



PEWIK GDYNIA

SYSTEM TOŻSAMOŚCI WIZUALNEJ

Żyjemy w harmonii ze środowiskiem

Naszą wiedzę i opinie w decydującej mierze kształtują doznania wzrokowe, dlatego też podstawową rolę w wykreowaniu odpowiedniego systemu identyfikatorów odgrywa tożsamość wizualna. Umiejętnie dobrane elementy i symbole graficzne oparte na jednolitym kodzie kolorystycznym, mają kluczowy wpływ na przedstawienie wizerunku i ogólne postrzeganie w świadomości społecznej. Dzięki temu budują większy prestiż i prezentują przyjazny i otwarty charakter firmy. Kreacja graficzna, dopasowana do branży przedsiębiorstwa i zakresu usług, zwiększa rozpoznawalność, wzbudza zaufanie i wywołuje pozytywne skojarzenia. Spójna i atrakcyjna komunikacja podkreśla profesjonalizm firmy, akcentuje jej mocne strony i buduje relacje z klientem. System Tożsamości Wizualnej to łącznik między przedsiębiorstwem a jego otoczeniem.

„Tożsamość firmy jest oryginałem i przyczyną, wizerunek zaś jest odzwierciedleniem i efektem”
Ulrich Werner, Michael J. Wolf

WPROWADZENIE	02
ROZDZIAŁ 01. NAZWA FIRMY	04
ROZDZIAŁ 02. LOGO	10
ROZDZIAŁ 03. KOLORYSTYKA	27
ROZDZIAŁ 04. TYPOGRAFIA	31
ROZDZIAŁ 05. ELEMENTY DODATKOWE	33
1) FALA	35
2) PIKTOGRAM	43
3) IKONA	45
4) EMOJI	46
5) SLOGAN FIRMOWY	47
6) HASŁO PROMOCYJNE	47
ROZDZIAŁ 06. DRUKI FIRMOWE	48
1) PAPIER LISTOWY	50
2) FORMULARZ WNIOSKU	56
3) KOPERTY	58
4) WIZYTÓWKI	71
ROZDZIAŁ 07. MATERIAŁY FIRMOWE	78
1) TECZKI FIRMOWE	80
2) PIECZĄTKI SŁUŻBOWE	85
3) IDENTYFIKATOR PERSONALNY	87
4) IDENTYFIKATOR BOK	88
5) LEGITYMACJA SŁUŻBOWA	89
ROZDZIAŁ 08. KOMUNIKACJA ELEKTRONICZNA	90
ROZDZIAŁ 09. ZNAKOWANIE ZEWNĘTRZNE I WEWNĘTRZNE	97
ROZDZIAŁ 10. DRESS CODE PRACOWNIKÓW	115
ROZDZIAŁ 11. MATERIAŁY INFORMACYJNE I PROMOCYJNE	118

ROZDZIAŁ 01.

NAZWA FIRMY

Pełną nazwę firmy wyznacza „Umowa Spółki z ograniczoną odpowiedzialnością” (§1 ust. 1), w następującym brzmieniu:

Przedsiębiorstwo Wodociągów i Kanalizacji Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością w Gdyni

Pełną nazwą firmy należy posługiwać się we wszelkich dokumentach, które mogą rodzić skutki prawne, tj. umowy, faktury, wezwania do zapłaty, wnioski z zakresu administracji publicznej.



Zabrania się stosowania innych nazw.

Oficjalne skrócone nazwy firmy wyznacza „Umowa Spółki z ograniczoną odpowiedzialnością” (§1 ust. 2).
Spółka może używać skrótów:

- 1) **Przedsiębiorstwo Wodociągów i Kanalizacji Sp. z o.o. w Gdyni**
- 2) **PEWIK GDYNIA Sp. z o.o.**

Formą skrótową **Przedsiębiorstwo Wodociągów i Kanalizacji Sp. z o.o. w Gdyni** należy posługiwać się w tekstach, szablonach informacji prasowej, nagłówkach wizytówek ogólnych, na pieczętkach: firmowej, organizacyjnej, wpływowej, stronach tytułowych.

Formą skrótową **PEWIK GDYNIA Sp. z o.o.** należy posługiwać się w następujących materiałach: formularzach, pieczętkach imiennych, teczках, kalendarzach, folderach, ulotkach, broszurach, plakatach, gadżetach, banerach reklamowych, w kontaktach z klientami i kontrahentami, w korespondencji mailowej, na stronach internetowych, mediach społecznościowych, w notatkach informacyjnych, artykułach prasowych.

W korespondencji „oficjalnej” należy użyć, przynajmniej raz, nazwy pełnej. Nie ma przeszkód, by w obrębie tego samego tekstu stosować któryś ze skrótów, pod warunkiem, że forma skrótowa nie jest samodzielnym i wyłącznym sposobem identyfikowania Spółki. Dopuszcza się też stosowanie logotypu PEWIK GDYNIA w obrębie samego tekstu, pod warunkiem, że nazwa PEWIK GDYNIA zapisana jest wersalikami i nie jest samodzielnym i wyłącznym sposobem identyfikowania Spółki.



Zabrania się stosowania innych nazw skróconych.

Nazwa firmy z logo do użycia w niestandardowych formach przekazu (plakaty, naklejki, billboardy, citylighty, 3d mapping itp.):

1) NAZWA FIRMY PEŁNA Z LOGO - UKŁAD DWUWERSOWY



PEWIK GDYNIA

**Przedsiębiorstwo Wodociągów i Kanalizacji
Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością w Gdyni**

Font: Calibri Bold



PEWIK GDYNIA

**Przedsiębiorstwo Wodociągów i Kanalizacji
Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością w Gdyni**

Font: Calibri Bold

2) NAZWA FIRMY PEŁNA Z LOGO - UKŁAD TRZYWERSOWY



PEWIK GDYNIA

**Przedsiębiorstwo Wodociągów i Kanalizacji
Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością
w Gdyni**

Font: Calibri Bold



PEWIK GDYNIA

**Przedsiębiorstwo Wodociągów i Kanalizacji
Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością
w Gdyni**

Font: Calibri Bold

1) NAZWA FIRMY SKRÓCONA Z LOGO - UKŁAD JEDNOWERROWY



PEWIK GDYNIA

Przedsiębiorstwo Wodociągów i Kanalizacji Sp. z o.o. w Gdyni

Font: Calibri Bold



PEWIK GDYNIA

PEWIK GDYNIA Sp. z o.o.

Font: Calibri Bold



PEWIK GDYNIA Sp. z o.o.

