

SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ KLIMATYCZNEGO KOŁOBRZEGU

1. Standaryzacja logo Klimatyczny Kołobrzeg

- a. Wersja podstawowa logo
- b. Konstrukcja
- c. Wersje monochromatyczne
- d. Wersje achromatyczne
- e. Obszar minimalny znaku
- f. Wielkość minimalna znaku przy różnych technikach odwzorowujących
- g. Zasady umieszczania znaku na płaszczyźnie
- h. Zasady umieszczania znaku w przestrzeni
- i. Zasięg widzenia znaku
- j. Czego nie można robić z logo

2. Typografia

- a. Krój podstawowy
- b. Krój pomocniczy

3. Kolorystyka

- a. Specyfikacja kolorów wzorcowych w różnych systemach (RGB, HTML, CMYK, Pantone, ORACAL, RAL, 3M)
- b. Specyfikacja kolorów uzupełniających w różnych systemach

4. Dopuszczalne techniki odwzorowujące (haft, tłoczenie, grawer)**5. Galanteria biurowa**

- a. Wizytówka imienna
- b. Wizytówka firmowa CPIIT
- c. Papier listowy
- d. Koperty
- e. Notatka ze spotkania
- f. Karta informacyjna „memo”

6. Materiały promocyjne

- a. Zasady konstrukcji wydawnictwa – layout
- b. Ulotka promocyjna ogólna
- c. Ulotka produktowa
- d. Folder
- e. Reklama prasowa kolorowa
- f. Ogłoszenie prasowe cz-b
- g. Koperta promocyjna
- h. Teczka firmowa
- i. Torby reklamowe
- j. Karteczki samoprzylepne
- k. Identyfikator ze smyczą
- l. Baner
- m. Billboard
- n. Flagi

7. Upominki masowe

- a. Długopis
- b. Brelok
- c. Koszulki
- d. Czapeczki
- e. Zapalniczki
- f. Otwieracze
- g. Zapachy
- h. Torby plażowe
- i. Krzeselka plażowe
- j. Chorągiewki
- k. Kubek
- l. Słodycze

8. Upominki ekskluzywne

- a. Pióro
- b. Portfel

9. Materiały wystawiennicze

- a. Roll-up
- b. Ścianka ekspozycyjna
- c. Parasol reklamowy
- d. Namiot
- e. Znaczek
- f. Ubrania

10. Oznakowanie architektoniczne

- a. Szyld podświetlany na dachu
- b. Totem
- c. Dojazdowe tablice kierunkowe
- d. Tablica informacyjna zbiorcza
- e. Tabliczki przydrzwiowe

11. Multimedia

- a. Layout strony www.klimatycznykolobrzeg.pl
- b. Mail
- c. Szablon prezentacji Power Point
- d. Animacja znaku

12. Zasady doboru fotografii i ich kadrowania



Logo marki Klimatyczny Kołobrzeg jest jednym z podstawowych narzędzi służących komunikacji marki, jak i budujących jej wizerunek. Z tego względu należy dbać o umieszczenie logo wg zasad opisanych w poniższym Systemie Identyfikacji Wizualnej.

Prezentowana forma logo gwarantuje najpełniejsze komunikowanie założonych cech marki. Jest to forma graficzna logo przeznaczona do umieszczania na materiałach umożliwiających oddanie właściwej kolorystyki i jakości logo.

1.a LOGO - WERSJA PODSTAWOWA

Podstawowe logo Klimatycznego Kołobrzegu nazywane również znakiem zbudowane jest z logotypu oraz z otaczających go form graficznych nazywanych cząsteczkami.

Logotyp składa się z granatowej nazwy miasta KOŁOBRZEG pisanej czcionką Kabel Med oraz określenia KLIMATYCZNY znajdującego się w prawym górnym rogu logotypu.

Logotyp otoczony jest elementami kulistymi zbudowanymi z dwóch gradientów kolorów Pantone lub CMYK.

W szczególnych sytuacjach uniemożliwiających ekspozycję logo w wersji podstawowej dopuszczalne jest użycie wyłącznie logotypu. Rekomendowane jest jednak użycie elementów cząsteczek w celu zachowania komunikatu logo Klimatycznego Kołobrzegu.

