



Grafiska riktlinjer Stockholms läns landsting

Version 3

Innehåll

SLL-profilerad verksamhet

Inledning3

Visuella byggstenar 5

Våra visuella byggstenar6

Vår logotyp7

Symbol och namn8

Logotypvarianter9

Placering av logotyp10

Färgsättning11

Storlek12

Frizon13

I löpande text14

Felaktig användning15

Webbadress i anslutning till logotyp16

Tillägg och tillhörighet17

Övriga logotyper18

Andra produktionstekniker19

Kampanjsymboler20

Våra typsnitt21

Frutiger SLL22

Georgia23

Verdana24

Användarguide25

Typografiska tips26

Färger27

Färgkoder28

Att tänka på29

Dekorelement30

Bilder och illustrationer31

Bilder32

Illustrationer33

Exempel på tillämpning35

Trycksaker och tidningar36

Gridsystem37

Fasta placeringar38

Annonser och banners39

Presentationsmaterial, powerpoint40

Diagram41

Tabeller42

Mässor och evenemang43

Skyltar44

Flaggor45

Profilprodukter46

Digitala tjänster och kanaler47

Allmänt om digitala tjänster och kanaler48

Webb – gemensam grund50

Sociala medier51

Korrespondensmaterial53

Visitkort54

Avsändare i e-post55

Brev – första sida56

Brev – följande sida57

Korrespondenskort58

Noteringsblock59

Kuvert60

Adressetiketter61

Egenprofilerade förvaltningar och bolag63

Koncerttillhörighet64

Tillhörighetstexter66

Färg, storlek och frizon67

Tillhörighet på webb68

Tillhörighet på fordon69

Samarbeten71

Flera varumärken72

Kontakt73

Inledning

Bilderna av Stockholms läns landsting är många. Förmodligen lika många som det finns invånare i vårt län. Alla vi som verkar i Stockholms läns landstings namn är med och påverkar hur människor uppfattar oss. Därför är det viktigt att vi visar vad vi står för. Och inte minst: att vi agerar utifrån detta i allt vi gör och säger.

Stockholms läns landstings varumärke är en stor tillgång externt och en samlande kraft internt. Värdet är inte konstant, det byggs över tid av allt vi erbjuder, säger och gör. Därför är det viktigt att uppträda enhetligt i all vår kommunikation.

Grafiska riktlinjer

Genom att konsekvent arbeta utifrån de grafiska riktlinjerna ökar vi igenkänningen och får bättre genomslag i vår kommunikation.

De grafiska riktlinjerna gäller för alla verksamheter som är SLL-profilerade*. Se Stockholms läns landstings varumärkeshierarki i Riktlinjer för Stockholms läns landstings varumärkesarbete.

Egenprofilerade verksamheter** omfattas av sidorna 63–72.

Du som beställer annonser, trycksaker, skyltar med mera har alltid ett personligt kontrollansvar för att Stockholms läns landstings identitetslement (som logotyp, färger och typsnitt) appliceras och återges på rätt sätt.

Vårt namn

För att ytterligare stärka bilden av Stockholms läns landsting skrivs hela namnet ut i löpande text, det är särskilt viktigt i den externa kommunikationen. Därför använder vi i möjligaste mån inte förkortningen SLL. För att undvika upprepning går det även att skriva enbart landstinget när det på annat sätt behöver framgå att det är Stockholms läns landsting vi menar.

* Under kategorin landstingsprofilerade förvaltningar och bolag ryms: förvaltning för utbyggd tunnelbana, hälso- och sjukvårdsförvaltningen, kulturförvaltningen, Landstingshuset i Stockholm AB (LISAB), landstingsstyrelsens förvaltning, MediCarrier AB, patientnämndens förvaltning, Stockholms läns sjukvårdsområde (SLSO), AB Stockholms läns landstings internfinans, tillväxt- och regionplaneförvaltningen, trafikförvaltningen med flera.

** Egenprofilerade förvaltningar och bolag är Danderyds Sjukhus AB, Folk tandvården Stockholms län AB, Karolinska Universitets-sjukhuset, Locum AB, S:t Eriks Ögonsjukhus AB, Stockholm Care AB, AB Storstockholms Lokaltrafik (SL), Södersjukhuset AB, Södertälje Sjukhus AB, TioHundra AB och Waxholms Ångfartygs AB.



Visuella byggstenar

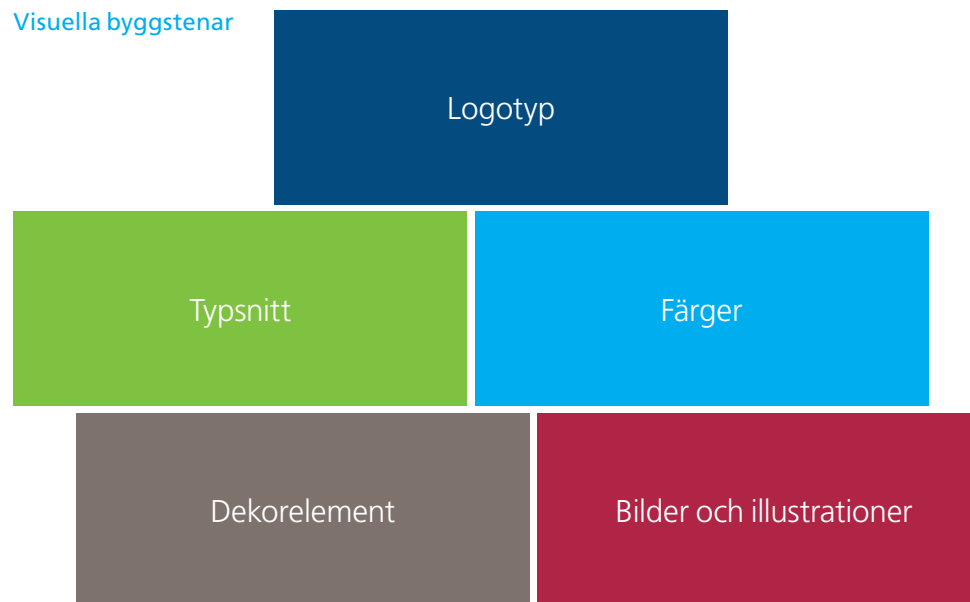
De grafiska riktlinjerna gäller för alla verksamheter som är SLL-profilerade*, se varumärkeshierarki i Riktlinjer för Stockholms läns landstings varumärkesarbete.

* Se sidan 3.

Våra visuella byggstenar

Riktlinjerna definierar de byggstenar vi har för att skapa en tydlig grafisk profil: logotyp, typsnitt, färger, bilder och dekorelement och på vilket sätt dessa får kombineras. Genom dessa riktlinjer vill vi skapa en tydlig grafisk profil som stämmer överens med Stockholms läns landstings kännetecken – öppenhet, kompetens och pålitlighet.

Visuella byggstenar



Vår logotyp

Logotypen är vårt främsta kännetecken. Den tydliggör att Stockholms läns landsting står bakom verksamheten eller informationen. Genom att konsekvent följa de riktlinjer som gäller för hur vi använder vår logotyp förstärker vi bilden av vad som ingår i Stockholms läns landsting.

Vår logotyp består av två element: namnet Stockholms läns landsting och landstingets symbol.

Proportionerna mellan namnet och symbolen får aldrig förändras. Logotypen får endast användas i de versioner som visas i denna manual. Den får inte användas i löpande text.

Den blå symbolfärgen (PMS 285) används endast till symbolen.

Logotypen kan beställas från landstingets centrala kommunikationsfunktion.

Vår logotyp (består av symbol och namn)

Symbol



Namn



Symbolfärg



PMS C: **285**
PMS U: **285**
CMYK C: **89-45-0-0**
CMYK U: **84-44-0-0**
RGB: **0-119-192**
Hex: **0077c0**
NCS: **S 2070-R90B**

Namnfärg



CMYK: **0-0-0-100**
RGB: **0-0-0**
Hex: **000000**

Symbol och namn

Symbol

Landstingets symbol, de stiliserade L:en, skapades i samband med att Stockholms läns landsting bildades 1971.

Symbolen får inte ritas om eller förvanskas i form och proportioner. Den får heller inte roteras.

Symbolen får inte användas ensam. Undantag är textilier och flaggor.

Egenprofilerade förvaltningar och bolag använder symbolen som en igenkänning och tillhörighet till Stockholms läns landsting. Läs mer i riktlinjerna för egenprofilerade förvaltningar och bolag på [SIDAN 63](#).

Namnet

Vårt namn är Stockholms läns landsting och det får aldrig förkortas till SLL i externa sammanhang.

Det typograferade namnet är skrivet med typsnittet Frutiger i en variant som är specialritad för Stockholms läns landsting. Det får aldrig användas ensamt utan symbol.



Logotypvarianter

För att logotypen ska kunna användas i olika format och sammanhang finns den i två varianter: med vänsterställd symbol och med centrerad symbol.

Huvudregeln är att logotypen med vänsterställd symbol ska användas i så stor utsträckning som möjligt.

Logotypen med centrerad symbol används endast då utrymmet för logotypen är mer kvadratisk eller i sammanhang där vi kommunicerar tillsammans med andra avsändare. [SE SIDAN 13](#).

Logotypen kan beställas från landstingets centrala kommunikationsfunktion.

Logotyp med vänsterställd symbol



Logotyp med centrerad symbol

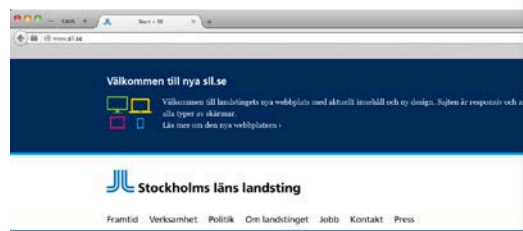


Placering av logotyp

1. I allt korrespondensmaterial (brevpapper, visitkort, landstingets officiella handlingar med mera) placeras logotypen i övre vänstra hörnet där den fungerar som inledning.
2. På informations- och kommunikationsmaterial, exempelvis broschyrer och annonser, ska logotypen placeras i nedre högra hörnet.
3. På alla webbplatser med Stockholms läns landstings profil ska logotypen placeras i övre vänstra hörnet.

Ta alltid hänsyn till riktlinjerna om frizonen runt logotypen och anvisningarna om dess storlek vid placering av logotypen. **SE SIDORNA 12 OCH 13.**

3. Webb. —> Logotyp i övre vänstra hörnet.



← 1. Korrespondensmaterial. Logotyp i övre vänstra hörnet.



← 2. Trycksaker och annonser. Logotyp i nedre högra hörnet.

Färgsättning

Logotypens huvudfärger är blått, PMS 285, för symbolen och svart för namnet.

Logotypen kan också återges i enbart svart vid svart-vita utskrifter.

Mot mörka bakgrunder används logotypen i vitt (negativt). OBS! Den färgade plattan visar endast exempel på en mörk bakgrund.

Mot bilder och mönstrade bakgrunder är det viktigt att logotypen framstår i god kontrast. Därför bör den svarta eller vita logotypen användas beroende på bakgrundsfärg.

Den blå symbolfärgen (PMS 285) används endast till symbolen.

Bifoga alltid en färglikare (tryckt prov på färgen i PMS) tillsammans med originalmaterialet vid tryckning. Kontakta landstingets centrala kommunikationsfunktion för att beställa färglikare.

PMS C: **285**
PMS U: **285**
CMYK C: **89-45-0-0**
CMYK U: **84-44-0-0**
RGB: **0-119-192**
Hex: **0077c0**
NCS: **S 2070-R90B**

Färglogotyp



Svart logotyp



Vit (negativ) logotyp



Svart logotyp mot bild



Vit logotyp mot bild



Storlek

Logotypens storlek anges i millimeter och beskriver symbolens höjd. Logotypens grundstorlek är 10 mm. Eftersom de flesta layoutprogram tillåter procentuella skalförändringar är det enkelt att förstora eller förminska logotypen för att passa ett specifikt mått. Logotypens bredd och höjdförhållande får däremot inte ändras. Logotypens minsta rekommenderade storlek är 5 mm (höjd på symbolen).

Minsta storlek på olika applikationer

- » 5 mm: A6-trycksaker (105 × 148 mm)
- » 7 mm: A5-trycksaker (148 × 210 mm)
- » 9 mm: A4-trycksaker (210 × 297 mm)
- » 10 mm: tabloidformat (251 × 372 mm)
- » 12 mm: A3-trycksaker (420 × 297 mm)
- » 15 mm: affischer i storlek 50 × 70 cm
- » 23 mm: affischer i storlek 70 × 100 cm
- » 65 mm: roll-ups
- » 100 mm: utställningsvägg
- » I andra format anpassas logotypen enligt storleksförhållanden ovan.

Om du är osäker på vad som gäller för produktioner som avviker från ovannämnda applikationer, kontakta landstingets centrala kommunikationsfunktion.

Storlek på logotypen



Storleken på logotypen mäts efter höjden på symbolen

Frizon

Runt logotypen finns en frizon. Frizonen är minimiavståndet till annan grafik, text eller bild. Syftet är att eventuella tillägg, adresser eller dekorer inte ska riskera att uppfattas som en del av logotypen. Samma minimiavstånd gäller till ytterkanten på de material där logotypen ska placeras. Frizonen är ett minimum; ju mer fri yta som finns runt logotypen, desto tydligare framträder den.

När flera objekt som har en frizon placeras bredvid varandra, till exempel en rad med flera olika logotyper, kan frizonerna överlappa varandra. Frizonen räknas då fram till nästa logotyp, inte till nästa logotyps frizon.

Bredden på frizonen är alltid halva höjden av symbolen (se illustration).

Tänk på att frizonen är ett minimum, ju mer friyta som finns runt logotypen, desto tydligare framträder den.



I löpande text

Stockholms läns landsting i löpande text

I löpande texter skriver vi Stockholms läns landsting med inledande versalt S och övriga bokstäver med gemener.

Olämplig avstavning

Stockholms läns landsting bör inte avstavas eller förkortas.


Logotyp i löpande text

Logotypen används inte i rubriker eller löpande texter.


Symbol i löpande text

Symbolen får inte användas som ett visuellt objekt i texter.

