



# SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

część pierwsza i druga

współpraca:



autor:

BOMERSKI I PARTNERZY SP.P.

SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Centrum Aktywnego Wypoczynku

# Narzędzia i zastosowanie systemu wizualnego

# NAMING

Naming to nadawanie, dobieranie i wykorzystywanie nazw, haseł i sloganów marketingowych w celach promocyjnych. Odpowiednie opracowanie tych elementów znacząco wpływa na postrzeganie marki przez klientów, ich postawę wobec marki oraz łatwość zapamiętania.

Przyjęta w opracowaniu, będąca podstawą stworzenia całościowej identyfikacji nazwa FESTIWAL BIEGÓW zawiera w sobie jednocześnie opis projektu (festiwal – mnogość, różnorodność, kompleksowość), wzmacniając przekaz marketingowy oraz ułatwiając identyfikację projektu.

Nazwa jest łatwa do zapamiętania, jednoznaczna, czytelna w odbiorze. Z łatwością poddawać się będzie tłumaczeniom na obce języki oraz ewentualnym dostosowaniom do potrzeb zarówno całego projektu, jak i poszczególnych tras.



**Budowanie świadomości marki** (ang. *branding*) to technika marketingowa polegająca na kreowaniu i utrwalaniu w umysłach konsumentów faktu istnienia oraz pozytywnego wizerunku konkretnej marki. Aby skutecznie promować produkty czy usługi przekaz musi być spójny oraz skierowany do konkretnej grupy docelowej. Przekaz taki jest częścią procesu zwanego brandingiem. Branding, czyli budowanie świadomości marki polega na kreowaniu i utrzymaniu pozytywnego wizerunku konkretnej marki w umysłach odbiorców. Marka jest koncepcją, którą klienci kojarzą z oferowanymi przez firmę produktami czy usługami. Jest ona ściśle związana z reputacją. Aby marka była kojarzoną z dobrą jakością musi mieć dobrą reputację i wierną grupę stałych klientów.

Najczęściej stosowane metody budowania świadomości marki to dobór odpowiedniej nazwy marki, logo, hasła reklamowego, adresu strony internetowej, ogólnego wzoru wyglądu oraz przekazu materiałów reklamowych. Wszystkie te sposoby muszą być ze sobą powiązane, stanowić spójną całość przekazu marketingowego, oraz być skierowane do konkretnej grupy docelowej. Jednym z najważniejszych parametrów zarządzania marką jest świadomość marki. Świadomość marki odzwierciedla jej stan w świadomości klientów. Pokazuje gotowość i chęć klienta do zakupu produktu konkretnej marki.

## KONCEPCJA BRANDINGU CENTRUM AKTYWNEGO WYPOCZYNKU

Innowacyjne podejście do tworzenia oferty rekreacyjnej regionu, w tym realizacja projektu zintegrowanej sieci tras turystycznych pociąga za sobą konkretne wymagania dotyczące promocji oraz reklamy CAW Festiwal Biegów.

Założenie ochrony różnorodności środowiska, zachowanie walorów krajobrazu oraz zwiększenie dostępności turystycznej Małopolski stawiają wyzwanie stworzenia spójnej, czytelnej, uniwersalnej koncepcji identyfikacji wizualnej, która przy pełnej funkcjonalności nie może zaburzać wizualnego odbioru otaczającego trasy środowiska naturalnego.

Założony jednolity standard opisu tras, ich oznakowania uwzględnia wszystkie uwarunkowania, zarówno od strony marketingowej (atrakcyjność oferty, rozpoznawalność), jak i technicznej (widoczność, dopasowanie do krajobrazu i powstającej infrastruktury).

Całość identyfikacji opiera się na wyrazistym, łatwo rozpoznawalnym logotypie, który umieszczony zostanie na wszystkich elementach oznakowań, budynkach, elementach małej architektury oraz wszystkich materiałach promocyjnych i akcydensowych związanych z promocją projektu. Opracowane dodatkowe formy graficzne pozwalają na szybką identyfikację trasy w otoczeniu, a konsekwentne ich użycie w materiałach promocyjnych pozwoli na łatwe rozpoznanie projektu w ofercie turystycznej regionu. Przejrzyste, wyraziste formy i kształty, kolorystyka bezpośrednio związana z logotypem spajają wszystkie elementy tworząc łatwo identyfikowalny system, czytelny w obiorze i łatwy do implementacji.

# Księgi systemów identyfikacji wizualnej

Księgi Systemów Identyfikacji Wizualnej to zespół reguł oraz konsekwentnie zaprojektowanych wzorców, które mają utrwalać pożądane opinie na temat marki wśród szeroko rozumianych odbiorców zewnętrznych. Sposób, w jaki marka jest postrzegana na zewnątrz oraz przez własnych pracowników bezpośrednio oddziałuje zarówno na jej pozycję na rynku, jak też na szeroko pojętą świadomość społeczną.

Tworzenie spójnego wizerunku nie tylko pomaga wyróżnić się na tle konkurencji, ale też przekonać potencjalnych współpracowników i studentów do związania się z uczelnią. We współczesnym świecie marki doceniają wagę świadomego kształtowania wyobrażenia o sobie, czyli o tym, jaki jest ich charakter, co oferują i w jaki sposób to realizują. Coraz częściej decydują się na opracowanie kompleksowej identyfikacji, której celem jest zaprezentowanie w unikatowy sposób filozofii i metod działania oraz stworzenie oryginalnego wizerunku.

Zgodnie z badaniami o naszej wiedzy, opinii czy wyobrażeniu, w przeważającej mierze decydują doznania wzrokowe, stąd też kluczową rolę w programie kompleksowej identyfikacji odgrywa system wizualny. To właśnie elementy graficzne mają bezpośredni wpływ na kreację i postrzeganie, przez co pomagają budować prestiż i otwarte, przyjazne oblicze.

Podstawowym elementem Systemu Identyfikacji Wizualnej jest Księga Identyfikacji Wizualnej. Jest to uproszczone kompendium wiedzy na temat systemu wizualnego Centrum Aktywnego Wypoczynku.

