

PURCH

Visuell kommunikation
Grafisk manual version 1.0

Grafisk manual

Regler och riktlinjer för färg och form inom digitala kanaler för Purch.
Uppdaterad: 2019-02-15. Framtagen av Direktonline.

PURCH AB
Kungsportsavenyn 37
411 36 Göteborg
+46 (0)706 - 01 91 00
info@purch.se
www.purch.se

PURCH

1.1

Logotyp: Versioner

Logotypen är vårt främsta visuella kännetecken. Den tydliggör och förstärker bilden av Purch som avsändare för den information som möter omvärlden.

Logotypen består av ett ordmärke med vårt företagsnamn som skrivs i versaler. Denna visas i tre olika kulörer, nämligen i **mörkblått** (primär), **vitt** (sekundär) och **svart** (alternativ). Använd primärt den **mörkblå** versionen på ljusa bakgrunder och den **vita** på mörka bakgrunder. Den **svarta** versionen bör endast tillämpas när det är omöjligt med färgtryck på ljus bakgrund, samt om vald bakgrund inte framhäver logotypen.

Bakgrunden för logotypen får vara uttrycksfull i form av foton, färg eller liknande, så länge kontrasten mot bakgrunden låter logotypen synas tydligt. Använd därmed de mörka versionerna mot ljusa bakgrunder och den ljusa mot mörka bakgrunder.



PURCH

PURCH

Omöjligt med färgtryck
på ljus bakgrund

PURCH

Ljus bakgrund

PURCH

Enfärgad bakgrund

PURCH

Mörk bakgrund

1.2

Logotyp: Monogram

Utöver logotypen använder vi oss även av ett monogram, bestående av ett 'P' från logotypen. Denna används exempelvis när företagsmärket ska användas i mindre skala (se sid. 9) eller när avsändaren tydligt framgår på annat vis, därmed som utsmyckning eller illustration.

Denna visas i tre olika kulörer, nämligen i **mörkblått** (1), **vitt** (2) och **svart** (3-4). Använd primärt den **mörkblå** (1) versionen på ljusa bakgrunder och den **vita** (2) på mörka bakgrunder. De **svart/vita** (3-4) versionerna bör endast tillämpas när det är omöjligt med färgtryck på ljus respektive mörk bakgrund, samt om vald bakgrund inte framhäver monogram.

Monogramet är inte bundet till logotypen, utan bör användas för sig.

(1)



(2)



(3)



(4)



1.3

Logotyp: Alternativ

För vårt benchmarkingverktyg Purchrunner använder vi oss utav följande logotyp. Denna består av vårt företagsnamn med en springande människa som tillhörande symbol (1). Symbolen (2) är det som kännetecknar verktyget och bör därför vara det som företrädesvis används i kommunikationen för Purchrunner, endast texten "Purch" (3) bör därmed inte förekomma.

(1)



(2)



(3)



1.4

Logotyp: Felaktig användning

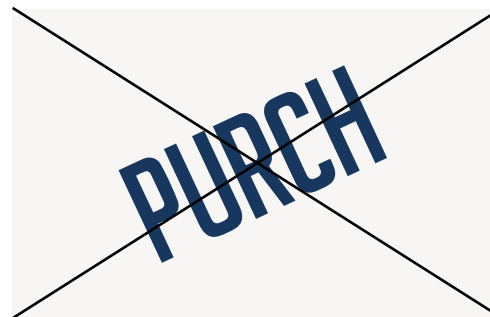
Logotypen är vår mest välkända tillgång och därför är det viktigt att den hanteras konsekvent och uppträder på samma sätt vid alla tillfällen.

Logotypen är att betrakta som en bild som inte får ändras eller förvanskas på något sätt.

