



Visuell &
auditiv
identitet

© **Region Gävleborg 2015**

Ansvarig utgivare: Dag Rosander

Formgivning: kommunikationsenheten

Omslagsfoto: Carl Thorborg

Version: 1.1

Innehållsförteckning

| | | | | | |
|----------------------------|-----------|---------------------------|-----------|---------------------------|-----------|
| Inledning | 4 | Bilder | 18 | Webb | 35 |
| Visuell identitet | | Fotografier | | Annonser | 36 |
| Logotyp | 5 | Illustrationer | | Rekryteringsannonser | |
| Koncernlogotyp | | Förstärkt verklighet | | Informationsannonser | |
| Storlek och placering | | Auditiva identitet | 21 | Kungörelseannonser | |
| Kvalitetsmärke | | Audio-DNA | | Evenemangsannonser | |
| Verksamhetsmärke | | Mediamusik | | Värdskap och möten | 38 |
| Typsnitt | 10 | Tillämpningar | | Profilprodukter | |
| Typsnitt för trycksaker | | Kontorstryck | 27 | Stripning av fordon | |
| Typsnitt för Officepaketet | | Kontaktkort | | Profilkläder | |
| Typsnitt för webb | | Brev | | Namnskyltar | |
| Färger | 13 | Kuvert | | Expomaterial | |
| Profilfärger | | Digitala mallar | 29 | Exempel på möten | |
| Komplementfärger | | Excel | | Övrigt material | |
| Dekorelement | 15 | Word | | Skyltar | 41 |
| Intakt symbol i färg | | Powerpoint | | Flaggor | 44 |
| Intakt symbol med foto | | E-postsignatur | | Rumsgestaltning | 45 |
| Uppdelad symbol | | Grafik för film | | Stämplar | 46 |
| Papper | 17 | Trycksaker | 32 | | |
| Pappersval | | Affischer | | | |
| | | Flyers | | | |
| | | Foldrar och broschyrer | | | |
| | | Rolluper | | | |
| | | Böcker | | | |


Vår visuella och auditiva identitet

Region Gävleborg är en proaktiv samhällsaktör med erfarenheter som sträcker sig över 150 år. Vi bidrar till att skapa välfärd och livskraft för våra invånare. Vi sätter våra invånares bästa i fokus genom vår historia, vår framtidstro och dagens arbete.

Genom att erbjuda god service inom våra verksamhetsområden skapar vi förutsättningar för att fler invånare i vår region ska uppleva ett ökat fysiskt, psykiskt och socialt välbefinnande. Vi erbjuder hög kvalificerad kompetens inom hälso- och sjukvård, kollektivtrafik, kulturutveckling, folkbildning och regional utveckling som tillsammans ökar attraktionskraften för vår region.

Det du nu läser är grunden för vår visuella och auditiva identitet som sätter riktlinjer för hur vi kan säkerställa budskap och vårt sätt att kommunicera med syn, hörsel och känsel. Det är ett arbete som pågår kontinuerligt, vilket ställer krav på att vi tillsammans också lever som vi lär. Vår omvärld ska känna igen oss var och hur den än möter oss. Det handlar både om hur vi ser ut, känns och hur vi låter. Det är bärande delar som tydliggör vår kommunikation.

Vår visuella och auditiva identitet är till för att hjälpa alla som arbetar inom Region Gävleborg och våra samarbetspartners att skapa en enhetlig bild av vår organisation. Allt detta bidrar till att vi skapar en tydligare bild av vårt varumärke och bygger vidare på vårt goda anseende.



Tillsammans
skapar vi goda
utsikter för ett
livskraftigt
Gävleborg.



Visuell identitet

Logotyp

Region Gävleborgs logotyp är kännetecknet för regionens samtliga verksamheter. Mottagarens egna betraktelser och associationer är vad vi värderar allra främst i en stark logotyp. Vår logotyps syfte är att differentiera sig från andra namn och symboler. Namnet Region Gävleborg syftar i huvudsak till vår organisation, men framhäver också vår geografiska plats. Det är en symbol för mötet mellan människor, för väderstreck, berg och dalar som möter skog och vatten. Vårt mål är att den ska anses vara tillräckligt intressant och ge människor som kommer i kontakt med den positiva värden, känslor och associationer.

Koncernlogotyp

Logotypen består av två element: ordbilden Region Gävleborg och regionens symbol, X:et. Proportionerna mellan ordbilden och symbolen får aldrig förändras, och båda delarna ska alltid vara med. Logotypen får endast användas i de versioner som visas här. Den får inte användas i löpande text eller rubriker.

Vårt namn

Vårt namn är Region Gävleborg och det får aldrig förkortas i externa sammanhang. I löpande text skrivs Region Gävleborg ut med versalt R och G, övriga bokstäver med gemener.

Internationellt

I internationella sammanhang översätter vi inte logotypen utan använder koncernlogotypen. Skrivs namnet löpande i text används Region Gävleborg.



Grundvarianten av vår logotyp. Logotypens huvudfärger i symbolen är grön CMYK 70, 0, 100, 0 och blå CMYK 100, 6, 2, 10.



Logotypen skall vid behov återges i enbart svart vid svart-vita utskrifter. Mot mörka bakgrunder används logotypen i vitt (negativt). Svart eller vit logotyp rekommenderas på vissa foton/möntrade bakgrunder för att ge bäst återgivning.



← →
Denna logotyp är 40 mm bred,
anpassad för en A4-trycksak.



← →
Denna logotyp är 80 mm bred,
anpassad för en 50x70 cm affisch.



Bredden på avståndet till annan grafik motsvarar
alltid halva höjden av X:et i logotypen.

Färger

Symbolens huvudfärger är grönt PMS 368 och blå PMS 7460, och 100 procent svart för namnet. Vid placering på bilder eller mönstrade bakgrunder rekommenderas den svarta eller vita logotypen.

Storlek och placering

Det är viktigt att koncernlogotypen används rätt, både gällande placering och storlek. Logotypen Region Gävleborg ska alltid placeras i övre vänstra hörnet. Placering av kvalitetsmärket "På uppdrag av Region Gävleborg" ska alltid placeras i det nedre högra hörnet.

Storlek

Logotypens storlek anges i millimeter och beskriver symbolens höjd. Eftersom de flesta layoutprogram tillåter procentuella skalförändringar ska logotypen anpassas efter produktens mått. Logotypens bredd- och höjdförhållande får däremot inte ändras. Storlek på logotypen ska förhålla sig till trycksakens format:

- A6-trycksaker 35 mm
- A5-trycksaker 40 mm
- A4-trycksaker (broschyrer, brevpapper) 40 mm
- A3-trycksaker (affischer) 55 mm
- Affischer i storlek 70×100 160 mm
- Rolluper 300 mm

Frizon

Frizonen är minimiavståndet till annan grafik. I detta fall är det minsta avståndet halva X:et i logotypen. Syftet är att eventuella tillägg, adresser, dekorer eller kanter inte ska riskera att uppfattas som en del av logotypen. Ju mer fri yta som finns runt logotypen, desto tydligare framträder logotypen.

Felaktig användning av koncernlogotyp

Här ser du några exempel på felaktig användning av koncernlogotypen. Samma regler gäller vid användningen av kvalitetsmärket "På uppdrag av Region Gävleborg".

Webbadressen

I första hand ska webbadressen placeras tillsammans med övrig kontaktinformation, med samma typsnitt och storlek som övrig text.

På trycksaker där det inte finns någon kontaktinformation ska webbadressen placeras i det nedre vänstra hörnet och koncernlogotypen i det övre vänstra hörnet. Vid tillfällen då kvalitetsmärket "På uppdrag av Region Gävleborg" används placeras logotypen i nedre högra hörnet och webbadressen i nedre vänstra hörnet. För exempel se avsnittet om tillämpningar från sida 22 och framåt.

Webbadressen skrivs i Myriad Pro Semibold alternativt Museo sans, gärna i svart eller vitt. Det går även att markera ord vid snabbadresser med någon av våra huvud- eller komplementfärger.

Vid samarbeten

I alla sammanhang när Region Gävleborg agerar tillsammans med en eller flera externa samarbetspartner placeras logotyperna samlat längst ner eller i slutet av dokumentet. Vår logotyp ska alltid vara placerad längst till vänster när det är flera parter som agerar samtidigt. Observera att reglerna för frizon gäller.



Fel färg på symbol.



Får ej användas med ram runt logotyp.



Avkapad logotyp nedtill.



Logotypen får ej centreras.



Felaktiga proportioner på logotypen.



Logotypen får ej roteras.

Kulturutveckling
Västerberg folkhögskola
Forsa folkhögskola
Bollnäs folkhögskola
FöretagsHälsa
Din hälsocentral
Hjälpmedel SAM

Ovan ser du exempel på verksamheter som behöver använda verksamhetsnamn, för att tydliggöra verksamheten.

