



Grafisk profil Energimyndigheten

Uppdaterad juni 2022

Varför en grafisk profil?

När vi profilerar oss genomtänkt, enhetligt och konsekvent skapar det igenkänning, trovärdighet och tydlighet hos våra mottagare.

Profilen hjälper dig att enklare hitta Energimyndighetens visuella identitet, exempelvis vilka färger och typsnitt vi använder, och hur vår logotyp får placeras. Den hjälper dig även att göra val – ska du till exempel välja bilder kan du tänka på profilen som ett stöd som bidrar med riktning.

Det enda rätta är kanske alltså att se den som en vän, någon du kan vända dig till så snart du behöver visuell vägledning.





Från alla sidor i den grafiska profilen kan du snabbt komma till innehållsförteckningen genom att klicka på denna ikon.

Innehåll

Energimyndighetens publikationer kan laddas ner eller beställas via www.energimyndigheten.se

Statens energimyndighet, juni 2022

Grafisk form: Haus / Energimyndigheten
Bild: Folio (sid. 2, 7, 8, 9, 26, 36),
Mostphotos (sid. 1, 2, 8, 9, 10, 21, 28-30,
40, 42), Pia Nordlander (sid. 24).

Version 1.0 [2022-06-15].

Så uttrycker vi oss

- › Vi kommunicerar inkluderande
- › Vi skriver med klarspråk
- › Bildval & bildmanér

Profilelement

- › Logotyp
- › Användning av logotyp
- › Vår logotyp vid samarbeten med andra
- › Typografi
- › Färger
- › Tillgänglighet och kontrast
- › Energivågen
- › 8:12-snittet
- › Illustrationer
- › Diagram

Grafisk identitet

Digitalt

- › Egna webbplatser
- › Sociala kanaler
- › Film
- › Presentationer

Trycksaker

- › Format
- › Pappersval
- › Rapport - omslag
- › Rapport - typografi
- › Trycksak - omslag
- › Trycksak - inlaga
- › Avsändare
- › Tryckort och beställningsinformation
- › Utställningsmaterial och storformat
- › Visitkort



Så uttrycker vi oss

- > Vi kommunicerar inkluderande
- > Vi skriver med klarspråk
- > Bildval och bildmanér



Vi kommunicerar inkluderande

Vi på Energimyndigheten ska vara inkluderande i vår kommunikation, vilket handlar om hur vi använder vårt dagliga språk för att underlätta kommunikationen mellan varandra, att öka tillgängligheten för vårt budskap och att göra aktiva bildval. Ordet har makt och därför är det viktigt att se till vilka konsekvenser ordval, formuleringar och porträtteringar får för olika maktordningar.

Kommunikationen ska visa hänsyn och respekt till hur vi ser på och framställer människor, utan att skapa och förstärka fördomar och normer. Visa på variation och utmana fördomarna. Det kan gälla allt från kön, utbildningsnivå, etnicitet, funktionsvariation, kulturell bakgrund till sexuell läggning.

Vem syns på bild?

Vi behöver vara uppmärksamma i vårt bildval så att det finns en variation på de personer som porträtteras. Hur agerar och poserar personer i bilderna? Är till exempel män alltid allvarliga och kvinnor alltid glada?

Hur beskriver vi personer?

Även i text behöver vi fundera på hur vi framställer olika personer samt vilka som får komma till tals. Ge inte personer attribut baserat på förutfattade meningar. Använd ett könsneutralt språk, för att referera

till personer utan att förutsätta deras kön. Undvik till exempel titlar som tjänsteman.

Förstärker vi normer?

Vi ska visa på en variation utan att lyfta skillnader, på det sättet bidrar vi till att förändra normen. Om till exempel en kvinna framgångsrikt driver ett företag i en mansdominerad bransch behöver vi inte göra en stor sak av det faktum att hon är kvinna.

Hur ser helheten ut?

Alla personer vi porträtterar i text eller bild kommer inte att vara normbrytande. Men vi ska återspegla att det finns en variation i samhället. Använd därför inte flera väldigt lika bilder om du ska porträtterar till exempel en familj. En familj består inte alltid av en mamma, pappa och två barn, visa de variationer som kan finnas.





Vi skriver med klarspråk

Vi sätter mottagaren i centrum och vi följer Språklagen. Därför använder vi klarspråk. Det innebär ett språk som är vårdat, enkelt och begripligt.

01

Börja med det viktigaste

Tänk igenom vilken disposition av texten som bäst svarar på läsarens frågor, eller möter läsarens intresse på bästa sätt. Genom att börja med det som är mest intressant för hen skapar vi förutsättningar för att behålla läsaren.

02

En mening, en tanke

En bra informationsbärande mening ska gå snabbt att läsa och vara kort om man räknar i lästid – inte nödvändigtvis i ord. Många långa meningar kan delas upp i två. En mening bör bara innehålla en tanke. Undvik inskjutna bisatser, de är ofta tanke nummer två som skjuts in i en påbörjad tanke (mening).

03

Ett stycke, ett resonemang

Inledningen i ett stycke är till för att skilja resonemangen från varandra. Ett nytt stycke signalerar en ny tankekedja.

04

Förklara facktermer och förkortningar

Ett stort antal oförklarade facktermer och förkortningar stänger ute läsaren från texten. Använd bara dessa när de verkligen behövs, och förklara dem första gången de används.

05

Skriv kort

Skriv det läsaren vill och behöver veta. Inte mer.

06

Skriv med ett rakt och aktivt språk

Försök att hitta meningens kärna och formulera den sedan utan att ta till alltför många ord och omskrivningar. Undvik att blanda in för många utfyllnadsord i meningen.



Bildval & bildmanér

Vi har mycket att berätta, och många gånger är våra ämnen komplexa och kräver förklarande bilder. En del av berättandet kan stödjas med hjälp av dekorativa eller tankeväckande bilder. Ibland vill vi bara snabbt redovisa hur något ser ut eller fungerar, ibland behöver vi väcka engagemang. Bilder är en viktig del av kommunikationen och vi ska därför göra aktiva val.



Val av bilder och illustrationer

När du gör ditt bildval är det viktigt att fundera över hur texten och bilden harmonierar med varandra.

Att välja en bild som går hand i hand med texten kan passa i en informativ text, till exempel en instruktion eller teknisk beskrivning av en produkt. Vid andra tillfällen kan det passa att välja en bild som matchar känslan du vill förmedla. Då kan det vara intressant att välja en bild som inte säger samma sak som texten. På det sättet skapar du dynamik till innehållet och nyfikenhet hos läsaren.

Bilder med olika karaktär

Vi använder olika kategorier av bilder beroende på sammanhang. De olika kategorierna av bilder skiljer sig mellan varandra i karaktär.

Generellt sett så använder vi oss av fyra kategorier: identitets-, verksamhets-, och reportagebilder, samt illustrationer.

Kom ihåg!

Innan du använder en bild måste du vara säker på om och var du får använda bilden. Fotografier och illustrationer omfattas av upphovsrätt.

Om det är personer som avporträtteras behöver de i regel ge sitt samtycke till att bilden får användas.

Ta hjälp av kommunikationsenheten för att reda ut eventuella frågetecken.

Några saker att eftersträva:

Att bilden är relevant och samspelar med texten

Att bilden känns autentisk

Att bilden matchar den grafiska profilens färgpalett

Skapa dynamik genom att använda flera bilder (använd kriterierna på nästföljande sida som stöd)

Identitetsbilder

Identitetsbilder är till för att skapa rätt känsla och sätta tonen. De får ofta ta stor plats i kommunikationen och dominera helhetsintrycket. De är ofta mer dekorativa och förmedlar en känsla snarare än att de beskriver något.



Verksamhetsbilder

Verksamhetsbilder är till för att berätta om och beskriva vårt inre liv och dagliga arbete. Verksamhetsbilder används oftast i intern kommunikation, men förekommer också i externa sammanhang.



Reportagebilder

Reportagebilder är oftast ögonblicksbilder med nyhetskaraktär. Ofta är det personer som blivit intervjuade som fotograferas i sin egen miljö. Dessa bilder kan vara mer dokumentära.



Illustrationer

Illustrationer är till för att beskriva samband och processer som behöver visualiseras. För att de ska vara lätta att ta till sig ska illustrationer hållas enkla och tydliga. Läs mer under kapitlet Profilelement.





Stöd vid bildval

För att göra det enklare för dig att välja bilder och använda bilder har vi tagit fram kriterier som ska fungera som ett stöd. Genom att använda flera av kriterierna skapas förutsättningar för dynamik i bildvalet och kommunikationen. Låt bilden innehålla en eller flera av följande kriterier:



Helhetssyn visualiseras genom att vi tar ett större perspektiv, genom att zooma ut, i till exempel en flygbild eller att det finns en horisont som vi blickar mot.



Ordet detalj visualiseras genom att zooma in på objekt i en större kontext. Att kombinera detaljbilder tillsammans med till exempel bilder med kriteriet helhetssyn kan skapa ett intressant bildval.



Energi kan visualiseras på ett abstrakt sätt genom ljus och rörelse. En bild med rörelseoskärpa, motljus eller vågor på ett stormande hav ger en känsla av energi.



Många gånger kan bilder med teknisk karaktär behövas i vår kommunikation, till exempel när vi vill redovisa hur något ser ut eller fungerar. I relation till de andra kriterierna skapar vi en helhet kring de frågor vi arbetar med.



Genom att använda bilder med människor i kan vi skapa igenkänning hos våra målgrupper. Ett komplext ämne kan lättas upp genom med spår av mänsklig närvaro.



Profilelement

- › Logotyp
- › Användning av logotyp
- › Vår logotyp i samarbete med andra
- › Typografi
- › Färger
- › Tillgänglighet och kontrast
- › Energivågen
- › 8:12-snittet
- › Illustrationer
- › Diagram

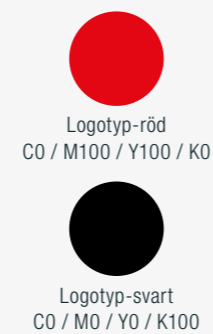
Logotyp

Energimyndighetens logotyp är i färg i sitt grundutförande. Den finns även i svart eller vitt. Dessa två är framtagna för att användas när produktionsmetoden inte tillåter logotyp i färg, eller när denna av annat skäl inte kan användas.

Energimyndighetens logotyp består av två element, ett stiliserat gement "e" med en "energivåg" samt namnet Energimyndigheten.

Energivågens utformning grundar sig i sinuskurvan. Sinuskurvan används för att visa svängningsrörelsen i till exempel växelström, och energivågen kan därför ge associationer till el och annan flödande energi.

De två elementen ("e" med energivåg samt namnet Energimyndigheten) bildar en odelbar enhet. De får inte användas var för sig.



Logotyp i färg

Grundutförande i färg med svart text och röd energivåg.



Svart logotyp

Svart logotyp används vid tryck med en färg eller där det inte är möjligt att använda röd energivåg.



Negativ (vit) logotyp

Negativ logotyp används mot mörk bakgrund och i bildbakgrunder. Det måste alltid finnas god kontrast mellan logotyp och bakgrund, samt att bakgrunden inte är för orolig.



Engelsk logotyp

Logotypen finns i en engelsk version i samtliga utföranden.



Användning av logotyp

Energimyndighetens logotyp ska finnas med på all extern kommunikation och användas på material som Energimyndigheten producerar eller beställer, oavsett kanal. Logotypen på engelska används på allt internationellt material.

Minsta storlek på logotypen

Logotypen ska vara läsbar. Anpassa storleken till var den ska användas, till exempel i en trycksak eller digital kanal. I tryckta kanaler ska den svenska logotypen vara minst 18 mm bred, och den engelska 14 mm bred. Proportionerna mellan namn och symbol får aldrig ändras, och logotypen får inte förvanskas, utan bara användas i de varianter som visas i denna grafiska profil.

Svensk version

Minsta storlek
tryck 18 mm bred



Minsta storlek
digitalt 150 px bred



Engelsk version

Minsta storlek
tryck 14 mm bred



Minsta storlek
digitalt 120 px bred



Logotypens frizon

Runt logotypen ska det alltid finnas en frizon, det vill säga ett område som är fritt från andra grafiska element, bilder eller texter. Frizonen garanterar att logotypen syns ordentligt.

Den fria ytan runt logotypen ska vara minst höjden av den versala bokstaven ”E” i texten Energimyndigheten (se exempel). Frizonen får gärna vara större än så.

När logotypen placeras tillsammans med andra logotyper, till exempel vid samproduktioner, gäller frizonen fram till nästa logotyp (alltså inte fram till den logotypens frizon).



Favikon och avatar

Ibland får inte vår logotyp plats i rekommenderad storlek. Till exempel i fall där en teknisk plattform eller ett fysiskt föremål har ett begränsat utrymme. I dess fall undantar vi regeln för att hela vår logotyp ska användas som en enhet. Exempel på platser där ytan är begränsad är avatarrer i sociala medier, som favoritikon i webbläsaren eller på en liten profilprodukt.

I dessa undantagsfall kan en ikon användas i stället. Den bygger på det stiliserade gemena ”e” samt den ”energivågen” som finns i Energimyndighetens logotyp.

Symbolen ska ligga på en vit eller transparent bakgrund.



Vår logotyp i samarbete med andra

Vår logotyp är en del av vårt ansikte utåt och exponeras ibland tillsammans med andra aktörer, så kallad samprofilering. När vår logotyp finns med i ett sammanhang sänder det en signal att Energimyndigheten är avsändare eller att vi står bakom ett projekt, uppdrag eller samarbete.

När en privat eller offentlig aktör vill använda Energimyndighetens logotyp ska aktören alltid kontakta profilansvarig på kommunikationsenheten. Därefter tar profilansvarig, och eventuellt andra berörda personer, ställning till om och hur logotypen ska användas.

Samarbeten med flera logotyper

Huvudregeln är att mottagaren så snabbt som möjligt ska uppfatta vem det är som är huvudavsändare, och vilka som ingår i samarbetet. Som ett stöd har vi tagit fram tre olika alternativ som kan vara vägledande i beslut om hur vår logotyp ska användas.

1. Energimyndigheten är huvudavsändare. Energimyndighetens logotyp tar störst plats och ska uppfattas först. De övriga aktörernas logotyper som finns med är mindre i storlek. Energimyndighetens grafiska profil används.
2. Energimyndigheten är jämbördig part. Energimyndighetens logotyp är lika i storleken som övriga aktörer i samarbetet. Vilken grafisk profil

som används avgörs av sammanhanget men önskvärt är en neutral grafisk formgivning, d.v.s. ingen av aktörernas profil.