FESTIWAL  
BIEGÓW



Elementy struktury  
identyfikacji wizualnej

- 2. LOGO
- 3. LOGO - WERSJA NA CIEMNYM TLE
- 4. LOGO - WERSJA MONOCHROMATYCZNA
- 5. LOGO - WERSJA POZIOMA
- 6. KOLORYSTYKA LOGO
- 7. POLE OCHRONNE LOGO
- 8. DOPUSZCZALNE TŁA
- 9. WIELKOŚĆ MINIMALNA
- 10. ZAKAZY STOSOWANIA
- 11. KOLORYSTYKA
- 12. MOTYWY GRAFICZNE
- 15. TYPOGRAFIA
- 16. PRZYKŁADY DRUKÓW
- 17. PRZYKŁADY GADŻETÓW
- 19. PRZYKŁADY STOSOWANIA W INTERNECIE

# FESTIWAL BIEGÓW



# FESTIWAL BIEGÓW





FESTIWAL  
BIEGÓW



FESTIWAL  
BIEGÓW









FESTIWAL  
BIEGÓW



FESTIWAL  
BIEGÓW



FESTIWAL  
BIEGÓW



FESTIWAL  
BIEGÓW



FESTIWAL  
BIEGÓW



FESTIWAL  
BIEGÓW



FESTIWAL  
BIEGÓW





skala 1:1



skala 1:1



## ZAKAZY STOSOWANIA



Zakaz rozciągania logo  
w pionie bądź w poziomie



Zakaz zmieniania układu logo  
oraz skalowania poszczególnych  
elementów



Zakaz umieszczania  
grafik bądź napisów w polu  
ochronnym logo



Zakaz zmiany kolorystyki logo  
w sposób inny niż mówi księga  
identyfikacji wizualnej

# KOLORYSTYKA

CMYK

RGB

PANTONE

C 20  
M 0  
Y 0  
K 10

R 181  
G 213  
B 229

544 U/C

C 75  
M 50  
Y 0  
K 10

R 67  
G 110  
B 172

2727 U/C

C 0  
M 100  
Y 100  
K 0

R 237  
G 28  
B 36

1795 U/C

C 100  
M 100  
Y 0  
K 50

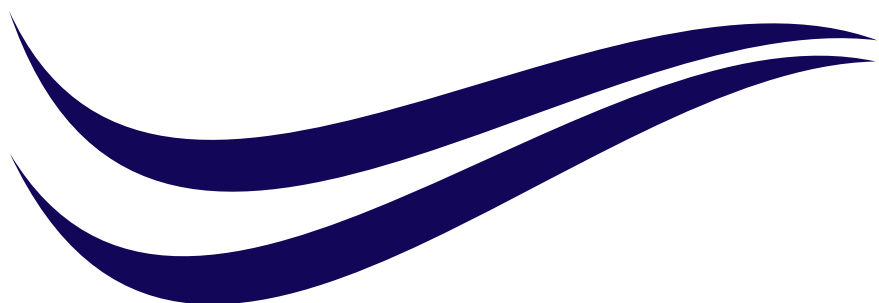
R 21  
G 9  
B 88

275 U/C









## Century Gothic Regular

Aa Aq Bb Cc Ćć Dd Ee Ęę Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Łł Mm Nn Ńń Oo Pp Qq Rr Ss Śś Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz Żż Źź

## Century Gothic Italic

Aa Aq Bb Cc Ćć Dd Ee Ęę Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Łł Mm Nn Ńń Oo Pp Qq Rr Ss Śś Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz Żż Źź

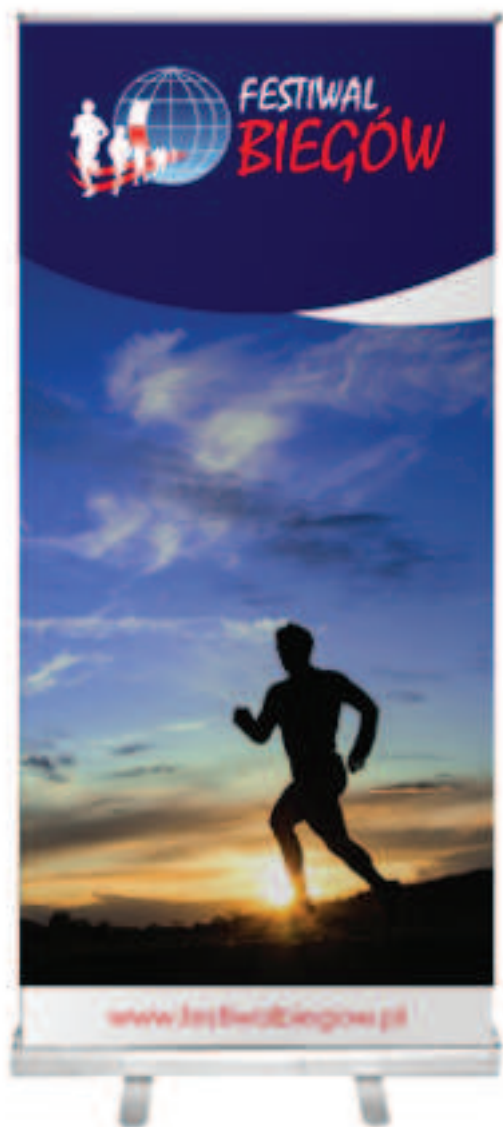
## Century Gothic Bold

Aa Aq Bb Cc Ćć Dd Ee Ęę Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Łł Mm Nn Ńń Oo Pp Qq Rr Ss Śś Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz Żż Źź

## Century Gothic Bold Italic

Aa Aq Bb Cc Ćć Dd Ee Ęę Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Łł Mm Nn Ńń Oo Pp Qq Rr Ss Śś Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz Żż Źź

## PRZYKŁADY DRUKÓW







# PRZYKŁADY STOSOWANIA W INTERNECIE

**Festiwal Biegowy**  
Firma

Utwórz stronę

Najnowsze

2014

2013

2012

2011

Założenie

Lubię to! Obserwuj Wiadomość ...

Oś czasu Informacje Zdjęcia Osoby, które to lubią Wydarzenia

**LUZIE**

5 183 Kliknięcia „Lubię to!”:

Gosia Stolinska lubi to.

