



## SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ



„Europejski Fundusz Rolny na Rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie.”

Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 – Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi  
Operacja pt. „Marka – Przyjazne Mazowsze II edycja” współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach poddziałania 19.2  
„Wsparcie na wdrażanie operacji w ramach strategii rozwoju lokalnego kierowanego przez społeczność” w ramach działania  
„Wsparcie dla rozwoju lokalnego w ramach inicjatywy LEADER” objętego Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020

<b>1. Logo</b> .....	3	<b>6. Materiały promocyjne</b> .....	23	7.8. Kubek termiczny .....	50
1.1. Wersja podstawowa logo .....	4	6.1. Zasady konstrukcji layoutu wydawnictwa .....	24	7.9. Pendrive .....	51
1.2. Warianty logo .....	5	6.2. Ulotka promocyjna ogólna .....	30	<b>8. Materiały wystawiennicze</b> .....	52
1.3. Konstrukcja .....	6	6.3. Folder A4 – wytyczne konstrukcyjne .....	31	8.1. Rollup .....	53
1.4. Wersja achromatyczna i monochromatyczna .....	7	6.3. Folder A4 – wytyczne konstrukcyjne .....	32	8.2. Ścianka ekspozycyjna .....	54
1.5. Pole ochronne znaku .....	8	6.4. Reklama prasowa kolorowa .....	34	8.3. Namiot .....	55
1.6. Wielkość minimalna znaku przy różnych technikach .....	9	6.5. Ogłoszenie prasowe .....	35	<b>9. Oznakowanie architektoniczne</b> .....	56
1.7. Zasady umieszczania znaku na płaszczyźnie .....	10	6.7. Teczka promocyjna .....	36	9.1. Dojazdowe tablice kierunkowe .....	57
1.8. Czego nie można robić z logo .....	11	6.8. Torby reklamowe .....	37	9.2. Tablica informacyjna zbiorcza .....	58
<b>2. Typografia</b> .....	12	6.9. Identyfikator ze smyczą .....	38	<b>10. Multimedia</b> .....	59
2.1. Krój podstawowy .....	13	6.10. Baner .....	39	10.1. Layout strony internetowej .....	60
2.2. Krój pomocniczy .....	14	6.11. Billboard .....	40	10.2. Stopka e-mail .....	61
<b>3. Kolorystyka</b> .....	15	6.12. Flagi .....	41	10.3. Szablon prezentacji promocyjnej Power Point .....	62
3.1. Specyfikacja kolorów podstawowych .....	16	<b>7. Upominki masowe</b> .....	42	<b>11. Produkty</b> .....	63
3.2. Specyfikacja kolorów uzupełniających .....	17	7.1. Torba .....	43	11.1. Użycie logo na etykiecie lub opakowaniu innej marki .....	64
<b>4. Galanteria biurowa</b> .....	18	7.2. Długopis .....	44	11.2. Użycie logo na etykiecie lub opakowaniu własnej marki lokalnej .....	65
4.1. Wizytówka imienna .....	19	7.3. Brelok .....	45	11.3. Oznaczenie punktu sprzedaży (kaseton, witryna) .....	66
5.2. Papier listowy .....	20	7.4. Koszulka .....	46	<b>12. Próbniki kolorystyczne</b> .....	67
5.3. Teczka na dokumenty .....	21	7.5. Czapka .....	47		
5.4. Koperty .....	22	7.6. Parasol .....	48		
		7.7. Kubek ceramiczny .....	49		

# 1. Logo

## 1.1. Wersja podstawowa logo

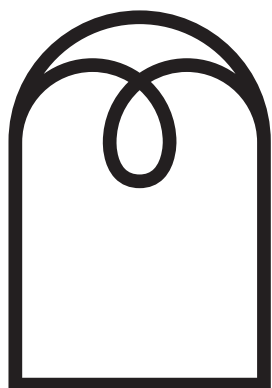
Logo to jedno z podstawowych narzędzi służących do komunikacji marki i budowy jej wizerunku. Z tego względu należy dbać o umieszczenie go według zasad opisanych w niniejszym Systemie Identyfikacji Wizualnej.



## 1.2. Warianty logo

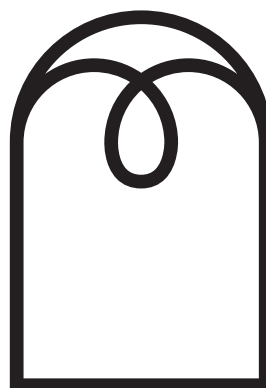
Logo Przyjazne Mazowsze Ugości może być stosowane w dwóch podstawowych układach zależnie od dostępnej przestrzeni – poniżej wariant poziomy i pionowy logo.

WARIANT PIONOWY



**Przyjazne  
Mazowsze**  
*Ugości*

WARIANT POZIOMY

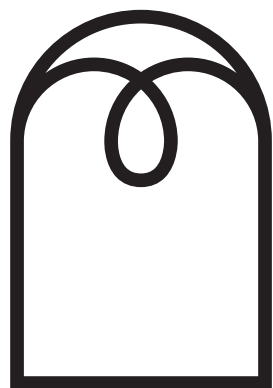


**Przyjazne  
Mazowsze**  
*Ugości*

## 1.3. Konstrukcja

Pełna wersja logo składa się z nazwy Przyjazne Mazowsze Ugości połączonej z symbolem gościnności – drzwiami lub oknem pozwalającymi na wejrzenie w głąb krainy. Znak budzi skojarzenia z miejscem otwartym na ludzi, takim, które ma im wiele do zaoferowania – od bogactwa

produktów lokalnych po sympatii mieszkańców. Pełna wersja logo przeznaczona jest do umieszczania na materiałach umożliwiających oddanie właściwej jakości i zachowanie czytelności nazwy marki.



SYMBOL



**Przyjazne  
Mazowsze**  
*Ugości*

NAZWA MARKI

## 1.4. Wersja achromatyczna i monochromatyczna

Czarno-biała konstrukcja logo pełni jednocześnie funkcję tradycyjnej wersji monochromatycznej i jest podstawą do tworzenia wariantów achromatycznych (np. tłoczeń).



