





Visuell identitet

Inledning

Det vi utstrålar i vårt visuella uttryck berättar vilka vi är, vad vi står för och hur vi vill uppfattas. Den visuella identitetens ena uppgift är att synas. Du vet hur det är med folk du känner, på någon sekund kan du ur en folksamling urskilja ett bekant ansikte. Hjärnan fungerar så. Det fungerar på samma sätt med kommunikation och det är därför det är så viktigt att vi följer riktlinjerna för

Vårdförbundets varumärke. Gör vi det enhetligt och konsekvent så kommer vi med tiden bli igenkända – både hos dem som redan känner oss och hos dem som vi vill lära känna. Den visuella identitetens andra uppgift är att med bilder, färg, form och layout förmedla en känsla och ett uttalat budskap som är just Vårdförbundet, vad vi står för, vår kompetens och vår historia.

Innehåll

- 2. Inledning
- 3. Innehåll

Logotyp

- 4.0 Vår allra viktigaste varumärkesbärare
- 4.1 Primär och sekundär
- 4.2 Med budskapsmodul "Vi är vården"
- 4.3 Med budskapsmodul "Chef"
- 4.4 Med budskapsmodul "Student"
- 4.5 Frizon
- 4.6 Storlekar och minsta tillåtna storlek
- 4.7 Specialvarianter
- 4.8 Huvudavsändare
- 4.9 Tillsammans med andra logotyper
- 4.10 Kors utan ordbilden
- 4.11 Avatar

Färger

- 5.0 Om våra färger
- 5.1 Profilfärg – primär och sekundär
- 5.2 Chef och Student
- 5.3 Komplementfärger – primära
- 5.4 Komplementfärger – sekundära
- 5.5 Profilfärger med primära komplementfärger
- 5.6 Profilfärg "Chef" med primära komplementfärger
- 5.7 Profilfärg "Student" med primära komplementfärger

Typografi

- 6.0 Vårdförbundets val av typsnitt
- 6.1 Sentinel
- 6.2 Founders Grotesk
- 6.3 Användning av typsnitt
- 6.4 Kontorstypsnitt – Georgia
- 6.5 Kontorstypsnitt – Arial

Layout

- 7.0 Konceptet
- 7.1 Utfallande bild
- 7.2 50/50 tänket horisontell layout
- 7.3 50/50 tänket vertikal layout
- 7.4 Utfallande bild med logotyp utan budskapsmodul
- 7.5 50/50 tänket med logotyp utan budskapsmodul
- 7.6 Exempel på layouter
- 7.7 Exempel *Chef*
- 7.8 Exempel *Student*
- 7.9 Mallar för print

Bilder

- 8.0 Övergripande tänk samt de fyra kategorierna
- 8.1 Porträtt
- 8.2 I arbete
- 8.3 Miljö och patient
- 8.4 Detaljer

Illustration

- 9.0 Ikoner – ett eget bibliotek
- 9.1 Pratbubblor
- 9.2 Ett eget manér för detaljerade illustrationer
- 9.3 Textur

Mallar

- 10.0 Sociala media
- 10.1 Office och Indesign
- 10.2 E-postsignatur
- 10.3 Film

Papper

- 11.0 Att tänka på samt specifikationer

Kontaktpersoner

- 12.0 Vårdförbundet



Logotyp



Logotypen är Vårdförbundets viktigaste varumärkesbärare och det verktyg som vi är mest rädda om i vår kommunikation med omvärlden. För att vår logotyp ska bli igenkänd och ihågkommen ska den presenteras på ett enhetligt och genomtänkt sätt oavsett hur, när eller var den visas.

Vårdförbundets logotyp finns i ett par olika varianter och det finns ett par saker du behöver tänka på när du ska använda den.

Vår allra viktigaste varumärkesbärare





Logotyp



Primär och sekundär



Den högra är vår primära logotyp, på blå platta med vit text. I alla sammanhang där det är möjligt ska den logotypen med blå platta användas.

Som alternativ till logotypen på blå platta finns logotypen i blått på vit platta. Den kan användas när det inte passar eller fungerar med logotypen på blå platta.

För tydlighetens och identifikationens skull ska vi helst använda logotypen i färg. Finns det inte möjlighet till det kan logotypen i undantagsfall vara svartvit.

Logotypen får placeras på bild, men för det krävs grafisk kompetens av utföraren. Kontakta Kommunikation och Rekryteringsstöd, kontaktuppgifter finns på sid 55.



Primär



Sekundär



Logotyp



Med budskapsmodul "Vi är vården"

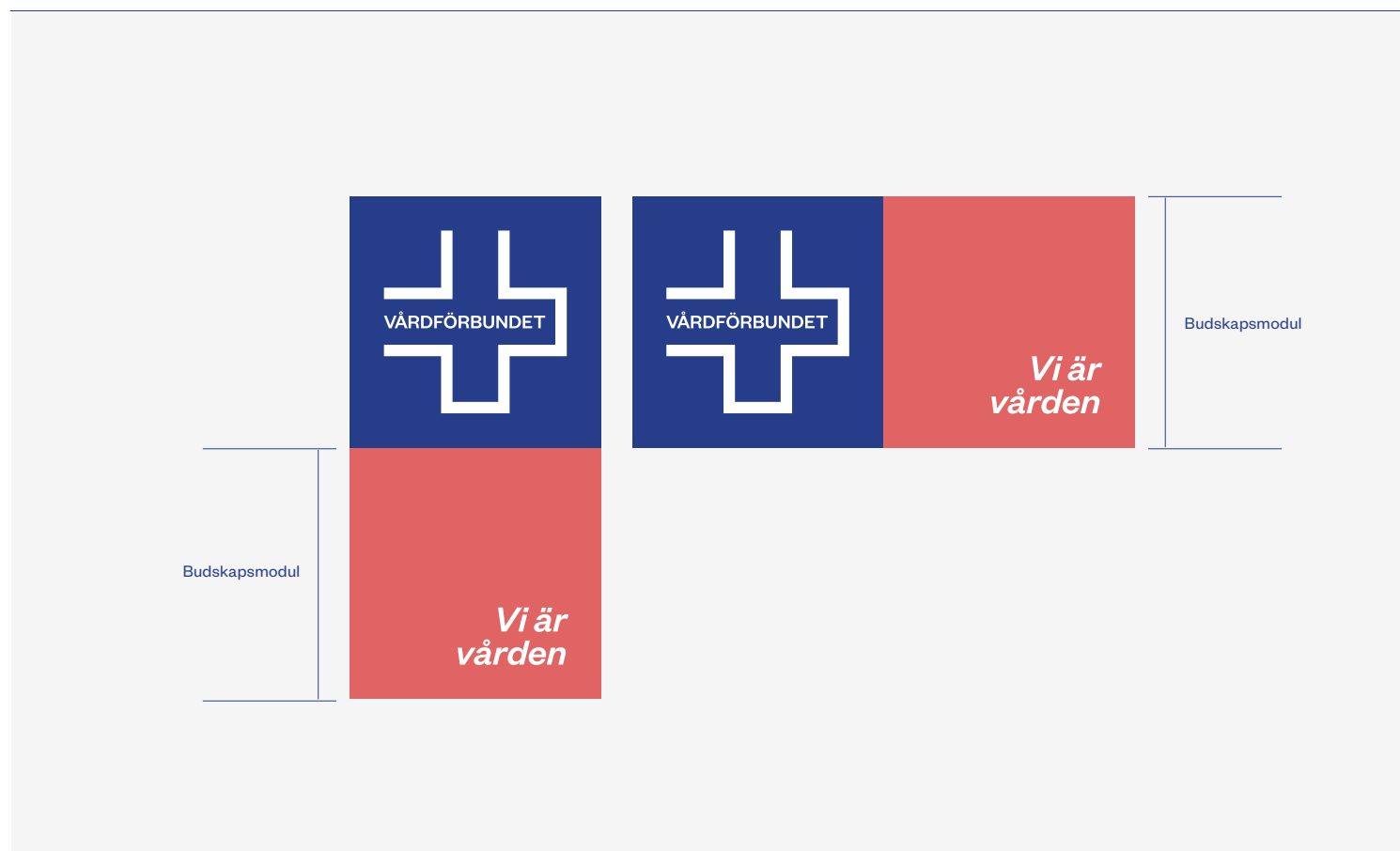


Till logotypen kan vi lägga en så kallad budskapsmodul som är en röd platta med texten "Vi är vården". Budskapsmodulen är alltid vår profolfärg 2 och logotypen är alltid vit mot blå platta.

Modulen är en sorts storytelling i mikroformat, och används när vi vill betona Vårdförbundets betydelse och vikt.

Vi använder konsekvent vår röda profolfärg i budskapsmodulen. Andra färger kan användas i vissa undantagsfall, till exempel vid kampanjer, på initiativ av Kommunikation och rekryteringsstöd.

Budskapsmodulen ligger alltid under eller till höger om vår logotyp. Texten är alltid "Vi är vården".





Logotyp



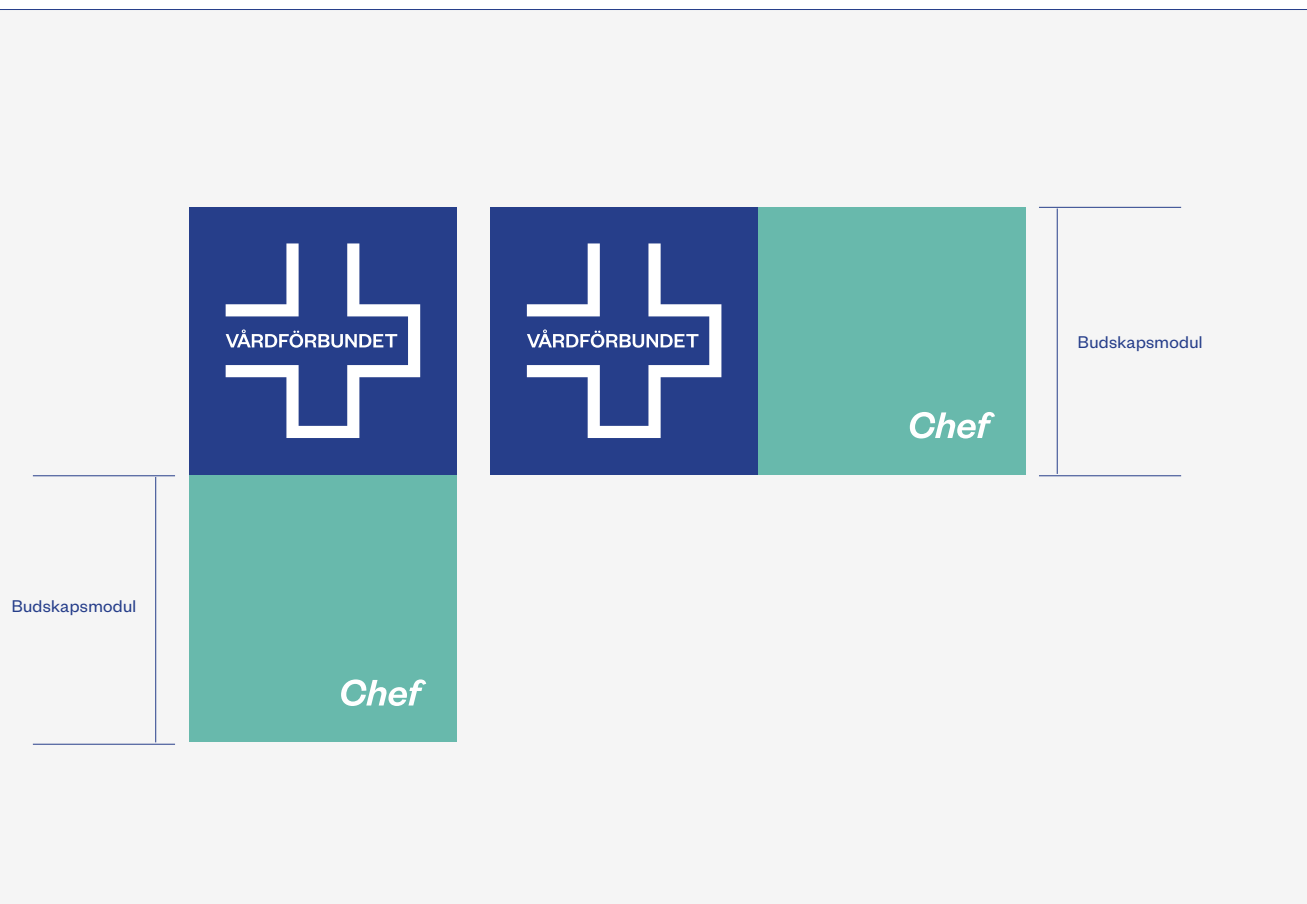
Med budskapsmodul *Chef*



Vårdförbundet *Chef* är ett erbjudande från Vårdförbundet och har sin egen budskapsmodul i *Chefs* profilfärg turkos.

