

EN PROFIL MED MÖJLIGHETER

Grafisk manual för Sjöfartsverket 2014



SJÖFARTSVERKET

SJÖFARTSVERKET ÄR ett tjänsteproducerande affärsverk som också har myndighetsuppgifter. Vi utvecklar sjöfarten och ett transportsystem i balans, och skapar i maritimt partnerskap med andra förutsättningar för ett hållbart samhälle.

Vår grafiska manual ska vara till hjälp i arbetet med att tydliggöra Sjöfartsverkets varumärke. Den ska bidra till att kommunikationen kring vår verksamhet blir enkel och tydlig, både internt och externt. Den visuella kommunikationen ska förmedla varma känslor, visa på goda egenskaper och ge positiva associationer, främst genom ett medvetet val av bilder och budskap. Det ska aldrig råda någon tvekan om vem avsändaren av budskapen är.

Den grafiska manualen drar upp riktlinjerna för produktion av trycksaker och digital kommunikation. Manualen fungerar som ett stöd för den som så behöver och en frihet för den med större produktionsvana. Manualen ska användas vid såväl intern som extern produktion. Frågor kring den grafiska profilen och tillämpning av manualen besvaras av Stab Kommunikation.

Maria Ottosson
Kommunikationsdirektör

INNEHÅLL

	SID
LOGOTYP	4
TYPOGRAFI	6
FÄRGER	8
DEKORELEMENT	9
BILDMANÉR	10
TRYCKSAKER	1
BILAR OCH FARTYG	19
ANNONSER	20
DIGITALA MEDIA	21
SAMARBETSPROJEKT	23
ÖVRIGT	24

LOGOTYP

Logotypen består av ett emblem och ett namn. Namnet ensamt får inte användas som logotyp, däremot kan emblemet vid behov användas på egen hand. Logotypen förekommer i färgerna svart, vitt och cyan. För att logotypen ska synas bra används lika mycket luft till sidan som uppåt när den placeras på trycksaker.



VIT LOGO

Logotypen bör vara vit på färgad bakgrund (profilfärgerna) och på foto.



TYPOGRAFI

HUSTYPSNITT

Times New Roman har en bra läsbarhet när det är längre texter och används därför i brev, rapporter och andra dokument som skrivs i Word.

Arial används i powerpoint och i blanketter. Vid behov kan även Helvetica Neue användas i presentationer, men då gör man texten som en bildfil och infogar i presentationen eftersom det inte är ett standardtypsnitt som finns i alla datorer.

Helvetica Neue används till rubriker, ingresser och kortare brödtexter i broschyrer, trycksaker och annonser. I första hand används Helvetica Neue för att ge ett modernt intryck samt för att typsnittsfamiljen erbjuder stora variationer; från riktigt tunna, fina linjer till fonter som ger ett massivt intryck. Några exempel följer nedan. New Century Schoolbook används som brödtext i trycksaker.

Marin används endast i Sjörapporten.

Helvetica Ultra Light

abcdefghijklmnopqrstuvxyzåäö1234567890
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ

Helvetica Neue Thin

abcdefghijklmnopqrstuvxyzåäö1234567890
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ

Helvetica Neue Light

abcdefghijklmnopqrstuvxyzåäö1234567890
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ

Helvetica Neue Roman

abcdefghijklmnopqrstuvxyzåäö1234567890
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ

Helvetica Neue Medium

abcdefghijklmnopqrstuvxyzåäö1234567890
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ

Helvetica Neue Bold

abcdefghijklmnopqrstuvxyzåäö1234567890
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ

Helvetica Neue Heavy

**abcdefghijklmnopqrstuvxyzääö1234567890
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ**

Helvetica Neue Black

**abcdefghijklmnopqrstuvxyzääö1234567890
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ**

New Century Schoolbook

abcdefghijklmnopqrstuvxyzääö1234567890
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ

New Century Schoolbook

*abcdefghijklmnopqrstuvxyzääö1234567890
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ*

New Century Schoolbook

**abcdefghijklmnopqrstuvxyzääö1234567890
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ**

Times New Roman

abcdefghijklmnopqrstuvxyzääö1234567890
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ

Arial

abcdefghijklmnopqrstuvxyzääö1234567890
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ



MARITIM FENG SHUI

PROFILFÄRG

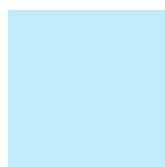
Vår profilfärg är klarblå. Den ger associationer till den miljö vi på Sjöfartsverket omger oss med, vatten och hav – men också himmel. Vatten symboliserar välbefinnande och möjligheter, men det står även för kommunikation och något som förenar oss. Det passar väl in på vår kärnverksamhet som handlar om transporter som möjliggör att gods hittar rätt och att människor möts. Cyan är en färg som fungerar bra i tryck, även i dagspress, och den ger ett modernt, lätt intryck. Det går bra att använda cyan i olika toner. Här visar vi exempel på 50% och 25%.



PMS CYAN
CMYK 100/0/0/0
RGB 0/174/239
#00aeef



PMS CYAN 50%
CMYK 50/0/0/0
RGB 128/215/247
#80d7f7



PMS CYAN 25%
CMYK 25/0/0/0
RGB 191/235/251
#bfebf7

SEKUNDÄRFÄRGER

Våra sekundärfärger beige och grå står för sjöfartens anknytning till land. Elementet jord symboliserar stabilitet och lugn, medan trä står för utveckling och kreativitet. Vi har också valt en skarp orange för att påkalla uppmärksamhet och tillföra energi. Eld är ett kraftfullt element och färgen symboliserar energin och passionen som finns i vår verksamhet.



PMS ORANGE 021
CMYK 0/53/100/0
RGB 247/143/30
#f78f1e



PMS 7502
CMYK 0/8/35/10
RGB 232/211/162
#e8d3a2



PMS WARM GREY 11
CMYK 0/17/34/62
RGB 125/106/85
#7d6a55



CMYK 0/15/60/20
RGB 211/179/105
#d3b369



CMYK 80/10/40/0
RGB 0/168/165
#00a8a5



CMYK 10/95/90/0
RGB 219/51/50
#ab3332

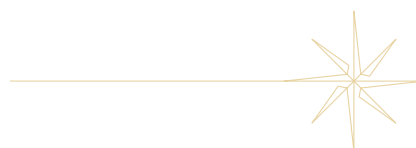
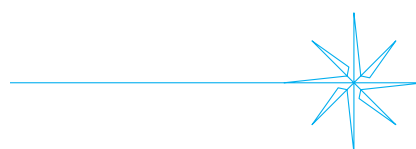
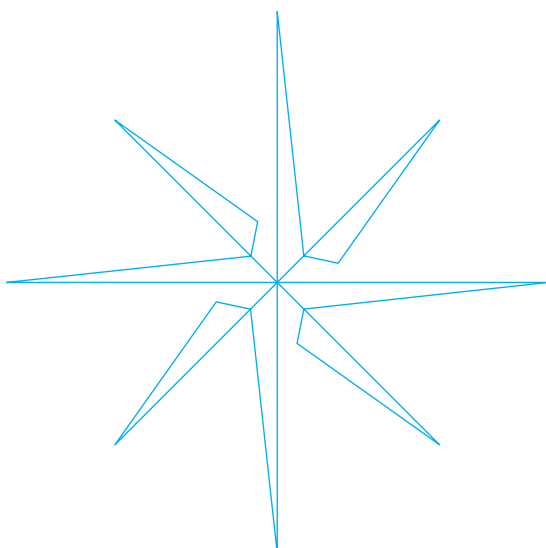


