SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

KSIĘGA ZNAKU

LOGO
MIASTA ŁODZI

zaprojektowany przez:
Pheno Agency
dla Urzędu Miasta Łodzi

LDZ_logo

1. SPIS TREŚCI

■ **WPROWADZENIE**.....2

■ **INSPIRACJA**.....3

■ **1. LOGO**.....4
1.1. A wersja podstawowa.....4
1.1. B wersja horyzontalna.....5
1.1. C wersje językowe.....6
1.2 znak uproszczony.....7
1.3 konstrukcja znaku.....8
1.3. A wersja podstawowa.....8
1.3 B wersja horyzontalna.....9
1.4 pole ochronne.....10
1.4. A wersja podstawowa.....10
1.4. B wersja horyzontalna.....11
1.5 skalowanie.....12
1.5. A wersja podstawowa.....12
1.5. B wersja horyzontalna.....13

■ **2. KOLORYSTYKA ZNAKU**.....14
2.1 wersja kolorowa.....14
2.2 skala szarości.....15
2.3 wersja monochromatyczna.....16
2.4 wersja negatywowa.....17

■ **3. OCHRONA ZNAKU**.....18
3.1 deformacja.....18
3.2 agresywne tło.....19
3.3 tło dozwolone.....20

■ **4. TYPOGRAFIA**.....21
4.1 wersja podstawowa.....21

■ **5. DRUKI FIRMOWE**.....21
5.1 wizytówka.....21
5.2 papier firmowy.....27
5.3 koperty.....30
5.4 teczka firmowa.....32
5.5 okładka na CD/DVD.....34
5.6 identyfikator.....35

■ **6. MULTIMEDIA**.....38
6.1 tło na pulpit.....38
6.2 szablon prezentacji.....39

■ **7. INTERNET**.....42
7.1 newsletter.....42
7.2 stopka email.....43

■ **8. MATERIAŁY REKLAMOWE**....44
8.1 parasol.....44
8.2 koszulka polo.....45
8.3 t-shirt.....46
8.4 notatnik.....47
8.5 długopis.....48
8.6 kubek.....49
8.7 smycz.....50
8.8 piny.....51
8.9 balony dla dzieci.....52
8.10 torby.....53
8.11 balon reklamowy.....54
8.12 brama pneumatyczna.....55
8.13 namiot na stelażu.....56
8.14 namiot pneumatyczny.....57
8.15 ścianka konferencyjna.....58
8.16 witacz.....59
8.17 flaga.....60
8.18 citylight.....61
8.19 plakat imprezy własnej.....62
8.20 banner.....63
8.21 roll-up.....66
8.22 billboard.....67
8.23 ulotka A4.....68
8.24 zaproszenie 69
8.25 broszura informacyjna.....70
8.26 folder.....78

WPROWA-
DZENIE

ZAŁOŻENIA PROJEKTOWE

Głównym założeniem projektowym podczas tworzenia logotypu Łodzi było przede wszystkim pochylenie się nad dziedzictwem naszego miasta. Kultura i sztuka była, jest i będzie tkanką, która buduje swoistość miejsca stając się niejako znakiem firmowym.

Łódź, to miasto gdzie przenikają się wpływy różnych styli architektonicznych i postaw artystycznych. Jednak największy rozwój sztuki w Łodzi zapoczątkował modernizm, z Władysławem Strzemińskim na czele. Logo Łodzi ma na celu silniejsze identyfikowanie miasta z dokonaniami artystyczymi, które odegrały i odgrywają znaczącą rolę w rozwoju sztuki na całym świecie.

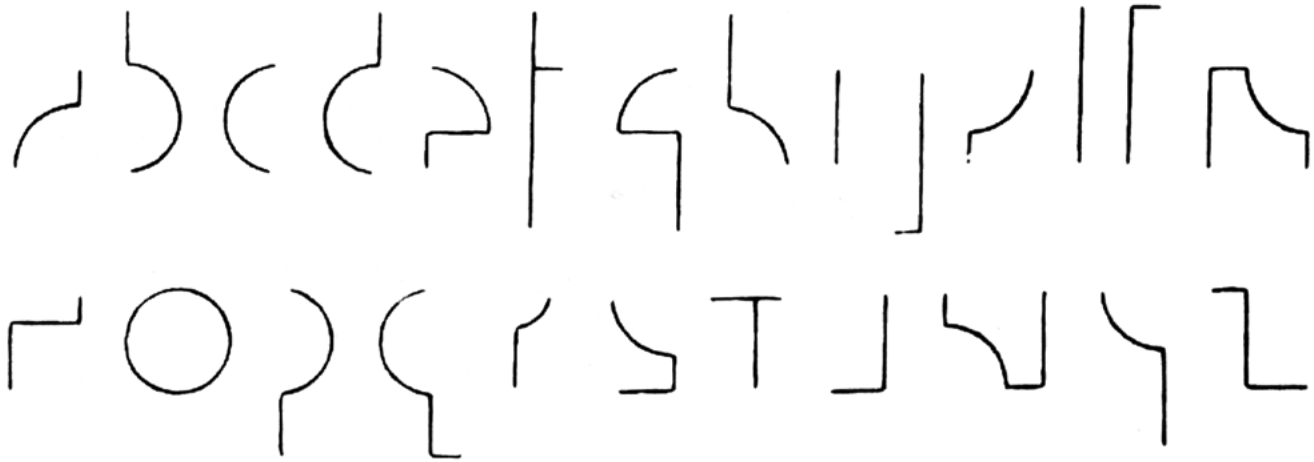
Cele jakie założyliśmy podczas pracy nad logotypem to osiągnięcie maksymalnej siły wyrazu przy jednoczesnej trosce o oszczędność środków wyrazu.

U źródła naszego myślenia stała także potrzeba adoracji typografii projektu.

W sprawie użycia logo Łódź Kreuje lub elementów grafiki zawartych w niniejszej Księdze Znaku prosimy o kontakt z Biurem Promocji, Turystyki i Współpracy z Zagranicą Urzędu Miasta Łodzi na adres: logo@uml.lodz.pl.

INSPIRA-
CJA

WPŁYWY MODERNIZMU

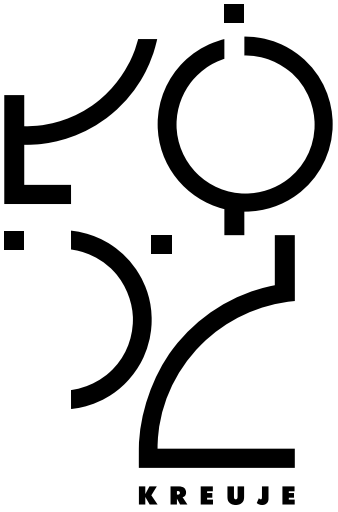


Alfabet zaprojektowany przez Władysława Strzemińskiego w 1932 r.

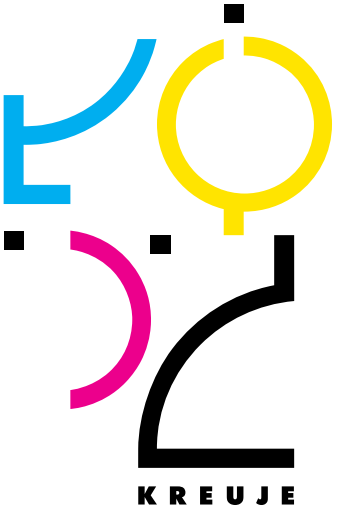
Projekt logotypu inspirowany jest twórczością Awangardy XX wieku ze szczególnym uwzględnieniem dobrej tradycji literniczej rodzinnego miasta.
Znak nawiązuje do twórczości plastycznej Władysława Strzemińskiego i Katarzyny Kobro- pionierów konstruktywistycznej awangardy lat 20-tych i 30-tych ubiegłego wieku.

