



CMM

Center for Molecular Medicine



Innehåll för grafisk profil

01. Inledning

02. Om varumärket

03. Logotypen

04. Färgpaletten

05. Typografi

06. Bild & illustration

07. Grafiskt mönster

08. Ikonografi

09. Tillämpningar

10. Text & tonalitet

11. Sociala medier

12. Kontakt

01.

Inledning

Inledning

Ett varumärke är så mycket mer än bara en logotyp eller ett namn. Det väver samman allt från snygga visuella element till de värden vi lever efter inom CMM. Varumärket handlar om att spegla vad vi står för och hur vi vill att omvärlden ska se oss. Ett starkt varumärke betyder att alla får samma klara bild av vilka vi är – det gör att vårt budskap landar rätt och att folk minns oss.

Kommunikation är i grund och botten allt vi gör, från texten i ett nyhetsbrev till skylten på vår byggnad. För att bygga ett starkt varumärke är det viktigt att vi är konsekventa i vårt sätt att kommunicera. Det betyder att vi använder samma typ av språk, bilder och design i allt vi gör. När vi är enhetliga blir vi igenkända på alla möjliga plattformar. Här spelar det visuella en avgörande roll.

En grafisk profil är en genväg till effektiv kommunikation. Vi behöver inte börja om från början varje gång. Det blir enklare att uppnå ett enhetligt formspråk som gör att omgivningen känner igen oss. Design gör också information lättare att förstå. Sist, men inte minst, låter den oss berätta vår historia på ett klart och tydligt sätt och väcka känslor på ett sätt som text ensam inte kan.

Att bygga varumärket CMM är en pågående process. Den förutsätter att vi är konsekventa med vår kommunikation. Varje interaktion spelar en roll i hur vårt varumärke uppfattas som helhet. Med den här nya profilen tar vi nu nästa kliv framåt på vår resa. Om du har några funderingar kring användningen av vår grafiska profil, tveka inte att kontakta vår kommunikationsavdelning.

02.

Om varumärket

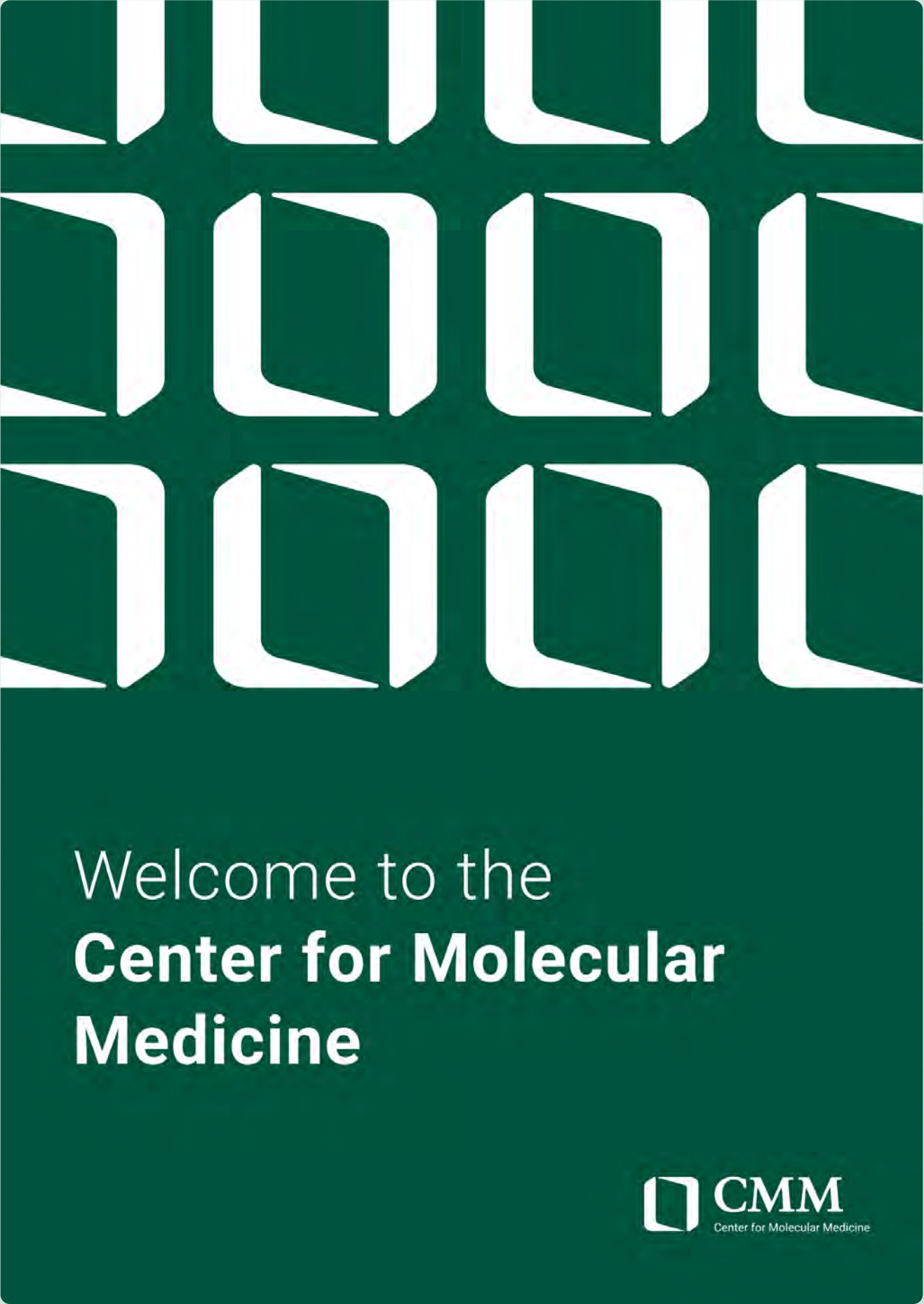
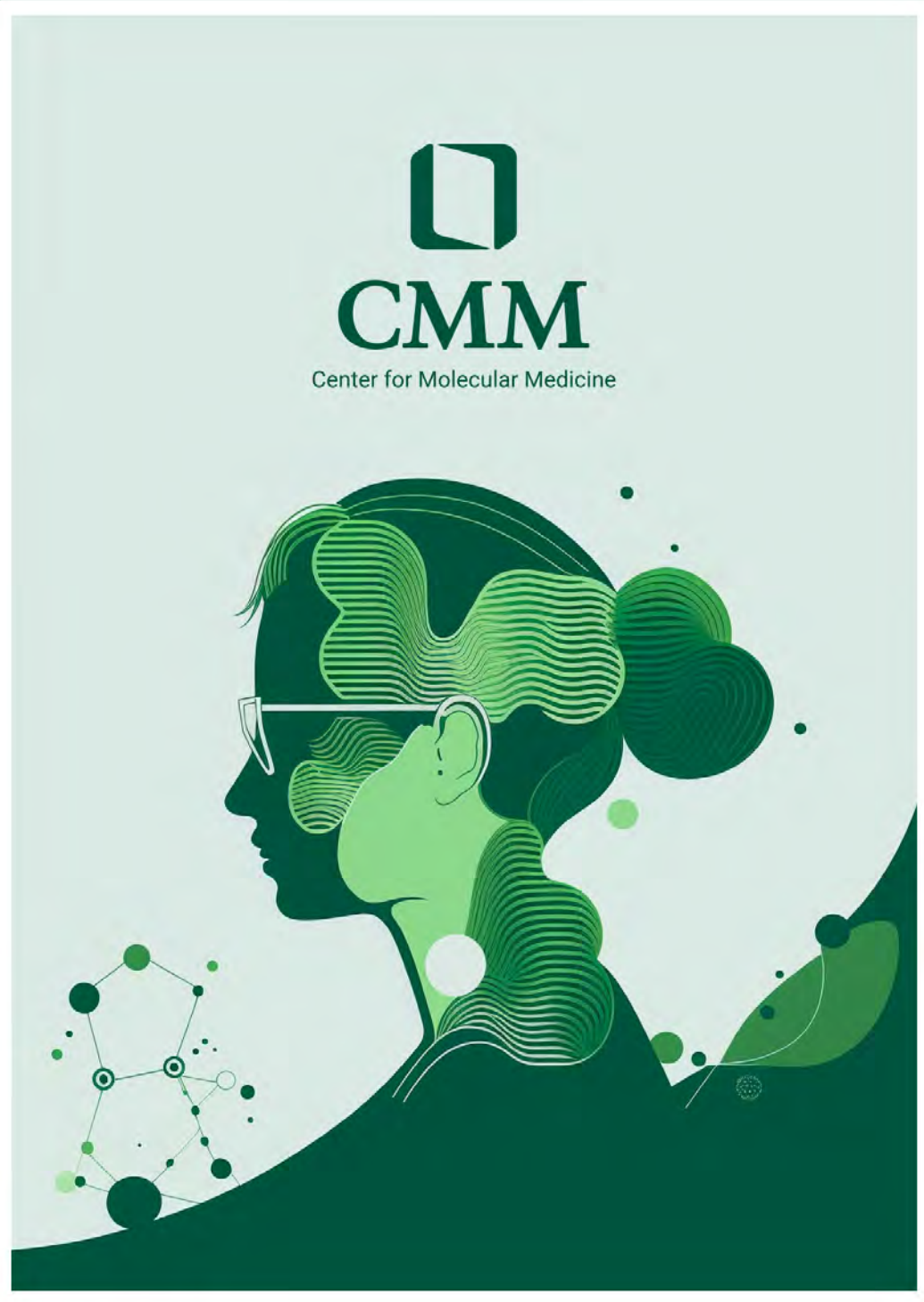
Om CMMs varumärke

