



Znak marki jest podstawowym elementem Systemu Identyfikacji Wizualnej oraz systemu prezentacji miasta.
Zbudowany jest z precyzyjnie zaprojektowanego układu – znaku graficznego (sygnetu), logotypu oraz claimu (hasła promocyjnego).

Stanowi swego rodzaju sygnaturę miasta na przekazie, który miasto kieruje do potencjalnego odbiorcy.



konstrukcja pola podstawowego i ochronnego znaku



przykłady zastosowania pola podstawowego i ochronnego znaku



Pole podstawowe definiuje minimalny zamknięty obszar wokół znaku, w którym znak może być użyty.

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

Do wyznaczenia pola podstawowego i ochronnego użyto modułu konstrukcyjnego - prostokąta opisanego na sygnecie.



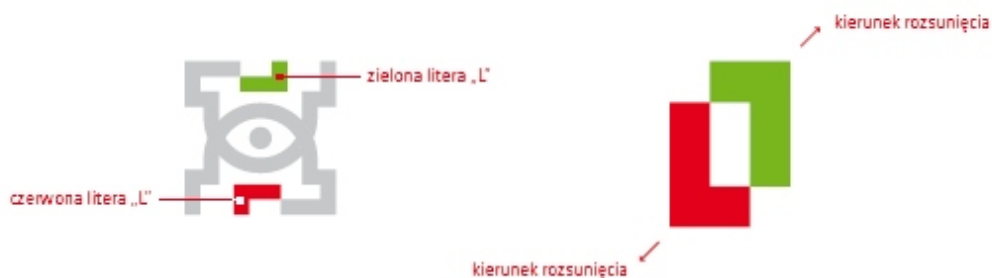
Technika reprodukcji / kolor	PANTONE C / U	CMYK	RAL	Folia 3M (100)	Folia ORACAL
CZERWONY LUBLIN	485 C / U	0 : 100 : 100 : 0	3020	100-466	032
ZIELONY LUBLIN	369 C / U	60 : 0 : 100 : 0	6018	100-719	063
CZARNY LUBLIN	Process Black C / U	0 : 0 : 0 : 100	9017	100-12	070
BIAŁY LUBLIN	Trans. White C / U	0 : 0 : 0 : 0	9016	100-10	010

tabela kolorów dla technik drukarskich oraz innych technik reprodukcji

Kolorystyka znaku jest istotnym czynnikiem kształtującym tożsamość i sposób postrzegania marki. Kolory znaku oraz elementów systemu identyfikacji powinny być jak najbardziej zbliżone do kolorów PANTONE, niezależnie od techniki reprodukcji. Powyższe zestawienie określa parametry podstawowych materiałów i technik drukarskich.

UWAGA!

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



A.



B.



C.

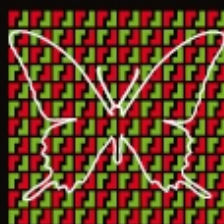


D.

Podstawowym elementem systemu identyfikacji wizualnej miasta jest układ czerwonej i zielonej litery „L” jak Lublin. Ideą jest stworzenie swego rodzaju kadru dla przekazu, cudzysłowu czy też ramki na fotografię (A, B, C), grafikę systemową (C, B) lub komunikat typograficzny (D).



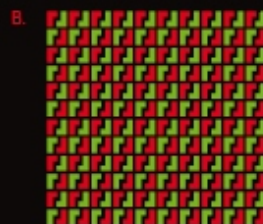
1. układ multiplikacyjny



2. kadrowanie obrysem realnego przedmiotu (człowieka, zwierzęcia, owocu, itp.)



3. tworzenie drugiego planu poprzez dodanie drugiego przedmiotu (człowieka, zwierzęcia, owocu, itp.)



1. układ multiplikacyjny



2. dodanie obrysu realnego przedmiotu (człowieka, zwierzęcia, owocu, itp.)



3. dodanie na przedmiocie przekazu typograficznego



1. sygnet



2. dodanie obrysu realnego przedmiotu (człowieka, zwierzęcia, owocu, itp.)

Na potrzeby systemu identyfikacji wizualnej miasta zaprojektowano indywidualny przekaz graficzny bazujący na układzie multiplikacyjnym z liter „L” (A, B) oraz na sygnecie (C). Przekaz A polega na wykorzystaniu obrysu realnego przedmiotu, za pomocą którego kadrowany jest układ multiplikacyjny i zestawieniu z białym (czarnym) innym obrysem drugiego przedmiotu.

Przekaz B służy do zabaw typograficznych, natomiast przekaz C zmusza do kreatywnego myślenia na temat sygnetu.

A.



1. fotografia achromatyczna
w czarnym poddruku
(całość formatu)



2. fotografia achromatyczna
w białym poddruku
(całość formatu)

B.



1. fotografia achromatyczna
w czarnym poddruku
(wyszarwana, na spad formatu)

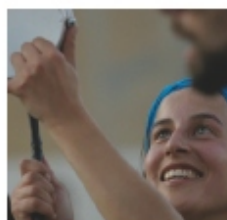


2. fotografia achromatyczna
w białym poddruku
(wysz parwana, na spad formatu)

C.



1. fotografia kolorowa
- architektura, zabytki
(całość formatu)



2. fotografia kolorowa
- ludzie, wydarzenia
(całość formatu)

D.