Detta exempel visar på hur Stockholms läns landsting skrivs korrekt i löpande texter.

 ~~Stockholms läns landsting~~ Detta exempel visar på hur logotypen inte får användas i löpande texter eller rubriker.

Här visas ett exempel på en olämplig avstavning av ~~Stockholms~~ läns landsting.

Detta exempel visar på hur  symbolen inte får användas i löpande texter eller rubriker.

Felaktig användning

Det är lätt att göra fel. Här ser du några exempel på felaktig användning av logotypen.

Använd inte skuggor eller några andra effekter för logotypen.



Ändra inte de inbördes placeringarna eller storlekarna i logotypen.



Ändra inte de inbördes placeringarna eller storlekarna i logotypen.



Rotera inte logotypen.



Ändra inte färg på symbolen eller namnet i logotypen.



Använd inte symbolen eller logotypen för att skapa mönster.



Placera inte logotypen i en egen form.



Beskär inte logotypen på något sätt.



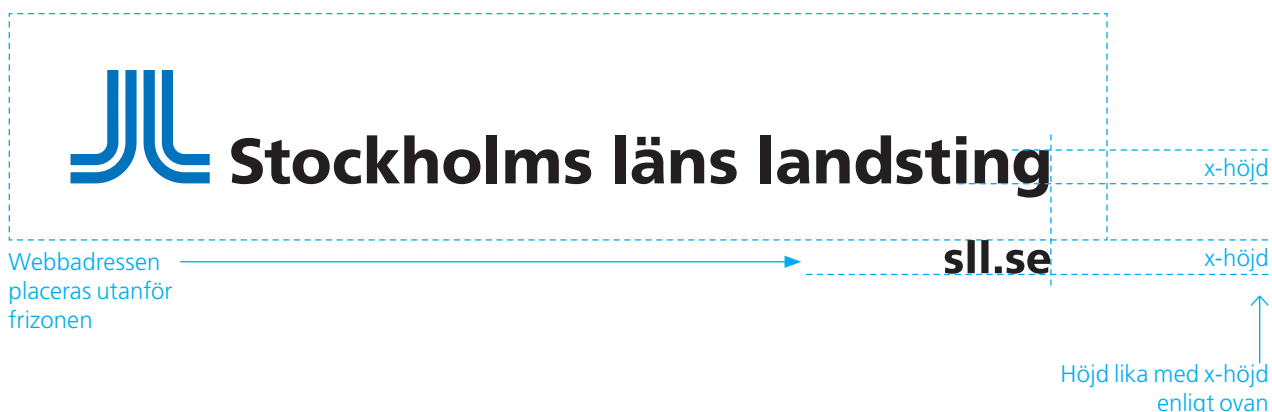
Webbadress i anslutning till logotyp

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. Typografin ska vara Frutiger SLL Heavy.

När webbadressen ska synas i direkt anslutning med logotypen ska den placeras enligt exemplet till höger. Det gäller till exempel på skyltar och dekaleringar med mera.

När webbadressen ska placeras på begränsade ytor tillsammans med flera andra logotyper, ska logotypen med centrerad symbol användas och webbadressen placeras centrerad utanför frizonen. Storleken får inte överstiga x-höjden på namnet i logotypen (det vill säga höjden på de gemena, små, bokstäverna). Tilläggen skrivs i Frutiger SLL Regular. För logotyper i sociala medier [SE SIDAN 51](#).



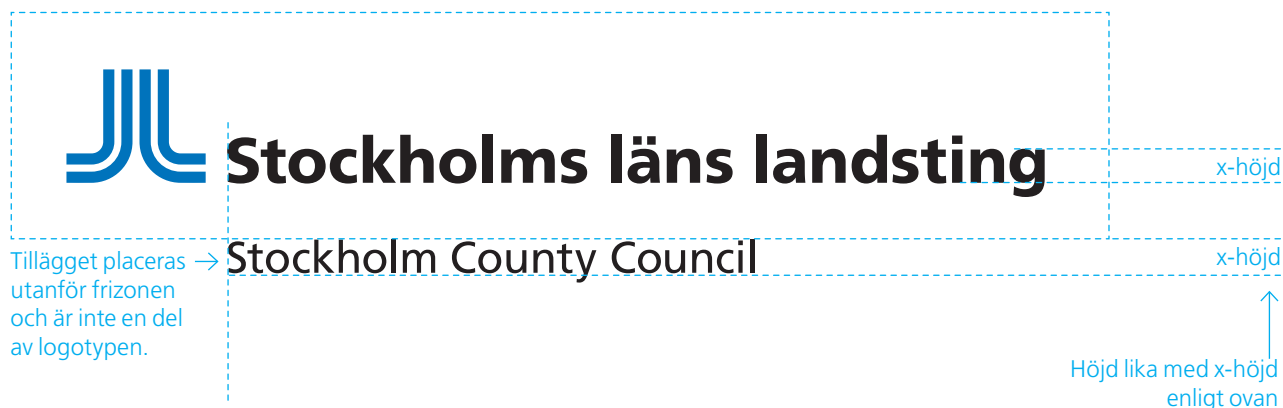
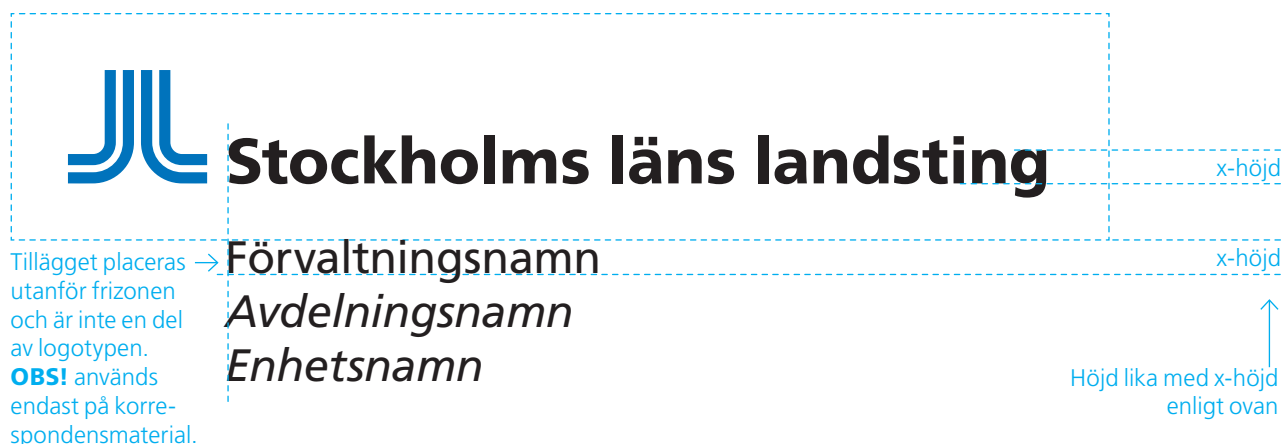
Tillägg och tillhörighet

I de flesta sammanhang räcker det för mottagaren att veta att informationen kommer ifrån Stockholms läns landsting. Vid enstaka tillfällen kan vi behöva berätta från vilken verksamhet inom landstinget som informationen kommer. Tilläggen är till för att förenkla för mottagaren av informationen. Mottagare utanför landstinget vet inte hur vi är organiserade, så för dem blir det bara svårt om vi är alltför detaljerade. Vi ska därför aldrig använda fler än tre tillägg under logotypen.

För att ange tillhörighet placeras ett tillägg under logotypen och utanför frizonen. Första tillägget skrivs i rak normal stil. Det andra och tredje skrivs i kursiv stil. Storleken får inte överstiga x-höjden på namnet i logotypen (det vill säga höjden på de gemena bokstäverna). Tilläggen skrivs i Frutiger SLL Regular. Alternativt typsnitt för dem som inte har Frutiger SLL Regular installerat är Verdana Regular.

Internationella sammanhang

I internationella sammanhang heter vi Stockholms läns landsting med ett tillägg under logotypen; Stockholm County Council. Tillägget är placerat utanför frizonen.



Övriga logotyper

Vissa enheter inom Stockholms läns landsting har egna logotyper. Logotypen består av symbolen och enhetens namn tillsammans med en rad som tydliggör att verksamheten ingår i Stockholms läns landsting.

Tillägget är skrivet i versaler för att ge en högre läsbarhet i liten storlek och för att texten skapar en bas i linje med symbolen.

Om en ny logotyp ska tas fram så ska det stämmas av och utvecklas i samråd med ansvarig för landstingets övergripande varumärkesarbete. Varje förvaltning och bolag ansvarar för sina respektive logotyper.

När flera SLL-profilerade verksamheter medverkar ska endast Stockholms läns landstings logotyp användas som avsändare. Detta för att landstingets symbol och namn inte ska förekomma flera gånger.



Modellen bygger på att symbolen delas i tio delar på höjden



Modellen bygger på att symbolen delas i tio delar på höjden



Andra produktionstekniker

Vid speciella tillfällen, till exempel i inredning eller på presentartiklar, kan logotypen produceras med hjälp av andra tekniker än tryckt färg. Dessa tekniker ger ett diskret och exklusivt intryck.

Prägling

Logotypen framträder som relief i det underliggande materialet. Denna metod kan i trycksaker kombineras med tryckt färg eller lack. Om färg används ska färgerna följa riktlinjerna för logotypens färgsättning [SE SIDAN 7](#).

Frostning

Logotypen framträder genom att opaciteten (genomskinligheten) i ett transparent material förändras, precis som frost på en fönsterruta.

Lackning

Logotypen kan matt- eller blanklackeras för att skapa ett exklusivare intryck. Lacken kan vara färglös. Om färg används till lacken ska färgerna följa riktlinjerna för logotypens färgsättning [SE SIDAN 7](#).

Präglad logotyp



Frostad logotyp



Lackad logotyp



Kampanjsymboler

I vissa sammanhang kan det vara befogat att ta fram en tidsbegränsad symbol för just en specifik kampanj eller specifikt event. Rekommendationen är dock att försöka begränsa användandet av kampanjsymboler i så hög utsträckning som möjligt.

Innan du tar fram en kampanjsymbol tänk igenom följande punkter:

- » Tidsbegränsa användningen av kampanjsymbolen.
- » Kampanjsymbolen måste kunna användas tillsammans med Stockholms läns landstings logotyp.
- » Tänk igenom om kampanjsymbolen kan ge oönskade associationer.
- » Kampanjsymboler får inte tas fram för administrativa system.
- » Du får aldrig göra ändringar i Stockholms läns landstings befintliga logotyp.
- » Du bör anlita professionell byrå men kontakta alltid ansvarig för landstingets övergripande varumärkesarbete först.

Kampanj för gratis vaccination mot livmoderhalscancer.

I
me

Illustration: Jjanette Bornmøller och Nina Belarief

Symbol för valet 2014.



Illustration: Fidelity

Våra typsnitt

Utvalda typsnitt och speciell typografi är en viktig del för att bygga en enhetlig profil för Stockholms läns landsting. Vår information ska vara tydlig, lättillgänglig och lätt att känna igen. Därför har vi tre utvalda typsnitt som ska användas i all skriven text – Georgia, Frutiger SLL och Verdana. Alla är erkänt lättlästa och kompletterar varandra för olika syften.

På webben använder vi Georgia, Frutiger (inte Frutiger SLL) eller Verdana.

Till kommunikationsmaterial som tas fram i layoutprogram ska Frutiger SLL och Georgia användas. I de fall då inte layoutprogram används ersätts Frutiger SLL med Verdana. Se följande sidor.

Georgia Regular och Georgia Bold passar att använda i de flesta sammanhang, både till långa brödtexter och till ingresser.

Frutiger SLL Regular, Frutiger SLL Heavy och Frutiger SLL Light används till rubriker och andra korta texter, samt för kontaktinformation i trycksaker och på korrespondensmaterial. Typsnittet används även i tabeller, diagram och bildtexter.

Verdana används i powerpointmallar samt i sidhuvud för brev och dokument.

Tänk alltid på att få bra läsbarhet genom att anpassa storleken på typsnittet till kommunikationsytans storlek, det vill säga inte för liten storlek.

A B C D E F G H
I J K L M N O P Q
R S T U V W X Y
Z Å Ä Ö 1 2 3 4 5

Frutiger SLL

Frutiger SLL används till rubriker, mellanrubriker och ingresser, i alla trycksaker från visitkort till broschyrer och annonser samt på webben. På webben ersätts Frutiger SLL av Frutiger.

OBS! I mallar i Officepaketet (Word, Excel och Powerpoint) används Verdana då det finns förinstallerat i alla system.

Frutiger SLL Light Italic, Frutiger SLL Italic alternativt Frutiger SLL Heavy Italic kan användas för att framhäva vissa ord eller stycken.

För att få tillgång till Frutiger SLL kontakta landstingets centrala kommunikationsfunktion.

Historia Frutiger SLL

Frutiger är baserat på ett typsnitt tecknat för Roissy Airport utanför Paris av den fransk-schweiziske bokstavskonstnären Adrian Frutiger (f. 1928). Adrian Frutiger har också tecknat välkända typsnitt som Univers, Meridien, Apollo med flera.

De varianter av frutiger som vi använder inom Stockholms läns landsting, Frutiger SLL Light, Frutiger SLL Regular och Frutiger SLL Heavy, är specialbearbetade för att bland annat fungera väl tillsammans med logotypen.

Frutiger SLL Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
STUVWXYZÅÄÖabcdefghijklmnop
hijklmnopqrstuvwxyzå
äö0123456789

Frutiger SLL Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
STUVWXYZÅÄÖabcdefghijklmnop
hijklmnopqrstuvwxyzå
äö0123456789

Frutiger SLL Heavy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
STUVWXYZÅÄÖabcdefghijklmnop
hijklmnopqrstuvwxyzå
äö0123456789

Frutiger SLL Light Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
STUVWXYZÅÄÖabcdefghijklmnop
hijklmnopqrstuvwxyzå
äö0123456789

Frutiger SLL Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
STUVWXYZÅÄÖabcdefghijklmnop
hijklmnopqrstuvwxyzå
äö0123456789

Frutiger SLL Heavy Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
STUVWXYZÅÄÖabcdefghijklmnop
hijklmnopqrstuvwxyzå
äö0123456789

Georgia

Georgia är vårt brödtexttypsnitt och ska användas i all kommunikation. Både i det som produceras internt; brev, rapporter med mera, samt i det som produceras för externt bruk, exempelvis reklam och information. Georgia kan även användas till brödtext på webben.