3. Energimyndigheten är en aktör i samarbetet, men inte drivande. Energimyndighetens logotyp är mindre i förhållande till den drivande aktören. Den drivande aktörens grafiska profil används.

Stöd och finansiering

Energimyndigheten ger olika former av stöd till både privata och offentliga aktörer. Vid presentation av projekt eller uppdrag som fått finansiellt stöd av Energimyndigheten ska aktören i anslutning till beskrivning av projektet/uppdraget, i brödtext beskriva att det genomförs med finansiellt stöd från Energimyndigheten. Logotypen behöver alltså nödvändigtvis inte vara med, men får vara det om utrymme finns och Energimyndigheten och aktören önskar det. I de fallen finns en färdig logotyp med tillhörande text som kan användas (se logotyper till höger). Logotyperna finns både på svenska och engelska.

Logotypens placering

Logotypen ska, i de fall de används, placeras i anslutning till beskrivning av projektet och det ska tydligt framgå i text på vilket sätt Energimyndigheten är engagerade i sammanhanget.

På en enkelsidig produkt (ex. rullplansch eller flygblad) där utrymmet är begränsat kan det räcka med att skriva i brödtext "Med finansiellt stöd från Energimyndigheten". På en produkt med flera sidor (exempelvis presentation eller webbsida) räcker det med att använda Energimyndighetens logotyp på en sida och då i anslutning till en beskrivning om projektet.

Logotypen får inte användas på ett sätt som ger intryck att Energimyndigheten är avsändare till materialet då vi i själva verket enbart gett finansiellt stöd.

Logotypen får inte användas i kommersiella sammanhang till exempel när en aktör som fått finansiering av Energimyndigheten marknadsför en produkt eller tjänst.

Med finansiellt stöd från



Svensk version

Denna logotyp kan användas av aktörer, privata som offentliga, som har fått finansiellt stöd, helt eller delvis från Energimyndigheten.

Co-financed by



Engelsk version

I samarbete med



Svensk version

Denna logotyp kan användas av aktörer, privata som offentliga, som samarbetar med Energimyndigheten utan finansiella stöd.

In collaboration with



Engelsk version

På uppdrag av



Svensk version

Denna logotyp kan användas av aktörer, privata som offentliga, som driver projekt, program eller uppdrag beställt av Energimyndigheten.

Commissioned by



Engelsk version

Typografi

Hur vi utformar våra texter är en viktig del av vår visuella identitet. En texts visuella utformning bidrar också till hur läsaren tar till sig innehållet i texten. För att uppnå båda dessa saker har vi valt typsnitt för att ge god läsbarhet, och vi använder dessa konsekvent för att skapa igenkänning.

Typsnitt

Vi använder två olika typsnitt Helvetica Neue och Times New Roman. Dessa typsnitt används i en rad olika teckenvarianter. Bold är ett exempel på

en teckenvariant. Vi väljer variant efter uttryck och kanal för att få störst effekt i vår kommunikation.

Times New Roman används för längre stycken text den så kallade brödtexten. Helvetica Neue i dess olika variationer används för övriga texter, till exempel rubriker och ingresser.

Typsnitt i grafik

Där det kan bli ont om plats i till exempel illustrationer, diagram och faktarutor, får Helvetica

Neue Condensed användas i sina tre olika varianter. Dessa varianter är skapade för att ta mindre plats. Condensed bör inte användas i längre texter.

Ersättningstypsnitt

Ibland finns inte de korrekta typsnitten tillgängliga, till exempel i Office-paketet. I dessa fall ersätts Helvetica Neue med Arial. Times New Roman används fortsatt för brödtext. Använd Energimyndighetens mallar för respektive program så får du de korrekta ersättningstypsnitten.

Helvetica Neue

Bold 75

Medium 65

Roman 55

Light 45

Thin 35

Ultra Light 25

Times New Roman

Regular

Italic

Bold

Bold Italic

+ **Condensed Bold 77** + Condensed 57 + Condensed Light 47



Färger

Den grafiska profilen erbjuder en färgpalett som baseras på sex stycken huvudfärger. Varje huvudfärg har två ljusare och en mörkare variant. Valfritt antal huvudfärger får användas och kan kombineras fritt.

Logotypens röda färg

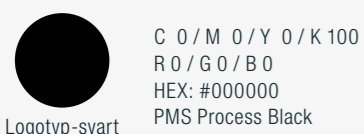
Utöver våra huvudfärger har också logotypen en röd färg. Utöver logotypen kan den användas i energivågen. För myndighetsgemensamt och övergripande material kan också den röda färgen användas.

Myndighetens ansvariga för den grafiska profilen ska alltid ge sitt godkännande när den röda färgen används. Den röda färgen ger en tydlig signal om att det är ”hela” Energimyndigheten som är avsändare.

Färger i våra mallar

Energimyndighetens Office-mallar har ett urval av huvudfärgerna inlagda. Det går bra komplettera dessa med fler färger utifrån huvudfärgerna.

Logotyp-färger



Logotyp-svart



Logotyp-röd

Våra huvudfärger:



Viol



Hav



Grönska



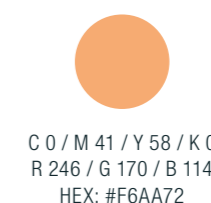
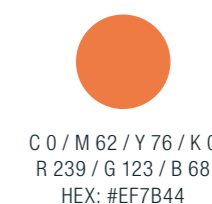
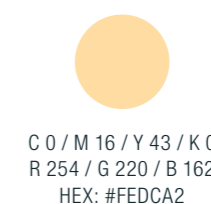
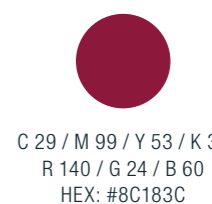
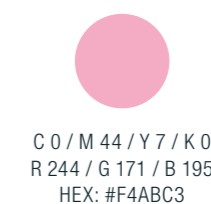
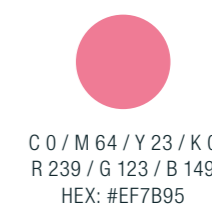
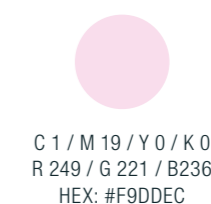
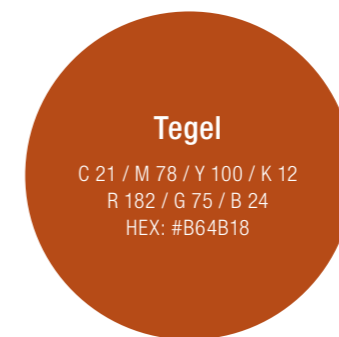
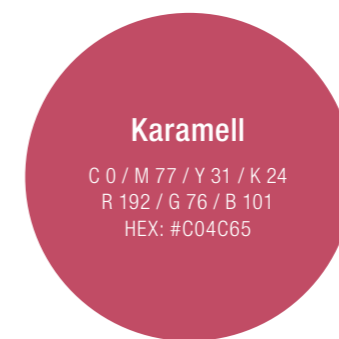
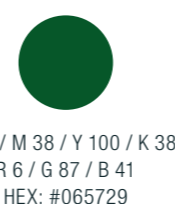
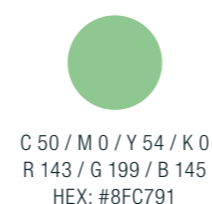
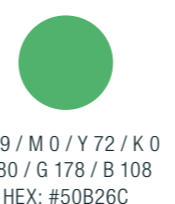
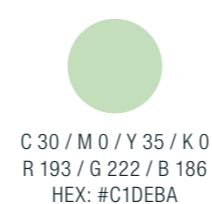
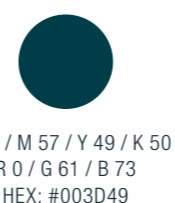
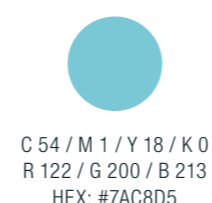
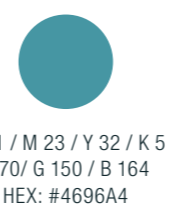
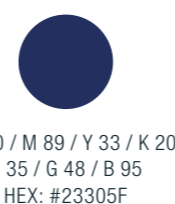
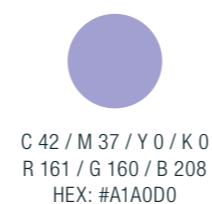
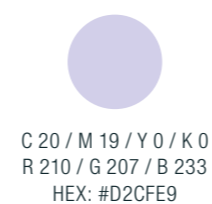
Karamell



Tegel



Lera



Komplement-färger



C 0 / M 0 / Y 0 / K 5
R 246 / G 246 / B 246
HEX: #F6F6F6



C 0 / M 0 / Y 0 / K 17
R 224 / G 224 / B 224
HEX: #E0E0E0



C 0 / M 0 / Y 0 / K 29
R 200 / G 200 / B 200
HEX: #C8C8C8



C 0 / M 1 / Y 0 / K 51
R 155 / G 154 / B 154
HEX: #9B9A9A

Opacitet och färgton

Ibland använder vi färgplattor på bilder och då behöver vi använda opacitet för att skapa färgplattor med genomskinlighet. Det finns också tillfällen då färgtonen kan behöva justeras till en ljusare variant, till exempel en bakgrund eller större färgplatta, eller delar i en illustration eller annan layout.



Tillgänglighet och kontrast

Det är viktigt med tillräcklig kontrast mellan våra färger, för att skapa god läsbarhet. Det underlättar för alla, men framförallt gör det informationen tillgänglig för personer med nedsatt synförmåga eller annat färgseende. Som myndighet har vi lagkrav på oss att följa den svenska tillgänglighetslagen.

WCAG-standard

Den svenska tillgänglighetslagen bygger på WCAG-standarden (Web Content Accessibility Guidelines) och lagen kräver att vi uppfyller standardens krav. WCAG är som namnet anger en standard för webb, men vi bör följa i den mån det är möjligt i samtlig information.

WCAG är indelad i tre nivåer: A, AA och AAA. Där A är de lägsta kraven, och AAA de högsta. Enligt lagkraven behöver vi uppfylla minst nivå AA för kontrast.

För kontrast avgörs A-nivån av ett kontrastvärde mellan 1:1 och 21:1. Att mäta kontrast är enkelt, på webben finns flera sidor där du enkelt fyller i hex-värdet för de två färgerna. Du får då fram ett kontrastvärde samt om det motsvarar A, AA eller AAA.

Kontrast mellan text och bakgrund

För att uppnå nivå AA mellan text och bakgrund för normalstor text ska inte kontrastvärdet understiga 4,5:1. För större text till exempel rubriker är värdet 3:1 för att uppnå nivå AA. Överskrid gärna dessa värden om möjligt.

Kontrast i grafik

På liknande sätt som för text behöver grafik som är informationsbärande ha en god kontrast för att vara tillgänglig för alla. Informationsbärande grafik kan till exempel vara diagram, pilar, eller grafik som leder eller informerar användaren.

För att uppnå nivån AA behöver kontrastvärdet vara minst 3:1.

Grafik som endast har ett estetiskt syfte är undantagen, liksom om informationen finns tillgänglig i text eller tabell i anslutning till grafiken.

På webbriktlinjer.se kan du läsa mer om tillgänglighetskraven.

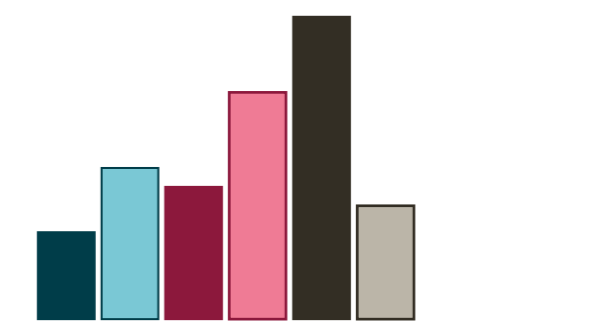
Exempel på **bra** kontrast mellan text och bakgrund (**nivå AA**)



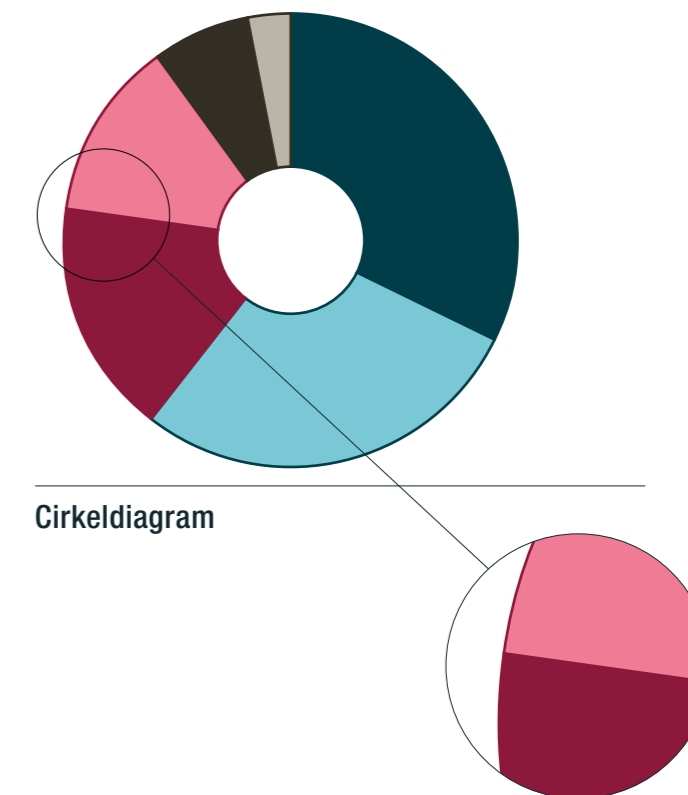
Exempel på **dålig** kontrast mellan text och bakgrund



Exempel på grafik med **bra** kontrast



Stapeldiagram



Cirkeldiagram

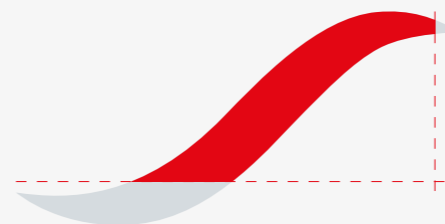


Energivågen

Energivågen används som ett grafiskt element för att förtydliga Energimyndigheten som avsändare.

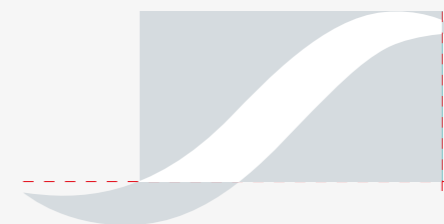
Energivåg i färg

Välj profillfärg som passar och kompletterar bakgrundsbilden bäst.



