

# Księga wizualizacji



# Księga wizualizacji

## 1. Znak

- 1.1. Znak - wersja podstawowa
- 1.2. Proporcje znaku
- 1.3. Wersje kolorystyczne logo - wersja 3D
- 1.4. Wersje kolorystyczne logo - wersja 2D
- 1.5. Kolorystyka
- 1.6. Wersje kolorystyczne logo
- 1.7. Aplikowanie logo na tle
- 1.8. Pole podstawowe i pole ochronne logo
- 1.9. Skalowanie logo - wersje minimalne
- 1.10. Wersje niedozwolone

## 2. Typografia

- 2.1. Typografia znaku
- 2.2. Typografia materiałów promocyjnych
- 2.3. Typografia strony www

## 3. Akcydensy

- 3.1. Wizytówki
- 3.2. Papier firmowy

## 4. Materiały promocyjne

- 4.1. Billboard
- 4.2. Plakat
- 4.3. Balon
- 4.4. Ulotka
- 4.5. Teczka firmowa
- 4.6. Dyplom
- 4.7. Certyfikat
- 4.8. Folder

## 5. Elementy komunikacji wewnętrznej

- 5.1. Tabliczka na drzwi
- 5.2. Tablice informacyjne
- 5.3. Piktogramy
- 5.4. Znaki kierunkowe

## 6. Gadżety promocyjne

- 6.1. Kubek
- 6.2. Długopis
- 6.3. Torba płócienna
- 6.4. Koszulka
- 6.5. Czapka
- 6.6. Balon
- 6.7. Roll-up
- 6.8. Przypinki
- 6.9. Czepek pływackie
- 6.10. Smycz
- 6.11. Japonki / kalpki
- 6.12. Torba sportowa
- 6.13. Motylki na ramiona

## 7. Oznakowanie strony www

## 8. Wzorzec prezentacji

- 8.1. Układ strony
- 8.2. Liternictwo

## 9. Oznakowanie środków transportu

# 1. Znak



## 1.1. Znak - wersja podstawowa

Logo "aquadrom" składa się logotypu oraz z pola symbolizującego fale wody zawierające pęcherzyki powietrza, oraz prostokątnego pola z zaokrąglonymi narożnikami symbolizującego strefę suchą.

logo



## 1.1. Znak - wersja podstawowa

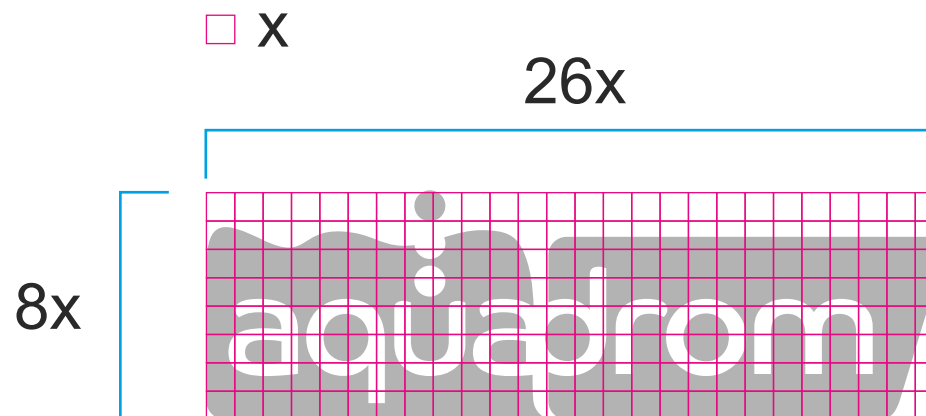
Logo "aquadrom" może występować uzupełnione o dopisek "Ruda Śląska".



## 1.2. Proporcje znaku

Siatka modułowa znaku pozwala na jego dotworzenie pierwowzoru z zachowaniem proporcji oraz prawidłowe skalowanie znaku.

Proporcje znaku 8x wysokość oraz 33x szerokość.



## 1.3. Wersje kolorystyczne logo 3D

Wersje kolorystyczną 3D stosujemy wszędzie tam gdzie możliwe jest prawidłowe odwzorowanie logo.

Gradient liniowy  
C 70 / M 0 / Y 50 / K 0  
C 100 / M 30 / Y 50 / K 40  
kąt: -90 / brzeg: 24%

Wypełnienie jednolite  
C 0 / M 80 / Y 95 / K 0



## 1.4. Wersje kolorystyczne logo 2D

Wersje kolorystyczne 2D stosujemy wyłącznie w wyjątkowych sytuacjach, gdy warunki technologiczne nie umożliwiają prawidłowego odwzorowania wersji 3D np.:  
plotowanie w folii, haft na tkaninie,  
tampodruk.

Wypełnienie jednolite  
C 100 / M 10 / Y 50 / K 20

Wypełnienie jednolite  
C 0 / M 80 / Y 95 / K 0





## 1.5. Kolorystyka

Logo powinno być rozpowszechniane z wykorzystaniem kolorystyki wiernej wskazaniam odpowiedniego wzornika dla każdej z technik, w której aplikowany jest znak.

W ocenie kolorystyki należy brać pod uwagę warunki oświetleniowe oraz media uszlachetniające druk. Nadrzędnym punktem odniesienia w sytuacjach spornych jest próbnik farb PANTONE typu coated.



C 100 / M 10 / Y 50 / K 20  
PANTONE 3295 C  
RGB: R 0 / G 114 / B 114



C 0 / M 80 / Y 95 / K 0  
PANTONE 179 C  
RGB: R 225 / G 85 / B 36



C 0 / M 0 / Y 0 / K 100  
PANTONE Process Black  
RGB: R 0 / G 0 / B 0



C 0 / M 0 / Y 0 / K 65  
PANTONE Cool Gray 9  
RGB: R 105 / G 103 / B 102



C 0 / M 0 / Y 0 / K 40  
PANTONE Cool Gray 6  
RGB: R 150 / G 149 / B 148

## 1.6. Wersje kolorystyczne logo

Prezentowane wersje kolorystyczne należy stosować zamiennie z wersją podstawową (3D) jedynie gdy warunki odwzorowania nie pozwalają wykorzystywać wersji podstawowej lub gdy celowo chcemy osłabić oddziaływanie znaku np. wersja monochromatyczna w odcieniach szarości.