Zaproponuj znajomym polubienie tej strony

**INFORMACJE**

- \* Festiwal Biegowy Forum Ekonomicznego \* Mistrzostwa Świata w Biegach Górskich
- <http://www.festiwalbiegowy.pl/>

Zaproponuj zmiany

**ZDJĘCIA**

Post Zdjęcie / film

Napisz coś na tej stronie...

Festiwal Biegowy udostępnił(a) link:  
56 min temu · Edytowany

Orientacja w wersji extreme 😊 Powoli, acz nieubłaganie, zbliża się start 48. Harpagana...

Mamy dla Was rozmowę z kierownikiem rajdu - Karolem Kalszteinem.



# PRZYKŁADY STOSOWANIA W INTERNECIE



BIULETYN INFORMACJI PUBLICZNEJ

CYFROWY URZĄD

Obywatel	Przedsiębiorca	Turysta
Wydarzenia	Wydarzenia	Wydarzenia
Kalendarium	Kalendarium	Kalendarium
BIP w Małopolsce	Portret Gospodarczy	Małopolska Sacrum
O Małopolsce	Odpowiedzialna Małopolska	Wirtualny spacer
Komunikacja Regionalna	Otoczenie Biznesu	Kultura Małopolski
Zdrowie i Rodzina	Obserwatorium	Legends i Tradycje
Praca	Gospodarcze	Zachwyty nad Małopolską

17 października 2014, piątek

Wrota Małopolski

### Wydarzenia

"Małopolska Galopem" IX Hubertus w Konarach  
2014-10-17



W dniach 25 i 26.10.2014 Bonifraterska Fundacja Dobroczynna organizuje przedsięwzięcie o nazwie "Małopolska Galopem" IX Hubertus w Konarach. Partnerem Przedsięwzięcia jest Województwo Małopolskie.

Więcej >

Zaprzyjaźnij się z rynkiem pracy  
2014-10-17

Pokazy pierwszej pomocy, konkurs motoryzacyjny, warsztaty nt. zakładania firmy, rozgrywki „Chłopskiej Szkoły Biznesu”, spotkania dla uczniów z przedstawicielami zawodu oraz osobami, które odniosły sukces, zajęcia dla młodszych i tych bardziej dojrzałych. W dniach 20-26 października w całej Małopolsce odbędzie się ponad 200 wydarzeń, które pozwolą odpowiedzieć na pytanie: Jak zaprzyjaźnić się z rynkiem pracy. Rusza Ogólnopolski Tydzień Kariery.

Więcej >

Polska Rama Kwalifikacji – zmiana dla edukacji i rynku pracy  
2014-10-17



Przedstawiciele powiatowych urzędów pracy, szkół i placówek oświatowych, uczełni, instytucji edukacyjnych, specjalistów ds. szkoleń i rynku pracy zapraszamy na konferencję z cyklu Polska Rama Kwalifikacji – zmiana dla edukacji i rynku pracy. Najbliższe odbędą się w Oświęcimiu, Nowym Sączu i Zakopanem.

Więcej >

I Sądcki Piknik Pokoleń



www.festiwalbiegow.pl

Małopolska. Trwa akcja "Miejsce przyjazne maluchom"

W szczególny sposób uwzględniają potrzeby najmłodszych, starają się, żeby w otoczeniu dedykowanym dorosłym i one poczuły się dobrze – już po raz dziewiąty szukamy takich miejsc w Małopolsce. Trwa akcja „Miejsce przyjazne maluchom”, w której nagradzamy specjalnym certyfikatem instytucje, firmy, placówki publiczne czy klubokawiarnie z naszego regionu gdzie rodzice z dziećmi nie poczuja się intruzami. Na zgłoszenia czekamy od 1 do 28 września.

Więcej >

Wirtualne Muzea Małopolski. Kultura w nowym wymiarze!

To przełom w prezentacji małopolskiego dziedzictwa i muzealnych zbiorów. Małopolska jako pierwszy region w Polsce oferuje tak szeroki, łatwy i atrakcyjny dostęp do zasobów kultury. Portal Wirtualne Muzea Małopolski, prezentuje w formacie 3 i 2D kilkadziesiąt eksponatów wybranych z kolekcji 35 muzeów.

Więcej >

# Wytyczne projektowe elementów małej architektury w przebiegu CAW

## STANDARD OPISU TRAS

Oznakowanie elementów małej architektury występuje w 2 wariantach, stosowanych w zależności od umiejscowienia, widoczności oraz możliwości technicznych.



### Wariant 1.

Elementy graficzne wycinane w blasze. Otwory podłożone od spodu szkłem akrylowym w kolorze mlecznym, dla zwiększenia czytelności. Opcjonalnie – zamontowanie podświetlenia LED.

### Wariant 2.

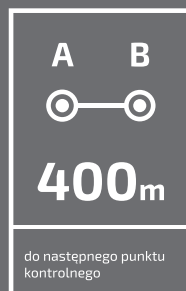
Elementy graficzne wycinane z folii odbłaskowej oraz szkła akrylowego o grubości 15 mm, w kolorach identyfikacji wizualnej, naklejone na blachę stalową. Dane dotyczące odbłaskowości i kolorów w świetle dziennym zgodne z Europejską Normą DIN EN 12899-1, odpowiadające międzynarodowym specyfikacjom dotyczącym odbłaskowości materiałów tej klasy.

Wariant 2 zapewnia możliwość modyfikacji, aktualizacji niektórych informacji w czasie użytkowania znaków.



