

Księga Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Radom

 **radom**
siła w precyzji

1

LOGOTYP



1.01

forma podstawowa

Logotyp Marki Radom to podstawowa forma identyfikacji wizualnej, budująca – wraz z kanałem komunikacji wspomagającej (działania promocyjne i reklamowe) – wizerunek marki zgodnie z przyjętą strategią.

Znak graficzny wyprowadzony został z litery R poprzez równoległe nałożenie kolorowych linii zyskując tym samym perspektywę, „od zewnątrz do wewnątrz”, „od ogółu do szczegółu”, która nabiera nowych znaczeń w kontekście bogatej i różnorodnej oferty Marki Miasta Radomia.

1.02

znak graficzny

Znak graficzny może być stosowany bez znaku słownego – samodzielnie, w określonych sytuacjach, np. jako gadżet bądź wówczas, gdy w jego pobliżu występuje pełna wersja logotypu.





Radom
siła w precyzji

1.03

forma podstawowa z hasłem

Logotyp może występować w formie podstawowej bez hasła, bądź z hasłem „siła w precyzji” w ściśle określonych proporcjach.

1.04

forma podstawowa z hasłem w języku angielskim i rosyjskim

Logotyp został zaprojektowany
w dwóch wersjach
obcojęzycznych: angielskiej
i rosyjskiej.



Radom
power in precision

The logo features the word "Radom" in a blue, rounded, sans-serif font. The letter "R" is stylized with a blue-to-orange gradient. Below it, the tagline "power in precision" is written in a smaller, blue, sans-serif font.

Radom
СИЛА В ТОЧНОСТИ

The logo features the word "Radom" in a blue, rounded, sans-serif font. The letter "R" is stylized with a blue-to-orange gradient. Below it, the tagline "СИЛА В ТОЧНОСТИ" is written in a smaller, blue, sans-serif font.



Radom
siła w precyzji



Radom
siła w precyzji



Radom
siła w precyzji



Radom
siła w precyzji

1.05

formy uzupełniające

System Identyfikacji Wizualnej Marki Radom dopuszcza stosowanie jednokolorowych wersji symbolu. Zaleca się jednak, aby wszędzie tam, gdzie jest to możliwe stosować znak w podstawowej wersji kolorystycznej, a jeżeli konkretna sytuacja nie pozwala na takie rozwiązanie, należy zastosować znak w zaprezentowanych na ilustracji uzupełniających wersjach kolorystycznych.

1.06

logotyp na siatce modułowej

Siatka modułowa określa podstawowe proporcje i wielkości w budowie logotypu. Stosowana jest w przypadku odwzorowania logotypu marki na powierzchniach wielkoformatowych, gdzie zastosowanie formy elektronicznej jest niemożliwe. Modułem konstrukcyjnym jest kwadrat o boku równym $1/3$ wysokości litery „R”.



 – moduł konstrukcyjny – kwadrat o boku równym $1/3$ wysokości litery „R”

1.07

pole podstawowe logotypu

Pole podstawowe logotypu definiuje minimalny zamknięty obszar, w którym logotyp może być użyty.

Do wyznaczenia pola podstawowego użyto modułu konstrukcyjnego – kwadratu o boku równym 1/2 wysokości litery „R”.



konstrukcja pola podstawowego logotypu



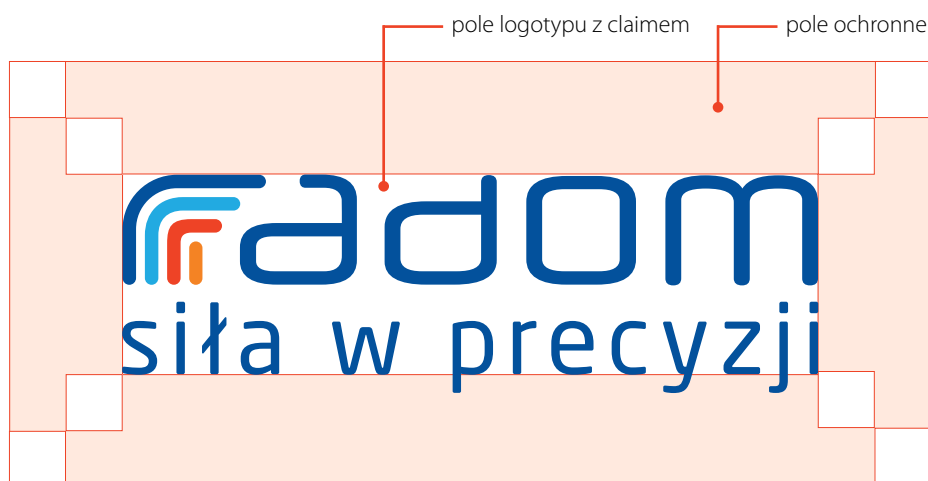
– moduł konstrukcyjny – kwadrat o boku równym 1/2 wysokości litery „R”