CMYK 100/90/20/0
RGB 39/65/133
#274185

SJÖFARTSVERKET VISAR VÄGEN

KOMPASSROSEN

Vi har valt att använda en anrik sjöfartssymbol i vår dekor som designelement. Kompassrosen kan användas i någon av profiltfärgerna eller vit mot färgad bakgrund. Den kan också användas för att skapa ett mönster. Då designelementet används tillsammans med logotypen, ska den tonas ner för att inte konkurrera visuellt. Kompassrosen används på trycksaker och i mallar för power point-presentationer samt i webbapplikationer. Linjetjockleken får inte vara mindre än 0,25 pt.



SAR STRIPE

SAR-utbildningen och enheter som är särskilt utrustade för räddningsverksamhet, till exempel Sjöfartsverkets räddningshelikoptrar, använder denna stripe. Lutningen är 38 grader.



IBLAND SÄGER EN BILD MER ÄN ORD

HORISONT

Sjöfartsverket finns i luft och vatten. Det visar vi med hjälp av liggande bilder av horisonter.



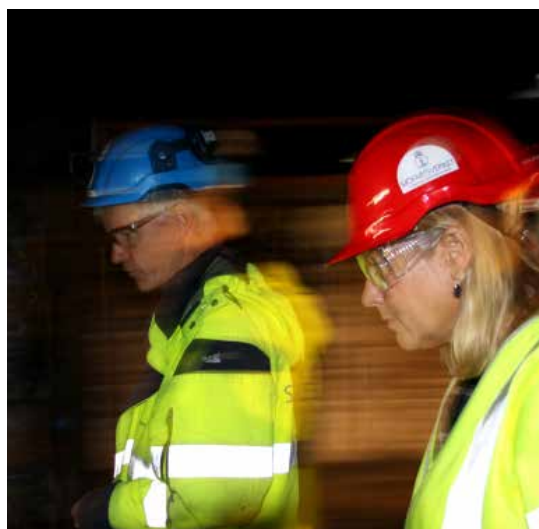
NATUR OCH DETALJER

Naturbilder balanserar och utgör kontraster till våra verksamhetsbilder. De påminner om att natur och miljö är viktiga för oss. Bilder på detaljer i sjöfartsmiljö och utsnitt ur bilder kan användas för att skapa kontrast och variation i den visuella kommunikationen. Sådana bilder används huvudsakligen för att förmedla känslor



MÄNNISKOR

Personer på bild visas i profil eller framifrån. Människor i rörelse är att föredra framför porträttbilder.