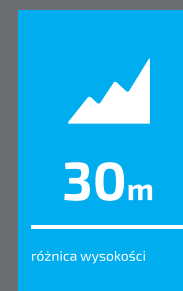
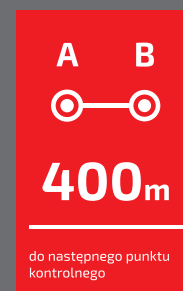
## TRASA ŻŁOTA

Całkowita długość trasy: 2,5 km



## TRASA SREBRNA

Całkowita długość trasy: 4 km



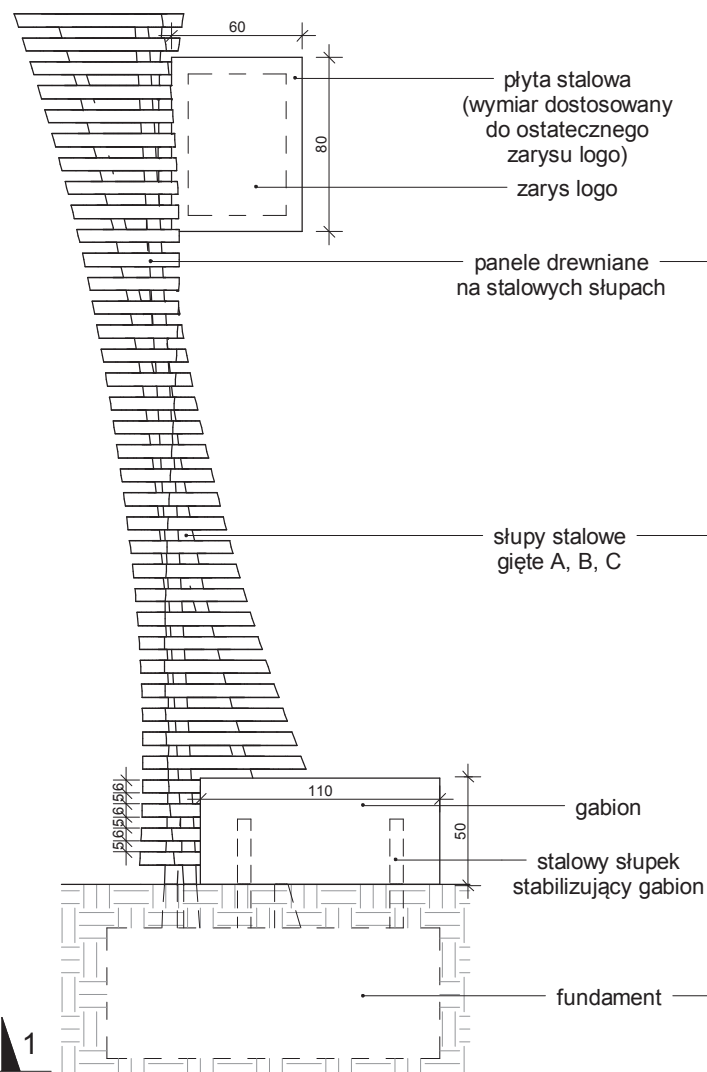
# Katalog projektów do zastosowania przy zamawianiu elementów małej architektury



