



Księga Tożsamości

SZLAKU JANA III SOBIESKIEGO



Wstęp	05
1. Koncept wizualny.	
1.1 Filozofia znaku.	08
2. Standaryzacja graficzna.	
2.1 Logo.	11
2.1.1 budowa znaku.	11
2.1.2 konstrukcja.	12
2.1.3 pole podstawowe i pole ochronne znaku.	13
2.1.4 wielkość i proporcje.	14
2.1.5 znak wśród innych marek.	14
2.1.6 nazwa marketingowa/użytkowa/prawna oraz sposoby odmiany nazwy.	15
2.2 Kolorystyka logo.	16
2.2.1 kolorystyka podstawowa.	16
2.2.2 wariant w odcieniach szarości i achromatyczny.	16
2.2.3 warianty monochromatyczne.	17
2.2.4 tła znaku marki.	18
2.3 Typografia znaku.	19
2.3.1 typografia podstawowa.	19
2.4 Działania niedozwolone.	20
2.4.1 niedozwolone formy występowania znaku.	20
3. System Identyfikacji Wizualnej (SIW).	
3.1 Pakiet podstawowy.	23
3.1.1 listownik - wersja podstawowa.	23
3.1.2 listownik - wersja z oznakowaniem SPPW.	24
3.1.3 fax.	25
3.1.4 bilet wizytowy.	26
3.1.5 e-mail - stopka identyfikacyjno-adresowa.	27
3.1.6 koperta C4.	28
3.1.7 koperta C5.	29
3.1.8 koperta DL.	30
3.1.9 teczka firmowa A4+ z cienkim grzbietem.	31
3.1.10 teczka firmowa A4+ z grubym grzbietem i miejscem na CD/DVD.	32
3.1.11 notes A4.	33
3.1.12 notes A5.	34
3.1.13 segregator.	35
3.1.14 identyfikatory.	36
3.1.15 CD/DVD - projekt okładki i nadruk na płytę.	37
3.1.16 slajd prezentacyjny.	38
3.1.17 tapety na pulpit.	39
3.1.18 post-it.	39
3.1.19 typografia - czcionki.	40
3.1.20 typografia - pisownia liczb, numerów telefonów, adresów i dat.	41
3.2 Pakiet prasowy.	43
3.2.1 prasowa karta informacja.	43
3.2.2 teczka prasowa.	44
3.2.3 identyfikator akredytacyjny.	45
3.2.4 notes A5.	46
3.3 Pakiet okolicznościowy.	48
3.3.1 zaproszenie.	48
3.3.2 pismo A4.	49
3.3.3 certyfikat.	50
3.3.4 karty imienne na stół / karty konferencyjne.	51
3.3.5 kartka świąteczna.	52

3.4	Pakiet promocyjny.	54
3.4.1	długopis/ołówek.	54
3.4.2	torby papierowe.	55
3.4.3	torba materiałowa (ekologiczna).	56
3.4.4	smycze.	57
3.4.5	kubki.	58
3.4.6	koszulki T-Shirt - nadruk.	59
3.4.7	koszulki Polo - aplikacja (haft).	60
3.4.8	czapki.	61
3.4.9	parasole.	62
3.4.10	baloniki.	63
3.4.11	balony.	64
3.4.12	naklejki na szybę.	65
3.4.13	pendrive.	66
3.4.14	znaczkę w kłapę / pina do garnituru.	67
3.4.15	krawaty / apaszka.	68
3.4.16	flagi/proporzycyki.	69
3.4.17	kalendarz A5.	70
3.5	Pakiet uzupełniający.	72
3.5.1	ulotka A4 - strona tytułowa.	72
3.5.2	folder informacyjny.	73
3.5.3	folder promocyjny.	74
3.5.4	plakat formatu B0, B1, B2, B3 budowa i proporcje.	75
3.5.5	okładki dokumentów.	76
3.5.6	roll-up 85x205.	77
3.5.7	roll-up podwójny 80x205.	78
3.5.8	namiot promocyjny.	79
3.5.9	stoisko wystawiennicze.	80
3.5.10	ścianka promocyjna duża.	81
3.5.11	ścianka promocyjna mała.	82
4.	Przykłady oznakowania materiałów zgodnie z wytycznymi SPPW.	
4.1	listownik.	85
4.2	tabliczka informacyjna.	86
4.3	naklejki promocyjne.	87
4.4	materiały promocyjne.	88

Zakończenie. 91

Gminy i regiony konkurują ze sobą o turystów, inwestorów, mieszkańców. Dobra oferta turystyczna czy ułatwienia gospodarcze dla potencjalnych przedsiębiorców już nie wystarczają. Aby miejsce było identyfikowane, musi mieć silną i rozpoznawalną markę. Ważna rola w jej budowaniu przypada samorządom, które coraz aktywniej podejmują takie inicjatywy.

Dlaczego – gdy planujemy na przykład urlop – spośród dwóch podobnych miejscowości, z których obie mają zabytki, piękne krajobrazy i dobre zaplecze hotelowe, wybieramy właśnie tę określoną? Ta niezwykła moc, która przyciąga nas do danego miejsca, to właśnie marka. Siłą dobrej marki jest nieuchwytny klimat emocjonalny. Natomiast następstwem istnienia marki są zadowolone władze miasta, szczęśliwi mieszkańcy i dostęp do środków na niezbędne inwestycje. Niektóre gminy i regiony mają markę od wieków, inne muszą ją dopiero zbudować. Jednak nawet te, które ją posiadają, muszą o nią dbać, pielęgnować ją, aby mogła się rozwijać i przynosić korzyści.

Regiony, które nie znajdują swojego miejsca na mapie kraju, są skazane na klęskę gospodarczą. Przewaga miejsc atrakcyjnych turystycznie i gospodarczo polega na zrozumieniu i zastosowaniu silnej i wyróżniającej się marki. To marka jest podstawą i najskuteczniejszą metodą budowania reputacji i dobrobytu.

Trzeba pamiętać, że marka to inwestycja. Inwestując w markę, inwestuje się w przyszłość regionu, w jego rozwój. Szlak Jana III Sobieskiego to nowy szlak, którego marka nie jest jeszcze ustalona. Dlatego jest szlakiem nierozpoznawalnym. Wszystkie działania promocyjne muszą być zatem nakierowane na przyciągnięcie różnorodnych grup klientów, w tym przedsiębiorstw, inwestorów oraz turystów czy nawet ewentualnych przyszłych stałych mieszkańców. Celem tych działań jest dostarczenie informacji do ww. grup, przyciągnięcie kapitału intelektualnego i finansowego, a tym samym wsparcie procesów innowacyjnych oraz budowanie wizerunku wśród samych mieszkańców.

Ważny jest też dobór formy i treści promocyjnego przekazu, który musi być dopasowany do odpowiedniego odbiorcy, np. przedsiębiorca potrzebuje konkretnych danych o stanie gospodarki w regionie i możliwościach inwestycyjnych. Natomiast dla osób, które chcą odpocząć i poznać region turystycznie, ważne będą opisy parków krajobrazowych, zabytków, bazy noclegowej oraz gastronomicznej.

Profesjonalna promocja to również nagłośnienie atrakcyjności regionu oraz działania nad wizerunkiem szlaku (regionu) na szczeblu krajowym, a następnie międzynarodowym.

By osiągnąć ten ważny wspólny cel konieczna jest współpraca wszystkich – władz lokalnych, przedsiębiorców, organizacji biznesowych, instytucji społecznych i kulturalnych, innych organizacji pozarządowych, szkół, fundacji i funduszy.

Niniejszy dokument kierujemy do wszystkich gmin Szlaku Jana III Sobieskiego. Pomoże on w kontaktach z mediami, klientami, firmami reklamowymi oraz wyjaśni wszelkie wątpliwości związane z tworzeniem i umacnianiem wizerunku Szlaku Sobieskiego.

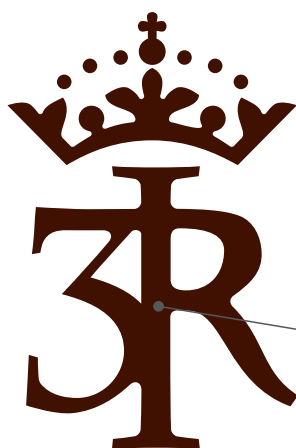


1.

Koncept wizualny.

1.1 Filozofia znaku.

Projekt znaku bazuje na monogramie Jana III Sobieskiego bitym na monetach z okresu jego panowania (szeląg gdański). Sygnet znaku jest graficzną stylizacją królewskiego monogramu Ioannes III Rex (Poloniae). Monogram przez swoją umowność stanowi czytelny symbol odnoszący się bezpośrednio do historycznego patrona projektu. Syntetyczna forma znaku nie podlega ograniczeniu językowemu.



znak graficzny
(sygnet)



2.

Standaryzacja graficzna.

2.1.1 budowa znaku.

Znak stanowi monogram **I3R** zwieńczony koroną oraz napisem: „SZLAK JANA III SOBIESKIEGO”, biegnącym dołem znaku w otoku. Elementy te tworzą logo i nie mogą, poza szczególnymi przypadkami, występować oddzielnie. Poprzez szczególne przypadki rozumie się brak możliwości technicznych do zastosowania podstawowej wersji znaku. Każdorazowo taki przypadek należy bezwzględnie konsultować z zespołem Promocji Szlaku Jana III Sobieskiego.



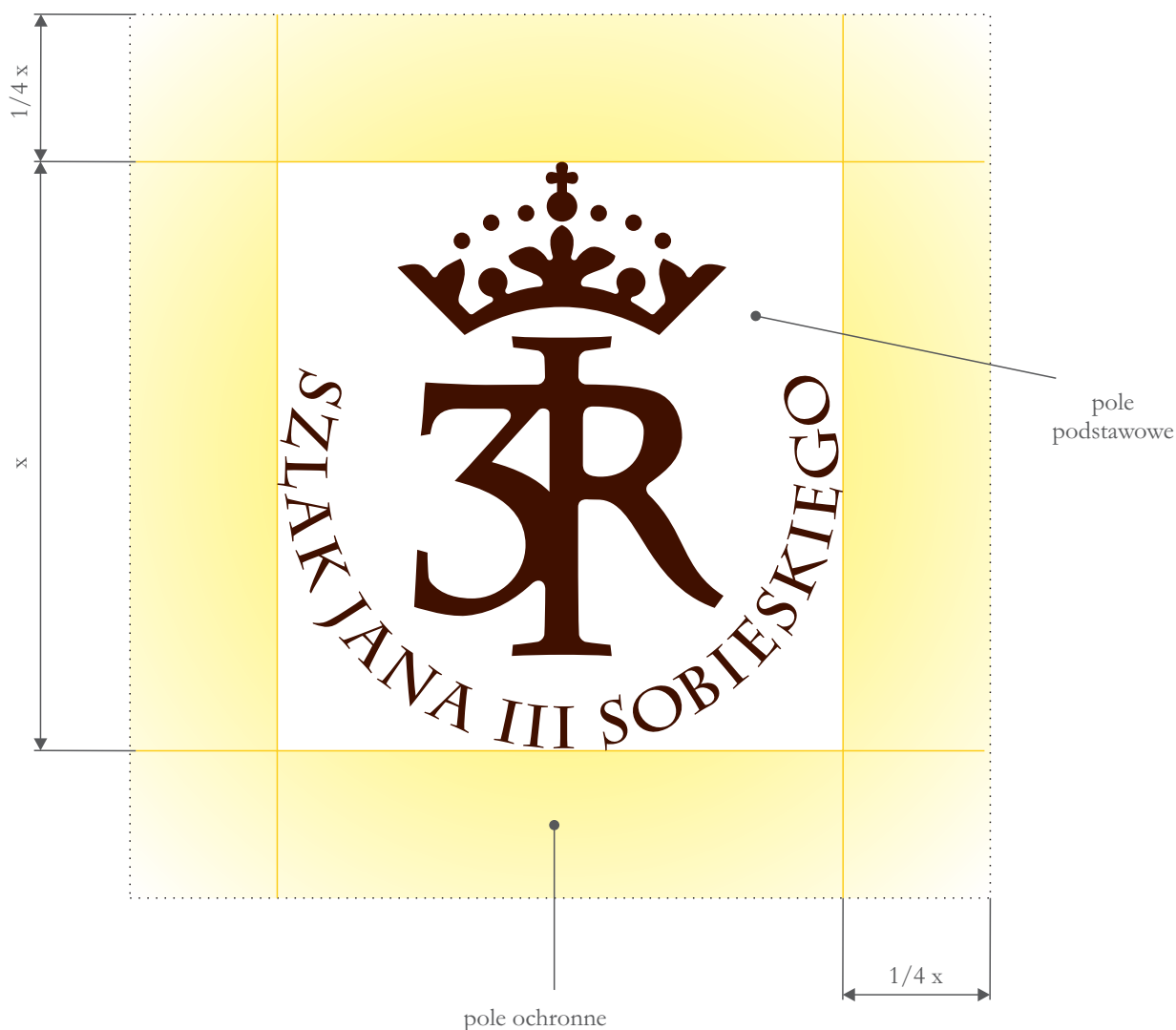
2.1.2 konstrukcja.

Siatka modułowa określa podstawowe proporcje i wielkości w budowie znaku graficznego. Stosowana jest w przypadku odwzorowania znaku marki na powierzchniach wielkoformatowych, gdzie zastosowanie formy elektronicznej jest niemożliwe.



2.1.3 pole podstawowe i pole ochronne znaku.

Aby znak był wyraźnie widoczny, powinien być otoczony jak największym polem ochronnym. Minimalne pole ochronne pokazuje przerywana linia. Wielkość pola wyznaczono w celu oddzielenia logo od typografii i innych elementów graficznych, które mogłyby pojawić się za blisko i zaburzyć widoczność znaku. W miarę możliwości pole powinno być większe niż $1/4X$, gdzie X oznacza wysokość znaku. Minimalne pole należy stosować w przypadku każdego projektu, na którym umieszczone jest logo.



2.1.4 wielkość i proporcje.

Wersja minimalna logotypu z tekstem nie powinna być mniejsza niż 20 mm wysokości.

Wersja minimalna znaku bez tekstu nie powinna być mniejsza niż 15 mm.

Poniżej tej wartości znak traci swoją czytelność.



2.1.5 znak wśród innych marek.

Przedstawiona poniżej charakterystyczna forma znaku Szlaku Jana III Sobieskiego jest w obecności innych marek, najbardziej zauważalna i zapamiętywalna przez odbiorcę. Już przy pierwszym kontakcie ze znakiem, dzięki wyróżniającemu się kształtowi oraz kolorystyce, jest ona doskonale rozpoznawalna.

PARTNERZY:



Szlak
Orlich Gniazd

2.1.6 nazwa marketingowa/użytkowa/prawna oraz sposoby odmiany nazwy.

Nazwa marketingowa/użytkowa/prawna: **Szlak Jana III Sobieskiego (Szlak Sobieskiego)**.

Nazwa marketingowa/użytkowa/prawna ma przede wszystkim znaczenie wizerunkowe, a jej podstawowym celem jest budowanie wartości marki. Nazwy należy używać m.in. w mowie potocznej, materiałach promocyjnych oraz prasowych. Nazwę piszemy zawsze jak nazwę własną.

Nazwa marketingowa/użytkowa/prawna może także przybierać skróconą formę **Szlak JIIS**.

Odmiana nazwy marketingowej/użytkowej/prawnej.

We wszystkich przypadkach, w nazwie Szlak Jana III Sobieskiego należy odmieniać tylko i wyłącznie człon Szlak.

Słowa Jana III Sobieskiego pozostają wówczas nieodmienne. Odmianie podlega również opis nazwy prawnej.

Nazwa **Szlak Jana III Sobieskiego** nie posiada innych form poza wymienionymi poniżej.

Mianownik (kto? co?):	Szlak Jana III Sobieskiego (Szlak Sobieskiego)
Dopełniacz (kogo? czego?):	Szlaku Jana III Sobieskiego (Szlaku Sobieskiego)
Celownik (komu? czemu?):	Szlakowi Jana III Sobieskiego (Szlakowi Sobieskiego)
Biernik (kogo? co?):	Szlak Jana III Sobieskiego (Szlak Sobieskiego)
Narzędnik (z kim? z czym?):	Szlakiem Jana III Sobieskiego (Szlakiem Sobieskiego)
Miejscownik (o kim? o czym?):	Szlaku Jana III Sobieskiego (Szlaku Sobieskiego)
Wołacz (o!):	Szlaku Jana III Sobieskiego (Szlaku Sobieskiego)

Inne formy odmiany nazwy są niedopuszczalne.

2.2.1 kolorystyka podstawowa.

Kolorystyka znaku jest istotnym czynnikiem kształtującym tożsamość i sposób postrzegania marki. Kolory znaku oraz elementów systemu identyfikacji powinny być jak najbardziej zbliżone do kolorów określonych w Pantone, niezależnie od techniki reprodukcji.

Podstawowym kolorem znaku Szlaku JIIS jest kolor oznaczony w katalogu Pantone Matching System® numerem 4625C.

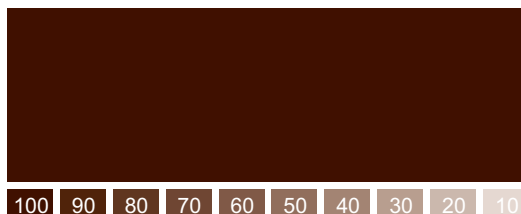
Identyfikuje on Szlak, dlatego jego dokładne odwzorowanie jest niezwykle istotne.