CMM är en inbjudande samlingspunkt och ett nätverk som främjar samarbete och knyter ihop olika discipliner inom den molekylära forskningen på en internationell nivå – både inom CMM och bortom den fysiska byggnaden. Målet med varumärkesarbetet är att reflektera framgångshistorian och de värden som definierat organisationen CMM sedan starten 1997.

För att uppnå en enhetlig kommunikation har vi skapat en lättarbetad identitet. Det är ett strategiskt val att den utgör ett fristående, tydligt och modernt varumärke samtidigt som den harmoniserar med KI's profil. Det renodlade uttrycket representerar den stabilitet och transparens som definierar CMM. Identiteten utgör grunden för en samlande extern och intern kommunikation.

Varumärkets personlighet präglas av en intellektuell och resultatinriktad atmosfär där öppenhet och medmänsklighet är högt skattade värderingar. Den enade drivkraften är den gemensamma visionen – en strävan mot excellens och vetenskaplig innovation. CMM har en inkluderande framtoning med syfte att skapa en mer attraktiv arbetsmiljö som är högt ansedd inom forskningsvärlden.

CMM öppnar upp och bjuder in till en miljö som skapar stora forskningsmöjligheter. Organisationens tvärvetenskapliga tankesätt, flexibilitet, laganda och translationella metoder främjar vetenskapliga upptäckter och möjliggör möten. Resultatet är unika samarbeten som kan lösa komplexa problem. Från individen – genom kollektivet – för framtiden och mänskligheten.





Symbolen

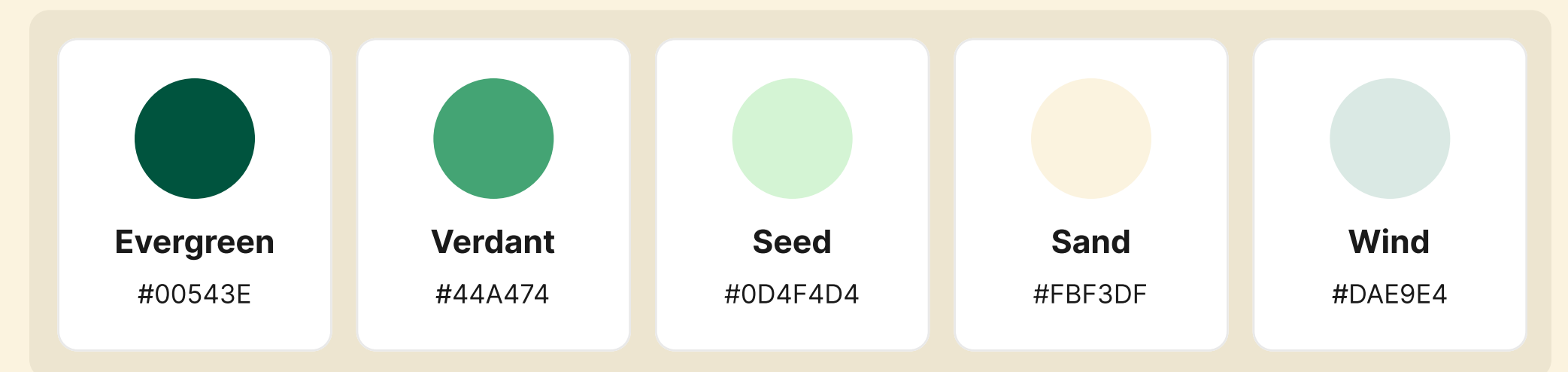
Logotypens symbol utgörs av två pelare som tillsammans synliggör den inre volymen. Där uppstår en visuell illusion av en öppning, skapad ur det negativa utrymmet som kan ses från två olika perspektiv. Likt CMM representerar formen flera värden – från den samlade kunskapens olika perspektiv till själva byggnaden som en öppen mötesplats och fristad. Symbolen påminner oss om att de stora upptäckterna ligger inom räckhåll så länge vi betraktar utmaningarna från rätt perspektiv.

Mönstret

Det grafiska mönster representerar den kollektiva insatsen mellan olika discipliner och tillgången till den stora biobank som CMM möjliggjort. Den kan ses som en bikupa av kreativt utforskande och bildar också en abstrakt återgivning av en molekylär struktur.

Färgpaletten

Paletten består av harmoniska färger som är förknippade med den naturliga världen, organiska material hälsa och välmående och representerar tillväxt, förnyelse och harmoni med sin miljö.



