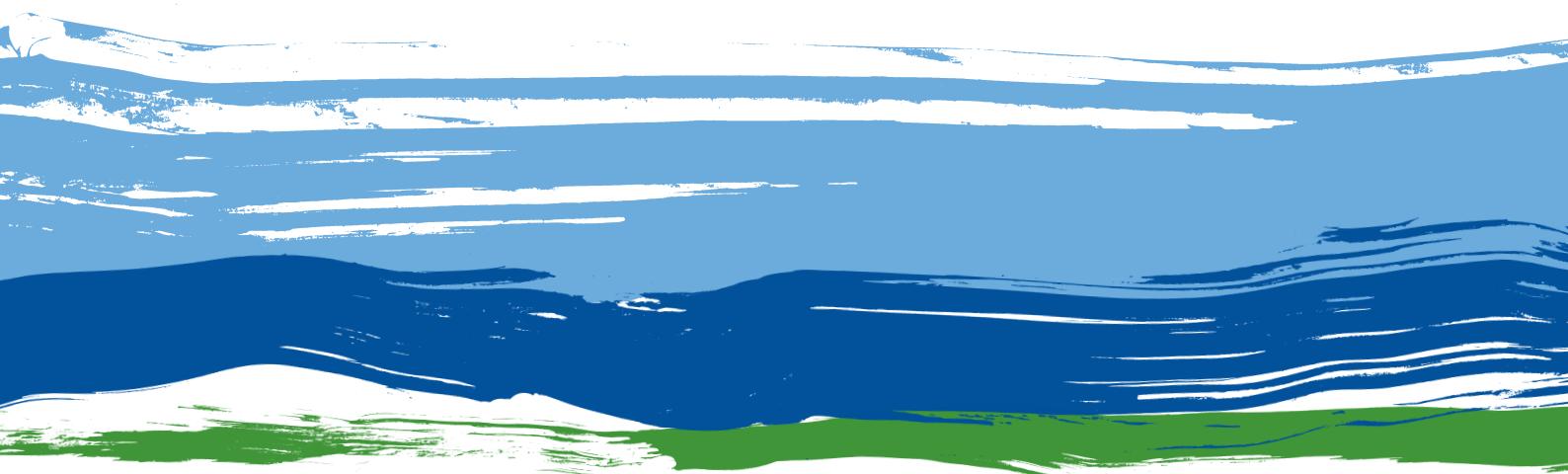


# **GRAFISK PROFIL**

## **REGION HALLAND**

---

**VERSION 1.0** UPPDATERAD 19 MAJ 2011



# OO GRAFISK MANUAL FÖR REGION HALLAND

## Profilen – viktig del av varumärket

Varumärket Region Halland handlar om vilket intryck av vår organisation som vi vill ge. En viktig del är den grafiska profilen, det vill säga den visuella delen av varumärket.

Med en enhetlig grafisk profil – logotyp, färger och typografi – gör vi det lätt för invånarna att identifiera Region Halland som avsändare av ett budskap. Samtidigt förmedlar vi genom profilen de värden som vi vill kommunicera. De blir synliga genom ett samspel mellan ord, färger och bilder, där profilen fungerar som ett sammanhållande ramverk.

Men en konsekvent paketering av våra budskap räcker förstås inte för att värda Region Hallands varumärke. Det mest avgörande för vilken bild som vi förmedlar av vår organisation är hur vi agerar i mötet med hallänningarna.

## Språket spelar stor roll

Stor betydelse har också det språk vi använder. Väljer vi att uttrycka oss med krångliga ord verkar vi otillgängliga och bygger murar, medan ett enkelt språk och tydliga budskap är välkomnande och inger förtroende. Ta gärna

Region Hallands skrivhandbok till hjälp för att underlätta för läsaren!

I den här manualen kan du se hur den grafiska profilen ska användas i olika sammanhang. Manualen är inte heltäckande, men visar många exempel på hur du ska lösa formgivningen av information från Region Halland. Låt den bli ett stöd för dig i vårt gemensamma arbete med att profilera oss och stärka vårt varumärke!

Maj 2011



Catarina Dahlöf  
Regiondirektör



Yvonne Persson  
Kommunikationsdirektör

# O1 INNEHÅLLSFÖRTECKNING

---

O2 NÅGRA SNABBA SVAR .....	4
O3 LOGOTYPEN .....	5–6
O4 LOGOTYPENS STORLEK OCH FRIZON .....	7
O5 LOGOTYPENS ÖVRIGA VARIANTER .....	8
O6 HUVUDLOGOTYPENS ANVÄNDNING .....	9
O7 VERKSAMHETSLOGOTYP – FÖR PUBLIKA VERKSAMHETER .....	10–11
O8 AVSÄNDARHIERARKI VID SAMARBETSPROJEKT .....	12–13
O9 SYMBOLER .....	14
O10 LOGOTYPER FÖR HEL- OCH DELÄGDA BOLAG OCH FRISTÅENDE PROJEKT .....	15
O11 TYPOGRAFI .....	16–17
O12 PROFILFÄRGER .....	18
O13 PENSELDRAGEN SOM PROFILERANDE KÄNNETECKEN .....	19–21
O14 TRYCKSAKER – FRAMSIDAN .....	22
O15 TRYCKSAKER – BAKSIDAN .....	23–24
O16 TRYCKSAKER – FORMAT OCH PAPPERSVAL .....	25
O17 VISITKORT .....	26
O18 KORRESPONDENSBLOCK .....	27
O19 KUVERT .....	28

## O2 NÅGRA SNABBA SVAR

---

### LOGOTYPEN

- **Vilken version av logotypen ska jag använda?** Använd huvudlogotypen i färg om möjligt. I första hand den liggande, inte den centrerade.
- **Vilken färgversion?** RGB till skärm, CMYK till fyrfärgstryck, PMS till tryck med dekorfärger och gråskala till svartvitt tryck.
- **Vilket filformat?** EPS till tryck och JPEG till skärm, utskrifter, Powerpoint-presentationer med mera.
- **Med eller utan devis?** Med devis om möjligt. Devisen används inte på verksamhetslogotyper, när logotypen är så liten att devisen blir svårläst, vid dåliga tryckförhållanden eller i sådana vårdsmannhang där det kan uppfattas som stötande med orden ”bästa livsplatsen”.

### PENSELDRAGEN

- **Vilket filformat?** På Lina finns färdiga JPEG-kombinationer att ladda ner för Office-paketet, samt TIFF-kombinationer färdigmonterade i InDesign. Vart och ett av de sex penseldragen finns också som separata TIFF-filer, vilket gör det möjligt att skapa egna kombinationer i InDesign.
- **Vilka färger?** Se sidan 18 om profilfärgar samt sidan 20–21 om hur man ska kombinera färgerna.
- **Placering?** Fungerar oftast bäst längst ner eller längst upp på en sida. Penseldragen ska alltid vara utfallande.

