

# Visuell Manual

VERSION 2.2



# Innehåll

1	Introduktion.....	3
2	Terminologi.....	4
3	Logotyp.....	5
4	Typografi.....	9
5	Färgpalett.....	13
6	Visuella element.....	15
7	Bildspråk.....	18
8	Applicering.....	19
9	Annons.....	23
10	Sammanfattning.....	24

# 1. Introduktion

Varje framgångsrik verksamhet kännetecknas av en tydlighet kring hur den agerar och vad den säger. För att åstadkomma detta är det viktigt att alla inom vår organisation känner till hur verksamheten agerar, men också att alla förstår vad vi säger.

En del i detta är organisationens visuella identitet. Den talar i form av ett bildspråk som är strategiskt förankrat i hur organisationen agerar. Det viktigaste för vår visuella identitet är konsekvensen – att alla som jobbar med visuell kommunikation inom organisationen säger samma sak.

Varje gång.

I den här manualen finns det ett antal riktlinjer och regler som förenklar det dagliga arbetet med vår visuella kommunikation.

## 2. Terminologi

IDENTITETEN talar om vad man är, vart man strävar och hur man vill uppfattas. Oftast kan den beskrivas genom ett antal värdeord som beskriver verksamhetens styrkor.

GRAFISKA PROFILEN stödjer identiteten visuellt. I den ingår grafiska grundelement som till exempel logotyp, färger och typsnitt. En väl genomförd grafisk profil bidrar till att skapa en tydlig helhet.

LOGOTYP är ett bärande element i en grafisk profil. Den markerar en identitet och signalerar både innehåll och attityd. I vårt fall består logotypen av monogram och ordmärke i förening.

### 3. Logotyp

För att vara konsekventa i den visuella identiteten används logotypen främst i rött. Färgkoder för rätt röd nyans finns i avsnitt 5 Färgpalett.



### 3. Logotyp

För att logotypen ska komma till sin rätt behövs det ett visst utrymme runt den. Ett versalt N ur logotypen används som mått. Observera att detta är det rekommenderade minsta utrymmet runt logotypen.



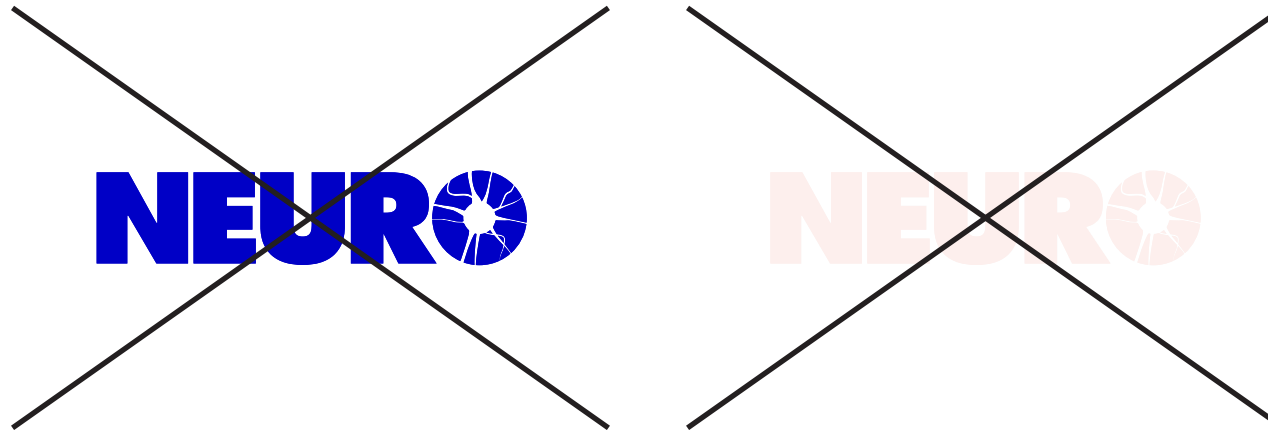
### 3. Logotyp

Logotypen används i främst i rött. I undantagsfall kan logotypen användas i svart. Den kan användas inverterad mot färgad bakgrund eller på ett fotografi. Se alltid till att det är tillräckligt mycket kontrast mellan bakgrunden och logotypen.



### 3. Logotyp

För att vara konsekventa i den visuella identiteten så avråds användning av logotypen i någon annan version än röd, svart eller vit.





