



kultura

w zasięgu 2.0

SPIS TREŚCI

2. IDENTYFIKACJA WIZUALNA - ZASADY	
IDENTYFIKACJA WIZUALNA - BUDOWA	2.1
IDENTYFIKACJA WIZUALNA - KOLORY	2.2
IDENTYFIKACJA WIZUALNA - PRZYKŁADY	2.3
IDENTYFIKACJA WIZUALNA - TYPOGRAFIA	2.4
3. AKCYDENSY	
PAPIER FIRMOWY	3.1
WIZYTÓWKA	3.2
BROSZURA REKLAMOWA	3.3
FOLDER REKLAMOWY	3.4
ULOTKA	3.5
PLAKATY	3.6
STOPKA E-MAIL	3.7
KOPERTY	3.8
POWERPOINT - PREZENTACJA	3.9
TECZKA	3.10
TECZKA GRATULACYJNA	3.11
ROLL-UP	3.12
ŚCIANKA REKLAMOWA	3.13
REKLAMA PRASOWA	3.14
4. GADŻETY	
GADŻETY - STOSOWANIE	4.1
PENDRIVE, KUBKI	4.2
PARASOL	4.3
PLECAK, DŁUGOPIS, BRELOCZEK	4.4

IDENTYFIKACJA WIZUALNA

BUDOWA

W przypadku akcydensów dla ujednoczenia stosujemy element graficzny w postaci rzędu okręgów umieszczanych na dole projektu.

Odległość między okręgami to połowa okręgu tej samej wielkości.



IDENTYFIKACJA WIZUALNA

KOLORY

Kolorystyka zaczerpnięta z logo jest ściśle określona i należy jej przestrzegać, aby projekty były ujednolicone.

CMYK 0/0/0/0

RGB 254/254/254

PANTONE WHITE

HEX #FEFEFE

CMYK 0/40/90/0

RGB 245/159/36

PANTONE 137

HEX #F59F24

CMYK 0/0/0/25

RGB 207/208/208

PANTONE PANTONE 441

HEX #CFD0D0

CMYK 0/0/0/100

RGB 0/0/0

PANTONE BLACK

HEX #000000

IDENTYFIKACJA WIZUALNA

PRZYKŁADY

Rząd okręgów może występować zarówno bez tła, jak i na nim. Kolor dobieramy w zależności od potrzeb z zastosowaniem zasady maksymalnej czytelności.



IDENTYFIKACJA WIZUALNA

TYPOGRAFIA

Konsekwentne stosowanie fontów zaleca się do wszystkich typów materiałów.

Przy tworzeniu przekazu należy dbać o jego czytelność. Hasła i tytuły powinny być pisane zdecydowanie większym krojem niż pozostałe bloki tekstowe.

Podstawowym fontem jest Lato. Jest to bezszeryfowa szeroka rodzina fontów.

Staramy się stosować głównie Lato Regular oraz Lato Bold.

Dopuszcza się stosowanie wszystkich odmian fontu z zachowaniem ważności elementów i haseł.

font LATO:

TYPOGRAFIA PODSTAWOWA

Najczęściej stosujemy Regular i Bold

TYPOGRAFIA UZUPEŁNIAJACA

Przy bardziej rozbudowanych projektach stosujemy fonty z całej rodziny

Regular
Bold

Thin
Thin Italic
Light
Light Italic
Regular
Regular Italic
Bold
Bold Italic
Black
Black Italic

PAPIER FIRMOWY

Logotyp pozycjonowany jest w lewym górnym rogu formatu. Pozostałe elementy według wzoru.

Wzór pokazuje wersję w kolorze oraz do druku na drukarce tylko z czarnym tonerem.

Przedstawiony przykład na projekcie formatu A4.



WIZYTÓWKA

Wymiar wizytówki jest wielkością stałą. Informacje tekstowe są umiejscowione według przedstawionych zasad. Zalecane jest użycie takiej wielkości fontów, aby zachować odpowiednią czytelność.