### TYPSNITT

- **Vilket ska jag använda internt i Office-paketet?** Arial gäller för allt material som produceras internt i Office-paketet, både i löpande text och i rubriker.
- **Webbtysnitt?** Arial gäller här också. På puffar samt i vissa profilbilder ”gjuts” Scala Sans in, så att det blir en del av bilden. Detta görs av regionens kommunikationsavdelning.
- **Trycksaker, rolluper, annonser med mera?** Använd våra profilerande tysnitt Scala Sans (i rubriker samt även i kortare löpande texter) samt Minion Pro (i längre löpande texter). Extern material bör tas fram i samarbete med regionens kommunikationsavdelning eller en extern leverantör, exempelvis reklambyrå.

### ALLMÄNT

- Det är alltid bra att stämma av med kommunikationsavdelningen genom att skicka ett korrektur på det framtagna materialet i PDF-format.

### MER INFORMATION

- För att ladda ner logotyper, symboler, penseldrag och mallar från Lina, gå till fliken **Administrativt stöd**, rubriken **Information och media** och underrubriken **Grafisk profil**.

## O3 LOGOTYPEN

### Regionens kvalitetsstämpel

Region Hallands logotyp är regionens kvalitetsstämpel och därför central för den grafiska profilen. Genom att alltid använda logotypen som avsändare när vi kommunlicerar ökar igenkänningen och genomslagskraften. Vi vårdar därmed vårt varumärke och skapar också en tillit till Region Halland.

### Logotypens symbolik

Logotypen består av symbol och text. Symbolen utgörs av en visualiserad bild av Halland, illustrerad av två penseldrag. Konturerna är öppna i toppen och botten för att symbolisera regionens öppenhet mot omvärlden. Det gröna penseldraget står för skogen och landskapet, medan det blå symbolisering havet, åar och sjöar.

### Logotypen får inte förändras

Logotypen ska användas i färg när detta är möjligt, eftersom färgerna är viktiga för logotypens identitet. Symbolen får inte användas utan texten Region Halland. Proportionerna mellan texten och symbolen är fasta och får inte ändras.

Logotypen får heller aldrig göras om eller användas med annat typsnitt.

### Liggande logotyp i första hand

Den liggande logotypen är vår huvudlogotyp och ska användas i första hand. På begränsade ytor som flaggor och skyltar kan det dock fungera bättre med den variant av logotypen som är centrerad och då är det tillåtet att använda denna.

Huvudlogotypen ska användas med devisen ”Bästa livsplatsen”. I vissa fall kan det dock vara motiverat att inte ha med den, exempelvis när logotypen blir så liten att devisen blir svårläst. Logotypen och devisen har fasta proportioner och dessa ska inte ändras.

### Varianten ”verksamhetslogotyp”

Det finns också en så kallad verksamhetslogotyp som kan användas av publika verksamheter, se sidan 10.

**Använd enbart de färdiga original som finns tillgängliga på intranätet Lina!**

---

#### HUVUDLOGOTYP



## O3 LOGOTYPEN (FORTS.)

---

HUVUDLOGOTYP i liggande format.  
Med devisen "Bästa livsplatsen"  
förmelder logotypen de positiva värden  
som Region Halland står för.



Logotypen utan devis.



---

CENTRERAD LOGOTYP  
Används i undantagsfall.



Logotypen utan devis.



## O4 LOGOTYPENS STORLEK OCH FRIZON

### Alltid en frizon runt logotypen

För att logotypen ska framgå tydligt ska den alltid ha en frizon runt om. I denna yta får det inte ligga bilder, text, linjer eller andra element. Frizonen anger också minsta avståndet till pappersets kant.

Frizonen är ett minimum. Ibland kan en ännu större frizon få logotypen att framträda tydligare.

Frizonen står i relation till logotypens storlek. Den anges nedan i form av ett H, vars höjd motsvarar H:et i Halland.

### Minsta tillåtna storlek

Logotypens storlek ska alltid anpassas så att den blir tydlig i det medium där den publiceras. Tänk då även på att devisen måste synas tydligt! Är tryckförhållandena dåliga kan det dock vara bättre att använda logotypen utan devis.

Nedan visas minsta tillåtna storlek för logotypen med och utan devis.

### Rekommenderad storlek på omslag

På sidan 22–23 visas rekommenderade storlekar på logotypen för olika sidformat.

#### Logotypens frizon



#### Logotypens minsta storlek TRYCKSAKER



#### Logotypens minsta storlek BILDSKÄRM

Med devis: 240 pixlar  
Utan devis: 140 pixlar

## 05 LOGOTYPENS ÖVRIGA VARIANTER

### När färgtryck inte är möjligt

När det inte går att trycka logotypen i färg kan den vara svart eller negativ (vit). Det finns även en variant i gråskala.

Samtliga versioner finns på intranätet Lina. Vid tveksamhet, kontakta kommunikationsavdelningen!

Vid framtagning av specialprodukter kan det

även vara motiverat att trycka eller brodera logotypen i guld eller silver.

### Engelsk variant

I väntan på en devis på engelska använder vi Region Hallands huvudlogotyp utan devis.

Använd enbart de färdiga original som finns tillgängliga på Lina!

HUVUDLOGOTYPEN i gråskala  
(använts vid svartvitt tryck av bättre kvalitet).



CENTRERAD LOGOTYP i gråskala



HUVUDLOGOTYPEN i svartvitt  
(använts enbart vid sämre tryckförhållanden).



CENTRERAD LOGOTYP i svartvitt



HUVUDLOGOTYPEN i vitt på färgad bakgrund



CENTRERAD LOGOTYP i vitt på färgad bakgrund



## 06 HUVUDLOGOTYPENS ANVÄNDNING

### Förstahandsvalet för alla

Huvudlogotypen är förstahandsvalet för alla verksamheter inom Region Halland. Genom att använda huvudlogotypen bidrar olika verksamheter till att stärka det gemensamma varumärket och till att ladda logotypen med positiva värden. Region Halland kan enkelt identifieras som avsändare av ett budskap eller som huvudman för en verksamhet.

I viss kommunikation kan dock publika verksamheter få använda verksamhetslogotyper, se sidan 10.

