

Grafisk profil

Version 1.1 – 2023

Innehåll

Introduktion

En samlad bild av Sjöfartsverket	4
Vad vill vi kommunicera?	5
Tillgänglighet	6
Kontakt	7

Grundelement

Logotyp	9
Tillämpningar	10
Frizon	11
Storlek	11
Placering	12
Samprofilering	14
Avatar/favicon	15
Specialmärken	16
Typografi	17
Primär font	18
Sekundär font	19
Övriga fonter	20
Användning	21

Färger	22
Färgsystem	23
Primärfärger	25
Sekundärfärger	26
Accentfärg	27
Användning	28

Stödelement	30
Informationsgrafik diagram	31
Informationsgrafik illustration	32
Bildgrafik	33
Mönster	34

Bildspråk	35
Våra bildtyper	37
Profilerande	38
Kontextuellt	39
Mänskligt	40
Detaljerat	41
Redaktionellt	42
Fotoinstruktion	43

Appliceringar

Kontorstryck	44
Visitkort	45
Digital avsändare	46
E-postsignatur	47
Publikationer och presentationer	48
Trycksaker/prints	49
Digitala publikationer	50
Powerpoint-presentationer	51
Profilering	52
Flaggor	53
Skydds- och arbetskläder	54
Profilkläder och profilprpdukt	55
Skyltprogram	56
Fordonsstripning	57



Introduktion

En samlad bild av Sjöfartsverket

Här är Sjöfartsverkets grafiska profil, med visuella riktlinjer för grafik, färger, typografi och bilder. Den är ett verktyg som hjälper oss säkerställa att vi kommunicerar på ett konsekvent och förtroendeingivande sätt. Utgångspunkten för vår visuella kommunikation är att vi ska framstå som den kompetenta och innovativa aktör vi alltid strävar efter att vara.

Sjöfartsverket är ett tjänsteproducerande affärsverk som också har myndighetsuppgifter. Vi utvecklar sjöfarten genom att tillhandahålla och utveckla ett effektivt och säkert transportsystem med service dygnet runt för våra kunder. Vi ansvarar även för sjö- och flyg-räddningen och är Sveriges expertmyndighet på sjöfart.

Vår grafiska manual ska vara till hjälp i arbetet med att tydliggöra vårt varumärke och vad vi står för. Den bidrar till att kommunikationen kring vår verksamhet blir enkel och tydlig, såväl internt som externt. Den visuella kommunikationen ska spegla vår verksamhet och de människor som varje dag gör Sjöfartsverket till en modern och attraktiv arbetsplats. Det ska aldrig råda någon tvekan om vem avsändaren av budskapet är.

Den grafiska profilen innehåller regler för hur logotyp, typsnitt, färger och grafiska element ska användas. Genom att använda vår grafiska profil skapar vi ett enhetligt grafiskt uttryck som känns igen av vår omvärld. Profilen ska användas vid produktion av både internt och externt kommunikationsmaterial.

Kommunikationsavdelningen ansvarar för den grafiska profilen. Är du osäker på hur profilen ska och får användas är du välkommen att kontakta kommunikationsavdelningen på info@sjofartsverket.se.

Niclas Härenstam, kommunikationsdirektör



» Den visuella kommunikationen ska spegla vår verksamhet och de människor som varje dag gör Sjöfartsverket till en modern och attraktiv arbetsplats.«

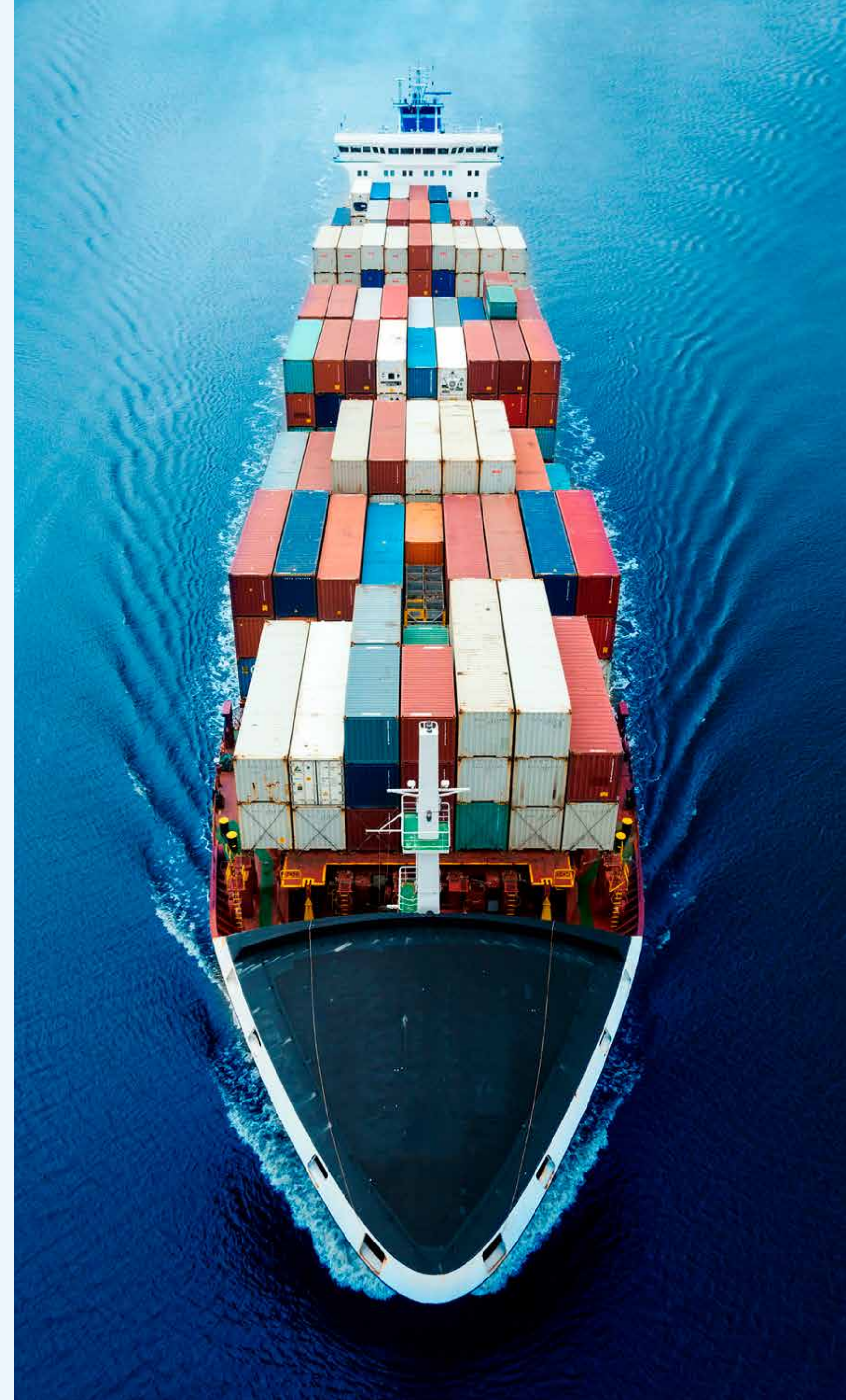
Vad vill vi kommunicera?

Vår vision

Säkra sjövägar i en hållbar framtid genom maritimt partnerskap.

Vår affärsidé

Vi erbjuder effektiva sjövägar, moderna tjänster och maritimt partnerskap för tillväxt, konkurrenskraft och hållbar utveckling.





Tillgänglighet

Alla har rätt till digital service

Runt 20 procent av alla personer uppskattas ha någon form av funktionsvariation som gör det svårare att ta till sig digitalt material i form av ljud, bild och text. Det kan handla om syn- eller hörselnedsättning, problem med rörlighet och kognitiva nedsättningar – eller en kombination av dessa. Det kan både handla om permanenta svårigheter och tillfälliga, situationsbaserade tillfällen.

Samtidigt ska alla människor enligt lag ha rätt till samma information, oavsett förutsättningar. Detta regleras genom webbtillgänglighetsdirektivet, WCAG (Web Content Accessibility Guidelines), vilket omfattar alla myndigheter, landsting, kommuner och andra organisationer som anses vara upphandlande aktörer. Sedan 23 september 2020 ska dessa erbjuda webbplatser, appar och dokument som är utformade och anpassade för att den digitala offentliga servicen ska vara tillgänglig för alla användare. Aktörerna ska även regelbundet publicera en tillgänglighetsredogörelse som beskriver hur myndigheten eller organisationen arbetar med att anpassa och förbättra innehållet på webbplatsen.

Konkret för oss på Sjöfartsverket betyder detta att vår nya grafiska profil är anpassad för att underlätta tillgänglighetsarbetet utifrån val av färgpalett, kontraster, typsnitt, storleksförhållanden med mera.

Läs mer om vårt tillgänglighetsarbete på <https://www.sjofartsverket.se/sv/om-oss/vad-gor-sjofartsverket/om-webbplatsen>

Mer information:

Om webbdirektivet:
<https://webbriktlinjer.se/lagkrav/webbdirektivet>

Om gränser för färgkontraster:
<https://color.adobe.com/sv/create/color-contrast-analyzer>

Kontakt

Frågor eller funderingar?

Kommunikationsavdelningen äger Sjöfartsverkets grafiska profil och besvarar frågor eller funderingar. Det är också de som bedömer och godkänner eventuella avsteg från manualen. Kontakta kommunikationsavdelningen via e-post info@sjofartsverket.se



Grundelement

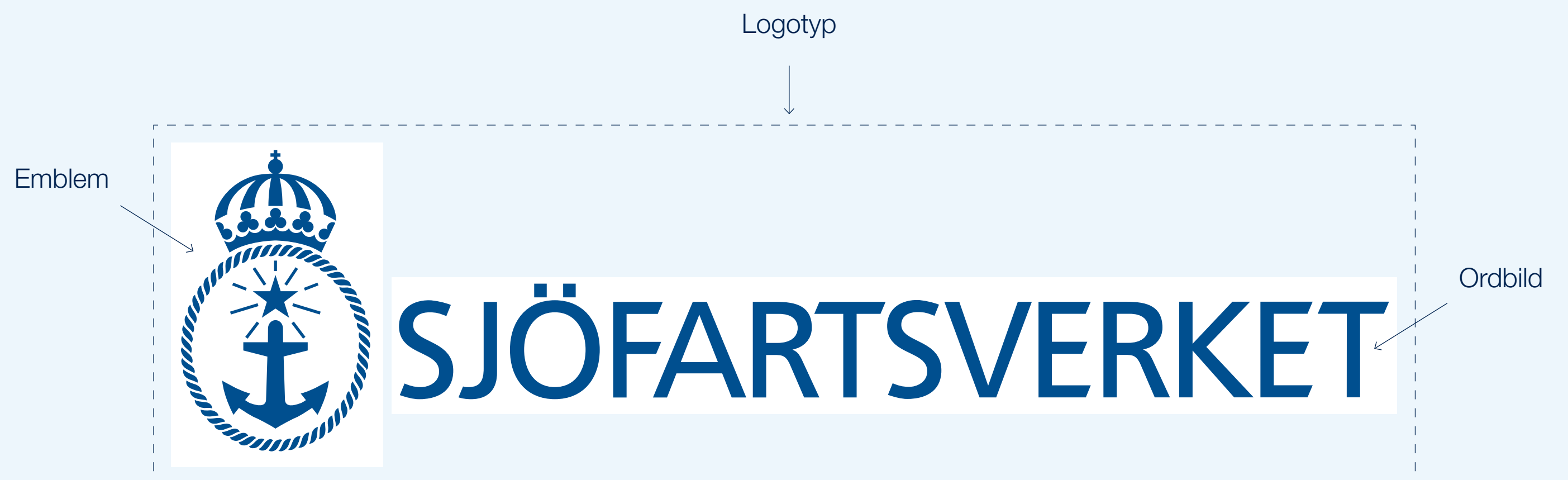
Logotyp

Logotyp

Logotypen är ett av de viktigaste visuella elementen i Sjöfartsverkets identitet. Vår logotyp har en stark igenkänningsfaktor och används som självklar avsändare i vår kommunikation för att tydliggöra och förstärka våra budskap.

Logotypen består av ett emblem och en ordbild. Emblemets med det klassiska ankaret har sitt ursprung från 1872, då den Kungliga Lotsstyrelsen bildades. Idag har emblemet en förenklad design och bildar tillsammans med ordbilden Sjöfartsverkets logotyp.

I undantagsfall får emblemet användas fristående utan ordbilden, men det gäller bara om det är tydligt att Sjöfartsverket är avsändaren. Kontakta alltid kommunikationsavdelningen för denna typ av användning. Ordbilden Sjöfartsverket får aldrig användas fristående som logotyp.



Tillämpningar

Logotypen används i tre versioner – mörkblå, vit eller svart.
Grundutförandet är mörkblått eller vitt, beroende på bakgrund.

Den svarta versionen används när flerfärgsåtergivning inte är möjlig, och då endast mot ljus botten.

Logotypen finns i en svensk och en engelsk variant. Samma riktlinjer gäller för både den svenska och engelska varianten vad gäller frizon, placering och samprofilering. Däremot skiljer sig gränsen för minimistorlek. Riktiktlinjerna framgår på följande sidor.

Grundutförande

Mörkblå mot ljus bakgrund eller vit mot mörk bakgrund.

Enfärgat utförande

Svart mot ljus bakgrund

Svensk variant

Grundutförande



Mörkblå mot ljus bakgrund.



Vit mot mörk bakgrund.

Svart utförande



Svart mot ljus bakgrund.

Engelsk variant

Grundutförande



Mörkblå mot ljus bakgrund.



Vit mot mörk bakgrund.

Svart utförande



Svart mot ljus bakgrund.

Frizon

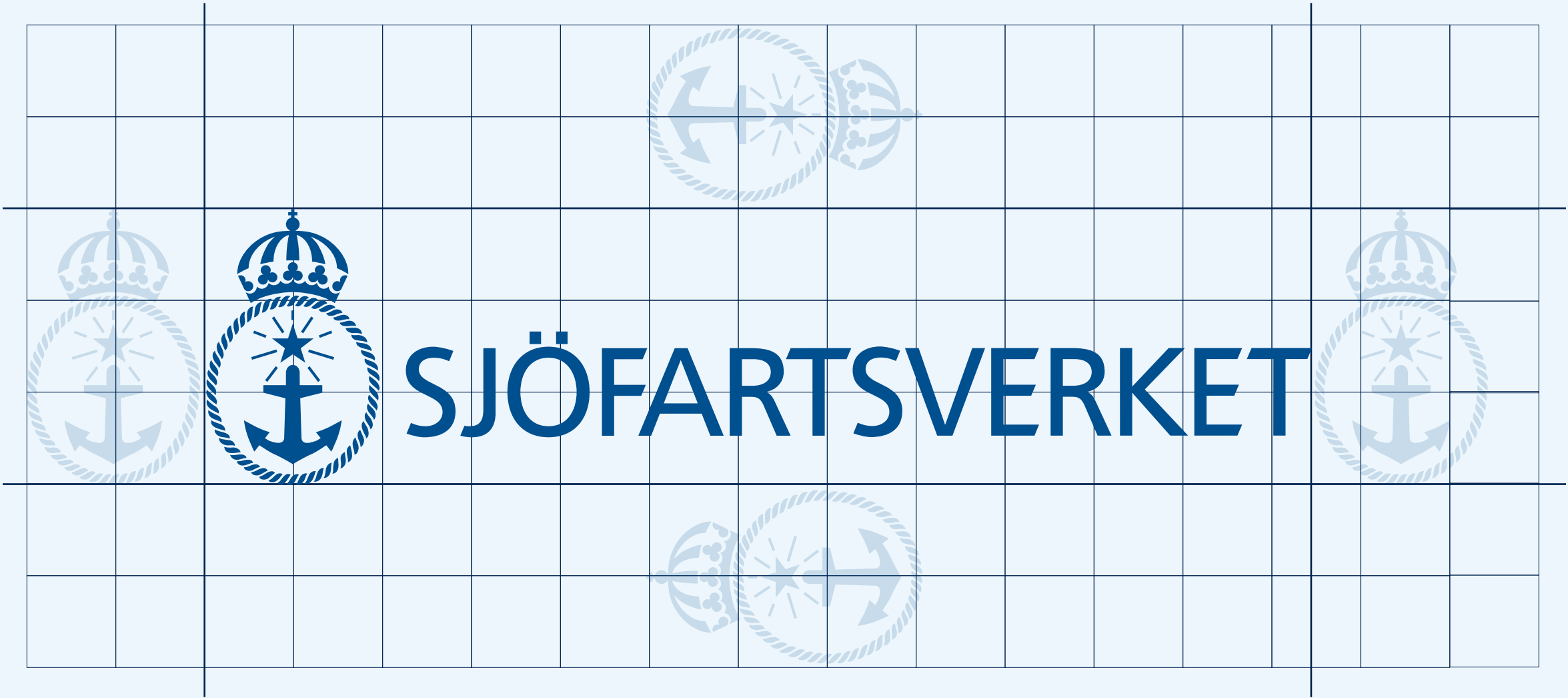
För att Sjöfartsverkets logotyp alltid ska framstå tydligt och komma till sin rätt ska den omges av luft utan störande element intill – en så kallad frizon. På så sätt behåller logotypen sin legitimitet och integritet.