 På uppdrag av
Region Gävleborg

 På uppdrag av
Region Gävleborg

 På uppdrag av
Region Gävleborg

Kvalitetsmärket i olika färger, samma princip som med koncernlogotypen gällande användningsområdet för de olika färgversionerna.

Verksamhetsnamn

Det finns tillfällen då verksamheter har behov av att profilera verksamhetens namn. Då kan verksamhetsmärket användas. Märket typograferas i Museo Sans 500, storlek motsvarar koncernlogotypens x-höjd och den färgsätts alltid i svart. Verksamhetsmärket placeras i det nedre högra hörnet.

Kvalitetsmärke

När Region Gävleborg uppträder tillsammans med externa samarbetspartners, egenprofilerade bolag och entreprenörer ska koncernlogotypen användas.

För bolag och verksamheter som är privata och arbetar på uppdrag av Region Gävleborg, ska relationen alltid tydliggöras med X:et i regionens logotyp och ordbilden "På uppdrag av Region Gävleborg". Kvalitetsmärket placeras alltid i det nedre högra hörnet och storleksförhållandet mellan X:et och texten, samt formuleringen av texten eller färgsättningen, får inte ändras eller formuleras om. Se tillämpningar och exempel på sida 28.

Färger och frizon

Kvalitetsmärket har samma huvudfärger som koncernlogotypen; symbolen är grön PMS 368 och blå PMS 7460, och 100 procent svart för namnet. Samma principer gällande med frizonen gäller även här.

Storlek

Kvalitetsmärket ska förhålla sig till måttet på trycksaken: A5-trycksak 50 mm, A4-trycksak 70 mm, A3-trycksak 80 mm, affisch i storlek 70×100 190 mm.

Typsnitt

Vår information ska vara tydlig, hålla en hög läsbarhet och vara lätt att känna igen. Region Gävleborg använder sig av utvalda typsnitt för att täcka in de behov vi har i olika typer av sammanhang.

Typsnitt för trycksaker

Museo Sans

Museo Sans används endast som rubriktypsnitt och ingresser i trycksaker för att få en mer särprofilerad rubrik. Det finns ett basutbud som används i övergripande produktioner som innehåller skärningarna Museo Sans 300, 700, 900 samt versioner i italic för samtliga. Det finns också ett specialutbud med Museo Sans som enbart får användas vid marknadsförings-, kampanj- och evenemangsproduktion och innehåller Museo Sans Display light, Museo Sans Display extra black, Museo Sans Rounded 300 och 1000.

Myriad Pro

I grafisk produktion används Myriad Pro i mellanrubriker, ingresser och kortare brödtexter i samtliga trycksaker för Region Gävleborg.

Garamond Premier Pro

Garamond Premier Pro används i längre brödtexter, exempelvis vid böcker eller längre rapporter. Specifika grader och vilka varianter av typsnitten anges i mallarna för grafisk produktion och varierar efter trycksakens funktion.

Museo Sans 900

Museo Sans Display light

Museo Sans Rounded 1000

Museo Sans Rounded 1000

Ingress eller mellanrubrik Myriad Pro semibold eller light, här med 14 pkt med 17 pkt radavstånd satt i light.

Brödtext i Myriad Pro, förslagsvis 10 pkt med minst 12 pkt radavstånd, vänsterställd text. ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ. abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö. 123456789.

Brödtext i Garamon Premier Pro, förslagsvis 10 pkt med minst 12 pkt radavstånd. ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ. abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö. 123456789.

Arial bold

Arial bold

Ingress eller mellanrubrik Arial regular, här 14 pkt med 17 pkt radavstånd.

Brödtext i Times New Roman, förslagsvis 10 pkt med minst 12 pkt radavstånd, vänsterställd text.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖ.
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö. 123456789.

Typsnitt för Officepaketet

I alla mallar för kontorstryck används Arial och Times New Roman. Arial i rubriker, mellanrubriker samt ingresser och Times New Roman i längre texter, så kallad brödtext. Specifika grader och varianter av typsnitten anges i formatmallarna i programmen. I bildspel används typsnittet Arial.

Word

Det finns dokumentmallar för allmän mall, minnesanteckningar, inbjudan och fax som nås direkt i Word. Resterande mallar finns åtkomliga i Platina.

Excel

Mallar för diagram med olika utseenden och funktioner, samt kalkylblad hittar du även i programmet.

Powerpoint

På varumärkeswebben finns instruktioner och exempel på hur bilder, tabeller, diagram och ritade objekt ska se ut. Upplösningen på powerpointpresentationer ska alltid vara 16:9.

Typsnitt för webb

På webben är det viktigt att vår information är tydlig, håller en hög läsbarhet och är tillgänglig ur ett användarperspektiv. Därför använder Region Gävleborg Sans-serif typsnitt på sina webbsidor.

Vid val av typsnitt väljs den standardfontfamilj som bäst överensstämmer med regionens typsnitt. Textstorlek på Region Gävleborg webbplatser är 14 pixlar med ett radavstånd på 1.43 pixlar.

Plexus

På intranätet Plexus används Arial och Helvetica till samtliga texter, varierat beroende på om det gäller rubrik eller brödtext. Arial används främst till brödtext och Helvetica främst till rubriker. Rubrikerna sätts i 90 procent svart för att öka läsbarheten.

Regiongavleborg.se

På regiongavleborg.se används Museo Sans i rubriksättning och Helvetica i resterande texter.

Arial bold

Ingress eller mellanrubrik Arial regular, här 14 pixlar med 1.43 pixlars radavstånd.

Brödtext i Arial regular, förslagsvis 14 pixlar med minst 1.43 pixlars radavstånd, vänsterställd text.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ.
abcdefghijklmnopqrstuvwxyåäö. 123456789.

Museo Sans 900

Ingress eller mellanrubrik Arial regular, här 14 pixlar med 1.43 pixlars radavstånd.

Brödtext i Arial regular, förslagsvis 14 pixlar med minst 1.43 pixlars radavstånd, vänsterställd text.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ.
abcdefghijklmnopqrstuvwxyåäö. 123456789.

Övre exemplet visar hur Plexus typografihierarki ser ut, det undre exemplet visar på regionwebbens struktur.



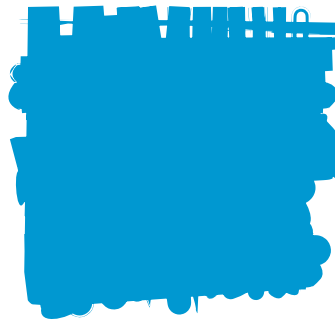
Grön

PMS: 368

CMYK C 70, 0, 100, 0

CMYK U: 52, 0, 86, 0

RGB: 80, 184, 72



Blå

PMS: 7460

CMYK C: 100, 6, 2, 10

CMYK U: 100, 0, 10, 0

RGB: 0, 151, 207

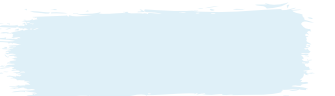
60%



30%



10%



Färger

Profilfärger

Region Gävleborg använder sig av två profilfärger för att skapa ett tydligt visuellt uttryck. Dessa två färger återfinns i logotypen.

Genom att hålla oss till bestämda färger tydliggör vi Region Gävleborg som avsändare.

Grön

Grönt skapar balans, ger ro och stabilitet. Grönt står för trygghet, lugn, omsorg, hållbarhet och god tillgänglighet.

Blå

Blått är en färg som skänker lugn och förmedlar seriositet och pålitlighet. Den blå färgen står för medvetenhet, intellekt, vård, helhet och lugn.

Samtliga färger kan användas fritt i illustrationer, på tonplattor eller text. Färgerna får enbart tonas i följande steg 100 procent, 60 procent, 30 procent och 10 procent.

Komplementfärger

För att få ett större urval av färger finns det två komplementfärger att använda sig av. Dessa två färger ska användas med varsamhet då deras funktion är att bredda möjligheter men inte ta över.

Orange

Orange är en varm, vänlig och glad färg som verkar upplyftande och positivt. Orange står för lycka, kreativitet, energi, hållbarhet och framgång.

Cerise

Cerise stimulerar och öppnar våra sinnen. Den cerisa färgen står för ömhet, värme, mognad, glädje och gott bemötande.

Den rosa färgen ska skapa en röd tråd i Region Gävleborgs värdskap och möten samt skapa positiva associationer. Det är en färg som är synlig och särprofilerande. Exempel där rosa används som primärfärg för att agera särprofilerande ser du på sida 40.



Cerise

PMS: 213

CMYK C: 0, 92, 18, 0

CMYK U: 0, 85, 10, 0

RGB: 238, 55, 128



Orange

PMS: 144

CMYK C: 0, 40, 90, 0

CMYK U: 0, 43, 90, 0

RGB: 250, 166, 52

60%



30%



10%





Dekorelement med intakt symbol, används i sin helhet vad gäller form och färg. Regler för opacitet gäller här med principerna som vid färgsättning.



Dekorelement med intakt symbol, används i sin helhet vad gäller form fast med foto. Rekommenderad opacitet är 30 procent för bra synlighet.



