

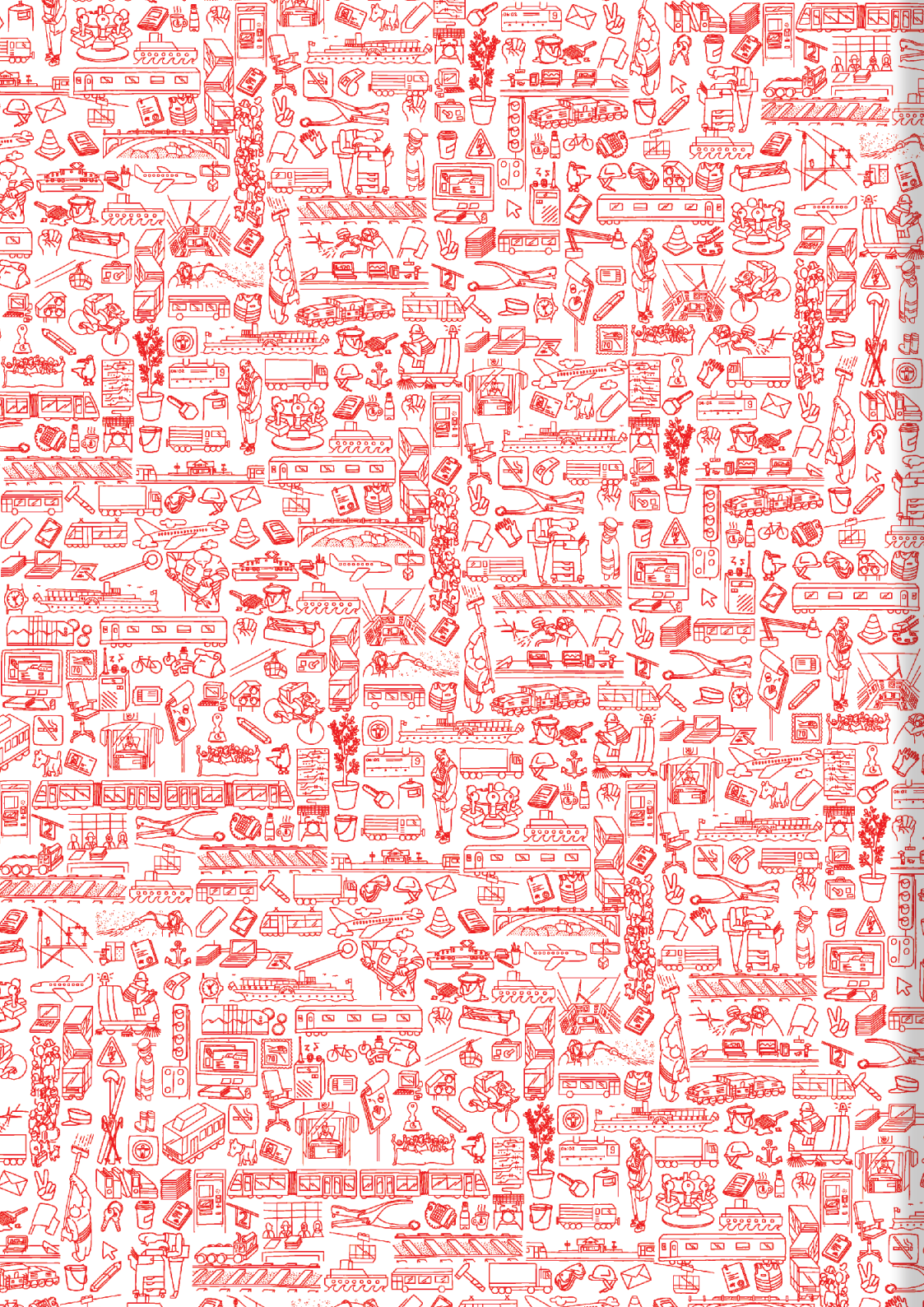
SEV 2018

Corporate-Design-Manual
Manuel de l'identité visuelle
Manuale di corporate design



Gewerkschaft des Verkehrspersonals
Syndicat du personnel des transports
Sindacato del personale dei trasporti

Deutsch



Corporate-Design-Manual SEV 2018

Gestaltungsrichtlinien für den einheitlichen Auftritt des
SEV und seiner Unterverbände.



Gewerkschaft des Verkehrspersonals
Syndicat du personnel des transports
Sindacato del personale del trasporto

Einleitung

Das Corporate Design (CD) ist ein zentrales Element der Identität eines Unternehmens und prägt dessen Erscheinung. Dieses zeichnet sich aus durch den konsequenten Einsatz und das optimale Zusammenspiel der grafischen Elemente die in diesem Booklet vorgestellt werden.

Im Design Manual sind die Gestaltungselemente festgelegt und deren unterschiedliche Anwendungsmöglichkeiten definiert.

Die in diesem Manual aufgeführten Richtlinien und Gestaltungsvorgaben sind für alle Mitglieder des SEV verbindlich und haben Grundsätzlich für alle internen wie externen Kommunikationsformen Gültigkeit.

Handbücher und Richtlinien sind noch keine Garantie zur Erreichung eines einheitlichen Erscheinungsbildes. Entscheidend ist das Bewusstsein und die Einsicht aller Mitglieder, dass sie bei der Festigung und Stärkung der Marke tatkräftig mitwirken können.

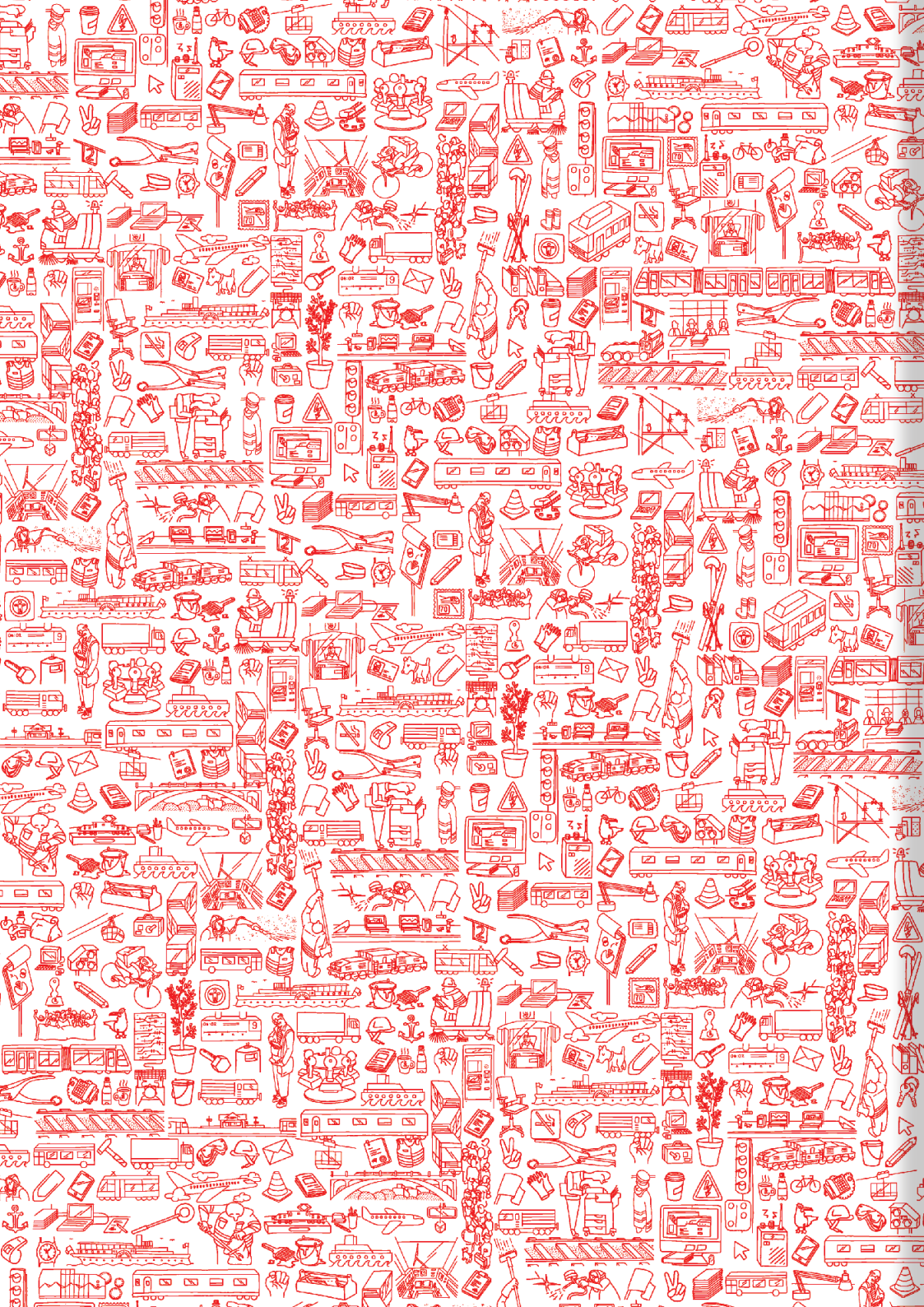
Faustregel #1: **Weniger ist mehr**

Der SEV hat eine klare Sprache, mit markantem Rot auf viel Weissraum. Farben, Bilder und Inhalte auf Kernbotschaft reduzieren, um diese stärker zu platzieren.

Faustregel #2: **Gestalten heisst schauen**

Dieses Manual kann nicht alle Fragen beantworten. Im Zweifelsfall einen Schritt zurücktreten und sich selber fragen: «Sieht das so aus, als ob es zu den weiteren neuen SEV-Produkten passt?» Vertraut euch und eurem Bauchgefühl.





Grundlagen

Die Gewerkschaft des Verkehrspersonals SEV ist die grösste und stärkste Gewerkschaft im Bereich des öffentlichen Verkehrs (öV) und der Touristischen Bahnen. Sie organisiert das Personal in den Branchen Bahn, Bus/ Nahverkehr, Schifffahrt, Touristische Bahnen sowie Luftverkehr.

So unterschiedlich Herkunft und Tätigkeit der SEV-Mitglieder auch sind, in einem sind wir uns einig: Wir treten ein für eine gerechte Bezahlung, menschenwürdige Arbeits-, Lebens- und Umweltbedingungen. Denn eine sich rasant entwickelnde Technologie, ungebremste Mobilitätsbedürfnisse und rücksichtsloses Gewinnstreben haben dazu geführt, dass sogar geltende Rechte von Angestellten in Frage gestellt werden. Deshalb sind die Beschäftigten mehr denn je auf den Schutz und die Unterstützung einer starken Gewerkschaft angewiesen. Der SEV ist kompetent; er bündelt die Erfahrungen aus den unterschiedlichen Berufsbereichen des Verkehrs.

Mehr noch als all diese Stärken soll das neue Re-Design helfen, eine Einheit aller Unterverbände, Sektionen und Kommissionen auf Kommunikationsebene zu haben und damit als Gewerkschaft stärker aufzutreten.