I brev och rapporter använder vi Georgia även till rubriker och ingresser. Då använder vi Georgia Bold, Georgia Italic och Georgia Bold Italic kan användas för att framhäva vissa ord eller stycken.

Historia Georgia

1994 anlidade företaget Microsoft Matthew Carter för att ta fram det mest avancerade och moderna typsnittet. 1996 kom den första versionen av Georgia ut som skapats och optimerats både för bildskärm och skrivare.

Georgia är *öppet* och *brett* med robusta detaljer och små kontraster. Det har närmast horisontella och kraftiga seriffer (bokstäver med klackar), till skillnad från typsnittet Times sneda spetsiga. De kraftiga serifferna bygger samman tecknen till ordbilder. Eftersom det har en lägre x-höjd än Times, ger det ett öppnare och ljusare intryck.

Georgia Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzå
äö0123456789

Georgia Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖabc
defghijklmnopqrstuvw
xyzåäö0123456789**

Georgia Italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzå
äö0123456789*

Georgia Bold Italic

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖabc
defghijklmnopqrstuvw
xyzåäö0123456789***

Verdana

Verdana används i sidhuvud och sidfot för brev och dokument samt i powerpoint. Verdana kan även användas som typsnitt på webben.

Historia Verdana

Precis som med Georgia så anlidade Microsoft Matthew Carter för att ta fram det mest avancerade och moderna typsnittet. Samtidigt med Georgia kom den första versionen av Verdana ut. Också det skapat och optimerat både för bildskärm och skrivare.

Utmärkande för Verdana är dess öppna och breda teckenformer och en jämn och luftig tillriktning. Typsnittet uppfattas som stabilt och genomarbetat, vilket till skillnad från de flesta klassiska typsnitt som har formgivits för att fungera bra i tryck, ger god läsbarhet på bildskärmar.

Verdana Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzå
äö0123456789

Verdana Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzå
defghijklmnopqrstuv
wxyzääö0123456789**

Verdana Italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzå
äö0123456789*

Verdana Bold Italic

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzå
defghijklmnopqrstuv
wxyzääö0123456789***

Användarguide

Våra typsnitt ger dig möjlighet att skapa lättlästa och kommunikativa textlayouter. Till höger: exempel på hur typsnitten kan användas tillsammans.

1. Frutiger SLL Heavy används till rubriker och mellanrubriker.
2. Frutiger SLL Light alternativt Regular används till ingresser, men kan även användas till rubrik och mellanrubriker. De används även i diagram, tabeller och bildtexter.
3. Georgia Regular används till brödtext.
4. Georgia Italic används till att förstärka enstaka ord eller stycken.

1. Frutiger SLL Heavy —> **Det skrivna ordets gestaltning**

2. Frutiger SLL Light —> Allt som skrivs i Stockholms läns landstings namn påverkar invånarnas bild av oss. När vi förmedlar budskap i text är det därför viktigt att vårt tonläge är enhetligt och konsekvent samt följer de språkliga riktlinjer som finns.

3. Georgia Regular —> Men lika viktigt är det att vi gör vårt yttersta för att texten också ska presenteras så tydligt och läsbart som möjligt. Vi använder därför typografin som ett verktyg för att underlätta läsbarheten, *inte som dekor.*

1. Frutiger SLL Heavy —> **Små detaljer**
Det är en mängd, ofta mycket små, detaljer som samverkar för att skapa lugn, harmoni och enhetlighet på en text sida. Allt är till för att läsaren lätt ska uppfatta texten och kunna koncentrera sig på innehållet.

Typografiska tips

Tänk på att utforma texten så att budskapet bärs fram så tydligt som möjligt.

1. Lämplig storlek för brödtexten i trycksaker är 9–12 punkter med ett radavstånd som är 3–5 punkter större än tecknen. I adressfält kan 7–8 punkter användas.
2. Textspalterna bör inte vara bredare än i genomsnitt 65 tecken.
3. Använd kursiv och fet stil sparsamt för att markera ord eller kortare stycken.
4. Versaler är svåra att läsa i långa stycken och bör endast användas sparsamt, exempelvis i rubriker och underrubrik eller för att lyfta fram enstaka ord.
5. Gör tydlig skillnad i storlek mellan rubrik och brödtext.
6. Ordentligt tilltagna marginaler ökar läsbarheten och gör sidan lugnare.
7. Svart text på vit botten ger i längden bäst läsbarhet.

~~VERSALER ÄR SVÅRA ATT LÄSA I LÅNGA
STYCKEN OCH BÖR ENDAST ANVÄNDAS
SPARSAMT ODIS ASPERUM SI OMNIS SIN RE
PLIGNIS SIMAXIMIL IS PTATUR~~

Använd *kursiv* och **fet stil** sparsamt för att markera ord eller kortare stycken.

Textspalterna bör inte vara bredare än i genomsnitt 65 tecken.

Färger

Våra färger är framtagna för att öka möjligheten att variera vårt visuella uttryck.

Genom att vi håller oss till våra bestämda färger tydliggör vi att det är Stockholms läns landsting som är avsändare.

Vår färgskala är både bred och djup för att visa på vår breda verksamhet. I vår färgpalett har vi de fyra grundfärgerna: rött, grönt, blått och gult. Att konsekvent använda dessa färger stärker effekten av det som vi vill stå för. Utöver dessa färger finns även tre grå nyanser som kan användas i text och till bakgrundsplattor.

Inget verksamhetsområde får göra en av färgerna till sin. Färgerna är tänkta att användas fritt. Rekommendationen är att vi i en och samma kommunikationsenhet – exempelvis i en broschyr eller annons – håller oss till en av färgerna. Den blå symbolfärgen (PMS 285) används endast till symbolen.

Färgerna är valda för att kunna fungera som komplement till varandra. För att kunna använda färgerna på fler sätt finns färgerna i två nyanser. Färgerna ska i så stor utsträckning som möjligt användas i 100 %. Toningar av färgerna kan användas för att skapa fler nyanser i exempelvis diagram.

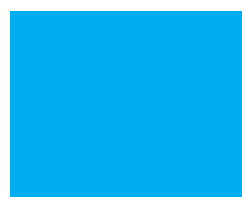
Svart är inte med i vår färgpalett och ska inte användas som en profilmfärg.

Kontakta landstingets centrala kommunikationsfunktion om du har frågor om våra färger.

Våra färger



PMS 648



PMS Process Cyan



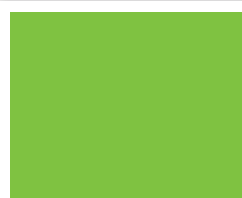
PMS 201



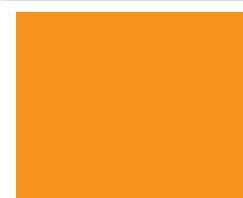
PMS Rubine Red



PMS 371



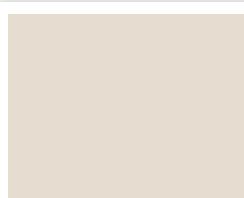
PMS 376



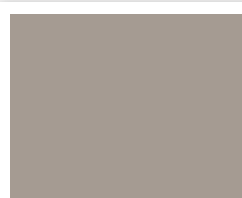
PMS 144



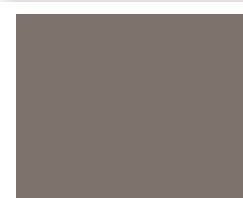
PMS 7405 C



PMS Warm Gray 1



PMS Warm Gray 6



PMS Warm Gray 11

Färgkoder

Till höger hittar du översättningar till alla färgsystem för olika typer av produktioner. Det är viktigt att färgerna återges korrekt. PMS C står för färg på bestruket papper och PMS U för färg på obestruket papper.

Då färger varierar på olika papperskvaliteter kan provtryck beställas för att säkerställa att färgerna är korrekta. Tänk på att alltid stämma av med tryckeriet.

Om färgsystem

PMS står för Pantone Matching System. PMS-systemet används vid dekorfärgstryck. PMS används bland annat vid tryck av visitkort och korrespondenskort.

CMYK står för Cyan (blått), Magenta (rött), Yellow (gult) och K (svart). Det här är de färger som används vid fyrfärgstryck i exempelvis annonser, trycksaker, affischer med mera. CMYK-färger beskrivs med en procentangivelse för varje färg.

RGB står för Röd, Grön och Blå. RGB är de färger som används vid inläsning av en färgbild. Det är även dessa kulörer som datorns skärm återger. RGB har en större färgrymd än CMYK. RGB-färger beskrivs med ett värde, 0–255, för varje färg.

Hex står för hexadecimal och bygger på RGB färgsystemet och används för webb. De två första siffrorna/bokstäverna står för mängden rött i färgen, de två mittersta för mängden grönt och de två sista för mängden blått.

NCS står för Natural Color System. Det är ett färgblandnings-system som används på fordon, för färg på väggar och märkning av kläder.

	PANTONE coated	PANTONE uncoated	CMYK coated	CMYK uncoated	RGB	Hex	NCS
	648 C	648 U	100-62-0-60	87-51-0-40	0-45-90	#002d5a	S 6030-R80B
	Process Cyan C	Process Cyan U	100-0-0-0	100-0-0-0	0-174-239	#00aeef	S 1060-B
	201 C	201 U	0-100-66-32	0-91-49-31	154-9-50	#9a0932	S 2070-R
	Rubine Red C	Rubine Red U	0-100-27-8	0-100-17-0	225-5-109	#e1056d	S 1575-R10B
	371 C	371 U	38-0-96-65	30-0-96-59	64-102-24	#406618	S 5040-G40Y
	376 C	376 U	54-0-100-0	55-0-100-0	120-190-0	#78be00	S 1075-G40Y
	144 C	144 U	0-50-100-0	0-50-100-0	235-145-0	#eb9100	S 1080-Y30R
	7405 C	7405 U	0-11-100-0	0-13-100-0	255-212-0	#ffd400	S 1070-Y
	Warm Gray 1 C	Warm Gray 1 U	0-5-11-14	0-5-10-10	224-222-217	#e0ded9	S 1502-Y
	Warm Gray 6 C	Warm Gray 6 U	0-11-16-39	0-8-12-41	167-157-150	#a79d96	S 3005-Y50R
	Warm Gray 11 C	Warm Gray 11 U	0-20-26-67	0-11-13-61	104-92-83	#685c53	S 5005-Y50R
För webb							
	För länkar och klickbar text				3-78-162	#034ea2	
	Grå bakgrundsplatta				245-242-237	#f5f2ed	

Att tänka på

Till höger ser du ett antal exempel på hur olika färger fungerar tillsammans. Behovet kan exempelvis uppstå när du har text i en färgruta. Se till att färgen på texten skapar en så hög läsbarhet som möjligt. Tänk på att vissa färgkombinationer är svåra att läsa för de som har problem att skilja på olika färger, till exempel kombinationen röd-grön.

Vit, orange, gul eller blå text fungerar mot mörkröd botten.

Men du bör undvika grön, mörkgrön, mörkblå och röd text.

Vit, orange, gul, grön eller blå text fungerar mot mörkblå botten.

Men du bör undvika mörkröd, röd och mörkgrön text.

Vit, orange, gul eller grön text fungerar mot mörkgrön botten.

Men du bör undvika blå, mörkblå, mörkröd och röd text.

Vit, mörkröd, mörkgrön, eller mörkblå text fungerar mot orange botten.

Men du bör undvika blå, grön, gul och röd text.

Dekorelement

Vårt dekorelement hjälper till att öka igenkänningen av Stockholms läns landsting som avsändare. Dekorelementet ska i första hand användas tillsammans med våra kontaktuppgifter. Dekorelementet är också tänkt för våra mest identitetsskapande trycksaker som till exempel Stockholms läns landstings årsberättelse, informationsfoldrar och broschyrer.

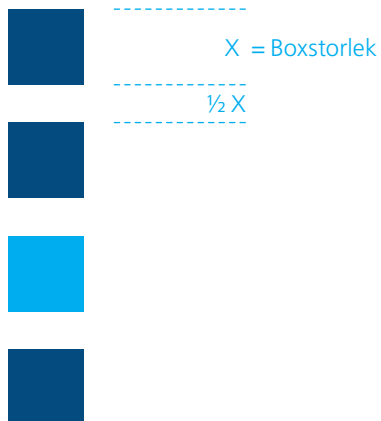
Färgerna på dekorelementet hämtas från våra dekorfärger. Tänk på att alltid använda dem två och två, exempelvis ljusblå och mörkblå.

En av rutorna kan förlängas för att placera text i, eller för att göra en markering.

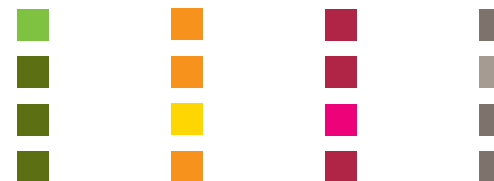
Se till att storleken på dekorelementet harmoniserar med resten av beståndsdelarna i layouten.

När dekorelementet används i tryck måste dekorelementen förlängas till valt utfall.

