



System Identyfikacji Wizualnej
Województwa Lubelskiego



Spis treści

Wprowadzenie.	4	3. Awatar		Elementy systemu – podstawowe	
System a wartości marki.	5	Elka jako awatar – jak to działa?	20	typy zastosowań	
		Awatar na pierwszym planie	21	1. Wprowadzenie.	42
		Awatar na drugim planie	22	2. Typ 1: Kompozycja z ruchomym panelem	
Część I: Podstawowe elementy		4. Elkowy wzór		Wprowadzenie.	43
współtworzące SIW		Jak i gdzie stosować elkowy wzór?	25	Zasady kompozycyjne.	44
		Zasady konstrukcji.	26	Kolorystyka, logo i elkowy wzór	47
Podstawowe elementy współtworzące SIW		Kolorystyka	27	Obszar ochronny logotypu	
1. Elka		5. Elka jako element kompozycyjny w projekcie.	28	wyznacza kompozycję.	48
Czym jest Elka?	8	6. Kolorystyka		3. Typ 2: Elkowy wzór	
Jak jej używamy?	9	Palety kolorystyczne	29	Wprowadzenie.	49
Elka w logotypie.	10	Praca z paletami kolorystycznymi.	30	Zasady kompozycyjne.	50
Wypełnienie ikonami	11	Paleta monochromatyczna	31	4. Typ 3: Elka jako element designu	51
Wypełnienie ilustracją	12	Paleta kolorów podobnych	32		
Wypełnienie fotografią	13	Paleta kolorów podobnych	33		
2. Logotyp		Paleta kolorów dopełniających – złożonych	34		
Podstawowe wersje logotypu	14	Paleta Tri-color.	35		
Wersje uproszczone logotypu	15	Kolorystyka – definicje CMYK	36		
Pole ochronne		Kolorystyka – definicje RGB	37		
i siatka konstrukcyjna	16	Kolorystyka – definicje Pantone®.	38		
Wersje monochromatyczne.	17	7. Typografia			
Stosowanie logotypu na materiałach		Krój czcionki Lubelskie	39		
w całości bazujących na SIW Województwa		Kroje czcionek uzupełniających.	40		
Lubelskiego	18				
Stosowanie logotypu na materiałach					
bazujących na odrębnym SIW (innej					
organizacji, instytucji, firmy).	19				

Spis treści

Część II: SIW w praktyce

Druki firmowe

1. Wizytówka imienna	53
2. Wizytówka specjalna	54
3. Papier firmowy	55
4. Zaproszenia	57
5. Dyplom	59
6. Oznakowanie CD/DVD	61

Materiały elektroniczne

1. Papier firmowy (MS Word)	
Wersja kolorowa	64
Wersja monochromatyczna	66
2. Prezentacja Power Point	
Slajd tytułowy	67
Slajdy z zawartością	69
3. E-mail	71

Materiały o charakterze promocyjnym i informacyjnym

1. Publikacje o charakterze promocyjnym i informacyjnym	
Wprowadzenie	73
Publikacje promocyjne – okładka	74
Publikacje promocyjne – siatka kompozycyjna ..	76
Publikacje informacyjne – okładka	78

Publikacje informacyjne – siatka kompozycyjna	80
2. Ogłoszenia prasowe	
Układ poziomy: druk w pełnym kolorze	82
Układ poziomy: druk w jednym kolorze (czarno-biały)	83
Układ pionowy: druk w pełnym kolorze	84
Układ pionowy: druk w jednym kolorze (czarno-biały)	85

Oznakowanie zewnętrzne i wewnętrzne

1. Witacz	87
2. Banery	
Kolorowe	88
Monochromatyczne	90
3. Roll-upy	92
4. Balon promocyjny	95
5. Stojak na ulotki	96
6. Ścianka prasowa	98
7. Stoisko wystawiennicze	100
8. Oznakowania na środkach transportu	101

Materiały promocyjne

1. Poligrafia promocyjna	
Kalendarz	103
Notesy	104
Papier opakunkowy	105

2. Gadżety	
T-shirty	106
Krawat	107
Czapka	108
Kubek w opakowaniu	109
Filiżanka w opakowaniu	110
Torby i reklamówki	111
Znaczki, buttony	112
Zegar	113
Smycz	114
Parasol	115
Pióro	116
Długopis	117
Podkładka pod mysz	118

Aneks: Elki specjalne

1. Lubelskie Ekopolis	120
2. Marka Lubelskie	122
3. LROT	124
4. Ambasador Województwa Lubelskiego	126
5. Biuro Regionalne w Brukseli	128

Wprowadzenie

Identyfikacja Wizualna Województwa Lubelskiego to pierwszy w Polsce system identyfikacji regionalnej, który daje użytkownikowi tak wielką wolność kreatywną. Jest to rozwiązanie systemowe, odbiegające od standardów prostej identyfikacji, które wymaga od użytkowników szczególnej odpowiedzialności i dyscypliny. W zamian za zachowanie reguł spójności System oferuje praktycznie nieograniczoną możliwość interpretacji poszczególnych elementów. Ich wspólnym mianownikiem jest różnorodność i dynamika – cechy marki, jaką jest Województwo Lubelskie.

System stanowi kreatywne wyzwanie - w praktyce wymusza na użytkownikach aktywne zaangażowanie: wymaga użycia wyobraźni, podejmowania samodzielnych decyzji i dostosowania charakteru grafiki do przeznaczenia danego elementu. Zadaniem Systemu jest stworzenie oryginalnej i rozpoznawalnej oprawy wizualnej dla wszystkich działań promujących Lubelszczyznę.

System ma mieć „żywy” charakter - warunkiem powodzenia w jego wdrażaniu jest Państwa inicjatywa. Mamy nadzieję, że podręcznik będzie pomocnym źródłem inspiracji dla wszystkich tych, którzy profesjonalnie i amatorsko zajmują się promocją regionu.

Przed rozpoczęciem pracy z identyfikacją należy dokładnie zapoznać się z wytycznymi dotyczącymi poszczególnych elementów systemu i zasad ich współdziałania. Zrozumienie tych zasad jest kluczowe dla osiągnięcia całościowego efektu spójności. Pierwsza część podręcznika prezentuje ogólne zasady rządzące poszczególnymi elementami systemu. Druga część pokazuje system w praktycznym zastosowaniu, na konkretnych przykładach.

System Identyfikacji Promocyjnej jest elementem współtworzącym tożsamość marki Województwa Lubelskiego. Przyjęta w roku 2009 strategia marki* Województwa była dla zespołu pracującego nad Systemem głównym punktem odniesienia zarówno w pracach koncepcyjnych, jak i projektowych. Gdyby nadać Województwu Lubelskiemu cechy osobowości ludzkiej byłoby odkrywcą, wizjonerem, autentycznym, sprawczym, przedsiębiorczym, wyrazistym, pewnym siebie, odpowiedzialnym, kreatywnym, młodym duchem, zaangażowanym. Z łatwością można odnaleźć te cechy patrząc zarówno na logo, jak i na System jako całość.

Logotyp ma charakterystyczną, przyjazną, budzącą sympatię formę. Będąc wspólnym mianownikiem dla całej Identyfikacji – punktem wyjścia do różnorodności graficznej – Elka jest czymś znacznie więcej niż tylko znakiem graficznym. Zmienność Elki – jej aktywna i pasywna funkcja - nawiązuje do misji marki, według której Lubelskie łączy w jedną całość ambicję, dynamikę i kreatywność właściwą dla młodych duchem Europejczyków z przestrzenią, spokojem i tradycją regionu przyjaznego ludziom i czystej naturze. Z drugiej strony do strategii nawiązuje cały System, którego ideą jest połączenie spójności z różnorodnością. Spójna identyfikacja nadaje siłę nowemu wizerunkowi marki Województwa Lubelskiego, a jej poszczególne elementy pozwalają wyrazić w różnorodny sposób kreatywny potencjał marki.

Będąca częścią Systemu biblioteka ikon odnosi się nie tylko do opisanych w strategii cech wyróżniających markę, np. liczby i jakości produktów regionalnych, bogactwa oferty kulturalnej i turystycznej, spokoju dla biznesu, ale także do wartości marki: szacunku dla ludzi i przyrody, świadomości własnych korzeni i tradycji.

Nie zabrakło w niej także elementów będących uniwersalnymi życiowymi wartościami: gościnności, tolerancji, miłości, rodziny i przyjaciół. I wreszcie: ekopozytywność, będąca integralną częścią strategii, rozumiana jako pozytywne nastawienie do własnego środowiska i twórcze wykorzystanie ekologicznych trendów, znalazła odzwierciedlenie w nowej Identyfikacji. Po pierwsze – za pośrednictwem formy, po drugie – poprzez funkcję. W grafice – poczynając od logo, przez czcionkę Lubelskie, na najdrobniejszym elemencie skończywszy, dominują łagodne, organiczne krzywizny.

Motywy graficzne związane z naturą przewijają się przez bibliotekę ikon, przyroda jest także nieodłącznym tłem ilustracji fotograficznych. Ekopozytywność wyznacza także główną ścieżkę, którą powinni podążać wszyscy użytkownicy Systemu – wszystkie elementy zaprojektowane i wyprodukowane na podstawie nowej Identyfikacji powinny być ekopozytywne. W praktyce oznacza to konieczność trzymania się kilku prostych zasad.

Współpracuj z eko-partnerami

Wybierając drukarnię, która będzie produkować dany materiał należy brać pod uwagę, czy firma ta pracuje na ekologicznych materiałach oraz czy dba o środowisko naturalne poprzez segregację odpadów, oszczędne zarządzanie energią oraz ograniczanie wytwarzanych braków produkcyjnych. Idealnym eko-partnerem (nie tylko wśród drukarni, ale także wśród dostawców wszelkiego rodzaju gadżetów i upominków oraz materiałów biurowych) będzie firma która posiada standard ISO 14001 – stosowany w eko-zarządzaniu. Tego typu wymagania można wpisać do warunków przetargowych dla potencjalnych wykonawców zleceń.

Wybieraj eko-materiały

Do produkcji materiałów drukowanych należy wybierać papier bezdrzewny, produkowany w 100% z makulatury, wybielany bez udziału chloru elementarnego (ECF, Elementary Chlorine Free) w technologii przyjaznej dla środowiska naturalnego. Obecna oferta producentów i drukarni umożliwia dobór dowolnego materiału ekologicznego w rozsądnej cenie i świetnej jakości. W ramach realizacji strategii marki wszystkie materiały typu foldery i ulotki, drukowane z inicjatywy Urzędu Marszałkowskiego, Departamentu Promocji i Turystyki, powinny zawierać odpowiednią notkę informującą o fakcie, że do ich produkcji został użyty papier ekologiczny.

Kieruj się eko-oznaczeniami

Materiały do druku cyfrowego (oraz inne biurowe zakupy takie jak koperty, segregatory, wszelkiego rodzaju teczki) warto kupować od producentów, którzy mają prawo posługiwać się oznaczeniami sygnalizującymi standardy przyjazne dla środowiska.

Do takich oznaczeń należą:

- *Europejska stokrotka* – certyfikat przyznawany produktom spełniającym ekologiczne standardy i należącym do odpowiedniej kategorii (np. papier, tekstylia) ustanowionej dyrektywą Rady Europejskiej nr 1980/2000/EC. Wytwórca może zwrócić się do odnośnej instytucji w kraju zbytu o nadanie prawa używania logo stokrotki. Jest to certyfikat jednolity dla wszystkich krajów Unii. Więcej informacji na temat tego oznaczenia można znaleźć na stronie www.europa.eu.int/ecolabel.
- *Błękitny anioł* (Umweltzeichen niem.) – najstarszy znak ekologiczny w Europie, wprowadzony w 1978 roku w Niemczech, z inicjatywy niemieckiego Urzędu Ochrony Środowiska. O popularności tego znaku świadczy ponad 4000 certyfikatów przyznanych w 75 grupach towarowych na wnioski 800 producentów (źródło: www.odpady.org.pl). Więcej informacji na temat tego oznaczenia można znaleźć na stronie www.blauer-engel.de.
- *Nordic Environmental Label* – często spotykanym oznaczeniem jest tzw. Nordycki Łabędź, popularny w krajach skandynawskich, Danii i Islandii. Na polskim rynku pojawia się na wielu produktach – szczególnie na papierze do druku cyfrowego. Posługują się nim firmy oferujące produkty spełniające odpowiednie, jednolite kryteria opisujące cechy surowców i technologii produkcji. Więcej informacji na temat tego oznaczenia można znaleźć na stronie www.ecolabel.dk.
- *FSC (Forest Stewardship Council)* - popularnym i wiarygodnym znakiem jest także Certyfikat „Rady Dobrej Gospodarki Leśnej” - najstarszy z certyfikatów gospodarki i produktów leśnych. Jest to znak najczęściej pojawiający się wśród polskich eksporterów dzięki znacznej popularności wśród konsumentów w krajach Unii Europejskiej akcji poparcia na rzecz FSC. Więcej informacji na temat tego oznaczenia można znaleźć na stronie www.fscoax.org.

1. Elka		5. Elka jako element kompozycyjny w projekcie.	28
<i>Czym jest Elka?</i>	8		
<i>Jak jej używamy?</i>	9		
<i>Elka w logotypie</i>	10		
<i>Wypełnienie ikonami</i>	11		
<i>Wypełnienie ilustracją</i>	12		
<i>Wypełnienie fotografią</i>	13		
2. Logotyp		6. Kolorystyka	
<i>Podstawowe wersje logotypu</i>	14	<i>Palety kolorystyczne</i>	29
<i>Wersje uproszczone logotypu</i>	15	<i>Praca z paletami kolorystycznymi</i> ..	30
<i>Pole ochronne i siatka</i>		<i>Paleta monochromatyczna</i>	31
<i>konstrukcyjna</i>	16	<i>Paleta kolorów podobnych</i>	32
<i>Wersje monochromatyczne</i>	17	<i>Paleta kolorów podobnych</i>	33
<i>Stosowanie logotypu na materiałach</i>		<i>Paleta kolorów</i>	
<i>w całości bazujących na SIW</i>		<i>dopełniających – złożonych</i>	34
<i>Województwa Lubelskiego</i>	18	<i>Paleta Tri-color</i>	35
<i>Stosowanie logotypu na materiałach</i>		<i>Kolorystyka – definicje CMYK</i>	36
<i>bazujących na odrębnym SIW (innej</i>		<i>Kolorystyka – definicje RGB</i>	37
<i>organizacji, instytucji, firmy)</i>	19	<i>Kolorystyka – definicje Pantone®</i> ..	38
3. Awatar		7. Typografia	
<i>Elka jako awatar – jak to działa?</i> ..	20	<i>Krój czcionki Lubelskie</i>	39
<i>Awatar na pierwszym planie</i>	21	<i>Kroje czcionek uzupełniających</i> ..	40
<i>Awatar na drugim planie</i>	22		
4. Elkowy wzór			
<i>Jak i gdzie stosować</i>			
<i>elkowy wzór?</i>	25		
<i>Zasady konstrukcji</i>	26		
<i>Kolorystyka</i>	27		

Podstawowe elementy współtworzące SIW

1. Elka
Czym jest Elka?

Elka jest sercem Systemu Identyfikacji Wizualnej – odzwierciedla różnorodność i dynamikę marki, jaką jest Województwo Lubelskie. Choć Elka stanowi część logotypu, jest czymś znacznie więcej, niż tylko symbolem graficznym. Jest „awatarem”, który zachowując spójny kształt, nieustannie zmienia swoje wnętrze – w zależności od tego, do kogo mówimy i co chcemy przekazać. Czasem występuje na drugim planie, czasem wychodzi na plan pierwszy – jednak zawsze jest obecna. Projektant może dowolnie interpretować Elkę – jedyną granicą, która może go powstrzymać jest granica wyobraźni (oraz opisany w podręczniku zbiór prostych zasad).



**Podstawowe elementy
współtworzące SIW**

1. Elka
– jak jej używamy?

Elka ma cztery podstawowe funkcje:

1. jest częścią logotypu Województwa Lubelskiego,
2. jest awatarem Lubelskiego, co oznacza, że może samodzielnie, w oderwaniu od logotypu, reprezentować markę, jaką jest Województwo,
3. jest podstawowym elementem powtarzalnego motywu graficznego, identyfikującego Województwo Lubelskie, zwanego dalej Elkowym wzorem,
4. może być podstawą interpretacji graficznej w projektach o różnym zastosowaniu.

1.



lubelskie
Smakuj życie!

2.



3.



4.



**Podstawowe elementy
współtworzące SIW**

1. Elka
W logotypie

Kiedy Elka jest częścią logotypu Województwa Lubelskiego staje się „ramą”, w którą wpisana jest zmienna, zależna od potrzeb zawartość.

Może ją wypełniać:

1. ikona,
2. ilustracja,
3. fotografia.

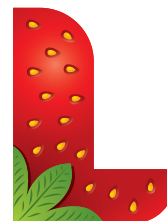
W przypadku aplikacji, w których wchodzi w grę mały rozmiar logotypu, Elka powinna być po prostu wypełniona jednorodnym kolorem.

1.



lubelskie
Smakuj życie!

2.



lubelskie
Smakuj życie!

3.



lubelskie
Smakuj życie!

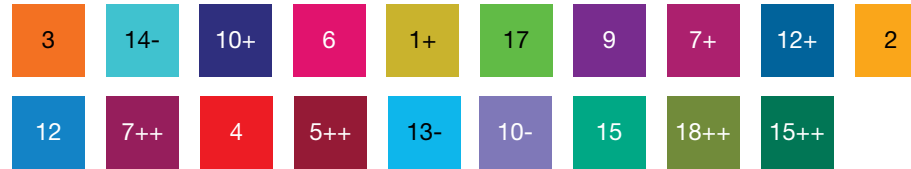
lubelskie  *Smakuj życie!*  >10 mm

Podstawowe elementy współtworzące SIW

1. Elka *Wypełnienie ikonami*

System Identyfikacji Wizualnej zawiera określoną ilość zdefiniowanych elementów dedykowanych Elce. Bibliotekę ikon (przykłady obok) można swobodnie rozbudowywać, w miarę pojawiania się nowych potrzeb, zachowując przy tym spójność graficzną. Gdy Elka zawiera ikonę występuje w kolorystyce (zawsze monochromatycznej!) dopasowanej do całości przekazu (przykłady oraz wytyczne odnośnie kolorystyki w dalszej części prezentacji).

Kolory



**Podstawowe elementy
współtworzące SIW**

1. Elka
Wypełnienie ilustracją

Oprócz zestawu ikon system zawiera także zestaw ilustracji, Elek z tematycznym wypełnieniem w formie lekkiej i praktycznej (szczególnie do multimediiów) grafiki wektorowej. Podobnie jak w przypadku ikon, bibliotekę ilustracji wektorowych można rozbudowywać w dowolnym kierunku – pamiętając, by były one podobne w charakterze, dopasowane do zbioru bazowego.



Podstawowe elementy współtworzące SIW

1. Elka
Wypełnienie fotografią

System nie zawiera biblioteki zdjęć – wybór tła fotograficznego należy do użytkownika. Wybierając fotografię, która znajdzie się wewnątrz Elki, należy uwzględnić docelowy rozmiar grafiki, by mieć pewność, że zdjęcie będzie czytelne w pomniejszeniu (lub – że będzie dobrze wyglądało w dużym formacie). Najlepiej sprawdzają się zdjęcia z pojedynczym, wyraźnym motywem, bez nagromadzenia detalu (jak na przykładach obok). Zdjęcia pejzażowe lub inne, o skomplikowanej kompozycji nie nadają się do aplikacji w małych rozmiarach.



Podstawowe elementy współtworzące SIW

2. Logotyp

Podstawowe wersje logotypu

Na potrzeby SIW opracowano siedem możliwych wersji logotypów, w różnych układach kompozycyjnych. Dobór odpowiedniego układu powinien być dostosowany do ilości miejsca – pola kompozycyjnego. Są wśród zaproponowanych wersji takie, które przyzwalają na dużą swobodę, są i takie, które będą działać dobrze nawet tam, gdzie naprawdę brakuje miejsca. W zaprezentowanych układach rozmiar napisu „Lubelskie” i hasła „Smakuj życie” ma zmienne proporcje. Dzieje się tak dlatego, że czasem więcej uwagi odbiorcy trzeba będzie zwrócić na samą Elkę – rdzeń tego SIW. To oznacza także, że należy za każdym razem starannie dobrać wersję logotypu do rozmiarów i charakteru nośnika.

- Logotyp zawsze występuje w jednym z 7 zdefiniowanych układów.
- Elka jest zawsze zmienna – logotyp nigdy nie jest taki sam.

Poniżej 2 cm zaleca się stosowanie wersji: F, G – z wypełnieniem Elki jednorodnym kolorem.



wersja A



wersja B



wersja C



wersja D



wersja F



wersja E



wersja G

**Podstawowe elementy
współtworzące SIW**

2. Logotyp

Wersje uproszczone logotypu

Logotyp występuje także w wersjach uproszczonych, zawierających wyłącznie napis Lubelskie oraz slogan: „Smakuj życie”. Wersje te należy stosować wszędzie tam, gdzie Elka wychodzi na pierwszy plan – zarówno tam, gdzie staje się obiektem kreatywnej interpretacji projektanta, jak i tam, gdzie mamy po prostu do czynienia z elkowym wzorem, w roli głównego motywu graficznego.



lubelskie | *Smakuj życie!*



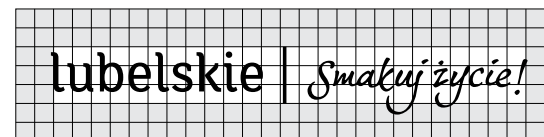
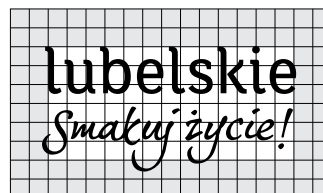
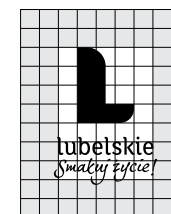
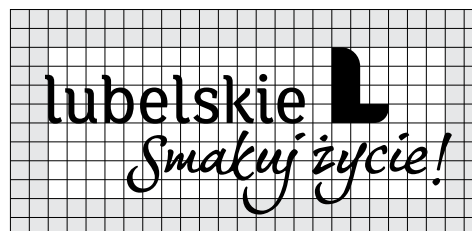
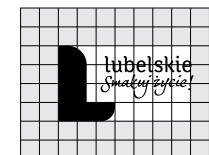
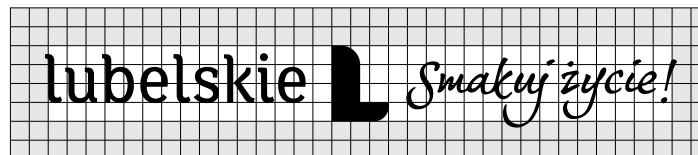
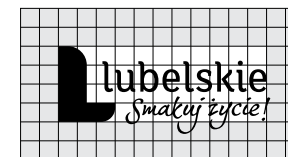
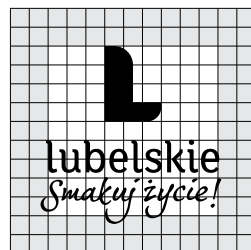
lubelskie
Smakuj życie!

**Podstawowe elementy
współtworzące SIW**

2. Logotyp

Pole ochronne i siatka konstrukcyjna

Niezależnie od tego, którą wersją logotypu będziemy się posługiwać w projekcie, należy pamiętać o zachowaniu odpowiedniego pola ochronnego (widocznego na załączonych przykładach). Naruszenie pola ochronnego oznacza złamanie jednej z podstawowych zasad Systemu Identyfikacji Wizualnej, dlatego należy szczególnie starannie dobierać wersję logotypu do powierzchni kompozycyjnej dostępnej na wybranym nośniku (uwaga na gadżety drobnych rozmiarów!).



**Podstawowe elementy
współtworzące SIW**

2. Logotyp
Wersje monochromatyczne

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.



Podstawowe elementy współtworzące SIW

2. Logotyp

Stosowanie logotypu na materiałach
w całości bazujących na SIW
Województwa Lubelskiego

Podstawowe zasady są następujące: logotyp zawsze umieszczamy na jednorodnym tle, aby zachować regułę maksymalnej widoczności. Kolor tła należy wybrać w obrębie palet dostępnych w Systemie.

Napis „Lubelskie” jest zawsze czarny lub biały, w zależności od nasycenia kolorystycznego tła, na którym występuje. Jeżeli w stosowanej wersji logotypu występuje symbol (Elka), slogan „Smakuj życie!” powinien być w tym samym kolorze co symbol. Jeżeli Elka jest wypełniona ilustracją lub fotografią slogan może mieć dowolny, pasujący kolor w obrębie palet dostępnych w Systemie.



Podstawowe elementy współtworzące SIW

2. Logotyp

Stosowanie logotypu na materiałach bazujących na odrębnym SIW (innej organizacji, instytucji, firmy).

Logotyp Województwa Lubelskiego może (i powinien) być stosowany na materiałach promocyjnych, organizacji, instytucji i firm, które przyczyniają się do promocji Województwa. Każdorazowe użycie logotypu należy skonsultować z Departamentem Promocji i Turystyki. Zasady aplikacji logotypu na tego typu materiałach są proste: może być umieszczany na dowolnym tle, pod warunkiem, że zachowana jest reguła maksymalnej widoczności oraz pole ochronne.

Autorami zdjęć użytych w przykładach są Michał Oki (Chełm) i Krzysztof Żwirski (Zwierzyniec).



Podstawowe elementy współtworzące SIW

3. Awatar

Elka jako awatar – jak to działa?

Oprócz tego, że Elka jest częścią logotypu funkcjonuje także jako awatar – to znaczy, że może występować samodzielnie, zastępując niejako logotyp. Jeżeli Elka występuje w charakterze awatara nie jest konieczne dopełnianie kompozycji właściwym logotypem (w jednej z 7. podstawowych wersji). Zamiast tego można zastosować wersję uproszczoną. W niektórych przypadkach wystarczy sam awatar. Wszystko to jest kwestią decyzji projektanta w kontekście indywidualnej sytuacji.



Podstawowe elementy współtworzące SIW

3. Awatar
Awatar na pierwszym planie

Jako awatar Elka funkcjonuje na podobnej zasadzie, jak w logotypie.

Może zawierać w sobie:

1. ikonę,
2. ilustrację,
3. fotografię.

We wszystkich trzech opcjach obowiązują takie same zasady jak w przypadku logotypu.

1.



3.



2.



**Podstawowe elementy
współtworzące SIW**

3. Awatar
na drugim planie

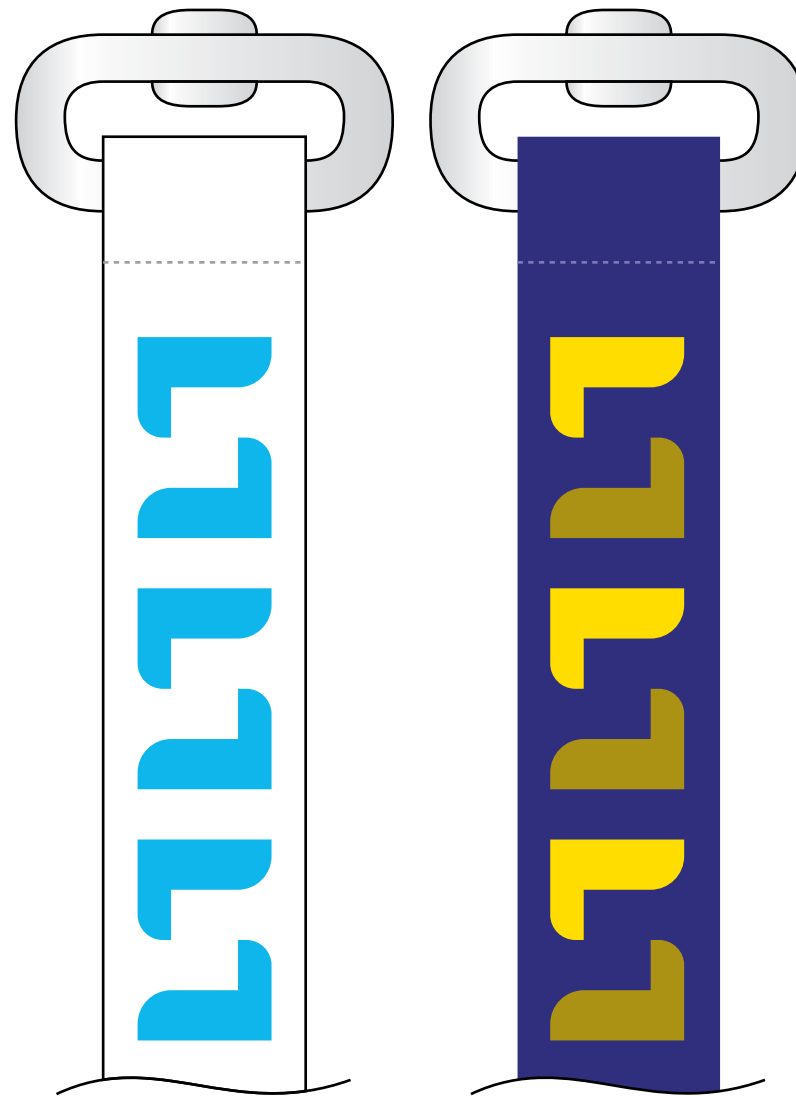
Elka jako awatar może być wypełniona jednorodnym kolorem lub zachowywać przezroczystość (co może być szczególnie przydatne np. przy umieszczaniu na zdjęciach lub materiale filmowym). W przypadku takich zastosowań, w których awatar ma być widoczny i obecny na drugim planie zaleca się rezygnację z wypełnień ikonami czy też ilustracją.



**Podstawowe elementy
współtworzące SIW**

3. Awatar
na drugim planie

W przypadku, gdy Elka jako awatar funkcjonuje w dużym pomniejszeniu, powinna być wypełniona jednorodnym kolorem (dobranym w obrębie palet dostępnych w Systemie).



