
KSIĘGA IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

budowa znaku i typografia



WDECKI PARK KRAJOBRAZOWY

1. ZNAK MARKI

1.1 *forma podstawowa*

1.2 *forma podstawowa – budowa i proporcje znaku*

1.3 *forma podstawowa – pole podstawowe i ochronne*

1.4 *forma uzupełniająca*

1.5 *forma uzupełniająca – budowa i pole ochronne znaku*

1.6 *kolorystyka*

1.7 *kolorystyka – zastosowania*

1.8 *kolorystyka – warianty achromatyczne*

1.9 *kolorystyka – warianty monochromatyczne*

1.10 *kolorystyka – zakazy*

1.11 *typografia*

2. ZAŁĄCZNIKI

1. ZNAK MARKI

1.1 forma podstawowa

Forma podstawowa znaku marki zbudowana jest z zestawienia znaku graficznego z logotypem o ściśle określonych proporcjach.

Wielkość minimalna formy podstawowej określa minimalną czytelność znaku.



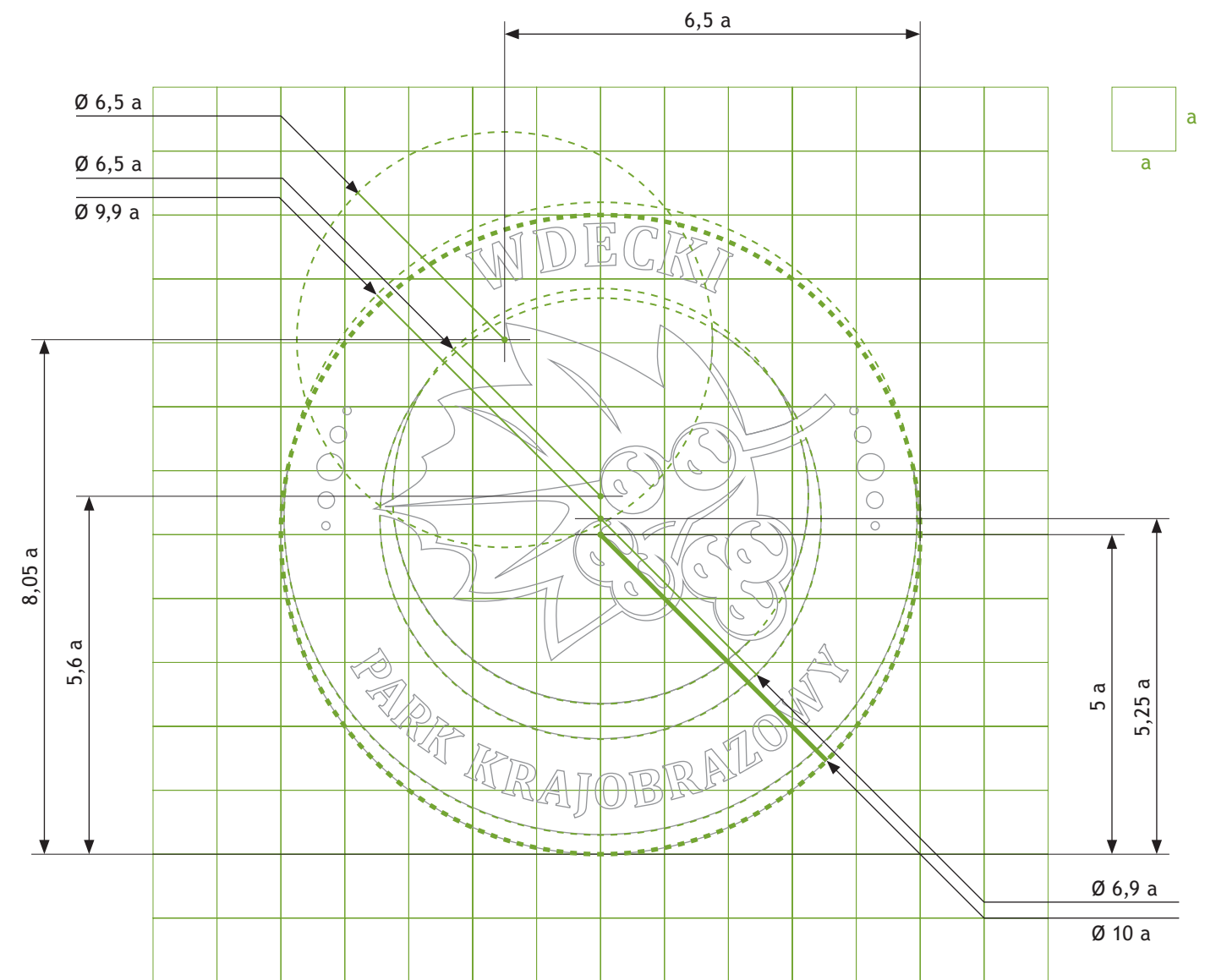
wielkość minimalna wariantu podstawowego – rekomendowanego do używania przy zmniejszeniach



1. ZNAK MARKI

1.2 forma podstawowa – budowa i proporcje znaku

*Konstrukcja znaku i jego proporcje oraz budowa
na siatce modułowej, której moduł stanowi
1/10 szerokości znaku.*

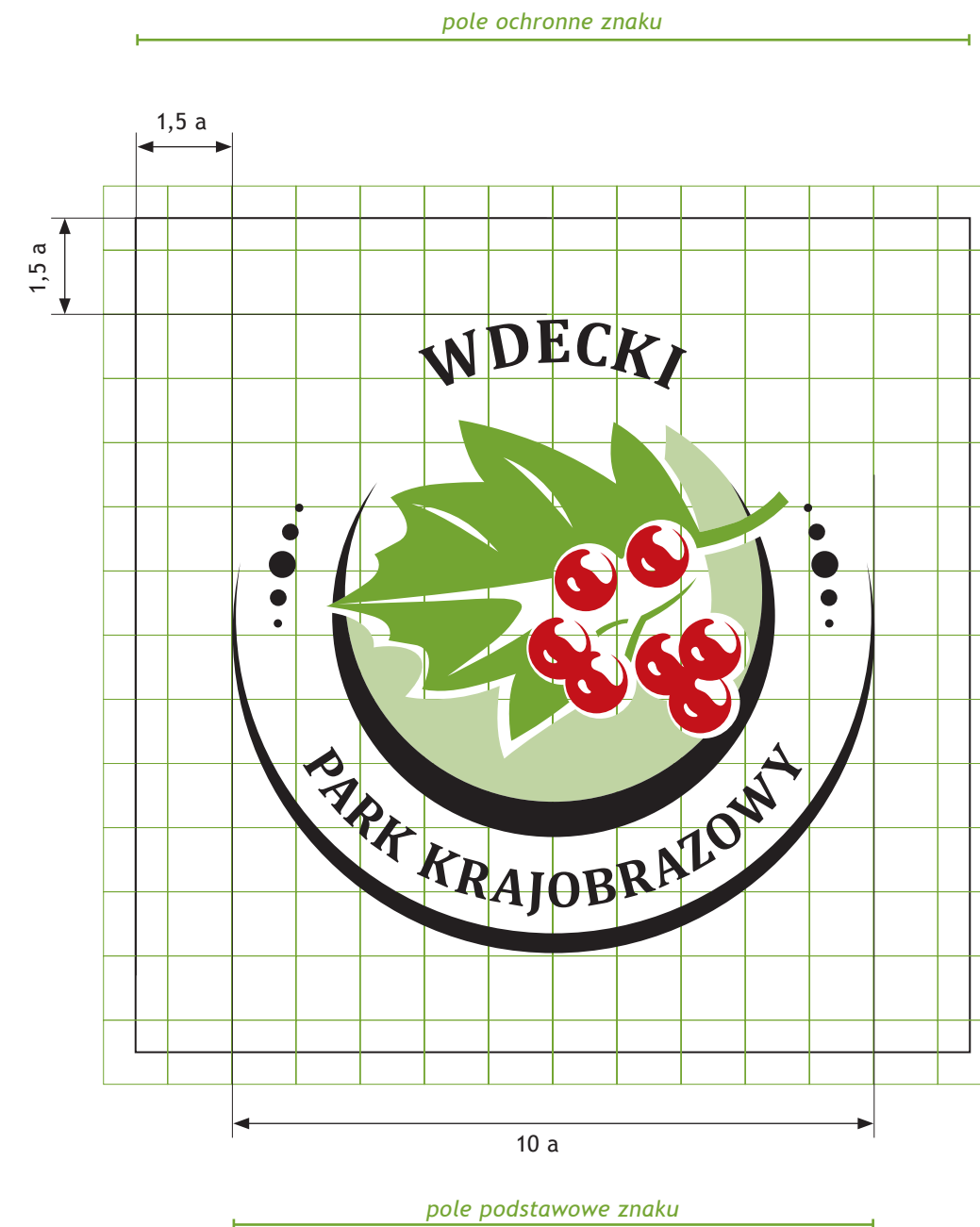


1. ZNAK MARKI

1.3 forma podstawowa – pole podstawowe i ochronne

Pole ochronne definiuje minimalny zamknięty obszar wokół znaku, w którym może zostać bezpiecznie użyty, bez utraty czytelności.