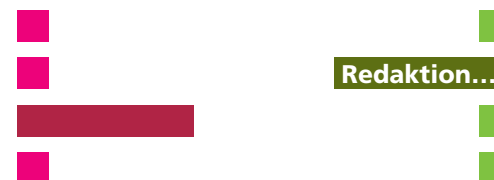
Storlek



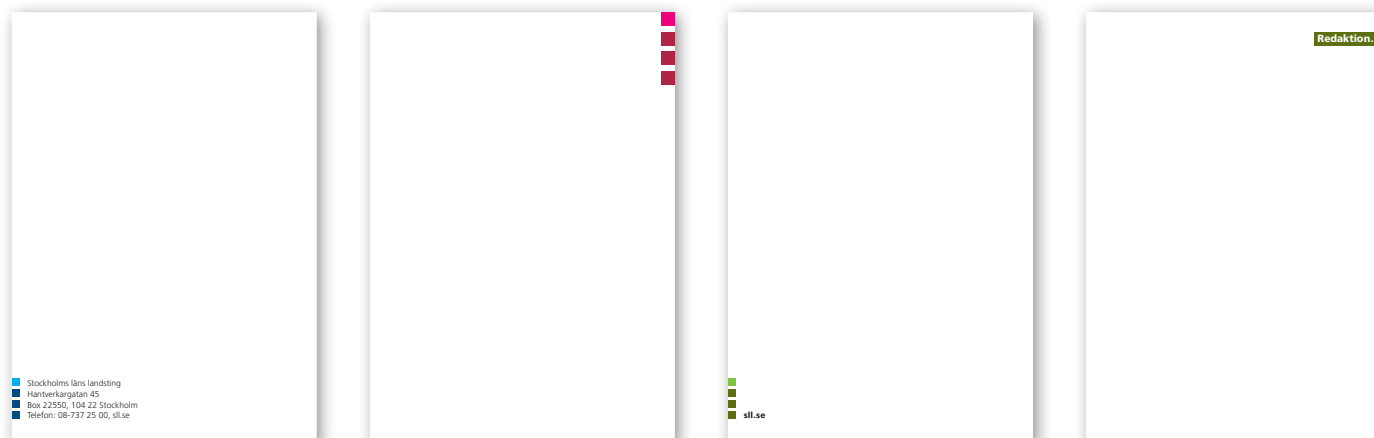
Finns i olika färgkombinationer



Ruta för text



Exempel på placering



Bilder och illustrationer

Det är generellt svårt att ge direktiv angående bildval för en stor organisation med så många olika verksamheter. Tänk på att bilder och illustrationer ska vara i samklang med våra kännetecken. Tänk också på att bilden eller bildernas motiv hänger ihop med budskapet.

Upphovsrätt

Lagen om upphovsrätt ger upphovsmannen rättsligt skydd till sitt verk. Upphovsrättslagen gäller för såväl analog som digital bildanvändning. Med bild menas olika typer av bilder, till exempel fotografier, teckningar, illustrationer och collage. Inga ändringar i bilden får göras utan upphovsmannens tillstånd. Det gäller beskärning, retuscher, digital manipulering eller andra metoder. Bilder får inte beskäras så att motivet i bilden förändras. I redaktionella- och informations-sammanhang måste namnet på upphovsmannen sättas ut. Vid arbete med reklam är det brukligt att namnet inte anges om det inte avtalats med upphovsmannen. Förfoganderätten till bilden är alltid upphovsmannens. För att få använda bilden krävs en särskild överenskommelse med upphovsmannen. Det är lämpligt att skriva överenskommelsen i ett avtal.

Hur får bilden användas?

När du beställer en bild, köper du rätten att använda den i ett bestämt sammanhang. Det kan gälla en viss trycksak med angiven upplagestorlek och spridning eller publicering på webben under en viss tid. Skulle något ändras efter överenskommelsen, måste upphovsmannen först kontaktas. Tänk på att återanvändning innebär ny ersättning. Nya exemplar av bilden får inte framställas utan upphovsmannens tillstånd, oavsett om det sker i tidningar, trycksaker, som fotokopior eller på webben.

Teknisk information

Beroende på om bilden ska användas digitalt eller i tryck är det viktigt att tänka på följande. Ska bilden användas digitalt ska bildens färginställning var RGB. Upplösningen ska vara 72 dpi om den används på webben och 144 dpi om den används i Office-program. Upplösningen på tryckta bilder varierar beroende på hur bilden ska användas. För att vara på den säkra sidan ska bilden vara 300 dpi. Är du osäker på vilken upplösning bilden ska ha, kontakta landstingets centrala kommunikationsfunktion eller ditt tryckeri.

Bilder

Vi har två olika kategorier av bilder, verksamhetsbilder och genrebilder.

Verksamhetsbilder

Verksamhetsbilder ska visa på bredden i vår dagliga verksamhet. Det kan vara bilder från olika arbetsplatser, både ute och inne. Det kan vara bilder som visar vårt arbete med att förbättra miljön, öka tillgängligheten inom vård och kommunikation eller visa på hur långt framme vi ligger inom ett visst område. Bilderna kan exempelvis visa en vård-situation, en kollektivtrafikresa eller något annat beskrivande. Bilderna ska inte upplevas arrangerade utan ge en dokumentär känsla. Det är viktigt att bilderna stämmer med våra kännetecken.

Genrebilder

Genrebilder används när vi vill bygga och stärka bilden av Stockholms läns landsting. Här används bilder som beskriver möjligheterna och fördelarna med vår verksamhet. Bilderna ska visa på upplevelsen av det som vår verksamhet skapar. Det kan vara stämningsfulla bilder med människor, miljö och omgivning, exempelvis en trygg bussresa, tillgänglig sjukvård eller en kulturell händelse.

Exempel på verksamhetsbilder



Exempel på genrebilder



Foto i liggande ordning: Anna Molander, Denny Lorentzen, Anna Molander, Erja Lempiinen, Maskot, Erja Lempiinen, Anna Molander, Kari Kohvakka

Illustrationer

Illustrationer kan användas för att på ett mer lättvärt sätt beskriva en del av vår verksamhet. Tänk på att illustrationerna ska vara i samklang med våra kännetecken – öppenhet, kompetens och pålitlighet. Våra färger ska användas i så stor utsträckning som möjligt. Tänk också på att illustrationen hänger ihop med budskapet.

Uttryck och stil

Stilen på illustrationerna kan vara naiv, fotolik eller ha ett mer stilrent grafiskt uttryck. En mer naiv stil kan vara bra för att ge ett lättvärt uttryck, men tänk på att den naiva stilen ska fungera inom ramarna för våra riktlinjer och inte vara alltför lekfull.

Det som avgör vilken stil illustrationerna ska ha beror på vilken målgrupp de riktar sig till och vilka budskap de ska ha.



Illustration: Fidelity



Illustration: Anna Ödlund



Illustration: Nina Belaieff



Illustration: Janette Bornmarker

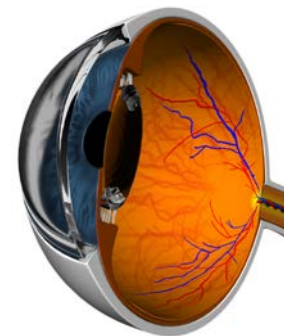


Illustration: Gustaf Brundin

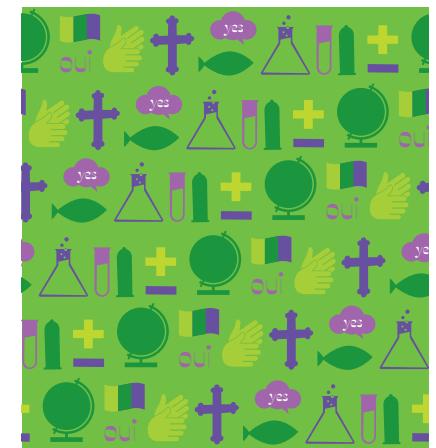


Illustration: Fidelity



Exempel på tillämpning

På följande sidor finner du exempel på hur de olika beståndsdelarna i vår grafiska profil kan användas tillsammans.

Trycksaker och tidningar

Det är viktigt att hålla ihop Stockholms läns landstings visuella uttryck. Det gör vi genom att följa riktlinjerna. Genom att använda olika färger, bilder och illustrationer kan uttryck varieras. Det gäller för broschyrer, foldrar, tidningar, annonser, banners, ppt etc.

På följande sidor finner du exempel på hur de olika beståndsdelarna i vår grafiska profil kan användas tillsammans.



Foto: Erja Lempinen

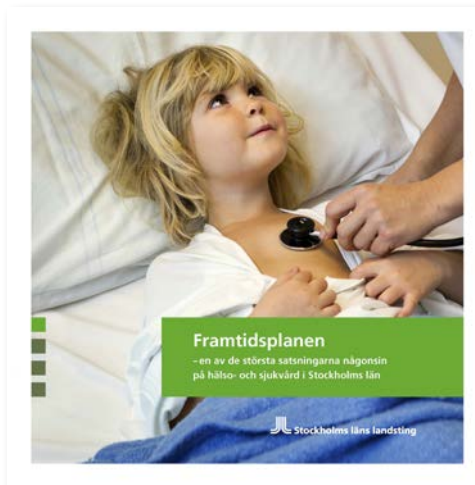


Foto: Anna Molander



»Gridsystem«

För att underlätta produktionen av återkommande trycksaker och reklam inom Stockholms läns landsting har du hjälp av ett »gridsystem« (layoutmall indelad i kolumner och rader).

Vi har tagit fram en grid för att användningen av vår profil i trycksaker ska ge snabb igenkänning, uppfattas konsekvent och underlätta produktionen.

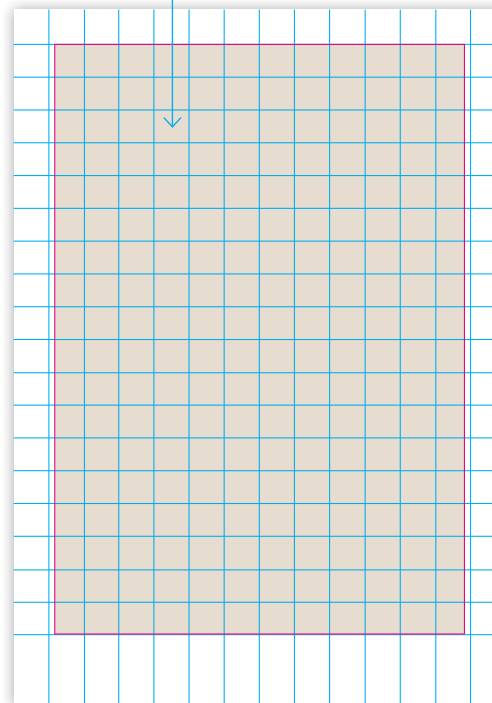
För att skapa broschyrer för olika behov lämnas stor frihet att applicera profilen inom ramen för »gridsystemet«. Den som formger broschyren styr broschyrens övriga centrala beståndsdelar; bild, text och utförande.

»Gridsystemet« innebär att formatet delas in i spalter och rader. Antalet spalter är alltid 12. Antalet rader är 20.

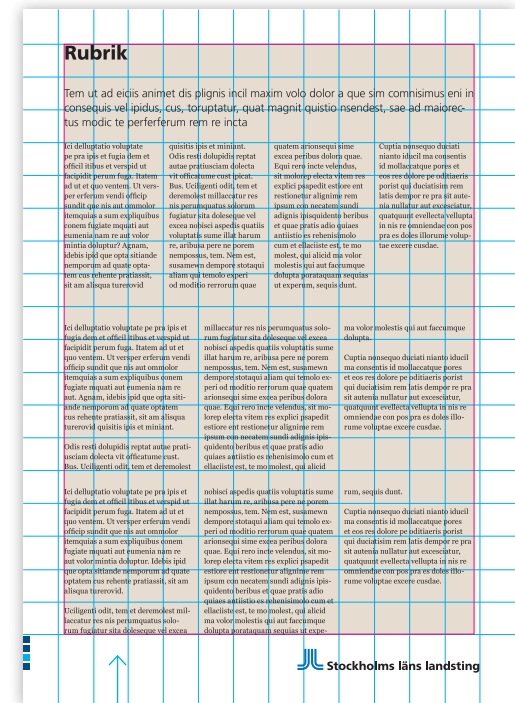
Det finns en InDesignmall framtagen i A4-format. I mallen finns våra färger samt styckesformatmallar med våra typsnitt.

Kontakta landstingets centrala kommunikationsfunktion för att få en mall med gridsystemet.

Text placeras inom det grå fältet



12 spalter



En, två, tre eller fyra spalter går bra att använda

Fasta placeringar

På våra trycksaker och i vår reklam använder vi oss av fasta placeringar för logotypen och våra kontaktuppgifter.

På framsidan av trycksaker eller i annonser placeras logotypen i det nedre högra hörnet.

Kontaktuppgifterna placeras på baksidan av trycksaken i det nedre vänstra hörnet. För att skapa ytterligare igenkänning används ett dekorelement tillsammans med kontaktuppgifterna.

Eventuell webbadress placeras tillsammans med kontaktuppgifterna. Om det saknas kontaktuppgifter placeras webbadressen i nedre vänstra hörnet, exempelvis i annonser.

Tidningar kan se ut på flera olika sätt. Dock ska alltid logotypen placeras i nedre högra hörnet på framsidan av tidningen. Placeringen följer samma principer som för trycksaker och annonser.

I redaktionsrutor ska dekorelementet användas och logotypen placeras i nedre högra hörnet.

Annonser och banners

I reklam använder vi oss av fasta placeringar för logotypen, den placeras i nedre högra hörnet så att det tydligt framgår att det är Stockholms läns landsting som är avsändare. I övrigt ges det stora möjligheter att variera det visuella uttrycket med hjälp av bilder, illustrationer och dekorelement.

Det är viktigt att tänka på att budskap och bildval hänger ihop och stödjer våra kännetecken.

Tänk också på att olika tryckta medier kan ha olika färg- och pdf-inställningar.



Illustration: Henning Lindahl

Stockholms läns landstingsfullmäktige
Sammanträdesdagen den 14 september 2011, klockan 09.30

INTERPELLATIONER
Behandlas mellan kl. 10.30 och 12.00

- Bordlägg, om busslinje 609; Trafikerings till Gröbylund, av Conny Fogelström (S)
- Om klinisk mammografi, av Dag Larsson (S)
- Om måluppfyllelsen i miljötest 5, av Raymond Wiggo (MP)
- Om en fungerande S-trafik vintertid, av Erika Ullberg (S)
- Om utflytningen av psykiatri, av Johan Sjölander (S)

FRÅGOR
Mellan kl. 12.00 och 13.00 pågår muntlig frågestund då landstingsråd m.fl. svarar på frågor från fullmäktiges ledamöter.

BESLUTSÄRENDE
Behandlas från kl. 13.00

Förordnande landstingsråd: Torbjörn Rosdahl (M) Röst 1
• Anordnande av landstingsfullmäktiges samma träden under 2012.