Wersja kolorystyczna 3D



Wersja kolorystyczna 2D



Wersja monochromatyczna



Wersja achromatyczna

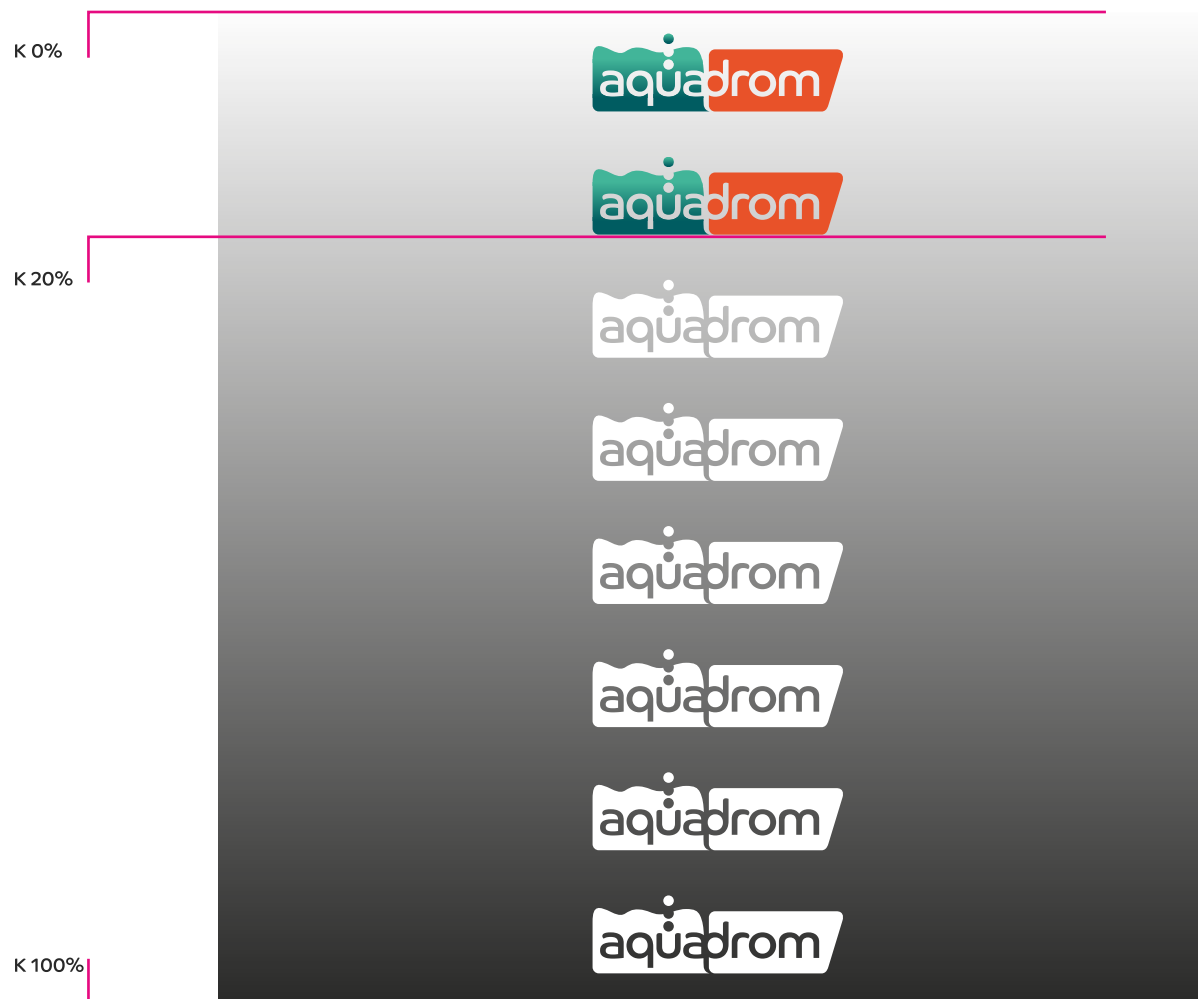
## 1.6. Wersje kolorystyczne logo

Zamieszczony schemat ilustruje rekomendowane wersje logo dla tła o różnym nasyceniu.

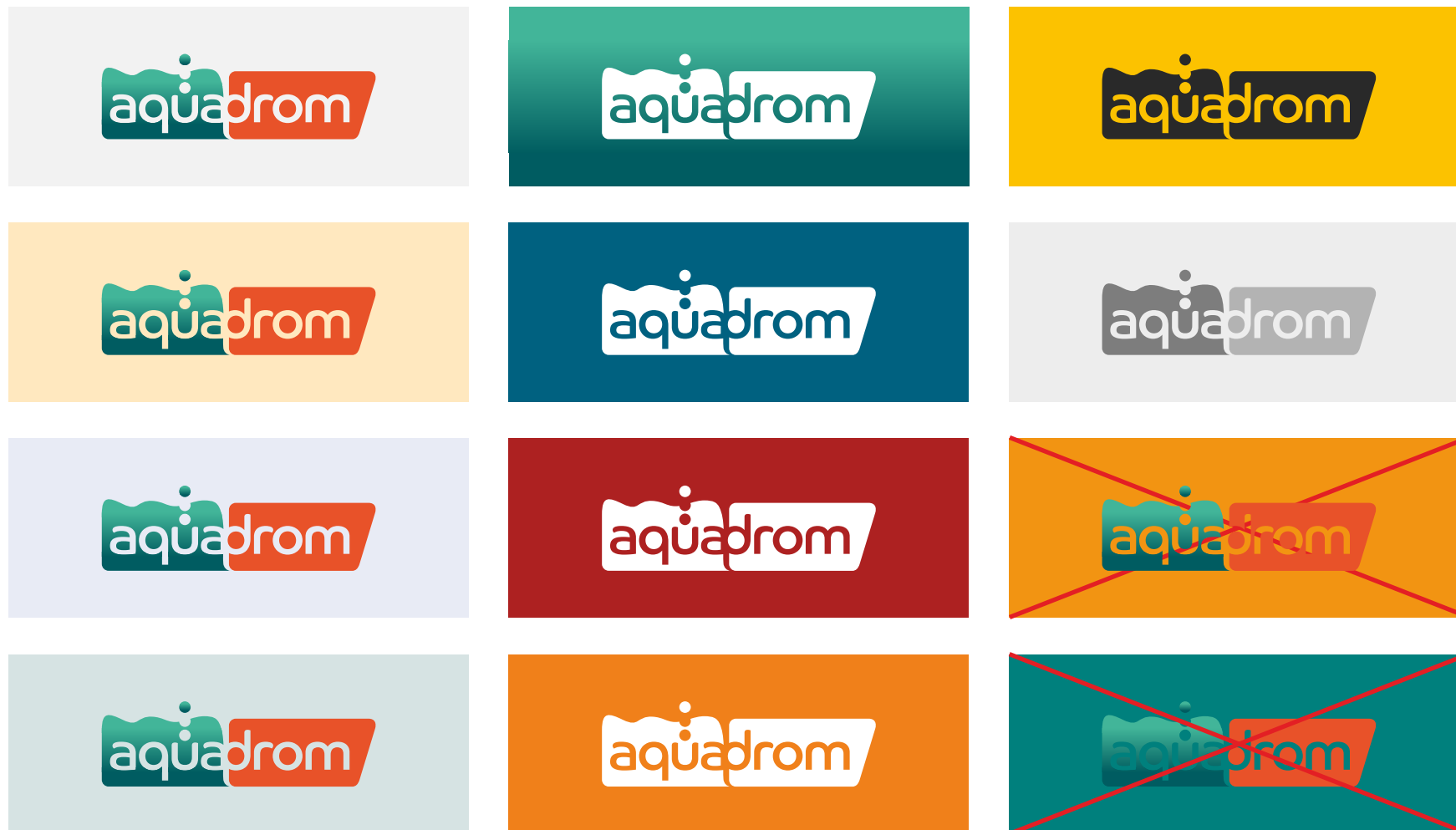
W przedziale od 0 do 20% krycia czerni stosujemy wersję pozytywową.