Specyfikacja koloru została dodatkowo określona w podstawowych systemach standaryzacji kolorów dla potrzeb druku offsetowego, publikacji internetowych oraz w systemie kolorów folii samoprzylepnych Avery®.

Tabela kolorystyczna zawiera odwzorowanie kolorów dla kilku przykładowych technik wykonania. W przypadku technik wykonania nie ujętych w tabeli należy dobierać kolory (lub mieszać składniki) tak, aby były maksymalnie zbliżone do podstawowych kolorów firmowych. W tym celu należy każdorazowo wykonywać próby kolorystyczne.



Pantone 4625 C



kolor / technika reprodukcji	PANTONE	CMYK	RGB	RAL	Folia ORACAL	HEX
BRAZOWY	4625 C	C:0 M:60 Y:100 K:79	R:79 G:51 B:20	#4F3314

2.2.2 wariant w odcieniach szarości i achromatyczny.



wersja w odcieniach szarości



wersja achromatyczna - czarny
(pozytyw / negatyw)

2.2.3 warianty monochromatyczne.

System Identyfikacji Wizualnej dopuszcza stosowanie znaku w wariantach jednobarwnych – monochromatycznych, ale tylko w obrębie przedstawionej w manualu kolorystyki. Jeżeli ograniczenia techniczne narzucają limit kolorów, lub logotyp ma występować w małych rozmiarach, należy stosować wersję monochromatyczną, opartą na kolorze dobranym z dostępnych w obrębie Systemu palet.



wariant monochromatyczny
– czerwony
(pozytyw / negatyw)



wariant monochromatyczny
– niebieski (pozytyw / negatyw)



wariant monochromatyczny
– żółty (pozytyw / negatyw)



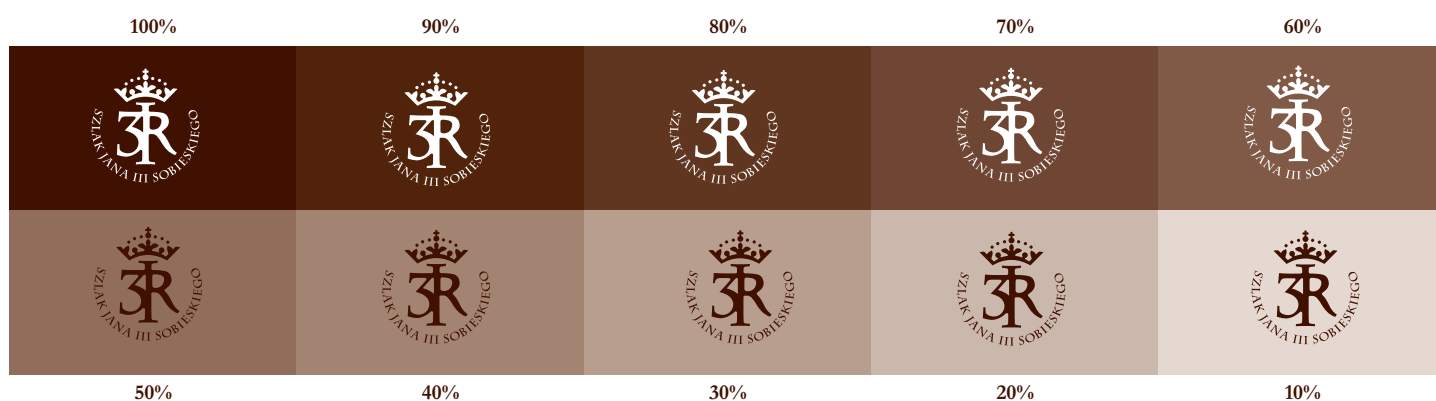
wariant monochromatyczny
– srebrny (pozytyw / negatyw)

2.2.4 tła znaku marki.

Podstawowym tłem jest tło w kolorze białym.



Strona ilustruje dopuszczalne wersje kolorystyczne tła jednorodnych, na jakich można stosować znak.



2.3.1 typografia podstawowa.

Typografia, będąca podstawą znaku to: Charlemagne Std. Liternictwo Charlemagne Std nie jest przewidziane do stosowania poza znakiem.



ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
,./;":(){}[]+-0123456789



2.4.1 niedozwolone formy występowania znaku.

Niedozwolone są jakiegokolwiek odstępstwa od opisanych na wcześniejszych stronach zasad używania znaku. Prezentowane przykłady pokazują jak nieprawidłowe użycie znaku Szlaku JIIS lub koloru może zakłócić spójność identyfikacji wizualnej.



NIE WOLNO
zmieniać kolorystyki



NIE WOLNO
zniekształcać



NIE WOLNO
naruszać pola ochronnego



NIE WOLNO
stosować logo na innych tłach



NIE WOLNO
stosować logo na tłach
wielokolorowych

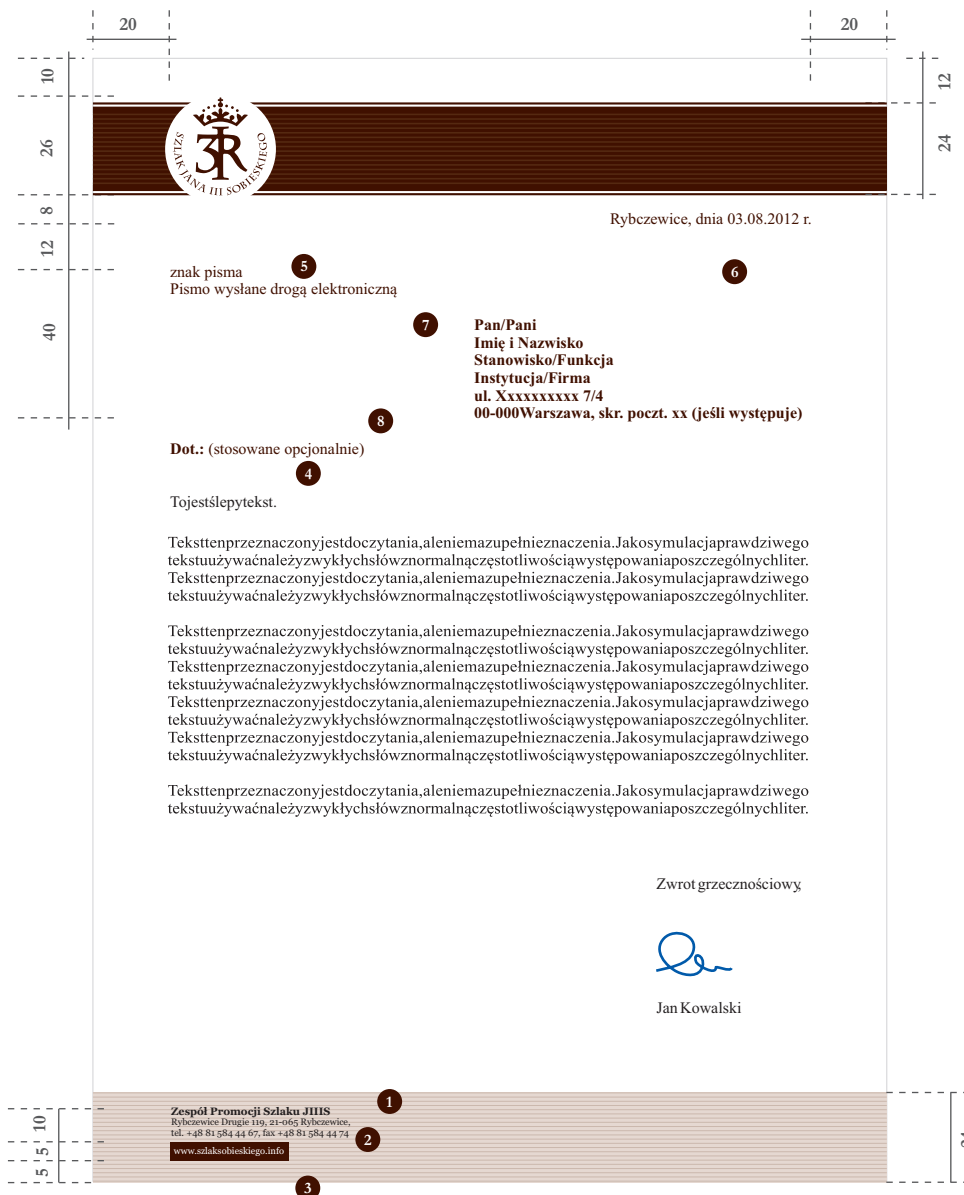


3.

System Identyfikacji
Wizualnej.

3.1.1 listownik - wersja podstawowa.

Poniższy szablon dokumentu firmowego ma charakter pogładowy.



Nagłówek i stopkę stosujemy tylko na pierwszej stronie. Następne strony zawierają tylko treść dokumentu (nie stosujemy nagłówka i stopki).



Pismo drukowane na białym papierze samodzielnie z komputera (dokument w skali 1:4)
Dopuszcza się także możliwość drukowania wersji czarnobiałej i angielskiej.

Dokument w skali 1:2, wymiary dotyczą rzeczywistych rozmiarów dokumentu. Podano je w milimetrach. Papier biały 120 g/m². Wszystkie stałe elementy są drukowane w kolorze Pantone 4625 C. Tekst pisany w kolorze czarnym (R: 0, G: 0, B: 0). Justowanie pełne, interlinia pojedyncza, wcięcia 0pt, odstępy 0pt. Poniżej znajduje się lista użytych czcionek wraz z rozmiarami podanymi w punktach.

- | | | | | | |
|---|----------------------|---|--|---|------------------------------|
| 1 | Georgia, 8pt, bold | 4 | Times New Roman, 12pt, normal | 7 | Times New Roman, 12pt bold |
| 2 | Georgia, 7pt, normal | 5 | Times New Roman, 12pt normal
Zapis: "Pismo wysłane drogą elektroniczną"
umieszczamy tylko w przypadku wysyłki elektronicznej | 8 | Times New Roman, 12pt normal |
| 3 | Georgia, 7pt, bold | 6 | Times New Roman, 12pt, normal | | |

3.1.2 listownik z oznakowaniem SPPW.

Poniższy szablon dokumentu firmowego ma charakter poglądowy .

20	20
20	20
12	20



Rybczewice, dnia 03.08.2012 r.

znak pisma
Pismo wysłane drogą elektroniczną

Pan/Pani
Imię i Nazwisko
Stanowisko/Funkcja
Instytucja/Firma
ul. XXXXXXXXX 7/4
00-000Warszawa, skr. poczt. xx (jeśli występuje)

Dot.: (stosowane opcjonalnie)

To jest ślepy tekst.

Tekst ten przeznaczony jest do czytania, a leniem uzupełnienie znaczenia. Jakosymulacja prawdziwego tekstu używa nagle zwykłych słów z normalną częstotliwością występowania poszczególnych liter.

Tekst ten przeznaczony jest do czytania, a leniem uzupełnienie znaczenia. Jakosymulacja prawdziwego tekstu używa nagle zwykłych słów z normalną częstotliwością występowania poszczególnych liter.

Tekst ten przeznaczony jest do czytania, a leniem uzupełnienie znaczenia. Jakosymulacja prawdziwego tekstu używa nagle zwykłych słów z normalną częstotliwością występowania poszczególnych liter.

Tekst ten przeznaczony jest do czytania, a leniem uzupełnienie znaczenia. Jakosymulacja prawdziwego tekstu używa nagle zwykłych słów z normalną częstotliwością występowania poszczególnych liter.

Tekst ten przeznaczony jest do czytania, a leniem uzupełnienie znaczenia. Jakosymulacja prawdziwego tekstu używa nagle zwykłych słów z normalną częstotliwością występowania poszczególnych liter.

Zwrot grzecznościowy



Jan Kowalski

Pełna nazwa instytucji dofinansowanej
Ul.
Miasto:
Tel.:
Fax:
e-mail:
www:



3.1.3 fax.

Poniższy szablon dokumentu faks ma charakter poglądowy. Nagłówek i stopkę stosujemy tylko na pierwszej stronie. Następne strony zawierają tylko treść dokumentu (nie stosujemy nagłówka i stopki).

20 20 10 28 6 12 6 34 10 44

FAKS 5

DO / TO:	
FIRMA / COMPANY:	
FAKS NR / FAX NO.:	
TEMAT / SUBJECT:	
OD / FROM:	
DATA / DATE:	
STRON / PAGES:	

6

To jest jakiś tekst 4

Tekst ten przeznaczony jest do czytania, a leniema uzupełnienia. Jakosymulacja prawdziwego tekstu używa naley zwyklych slow normalnaczestotliwosci wystepowaniai poszczegolnych liter. Tekst ten przeznaczony jest do czytania, a leniema uzupełnienia. Jakosymulacja prawdziwego tekstu używa naley zwyklych slow normalnaczestotliwosci wystepowaniai poszczegolnych liter. Tekst ten przeznaczony jest do czytania, a leniema uzupełnienia. Jakosymulacja prawdziwego tekstu używa naley zwyklych slow normalnaczestotliwosci wystepowaniai poszczegolnych liter. Tekst ten przeznaczony jest do czytania, a leniema uzupełnienia. Jakosymulacja prawdziwego tekstu używa naley zwyklych slow normalnaczestotliwosci wystepowaniai poszczegolnych liter. Tekst ten przeznaczony jest do czytania, a leniema uzupełnienia. Jakosymulacja prawdziwego tekstu używa naley zwyklych slow normalnaczestotliwosci wystepowaniai poszczegolnych liter. Tekst ten przeznaczony jest do czytania, a leniema uzupełnienia. Jakosymulacja prawdziwego tekstu używa naley zwyklych slow normalnaczestotliwosci wystepowaniai poszczegolnych liter.

Zwrot grzecznościowy

Jan Kowalski

1

Zespół Promocji Szlaku JIIS
Rybczewice Drugie 119, 21-065 Rybczewice, skr. poczt. xx (jeśli występuje)
tel. +48 81 284 44 67, fax +48 81 384 44 74, e-mail: nazwa@szlaksobieskiego.info

2

3

www.szlaksobieskiego.info

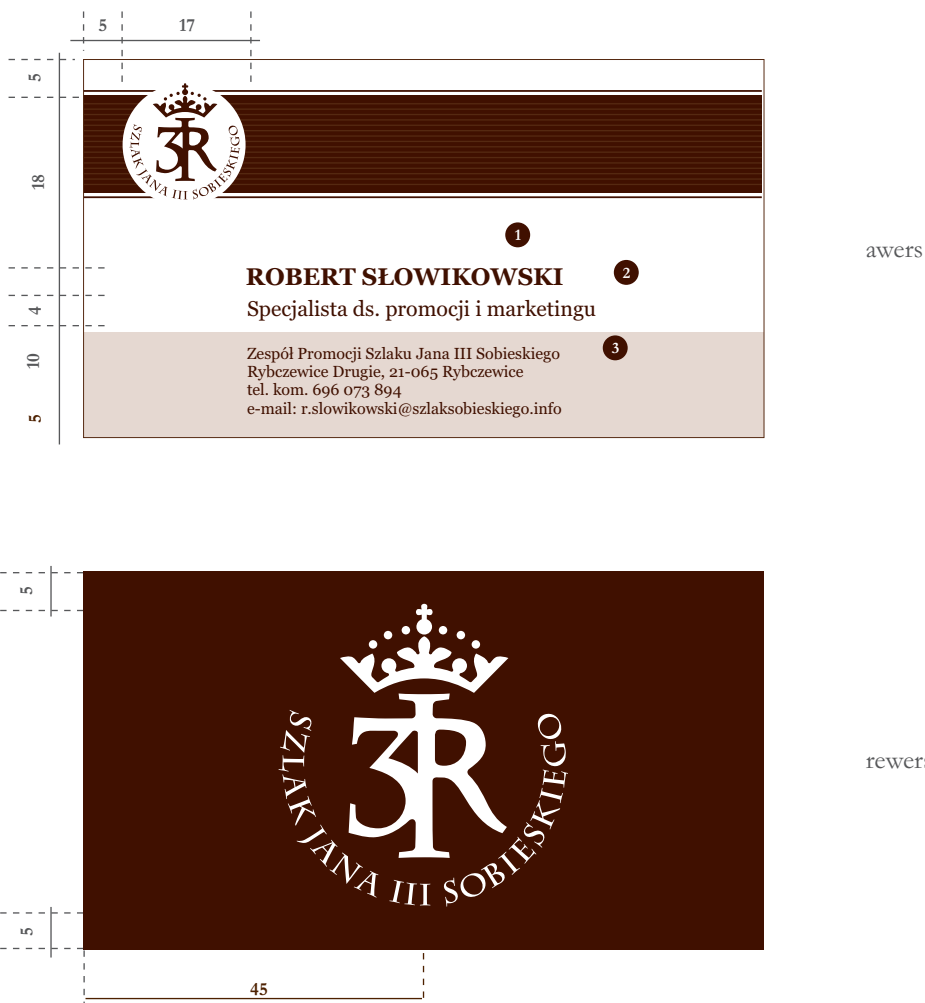
Dokument w skali 1:2, poszczególne wymiary dotyczą rzeczywistych rozmiarów dokumentu. Wszystkie wymiary podano w milimetrach. Papier biały. Tekst pisany w kolorze czarnym (R: 0, G: 0, B: 0). Justowanie pełne, interlinia pojedyncza, wcięcia 0pt, odstępy 0pt.

Poniżej znajduje się lista użytych czcionek wraz z rozmiarami podanymi w punktach.

- | | | | |
|---|--|---|---------------------------------|
| 1 | Georgia, 8pt, bold | 4 | Times New Roman, 12pt, normal |
| 2 | Georgia, 7pt, normal | 5 | Times New Roman, 14pt, bold |
| 3 | Georgia, 7pt, bold | 6 | Times New Roman, min. 10pt bold |
| 6 | Pola należy wypełniać czytelnie, czcionką Times New Roman o minimalnej wielkości 10pt, DRUKOWANYMI literami. | | |

3.1.4 bilet wizytowy.