Dekorelement med uppdelad symbol, där de två övre linjerna från symbolen färgsätts med en profil- eller komplementfärg eller foto.

Dekorelement

Det finns tre dekorelement att använda vid olika produktioner. Viktigt att tänka på är syftet med användningen av dekorelementet och att den inte stör läsbarheten. Dekorelementet ska följa reglerna för opacitet, rekommendationen är högst 30 procent opacitet. Exempel på placering och riktlinjer vid användning av dekorelementet finns på nästa sida.

Intakt symbol i färg

Symbolen står i sin grundform och får inte ändras, varken i form av andra färger eller formen på symbolen. Detta dekorelement ska visas i sin helhet.

Intakt symbol med foto

Symbolen står i sin grundform och formen på symbolen får inte ändras. I denna version av dekorelementet får dock ett fotografi monteras in i X:et. Syftet är att stärka varumärket med främst imagebilder men även att göra designen mer tillåtande.

Uppdelad symbol

Symbolen har en friare form och består endast av de två översta linjerna. I denna version av dekorelementet får ett fotografi monteras in i X:et, får även användas med Region Gävleborgs komplementfärger. Den bör dock inte ha två olika färger på linjerna samtidigt, varken profil- eller komplementfärgerna.



Exempel på placering vid användning av dekorelementet.
Riktlinje för användning av dekorelementet är att inte kapa mer än cirka 20 procent av symbolen så att den fortfarande är igenkännbar.





Exempel på utvalda papper för Region Gävleborg

Vill du ha exempel på de utvalda papperen för Region Gävleborg, se nedan för pappersprover i vår grafiska och auditiva manual

- omslag: Invercote Creato 400 g/m²
- inlaga: Arctic matt 170 g

Papper

För att skapa ett enhetligt utseende är det viktigt att allt material vi producerar trycks på papper av samma kvalitet. Valet av material utgår från läsbarhet, bildåtergivning, antalet exemplar och om trycksaken ska användas vid flera tillfällen. Det är även viktigt att tänka på miljön vid val av papper.

Pappersval

Amber Graphic (obestruket)

Ett obestruket papper som lämpar sig väl för tryck av både stora och små textmassor som exempelvis tidskrifter, kataloger eller produktblad.

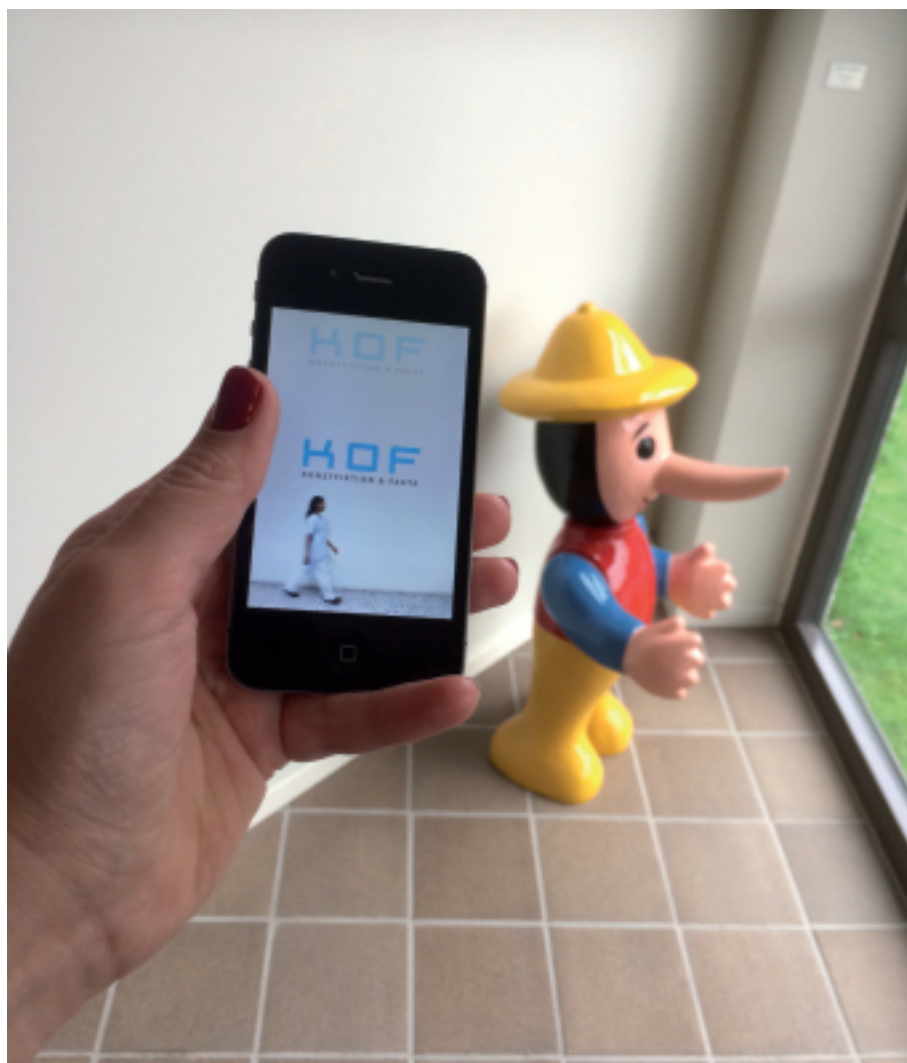
Kom ihåg! Tidningar ska tryckas på ett papper med hög vithet som ger hög läsbarhet och bildåtergivning. Amber Graphic passar denna typ av produktion.

Arctic Matt (bestruket, matt)

Ett bestruket matt papper som ger ett något exklusivare intryck och passar till tryck av såväl text och broschyrer, foldrar eller flyers.

Gallerie Art Silk (bestruket, silk)

Ett bestruket silkpapper med hög användarvänlighet och bra färg- och fotoåtergivning som passar de flesta trycksaker. Exempelvis är den lämpad för broschyrer, böcker, foldrar med mera. Rekommendationen är att använda de två övre alternativen i största mån.



Kulturutveckling har tagit fram en app som tillgängliggör konsten inom Region Gävleborg. Det är en app med information, lokalisering av verk via GIS – geografiskt informationssystem, ett dramatiserat ljudberättande och interaktiva funktioner.

Förstärkt verklighet

Förstärkt verklighet (Augmented Reality) handlar om att du förstärker verkligheten med hjälp av digitala realtidsapplikationer som blandar information från användarens fysiska omgivning med digital information. Det kan vara att man håller upp sin mobiltelefon och riktar den mot en byggnad. När man ser på bildskärmen visas den fysiska byggnaden samtidigt som den förstärks med information om dess historia, vilket kan återges i bild, film, text eller ljud. Detta kan styras med hjälp av den geografiska positionen, olika typer av sensorer samt visuella markörer.

Vid utveckling av tekniska applikationer ska dessa också följa de visuella och auditiva riktlinjerna.



Visst ser det vackert ut men hur låter det?

Scanna QR-koden för att höra ljudlogotypen. Du hittar den även på regiongavleborg.se/varumarkeswebben.

Auditiv identitet

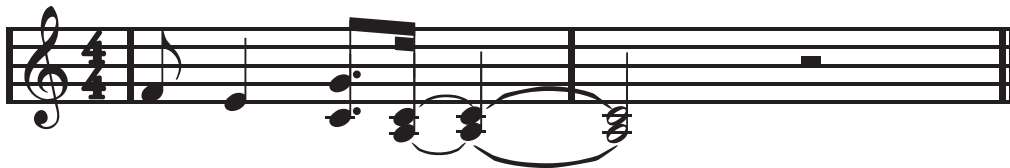
Genom hela livet använder vi ljuden för att orientera oss i tillvaron. Olika livsstilar och värderingar har sina egna ackompanjemang av ljud och musik. Så är det också med varumärken. I det mediala och digitala bruset blir det allt viktigare att vi kommunicerar med fler sinnen. Ljudet är en allt viktigare del av företagsidentiteten. Det tillför varumärket ytterligare en dimension. Därför är det viktigt att ha riktlinjer för hur vårt varumärke ska låta. Även när, var och hur ljudet ska framföras. En väl utvecklad och genomarbetad ljudidentitet väcker nyfikenhet och leder till stärkta relationer som till exempel intern samhörighet och extern ökad kännedom och intresse för vårt varumärke.

Audio-DNA

Vi har analyserat och identifierat vår unika ljudlogotyp, vårt Audio-DNA. Det skapar helt nya möjligheter att presentera vår verksamhet på ett nytt och modernt sätt. I kombination med ljud, bild, värdskap och möten görs upplevelsen större och mer tydlig.

Nu kan vi kommunicera med specialkomponerade klanger, ljud, stämningar och melodier som ett strategiskt redskap. Det kan vara att ljudsätta en mötesplats, en miljö, en film eller att lyfta en ren känsla.

Audio-DNA:t placeras i de flesta fall i slutet av ett budskap, som den avslutande klangen. Detta gäller film, radio, mobiltelefon och andra auditiva kanaler.



