handlar om precis samma sak – att röra på sig, hitta rätt, komma i mål och dela upplevelsen med andra.

En orienteringsbana består av start, en rad kontroller som ska besökas i rätt ordning, och mål. Kontrollerna är markerade med ringar på kartan och med orange-vita skärmar i terrängen.

Det går att orientera i både skog och stad, alla miljöer har sina utmaningar. Tävlingar arrangeras oftast på nya platser men det går jättebra att orientera på samma ställe flera gånger. Orientering är ett bra sätt att upptäcka sitt närområde på eller olika delar av Sverige!

En idrott för hela livet

Ung eller gammal, nybörjare eller erfaren – orientering är en idrott som passar alla. På orienteringstävlingar finns det oftast tävlingsskolor från 8 till 85 år, och man ser ofta flera generationer som idrottar samtidigt. Alla kan delta och orientera på sina egna villkor, och det är aldrig för sent att börja!

Orientering är mycket mer än motion och tävling – den sociala gemenskapen är en stor del av idrotten. Många föreningar anordnar soppkvällar och fika i anslutning till träningar.

BLI BÄTTRE PÅ MYCKET

I orientering får du träna på många olika saker. Du får:

☒ Lära dig att leta

☒ Öva på att vänta på din tur

☒ Bättre motorik

☒ Bättre kondition och styrka

☒ Öva på siffror och nummerordning

☒ En rolig stund i naturen

☒ Träffa nya människor

☒ Bättre självförtroende och ansvarskänsla

VISSTE DU ATT...

...det finns omkring 550 orienteringsklubbar i Sverige, som ordnar träning, tävling och prova på-aktiviteter?

...det finns massor av möjligheter att prova orientering, både i grupp och på egen hand?

Läs mer i slutet av broschyren!

Inbjudningar följer Svensk Orienterings grafiska identitet med konsekvent användning av färger, typografi och grafiska element. Bild används för att skapa engagemang, medan rubriker och informationsytor strukturerar innehållet och gör det lätt att ta till sig.

Logotyp, triangelement och den gula linjen används för att säkerställa igenkänning och ett sammanhållet uttryck, oavsett kanal eller format.



Rikslägre sommar 2026



**NYRITADE
KARTOR!**

Över 10 km² nyritade kartor och de flesta övningar kommer gå på dessa.

Inbjudan

RIKSLÄGRET 23–28 JUNI 2019 I IDRE FJÄLL

DET HÄR INGÅR

Förutom att umgås och träffa ungdomar och ledare från hela Sverige ingår ett smörgäsbord av teknikträningar, föreläsning, aktivitetskort och present. Helpension och boende i stuga fem nätter.

Lägeravgiften är 2 850 kr för deltagare och 2 950 kr för ledare.

RESA OCH LEDARE

Du ordnar tillsammans med din klubb resan till och från Idre. Samordna gärna med andra klubbar. Under lägre behöver ni ha tillgång till transport för att ta er till träningarna. Varje klubb ska ha med minst en ledare per påbörjat tiotal deltagare, gärna fler ledare om möjligt. Samarbeta gärna med andra klubbar. Som ledare är du ansvarig för ungdomarna både under träning och all övrig tid.

Se filmen från Rikslägre 2018 på <https://youtu.be/5KWdMOBiRYw>

På Rikslägre blogg rikslagret2019.wordpress.com kommer mer information att läggas ut under våren.

ANMÄLAN VIA EVENTOR

<https://eventor.orientering.se/Activities/Registrer/9440> senast 26 maj. Efteranmälningar debiteras med 250 kronor.

FRÅGOR

Namn Namnsson, namn.namnsson@orientering.se, 070–300 85 07

Välkommen till Idre Fjäll och årets roligaste läger!



Rikslägre sommar 2026



**NYRITADE
KARTOR!**

Över 10 km² nyritade kartor och de flesta övningar kommer gå på dessa.

Inbjudan

RIKSLÄGRET 23–28 JUNI 2019 I IDRE FJÄLL

DET HÄR INGÅR

Förutom att umgås och träffa ungdomar och ledare från hela Sverige ingår ett smörgäsbord av teknikträningar, föreläsning, aktivitetskort och present. Helpension och boende i stuga fem nätter.