Poniższy szablon wizytówki ma charakter poglądowy.
Należy zawsze korzystać z plików dołączonych na CD.

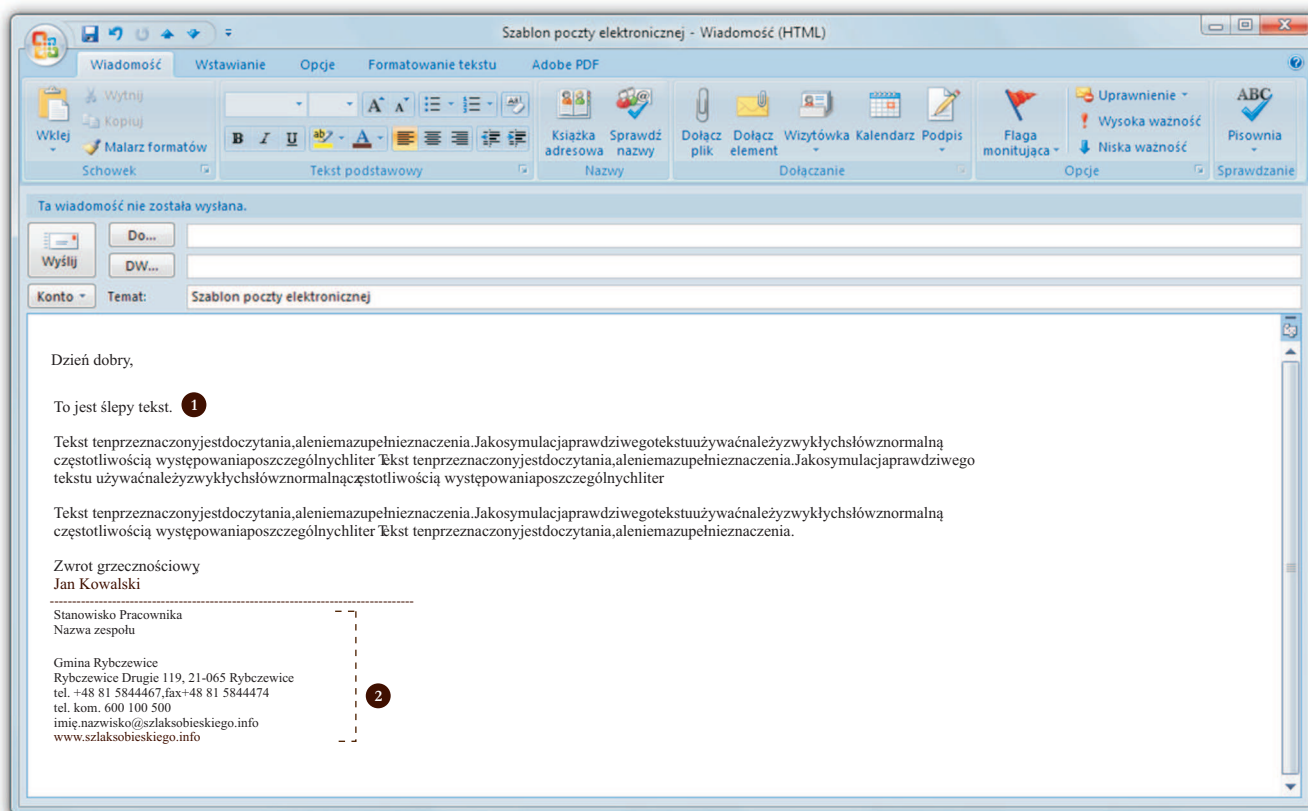


Dokument w skali 1:1, wymiary rzeczywiste wizytówki, 90 x 50 mm. Wszystkie wymiary podano w milimetrach.
Papier biały, błyszczący (246g/m²). Wszystkie elementy w kolorze Pantone 4625 C.
Poniżej znajduje się lista użytych czcionek wraz z rozmiarami podanymi w punktach.

- 1 Georgia, 9pt, bold
- 2 Georgia, 8pt, normal
- 3 Georgia, 6pt, bold

3.1.5 stopka e-mail.

Poniższy szablon dokumentu firmowego ma charakter poglądowy.



Zwrot grzecznościowy,
Jan Kowalski

Stanowisko Pracownika
Nazwa zespołu

Gmina Rybczewice
Rybczewice Drugie 119, 21-065 Rybczewice
tel. +48 81 584 44 60, fax +48 81 584 44 74
tel. kom. 500 00 00 00
imię.nazwisko@nazwa.pl
www.nazwa.pl

Kolor czcionki używanej w korespondencji to czarny (R: 0, G: 0, B: 0). Treść wiadomości zapisujemy czcionką Times New Roman o wielkości 12pt. Podpis (Imię i Nazwisko pracownika) zapisujemy tak samo jak treść, czcionką Times New Roman, 12pt. Stopkę adresową zapisujemy czcionką Times New Roman o wielkości 10pt. Poniżej znajduje się lista użytych czcionek wraz z rozmiarami podanymi w punktach.

3.1.6 koperta C4.

Poniższy szablon koperty C4 ma charakter poglądowy



Dokument w skali 1:2, poszczególne wymiary dotyczą rzeczywistych rozmiarów dokumentu. Wszystkie wymiary podano w milimetrach. Wymiary koperty C4 to 324 x 229 mm. Papier biały. Wszystkie elementy w kolorze Pantone 4625 C. Poniżej znajduje się lista użytych czcionek wraz z rozmiarami podanymi w punktach.

- 1 Georgia, 12pt, bold
- 2 Georgia, 12pt, normal
- 3 Georgia, 9pt, bold



Format dokumentu:
Koperta C4
(324x229 mm)

Pliki dostępne naCD:
S_JIIS_Identyfikacja.PDF
(wersja elektroniczna Księgi Identyfikacji Wizualnej)



3.1.7 koperta C5.

Poniższy szablon koperty C5 ma charakter poglądowy

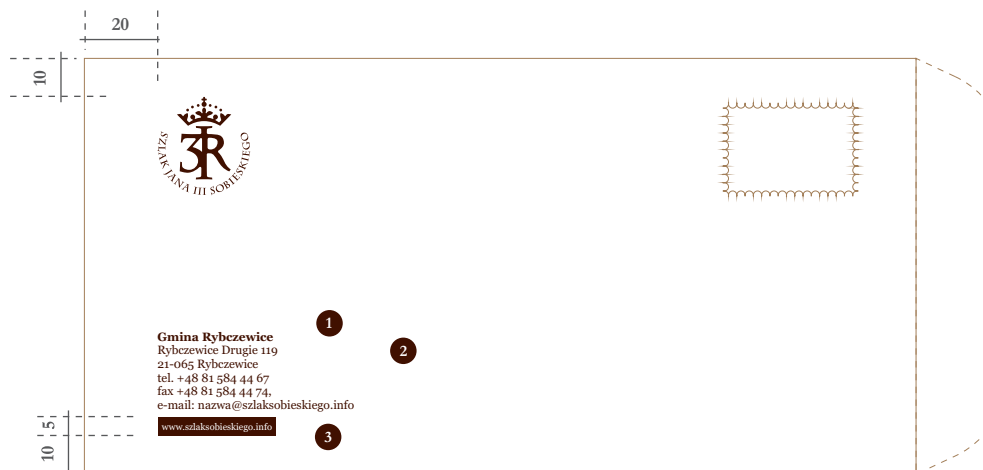


Dokument w skali 1:2, poszczególne wymiary dotyczą rzeczywistych rozmiarów dokumentu. Wszystkie wymiary podano w milimetrach. Wymiary koperty C5 to 229 x 162 mm. Papier biały. Wszystkie elementy w kolorze Pantone 4625 C. Poniżej znajduje się lista użytych czcionek wraz z rozmiarami podanymi w punktach.

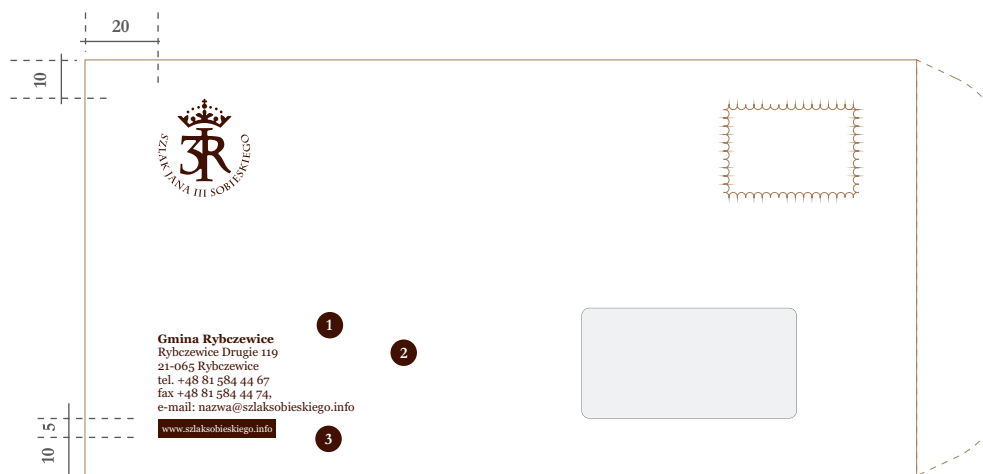
- 1 Georgia, 10pt, bold
- 2 Georgia, 10pt, normal
- 3 Georgia, 8pt, bold

3.1.8 koperta DL.

Poniższy szablon koperty DL ma charakter poglądowy



koperta DL bez okienka



koperta DL z okienkiem

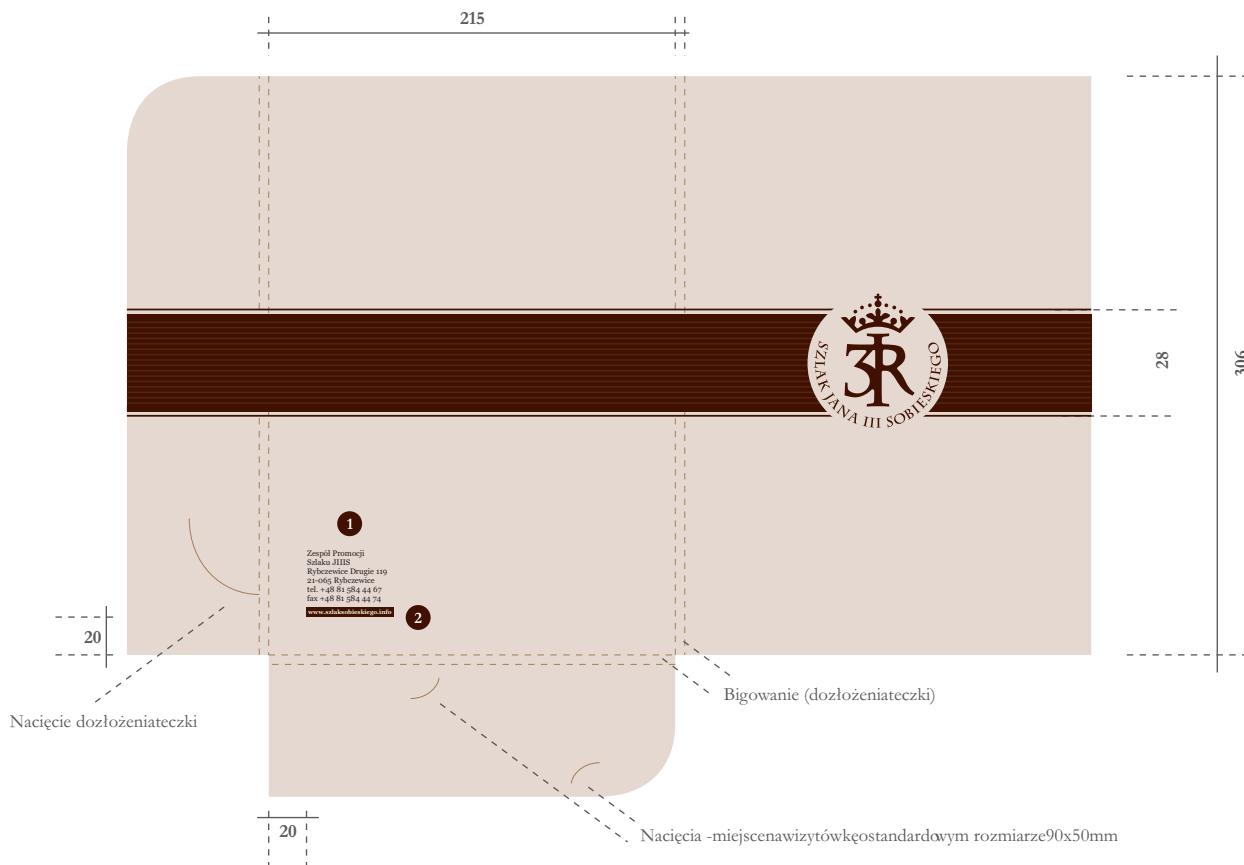
Dokument w skali 1:2, poszczególne wymiary dotyczą rzeczywistych rozmiarów dokumentu. Wszystkie wymiary podano w milimetrach. Wymiary koperty DL to 220 x 110 mm. Papier biały. Wszystkie elementy w kolorze Pantone 4625 C. Poniżej znajduje się lista użytych czcionek wraz z rozmiarami podanymi w punktach.

- 1 Georgia, 9pt, bold
- 2 Georgia, 9pt, normal

- 3 Georgia, 7pt, bold

3.1.9 teczka firmowa A4+ z cienkim grzbietem.

Poniższy szablon teczki firmowej A4+ ma charakter poglądowy. Ponadto należy zawsze dopasować szablon do wykrojnika otrzymanego z drukarni.



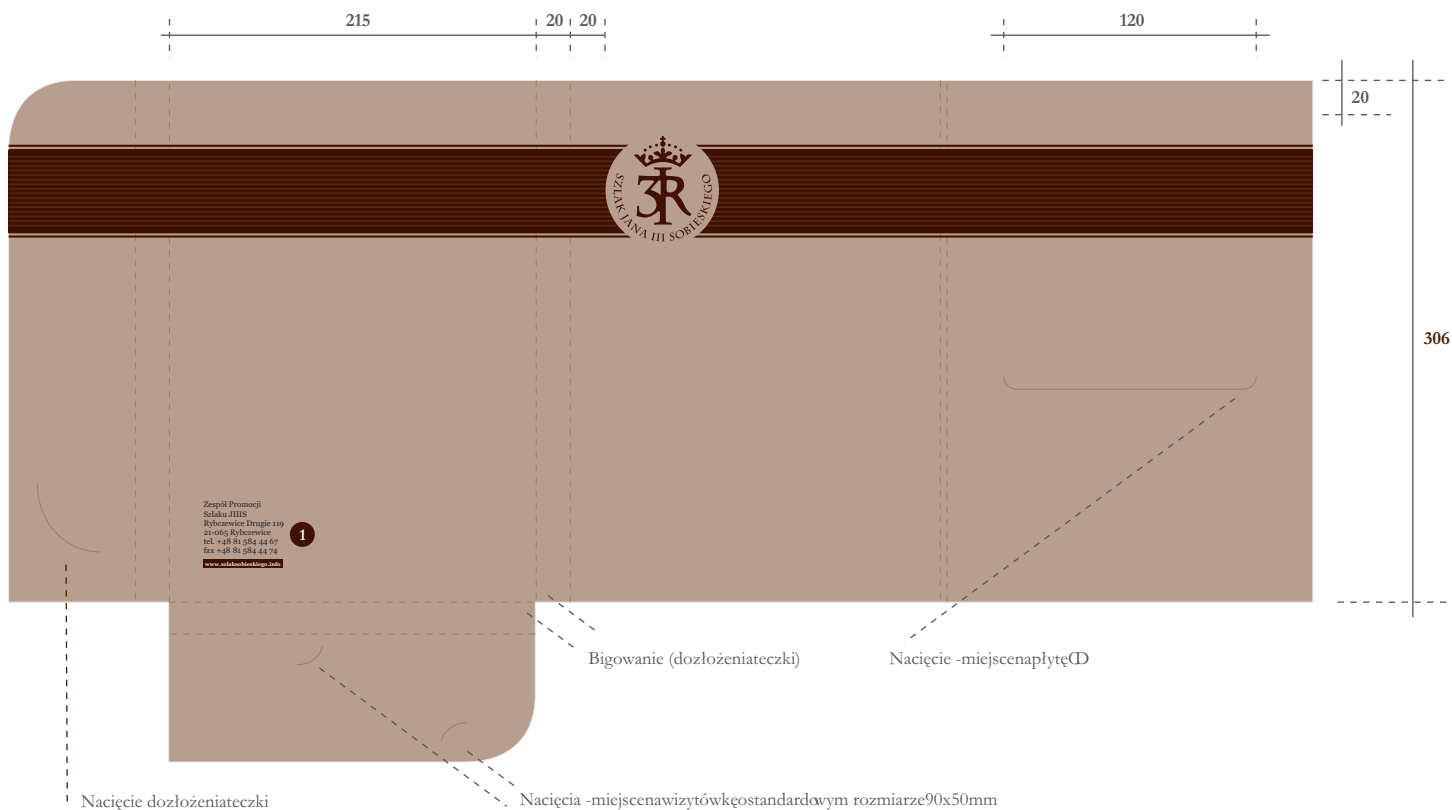
Dokument w skali 1:4, poszczególne wymiary dotyczą rzeczywistych rozmiarów dokumentu. Wszystkie wymiary podano w milimetrach. Wymiary całościowe teczki A4+ to 510 x 381 mm. Wymiary pojedynczej strony (okładki oraz tyłu teczki) wynoszą 215 x 306 mm. Szerokość grzbietu 5 mm. Papier beżowy, kreda, min. 300 g/m². Podkład w kolorze 10% Pantone 4625 C. Druga strona biała lub w kolorze 10% Pantone 4625 C. Wszystkie elementy tekstowe, w tym logo w kolorze Pantone 4625 C.