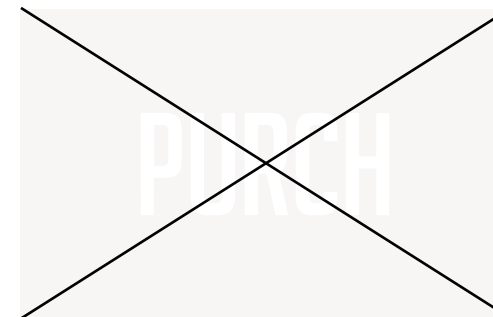
Följande exempel gäller även monogrammet och Purchrunner.



Använd ej logotyp och monogram intill varandra.



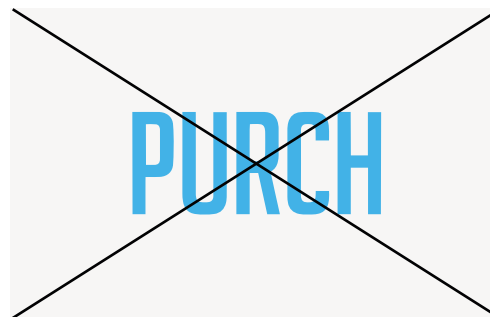
Logotypen får endast roteras horrisonellt och vertikalt, ej mer eller mindre än 90 grader.



Använda en bakgrund där logotyp ej framhävs.



Ta bort eller flytta något element i logotypen.



Ändra färg på något element utöver de primära alternativt sekundära versionerna.



Ändra proportionerna på logotypen.

1.5

Logotyp: Frizon & mått

Frizonen visar den tomma ytan det som minst bör finnas runt om logotypen. Desto större marginaler, desto tydligare framträder den. Detta är till för att stärka logotypens tydlighet och integritet, där andra objekt inte får störa.

För att logotypen ska vara läsbar finns även ett minsta möjliga mått. Logotypen ska vara minst 20 mm bred för att läsbarhetens skull. Därefter används endast monogrammet, se sid. 6.



2.1

Färgpalett: Primär

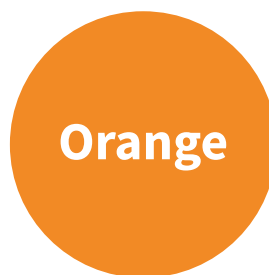
Purch arbetar grafiskt utifrån en bestämd färgskala som totalt består av fem kulörer. Dessa är framtagna för att visa värme, engagemang och transparens. **Mörkblå** är vår profilmfärg som främst bör användas i vår visuella kommunikation för att tydliggöra Purch som avsändare, då den beskriver företaget och bygger en stor del av varumärket.

Orange och **röd** är våra accentfärger och kan användas för att markera eller belysa element. Dessa bör användas med måtta, vilket innebär att kulörerna till exempel kan användas i enstaka färgplattor, i diagram eller viktiga detaljer. Använd den orangea kulören i större skala än den röda. **Gul** får endast förekomma för när fler färger krävs för att förtydliga budskap, exempelvis i diagram.

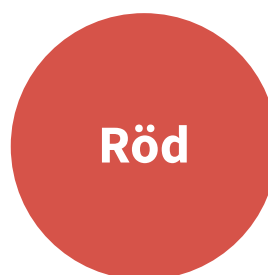
Grå och **vit** används som bas/bakgrund för att framhäva övriga kulörer.



RGB: 23, 55, 94
CMYK: 0.76, 0.41, 0.00, 0.63
HEX: #17375e



RGB: 242, 139, 36
CMYK: 0.00, 0.43, 0.85, 0.05
HEX: #f28b24



RGB: 214, 83, 74
CMYK: 0.00, 0.61, 0.65, 0.16
HEX: #d6534a



RGB: 242, 242, 242
CMYK: 0.00, 0.00, 0.00, 0.05
HEX: #f2f2f2



RGB: 251, 218, 51
CMYK: 0.00, 0.13, 0.80, 0.02
HEX: #fdba33

REKOMMENDERAD ANVÄNDNING AV KULÖRER (UPPSKATTAD SKALA):