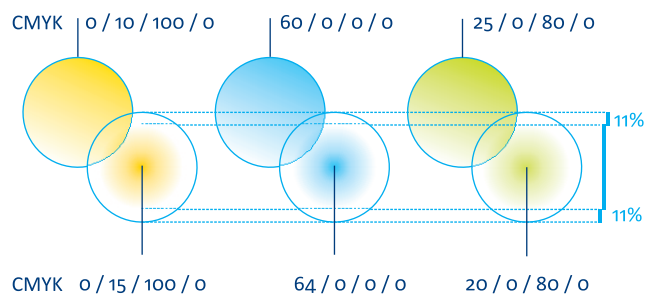


LOGOTYP

Klimatyczny
Kołobrzeg

1.b LOGO - ELEMENTY BAZOWE

METODA TWORZENIA BĄBELKÓW



Tworzenie graficznej formy cząsteczek polega na sumowaniu wartości kolorów dwóch gradientów (liniowego i radialnego) wg ustalonych nasycień podanych powyżej.

Klimatyczny
Kołobrzeg

CZCIONKA: **Kabel Med**

Zabronione jest używanie rodziny czcionek Kabel na materiałach promocyjnych Klimatycznego Kołobrzegu z wyjątkiem logo i logotypu.

SIATKA KONSTRUKCYJNA





W przypadku nośników reklamowych ograniczających możliwość właściwego oddania przejść tonalnych cząsteczek logo Klimatycznego Kołobrzegu dopuszczalne jest użycie logo w wersji uproszczonej.

Tę formę logo należy stosować zwłaszcza w sytuacji, kiedy nie ma możliwości użycia wydruków cyfrowych lub offsetowych, a także gdy rozdzielczość drukarki nie pozwoli na uzyskanie akceptowalnej wersji logo w wersji podstawowej.

1.C LOGO - WERSJA UŻYTKOWA - UPROSZCZONA



W przypadku druku czarno-białego gwarantującego oddanie założonej skali szarości przewidziana jest monochromatyczna wersja logo oddającego różnicowanie kolorystyczne elementów konstrukcyjnych za pomocą czerni i szarości.

Wersja ta powinna być stosowana w ogłoszeniach czarno-białych drukowanych w prasie czarno-białej.

1.C LOGO - WERSJA UŻYTKOWA - MONOCHROMATYCZNA



Przewidziana jest głównie do firmizacji materiałów wykorzystujących zimne i gorące techniki tłoczenia logo na okładkach skórzanych, skóropodobnych i innych introligatorskich. Zabieg zmieniający kuliste cząsteczki na okręgi ma uchronić odbiór znaku od wpływu stosunkowo dużych nieestetycznych powierzchni tłoczonych lub zgrzewanych.



W przypadku uzasadnionym charakterem materiałów wykluczających duże białe powierzchnie tła możliwe jest zastosowanie logo w formie odwróconej z zachowaniem dopuszczalnej kolorystyki tła.



W przypadku bardzo długich i szerokich obszarów na ekspozycję logo, możliwe jest użycie samego logotypu Klimatycznego Kołobrzegu. Po bokach logotypu należy użyć elementów cząsteczek dla zachowania przesłania marki.

Nośnikami tej wersji logo są przede wszystkim smycze i długopisy.



1.d LOGO - WERSJA UŻYTKOWA - UPROSZCZONA DLA DŁUGOPISÓW, SMYCZY ITP.

Pole ochronne logo stanowi obszar gwarantujący zachowanie integralności logo oraz zabezpieczający logo przed niekorzystnym wpływem elementów otoczenia.

Pole ochronne dla tekstu wyznacza margines, który powinien oddzielać logo od liter i znaków graficznych sąsiadujących z logo.

Wielkość pola ochronnego logo dla tekstu wyznaczona jest poprzez średnicę największej cząsteczki znajdującej się pod logotypem.

