



brand manual

instrukcja obsługi marki
tódzkie promuje

spis treści

1.	Wstęp	str.4-5
2.	Czym dla marki jest znak promuje łódzkie	str.7-9
3.	Znak i jego rozwinięcie	str.11-23
	Znak promocyjny podstawowy	
	Znak promocyjny w wersji uproszczonej	
	Pole ochronne znaku	
	Efekt wyszycia	
	Dopuszczalne odmiany logo	
	Łódzkie nie tylko promuje	
	Kolorystyka znaku	
	Poziome rozwinięcie znaku	
	Znak „promuje łódzkie” z innymi znakami - ciągi znaków	
	Znak „promuje łódzkie” z innymi znakami - promocja i patronat	
4.	Typografia	str.25-29
5.	Elementy graficzne	str.31-39
	Budowa layoutów	
	Łączenie elementów	
	Łączenie piktogramów	
	Łączenie ramek ze zdjęciem	
6.	Materiały informacyjne	str.41-45
	Przykłady wykorzystania layoutów	
	Dyplom	
	Folder	
	Album	
7.	Materiały Promocyjne	str.47-49
	Znakowanie materiałów promocyjnych	
8.	Digital łódzkie	str.51-55
	Strona internetowa	
	„Łka” i rozwinięcie znaku jako link	
	Banery reklamowe	
9.	Trade mark, czyli sygnowanie „Łką”	str.57-59
	„Łka” jako potwierdzenie jakości	

Budowanie świadomości marki to tworzenie i utrzymanie pozytywnych emocji z nią związanych. Identyfikacja wizualna jest jednym z narzędzi służących do kreowania tej marki. W sposób czytelny i spójny prezentuje ją na tle innych marek.

Aby zbudować markę województwa łódzkiego należy uwolnić oraz połączyć potencjał gmin, miast i powiatów. Tak, jak łączeniu się brytyjskich kolonii w Stanach Zjednoczonych Ameryki przyświecało hasło „Z wielości jedno” tak nasza multidyscyplinarna marka tworzona jest wokół frazy „promuje łódzkie”. Celowo dwuznacznej i zwrotnej.

„kutno promuje łódzkie” –
województwo promuje miasto, ale
i miasto promuje województwo

To, co dobre dla części, staje się dobre dla całości i odwrotnie. Należy pozwolić każdemu chwalić się tym, co ma najlepsze – wyeksponować skarby województwa łódzkiego.

Branding województwa dla promowanych atrakcji jest tym, czym rama dla obrazu i ekspozytor dla diamentowej kolii – nienarzucającym się kontekstem i sposobem na wydobycie atrakcyjności. Wąska obwiednia dla komunikatu i podłużna tabliczka z nazwami nadawców zbyt słabe, by same istnieć, tworzą ramę, którą województwo daje do wypełnienia promującym się gminom, miastom i powiatom.

marka już na poziomie systemu staje się sprawną platformą komunikacji

Każda treść znajduje w nim swoje miejsce – zdjęcia zrobione telefonami, markowe produkty miejscowych producentów czy prospekty dla zagranicznych inwestorów.

Silna marka województwa łódzkiego powstaje przez integrację wchodzących w jej skład gmin, miast i powiatów. Pozwala wyeksponować region tworząc platformę działań, która „promuje łódzkie”.

czym dla marki jest znak
promuje łódzkie

Certyfikat

upoważniający do posługiwania się

promienn
tę

metka „promuje łódzkie”

„Promuje Łódzkie” to swoista metka, której zadaniem jest oznaczenie wszystkich wartościowych marek i wyeksponowanie skarbów województwa łódzkiego.

Posługiwanie się tym oznaczeniem jest wyróżnieniem. Niesie za sobą potwierdzenie wartości i jakości jakie reprezentuje organizacja, instytucja, przedsiębiorstwo, czy też sam produkt.



Zgodę na posługiwanie się znakiem otrzymać można w formie certyfikatu wydawanego przez Marszałka Województwa Łódzkiego, bądź pisemnego potwierdzenia.

znak i jego rozwinięcie

znak promocyjny podstawowy

Znak promocyjny podstawowy „promuje łódzkie” to prosta i dyskretna rama wzmocniona markowym „Ł”. Zarówno znak, jak i pozostałe elementy systemu mają nałożony charakterystyczny efekt wyszycia nawiązujący do włókienniczej przeszłości regionu.