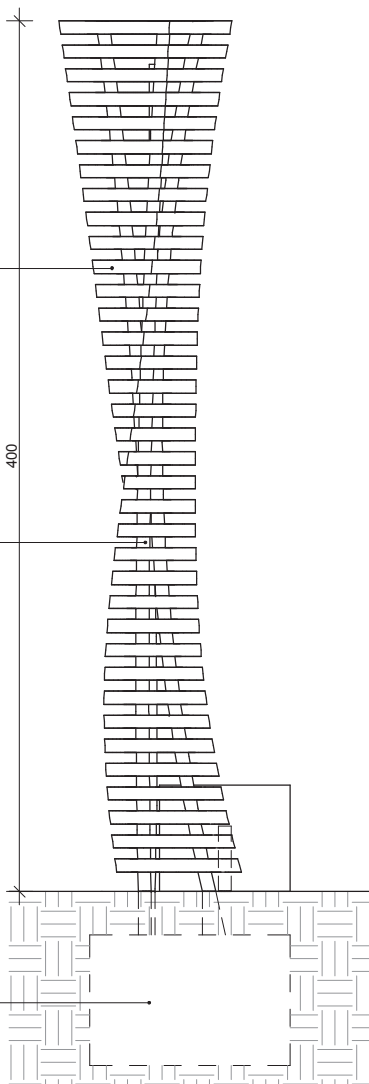




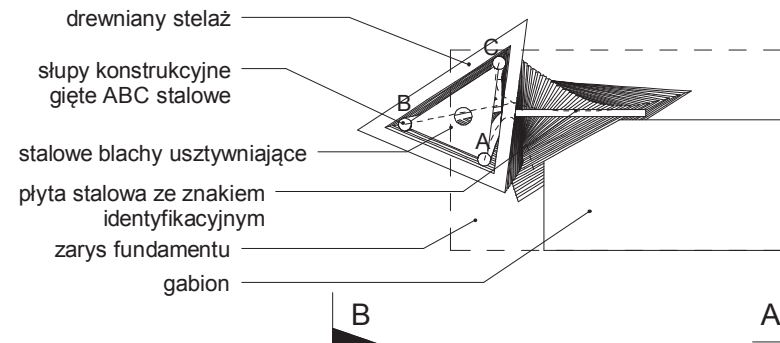
WIDOK A-A



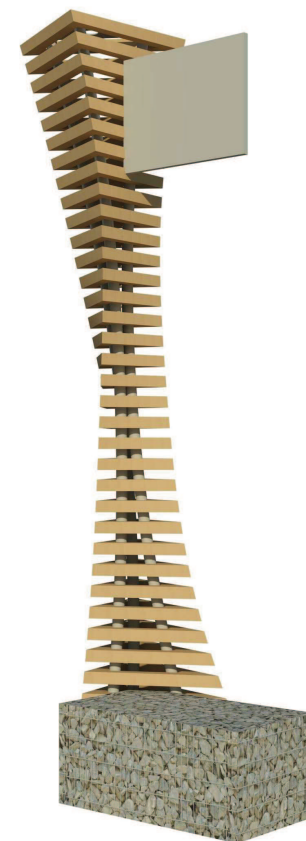
WIDOK B-B



RZUT 1-1



PERSPEKTYWA

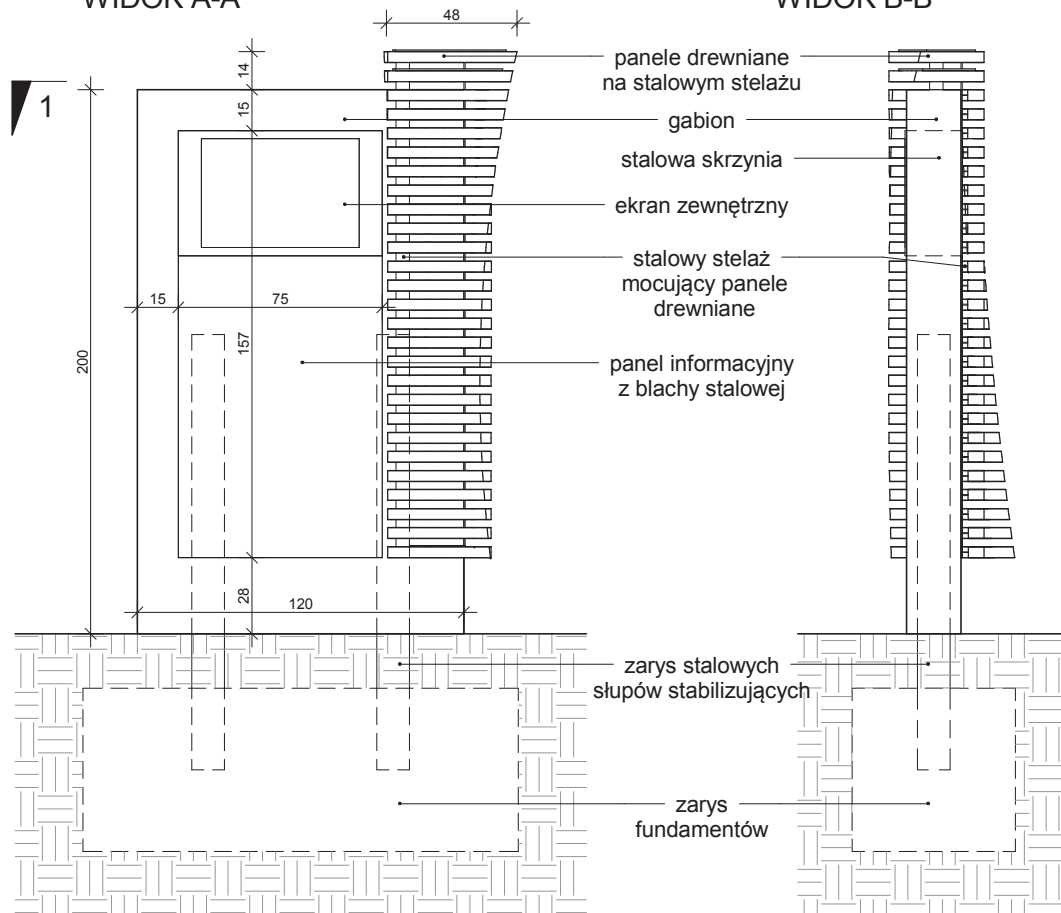


UWAGI

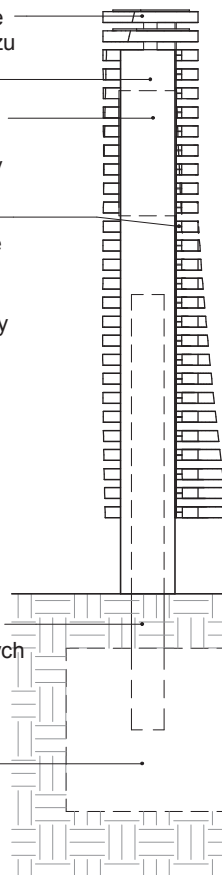
1. Promienie zgięcia słupów stalowych:  
(w jednej płaszczyźnie)
- |            |
|------------|
| A - 9.2 m  |
| B - 10.5 m |
| C - 9.2 m  |