ZASTOSOWANIE

amet, consectetur adipiscing
tempor incididunt ut labore et
Ut enim ad minim veniam,
ation ullamco laboris nisi ut
commodo
irure dolor in
luptate velit
fugiat nulla
int occaecat
ent, sunt in
serunt mollit
lorem ipsum
consectetur
do eiusmod
t labore et
Ut enim ad
iis nostrud
aboris nisi ut
commodo
irure dolor in
luptate velit esse cillum dolore eu
r. Excepteur sint occaecat
ent, sunt in culpa qui officia



Lorem ipsum dolor sit amet, ci
elit, sed do eiusmod tempor i
dolore magna aliqua. Ut eni
quis nostrud exercitation ull
aliquip e
consequat.
in repreh
esse cillum
pariatur. Ex
cupidatat n
culpa qui c
anim id est l
dolor sit
adipiscing
tempor inc
dolore mag
minim ver
exercitation
aliquip e
consequat.
in reprehenderit in voluptate v
eu fugiat nulla pariatur. Exc
cupidatat non proident, suni

POLE OCHRONNE DLA TEKSTU



Dopuszczalne jest wykorzystanie logo bezpośrednio na zdjęciach, pod warunkiem zachowania specjalnego tła - obszaru minimalnego.

Obszar minimalny wyznacza białe pole, które powinno oddzielać logo od barwnego tła, zdjęć i krawędzi wykrojnika.

Wielkość obszaru minimalnego logo wyznaczona jest poprzez średnicę cząsteczki znajdującej się nad literą K nazwy miasta Kołobrzeg z logotypu.

ZASTOSOWANIE



wykrojnik dla zapachu samochodowego

BIAŁE POLE OCHRONNE DO ZASTOSOWANIA NA ZDJĘCIACH, WYKROJNIKACH



1.e LOGO - POLE OCHRONNE - OBSZAR MINIMALNY



18 mm



15 mm



16 mm



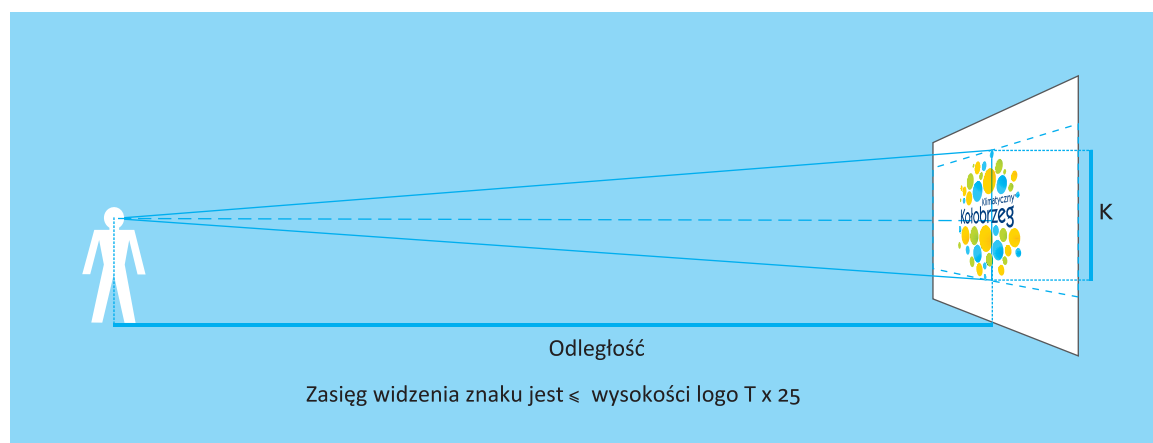
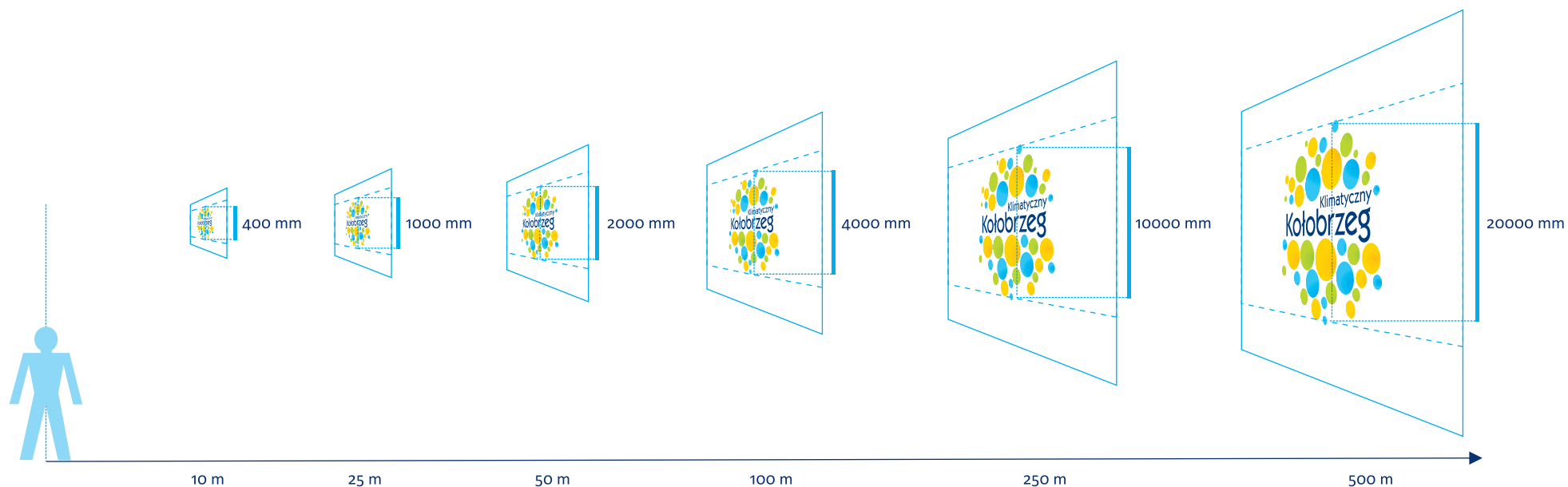
12 mm

