

System Identyfikacji Wizualnej Województwa Małopolskiego



wstęp	2
logo podstawowe	4
kolorystyka logo	7
warianty reprodukcji logo	11
logo w promocji zagranicznej	13
dodatkowe formy identyfikacji	15
dodatkowe elementy identyfikacji	17
typografia	19
grid: wydawnictwa własne	21
koegzystencja znaków	29
druki wewnętrzne; papeteria	35
identyfikacja wewnętrzna	45
komunikacja na zewnątrz	47
materiały reklamowe	55

Dla wypromowania silnej marki Małopolska i uczynienia z niej narzędzia rozwoju społeczno-gospodarczego regionu, konieczne jest stworzenie spójnej komunikacji marketingowej. Taki był cel tworzenia Systemu Identyfikacji Wizualnej Województwa Małopolskiego. Opracowany dokument ma za zadanie wzmocnić i ujednolicić przekaz promocyjny stosowany w regionie w różnorodnych przedsięwzięciach marketingowych, powstających na różnych płaszczyznach: tożsamości lokalnej, promocji kultury, turystyki, nauki, sportu, gospodarki i in. Unifikacja systemu identyfikacji dotyczy przekazu kreowanego przez różne podmioty: Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego, Wojewódzkie Samorządowe Jednostki Organizacyjne oraz inne podmioty, pełniące istotną rolę w tworzeniu marki Małopolska.

Rozpoczynając pracę nad niniejszym opracowaniem założono, że manual musi być rozwiązaniem otwartym. Powinien wyzwać kreatywność twórców, nie zamykając im drogi sztywnymi ramami: kompozycji, wielkości logo czy ograniczenia do jednego koloru wiodącego. Takie podejście było wynikiem analiz poszczególnych kampanii opatrzonych logo Małopolski.

Nowy manual nakreśla kierunek zmian, unifikując przekaz pozostawia swobodę, której jedynym ograniczeniem jest czytelność logo.

**Małopolska to piękno
przyrody i bogactwo
kultury, równowaga
przeszłości i teraźniejszości,
tradycji i innowacyjności,
kreatywności i wiedzy,
duchowości i pragmatyzmu.
Esencja marki **Małopolska**
to mądrość i fantazja
w harmonii**

„Tożsamość Marki Małopolska”



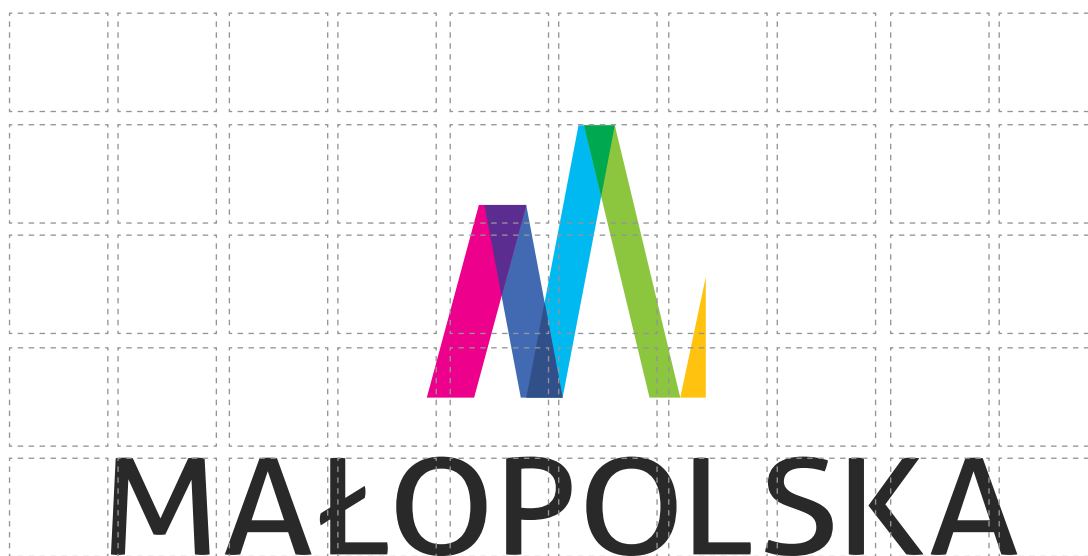
Na logo składa się piktogram oraz logotyp, będący nazwą regionu. Piktogram jest inicjałem litery **M**. Logo jest uniwersalną, nowoczesną i abstrakcyjną formą nawiązującą do charakterystycznych wyróżników regionu: szczytów górskich, wież kościołów oraz aspiracji mieszkańców. Kojarzy się jednocześnie z wijącą się rzeką, ciągłością, harmonią, dynamiką, kreatywnością i odwagą. Kształt piktogramu nawiązuje również do symboli królewskich, tj. stylizowanej korony, będącej nieodłącznym symbolem dawnych władców Polski.

Na potrzeby komunikacji opracowano podstawową wersję logo w wariantach: poziomym i centralnym. Wyznacznikiem proporcji jest moduł równy wysokości litery **M** logotypu. Wysokość piktogramu w wersji centralnej równa jest 2,5 modułu. Dla wersji poziomej wysokość piktogramu wynosi 1,5 modułu.

logo podstawowe wersja centralna

A

siatka
modułowa
równa
wysokości
liter **M**;
pole
ochronne
logo
wynosi
minimum
0,5 modułu



wysokość
piktogramu
w wersji
centralnej
równa
jest 2,5
modułu

B

logo podstawowe
w wersji centralnej
składa się z piktogramu,
będącego inicjałem
liter **M** i logotypu:
nazwy regionu

C



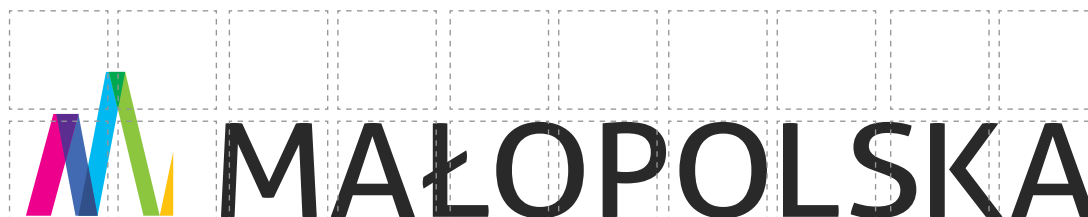
D

nie należy pomniejszać logo poniżej
granicy jego czytelności: dla wariantu
centralnego wynosi ona 11 mm

logo podstawowe wersja pozioma

pole
ochronne
wynosi
minimum
0,5 modułu

E



wysokość
piktogramu
w wersji
poziomej
równa
jest 1,5
modułu

G

logo podstawowe
w wersji poziomej
ma szerokość
10 modułów

F



MAŁOPOLSKA

H

nie należy pomniejszać logo poniżej
granicy jego czytelności: dla wariantu
poziomego wynosi ona 14 mm

2

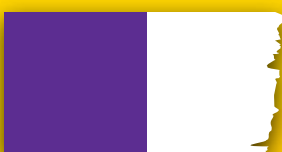
C0 M100 Y0 K0
R236 G0 B140



C93 M0 Y100 K0
R0 G170 B79



C80 M100 Y0 K0
R102 G51 B153



C50 M0 Y100 K0
R141 G198 B63



C80 M60 Y0 K0
R51 G102 B204



C0 M25 Y100 K0
R255 G194 B14



C80 M60 Y0 K30
R51 G102 B153



C0 M0 Y0 K95
R51 G51 B51



C80 M0 Y0 K0
R0 G185 B242



Wzorem współczesnych rozwiązań otwartych manual celowo nie określa stałego umiejscowienia logo. Brak stałego miejsca dla logo w projektowanych gridach promuje kreatywność twórców oraz błyskotliwe layouty, traktując branding, jako rodzaj metki.

Jedynym naczelnym kryterium pozostaje czytelność logo i komunikatu. Dlatego też zaleca się projektantom stosowanie logo w wersji pełnobarwnej.