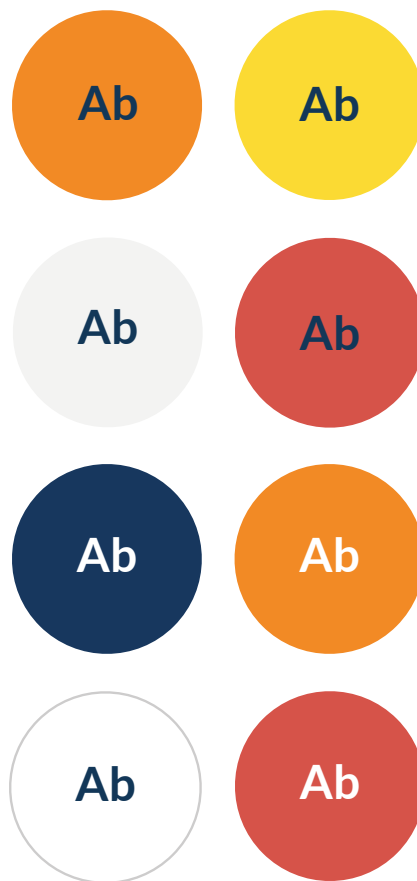
2.2

Färgpalett: Användning

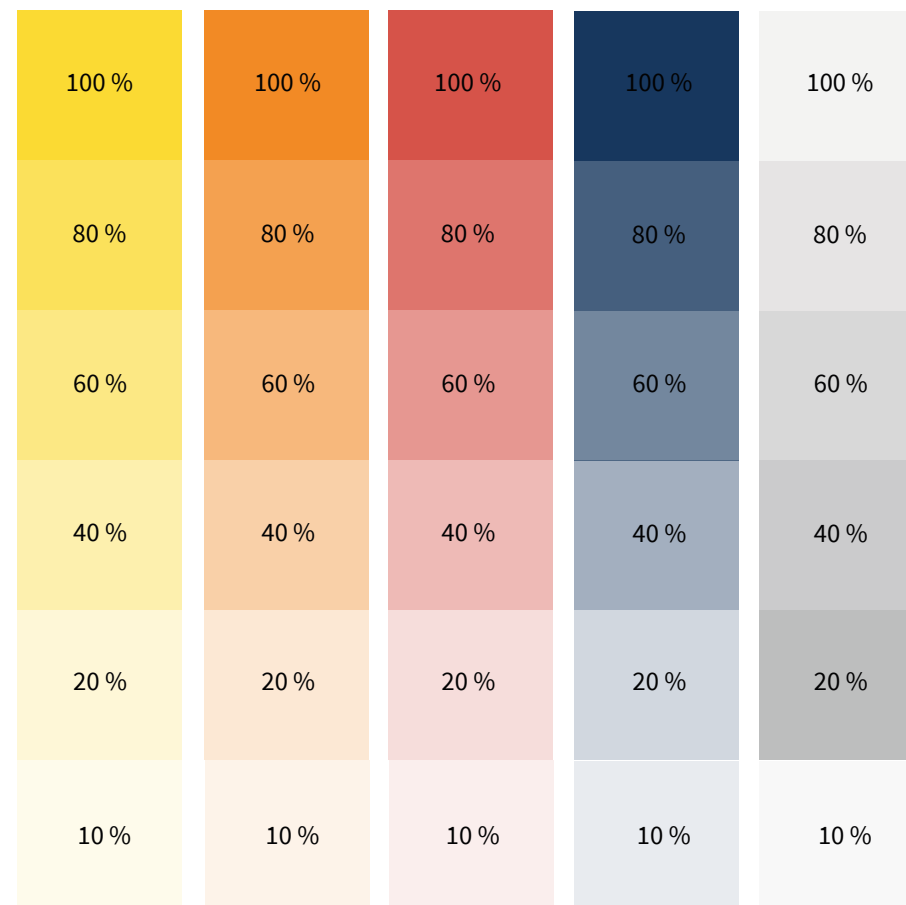
För god läsbarhet och kontrast använder vi oss av färgkombinationer (1) som kan tillämpas i de flesta fall. **Mörkblå, svart** eller **vit** typografi bör användas vid samtliga fall. **Mörkblått** och **svart** bör användas på ljus bakgrund och **vit** på mörka bakgrunder. En accentfärg får inte kombineras med en annan accentfärg, dock får en accentfärg av ljusare nyans kombineras med samma accentfärg (förslagsvis i 20% eller 10%).