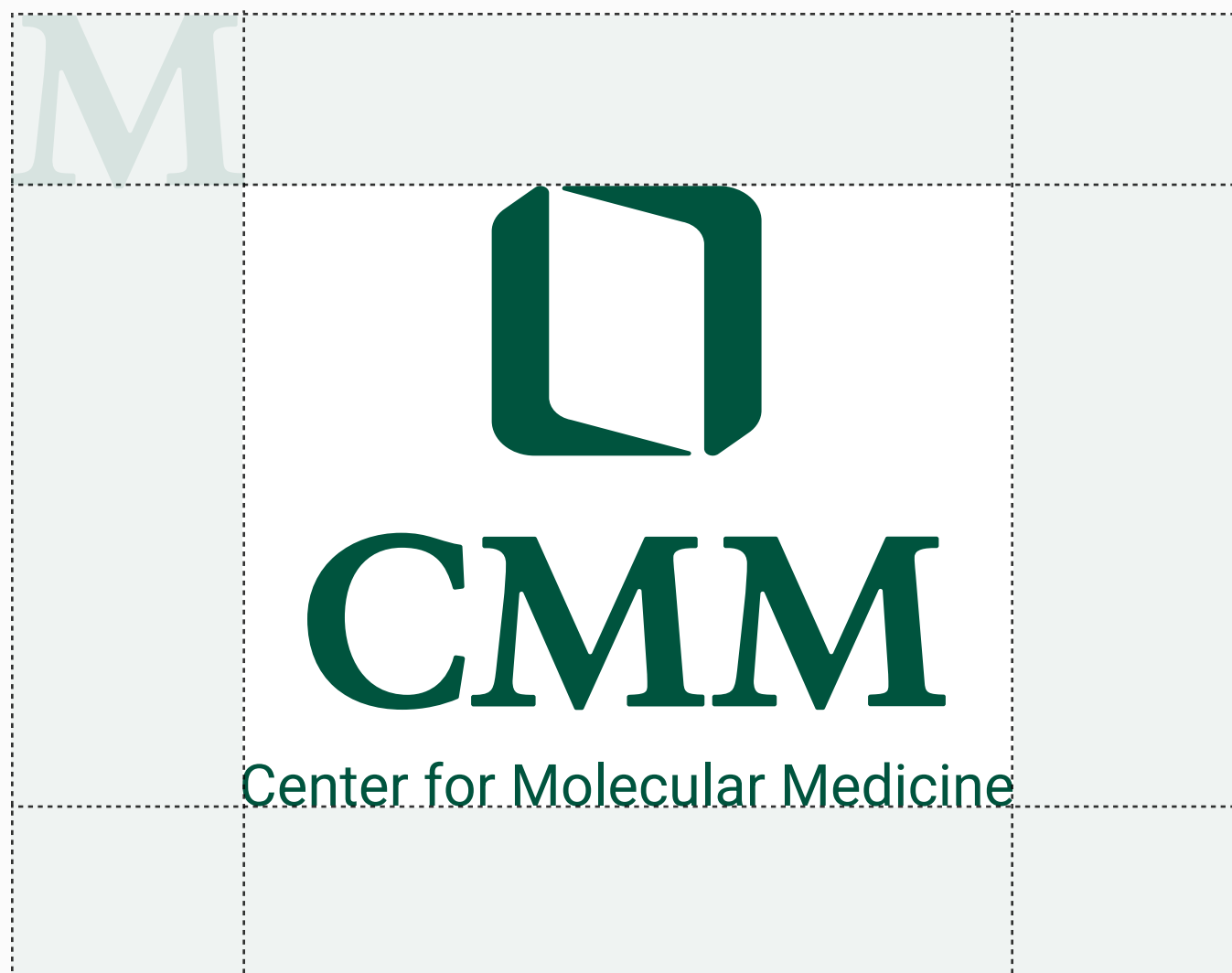
01. Roboto

Typografin

Roboto har ett modern utseende, med geometriska former och raka linjer som ger den ett rent och minimalistisk utseende.

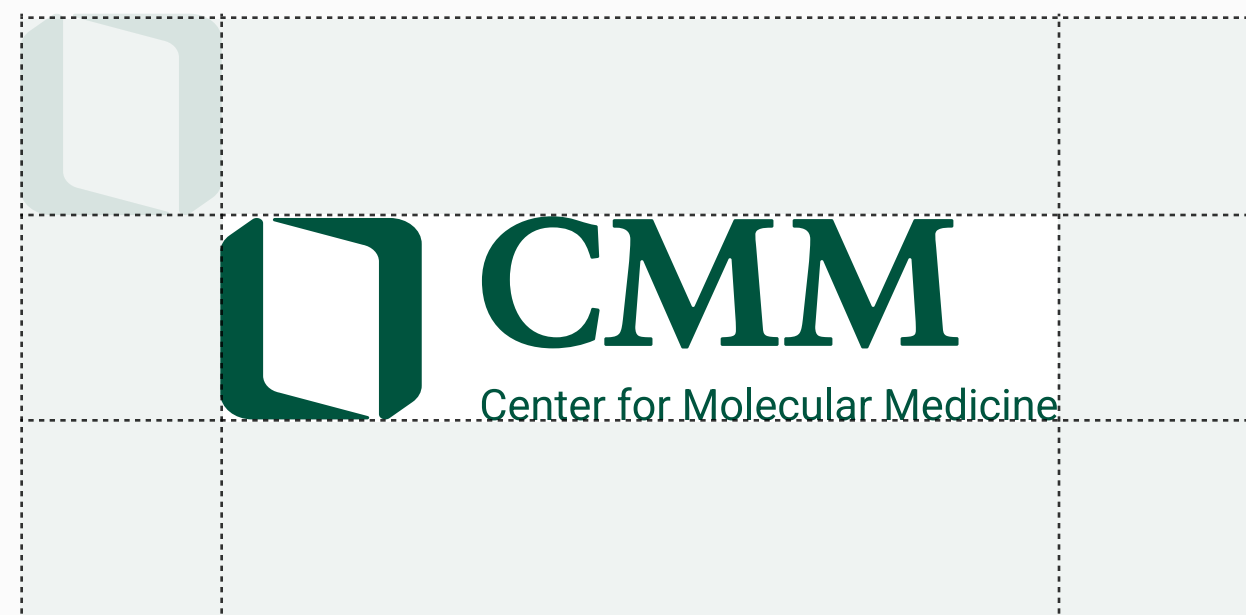
03.

Logotypen



Centrerad med initialer och utskriven text

Denna version används primärt på större renare ytor där möjligheten finns att ge logotypen lite mer plats. Exempelvis som en inledande eller avslutande del i en presentation eller på framsidan av en broschyr, visitkort eller i en slutplatta i rörligt material.



Vänsterställd med initialer och utskriven text

Denna version används i större utsträckning där ytan tillåter god läsbarhet av den utskrivna texten.