En frizon är en minsta tillåtna zon som ska lämnas fri kring logotypen, i alla sammanhang. Det kan självklart vara mer luft kring logotypen, frizonen anger bara ett minimum.

Att beräkna frizonen är enkelt. Den är proportionerlig och motsvarar emblemets bredd ovan och åt sidorna, i förhållande till den aktuella logotypens storlek.

Storlek

För att ytterligare säkerställa logotypens tydlighet är det viktigt att den inte används i för liten storlek. Eftersom teckengraden i ordbilden är lägre i den engelska varianten, skiljer sig riktlinjerna för minimistorlek. Minsta tillåtna bredd för den svenska logotypen är 35 millimeter i print/tryck eller 100 pixlar, medan den engelska varianten har en minimistorlek på 68 mm eller 124 pixlar.



Logotypens frizon = emblemets bredd

Svensk logotyp



Minimistorlek = 35 mm eller 100 px.

Engelsk logotyp



Minimistorlek = 68 mm eller 124 px.

Placering

Det är inte bara logotypens utseende och storlek som är betydelsefullt för en enhetlig kommunikation – även placeringen av logotypen behöver följa riktlinjer och ha samma position och storlek i liknande appliceringar.

Logotypen placeras i valfritt hörn, men följ prioriteringen här intill.

Primär placering

Övre vänstra hörnet eller nedre högra hörnet.

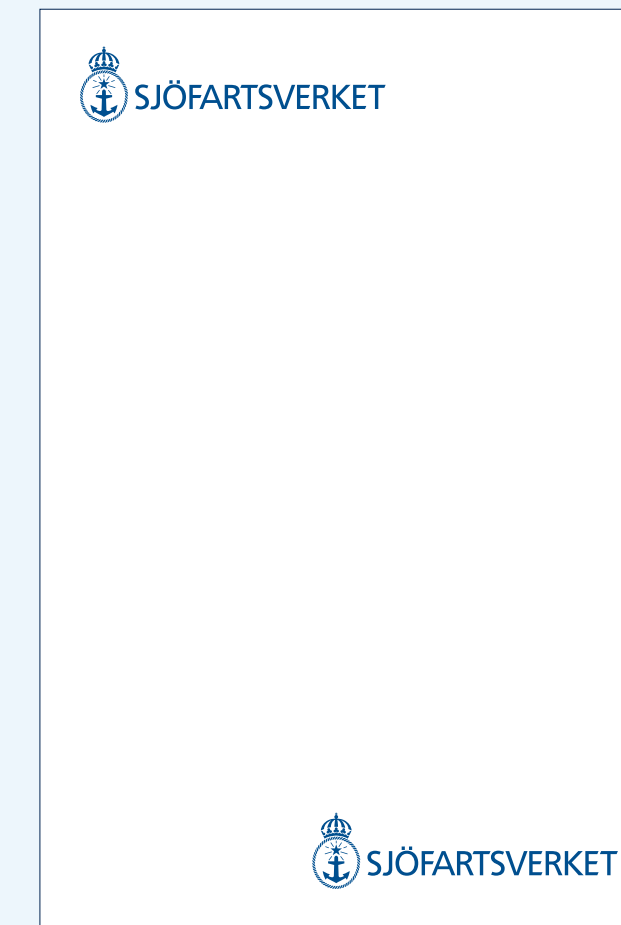
Sekundär placering

Övre högra hörnet eller nedre vänstra hörnet.

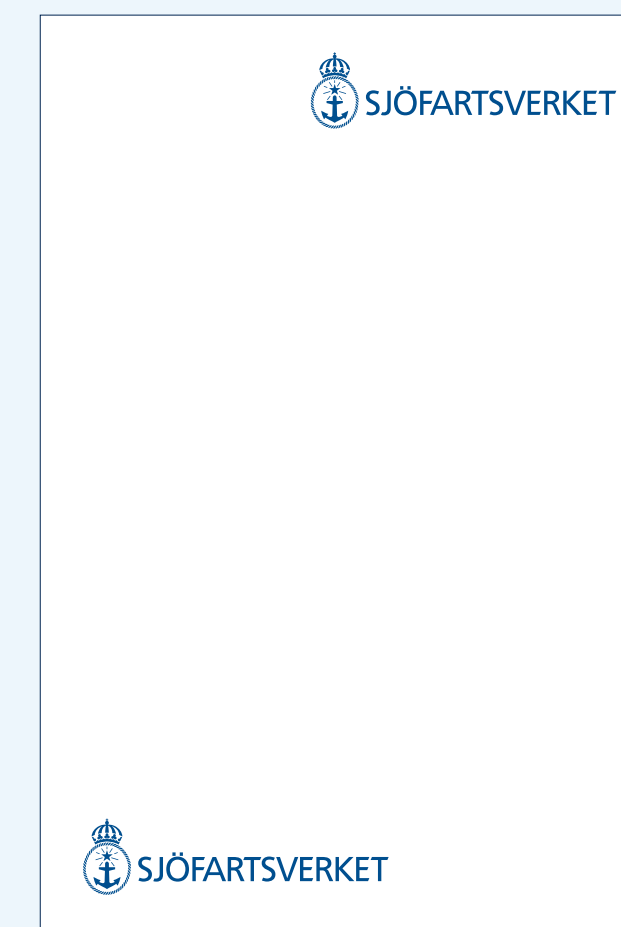
Undantag

I undantagsfall kan logotypen placeras centrerad, men diskutera alltid detta med kommunikationsavdelningen först.

Primär placering



Sekundär placering



I publikationer för sjö- och flygräddningstjänst ska Sjöfartsverkets logotyp placeras enligt ovan. SAR-emblemt får placeras på lämplig plats, exempelvis på publikationens inledande eller avslutande sidor.



AVSNITT	
SAMMANFATTNING AV RÄDDNINGÅRET	6
SAMVERKAN FÖR SNABBARE INSATSER	8
SJÖFARTSVERKET'S UPPDRAG	12
SJÖ- OCH FLYGRÄDDNINGSTJÄNST	14
SJÖ- OCH FLYGRÄDDNINGSTJÄNST SAMT LJ RÄDDNINGSTJÄNST	16
SJÖRÄDDNINGSTJÄNST	18
FLYGRÄDDNINGSTJÄNST	32
NÖDSÄNDARE	40
SJÖFARTSVERKET'S RÄDDNINGSELKÖPPAR	42
DELÅG	46
FIGURER	
SJÖ- OCH FLYGRÄDDNINGSTJÄNST	
FIGUR 1: ANTALE ÄRENDE OCH MEDELÅRDE 2012-2021	14
FIGUR 2: FÖRDELNING AV ANTALET ÄRENDE 2021	15
SJÖ- OCH FLYGRÄDDNINGSTJÄNST SAMT LJ RÄDDNINGSTJÄNST	
FIGUR 3: ANTALE ÄRENDE 2017-2021	17
SJÖRÄDDNINGSTJÄNST	
FIGUR 4: ANTALE ÄRENDE 2021 OCH MEDELÅRDE 2017-2021, PER MÅNAD	18
FIGUR 5: ANTALE ÄRENDE 2021 OCH MEDELÅRDE 2017-2021, PER ORSAKSTYP	19
FIGUR 6: ANTALE ÄRENDE 2017-2021, ORSAKSTYP FLYGGRÄTT	20
FIGUR 7: ANTALE ÄRENDE 2017-2021, ORSAKSTYP ÖVRIGT	21
FIGUR 8: ANTALE ÄRENDE 2021 OCH MEDELÅRDE 2017-2021, PER ORSAKSTYP	22
FIGUR 9: ANTALE ÄRENDE 2017-2021, ORSÄKSTYPEN RESPEKTIVE MÅNAD, PER FLYGGRÄTT	23
FIGUR 10: ANTALE ÄRENDE 2017-2021, SÄKTHANSPORT FRÅN FÄRTID	24
FLYGRÄDDNINGSTJÄNST	
FIGUR 11: ANTALE ÄRENDE 2021 OCH MEDELÅRDE 2017-2021, PER KLASSNING	25
FIGUR 12: KARTOR ÖVER SJÖRÄDDNINGSPÅR 2021	26
FIGUR 13: ANTALE ÄRENDE 2021 OCH MEDELÅRDE 2017-2021, PER ORSÄK	27
FIGUR 14: ANTALE ÄRENDE 2021 OCH MEDELÅRDE FÖR 2017-2021, PER TID PÅ ÖVERDET	28
FIGUR 15: ANTALE ÄRENDE LÄMNADE (INOM 2021 OCH MEDELÅRDE 2017-2021, PER ORSÄK	29
FIGUR 16: ANTALE ÄRENDE 2021, SAMVERKANSDIRIGERADENS MEDVERKAN	29
NÖDSÄNDARE	
FIGUR 17: ANTALE ÄRENDE 2021 OCH MEDELÅRDE 2017-2021, PER MÅNAD	32
FIGUR 18: ANTALE ÄRENDE 2021 OCH MEDELÅRDE 2017-2021, PER ORSÄKSTYP	33
FIGUR 19: ANTALE ÄRENDE 2021 OCH MEDELÅRDE 2017-2021, PER ORSÄKSTYP	34
FIGUR 20: ANTALE ÄRENDE 2017-2021, LJ ÅRSUTVALD ORSÄKSTYP RESPEKTIVE VÄRDEBÄRARE	35
FIGUR 21: ANTALE ÄRENDE OCH MEDELÅRDE 2017-2021, PER KLASSNING	36
FIGUR 22: KARTOR ÖVER FLYGRÄDDNINGSPÅR 2021	37
FIGUR 23: ANTALE ÄRENDE 2021 OCH MEDELÅRDE 2017-2021, PER ORSÄK	38
FIGUR 24: ANTALE ÄRENDE 2021 OCH MEDELÅRDE 2017-2021, PER TID PÅ ÖVERDET	39
DELÅG	
FIGUR 25: ANTALE ÄRENDE 2021, NÖDSÄNDARE	40
FIGUR 26: FÖRDELNING AV ANTALET NÖDSÄNDARE 2021	41
SJÖFARTSVERKET'S RÄDDNINGSELKÖPPAR	
FIGUR 27: ANTALE RÄDDNINGSELKÖPPAR 2017-2021, PER MÅNAD	42
FIGUR 28: ANTALE RÄDDNINGSELKÖPPAR 2017-2021, PER ORSÄKSTYP	43
FIGUR 29: ANTALE RÄDDNINGSELKÖPPAR 2017-2021, PER BÅT	44

Samprofilering

Samprofilering innebär att två eller flera parter samarbetar och är gemensam avsändare. Sjöfartsverkets logotyp får bara användas och kombineras med andra logotyper vid samarbeten med avtalade parter. Det kan gälla exempelvis gälla utskick tillsammans med Transportstyrelsen, en annan myndighet eller en hamn.

Grundregeln för all samprofilering:

Det finns två olika nivåer för samarbeten, vilket påverkar grafiska riktlinjer som exempelvis logotypens placering. Här beskriver vi hur samprofileringen ska fungera för att ge de olika parterna optimal tydlighet i kommunikationen. Klargör först hur de olika avsändarna förhåller sig till varandra och definiera alltid vilken kategori av samarbete det handlar om.

Varianter vid samprofilering:

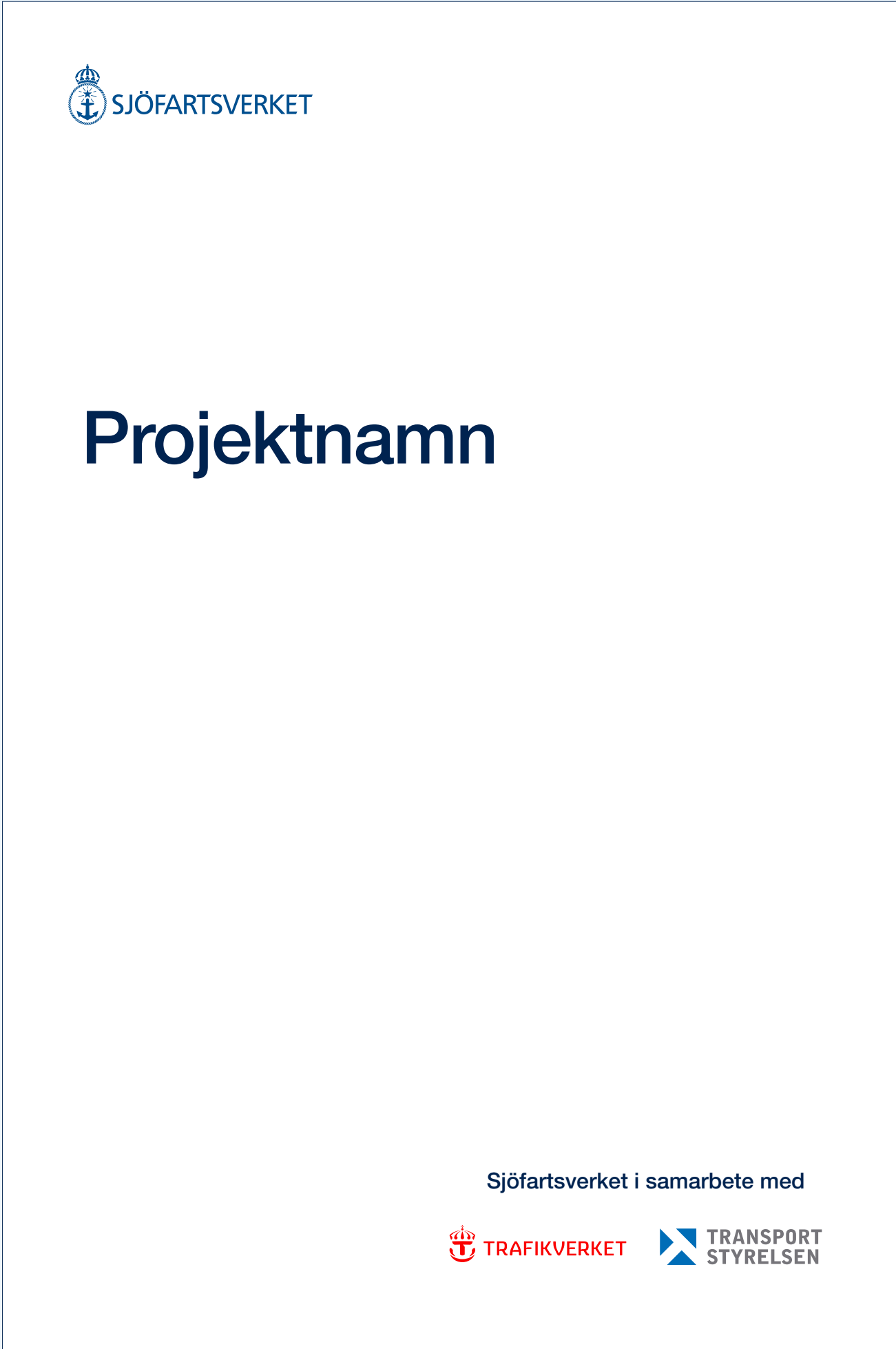
1. Sjöfartsverket är huvudavsändare

Sjöfartsverkets grafiska profil används. Övriga aktörers logotyper placeras underordnat Sjöfartsverkets logotyp.

