

Księga Systemu Identyfikacji Wizualnej Marki Radom

 **radom**
siła w precyzji

spis działów

1. LOGOTYP	5–26
2. DRUKI FIRMOWE	27–42
3. DRUKI PROMOCYJNE	43–52
4. OZNAKOWANIA PROMOCYJNE	53–82

1

LOGOTYP

1. LOGOTYP

1.01	forma podstawowa	9
1.02	znak graficzny	10
1.03	forma podstawowa z hasłem	11
1.04	forma podstawowa z hasłem w języku angielskim i rosyjskim	12
1.05	formy uzupełniające	13
1.06	logotyp na siatce modułowej	14
1.07	pole podstawowe logotypu	15
1.08	pole ochronne logotypu	16
1.09	tło znaku marki	17–19
1.10	warianty logotypu w odcieniach szarości	20
1.11	warianty logotypu achromatyczne	21
1.12	warianty logotypu monochromatyczne	22
1.13	kolorystyka – Cmyk, Pantone, Rgb	23
1.14	podział kolorystyczny znaku graficznego	24-25
1.15	wielkości minimalne	26
1.16	typografia podstawowa	27
1.17	typografia uzupełniająca	28



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.



1.03

forma podstawowa z hasłem

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



The logo consists of the word "radom" in a blue, rounded, sans-serif font. The letter "r" is stylized with three horizontal bars in blue, orange, and blue. Below "radom" is the slogan "siła w precyzji" in a blue, lowercase, sans-serif font.

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 stylized, rounded blue font. The letter 'R' is composed of three horizontal bars in blue, light blue, and orange. Below the brand name, the tagline 'power in precision' is written in a clean, blue, sans-serif font.

Radom
СИЛА В ТОЧНОСТИ

The logo features the word 'Radom' in the same stylized blue font as above. Below it, the Russian tagline 'СИЛА В ТОЧНОСТИ' is written in a clean, 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

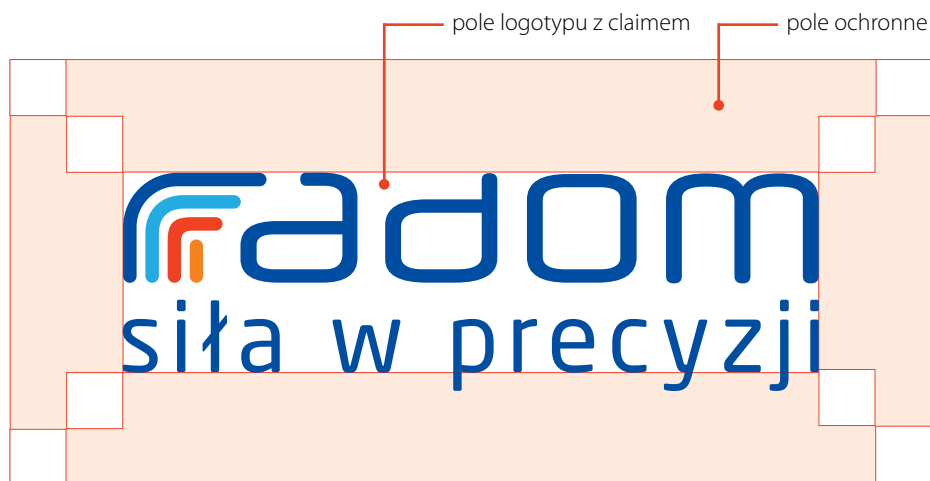
 – moduł konstrukcyjny – kwadrat o boku równym 1/2 wysokości litery „R”

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



tło białe, znak marki – kolor CMYK , Pantone



tło czarne, znak marki – kolor biały

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.

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

negatyw



warianty niebieskie



warianty czerwone



warianty pomarańczowe



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.

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).



wielkość 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

2

**DRUKI
FIRMOWE**

2. DRUKI FIRMOWE

2.01	bilet wizytowy	33
2.02	papier firmowy	34
2.03	papier korespondencyjny	35
2.04	foldery urzędowe	36
2.05	teczka na dokumenty A4	37
2.06	koperta DL z okienkiem	38
2.07	zaproszenie	39
2.08	dyplom, certyfikat	40
2.09	tła do prezentacji PowerPoint	41
2.10	e-mail	42
2.11	banner internetowy	43
2.12	strona www	44

2.01

bilet wizytowy

Wymiar biletu wizytowego jest wielkością stałą. Logotyp pozycjonowany jest w lewym górnym rogu formatu. Informacje tekstowe są umiejscowione według przedstawionych zasad.

format: 90 x 50 mm

technologia: druk off setowy

materiał: biały, matowy karton
350 g/m²

UWAGA!

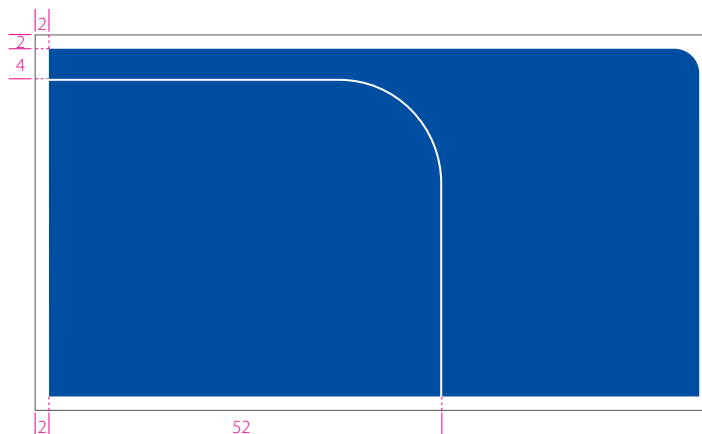
Wymiary podane w mm.

skala: 100%

1. Neo Sans Pro Bold – 10 pt
2. Neo Sans Pro Regular – 8 pt
3. Neo Sans Pro Regular – 6 pt



bilet wizytowy imienny – front



bilet wizytowy – tył

2.02

papier firmowy

Papier firmowy – strona oficjalna występuje wyłącznie w formacie A4. Logotyp pozycjonowany jest w lewym górnym rogu formatu. Pozostałe elementy według wzoru.