Lägeravgiften är 2 850 kr för deltagare och 2 950 kr för ledare.

RESA OCH LEDARE

Du ordnar tillsammans med din klubb resan till och från Idre. Samordna gärna med andra klubbar. Under lägre behöver ni ha tillgång till transport för att ta er till träningarna. Varje klubb ska ha med minst en ledare per påbörjat tiotal deltagare, gärna fler ledare om möjligt. Samarbeta gärna med andra klubbar. Som ledare är du ansvarig för ungdomarna både under träning och all övrig tid.

Se filmen från Rikslägre 2018 på <https://youtu.be/5KWdMOBiRYw>

På Rikslägre blogg rikslagret2019.wordpress.com kommer mer information att läggas ut under våren.

ANMÄLAN VIA EVENTOR

<https://eventor.orientering.se/Activities/Registrer/9440> senast 26 maj. Efteranmälningar debiteras med 250 kronor.

FRÅGOR

Namn Namnsson, namn.namnsson@orientering.se, 070–300 85 07

Välkommen till Idre Fjäll och årets roligaste läger!

Intyg följer den grafiska identiteten med konsekvent användning av färger, typografi och grafiska element. Logotyp och triangelement används för att skapa igenkänning och ett professionellt helhetsintryck.



Enklare dokument används som standardlayout för medarbetare inom organisationen vid sammanställning av material och texter av olika slag. Layouten är framtagen för att vara flexibel och fungera för löpande informationsarbete, rapporter och underlag.

Färger, typografi och grafiska element följer den grafiska identiteten. Logotyp, triangelement och den gula linjen används sparsamt för att säkerställa igenkänning och ett enhetligt uttryck.

23 JANUARI, 2026

Svensk
Orientering

Blå rubrik här

En underrubrik på den här raden

Rubrik här

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Rubrik här

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Rubrik här

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue dui dolore te feugait nulla facilisi. Lorem ipsum dolor sit amet, cons ectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod doans.

Rubrik här

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

INFORMATION

En informationsruta där man kan skriva information som man vill lyfta fram.

Svensk
Orientering

En huvudrubrik här uppe

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

Rubrik här

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Rubrik här

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue dui dolore te feugait nulla facilisi. Lorem ipsum dolor sit amet, cons ectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod doans.

Rubrik här

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Rubrik här

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue dui dolore te feugait nulla facilisi. Lorem ipsum dolor sit amet, cons ectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod doans.

50 Svensk Orientering – Grafisk manual

PowerPoint-mallen säkerställer ett enhetligt och professionellt uttryck. Använd de fördefinierade layouterna och platshållarna för rubriker, text, bilder och diagram.

Färger, typografi och grafiska element ska följa den grafiska identiteten. Undvik egna effekter eller förändringar i layouten.

Mallen används som standard för både interna och externa presentationer. Det finns även en version av presentationen med alternativt typsnitt (Arial) som kan användas i de fall där mottagaren inte har det primära typsnittet installerat.



Svensk Orientering

Välj din egen väg





Klicka här för att lägga till en rubrik

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.