Podstawowe elementy współtworzące SIW

3. Awatar na drugim planie

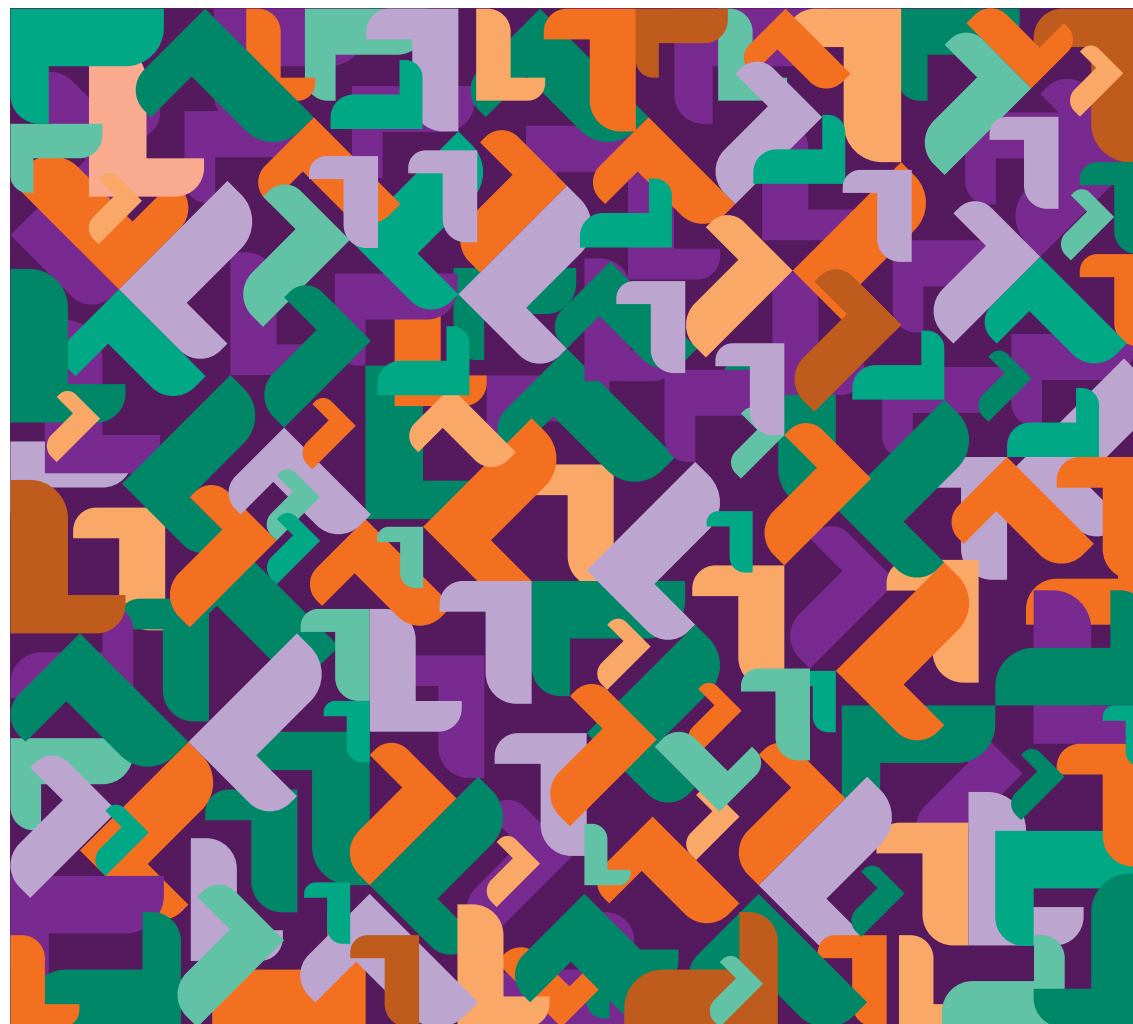
Elka może też funkcjonować w negatywie, jako forma wycięta w jednorodnym tle. Takie zastosowanie zwiększa czytelność zawartości – nie tylko w przypadku multimediiów.



Podstawowe elementy współtworzące SIW

4. Elkowy wzór
Jak i gdzie stosować elkowy wzór?

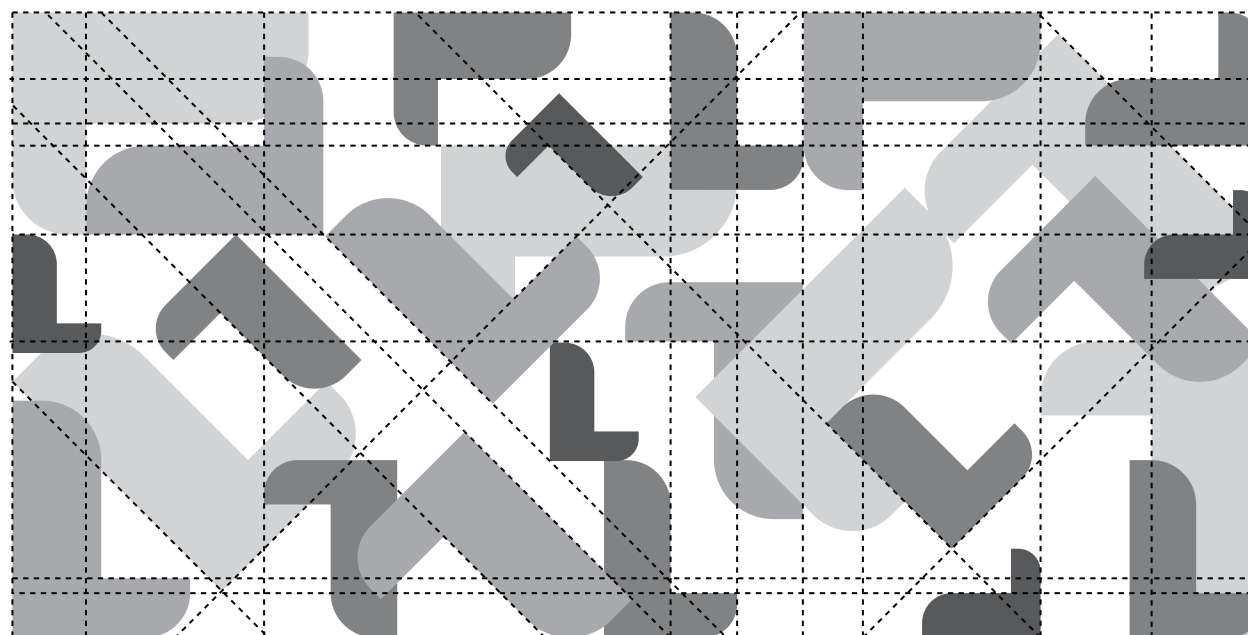
Elkowy wzór stosujemy wszędzie tam, gdzie brakuje innej ilustracji, np. fotograficznej. W takiej sytuacji Elkowy wzór wychodzi na pierwszy plan, pełniąc główną, dekoracyjną rolę. Ten typ zastosowania doskonale sprawdzi się w projektowaniu materiałów drukowanych o charakterze promocyjnymi użytkowym.



**Podstawowe elementy
współtworzące SIW**

4. Elkowy wzór
Zasady konstrukcji

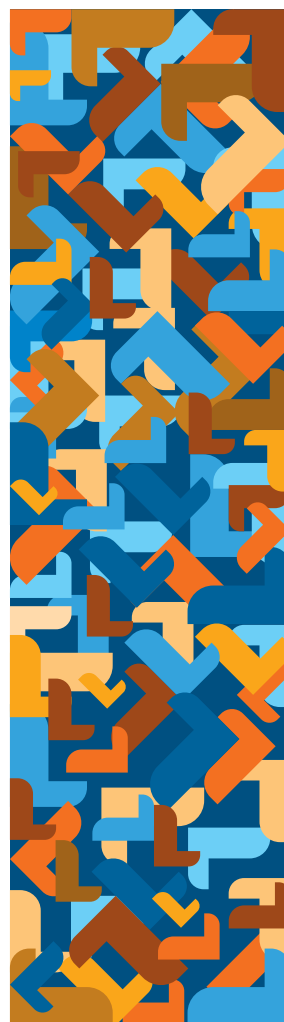
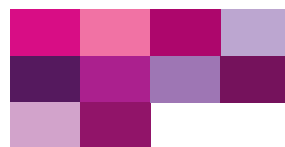
Elkowy wzór powstaje na bazie Elek w czterech rozmiarach, rozkładanych na siatce kompozycyjnej pod kątem 90 i 45 stopni. Rozłożenie Elek powinno być regularne i równomierne. Gęstość wzoru ma znaczenie dla jego czytelności. Generalnie, tworząc wzór, należy pamiętać o całości kompozycji.



**Podstawowe elementy
współtworzące SIW**

4. Elkowy wzór
Kolorystyka

Dobór odpowiedniej kolorystyki to podstawa. Elkowy wzór kocha palety, które dają więcej różnorodności: kolory dopełniające, dopełniające-złożone i tri-kolor. Tam, gdzie efekt powinien być bardziej stonowany, neutralny można dla odmiany użyć palety monochromatycznej i kolorów podobnych.



Podstawowe elementy współtworzące SIW

5. Elka jako element kompozycyjny w projekcie

Elka może stać się elementem kompozycyjnym w projekcie.

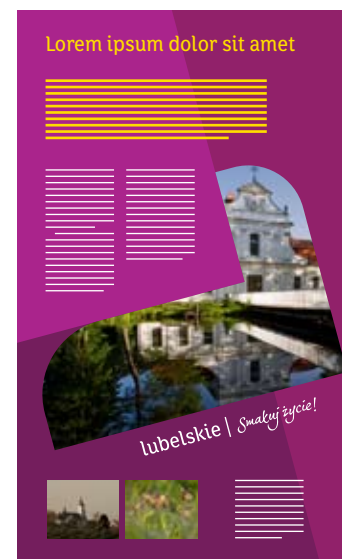
1. Może być tłem dla fotografii lub tekstu.
2. Może być kadrem, w który wkomponowane będzie zdjęcie.
3. Może być modułem, który posłuży do tworzenia innych kształtów/kompozycji.

W przypadku takich zastosowań zaleca się używanie logotypu w wersji uproszczonej.

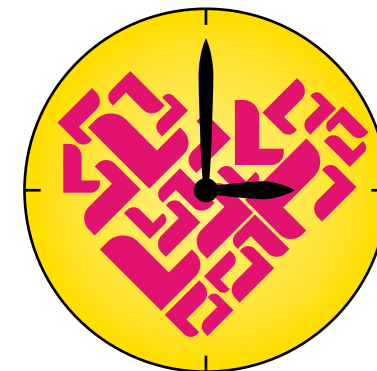
1.



2.



3.



Podstawowe elementy współtworzące SIW

6. Kolorystyka *Palety kolorystyczne*

Tak, jak w przypadku innych elementów, palety kolorystyczne mają stymulować kreatywność i otwierać przed projektantem nowe możliwości. Zdecydowaliśmy, że nie będziemy ograniczać wyboru kolorów, narzucimy jednak wyraźne i precyzyjne zasady doboru kolorystyki, tak by nawet osoba mająca problemy z doбором odpowiedniej gamy kolorystycznej mogła stworzyć pasujące do siebie kompozycje.

Mamy do dyspozycji 18 kolorów podstawowych, dodatkowo biel i czerń. Kolory mają różne odcienie – oznaczono je w sposób następujący: numer koloru-, numer koloru--, numer koloru+ i numer koloru++. W sumie mamy do dyspozycji 90 definicji kolorystycznych. To tylko z pozoru skomplikowane, tak naprawdę jest to rozwiązanie dość proste i funkcjonalne.



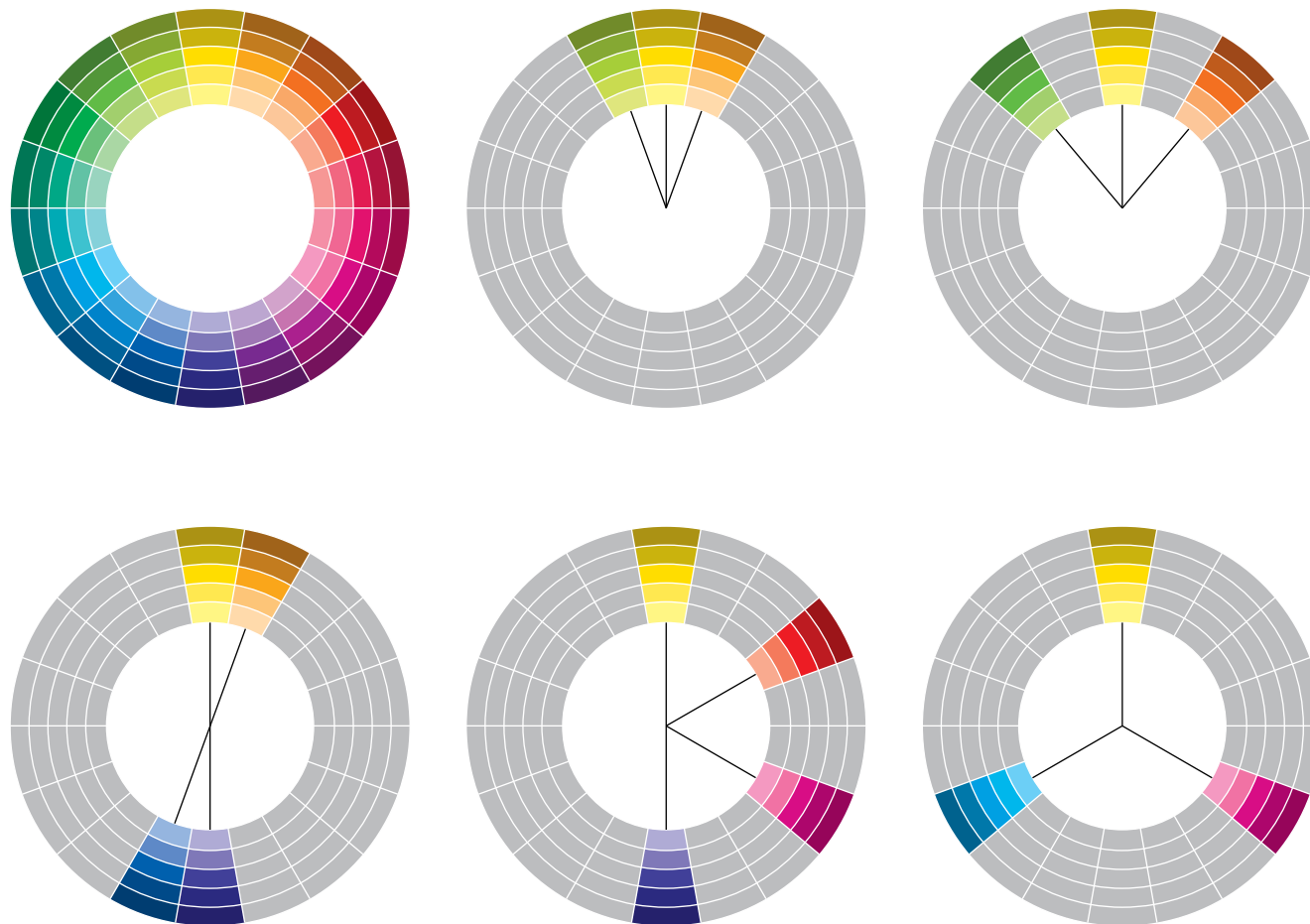
Podstawowe elementy współtworzące SIW

6. Kolorystyka *Praca z paletami kolorystycznymi*

Od czego zacząć?

Do każdego projektu dobieramy odrębną, dopasowaną do jego charakteru, kolorystykę. Do dyspozycji mamy 5 typów palet: monochromatyczną, kolorów podobnych, kolorów dopełniających, kolorów dopełniających-złożonych oraz paletę tri-kolor.

Palety monochromatyczne i palety kolorów podobnych zaleca się stosować głównie przy kompozycji z ruchomym panelem. Dopuszcza się także ich stosowanie wariantowe – na przykład w kompozycji z ruchomym panelem paletę monochromatyczną dla samego panelu, a inną dla reszty elementów.



Podstawowe elementy współtworzące SIW

6. Kolorystyka *Paleta monochromatyczna*

Zestawy kolorów z palety monochromatycznej dobieramy przez wybór koloru dominującego, następnie dołączenie do zestawu preferowanych odcieni sąsiadujących z wybranym kolorem bezpośrednio po lewej i prawej stronie. Przykłady zestawów kolorystycznych, w których punktem wyjścia jest kolor nr. 3 – obok.

3 KOLORY



4 KOLORY



5 KOLORÓW



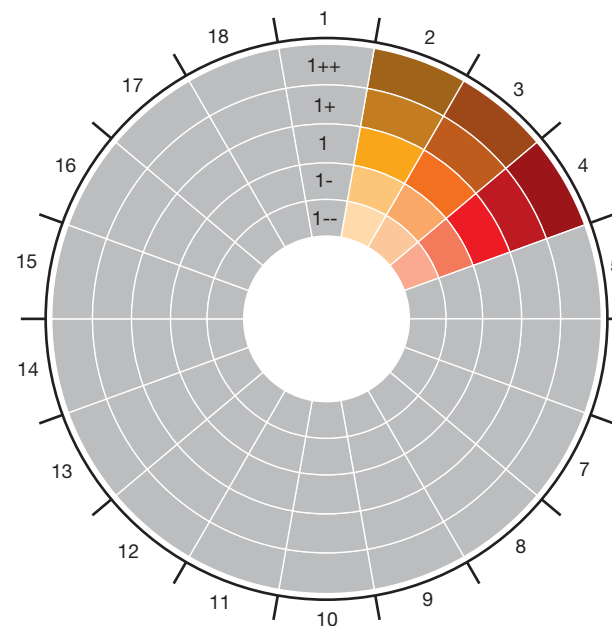
6 KOLORÓW



9 KOLORÓW



12 KOLORÓW



15 KOLORÓW



Podstawowe elementy współtworzące SIW

6. Kolorystyka *Paleta kolorów podobnych*

Paleta kolorów podobnych przypomina paletę monochromatyczną, wprowadzając jednak większe zróżnicowanie. Aby stworzyć zestaw kolorów na bazie tej palety należy wybrać numer koloru dominującego, a następnie dobrać dwa inne kolory, przeskakując jeden rząd bezpośrednio sąsiadujący, odpowiednio po lewej i prawej stronie koloru wybranego na początku. Przykłady zestawów kolorystycznych, w których punktem wyjścia jest kolor nr. 15 – obok.

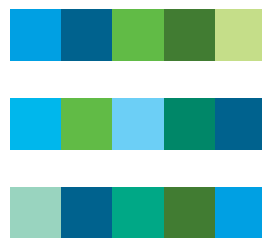
3 KOLORY



4 KOLORY



5 KOLORÓW



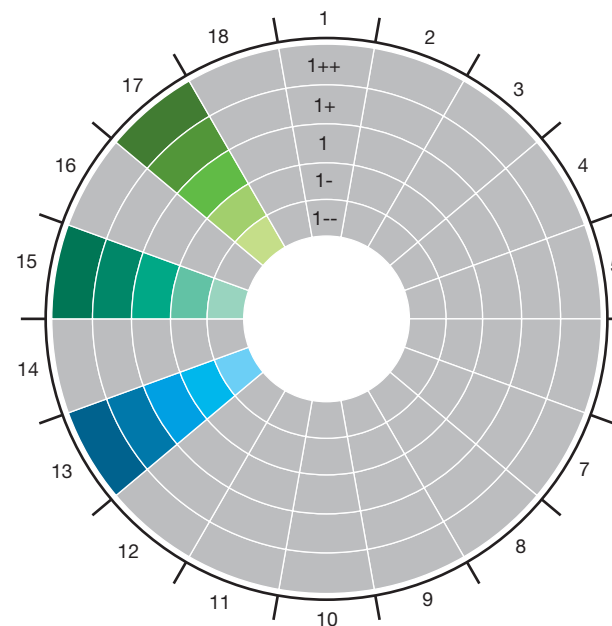
6 KOLORÓW



9 KOLORÓW



12 KOLORÓW



15 KOLORÓW



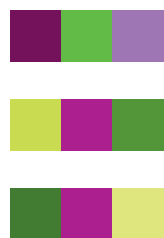
Podstawowe elementy współtworzące SIW

6. Kolorystyka

Paleta kolorów dopełniających

Zestaw kolorystyczny na bazie palety kolorów dopełniających powstaje w wyniku wybrania kolorów położonych dokładnie po przeciwstawnych częściach naszego koła barwnego. Dla zróżnicowania sięgamy także po jeden z kolorów sąsiadujących z kolorem wybranym jako baza zestawu. Przykłady zestawów kolorystycznych, w których punktem wyjścia są kolory nr. 9 i 18 – obok.

3 KOLORY



4 KOLORY



5 KOLORÓW



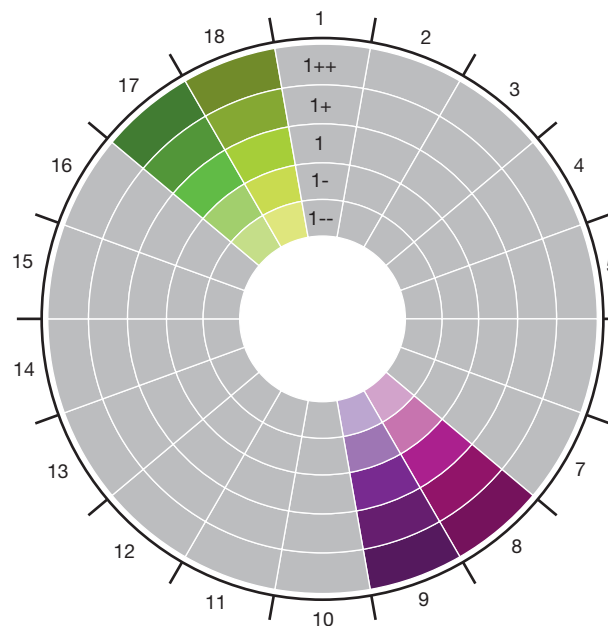
6 KOLORÓW



9 KOLORÓW



12 KOLORÓW



15 KOLORÓW



20 KOLORÓW



Podstawowe elementy współtworzące SIW

6. Kolorystyka

Paleta kolorów dopełniających – złożonych

Paleta kolorów dopełniających-złożonych jest modyfikacją palety kolorów dopełniających. Jest szczególnie użyteczna, gdy potrzebne jest większe spektrum kolorów w zestawie, np. przy projektowaniu publikacji drukowanych. Zestawy kolorów na bazie palety kolorów dopełniających-złożonych powstają w sposób następujący: dobieramy pożądaną kolor, a potem z przeciwstawnej części koła – dodajemy do zestawu kolor dopełniający. Następnie sięgamy po kolor trzeci i czwarty w zestawie, które znajdują się o dwa rzędki dalej.

Przykłady zestawów kolorystycznych, w których punktem wyjścia są kolory nr. 11 i 2 – obok.

3 KOLORY



5 KOLORÓW



9 KOLORÓW



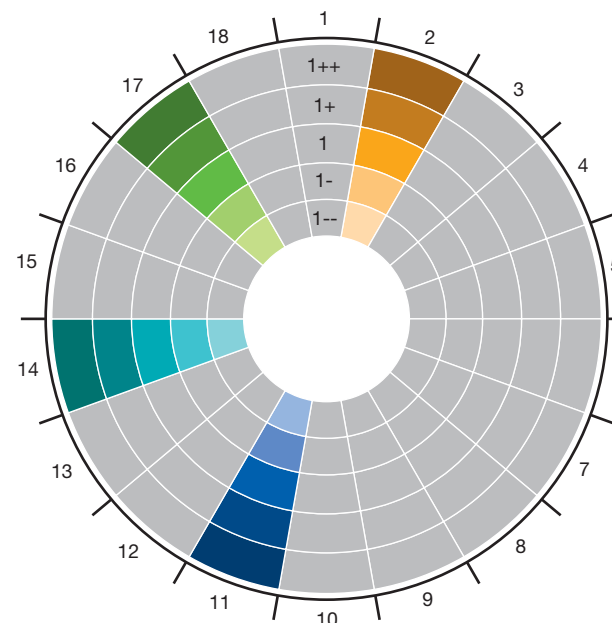
4 KOLORY



6 KOLORÓW



12 KOLORÓW



15 KOLORÓW



20 KOLORÓW



Podstawowe elementy współtworzące SIW

6. Kolorystyka *Paleta Tri-color*

Paleta tri-kolor, ze względu na swoją rozpiętość gwarantuje największe zróżnicowanie kolorystyczne. Zestawy przygotowane na bazie tej palety powstają tak: dobieramy pożądaný kolor, a następnie, poruszając się zgodnie z ruchem wskazówek zegara, przeskakujemy 5 rzędów i dodajemy do zestawu kolejny kolor. Trzeci kolor położony jest o 5 pól dalej, w kierunku przeciwnym do ruchu wskazówek zegara. Przykłady zestawów kolorystycznych, w których punktem wyjścia są kolory nr. 16, 4, 10 – obok.

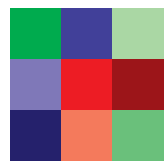
3 KOLORY



5 KOLORÓW



9 KOLORÓW



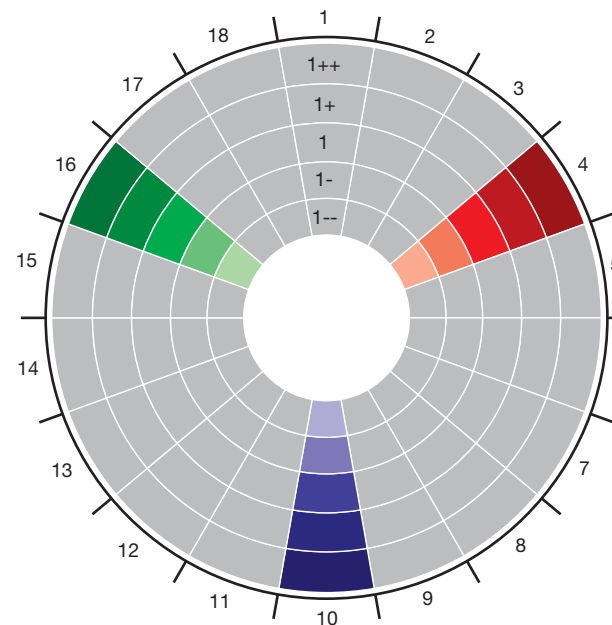
4 KOLORY



6 KOLORÓW



12 KOLORÓW



15 KOLORÓW



**Podstawowe elementy
współtworzące SIW**

6. Kolorystyka
Definicje CMYK

	x--	x-	x	x+	x++	nr	C	M	Y	K	nr	C	M	Y	K	nr	C	M	Y	K	nr	C	M	Y	K	nr	C	M	Y	K	
1						1++	10	20	100	30	5++	20	100	70	30	9++	70	100	20	30	13++	100	35	10	30	17++	70	15	100	30	
2						1+	5	10	100	20	5+	10	100	65	20	9+	65	100	10	20	13+	100	25	5	20	17+	65	5	100	20	
3						1	0	10	100	0	5	5	100	60	0	9	65	100	0	0	13	100	10	0	0	17	65	0	100	0	
4						1-	0	5	80	0	5-	0	75	30	0	9-	40	60	0	0	13-	70	5	0	0	17-	40	0	75	0	
5						1--	0	0	60	0	5--	0	50	30	0	9--	25	35	0	0	13--	50	0	0	0	17--	25	0	60	0	
6						2++	15	55	100	30	6++	15	100	45	30	10++	100	100	10	25	14++	100	15	50	30	18++	45	10	100	30	
7						2+	10	50	100	15	6+	10	100	30	20	10+	100	100	5	10	14+	100	10	40	20	18+	45	5	100	15	
8						2	0	40	100	0	6	5	100	30	0	10	90	90	0	0	14	100	0	35	0	18	40	0	100	0	
9						2-	0	25	60	0	6-	0	75	15	0	10-	55	55	0	0	14-	65	0	20	0	18-	25	0	85	0	
10						2--	0	15	35	0	6--	0	55	15	0	10--	30	30	0	0	14--	45	0	15	0	18--	15	0	65	0	
11						3++	15	75	100	30	7++	20	100	20	30	11++	100	75	15	30	15++	100	10	75	30						
12						3+	5	70	100	20	7+	15	100	10	20	11+	100	70	5	20	15+	100	5	70	20						
13						3	0	70	100	0	7	10	100	5	0	11	100	65	0	0	15	100	0	65	0						
14						3-	0	40	65	0	7-	0	70	5	0	11-	65	40	0	0	15-	60	0	45	0						
15						3--	0	25	40	0	7--	0	50	0	0	11--	40	20	0	0	15--	40	0	30	0						
16						4++	15	100	100	30	8++	45	100	20	30	12++	100	55	10	30	16++	100	10	100	30						
17						4+	10	100	100	15	8+	35	100	15	20	12+	100	45	5	20	16+	90	5	100	20						
18						4	0	100	100	0	8	35	100	0	0	12	100	35	0	0	16	90	0	100	0						
						4-	0	65	65	0	8-	20	65	0	0	12-	70	20	0	0	16-	60	0	70	0						
						4--	0	40	40	0	8--	15	40	0	0	12--	45	10	0	0	16--	35	0	45	0						

**Podstawowe elementy
współtworzące SIW**

6. Kolorystyka
Definicje RGB

	x--	x-	x	x+	x++	nr	R	G	B	nr	R	G	B	nr	R	G	B	nr	R	G	B	nr	R	G	B
1																									
2																									
3																									
4																									
5																									
6																									
7																									
8																									
9																									
10																									
11																									
12																									
13																									
14																									
15																									
16																									
17																									
18																									

**Podstawowe elementy
współtworzące SIW**

6. Kolorystyka
Definicje Pantone®

	x--	x-	x	x+	x++	nr	Pantone	nr	Pantone	nr	Pantone	nr	Pantone	nr	Pantone
1						1++	104	5++	180	9++	254	13++	308	17++	356
2						1+	103	5+	179	9+	253	13+	3015	17+	355
3						1	Yellow	5	Warm Red	9	Purple	13	Process Blue	17	354
4						1-	101	5-	178	9-	252	13-	306	17-	7479
5						1--	100	5--	177	9--	251	13--	305	17--	353
6						2++	1255	6++	1807	10++	2685	14++	3155	18++	378
7						2+	1245	6+	1797	10+	Violet	14+	3145	18+	377
8						2	1235	6	Red 032	10	266	14	3135	18	376
9						2-	1225	6-	1787	10-	2655	14-	3125	18-	375
10						2--	1215	6--	1777	10--	264	14--	3115	18--	374
11						3++	146	7++	221	11++	2757	15++	3292		
12						3+	145	7+	220	11+	Blue 072	15+	3282		
13						3	144	7	Rubine Red	11	2728	15	3272		
14						3-	143	7-	219	11-	2718	15-	3262		
15						3--	142	7--	218	11--	2717	15--	3252		
16						4++	1535	8++	234	12++	2955	16++	341		
17						4+	1525	8+	233	12+	301	16+	340		
18						4	Orange 021	8	Rhodamine Red	12	2935	16	Green		
						4-	1505	8-	232	12-	2925	16-	339		
						4--	1495	8--	231	12--	2915	16--	3258		

Podstawowe elementy współtworzące SIW

7. Typografia *Krój czcionki Lubelskie*

Krój czcionki Lubelskie został zaprojektowany specjalnie na potrzeby Systemu Identyfikacji Województwa Lubelskiego. Lubelskie stanowi spójną podstawę typograficzną identyfikacji. Krój ten jest stosowany we wszystkich tekstach, które się wyróżniają: w tytułach, nagłówkach, cytatach, itd. Krój czcionki Lubelskie opracowano w wersji Medium, Medium Italic.

Lubelskie Medium

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R T U
V W Y X Z a b c d e f g h i j k l m n o p q
r t u v w x y z A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R T U V W Y X Z

Volenis et, sed magnisis et ulput in henit alit illutpat prat. Duip et, se ming estie delissequi te voleniat, coneniam zzriure delis dolut am in vendip eum ing exer sim iuscidunt non utet irillan exerius ciduis eu feu faccum dit, vent at, vel dipisi blam quam quat alit, velis nos ex ea amcon ut praessed tie tionull aoreriuscin ullum non henis num nim dolut lorperaessis nulput et praesendit, volor in et pratuer adip euiscil iquipsum eugiat. Giat, commodolore magnit prat. Atet wis aute magna faccum san hendrem inciliq uatisi blandrem ipis nonullup- tat. Elit praesendit nosto odolobore do odoloOx nossita

Lubelskie Medium Italic

*0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R T U
V W Y X Z a b c d e f g h i j k l m n o
p q r t u v w x y z A B C D E F G H I J K L
M N O P Q R T U V W Y X Z*

*Gait, sustrud modolor ercislis ent do ent augiam at lup-
tatue vendiametue molent laore diatem quat wisl utpat.
Ut ex eugiamcon henit ecte essed tatin utatin henis dio
enit venisl ut lan erit ulput lutetue rcipit in hent ad er-
aesequis ent lor inim irilit dolor ad dio doluptat veros-
trud te cons adit, quisi.
Put aliqui tatum dunt aciliquatue min henibh eu facipi-
sis nibh ercislisisit ut wisim verci tat am quam dolobor il
ut ad tio odoloreetum velis adit volore dolorer alisi elisl
iurem irit, velestisl ulla feu feuisl dolesed do etumsan eu
feugait, conum adipusto duis non vulput iusci et iril-*

**Podstawowe elementy
współtworzące SIW**

7. Typografia

Kroje czcionek uzupełniających

Kroje czcionek uzupełniających dobrano tak, by tworzyły harmonijną całość z krojem Lubelskie i charakterem Systemu. Krojami zalecanymi do materiałów drukowanych są: Chaparral i Helvetica, wybrane ze względu na wysoką czytelność i uniwersalną formę. Kroje zalecane do publikacji elektronicznych i materiałów promocyjnych w Internecie (oraz w przypadkach, gdy nie ma do dyspozycji licencjonowanych zestawów krojów czcionek) to Georgia i Arial.