1. LOGO

1.1.A wersja podstawowa



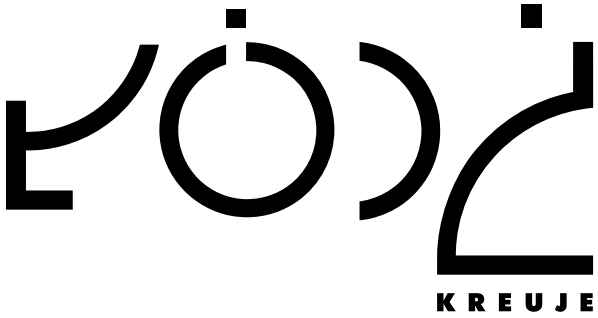
wersja achromatyczna



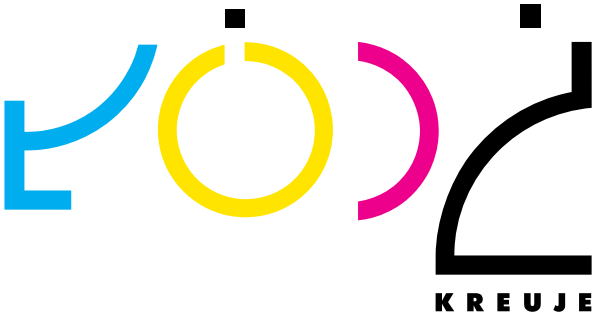
wersja kolorowa

1. LOGO

1.1.B wersja horyzontalna



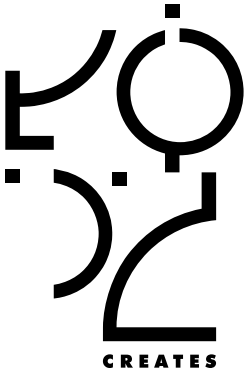
wersja achromatyczna

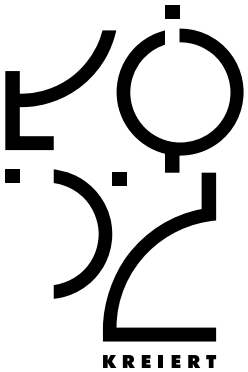


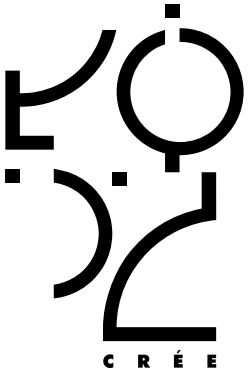
wersja kolorowa

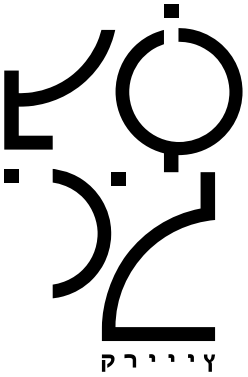
1. LOGO

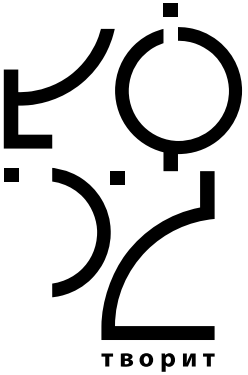
1.1.C wersje językowe







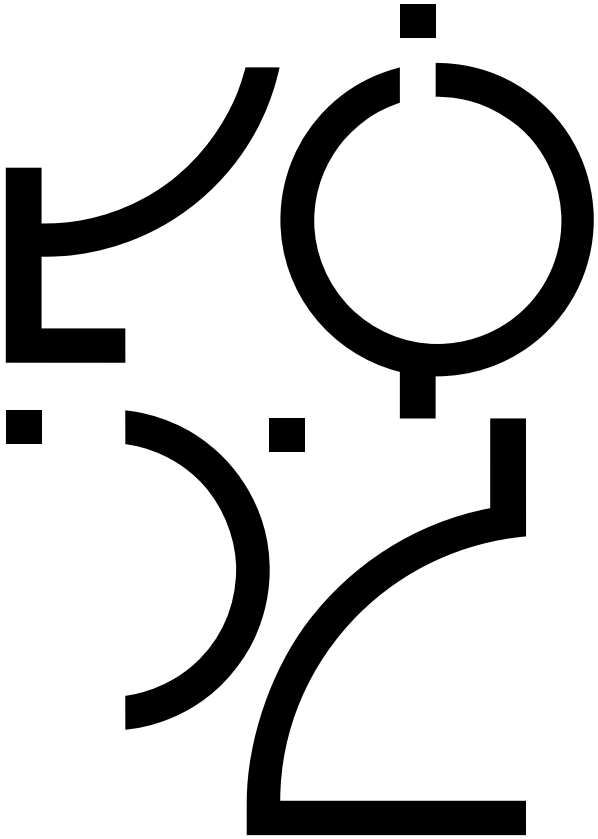




angielska | niemiecka | francuska | hebrajska | rosyjska

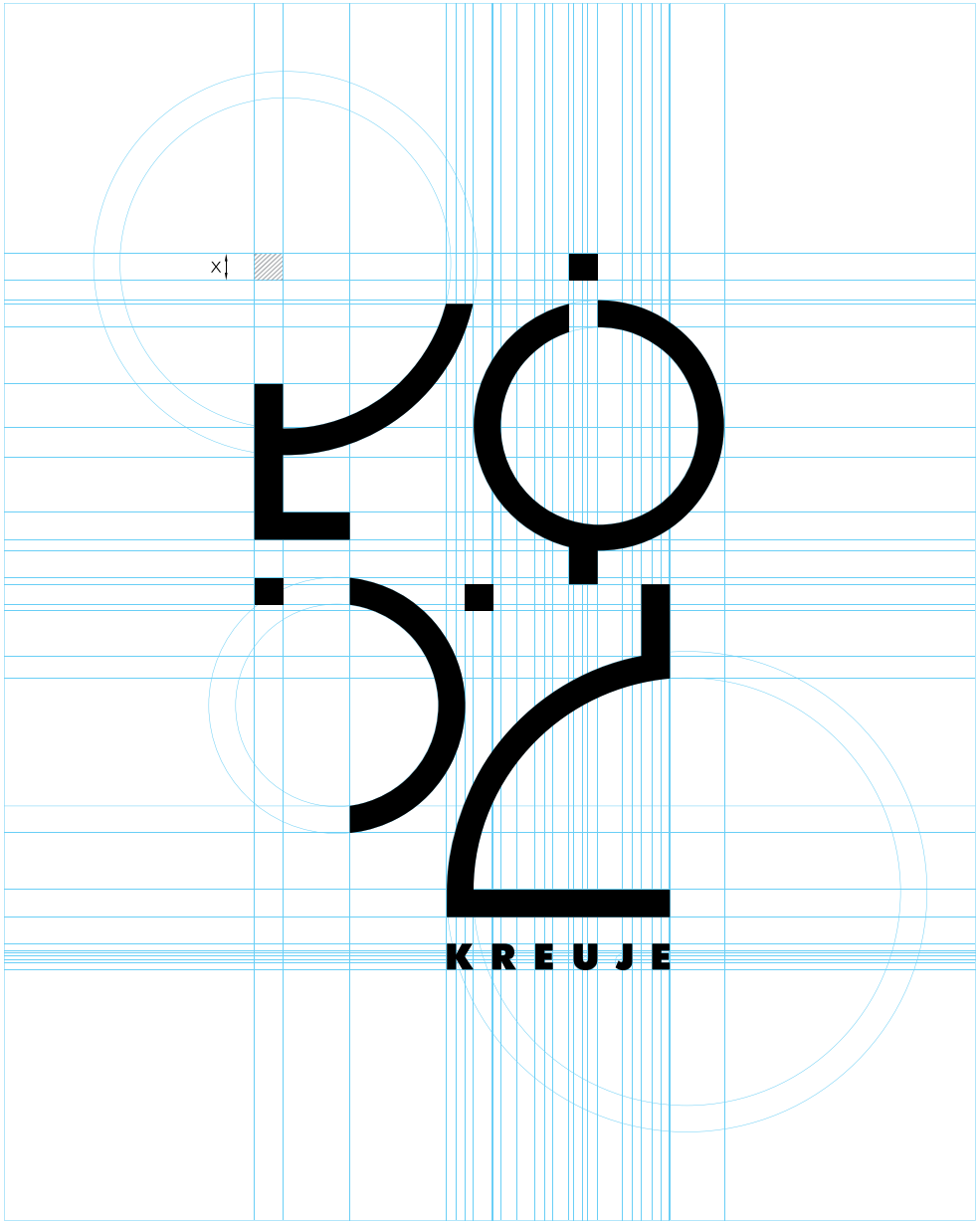
1. LOGO
ZNAK UPROSZCZONY

1.2 bez hasła



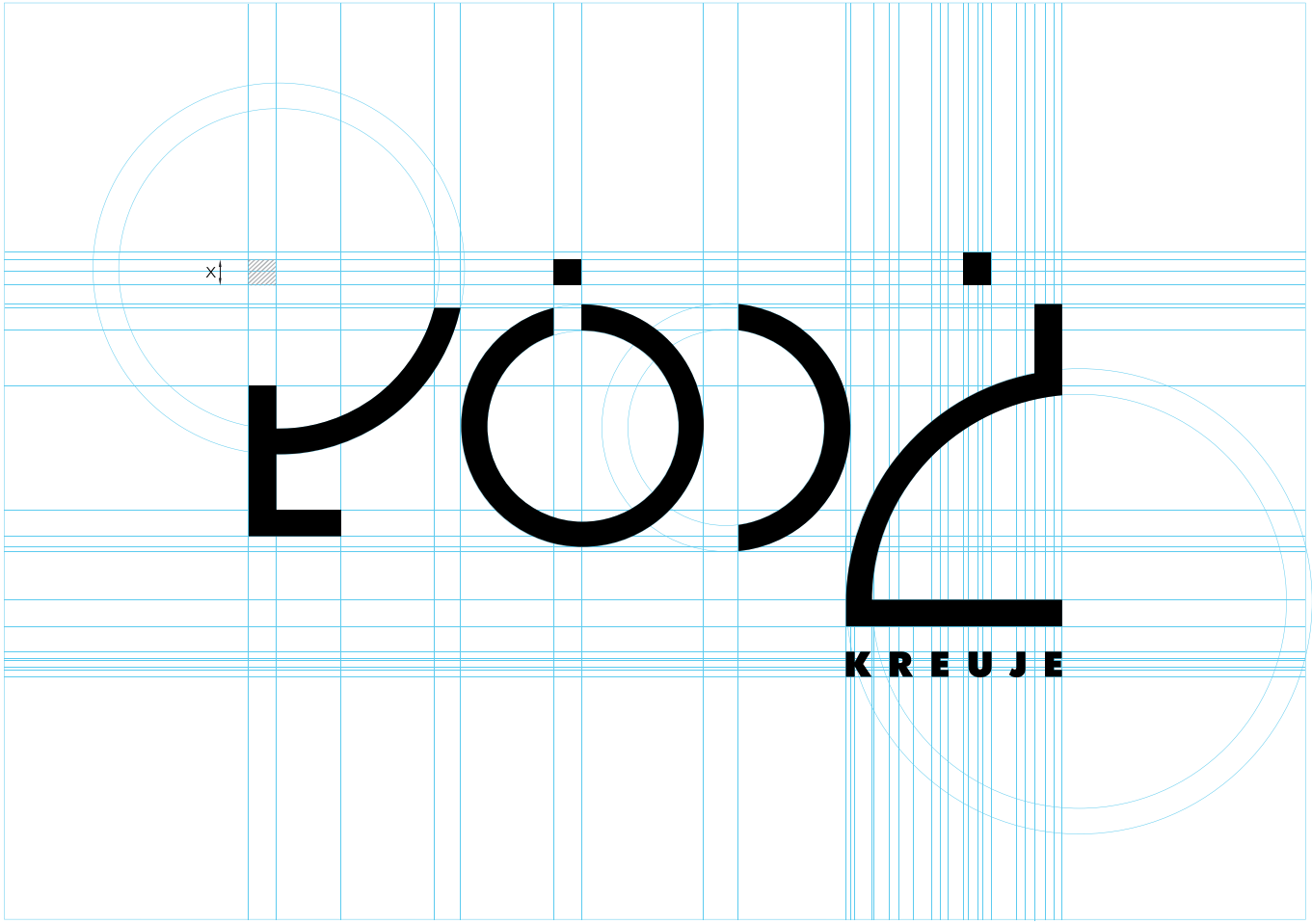
1. LOGO
KONSTRUKCJA ZNAKU

1.3.A wersja podstawowa



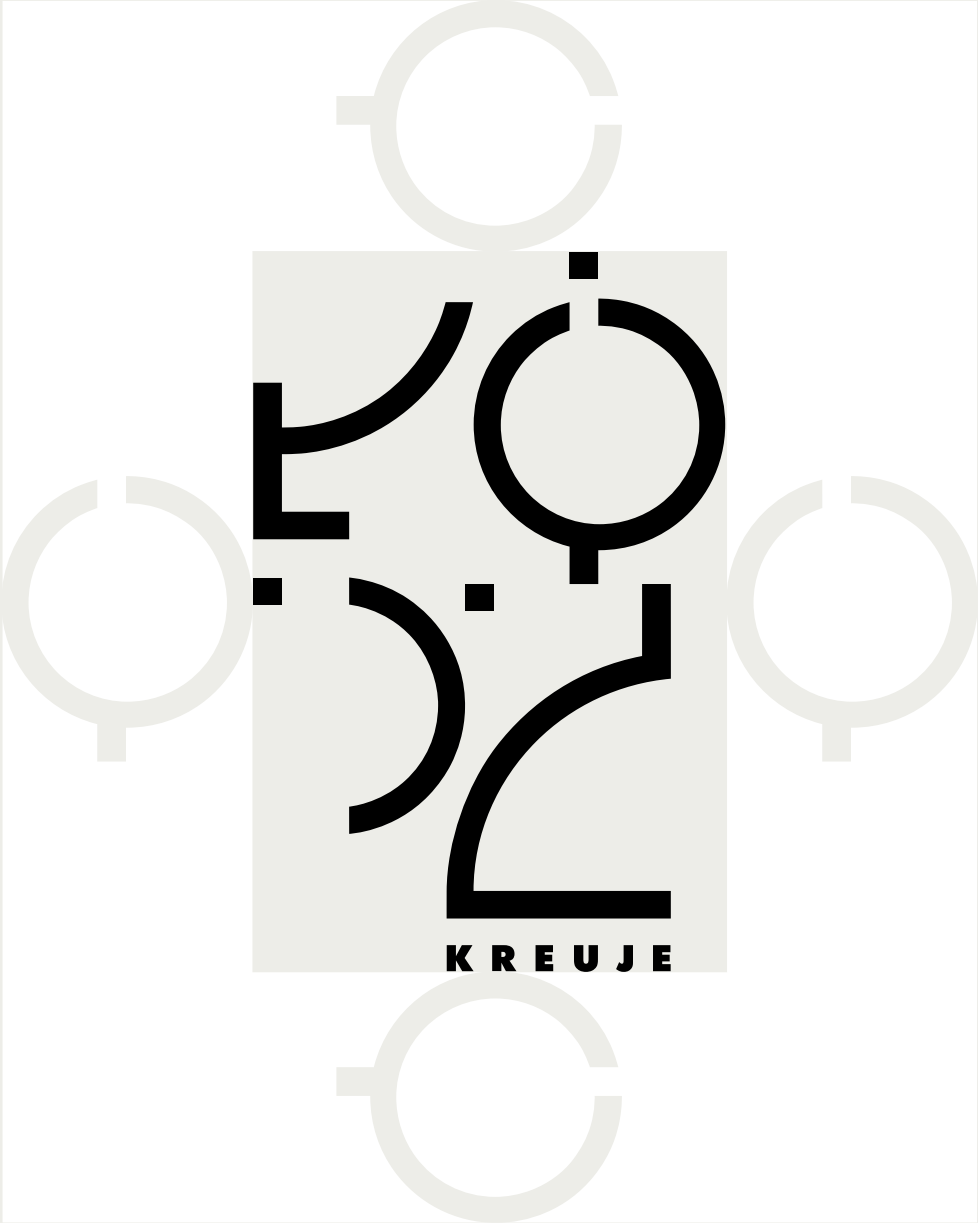
1. LOGO
KONSTRUKCJA ZNAKU

1.3.B wersja horyzontalna



1. LOGO
POLE OCHRONNE

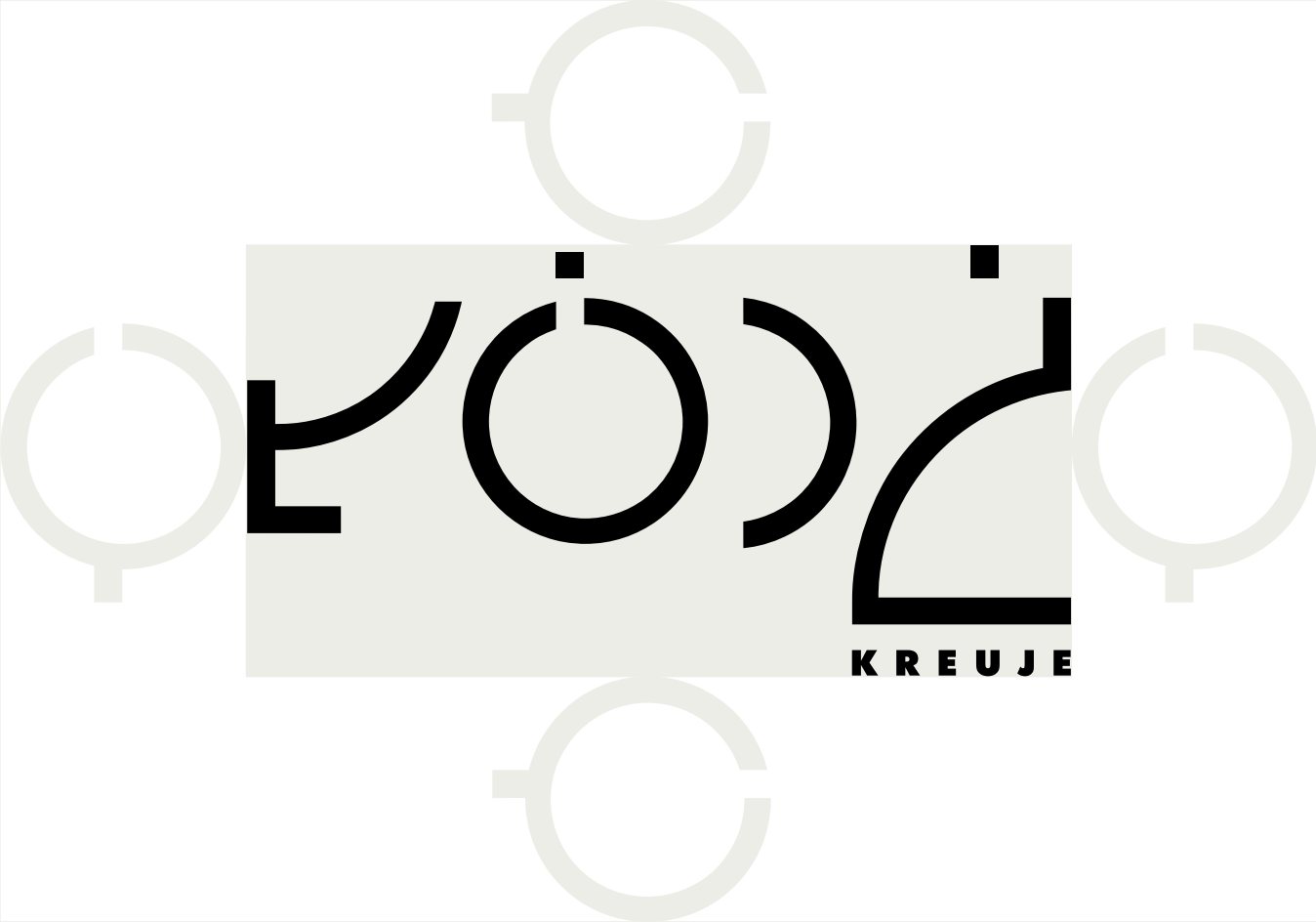
1.4.A wersja podstawowa



pole ochronne

1. LOGO
POLE OCHRONNE

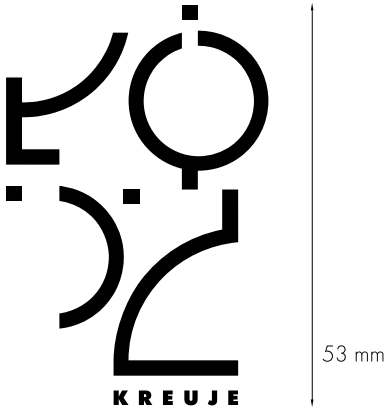
1.4.B wersja horyzontalna



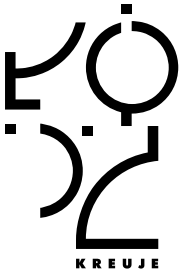
pole ochronne

1. LOGO
SKALOWANIE ZNAKU

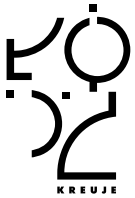
1.5.A wersja podstawowa



53 mm



35 mm



25 mm

10 mm

Skalowanie odbywa się poprzez proporcjonalne powiększenie lub zmniejszenie całego znaku, łącznie z liternictwem.
W celu zapewnienia optymalnej czytelności znaku jego minimalna wielkość w wersji podstawowej (z hasłem) to 25 mm wysokości.
Natomiast minimalna wielkość w wersji uproszczonej (bez hasła) to 10 mm wysokości.