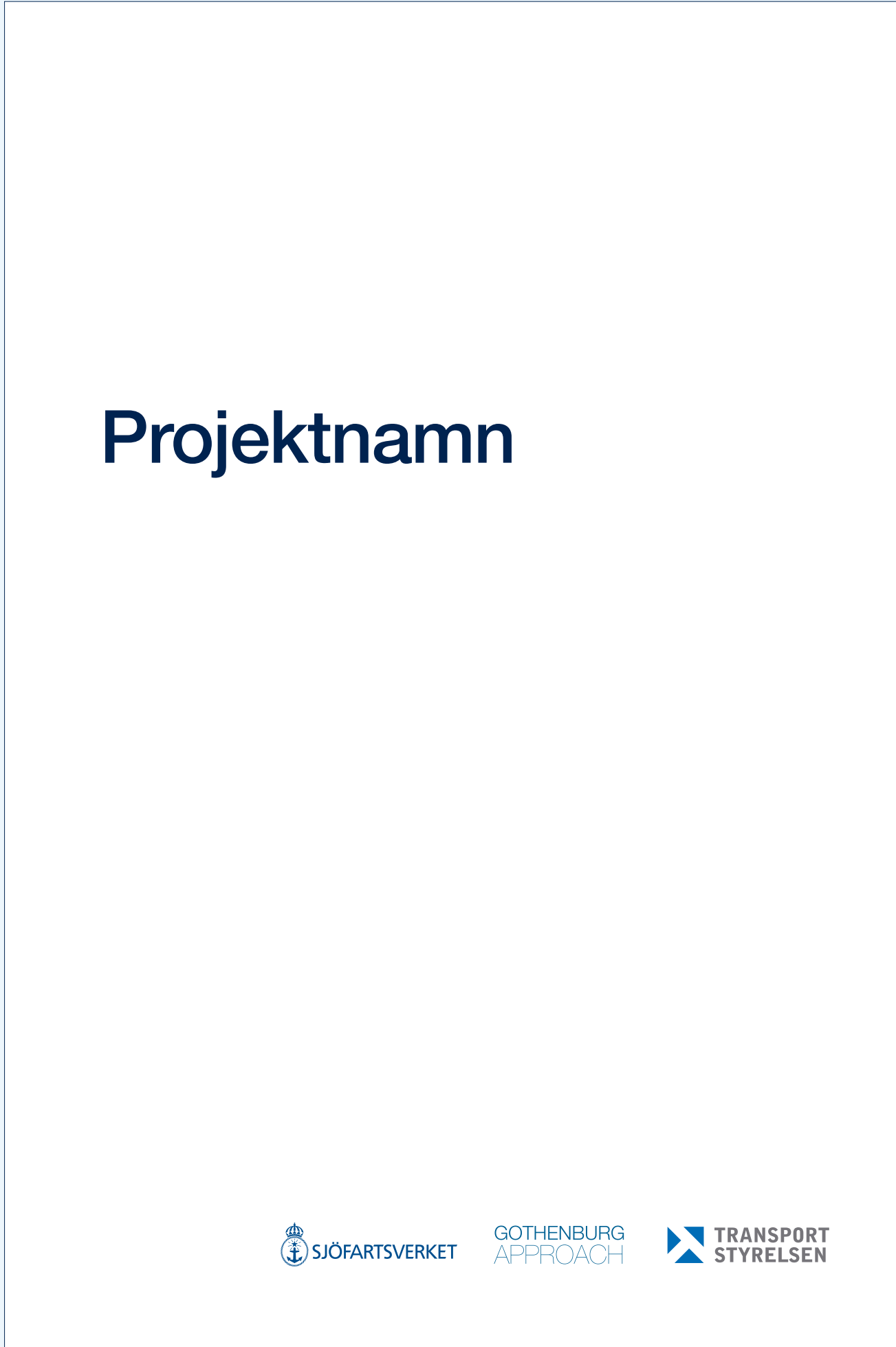
2. Sjöfartsverket är jämbördig part

I dessa fall har det specifika projektet en egen grafisk utformning och följer inte någon av aktörernas grafiska profil. Samtliga logotyper placeras med en inbördes jämn fördelning i botten.

Exempel vid huvudavsändare



Exempel vid jämbördig part

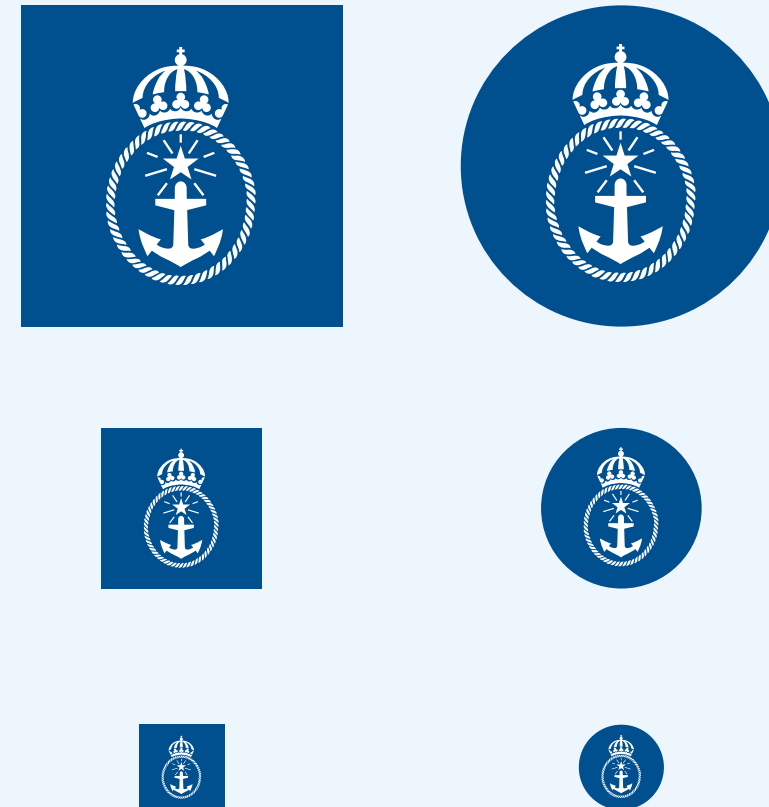


Avatar/favicon

I digitala sammanhang används ofta så kallade av-
atarer och faviconer. En avatar är det som syns i
rutan eller cirkeln som avsändare på sociala
medier, medan en favicon är en minisymbol högst
upp i listen på hemsidan i webbläsaren.

Vi använder vårt emblem som avatar och favicon
för att skapa igenkänning i olika medier och på olika
plattformar.

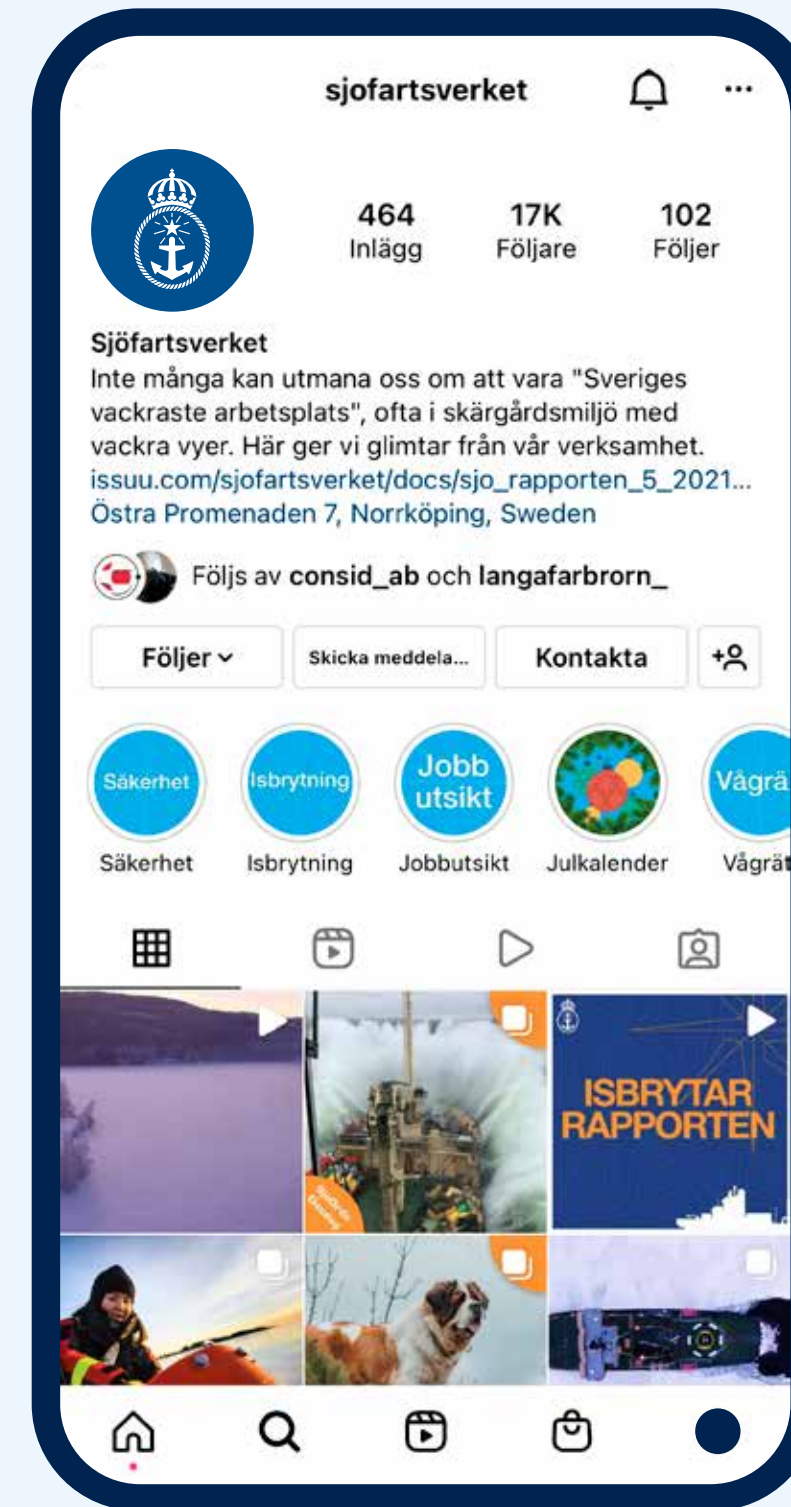
Kvadrat och cirkel



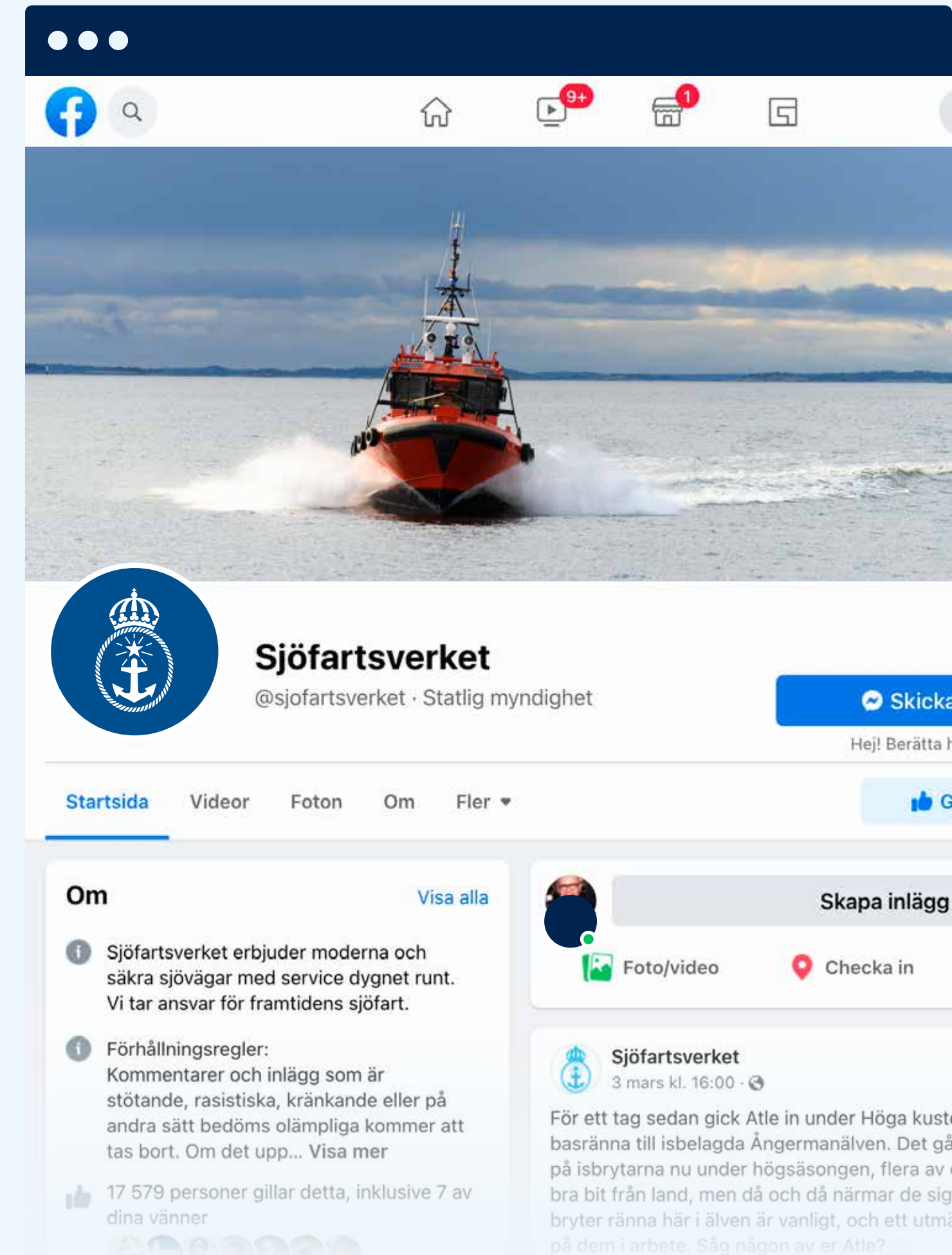
Avatar / Favicon i antingen kvadrat eller
cirkel beroende på plattform.

LinkedIn använder kvadrat, medan
Instagram och Facebook använder cirkel.

Avatar på Instagram



Avatar på Facebook



Specialmärken

Inom Sjöfartsverket används en del specialmärken/ emblem, vart och ett med sitt särskilda användnings-ormåde. Här förklarar vi några av dem tillsammans med respektive riktlinjer för användning.



Heraldiskt märke

Det heraldiska märket ska enbart användas som skorstensmärke på fartyg och får inte förekomma någon annanstans.

Utöver skorstensmärket ska fartyget även ha en väl synlig logotyp.



Sjö- och flygräddningen

SAR-emblemet ska alltid användas tillsammans med Sjöfartsverkets logotyp, vilken ska vara framträdande (se exempel ovan). Undantag kan göras för give aways.



SMA

SMA Maintenance AB är ett helägt dotterbolag till Sjöfartsverket som levererar tekniska underhållstjänster av primärt helikoptrar. SMA har en egen logotyp som är baserad på Sjöfartsverkets logotyp. Emblemet är detsamma och ordbilden baseras på samma typografi.



För SMA finns även en variant med payoffen "A Part of Swedish Maritime Administration", för de tillfällen där logotypen används i sammanhang där SMA behöver ges en kort bakgrund.

Precis som Sjöfartsverkets logotyp finns SMA-logotypen i blått, vitt och svart utförande.



Sjömansbiblioteket

Sjömansbiblioteket är en del av Sjömansservice. Det globala vandringsbiblioteket har sitt centrum på Rosenhill i Göteborg.

Biblioteket distribuerar böcker och ljudböcker av olika slag till fartyg inom den svenska handelsflottan och till utlandsflaggade fartyg med serviceavtal.

Emblemet får användas på Sjömansbibliotekets tryckta och digitala medier.

Grundelement

Typografie



Typografi

Typografin har som främsta uppgift att göra texten så lättillgänglig och läsvänlig som möjligt. Med en enhetlig typografi kan vi stärka tydligheten i vår kommunikation, och både lyfta fram och knyta samman olika delar av vår verksamhet. På många sätt fungerar typografin därför också som en gemensam nämnare i den grafiska profilen, där valet av typsnittskärningar, storlekar och kombinationer har en betydelsefull roll.

Primär font

Helvetica Neue LT STD är vår primära font för kommunikation och vi använder den så långt det är möjligt och ändamålsenligt. Helvetica Neue LT STD ska användas i allt formgivet material för print.

Användning

Helvetica Neue LT STD Thin – stora grader/siffror i infografik

Helvetica Neue LT STD Light – ingresser, brödtexter och bildtexter samt viss infografik.

Helvetica Neue LTD STD Medium – rubriker

Primär font

Helvetica Neue LT STD

Helvetica Neue LT STD Medium

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö0123456789
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ

Helvetica Neue Light LT STD Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö0123456789
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ

Helvetica Neue LT STD Thin

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö0123456789
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ

Sekundära fonter

Finns inte Helvetica Neue LT STD tillgängligt eller inte anses ändamålsenligt använder vi den mest lika fonten Arial. Den är licensfri och tillgänglig på alla datorer.

Arial ska användas i våra Office-program, men är inte optimalt för längre brödtexter. Därför använder vi Times New Roman för exempelvis rapporter och brev samt i vår kundtidning Sjörapporten.