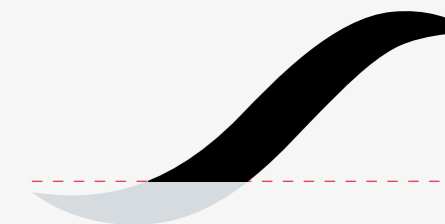
Negativ energivåg

Används när bildbakgrunden är för orolig eller krockar med våra profillfärger.



Svart energivåg

Används vid enfärgstryck.



Energivågen kan användas i Energimyndighetens färger som presenterats i denna grafiska profil. Ta hänsyn till kontrasten mot bakgrunden, undvik oroliga illustrationer eller bilder bakom Energivågen. Energivågen får inte användas som en del av en annan

illustration, utan ska alltid ses som en fristående del.

Energivågen ska alltid placeras utfallande och beskäras i höger- respektive underkant. I energivågens grafiska original, som ska användas vid produktioner, ligger skärmärken

med för att säkerställa rätt placering.

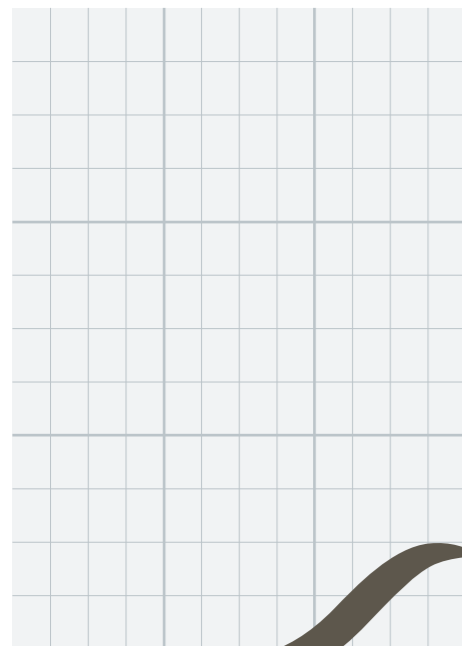
Original finns för energivågen i rätt storlek för A4 och A5.

Vid andra format ska energivågens storlek vara proportionerlig till valt format. Ta hjälp av 8:12-snittet.

Bra att veta!

För att undvika att energivågen och logotypen ska konkurrera med varandra använder vi dom inte på samma sida, till exempel på en rapport's framsida.

Ibland kan vi göra undantag, lite beroende på grafisk utformning och kanal.



A4, stående (210x297 mm)

Energivågens övre höjd ska vara 2/12-delar av ruttmönstret.



A4, liggande (297x210 mm)

Upprepa storlek på energivågen enligt placeringen på stående A4, det vill säga energivågen ska vara lika stor som på stående A4.



Andra format

För andra format ska man utnyttja 8:12-snittet. Det gör du enklast genom att antingen göra vågen 1/3-del av bredden eller höjden.

8:12

Utnyttja 8:12-snittet och gör vågen 1/3-del av bredden eller höjden.





8:12-snittet

Energimyndighetens grafiska profil baseras på det geometriska förhållandet 8:12. 8:12-snittet bygger i sin tur på ett rutnät med 12x12 rutor som alla format delas in i.

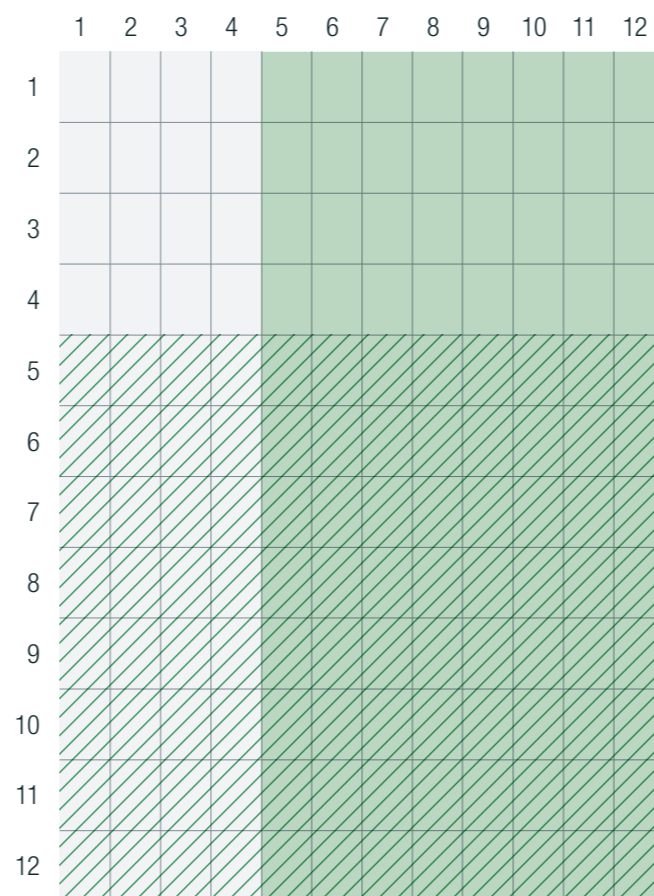
På ytan som ska formges läggs ett vågrätt och ett lodrätt snitt som delar ytans bredd repektive längd i förhållandet 8:12.

Det övre vänstra fältet som bildas av 8:12-snittet kallar vi primärfält. Primärfältet används nästan enbart för våra trycksaker så som rapporter och faktablad.

För andra kommunikationskanaler med andra format, som till exempel

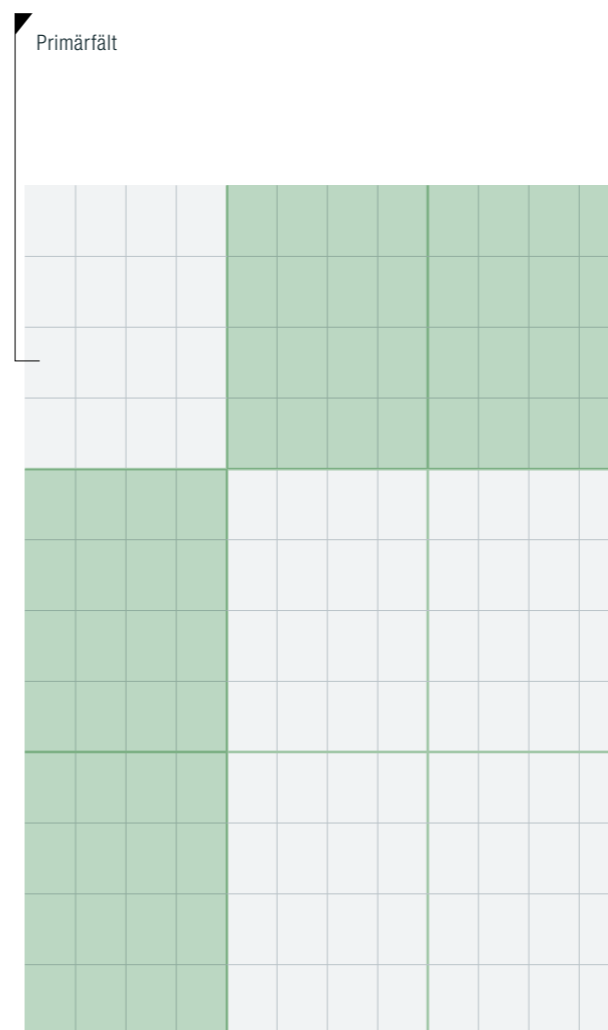
filmer och presentationer, används rutnätet som stöd för layouten men primärfältet finns nödvändigtvis inte med i de produkterna. De produkterna har oftast andra format än trycksaker vilket gör det lämpligare att använda 12x12 rutnätet och dela in ytan i tredjedelar.

Rutnätet används som stöd i layoutarbete och gör den grafiska formen flexibel men ändå med igenkänning.

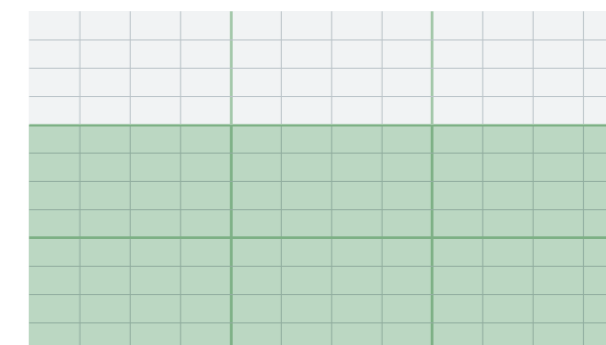


8:12-snittet

Både höjden och bredden på en satsyta delas i 12. Det ger ett rutnät på 12x12 rutor. 8:12-snittet får man genom att utnyttja 8 av 12 rutor på höjden och på bredden.



A-formatet



16:9-formatet (widescreen)

Innehållet på denna sida är disponerad på de nedre 2/3-delarna.

2/3 av sidan

1/3 av sidan

Texten på sidan utnyttjar 1/3-del av bredden.

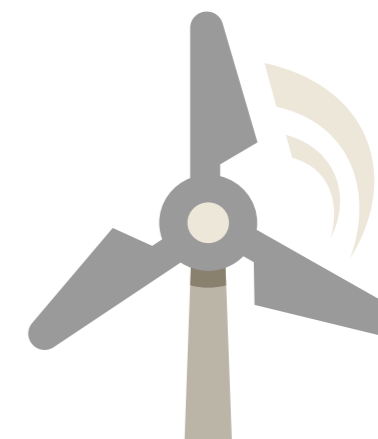
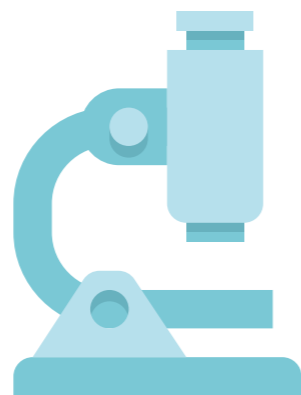
2/3 av sidan

Exemplen utnyttjar 2/3-delar av bredden.

Illustrationer

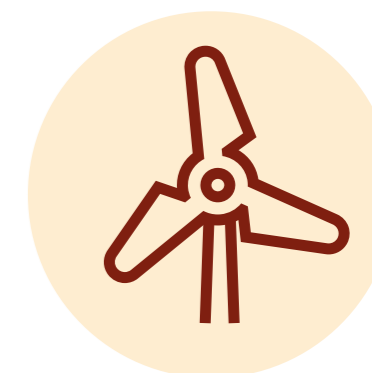
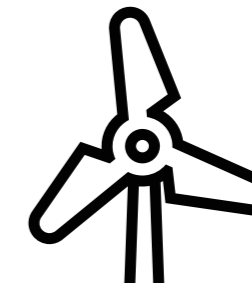
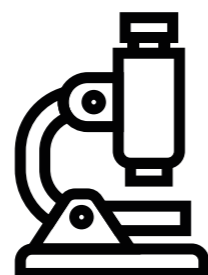
Utvecklade illustrationer:

Denna form av illustrationer passar bra vid tillfällen då det behövs detaljerade illustrationer. Illustrationerna har ett större färgdjup och kombinerar ett större antal färger.



Mellan illustrationer:

Dessa illustrationer är lite enklare i sitt utförande. De kan användas i enklare färgkombinationer. De kan användas i en mängd olika storlekar, men bör ej vara för små. De kan då bli otydliga.



Enkla illustrationer:

Illustrationerna kan även användas i den enklaste formen. Det viktiga är låg detaljnivå och hög kontrast. Dessa är bra att använda i väldigt små storlekar.



Diagram

Det är viktigt att våra diagram är lätta att läsa och tillgängliga ur flera perspektiv.

Kontrast

Färgerna behöver kontrastera gentemot varandra både i ljushet och färg för att vara tillgängliga. Delarna i ett diagram behöver också ha tillräcklig kontrast gentemot den oftast vita bakgrunden.

Färgseende

Vi har olika färgseenden och därför är det viktigt att vi provar att färger fungerar för olika typer av färg-

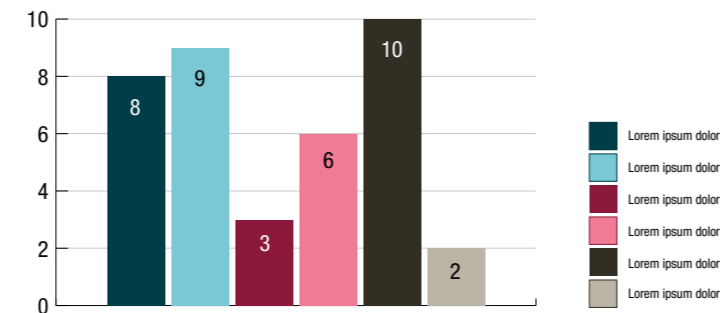
seenden. Sådana verktyg för användning på internet. Exempel på färger som uppfyller de kraven ser du på exemplen till höger.

Anpassa diagrammet

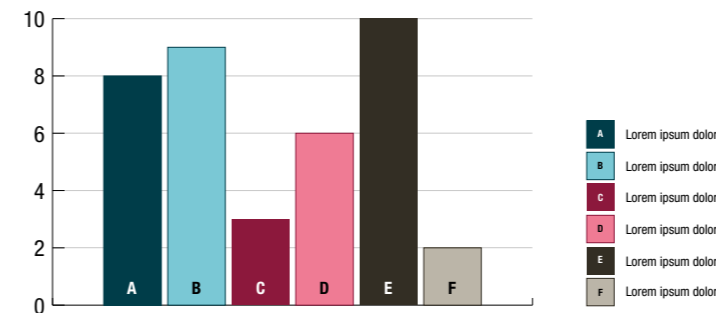
För att göra diagrammen tydliga kan man behöva arbeta med mönster, symboler, siffror och bokstäver.

Fundera över vad du vill att diagrammet ska visa. Om det är mycket information som ska in i ett diagram kan det vara en god idé att försöka dela upp diagrammet i flera diagram.

Stapeldiagram

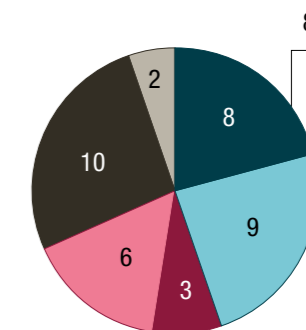


Exempel 1. I exemplet ovan har de ljusa färgerna inte tillräcklig kontrast gentemot bakgrunden, då behöver du kompensera det genom att komplettera diagrammet med siffror i anslutning till eller i staplarna.