format: 210 x 297 mm

technologia: druk off setowy

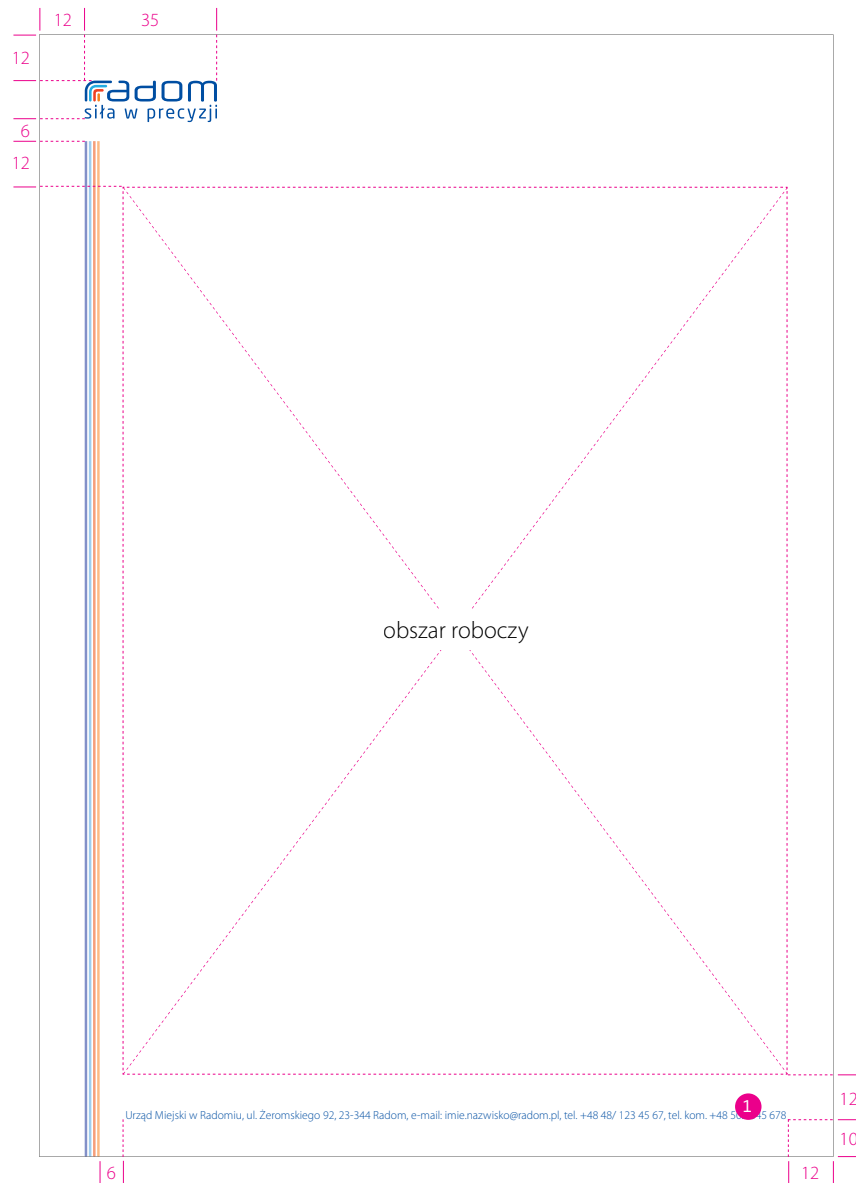
materiał: papier ozdobny
80-100 g/m²

UWAGA!

Wymiary podane w mm.

skala: 50%

1. Neo Sans Pro Regular – 8 pt



2.03

papier korespondencyjny

Papier do korespondencji – strona oficjalna występuje wyłącznie w formacie A4. Logotyp pozycjonowany jest w lewym górnym rogu formatu. Pozostałe elementy według wzoru.

format: 210 x 297 mm

technologia: druk off setowy

materiał: papier ozdobny 80-100 g/m²

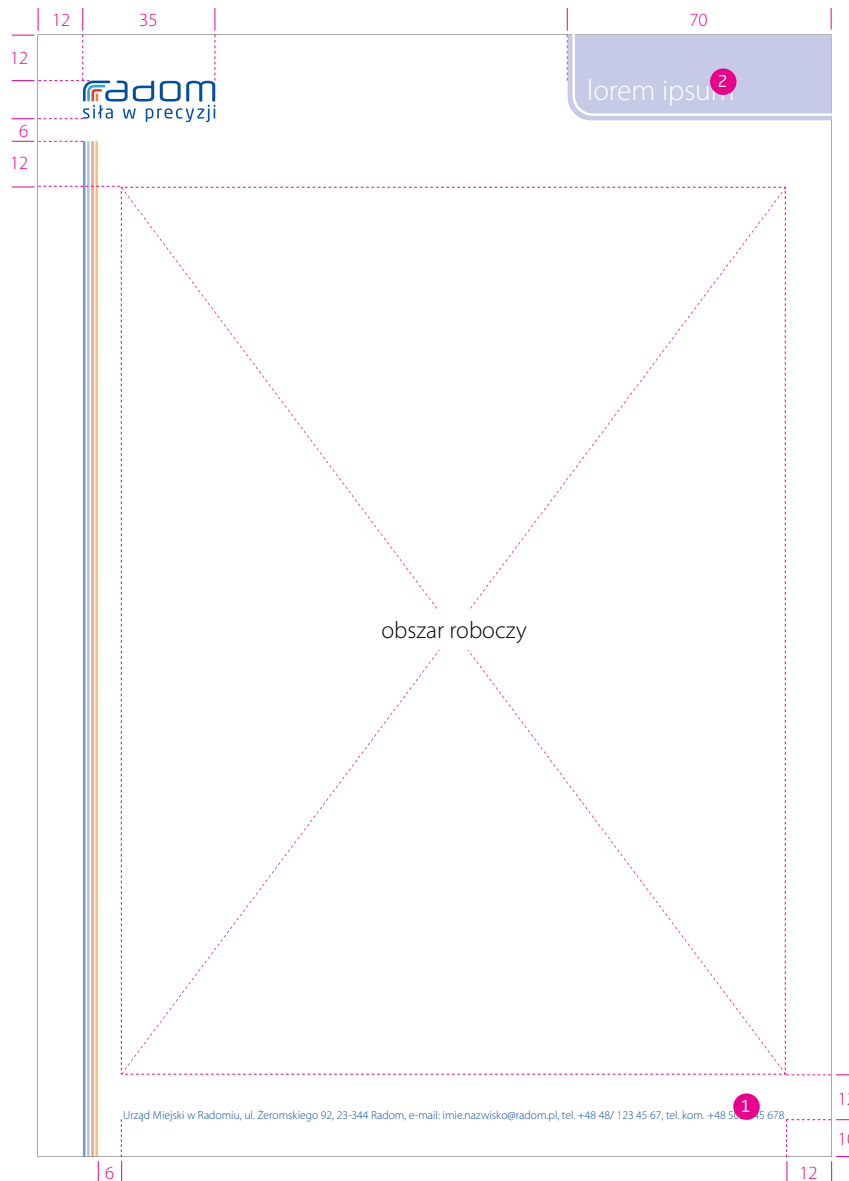
UWAGA!