Chaparral

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R
T U V W X Y Z a b c d e f g h i j k l m
n o p q r t u v w y x z A B C D E F G H I
J K L M N O P Q R T U V W X Y Z

Helvetica

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 A B C D E F G
H I J K L M N O P Q R T U V W Y
X Z a b c d e f g h i j k l m n o p q
r t u v w y x z

Georgia

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 A B C D E F G H
I J K L M N O P Q R T U V W X Y X
Z a b c d e f g h i j k l m n o p q r t
u v w y x z

Arial

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 A B C D E F G
H I J K L M N O P Q R T U V W Y
X Z a b c d e f g h i j k l m n o p q
r t u v w y x z

1. Wprowadzenie	42
2. Typ 1: Kompozycja z ruchomym panelem	
<i>Wprowadzenie</i>	43
<i>Zasady kompozycyjne</i>	44
<i>Kolorystyka, logo i elkowy wzór</i>	47
<i>Obszar ochronny logotypu wyznacza kompozycję</i>	48
3. Typ 2: Elkowy wzór	
<i>Wprowadzenie</i>	49
<i>Zasady kompozycyjne</i>	50
4. Typ 3: Elka jako element designu	51

Elementy systemu – podstawowe typy zastosowań

1. Wprowadzenie

Są trzy podstawowe typy zastosowań elementów systemu:

1. kompozycja z ruchomym panelem,
2. Elkowy wzór,
3. Elka jako element designu.

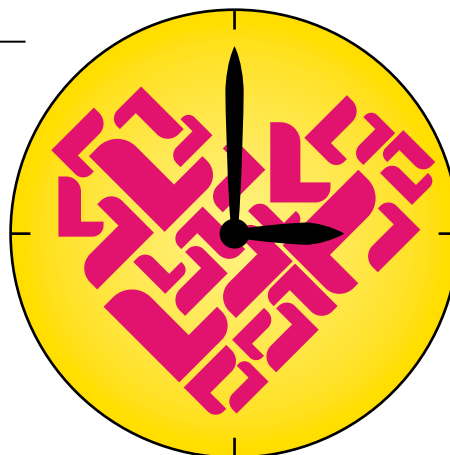
1.



2.



3.



Elementy systemu – podstawowe typy zastosowań

- Typ 1: Kompozycja z ruchomym panelem
Wprowadzenie

Kompozycja z ruchomym panelem jest najprostszą formą budowania wizualnego przekazu marki Lubelskie. Sprawdza się szczególnie w przypadku tych materiałów, które stanowią podstawę komunikacji z grupami docelowymi: reklama ATL, drukowane materiały promocyjne i wizerunkowe, banery internetowe – wszędzie tam (niezależnie od przekazu), dzięki kompozycji z ruchomym panelem, będziemy mogli zbudować spójny, funkcjonalny layout. Elementy składowe, budujące ostateczny kształt kompozycji z ruchomym panelem, to: orientacja, proporcje, kolory, elkowy wzór oraz logo – w odpowiednio dobranym układzie. Wszystko to powinno harmonizować z głównym przekazem, jaki niesie ze sobą ilustracja fotograficzna i teksty.

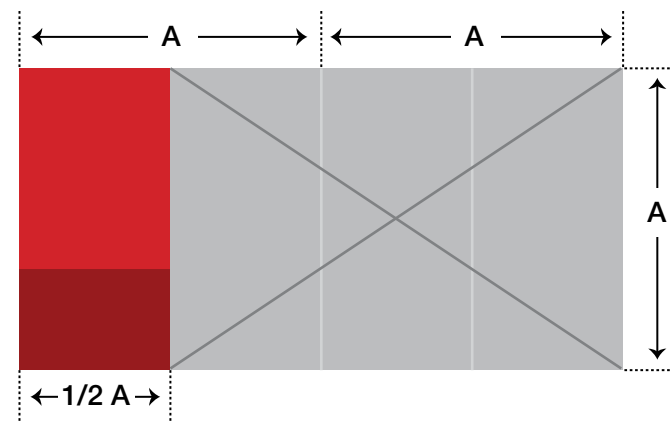


Elementy systemu – podstawowe typy zastosowań

2. Typ 1: Kompozycja z ruchomym panelem
Zasady kompozycyjne

Jak powstaje taka kompozycja? Przyjrzyjmy się elementom składowym w tym konkretnym projekcie. Orientacja ruchomego panelu jest pionowa. Jego proporcje względem całości wyznacza szerokość ($1/4$ długości całego billboardu). Kolory dobrano z palety monochromatycznej (więcej w dziale o kolorystyce). Logotyp występuje w wersji A. Ostatnim elementem składowym jest elkowy wzór umieszczony na prostokątnym polu, zajmującym $1/3$ wysokości billboardu. Podstawowa zasada: w projektach o układzie pionowym (wertykalnym) położenie ruchomego panelu jest poziome (horyzontalne) i na odwrót: poziomy projekt oznacza pionowy ruchomy panel.

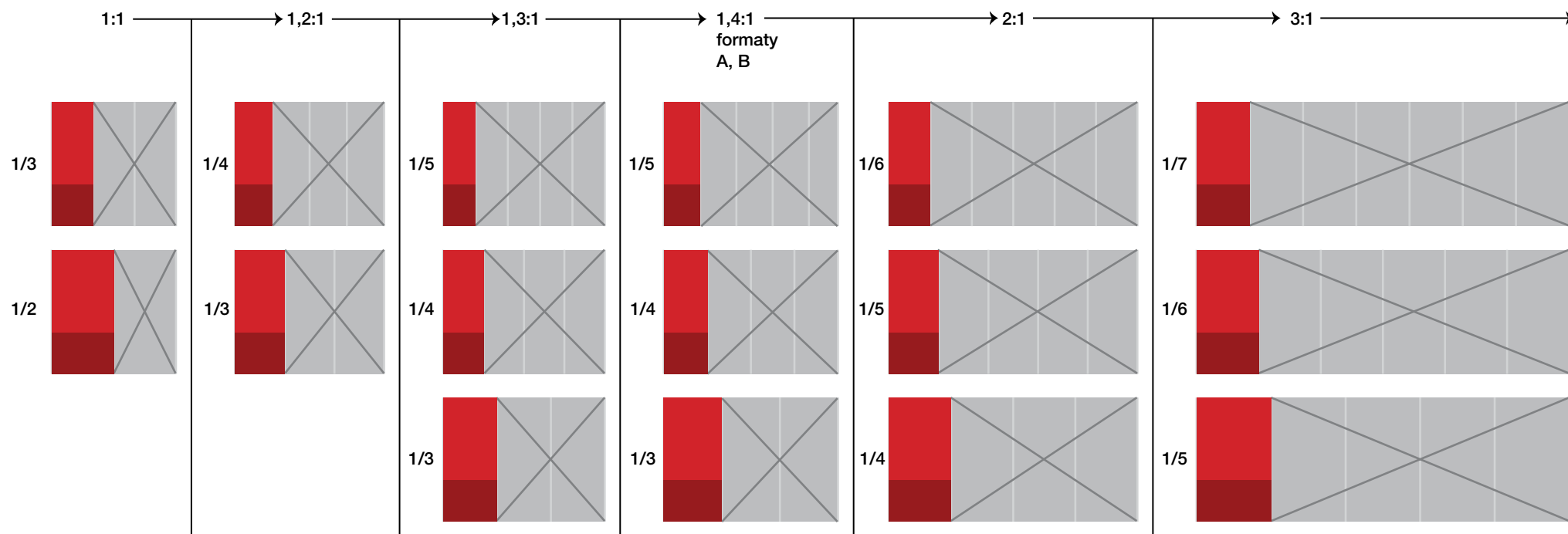
Rozmiar ruchomego panelu zależy od dwóch zmiennych: całościowego układu graficznego projektu i liczby elementów, które muszą być w projekcie uwzględnione. Ruchomy panel może być węższy lub szerszy – ale zawsze jego wymiary pozostają w relacji do proporcji całej powierzchni projektowej. Zaleca się szczodre gospodarowanie jego powierzchnią – w taki sposób, by odpowiednio eksponować logo i elkowy wzór. Zyskuje na tym marka.



Ruchomy panel może być usytuowany po lewej lub po prawej stronie powierzchni kompozycyjnej, także u góry lub u dołu – jeżeli mamy do czynienia z kompozycją poziomą (horyzontalną). Polecamy kompozycję, w której panel znajduje się po lewej stronie, w układzie pionowym.

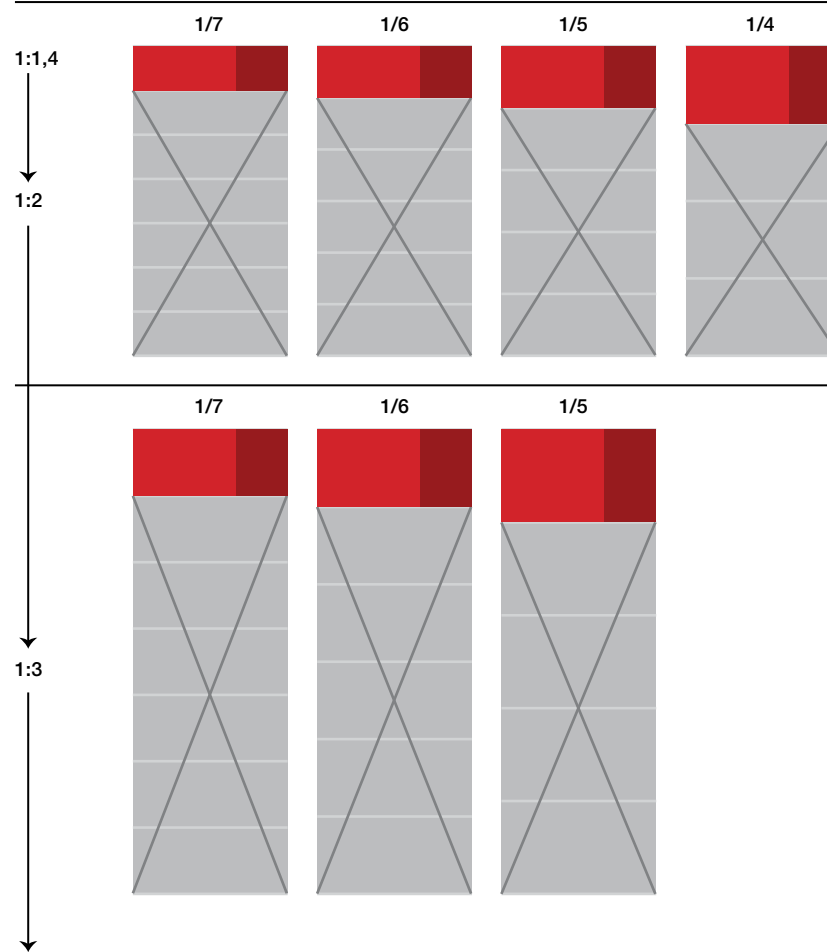
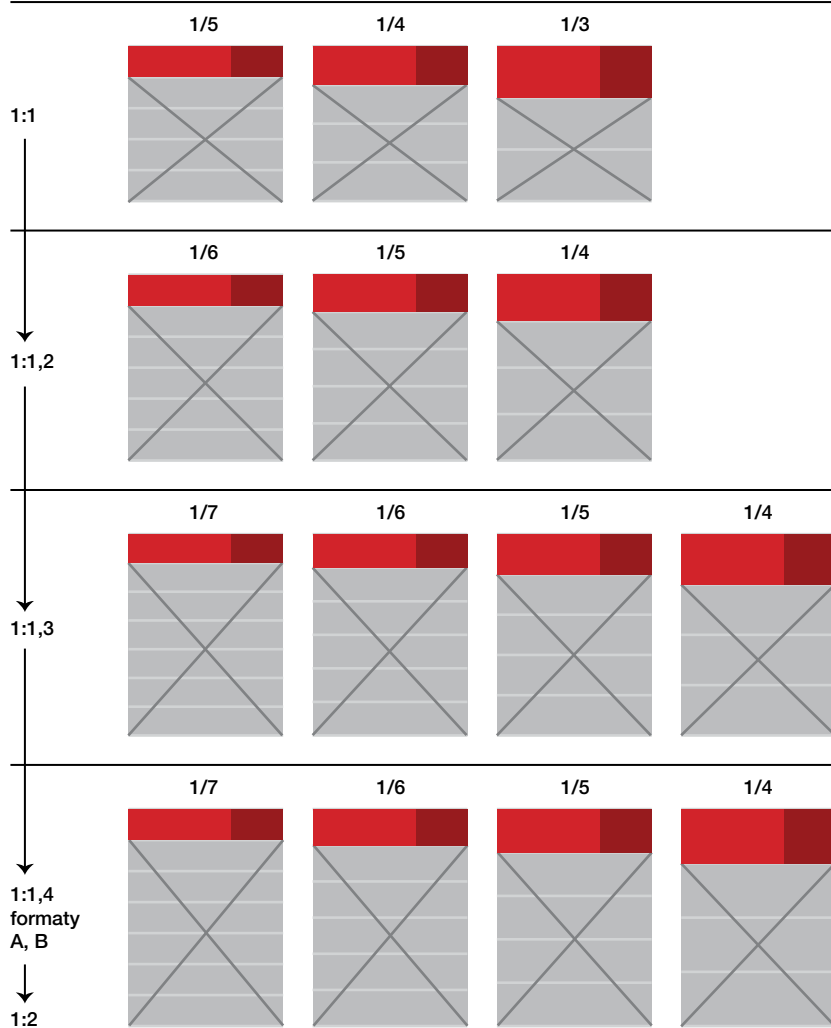
**Elementy systemu – podstawowe
typy zastosowań**

2. Typ 1: Kompozycja z ruchomym panelem
Zasady kompozycyjne



Elementy systemu – podstawowe typy zastosowań

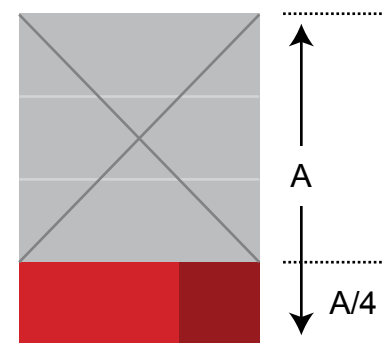
2. Typ 1: Kompozycja z ruchomym panelem
Zasady kompozycyjne



Elementy systemu – podstawowe typy zastosowań

- Typ 1: Kompozycja z ruchomym panelem
Kolorystyka, logo i elkowy wzór

Choć te trzy elementy nie mają wpływu na proporcje i rozmiary ruchomego panelu to jednak właśnie one decydują o charakterze projektu. Kolorystyka, logo i elkowy wzór to elementy kluczowe dla promocyjnego SIW-u. Jak dobrać te elementy, by tworzyły harmonijną całość? Na załączonym przykładzie (citylight) widać wyraźnie, że kolor dominujący na ruchomym panelu dobrano tak, by pasował do innych elementów projektu. Kolorem tym jest fiolet/lila. Proszę zwrócić uwagę na sposób, w jaki dopełnia kolory na zdjęciu. Kolor dominujący na ruchomym panelu nie powinien współtworzyć zbyt monotonna zestawu ze zdjęciem. Musi ładnie kontrastować i stanowić dobrą ramę kompozycyjną dla całości. Dobierając kolor dominujący należy mieć na uwadze różne czynniki – np. usytuowanie nośników, porę roku, obszar powierzchni kompozycyjnej, itd. Elkowy wzór zaleca się barwić z użyciem palety monochromatycznej lub kolorów podobnych (zobacz więcej: kolorystyka). Logo może występować w różnorodnych kolorach, Elka może mieć różnorodne wypełnienia.



kolory: monochromatyczna 8



8, 7--, 9++, 9--, 7, 9, 8-

układ B



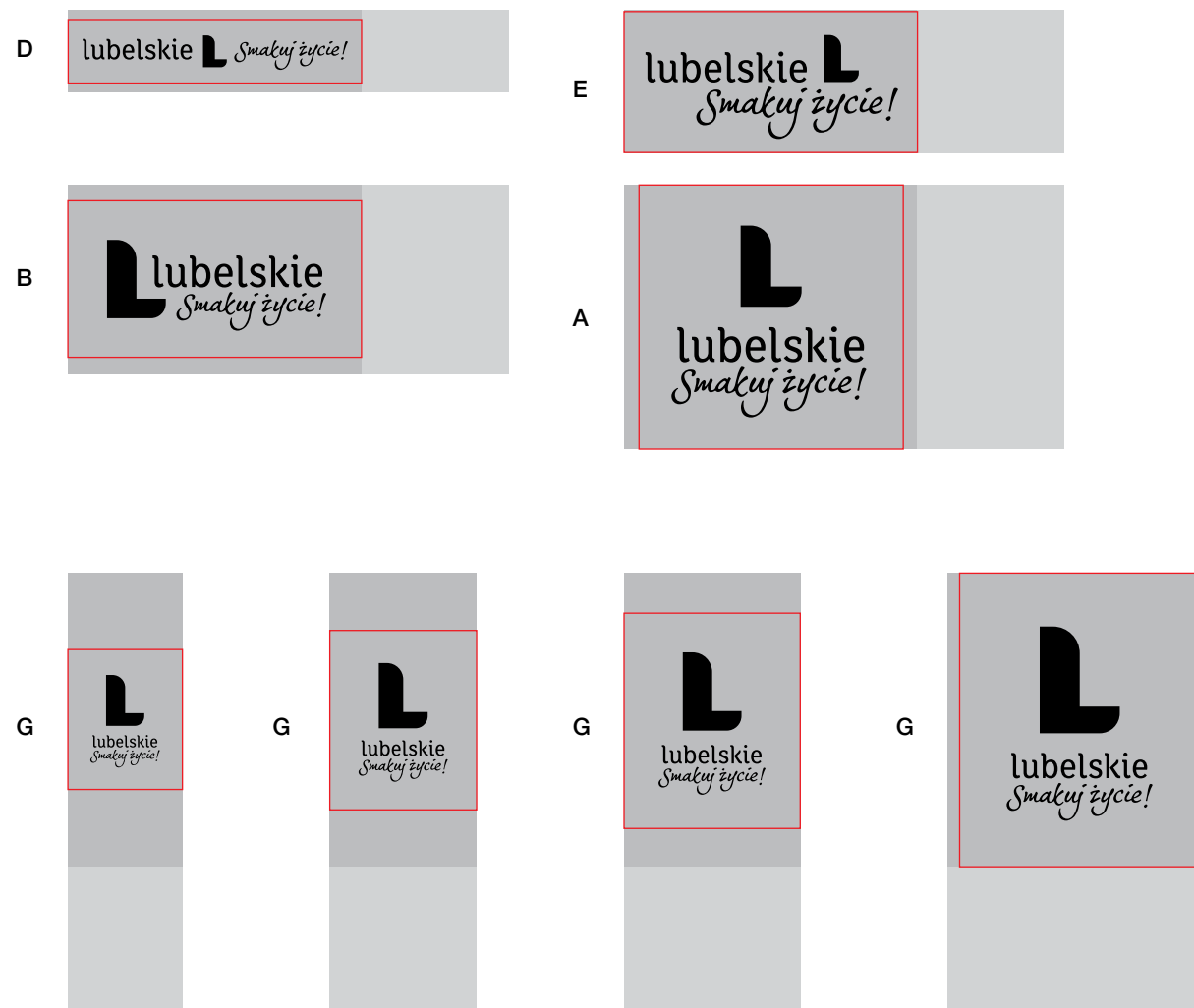
Elementy systemu – podstawowe typy zastosowań

2. Typ 1: Kompozycja z ruchomym panelem
Obszar ochronny logotypu wyznacza kompozycję

Umieszczenie logo w ruchomym panelu ma ogromne znaczenie dla jakości projektu. Po pierwsze, nigdy nie należy umieszczać nic innego, oprócz logo, na ruchomym panelu. Służy on tylko i wyłącznie odpowiedniej ekspozycji logo i tego się trzymajmy. Po drugie – logo zawsze powinno być odpowiednio symetrycznie umiejscowione w przestrzeni dostępnej na ruchomym panelu. Po trzecie – trzeba dobrać taki układ logotypu (1 z 7), który wygląda w danych proporcjach najlepiej. To oznacza, że gdy powierzchnia kompozycyjna jest wyższa niż szersza – należy użyć jednego z układów pionowych. Umieszczając na panelu logo pamiętajmy o polu ochronnym. Zaleca się skalować logo wraz z oznaczonym polem ochronnym, by uniknąć przykryj pomyłki.

Szary prostokąt wyznacza obszar na ruchomym panelu, w którym komponuje się logo. Czerwona granica to obszar ochronny logotypu.

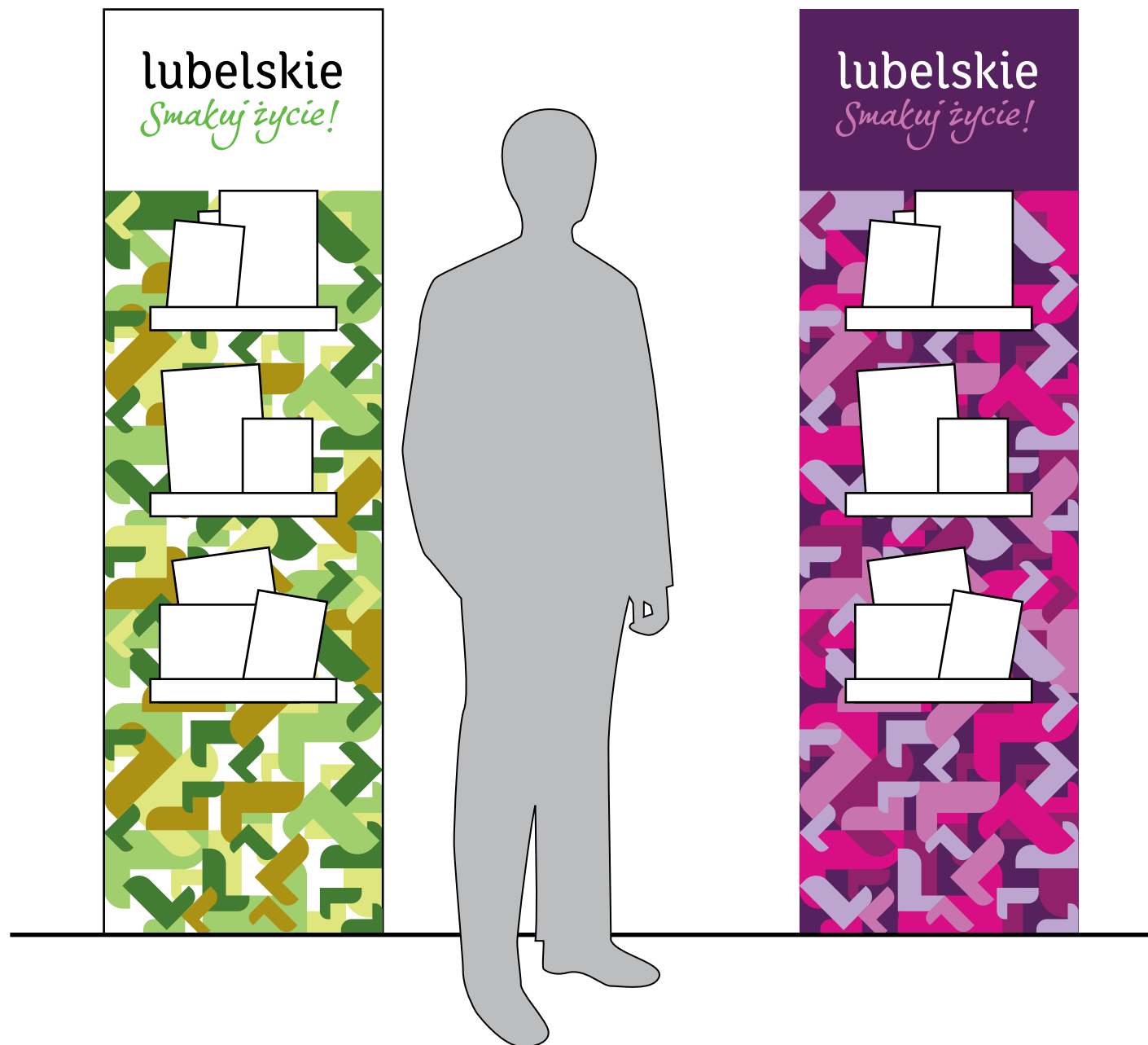
Na tej stronie prezentujemy kilka przykładów zależności pomiędzy układem logo, a rozmiarami ruchomego panelu.



Elementy systemu – podstawowe typy zastosowań

3. Typ 2: Elkowy wzór Wprowadzenie

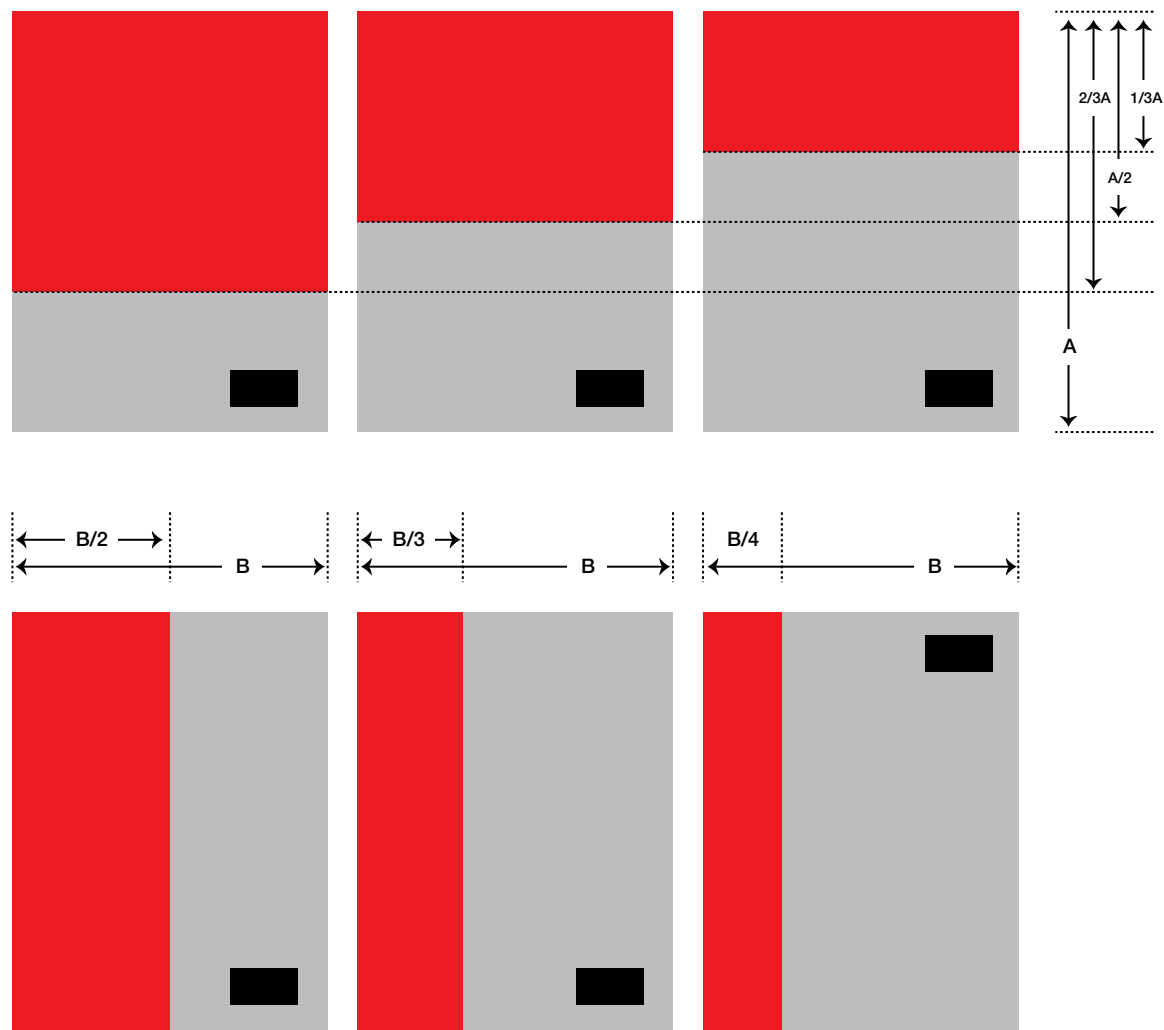
Elkowy wzór funkcjonuje dwojako: po pierwsze, jako dominujący motyw dekoracyjny – w takiej sytuacji logo schodzi na dalszy plan, po drugie, jako element dopełniający layout (obok: przykłady publikacji drukowanych – z ilustracją fotograficzną i tam, gdzie takiej ilustracji brak). W tej drugiej sytuacji logo funkcjonuje równorzędnie, na czytelnych zasadach kompozycyjnych.



Elementy systemu – podstawowe typy zastosowań

3. Typ 2: Elkowy wzór Zasady kompozycyjne

Rozmiar (gęstość) Elkowego wzoru musi być dostosowana do powierzchni kompozycyjnej. Pokazujemy podstawową zasadę na przykładach obok: pole czerwone to powierzchnia kompozycyjnej, czarna prostokąt to logotyp, zawsze umieszczany w prawym, górnym lub dolnym, rogu.