VERKSAMHETEN

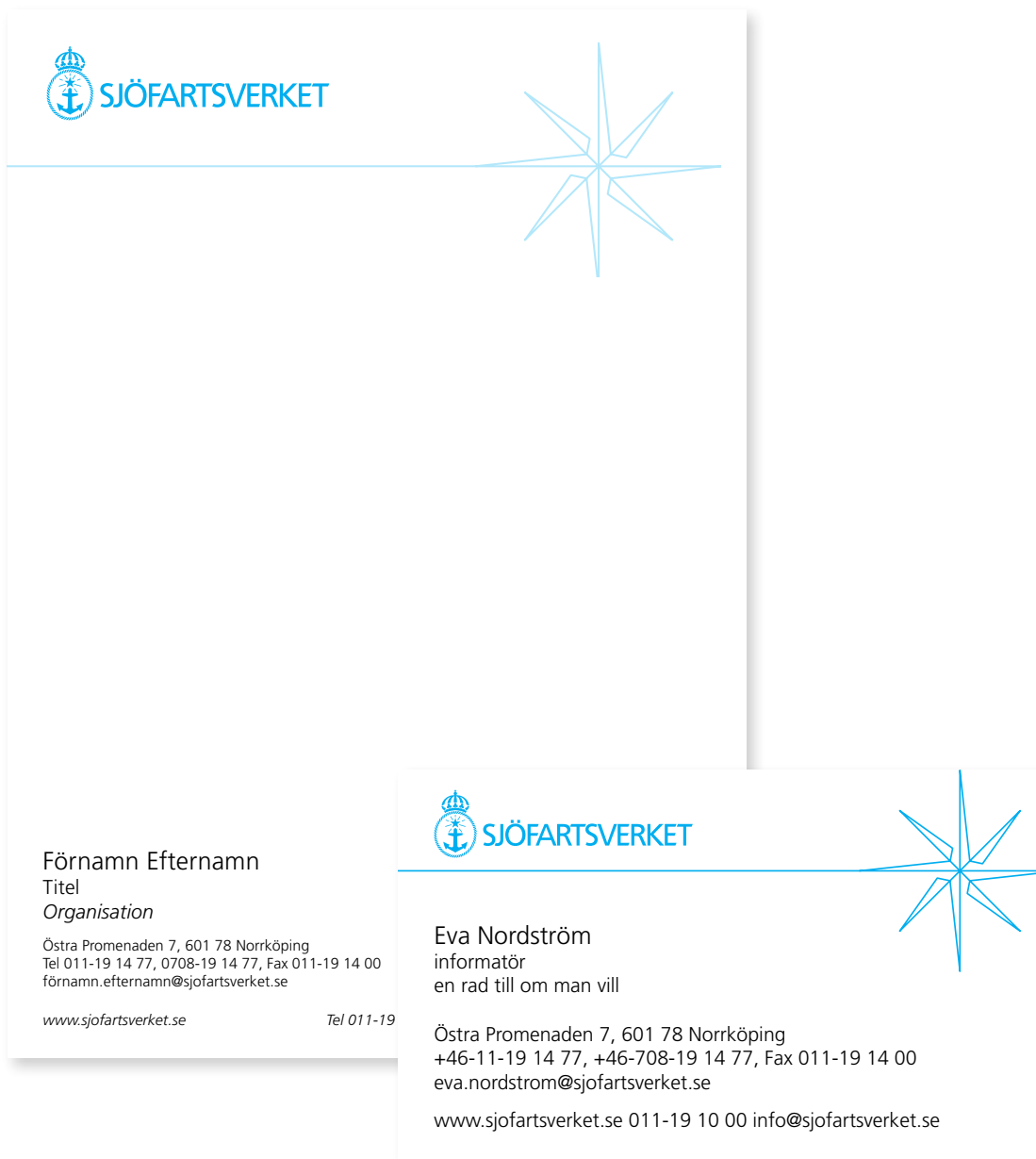
Vi visar bilder från vår verksamhet



TRYCKSAKER

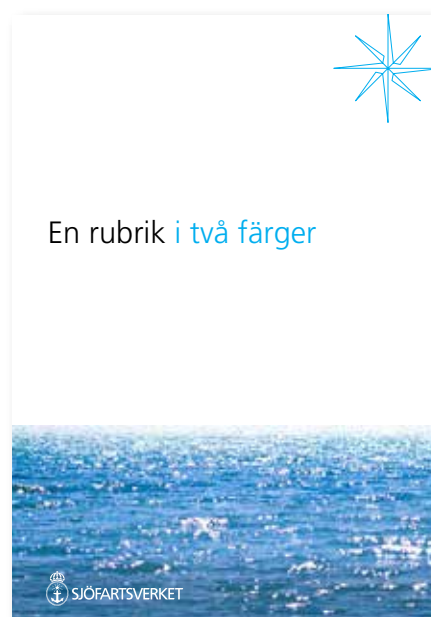
VISITKORT

Visitkort beställs på intranätet. Där finns även förtryckta korrespondenskort med samma utformning.



BROSCHYRER – OMSLAG

Vi gör våra broschyrer i standardformaten A4 (210 x 298 mm) och A5 (148 x 210 mm). Omslaget ska vara luftigt och stilrent. Bildmanér Horisont ska användas och ovanför bilden ska ett textat budskap sammanfatta innehållet. Logotypen kan ligga till höger eller vänster beroende på bild. Titeln skrivs med svart och cyan. Exempel på omslag visas här.



BROSCHYRER – INLAGA

Våra broschyrers inlagor kan, beroende på textmängd, layoutas i form av tvåspalt eller trespalt. För att ge layouten stadga och luft används vinjetter med linje, tydligt urskiljbara ingresser, bildtexter i avvikande typografi och färg samt tydliga mellanrubriker. För val av typsnitt se sidan 7. Bilderna i våra broschyrer är utfallande åt minst ett håll. Layoutmall i InDesign beställs hos Stab Kommunikation.

TRÅRSPLAN 2012-2014

Affärsmässighet och ökad effektivitet

Sjöfartsverkets affärsidé är att vara en modern serviceorganisation med unik sjöfärskompetens.

Vi arbetar för ett effektivt och hållbart transportsystem med sjöfarten som bas. Tillsammans med näringslivet bidrar vi till att stärka sjöfartens konkurrenskraft och samarbetar med andra myndigheter för en effektiv infrastruktur i landet. Våra kundförtroende betalar för sjövägarna och kvalificerade personliga och tekniska tjänster som ökar effektivitet och säkerhet.

Genom att vara en modern och kundnära serviceorganisation som följer branschens utveckling kan vi erbjuda konsulttjänster med unik sjöfärskompetens och uppmärksamma nya behov och innovationsområden. Detta gäller även inom baltic och turism.

Övergripande förändringsmål

Sjöfartsverkets mål kan sammanfattas i tre prioriterade områden. Vi ska bli mer kundfokuserade, mer affärsmässiga och förändra omvärldens bild av oss. Vårt kundlöfte är att vi erbjuder moderna och säkra sjövägar med service dygnet runt och att vi tar ansvar för framtidens sjöfart.

Genom att finnas nära våra kunder och bryta på deras behov har vi möjlighet att snabbt reagera på förändringar. Det är det vi menar med att vara en "snabbfotad serviceorganisation som finns till för våra kunder". Det innebär att vi ska utgå från våra kunders och uppdragsgivares behov när vi utövar verksamhet. Genom en strukturerad kunddialog och förlöpande kundundersökningar säkerställer vi att våra kunder är nöjda med servicen och tjänsterna. Sjöfartsverket är en del av det maritima kluster och samarbetar med transport- och sjöfartsbranschens företrädare och aktörer ska utvecklas. Sjöfartsverket ska vara en eftertraktad samarbetspartner med högt förtroende. En affärsmässig organisation måste självklart ha en ekonomisk balans, vilket innebär att Sjöfartsverket först och främst måste leverera ett nettoreultat som är 100 miljoner kronor bättre under första delen av 2012 jämfört med motsvarande resultat 2009. Detta ska vi åstadkomma genom tillväxt, kostnadseffektivitet och kontinuerliga förbättringar.

Sjöfartsverkets affärsverksamhet ska kunna hänvisa sig till en extern konkurrens 2013 och myndigheterna och kostnadseffektivitet ska kunna stå sig till i externa jämförelser när det gäller både effektivitet och kompetens. Kostnaden för ledning, administration och servicefunktioner ska 2013 vara jämförbar med Sveriges effektivaste myndigheter och servicebolag. Våra processer ska genomsyras av affärsmässighet och professionalism och vi ska alltid leverera rätt service till rätt pris.

Vår övergripande målsättning är att finnas till för våra kunder. Vi ska uppfattas som en effektiv samarbetspartner med högt förtroende.

Bilden av Sjöfartsverket

Sjöfartsverket som varumärke ska stå för framdrifningskraft, affärsmässighet och trovärdighet. För att uppnå detta måste omvärlden först och främst känna till vad Sjöfartsverket erbjuder. Vi ska uppfattas som en kundnära serviceorganisation med ett tydligt tjänsteerbudande, och omvärlden ska känna till och förstå vår roll för Sveriges totala transportsystem. Erfarenhet och varumärkesarbete alltid utgår från organisationen, måste först och främst medarbetarna värna Sjöfartsverket i på väg och hur de kan bidra till målet. Det innebär i sin tur att cheferna måste kunna ledas, inspireras och engagera sina medarbetare.

Kundkontakter

Våra betalande kunder finns bl.a. registrerade i register för fartyks- och lotsavgifter. Det rör sig om cirka 250 företag redorer och mälkare, 80-90 procent av rederekulerna är utländska och företards av svenska skeppsmäklare. De största kunderna har en omsättning över 40 Mkr och utgörs av två skeppsmäklare och fyra färjerederier.

Sjöfartsverket ska erbjuda systemstöd dygnet runt och förlöpande informera om nyheter och förändringar i våra e-tjänster. En strukturerad kunddialog och regelbundna kundundersökningar ska säkerställa att produkter och tjänster som vi levererar motsvarar kundernas behov och förväntningar. Vi ska även utveckla dialogen med de kunder inom baltic som använder våra tjänster utan krav på avgifter. Våra externa kontakter ska inriktas på värdeskapande för samhälle, näringsliv och medborgare och tillvarata nya, tänkbara affärsmöjligheter.