Wymiary podane w mm.

skala: 50%

1. Neo Sans Pro Regular – 8 pt

2. Neo Sans Pro Regular – 14 pt



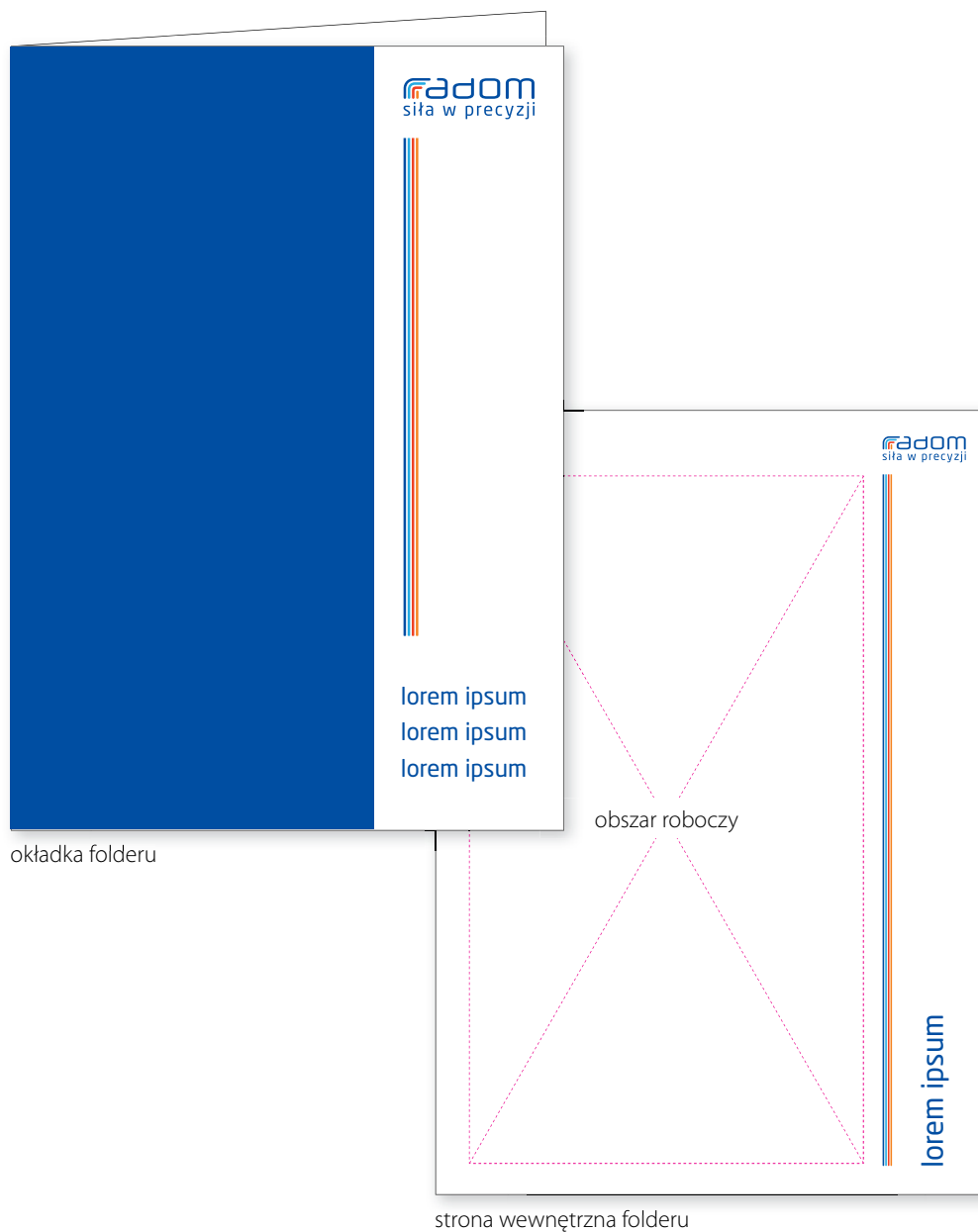
2.04

foldery urzędowe

Foldery urzędowe (sprawozdania, raporty, szablony budżetów) usystematyzowano poprzez nadanie im jednego wizerunku. Rozróżnieniem jest tytuł na okładce oraz z boku strony wewnętrznej, który komunikuje jakiego typu pismem urzędowym jest dana publikacja.

format: 210 x 297 mm
lub 148 x 210 mm

technologia: druk off setowy



2.05

teczka na dokumenty A4

Teczka firmowa służy do przechowywania dokumentów formatu A4. Logotyp pozycjonowany jest na okładce przedniej w prawym dolnym rogu. Pozostałe elementy według wzoru.

format: 437 x 305 mm

technologia: druk off setowy

materiał: biały karton – kreda, folia matowa dwustronna 250-300 g/m²

1. Neo Sans Pro Regular – 8 pt



2.06

koperta DL z okienkiem

Koperta DL służy do przesyłania korespondencji A4. Logotyp pozycjonowany jest w lewym górnym rogu formatu. Pozostałe elementy według wzoru.