Poniżej znajduje się lista użytych czcionek wraz z rozmiarami podanymi w punktach.

- 1 Georgia, 12pt, normal
- 2 Georgia, 9pt, bold

3.1.10 teczka firmowa A4+ z grubym grzbietem i miejscem na CD/DVD.

Poniższy szablon teczki firmowej A4+ z grubym grzbietem (20mm) i miejscem na CD/DVD ma charakter poglądowy. Ponadto należy zawsze dopasować szablon do wykrojnika otrzymanego z drukarni.



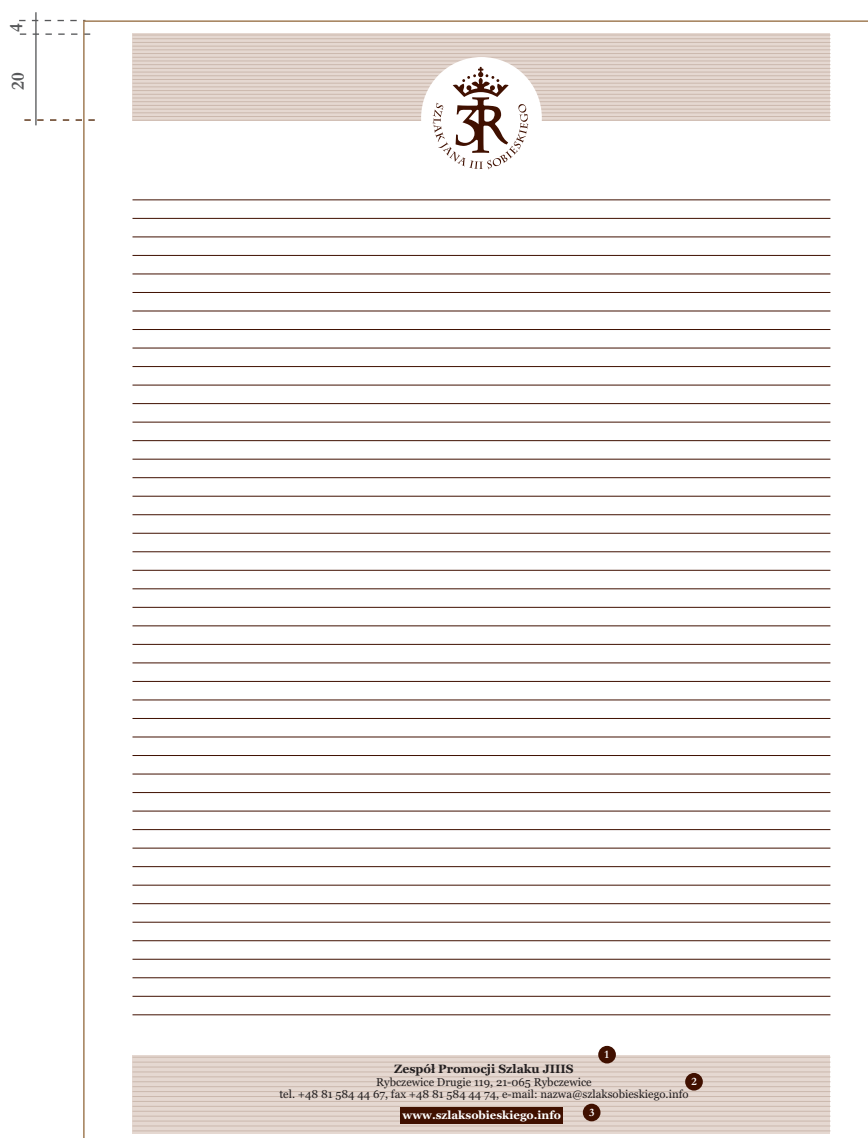
Dokument w skali 1:4, poszczególne wymiary jak na poprzedniej stronie z wyjątkiem szerokości grzbietu 20 mm i dodatkowego skrzydła z miejscem na CD. Papier kolor 30% Pantone 4625 C, kreda, min. 300 g/m. Druga strona biała. Wszystkie elementy tekstowe, w tym logo w kolorze Pantone 4625 C.

Poniżej znajduje się lista użytych czcionek wraz z rozmiarami podanymi w punktach.

- 1 Georgia, 12pt, normal
- 2 Georgia, 9pt, bold

3.1.11 bloczek A4.

Poniższy szablon dokumentu notes A4 ma charakter poglądowy.
Należy zawsze korzystać z plików dołączonych na CD.



Dokument w skali 1:2, poszczególne wymiary dotyczą rzeczywistych rozmiarów dokumentu.
Wszystkie wymiary podano w milimetrach. Papier biały mat 100-150 g/m . Wszystkie elementy w kolorze Pantone 4625 C.
Poniżej znajduje się lista użytych czcionek wraz z rozmiarami podanymi w punktach.

- 1 Georgia, 9pt, bold
- 2 Georgia, 8,5pt, normal
- 3 Georgia, 8,5pt, bold

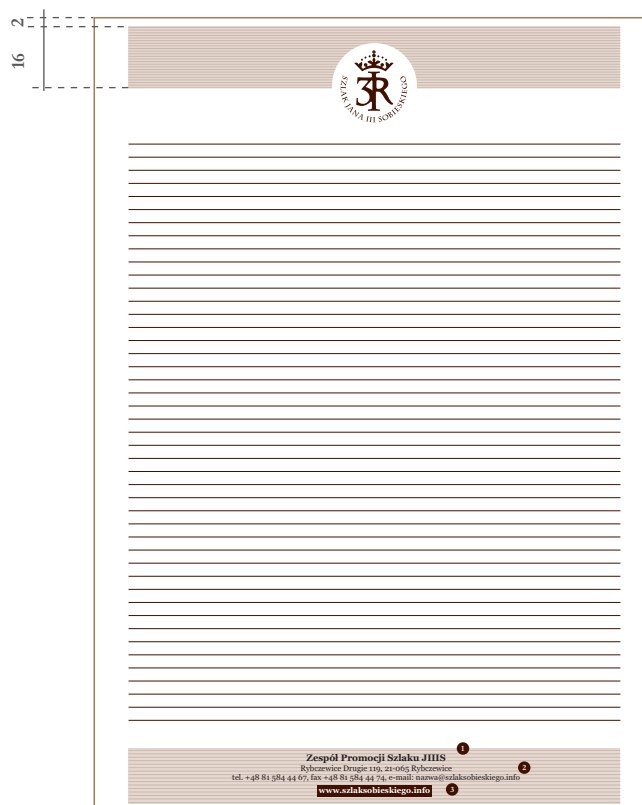
3.1.12 bloczek A5.

Poniższy szablon dokumentu notes A5 ma charakter poglądowy.
Należy zawsze korzystać z plików dołączonych na CD.

okładka



strony wewnętrzne



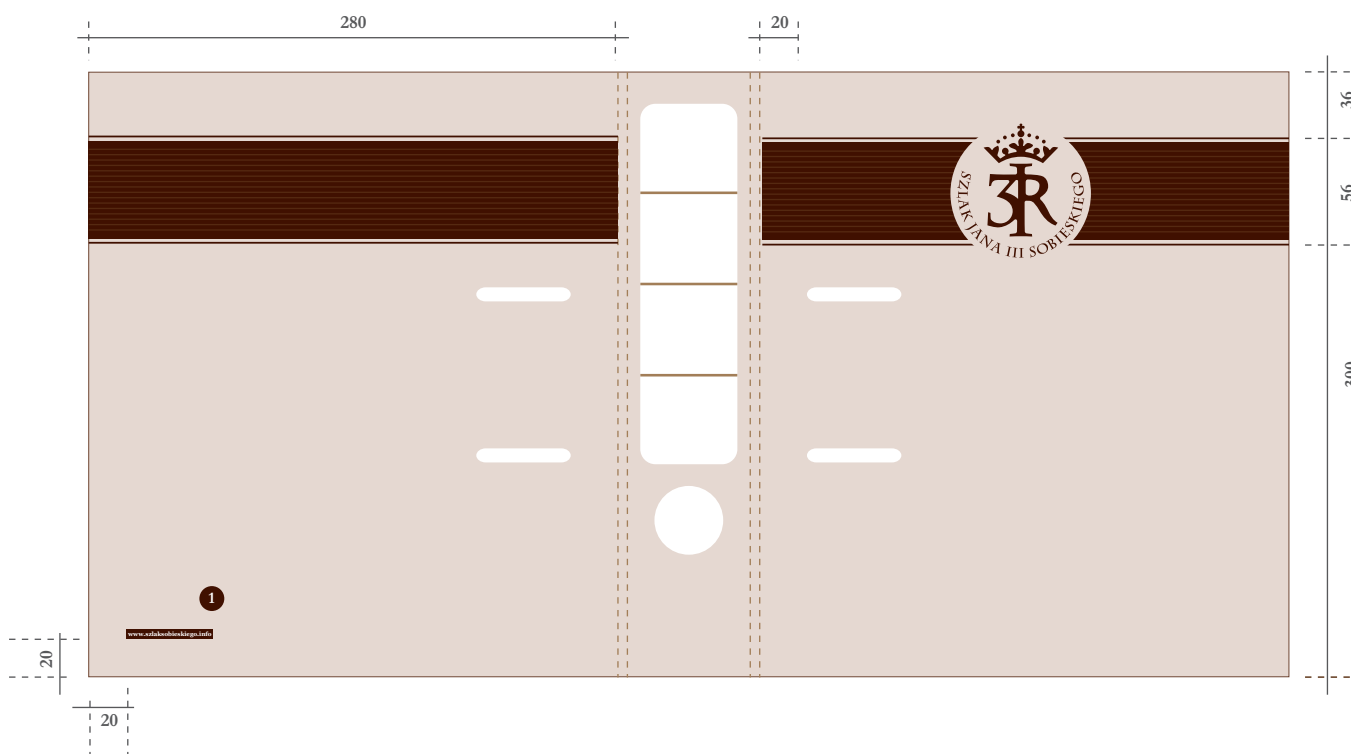
Dokument w skali 1:2, poszczególne wymiary dotyczą rzeczywistych rozmiarów dokumentu.

Wszystkie wymiary podano w milimetrach. Papier biały mat 100-150 g/m w linię. Wszystkie elementy w kolorze Pantone 4625 C. Poniżej znajduje się lista użytych czcionek wraz z rozmiarami podanymi w punktach.

- 1 Georgia, 7pt, bold
- 2 Georgia, 6pt, normal
- 3 Georgia, 6pt, bold

3.1.13 segregator.

Poniższy szablon segregatora ma charakter poglądowy.



Dokument w skali 1:4, poszczególne wymiary dotyczą rzeczywistych rozmiarów dokumentu. Wszystkie wymiary podano w milimetrach. Wymiary pojedynczej strony (okładki oraz tyłu segregatora) wynoszą 280 x 320 mm. Papier biały, kreda, min. 300 g/m². Podkład w kolorze 10% Pantone 4625 C. Druga strona biała. Wszystkie elementy tekstowe, w tym logo w kolorze Pantone 4625 C.

Poniżej znajduje się lista użytych czcionek wraz z rozmiarami podanymi w punktach.

- 6 Georgia, 9pt, bold

3.1.14 identyfikatory.

Identyfikator ma wymiary 55 x 85 mm. Logo o wysokości 17 mm, w tym specyficznym przypadku, jest równane do środka.

Identyfikator dla pracowników



Poniżej znajduje się lista użytych czcionek wraz z rozmiarami podanymi w punktach.

1 Georgia, 14pt, bold

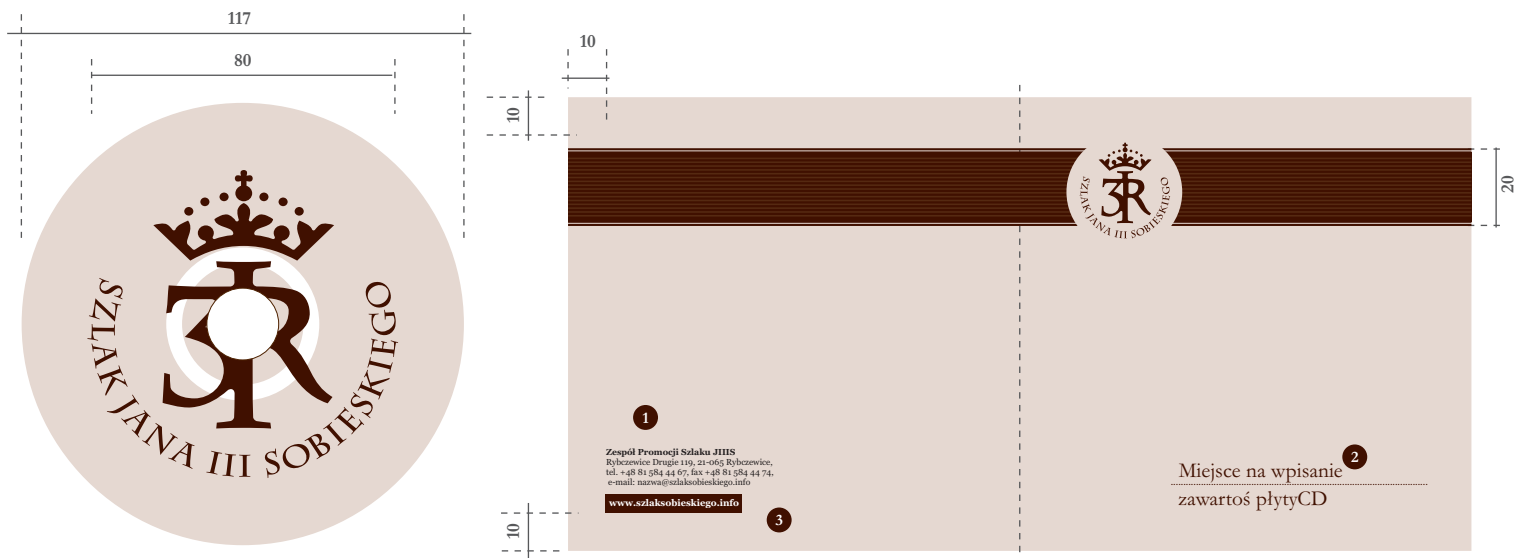
2 Georgia, 10pt, bold

3 Georgia, 8pt, normal



3.1.15 CD/DVD - projekt okładki i nadruku na płytę.

Poniższy szablon ma charakter poglądowy.



3.1.16 slajdy prezentacji PowerPoint.



Slajd tytułowy



Slajd strony

3.1.17 tapety na pulpit.

Prezentowana tapeta jest tylko przykładem. Powinna zawsze zawierać logo oraz adres internetowy.
Wymiary podane są w pikselach, przy rozdzielczości tapety 1600x1200 pikseli. Dokumenty elektroniczne.
Wszystkie wymiary podano w pikselach.



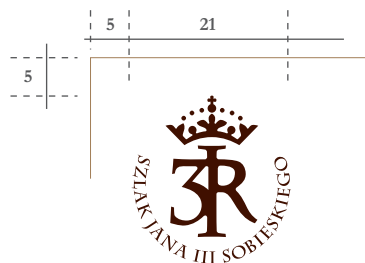
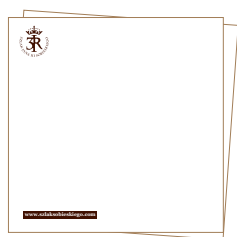
Kolor tła to jasny beż (R: 241, G: 237, B: 206).
Znak i belka adresowa w kolorze brązowym
(R: 77, G: 38, B: 18).



Kolor tła to brązowy (R: 77, G: 38, B: 18).
Znak i belka adresowa w kolorze jasny beż
(R: 241, G: 237, B: 206).

3.1.18 post-it.

Poniższy szablon post-it ma charakter poglądowy. Standardowa wielkość pojedynczej karteczki to 75 x 75 mm.
Logo o rozmiarze 21 mm. Ze względu na mały format karteczki, w tym wyjątkowym wypadku odległość znaku od krawędzi wynosi 5 mm.



Typografia jest bardzo znaczącym czynnikiem współtworzącym tożsamość wizualną. Oznacza to ograniczenie do minimum liczby stosowanych krojów liternictwa oraz ich wybranych odmian.

3.1.19 typografia - czcionki Szlaku JIIS.

Czcionka **Times New Roman** jest stosowana do wszelkiego rodzaju korespondencji z zastosowaniem papieru firmowego Szlaku JIIS, szablonów faksu oraz komunikatu prasowego, a także w poczcie elektronicznej i innych przypadkach szczegółowo opisanych w dalszej części Księgi.

Times New Roman

AĄBCĆDEEFGHIJKLŁMNŃOÓPQRSSTUVWXYZZZ
aąbcćdeęfghijklłmnńoópqrsstuvwxyzzz
.,/;"':(){}[]+-0123456789

Times New Roman

AĄBCĆDEEFGHIJKLŁMNŃOÓPQRSSTUVWXYZZZ
aąbcćdeęfghijklłmnńoópqrsstuvwxyzzz
.,/;"':(){}[]+-0123456789

Czcionka **Georgia** jest stosowana do drukowanych materiałów Szlaku JIIS, w przypadkach szczegółowo opisanych w dalszej części Księgi.