Notbild över Region Gävleborgs Audio-DNA. Den symboliserar ljudsignaturen som alltid bör vara med vid varumärkesbyggande insatser.

Kommunikativa egenskaper hos Region Gävleborgs Audio-DNA

I vårt Audio-DNA finns följande parametrar inbäddad i det musikaliska uttrycket:

Trygghet: Illustreras av instrumentvalet "piano". Ett instrument som finns i många hem och som vi historiskt har en harmonisk relation till.

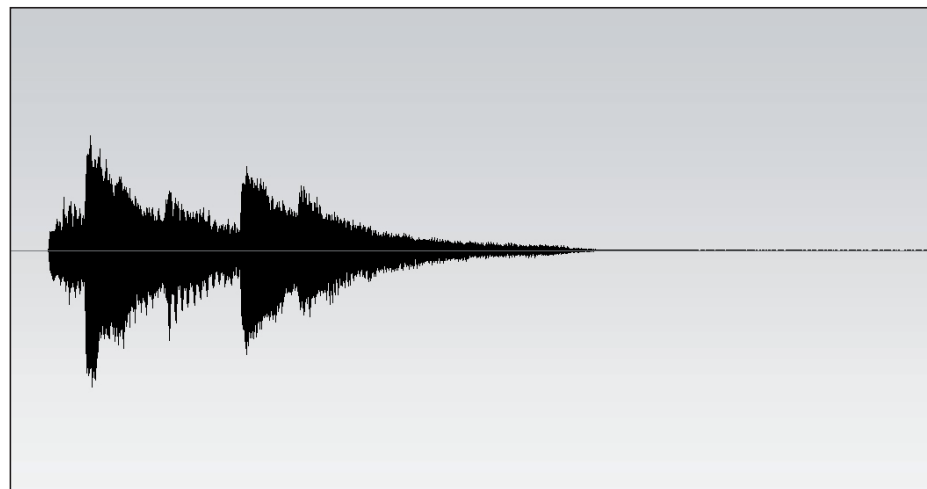
Mångfald: Audio-DNA:t baserar sig på den pentatoniska skalan, vilken innehåller toner som har den unika egenskapen att uppfattas som universell och naturlig för kulturer runt om i världen.

Omfamnande: Tonerna utgörs av en lugn melodi för att slutligen omfamna den högsta tonen och därefter landa tryggt på grundtonen.

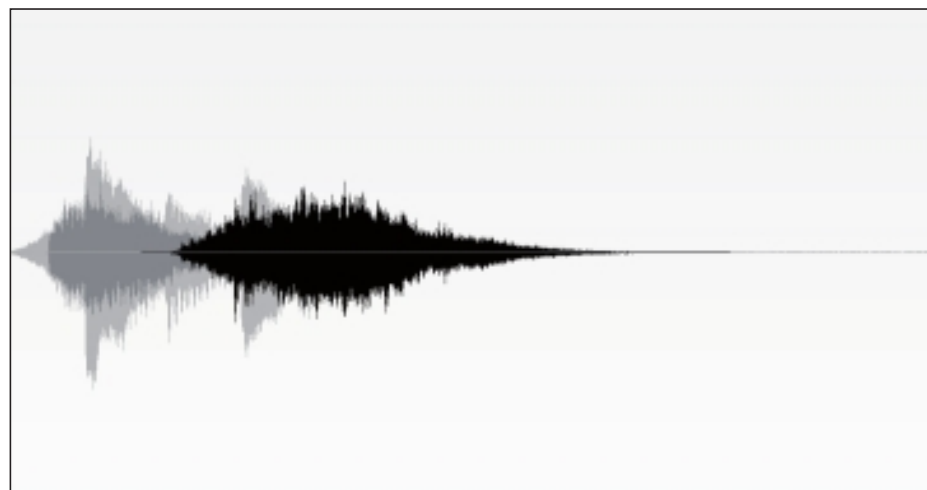
Vår geografiska plats: En stor del av regionen befinner sig i havets närhet, vilket representeras med ljudet av en havsvåg.

Infrastruktur: Ljudet av Reginatåget mellan Gävle och Hudiksvall (inspelat i Norrsundet) representerar vår infrastruktur, trafik och logistik.

Tempo: Musik vi lyssnar på styr stressnivåerna vid mätning av hjärtrytm, blodtryck och andning. Audio-DNA:t har ett andantetempo på 100 bpm (slag per minut), vilket upplevs avslappnat, lugnt och samtidigt vaket och uppmärksam.



Trygghet.



Infrastruktur.



Livskraftig.



Gott bemötande.

Innovation: En högfrekvent modern klang som vi ofta hör i smartphones och annan ny teknik, som bryter genom vardagens ljudmassa. Tre toner som påkallar uppmärksamheten.

Ett gott bemötande: En klang med samma egenskaper som den mänskliga rösten illustrerar möten mellan människor.

Livskraftig: Ljudet av en havsvåg blandas med ljudet av ett regionaltåg. Natur möter infrastruktur i en gemensam klang som visar på hur livskraft växer i ett samhälle med fokus på hållbarhet.

Tillväxt och utveckling: En helt egen sats som består av tre delstämmor. Kluster av små klanger representerar tillväxt som börjar med många små beståndsdelar. Melodin tar fart i en fagott och Audio-DNA:t mynnar ut i en modern syntetisk klang som symboliserar innovation.

Mediamusik

När vi kommunicerar i kanaler som innehåller ljud ska den specialkomponerade musiken som är kopplad till varumärket användas.

Mediamusiken är anpassad för att matcha olika känslor som ska förmedlas. Det finns fyra musikstycken som baseras på de ord som är kopplade till våra fyra färger. Varje musikaliskt tema har ett antal olika satser som antingen kan användas var för sig, för att markera ett visst avsnitt i t.ex. en film. Eller så kan man använda det kompletta temat i dess fulla längd.

Till varje färg följer det även en unikt framtagen ljudlogotyp baserad på Audio-DNA.

Färgtema blå: innovativt, nytänkande, rationellt, tillförlitligt, kunskap, kompetens, positiva associationer, seriositet, pålitlighet, medvetenhet, intellekt, vård och lugn.

Färgtema grön: trygghet, ungdom, hälsa, natur, harmoni, livskraft, balans, ro, stabilitet, lugn, omsorg och hållbarhet.

Färgtema orange: upplyftande, positivt, lycka, kreativitet, energi och framgång.

Färgtema cerise: ömhet, värme, mognad och glädje.



**Trygghet, hälsa, livskraft
och hållbarhet.**



**Pålitlig, lugn, kunskap
och tillförlitlig.**



**Positiv, energi, lycka
och kreativitet.**



**Ömhet, värme,
mognad och glädje.**



Vill du uppleva något?

Lyssna på Region Gävleborgs ljudfiler här, scanna QR-koden. Du hittar de även på regiongavleborg.se/varumarkeswebben

Musik vid värdskap och möten

När vi arrangerar möten finns det längre verket "värdskap och möten" som är framtagen för upplevelsebaserad kommunikation. "Värdskap och möten" spelas upp vid publikinsläpp och pauser på en volym som ligger strax ovanför sorlet i lokalen. Musiken är 30 minuter långt och kan läggas på en loop.

Musik i övriga miljöer

I många miljöer, medier och sammanhang är ljuden en viktig dimension och ger ytterligare möjligheter att stärka ett varumärke. Det innebär inte att det ska låta på alla platser. Tvärtom, vissa platser och miljöer kan ibland må bättre av tystnad.

Här följer några platser och medier där bemötandet och affärsnyttan kan stärkas ytterligare med våra ljudillustrationer och vårt Audio-DNA:

- Ringsignal
- Entréer
- Receptioner
- TV
- Radio
- Webbplats
- Telefonsvar
- Styrelse- och årsmöten
- Affärs- och kundmöten
- APT-möten (arbetsplatsträffar)
- Jubileums- och avtackningar
- Filmer
- Utställningar
- Konferenslokaler



Tillämpningar



Verksamhet

Enhet
Adress
Adress
Postnummer

Telefon
funktion@regiongavleborg.se

regiongavleborg.se

Välkommen till oss!

| Datum | Tid |
|-------|-----|
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |

Var snäll och meddela förhinder till oss i god tid.

regiongavleborg.se



Per-Arne Persson
Kurator
Vuxenhabiliteringen

 per-arne.persson@regiongavleborg.se

 0650-91 859

 Jakobsbergsvägen 12, 82481 Hudiksvall

regiongavleborg.se

Kontaktkorten är till för verksamheter som har behov av att hänvisa besökare. Ovan och till vänster ser du de exempel på kontaktkort med tidkort och med ikoner.

Kontorstryck

För att profilera oss på ett professionellt sätt finns det mallar för hur Region Gävleborgs kontorstryck ska se ut. På Plexus kan du beställa kontaktkort för din verksamhet.

Kontaktkort för verksamheterna

Kontaktkorten är till för verksamheter som har behov av att enkelt och snabbt hänvisa besökare. Exempel på verksamheter med kontaktkort är vuxenhabilitering, psykiatri med mera.