1.08


pole ochronne logotypu

Pole ochronne definiuje obszar wokół logotypu, w którym nie może pojawić się żadna obca forma, zarówno graficzna, jak i tekstowa.

Do wyznaczenia pola ochronnego użyto modułu konstrukcyjnego – kwadratu o boku równym 1/2 wysokości litery „R”.



konstrukcja pola ochronnego logotypu

 – moduł konstrukcyjny – kwadrat o boku równym 1/2 wysokości litery „R”



przykład poprawnego zastosowania pola ochronnego

1.09

tła znaku marki

Strona ilustruje dopuszczalne wersje kolorystyczne tła jednorodnych, na jakich można stosować logotyp. Podstawowym tłem jest tło w kolorze białym. Dopuszcza się stosowanie logotypu na tle czerwonym, czarnym oraz szarym (określonym w niniejszym manualu), znak występuje wtedy w wersji monochromatycznej.

UWAGA !

Prostokąty opisujące znaki nie stanowią ich integralnej części – symulują jedynie tło.



tło białe, znak marki – kolor CMYK , Pantone



tło czarne, znak marki – kolor biały

1.09

tła znaku marki

UWAGA!

Prostokąty opisujące znaki nie stanowią ich integralnej części – symulują jedynie tło.



tło granatowe: C-100 M-80 Y-0 K-0, Pantone 287C, znak marki – kolor biały



tło niebieskie: C-70 M-15 Y-0 K-0, Pantone 2995C, znak marki – kolor biały

1.09

tła znaku marki

UWAGA!

Prostokąty opisujące znaki nie stanowią ich integralnej części – symulują jedynie tło.



tło czerwone: C-0 M-90 Y-100 K-0, Pantone 1788C, znak marki – kolor biały



tło pomarańczowe: C-0 M-60 Y-100 K-0, Pantone 021C, znak marki – kolor biały

1.10

warianty logotypu w odcieniach szarości

Warianty kolorystyczne logotypu mają zastosowanie w tych obszarach komunikacji marki, w których wykorzystanie wersji pełnokolorowej jest niemożliwe ze względów technologicznych (na przykład tłoczenie, grawerunek, druk jednokolorowy itp.).

UWAGA !

Prostokąty opisujące znaki nie stanowią ich integralnej części – symulują jedynie tło.



warianty w odcieniach szarości (pozytyw / kontra) – (40% black, 60% black, 80% black, 100% black)

1.11

warianty logotypu achromatyczne

UWAGA!

Prostokąty opisujące znaki nie stanowią ich integralnej części – symulują jedynie tło.



warianty achromatyczne (pozytyw / kontra) – czarne (100% black)

1.12

warianty logotypu monochromatyczne

Dopuszcza się stosowanie logotypu w wariantach jednobarwnych (monochromatycznych), ale tylko w obrębie przedstawionej na stronie kolorystyki.

UWAGA!

Prostokąty opisujące znaki nie stanowią ich integralnej części – symulują jedynie tło.

pozytyw



warianty granatowe



warianty niebieskie



warianty czerwone



warianty pomarańczowe

negatyw



1.13

kolorystyka logotypu CMYK, PANTONE, RGB

Na stronie przedstawiono parametry kolorystyczne znaku marki w zależności od wybranej techniki reprodukcji.

UWAGA !