1. LOGO
SKALOWANIE ZNAKU

1.5.B wersja horyzontalna

Skalowanie odbywa się poprzez proporcjonalne powiększenie lub zmniejszenie całego znaku, łącznie z liternictwem.
W celu zapewnienia optymalnej czytelności znaku jego minimalna wielkość w wersji podstawowej (z hasłem) to 15 mm wysokości.
Natomiast minimalna wielkość w wersji uproszczonej (bez hasła) to 6 mm wysokości.

2. KOLORYSTYKA ZNAKU

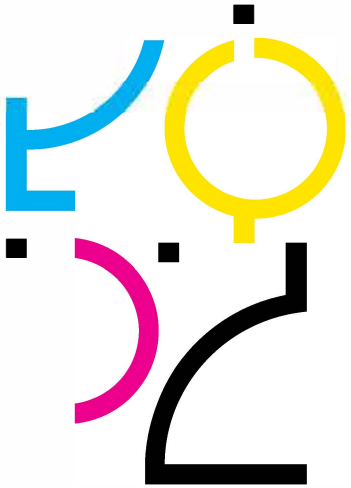
2.1 wersja kolorowa

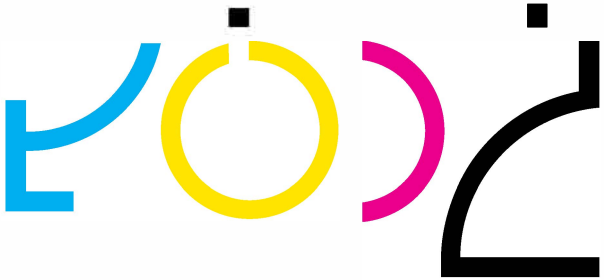
CMYK C 100 %
RGB R 0 /G 159 /B 227

CMYK M 100 %
RGB R 230 /G 0 /B 126

CMYK Y 100 % /6%
RGB R 255 /G 228/B 0

CMYK K 100 %
RGB R 0 /G 0 /B 0





! Należy przestrzegać obowiązujących składowych kolorystycznych ze szczególnym uwzględnieniem koloru żółtego w skład, którego prócz 100% yellow wchodzi 6% magenty.

Logo Łodzi występuje w wersjach: kolorowej, skali szarości, monochromatycznej i achromatycznej.
Zalecana jest wersja kolorowa. Pozostałe wiarianty znaku mają zastosowanie w tych obszarach komunikacji wizualnej, gdzie wykorzystanie wersji pełnokolorowej jest niemożliwe ze względów technologicznych (na przykład w przypadku tłoczenia, grawerunku itp.).

2. KOLORYSTYKA ZNAKU

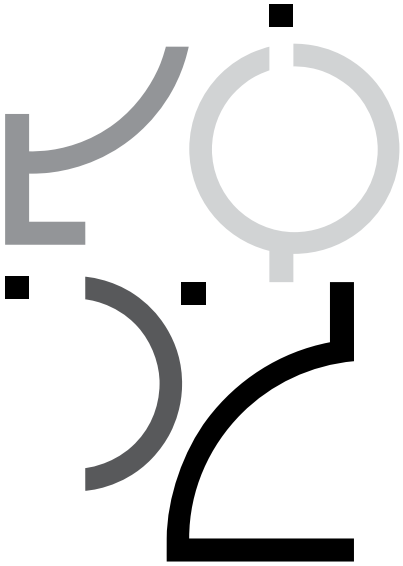
2.2 skala szarości

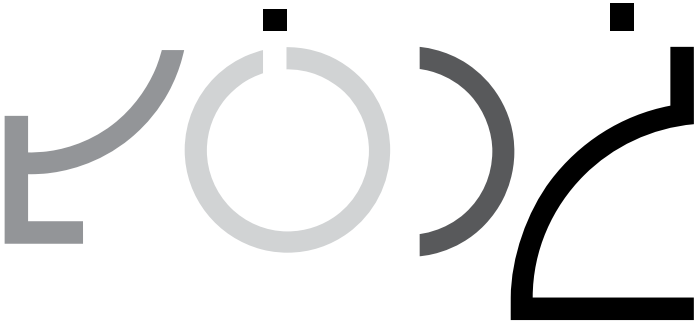
CMYK K 20 %
RGB K 215 /G 215 /B 215

CMYK K 50 %
RGB R 149 /G 149 /B 149

CMYK K 80 %
RGB R 70 /G 70 /B 70

CMYK K 100 %
RGB R 0/G 0 /G 0

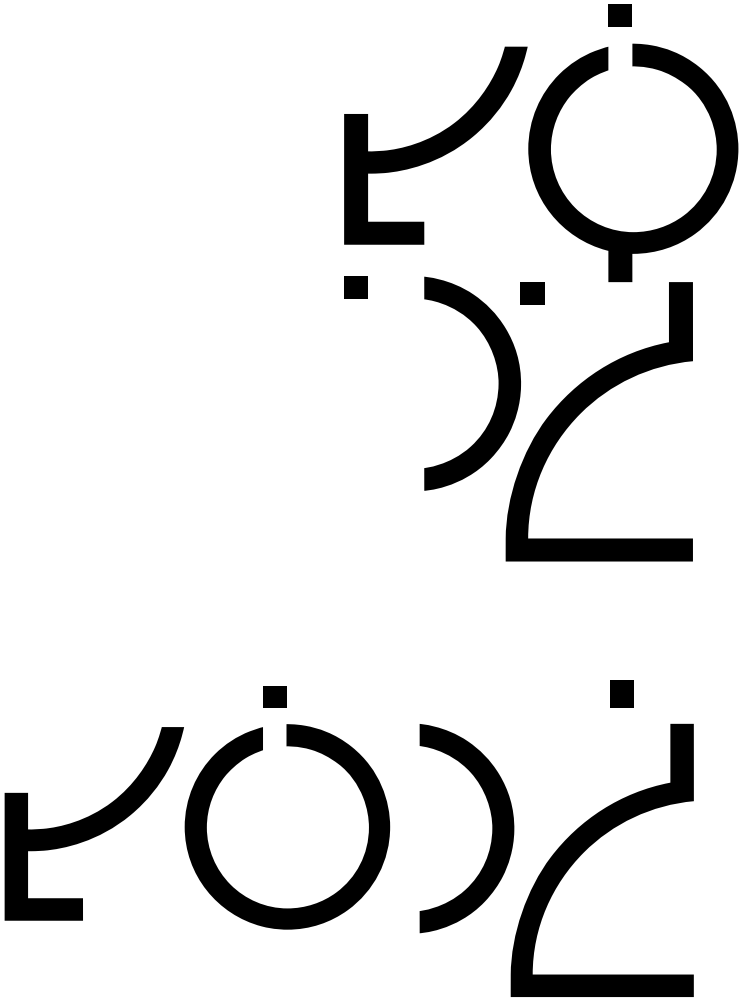




2. KOLORYSTYKA ZNAKU

2.3 wersja monochromatyczna

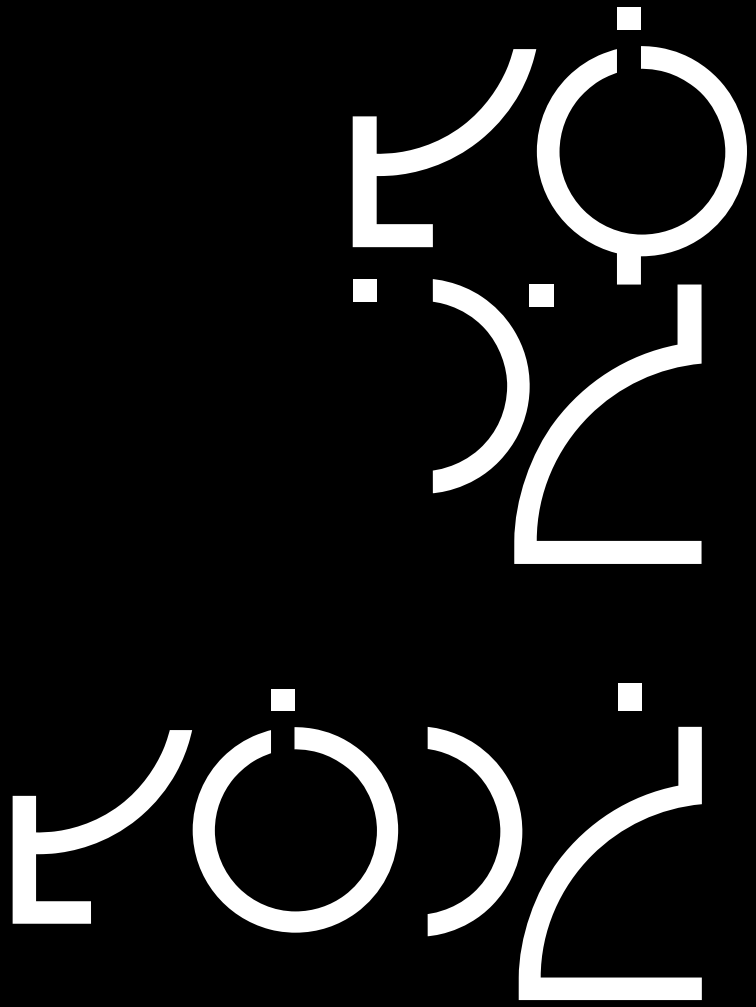
CMYK K 100 %
RGB R 0 / G 0 / B 0



2. KOLORYSTYKA ZNAKU

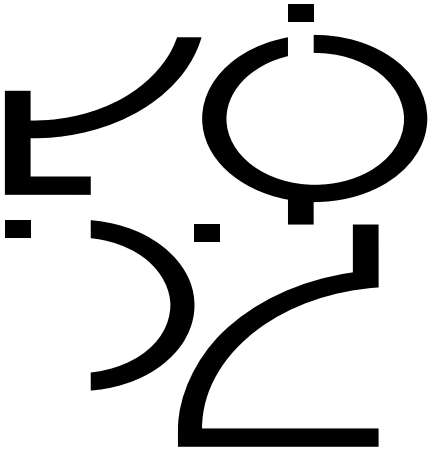
2.4 wersja negatywowa

CMYK K 0 %
RGB R 255/G 255 /B 255

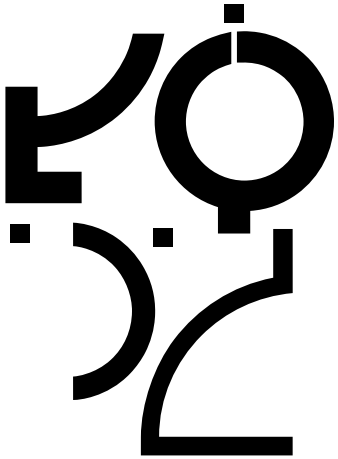


3. OCHRONA ZNAKU

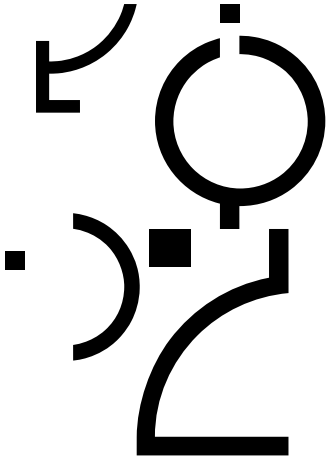
3.1 deformacja



niedozwolone rozciąganie



niedozwolona zmiana grubości elementów znaku



niedozwolona zmiana wielkości oraz położenia elementów znaku

Zabrania się:

- nieproporcjonalnego skalowania znaku
- umieszczania elementów znaku w innych konfiguracjach, niż zostało to zaprojektowane
- zmian kolorystyki znaku
- innych działań na niekorzyść proporcji znaku