## 4. Typografi

GZA SEMIBOLD är vårt karaktärsfulla rubriktypsnitt och används för huvudrubriker i trycksaker och annonser.

Gza Semibold

Organisation  
specialiserad  
på neurologi

Abcdefghijklmnopqrstu

ABCDEFGHIJKLMNO

1234567890 1234567890

## 4. Typografi

CADIZ REGULAR är en vänlig och funktionell sans-serif och används för brödtext och under-  
rubriker i trycksaker och annonser.

### Cadiz Regular

NEURO ÄR EN intresseorganisation specialiserad på neurologi. Vi finns för att ge dig information, stöd och en framtidstro. Vårt mål är att personer som lever med neurologiska diagnoser ska få samma möjligheter, rättigheter och skyldigheter som alla andra.

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNPOQ  
1234567890

## 4. Typografi

PALATINO OCH CALIBRI används som sekundära typsnitt när det inte är möjligt att använda GZA eller Cadiz som t.ex. i Word eller i Powerpoint.

### Palatino

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNO P Q  
1234567890

### Calibri

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNO P Q  
12345678901234567890

## 4. Typografi

För att öka läsbarheten och för att vara konsekventa i den visuella identiten kan nedan vara en bra start av typografihierakier vid sättning av text.

**Huvudrubrik**

Exempel på huvudrubrik

**Mellanrubrik**

Exempel på mellanrubrik, 10/13pt

**Underrubrik**

Exempel på underrubrik, 10/13pt

Här visas ett par förslag på rubriker, ingresser och brödtext. Dessa bör ses som riktlinjer och bör anpassas beroende på textens karaktär.

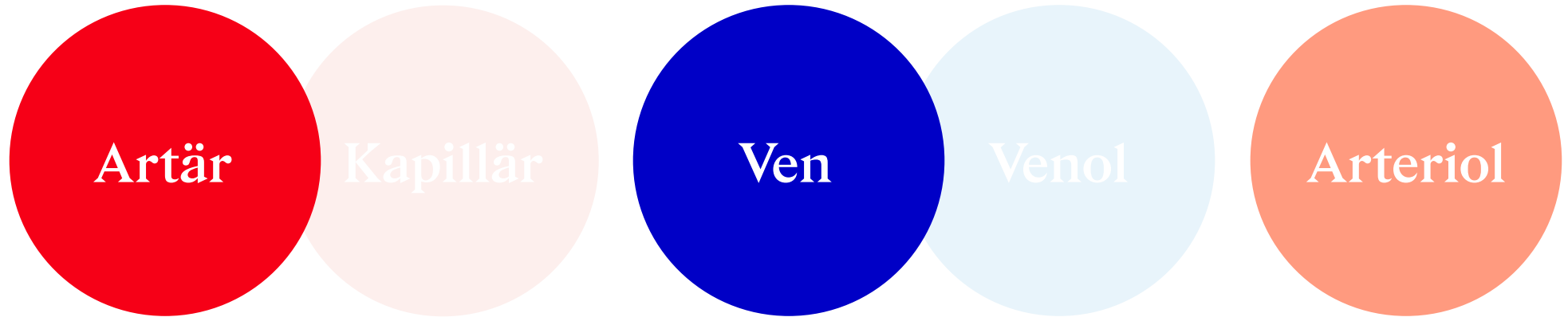
Exempel på brödtext, 10/13 pt

Här visas ett par förslag på rubriker, ingresser och brödtext. Dessa bör ses som riktlinjer och bör anpassas beroende på textens karaktär.

Exempel på bildtext, italic 7.5/10 pt

# 5. Färgpalett

Våra färger hämtar sin inspiration från kroppen – vi kallar dem artär, kapillär, ven, venol och arteriol.