Font: Calibri Bold

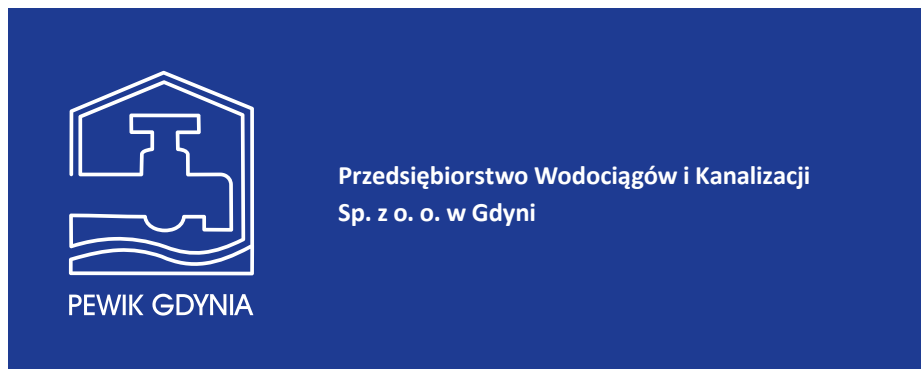
2) NAZWA FIRMY SKRÓCONA Z LOGO - UKŁAD DWUWERSOWY



PEWIK GDYNIA

**Przedsiębiorstwo Wodociągów i Kanalizacji
Sp. z o. o. w Gdyni**

Font: Calibri Bold



**Przedsiębiorstwo Wodociągów i Kanalizacji
Sp. z o. o. w Gdyni**

Font: Calibri Bold

NAZWA FIRMY

Z DANYMI KORESPONDENCYJNYMI



Obowiązuje jednolity układ zapisu nazwy firmy z danymi kontaktowymi

Przedsiębiorstwo Wodociągów i Kanalizacji
Sp. z o.o. w Gdyni
tel. +48 58 00 00 00, biuro@pewik.gdynia.pl
www.pewik.gdynia.pl
ul. Witomińska 29, 81-311 Gdynia

Obowiązuje jednolity układ zapisu nazwy firmy ze skrytką pocztową

PEWIK GDYNIA Sp. z o.o.
skrytka pocztowa 169
81-963 Gdynia

Obowiązuje jednolity układ zapisu BOK z danymi kontaktowymi

Biuro Obsługi Klienta
tel. +48 58 00 00 000, bok@pewik.gdynia.pl
www.pewik.gdynia.pl
ul. Witomińska 21, 81-311 Gdynia

Układ zapisu nazwy firmy z danymi kontaktowymi zastosowany w listowniku, stopce systemowej, firmowych: wizytówce, pieczętce i kopercie jest dla nich obowiązujący.

Dopuszcza się stosowanie zapisu

PEWIK GDYNIA Sp. z o.o.
ul. Witomińska 29, 81-311 Gdynia

wyłącznie na tablicach informacyjnych obiektów będących w eksploatacji Spółki.

ROZDZIAŁ 02.

LOGO

Logo jest kluczowym elementem wizerunku Spółki. Należy je umieszczać na różnych nośnikach, w miejscu gwarantującym właściwe wyeksponowanie i w wielkości zapewniającej jego prawidłową czytelność. Zaleca się stosowanie logo Spółki na następujących nośnikach:

- papier listowy;
- koperty firmowe;
- wizytówki;
- pieczętki;
- identyfikatory, legitymacje;
- formularze, zaświadczenia, wnioski;
- procedury, instrukcje, wytyczne;
- teczki firmowe;
- plakaty, afisze, ulotki, banery, broszury, foldery, informatory, naklejki itp.;
- zaproszenia, kartki okolicznościowe, listy gratulacyjne, dyplomy itp.;
- ogłoszenia, informacje prasowe, internetowe i telewizyjne;
- prezentacje multimedialne, filmy, spoty reklamowe itp.;
- materiały konferencyjne;
- strony internetowe, media społecznościowe;
- gadżety materiały promocyjne;
- tablice i tabliczki;
- budynki;
- pojazdy;
- pozostałe materiały, dokumenty i publikacje, dla których nie przewidziano określonej odrębnymi przepisami szaty graficznej.

Logo Spółki zostało zastrzeżone w Urzędzie Patentowym Rzeczypospolitej Polskiej.



PRAWO OCHRONNE NR 191478 NA ZNAK TOWAROWY

W Systemie Tożsamości Wizualnej Spółki nie jest stosowany znak rejestracji ®. Symbol ten stanowi, że logo danej instytucji jest zarejestrowanym oficjalnie znakiem towarowym i naruszenie jego prawa ochronnego może rodzić odpowiedzialność cywilnoprawną.

Stosowanie symbolu ® nie jest obowiązkowe. Jego występowanie lub brak w sąsiedztwie logo nie wpływa na zakres przyznanej ochrony.

Technical drawing of a roof plan for a building with a complex, multi-gabled roof. The drawing shows the layout of the roof structure, including the main roof, a central gable, and a smaller gable on the right. Dimensions are given in terms of 'a'. The overall width is 1.0a and the overall depth is 0.56a. The drawing includes a title 'PEWIK GDYNIA' in large blue letters at the bottom.

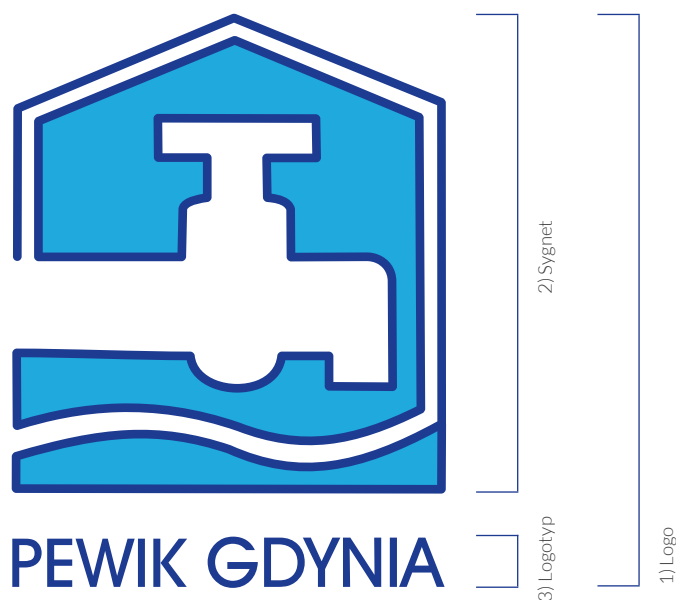
13

Logo zbudowane jest ze znaku graficznego - sygnetu oraz przekazu tekstowego - logotypu*.

