

Załącznik nr 1

do Uchwały nr 113/2540/12

Zarządu Województwa Podkarpackiego

w Rzeszowie

z dnia 31 stycznia 2012 r.

Księga marki województwa podkarpackiego

- aktualizacja listopad 2011

spis rozdziałów

1. znak marki
2. kolorystyka marki
3. zalecane wielkości minimalne i zastosowania niedopuszczalne
4. typografia marki
5. zasada współwystępowania symboli na formatach
6. druki urzędowe
7. druki promocyjne
8. oznakowania promocyjne
9. komunikaty werbalne

1.0

znak marki



1.1

forma podstawowa

Znak Marki Podkarpackie to podstawowa forma identyfikacji wizualnej, budująca – wraz z kanałem komunikacji wspomagającej (działania promocyjne i reklamowe) – wizerunek marki zgodnie z przyjętą strategią. Znak graficzny jednoznacznie nawiązuje do podkarpackiego krajobrazu, natomiast obecna w nim strzałka do samolotu. Zielony element przypomina przyrodę bieszczadzkich połonin. Kolor niebieski symbolizuje ślad pozostawiany na niebie przez samolot, nawiązuje do powietrza i wolności. Grafika pokazuje symbiozę nowoczesnej technologii z przyrodą. Znak jest lekki oraz dynamiczny, font czerpie z motywów ludowych.

1.2

forma podstawowa z hasłem

Znak może występować
w formie podstawowej bez
hasła, bądź z hasłem
„przestrzeń otwarta” w ściśle
określonych proporcjach.



1.3

forma pozioma



System Jednolitej
Identyfikacji Wizualnej Marki
Podkarpackie dopuszcza
stosowanie poziomego
układu symbolu.
Jest to forma uzupełniająca.



1.4

element ozdobny dwuczęściowy

Może być stosowany bez znaku – samodzielnie, w określonych sytuacjach jako ozdobnik, bądź wówczas, gdy w jego pobliżu występuje pełna wersja znaku – wtedy pełni funkcję uzupełniającą. Najczęściej stosowany na drukach firmowych i materiałach promocyjnych. Element ozdobny może być skalowany wyłącznie proporcjonalnie, zaś jego umiejscowienie nie jest ściśle określone, choć najczęściej znajduje się na dole strony, w prawym rogu.

W zależności od projektu i płaszczyzny – może być pokazany w całości, lub z przyciętymi bokami i/lub dołem.

Dopuszczalne są wszystkie wersje kolorystyczne obowiązujące dla znaku marki.



1.4.1

element ozdobny trzyczęściowy




Do szczególnych zastosowań, kiedy element graficzny dwuczęściowy nie jest odpowiednią formą w danym projekcie, dopuszczalne jest stosowanie elementu ozdobnego "trzyczęściowego" w formach zaprezentowanych obok lub ich fragmentach. Nie jest on dosłownym cytatem ze znaku marki, zatem należy się posługiwać wzorcem cyfrowym. Element ten może być skalowany wyłącznie proporcjonalnie. Dopuszczalne są wszystkie wersje kolorystyczne obowiązujące dla znaku marki.

1.5

siatka modułowa

Siatka modułowa określa podstawowe proporcje i wielkości w budowie znaku. Stosowana jest w przypadku odwzorowania znaku marki na powierzchniach wielkoformatowych, gdzie zastosowanie wzorca elektronicznego jest niemożliwe. Modułem konstrukcyjnym jest kwadrat o boku równym wysokości liter w słowie „PODKARPACKIE”.



 - moduł konstrukcyjny
kwadrat o boku równym wysokości słowa „PODKARPACKIE”

1.6

pole ochronne

Pole ochronne definiuje minimalny obszar wokół znaku, w którym nie powinna pojawić się żadna obca forma, zarówno graficzna, jak i tekstowa. Wyznacza także zalecaną minimalną odległość znaku od krawędzi płaszczyzny, na której jest on umieszczony.

Pole ochronne znaku wynosi 2 x moduł konstrukcyjny.



konstrukcja pola ochronnego znaku



przykład poprawnego zastosowania pola ochronnego

2.0

**kolorystyka
marki**

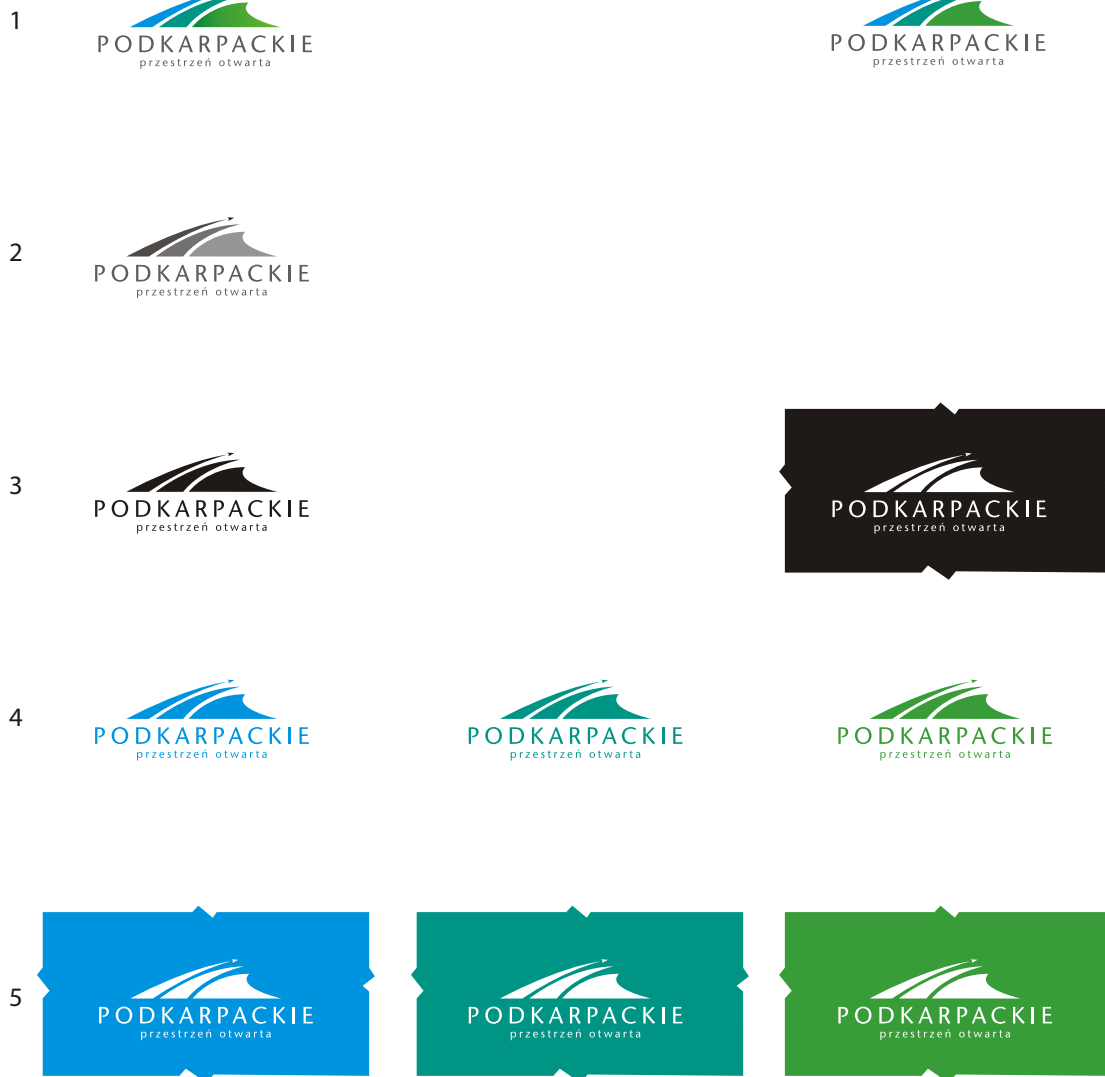
2.1

dopuszczalne wersje kolorystyczne

Znak marki Podkarpackie może występować w następujących wariantach kolorystycznych:

1. wersja podstawowa barwna z gradientem lub bez (w sytuacjach wyjątkowych, wykluczających z powodów technicznych zastosowanie gradientu),
 2. odcienie szarości,
 3. wersja monochromatyczna czarna i biała,
 4. wersje w jednym z kolorów firmowych,
 5. wersja odwrócona - biała na tle firmowym.
- Występuje także wersja achromatyczna (grawer, tłoczenie).

Doboru wersji znaku do tła należy dokonywać zgodnie z regułą wskazaną w księdze, na stronie „stosowanie znaku na tłach”.



2.2

sposób wyznaczenia koloru z gradientu

W wersji podstawowej znaku, prawy, zielony element godła posiada wypełnienie tonalne. Dla zastosowań wykluczających ze względów technicznych (rozmiar, technika reprodukcji, podłoże itp.) użycie pełnej wersji podstawowej, opracowano wariant pełnokolorowy z wypełnieniem tego elementu jedną barwą. Jest ona odpowiednikiem średniego koloru wypełnienia tonalnego. Ten kolor jest również obowiązujący zawsze dla wersji monochromatycznej, zielonej.




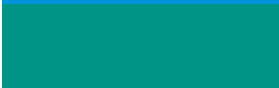



C	70
M	10
Y	100
K	0
	↓
C	90
M	20
Y	100
K	0
	↓
	50
	0
	100
	0

2.3





kolorystyka marki

Na stronie podano kolorystykę obowiązującą w symbolice marki Podkarpackie w modelach kolorów CMYK i Pantone. W przypadku konieczności użycia modeli innych niż podane w tabeli - kolory należy dobierać metodą porównawczą w oparciu o model Pantone.