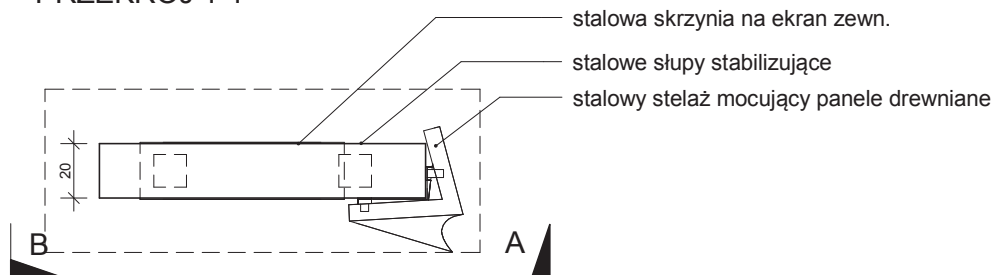
WIDOK A-A



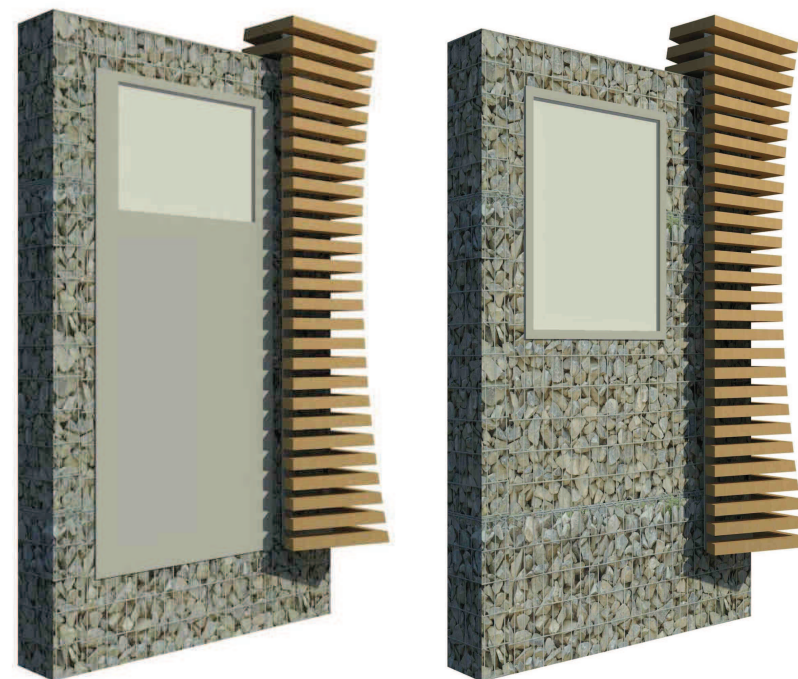
WIDOK B-B



PRZEKRÓJ 1-1



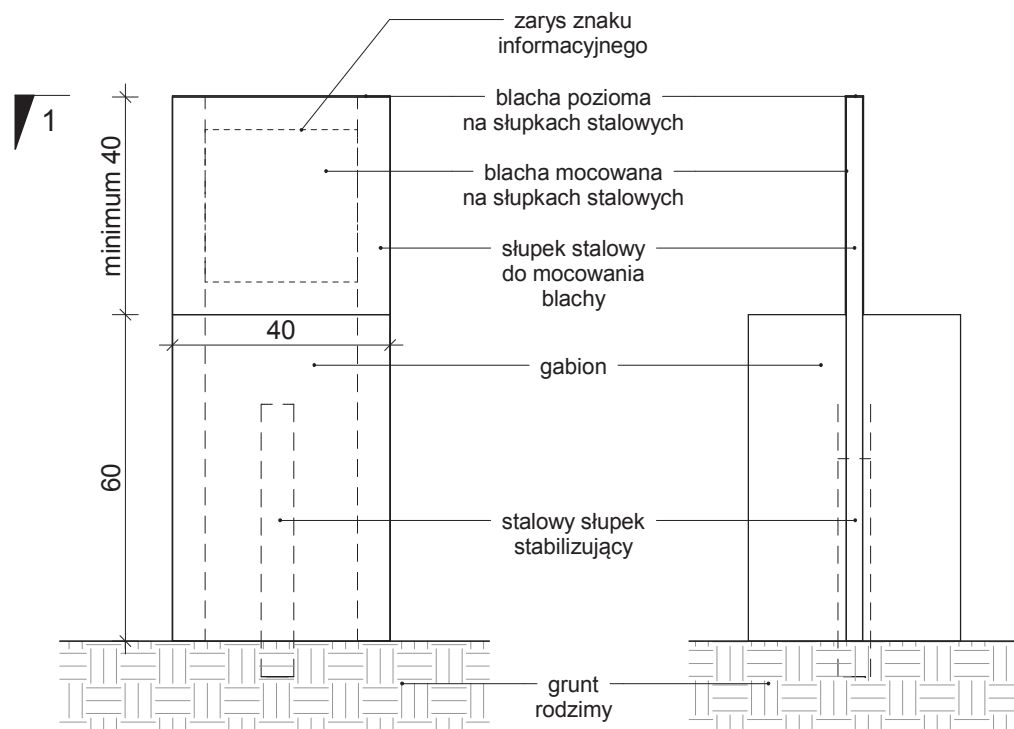
PRZYKŁADOWE ROZMIESZCZENIE PANELU INFORMACYJNEGO



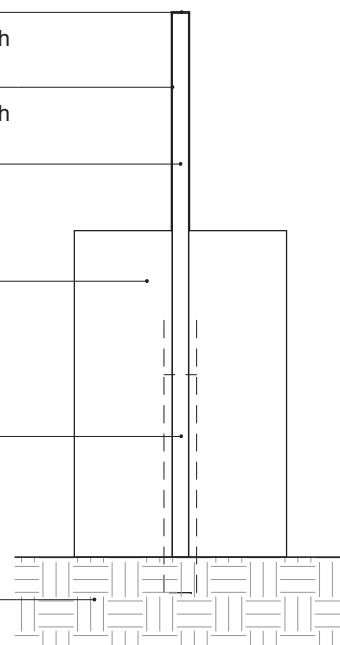
#### UWAGI

1. Wielkość nośników informacyjnych należy dostosować w projekcie technicznym do danej lokalizacji według wytycznych inwestora.