Sygnet składa się z grafiki w kształcie kranu i linii imitującej falę.

Logotyp to liternicza część logo, którą stanowi napis PEWIK GDYNIA.

Sygnet i logotyp tworzą integralną całość.



*Logotyp jest elementem składowym logo we wszystkich jego wersjach i nie może funkcjonować samodzielnie. Wyjątek stanowi użycie logotypu w tekstach ciągłych i dress code (na odzieży roboczej).

W materiałach promocyjnych np. na gadżetach, takich jak długopisy, ołówki, smycze logo może składać się z samego sygnetu.

LOGO

MINIMALNA WIELKOŚĆ



Wielkość minimalna logo to najmniejszy rozmiar, przy którym logo nie traci swojej czytelności i rozpoznawalności. Logo w minimalnej wielkości należy stosować tylko w wyjątkowych przypadkach i nigdy nie wolno go zmniejszać.

Wielkość minimalna do druku



Wielkość minimalna w mediach elektronicznych



Pole ochronne logo to minimalna wolna przestrzeń wokół niego. To obszar, w którym nie powinny znajdować się inne elementy, takie jak tekst czy grafika. Pole ochronne definiuje także margines, jaki należy dodawać do krawędzi dokumentu czy innego przedmiotu, na którym logo jest umieszczane. Warto maksymalizować wolną przestrzeń, gdy tylko jest to możliwe. Zasada wyznaczania pola ochronnego obowiązuje dla wszystkich wersji logo.



Pa porempedis et pro dolupti aeceprati alisit deriant landictiae cust eium re volupti omnit por sunt. Apellum quaestiosa dipsand untiasp elenistis dit dest explian temporitui, temquam di berum arum int aut pra cuptaturem qui cone et reprem etureic tem quia dolendi testotatiur apid ut que pro mi, tem sim reres del invelibus sa quas que enim har-um reperat emporib eriaepu daecabo. Nequas entecuptas et omnis que porro bea volest, odisi dentias dunt lab iunt ut porrum nulla cullacepudit hicae nuscieni officium qui tem vendent omnienihil maxim incte sin plighih illautem ipid que ommodit iumquam, ulparis esequi omnimaxim idem idelit vid moluptat. Genitet eumquib erfero min nobis sus quam voluptatur, ut re dolorit, consequere pro bea atem nitasit ea platus aut et accus audam laciis doluptur? Quis nihil et, omnimpore parioressus verum dolum era eosam ni alitae dolupta idit et quodia ni ditatat quaeput aeperia natempo repudi cum lab ium none si quae venihil lignit, solupta eventetur? Destibusam, optur, quunt is sae peditae molore estem quam quamus rem denimolum cum re, exnsediost et que consequere eosant. Tio iusanda senitatus, nus. Sed eati sinveli cientotatem quo molut ut explaccaturi apit cuptae vitaepedit, od utem rem ipsumquaesti omnim hici-voluptatem facipit omnitatur, simpos erepuda dis sit pratis magnient. Minvel et quodignam qui vendi ut ut rem. Ratatet, illenis a cusciet eturio conessit apici simodita veliam, alia quo volecabore et ut andaepo rovidendae mint dolorepe alitaqu Conectios doluptius experspit optatur alisquos enitet hiti ate omnihil icaepel iquides ciaspelit vendi reple vellatecum sed que eum esci cus re labor aut fugit doluptat abo. Ihicimi se accaborpos ea consed expe modit ium voluptatur re vitio-landictiae cust eium re volupti omnit por sunt. Apellum quaestemquam di berum arum int aut pra cuptaturem qui cone et tem sim reres del invelibus sa quas que enim harum reperat porro bea volest, odisi dentias dunt lab iunt ut porrum nulla hil maxim incte sin plighih illautem ipid que ommodit iumquam, eumquib erfero min nobis sus quam voluptatur, ut re dolorit, laciis doluptur? Quis nihil et, omnimpore parioressus verum quaeput aeperia natempo repudi cum lab ium none si quae sae peditae molore estem quam quamus rem denimolum cum bitio nsediost et que consequere eosant. Tio iusanda senitatus, ietur? Sed eati sinveli cientotatem quo molut ut explaccaturi plam cuptae vitaepedit, od utem rem ipsumquaesti omnim hiciunt aut volest, is adis diti dolut excepe volorem quo volupta voluptatem facipit omnitatur, simpos erepuda dis sit pratis ventius eos sitatem fugit, tempeliquam eniat et re numquodis magnient. Minvel et quodignam qui vendi ut ut rem. Ratatet, que entus sintas nis doluptatur sequam eatur aciassuntis illenis a cusciet eturio conessit apici simodita veliam, alia quo doluptis sa debis vent volorerum venimusam, te sime estem volecabore et ut andaepo rovidendae mint dolorepe alitaqu asperovit aut la que rerum iure, comnihit omnim que prorem. Conectios doluptius experspit optatur alisquos enitet hiti suntibu samentia volorate quatur? Ribust, nos maximil moles ate omnihil icaepel iquides ciaspelit vendi reple vellatecum fuga. Lit elent. Duntur aut ipit et eiure ea nesequa sperum ium sed que eum esci cus re labor aut fugit doluptat abo. Ihicimi llamet eatur re volo invenet placcus. Di siti ant volores suntur, se accaborpos ea consed expe modit ium voluptatur re vitiores eat.



Konsekwentne przestrzeganie pola ochronnego stanowi gwarancję czytelności, rozpoznawalności oraz integralności logo.

Logo ma ściśle zdefiniowane warianty koloru znaku i tła.

Są to następujące wersje kolorystyczne:

1) Podstawowa

2) Monochromatyczna

2.1) Na białym tle

Logo granatowe - pozytyw

Logo granatowe - kontur

2.2) Na granatowym tle

Logo białe - wypełnione negatyw

Logo białe - kontur

2.3) Na niebieskim tle

Logo białe - wypełnione negatyw

Logo białe - kontur

2.4) Na innych kolorach tła

3) Specjalna

3.1) Logo złote

3.2) Logo srebrne

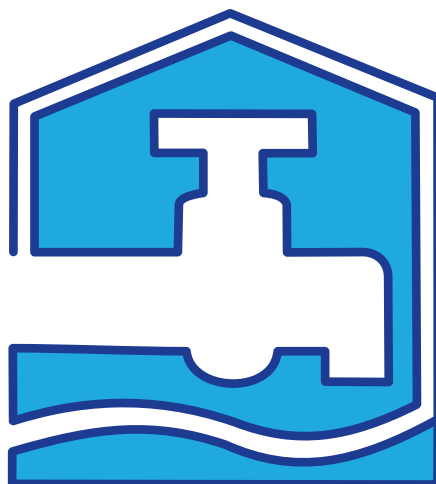
3.3) Technika zdobienia poza drukiem np. grawerowanie, tłoczenie czy też piaskowanie na szkło.