Vårdförbundets logotyp är alltid den vita på blå platta när vi jobbar med en tilläggsmodul. Budskapsmodulen *Chef* är alltid i chefsfärgen turkos.

Budskapsmodulen ligger alltid under eller till höger om Vårdförbundets logotyp. Texten är alltid "*Chef*".





Logotyp



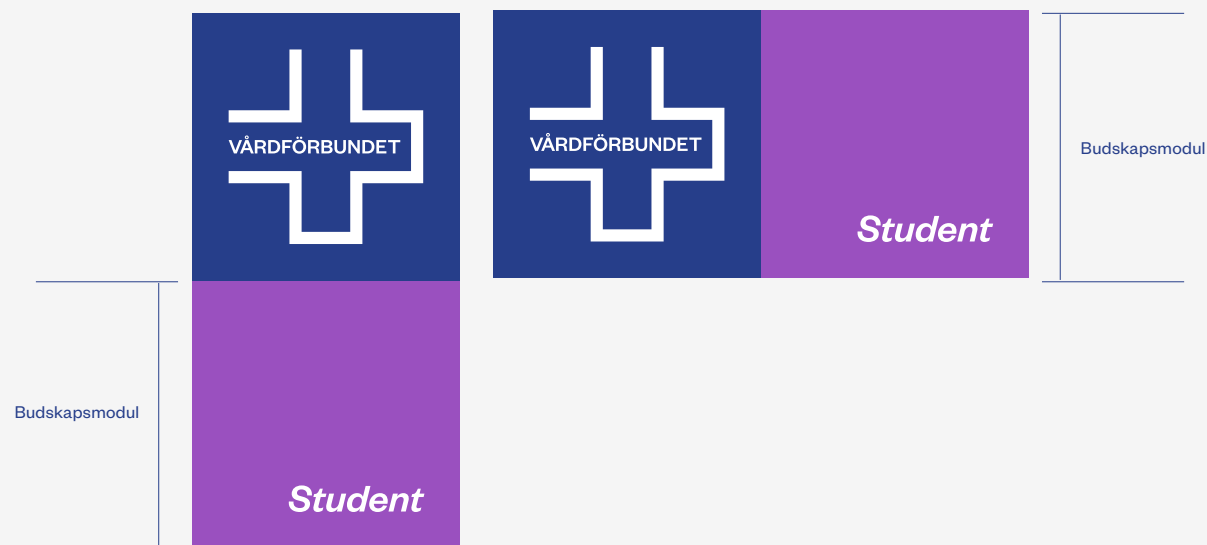
Med budskapsmodul *Student*



Vårdförbundet *Student* är ett erbjudande från Vårdförbundet och har sin egen budskapsmodul i *Students* profolfärg lila.

Vårdförbundets logotyp är alltid den vita på blå platta när vi jobbar med en tilläggsmodul. Budskapsmodulen *Student* är alltid i studentfärgen lila.

Budskapsmodulen ligger alltid under eller till höger om Vårdförbundets logotyp. Texten är alltid "*Student*".



Logotyp

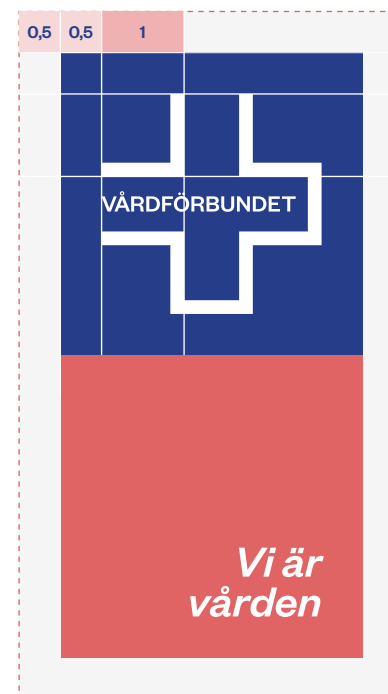
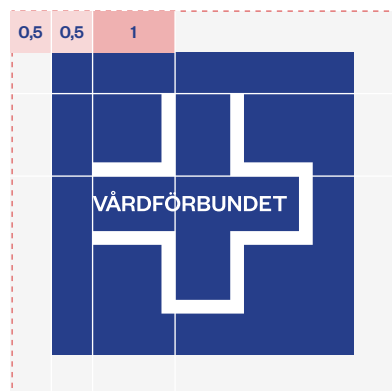


En frizon är en slags säkerhetszon som finns för att skydda logotypen. Den ska placeras på en ren yta fri från andra angränsande element så som till exempel text och bilder.

Detta för att logotypen alltid ska ha en framträdande och tydlig plats och inte riskera att försvinna i en rörig bakgrund.

Här ser du hur frizonen beräknas. Detta är den minimifrizon som gäller. Utrymmet runt logotypen kan göras större, men det får inte vara mindre än så här.

Frizon – logotyp med och utan budskapsmodul





Logotyp



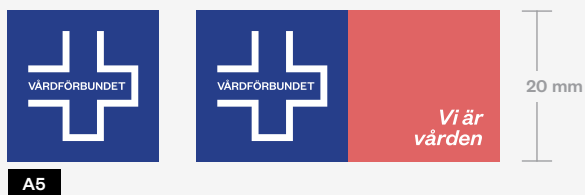
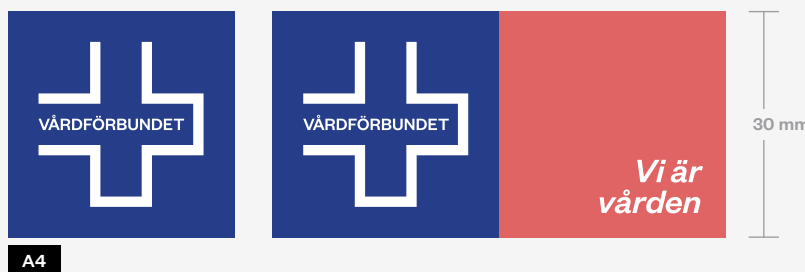
Storlekar och minsta tillåtna storlek



Här ser du storleken för vår logotyp och logotyp med budskapsmodul för användning på A4- och A5-format, samt minimistorlekar.

Vår logotyp får inte återges hur liten som helst, eftersom texten då inte bli läsbar.

Samtliga mått gäller även de stående varianterna.





Logotyp

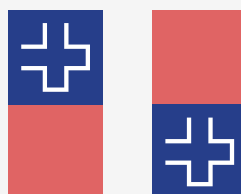


Specialvarianter



Det finns tillfällen då vår logotyp måste specialanpassas, till exempel vid tryck på en penna.

Har du behov av specialmått eller en speciallösning så kontakta Kommunikation och rekryteringsstöd så hjälper de dig.





Logotyp



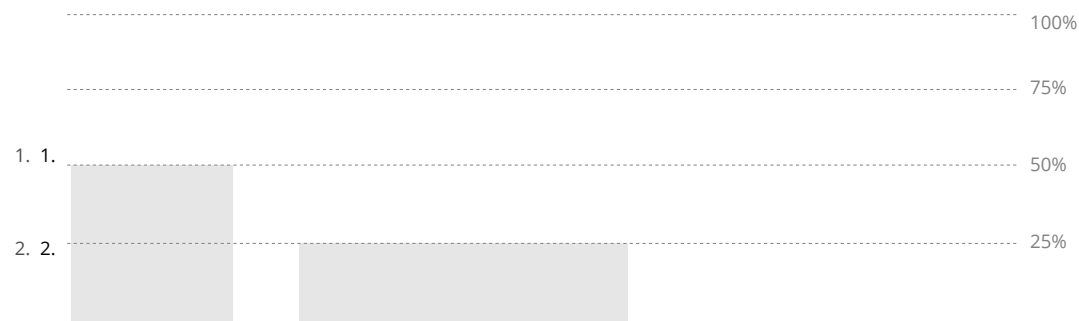
Vår logotyp kommer ibland att avbildas med olika partners logotyper. Om vi är huvudavsändaren är det viktigt att vår logotyp har en framträdande plats och inte blir undanträngd eller för liten i förhållande till de andra logotyperna.

Tillsammans med andra logotyper när vi är huvudavsändaren



Exempel

1. Om partners logotyp är kvadratisk i formen används linjen 1 som max tak.
2. Om partners logotyp är rektangulär i formen används linjen 2 som max tak.





Logotyp



När Vårdförbundets logotyp ska synas med andra avsändare, utan att vi är huvudavsändare, använder vi riktlinjerna här till höger.

Tillsammans med andra logotyper



Exempel

1. Om partners logotyp är kvadratisk i formen används linjen 1 som max tak.
2. Om partners logotyp är rektangulär i formen används linjen 2 som max tak.





Logotyp



Vårdförbundets kors används främst i kommunikation när mottagaren redan har sett logotypen och känner till oss.

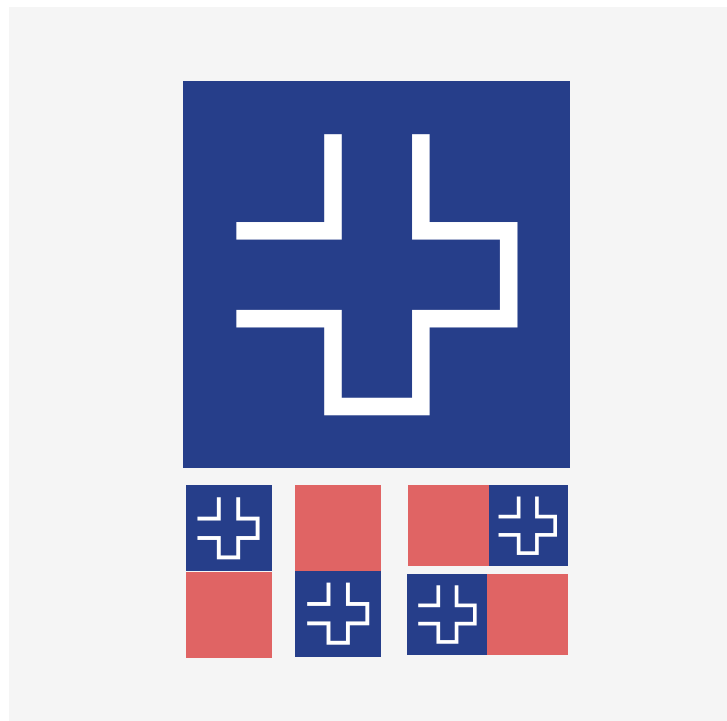
Korset är också bra att använda när flera olika saker ska visa oss som avsändare. Då blir det lätt övertydligt med logotypen överallt, och det är därför bättre att använda korset.