	C; M; Y; K	Pantone
	100; 0; 0; 0	Process Cyan C
	100; 0; 55; 0	3285 C
	90; 20; 100; 0 → 50; 0; 100; 0 Gradient liniowy symetryczny	nie dotyczy
	70; 10; 100; 0	362 C
	0; 0; 0; 70	Cool Gray 10 C



	% czerni
	80
	60
	40
	70

2.4

stosowanie znaku na tłach

Tłem podstawowym, na którym należy stosować znak marki Podkarpackie jest pole białe. Znak w wersji podstawowej można również używać na innych tłach, o ile są one na tyle jasne, iż pozwalają na uzyskanie właściwego kontrastu i czytelności wszystkich elementów znaku /1/.

W przypadku konieczności zastosowania znaku na jednym z kolorów firmowych (w tym 70% szarości) lub innym ciemnym, należy posługiwać się wersją monochromatyczną, białą lub w jednym z kolorów firmowych o ile pozwala to zachować czytelność i kontrast /2,3,4/.

W sytuacji kiedy tło jest ciemne, w kolorze firmowym lub niejednolite, a użycie wersji pełnokolorowej jest z pewnych względów konieczne - wówczas należy wykorzystać wersję „button” /5/.

W przypadku konieczności użycia znaku na tle fotografii dopuszczalne jest zastosowanie miejscowego rozjaśnienia np. w kształcie elementu ozdobnego, wskazanego w księdze lub miejscowego rozjaśnienia w innym kształcie /6/.

1



2



3



4



5



6



2.5

wersja „button”

Dla zastosowań specjalnych (naklejki, klipsy, kapsle, itp.), a także do użycia znaku marki w wersji podstawowej na tłach innych niż białe i kolory firmowe, niejednorodnych kolorystycznie i fotografiach, formą właściwą jest wersja „button” zaprezentowana na stronie obok. Obrys wokół białego tła występuje wyłącznie wówczas kiedy znak musi być użyty na białym tle i nie został zastosowany inny zabieg (np. cień), dla zaznaczenia kształtu koła.



3.0

**zalecane
minimalne
wielkości
i zastosowania
nieopuszczalne**

3.1

zalecane minimalne wielkości

Minimalną wielkość określa wysokość słowa „PODKARPACKIE” – nie powinna ona być mniejsza niż 2,5 mm dla wersji z hasłem i 2 mm dla wersji bez hasła. Użycie znaków mniejszych niż podane może spowodować utratę ich czytelności.

W wyjątkowych przypadkach, po konsultacji z wykonawcą, dopuszczalne jest użycie znaków w mniejszym rozmiarze, o ile nie spowoduje to deformacji któregoś z elementów.



3.2

zastosowania nie dopuszczalne

System Identyfikacji
Wizualnej Marki
Podkarpackie nie dopuszcza
stosowania znaku w innych
barwach niż przedstawione
w rozdziale Kolorystyka oraz
nieproporcjonalnego
skalowania, zmian
wzajemnego usytuowania
elementów składowych, jak
również wszystkich innych
modyfikacji, które nie są
zawarte w niniejszej księdze
jako dozwolone.

Zmiana wzajemnego położenia
i proporcji elementów składowych znaku



Nieproporcjonalne skalowanie



Niedopuszczalna zmiana kolorystyki



Niedopuszczalne zestawienie logo
z ciemnym tłem.



4.0

**typografia
marki**

Myriad Pro

ABCDEFGHIJKLŁ
MNOÓPRSTUWXYZ

abcdefghijklł
mnoóprstuvwxyz

Trebuchet MS

ABCDEFGHIJKLŁ
MNOÓPRSTUWXYZ

abcdefghijklł
mnoóprstuvwxyz

Arial

ABCDEFGHIJKLŁ
MNOÓPRSTUWXYZ

abcdefghijklł
mnoóprstuvwxyz

typografia

Do stosowania w drukach promocyjnych oraz materiałach reklamowych zalecane są fonty z rodziny Myriad Pro.

Do zapisu hasła „przestrzeń otwarta” został użyty font Myriad Pro w wersji Regular.

Dla tekstów zamieszczanych w internecie rekomendujemy zastosowanie fontu Trebuchet MS.

Do redagowania dokumentów i pism, zalecanym fontem jest Arial.

Obok pokazano wersje podstawowe wymienionych fontów.

5.0

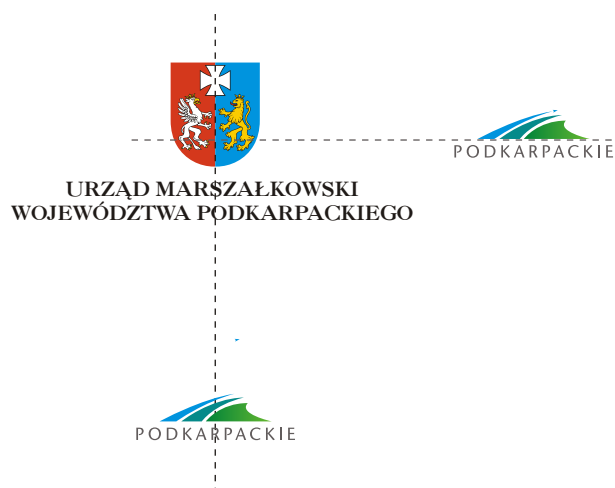
**zasada
współwystępowania
symboli
na formatach**

5.1

zasada współwystępowania symboli na drukach urzędowych

Symbolami województwa zgodnie z jego statutem są herb, flaga i pieczęć. Dlatego głównym symbolem umieszczanym na formatach będących podstawą tworzenia urzędowych dokumentów jest herb województwa. Znak marki Podkarpackie, pełni funkcję promocyjną i powinien być umieszczany jako element towarzyszący. Ogólna zasada tworzenia papierów firmowych i innych blankietów poszczególnych szczebli urzędu powinna zatem opierać się o następujący schemat:

1. Dokumenty statutowych organów województwa (w tym imienne, Marszałka, Wicemarszałków, Przewodniczącego Sejmiku, Członków Zarządu) w nagłówku posiadają herb województwa oraz nazwę stanowiska i imię i nazwisko, zaś u dołu nad stopką adresową, mniejsze, w podstawowej wersji logo promocyjne. Na formatach wykorzystywanych przez poszczególne departamenty, w nagłówku umieszczany jest herb zgodnie z jego standaryzacją i napis Urząd Marszałkowski Województwa Podkarpackiego, zaś u dołu nad stopką adresową znak promocyjny w wersji podstawowej.



5.2

zasada współwystępowania symboli na drukach urzędowych

2. W uzasadnionych przypadkach, znakowi marki mogą towarzyszyć symbole związane z programami UE, przy zachowaniu ogólnych zasad stosowania tych symboli.

3. W innych wydawnictwach niż oficjalne dokumenty urzędowe, np. wydawnictwach promocyjnych i informacyjnych, tablicach itp., jeżeli muszą znaleźć się oba symbole, należy kierować się jedną z dwóch reguł:

- 1) znak główny (w zależności od wydawnictwa, może to być herb lub znak marki) występuje w części bardziej eksponowanej i w wersji barwnej. Drugi wówczas staje się elementem towarzyszącym i umieszczany jest w wersji monochromatycznej, w odcieniach szarości, jeżeli to możliwe w osi symetrii znaku głównego w układzie pionowym lub w układzie poziomym, wg reguły zaprezentowanej na stronie obok.
- 2) Znak towarzyszący może występować w wersji podstawowej (barwnej) lecz wówczas powinien być eksponowany w mniejszym rozmiarze niż znak główny.

