



Riktlinjer och grafisk profil för
varumärket SMC.

maj 19, 2025 1:30 em



Varumärket blir allt viktigare i en konkurrensutsatt verklighet. För att vinna kunder, medlemmar, människor och deras förtroende gäller det att lyckas förmedla vad man kan och vem man är.

Att ha en stark identitet. Den uttrycks bland annat visuellt och i detta fall av den grafiska profilen.

Här hittar du riktlinjer och verktyg för SMCs grafiska profil och varumärkesplattform. Det är hjälpmedel som vi alla i organisationen använder oss av för att skapa en tydlig enhet.

Målet är att alla som möter SMC ska känna igen oss på det sätt vi vill bli igenkända, oavsett var mötet sker.

VARUMÄRKETS KÄRNVÄRDE

Kärleken-till-att-åka-MC, Ansvar och Gemenskap.

Dessa tre kärnvärden är till för att beskriva varumärkets identitet och är en av grundstenarna i den nya grafiska profilen. De tre kärnvärdena ska spegla varumärkets essens genom att tala om vad organisationen står för samt vilka grundläggande värderingar som SMC:s kommunikation ska vila på. Förutom kärnvärden har SMC ett syfte som förklarar varför organisationen behövs. Fr.o.m. 2022 har SMC breddat syftet till att gälla två-hjulingar med motor.

VARUMÄRKETS ARENA

De som är intresserade av fordon med två hjul både som hobby och förflyttning samt förändringar inom samhällsstruktur, transportlösningar och infrastruktur.

Menas med vilken arena, kategori, bransch eller marknad etc, som varumärket SMC verkar eller kommunicerar på.

VARUMÄRKETS UTTRYCK

De som är intresserade av fordon med två hjul både som hobby och förflyttning samt de som är intresserade av förändringar inom samhällsstruktur, transportlösningar och infrastruktur.

Då menas vilken arena, kategori, bransch eller marknad etc, som varumärket SMC verkar eller kommunicerar på.

VARUMÄRKETS HUVUDBUDSKAP

En röst för alla "Power2Wheelers".

Med detta menas vad varumärket SMC ska kännas och förmedla i en eller fler meningar.

I löpande text skrivs SMC med versaler och efterföljande områden/bolag med gemener exempelvis **SMC Travel**, **SMC School** och **SMC Sport**. I grunden använder vi oss av TT-språket. TT-språket är en samling skrivregler, ord och begrepp till hjälp för alla som skriver. Reglerna är utformade för TT:s egna medarbetare, men de följs i stor utsträckning av svenska medier och av personer som gillar språk.

Läs mer på **tt.se/tt-spraket**

Där hittar du all information om stor bokstav, särskrivning, förkortningar och liknande.

Övrig att tänka på

- Skriv kortfattat och skala bort oviktiga detaljer, då är chansen större att fler läser det du skrivit. Utnyttja utrymmet till väsentliga saker. Ställ dig frågan: Är det här verkligen intressant för de jag skriver till.
- Lyft fram det som är viktigt på ett välkomnande och intresseväckande sätt. Gärna personlig klang, men inte privat.
- Koncentrera dig på kommande aktiviteter, frågor, regler, beslut och så vidare istället för alltför mycket "retro-referat".
- Undvik förkortningar som bara den inre kretsen känner till. Alla ska kunna förstå vad du menar. Detsamma gäller namn. Benämna personer med deras fullständiga namn då de kanske inte är kända för mer än en liten krets.
- Rikta dig till den personen som läser din text. Håll reda på vilka som är du, vi, de och oss i sammanhanget.

Målgruppsanpassning: anpassa budskapen efter målgrupp.

Medlemmar: underlätta vardagen för MotorCyklister.

- Det ska vara kul att vara med och lära sig något nytt.
- Utveckla sig som MC-åkare.
- SMC tar ställning för MotorCyklister.

Potentiella medlemmar: söker inspiration och gemenskap.

- Försäkringsrabatter viktigt för att få in nya medlemmar.
- Gemenskap är viktigt för att stanna kvar.
- Det finns olika intressen inom MC-åkandet som alla behöver beaktas i kommunikationen mot nya medlemmar.

Myndigheter: öka trafiksäkerheten och minska klimatpåverkan.