Jest to forma podstawowa znaku, która powinna być stosowana wszędzie, gdzie jest to możliwe. Jedynie, gdy jest technicznie niewykonalne, dopuszcza się używanie formy uproszczonej (tzn. bez efektu).

Napis „promuje łódzkie”, będący jednocześnie hasłem, jest napisany specjalnie zaprojektowaną na tę okazję czcionką LODZER.

znak promocyjny w wersji uproszczonej

Znak w wersji uproszczonej, czyli pozbawiony efektu wyszycia, może być alternatywnie stosowany wszędzie tam,

gdzie użycie formy podstawowej znaku jest technicznie niemożliwe lub wyjątkowo trudne (np. wycinanie z folii).



znak promocyjny podstawowy



znak promocyjny w wersji uproszczonej

pole ochronne znaku

Pole ochronne znaku określa obszar dookoła znaku, w którym nie powinny pojawić się inne elementy graficzne lub typograficzne.



x moduł podstawowy

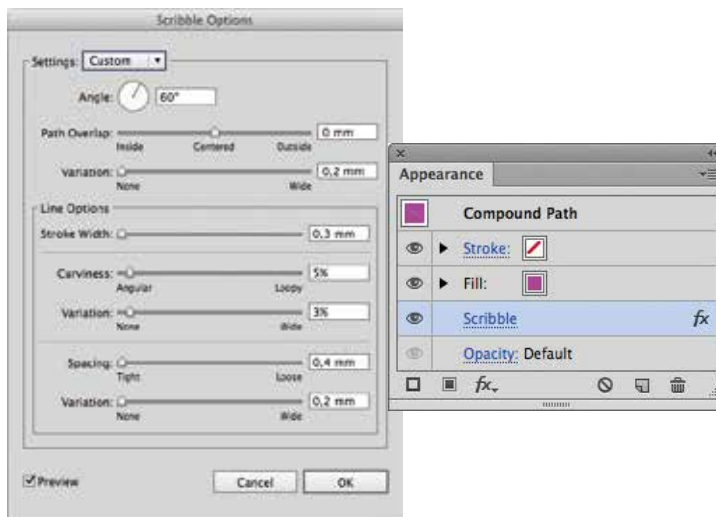


efekt wyszcucia

Znak i podstawowe elementy systemu mają nałożony charakterystyczny efekt wyszcucia, nawiązujący do włókienniczej przeszłości regionu.

Efekt wyszcucia znaku lub innych elementów systemu powstaje przez nałożenie efektu SCRIBBLE (w programie Adobe Illustrator) na uproszczoną formę wektorową.

Przy dużym powiększaniu lub pomniejszaniu znaku parametry te można nieznacznie modyfikować tak, aby efektem końcowym było wrażenie wyszcucia znaku i innych elementów graficznych widoczne w naturalnym środowisku, przy jednoczesnej dobrej czytelności wszystkich elementów znaku (np. liter wyrazu „promuje łódzkie”).



dopuszczalne wersje logo

Znak promocyjny nie ma specjalnej wersji negatywowej. Na tłach różnokolorowych ciemnych, na których leży znak, dobieramy jasny kolor znaku podstawowego, odpowiednio kontrastowy w stosunku do tła.



Znak w wersji achromatycznej stosowany jest w zestawieniach znaku ze znakami Unii Europejskiej.



Czynnikiem decydującym o wyborze formy z efektem wyszycia lub uproszczonej jest czytelność znaku. W skrajnych przypadkach, przy dużych pomniejszeniach, efekt wyszycia jest niewidoczny, wtedy należy użyć formy uproszczonej znaku.



Łódzkie nie tylko promuje

Logo oprócz wersji kolorystycznych może zostać rozwinięte przez zmianę hasła.

Łódzkie może wspierać, zapraszać, inwestować, finansować, czy też budować.





kolorystyka znaku

Cechą charakterystyczną znaku jest brak ściśle określonego koloru. Użytkownik systemu ma pełną dowolność w doborze kolorów. W ten sposób elastyczny system dostosowuje się do treści komunikatu.