Förordnande landstingsråd: Charlotte Bröberg (M) Röst 1
• Siftelsernas årsredovisningar 2009.
• Föreläsning av fastighets Medlem 8, Stockholms kommun

Förordnande landstingsråd: Stig Nyman (KD) Röst 1
• Om personer med utvecklingsstörning, Vätkommet Inger Linge Ördförande

MÖTET ÄR OFFENTLIGT
Följ fullmäktigesdebatten!
• Från direktörskårens Landstingshuset, Hantverkargatan 45
• Via webb-TV från landstingets hemsida www.sl.se

Besöksadress: Hantverkargatan 45
Postadress: Box 22 550, 104 22 Stockholm
Tfn växel: 08-737 25 00, Fax: 08-737 41 09
E-post: landstinget@sl.se
www.sl.se

Stockholms läns landsting

Konstnärlig gestaltning i nya tunnelbanan

Stockholms läns landsting ska bygga ut tunnelbanan. Nu kan du som är yrkesverksam konstnär anmäla ditt intresse till att vara med och utforma de nya stationsmiljöerna.

Senast 2015-05-03 vill vi ha din intressanmälan. Mer information om tävlingen finns på www.sl.se/metroart

Stockholms läns landsting

Sommarjobb I STOCKHOLMS LÄNS LANDSTING

Du som är mellan 16 och 18 år kan söka. Läs mer på sl.se/sommarjobb och facebook.com/sommarjobbsll

Stockholms läns landsting

Illustration: Wisemill

Presentationsmaterial, powerpoint

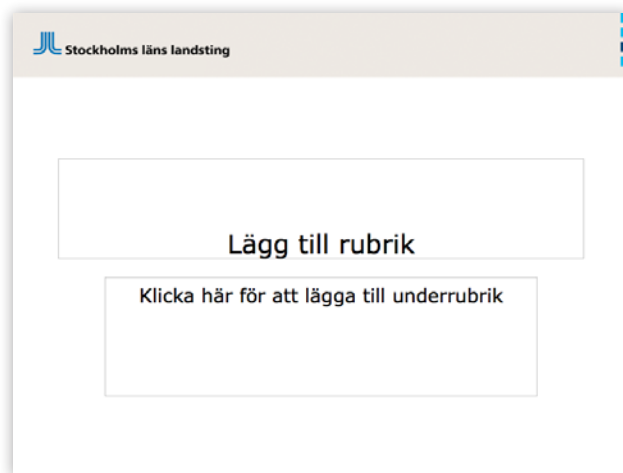
Med powerpoint skapar du presentationer på ett enkelt sätt. Tänk på följande:

- » Ha inte för mycket information på varje bild.
- » Dela upp omfattande information på flera bilder med en inledande eller avslutande översiktsbild.
- » Undvik versal text som minskar läsbarheten.
- » Var sparsam med kursivering och understrykning.
- » Ett tips är att ha högst 7 ord/rad och högst 7 rader.

Bakgrunder finns i både vitt och blått. Powerpoint-mallar finns på svenska och engelska. För att se hur olika färger fungerar tillsammans se sidan 29. För mallar kontakta landstingets centrala kommunikationsfunktion.

Logotyp:	9 mm, färg
Grått fält:	RGB 233-227-220
Text:	Svart eller någon av våra övriga profilm färger
Rubrik:	Verdana Regular 30–40 pkt
Brödtext:	Verdana Regular 18–28 pkt
Datum/sid:	Verdana Regular 9 pkt
Enhet:	Verdana Regular 9 pkt

Dessa mallar används både för interna och externa presentationer av Stockholms läns landsting och vår verksamhet.



Diagram

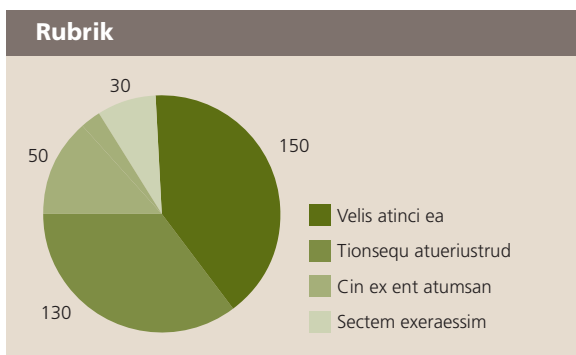
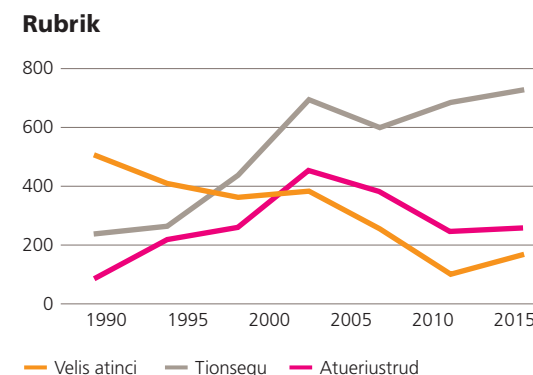
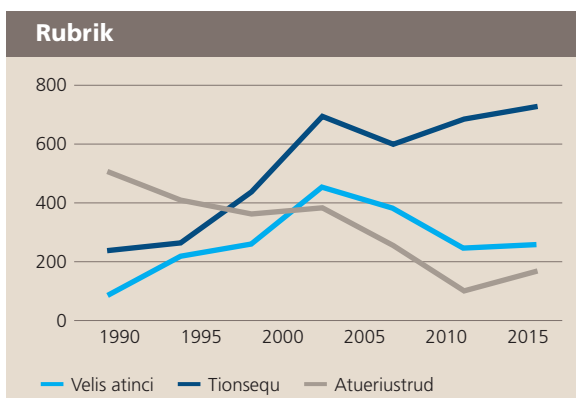
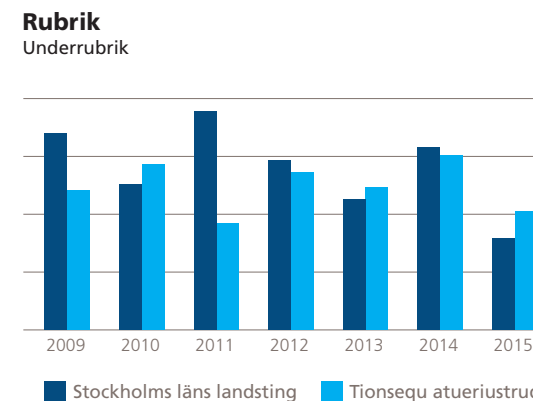
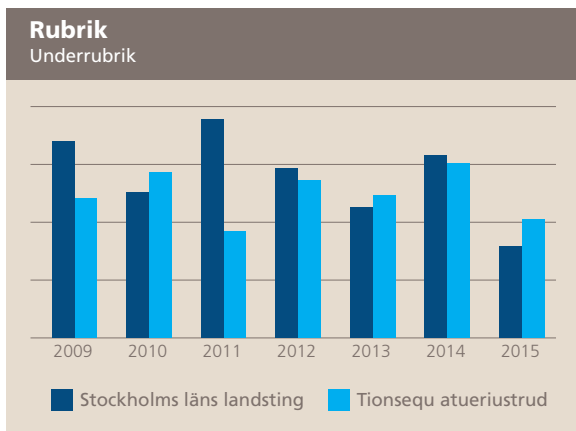
Diagram kan göras på olika sätt: till exempel som stapeldiagram, cirkeldiagram eller linjediagram. Listor kan göras som tabeller.

Använd färgerna från vår färgpalett i diagram och tabeller. Även toner av dessa färger kan användas för att särskilja områden. Exempelvis kan du använda en av färgerna i tonerna 100, 60 och 30 procent.

Kombinationen av färger är också viktig. Med endast två färger (exempelvis ljusblå och mörkblå) eller toner av en färg skapas ett lugnt intryck. Undvik därför många olika färger i ett diagram – eller använd färger som ligger nära varandra i färgskalan. Valet av färger för diagrammen bör anpassas så att de passar eventuellt andra färger på samma sida.

När svartvita diagram används är det viktigt att säkerställa att kontrasten mellan tonerna blir tillräcklig och att läsbarheten är god.

- Mörkgrå platta:** Warm Grey 11 C/U eller svart
- Ljusgrå platta:** Warm Grey 1 C/U eller 10 % svart
- Färg text:** Warm Gray 11 C/U eller svart
- Stödlinjer:** Warm Gray 11 C/U eller svart, tjocklek 0,3 pkt
- Rubrik:** Frutiger SLL Heavy 9–12 pkt
- Text/siffror:** Frutiger SLL Light 7–9 pkt
- Staplar:** Bredd minst 3 mm, mellanrum minst 1 mm, färgerna är hämtade från vår färgpalett
- Linjer:** Linjetjocklek i linjediagram bör vara minst 2 pkt.



Tabeller

Tabeller bör inte innehålla fler än två färger. Till exempel kan de båda gröna färgerna användas, där en ton av den ljusare och vitt används till tabellfälten. Vid behov av större text ska höjden på fälten justeras så att de matchar textstorleken.

Huvudet ska vara i den mörkare färgen och eventuella rubrikfält är i den ljusare färgen.

När svartvita tabeller används är det viktigt att säkerställa att kontrasten mellan tonerna blir tillräcklig och att läsbarheten är god. Om du exempelvis behöver tre toner kan du använda 100, 60 och 30 procent svart. Fälten med 100 och 60 procent svart gör du texten vit och i det ljusare fältet görs texten svart.

Mörkgrå platta: Warm Grey 11 C/U eller svart

Ljusgrå platta: Warm Grey 1 C/U eller 10 % svart

Färg text: Svart eller vit

Rubrik: Frutiger Heavy 9–12 pkt

Text/siffror: Frutiger Light 7–9 pkt. Text som ska framhävas sätts i Heavy eller Italic

Staplar: Bredd minst 3 mm, mellanrum minst 1 mm

Fält: Höjd minst 3,5 mm

Vid negativa (vita) texter bör Frutiger Regular eller Heavy användas.

Rubrik				
Lorem ipsum	2011	2012	2013	2014
Acidunt	10,5	12,3	8,1	27,9
Ud magnisit	24,6	8,9	16,0	21,7
Summy	18,2	19,8	-3,1	0,6
Dignim	13,0	7,1	2,8	9,1
Endit	7,2	22,5	5,1	21,8
Veliscipisit	-10,2	2,1	21,8	-4,9
Total	58,5	20,5	158,6	99,8

Rubrik				
Lorem ipsum	2011	2012	2013	2014
Acidunt	10,5	12,3	8,1	27,9
Ud magnisit	24,6	8,9	16,0	21,7
Summy	18,2	19,8	-3,1	0,6
Dignim	13,0	7,1	2,8	9,1
Endit	7,2	22,5	5,1	21,8
Veliscipisit	-10,2	2,1	21,8	-4,9
Total	58,5	20,5	158,6	99,8

Rubrik				
Lorem ipsum	2011	2012	2013	2014
Acidunt	10,5	12,3	8,1	27,9
Ud magnisit	24,6	8,9	16,0	21,7
Summy	18,2	19,8	-3,1	0,6
Dignim	13,0	7,1	2,8	9,1
Endit	7,2	22,5	5,1	21,8
Veliscipisit	-10,2	2,1	21,8	-4,9
Total	58,5	20,5	158,6	99,8

Rubrik

Lorem ipsum	2011	2012	2013	2014
Acidunt	10,5	12,3	8,1	27,9
Ud magnisit	24,6	8,9	16,0	21,7
Summy	18,2	19,8	-3,1	0,6
Dignim	13,0	7,1	2,8	9,1
Endit	7,2	22,5	5,1	21,8
Veliscipisit	-10,2	2,1	21,8	-4,9
Total	58,5	20,5	158,6	99,8

Rubrik

Lorem ipsum	2011	2012	2013	2014
Acidunt	10,5	12,3	8,1	27,9
Ud magnisit	24,6	8,9	16,0	21,7
Summy	18,2	19,8	-3,1	0,6
Dignim	13,0	7,1	2,8	9,1
Endit	7,2	22,5	5,1	21,8
Veliscipisit	-10,2	2,1	21,8	-4,9
Total	58,5	20,5	158,6	99,8

Mässor och evenemang

Tänk på att enskilda skyltar eller skärmar på utställningar inte ges speciellt mycket tid att betrakta. Därför måste budskapet vara tydligt och lätt att ta till sig. Bilder fungerar som förstärkning av budskapet eller som intresseväckare. Texten ska vara så stor att den kan läsas på avstånd.

Vår logotyp placeras där den inte skymms av andra objekt



Vårt dekorelement med webbadress

Skyltar

Våra fasadskyltar ska visa att vi finns i byggnaden. Risken finns att dessa skyltar kan konkurrera om uppmärksamheten med fasadskyltar för andra varumärken. Därför är det viktigt att fasadskyltarna verkligen syns tydligt och att de är enhetligt och konsekvent utformade.

Tänk på dessa punkter innan du sätter upp en skylt:

- » Sök tillstånd av fastighetsägaren innan skylten sätts upp.
- » Ta reda på om byggnaden är kulturskyddad. Detta gör du hos kommunen. För kulturskyddade byggnader gäller särskilda regler.
- » För uppsättning inom detaljplanerat område krävs bygglov.
- » Om flera av Stockholms läns landstings verksamheter finns i samma byggnad ska endast Stockholms läns landstings logotyp finnas som skylt.
- » Ta alltid hänsyn till riktlinjerna kring logotypen (frizon, färg och storlek med mera).
- » Om du är osäker på vad som gäller för produktion av skyltar, kontakta landstingets centrala kommunikationsfunktion.



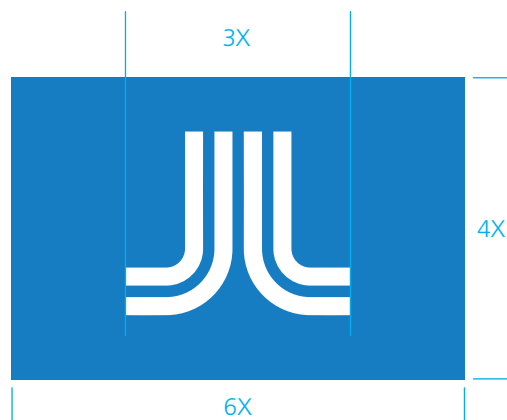
Bilden är ett montage.



