

Szlak Piastowski Brand Manual

Marzec 2014

Spis treści

Wstęp

Logo

Logo	4
Wersja podstawowa	6
Geneza znaku	7
Budowa i proporcje	8
Kolorystyka	9
Warianty achromatyczne	10
Warianty monochromatyczne	11
Pole ochronne	12
Pole ochronne a podstawowe	14
Skalowanie	16
Wielkość minimalna	17
Niedozwolone użycie	18

Typografia

Headline	20
Headline na apli	22
Subheadline	24
Body copy	26
Typografia	28

Kolorystyka

Kolorystyka podstawowa	31
Kolorystyka rozszerzona	32

Zdjęcia

Dobór zdjęć	34
Nieprawidłowy dobór zdjęć	36

Zasady tworzenia materiałów promocyjnych

Elementy graficzne	38
Zasady budowania layoutów	39
Materiały pionowe	42
Materiały poziome	43

Materiały promocyjne

Publikacje	45
Ulotka DL jednostronna	50
Ulotka DL dwustronna	52
Plakat pionowy	54
Plakat poziomy	57
Rollup	60

Ścianka	63
Mapa	65
Witryna internetowa	66

Materiały wewnętrzne

Materiały wewnętrzne	68
Papier listowy	69
Teczka	70
Wizytówki	71
Koperta	72
Prezentacja PowerPoint	73

Wstęp

Niniejsza Księga Identyfikacji Wizualnej stanowi kompendium wiedzy na temat systemu wizualnego Szlaku Piastowskiego.

Przed rozpoczęciem pracy z identyfikacją Szlaku Piastowskiego należy dokładnie zapoznać się z wytycznymi dotyczącymi poszczególnych jej elementów. Jest to niezbędne dla zachowania spójności i poprawności tworzonych materiałów.

Księga zawiera opis podstawowych elementów identyfikacji i porządkuje je w celu prawidłowego kreowania wizerunku. Wyznacza zasady w zakresie wykorzystania elementów identyfikujących.

Spójny wizerunek pomaga wyróżnić się na tle konkurencji oraz zachęca do korzystania z atrakcji Szlaku Piastowskiego.

1. Logo

1.1 Logo

Logo w wersji podstawowej występuje w wersji pionowej oraz poziomej.



1.1 Logo

Logo w wersji podstawowej występuje w wersji pionowej oraz poziomej.



1.2

Wersja podstawowa

Wersja podstawowa - logo na apli

Pole podstawowe znaku (apla) jest białym prostokątem o zaokrąglonych rogach.

Logo na apli należy stosować na tłach innych niż białe. Logo na apli gwarantuje widoczność znaku graficznego.



1.3

Geneza znaku

Inspiracją i założeniem przy projektowaniu logo był symbol orła w układzie heraldycznym.

Orzeł w układzie heraldycznym
(z głową w prawo)

Obrys orła w herbie nawiązujący
do szlaku

Charakterystycznie podwinięte
skrzydło

Szlak
Piastowski

Krój pisma nawiązujący do denara
Bolesława Chrobrego

1.4 Budowa i proporcje

W strukturze logo wyróżniamy 2 elementy
składowe: sygnet i logotyp.



1.5

Kolorystyka

Gradient - wypełnienie logo



▲
Pantone 1797 C
C = 7 M = 100 Y = 98 K=0
R = 222 G = 31 B = 39

▲
Pantone 506 C
C = 27 M = 100 Y = 100 K=28
R = 143 G = 29 B = 28

Gradient - cieniowanie



▲
przezroczystość

▲
Pantone 506 C
C = 27 M = 100 Y = 100 K=28
R = 143 G = 29 B = 28

Gradient - cieniowanie



▲
przezroczystość

▲
Pantone 506 C
C = 27 M = 100 Y = 100 K=28
R = 143 G = 29 B = 28



Pantone 484 C
C = 23 M = 100 Y = 94 K = 16
R = 170 G = 29 B = 40



Pantone 504 C
C = 65 M = 100 Y = 100 K = 35
R = 87 G = 28 B = 31

1.6

Warianty achromatyczne

Wersja achromatyczna logo:
pozytyw i negatyw.



Wariant achromatyczny logo
- pozytyw



Wariant achromatyczny logo
- negatyw

1.7

Warianty monochromatyczne

Logo w wersji monochromatycznej występuje w następujących wariantach:

1. w skali szarości;
2. 100% Black - pozytyw;
3. 100% Black - negatyw.



Wariant monochromatyczny
w skali szarości



Wariant monochromatyczny
100% Black - pozytyw



Wariant monochromatyczny
100% Black - negatyw

1.8

Pole ochronne

Pole ochronne to obszar wokół logo, w którym nie mogą znaleźć się żadne elementy graficzne.

Pole ochronne wyznacza także minimalną odległość logo od krawędzi powierzchni, na której logo jest umieszczone.

Obszar ochronny logo w wersji poziomej równy jest $\frac{1}{3}$ szerokości sygnetu.



1.8

Pole ochronne

Pole ochronne to obszar wokół logo, w którym nie mogą znaleźć się żadne elementy graficzne.

Pole ochronne wyznacza także minimalną odległość logo od krawędzi powierzchni, na której logo jest umieszczone.

Obszar ochronny logo w wersji poziomej równy jest $\frac{1}{3}$ szerokości sygnetu.



1.9

Pole ochronne a podstawowe



Należy pamiętać o tym, że pole ochronne wyznaczone jest względem logo, a nie jego pola podstawowego (apli).



1.9

Pole ochronne a podstawowe



Należy pamiętać o tym, że pole ochronne wyznaczone jest względem logo, a nie jego pola podstawowego (apli).



1.10 Skalowanie

Logo należy skalować proporcjonalnie
względem szerokości i wysokości,
z zachowaniem pola ochronnego.



Zabrania się rozciągania znaku we
wspomnianych płaszczyznach.



Skalowanie poprawne



Skalowanie niepoprawne

1.11

Wielkość minimalna

Podana minimalna wielkość zapewnia czytelność materiałów z użyciem logo.

Znak nie może występować w mniejszych, niż ustalone, rozmiarach.



Należy ściśle stosować się do ustalonych, minimalnych wielkości.



min. h = 12 mm/ 34 px



min. h = 7,5 mm/ 21,25 px

1.12

Niedozwolone użycie

Znak powinien zachować proporcje oryginału.

Nie wolno umieszczać znaku bez apli na
niejednolitym tle.

Jedynym źródłem znaków są pliki załączone
do dokumentu.



Fusce vel... consectetur
elit sod... erit, tórtor in
felis po... yerra. Aenean
tristiqu... pharetra at erat
ut tristi... vinar odio, at
sagittis... am et malesuada
fames ac... auctibus. Maecenas
dictum risu... auctor, eu tincidunt
lorem scelerisque... nisi vitae ligula varius
accumsan. Nullam sed scelerisque arcu. Ut et
dictum... en po... uere diam. Suspendisse ac
tempor nunc... as... el velit placerat
ornare. Sed... da, lorem... auctor lobortis,
risus nisi... estas... at semper tortor augue
vehicula enim. morbi non eu... grvida, vehicula
purus in, varius odio.

2. Typografia

2.1

Headline

W nagłówkach należy stosować kroje pisma:

- Signika Bold;
- Signika Semibold;
- Signika Regular;
- Signika Light.

Signika jest fontem kompleksowym o dużej czytelności i ciekawym charakterze. Zaprojektowany został z przeznaczeniem dla systemów identyfikacji wizualnych.

Krój dostępny jest bezpłatnie.

Signika Bold

AĄBCĆDEĘFGHIJKŁŁMNŃOÓPRSŚTUWYZŻŻ
aąbcćdeęfghijklłmnńoóprsśtuwyzżż

Signika Semibold

AĄBCĆDEĘFGHIJKŁŁMNŃOÓPRSŚTUWYZŻŻ
aąbcćdeęfghijklłmnńoóprsśtuwyzżż

Signika Regular

AĄBCĆDEĘFGHIJKŁŁMNŃOÓPRSŚTUWYZŻŻ
aąbcćdeęfghijklłmnńoóprsśtuwyzżż

Signika Light

AĄBCĆDEĘFGHIJKŁŁMNŃOÓPRSŚTUWYZŻŻ
aąbcćdeęfghijklłmnńoóprsśtuwyzżż

2.1 Headline

Wszystkim nagłówkom zamieszczonym na materiałach Szlaku Piastowskiego należy nadać odpowiednie światło międzyliterowe (tracking) oraz interlinię (leading).

Obie zasady formatowania nagłówków zaprezentowane zostały obok.

Leading - interlinia dla nagłówków wynosi 110% wielkości kroju pisma

**Headline Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing elit. Ut odio diam,
facilisis eget leo luctus.**



Tracking - odległości pomiędzy parami znaków = -25%

Lor**em**



W celu wzmocnienia przekazu nagłówka dopuszczalne jest pogrubienie jednej linijki tekstu przy zachowaniu tego samego rozmiaru fontu

Headline Lorem ipsum

2.2

Headline na apli

W przypadku stosowania nagłówków na niejednorodnych tłach wskazane jest umieszczanie ich na apli.

Szczegółowe wytyczne budowy apli zobrazowane zostały obok.

Budowa apli dla nagłówka jednowierszowego



Budowa apli dla nagłówka dwuwierszowego



Budowa apli dla nagłówka trójwierszowego



2.2

Headline na apli

W przypadku stosowania nagłówków na niejednolitych tłach wskazane jest umieszczanie ich na apli.

Szczegółowe wytyczne budowy apli zobrazowane zostały obok.

Zaokrąglenie rogów apli



Zaokrąglenie rogów apli wynosi 0,17 wysokości apli

2.3

Subheadline

Subheadline jest krótkim tekstem będącym rozwinięciem nagłówka (headline) oraz wstępem do body copy. Stosuje się go w materiałach promocyjnych zawierających większą ilość tekstu.

W subheadlinie należy stosować krój pisma Signika Bold lub Signika Semibold.

Signika Bold

A Ą B C Ć D E Ę F G H I J K L Ł M N Ń O Ó P R S Ś T U W Y Z Ż ż
a ą b c ć d e ę f g h i j k l ł m n ń o ó p r s ś t u w y z ż ż

Signika Semibold

A Ą B C Ć D E Ę F G H I J K L Ł M N Ń O Ó P R S Ś T U W Y Z Ż ż
a ą b c ć d e ę f g h i j k l ł m n ń o ó p r s ś t u w y z ż ż

2.3

Subheadline

Również dla tekstów subheadline należy nadać odpowiednie światło międzyliterowe (tracking) oraz interlinię (leading).