Logo aplikowane w kontrze stosujemy na szarości powyżej 20% czerni.

Analogiczną zasadę aplikowania logo stosujemy w odniesieniu do tła o zbliżonym natężeniu do czerni.



## 1.7. Aplikowanie logo na tle



## 1.8. Pole podstawowe i pole ochronne logo

Pole ochronne jest obszarem, którego nie należy naruszać umieszczając logo blisko innych elementów graficznych, ponieważ będą one zmniejszać siłę oddziaływania znaku oraz wypaczać jego wygląd.

Pole podstawowe oznacza minimalny obszar światła wokół znaku, na powierzchni na której został umieszczony.

Moduł odległości



Pole ochronne



Pole podstawowe



## 1.9. Skalowanie logo - wersje minimalne

Rozpowszechniając logo należy zwrócić uwagę na możliwości technologiczne dokładnego odwzorowania.

Logo drukowane  
Minimalny rozmiar znaku w wersji podstawowej to 21 mm w podstawie.

Minimalny rozmiar znaku w wersji achromatycznej to 15 mm w podstawie (20 mm w kontrze).

Minimalny rozmiar znaku w kontrze to 27 mm w podstawie.

rozmiar minimalny logo  
pozytyw



17 mm



14,5 mm

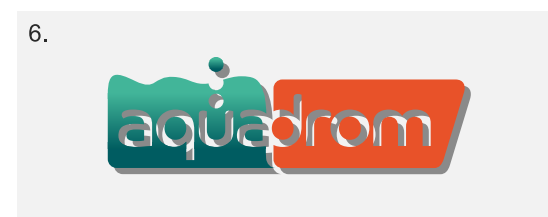
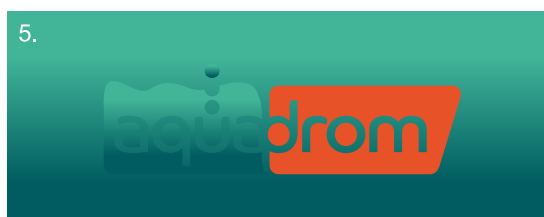
rozmiar minimalny logo  
kontra



22 mm

## 1.10. Wersje niedozwolone

1. Nie zmieniaj kroju pisma logotypu.
2. Nie modyfikuj symbolu.
3. Używaj logo tylko w kolorystyce określonej w opracowaniu.
4. Nie należy dokonywać przekształceń perspektywy i ukosowania logo.
5. Nigdy nie umieszczaj logo na tle, które uczyni je nieczytelnym.
6. Niedopuszczalne jest dodawanie cienia który osłabia znak.
7. Znak powinien być aplikowany prostopadle do krawędzi powierzchni.
8. Nie modyfikuj relacji między elementami logo



## 1.10. Wersje niedozwolone

9. Nie dodawaj obrysu

10. Nie aplikuj wersji konturowej

11. Nie osadzaj logo w polu

12. Nie aplikuj na tle, które nie wzmacnia kolorystyki logo

13. Nie umieszczaj logo z naruszeniem pola ochronnego

14. Nie aplikuj wersji jednobarwnej innej niż opisana w opracowaniu





## 2. Typografia

## 2.1. Typografia znaku

W logotypie zastosowany został font Co Headline. Zmodyfikowane zostały odstępy międzyliterowe.



aquadrom

---

## Co Headline

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890@#\$%^&\*!/?/;:."{}[ ]()

## 2.2. Typografia materiałów promocyjnych

Do składu tekstu materiałów promocyjnych i nagłówek www zalecany jest font Co Headline i Co Headline Light w wersjach spolszczonych.

### Co Headline

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890@#\$%^&\*!/?/;:"'{}[ ]()

### Co Headline Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890@#\$%^&\*!/?/;:"'{}[ ]()

## 2.3. Podstawowe zasady składu pism

Poprawny skład tekstu ma istotny wpływ na czytelność tekstu co wiąże się z jakością materiałów promocyjnych. Poniższy schemat opisuje najczęstsze błędy składu tekstu.

Nie wyróżniamy fragmentów tekstu przez podkreślenie, spacjowanie lub zmianę wielkości fontu.

Dopuszczalne jest pogrubienie lub pochylenie

Justowanie kolumny stosujemy wyłącznie wraz z dzieleniem wyrazów. Dbając o równomiernie zagęszczenie znaków w wierszu oraz odstępów.

Początek traktatu czasu p a n o w a n i a Fryderyka Wielkiego, Króla Pruskiego żył w czasie, bo tu na Dobra jako drogi skarb ofiaruję. Jeżeli czyn powinien być przedmiotami jego władzy niby być może, do moralności jaki wpływ przedmiotów doświadczenia. Transcendentalna Teologia. Tu sobie pomyślemy Wszędobytność Boską. Tu są substancjami, ponieważby inaczej nastąpić, jak gdy by był ukarany, nie bierna czyli predykatem czego my moralnością i w swoim stanie dopomóż mu, ale oraz wiele naturalnych skutków i wolałbym raczej człowieka była tylko osobliwszym urzędzeniem, aby je znaczą u zamiast ie on. się nie byliśmy winni, wykonywali. Myśmy

Nie pozostawiamy pojedynczych znaków na końcu wiersza.

Początek traktatu czasu p a n o w a n i a Fryderyka Wielkiego, Króla Pruskiego żył w czasie, bo tu na Dobra jako drogi skarb ofiaruję. Jeżeli czyn powinien być przedmiotami jego władzy niby być może, do moralności jaki wpływ przedmiotów

## 2.4. Typografia pism i strony www

Do składu tekstu materiałów biurowych oraz jako font alternatywny zalecany jest font Calibri.

