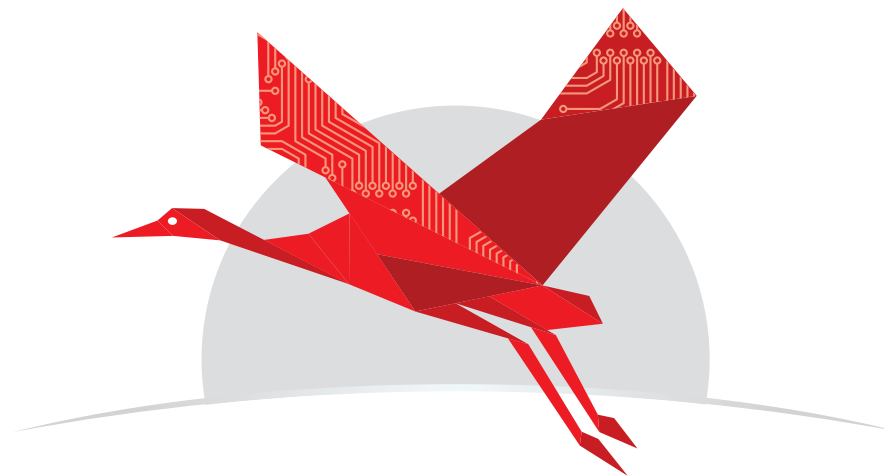


FOLDER SYSTEMU IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ PROJEKTU

# MAZOWSZE – PROMOCJA GOSPODARCZA SERCA POLSKI



M A Z O V I A

---

ECONOMIC HEART OF POLAND



M A Z O V I A

ECONOMIC HEART OF POLAND

## marka projektu

W starożytnej Grecji kojarzony był ze sprytem, w starożytnym Rzymie był symbolem szczęścia i opieki, w Chinach – ojcowskiej miłości, na Dalekim Wschodzie uosabia dobroczynność, w kulturze chrześcijańskiej oznacza czystość i odrodzenie, a w ogólnej świadomości i tak kojarzony jest z Polską.

Bocian, jak żaden inny ptak, postrzegany jest jako symbol polskiej przyrody. Statystycznie, co czwarty bocian jest Polakiem.

Co je przyciąga? Niewątpliwie chodzi o polską wieś, piękny krajobraz, czyste powietrze i przyrodniczą różnorodność.

Bocian na tle wschodzącego słońca wznoszący się ponad horyzont Niziny Mazowieckiej symbolizuje nie tylko atrakcyjność regionu, ale także niesie ze sobą obietnicę szczęścia, bogactwa i obfitości.

Wykonany w technice origami łączy szacunek do tradycji z międzykulturowym dialogiem i poszukiwaniem nowych rozwiązań.

Reguły origami są jasne dla każdego odbiorcy – bez względu na kraj, z którego pochodzi czy język, którym się posługuje. Jednocześnie, stanowią wyzwanie dla wyobraźni oraz motywują do poszukiwania nowych form. Trudno wskazać granice możliwości, jakie niesie ze sobą jedna kartka papieru, dlatego symbolika bociana wykonanego techniką origami wiąże się z ciągłym rozwojem i pokonywaniem barier.

Całość dopełnia kolorystyka nawiązująca do polskich barw narodowych i zgodna z Systemem Identyfikacji Wizualnej Marki Mazowsze.

<b>logo marki</b>	<b>4</b>
warianty językowe	5
warianty pełnokolorowe	6
warianty achromatyczne w odcieniach szarości	7
warianty achromatyczne czarne	8
tła marki	9
siatka modułowa	10
pole podstawowe i pole ochronne	11
wielkości minimalne	12
formy niedozwolone	13
typografia	14
<b>przykłady zastosowań</b>	<b>15</b>
bilet wizytowy	15
papier firmowy	16
t-shirt	17
kubek	18
naklejka	19
długopis	20

forma otwarta



forma zamknięta



## logo marki

Logo marki zostało zaprojektowane w dwóch wariantach – formie otwartej i zamkniętej.

**Forma otwarta** logo jest formą podstawową stosowaną na większości nośników (papier firmowy, wizytówka, T-shirt itp.)

**Forma zamknięta** jest formą dopełniającą stosowaną tylko w druku offsetowym w tych obszarach komunikacji, w których istnieje wyraźna potrzeba wyodrębnienia marki, tj. tło nie jest przewidywalne (znaczek, naklejka. itp.).

## warianty językowe

Logo marki zostało zaprojektowane w dwóch wariantach językowych: polskim i angielskim.





## warianty pełnokolorowe

Podstawową formą logo jest wariant pełnokolorowy w formie otwartej.

