

**Muzeum  
Tradycji  
Niepodległościowych**  
w Łodzi

# Księga znaku

## Logo

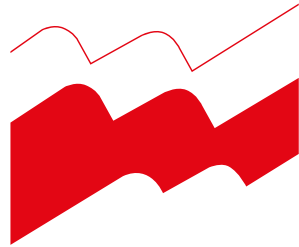
wersja podstawowa  
wersja dodatkowa  
sygnet  
paleta kolorystyczna  
wersje mono i achromatyczne  
proporcje  
wielkość minimalna  
pole ochronne  
tła znaku  
niedopuszczalne stosowanie  
typografia podstawowa  
typografia dodatkowa

## Materiały firmowe

element budujący wizerunek marki  
papier firmowy  
bilet wizytowy ogólny/imienny

O

r



# Muzeum Tradycji Niepodległościowych

w Łodzi

Znak (logo) jest głównym elementem tożsamości wizualnej marki. Dzięki swojej formie i kolorystyce zapewnia wizualną odrębność. Forma podstawowa znaku jest zbudowana w ściśle określonych proporcjach.

Forma podstawowa znaku składa się z układu typograficznego w ściśle ustalonym układzie z sygnetem (elementem graficznym).

Znak stanowi całość i nie powinien być poddawany jakimkolwiek zniekształceniom.

Znak można stosować w odpowiednich układach i proporcjach (patrz następne strony) na większości podstawowych materiałów korporacyjnych.

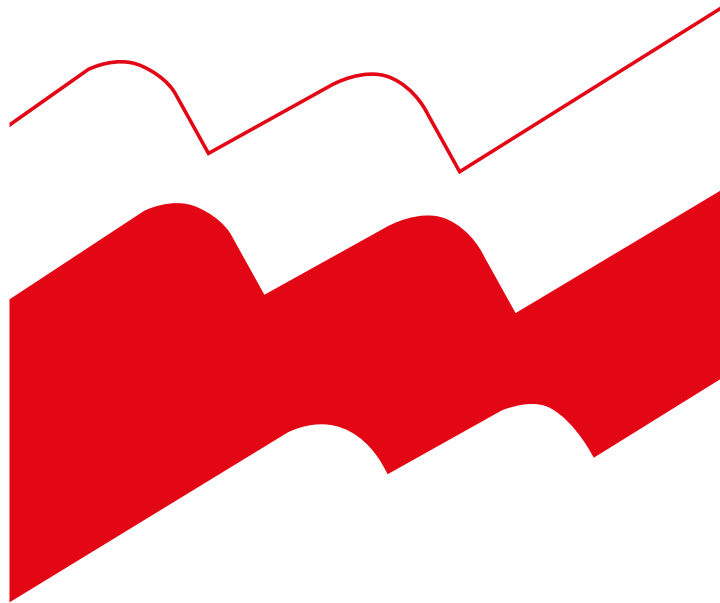
Wszystkie odwzorowania logo muszą być wykonane w oparciu o oryginalny plik graficzny.



Wersja dodatkowa (skrótowa) znaku stosowana jest w przypadkach, kiedy wersja podstawowa jest nie możliwa do zastosowania lub jest mniej czytelna niż wersja dodatkowa.

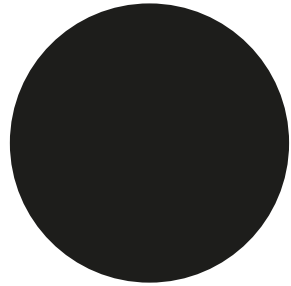
Wszystkie odwzorowania logo muszą być wykonane w oparciu o oryginalny plik graficzny.

Sygnet (element graficzny) może być stosowany wraz z typografią znaku, jak i bez niej. Wszystkie wytyczne odnośnie stosowania sygnetu są takie same jak wytyczne do logo. W manualu pokazane jest przykładowe stosowanie sygnetu w materiałach firmowych i reklamowych.