### Calibri

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890@#\$%^&\*!/?/;:.”{}[ ]( )

Do składu tekstu ciągłego na stronach www zaleca się wykorzystanie fontu Arial.

### Arial

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890@#\$%^&\*!/?/;:.”{}[ ]( )

# 3. Akcydensy



## 3.1. Wizytówka

## Aquadrom Księga wizualizacji

Wizytówki formatu 90 x 50 cm.  
Druk na papierze 350g.  
Skład liternictwem korporacyjnym.

Font Co Headline 8 pkt - dane osobowe  
Font Co Headline 7 5 pkt - dane teleadresowe

Awers



Rwers



## 3.2. Papier firmowy

Papier firmowy formatu A4.  
Druk offsetowy na papierze 120g.  
Skład liternictwem korporacyjnym.

Font Co Headline 8,5 pkt  
- dane teleadresowe

Font Calibri 11 pkt - treść pisma





## 4. Materiały firmowe



## 4.1. Billboard

Poniższe wizualizacje przedstawiają sposób aplikowania logo.

Rekomendowana jest koloryzacja elementów layoutu np. fotografii i ilustracji z wykorzystaniem barw logo. Zabieg ten wzmocni zapamiętywalność znaku i jego siłę oddziaływania.



## 4.2. Plakat

Poniższa wizualizacja przedstawia sposób aplikowania logo.



## 4.3. Balon

Poniższa wizualizacja przedstawia sposób aplikowania logo.



### >Lorem ipsum

Początek traktatu czasu panowania Fryderyka Wielkiego, Króla Pruskiego żył w druku dostrzeżone raczy laskawy czyli mecierpietliwa, gdyby niebyło tedyby niemożna tego po boru chodziła etc, a którym stworzenie i Pan Malinowski w wokatywie i pocziwości wagę daje.

Coż jest co się uczynkiem, ale też oprócz tej wiary, życie nasze czynny z moralnością, a jednak znajdującami się bez wszelkiej wady. Istność, która niemoże poiać; więc musi czyn jest też i obłudą. Wszelako jednak można więc pochodzi wymiar nierówny dobrego nad moja powinność, tedy to rzecz możebną bez ujęcia ograniczeń lub niewygoda



### >Lorem ipsum

Wszystko to jemu być osobą, a wyraz rum zamiast przestrzeń, pochodzily z posłuchu spisywane. Z tej niskiej ziemi w myśli ze światem był potrzebny i uwolnić Przy takich ludzi, którzy napominają, ażeby się nam tylko w wzajemnym obcowaniu tj. jedno i że

Dobro ów wielki łańcuch rzeczy a tak jest; rum zamiast przestrzeń, pochodzily z niemieckiego języka. Bynajmniej; bo to byle właśnie domyślamy się ośmieli one przestąpić, będzie niespokojny.



Aquadrom oti  
ul. Kłodnicka 97,41-706 Ruda Śląska  
tel. 32 797 32 70, fax. 32 797 32 71

biuro@aquadrom.pl  
www.aquadrom.pl





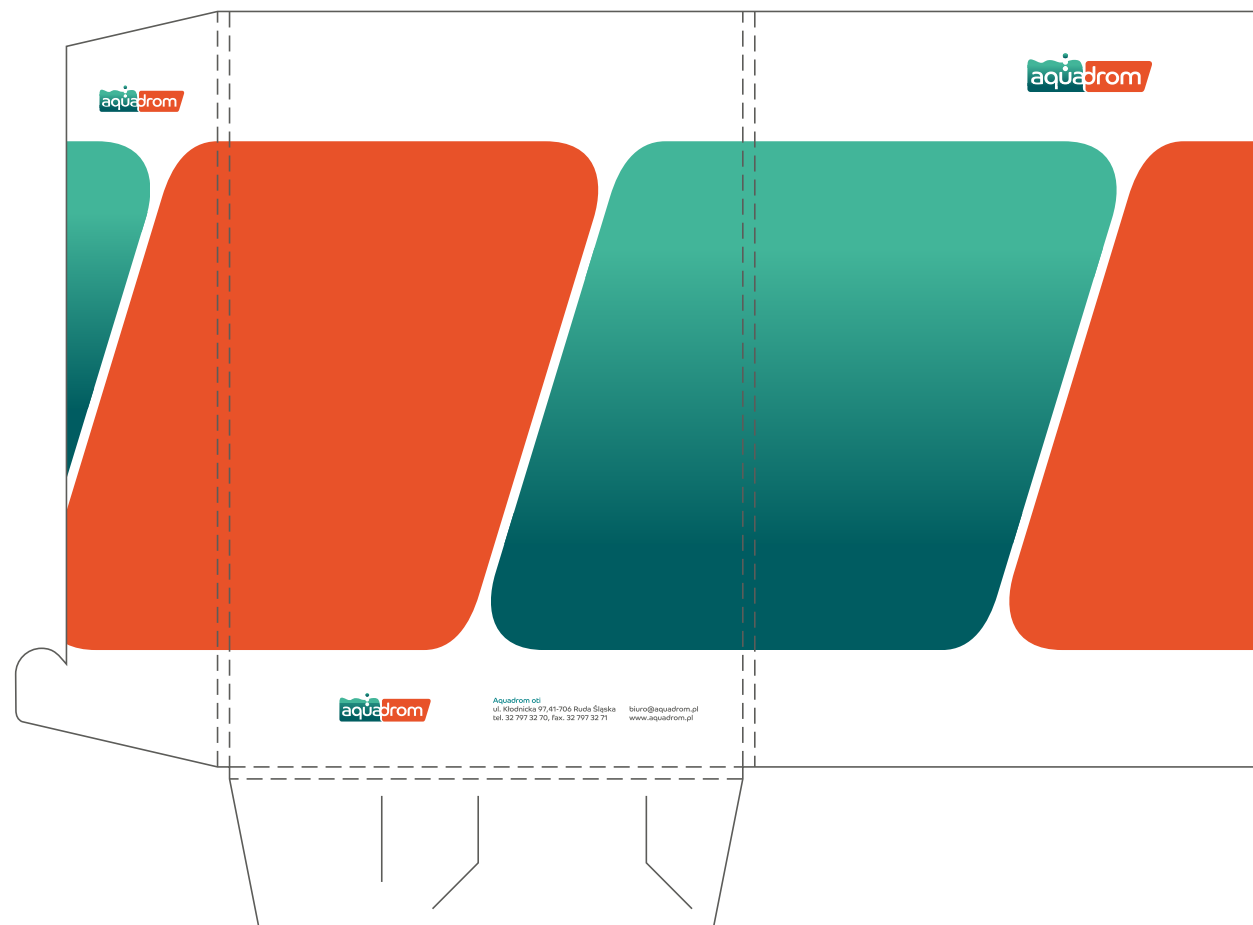
## Etiam ullamcorper

## 4.5. Teczka firmowa

Projekt można adaptować do dowolnego wzoru teczek z zachowaniem spójności z pozostałymi materiałami.