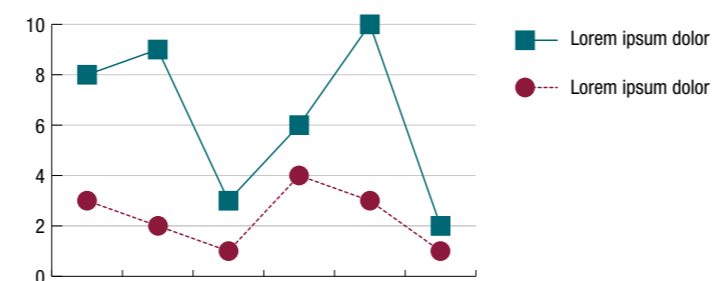
Exempel 2. I exemplet ovan har de ljusa färgerna inte tillräcklig kontrast gentemot bakgrunden, därför är det kompletterat med en mörkare outline för att skapa kontrast mellan bakgrund och stapel. För att förtydliga finns bokstäver som förtydligar kategorin.

Cirkeldiagram



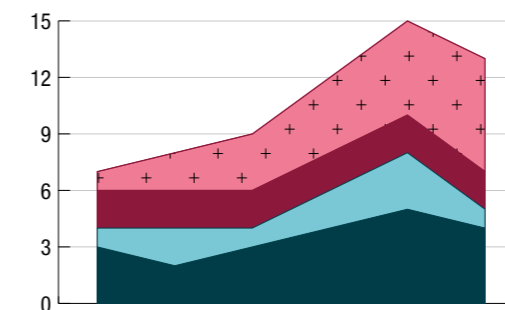
Exempel 3. I exemplet ovan har de ljusa färgerna inte tillräcklig kontrast gentemot bakgrunden, därför är det kompletterat med en mörkare outline för att skapa kontrast mellan bakgrund och diagram. Här behöver du också komplettera med siffror antingen i eller i anslutning till diagrammet.

Linjediagram



Exempel 4. Linjediagram kräver mörka färger som kontrasterar mot bakgrunden. För att skilja linjerna åt går det att jobba med symboler och olika typer av streck, som här till exempel heldragen linje och streckad linje.

Ytdiagram



Exempel 5. I exemplet ovan har de ljusa färgerna inte tillräcklig kontrast gentemot bakgrunden, därför är det kompletterat med en mörkare outline för att skapa kontrast mellan bakgrund och diagram. I ytdiagram går det också att skilja ytorna åt genom att ge ytorna olika färger och mönster, se ytan överst i diagrammet.

Diagram i Office

När diagram tas fram i något av Office-paketets program så håller vi oss till en begränsad färgskala i dess mallar. Dels på grund av begränsningar av antalet färger i programmet, men också för att diagrammen ska bli så optimalt utformade utifrån exemplen på denna sida.



Grafisk identitet

Användning

Digitalt

- > Egna webbplatser
- > Sociala kanaler
- > Film
- > Presentationer

Tryck

- > Format
- > Pappersval
- > Rapport - omslag
- > Rapport - typografi
- > Trycksak - omslag
- > Trycksak - inlaga
- > Avsändare
- > Tryckort och beställningsinformation
- > Utställningsmaterial och storformat
- > Visitkort



Digitalt

Vi lever i en allt mer digital värld, och där våra målgrupper finns behöver också Energimyndigheten finnas. Därför prioriterar vi digitala produkter och kanaler i vår kommunikation. Genom en ökad digitalisering minskar vi behovet av tryckta produkter och minskar därmed också vår miljöpåverkan.

Egna webbplatser

Energimyndighetens huvudsakliga webbplats är Energimyndigheten.se. Utöver denna finns också intranätet Knytpunkten.

Webbplatserna ska vara tillgänglighetsanpassade och språket ska vara enkelt och begripligt.

Energimyndighetens logotyp på webbplatser

På Energimyndighetens webbplatser ska vår logotyp finnas synlig. Det ska vara tydligt vem som är avsändare till innehållet.

Logotypen ska finnas synlig på webbplatsens samtliga sidor och placeras lämpligtvis i sidhuvud eller sidfot.

För Energimyndigheten.se används ikonen som favoritikon då

hela Energimyndighetens logotyp inte får plats.

Energimyndighetens intranät

För intranätet Knytpunktens unika delar finns en designanvisning som komplement till den grafiska profilen.

Intranätet har en egen symbol med figur och text men Energimyndighetens logotyp finns alltid synlig i dess sidfot.

Från Knytpunkten når vi en rad olika digitala verktyg och system. Många av våra system köps in av externa aktörer och vi har ofta begränsad möjlighet att påverka deras utseende. Det finns därför inga krav, utifrån den grafiska profilen, på deras utseende.

Tillgänglighet och användbarhet

Energimyndighetens webbplatser ska välkomna alla besökare. Det ställer krav på hög tillgänglighet och användbarhet, både i teknik och innehåll. Webbplatserna ska därför kvalitetssäkras utifrån de riktlinjer för offentlig sektor som myndigheten för digital förvaltning, DIGG, ansvarar för.

Webbplatserna ska följa det som anges på www.webbriktlinjer.se inklusive kraven i WCAG. Inga avsteg från dessa krav får göras utan särskilda skäl.

Webbplatser utvecklade ihop med andra aktörer

Det ska vara tydligt för användaren vilka som är avsändare av en webbplats. Bestäm i samråd med de aktörer som står bakom webbplatsen hur ni på bäst sätt gör detta utifrån webbplatsens utformning.

Detta görs lämpligtvis med Energimyndighetens logotyp. På sidor med en tydlig sidfot kan detta

var en lämplig plats att placera logotypen. Tänk på logotypens fazon och minsta storlek utifrån de riktlinjer som finns på sidan om användning av logotyp i denna grafiska profil. Energimyndighetens logotyp ska alltid länkas till www.energimyndigheten.se

Exempel

Kontakta oss

Besöksadress:
Gredbyvägen 10, Eskilstuna

Post:
Box 310, 631 04 Eskilstuna

Telefon (växel):
016-544 20 00

E-post:
regist...@energimyndigheten.se

Om webbplatsen

Lorem ipsum dolor sit amet cras congue imperdiet pede. Curabitur scelerisque odio quis magna. Aliquam ut elit. Duis molestie. Etiam et nibh eget mi interdum euismod. Suspensisse molestie sapien quis massa.



Sociala kanaler

Energimyndigheten har närvaro i flertalet sociala kanaler. I sociala kanaler är vi snabba att ta till oss innehåll och det är viktigt att även skapa igenkänning i dessa kanaler.

Profilbild och bakgrundsbild

I de sociala kanaler där inte hela vår logotyp kan användas på grund av begränsat utrymme, används istället vår avatar med Energimyndighetens ”e” som profilbild. Denna ska användas på en vit bakgrund. Profilbilden är viktig för att tydligt visa att det är Energimyndigheten som är avsändare till innehållet.

Bakgrundsbild kan anpassas efter aktuella ämnen som Energimyndigheten kommunicerar.

Exempel på inlägg

Citatbild: Används för att lyfta citat från nyheter eller pressmeddelanden. Kan användas med eller utan bild på personen som citeras beroende på citatets längd.

Animerade mallar: Det finns ett antal animerade mallar framtagna där innehåll kan bytas ut för att skapa rörligt material baserade på text och illustrationer.

Länkbild: Används för att till exempel lyfta en rubrik från en nyhet eller rapport. Består av färgad platta med text på. Dessa används för att skapa igenkänning samt om till exempel lämplig bild saknas.



Profilbild och bakgrundsbild



Citatbild



Animerade mallar



Länkbild

Film – format

Film produceras lämpligtvis i något eller flera av formaten 16:9, 9:16 eller 1:1. Vilket du ska välja är beroende på filmens användningsområde. Besluta alltid om vilka plattformar och funktioner du vill använda innan du beställer din film.

Längden på din film avgörs också av plattformens begränsningar. De sociala medierna förändras snabbt så en rekommendation är att kolla upp vad som gäller för plattformen som filmen ska publiceras på.

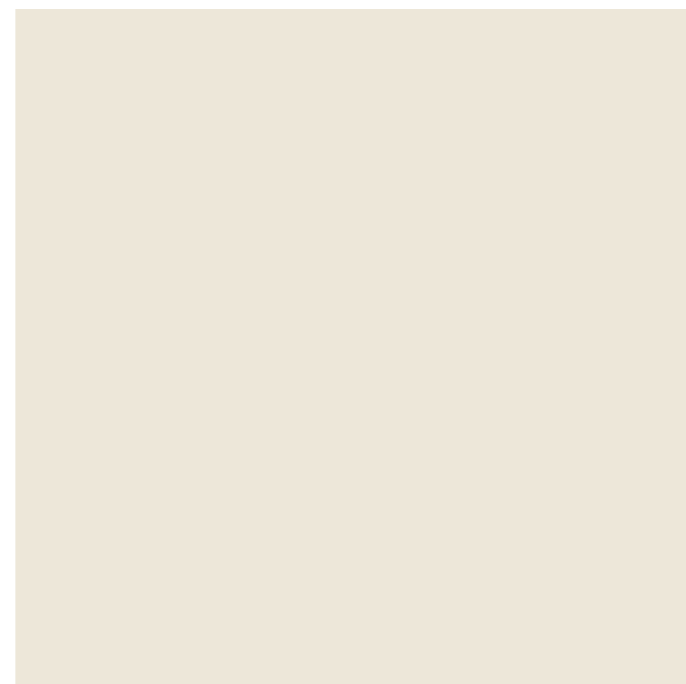
Det vanligaste och mest mångsidiga formatet är det ligande med proportionen 16:9, detta format är anpassat för att kunna visas på helskärm på dator- eller tv-skärm. Använd formatet på Youtube. Det kan även användas i sociala kanaler, till exempel Facebook, LinkedIn och Twitter.

Det kvadratiske formaten 1:1 och det stående 9:16 används främst i sociala medier. Formatet 1:1 passar till exempel att använda i flödet på Facebook, Twitter, LinkedIn och Instagram. 9:16 kan lämpa sig både till flödet och till händelser i de flesta sociala kanalerna.

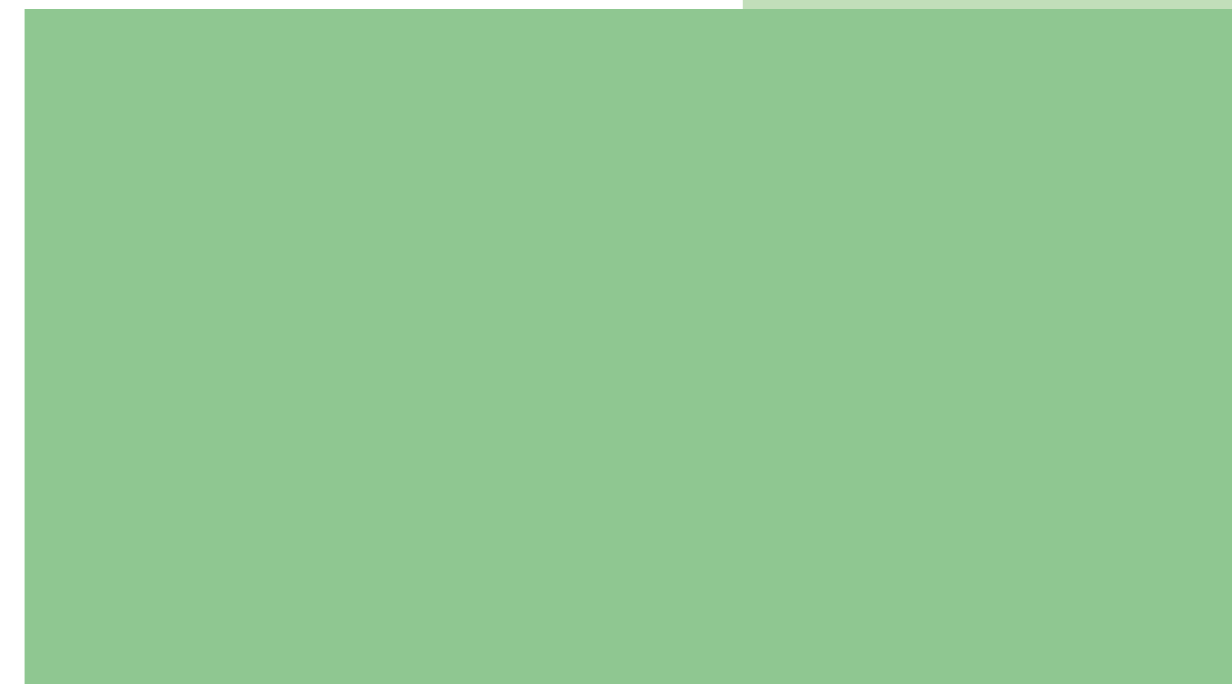
Vissa plattformar erbjuder också fler format, försök hitta något som är gemensamt för så många som möjligt. 16:9 är ett exempel på ett sådant format.

Rekommenderat filformat för film är .mp4.

1:1 (kvadratisk)



16:9 (widescreen)



9:16 (stående widescreen)



Film – startbild

Startbild i filmen är valfri, men kan vara ett sätt att förtydliga filmens innehåll och Energimyndigheten som avsändare.

Text kan placeras på en färgad bakgrund i någon av färgerna från denna grafiska profil eller på ett foto eller filmad bakgrund. Var uppmärksam på att det är god kontrast mellan text och bakgrund.

Texter och Energimyndighetens logotyp placeras centrerat för att förstärka den filmiska känslan.

Energivågen och logotyp

Energivågen kan med fördel används som ett grafiskt element för att förtydliga Energimyndigheten som avsändare.

Alternativt använd Energimyndighetens logotyp, men som regel inte de två tillsammans.

Centrera

Information på en startplatta ska centreras för att förstärka den filmiska känslan.



Startbild med vågen

Om man använder en startplatta med vågen ska inte Energimyndighetens logotyp också vara med.

Rubrik

När rubriken fyller ut en tredjedel av startplattans höjd har den en lämplig storlek.

Vågen

En lämplig höjd på vågen är 3/12-delar



Startbild med logotyp

Om man använder en startplatta med Energimyndighetens logotyp kan rubriken flyttas upp en rad i gridsystemet.

Rubrik

När rubriken fyller ut en tredjedel av startplattans höjd har den en lämplig storlek.

Logotypen

En lämplig höjd på logotypen är att den fyller ut 1/12-del



Startbild med foto eller filmad bakgrund

Så länge man kan bibehålla tillräcklig kontrast kan man med fördel använda filmat material till startbilden.

Film – animerad slutbild

För att avsluta filmer finns en animerad slutbild framtagen i formaten 1:1 och 16:9. Den innehåller en animering av Energimyndighetens logotyp och förtydligar att det är Energimyndigheten som är avsändare till filmen.