## 1.5. Pole ochronne znaku

Obszar bezpieczny znaku stanowi pole ochronne gwarantujące zachowanie integralności znaku i zabezpieczające go przed niekorzystnym wpływem elementów otoczenia.

Obszar ochronny logo to pole, jakie powinno oddzielać znak od liter, innych znaków graficznych, barwnych pól i zdjęć z nim sąsiadujących.

Obszar ochronny logo wyznaczony jest przez wysokość oznaczonego kolorem szarym pola wchodzącego w skład symbolu.







## 1.6. Wielkość minimalna znaku przy różnych technikach

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

Ważne jest, aby przy umieszczaniu znaku na małych powierzchniach pamiętać o zachowaniu nie tylko wielkości minimalnej, ale i minimalnego pola ochronnego (minimalnego obszaru znaku).

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

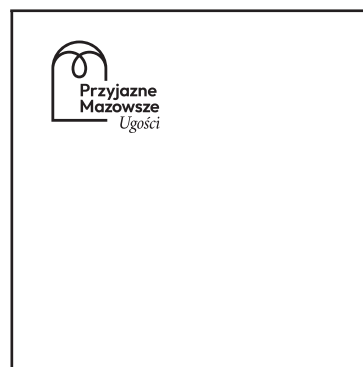
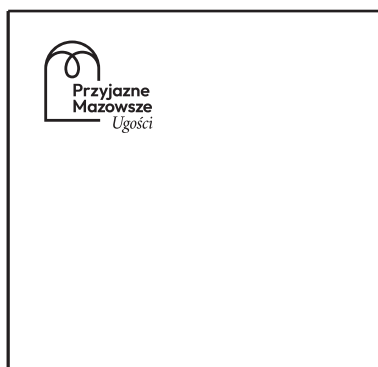
Techniki odwzorowujące		
	x	x
Offset	25 mm	20 mm
Tampodruk	35 mm	25 mm
Haft	50 mm	40 mm
Folia	50 mm	40 mm
Grawerowanie	40 mm	30 mm
Tłoczenie	50 mm	40 mm
Zastosowanie elektroniczne	70 px	50 px

## 1.7. Zasady umieszczania znaku na płaszczyźnie

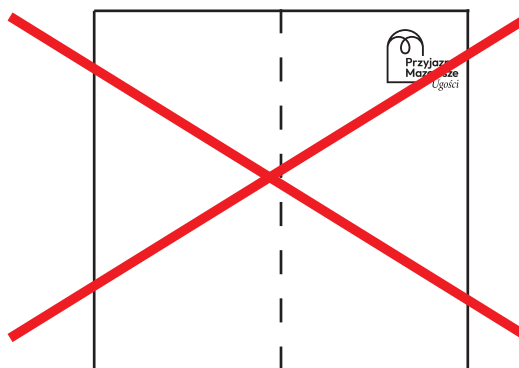
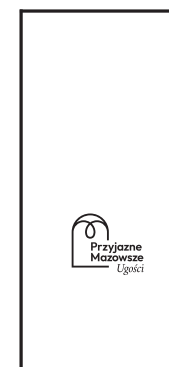
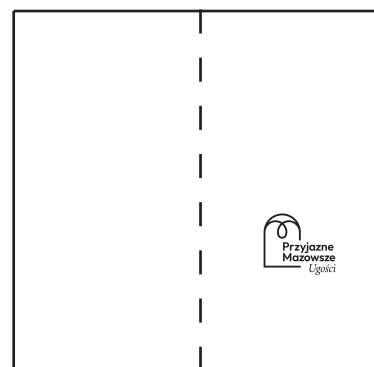
W galanterii biurowej (papier firmowy, koperta) logo należy umieścić w lewym górnym rogu płaszczyzny, zachowując odstęp od krawędzi równy polu ochronnemu lub większy. Zastosowany znak nie powinien być szerszy od połowy szerokości płaszczyzny.

W materiałach promocyjnych logo powinno być wyśrodkowane względem szerokości strony i umieszczone w dolnej połowie strony. Nie należy aplikować logo w prawym górnym rogu materiałów.

MATERIAŁY BIUROWE



MATERIAŁY REKLAMOWE



## 1.8. Czego nie można robić z logo

rozdzielanie elementów



zmiana koloru elementów



zmiana położenia elementów



nieproporcjonalne skalowanie logo



niewłaściwa wersja kolorystyczna



usuwanie elementów



## 2. Typografia

## 2.1. Krój podstawowy

---

Krój podstawowy powinien być stosowany w treści dokumentów, materiałach drukowanych, ale niewysyłanych drogą elektroniczną. W sytuacjach, w których system prezentacji czcionek wyklucza użycie czcionek z rodziny Larken, zalecanym krojem jest Arial.

### Larken medium

aąbcćdeęfghijklłmnńoóprśstuwyzź 0123456789

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum

### Arial Regular

aabcćdeefghijklłmnnoópqrsstuvwxyz 0123456789

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

### Arial Bold

**aabcćdeefghijklłmnnoópqrsstuvwxyz 0123456789**

**Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.**

### Arial Italic

*aabcćdeefghijklłmnnoópqrsstuvwxyz 0123456789*

*Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.*

# 3. Kolorystyka

### 3.1. Specyfikacja kolorów podstawowych

We współczesnej praktyce marketingowej podstawową techniką drukarską odwzorowującą logo jest druk offsetowy z użyciem kolorystyki CMYK. W związku z tym za wzorec 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-ie). Szczególną uwagę należy zwracać na efekty wydruków z użyciem drukarek biurowych i tzw. wydruków typu InkJet (banery, 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.



CMYK

0/0/0/100

RGB

0/0/0

PANTONE

BLACK C







## 3.2. Specyfikacja kolorów uzupełniających

Są to kolory dopuszczane do stosowania w formach graficznych towarzyszących logo. W wybranej kolorystyce można budować wykresy, tabele, ramki tekstowe itp.