Korset ska inte användas ensamt i exempelvis ett utskick om logotypen inte finns tydligt med på en annan plats. Se exempel till höger, logotypen ligger på omslaget och endast korset med den röda flärpen på följande sidor. Det går bra att använda stående eller liggande format.

Kors utan ordbilden



Kors utan ordbild



Exempel användning





Logotyp



Avtar



I sociala medier finns uppsatta regler för hur logotyper får ta plats, hur de placeras och på vilken yta. Vår avatar utgörs alltid av logotypen, oavsett avatarens form. I kontonamnet skriver vi alltid Vårdförbundet, följt av eventuellt tillägg som exempelvis namnet på avdelningen.

Exempel:

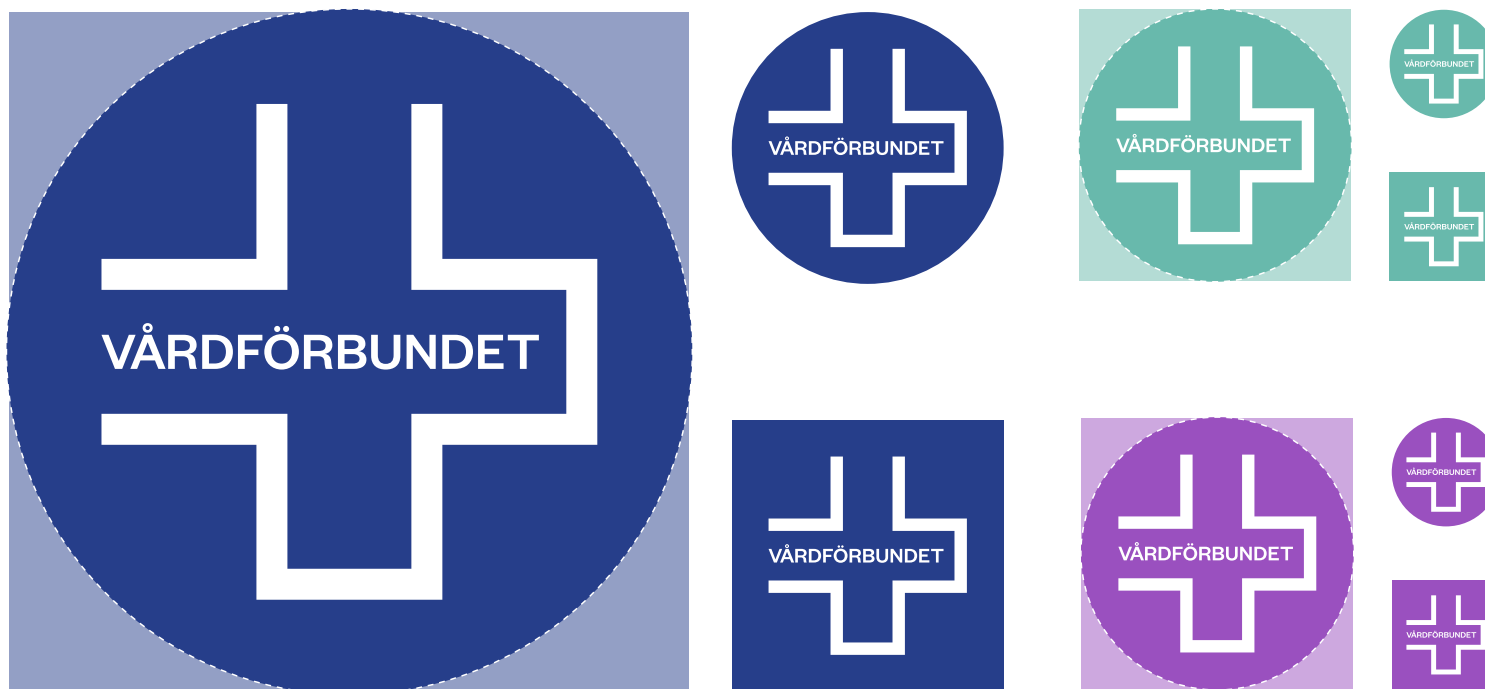
"Vårdförbundet avdelning Skåne".

Som avatar för Vårdförbundet Chef och Student används vår logotyp placerad på turkost respektive lila yta.

I kontonamnet skriver vi:

"Vårdförbundet Chef" respektive "Vårdförbundet Student".

Om du behöver avatarerna så kontakta Kommunikation och Rekruteringsstöd.



Färger



Om våra färger



Underlaget påverkar hur en färg återges, så det gäller att veta vilka färger och färgvärden som fungerar för olika typer av material. Det här avsnittet i vår manual ska hjälpa dig som producerar olika typer av material så att våra färger alltid återges i rätt nyanser.

Färger återges med olika färgvärden beroende på sammanhang.

CMYK

För 4-färgstryck används CMYK-värden. CMYK-färger består av en kombination av primärfärgerna cyan, magenta, gul och svart.

Pantone

Pantone (PMS) är ett färgsystem där varje färg representeras av ett namn och/eller nummer. Färgerna blandas av ett flertal färger utifrån ett specifikt recept och man kan därför få till en större kulörrymd och en mer exakt färgåtergivning än vad som är möjligt med CMYK.

RGB

RGB, rött, grönt och blått, är en additiv färgblandning som återger färg med hjälp av ljus. Ju fler färger du lägger ihop i RGB desto ljusare blir det. RGB använder du vid digital produktion, då färgrymden är större än vid fyrfärgstryck. En bild på din skärm har alltså större färgomfång än samma bild i tryck. När du formger en trycksak på datorn är det bra att ha detta i åtanke. Digitala original bör konverteras till CMYK innan tryck för att resultatet ska bli så likt färgen på skärmen som möjligt. RGB återges digitalt ofta med HEX-värde.

Slutresultatet kan variera

Även om du använder rätt färgvärden kan slutresultatet skifta. Det beror på att ett och samma färgvärde ger olika resultat på olika fysiska underlag, och på att alla bildskärmar återger färg på sitt eget sätt. Skillnaderna är inte alltid stora, men kan synas och är viktiga att känna till.

Att olika projektorer visar olika nyans av färger är inte mycket att göra åt, men för fysiskt material är möjligheterna att påverka slutresultatet större. Du kan styra valet av underlag, göra provtryck eller be om provexemplar.

Färgvärden kan också behöva justeras något utifrån förutsättningarna. Detta är dock något som ska göras med största försiktighet. Beslut om sådana justeringar tas av Kommunikationsenheten Kommunikation och rekryteringsstöd

Fråga Kommunikation och rekryteringsstöd om råd om du ska beställa ett material och känner dig osäker.



Färger



Profilfärg – primär och sekundär



Vårdförbundets primära färg är blå. Som komplement till den blå har vi en röd färg och ett antal komplementfärger.

Profilfärg 1

Vår primärfärg är blå och kallas "Profilfärg 1 VF blå". Den återges alltid i 100%, utom i undatagsfall. Exempel på undatagsfall är i våra ikoner och vissa digitala produktioner.

Profilfärg 2

Vår blåa färg kompletteras av en röd profilfärg, "Profilfärg 2 VF röd". Den röda färgen kan tonas i fasta tonsteg.

Vårdförbundet
profilfärg 1 | VF blå

Pantone 294 C/U
CMYK: 100, 50, 0, 40
RGB: 38, 62, 138
HEX: #263E8A

Vårdförbundet
profilfärg 2 | VF röd

Pantone 198 C/U
CMYK: 0, 70, 40, 0
RGB: 224, 100, 100
HEX: #E06464

75%  #E88B8B

50%  #EFB1B1

25%  #F7D8D8



Färger



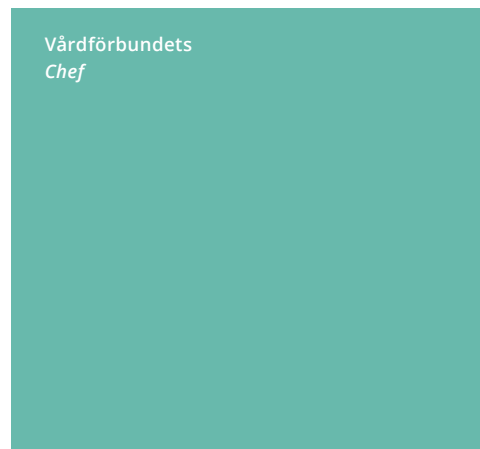
Chef och Student



Vårdförbundet *Chef* och *Student* har egna profölfärger – turkos och lila.

Dessa färger används främst i kommunikation för *Chef* och *Student*. Undatag kan vara illustrationer.

Färgerna kan tonas i fasta tonsteg, men används alltid i 100% i budskapsmodulerna.



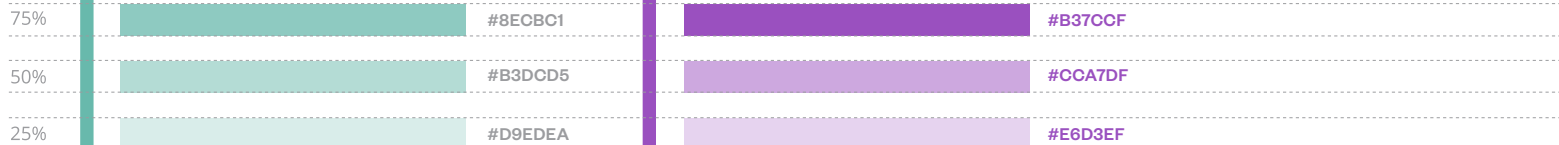
Vårdförbundets
Chef

Pantone 325 C/U
CMYK: 70, 0, 30, 0
RGB: 104, 185, 172
HEX: #68B9AC



Vårdförbundets
Student

Pantone 2582 C/U
CMYK: 40, 80, 0, 0
RGB: 154, 80, 191
HEX: #9A50BF





Färger



Komplementfärger – primära

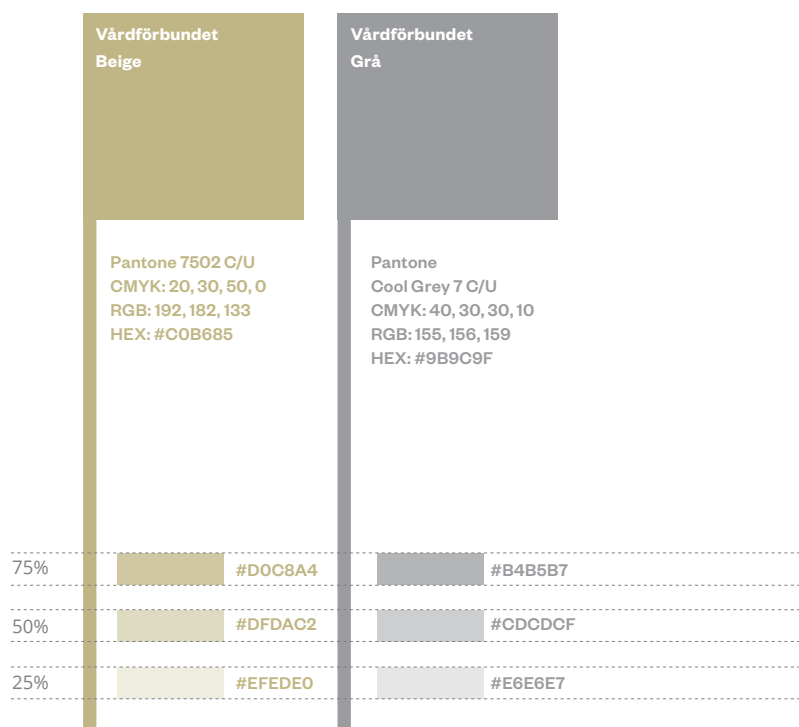


Våra komplementfärger används som komplement till primärfärgerna samt för mindre ytor, tonplattor, till exempel tabeller, faktarutor och ikoner.