#D4021D  
PANTONE U 485  
PANTONE C 485  
RGB 212, 2, 29  
CMYK 0, 100, 100, 0

#FBEAE7  
PANTONE U 705  
PANTONE C 705  
RGB 251, 234, 231  
CMYK 0, 7, 4, 0

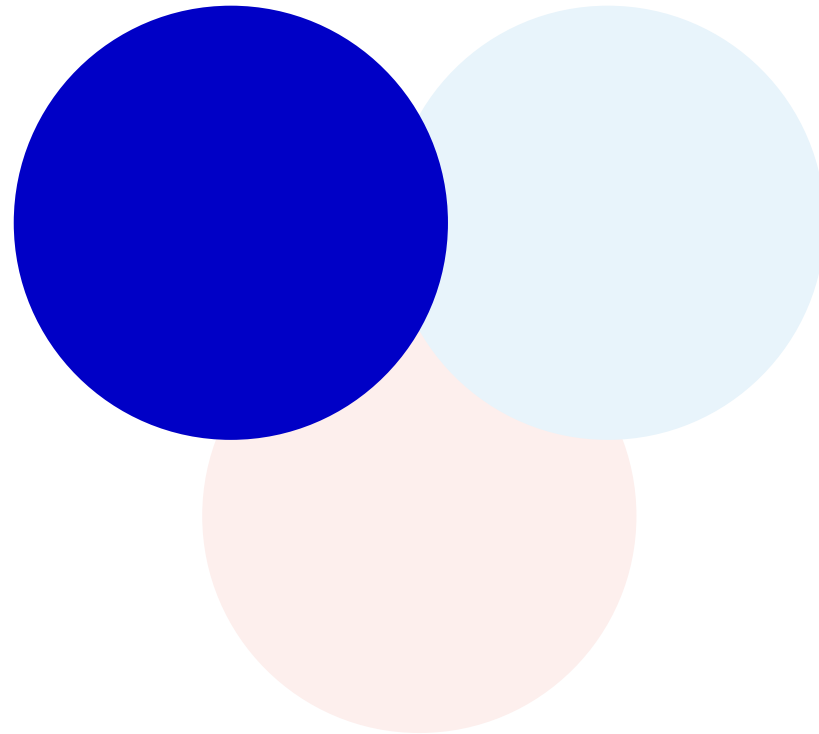
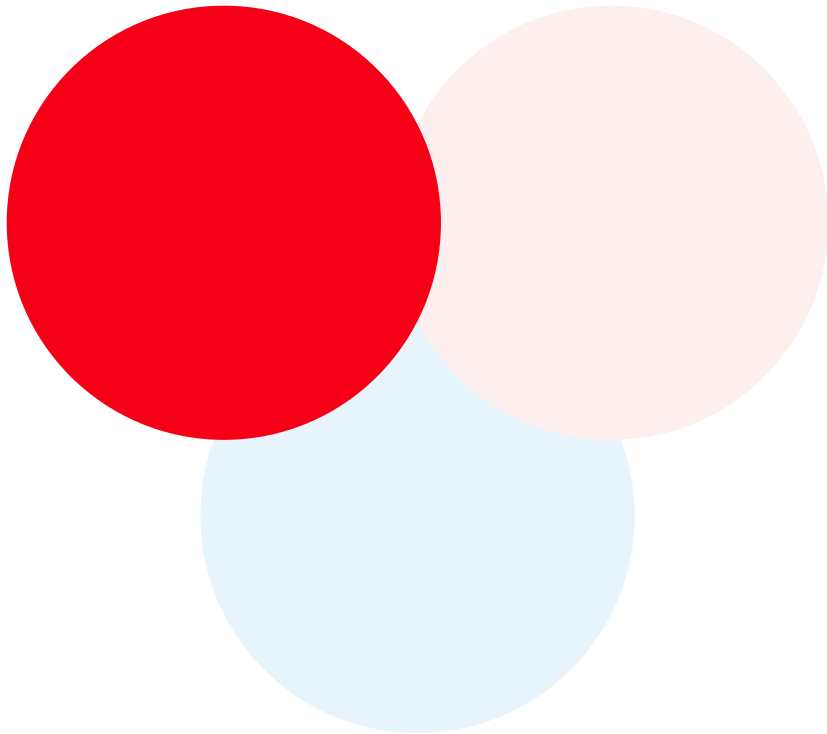
#0000C1  
PANTONE U BLUE 072  
PANTONE C BLUE 072  
RGB 0, 0, 193  
CMYK 100, 90, 0, 0

#ECF4FB  
PANTONE U 656  
PANTONE C 656  
RGB 236, 244, 251  
CMYK 8, 1, 0, 0

#FF9980  
PANTONE U 7415  
PANTONE C 7415  
RGB 255, 153, 128  
CMYK 0, 45, 51, 0

## 5. Färgpalett

Följande färgkombinationer används för att skapa tillräcklig kontrast, exempelvis starka färger på rubriker och ljusare färgplattor bakom text.