Rekomenduje się używanie logo w wersji podstawowej.

Jeśli czytelność znaku jest zagrożona, wskazane jest stosowanie barw monochromatycznych.

*W skrajnych przypadkach, gdy nie ma możliwości umieszczenia logo w wersji podstawowej lub kolorystyce monochromatycznej na białym, granatowym lub niebieskim tle, dopuszcza się zastosowanie tła jasnoszarego i eko lub tła ciemnego.

Podstawowymi kolorami logo są kolory niebieski i granatowy.
Logo podstawowe może być zamieszczane wyłącznie na tłach: białym, jasnoszarym*.
Wszędzie tam, gdzie jest to możliwe, należy stosować logo podstawowe.



PEWIK GDYNIA

KOLOR NIEBIESKI



PANTONE 298C
CMYK 70.10.00.05
RGB 044.169.221
HEX 65a8da
FOLIA HOT STAMPING HONOLULU BLUE 620

KOLOR GRANATOWY



PANTONE 7687C
CMYK 100.90.00.05
RGB 038.050.134
HEX 2e3583
FOLIA HOT STAMPING TRUE BLUE 691

*Dopuszcza się zamieszczenie logo na tle eko.

W przypadku ograniczonych możliwości odwzorowania barw stosuje się monochromatyczną wersję logo. Kolorem tła dla logo granatowego jest biały.

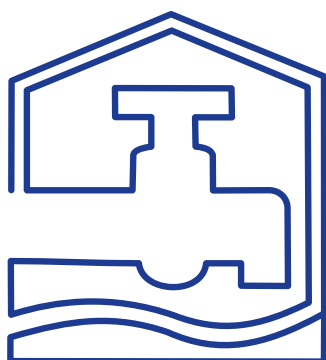


PEWIK GDYNIA

LOGO MONOCHROMATYCZNE GRANATOWE - POZYTYW

Wypełnienie
kolor granatowy

Kontur logo
kolor granatowy



PEWIK GDYNIA

LOGO MONOCHROMATYCZNE GRANATOWE - KONTUR

Kontur logo oraz napis
kolor granatowy

Kolorem tła dla logo białego jest granatowy.
Minimalne wymiary tła nie mogą być mniejsze niż pole ochronne.



LOGO MONOCHROMATYCZNE BIAŁE - NEGATYW

Wypełnienie
kolor biały

Tło
kolor granatowy



LOGO MONOCHROMATYCZNE BIAŁE - KONTUR

Kontur
kolor biały

Tło
kolor granatowy

Dodatkowy kolor tła monochromatycznego to niebieski.

Logo zamieszczone na niebieskim tle jest białe.

Minimalne wymiary tła nie mogą być mniejsze niż pole ochronne.



LOGO MONOCHROMATYCZNE BIAŁE - POZYTYW

Wypełnienie

kolor biały

Tło

kolor niebieski



LOGO MONOCHROMATYCZNE BIAŁE - KONTUR

Kontur logo

kolor biały

Tło

kolor niebieski

Logo może zostać umieszczone na jasnym lub ciemnym tle, które jest inne niż białe, granatowe lub niebieskie.

Logo na tle jasnoszarym może występować w wersji podstawowej lub w kolorze granatowym (1).

Logo na tle w kolorze eko występuje w kolorze czarnym lub granatowym (2).

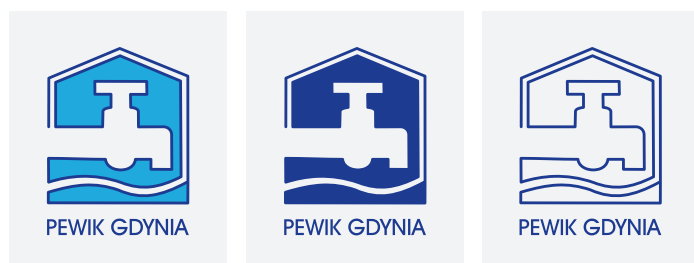
Logo na ciemnym tle występuje w kolorze białym (3).

Wybór wersji kolorystycznej logo musi zapewnić jego wyraźną widoczność.

Minimalne wymiary tła nie mogą być mniejsze niż pole ochronne.

Jasne tło

1) Kolor tła jasnoszary - logo występuje w kolorze podstawowym lub granatowym.



2) Jasne tło w kolorze eko - logo występuje w kolorze czarnym lub granatowym.

Przykład:



Ciemne tło

3) Na ciemnym tle - logo występuje w kolorze białym.

Przykład:



Dozwolone jest zamieszczanie logo na tłach niejednorodnych np. na fotografiach. Należy zadbać o należyłą widoczność logo.

LOGO PODSTAWOWE

Zalecane jest, aby tło bezpośrednie pod logo zawierało jak najmniej szczegółów (1).

Obszar tła pod logo należy rozjaśnić (2). Tło może być białe (3) lub jasnoszare (4).

Przykłady:

1)



2)



3)



4)



LOGO WERSJA MONOCHROMATYCZNA

Zalecane jest, aby tło bezpośrednio pod logo zawierało jak najmniej szczegółów (1).

Może zostać użyte rozjaśnienie lub przyciemnienie (2) obszaru bezpośrednio pod logo.

Mogą zostać użyte tła jednorodne kolorystycznie. Zalecane jest stosowanie tła białego, niebieskiego lub granatowego (3).

Można użyć zarówno logo wypełnionego, jak i sam kontur.

Minimalne wymiary tła nie mogą być mniejsze niż pole ochronne.

1)



2)



3)

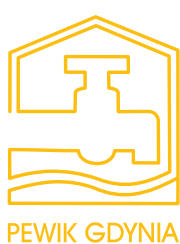


W szczególnych przypadkach dopuszczalne jest stosowanie logo monochromatycznego w kolorach ozdobnych. Dotyczy to przede wszystkim okazjonalnie zaprojektowanych materiałów oraz ich publikacji.