- Öka andelen MotorCyklister som håller hastighetsgränsen och minska extrem körning.
- Säkrare fordon och vägar.
- Minska utsläppen av växthusgaser.
- Åtgärder för att minska trafikbuller.

Politiker: nollvision för att öka trafiksäkerheten och minska klimatpåverkan.

- Trafiksäkerhet är en högt prioriterad fråga för regeringen.
- Sverige driver även frågan internationellt.
- Dödsfallen i trafiken ska minska.
- Minskad klimatpåverkan på vägarna.

Exempel 1, ursprunglig version:

"Orimligt att stänga ute trafiksäkerhetsorganisationer från statistiken!"

Sveriges MotorCyklister, SMC, driver trafiksäkerhetsarbetet för motorcyklister i Sverige. Verksamheten finansieras av medlemmarna själva genom medlems- och deltagaravgifter. Tusentals engagerade motorcyklister i hela landet arbetar ideellt för att bidra till att färre ska dödas och skadas på MC. Arbetet vilar på statistik, fakta och forskning. Igår stängde Transportstyrelsen ut SMC och i stort sett alla som arbetar med trafiksäkerhet i landet från att ta del av olycksstatistik. Det rimmar illa med tidigare uttalanden om att samverkan mellan olika myndigheter, organisationer och företag är en framgångsfaktor för svenskt trafiksäkerhetsarbete.

Kommentarer

- Ingressen innehåller en lång beskrivning av SMC och saknar tydligt nyhetsfokus. Beskrivningen av SMC kan vara en inledning efter ingressen.
- Både rubriken och ingressen innehåller starka ord som riskerar att skapa ett motstånd hos mottagaren som då inte tar till sig budskapet.
- Det behövs ett mer nyanserat språk med en saklig och konstruktiv ton, vilket bidrar till att ökar trovärdigheten och intresset för SMC.
- Pressmeddelandet saknar en öppning till dialog och SMC framstår inte som lösningsorienterade i frågan.

Exempel 2, ursprunglig version:

"Nya rutiner försvårar arbetet med trafiksäkerhet"

Igår beslutade Transportstyrelsen om nya rutiner för att få ut olycksstatistik, vilket tyvärr försvårar SMC:s arbete med öka trafiksäkerheten för motorcyklister. Anledningen är att organisationen inte längre får tillgång till myndigheten och trafiksäkerhetsarbetet och bidra till nollvisionen behöver SMC få tillgång till statistik för att ge förslag på relevanta lösningar. SMC kommer därför att bjuda in till ett möte för att diskutera vad som behöver förändras.

Kanalanpassning: utgå från kanalernas egenskaper

SMC jobbar idag med en rad olika digitala kanaler och det har saknats en tydlig plan för hur de olika kanalerna ska användas. Alla digitala kanaler har olika egenskaper och bör därför behandlas på olika sätt, samtidigt som man ska försöka hitta synergieffekter emellan dem. I lista nedan har vi sammanställt hur vi ser att SMC:s olika kanaler bör användas för att passa in i det övergripande syftet.

Facebook: dialog med medlemmar

Instagram: inspirerande bilder

Youtube: resereportage och säkerhetsinslag

Twitter: dialog med politiker

Webb: faktabank

Olika sätt att tänka kring hur budskapen kan anpassas utifrån målgrupp och kanal:

Facebook: Inte den bästa kanalen för de yngre MC-åkarna utan riktas med fördel till en äldre målgrupp av medlemmar och potentiella medlemmar. Vill man experimentera med yngre målgrupper rekommenderas att testa andra utrymmen än flödet. Möjliggör inlägg med längre text och video. Lätt att exempelvis länka till nyhetsartiklar för att sedan kommentera dessa, vilket kan fånga upp medlemmarnas behov av att visa att SMC tar ställning för MotorCyklister. På Facebook finns möjligheten att gå i dialog med medlemmarna då dessa lätt kan kommentera på de inlägg som SMC postar. Om språket anpassas efter målgrupp och kanal ökar chansen att medlemmar blir mer aktiva.

Instagram: Förmodligen den bästa chansen att få ut SMC till en yngre målgrupp av medlemmar och potentiella medlemmar, och inte endast "de äldre män" som uppfattningen är att organisationen består av. På Instagram bör budskapen vara korta och tydliga, med ett större fokus på det estetiska i bilder, videos och händelser. På detta vis kan de potentiella medlemmarnas behov av att söka efter inspiration och gemenskap uppnås. På Instagram är det lätt att visa de olika inriktningar och intressen som finns inom MC, glöm inte att använda haschtags för att göra detta.