W przypadku braku możliwości wykonania nadruku na podanych kolorach uzupełniających, rekomendujemy wybór kolorów zbliżonych do pokazanych we wzorniku kolorystycznym (proof).



	CMYK	RGB	PANTONE
	5/75/65/0	200/93/82	2348
	50/20/0/0	150/179/223	2128
	70/0/50/0	113/179/152	2459
	0/30/65/0	235/189/110	1355

# 4. Galanteria biurowa

## 4.1. Wizytówka imienna

Wizytówka jest jednym z najważniejszych nośników informacji Systemu Identyfikacji Wizualnej, gdyż często jako pierwsza przedstawia odbiorcy logo. Dlatego też należy zachować szczególną dbałość o jakość druku

z zastosowaniem podanych kolorów w technice druku offsetowego na gładkim papierze offsetowym np. Olin Regular Absolute White 300 g lub na kredzie matowej 300 g. Wpisując imię i nazwisko, należy zachować

założone pole ochronne logo. W przypadku konieczności umieszczenia większej liczby informacji wskazane jest łamanie tekstów, w tym wpisanie imienia i nazwiska do osobnych wierszy.



Imię Nazwisko:

Larken medium ( 11 pt)

Kolor: Black 100% - PANTONE Black C

Stanowisko, dane kontaktowe:

Arial Regular ( 8 pt, 6 pt)

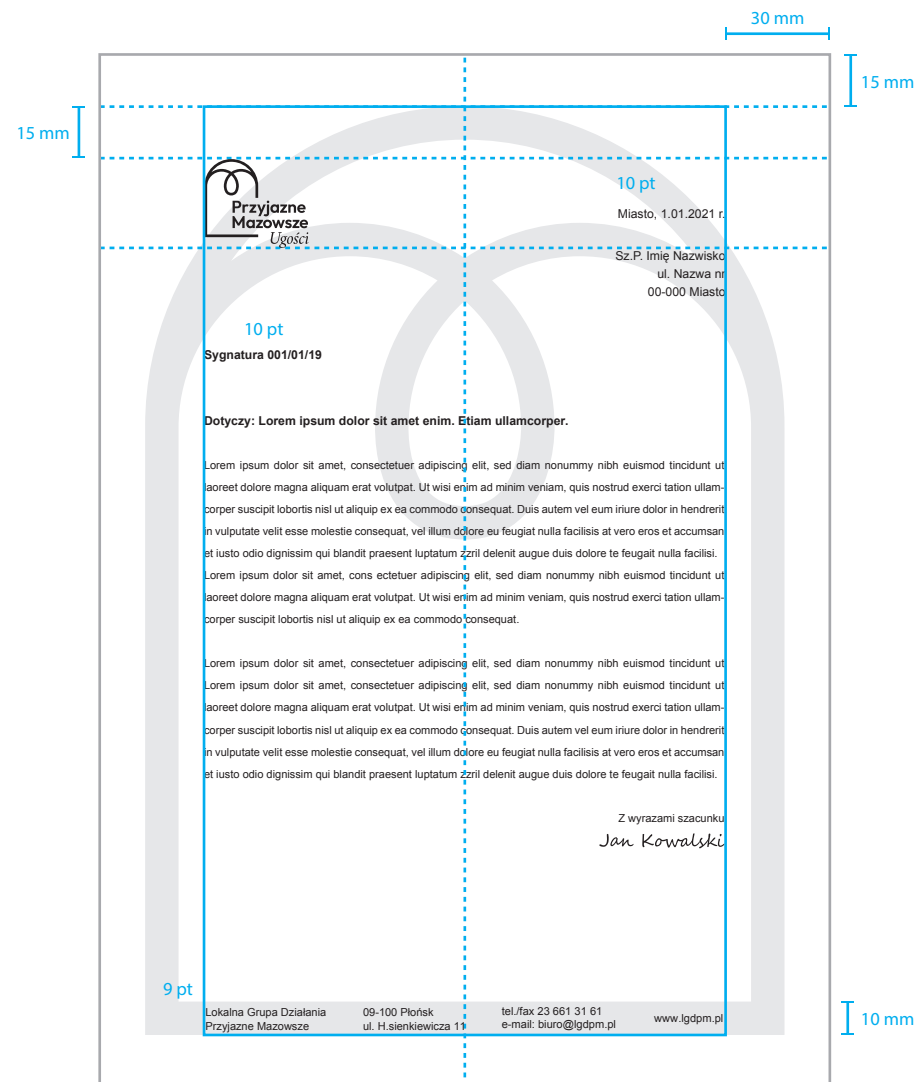
Kolor: Black 100% - PANTONE Black C

## 5.2. Papier listowy

Papier listowy należy drukować w technice druku offsetowego. Zalecany jest biały matowy papier o gramaturze 90–120 g.

Dopuszczalne jest korzystanie z szablonów papieru w programie Word i wydruk na drukarce laserowej lub atramentowej, pod warunkiem zachowania oczekiwanej jakości oraz konstrukcji bloków informacyjnych papieru. Czcionką przeznaczoną do używania w korespondencji jest Larken. 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 15 mm od dołu.