W przypadku, kiedy reprodukcja logo w wariancie pełnobarwnym na zdjęciach lub tłach nie gwarantuje odpowiedniej czytelności należy stosować jego wariant monochromatyczny bądź achromatyczny.

W projektowanych gridach i layoutach należy korzystać z kolorów składowych znaku:

magenta C0 M100 Y0 K0

fioletowy C80 M100 Y0 K0

j.granatowy C80 M60 Y0 K0

c.granatowy C80 M60 Y0 K30

niebieski C80 M0 Y0 K0

c.zielony C93 M0 Y100 K0

j.zielony C50 M0 Y100 K0

żółty C0 M25 Y100 K0

czarny C0 M0 Y0 K95

wraz z ich tonami pośrednimi

oraz szarości, będących tintami czerni.

Należy pamiętać o odpowiednim

doborze tła barwnych i zdjęć, fotoedycji,

która pozostając dynamiczną, powinna

wzmacniać rekomendowany kod

kolorystyczny.

Nie należy reprodukować logo, które będzie nieczytelne ze względu na skalę, czy też kontrast właściwy lub barwny.

Zabrania się pomniejszać logo poniżej granicy jego czytelności: dla wariantu centralnego wynosi ona 11 mm, a dla wariantu poziomego 14 mm szerokości. Gwarantując odpowiednią czytelność, należy stosować biały logotyp na tłach ciemnych bądź czarny na tłach jasnych.

Zabiegiem niedozwolonym pozostaje jakakolwiek ingerencja w formę logo.

Nie wolno:

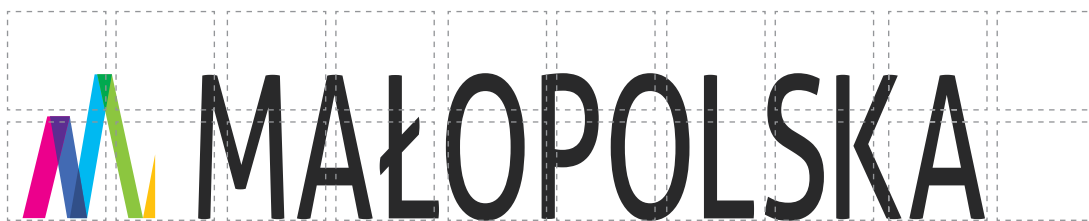
zmieniać jego proporcji, deformować kształtu elementów graficznych czy typograficznych. Nie należy również zmieniać ani zamieniać kolorów w piktogramie, a także ich jasności i nasycenia.

W razie wątpliwości, pytania o poprawność reprodukcji należy kierować do zespołu właściwego ds. marketingu regionu Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego.

niedozwolne warianty reprodukcji logo

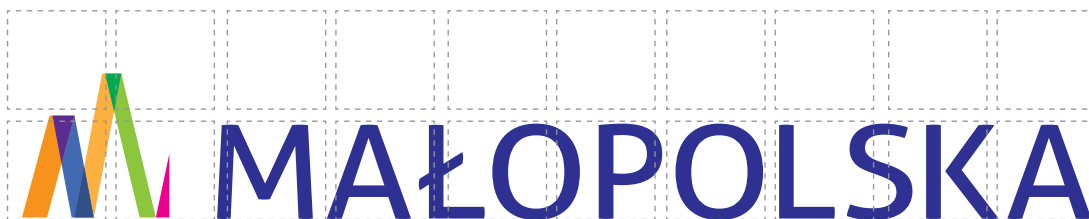
A

przykład niedozwolonej reprodukcji
logo ze zmienionymi proporcjami
elementów graficznych



wariant
niedozwolony
poprzez
deformację

B



wariant
niedozwolony
poprzez
zmianę koloru

C



 MAŁOPOLSKA

D

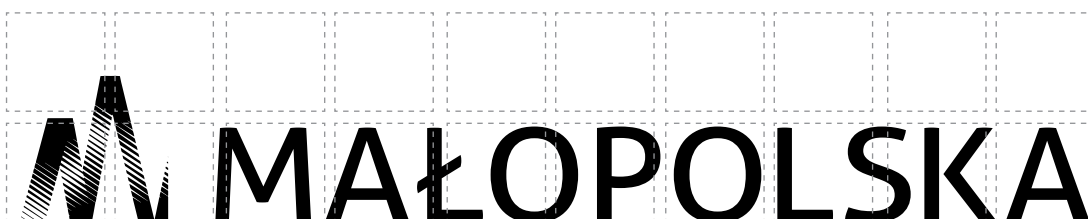
zabrania się deformować logo
w jakikolwiek sposób, w jakiejkolwiek
płaszczyźnie

3

Wszędzie tam, gdzie pozwala na to czytelność, rekomenduje się używanie logo w wersji podstawowej. Jeśli czytelność piktogramu jest zagrożona, wskazane jest stosowanie opracowanych wersji monochromatycznych i achromatycznych. Ich wykorzystanie jest dopuszczalne w druku offsetowym, cyfrowym oraz sitodruku i tampondruku. Tam, gdzie czytelność rastra ogranicza właściwą ekspozycję logo, należy stosować szrafowaną wersję piktogramu.

A

wariant achromatyczny ze szrafowanym
piktogramem dla druków jednobarwnych
z ograniczoną czytelnością rastra
np. wydruki z drukarek



wariant
wzmacniający
kontrast
piktogramu
dla tła
o ograniczonej
czytelności

B



wariant
monochro-
matyczny
dla druków
o gęstości
rastra
powyżej
150 lpi

C



 MAŁOPOLSKA

D

wariant achromatyczny ze szrafowanym
piktogramem do wykorzystania w małych
formach, w których występuje zagrożenie
czytelności piktogramu w wersji pełnokolorowej
np. tampondruk



Na potrzeby promocji Małopolski za granicą, opracowano rozszerzone wersje logo w wariantach: centralnym i poziomym. Proporcje logotypu pozostają analogiczne jak w wersji podstawowej. W wersji centralnej przesunięty został piktogram, tworząc miejsce dla rozszerzenia logotypu o napis Kraków Region. W wersji poziomej napis umieszczono bezpośrednio nad logotypem Małopolska.

Nie należy pomniejszać logo poniżej granicy jego czytelności: 30 mm.

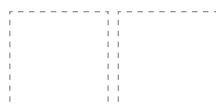
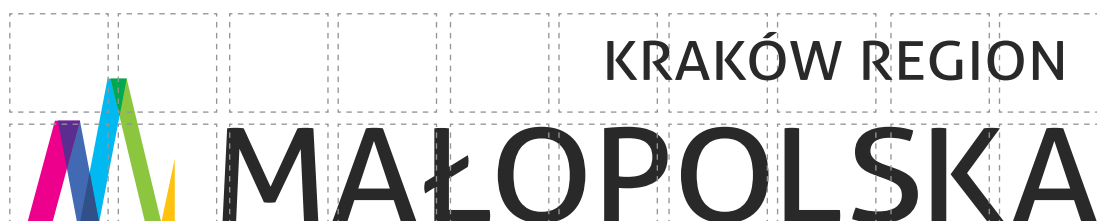


proporcje
elementów logo
są analogiczne
jak w logo
podstawowym

A

przesunięcie piktogramu
w wersji centralnej umożliwiło
rozszerzenie logotypu o lokację
KRAKÓW REGION

B



C

nie należy pomniejszać logo
poniżej 30 mm

5

Aby wzmocnić rozpoznawalność nazwy Małopolska i jej położenia geograficznego, w związku z potrzebą promocji wielkich wydarzeń międzynarodowych, stworzono znak lokalizujący Region z jego stolicą, jako część Polski. Elementem identyfikującym kolorystycznie pozostał wąski patern zamknięty wraz z typografią w formie dymku.