format: 220 x 110 mm

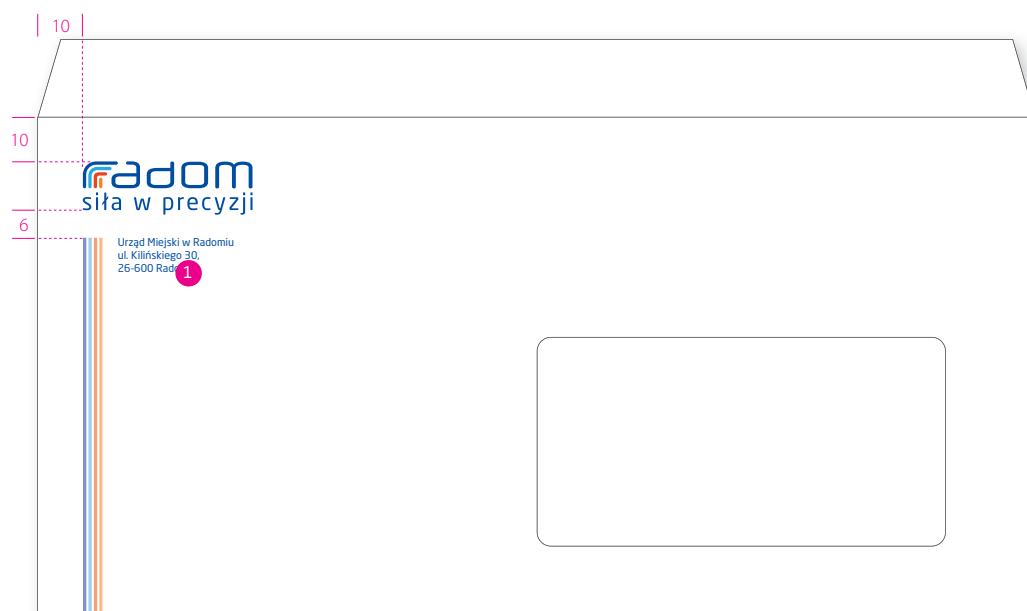
technologia: druk off setowy

UWAGA!

Wymiary podane w mm.

skala: 60%

1. Neo Sans Pro Regular – 6 pt



2.07

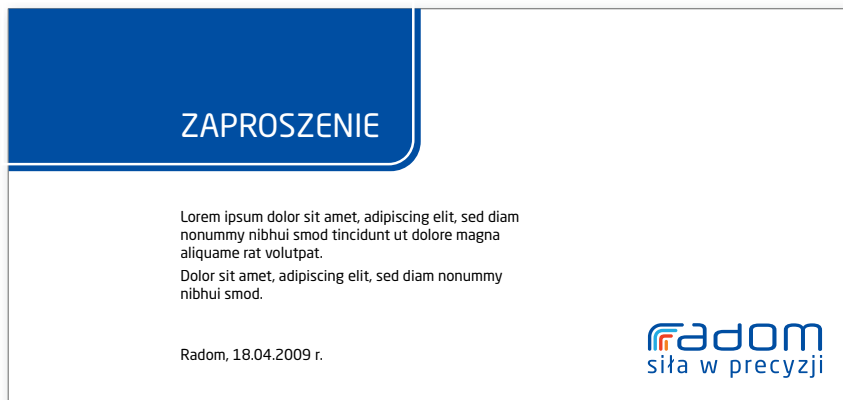
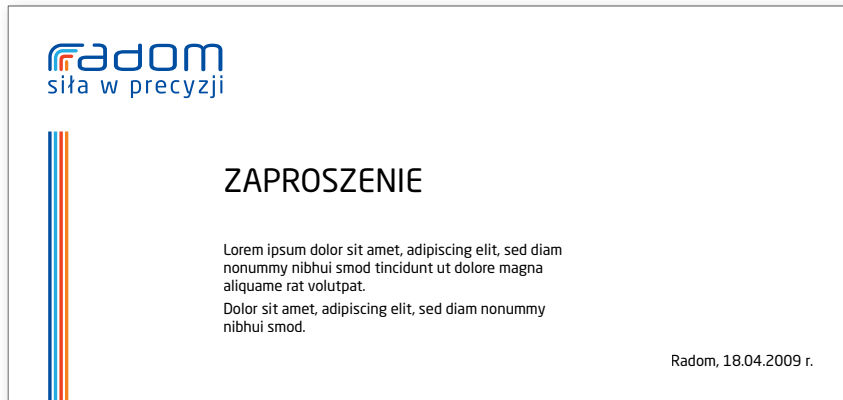
zaproszenie

Format zaproszenia został ujednolicony – występuje ono w jednym rozmiarze. Służy do korespondencji okazjonalnej oraz jako zaproszenie.

format: 210 x 100 mm

technologia: druk off setowy

materiał: biały karton – kreda



2.08

dyplom, certyfikat

Dyplom i certyfikat to druki okazjonalne. Dyplom posiada wyróżnik kolorystyczny (apłę w lewym górnym rogu), która może przyjąć dowolny kolor zdefiniowany w logotypie.

format: 210 x 297 mm

technologia: druk off setowy

materiał: papier ozdobny 150-200 g/m²



2.09

łała do prezentacji PowerPoint

Na karcie przedstawiono zasady tworzenia layoutu slajdu do prezentacji w programie PowerPoint. Zamieszczono również przykładowe slajdy.

format: 254 x 190,5 mm

technologia: program PowerPoint

Wymiary podane w milimetrach. Zamieszczony w opracowaniu materiał zdjęciowy służy wyłącznie celom edukacyjnym i bez zgody autorów nie może być wykorzystany komercyjnie.