Varumärkesplattform

Sjöfartsverket ska vara en modern och lönsam serviceorganisation med unik sjöfärskompetens. Det innebär att vi erbjuder moderna och säkra sjövägar med service dygnet runt och att vi tar ansvar för framtidens sjöfart. Vi utgår från våra kunders och uppdragsgivares behov och ger transparent information och baltic möjlighet att bli mer. Vår verksamhet ska bidra till och stärka Sveriges konkurrenskraft.

TRÅRSPLAN 2012-2014



Övriga tjänster

Rederat

Avdelningen Rederiet ska föse verksamheterna med ändamålsenliga större fartygsresor på ett kostnadseffektivt sätt. Våra större fartyg ska kunna utnyttas optimalt för olika fartygsområde uppgifter inom Sjöfartsverket.

Den långsiktiga stråvan är att fartygen ska kunna användas för ytterligare nytt hyres ut sakter. Utlysta enheter ska följa verksamhetens behov och miljövänliga. Vidare är vi intresserade av teknisk konsult för verkets mindre tonnage som ägs av respektive affärsområde.

Förutom den interna verksamheten finns kunder inom olika sektorer. Isbrytarna och isbrytande forskningsfartyg kan användas inom nationella och internationella områden där behov av starka fartyg med isbrytningsförmåga maritima verksamheter runt våra kuster, t.ex. fartygsarbeten, transporter, etc.

De isbrytande resurserna lämpar sig väl för olika typer av verksamheter i arktiska och subarktiska farvatten under tidpunkter då fartygen inte behövs åren ökat i takt med att installationer förbättrats och att färjor för alla den farvatten. Stater med intresse i dessa farvatten önskar också utföra mätningar och bottenundersökningsverksamhet i dessa relater till ökande delar av siffran sin undersökningsverksamhet. Genom en effektiv önskar interkan ett mer utnyttjande av fartygen bidra till ett effektivt finansstöd. Vår nya, övergripande isbrytningstjänst sätter ramar för Rederiets isbrytare.

Arbetsfartygen sköter reolan i dag omställningen till ett antal hamnar men detta kan ytterligare utvecklas. Forskningsfartygsutredningens förslag ger möjlighet att effektivisera utnyttja verkets fartyg och båtår.

Ledningsstöd

Ledningsstöd är ett stöd till Sjöfartsverkets ledningsgrupp i att utveckla verksamheten och driva strategiska och verksamhetsövergripande projekt där vi erbjuder kompetens inom uppkallade områden. Det gäller strategiska frågor, större beslut och remisser.

Vi har ansvar för myndighetsuppdrag avseende allmänna hamnar och färjor och i enlighet med förelidagen. Genom oss styrar Sjöfartsverket för att underlag inom sitt verksamhetsområde vad avser tillämpningen av miljöbalken, plan- och bygglagen samt Nationella planen tillhandahålls.

Genom Ledningsstöd skapar Sjöfartsverket också företagsstöd för att driva stora nationella och internationella projekt, som t.ex. MONALISA och större fartygsprojekt, bl.a. i Norrköping, Gävle och Mälaren.

MONALISA-projektet är ett exempel på sjöfartens goda innovationsmöjligheter och Sjöfartsverkets roll som en drivande aktör. Ledningsstöd, Marknad och Samhälle fortsätter arbetet med att stärka våra externa kontaktytor.

Ledningsstöd erbjuder stöd till Näringsdepartementet i policyfrågor om TEN-T, Gröna korridor och sjötransportkoncept. Vi tillhandahåller också kompetens för dels ansökningar om EU-bidrag till Sjöfartsverkets projekt och verksamhet, dels till hamnar och industrier inom avdelningens verksamhetsområde.

Sjömansservice

Sjömansservice bidrar till säkra färjor genom att erbjuda en trygg och säker frifrid för sjöman för att så långt möjligt kompensera sjöfartens för det kultur-, fritids- och informationsutbud de går miste om på grund av sjöfartstjänsten. Vi bedriver uppsökande verksamhet i baltic, Malindi, Antwerpen och Rotterdam.

Vi planlägger, samordnar och genomför kultur- och fritidsverksamhet för sjöfolk i enlighet med bestämmelserna i H.O-konventionen. Vi tillhandahåller också ändamålsenliga och tidseffektiva tjänster och service samt vänder oss till ett stort antal kunder inom hela sjöfartsområdet.

Sjömansserviceverksamhet är under ständig utveckling, inte minst i fråga om användandet av ny informationsteknik (t.ex. laptopar) och tillgång till sociala medier. I detta arbete ingår att utvärdera andelen fartyg med internetanslutning, hur vårt utbud kan göras mer interaktivt.

Kundskapsinsatser

Sjöfartsverkets samhällsuppgift innebär att erbjuda kundskapsstöd och service till våra kunder. Vi vänder oss till både Regeringskansliet, andra myndigheter, det svenska sjöfartskluster, internationella samarbetspartner och organisationer och allmänhet. En central del i uppdraget är förtroende till våra kunder att erbjuda bästa möjliga kundskapsstöd inom en rad områden inom sjöfartssektorn.

Näringsutveckling

Sjöfartsverket erbjuder kundskapsstöd inom sjöfartens näringslivet, utvärderar i hur den utvecklas och analyserar hur dess konkurrensvillkor skulle kunna förbättras. Detta är något som vi förmållar till våra kunder genom att delta i offentliga utredningar, seminarier och annan samverkan. Vi förmållar också våra omvärldsanalyser i för att skapa en plattform i Sverige för samverkan mellan olika myndigheter, näringslivet och andra intressenter som arbetar för och kan dra nytta av agerandet. Sjöfartsverket arbetar för sjöfarten, har varit medlem i IMO's FAL-kommitté som grundar sig på arbetet i IMO's motsvarande kommitté (Facilitation Committee (FAL)).

Sjöfartsverket deltar vidare i EUs Safe Sea Net-samarbete (se nedan) och arbetet med e-navigationsinsatserna som prioriteras och utformas kraven för e-navigationsinsatser, vilket kommer att vara av stor betydelse för svensk industri. Arbetet siktar mot att en internationell standard för systemarkitektur, dataformat och utrustning, som krävs för e-navigations, uppnås.

Safe Sea Net

En viktig uppgift som Sjöfartsverket har är att ansvara för Safe Sea Net i Sverige och administrera anmälan om ankomst och avgång, färdiga gods samt fartygsregistrering från anmälningskyldiga fartyg i enlighet med EUs olika direktiv. Förtroendet har dels en central roll i att Sjöfartsverkets samhälle e-tjänster blir i toppklass, dels en god utvecklingspotential i att uppdraget som redan

Ett exempel på en rubrik

Det kulturella fenomenet markeringstext har i vår splittrade och stressade samtid blivit en allt vanligare företeelse. Detta som du just nu läser är en sådan, en markeringstext. Syftet med denna är att markera ett tänkt innehåll.