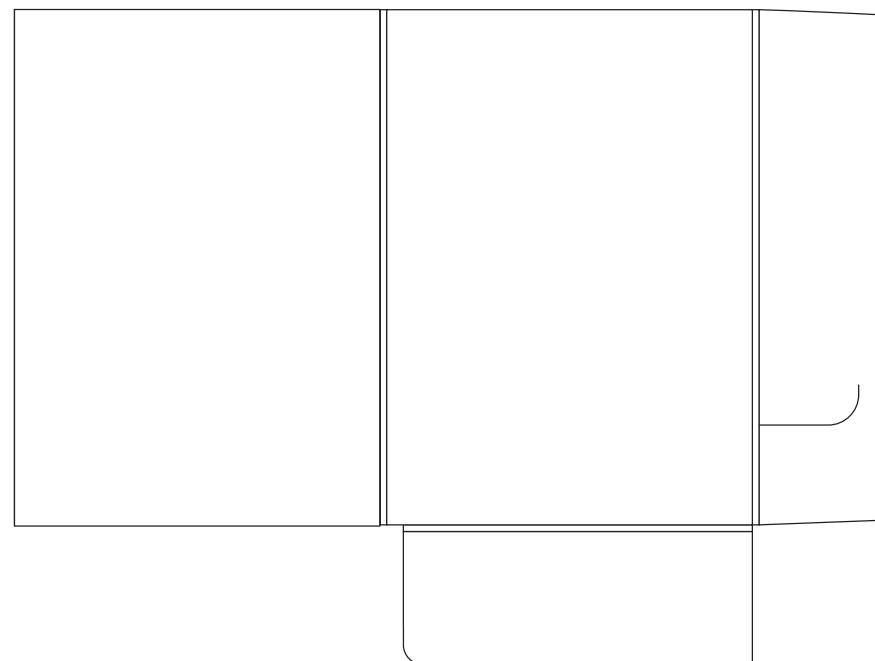
## 5.3. Teczka na dokumenty

Do zastosowania jako okładka/obwoluta dokumentów.  
Zalecany jest gładki papier matowy np. Olin Regular  
Absolute White 300 g lub podobny. Dopuszczalny jest też  
dwustronnie biały karton.

Zewnętrzna strona



Wewnętrzna strona

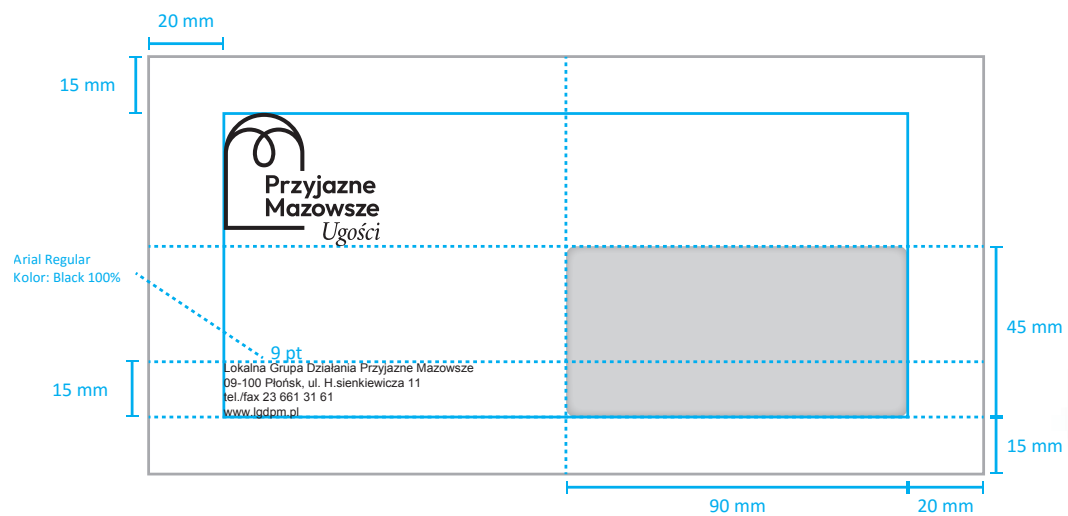


DOPUSZCZALNA KOLORYSTYKA



## 5.4. Koperty

Wzór papierowej koperty w formacie DL



Okienko nie jest obligatoryjne.



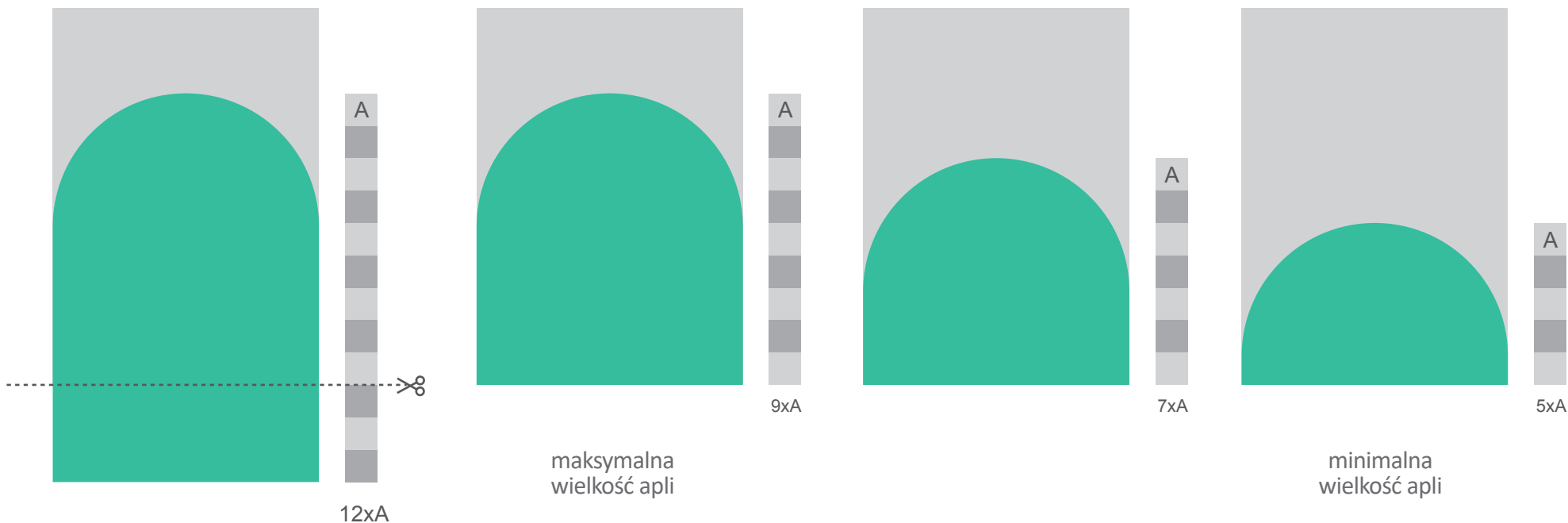
# 6. Materiały promocyjne

## 6.1. Zasady konstrukcji layoutu wydawnictwa

Wariant layoutu rekomendowany dla jednostronicowych pionowych wydawnictw z krótkim opisem. Konstruując layout, należy zwrócić uwagę, żeby wszystkie marginesy były równe. Wielkość logotypu i poszczególnych elementów jest określona przez moduły tworzące siatkę.