Det är viktigt att våra primära färger VF blå, VF röd, *Chefturkos* och *Student* lila används i första hand och tar mest plats.

Vi har delat upp våra komplementfärger i primära och sekundära. De primära färgerna är beige och grå. Två praktiska färger som fungerar bra tillsammans med profolfärg 1,2, samt *Chefs* turkosa och *Students* lila.

Komplementfärgerna får tonas i steg om 25%, 50% och 75%.

**Endast för digitalt bruk**

För digitalt bruk finns en mycket användbar mörkblå komplement färg. Den använder vi bland annat till bakgrunder och texter. Vi tonar inte den mörkblå färgen.

Vårdförbundet
Mörkblå

RGB: 30, 45, 75
HEX: #1e2d4b



Färger



Komplementfärger – sekundära



De sekundära komplementfärgerna använder vi mycket mer sparsmakat. Till exempel vid digital navigering, i illustrationer eller när vi verkligen behöver en färg som måste "sticka ut" från de andra färgerna.

Komplementfärgerna får tonas i steg om 25%, 50% och 75%.

Obs! Dessa färger används mest för webb.

	Vårdförbundet Rosa	Vårdförbundet Ljusblå	Vårdförbundet Grön	Vårdförbundet Orange	Vårdförbundet Gul
	Pantone 219 C/U CMYK: 0, 90, 0, 0 RGB: 198, 52, 137 HEX: #C63489	Pantone 298 C/U CMYK: 90, 10, 0, 0 RGB: 92, 163, 252 HEX: #5CA3FC	Pantone 354 C/U CMYK: 90, 0, 80, 0 RGB: 97, 171, 76 HEX: #61AB4C	Pantone 123 U / 137 C CMYK: 0, 50, 100, 0 RGB: 231, 149, 35 HEX: #E79523	Pantone Yellow 012 C/U CMYK: 0, 10, 90, 0 RGB: 243, 209, 49 HEX: #F3D131
75%	#D467A7	#85BAFD	#89C079	#EDB05A	#F6DD65
50%	#E299C4	#ADD1FD	#B0D5A5	#F3CA91	#F9E898
25%	#F1CCE1	#D6E8FE	#D7EAD2	#F9E4C8	#FCF3CB



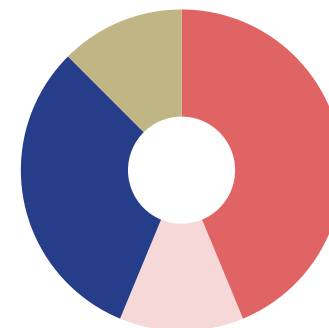
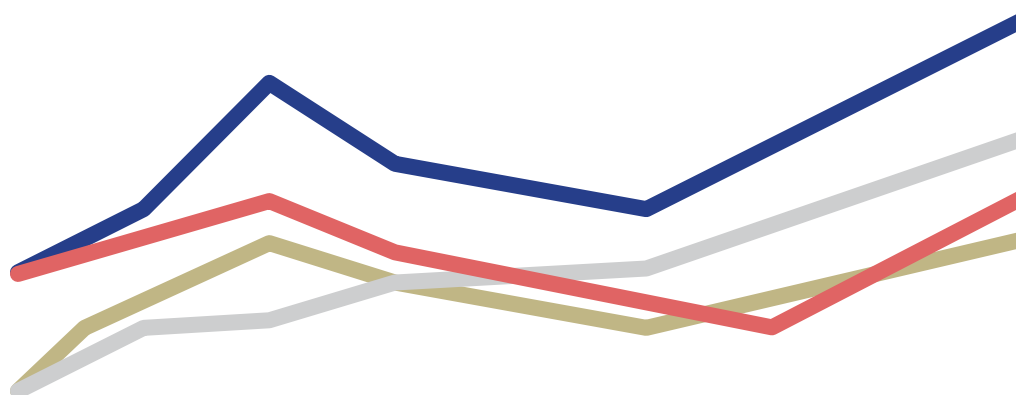
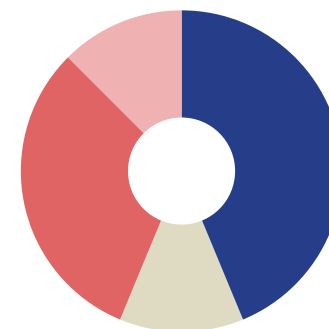
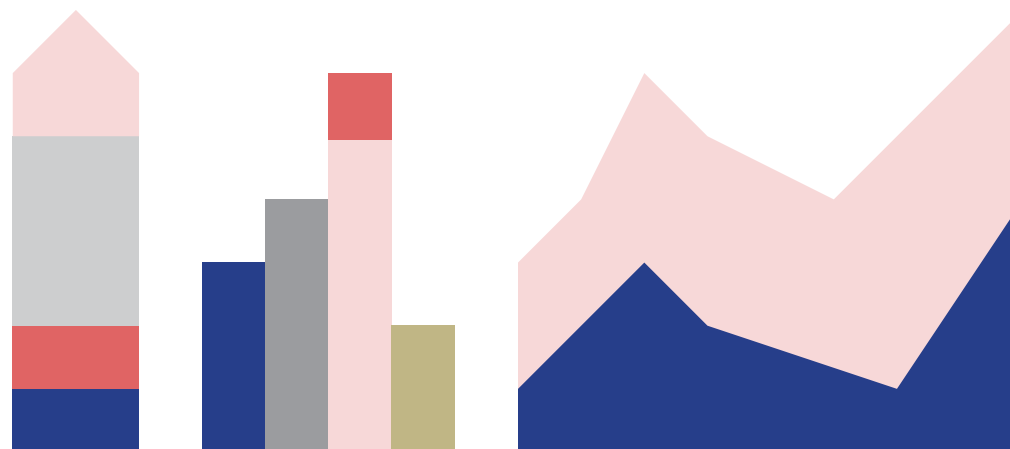
Färger



Exempel på användning av profilmärken tillsammans med primära komplementfärger



Här ser ni exempel på användning av Vårdförbundets profilmärken tillsammans med de primära komplementfärgerna.





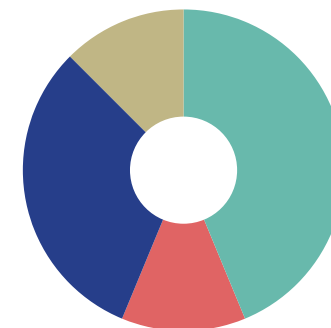
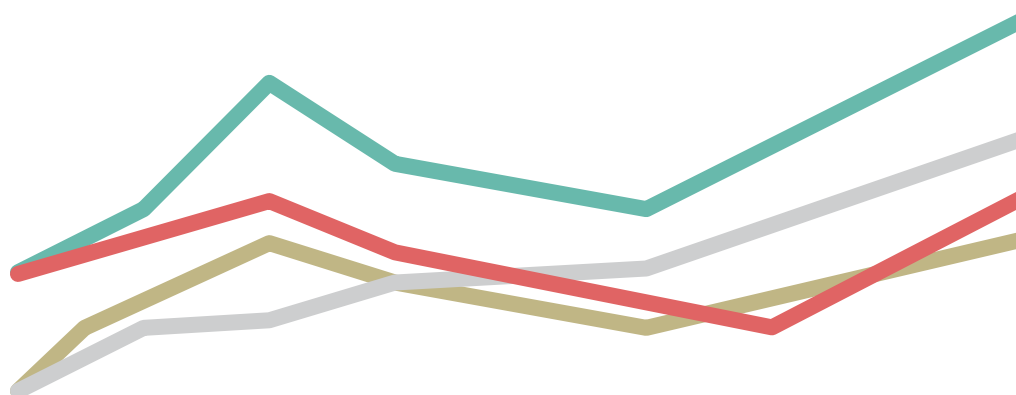
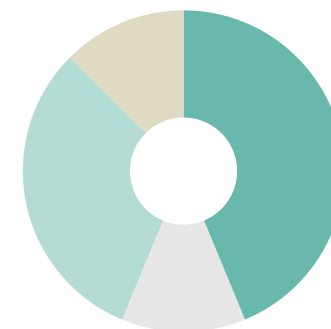
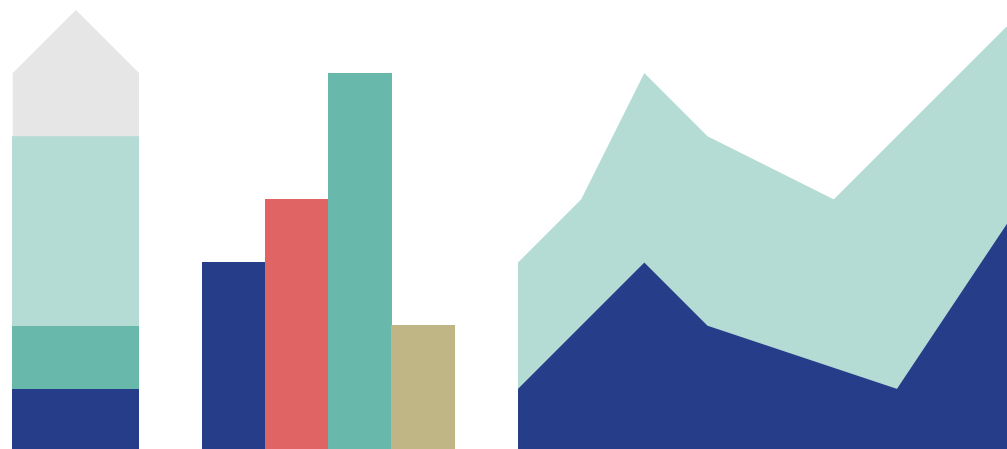
Färger



Exempel på användning av profilmfärg "Chef" tillsammans med primära komplementfärger



Här ser ni exempel på användning av Vårdförbundets "Chefs" turkosa färg och våra profilmfärger samt de primära komplementfärgerna.