Georgia

AĄBCĆDEEFGHIJKLŁMNŃOÓPQRSSTUVWXYZZZ
aąbcćdeęfghijklłmnńoópqrsstuvwxyzzz
.,/;"':(){}[]+-0123456789

Georgia

AĄBCĆDEEFGHIJKLŁMNŃOÓPQRSSTUVWXYZZZ
aąbcćdeęfghijklłmnńoópqrsstuvwxyzzz
.,/;"':(){}[]+-0123456789

Czcionki Times New Roman oraz Georgia są krojami standardowo dołączanymi do systemów operacyjnych Windows i Mac OS, co gwarantuje kontrolę nad wyglądem dokumentów przesyłanych na zewnątrz i otwieranych na różnych stanowiskach komputerowych.

Rodzaje i wielkości czcionek oraz odstępy jakie należy stosować w dokumentach firmowych są opisane w dalszej części Księgi.

UWAGA!

W żadnym wypadku nie stosujemy form GARAMOND w elementach identyfikacji Szlaku JIIS.

Szczegółowe zasady używania czcionek firmowych są opisane przy poszczególnych dokumentach firmowych.

3.1.20 typografia - pisownia liczb, numerów telefonów, adresów i dat.

Prawidłową pisownią numerów telefonów jest zapis w postaci cyfr 123 45 67 (pierwsze 3 cyfry razem, spacja, następnie po 2 cyfry oddzielone spacją) poprzedzonych numerem kierunkowym kraju oraz numerem kierunkowym miasta pisanymi w postaci +48 81. Dopuszczalny jest także zapis numeru telefonu w postaci 0 81 (numer kierunkowy miasta poprzedzony zerem).

tel. +48 22 522 93 33

poprawny zapis numeru telefonu wraz z numerami kierunkowymi kraju i miasta

tel. 0 81 627 06 33

poprawny zapis numeru telefonu wraz z numerem kierunkowym miasta

Telefony komórkowe zapisujemy analogicznie jak numery telefonów.

tel. kom. 501 12 34 56

poprawny zapis telefonu komórkowego

tel. kom. +48 501 12 34 56

poprawny zapis telefonu komórkowego w dokumentach anglojęzycznych

Prawidłową pisownią adresów jest zapis w kolejności: nazwa ulicy, numer ulicy, kod pocztowy oraz miejscowość.

ul. Sobieskiego

00-020 Piaski

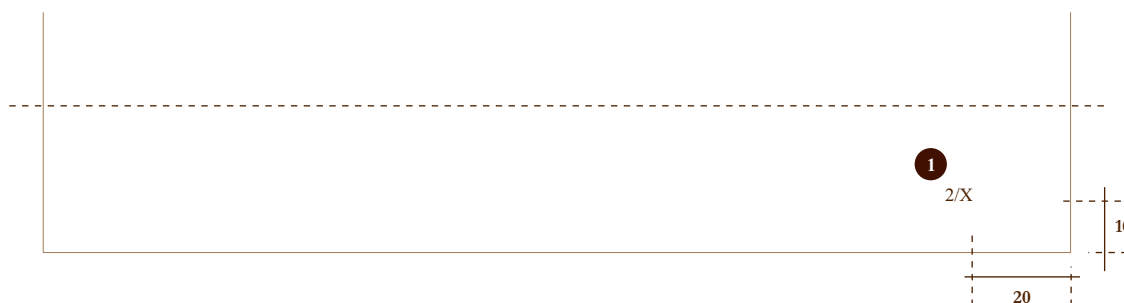
Wszelkie daty zapisujemy w następujący sposób: dzień miesiąca, słowna nazwa miesiąca oraz rok:

14 listopada 1900 r.

8 stycznia 2013 r.

08.09.2012 r.

Numerację stron dokumentów, prezentacji, pism itp. umieszczamy na dole dokumentu oraz justujemy zawsze do prawej strony, z zachowaniem 10 mm odstępu od dolnej krawędzi strony oraz 20 mm odstępu od prawej krawędzi, zaczynając od strony 2, jak na przykładzie poniżej:



gdzie X, to całkowita liczba stron dokumentu

3.2.1 prasowa karta informacja.

Poniższy szablon karty ma charakter poglądowy.



Miejscowość, data

KOMUNIKAT PRASOWY

**Lead /
Miejsce na umieszczenie tytułu komunikatu prasowego.**

Tekst przeznaczony jest do czytania, a nie do uzupełnienia. Jakosymulacja prawdziwego tekstu używa normalnych słów i normalną częstotliwość występowania poszczególnych liter.

Tekst przeznaczony jest do czytania, a nie do uzupełnienia. Jakosymulacja prawdziwego tekstu używa normalnych słów i normalną częstotliwość występowania poszczególnych liter.

Tekst przeznaczony jest do czytania, a nie do uzupełnienia. Jakosymulacja prawdziwego tekstu używa normalnych słów i normalną częstotliwość występowania poszczególnych liter.

Tekst przeznaczony jest do czytania, a nie do uzupełnienia. Jakosymulacja prawdziwego tekstu używa normalnych słów i normalną częstotliwość występowania poszczególnych liter.

Tekst przeznaczony jest do czytania, a nie do uzupełnienia. Jakosymulacja prawdziwego tekstu używa normalnych słów i normalną częstotliwość występowania poszczególnych liter.

Zwrot grzecznościowy,



Jan Kowalski

Specjalista ds. public relations
Zespół Promocji Szlaku JIIS
21-065 Rybczewice,
Rybczewice Drugie 119,
tel. +48 81 584 44 67,
e-mail: nazwa@szlaksobieskiego.info
www.szlaksobieskiego.info

Zespół Promocji Szlaku JIIS
Rybczewice Drugie 119, 21-065 Rybczewice, skr. poczt. xx (jeśli występuje)
tel. +48 81 584 44 67, fax +48 81 584 44 74, e-mail: nazwa@szlaksobieskiego.info
www.szlaksobieskiego.info

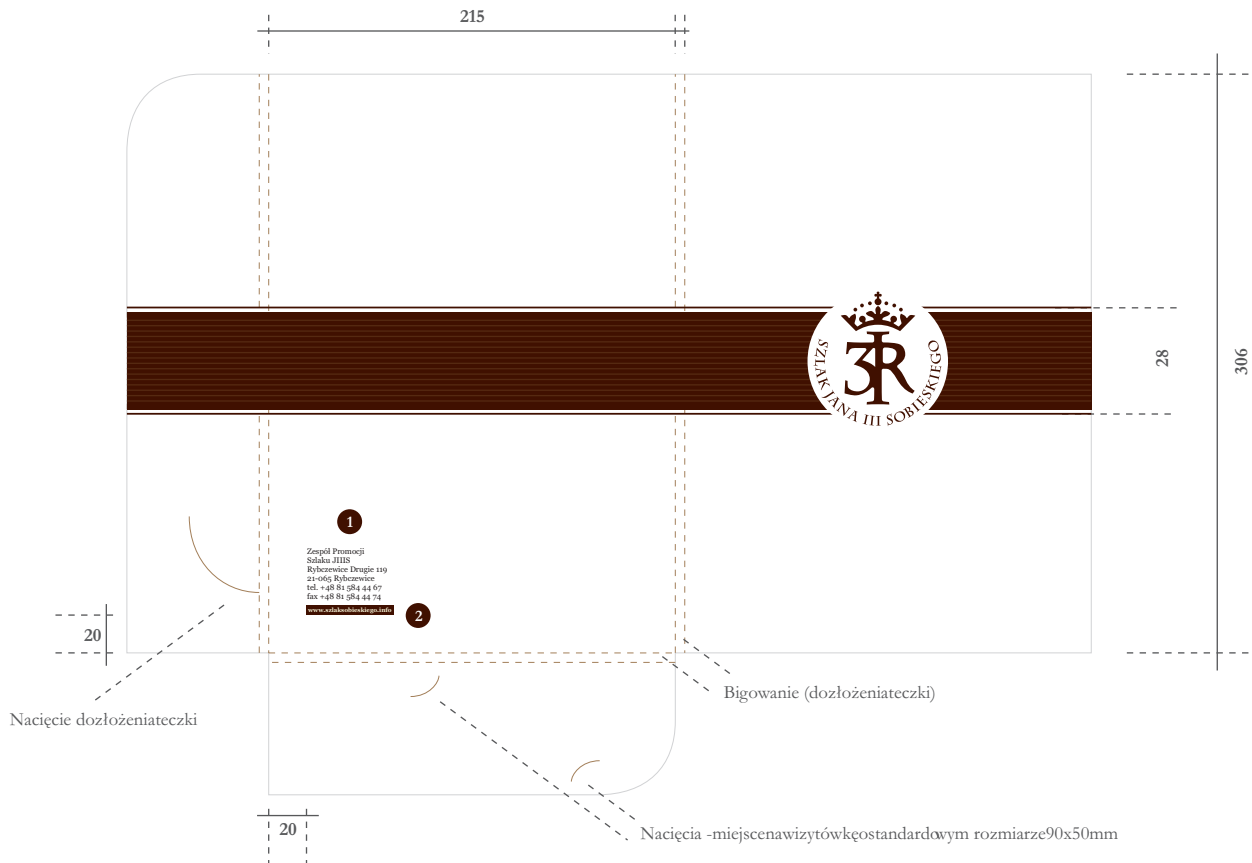
Nagłówek i stopkę stosujemy tylko na pierwszej stronie. Następne strony zawierają tylko treść dokumentu (nie stosujemy nagłówka i stopki).

Dokument w skali 1:2, wymiary dotyczą rzeczywistych rozmiarów dokumentu. Podano je w milimetrach. Tekst pisany w kolorze czarnym (R: 0, G: 0, B: 0). Justowanie pełne, interlinia pojedyncza, wcięcia 0pt, odstępy 0pt. Poniżej znajduje się lista użytych czcionek wraz z rozmiarami podanymi w punktach.

- 1 Georgia, 14pt, bold
- 2 Georgia, 10pt, bold
- 3 Georgia, 8pt, normal

3.2.2 teczka prasowa.

Poniższy szablon teczki ma charakter poglądowy.
Ponadto należy zawsze dopasować szablon do wykrojnika otrzymanego z drukarni.



Dokument w skali 1:4, poszczególne wymiary dotyczą rzeczywistych rozmiarów dokumentu. Wszystkie wymiary podano w milimetrach. Wymiary całościowe teczki A4+ to 510 x 381 mm. Wymiary pojedynczej strony (okładki oraz tyłu teczki) wynoszą 215 x 306 mm. Szerokość grzbietu 5 mm. Papier jasny beż, błyszczący, kreda, min. 300 g/m². Wszystkie elementy tekstowe, w tym logo w kolorze Pantone 4625 C.

3.2.3 identyfikator akredytacyjny.

Identyfikator ma wymiary 55 x 85 mm. Logo o szerokości 27 mm, w tym specyficznym przypadku, jest równane do środka.



Grupa dostępową - gość.
Kolor czerwony



Grupa dostępową - media/prasa.
Kolor Pantone Process Black C



Identyfikator dla gości



Identyfikator dla mediów/prasy

Poniżej znajduje się lista użytych czcionek wraz z rozmiarami podanymi w punktach.

1 Georgia, 14pt, bold

3 Georgia, 8pt, normal

2 Georgia, 10pt, bold

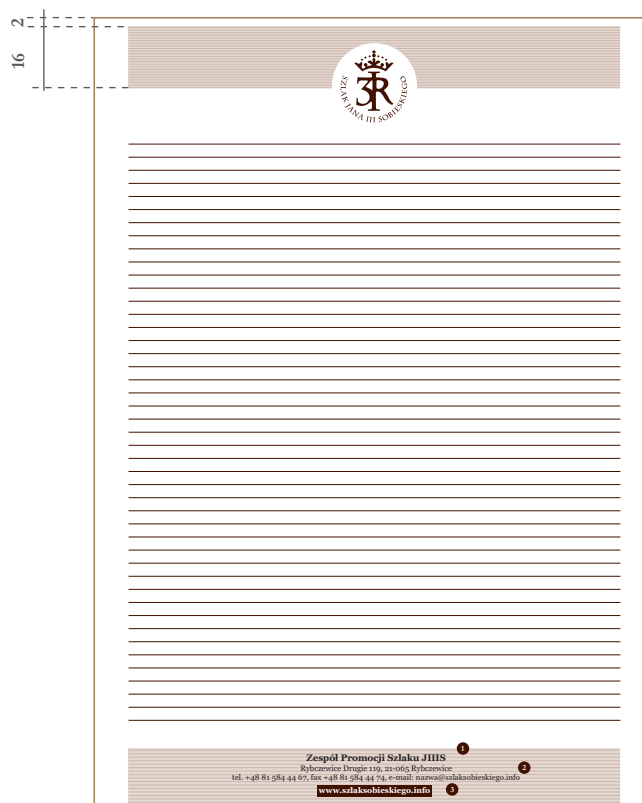
3.2.4 notes A5.

Poniższy szablon dokumentu notes A5 ma charakter poglądowy.
Należy zawsze korzystać z plików dołączonych na CD.

okładka



strony wewnętrzne



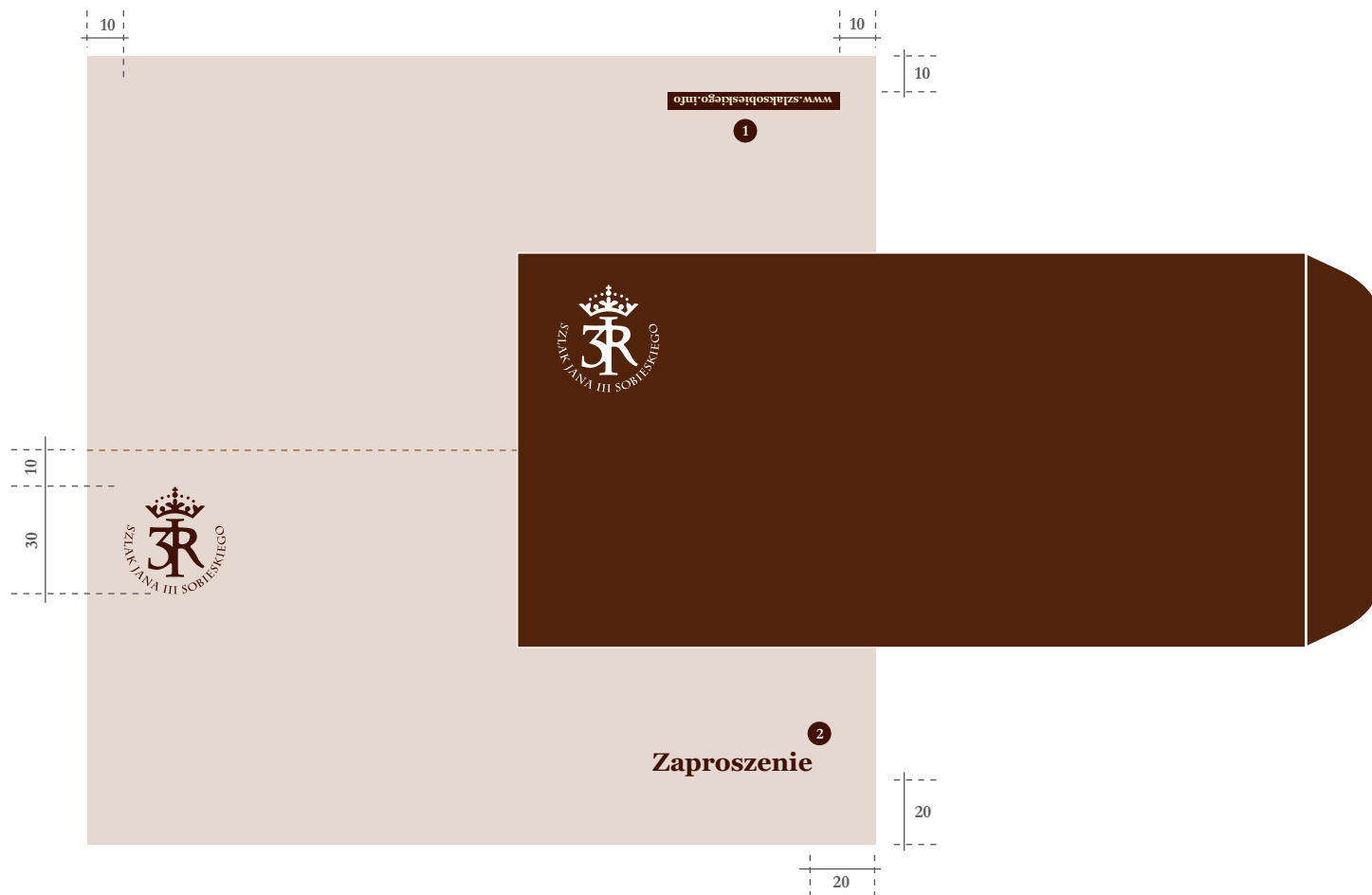
Dokument w skali 1:2, poszczególne wymiary dotyczą rzeczywistych rozmiarów dokumentu.
Wszystkie wymiary podano w milimetrach. Papier biały mat 100-150 g/m . Wszystkie elementy w kolorze Pantone 4625 C.

Poniżej znajduje się lista użytych czcionek wraz z rozmiarami podanymi w punktach.

- 1 Georgia, 7pt, bold
- 2 Georgia, 6pt, normal
- 3 Georgia, 6pt, bold

3.3.1 zaproszenie.

Poniższy szablon zaproszenia ma charakter poglądowy.