Zdefiniowanie najmniejszej dopuszczalnej wielkości logo gwarantuje czytelność liter zawartych w logotypie oraz zachowanie formy przejść tonalnych cząsteczek logo. Stosując logo należy pamiętać o przestrzeganiu założonych ograniczeń w odniesieniu do konkretnych wersji logo.

Jeżeli w procesie reprodukcji nie jest możliwe uzyskanie prawidłowej czytelności logo Klimatycznego Kołobrzegu przy podanych wielkościach minimalnych, zaleca się zwiększyć proporcjonalnie wielkość, umożliwiając osiągnięcie prawidłowej czytelności.

Ważne jest, aby przy umieszczaniu logo na małych powierzchniach pamiętać nie tylko o zachowaniu wielkości minimalnej, ale i minimalnego pola ochronnego (obszaru minimalnego znaku).

1.f LOGO - WIELKOŚCI MINIMALNE



Na podstawie przeprowadzonych testów opracowana została wskazówka określająca minimalne wielkości logo w zależności od odległości widza.

Odległość ta umożliwia odczytanie wszystkich elementów składowych logo.

1.i LOGO - ZASIĘG WIDZENIA ZNAKU

zmiana kolorów



zmiana proporcji elementów



zmiana układu elementów



rozdzielanie elementów logo w wersji podstawowej



zmiana czcionek



umieszczanie logo na kolorowym tle bez białego pola ochronnego



umieszczanie logo na zdjęciach bez białego podkładu



1.j LOGO - CZEGO NIE MOŻNA ROBIĆ Z LOGO?

Krój podstawowy przewidziany jest do komunikacji tekstowej w materiałach promocyjnych i informacyjnych. Jeżeli jest to możliwe, stosowany być też powinien w korespondencji drukowanej, ale nie wysyłanej drogą elektroniczną.

Myriad Pro

aąbcćdeęfghijklłmnńoópqrsstuvwxyzź 0123456789

Myriad Pro Bold

aąbcćdeęfghijklłmnńoópqrsstuvwxyzź 0123456789

MYRIAD Pro Italic

aąbcćdeęfghijklłmnńoópqrsstuvwxyzź 0123456789

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 est laborum.

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 est laborum.

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 est laborum.

Przewidziany głównie do zastosowań biurowych w korespondencji elektronicznej oraz drukowanej w biurze, jeżeli stanowisko komputerowe nie jest wyposażone w czcionkę Myriad Pro. Krój pomocniczy powinien być stosowany, jeżeli nie mamy pewności, że odbiorca tekstu dysponuje czcionką Myriad Pro na swoim komputerze. Dotyczy to głównie podstawowych aplikacji biurowych: programów poczty elektronicznej, programów prezentacyjnych, edytorów tekstu, arkuszy kalkulacyjnych i baz danych.

W sytuacjach, w których system prezentacji czcionek wyklucza użycie czcionek z rodziny Myriad Pro lub Arial (np. niektóre systemy druku wielkonakładowego lub wyświetlacze diodowe), należy stosować czcionki o cechach konstrukcyjnych najbardziej zbliżonych do czcionek z rodziny Myriad Pro.