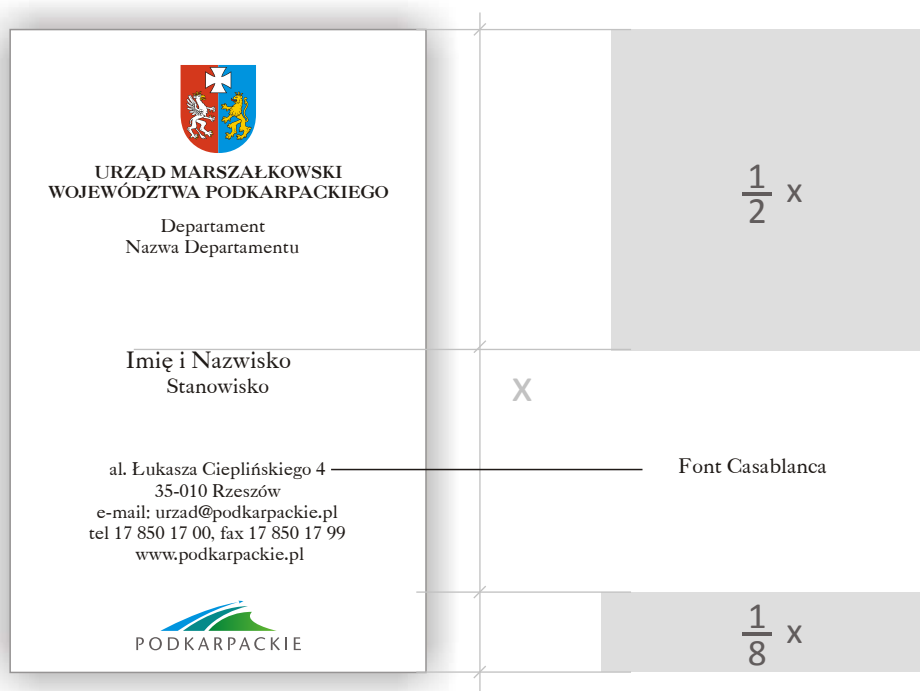


6.0

druki urzędowe

6.1

wizytówki

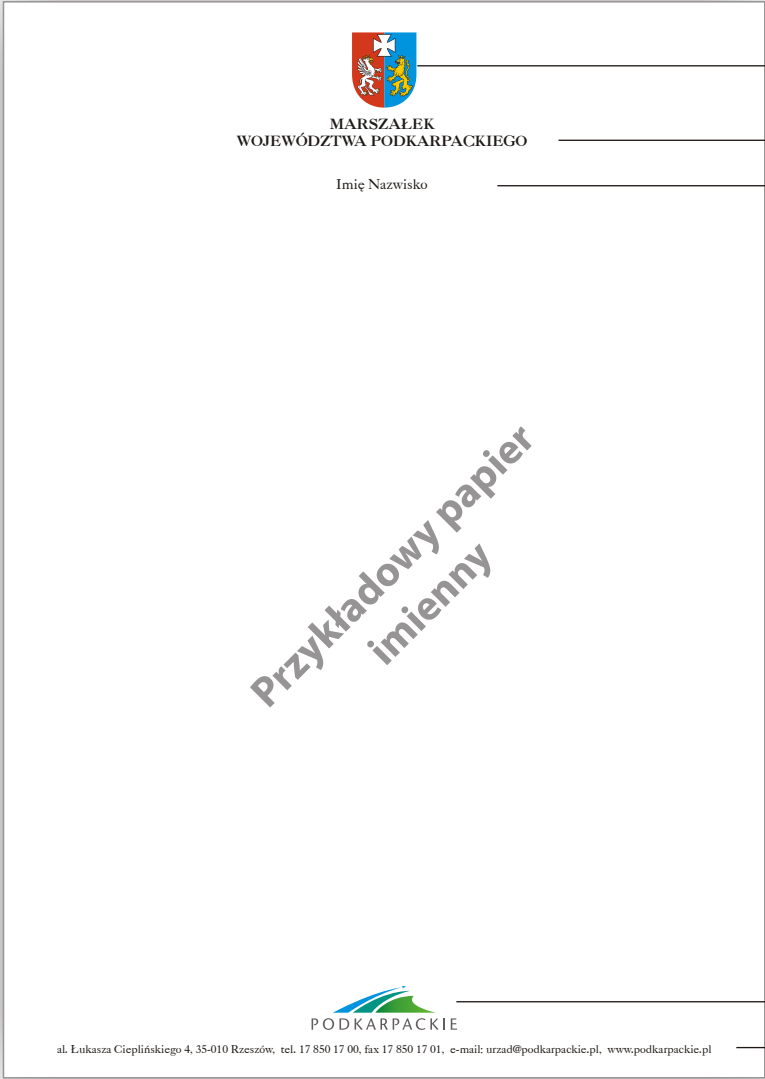


Strona przedstawia
przykładowy projekt
wizytówki.
Format: 85x55 mm,
materiał: biały, matowy
karton 250-350 g/m²

6.2

papiery
urzędowe

Dla celów oficjalnych - dokumenty urzędowe, pisma sygnowane przez organy województwa, decyzje itp. należy stosować wzory papieru z herbem w nagłówku zaprezentowane w niniejszym rozdziale. U góry w osi formatu znajduje się herb województwa podkarpackiego a pod nim nazwa organu lub departamentu Urzędu Marszałkowskiego. U dołu strony - w osi symetrii strony, znajdują się dane teleadresowe, a nad nimi znak marki Podkarpackie w wersji podstawowej. W uzasadnionych przypadkach, znakowi marki mogą towarzyszyć symbole związane z programami UE, przy zachowaniu ogólnych zasad stosowania tych symboli.



stały element - herb województwa

wymiennie umieszczana nazwa nadawcy

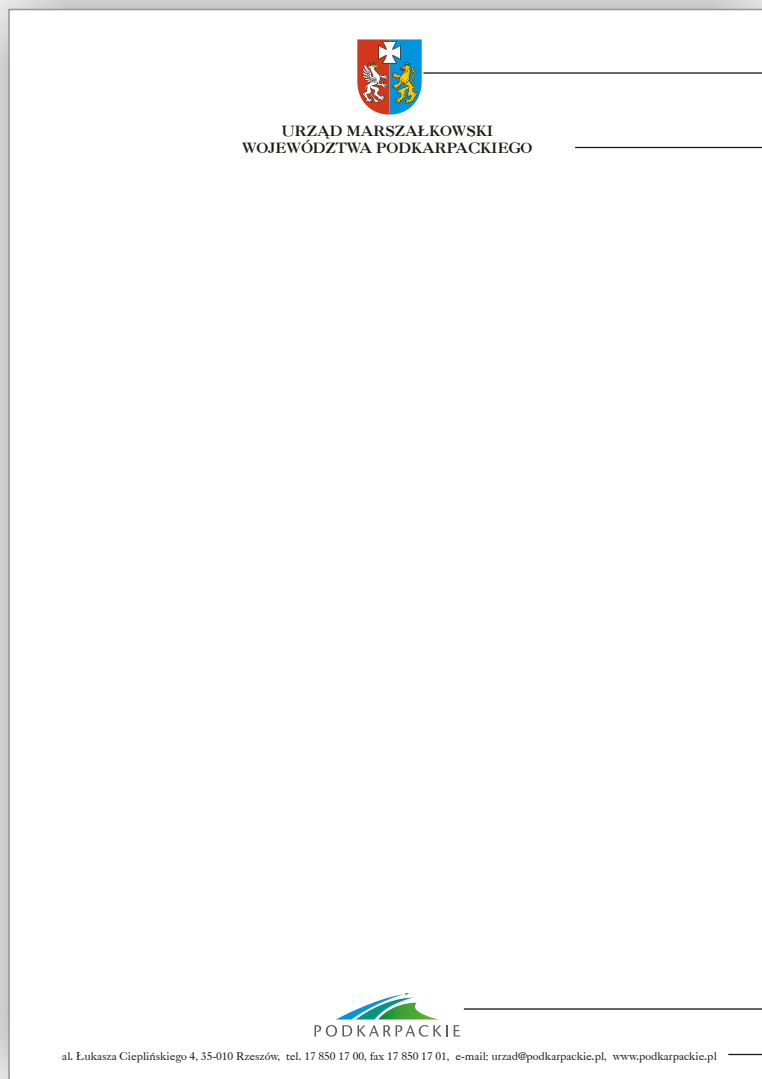
wymiennie umieszczane (lub nieumieszczane) imię i nazwisko

stały element - znak promocyjny

dane teleadresowe (Casablanca)

6.2.1

papiery urzędowe



stały element - herb
województwa

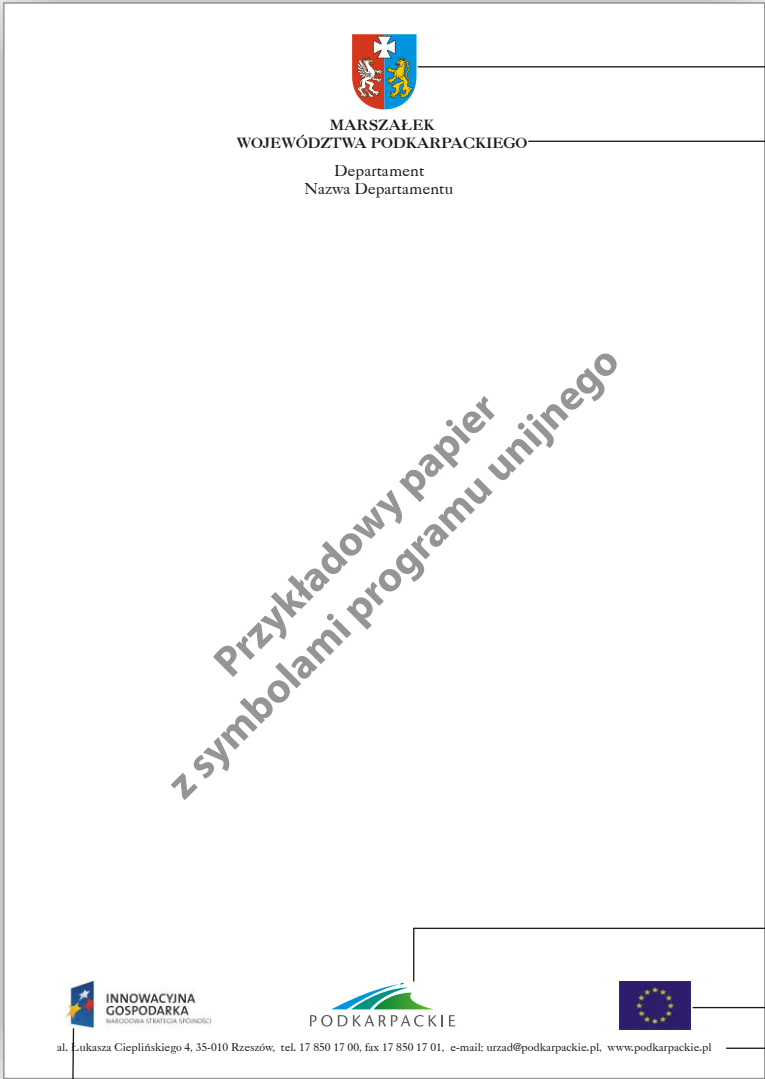
wymiennie umieszczana
nazwa nadawcy

stały element - znak promocyjny

dane teleadresowe (Casablanca)