Det kulturella fenomenet markeringstext har i vår splittrade och stressade samtid blivit en allt vanligare företeelse. Detta som du just nu läser är en sådan, en markeringstext. Syftet med denna är att markera ett tänkt innehåll. Innehållet i en text, för att inte tala om en markeringstext, kan vara oerhört varierat och omfattande. I själva begreppet omfattning gömmer sig ovanliga möjligheter till nonsens, inte helt olika det du just nu läser. Det har genom åren förekommit textmassor som har handlat om både det ena och det andra. För cirka ett hundra år sedan grundade en gentleman vid namn Walter Crane The Arts & Craft Society i London och året var 1888, det vill säga artonhundrata och åttioåttio. Ambitionen denne kulturbyggare hade var att göra upp räkningen med industrianslutsens formförflackning. Redan då alltså.

MELLANRUBRIK NR 1

De nya signalerna skulle bland annat ge upphov till en typografisk renaissance, som från Hammersmith – på Themens vägar – födes ut över hela världen. I den jubelsumbeld där andemeningen till denna text är hämtad, nämner man vidare siteriets roll i den grafiska processen. För i tiden, det vill säga innan nittohundrata årtiofva förm det någonting som kallades siterier. Deras

uppgift, siteriets alltså, är re-producerande; det vill säga att man ansvarar för en objektiv, funktionell typografisk standard. Man ser sig som mottagaren som avlyssnar och återger; efter konsens alla regler.

Underrubrik 2

Frånvaron av enhetliga, rationella sättningsregler har i dataalkem bidragit till en ytterligare formupplösning. Vad är god typografi? Vad är harmoni? Vad är blocken? Den typografiska baskunskapen, giltig i alla tider och i all teknik, är idag i många fall helt bortglömd. En olycklig och utbredd missuppfattning, att trycktyper är avhängiga den mode- och stilhistoriska utvecklingen, har hos gett upphov till beteckningen stil. Och bara här i landet. Ingenting kan vara mer felaktigt. Det är ju i själva verket bara de minsta avsnitten, informella typisiten som uppvisar en sådan påverkan.

I sådligt språkbruk rekommenderas den även internationella gängbara beteckningen typ, -er med synonymerna typsett, trycktyper och tryckbokstaver. Ord som skrivmaskinstyper, handskrift är några konsekvenser.

Man kan dela in trycktyper i olika kategorier. Dels finns det antikva, med serif, och sanserif, utan diots. För längre, löpande textskrivning bör endast antikva

ifrågakomma. Antikvan uppträder i sin tur i diagonal, trans-, vertikalt och linear form. Diagonalformen som är baserad på renessansens tidigaste trycktyper har en vridning, tydlig och estetisk kvalitet som bärrer än andra typsett linjor sig för mångfaldning. Linearformen har en geometrisk karaktär för maximal tydlighet även under svåra tekniska förhållanden. Den tillhör framförallt dagpressens och reklamens värld. Sanserifen däremot har en nära eller helt uniform linjebredd.



Den är i första hand ett semiformellt komplement till antikvan för texturmarkering och rubriker. Sanserifens läsbarhet är starkt begränsad. Varje text måste i regel ges ett i förhållande till typsnitt och radlängd anpassat medelått, det vill säga radmellanrum. Kompakt sättning, utan mellanlag.

Ett exempel på en rubrik

Det kulturella fenomenet markeringstext har i vår splittrade och stressade samtid blivit en allt vanligare företeelse. Detta som du just nu läser är en sådan, en markeringstext. Syftet med denna är att markera ett tänkt innehåll.

Det kulturella fenomenet markeringstext har i vår splittrade och stressade samtid blivit en allt vanligare företeelse. Detta som du just nu läser är en sådan, en markeringstext. Syftet med denna är att markera ett tänkt innehåll. Innehållet i en text, för att inte tala om en markeringstext, kan vara oerhört varierat och omfattande. I själva begreppet omfattning gömmer sig ovanliga möjligheter till nonsens, inte helt olika det du just nu läser. Det har genom åren förekommit textmassor som har handlat om både det ena och det andra. För cirka ett hundra år sedan grundade en gentleman vid namn Walter Crane The Arts & Craft Society i London och året var 1888, det vill säga artonhundrata och åttioåttio. Ambitionen denne kulturbyggare hade var att göra upp räkningen med industrianslutsens formförflackning. Redan då alltså.

MELLANRUBRIK NR 1

De nya signalerna skulle bland annat ge upphov till en typografisk renaissance, som från Hammersmith – på Themens vägar – födes ut över hela världen. I den jubelsumbeld där andemeningen till denna text är hämtad, nämner man vidare siteriets roll i den grafiska processen. För i tiden, det vill säga innan nittohundrata årtiofva förm det någonting som kallades siterier. Deras

uppgift, siteriets alltså, är re-producerande; det vill säga att man ansvarar för en objektiv, funktionell typografisk standard. Man ser sig som mottagaren som avlyssnar och återger; efter konsens alla regler.

Underrubrik 2

Frånvaron av enhetliga, rationella sättningsregler har i dataalkem bidragit till en ytterligare formupplösning. Vad är god typografi? Vad är harmoni? Vad är blocken? Den typografiska baskunskapen, giltig i alla tider och i all teknik, är idag i många fall helt bortglömd. En olycklig och utbredd missuppfattning, att trycktyper är avhängiga den mode- och stilhistoriska utvecklingen, har hos gett upphov till beteckningen stil. Och bara här i landet. Ingenting kan vara mer felaktigt. Det är ju i själva verket bara de minsta avsnitten, informella typisiten som uppvisar en sådan påverkan.

I sådligt språkbruk rekommenderas den även internationella gängbara beteckningen typ, -er med synonymerna typsett, trycktyper och tryckbokstaver. Ord som skrivmaskinstyper, handskrift är några konsekvenser.

Man kan dela in trycktyper i olika kategorier. Dels finns det antikva, med serif, och sanserif, utan diots. För längre, löpande textskrivning bör endast antikva ifrågakomma. Antikvan uppträder i sin

ur i diagonal, trans-, vertikalt och linear form. Diagonalformen som är baserad på renessansens tidigaste trycktyper har en vridning, tydlig och estetisk kvalitet som bärrer än andra typsett linjor sig för mångfaldning. Linearformen har en geometrisk karaktär för maximal tydlighet även under svåra tekniska förhållanden. Den tillhör framförallt dagpressens och reklamens värld. Sanserifen däremot har en nära eller helt uniform linjebredd. Den är i första hand ett semiformellt komplement till antikvan för texturmarkering och rubriker. Sanserifens läsbarhet är starkt begränsad. Varje text måste i regel ges ett i förhållande till typsnitt och radlängd anpassat medelått, det vill säga radmellanrum. Kompakt sättning, utan mellanlag, är ofta en avvikelse från idealen. Den kan dock vara en acceptabel kompromiss vid spådd sättning där den typografiska formen kräver en bestämd fästehet.

