

TIPS & RIKTLINJER

Den här informationen är tänkt till dig som utformar din verksamhets budskap, både text och bild. Inför er utformning av budskap vill vi gärna berätta lite om produkten, målgruppen och de riktlinjer både ni som medverkande verksamhet, och vi som ansvarig utgivare och förlag, måste tänka på.

Tillsammans har vi ett stort ansvar att se till att budskapen på Natur & Miljöbokens omslag tilltalar den målgrupp som vi anser är den viktigaste av alla, nämligen **barnen** som ska jobba med materialet i skolan.

I Sverige gäller extra hårda regler för marknadsföring mot denna grupp då de ännu inte utvecklat ett kritiskt tänkande och därför inte kan värja sig eller ta ställning till kommersiella budskap på samma sätt som vuxna. Därför tillåter vi **inte produktreklam** eller budskap som tilltalar barnens direkta eller indirekta köpkraft.

Vi hoppas och tror att du som valt att medverka till utgivning av Natur & Miljöboken har gjort det för att du precis som vi tycker att det är viktigt att skolbarnen får en bra utbildning inom området natur och miljö. Vi tror att alla vinner på att vi kommunicerar just detta, dvs ett budskap som säger något om din verksamhets **engagemang för miljön**.

OMSLAGSSIDA 2

Speciella riktlinjer gäller för de verksamheter som kommunicerar på omslagssida 2 i Natur & Miljöboken. Dels för att utrymmet är större och därför syns mer framträdande och dels för att utrymmet är placerat inuti boken, strax före själva inlagan. Det här gör att vi är extra måna om att budskapet är barnanpassat. För att omslagssida 2 ska bli så tilltalande som möjligt för mellanstadieeleverna och samtidigt ge ett samlat och enhetligt intryck har vi tagit fram särskilda riktlinjer för utformning (se *Grafiska riktlinjer för omslagssida 2*).

Vi hjälper dig gärna om du behöver tips och vägledning, kontakta layoutansvarig på Natur & Miljöboken: layout@nmboken.se

TÄNK PÅ ATT!

- Produkten är ett läromedel.
- Målgruppen är elever 10-12 år.
- Budskap, text & bild, ska anpassas till målgruppen.
- Kommunicera ett miljöbudskap.
- Produktreklam tillåtes ej.

TILL TRYCK...

Färg: CMYK.
Format: Pdf, eps, tiff.
Foton: Högupplösta (300dpi).