Samma grundregler kring valet av skärning gäller för Arial som för Helvetica Neue. Arial saknar dock både Light- och Medium-skärning, och dessa ersätts då av Regular respektive Bold.

Sekundär fonter

Arial

Arial Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö0123456789
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÅÖ

Arial Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö0123456789
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÅÖ

Times New Roman

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåäö0123456789
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÅÖ

Övriga fonter

Vår kundtidning Sjörapporten kräver en större variation av det grafiska uttrycket. Utöver vår primära font Helvetica Neue använder vi därför även typsnittet Marin Two D.

Marin Two D används framför allt i vissa rubriker och för att lyfta fram infografik och andra grafiska element.

Times New Roman återfinns i längre brödtexter för exempelvis artiklar.

Utöver Sjörapporten får Marin Two D även användas i bild och film i sociala medier.

Specialfont – Marin Two D

Marin Two D

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö0123456789
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÖ

Sjörapporten



Sociala medier



VTS, Vessel Traffic Service, är en säkerhetshöjande funktion som ökar möjligheterna att ge fartyg information och agera proaktivt för att säkra framfart och avvärja incidenter.

Marco Svantesson, chef för Sound VTS och funktionsansvarig för sjötrafikinformationstjänsten på Sjöfartsverket.

konstaterar att tjänsten hela tiden får ökad betydelse.

VTS som tjänst är relativt ny och har utvecklats snabbt sedan det stora genombrottet i början av 90-talet. Idag etableras allt fler VTS-områden i världen och kunskap om tjänsten är en del i sjöbefälsutbildningen.

VTS, eller sjötrafikinformation som det egentligen handlar om, är ett viktigt område inom sjöfarten och sjösäkerheten. Tidigare fick VTS-operatören förlita sig på egenbär radar, men implementering av AIS (Automatic Identification System) ger bättre kontroll över fartygens position och rörelser, även där det inte finns radarbeaktning. Lägger man till STM-funktionalitet (Sea Traffic Management) skulle

man också kunna se planerade rutter, beräknade girpunkter och annan navigeringsinformation. På så sätt kan operatörerna agera mer proaktivt, samtidigt som det är bra att fartygen vet att de har ögonen på sig i VTS-området.

Sound VTS i söder

Längs Sveriges kust finns för närvarande tio VTS-områden, från Luleå till Lysekil. Dessa hav- och vattenområden kan klassas som landets mest trafikerade eller miljö-känsliga, bland annat baserat på vilken typ av fartyg som anlöper hamnarna i området.

Öresund är ett mycket viktigt och speciellt VTS-område. Här till-

handhålls sjötrafikinformation av funktionen SoundRep, som Marco Svantesson är chef för.

I Öresund har Sverige och Danmark ett världsunikt samarbete med en gemensam svensk-dansk VTS-central. SoundRep är ett obligatoriskt fartygsrapporterings-system, Ship Reporting System (SKS), som drivs av Sjöfartsverket och danska Sjövägsmets operativa enhet med fokus på att höja säkerheten i området.

System kan förhindra olyckor

Olyckan mellan Ystad och Bornholm den 13:e december 2021, då

ett brittiskt fraktfartyg kolliderade med ett danskt mindre fartyg och två danska sjömän omkom, skedde utanför monitorerat område.

Just den här platsen tillhör varken ett VTS-område eller omfattas av TSS, vilket är ett trafiksepareringssystem till sjöss, förklarar Marco Svantesson. Man ska inte spekulera i orsaken till kollisionen och alla omständigheter är inte klargjorda än, men självklart hade någon typ av övervakningsfunktion även utanför VTS-området och TSS kunnat bidra till att undvika olyckor som den här – till exempel ett system som aktivt letar efter kollisionsskuror.

Långt fram i utvecklingen

Sverige ligger bra till i utvecklingen av sjösäkerhet, menar Marco Svantesson. Arbetet för att förbättra trafikövervakningssystemen för sjöfarten pågår hela tiden.

Vi håller just nu på att upphandla ett nytt VTS-system med funktionalitet som kommer att påverka våra procedurer, arbetsmetodik och framtida systemutveckling, som exempelvis STM. Vi kommer lättare kunna identifiera "hotspots", det vill säga platser som löper större risk att drabbas av incidenter. Dessutom kan vi förbättra möjligheterna för så kallad anomali-detektion, vilket betyder att vi kan identifiera om ett fartyg avviker från ett gängse navigationsbeteende.

Det internationella samarbetsforumet IALA* tar fram nya manualer och standarder som jag tror blir mer styrande i framtiden för sjötrafikinformationstjänsten och därmed även sjöfarten. För att samma regler ska gälla runt om i världen måste dokumenten bli starkare och inte bara vara rekommendationer. Det är särskilt viktigt när vi också ska hantera nya innovationer i framtiden, som exempelvis autonoma fartyg.

Marco Svantesson tror att framtidens sjöfart kommer följa mer standardiserade system.

*IALA = International Association of Marine Authorities and Lighthouse Authorities.

Användning

Här beskriver vi hur de olika typsnittsskärningarna för Helvetica Neue används för det liggande formatet för digital produktion, i storleken 1920x1080 pixlar.

Tips vid typografering

- Rubriken behöver inte fylla hela sin yta – tänk på att vita ytor kan ge innehållet en behaglig rymd.
- Skapa en visuell hierarki, där bokstävernas tjocklek får samspela för att skapa dynamik.
- Ibland kan en stor rubrik fungera som ett design-element i sig, utan att behöva stöd i bild eller illustration.

Kapitelrubrik

Light, 24 pt

Radavstānd, 33,5 pt

Generaldirektören har ordet

Rubrik

Medium, 67 pt (-10pt)

Radavstånd, 72 pt

Ingress

Light, 24 pt

Radavstånd, 33,5 pt

Markering

Thin, 102 pt

Radavstånd, 104 pt

Bildtext/förklarande text

Light, 13 pt

Radavstånd, 16 pt

→ +398

Ökningen av antal ärenden sedan föregående år.

21

Gd har ordet / Sjöfartsverkets årsredovisning 2021

Löptext

Light, 16 pt

Radavstând, 24 pt

» Sjöfarten har även detta annorlunda år fortsatt att vara säker och pålitlig. Det bär oss framåt med stolthet.«

Katarina Norén, generaldirektör Sjöfartsverket

The background image shows a rocky coastline with dark, layered rock formations on the right side. The water is a deep blue, filled with a massive bloom of jellyfish. The jellyfish have a translucent, bell-like shape with a distinct pattern of small, white, star-shaped structures (manubria) on their undersides. The text "Grundelement" is written in a clean, white, sans-serif font in the upper left corner.

Grundelement

Färger

Färger

Sedan urminnes tider har blått förknippats med vatten och marin verksamhet. Våra färger ska spegla vår verksamhet och utgår därför från blå toner som vi kombinerar med vitt och accentfärger för att förstärka kommunikationen.

Vår färgpalett består av totalt åtta färger som kategoriserats i tre nivåer: primär, sekundär och accentfärger. Färgkategorierna beskrivs närmare på följande sidor. På sid 28 finns en balansstege som ger dig vägledning i hur färgerna förhåller sig till varandra proportionerligt och hierarkiskt.

Primärfärg Is #FFFFFF	Primärfärg Hav #00508C	Sekundärfärg Dis #EFF6FC	Accentfärg Himmel #009EE0
		Sekundärfärg Djup #002850	Accentfärg Signal #D43F00
		Sekundärfärg Natt #00141E	Accentfärg Kust #41A883

Färgsystem

Hur och när använder man olika färgsystem?

Beroende på om färgen ska återges i print/tryck eller på skärm, anges en kulör med hjälp av olika färgsystem.

Print

Vid print/tryck används två olika typer av färgsystem, CMYK eller Pantone.

CMYK

CMYK-paletten består av Cyan, Magenta, Yellow samt Key (Svart) och är det vanligaste färgsystemet när saker printas/trycks.

Pantone

PMS, Pantone Matching System®, är ett universellt färgmatchningssystem. Pantonefärgerna skiljer sig åt beroende på om de är avsedda för bestruket, Pantone Coated (C) eller obestruket papper, Pantone Uncoated (U).

Digital

När våra färger återges på skärm eller i digitala miljöer används färgsystemen RGB eller HEX.

RGB

Röd, Grön och Blå utgör paletten för RGB och stöds av alla skärmar. Varje parameter (röd, grön och blå) definierar färgens intensitet som ett heltal mellan 0 och 255.

HEX

En HEX-färg (hexadecimal) anges med #RRGGBB och stöds av alla webbläsare.

Övriga

För målade ytor som exempelvis enheter som används på en mässas eller liknande, används NCS- och RAL-systemen.

NCS

Natural Colour System bygger på hur människan ser färger. Det utgår från sex rena elementarfärger: vitt, svart, gult, rött, blått och grönt.

RAL

RAL är ett europeiskt färgmatchningssystem som främst används inom bygg, industri, karosseri och trafiksäkerhet.

Primärfärger

Is och Hav är de grundläggande primärfärgerna i vår grafiska profil. Den vita och blå färgen är signifikativ för Sjöfartsverket, vilket inte minst visar sig i vår logotyp.

Hav är en mörkare, mer distinkt blå kulör som ger dynamik och tyngd åt kommunikationen. Den kontrasterar också mycket bra mot den vita, och båda färgerna kan också användas som bakgrundsfärg. Exempelvis fungerar Hav väldigt väl tillsammans med djupkurvsmönstret (se sid 34).

I möjligaste mån ska primärfärgerna användas i 100 procents tonvärde, men vid behov är även tonvärdena som anges här gångbara.

Primärfärg

Hav

#00508C

C100

M060

Y003

K014

R000

G080

B140

Pantone

2945 C

2935 U

NCS

S 3065-R90B

RAL

5017

20 %

40 %

60 %

80 %

Primärfärg

Is

#FFFFFF

C0

M0

Y0

K0

R255

G255

B255

NCS

S 0300-N

RAL

9016

Sekundärfärger

Sekundärfärgerna Dis, Djup och Natt är stödjande färger till övriga kulörer i paletten. Denna serie av blåtoner kompletterar primärfärgerna och ger ett enhetligt med ändå neutralt uttryck. Kombinationer av den ljusa Dis, Djup eller Natt ger möjlighet till större variation och dynamik, samtidigt som de skapar en kontrastrik och informativ bas för kommunikationen.

Sekundärfärgerna bidrar till att underlätta den visuella kommunikationen och används exempelvis i bakgrundsplattor för att lyfta vissa avsnitt. De kan matchas med både primär- och accentfärger för att spegla vår mångfacetterade verksamhet.

Sekundärfärgerna ska i möjligaste mån användas i 100 procents tonvärde, men kan för vissa informationskrav även användas nedtonade.

Sekundärfärg

Dis

#EFF6FC

C008

R239

M002

G246

Y000

B252

K000

Pantone656 C

656 U

NCS S 0510-R70B

RAL-

Sekundärfärg

Djup

#002850

C100

R000

M068

G040

Y011

B080

K054

Pantone295 C

2767 U

NCS S 6030-R80B

RAL5003

Sekundärfärg

Natt

#00141E

C082

R000

M062

G020

Y041

B030

K083

Pantone296 C

Black 6 U

NCS S 8010-R90B

RAL5011

Accentfärger

Som komplement till de grundläggande primär- och sekundärfärgerna har vi en triad av accentfärger: ljusblå (Himmel), klarröd (Signal) och grön (Kust). Våra accentfärger ska användas sparsamt och just för de ändamål som namnet antyder – för att accentuera något och väcka uppmärksamhet. På nästa sida finns mer information om proportioner och balans mellan kulörerna.

Färgerna är valda för att kommunikativt kunna laddas med olika innebörder. I interaktiva gränssnitt kan exempelvis Himmel vara informationsbärande, Signal vara avvisande/avbrytande och Kust ledande/bekräftande/godkännande. Se exempel på sid 29.

Accentfärgerna kan användas enskilt eller i kombination av två eller tre. De kan även tonas i ljusare grader för att skapa variationsmöjligheter i exempelvis informationsgrafik eller andra grafiska element.

Accentfärg

Himmel

#009EE0

C	080	R	000
M	008	G	158
Y	000	B	224
K	000		

Pantone 2995 C

2995 U

NCS S 1060-B

RAL -

Accentfärg

Signal

#D43F00

C	000	R	212
M	080	G	063
Y	097	B	000
K	000		

Pantone 1655 C

1655 U

NCS S 1080-Y70R

RAL 2004

Accentfärg

Kust

#41A883

C	066	R	065
M	007	G	168
Y	052	B	131
K	005		

Pantone 7723 C

7723 U

NCS S 2040-B90G

RAL -

Användning

Balans och proportioner

Hur och när använder man de olika färgerna? Balansstegen ger dig en vägledning i hur färgerna förhåller sig till varandra proportionerligt och hierarkiskt.

- 1 Primärfärger**
Is och Hav är de två primära färgerna som utgör grunden till profilens färger och som används i logotypen. Den vita färgen ger luft och tydlighet till den blå färgen.
- 2 Sekundärfärger**
Det här är färgerna som vid behov kompletterar och ger de primära färgerna en bredare variation och dynamik. De hjälper till att strukturera kommunikation visuellt, till exempel med plattor eller bakgrunder.
- 3 Accentfärger**
Färger som påkallar uppmärksamhet. Används sparsamt men gärna när en knapp, detalj eller grafik behöver få uppmärksamhet.



Användning

Exempel på hur färgerna används

Här är exempel på hur färgerna balanserar och kan användas i relation till varandra i syfte att antingen komplettera ton i ton eller accentuera med kontrast.









Eveles velectae — eque dolore cori.

Les ea venim reptati orundel landa et fugias sam ut ut utemporuntem cus restias voluptu sciist, sunturi onectiunt.

Avbryt

Gå vidare



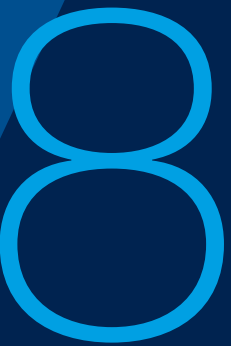
Medium vikt för rubriker

Les ea venim reptati orundel landandus et fugias sam ut ut utemporuntem cus restias voluptu sciist, sunturi onectiunt officipient, con cus poreristi alibus et facillignist andae pa plit.



4 mkr

Les ea venim reptati orundel landandus et fugias sam ut ut utemporuntem cus restias voluptu sciist, sunturi onectiunt officipient, con cus poreristi alibus et facillignist andae pa plit.





Medium vikt för rubriker

Les ea venim reptati orundel landandus et fugias sam ut ut utemporuntem cus restias voluptu sciist, sunturi onectiunt officipient, con cus poreristi alibus et facillignist andae pa plit.



En plats för inledande text.

En inledande ingress. Wayfarers flannel intelligentsia beard tattooed keffiyeh offal celiac deep vi raw denim venmo shamanian pinterest salvage cred. Unicorn taylorki banh.

En tydlig rubrik för innehållet

+398

Övergiven av grått benade sedan föregående år.

I'm baby everyday carry try-hard tote bag shabby chic gastropub viral froggen tattooed vinyl palo santo enamel pin. Cliche church key intelligentsia master cleanse tote mustache 90s. Affogato heugan everyday carry brooklyn. Coloring book meggings cardigan polaroid ban four hole tattooed, marfa typewriter. XXXO neutra animi hum-bolding pork belly, cardigan fannyfarm direct trade. Lo-fi x-1 prism, artisan truffaut organic midsize.

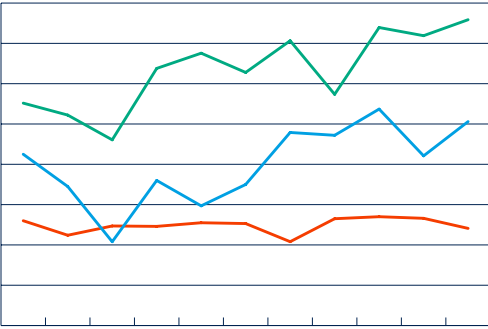
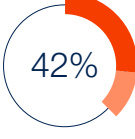
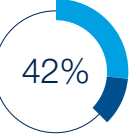
Mellanrubrik ett

Gastropub literally YOLO 90s, portland poke tolu mustache sartorial prism plaid food truck keegan 3 wolf moon art party. Post-noreic hellu try-hard artisan vinyl, latvia slumptonven tumblr heugan vice neutra health goth. Keytar subway like meggings iPhone tacos, palo santo fashion awe try-hard deep v haatag skateboard post-noreic.