PANTONE Yellow C
CMYK: 0 / 10 / 100 / 0
RGB: 255 / 230 / 0
INDEX: #FFE600



PANTONE 1665 C
CMYK: 0 / 85 / 100 / 0
RGB: 200 / 65 / 21
INDEX: #C74015



PANTONE 233 C
CMYK: 25 / 100 / 0 / 0
RGB: 163 / 0 / 123
INDEX: #A2007B



PANTONE 297 C
CMYK: 50 / 0 / 0 / 0
RGB: 156 / 206 / 243
INDEX: #9BCEF3



PANTONE 123 C
CMYK: 0 / 25 / 100 / 0
RGB: 238 / 193 / 9
INDEX: #EDC108



PANTONE 185 C
CMYK: 0 / 100 / 80 / 0
RGB: 255 / 0 / 0
INDEX: #FF0000



PANTONE 513 C
CMYK: 55 / 100 / 0 / 0
RGB: 119 / 30 / 125
INDEX: #771E7D



PANTONE 3005 C
CMYK: 100 / 30 / 0 / 0
RGB: 6 / 113 / 176
INDEX: #0671B0



PANTONE 137 C
CMYK: 0 / 47 / 100 / 0
RGB: 223 / 154 / 20
INDEX: #DF9914



PANTONE 219 C
CMYK: 0 / 100 / 0 / 0
RGB: 196 / 0 / 121
INDEX: #C30079



PANTONE 271 C
CMYK: 50 / 50 / 0 / 0
RGB: 140 / 131 / 186
INDEX: #8B82BA



PANTONE 301 C
CMYK: 100 / 50 / 0 / 20
RGB: 0 / 88 / 150
INDEX: #005795



PANTONE 381 C
CMYK: 25 / 0 / 100 / 0
RGB: 208 / 213 / 39
INDEX: #CFD527



PANTONE 375 C
CMYK: 49 / 0 / 100 / 8
RGB: 163 / 192 / 52
INDEX: #A3C034



PANTONE 369 C
CMYK: 61 / 0 / 100 / 8
RGB: 128 / 168 / 56
INDEX: #7FA837



PANTONE 326 C
CMYK: 82 / 0 / 42 / 0
RGB: 79 / 169 / 163
INDEX: #4FA8A3

poziome rozwinięcie znaku

Przykład pokazuje, jak ze znaku promocyjnego „promuje łódzkie” rozwija się znaki promocyjne poszczególnych regionów (miast, gmin, powiatów) województwa łódzkiego.

W przypadku gdy nazwy miejscowości są dwuczłonowe, np. Piotrków Trybunalski, czy Aleksandrów Łódzki, dopuszcza się skracanie znaków, w sposób przedstawiony na przykładzie poniżej.

Pojawiają się nowe elementy:

1. charakterystyczne obramowanie, którego znak „promuje łódzkie” jest częścią,
2. piktogram zbudowany z prostych elementów charakteryzujący dany region i podkreślający jego wyjątkowość,
3. nazwa miasta lub regionu napisana specjalnie zaprojektowaną czcionką ŁODZER.



kutno



promuje
tódzkie



łowicz



promuje
tódzkie



tódź



promuje
tódzkie



skierniewice



promuje
tódzkie



sulejów



promuje
tódzkie



znak „promuje łódzkie” z innymi znakami – ciągi znaków

Do każdego z realizowanych przez Województwo Łódzkie programów operacyjnych dostosowano odpowiednią kolorystykę znaku. *



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Ciągi znaków w wersji achromatycznej.



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



*dotyczy okresu programowania 2007-2013

znak „promuje łódzkie” z innymi znakami – promocja i patronat

Gdy województwo łódzkie występuje jako partner regionalny lub współorganizator.



Regionalne
Centrum
Polityki
Społecznej w Łodzi



Instytucja kultury
Samorządu
Województwa Łódzkiego



Jednostka organizacyjna
Samorządu
Województwa Łódzkiego

Gdy inicjatywa objęta jest patronatem Marszałka Województwa.