Gewerkschaft des Verkehrspersonals
Syndicat du personnel des transports
Sindacato del personale dei trasporti



Rangierpersonal
Personnel de la manœuvre
Personale di manovra



Logo

1.1 Wort-Bildmarke

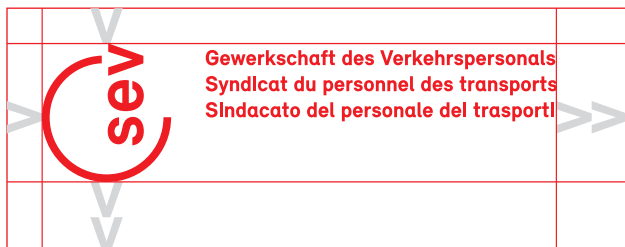
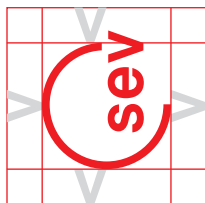
Das Logo des SEV besteht aus der Kombination von Wort- und Bildmarke. Für die einzelnen Unterverbände, Sektionen und Kommissionen werden Submarken verwendet.

Das Gewerkschaftslogo kann neben dem Basic-Logo aus Wort- und Bildmarke auch nur mit der Bildmarke oder sogar (Ausnahmefall) nur mit der Textmarke verwendet werden. Die Unterverbände können Basic-Logo oder nur die Bildmarke verwenden. Nur die Textmarke funktioniert hier nicht! Sektionen und Kommissionen müssen immer ihr Basic-Logo verwenden.

Wenn mehrere Sektionen und/oder Unterverbände gemeinsam eine Publikation oder ein Produkt herausgeben, wird nur ein Logo verwendet. Dabei wird der kleinstmögliche gemeinsame Nenner gesucht. Zwei verschiedene Sektionen aus dem gleichen Unterverband nutzen also das Unterverbandslogo. Zwei verschiedene Unterverbände nutzen das Gewerkschaftslogo.

Faustregel #3: **Bild- & Wortmarken**
 Gewerkschaft = Basic / Bildmarke / Wortmarke
 Unterverbände = Basic / Bildmarke
 Sektionen & Kommissionen = Basic

Faustregel #4: **Jeweils nur ein SEV-Logo auf einmal nutzen.**
 Dabei wird das Logo gewählt, welches dem kleinsten gemeinsamen Nenner entspricht.



Logo

1.2 Schutzzone

Eine Schutzzone ist eine um die Wort-Bildmarke verlaufende Sperrzone, in die keinerlei andere grafische Elemente hineinragen dürfen. Sie ist integraler Bestandteil der Wort-Bildmarke und ist in jedem Falle zu respektieren. Die Schutzzone ist wichtig, um der Bedeutung der Wort-Bildmarke als Symbol und Identifikationsträger des SEV gebührend Rechnung zu tragen und dessen Wirkung zu maximieren.

Der v aus der Bildmarke dient zur Ermittlung der Schutzzone. Oben und Links beträgt der Mindestabstand zu einem Element oder zum Rand des Layouts eine v-Höhe. Unten und rechts mindestens das Doppelte.

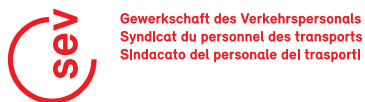
Bei Platzierung eines SEV-Logos neben Logos anderer Organisationen, steht das SEV-Logo jeweils am linken Rand und als Referenz gilt die Höhe der Bildmarke. Auch hier ist die Schutzzone zu beachten. Diese ist ein Mindestabstand. Wenn möglich darf gerne mehr Raum gelassen werden.



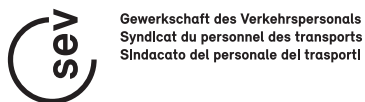
Faustregel #5: Gebt dem Logo Weissraum
 Es ist fast nicht möglich, zuviel Raum zu lassen. Im Zweifelsfall immer etwas mehr.



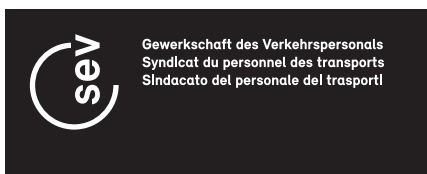
Primäre Anwendung



Anwendung Schwarz



Anwendung Negativ



Anwendung Negativ auf Foto mit neutralem, dunklen Hintergrund



Anwendung auf Foto mit unruhigem Hintergrund oder auf Farbflächen



Logo

1.3 Zulässige Anwendungen

Die Wort-Bildmarke wird in der Regel im SEV-Rot auf weißem Hintergrund verwendet.

Das Logo des SEV entfaltet seine Wirkung am stärksten auf weissem Hintergrund. Ist dies nicht möglich, kann die Schwarze- oder die Negativ-Anwendung verwendet werden.

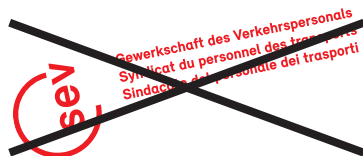
Bei Publikationen kann die Wort-Bildmarke bei schwarzem oder dunklem, ruhigen Hintergrund negativ verwendet werden. Bei der farbigen Verwendung erscheint das Logo in der dunkelsten der verwendeten Farben.

Wichtige Vorgabe bei der Anwendung der Wort-Bildmarke ist die Platzierung auf einem ruhigen, kontrastarmen Hintergrund, der weder die Wirkung des Gesamten, noch die Lesbarkeit der Wortmarke im Speziellen beeinträchtigt.

Änderung der Proportionen



Schräg stellen des Logos



Änderung der Wortmarke



Zu wenig Kontrast



Farbliche Veränderungen



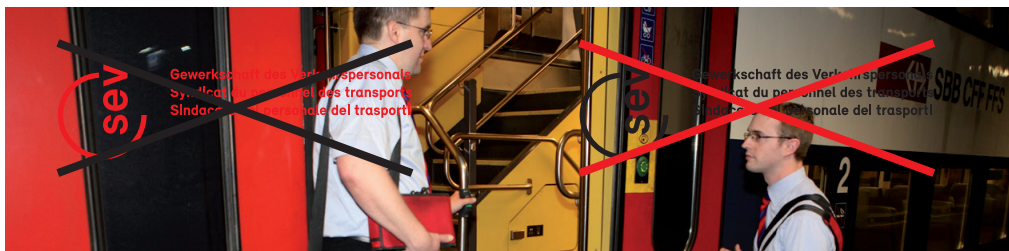
Veränderung der Position von Bild- zu Wortmarke



Anwendung Negativ auf Foto mit unruhigem Hintergrund



Anwendung Logo Positiv auf Foto und Farbfläche ohne weissen Balken



Logo

1.4 Unzulässige Anwendungen

Damit die Wort-Bildmarke ihre volle Wirkung entfalten kann, ideal zur Geltung kommt und eine optimale Lesbarkeit sicherstellt, ist sie gemäss dem vorliegenden Manual zu verwenden. Andere, nicht im CD-Manual vorgesehene Anwendungen und Modifikationen schwächen den Auftritt des SEV und mindern dessen Seriosität, Souveränität und Integrität. Sie können somit in grossem Masse imageschädigend wirken. Darüber hinaus werden der Symbolgehalt und die Aussagekraft der Wort-Bildmarke gemindert.

Dies gilt sowohl für falsche Darstellungen als auch für die Assoziation der Wort-Bildmarke mit Inhalten und Organisationen, die nicht mit den Leitwerten des SEV im Einklang stehen. Nebenstehend einige Beispiele, wie die Marke nicht eingesetzt werden darf.

- Das SEV-Logo darf weder verzerrt noch verbogen noch in den Grössenverhältnissen verändert werden.
- Die dreisprachige Bezeichnung der Wortmarke darf nicht verändert werden.
- Die Farbe des Logos darf nicht verändert werden.
- Das SEV-Logo darf nicht schräg gestellt werden.
- Der Kontrast zwischen Logo und Hintergrund muss gewährleistet sein. Wort- und Bildmarke des SEV-Logos dürfen nicht anders positioniert werden und das Grössenverhältnis zueinander muss gleich bleiben.
- Die Negativ-Anwendung des Logos darf nur auf einem ruhigen Hintergrund mit genügend Kontrast eingesetzt werden.
- Die rote- und schwarze Logoanwendung dürfen nur mit weissem Balken auf Fotos und Farbflächen platziert werden.

Faustregel #6: Nix ist erlaubt

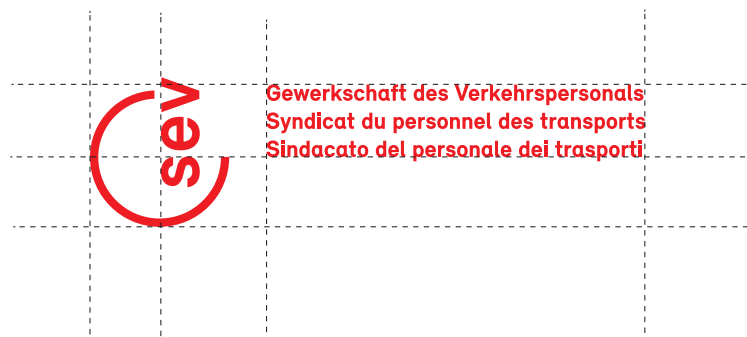
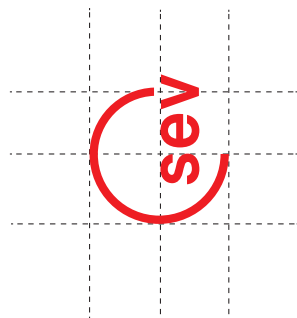
Da es nicht möglich ist, alle möglichen Fehlerquellen hier aufzuführen: orientiert euch lieber am Punkt 1.3 dieses Manuals und fragt euch: <Entspricht mein Entwurf einem dieser Punkte?>

Logo

1.5 Kombination Bild und Text

Für das Logo gelten zwingend die unter Punkt 1.2 beschriebenen Schutz-zonen.

Wird die Wort-Bildmarke oder ausschliesslich die Bildmarke mit weiteren grafischen Elementen wie Bild und Text eingesetzt, sollte die Platzierung zu den auf den nebenstehenden Abbildungen angezeigten Achsen erfolgen.



BEISPIEL:
Orientierung von Text an
einer möglichen Achse des
Logos.

Luptat. Dandis doluptamus ent lacin
auda consequis consequo mo volu
cumquam, optis solupta tiation re
arumqui sumendia quodignihil in
faccae. Et officipsapis sam cur
utectotate pa eicaerspiti, qui
ni natis am excea dolestium
corero quis aut est volor s
luptaturit idi aliquasperu
vero tempos inis plibus
vendit quiducia volupt
pe veles eumque num
ro inimaio ribus.
Lit am explitae por
caestin cimus, qui

Relevant Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

.,:;!?&@

Relevant Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

.,:;!?&@

Relevant Normal

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

.,:;!?&@

Relevant Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

.,:;!?&@

Typografie

2.1 Hausschrift

Die für den SEV und seine Unterverbände definierte Schriftfamilie prägen und transportieren auf subtile Weise den Charakter des SEV und erzeugen im Zusammenspiel mit dem Layout einen massgeblichen Wiedererkennungswert. Nur durch den korrekten Umgang mit den definierten Schriften kann eine ganzheitliche visuelle Kommunikation aus einem Guss erzielt werden, die die Marke des SEV stärkt.

Leserlichkeit. Moderne, charakterstarke Schriftfamilie. Weiterentwicklung einer aus dem Jahr 1927 von Robert Hunter Middleton entworfenen Schrift

Die Relevant wurde im Jahr 2007 von den Schweizer Schriftgestaltern Michael Mischler und Nik Thoenen entwickelt.

Faustregel #8: **Schriften nicht weitergeben**

Die Schriften sind im Logokoffer. Die Lizenzierung erlaubt die Installation der Schriften für SEV-bezogene Gestaltungszwecke.