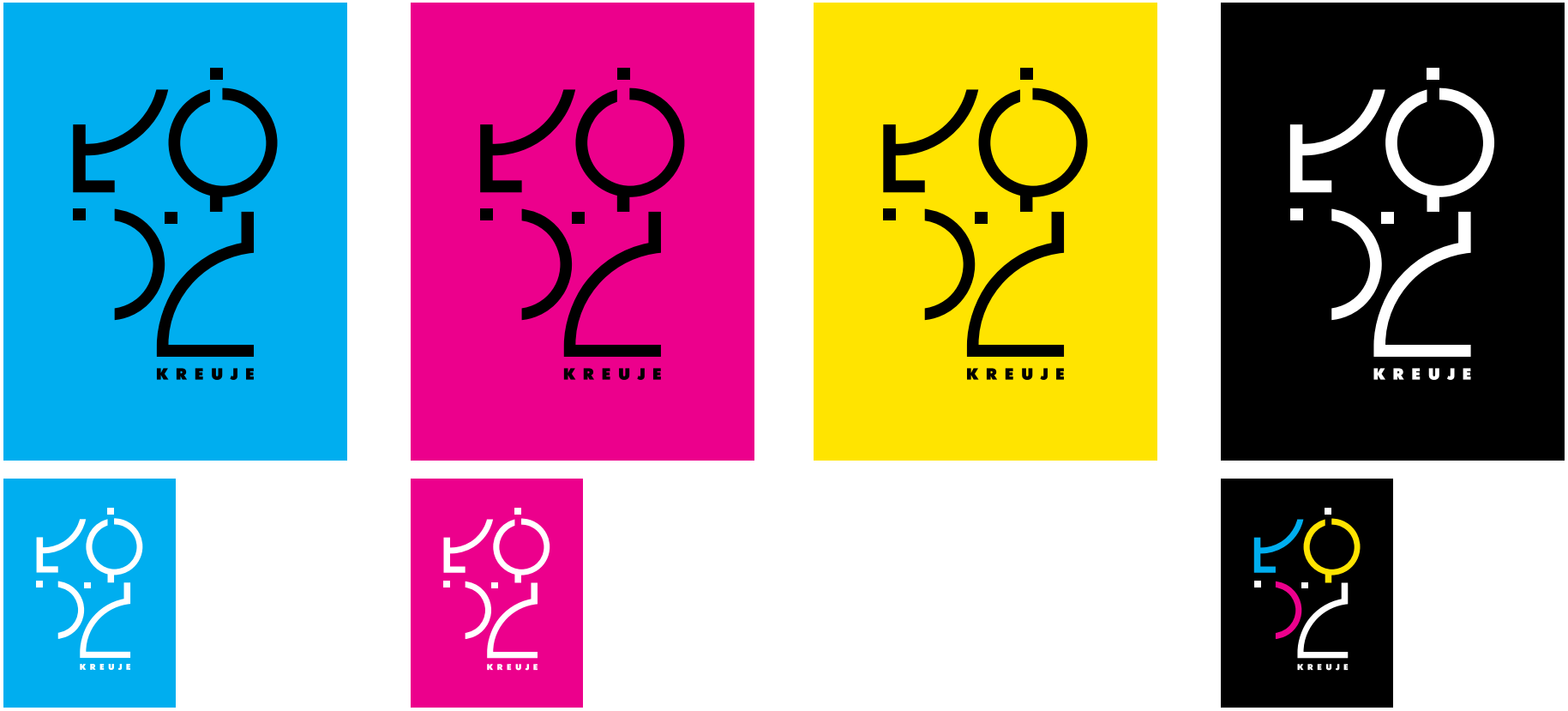
3. OCHRONA ZNAKU

3.2 agresywne tło

Ø tło, które zakłóca czytelność znaku

3. OCHRONA ZNAKU

3.3 Tło dozwolone



Tło dozwolone jest jednolitego koloru. Proponuje się cztery kolory z palety CMYK.

4. TYPO-GRAFIA

Podstawowy krój pisma:

FUTURA

Zaprojektowana przez Paul'a Renner'a w 1928 r.

abcdefghijklmnopqrtsuwvxyzżź
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUWVXYZŻŹ
1234567890%(!@#$%&)

AaBbCc**Dd**12**34**

Futura Light

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec vitae arcu vitae sapien convallis fringilla non sit amet leo. Sed ac risus mauris.

11 pkt. interlinia 13 pkt.

Futura Regular

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec vitae arcu vitae sapien convallis fringilla non sit amet leo. Sed ac risus mauris.

11 pkt. interlinia 13 pkt.

Futura Bold

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adi piscing elit. Donec vitae arcu vitae sapien convallis fringilla non sit amet leo. Sed ac risus mauris.

11 pkt. interlinia 13 pkt.

Futura Extra Black

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec vitae arcu vitae sa pien convallis fringilla non sit amet leo. Sed ac risus mauris.

11 pkt. interlinia 13 pkt.

5. DRUKI FIRMOWE

5.1 wizytówka imienna

format 9 x 5 cm
skala 1:1

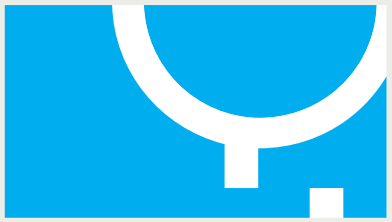
5. DRUKI FIRMOWE

5.1 wizytówka imienna

wymiarowanie
format 9 x 5 cm
skala 1:1

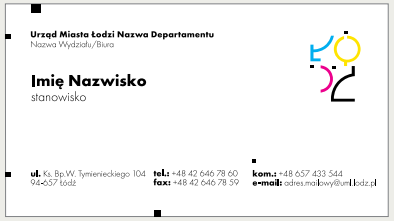
5. DRUKI FIRMOWE

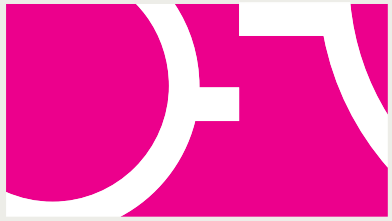
5.1 wizytówka imienna



Turystyka

Edukacja





Kultura

Gospodarka

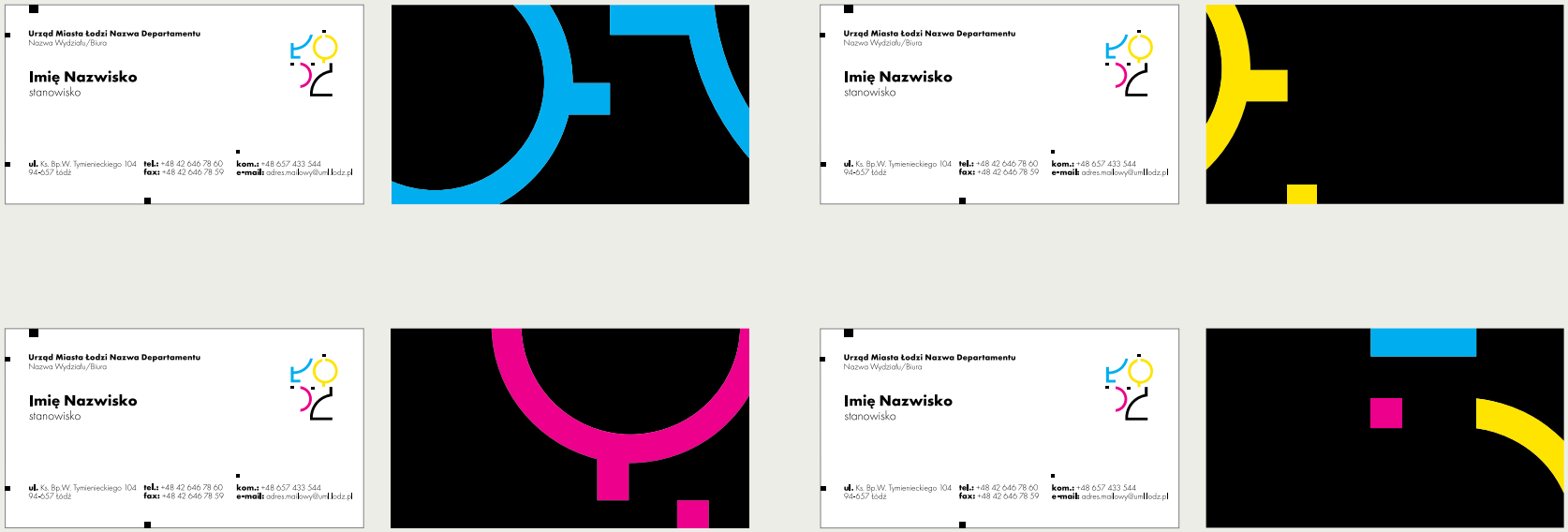
wersje wizytówek dla poszczególnych wydziałów