Youtube: En möjlighet att nå både en äldre och yngre målgrupp av medlemmar och potentiella medlemmar. På Youtube finns möjligheten att med längre videos mer utförligt och kreativt visa de olika intressen som finns inom MC-åkandet, i jämförelse med vad man kan posta på Instagram. Denna kanal är även optimal för att lyfta de kunskaper som organisationen besitter i syfte att lära ut dessa till mottagaren, exempelvis säkerhetsinslag. Youtube är en kanal där människor vill ha underhållning eller lära sig hur man gör något, ta fasta på det när ni utvecklar ert material.

Twitter: Dialog med politiker. Bör vara den mest sobra kommunikationen, samtidigt som budskapen bör vara tydliga och konkreta, då det inte finns mycket plats per tweet. Bra möjlighet att länka till en passande artikel, men med en kortare kommentarer än vad exempelvis Facebook möjliggör.

Webb: Fakta för alla målgrupper bör finnas med; medlemmar, potentiella medlemmar, myndigheter och politiker. Hemsidan bör ha mer utförlig information då den inte har samma begränsning som exempelvis Twitter eller Instagram. Samtidigt är det lätt att denna möjlighet blir till ett hinder då mängden information kan uppfattas som rörig och "för mycket". På hemsidan finns det ett stort behov av struktur.

Att ta fram ett budskap i tre steg för att underlätta det interna kommunikationsarbetet har en 3-steps mall tagits fram som SMC kan använda sig av när till exempel ett pressmeddelande ska tas fram. Alla stegen är inte relevanta för alla typer av texter men tanken är att man ska kunna gå tillbaka till stegen som en hjälp när man ska formulera ett budskap.

LOGOTYPEN

Logotypen är den viktigaste visuella symbolen för SMCs varumärke. Grundutförandet av loggan är den gula och blåa som används i huvudsak. Logotypen består av en anpassad variant av typsnittet Helvetica Neue och är reserverat endast för SMCs logotyp.



SMCs distrikt är namngivna efter landskap eller stad. Landskapet eller stadens namn skrivs i typsnittet URW DIN Condensed Bold. Typsnittet används också i de olika områdena.



STOCKHOLM



**VÄSTRA
GÖTALAND**



STOCKHOLM



**VÄSTRA
GÖTALAND**

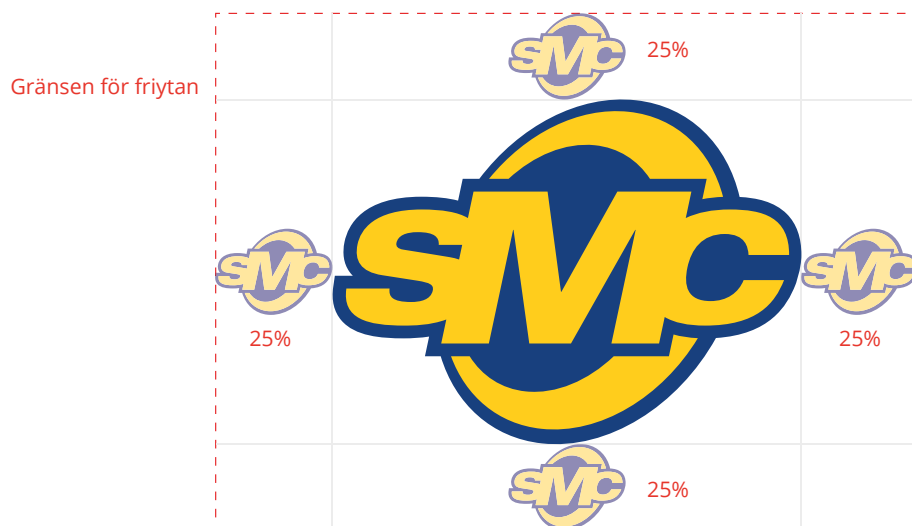
LOGOTYPEN

Logotypen är den viktigaste visuella symbolen för varumärket SMC. SMCs logotyp finns i färg, svart och vitt. Den i färg är standard och används oftast. Den svarta eller vita används på mörk resp. ljus bakgrund om den i färg inte syns.