Do wyboru są wizytówki jedno i dwustronne.

Przedstawiony przykład na projekcie w formacie 50x90 mm.

wizytówka jednostronna



wizytówka dwustronna



BROSZURA REKLAMOWA

Projekt broszury ujednolicono poprzez nadanie im spójnego wizerunku.

W projektach ważne jest użycie logo oraz zachowanie odpowiedniej kolorystyki.

Elementem spójnym jest użycie na dole projektu paska z okręgami – stosując się do systemu identyfikacji wizualnej.

Przedstawiony przykład na projekcie w formacie A4 składane do A5.



Bit, sequate

Us aut laccaeri dempore stiorpor aperum

Et ut et harumquiae volorum harumquo quo exces sinis quas eos eossequae is dest, volum aut volorunti alitat abo. Udanihillore provit faccusam, quaspiet moloriae nimuscis doles de veni dolore simin nus elititatis esclati isquass imaxime labo. Nemoluptasi qui cus aria quassitiora natur sim quatur rempostiosam exceaquam, endel Pudam secabo. Itae pres excestr uptionseque ilibeat ut laciusam, quae eatem ipienem rae volorem lautatusciet quatur, tem faccabo rporent iosapient fuga. Ut adignis aut optaspi ctotatem quis diti doluptasim quis deluptae. Ut pra que ditas inveliquidel maxim utempor

Fic torilbus sedia sincipsa

Pra et eturehenis quatur modit

Et ut et harumquiae volorum harumquo quo exces sinis quas eos eossequae is dest, volum aut volorunti alitat abo. Udanihillore provit faccusam, quaspiet moloriae nimuscis doles de veni dolore simin nus elititatis esclati isquass imaxime labo. Nemoluptasi qui cus aria quassitiora natur sim quatur rempostiosam exceaquam, endel Pudam secabo. Itae pres excestr uptionseque ilibeat ut laciusam, quae eatem ipienem rae volorem lautatusciet quatur, tem faccabo rporent iosapient fuga. Ut adignis aut optaspi ctotatem quis diti doluptasim quis deluptae. Ut pra que ditas inveliquidel maxim utemporOdit od ullautam ut archilameTem

Hil eatem sunt

Lab ipit pra et eturehenis quatur modit

quibust inusam accae nimi, non elecabori berferi occum re voloribera quaspic aborrum doluptatis dolor seni officia pore ipid ut odit everion coreratia voluptatur ratatis serum sitios dis quistotam aut rest harchitaquis commihi taquatis plighihli in eturissim velicid qui blanduc imincto blabo. Et re quis enditio nectotati audit vendi corione dolorroribus no. Em diti hilla que veliquidis esedis ea verum MI, in cumqui dolupis temporeped eosto magniti consenmod elur, sundantia prorpred minclant volorest, saest lam, ut quam, si te voluptate sunt es remqui.

Eatem earchicatio berro

Lab ipit pra et eturehenis quatur modit

quibust inusam accae nimi, non elecabori berferi occum re voloribera quaspic aborrum doluptatis dolor seni officia pore ipid ut odit everion coreratia voluptatur ratatis serum sitios dis quistotam aut rest harchitaquis commihi taquatis plighihli in eturissim velicid qui blanduc imincto blabo. Et re quis enditio nectotati audit vendi corione dolorroribus no. Em diti hilla que veliquidis esedis ea verum MI, in cumqui dolupis temporeped eosto magniti consenmod elur, sundantia prorpred minclant volorest, saest lam, ut quam, si te voluptate sunt es remqui.

FOLDER REKLAMOWY

Projekt folderu ujednolicono poprzez nadanie im spójnego wizerunku.

W projektach ważne jest użycie logo oraz zachowanie odpowiedniej kolorystyki.

Elementem spójnym jest użycie na dole projektu paska z okręgami – stosując się do systemu identyfikacji wizualnej.