6.2.2

papiery
urzędowe
z symbolami
unijnymi



stały element - herb
województwa

wymiennie umieszczana
nazwa nadawcy

znak promocyjny

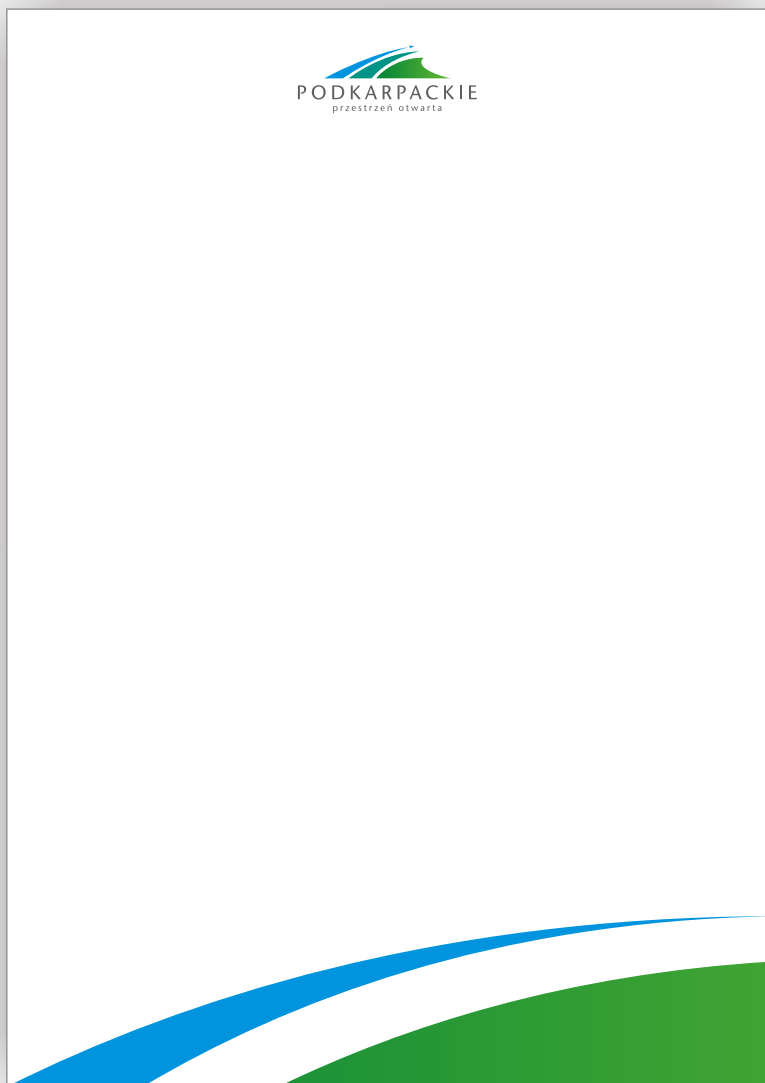
znak UE

dane teleadresowe (Casablanca)

znak programu

6.3

papier ozdobny



Na stronie zaprezentowano wzór papieru ozdobnego do stosowania przez instytucje związane z marką Podkarpackie. Może on być używany w różnych sytuacjach promujących markę, np. jako strony notatnika, ogłoszenie, tekst informacyjny itp.

Uwaga: nie jest to papier używany do druków urzędowych i oficjalnych dokumentów UMWP.

6.4

koperta DL z okienkiem

Strona przedstawia
przykładowy projekt koperty
DL– do przesyłania
korespondencji A4.
Znak należy umieszczać z
zachowaniem jego pola
ochronnego oraz zgodnie
ze wszystkimi zasadami
zawartymi w niniejszej
księdze marki. format:
220x110 mm



6.5

teczka na dokumenty A4

Strona przedstawia przykładowy projekt teczki promocyjnej, służącej do przechowywania dokumentów formatu A4. Znak należy umieszczać z zachowaniem jego pola ochronnego oraz zgodnie ze wszystkimi zasadami zawartymi w niniejszej księdze marki.

Materiał: biały karton – kreda 250-300 g/m² uszlachetniana folią matową.



6.6

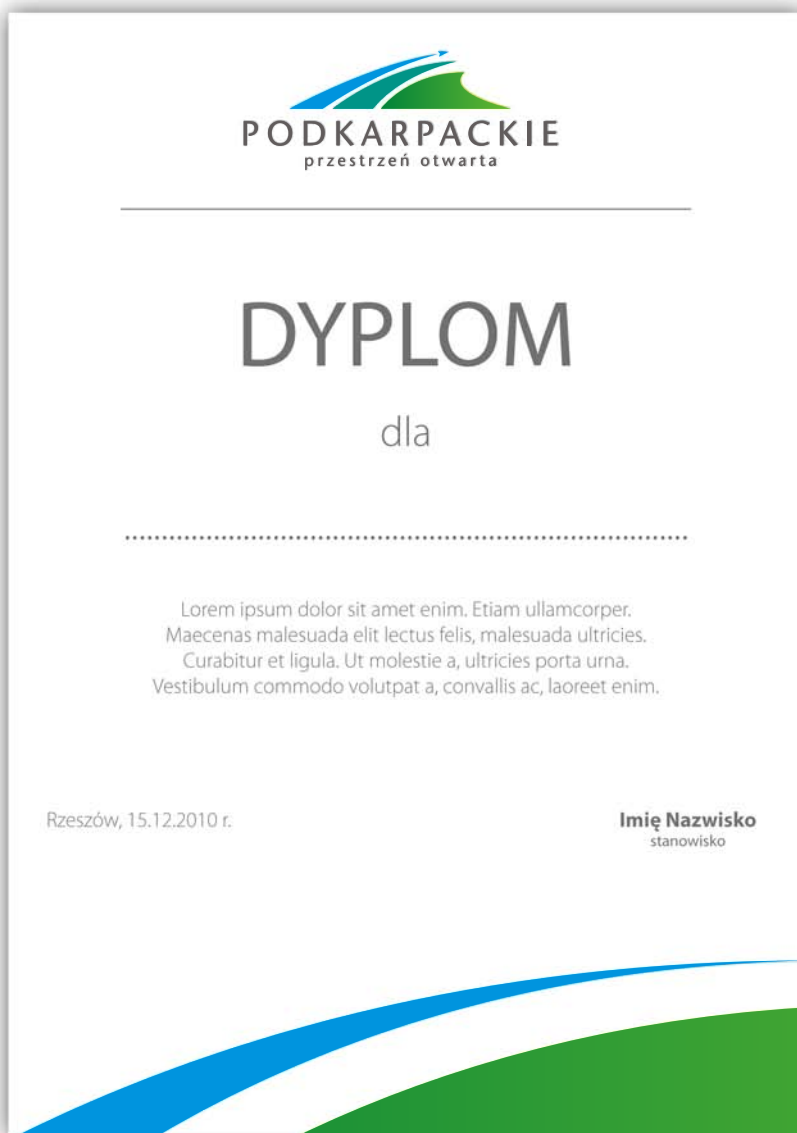
zaproszenie

Strona przedstawia przykładowy projekt zaproszenia. Znak należy umieszczać z zachowaniem jego pola ochronnego oraz zgodnie ze wszystkimi zasadami zawartymi w niniejszej księdze marki.
format: 210x100 mm,
materiał: biały karton – kreda.



6.7

dyplom

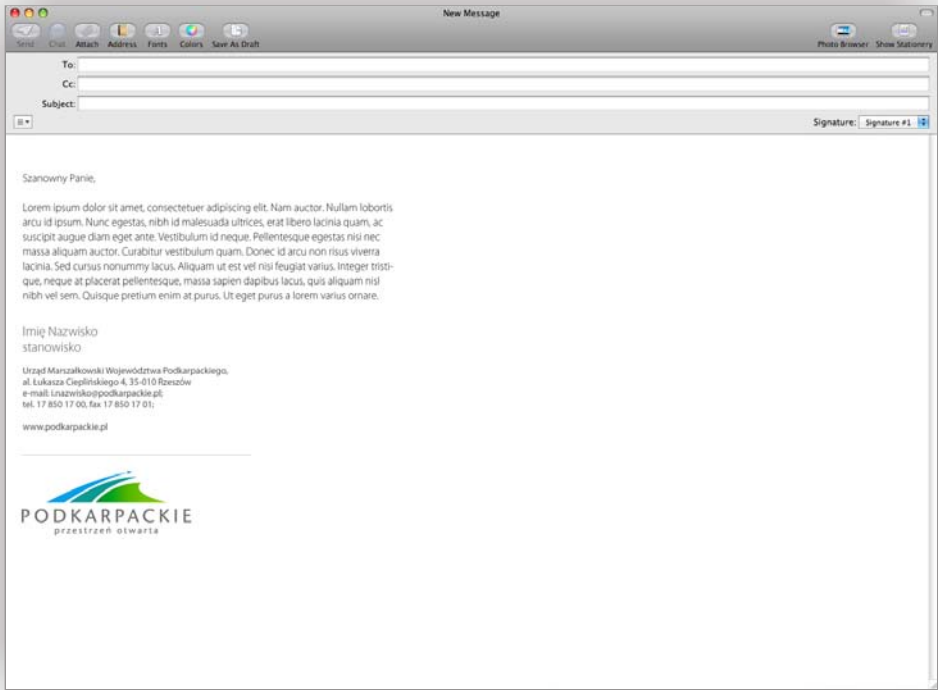


Strona przedstawia przykładowy projekt dyplomu. Znak należy umieszczać z zachowaniem jego pola ochronnego oraz zgodnie ze wszystkimi zasadami zawartymi w niniejszej księdze marki. format: 210x297 mm, materiał: papier ozdobny 150-200 g/m².