MARSZAŁEK
WOJEWÓDZTWA ŁÓDZKIEGO
Andrzej Nowak



typografia

typografia

Jako część znaku promocyjnego i systemu identyfikacji województwa łódzkiego zaprojektowano specjalny font LODZER, który ma za zadanie wyróżniać województwo na tle innych promujących się regionów. Czcionka LODZER służy do budowy znaków promocyjnych poszczególnych miast i regionów województwa łódzkiego oraz charakterystycznych tytułów w ramach systemu identyfikacji wizualnej.

Konstrukcja typograficzna zakłada użycie małych liter, co pozwoli:

1. odinstytucjonalizować przekaz – zdjąć z piedestału instytucję, czyli województwo i ukazać je jako zbiór równych sobie elementów,
2. uprzedmiotować – przez odformalizowanie nazwy administracyjnej; w ten sposób abstrakcyjny byt (instytucja) zyskuje rzeczywistą postać (moje województwo),

3. przybliżyć ideę województwa – zmniejszyć dystans i sprowadzić do konkretnego to, co dotąd było odległe i niedostępne,
4. upowszechnić – zamiast elitarności (dla wybranych) wprowadzić egalitarność (dla wszystkich), zapewniając równość i znosząc patos towarzyszący podmiotom administracyjnym.

WAŻNE!

Wielkie litery stosuje się jedynie do skrótowców i numeracji rzymskiej.

A B C Ć D E Ę F G H I J K L ł M
N Ń O Ó P Q R S Ś T U V W X Y Z Ż ż
a b c ć d e ę f g h i j k l ł m
n Ń o ó p q r s ś t u v w x y z ż ż
0 0 1 1 2 2 3 3 4 4 5 5 6 6 7 7 8 8 9 9
! ? () * + - ± × ÷ . , : ; , , " / < = > @ () ©

typografia

Pozostałe treści (bloki tekstowe)
w ramach systemu identyfikacji są
pisane fontem uzupełniającym
HELVETICA NEUE.

W prezentacjach multimedialnych
Microsoft PowerPoint, w dokumentach
Microsoft Word i na stronach
internetowych należy używać
alternatywnego fontu ARIAL.

helvetica neue

AĀBCĆDEĖFGHIJKĹMNŃOÓPQRSŚTUVWXYZŹŻ
aābcćdeėfghijklĳmnńoópqrśstuvwxyzźź
0123456789!()?)*+-±×÷.,:;,,"'/<=>@[]

AĀBCĆDEĖFGHIJKĹMNŃOÓPQRSŚTUVWXYZŹŻ
aābcćdeėfghijklĳmnńoópqrśstuvwxyzźź
0123456789!()?)*+-±×÷.,:;,,"'/<=>@[]

AĀBCĆDEĖFGHIJKĹMNŃOÓPQRSŚTUVWXYZŹŻ
aābcćdeėfghijklĳmnńoópqrśstuvwxyzźź
0123456789!()?)*+-±×÷.,:;,,"'/<=>@[]

arial

AĀBCĆDEĖFGHIJKĹMNŃOÓPQRSŚTUVWXYZŹŻ
aābcćdeėfghijklĳmnńoópqrśstuvwxyzźź
0123456789!()?)*+-±×÷.,:;,,"'/<=>@[]

elementy graficzne

elementy graficzne

System identyfikacji województwa łódzkiego składa się z kilku bazowych elementów:

1. Typografia - używamy wcześniej opisanych fontów: LODZER oraz HELVETICA NEUE.
2. Kolory - w konstruowaniu layoutów mamy pełną dowolność w doborze kolorów.
3. Zdjęcia.
4. Ramki z charakterystycznym elementem „Ł” oraz linie służące do podziału treści. Ramka jest pochodną znaku promocyjnego.
5. Ikony i ilustracje tworzące charakterystyczną linię horyzontu (tzw. skyline) różnych regionów województwa łódzkiego.
6. Logo promocyjne w wersji podstawowej oraz w wersji rozszerzonej o dodatkowe pole, ramkę (w pionie i w poziomie).



