MIELNO

SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

SPIS TREŚCI

1. Zasady koincydencji logo i herbu ... 3
1.1. Zasady koincydencji logo i herbu ... 4
1.2. Zasady koincydencji logo i herbu – zasady ogólne ... 5

2. Standaryzacja logo ... 6
2.1. Wersja podstawowa logo ... 7
2.2. Warianty logo ... 8
2.3. Uzupełniające warianty kolorystyczne logo ... 9
2.4. Konstrukcja ... 10
2.5. Wersja monochromatyczna ... 11
2.6. Wersja achromatyczna ... 12
2.7. Pole ochronne logo ... 13
2.8. Wielkość minimalna znaku przy różnych technikach odwzorowujących ... 14
2.9. Zasady umieszczania znaku na płaszczyźnie ... 15
2.10. Zasady umieszczania znaku w przestrzeni ... 16
2.11. Czego nie można robić z logo ... 17

3. Typografia ... 18
3.1. Krój podstawowy ... 19
3.2. Krój pomocniczy ... 20

4. Kolorystyka ... 21
4.1. Specyfikacja kolorów wzorcowych ... 22
4.2. Specyfikacja kolorów uzupełniających ... 23
4.3. Dopuszczalne techniki odwzorowujące ... 24

5. Galanteria biurowa ... 25
5.1. Wizytówka imienna ... 26
5.2. Papier listowy ... 27
5.3. Papier firmowy ... 28
5.4. Koperty ... 30
5.5. Notatka ze spotkania ... 31

6. Materiały promocyjne ... 32
6.1. Zasady konstrukcji wydawnictwa – layout ... 33
6.2. Ulotka promocyjna ogólna ... 39
6.3. Ulotka produktowa ... 41
6.4. Folder ... 43
6.5. Reklama prasowa kolorowa ... 45
6.6. Ogłoszenie prasowe ... 46
6.7. Teczka promocyjna ... 47
6.8. Torby reklamowe ... 48
6.9. Identyfikator ze smyczą ... 50
6.10. Banner ... 51
6.11. Billboard ... 52
6.12. Flagi ... 54

7. Upominki masowe ... 55
7.1. Długopisy i ołówki ... 56
7.2. Brelok ... 57
7.3. Koszulki ... 58
7.4. Czapki ... 60
7.5. Smycz ... 61
7.6. Zapachy ... 62
7.7. Chorągwie i chorągiewki ... 63
7.8. Kubki ... 64

8. Upominki ekskluzywne ... 65
8.1. Pióro ... 66
8.2. Portfel ... 67
8.3. Flaga biurkowa ... 68

9. Materiały wystawiennicze ... 69
9.1. Rollup ... 70
9.2. Ścianka ekspozycyjna ... 71
9.3. Parasol reklamowy ... 72
9.4. Namiot ... 73
9.5. Przypinka ... 74
9.6. Ubrania ... 75

10. Oznakowania architektoniczne ... 79
10.1. Szyld podświetlany na dachu ... 80
10.2. Totem ... 81
10.3. Dojazdowe tablice kierunkowe ... 82
10.4. Tablica informacyjna zbiorcza ... 83
10.5. Tabliczki przydrzwiowe ... 84
10.6. Witacz ... 86

11. Multimedia ... 87
11.1. Szablon strony głównej ... 88
11.2. Stopka mailowa ... 90
11.3. Bannery internetowe (5 formatów) ... 91
11.4. Szablon prezentacji promocyjnej PowerPoint ... 92

12. Zasady doboru fotografii i ich kadrowania ... 94
12.1. Zasady doboru fotografii i ich kadrowania ... 95

13. Próbniki kolorystyczne ... 96

© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

1. Zasady koincydencji logo i herbu

© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

1.1. Zasady koincydencji logo i herbu

Herb jest komunikatem ponadczasowym, umotywowanym historycznie i wynikającym wprost z miejscowej historii i tradycji. Stanowi jeden z podstawowych elementów symboliki miasta. Herb komunikuje o jego przeszłości i obecnie pełni głównie funkcję historyczno-kolekcjonerską. Stosowanie herbu wymaga wykorzystywania oszczędnych form, co paradoksalnie zwiększa wagę i znaczenie tego symbolu. Dlatego powinien pełnić istotną funkcję w komunikacji wewnętrznej, przy jednoczesnym ograniczeniu jego ekspozycji na zewnątrz. Najbardziej odpowiednim miejscem ekspozycji herbu będą w tym przypadku oficjalne dokumenty urzędowe sporządzane w imieniu Burmistrza Miasta, Rady Miejskiej lub Urzędu Miejskiego.

Logo promocyjne jest komunikatem nowym, zbudowanym na fundamencie rozwiązań strategicznych wyznaczających kierunki rozwoju miasta w przyszłości. W odróżnieniu od herbu w ograniczonym stopniu komunikuje przeszłość. Perspektywę czasową aktualności logo wyznaczają perspektywy strategii rozwoju, której podporządkowana jest strategia komunikacji marketingowej. Trudno więc założyć, że podobnie jak herb, będzie symbolem niezmiennym i ponadczasowym. Stosowanie logo promocyjnego wymaga wzmożonej ekspozycji. Powinno być w maksymalnym stopniu dostępne dla wszystkich grup odbiorczych, by zostało przyswojone i zaakceptowane. Najbardziej odpowiednim miejscem ekspozycji logo będą zatem materiały reklamowe promujące miasto oraz dokumenty instytucji odpowiedzialnych za promocję.

Oba symbole nie powinny występować jednocześnie, co nie wyklucza możliwości wpisania herbu w ramy Systemu Identyfikacji Wizualnej wyznaczonej przez logo. Z uwagi na potrzebę ustalenia hierarchii zależności między oboma znakami na kolejnych stronach wskazane zostaną szczegółowe reguły wykorzystania obu symboli.

© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

1.2. Zasady koincydencji logo i herbu – zasady ogólne

Znak		Mielno Nad dwiema wodami
Funkcja znaku	Oficjalny znak Burmistrza Miasta, Rady Miejskiej oraz Urzędu Miejskiego. Podkreśla ciągłość historyczną miasta i wskazuje na jego znaczenie. Nadaje właściwą rangę pismom i osobom, które się nim posługują.	Znak komunikujący główną korzyść dla mieszkańców i innych grup odbiorców. Pełni funkcję podstawowego elementu promocyjnego. Jest to również symbol wykorzystywany w przypadku pełnienia przez Burmistrza lub UM funkcji sponsora imprez masowych: kulturalnych, sportowych i rozrywkowych.
Odbiorcy	Adresaci pism urzędowych, obwieszczeń. Strony umów.	Obecni i przyszli mieszkańcy, turyści, inwestorzy.
Kto może stosować	Burmistrz Mielna, radni miejscy, urzędnicy Urzędu Miejskiego.	Wydziały UM odpowiedzialne za produkcję materiałów promocyjnych i informacyjnych. Agencje wydawnicze i reklamowe promujące Mielno za każdorazową i indywidualną zgodą UM, przy zachowaniu zasad posługiwania się znakiem. Komórki organizacyjne powołane do promocji miasta. Jednostki podległe i przedsiębiorstwa, których większościowym właścicielem jest miasto, za każdorazową zgodą Urzędu Miejskiego.
Przykłady zastosowań	Korespondencja UM, dokumenty Rady Miejskiej, Burmistrza Miasta, obwieszczenia, oficjalne dokumenty UM, oznaczenia budynków UM, wizytówki, oferty kierowane do potencjalnych inwestorów.	Reklamy prasowe, telewizyjne i outdoor promujący miasto, ulotki, wydawnictwa promocyjne, katalogi promujące miasto, plakaty, upominki, gadżety miejskie skierowane do masowego odbiorcy. Strona www.mielno.pl. Wizytówki i papiery firmowe instytucji odpowiedzialnych za promocję miasta. Rozwinięcie systemu i jego adaptacja na poziomie jednostek i firm podległych.

© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

2. Standaryzacja logo

© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

2.1. Wersja podstawowa logo

Wersja ta najpełniej komunikuje ideę marki, gdyż przekaz wizualny wzmocniony jest sloganem promocyjnym. Z tego względu powinno się ją stosować w przekazach promocyjnych, zwłaszcza w początkowej fazie wprowadzania strategii marki.



© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

2.2. Warianty logo

Logo Mielna jest jednym z podstawowych narzędzi służących do komunikacji marki i budujących jej wizerunek. Z tego względu należy dbać o jego umieszczanie wg zasad opisanych w poniższym Systemie Identyfikacji Wizualnej.

Obok logo podstawowego, złożonego z symbolu wpisanego w nazwę miasta i sloganu, dopuszcza się stosowanie logo bez sloganu.



Wersja podstawowa



Wersja uproszczona

© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

2.3. Uzupełniające warianty kolorystyczne logo

W przypadku uzasadnionym charakterem materiałów wykluczających duże białe powierzchnie tła możliwe jest zastosowanie logo w kolorze białym na tle w kolorze t.









Wersja podstawowa

Wersja uproszczona

© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

2.4. Konstrukcja

Forma podstawowa logo składa się z nazwy marki, w którą wpisane jest słońce (zbudowane na bazie litery O) oraz sloganu NAD DWIEMA WODAMI zapisywanego czcionką Signika SemiBlod.



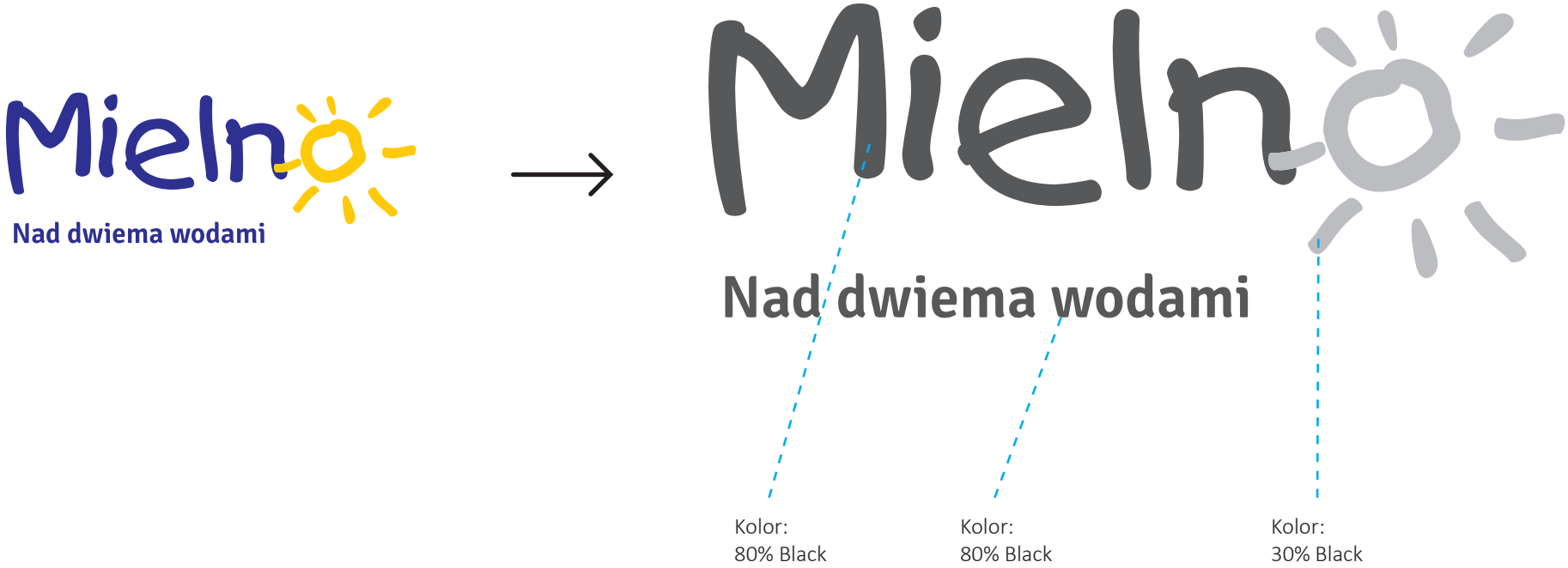


© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

2.5. Wersja monochromatyczna

Wersje monochromatyczna i achromatyczna logo mogą zostać zastosowane w przypadku niemożności użycia podstawowych wersji kolorystycznych głównie z powodu ograniczeń technologicznych związanych z produkcją materiałów wykonywanych np. techniką tłoczenia, frezowania, grawerowania.

Zastosowanie: w prasie, wydawnictwach czarno-białych niebędących promocyjnymi, oznakowanie budynków (tablice tłoczone/kamienne).



© DOM MARKI Max von Jastrov 2017







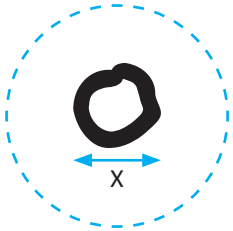




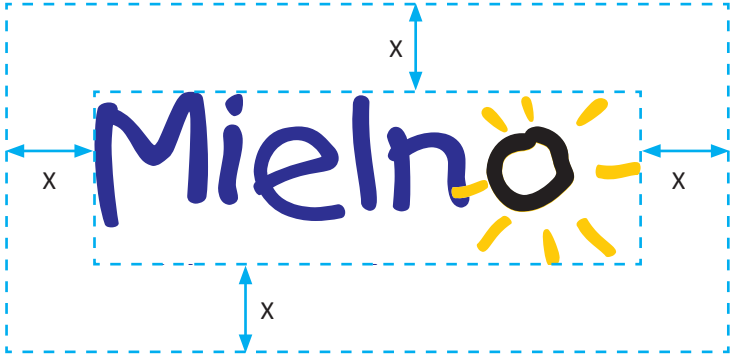
© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

2.7. Pole ochronne logo

Obszar minimalny logo stanowi pole ochronne gwarantujące zachowanie integralności i zabezpieczające logo przed niekorzystnym wpływem elementów otoczenia. Obszar minimalny wyznacza margines, jaki powinien oddzielać logo od liter, znaków graficznych, barwnych pól i zdjęć z nim sąsiadujących. Wielkość pola ochronnego logo wyznacza szerokość litery O z nazwy marki.







© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

2.8. Wielkość minimalna znaku przy różnych technikach odwzorowujących

Zdefiniowanie najmniejszej dopuszczalnej wielkości logo gwarantuje czytelność liter zawartych w logotypie oraz chroni elementy konstrukcyjne przed zniekształceniem.