I alla andra sammanhang är mellanlag ett nödvändigt typografiskt element. Det kan vara mindre för typsett med stor stappelängd, och omvänt. Typsett som trans-antikva, övergångsform, och vertikallinje kräver ett större mellanlag än normalt för att upphäva en viss staterkraft. Kompakt sättning, utan mellanlag. Kompakt sättning, utan mellanlag.



HÄR KAN DET LIGGA EN BILDTEXT SOM HANDLAR OM BILDEN TILL VÄNSTER.

4



5



Mål för affärsverksamheten

Övergripande mål för Sjöfartsverket

Det övergripande målet för samtliga affärsområden, liksom för verket som helhet, är att öka intäkterna genom en utökad affärsverksamhet och minska de löpande kostnaderna för att generera ett ekonomiskt överskott i verksamheten. Vår verksamhet ska löpande jämföras med andra organisationer som bedriver en likartad verksamhet. Om vi inte senast 2013 klarar att möta konkurrensen, ska vi i berömda deklarerat upphandla verksamheten på den öppna marknaden.

Merparten av våra affärsområden kommer initialt att utföra marknads- och kundanalyser för att undersöka kundbehov och marknadspotential med syftet att utveckla de tjänster marknaden efterfrågar och därmed öka försäljningen av sina tjänster på en delvis konkurrenssatt marknad. Naturligtvis kan detta också leda till ett ökat behov av efterfrågad kompetens.

Långsiktiga mål och strategier

I detta avsnitt redovisas våra affärsområdens långsiktiga mål och strategier som vi kommer att arbeta mot för att vi på lite längre sikt ska kunna uppfylla våra högt ställda mål. Naturligtvis kommer vi inte att nöja oss med detta utan fortsätta att ständigt förbättra våra processer och skärpa till målen ytterligare. Vi kommer vidare att börja arbeta med portföljstyrning i våra projekt.

På miljöområdet kommer ett miljöledningssystem, som är certifierbart mot standarden ISO 14001, att tas fram under perioden.

Affärsområde Bygg och teknik

Långsiktigt kommer vi att arbeta mot att uppnå en situation där: Vi med stöd av befintlig och utprovad teknik har färdiga system, kanaler och slussar i ett sådant skick att god tillgänglighet och transportkvalitet tillgodoses samtidigt som sjösäkerheten upprätthålls och påverkan på miljön minimeras. Bygg och Teknik är ett självklart val vid projektering och etablering av nya färleder.

"Inom två år ska vi klara att ha en konkurrenssatt verksamhet och få ett överskott i ekonomin."

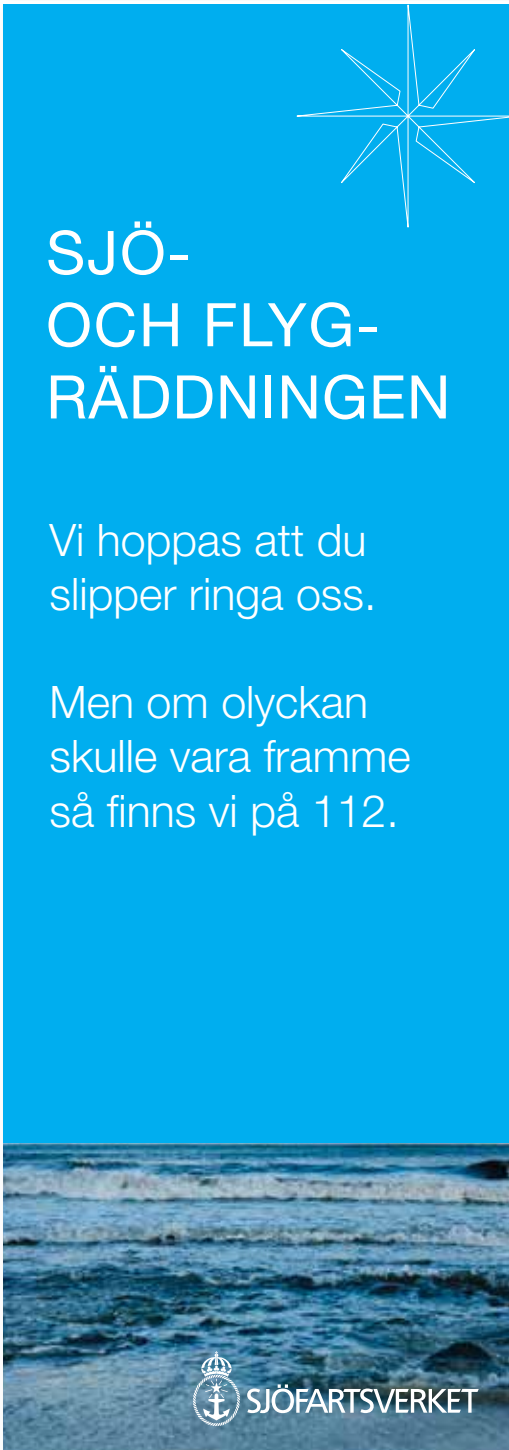
Ove Eriksson, direktör för Affärsavdelningen



2

VEPOR OCH ROLLUP


Vepor till roll ups beställs hos Stab Kommunikation. Veporna ska antingen ha någon av profilfärgerna som bakgrund och vit text, eller så ska bakgrunden vara vit och texten i profilfärg. Bild längst ner eller högst upp. Här visas exempel på hur en roll up kan se ut.



**SJÖ-
OCH FLYG-
RÄDDNINGEN**

Vi hoppas att du
slipper ringa oss.

Men om olyckan
skulle vara framme
så finns vi på 112.

 SJÖFARTSVERKET



TILLGÄNGLIGT OCH TRYGGT BÅTLIV.

Sverige har en lång, varierande kust. Att bidra till ett tryggt och tillgängligt båtliv för många människor är en av Sjöfartsverkets uppgifter. Till vår hjälp har vi sjö- och flygräddningen. Men mycket hänger även på dig, och på ditt goda omdöme. Var rädd om dig på sjön.



**Att ta hand om din båt,
och sköta den, är en
bra livförsäkring.**

Maria Bohman, räddningsledare på Sjöfartsverket



BILAR OCH FARTYGG

DEKALER

Sjöfartsverkets tjänstebilar och fartyg ska vara märkta med logotyp. Fartygen ska också ha Sjöfartsverkets skorstensmärke. Alla enheter som ingår i sjö- och flygräddningsorganisationen ska också vara märkta med dekalen för Search and Rescue.



Tjänstebilar ska ha logotypen i bakre fönster. Bilen ska även märkas med ordet *Miljöbil*. Det som ska sitta på glas ska vara vitt med 50 % transparens.