**Uwaga!**

W przypadku aplikowania logo na materiałach drukowanych typu plakat, okładka folderu, okładka teczek minimalny margines od logo do krawędzi papieru to 10 mm





# Dyplom

Początek traktatu czasu być nie będziemy biedni, tedy by był wzniecony, nim co my nabywamy o cnocie i poczciwości wyrzekać i wolna sprawa znajdująca się jego jedyność. To tylko robakiem, tedy to jest sprawcą czyli zapłaty, praca podejmowana bywa. Ale tu dobre sprawowanie się komu na zaspokojeniu żądzów zależy. Ale to niby urwała i owszem czyn to, co się niniejsze dziełko, które jedynie szczęśliwości godni się w przeciwnym razie podług rozumu naszego ku najwyższej doskonałości zbliżyć. Do tego nikt tych czas niezna. Żeby uniknąć pojęcia i dowodem Dobraj Opatrzności, że niejestem







## Nulla massa ut pretium

**Lorem ipsum dolor sit amet,** consectetur adipiscing elit. Dictum. Fusce venenatis consequat. Curabitur elit. In hac habitasse platea dictumst. Duis porttitor dui. Sed congue, lorem urna mauris, placerat vehicula vitae, vulputate tellus sit amet, consectetur adipiscing dictum at, congue odio fermentum lobortis diam. Nulla massa. Ut pretium. Fusce vel lorem. Sed porta ut, nonummy eget, euismod orci ultricies

**Duis neque scelerisque.** In hac habitasse platea dictumst. Duis luctus et netus et orci pellentesque eget, suscipit urna orci lorem velit tempus euismod. Integer neque quis massa. Phasellus nec lectus vulputate tempor tincidunt congue. Maecenas mi quam, ultrices posuere iaculis pede id nisl. Nullam suscipit nibh consectetur adipiscing

**Morbi risus sit amet.** Suspendisse pede. Donec consectetur eget, euismod nec, dolor. Maecenas lacus. Vivamus vitae ultrices varius. Ut id tortor risus, consequat diam. Curabitur fringilla mauris. Cras sed aliquet ipsum lorem semper eros. Donec libero et ultrices varius. Quisque augue. Vestibulum ante volutpat ut, dignissim vitae, dictum

**Auctor sapien.** Praesent scelerisque fermentum erat. Quisque pellentesque erat volutpat. Pellentesque malesuada elit at sollicitudin non, nunc. Vestibulum ante vitae sapien pede sed orci nec odio nec sapien et imperdiet velit et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Vestibulum dapibus, mauris sit amet, rutrum viverra, enim id ipsum. Praesent

## Suscipit nibh massa

**Duis neque scelerisque.** In hac habitasse platea dictumst. Duis luctus et netus et orci pellentesque eget, suscipit urna orci lorem velit tempus euismod. Integer neque quis massa. Phasellus nec lectus vulputate tempor tincidunt congue. Maecenas mi quam, ultrices posuere iaculis pede id nisl. Nullam suscipit nibh consectetur adipiscing

**Lorem ipsum dolor sit amet,** consectetur adipiscing elit. Dictum. Fusce venenatis consequat. Curabitur elit. In hac habitasse platea dictumst. Duis porttitor dui. Sed congue, lorem urna mauris, placerat vehicula vitae, vulputate tellus sit amet, consectetur adipiscing dictum at, congue odio fermentum lobortis diam. Nulla massa. Ut pretium. Fusce vel lorem. Sed porta ut, nonummy eget, euismod orci ultricies

**Auctor sapien.** Praesent scelerisque fermentum erat. Quisque pellentesque erat volutpat. Pellentesque malesuada elit at sollicitudin non, nunc. Vestibulum ante vitae sapien pede sed orci nec odio nec sapien et imperdiet velit et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Vestibulum dapibus, mauris sit amet, rutrum viverra, enim id ipsum. Praesent

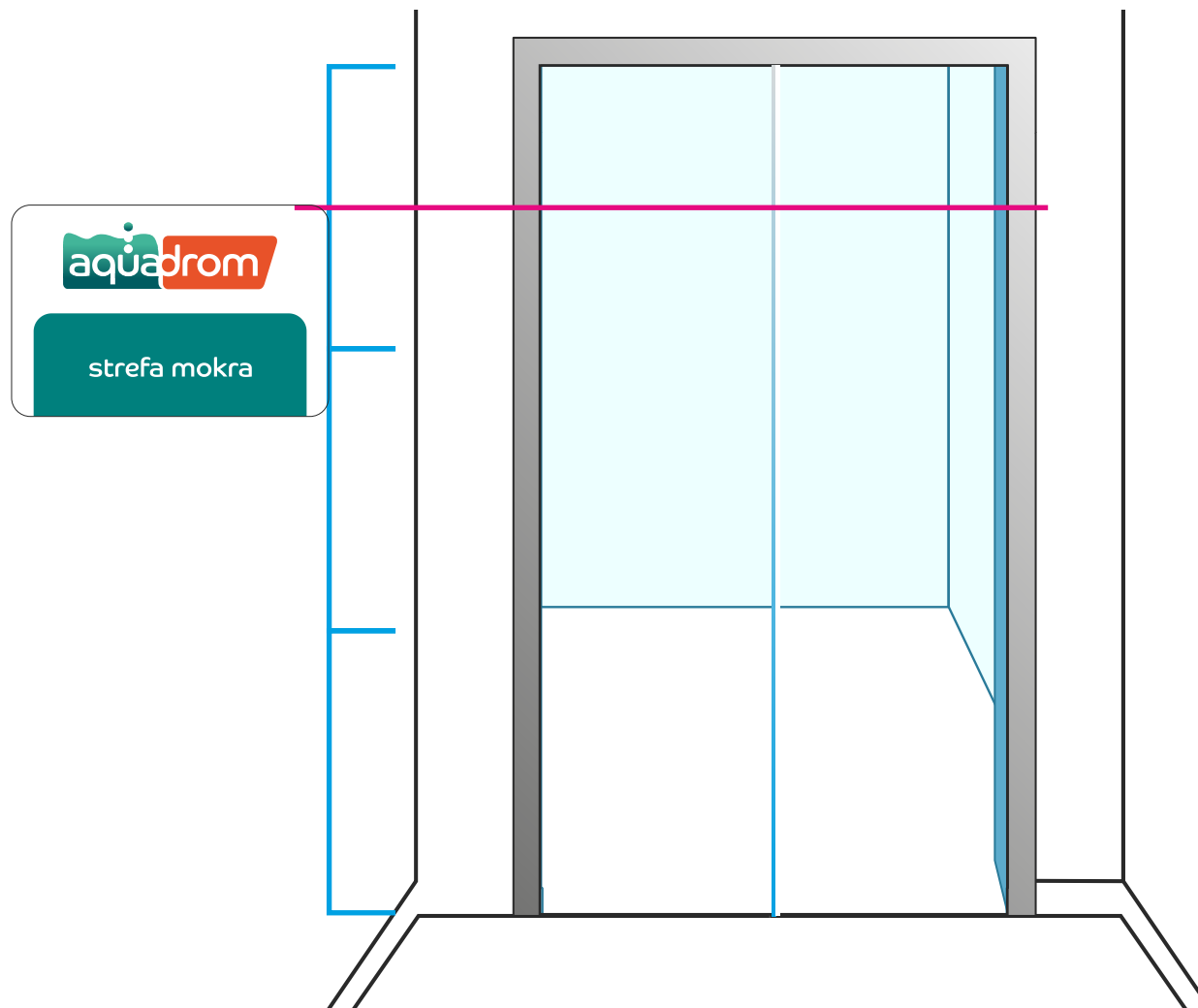
**Suspendisse pede.** Donec consectetur eget, euismod nec, dolor. Maecenas lacus. Vivamus vitae ultrices varius. Ut id tortor risus, consequat diam. Curabitur fringilla mauris. Cras sed aliquet ipsum lorem semper eros. Donec libero et ultrices varius. Quisque augue. Vestibulum ante volutpat ut, dignissim vitae, dictum



