

**HELA  
SVERIGE.**

*Hela Sverige  
ska leva!*

**HELA SVERIGE**

**VÅR GRAFISKA PROFIL  
PÅ FEM MINUTER.**

**[ DECEMBER 2022 ]**

## INLEDNING.

Den här handledningen är en förenklad version av Riksorganisationen Hela Sverige ska levas grafiska profil och är främst tänkt för våra länsavdelningar och för projektledare.

Här finns instruktioner för hur vi gör och inte gör. Var logotypen placeras, vilka våra färger är, tips om hur du tar bra bilder, och förslag på enkla omslag till en årsredovisning eller rapport.

Vi har tagit fram enkla mallar för brev, rapporter och ett enkelt nyhetsbrev. De syns i slutet av handledningen och går att beställa från kansliet.

Den mer avancerade användaren som söker större valfrihet på layouten, hänvisar vi till riksorganisationens grafiska manual. Beställ den från kansliet.

### Har du frågor eller vill ha råd som den här skriften inte svarar på?

Kontakta Karin Wenström på Hela Sverige ska levas kansli.

E-post: [karin@helasverige.se](mailto:karin@helasverige.se)

---

## INNEHÅLLSFÖRTECKNING.

Inledning och presentation .....	03
Vår logotyp.....	04-05
Den nya stickerslogotypen .....	04
Typsnitt .....	06-07
Våra färger.....	08
Bilder .....	09-12
Språkbruk.....	13
Sidfot för e-post.....	13
Mallar .....	14-15

## VÅR LOGOTYP OCH STICKERSLOGOTYP.

### Utseende och storlek

Vi har utvecklat ett komplement till vår klassiska logotyp, en stickerslogotyp som vi kallar den. Det är den vi framför allt använder. Det är viktigt att stickerslogotypen inte är för liten, för då syns inte Hela Sverige ska leva-logotypen inuti den. Cirkeln bör vara minst 3,5 cm från kant till kant. Däremot kan den förstoras efter behag.

### Placering

Stickerslogotypen fungerar både som logotyp och dekoration. Därför är placeringen av den ganska fri. I enklare dokument – brev, protokoll, projektansökningar, etcetera, rekommenderar vi att den läggs längst upp till höger. Går inte det, rekommenderar vi att du lägger den längst ner i mitten.

På omslag, rapporter, powerpoints med mera, så kan logotypen placeras på andra ställen, framför allt beroende på om man har bild eller ej. Se exempel på sidan 14.

Tänk på att logotypen är en avsändare som talar om vem som står för materialet. Läger du stickerslogotypen i hörnet av en bild på ett omslag, kan det vara bra att skriva din länsavdelnings namn på samma sida, nere i botten av dokumentet.

### Vår stickerslogotyp



## Vår logotyp



I och med att stickerslogotypen ska vara minst 3,5 cm så blir den ibland för stor. Då används den rektangulära logotypen som placeras på samma sätt. Exempel på när den rektangulära logotypen passar är i projektsammanhang där flera organisationers logotyper ska synas tillsammans och varje logotyp därför inte får ta för stor plats.

## Tillsammans med andra

Här visar vi ett exempel på användande av vår rektangulära logotyp tillsammans med andra.



## Lek med färg

Exempel på hur man kan leka med färger i rubrik och stickerslogotyp.

**HELA SVERIGE**  
*Hela Sverige ska leva!*

**ANTI KORRUPTIONSPOLICY.**

Hela Sverige ska leva har en starkt utpräglat fokus på integritet och har ett stort ansvar för att bekämpa korruption inom Gemensamma politier till Hela Sverige ska leva skapa kunskap om och främja förbyggande åtgärder där misstag förebyggs. För att uppnå och stärka åtagandet gäller det att alla följer korruptionen.

**Ansvar**  
Följande gäller antititid, förtroendevård och andra åtaganden.

**Rådgivning**  
Korruption innebär negativa effekter på flera sätt. För att undvika negativ korruption är alla delar i social och ekonomisk utveckling och därför särskilt de riktiga. Politiska och demokratiska system förändras snabbt och det är viktigt att undvika undantag, missbruk och korruption och korruption. Samtidigt behövs tillgång till utveckling, demokratiska institutioner och en medveten strategi till att korruption inte ska bli ett problem.