Obie zasady formatowania nagłówków zaprezentowane zostały obok.

Leading - interlinia dla nagłówków wynosi 115% wielkości kroju pisma

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.
Donec imperdiet tristique neque, at ultrices orci blandit sit
amet. Aenean nec euismod lorem. In auctor velit eget tellus
sagittis fringilla



Tracking - odległości pomiędzy parami znaków = -10%

Lorem



2.4

Body copy

W tekstach body copy należy posługiwać się krojami pisma z rodziny Source Sans:

- Source Sans Pro Black;
- Source Sans Pro Bold;
- Source Sans Pro Semibold;
- Source Sans Pro Regular;
- Source Sans Pro Light;
- Source Sans Pro Extra Light.

Krój Source Sans Pro został wybrany ze względu na przejrzystość oraz szeroki przekrój odmian w rodzinie.

Source Sans Pro jest bezpłatny.

Source Sans Pro Black

AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPRSŚTUWYZŻŻ
aąbcćdeęfghijklłmnńoóprsstuwyzżż

Source Sans Pro Bold

AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPRSŚTUWYZŻŻ
aąbcćdeęfghijklłmnńoóprsstuwyzżż

Source Sans Pro Semibold

AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPRSŚTUWYZŻŻ
aąbcćdeęfghijklłmnńoóprsstuwyzżż

Source Sans Pro Regular

AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPRSŚTUWYZŻŻ
aąbcćdeęfghijklłmnńoóprsstuwyzżż

Source Sans Pro Light

AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPRSŚTUWYZŻŻ
aąbcćdeęfghijklłmnńoóprsstuwyzżż

Source Sans Pro ExtraLight

AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPRSŚTUWYZŻŻ
aąbcćdeęfghijklłmnńoóprsstuwyzżż

2.4

Body copy

Należy pamiętać o odpowiednim sformatowaniu światła międzyliterowego (tracking) oraz interlinii (leading).

Dla wyróżnienia ważnych fragmentów stosujemy Source Sans Pro Bold. W przypadku śródtytułów - Source Sans Pro Black.

W tekstach uzupełniających, dodatkowych, cytatach można używać kursywy.

Leading - intrerlinia dla body copy wynosi 115% wielkości kroju pisma

Aliquam erat volutpat. Mauris semper commodo nibh id ornare. Curabitur sit amet commodo risus, non vehicula magna. Vivamus varius neque **sed velit iaculis venenatis.** Maecenas sed metus sed justo mattis consectetur non accumsan libero.

x
115% x

Mauris felis urna, fringilla in odio in

Molestie pulvinar neque. Donec ullamcorper, urna eget elementum placerat, felis nulla hendrerit erat, eget ultrices erat nulla ac nisi.

Tracking - odległości pomiędzy parami znaków = -10%

Lorem ipsum dolor

- 10%

2.5

Typografia

1. Teksty należy poprzedzić tytułem.
2. W przypadku dłuższych tekstów, jak np. publikacja, dodatkowo można zastosować śródtytuł.
3. Paragraf można poprzedzić śródtytułem.
4. Dla podkreślenia ważnych informacji w tekście należy używać wyboldowań.
5. Teksty należy podzielić na krótkie, czytelne paragrafy.

Czytanie tekstu nie powinno sprawiać trudności, dlatego należy odpowiednio dobrać jego wielkość.



Należy stosować się do wytycznych opisanych w niniejszym rozdziale.

- 1 **Headline Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ut odio diam, facilisis eget leo luctus.**
- 2 **Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec imperdiet tristique neque, at ultrices orci blandit sit amet. Aenean nec euismod lorem. In auctor velit eget tellus sagittis fringilla**
- 3 **Aliquam erat volutpat. Mauris semper commodo nibh id ornare.**
Curabitur sit amet commodo risus, non vehicula magna. Vivamus varius neque **sed velit iaculis venenatis.** Maecenas sed metus sed justo mattis consectetur non accumsan libero.
- 4 **Mauris felis urna, fringilla in odio in**
- 5 Molestie pulvinar neque. Donec ullamcorper, urna eget elementum placerat, felis nulla hendrerit erat, eget ultrices erat nulla ac nisi.

2.5

Typografia

Prawidłowa budowa akapitów

Na ilustracji obok zaprezentowane zostały przykłady poprawnej i niepoprawnej budowy akapitów.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Mauris scelerisque felis ac sapien fringilla.

Vivamus sit amet orci at ipsum mollis tempor. Aenean imperdiet, tellus a faucibus, diam tortor.



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. **Mauris scelerisque felis ac sapien fringilla.**

Vivamus sit amet orci at ipsum mollis Aenean imperdiet, tellus a faucibus, diam tortor.



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur

Adipiscing elit mauris scelerisque felis ac sapien fringilla. Vivamus sit amet orci.

At ipsum mollis tempor. Aenean imperdiet, tellus a faucibus, diam tortor.



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Mauris scelerisque felis ac sapien fringilla. Phasellus tristique felis id odio fermentum, sit amet tincidunt odio vestibulum. Quisque id pulvinar metus.



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Mauris scelerisque felis ac sapien fringilla.



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Mauris scelerisque felis ac sapien fringilla. Phasellus tristique felis id odio fermentum, sit amet tincidunt odio vestibulum. Quisque id pulvinar metus.



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur

Mauris scelerisque felis ac sapien fringilla, ut feugiat metus pharetra. Vivamus malesuada tellus at urna aliquam, ut convallis risus placerat.

In faucibus sollicitudin felis eu hendrerit. Donec tellus eros,



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

Mauris scelerisque felis ac sapien fringilla, ut feugiat metus pharetra.



3. Kolorystyka

3.1

Kolorystyka podstawowa



PANTONE: 3252 C
C= 65 M= 100 Y= 100 K= 35
R= 87 G= 28 B= 31



PANTONE: 608 C
C= 0 M= 100 Y= 100 K= 15
R= 206 G= 24 B= 30



PANTONE: White
C= 0 M= 0 Y= 0 K= 0
R= 255 G= 255 B= 255

3.2

Kolorystyka rozszerzona



PANTONE: 3252 C
C= 47 M= 0 Y= 24 K= 0
R= 131 G= 207 B= 202



PANTONE: 608 C
C= 0 M= 0 Y= 32 K= 2
R= 252 G= 243 B= 185



PANTONE: 5125 C
C= 72 M= 90 Y= 30 K= 15
R= 94 G= 55 B= 107



PANTONE: 299 C
C= 85 M= 19 Y= 0 K= 0
R= 0 G= 157 B= 220



PANTONE: 1945 C
C= 0 M= 100 Y= 56 K= 19
R= 198 G= 12 B= 70



PANTONE: 1595 C
C= 0 M= 59 Y= 100 K= 5
R= 232 G= 125 B= 30



PANTONE: Red 032 C
C= 0 M= 90 Y= 86 K= 0
R= 239 G= 65 B= 53



PANTONE: 484 C
C= 0 M= 95 Y= 100 K= 29
R= 179 G= 35 B= 23



PANTONE: 7428 C
C= 0 M= 80 Y= 45 K= 55
R= 132 G= 43 B= 55



PANTONE: 382 C
C= 29 M= 10 Y= 100 K= 0
R= 193 G= 216 B= 47



PANTONE: 110 C
C= 0 M= 12 Y= 100 K= 7
R= 241 G= 203 B= 0



PANTONE: 5463 C
C= 100 M= 0 Y= 18 K= 83
R= 0 G= 56 B= 70



PANTONE: 7495 C
C= 25 M= 0 Y= 80 K= 30
R= 148 G= 165 B= 69



PANTONE: Cool Gray 5C
C= 0 M= 0 Y= 0 K= 29
R= 190 G= 192 B= 194



PANTONE: 424 C
C= 0 M= 0 Y= 0 K= 61
R= 126 G= 128 B= 131

4. Zdjęcia

4.1

Dobór zdjęć

Zdjęcia pejzaży i obiektów

Zdjęcia pejzaży i zabytków powinny być wykonane w sprzyjających warunkach pogodowych.

Zasadą jest prezentowanie obiektów Szlaku Piastowskiego w pełnym kadrze. Dopuszcza się prezentowania elementów Szlaku w ciasnych kadrach, o ile przekaz zdjęcia jest łatwy do odczytania.

Należy pamiętać, aby zdjęcia stanowiły rozwinięcie lub dopełnienie materiałów tekstowych.



4.1

Dobór zdjęć

Zdjęcia postaci

Osoby prezentowane w materiałach powinny być przedstawiane w rzeczywistych sytuacjach. Powinny sprawiać wrażenie pogodnych i zadowolonych.

Należy pamiętać, aby zdjęcia stanowiły rozwinięcie lub dopełnienie materiałów tekstowych.



4.2

Nieprawidłowy dobór zdjęć

Na ilustracji obok zaprezentowane zostały przykłady nieprawidłowego doboru zdjęć.



✘ Zdjęcie wykonane w niesprzyjających warunkach pogodowych



✘ Zdjęcie nieostre



✘ Niepoprawny kadr



✘ Postać odwrócona tyłem; brak motywu związanego ze Szlakiem Piastowskim

5. Zasady tworzenia materiałów promocyjnych

5.1

Elementy graficzne

Do elementów graficznych materiałów promocyjnych Szlaku Piastowskiego zaliczamy:

- **typografię** - kroje pisma z rodziny Source Sans Pro oraz Signika;
- **zdjęcia;**
- **logo** - w wersji podstawowej w układzie pionowym bądź poziomym;
- **krzywą** - charakterystyczny element materiałów promocyjnych, którego budowa i zasady używania zaprezentowane zostały w niniejszym rozdziale.