Stosując logo, należy pamiętać o przestrzeganiu założonych ograniczeń w odniesieniu do konkretnych wersji. Ważne jest, aby przy umieszczaniu logo na małych powierzchniach pamiętać o zachowaniu nie tylko wielkości minimalnej, ale i minimalnego pola ochronnego (obszaru minimalnego znaku).

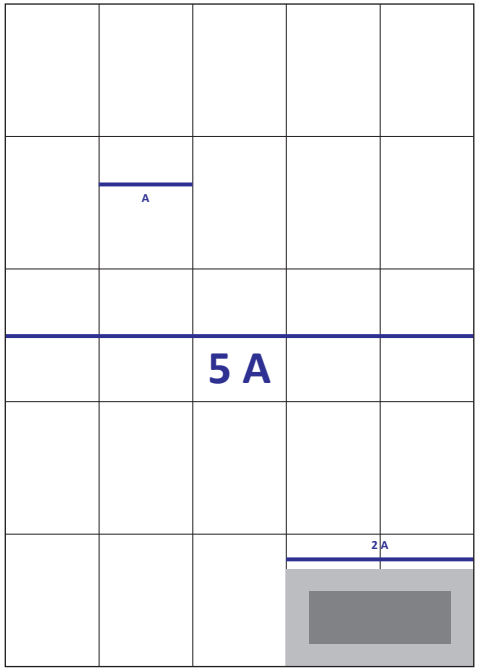
Jeżeli w procesie reprodukcji nie jest możliwe uzyskanie prawidłowej czytelności logo przy podanych wielkościach minimalnych, zaleca się zwiększyć proporcjonalnie wielkość, umożliwiając osiągnięcie prawidłowej czytelności.

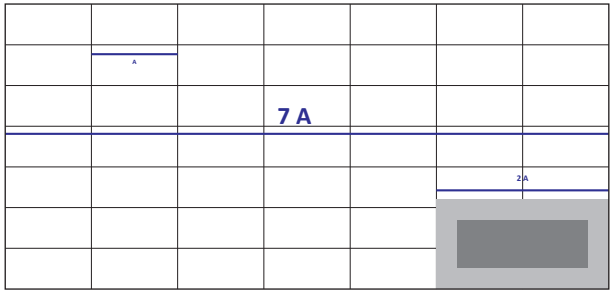
Techniki odwzorowujące	 X	 X
Offset	25 mm	15 mm
Tampodruk	40 mm	25 mm
Haft	40 mm	30 mm
Folia	40 mm	30 mm
Grawerowanie	60 mm	30 mm
Tłoczenie	70 mm	40 mm
Zastosowania elektroniczne	100 px	70 px

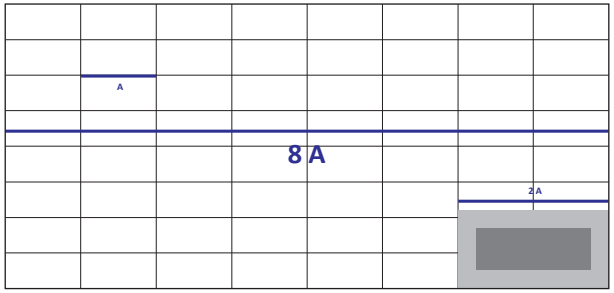
© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

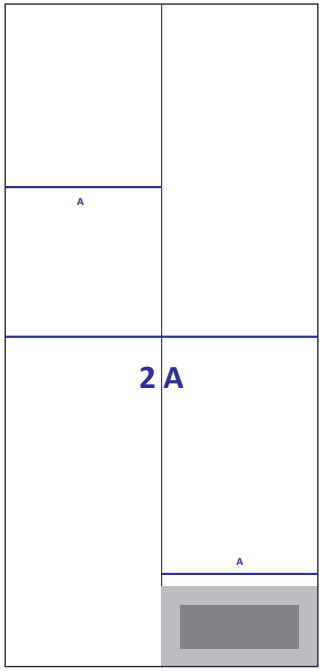
2.9. Zasady umieszczania znaku na płaszczyźnie

System Identyfikacji Wizualnej dopuszcza lokalizację logo w prawym dolnym rogu płaszczyzny, zachowując odstęp od krawędzi o wymiarach pola ochronnego.









© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

2.10. Zasady umieszczania znaku w przestrzeni

Szczegóły dotyczące montażu powinny być każdorazowo dopasowane do typu elewacji i określone przez wykonawcę zlecenia.
Logo 3D może być oświetlone rozproszonym światłem zewnętrznym lub za pomocą wewnętrznej instalacji LED – w tym przypadku należy zaprojektować instalację umożliwiającą równomierne podświetlenie wszystkich elementów logo. Jeśli ze względów technicznych nie będzie to możliwe, należy skonsultować projekt z Urzędem Miejskim w Mielnie.





© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

2.11. Czego nie można robić z logo

Zmiana kolorów



Zmiana proporcji elementów



Zmiana układu elementów



Rozdzielanie elementów



Zmiana czcionek



Stosowanie znaku z outline'ami



© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

3. Typografia

© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

3.1. Krój podstawowy

Czcionkę z rodziny Nexa stosuje się do tworzenia tekstów w materiałach informacyjnych i promocyjnych przygotowywanych przez agencję reklamową oraz drukarnię, a także na papeterii firmowej. Wyjątek stanowią nagłówki, które powinny być zapisywane czcionką Signika.

W wyjątkowych sytuacjach, w których system prezentacji czcionek wyklucza użycie czcionek z rodziny Nexa, dozwolone jest stosowanie czcionki o cechach konstrukcyjnych najbardziej zbliżonych do tych z rodziny Nexa. W takim przypadku konieczna jest każdorazowa konsultacja i uzyskanie zgody Urzędu Miejskiego w Mielnie.

Signika Regular
aąbcćdeęfghijklłmnńoópqrsśtuvwxyzźż 0123456789

Signika Light
aąbcćdeęfghijklłmnńoópqrsśtuvwxyzźż 0123456789

Signika SemiBold
aąbcćdeęfghijklłmnńoópqrsśtuvwxyzźż 0123456789

Signika Bold
aąbcćdeęfghijklłmnńoópqrsśtuvwxyzźż 0123456789

Nexa Regular
aąbcćdeęfghijklłmnńoópqrsśtuvwxyzźż 0123456789

Nexa Light
aąbcćdeęfghijklłmnńoópqrsśtuvwxyzźż 0123456789

Nexa Book
aąbcćdeęfghijklłmnńoópqrsśtuvwxyzźż 0123456789

Nexa Bold
aąbcćdeęfghijklłmnńoópqrsśtuvwxyzźż 0123456789

Nexa Heavy
aąbcćdeęfghijklłmnńoópqrsśtuvwxyzźż 0123456789

Nexa Black
aąbcćdeęfghijklłmnńoópqrsśtuvwxyzźż 0123456789

© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

3.2. Krój pomocniczy

Krój pomocniczy przewidziany jest do okazjonalnych zastosowań eventowych lub do tworzenia oznaczeń okolicznościowych o mniej formalnym charakterze.

Arial Regular
aąbcćdeęfghijklłmnńoópqrsśtuvwxyzźż 0123456789

Arial Bold
aąbcćdeęfghijklłmnńoópqrsśtuvwxyzźż 0123456789

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET

Consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi. Nam liber tempor cum soluta nobis eleifend option congue nihil imperdiet doming id quod mazim placerat facer possim assum. Typi non habent claritatem insitam; est usus legentis in iis qui facit eorum claritatem.

“Duis autem vel dolor eum iriure”

Investigationes demonstraverunt lectores legere me lius quod ii legunt saepius. Claritas est etiam processus dynamicus, qui sequitur mutationem consuetudium lectorum. Mirum est notare quam littera gothica, quam nunc putamus parum claram, anteposuerit litterarum formas humanitatis per seacula quarta decima et quinta decima.

Eodem modo typi, qui nunc nobis videntur parum clari, fiant sollemnes in futurum.

© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

4. Kolorystyka

© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

4.1. Specyfikacja kolorów wzorcowych

We współczesnej praktyce marketingowej podstawową techniką drukarską odwzorowującą logo jest druk offsetowy z użyciem kolorystyki CMYK. W związku z tym za wzorzec koloru obrane zostały kolory CMYK. Wykorzystane w logo kolory są podstawowymi kolorami druku i dlatego gwarantują stosunkowo dużą powtarzalność i wierność założonej kolorystyce logo.

Niemniej jednak należy każdorazowo oceniać wydrukowane logo w porównaniu z posiadanym wzorem wydruku (proof analogowy zawarty w SIW. Szczególną uwagę należy zwracać na efekty wydruków z użyciem drukarek biurowych i tzw. wydruków typu InkJet (bannery, siatki, płyty PCV itp.). Praktyka nakazuje każdorazowo przeprowadzić test na wierność odwzorowania zadanych kolorów. W przypadku rozbieżności należy albo skalibrować prawidłowo urządzenie drukujące, albo – jeżeli jest to niemożliwe – zmienić deklarację kolorów w drukowanym pliku.

PANTONE
Blue 072 C

CMYK
100 | 100 | 0 | 0

RGB
46 | 49 | 146

#2E3192

PANTONE
116 C

CMYK
0 | 20 | 100 | 0

RGB
255 | 203 | 5

#FFCB05

© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

4.2. Specyfikacja kolorów uzupełniających

Są to kolory dopuszczone do stosowania w formach graficznych towarzyszących logo. W wybranej kolorystyce można budować wykresy, tabele, ramki tekstowe itp. Paleta kolorów uzupełniających została użyta również do identyfikacji wizualnej miejscowości ościennych (por. str. 41).

Do koloru PANTONE dobrana jest reprezentacja kolorów CMYK konwertowana przy użyciu profilu ISO Coated v2 do przestrzeni Adobe RGB. W przypadku zastosowania innych profili, zarówno w CMYK, jak i w RGB, wartości będą zbliżone, ale nie takie same.

PANTONE **801 C**	PANTONE **7481 C**	PANTONE **368 C**	PANTONE **715 C**	PANTONE **7620 C**	PANTONE **219 C**	PANTONE **424 C**
CMYK **100 | 0 | 0 | 0**	CMYK **100 | 0 | 100 | 0**	CMYK **50 | 0 | 100 | 0**	CMYK **0 | 60 | 100 | 0**	CMYK **0 | 100 | 100 | 30**	CMYK **0 | 100 | 0 | 0**	CMYK **60 | 50 | 50 | 15**
RGB **0 | 174 | 239**	RGB **0 | 166 | 81**	RGB **141 | 198 | 63**	RGB **245 | 130 | 32**	RGB **177 | 17 | 22**	RGB **236 | 0 | 140**	RGB **106 | 109 | 109**
#00AEEF	**#00A651**	**#8DC63F**	**#F58220**	**#B11116**	**#EC008C**	**#6A6D6D**

© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

4.3. Dopuszczalne techniki odwzorowujące

Tłoczenie



Haft



Grawerowanie



© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

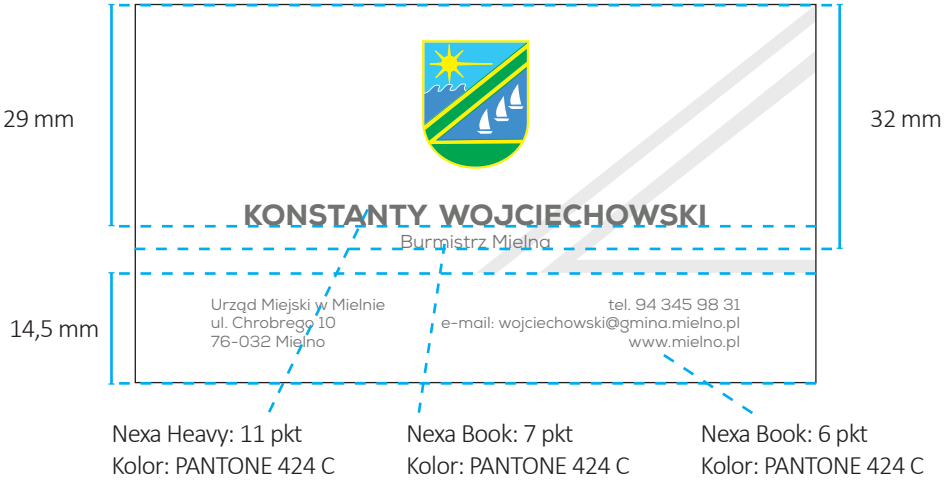
5. Galanteria biurowa

© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

5.1. Wizytówka imienna

Wizytówka jest jednym z najważniejszych nośników informacji systemu identyfikacji wizualnej, gdyż często jako pierwsza przedstawia odbiorcy herb. Dlatego też należy zachować szczególną dbałość o jakość druku z zastosowaniem podanych kolorów w technice druku offsetowego na papierze Olin Regular Absolute White 300 g lub na kredzie matowej o gramaturze 300 g.
W przypadku konieczności umieszczenia większej liczby informacji wskazane jest łamanie tekstów, w tym wpisanie imienia i nazwiska do osobnych wierszy.