Kontaktkorten går att få i olika versioner beroende på behovet: med tidkort på baksidan, svenska med besökskod på baksidan samt svenska med ikoner (lättläst).

Formatet för kontaktkort är standard 55x90 mm, och alla kort är dubbelsidiga. Baksidan ser olika ut beroende på om det är tidkort, besökskod eller endast symbolen.

Brev

Formatet är standard A4, 210x297 mm. Logotypen är placerad högst upp i vänstra hörnet. Marginaler runt logotypen är minimum frizonen som har beskrivits tidigare.

Kuvert

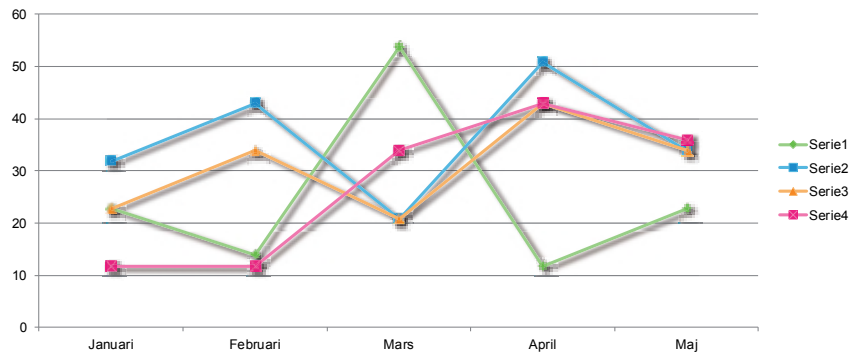
Det finns flera olika kuvert att välja mellan inom Region Gävleborg, men standardformaten som mest används mest är C-serien.

På kuvertets framsida återfinns dekorelementet för att skapa uppmärksamhet och en röd tråd. Den används i 10 procent blå och den ligger utfallande. Mottagaradressen ligger till höger på kuvertets framsida. Logotypen placeras i övre vänstra hörnet och utgår från den satta frizonen, och webbadressen placeras i nedre högra hörnet likt annat tryckt material. Postadress till Region Gävleborg återfinns på fliken på baksidan av kuvertet.

Svarspost använder sig av det standardiserade utseendet enligt regler från posten. "Svarspost" ska alltid stå i versaler, och resterande text skrivs ut enligt våra skrivregler. Det är viktigt att komma ihåg att skriva in namnet manuellt på den verksamhet som ska ha försändelsen.



Dekorelementet återkommer på kontorstrycken för att skapa en stark och tydlig identitet och avsändare även utanför får verksamhet.



Exempel på hur ett linjediagram i Excel kan se ut. Använd primärt profilfärgerna, och räcker inte de till kan du använda dig av komplementfärgerna samt opacitetsteg.


Datum 2015-01-21
Dnr xxxr-x

Upprättare Juan Pérez, kommunikator

Landstinget Gävleborg
Lednings- och verksamhetsstöd
Informationsheten
Gävle sjukhus, ing 12
801 88 Gävle

Beställning på informationskampanj

Ficabore riosania il incipieae in nonsequi sunt et andello repudis seque conserum
sequaep erempor rovidus vemat volum fugia consequere prem ius nectures as
qubus mollace rationecis cus pre sam ullat quam, id est, occumet et fugia nis
molecepta cus, tore assimet intem volecta tendentia quosa doloreh entistore pre
consentist re porepuda dionsedi omnisto vit aliquatque ius quae con pa sandios
andelist ulpa num hil milla voluptas di sequam dolorehent hicipitem. Ritatem
reducipicil evelibus pero berum eates nullaut fugiaspero bla eossime ndeliatit
temos que consenetur?

Qui soles arumqui vel minetorum lacia parum explant otatiunda sitatur, intiur
solore, optaericae suntuu llorem ihell atitst, nisquat mil molorehenim eicis quae
nia volupid eligat ibeatque vit, tem repudae pelesti sequo vollige ntempelitis volo
ent eatissiti consect inihicaborat quam quat.

Voluptus ea venieniendit ape min conseni hilitissin restium, nost, quam qui
corrum etur rehenim fugit officuntur sequis quosaectium que vidusapidis sum
facia dempedi acia quidend andelit vit, ut aut quatum nis aut assi consed ut
recearunt.

Med vänlig hälsning

Jan Kowalski
Projektledare

| | | | |
|--------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| Postadress Lednings- och verksamhetsstöd 801 88 Gävle | Besöksadress Lednings- och verksamhetsstöd Gävle sjukhus, ing 12 | Telefon 020-15 40 00 | E-post och internet lars.larsson@regiongavleborg.se www.regiongavleborg.se |
| Bankgiro 5031-0771 | | | Org. nr. 232100-0188 |

Digitala mallar

För att underlätta vårt dagliga arbete användervi oss av färdiga, digitala mallar. På så sätt ser allt som vi producerar enhetligt ut och vi får en tydlig avsändare. Det finns digitala mallar för word, excel och powerpoint. Om vi alla använder de färdiga mallarna bidrar vi till att stärka bilden av Region Gävleborg.

Logotypen ska alltid placeras högst upp till vänster likt allt annat material för Region Gävleborg. Det är viktigt att inte förvränga logotypen eller symbolen. Typsnitt som ska användas i samtliga digitala mallar är Arial och Times New Roman. Formatmallar hittar du direkt i programmen.

Excel

Det finns digitala mallar för hur vi ska se ut i Excel. Dessa gäller framförallt grafiken för tabeller och diagram. Logotypen ska också återges i svart för att säkra korrekt återgivning.

Word

Det finns dokumentmallar för bland annat brev på svenska och engelska, inbjudan, kallelse, protokoll med mera. Logotypen ska också här återges i svart för att säkra återgivningen.

Powerpoint

Powerpoint är ett bra verktyg för att skapa presentationer på ett enkelt sätt. Genom att vi använder våra egna framtagna mallar ges alla presentationer en tydlig och stark identitet.

Det finns fyra varianter av powerpoint, där det är färgteman som skiljer dessa åt. Färgerna är Region Gävleborg profil- och komplementfärger. Dekorelement är unikt för varje färgtema, det är olika delar urklippta från symbolen (X:et) och tillsammans bildar dessa en helhet.

Dekorelementet får också fyllas i med foto som beskrivet tidigare i dokumentet, men dessa finns inte att tillgå i mallarna. Detta är något som behöver anpassas varje gång beroende på användning, och behöver därför tas fram tillsammans med kommunikationsenheten.

I powerpoint används enbart Arial som typsnitt och här intill ser du exempel på mallar för powerpointpresentationer.



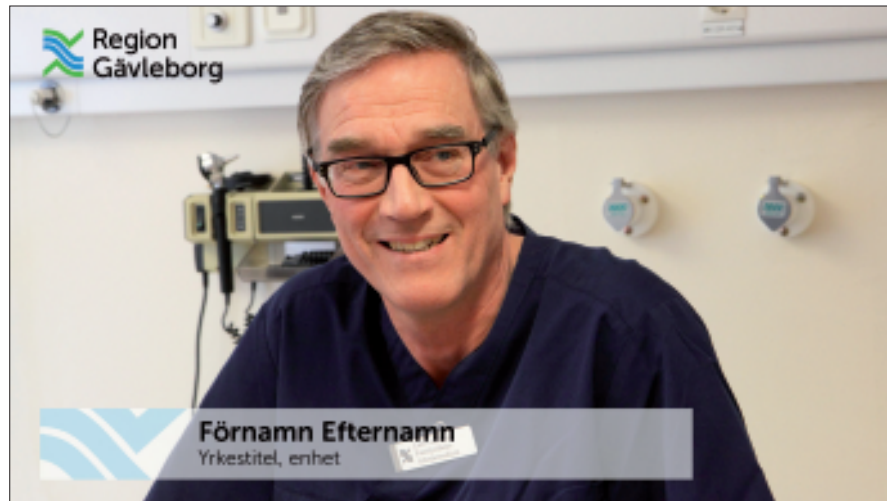
Med vänlig hälsning ----- Arial 10 pt
Förnamn Efternamn

----- Arial 8 pt
Titel -----
026-15 XX XX
070X-XX XX XX
förnamn.efternamn@regiongavleborg.se
www.regiongavleborg.se

----- Arial 10 pt
Region Gävleborg ----- Arial, bold 8 pt
Förvaltning eller division -----
Verksamhet/avdelning/enhet

Tillsammans skapar vi goda utsikter för ett livskraftigt Gävleborg

Ovan ser du hur e-postsignaturer i Outlook ska se ut. Den finns förinställd i din Outlook. Kontakta IT-avdelningen om du har frågor.



Exempel på riktlinjer för hur grafiken vid bylines med mera kan se ut i filmer som representerar Region Gävleborg, exempelvis vid rekryteringsfilmer.