5. DRUKI FIRMOWE

5.1 wizytówka ogólna

5. DRUKI FIRMOWE

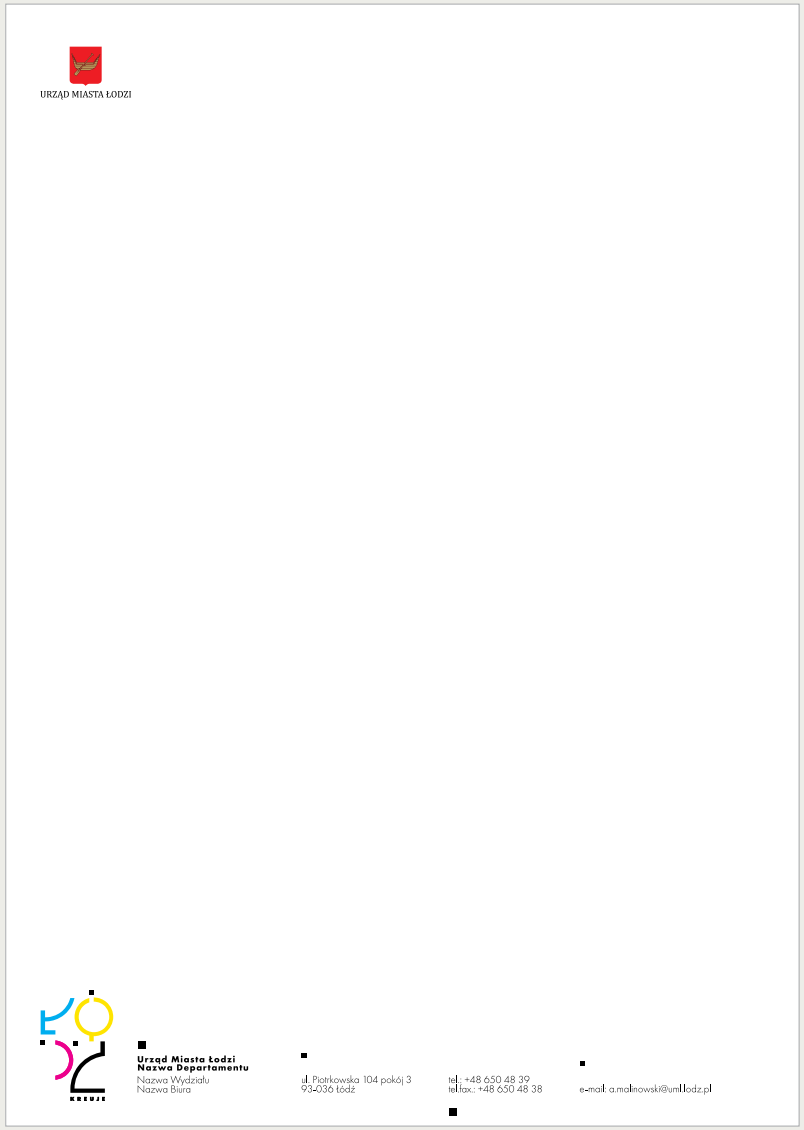
5.2 wizytówka ogólna

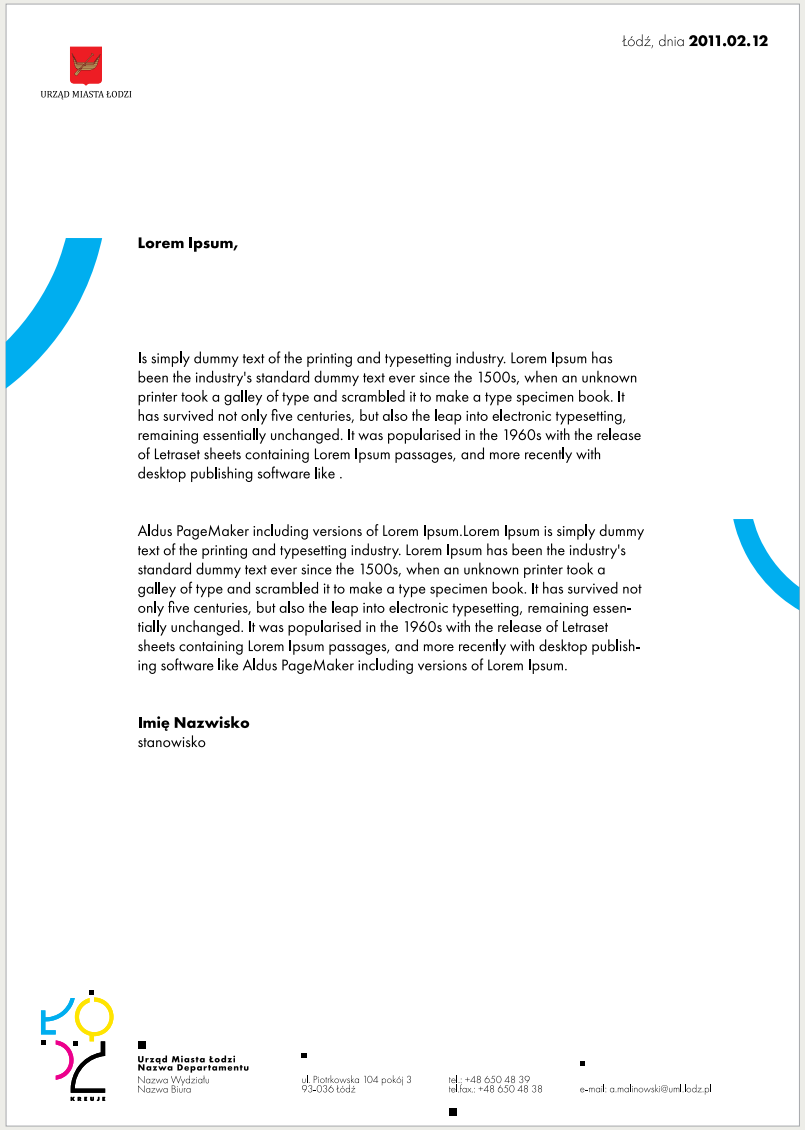


wersje wizytówek dla subproduktów

5. DRUKI FIRMOWE

5.2 papier firmowy





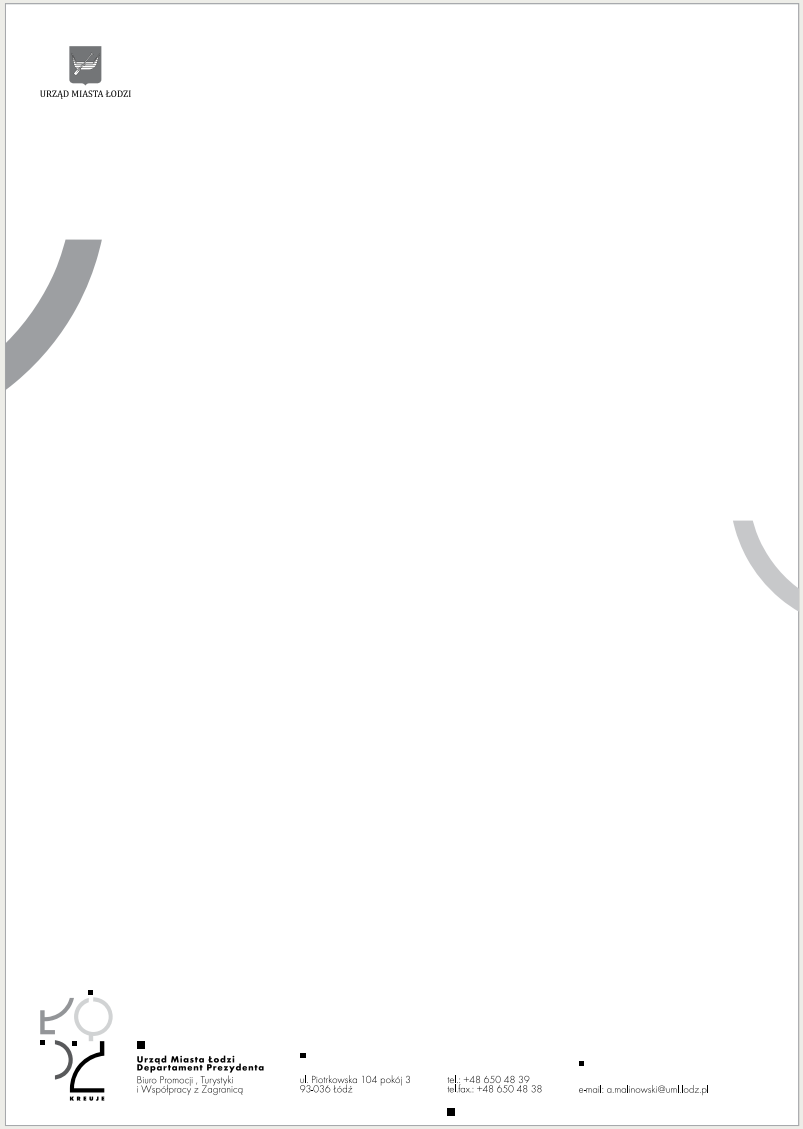
kolor
format A4
skala 1:50

layout obowiązuje na każdej ze stron papieru firmowego

Futura light / **Futura bold** 11 pkt., 13 pkt. interlinia

5. DRUKI FIRMOWE

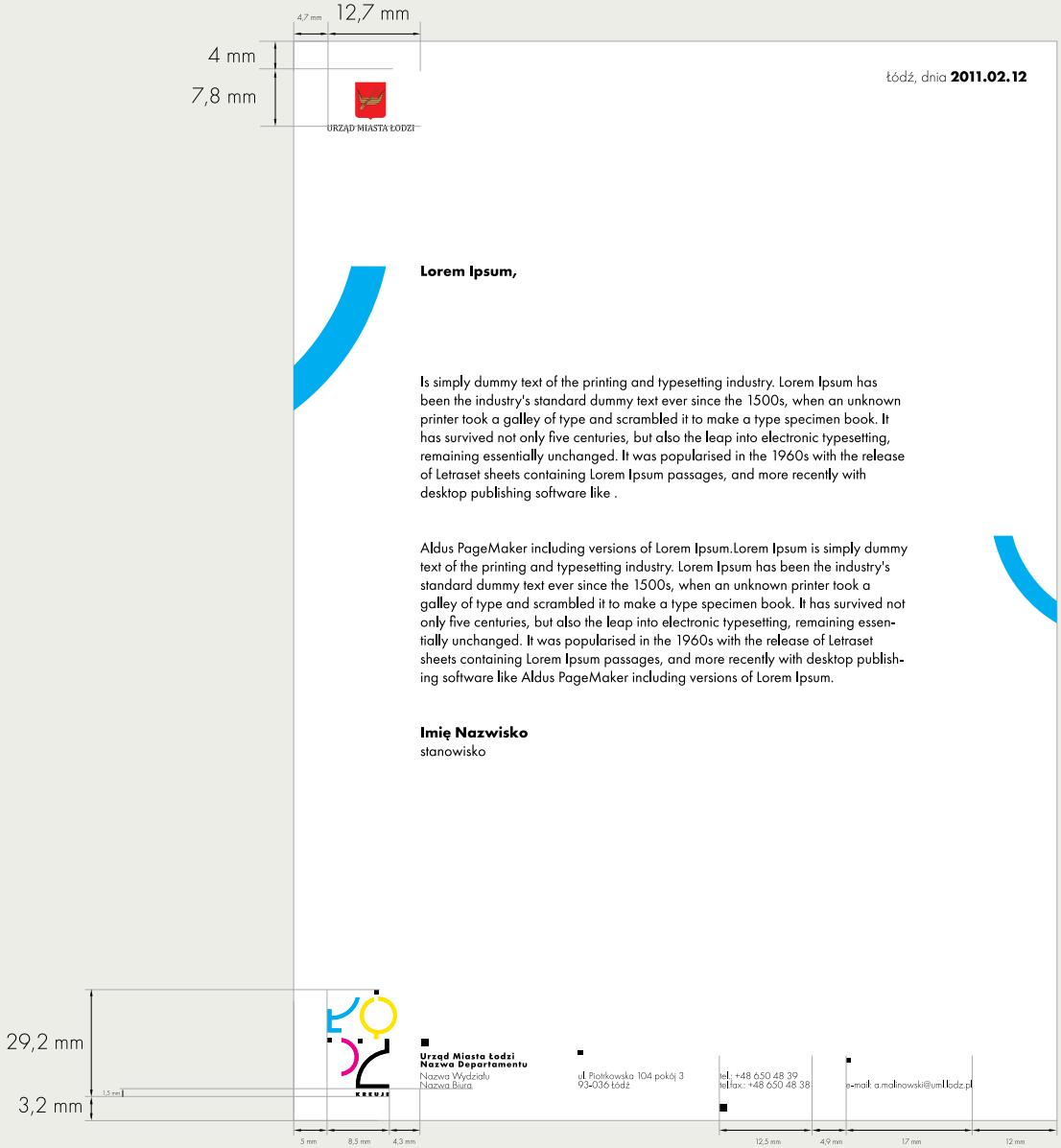
5.2 papier firmowy



skala szarości
format A4
skala 1:50

5. DRUKI FIRMOWE

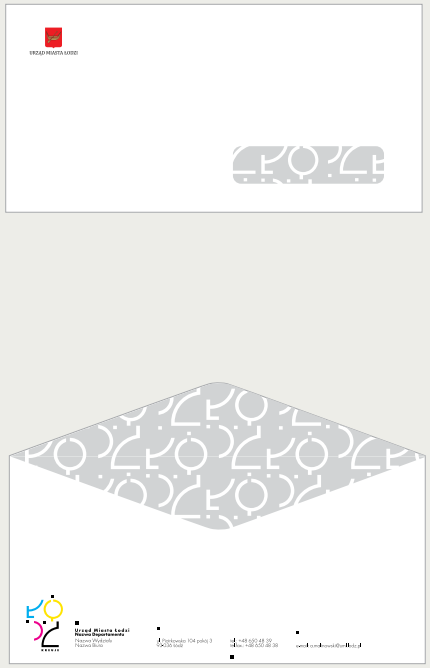
5.2 papier firmowy



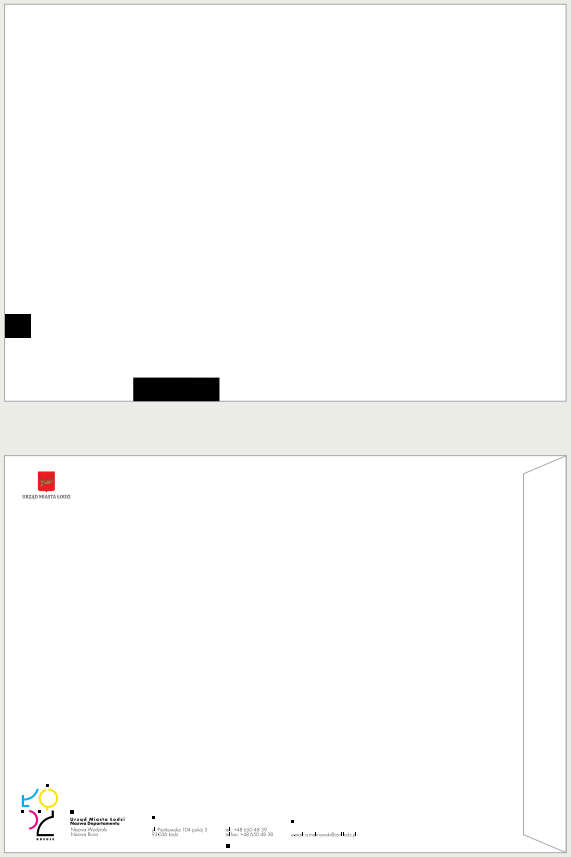
wymiarowanie
format A4
skala 1:50

5. DRUKI FIRMOWE

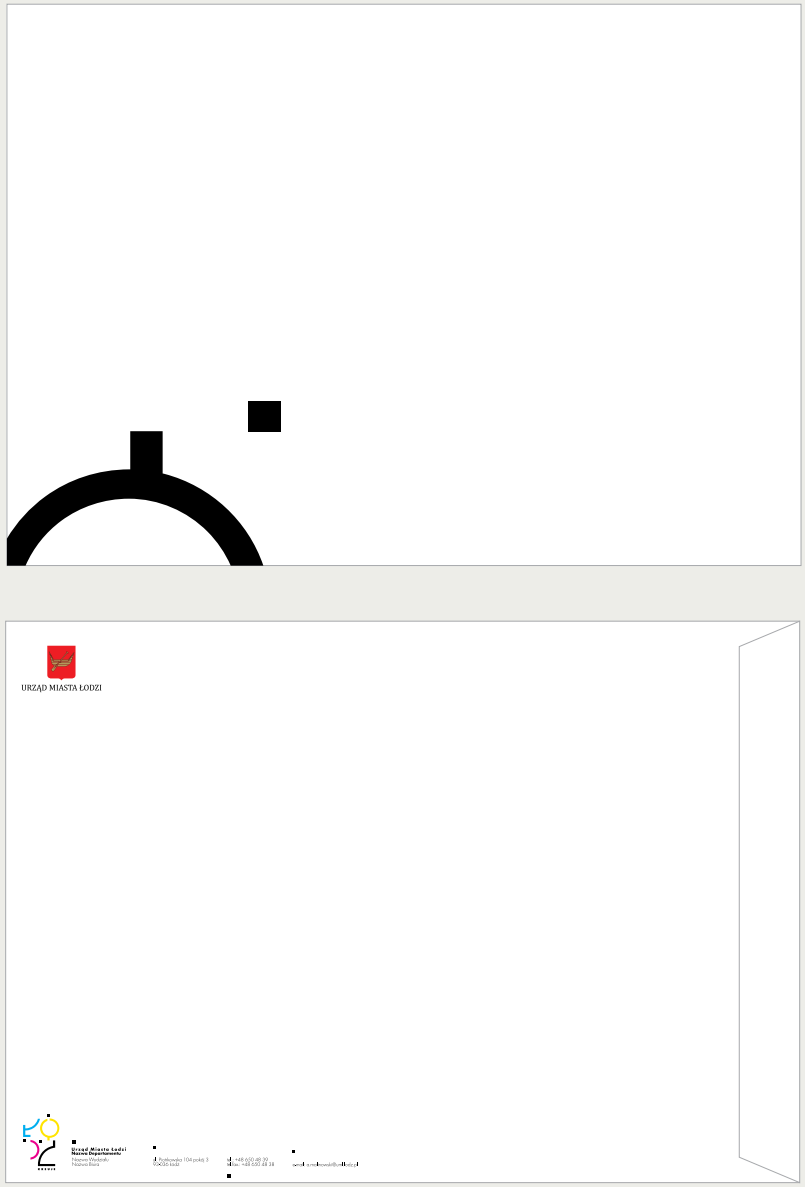