Die Schriften dürfen nicht anderweitig verwendet werden.

Faustregel #9: **Logos nicht nachbauen**

Die Logos sind nicht mit diesen Schriftschnitten erstellt.

Absolut keine Logovarianten erstellen!

Hausfarbe

3.1 SEV-Rot

Der SEV kommuniziert mit der Farbe Rot auf weissem Hintergrund. Dies ermöglicht in der Schweizer Gewerkschaftslandschaft eine farbliche Position, und Sprache, die man nicht teilen muss. Dadurch ist der SEV als Absender immer sofort klar ersichtlich.

Das bis hierhin häufig genutzte weiss auf rot sollte vermieden werden, da andere grosse Organisationen alle um die Kommunikationshoheit kämpfen und einander so die Stimme nehmen.

Nur längere Fliesstexte sollten in schwarz gesetzt werden.



Rot

Pantone	CMYK	RGB
485C	0 100 100 0	226 0 26



Faustregel #10: Rot auf Weiss

Alles was möglich ist gestalten wir im SEV-Rot auf Weiss.

Faustregel #1: Weniger ist mehr

Der SEV hat eine klare Sprache, mit markantem Rot auf viel Weissraum. Farben, Bilder und Inhalte auf Kernbotschaft reduzieren, um diese stärker zu platzieren.

Faustregel #2: Gestalten heisst schauen

Dieses Manual kann nicht alle Fragen beantworten. Im Zweifelsfall einen Schritt zurücktreten und sich selber fragen: «Sieht das so aus, als ob es zu den weiteren neuen SEV-Produkten passt?» Vertraut euch und eurem Bauchgefühl.

Faustregel #3: Bild- & Wortmarken

Gewerkschaft = Basic / Bildmarke / Wortmarke
Unterverbände = Basic / Bildmarke
Sektionen & Kommissionen = Basic

Faustregel #4: Jeweils nur ein SEV-Logo auf einmal nutzen.

Dabei wird das Logo gewählt, welches dem kleinsten gemeinsamen Nenner entspricht.

Faustregel #5: Gebt dem Logo Weissraum

Es ist fast nicht möglich, zuviel Raum zu lassen. Im Zweifelsfall immer etwas mehr.

Faustregel #6: Nix ist erlaubt

Da es nicht möglich ist, alle möglichen Fehlerquellen hier aufzuführen: orientiert euch lieber am Punkt 1.3 dieses Manuals und fragt euch: «Entspricht mein Entwurf einem dieser Punkte?»

Faustregel #8: Schriften nicht weitergeben

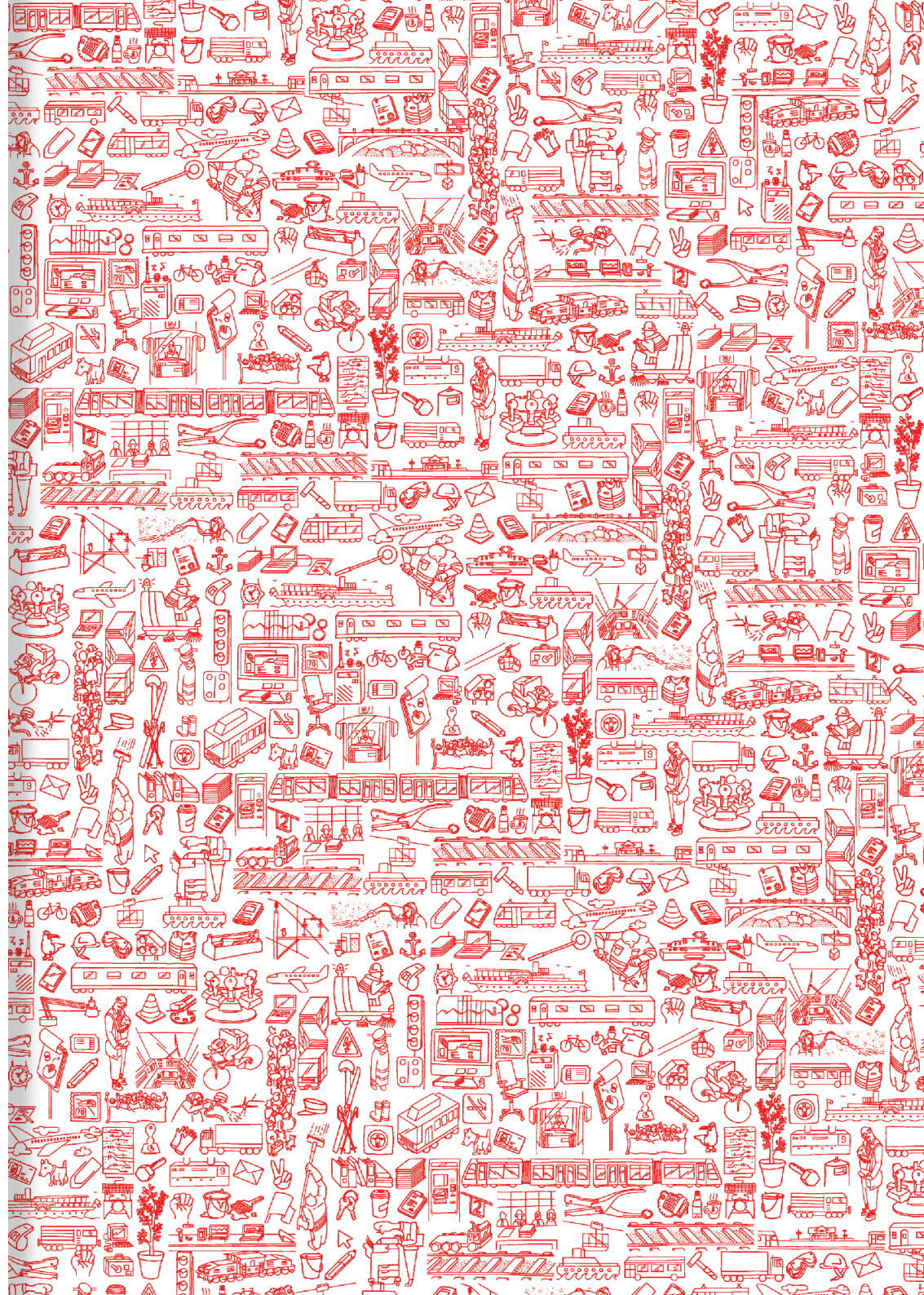
Die Schriften sind im Logokoffer. Die Lizenzierung erlaubt die Installation der Schriften für SEV-bezogene Gestaltungszwecke.
Die Schriften dürfen nicht anderweitig verwendet werden.

Faustregel #9: Logos nicht nachbauen

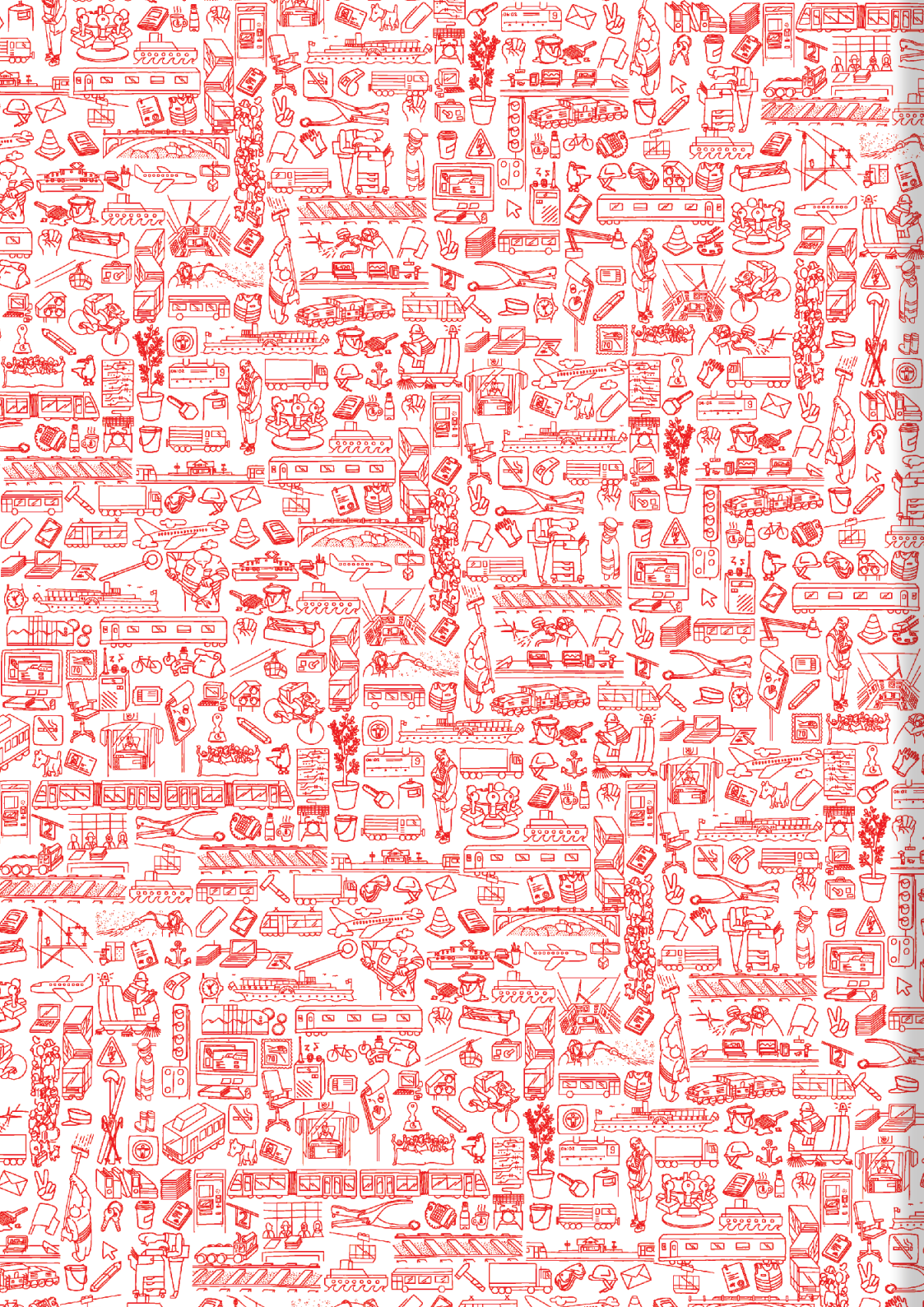
Die Logos sind nicht mit diesen Schriftschnitten erstellt.
Absolut keine Logovarianten erstellen!

Faustregel #10: Rot auf Weiss

Alles was möglich ist gestalten wir im SEV-Rot auf Weiss.



Français



Manuel de l'identité visuelle SEV 2018

Lignes directrices pour une identité visuelle
uniformisée du SEV et de ses sous-fédérations.



Gewerkschaft des Verkehrspersonals
Syndicat du personnel des transports
Sindacato del personale del trasporto

Introduction

L'identité visuelle est un instrument central pour définir l'identité et l'image d'une entreprise. Il requiert une utilisation systématique et une interaction optimale entre les divers éléments graphiques présentés dans cette brochure.

Les éléments de l'identité visuelle sont définis dans ce manuel et les possibilités d'utilisation sont expliquées.

Les lignes directrices mentionnées ici et les prescriptions liées au design sont contraignantes pour tous les membres du SEV et applicables de manière générale pour toutes les formes de communications internes et externes.