slajd wewnętrzny



slajd tytułowy



slajd działowy

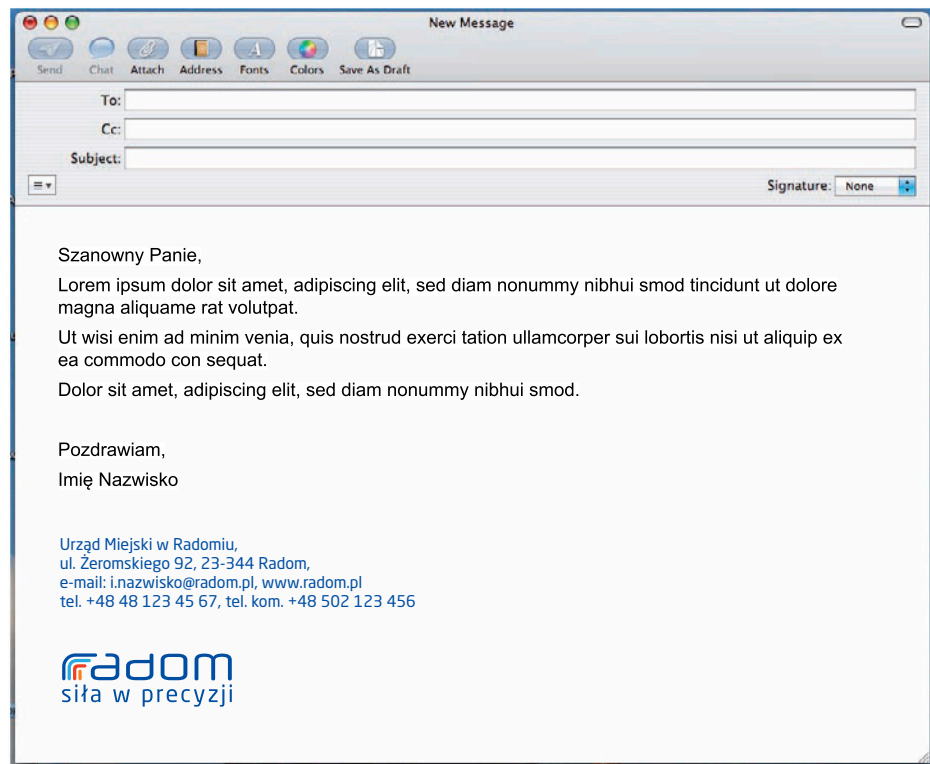
2.10

e-mail

Przykład pokazuje szablon okienka e-mail do korespondencji – logotyp w wersji pełnej umieszczony poniżej danych osobowych w lewym dolnym rogu.

technologia: program e-mail

1. Arial CE – 10-11 pt
2. Arial CE – 5-6 pt



wiadomość e-mail

2.11

banner internetowy

Banner internetowy służy do celów promocyjnych – niniejszy przykład pokazuje użycie poziomego banneru internetowego, jego wersja pionowa wymaga odpowiedniej adaptacji kluczowych elementów do układu pionowego.



2.12

strona www

Przykład pokazuje szablon strony www.

Środa 9 grudnia 2009 Imieniny: Anety, Leokadii 4° | 1019 kPa

Radom
siła w precyzji

Urząd Miejski
Kierownictwo
Urzędu
Podstawowe
informacje
e-skrzynka
podawcza
Biuro prasowe
Redakcja
strony

kultura i edukacja

turytyka i sport

gospodarka i inwestycje

dla mieszkańców
Komunikaty dla mieszkańca
Najważniejsze urzędy
W naszym portalu

dla turysty
Atrakcje turystyczne
Turystyka weekendowa
Noclegi i gastronomia

dla inwestora
Udogodnienia inwestycyjne
Oferty inwestycyjne
Kontakt dla inwestora

December

RIK
Radomski Informator Kulturalny

DIALOG.
umradom.pl

Tydzien Inicjatyw Pozarządowych

Bluetooth
UM Radom

650
L.A.A.
FARA

Aktualności

3,3 mln złotych z UE na sprzęt strażacki! 2009-12-02
Projekt Gminy Miasta Radomia dotyczący zakupu specjalistycznego sprzętu ratowniczego dla straży pożarnej, znalazł się na drugim miejscu listy rankingowej do dofinansowania z funduszy europejskich.

Windą do USC 2009-12-02
Projekt Gminy Miasta Radomia dotyczący zakupu specjalistycznego sprzętu ratowniczego dla straży pożarnej, znalazł się na drugim miejscu listy rankingowej do dofinansowania z funduszy europejskich.

3,3 mln złotych z UE na sprzęt strażacki! 2009-12-02
Projekt Gminy Miasta Radomia dotyczący zakupu specjalistycznego sprzętu ratowniczego dla straży pożarnej, znalazł się na drugim miejscu listy rankingowej do dofinansowania z funduszy europejskich.

Windą do USC 2009-12-02
Projekt Gminy Miasta Radomia dotyczący zakupu specjalistycznego sprzętu ratowniczego dla straży pożarnej, znalazł się na drugim miejscu listy rankingowej do dofinansowania z funduszy europejskich.

3,3 mln złotych z UE na sprzęt strażacki! 2009-12-02
Projekt Gminy Miasta Radomia dotyczący zakupu specjalistycznego sprzętu ratowniczego dla straży pożarnej, znalazł się na drugim miejscu listy rankingowej do dofinansowania z funduszy europejskich.

Windą do USC 2009-12-02
Projekt Gminy Miasta Radomia dotyczący zakupu specjalistycznego sprzętu ratowniczego dla straży pożarnej, znalazł się na drugim miejscu listy rankingowej do dofinansowania z funduszy europejskich.

3

**DRUKI
PROMOCYJNE**

spis treści

3. DRUKI PROMOCYJNE

3.01	folder informacyjny	49
3.02	folder promocyjny	50
3.03	plakat, stand	51
3.04	billboard	52
3.05	reklama prasowa	53
3.06	moduł sponsorski	54

3.01

folder informacyjny

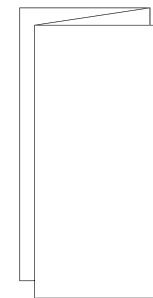
Strona przedstawia przykłady folderów M65 (DL).

format: 210 x 100 mm

technologia: druk off setowy

UWAGA!

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



3.02

folder promocyjny

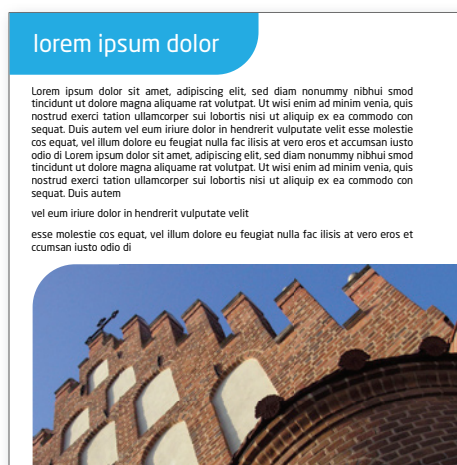
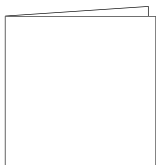
Strona przedstawia przykłady folderów promocyjnych – okładkę oraz przykładową stronę wewnętrzną.

format: 230 x 230 mm

technologia: druk off setowy

UWAGA!