Accentfärgerna ska främst användas mot en vit bakgrund eller som tonplattor och ska i huvudsak visas i 100%. Toner av färgerna får förekomma i mindre utsträckning (2) för att skapa flera nyanser, d.v.s. i 10%, 20%, 40%, 60% och 80%. För kulören grå gäller mer utsträckning för mörkare nyanser.

(1)



(2)



3.1

Typsnitt: Användning

Våra profiltypsnitt är Lato och Source Sans Pro. Detta är valt för att finnas tillgängligt, lättläst och fungera på både webb och i tryck.

Ett konsekvent användande av profiltypsnitten ger ytterligare karaktär och igenkänning åt Purchs visuella identitet. För rubriker använder vi främst Lato Bold och för brödtexter Source Sans Pro Regular. Detta används även på ingresser, bildtexter samt andra kortare texter.

Dessa finns tillgängligt för samtliga att ladda ner på [Google Fonts](#).

Aa

Lato Bold

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll
Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv
Ww Xx Yy Zz Åå Ää Öö
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

Så här ser Lato Bold ut, ett typsnitt som vi främst använder för rubriker.

Bb

Source Sans Pro Regular

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll
Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww
Xx Yy Zz Åå Ää Öö
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

Så här ser Source Sans Pro Regular ut, ett typsnitt som vi främst använder för brödtexter.

Detta är en exempeltext för att visa hur våra typsnitt bör användas

Sed quia. Lorruntion perspernam, eles eiciam faceper chillorem que qui omnis accullis moloria sam repta dolore el eium volores nam, venimin non nossus ea volo quaspis aut aut lat illacia aut mo con cor accat re voluptius eicipsum sunte et volupta tionessunt. Id estius. Mo vent, sedipsapit, consequid que non consed ma dolest, que dellendae nullaut omnimus daectatem quam, cuptaspe voluptae versper uptamendae versperchil millorum ex excepe qui nobissi blab iumque veliberrum num quis maxim aut es erchillutet et ulpa diti re plabo. Nam aut es deniendis sint.

“Dundisltati
quo quas
ducipid
eriorum rem
fugit ut aut
eumquia!”

4.1

Bildspråk

Vi eftersträvar en känsla av öppenhet, enkelhet, stabilitet och tydlighet i vår kommunikation. Vi arbetar därmed med funktionell form snarare än dekorativ. Detta gäller bilder och illustrationer, som bör tillföra innehåll och inte finnas som dekoration.

Våra bilder återspeglar människors glädje i deras vardagliga arbete inom vård och omsorg, ett arbete vi underlättar. Detta gör att bilder inom sjukvården kombineras med kontors- och leveransbilder som illustrerar vårt arbete och miljö.



Team

PURCH

Vårdsektorns Partner
för Strategiskt Inköp

4.2

Grafiskt: Cirkeldiagram

Våra diagram skapas utifrån förutbestämda utseenden. I Office finns färdiga mallar att använda men även diagram som skapas i andra programvaror ska följa samma formgivning.