Mais un manuel et des lignes directrices ne suffisent pas à garantir l'uniformité de l'image. Ce sont la conscience et le discernement des membres qui feront la différence lors de l'élaboration de la marque, afin de la consolider et de la renforcer.

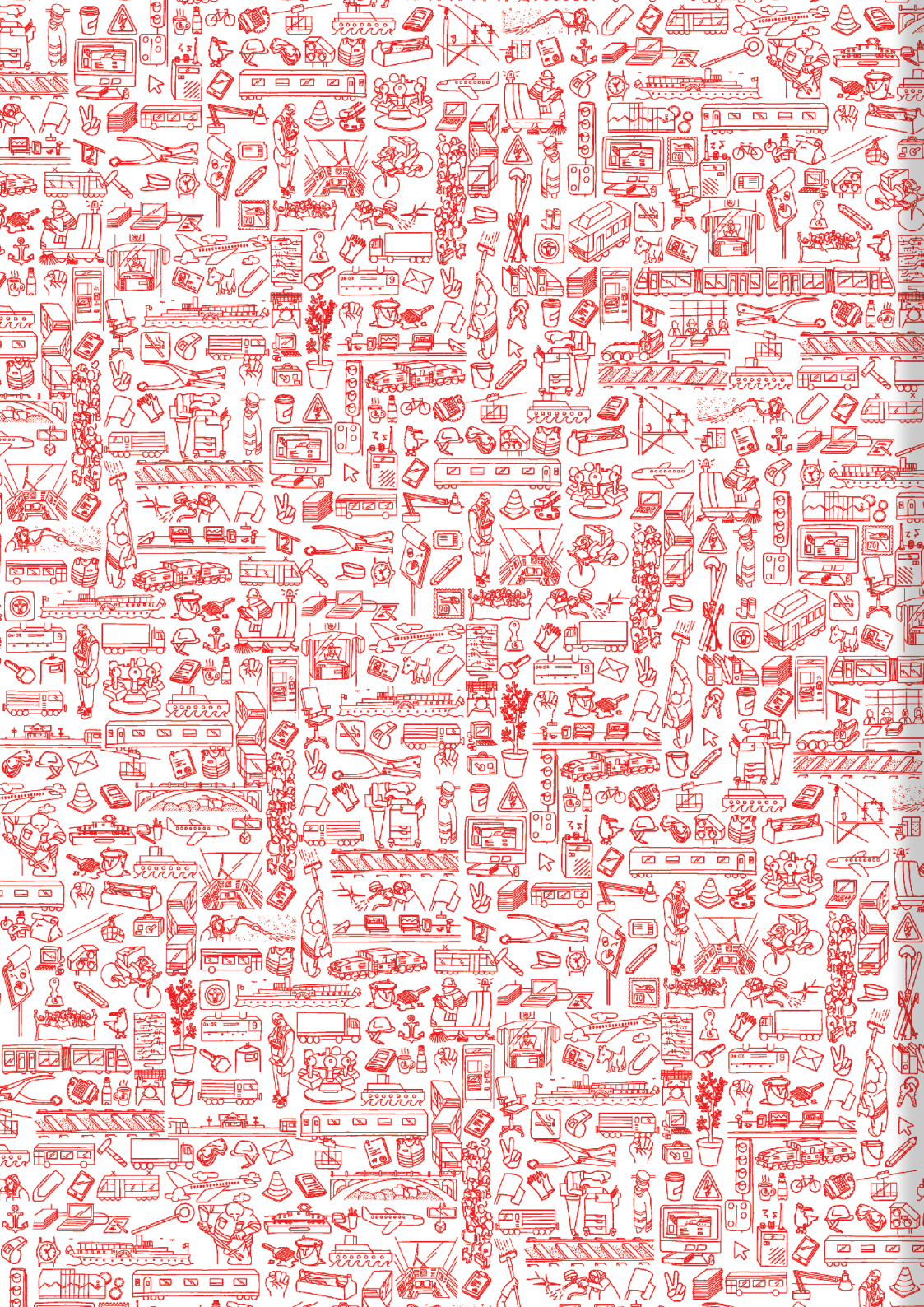
Règle d'or #1 : **Le mieux est l'ennemi du bien**

Le SEV s'exprime dans un langage clair avec un rouge éclatant sur un large fond blanc. Les couleurs, les images et les contenus sont limités à l'essentiel afin d'intensifier le message.

Règle d'or #2 : **Formater est synonyme de regarder**

Ce manuel ne peut pas répondre à toutes les questions. En cas de doute, il faut faire un pas en arrière et se demander : « Est-ce que cela correspond aux autres nouveaux produits du SEV ? » Faites-vous confiance et fiez-vous à votre sentiment personnel.





Fondements

Le Syndicat du personnel des transports SEV est le plus grand syndicat dans le domaine des transports publics et touristiques. Il organise le personnel des branches rail, bus/trafic d'agglomération, navigation, chemins de fer touristiques et trafic aérien.

La provenance et les activités des membres SEV sont très diverses mais le point commun est sans aucun doute que tous s'engagent pour des salaires équitables, des conditions de travail décentes, un bon niveau de vie et la protection de l'environnement. Car la technologie galopante, les besoins en mobilité toujours plus grands et la course effrénée vers encore plus de profit font que les droits-acquis des employé-e-s sont constamment remis en question. C'est pourquoi les travailleuses et les travailleurs ont plus que jamais besoin de la protection et du soutien d'un syndicat fort. Le SEV est compétent. Il rassemble les expériences de tous les secteurs et de toutes les professions des transports.

En plus de ces points forts, notre nouveau design contribue à établir une unité entre toutes les sous-fédérations, les sections et les commissions sur le plan de la communication, afin de renforcer le positionnement du syndicat.



Gewerkschaft des Verkehrspersonals
Syndicat du personnel des transports
Sindacato del personale dei trasporti

MARQUE FIGURATIVE

MARQUE VERBALE

LOGO DE BASE



Rangierpersonal
Personnel de la manoeuvre
Personale di manovra

MARQUE FIGURATIVE

LOGO DE BASE

Le logo du SEV est composé d'une marque verbale et d'une marque figurative. Des sous-marques sont utilisées pour les sous-fédérations, les sections et les commissions.

En plus du logo de base du syndicat qui comporte une marque verbale et une marque figurative, il est possible d'utiliser seulement la marque figurative, voire même (dans des cas d'exception) seulement la marque verbale. Les sous-fédérations peuvent utiliser le logo de base ou seulement la marque figurative. Mais elles ne peuvent par contre pas utiliser seulement la marque verbale.

Les sections et les commissions doivent toujours utiliser leur logo de base.

Lorsque plusieurs sections et/ou sous-fédérations éditent une publication ou un produit en commun, seul un logo est utilisé. On recherchera alors le plus petit dénominateur commun. Par exemple deux sections d'une même sous-fédération utiliseront le logo de la sous-fédération. Deux sous-fédérations différentes utiliseront le logo du syndicat.

Règle d'or #3 : **Marque verbale et marque figurative**

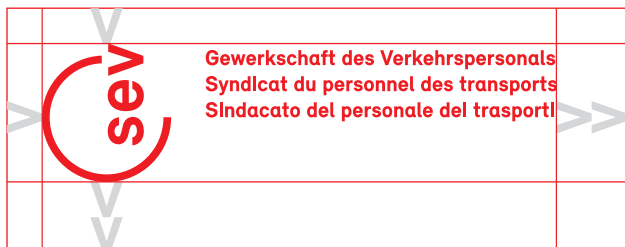
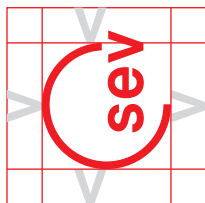
Syndicat = base / marque figurative / marque verbale

Sous-fédérations = base / marque figurative

Sections et commissions = base

Règle d'or #4 : **N'utiliser qu'un seul logo SEV à la fois**

Pour cela on choisira le logo qui correspond au plus petit dénominateur commun.



Logo

1.2 Espace protégé

Un espace protégé est une zone interdite autour des marques figurative et verbale dans laquelle aucun autre élément graphique ne doit trouver sa place. Cet espace fait partie intégrante des marques figurative et verbale et doit être respecté dans toutes les situations. L'espace protégé est important car il fait ressortir la signification des marques figurative et verbale qui sont le symbole et l'identification du SEV, et il en maximise l'effet.

Le **v** qui forme la flèche dans la marque figurative sert à définir les limites de l'espace protégé. En haut et à gauche, l'espace minimal à respecter jusqu'au prochain élément ou depuis le bord de la page correspond à un **v**. En bas et à droite, cet espace est de deux **v** au minimum.

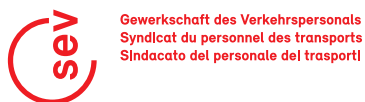
Si l'on doit placer le logo du SEV à côté de logos d'autres organisations, le logo du SEV doit se trouver sur le bord gauche et c'est la hauteur de la marque figurative qui fait référence. Ici aussi il faut respecter l'espace protégé. Ce dernier constitue l'espace minimum, mais dans la mesure du possible, ce serait mieux de donner encore plus d'espace.



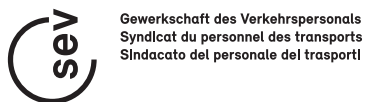
Règle d'or #5 : **Donnez de l'espace blanc autour du logo**

Il n'est presque pas possible d'avoir trop de blanc. Donc en cas de doute, choisir la variante qui comporte le plus de blanc.

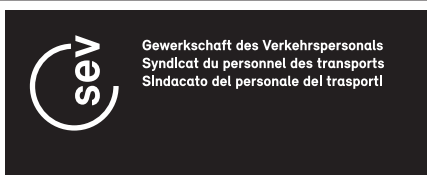
utilisation principale



utilisation du logo noir



utilisation du logo négatif



utilisation du logo négatif sur photo avec fond neutre et foncé



utilisation sur photo avec fond bariolé ou sur une surface colorée



Logo

1.3 Utilisations autorisées

En règle générale, le logo composé des marques verbale et figurative est en rouge-SEV sur fond blanc.

Le logo du SEV obtient son meilleur effet sur un fond blanc. Si cela n'est pas le cas, il est autorisé d'utiliser le logo noir, ou le logo négatif.

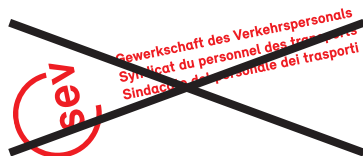
Sur les publications, le logo composé des marques verbale et figurative peut être utilisé en version négative sur des fonds noirs ou sombres, sans trop de bariolage. En cas d'utilisation sur une surface multicolore, le logo apparaît dans la partie où la couleur est la plus foncée.

