

Logotyphierarki

FÖR REGION JÖNKÖPINGS LÄN

En region, ett varumärke, många möjligheter

Region Jönköpings läns logotyp är vårt varumärkes viktigaste visuella symbol. Logotypen är en kvalitetsstämpel och den primära bäraren av vår identitet och de värden som varumärket Region Jönköpings län representerar. Det är därför viktigt att vi har strikta regler och principer för när och hur den ska användas.

Ett varumärke är inte bara ett namn eller en logotyp. Vårt varumärke är en återspeglning av oss alla, det vi säger och det vi gör. I grunden handlar det om våra gemensamma förhållningssätt och en medvetenhet om vilken bild av Region Jönköpings län vi gemensamt vill skapa.

Region Jönköpings län är en stark kraft i samhället. En kraft som människor sätter tilltro till och lyssnar på. Det gäller både invånare, medarbetare och andra aktörer.

Regionens uppdrag – folkhälsa, sjukvård och tandvård samt regional tillväxt och utveckling – kräver ständig utveckling av samverkan och driftsformer.

I en allt högre grad av komplexitet är det viktigt att invånarna enkelt kan identifiera regionen som garant för det skattefinansierade uppdraget.

Region Jönköpings läns visuella identitet (logotype, grafisk profil med mera) tar fasta på vilken bild vi strävar efter att förmedla med utgångspunkt i vår vision och våra värderingar. Logotypen är varumärket viktigaste visuella symbol och vi har därför tagit fram principer för hur den ska hanteras i olika sammanhang. Principerna är enkla, övergripande och möjliga att tillämpa på hela bredden av verksamheter i Region Jönköpings län.

Logotypen är skyddad enligt varumärkeslagen och får inte förvanskas. Mottagaren ska alltid kunna känna igen vår logotyp och vara säker på att det är Region Jönköpings län som är avsändaren.

Kommunikationsavdelningen ska alltid involveras i diskussioner som rör grafisk profil och logotyp för projekt som drivs av Region Jönköpings län eller i samarbete med andra aktörer. För att främja och skydda vårt varumärke ska vi alltid vara återhåll-

samma när det gäller att ta fram nya grafiska profiler och logotyper. I de fall det är aktuellt ska det vara tydligt motiverat utifrån projektets mål och strategi.

Allt tryckt och webbaserat material inklusive pressmaterial berörs av reglerna och principerna för logotypen. Du kan läsa mer om logotypen i Grafisk manual för Region Jönköpings län.

Vänd dig till kommunikationsavdelningen vid frågor om hur logotypen ska användas: kommunikationsavdelningen@rjl.se

Logotyphierarki	4
Familjelogotyp	5
Underlogotyper	6
Verksamheter med egen grafisk profil	7
Verksamheter utan egen grafisk profil	8
Egna projekt, kampanjer och evenemang	9
Region Jönköpings län som medfinansiär	10
Region Jönköpings län som samarbetspartner	11
Region Jönköpings län som uppdragsgivare	12

Logotyphierarki

För att stärka regionorganisationens familjelogotyp och tydliggöra hur de olika verksamheterna förhåller sig till varandra har vi ett sammanhållet logotypsystem, en logotyp-hierarki. Genom denna tar vi bättre vara på värdet i alla verksamheter inom organisationen där det gemensamma namnet Region Jönköpings län är grunden. Riktlinjer och principer kan behöva revideras i samklang med de beslut som fattas kring organisation och verksamhetsutveckling inom Region Jönköpings län.

Logotyphierarkins huvudprinciper

1. Region Jönköpings län är familjelogotypen och ska alltid användas som huvudavsändare och huvudlogotyp för regionövergripande kommunikation. Region Jönköpings län är alltså avsändare vid regiongemensamma aktiviteter internt och externt.

2. Region Jönköpings läns vision och värderingar är den gemensamma grund som förenar organisationens alla verksamheter.

Region Jönköpings läns kommunikationsplattform utgör fundamentet för alla kommunikationsaktiviteter inom organisationen.

3. Familjelogotypen främjar sammanhållning och stärker helheten. Det medför ökad synlighet och skapar mervärde. Samtliga verksamheter bidrar till att ge Region Jönköpings län en positiv profil.

4. Det finns ett antal underlogotyper, som mottagaren har en direkt relation till, men där familjelogotypen Region Jönköpings län agerar som en garant. Rollen som garant innebär att regionlogotypen kopplas till och stärker underlogotypens budskap och erbjudande. Region Jönköpings län som garant kvalitetssäkrar och tillför trovärdighet.