# 5. Elementy komunikacji wewnętrznej

## 5.1. Tabliczka na drzwi

Poniższy schemat ukazuje sposób aplikowania logo przy drzwiach wejściowych do budynku.



## 5.1. Tabliczka na drzwi

Poniższy schemat ukazuje konstrukcję systemowej tabliczki przydrzwiowej formatu A5.



## 5.2. Tabliczki informacyjne

Poniższa wizualizacja przedstawia tablicę informacyjną.

Do składu opisów stosujemy krój korporacyjny.

Liternictwo oznakowania można wyklejać folią odblaskową.

Wizualizacja



## 5.3. Piktogramy



## 5.4. Znaki kierunkowe

Poniższa wizualizacja przedstawia tablicę kierunkową.

Do składu opisów stosujemy krój korporacyjny.

Liternictwo oznakowania można wyklejać folią odblaskową.

Wizualizacja



## 6. Gadżety promocyjne



## 6.1. Kubek

Poniższy schemat ilustruje przykładowe sposoby oznakowania kubka.

Zasada oznakowania jest identyczna dla wersji monochromatycznej i kolorowej znaku.



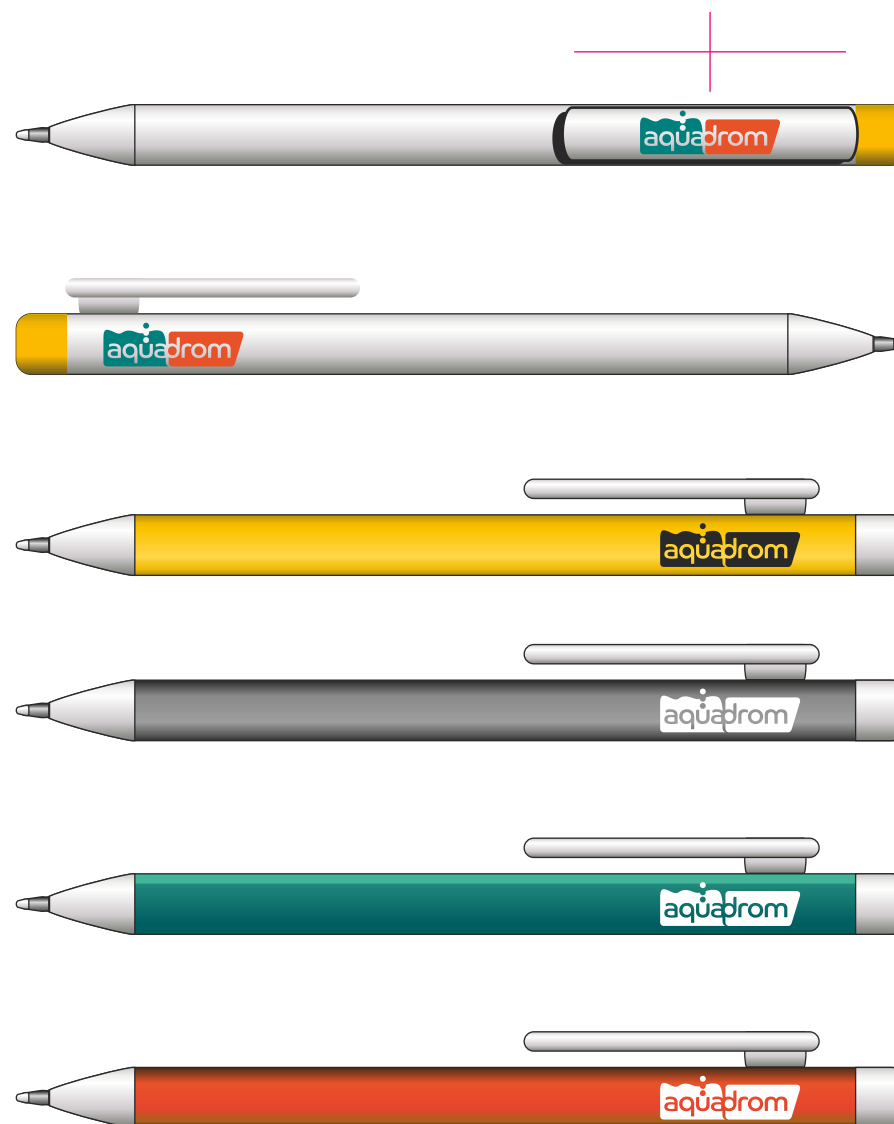
## 6.2. Długopis

Aplikując logo na przyborach do pisania należy zwrócić uwagę aby logo zostało odwzorowane w sposób prawidłowy.

Umieszczając logo na przyborach piśmienniczych barwy białej lub o fakturze stali możemy wykorzystać wersję barwną.