Une règle importante pour l'utilisation du logo composé des marques verbale et figurative est qu'il soit placé sur un fond peu bariolé, sans trop de contrastes, qui ne dérange pas la lecture de la partie verbale ni l'effet du logo dans son ensemble.

changement des proportions



positionnement du logo de biais



modification de la marque verbale



pas suffisamment de contraste



modification de la couleur



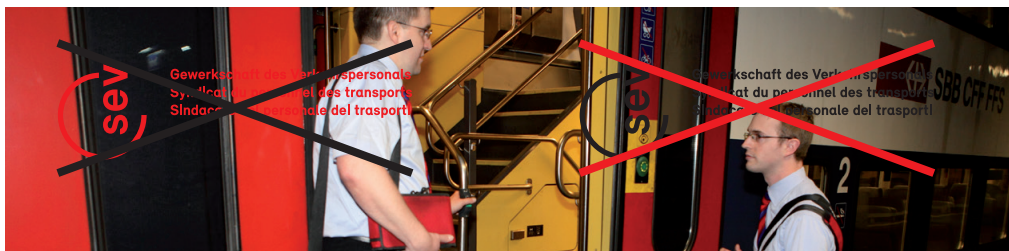
modification de la position de la marque figurative par rapport à la marque verbale



utilisation du logo sur une photo avec fond bariolé



utilisation du logo positif sur une photo ou une surface colorée sans fond blanc



Logo

1.4 Utilisations non-autorisées

Afin que les marques verbale et figurative obtiennent l'effet voulu, qu'elles soient mises en valeur et bien lisibles, l'utilisation du logo doit se conformer aux règles du présent manuel. Toute utilisation ne correspondant pas au manuel et toute modification du logo porteront atteinte à l'image du SEV et feront douter de son sérieux, blessant ainsi sa souveraineté et son intégrité. Ceci peut contribuer à causer des dommages au niveau de l'identité du syndicat. De plus, ce sont toute la symbolique et la signification des marques verbale et figurative qui peuvent en pâtir.

Ceci est valable aussi bien pour les fausses représentations que pour les associations des marques verbale et figurative avec des contenus et des organisations qui ne s'accordent pas aux valeurs du SEV. Ci-contre, voici quelques exemples d'utilisations non-autorisées.

- Le logo SEV ne doit pas être étiré ni déformé, ses proportions ne doivent pas être changées.
- La marque verbale en trois langues ne doit pas être modifiée.
- La couleur du logo ne doit pas être modifiée.
- Le logo SEV ne doit pas être positionné de biais.
- Il faut s'assurer qu'il y a suffisamment de contraste entre le logo et le fond sur lequel il apparaît.
- Les marques verbale et figurative du logo SEV ne doivent pas être positionnées différemment l'une par rapport à l'autre et les proportions entre les deux doivent rester les mêmes.
- Le logo négatif ne peut être utilisé que sur un fond non bariolé, avec suffisamment de contraste.
- Les logos rouge et noir peuvent être utilisés sur un fond de photo ou un espace multicolore seulement avec un rectangle blanc en arrière-plan.

Règle d'or #6 : Rien n'est permis

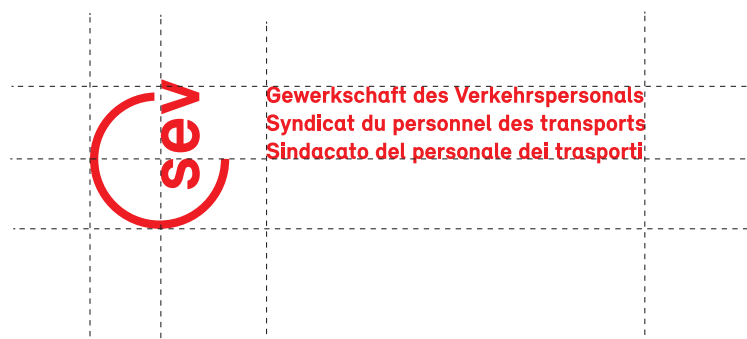
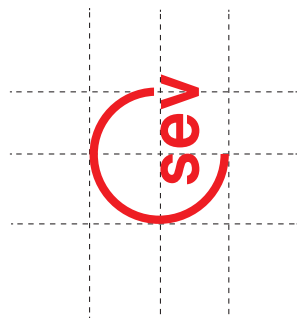
Etant donné qu'il n'est pas possible de faire la liste de toutes les sources d'erreur, relisez le point 1.3 de ce manuel et demandez-vous : « est-ce que mon projet correspond à l'un de ces exemples? »

Logo

1.5 Combinaison avec des images ou du texte

Pour toute utilisation du logo, il faut respecter les espaces protégés décrits à 1.2 *Espace protégé*.

Si l'on veut combiner les marques verbale et figurative ou seulement la marque figurative avec d'autres éléments graphiques comme des images ou du texte, ces derniers doivent être placés sur les axes représentés dans les exemples ci-contre.



EXEMPLE:
orientation du texte par
rapport à l'un des axes
du logo

Luptat. Dandis doluptamus ent lacin
auda consequis consequo mo volu
cumquam, optis solupta tiation re
arumqui sumendia quodignihil in
faccae. Et officipsapis sam cur
utectotate pa eicaerspiti, qui
ni natis am excea dolestium
corero quis aut est volor s
luptaturit idi aliquasperu
vero tempos inis plibus
vendit quiducia volupt
pe veles eumque num
ro inimaio ribus.
Lit am explitae por
caestin cimus, qui

Relevant Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

.,:;!?&@

Relevant Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

.,:;!?&@

Relevant Normal

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

.,:;!?&@

Relevant Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

.,:;!?&@

Typographie

2.1 Police d'écriture

La police d'écriture définie pour le SEV et ses sous-fédérations marque et transporte de manière subtile le caractère du SEV et, en lien avec la mise en page, assure un effet de reconnaissance optimal. Un usage correct des différentes variantes de cette police d'écriture permet d'offrir en un tour de main une communication visuelle intégrée et cela va renforcer la marque du SEV.

Bonne lisibilité. Police d'écriture moderne, de caractère. Remaniement d'une police élaborée en 1927 par Robert Hunter Middleton.

La police Relevant a été développée en 2007 par les concepteurs suisses Michael Mischler et Nik Thoenen.

Règle d'or #8 : **Ne pas transmettre les polices d'écriture**

Les variantes de la police d'écriture sont livrées avec le logo. La licence permet l'installation des variantes de police pour tout ce qui concerne le SEV. Cette police ne peut toutefois pas être transmise plus loin.

Règle d'or #9 : **Ne pas refabriquer un logo**

Le logo lui-même n'est pas créé avec cette police. Alors svp ne fabriquez pas des variantes du logo !

Couleur

3.1 Rouge-SEV

Le SEV communique avec la couleur rouge sur fond blanc. Ceci lui permet de se distinguer dans le paysage syndical suisse par une couleur, un langage qu'il n'a pas besoin de partager. Ainsi, en tant qu'expéditeur le SEV est tout de suite clairement reconnaissable.

Le blanc sur rouge souvent utilisé jusqu'ici devrait être si possible évité car d'autres grandes organisations sont en compétition, chacune voulant dominer en matière de communication, et elles se font ainsi de l'ombre.

Seuls les textes plus longs peuvent être écrits en noir.



Rot

Pantone	CMYK	RGB
485C	0 100 100 0	226 0 26



Règle d'or #10 : **Rouge sur blanc**

Nous créons tout ce qui est possible en rouge-SEV sur fond blanc.

Règle d'or #1 : Le mieux est l'ennemi du bien

Le SEV s'exprime dans un langage clair avec un rouge éclatant sur un large fond blanc. Les couleurs, les images et les contenus sont limités à l'essentiel afin d'intensifier le message.

Règle d'or #2 : Formater est synonyme de regarder

Ce manuel ne peut pas répondre à toutes les questions. En cas de doute, il faut faire un pas en arrière et se demander : « Est-ce que cela correspond aux autres nouveaux produits du SEV ? » Faites-vous confiance et fiez-vous à votre sentiment personnel.

Règle d'or #3 : Marque verbale et marque figurative

Syndicat = base / marque figurative / marque verbale
 Sous-fédérations = base / marque figurative
 Sections et commissions = base

Règle d'or #4 : N'utiliser qu'un seul logo SEV à la fois

Pour cela on choisira le logo qui correspond au plus petit dénominateur commun.

Règle d'or #5 : Donnez de l'espace blanc autour du logo

Il n'est presque pas possible d'avoir trop de blanc. Donc en cas de doute, choisir la variante qui comporte le plus de blanc.

Règle d'or #6 : Rien n'est permis

Etant donné qu'il n'est pas possible de faire la liste de toutes les sources d'erreur, relisez le point 1.3 de ce manuel et demandez-vous : « est-ce que mon projet correspond à l'un de ces exemples? »

Règle d'or #8 : Ne pas transmettre les polices d'écriture

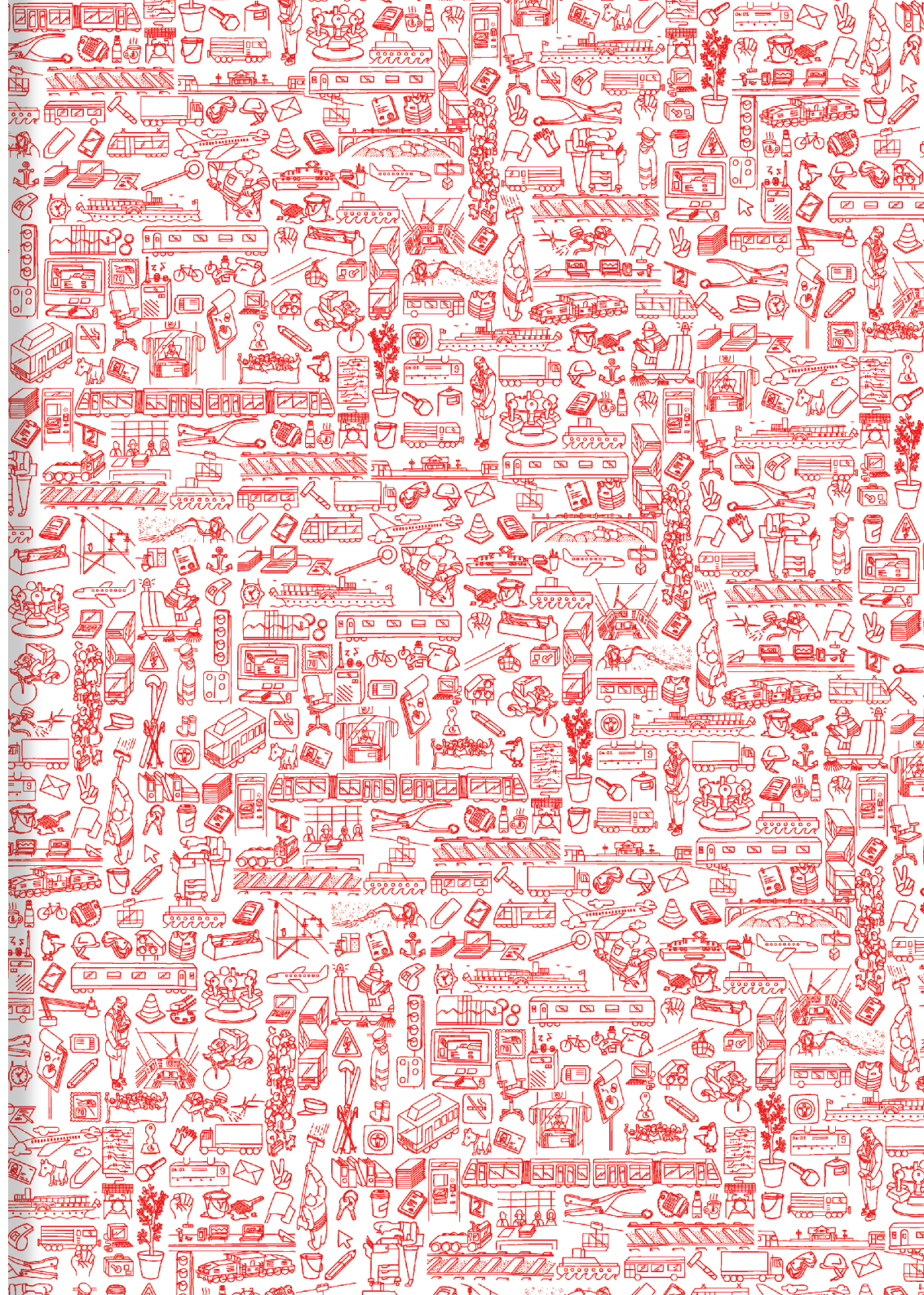
Les variantes de la police d'écriture sont livrées avec le logo. La licence permet l'installation des variantes de police pour tout ce qui concerne le SEV. Cette police ne peut toutefois pas être transmise plus loin.