Dokument w skali 1:2, poszczególne wymiary dotyczą rzeczywistych rozmiarów dokumentu. Wszystkie wymiary podano w milimetrach. Wymiary pojedynczej strony wynoszą 210 x 100 mm. Papier beżowy, kreda, min. 300 g/m . Wszystkie elementy tekstowe, w tym logo w kolorze Pantone 4625 C. Czcionka treści zaproszenia to Georgia. Koperta w formacie DL (220 x 110 mm), wzór oraz wymiary opisano w pkt 3.1.8, na stronie 30 Księgi.

Poniżej znajduje się lista użytych czcionek wraz z rozmiarami podanymi w punktach.

- 1 Georgia, 9pt, bold
- 2 Georgia, 16pt, bold



210x100



220x110

Format dokumentu:

Zaproszenie (pojedyncza strona: 210x100)
Koperta (220 x110mm)

Pliki dostępne naCD:
S_JIIS_Identyfikacja.PDF
(wersja elektroniczna Księgi Identyfikacji Wizualnej)



3.3.2 pismo A4.

Poniższy szablon pisma ma charakter poglądowy.

Rybczewice, dnia 03.08.2012 r.

znak pisma **5**
Pismo wysłane drogą elektroniczną **6**

7 Pan/Pani
Imię i Nazwisko
Stanowisko/Funkcja
Instytucja/Firma
ul. XXXXXXXX 7/4
00-000 Warszawa, skr. poczt. xx (jeśli występuje)

8 Dot.: (stosowane opcjonalnie)

4 To jest ślepy tekst.

Tekst ten przeznaczony jest do czytania, a leniema uzupełnie znaczenia. Jako symulacja prawdziwego tekstu używać należy zwykłych słów z normalną częstotliwością występowania w poszczególnych literach.

Tekst ten przeznaczony jest do czytania, a leniema uzupełnie znaczenia. Jako symulacja prawdziwego tekstu używać należy zwykłych słów z normalną częstotliwością występowania w poszczególnych literach.

Tekst ten przeznaczony jest do czytania, a leniema uzupełnie znaczenia. Jako symulacja prawdziwego tekstu używać należy zwykłych słów z normalną częstotliwością występowania w poszczególnych literach.

Tekst ten przeznaczony jest do czytania, a leniema uzupełnie znaczenia. Jako symulacja prawdziwego tekstu używać należy zwykłych słów z normalną częstotliwością występowania w poszczególnych literach.

Tekst ten przeznaczony jest do czytania, a leniema uzupełnie znaczenia. Jako symulacja prawdziwego tekstu używać należy zwykłych słów z normalną częstotliwością występowania w poszczególnych literach.

Zwrot grzecznościowy,



Jan Kowalski

1 Zespół Promocji Szlaku JIIS
Rybczewice Drugie 119, 21-065 Rybczewice,
tel. +48 81 584 44 67, fax +48 81 584 44 74

2 www.szlaksobieskiego.info

3

3.3.3 certyfikat.

Poniższy szablon certyfikatu ma charakter poglądowy.



3.3.4 karty imienne na stół / karty konferencyjne.

Poniższy szablon karty ma charakter poglądowy.



Dokument w skali 1:2. Wszystkie wymiary podano w milimetrach. Wymiary wynoszą 210 x 148 mm (A5).

Papier 10% koloru Pantone 4625 C, E 120 g/m. Logo oraz teksty w kolorze Pantone 4625 C. Teksty centrowane do środka. Poniżej znajduje się lista użytych czcionek wraz z rozmiarami podanymi w punktach.

- ❶ Georgia, 40pt, bold
- ❷ Georgia, 30pt, normal
- ❸ Georgia, 30pt, normal

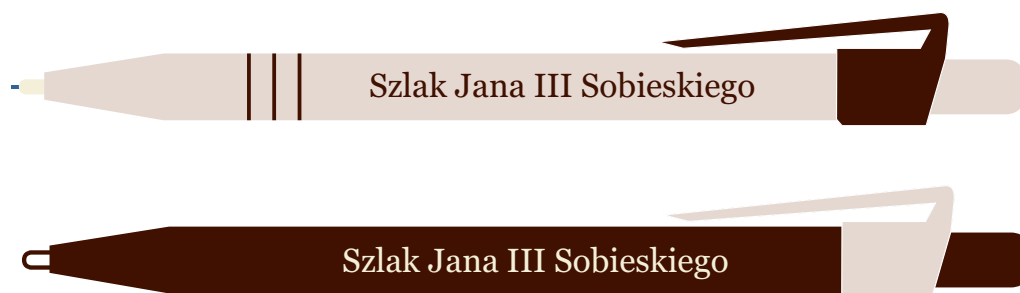
3.3.5 kartka świąteczna.

Strona przedstawia przykład kartki świątecznej. Technologia: druk ofsetowy, materiał: papier ozdobny 200-250 g/m².



3.4.1 długopis/ołówek.

Projekt ma charakter przykładowy i nie uwzględnia docelowych technicznych ograniczeń związanych z produkcją. Przed wykonaniem projektu wstępnego wykonawca powinien zapoznać się z zasadami SIW opisanymi w podręczniku.



Przykładowe długopisy



Przykładowe ołówki

3.4.2 torby papierowe.

Projekt ma charakter przykładowy i nie uwzględnia docelowych technicznych ograniczeń związanych z produkcją. Przed wykonaniem projektu wstępnego wykonawca powinien zapoznać się z zasadami SIW opisanymi w podręczniku.



3.4.3 torby materiałowa (ekologiczna).

Projekt ma charakter przykładowy i nie uwzględnia docelowych technicznych ograniczeń związanych z produkcją. Przed wykonaniem projektu wstępnego wykonawca powinien zapoznać się z zasadami SIW opisanymi w podręczniku.



Przeniesienie logotypu na torbę możliwe jest za pomocą jednej z poniższych technik: sitodruk bezpośredni, sitodruk transferowy, folia flex lub haft.

3.4.4 smycze.

Projekt ma charakter przykładowy i nie uwzględnia docelowych technicznych ograniczeń związanych z produkcją. Przed wykonaniem projektu wstępnego wykonawca powinien zapoznać się z zasadami SIW opisanymi w podręczniku.



3.4.5 kubki.

Projekt ma charakter przykładowy i nie uwzględnia docelowych technicznych ograniczeń związanych z produkcją. Przed wykonaniem projektu wstępnego wykonawca powinien zapoznać się z zasadami SIW opisanymi w podręczniku.



Nadruk na kubkach porcelitowych i plastikowych wykonuje się za pomocą technik: sitodruku i nadruku termosublimacyjnego.

3.4.6 koszulki T-shirt - nadruk.

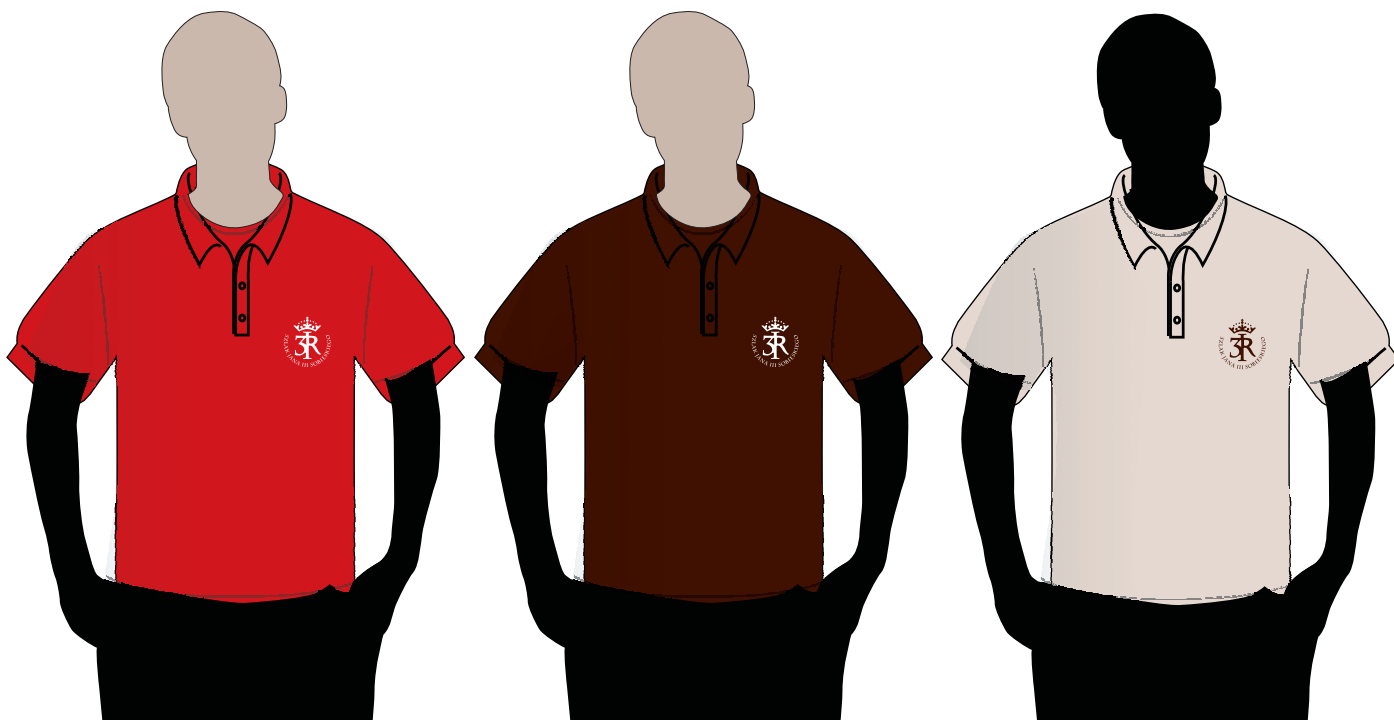
Projekt ma charakter przykładowy i nie uwzględnia docelowych technicznych ograniczeń związanych z produkcją. Przed wykonaniem projektu wstępnego wykonawca powinien zapoznać się z zasadami SIW opisanymi w podręczniku.



Przeniesienie logotypu na T-shirt możliwe jest za pomocą jednej z poniższych technik: sitodruk bezpośredni, sitodruk transferowy, folia flex lub haft.

3.4.7 koszulki Polo - aplikacja (haft).

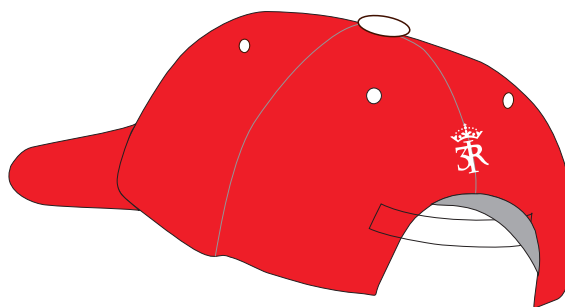
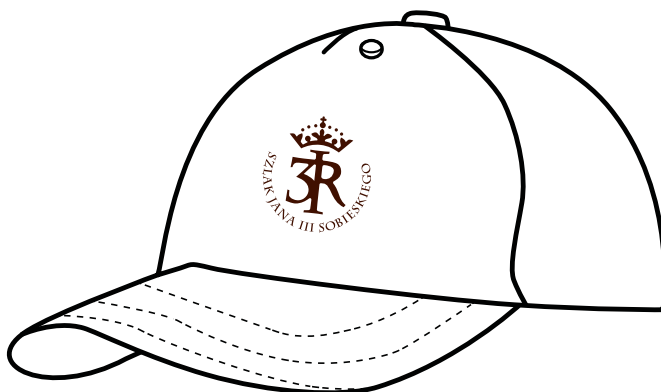
Projekt ma charakter przykładowy i nie uwzględnia docelowych technicznych ograniczeń związanych z produkcją. Przed wykonaniem projektu wstępnego wykonawca powinien zapoznać się z zasadami SIW opisanymi w podręczniku.



Przeniesienie logotypu na koszulkę Polo możliwe jest jedynie za pomocą haftu.

3.4.8 czapki.

Projekt ma charakter przykładowy i nie uwzględnia docelowych technicznych ograniczeń związanych z produkcją. Przed wykonaniem projektu wstępnego wykonawca powinien zapoznać się z zasadami SIW opisanymi w podręczniku.



Przeniesienie logotypu na czapkę możliwe jest za pomocą jednej z poniższych technik: sitodruk bezpośredni, sitodruk transferowy, folia flex lub haft.

3.4.9 parasole.

Projekt ma charakter przykładowy i nie uwzględnia docelowych technicznych ograniczeń związanych z produkcją. Przed wykonaniem projektu wstępnego wykonawca powinien zapoznać się z zasadami SIW opisanymi w podręczniku.



Przeniesienie logotypu na parasol możliwe jest za pomocą jednej z poniższych technik: sitodruk bezpośredni, sitodruk transferowy lub folia flex.

3.4.10 baloniki.

Projekt ma charakter przykładowy i nie uwzględnia docelowych technicznych ograniczeń związanych z produkcją. Przed wykonaniem projektu wstępnego wykonawca powinien zapoznać się z zasadami SIW opisanymi w podręczniku.



3.4.11 balony.

Projekt ma charakter przykładowy i nie uwzględnia docelowych technicznych ograniczeń związanych z produkcją. Przed wykonaniem projektu wstępnego wykonawca powinien zapoznać się z zasadami SIW opisanymi w podręczniku.



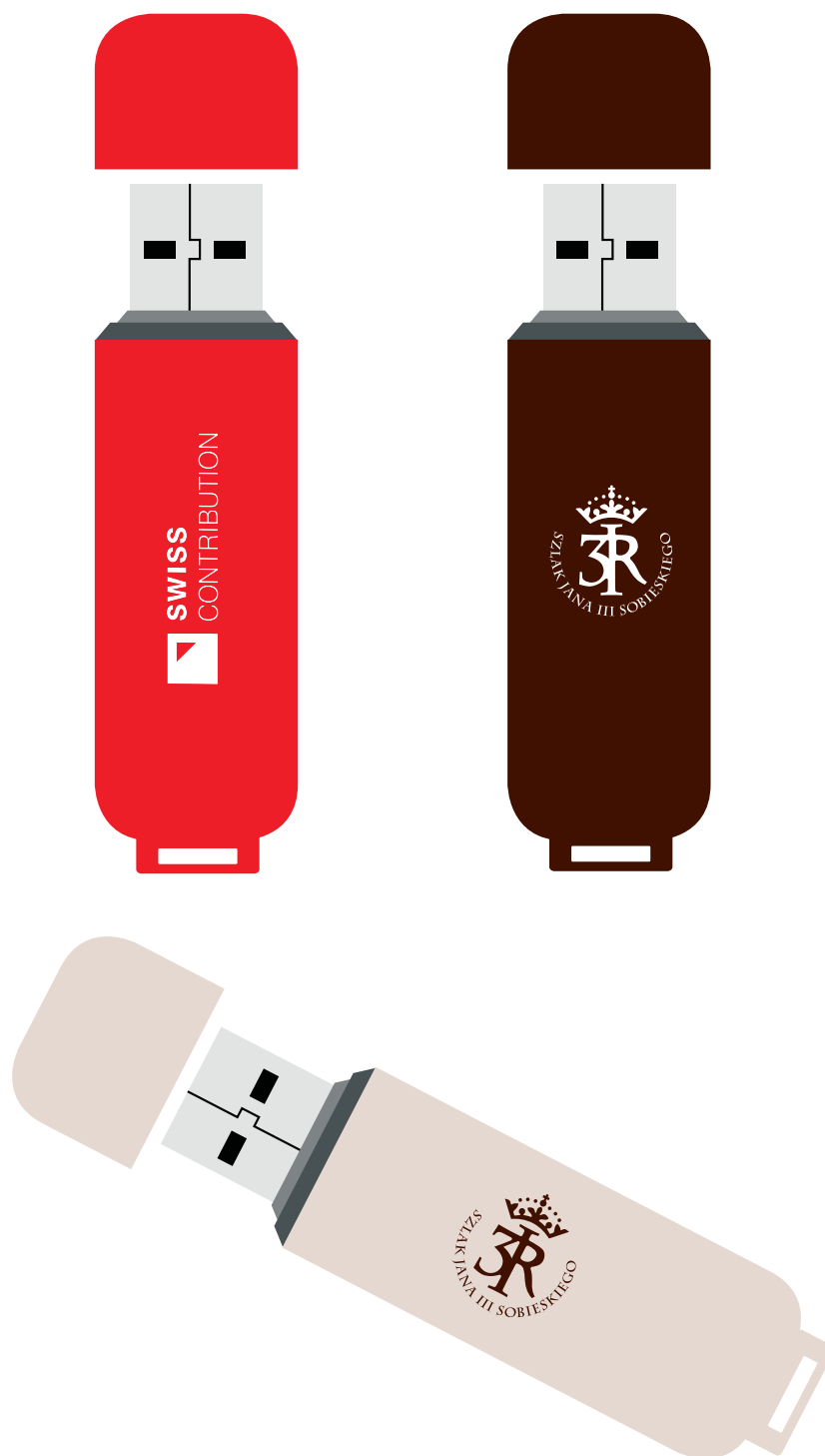
3.4.12 naklejki na szybę.

Projekt ma charakter przykładowy i nie uwzględnia docelowych technicznych ograniczeń związanych z produkcją. Przed wykonaniem projektu wstępnego wykonawca powinien zapoznać się z zasadami SIW opisanymi w podręczniku.



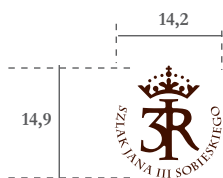
3.4.13 pendrive.

Projekt ma charakter przykładowy i nie uwzględnia docelowych technicznych ograniczeń związanych z produkcją. Przed wykonaniem projektu wstępnego wykonawca powinien zapoznać się z zasadami SIW opisanymi w podręczniku.