5. Ett fåtal verksamheter har egna grafiska profiler. De ska använda *Vi är en del av Region Jönköpings län* för att visa samhörighet och organisatorisk tillhörighet.

6. De verksamheter som inte har en underlogotyp kommuniceras via textmässiga identifikatorer, det vill säga de identifieras med sitt respektive namn

skrivet i textform utan någon grafisk utformning eller logotyp.

7. När Region Jönköpings län finansierar ett projekt eller är samarbetspartner ska detta alltid tydligt framgå i projektets kommunikation. Detta gäller också då externa verksamheter och aktörer arbetar på uppdrag av oss.

Vänd dig till kommunikationsavdelningen om du har frågor om logotyphierarkin:
kommunikationsavdelningen@rjl.se



Familjelogotyp

Region Jönköpings län är familjelogotypen och är alltid huvudavsändare av regionövergripande kommunikation.

Familjelogotypen, huvudlogotypen, är avsändare vid alla regiongemensamma aktiviteter internt och externt.

Familjelogotypen kan alltid användas, även om underlogotyp finns.

När flera verksamhetslogotyper kommunicerar gemensamt används familjelogotypen Region Jönköpings län.

Familjelogotypen ska användas som avsändare från och i:

- Regionledningskontoret
- Sjukhusen
- Politiska forum, till exempel regionstyrelse, nämnder och regionfullmäktige
- Verksamhetstöd och service
- Webbplatser, intranät

Andra exempel där familjelogotypen kan användas är: rekryteringsannonser, textilier, pressmeddelanden, mall för Powerpointpresentationer, korrespondensmaterial och profilprodukter etc.

Visuell identitet

Region Jönköpings läns grafiska profil

Kommunikation

Familjelogotypen kan kommuniceras separat eller som garanterat tillsammans med ett underlogotyp.

Underlogotyper

Det finns ett antal underlogotyper som mottagaren har en direkt relation till men där Region Jönköpings län agerar som en garant. Rollen som garant innebär att regionvarumärket kopplas till och stärker underlogotypens budskap och erbjudande.

På underlogotypen lyfts verksamhetens namn fram på en rad över Region Jönköpings län.

Region Jönköpings läns namn och symbol är integrerad med underlogotypen och ett enhetligt grafiskt uttryck används.

Beslut om underlogotyp fattas av kommunikationsdirektören.

Godkända undervarumärken:

- Folktandvården
- Odontologiska institutionen
- Vårdcentralerna Bra Liv

Visuell identitet

Region Jönköpings läns grafiska profil, med möjlighet till bildspråk utifrån verksamhetsområde och målgrupp.

Kommunikation

Kommunicerar i enlighet med familjelogotypens kommunikationsplattform, men med anpassade budskap utifrån verksamhetsområde, erbjudande och målgrupp.



Verksamheter med egen grafisk profil

Ett fåtal verksamheter som Region Jönköpings län är huvudman för har egna grafiska profiler.

Dessa verksamheter ska använda *Vi är en del av Region Jönköpings län* i anslutning till den egna logotypen för att visa samhörighet eller organisatorisk tillhörighet

Beslut om egen grafisk profil för verksamhet fattas av kommunikationsdirektören.

Godkända verksamheter med egen grafisk profil:

- Energikontoret Norra Småland
- Jönköpings Länstrafik
- Smålands Musik och Teater
- Stora Segerstad naturbrukscentrum
- Sörängens folkhögskola
- Tenhults naturbruksgymnasium
- Värnamo folkhögskola

Visuell identitet

Egen grafisk profil.

Kommunikation

Egen kommunikationsplattform.



**VI ÄR EN DEL AV
REGION JÖNKÖPINGS LÄN**

Verksamheter utan egen grafisk profil

Verksamheter utan egen grafisk profil ska använda familjelogotypen eller någon av de övriga godkända logotyperna. Det är exempelvis avdelningar, enheter, kliniker och så vidare. Dessa kommunikerar istället med sitt respektive namn skrivet i textform utan någon grafisk utformning.

I de fall specifika verksamheter ska framhävas extra tydligt, skrivs verksamhetens namn ut i text, följt av *Xxx i Region Jönköpings län*. Exempel *Kultur i Region Jönköpings län, Företagsjouren i Region Jönköpings län, Regionbibliotek i Region Jönköpings län*.