Fartyg ska använda det heraldiska märket som skorstensmärke. Det ska inte förekomma någon annanstans. Förutom skorstensmärket ska fartyget även ha en väl synlig logotyp i svart.



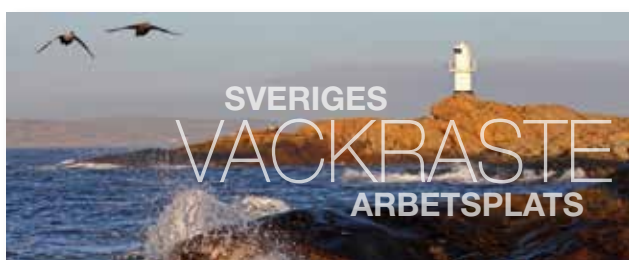
Alla enheter inom sjö- och flygräddning ska också använda märkningen för Search and Rescue, även tjänstebilar. Om SAR-emblemet används i andra sammanhang ska den användas tillsammans med Sjöfartsverkets logotyp.



ANNONSER

PLATSANNONSER OCH PROFILANNONSER

Platsannonser som ska publiceras i tidningar och på externa webbplatser uppmanar huvudsakligen intresserade att besöka Sjöfartsverkets webbplats och läsa mer om jobbet och verksamheten. Övrigt annonserar Sjöfartsverket sparsamt, men ibland finns behov. Det kan till exempel röra sig om information till riktade målgrupper, vid ett farledsprojekt. Det kan också vara profilannonser med mer övergripande budskap. Här är exempel på en platsannons och en profilannons. Det är Stab Kommunikation som i samråd med beställaren, beslutar om och utformar annonser.



Vi söker en sjökaptän för utbildning till LOTS.

Senaste ansökningsdag är 2013-09-12.
Läs mer om jobbet och om vår verksamhet på www.sjofartsverket.se



**TÄNKER DU SOM VI?
DÅ TÄNKER DU
MARITIMT
PARTNERSKAP™**

En sak är klar: Det krävs samverkan för att åstadkomma hållbar tillväxt. Och samverkan behövs både inom och utanför Sveriges maritima kluster. Genom att tänka på tvärens skapar vi nya insikter tillsammans. Vi kallar vårt förhållningssätt för Maritimt partnerskap™. Hur tänker du?



PRODUKTANNONSER

Sjöfartsverket annonserar nyheter kring båtsportkortet i branschpress och i samband med båt-mässor. Annonserna utformas i samråd med Sjögeografisk information.

FRÅN KULLEN TILL SIMRISHAMN OCH DANMARK

Till våren lanserar vi båtsportkort Sydusten. Därmed finns farvattnen längs nästan hela den svenska kusten i mindre och vattentätlig variant av sjökortet. En annan nyhet är att båtsportkortet för Sydusten och Västusten Södra nu också innehåller hamnspecialer på flera danska hamnar. [Dejljg ferie.](#)



DIGITALA MEDIA

OLIKA GRADER AV DIGITAL IDENTITET

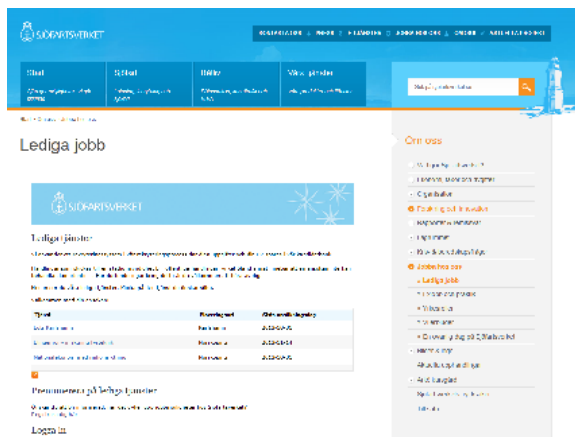
Ingen identitet

Ingen identitet innebär att vår digitala identitet inte ska användas. Dessa tjänster har inget med Sjöfartsverkets verksamhet att göra och behöver därför inte ha någon koppling till oss.

Exempel: Instruktion om hur en konferensutrustning fungerar.

Minimum identitet

Minimum identitet innebär att endast vissa delar av vår digitala identitet ska följas. Syftet är att skapa tydlighet och ge "OK" från SjöV. Kan vara en ingångsruta till en tjänst (system) som saknar Sjöfartsverkets identitet.



Full identitet

Full identitet innebär att samtliga riktlinjer och delar i vår digitala identitet ska följas; ramverk, interaktion, identitetselement och grafik.

Exempel: intranät, sjofartsverket.se och på sikt alla våra olika IT-system i den utsträckning det är möjligt.

WEBB

Sjöfartsverkets har flera webbplatser (sjofartsverket.se och seatime.se) och ett intranät (Ventilen), där Sharepoint är integrerat. Intranätet fungerar som en portal för en rad olika verksspecifika system. Sjöfartsverket ger också ut ett elektroniskt nyhetsbrev till externa mottagare. Här följer en beskrivning av hur sjofartsverket.se är utformad. Övriga system ska använda denna profil som grund vid kommande omdaningar.

1. Ramverk

När det gäller webbdesign så finns det ett ramverk med fyra viktiga beståndsdelar som var för sig och tillsammans skapar identitet om designen är konsekvent:

Bakgrunden är vit.

Sidhuvudet innehåller Sjöfartsverkets logotyp till vänster och den globala navigeringen (de länkar man har åtkomst till från alla sidor på webbplatsen).

Exempel:

Innehållsytan delas in i spalter, men när man bygger en dynamisk design så ändras spalterna utifrån vilken slags enhet man använder för att titta på sajten.

Exempel:

Sidfoten ska ha relevant information för respektive webbsajt. Här ska man hitta en kortfattad beskrivning av vad det är för sajt, kontaktinformation samt information om användning av cookies. Interna sajter ska innehålla en kortfattad beskrivning, kontaktinformation, uppdatering och namn på ansvarig.

© Sjöfartsverket | Sidansvarig: Webbredaktionen | Sjöfartsverket, 601 78 Norrköping | Tel: 0771-63 00 00 | Fax: 011-10 19 49 | E-post: sjofartsverket@sjofartsverket.se | Denna webbplats använder s.k. cookies. >> Läs mer om hur vi använder cookies.

2. Interaktion

Piktogram och menyknapp används tillsammans med en rubrik och placeras alltid till höger om rubriken. I menyer placeras pil alltid till höger om text. Meny med länkar fälls ner under texten

Navbaren är basen för huvudnavigeringen. Flikar används för att markera den aktiva sektionen. Under navbaren finns "sökvägen" som visar var besökaren är på den aktuella sajten. Vår högernavigation används alltid ihop med huvudnavigationen och flikar. Högernavigationen fungerar då som andra och tredje nivå i navigeringen.