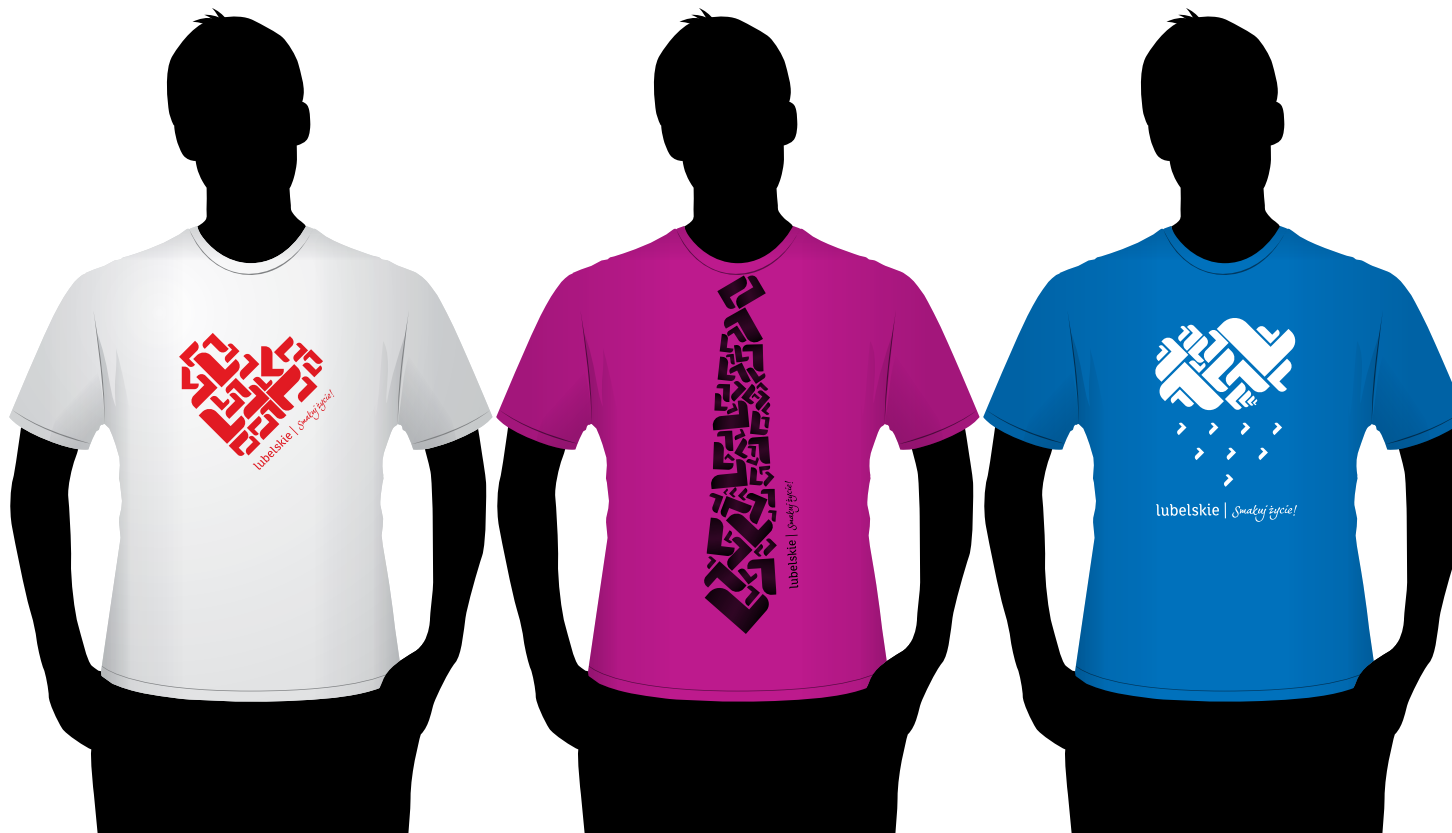


Elementy systemu – podstawowe typy zastosowań

4. Typ 3:
Elka jako element designu

Tu zaczyna się cała zabawa. Prawie wszystkie chwytły dozwolone, byle Elka była w centrum uwagi, w niezmiennym kształcie i proporcjach. W przypadku, gdy Elka wychodzi na pierwszy plan otwiera się przed projektantem całe spektrum możliwości. W odróżnieniu od kompozycji z ruchomym panelem i elkowym wzorem, których funkcja elki pozostaje na czysto wizualnym poziomie, ta opcja oferuje nam znacznie więcej – ponieważ Elka może (i powinna) nieść ze sobą przekaz.

Jest jedna podstawowa wytyczna: napis Lubelskie/„Smakuj życie” oddziela się od Elki i występuje samodzielnie. To gwarantuje czytelność w sytuacji, gdy Elka staje się pretekstem do „szalonej kreacji”. W ten sposób możemy zaprojektować nie tylko dowolną ilość oryginalnych gadżetów, ale także materiały promocyjne, a nawet stoisko targowe. Polecamy opcję z Elką „na pierwszym planie” do jak największej ilości zastosowań – choć wymaga kreatywnego zaangażowania, to efekty pracy mogą być niezwykle satysfakcjonujące, a przy tym dowcipne i oryginalne.



1. Wizytówka imienna	53
2. Wizytówka specjalna	54
3. Papier firmowy	55
4. Zaproszenia	57
5. Dyplom	59
6. Oznakowanie CD/DVD	61

Druki firmowe

1. Wizytówka imienna

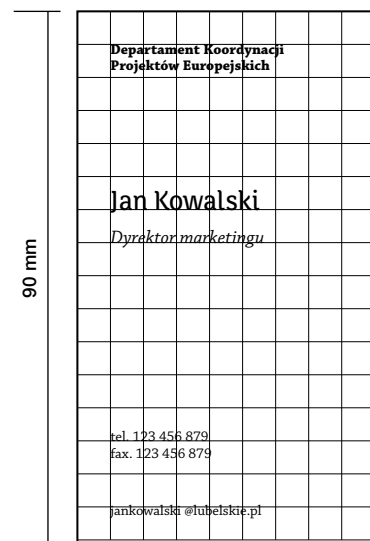
System pozwala na dowolny dobór kolorystyki i sposobu wypełnienia elki w projektach druków firmowych. Należy zachować spójność na poziomie układu kompozycyjnego – załączona siatka konstrukcyjna pokazuje zasadę projektowania wizytówek imiennych. Obok przykłady: po lewej stronie projekt, w którym wykorzystano ikonę z jeleniem – motyw nawiązuje do herbu Województwa, po prawej: wizytówka z elką wypełnioną tłem fotograficznym. Planując druk wizytówek dla całego Departamentu należy wybrać jedną z opcji: a. elka i kolorystyka mają charakter neutralny i nawiązują do SIW Urzędowego (ikona z jeleniem, kolor: czerwony, czarny), b. elki z różnymi ikonami i kolorem wypełnienia, tło białe - na każdej wizytówce inaczej (podkreślamy różnorodność, przy zachowaniu spójności), c. elki z wypełnieniem fotograficznym (różne miejsca z Lubelskiego) i kolorem tła dopasowanym do fotki (ponownie - podkreślamy różnorodność, przy zachowaniu spójności). Rekomendowane są wersje b i c – wymagają co prawda więcej pracy ze strony projektanta, ale przynoszą lepszy efekt i w pełni wykorzystują możliwości systemu. Zarówno w przypadku druku cyfrowego, jak i offsetowego różnorodny charakter projektów nie wpływa na cenę druku. Z zabiegów uszlachetniających dopuszcza się możliwość lakierowania punktowego całej powierzchni elki.



— Lubelskie Medium 7,5/8 pt

— Chaparral 7/7,8 pt

— Chaparral Bold 7 pt



— Chaparral Bold 7/8 pt

— Lubelskie Medium 14 pt

— Chaparral Italic 9 pt

— Chaparral 7/8 pt

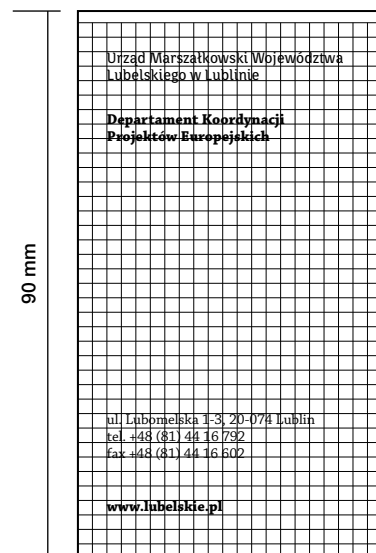
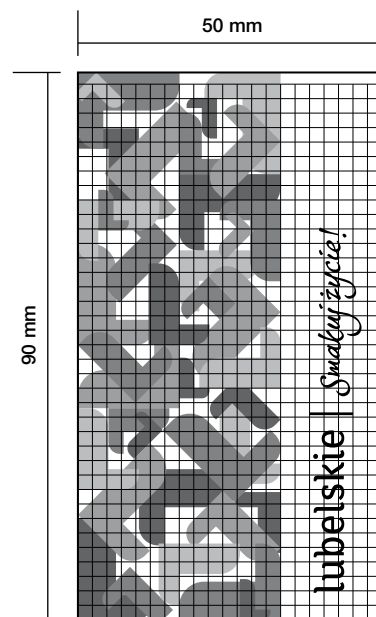
— Chaparral 7 pt



Druki biurowe

2. Wizytówka specjalna

Kolorystyka wizytówek specjalnych może (i powinna) się zmieniać. Należy zachować spójność na poziomie układu kompozycyjnego – załączona siatka konstrukcyjna pokazuje zasadę projektowania wizytówek specjalnych. Zaleca się produkcję większego zestawu wizytówek z wykorzystaniem kolorystyki opartej na wszystkich dostępnych paletach. Kolor awersu i rewersu musi być odpowiednio dopasowany – jak na załączonych przykładach. Z zabiegów uszlachetniających dopuszcza się możliwość lakierowania punktowego tej części wizytówki, którą pokrywa elkowy wzór.

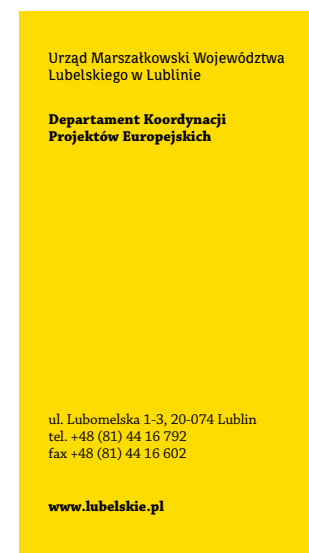
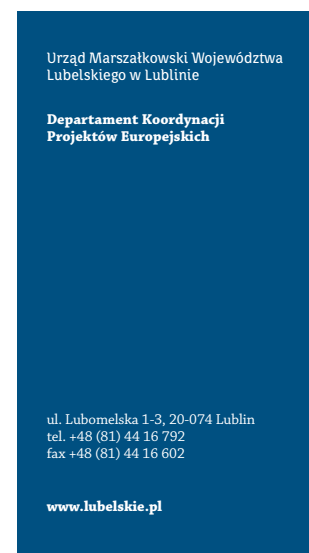


— Lubelskie Medium 7,5/8 pt

— Chaparral Bold 7/8 pt

— Chaparral 7/8 pt

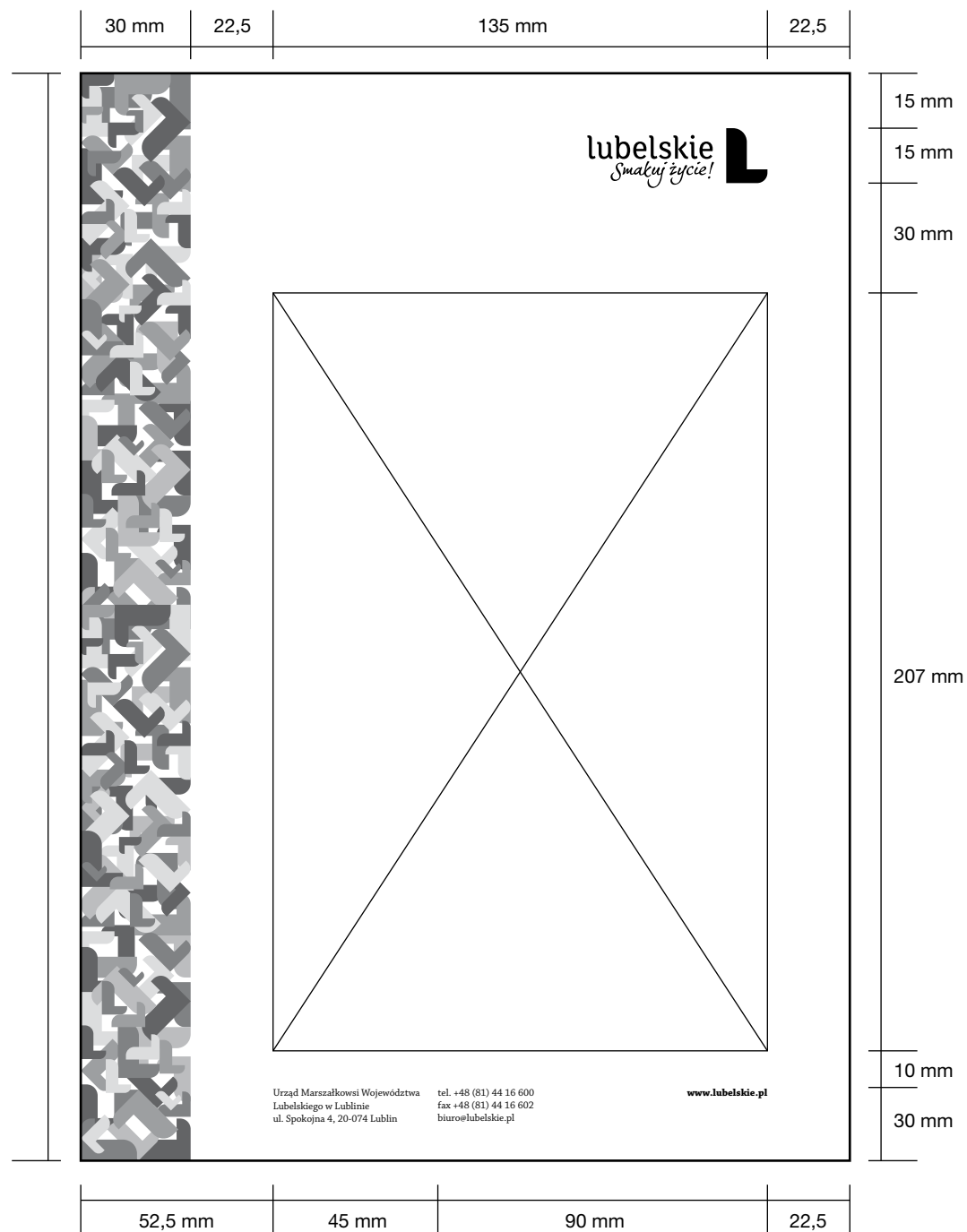
— Chaparral Bold 7 pt



Druki biurowe

3. Papier firmowy

Niezależnie od doboru kolorystyki papieru firmowego zaleca się zachowanie spójności na poziomie układu kompozycyjnego – załączona siatka konstrukcyjna pokazuje zasadę projektowania papieru. Po lewej stronie wąski pasek z elkowym wzorem, po prawej logotyp w wersji C. Obszar formatowania tekstu zaznaczono „kopertą”. W przypadku, gdy zamierzamy korzystać z papieru firmowego, należy posłużyć się wymiarami podanymi obok, by zdefiniować obszar formatowania tekstu w programie MS Word.

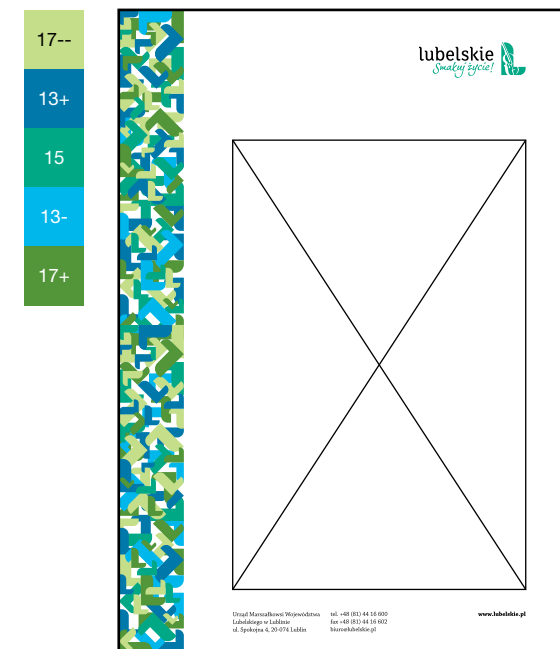
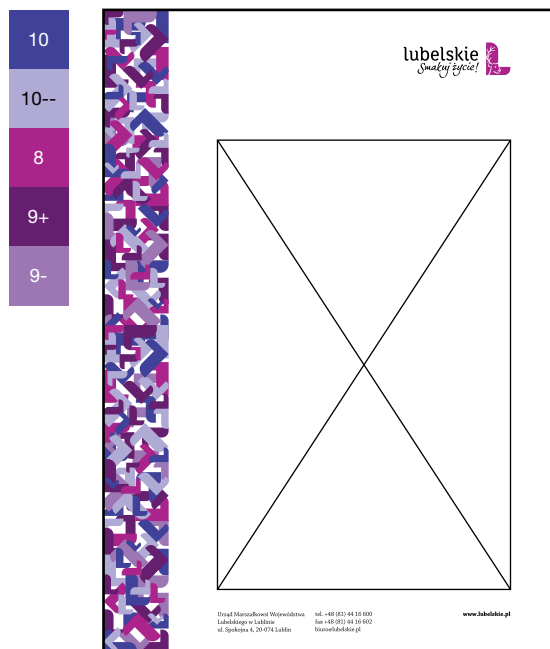
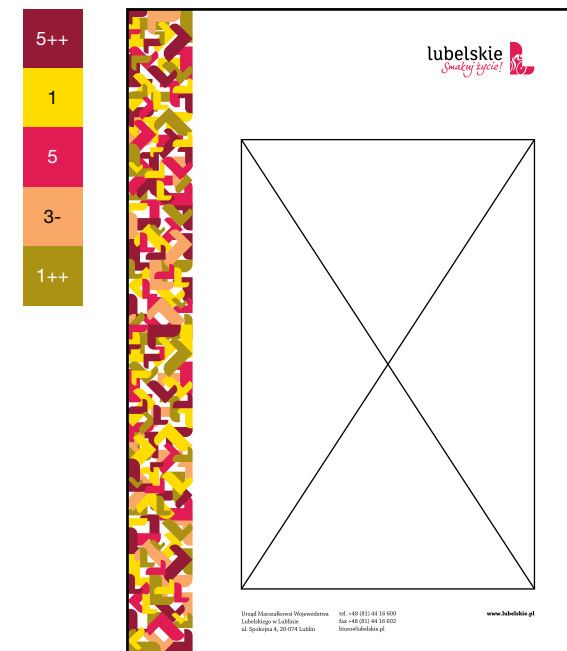
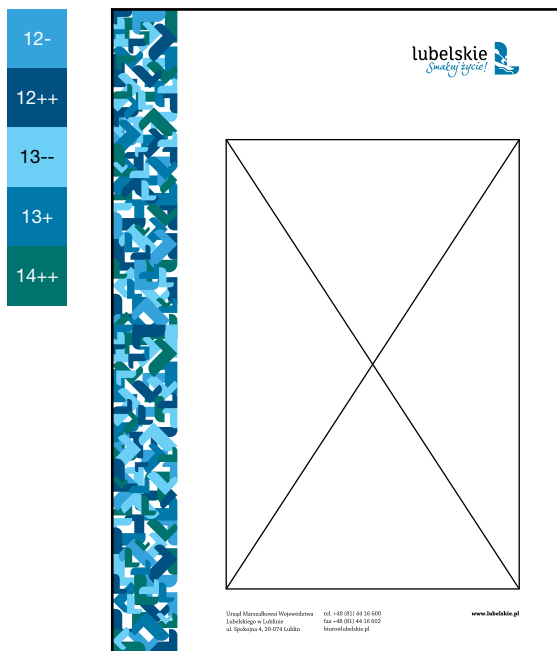


Adres: Chaparral 8/10 pt
Adress www: Chaparral Bold 8 pt

Druki biurowe

3. Papier firmowy Przykłady

Przykłady papierów firmowych w różnej kolorystyce. W przypadku druku offsetowego zaleca się produkcję większej ilości różnych wersji kolorystycznych.

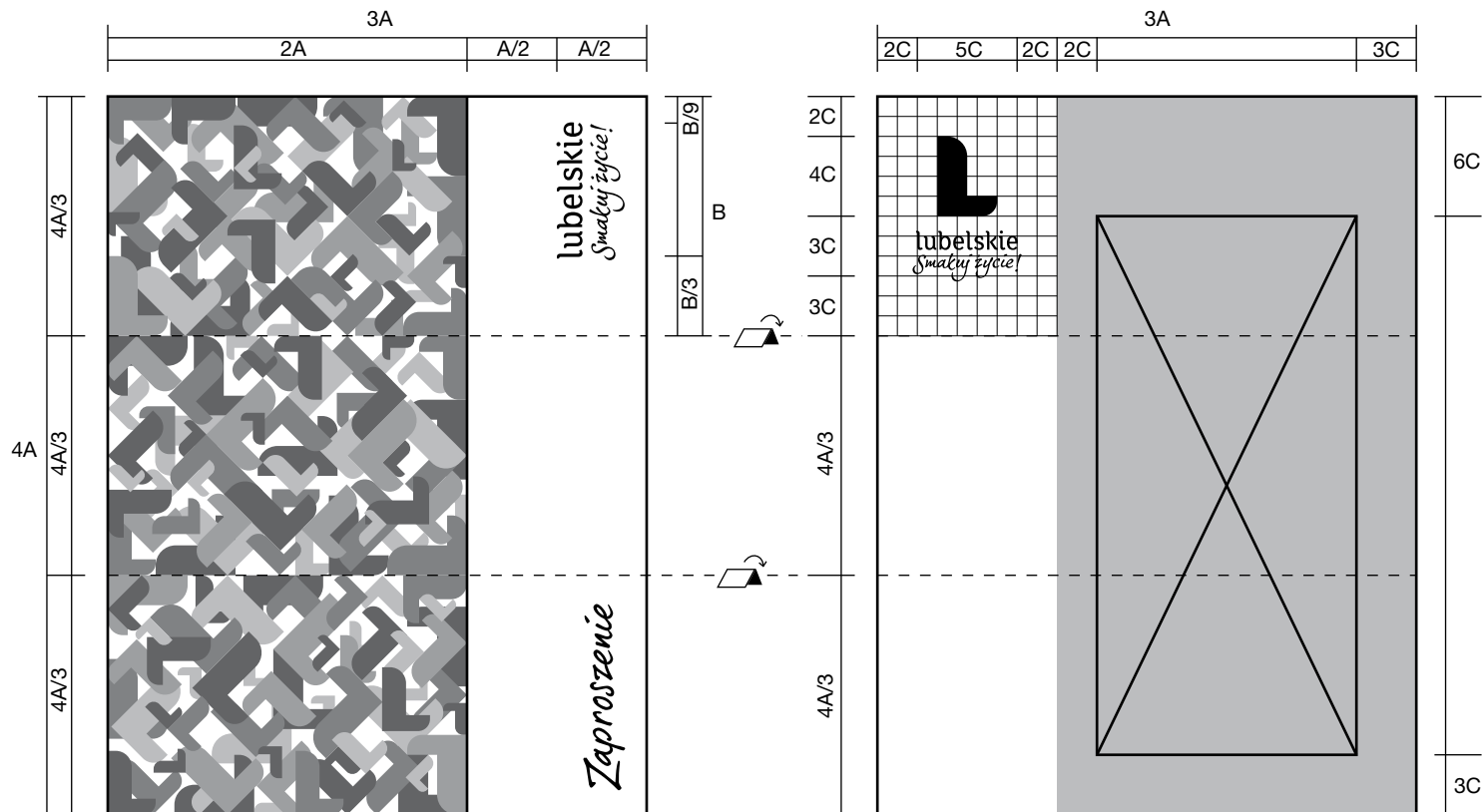


Druki biurowe

4. Zaproszenia

Zaproszenie przeznaczone do druku dwustronnego na papierze A4. Podobnie jak w przypadku innych materiałów drukowanych, niezależnie od doboru kolorystyki zaproszeń, zaleca się zachowanie spójności na poziomie układu kompozycyjnego - załączona siatka konstrukcyjna pokazuje zasadę projektowania zaproszenia.

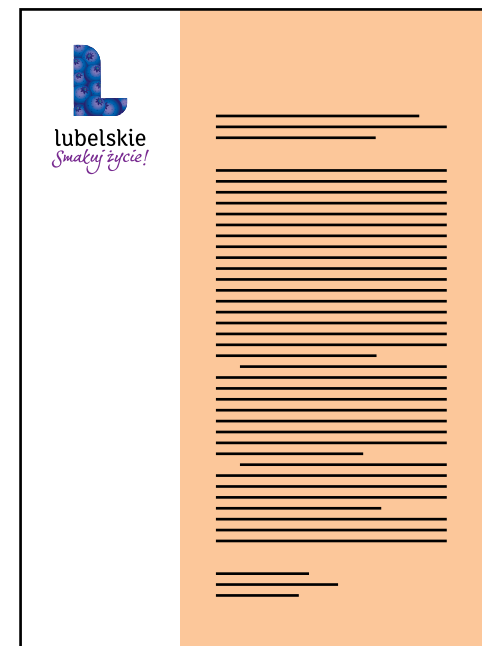
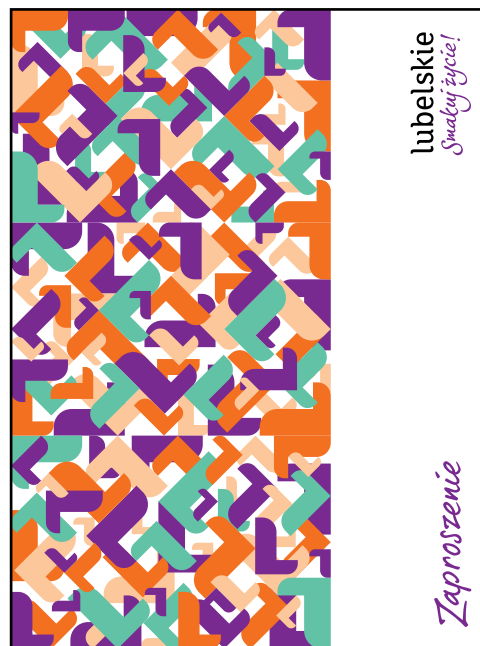
Na awersie zaproszenia umieszczono elkowy wzór oraz logotyp w wersji uproszczonej (bez elkki). Na rewersie – logo w wersji G. Szeroki margines nadaje zaproszeniu elegancji – nie należy zmieniać tych proporcji. Tekst formatować wyłącznie w obrębie zdefiniowanego pola.



Druki biurowe

4. Zaproszenia Przykłady

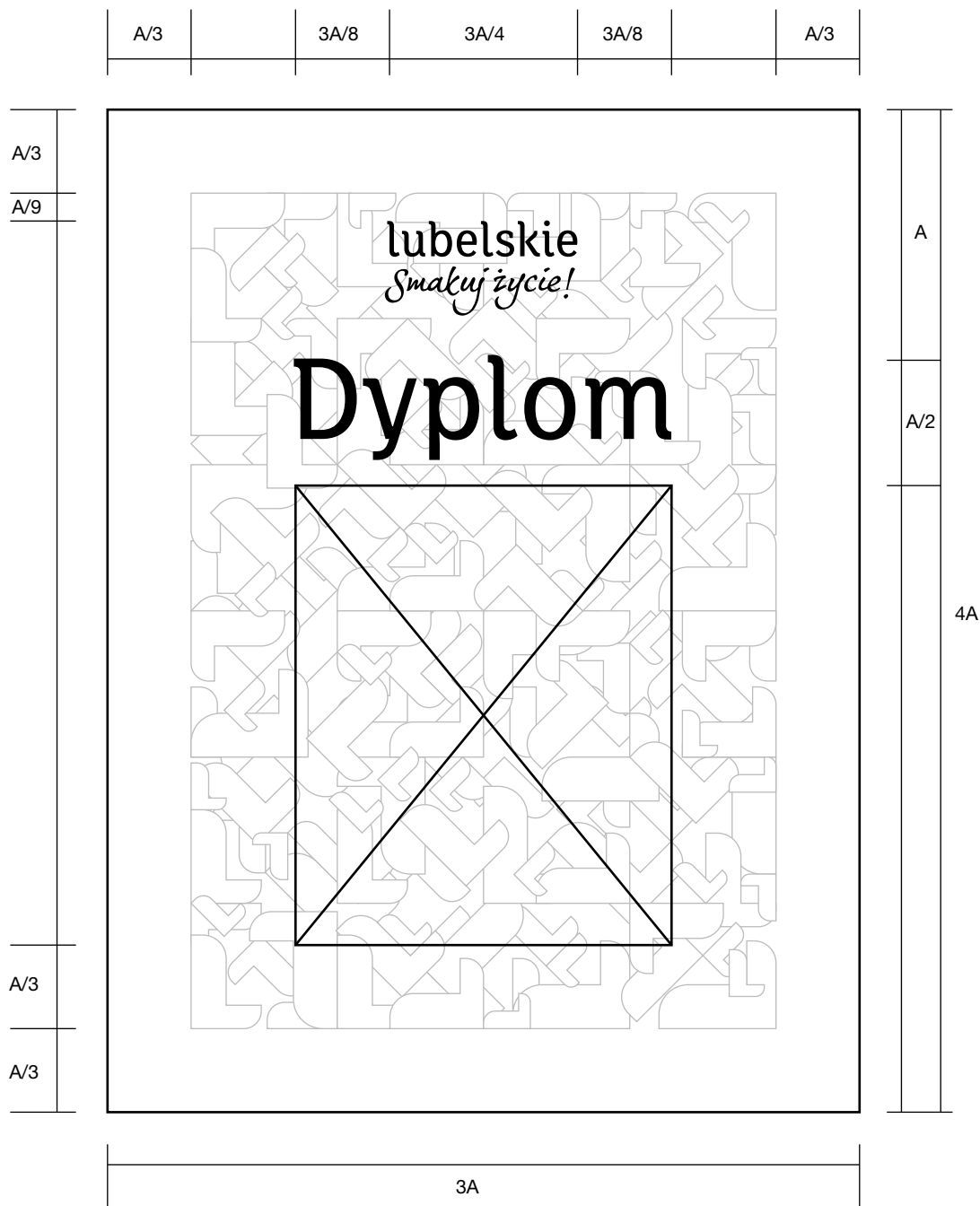
Przykłady zaproszeń w różnej kolorystyce. Dobór kolorów oraz ikony (bądź innego wypełnienia elki) powinien odpowiadać charakterowi imprezy, której zaproszenie dotyczy.