W polu tym nie powinna znajdować się żadna inna forma graficzna. Pole ochronne formy podstawowej znaku to obszar powiększony o 30% szerokości znaku.



1. ZNAK MARKI

1.4 forma uzupełniająca

Forma uzupełniająca znaku zbudowana jest z zestawienia znaku graficznego z liternictwem o ściśle określonych proporcjach. Wielkość minimalna formy uzupełniającej określa minimalną czytelność znaku.



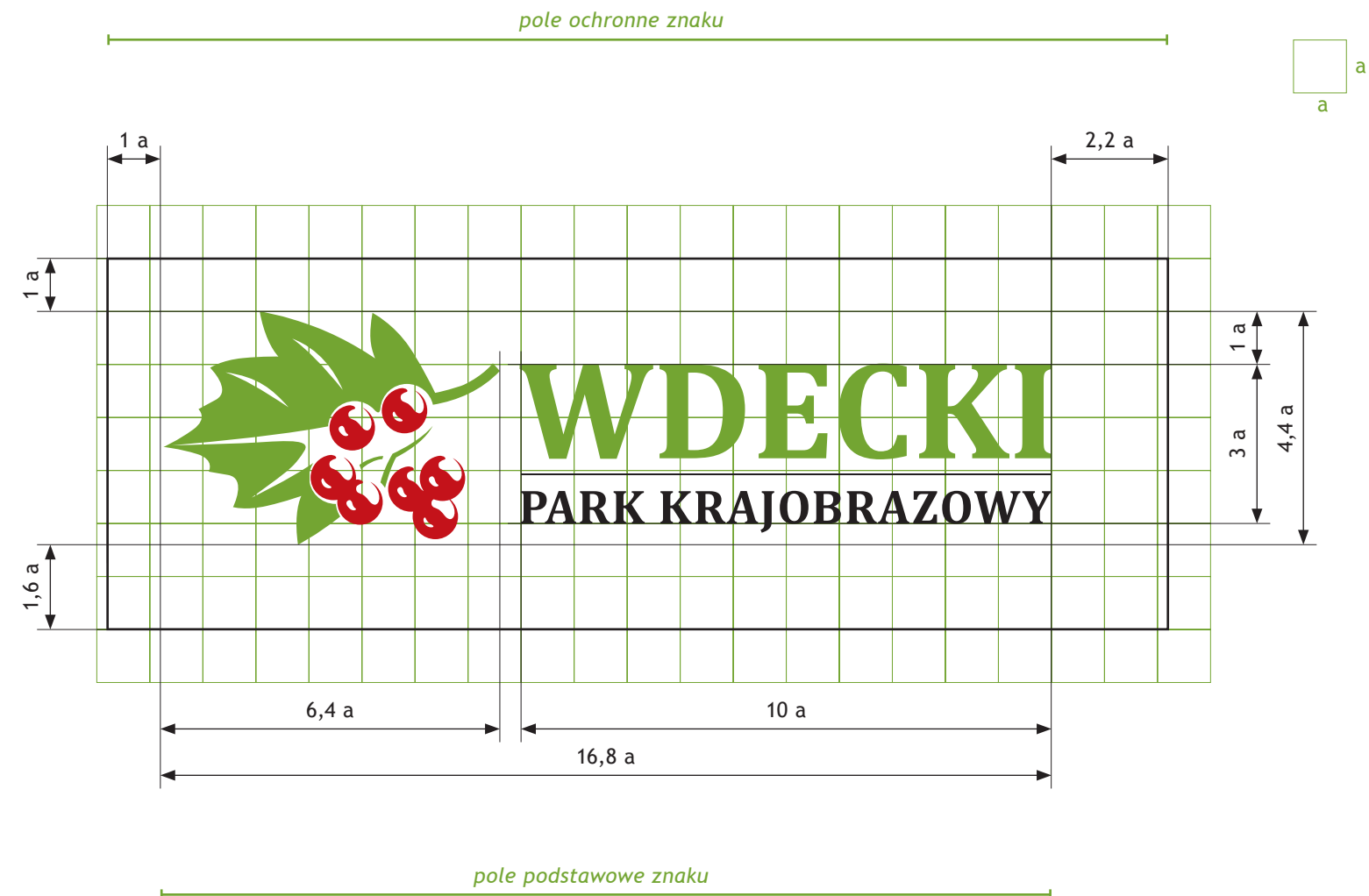
wielkość minimalna wariantu uzupełniającego – rekomendowanego do używania przy zmniejszeniach



1. ZNAK MARKI

1.5 forma uzupełniająca – budowa i pole ochronne znaku

Konstrukcja znaku i zakres pola ochronnego przedstawione na siatce modułowej, której moduł stanowi 1/10 szerokości części litericznej znaku.



1. ZNAK MARKI

1.6 kolorystyka

Kolorystyka znaku jest istotnym czynnikiem kształtującym tożsamość i sposób postrzegania marki. Kolory znaku oraz elementów systemu powinny odpowiadać wartościom podstawowym koloru CMYK i być dopasowywane do podłoża, jego specyfiki i wymagań w celu uzyskania koloru najbardziej zbliżonego do oryginału.

Rekomendowane jest stosowanie kolorów PANTONE do druku, szczególnie w przypadku podstawowego koloru identyfikacji: PANTONE 377 C

Podana kolorystyka dotyczy formy podstawowej i uzupełniającej.



PANTONE 377 C

C 50, M 0, Y 100, K 20

R 140, G 163, B 36



PANTONE 377 C tinta 40%

C 20, M 0, Y 40, K 8

R 208, G 218, B 166



PANTONE 1805 C

C 0, M 100, Y 100, K 20

R 168, G 0, B 12



PANTONE Process Black C

C 0, M 0, Y 0, K 100

R 0, G 0, B 0

1. ZNAK MARKI

1.7 kolorystyka – zastosowania

Wskazane jest umieszczanie kolorowej wersji znaku na tłach zapewniających dobrą czytelność.

Takie same zasady dotyczą również formy uzupełniającej logotypu podstawowego.

wariant podstawowy pozytyw



wariant podstawowy negatyw



1. ZNAK MARKI

1.8 kolorystyka – warianty achromatyczne

Przedstawione warianty znaku mają swoje zastosowania w tych obszarach komunikacji, gdzie wykorzystanie wersji kolorowej jest niemożliwe ze względów technologicznych lub niewłaściwe.

Takie same zasady dotyczą również formy uzupełniającej logotypu podstawowego.

wariant achromatyczny pozytyw



wariant achromatyczny negatyw



1. ZNAK MARKI

1.9 kolorystyka – warianty monochromatyczne

Przedstawione warianty znaku mają swoje zastosowania w tych obszarach komunikacji, gdzie wykorzystanie wersji pełnokolorowej jest niemożliwe ze względów technologicznych lub niewłaściwe.

Takie same zasady dotyczą również formy uzupełniającej logotypu podstawowego.

wariant monochromatyczny pozytyw



wariant monochromatyczny negatyw



1. ZNAK MARKI

1.10 kolorystyka – zakazy

Logotyp nie może być umieszczany na aplach w jaskrawych kolorach lub wchodzących w skład logotypu. Umieszczanie na takich tłach jest niewskazane, ponieważ niektóre jego elementy mogą być nieczytelne lub nawet niewidoczne. Przykłady nieprawidłowego stosowania i modyfikacji znaku marki.

Takie same zasady dotyczą również formy uzupełniającej logotypu podstawowego.