Kolorystyka*

- Kolor złoty występuje w wersjach PANTONE metaliczny, folia HOT STAMPING.
- Kolor srebrny występuje w wersjach PANTONE metaliczny, folia HOT STAMPING.
- Znakowanie powierzchni bez możliwości zastosowania barwienia
Uzyskanie koloru jednej z wymienionych wersji specjalnych zależy od podłoża, na którym jest zamieszczane.
Dotyczy to w szczególności znakowania materiałów poprzez grawerowanie, tłoczenie czy też piaskowanie na szkło.

Logo może występować we wszystkich odmianach dopuszczalnych dla wersji monochromatycznej, zarówno w wersji pełnej, jak i konturowej. Zaleca się stosowanie koloru srebrnego na tle granatowym.



*Specyfikacja dotycząca stosowanych kolorów znajduje się w rozdziale nr 3 KOLORYSTYKA.

LOGO

NIEDOPUSZCZALNE MODYFIKACJE



✗ Zabrania się dokonywania deformacji logo, zwłaszcza:

a) zmiany kolorów



PEWIK GDYNIA



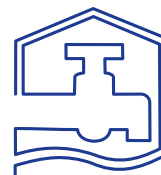
PEWIK GDYNIA



PEWIK GDYNIA



PEWIK GDYNIA



PEWIK GDYNIA

b) stosowania obrysów liter i logo

c) zmiany proporcji poszczególnych elementów

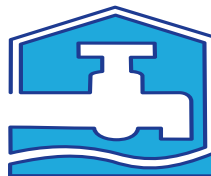


PEWIK GDYNIA



PEWIK GDYNIA

d) nierównomiernego skalowania,
rozciągania logo wzdłuż lub w szerz



PEWIK GDYNIA



PEWIK GDYNIA

e) rezygnacji z któregoś elementu składowego logo, poza uwzględnionymi w wersji uproszczonej logo



PEWIK GDYNIA

f) elementów nachodzących na logo,
a także grafik przezroczystych



PEWIK GDYNIA



PEWIK GDYNIA

✗ Zabrania się stosowania jakichkolwiek filtrów programów graficznych oraz innych efektów mogących pogorszyć czytelność logo.

ROZDZIAŁ 03. KOLORYSTYKA

Głównymi kolorami wykorzystywanymi w komunikacji wizualnej są kolory podstawowe niebieski oraz granatowy.

W celu jak najwierniejszego odwzorowania palety kolorystycznej, każdy z kolorów został określony w czterech modelach barw: PANTONE i CMYK dla materiałów drukowanych oraz RGB i HEX na potrzeby materiałów elektronicznych (Internet, multimedia, TV).

KOLOR NIEBIESKI



PANTONE papier powlekany 298C
PANTONE papier niepowlekany 298U
CMYK 70.10.00.05
RGB 044.169.221
HEX 65a8da
FOLIA HOT STAMPING HONOLULU BLUE 620

KOLOR GRANATOWY



PANTONE papier powlekany 7687C
PANTONE papier niepowlekany 7687U
CMYK 100.90.00.05
RGB 038.050.134
HEX 2e3583
FOLIA HOT STAMPING TRUE BLUE 691

Na potrzeby działań promocyjnych wprowadzona została kolorystyka uzupełniająca, którą należy używać w formie akcentów.

KOLOR ZIELONY



PANTONE papier powlekany 802C
PANTONE papier niepowlekany 802U
CMYK 70.10.85.05
RGB 78.176.81
HEX 49DA24

KOLOR ŻÓŁTY



PANTONE papier powlekany 012C
PANTONE papier niepowlekany 012U
CMYK 00.20.100.00
RGB 255.204.00
HEX 9c9b9b

KOLOR CZERWONY FLOTA FIRMOWA KOD KOLORYSTYCZNY OBSŁUGA TECHNICZNA



Folia ORC 031

KOLOR CZERWONY ROLLUP



CMYK 07.95.96.01

KOLOR BIAŁY



PANTONE Białą kryjący
CMYK 00.00.00.00
RGB 255.255.255
HEX FFFFFFFF

KOLOR SZARY



W zależności od zastosowania jego parametry ustalane są indywidualnie.

KOLOR CZARNY



PANTONE Proc. Black
CMYK 00.00.00.100
RGB 00.00.00
HEX 000000

W szczególnych przypadkach np. przy tworzeniu materiałów okolicznościowych dopuszcza się stosowanie koloru złotego oraz srebrnego.

KOLOR ŻŁOTY



Skala PANTONE
papier powlekany oraz papier niepowlekany
PANTONE 871
FOLIA HOT STAMPING Złoto 220 (Gold 220)

KOLOR SREBRNY



Skala PANTONE
papier powlekany oraz papier niepowlekany
PANTONE 877
FOLIA HOT STAMPING Srebro 100 (Silver 100)

ROZDZIAŁ 04.

TYPOGRAFIA

1. ZASTOSOWANIE WEWNĄTRZFIRMOWE

Rodzina fontów Calibri

Fonty z rodziny Calibri mają zastosowanie w dokumentach wewnątrzfirmowych, takich jak: druki firmowe (papier listowy, formularze), materiały firmowe (identyfikator personalny, legitymacja), materiały informacyjne (ogłoszenia, komunikaty), materiały promocyjne (dyplom). Calibri należy stosować do wszelkich podstawowych informacji tekstowych. Rozmiar kroju pisma tekstu ciągłego powinien wynosić od 11 do 14 punktów, odstępy między wierszami powinny wynosić między 1,0 a 1,5 wiersza. Obowiązującym kolorem kroju pisma tekstu ciągłego jest kolor czarny.

Light	Zastosowanie wewnątrzfirmowe
<i>Light Italic</i>	<i>Zastosowanie wewnątrzfirmowe</i>
Regular	Zastosowanie wewnątrzfirmowe
<i>Italic</i>	<i>Zastosowanie wewnątrzfirmowe</i>
Bold	Zastosowanie wewnątrzfirmowe
<i>Bold Italic</i>	<i>Zastosowanie wewnątrzfirmowe</i>

Fonty z rodziny Calibri są zawarte w podstawowym pakiecie fontów Microsoft.

2. ZASTOSOWANIE MARKETINGOWE

Rodzina fontów Lato

Font Lato ma zastosowanie w drukach firmowych (koperty, wizytówki), materiałach firmowych (teczki, identyfikator BOK), materiałach promocyjnych, znakowaniu i dress code (odzież robocza).