Powyższa forma znaku powinna być stosowana także dla wszelkich akcji i kampanii Województwa Małopolskiego, dla których niezbędna jest nowa nazwa i identyfikacja. Znak ten ma wzmacniać i ujednolicać przekaz promocyjny podejmowanych działań, dając efekt synergii. Tym samym, nieodłączna jest jego ekspozycja w sąsiedztwie logo w wersji podstawowej. Znak nie należy pomniejszać poniżej 15 mm.

konstrukcja
znaku zakłada
jego pełną
uniwersalność;
językowo jest on
zrozumiały
w każdym kręgu
kulturowym

A



dopuszczalne
jest stosowanie
też wywodzących
się z gamy kolorystycznej logo
podstawowego,
a w szczególnych
przypadkach, po
akceptacji zespołu
właściwego
ds. marketingu
regionu, teł
alternatywnych;
należy przy
tym pamiętać
o nadrzędności
czytelności
paternu
i typografii

B

C

logotyp powinien
zawierać się maksymalnie
w czterech liniach;
podstawę dla ostatniej
linii nazwy stanowi dolny
wierzchołek zielonego
rombu paternu



D

znaku nie należy pomniejszać poniżej
granicy jego czytelności, tj. 15 mm

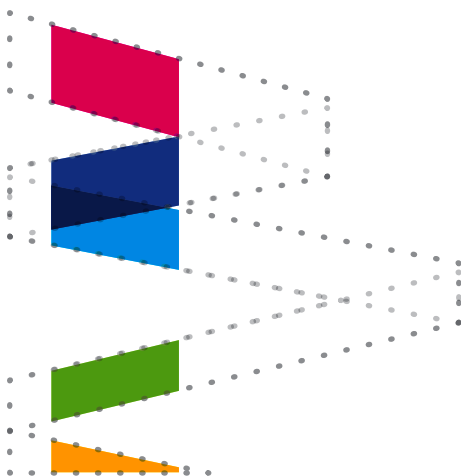
6

Pasek kolorów, nazywany dalej paternem, stanowi łącznik z dotychczasowym systemem identyfikacji wizualnej. Jego forma i kolorystyka wywodzi się z nowego logo. Patern, jako element dopełniający, stanowi wyróżnik nowego systemu identyfikacji. Jego użycie rekomendowane jest wszędzie tam, gdzie wielkość logo, ewentualnie jego ekspozycja, wymagają wzmocnienia. Patern stał się podstawą konstrukcji gridów w drukach wewnętrznych, papeterii oraz layoutów wydawnictw, gdzie konieczne będzie współlistnienie logo Małopolski ze znakami graficznymi innych podmiotów. Dopuszczalne są dwa rodzaje paternu: szeroki i wąski. Celem wzmocnienia ekspozycji dopuszczalne jest stosowanie pod nimi cieniowania. Kiedy obecność paternu jest wskazana, lecz warunki ekspozycyjne nie pozwalają na pełnokolorową reprodukcję - należy stosować jego wersję achromatyczną. Niedopuszczalnymi zabiegami są: tworzenie nowych paternów, zmiana proporcji, deformacja, czy zamiana kolorów.

dodatkowe elementy identyfikacji

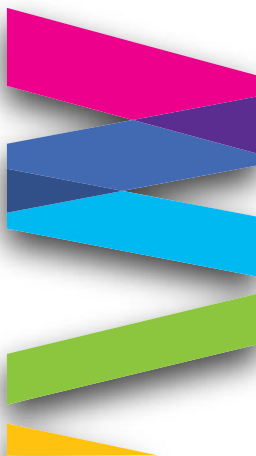
A

patern
jako
forma
wywodząca
się z logo
jest ważnym
wyróżnikiem
systemu
identyfikacji



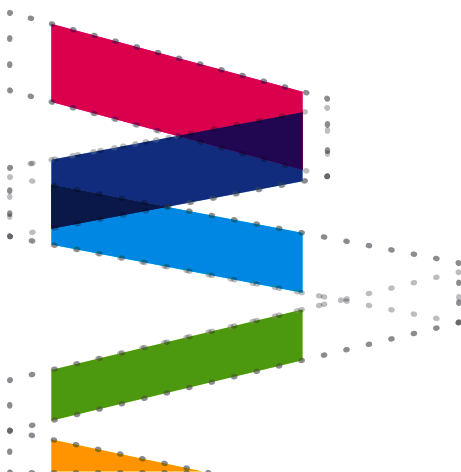
patern
należy stosować
wszędzie tam,
gdzie ekspozycja
logo wymaga
wzmocnienia

B



C

dopuszczalne są
dwa rodzaje
paternu: szeroki
i wąski



D

dla wzmocnienia ekspozycji dopuszcza się
stosowanie cieniowania; stopień jego
rozmycia powinien być równy stopniowi
jego przesunięcia w dół

7

**Typografia logotypu.
Fonty wiodące
i ich zamienniki.**

aller bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

helvetica regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

arial regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

roboto light
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

open sans
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Typografia tytułarna została oparta o rodzinę Aller, nawiązującą do logotypu **MAŁOPOLSKA**.

W projektowaniu gridów i layoutów rekomenduje się użycie fontu Aller w wersji **BOLD**. Fontem uzupełniającym używanym w komunikacji poniżej wielkości 14 pkt mogą być fonty systemowe: Helvetica lub Arial, ewentualnie ich darmowe zamienniki Roboto bądź Open Sans.

W tekście ciągłym należy unikać nagromadzenia wytłuszczeń. Zmniejsza ono przejrzystość tekstu i ogranicza czytelność komunikatu. Niedozwolnionym jest deformowanie czcionek w poziomie bądź pionie. Zalecana wielkość interlinii to + 3 pkt powyżej wielkości stosowanej czcionki. Minimalna wielkość interlinii to + 2 pkt.

8

Grid i layout: wydawnictwa własne.

Naczelną zasadą projektowania layoutu musi być zapewnienie czytelności logo. Przekaz wizualny, służący identyfikacji kolorystycznej może być wzmocniony poprzez zastosowanie paternu.

Grid wydawnictw własnych został zaprojektowany w nawiązaniu do konstrukcji logo i paternu. Romboidalny kształt kolorowego tła dla logo i typografii został umiejscowiony w oparciu o moduły podziału formatu A4. Kąt krawędzi tła oraz przenikające się w nim formy odpowiadają poszczególnym elementom paternu. Osie i kąty nachylenia tych elementów nie mogą podlegać deformacji. Rozmieszczenie poszczególnych elementów graficznych i typograficznych odpowiada podziałom proporcji gridu.

Logo wypełnia centralnie poprzeczny, półprzezroczysty pas, będący powiększeniem niebieskiej części piktogramu i paternu.

Wszelkie dostosowania wzorcowego gridu do formatów węższych bądź

wyższych powinny być wykonywane wedle zasady kadrowania odśrodkowego, z zachowaniem opisanych powyżej proporcji.

Dozwolone jest stosowanie tła z gamy barw identyfikujących Małopolskę oraz ich tint, również tint kolorów pośrednich. Projektując layouty nowych wydawnictw, należy pamiętać o zachowaniu odpowiedniego kontrastu barwnego i nadrzędnej zasadzie czytelności logo. Dla jego odpowiedniej ekspozycji, rekomenduje się stosowanie czarnych liter logotypu na tłach jasnych i białych liter na tłach ciemnych. Dla zwiększenia czytelności piktogramu, dopuszcza się stosowanie pod nim cienia przesuniętego w dół i rozmytego o wartość równą jego przesunięciu. W szczególnych przypadkach, gdy wymagać tego będzie zwiększona czytelność logo, dopuszcza się jego reprodukcję w wersji monochromatycznej bądź achromatycznej.

wielkość
paternu jest
wynikiem
podziału
formatu siatką;
przestrzeń
pomiędzy
elementem
niebieskim
a zielonym
może służyć
dodatkowej
komunikacji



kształt
apli
i przenikające
się w nim
formy
graficzne
odpowiadają
elementom
paternu

odległości elementów
graficznych i typograficznych
zostały określone poprzez
nałożenie siatki podziału
formatu A4

nie ma sztywnych reguł jeśli chodzi
o wielkość i wybór rodzaju logo -
jedynym kryterium jest odpowiednia
czytelność i właściwa kompozycja

layout własny:
wersja ze znakiem
w wersji rozszerzonej



**fb.com/
lubiemalopolske**

Małopolska is the best place in the country to spend free time. It is a region where it is possible to take advantage of an all year round tourist and recreational offer. There are more than 6,000 km marked trails within the borders of the region, including 3,000 km mountain trails.