## 6. Visuella element

För att skapa tillräckligt med kontrast och god läsbarhet men fortfarande behålla personligheten i den visuella identiteten används med fördel följande färgkombinationer.

### Neuros vision

År 2025 ska patienter i Sverige vara bäst i världen på att tillgodogöra sig e-hälsans möjligheter. Detta uppnås genom att alla patienter har tillgång till bredband och utrustning samt e-hälsans tjänster och verktyg. Patienterna erbjuds dessutom riktad information och utbildning.

### E-patient, en förutsättning för Vision e-hälsa 2025

E-patient är en patient som är rustad att, efter individuella och aktuella förutsättningar, behov och intressen.



**Jag tycker det är bra, roligt och spännande.**

Inte så mycket om e-hälsa. Personer med neurologiska diagnoser utgör en mycket heterogen patientgrupp.

Neuros undersökningar visar också att de som använder digitala tjänster upplever sin hälsa som bättre än de som inte använder sådana tjänster. Många ser positivt på e-hälsans möjligheter och är intresserade av att ta större del i sin egen vård och behandling. Neuro bedömer därför att det finns ett behov av riktad information och utbildning. ●

## 6. Visuella element

Alltför starka färgkombinationer skapar inte en god läsbarhet utan skapar istället oro för ögat.

### Neuros vision

År 2025 ska patienter i Sverige vara bäst i världen på att tillgodogöra sig e-hälsans möjligheter. Detta uppnås genom att alla patienter har tillgång till bredband och utrustning samt e-hälsans tjänster och verktyg. Patienterna erbjuds dessutom riktad information och utbildning.

### E-patient, en förutsättning för Vision e-hälsa 2025

E-patient är en patient som är rustad att, efter individuella och aktuella förutsättningar, behov och intressen.

”

**Jag tycker det är bra, roligt och spännande.**

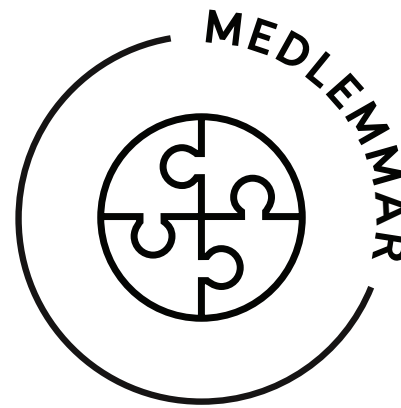
Inte så mycket om e-hälsa. Personer med neurologiska diagnoser utgör en mycket heterogen patientgrupp.

Neuros undersökningar visar också att de som använder digitala tjänster upplever sin hälsa som bättre än de som inte använder sådana tjänster. Många ser positivt på e-hälsans möjligheter och är intresserade av att ta större del i sin egen vård och behandling. Neuro bedömer därför att det finns ett behov av riktad information och utbildning.



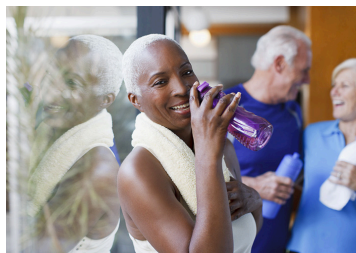
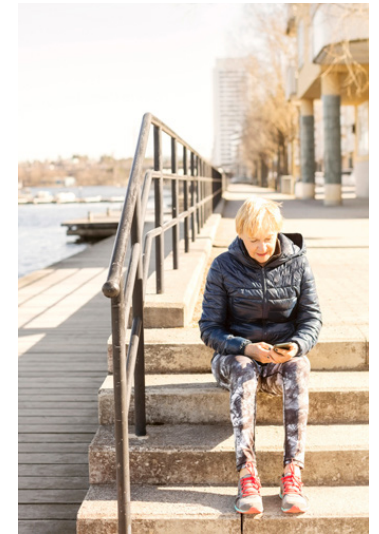
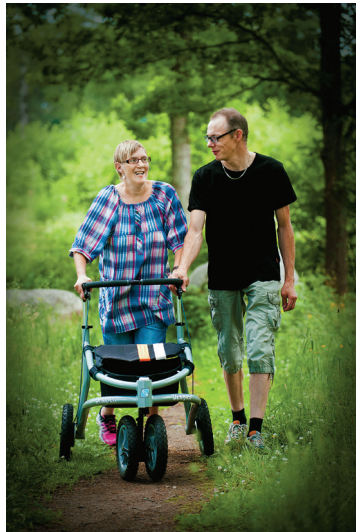
## 6. Visuella element

Våra ikoner är framtagna för att symbolisera olika verksamhetsområden eller teman. För att vara konsekventa ritas ikonerna med samma tjocklek på linjen. Text kan även ackompanjera ikonerna, se nedan exempel



# 7. Bildspråk

Vi använder färgfotografi i vårt bildspråk i största möjliga mån. Bilderna ska visa glada och aktiva personer i skandinavisk miljö.