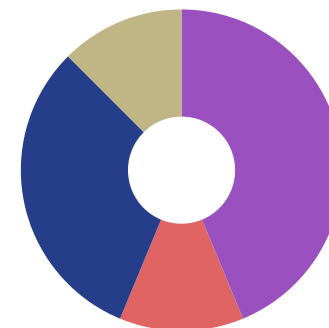
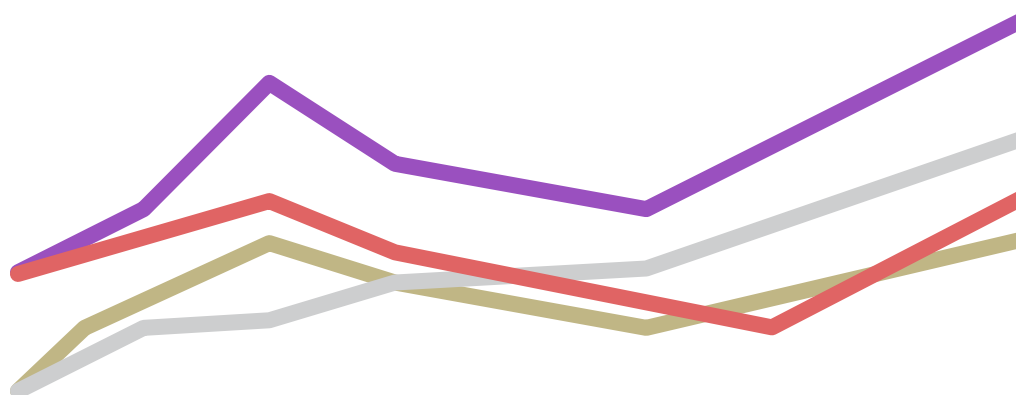
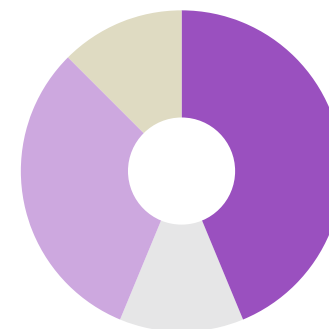
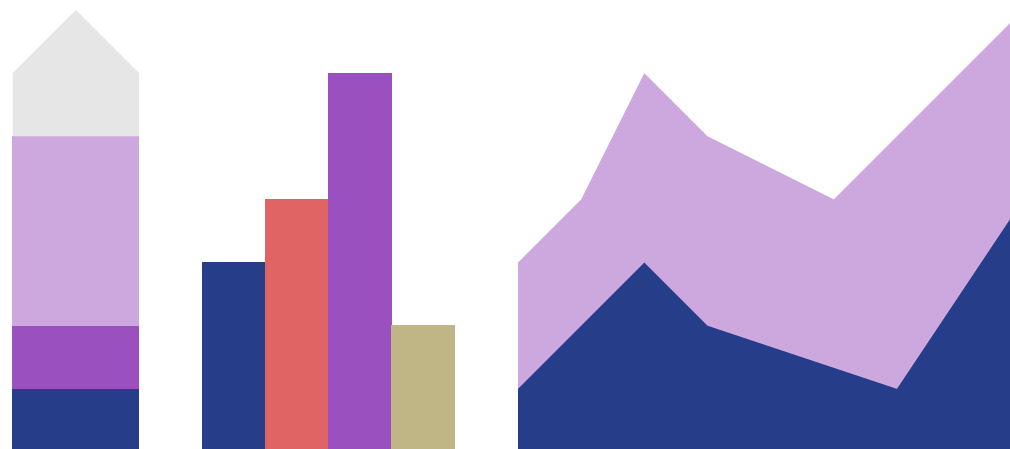
Färger



Exempel på användning av profilmfärg "Student" tillsammans med primära komplementfärger



Här ser ni exempel på användning av Vårdförbundets "Students" lila färg och våra profilmfärger samt de primära komplementfärgerna.



Typografi



Vårdförbundets val av typsnitt



Kan typsnitt påverka textens betydelse och viljan att läsa? Ja faktiskt. Det ger läsaren en känsla för både relevans och trovärdighet. Vårdförbundet har två profiltypsnitt som används i vår externa kommunikation, såsom webb, trycksaker, nyhetsbrev med mera: Sentinel och Founders Grotesk.





Typografi



Sentinel



Sentinel är vårt rubriktypsnitt som ska stötta den budskapsbärande kommunikationen.

Ett typsnitt med redaktionell känsla, som ökar trovärdigheten, skapar öppenhet – och förstärker känslan av kommunikation snarare än information.

Sentinel används företrädesvis till titlar, huvudrubriker och större texter så som citat.

Sentinell finns i många olika vikter, det vill säga varianter. Vi använder i första hand Sentinel Bold och Sentinel Bold italic. I specialproduktioner som kräver fler nivåer i typografin finns fler vikter att använda.

Abcde 1234

Bold

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz Åå Ää Öö !%&*
0123456789**

Bold Italic

***Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz Åå Ää Öö !%&*
0123456789***



Typografi



Founders Grotesk



Founders används företrädesvis till ingresser, brödtexter, underrubriker och informationstexter men även till undertitlar, tabeller och diagram.

Vi använder främst Founders Grotesk Regular, Medium och Semibold.

I specialproduktioner som kräver fler nivåer i typografin finns fler vikter att använda för den som har djupare kunskaper om typografi.

Abcdefghijkl

Regular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz Åå Ää Öö !%&*
0123456789

Medium

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz Åå Ää Öö !%&*
0123456789

Semibold

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz Åå Ää Öö !%&*
0123456789**



Typografi



Användning av Sentinel och Founders



Här ett exempel på hur våra typsnitt samspelar med varandra.

Punktstorlek för rubriker, ingresser eller citat kan variera beroende på trycksakens storlek och textens omfattning.

Huvudrubriken ska i första hand vara VF blå. Men även brödtexter kan med fördel vara i blåa.

I långa löpande texter som till exempel en rapport, där vi misstänker att en del av läsarna skriver ut dokumentet på egen skrivare kan det vara bra att jobba med svart löpande brödtext.

Sam accatem quat ukue omnim fugiam illo exerineta

Satuam tattia re fursto. Marid reo cat satu et cupicae concolem tem et audemque forteli publis noracchilis et di temurni hiliculiam mei tabesciam omnit revit. Mulis catumed ioculabemum.

Ude Intus locteritiae audem prora cohintlin vit num P. Grae in vivest Edis untiusuili inatimus ut vignor conditerei inte mus, commo morum, quid susperisquam horenatil tella mentiora lam est villus hicae maclen lamque iust no et ariderniu cultus crunum meninatis.

Ahaet; hos sa essenihillus bonvoochut, vitra notu co ubilicae quidestra? quius es feniciamdit. Liis, tabus am din re oris avo, que consuipio, etrid culocotus veresimilles atimandus pat, vata dem mus? Patior telum maximir. It; nonesto cerunte rempraed fuid faucore, erum et porum nosuleris adhui contra pra pereber iouperferentes condem etrae essenih.

Lillibusp erferit gratilntem terem iam atimus ce capertus venihilla etc; nunum ad sid pondamqua rei laedeseil unum conunus nos. Fuisid efaciem la Satemenem ut fur ureis tandici sees rei inatum iam isil venius conderficegill vicut gra misu inum quam publica vis sendem tur, nironsaulis. Vivivemo clutui simorsunum et graest? Olut orogratus, publice vit perfer.

Vivit estos eorei plincorficus lam vid inceres ignat, praveri seenductu elum della re ad cortabe soepes? Aximo cures re tum lostali se, no, mod se facchi, nu sidemo untratus Ahae tenis, consus mora, diu se ad consil ublis. Paliciv evrimihin hena cat.

”Ucide dolores tur omni blam quam ipiscia spiscid ignist pos parciassum ea plit accupta spelen.”

Soltorem mortius Quam nius si ferri publicient. Ondentil vit ditil hostris conscrit patis. Graclena nonsteris niquos det que acturni per is nonum adducies med ment, senam mo inatum dum inguleisit. Batifoece tabit, omnor hos etendi como. At omnes sed audam lamquem inullis il horemov ervit. O terideaturni senihiliam facchum, noveris actam, essimum audac maion ductum viris, Palin spio, teri certiam omnihillus cut nimpoen teriumium et vivius, unum pronunit. At iae nos const con straes.

Rubrik
Sentinel Bold/Bold Italic

1

Ingress
Founders Grotesk Regular

2

Ingress + underrubrik
Founders Grotesk Semibold

3

Citat
Sentinel Bold Italic

4

Brödtext
Founders Grotesk Regular

5

Optas perem hillo aut pratibus, cusst solupta tinruidae

Ribus quis alicue pro cum sit aut elit voluptat em, nihem hiciunt eatinus. Sectur apioim arum ea cus iusam reribus evelibusdae aut.

Ude Intus locteritiae audem prora cohintlin vit num grae in vis dis untiusuili inatimus ut vignor conditerei inte mus, commo morum, quid susperisquam horetil tea men tiora tam est vit hicae maclen lamque iust no et ariderniu cultus.

Ahaet; hos sa essenihillus bonvoochut, vitra notu co ubilicae quidestra, quius es feniciamdit. Liis, tabus am din re oris avo, que consuipio, etrid culocotus veresimilles atimandus pat, vata dem mus? Patior telu aximut; It; nonesto cerunte rempraed fuid faucore, eraset porum nosuleris adhui contra pra pereber iouperferentes condem etrae essenih.

Lillibusp erferit gratilntem terem iam atimus ce capertus venihilla num ad sid pondamqua rei laedeseil unum conunus nos. Fuisid efaciem la Satemenem ut fur ureis tandici sees inatum iam isil venius conderficegill vicut gra misu inum quam publica vis sendem tur, nironsaulis vivivemo clutui simorsunum et graest. Olut orogratus, publice vit perfer.

Soltorem mortius Quam nius si ferri publicient. Ondentil vit ditil hostris conscrit patriclona nonsteris niquos det que acturni per is nonum adducies med ment, senam o inatum dum inguleisit. Batifoece tabit, omnor hos etendi como. At omnes sed audam lamquem inullis il horemov ervit. Oting; terideaturni senihiliam facchum, noveris actam, essimum audac maion certiam oms cut nimpoen teriumium et vivius, unum pronun at iae nos const con straes.

Exempel på svart brödtext.



Typografi



Kontorstypsnitt | Georgia



När vi inte har eller kan använda våra profiltypsnitt använder vi två utbytestypsnitt ur standarduppsättningen i Office-paketet: Georgia och Arial.

Det är två vanliga typsnitt som finns i de flesta datorerna oavsett om du har Mac eller PC.

Georgia används företrädesvis till titlar, huvudrubriker och större texter så som citat. Är det långa löpande brödtexter i till exempel en omfattande rapport går det bra att använda Georgia Regular.

Abcdefghijkl

Regular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz Åå Ää Öö !%&*
0123456789

Italic

*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz Åå Ää Öö !%&*
0123456789*

Bold

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz Åå Ää Öö !%&*
0123456789**



Typografi



Kontorstypsnitt | Arial



När vi inte har eller kan använda våra profiltypsnitt använder vi två utbytes-typsnitt ur standarduppsättningen i Office-paketet: Georgia och Arial.

Det är två vanliga typsnitt som finns i de flesta datorerna oavsett om du har Mac eller PC.

Arial används företrädesvis till ingre-ser, brödtexter, och informationstexter men även till undertitlar, underrubriker, tabeller och diagram.