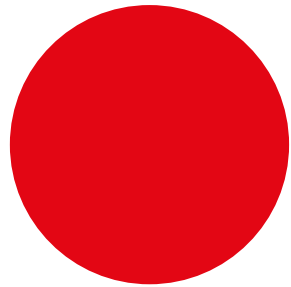


Wszystkie odwzorowania logo muszą być wykonane w oparciu o oryginalny plik graficzny.

## Kolorystyka podstawowa

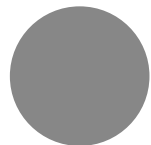


C0 M0 Y0 K100  
R35 / G31 / B32  
PANTONE® Black  
HEX #231F20  
RAL 9005



C0 M100 Y100 K0  
R255 / G0 / B0  
PANTONE® Red 032  
HEX #FF0000  
RAL 3024

## Kolorystyka dodatkowa



C00 M0 Y0 K60  
R135 / G135 / B134  
PANTONE® Cool Gray 8 C  
HEX #878786  
RAL 9022



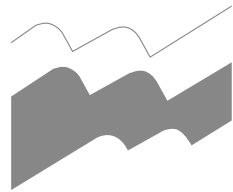
C0 M0 Y0 K8  
R241 / G241 / B241  
PANTONE Cool Gray 2 C  
HEX F1F1F1  
RAL 9003

Konsekwentne stosowanie określonej kolorystyki znaku przy zachowaniu dbałości o zgodność kolorów na wszystkich nośnikach identyfikacji może spowodować, że kolor najszybciej ze wszystkich elementów bazowych wywoła w świadomości odbiorców skojarzenia z marką.

Kolorami podstawowymi marki są kolor czarny oraz czerwony, w ściśle określonych wartościach.

Kolor dodatkowy można stosować w szczególnych przypadkach (patrz dalsze karty).

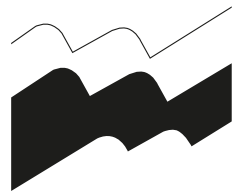
Wariant monochromatyczny



**Muzeum  
Tradycji  
Niepodległościowych**  
w Łodzi

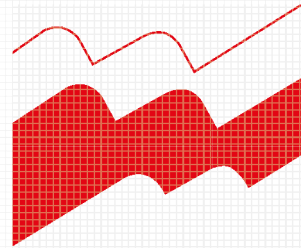
Przedstawione warianty mają zastosowanie w tych obszarach komunikacji, gdzie konieczne/możliwe jest wykorzystanie innych wariantów kolorystycznych znaków (z przyczyn technicznych).

Wariant achromatyczny



**Muzeum  
Tradycji  
Niepodległościowych**  
w Łodzi





**Muzeum  
Tradycji  
Niepodległościowych**  
w Łodzi

Na karcie przedstawiono sposób konstrukcji znaku oraz proporcje poszczególnych jego elementów. Siatka modułowa określa podstawowe proporcje i wielkości w budowie znaku. Stosowana jest w przypadku odwzorowania znaku marki na powierzchniach wielkoformatowych, gdzie zastosowanie formy elektronicznej jest niemożliwe.

## Logo – wielkość minimalna

Obok przedstawiono minimalne wielkości znaku do użycia w druku oraz na ekranie.





W celu utrzymania spójności wizerunkowej nie powinno się ingerować w wygląd znaku.

## Logo – pole ochronne

Pole ochronne to przestrzeń wokół znaku, bez elementów tekstowych oraz graficznych, które mogłyby naruszać czytelność logo. Pole ochronne wyznacza również minimalny odstęp znaku od krawędzi nośnika.

Nie wolno naruszać pola ochronnego, ponieważ gwarantuje ono prawidłowy odbiór wizualny znaku.



## Logo – tła znaku



Kolory tła, na których występuje znak powinny podkreślać komunikację marki, stanowiąc cechę odróżniającą, dając świeże, jasne i nowoczesne wrażenie.