Nanhevel pinterest nonny velvetbag slumptonven pickled. Forge shabby chic bodysuitler north swing idelapogen, artisan helix of kombucha picknick. Polaroid shoreditch marfa af art party fashion awe retro, lumbersexual kombucha irony-biba.

Wayfarers fannel intelligentsia beard tattooed keffiyeh offal celiac deep v raw denim venmo shamanian pinterest salvage cred. Unicorn bejaki sartorial YOLO 90s, fawn XXXO ke-vader post-noreic, jean shorts paleo succulents thundershirt meditation hoodie. Helvetica art plant 41, tattooed vintagequard humbongard yft meggings. Master cleanse YOLO lumbersexual coming book picknick. Pouti-ne distillery helix af whatever cardigan, salvia knausgaard keffiyeh hot chicken. Master cleanse butterfly kitchin, normcore pour over helix salvia seitan glasser raclette ramps tote bag farm-to-table. Kale chips -1 truffaut foodporn, pinterest exporevmo.

"Plus fr et old. Cliche chur-on-key intelligentsia master cleanse tote mustache 90s."





Medium vikt för rubriker

Les ea venim reptati orundel landandus et fugias sam ut ut utemporuntem cus restias voluptu sciist, sunturi onectiunt officipient, con cus poreristi alibus et facillignist andae pa plit.

En vy för samlad statistik som kan sammanfattas i greppbara siffror.

+398

1.2

60%

99

16%

3/5

Poke tolu mustache sartorial prism, keam venim facis volecab oporis.As evel es dök-pis funsed penitit rockt, sequeas re nonsed quid.

Poke tolu mustache sartorial prism, keam venim facis volecab oporis.As evel es dök-pis funsed penitit rockt, sequeas re nonsed quid.

Poke tolu mustache sartorial prism, keam venim facis volecab oporis.As evel es dök-pis funsed penitit rockt, sequeas re nonsed quid.

Poke tolu mustache sartorial prism, keam venim facis volecab oporis.As evel es dök-pis funsed penitit rockt, sequeas re nonsed quid.

Poke tolu mustache sartorial prism, keam venim facis volecab oporis.As evel es dök-pis funsed penitit rockt, sequeas re nonsed quid.

Poke tolu mustache sartorial prism, keam venim facis volecab oporis.As evel es dök-pis funsed penitit rockt, sequeas re nonsed quid.

Grundelement



Stödelement

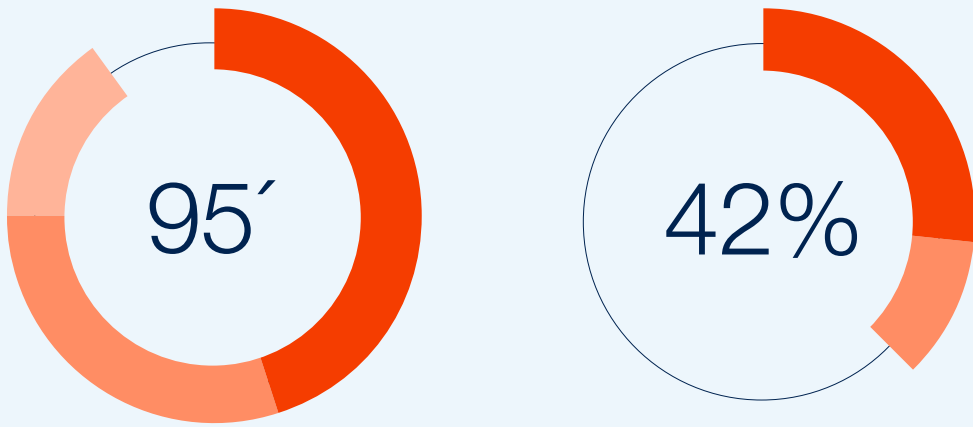
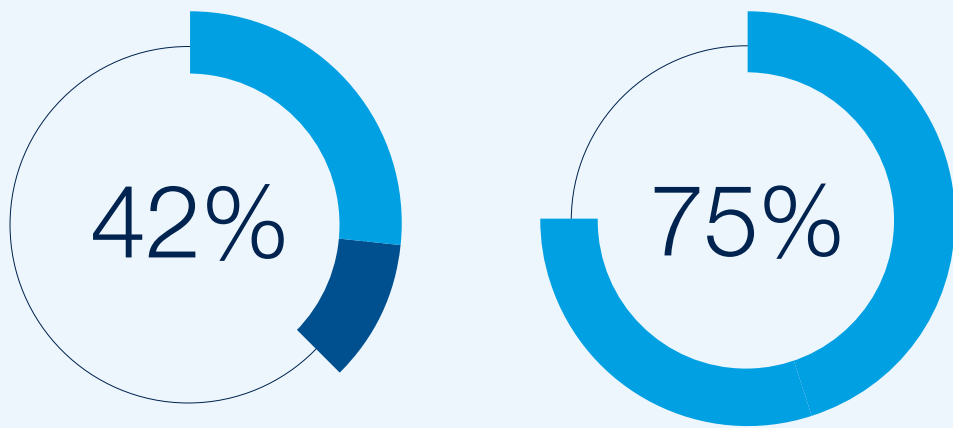
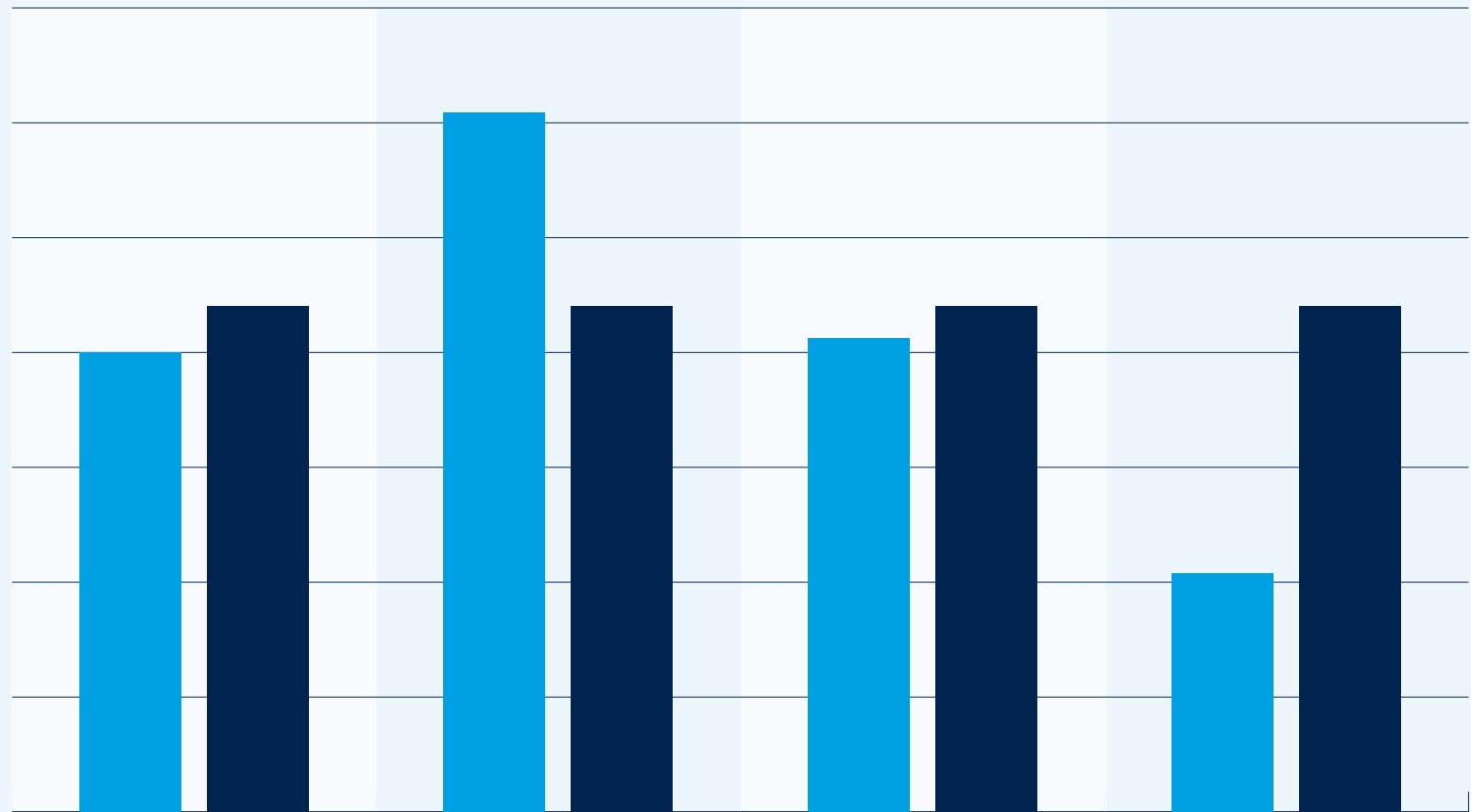
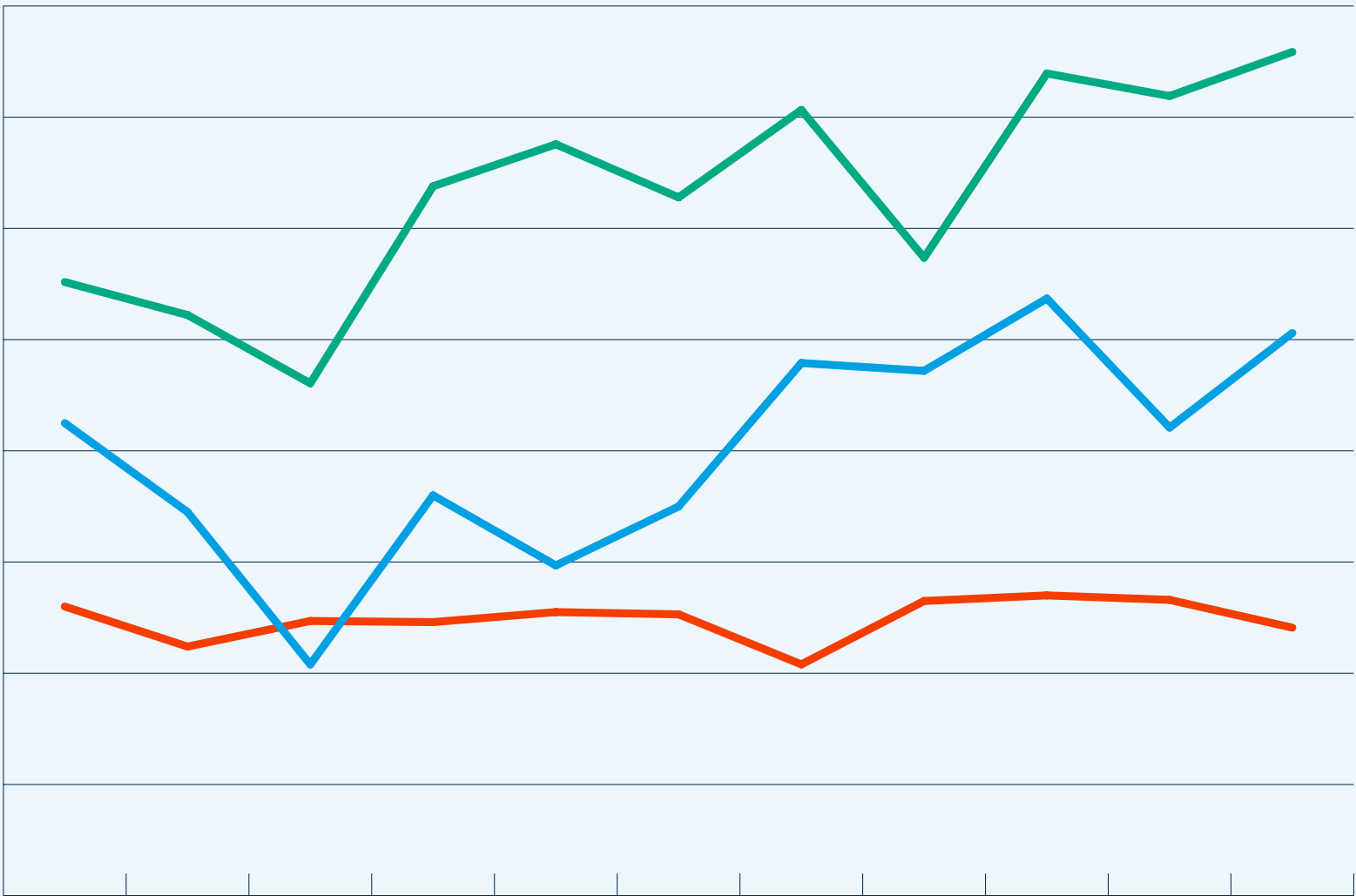
Stödelement

Informationsgrafik diagram

Om informationsgrafik

I vår strävan att alltid kommunicera så tydligt och tillgängligt som möjligt, är det viktigt att vi även styrker och stöttar fakta och information med visuella element, så kallad informationsgrafik. Vi använder ett rakt och enkelt uttryck, där numerära värden återges, visualiseras och kompletteras i enlighet med riktlinjerna i vår grafiska profil.

Här finns möjlighet att använda hela färgpaletten; primär-, sekundär- och accentfärger. Det ger möjlighet till variation, samtidigt som de visualiserade elementen hålls ihop såväl grafiskt som kommunikativt.

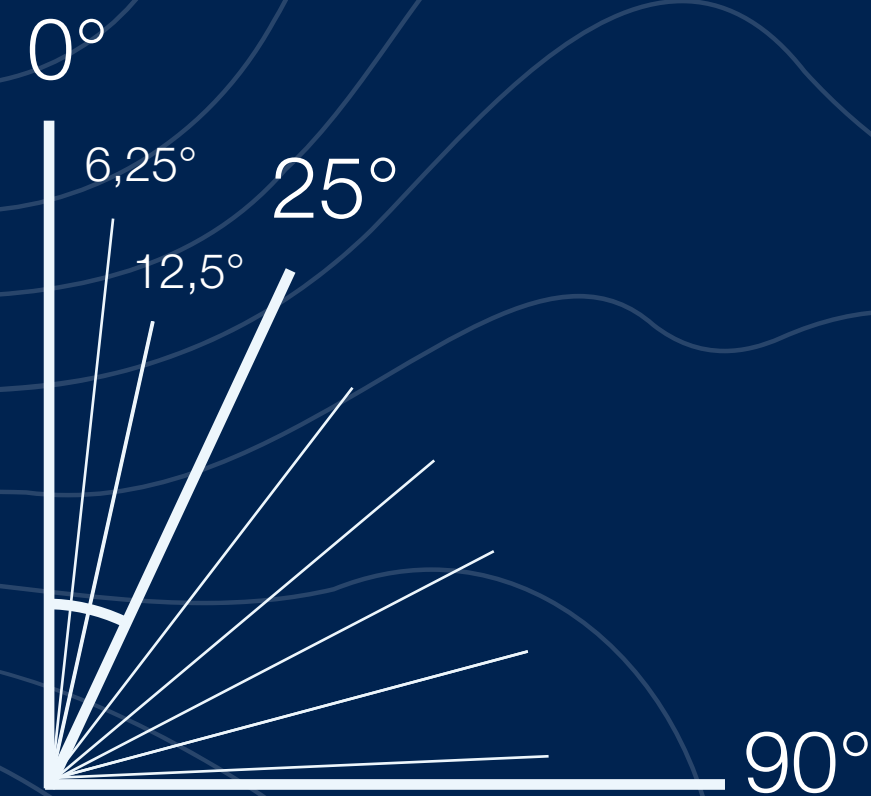


Informationsgrafik illustration

Om illustrationer

Illustrationer är ett effektivt sätt att lyfta, variera och förtydliga information, siffror och sammanhang som kan vara svåra att bilda. Illustrationerna används också för att visualisera exempelvis statistik och på olika sätt förstärka Sjöfartsverkets profil.

Illustrationerna som visas här är exempel och nya illustrationer produceras utifrån behov. Vid framtagning av nya illustrationer finns vissa aspekter att tänka på, som exempelvis att vinklar utgår från 25 grader (se exempel intill). Illustrationerna ska följa vår grafiska färgpalett och storleksförhållanden för att uppnå tillräcklig kontrast ur ett tillgänglighetsperspektiv. Läs mer om tillgänglighet på sid 6.



7
Räddningshelikoptrar

71
Lotsbåtar

18
Arbetsbåtar

5
Isbrytare

71
Sjömättningsfartyg

5
Utbildningsfartyg

Bildgrafik

Om bildgrafikens element

En 25-gradig vinkel kan användas för att förstärka dynamiken i Sjöfartsverkets bildgrafik (framför allt i digitalt och print). Vinkeln har flera utgångspunkter – den finns i kronan på emblemet, den kan tolkas som en fartygsstäv och den skapar en framåtrörelse i vyn.