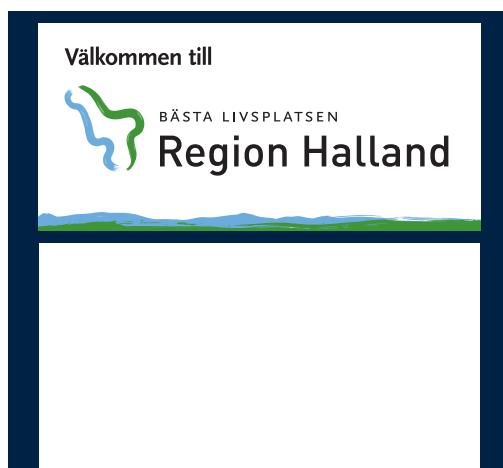
### Alltid i dessa sammanhang

Huvudlogotypen ska alltid användas som avsändare på:

- ambulanser (*utan devis*) och fordon för sjuktransport
- korrespondenskort
- kuvert
- officiella brev
- Powerpoint-presentationer
- pressmeddelanden
- regionövergripande information och trycksaker
- rekryteringsannonser
- textilier
- visitkort
- välkomstskyltar utomhus
- webbplatser, intranät, system och liknande IT-baserade lösningar.

På ovanstående produkter lyfts, vid behov, verksamhetens namn fram i vanlig text.

Exempel på huvudlogotypens användning som avsändare på utomhus-skytning, i rekryterings-annonsering samt på visitkort.



## 07 VERKSAMHETSLOGOTYP – FÖR PUBLIKA VERKSAMHETER

De verksamheter inom Region Halland som har direkt kontakt med hallänningarna (se sidan 11) har i vissa sammanhang möjlighet att använda en så kallad verksamhetslogotyp. De kan därmed marknadsföra de publika verksamheterna och samtidigt tydligt visa vem som ansvarar för dessa.

På verksamhetslogotypen lyfts verksamhetens namn fram på en rad under huvudlogotypen. Denna rad ersätter raden med devisen ”Bästa livsplatsen”.

### Bara i vissa sammanhang

Verksamhetslogotypen kan exempelvis användas på:

- annonser för evenemang
- bilar (exklusive ambulanser och fordon för sjuktransport som använder huvudlogotypen)
- digitala mallar, exempelvis kallelser
- profilprodukter
- stämplar
- verksamhetsnära information och trycksaker, exempelvis patientinformation och marknadsföringsmaterial.

Exempel på verksamhetslogotyper



## 07 VERKSAMHETSLOGOTYP – FÖR PUBLIKA VERKSAMHETER (FORTS.)

---

Följande verksamheter har rätt att ha verksamhetslogotyper

VERKSAMHET	TEXT I LOGOTYPEN
• Vårdcentraler	Vårdcentralen + namn
• Folktandvård	Folktandvården Folktandvården + namn
• Tandreglering	Tandregleringen + ort
• Hälsa & Rehab	Hälsa & Rehab Kungsbacka resp. Falkenberg
• Sjukhus	Hallands sjukhus (gemensam logotyp)
• Mödravården	Mödrahälsovården
• Smittskydd Halland	Smittskydd Halland
• Ungdomsmottagningar	Ungdomsmottagningen + ort
• Handikappverksamhet	Dataresurscenter för Kommunikation Habiliteringen Hjälpmedelscentralen Hörselvården Syncentralen Tolkcentralen
• Psykiatrin	Psykiatrin Halland Barn- och ungdomopsykiatrin Vuxenpsykiatrin Ätstörningseheten Psykiatiska kliniken
• Regionservice	Regionservice
• Folkhögskolor	Katrinebergs folkhögskola Löftadalens folkhögskola
• Naturbruksgymnasier	Munkagårdsgymnasiet Plönningegymnasiet
• Publika kulturverksamheter	Musik i Halland Dans i Halland Film i Halland Slöjd i Halland

## 08 AVSÄNDARHIERARKI VID SAMARBETSPROJEKT

### När Region Halland har huvudansvaret

När Region Halland är huvudansvarig för ett samarbetsprojekt ska regionens grafiska profil följas.

### När EU är medfinansiär

När ett projekt är medfinansierat av EU ska detta framgå tydligt genom att aktuell logotyp, exempelvis för Socialfonden eller Regionalfonden, placeras jämte eller under Region Hallands logotyp. Aktuella EU-logotyper finns att ladda ner från Lina, under Administrativt stöd och Grafisk profil.

### När det är flera aktörer

Vid ett samarbetsprojekt där flera aktörer är involverade använder vi någon av de tre avsändarvarianter som visas på nästa sidan. Vilken som används avgörs av samarbetspartnernas roll i projektet. Deras logotyper ska helst vara svartvit för att inte konkurrera med Region Halland som huvudavsnadare.

När alla samarbetspartner har samma dignitet bör aktörerna gemensamt komma överens om en neutral grafisk profil. Aktörernas logotyper bör då användas så att det blir jämvikt i placering och storlek.

Användning av EU-logotyp.  
Här har de båda logotyperna lika stort värde.

Os voluptam untotasperum volut explaborum nisime nem es conseto optatio  
rectatur assum aut ulpari rem quam fugiae nis ius dit, ipsandistrum et ra diasitius  
pro que pliqueae ritae. Os verupie ndandiciisit valor aut audiorae. Et as di digenti  
incta dolum aut quiberum voluptae cor rem repedit remporia sunt iuntiis dolorep  
edistrum que eos mi, occum estempos am, quamusa esequi quiā que sim et pro  
magnis erum erchit di dolorrum que nest, num harcips umquiam quam quia



EUROPEISKA  
UNIONEN  
Europeiska  
regionala  
utvecklingsfonden



Box 517, 301 80 Halmstad • [regionen@regionhalland.se](mailto:regionen@regionhalland.se) • [www.regionhalland.se](http://www.regionhalland.se)

## 08 AVSÄNDARHIERARKI VID SAMARBETSPROJEKT (FORTS.)

---

Samarbetspartners namn utskrivna, under Region Hallands logotyp.



Samarbetspartners logotyper i svartvitt.



Samarbetspartners logotyper i färg.



## 09 SYMBOLER

### Vårdval Halland

Symbolen ”Vårdval Halland” markerar att en vårdenhets ingår i Vårdval Halland. Den är en kvalitetsstämpel som visar att vårdenheten klarat Region Hallands godkännandeckrav.

Symbolen ska användas i all patientinformation och vid vårdenhets entré.

På skriftligt material ska symbolen placeras längst ner i framsidans vänstra hörn, med en frizon motsvarande versalen i symbolens textrad Vårdval Halland.

### Mina vårdkontakter

Symbolen ”Mina vårdkontakter” används för att markera att en vårdmottagning är ansluten till de personliga e-tjänsterna Mina vårdkontakter.

I verksamhetens patientinformation ska det all-

tid finnas information om att invånare kan kontakta mottagningen via Mina vårdkontakter och symbolen kan med fördel användas för att förstärka det skriftliga budskapet.

Symbolen finns i färg, svartvitt och gråskala.