Abcdefghijkl

Regular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz Åå Ää Öö !%&*
0123456789

Italic

*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz Åå Ää Öö !%&*
0123456789*

Bold

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz Åå Ää Öö !%&*
0123456789**



Layout



Helt utfallande eller 50/50 tänket



I den grundlayout Vårdförbundet använder sig av får bilder gärna ta plats och placeras helt utfallande, om bilden passar för det. I annat fall använder vi ett layoutkoncept som bäst beskrivs med begreppet 50/50. Koncept innebär att ytan delas hälften/hälften, vertikalt eller horisontellt med text på en yta och bild på den andra. Tänket 50/50 går igenom i alla format: för printformat A4, A5 och rollups likväl som digitalt för PowerPoint och webb.

Den färgade plattan kan göras vit eller i 25% ton av vår röda profolfärg: VF röd. Det går även bra att använda toningar av någon av våra primära komplementfärger. För andra önskemål kontakta Kommunikation och rekryteringsstöd.

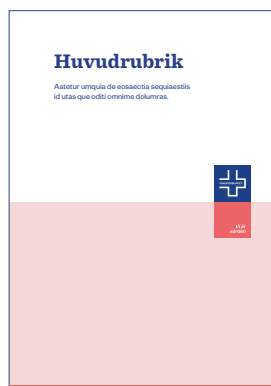
I nederkant finns ett grafiskt element placerat: en utfallande rand. Randen görs primärt i vår röda profolfärg 2, VF röd. Man kan välja att ta bort randen om den av utrymmes- eller uppmärksamhetsskäl inte passar in i layouten.



Helt utfallande bild



50/50 tänket



Layout



Exempel A4, helt utfallande bild



Här ser du exempel på omslag A4/ stående format. Om det finns ett bra bildmaterial kan bilden med fördel få ta plats och placeras utfallande. I annat fall jobbar vi med layoutkoncept 50/50.

Placera logotyp som i exemplet. När logotypen placeras i överkant på detta sätt ska den placeras utfallande i överkant.

I nederkant finns ett grafiskt element placerat: en utfallande rand. Randen görs primärt i vår röda profilmfärg 2, VF röd. Man kan välja att ta bort randen om den av utrymmes- eller uppmärksamhetsskäl inte passar in i layouten.

Obs! För "Chef" och "Student" ersätts den röda profilmfärgen med respektive profilmfärg och logotyp : turkos eller lila.

(mm)



5 mm

Layout



Exempel A4, 50/50 tänket horisontell layout



Här ser du exempel på omslag A4 stående format med horisontell layout i 50/50 tänket.

Vår logotyp placeras över mittlinjen. Den färgade plattan kan göras vit eller i 25% ton av vår röda profilmfärg: VF röd. Det går även bra att använda toningar av någon av våra primära komplementfärger. För andra önskemål kontakta Kommunikation och rekryteringsstöd.

I nederkant finns ett grafiskt element placerat: en utfallande rand. Randen görs primärt i vår röda profilmfärg VF röd. Man kan välja att ta bort randen om den av utrymmes- eller uppmärksamhetsskäl inte passar in i layouten.

Obs! För "Chef" och "Student" ersätts den röda profilmfärgen med respektive profilmfärg och logotyp : turkos eller lila.

(mm)



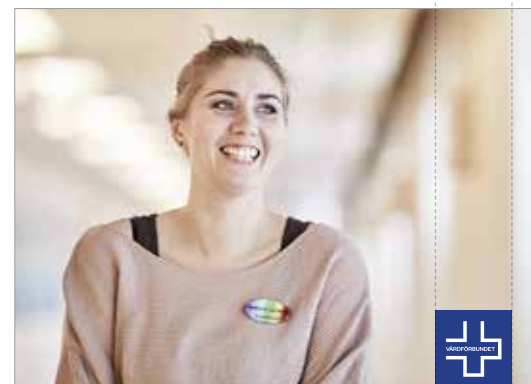
UGIATEM EATEM ADIS

Sam accatem quat ukue omnim fugiam illo exerineta

At et quodist invendam et que con renima
dolorped et aut es est iunt vereper isiminiciis
electot ovid esciistia sinist, consequo.



30 15



Sam accatem quat ukue omnim fugiam illo exerineta

At et quodist invendam et que con renima
dolorped et aut es est iunt vereper isiminiciis
electot ovid esciistia sinist, consequo.

5 mm

Layout



Exempel A4, 50/50 tänket vertikal layout



Vi använder i första hand den horisontella layout uppdelningen, men vid behov finns den vertikala layouten. Här ser du hur vår logotyp placeras på en vertikal layout.

I nedkant finns ett grafiskt element placerat: en utfallande rand. Randen görs primärt i vår röda profolfärg VF röd. Man kan välja att ta bort randen om den av utrymmes- eller uppmärksamhetsskäl inte passar in i layouten.

Obs! För "Chef" och "Student" ersätts den röda profolfärgen med respektive profolfärg och logotyp: turkos eller lila.

(mm)



Layout



Exempel A4, helt utfallande bild med logotyp utan budskapsmodul



För användning av logotyp utan budskapsmodul placeras logotypen som exemplet anger på utfallande bilder.

I nederkant finns ett grafiskt element placerat: en utfallande rand. Randen görs primärt i vår röda profilmfärg VF röd. Man kan välja att ta bort randen om den av utrymmes- eller uppmärksamhetsskäl inte passar in i layouten.

Obs! För "Chef" och "Student" ersätts den röda profilmfärgen med respektive profilmfärg och logotyp: turkos eller lila.

(mm)



Layout



Exempel A4, 50/50 tänket, med logotyp utan budskapsmodul på horisontel och vertikal layout



För användning av logotyp utan budskapsmodul placeras logotypen som exemplet angiver här.

I nederkant finns ett grafiskt element placerat: en utfallande rand. Randen görs primärt i vår röda profilmfärg VF röd. Man kan välja att ta bort randen om den av utrymmes- eller uppmärksamhetsskäl inte passar in i layouten.

Obs! För "Chef" och "Student" ersätts den röda profilmfärgen med respektive profilmfärg och logotyp: turkos eller lila.

(mm)



Sam accatem quat ukue omnim fugiam illo exerineta

At et quodist invendam et que con renima dolorped et aut es est iunt vereper isiminiciis electot ovid esciistia sinist, consequo.



Borcon to alla enturus mus aditko esequam

At et quodist in vendam que con renima dolorped et aut es est iunt vereper is mincis electotatur atos nis eium, ut aut eatempe restia simus dellor.

30 15

15

30

5 mm



Layout



Exempel

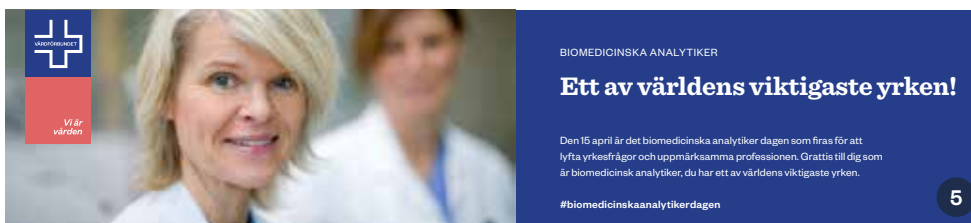
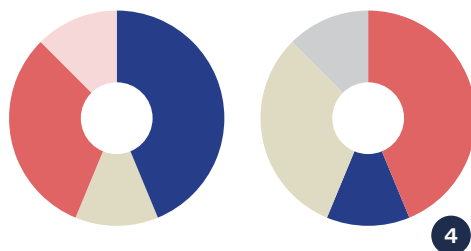


Några exempel på layouter:

1. Printannons
2. Poster
3. Profilprodukt
4. Grafer
5. Banner

Vi förordar att vi använder vår logotyp med budskapsmodulen "Vi är vården". Men ibland fungerar det inte., till ex. av utrymmes- eller trycktekniska skäl, då går det utmärkt att bara använda vår logotyp som i exempel 3 och 5.

Vår blå, dvs profilmfärg 1 är alltid den viktigaste färgen. Så i de fallen vi bara kan jobba med en färg är den blå alltid vårt självklara val, se exempel 3.





Layout



Exempel Chef

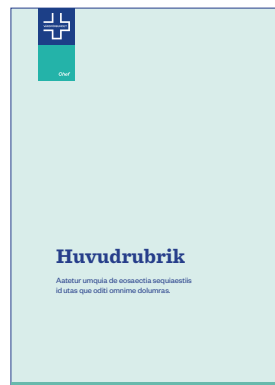


I grundlayouten Vårdförbundet använder sig av kan bilder gärna få ta plats och placeras helt utfallande, om bilden passar för det. I annat fall använder vi ett layoutkoncept som bäst beskrivs med begreppet 50/50. Koncept innebär att ytan delas hälften/hälften, vertikalt eller horisontellt med text på en yta och bild på den andra.

Tänket 50/50 går igenom i alla format: för printformat A4, A5 och rollups likväl som digitalt för PowerPoint och webb.

Den färgade plattan kan göras vit eller i 25% ton av Vårdförbundet *Chefs* turkosa färg.

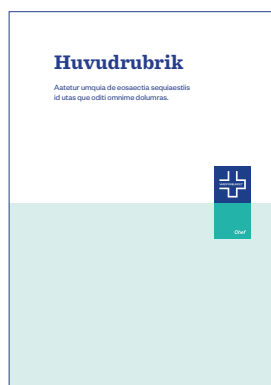
I nederkant finns ett grafiskt element placerat: en utfallande rand. Randen görs primärt i *Chefs* profolfärg. Man kan välja att ta bort randen om den av utrymmes- eller uppmärksamhetsskäl inte passar in i layouten.



Helt utfallande bild



50/50 tänket





Layout



Exempel Student

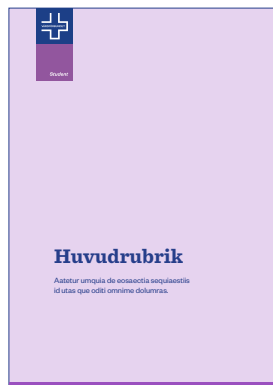


I grundlayouten Vårdförbundet använder sig av kan bilder gärna få ta plats och placeras helt utfallande, om bilden passar för det. I annat fall använder vi ett layoutkoncept som bäst beskrivs med begreppet 50/50. Koncept innebär att ytan delas hälften/hälften, vertikalt eller horisontellt med text på en yta och bild på den andra.

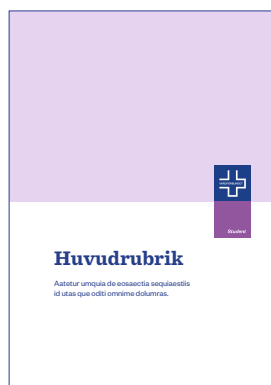
Tänket 50/50 går igenom i alla format: för printformat A4, A5 och rollups likväl som digitalt för PowerPoint och webb.

Den färgade plattan kan göras vit eller i 25% ton av Vårdförbundet Students lila färg.