1. ZNAK MARKI

1.11 typografia

Do stworzenia logotypu użyto kroju Cambria w odmianie Bold (wersja Cambria PL, domyślny w Microsoft Office 2007 oraz Windows Vista). Jest to podstawowy krój, będący elementem identyfikacji wizualnej parku. Bogactwo odmian i doskonała czytelność pozwala na użycie kroju do wielu zastosowań.

Uzupełniającym fontem systemowym jest Humanist 777, doskonały do składu tekstów oraz jako alternatywa kroju Cambria przy tworzeniu publikacji.

Cambria Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Cambria Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Cambria Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Cambria Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Humanist 777 Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Humanist 777 Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Humanist 777 Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Humanist 777 Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

2. ZAŁĄCZNIKI

Wdecki Park Krajobrazowy

LOGOTYP Wdecki Park Krajobrazowy

1_1_logotyp_podstawowy_kolor – .eps | .jpg | .pdf | .cdr

1_2_logotyp_uzupelniajacy_kolor – .eps | .jpg | .pdf | .cdr

2_1_logotyp_podstawowy_achromatyczny – .eps | .jpg | .pdf | .cdr

2_2_logotyp_uzupelniajacy_achromatyczny – .eps | .jpg | .pdf | .cdr

3_1_logotyp_podstawowy_kolor_negatyw – .eps | .jpg | .pdf | .cdr

4_1_logotyp_podstawowy_achromatyczny_negatyw – .eps | .jpg | .pdf | .cdr

4_2_logotyp_uzupelniajacy_achromatyczny_negatyw – .eps | .jpg | .pdf | .cdr

KSIEGA_IDENTYFIKACJI_Wdecki Park Krajobrazowy – .pdf

KSIĘGA IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

nośniki identyfikacji



WDECKI PARK KRAJOBRAZOWY

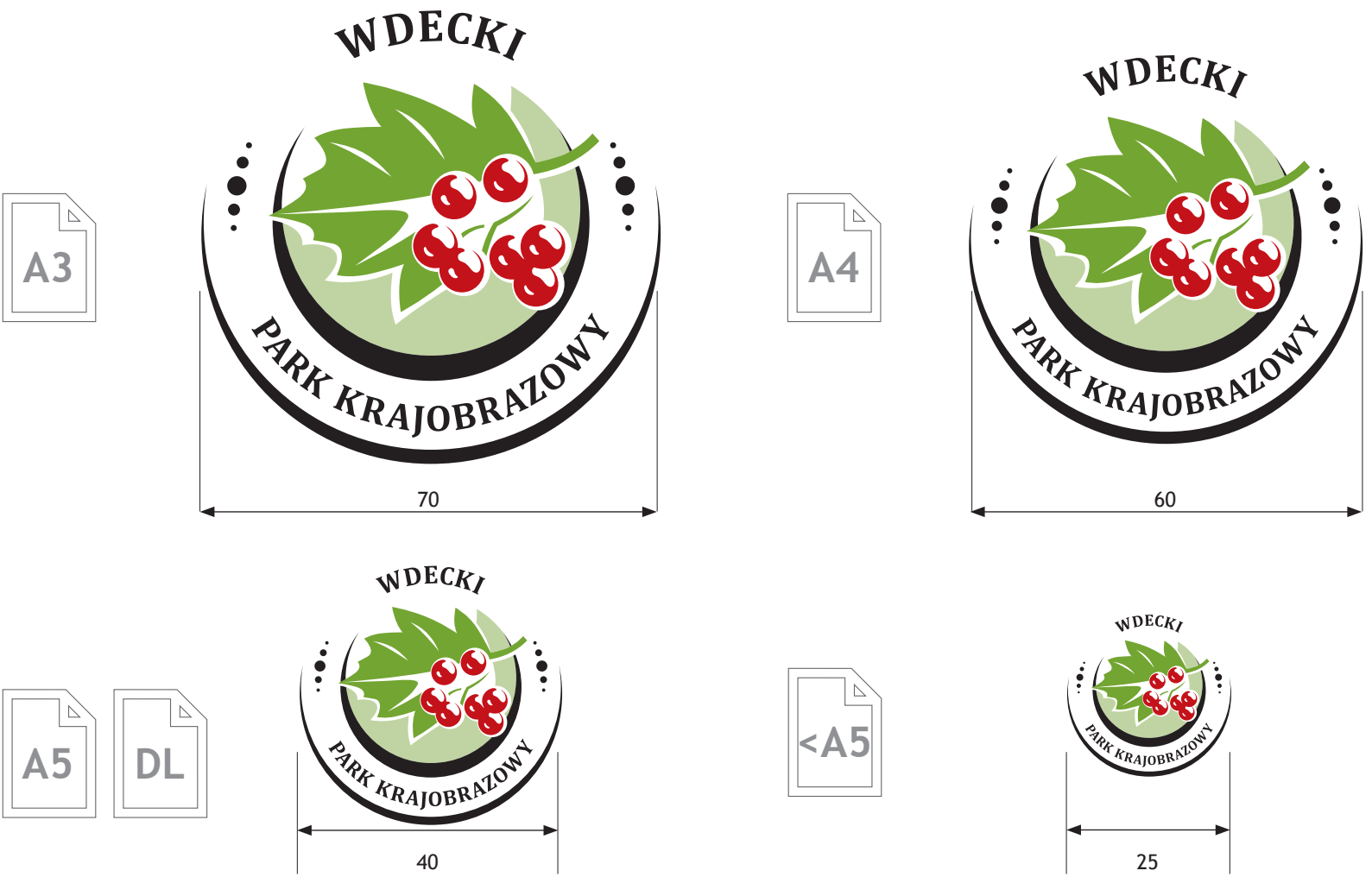
1. IDENTYFIKACJA WIZUALNA

- 1.1 zasady zamieszczania logotypu na formatach
- 1.2 dodatkowy element graficzny
- 1.3 zasada budowania kompozycji graficznej na formatach
- 1.4 kompozycja graficzna PLAKAT
- 1.5 kompozycja graficzna OKŁADKA, ULOTKA, BROSZURA DL
- 1.6 kompozycja graficzna PUBLIKACJA DL rozkładówka
- 1.7 logo wśród innych marek
- 1.8 wizytówka firmowa
- 1.9 papier firmowy
- 1.10 koperta firmowa DL 110×220
- 1.11 teczka ofertowa
- 1.12 nośnik CD
- 1.13 notes z okładką A5
- 1.14 kalendarz trójdzielny i planszowy
- 1.15 wystawiennictwo targowe
- 1.16 roll’up
- 1.17 tło prezentacja Power Point
- 1.18 strona internetowa
- 1.19 gadżety promocyjne

1. IDENTYFIKACJA WIZUALNA

1.1 zasady zamieszczania logotypu na formatach

Na określonych formatach logotyp posiada ściśle ustalone wymiary. Minimalna wielkość znaku zdobienia na produktach reklamowych wynosi, np.: tłoczenie – 40 mm, sitodruk i tampodruk – 30 mm, grawer na długopis metalowy został zmodyfikowany, minimalna wysokość graweru – 7 mm.