Slutbilden bör alltid användas i längre filmer men kan undantas i sociala kanaler. Detta om till exempel filmklippet spelas upp om och om igen eller om det finns tidsbegränsningar på plattformen.



Slutbild med animerad logotyp

Filmer som myndigheten producerar ska alltid ha den animerade slutbilden utom i vissa undantagsfall.



Slutbild i samarbete med andra aktörer



Svart logo, webbadress och vit bakgrund



Svart logo och vit bakgrund



Svart logo, webbadress och genomskinlig bakgrund



Svart logo och genomskinlig bakgrund

Versioner av slutbild med animerad logotyp

Alla slutbilder finns i formaten 1:1 och 16:9. Samtliga finns också med engelsk logotyp.



Vit logo, webbadress och färgad bakgrund



Vit logo och färgad bakgrund



Vit logo, webbadress och genomskinlig bakgrund



Vit logo och genomskinlig bakgrund

Film – grafik

I filmer kan det finnas behov av att lägga in grafik, detta kan göras både i syfte att förtydliga information eller för att skapa variation i filmens innehåll.

Namnskyltar

Namnskyltar kan användas på många olika vis. Anpassa uttrycket efter behov men utnyttja gärna basmönstrets grundform.

Namnet

Namnet sätts i Helvetica Neue Bold och är 30 % större än titeln som sätts i Helvetica Neue Roman.



Förnamn Efternamn
Eventuell titel

Förnamn Efternamn
Eventuell titel

Plattan

Höjden på plattan ska vara 2/12-delar och bredden anpassas efter namnet.

Placera alltid namnskylten så den inte hamnar under eventuell textning av filmen. Undvik att placera den så den döljer innehåll i filmen som är viktigt för förståelsen av innehållet eller skymmer personer.



Carlos 8 tips för ett längre batteriliv:

1. Låt inte mobilen bli helt urladdad, och låt den heller inte ligga urladdad en längre tid.



Carlos 8 tips för ett längre batteriliv:

2. Ladda den inte fullt. Undvik att ladda över natten.

Text på platta

När text på platta ska användas så tänk på hierarkin och att inte visa för många budskap på samma gång. Utnyttja det rörliga mediet till att visa ett budskap åt gången för att göra det tydligt och enkelt för betraktaren.



Tillgänglighet i film

Vi eftersträvar hög tillgänglighet i våra filmer utifrån webbdirektivet.

Textning (text)

Alla filmer där tal förekommer ska textas på svenska. Undantaget är direktsändningar, men dessa behöver också textas inom 14 dagar om sändningen går att ta del av i efterhand. Filmer från evenemang ska alltid ha textning vid publicering.

Det finns två typer av undertexter, så kallade closed captions och open captions. I första hand ska vi använda stängda undertexter (closed captions). Detta innebär att texten levereras i en separat textfil (SRT-fil) och laddas upp på till exempel Youtube. Stängda undertexter går att stänga av och på. Om filmen ska visas i ett sammanhang eller i en mediaspelare där det inte går att sätta på eller stänga av undertexten är open captions att föredra.

Ibland gör vi filmer med animerad grafik och text i bild. Om speakern säger samma saker som framgår i texten räknas den inbäddade texten som open captions.

Om filmen ska publiceras på Twitter behöver textningen ligga direkt på filmen (open captions). På LinkedIn, Youtube och Facebook går det att ladda upp en separat textfil (closed captions).

Vad säger lagen?

Webbtillgänglighetsdirektivet ställer krav på text-alternativ av förinspelat material, inte direktsändningar. Om innehållet i filmen eller ljudklippet är ett likvärdigt alternativ till text som redan finns, är kravet på textning uppfyllt.

Syntolkning (ljud)

Om det händer saker i en film som inte framgår av dialogen måste detta beskrivas för personer som inte kan se. Det gör du med hjälp av syntolkning, vilket är ett ljudspår med beskrivning av vad som händer visuellt, exempelvis uppläsning av vad som står skrivet på en skylt. Om det finns en berättare som beskriver vad som händer i filmen, eller om de som pratar i filmen läser upp alla skyltar och liknande,

behövs ingen syntolkning.

I en film där det visuella inte tillför något till själva innehållet, där det till exempel är en person som tittar in i kameran och pratar. Då behövs inte någon syntolkning. Men kom ihåg att läsa upp allt som står på skyltar och beskriva vad som händer visuellt. Planera produktionen med hänsyn till tillgänglighet. En film som innehåller mycket visuell information som behöver beskrivas och snabba klipp kan bli komplicerad att syntolka.

Vad säger lagen?

Webbtillgänglighetsdirektivet ställer krav på syntolkning av förinspelat material, inte live-sändningar. Om innehållet i filmen är ett likvärdigt alternativ till text som redan finns, är kravet på syntolkning uppfyllt.

Teckenspråk

För de flesta barndomsdöva är teckenspråket modersmålet. Personer som blir döva i vuxen ålder kan ofta läsa bra, men

för individer som aldrig har hört kan det vara väldigt svårt att tillgodogöra sig information i form av skriven svenska. Organisationens uppdrag och målgrupp-ernas behov bör avgöra om filmen ska produceras på teckenspråk.

Vad säger lagen?

Webbtillgänglighetsdirektivet ställer inte krav på teckenspråk. I Språklagens §9 står det att: ”Det allmänna har ett särskilt ansvar för att skydda och främja det svenska teckenspråket”.

Översättningar

Erbjud översättningar vid behov. Organisationens uppdrag och målgruppernas behov bör avgöra vilka översättningar vi producerar.



Tips för textning

Använd max två rader per textblock. Ibland behöver meningar delas upp i flera textblock.

Var noga med radbrytningar. Du ska ha helst max 32 tecken (inklusive mellanslag och specialtecken) per rad och absolut inte fler än 42. 32 tecken är standardlängden på text för Facebook och andra mobilvänliga tjänster. Håller du dig inom 32 tecken minskar du risken att texten radbryts konstigt ifall tittaren använder stor textstorlek på undertexten.

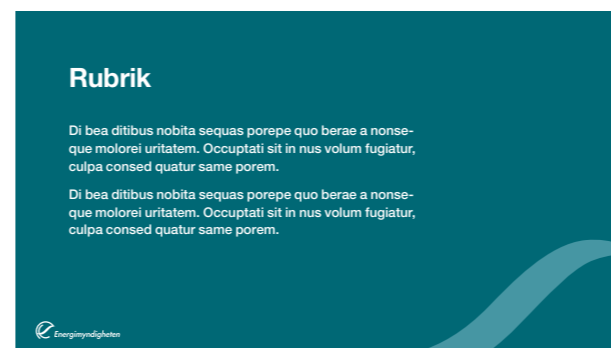
Ett textblock får ligga som kortast 1–1,5 sekunder och inte längre än 7 sekunder. Med lite övning kommer du snabbt hitta var du kan bryta upp textblock. Dela upp överdrivet långa meningar. Vi svenskar älskar våra "och". Om du plockar bort "och" och istället sätter punkt kan du enkelt dela upp vissa meningar.

Om två talare pratar samtidigt i samma textblock kan du använda ett talstreck i början av varje uttalande. Försök att hålla dem på varsin rad.

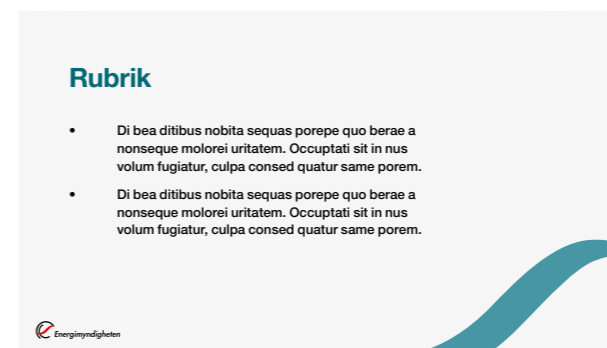
Presentationer

Mallar till Energimyndighetens presentationer finns i Office Powerpoint. I mallen finns färdiga sidmallar och färgteman.

Exempel på mallsidor



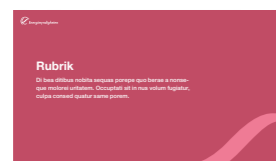
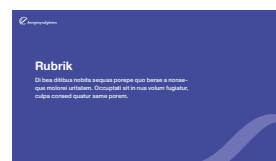
Standardsida 1 - rubrik och text



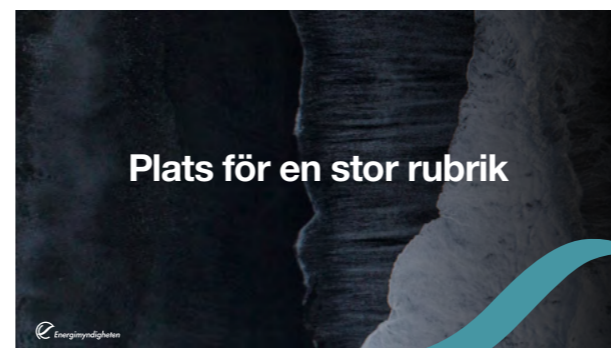
Standardsida 2 - rubrik och punktlista



Standardsida 3 - rubrik, text och diagram, fotografi eller grafik



Framsida i olika färger



Text på helsidesbild



Rubrik på enfärgad botten



Avslutningsbild



Trycksaker

Våra trycksaker ska vara lätta att känna igen och det ska tydligt framgå att Energimyndigheten är avsändare. På mässor och konferenser tar vi hjälp att synas med tryckt utställningsmaterial.

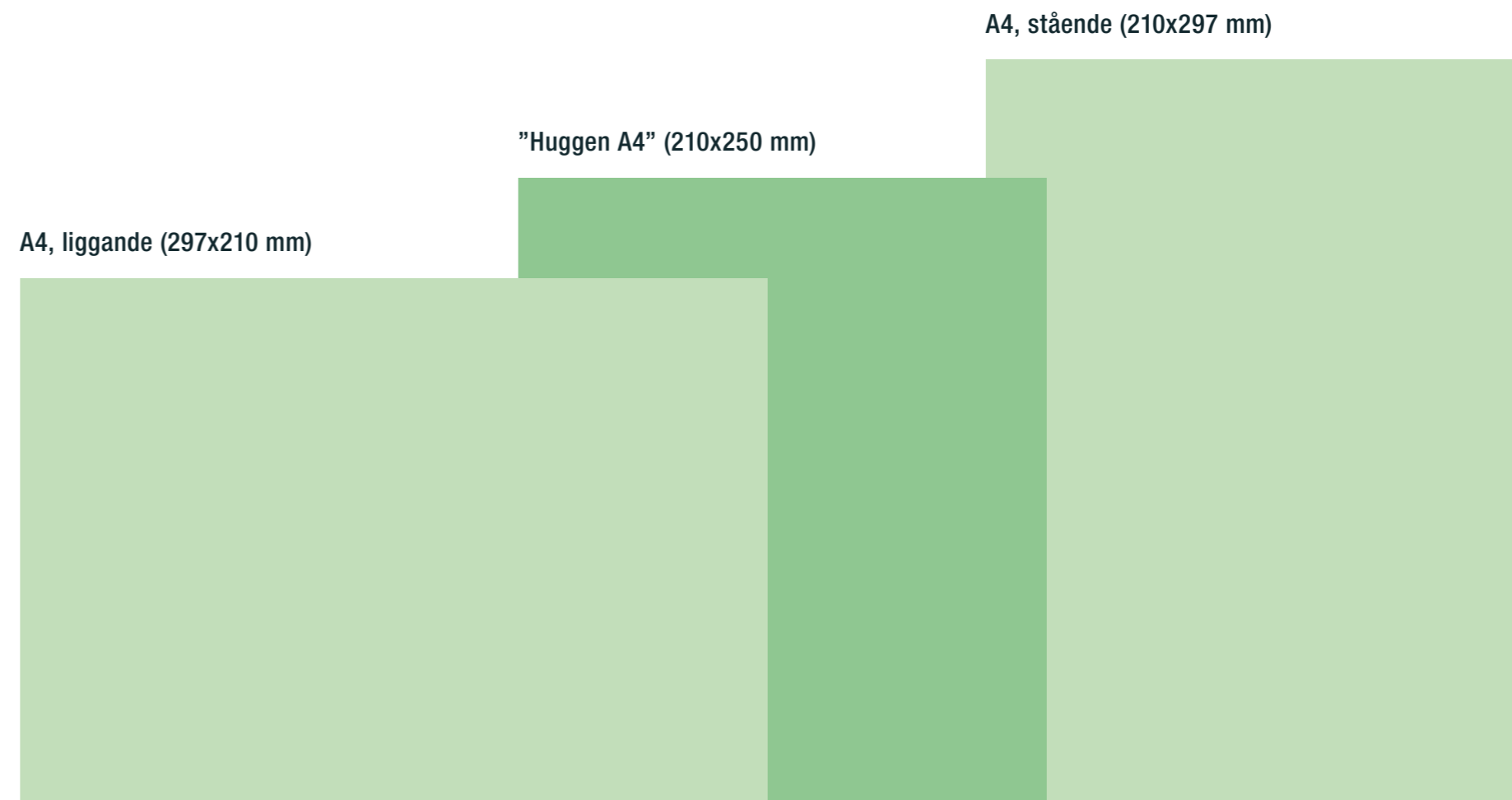
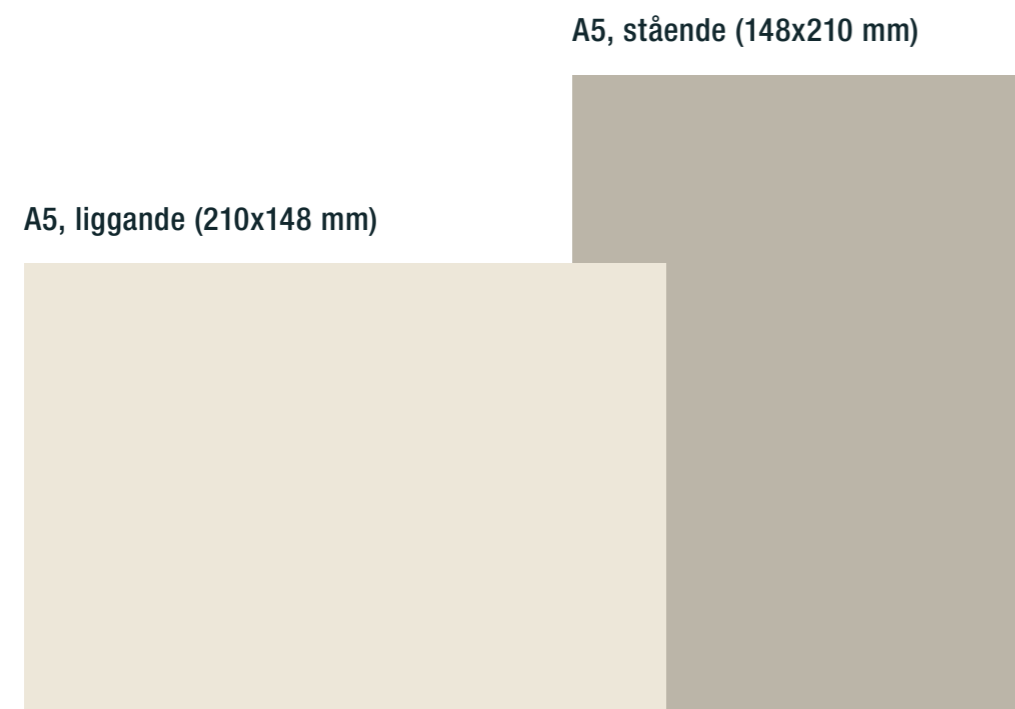
Format

För att skapa enhetlighet och enkelhet ska ett av följande fem format väljas för Energimyndighetens trycksaker:

- Stående A4
- Liggande A4
- Stående A5
- Liggande A5
- ”Huggen A4” (210x250 mm)

De här formaten passar för broschyrställ, tidskriftssamlare, kuvert, pärmar med mera. Vid tryckning används alltid hela ark som är baserade på A-formaten, vilket gör att det blir minimalt med spill när man använder A-seriens olika format.