Arial

aąbcćdeęfghijklłmnńóópqrsstuvvxyzź 0123456789

Arial Bold

aąbcćdeęfghijklłmnńóópqrsstuvvxyzź 0123456789

Arial Italic

aąbcćdeęfghijklłmnńóópqrsstuvvxyzź 0123456789

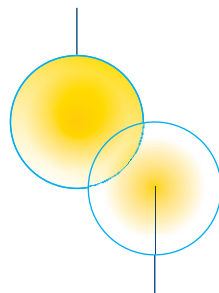
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum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

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 est laborum.

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 est laborum.

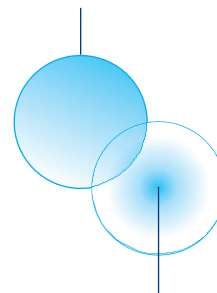


0 / 10 / 100 / 0



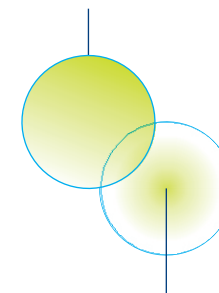
0 / 15 / 100 / 0

60 / 0 / 0 / 0



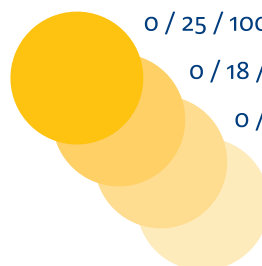
64 / 0 / 0 / 0

25 / 0 / 80 / 0



20 / 0 / 80 / 0

KOLORY UZUPEŁNIAJĄCE

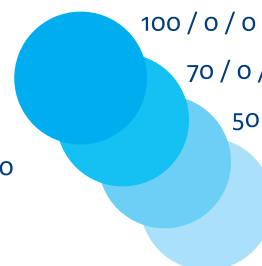


0 / 25 / 100 / 0

0 / 18 / 70 / 0

0 / 13 / 50 / 0

0 / 7 / 30 / 0

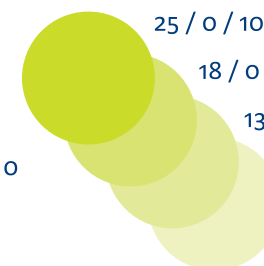


100 / 0 / 0 / 0

70 / 0 / 0 / 0

50 / 0 / 0 / 0

30 / 0 / 0 / 0

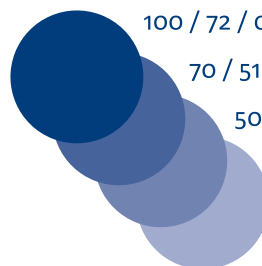


25 / 0 / 100 / 0

18 / 0 / 70 / 0

13 / 0 / 50 / 0

7 / 0 / 30 / 0



100 / 72 / 0 / 32

70 / 51 / 0 / 22

50 / 36 / 0 / 16

30 / 22 / 0 / 9

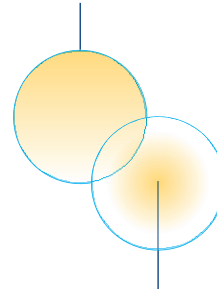
We współczesnej praktyce marketingowej podstawową techniką drukarską odwzorowującą logo jest najczęściej technika druku offsetowego z użyciem kolorystyki CMYK. W związku z tym za wzorzec koloru obrane zostały kolory CMYK.

Szczególne uwagę należy zwracać na efekty wydruków z użyciem drukarek biurowych i tzw. wydruków typu InkJet (banery, siatki, płyty PCV itp.). Praktyka nakazuje każdorazowo przeprowadzać test na wierność odwzorowania zadanych kolorów. W przypadku rozbieżności należy prawidłowo skalibrować urządzenie drukujące, a gdy jest to niemożliwe - zmienić deklarację kolorów w drukowanym pliku.