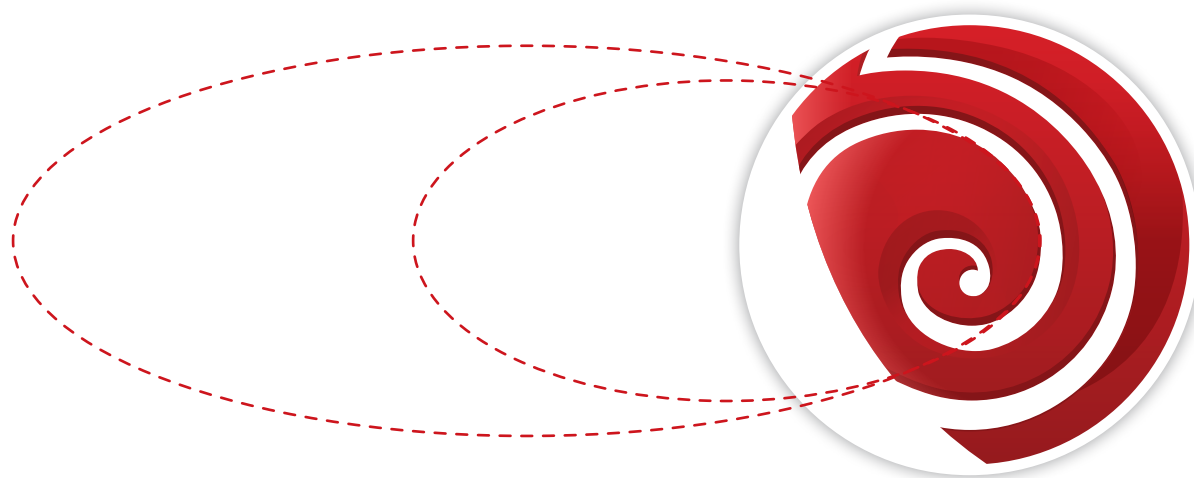
5.2

Zasady budowania layoutów

Ilustracja przedstawia sposób wykreślenia krzywej, znamiennej dla materiałów promujących Szlak Piastowski.

Przy projektowaniu krzywej uwzględnione zostały następujące zasady:

- krzywa wykreślona została na podstawie logo, w oparciu o element obrazujący skrzydło;
- krzywa ma postać owalu;
- w odniesieniu do symboliki - pole, które wykreśla krzywa jest rozwiniętym skrzydłem orła.



5.2

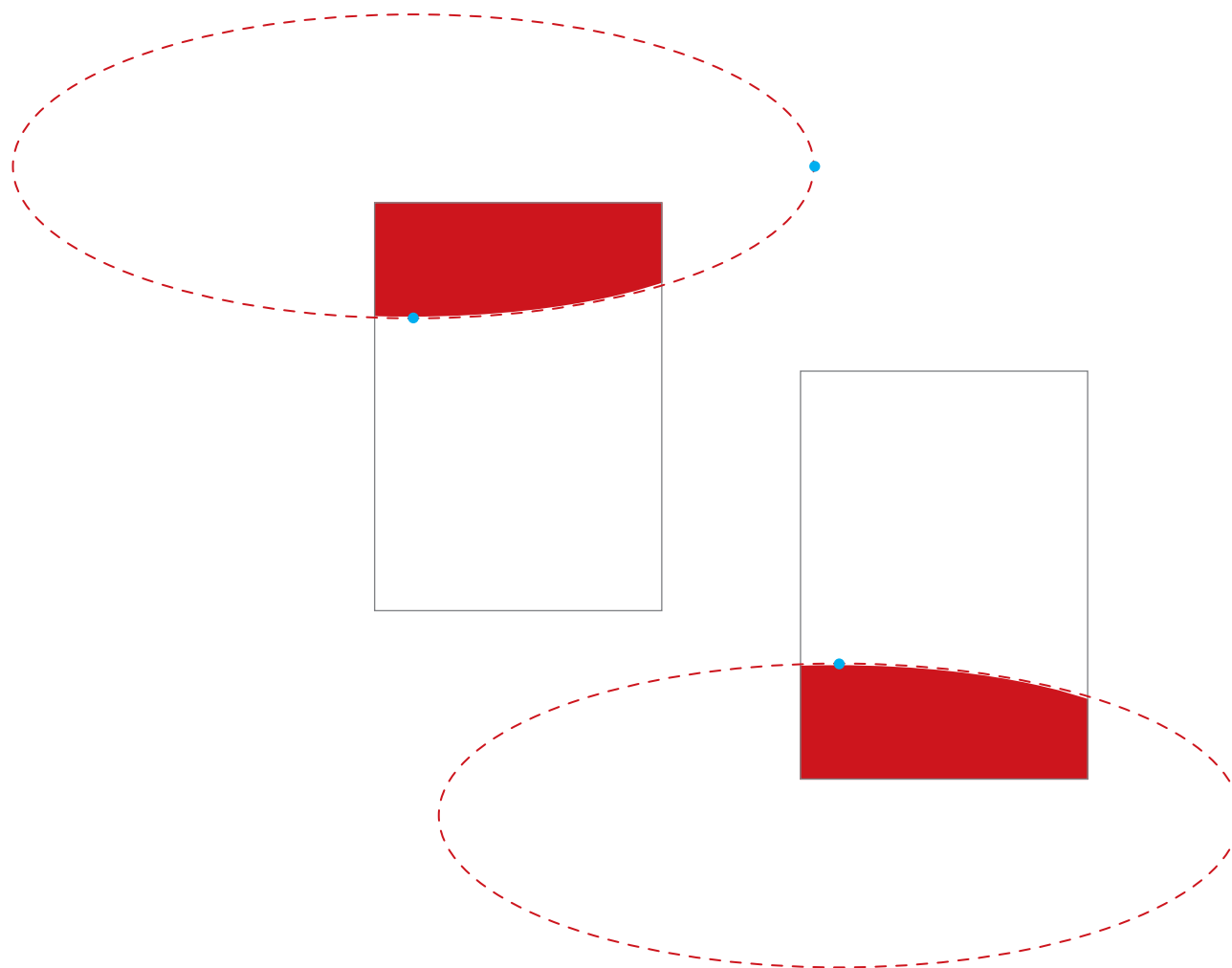
Zasady budowania layoutów

Materiały pionowe

Ilustracja przedstawia sposób wykreślenia krzywej, znamiennej dla materiałów promujących Szlak Piastowski.

Przy projektowaniu krzywej uwzględnione zostały następujące zasady:

- krzywa wykreślona została na podstawie logo, w oparciu o element obrazujący skrzydło;
- krzywa ma postać owalu;
- w odniesieniu do symboliki - pole, które wykreśla krzywa jest rozwiniętym skrzydłem orła.



5.2

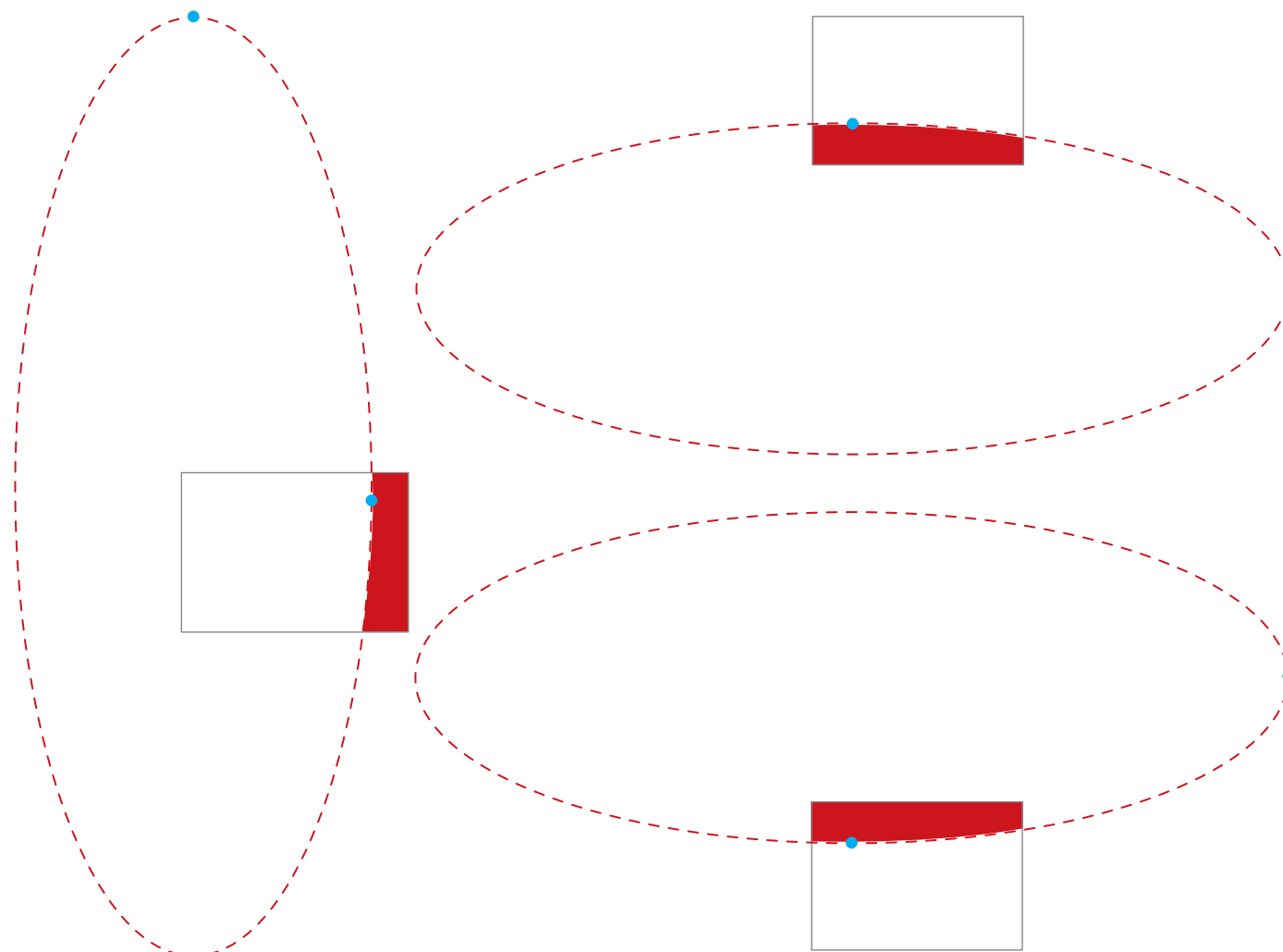
Zasady budowania layoutów

Materiały poziome

Ilustracja przedstawia sposób wykreślenia krzywej, znamiennej dla materiałów promujących Szlak Piastowski.