6.8

e-mail

Strona przedstawia przykładowy szablon papeterii do korespondencji e-mail. Znak należy umieszczać z zachowaniem jego pola ochronnego oraz zasadami zawartymi w niniejszej księdze marki.



tło do prezentacji PowerPoint

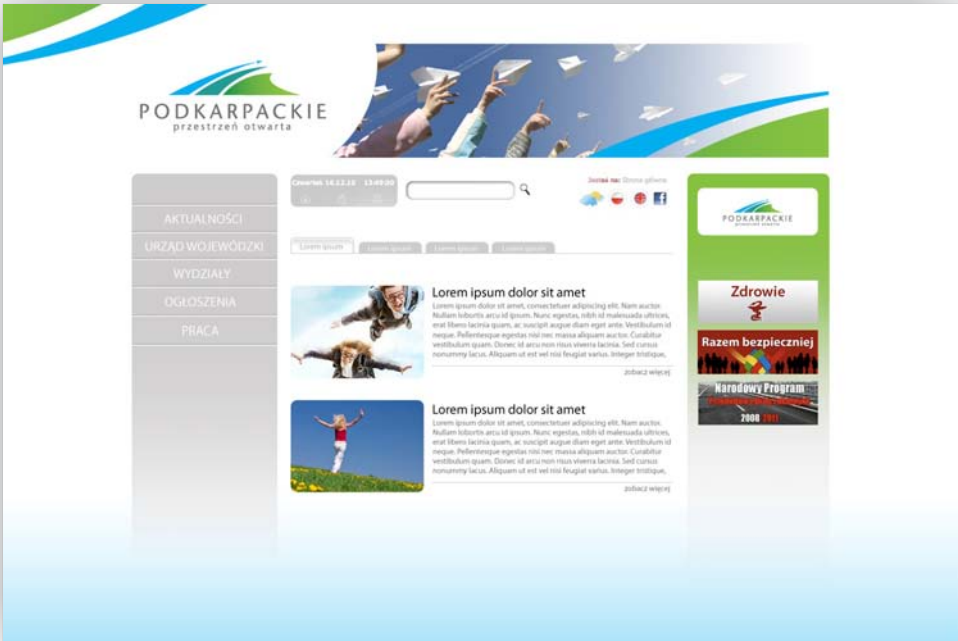
Na karcie przedstawiono zasady tworzenia layoutu slajdu do prezentacji w programie PowerPoint. Znak należy umieszczać z zachowaniem jego pola ochronnego oraz zgodnie ze wszystkimi zasadami zawartymi w niniejszej księdze marki. UWAGA! Zamieszczony w opracowaniu materiał zdjęciowy służy wyłącznie celom edukacyjnym i bez zgody autorów nie może być wykorzystany komercyjnie.



6.10

strona www

Strona przedstawia przykładowy szablon strony www. Znak należy umieszczać z zachowaniem jego pola ochronnego oraz zgodnie ze wszystkimi zasadami zawartymi w niniejszej księdze marki. UWAGA! Zamieszczony w opracowaniu materiał zdjęciowy służy wyłącznie celom edukacyjnym i bez zgody autorów nie może być wykorzystany komercyjnie.



6.11

baner internetowy

Baner internetowy służy do celów promocyjnych. Niniejszy przykład pokazuje użycie poziomego banera internetowego, jego wersja pionowa wymaga odpowiedniej adaptacji kluczowych elementów do układu pionowego. Znak należy umieszczać z zachowaniem jego pola ochronnego oraz zgodnie ze wszystkimi zasadami zawartymi w niniejszej księdze marki. UWAGA! Zamieszczony w opracowaniu materiał zdjęciowy służy wyłącznie celom edukacyjnym i bez zgody autorów nie może być wykorzystany komercyjnie.

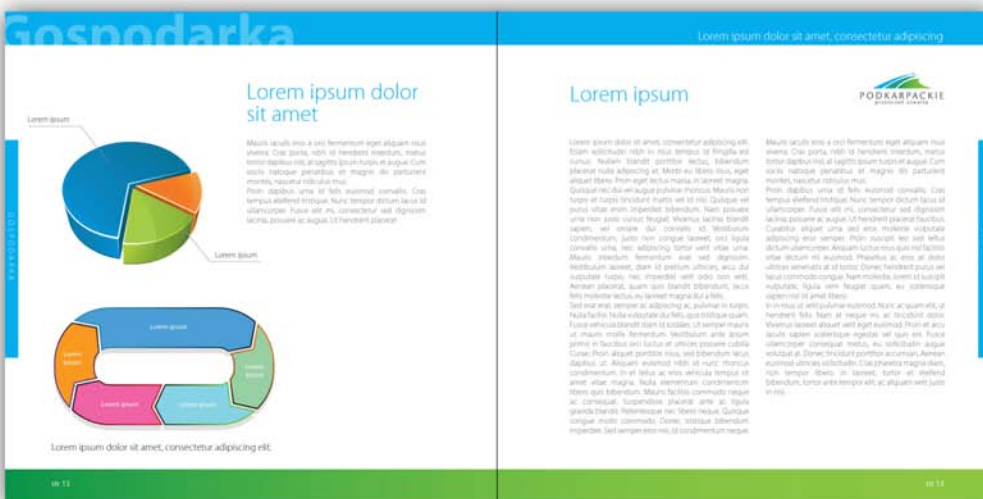


7.0

**druki
promocyjne**

7.1

folder informacyjny



Strona przedstawia przykład folderu informacyjnego – okładkę oraz przykładową stronę wewnętrzną. Znak należy umieszczać z zachowaniem jego pola ochronnego oraz zgodnie ze wszystkimi zasadami zawartymi w niniejszej księdze marki.

Format: 210x210 mm

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

7.2

folder promocyjny

Strona przedstawia przykład folderu promocyjnego – okładkę oraz przykładową stronę wewnętrzną. Znak należy umieszczać z zachowaniem jego pola ochronnego oraz zgodnie ze wszystkimi zasadami zawartymi w niniejszej księdze marki. Format: 210x210 mm. UWAGA! Zamieszczony w opracowaniu materiał zdjęciowy służy wyłącznie celom edukacyjnym i bez zgody autorów nie może być wykorzystany komercyjnie.



>Lorem ipsum dolor sit amet

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nam auctor. Nullam lobortis arcu id ipsum. Nunc egestas, nibh id malesuada ultrices, erat libero lacinia quam, ac suscipit augue diam eget ante. Vestibulum id neque.

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean ultricies sollicitudin ligula, eu porttitor libero ullamcorper at. Maecenas hendrerit pellentesque tempus. In ac ligula lorem, at gravida punis. Nulla lacinia lacus ut mi tempor facilisis. Nam suscipit gravida blandit. Fusce non erat odio, at dignissim diam. Aliquam erat volutpat. Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas. Maecenas blandit fringilla lacinia. Aenean hendrerit velit et lorem dictum vitae adipiscing nisl malesuada. Nam mi libero, laculis sit fringilla id, laculis eu risus. Donec a cursus felis. Integer sit amet diam ac risus consectetur venenatis in in velit. In hac habitasse platea dictumst.

Nunc orci ante, consequat at sagittis a, ultrices ac est. Donec ullamcorper massa ut quam viverra eget commodo odio dictum. Suspendisse tincidunt dolor et nisl tincidunt rhoncus. Nullam rhoncus condimentum augue, tristique dictum elit pharetra nec. Fusce congue venenatis dolor, ut ornare mi venenatis at. Donec ac nulla vitae velit hendrerit cursus. Cras turpis lectus, lobortis vel pharetra ac, rutrum sed nisl. Vestibulum vitae magna in lacus dictum varius sit eget eros. Integer enim leo, scelerisque commodo ultrices ac, volutpat et mi.

PODKARPACKIE
przez zieloną Ojczyznę



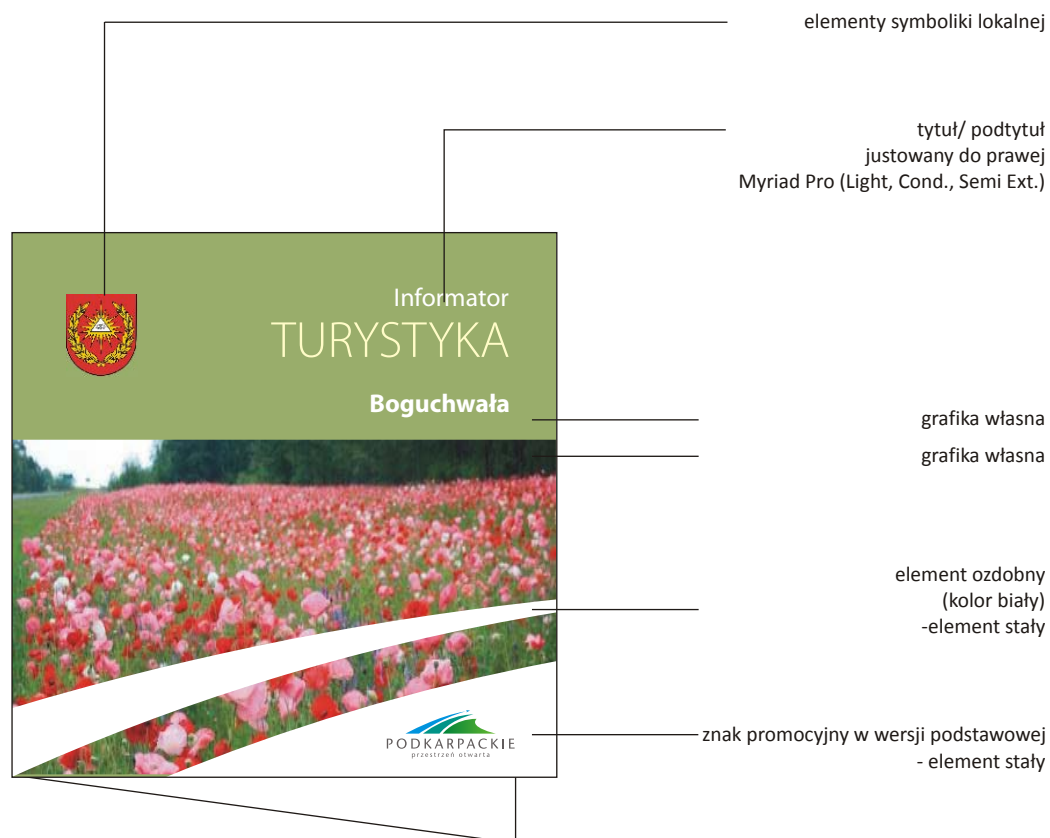
7.3

oznakowanie wydawnictw promocyjnych

formuła bliższa

Reguła ta dotyczy jednostek organizacyjnych Województwa Podkarpackiego, a także wydawnictw promocyjnych szczebla powiatowego i gminnego (plakaty, broszury, ulotki, standy itp.), które mają wchodzić w skład pakietu dystrybuowanego przez Urząd Marszałkowski. Powinny one być zaprojektowane w nawiązaniu do symboliki promocyjnej województwa podkarpackiego według reguły wskazanej obok. Oznakowanie powinno obejmować:

1. Kwadratowy lub zbliżony, format wydawnictwa,
2. umieszczony u dołu, biały element ozdobny,
3. usytuowane na białym elemencie, znak promocyjny,
4. ogólną kolorystykę okładki harmonizującą z kolorystyką znaku promocyjnego,
5. czcionki użyte na okładce - Myriad Pro lub podobne, dające wrażenie lekkości.