3.a KOLORYSTYKA - LOGO CMYK

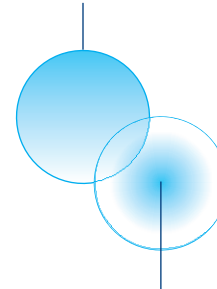


60% Pantone Yellow 012 C



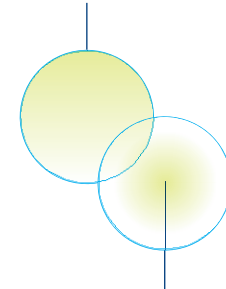
64% Pantone Yellow 012 C

60% Pantone Cyan C



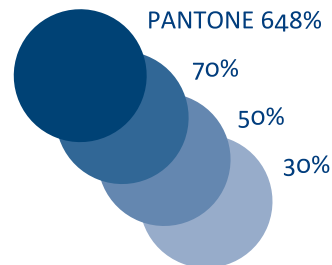
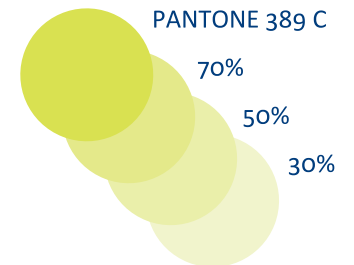
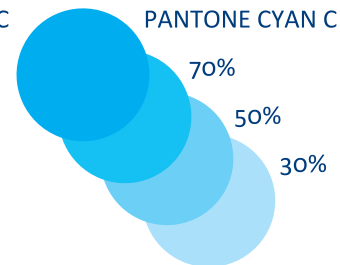
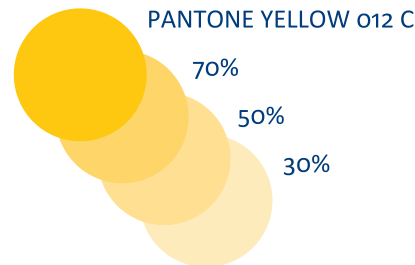
64% Pantone Cyan C

60% Pantone 389 C



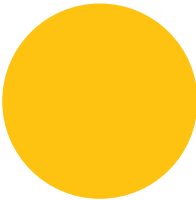

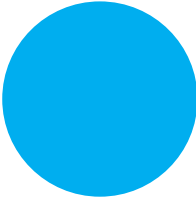
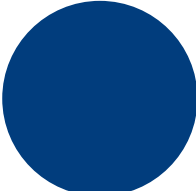
64% Pantone 389 C

KOLORY UZUPEŁNIAJĄCE



Wykorzystane w logo kolory Pantone są podstawowymi kolorami procesu druku, dzięki czemu gwarantują stosunkowo dużą powtarzalność i wierność założonej kolorystyce logo. Niemniej należy każdorazowo oceniać wydrukowane logo w porównaniu do posiadanego wzoru wydruku (proof analogowy zawarty w SIW).

3.a KOLORYSTYKA - LOGO PANTONE

	PANTONE	CMYK	HTML	RGB	ORACAL	3M	RAL
	YELLOW 012 C	C: 0 M: 25 Y: 100 K: 0	FFD600	R: 255 G: 214 B: 0	551: 022 SHELL YELLOW 641: 022 (jasny żółty)	CYTRYNOWA 110-385	1021
	389 C	C: 25 M: 0 Y: 100 K: 0	CCDC00	R: 204 G: 220 B: 0	551: 601 LIMETTE GREEN 641: 063 (pastelowy zielony)	ZIELEŃ LIPOWA 100-449	6018
	CYAN C	C: 100 M: 0 Y: 0 K: 0	00B3FF	R: 0 G: 179 B: 255	551: 505 OLYMPIC BLUE 641: 053 (jasny niebieski)	JASNONIEBIESKA 100-123	5015
	648 C	C: 100 M: 72 Y: 0 K: 32	002859	R: 0 G: 40 B: 89	551: 512 SAPPHIRE BLUE 641: 050 (granatowy)	BŁĘKIT MARYNARSKI 100-724	5003

Są to kolory dopuszczone do stosowania w formach graficznych towarzyszących logo. W wybranej kolorystyce można budować wykresy, tabele, ramki tekstowe itp. Należy jednakże pamiętać o właściwym polu ochronnym logo i zasadach używania wersji odwróconej logo.

Przy wykorzystywaniu logo w wersji podstawowej, zaleca się używanie rastrów (70%, 50%, 30% nasycenia) kolorów uzupełniających.

3.b KOLORYSTYKA - LOGO KOLORY UZUPEŁNIAJĄCE