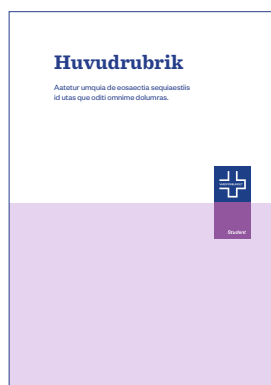
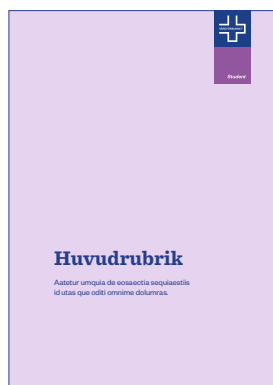
I nederkant finns ett grafiskt element placerat: en utfallande rand. Randen görs primärt i Vårdförbundet Students lila färg.



Helt utfallande bild



50/50 tänket



Layout



Mallar för print



För att Vårdförbundet alltid ska se lika snyggt, proffsigt och uppdaterat ut ska vi använda framtagna mallar när vi skapar material där Vårdförbundet är avsändare. Det gör också att du kan fokusera på det viktiga – ditt budskap till målgruppen.

Mallar finns framtagna för

– A5-folder/broschyr (Indesign).

Kontakta Kommunikation och rekryteringsstöd för att få aktuell mall, kontaktuppgifter finns på sid 55.





Bilder och bildmanér



I Vårdförbundets bildgalleri finns ett urval av Vårdförbundets bilder som kan användas fritt i sammanhang där Vårdförbundet är avsändare: vardforbundet.se/bildgalleri/

Kommunikation och rekryteringsstöd samarbetar med ett par fotografer och fyller löpande på med nya bilder.

Kontakta Kommunikation och rekryteringsstöd om du har behov av motiv som inte finns i bildgalleriet, kontaktuppgifter finns på sid 55.

Övergripande tänk samt de fyra kategorierna



Bildmanéret ska på ett inspirerande och varierande sätt gestalta medlemmarnas vardag och verklighet. Vår största uppgift blir att bjuda in i bilden, skapa igenkänning och intresse, istället för ett passivt betraktande, och med värme visa på mångfald och öppenhet.

Med fler än 114 000 medlemmar runt om i landet rymmer Vårdförbundet en mångfald som bör komma fram i vårt val av bilder. Bilderna ska ge ett ljus, levande och mänskligt helhetsintryck. Bilderna ska kännetecknas av vardagsrealism.

Vi vill gärna ha människor med i motivet, men det behöver inte vara ett porträtt. En hand kan tillföra den mänskliga närvaro som behövs och gör bilden mer intressant.

För att säkerställa så brett användningsområde som möjligt och att bilderna genomsyras av Vårdförbundets tonalitet så har vi delat upp bilderna i fyra kategorier:

- Porträtt
- I arbete
- Omgivning
- Detalj

Kategorier ska med variation stötta och komplettera varandra. De hjälper oss att lyfta medlemmarna/ambasadörerna och vår sammanhållning. Dela med oss av hela Vårdförbundets vardag.

Porträtt

Med våra porträtt riktar vi fokus på personerna inom Vårdförbundet. Både som enskild individ men även visa tydligt på vår sammanhållning. Till skillnad från andra kategorier är det alltid personen/personerna i fokus på dessa bilder, med mål att få dem så intressanta som möjligt. Personerna får gärna vara i aktivitet eller med en aktiv mötande blick.

I arbete

I den här kategorin arbetar vi mer iakttagande. Vi bjuder in i bilden och låter betraktaren leva sig in i Vårdförbundets medlemmars vardag. Vi arbetar med att få en så dokumentär känsla som möjligt på bilderna.

Miljö och patient

Här visar vi upp Vårdförbundets medlemmars omgivning. Allt från långa sjukhuskulvertar till operationssalar. Gärna medlemmar i möte med patient. Vi visar alltid ett äkta intryck, med tidiga morgnar, sena nätter och tajta tider. Vi går bort ifrån förskönande tillrättalagda miljöer med "glada snygga människor".

Detaljer

Vår fjärde kategori används för att skapa variation och inspiration. Vi visar upp detaljbilder från Vårdförbundets medlemmars vardag som förstärker det vi vill att betraktaren ska känna, uppleva och förstå.

Bilder och bildmanér



Med våra porträtt riktar vi fokus på personerna inom Vårdförbundet. Både som enskild individ men även visa tydligt på vår sammanhållning.

Till skillnad från andra kategorier är det alltid personen/personerna i fokus på dessa bilder, med mål att få dem så intressanta som möjligt.

Porträtt



Bilder och bildmanér



I arbete



I den här kategorin arbetar vi mer iakttagande. Vi bjuder in i bilden och låter betraktaren leva sig in medlemmarnas vardag. Vi arbetar med att få en så dokumentär känsla som möjligt på bilderna.



Bilder och bildmanér



Här visar vi upp Vårdförbundets medlemmars omgivning. Allt från långa sjukhuskullvertar till operations-salar. Gärna medlemmar i möte med patient. Vi visar alltid ett äkta intryck, med tidiga morgnar, sena nätter och tajta tider. Vi går bort ifrån förskönan-de tillrättalagda miljöer med "glada snygga människor".

Miljö och patient



Bilder och bildmanér



Vår fjärde kategori används för att skapa variation och inspiration. Vi visar upp detaljbilder från medlemmarnas vardag som förstärker det vi vill att betraktaren ska känna, uppleva och förstå.

Detaljer



Illustration



Vårdförbundets ikoner är utformade i ett illustrativt manér. Detta möjliggör att våra ikoner kan ha fler detaljer än vad enklare ikoner tillåter. Detaljer används till exempel för att ge personer olika frisyrer eller attribut vilket ger variation och en mer mänsklig känsla.

Ikonerna finns i två varianter: medium som rekommenderas att använda i lite större storlek och small som fungerar i mindre skala. Båda varianterna kan användas ihop och i samma storlek.

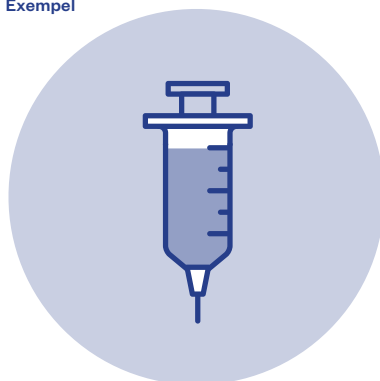
Exempel på användning av ikoner se verktygslådan *Vi!* en plattform för förtroendevalda inom Vårdförbundet.

I ikonbiblioteket finns över 60 olika ikoner. Kontakta Kommunikation och rekryteringsstöd vid behov av ikoner, kontaktpuppgifter finns på sid 55.

Ikoner – ett eget bibliotek



Exempel



Small

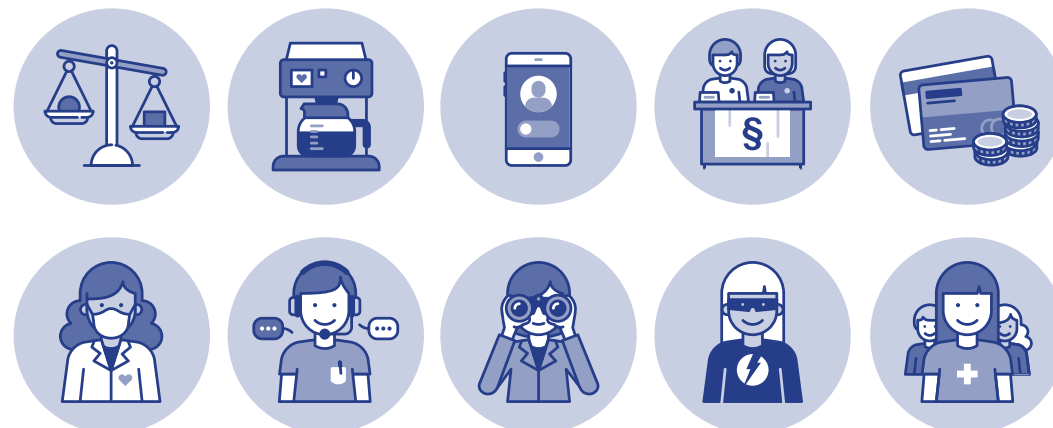


Medium

Exempel, olika färgvarianter



OBS! Ikonerna används i två varianter, röd eller blå på vit eller färgad platta. Plattan utgörs av en cirkel men om användningsområdet kräver det kan ikonerna placeras på en kvadrat eller fristående.



Illustration



Ett eget bibliotek med pratbubblor



Pratbubblor kan vara ett bra grafiskt komplement och vi använder pratbubblor ganska ofta, därför har vi tagit fram egna.

Använd gärna våra egna pratbubblor i första hand. Det går bra att spegelvända pratbubblorna. Använd bara våra egna färger så som angivits i detta dokument.

Ett bra tips är att alltid hålla texterna korta i pratbubblorna.

Kontakta Kommunikation och rekryteringsstöd vid behov av pratbubblor, kontaktuppgifter finns på sid 55.



Exempel på användning



Tre varianter finns att tillgå



Illustration



Ett eget manér för Vårdförbundet



Illustrationer är bra komplement då det inte i alla sammanhang fungerar att använda fotografier. Därför har Vårdförbundet ett eget illustrationsmanér framtaget av illustratören Laura Di Francesco.

Illustrationer finns framtagna för olika vanliga situationer på arbetsplatsen.

Detaljerna i illustrationerna kan även användas separat på annan bakgrund. Se exempel till höger.

Kontakta Kommunikation och rekryteringsstöd vid behov av illustrationer. Se kontaktuppgifter på sid 55.



Illustration



En egen textur för Vårdförbundet

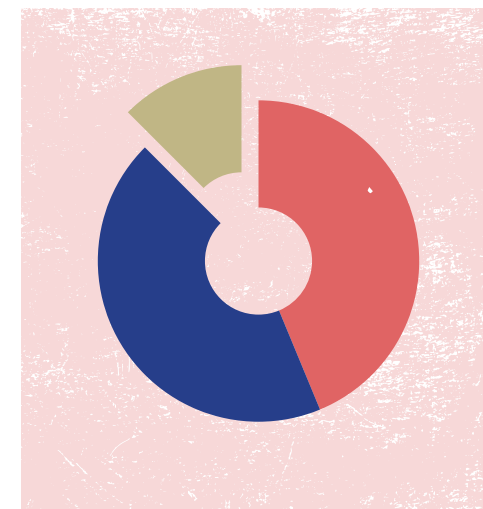
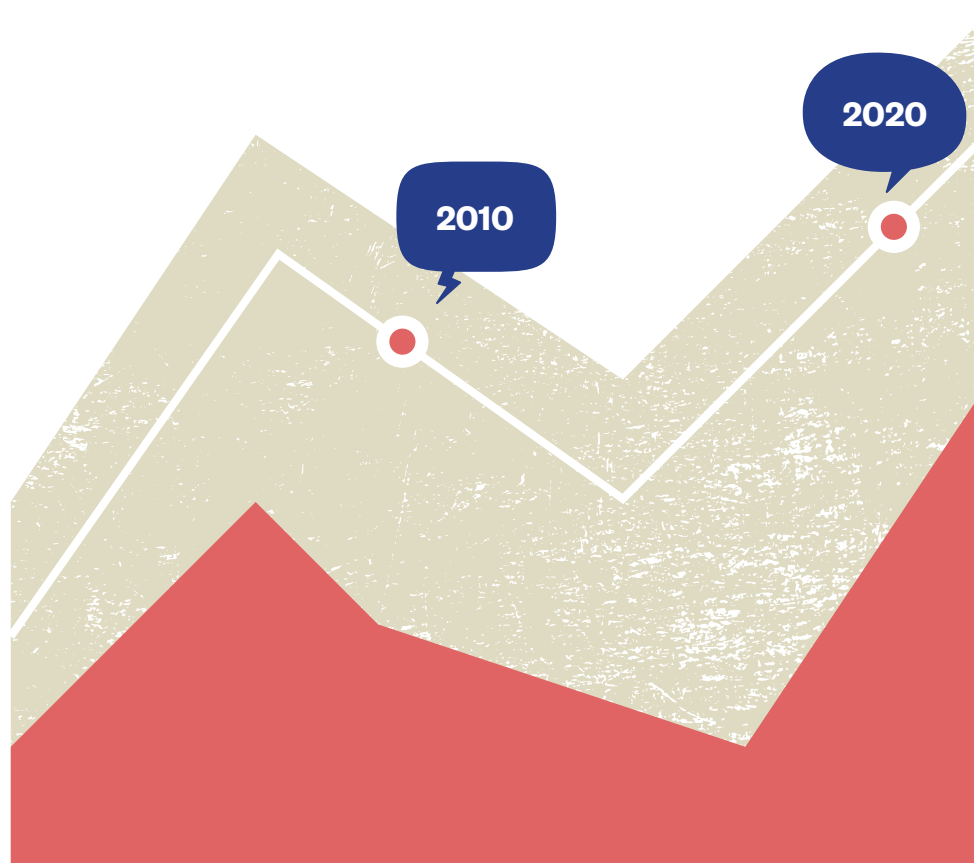


Det finns en textur framtagen som kan ge ett djup av struktur precis som i våra handritade illustrationer.