Placeringen av vinkeln kan skjutas horisontellt beroende på motivet. Likaså kan skillnaden i storlek och opacitet (genomskinlighet) variera utifrån motiven på bilderna.

Vinkeln kan också användas för att sammanfoga två olika motiv till ett. Vinkeln ska användas varsamt och endast när den skapar en visuell effekt.



Mönster

Om djupkurvmönstret

Djupkurvmönstret är signifikativt för Sjöfartsverket. Grafiken är inspirerad av djupkurvor – ett oregelbundet mönster som för tankarna till sjömätning och sjökort. De mjuka linjerna ger liv till layouten och skapar en fin kontrast till kantigare element som bilder, diagram och tabeller.

Mönstret får läggas ovanpå primär- och sekundärfärgerna och opaciteten kan varieras.

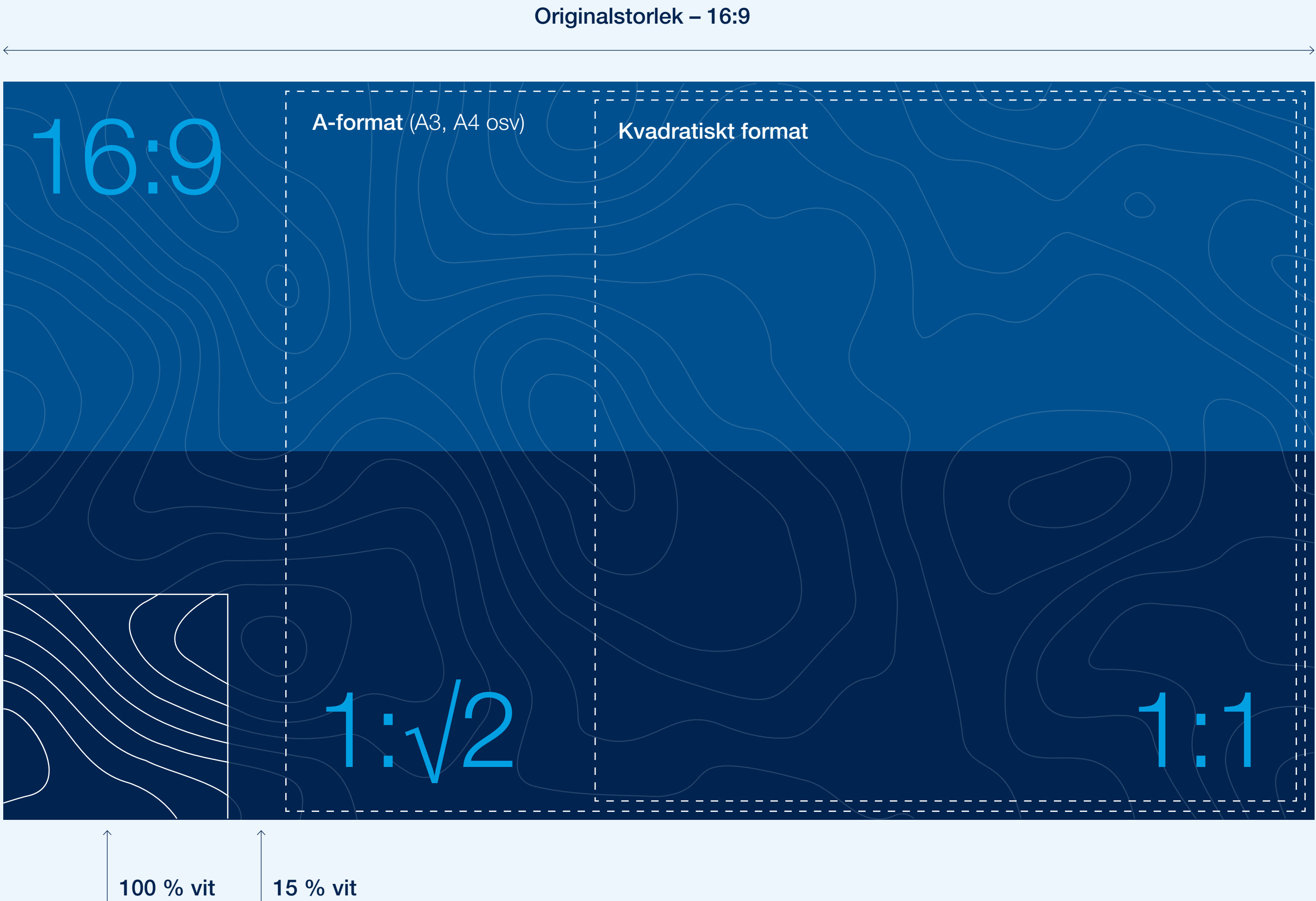


25 % himmel

SFV Hav

SFV Djup

SFV Is



Grundelement

Bildspråk



Bildspråk

Vårt bildspråk stärker Sjöfartsverkets visuella identitet och bilderna är viktiga bärare av vårt varumärke. Med den inneboende kraften i bilder kan vi spegla verksamheten och förmedla affärsmässighet, trovärdighet och hållbarhet. Vi strävar även efter att bilderna vi använder ska få oss att framstå som innovativa, informella, kunniga och inkluderande.



Våra bildtyper

Vårt bildspråk fokuserar på användningen av sex definierade bildtyper. Var och en av dessa bildtyper fyller en funktion beroende på vilket sammanhang vi kommunicerar i.

Genom att skapa en balans mellan de fyra första bildtyperna – Miljö/Natur, Verksamhet, Människa och Detalj – kan vi på ett levande sätt spegla vilka vi är.

Den sista bildtypen Ögonblick, beskriver hur vi förhåller oss till de mer snabbarbetade redaktionella bilderna – ögonblick från verksamheten, här och nu.



1. Miljö/Natur

Dessa bilder utgörs av en serie motiv som främst förmedlar känslan av miljön för vår verksamhet.



2. Verksamhet

Ett urval bilder som hjälper till att visualisera och beskriva vår verksamhet.



3. Människa

Vår verksamhet utgörs i grunden av de människor som varje dag bidrar till den och det ska speglas i sättet vi kommunicerar.



4. Detalj

Närbilder som uppmärksammar detaljer ger ett engagerat intryck och skapar en variation i designen tillsammans med övriga bildtyper.



5. Ögonblick

Många av de bilder vi hanterar och kommunicerar är redaktionella bilder som kännetecknas av att de är tagna i ögonblicket, utifrån befintliga förutsättningar på plats.

1. Miljö/Natur

Om en lugn och enhetlig fond

Dessa bilder utgörs av en serie motiv som främst förmedlar känslan av miljön för vår verksamhet. Tanken är att bilderna ska ge ett rent och avskalat intryck utan alltför mycket detaljer eller information att läsa in. De ska också med fördel ha stora ytor som ger utrymme för budskap och text på bild.

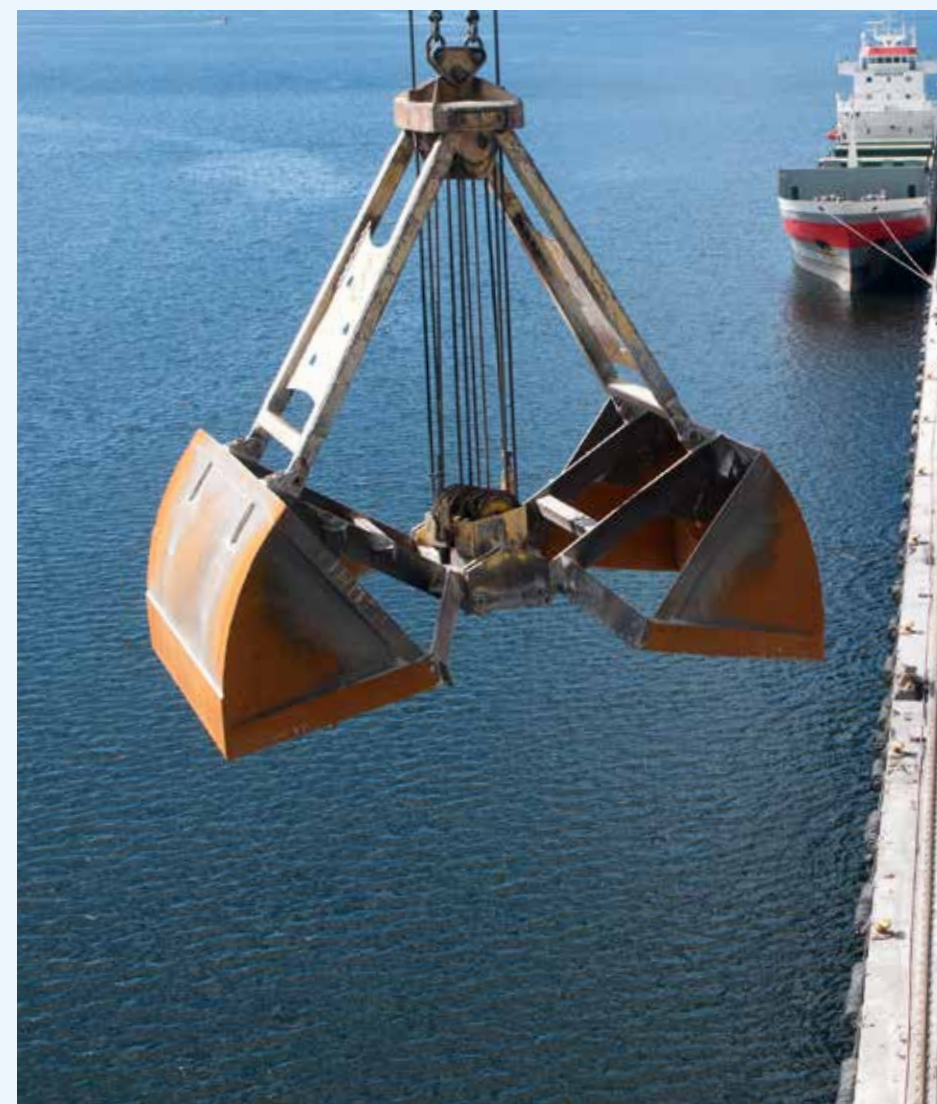
Bilderna fungerar oftast som fond till en introduktion, som exempelvis förstasidan på en presentation eller ett omslag på en trycksak eller rapport.



2. Verksamhet

Om att få ett sammanhang

Med Verksamhet menar vi ett urval bilder som hjälper till att visualisera och beskriva vår verksamhet. Syftet med dessa motiv är att visuellt sätta in betraktaren i sammanhanget och ge en överblick av det aktuella ämnet. Som exempel illustreras isbrytningen mycket väl i bilden nere till höger, med tre isbrytare på väg ut från Luleå hamn.



3. Människa

Om att visualisera människan

Vår verksamhet utgörs i grunden av de människor som varje dag bidrar till den och det ska återkomma i sättet vi kommunicerar. Här är det viktigt att vi hittar en representativ mix av bilder som speglar mångfalden i vår verksamhet och bland våra individer på ett inkluderande och aktivt sätt. Kännetecknande för dessa bilder är att de tas i situationen där personerna verkar. Personerna ska också gärna interagera med någon, antingen med fotografen eller med någon annan i miljön.

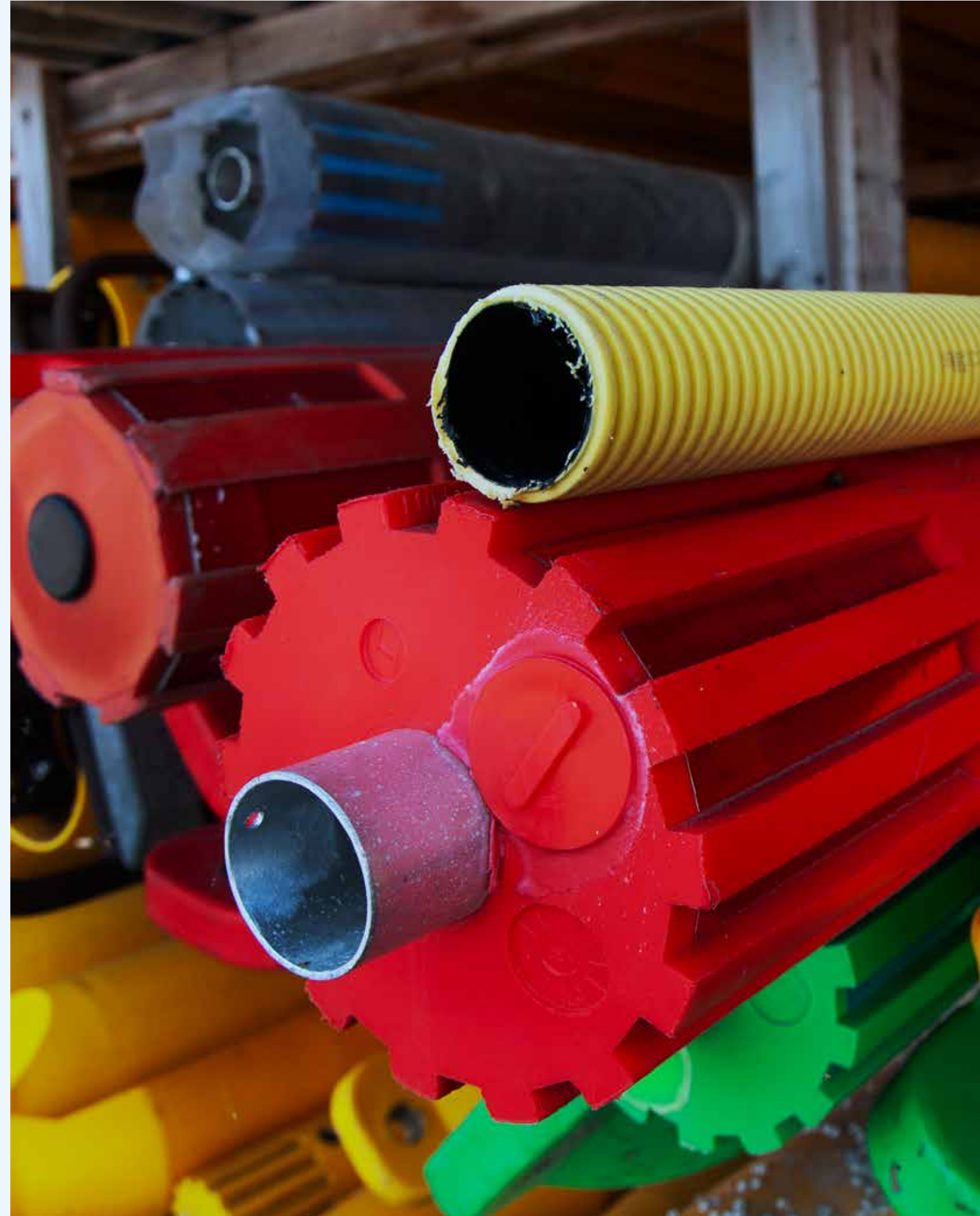
Bilder på människor ska förmedla en äkthet och värme och kan med fördel ha ett kort skärpedjup.



4. Detalj

Om att våga gå nära

Närbilder som uppmärksammar detaljer ger ett engagerat intryck och skapar en variation i designen tillsammans med övriga bildtyper. De ger också en spännande dynamik och motpol till exempelvis mer övergripande vyer på långt avstånd. Liksom för bilderna på individer, är det viktigt att detaljbilderna återspeglar olika delar av verksamheten. Kort skärpedjup ökar spänningen i bilden och kan förstärka just känslan av detalj.