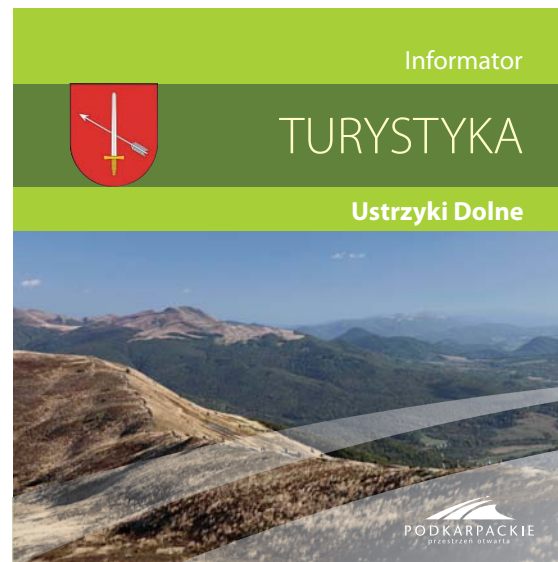
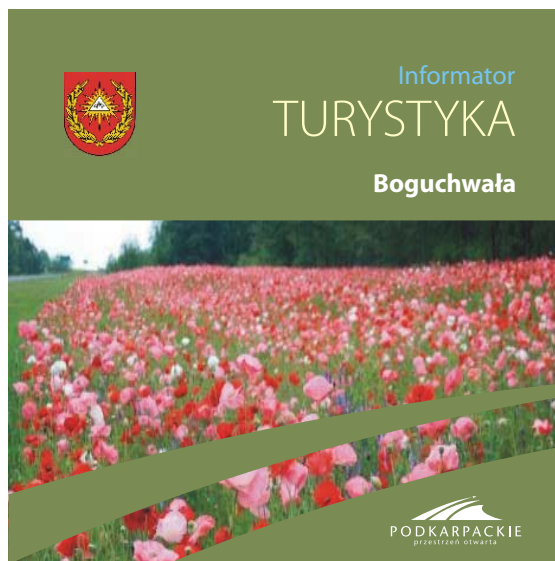


7.3.1

oznakowanie wydawnictw promocyjnych

formuła bliższa - modyfikacja

W sytuacji, kiedy zastosowanie elementu dekoracyjnego w kolorze białym byłoby niekorzystne, np. ze względu na kolorystykę okładki, dopuszcza się użycie ciemniejszych barw oraz zastosowanie znaku marki Podkarpackie w wersji monochromatycznej, wg zasad podanych w księdze. Dopuszczalne jest również zastosowanie miejscowego rozjaśnienia o kształcie elementu ozdobnego lub rozjaśnienia o innym kształcie i użycie znaku w wersji podstawowej lub monochromatycznej, białej. Doboru należy dokonywać z uwzględnieniem zasady kontrastu i czytelności symbolu.



7.3.2

oznakowanie wydawnictw promocyjnych

formuła dalsza



Wydawnictwa promocyjne
szczebla powiatowego
i gminnego (plakaty,
broszury, ulotki, standy itp.),
które mają wchodzić w skład
pakietu dystrybuowanego
przez Urząd Marszałkowski,
a nie mogą być
zaprojektowane wg. reguły
wskazanej na poprzedniej
stronie powinny być
oznakowane znakiem
promocyjnym województwa
podkarpackiego w wersji
„button” według reguły
wskazanej obok.

Oznakowanie powinno
znajdować się u dołu, w osi
symetrii strony tytułowej (w
przypadku ulotek i innych
dwu/czterostronicowych
wydawnictw) oraz na
pierwszej okładce
materiałów o większej
objętości.

Rozmiar oznakowania nie
powinien być mniejszy niż
20% szerokości formatu, na
którym jest umieszczane.

7.4

koncepcja reklamy - stand

Strona przedstawia przykłady standu promocyjnego. Znak należy umieszczać z zachowaniem jego pola ochronnego oraz zgodnie ze wszystkimi zasadami zawartymi w niniejszej księdze marki. format: 800x1800 mm
UWAGA! Zamieszczony w opracowaniu materiał zdjęciowy służy wyłącznie celom edukacyjnym i bez zgody autorów nie może być wykorzystany komercyjnie.



7.5

koncepcja reklamy - plakat

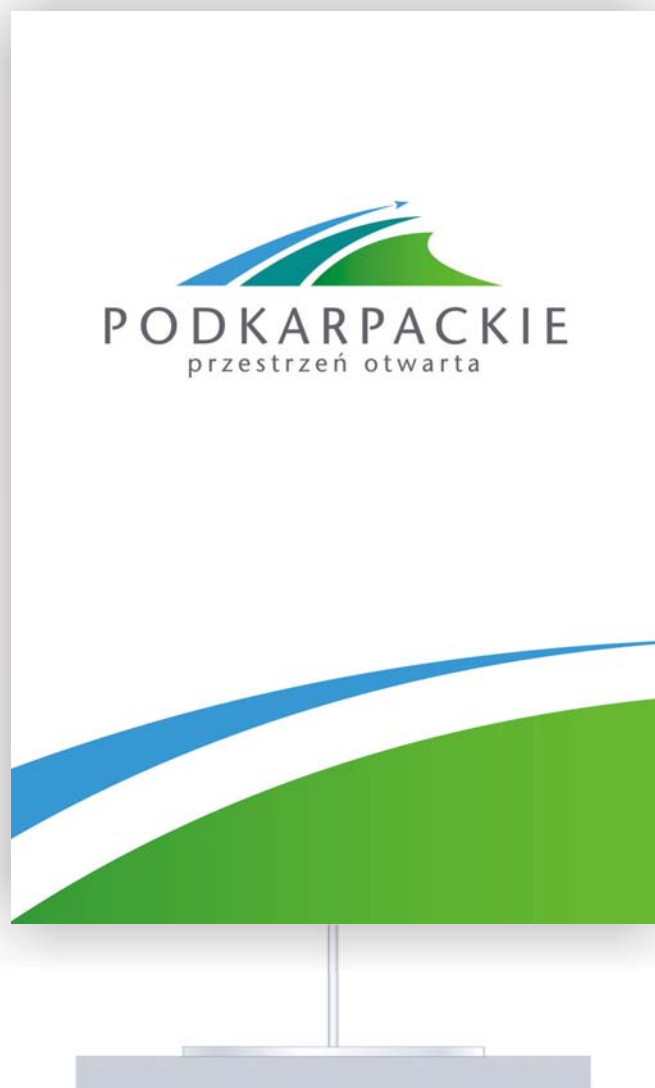


Strona przedstawia przykłady plakatu promocyjnego. Znak należy umieszczać z zachowaniem jego pola ochronnego oraz zgodnie ze wszystkimi zasadami zawartymi w niniejszej księdze marki. format: 297x420 mm UWAGA! Zamieszczony w opracowaniu materiał zdjęciowy służy wyłącznie celom edukacyjnym i bez zgody autorów nie może być wykorzystany komercyjnie.

7.6

roll-up

Strona przedstawia przykład oznakowania typu roll-up. Znak należy umieszczać z zachowaniem jego pola ochronnego oraz zgodnie ze wszystkimi zasadami zawartymi w niniejszej księdze marki. format: 1500x2100 mm, materiał: specjalny materiał 800 g/m²



koncepcja reklamy - billboard



Strona przedstawia przykłady billboardu promocyjnego. Znak należy umieszczać z zachowaniem jego pola ochronnego oraz zgodnie ze wszystkimi zasadami zawartymi w niniejszej księdze marki. format: 6x3 m. UWAGA! Zamieszczony w opracowaniu materiał zdjęciowy służy wyłącznie celom edukacyjnym i bez zgody autorów nie może być wykorzystany komercyjnie.

7.8

reklama prasowa

Strona przedstawia przykład reklamy prasowej. Znak należy umieszczać z zachowaniem jego pola ochronnego oraz zgodnie ze wszystkimi zasadami zawartymi w niniejszej księdze marki.

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



7.9

baner reklamowy

Strona przedstawia przykłady banerów do umieszczenia podczas imprez i wydarzeń. Znak należy umieszczać z zachowaniem jego pola ochronnego oraz zgodnie ze wszystkimi zasadami zawartymi w niniejszej księdze marki. UWAGA! Zamieszczony w opracowaniu materiał zdjęciowy służy wyłącznie celom edukacyjnym i bez zgody autorów nie może być wykorzystany komercyjnie.

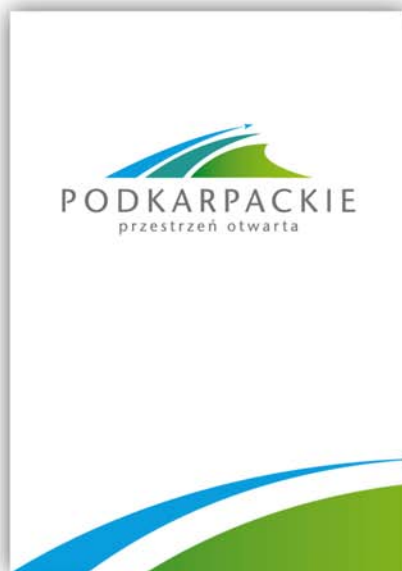


7.10

plansze reklamowe

Strona przedstawia przykłady plansz do umieszczenia podczas imprez i wydarzeń. Znak należy umieszczać z zachowaniem jego pola ochronnego oraz zgodnie ze wszystkimi zasadami zawartymi w niniejszej księdze marki.

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



ogłoszenia prasowe

PODKARPACKIE
przestrzeń otwarta

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing.