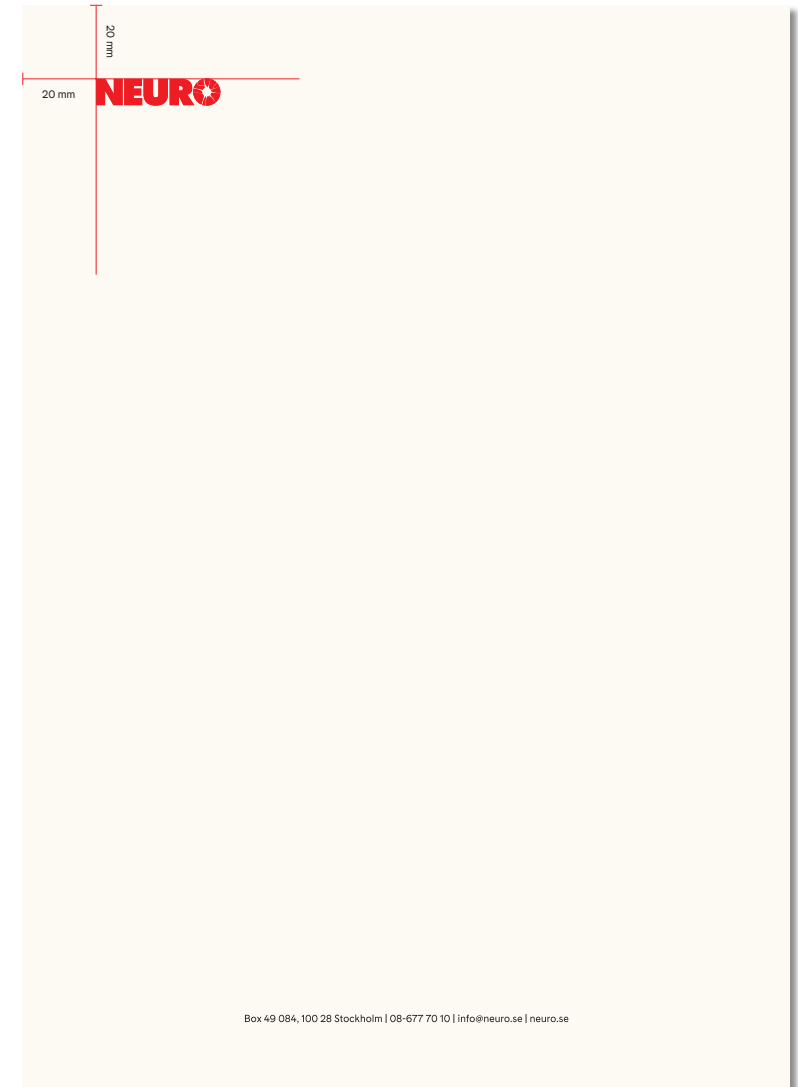
# 8. Applicering

För att vara konsekventa placeras logotypen alltid i övre vänstra hörnet eller i nedre vänstra hörnet.

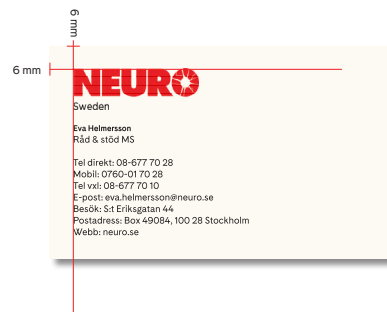
C4



A4



Visitkort



# 8. Applicering

Även vid PowerPoint placeras logotypen alltid i övre vänstra hörnet eller i nedre vänstra hörnet. Formatet 16:9 är anpassat för skärmar till datorer som tillverkas idag och PowerPoint-mallen innehåller flera olika förinställda sidlayouter.