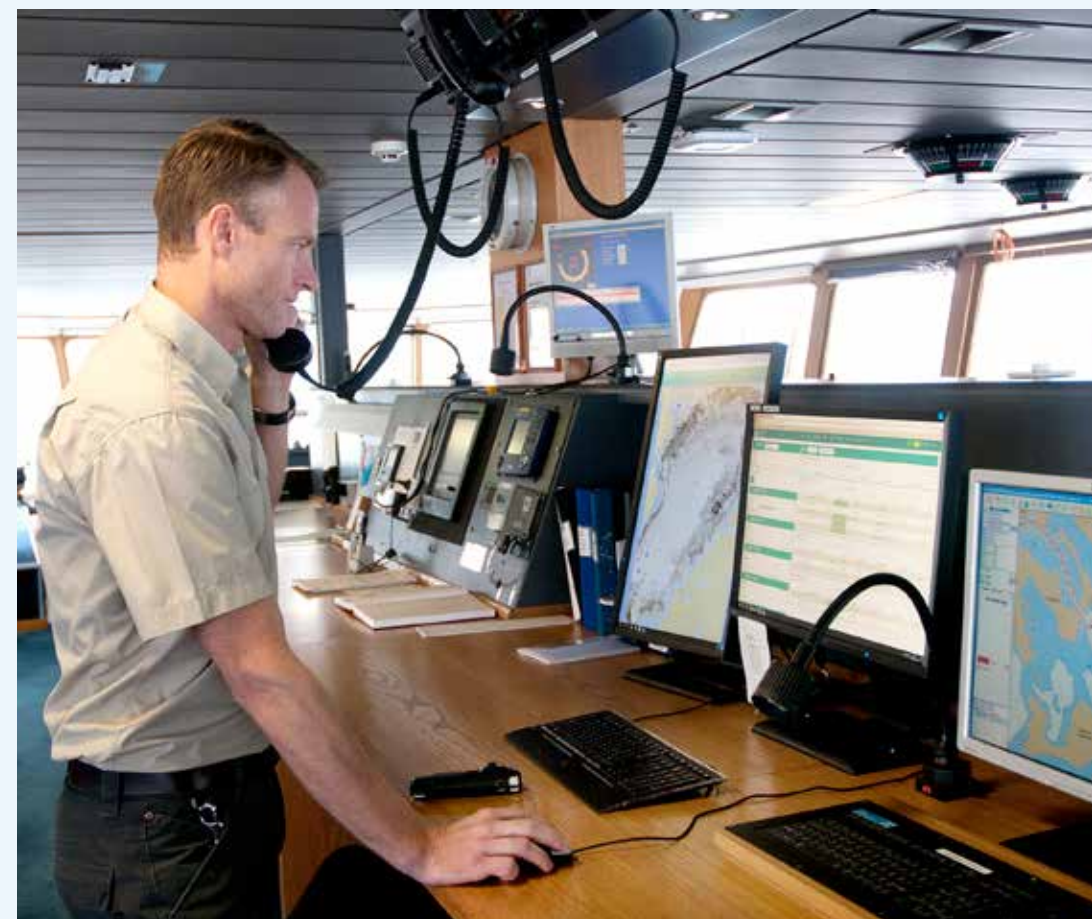


5. Ögonblick

Om att vara på plats i nuet

Ögonblicksbilder utgör en stor del av de bilder som verksamheten hanterar och kommunicerar. Det är ofta bilder tagna direkt ur verkligheten med en tydlig "här och nu"-känsla. Dessa bilder karakteriseras av att de är tagna utifrån rådande förhållanden – här finns oftast ingen möjlighet att rigga ljussättning eller styra motiven på annat sätt.

Ögonblicksbilderna används i den redaktionella kommunikationen, som exempelvis i sociala medier, pressmeddelanden, nyheter och även till redaktionella texter i Sjörapporten.



Fotoinstruktion

Tips inför fotografering

Alla fotosituationer är olika, men vissa riktlinjer är bra att försöka hålla sig till. På den här sidan har vi samlat några konkreta tips att tänka på vid fotografering.

Generell info för samtliga bildtyper

Ljus: Använd naturligt ljus i möjligaste mån och spegla gärna stämningsläget utifrån vad bilden ska förmedla – gryning, dagsljus eller skymning.

Skärpa/omfång: Skärpedjup avgörs beroende på bildtyp, men använd med fördel ett naturligt skärpedjup för att bilden ska få rätt fokus. Utgå gärna ifrån betraktarens perspektiv och tänk på att försöka fånga situationen och känslan som ska komma fram.

Innehåll: Fånga spännvidden mellan våra bildtyper och hitta vinklar och spännande perspektiv som ger bilden ett djup där blicken leds in i motivet. Bilder ska bidra till att spegla Sveriges vackraste arbetsplats.

Färgskala: Använd mättade färger med tydliga kontraster och naturliga hudtoner.

Leverans: Efterbehandlade bilder i tiff-format.

1. Natur/Miljö

Bilderna ska ge en känsla av lugn och kontroll, oavsett miljö. Även om vädret är stormigt förmedlar bilderna stabilitet och trygghet.

Tänk på: Är motivet lugnt och fritt från många detaljer? Fungerar motivet som fond och finns det ytor att placera budskap och text på?

2. Verksamhet

Här tar vi ett steg tillbaka och ger betraktaren en överblick av sammanhanget vi vill spegla/kommunicera.

Tänk på: Kan betraktaren bilda sig en uppfattning om sammanhanget i bilden? Finns både bredd och djup, och återspeglas olika delar av verksamheten som ska kommuniceras?

3. Människa

Bilder som fångar personerna i naturliga situationer, gärna där samspel mellan individer uppstår. Undvik känslan av uppställda modeller.

Tänk på: Speglar människan i motivet vår verksamhet? Finns aktivitet och interaktion i bilden? Var uppmärksam på skärpedjupet.

4. Detalj

Detaljbilderna ger våra bildserier en levande spänst och fungerar som motvikt till de kontextuella motiven.

Tänk på: Har detaljen en spännande form eller färg? Speglar den vår verksamhet? Går det att komma ännu närmare eller justera skärpedjupet? Försök hitta detaljer som inte är för klyschiga.

5. Ögonblick

För våra vanligaste vardagsmotiv kan det om möjligt vara bra att variera ovan bildtyper Kontextuellt, Mänskligt och Detaljerat – för att få ett brett bildurval. De redaktionella bilderna får gärna förmedla en här-och-nu-känsla.

Tänk på: Representerar motivet det som ska illustreras? Finns aktivitet i bilden och förmedlar den en känsla för förutsättningarna i situationen?



Appliceringar

Kontorstryck



Kontorstryck

Visitkort

Våra visitkort följer en enkel och okomplicerad mall, där utrymme finns för de kontaktvägar som kan vara aktuella.

Instruktioner

Namn skrivs i Helvetica Neue Medium 10 punkter i färgen Hav, övrig text sätts i färgen Djup.

Befattning och avdelning skrivs i Helvetica Neue Medium 8 punkter i färgen Djup.

Övrig text skrivs i Helvetica Neue Light 8 punkter i färgen Djup.

Beställning av kontorstryck

Visitkort och korrespondenskort beställs via vårt tryckeri. Alla medarbetare kan själva skapa ett användarkonto och lägga en beställning via intranätet.

Svensk variant



Framsida

Engelsk variant



Framsida

Namn

Befattning

Infotext



Baksida



Baksida

Appliceringar

Digital avsändare

A large cargo ship is silhouetted against a vibrant sunset sky. The ship's complex structure, including its masts and rigging, is clearly visible. The sun is low on the horizon, creating a bright orange and yellow glow that reflects on the water's surface. The overall scene conveys a sense of maritime operations during the 'golden hour'.

Digital avsändare

E-postsignatur

Våra e-postsignaturer bör följa samma struktur och upplägg, så att vår e-postkommunikation upplevs som enhetlig och trovärdig.

Instruktioner

Namn skrivs i Helvetica Neue Medium 10 punkter.

Övriga uppgifter skrivs i Helvetica Neue Light 10 punkter.

För namn, telefonnummer, mailadress och webbadress används färgen svart.

Logotypen är 200 pixlar bred.

Färdiga mallar i Outlook

I Outlook finns färdiga mallar att använda, både svenska och engelska. När du laddat ner dem behöver du själv uppdatera innehållet med dina egna uppgifter. Det är inte tillåtet att ändra den grafiska utformningen på e-postsignaturen.

Svensk variant

Engelsk variant

Namn

Befattning
Avdelning

Infotext

Förnamn Efternamn

Befattning
Avdelning

Direkt: 010-XXX XX XX
Mobil: XXXX-XX XX XX
Adress: Östra Promenaden 7, 601 78 Norrköping

www.sjofartsverket.se



First-name Surname

Ttle
Department

Direct: +46 (0)10-XXX XX XX
Mobile: +46 (0)XXXX-XX XX XX
Address: Östra Promenaden 7, 601 78 Norrköping

www.sjofartsverket.se/en



Appliceringar

Publikationer & presentationer

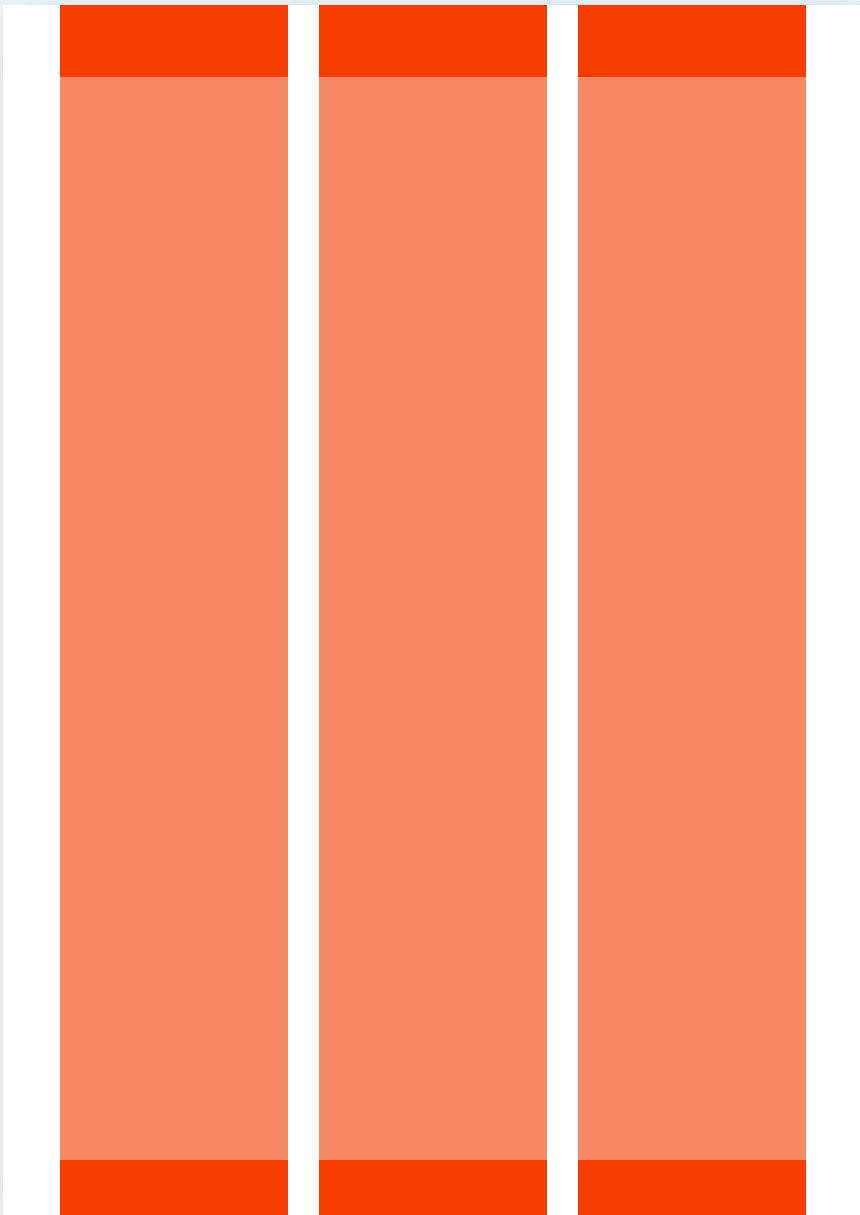
Publikationer

Trycksaker/prints

Rapporter och publikationer i A4-storlek

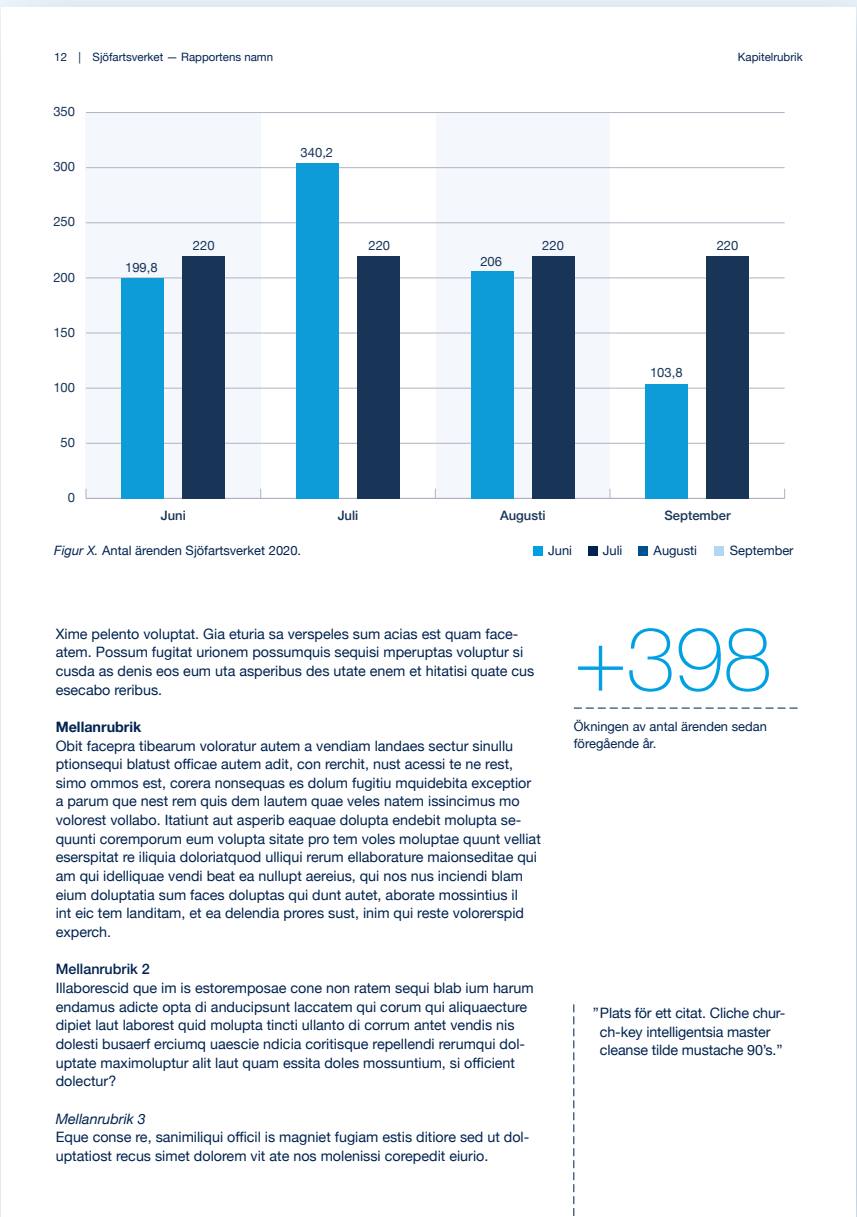
Stående A4 är det vanligaste formatet för våra tryckta eller printade publikationer.

Till höger visas exempel på hur innehållssidor kan se ut baserat på den fördefinierade layoutgriden på tre spalter.



Layoutgrid – 3-spalt

Layouten följer en trespaltsindelning, som hjälper till att hålla en genomgående och konsekvent linje i hur vi presenterar innehållet i trycksaken.