FRIYTA OCH MINSTA STORLEK

SMCs logotyp kan förekomma i samband med annan information, bilder, grafik och andra logotyper. För tydlighetens skull och i alla situationer har logotypen en given och bestämd friyta runt om. Inom denna friyta får inga andra grafiska element förekomma. Friytan utgår från ungefär 25% av storleken på logotypen.



Logotypens minsta tillåtna storlek handlar om att logotypen ska vara läsbar. Någon största storlek finns inte.



LOGOTYPENS FÄRGER

SMCs logotyp består av bokstavsförkortningen i gult mot ett hjul i gult och blått. Hjulet som också symboliserar jorden och världen tillsammans med färgernas representation av Sverige. Det är ett av SMCs främsta kännetecken.

Användning av Pantone PMS färger kan i vissa fall begränsas av tryckeriets möjligheter att trycka PMS. Låt tryckeriet utgå från CMYK-värdet för framtagning av rätt PMS färg.



CMYK
c100 m80 y20 k0



CMYK
c0 m20 y90 k0



RGB
r20 g78 b140

HEX
#144E8C



RGB
r255 g204 b50

HEX
#FFCC32



PMS
4153 C



PMS
123 C

DE OLIKA OMRÅDENA

SMCs logotyp återfinns framför benämningen av de olika områdena CLUB, TRAVEL, SCHOOL, SPORT och UNG.

SMCs logotyp tillsammans med namnet på områdena ligger på en färgad yta enligt sina respektive färger.

De olika områdena kan appliceras lite på olika sätt.



CLUB



TRAVEL



SCHOOL



SPORT



OPINION



UNG

I undantagsfall kan märkena för de olika områdena förekomma i svart.

Exempelvis om de ska tryckas på en grå eller flerfärgad ljus bakgrund eller på ett ljust fotografi.



CLUB



SPORT



TRAVEL



OPINION



SCHOOL



UNG

DE OLIKA OMRÅDENA

Exempel på områden med de olika namnen under logotypen.
På den färgade ytan enligt sina respektive färger.



CLUB



TRAVEL



SCHOOL



SPORT



OPINION



UNG

SMC – Sveriges MotorCyklister DE OLIKA OMRÅDEN

Exempel på hur de olika områdena CLUB, TRAVEL, SCHOOL, SPORT och UNG appliceras i kommunikationen.



FÄRGER SOM BAKGRUND

Färgen i SMCs logotyp tillsammans med komplementfärger kan med fördel användas som bakgrund eller som färger i andra sammanhang. Användning av Pantone PMS färger kan i vissa fall begränsas av tryckeriets möjligheter att trycka PMS. Låt tryckeriet utgå från CMYK-värdet för framtagning av rätt PMS färg.

	CMYK c100 m80 y20 k0	RGB r20 g78 b140	HEX 144E8C	PMS 4153 C
	CMYK c0 m20 y90 k0	RGB r255 g204 b50	HEX FFCC32	PMS 123 C
	CMYK c75 m30 y100 k0	RGB r81 g137 b54	HEX 508935	PMS 363 C
	CMYK c0 m50 y90 k0	RGB r243 g147 b37	HEX F39325	PMS 151 C
	CMYK c15 m100 y100 k0	RGB r210 g35 b42	HEX D2232A	PMS 485 C
	CMYK c0 m0 y0 k50	RGB r148 g149 b152	HEX 949598	PMS 9 C (Cool Gray)
	CMYK c60 m25 y0 k0	RGB r112 g160 b211	HEX 70A0D3	PMS 292 C

TYPOGRAFI

SMC arbetar konsekvent med utvalda typsnitt i sin kommunikation. Det skapar en tydlighet som avsändare och bidrar till att särskilja SMC mot andra. När typsnittet inte finns tillgängligt så används Arial eller Helvetica i normal eller fet stil. De finns tillgängliga i de flesta datorer.

RUBRIKER

URW DIN Condensed Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
123456789 @ % & € ! ? - : .

BRÖDTEXT

Open Sans. Regular och Bold.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
123456789 @ % & € ! ? - : .

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
123456789 @ % & € ! ? - : .