I undantagsfall kan avsteg göras från att använda de fem formaten, kontakta profilansvarig på Energimyndigheten.



Pappersval

Energimyndigheten ska alltid välja ett miljömärkt papper som ger en känsla av ekologisk och ekonomisk hållbarhet, utan att tumma på kvalitet och god läsbarhet. Papperet ska i första hand vara obestruket och matt för god läsbarhet.

Energimyndigheten strävar efter att så långt som möjligt använda FSC-certifierat papper vid tryckning.

Vi använder Edixion

Normalt använder vi Edixion till trycksaker. Det är ett obestruket papper som är godkänt enligt kriterierna för EU-blomman (EU Ecolabel), FSC-märkt och Svaneninspekterat.

Ytvikt för inlaga ska vara 120–170 gram, och för omslag 170–250 gram. Det ger rätt miljö-känsla, bra tryckresultat och är ekonomiskt.

Visitkort och konferensmappar trycks på Edixion 300 gram.

Undantag

I undantagsfall kan andra papper behöva användas baserat på dess egenskaper, till exempel ett mera tåligt papper. Resonera i så fall med kommunikationsbyrån och tryckeriet om lämpligt pappersval. Stäm av med Energi-myndighetens profilansvarig innan beställning.



*FSC®-märket gör att konsumenter och företag kan välja varor av trä som kommer från ett ansvarsfullt skogsbruk, det vill säga ett skogsbruk som tar hänsyn till människor och miljö.



Rapport – omslag

Omslag till rapporter (ER) baseras på 8:12-snittet med 12x12-rutnätet som stöd. När 12x12-rutnätet läggs in på trycksaken underlättar det arbetet att hålla den grafiska formen. Vid behov kan en mellanlinje användas som stöd, till exempel vid rubriksättning, se streckad linje.

Rapporter och dess omslag görs alltid i A4, stående (210x297 mm).

Färg

För omslaget på rapporter används ett bestämt urval av Energimyndighetens färger. Samtliga rapporter har samma utseende.

Huvudrubrik

Rubriktypsnitt är Helvetica Neue 75 Bold. Långa rubriker bör undvikas. Rekommenderad teckenstorlek är 36/36 punkter med knip -30.

Långa rubriker kortas helst. I undantagsfall, om det inte går att korta huvudrubriken, bör under-rubriken tas bort.

Underrubrik

Använd gärna en underrubrik som komplement till huvudrubriken. Underrubriken ska sättas i mindre teckenstorlek under huvudrubriken rekommenderad storlek är 18/24 punkter i Helvetica Neue 55 Light.

Omslagsingress

Kan användas för att beskriva ett samarbete eller om rapporten är del i en större satsning. Den behöver dock inte vara med. Rekommenderad storlek 12/16 punkter i Helvetica Neue 55 Light.

Formgivning enligt rutnät

Logotyp och adress på omslagets baksida placeras enligt 8:12-snittets rutnät.

Energivågen

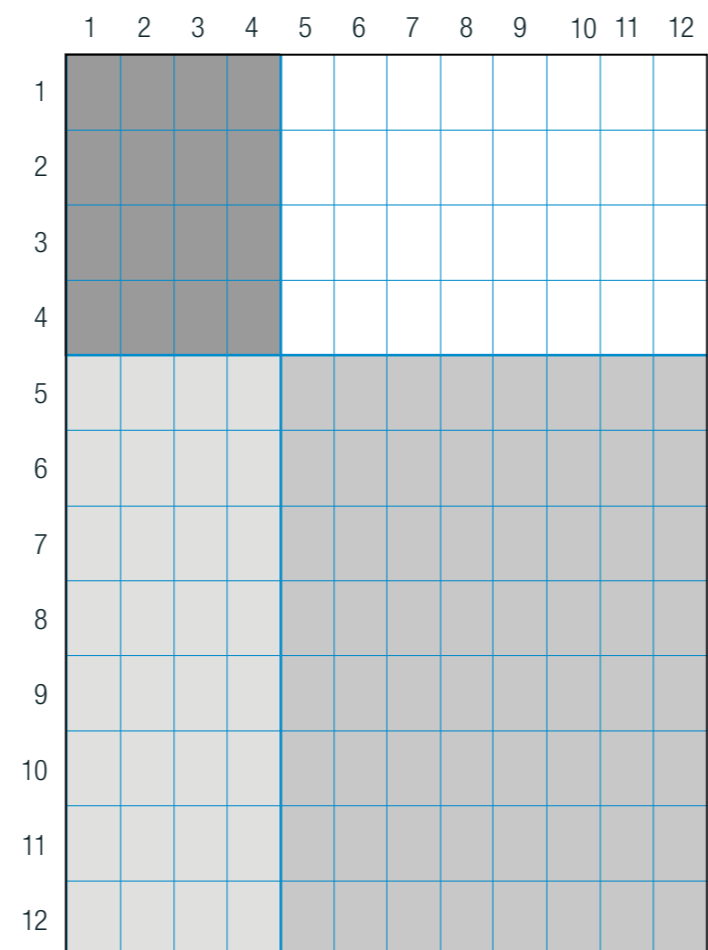
Energivågen ska alltid placeras utfallande och beskåras till höger och i nertill. Energivågens färg får väljas fritt från våra profolfärger.

Avsändare, logotyp

För att skapa ett enhetligt och samlat intryck är avsändare, logotyp alltid placerad på baksidan. Tillsammans med en beskrivande text om Energi-myndigheten.

Rutnät

Rapportomslagets förhållande till 12x12 rutnätet.



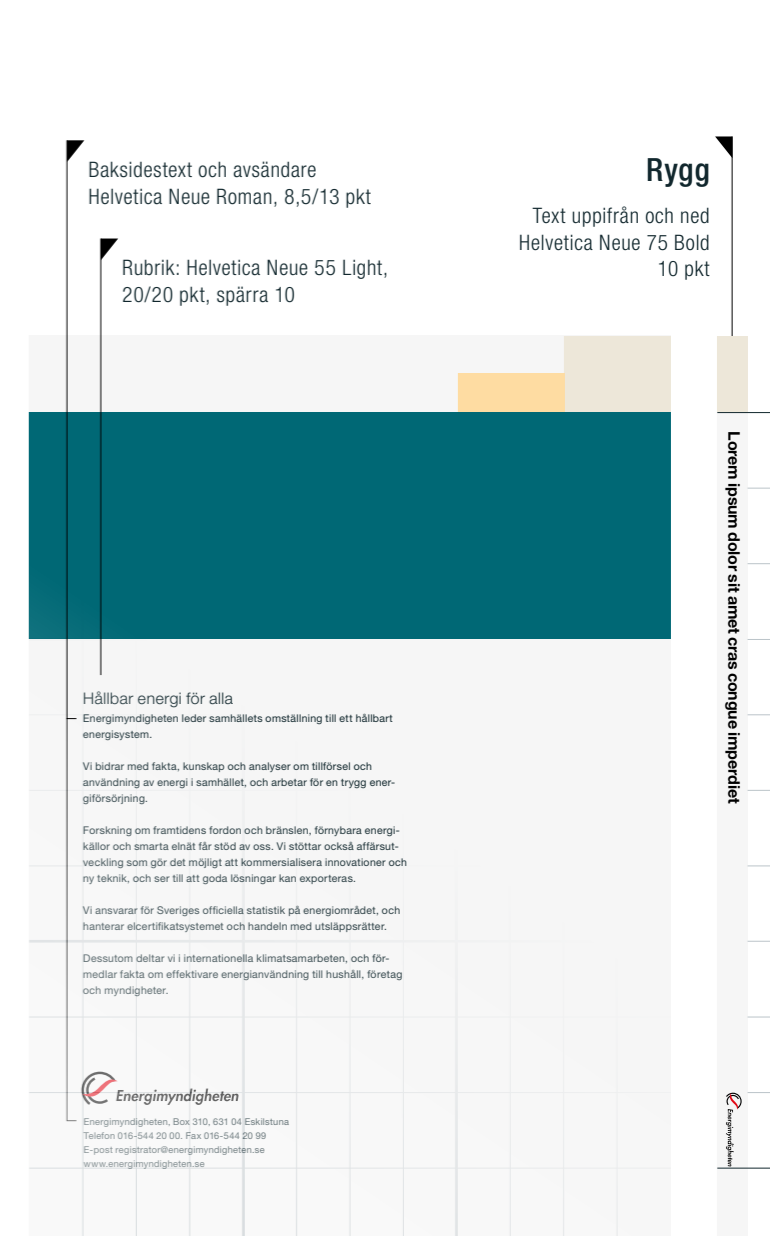
ER-framsida

Textstorlekarna angivna nedan används på rapportomslagets framsida.



ER-baksida

Baksidan formges genom att låta grafik och färger från framsidan löpa över baksidans bredd.





Rapport - typografi

I Energimyndighetens rapporter ska följande typsnitt och formateringar användas.

Bold 75
Medium 65
Roman 55
Light 45

+ Condensed Medium 67 + Condensed Light 47

Times New Roman / *Italic* /
Bold / ***Bold Italic***

Så här arbetar vi med forskningsfinansiering

Arbetsätt forskningsfinansiering

Här hittar du information om hur Energimyndigheten arbetar med stöd till forskning, innovation, affärsutveckling och kommersialisering.

Sverige har en vision om att ställa om till ett långsiktigt hållbart energisystem, och de politiska målen som regering och riksdag har beslutat om på energi- och klimatområdet styr inriktningen på Energimyndighetens arbete. Vårt uppdrag innebär att vi är en av Sveriges största forskningsfinansiärer.

Radbrytning

Helhetssyn på samhällets behov

Vi utgår från en helhetssyn på samhällets behov och har därför satt upp fem utmaningar för Sverige och världen på energi- och klimatområdet. För att nya lösningar ska komma ut på marknaden snabbt arbetar Energimyndigheten med hela bredden av verktyg inom innovationssystemet.

Radbrytning

Fem utmaningarna

Till de fem utmaningarna har vi tagit fram ett antal områdesstrategier i samråd med näringslivet, universitet och högskolor samt offentlig sektor och forskningsinstitut. Strategierna revideras regelbundet för att anpassa dem till förändringar i omvärlden.

Radbrytning

Finansiering av projekt

För att förverkliga områdesstrategierna finansierar vi projekt inom forskning och innovation, bland annat genom att sätta upp samlade forskningsprogram. Vi stöttar också affärsutveckling, kommersialisering, nätverkande och resultatspridning i Sverige och globalt.

Indrag första raden andra stycket: 4 mm

Rapporten Helhetssyn är nyckeln beskriver Energimyndighetens strategi för prioriterade forsknings- och innovationsbehov för perioden 2017-2020. Energiforskningsläget redovisar ett antal insatser, resultat och effekter som forskning och innovation på energiområdet

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11

Nivå 1 Rubrik
Helvetica Neue 75 Bold
30/30 pkt
Spärta/knip: -25
Avstånd efter: 5 mm

Nivå 2 Underrubrik
Helvetica Neue 45 Light
20/20 pkt
Spärta/knip: 0
Avstånd efter: 5 mm

Ingress
Helvetica Neue 45 Light
13/18 pkt
Spärta/knip: 10
Avstånd efter: 5 mm

Brödtext
Times New Roman Regular
10/14 pkt
Spärta/knip: 0
Avstånd efter: 0 mm

Nivå 3 Mellanrubrik
Helvetica Neue 75 Bold
13/14 pkt
Spärta/knip: -25
Avstånd efter: 0 mm

Nivå 4 Mellanrubrik
Helvetica Neue 75 Bold
11/14 pkt
Spärta/knip: -25
Avstånd efter: 0 mm

Nivå 5 Mellanrubrik
Helvetica Neue 46 Italic
11/14 pkt
Spärta/knip: 0
Avstånd efter: 0 mm

Alternativ Rubrik

Alternativ rubrik
Helvetica Neue 35 Thin
30/30 till 60/60 pkt
Spärta/knip: 0

Alternativ rubrik – stor
Helvetica Neue 25 Thin
Över 60/60 pkt
Spärta/knip: 10

Brödtext – punktlista
Times New Roman Regular
10/14 pkt
Spärta/knip: 0
Avstånd före: 3 mm
Vänster indrag: 3 mm
Indrag första raden: -3 mm

Fakrarubrik
Helvetica Neue 67 Medium Condensed
11/12 pkt
Spärta/knip: 25
Avstånd efter: 2 mm

Faktatext Condensed
Helvetica Neue 47 Light Condensed
7/9 pkt
Spärta/knip: 25
Avstånd efter: 0 mm

Faktatext Punktlista
Helvetica Neue 47 Light Condensed
7/9 pkt
Spärta/knip: 25
Avstånd före: 3 mm
Vänster indrag: 3 mm
Indrag första raden: -3 mm

- Helt förnybart energisystem.
- Resurseffektivt samhälle. Tillgängliga resurser måste utnyttjas effektivt. Det ger också konkurrenskraft inom och utom Sverige.
- Innovation för jobb och klimat.
- Samspel i energisystemet.
- Flexibelt och robust energisystem. Ett förnybart och hållbart energisystem måste samtidigt säkerställa en trygg energiförsörjning.