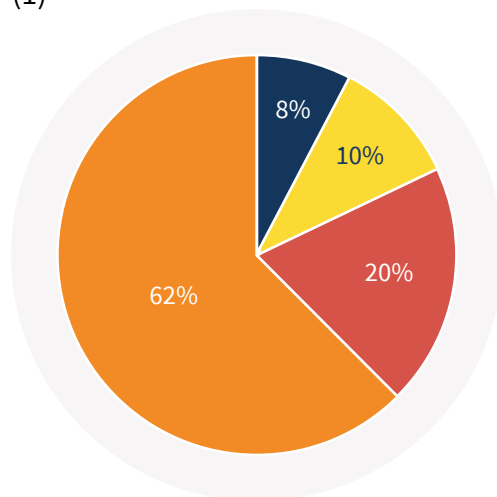
Ytor färgsätts utifrån en bestämd färgpalett i en bestämd ordning (se färgskala nedan). Nummer 1 i listan är den färg som bör tillämpas i störst skala i ett cirkeldiagram, nummer 4 i minst (se exempel (1)).

Färgskala:

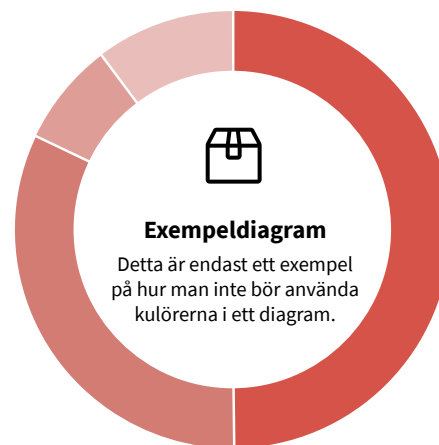
1. Orange
2. Röd
3. Gul
4. Mörkblå

(2) Samma kulör med olika nyanser får användas i ett diagram. Detta för att exempelvis förtydliga siffrorna inom ett område. (3) Annan färgordning och en blandning av olika nyanser får ej förekomma, inte heller då fler alternativ i diagrammet krävs, för fler alternativ se sid 15. (4) För att belysa siffror kan däremot olika nyanser av grått tillämpas med en profilmfärg i 100%.

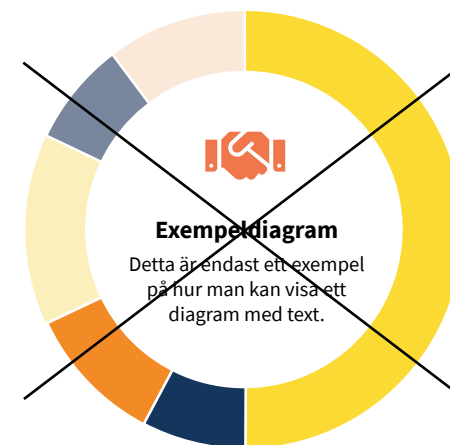
(1)



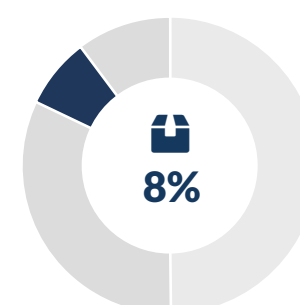
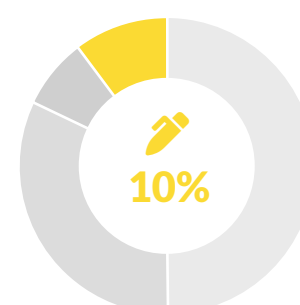
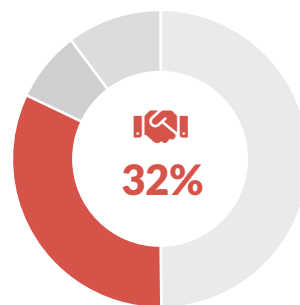
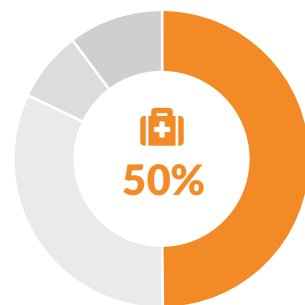
(2)



(3)



(4)