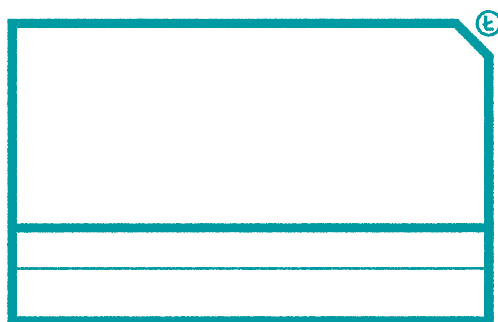
1) ikony, ilustracje



2) kolory



3) zdjęcia



4) ramki i linie



5) logo promocyjne

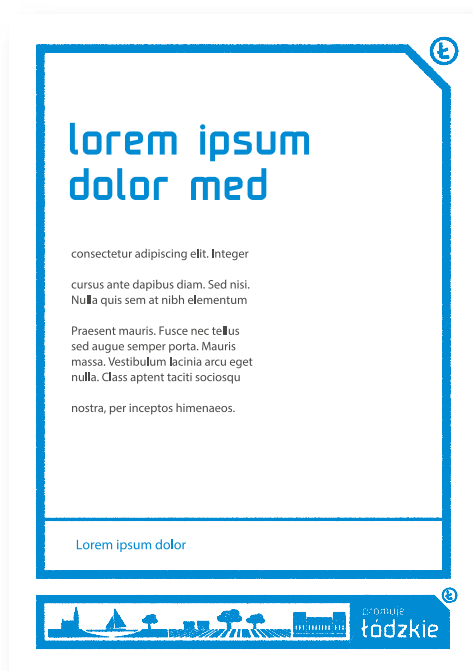
budowa layoutów

Ilustracja przedstawia ogólny sposób osadzania treści w layoutach.

Tytuły piszemy fontem LODZER (w miarę możliwości w takim samym kolorze, jak ramka budująca layout).

Pozostałe teksty piszemy fontem HELVETICA NEUE (zalecane użycie koloru 85% black).

Fontu HELVETICA możemy także używać do pisania tytułów i nagłówków.

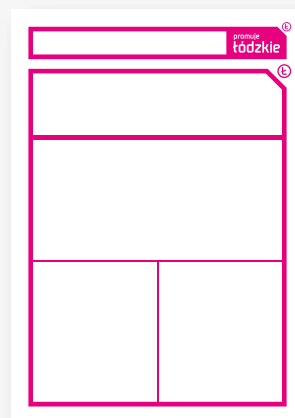
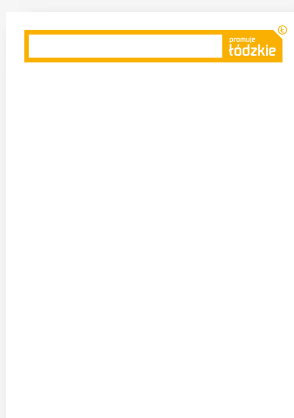
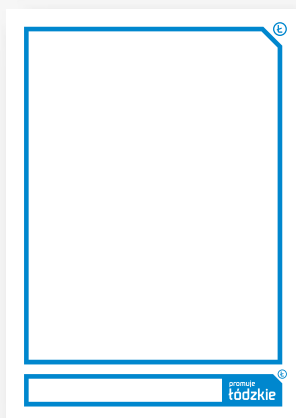
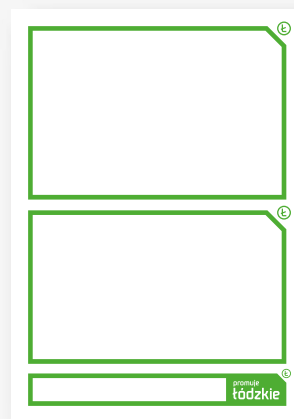


budowa layoutów

Przestrzeń dowolnego projektu można komponować przez łączenie logo, charakterystycznych ramek oraz linii dzielących. Uzupełnieniem projektu są zdjęcia z wcięciem w prawym górnym rogu oraz hasła zapisane czcionką LODZER.

WAŻNE!

Należy starać się, aby na jednej stronie layoutu użyty był tylko jeden kolor elementów graficznych.



Łączenie elementów

Ilustracja przedstawia relację między logo promocyjnym w wersji rozszerzonej, a dobudowaną do niego ramką z charakterystycznym elementem „Ł”.

Odległości między ramkami oraz między ramką a znakiem promocyjnym wynosi $2x$ (wartość pola ochronnego znaku).