wersja pozioma logo tylko na grawer na długopis wysokość 7 mm



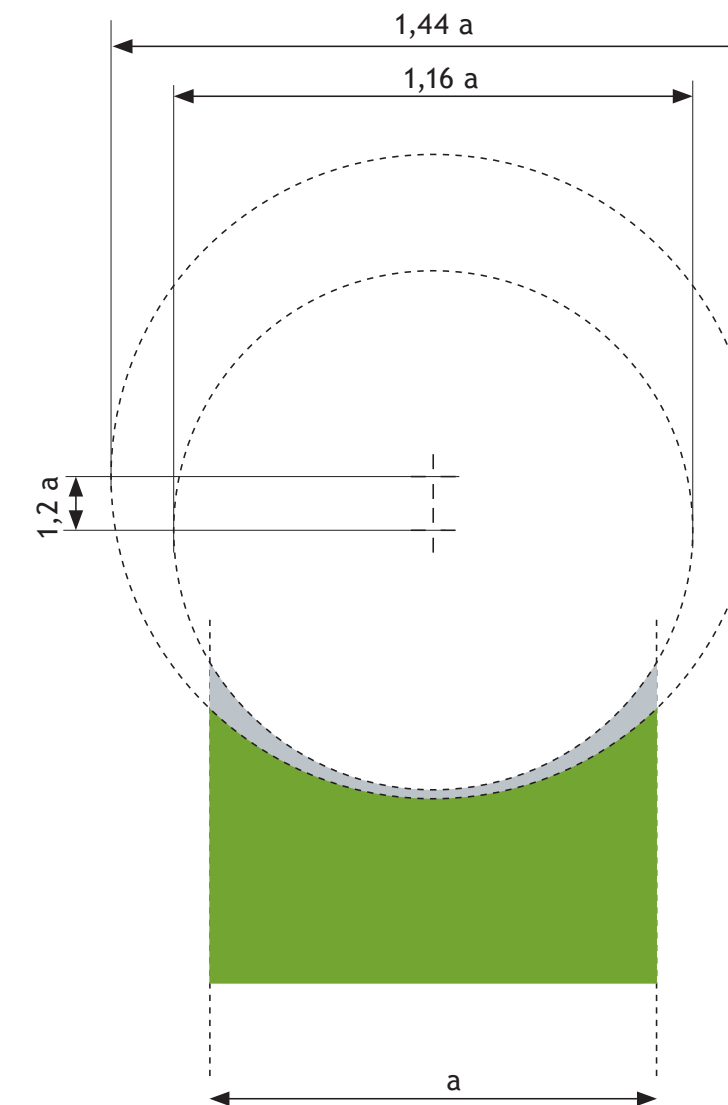
kolor podstawowy 50-0-100-20 oraz 40 % tinta koloru podstawowego  kolor podstawowy 0-100-100-20  kolor podstawowy 0-0-0-100 

1. IDENTYFIKACJA WIZUALNA

1.2 dodatkowy element graficzny

Figurą podstawową do tworzenia dodatkowego elementu graficznego są główne składowe logotypu, takie jak łuki okręgu, wycinek koła.

Schemat ukazujący konstrukcję dodatkowego elementu graficznego stworzonego w celu ujednolichenia grafiki modułów informacyjno-promocyjnych.



kolor podstawowy 50-0-100-20



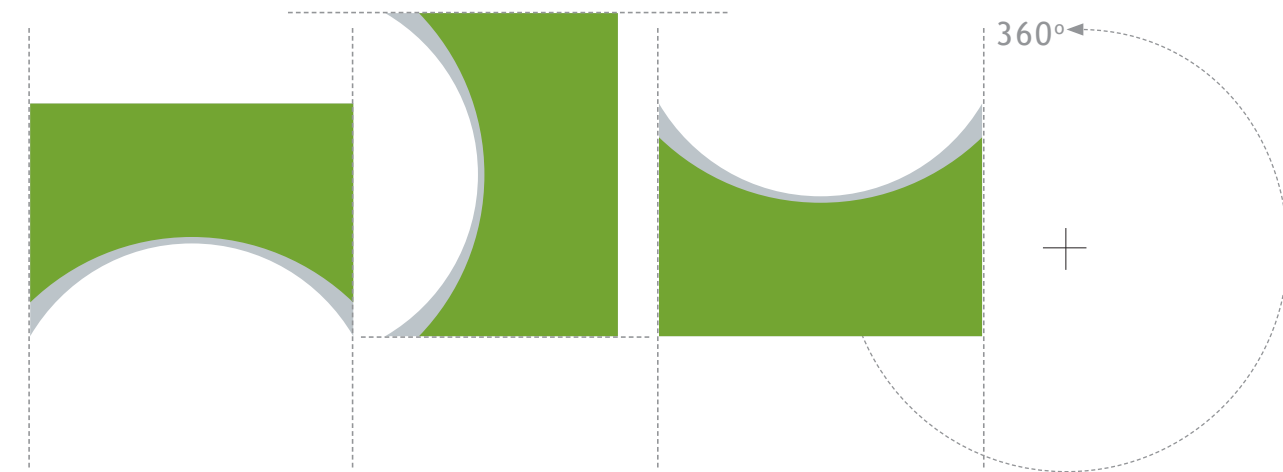
kolor dodatkowy 5-0-0-25



1. IDENTYFIKACJA WIZUALNA

1.2 dodatkowy element graficzny

*Dodatkowy element graficzny można obracać,
a także w zależności od potrzeb przedłużać jego bok,
tworząc poziomą aplę.*



1. IDENTYFIKACJA WIZUALNA

1.3 zasada budowania kompozycji graficznej na formatach

Moduł graficzny użyty do budowania kompozycji na różnych formatach jest powiększeniem dodatkowego elementu graficznego, dostosowanym proporcjonalnie do danego formatu.

Proporcje tła i łuku można przesuwąć w zależności od potrzeb zawartości merytorycznej przekazu informacyjnego.

UWAGA:

Do systemu identyfikacji wszystkich parków krajobrazowych dopuszcza się stosowanie dodatkowego, wspólnego koloru.

Dodatkowy kolor zielony będzie stosowany przy publikacjach zbiorczych np. „Parki Krajobrazowe Województwa Kujawsko-Pomorskiego”

kolor dodatkowy 100-0-100-50



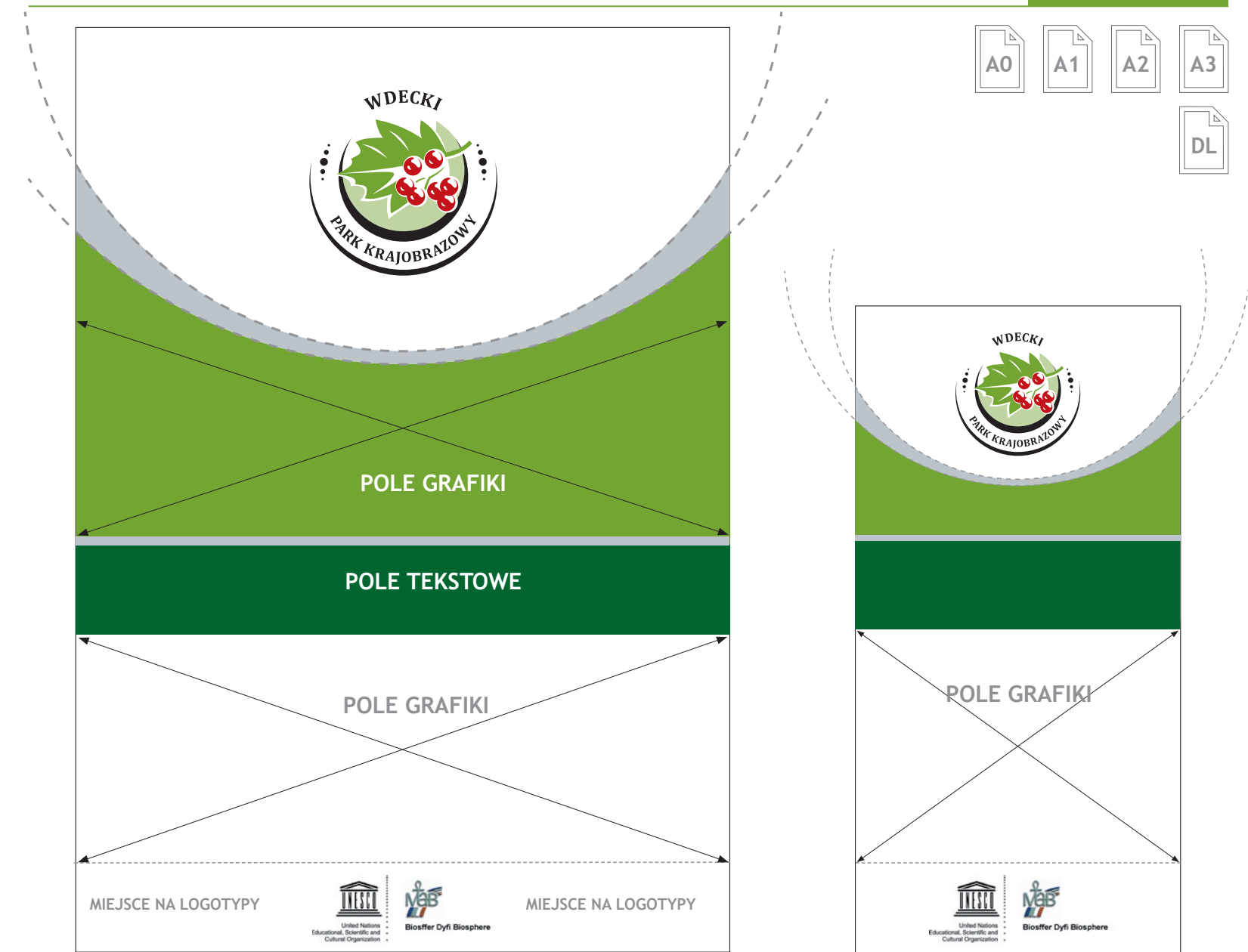
kolor podstawowy 50-0-100-20



kolor dodatkowy 100-0-100-50



kolor dodatkowy 5-0-0-25



1. IDENTYFIKACJA WIZUALNA

1.4 kompozycja graficzna

PLAKAT PROMOCYJNY PLAKAT INFORMACYJNY

Plakat reklamowy przeznaczony dla odbiorcy masowego lub reklamowania w miejscach koncentracji grupy docelowej (wystawy, sympozja, konferencje, koncerty, wystawy). Służy do celów promocyjnych, reklamowych, informacyjnych a także edukacyjnych. Zalecany druk offsetowy lub cyfrowy.