Règle d'or #9 : Ne pas refabriquer un logo

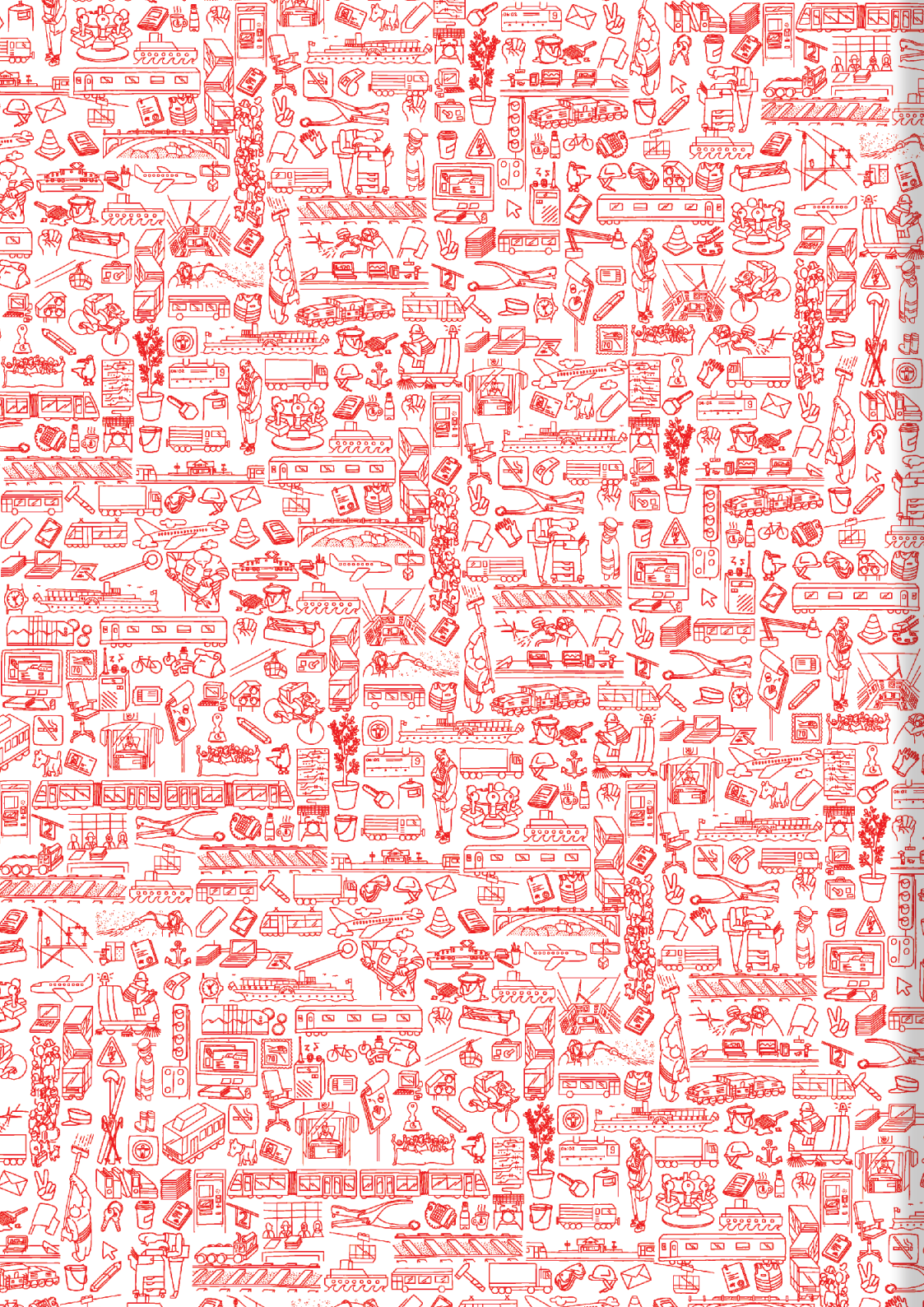
Le logo lui-même n'est pas créé avec cette police. Alors svp ne fabriquez pas des variantes du logo !

Règle d'or #10 : Rouge sur blanc

Nous créons tout ce qui est possible en rouge-SEV sur fond blanc.



Italiano



Manuale di corporate design SEV 2018

Direttive grafiche per l'immagine coordinata del SEV e
delle sue sottofederazioni.



Gewerkschaft des Verkehrspersonals
Syndicat du personnel des transports
Sindacato del personale del trasporto

Introduzione

Il corporate design (CD) è un elemento cardine dell'identità di un'azienda e ne determina l'immagine. Tale immagine si profila grazie all'applicazione coerente e sistematica nonché alla perfetta interazione degli elementi grafici presentati in questo opuscolo.

Il manuale di design definisce gli elementi grafici e le diverse applicazioni possibili.

Le direttive grafiche esposte in questo manuale sono vincolanti per tutti i membri del SEV e si applicano di principio su tutte le forme di comunicazione interne ed esterne.

I manuali e le direttive non garantiscono di per sé il conseguimento di un'immagine coordinata. Determinante è la consapevolezza e la volontà di tutti i membri di contribuire attivamente al consolidamento del marchio.

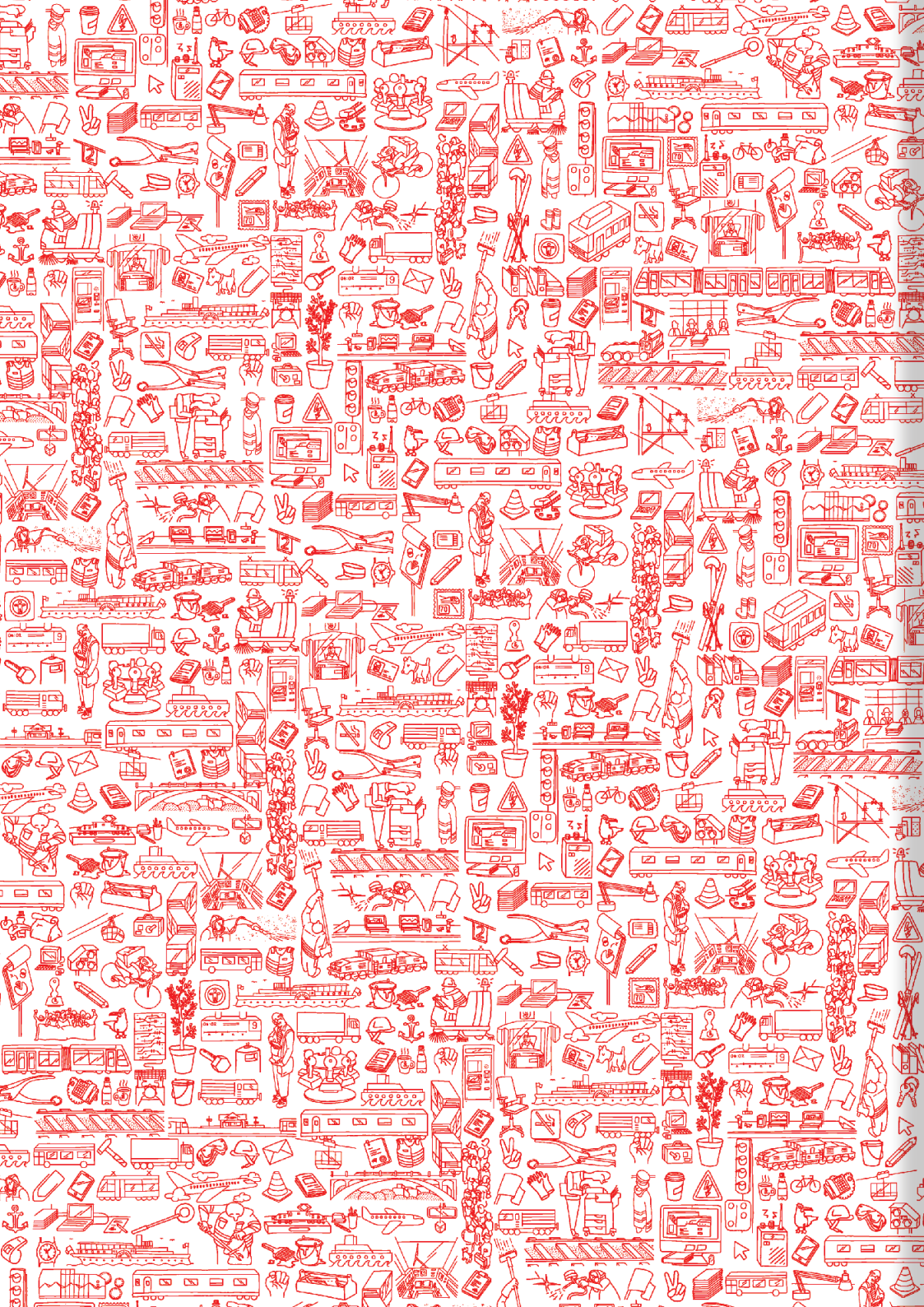
Regola empirica #1: **meno è più**

Il SEV ha un linguaggio chiaro, definito da un rosso spiccato su un ampio spazio bianco. I colori, le immagini e i contenuti vanno ridotti al messaggio centrale per ottenere un maggior impatto.

Regola empirica #2: **creare significa guardare**

Il presente manuale non risponde a tutte le domande. In caso di dubbio, occorre fare un passo indietro e chiedersi: «Ha un aspetto coordinato con gli altri nuovi prodotti SEV?» Fidatevi di voi stessi e del vostro istinto.





Principi

Il Sindacato del personale dei trasporti SEV è il maggior sindacato nel settore dei trasporti pubblici (TP) e delle ferrovie turistiche. Si occupa del personale nei settori ferrovie, autobus/traffico regionale, navigazione, ferrovie turistiche e aviazione.

Il SEV riunisce membri di provenienze diverse e che svolgono le attività più disparate per un solo obiettivo: garantire una retribuzione equa e condizioni di lavoro, di vita e ambientali a misura d'uomo. E questo è indispensabile perché il rapido sviluppo tecnologico, la sempre crescente richiesta di mobilità e la rincorsa sfrenata agli utili hanno indotto persino a rimettere in discussione i diritti acquisiti dei lavoratori. Ecco perché essi necessitano più che mai della protezione e del sostegno di un sindacato forte. Il SEV è la risposta giusta: esso riunisce le esperienze dei vari settori professionali dei trasporti.

Più ancora di questi punti forti, il nuovo re-design ha lo scopo di aiutare a creare un'unità a livello di comunicazione tra sottofederazioni, sezioni e commissioni e di consentirci di proporci con maggior forza come sindacato.