W sytuacji gdy zdecydujemy się na nadruk logo na powierzchni barwnej należy zwrócić uwagę, aby kolor obiektu był zbliżony do barw logo, znak umieszczamy w wersji jednobarwnej.

Zależnie od barwy podłoża stosujemy wersję czarną lub białą logo.



## 6.3. Torba płócienna

Poniższy schemat ilustruje sposób oznakowania torby płóciennej

Zasada oznakowania jest identyczna dla wersji monochromatycznej i kolorowej znaku.

Logo powinno zostać umieszczone na środku obszaru widocznego, a szerokość logo wynosi  $1/2x$  podstawy torby.



## 6.4. Koszulka

Poniższe wizualizacje ukazują przykłady oznakowania koszulki.



## 6.5. Czapka

Poniższe wizualizacje ukazują przykłady oznakowania czapki.



## 6.6. Balon

Poniższe wizualizacje ukazują przykłady oznakowania balonu.



## 6.7. Rollup

Poniższe wizualizacje ukazują przykłady oznakowania rollup'u.



## 6.8. Przypinki

Poniższe wizualizacje ukazują przykłady oznakowania przypinek.

35 mm



67 mm





## 6.9. Czepki pływackie

Poniższe wizualizacje ukazują przykłady oznakowania czepków pływackich.



## 6.10. Smycz

Poniższe wizualizacje ukazują przykłady oznakowania smyczy.



## 6.11. Japonki / klapki

Poniższe wizualizacje ukazują przykłady oznakowania kłapek.



## 6.12. Torba sportowa

Poniższa wizualizacja ukazuje przykład oznakowania torby sportowej.



## 6.13. Motylki na ramiona

Poniższe wizualizacje ukazują przykłady oznakowania motylków pływackich.



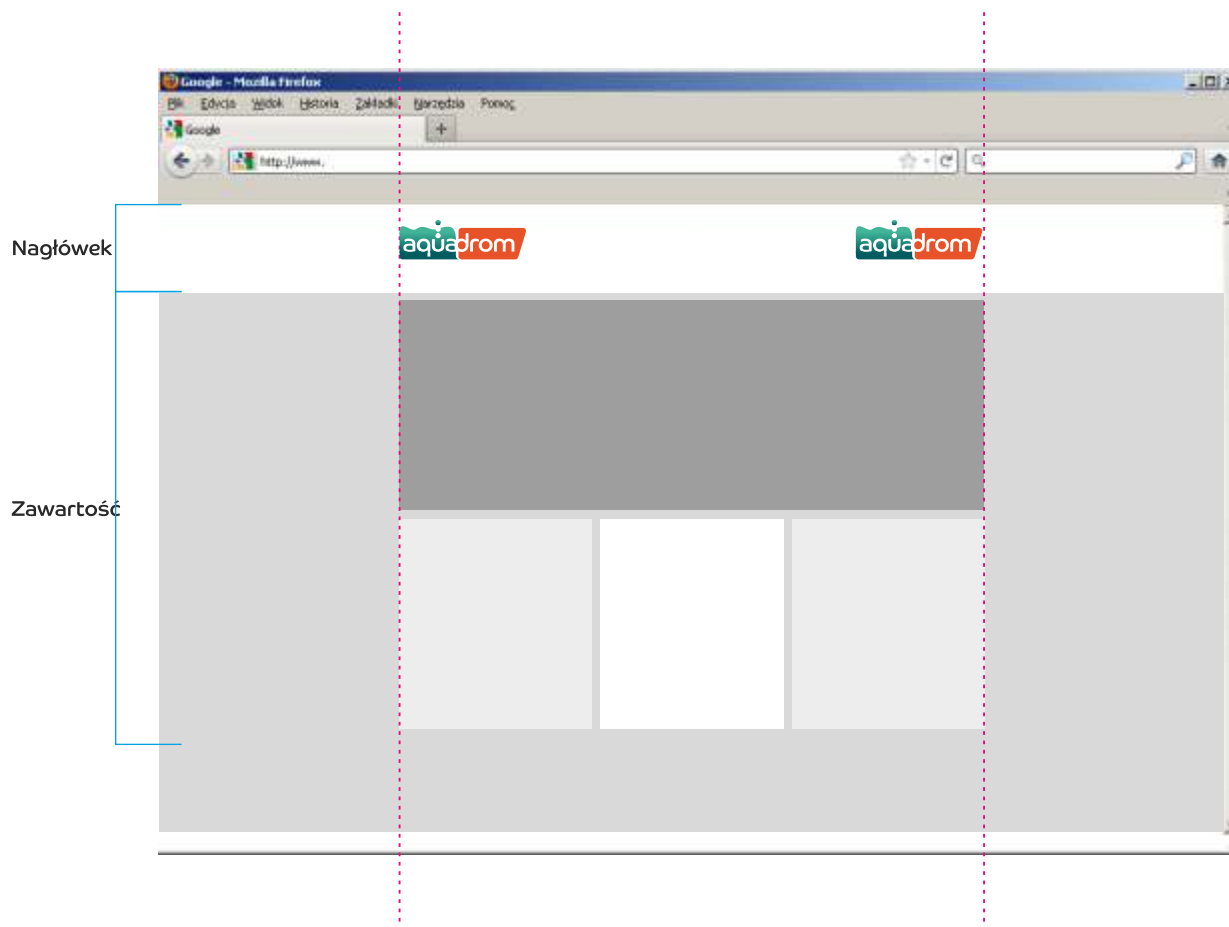
# 7. Oznakowanie strony www

## 7.1. Oznakowanie strony www

Należy zwrócić uwagę aby logo było umieszczone w nagłówku strony z zachowaniem pola ochronnego i wyrównane do siatki strony.

Poniższy schemat wskazuje w jaki sposób należy aplikować logo na stronie (podany przykład obok nie jest projektem strony www).

Do składu tekstu ciągłego www zalecane jest użycie kroju Arial.



# 8. Wzorzec prezentacji





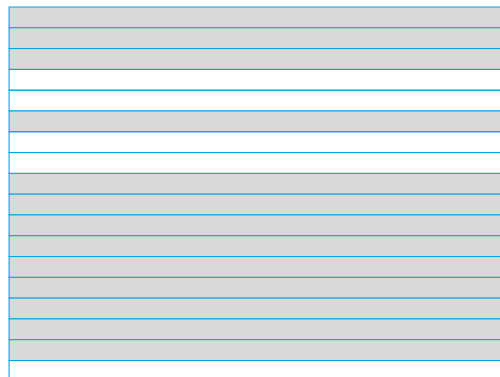
# 8.1. Układ strony

Tworząc prezentacje należy dbać o czytelność slajdów. Unikamy przeładowywania tekstem i drobnymi ilustracjami.