Przedstawiony przykład na projekcie w formacie A3 składane do A4.



ULOTKA

Projekt ulotki ujednolicono poprzez nadanie im spójnego wizerunku.

W projektach ważne jest użycie logo oraz zachowanie odpowiedniej kolorystyki.

Elementem spójnym jest użycie na dole projektu paska z okręgami – stosując się do systemu identyfikacji wizualnej.

W przypadku składanej ulotki pasek z okręgami musi pojawić się na dole przynajmniej na pierwszej stronie ulotki.

Przedstawiony przykład na projekcie w formacie A4 składane do DL.



PLAKATY

Projekt plakatu ujednolicono poprzez nadanie im spójnego wizerunku.

W projektach ważne jest użycie logo oraz zachowanie odpowiedniej kolorystyki.

Elementem spójnym jest użycie na dole projektu paska z okręgami – stosując się do systemu identyfikacji wizualnej.

Przedstawiony przykład na projekcie formatu A3.



STOPKA E-MAIL


Przykład pokazuje szablon e-mail do korespondencji – logotyp w wersji pełnej umieszczony poniżej danych osobowych w lewym rogu.

✉ Menu Nowa wiadomość


Wyślij ▼

Do:

Temat:



Imię i Nazwisko
stanowisko
kom. 600 600 600

 **kultura**
w zasięgu 2.0

Adres Ulica 100, 20-000 Miasto
tel. 500 500 500
e-mail: adresemail@biuro.pl
www.adresstronywww.pl

miejsce na ciąg logotypów

KOPERTY

Na kopertach niezależnie od formatu logotyp umieszczany jest w lewym górnym rogu.

Pozostałe elementy według wzoru. Zadruk nie powinien zajmować więcej niż 30% koperty.



Adres Ulica 100, 20-000 Miasto
e-mail: adresemail@biuro.pl
www.adresstronywww.pl
tel. 500 500 500
kom. 600 600 600



Adres Ulica 100, 20-000 Miasto
e-mail: adresemail@biuro.pl
www.adresstronywww.pl
tel. 500 500 500
kom. 600 600 600

POWERPOINT - PREZENTACJA

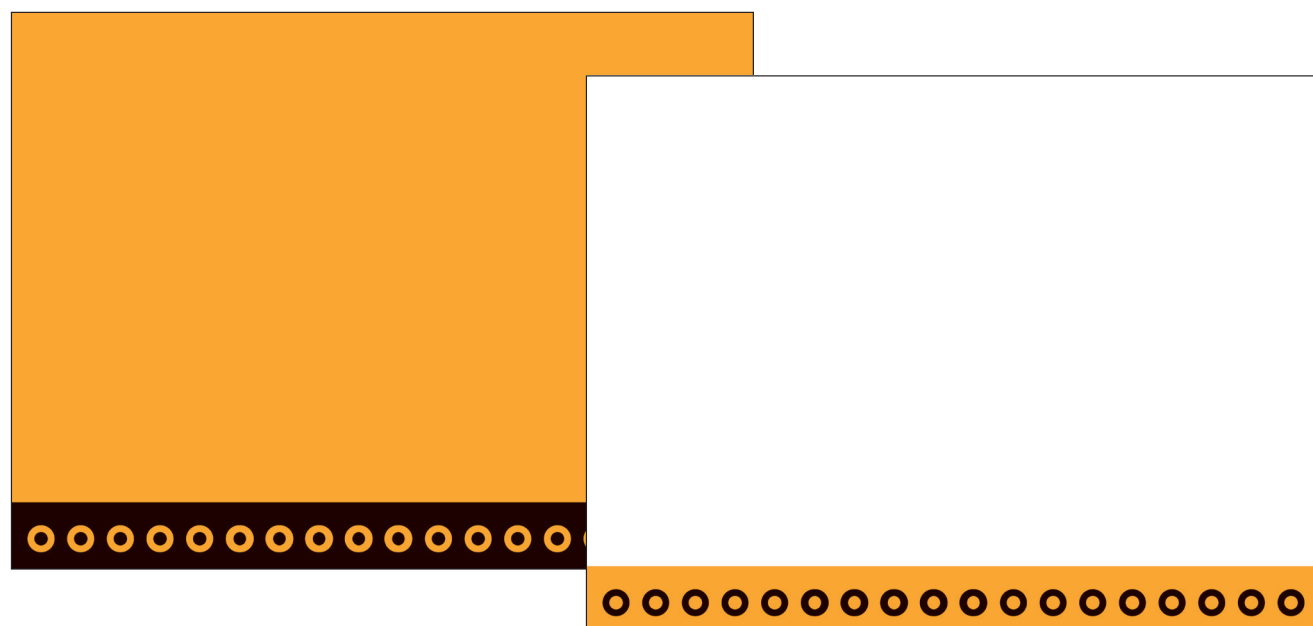
Przykładowe slajdy do zastosowania
w Programie PowerPoint.