WIDOK A-A



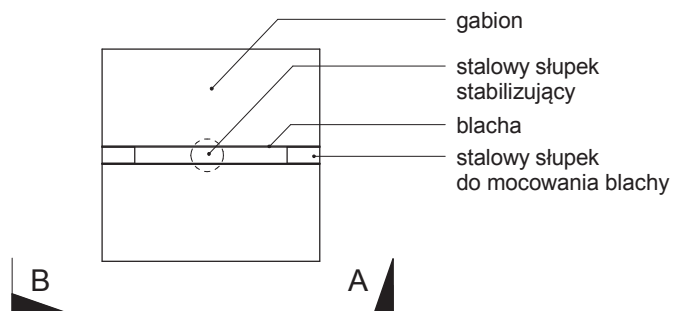
WIDOK B-B



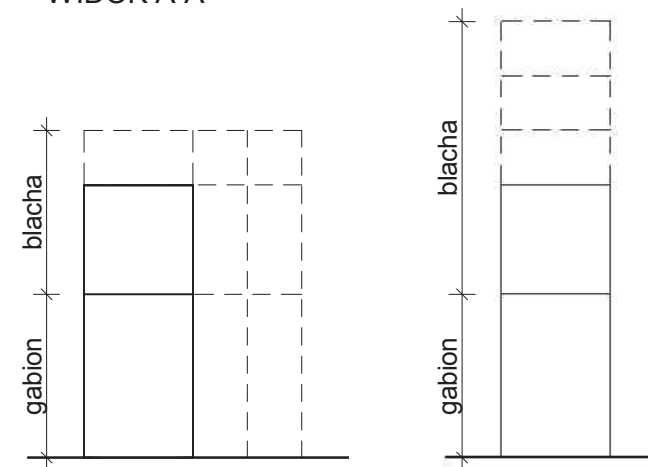
PERSPEKTYWA



PRZEKRÓJ 1-1

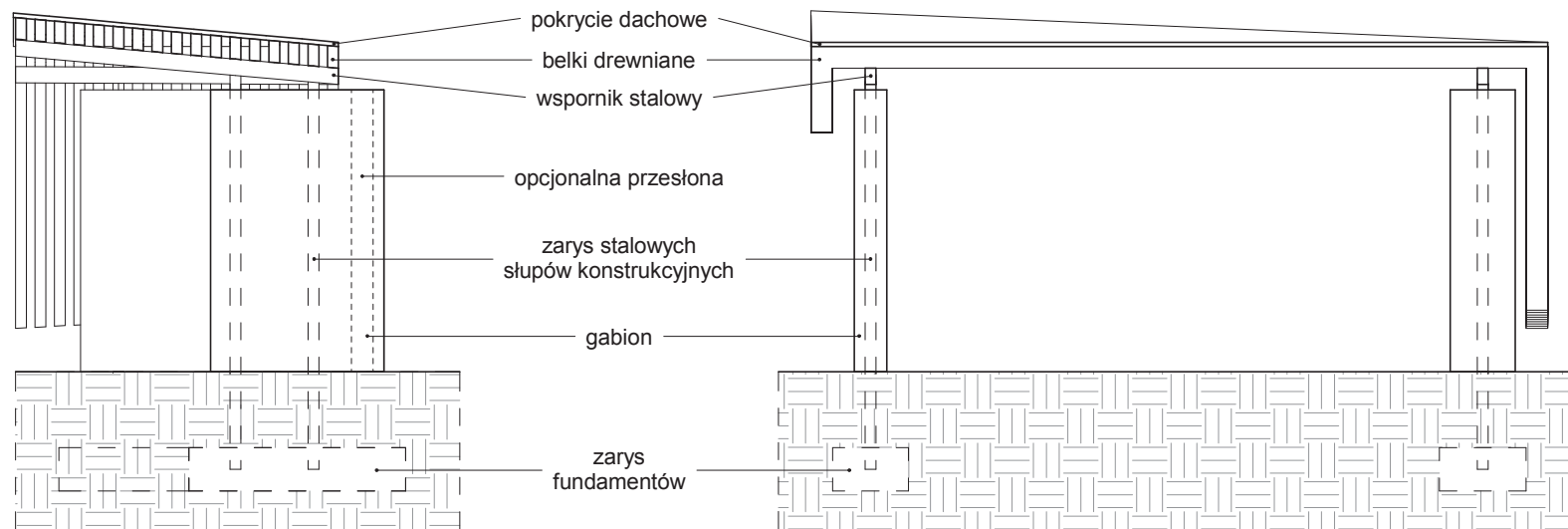


MOŻLIWE MODYFIKACJE  
ZNAKU KIERUNKOWEGO  
WIDOK A-A



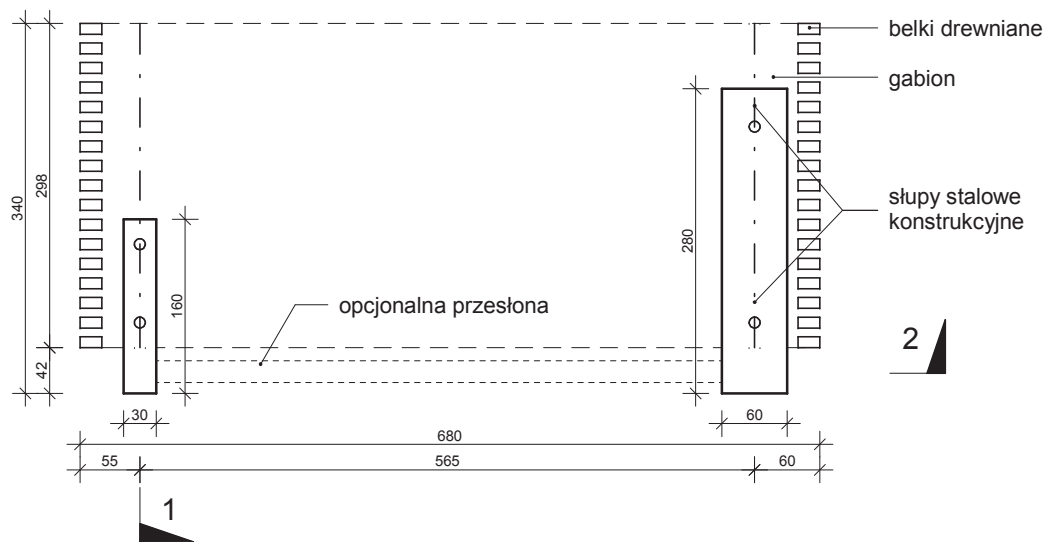
PRZEKRÓJ 1-1

PRZEKRÓJ 2-2

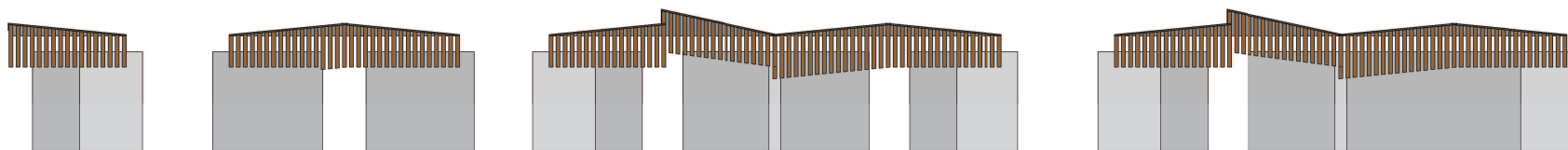


RZUT 1-1

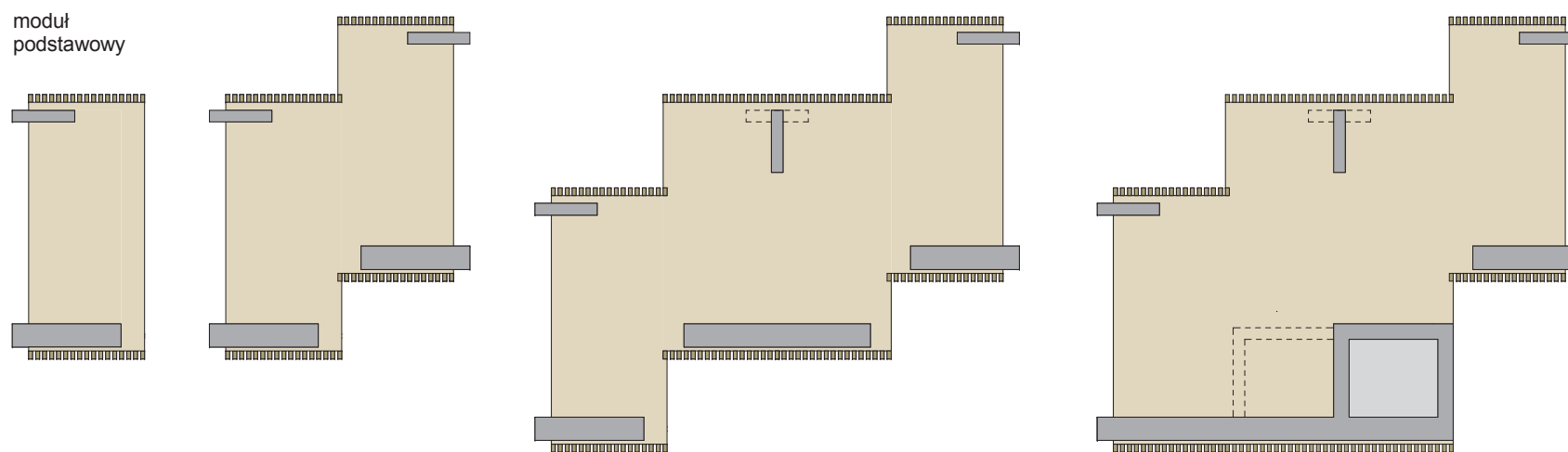
WIDOK PERSPEKTYWICZNY



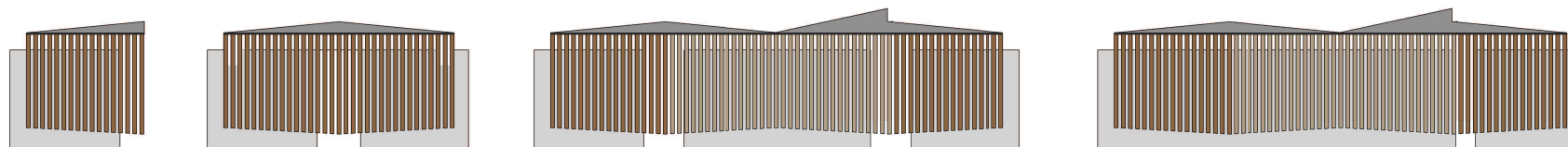
## FORMOWANIE ELEWACJI: PRZÓD



## DOPUSZCZALNE ZESTAWIANIE MODUŁÓW



## FORMOWANIE ELEWACJI: TYŁ

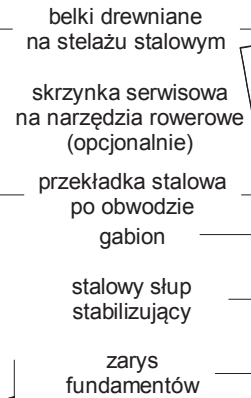




ELEMENTY SIŁOWNI ZEWNĘTRZNEJ POSIADAJĄCE CERTYFIKAT ZGODNOŚCI Z NORMĄ DIN 79000:2012  