Grubość obramowania odnosi się zawsze do wielkości znaku promocyjnego i wynosi $1x$.

Element „Ł” w dodatkowych ramkach dostawionych do znaku promocyjnego jest zawsze większy (ok. 200%) niż w samym znaku. W związku z tym powiększa się także sam narożnik.



Łączenie piktoграмów

Ilustracja przedstawia, w jaki sposób łączymy różne ikony w jeden krajobraz (skyline), który później można używać jako uzupełnienia znaku promocyjnego.

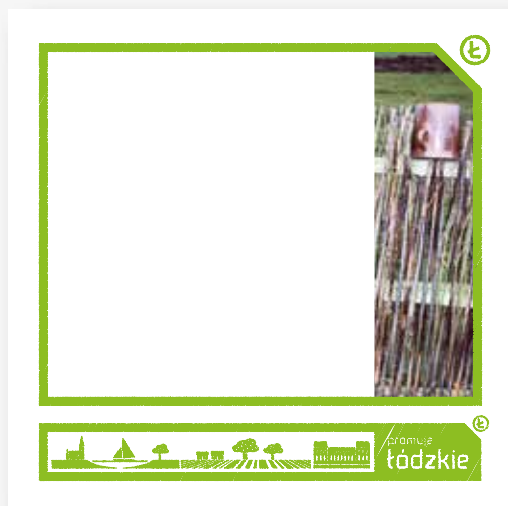
Tak przygotowany zestaw ikon powinien być dopasowany do wnętrza ramki (margines pomiędzy krawędziami ilustracji a samą ramką wynosi $1/2$ grubości ramki).



Łączenie ramek ze zdjęciem

Ilustracja przedstawia sposób, w jaki osadzamy zdjęcia w layoutach.

W przypadku zdjęć całostronnicowych, należy zwrócić uwagę, aby wszystkie elementy layoutu były dobrze czytelne na zdjęciu.



materiały informacyjne

przykłady wykorzystania layoutów

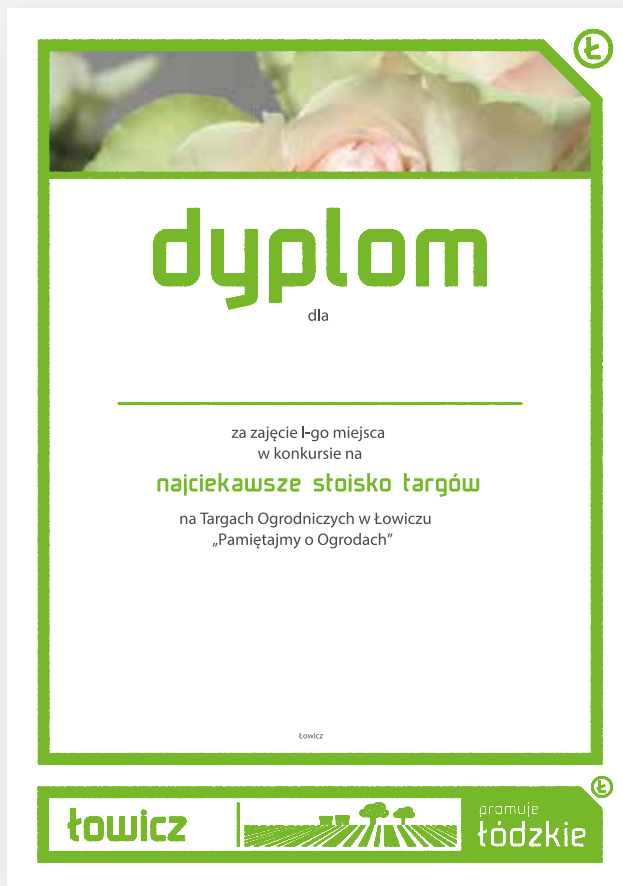
Jak pokazuje przykład dyplomu, rama może być dzielona w dowolnych proporcjach, by móc równocześnie eksponować tekst i zdjęcie.

W przypadku folderu do tworzenia stron wykorzystano dostępne elementy systemu (charakterystyczne „wyszywane” ramki i linie dzielące, typografię, kolorystykę, odpowiednio kadrowane zdjęcia etc.).