PowerPoint



Att leva med  
neurologisk  
diagnos

Neuro - en intresseorganisation  
inom neurologi



**NEURO**

This slide features a white background with a grey border. On the left, the title 'Att leva med neurologisk diagnos' is in bold black font, followed by the subtitle 'Neuro - en intresseorganisation inom neurologi'. The NEURO logo is at the bottom left. On the right, there is a photograph of a smiling man and woman holding a baby.



**NEURO** 6

Frågor i fokus

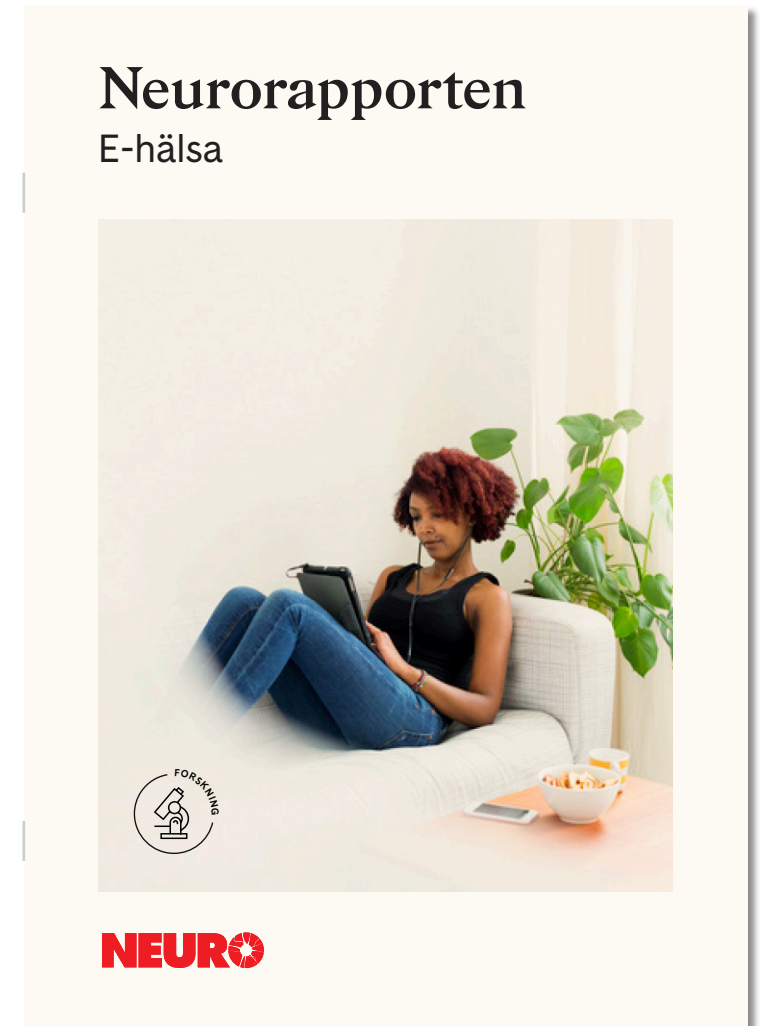
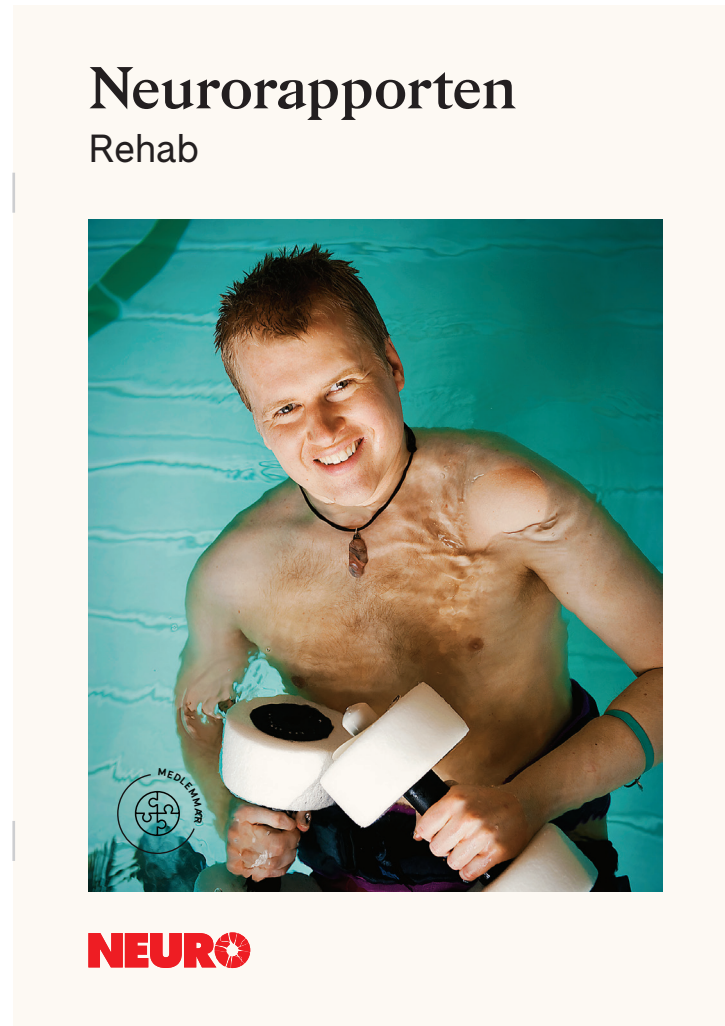
**Stöd till medlemmar** i livets alla skeden.  
Vi har allt från diagnosstöd och rättsombud till gemenskap samt spännande aktiviteter i vårt föreningsliv.