Druki biurowe

5. Dyplom

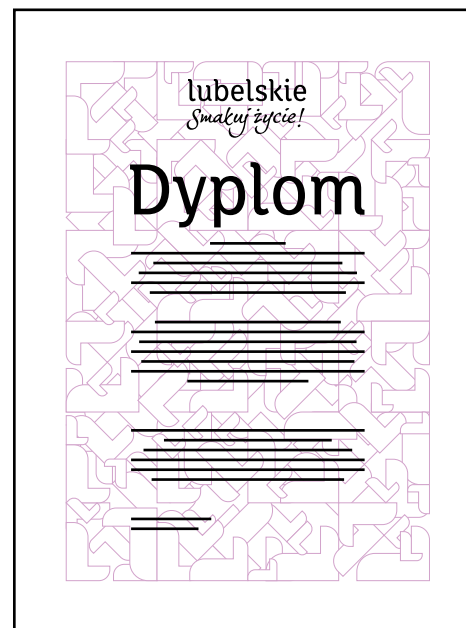
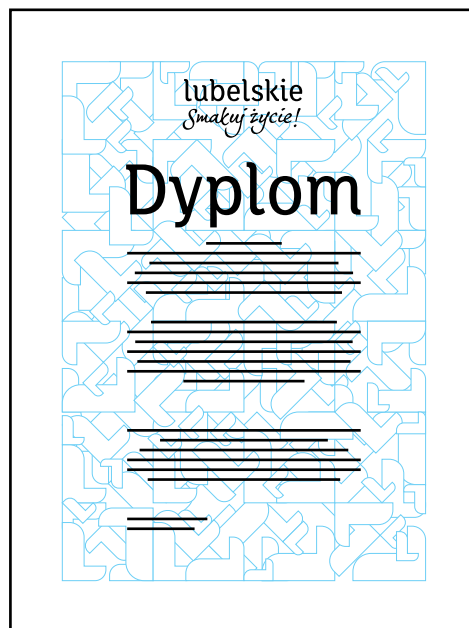
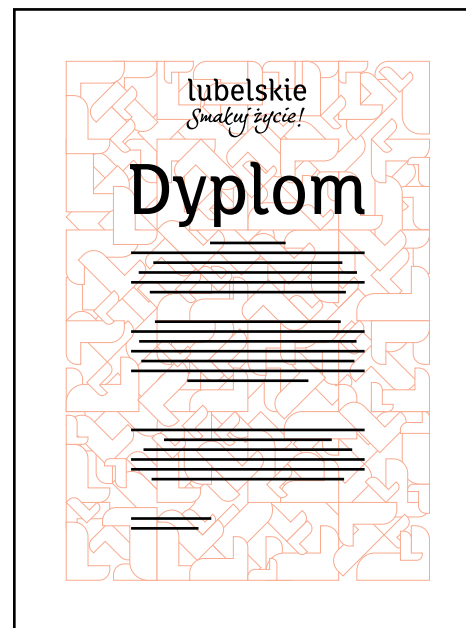
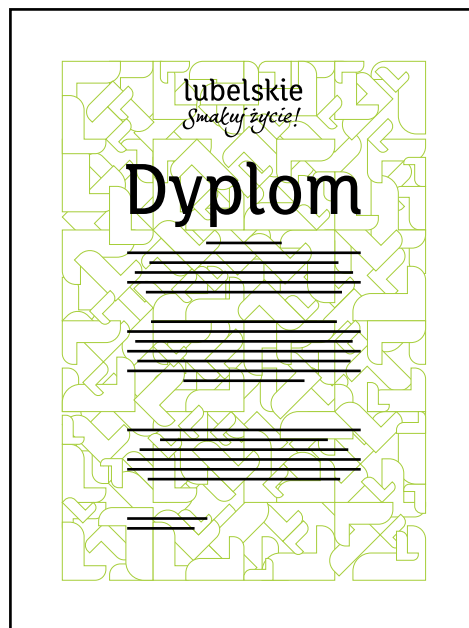
Ze względu na obecność elkowego wzoru i jego dominujący charakter logotyp zamieszczony na dyplomie ma charakter uproszczony. Zaleca się zachowanie spójności na poziomie układu kompozycyjnego - załączona siatka konstrukcyjna pokazuje zasadę projektowania dyplomu.



Druki biurowe

5. Dyplom
Przykłady

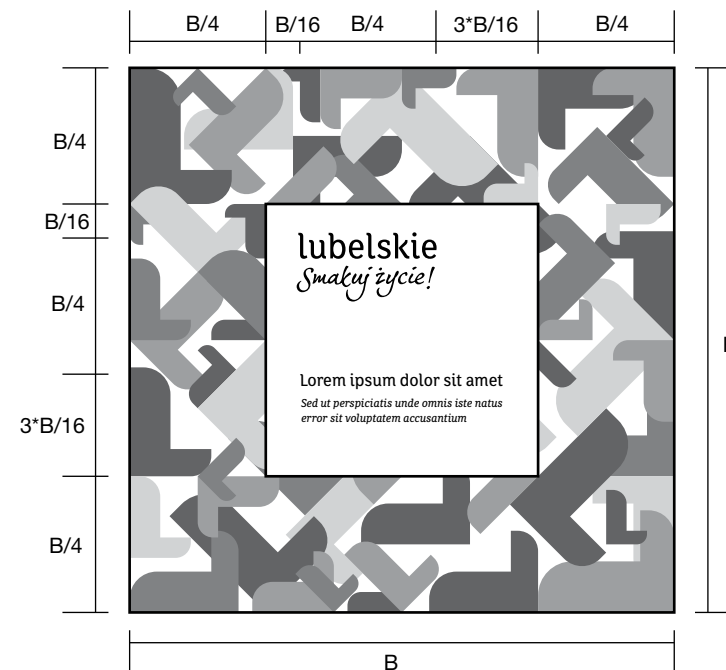
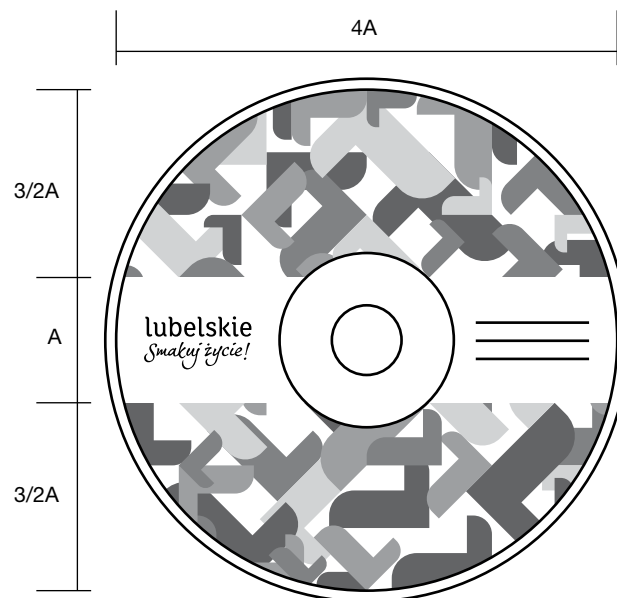
Przykłady dyplomów w różnej kolorystyce. Kolorystykę można dobrać dowolnie, w zależności od charakteru wyróżnienia (można np. wprowadzić kategorie kolorystyczne dla wyróżnionych).



Druki biurowe

6. Oznakowania CD/DVD

Kolorystykę nośników można dobierać dowolnie przy wykorzystaniu palet opisanych w systemie. Aby zachować uniwersalny charakter nośników w projekcie umieszczono logo w wersji uproszczonej. Zaleca się zachowanie spójności na poziomie układu kompozycyjnego - załączona siatka konstrukcyjna pokazuje zasadę projektowania zaproszenia. Projekt uwzględnia miejsce na wpisanie indywidualnego tytułu zawartości.



Druki biurowe

6. Oznakowania CD/DVD

Przykłady

Przykłady płyt i okładek w różnej kolorystyce. W przypadku nośników takich jak płyty CD i DVD zaleca się wykonanie nadruku przy wykorzystaniu technologii przemysłowych (to rozwiązanie znacznie tańsze niż masowa produkcja naklejek na płyty, które odradzamy, jako drogie i trudne w aplikacji). Nadruk cyfrowy jest opłacalny już przy produkcjach od 50 do 500 szt., jednak najbardziej polecaną metodą (ze względu na jakość) są nadruki offsetowe. Zamawiając nadruk na nośnikach z góry należy pamiętać o rozmiarach docelowej zawartości płyt.

Płyty powinny być pakowane w kartonowe koperty (bez kłapki) z nadrukiem kolorowym. Przy nakładach powyżej 1.000 szt. jest to tania i estetyczna alternatywa dla opakowań standardowych. W przypadku opakowań standardowych polecamy plastikowe, przezroczyste pudełka typu „slim”.

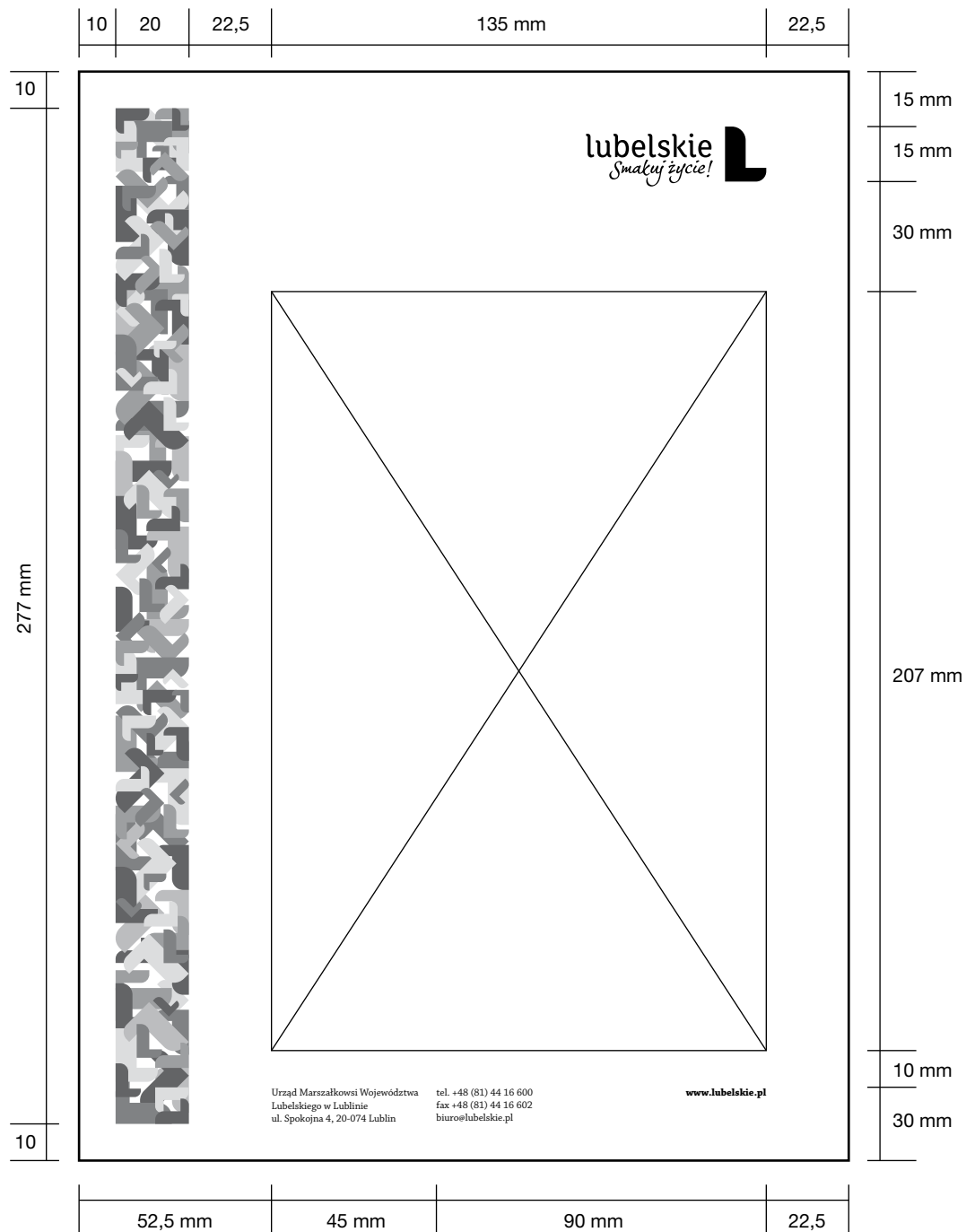


1. Papier firmowy (MS Word)	
<i>Wersja kolorowa</i>	64
<i>Wersja monochromatyczna</i>	66
2. Prezentacja Power Point	
<i>Slajd tytułowy</i>	67
<i>Slajdy z zawartością</i>	69
3. E-mail	71

Materiały elektroniczne

1. Papier firmowy (MS Word)
Wersja kolorowa

Projekt papieru uwzględnia marginesy pozostawiany przez biurowe drukarki. Obszar formatowania tekstu zaznaczono „kopertą”. W przypadku, gdy zamierzamy korzystać z papieru firmowego, należy posłużyć się wymiarami podanymi obok, by zdefiniować obszar formatowania tekstu w programie MS Word.

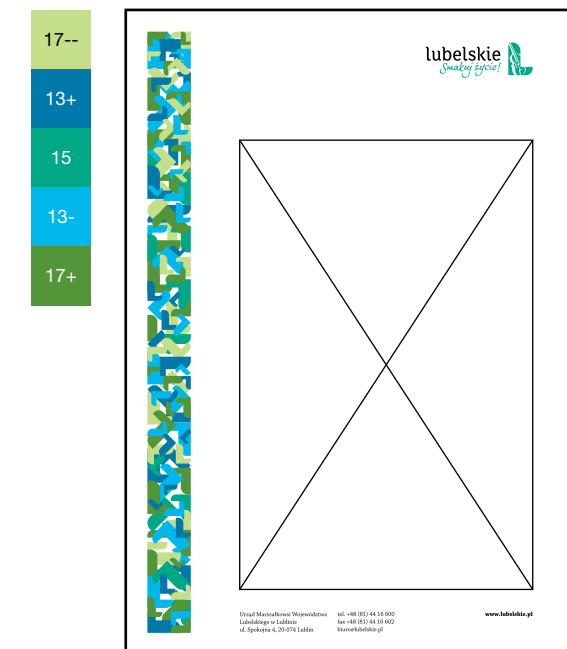
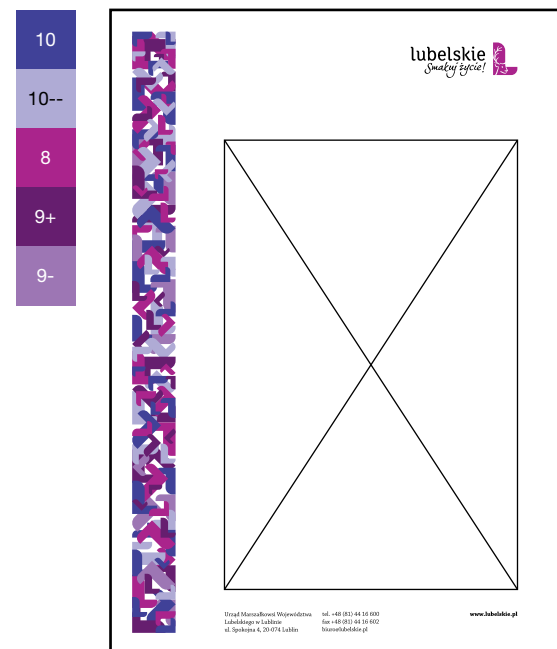
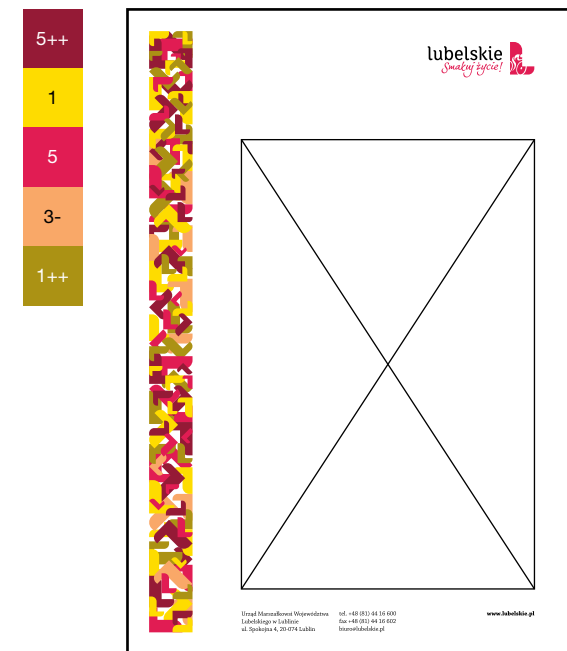
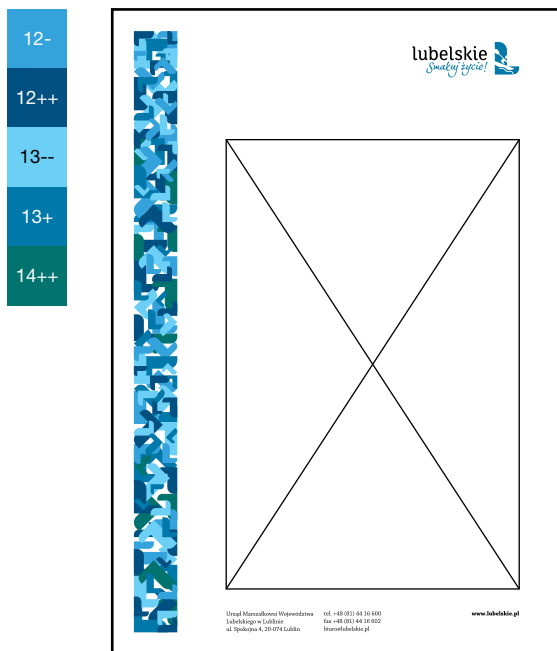


Adres: Chaparral 8/10 pt
Adress www: Chaparral Bold 8 pt

Materiały elektroniczne

1. Papier firmowy (MS Word) Wersja kolorowa: przykłady

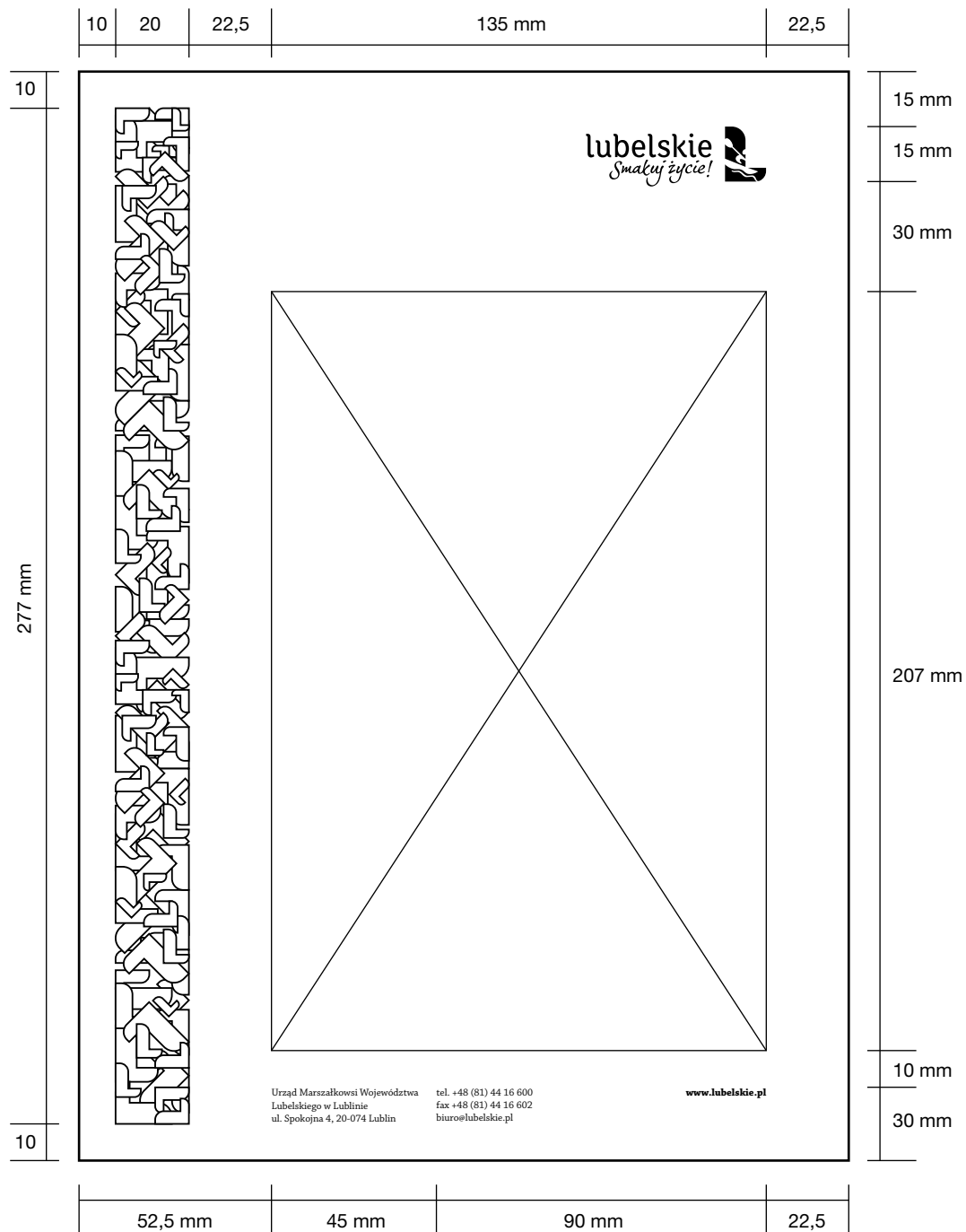
Papierem w wersji kolorowej postępujemy się wszędzie tam, gdzie dokumenty mają oficjalny charakter i są przesyłane drogą elektroniczną, w formie załączników - plików MS Word. Alternatywnie – można tego papieru używać, kiedy wydrukowany offsetowo papier firmowy jest niedostępny.



Materiały elektroniczne

1. Papier firmowy (MS Word)
Wersja monochromatyczna

Wersja oszczędnościowa - ze względu na linearny charakter elkowego wzoru wydruk na papierze w tej wersji nie obciąża tonerów biurowej drukarki. Wersja monochromatyczna przeznaczona jest do użytku wewnętrznego, np. kiedy istnieje potrzeba wspólnej pracy na wydrukowanym dokumencie roboczym o oficjalnym charakterze, lub kiedy potrzeba przekazać wydruk oficjalnego pisma do archiwizacji.

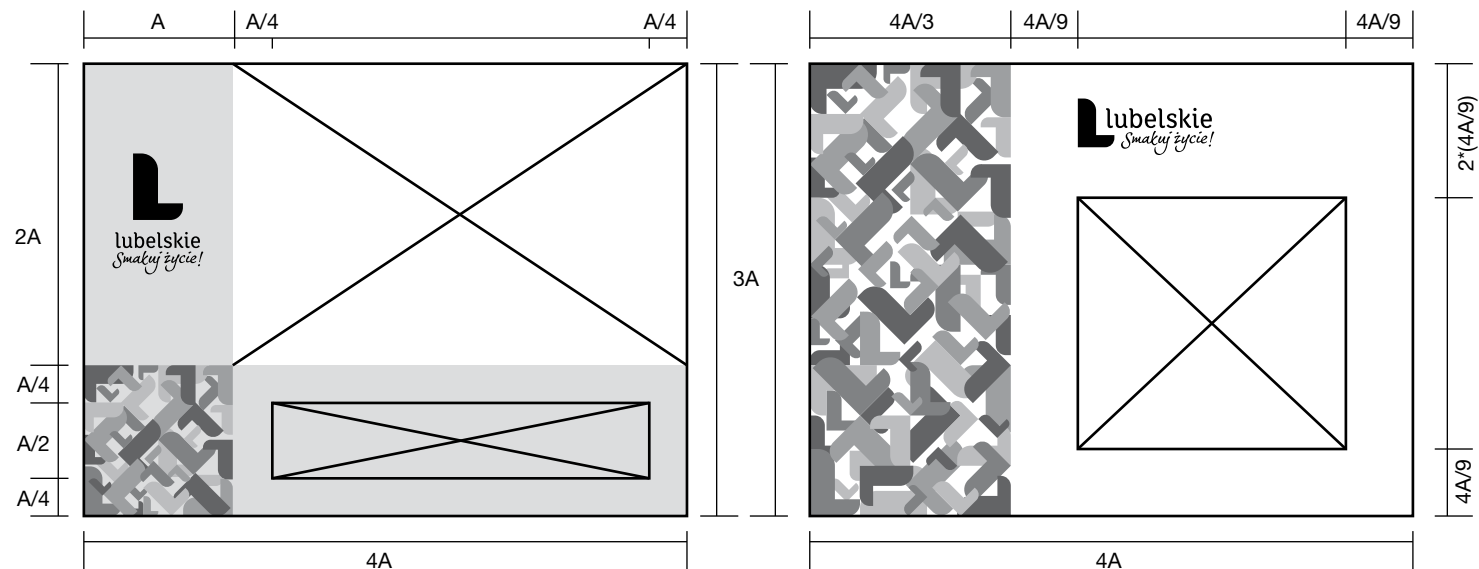


Adres: Chaparral 8/10 pt
Adress www: Chaparral Bold 8 pt

Materiały elektroniczne

2. Prezentacja Power Point Slajd tytułowy

Na ilustracji opisano zasady kompozycyjne dla szablonów do prezentacji Power Point. Zarówno kolorystykę, jak i charakter logotypu (wypełnienie Elki) należy brać indywidualnie do danej prezentacji. Dobierając kolor należy pamiętać o zachowaniu odpowiedniego kontrastu, tak, aby cała zawartość slajdów wyświetlanych z rzutnika była czytelna, nawet przy słabym zaciemnieniu pomieszczenia, w którym prezentacja będzie się odbywała.



Materiały elektroniczne

2. Prezentacja Power Point
Slajd tytułowy: przykłady

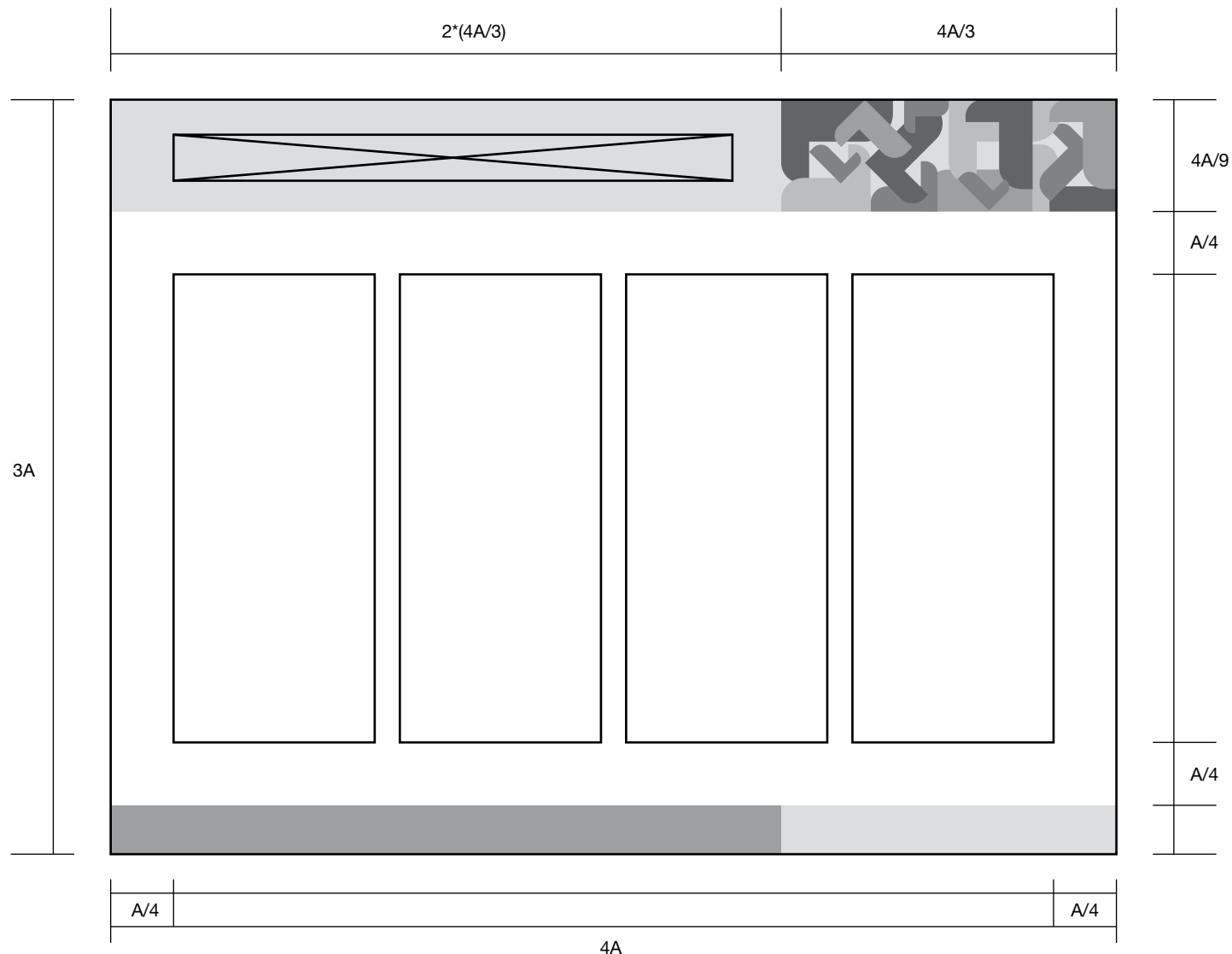
Przykłady slajdów z ciemnym i jasnym tłem.
Slajd tytułowy prezentacji i slajd otwierający rozdział.



Materiały elektroniczne

2. Prezentacja Power Point *Slajdy z zawartością*

Prezentacja Power Point rządzi się swoimi regułami. Zawartość merytoryczną slajdów należy rozplanować tak, by nie stracić na przejrzystości. Natłok informacji nie sprzyja efektywnemu przekazowi treści, jest to jeden z błędów najczęściej popełnianych przez użytkowników. Zamieszczona obok czterokolumnowa siatka kompozycyjna ułatwia stworzenie prezentacji spójnej kompozycyjnie i czytelnej (siatka dostępna w plikach źródłowych – zaleca się używać przy pracy z szablonami).



Materiały elektroniczne

2. Prezentacja Power Point

Slajdy z zawartością: przykłady

Od lewej: slajd z polem tekstowym zajmującym wszystkie cztery kolumny siatki kompozycyjnej.

Slajd, w którym zarówno pole, jak i fotografia zajmują po dwie kolumny siatki kompozycyjnej.

Slajd zawierający dwa zdjęcia z opisem (ustawione naprzemiennie – taką zasadę należy zachować).

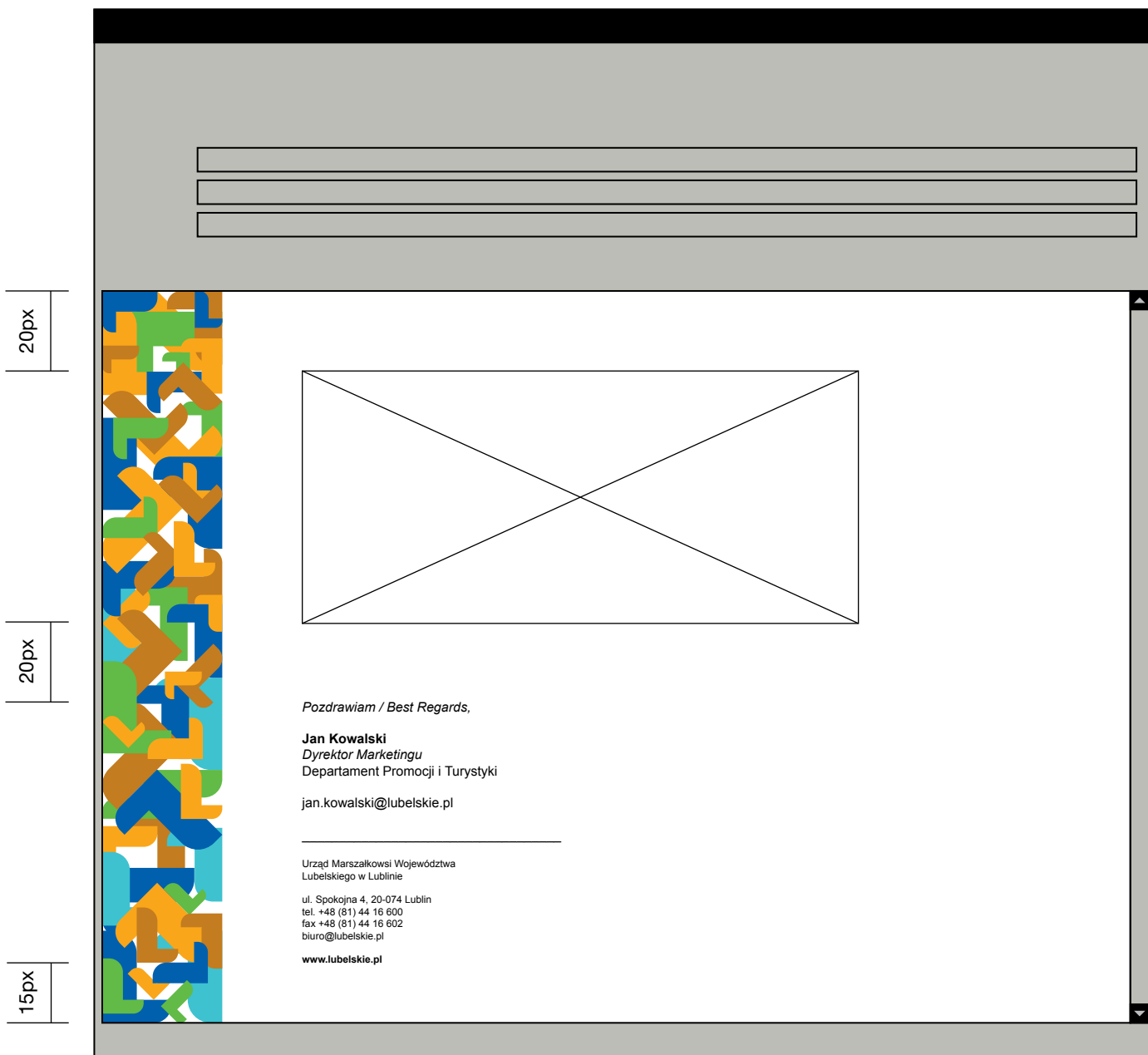
Slajd z fotografią zajmującą trzy kolumny siatki kompozycyjnej.