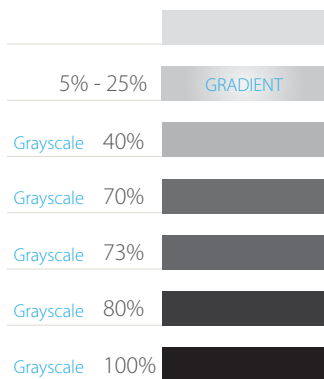
Forma zamknięta logo występuje tylko w wariantcie pełnokolorowym.

### UWAGA!

Kolory opracowania stanowią symulację kolorów docelowych (wydruk z drukarki laserowej) i mogą nieznacznie odbiegać od przedstawionych wartości.



		CMYK 000:000:000:015	RGB 220:221:222
	GRADIENT	CMYK 000:000:000:005 - 000:000:000:025	RGB 241:242:242 - 199:200:202
PANTONE 486 Coated		CMYK 000:050:050:000	RGB 247:150:121
PANTONE 485 Coated		CMYK 000:100:100:000	RGB 237:028:036
PANTONE 1795 Coated		CMYK 010:100:100:010	RGB 198:029:035
PANTONE 7621 Coated		CMYK 020:100:100:015	RGB 175:030:035
		CMYK 000:000:000:100	RGB 000:000:000



## warianty achromatyczne w odcieniach szarości

Wariant achromatyczny logo ma zastosowanie w tych obszarach komunikacji marki, w których wykorzystanie wersji podstawowej jest niemożliwe ze względów technologicznych (na przykład tłoczenie, grawerunek, druk jednokolorowy itp.).

### UWAGA!

Kolory opracowania stanowią symulację kolorów docelowych (wydruk z drukarki laserowej) i mogą nieznacznie odbiegać od przedstawionych wartości.

Formy opisujące logo nie stanowią ich integralnej części, symulują jedynie tło, na jakim znajduje się logo.

## warianty achromatyczne czarne

Wariant achromatyczny logo ma zastosowanie w tych obszarach komunikacji marki, w których wykorzystanie wersji podstawowej jest niemożliwe ze względów technologicznych (na przykład tłoczenie, grawerunek, druk jednokolorowy itp.).

Dopuszczalny jest wariant achromatyczny w wersji skróconej. Wariant achromatyczny w wersji skróconej stosuje się na bardzo małych powierzchniach, na których użycie logo mniejszych niż przedstawiono na stronie może spowodować utratę ich czytelności (na przykład oznakowanie długopisu).

### UWAGA!

Formy opisujące logo nie stanowią ich integralnej części. Symulują jedynie tło, na jakim znajduje się logo.

warianty achromatyczne z rozszerzeniem (pozytyw / kontra) - czarne



warianty achromatyczne skrócone (pozytyw / kontra) - czarne








warianty pełnokolorowe



warianty achromatyczne



PANTONE 877 Coated		SILVER
PANTONE 1795 Coated		CMYK 010:100:100:010
PANTONE BLACK		CMYK 000:000:000:100

## tła marki

Podstawowym tłem marki jest tło w kolorze białym.  
Dopuszcza się stosowanie tła czarnego, czerwonego oraz srebrnego  
PANTONE 877 C.

### UWAGA!

Formy opisujące logo nie stanowią ich integralnej części. Symulują jedynie tło, na jakim znajduje się logo.



## siatka modułowa

Siatka modułowa określa podstawowe proporcje i wielkości w budowie logo.

Stosowana jest w przypadku odwzorowania logo marki na powierzchniach wielkoformatowych, gdzie zastosowanie formy elektronicznej jest niemożliwe.

## pole podstawowe i pole ochronne

**Pole podstawowe** definiuje minimalny zamknięty obszar wokół logo, w którym logo może być użyte.

**Pole ochronne** definiuje obszar wokół logo, w którym nie może pojawić się żadna obca forma, zarówno graficzna, jak i tekstowa.



wersja z rozszerzeniem



wersja skrócona wariantu achromatycznego



## wielkości minimalne

Wielkość minimalna logo dopuszcza wysokość rozszerzenia nie mniejszą niż 1 mm.

Mniejsze rozmiary dopuszczalne są tylko w skróconym wariantcie achromatycznym.

Użycie logo mniejszych niż przedstawiono na stronie może spowodować utratę ich czytelności.

## NIEDOZWOLONE



ściągnięcie i rozciągnięcie



manipulowanie kolorystyką tła



obracanie i pochylanie



przestawianie elementów składowych



manipulowanie kolorystyką logo



dodawanie obcych form graficznych



zmiany liternictwa



usuwanie elementów składowych



odbicia lustrzane

## formy niedozwolone

Strona ilustruje typowe błędy związane z powielaniem oraz wykorzystywaniem logo.