Flaggor

Flaggor är ett effektivt sätt att visa vem man är. På våra flaggor går det att endast använda Stockholms läns landstings symbol, då detta är ett undantag. Flaggor kan vara vita med blå symbol eller blå (PMS 285) med vit symbol.

Proportionerna är 6×4 (bredd \times höjd) och symbolens bredd är $3x$. Symbolen centreras på bredden och optiskt på höjden.



Profilprodukter

Om presentreklam tas fram ska riktlinjerna om färger, typografi och frizon för logotypen följas.

Om gåvan redan bär en annan logotyp, från leverantören eller tillverkaren av gåvan, ska Stockholms läns landstings logotyp placeras så långt från den logotypen som möjligt.

Logotypen kan utformas så att den ger olika visuella effekter, exempelvis genom prägling, lackering eller foliering. Storleken på logotypen kommer också att variera beroende på storleken på den aktuella produkten.



Blå eller svart logotyp används på ljus bakgrund. Annars vit eller svart.



Digitala tjänster och kanaler

I detta kapitel finns en övergripande beskrivning av vad som krävs för digitala kanaler och tjänster inom Stockholms läns landsting. Se även Riktlinjer för webbplatser inom Stockholms läns landsting som är ett kompletterande dokument till Kommunikationspolicy för Stockholms läns landsting 2004.

Allmänt om digitala tjänster och kanaler

Inom Stockholms läns landsting finns många olika digitala lösningar i form av tjänster och kanaler. Dessa ska liksom allt annat material från landstinget ha en tydlig och visuell igenkänning och tydligt karaktäriseras av våra kännetecken.

I detta kapitel finns en övergripande beskrivning av vad som krävs för digitala kanaler och tjänster inom Stockholms läns landsting. Digitala kanaler och tjänster kan till exempel vara interna och externa webbplatser, filmkanaler, e-utbildningar (utbildnings- och lärplattformar), digitala nyhetsbrev, webbenkäter och appar. Hit räknas också sociala medier som till exempel Facebook, Twitter och YouTube. Alla våra digitala lösningar ska ha en gemensam visuell grund.

Se även *Riktlinjer för webbplatser inom Stockholms läns landsting* som är ett kompletterande dokument till Kommunikationspolicy för Stockholms läns landsting 2004.

Innan arbetet inleds med att starta en ny kanal är det bra tänka på syfte, mål och målgrupp samt om behoven kan tillgodoses i någon av landstingets befintliga digitala kanaler. Vid frågor och stöd, kontakta landstingets centrala kommunikationsfunktion.

Några andra viktiga faktorer att ta hänsyn till:

Tillgänglighet

Stockholms läns landsting strävar efter att ha högsta möjliga tillgänglighet i samtliga digitala lösningar. Det innebär att alla webbplatser och webbaserade system minst ska uppfylla standarden i Web Content Accessibility 2.0 (WCAG 2.0), enligt nivå AA eller högre. De ska även följa e-delegationens vägledning för webbutveckling, vilka är de officiella riktlinjerna för hur man bör arbeta med webbplatser inom offentlig sektor i Sverige.

Bilder och illustrationer

Planera och bygg upp ett målgruppsanpassat bildmanér specifikt för den aktuella kanalen. Generellt bör bilderna hålla ett enhetligt bildspråk och små bilder bör vara extra tydliga för att synas.

Vi har två olika kategorier av bilder, verksamhetsbilder och genrebilder.

Verksamhetsbilder ska visa på bredden i vår dagliga verksamhet. Bilderna kan visa en vårdsituation, en kollektivtrafikresa, vårt arbete med att förbättra miljön, tillgängligheten inom vård och kommunikation, hur långt framme vi ligger inom ett visst område, eller något annat beskrivande. Bilderna ska inte upplevas arrangerade utan ge en dokumentär känsla.

Genrebilder används när vi vill bygga och stärka bilden av Stockholms läns landsting. Här används bilder som beskriver möjligheterna och fördelarna med vår verksamhet. Bilderna ska visa på upplevelser av det som vår verksamhet skapar. Det kan vara stämningsfulla bilder med människor, miljö och omgivning, exempelvis en trygg bussresa, tillgänglig sjukvård eller en kulturell händelse.

Illustrationer kan användas för att på ett mer lättsamt sätt beskriva en del av vår verksamhet. Illustrationerna ska vara i samklang med våra kännetecken – öppenhet, kompetens och pålitlighet. Illustrationerna kan vara naiva, fotolika eller ha ett mer grafiskt uttryck. Det som avgör vilken stil illustrationerna ska ha beror på vilken målgrupp de riktar sig till och vilka budskap de ska ha, [SE SIDAN 31](#).

Symboler

Regler för tidsbegränsade symboler, [SE SIDAN 20](#).

Typsnitt

Frutiger används till rubriker, mellanrubriker och ingresser. Det kan även användas för att framhäva vissa ord eller stycken. Georgia används för brödtext. För att få tillgång till Frutiger för webb kontakta landstingets centrala kommunikationsfunktion. Läs mer om våra typsnitt på [SIDAN 21](#).

Favicon

För en ikon i en webbläsares adressfält, en så kallad favicon, används symbolen i logotypen. Hela namnet är för långt och förkortningen SLL har inte tillräckligt stor kännedom.


Färger

Genom att vi håller oss till våra bestämda färger tydliggör vi att det är Stockholms läns landsting som är avsändare. [SE SIDAN 27.](#)

Till klickbar text och länkar på webben används en specifik blå färg som uppfyller tillgänglighetskraven. Färgen finns därför bara angiven som RGB och Hex-kod.


Tidsbegränsad och målgruppsanpassad information

Stockholms läns landsting är restriktiva med att ta fram särskilda digitala lösningar för tidsbegränsade projekt och kampanjer. Undantag kan vara om informationsaktiviteten utförs tillsammans med andra aktörer och kräver särskilda uttryckssätt. I dessa fall gäller de grafiska reglerna för samarbeten, [SE SIDAN 72.](#) För stöd och rådgivning kontakta landstingets centrala kommunikationsfunktion.


	RGB	Hex
	0-45-90	#002d5a
	0-174-239	#00aeef
	154-9-50	#9a0932
	225-5-109	#e1056d
	64-102-24	#406618
	120-190-0	#78be00
	235-145-0	#eb9100
	255-212-0	#ffd400
	224-222-217	#e0ded9
	167-157-150	#a79d96
	104-92-83	#685c53

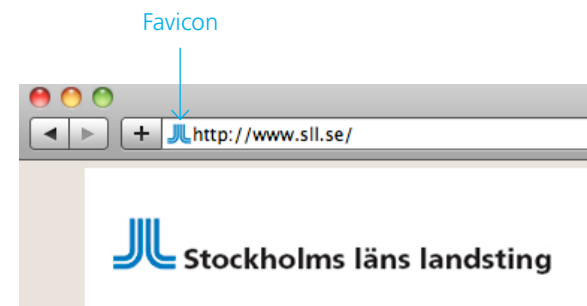
För webb

För länkar och klickbar text

	3-78-162	#034ea2
---	----------	---------

Grå bakgrundsplatta

	245-242-237	#f5f2ed
---	-------------	---------



Webb – gemensam grund

Alla webbplatser för SLL-profilerade verksamheter ska ha en gemensam grund och visuellt uttryck. Följande element ska finnas med på samtliga sidor:

Logotypen ska alltid finnas med och placeras i det övre vänstra hörnet på alla sidor. Rekommenderad storlek för landstingets logotyp i digitala lösningar är mellan 1/3 av sidans storlek/bredd för webblösning. I responsiva lösningar och för mindre skärmar kan logotypen behöva vara hela sidans bredd. För visuellt exempel se sll.se

Läs mer om logotypens placering, storlek, färg och friyta på [SIDAN 7](#).

Sidfot: Våra grafiska dekorelement placeras i nedre vänstra hörnet tillsammans med eventuella kontaktuppgifter. Läs mer om dekorelementet på [SIDAN 30](#).

För visuella exempel se sll.se

The screenshot displays the Stockholm County Council website. At the top left is the logo and name "Stockholms läns landsting". To the right are language selection options and a search icon. Below the header is a navigation menu with links: "Framtid", "Verksamhet", "Politik", "Om landstinget", "Jobb", "Kontakt", and "Press". The main content area features a large image of a hand holding a smartphone displaying the website. To the right of the image is a text box titled "Ny app för enklare biljettköp i kollektivtrafiken" with a date "2014-10-30" and a brief description. Below this are two columns: "Visste du att..." with a pie chart showing "1 av 5" and "Kalendarium" with a large green number "5" and the date "2014". At the bottom of the main content area are social media sharing icons for Facebook, Twitter, LinkedIn, Email, and Print, along with a "Dela sidan" button. The footer contains the text "Stockholms läns landsting" and "Här hittar du alltid det senaste från landstinget. Snabbt, enkelt och samlat på ett ställe." followed by three columns of contact information: "Om cookies", "Om webbplatsen", "Kontakta oss", "Postadress", "Besöksadress", and "Kontakt".



Sociala medier

När vi agerar i sociala medier är det viktigt att det finns en visuell igenkänning. Våra visuella byggstenar som färger, bilder, illustrationer och dekorelement ska användas i så stor utsträckning som möjligt. I de fall där logotypen blir för otydlig kan den beskäras. Se exempel till höger.

För rådgivning och stöd kontakta landstingets centrala kommunikationsfunktion.

Logotyp på Twitter



Logotyp på Facebook





Korrespondensmaterial

Korrespondensmaterial används ofta och är därför viktiga informationsbärare. Tillsammans utgör de en stor mängd signaler som starkt präglar bilden av Stockholms läns landsting. Det är viktigt att alla har ett enhetligt utseende.

Visitkort

Obligatoriska uppgifter

De uppgifter som är obligatoriska på visitkortet är namn, arbetsuppgift (funktionstitel), avdelning eller sektion, postadress, besöksadress, telefon, fax, e-post och webbadress.

Möjliga uppgifter

Som komplement till de obligatoriska uppgifterna kan titel (exempelvis akademisk titel eller statusmarkerande titel som direktör eller ambassadör) och hemtelefon tas med.

Visitkort på andra språk

Engelsk text kan antingen tryckas på baksidan av visitkortet, eller så kan du beställa visitkort med enbart engelsk text.

VISAS I 100 % AV ORIGINALSTORLEK

Format: 85 × 55 mm
Papper: Obestruket, 270 g
Logotyp: 6 mm, färg
Text: Svart
Namn: Frutiger SLL Heavy 7/9 pkt
Titel: Frutiger SLL Italic 7/9 pkt, avstånd efter 4,5 pkt
Avdelning: Frutiger SLL Regular 7/9 pkt
Info: Frutiger SLL Regular 7/9 pkt
www: Frutiger SLL Heavy 7/9 pkt, färg:
100 procent svart



Avsändare i e-post

Varken logotypen, bakgrundsfärger eller några bakgrundsbilder ska användas i e-post.

Vid utskick utan personlig avsändare används samma uppställning som i exemplet till höger, men utan personlig information. Exempel på utskick är prenumerationer och autosvar.

Vi rekommenderar att använda typografering enligt angivelser nedan.

Namn:	Verdana Bold 10 pkt
Titel:	Verdana Italic 10 pkt
Avdelning:	Verdana Italic 10 pkt
Direkt:	Verdana Regular 10 pkt
Mobil:	Verdana Regular 10 pkt
E-post:	Verdana Regular 10 pkt
SLL:	Verdana Bold 10 pkt
Kontaktinfo:	Verdana Regular 10 pkt

All text ska vara svart.

Kopia:

Ämne: [Grafiska riktlinjer Stockholms läns landsting](#)

ad magna faccum irit wisis numsan henit wisi et ipisi blaorsim ilit
velendre magnis dolor amcommo leniscillum del et, consequ
amcommo diamet.

Med vänlig hälsning

Anna Andersson
Titel
Avdelning

Direkt: 08-737 25 00
Mobil: 070-737 25 00
E-post: namn.namnsson@sll.se

Stockholms läns landsting
Förvaltningsnamn eller bolagsnamn
Box 111 11, 222 22 Stockholm
Besöksadress
Telefon: 08-737 25 00
Fax: 08-737 00 00
sll.se

Brev – första sida

VISAS I 70 % AV ORIGINALSTORLEK

Format: A4 210 × 297 mm
Papper: Obestruket, 90 g
Logotyp: 9 mm, färglogotyp på förtryckta brevpapper.
I datormallarna är logotypen svart.

Text: Svart
Sidhuvud: Verdana Regular/Italic 9/12 pkt
Rubrik: Georgia Bold 11/14 pkt
Brödtext: Georgia Regular 11/14 pkt
Sidfot: Verdana Bold/Regular/Italic 8/10 pkt

17	30	113	160	183	
9					15
23	Stockholms läns landsting		1 (2)		
42	Förvaltningsnamn Enhetsnamn Eventuell tredje nivå	DOKUMENTNAMN 2014-09-24	Bilaga LS 9703-0271		
80	För kännedom: Förnamn Efternamn Förnamn Efternamn	Förnamn Efternamn Gatuadress 12 A 123 45 Storstaden			
	Ent veriliquat prat		Satsyta Bredd 130 mm Höjd 180 mm		
	Agnae con et lorenci liquat nonsectem dignim et ip et at. Ing et adiam vel utet lore commy nullamcore el utpat wissit ulputat. Uguero odit dolut praese- quisi blam, veniam, senit irit eum zzril dolestis diat.				
	Duisi. Facipit lum veliquisis dunt la facilit lutatue tinim niat. Ut lamconse dolor suscincing etum diam do dolor alismodolore min et laoreet, quat. Ut delent prate tat am nulputpat, qui etueril ismodia mcommy nim dolobor ip et, susto odit ad erosto coreril dipis augait dolor iriustrud modulut vel ulpute feuisici psumsan eugero od dit nibh ercilla ndrerrillutat nonsecte mincilla facillaorper susciliquat. Raesequat luptat venibh esequisisi.				
	Conulla feugait wisl elit augait ulluptat alis num dunt laore corem insum ngue dolor secte vel dolessit, quis eugiatu me ...ectie nullan velisci en				
47					
32	Stockholms läns landsting Box 22550 104 22 Stockholm	Telefon: 08-737 25 00 Fax: 08-737 43 97 E-post: registrator.lsf@sll.se	Säte: Stockholm Org.nr: 232100-0016 sll.se		
20	Besök oss: Hantverkargatan 45. Kommunikationer: Buss 1. T-bana Rådhuset.				
	30	80	150		

Brev – följande sida

VISAS I 70 % AV ORIGINALSTORLEK

Format: A4 210 x 297 mm

Papper: Obestruket, 90 g


Logotyp: 9 mm, färglogotyp på förtryckta brevpapper.
I datormallarna är logotypen svart.