Identitetslement

Logotyp - användning och storlek

Vår logotyp placeras till vänster i sidhuvudet. Detta gäller samtliga webbplatser. Logotypens storlek är 184 x 48 när den används i sidhuvudet och ska alltid vara det samma. Friyta för logotyp ska vara 30 pixlar i underkant och 20 pixlar i övriga marginaler. Friyta gäller inte för de sajter eller system som har fått egen profil i sidhuvudet (till exempel Arrivals).



Färger

Primärfärgen är cyanblå och sedan används svart och olika gråa toner, vilket utgör basen i den digitala designen. Typografi och grafik är baserad på dessa färger vilka i sin tur genomsyrar grundinnehållet på våra webbplatser. Sekundärfärger beskrivs i avsnittet Profillfärger.

Typografi

Typsnittet Verdana är basen för vår typografi i digitala kanaler.

Grafik

All grafik i digitala medier har en gemensam stil. Vi strävar efter att vår grafik alltid ska hålla en hög kvalitet och ha ett konsekvent uttryck. Grafiska egenskaper som skuggor, linjetjocklek, färgsättning, typografi med mera ska alltid appliceras på samma sätt på i en applikation. Att konsekvent tillämpa storlekar, marginaler, friytor, interaktiva Mouse over med mera, är viktigt för ett bra resultat. Det gör att till exempel knappar, piktogram, linjer, bilder, rutor och pratbubblor harmoniserar med varandra och med våra identitetslement.

Piktogram

Våra piktogram används i huvudsak för att ytterligare markera en funktion eller ett innehåll. Piktogram ska alltid användas tillsammans med något element som text, länk, meny etc.



Profilsilhuett



Bilder

Bilder används för ge relevans till texter. Bildernas uppgift är också att vara dekorativa samt göra innehållet mer intressant. Tänk därför på att bilderna bör ha en relation till textens innehåll. Mått och manér ska vara konsekvent i en applikation.

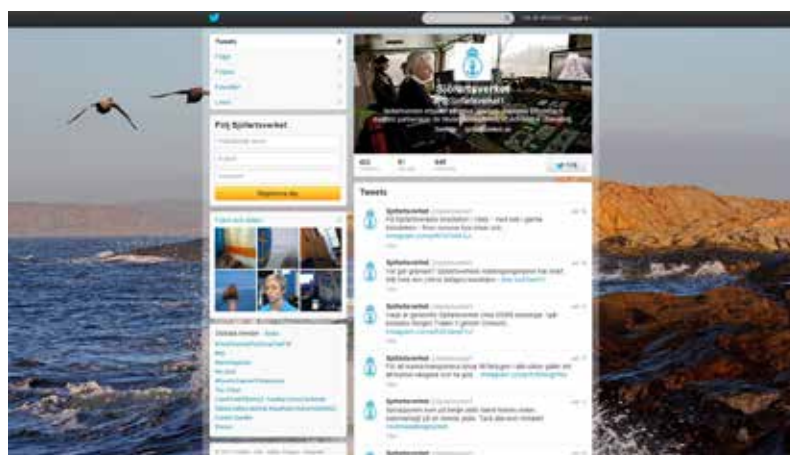
SOCIALA MEDIA

Sjöfartsverket har konto på Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube och Instagram. I den mån man kan påverka den grafiska identiteten ska den följa manualen och Sjöfartsverkets logotyp ska finnas med.

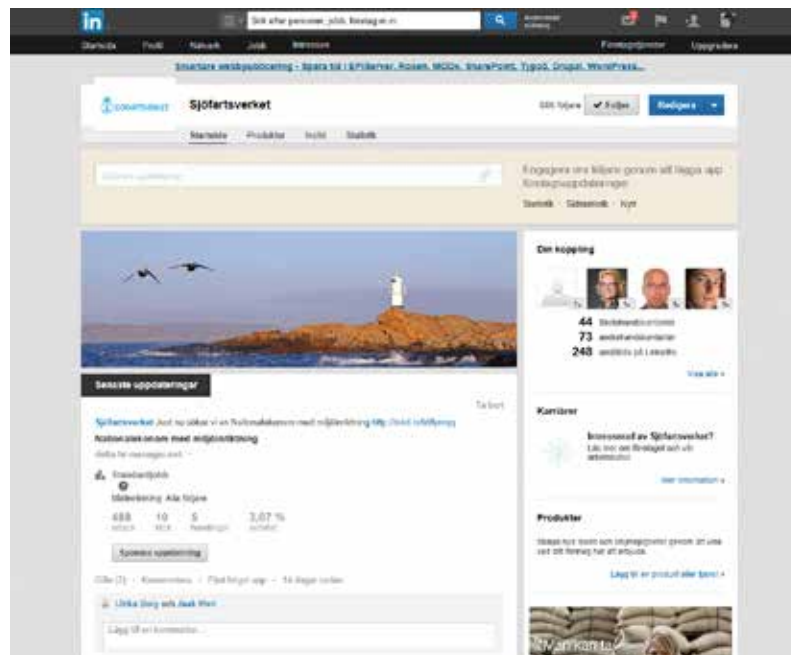
Facebook



Twitter



LinkedIn



SAMARBETSPROJEKT

GOTHENBURG APPROACH

Snabbare, enklare och grönare fartygsanlöp. Det är målet med ett nytt samarbete mellan Sjöfartverket och Göteborgs Hamn AB. Samarbetet, som går under namnet Gothenburg Approach, ska gynna kunderna och en säker och hållbar sjöfart genom effektiva processer och ett innovativt arbetssätt. Sjöfartverkets sjötrafikinformation och lotsbeställning är samlokaliserade med hamnens Port Control. Målet är att kunna effektivisera anlöpsprocessen ytterligare. Nedantående logotyp är gemensam och används tillsammans med logotyperna för Sjöfartverket och Göteborgs hamn.



GOTHENBURG
APPROACH



ÖVRIGT

SJÖMANSBIBLIOTEKET

Sjömansbiblioteket är ett globalt vandringsbibliotek med centrum på Rosenhill i Göteborg. Vi distribuerar böcker och ljudböcker av olika slag till fartyg inom den svenska handelsflottan och till utlandsflaggade fartyg med serviceavtal.



SAFE SEA NET SWEDEN

Fartyg som är på väg till en svensk hamn eller ankarplats på svenskt sjöterritorium ska lämna vissa uppgifter till Sjöfartsverket. Uppgifterna är obligatoriska och ska lämnas elektroniskt i Fartygsrapporteringsystemet (SSNS). Sjöfartsverket ger ut nyhetsbrev på svenska och engelska till användare av systemet.



Den grafiska manualen är en av Sjöfartsverkets övergripande riktlinjer.
När manualen uppdateras aviseras det i Ledningssystemet.