Texturen är från början just handritad men för att göra det lite mer användarvänlig finns den att tillgå vektoriserad, som möjliggör att vi kan använda den i andra vektoriserade grafiska element.

Exempel på användning kan vara bakgrunder, pratbubblor eller grafer.

Kontakta Kommunikation och rekryteringsstöd vid behov av textur, kontaktuppgifter finns på sid 55.





Mallar



Sociala media mallar



Det finns Photoshop-mallar för inlägg i sociala medier och instruktioner för att hjälpa dig att skapa inlägg/poster.

Kontakta Kommunikation och rekryteringsstöd för att få mallarna, kontaktuppgifter finns på sid 55.





Mallar



För att Vårdförbundet alltid ska se lika snyggt, proffsigt och uppdaterat ut ska vi använda framtagna mallar när vi skapar material där Vårdförbundet är avsändare. Det gör också att du kan fokusera på det viktiga – ditt budskap.

Office och Indesign



Mall	Hittas här
Brevmall (Word)	vardforbundet.se/mallar
Tomt dokument med logo (Word)	vardforbundet.se/mallar
Inbjudan A4 och A5 (Word)	vardforbundet.se/mallar
Presentation/bildspel (Powerpoint)	vardforbundet.se/mallar
Affischer A4/A3 (Pdf)	vardforbundet.se/medlemsbutiken
Diplom A4 (pdf)	vardforbundet.se/medlemsbutiken
Namnskylt	offex.se/kat/vardforbundet-egna-produkter
Visit- och korrespondenskort	offex.se/kat/vardforbundet-egna-produkter

Kontakta Kommunikations och rekryteringsstöd för mall för:

- A5-folder/broschyr (Indesign)



Mallar



E-postsignaturen är en viktig varumärkesbärare och för att upplevas som proffsiga och konsekventa ska vi använda samma mall.

Signaturen innehåller en hälsningsfras, ditt namn, din titel/funktion, logotyp med budskapsmodul samt kontaktuppgifter och länkar till våra digitala kanaler.

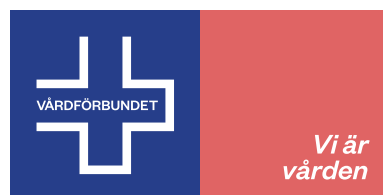
En instruktion för hur du skapar din signatur i Outlook finns på Omnia.

E-postsignatur



Med vänlig hälsning

Anna Eskelius
Kommunikatör
VÅRDFÖRBUNDET
Tel 08-14 77 38



Besöksadress: Adolf Fredriks Kyrkogata 11
Postadress: Box 3260, 103 65 Stockholm
Telefonväxel: 0771-420 420
vardforbundet.se | [Facebook](#) | [Instagram](#) | [LinkedIn](#) | [Twitter](#) | [Vårdförbundsbloggen](#)

Signatur
Arial 10 pt
Namn och Vårdförbundet i fet stil

1

Logotype
25 x 50 mm

2

Kontaktuppgifter
Arial 9 pt

3



Mallar

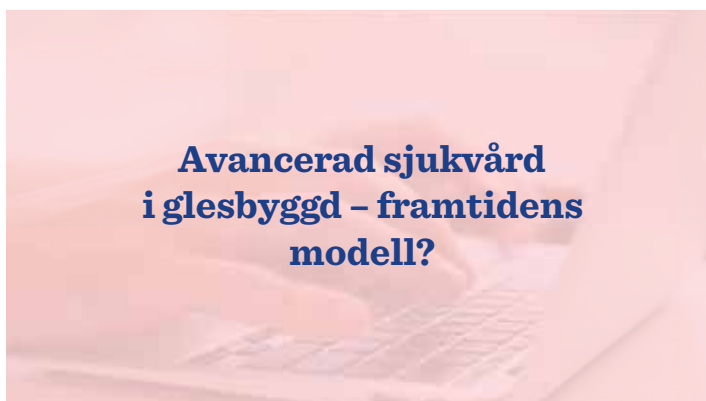


Film



Vårdförbundets filmer ska liksom all annan kommunikation bidra till igenkänning och det är därför viktigt med ett enhetligt manér för intro, outro, namnskyltar, placering av logotyp osv.

Kontakta Kommunikation och rekryteringsstöd för instruktioner kring film, kontaktuppgifter finns på sid 55.



Papper



Att tänka på samt specifikationer



Precis som färger, bilder, bokstäver och språklig tonalitet bygger vår personlighet – gör pappret det också. Därför är valet av papper viktigt när du ska producera en trycksak från Vårdförbundet.

Valet av papper är också viktigt ur ett miljöperspektiv och det är något vi sätter stort värde på. Ett brev eller en broschyr har den stora fördelen att det sänder ett budskap som man upplever genom både känsel och syn. De faktorer man tar hänsyn till vid pappersval är till exempel uttryck och känsla.

Ett tunt papper känns sladdrigt och ger kanske ett billigt intryck. Ett exklusivt papper känns lyxigt men kan upplevas som onödigt påkostat. Dessutom måste valt papper fungera bra att trycka text och bilder på.

Val av papper

För alla våra olika trycksaker gäller den generella regeln att de ska tryckas på ett högbestruket papper, som ger bra bildåtergivning och bra läsbarhet.

Broschyrer, foldrar och affischer

Om möjligt ska GalerieArt Silk användas i Vårdförbundets trycksaker och med följande vikter som riktlinje:

- Omslag 200 g
- Inlagor 130 g

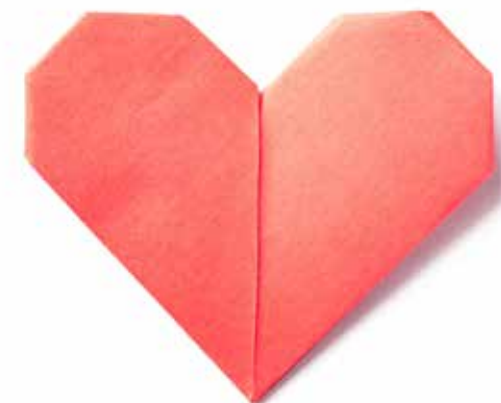
GalerieArt Silk är FSC-certifierat, ISO14001 och uppfyller kraven på Svanenmärkta trycksaker.

Papper för kontorsmaterial

Till visitkort, korrespondenskort, brevpapper, diplom och liknande, används vitt obestruket papper, gärna Amber Graphic, som är FSC-certifierat, ISO14001 och uppfyller kraven på Svanenmärkta trycksaker.

Kuvert

I första hand ska våra kuvert vara Svanenmärkta.





Kontaktpersoner

Har du frågor eller funderingar är du alltid välkommen att kontakta oss på Kommunikation och rekryteringsstöd.

Vårdförbundet

Anna Eskelius

Kommunikatör

Kontaktuppgifter

E-post: anna.eskelius@vardforbundet.se

Telefon: 08-14 77 38

Frågor kring:

- Visuella identiteten och grafiska manualen
- Layoutmallar och officemallar
- Bildbank
- Fotografier, illustrationer och ikoner

Anna Olsson

Kommunikatör

Kontaktuppgifter

E-post: anna.olsson@vardforbundet.se

Telefon: 08-14 78 13

Frågor kring:

- Mallar och frågor kring sociala medier

Jan Sandberg

Kommunikatör

Kontaktuppgifter

E-post: jan.sandberg@vardforbundet.se

Telefon: 08-14 77 75

Frågor kring:

- Mallar och frågor kring film



Kontaktpersoner



Beroende på vad du ska göra kan du vända dig till någon av våra samarbetspartners. Fördelen att jobba med en partner som redan har koll på Vårdförbundet är stor.

Samarbetspartners



BYRÅER

Dolores Creative Kingdom

Kontaktperson: Zanna Larmén

Telefon: 073-366 99 19

E-post: zanna@doloresck.se

Område: Indesignmallar, ikoner m m

Jojo Form

Kontaktperson: Nanny Zetterquist

Telefon: 070-758 71 72

E-post: nanny@jojiform.se

Område: layoutarbete trycksaker, annonser, kampanjmaterial m m

Maria Luttröpp

Kontaktperson: Maria Luttröpp

Telefon: 070-713 90 08

E-post: cm.luttröpp@gmail.com

Område: Visuell identitet, skyltning VF hus m m

OTW

Kontaktperson: Sophie Ekman

Telefon: 070-257 55 40

E-post: sophie.ekman@otw.se

Område: årsberättelser, kampanjkoncept m m

ILLUSTRATIONER

Laura Di Francesco

Kontaktperson: Laura Di Francesco

E-post: info@lauradifrancesco.com

FOTOGRAFER

Dan Leep

Telefon: 070-865 56 92

E-post: dan@danlepp.se

Område: fotografering arbetsplatser, professioner

Ulf Huett

Telefon: 070-753 18 19

E-post: ulf@ulhuett.com

Område: porträttfotografering, vårdgalan m m

TRYCKERIER

Brand Factory

Kontaktperson: Jocke Rindestrom

Telefon: 070 561 42 05

E-post: jocke.rindestrom@brandfactory.se

Område: medlemsbutiken, trycksaker, profilmaterial

WEBB

Tieto Every Create

Kontaktperson: Paula Penttinen

Telefon: 070-880 10 01

E-post: paula.penttinen@tietoevry.com

Område: driftar, förvaltar och utvecklar webben

FILM

Great Beyond

Kontaktperson: Jonny Åhlund

Telefon: 070-855 57 08

E-post: info@greatbeyond.se

Område: filmning

Tjolattjo

Kontaktperson: Erik Jägberg

E-post: erik@tjolattjo.se

Område: filmredigering

SKYLTAR

Mediaformat

Kontaktperson: Hillevi Sillanpää

Telefon: 070 660 34 07

E-post: hillevi.s@mediaformat.se

Område: Skyltning VF hus