Ambitiösa mål

Sverige har ambitiösa mål för att ställa om energisystemet, och Energimyndigheten ska driva på denna utveckling. För att nå klimat- och energimålen ser vi att det behövs flera olika perspektiv, så att inte något som löser ett problem skapar ett nytt problem någon annanstans. Energisystemet ingår i alla delar av samhället och påverkar människor och miljö på en rad olika sätt.

- Helt förnybart energisystem.
- Resurseffektivt samhälle. Tillgängliga resurser måste utnyttjas effektivt. Det ger också konkurrenskraft inom och utom Sverige.
- Innovation för jobb och klimat.
- Samspel i energisystemet.
- Flexibelt och robust energisystem. Ett förnybart och hållbart energisystem måste samtidigt säkerställa en trygg energiförsörjning.



Trycksak - omslag

Formgivning av omslag för trycksaker (ET) baseras på 8:12-snittet med 12x12-rutnätet som stöd. När 12x12-rutnätet läggs in på trycksaken underlättar det arbetet att hålla den grafiska formen oavsett vilket av de olika formaten som väljs. Vid behov kan en mellanlinje användas som stöd, till exempel vid rubriksättning. Mellanlinjen placeras på en halv ruta i rutsystemet – se streckad linje i exemplen.

Här visas exempel på hur trycksaksomslag med fram- och baksida kan se ut. Till skillnad mot ER-rapporter finns för ET en större frihet i utformningen så länge rutmönstret och övriga riktlinjer i den grafiska profilen följs.

Färg och bild

För omslag på trycksaker får färger väljas fritt från den grafiska profilen, men väljs med fördel för att matcha vald omslagsbild. Som ett alternativ till foto kan grafik även användas som omslagsbild.

Huvudrubrik

Rubriktypsnitt är Helvetica Neue 75 Bold. Långa rubriker bör undvikas. Använd gärna en underrubrik som

komplement till huvudrubriken. Rekommenderad teckenstorlek för A4-format är 48/48 alt 36/36 punkter. För A5-format är rekommenderad storlek 32/32 alt 24/24 punkter.

Underrubrik

Underrubriken ska sättas i mindre teckenstorlek under huvudrubriken, och i Helvetica Neue Light. Är huvudrubriken lång avstå gärna från underrubrik.

Formgivning enligt rutmönster

Adress, logotyp, tryckort placeras enligt rutmönstret.

Energivågen

Energivågen ska alltid placeras utfallande och beskäras till höger och i nertill. Energivågens färg får väljas fritt från våra profilm färger.

Avsändare, logotyp och tryckort

För att skapa ett enhetligt och samlat intryck är avsändare, logotyp och tryckort i samma storlek i standardformaten A4, ”huggen A4” och A5.

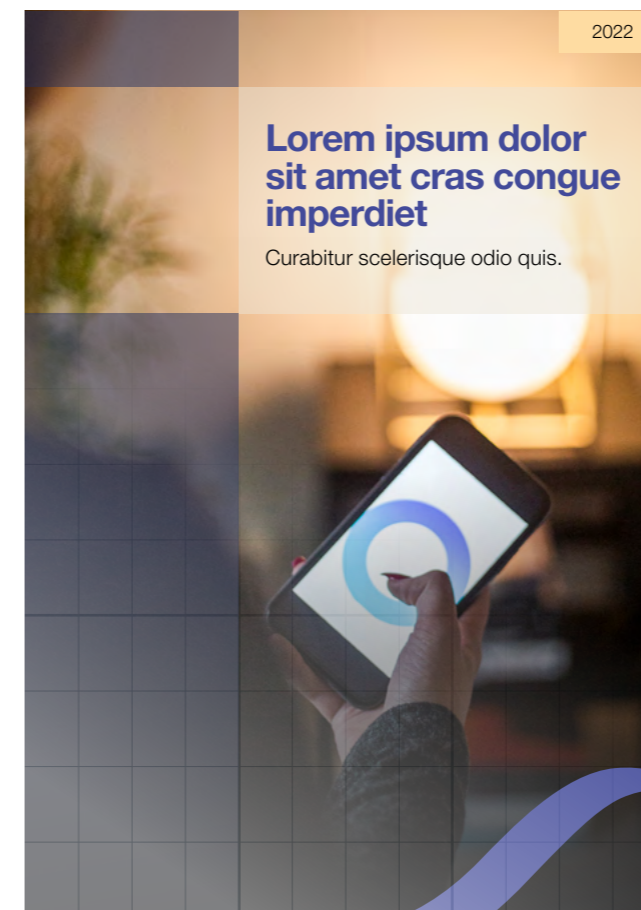
ET-omslag med bild

A4, stående (210x297 mm)



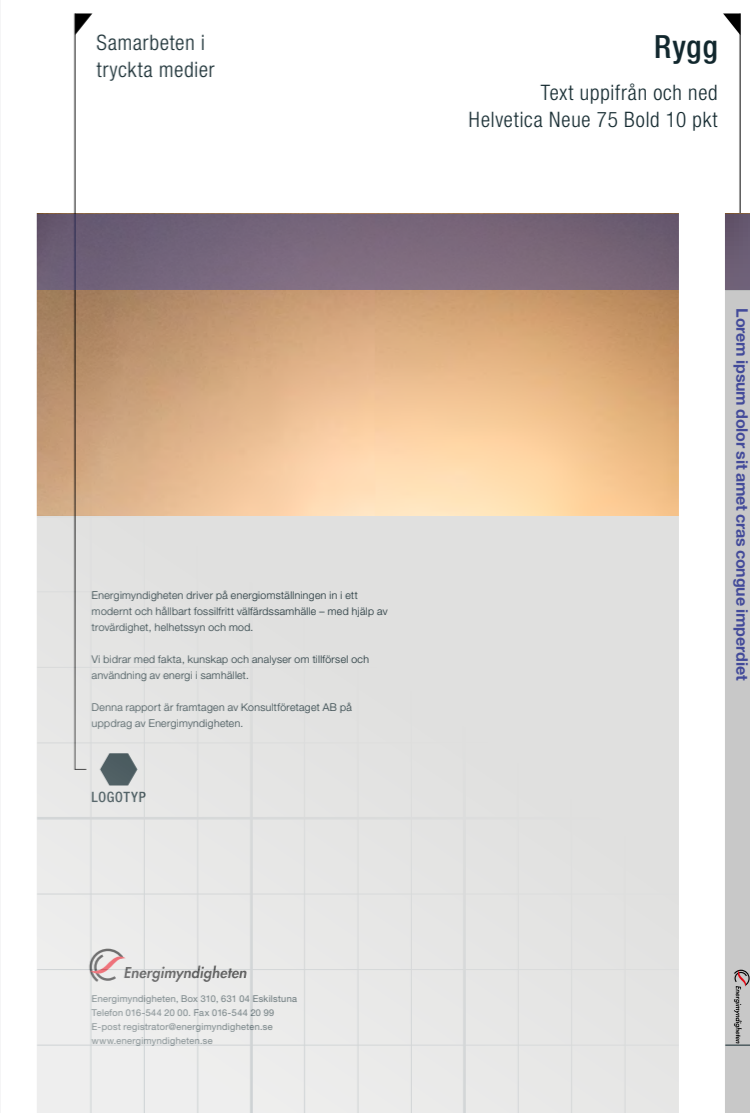
ET-omslag med bild

A4, stående (210x297 mm)



ET-baksida med bild

Baksidan formges genom att låta grafik eller bilder från framsidan löpa över baksidans bredd.





Trycksak - inlaga

Formgivning av inlagor (det vill säga alla sidor i en trycksak som inte är omslag) bygger alltid på 12x12-rutnätet. Systemet är besläktat med 8:12-snittet som omslagen bygger på. 12x12-rutnätet underlättar arbetet att hålla bestämda satsytor, oavsett format. Med rutnätet är det exempelvis lättare att få bilder att ligga på samma ställe på sidor som följer efter varandra, vilket bidrar till en mer sammanhållen form. Detsamma gäller för rubriker, löpande text och faktarutor.

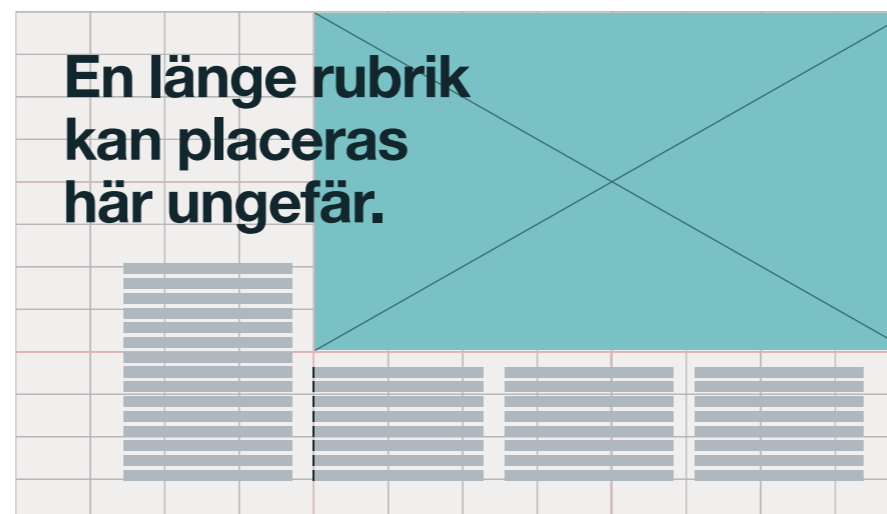
Notera att satsytan ska ligga minst en ruta från formatets ytterkant. Det ska också finnas tillräckligt med luft mellan spalterna för att underlätta avstavning och radbrytningar. Spaltmellanrummet kan variera beroende på typsnittsstorlek och format.

Exempel på layout

Oavsett ytans bredd- och höjdmått delas den in i ett 12x12-rutnät. Bilder, illustrationer och texter kan sedan placeras i oändligt många varianter. Tanken är att rutnätet ska fungera som ett layoutstöd.

Avvikelser

Ibland är avvikelser från rutnätet nödvändiga av olika skäl. I sådana fall gäller att bild prioriteras framför text samt att rubriker prioriteras framför brödtext. Det är alltså bättre att låta en text bryta rutnätets linjer än att låta en bild göra det. I dessa fall bör en halv ruta användas som mått.



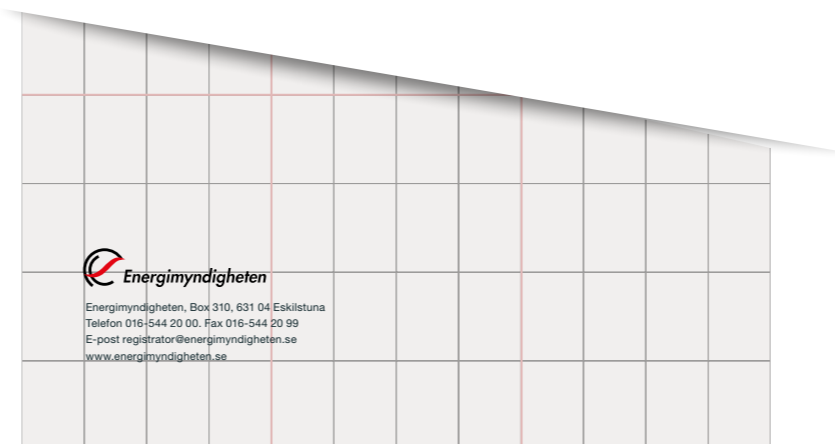
Avsändare

Det ska tydligt framgå på rapporter och trycksaker att Energimyndigheten är avsändare. Huvudprincipen är att energivågen placeras på omslagets framsida, medan logotyp och kontaktinformation placeras på omslagets baksida. De ska alltså inte användas tillsammans på samma sida.

Avsändare på svenska publikationer



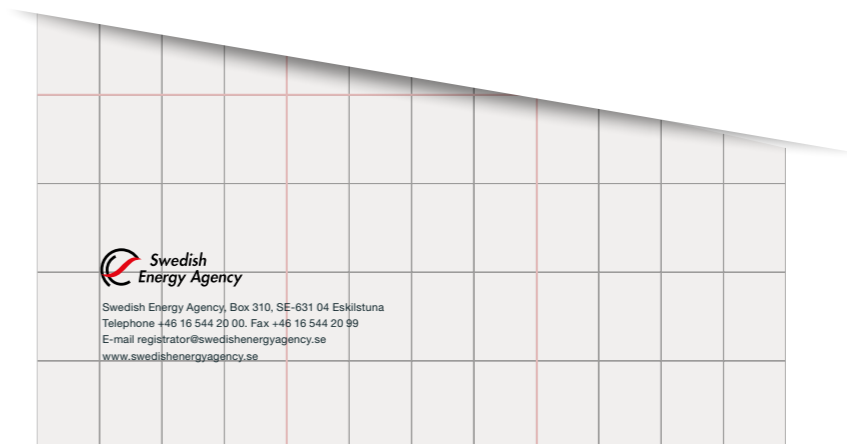
Energimyndigheten, Box 310, 631 04 Eskilstuna
Telefon 016-544 20 00. Fax 016-544 20 99
E-post registrator@energimyndigheten.se
www.energimyndigheten.se



Avsändare på engelska publikationer



Swedish Energy Agency, Box 310, SE-631 04 Eskilstuna
Telephone +46 16 544 20 00. Fax +46 16 544 20 99
E-mail registrator@swedishenergyagency.se
www.swedishenergyagency.se



Placering av avsändare

Avsändaren placeras enligt rutmönster på baksida.

Tryckort och beställningsinformation

Rapporter och trycksaker ska ha information om utgivare, ort och utgivningsår samt uppgifter om eventuell upphovsrätt. Exempelen visar var och i vilken ordning informationen ska anges.

Fullständig tryckort

Den fullständiga tryckorten placeras i första hand längst ner i vänstra hörnet på publikationens första insida. Den ska då placeras nedanför beställningsinformationen.