E-postsignatur

Ett av de vanligaste sätten att kommunicera med vår omvärld är via e-post. Varje dag går en stor mängd meddelande ut till olika mottagare. För att tydligt visa vem avsändaren är använder vi alla inom Region Gävleborg samma e-postsignatur där företagsnamnet, personliga uppgifter och adressuppgifter finns.

E-postsignaturen finns förinställd i din Outlook. Kontakta IT-avdelningen om du har frågor.

Grafik för film

Det är viktigt att ha en tydlig identitet och avsändare även när Region Gävleborg syns i film. Riktlinjer för rörligt media är att namnskytlarna ska vara vita med opacitet och att delar av dekorelementet är med, antingen i profil- eller komplementfärg. Namn och/eller titeln ska typgraferas i Museo Sans i svart.

Filmen bör avslutas med logotypen samt visionen för att på så sätt agera varumärkesbyggande. Visionen är: Goda utsikter för ett livskraftigt Gävleborg.

Trycksaker

Det finns många olika trycksaker att marknadsföra din verksamhet med, men viktigt att tänka på är hur den fungerar ur ett användarperspektiv. Detta gäller format, bildval, typsnitt med mera. För att få stöd och rekommendationer i ditt val kan du kontakta kommunikationsenheten på info@regiongavleborg.se.

Affischer

Affischer kan se väldigt olika ut och ha olika mått. Utseendet på affischerna ska alltid följa den grafiska profilen för Region Gävleborg gällande logotyp, dekorelement, typsnitt med mera. Rekommenderade standardmått är A4, A3, 50x70 cm eller 70x100 cm.

Kom ihåg! Överaffischera inte. När du sätter upp en affisch måste du komma ihåg att ta ner den när den inte längre är aktuell.

Flyers

Samma principer som ovan kan enkelt appliceras på flyers (informationsblad som är enkel- eller dubbelsidig) gällande form och användning. Kom ihåg att ha måttligt med text så att användaren lätt kan ta budskapet till sig. Rekommenderade standardmått för flyers är A6, A5 eller A4.



Region Gävleborg

Kom och ta pulsen på oss!

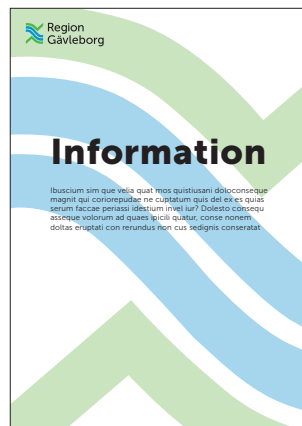
Division Primärvård vill ge dig möjlighet att besöka våra hälsocentraler i Gävle kommun vid ett öppet hus.

Välkommen in i värmen, se dig omkring, fika lite och framför allt träffa medarbetare och få svar på de funderingar du har.

Varmt välkommen.

dinhalsocentral.se Din hälsocentral

Här ser du exempel på tillämpning av affischs som följer den grafiska profilen. Detta exempel är på en affisch från Division Primärvård.



Övre exemplet är på en standardbroschyr i A-serien, nedre exemplet är på en 6-sidig rullfalsad folder och lämpas vid särprofilerande formgivning.

Foldrar och broschyrer

Utformningen av foldrar (fyra sidor) och broschyrer (fler än fyra sidor) ska alltid följa den grafiska manualen. I denna typ av produkt rekommenderar vi också att använda fotografier som passar innehållet och att använda någon av dekorelementen. Rekommenderade standardmått för foldrar är A5 eller A4.

Det är viktigt att denna typ av produktion har en produktionsfaktarad som specificerar ursprunget. Det kan exempelvis stå; Produktion: Kommunikationsenhet, Region Gävleborg 2015-01.

Rolluper och beachflaggor

Samma principer för form och riktlinjer gäller vid framtagande av rolluper. Rekommenderat standardmått för rolluper är 850x2400 mm.

Utseendet på beachflaggor är förenklat, där används delar av symbolen i profil- och komplementfärgerna (en i taget) eller foto monterat i symbolen i bakgrunden. Sedan används koncernlogotypen eller ett enkelt budskap på det trycket. Se exempel på rolluper och beachflaggor på nästa sida.

Böcker

Vid produktion av böcker är det viktigt att tänka på disposition, marginaler, rubrikhierarki och brödtext för att få en tydlig struktur och göra det lättläst. Böckerna som produceras av Region Gävleborg använder Garamond Premier Pro som brödtext och Myriad Pro alternativt Museo Sans som rubriktypsnitt, för att göra innehållet mer lättläst. Måttet på boken anpassas efter textmängd, ändamål och målgrupp.



Vid mässor och events används ofta rollu-
per för att fånga uppmärksamhet. Stan-
dardmått för dessa är 850x2400 mm.



Region Gävleborgs beachflaggor kan se olika ut,
för att kunna tillgodose behoven ute i verksam-
heterna. Här ser du exempel på en flagga med
standardmönster och en med foto inuti X:et,



Översta bilden visar www.regiongavleborg.se och den undre bilden visar Plexus som är Region Gävleborgs intranät.

Webb

Region Gävleborg har flera interna och externa webbplatser. Utseendet följer Region Gävleborgs visuella identitet men anpassas till digitala förutsättningar.

Vid utformning av webbplatserna har användbarhet och tillgänglighet varit i fokus. Det innebär att webbplatserna följer vissa standarder när det gäller logik, uppbyggnad och funktionalitet. Exempelvis är rubrikformaten i logisk ordning, vi talar om vad som händer om man följer en länk och vi beskriver innehållet i bilder. Allt för att webbplatserna ska vara tillgängliga för så många användare som möjligt.

Vid val av typsnitt väljs den standardfontfamilj som bäst överensstämmer med regionens typsnitt. Textstorlek på Region Gävleborgs webbplatser är 14 pixlar med ett radavstånd på 1.43 pixlar.

Text-, bakgrund- och dekorfärger väljs ur regionens färgpalett som innehåller blå och grön som profolfärger, rosa och orange som komplementfärger. Valen tar särskild hänsyn till god kontrast och läsbarhet. Koncernlogotypen finns alltid högst upp till vänster på webbplatserna.

Annonser

Det finns många olika typer av annonser som påverkar omvärldens bild av Region Gävleborg. Utseendet för samtliga annonstyper ska följa den grafiska profilen gällande typsnitt, frizon och logotyp. Valda bilder ska representera Region Gävleborg och det ämne som annonsen syftar till. Detta gäller även storlek på annonsen.

Informationsannonser

Informationsannonser är till för att upplysa om övergripande verksamhetsinformation till exempel ändrade öppettider på en hälsocentral. Här använder vi oss av ett mer formellt tilltal och följer de mallar som finns framtagna för annonser.

Rekryteringsannonser

Rekryteringsannonser är ett sätt att attrahera arbets sökande och de ger även en möjlighet att förmedla en positiv bild av organisationen och vad vi står för. Annonser är ofta i ganska små format, därför är det viktigt att vår boiler plate finns med i fulltext-annonserna på webben.

I rekryteringsannonser ska alltid vår logotyp finnas med och de grafiska riktlinjerna följas. Den aktuella tjänsten ska alltid lyftas fram i rubriken och vara i fokus. Rekryteringsannonsernas texter ska vara korta och direkta.



 Region
Gävleborg

Samhällsmedicin Gävleborg firar 25 år!

Fredagen den 14 december klockan
9.00–12.00 är det öppet hus hos
samhällsmedicin Gävleborg.

regiongavleborg.se/samhallsmedicin

Informationsannons.



 Region
Gävleborg

Region Gävleborg söker:
**Sjuksköterska till
Division operation**

Vi vill ha din ansökan senast 20 december.
Läs mer på regiongavleborg.se/jobb

regiongavleborg.se/jobb

Rekryteringsannons.

Region
Gävleborg

Kungörelse

Regionfullmäktige i Region Gävleborg sammanträder på folkhögskolan i Bollnäs onsdagen 23 april 2014 med början 9.30.

Du kan också följa sammanträdet via webb-tv, där du även hittar handlingar inför sammanträdet.

regiongavleborg.se/regionfullmaktige

Kungörelseannonser.

Region
Gävleborg

Välkommen till familjens hälsodag!

Arbrå Din hälsocentral bjuder in till hälsodag den 13 december 9–14 med föreläsningar gymna och hälsotester.

dinhalsocentral.se

Evenemangsannons.

Kungörelseannonser

Kungörelse innebär ett offentligt meddelande av påbud, föreskrifter eller underrättelser där allmänna spridandet anses önskvärt. Denna typ av annonser används inför exempelvis fullmäktigemöten.

Utformningen av dessa ska följa övriga riktlinjer för annonser, men här är bildvalet och texten av yttersta vikt att den speglar innehållet.

Evenemangsannonser

Evenemangsannonser är ett sätt att attrahera potentiella besökare och ge möjlighet att förmedla en positiv bild samt information om kommande evenemang. Detta kan handla om konserter, föreläsningar, mässor med mera.