Det är viktigt att ha en tydlig strategi för att förhindra korruption genom att stärka följande och bidra till en positiv samhällsutveckling och en effektiv förvaltning av organisationens egna resurser utifrån Hela Sverige ska leva utifrån den korruption och integritet.

Hela Sverige ska leva deltar varje år i en omfattande utbildnings- och utvärderingsprocess för att förbygga korruption och bidra till ett bättre samhälle.

**Definition**  
En förtroende relation är en förhållningssätt som Hela Sverige ska leva vill ha i sina förhållanden till korruption utgår från ett stort ansvar.

Hela korruption är ett begrepp som omfattar förtroende, misstakt och/eller position för att en offentlig utövare ska göra, en myndighet eller en grupp. Den utövaren kan tillhandahålla ekonomiska tjänster och andra tjänster, exempelvis skatt och skatt. Men korruption kan även utgå från andra tjänster som till exempel digital, exempelvis att inte använda en myndighet.

**Exempel på vad som omfattas i begreppet korruption**

- Förtroende och positioner som innebär förtroende eller positioner som innebär förtroende.
- Missbruk och beaktning av begär och/eller av annat offentlig behörighet för en tjänstutövare, i en given sig delaktig till misstakt. Det kan handla om utvärdering av offentlig behörighet i en given sig delaktig till beaktning.
- Förvärgning av en offentlig tjänstutövare som ska ge värde eller rekommendera till och som innebär ekonomisk skada för den som utövar sitt ansvar för tjänsten.
- Upprivning av en myndighet eller tjänst utöver sin befogenhet eller underlåtenhet som innebär ekonomisk eller annan skada för den som till exempel utövar sin myndighet eller tjänst.
- Stöd eller annan tjänst utöver tjänsten bland annat utöver eller utöver tjänsten för att påverka tjänsten på ett sätt som inte är till förmån för den som utövar tjänsten.

**HELA SVERIGE**  
*Hela Sverige ska leva!*

**JÄMSTÄLLDHETSSTRATEGI.**

Hela Sverige ska leva har flera bestående verksamheter som ska genomföra alla arbeten. Dessa är: Demokratiska jämställdhet, samhälle och kulturarbeten.

Den utgångspunkt som ligger till grund för jämställdhet är att alla, oavsett kön eller könstillhörighet, ska ha samma möjligheter, utmaningar och möjligheter på alla nivåer och inom alla verksamheter.

**Mål**  
Den här planen ska utvärderas för alla, oavsett kön eller könstillhörighet, och ska på alla nivåer i verksamheten. Den ska utvärderas och presenteras på ett lösningsorienterat och utvärderande sätt. Alla verksamheter ska utvärderas och presenteras på ett lösningsorienterat sätt. Detta innebär att alla verksamheter ska utvärderas och presenteras på ett lösningsorienterat sätt. Detta innebär att alla verksamheter ska utvärderas och presenteras på ett lösningsorienterat sätt.

**Konsekvenser och mål för jämställdhet i verksamhet och utvärdering**  
Det innebär att på alla nivåer och inom alla verksamheter ska utvärderas och presenteras på ett lösningsorienterat sätt. Detta innebär att alla verksamheter ska utvärderas och presenteras på ett lösningsorienterat sätt.

**Ansvar för jämställdhet**  
För att utvärdera och presentera på ett lösningsorienterat sätt ska utvärderas och presenteras på ett lösningsorienterat sätt. Detta innebär att alla verksamheter ska utvärderas och presenteras på ett lösningsorienterat sätt.

**Jämställdhetsstrategi**  
Jämställdhetsstrategi innebär att utvärdera och presentera på ett lösningsorienterat sätt. Detta innebär att alla verksamheter ska utvärderas och presenteras på ett lösningsorienterat sätt.

**Ansvar för jämställdhet**  
För att utvärdera och presentera på ett lösningsorienterat sätt ska utvärderas och presenteras på ett lösningsorienterat sätt. Detta innebär att alla verksamheter ska utvärderas och presenteras på ett lösningsorienterat sätt.