Zawsze należy zachować obszar bezpieczny logo.

Poniższe przykłady pokazują zalecany sposób dostosowywania wysokości apli do objętości informacji tekstowej.





## 6.1. Zasady konstrukcji layoutu wydawnictwa

Wariant layoutu rekomendowany dla jednostronicowych pionowych wydawnictw np. plakatu dotyczącego wydarzenia.

Dla zobrazowania pożądanej formy informacji tekstowych zastosowano w niniejszym SIW przykładowe hasło „Nikt tak pięknie nie ugości” oraz przykładowy wypełniacz bloków tekstowych „Lorem ipsum...”.



A4 PION



7xA



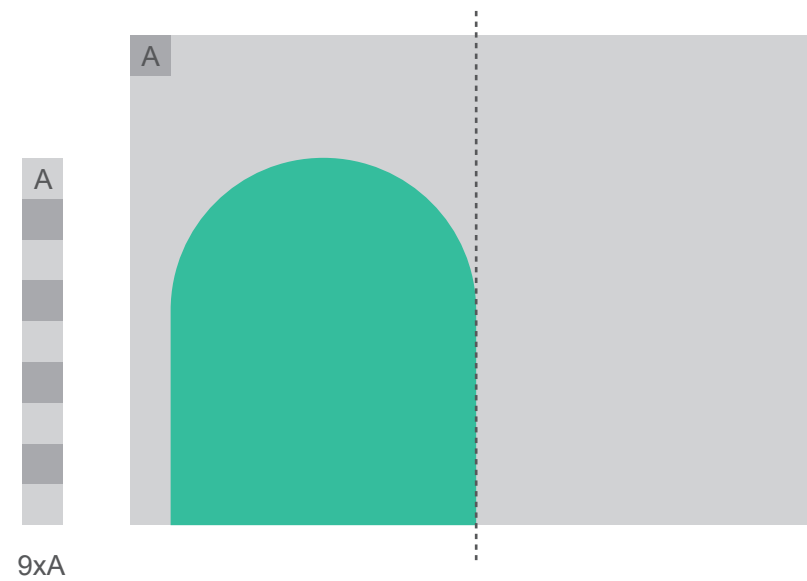
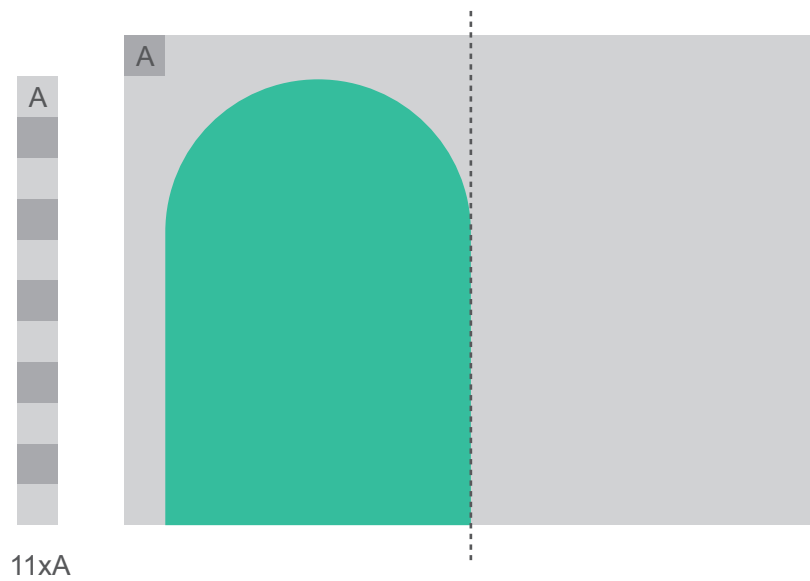
5xA

DOPUSZCZALNA KOLORYSTYKA



## 6.1. Zasady konstrukcji layoutu wydawnictwa

Wariant layoutu rekomendowany dla jednostronicowych poziomych wydawnictw z krótkim opisem.



## 6.1. Zasady konstrukcji layoutu wydawnictwa

Wariant layoutu rekomendowany dla jednostronicowych poziomych wydawnictw z krótkim opisem i poziomym zdjęciem.

A4 POZIOM



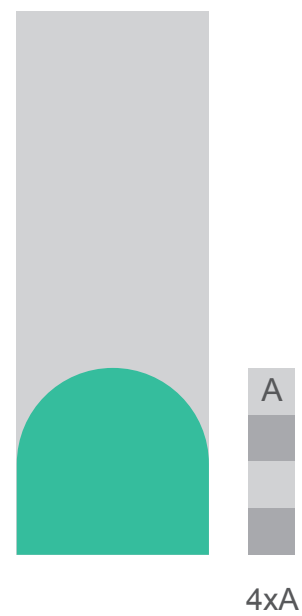
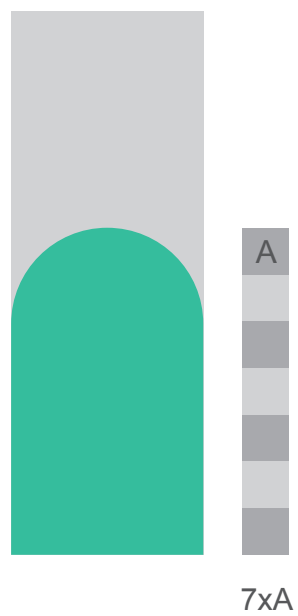
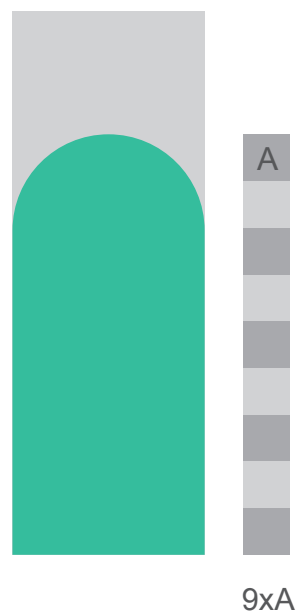
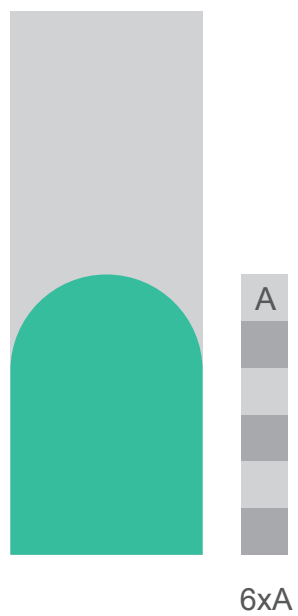
DOPUSZCZALNA KOLORYSTYKA