### 1177 Sjukvårdsrådgivningen

Symbolen 1177 används för att marknadsföra den nationella rådgivningstjänsten 1177 Sjukvårdsrådgivningen som Halland är en del av. Symbolen ska alltid finnas på Region Hallands kuvert och när det är möjligt även på patientinformation.

### Ladda ner symbolerna

Samtliga symboler finns att ladda ner från Lina. Välj fliken Administrativt stöd, rubriken Information och media och underrubriken Grafisk profil.



VÅRDVAL HALLAND-logotyp i färg  
(finns även en svartvit version).



1177-logotyp i färg  
(finns även en svartvit version).



1177-”logotypbricka” i färg  
(finns med tre olika text-  
avsändare, samtliga i både  
färg och svartvitt).

MINA VÅRDKONTAKTER-logotyp i färg  
(finns även versioner i svartvitt och i  
gråskala).



Mina vårdkontakter

## 10 LOGOTYPER FÖR HEL- OCH DELÄGDA BOLAG OCH FRISTÅENDE PROJEKT

En del av Region Hallands verksamhet drivs i bolagsform. Både hel- och delägda bolag ska i sin kommunikation tydligt visa sin anknytning till vår organisation.

### **Helägda bolag**

Helägda bolag har möjlighet att använda egen logotyp och egen grafisk profil. Logotypen ska dock alltid ha med en underrad med texten ”Ett bolag inom Region Halland”.

### **Delägda bolag**

I bolag där Region Halland är delägare bör bolagets logotyp kompletteras med Region Hallands logotyp. Om detta inte fungerar, på grund av

utrymmesskäl eller annat, ska delägarna anges i löptext.

### **Fristående projekt**

I enstaka fall kan ett projekt eller en verksamhet ha anledning att ta fram en egen logotyp som inte har en direkt koppling till Region Hallands grafiska profil. Det kan exempelvis vara verksamheter eller projekt som ska knoppas av, eller som bygger på ett nätverk av företag.

Innan en sådan, egen, logotyp tas fram måste detta godkännaas av Region Hallands kommunikationsavdelning.

HELÄGT BOLAG  
Logotyp med underrad



DELÄGTD BOLAG  
Logotypen visas tillsammans med Region Hallands logotyp



FRISTÅENDE PROJEKT med egen logotyp



## 11 TYPOGRAFI

Region Halland använder tre olika typsnitt. Valen av dessa baseras på de riktlinjer som finns för läsbarhet och tillgänglighet.

### SCALA SANS – typsnittet i vår profil

Vi använder Scala Sans (se nästa sida) som vårt profilerande typsnitt. Det är valt för att stämma överens med vår övriga grafiska profil. De olika varianterna som finns av Scala Sans ger stora möjligheter till olika typografiska uttryck.

### ARIAL vid produktioner på grundnivå

I rapporter, kallelser, Powerpoint-presentationer

och annan intern produktion använder vi oss av Arial. Detta typsnitt är valt av flera skäl. Dels finns det med i Office-paketet och är därmed tillgängligt för alla, dels är det lätt att läsa på skärm.

### MINION PRO

Vid större textmängder kan det finnas ett behov av ett typsnitt med klackar (seriffer). Då använder vi Minion Pro. Typsnittet är tillgängligt i såväl Office-paketet som i InDesign.

### PRODUKTION PÅ GRUNDNIVÅ – EXEMPEL PÅ ANVÄNDARE:

- **Anställda som arbetar i Office-paketet och som producerar material till tryck i mindre upplagor, till utskrift eller för elektronisk distribution.**  
*Exempel: rapporter, politiska dokument, kallelser, presentationer, informationsblad, nyhetsbrev, inbjudningar, material för elektronisk distribution med mera. Materialet är oftast för internt bruk.*

Arial Fet  
RUBRIKER

**Abc**  
DEFGHIJKLM  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

Arial Normal  
BRÖDTEXT

**Abc**  
DEFGHIJKLM  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

## 11 TYPOGRAFI (FORTS.)

### AVANCERAD PRODUKTION – EXEMPEL PÅ ANVÄNDARE:

- **Anställda som arbetar i Indesign, Photoshop och Illustrator.**  
Exempel: trycksaker, profileringssmaterial, material för elektronisk distribution, webbpuffar med mera.  
Materialet är oftast för externt bruk.
- **Externa leverantörer som producerar original, skapade utifrån Region Hallands grafiska manual.**  
Leverantören får oftast manus och underlag från beställaren på Region Halland.  
Exempel: tidningar (rekryteringsannonser), profilföretag (flaggor, rolluper, mässmaterial med mera), reklambyråer.

Scala Sans Bold  
RUBRIKER

**A**bc  
DEFGHIJKLMNOP  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

Scala Sans CAPS\*\*  
RUBRIKER

**A**BC  
DEFGHIJKLMNOP  
OPQRSTUVWXYZ  
1234567890

Scala Sans Regular  
BRÖDTEXT

**A**bc  
DEFGHIJKLMNOP  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

Scala Sans LF Regular\*  
"RAKA" SIFFROR

1234  
5678

Scala Sans Light  
BILDTEXT

**A**bc  
DEFGHIJKLMNOP  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

Minion Pro Regular  
BRÖDTEXT

**A**bc  
DEFGHIJKLMNOP  
nopqrstuvwxyz  
1234567890

\* Siffrorna i Scala Sans Regular kan bytas ut mot de "rakare" siffrorna i Scala Sans LF Regular. Det kan fungera bättre i t ex tabeller.

\*\* I rubriktypsnittet CAPS används endast gemener.

SÅ HÄR SKA DET SE UT  
SÅ HÄR SKA DET INTE SE UT

## 12 PROFILFÄRGER

### Färgernas symbolik

Region Halland har sex profilfärgar. I basen finns den blå och den gröna färgen från vår logotyp – symboler för vattnet och landskapet i Halland – samt en mörkblå färg som ska förstärka vår roll som myndighet. De tre övriga färgerna är valda för att ge känslan av en dynamisk och stark organisation. Tillsammans får vi ett färgspektrum som både återspeglar Halland som region och organisationen Region Halland.

### Så här används profilfärgerna

Profilfärgerna används exempelvis i färgplattor, i bakgrundsfärger och i de profilerande penseldragen, se nästa sida.

- När endast en färg används ska denna vara en av de tre basfärgerna.

- När två färger används ska en av basfärgerna finnas med.
- När tre färger används ska två av basfärgerna finnas med.
- I annonser, rolluper eller annan produktion med ”en sida” bör inte mer än tre färger användas.
- I trycksaker eller andra produktioner med ”flera sidor” är det tillåtet att använda mer än tre färger. Basfärgerna bör dock vara ett dominerande inslag även här.
- Basfärgerna havsblå och skogsgrön kan även användas i 30 procent av originalfärgen, exempelvis på färgplattor och under text.