Vänsterställd med med initialer

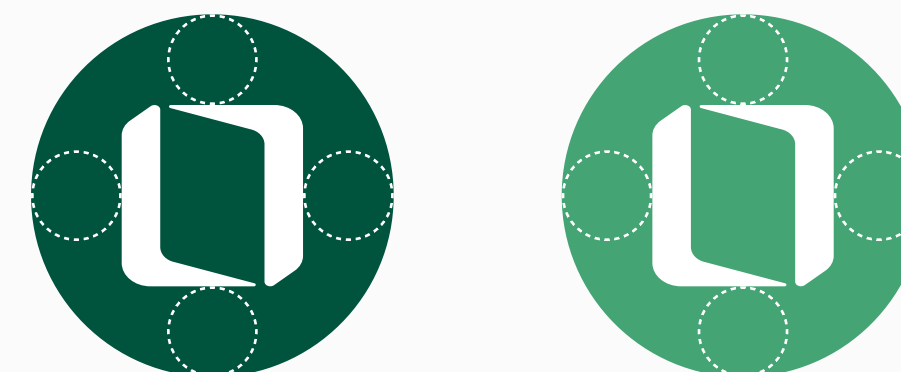
Denna version används när ytan för logotypen är något mindre och den utskrivna texten blir för svårläst. Exempelvis i headern på er webbplats samt som avsändare i presentationer.

Symbolen

Symbolen används bl.a som sociala medier-profilbild eller som en del av det grafiska mönstret.



För profilbild i sociala medier används symbolens halverade storlek som ett mått på friytan.





Formen på initialerna

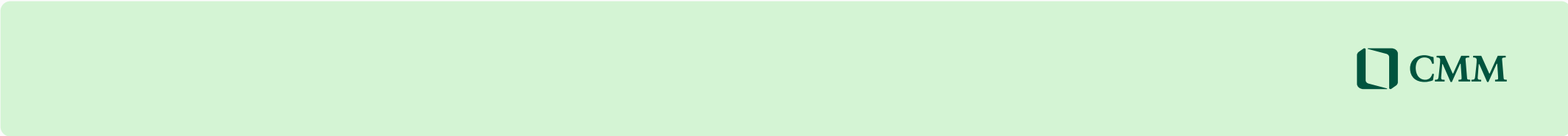
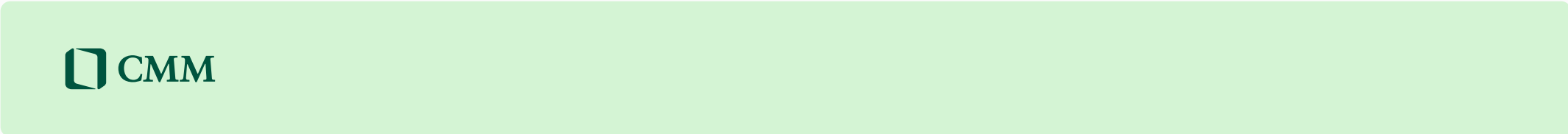
Med en grund i det tyska serif-typsnittet Sabon från 1964, har vi anpassat mjukheten ytterligare i ordbilden för att bättre harmonisera med den nya symbolen. Sabon har en klassisk och elegant design med hög läsbarhet. Det har proportioner som är balanserade och harmoniska, vilket gör att texten flödar lätt över sidan och skapar en behaglig läsupplevelse.

Valet av en Serif har att göra med att det ger en bättre balans ihop med den mer linjära stilen i symbolen men också skapar en mer klassisk intellektuell elegans i sin helhet.

Initialerna används enbart utan symbolen i löptexter.

Placering av logotyp

Beroende på utrymmet och kompositionen i den ytan logotypen skall placeras på, finns följande alternativa att utgå ifrån.



04.

Färgpaletten

Primär

För logotyp & grafiska element som definierar varumärket.

Evergreen är en term som används för att beskriva en typ av träd eller växt som förblir grönt och inte tappar sina löv under året, till skillnad från lövfällande träd som tappar sina löv på hösten. Evergreen kan också användas metaforiskt för att beskriva något som är långvarigt, uthålligt eller alltid relevant.

Primär accent

Call to action →

För skapande av engagemang (CTA) samt visuell avvägning

Verdant är ett ord som beskriver något som är grönt med frodig vegetation. Det används ofta för att beskriva landskap, skogar, trädgårdar eller ängar som är rika på växtliv och vibrerande i färgen. Verdant kan också användas för att beskriva en person eller en idé som utvecklas och blomstrar. Övergripande sett förmedlar ordet en känsla av tillväxt.

#00543E

Evergreen

Evergreen kan också användas med transparens:

20%

15%

10%

5%

#44A474

Verdant

#0D4F4D4

Seed

#FBF3DF

Sand

#DAE9E4

Wind

Sekundära

För variation och kreativt utrymme

En lättsam och mjuk palett inspirerad av naturen som avvägning till accenterna med tre härliga och positiva kulörer. De kan användas för att skapa allt från mönster, gradienter och bakgrunder till övrigt innehåll och grafik.

Neutrala

För balans och kontrast

Dessa färger skall användas för att binda ihop, framhäva, skapa balans, kontrastriktighet och enhetlighet med övrigt innehåll och grafiska element. “Shade” motsvarar 90% av ren svart färg. Den skall användas på texter mot sekundära och neutrala färger eller i logotypen om användningsområdet kräver det.

“Light” används både i grafiska element, texter och i logotypen då den används mot den primära färgen “Evergreen”

#1A1A1A

Shade

#E9E9E9

Heavy Mist

#F7F7F7

Light Mist

#FFFFFF

Light

05.

Typografi

Roboto



Utformad av Christian Robertson och släppt av Google år 2011

Welcome to the
Center for Molecular
Medicine

The pursuit of knowledge and innovation knows no boundaries, and through cross-border collaboration, we have the potential to unlock a future of limitless possibilities. Let us continue to push the boundaries of what is possible and make history together. **For humanity.**

AN ALL CAPS LABEL

This is heading 1

This is heading 2

Heading 3 ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.



Small label

This is heading 4

Description aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur.

Body ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam.

Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur.

This is heading 5

Quote ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

[Body link](#) [Description link](#) [Fineprint](#)

2023.10.12

06.