Przy projektowaniu krzywej uwzględnione zostały następujące zasady:

- krzywa wykreślona została na podstawie logo, w oparciu o element obrazujący skrzydło;
- krzywa ma postać owalu;
- w odniesieniu do symboliki - pole, które wykreśla krzywa jest rozwiniętym skrzydłem orła.



5.3

Materiały pionowe

Na ilustracji obok zaprezentowane zostały przykładowe layouty materiałów Szlaku Piastowskiego.



5.4

Materiały poziome

Na ilustracji obok zaprezentowane zostały przykładowe layouty materiałów Szlaku Piastowskiego.



6. Materiały promocyjne

6.1

Publikacje

Materiały pionowe

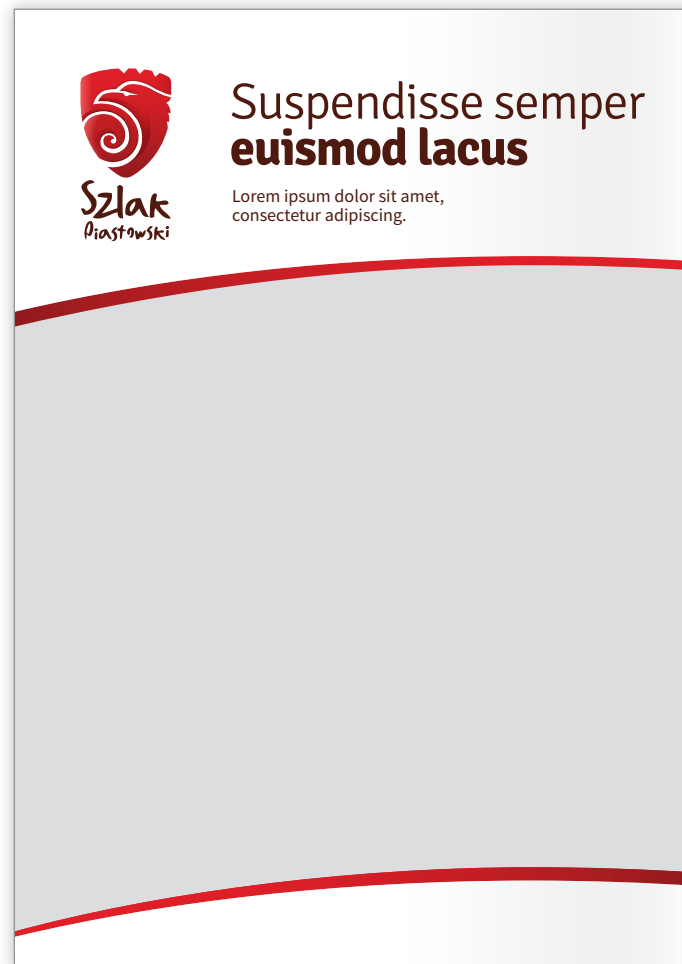
Kluczowym elementem okładki jest zdjęcie. To ono w dużym stopniu wyznacza jej charakter. Dlatego należy zadbać, by materiał zdjęciowy był jak najlepszej jakości, zarówno pod względem technicznym, jak i wizualnym.

Podstawowymi elementami okładek publikacji są:

- zdjęcie;
- logo;
- typografia - headline oraz body copy;
- krzywa.



Projekt ma charakter przykładowy.



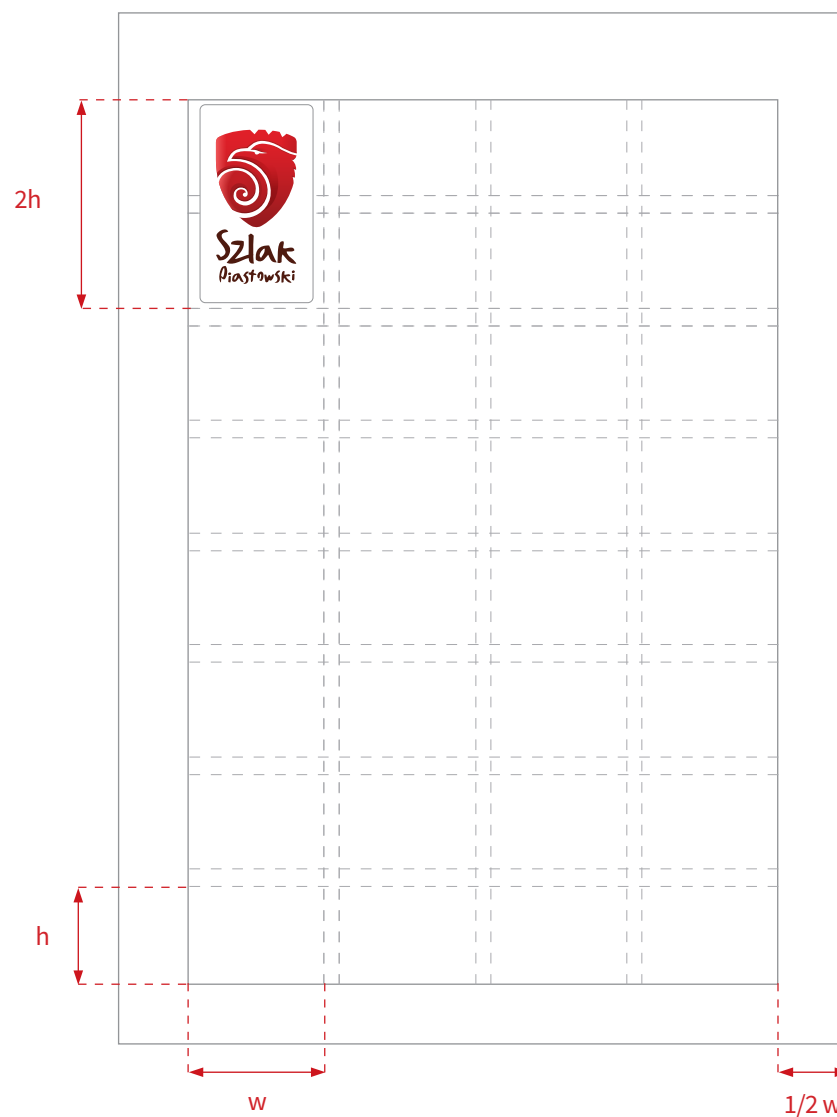
6.1 Publikacje

Materiały pionowe

Podstawowym elementem konstrukcyjnym publikacji jest siatka.

Kolumny siatki wyznaczają zasady gospodarowania przestrzenią publikacji.

Dla dokumentów pionowych należy przyjąć podział 4/8 (gdzie 4 to liczba kolumn, a 8 to liczba wierszy).



6.1 Publikacje

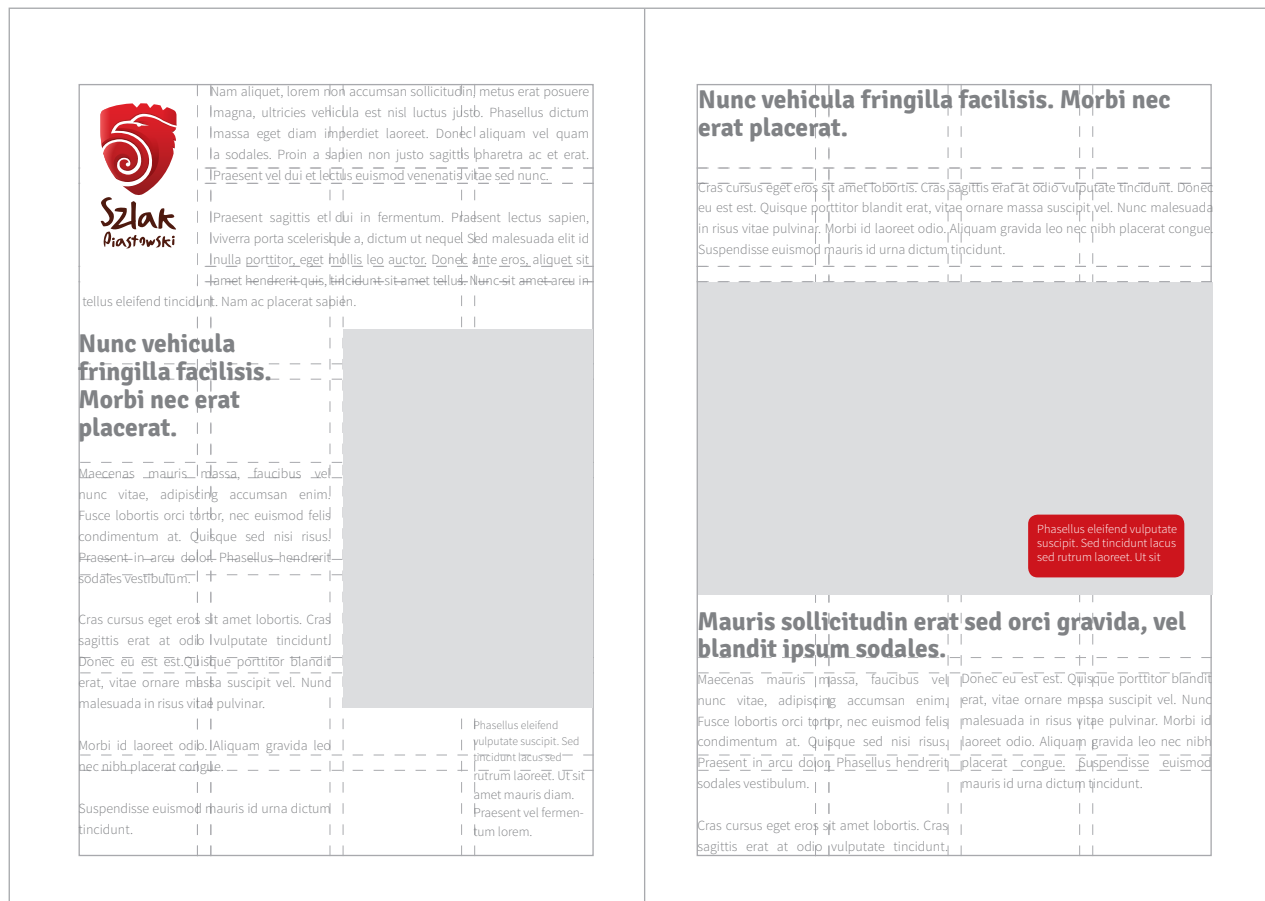
Materiały pionowe

Ilustracja prezentuje możliwe przykłady kompozycji treści w oparciu o siatkę.