Here, one can rest by water, do water sports, canoeing and sailing for the most part of the year. In winter, there are perfect conditions for skiing. And in Kraków, a city which never goes to sleep, one can enjoy a rich cultural offer all year long.

KRAKÓW REGION
MAŁOPOLSKA

zaleca się
reprodukcję
znaków
obcych
w wersji
białej

kolor tła powinien być
zgodny z kolorami
pochodzącymi z logotypu;
poza tym pozostawia się
dowolność wyboru

w reprodukcji logo należy stosować
zasadę czytelności: białe litery na
tłach ciemnych, czarne na jasnych



H
używając nowych elementów jako wyróżników kampanii należy pamiętać o zgodności z gamą barwną systemu identyfikacji wizualnej

I
identyfikacja dopuszcza stosowanie oprócz patternu znaków własnych w formie dymka; ponieważ ich integralną część stanowi pattern, nie należy go powielać obok

J
w tytułach należy stosować czcionkę aller bold dostosowując jej wielkość do objętości tytułu

Małopolska is the best place in the country to spend free time. It is a region where it is possible to take advantage of an all year round tourist and recreational offer. There are more than 6,000 km marked trails within the borders of the region, including 3,000 km mountain trails.

Here, one can rest by water, do water sports, canoeing and sailing for the most part of the year. In winter, there are perfect conditions for skiing. And in Kraków, a city which never goes to sleep, one can enjoy a rich cultural offer all year long.

MAŁOPOLSKA

K
stosując rozwiązania monochromatyczne należy pamiętać o odpowiednim kontraście i czytelności elementów typograficznych

L
jeśli czytelność piktogramu jest zagrożona należy stosować pod nim cień ze stopniem rozmycia równym wartości przesunięcia w dół

M
stosując
jako tło
kolory
z logo,
można
mieszać
je dla
zwiększenia
kontrastu
tworząc
przepływy

N
stosując
logo
w formie
rozszerzonego
paternu
należy
pamiętać
o czytelności
wszystkich
elementów



P
kluczowe
komunikaty
typograficzne
zaleca się
umieszczać
w osi
szerokiego
paternu,
który razem
z logo
stanowi
główny
element
identyfikacji
wizualnej

O
przy dużej ilości elementów graficznych
i typografii dopuszcza się redukcję
elementów gridu maksymalnie do
poprzącznego paska

R
nie ma ograniczeń w stosowaniu
i doborze zdjęć jeśli zachowana
jest właściwa kompozycja,
czytelność i kontrast

elementy
typograficzne
są mobilne;
ich miejsce
zależy od
komunikatu;
wartością
nadrzędną
pozostaje
czytelność

T



S

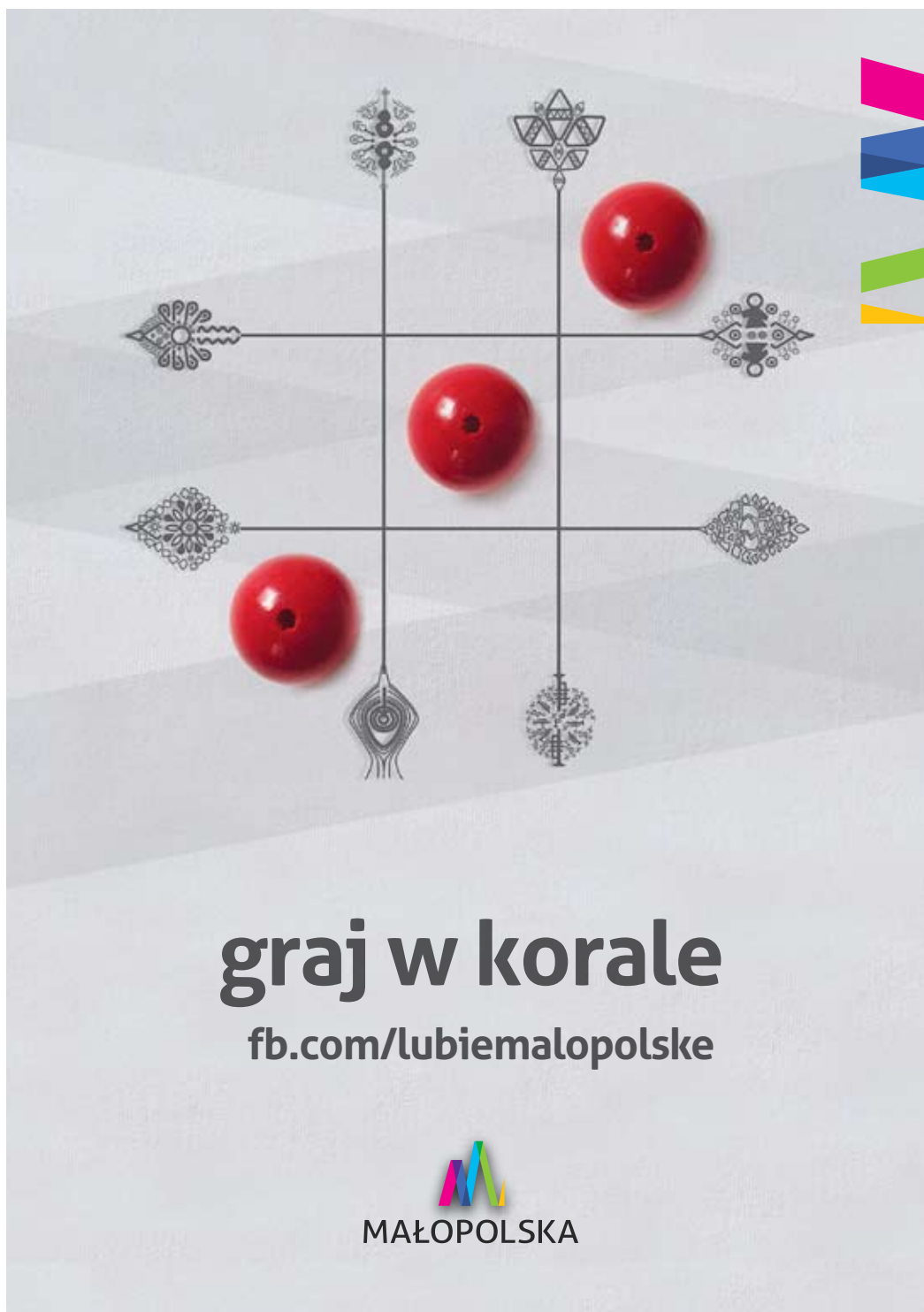
decyzja
o wyborze
paternu
i jego
położeniu
powinna
zależać od
kompozycji
projektu

W

poprzeczne pasy, tożsame formą
z paternem i piktogramem, stanowią
minimalną część, zredukowanego dla
dobrej kompozycji gridu

czytelność piktogramu została
podniesiona poprzez dodanie cienia
o stopniu rozmycia równym wartości
przesunięcia w dół

U



jeśli przesłanie zdjęcia jest wartością dominującą, służącą komunikacji ważnych treści w kampanii, należy ograniczyć elementy graficzne gridu, do paternu i poprzecznych pasów

na jasnym tle logo w wersji podstawowej centralnej, korespondujące z kompozycją layoutu

9

**Wydawnictwa
zależne.
Koegzystencja
znaków
graficznych.**

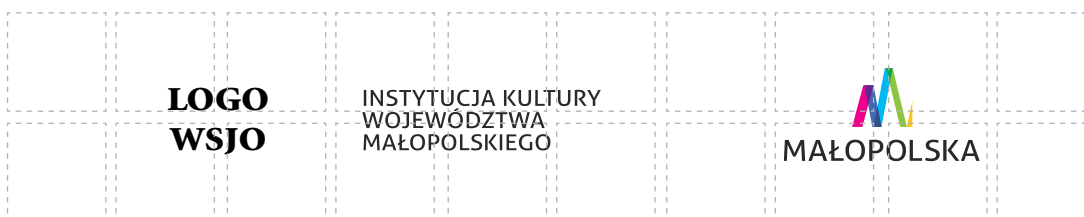
Rekomendując stosowanie logo Małopolski w wersji pełnobarwnej na tłach gwarantujących jego pełną czytelność, dopuszcza się stosowanie logo w formie rozszerzonego paternu w layoutach zależnych. Z uwagi na fakt, że logo Małopolski będzie umieszczane w layoutach różnych podmiotów, których formy i kolorystyki nie sposób przewidzieć, opracowano moduł identyfikacji, który zapewnia najbardziej efektywną ekspozycję logotypu - przy niewielkiej ingerencji w obszar layoutu. W tym celu wykorzystano formę paternu w wersji wąskiej, do którego został dodany logotyp na polu o wymiarach równych wymiarom paternu.