4.3

Grafiskt: Stapeldiagram

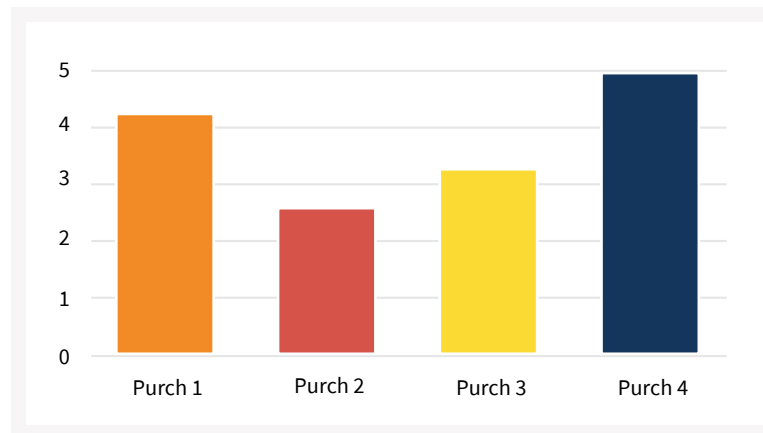
Våra diagram skapas utifrån förutbestämda utseenden. I Office finns färdiga mallar att använda men även diagram som skapas i andra programvaror ska följa samma formgivning.

Staplar och linjer färgsätts utifrån en bestämd färgpalett i en bestämd ordning (se färgskala nedan).

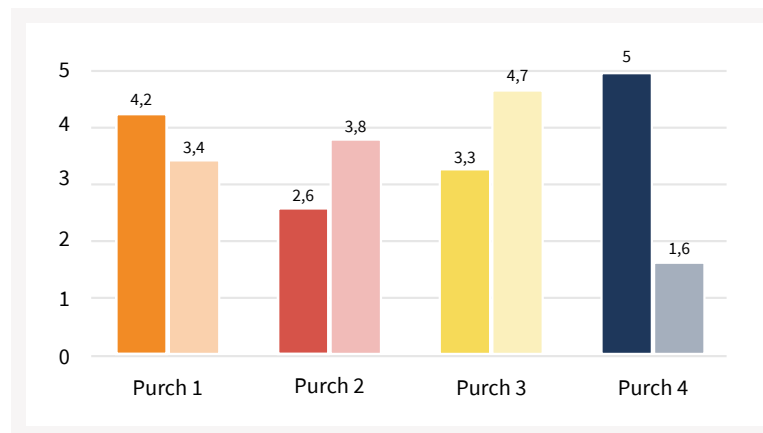
Färgskala:

1. Orange
2. Röd
3. Gul
4. Mörkblå

(2) Då fler alternativ krävs kan olika nyanser av våra profilmfärger tillämpas. Dessa måste dock följa vår bestämda ordning, med orange, röd, gul och mörkblå.



(2)



4.4 Grafiskt: Presentationsmaterial

Vi använder oss av en mall för vårt presentationsmaterial.

Undvik att ha för mycket information på varje sida, och minska inte storleken på texten för att den ska få plats. Då är det bättre att istället dela upp informationen på flera sidor.

Observera att detta endast är en mall för presentationer, vilket gör att andra kompositioner av layouten kan förekomma för att anpassas efter de material som ska visas.



4.5

Grafiskt: Visitkort

Detta är det visitkort som används hos Purch. Informationen som visas i följande exempel ska anpassas utefter varje person.



Framsida



Baksida

4.6

Grafiskt: E-postsignatur

Som e-postsignatur används följande förslag. Arial eller Verdana är de typsnitt som rekommenderas, i 10 punkter.

Informationen anpassas utefter varje person, det som visas är endast ett exempel.

Med vänliga hälsningar,

Förnamn Efternamn
Arbetsitel

PURCH

Telefon: 000 - 000 00 00
E-post: förnamn.efternamn@purch.se
Hemsida: www.purch.se
Adress: Kungsportsavenyen 37, 411 36 Göteborg

PURCH

Kungsportsavenyn 37
411 36 Göteborg

+46 (0)706 - 01 91 00

info@purch.se

www.purch.se