Exempel på avsändare:

- Kliniker och avdelningar inom sjukhusen
- Kliniker och avdelningar inom Folktandvården
- Kliniker och avdelningar inom Medicinsk diagnostik
- Kliniker och avdelningar inom Vårdcentralerna Bra Liv
- Avdelningar inom Odontologiska Institutionen

- Verksamheter inom regionledningskontoret, regional utveckling, folkhälsa och sjukvård, verksamhetsstöd och service, utbildning och kultur, IT-centrum, regionfastigheter, kommunal utveckling

Visuell identitet

Region Jönköpings läns grafiska profil, med möjlighet till bildspråk utifrån verksamhetsområde och målgrupp.

Kommunikation

Kommunicerar i enlighet med familjelogotypens kommunikationsplattform, men med anpassade budskap utifrån verksamhetsområde, erbjudande och målgrupp.

Egna projekt, kampanjer och evenemang

Region Jönköpings län driver en rad projekt i egen regi. Likaså genomförs det kampanjer och evenemang såväl externt som internt. Grundprincipen i dessa fall är att följa Region Jönköpings läns grafiska profilmanual.

Fokus bör läggas på att utforma relevanta och slagkraftiga kommunikativa budskap anpassade efter aktivitet och målgrupp, med regionens kommunikationsplattform som grund.

Det kan dock finnas sammanhang då det finns behov av en viss differentiering av det grafiska uttrycket för relevans och matchning gentemot en målgrupp och för att nå större genomslagskraft. Nya logotyper ska inte skapas, men däremot kan ändamålsenliga signalelement vara aktuella.

Exempel på projekt:

- Regional utvecklingsstrategi (RUS)

Exempel på kampanjer:

- Influensavaccination

Exempel på evenemang:

- Utvecklingskraft

Visuell identitet

Region Jönköpings läns grafiska profil, med möjlighet till bildspråk utifrån verksamhetsområde och målgrupp.

Kommunikation

Kommunicerar i enlighet med familjelogotypens kommunikationsplattform, men med anpassade budskap utifrån verksamhetsområde, erbjudande och målgrupp.

Region Jönköpings län som medfinansiär

När Region Jönköpings län finansierar ett projekt ska detta tydligt framgå i projektets kommunikation.

Vid medfinansiering används Region Jönköpings läns symbol och ordbilden *Med stöd av Region Jönköpings län*. Här förutsätts att vi går in med finansiering utan att aktivt arbeta i verksamheten.

När vi är en av flera finansiärer eller bidragsgivare använder vi vår huvudlogotyp, Region Jönköpings län, i kombination med texten *Med stöd av Region Jönköpings län*.

Om andra parter väljer att inte ha med sin logotyp, gäller detta även oss. I så fall ska dock alltid en förklarande text återges: *Med stöd av Region Jönköpings län*.

Begreppet ”sponsor” ska aldrig användas för att beskriva Region Jönköpings läns insats, då det inte på ett rättvisande sätt återspeglar vårt uppdrag och funktion.

Visuell identitet

Egen grafisk profil.

Kommunikation

Egen kommunikationsplattform.



MED STÖD AV
REGION JÖNKÖPINGS LÄN

Region Jönköpings län som samarbetspartner

Region Jönköpings län är ofta involverat i olika projekt, partnerskap och samarbeten eller projekt med andra organisationer. I dessa fall får det grafiska uttrycket för aktiviteten ifråga styras av en överenskommelse mellan de parter som är involverade.

Visuell identitet

Egen grafisk profil.

Kommunikation

Egen kommunikationsplattform.

Vår huvudlogotyp, Region Jönköpings län, måste alltid hållas intakt och tillämpningen ska följa de riktlinjer som formulerats i den grafiska profilmanualen.

När vi är en av flera som samarbetar använder vi vår huvudlogotyp Region Jönköpings län om övriga parter väljer att ha sin logotyp. Detta görs i kombination med texten: *Ett samarbete mellan...*

Om andra parter väljer att **inte** ha med sin logotyp, gäller detta även oss. I så fall ska dock alltid en förklarande text återges: *Ett samarbete mellan Region Jönköpings län och...*

Region Jönköpings län som uppdragsgivare

I de fall externa verksamheter och aktörer arbetar på uppdrag av Region Jönköpings län ska relationen mellan oss och uppdragstagaren tydligt framgå i all kommunikation som rör uppdraget.

En tydlig och identifierbar avsändare ska alltid anges i exempelvis annonser och annan marknadsföring. Dessutom ska alltid uppdragslogotypen med Region Jönköpings läns symbol och tillhörighetstext *På uppdrag av Region Jönköpings län* finnas med för att visa att aktören arbetar på uppdrag av oss.

Visuell identitet

Egen grafisk profil.

Kommunikation

Egen kommunikationsplattform.



**PÅ UPPDRAG AV
REGION JÖNKÖPINGS LÄN**