Bild & illustration



Reflektioner och perspektiv



Öppning



Kollektivt engagemang
& struktur



Samlingspunkt

Manér

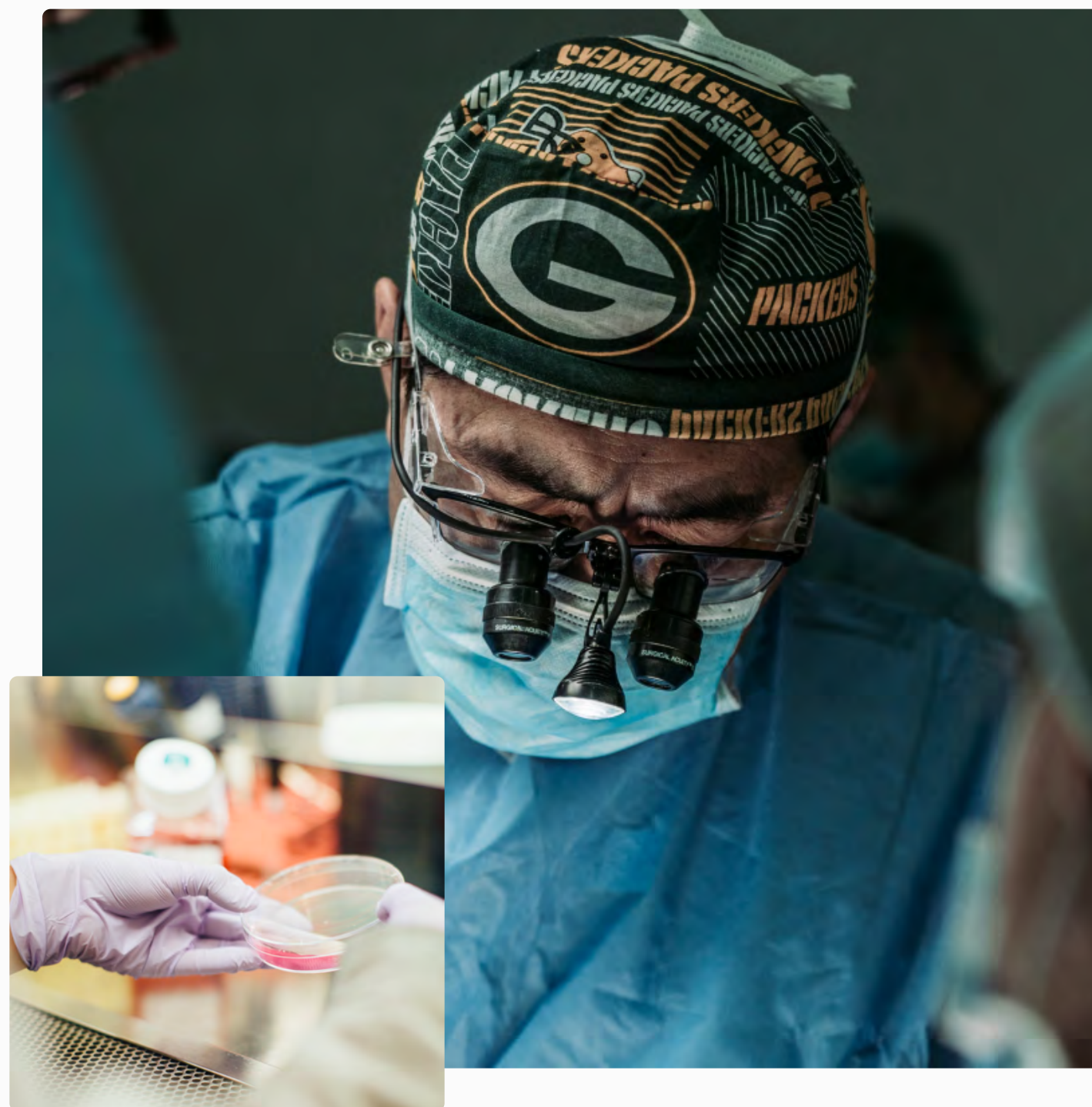
Vårt fotomanér inger ett modernt och rofyllt intryck samtidigt som det höjer sig över det vardagliga och bjuder in till stora tankar och ger en känsla av mänsklighet, värme och professionalism. Vi vill vi inte bara dokumentera ögonblick, utan berätta en historia som väcka känslor.

Grading

Det går bra att manipulera bilder på ett subtilt sätt för att göra dom ännu mer levande. Här har vi använt gradeing för att framhäva de varma tonerna med inslag av jordade och gröna material, men fortfarande behållt ett naturligt ljusinsläpp.



Transparens &
negativa utrymmen



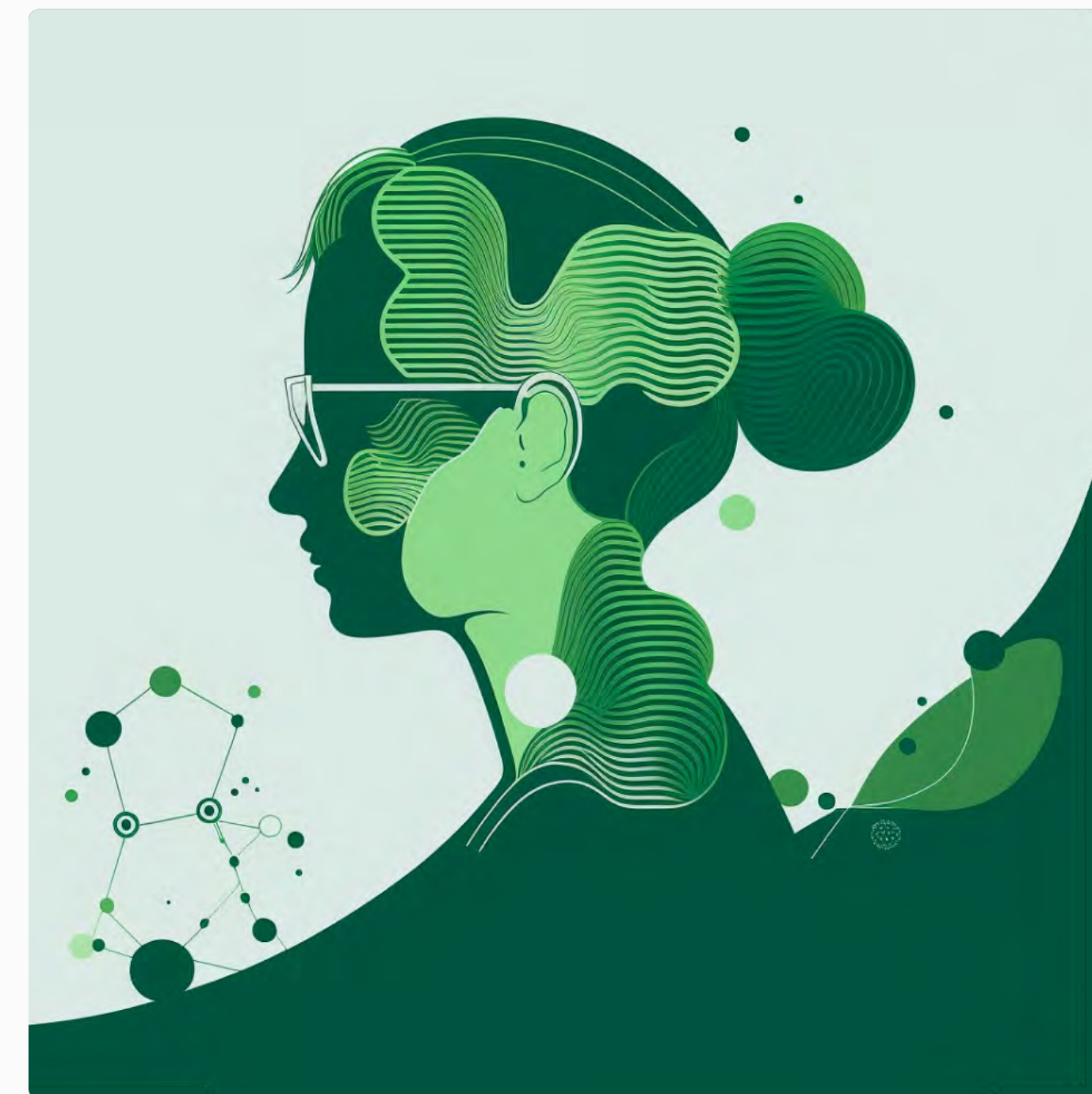
Forskningen

Vi vill på ett så naturtroget sätt som möjligt fånga viktiga ögonblick som har hög relevans inom området. Detta gäller bilder på forskning, patienter och interna samarbeten som visar att våra team bidrar till framstående upptäckter inom molekylär medicin.