This slide features a white background with a grey border. At the top left is the NEURO logo, and at the top right is the number 6. The title 'Frågor i fokus' is in bold black font. Below it is the text 'Stöd till medlemmar i livets alla skeden. Vi har allt från diagnosstöd och rättsombud till gemenskap samt spännande aktiviteter i vårt föreningsliv.' At the bottom right, there is a photograph of two people walking away in a field of tall grass.

## 8. Applicering

Exempel på applicering av logotyp, bild, rubrik och ikoner på omslag. För att förenkla för mottagaren sätts rubrik i toppen med logotypen i nedre vänstra hörnet, eftersom den är sekundär i detta fallet.



# 8. Applicering

Exempel på applicering av visuell identitet på ett uppslag i inläga. Den rosa bakgrunden kan t.ex. användas för att särskilja Neuros förord mot forskningsinnehållet.

## Förord

# Neurorapporten 2018

Neurorapporten 2018 handlar om e-hälsa ur ett patientperspektiv. Mer än en halv miljon personer i Sverige lever med neurologiska diagnoser och kring dem finns anhöriga och andra som också påverkas.

E-hälsa innebär att använda digitaliseringen och elektroniska tjänster för att främja god och jämlik hälsa. Både patienter och vårdgivare kan använda e-hälsa. Neurorapporten har tagits fram tillsammans med Eva Helmersson. Eva är en av Neuros diagnosdöjare med stor erfarenhet och kontaktnät inom e-hälsa.

Vision e-hälsa 2025 är den nationella målsättningen som innebär att Sverige skall bli bäst i världen på att använda e-hälsa. Digitaliseringen går snabbt och påverkar oss alla. Invanda föreställningar sätts på prov. Utmaningen är att bygga ut användningen så att alla har nytta av den och att de patienter som har störst behov gynnas mest. Då kan hälsoklyftan i samhället minska.

Tidigare Neurorapporten har visat att neurosjukvården är dåligt rustad att tillämpa nya forskningsrön. Neuroteam är gynnsamt för patienterna men är inte tillgängliga för alla. Resurserna för neurologisk rehabilitering är bristfälliga och hjälpmedelsförsörjningen fungerar inte tillfredsställande. E-hälsa skulle kunna förbättra villkoren inom alla dessa områden. I årets Neurorapport tittar vi därför på vad som krävs för att patienter med neurologiska diagnoser ska tillgodogöra sig e-hälsa.

Neurorapportens slutsats bygger på medlemssenkät, fokusgruppsdiskussion och studier av internetvanor. Vi bedömer att många medlemmar och andra med motsvarande behov och förutsättningar använder e-hälsa på olika sätt och är nöjda med det. Å andra sidan finns det många patienter som av varierande skäl, inte kan eller vill använda e-hälsa. Skälen kan vara nedsatt rörelse- eller kognitiv förmåga, otrygghet, kostnader med mera. Eller så upplever man något behov av det.

Ett stort tack till alla er som bidragit med underlag, synpunkter och enkätsvar. Nu satsar vi på att visa vad som krävs för att e-hälsa skall fungera för oss alla och leda till bättre hälsa och ökad livskvalitet.