9xA

## 6.1. Zasady konstrukcji layoutu wydawnictwa

Wariant layoutu rekomendowany dla jednostronicowych powierzchni w pionie.



## 6.1. Zasady konstrukcji layoutu wydawnictwa

Wariant layoutu rekomendowany dla jednostronicowych powierzchni pionowych z tekstem.

DL PION



7xA



4xA

DOPUSZCZALNA KOLORYSTYKA



## 6.2. Ulotka promocyjna ogólna

Tło dla logo i tekstu mogą stanowić tylko kolory uzupełniające.



### DOPUSZCZALNA KOLORYSTYKA



## 6.3. Folder A4 – wytyczne konstrukcyjne

W zależności od potrzeby dopuszczalne są różne rozwiązania graficzne z wieloma zdjęciami.

Przykładowe wersje pionowe



## 6.3. Folder A4 – wytyczne konstrukcyjne

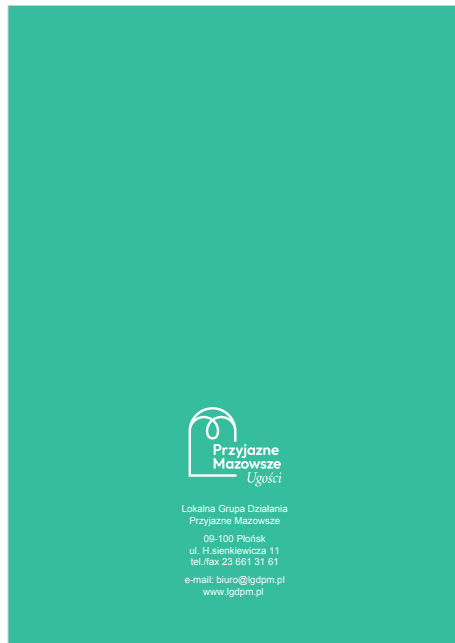
W zależności od potrzeby dopuszczalne są różne rozwiązania graficzne z wieloma zdjęciami.

Przykładowe wersje poziome





Okładka (rewers)



Okładka (awers)