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



3.03

plakat, stand

Strona przedstawia przykłady plakatów lub standów promocyjnych (informacyjnych) w formacie A3 lub A0.

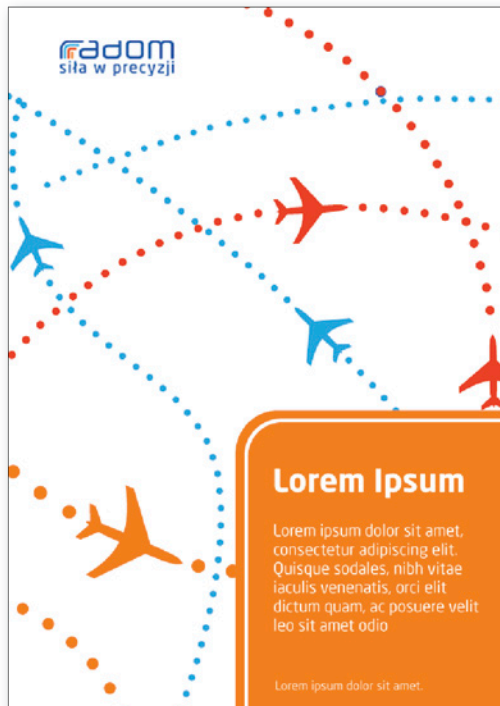
format plakatu: 297 x 420 mm

format standu: 840 x 1188 mm

technologia: druk off setowy

UWAGA!

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



3.04

billboard

Strona przedstawia przykłady billboardów.

UWAGA!

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



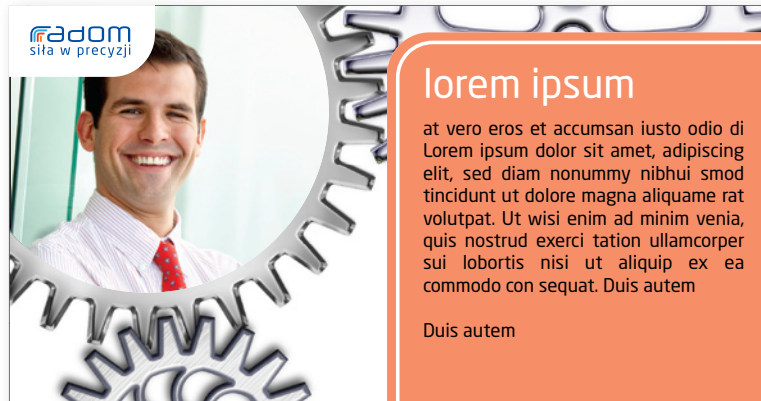
3.05

reklamy prasowe

Strona przedstawia przykłady reklam prasowych.

UWAGA!

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



reklama prasowa pozioma



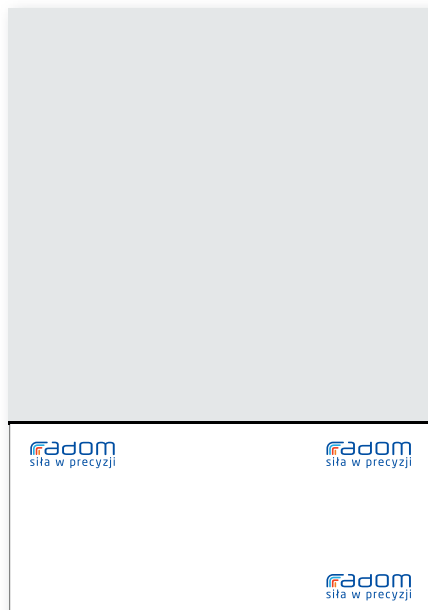
reklama prasowa pionowa

3.06

moduł sponsorski

Strona przedstawia przykłady użycia logotypu w module sponsorskim.

Ze względu na specyfikę modułów sponsorskich i obecność na małej przestrzeni dużej ilości logotypów należy stosować się do zobrazowanych wytycznych, aby uzyskać maksymalną zauważalność znaku.



możliwe umiejscowienie logotypu na plakacie



możliwe umiejscowienie logotypu na billboardzie

4

OZNAKOWANIA PROMOCYJNE

4. OZNAKOWANIE PROMOCYJNE

4.01	flaga	59
4.02	balon	60
4.03	magnes	61
4.04	układanka	62
4.05	torba reklamowa	63
4.06	t-shirt	64
4.07	czapeczka z daszkiem	65
4.08	kubek	66
4.09	długopisy	67
4.10	płyta CD	68
4.11	namiot wystawienniczy	69
4.12	menu restauracyjne	70
4.13	cennik hotelowy	71
4.14	repertuar instytucji kulturalnych	72
4.15	banner sponsorski	73
4.16	plansza sponsorska	74
4.17	roll-up	75
4.18	pulpit prelekcyjny	76
4.19	kartka świąteczna	77
4.20	dekoracja świąteczna	78

4.01



flaga

Flagi najlepiej ustawiać w grupach po 2 sztuki na jednej linii. Odległość między masztami powinna zapewniać swobodny ruch płaszczyzn materiału. Zaleca się stosowanie wspornika gwarantującego czytelność logotypu przy silnym wietrze.

format: 1000 x 3000 mm

technologia: sitodruk – jednostronnie

materiał: poliester 110-140 g/m²

4.02

balon

Strona przedstawia przykłady balonów prezentujących logotyp.



4.03

magnes

Strona przedstawia przykłady magnesów zarówno w wersji pełnej (z hasłem), jak i bez hasła.



4.04

układanka

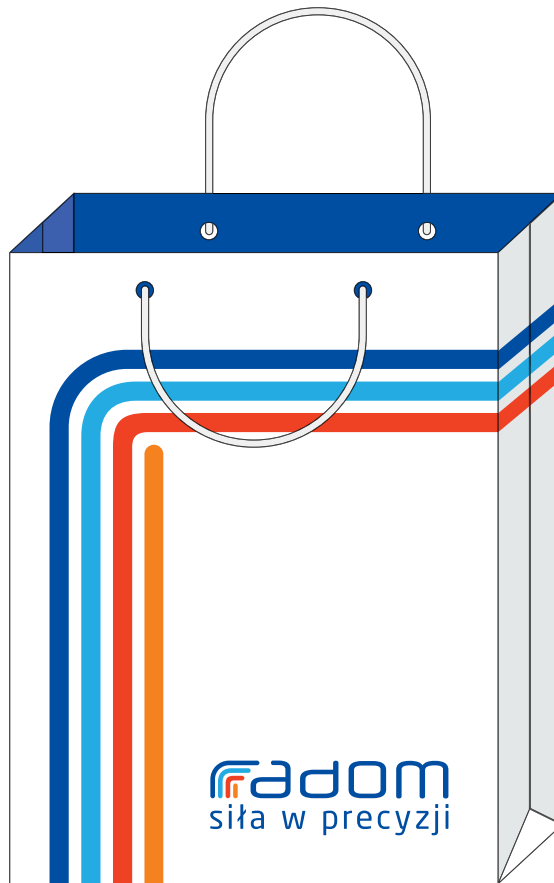
Strona przedstawia projekt układanki z wykorzystaniem logotypu.