Fullständig tryckort svenska:

Statens energimyndighet, januari 2020
ET 2020:5
ISSN 1404-3343
ISBN (pdf) xxx-xx-xxxxx-xx
ISBN (tryck) xxx-xx-xxxxx-xx

Grafisk form: Reklambyråns namn
Tryck: Tryckeri, ort
Bild: Fotografernas namn/bildbyrå [skriv namn/bildbyrå och sida i den ordning som bilderna förekommer i trycksaken]

Fullständig tryckort engelska:

The Swedish Energy Agency, January 2020
ET 2020:5
ISSN 1404-3343
ISBN (pdf) xxx-xx-xxxxx-xx
ISBN (tryck) xxx-xx-xxxxx-xx

Graphic design: Name of agency
Print: Printing house, City, Country
Photos: Photographers' name / photo agency [enter name/photo agency and page in the order in which the pictures appear in the publication]
Illustrations: Illustrators' name / agency [enter name/agency and page in the order in which the illustrations appear in the publication]
Translation: Name of translator or translation company

Förkortad tryckort

Om det inte får plats en fullständig tryckort, ska en kortare version placeras längs med ryggen på trycksakens baksida. Läsriktning ska vara nerifrån och upp.

Förkortad tryckort svenska:

ET 2020:5 / ISSN 1404-3343 / ISBN (pdf) xxx-xx-xxxxx-xx, ISBN (tryck) xxx-xx-xxxxx-xx / Januari 2020 / Grafisk form: Reklambyråns namn / Tryck: Tryckeri, ort / Bild: Fotografens/illustratörens namn eller bildbyrå

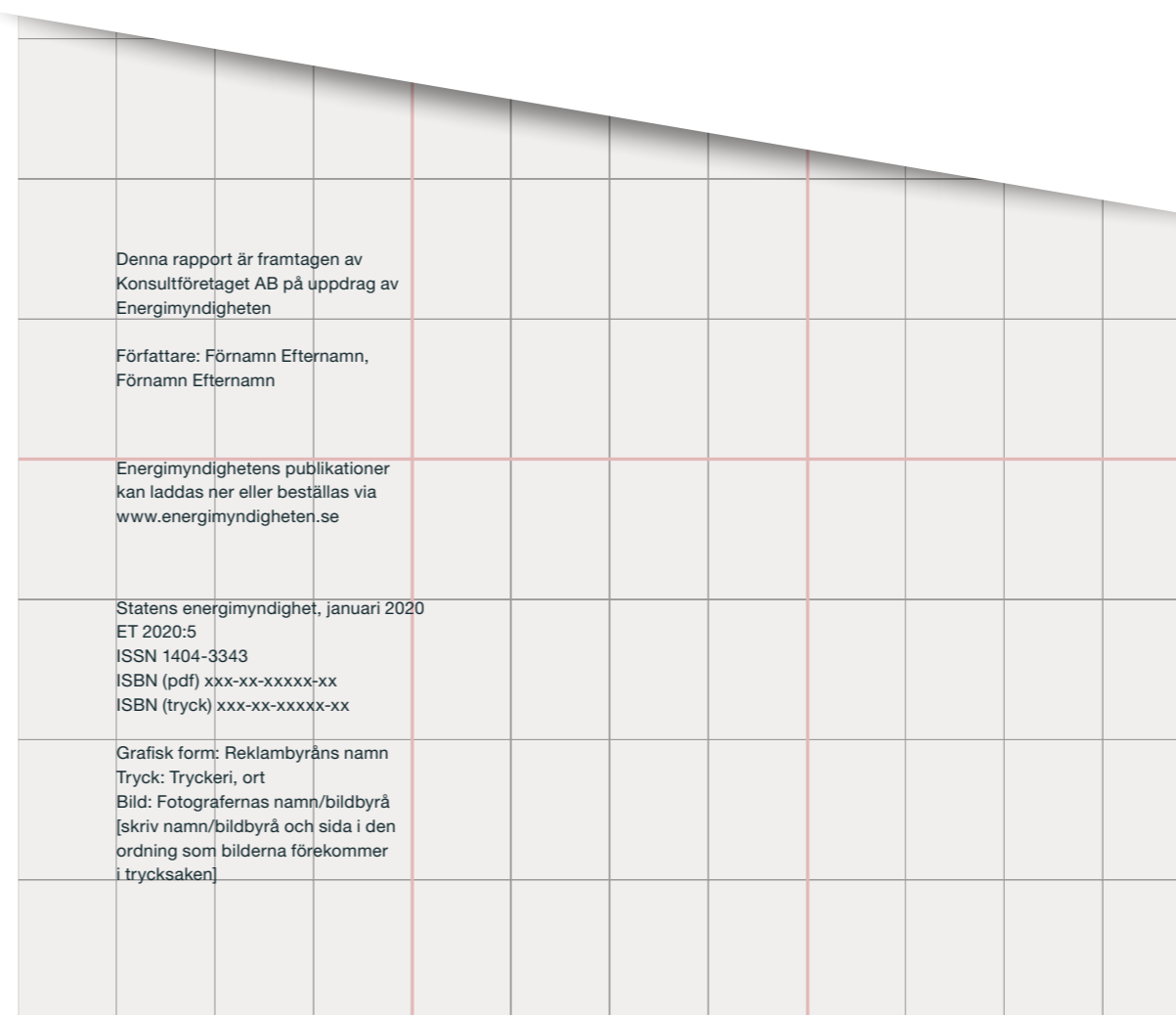
Förkortad tryckort engelska:

ET 2020:5 / ISSN 1404-3343 / ISBN (pdf) xxx-xx-xxxxx-xx, ISBN (print) xxx-xx-xxxxx-xx / January 2020 / Graphic design: Name of agency / Print: Printing house, City, Country / Photos/illustrations: Photographers'/Illustrators' name or agency

Beställningsinformation

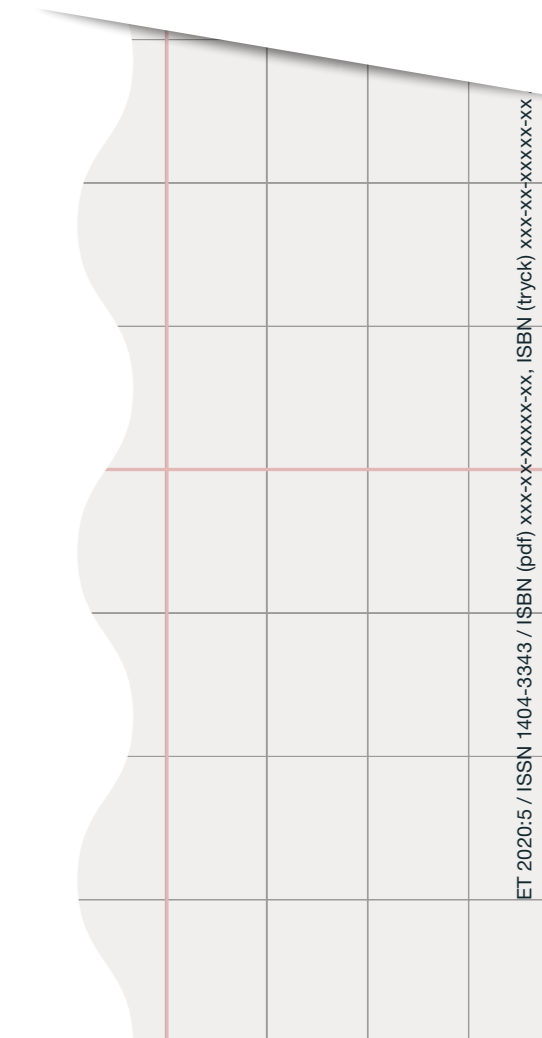
Denna information ska i första hand placeras på publikationens första insida, längst ner till vänster, ovanför tryckorten. Den ska formuleras så här:

Energimyndighetens publikationer kan laddas ner eller beställas via www.energimyndigheten.se



Placering av tryckort

Avsändaren placeras enligt rutmönster på baksida.



Utställningsmaterial och storformat

Utformningen av mässmontrar och utställningar kan variera mycket, men Energimyndighetens logotyp ska alltid finnas med och vara väl synlig. Är montern stor med många skyltar behöver inte logotypen finnas med på varje skylt.

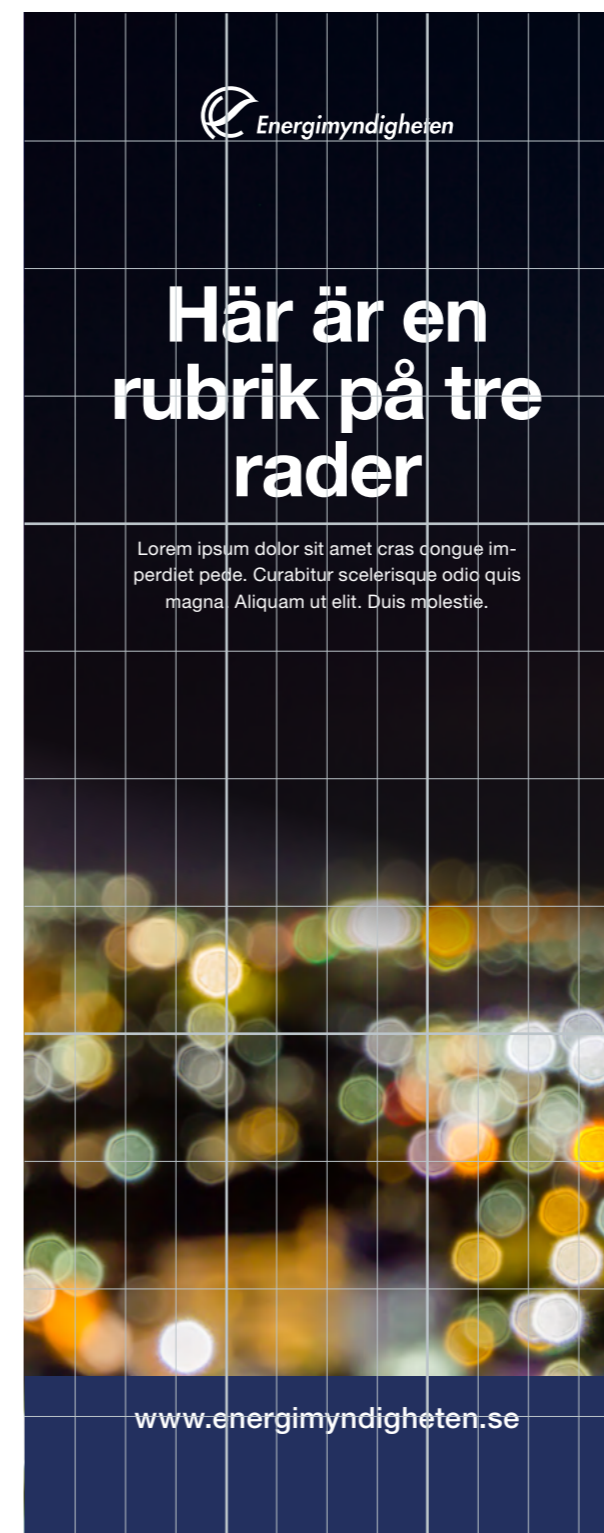
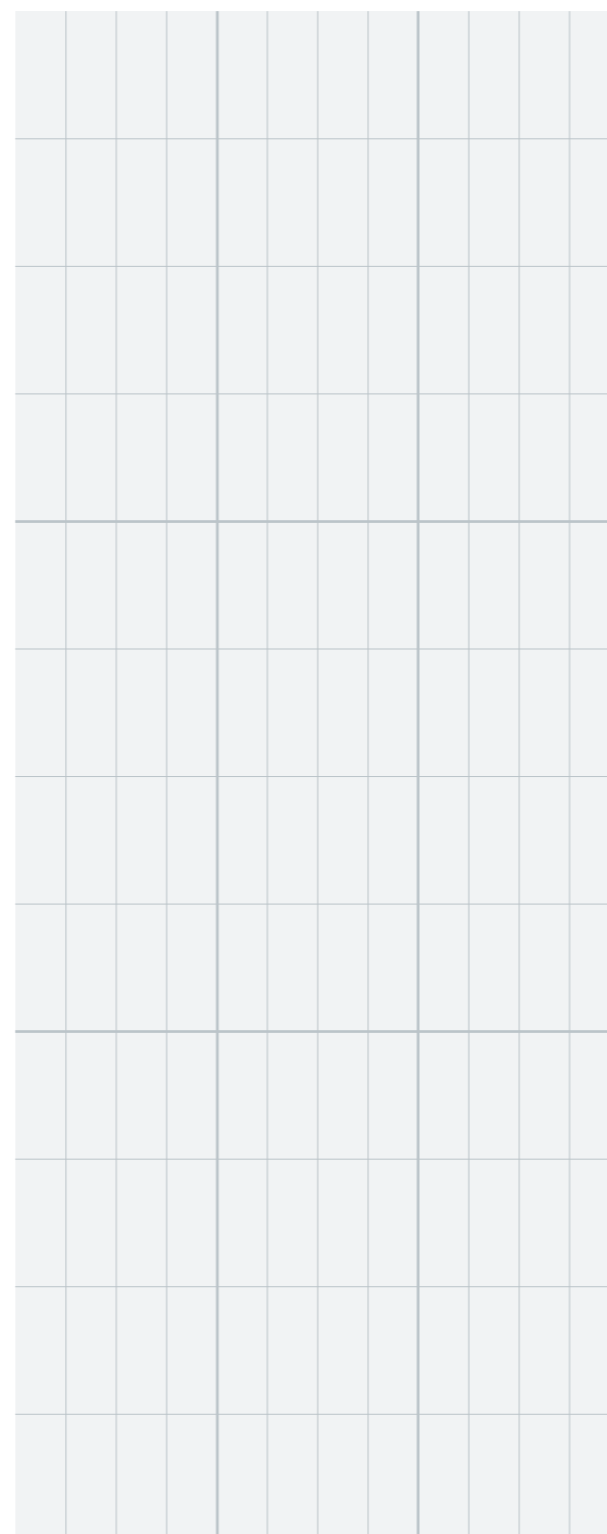
Rullplanscher

Logotyp: Placeras med hjälp av rutmönstret. Placeringen är högst upp för bästa synlighet.

Energimyndighetens webbadress
www.energimyndigheten.se ska alltid finnas med.

Rekommenderade textstorlekar:

Rubrik: Helvetica Neue 75 Bold, 320/320 pkt, knip -25
Brödtext: Helvetica Neue 45 Light, 120/160 pkt
Webbadress: Helvetica Neue 65 Medium, 120/160 pkt





Visitkort

Uppgifter som ska finnas med på visitkort är namn, befattning, direkttelefon och e-postadress. Man kan välja att även lägga till eventuell akademisk titel och sitt nummer för sms.

Visitkortet innehåller också en generell adressdel med post-, besöks- och webbadress till Energimyndigheten. Visitkortet är dubbelsidiga med svenska på ena sidan och engelska på den andra.





Energimyndigheten, Box 310, 631 04 Eskilstuna

Telefon 016-544 20 00. Fax 016-544 20 99

E-post registrator@energimyndigheten.se

www.energimyndigheten.se