Proporcje elementu graficznego należy dostosować do formatu.



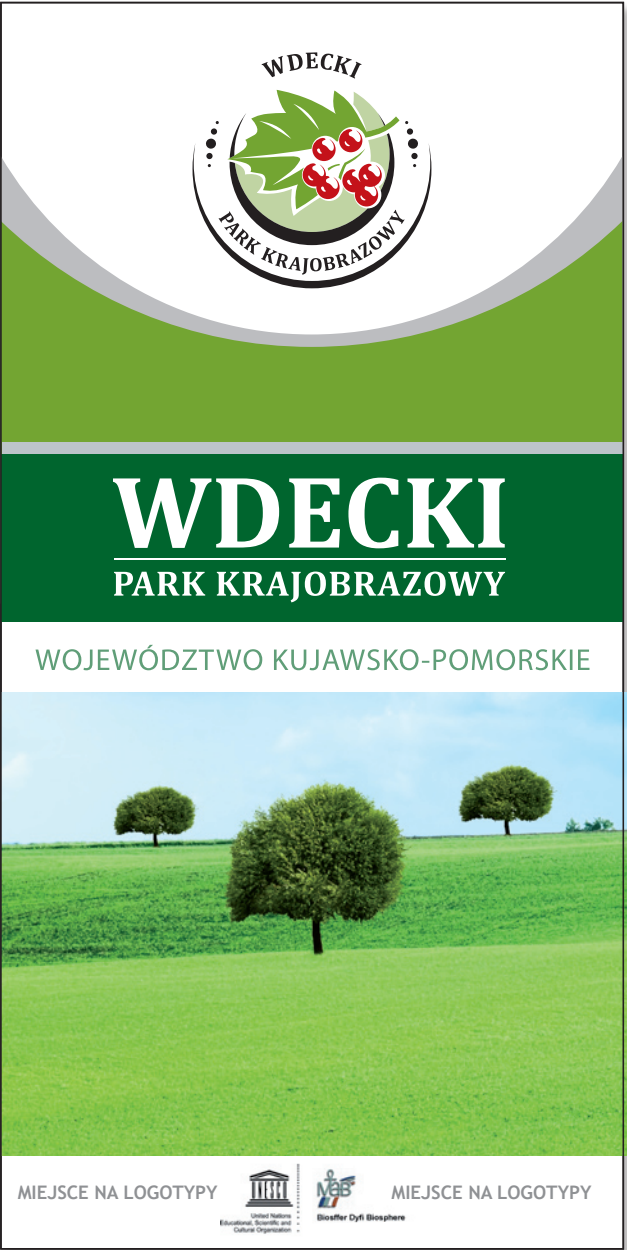
1. IDENTYFIKACJA WIZUALNA

1.5 kompozycja graficzna

OKŁADKA PUBLIKACJI DL
ULOTKA, BROSZURA DL

*Oktadka do publikacji, materiałów szkoleniowych,
brozury lub ulotki.*

*Przykłady zastosowania modułu w różnych wariantach
ulotki DL, rozkładówka okładki zewnętrznej
i wewnętrznej.*



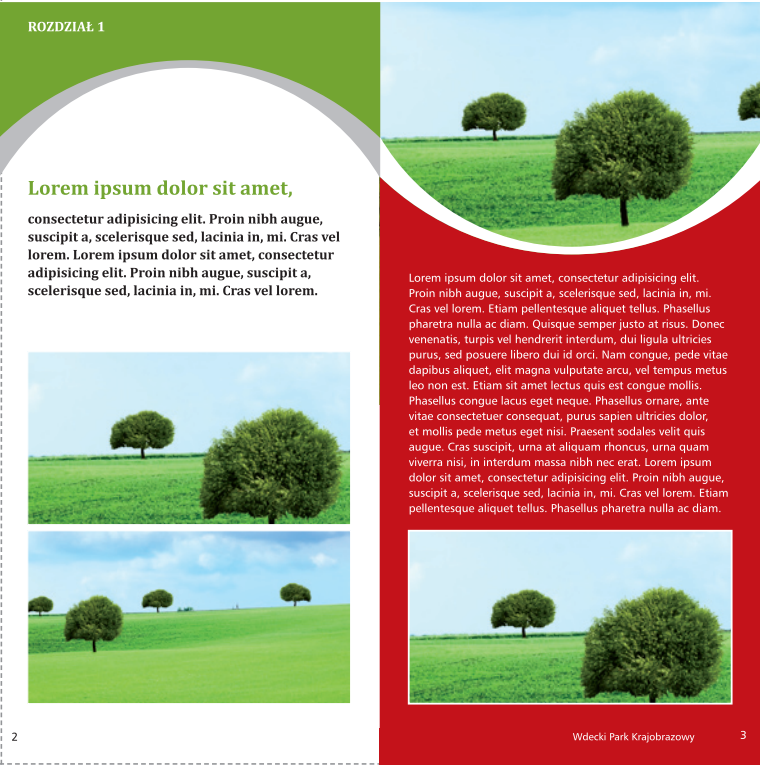
1. IDENTYFIKACJA WIZUALNA

1.6 kompozycja graficzna

PUBLIKACJA DL

rozkładówka

Przykłady zastosowania modułu w różnych wariantach ulotki DL, rozkładówki stron.



1. IDENTYFIKACJA WIZUALNA

1.5 kompozycja graficzna

OKŁADKA PUBLIKACJI DL

Oktadka do publikacji

„Parki Krajobrazowe Województwa Kujawsko-Pomorskiego”

kolor dodatkowy 100-0-100-50



1. IDENTYFIKACJA WIZUALNA

1.7 logo wśród innych marek

W zależności od ilości logotypów należy przyjąć wspólną względną wysokość, umożliwiającą czytelność logotypów.



1. IDENTYFIKACJA WIZUALNA

1.8 wizytówka firmowa

wizytówka

Karty wizytowe, poziome, drukowane dwustronnie.

Materiał – papier kredowany 350 g.

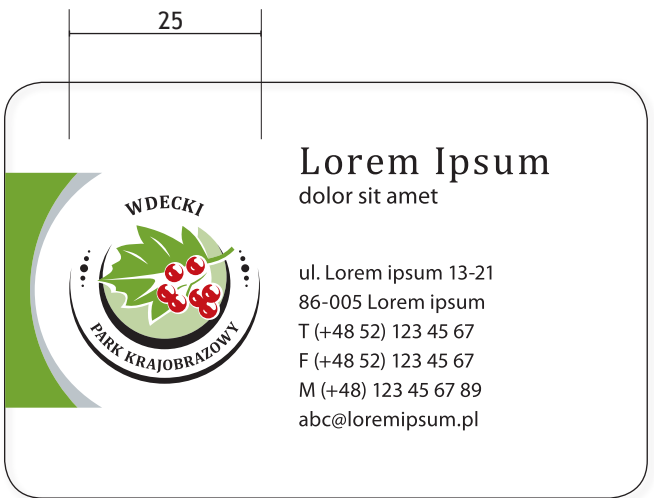
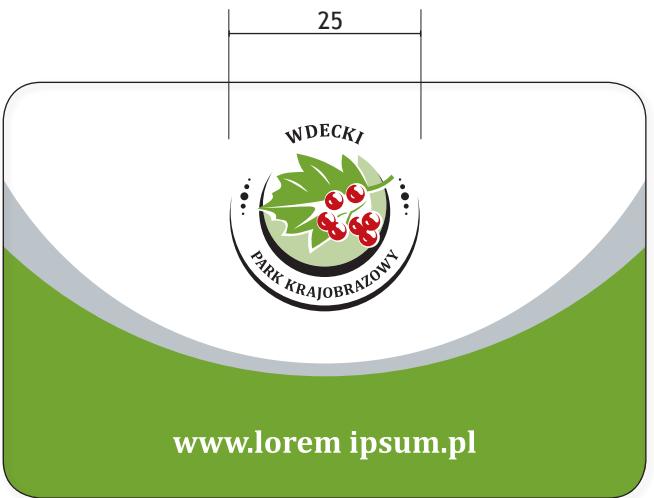
Zaokrąglone narożniki.