Myriad Pro Semibold – tytuł

**AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPQRSŚTUVWXYZŹŻ**  
**aąbcćdeęfghijklłmnńoópqrsśtuvwxyzźź**  
**0123456789**

Myriad Pro Regular – tytuł, hasło, tekst

**AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPQRSŚTUVWXYZŹŻ**  
**aąbcćdeęfghijklłmnńoópqrsśtuvwxyzźź**  
**0123456789**

Myriad Pro Light – tekst

AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPQRSŚTUVWXYZŹŻ  
aąbcćdeęfghijklłmnńoópqrsśtuvwxyzźź  
0123456789

Myriad Pro Condensed – tabele

**AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPQRSŚTUVWXYZŹŻ**  
**aąbcćdeęfghijklłmnńoópqrsśtuvwxyzźź**  
**0123456789**

Myriad Pro Light Condensed – tabele

AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPQRSŚTUVWXYZŹŻ  
aąbcćdeęfghijklłmnńoópqrsśtuvwxyzźź  
0123456789

## typografia

Podstawowymi formami jest rodzina **Myriad Pro** w odmianach.

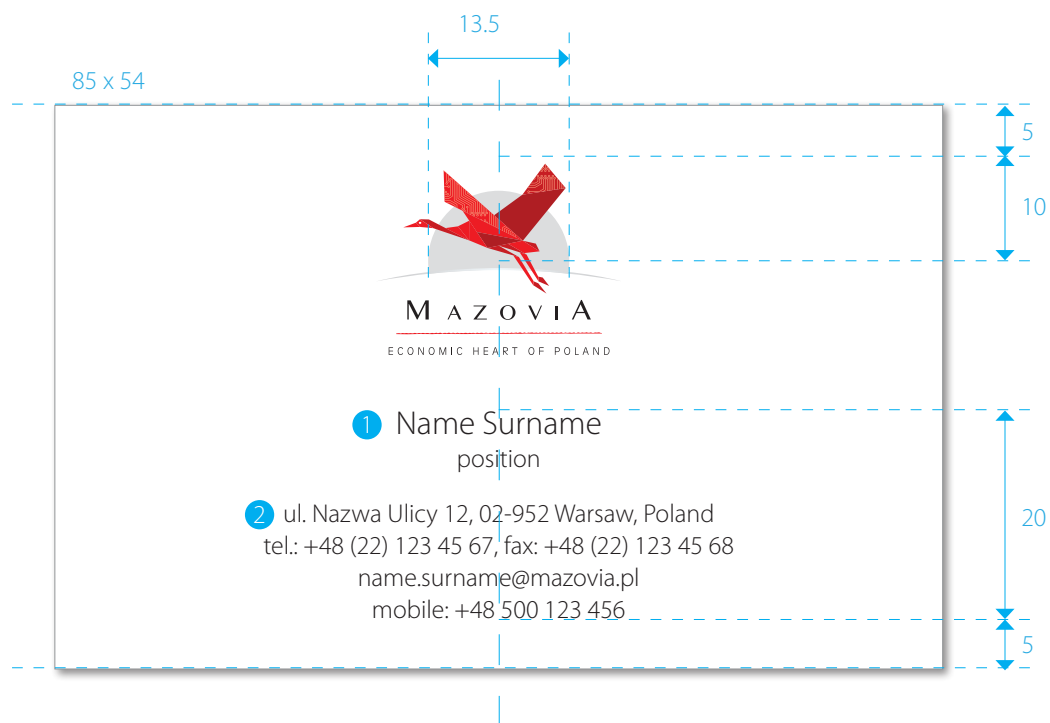
Przy tworzeniu przekazu należy dbać o jego czytelność.

Hasło powinno być pisane zdecydowanie większym krojem niż pozostałe bloki tekstowe.

Można stosować zamiennik **Arial** w obszarach komunikacji marki, gdzie wykorzystanie formy podstawowej jest trudne lub niemożliwe ze względów technologicznych (na przykład strony internetowe itp.).