Stockholm i maj 2018



Lise Lidbäck  
Förbundsordförande

## Målsättning

# Vision e-patient 2025

**Neuros vision**  
År 2025 ska patienter i Sverige vara bäst i världen på att tillgodogöra sig e-hälsans möjligheter. Detta uppnås genom att alla patienter har tillgång till bredband och utrustning samt e-hälsans tjänster och verktyg. Patienterna erbjuds dessutom riktad information och utbildning, anpassad efter var och ens intresse och förmåga.

**E-hälsa**  
**Vision e-hälsa 2025 – nationell vision**  
E-hälsa innebär att använda elektroniska verktyg för att uppnå hälsa. Den politiska visionen för e-hälsa innebär att Sverige till år 2025 ska bli bäst i världen på att använda e-hälsa. Sverige anses vara väl rustat att leva upp till visionen. Här finns kompetens och innovationsförmåga, möjlighet till uppkoppling och rikligt utbud av digitala tjänster. Den kommersiella marknaden har emellertid kommit längre än den offentliga förvaltningen.

Regeringen och Sveriges Kommuner och Landsting har en handlingsplan som omfattar reglering, standarder och termer samt uppföljning. Sverige har dessutom politiska visioner för både digitalisering och bredbandsutbyggnad.

**Neuros bedömning**  
Man är patient då man har kontakt med professionell vård. Patienternas behov och förutsättningar är mycket varierande och patienttrollen ser därför väldigt olika ut.

Undersökningar visar att så gott som alla använder internet. Detta borde göra oss väl rustade att ta tillvara e-hälsans möjligheter. Neuros undersökningar visar emellertid att långt från alla är bekväma med datorer och internet. Många tycker att internet är svårt och vet inte så mycket om e-hälsa. Personer med neurologiska diagnoser utgör en mycket heterogen patientgrupp.

” Jag tycker det är bra, roligt och spännande. Neuros undersökningar visar också att de som använder digitala tjänster upplever sin hälsa som bättre än de som inte använder sådana tjänster. Många ser positivt på e-hälsans möjligheter och är intresserade av att ta större del i sin egen vård och behandling. Neuro bedömer därför att det finns ett behov av riktad information och utbildning. Rusta patienten för e-hälsa Stämmer det att Sverige är väl rustat för e-hälsa? Nej, inte hela landet, det är en ”post-nummerfråga”!

” Förstår det inte riktigt!



## 9. Annonser

Exempel på mindre annonser. Logotyp används tillsammans med budskap nere till vänster. Kategorisymbol fungerar som visuellt element och förklarar även temat.

# Minnesgåva vid begravning

En gåva som skänker hopp



**NEURO**

Skänk en gåva till neurologisk  
forskning eller stöd.

90 SVENSK  
KONTO INSAMLINGS  
KONTROLL

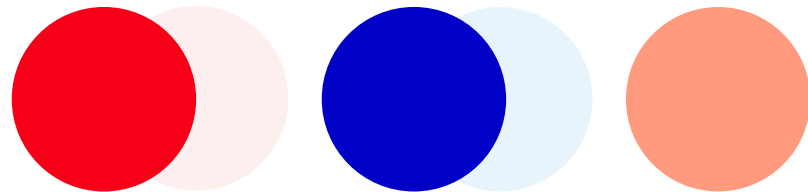
# 10. Sammanfattning

Sammanfattningsvis är vår visuella identitet uppbyggd av färger, mönster och typografi noga uttänkt för att representera våra värderingar och vår organisation.

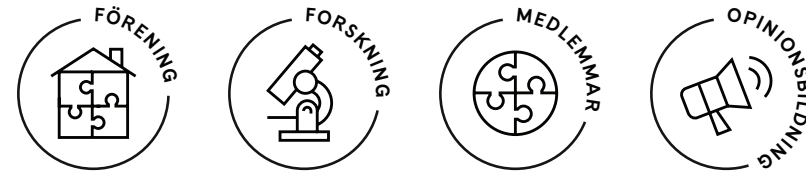
## LOGOTYP



## FÄRGPALETT



## ILLUSTRATIONER & PIKTOGRAM



## TYPOGRAFI

Abcde

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

## BILDSPRÅK



## ANNONS





Den visuella identiteten, manualen samt dess grafiska beståndsdelar är framtagna och formgivna av designstudion Bedow, [www.bedow.se](http://www.bedow.se).