tekst nagłówek: Cambria Regular 15 pkt/ 16 int.

tekst pod nagłówkiem: Humanist777 Bold 9 pkt

adres: Humanist777 Normal 8 pkt/ 11 int.

adres www: Cambria Bold 12 pkt



1. IDENTYFIKACJA WIZUALNA

1.9 papier firmowy

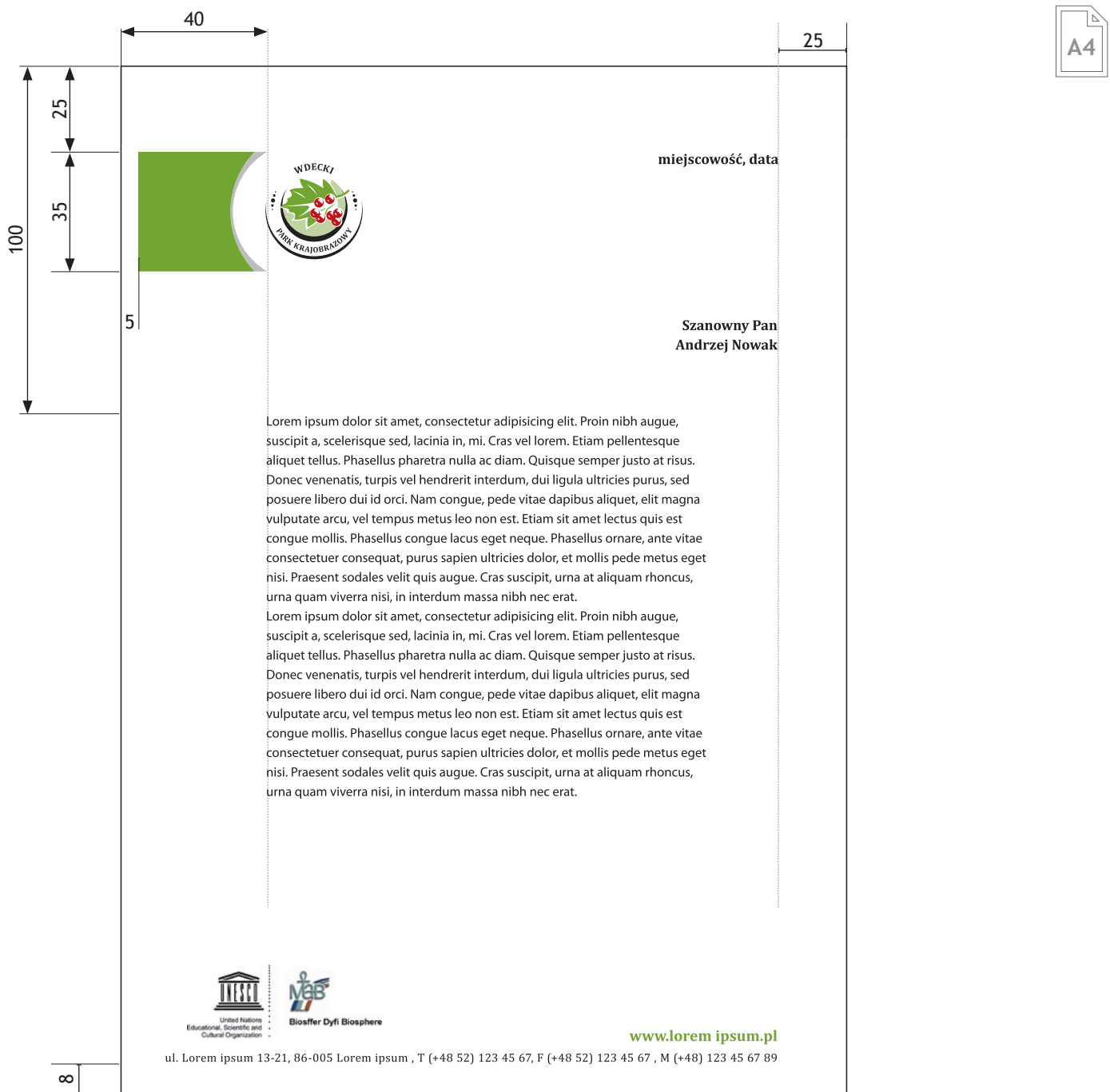
Listownik firmowy z charakterystycznym
wyszczególnieniem adresu internetowego.

Materiał – papier kredowany 115 g.

Drukowany jednostronnie.

List elektroniczny należy przygotować w programie Word
(Windows XP) według wymiarowanej strony
listownika firmowego.

tekst: Humanist777 Regular (lub systemowy Arial) 10 pkt/ 16 int.
adres: Cambria Bold 11 pkt/ 11 int.
adres strony: Cambria Bold 13 pkt

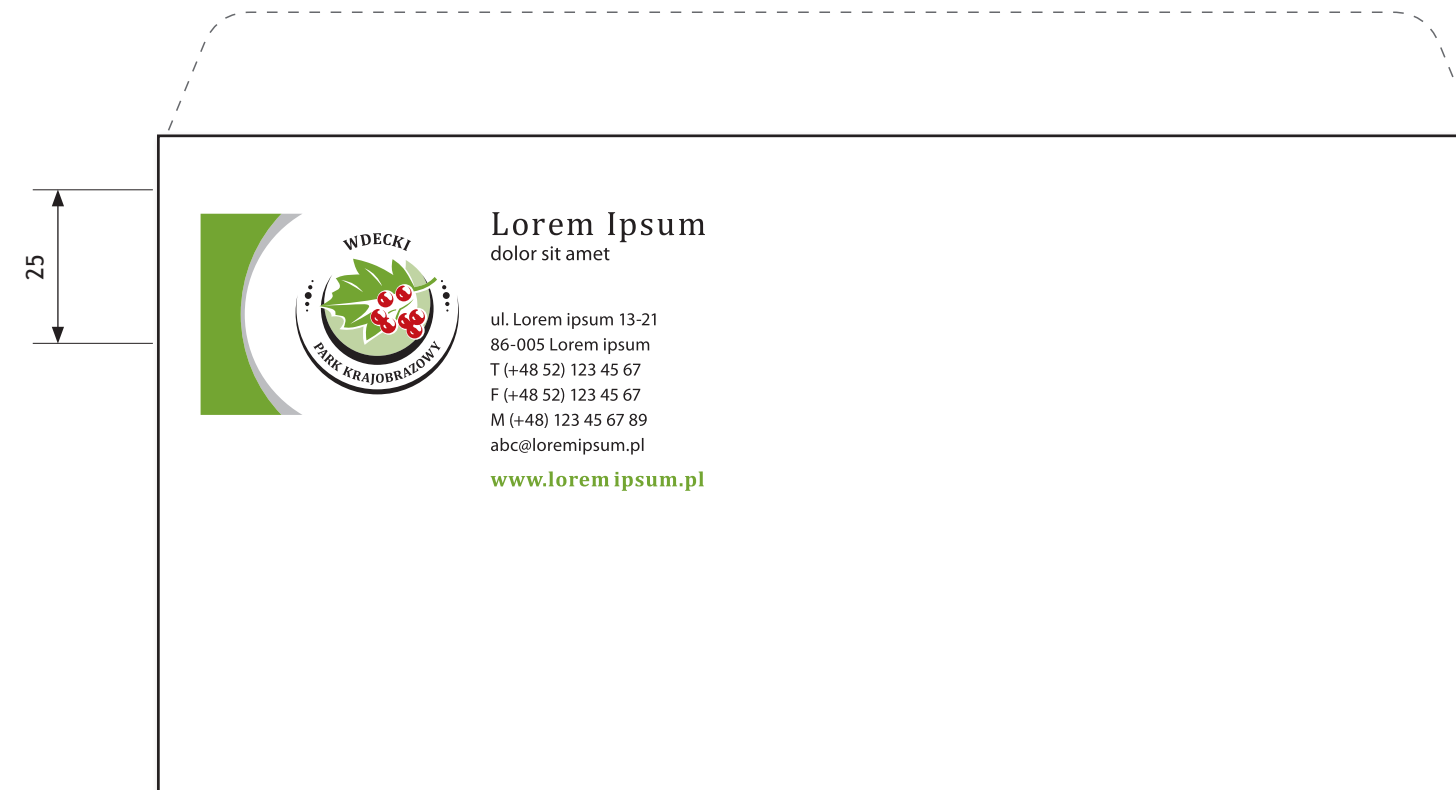


1. IDENTYFIKACJA WIZUALNA

1.10 koperta firmowa DL 110×220

Można zadrukowywać gotowe koperty.