Jeżeli niezbędnym będzie zamieszczenie dodatkowych informacji tekstowych należy umieścić je na kolejnym polu o wymiarach paternu. Dla wzmocnienia identyfikacji można multiplikować patern, umieszczając go przy przeciwległych krawędziach formatu bądź wzorem wydawnictw własnych, jako element dominujący w prawym górnym rogu.

Logotypy: INSTYTUCJA WOJEWÓDZTWA MAŁOPOLSKIEGO oraz INSTYTUCJA KULTURY WOJEWÓDZTWA MAŁOPOLSKIEGO pisane fontem Aller, powinny być umieszczane obok znaku instytucji zależnej w sąsiedztwie logo Małopolski. Jeśli nie pozwalają na to warunki reprodukcyjne, logo Małopolski należy umieścić w tym samym wydawnictwie w innym eksponowanym miejscu - np. na ostatniej okładce. Tam, gdzie to tylko możliwe należy stosować pełnobarwną wersję logo. W innych przypadkach rekomenduje się stosowanie wersji monochromatycznej, gwarantującej odpowiednią czytelność logo. Obowiązuje przy tym zasada umieszczania czarnej typografii na tłach jasnych i białej typografii na tłach ciemnych. Logo i przynależnych treści nie należy zmniejszać poniżej granicy czytelności. Dla podmiotów zależnych i Wojewódzkich Samorządowych Jednostek Organizacyjnych dopuszcza się załączone alternatywne wzory ekspozycji logo i logotypu w zależności od wielkości medium oraz techniki reprodukcji.

A

logotyp INSTYTUCJA KULTURY WOJEWÓDZTWA MAŁOPOLSKIEGO
został stworzony przy użyciu fontu Aller; jego wielkość powinna być
dostosowana do proporcji logo WSJO



B

zaleca się
reprodukcję
logo
Małopolski
w wersji
podstawowej
na białym tle



C

jeśli nie
można
umieścić logo
na tej samej
stronie, należy
wybrać dla
niego w tym
samym
wydawnictwie,
inne ekspozy-
cjonowane
miejsce



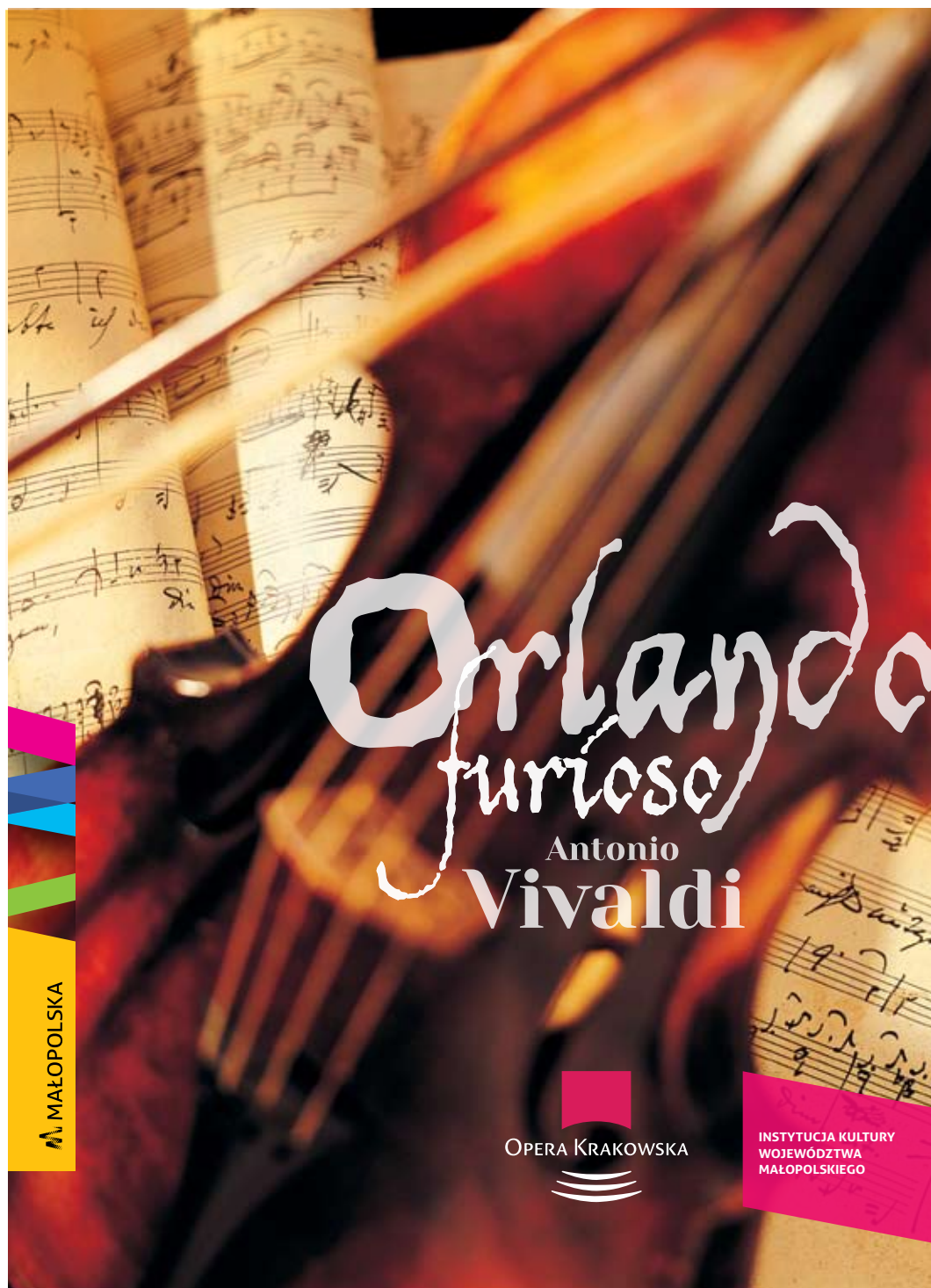
przykład
koegzystencji
logo dla druków
jednobarwnych
z ograniczoną
czytelnością
rastra

D



wariant dla
druków CMYK
z użyciem
roszerzonego
paternu, jako
tła dla logo

E



użyty, dla
lepszego
czytelności
logotypu,
element
graficzny
nawiązuje
do formy
paternu
i logo

logo w wariantcie rozszerzonego
paternu; dla jego czytelności
na tle zdjęcia zastosowano żółtą
apkę pod czarnym logotypem

A

B

zastosowany branding
nie koliduje z odrębnym
charakterem layoutu
i typografii podmiotu
zależnego

We wszystkich działaniach, które wiążą się z pozyskiwaniem, wdrażaniem, zarządzaniem i komunikowaniem o Funduszach Europejskich, zarówno przez Województwo Małopolskie, Wojewódzkie Samorządowe Jednostki Organizacyjne, jak i beneficjentów unijnych środków, stosuje się logo Województwa Małopolskiego zgodnie z Systemem Identyfikacji Wizualnej Województwa Małopolskiego z uwzględnieniem layoutów programów europejskich. W tym zakresie zaleca się stosowanie logo Województwa Małopolskiego w wersji poziomej.

Warunki reprodukcji logotypów unijnych określone są osobnymi przepisami.