4.05

torba reklamowa

Strona przedstawia przykład torby reklamowej.



4.06

T-shirt

Strona przedstawia przykłady T-shirtów.



4.07

czapeczka z daszkiem

Strona przedstawia przykłady
czapczek.



4.08

kubek

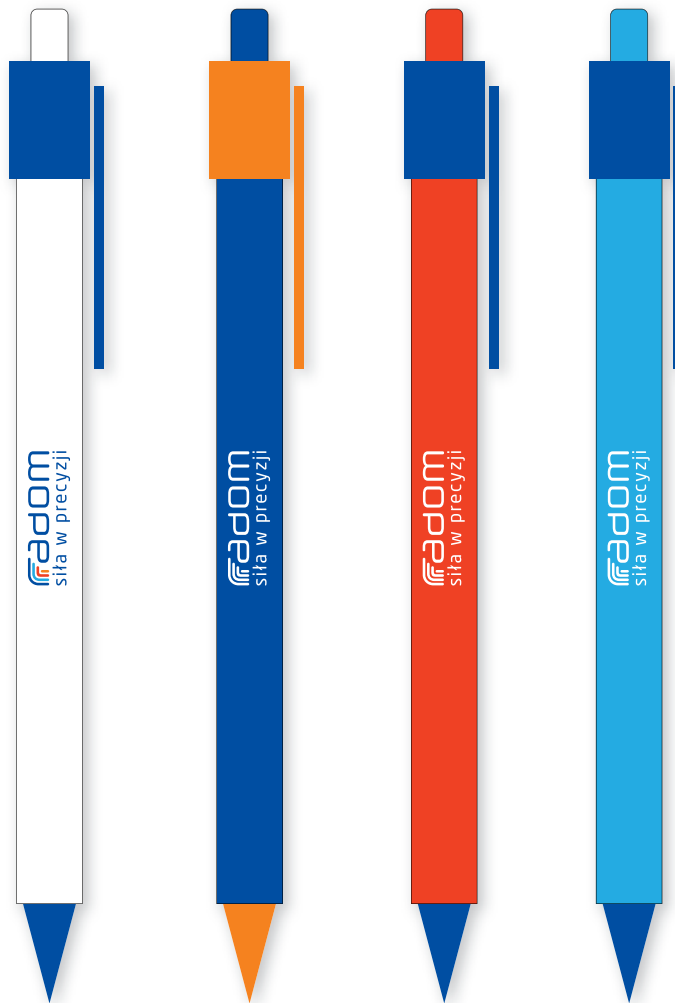
Strona przedstawia przykłady kubków.



4.09

długopisy

Strona przedstawia przykłady długopisów.



4.10

płyta CD

Strona przedstawia projekt naklejki oraz opakowania na płytę CD.



4.11

namiot wystawienniczy

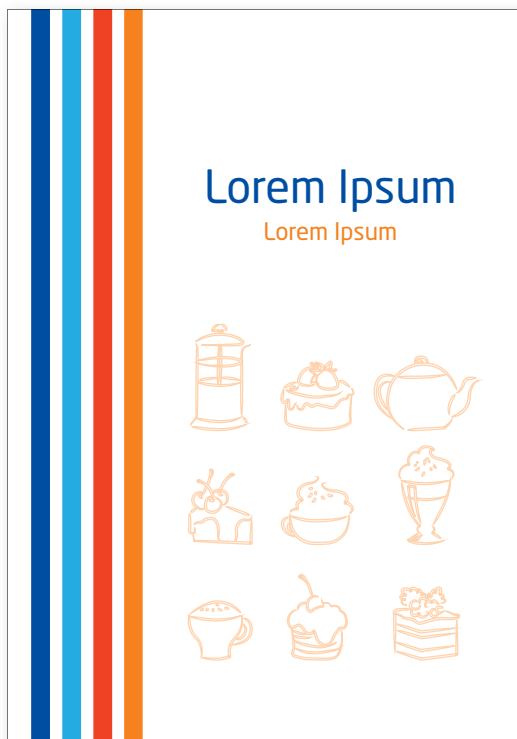
Strona przedstawia przykład rozmieszczenia logotypu i grafiki na namiocie wystawienniczym.



4.12

menu restauracyjne

Strona przedstawia sposób
oznakowania menu
restauracyjnego.