FÖR ALLA – HELA LIVET



Topp 10 av Sveriges mest jämställda idrotter*



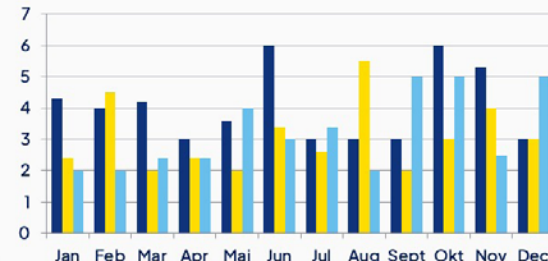
Elit och motionär tävlar tillsammans



Unga och gamla tränar och tävlar ihop

*sett till barn- och ungdomsledare

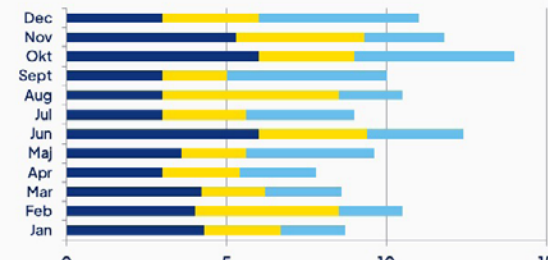
LOREM IPSUM



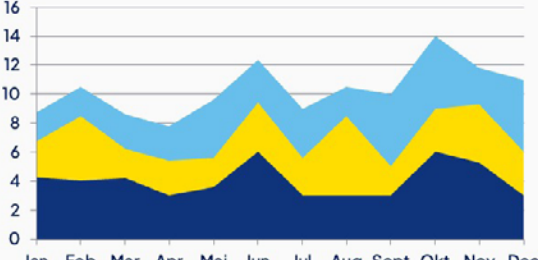
LOREM IPSUM



LOREM IPSUM



LOREM IPSUM



Kampanjtor används för att skapa känsla, engagemang och genomslag. Stora bilder fungerar som bärare av uttrycket, medan texten hålls kort och slagkraftig. Fokus ligger på stämning och berättelse snarare än detaljerad information.

Typografi och grafiska element används med återhållsamhet för att låta bilden ta plats. Helheten ska kännas kraftfull, modern och emotionell. Texten ska ha hög kontrast mot bilden och bilden ska inte ha detaljer i bakgrunden bakom texten.

Dessa layouter skapas av marknadsteamet eller designbyrå.