Znak najlepiej prezentuje na tle białym. W przypadku, gdy nie ma takiej możliwości można stosować znak na tłach przedstawionych obok, dbając o czytelność znaku i dobrą kompozycję wg sztuki projektowej.

Helvetica Neue Roman

abcdefghijklmnopqrstu  
vwxyz  
ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZ  
1234567890!  
@#\$%^&\*()\_<>?:”}

Helvetica Neue Medium

abcdefghijklmnopqrstu  
vwxyz  
ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZ  
1234567890!  
@#\$%^&\*()\_<>?:”}

Helvetica Neue Bold

**abcdefghijklmnopqrstu  
vwxyz  
ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZ  
1234567890!  
@#\$%^&\*()\_<>?:”}**

Helvetica Neue Black

**abcdefghijklmnopqrstu  
vwxyz  
ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZ  
1234567890!  
@#\$%^&\*()\_<>?:”}**

W celu zachowania spójności całego systemu, podstawowym krojem pisma użytym w identyfikacji jest Zurich w odmianach Regular, Bold, Black oraz Extended.

Arial Regular

abcdefghijklmnopqrstuwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUWXYZ  
1234567890!@#\$%^&\*()\_<>?:”}

Arial Bold

**abcdefghijklmnopqrstuwxyz**  
**abcdefghijklmnopqrstuwxyz**  
**1234567890!@#\$%^&\*()\_<>?:”}**

Arial Black

**abcdefghijklmnopqrstuwxyz**  
**abcdefghijklmnopqrstuwxyz**  
**1234567890!@#\$%^&\*()\_<>?:”}**

Typografia, którą można stosować  
w niektórych szczególnych  
przypadkach projektów.

02



**Materiały firmowe**  
– element budujący wizerunek marki



Podstawowym elementem budowania języka komunikacji wizualnej (layoutów) marki jest kształt sygnetu z logo. Dotyczy to zarówno elementów korporacyjnych, jak i materiałów promocyjno-wizerunkowych. Karty przedstawiają sposób jego stosowania na poszczególnych przykładowych materiałach.



◀ **Helvetica Neue Roman**  
8pt / 10pt

● **C0 M0 Y0 K8**  
**R241 / G241 / B241**  
**PANTONE Cool Gray 2 C**  
**HEX F1F1F1**  
**RAL 9003**

◀ **Arial Regular / Bold**  
12pt / 21pt

Wymiar papieru firmowego jest wielkością stałą. Jest on elementem jednostronnie zadrukowanym. Informacje tekstowe umiejscowione są według przedstawionych zasad.

Format: A4

W celu zmian danych lub jakiegokolwiek edycji należy pracować na plikach graficznych przekazanych przez **progressivo psv studio**.

## Materiały firmowe – bilet wizytowy ogólny/imienny



Helvetica Neue Roman  
7pt / 9pt

### Bilet wizytowy ogólny

Wymiar biletu wizytowego jest wielkością stałą. Bilet wizytowy jest elementem dwustronnym. Informacje tekstowe umiejscowione są według przedstawionych zasad.

Format: 85 x 55 mm

W celu zmian danych lub jakiegokolwiek edycji należy pracować na plikach graficznych przekazanych przez **progressivo psv studio**.

**Materiały firmowe**  
– bilet wizytowy ogólny/imienny



Helvetica Neue Roman / Bold  
7pt / 9pt

**Bilet wizytowy Imienny**

Wymiar biletu wizytowego jest wielkością stałą. Bilet wizytowy jest elementem dwustronnym. Informacje tekstowe umiejscowione są według przedstawionych zasad.

Format: 85 x 55 mm

W celu zmian danych lub jakiegokolwiek edycji należy pracować na plikach graficznych przekazanych przez **progressivo psv studio**.

Created by

**progressivo**

[www.progressivo.pl](http://www.progressivo.pl)

**Dziękujemy!**