Kultur & kompetens

Vi värdesätter det mänskliga mötet mellan alla individer som verkar inom CMM. Det är när olika kompetenser och människor möts som vi banar väg för framtidens mest innovativa lösningar inom forskningen. Bilderna ska framhäva att vi är inkluderande och har en naturlig spontanitet.



Abstrakt

För att ytterligare ha möjlighet att framhäva det visuella uttrycket kring forskningens mer abstrakta delar, finns ett illustrativt uttryck som utgår från varumärkets gröna accenter med ett minimalistiskt och modernt manér. Här kan både byggnadens mer karaktäristiska delar samt viktig symbolik kring forskningen representeras.

07.

Grafiskt mönster

Mönstret

Mönstret ska alltid användas utfallande i den primära färgen Evergreen, alternativt i ljust uttryck. Det går även bra att använda Evergreen med olika transparens enligt färgpalettens angivna färgvärden.





CMM
Centrum för Molekylär Medicin

För-Namn Namnsson
Adressvägen 15A
133 41 Ortsnamn

Centrum för Molekylär Medicin
L8:05, Karolinska Universitetssjukhuset
SE-171 76 Stockholm
www.cmm.ki.se



Lorem ipsum

Lorem ipsum dolor sit magna dolor ut enim ad.

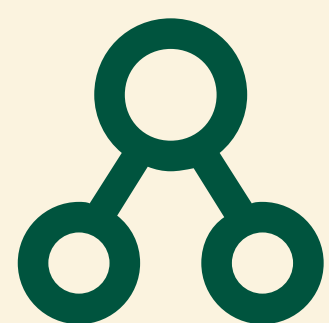
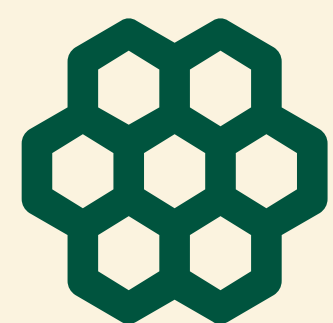
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id.

Page 6 / X
Center for Molecular Medicine



08.

Ikonomografi

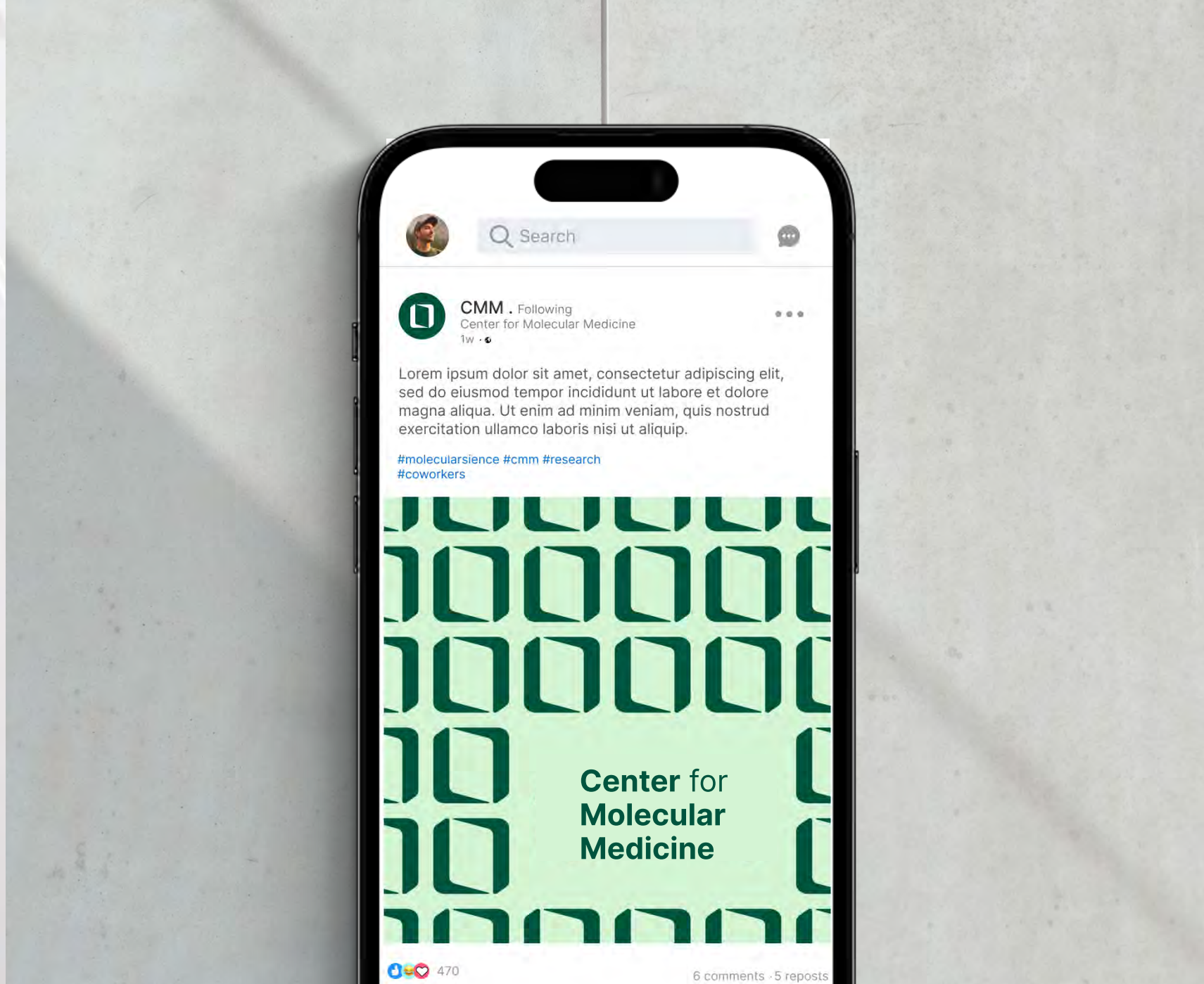
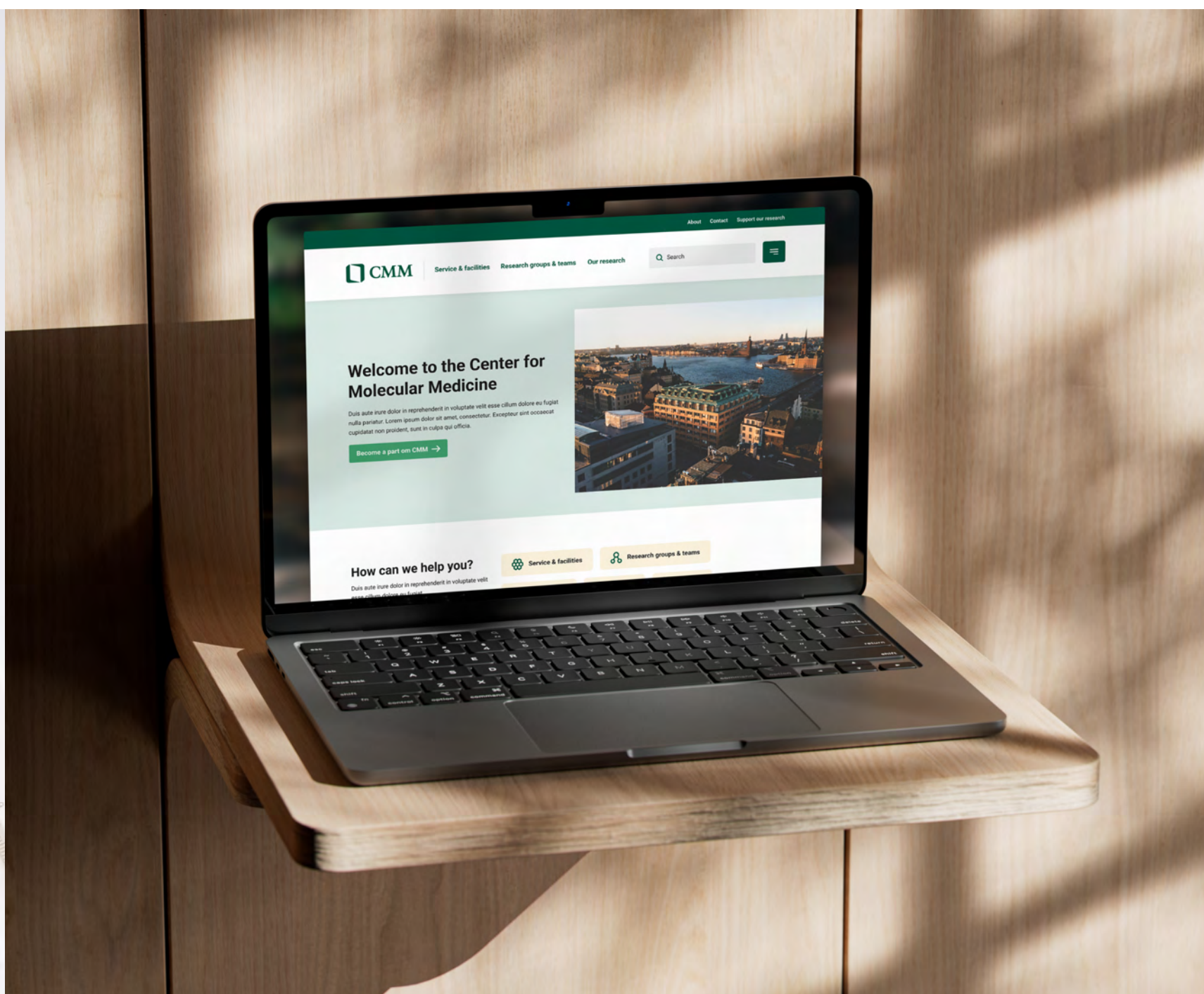