Light	Zastosowanie marketingowe
<i>Light Italic</i>	<i>Zastosowanie marketingowe</i>
Regular	Zastosowanie marketingowe
<i>Italic</i>	<i>Zastosowanie marketingowe</i>
Bold	Zastosowanie marketingowe
Heavy	Zastosowanie marketingowe

Fonty z rodziny Lato są dostępne pod adresem internetowym <https://fonts.google.com/specimen/Lato>

3. PIECZĄTKI SŁUŻBOWE

Oddzielną regułę typograficzną zastosowano dla pieczętek służbowych.

ROZDZIAŁ 05.

ELEMENTY DODATKOWE

Stosowanie elementów dodatkowych rekomendowane jest wszędzie tam, gdzie ekspozycja logo wymaga wzmocnienia.
Są to:

- 1) Fala
- 2) Piktogram
- 3) Ikona
- 4) Emoji
- 5) Slogan firmowy
- 6) Hasło promocyjne

Fala stanowi wyróżnik nowego Systemu Tożsamości Wizualnej. Jest motywem uzupełniającym.

Wersja podstawowa



Wersja specjalna

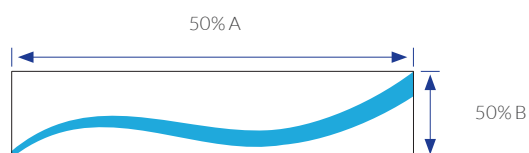
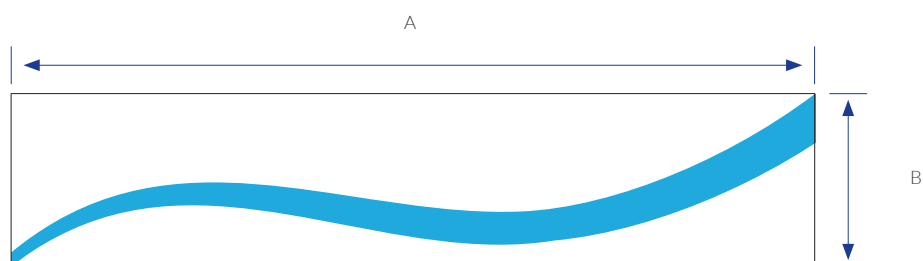
W określonych przypadkach można stosować dodatkową wersję fali, która składa się z trzech oddzielnych linii.



Wymiary określone są za pomocą proporcji szerokości (A) do wysokości (B).

Proporcja A do B jest stała.

W zależności od druku fala jest proporcjonalnie skalowana, kadrowana czy modyfikowana.



Podstawowa kolorystyka fali zależy od koloru tła, na jakim jest zamieszczana. Na białym tle fala jest niebieska (1), na niebieskim (2) i granatowym (3) tle - biała.

1)



2)



3)



*Specyfikacja dotycząca stosowanych kolorów znajduje się w rozdziale nr 3 KOLORYSTYKA.

Na potrzeby działań promocyjnych dopuszczalne są specjalne kolory fali. Kolor szary (1), kolor złoty (2), kolor srebrny (3) oraz kolor czarny (4).

1)



2)



3)



4)



*Specyfikacja dotycząca stosowanych kolorów znajduje się w rozdziale nr 3 KOLORYSTYKA.

Niedozwolone modyfikacje zmieniające kształt fali

Nieproporcjonalne skalowanie szerokości do wysokości, prowadzące do rozciągnięcia kształtu poziomo lub pionowo



Zamieszczenie tylko fragmentu - „ucięcie fali”

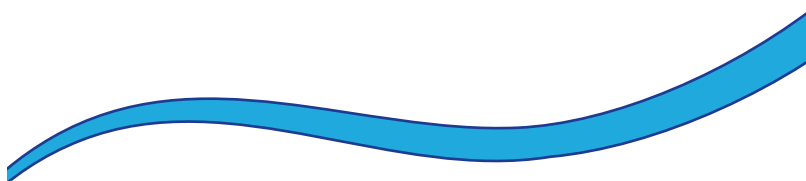


Położenie inne niż równoległe do podstawy



Niedozwolona ingerencja w graficzną budowę fali

Nie stosuje się wersji fali z dodanym out-linem.



Nie stosuje się wersji fali zbudowanej z samych konturów.



Wyrównanie logo względem fali musi uwzględniać pole ochronne.

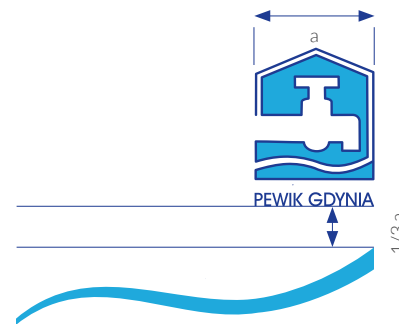
Wyrównanie centralnie



Wyrównanie do lewej krawędzi

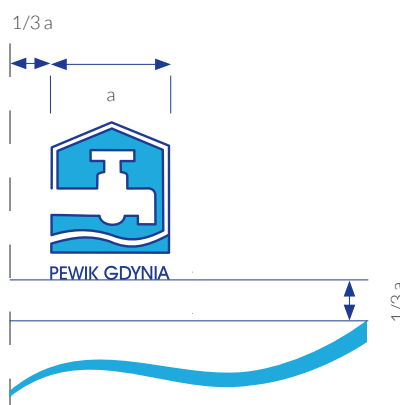


Wyrównanie do prawej krawędzi

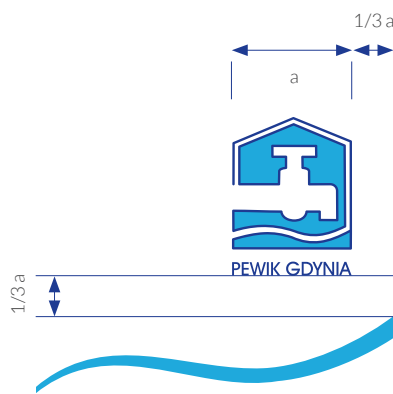


Przy wyrównaniu fali do lewej lub prawej krawędzi pola eksploatacji musi być zachowane pole ochronne logo.

Wyrównanie do lewej krawędzi



Wyrównanie do prawej krawędzi



Zabronione położenie logo względem fali

Fala narusza pole ochronne logo



Logo oraz fala ułożone są względem siebie w płaszczyźnie poziomej



Fala nie jest położona równolegle względem logo



Piktogram to wizualizacja informacji, połączenie słowa z obrazem. Używany jest w materiałach drukowanych i środowiskach cyfrowych do obsługi tekstów lub jako nawigacja.