Materiały elektroniczne

3. E-mail

Elkowy wzór na marginesie po lewej to jedyny element z SIW, który zawiera w sobie szablon papeterii elektronicznej. Kolory można dobierać – w zależności od potrzeb (np. zmieniać kolorystykę papeterii wraz ze zmianą pór roku).



1. Publikacje o charakterze promocyjnym i informacyjnym	
<i>Wprowadzenie</i>	73
<i>Publikacje promocyjne – okładka</i>	74
<i>Publikacje promocyjne – siatka kompozycyjna</i>	76
<i>Publikacje informacyjne – okładka</i>	78
<i>Publikacje informacyjne – siatka kompozycyjna</i>	80
2. Ogłoszenia prasowe	
<i>Układ pionowy: druk w pełnym kolorze</i>	82
<i>Układ pionowy: druk w jednym kolorze (czarno-biały)</i>	83
<i>Układ poziomy: druk w pełnym kolorze</i>	84
<i>Układ poziomy: druk w jednym kolorze (czarno-biały)</i>	85

Materiały o charakterze promocyjnym i informacyjnym

1. Publikacje
Wprowadzenie

Podstawową różnicą determinującą wygląd publikacji jest ich główna funkcja. Publikacje typowo promocyjne, których zawartość w sposób ogólny odnosi się do walorów turystycznych, kulturowych i innych Województwa Lubelskiego, będzie wyróżniać:

- a. poziomy format,
- b. zdjęcie na okładce,
- c. stały układ kompozycyjny.

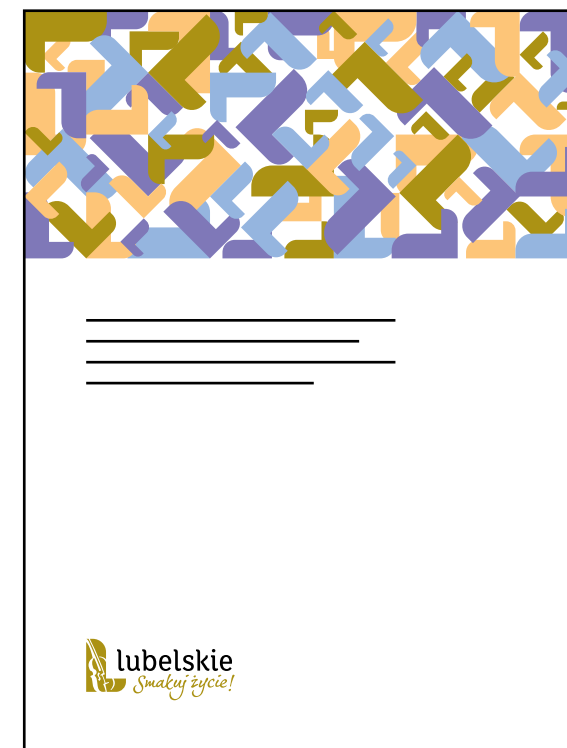
Publikacje o charakterze informacyjnym (począwszy od typowych informatorów, na różnego rodzaju raportach i wewnętrznych dokumentach strategicznych związanych z obszarem promocji i turystyki skończywszy) będą zawsze miały:

- a. pionowy format,
- b. elkowy wzór na okładce,
- c. gładkie, jednorodne tło.

Promocyjne



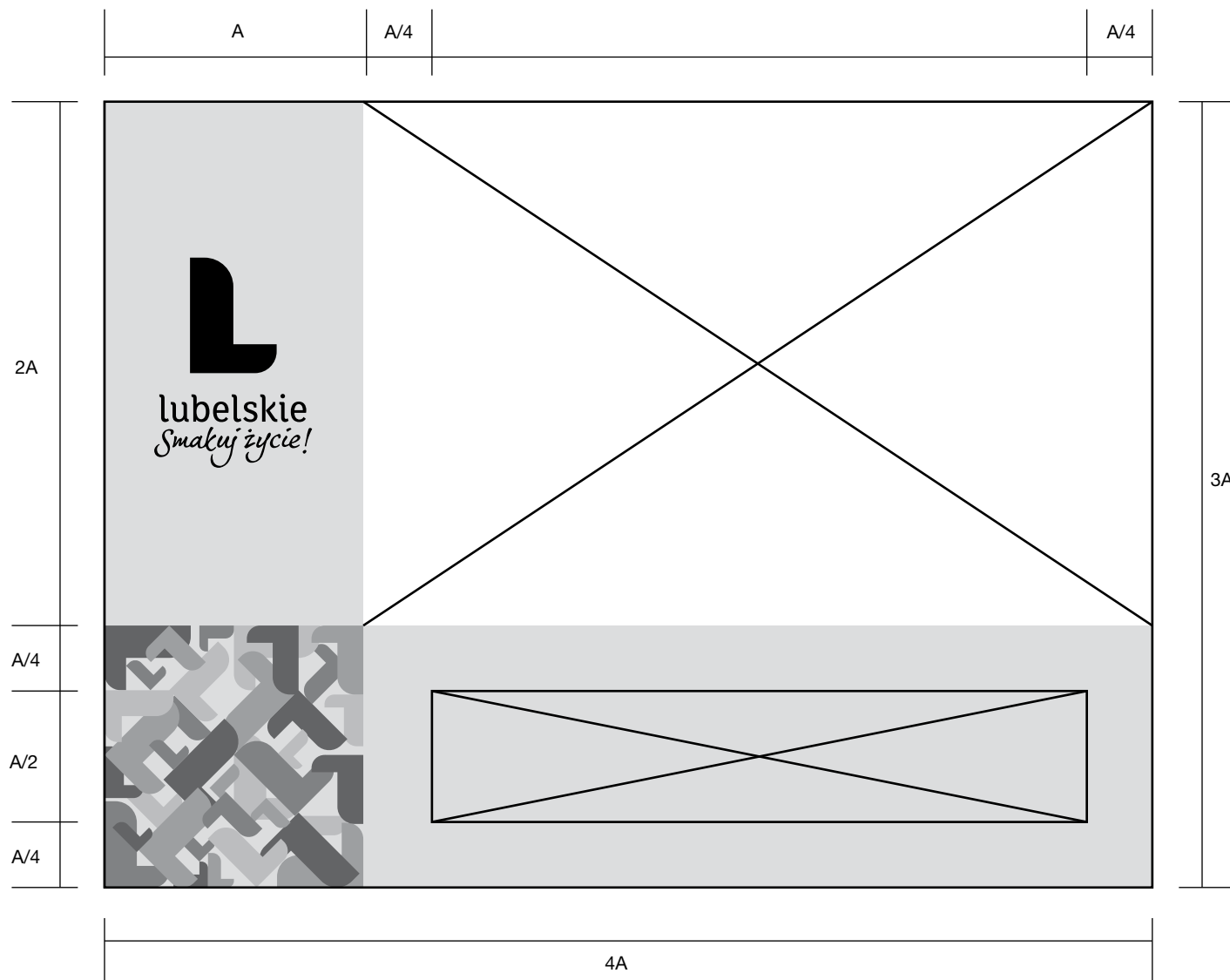
Informacyjne



Materiały o charakterze promocyjnym i informacyjnym

1. Publikacje
Publikacje promocyjne – Okładka

Zasada tworzenia układu graficznego publikacji promocyjnej. Zasady tej należy niezmienne przestrzegać, umiejętnie dobierając elementy składowe grafiki. Kluczowym elementem jest zdjęcie – to ono wyznacza charakter okładki. Kolorystyka okładki powinna być dobrana tak, by pasowała do ilustracji fotograficznej – oczywiście w obrębie palet dostępnych w Systemie.



Materiały o charakterze promocyjnym i informacyjnym

1. Publikacje
Publikacje promocyjne
– przykłady okładek

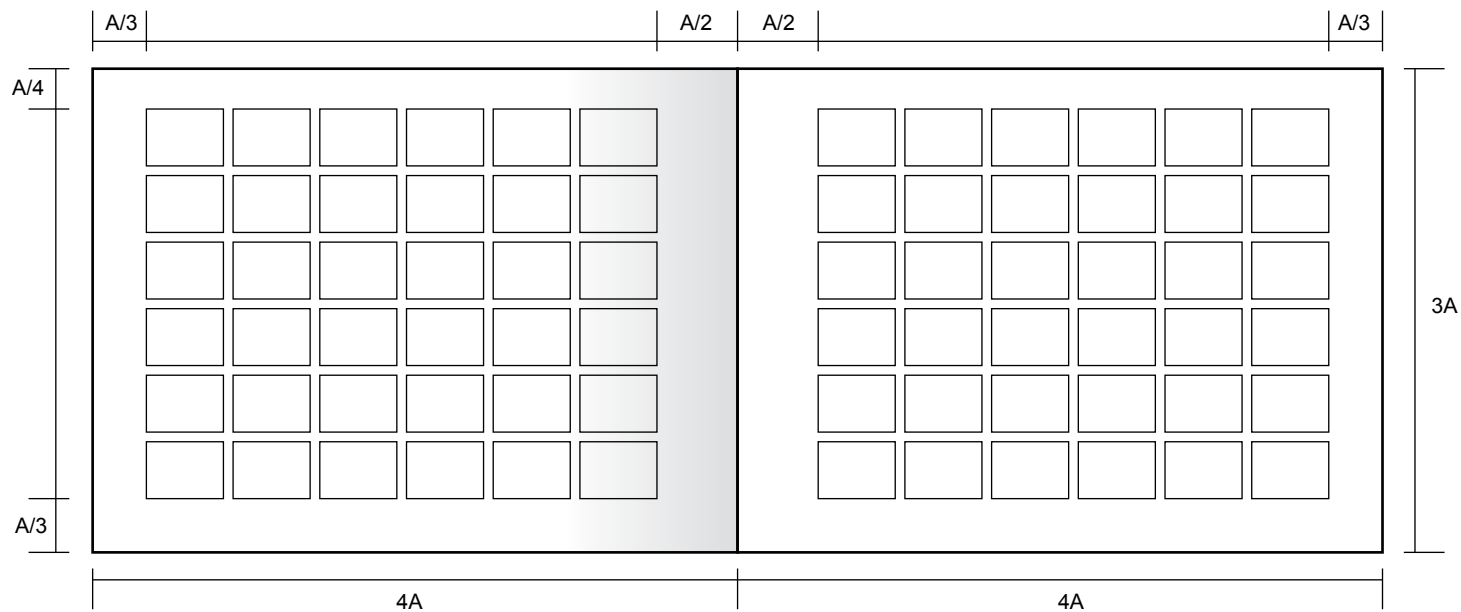
Dobór zdjęcia na okładkę nie jest łatwy, szczególnie, gdy chodzi o Województwo mające tyle różnorodnych walorów do wyeksponowania. Warto jednak wybrać na okładkę pojedynczą fotografię, która zbuduje nastrój. Ten kompromis się opłaca – publikacja wyróżni się spośród innych, których okładki „przeładowane” są kompozycjami z małych zdjęć. Większą ilość różnorodnych zdjęć można z łatwością pokazać wewnątrz publikacji.



Materiały o charakterze promocyjnym i informacyjnym

1. Publikacje
Publikacje promocyjne
– *siatka kompozycyjna*

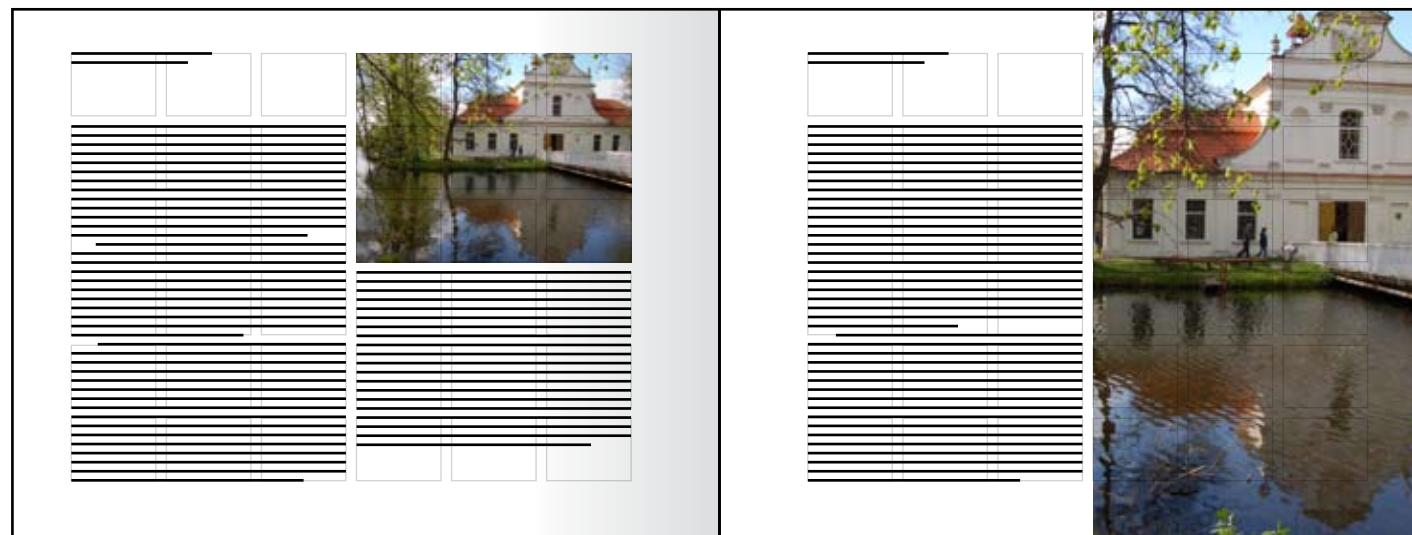
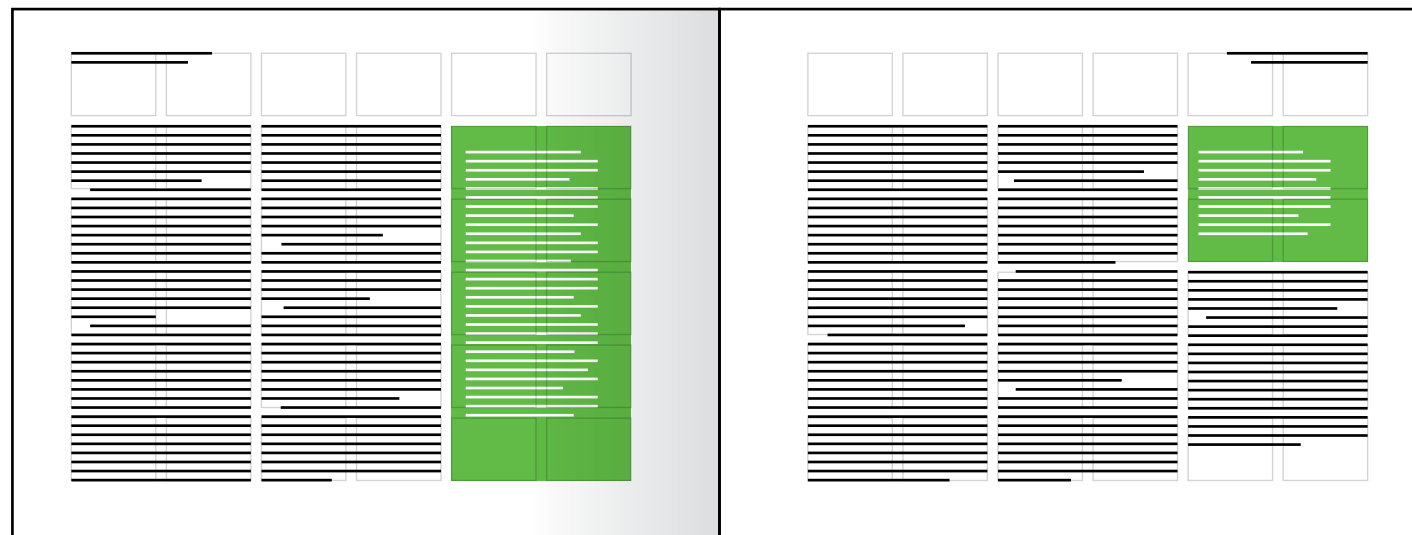
Siatka kompozycyjna wyznacza zasady gospodarowania przestrzenią publikacji. Na kolejnych stronach pokazano kilka przykładów interpretacji tego układu. Możliwości jest dużo więcej – siatka 6/6 jest na tyle elastyczna, że pozwala je eksplorować bez przeszkód.



Materiały o charakterze promocyjnym i informacyjnym

1. Publikacje
Publikacje promocyjne
– przykłady rozkładówek

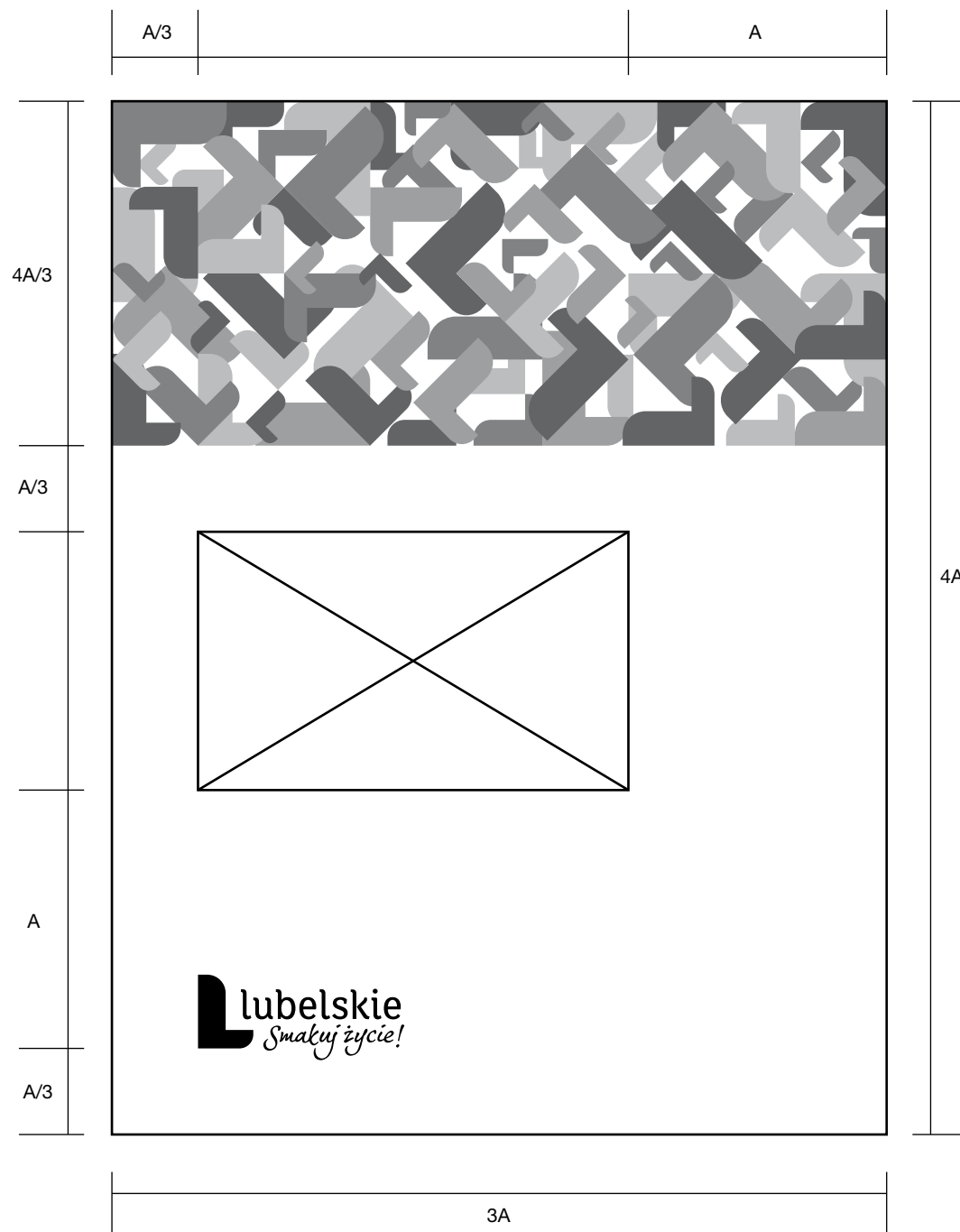
Ilustracja pokazuje, w sposób ogólny, możliwe przykłady kompozycji zawartości w rozkładówce publikacji promocyjnej. U góry: rozkładówka z podziałem na trzy kolumny, u dołu: rozkładówka z podziałem na dwie kolumny. Należy zwrócić uwagę na rekomendowane sposoby kadrowania fotografii (na szerokość kolumny oraz „na spad”). Oczywiście są to zasady ogólne - w konkretnym projekcie pojawią się konkretne potrzeby. Wtedy należy się kierować siatką kompozycyjną i podziałami, jakie ona wyznacza. W obrębie tych podziałów można dowolnie komponować zdjęcia, wyróżnienia śródtekstowe – pamiętając o tym, by zachować „światło” niezbędne dla harmonii i estetyki projektu.



Materiały o charakterze promocyjnym i informacyjnym

1. Publikacje
Publikacje informacyjne – okładka
-

Zasada tworzenia układu graficznego publikacji informacyjnej. Zasady tej należy niezmiennie przestrzegać, umiejętnie dobierając kolorystykę, która jest w tym przypadku kluczowym elementem wyznaczającym charakter okładki.



Materiały o charakterze promocyjnym i informacyjnym

1. Publikacje
Publikacje informacyjne
– przykłady okładek

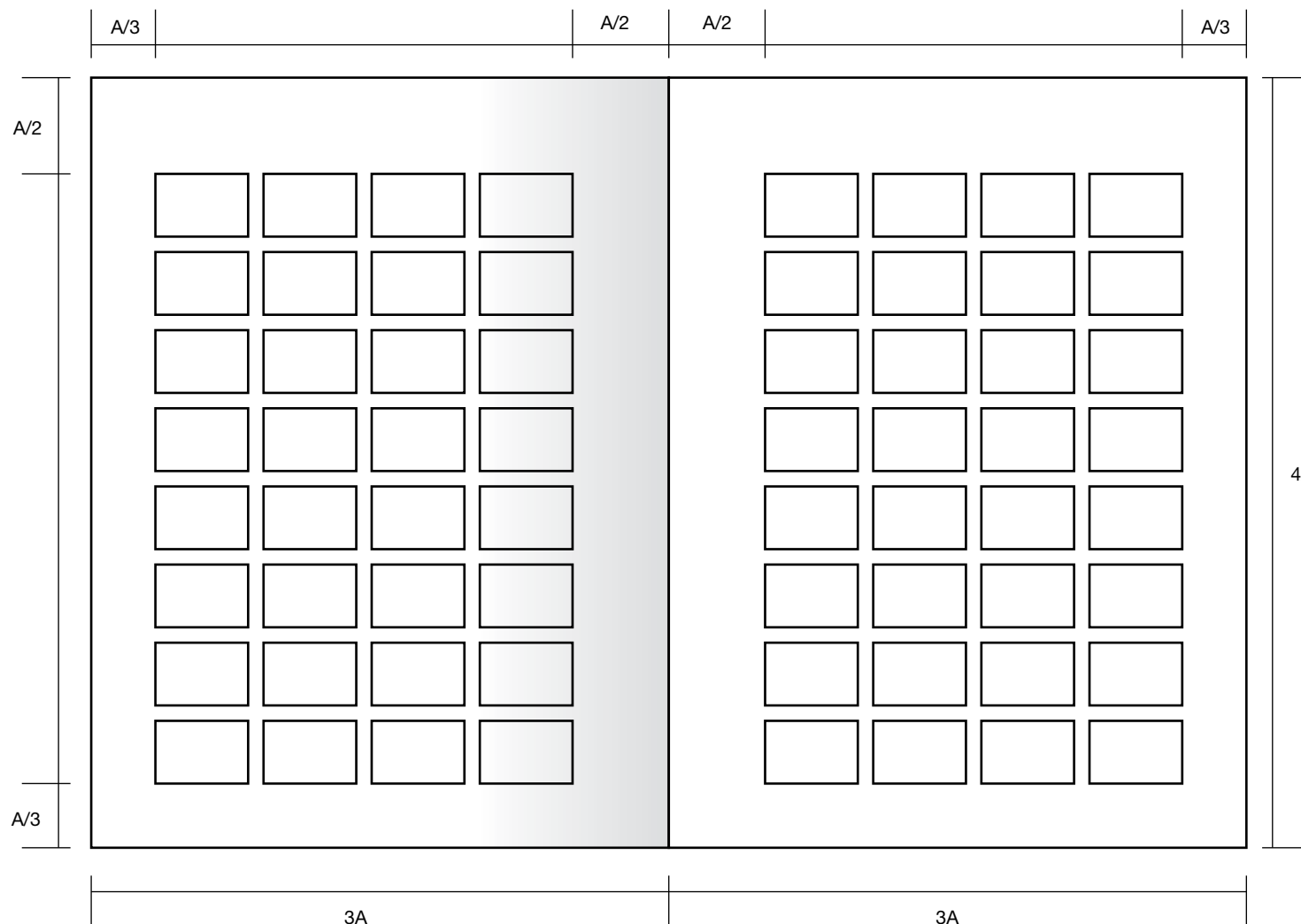
Okładki w tonacji ciemnej lub jasnej. Okładka jasna jest polecana tam, gdzie publikacja ma charakter wewnętrzny i przewiduje się druk z biurowej drukarki. Okładka ciemna – tam gdzie druk gwarantuje dobrą jakość koloru (druk cyfrowy lub – najlepiej – offsetowy).



Materiały o charakterze promocyjnym i informacyjnym

1. Publikacje
Publikacje promocyjne
– siatka kompozycyjna

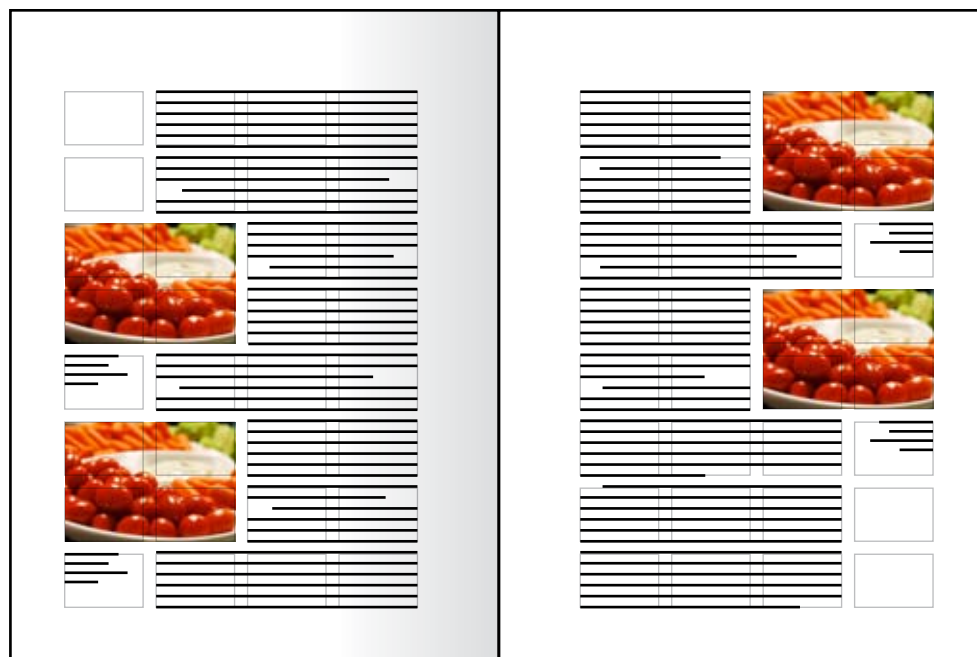
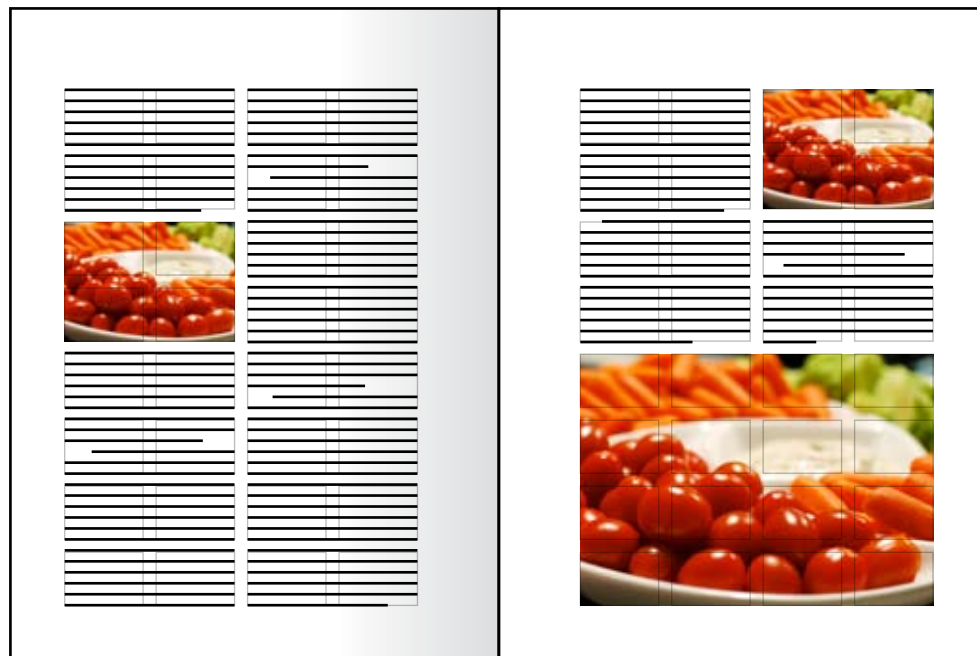
Siatka kompozycyjna (4/8) wyznacza zasady gospodarowania przestrzenią publikacji. Na kolejnych stronach pokazano kilka przykładów interpretacji tego układu. Jak w przypadku publikacji promocyjnych – siatka umożliwia więcej różnorodnych układów treści.