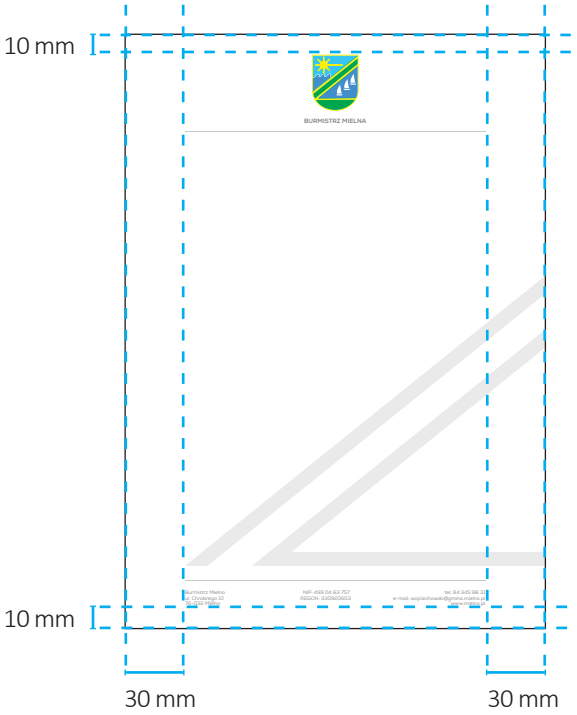


© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

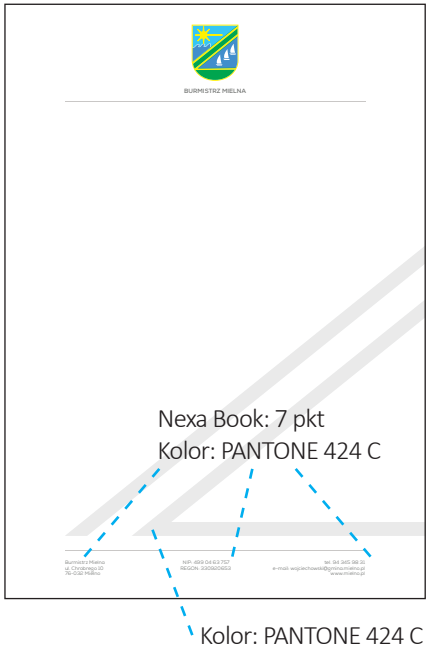
5.2. Papier listowy

Papier listowy należy, podobnie jak wizytówkę, drukować z zastosowaniem kolorów PANTONE w technice druku offsetowego. Zalecaną gramaturą papieru jest 90–120 g. Dopuszczalne jest korzystanie z szablonów papieru w programie Word i wydruk na drukarce kolorowej, pod warunkiem zachowania założonej kolorystyki oraz konstrukcji bloków informacyjnych papieru.

Czcionką przeznaczoną do używania w korespondencji jest Nexa Book. Dopuszczalne jest stosowanie czcionki pomocniczej Arial. Stopka adresowa na papierze listowym znajduje się na dole strony. Niezależnie od liczby wersów w stopce, ostatni wers powinien znajdować się zawsze na wysokości równej 10 mm od dołu.





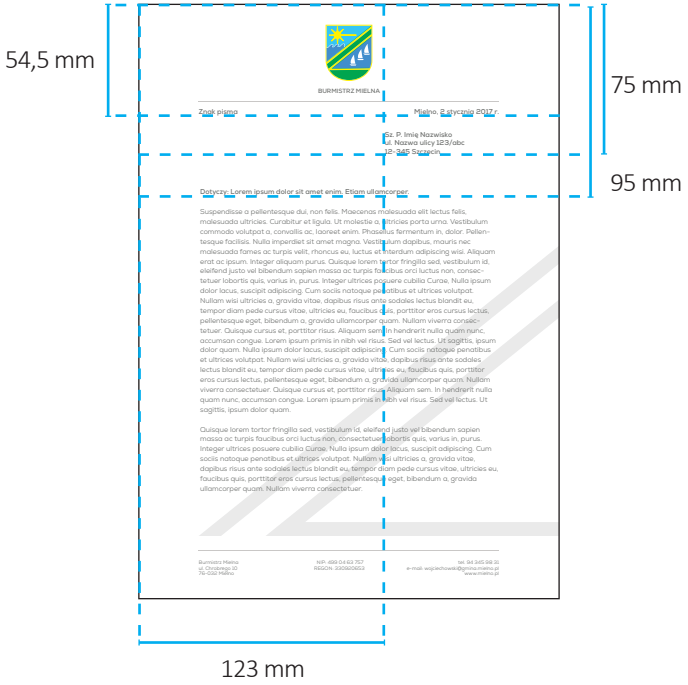


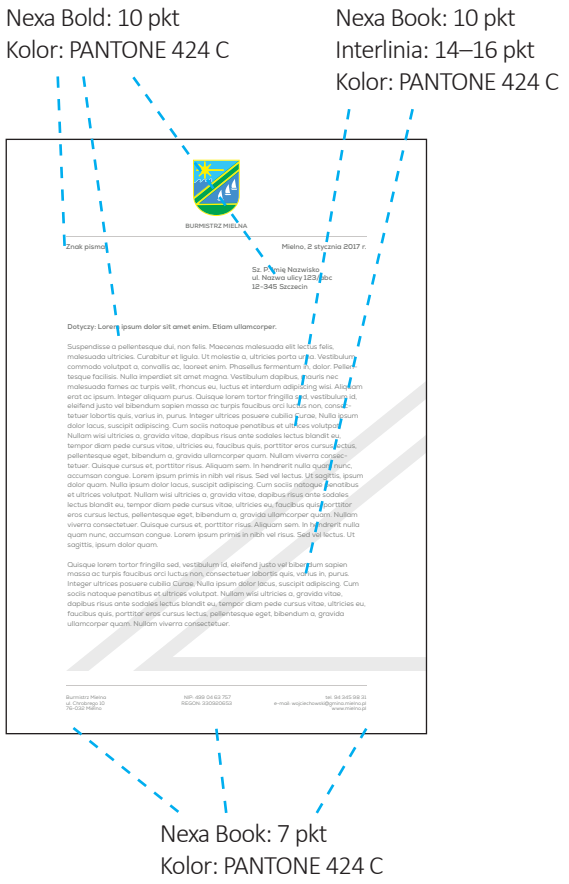
© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

5.3. Papier firmowy

Poniżej prezentujemy układ treści na papierze firmowym wraz z segmentacją tekstu i umiejscowieniem stopki.

Należy pamiętać o zachowaniu wskazanego układu danych adresowych, tak by były widoczne w oknie koperty.





© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

5.3. Papier firmowy

Wzór wielostronicowego papieru listowego zakłada konstrukcję analogiczną do jednostronicowego, przy założeniu, że stopka zostaje przeniesiona na ostatnią stronę korespondencji.


BURMISTRZ MIELNA

Znak pisma

Mielno, 2 stycznia 2017 r.

Sz. P. Imię Nazwisko
ul. Nazwa ulicy 123/abc
12-345 Szczecin

Dotyczy: Lorem ipsum dolor sit amet enim. Etiam ullamcorper.

Suspendisse a pellentesque dui, non felis. Maecenas malesuada elit lectus felis, malesuada ultricies. Curabitur et ligula. Ut molestie a, ultricies porta urna. Vestibulum commodo volutpat a, convallis ac, laoreet enim. Phasellus fermentum in, dolor. Pellentesque facilisis. Nulla imperdiet sit amet magna. Vestibulum dapibus, mauris nec malesuada fames ac turpis velit, rhoncus eu, luctus et interdum adipiscing wisi. Aliquam erat ac ipsum. Integer aliquam purus. Quisque lorem tortor fringilla sed, vestibulum id, eleifend justo vel bibendum sapien massa ac turpis faucibus orci luctus non, consectetuer lobortis quis, varius in, purus. Integer ultrices posuere cubilia Curae, Nulla ipsum dolor lacus, suscipit adipiscing. Cum sociis natoque penatibus et ultrices volutpat. Nullam wisi ultricies a, gravida vitae, dapibus risus ante sodales lectus blandit eu, tempor diam pede cursus vitae, ultricies eu, faucibus quis, porttitor eros cursus lectus, pellentesque eget, bibendum a, gravida ullamcorper quam. Nullam viverra consectetuer. Quisque cursus et, porttitor risus. Aliquam sem. In hendrerit nulla quam nunc, accumsan congue. Lorem ipsum primis in nibh vel risus. Sed vel lectus. Ut sagittis, ipsum dolor quam. Nulla ipsum dolor lacus, suscipit adipiscing. Cum sociis natoque penatibus et ultrices volutpat. Nullam wisi ultricies a, gravida vitae, dapibus risus ante sodales lectus blandit eu, tempor diam pede cursus vitae, ultricies eu, faucibus quis, porttitor eros cursus lectus, pellentesque eget, bibendum a, gravida ullamcorper quam. Nullam viverra consectetuer. Quisque cursus et, porttitor risus. Aliquam sem. In hendrerit nulla quam nunc, accumsan congue. Lorem ipsum primis in nibh vel risus. Sed vel lectus. Ut sagittis, ipsum dolor quam.

Quisque lorem tortor fringilla sed, vestibulum id, eleifend justo vel bibendum sapien massa ac turpis faucibus orci luctus non, consectetuer lobortis quis, varius in, purus. Integer ultrices posuere cubilia Curae, Nulla ipsum dolor lacus, suscipit adipiscing. Cum sociis natoque penatibus et ultrices volutpat. Nullam wisi ultricies a, gravida vitae, dapibus risus ante sodales lectus blandit eu, tempor diam pede cursus vitae, ultricies eu, faucibus quis, porttitor eros cursus lectus, pellentesque eget, bibendum a, gravida ullamcorper quam. Nullam viverra consectetuer.

Burmistrz Mielna
ul. Chrobrego 10
76-032 Mielno

NIP: 499 04 63 757
REGON: 330820653

tel. 94 345 98 31
e-mail: wojciechowski@gmina.mielno.pl
www.mielno.pl


BURMISTRZ MIELNA

Znak pisma

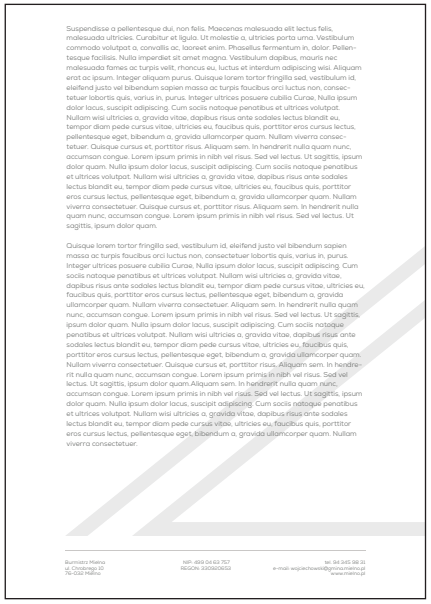
Mielno, 2 stycznia 2017 r.

Sz. P. Imię Nazwisko
ul. Nazwa ulicy 123/abc
12-345 Szczecin

Dotyczy: Lorem ipsum dolor sit amet enim. Etiam ullamcorper.

Suspendisse a pellentesque dui, non felis. Maecenas malesuada elit lectus felis, malesuada ultricies. Curabitur et ligula. Ut molestie a, ultricies porta urna. Vestibulum commodo volutpat a, convallis ac, laoreet enim. Phasellus fermentum in, dolor. Pellentesque facilisis. Nulla imperdiet sit amet magna. Vestibulum dapibus, mauris nec malesuada fames ac turpis velit, rhoncus eu, luctus et interdum adipiscing wisi. Aliquam erat ac ipsum. Integer aliquam purus. Quisque lorem tortor fringilla sed, vestibulum id, eleifend justo vel bibendum sapien massa ac turpis faucibus orci luctus non, consectetuer lobortis quis, varius in, purus. Integer ultrices posuere cubilia Curae, Nulla ipsum dolor lacus, suscipit adipiscing. Cum sociis natoque penatibus et ultrices volutpat. Nullam wisi ultricies a, gravida vitae, dapibus risus ante sodales lectus blandit eu, tempor diam pede cursus vitae, ultricies eu, faucibus quis, porttitor eros cursus lectus, pellentesque eget, bibendum a, gravida ullamcorper quam. Nullam viverra consectetuer. Quisque cursus et, porttitor risus. Aliquam sem. In hendrerit nulla quam nunc, accumsan congue. Lorem ipsum primis in nibh vel risus. Sed vel lectus. Ut sagittis, ipsum dolor quam. Nulla ipsum dolor lacus, suscipit adipiscing. Cum sociis natoque penatibus et ultrices volutpat. Nullam wisi ultricies a, gravida vitae, dapibus risus ante sodales lectus blandit eu, tempor diam pede cursus vitae, ultricies eu, faucibus quis, porttitor eros cursus lectus, pellentesque eget, bibendum a, gravida ullamcorper quam. Nullam viverra consectetuer. Quisque cursus et, porttitor risus. Aliquam sem. In hendrerit nulla quam nunc, accumsan congue. Lorem ipsum primis in nibh vel risus. Sed vel lectus. Ut sagittis, ipsum dolor quam. Nulla ipsum dolor lacus, suscipit adipiscing. Cum sociis natoque penatibus et ultrices volutpat. Nullam wisi ultricies a, gravida vitae, dapibus risus ante sodales lectus blandit eu, tempor diam pede cursus vitae, ultricies eu, faucibus quis, porttitor eros cursus lectus, pellentesque eget, bibendum a, gravida ullamcorper quam. Nullam viverra consectetuer. Quisque cursus et, porttitor risus. Aliquam sem. In hendrerit nulla quam nunc, accumsan congue. Lorem ipsum primis in nibh vel risus. Sed vel lectus. Ut sagittis, ipsum dolor quam. Nulla ipsum dolor lacus, suscipit adipiscing. Cum sociis natoque penatibus et ultrices volutpat. Nullam wisi ultricies a, gravida vitae, dapibus risus ante sodales lectus blandit eu, tempor diam pede cursus vitae, ultricies eu, faucibus quis, porttitor eros cursus lectus, pellentesque eget, bibendum a, gravida ullamcorper quam. Nullam viverra consectetuer. Quisque cursus et, porttitor risus. Aliquam sem. In hendrerit nulla quam nunc, accumsan congue. Lorem ipsum primis in nibh vel risus. Sed vel lectus. Ut sagittis, ipsum dolor quam.