Alternativ rubrik för exempelvis PowerPoint: Arial Narrow Bold eller Arial Bold.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
123456789 @ % & € ! ? - : .

Alternativ brödtext för exempelvis PowerPoint: Arial Regular.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö
123456789 @ % & € ! ? - : .

Exempel på på URW DIN Condensed Bold och Open Sans i SMCs kommunikation.



"CREATING A SAFETY CULTURE AMONG THE SWEDISH RIDERS"

Read more at smc.se

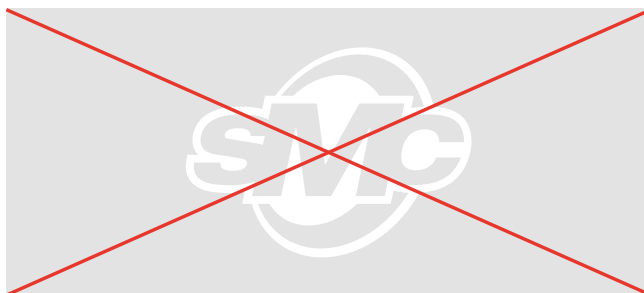
SMC – Sveriges MotorCyklister
LOGOTYPEN PÅ BAKGRUNDER

SMC logotyp kan med fördel läggas på färgad, ljus eller mörk bakgrund. Ibland kan logotypen läggas på en bild placerad på ett "lugnt" område. Undvik att använda versionen av logotypen i färg mot alltför mörk eller "orolig" bakgrund.

Fördelaktig tillämpning.

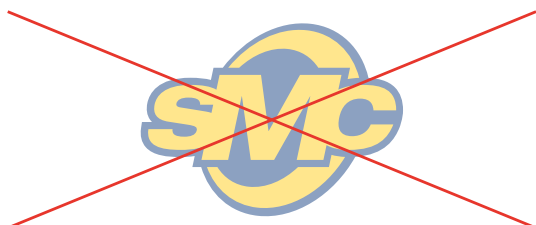


Inte så fördelaktig tillämpning.



ATT INTE GÖRA

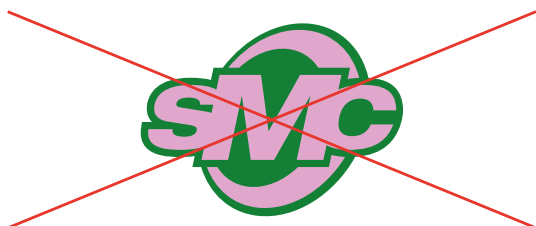
SMCs logotyp är varumärkesskyddad och unik. Den får inte finnas i någon annan form med liknande symbol och bokstäver. I syfte att känna igen den som avsändare för SMC får den heller inte manipuleras och förändras formmässigt.



Förändra inte transparensen på logotypen så färgerna blir inkorrekta och logotypen otydlig.



Beskära, modifiera eller plocka bort delar av logotypen får aldrig göras.



Förändra aldrig färgen på logotypen.



Tryck inte ihop eller dra i logotypen så att proportionerna förändras.



Skapa aldrig nya logotyper av logotypen.



Applicera aldrig en effekt på logotypen som exempelvis en skugga.

APPLICERING

VISITKORT

Exemepl på applicering på visitkort 90x50 mm liggande format. Baksidan kan ha olika deviser och bilder beroende på vilket område som gäller.



Sveriges MotorCyklister
Gamla Tunavägen 30
784 60 Borlänge
+46 (0)243-66 970
info@svmc.se