Materiały o charakterze promocyjnym i informacyjnym

1. Publikacje
Publikacje informacyjne
– przykłady rozkładowek
-

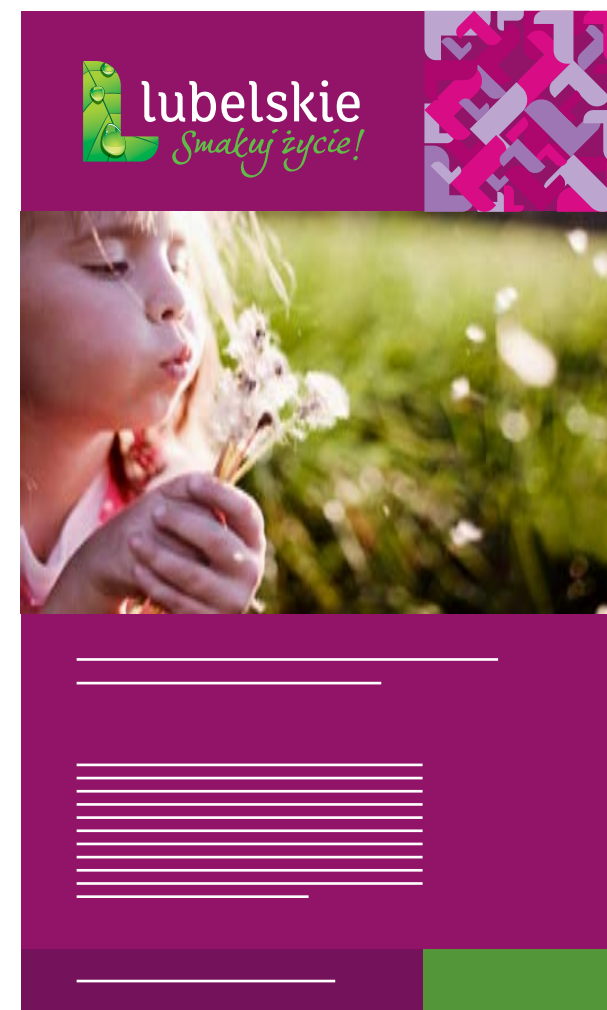
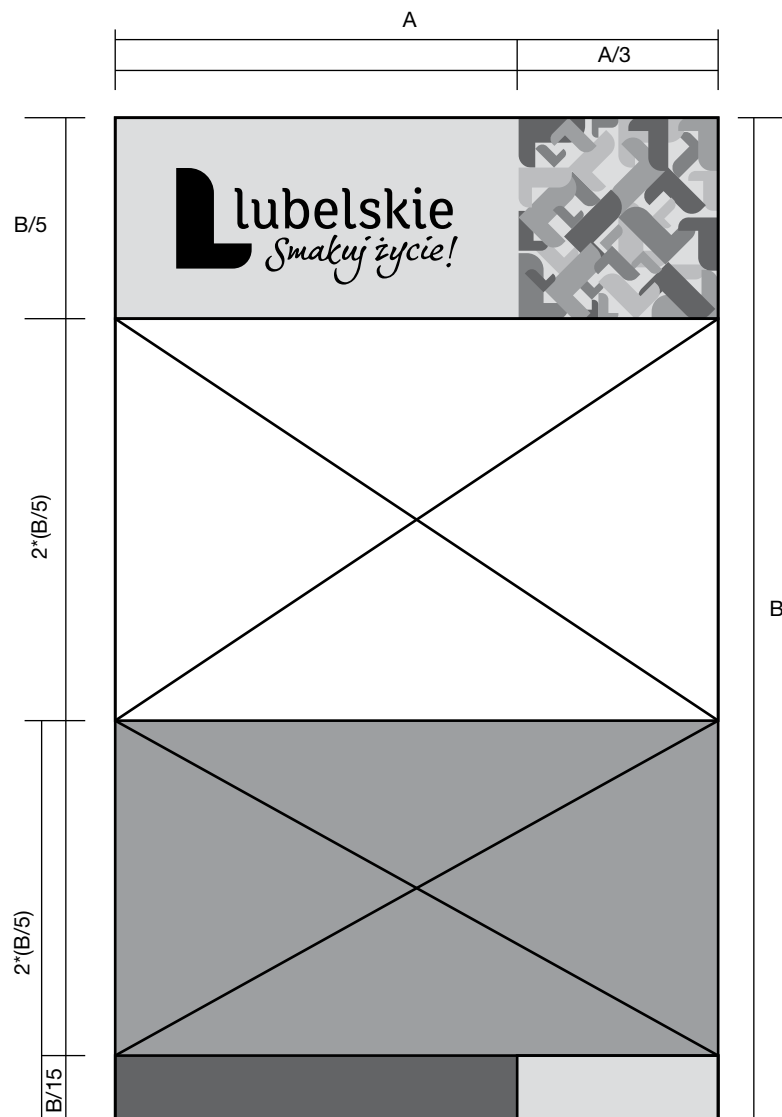
Ilustracja pokazuje, w sposób ogólny, możliwe przykłady kompozycji zawartości na rozkładowce publikacji informacyjnej. U góry: rozkładowka z podziałem na dwie kolumny, u dołu: jedna kolumna.



Materiały o charakterze promocyjnym i informacyjnym

- Ogłoszenia prasowe
Układ pionowy: druk w pełnym kolorze

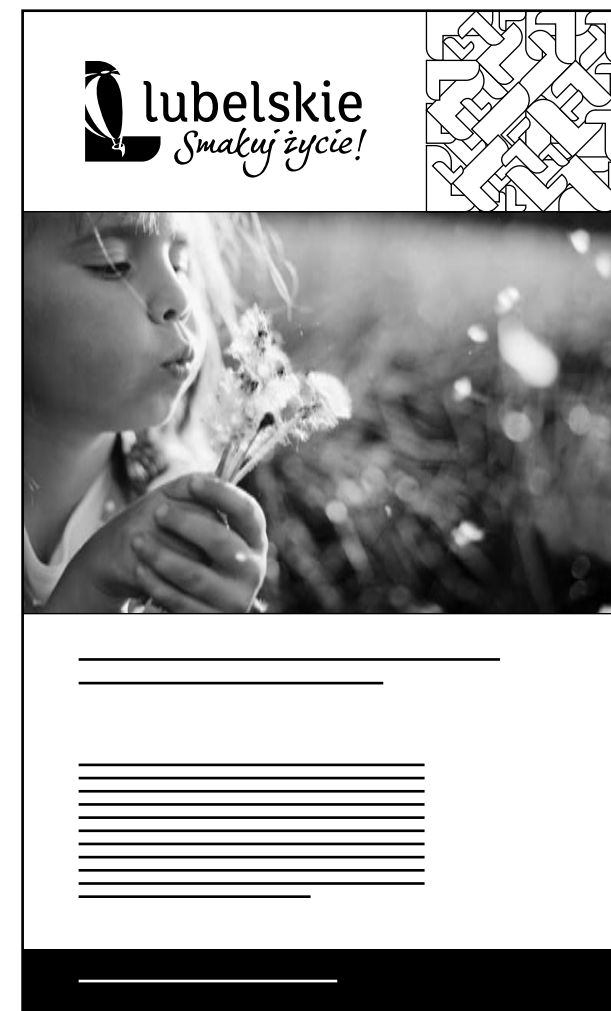
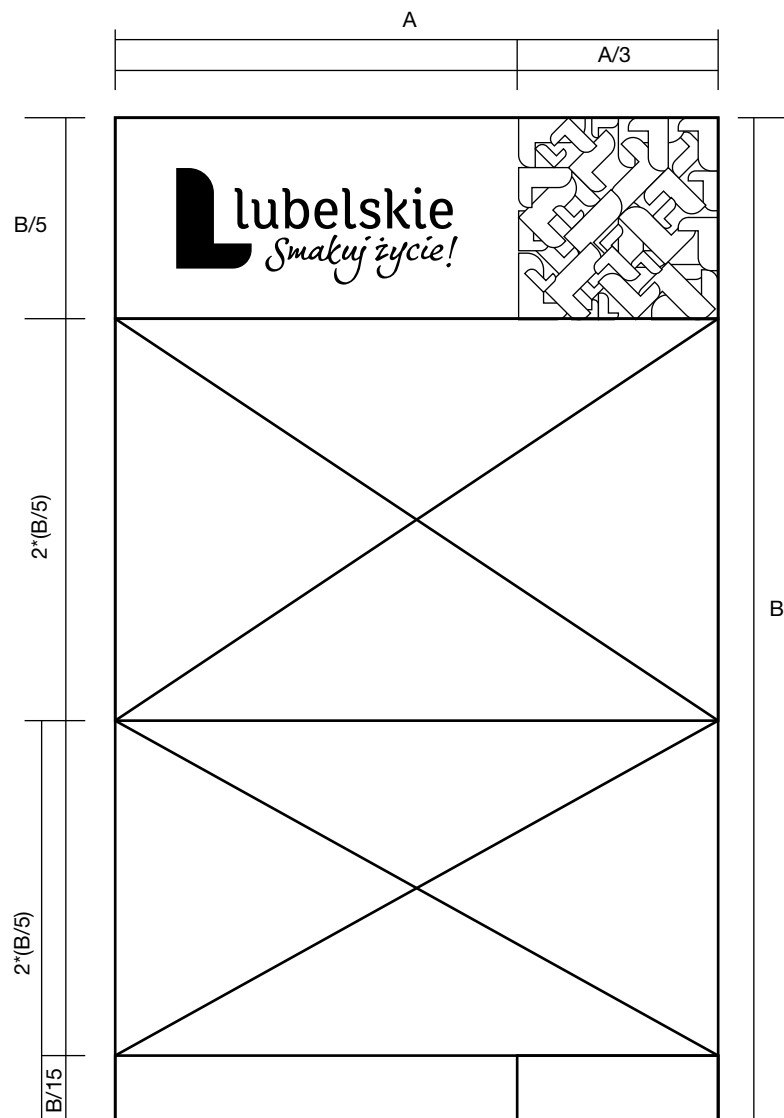
Docelowo wymiary modułów prasowych mogą się od siebie różnić, dlatego ogłoszenia w podręczniku pokazano na ogólnych przykładach: w układzie pionowym (na ilustracji obok) oraz w układzie poziomym (na kolejnych stronach). W miarę możliwości należy przestrzegać zalecanego podziału w proporcjach układu kompozycyjnego. Stałe miejsce w układzie graficznym ogłoszenia mają: logotyp i elkowy wzór. Ważna jest harmonia kolorystyczna, dobór palety odpowiedniej do charakteru ogłoszenia, ale także do przewidywanej jakości druku oraz papieru w danym wydawnictwie. Pamiętajmy, że cienki, niskiej jakości papier nie sprzyja jasnym kolorom.



Materiały o charakterze promocyjnym i informacyjnym

2. Ogłoszenia prasowe
Układ pionowy: druk w jednym kolorze (czarno-biały)

Na przykładzie ogłoszenia w jednym kolorze widać, jak poszczególne elementy zmieniają swój charakter: elkowy wzór staje się linearny, jedynie zdjęcie posiada przejścia tonalne. Wszystko po to, by uzyskać maksymalną czytelność przekazu.

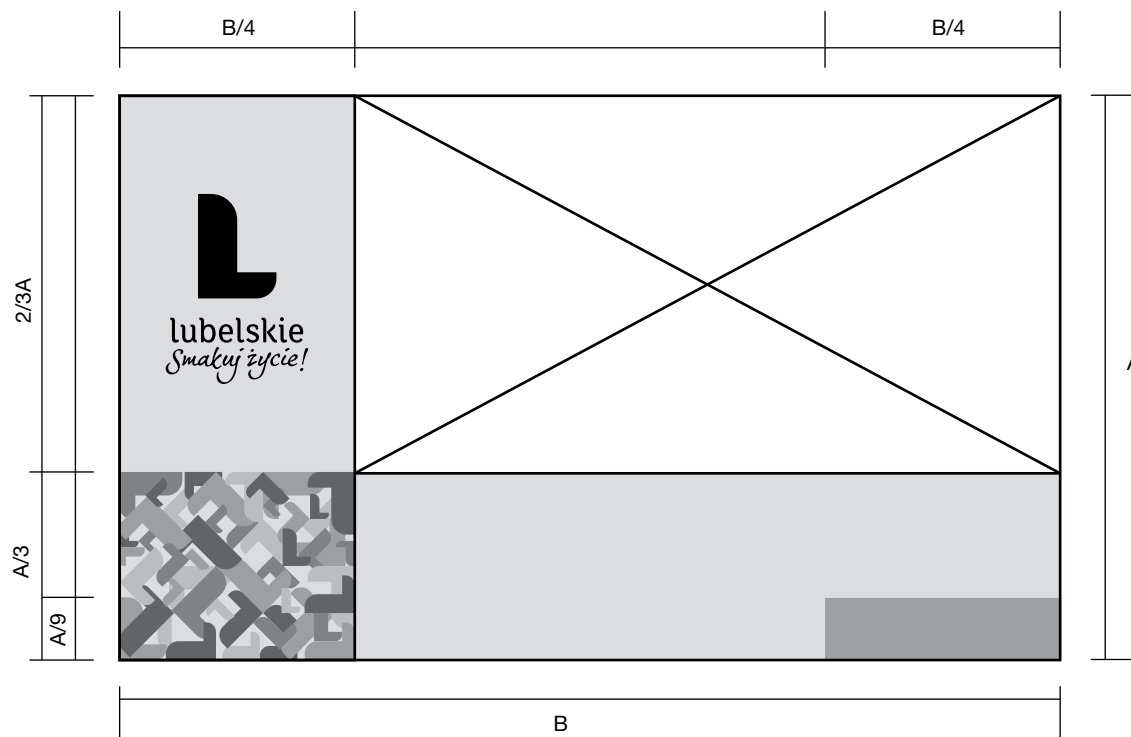


Materiały o charakterze promocyjnym i informacyjnym

2. Ogłoszenia prasowe

Układ poziomy: druk w pełnym kolorze

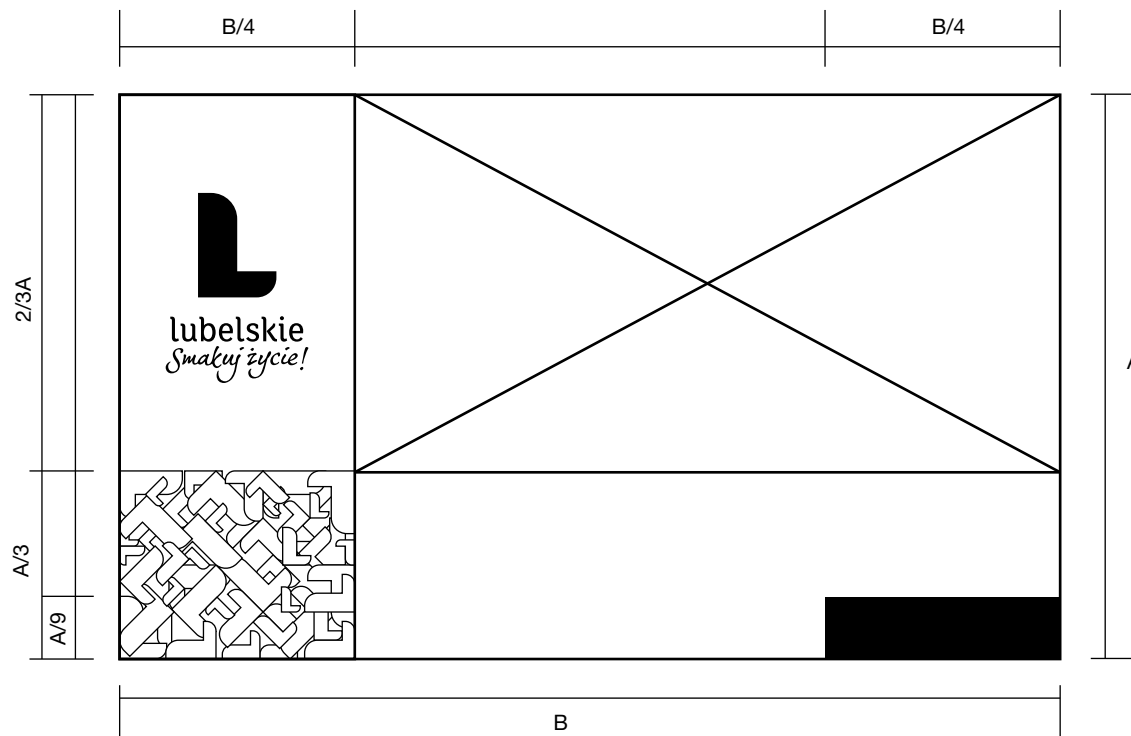
Należy zwrócić uwagę, w jaki sposób w układzie poziomym zmienia się dobór wersji logotypu. Tak, jak w przypadku ogłoszenia w wersji pionowej liczy się dobór kolorów i równowaga kompozycyjna.



Materiały o charakterze promocyjnym i informacyjnym

2. Ogłoszenia prasowe
Układ poziomy: druk w jednym kolorze (czarno-biały)

Podobnie, jak w przykładzie ogłoszenia w układzie pionowym widać, jak poszczególne elementy zmieniają swój charakter: elkowy wzór staje się linearny, jedynie zdjęcie posiada przejścia tonalne. Wszystko po to, by uzyskać maksymalną czytelność przekazu. Elka - symbol w logotypie jest płasko wypełniona czernią, może także występować w wersji z ikoną.



1. Witacz	87
2. Banery	
<i>Kolorowe</i>	88
<i>Monochromatyczne</i>	90
3. Roll-upy	92
4. Balon promocyjny	95
5. Stojak na ulotki	96
6. Ścianka prasowa	98
7. Stoisko wystawiennicze	100
8. Oznakowania na środkach transportu	101

Oznakowanie zewnętrzne i wewnętrzne

1. Witacz

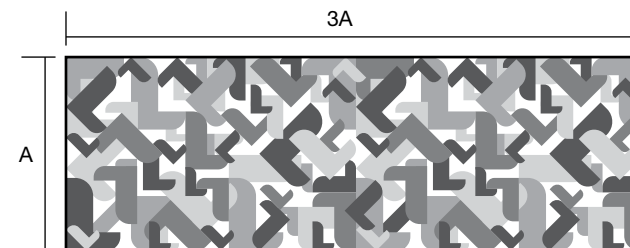
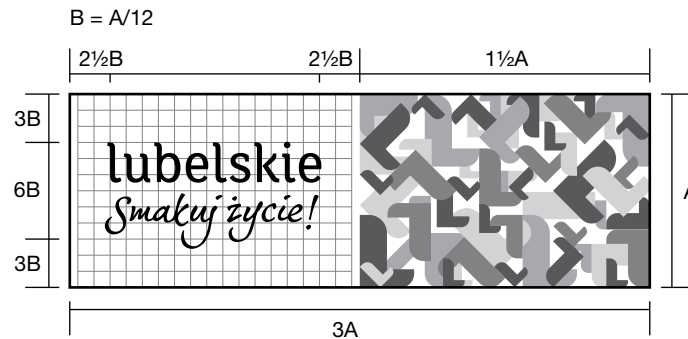
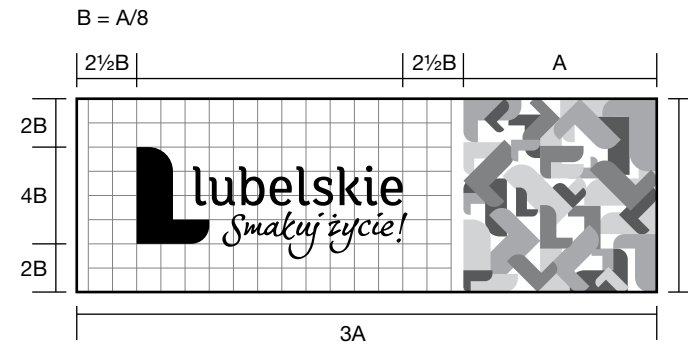
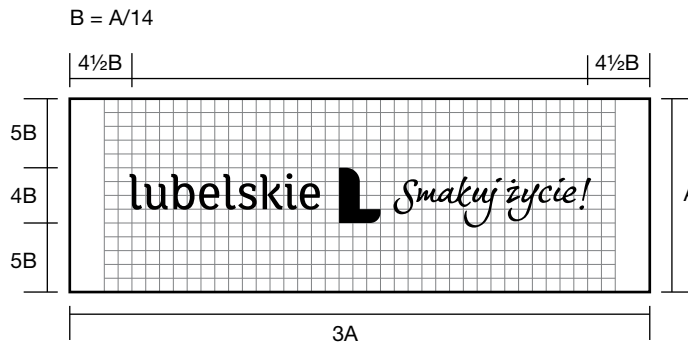
W witaczu spotykają się dwie identyfikacje – Urzędu Marszałkowskiego i Województwa Lubelskiego. Dominuje herb – nadający nośnikowi charakteru oficjalnego, Elka zaś dynamicznie „łamię” prostą formę witacza. Jako dopełnienie pojawia się elkowy wzór – w uproszczonej wersji.



Oznakowanie zewnętrzne i wewnętrzne

2. Banery Kolorowe

Przykłady pokazują banery w wersji najprostszej – z zastosowaniem elkowego wzoru i z samym logotypem. W przypadku, gdyby baner miał charakter dekoracyjny lub miałby być widoczny z dwóch stron, zaleca się zadruk rewersu elkowym wzorem.

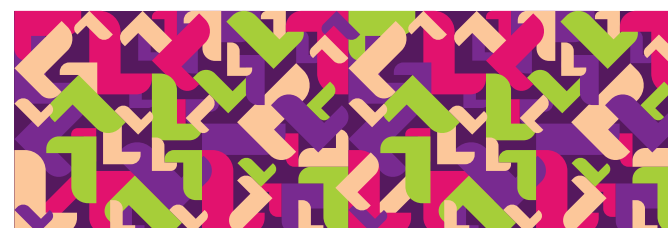
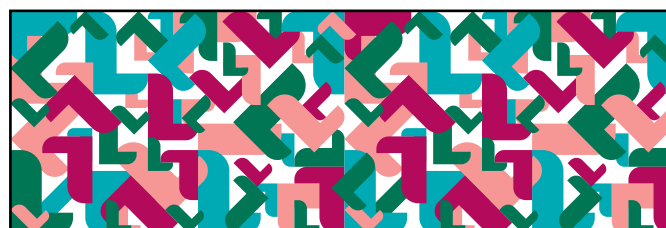
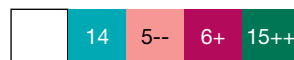
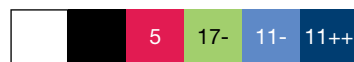
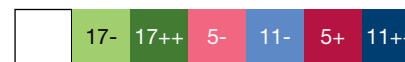


Oznakowanie zewnętrzne i wewnętrzne

2. Banery

Kolorowe – przykłady

Przykłady banerów z zastosowaniem różnych palet kolorystycznych. Kolorystykę należy oczywiście dobierać odpowiednio do okoliczności, w jakich dany baner ma być używany.

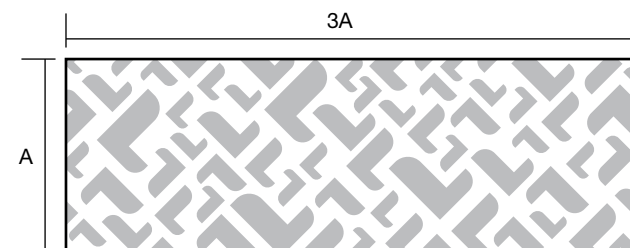
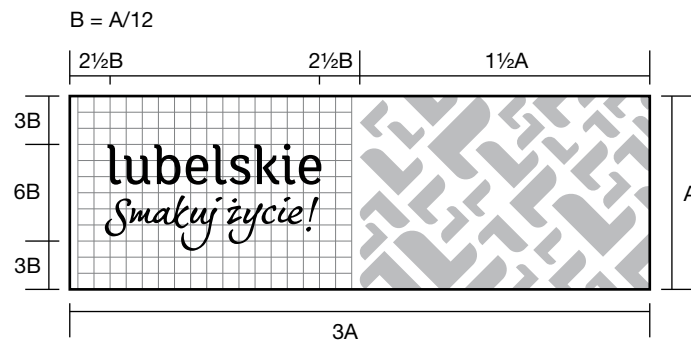
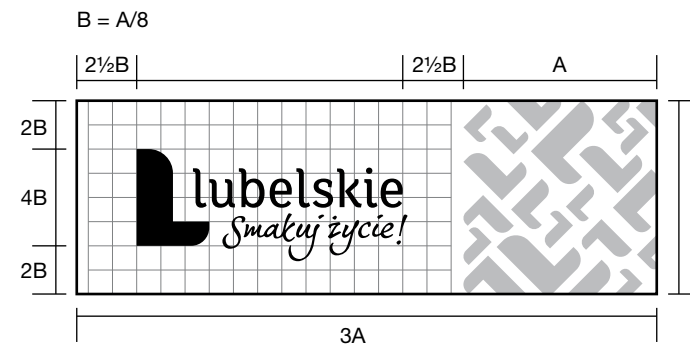
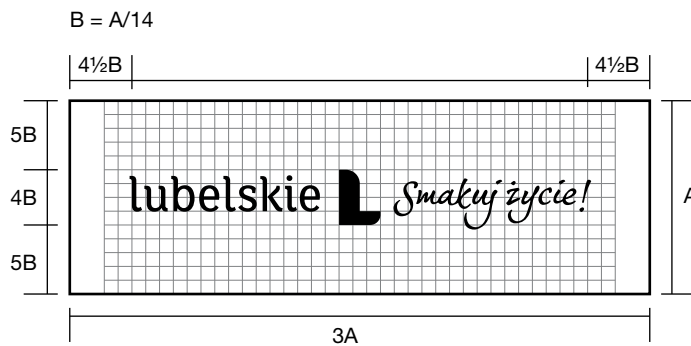


Oznakowanie zewnętrzne i wewnętrzne

2. Banery

Monochromatyczne

Banery z nadrukiem w jednym kolorze to opcja oszczędnościowa, co nie znaczy, że mniej dekoracyjna. Na ilustracji obok zasada kompozycyjna, na następnej stronie – przykłady.



Oznakowanie zewnętrzne i wewnętrzne

2. Banery

Monochromatyczne – przykłady

Banery z nadrukiem w jednym kolorze – proste i efektowne.

11



11



2+



11++



5



5



14



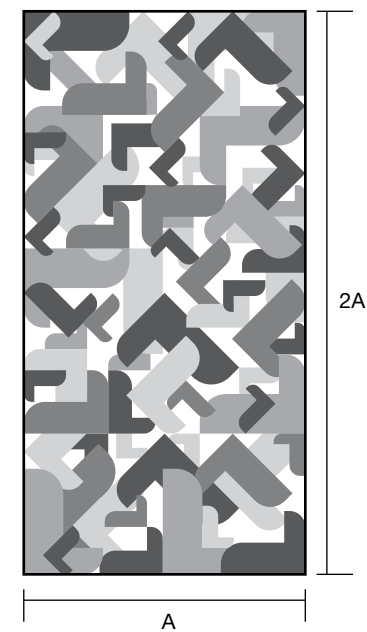
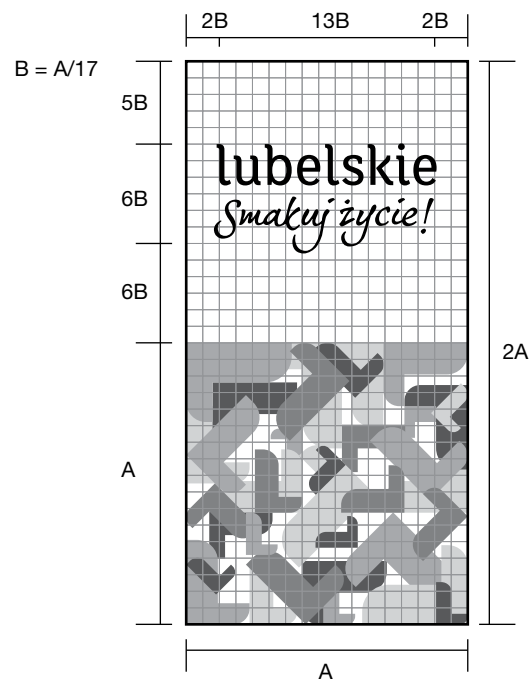
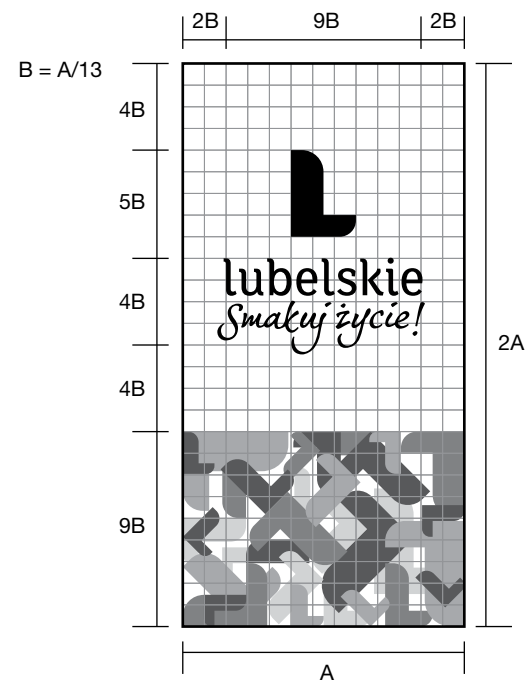
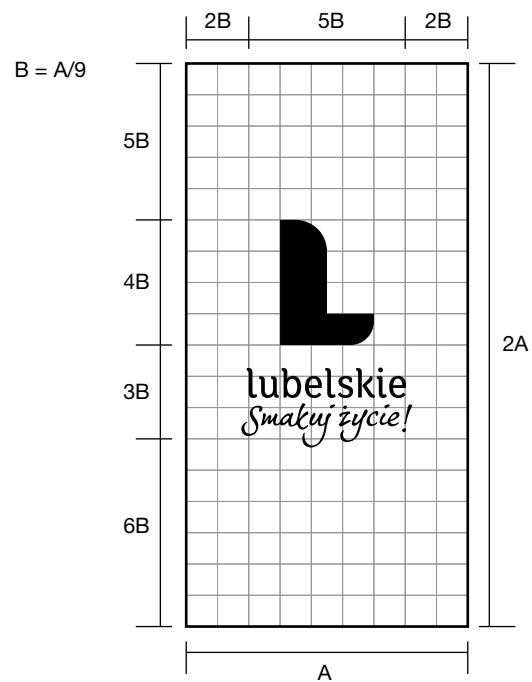
9



Oznakowanie zewnętrzne i wewnętrzne

3. Roll-upy

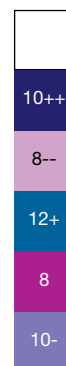
Ogólne zasady kompozycyjne roll-upów. Dobór kolorystyki i charakteru wypełnienia należy dostosować do funkcji roll-upu i okoliczności, w jakich ma być używany.