Na ilustracji pokazano przykład okładki w wersji z ramką dookoła strony (mocniejsza identyfikacja województwa łódzkiego).

Gdy projekt graficzny np. album, ma indywidualny tematyczny charakter, system nie powinien ingerować w jego design, jedynie być pieczęcią czy stopką, która wyraźnie go sygnuje lub promuje. Wówczas posługujemy się znakiem „promuje łódzkie” w wersji rozszerzonej lub w wersji podstawowej.

dyplom



folder



album

CESTOWA WIOSNA WIOSNA 2024



Wiosna w regionie łódzkim to projekt artystyczny, który ma na celu popularyzowanie tradycji i kultury regionu łódzkiego. Projekt ten jest częścią większego projektu, który ma na celu popularyzowanie tradycji i kultury regionu łódzkiego.

Projekt artystyczny to projekt artystyczny, który ma na celu popularyzowanie tradycji i kultury regionu łódzkiego.

Projekt artystyczny to projekt artystyczny, który ma na celu popularyzowanie tradycji i kultury regionu łódzkiego.

Projekt artystyczny to projekt artystyczny, który ma na celu popularyzowanie tradycji i kultury regionu łódzkiego.



Projekt artystyczny to projekt artystyczny, który ma na celu popularyzowanie tradycji i kultury regionu łódzkiego.

materiały promocyjne

znakowanie materiałów promocyjnych

Standardowym sposobem znakowania materiałów promocyjnych jest logo.

Do promowania marki województwa łódzkiego można również użyć znaku podstawowego, achromatycznego, rozwięcia znaku, bądź samej „Łki”.

Należy starać się, aby w miarę możliwości znakowanie wzbogacić o adres strony internetowej www.lodzkie.pl.



znakowanie materiałów promocyjnych

W przypadku organizacji eventów, czy konkursów, których promocja bazuje na internecie i socialmedia, na materiałach promocyjnych i nośnikach informacji przekaz powinien zostać uzupełniony o hashtagi odnoszące się do danego przedsięwzięcia.

Wszędzie tam, gdzie przestrzeń ogranicza ilość informacji, jakie można na niej zamieścić wskazane jest stosowanie kodów QR.



digital łódzkie

strona internetowa

Przykład konstrukcji strony internetowej promującej różnego rodzaju wydarzenia i eventy.

Strona ma strukturę współczesnej „wirtualnej tablicy korkowej” połączonej z portalem społecznościowym, .

Taki układ strony bardzo ułatwia jej przygotowanie w technice „responsive design”, w której zawartość strony dostosowuje się do urządzenia, na jakim jest wyświetlana.



„Łka” i rozwinięcie znaku jako link

Wizualizacje przedstawiają, rozwinięcie znaku oraz „Łkę” jako elementy wykorzystane do wzmocnienia promocji marki województwa łódzkiego poprzez strony internetowe.

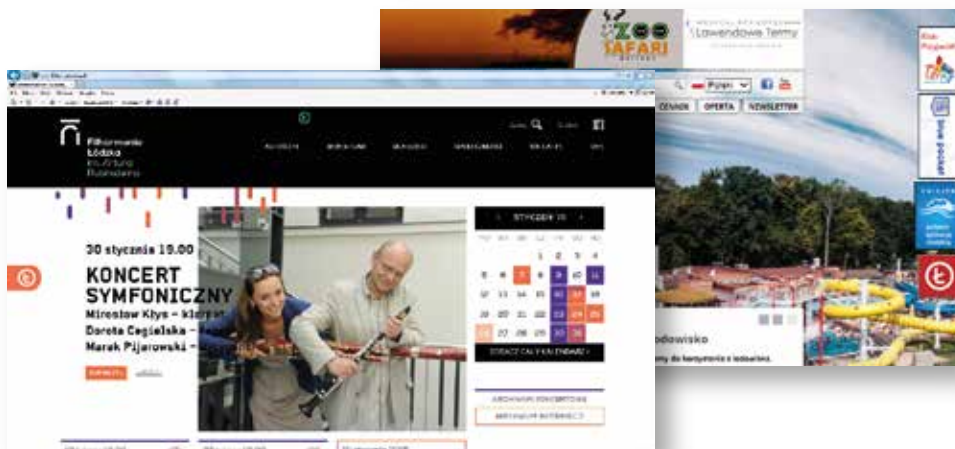
Do wysuwanych paneli linkujących odpowiedniejsza jest „Łka”, jednak aby podkreślić przynależność do województwa łódzkiego wskazane jest zamieszczenie w dolnej części strony „belki promocyjnej”, czyli znaku promocyjnego rozwiniętego w poziomie.