5.3 koperty



format DL



format A4

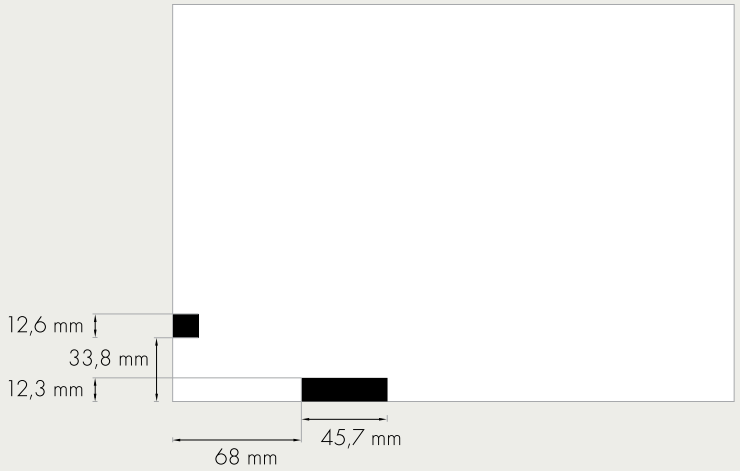


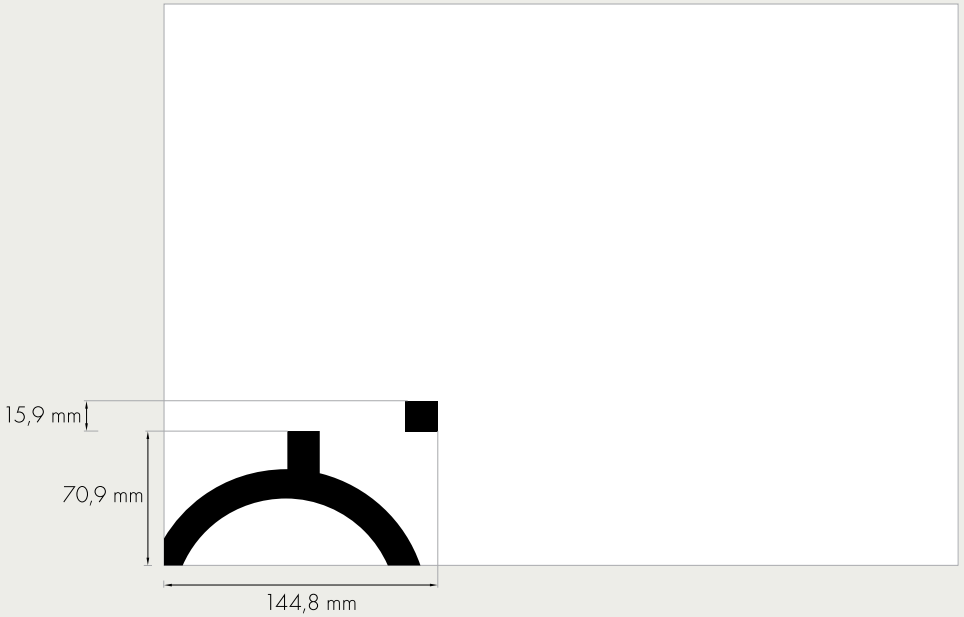
format A3

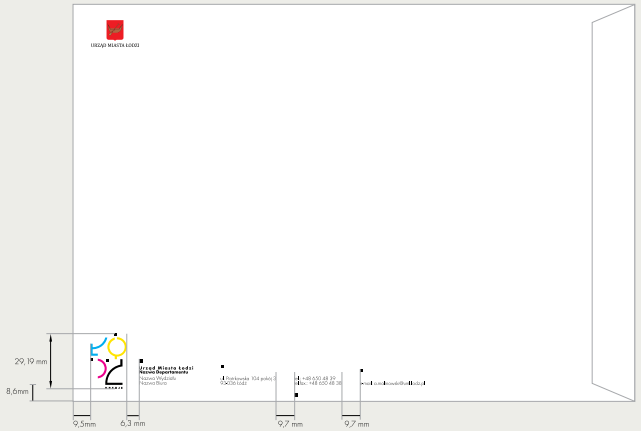
skala 1:25

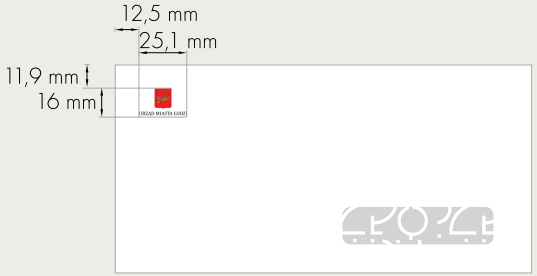
5. DRUKI FIRMOWE

5.3 koperty







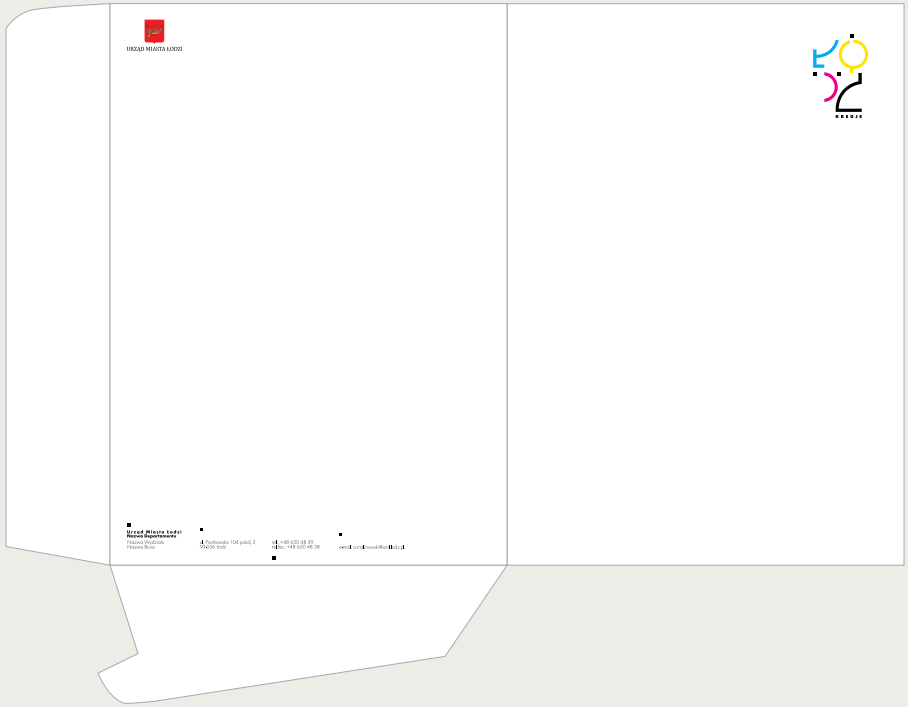


wymiarowanie
skala 1:25

5. DRUKI FIRMOWE

5.4 teczka firmowa

awers



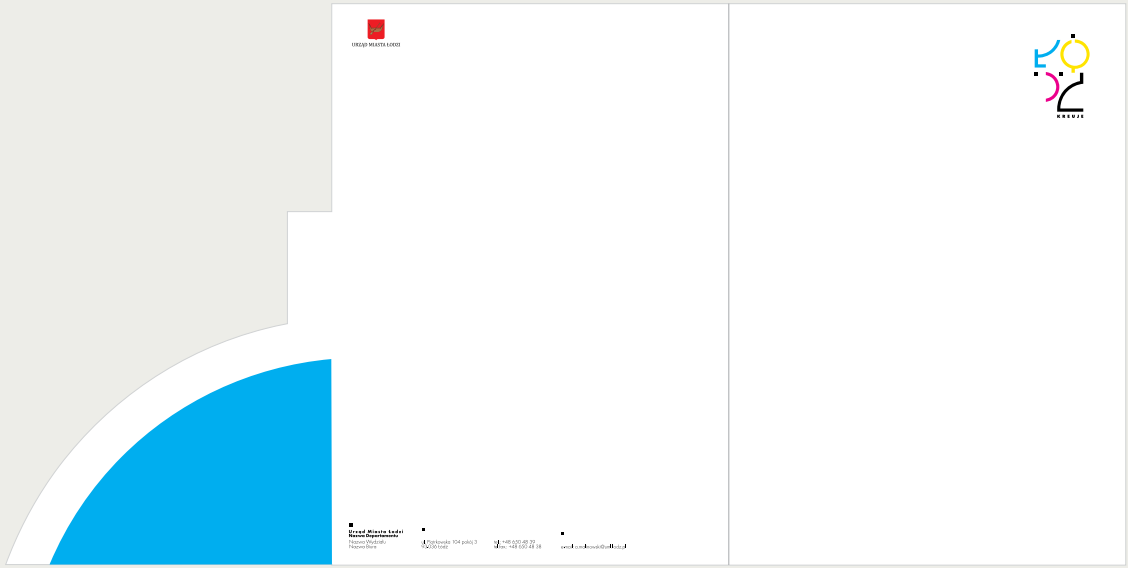
rewers

wersja podstawowa
wymiar A4
skala 1:25

5. DRUKI FIRMOWE

5.4 teczka firmowa

awers



rewers

wersja opcjonalna
wymiar A4
skala 1:25

5. DRUKI FIRMOWE

5.5 okładka na płytę CD/DVD

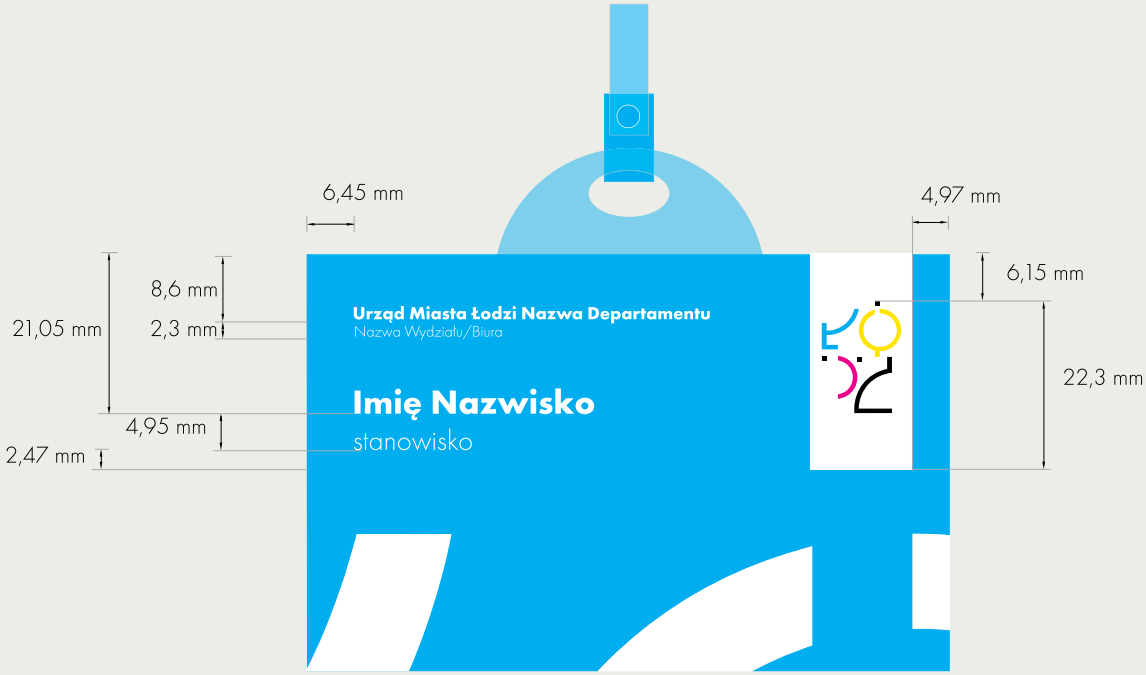
awers

rewers

skala 1:50

5. DRUKI FIRMOWE

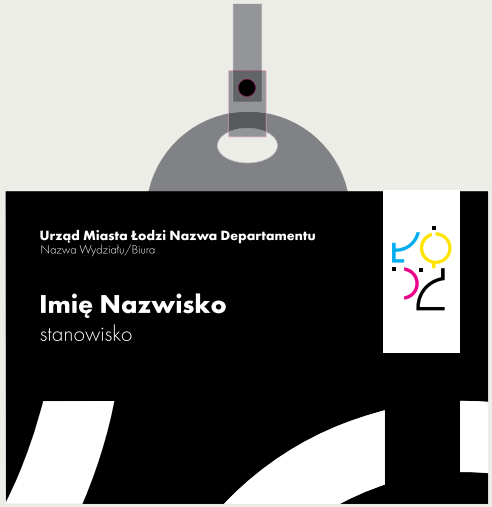