Rozkładówka



## 6.4. Reklama prasowa kolorowa

Przykłady kompozycji materiałów reklamowych publikowanych w prasie



DOPUSZCZALNA KOLORYSTYKA



## 6.5. Ogłoszenie prasowe

Przykładowe wersje



DOPUSZCZALNA KOLORYSTYKA

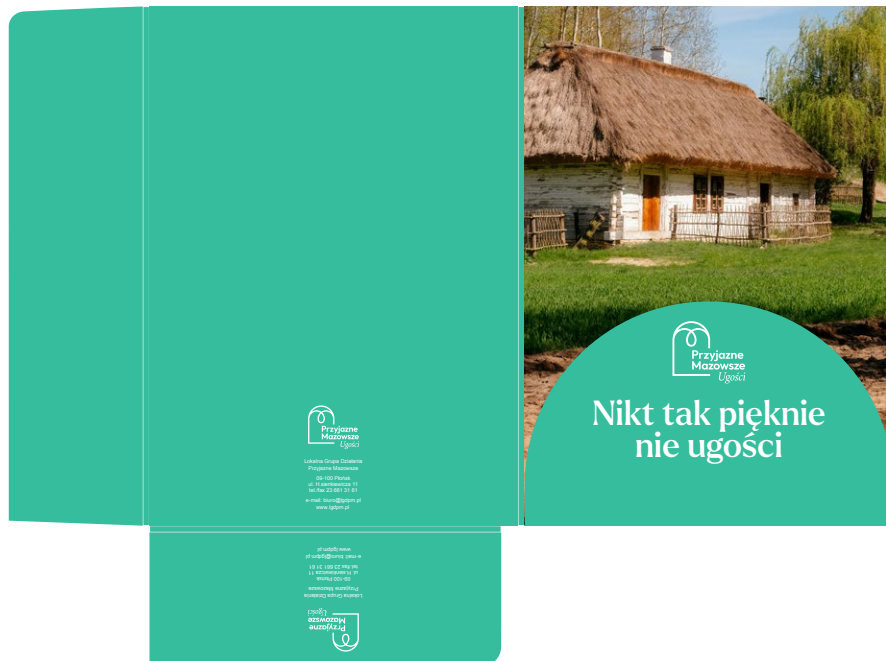


## 6.7. Teczka promocyjna

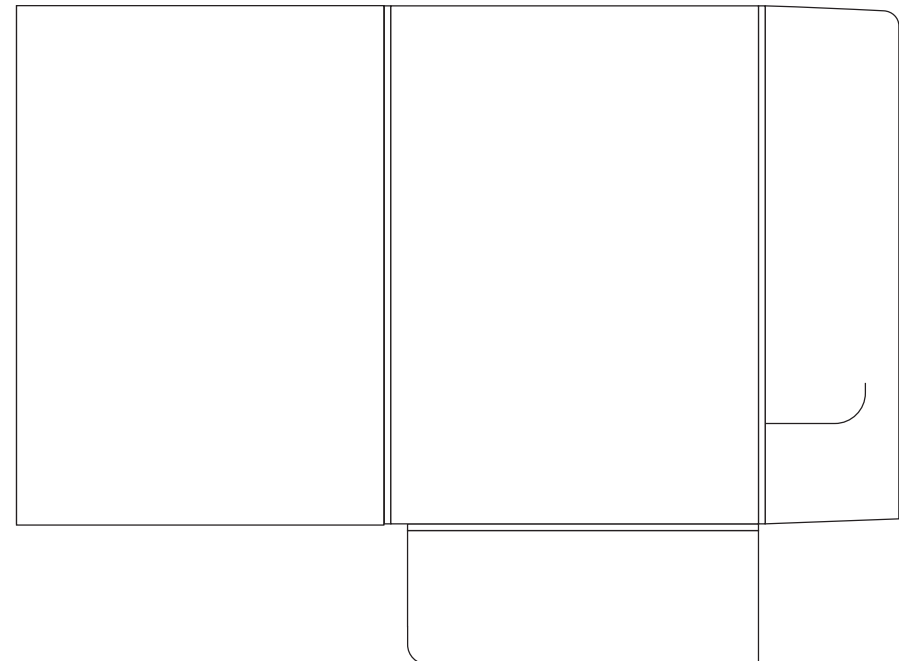
Do zastosowania jako okładka/obwoluta materiałów promocyjnych.

Zalecany biały matowy papier offsetowy lub dwustronnie bielony karton.

Zewnętrzna strona



Wewnętrzna strona



DOPUSZCZALNA KOLORYSTYKA



## 6.8. Torby reklamowe

Przykładowe kolory



DOPUSZCZALNA KOLORYSTYKA



## 6.9. Identyfikator ze smyczą

Przykładowy wzór



DOPUSZCZALNA KOLORYSTYKA



## 6.10. Baner

Przykładowe wzory i kolory



DOPUSZCZALNA KOLORYSTYKA



## 6.11. Billboard

Przykładowe wzory i kolory



DOPUSZCZALNA KOLORYSTYKA





## 6.12. Flagi

Przykładowe wzory i kolory



DOPUSZCZALNA KOLORYSTYKA



# 7. Upominki masowe

## 7.1. Torba

---

Przykładowy wzór



## 7.2. Długopis

Przykładowe wzory i kolory



DOPUSZCZALNA KOLORYSTYKA



## 7.3. Brelok

Przykładowe wzory i kolory



DOPUSZCZALNA KOLORYSTYKA



## 7.4. Koszulka

Przykładowe wzory i kolory



DOPUSZCZALNA KOLORYSTYKA



## 7.5. Czapka

Przykładowy wzór



DOPUSZCZALNA KOLORYSTYKA



## 7.6. Parasol

Przykładowy wzór



DOPUSZCZALNA KOLORYSTYKA





## 7.7. Kubek ceramiczny

Przykładowy wzór



REKOMENDOWANA KOLORYSTYKA



## 7.8. Kubek termiczny

Przykładowy wzór



REKOMENDOWANA KOLORYSTYKA



## 7.9. Pendrive

Przykładowe wzory i kolory



REKOMENDOWANA KOLORYSTYKA



# 8. Materiały wystawiennicze

## 8.1. Rollup

Na rollupie należy umieszczać logotyp, zdjęcie i elementy z logo.



DOPUSZCZALNA KOLORYSTYKA



## 8.2. Ścianka ekspozycyjna

Ścianka ekspozycyjna to naturalne tło występów prasowych i konferencyjnych. Jej podstawową funkcją jest ekspozycja logo i nazwy marki oraz zapewnienie w przekazie prasowym i na materiałach zdjęciowych identyfikacji osoby występującej z marką.