Utformningen av dessa ska följa övriga riktlinjer för annonser. Det är extra viktigt att denna typ av annonser ser tilltalande ut och att den riktar sig till aktuell målgrupp.

Banners

Region Gävleborg använder sig även av banners vid annonsering på olika hemsidor som är relevanta för innehållet. Principer ska följa annonsmallarna, alternativt kampanjbanners som ska följa aktuell kampanjs formspråk.

Värdskap och möten

Profilprodukter

Ibland finns behov av presentreklam eller profilprodukter med vår logotyp på. Här är det viktigt att mottagaren vet att produkten kommer från Region Gävleborg och att produkten stämmer överens med vår organisations värderingar.

Logotypens färg och storlek ska anpassas till den aktuella produkten. Tänk på att alltid följa riktlinjerna avseende frizon och färger även här.

För att ta fram egna profilprodukter kan du vända dig till kommunikationsenheten på info@lg.se. Vill du beställa redan framtaget material kan du beställa på regiongavleborg.se/informationsmaterial.

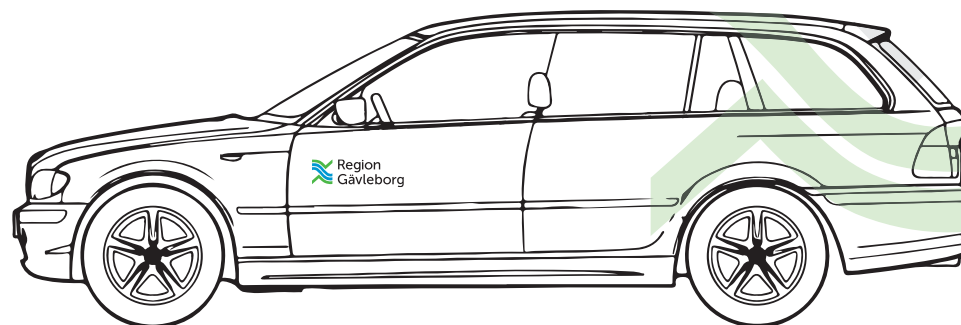
Märkning av fordon

Det är viktigt att Region Gävleborg alltid förmedlar en korrekt och tydlig bild av oss externt. Därför är det viktigt att våra fordon är märkta på samma sätt med logotypen och det tudelade dekorelementet enligt skissen till höger. Både logotypen och dekorelementet ska vara i färg. Därför ska våra bilar vara vita eller ha en ljus färg för bästa återgivning.

På våra utryckningsfordon däremot ska logotypen alltid vara vit. Detta för att logotypen ska vara tydligt och inte smälta ihop med den tonade färgen på sidofönsterna. Placeras logotypen på bilens lackade sidor ska den vara helt i svart på utryckningsfordon.

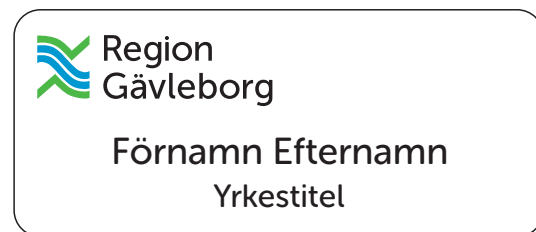


Här visas exempel på aktuella profilprodukter som finns att tillgå i basutbudet. Mycket av materialet är rosa för att det enkelt ska kunna användas i samtliga Region Gävleborgs evenemang.





Detta är namnskylten som är anpassad för hälso- och sjukvårdens krav på tydlighet och hög läsbarhet. Därför trycks dessa enbart med svart mot vit botten. På skylten står för- och efternamn, yrkestitel och vårdavdelning. Texten typograferas alltid med Museo Sans, 500, 15 pkt/18 pkt. Titel och vårdavdelning skrivs alltid med versal första bokstav. Skylten är 80x25 mm, är av plast och går att få med militärclips och magnetfäste. En namnskylt helt i plast med reflexfäste finns framtagen för medarbetare inom verksamhetsområde röntgen.



Detta är namnskylten som används när man representerar Region Gävleborg, till exempel i samband med mässor, pressaktiviteter, rekryteringsaktiviteter, eller utbildningar. Eftersom det är viktigt med tydlighet och läsbarhet, trycks även den skylten med svart text med logotypen i färg placerad i övre vänstra hörnet. På skylten står för- och efternamn och titel. Titeln skrivs alltid med versal första bokstav. Namnet typograferas alltid med Museo Sans Rounded, 500, 14 pkt/16 pkt. Yrkestiteln typograferas med Museo Sans Rounded, 300, 11 pkt/13 pkt. Skylten är 70x30 mm och av plast med magnetfäste.

Profilkläder

Ibland finns det behov av profilkläder med vår logotyp vid mässor, möten eller andra tillställningar. Logotypen ska placeras på bägga armarna eller på vänster bröst och måttet på dessa bör anpassas efter plagget. Logotypen ska på t-shirtar vara i färg, helt i svart eller vitt. Logotypen kan broderas eller tryckas på plagget. På profilkälderna ska alltid logotypen vara med, och dekorelementets två övre streck i de fall det passar plagget. Dessa tryckta i en lägre opacitet (genomskinlighet).

Namnskyltar

Inom Region Gävleborg har vi två typer av namnskyltar. En anpassad skylt för hälso- och sjukvården och en skylt att använda i representativa sammanhang med namn och titel. Bilder och instruktioner för de båda typerna av namnskyltar visas till vänster på denna sidan. Namnskyltar beställer du i Proceedo.

Utställningsmaterial

När vi är ute på mässor, möten eller liknande är det viktigt att vi representeras på ett professionellt och genomtänkt sätt för att stärka varumärket.

- **Montrar:** Vid mässor är det viktigt att skilja sig från mängden och ta ett helhetgrepp för att få en bra genomtänkt monter. Allt material som ingår i montern ska ha en röd tråd och vara genomtänkt.
- **Vepor:** För att få en bra inramning av montrar är vepor och backdrops en viktig del. Dessa ska alltid kommunicera Region Gävleborg och våra verksamheter på ett tydligt sätt. Vepor ska följa den grafiska profilen gällande logotyp, frizon, färger, typsnitt med mera.



Övrigt material



Myriad Bold. Radavståndet är 90 procent av typsnittsgraden.

Läs vidare 

Skyltar

Skytningen ska fungera som en osynlig ledstång som för besökaren till sitt mål. Att ge alla en möjlighet att klara sig själv, är att visa respekt för den personliga integriteten hos våra besökare.

Generellt om skyltning

Vid produktion av skyltar kan olika material användas som metall, plast eller glas. Tänk alltid på att följa riktlinjer för placering av logotypen, se till vänster.

Avståndet till kanten på skylten ska minst motsvara riktlinjerna för frizonen (halva X:et), men använd gärna mer fri yta kring logotypen för att den ska framträda tydligare. Skylttexten ska alltid stå i Myriad bold, och texten ska spärras +10 och aldrig knipas.

Koncernlogotypen är i de flesta fall av skyltning av-sändare utom när leverantör eller samarbetspartner anges. Då gäller kvalitetsmärket "På uppdrag av Region Gävleborg".

Så här kan skyltstorleken bestämmas.

Alt 1: Utgå ifrån hur stor texten ska vara på skylten. Skyltens storlek bestäms därefter enligt anvisning.

Alt 2: Skylten har redan färdigt mått. Ska texten vara på en rad? Då är textstorleken cirka 33 procent av skyltens höjd. Är texten på två rader? Då är textstorleken cirka 22 procent av skyltens höjd.

För mer detaljerad information se den tekniska skylt- och flaggmanualen, Platina-ID 06-58129.

Olika typer av skyltar

Region Gävleborg har behov av många olika skyltar, nedan finner du några exempel.

- Entré/trapphus
- Hiss/trappa
- Våningsplan
- Verksamhet
- Korridorer
- Korsningar
- Utanför rum, hissar med mera

Visuella skyltar

Text på skyltar bör vara kortfattad och inte innehålla onödiga förkortningar. Använd så enkla benämningar på verksamheten som möjligt.

Piktogram, som sammanfattar ett budskap i en stiliserad bild, används ofta. Vilket man väljer beror på verksamhetens skyltbehov, men piktogram är ofta att rekommendera.

Taktila skyltar

Skyltar som genom beröring beskriver vad skylten visar kallas taktila. De är försedda med upphöjd text och symbol samt punktskrift (svart på vit botten). Båda funktionerna finns på skyltarna för att tillgodose de personer som har en synnedläggelse samt de personer som är allvarligt synskadade. Texten på den här typen av skyltar ska vara taktila.



Baldersnäs Din hälsocentral



Baldersnäs Din hälsocentral

Du kan bestämma, beroende på textmängden, om din skylt behöver stå på en eller på två rader. Detta bör anpassas efter skyltens storlek.



Mer information om regler för lättillgänglig skyltning

FN:s standardregler
Regeringens strategi för funktionshinderpolitik
Myndigheten för delaktighet
Plan- och bygglagen
Boverkets författningssamling, BFS 2013:9 HIN 3



När vi arbetar med entreprenörer eller andra bolag ska kvalitetsmärket "På uppdrag av Region Gävleborg" alltid användas. Logotypen placeras i det nedre högra hörnet.