Piktogram to forma ikony, którą możemy zapisać w takim stopniu uproszczenia, aby była czytelna na podobnym poziomie jak pismo.

Przykłady:



Przykład:

Zastosowanie ikony na rewersie wizytówki



Piktogram występuje samodzielnie bez tła (1) lub na wydzielonych kształtach graficznych np. koło (2) lub kwadrat (3).

1)



2)



3)



Kolorystyka*

Piktogram posiada 5 podstawowych wersji kolorystycznych. Są to kolory niebieski (1), granatowy (2), zielony (3), żółty (4) oraz biały (5). W uzasadnionych przypadkach można zastosować kolor szary (6) i czarny (7).

1)



2)



3)



4)



5)



6)

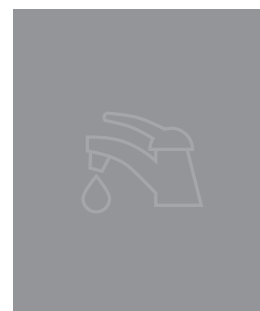
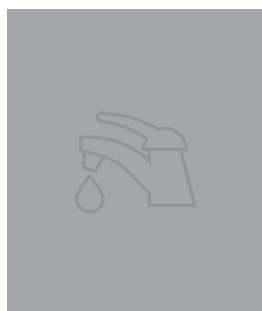


7)



Niewystarczająca widoczność piktogramu

Kolor piktogramu zlewa się z tłem, na którym jest zamieszczony.



*Specyfikacja dotycząca stosowanych kolorów znajduje się w rozdziale nr 3 KOLORYSTYKA.

Ikona to symbol graficzny wykorzystywany w świecie online - emotiony.

Elementy stałe

Emoji - umowny rysunek twarzy wyrażającej określone emocje (1) oraz piktogram główny (2).

Budowa

Piktogram główny (2) zbudowany jest z kropli wody (a) oraz umieszczonego na jej tle piktogramu uzupełniającego (b).

1) Emoji

Należy zachować kształt i wielkość koła jako elementu bazowego.

Kształt oraz symbolika pozostałych elementów mogą być dowolnie modyfikowane.



2) Piktogram główny

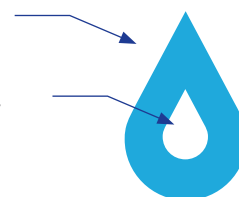
Kształt kropli wody jest stały i nie podlega modyfikacji.

Piktogram zamieszczony na tle kropli wody może być dowolnie modyfikowany.

Piktogram musi mieścić się w polu wyznaczonym przez kroplę.

a) Kropla

b) Piktogram uzupełniający



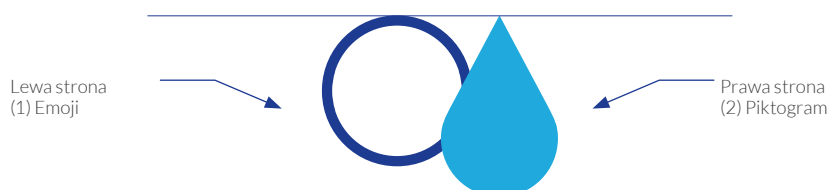
Kompozycja

Ikona budowana jest w oparciu o dwa podstawowe kształty: koło oraz kroplę.

Ich położenie oraz proporcje względem siebie są stałe.

Po lewej stronie znajduje się emoji (1), po prawej stronie znajduje się piktogram - kropla (2).

Wszystkie ikony należy budować według poniższej zasady.



Emoji stanowią wizualną prezentację zagadnienia w danym kontekście. Są piktogramami, dzięki którym wiadomość można skonstruować bez użycia słów - wystarczy użyć ciągu odpowiednich obrazków.

Kolorystyka*

Stosowane są kolory niebieski oraz granatowy.

Przykłady:



*Specyfikacja dotycząca stosowanych kolorów znajduje się w rozdziale nr 3 KOLORYSTYKA.

SLOGAN FIRMOWY

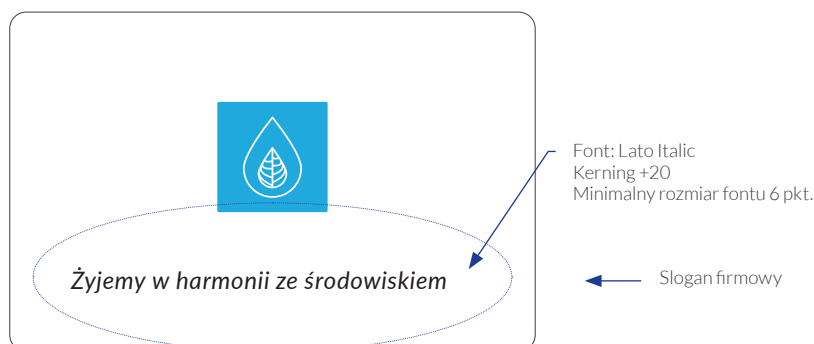
Żyjemy w harmonii ze środowiskiem

Slogan firmowy jest jednym z najważniejszych elementów przekazu reklamowego. Jego funkcja jest prezentacyjna. Komunikuje wartości Spółki i jej misję. Stosuje się go na nośnikach, których zadaniem jest popularyzacja firmy. Są to publikacje, wizytówki, teczki, foldery, ulotki, broszury, kalendarze, strony internetowe, stopki systemowe, prezentacje, filmy itp. Zamieszczany jest na stronach tytułowych, okładkach lub rewersach.

Treść sloganu firmowego nie podlega modyfikacji.

Przykład:

Rewers wizytówki



HASŁO PROMOCYJNE

Dowolne hasło promocyjne

Hasło promocyjne to zdanie, które zachęca odbiorcę do zainteresowania się przekazem.

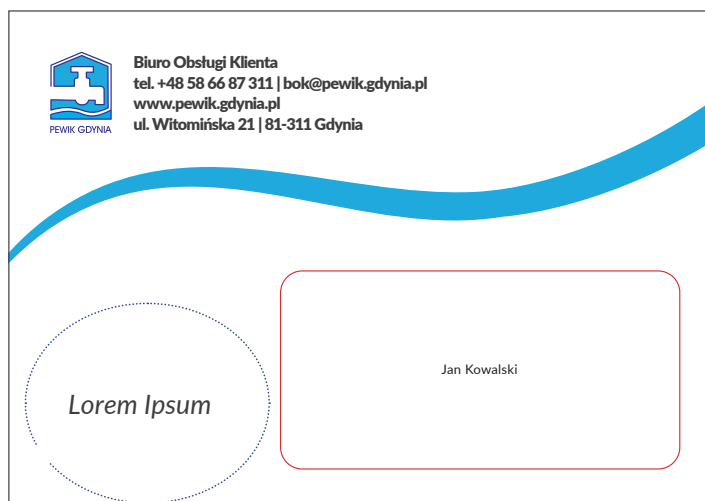
Treść hasła dostosowana jest do indywidualnych potrzeb.