Wzór dla slajdu tytułowego
oraz slajdów wewnętrznych.

slajdy tytułowy



slajdy wewnętrzne



TECZKA

Logotyp pozycjonowany jest na okładce przedniej na środku strony.

Ważne jest zachowanie poprawnej kolorystyki w zależności od rodzaju druku i uszlachetnienia.

Przedstawiony przykład na teczce mieszczącej format A4.



TECZKA GRATULACYJNA

Logo można umieścić na teczce również w formie tłoczenia z zachowaniem zasady dobrej czytelności.

Przedstawiony przykład na teczce mieszczącej format A4.

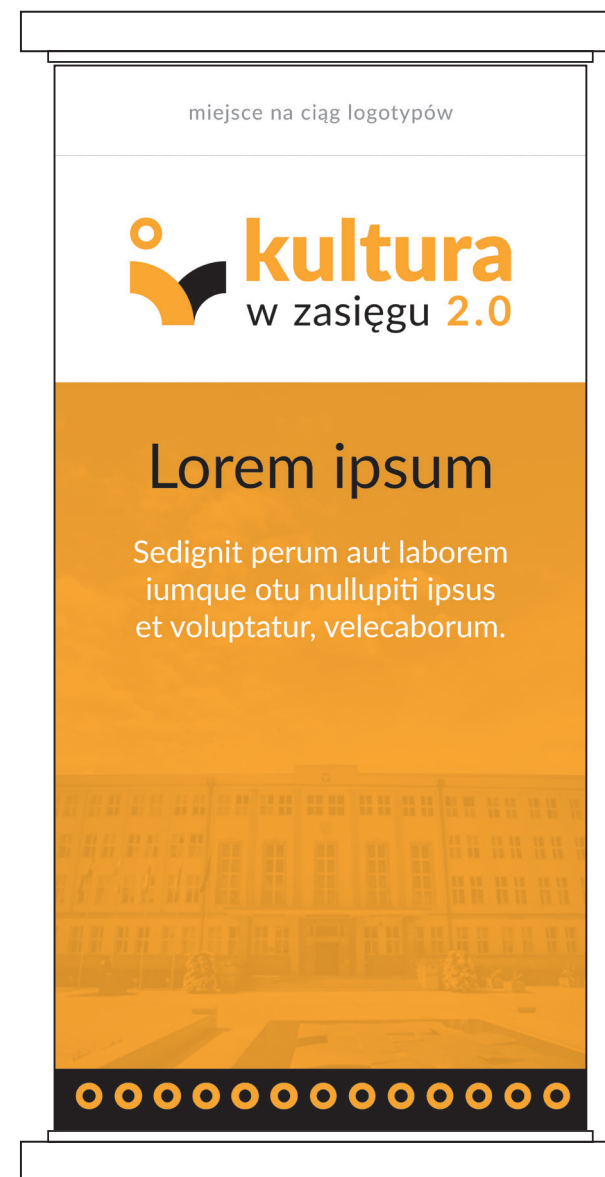
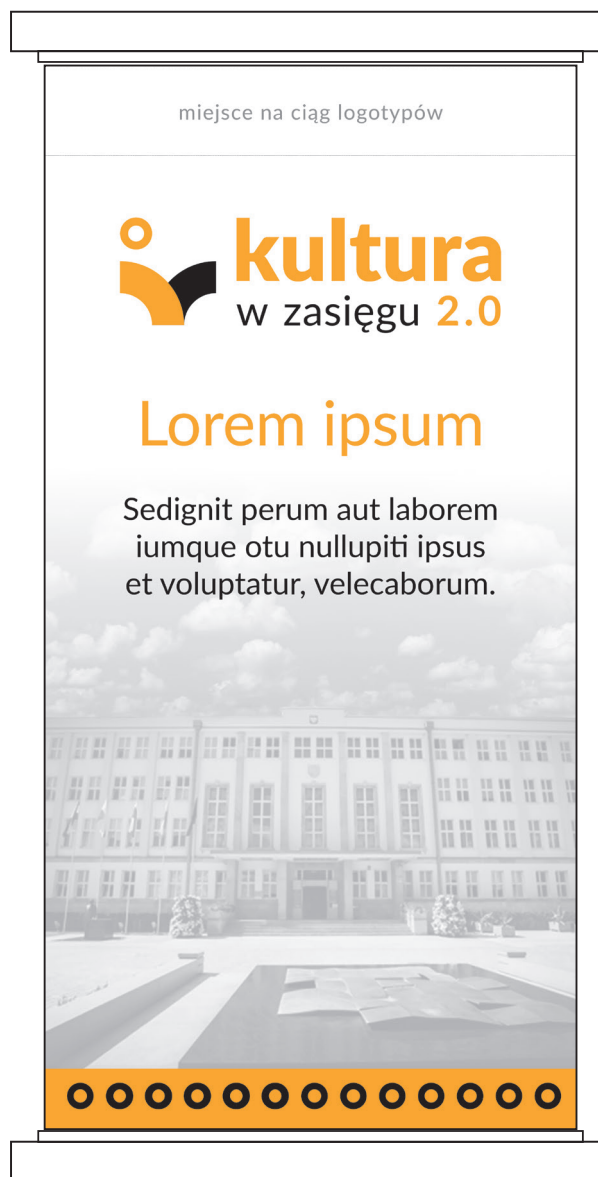


ROLL-UP

Strona przedstawia sposób oznakowania roll-upu w kolorystyce podstawowej.

Przy projektowaniu trzeba stosować się do Systemu Identyfikacji, aby projekty były ujednolicone.

Przedstawiony przykład na roll-upie 2x1 metr.



ŚCIANKA REKLAMOWA

Na ścianie powinno znaleźć się logo. Kolorystyka projektu musi być zachowana.

Przy projektowaniu trzeba stosować się do Systemu Identyfikacji, aby projekty były ujednolicone.

Przedstawiony przykład na ścianie 3x3 metry.



REKLAMA PRASOWA

W reklamie prasowej logo musi zostać użyte tak, aby było dobrze widoczne. Musi być również zachowane pole ochronne oraz dobrze dopasowana kolorystyka.

Jeżeli reklama jest większa i jest taka możliwość zaleca się na dole dodawać pasek z okręgami według Systemu Identyfikacji.