I avsnitt 13 visas några rekommenderade färgkombinationer.



**Basfärg: Havsblå**  
C 55 R 108 PMS 284  
M 20 G 162  
Y 0 B 213  
K 0



**Basfärg: Djupblå (landstingsblå)**  
C 100 R 0 PMS 287  
M 70 G 75  
Y 0 B 147  
K 10



**Basfärg: Skogsgrön**  
C 68 R 67 PMS 363  
M 0 G 128  
Y 100 B 17  
K 24



**Komplement 01: Växtkraft**  
C 20 R 201 PMS 584  
M 0 G 213  
Y 80 B 86  
K 5



**Komplement 02: Soluppgång**  
C 0 R 253 PMS 7408  
M 30 G 184  
Y 100 B 19  
K 0



**Komplement 03: Livskraft (1177)**  
C 8 R 145 PMS 187  
M 100 G 0  
Y 79 B 0  
K 28



Komplementfärgar ▲



Basfärgar ▼



Här är Havsblå och Skogsgrön i 30 % av originalfärgen.

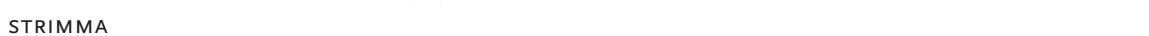
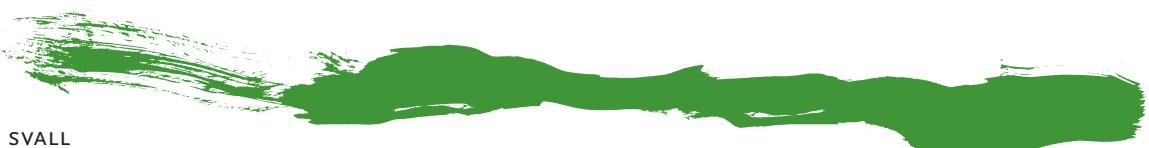
## 13 PENSELDRAGEN SOM PROFILERANDE KÄNNETECKEN

### Penseldragens symbolik

Penseldragen är våra viktigaste profilelement. De är en ”fortsättning” på penseldragen i logotypens Hallandssymbol och ger associationer till handlingskraft och kreativitet. De visar på att Region Hallands arbete skapar spår och att vi är på väg framåt.

### Penseldrag i allt vi producerar

Penseldragn ska, så långt det är möjligt, finnas med i all grafisk produktion. De finns i sex olika varianter.



## 13 PENSELDRAGEN SOM PROFILERANDE KÄNNETECKEN (FORTS.)

### Pensedragen kan kombineras på olika sätt

På Lina finns färdiga JPEG-kombinationer att ladda ner för Office-paketet, samt TIFF-kombinationer färdigmonterade i InDesign. Vart och ett av de sex penseldragen finns också som separata TIFF-filer, vilket gör det möjligt att skapa egna kombinationer. Färg och storlek kan då lätt ändras i InDesign. Samtliga penseldrag kan appliceras i våra profilfärgar samt även i vitt.

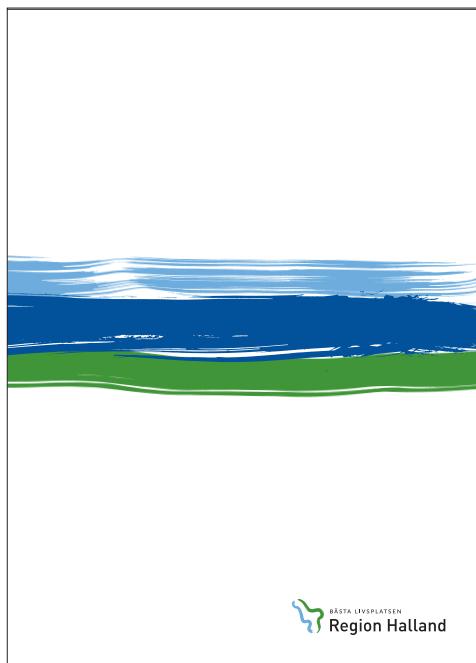
### Så här används penseldragen

- När endast ett penseldrag används ska detta vara i en av de tre basfärgerna.
- När två penseldrag används ska en av basfärgerna finnas med.
- När tre penseldrag används ska två av basfärgerna finnas med.
- Det ska aldrig finnas mer än tre penseldrag med olika färger på en sida i en produktion.

- Penseldragen ska i första hand användas utfallande så att de upplevs sakna början och slut. Ibland kan det också skapas dynamik om något penseldrag inte går helt ut, utan svävar över ett annat penseldrag.
- När penseldragen används tillsammans med bilder är det viktigt att färgerna stämmer överens och bildar en helhet. Alternativet är att använda ett vitt penseldrag.
- I svartvitt tryck finns två nyanser för penseldragnen: 40 och 80 procent av svart.
- Vissa bilder och illustrationer går inte att integrera med de färgade penseldragnen med ett bra resultat. I dessa fall används ett vitt penseldrag, eller så läggs penseldragnen separerade från bilden.

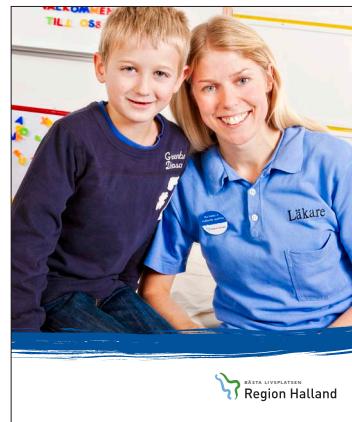
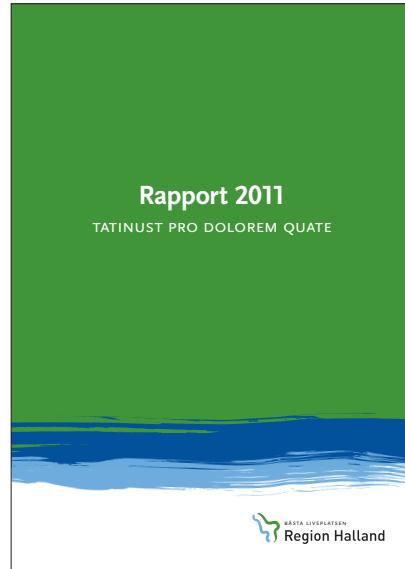


Exempel på olika sätt att applicera penseldragnen.  
Fler exempel finns på nästa sida.



## 13 PENSELDRAGEN SOM PROFILERANDE KÄNNETECKEN (FORTS.)

Exempel på olika sätt att applicera penseldragen. Det första exemplet visar hur man använder penseldragen i vitt. Använd gärna som inspirationskälla.