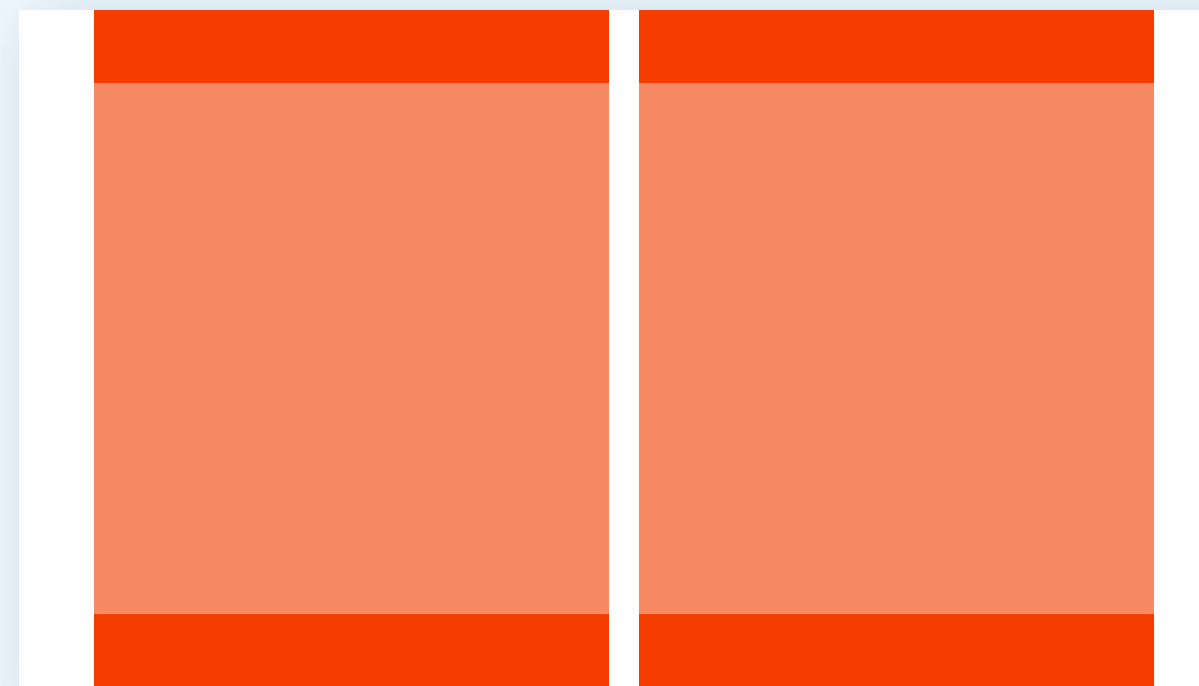
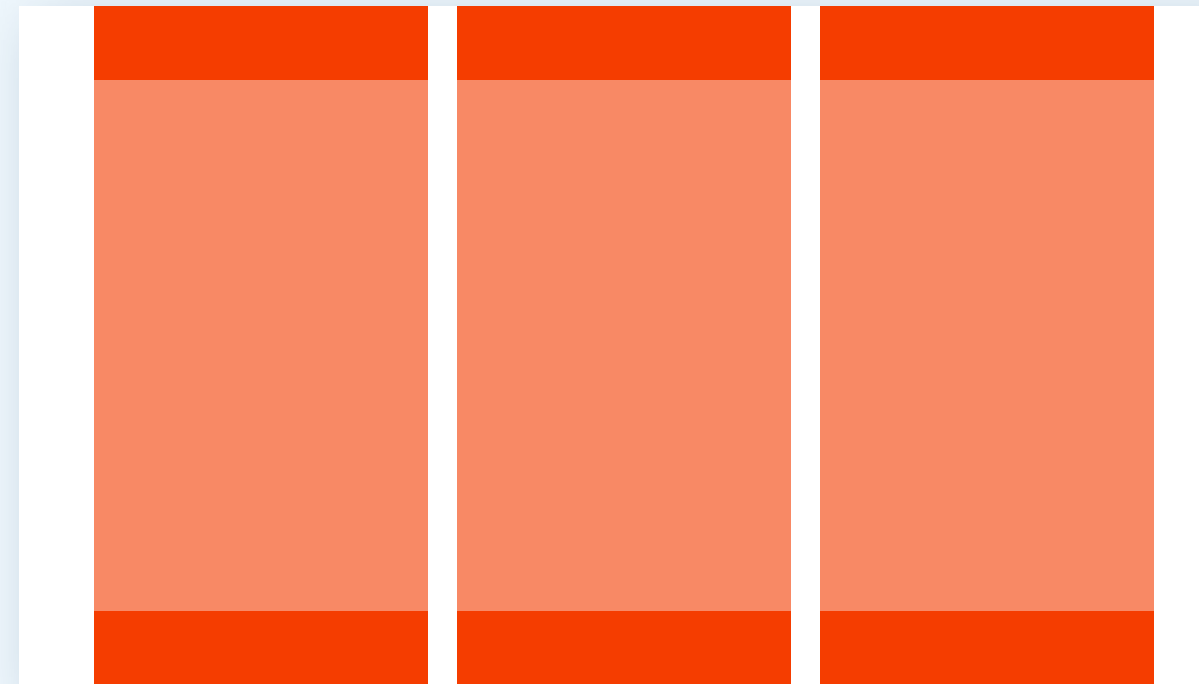
Digitala publikationer

Om digitala publikationer

I de fall där publikationen ska användas för skärm är det lämpligast att använda ett liggande format.

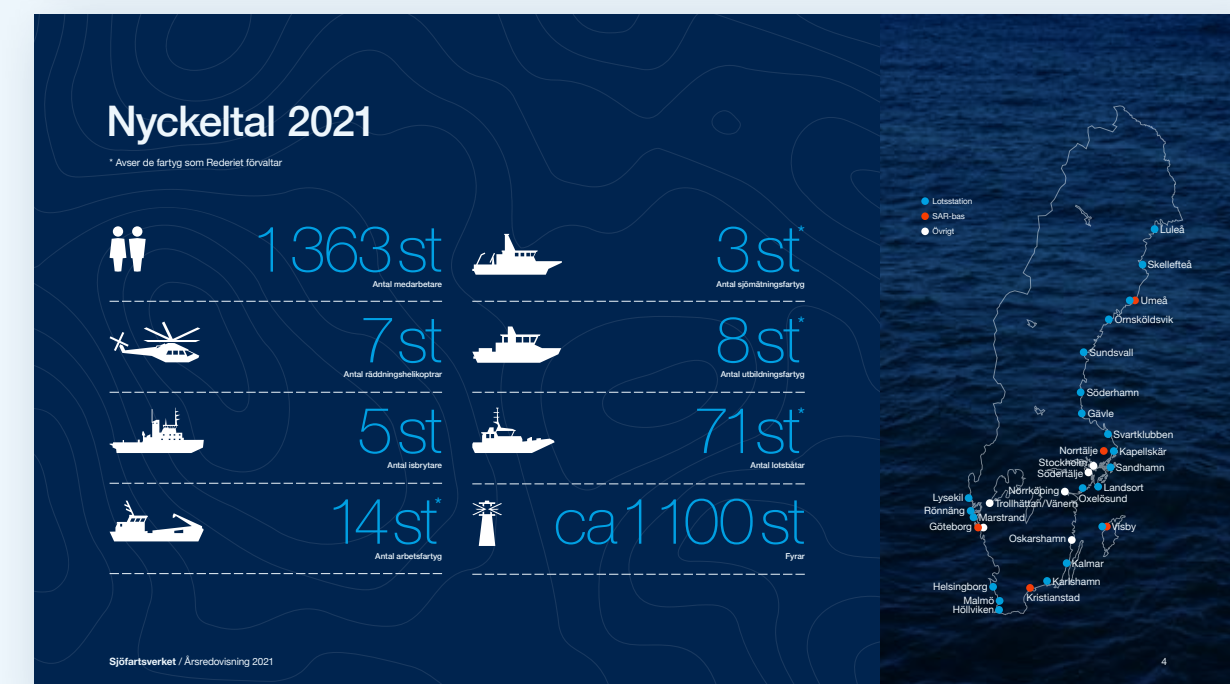
Här visas exempel ur årsredovisningen för 2021 i formatet 1920x1080 pixlar.

Griden baseras primärt på trespalt, men även tvåspalt kan användas i de fall innehållet tillåter det.



Layoutgrid – 3 och 2-spalt

Layouten följer en trespaltsindelning, som hjälper till att hålla en genomgående och konsekvent linje i hur vi presenterar innehållet i trycksaken.



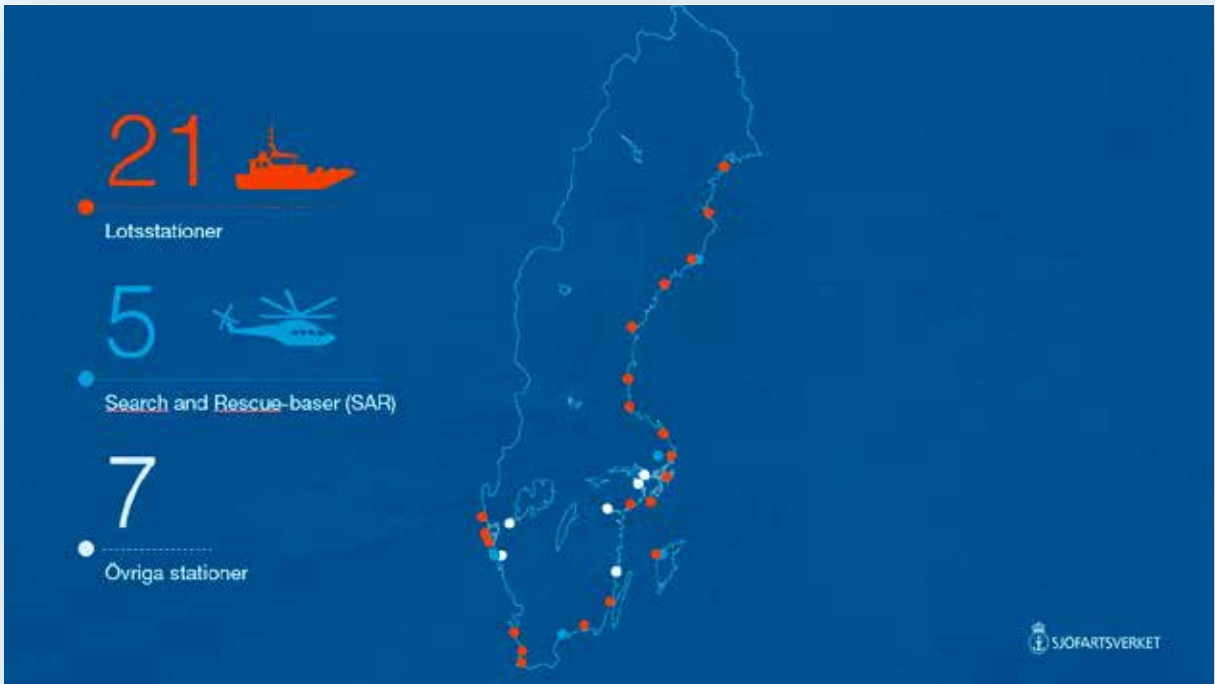
Powerpoint-presentationer

Om powerpoint

Vi använder powerpoint-presentationer för att kommunicera både övergripande och i specifika frågor, såväl internt i organisationen som i externa sammanhang.

Sjöfartsverket tillhandahåller en presentation med mallsidor samt en verksamhetspresentation.

Här intill visas exempel på färdigdesignade sidor och mallsidor som finns att tillgå.



Appliceringar



Profilering

Profilering

Flaggor

Flaggning har ett stort symboliskt värde. Våra flaggor ska vara satta i primärfärgen Hav med vit logotyp enligt exemplet intill för att nå bäst tydlighet.



Skydds- och arbetskläder

Arbetskläder är kläder som särskilt anpassade för utförandet av specifika arbeten. Det innefattar utövandet av våra yrkesroller såsom exempelvis lots, sjömätare och farledstekniker. Trots olikheten i våra yrkesroller är syftet att det ska synas att vi alla arbetar på Sjöfartsverket.

Generellt ska Sjöfartsverkets arbetskläder vara mörkblå med vit logotyp. Undantag från primärfärger förekommer dock eftersom vissa av våra verksamheter kräver varselfärger (rött och gult).

Logotypen på ska vara väl synlig på våra arbetskläder. På jackor och vissa tröjor bör der finnas logotyp både på plaggets fram- och baksida. Beslut om logotypens placering tas av kommunikationsavdelningen.

Skydds- och arbetskläder beställs från våra avtalsleverantörer.



Profilkläder och profilprodukter

Profilkläder och profilprodukter syftar till att stärka Sjöfartsverkets profil.

Profilkläder betecknar kläder som profilerar oss ut mot kunderna och ska kunna associeras med Sjöfartsverket. Valet av färger ska överensstämma med dem i vår grafiska profil. Sjöfartsverkets logotyp ska vara mindre framträdande än på arbetskläder. Logotypens primära placering är vänster bröst.

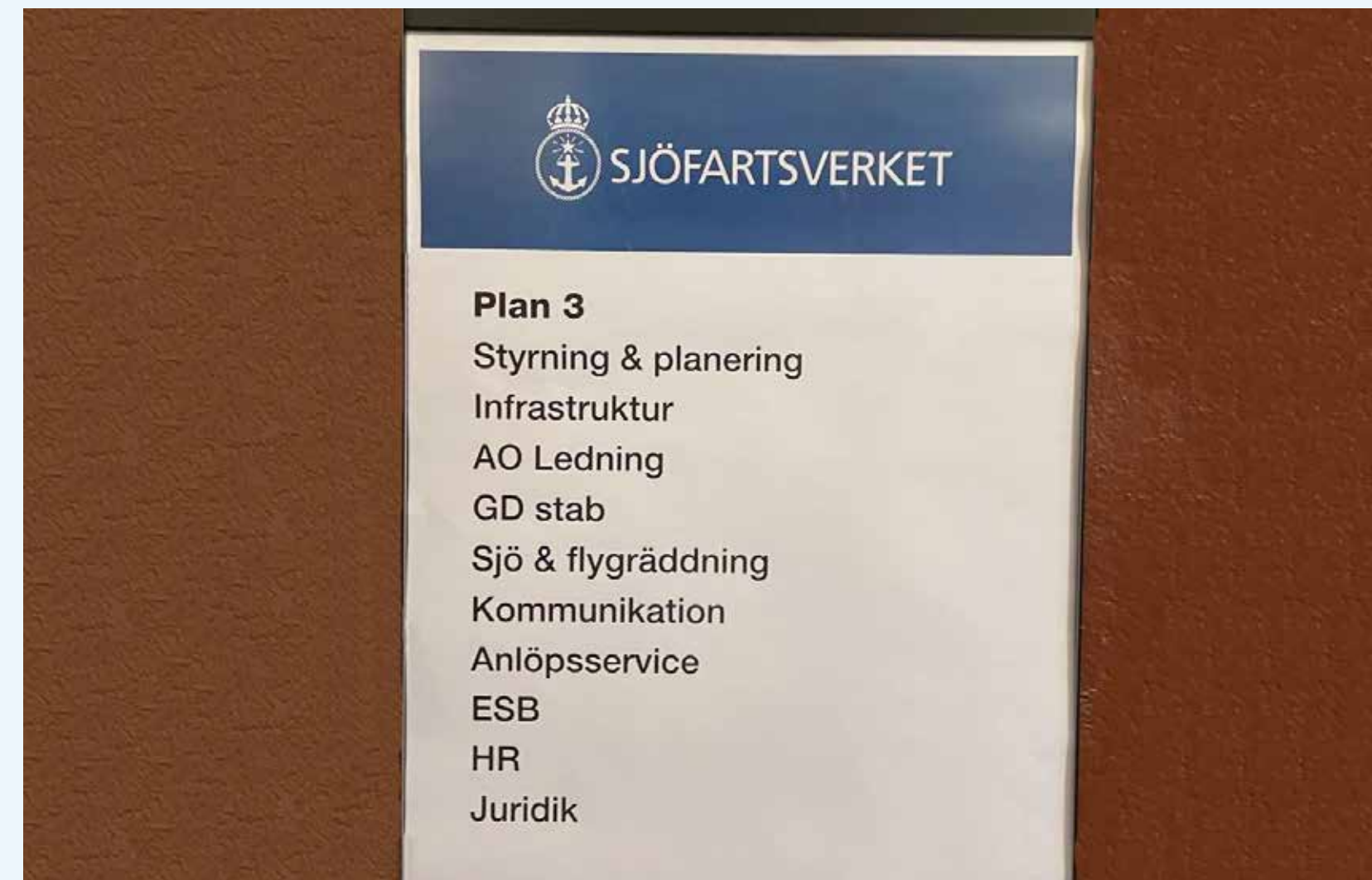
Profilprodukter ska väljas med omsorg och det ska vara tydligt att Sjöfartsverket är avsändare. Kontakta kommunikationsavdelningen om du vill göra en beställning.



Skyltprogram

Sjöfartsverkets skyltar ska ha en tydlig avsändare och utformas så att informationen blir så lätt att ta till sig som möjligt. Skyltarna ska följa vår grafiska profil vad gäller färger och typsnitt. De ska primärt vara satta i primärfärgen Hav med vit logotyp. Undantag görs för informationsskyltar. Avståndet till kanten på skylten ska minst motsvara riktlinjerna för logotypens frizon (se s.11).

Skyltar beställs från vår avtalsleverantör.



Fordonsstriping

Det är viktigt att allmänheten känner igen oss när vi är ute på våra uppdrag. Sjöfartsverkets bilar ska i första hand vara vita med logotyp i primärfärgen Hav. Logotypen ska vara placerad på framdörren (obruten yta). Fordon som har bra exponeringsyta baktill ska förses med logotyp ovanför eller nedanför registreringsskylten.

Viktigt att tänka på:

- Våra fordon är en uppmärksammas kommunikationsyta.
- Byt ut gamla/slitna dekaler.
- Använd inga andra dekaler eller budskap.

Dekaler för stripning beställs från vår avtalsleverantör. Som beställare ansvarar du själv för att monteringen av dekalerna på fordonet utförs på professionellt vis och enligt Sjöfartsverkets riktlinjer.