W obrębie siatki można dowolnie układać elementy publikacji, takie jak teksty, zdjęcia itp., z zachowaniem zasad opisanych w niniejszym dokumencie.



Projekt ma charakter przykładowy.



6.1

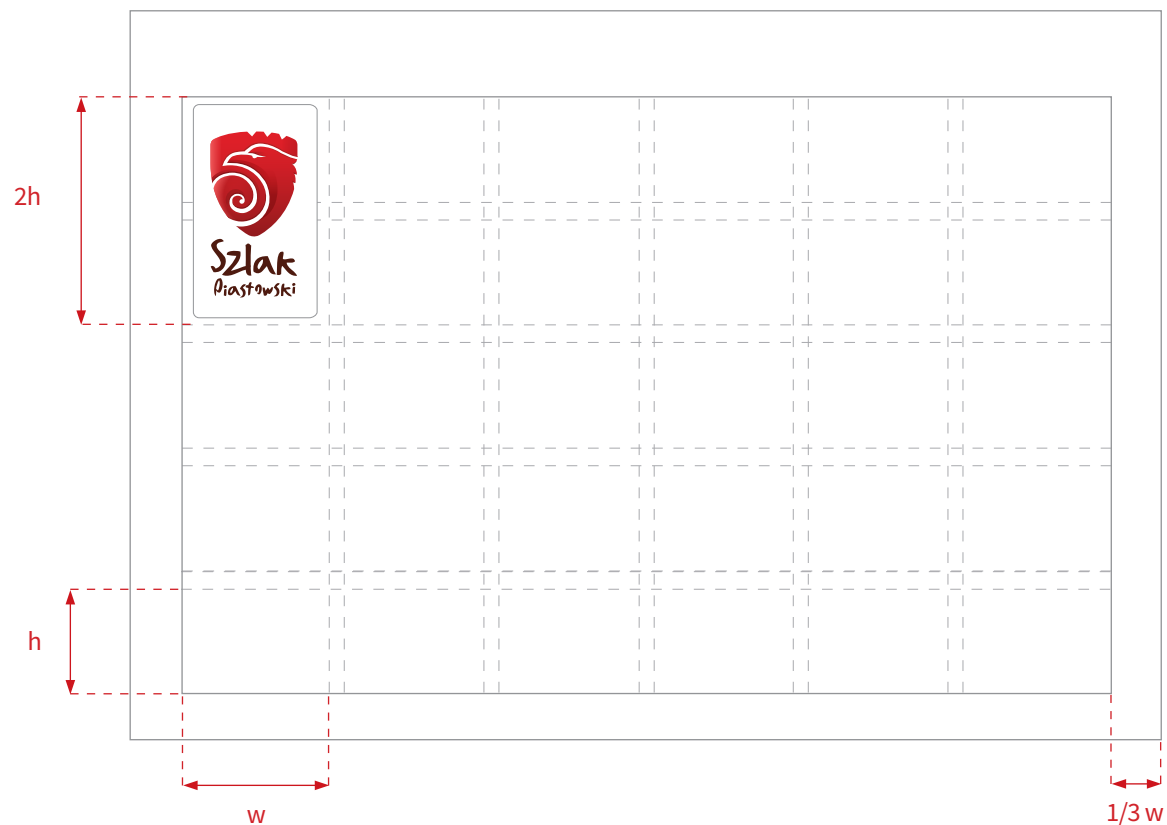
Publikacje

Materiały poziome

Podstawowym elementem konstrukcyjnym publikacji jest siatka.

Kolumny siatki wyznaczają zasady gospodarowania przestrzenią publikacji.

Dla dokumentów poziomych należy przyjąć podział 6/5 (gdzie 6 to liczba kolumn, a 5 to liczba wierszy).



6.1

Publikacje

Materiały poziome

Ilustracja prezentuje możliwe przykłady kompozycji treści w oparciu o siatkę.

W obrębie siatki można dowolnie układać elementy publikacji, takie jak teksty, zdjęcia itp., z zachowaniem zasad opisanych w niniejszym dokumencie.



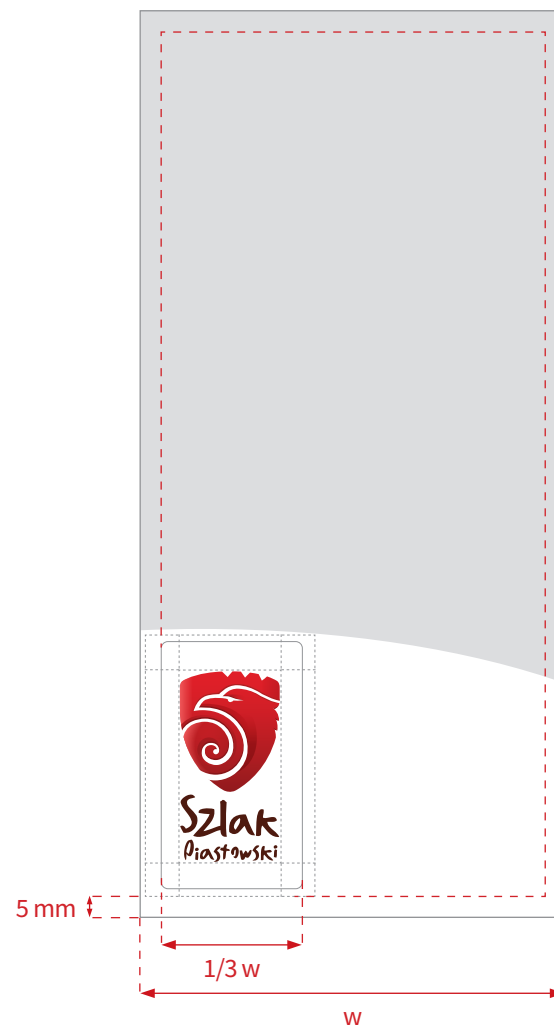
Projekt ma charakter przykładowy.



6.2

Ulotka DL jednostronna

Na ilustracji obok w sposób schematyczny zaprezentowane zostały layouty ulotek DL Szlaku Piastowskiego.



6.2

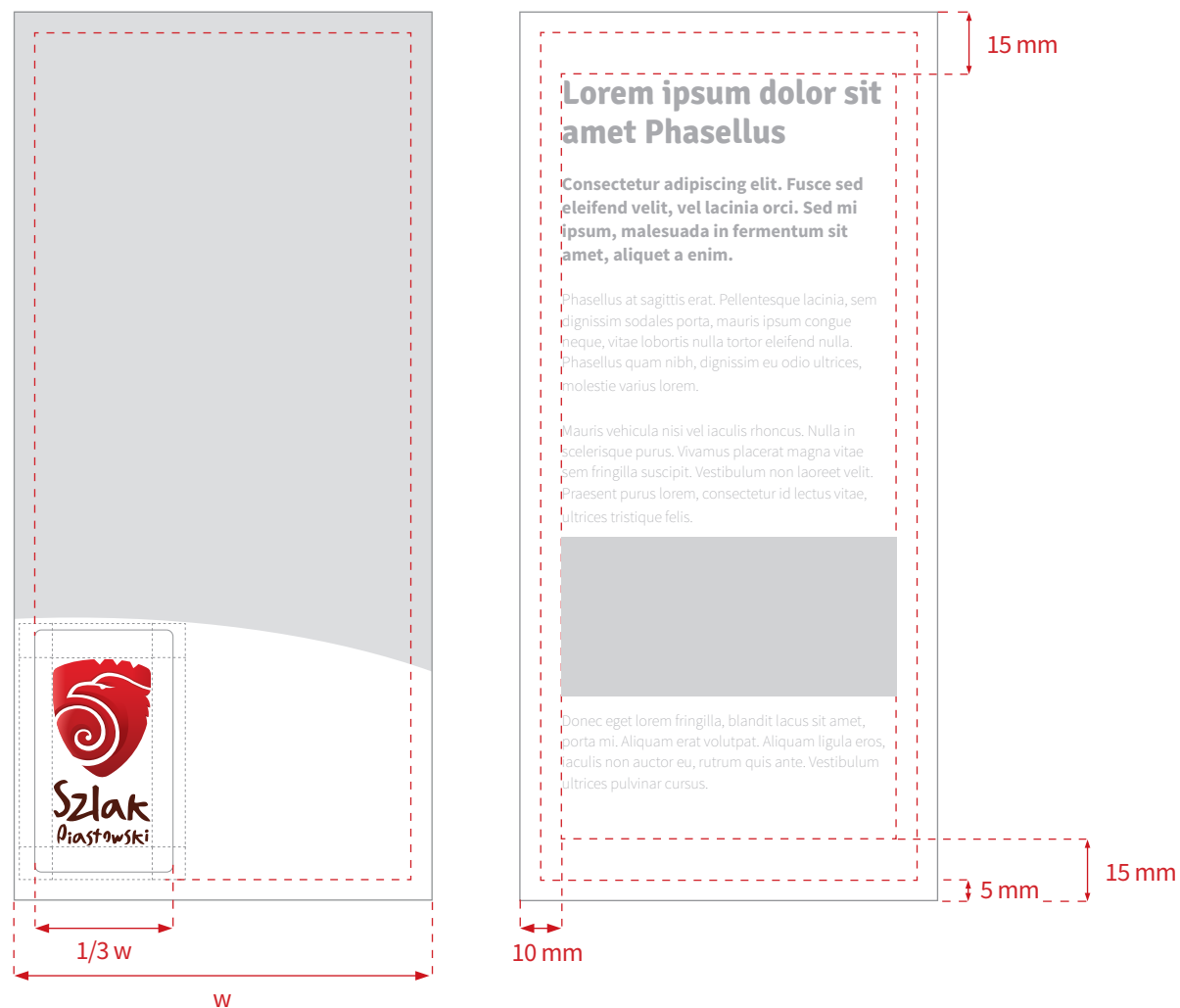
Ulotka DL jednostronna



6.3

Ulotka DL dwustronna

Na ilustracji obok w sposób schematyczny zaprezentowany został layout dwustronnej ulotki DL Szlaku Piastowskiego.



6.3

Ulotka DL dwustronna

Na ilustracji obok zaprezentowany został przykładowy layout dwustronnej ulotki DL Szlaku Piastowskiego.



6.3

Plakat pionowy

Na ilustracji obok w sposób schematyczny zaprezentowane zostały przykładowe layouty plakatów pionowych.