Urządzenia biurowe nie będą drukowały elementu graficznego przy logo „na spad”.



1. IDENTYFIKACJA WIZUALNA

1.11 teczka ofertowa

Teczka marketingowa jednostronna, z wykrojnika.

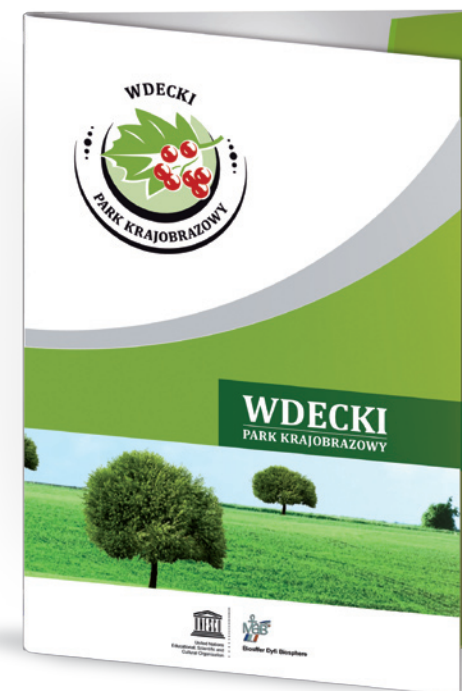
Materiał: papier kredowany 350 g lub karton

jednostronnie powlekany, lakier matowy plus lakier

miejscowy na zdjęciu oraz logo.



A4



1. IDENTYFIKACJA WIZUALNA

1.12 nośnik CD

Oktadka do CD oraz wydruk na płycie
w kolorach firmowych.



1. IDENTYFIKACJA WIZUALNA

1.13 notes z okładką A5

Blok zadrukowany w jednym kolorze z motywem firmowym oraz logo. Blok liczy 50 lub 100 kart.

Materiał: wysokiej klasy offset piśmienniczy 90 g.

Całość bindowana na spirali.

Okładka: papier kredowy 250 g, druk 4+0

Tył: sztywna tektura minimum 400 g.



1. IDENTYFIKACJA WIZUALNA

1.14 kalendarz trójdzielny

kalendarz planszowy

Tył kalendarza – „plecki” – w jednym kolorze

z miejscem pod nadruk na hasło reklamowe.

Kalendarze trójdzielne zaopatrzone są w „główkę”

czyli zdjęcie naklejone na specjalną tekturę,

która daje efekt wypukłości.

Kalendarz planszowy składający się z 13 kart,

na spirali metalowej.



1. IDENTYFIKACJA WIZUALNA

1.15 wystawiennictwo targowe

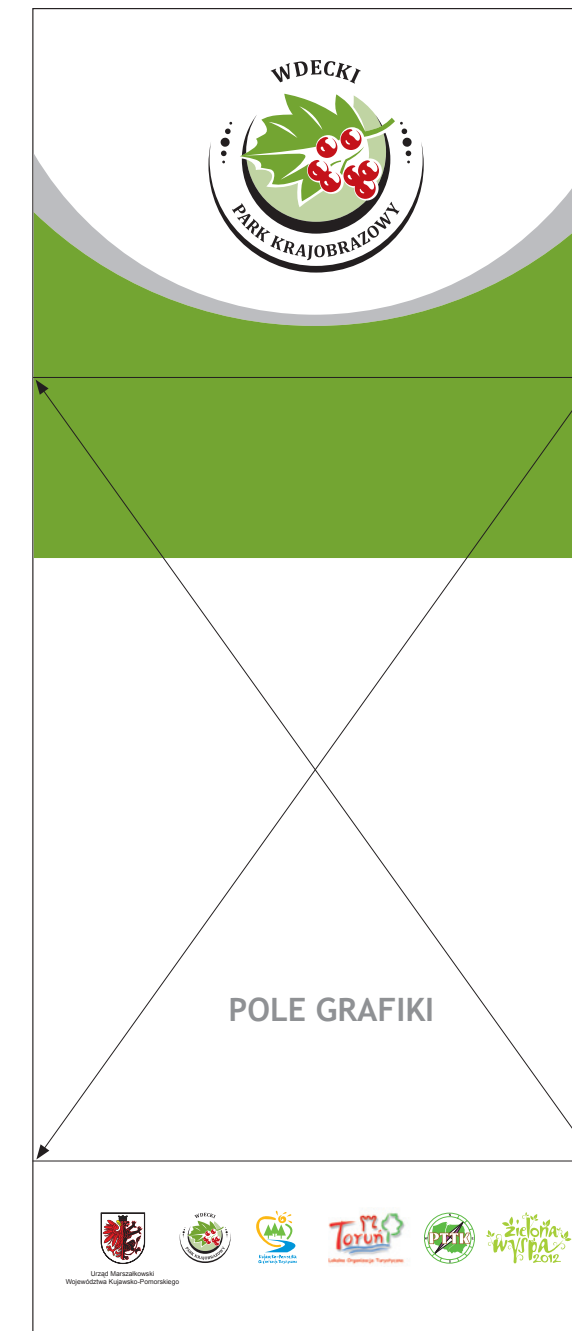
Ścianka wystawiennicza półokrągła z trybunką
oraz roll'up.



1. IDENTYFIKACJA WIZUALNA

1.16 roll'up 850×2000 mm

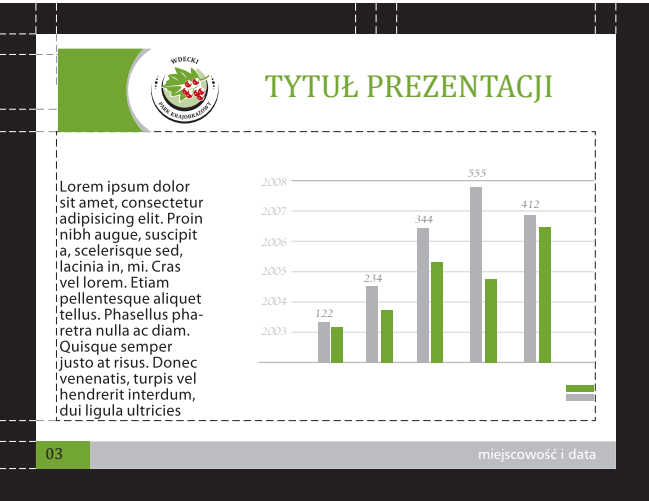
Przykłady prezentacji na roll'upie.



1. IDENTYFIKACJA WIZUALNA

1.17 tło prezentacji Power Point

Podstawowa formy ekranów prezentacji konferencyjnej.



1. IDENTYFIKACJA WIZUALNA

1.18 strona internetowa

tło prezentacji

Strona startowa witryny internetowej.



1. IDENTYFIKACJA WIZUALNA

1.19 gadżety promocyjne

Przykłady zastosowania identyfikacji na materiałach promocyjno-reklamowych. Do nadruków sublimacyjnych lub w technice sitodruku należy stosować kolory PANTONE.



PANTONE 377 C 

PANTONE 377 C 
tinta 30%

PANTONE 1805 C 

PANTONE Process Black C 

KSIĘGA IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

wizualizacja zewnętrzna



WDECKI PARK KRAJOBRAZOWY

1. WIZUALIZACJA ZEWNĘTRZNA

- 1.1 *piktogramy*
- 1.2 *mapa konturowa*
- 1.3 *tablica informacyjna*
- 1.4 *tablica edukacyjna (ścieżki edukacyjne)*
- 1.5 *oznakowanie przestrzeni (tablice informacyjne, kierunkowe)*
- 1.6 *oznakowanie przestrzeni (tablice informacyjne, kierunkowe)*
- 1.7 *oznakowanie siedzib*
- 1.8 *formy reklamy typu outdoor (plansza reklamowa, city light)*
- 1.9 *formy reklamy typu outdoor (billboard, flaga)*

2. ZAŁĄCZNIKI

1. WIZUALIZACJA ZEWNĘTRZNA

1.1 piktogramy

Zestaw piktogramów o infomacyjnym charakterze do wykorzystania przy oznaczaniu map, tablic informacyjnych, tablic kierunkowych, szyldów itp.