okładka menu

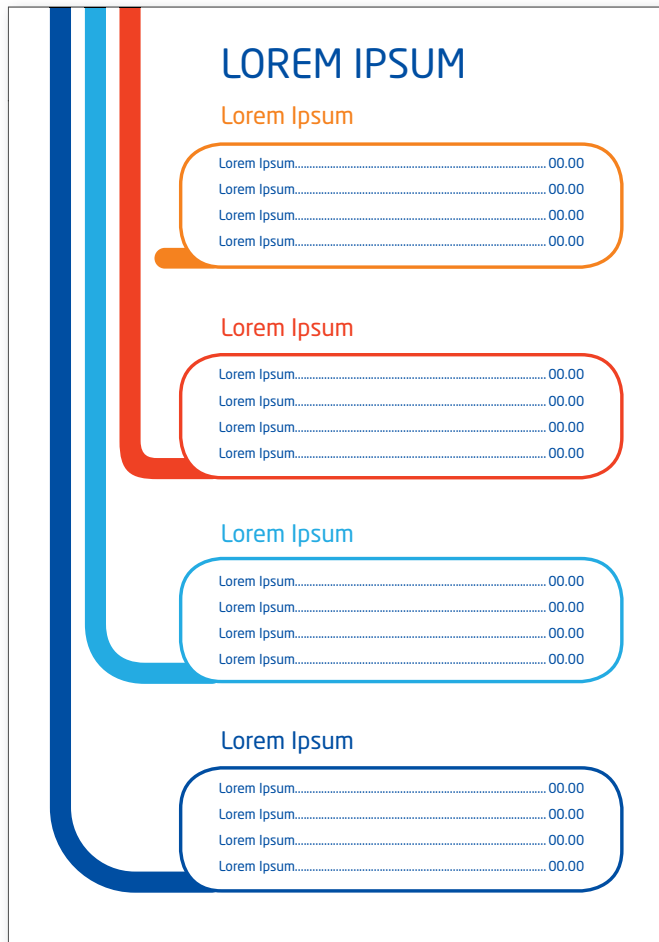


strona wewnętrzna menu

4.13

cennik hotelowy

Strona przedstawia sposób oznakowania cennika hotelowego.



4.14

repertuar instytucji kulturalnych

Strona przedstawia sposób oznakowania repertuaru instytucji kulturalnych.

>Lorem Ipsum

>Lorem Ipsum

>Lorem Ipsum.....	00.00
>Lorem Ipsum.....	00.00
>Lorem Ipsum.....	00.00
>Lorem Ipsum.....	00.00
>Lorem Ipsum.....	00.00
>Lorem Ipsum.....	00.00
>Lorem Ipsum.....	00.00
>Lorem Ipsum.....	00.00
>Lorem Ipsum.....	00.00
>Lorem Ipsum.....	00.00
>Lorem Ipsum.....	00.00
>Lorem Ipsum.....	00.00
>Lorem Ipsum.....	00.00
>Lorem Ipsum.....	00.00
>Lorem Ipsum.....	00.00
>Lorem Ipsum.....	00.00

materiał graficzny

materiał graficzny

4.15

banner sponsorski

Strona przedstawia sposób oznakowania banneru sponsorskiego.

The image shows a screenshot of a Polish news website. At the top, there is a search bar and navigation links. Below the search bar, there is a banner for 'Radom' with the text 'siła w precyzji' and 'sponsor'. The banner features a logo with the word 'radom' in blue and orange, and the tagline 'siła w precyzji' below it. The word 'sponsor' is written in the top right corner of the banner area. Below the banner, there is a section for 'Dziś: Polecamy' with a headline 'Powiedz swojej córce: seks jest fajny' and a sub-headline '20 proc. kobiet uważa, że obowiązek kobiety jest zapobiec ciąży...'. To the right, there is a 'Wiadomości' section with several news items, including 'Ojciec "cose", za jaką Polka wyśle żołnierzy do Afganistanu' and 'Poligja zatrzymała warszawskiego snajpera'. At the bottom left, there is a 'Gospodarka' section with the headline 'Policja i BOKK w biurach kółka'.

4.16

plansza sponsorska

Strona przedstawia sposób
oznakowania planszy
sponsorskiej.



4.17

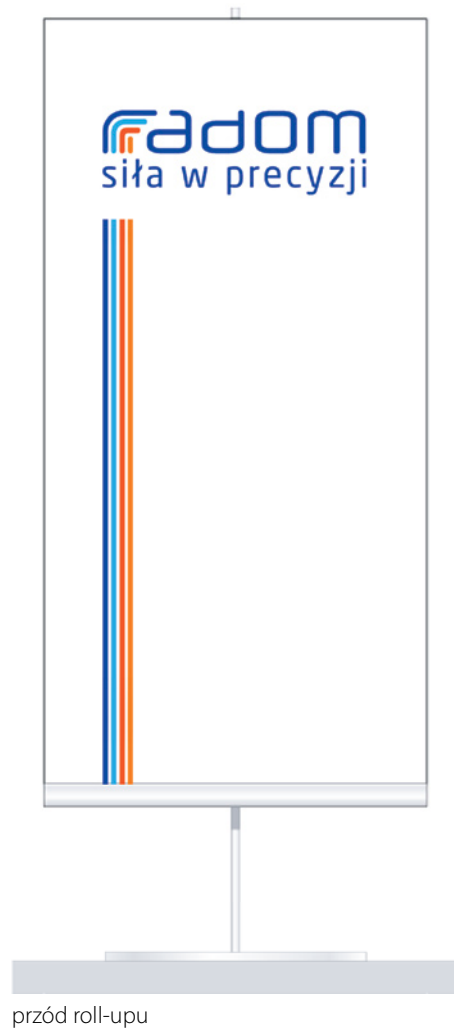
roll-up

Strona przedstawia sposób oznakowania roll-upu w kolorystyce podstawowej. Przy projektowaniu roll-upów można posłużyć się całym wachlarzem kolorystycznym marki.

format: 1000 x 2000 mm

technologia: druk full color

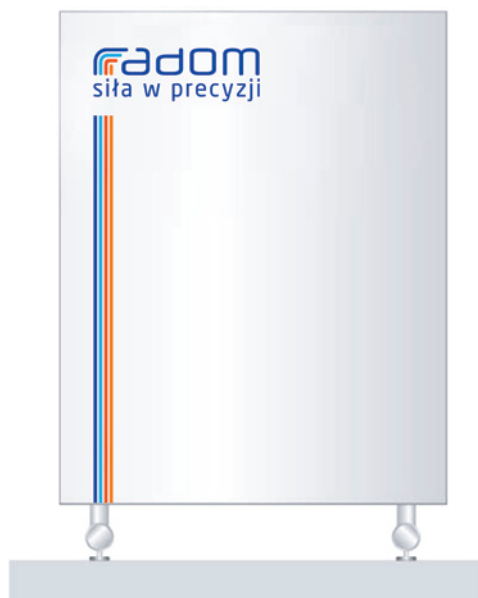
materiał: specjalny materiał 800 g/m²



4.18

pulpit prelekcyjny

Strona przedstawia sposób oznakowania pulpitu prelekcyjnego.



4.19

kartka świąteczna

Strona przedstawia przykład kartki świątecznej.

format: 100 x 150 mm

technologia: druk off setowy

materiał: papier ozdobny
200-250 g/m²



4.20

dekoracja świąteczna

Strona przedstawia przykład oznakowania dekoracji świątecznych (np. bombek).





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