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nam vehicula nisl in lacus fringilla varius. Donec et mi ligula, ac scelerisque turpis. Quisque eu metus sed orci commodo volutpat ut id enim. Nam quam metus, congue auctor dictum nec, mollis eget ante. Phasellus nulla mauris, molestie id tempus vitae, tincidunt nec turpis. Nulla sed sodales tortor. Praesent eu dignissim justo. Maecenas laculis nisl a dui dictum posuere. Integer a arcu ac mi malesuada pulvinar. Duis mollis quam in mauris accumsan ullamcorper. Donec vitae nibh nec turpis gravida consectetur vel at elit. Mauris sed nulla dolor. Nulla sed sodales tortor. Praesent eu dignissim justo. Maecenas laculis nisl a dui dictum posuere. Integer a arcu ac mi malesuada pulvinar. Duis mollis quam in mauris accumsan ullamcorper. Donec vitae nibh nec turpis gravida consectetur vel at elit. Mauris sed nulla dolor.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nam vehicula nisl in lacus fringilla varius. Donec et mi ligula, ac scelerisque turpis. Quisque eu metus sed orci commodo volutpat ut id enim. Nam quam metus, congue auctor dictum nec, mollis eget ante. Phasellus nulla mauris, molestie id tempus vitae, tincidunt nec turpis. Nulla sed sodales tortor. Praesent eu dignissim justo. Maecenas laculis nisl a dui dictum posuere. Integer a arcu ac mi malesuada pulvinar. Duis mollis quam in mauris accumsan ullamcorper. Donec vitae nibh nec turpis gravida consectetur vel at elit. Mauris sed nulla dolor.

Duis mollis quam in mauris accumsan. Integer a arcu ac mi malesuada. Praesent eu dignissim justo. Nulla sed sodales tortor.

PODKARPACKIE
przestrzeń otwarta

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nam vehicula nisl in lacus fringilla varius. Donec et mi ligula, ac scelerisque turpis. Quisque eu metus sed orci commodo volutpat ut id enim. Nam quam metus, congue auctor dictum nec, mollis eget ante. Phasellus nulla mauris, molestie id tempus vitae, tincidunt nec turpis. Nulla sed sodales tortor. Praesent eu dignissim justo. Maecenas laculis nisl a dui dictum posuere. Integer a arcu ac mi malesuada pulvinar. Duis mollis quam in mauris accumsan ullamcorper. Donec vitae nibh nec turpis gravida consectetur vel at elit. Mauris sed nulla dolor. Nulla sed sodales tortor. Praesent eu dignissim justo. Maecenas laculis nisl a dui dictum posuere. Integer a arcu ac mi malesuada pulvinar. Duis mollis quam in mauris accumsan ullamcorper. Donec vitae nibh nec turpis gravida consectetur vel at elit. Mauris sed nulla dolor.



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nam vehicula nisl in lacus fringilla varius. Donec et mi ligula, ac scelerisque turpis. Quisque eu metus sed orci commodo volutpat ut id enim. Nam quam metus, congue auctor dictum nec, mollis eget ante. Phasellus nulla mauris, molestie id tempus vitae, tincidunt nec turpis. Nulla sed sodales tortor. Praesent eu dignissim justo. Maecenas laculis nisl a dui dictum posuere. Integer a arcu ac mi malesuada pulvinar.

Strona przedstawia przykłady ogłoszenia prasowego, w wersji pionowej i poziomej. Znak należy umieszczać z zachowaniem jego pola ochronnego oraz zgodnie ze wszystkimi zasadami zawartymi w niniejszej księdze marki. UWAGA! Zamieszczony w opracowaniu materiał zdjęciowy służy wyłącznie celom edukacyjnym i bez zgody autorów nie może być wykorzystany komercyjnie.

8.0

**oznakowania
promocyjne**

8.1

ikony tematyczne

W działaniach promocyjnych województwa podkarpackiego związanych z różnego rodzaju dziedzinami aktywności, takimi jak turystyka, gospodarka, kultura in. należy wykorzystywać ikony zaprezentowane na stronie obok. Mogą one występować w zestawieniu z nazwą imprezy czy wydarzenia, stanowić ich symboliczne oznakowanie lub być wykorzystywane jako formy ozdobne w zestawieniu z tematyką, którą ilustrują. Do dekoracji we wnętrzach lub w otwartej przestrzeni można używać różnej wielkości „kostek” przestrzennych (sześciątów z naniesioną grafiką) zawieszonych lub ustawionych jeden na drugim. Mogą im też towarzyszyć takie same sześciiany z fotografiami tematycznymi.



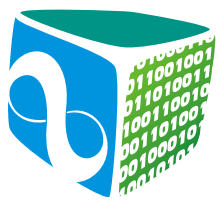
Kultura



Gospodarka



Nauka



Kulinaria



8.1.1

ikony tematyczne

Motywn kostki-sześciangu, na której znajduje się grafika o charakterze symboli, może być w okresie późniejszym wykorzystany do stworzenia kolejnych ikon tematycznych. Przy ich projektowaniu należy jednak zachować charakter i styl spójny z zaprezentowanym obok.



Turystyka

Środowisko



Sport



8.2

oznakowanie stoiska targowego

Na stronie zaprezentowano przykładowy sposób przygotowania stoiska targowego. Konstrukcja grafiki opiera się na trzech poziomych pasach, z których środkowy stanowią fotografie związane z tematyką targów oraz marką Podkarpackie, dwa pozostałe stanowią miejsce na elementy symboliki marki w kolorystyce firmowej. W pas z fotografiami można wkomponować ikonę tematyczną symbolizującą dziedzinę z którą związane są targi np. „ekologia”, „turystyka”, „kultura”. Przedstawiona wizualizacja nie jest projektem wykonawczym stanowi jedynie wskazówkę dla projektowania grafiki na stoisko targowe. Może ona być wykorzystana w dokładnie tej postaci lub zmieniona z zachowaniem stylu, charakteru i kolorystyki przedstawionej obok.



8.2.1

oznakowanie stoiska targowego



8.3

oznakowanie samochodów

wersja oficjalna



Strona prezentuje charakter i styl grafiki nanoszonej na samochody typu bus osobowy. Grafikę stanowi znak marki Podkarpackie w wersji „button”, dzięki czemu może być ona stosowana na samochodach o różnych kolorach. Wykonanie jej na folii magnetycznej umożliwi przenoszenie oznakowania w różne miejsca w zależności od marki i dostępnych powierzchni samochodu, a także usuwania jej w sytuacjach tego wymagających.

8.3.1

oznakowanie samochodów

wersja promocyjna

Na stronie zaprezentowano przykładowy sposób oznakowania samochodu typu bus, dla celów promocyjnych. Samochód taki może być wykorzystany w charakterze „jeżdżącego billboardu”. Należy jednak pamiętać, że dla potrzeb oficjalnych podróży i wizyt Zarządu Województwa stosowniejszy jest samochód oznakowany w sposób pokazany na poprzedniej stronie. Przedstawiona wizualizacja nie jest projektem wykonawczym stanowi jedynie wskazówkę dla projektowania grafiki na samochód typu bus. Może ona być wykorzystana w dokładnie tej postaci lub zmieniona z zachowaniem przedstawionych obok stylu, charakteru i kolorystyki.



8.4

oznakowanie szynobusów

stałe

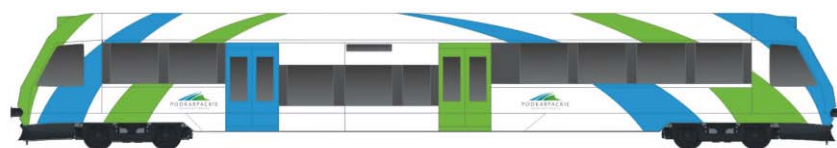
Obok zaprezentowano sposób malowania szynobusów promujących Podkarpackie. Wersje A, B i C są równoprawne i można wykorzystywać każdą z nich na jednakowych zasadach. Sposób i miejsca, na których można nanosić grafikę, są uwarunkowane względami technicznymi i wynikającą z nich trwałością oznakowania. Grafika w tej postaci nanoszona jest przez producenta szynobusów.



A



B



C

8.4.1

oznakowanie szynobusów

forma czasowa

W sytuacji kiedy zaplanowano kampanię promocyjną - czasową, można oznakować szynobusy w sposób i w stylu zaprezentowanym obok. Grafikę nanosi wówczas agencja reklamowa, wg przygotowanego przez nią projektu wykonawczego w oparciu o niniejszą wizualizację. Fotografie, dodatkowe hasła, czy elementy grafiki nie muszą być identyczne ale utrzymane w stylu i charakterze wskazanym obok.



A



B



C

8.5

oznakowanie autobusów

Strona prezentuje charakter i styl grafiki nanoszonej w celach promocyjnych na autobusy. Wersja /A/ dotyczy kampanii promocyjnych, kiedy dozwolone jest nanoszenie grafiki na cały pojazd. Wersja /B/ prezentuje styl fabrycznego malowania pojazdów, kiedy niedostępne są niektóre elementy i formy graficzne. Przedstawiona wizualizacja nie jest projektem wykonawczym stanowi jedynie wskazówkę dla projektowania grafiki na takie lub podobne modele autobusów. Może ona być wykorzystana w dokładnie tej postaci lub zmieniona z zachowaniem stylu, charakteru i kolorystyki przedstawionej obok.