Quisque lorem tortor fringilla sed, vestibulum id, eleifend justo vel bibendum sapien massa ac turpis faucibus orci luctus non, consectetuer lobortis quis, varius in, purus. Integer ultrices posuere cubilia Curae, Nulla ipsum dolor lacus, suscipit adipiscing. Cum sociis natoque penatibus et ultrices volutpat. Nullam wisi ultricies a, gravida vitae, dapibus risus ante sodales lectus blandit eu, tempor diam pede cursus vitae, ultricies eu, faucibus quis, porttitor eros cursus lectus, pellentesque eget, bibendum a, gravida ullamcorper quam. Nullam viverra consectetuer. Quisque cursus et, porttitor risus. Aliquam sem. In hendrerit nulla quam nunc, accumsan congue. Lorem ipsum primis in nibh vel risus. Sed vel lectus. Ut sagittis, ipsum dolor quam. Nulla ipsum dolor lacus, suscipit adipiscing. Cum sociis natoque penatibus et ultrices volutpat. Nullam wisi ultricies a, gravida vitae, dapibus risus ante sodales lectus blandit eu, tempor diam pede cursus vitae, ultricies eu, faucibus quis, porttitor eros cursus lectus, pellentesque eget, bibendum a, gravida ullamcorper quam. Nullam viverra consectetuer. Quisque cursus et, porttitor risus. Aliquam sem. In hendrerit nulla quam nunc, accumsan congue. Lorem ipsum primis in nibh vel risus. Sed vel lectus. Ut sagittis, ipsum dolor quam. Nulla ipsum dolor lacus, suscipit adipiscing. Cum sociis natoque penatibus et ultrices volutpat. Nullam wisi ultric-


Suspendisse a pellentesque dui, non felis. Maecenas malesuada elit lectus felis, malesuada ultricies. Curabitur et ligula. Ut molestie a, ultricies porta urna. Vestibulum commodo volutpat a, convallis ac, laoreet enim. Phasellus fermentum in, dolor. Pellentesque facilisis. Nulla imperdiet sit amet magna. Vestibulum dapibus, mauris nec malesuada fames ac turpis velit, rhoncus eu, luctus et interdum adipiscing wisi. Aliquam erat ac ipsum. Integer aliquam purus. Quisque lorem tortor fringilla sed, vestibulum id, eleifend justo vel bibendum sapien massa ac turpis faucibus orci luctus non, consectetuer lobortis quis, varius in, purus. Integer ultrices posuere cubilia Curae, Nulla ipsum dolor lacus, suscipit adipiscing. Cum sociis natoque penatibus et ultrices volutpat. Nullam wisi ultricies a, gravida vitae, dapibus risus ante sodales lectus blandit eu, tempor diam pede cursus vitae, ultricies eu, faucibus quis, porttitor eros cursus lectus, pellentesque eget, bibendum a, gravida ullamcorper quam. Nullam viverra consectetuer. Quisque cursus et, porttitor risus. Aliquam sem. In hendrerit nulla quam nunc, accumsan congue. Lorem ipsum primis in nibh vel risus. Sed vel lectus. Ut sagittis, ipsum dolor quam.

Quisque lorem tortor fringilla sed, vestibulum id, eleifend justo vel bibendum sapien massa ac turpis faucibus orci luctus non, consectetuer lobortis quis, varius in, purus. Integer ultrices posuere cubilia Curae, Nulla ipsum dolor lacus, suscipit adipiscing. Cum sociis natoque penatibus et ultrices volutpat. Nullam wisi ultricies a, gravida vitae, dapibus risus ante sodales lectus blandit eu, tempor diam pede cursus vitae, ultricies eu, faucibus quis, porttitor eros cursus lectus, pellentesque eget, bibendum a, gravida ullamcorper quam. Nullam viverra consectetuer. Quisque cursus et, porttitor risus. Aliquam sem. In hendrerit nulla quam nunc, accumsan congue. Lorem ipsum primis in nibh vel risus. Sed vel lectus. Ut sagittis, ipsum dolor quam. Nulla ipsum dolor lacus, suscipit adipiscing. Cum sociis natoque penatibus et ultrices volutpat. Nullam wisi ultricies a, gravida vitae, dapibus risus ante sodales lectus blandit eu, tempor diam pede cursus vitae, ultricies eu, faucibus quis, porttitor eros cursus lectus, pellentesque eget, bibendum a, gravida ullamcorper quam. Nullam viverra consectetuer. Quisque cursus et, porttitor risus. Aliquam sem. In hendrerit nulla quam nunc, accumsan congue. Lorem ipsum primis in nibh vel risus. Sed vel lectus. Ut sagittis, ipsum dolor quam. Aliquam sem. In hendrerit nulla quam nunc, accumsan congue. Lorem ipsum primis in nibh vel risus. Sed vel lectus. Ut sagittis, ipsum dolor quam. Nulla ipsum dolor lacus, suscipit adipiscing. Cum sociis natoque penatibus et ultrices volutpat. Nullam wisi ultricies a, gravida vitae, dapibus risus ante sodales lectus blandit eu, tempor diam pede cursus vitae, ultricies eu, faucibus quis, porttitor eros cursus lectus, pellentesque eget, bibendum a, gravida ullamcorper quam. Nullam viverra consectetuer.

Burmistrz Mielna
ul. Chrobrego 10
76-032 Mielno

NIP: 499 04 63 757
REGON: 330820653

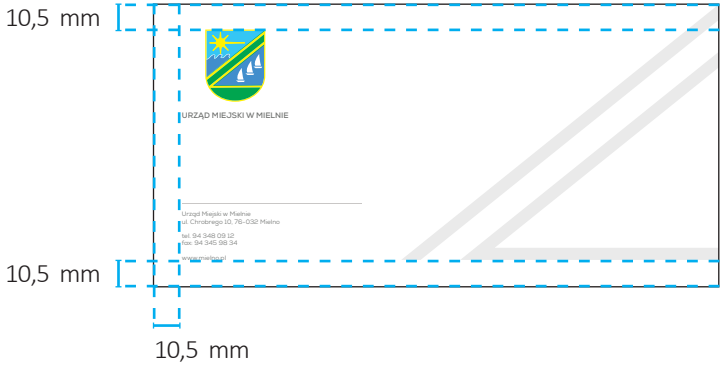
tel. 94 345 98 31
e-mail: wojciechowski@gmina.mielno.pl
www.mielno.pl

© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

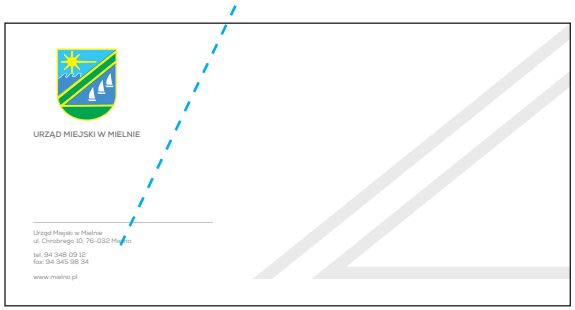
5.4. Koperty

Koperta DL przeznaczona jest głównie do korespondencji seryjnej (np. zaproszenia) i listów o charakterze informacyjnym (zamówienia, korespondencja marketingowa itp.).

Dopuszczamy możliwość produkcji tej koperty na szlachetnym papierze typu 120 g w kolorze białym. W tym przypadku również papier listowy musi być drukowany na papierze typu Olin Regular Absolute White 100 g.



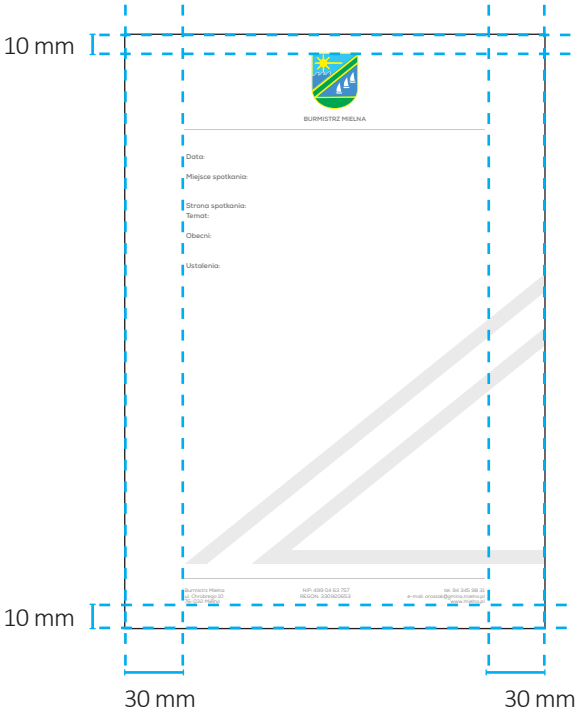
Nexa Book: 7 pkt
Kolor: PANTONE 424 C



© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

5.5. Notatka ze spotkania

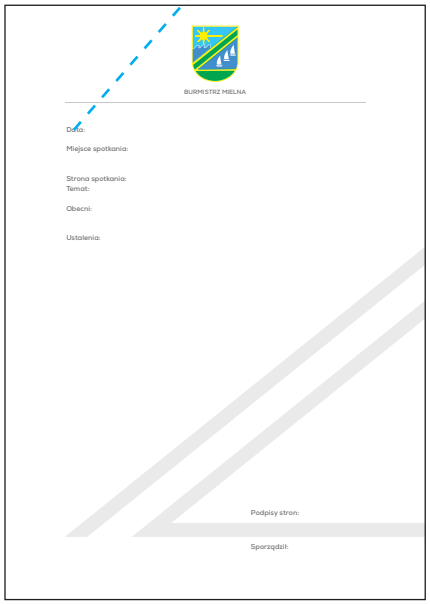
Założoną formą przesyłania notatek ze spotkania jest plik
z wypełnionym szablonem w standardzie Word.





Wersja ze stopką

Nexa Bold: 10 pkt
Kolor: PANTONE 424 C



Wersja bez stopki

© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

6. Materiały promocyjne

© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

6.1. Zasady konstrukcji wydawnictwa – layout

Elementem graficznym obecnym w layoutach jest linia odcinająca zdjęcie.
Jej nieregularność umotywowana jest kształtem mierzei na odcinku sąsiadującym z jeziorem Jamno.



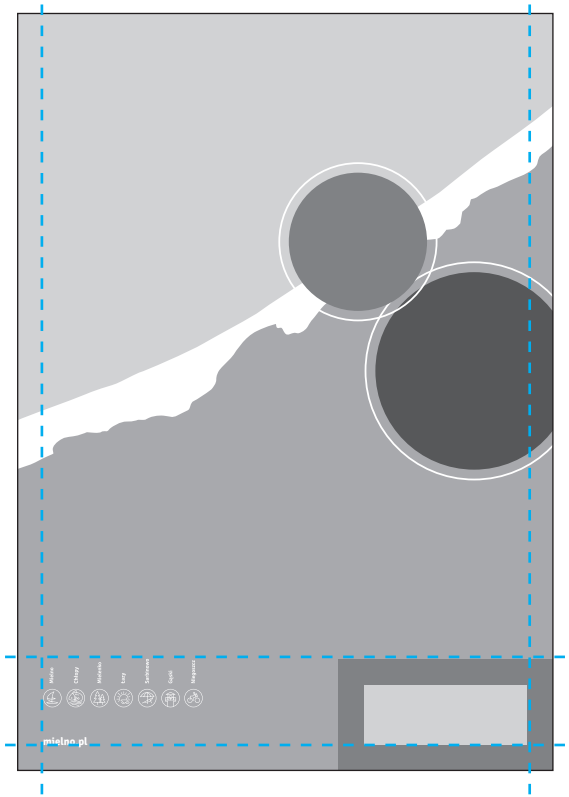


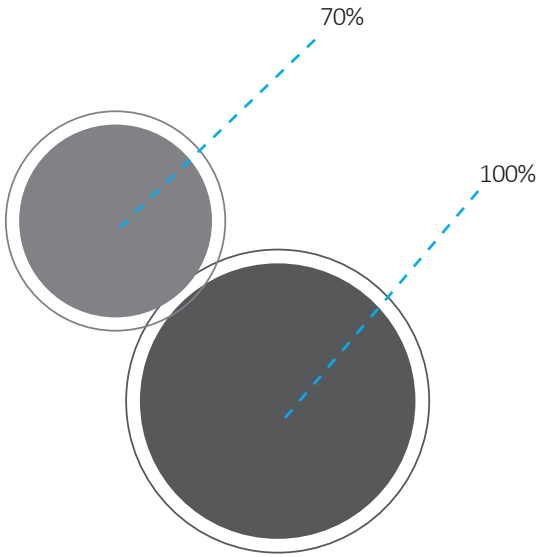
© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

6.1. Zasady konstrukcji wydawnictwa – layout

Kolejny element obligatoryjny layoutu to dwa przecinające się wzajemnie koła: większe, którego średnica ustalana jest dowolnie, oraz mniejsze, którego średnica zawsze stanowi 70% średnicy większego.

Każde z kół otacza zewnętrzny pierścień, który w wypadku powiększania elementów jest względem nich proporcjonalnie skalowany. W przypadku zmniejszania kół, grubość pierścienia nie może być mniejsza niż 1 pkt.

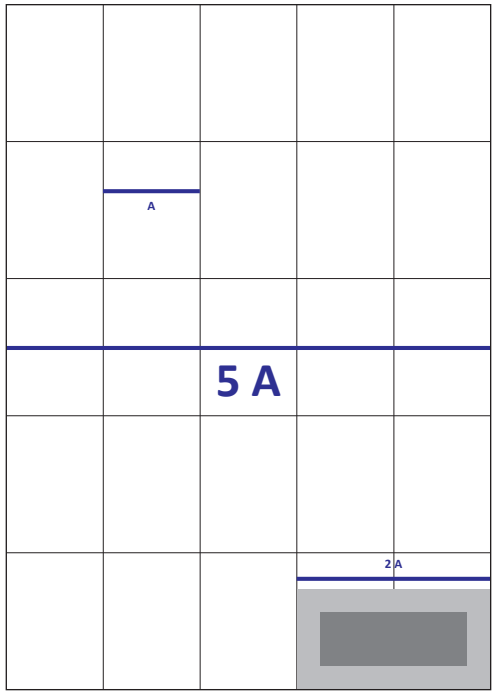




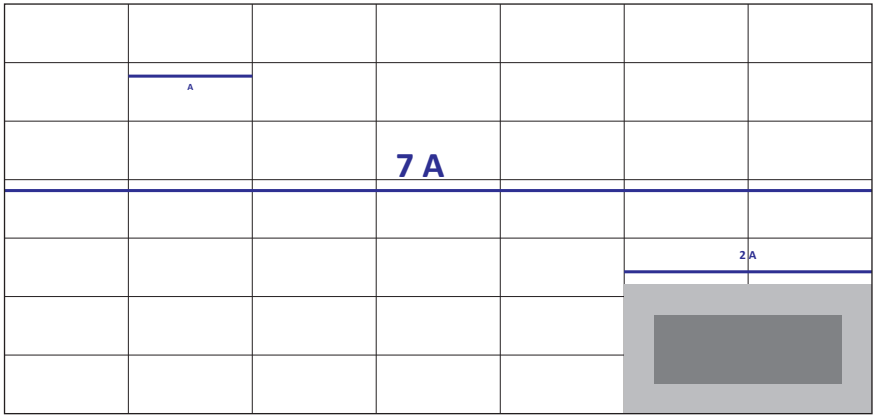
© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