Kolorystyka przedstawiona w opracowaniu jest symulacją kolorów z drukarki laserowej i służy jedynie celom ilustracyjnym. Kolory należy dobierać według podanych na karcie wartości.

granat:

C - 100 / M - 80 / Y - 0 / K - 0
PANTONE 287 C
R - 3 / G - 78 / B - 162

niebieski:

C - 70 / M - 15 / Y - 0 / K - 0
PANTONE 2995 C
R - 41 / G - 170 / B - 226

czerwony:

C - 0 / M - 90 / Y - 100 / K - 0
PANTONE 1788 C
R - 239 / G - 66 / B - 35

pomarańczowy:

C - 0 / M - 60 / Y - 100 / K - 0
PANTONE ORANGE 021 C
R - 245 / G - 130 / B - 32

1.14

podział kolorystyczny znaku graficznego

Pozycjonowanie Marki Radom – jako centrum techniki precyzyjnej opartej na przedsiębiorczości (inwencji) ludzi, w którym panuje „zdrowe” podejście do pracy i życia zostało symbolicznie wpisane w projekt logotypu Marki Radom. Kolorystyka znaku graficznego przekłada się na poszczególne kompetencje Marki Radom i identyfikuje poszczególne sektory działalności miasta (gospodarka, kultura i edukacja, turystyka i sport, społeczeństwo).

Podział kolorystyczny znaku graficznego zgodnie z kompetencjami marki:

Granatowy – kolor, któremu przypisane są kompetencje takie jak pewność siebie, dominacja. W rzeczywistości charakteryzuje społeczeństwo miasta Radomia oraz działalność jednostek miejskich – z Urzędem Miejskim na czele.

Niebieski – kolor, któremu przypisane są kompetencje takie jak struktura, porządek, kontrola. W rzeczywistości charakteryzuje kulturę i edukację.

Czerwony – kolor, któremu przypisane są kompetencje takie jak aktywność, energia, potencjał. W rzeczywistości charakteryzuje gospodarkę i inwestycje.

Pomarańczowy – kolor, któremu przypisane są kompetencje takie jak równowaga, komfort, ochrona. W rzeczywistości charakteryzuje turystykę i sport.

Powyższe przyporządkowanie kolorów do poszczególnych kompetencji i sektorów działalności miasta odpowiada pozycjonowaniu Marki Radom, zgodnie z którym najważniejszym celem stojącym przed Marką Radom jest większa aktywność i wykorzystanie potencjału miasta.

1.14





podział kolorystyczny znaku graficznego

Podział kompetencji Marki Radom:



Pewność siebie, dominacja
Struktura, porządek, kontrola
Aktywność, energia, potencjał
Komfort, ochrona, równowaga

Przyporządkowanie kompetencji Marki Radom do poszczególnych sektorów:

-  **społeczeństwo**
-  **kultura i edukacja**
-  **gospodarka i inwestycje**
-  **turystyka i sport**

1.15

wielkości minimalne logotypu

Użycie logotypów mniejszych niż podane poniżej może spowodować utratę ich czytelności.

UWAGA!

Wymiary podane w milimetrach (mm).



wielkosc minimalna dla logotypów

Neo Sans Pro Regular - claim (hasło) w logotypie

siła w precyzji

Neo Sans Pro Bold - tytuł, śródtytuł

**A B C D E F G H I J K L Ł
M N O Ó P R S T U W X Y Z
a b c d e f g h i j k l ł
m n o ó p r s t u w x y z**

Neo Sans Pro Regular - tekst, tabele

A B C D E F G H I J K L Ł
M N O Ó P R S T U W X Y Z
a b c d e f g h i j k l ł
m n o ó p r s t u w x y z

typografia podstawowa

Podstawowymi fontami Marki Radom jest rodzina Neo Sans Pro w odmianach. Przy tworzeniu przekazu należy dbać o jego czytelność. Hasło powinno być pisane zdecydowanie większym krojem niż pozostałe bloki tekstowe.

1.17

typografia uzupełniająca

W przypadku komunikacji internetowej i w edytorach tekstu można stosować zamiennik systemowy – Arial CE.

Arial CE Bold – tytuł, śródtytuł, hasło

**A B C D E F G H I J K L Ł
M N O Ó P R S T U W X Y Z
a b c d e f g h i j k l ł
m n o ó p r s t u w x y z**

Arial CE Regular – tekst, tabele

A B C D E F G H I J K L Ł
M N O Ó P R S T U W X Y Z
a b c d e f g h i j k l ł
m n o ó p r s t u w x y z



DEMO Effective Launching
ul. Flisacka 3a, 30-114 Kraków
tel. 12/ 422 65 48
www.demo.com.pl