identyfikator



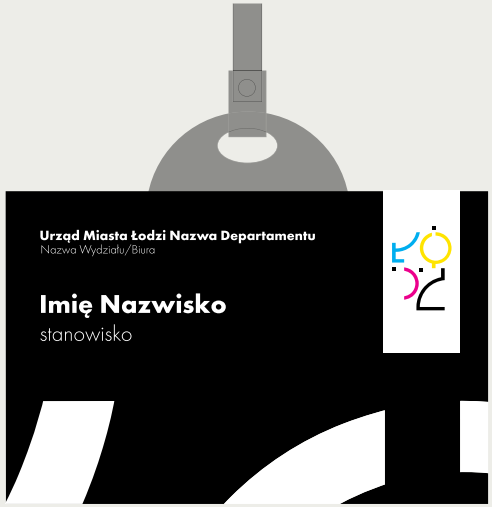
wymiarowanie
skala 1:1

5. DRUKI FIRMOWE

5.6 identyfikator



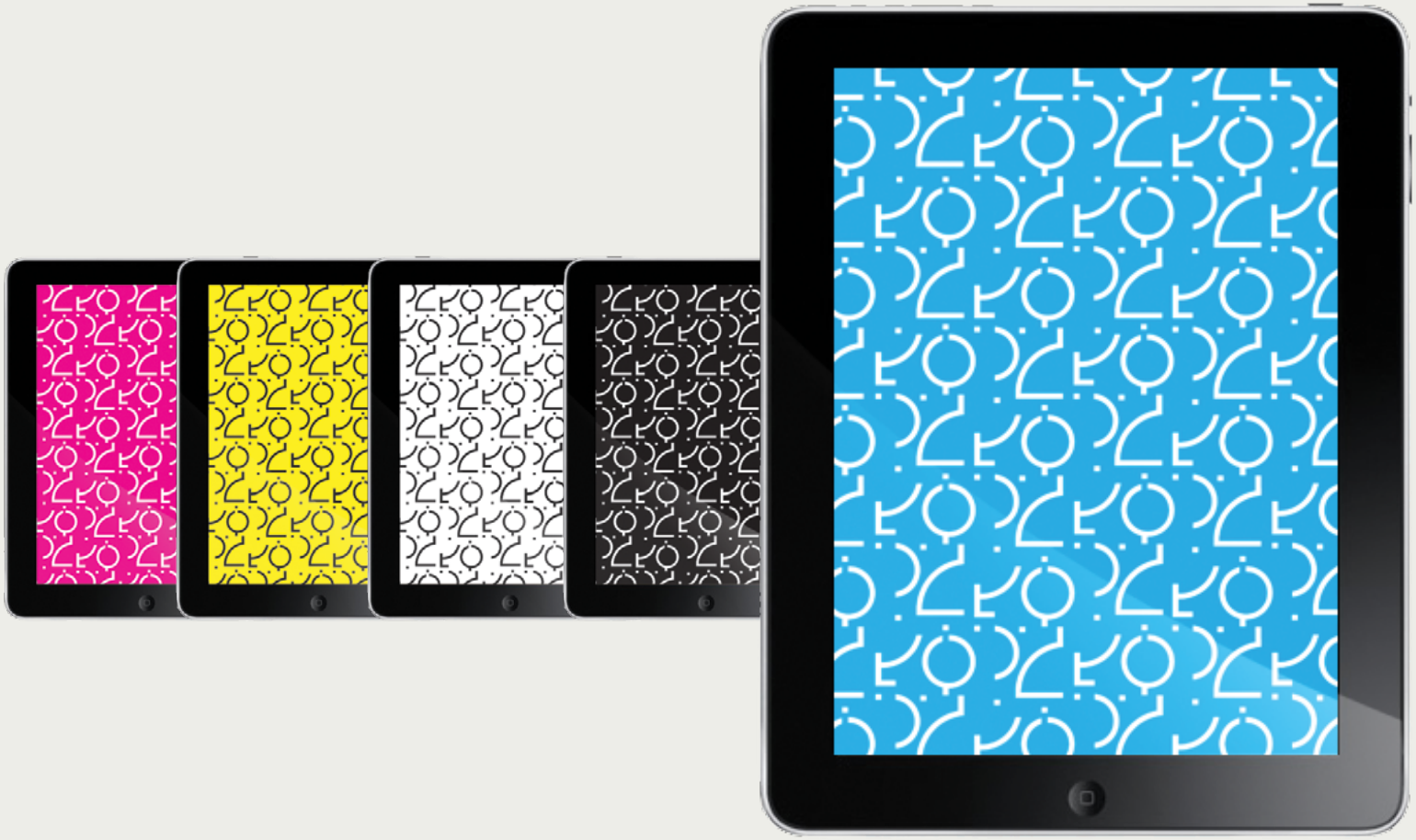
wersje kolorystyczne dla poszczególnych wydziałów



wersje identyfikatorów ogólnych

6. MULTI-MEDIA

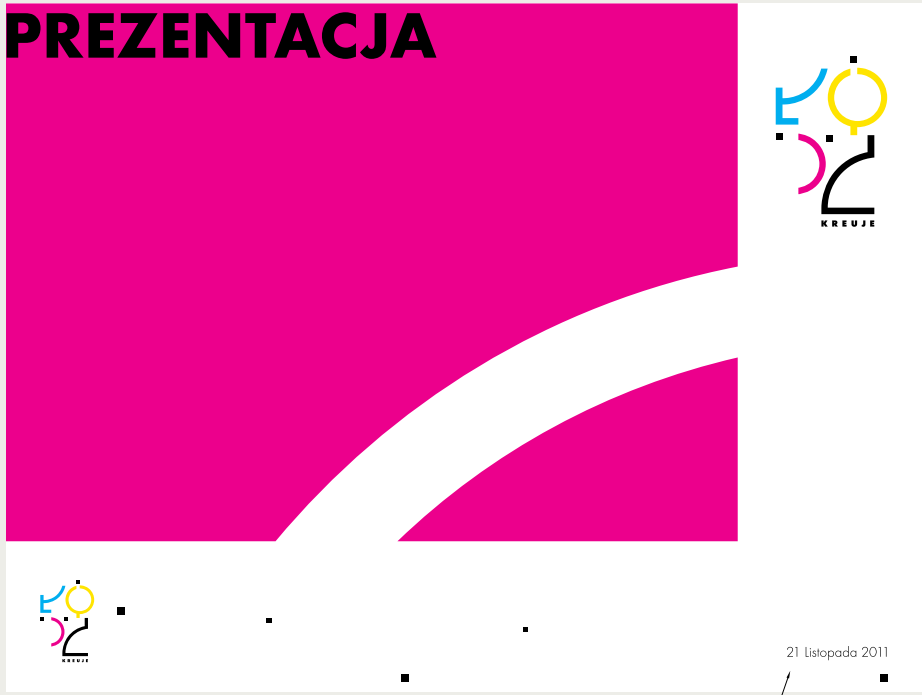
6.1 tło na pulpit



6. MULTI-MEDIA

6.2 prezentacja PowerPoint

futura bold 50 pkt.



futura regular 11 pkt.

futura bold 14 pkt.

futura regular 12 pkt.

skala 1:50

6. MULTI-MEDIA

6.2 prezentacja PowerPoint

futura bold 21 pkt.

futura bold 36 pkt.

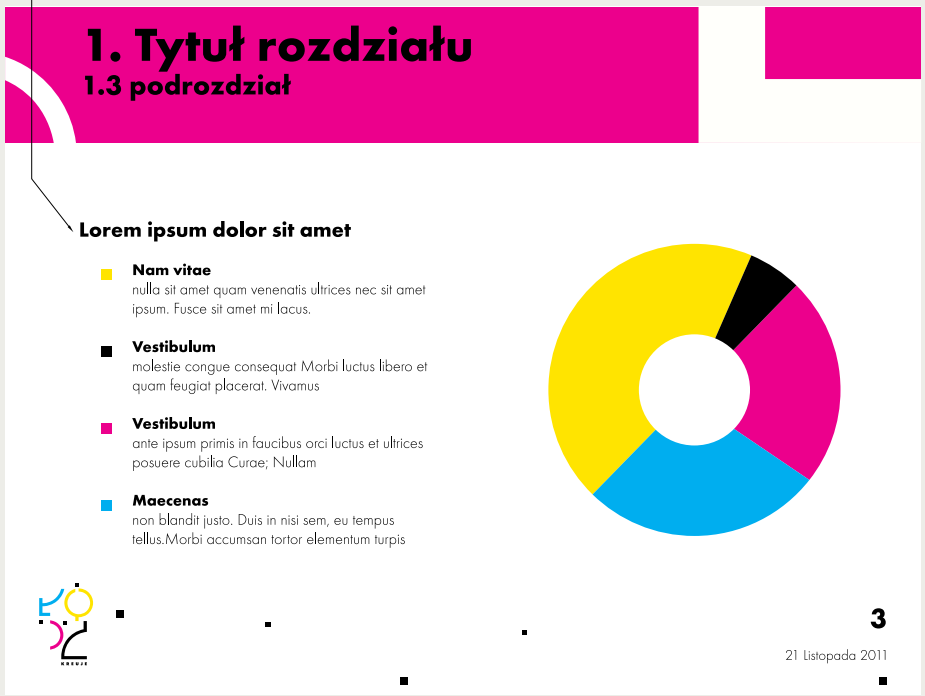
futura bold 21 pkt.

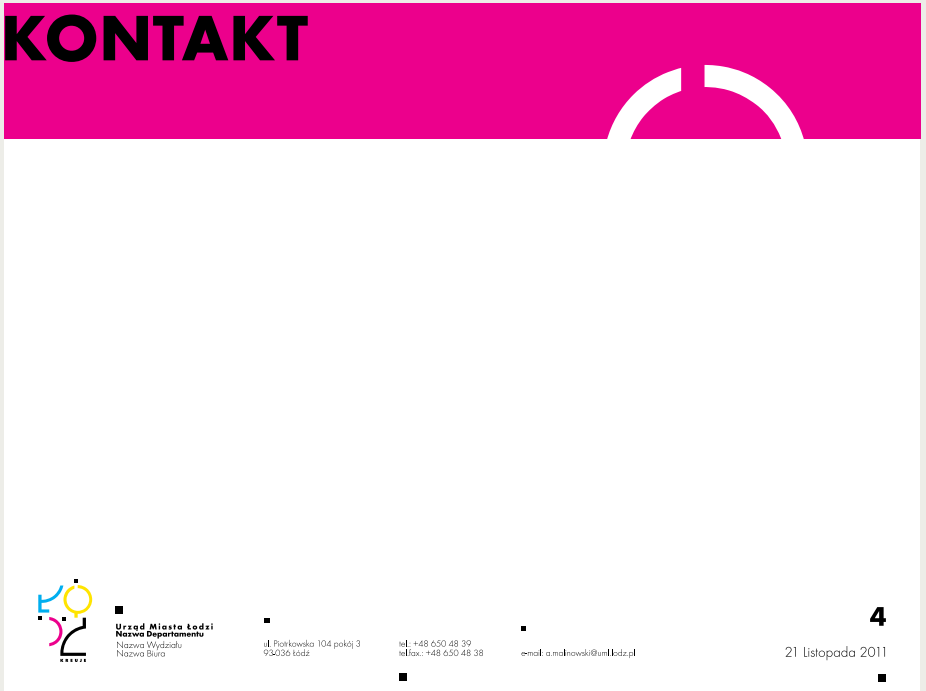
skala 1:50

6. MULTI-MEDIA

6.2 prezentacja PowerPoint

futura bold 16 pkt.