**Rådgivning**  
Hela Sverige ska leva har flera bestående verksamheter som ska genomföra alla arbeten. Dessa är: Demokratiska jämställdhet, samhälle och kulturarbeten. Detta innebär att alla verksamheter ska utvärderas och presenteras på ett lösningsorienterat sätt.

**Liten formatguide**  
Ni har fått logotypen i flera olika format och här följer en snabbguide:

- .ai** – ett vektoriserat tryckformat. Används vid tryck.
- .pdf** – ett vektoriserat tryckformat. Används vid tryck.
- .png** – används på hemsidor, i officepaketet, Open office eller motsvarande. Kan användas på färgad bakgrund.
- .jpeg** – används på hemsidor, i officepaketet, Open office eller motsvarande.

## VÅRA TYPSNITT.

I vår nya grafiska profil har vi två olika uppsättningar typsnitt. Våra *designtypsnitt* och våra *vardagstypsnitt*.

Våra *designtypsnitt* ger oss vår identitet och skapar igenkänning. De är **BEBAS NEUE** som vi använder i huvudrubriker, **Oswald** för mindre rubriker och bildtexter, samt Garamond som vi använder i brödtext, alltså löpande text. Vi rekommenderar storleken 11 punkter i brödtexter.

Bebas Neue är ett kraftfullt typsnitt som behöver vara i minst 18 punkter (rubriken ovan är 22 punkter). Är rubriken mindre, använder du antingen Oswald eller Garamond.

Bebas Neue och Oswald finns inte i alla datorer. Har inte mottagaren av ditt dokument dessa typsnitt, så ersätts de av typsnitt som väljs av mottagarens dator och det kan se konstigt ut.

Vi uppmuntrar alla till att använda våra designtypsnitt. Men de kräver att du sparar ditt dokument i PDF innan du skickar det. Då kommer det fram till mottagaren i oförändrat skick.

Våra *vardagstypsnitt* finns i de flesta datorer. Även här använder vi Garamond för brödtexten. I huvudrubrikerna använder vi **Calibri Bold**, i de mindre rubrikerna antingen Calibri Bold eller Garamond.

I slutet av handledningen presenterar vi ett antal mallar vi gjort, för att underlätta arbetet. De finns i både design- och vardagsversion.

- 
- ▶ **TÄNK PÅ ATT** vi alltid sätter punkt efter rubrik. Det är en del av vår identitet.
  - ▶ **TÄNK PÅ ATT** våra huvudrubriktypsnitt gör sig mycket bra i någon av våra färger.
- 

Vill du ha våra designtypsnitt, mejla Karin Wenström på kansliet, [karin@helasverige.se](mailto:karin@helasverige.se). Typsnitten är enkla att installera.

Minst 18 punkter. Är rubriken mindre, använder du antingen Oswald eller Garamond.

Vi sätter punkt efter huvudrubrik.

Använd gärna någon av våra färger.

RUBRIK | BEBAS NEUE |

# LOREM IPSUM EST AN MUNDIAL.

Kan användas som rubrik, då mindre än 18 punkter, samt som ingress.

MELLANRUBRIKER & INGRESSER | Oswald Medium |

**Sed elementum tincidunt ex, sit amet mattis sem mollis nec. Praesent sed rhoncus nisl. Nullam quis dapibus ante. Donec egestas rhoncus.**

MELLANRUBRIKER & INGRESSER | Garamond Bold |

**Sed elementum tincidunt ex, sit amet mattis sem mollis nec. Praesent sed rhoncus nisl. Nullam quis dapibus ante.**

Vi rekommenderar storlek 11 punkter i brödtexter.

BRÖDTEXT | Garamond |

Sed elementum tincidunt ex, sit amet mattis sem mollis nec. Praesent sed rhoncus nisl. Nullam quis dapibus ante. Donec egestas rhoncus erat vel hendrerit.

Vi rekommenderar storlek 9 punkter i bildtexter.

BILDTEXTER | Oswald Light |

Sed elementum tincidunt ex, sit amet mattis sem mollis nec. Praesent sed rhoncus nisl. Nullam quis dapibus ante. Donec egestas rhoncus.