A

w sąsiedztwie znaków unijnych
zaleca się reprodukcję logo
w wersji podstawowej poziomej



Województwo Małopolskie realizuje projekt dofinansowany z Funduszy Europejskich Małopolski System Informatyczny

Celem projektu jest poprawa infrastruktury
telekomunikacyjnej wraz z poprawą dostępności do urzędu
dla osób niepełnosprawnych w miejscowości Zielonki

Dofinansowanie projektu z UE: 6.000.000 zł



B

warunki reprodukcji logo w zestawieniu
ze znakami unijnymi określone są
osobnymi przepisami

10

**Druki wewnętrzne.
Papeteria.**

aller bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

helvetica light
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

roboto light
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

arial regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Konstrukcja typograficzna druków i dokumentów elektronicznych została oparta na fontach Aller i Helvetica, w miejsce której dopuszcza się stosowanie fontu Roboto lub Arial. Aller komunikuje treści nadrzędne np. nazwy, nazwiska, tytuły. W pozostałych przypadkach należy używać Helvetica - zamiennie Roboto lub Arial.

Minimalna różnica wielkości tytułowej w stosunku do tekstu ciągłego powinna wynosić + 1 pkt. Zalecana wielkość interlinii to + 3 pkt powyżej wielkości stosowanej czcionki. Minimalna wielkość interlinii to + 1.5 pkt.



Przedstawiony wariant herbu został określony Uchwałą Nr VIII/73/99 z dnia 24 maja 1999 r. w sprawie herbu i flagi Województwa Małopolskiego. Herb Województwa Małopolskiego należy stosować w komunikacji pochodzącej bezpośrednio od władz Województwa. Nie rekomenduje się stosowania herbu razem z logo Małopolski. Przy patronacie honorowym Marszałka Województwa należy używać logo Małopolski w wersji podstawowej.



**Marszałek
Województwa Małopolskiego
Jacek Krupa**

HEAD
Roboto
Medium
lub Arial Bold
9,5 pkt /
11 pkt

Kraków, dnia dd.mm.rrrr r.

B

BODY
TXT
Roboto
Regular
lub Arial
9,5 pkt /
12 pkt

**Szanowny Pan
Andrzej Hasse-Walczak
Instytucja Pożytku Publicznego
ul. Adresowa 4, 32-050 Skawina**

C

BOLD
TXT
Roboto
Medium
lub Arial
Bold
9,5 pkt /
12 pkt

Otam litae net quis aut moluptas etur adia sumqui a idis doluptate premporem. Del ius ipsa di dolorum explandemqui offic temquidus. Volo cone voluptus ditae id magnis simodic te verem et iust et od eum volore doluptat est, quas sitas eumqui dolore velenda sapiendaerum recerferio. Nam, iunt que perspis duci id earchil mod ut eum reicide rspere vel int recienesed quas mollab inus volores-tium verum acita praecto ma namusdae nem arcipsae et officillori cumquaeperia quiasini volupta sseque none asped eos etur?

Liciusa ntibusaest, exerum aut vidunt quias eum aut atur sequi offic to eosandit, alis estrum rerundi omnis ipid et aut et eatium fuga. Nam facestiis ma natest, qui ium quateporrum evenimus pratur, torupie ndelibu scipitatem everfer umetus aspiendae serem et unda dollari taquatae ea delis as vendelitiur.

B

BODY
TXT
Roboto
Regular
lub Arial
9,5 pkt /
12 pkt

**przykład
papieru firmowego**



Departament Turystyki,
Sportu i Promocji

BODY
TXT
Roboto
Regular
lub Arial
9,5 pkt /
12 pkt

HEADER
Roboto
Regular
lub Arial
8 pkt

Kraków, dnia dd.mm.rrrr r.

znak sprawy:

Szanowny Pan
Andrzej Hasse-Walczak
Instytucja Pożytku Publicznego
ul. Adresowa 4, 32-050 Skawina

Otam litae net quis aut moluptas etur adia sumqui a idis doluptate premporem. Del ius ipsa di dolorum explandemqui offic temquidus. Volo cone voluptus ditae id magnis simodic te verem et iust et od eum volore doluptat est, quas sitas eumqui dolore velenda sapiendaerum recerferio. Nam, iunt que perspis duci id earchil mod ut eum reicide rspere vel int rcienesed quas mollab inus volores-tium verum acita praecto ma namusdae nem arcipsae et officillori cumquaeperia quiasini volupta sseque none asped eos etur?

Liciusa ntibusaest, exerum aut vidunt quias eum aut atur sequi offic to eosandit, alis estrum rerundi omnis ipid et aut et eatium fuga. Nam facestiis ma natest, qui ium quatemporrum evenimus pratur, torupie ndelibu scipitatem everfer umetus aspiendae serem et unda dollari taquatae ea delis as vendelitur.

BOLD
TXT
Roboto
Medium
lub Arial
Bold
9,5 pkt /
12 pkt

BODY
TXT
Roboto
Regular
lub Arial
9,5 pkt /
12 pkt

FOOTER
Roboto
Regular
lub Arial
6 pkt /
9 pkt

**przykład
papieru firmowego**



Departament Turystyki,
Sportu i Promocji

Kraków, dnia dd.mm.rrrr r.

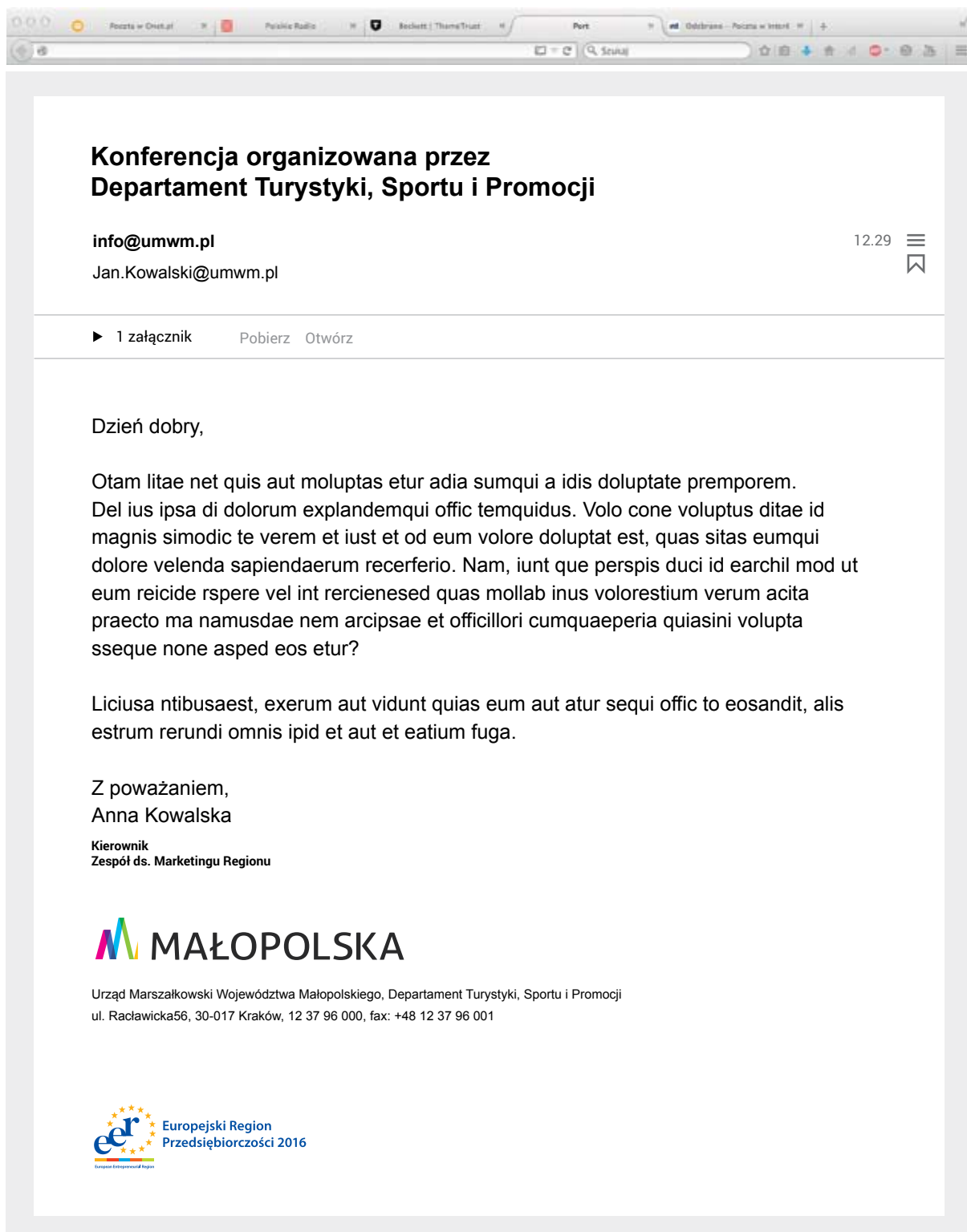
znak sprawy:

Szanowny Pan
Andrzej Hasse-Walczak
Instytucja Pożytku Publicznego
ul. Adresowa 4, 32-050 Skawina

Otam litae net quis aut moluptas etur adia sumqui a idis doluptate premporem. Del ius ipsa di dolorum explandemqui offic temquidus. Volo cone voluptus ditae id magnis simodic te verem et iust et od eum volore doluptat est, quas sitas eumqui dolore velenda sapiendaerum recerferio. Nam, iunt que perspis duci id earchil mod ut eum reicide rspere vel int recienesed quas mollab inus volores-tium verum acita praecto ma namusdae nem arcipsae et officillori cumquaeperia quiasini volupta sseque none asped eos etur?

Liciusa ntibusaest, exerum aut vidunt quias eum aut atur sequi offic to eosandit, alis estrum rerundi omnis ipid et aut et eatium fuga. Nam facestiis ma natest, qui ium quatemporrum evenimus pratur, torupie ndelibu scipitatem everfer umetus aspiendae serem et unda dollori taquatae ea delis as vendelitiur.

**przykład
papieru firmowego**



HEAD
Aller Bold
11 pkt

A

BODY
TXT
Roboto
Regular
6 pkt /
9 pkt

B



Jacek Krupa

Marszałek Województwa

Zarząd Województwa Małopolskiego

ul. Basztowa 22, 31-156 Kraków

tel. 12 61 60 124, fax 12 43 00 394

jacek.krupa@umwm.pl

B

HEAD
TXT
Roboto
Medium
6 pkt /
9 pkt

BODY
TXT
Roboto
Regular
6 pkt /
9 pkt

HEAD
Aller Bold
11 pkt

A

BODY
TXT
Roboto
Regular
6 pkt /
9 pkt

B

Anna Kowalska

Kierownik

Zespół ds. Marketingu Regionu

Urząd Marszałkowski

Województwa Małopolskiego

ul. Raclawicka 56, 30-017 Kraków

tel. 12 37 96 000, fax 12 37 96 001

anna.kowalska@umwm.pl



MAŁOPOLSKA

B

HEAD
TXT
Roboto
Medium
6 pkt /
9 pkt

BODY
TXT
Roboto
Regular
6 pkt /
9 pkt



Dyplom

za zajęcie II miejsca w konkursie
inicjatyw samorządowych

dla

Pana JANA KOWALSKIEGO

Marszałek Województwa Małopolskiego

Miejsce, data

BODY
TXT
Roboto
Regular
11 pkt /
13 pkt

HEAD
Aller
Bold
80 pkt

BODY
Roboto
Bold
14 pkt /
18 pkt

HEAD2
Aller
Bold
22 pkt

**przykład
okładki do bindowania**



A
patern,
identyfikując
kolorem,
tworzy
wraz z logo
silny kod
marki

Urząd
Marszałkowski
Województwa
Małopolskiego

11

**Identyfikacja
wizualna
w oznaczeniach
wewnętrznych.**

BODY
TXT
Roboto
Regular
21,5 pkt /
25 pkt

A

HEAD
Aller
Bold
52 pkt

B

A



Urząd Marszałkowski
Województwa Małopolskiego

217

C

NUMBER
Ubuntu
Bold
140 pkt

Sekretariat

Departament Turystyki,
Sportu i Promocji

Anna Kamińska • Dyrektor
Grzegorz Ziemiński • Z-ca Dyrektora

PERSON
Roboto
Bold
28 pkt /
35 pkt

D

POST
Roboto
Regular
21,5 pkt /
35 pkt

BODY
TXT
Roboto
Regular
21,5 pkt /
25 pkt

A

HEAD
Aller
Bold
52 pkt

B

C



Urząd Marszałkowski
Województwa Małopolskiego

Kancelaria Sejmiku

IV piętro

NUMBER
Aller
Bold
140 pkt

12

**Identyfikacja
wizualna
w komunikacji
zewnętrznej.**

jeśli istnieje
ryzyko braku
czytelności
logo w wersji
podstawowej
bądź mono-
chromatycznej należy
stosować
wersję
szrafowaną
piktogramu

A



B

dla zapewnienia odpowiedniej
czytelności logo należy pamiętać
o reprodukcji białych liter na tłach
ciemnych i czarnych liter na tłach
jasnych



A

przy
reprodukcji
logo
w technice
cyfrowej czy
sito - bądź
tampondruku
na siatkach
ciemnych
zaleca się
używanie
logo ze
szrafowaną
wersją
piktogramu



B

wybierając
tła jasne
należy
stosować
wersję
podstawową
logo



C

w celu wzmocnienia identyfikacji
na dużych powierzchniach należy
stosować dodatkowo pattern

jedynym
kryterium
poprawnej
ekspozycji
logo w
banerach inter-
netowych jest
jego czytelność:
białe litery na
tłach ciemnych,
czarne litery na
tłach jasnych



A



B

projektując
banery dla
kampanii
reklamow-
ych należy
pamiętać
o stosowa-
niu kolorów
z gamy logo
oraz jego
czytelnej
ekspozycji



C

przy nagromadzeniu dużej ilości
elementów graficznych dobrze
sprawdza się zestawienie
logo w wersji achromatycznej
z pełnokolorowym patternem

przykład rollup

A

rekomenduje się stosowanie logo
w wersji podstawowej na białych
tłach, które dla wzmocnienia
identyfikacji należy wypełniać
paternem



B

stosując znak w formie dymku
należy pamiętać o identyfikacji
logo w wersji podstawowej



C

wykorzystując ciemne tła należy
stosować biały logotyp oraz
piktogram gwarantujący poprawną
reprodukcję rastra



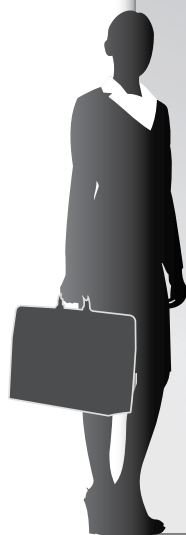
przykład ścianki ekspozycyjnej

proporcje dla rozmiaru
300x230 cm

A

B

wersja
ścianki dla
powierzchni
o niewielkiej
kubaturze

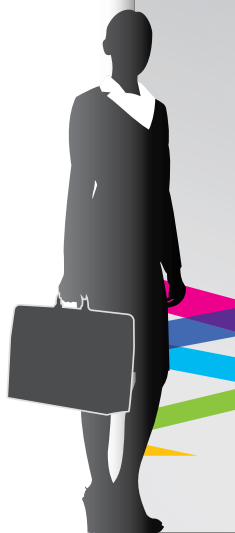


C

ekspozycja
z wielokrot-
nionego logo
sprawdza się
w zbliżeniach
podczas
wykonywania
zdjęć lub
filmowania
wydarzeń