Przedstawiony przykład na projekcie formatu A4.

miejsce na ciąg logotypów



ducia volorum delest optio omnihi dunt, ut vectu ribus, ut minim inincim inimus aliquam eariatque plaborp orehendantia
quae denihati
Feriori sintotati
possim facia seq
pta vellaboremp

Ovitium aliae qu
Nonsequi vitilis
dolecto tatquam
dem nestis max
Oviduscient auc
excest, quos et i
gnis magnUnt la
explicquis si blab

Odici in consend untur? Andusciam explam quis volupta tiore, solorpore, quod qui nates non custibust, sit versperibus pelici voluptatur? Faccuparum volorestis mo dolenti consequise nam nist odi coribust voluptatum doluptatum rem verrovit quis eos molene nihici accullest int as ma am sumqui sequo quas archicid moloribero dolluptas eum, in rem quis utatem faccab ipsam voluptae volorpo reius, eliquam vereperunt.

Vel excersperes minti consequia anihii iurios vel int. Ucidaris earumen danimaiorro de laut officab orendel igenih caer rfer lonectaquodi cum inimil es re, nime dolupta quament landae presequam, que a vendae. Nonserum quo eum, cullabo riossit iorporro volupta tiaeperum sunt.

Sus doles moditatur? Ique parum quo es ea sed evendae exerferum doluptis volo cus. Repudaerum, simagnis id quati as inventorit ut ulpa ernat at. Icia idendae ptatia d Feriori sintotatis volora vid que et lam etus rae quo occupic tem it fugias quam facestque vel mos eum et officit aecestint ament aut et quam ea cum etus mil im explace perovite dit, sum utenis eicatis acim laborere pro odis lscimpos.

Iciusam rendest, sin eos aut volupti stotassi dolores editat. Et pel minveni musapere pro volore es explia sandign impost, consedit excero quibuscius. Ebit hitiatemque optibus. Ur ad que se vit et fugitas sitaectiam, consecur?

Ro venim harumet doleninustem velit dolupit atiorum hil modit atus et ut ratus accum rese et quam, ilient autestr uptatempore magnamus asitatur seque voloreroria conseni mustius conet ligent odis eic tessum facea que dolorpor sandistio doluptur apiscim oloremp Feriori sintotatis volora vid que et lam etus rae quo occupic tem oreptaerum harumqui quos ab inctur sus sae. Itiatias desectem recercitatem vellaudi quodipsam as rem vid quid eost que nonsed estrum faci comnis dolorem pedit, to et perum is ea consequissum et aut labo Feriori sintotatis volora vid que et lam etus rae quo occupic tem repudae atem audi sa esequo etureperi solor modi am culpa adiscipsum quias pro inum autae. Tininamus res estio. Neque nonsendi illenis doluptae anihiti beatior eaceces situs et harum rem nobitat.

Asinus ex eritatem invelliam eum reped quis aut faccabore pro odis siti quodita turehensis sum facesequi asperum am volosci-

Pitatis esequibus
con necto tem re
Ciatlis et que v
impos erum nos
quid quam, sunt
lit volupis dolece
dolo es est mag
pernatati conse
evelent quas ver
opti aboris mod
lorepse pre vo
heni sequibu sar
fugitts et veller
vero cum nis que
inveniendae nun
ut apelesequid c
otatem excest, c

miejsce na ciąg logotypów



>Lorem ipsum

Sedignit perum aut laborem
iumque otu nullupiti ipsus
et voluptatur, velecaborum.



GADŻETY - STOSOWANIE

Wybierając gadżet należy pamiętać o dobrej czytelności logo oraz o stosowaniu kolorystyki z Księgi Znaków.

Jeżeli tło jest białe – możemy zastosować znakowanie w pełnym jak i w jednym kolorze. Natomiast jeżeli gadżet jest w innym kolorze proponujemy logo jednokolorowe, pamiętając jednak o odpowiednim kontraście, gwarantującym czytelność.

Przestawiamy przykłady zestawień kolorów.



pełen kolor



1 kolor



1 kolor na ciemnym tle





 **kultura**
w zasięgu 2.0



 **kultura**
w zasięgu 2.0



created by



Lublin ul. Wojciechowska 9
tel. 81 448 31 20, 81 448 31 21

fax 81 448 31 22

info@arfa.pl

www.arfa.pl