- WYMAGANIA BEZPIECZEŃSTWA I METODY BADAŃ SIŁOWNI ZEWNĘTRZNYCH - FIRMY ERFIT

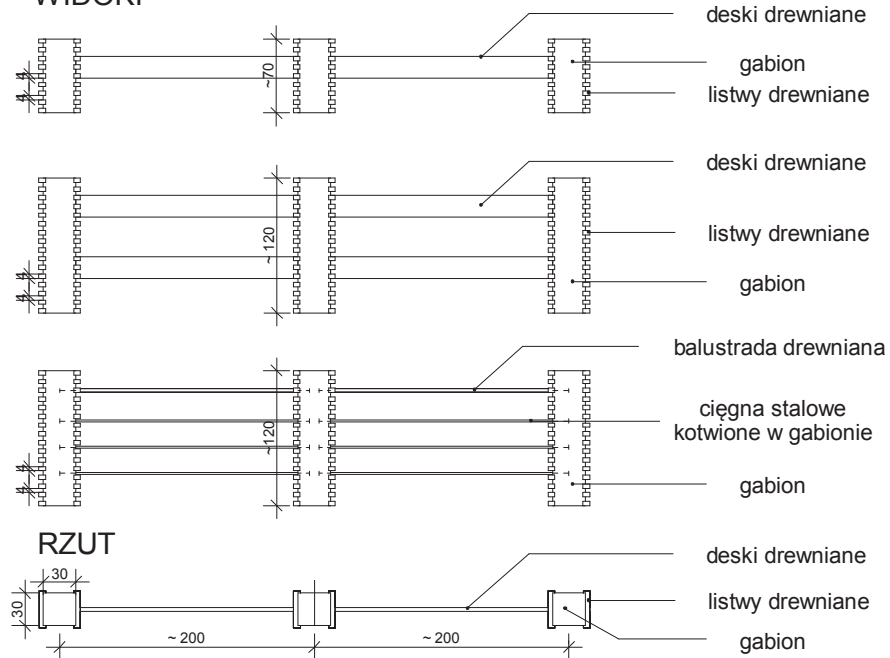


## RZUT

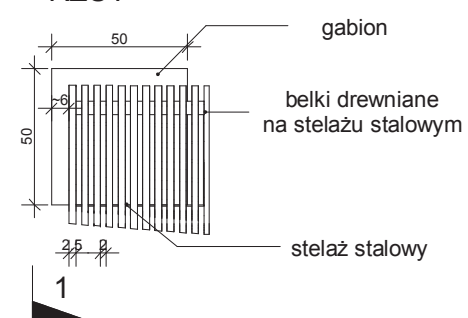


Technical drawing of a window assembly. The top part is a cross-section showing multiple panes. Labels 'a' and 've' point to different parts of the assembly. The bottom part is a plan view showing the window's footprint with dimensions 60 and ~25.

## WIDOKI



## RZUT



Technical drawing of a gabion structure. The drawing shows a rectangular gabion with a width of 50 and a height of 40. A wooden beam (belki drewniane) is shown resting on a steel frame (stelaż stalowy). The height of the wooden beam is indicated as 10. The entire structure is labeled as a gabion.