Avskalad symbolik

Uttrycket för ikonografin skall präglas av en tvådimensionell avskalad tydlighet. Vi använder oss av ett linjerat utseende där färger från den grafiska profilen appliceras med syfte att skapa ett kontrastrikt uttryck mot underliggande färgelement.

09.

Tillämpningar





Lorem ipsum

Treating cardiovascular disease using the body's own nerve reflexes.

Lorem ipsum dolor sit magna.



 [cmm-lorem på LinkedIn](#)

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et.



Lorem ipsum dolor sit magna

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud magna sit lorem.

Quote ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

Name Namesson



Welcome to the Center of Molecular Medicine

Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et.



Areas of expertise

Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore.



Lorem ipsum



Magna lorem



Ipsum sit amet



Magna dolor ipsum



We collaborate

Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo. Nemo enim ipsam.

We provide community

Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo. Nemo enim ipsam.

- Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium
- Natus error sit voluptatem accusantium
- Voluptatem accusantium

10.

Text & tonalitet

Text & tonalitet

När vi tänker på vår organisations röst utåt, är det tonaliteten som ger oss vår unika personlighet. Det handlar mer om hur vi säger saker mer än vad vi faktiskt säger. Den här guiden för vår tonalitet är som en kompass som hjälper oss att hålla samma ton i alla våra kanaler. Följer vi samma riktlinjer kommer vår målgrupp känna igen oss. Det skapar en känsla av trovärdighet och tillhörighet.

CMM strävar efter att vara avslappande och trevliga, men korrekta och objektiva. Det går bra att använda fackspråk, men undvik stel formalitet och komplicerade termer som kan förvirra. Positivitet är kärnan i vår kommunikation; vi fokuserar på lösningar och möjligheter istället för problem. Korta och enkla meningar hjälper oss att hålla budskapet klart och lättfattligt.

Om kommunikationen riktar sig till allmänheten förklarar vi det på ett sätt som alla förstår, i andra fall går det bra att använda fackspråkt. Vårt mål är att dela med oss av vår kunskap utan att överväldiga någon. Vi anpassar även språket efter sammanhang. Engelska är vårt primära språk. Vi använder svenska i kommunikationen när det behövs, till exempel till patienter eller allmänheten.

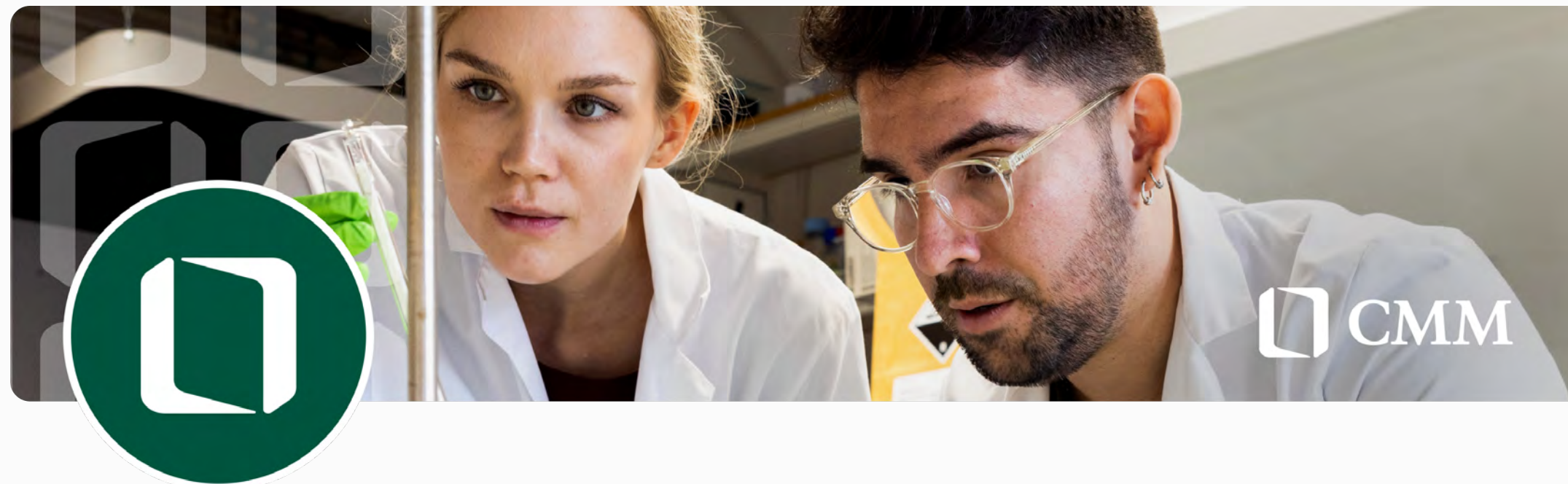
När vi kommunicerar internt går det bra att använda förkortningen CMM. Den ska alltid vara med stora bokstäver. I extern kommunikation är det viktigt att vi också förklarar vad CMM står för. I längre texter kan vi introducera detta tidigt för att sedan bara använda förkortningen: “Centrum för Molekylär Medicin (CMM)”. I kortare texter skriver vi “CMM – Centrum för Molekylär Medicin”.