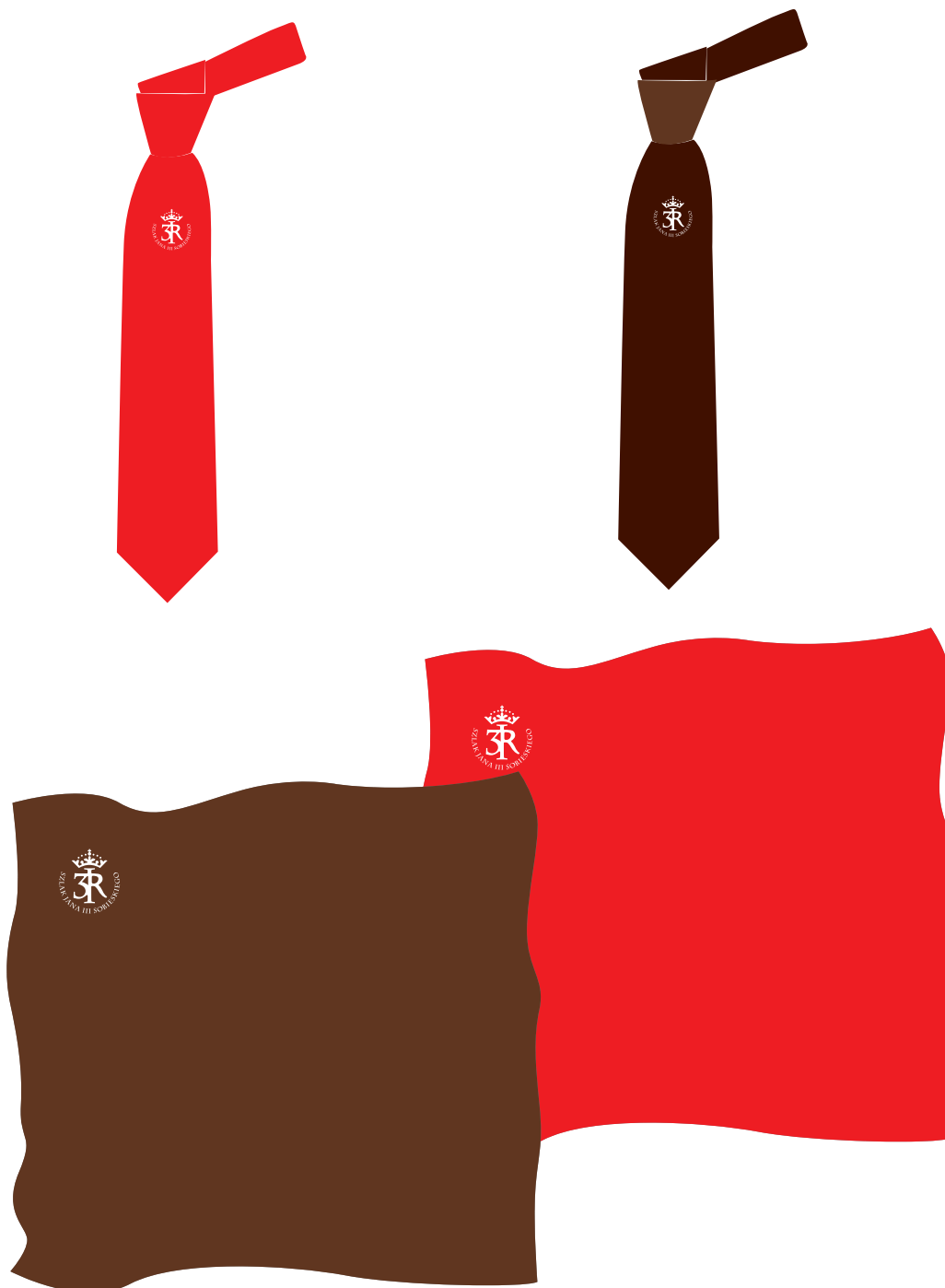
3.4.14 znaczki w klapę / pina do garnituru.

Projekt ma charakter przykładowy i nie uwzględnia docelowych technicznych ograniczeń związanych z produkcją. Przed wykonaniem projektu wstępnego wykonawca powinien zapoznać się z zasadami SIW opisanymi w podręczniku.



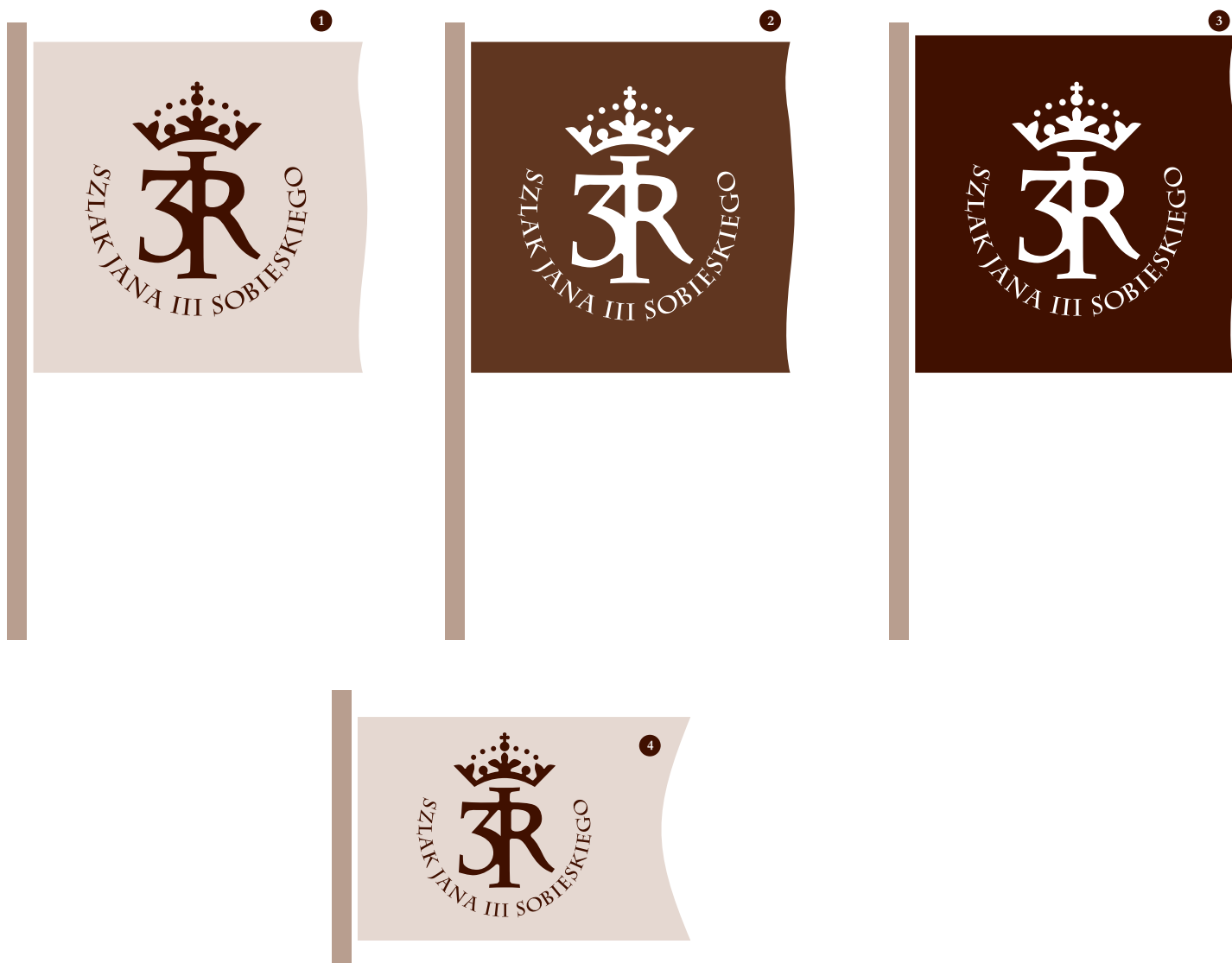
3.4.14 krawaty / apaszka.

Projekt ma charakter przykładowy i nie uwzględnia docelowych technicznych ograniczeń związanych z produkcją. Przed wykonaniem projektu wstępnego wykonawca powinien zapoznać się z zasadami SIW opisanymi w podręczniku.



3.4.15 proporzycyki/flagi.

Poniższy szablon proporzyczków / flag ma charakter poglądowy.
Każdorazowo należy dopasować rozmiar znaku do wielkości flagi, czy też proporzycyka.



Podkład w kolorze 10% Pantone 4625 C. Wszystkie elementy w kolorze Pantone 4625 C. Jako podkład został użyty jeden ze wzorów (dokładniej opisany w punkcie 1.11 Księgi) w kolorze 80% Pantone 4625 C.

3.4.16 kalendarz A5.

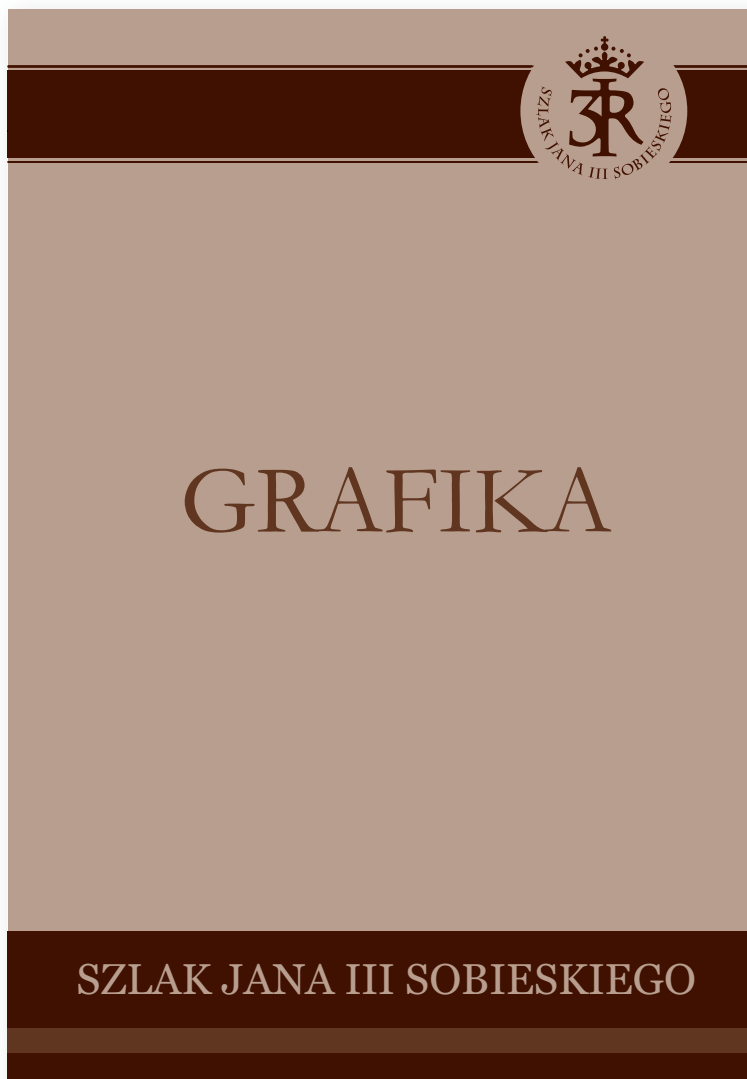
Poniższy szablon kalendarz ma charakter poglądowy.



Przeniesienie logotypu na kalendarz możliwe jest za pomocą jednej z poniższych technik: tłoczenie, grawer laserowy lub wypalenie na skórze.

3.5.1 ulotka A4 - strona tytułowa.

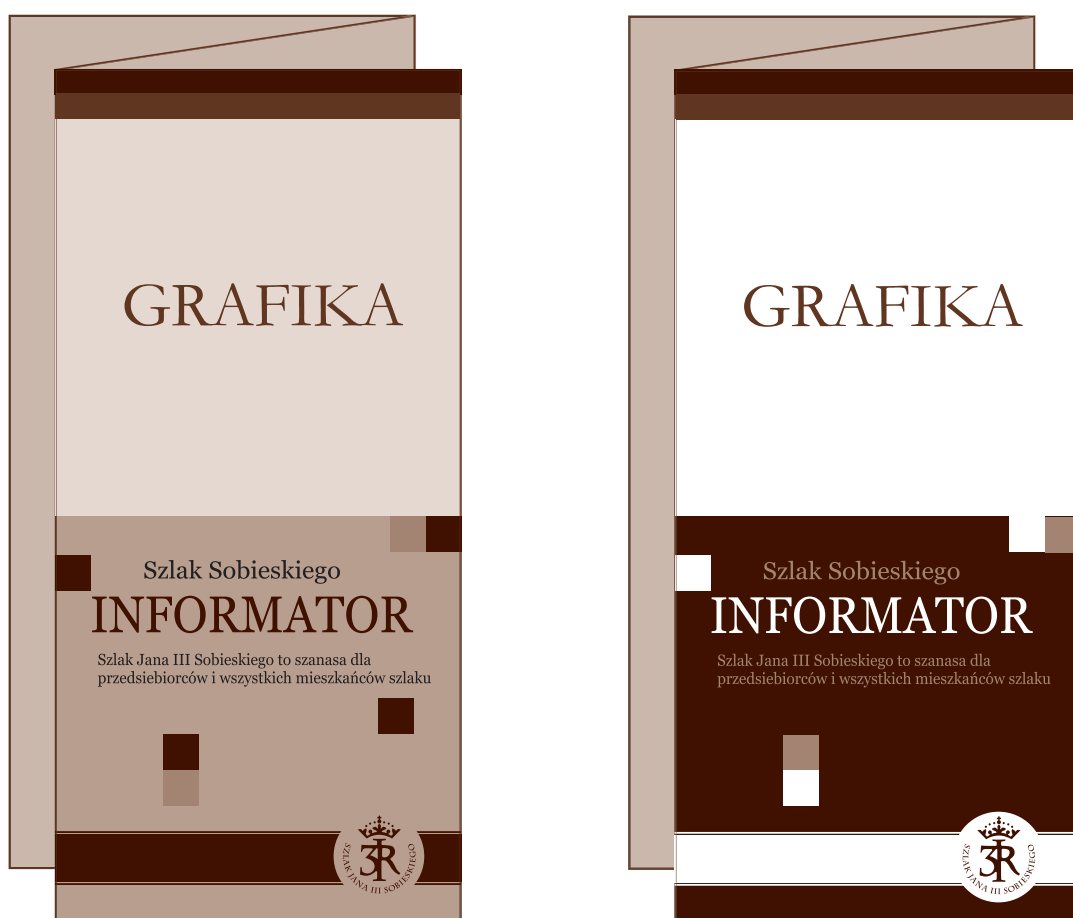
Poniższa ilustracja jest przykładowa.



3.5.2 folder informacyjny.

Strona przedstawia folder informacyjny M65 (DL). Format: 210 x 100 mm. Technologia: druk ofsetowy. Podane projekty mają charakter przykładowy, niemniej zawierają i obrazują opisane poniżej zasady dotyczące ich komponowania i składania.

Elementem obowiązkowym we wszystkich publikacjach jest znak graficzny. Powinien być umieszczany na frontowej stronie każdej publikacji w sposób czytelny i wyrazisty oraz powtarzany, już jako mniejszy, na stronie ostatniej. Nie dopuszcza się umieszczania znaku Szlaku JIIS na tłach niejednorodnych (np. fotografiach).



Zamieszczony w opracowaniu materiał zdjęciowy służy wyłącznie celom edukacyjnym i bez zgody autora nie może być wykorzystany komercyjnie.

3.5.3 folder promocyjny.

Strona przedstawia przykłady folderów promocyjnych – okładki oraz przykładowa stronę wewnętrzną. Format: 210 x 210 mm. Technologia: druk off setowy. Poniższe projekty mają charakter wyłącznie przykładowy, niemniej zawierają i obrazują opisane poniżej, najistotniejsze zasady dotyczące ich projektowania I składania.

Elementem obowiązkowym we wszystkich publikacjach jest znak graficzny. Powinien być umieszczany na frontowej stronie każdej publikacji w sposób czytelny i wyrazisty oraz powtarzany, w zmniejszeniu, na stronie ostatniej.



Nie dopuszcza się umieszczania znaku Szlaku JIIS na tłach niejednorodnych (np. fotografiach), ale jest to możliwe na tłach gradacyjnych. Tytuły oraz nagłówki pisane są czcionką Georgia, natomiast teksty zasadnicze – czcionką Times New Roman lub Georgia. Zalecane jest justowanie tekstów zasadniczych (wyrównywanie do prawej i lewej strony) z pozostawieniem marginesów bocznych, niezbędnych do zachowania należytej czytelności tekstu.

Zamieszczony w opracowaniu materiał zdjęciowy służy wyłącznie celom edukacyjnym i bez zgody autora nie może być wykorzystany komercyjnie.

3.5.5 okładki dokumentów.

Projekt okładki ma charakter przykładowy.



3.5.6 rollup 85x205.

Rollup jest materiałem promocyjnym służącym do prezentacji szlaku. Składa się z części graficznej (u góry), przeznaczonej na logotyp oraz części merytorycznej (u dołu) z miejscem na hasło, tytuł projektu oraz adres strony www.

UWAGA! Wymiary podane w centymetrach. SKALA: 6%.



3.3.7 rollup podwójny 85x200.

Rollup jest materiałem promocyjnym służącym do prezentacji szlaku. Składa się z części graficznej (u góry), przeznaczonej na logotyp oraz części merytorycznej (u dołu) z miejscem na hasło, tytuł projektu oraz adres strony www.

UWAGA! Wymiary podane w centymetrach. SKALA: 6%.