Vardagstypsnitt för rubriker.

Vi sätter punkt efter huvudrubrik.

Använd gärna någon av våra färger.

RUBRIKER | Vardagstypsnitt | Calibri Bold |

# LOREM IPSUM EST AN MUNDIAL.

Kan användas som rubrik och som ingress.

MELLANRUBRIKER & INGRESSER | Vardagstypsnitt | Garamond Bold |

**Sed elementum tincidunt ex, sit amet mattis sem mollis nec. Praesent sed rhoncus nisl. Nullam quis dapibus ante.**

Vi rekommenderar storlek 11 punkter i brödtexter.

BRÖDTEXT | Vardagstypsnitt | Garamond |

Sed elementum tincidunt ex, sit amet mattis sem mollis nec. Praesent sed rhoncus nisl. Nullam quis dapibus ante. Donec egestas rhoncus erat vel hendrerit.

## VÅRA FÄRGER.

Våra fem färger är inspirerade av färger på svenska husväggar. Det är bara att blanda och ge. Använd dem exempelvis för att färgsätta rubriker. Men vi rekommenderar inte fler än två färger åt gången i samma publikation, för då blir det lätt rörigt. Se sidan 5 för exempel.

### Färgsystem

**RGB**, Red Green Blue, är ett färgsystem som främst används på webben.

**PMS**, Pantone Matching System, är ett färgsystem där varje färgnyans har ett eget nummer.

Du använder pms-systemet när du bara ska ha en enda färg i din trycksak.

**CMYK** står för cyan, magenta, yellow och svart (Key colour). Det är färgerna som ingår i fyrfärgstryck. Används vid tryckning.

<b>RÖD</b> CMYK   25   90   90   25	<b>GUL</b> CMYK   00   25   70   05	<b>BLÅ</b> CMYK   55   30   30   05	<b>GRÖN</b> CMYK   60   30   80   10	<b>GRÅ</b> CMYK   05   05   05   80
Opacitet 80%	Opacitet 80%	Opacitet 80%	Opacitet 80%	Opacitet 80%
Opacitet 60%	Opacitet 60%	Opacitet 60%	Opacitet 60%	Opacitet 60%
Opacitet 40%	Opacitet 40%	Opacitet 40%	Opacitet 40%	Opacitet 40%
Opacitet 20%	Opacitet 20%	Opacitet 20%	Opacitet 20%	Opacitet 20%

**RÖD**  
RGB | R 162, G 26, B 23

**GUL**  
RGB | R 249, G 181, B 103.

**BLÅ**  
RGB | R 118, G 148, B 164

**GRÖN**  
RGB | R 115, G 117, B 48

**GRÅ**  
RGB | R 84, G 83, B 82

<b>PMS RÖD</b> PMS 484 C	<b>PMS GUL</b> PMS 2008 C	<b>PMS BLÅ</b> PMS 2178 C	<b>PMS GRÖN</b> PMS 7749 C	<b>PMS GRÅ</b> PMS 445 C
-----------------------------	------------------------------	------------------------------	-------------------------------	-----------------------------

## VÅRA BILDER.

Vi vill visa att det finns människor på landsbygden. Därför undviker vi vackra naturbilder – de finns överallt ändå. Vi vill också visa mångfalden på landsbygden. Alla är inte bönder eller har egna djur och livet på landsbygden är ju mångskiftande.

Gärna oväntade och roliga bilder. Men också bilder med skärpa och allvar. Ta en extra bild när du ändå håller på, och lek lite med kameran.

Människor på landsbygden är kreativa, roliga, står med fötterna djupt i myllan, går sin egen väg och allt möjligt annat. De är glada, jobbar hårt eller vilar sig. Visa det! Den härliga mångfald som är hela Sverige!

### Central bildbank

Vi håller på att bygga en bildbank centralt, med bilder som speglar vår identitet. Exempel finns på riksorganisationens hemsida. Dessa bilder är fria att använda och behöver ni en sådan bild för exempelvis en trycksak eller omslag, så hör ni av er till kansliet.