Jesper Christensen

Ordförande

+46 (0)70-55 77 500

jesper.christensen@svmc.se



APPLICERING

A4 PAPPER, POST-IT LAPPAR OCH KORRKORT

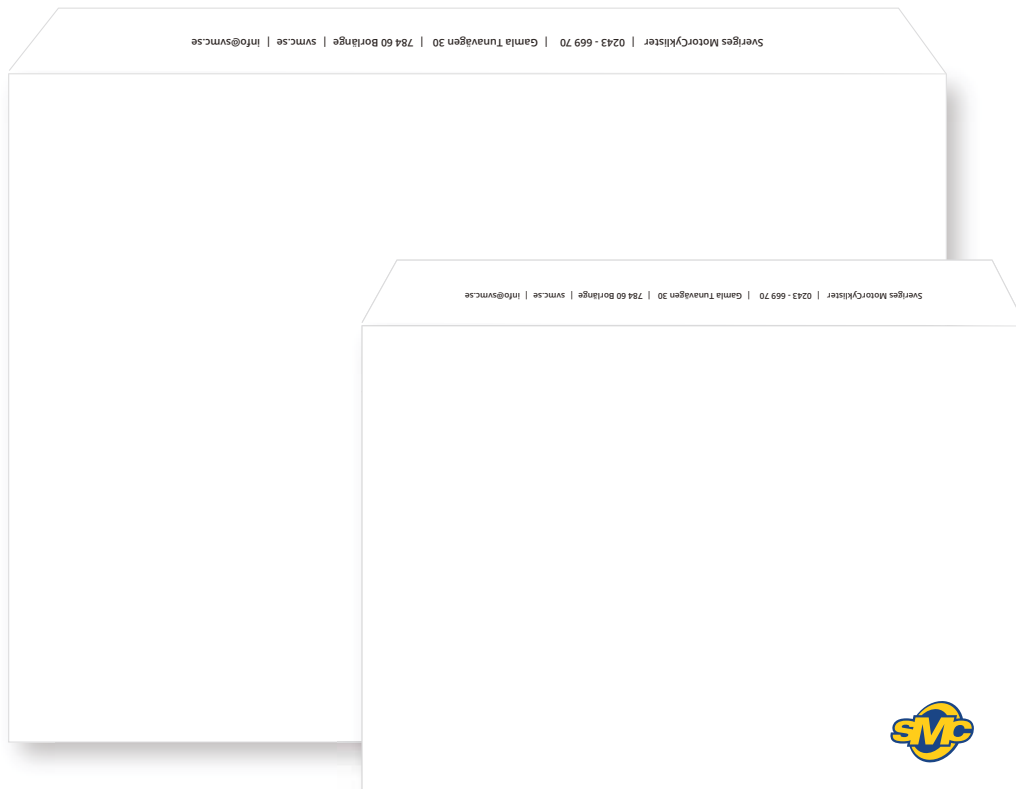
Exempel på hur applicering av logotypen på brevpapper, korrespondenskort och post-it lappar.



APPLICERING

KUVERT C4 OCH C5 SAMT E-POST SIGNATUR

Exempel på hur applicering av logotypen på kuvert i olika storlekar.



Exempel på applicering av logotyp, adress och annan information i e-post. Kan variera beroende på vilken e-post klient som används.

APPLICERING

EXEMPEL POWERPOINT

Exempel på applicering av logotypen för SMC och andra grafiska element i en PowerPoint. Dessa sidor kan användas som en grund för vidare arbete med bild och text i PowerPoint presentationer.



APPLICERING

TÄLT

Exempel på applicering av logotyp samt områden på tält.



APPLICERING

EXEMPEL KLÄDER

Exempel på applicering av logotyp på olika profilkläder.



Gul version av logotypen

I vissa fall kan en helt gul version av logotypen appliceras mot kläder som är svarta eller mörkblå där inte den tvåfärgade logotypen bör eller kan appliceras. Färgen skall vara SMC-gul beskrivet på sid. 11 och finns tillgängligt i grund-materialet.



APPLICERING

EXEMPEL KLÄDER

Exempel på applicering av logotyp på olika profilkläder.



Exempel SMC



Exempel SMC



Exempel SMC SPORT



Exempel på SMC TRAVEL och SMC SCHOOL



Exempel distrikten.



Exempel distrikten.

APPLICERING

EXEMPEL KLÄDER

Exempel på applicering av logotyp på olika profilkläder.



Exempel SMC



Exempel distrikten.



Exempel SMC



Exempel SMC



Exempel området SMC UNG



Exempel området SMC UNG

SMC – Sveriges MotorCyklister

JUBILEUMS LOGOTYP 2023

Under året 2023 förekommer SMC logotypen enfärgad i SMC gult. SMC logotypen ligger på SMC blå botten men kan också förekomma utan botten i gul, vit och svart. SMC logotypen i detta utförande bör endast förekomma tillsammans med, den för året, framtagna jubileumslogotypen enligt nedan och inte på något annat sätt därefter.



Exempel på applicering av 60 år jubileumslogotyp.







SVMC.SE