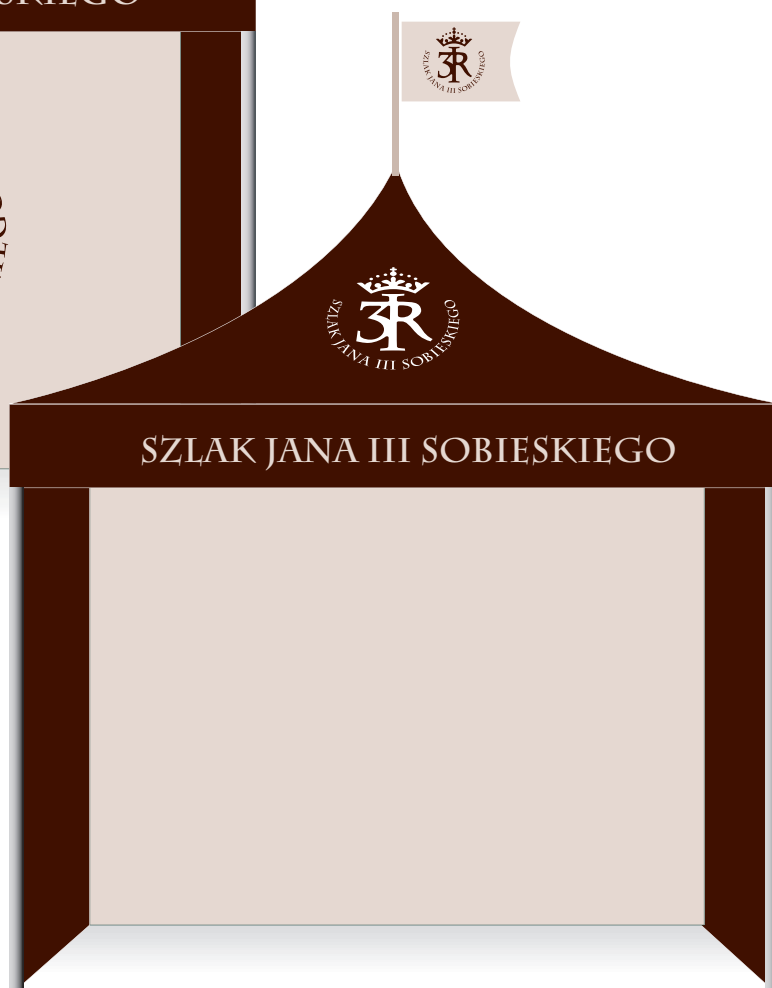
3.5.8 namiot promocyjny.

Prezentowane zestawienie składa się z namiotu w kolorze brązowym (Pantone 4625 C), choć dopuszczalne są też kolory z palety szlaku z umieszczonym w środkowej części daszku napisem „Szlak Jana III Sobieskiego” lub „Szlak Sobieskiego” oraz dużym logo znajdującym się na tylnej ścianie namiotu, w jej osiach pionowej i poziomej.

Możliwe jest nieumieszczanie znaku na tej ścianie jedynie w przypadkach, jeśli miałby być zupełnie niewidoczny, tzn. stale zasłonięty innym elementem, takim jak np. ścianka wystawiennicza. Znak można również umieścić na daszku, w jego pionowej osi, z zastosowaniem obszarów ochronnych (odległości od krawędzi).



Wariant 1



Wariant 2

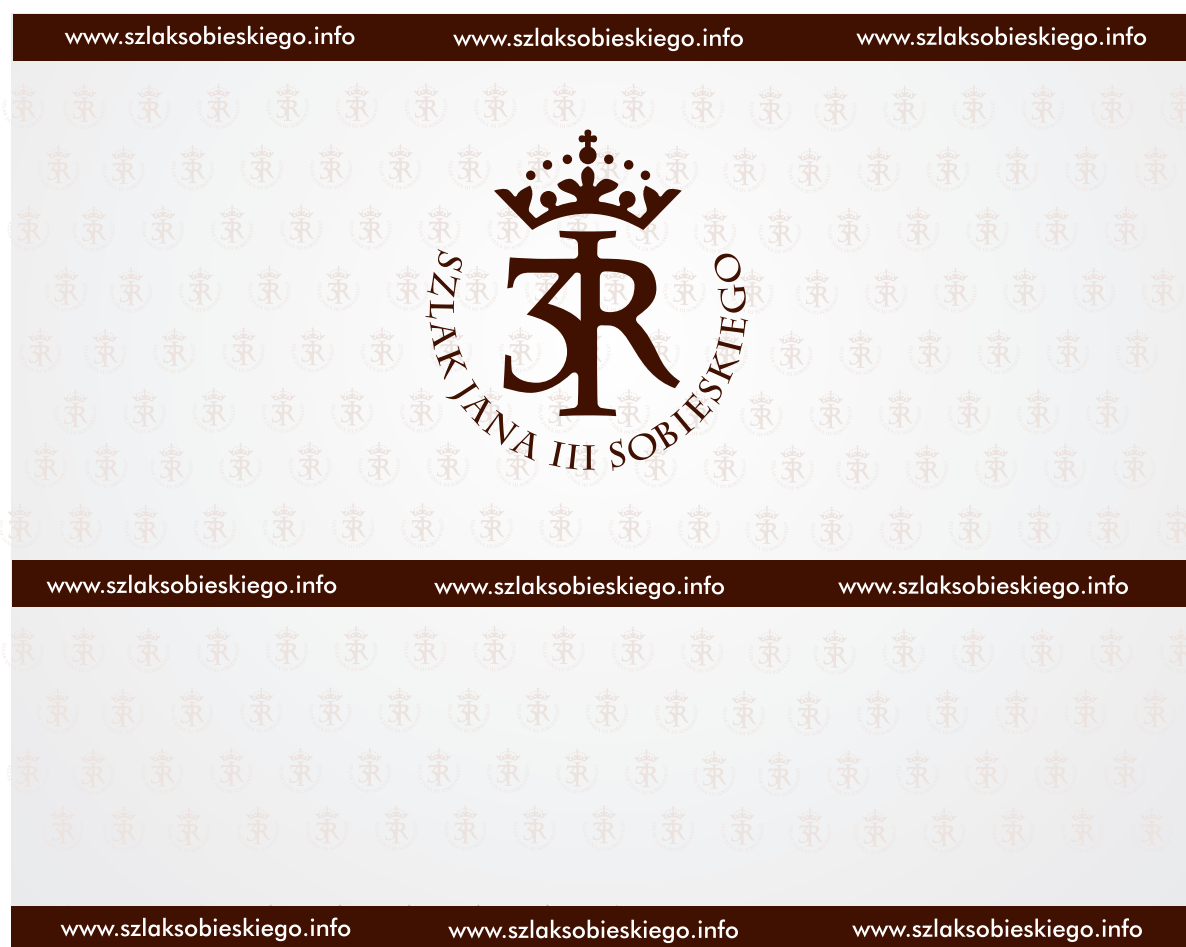
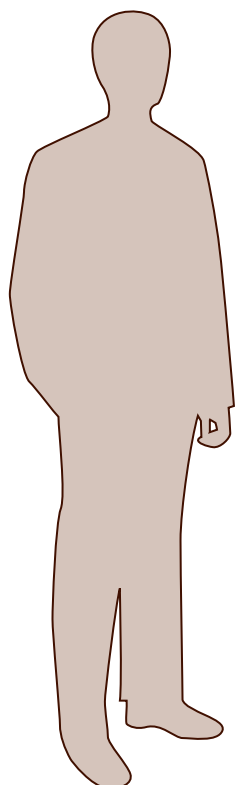
3.3.9 stoisko wystawiennicze.

Stoisko wystawiennicze powinno być utrzymane w kolorystyce szlaku, składającej się z odcieni brązów (Pantone 4625 C) oraz palety barw uzupełniającej, z silną ekspozycją znaku Szlaku Jana III Sobieskiego.



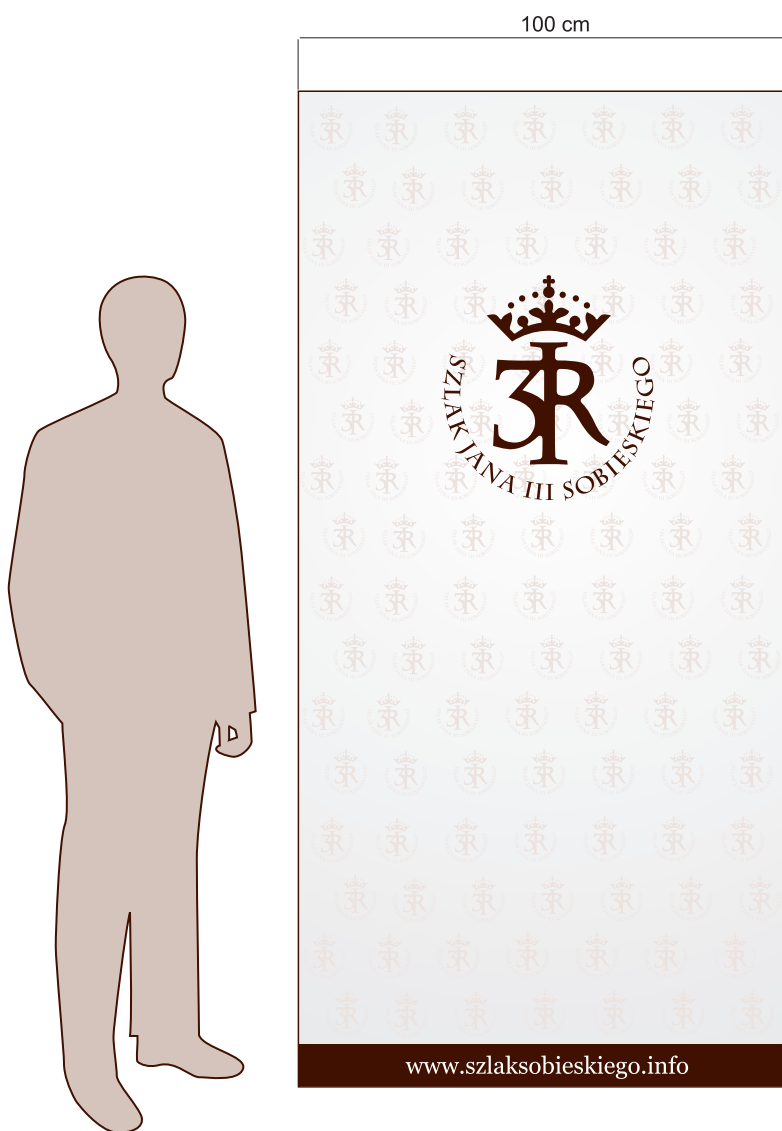
3.5.10 ścianka konferencyjna duża.

Ścianka konferencyjna to tło do wystąpień medialnych. Akcentowany jest znak Szlaku JIIS i adres www w towarzystwie kolorystyki szlaku. Dużą ściankę stosuje się wszędzie tam, gdzie jest możliwe jej rozstawienie, do wystąpień jedno - lub wieloosobowych (maksimum trzy osoby). Przed ścianką można również postawić stół konferencyjny, a mówców kadrować w pozycji siedzącej. Konstrukcja ścianki powinna być lekka, przenośna i łatwa do złożenia w możliwie najkrótszym czasie.



3.5.11 ścianka konferencyjna mała.

Mała ścianka konferencyjna może być wykorzystywana tylko tam, gdzie dostarczenie lub ustawienie dużej ścianki jest niemożliwe. Jest to wąskie tło przeznaczone do kadrowania jednej osoby, do szybkich wystąpień przed kamerą. Konstrukcją nośną i transportową może być kasetka standardowego roll-upu o szerokości 100 cm.





4.

Przykłady oznakowania
materiałów zgodnie
z wytycznymi SPPW

4.1 Wzór listownika.

Wzór listownika zgodny z wytycznymi Księga identyfikacji wizualnej Szwajcarsko-Polskiego Programu Współpracy strona 13.

20

20

20

12



Rybczewice, dnia 03.08.2012 r.

znak pisma
Pismo wysłane drogą elektroniczną

Pan/Pani
Imię i Nazwisko
Stanowisko/Funkcja
Instytucja/Firma
ul. XXXXXXXXXXX 7/4
00-000 Warszawa, skr. poczt. xx (jeśli występuje)

Dot.: (stosowane opcjonalnie)

To jest ślepy tekst.

Tekst ten przeznaczony jest do czytania, a nie ma uzupełnienia znaczenia. Jakosymulacja prawdziwego tekstu używa wyłącznie słów normalną częstotliwość występowania poszczególnych liter.

Tekst ten przeznaczony jest do czytania, a nie ma uzupełnienia znaczenia. Jakosymulacja prawdziwego tekstu używa wyłącznie słów normalną częstotliwość występowania poszczególnych liter.

Tekst ten przeznaczony jest do czytania, a nie ma uzupełnienia znaczenia. Jakosymulacja prawdziwego tekstu używa wyłącznie słów normalną częstotliwość występowania poszczególnych liter.

Tekst ten przeznaczony jest do czytania, a nie ma uzupełnienia znaczenia. Jakosymulacja prawdziwego tekstu używa wyłącznie słów normalną częstotliwość występowania poszczególnych liter.

Tekst ten przeznaczony jest do czytania, a nie ma uzupełnienia znaczenia. Jakosymulacja prawdziwego tekstu używa wyłącznie słów normalną częstotliwość występowania poszczególnych liter.

Tekst ten przeznaczony jest do czytania, a nie ma uzupełnienia znaczenia. Jakosymulacja prawdziwego tekstu używa wyłącznie słów normalną częstotliwość występowania poszczególnych liter.

Zwrot grzecznościowy,



Jan Kowalski

Pełna nazwa instytucji dofinansowanej
Ul.
Miejsce
Tel.
Fax:
e-mail:
www:



Skala 1:2

4.2 Tabliczka informacyjna.

Tabliczka informacyjna zgodna z wytycznymi Księgi identyfikacji wizualnej Szwajcarsko-Polskiego Programu Współpracy strona 6.



Skala 1:2

4.3 Naklejka informacyjna.

Naklejka informacyjna zgodna z wytycznymi Księgi identyfikacji wizualnej Szwajcarsko-Polskiego Programu Współpracy strona 7.

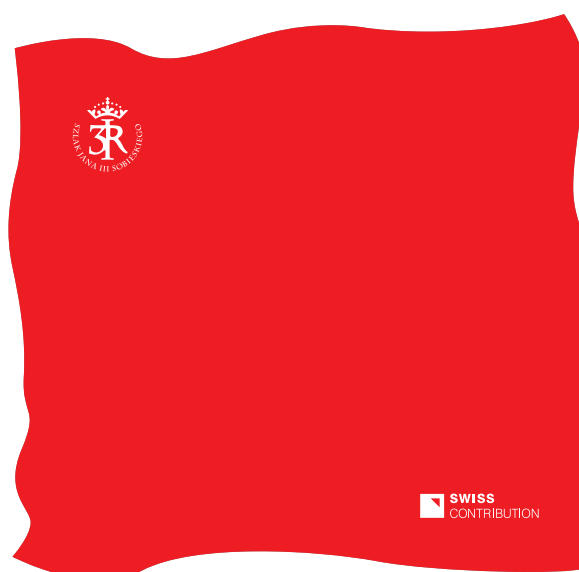
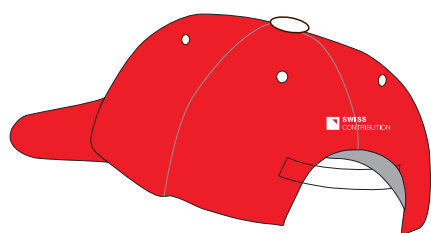


Skala 1:1

4.4 Materiały promocyjne.



4.4 Materiały promocyjne.



Niniejszy dokument został opracowany w ramach projektu pn. „Marka lokalna szansą rozwoju przedsiębiorczości na Szlacheckim Szlaku w województwie lubelskim” współfinansowanego przez Szwajcarię w ramach szwajcarskiego programu współpracy z nowymi krajami członkowskimi Unii Europejskiej.

Odpowiedzialność za jego treść ponoszą wyłącznie jego autorzy.

Opracowanie zrealizowano na stacji roboczej
Aristo Prestige X100 (Windows 7 Professional) na oprogramowaniu CorelDraw X4 - wersja 14.0.0.653.

Użyte ilustracje mają charakter wyłącznie prezentacyjno-poglądowy,
a wszelkie prawa autorskie pozostają przy ich właścicielach.

Projekt logo Szlaku Jana III Sobieskiego:

Aleksander Bąk

(t) (+48) 502 602 222

(e) aleksanderbak@wiem-jak.com

(w) www.wiem-jak.com

Opracowanie elementów SIW oraz Księgi Tożsamości:

Robert Słowikowski - Specjalista ds. promocji i marketingu

Zespół Promocji Szlaku Jana III Sobieskiego

(t) (+48) 696 073 894

(e) rslowix@wp.pl



Gmina Rybczewice
Zespół Promocji Szlaku Jana III Sobieskiego
Rybczewice Drugie 119, 21-065 Rybczewice
tel. 81 584 44 467, faks 81 584 44 474
www.szlaksobieskiego.info



PROJEKT WSPÓŁFINANSOWANY PRZEZ SZWAJCARIĘ W RAMACH SZWAJCARSKIEGO
PROGRAMU WSPÓŁPRACY Z NOWYMI KRAJAMI CZŁONKOWSKIMI UNII EUROPEJSKIEJ

PROJECT SUPPORTED BY A GRANT FROM SWITZERLAND THROUGH THE
SWISS CONTRIBUTION TO THE ENLARGED EUROPEAN UNION