### Nyhetsbilder

De vanligaste bilderna kommer alltid att vara nyhetsbilder som på ett eller annat sätt beskriver och dokumenterar något som händer i rörelsen eller i organisationen. Bilder från konferenser, projektarbete och olika typer av möten mellan människor. De bilderna tar vi själva. Vi här nedan samlat några vardagsbilder/nyhetsbilder som vi hoppas kan fungera som inspiration för egna bilder.

### Inspirationsbilder

Bilden nedan visar på en bra översiktsbild som ändå är ren och avskalad. Där man ser vad det handlar om och vem som pratar. Bildskärmen i bakgrunden skapar intresse för sammanhanget.







Foto: Linn Hjort

### Kontakt och glädje

Det blir en underbar kontakt med mannen på bilden som ler så oreserverat in i kameran på bilden ovan. En härlig arbetsglädje! Stolarna i bakgrunden bidrar också till en levande, och lite underbart rörig, bild.



Foto: Karin Wenström



Foto: Anne Helgesson

### Diagonal princip

På grupp bilden ovan deltar fler än 30 personer. Gruppen är formad lite som ett V – eller spjutspets – och dels så syns alla bättre, dels blir det en oväntad form, och dels så skapas ett djup i bilden när människorna står lite diagonalt.



### Våga beskära

Visst behövs en eller annan översiktsbild från ett seminarium för att visa sammanhanget, men våga gå nära. Skär bort och visa energin och engagemanget hos den som talar.



Foto: Anne Helgesson

### Innehållsrik bild

Den här bilden innehåller mycket information. Ett gäng människor säljer hemodlade grönsaker och honung – det är Helgessons som står för honungen. Bilden är tagen på diagonalen, vilket skapar ett fint djup.



Foto: Karin Wenström



Foto: Anne Helgesson

### Säg något fånigt – skapa glädje!

Många bilder är uppställningar av människor och när den här bilden togs sa fotografen något fånigt för att alla skulle skratta. Nog blev det mer levande!

### Detaljerna gör skillnad

Konferenser kan dokumenteras via detaljerna också. Bli ett jättefint komplement till översikt bilderna.



Foto: Anne Helgesson

### Engagemang och närhet

Ytterligare en påminnelse om hur fina närbilder kan bli. Den här mannen är fokuserad och intresserad av det som berättas.





Foto: Linnea Ronström

## Barn

Kommer du ihåg sången av Olle Adolfsson som börjar ”Barn är ett folk och de bor i ett främmande land...”? De bor i fantasins land – precis som bilden antyder. Här finns en rejäl portion harmoni i bilden och en tydlig horisontlinje.

## Liten ”kom-ihåg-lista” för bra bilder

- ▶ Porträttbilder och gruppbilder blir oftast bättre i skuggan än i starkt solsken – det blir mjukare skuggor och människorna plirar inte så mycket med ögonen.
- ▶ Tänk på att inte beskära precis vid leder, till exempel halsen eller handleder eller fotleder – då kan det se avhugget ut! Hellre mitt på bröstet eller låren.
- ▶ Undvik lyktstolpar, trädgrenar och annat som sticker upp bakom huvudet på folk!
- ▶ Ta många bilder, särskilt när folk pratar, för att undvika blinkande ögon och konstiga miner.
- ▶ Om det är en planerad fotografering så skapa en trygg kontakt med den du ska fotografera. Då kommer personen att slappna av mer. Det kommer att synas!
- ▶ Kom ihåg att alltid fråga om lov innan du fotograferar en person.  
Det kommer en ny lag i maj om hantering av personuppgifter. Där ingår hantering av bilder på människor och den kommer att förändra villkoren för hur vi tar bilder på människor. Vi återkommer om det. Lagen förkortas GDPR.

## VÅRT SPRÅKBRUK.

Under lång tid har staden varit norm och det har påverkat vårt språk. Hela Sverige ska leva vill vara ett föredöme när det gäller val av ord och rensa våra texter från den urbana normen.

Kolla in vårt landsbygdslexikon på hemsidan, där vi diskuterar ord och uttryck som beskriver staden som norm och centrum och ger alternativ.

Varför skriver vi ”ut på landet” och ”in till stan”? Landsbygdslexikonet föreslår i det här fallet man skriver neutralt ”till staden” respektive ”till landet”.