DOPUSZCZALNA KOLORYSTYKA



## 8.3. Namiot

Przykład namiotu wykorzystywanego podczas imprez plenerowych



DOPUSZCZALNA KOLORYSTYKA

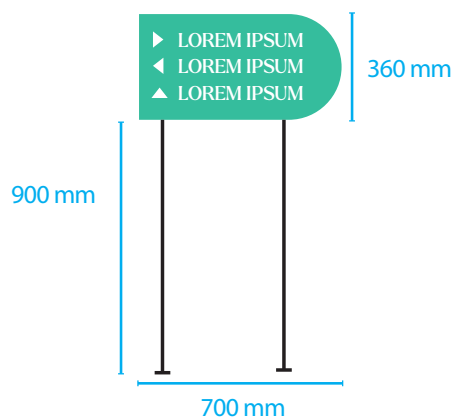


# 9. Oznakowanie architektoniczne

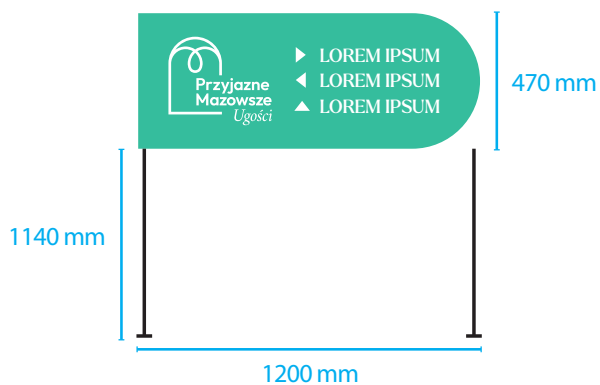


## 9.1. Dojazdowe tablice kierunkowe

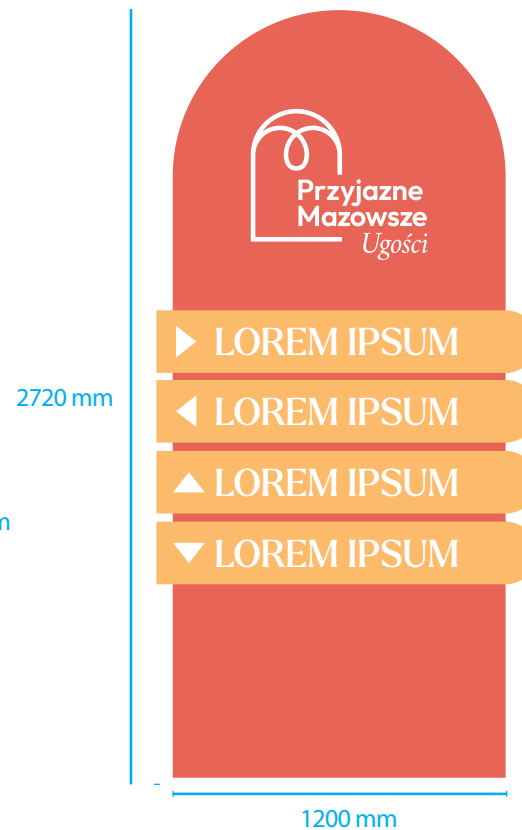
DOPUSZCZALNA KOLORYSTYKA



Rekomendowana  
forma tablicy bez logo  
Przyjazne Mazowsze




Podstawowa  
forma tablicy z logo  
Przyjazne Mazowsze



Totem

## 9.2. Tablica informacyjna zbiorcza

Zaleca się stosowanie tablicy informacyjnej zbiorczej wewnątrz budynku.

	
PARTER	
10 Lorem ipsum dolor	16 Lorem ipsum dolor
11 Lorem ipsum dolor	17 Lorem ipsum dolor
12 Lorem ipsum dolor	18 Lorem ipsum dolor
13 Lorem ipsum dolor	19 Lorem ipsum dolor
14 Lorem ipsum dolor	20 Lorem ipsum dolor
15 Lorem ipsum dolor	21 Lorem ipsum dolor
1 PIĘTRO	
30 Lorem ipsum dolor	36 Lorem ipsum dolor
31 Lorem ipsum dolor	37 Lorem ipsum dolor
32 Lorem ipsum dolor	38 Lorem ipsum dolor
33 Lorem ipsum dolor	39 Lorem ipsum dolor
34 Lorem ipsum dolor	40 Lorem ipsum dolor
35 Lorem ipsum dolor	41 Lorem ipsum dolor
2 PIĘTRO	
50 Lorem ipsum dolor	56 Lorem ipsum dolor
51 Lorem ipsum dolor	57 Lorem ipsum dolor
52 Lorem ipsum dolor	58 Lorem ipsum dolor
53 Lorem ipsum dolor	59 Lorem ipsum dolor
54 Lorem ipsum dolor	60 Lorem ipsum dolor
55 Lorem ipsum dolor	61 Lorem ipsum dolor

DOPUSZCZALNA KOLORYSTYKA

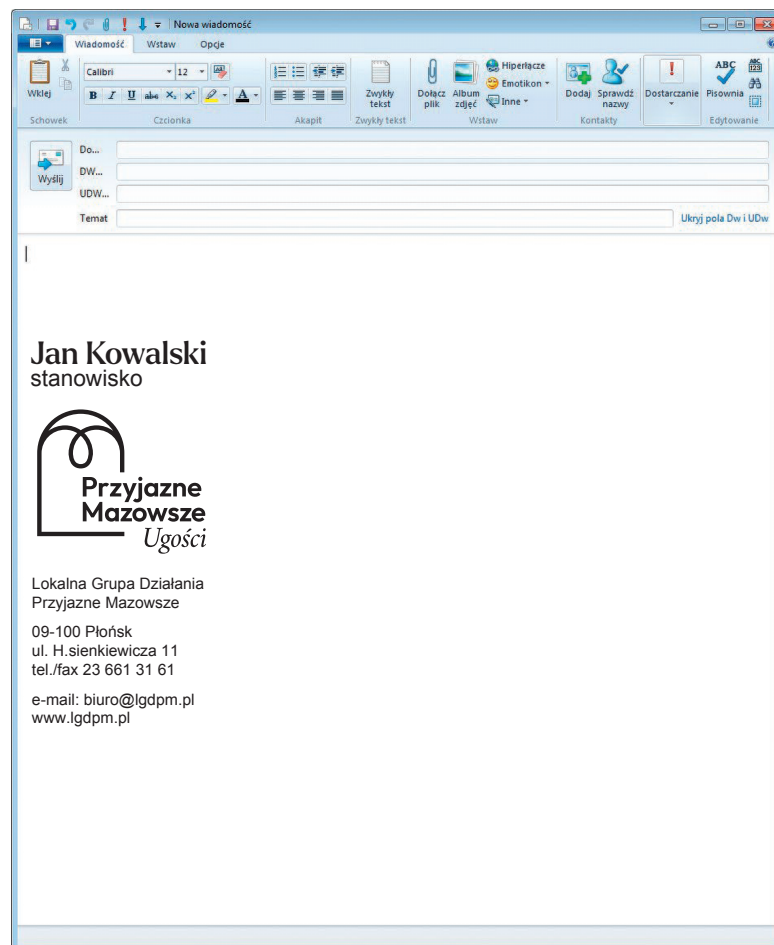


# 10. Multimedia



## 10.2. Stopka e-mail

Stopka e-mailowa stosowana w komunikacji wewnętrznej oraz oficjalnej, dopuszczalna w kolejnych komunikatach do tego samego odbiorcy.



## 10.3. Szablon prezentacji promocyjnej Power Point



DOPUSZCZALNA KOLORYSTYKA



# 11. Produkty

## 11.1. Użycie logo na etykiecie lub opakowaniu innej marki

Rekomendowane jest stosowanie znaku na etykiecie.  
Jeśli nie jest to możliwe, należy użyć naklejki lub zawieszki.  
Nie należy stosować naklejek na spodzie produktu.

Wielkość znaku/naklejki/zawieszki powinna być dostosowana do produktu, ale nie mniejsza niż minimalna dopuszczalna wielkość znaku.



DOPUSZCZALNA KOLORYSTYKA





## 11.2. Użycie logo na etykiecie lub opakowaniu własnej marki lokalnej



### 11.3. Oznaczenie punktu sprzedaży (kaseton, witryna)



# 12. Próbniki kolorystyczne