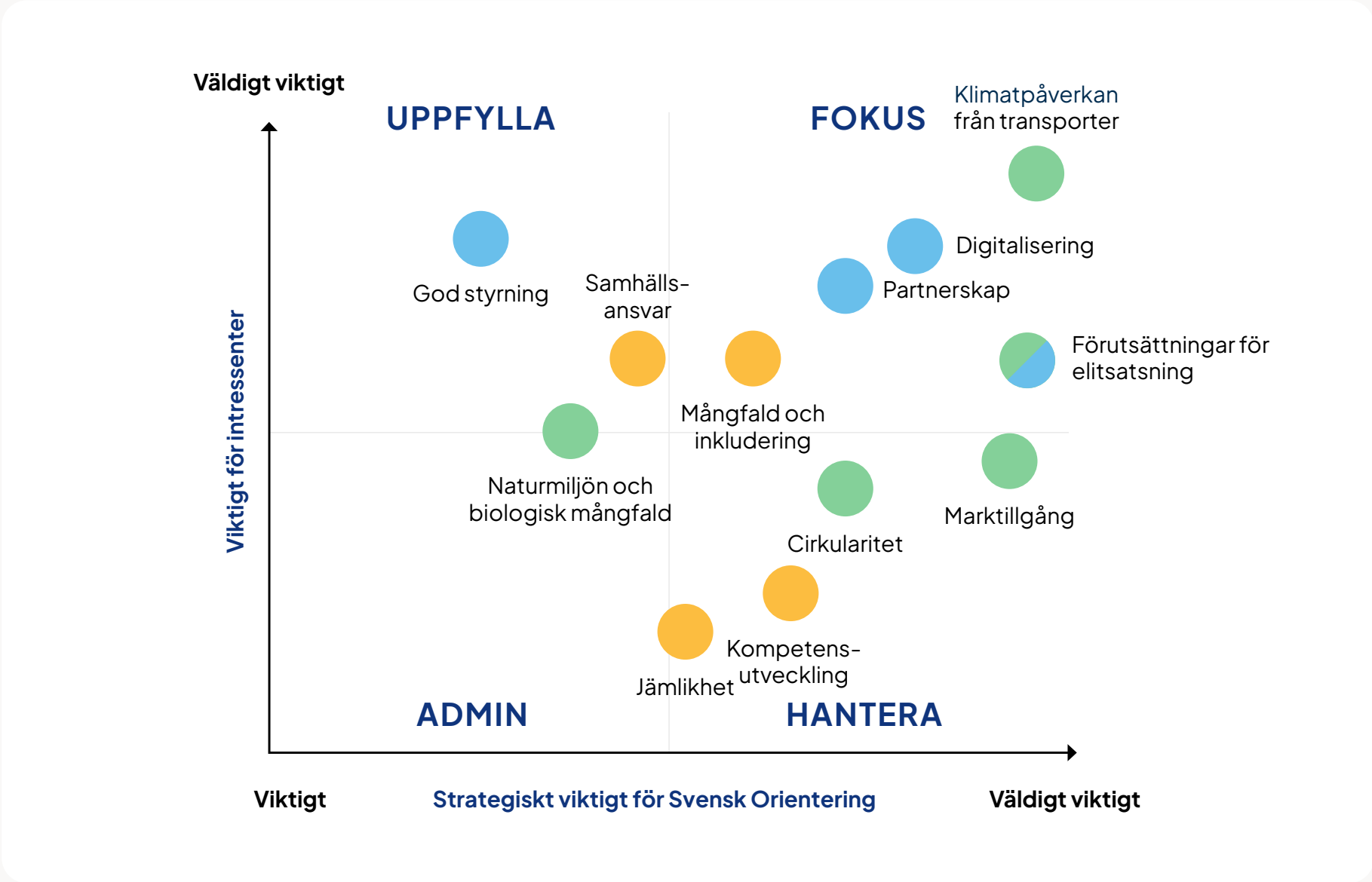


Statistik och grafer används för att tydliggöra information och göra data lätt att förstå. Utformningen ska vara ren, strukturerad och lättläst, med fokus på innehållet.

Använd färg konsekvent enligt färgpaletten och undvik onödiga detaljer. Grafer och diagram ska ha tydliga rubriker, enkel typografi och god balans mellan text och yta.

Väsentlighetsanalys

Varje område har fått en färg utifrån vilket hållbarhetsperspektiv de hör till: miljömässig, social och styrning/ekonomisk hållbarhet. De områden som finns i ringen är våra fem fokusområden.



FOKUSOMRÅDEN 2023–2025

- Klimatpåverkan från transporter
- Förutsättningar för elitsatsning
- Digitalisering
- Partnerskap
- Mångfald och Inkludering

- Miljö
- Socialt
- Styrning

LinkedIn-banners ska använda natur- eller skogsbilder som speglar orienteringens miljö. Bilden ska vara lugn, autentisk och ge utrymme för LinkedIns gränssnitt utan att viktiga detaljer skärs bort.

Triangelementen används diskret i kanterna för att skapa igenkänning och koppling till den grafiska identiteten.

Undvik text i bannern. Fokus ska ligga på bild, färg och form för ett professionellt och sammanhållet intryck.



Färdiga intro- och outrosekvenser finns tillgängliga för videoproduktion. På titelplattan anges text som beskriver aktuell tävling eller filmens titel.

Två namnplattor finns tillgängliga. Den lägst ned till höger kan vid behov kortas i vänsterkant för att anpassas efter namnets längd.