skala 1:50

7. INTERNET

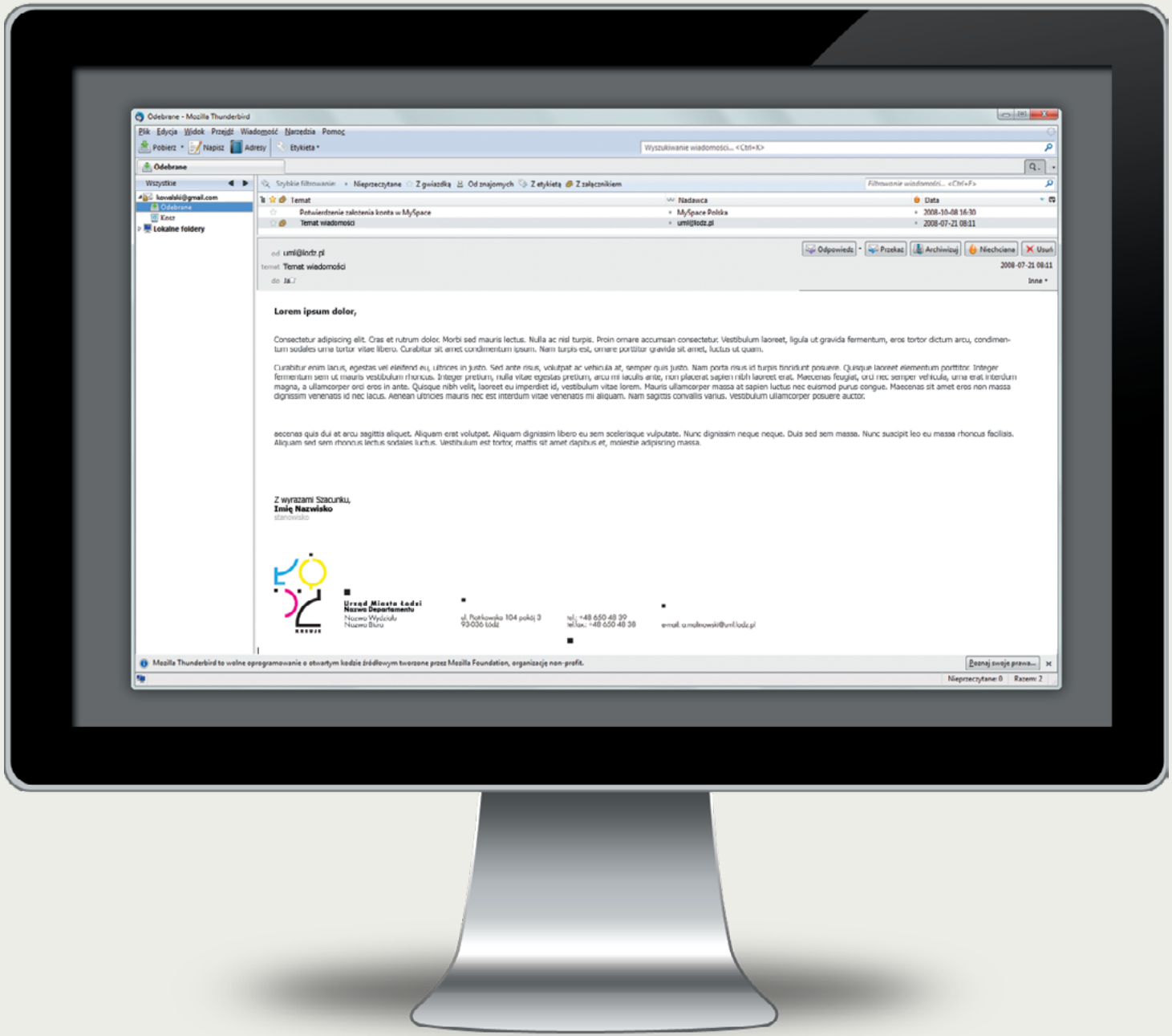
7.1 newsletter

maksymalna szerokość 600 px

7. INTERNET

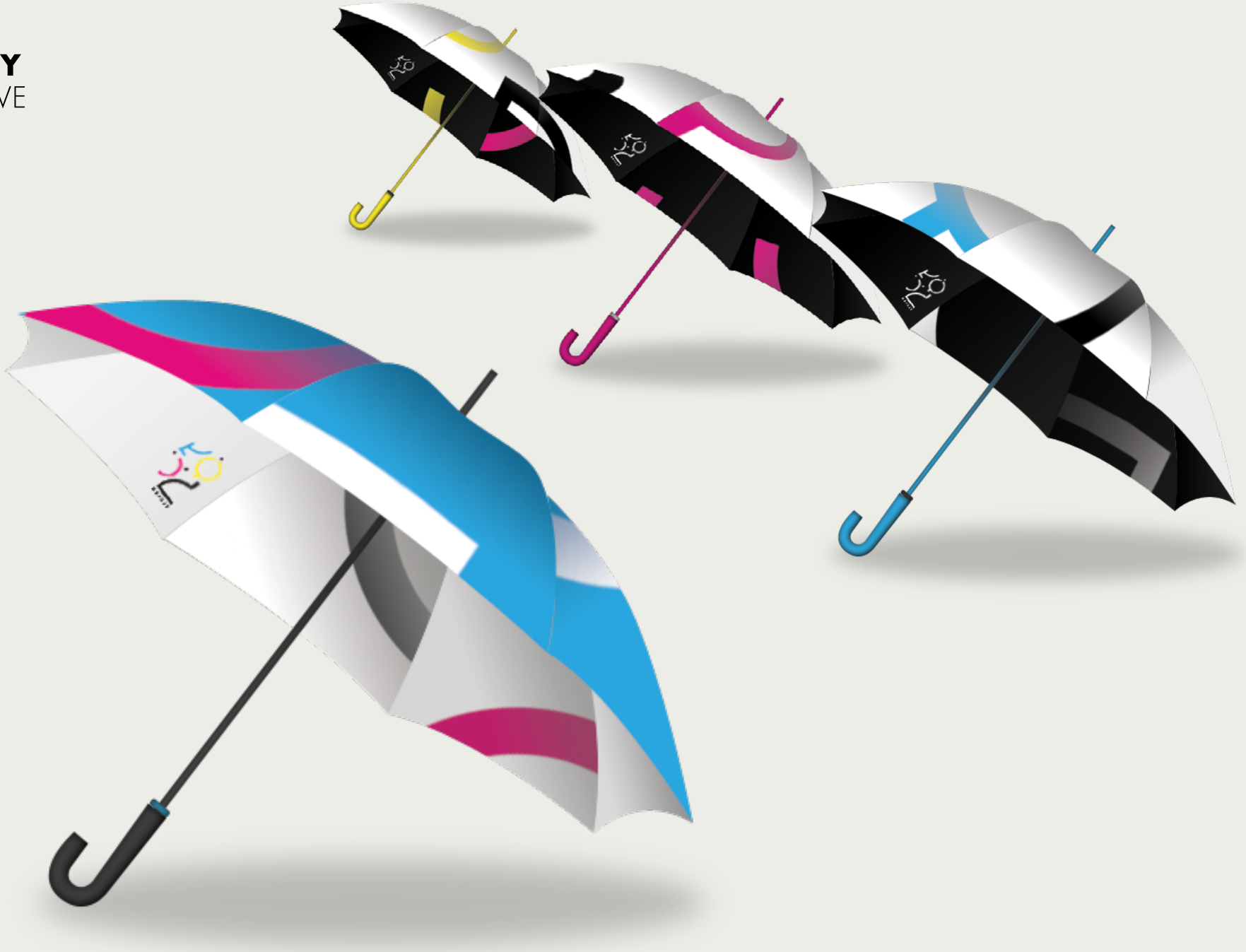
7.2 stopka e-mail

maksymalna szerokość 600 px



8. MATERIAŁY REKLAMOWE

8.1 parasol



8. MATERIAŁY REKLAMOWE

8.2 koszulka polo

8. MATERIAŁY REKLAMOWE

8.3 t-shirt

8. MATERIAŁY REKLAMOWE

8.4 notatnik

wymiar 10 x 20 cm

8. MATERIAŁY REKLAMOWE

8.5 długopis

wymiar ok. 14 x 1,5 cm
automatyczny, plastikowy lub metalowy

8. MATERIAŁY REKLAMOWE

8.6 kubek ceramiczny

wymiar ok. 8 x 9 cm

8. MATERIAŁY REKLAMOWE

8.7 smycz

wymiar 90 x 1,5 cm

8. MATERIAŁY REKLAMOWE

8.8 piny

średnica 1,5 cm

8. MATERIAŁY REKLAMOWE

8.9 balony dla dzieci

8. MATERIAŁY REKLAMOWE

8.10 torby

8. MATERIAŁY REKLAMOWE

8.11 balon

wymiar wys. 400 cm
na powierzchni nie więcej niż ½ powierzchni

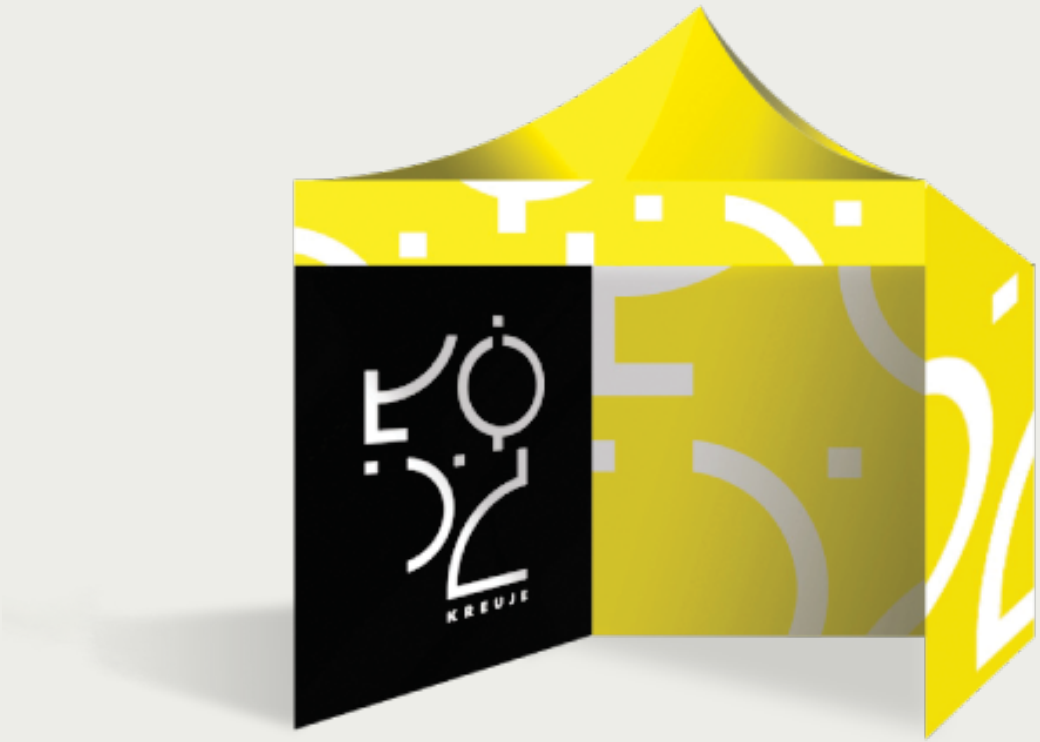
8. MATERIAŁY REKLAMOWE

8.12 brama pneumatyczna

prostokąt 8m x 4m

8. MATERIAŁY REKLAMOWE

8.13 namiot na stelażu



modułowy 2m x 2m

8. MATERIAŁY REKLAMOWE

8.14 namiot pneumatyczny

powierzchnia 16-22m ²
druk wielobarwny na ¼ powierzchni

8. MATERIAŁY REKLAMOWE

8.15 ścianka konferencyjna

6 paneli
wymiar szer. 65 cm , kształty łukowaty

8. MATERIAŁY REKLAMOWE

8.16 witacz

wymiar 6 m wys.
podstawa 2,5 m wys.

8. MATERIAŁY REKLAMOWE

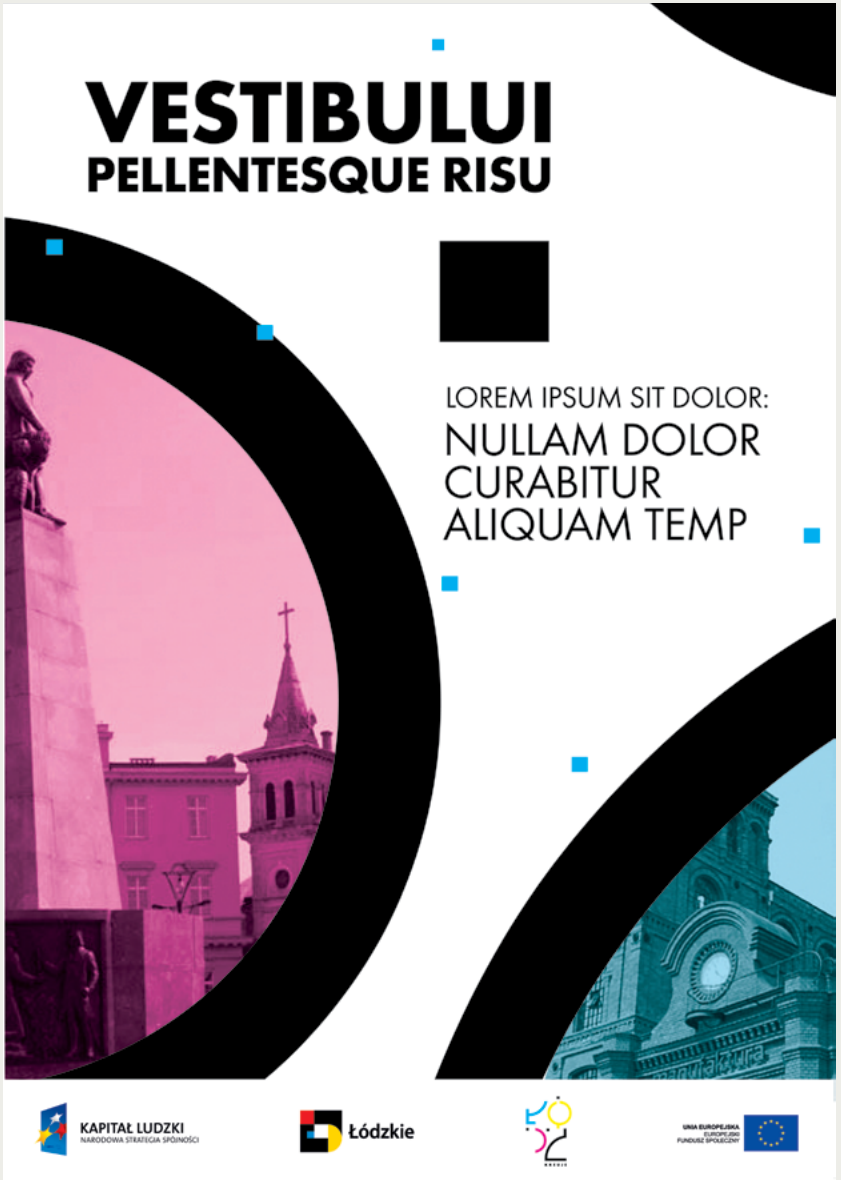
8.17 flaga wolnostojąca

8. MATERIAŁY REKLAMOWE

8.18 citylight

wymiar 120 x 177 cm

8.19 plakat imprezy własnej



przykład plakatu „Sylwester w Manufakturze"

8.20 banner

wymiar 90 x150 cm

8.20 banner

wymiar 90 x150 cm

8.20 banner

wymiar 100 x 900 cm

8. MATERIAŁY REKLAMOWE

8.21 roll-up

wymiar 85 x 200 cm

8.22 billboard

wymiar 507 x 238 cm

8. MATERIAŁY REKLAMOWE

8.23 ulotka A4

widok makiety

8. MATERIAŁY REKLAMOWE

8.24 zaproszenie

widok makiety

8. MATERIAŁY REKLAMOWE

8.25 broszura informacyjna
Kultura

8. MATERIAŁY REKLAMOWE

8.25 broszura informacyjna Kultura

8. MATERIAŁY REKLAMOWE

8.25 broszura informacyjna
Turystyka

8. MATERIAŁY REKLAMOWE

8.25 broszura informacyjna
Turystyka

8. MATERIAŁY REKLAMOWE

8.25 broszura informacyjna
Edukacja

8. MATERIAŁY REKLAMOWE

8.25 broszura informacyjna
Edukacja

przykładowe rozkładówki

8. MATERIAŁY REKLAMOWE

8.25 broszura informacyjna
Gospodarka

8. MATERIAŁY REKLAMOWE

8.25 broszura informacyjna Gospodarka

8. MATERIAŁY REKLAMOWE

8.26 folder

awers

8. MATERIAŁY REKLAMOWE

8.26 folder

przykładowe rozkładówki

8. MATERIAŁY REKLAMOWE

8.26 folder

8. MATERIAŁY REKLAMOWE

8.26 folder

Creative Director: **Michał Kacperczyk**
Junior Art Director: **Justyna Żychalska**

Graphic Designer: **Justyna Żychalska**
Graphic Designer: **Artur Wojtysiak**

Copywriter: **Maciej Kowalczyk**
Project Manager: **Justyna Makowska**

D

Z

IĘ KU

J

E

M

y

Pheno Agency
ul. głogowa 22
91-479 łódź

tel. kom.: +48 607 929 905
e-mail: hello@pheno.pl

www.pheno.pl