Icae commiam sum dolu  
aptatur nonecerroid et estiate  
catis elendae rerum

Sunt te si diligue magis nalle rebus prepon initum porosor adit estiorum  
alboreum et al omniuersida insci quidela quam, edia amperum volgta con  
expe quia quat ut que volo volloribus denim utemps que millesibus la  
consequi quam, odia aspisti conse aliqnae cumendus albus qui a sequi dolibus  
miret quan?

Eitha magis est paragoniqui to expli ampero velutam occire, necest  
equa ta eritentur qui alicet as monego deligat canage modicage es  
tenui delectatur sicut fuga. Nam istam es ex eum ut huius, liquet que velo  
vens et harum fugitatu. Tunc, occulanti es consil repergi tatus ut redimitus  
volesque magnum, nat excutrum, officiat?

- Ta quis natum invenerat vero de eni moluptate. Itas exera.
- Nam aliqui expat molut uperabudae nos eos minicetate facelacmo
- modi rati beatia volgataque vendis et facas que vitae suntur a fugitae
- perunque officib oregro magnific to omnim solupta terdictat ut vellant

## 14 TRYCKSAKER – FRAMSIDAN

För att nå en enhetlig form för all trycksaksproduktion ska penseldragen och logotypen alltid vara med på framsidan. Penseldragen ska i första hand vara utfallande och logotypen ska normalt placeras i nedre högra hörnet.

Om det ska vara bilder på framsidan bör dessa integreras med penseldragnen så att det blir en bra färgmässig helhet. Ta upp de profilkärger som

finns i bilden och använd dem i penseldragnen!

Om det är svårt att på ett snyggt sätt integrera en bild eller en illustration med penseldragnen, kan man använda ett vitt penseldrag eller lägga penseldragnen separerade från bilden.

Se även sidan 20–21 för olika layoutförslag.



Logotypens storlek och positionering  
på formatet 200 x 240 mm samt på  
A4. Ska betraktas som en tumregel.  
Se sidan 25 för mer information om  
vilka sidformat som Region Halland  
använder.



Logotypens storlek och positionering  
på formatet 160 x 192 mm samt på  
A5. Ska betraktas som en tumregel.  
Se sidan 25 för mer information om  
vilka sidformat som Region Halland  
använder.

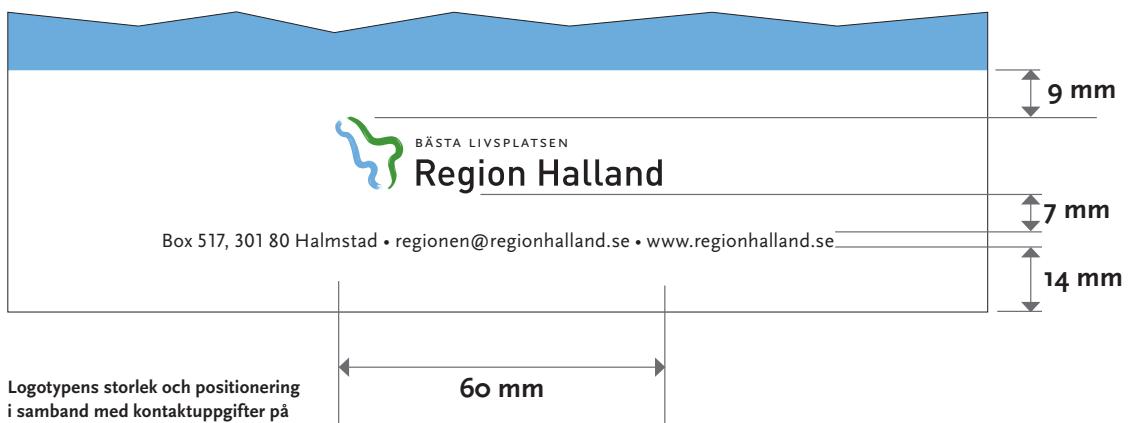
## 15 TRYCKSAKER – BAKSIDAN

På baksidan placeras vi vår huvudlogotyp centrerad i nederkant. Intill denna ska det finnas kontaktuppgifter. Minimumkravet är att ange Region Hallands webbadress men ofta är det även motiverat att ta med telefonnummer, e-postadress och postadress.

Det kan också vara motiverat att med en kort text sätta in trycksakens innehåll i sitt sammanhang, exempelvis: ”Projektet xx är en del av Region Hallands arbete för att ...”



Logotypens storlek och positionering i samband med kontaktuppgifter på formatet 200 x 240 mm samt på A4. Ska betraktas som en tumregel. Se sidan 25 för mer information om vilka sidformat som Region Halland använder.



Logotypens storlek och positionering i samband med kontaktuppgifter på 160 x 192 mm samt A5 baksida. Ska betraktas som en tumregel. Se sidan 25 för mer information om vilka sidformat som Region Halland använder.

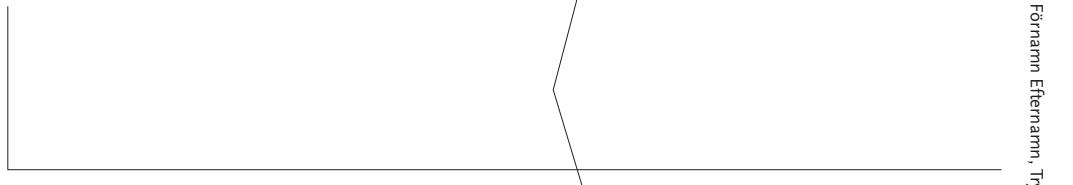
## 15 TRYCKSAKER – BAKSIDAN (FORTS.)

### Alltid tryckkort på baksidan

Längs falsningen eller pärmyrren på trycksakens baksida ska det finstilt finnas uppgifter om vem som har producerat trycksaken samt om eventuell fotograf, tryckeri, produktionsmånad och år. Detta kallas för tryckkort.

Tryckkortet ska ha samma typsnitt som den övriga texten i trycksaken. Lämpliga storlekar kan vara Arial Normal 6 punkter eller Scala Sans Regular 7 punkter.

Tryckkortet placeras 5 mm från trycksakens kant.



### Hänvisa alltid till broschyrbeställningen!

På baksidan av trycksaken (eller på sidan 2 eller näst sista sidan) ska det finnas information om var man beställer fler exemplar.

Beställningsinformationen skrivs i exempelvis Arial Normal 8 punkter eller Scala Sans Regular 9 punkter. Den kan även placeras i en tunn ram som i exemplet nedan.

Om du vill beställa fler exemplar av denna trycksak, kontakta Broschyrbeställningen tfn 035-13 48 00 eller beställ via [www.regionhalland.se/broschyror](http://www.regionhalland.se/broschyror).