6.1. Zasady konstrukcji wydawnictwa – layout

5 A – A4 pion



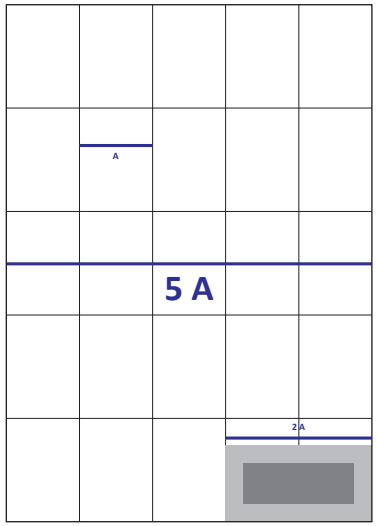
7 A – Billboard



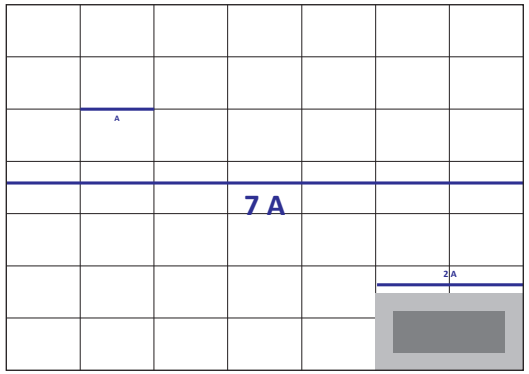
© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

6.1. Zasady konstrukcji wydawnictwa – layout

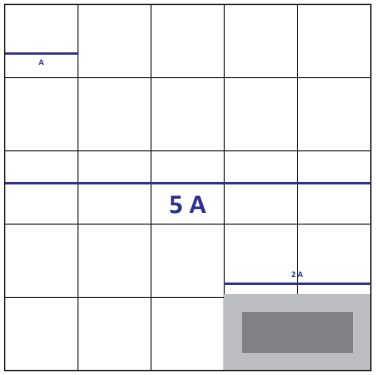
5 A – A4 pion



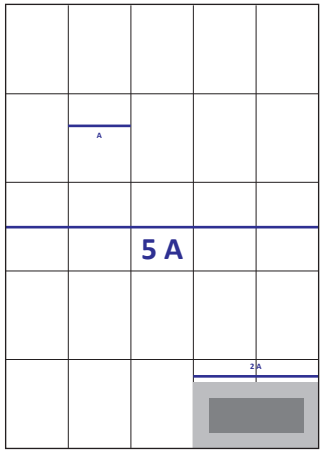
7 A – A4 poziom



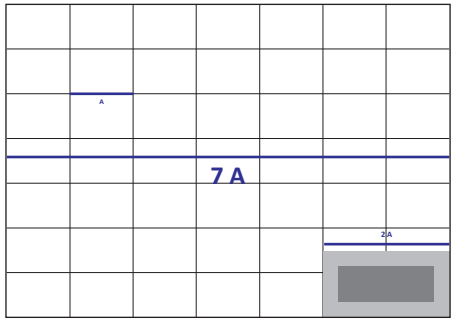
5 A – 21 x 21 Kwadrat



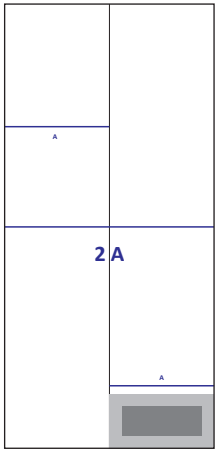
5 A – A5 pion



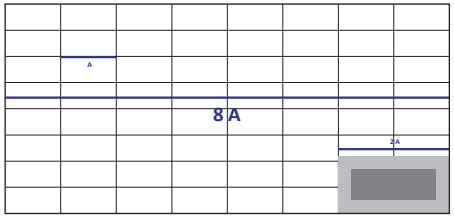
7 A – A5 poziom



2 A – DL pion



8 A – DL poziom



© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

6.1. Zasady konstrukcji wydawnictwa – layout







© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

6.1. Zasady konstrukcji wydawnictwa – layout















© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

6.2. Ulotka promocyjna ogólna

Przykładowa zawartość layoutu
W materiałach promocyjnych dopuszcza się zastosowanie zdjęć ludzi, przyrody oraz architektury.

Obok zdjęć możliwe jest również zastosowanie kolorystyki z palety kolorów podstawowych i uzupełniających.







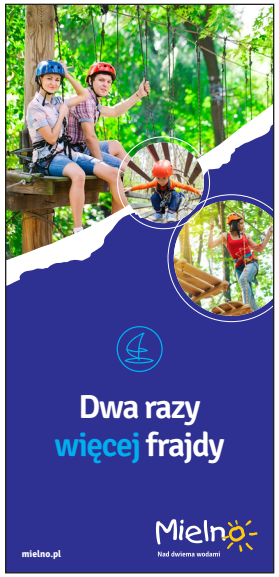


© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

6.2. Ulotka promocyjna ogólna

Zasady konstrukcji ulotki produktowej są analogiczne
jak w przypadku ulotki promocyjnej.

Okładka



Rozkładówka





Rewers





© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

6.3. Ulotka produktowa

W celu zachowania spójności materiałów wizualnych miejscowości partnerskich,
każdej z nich przypisany został piktogram eksponujący podstawowy atut miejsca.
Każdej miejscowości przypisano również jeden kolor z palety kolorów uzupełniających.

Mielno **Chłopy** **Mielenko** **Łazy** **Sarbinowo** **Gąski** **Niegoszcz**



© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

6.3. Ulotka produktowa

Poniżej prezentujemy przykładowe kompozycje materiałów reklamowych miejscowości gminy.













© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

6.4. Folder

Przykłady kompozycji folderów reklamowych z użyciem większej ilości tekstu.

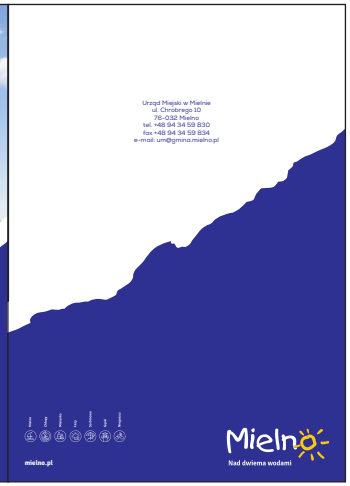




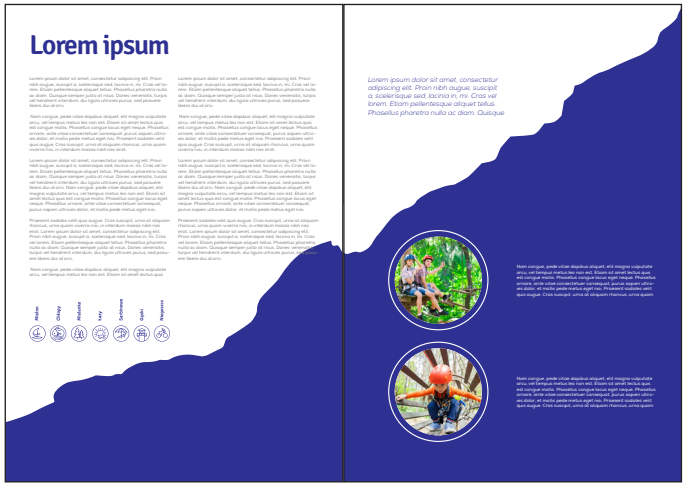
Okładka



Rewers



Rozkładówka



© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

6.4. Folder

Przykłady kompozycji folderów reklamowych
i publikacji elektronicznych.





© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

6.5. Reklama prasowa kolorowa

Przykłady kompozycji materiałów reklamowych publikowanych w prasie.







© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

6.6. Ogłoszenie prasowe

Przykłady kompozycji ogłoszeń publikowanych w prasie.



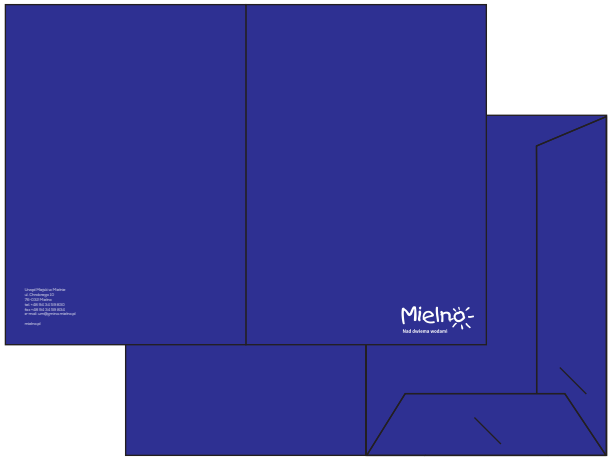




© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

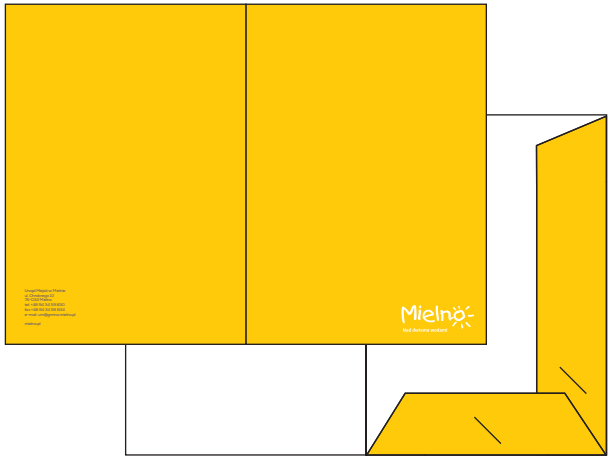
6.7. Teczka promocyjna

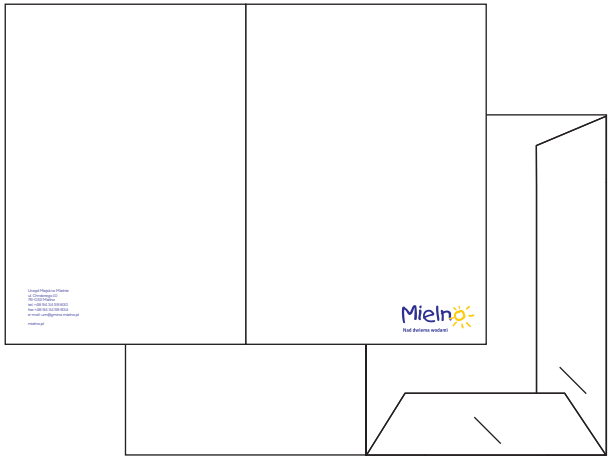
Teczka z wykrojnikiem standardowym. Zalecany papier Olin Regular Absolute White 300 g. Do zastosowania jako okładka/obwoluta materiałów promocyjnych. Uszlachetniana lakierem matowym lub folią matową.











© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

6.8. Torby reklamowe

W przypadku toreb reklamowych rekomenduje się umiejscowienie logo na środku torby.



Przykładowe wzory i kolory

© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

6.8. Torby reklamowe

W przypadku toreb ekologicznych rekomenduje się umiejscowienie logo na środku torby.



Przykładowe wzory i kolory

© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

6.9. Identyfikator ze smyczą









Signika SemiBold: 30 pkt
Kolor: White

Signika SemiBold: 7 pkt
Kolor: White

Signika Light: 11 pkt
Kolor: PANTONE Blue 072 C

Signika Light: 7 pkt
Kolor: PANTONE Blue 072 C



© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

6.10. Banner

Przykłady kompozycji bannerów reklamowych. W przypadku reklamy zewnętrznej zakładamy możliwość użycia bannerów z wykorzystaniem zdjęć lub z wykorzystaniem grafiki.

Ze względu na sposób montażu (oczkowanie) należy pamiętać o tym, by logo i teksty zostały odsunięte od krawędzi banneru.





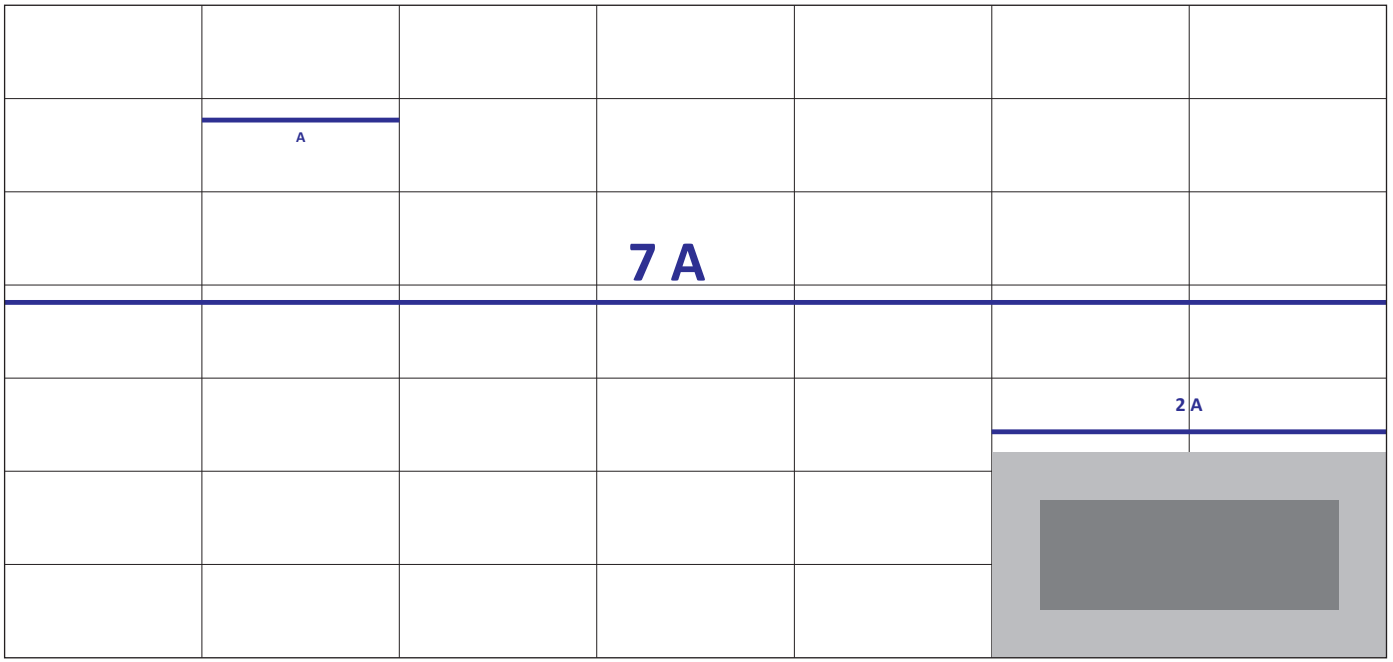




© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

6.11. Billboard

Przykłady konstrukcji billboardu



© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

6.11. Billboard

Przykład kompozycji billboardu z wykorzystaniem zdjęcia



Wersja billboardu eventowego, gdy w wydarzeniu bierze udział większa liczba organizatorów.



© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

6.12. Flagi

Wielkość flagi powinna być dostosowana do miejsca ekspozycji z zachowaniem pola ochronnego logo.



Przykładowe wzory i kolory

© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

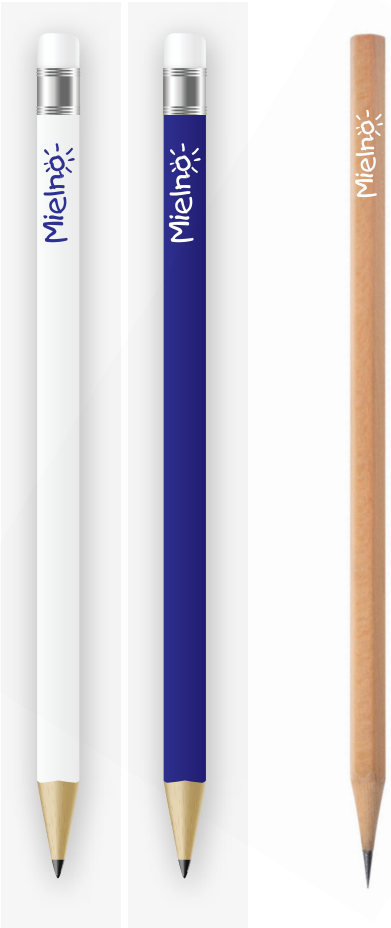
7. Upominki masowe

© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

7.1. Długopisy i ołówki







Przykładowe wzory i kolory

© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

7.2. Brelok





Przykładowe wzory i kolory

© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

7.3. Koszulki





Przykładowe wzory i kolory

© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

7.3. Koszulki





Przykładowe wzory i kolory

© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

7.4. Czapki

Na czapeczkach dopuszczamy stosowanie pełnego logo w formie poziomej lub samego symbolu.



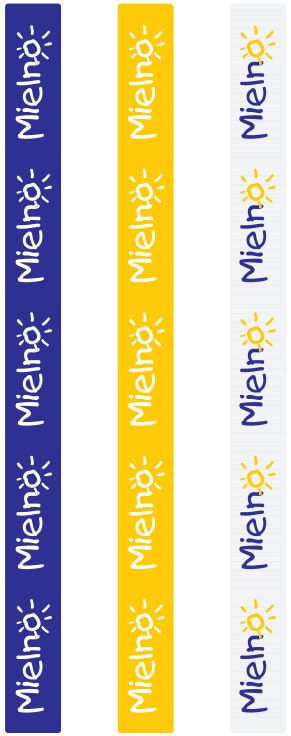


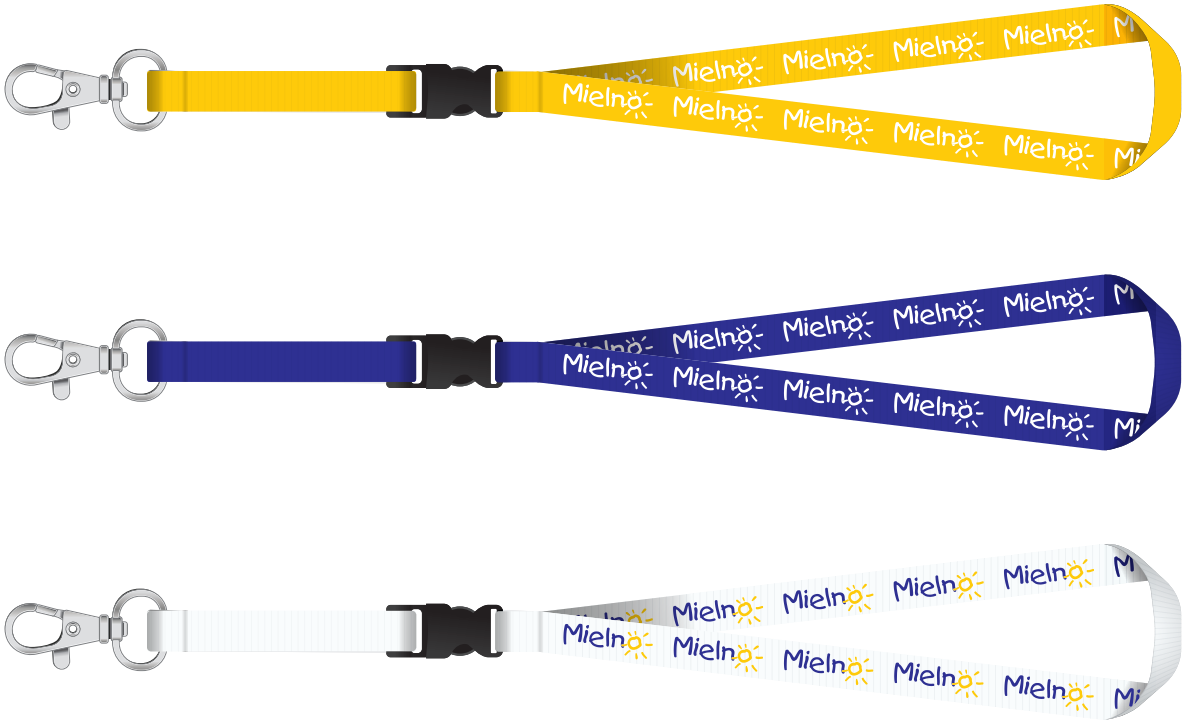
Przykładowe wzory i kolory

© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

7.5. Smycz

Przykłady gadżetów z zastosowaniem logo
i wzoru ozdobnego.





© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

7.6. Zapachy

flakon



worek

zapach samochodowy



Przykładowe wzory i kolory

© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

7.7. Chorągwie i chorągiewki





Przykładowe wzory i kolory

© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

7.8. Kubki

wariant z pełnym logo

wariant z symbolem



Przykładowe wzory i kolory

© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

8. Upominki ekskluzywne

© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

8.1. Pióro

Ze względu na ekskluzywny charakter upominków
rekomendujemy zastosowanie subtelnych oznaczeń.



© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

8.2. Portfel

Firmizacja upominków o charakterze ekskluzywnym dopuszcza zastosowanie symbolu. Dyskretne znakowanie może pojawić się na obwolucie, opakowaniu, na zewnętrznej lub wewnętrznej stronie upominku.

W przypadku wzorów upominków nieujętych w SIW-ie niezbędne jest ich uzgadnianie z Urzędem Miejskim w Mielnie.



© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

8.3. Flaga biurkowa



© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

9. Materiały wystawiennicze

© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

9.1. Rollup

Rollup tworzony jest z wykorzystaniem zdjęcia lub logo umieszczonego na tle w kolorach marki.





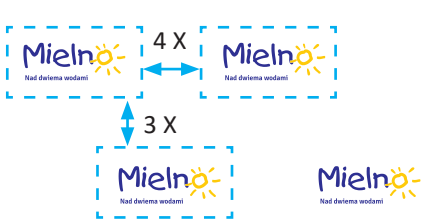
© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

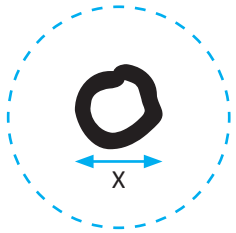
9.2. Ścianka ekspozycyjna

Konstrukcję ścianki ekspozycyjnej należy rozpocząć od lewego górnego rogu. Obszar bezpieczny logo wyznacza wysokość X. Odległości między sąsiadującymi logotypami w poziomie powinny wynosić 4 X, natomiast w pionie – 3 X.





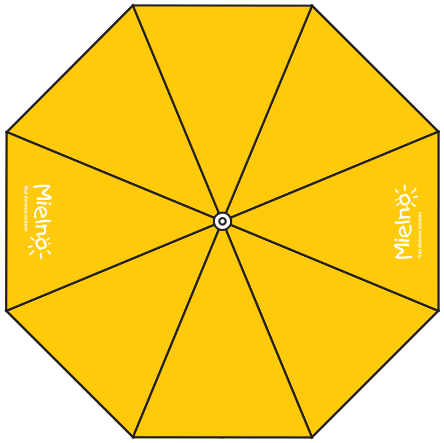




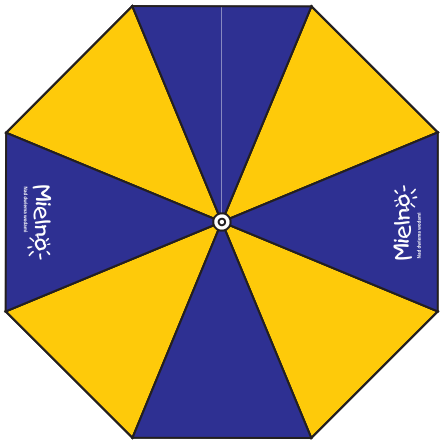


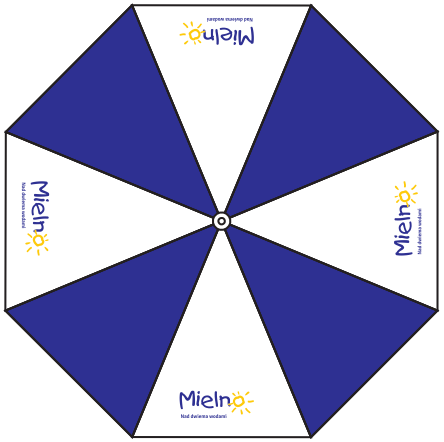
© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

9.3. Parasol reklamowy









Przykładowe wzory i kolory

© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

9.4. Namiot

Przykłady namiotów wykorzystywanych
podczas imprez plenerowych

wskazana grafika stwarzająca wrażenie nadmorskiej
plaży

nadruk





piasek lub imitacja (wykładzina, lub nadruk poziomy)

© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

9.5. Przypinka



Przykładowe wzory i kolory

© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

9.6. Ubrania

Wersja uniwersalna
stosowana podczas spotkań z mieszkańcami
i turystami obejmuje stroje w formie casualowej,
swobodnej, nieformalnej, z dyskretnym oznakowaniem.

ubrania damskie

rekomendowana gama kolorystyczna





© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

9.6. Ubrania

Wersja uniwersalna
stosowana podczas spotkań z mieszkańcami
i turystami obejmuje stroje w formie casualowej,
swobodnej, nieformalnej, z dyskretnym oznakowaniem.

ubrania męskie

rekomendowana gama kolorystyczna

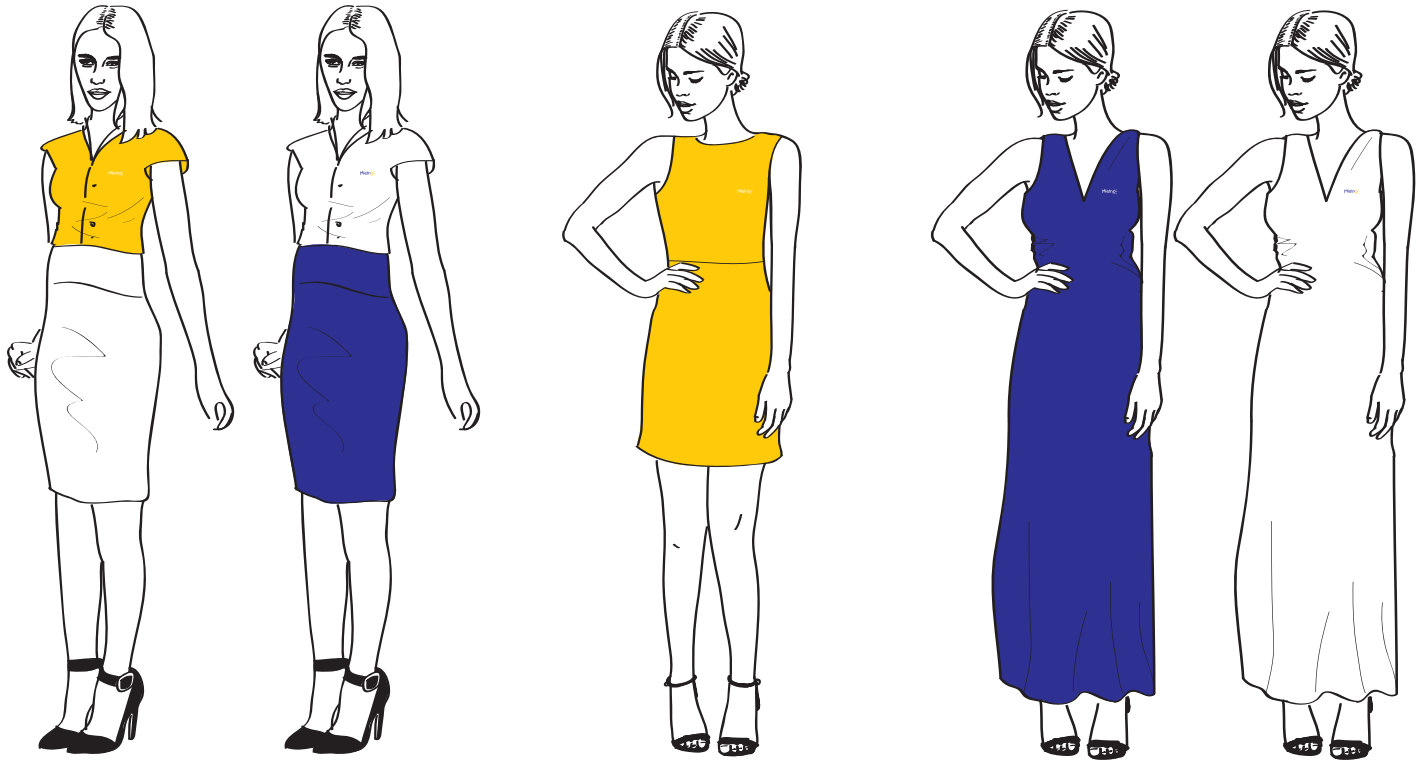




© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

9.6. Ubrania

Wersja biznesowa
spotkania biznesowe, konferencje, wręczanie nagród –
dopuszczalna wersja ze zdobieniami lub bez.