A



B

8.6

oznakowanie statków powietrznych awionetki

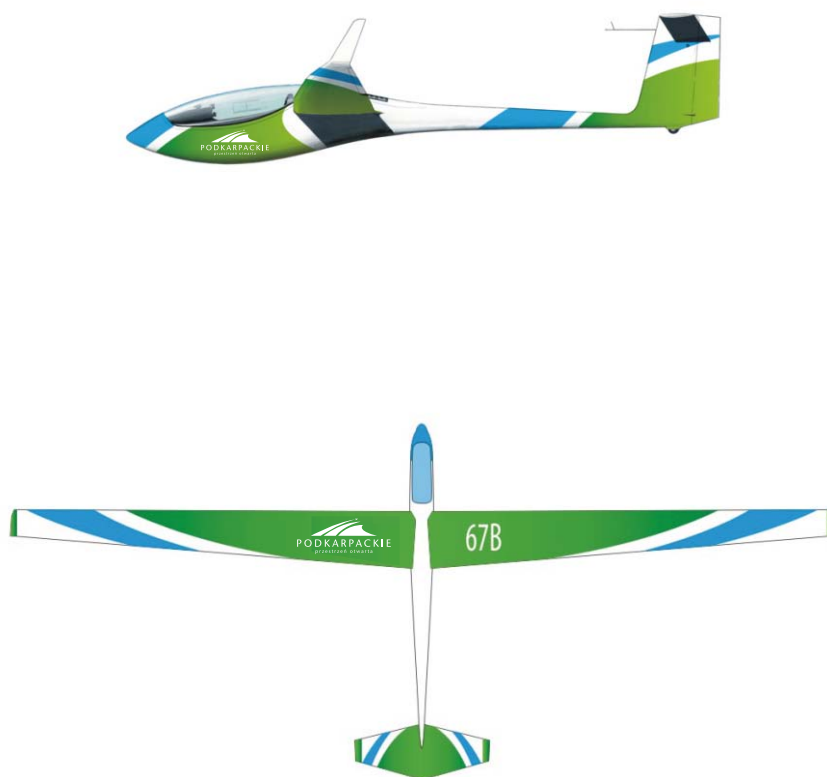
Strona prezentuje charakter i styl grafiki nanoszonej w celach promocyjnych na małe samoloty. Przedstawiona wizualizacja nie jest projektem wykonawczym stanowi jedynie wskazówkę dla projektowania grafiki na takie lub podobne modele małych samolotów. Może ona być wykorzystana w dokładnie tej postaci lub zmieniona z zachowaniem stylu, charakteru i kolorystyki przedstawionej obok.



8.6.1

oznakowanie statków powietrznych

szybowce



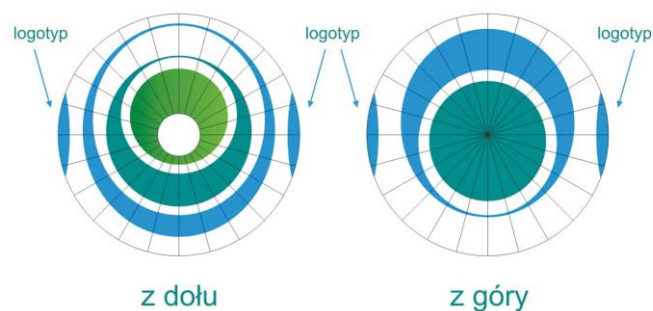
Strona prezentuje charakter i styl grafiki nanoszonej w celach promocyjnych na szybowce. Przedstawiona wizualizacja nie jest projektem wykonawczym stanowi jedynie wskazówkę dla projektowania grafiki na takie lub podobne modele szybowców. Może ona być wykorzystana dokładnie w tej postaci lub zmieniona z zachowaniem stylu, charakteru i kolorystyki przedstawionej obok.

8.6.2

oznakowanie statków powietrznych

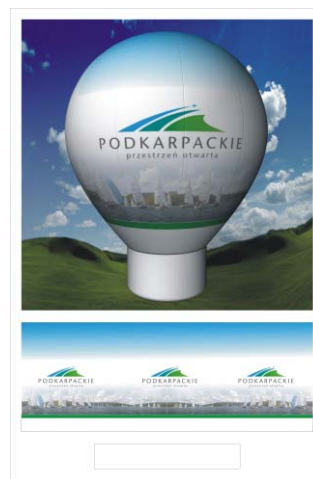
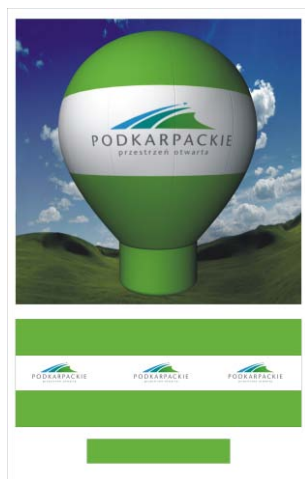
balony

Na stronie zaprezentowano przykładowe sposoby naniesienia elementów symboliki marki Podkarpackie na balony latające. Przedstawiona wizualizacja nie jest projektem wykonawczym stanowi jedynie wskazówkę dla projektowania grafiki na takie lub podobne balony. Może ona być wykorzystana w dokładnie tej postaci lub zmieniona z zachowaniem stylu, charakteru i kolorystyki przedstawionej obok.



8.6.3

oznakowanie balonów promocyjnych



Na stronie zaprezentowano przykładowe sposoby naniesienia elementów symboliki marki Podkarpackie na balony promocyjne i namiot promocyjny typu „Igloo”. Dopuszczalne jest stosowanie na balonach promocyjnych, grafiki takiej jak na balonach latających, zaprezentowanych na poprzedniej stronie. Przedstawiona wizualizacja nie jest projektem wykonawczym, stanowi jedynie wskazówkę dla projektowania grafiki na takie lub podobne nośniki. Może ona być wykorzystana w dokładnie tej postaci lub zmieniona z zachowaniem stylu, charakteru i kolorystyki przedstawionej obok.

8.6.4

oznakowanie statków powietrznych

paralotnie

Strona prezentuje charakter i styl grafiki nanoszonej w celach promocyjnych na skrzydła paralotni. Przedstawiona wizualizacja nie jest projektem wykonawczym stanowi jedynie wskazówkę dla projektowania grafiki na takie lub podobne modele skrzydeł. Może ona być wykorzystana w dokładnie tej postaci lub zmieniona z zachowaniem stylu, charakteru i kolorystyki przedstawionej obok.



8.7

torba reklamowa



Strona przedstawia przykład umiejscowienia znaku na torbie reklamowej. Znak należy umieszczać z zachowaniem jego pola ochronnego oraz zgodnie ze wszystkimi zasadami zawartymi w niniejszej księdze marki.

8.8

balon reklamowy

Strona przedstawia przykłady balonów prezentujących znak. Znak należy umieszczać z zachowaniem jego pola ochronnego oraz zgodnie ze wszystkimi zasadami zawartymi w niniejszej księdze marki.



8.9

płyta CD/DVD



Strona przedstawia przykładowy projekt nadruku oraz opakowania na płytę CD/DVD. Znak należy umieszczać z zachowaniem jego pola ochronnego oraz zgodnie ze wszystkimi zasadami zawartymi w niniejszej księdze marki.

8.10

upominek - otwieracz

Strona przedstawia przykład umiejscowienia znaku na otwieraczu. Znak należy umieszczać z zachowaniem jego pola ochronnego oraz zgodnie ze wszystkimi zasadami zawartymi w niniejszej księdze marki.



8.11

upominek - latawiec



Strona przedstawia przykładowy sposób umiejscowienia znaku na latawcu. Znak należy umieszczać z zachowaniem jego pola ochronnego oraz zgodnie ze wszystkimi zasadami zawartymi w niniejszej księdze marki.

8.12

witacz

Strona przedstawia przykład umiejscowienia znaku na witaczu. Znak należy umieszczać z zachowaniem jego pola ochronnego oraz zgodnie ze wszystkimi zasadami zawartymi w niniejszej księdze marki.



9.0

**komunikaty
werbalne**

katalog komunikatów werbalnych

Poniższe wskazówki mają pomóc w budowaniu spójnej komunikacji marki województwa podkarpackiego polegającej m.in. na akcentowaniu właściwych i pożądanych aspektów marki, w zachowaniu płynności wypowiedzi oraz rozwijaniu możliwości parafrazowania we wskazanym zakresie. Spójna komunikacja jest niezbędna dla osiągnięcia właściwego efektu, pozwala na minimalizowanie ewentualnych zniekształceń w obrębie wypowiedzi związanych z marką.

W komunikacji województwa należy wskazywać na to co na skalę Polski unikalne, a więc na połączenie dwóch elementów, które stanowią największe walory regionu:

- Bieszczady (czyste środowisko, świeże powietrze, piękne krajobrazy i przyrodę)
- Lotnictwo (w szczególności nowoczesne technologie, wiedzę ekspercką i specjalistyczne kierunki studiów).

Hasło „Przestrzeń otwarta” odzwierciedla obietnicę regionu jaką jest szersza perspektywa. W komunikacji należy zatem kłaść nacisk na to, że województwo podkarpackie daje szerszą perspektywę dla rozwoju, edukacji, nowoczesnych technologii. Szersza perspektywa – obietnica regionu – to ostateczna korzyść wynikająca z faktu obcowania z marką Podkarpackie.

Hasło można stosować celem podkreślania poszczególnych obszarów funkcjonowania województwa: przestrzeń otwarta dla innowacji, przestrzeń otwarta dla gospodarki, przestrzeń otwarta dla kultury itd.

Komunikując markę należy pamiętać z czego chcemy być znani, jaki jest pożądany sposób myślenia o marce Podkarpackie, a więc o (niekomunikowanym wprost) pozycjonowaniu jako „Polskie centrum lotnictwa”.

Komunikacja marki powinna ponadto odzwierciedlać odpowiednio przypisane cechy ludzkie, które składają się na jej osobowość: świadoma, niezależna, odpowiedzialna, zaangażowana, praktyczna, profesjonalna, otwarta, odważna, przewidująca.

Cechy stanowiące podstawę marki, atrybuty, które należy podkreślać, to: wiedza, lotnictwo, zrównoważony rozwój, ekologia, czysty biznes, nowoczesność, wartości rodzinne, wielokulturowość, technologia.

Powyższe wskazówki znajdują odzwierciedlenie w piramidzie tożsamości, która określa zarówno sposoby komunikowania marki jak i wdrażania strategii.