Przedstawione obok wytyczne mają zastosowanie dla formatów o symbolu A.



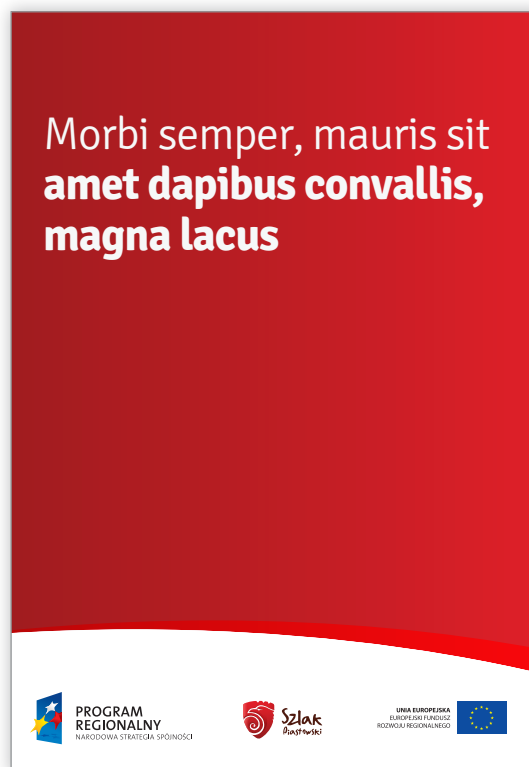
6.3

Plakat pionowy



6.3

Plakat pionowy



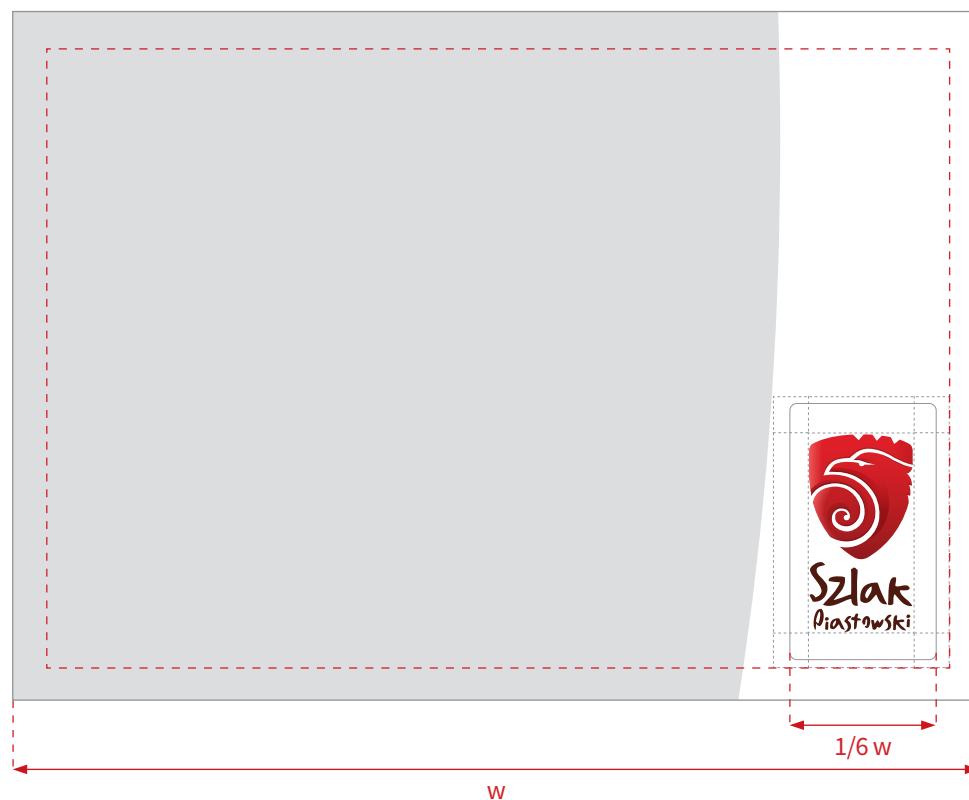
6.4

Plakat poziomy

Na ilustracji obok w sposób schematyczny zaprezentowany został przykładowy layout plakatu poziomego.

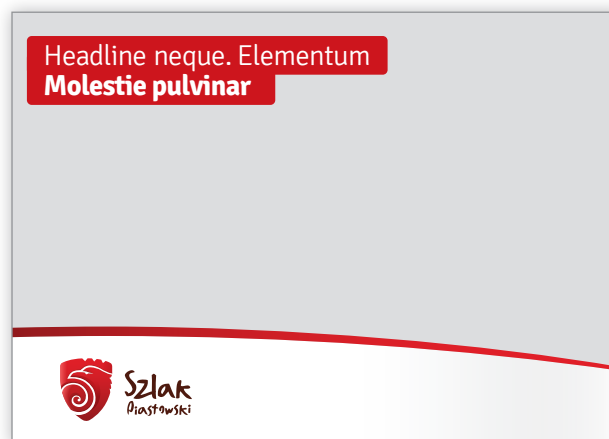
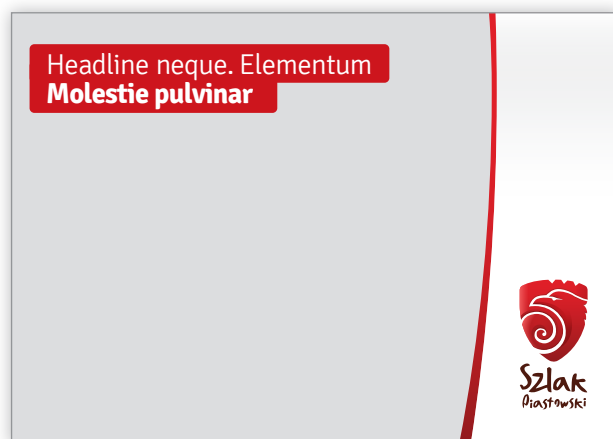


Przedstawione obok wytyczne mają zastosowanie dla formatów o symbolu A.



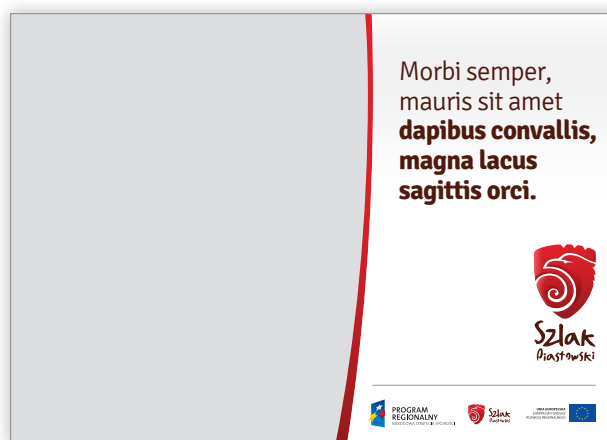
6.4

Plakat poziomy



6.4

Plakat poziomy

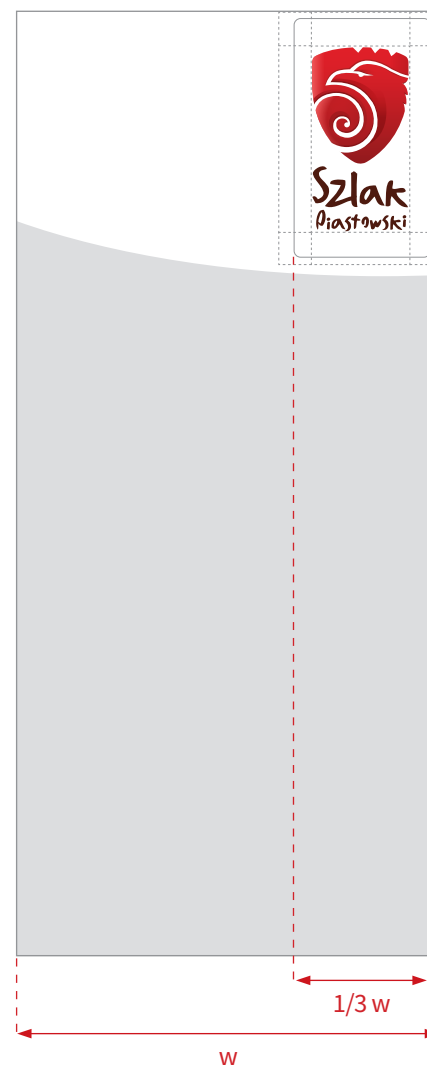


6.5 Rollup

Na ilustracji obok w sposób schematyczny zaprezentowany został rollup.



Przy projektowaniu różnego typu form wystawienniczych należy pamiętać o takim umieszczeniu logo, by znajdowało się ono w polu widzenia obserwatora. Sugerowane umiejscowienie to prawy bądź lewy górny róg.



6.5

Rollup

Na ilustracji obok zaprezentowany został przykładowy layout rollupu.



6.5 Rollup

Na ilustracji obok zaprezentowany został przykładowy layout rollupu.

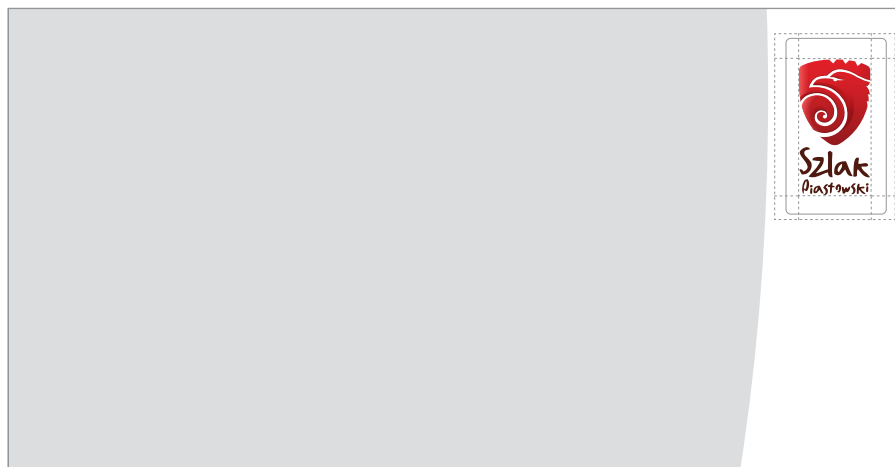
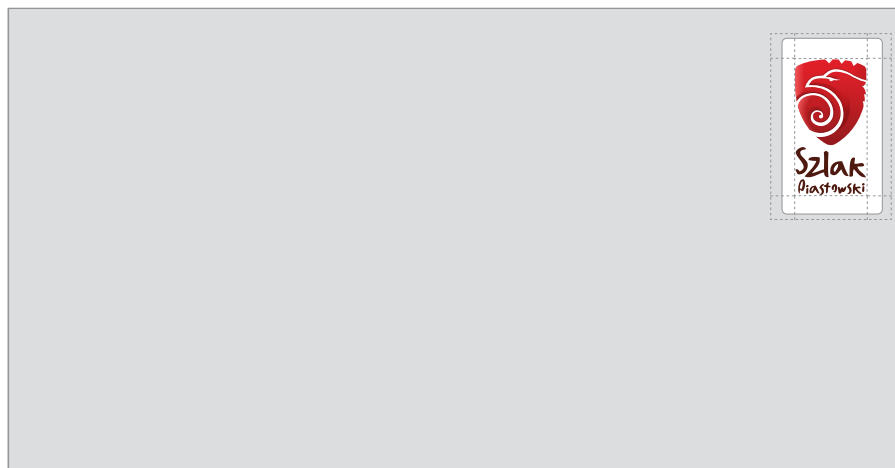


6.6 Ścianka

Na ilustracji obok w sposób schematyczny zaprezentowana została ścianka.