Text: Svart

Sidhuvud: Verdana Regular/Italic 9/12 pkt

Rubrik: Georgia Bold 11/14 pkt

Brödtext: Georgia Regular 11/14 pkt

17	30	113	160	183	
9		Stockholms läns landsting			15
23			DOKUMENTNAMN 2014-09-24	Bilaga LS 9703-0271	2 (2)
42		Ent veriliquat prat <p>Agna con et lorerci liquat nonsectem dignim et ip et at. Ing et adiam vel utet lore commy nullamcore el utpat wissit ulputat. Uguero odit dolut praese- quisi blam, veniam, senit irit eum zzril dolestis diat.</p> <p>Duisi. Facipit lum veliquis dunt la facilit lutatue tinim niat. Ut lamconse dolor susceng etum diam do dolor alismodolore min et laoreet, quat. Ut delent prate tat am nulputpat, qui etueril ismodia mcommy nim dolobor ip et, susto odit ad erosto coreril dipis augait dolor iriustrud modulut vel ulpute feuisi psumsan euguero od dit nibh ercilla ndrerrillutat nonsecte mincilla facillaorper susciliquat. Raesequat luptat venibh esequisisi.</p> <p>Conulla feugait wisl elit augait ulluptat alis num dunt laore corem ipsum augue dolor secte vel dolessit, quis eugiatu msandre dolorpe rostinc iliquis am nostisl erostie vullan velisci ex exer sum augue esequipit utpat lortie duis ea consequi exero cor alit, quat. Ut wissectem dolobore magnibh ero dolortionsted minim adignis non velit, quis digna faccum veliquam venim nonsed dolorpe rcipit venisit num zzriure velismolorem do odit velit, vulla facipit adio ero dip exerit digna consequi atueros estie feuisi elesent non- secte tat nos nosto dolor sismod dolore tat venis do exer iuscil ero core tie feuis augue doluptat nim zzrillandre min ea faccum quiel did. itit dillan vendre erit inciliquatis nibh eril utpat</p>	Satsyta Bredd 130 mm Höjd 218 mm		

Korrespondenskort

Våra korrespondenskort finns med eller utan personliga uppgifter. Vi har även meddelandeblock med samma uppställning och information. Dessa trycks på ett enklare papper.

VISAS I 100 % AV ORIGINALSTORLEK

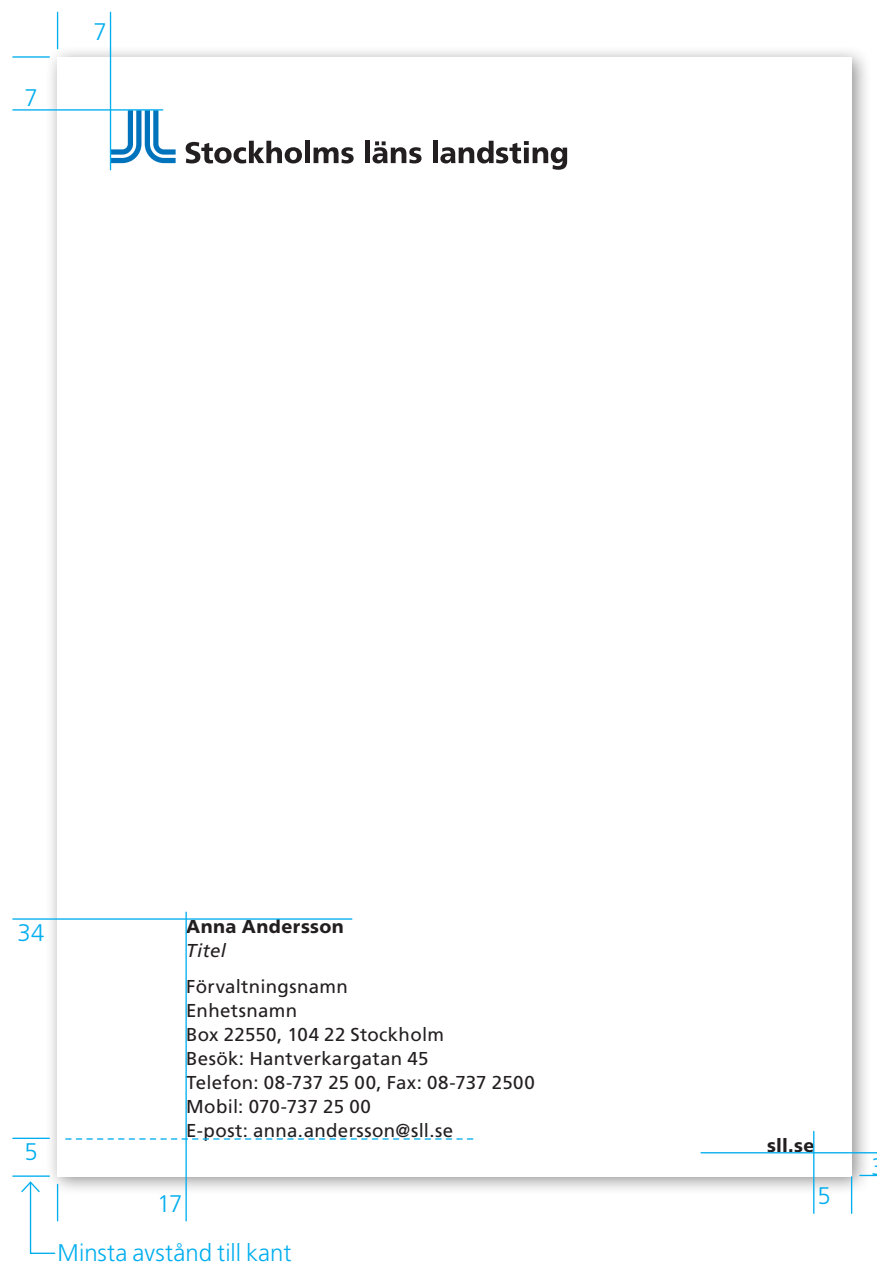
Format: 105 × 148 mm
Papper: Obestruket, 270 g
Logotyp: 7 mm, färg
Text: Svart
Namn: Frutiger SLL Heavy 7/9 pkt
Titel: Frutiger SLL Italic 7/9pkt, avstånd efter 4,5 pkt
Avdelning: Frutiger SLL Regular 7/9 pkt
Info: Frutiger SLL Regular 7/9 pkt
www: Frutiger SLL Heavy 7/9 pkt,
färg: 100 procent svart

Personligt korrespondenskort

Namn, arbetsuppgift (funktionstitel), avdelning eller sektion, postadress, besöksadress, telefon, fax, e-post, webbadress.

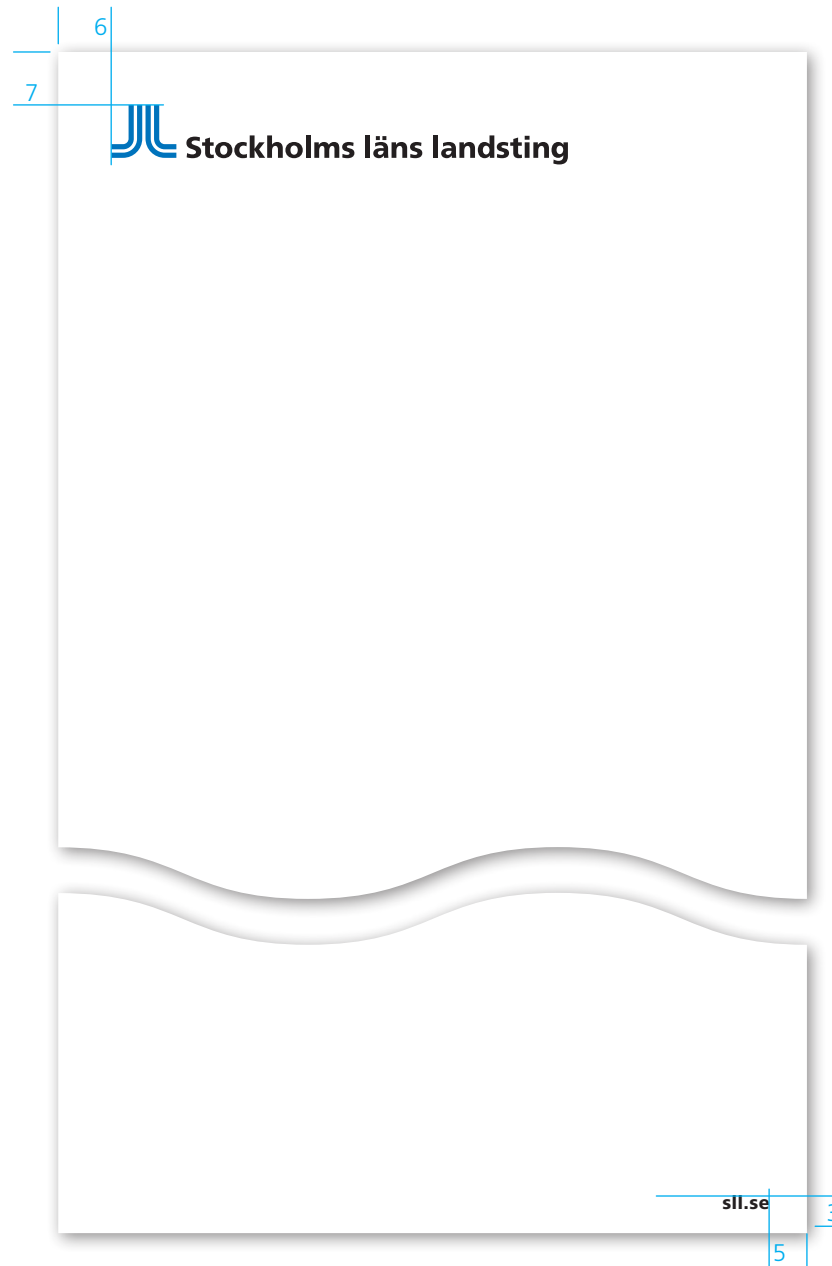
Allmänt korrespondenskort

Webbadress.



Noteringsblock

VISAS I 100 % AV ORIGINALSTORLEK
Format: 99 x 210 mm
Papper: Obestrucket, 100 g
Logotyp: 7 mm, färg
Text: Svart
www: Frutiger SLL Heavy 7/9 pkt,
färg: 100 procent svart



Kuvert

Alla bolag och förvaltningar som följer dessa riktlinjer använder sig av samma sorts kuvert. På dessa kuvert ska alltid Stockholms läns landsting vara avsändare.

VISAS I 100 % AV ORIGINALSTORLEK

Format: C4, C5, C6, S65

Papper: Obestruket, självhäftande klaff, alternativt fukthäftande klaff

Logotyp: C4: 9 mm

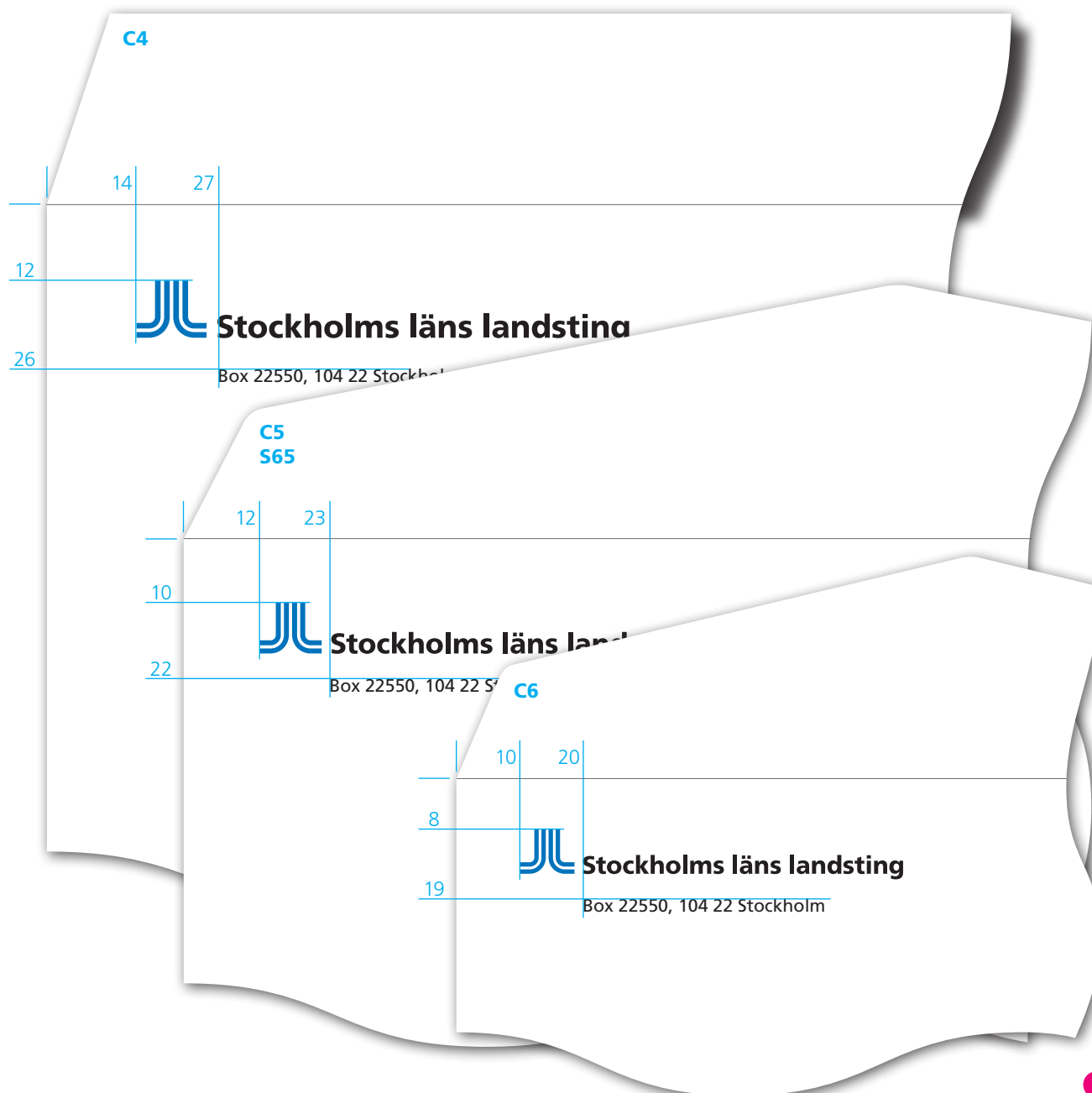
C5/S65: 8 mm

C6: 7 mm

Färglogotyp. På bruna kuvert trycks logotypen i svart

Text: Svart

Adress: Frutiger SLL Regular 8/11 pkt



Adressetiketter

VISAS I 100 % AV ORIGINALSTORLEK

Format: 91 × 67 mm
Papper: Självhäftande, 130 g
Logotyp: 6 mm, färglogotyp
Text: Svart
Adress: Frutiger SLL Regular 7/10 pkt





Egenprofilerade förvaltningar och bolag

Egenprofilerade verksamheter ska tydliggöra relationen till Stockholms läns landsting. Det här kapitlet förklarar när, var och hur det ska framgå att man är en del av Stockholms läns landsting.