Oznakowanie zewnętrzne i wewnętrzne

3. Roll-upy Przykłady

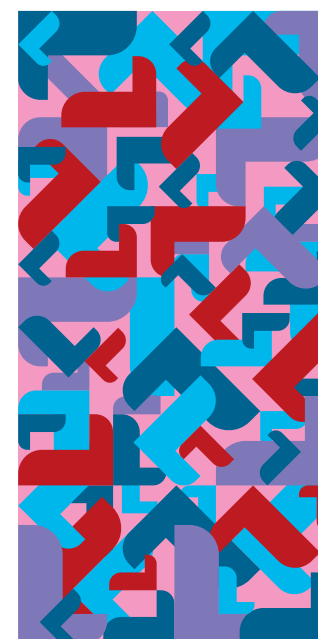
U góry – roll-upy z logotypem w wersji G – większa elka wypełniona ikoną, ilustracją lub fotografią. Niżej, przykładowe roll-upy z logotypem w wersji A – z większym napisem Lubelskie i sloganem.



Oznakowanie zewnętrzne i wewnętrzne

3. Roll-upy
Przykłady

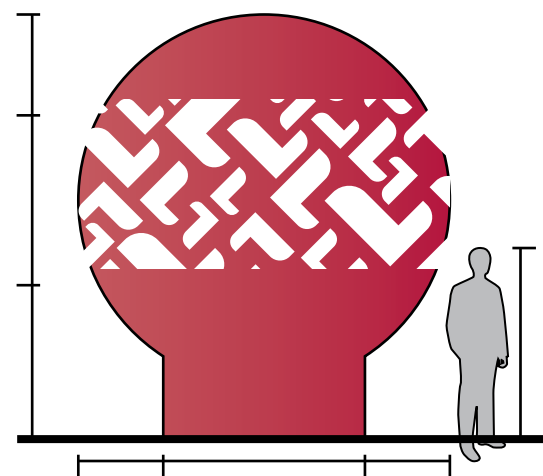
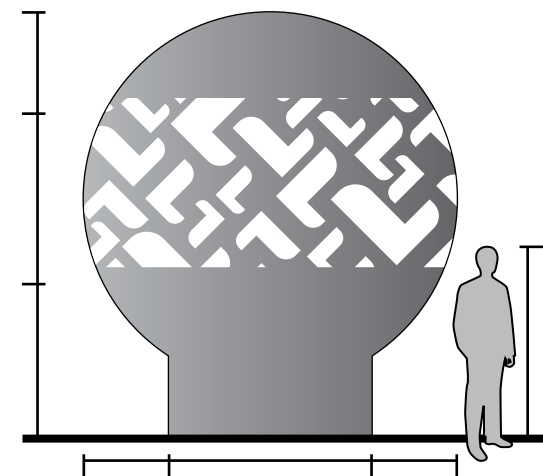
W tych przykładach główną rolę gra elko-
wy wzór – logo występuje zatem w wersji
uproszczonej.



Oznakowanie zewnętrzne i wewnętrzne

4. Balon promocyjny

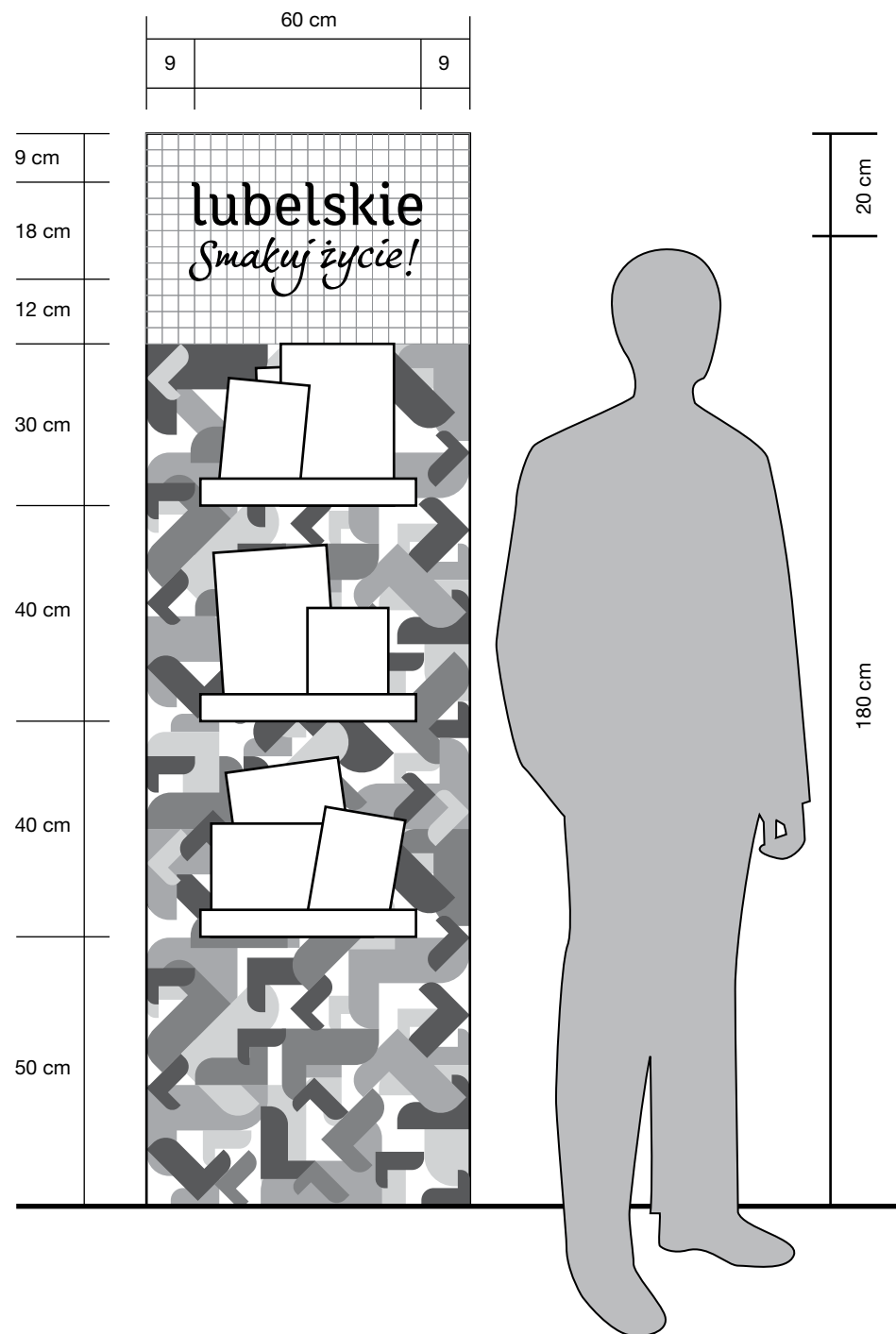
Nośniki, których produkcja generuje najwięcej kosztów powinny mieć możliwie najbardziej neutralny charakter. W przypadku balonu (projekt przykładowy) zastosowano elkowy wzór w wersji uproszczonej i logotyp w wersji uproszczonej.



Oznakowanie zewnętrzne i wewnętrzne

5. Stojak na ulotki

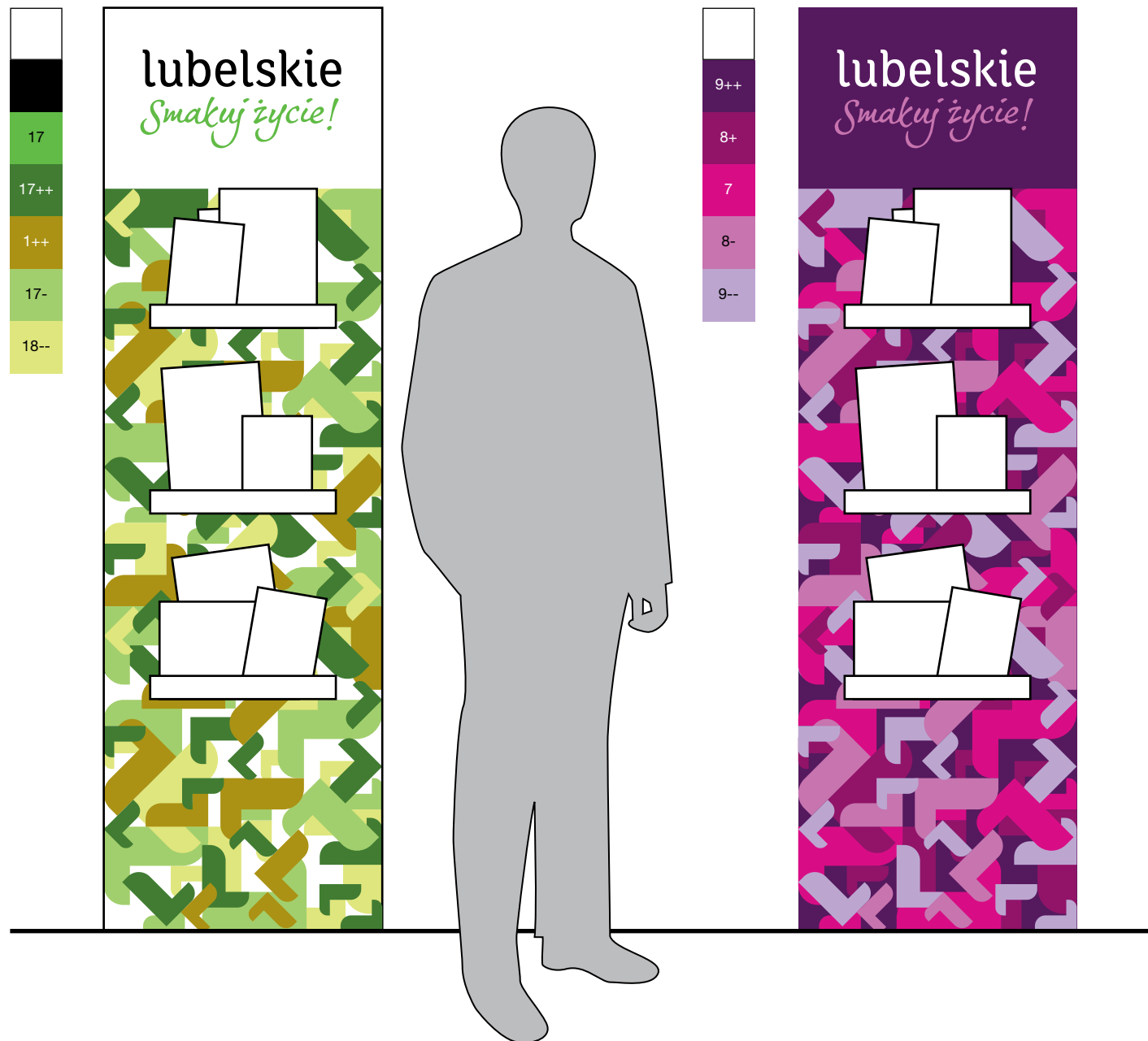
Stojaki na ulotki powinny współgrać kolorystycznie z otoczeniem. W przykładowych projektach zastosowano elkowy wzór, z zastosowaniem kolorystyki opartej na paletach monochromatycznych.



Oznakowanie zewnętrzne i wewnętrzne

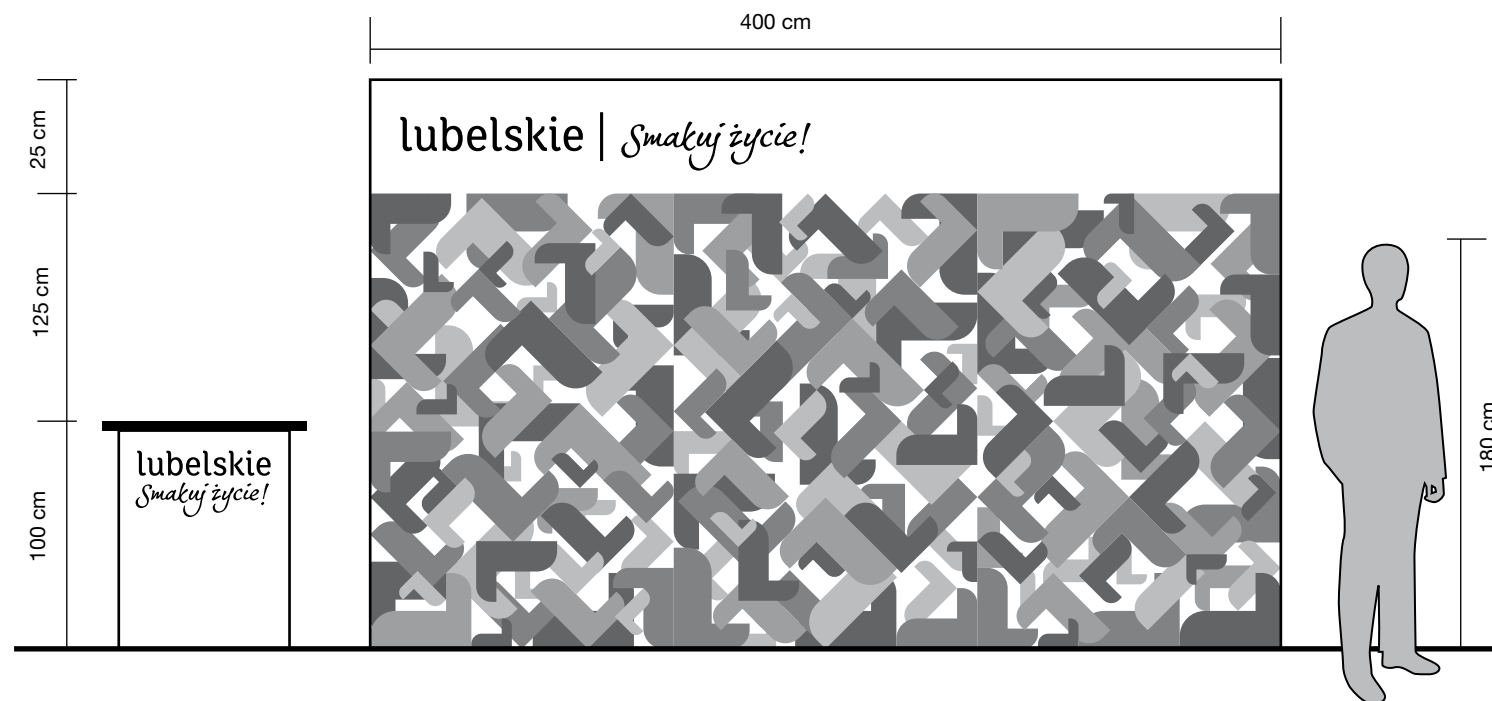
5. Stojak na ulotki

Przykłady



Oznakowanie zewnętrzne i wewnętrzne
6. Ścianka prasowa

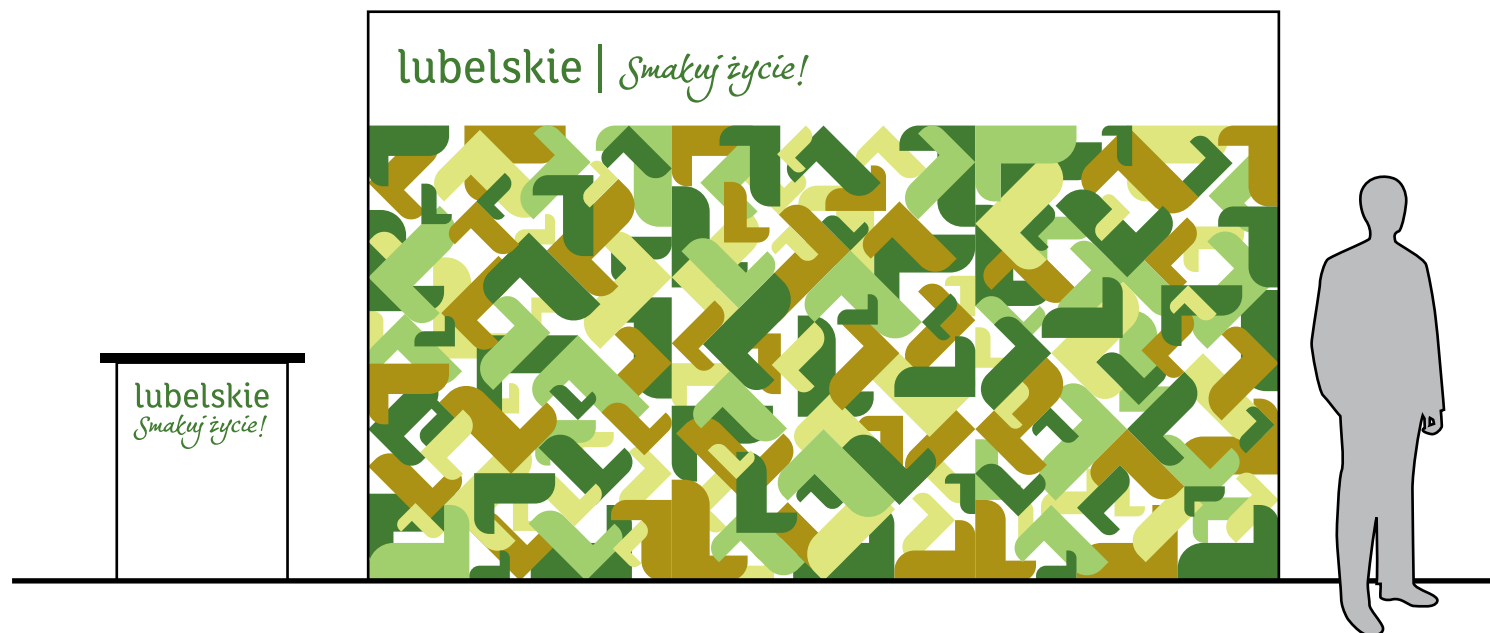
Motywnym dominującym w ściance prasowej jest elkowy wzór, z racji tego faktu logo występuje w wersji uproszczonej.



Oznakowanie zewnętrzne i wewnętrzne

6. Ścianka prasowa Przykłady

W przypadku ścianki rekomenduje się paletę monochromatyczną. Projekt ścianki należy traktować jako przykładowy – ostatecznie jej wygląd powinien być spójny z funkcją i okolicznościami stosowania.



Oznakowanie zewnętrzne i wewnętrzne

7. Stoisko wystawiennicze

Stoisko typu „wyspa” zostało zaprojektowane tak, by uwzględniać jak najlepszą komunikację i kontakt z osobami zwiedzającymi targi. Mamy więc do dyspozycji dwa kontuary, które mogą być poświęcone dowolnego typu działaniom promocyjnym. Projekt uwzględnia obecność zaplecza, w którym można składować rzeczy niezbędne w organizacji stoiska. Dodatkowa przestrzeń na materiały drukowane, gadżety itp. znajduje się pod ladami.

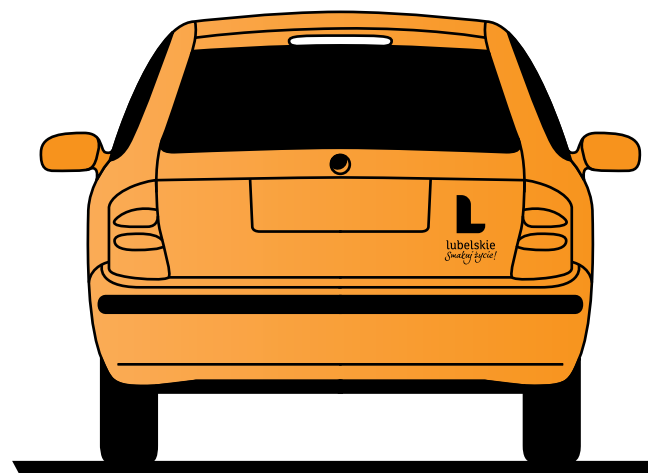
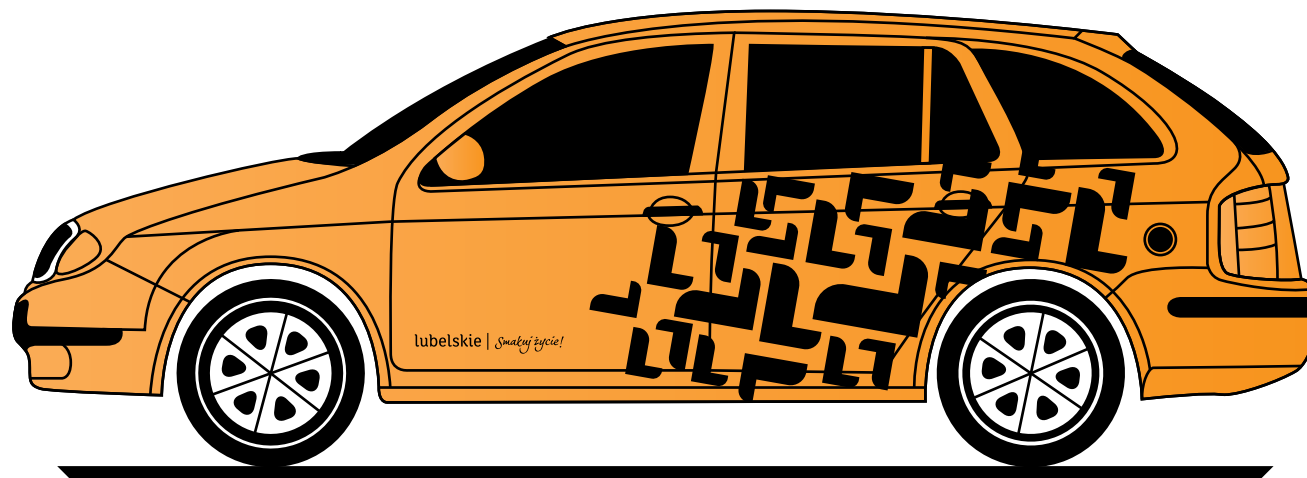
Nowe logo oraz inne pochodne elementy wprowadzono do projektu konsekwentnie, zachowując maksymalną prostotę i równowagę pomiędzy logo, elkowym wzorem i tłami fotograficznymi. Jeżeli chodzi o dobór fotografii to powinien to być dobór reprezentacyjny, tak by maksymalnie eksponować walory Województwa. Kluczowym elementem, dzięki któremu stoisko będzie widoczne z daleka jest jego górna część, składająca się z sześciennych modułów, zadrukowanych przemiennie: logo/fotka.



Oznakowanie zewnętrzne i wewnętrzne

8. Oznakowania na środkach transportu

Oznakowanie indywidualnych pojazdów powinno być dostosowane do konkretnego modelu samochodu. W przykładowych projektach zastosowano elkowy wzór w wersji uproszczonej.



1. Poligrafia promocyjna	
<i>Kalendarz</i>	103
<i>Notesy</i>	104
<i>Papier opakunkowy</i>	105
2. Gadżety	
<i>T-shirty</i>	106
<i>Krawat</i>	107
<i>Czapka</i>	108
<i>Kubek w opakowaniu</i>	109
<i>Filiżanka w opakowaniu</i>	110
<i>Torby i reklamówki</i>	111
<i>Znaczkki, buttony</i>	112
<i>Zegar</i>	113
<i>Smycz</i>	114
<i>Parasol</i>	115
<i>Pióro</i>	116
<i>Długopis</i>	117
<i>Podkładka pod mysz</i>	118

Materiały promocyjne

1. Poligrafia promocyjna
Kalendarz

Pliki źródłowe przykładowego kalendarza oraz wszystkie inne elementy niezbędne do projektowania nowych wersji można znaleźć na płycie dołączonej do podręcznika. Przed wykonaniem projektu wstępnego podwykonawca powinien zapoznać się z zasadami SIW opisanymi w podręczniku.



Materiały promocyjne

1. Poligrafia promocyjna Notesy

Pliki źródłowe przykładowych notesów oraz wszystkie inne elementy niezbędne do projektowania nowych wersji można znaleźć na płycie dołączonej do podręcznika. Przed wykonaniem projektu wstępnego podwykonawca powinien zapoznać się z zasadami SIW opisanymi w podręczniku.



Materiały promocyjne

1. Poligrafia promocyjna
Papier opakunkowy

Papier zaprojektowano na bazie elkowego wzoru. Należy pamiętać, by przy zamawianiu większej ilości papieru wybierać eko-dostawców. Pliki źródłowe, niezbędne do projektowania różnych wersji kolorystycznych papieru opakunkowego, można znaleźć na płycie dołączonej do podręcznika. Przed wykonaniem projektu wstępnego podwykonawca powinien zapoznać się z zasadami SIW opisanymi w podręczniku.



Materiały promocyjne

2. Gadżety T-shirty

Pliki źródłowe przykładowych podkoszulków oraz wszystkie inne elementy niezbędne do projektowania nowych wersji można znaleźć na płycie dołączonej do podręcznika. Przed wykonaniem projektu wstępnego podwykonawca powinien zapoznać się z zasadami SIW opisanymi w podręczniku.



Materiały promocyjne

2. Gadżety Krawat

Pliki źródłowe przykładowych krawatów można znaleźć na płycie dołączonej do podręcznika. Wzór z krawata można zastosować na dowolnym materiale (tkaninie), na przykład na apaszcze. Przed wykonaniem projektu wstępnego podwykonawca powinien zapoznać się z zasadami SIW opisanymi w podręczniku.



Materiały promocyjne

- Gadżety
- Czapka

Plik źródłowy do projektu czapki można znaleźć na płycie dołączonej do podręcznika. Projekt ma charakter przykładowy. Docelowy projekt należy uzgodnić z wykonawcą w oparciu o dostępne rozwiązania. Przed wykonaniem projektu wstępnego podwykonawca powinien zapoznać się z zasadami SIW opisanymi w podręczniku. Teoretycznie, na podstawie źródeł, każdy podwykonawca, dysponujący odpowiednim oprogramowaniem, może samodzielnie zaproponować różnorodne warianty kolorystyczne i tematyczne czapki z logo i symbolem.



Materiały promocyjne

2. Gadżety

Kubek w opakowaniu

Plik źródłowy do projektu kubka można znaleźć na płycie dołączonej do podręcznika. Projekt opakowania ma charakter przykładowy. Docelową formę wykrojnika należy uzgodnić z wykonawcą w oparciu o dostępne rozwiązania. Wszelkie pliki niezbędne do wykonania sztancy do wycinania lub tłoczenia dostępne są wśród źródeł na płycie. Przed wykonaniem projektu wstępnego podwykonawca powinien zapoznać się z zasadami SIW opisanymi w podręczniku.



Materiały promocyjne

2. Gadżety

Filizanka w opakowaniu

Zasady - jak w przypadku kubka. Przed wykonaniem projektu wstępnego podwykonawca powinien zapoznać się z zasadami SIW opisanymi w podręczniku.



Materiały promocyjne

2. Gadżety

Torby i reklamówki

Projekty mają charakter przykładowy i nie uwzględniają docelowych wymiarów (i wykrojnika) produktu. Pliki źródłowe mogące posłużyć przy projekcie torby znajdują się na płycie dołączonej do podręcznika. Zaleca się dobór produktów bazujących na ekologicznych surowcach wysokiej jakości. Przed wykonaniem projektu wstępnego podwykonawca powinien zapoznać się z zasadami SIW opisanymi w podręczniku.



Materiały promocyjne

2. Gadżety Znaczkki - buttony



Pliki źródłowe przykładowych buttonów (tych konkretnych) oraz wszystkie inne elementy niezbędne do projektowania nowych wersji można znaleźć na płycie dołączonej do podręcznika. Przed wykonaniem projektu wstępnego podwykonawca powinien zapoznać się z zasadami SIW opisanymi w podręczniku.

Materiały promocyjne

- Gadżety
- Zegar

Projekt ma charakter przykładowy i nie uwzględnia docelowych ograniczeń technicznych związanych z produkcją. Plik źródłowy, mogący posłużyć przy projekcie zegara w tej wersji (oraz inne, na podstawie których można zaprojektować alternatywne wersje), znajduje się na płycie dołączonej do podręcznika. Przed wykonaniem projektu wstępnego podwykonawca powinien zapoznać się z zasadami SIW opisanymi w podręczniku.



Materiały promocyjne

2. Gadżety Smycz

Projekt ma charakter przykładowy i nie uwzględnia docelowych technicznych ograniczeń związanych z produkcją. Pliki źródłowe mogące posłużyć przy projekcie smyczy znajdują się na płycie dołączonej do podręcznika. Przed wykonaniem projektu wstępnego podwykonawca powinien zapoznać się z zasadami SIW opisanymi w podręczniku.



Materiały promocyjne

2. Gadżety Parasol

W przypadku gadżetów, które mają sprawdzić się „w każdych warunkach” warto zainwestować w jakość. Parasole „jednorazowe” się nie opłacają. Projekt ma charakter przykładowy i nie uwzględnia docelowych technicznych ograniczeń związanych z produkcją. Pliki źródłowe mogące posłużyć przy projekcie parasola znajdują się na płycie dołączonej do podręcznika. Przed wykonaniem projektu wstępnego podwykonawca powinien zapoznać się z zasadami SIW opisanymi w podręczniku.



Materiały promocyjne

2. Gadżety Pióro

Projekt ma charakter przykładowy i nie uwzględnia docelowych technicznych ograniczeń związanych z produkcją. Pliki źródłowe mogące posłużyć przy projekcie pióra znajdują się na płycie dołączonej do podręcznika. Przed wykonaniem projektu wstępnego podwykonawca powinien zapoznać się z zasadami SIW opisanymi w podręczniku.



Materiały promocyjne

2. Gadżety Długopis

Projekt ma charakter przykładowy i nie uwzględnia docelowych technicznych ograniczeń związanych z produkcją. Pliki źródłowe mogące posłużyć przy projekcie długopisu (i innych drobnych materiałów biurowych) znajdują się na płycie dołączonej do podręcznika. Przed wykonaniem projektu wstępnego podwykonawca powinien zapoznać się z zasadami SIW opisanymi w podręczniku.



Materiały promocyjne

2. Gadżety

Podkładka pod mysz

Projekt ma charakter przykładowy i nie uwzględnia docelowych technicznych ograniczeń związanych z produkcją. Pliki źródłowe mogące posłużyć przy projekcie podkładki pod mysz znajdują się na płycie dołączonej do podręcznika. Przed wykonaniem projektu wstępnego podwykonawca powinien zapoznać się z zasadami SIW opisanymi w podręczniku.



Aneks: Elki specjalne

1. Lubelskie Ekopolis	120
2. Marka Lubelskie	122
3. LROT	124
4. Ambasador Województwa Lubelskiego	126
5. Biuro Regionalne w Brukseli	128

Elki specjalne

1. Lubelskie Ekopolis



Elki specjalne

1. Lubelskie Ekopolis



1 C:65 M:10 Y:100 K:0
R:150 G:200 B:60



2 C:100 M:25 Y:100 K:25
R:55 G:145 B:70



Elki specjalne

2. Marka Lubelskie



Elki specjalne

2. Marka Lubelskie



1 C:0 M:100 Y:50 K:0
R:240 G:20 B:90

2 C:15 M:100 Y:60 K:15
R:180 G:25 B:70



Elki specjalne




4. Ambasador Województwa Lubelskiego



Elki specjalne

4. Ambasador Województwa Lubelskiego



	1	C:25 M:100 Y:0 K:0 R:190 G:25 B:140
	2	C:50 M:100 Y:0 K:0 R:145 G:40 B:145
	3	C:75 M:100 Y:0 K:0 R:100 G:45 B:145



Elki specjalne





5. Biuro Regionalne w Brukseli



Elki specjalne

5. Biuro Regionalne w Brukseli



	1	C:100 M:25 Y:0 K:0 R:0 G:145 B:215
	2	C:100 M:75 Y:0 K:0 R:0 G:85 B:165
	3	C:0 M:25 Y:100 K:0 R:255 G:195 B:15
	4	C:0 M:50 Y:100 K:0 R:250 G:150 B:30