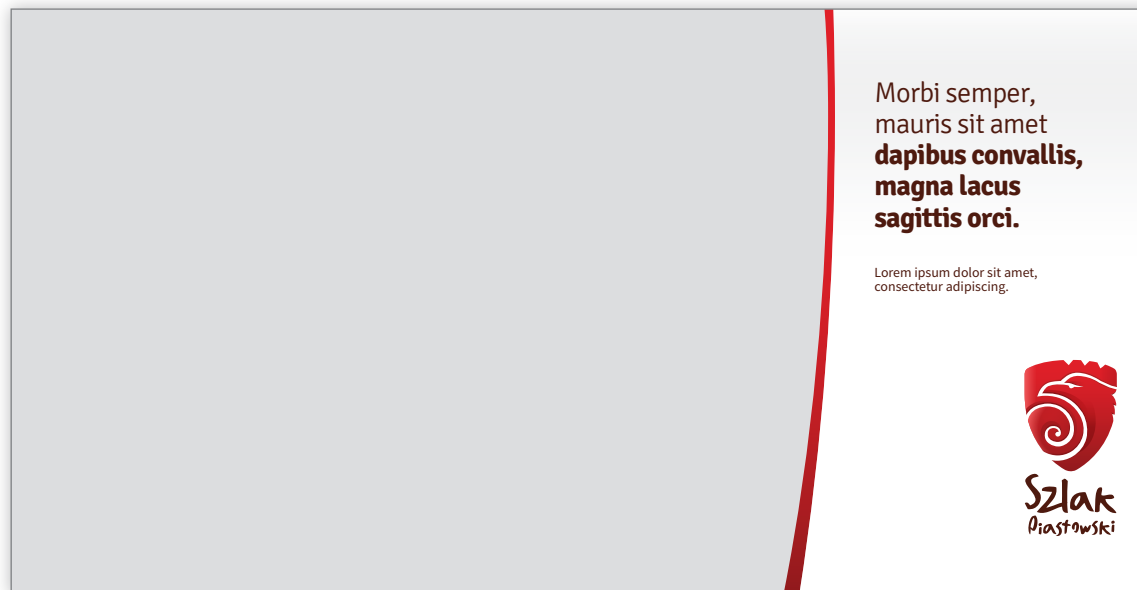


Przy projektowaniu różnego typu form wystawienniczych należy pamiętać o takim umieszczeniu logo, by znajdowało się ono w polu widzenia obserwatora. Sugerowane umiejscowienie to prawy bądź lewy górny róg.



6.6 Ścianka

Na ilustracji obok zaprezentowany został przykładowy layout ścianki.

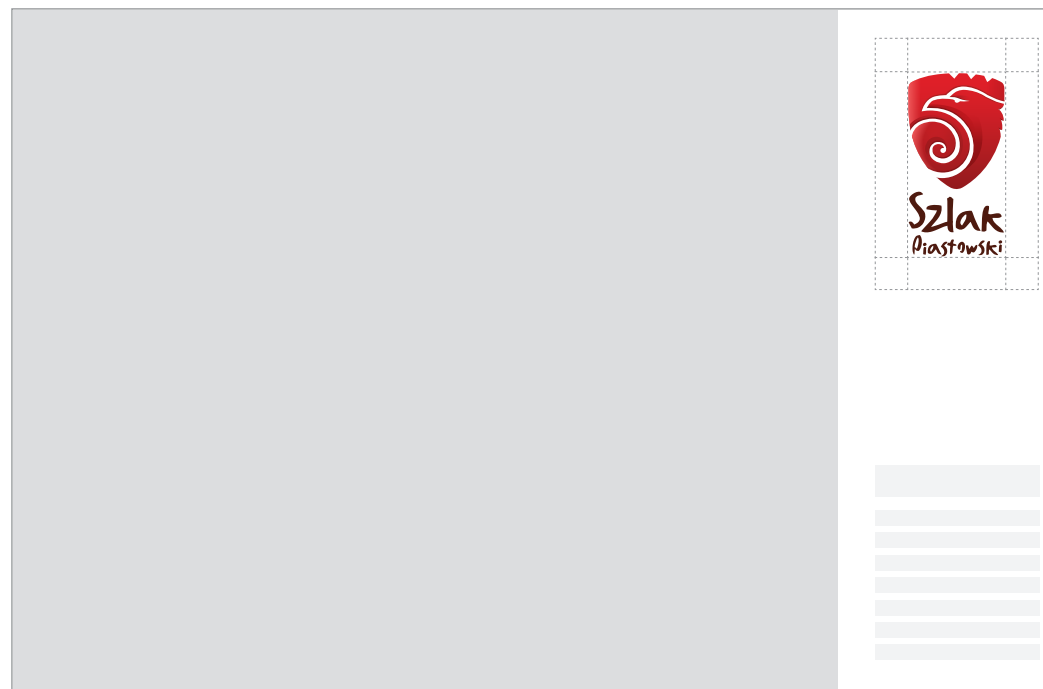


6.7

Mapa

Na ilustracji obok w sposób schematyczny zaprezentowana została mapa. Sugerowane położenie logo to prawa bądź lewa krawędź dokumentu.

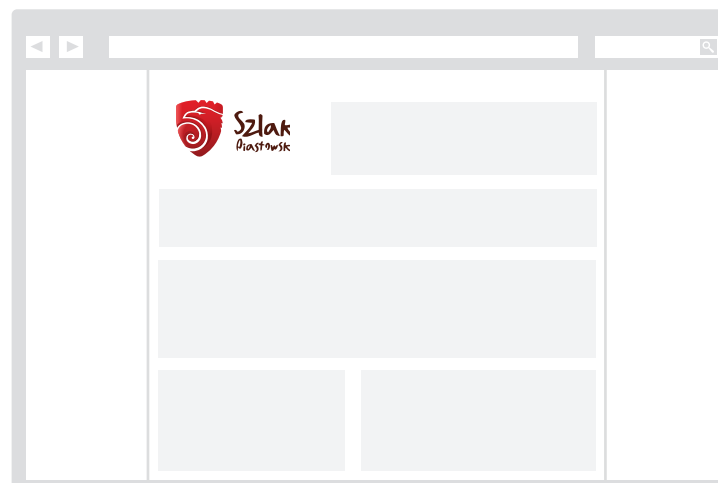
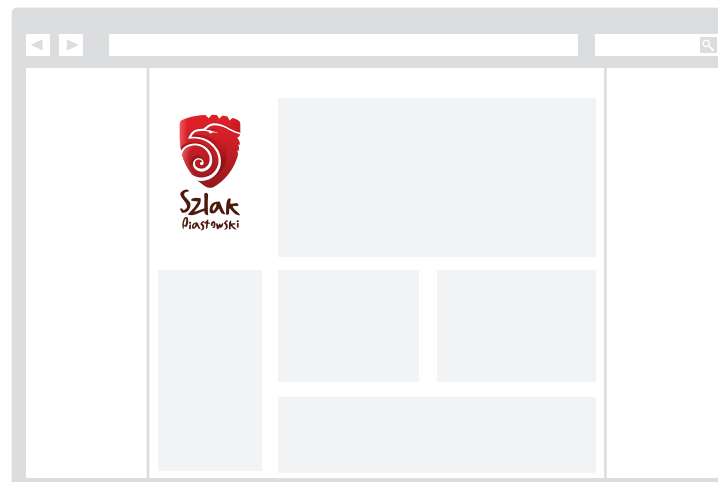
Poniżej logo umieszczone są legenda oraz inne informacje dodatkowe.



6.8

Witryna internetowa

W zależności od layoutu strony internetowej dopuszcza się stosowanie logo w orientacji pionowej lub poziomej.



7. Materiały wewnętrzne

7.1

Materiały wewnętrzne

W niniejszym rozdziale zaprezentowane zostały wewnętrzne nośniki wizerunku marki. Należą do nich:

1. papier listowy;
2. teczka;
3. wizytówki;
4. koperta;
5. tła prezentacji PowerPoint.



7.2

Papier listowy

Na ilustracji obok zaprezentowany został przykład druku firmowego.