Logo: Sindacato



Gewerkschaft des Verkehrspersonals
Syndicat du personnel des transports
Sindacato del personale dei trasporti

MARCHIO FIGURATIVO

MARCHIO DENOMINATIVO

LOGO DI BASE

Logo: Sottofederazione «personale di manovra»



Rangierpersonal
Personnel de la manœuvre
Personale di manovra

MARCHIO FIGURATIVO

LOGO DI BASE

Logo

1.1 Marchio denominativo e figurativo

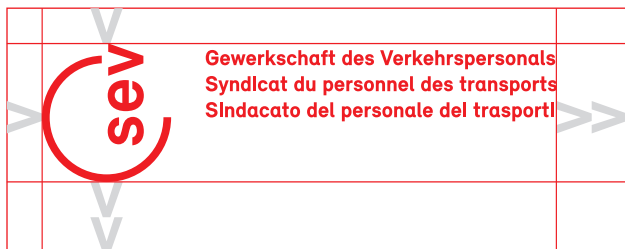
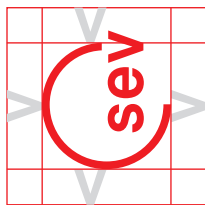
Il logo del SEV è formato dalla combinazione dei marchi figurativo e denominativo. Per le singole sottofederazioni, sezioni e commissioni vengono utilizzati i relativi sottomarchi.

Accanto al logo di base composto dai marchi figurativo e denominativo, il logo del sindacato può essere utilizzato anche unicamente con il marchio figurativo o addirittura (in casi eccezionali) con il marchio denominativo. Le sottofederazioni possono utilizzare il logo di base o solo il marchio figurativo. Il solo marchio denominativo non funziona in questo caso! Le sezioni e le commissioni devono sempre utilizzare il proprio logo di base.

Se più sezioni e/o sottofederazioni realizzano insieme una pubblicazione o un prodotto, va utilizzato un solo logo. In tal caso va ricercato il più piccolo denominatore comune. Due diverse sezioni della stessa sottofederazione utilizzano il logo della sottofederazione. Due diverse sottofederazioni utilizzano il logo del sindacato.

Regola empirica #3: **marchio figurativo e denominativo**
 Sindacato = logo di base / marchio figurativo / marchio denominativo
 Sottofederazioni = logo di base / marchio figurativo
 Sezioni e commissioni = logo di base

Regola empirica #4: **utilizzare sempre un logo SEV alla volta**
 Viene sempre scelto il logo che corrisponde al più piccolo denominatore comune.



Logo

1.2 Area di protezione

L'area di protezione è lo spazio attorno al marchio figurativo-denominativo in cui non può apparire nessun altro elemento grafico. È parte integrante del marchio figurativo-denominativo e va rispettata in tutti i casi. L'area di protezione è essenziale per valorizzare l'importanza del marchio figurativo-denominativo come simbolo e vettore di identificazione del SEV e per massimizzarne l'impatto e l'effetto.

La *v* del marchio figurativo determina l'area di protezione. In alto e a sinistra la distanza minima da un elemento o dal bordo dell'impaginato è pari a un'altezza della *v*. In basso e a sinistra tale distanza corrisponde al minimo al doppio dell'altezza della *v*.

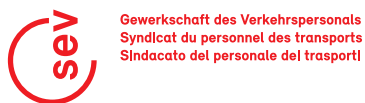
Quando un logo SEV è affiancato da un logo di un'altra organizzazione, va sempre collocato sul bordo sinistro e il riferimento è costituito dall'altezza del marchio figurativo. Anche in questo caso va rispettata l'area di protezione. Si tratta di una distanza minima. Se possibile è opportuno lasciare più spazio.



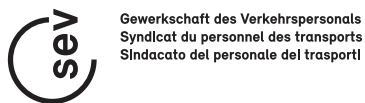
Regola empirica #5: **date spazio bianco al logo**
Circondare il logo dalla maggior superficie libera possibile: quest'ultima non è mai eccessiva. In caso di dubbio è meglio abbondare.



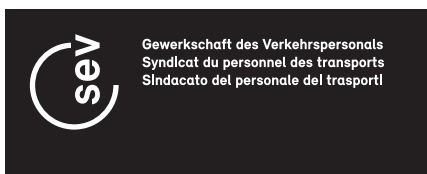
Applicazione primaria



Applicazione in nero



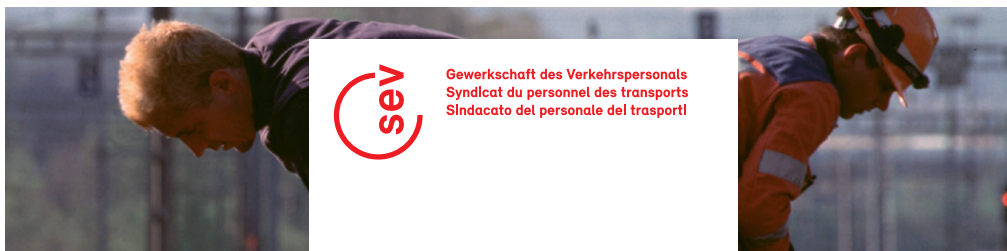
Applicazione in negativo



Applicazione in negativo su foto con sfondo neutro, scuro



Applicazione su foto con sfondo mosso o su superfici di colore



Logo

1.3 Applicazioni ammesse

Il marchio figurativo-denominativo viene generalmente applicato nel rosso SEV su sfondo bianco.

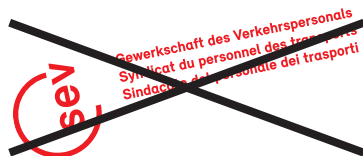
Il logo del SEV produce tutto il suo effetto su sfondo bianco. Se tale applicazione non è possibile, si può ricorrere all'applicazione in nero o in negativo.

Nelle pubblicazioni il marchio figurativo-denominativo può essere applicato in negativo su sfondo nero o su sfondo scuro omogeneo. Sulle applicazioni cromatiche il logo va applicato nel colore più scuro tra quelli utilizzati. Importante direttiva per l'applicazione del marchio figurativo-denominativo: va collocato su uno sfondo omogeneo poco contrastato che non limiti né l'effetto dell'insieme né la leggibilità del marchio denominativo in particolare.

Modifica delle proporzioni



Inclinazione del logo



Modifica del marchio figurativo



Contrasto insufficiente



Cambiamenti cromatici



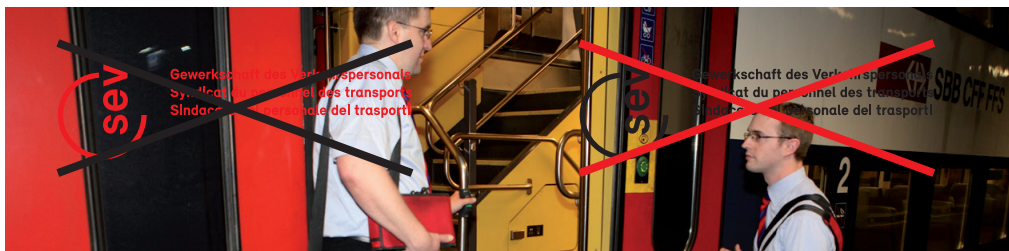
Modifica della posizione del marchio figurativo rispetto al marchio denominativo



Applicazione su foto con sfondo mosso



Applicazione del logo in positivo su foto e superfici di colore senza fascia bianca



Logo

1.4 Applicazioni non ammesse

Affinché il marchio denominativo-figurativo possa produrre tutto il suo effetto, risalti perfettamente e garantisca una leggibilità ottimale, va applicato conformemente a quanto descritto nel presente manuale. Qualsiasi altra applicazione e modifica non prevista dal manuale di CD indeboliscono l'immagine del SEV e ne riducono la serietà, l'autorevolezza e l'integrità. Possono pertanto nuocere sensibilmente all'immagine. Inoltre il contenuto simbolico e la forza espressiva del marchio denominativo-figurativo risulteranno ridotti.

Ciò vale sia per le rappresentazioni errate sia per le associazioni del marchio denominativo-figurativo con contenuti e organizzazioni, i cui valori non sono in linea con quelli del SEV. Di seguito alcuni esempi di applicazioni non ammesse.

- Il logo del SEV non può essere né deformato né ruotato; le sue proporzioni non possono essere modificate.
- La denominazione in tre lingue non può essere modificata.
- I colori del logo non possono essere modificati.
- Il logo SEV non può essere inclinato.
- Il contrasto tra logo e sfondo deve essere garantito.
- I marchi denominativo e figurativo del SEV non possono essere posizionati in modo diverso e le proporzioni tra di essi devono rimanere identiche.
- Il logo può essere applicato in negativo solo su uno sfondo omogeneo e con un contrasto sufficiente.
- Le applicazioni del logo in rosso e nero sono ammesse solo con una fascia bianca su foto e superfici di colore.

Regola empirica #6: nulla è ammesso

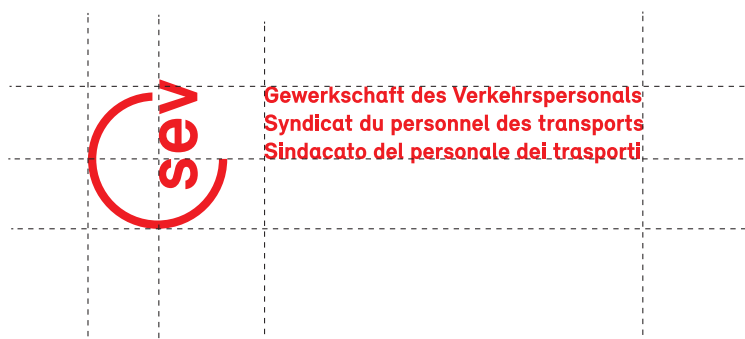
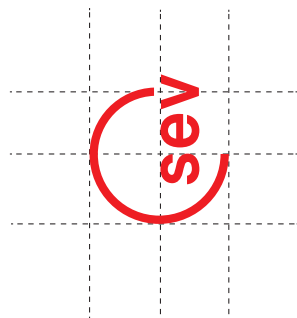
Poiché è impossibile elencare qui tutti i possibili errori, vi invitiamo a basarvi sul punto 1.3 del presente manuale e a chiedervi «La mia bozza è conforme a uno di questi punti?»»

Logo

1.5 Combinazione immagine e testo

Per il logo si applicano obbligatoriamente le aree di protezione descritte a *1.2 Area di protezione*

Quando il marchio denominativo-figurativo o esclusivamente il marchio figurativo viene applicato con altri elementi grafici come foto e testo, va disposto lungo gli assi disegnati sulla pagina accanto.



ESEMPIO:
orientamento del testo
su un asse possibile del
logo.

Luptat. Dandis doluptamus ent lacin
auda consequis consequo mo volu
cumquam, optis solupta tiation re
arumqui sumendia quodignihil in
faccae. Et officipsapis sam cur
utectotate pa eicaerspit, qui
ni natis am excea dolestium
corero quis aut est volor s
luptaturit idi aliquasperu
vero tempos inis plibus
vendit quiduciae volup
pe veles eumque num
ro inimaio ribus.
Lit am explitae por
caestin cimus, q

Relevant Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

.,:;!?&@

Relevant Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

.,:;!?&@

Relevant Normal

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

.,:;!?&@

Relevant Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

.,:;!?&@

Tipografia

2.1 Carattere

La famiglia di caratteri definita per il SEV e per le sue sottofederazioni caratterizza e veicola in modo raffinato il carattere del SEV e, interagendo con l'impaginazione, genera un fondamentale valore di riconoscibilità. Solo mediante l'applicazione corretta dei caratteri definiti è possibile ottenere una comunicazione visiva coordinata, atta a consolidare il marchio del SEV.