11.

Sociala medier

Strategi för sociala medier

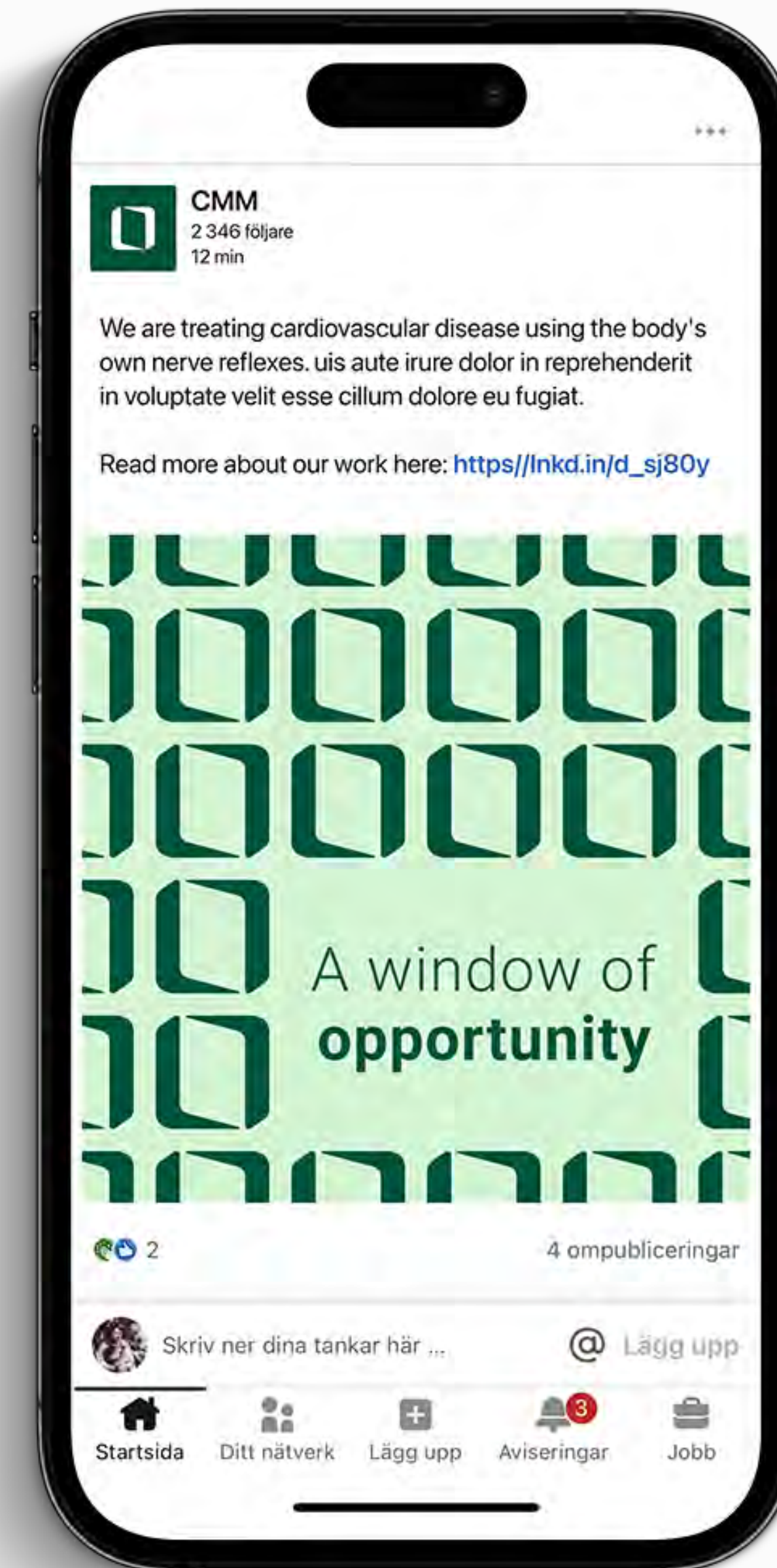
CMM har en sociala media strategi som utgår från linkedin med målet att bygga ett community med forskare och andra aktörer i vår bransch. Genom att skapa en plattform där vår organisation kommer till sin rätt får fler upp ögonen för allt det positiva CMM står för.



- **Fokusera på utbildning och nyheter.** Genom att regelbundet publicera inlägg och artiklar som delar vår samlade expertis och insikter håller vi följarna uppdaterade med det senaste inom vår bransch. Vi blir en trovärdig och relevant källa för information.
- **Använda storytelling för att vara personliga.** Vi delar framgångshistorier och intervjuer som visar på vår expertis och berättar historien om CMM. Det skapar en emotionell koppling och gör det lättare för följarna att relatera till och komma ihåg oss.
- **Engagemang och interaktion.** Genom live-sändningar och webinarier får vi en fantastisk chans att interagera direkt med våra följare och skapa en känsla av gemenskap. Genom interaktiva inlägg, som frågor och omröstningar, får vi insikter om våra användare och bygger relationer.
- **Nå ut med ambassadörer.** För att utöka vår räckvidd samarbetar vi med andra inom branschen. När de sprider vårt budskap agerar de som ambassadörer för vårt varumärke, vilket ökar vår synlighet och trovärdighet. Uppmuntra även följare att dela vårt innehåll.

Bra att tänka på

- **Skapa rutiner för regelbunden Innehållsplanering.** En innehållskalender hjälper organisationen att hålla en konsekvent och regelbunden publicering av innehåll. Det gör att varumärket håler sig närvarande och aktuellt i sina följares flöden.
- **Använda Linkedins analysverktyg** för att se vad som fungerar bäst. Genom att ha koll på engagemang, räckvidd och interaktioner kan man anpassa strategin efter hand. Datan hjälper oss att förstå vad som engagerar publiken och hur vi kan få bästa möjliga resultat.
- **Ha en dedikerad person som sköter kanalen.** Varumärket kan inte aktivt kan engagera sig i varje diskussion. Däremot bör man ha en dedikerad person eller ett team som kan moderera samtal och hjälpa till att hålla en positiv och konstruktiv miljö.
- **Använda ett enhetligt namn i olika plattformen.** Använd samma namn över alla plattformar för att stärka varumärket. Det förenklar för följare att hitta varumärket på olika kanaler. Om plattformen är inaktiv kan man ändå ta namnet och hänvisa till aktiva plattformen.



12.

Kontakt



Kontaktpersoner

Vid frågor och funderingar kring materialet hänvisar vi er att ta kontakt med någon av följande personer.

Magdalena Lindén

Ansvarig beställare på CMM
magdalena.linden@ki.se

David Blomberg

Kundansvarig på Whitespace
david.blomberg@whitespace.se

Kristian Gonzalez

Grafisk formgivare
kristian.gonzalez@whitespace.se