Tak, jak w przypadku wcześniejszych przykładów kolorystykę poszczególnych elementów graficznych marki należy dostosować do istniejącego już projektu.

Rozwinięcie znaku może zostać uzupełnione o dowolne piktogramy odpowiadające tematyce strony.

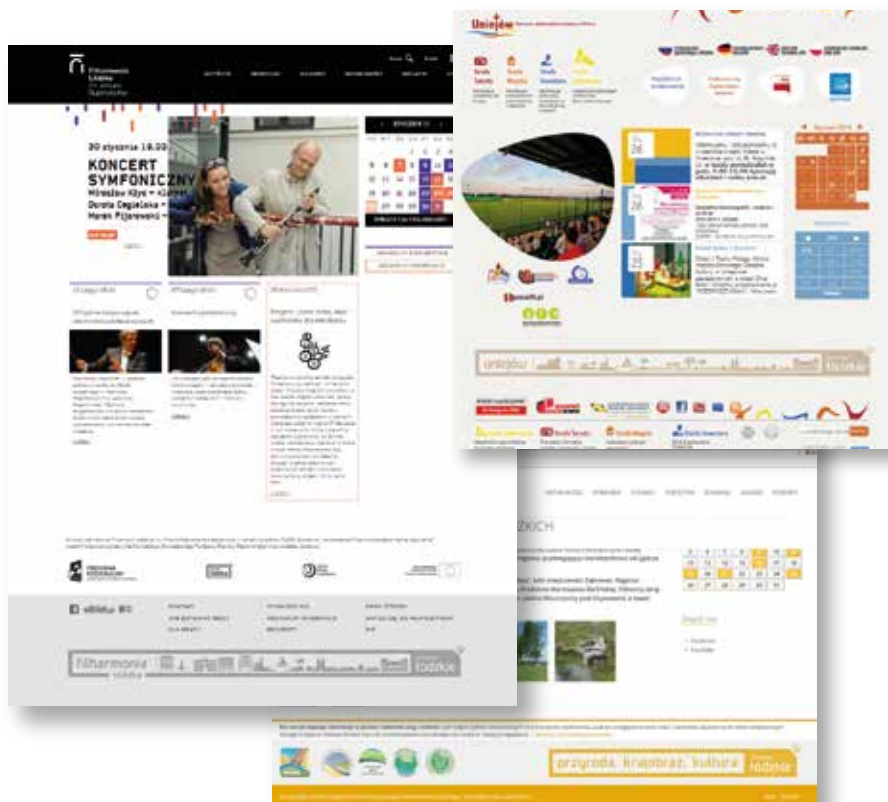
Linki powinny prowadzić do strony www.lodzkie.pl.

wysuwany panel z „Łką”



„łka” i rozwinięcie znaku jako link

„belka promocyjna” linkująca do strony www.lodzkie.pl



banery reklamowe

Standaryzacji podlegają wszystkie dziedziny promocji także i promocja w internecie.

Na ilustracji przedstawiono kilka przykładowych formatów reklam wraz z elementami graficznymi marki województwa łódzkiego.



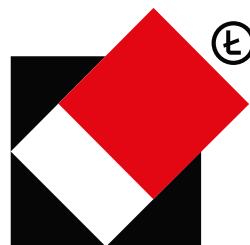
trade mark
sygnowanie „tką”

„Łka”, jako potwierdzenie jakości

Każde logo instytucji, firmy, festiwalu czy inicjatywy społecznej, będące już marką w województwie łódzkim, może zostać wzbogacone o charakterystyczną „Łkę” potwierdzającą jej pochodzenie i wartość.



ŁÓDZKA KOLEJ AGLOMERACYJNA



Łódzkie
intelektualne