Leggibilità. Moderna famiglia di caratteri, di forte personalità. Evoluzione di un carattere disegnato nel 1927 da Robert Hunter Middelton

Il Relevant è stato creato nel 2007 dai disegnatori di caratteri svizzeri Michael Mischler e Nik Thoenen.

Regola empirica #8: **non dare i caratteri a terzi**

I caratteri si trovano nella valigetta del logo. La licenza consente l'installazione dei caratteri per la realizzazione creativa di prodotti legati al SEV. I caratteri non possono essere utilizzati per altri scopi.

Regola empirica #9: **non ricostruire il logo**

I logotipi non sono realizzati con questi stili di carattere. Non vanno in nessun caso create varianti del logo!

Colori

3.1 Rosso SEV

Il SEV comunica con il colore rosso su sfondo bianco. Ciò assicura un posizionamento cromatico e un linguaggio unico e non condiviso nel mondo dei sindacati svizzeri. In tal modo il SEV è sempre immediatamente riconoscibile come mittente.

Finora spesso utilizzato, il bianco su rosso va evitato, poiché altre grandi organizzazioni lottano per primeggiare sul piano della comunicazione, riducendo il reciproco impatto.

Solo i testi di una certa lunghezza possono essere composti in nero.



Rot

Pantone	CMYK	RGB
485C	0 100 100 0	226 0 26



Regola empirica #10: **rosso su bianco**
 Realizziamo tutto quanto possibile nel rosso SEV su sfondo bianco.

Regola empirica #1: meno è più

Il SEV ha un linguaggio chiaro, definito da un rosso spiccato su un ampio spazio bianco. I colori, le immagini e i contenuti vanno ridotti al messaggio centrale per ottenere un maggior impatto.

Regola empirica #2: creare significa guardare

Il presente manuale non risponde a tutte le domande. In caso di dubbio, occorre fare un passo indietro e chiedersi: «Ha un aspetto coordinato con gli altri nuovi prodotti SEV?» Fidatevi di voi stessi e del vostro istinto.

Regola empirica #3: marchio figurativo e denominativo

Sindacato = logo di base / marchio figurativo / marchio denominativo

Sottofederazioni = logo di base / marchio figurativo

Sezioni e commissioni = logo di base

Regola empirica #4: utilizzare sempre un logo SEV alla volta

Viene sempre scelto il logo che corrisponde al più piccolo denominatore comune.

Regola empirica #5: date spazio bianco al logo

Circondare il logo dalla maggior superficie libera possibile: quest'ultima non è mai eccessiva. In caso di dubbio è meglio abbondare.

Regola empirica #6: nulla è ammesso

Poiché è impossibile elencare qui tutti i possibili errori, vi invitiamo a basarvi sul punto 1.3 del presente manuale e a chiedervi «La mia bozza è conforme a uno di questi punti?»

Regola empirica #8: non dare i caratteri a terzi

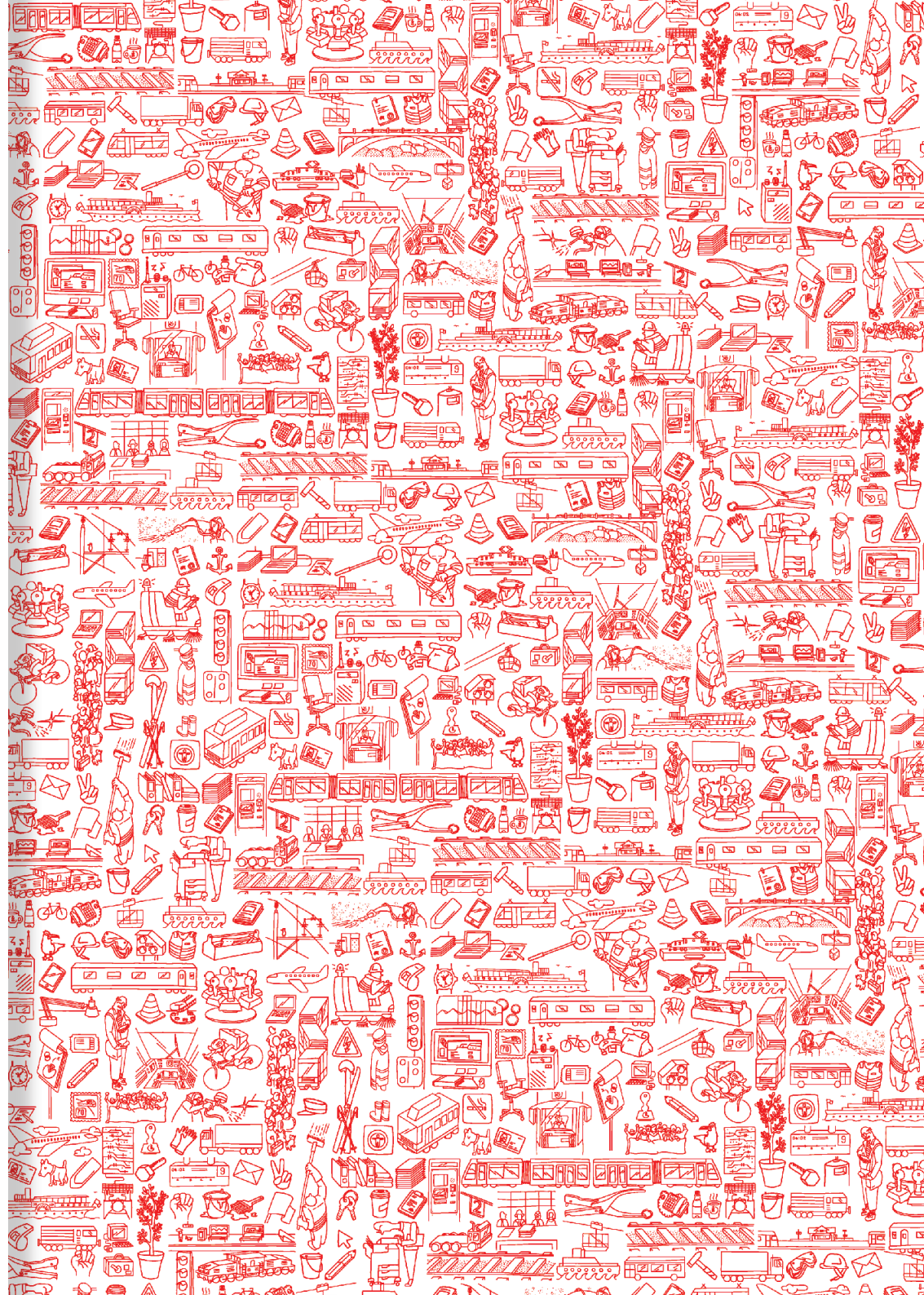
I caratteri si trovano nella valigetta del logo. La licenza consente l'installazione dei caratteri per la realizzazione creativa di prodotti legati al SEV. I caratteri non possono essere utilizzati per altri scopi.

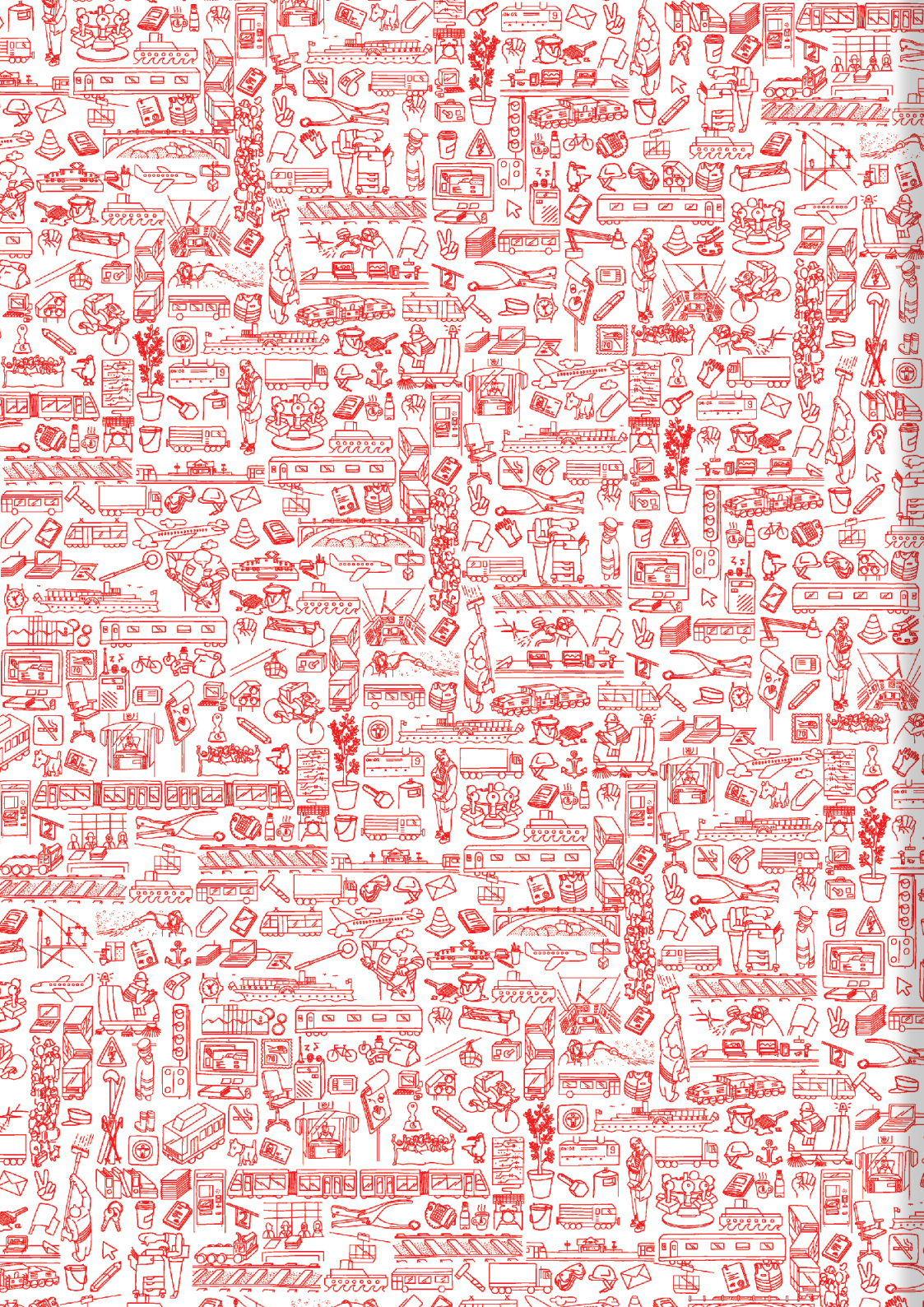
Regola empirica #9: non ricostruire il logo

I logotipi non sono realizzati con questi stili di carattere. Non vanno in nessun caso create varianti del logo!

Regola empirica #10: rosso su bianco

Realizziamo tutto quanto possibile nel rosso SEV su sfondo bianco.





Gewerkschaft des Verkehrspersonals
Syndicat du personnel des transports
Sindacato del personale dei trasporti

Corporate-Design-Manual
Manuel de l'identité visuelle
Manuale di corporate design

24. 10. 2018
opak – grafik & illustration