Do obligatoryjnych elementów zaliczamy:

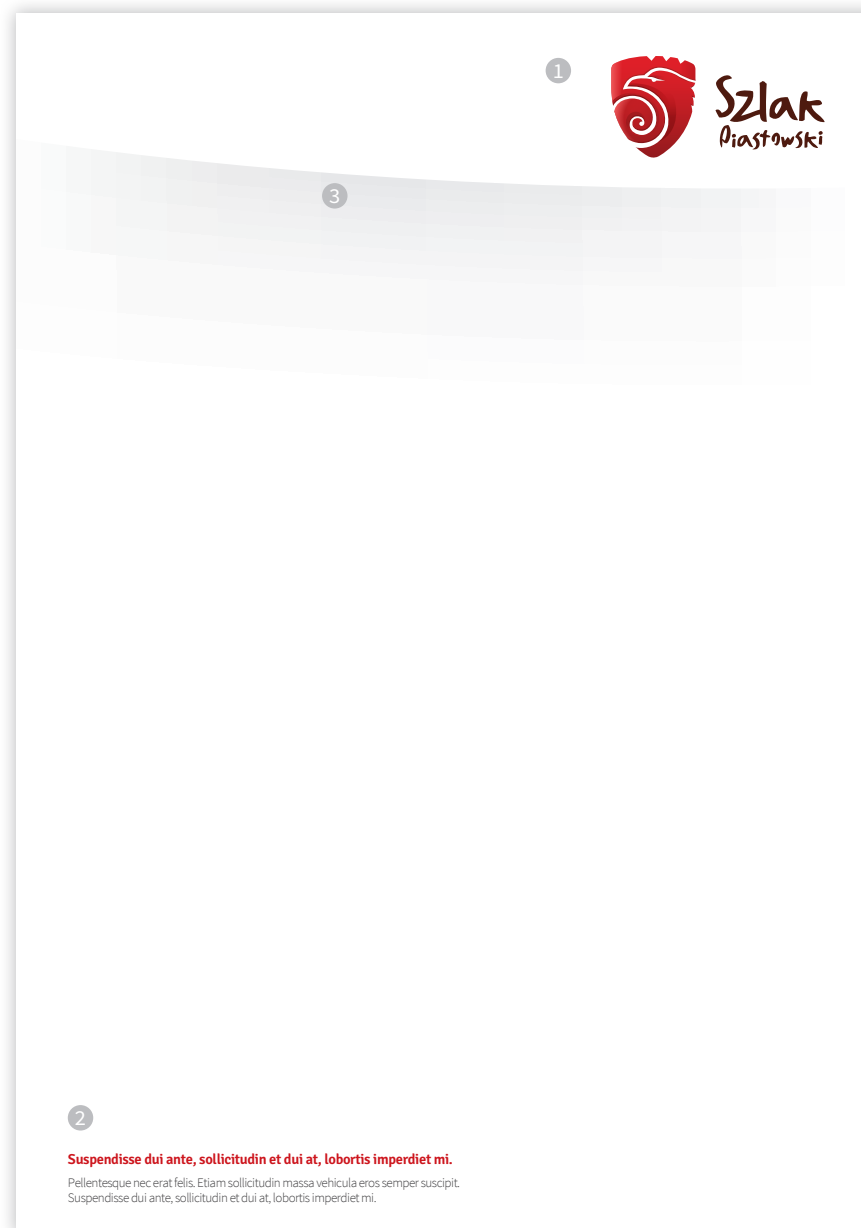
1. logo;
2. stopkę adresową;
3. element charakterystyczny - krzywą.

Logo znajduje się po prawej stronie druku.
Stopka adresowa wyrównana jest do lewej.



Standardowy format przewidziany dla druku firmowego to A4 oraz A5.

Projekt umożliwia drukowanie materiałów zarówno na drukarkach firmowych, jak i na wyspecjalizowanych urządzeniach drukarskich.



7.3 Teczka

Logo znajduje się na froncie. Dodatkowe informacje znajdują się na okładce tylnej.

Do obligatoryjnych elementów zaliczamy:

1. logo;
2. dane teleadresowe;
3. element charakterystyczny - krzywą.



7.4

Wizytówki

Na ilustracji obok zaprezentowane zostały projekty wizytówek.

Do obligatoryjnych elementów zaliczamy:

1. logo;
2. dane teleadresowe;
3. element charakterystyczny - krzywą.

Logo znajduje się po prawej stronie druku.
Po lewej umieszczone są dane teleadresowe.
Elementy oddzielone są od siebie krzywą.

Na rewersie wizytówki znajduje się logo
w wersji podstawowej umieszczone centralnie.



Dwustronny druk wizytówek jest opcjonalny.



Wizytówka - awers.



Rewers w przypadku druku dwustronnego



Wizytówka - awers.

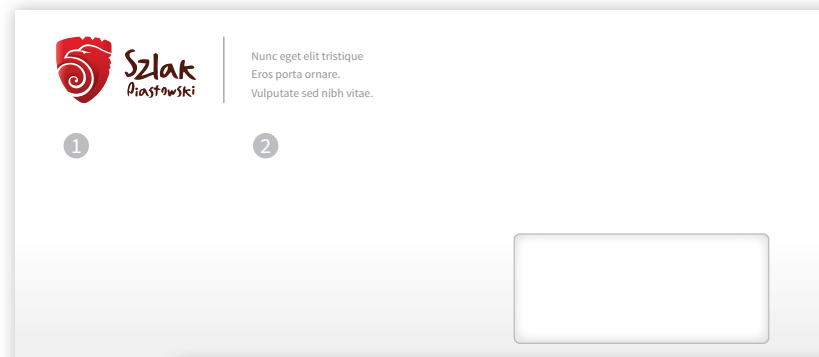
7.5

Koperta

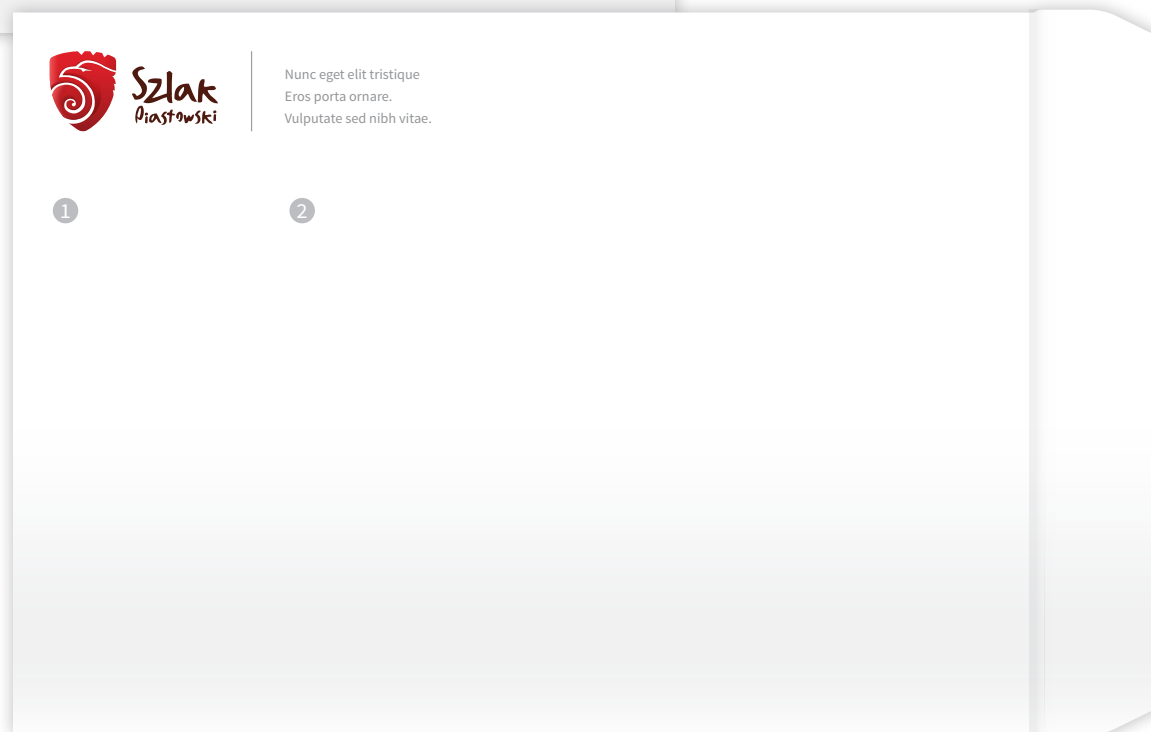
Niezależnie od formatu koperty, miejscem w którym umieszczamy logo wraz z adresem jest lewy górny róg.

Elementy, które muszą znaleźć się na druku to:

1. logo;
2. adres zwrotny.



Koperta DL



Koperta A4

7.6

Prezentacja PowerPoint

Szablon prezentacji PowerPoint dostępny jest w dwóch formatach obrazu - 4:3 i 16:9. Rozmiar prezentacji należy dostosować do urządzenia, na którym prezentacja jest wyświetlana.



Aby zapewnić poprawność wyświetlanych czcionek na wszystkich urządzeniach, w prezentacjach posługujemy się czcionkami systemowymi - Calibri bold w nagłówkach oraz Arial Regular w pozostałych tekstach.

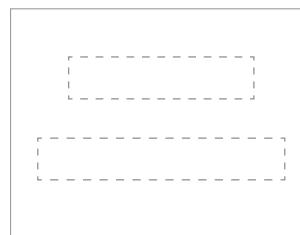
16:9

4:3

7.6

Prezentacja PowerPoint

1. Tytuł bądź podziękowanie są wyśrodkowane. Należy napisać je wersalikami i wyróżnić boldem.
2. W slajdach początkowym i końcowym nie występują nagłówki i stopka.
3. Sugerowany template dla slajdów tytułowych lub końcowych w prezentacjach PowerPoint to „Slajd tytułowy”.



3

1

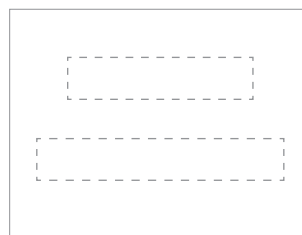
2



7.6

Prezentacja PowerPoint

1. Sugerowany rozmiar czcionki dla nagłówków to 24 pkt, dla tekstu - 18 pkt.
2. Jeżeli zaistnieje potrzeba dodatkowych wypunktowań, zaleca się używanie bulletów (kropek), a nie pauz.
3. Sugerowany template dla slajdów tytułowych lub końcowych w prezentacjach PowerPoint to „Tytuł i zawartość”.



4

1

Sed placerat blandit sapien pharetra ornare. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur.

Cras tincidunt eros vel mauris congue, ac luctus lorem accumsan. Suspendisse potenti. Suspendisse varius sed ipsum eu porttitor. Nam dapibus dignissim purus, a pharetra magna mattis id.

Curabitur lectus nisl, facilisis a tempor vel, pellentesque et ante. Morbi congue ac magna eget pellentesque. Quisque vehicula aliquam lorem, eget ornare nisl ullamcorper et.

2

Cras nec est eget tellus

- aliquet tincidunt sed non metus.
- Vivamus non porta nulla,
- ut ullamcorper magna.



Szlak Piastowski Brand Manual

Marzec 2014



Szlak
Piastowski