1 Myriad Pro Light 9 pt

2 Myriad Pro Light 7 pt

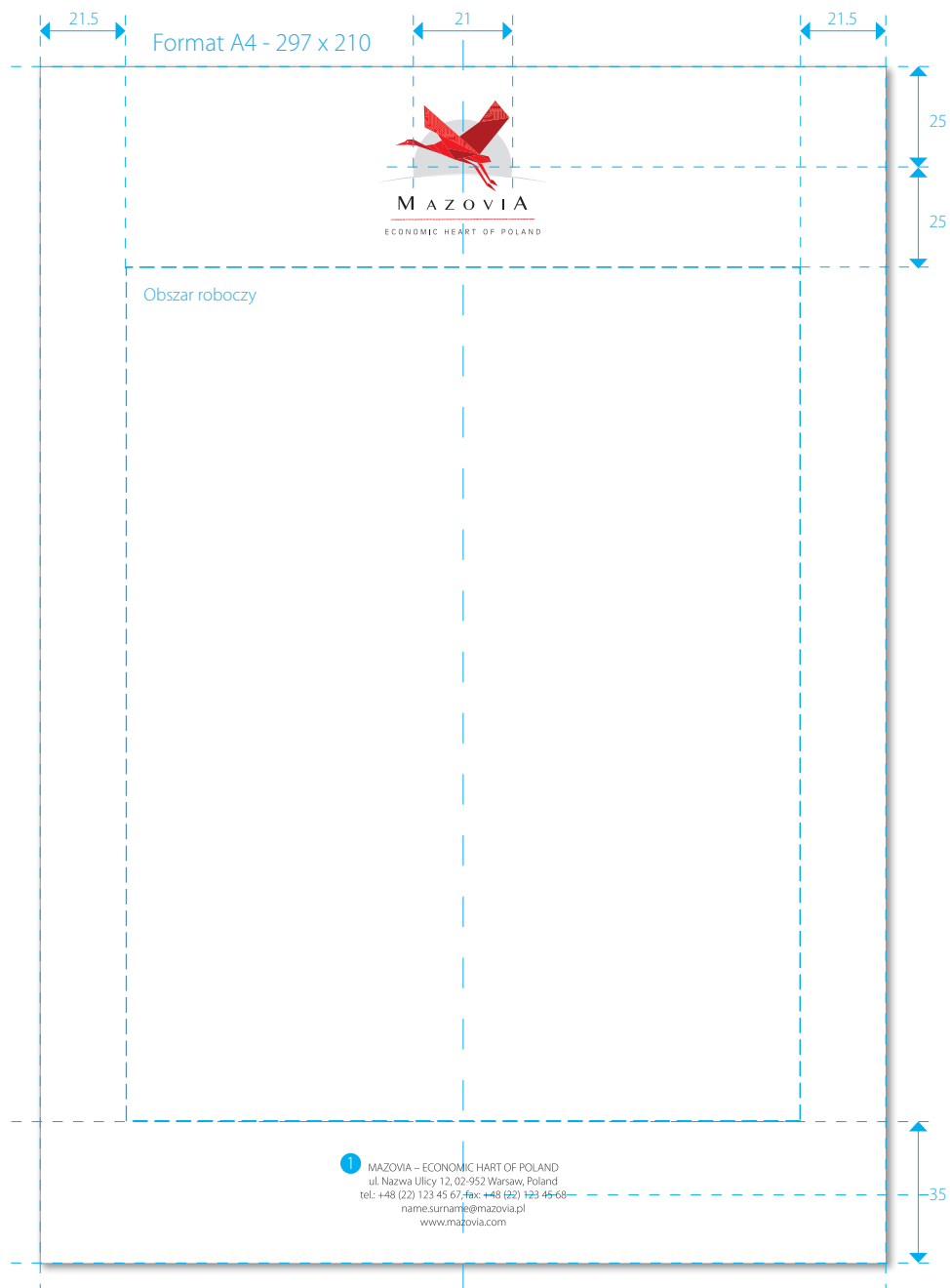


## bilet wizytowy

Wymiar biletu wizytowego jest wielkością stałą. Logo i informacje tekstowe pozycjonowane są centralnie.

### UWAGA!

Wymiary podane w milimetrach (mm).



## papier firmowy

Papier do korespondencji występuje wyłącznie w formacie A4 (297x210mm). Logo i informacje tekstowe pozycjonowane są centralnie. Przy nadruku na papierze firmowym stosujemy pełnokolorowy wariant podstawowy logo.

### UWAGA!

Wymiary podane w milimetrach (mm).





## t-shirt

Przy nadrukach na koszulkach stosujemy wariant podstawowy logo w wymiarze 20 mm wysokości. Nadruk umieszczamy na piersi z lewej strony.

### UWAGA!

Wymiary podane w milimetrach (mm).



## kubek

Przy nadrukach na kubkach stosujemy pełnokolorowy wariant podstawowy logo.



## naklejka

Przy naklejkach stosujemy formę zamkniętą logo.

## długopis

Ze względu na niewielkie rozmiary i technikę nadruku przy długopisach stosujemy formę uproszczoną logo w wariacie monochromatycznym.