D

wersja
ścianki dla
powierzchni
o dużej
kubaturze



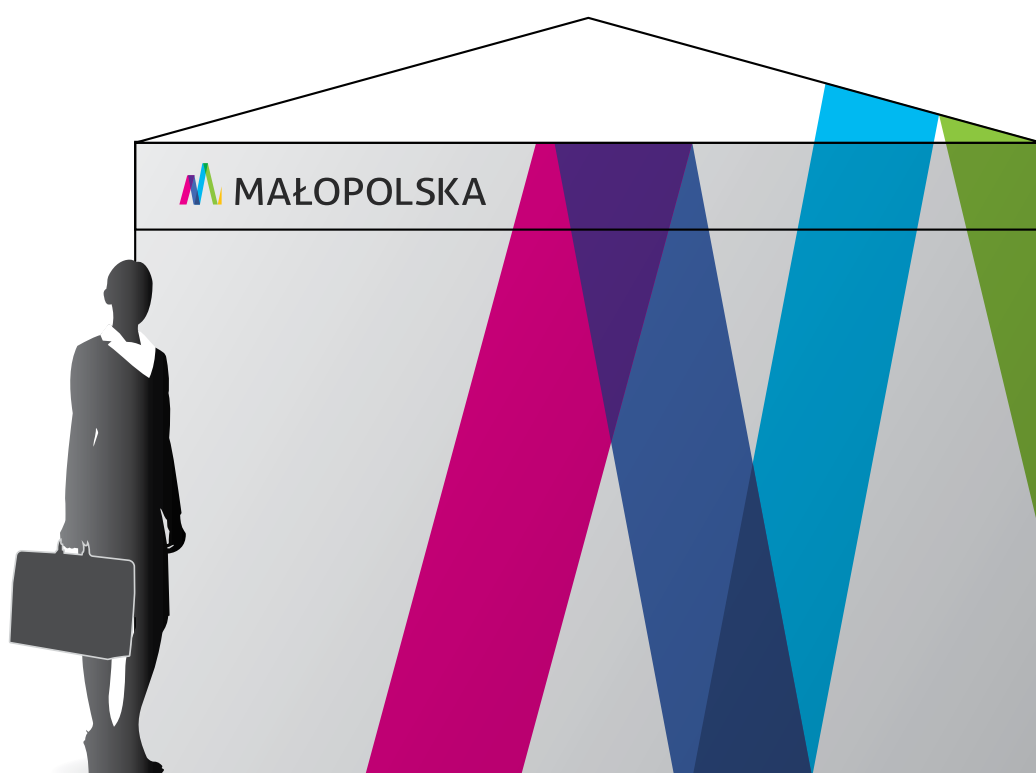
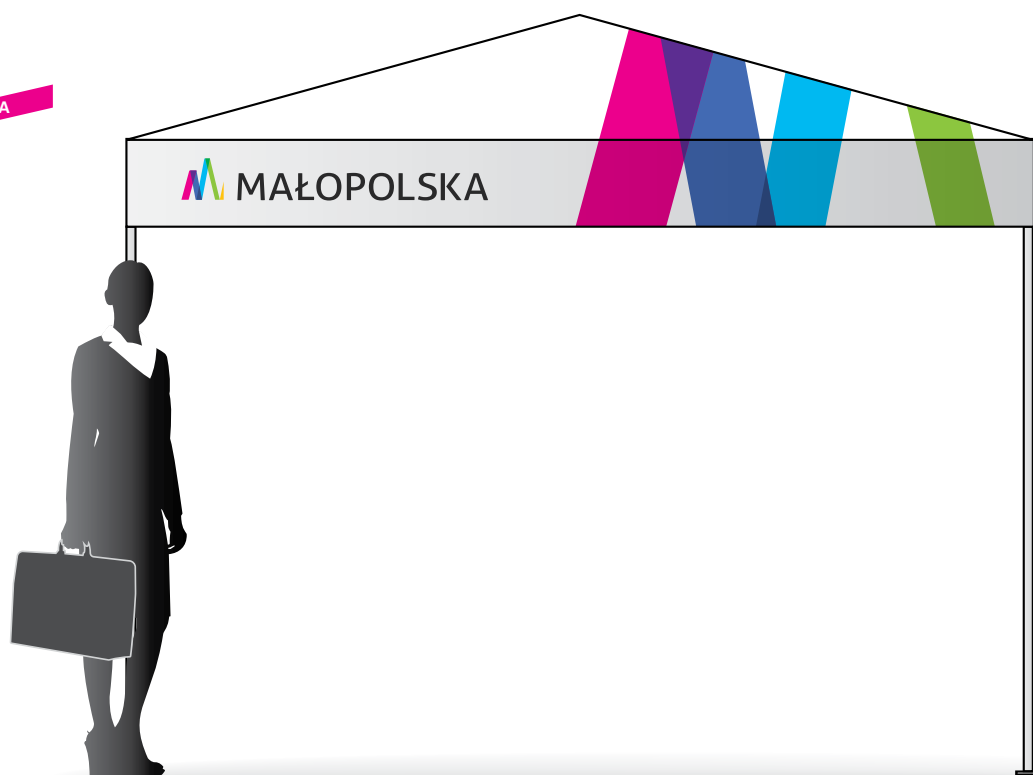
E

duże poziome
logo zapewnia
czytelność
z dużej odle-
głości również
w przypadku
obecności
ludzi pomiędzy
trybunką
a ścianką;
patern wzmacnia
optycznie
branding

przykład namiotu reklamowego

A

używając
białych
teł należy
stosować
wersję
podstawową
logo,
dodatkowo
wzmacniając
przekaz
paternem



przykład balonu reklamowego

A

względy
praktyczne
decydują
czasem
o wyborze
ciemnych,
trudniej
brudzących
się tel dla
materiałów
reklamowych;
w takich
wypadkach
należy
reprodukować
logo w wersji
białej ze
szrafowanym
piktogramem,
który
zapewnia
jego lepszą
ekspozycję



B

używając
białych
tel należy
stosować
wersję
podstawową
logo,
dodatkowo
wzmacniając
przekaz
paternem



13

**Sygnowanie
materiałów
reklamowych.**

Wybierając rodzaj materiału reklamowego należy pamiętać o nadrzędności czytelności logo. Konsekwencją tego faktu powinien być wybór białych tła. Jeśli taki wybór nie będzie możliwy należy stosować logo achromatyczne, pamiętając o odpowiednim kontraście, gwarantującym czytelność: białe logo na tłach ciemnych - czarne na tłach jasnych.

Wykorzystując duże płaszczyzny bieli warto korzystać z patternu, jako elementu identyfikującego. Pozostając pochodną znaku graficznego wypełnia on powierzchnie zestawem kolorystycznym, tożsamym z tym stosowanym w logo.

Stosując pattern na dużych powierzchniach logo powinno pełnić funkcję dopełniającą. W przypadku filiżanek i kubków może znajdować się w środku. W przypadku produktów tekstylnych powinno stanowić niewielki element identyfikacyjny.

przykład filiżanek i kubków

A

szeroki pattern
sprawdza się na
dużych, gładkich
płaszczyznach,
na których logo,
z powodu załamień,
byłoby nieczytelne;
logo w wersji pełnej
należy umieszczać
wewnątrz, np. na
ściance lub dnie
kubka, filiżanki,
bądź na środku
spodka





A

patren powinien wypełniać duże powierzchnie oraz grzbiety toreb; logo należy umieszczać centralnie w widocznym miejscu, z zachowaniem odpowiedniego kontrastu i czytelności

przykład parasoli reklamowych



A

logo nie powinno ulegać zniekształceniom; duże łukowate powierzchnie należy wypełniać patternem, który wzmacnia identyfikację marki; logo należy umieszczać w widocznym miejscu, z zachowaniem odpowiedniego kontrastu i czytelności

przykład czapeczek



A

niezależnie od koloru użytego materiału należy dbać o zapewnienie odpowiedniej czytelności logo stosując czarne litery na tłach jasnych i białe litery na tłach ciemnych



B

patern należy stosować na dużych powierzchniach jako rodzaj metki bądź identyfikującego ozdobiaka



A

w reprodukcjach na tekstyliach
rodzaj użytego logo należy dostosować
do warunków technicznych, zakładając
odpowiednią czytelność logo i wierność
kolorystyczną paternu



korale



A

grawer bądź tłoczenie należy
przygotować stosując logo
achromatyczne ze szrafowanym
piktogramem

przykład papieru
pakowego



A

patern,
działając
kolorem
na całej
powierzchni
papieru,
stanowi
tło dla
czytelnego,
niezależnie
od miejsca
zagięcia,
logo