Format

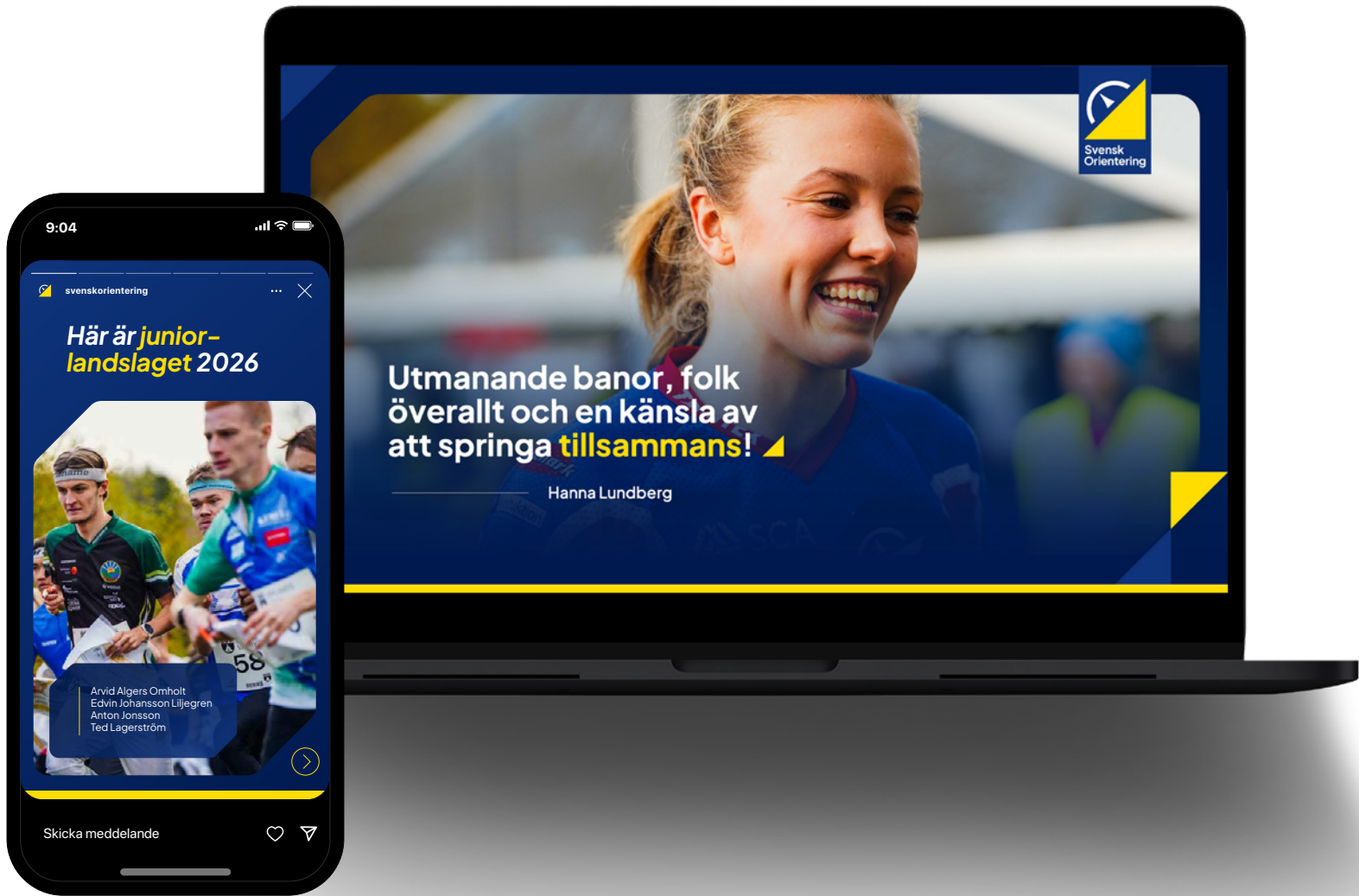
Liggande: 1920 x 1080 px

Stående: 1080 x 1920 px



Teams-bakgrunden används för att skapa ett enhetligt och professionellt uttryck vid digitala möten. Den mörkblå ytan ger lugn och tydlig inramning, medan logotyp och triangelement säkerställer igenkänning av Svensk Orientering. Bakgrunden är framtagen för digital användning och ska användas utan ändringar i färg, proportioner eller placering av grafiska element.





Checklista

När ditt grafiska material är färdigt, använd checklistan till höger som en sista genomgång. På så sätt säkerställer vi att kommunikationen är konsekvent och håller ihop i alla led.

Lycka till!

- ▲ Vår logotyp är placerad enligt riktlinjerna i **höger överkant** eller **höger nedre hörn**.
- ▲ Logotypen **syns tydligt** mot bakgrunden.
- ▲ Vi har använt rätt typsnitt: **Plus Jakarta Sans**
- ▲ **Texten syns tydligt** mot bakgrunden, oavsett om det är en bild eller färg.
- ▲ Våra **färger och grafiska element** gör att vi direkt ser att det är Svensk Orientering som är avsändare.
- ▲ Vi har **tillåtelse** att använda de bilder vi valt och de har en tydlig koppling till vår verksamhet.
- ▲ Sist, men inte minst – det ser **snyggt** ut!

Orientering – För alla, **hela livet**

Kontakt

SVENSKA ORIENTERINGSFÖRBUNDET

c/o Bauhaus Sickla
Sickla Allé 2–4 131 65 Nacka
info@orientering.se

KONTAKT

Tero Marjamäki
+46 73 653 71 36
tero.marjamaki@orientering.se

BYRÅKONTAKT

Sofie Redtzer
+46 73 938 31 11
sofie@sensibar.se