1. fotografia kolorowa
- przedmiot, człowiek, itp.
(wyszarwana, w całości)



2. fotografia kolorowa
- przedmiot, człowiek, itp.
(wysz parwana, na spad formatu)

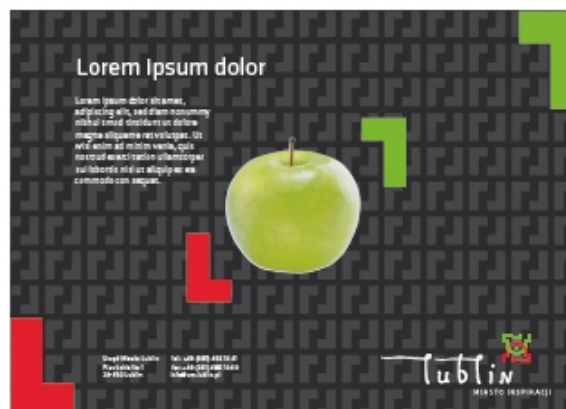
E.



1. fotografia łączona - efekt dialogu
historii z terażniejszością B.1. + D.2.

Podstawą systemu identyfikacji wizualnej miasta jest specjalnie przygotowany materiał fotograficzny w wersji achromatycznej. Polega on, w zależności od tła, na jakim ma być użyty, na uzyskaniu efektu drugiego planu (efektu poddruku) - A, B, E. Wykorzystujemy tu fotografię zabytków (freski) lub fotografię historyczną. Istotą budowania przekazu jest zderzenie historii z terażniejszością - E.

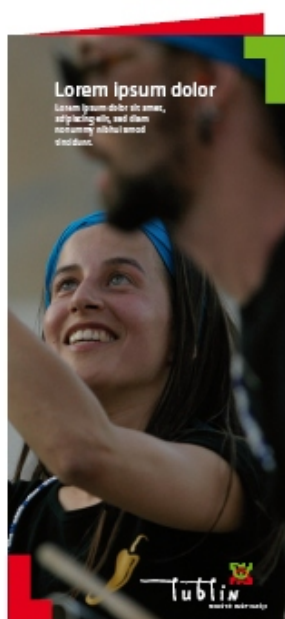
W przypadku fotografii kolorowej ważne jest, by zdjęcia były ciekawe, intrygujące, niestandardowe, przyciągające wzrok, fotoreporterskie ujęcia. Dotyczy to fotografowanych ludzi, relacji między nimi (emocje, duże kadry, zbliżenia), jak również architektury i zabytków (pokazywanie detalu, stosowanie atrakcyjnych ujęć perspektywy).



reklama prasowa (pion / poziom)

Na stronie przedstawiono przykłady layoutów prasowych – reklama w formacie A4 / A5. W zależności od modułów czasopisma, gazety, należy powyższe rozwiązania dopasować do wymagań.

format: 210 x 297 mm / 148 x 210 mm
technologia: druk offsetowy



ulotki M65



Na stronie przedstawiono przykłady layoutów dla ulotek w formacie M65.

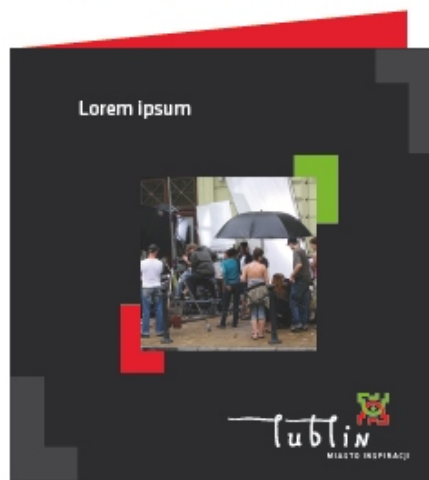
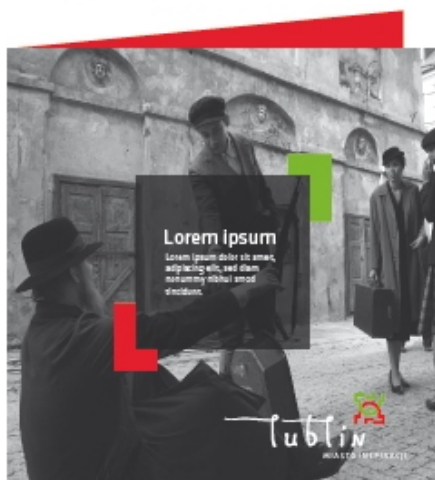
format: 100 x 210 mm
 technologia: druk offsetowy



przykłady folderów

Na stronie przedstawiono przykłady layoutów dla folderów opartych na planie kwadratu.

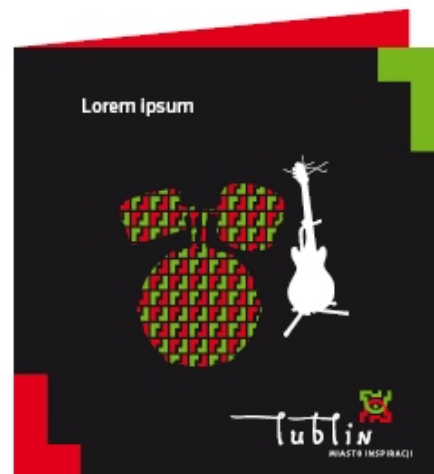
format: 210 x 210mm / 297x 297 mm
technologia: druk offsetowy



przykłady folderów

Na stronie przedstawiono przykłady layoutów dla folderów opartych na planie kwadratu.

format: 210 x 210mm / 297 x 297 mm
 technologia: druk offsetowy



przykłady folderów

Na stronie przedstawiono przykłady layoutów dla folderów opartych na planie kwadratu.

format: 210 x 210mm / 297 x 297 mm
 technologia: druk offsetowy