Piktogramy w zależności od tła można stosować jako pozytyw i negatyw poprzez dodanie apli (przykład A/B).

A		B				A		B			
		<i>punkt widokowy</i>				<i>noclegi</i>					
		<i>pole namiotowe</i>				<i>punkt gastronomiczny</i>					
		<i>miejsce do biwakowania</i>				<i>pomnik przyrody</i>					
		<i>rezerwat</i>				<i>wypożyczalnia sprzętu</i>					
		<i>ścieżka edukacyjna</i>									

kolor podstawowy 50-0-100-20



kolor podstawowy 50-0-100-20 

1. WIZUALIZACJA ZEWNĘTRZNA

1.2 mapa konturowa

Mapa konturowa parku z przykładowym rozmieszczeniem piktogramów.

Zasady tworzenia mapy:

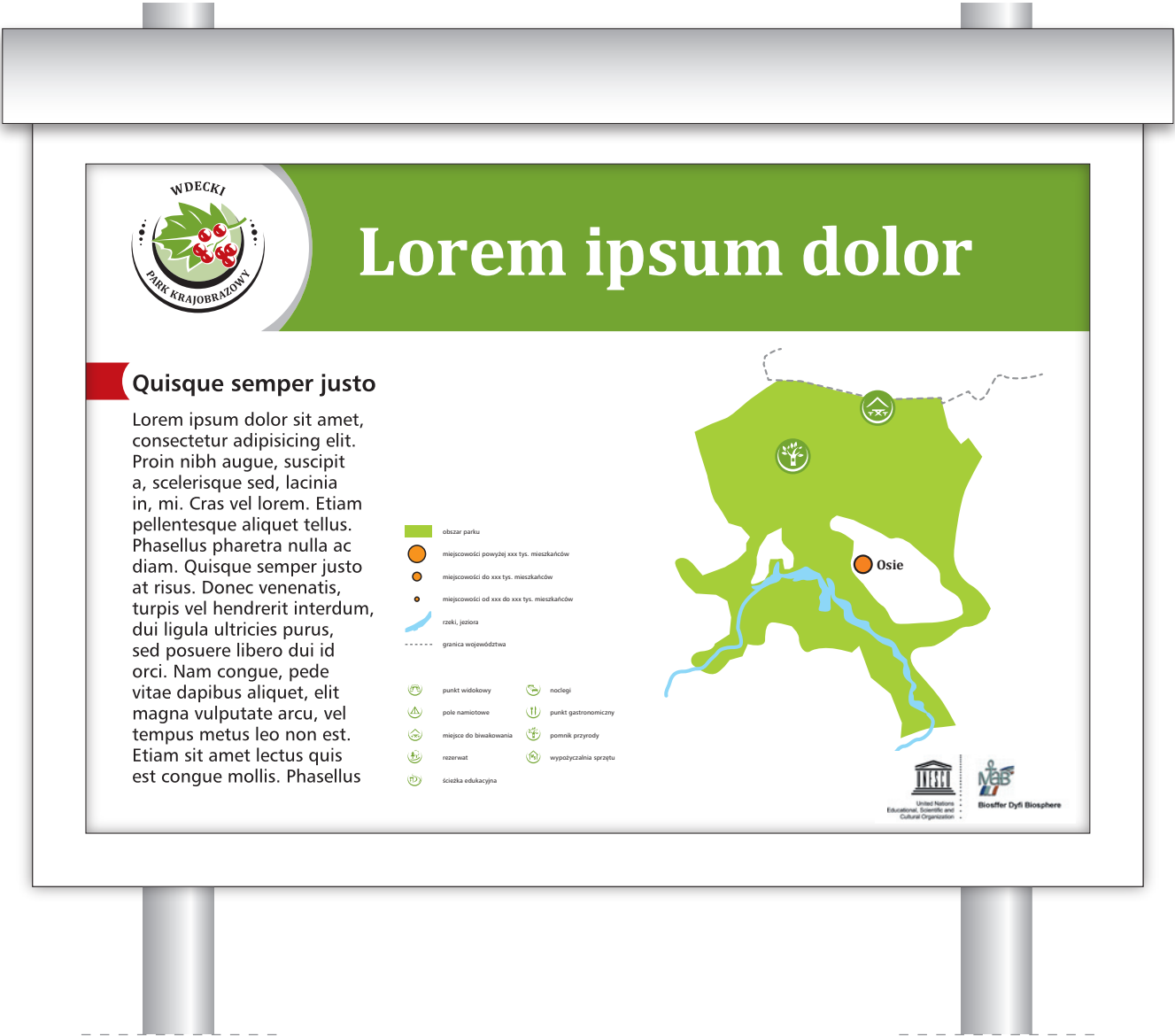
- obszar parku oznaczony za pomocą apli koloru o składowych: C-40 M-0 Y-100 K-0
- oznaczenie rzek i jezior kolorem o składowych C-30 M-0 Y-0 K-0
- nazwy na mapie – krój Cambria Bold
- legenda – krój Humanist 777



1. WIZUALIZACJA ZEWNĘTRZNA

1.3 tablica informacyjjna

Propozycja układu graficznego tablicy informacyjnej.



1. WIZUALIZACJA ZEWNĘTRZNA

1.4 tablica edukacyjna (ścieżki edukacyjne)

Propozycja układu graficznego tablicy edukacyjnej.

Przykład ukazuje sposób oznaczenia ścieżki edukacyjnej na mapie.



1. WIZUALIZACJA ZEWNĘTRZNA

1.5 oznakowanie przestrzeni

(tablice informacyjne, kierunkowe)



1. WIZUALIZACJA ZEWNĘTRZNA

1.6 oznakowanie przestrzeni

(tablice informacyjne, kierunkowe)

Proponujemy tablice informacyjne wykonane z drewna z grawerem laserowym.



1. WIZUALIZACJA ZEWNĘTRZNA

1.7 oznakowanie siedzib

*Propozycja tablic informacyjnych wykonanych
na szkle lub podkładzie aluminiowym z nadrukiem
sublimacyjnym.*



1. WIZUALIZACJA ZEWNĘTRZNA

1.8 formy reklamy typu outdoor (plansza reklamowa, city light)



1. WIZUALIZACJA ZEWNĘTRZNA

1.9 formy reklamy typu outdoor (billboard, flaga)



2. ZAŁĄCZNIKI

PIKTOGRAMY

1_1_punkt_widokowy_pozytyw – .eps | .jpg | .cdr

1_2_punkt_widokowy_negatyw – .eps | .jpg | .cdr

2_1_pole_namiotowe_pozytyw – .eps | .jpg | .cdr

2_2_pole_namiotowe_negatyw – .eps | .jpg | .cdr

3_1_miejsce do biwakowania_pozytyw – .eps | .jpg | .cdr

3_2_miejsce do biwakowania_negatyw – .eps | .jpg | .cdr

4_1_rezerwat_pozytyw – .eps | .jpg | .cdr

4_2_rezerwat_negatyw – .eps | .jpg | .cdr

5_1_sciezka edukacyjna_pozytyw – .eps | .jpg | .cdr

5_2_sciezka edukacyjna_negatyw – .eps | .jpg | .cdr

6_1_noclegi_pozytyw – .eps | .jpg | .cdr

6_2_noclegi_negatyw – .eps | .jpg | .cdr

7_1_punkt_gastronomiczny_pozytyw – .eps | .jpg | .cdr

7_2_punkt_gastronomiczny_negatyw – .eps | .jpg | .cdr

8_1_pomnik_przyrody_pozytyw – .eps | .jpg | .cdr

8_2_pomnik_przyrody_negatyw – .eps | .jpg | .cdr

9_1_wypożyczalnia_sprzetu_pozytyw – .eps | .jpg | .cdr

9_2_wypożyczalnia_sprzetu_negatyw – .eps | .jpg | .cdr