



# Psykologförbundets nya grafisk identitet

## – frågor och svar

### Varför har förbundet en grafisk identitet?

Förbundets grafiska identitet representerar vad förbundet är och gör. Den grafiska identiteten hjälper mottagaren/betraktaren att identifiera förbundet. Den kommunicerar det förbundet gör, det som gör förbundet unikt, samt attraherar olika intressenter.

### Hur använder man en grafisk identitet?

Identiteten har utvecklats för att uppnå ett unikt, konsekvent, professionellt och attraktivt visuellt varumärkesuttryck i alla mallar och verktyg och i alla de kanaler förbundet kommunicerar. Varje gång man använder den grafiska identiteten på rätt sätt hjälper det till att göra förbundet tydligt för andra.

### Varför byter vi grafisk identitet?

Den nya grafiska identiteten ska särskilja och utmärka Psykologförbundet med en känsla av samtida relevans. Den ska ge en samhörighetskänsla och skapa stolthet samtidigt som externa målgrupper och intressenter tydligt ska få intryck av kårens kompetens, stabilitet och ansvarstagande.

Den nuvarande grafiska identiteten togs fram 2003 i en tid då kommunikation framför allt gjordes i tryckt form. Den fungerar dåligt för de digitala sammanhang där förbundet syns mest idag.

Symbolen för förbundet är mycket lik en annan organisations symbol. Det gör att förbundet blir otydligt eller i värsta fall tolkas som en annan organisation.

### Varför byter vi grafisk identitet just nu när annat känns mer akut?

Bytet av grafisk identitet är en viktig del i att förbundet ska bli tydligare och synligare i frågor som är viktiga för psykologer. Det är ett långsiktigt arbete som kommer att stärka organisationen. Samtidigt har förbundet många andra viktiga angelägenheter som måste ta tid och plats. Framtagandet och bytet av den nya grafiska identiteten ska skapa styrka och göras med stor omsorg om förbundets resurser.

Det finns flera orsaker till att gå från den grafiska identitet som förbundet har nu. Bland annat fungerar den dåligt i den digitala kontext där förbundet agerar nu när trycksaker inte längre är det främsta kommunikationsmediet. En annan anledning är att vi blandas samman med en större organisation som har en liknande symbol.

Den nya grafiska identiteten särskiljer och utmärker Psykologförbundet. Den ska ge en samhörighetskänsla och skapa stolthet samtidigt som externa målgrupper och intressenter tydligt ska få intryck av kårens kompetens, stabilitet och ansvarstagande.

## **Varför ser den nya symbolen ut som den gör?**

Symbolen blir ett tydligt psi - den vedertagna symbolen för det psykiska, för psyket som helhet och allmänt erkänd som symbol för psykologi och psykologer världen över. Den lilla avvikelser i symbolen ger intryck av nytänkande och nyfikenhet.

## **När sker bytet?**

Den gamla grafiska identiteten byts ut bit för bit under 2022. Det första som skapas i den nya formen är den inloggade versionen av psykologforbundet.se där alla medlemmar kommer att hitta information som är anpassad för det egna medlemskapet och förenings- eller nätverkstillhörigheten.

En ny pin skickas ut till alla förtroendevalda tillsammans med information om bytet av grafisk identitet.

## **Hur går det till när förbundet byter grafisk identitet?**

Förbundet behöver inte byta ut allt med spår av den gamla identiteten på en gång. Bytet görs bit för bit med ekonomisk medvetenhet. Först ut är delar av den nya digitala miljön, dvs den inloggade delen av psykologforbundet.se, Min sida och sidor för föreningar, råd och nätverk. Pins, roll-ups och mallar för presentationer kommer också att finnas efter årsskiftet.

Kansliet tar fram alla mallar och produkter som behövs. Om du har frågor eller behöver hjälp med formgivning så är du mycket välkommen att höra av dig till kommunikationschef Ann Hallsenius på [ann.hallsenius@psykologforbundet.se](mailto:ann.hallsenius@psykologforbundet.se).

## **Ska vi byta namn?**

I den nya grafiska identiteten finns en ordbild, PSYKOLOGFÖRBUNDET, och en symbol. Den nya symbolen används tillsammans med ordbilden.

Förbundet byter inte namn och heter fortfarande Sveriges Psykologförbund. Detta officiella namn används i de sammanhang där det passar. Det kortare namnet Psykologförbundet används för att det är tydligt och lätt att ta till sig.

I vissa fall kommer också den korta ordbilden PSY. användas men i första hand används ordbilden PSYKOLOGFÖRBUNDET. Förkortningen PSY. behöver arbetas in under längre tid för att ibland kunna stå för sig själv.

## **Hur fungerar de nya färgerna och typsnitten?**

Den nya grafiska identiteten stärks genom färgvalen. Färgerna hjälper oss att variera och sortera innehåll samt att skapa ett konsekvent, inbjudande och unikt uttryck.

Färgerna är varma och jordnära. De primära färgerna är svart respektive vit, de används till förbundets grafiska tillgångar, dvs sådant som logotyp, symbol etc. De sekundära färgerna består av en neutral gråskala och ett fåtal jordiga naturliga färger.

Typsnittet är humanistiskt och helhetsintrycket av den grafiska identiteten förstärker bilden av ett kompetent och ansvarsfullt, och samtidigt inspirerande förbund.

## **Ska föreningar och nätverk byta grafisk identitet?**

Nästa steg i bytet av grafisk identitet är att ta fram ett diskussionsunderlag i form av ett grafiskt förslag för hela organisationen. Mer om detta kommer under vintern.