Placering av skyltar

Skytningen ska utgå från varje lokals speciella förutsättningar och de behov som besökare och personal kan tänkas ha. Lika viktigt som att skylta, är att inte "överskyta".

Det viktigt att skytningen är lätt att förstå och komma ihåg. När skyltar är försedda med pilar bör dessa grupperas så att pilar med samma riktning placeras tillsammans. Det rekommenderas även som nämnts tidigare att skylta med piktogram och förklarande text vid vissa funktioner (exempelvis toalett). Texten bör vara taktill och vid behov även återges med punktskrift.

Det finns lagar om tillgänglig skytning att följa. Du kan kontakta FM-support på fm-support@regiongavleborg.se om du har frågor om skytning eller behöver beställa skyltar eller flaggor.

Huvudskylt med entreprenör

När vårdenheter drivs i samarbete med externa entreprenörer, ska dessa också exponeras. För huvudskyltar med entreprenör gäller samma regler som för huvudskylt.

För entreprenör/samarbetsparter gäller följande:

- Skytens storlek ska vara underordnad i förhållande till huvudaktören, i detta exempel Bollnäs Sjukhus.
- Leverantören har möjlighet att utforma skylten enligt sin grafiska profil. Skylten ska dock alltid ha avsändaren "På uppdrag av Region Gävleborg". Färgen på logotypen anpassas efter leverantörens utformning på skylten.

Flaggor

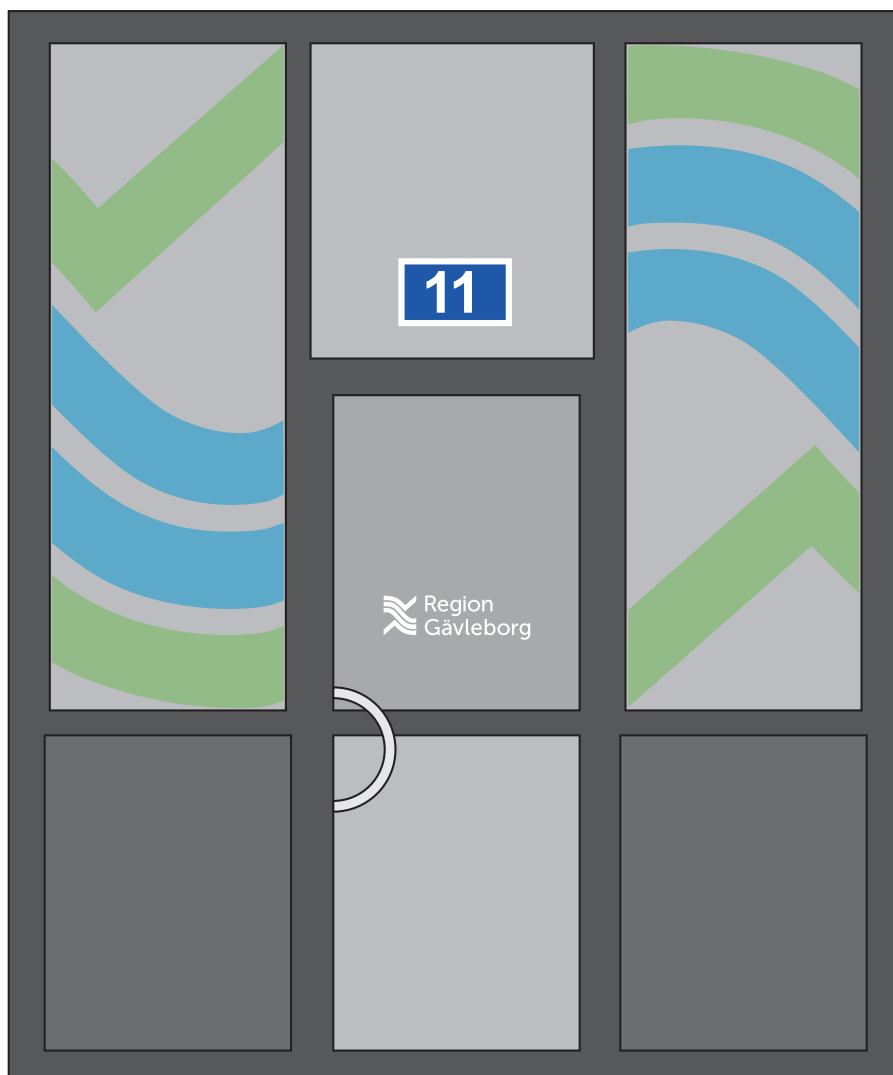
Flaggor är ett effektivt och användbart sätt att visa vilka vi är. För Region Gävleborgs flaggor använder vi vår logotyp, där symbolen är i färg och texten i svart, mot vit bakgrund.

Det är viktigt att placera logotypen på den optiska mittpunkten, vilket är den punkt på en yta som ögat uppfattar som mitten. Denna punkt ligger strax ovanför den sanna, geometriska mittpunkten.

Standardmått på flaggor är 240x150 cm (flaggstången är 10 m hög). Logotypen ska täcka större delen av denna yta, men ha samma frizon (halva X:et) som i allt övrigt material för Region Gävleborg.



Standardmått på flagga är 240 x 150 cm (flaggstången är 10 m hög). Tänk på att alltid fylla ytan på flaggan så mycket som möjligt i förhållande till frizonen (får aldrig brytas).



Det är viktigt att gestaltningen av Region Gävleborgs lokaler stämmer överens med vår vision och vad vi vill kommunicera. Här ser du exempel på en entré.

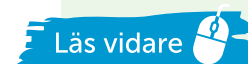
Rumsgestaltning

Det finns strategiska utmaningar i att spegla Region Gävleborgs värderingar och vision med hjälp av lokalgestaltning. Om det så är läge, utrymme, ljus, färgsättning, teknik, bilder, möbler eller övrig inredning spelar alla intryck en roll för helhetsupplevelsen.

Helhetsupplevelsen av våra lokaler ska inkludera budskap, bemötande, funktionalitet, arbetsplatsytor, design, inredning och miljögestaltning. Region Gävleborg eftersträvar så långt det är möjligt en standardiserad utformning. Gestaltningen ska upplevas ändamålsenlig och när man vistas i eller besöker våra lokaler ska man alltid känna sig trygg.

Lokalerna ska hjälpa oss att leva efter vår värdegrund och utföra våra arbetsuppgifter på ett föredömligt sätt, stärka värdskapet i form av ett gott bemötande, visa att vi bär på en stolt historia samt en modern, proaktiv och ledande samhällsutvecklare.

Intrycken ska vara: välkomnande, omfamnande, ansvarsfull, livskraftig samt reflekterande.



Behöver du mer information eller har frågor angående lokal- och miljöstrategin, kontakta FM-support på fm-support@regiongavleborg.se.

Stämplor

Region Gävleborgs logotype ska alltid placeras högst upp till vänster och ska vara med för att vidimera avsändaren.

Använd alltid teckensnittet Myriad Pro, regular. På stämplorna ska texten alltid vara vänsterställd. Numret på budstationen skrivs alltid med siffror enligt exemplet till höger.

De olika typerna av stämplor som finns att beställa är sammanställda till höger på denna sida. Stämplor beställer du enkelt i inköpssystemet Proceedo. Har du frågor ytterligare kring detta kontaktar du inköp.

Stämpel med budstationsnummer



Printy 4910
Storlek på stämpeln 26 x 9 mm

Stämpel med logotyp, namn och titel



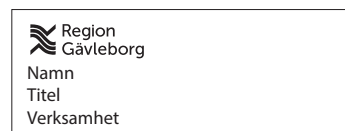
Printy 4911
Storlek på stämpeln 37 x 14 mm

Stämpel med logotyp



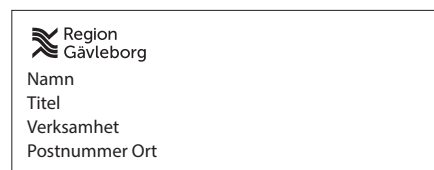
Printy 4911
Storlek på stämpeln 37 x 14 mm

Stämpel med logotyp, namn, titel och verksamhet



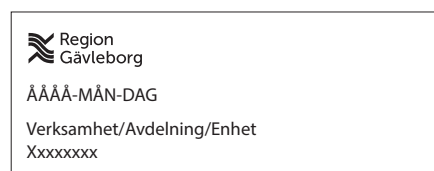
Printy 4912
Storlek på stämpeln 46 x 17 mm

Stämpel med logotyp, namn, titel, verksamhet och postadress



Printy 4913
Storlek på stämpeln 58 x 22 mm

Datumstämpel med utrymme för namn på verksamhet/avdelning/enhet



Trodat 5430
Storlek på stämpeln 58 x 22 mm



Vi skapar goda utsikter
för ett livskraftigt Gävleborg