Lexikonet är under utveckling och nya ord tillkommer regelbundet.

**HUR GÖR VI?**  
Kolla in vårt  
landsbygdslexikon under  
rubriken ”Vad vi gör”  
på vår hemsida.

## VÅR SIDFOT FÖR E-POST.

En snygg sidfot för e-post ger ett bra intryck. Därför rekommenderar vi att länsavdelningarna använder samma sidfot som kansliet.

Här nedan ser du hur vår sidfot ser ut. Behöver du hjälp med sidfoten kan du vända dig till kansliet.

**Namn Efternamn**

*Titel arbetet*

Riksorganisationen Hela Sverige ska leva

---

**HELA SVERIGE.**

Tfn: 000-123 45 67

Gatunamn 1

111 11 ORTENS NAMN

[namn.efternamn@helasverige.se](mailto:namn.efternamn@helasverige.se)

[www.helasverige.se](http://www.helasverige.se)

#helasverigeskaleva

(Frivilligt)

Facebook: namn

Twitter: @namn

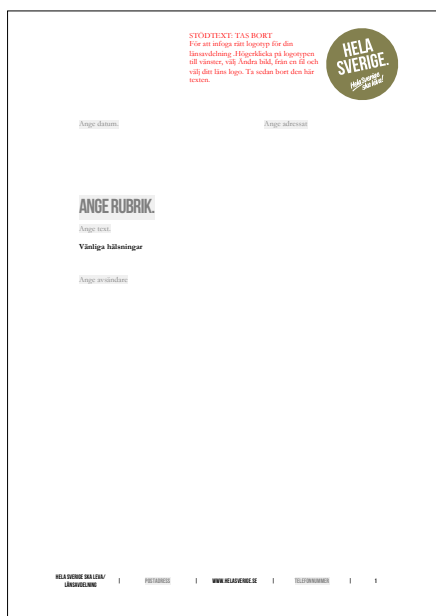
Instagram: namn

@HelaSverige

helasverigeskaleva



## VÅRA MALLAR.



### Brevmall

Du byter lätt ut den befintliga logotypen mot din egen. Finns i designtypsnitt och vardagstypsnitt.



### Nyhetsbrev

Logotypen placerad till vänster. Du byter ut texten i sidhuvudet, mot länsavdelningens namn. Finns bara med designtypsnitt.



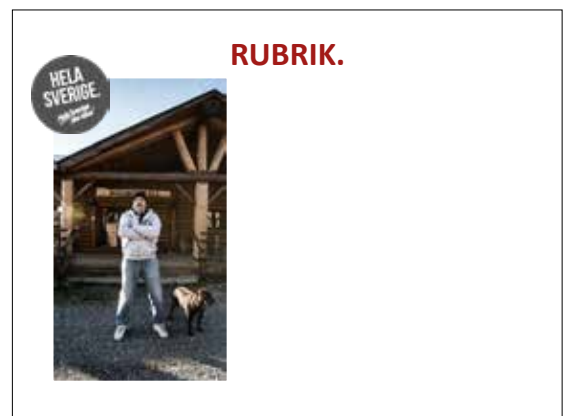
### Rapportmall med egen bild

Här lägger du in din egen bild i förutbestämt utrymme. Den befintliga loggan byts lätt ut. Mallen är flersidig och det finns en innehållsförteckning liksom textsida. Finns i designtypsnitt och vardagstypsnitt.



### Rapport med färdig bild

Den här mallen är likadan som den bredvid, förutom att det redan ligger en bild på omslaget. Bra att ha när du inte har en egen bild. Finns i designtypsnitt och vardagstypsnitt.



### Powerpointmallar

Här är exempel på hur våra powerpointsidor kan se ut. Vi använder stickerslogotypen som dekorativt element. Du kan färgsätta en rubrik och lägga en svagt färgad bakgrund.

Mallar finns att beställa på kansliet.



Hela Sverige. 1572

HELA  
SVERIGE.

*Hela Sverige  
ska leva!*

Hela Sverige ska leva  
Stortorget 7  
111 29 Stockholm  
Telefon: 010-489 13 50  
E-post: [info@helasverige.se](mailto:info@helasverige.se)