Koncerntillhörighet

Egenprofilerade förvaltningar och bolag kan utveckla en varumärkesplattform och grafisk profil för den egna verksamheten. Villkoret är att de inordnar sig i Stockholms läns landstings övergripande varumärkeshierarki och följer reglerna för egenprofilerad verksamhet.

Egenprofilerad verksamhet och verksamheter som utförs på uppdrag av Stockholms läns landsting får inte heller strida mot landstingets övergripande kännetecken.



DANDERYDS SJUKHUS
Kvalitet och omtanke



Folk tandvården



Då Stockholms läns landstings symbol är välkänd men ej förknippad med alla verksamheter som ingår i Stockholms läns landsting är det angeläget att tydliggöra relationen till Stockholms läns landsting.

För att stärka koncerntillhörigheten ska därför alla egenprofilerade förvaltningar och bolag markera relationen till Stockholms läns landsting i alla sammanhang där det är viktigt att peka på Stockholms läns landsting som ägare, exempelvis:

- » I årsredovisningar och andra trycksaker som beskriver verksamheten.
- » På webbplatser.
- » I rekryteringsannonser med profiltex.
- » På brevpaper och fax.
- » På remisser och kallelser.
- » I kampanjer.

Koncerntillhörigheten markeras genom Stockholms läns landstings symbol tillsammans med en tillhörighetstext och används tillsammans med bolagets egna logotyp.

Endast symbol

I undantagsfall får Stockholms läns landstings symbol användas utan tillhörigheten. Detta gäller för:

- » Märkning av arbetskläder och andra textilier.



DANDERYDS SJUKHUS

Blir du en av oss 3 300 medarbetare?

Resultatorienterad och driven verksamhetschef

sökes till verksamhetsområdet medicin på Danderyds Sjukhus

Är du van att jobba processinriktat med patientflöden i fokus och vet hur man entusiasmerar personalen att arbeta med ständiga förbättringar? Har du erfarenhet av att leda komplexa sjukvårdsorganisationer? Då kanske jobbet som verksamhetschef vid Danderyds Sjukhus AB kan vara något för dig. Är du van att jobba processinriktat med patientflöden i fokus och vet hur man entusiasmerar personalen att arbeta med ständiga förbättringar?

Mer information på www.ds.se/jobb
Välkommen med din ansökan senast den **22 augusti**

Danderyds Sjukhus AB är norra Stockholms akutsjukhus. Sjukhuset drivs i bolagsform där ca 3 300 medarbetare tillsammans bedriver en sjukvård som präglas av kvalitet och omtanke. Vi arbetar utifrån Lean healthcare. Sjukhuset anordnar värdeutbildning för samtliga yrkeskategorier och bedriver klinisk forskning, undervisning och utveckling (FoU) i samarbete med Karolinska Institutet. Som anställd på Danderyds sjukhus erbjuds du en individuell introduktion och kompetensutveckling samt goda möjligheter till friskvård. Du når oss på bara 13 minuter från T-centralen.

VI ÄR EN DEL AV STOCKHOLMS LÄNS LANDSTING



Informationsträff om synkorrigering operationer för att slippa glasögon och kontaktlinser

Idag finns många sätt att behandla närsynthet, översynthet, astigmatism och ålderssynthet. Vid informationsträffen beskriver ögonläkare och optiker de olika operationsmetoderna.

Tid: Torsdag 10 november, kl. 17–18
Plats: Aulan, S:t Eriks Ögonsjukhus, Polhemsgatan 50, ingång från Fleminggatan
Anmälan: Ring **08-672 31 52** (telefontid mån–fre kl. 9–12) eller e-posta sankteriklasern@sankterik.se

sankterik.se

VI ÄR EN DEL AV STOCKHOLMS LÄNS LANDSTING

Tillhörighetstexter

Det finns två alternativa tillhörighetstexter som ska användas tillsammans med Stockholms läns landstings symbol.

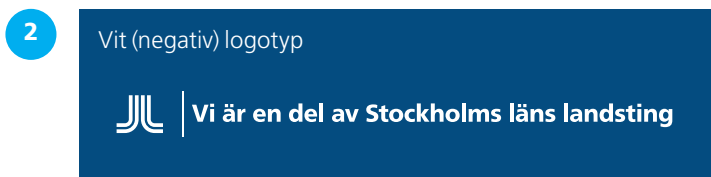
Alternativ 1

Tillhörighetstexten med bolagsnamnet och tillhörighetstexten i versaler – XXX ÄR EN DEL AV STOCKHOLMS LÄNS LANDSTING – rekommenderas att användas i formella trycksaker. Symbol och tillhörighetstext placeras på valfri plats (se exempel på föregående sida). Tillhörighetstexten används alltid tillsammans med symbolen och ska vara i svart eller i vitt mot färgade bakgrunder. Bolagets namn skrivs i svart eller i bolagets egen profilmfärg.

Alternativ 2

Tillhörighetstexten utan bolagsnamn kan skrivas i versaler eller gemener. Alternativet – *Vi är en del av Stockholms läns landsting* – rekommenderas i sammanhang där ett mer personligt språk används och bör placeras i anslutning till bolagets/förvaltningens egen logotyp. Tillhörighetstexten används alltid tillsammans med symbolen och ska vara i svart eller i vitt mot färgade bakgrunder.

Alternativ 2 finns i två varianter: dels med texten på tre rader, dels med texten på en rad.



Färg, storlek och frizon

Färg

Symbolen och texten i koncerttillhörighetsmärknigen ska alltid vara svart eller vit mot mörka bakgrunder. Dock kan bolagets namn skrivas i bolagets egen profilmfärg.

Typografi

Typsnittet som används är Frutiger SLL Heavy.

Storlek

Koncerttillhörighetsmärknigen storlek anges i millimeter och beskriver symbolens höjd. Märknigen bredd och höjdförhållande får inte ändras. Märknigen får aldrig vara mindre än att texten kan läsas.

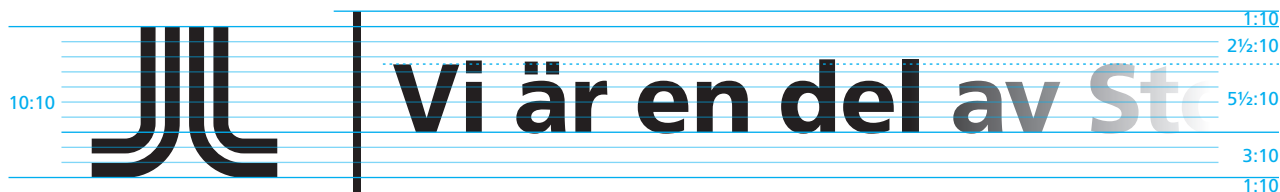
Frizon

Runt koncerttillhörighetsmärknigen finns en frizon. Frizonen är minimiavståndet till annan grafik, text eller bild. Syftet är att eventuella tillägg, adresser eller dekorer inte ska riskera att uppfattas som en del av märknigen. Samma minimiavstånd gäller till ytterkanten på de material där logotypen ska placeras. Frizonen är ett minimum; ju mer fri yta som finns runt märknigen, desto tydligare framträder den.

Bredden på frizonen är alltid halva höjden på symbolen (se illustration).

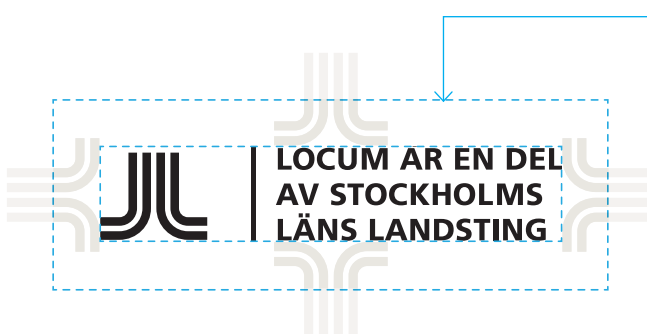


Modellen bygger på att symbolen delas i tio på höjden



Modellen bygger på att symbolen delas i tio på höjden

Frizonens storlek är alltid halva höjden av symbolen



Tillhörighet på webb

På de egenprofilerade verksamheternas webbplatser ska det framgå att verksamheten är en del av Stockholms läns landsting. Märkningen ska placeras väl synlig på webbplatsens sidor. Se exempel till höger.

The screenshot shows the website for S:t Eriks Ögon Sjukhus. The header includes the logo, tagline "Vi är sjukhuset för hela ögat", and navigation links like "Anpassa sidan", "Webbplatskarta", "Press", and "Sök på webbplatsen". A main banner features a smiling woman with the text "För dig som är patient hos oss" and sub-points: "Att tänka på inför din operation" and "Vi är sjukhuset för hela ögat!". Below this are two columns of content. The left column has a section for "Akut ögonvård" with a photo of a nurse and text about emergency eye care, and a recruitment section "Vi söker fler medarbetare" with a photo of a man. The right column has a section for "Vanliga ögonbesvär" with sub-sections for "Kemiska skador", "Kontaktlinsbesvär", "Prickar framför ögonen", "Röda ögon", "Skrap i ögat", "Slag mot ögat", "Synnedsättning", "Torra ögon", and "Vagel". Below this is a "Mest lästa på webbplatsen" section with links to "Kontakta oss", "Om oss", "Sjukdomar och besvär", "Hitta till S:t Eriks Ögonsjukhus", and "Röda ögon". At the bottom right is a "Nyheter" section with dates and headlines like "20 augusti 2014 Ögonneurologiska- och glaukommottagningsgård på plan 2 från den 25 augusti" and "02 juni 2014 Ortopäddig lyfter viktigt yrke". The footer contains contact information for S:t Eriks Ögon Sjukhus AB, logos for Karolinska Institutet and the Stockholm County Council, and a small text "Vi är en del av Stockholms läns landsting".

Tillhörighet på fordon

Transporter som utförs på uppdrag av Stockholms läns landsting sker med både egna och avtalade entreprenörers fordon. Märkningen av dessa regleras av Stockholms läns landstings varumärkesplattform.



Bilden är ett montage.



Samarbeten

Vi samarbetar ofta med flertalet andra verksamheter utanför eller inom vår egen verksamhet. Detta avsnitt förklarar hur du ska uppträda vid dessa tillfällen.

Flera varumärken

När vi kommunicerar Stockholms läns landsting tillsammans med andra varumärken är det viktigt att vi är tydliga med hur vi använder vår logotyp. Utgångspunkten är att vi ska underlätta för mottagaren.

Grundregel

I de sammanhang som Stockholms läns landsting uppträder tillsammans med andra varumärken ska logotypen med centrerad symbol användas. Den centrerade logotypen är mindre utrymmeskrävande, vilket är en fördel när många logotyper ska få plats.

1. Flera SLL-profilerade verksamheter samverkar

När flera SLL-profilerade verksamheter samverkar ska endast Stockholms läns landstings logotyp användas som avsändare. Detta för att landstingets symbol och namn inte ska förekomma flera gånger.

2. SLL med egenprofilerade verksamheter

Grundregeln med centrerad logotyp gäller samt texten – *Ett samarbete inom Stockholms läns landsting* – i anslutning till logotyperna.

3. SLL som huvudperson med inbjudna externa parter

SLL-logotypen som avsändare. Externa parter logotyper placeras under texttillägget – *Stockholms läns landsting i samarbete med*.

4. SLL-samarbeten då extern part är huvudperson

Grundregeln med centrerad logotyp gäller. Då gäller extern parts riktlinjer.

1

Ett samarbete inom Stockholms läns landsting
1177 Vårdguiden
Vårdhygien



2

Ett samarbete inom Stockholms läns landsting



DANDERYDS SJUKHUS



3

Stockholms läns landsting i samarbete med



JÄRFÄLLA KOMMUN



4



TRAFIKVERKET

Kontakt

Om du har frågor om Stockholms läns landstings grafiska riktlinjer, kontakta ansvarig för övergripande varumärkesfrågor.

Stockholms läns landsting

Landstingsstyrelsens förvaltning

SLL Kommunikation och press

Box 22550, 104 22 Stockholm

Telefon: 08-737 25 00, 08-123 130 00

sll.se



Stockholms läns landsting

Landstingsstyrelsens förvaltning

SLL Kommunikation och press

Box 22550, 104 22 Stockholm

Telefon: 08-737 25 00, 08-123 130 00

sll.se