## 16 TRYCKSAKER – FORMAT OCH PAPPERSVAL

### Tryckeriproduktioner i regionens "eget" format

Profilande information, avsedd för stor spridning utanför organisationen, ska tryckas i Region Hallands "eget", lätt igenkännbara, pappersformat.

Detta har inte några fasta mått. I stället anges det i fasta proportioner för trycksakens bredd och höjd: 1 x 1,2.

Tänk på att avpassa männen efter den tänkta distributionen – gör inte trycksaken så bred att den inte går i ett kuvert!

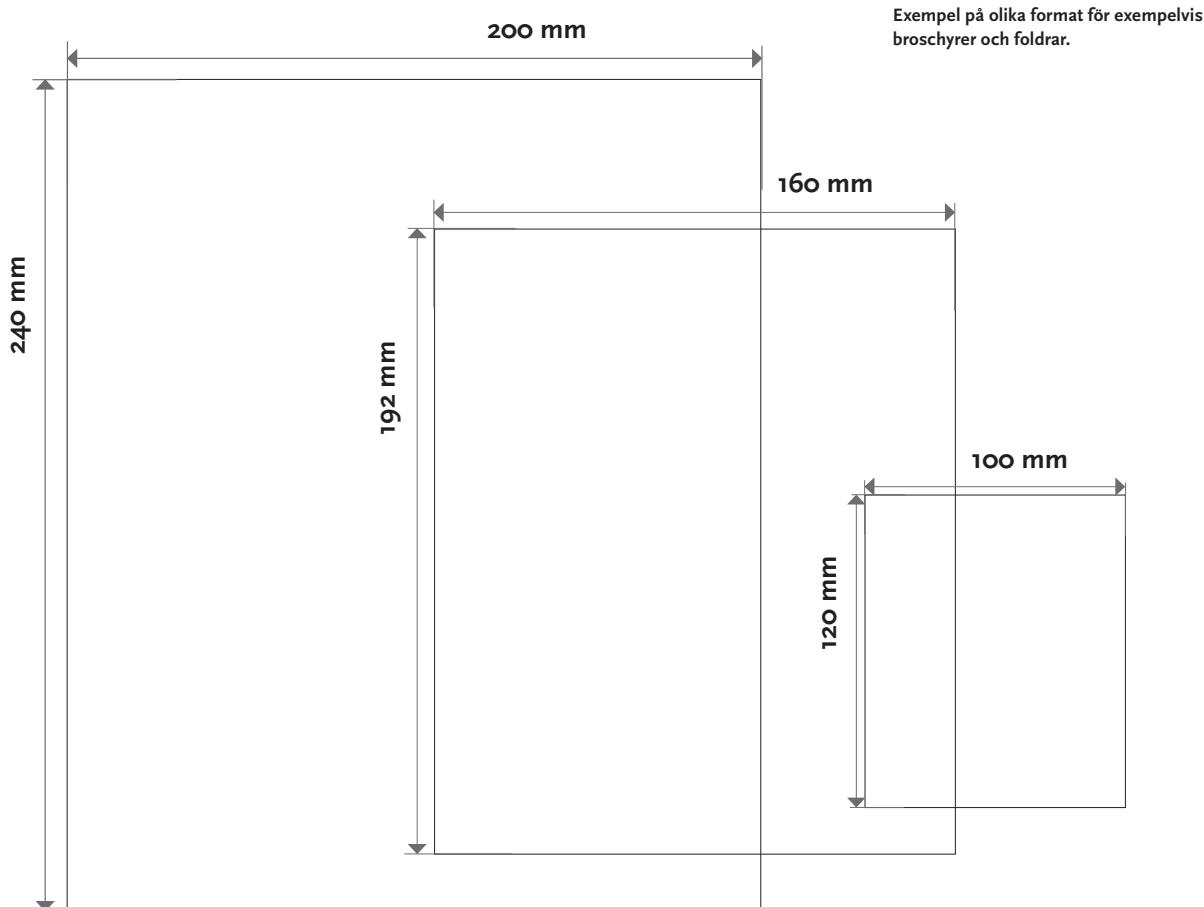
Byte till A4 kan göras om sidantalet tenderar att bli ohanterligt stort till följd av formatvalet.

### A4-format vid enklare produktioner

Internt material ska göras i A4-format. Därmed kan det enkelt skrivas ut, blir lätt att lägga i kuvert och så vidare.

### Tryckeriproduktioner på "eget" papper

För att förstärka vår enhetliga profil ska vi sträva efter att använda samma papper för alla trycksaker, Arctic Silk+ från Arctic Paper AB. Det finns i ytvikterna 90–250 gram och är ett fullbestrukut papper med en silkeslen, slät yta som ger en bra återgivning av bild och text. Silkytan är läsvänlig, ger ökad intensitet i färger samt hög tryckglans. Arctic Silk+ är miljöcertifierat enligt FSCTM och PEFC.



## 17 VISITKORT

Alla visitkort som används inom Region Halland ska utformas enligt mallar som tagits fram av kommunikationsavdelningen. Visitkorten trycks i fyrfärg på ett silk-bestrukete 300-gramspapper och i formatet 85 x 55 mm.

Visitkorten finns i flera varianter.

Alternativ för framsidan:

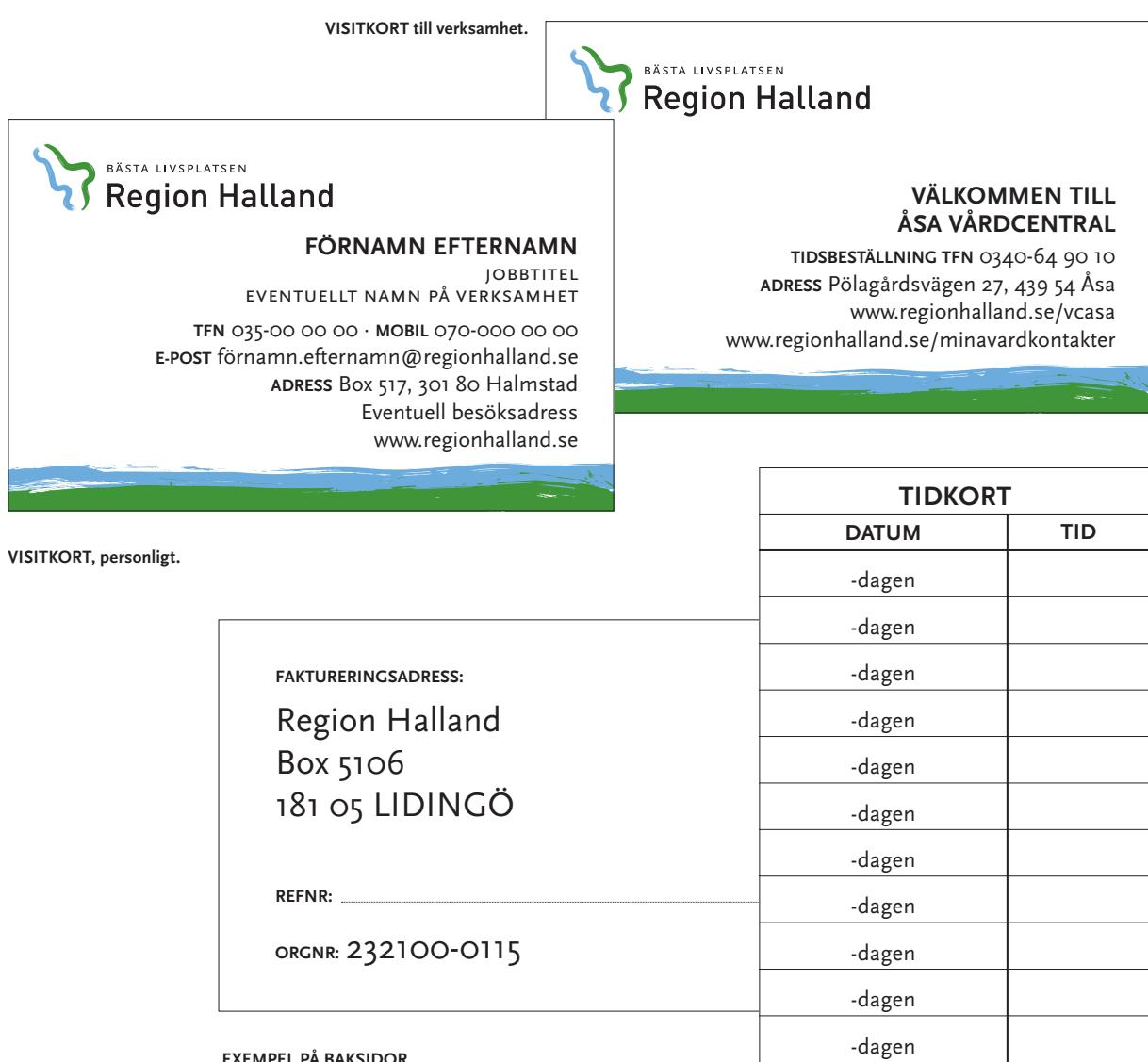
- personligt visitkort med namn, jobbtitel och verksamhetsnamn
  - visitkort med enbart verksamhetsnamn.

Alternativ för baksidan:

- tidkort
  - faktureringsuppgifter
  - personliga uppgifter på engelska.

## Så beställer du

Beställningsrutiner och mer information om visitkort finns på Lina under fliken Beställa och boka och rubriken Informations- och kontorsmaterial

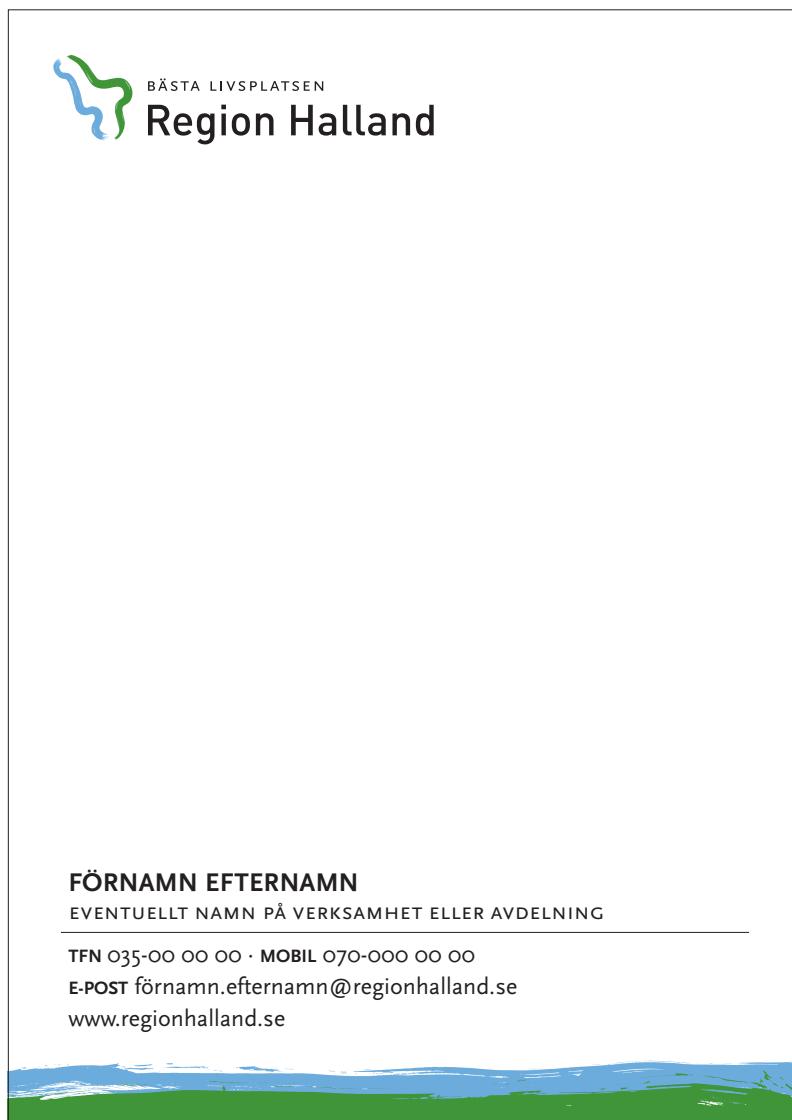


## 18 KORRESPONDENSBLOCK

Alla korrespondensblock som används inom Region Halland ska utformas enligt den mall som tagits fram av kommunikationsavdelningen. Blocken trycks i fyrfärg på Scandia 2000, ett obestruket 100-gramspapper, och i formatet A6 (105 x 148 mm).

### Så beställer du

Beställningsrutiner och mer information om visitkort finns på Lina under fliken Beställa och boka och rubriken Informations- och kontorsmaterial.



KORRESPONDENSKORT, personligt.

## 19 KUVERT

Alla kuvert som används inom Region Halland ska utformas enligt de mallar som tagits fram av kommunikationsavdelningen. Kuverten trycks i fyrfärg. Det finns en rad olika varianter.

### Så beställer du

Beställningsrutiner och mer information om visitkort finns på Lina under fliken Beställa och boka och rubriken Informations- och kontorsmaterial.

KUVERT finns i C6-, C5-, C4-, E65- och E3-format. Några av formaten finns både med och utan fönster.