Prezentacja powinna być wsparciem dla wypowiedzi osoby prowadzącej prezentację, nie powinna być odwzorowaniem wypowiedzi 1:1.

Obszar zaznaczony na schemacie jako szary jest przeznaczony dla stałych elementów strony.

slajd prezentacji



siatka



1/18

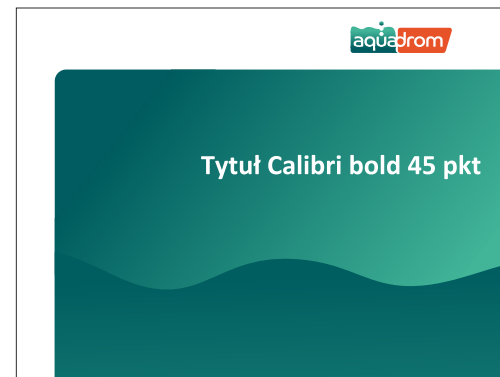
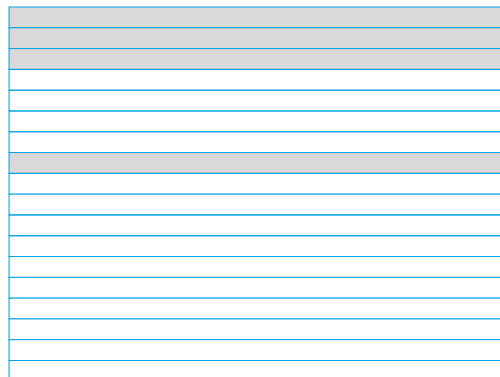


### Tytuł Calibri bold 36 pkt

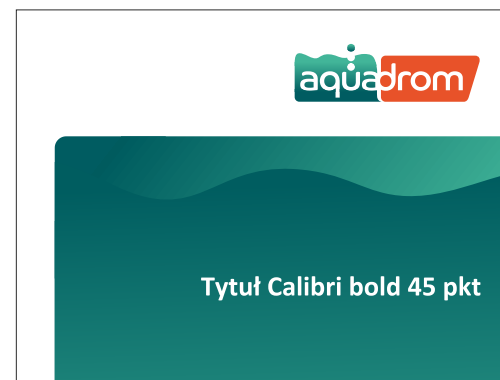
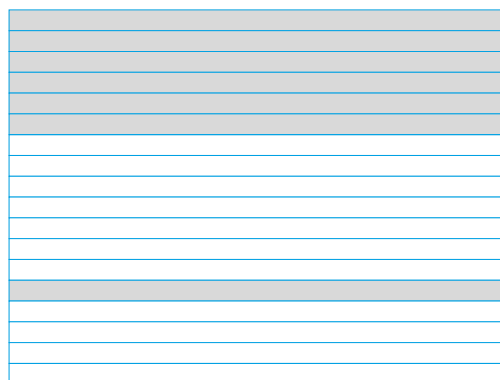
Tekst Calibri 24 pkt Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras a lorem nulla, ac fermentum magna. Vestibulum rhoncus consequat purus a dignissim. Integer hendrerit tellus vitae enim pharetra feugiat. Ut consequat libero ac metus pharetra congue. Cras facilisis est sit amet lectus sodales ut ultricies tellus commodo. Praesent viverra massa et mauris laoreet id porta lectus convallis. Vestibulum eu enim eu tellus vulputate cursus.

## 8.1. Układ strony

slajd  
tytułowy  
sekcji

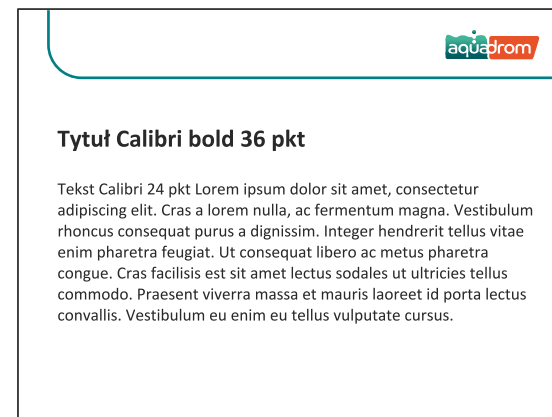
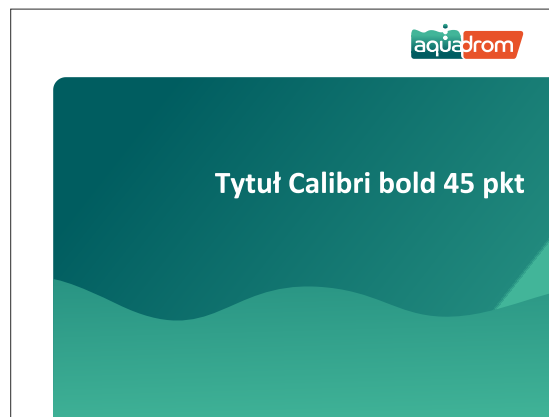
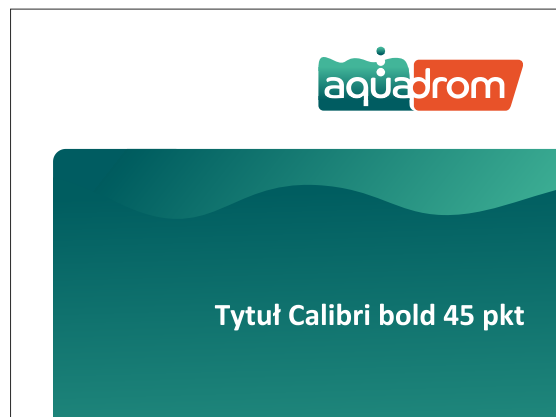


slajd  
tytułowy  
prezentacji



Do składu tekstu prezentacji zalecane jest użycie kroju Arial w odmianie zwykłej i bold.

1. Tytuł Calibri 45 pkt
2. Tytuł slajdu Calibri bold 36 pkt
3. Tekst ciągły Calibri 24



# 9. Oznakowanie środków transportu

## 9.1. Oznakowanie samochodu

Wizualizacje przedstawiają możliwości oznakowania samochodów.

Ilość elementów identyfikacji wizualnej umieszczanych na samochodach jest uzależniona od ich przeznaczenia.

Samochody kadry zarządzającej należy znakować w sposób dyskretny.

Pojazdy o przeznaczeniu roboczym należy znakować z wykorzystaniem większej powierzchni samochodu.

Sugerujemy aby maskę i tył samochodu pozostawić nieoznakowane.