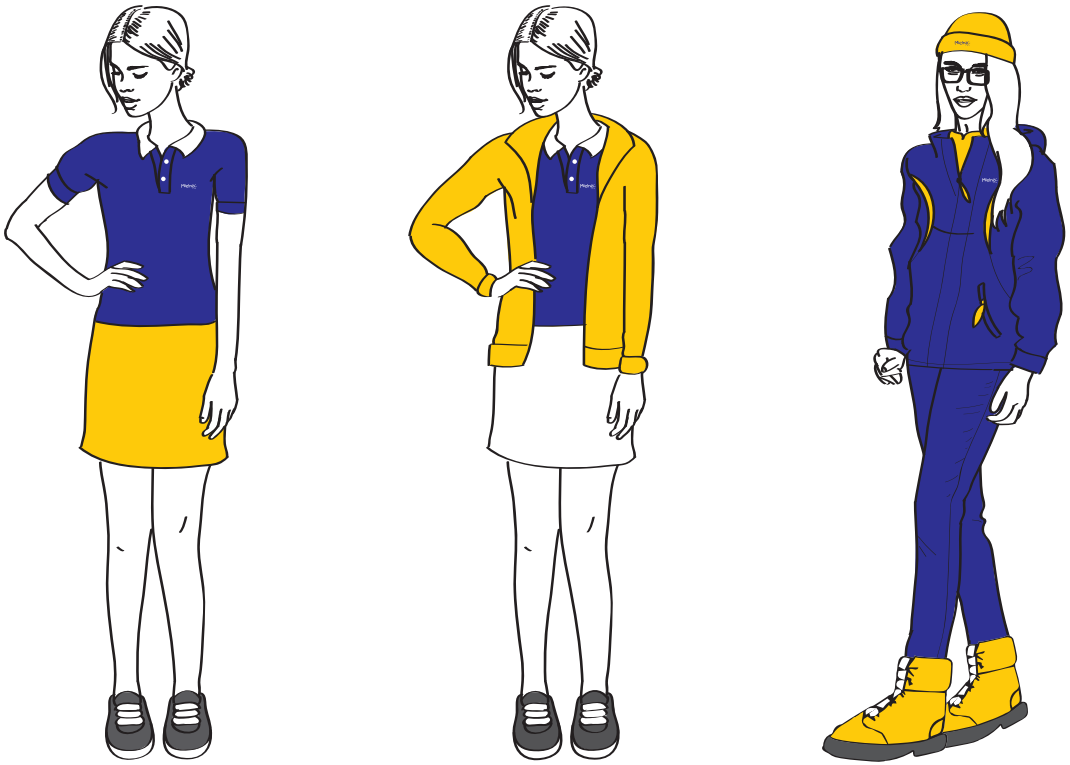


Przykładowe wzory i kolory

© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

9.6. Ubrania

Wersja casual
spotkania integracyjne, gry zespołowe,
promocja na zewnątrz.



Przykładowe wzory i kolory

© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

10. Oznakowania architektoniczne

© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

10.1. Szyld podświetlany na dachu





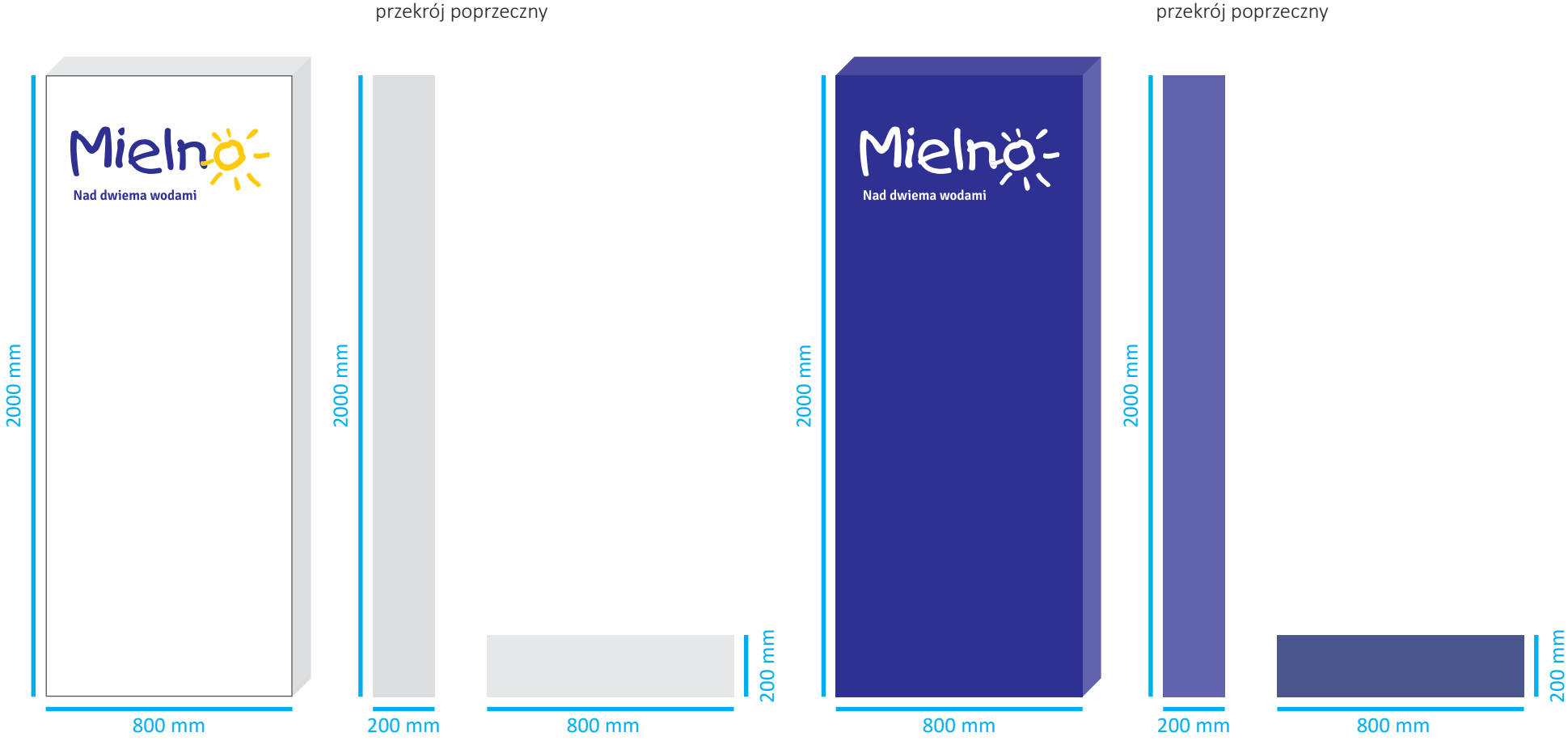




© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

10.2. Totem

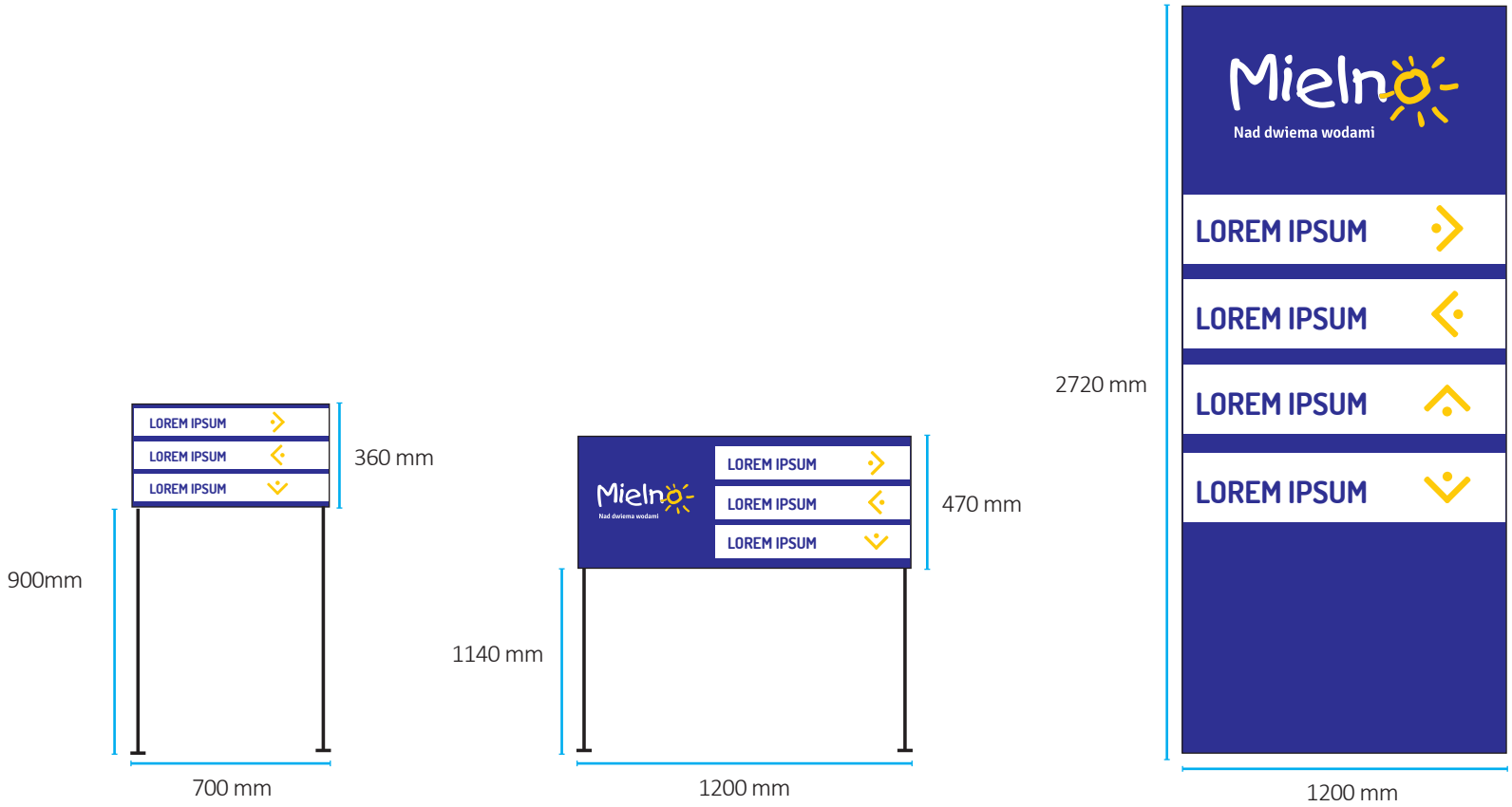
W miejscach ekspozycji narażonych na intensywne działanie zanieczyszczeń rekomendowana jest wersja totemu osłonięta szkłem.



© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

10.3. Dojazdowe tablice kierunkowe

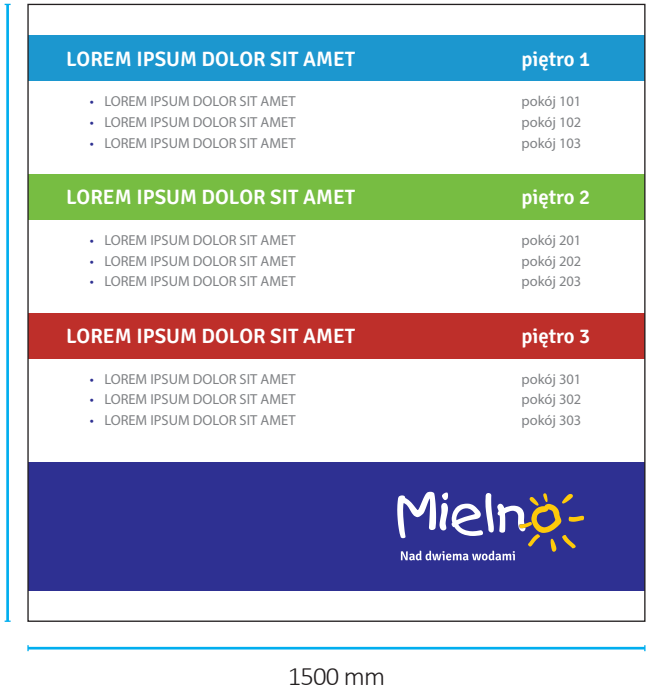
Wszystkie ograniczenia dotyczące przygotowywania nowych tablic kierunkowych wymagają konsultacji z Urzędem Miejskim w Mielnie.



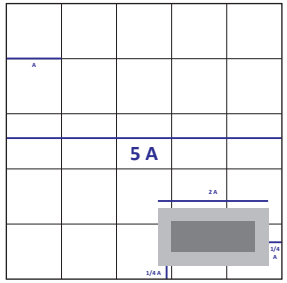
© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

10.4. Tablica informacyjna zbiorcza

Przykład tablicy informacyjnej.



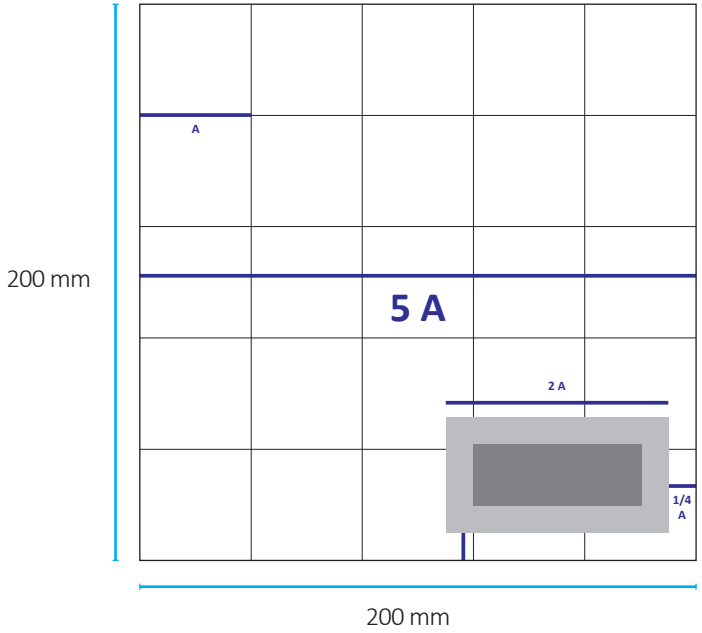




© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

10.5. Tabliczki przydrzwiowe

Tabliczki przydrzwiowe 20 x 20 cm
(przykład zastosowania).







© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

10.5. Tabliczki przydrzwiowe



© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

10.6. Witacz



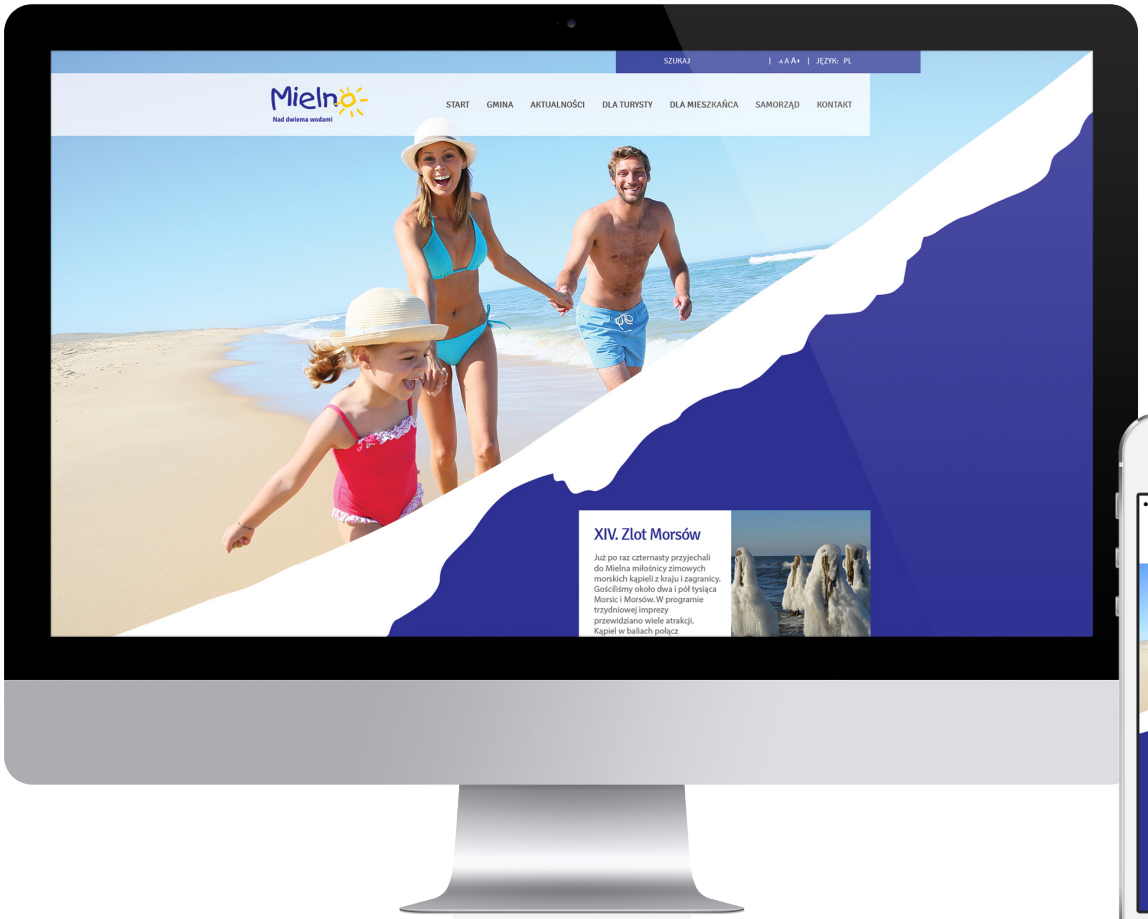
© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

11. Multimedia

© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

11.1. Szablon strony głównej

Szablon strony domowej dla komputerów stacjonarnych i przenośnych.



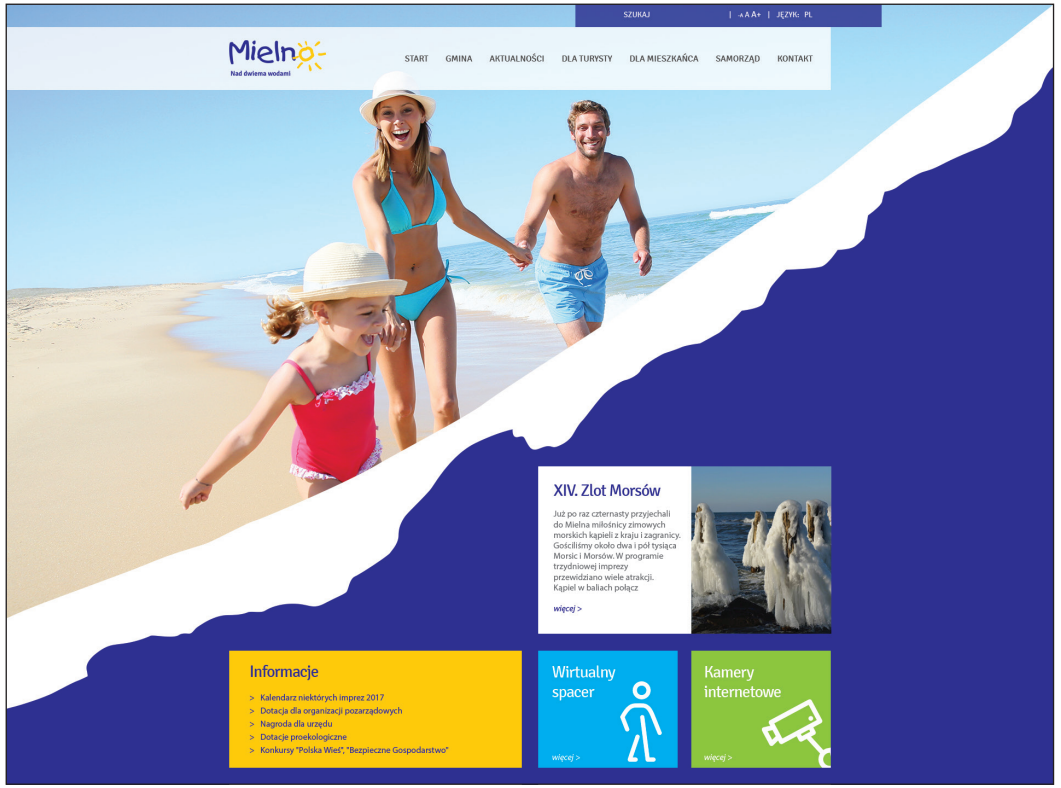
Szablon mobilnej strony domowej



© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

11.1. Szablon strony głównej

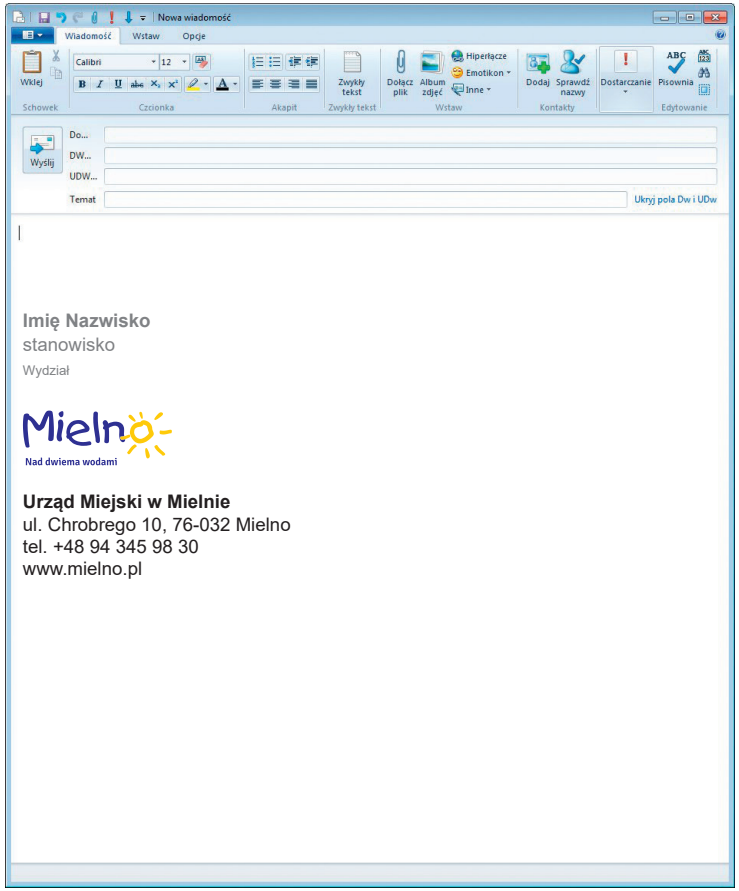




© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

11.2. Stopka mailowa

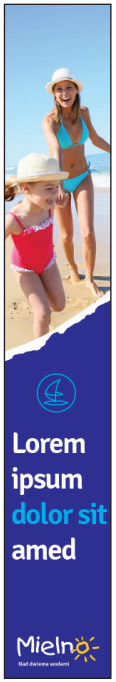
Stosowana w komunikacji wewnętrznej oraz oficjalnej,
dopuszczalna w kolejnych komunikatach do tego samego odbiorcy.



© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

11.3. Bannery internetowe (5 formatów)

150 x 950 px



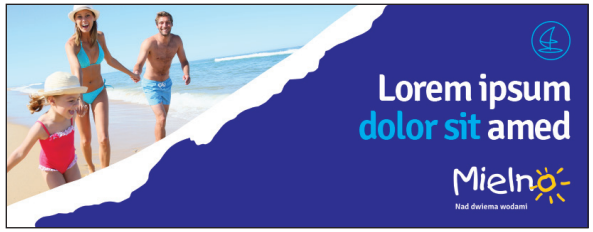
325 x 600 px



350 x 350 px



820 x 315 px



950 x 150 px



© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

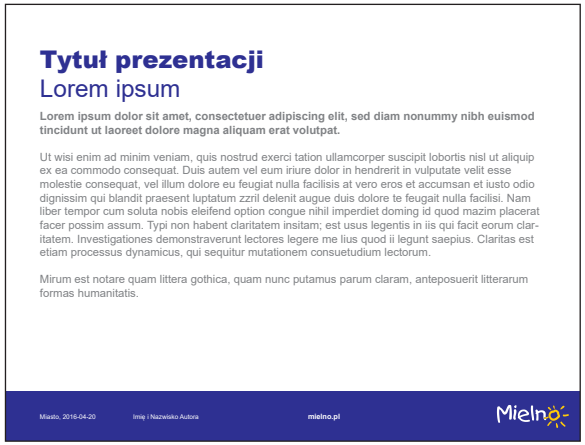
11.4. Szablon prezentacji promocyjnej PowerPoint

Wersja standardowa
Wersja prezentacji wyświetlana na ekranach o proporcjach 4:3.

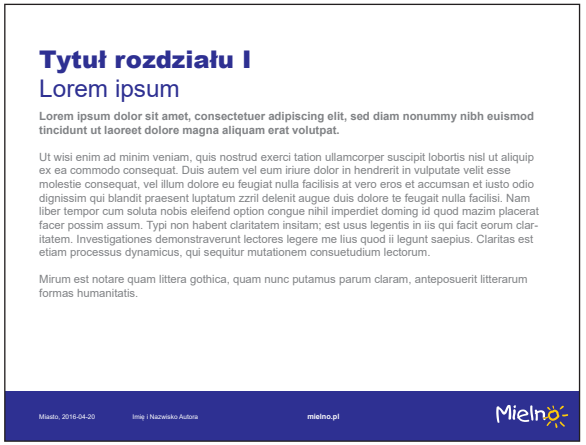
przykładowe slajdy









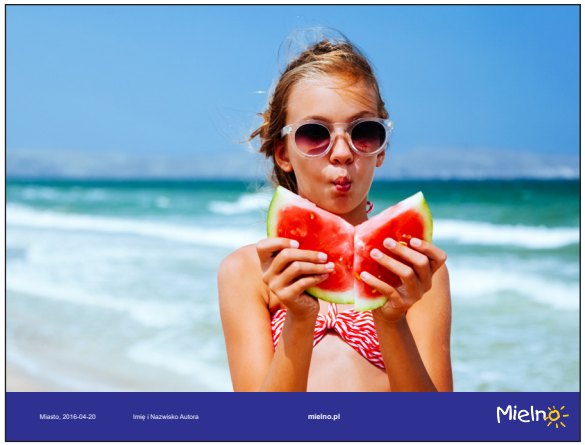


© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

11.4. Szablon prezentacji promocyjnej Power Point

przykładowe slajdy

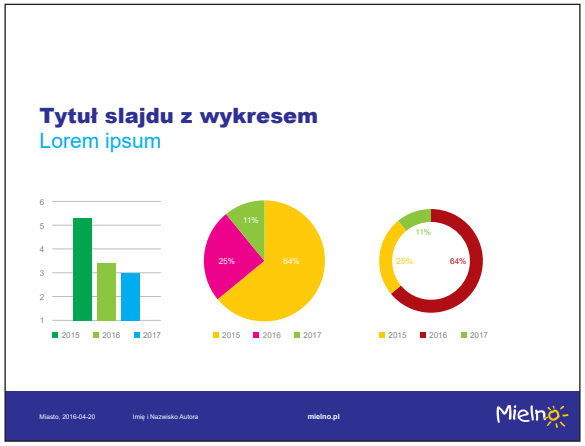
Podstawowymi kolorami stosowanymi w prezentacji są żółty lub granatowy. Przy tworzeniu wykresów należy stosować kolory uzupełniające.













© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

12. Zasady doboru fotografii i ich kadrowania

© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

12.1. Zasady doboru fotografii i ich kadrowania

Dobór zdjęć powinien być zgodny z modelem pozycjonowania Mielna ze szczególnym uwzględnieniem wartości wyrażających radość, witalność, dobrą zabawę. Zdjęcia powinny eksponować również elementy krajobrazowe. Kadrując zdjęcia, należy skupić się na przekazywanej treści – jej szczegółach, naturze i ludziach.













© DOM MARKI Max von Jastrov 2017

13. Próbniki kolorystyczne

© DOM MARKI Max von Jastrov 2017