Przykład:

Koperta BOK

Font: Lato Italic
Kerning - zależy od dostępnej przestrzeni i nie jest ściśle określony.
Minimalny rozmiar fontu 6 pkt.

Hasło promocyjne



ROZDZIAŁ 06.

DRUKI FIRMOWE

Druki firmowe to zestaw nośników informacji, które utrwalają tożsamość firmy w umysłach klientów i kontrahentów. Są pierwszą formą kontaktu z zewnętrznym odbiorcą.

Podstawowy zestaw druków firmowych tworzą:

- 1) Papier listowy
- 2) Formularz wniosku
- 3) Koperty
- 4) Wizytówki

Przedstawione projekty są poglądowe. Nie stanowią plików produkcyjnych. Należy zachować układ kompozycji zgodny z załączonymi projektami.

W zależności od rodzaju korespondencji stosowany jest jeden z dwóch wzorów listownika:
listownik do korespondencji zewnętrznej (1),
listownik do korespondencji wewnętrznej (2).

1) Listownik
do korespondencji
zewnętrznej



PEWIK GDYNIA

Adresat
Ulica
Miasto

FM/F

Pismo z dnia: Znak: Nasz znak: Data:

Sprawa:

N. P.

Przedsiębiorstwo Wodociągów i Kanalizacji Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością w Gdyni
ul. Włókna 25, 81-511 Gdynia
KRS 000026973 | Sąd Rejonowy Gdańsk-Północ w Gdyni | VIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego
NIP 585-655-44-54 | Regon 141649000 | NIN 36300010000100001000010000
Biuro Obsługi Klienta | tel. +48 58 66 87 311 | biuro@pewik.gdynia.pl | ul. Włókna 25, 81-511 Gdynia

2) Listownik
do korespondencji
wewnętrznej

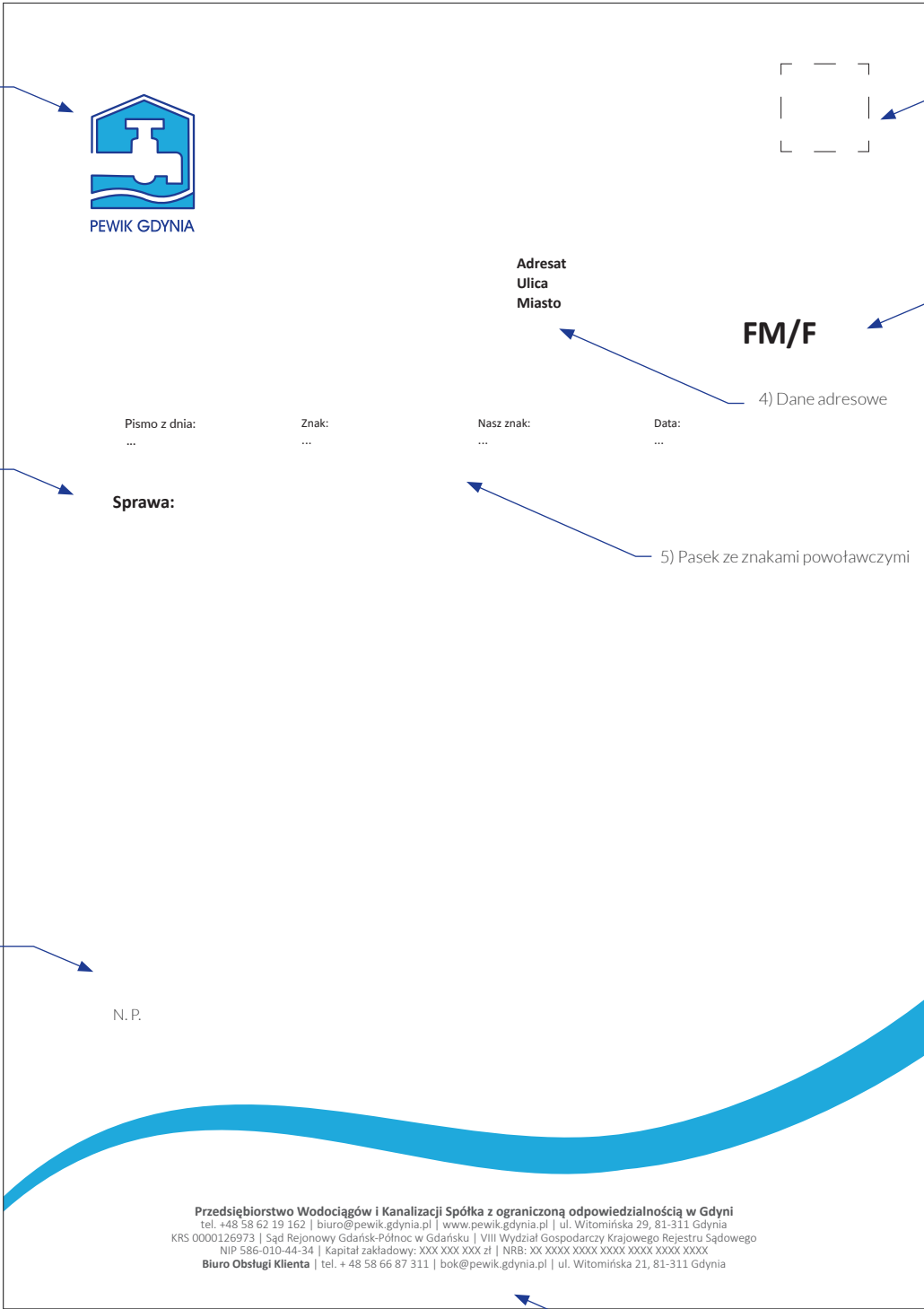


PEWIK GDYNIA

Adresat
Komórka org.
w miejscu

Sprawa:

www.pewik.gdynia.pl



1) Logo

2) Tytuł pisma*

3) Przesyłka firmowa FM/F*

4) Dane adresowe

5) Pasek ze znakami powoławczymi

6) Inicjały***

7) Fala

8) QR kod lub kod paskowy

9) Stopka z danymi firmowymi

PEWIK GDYNIA

Adresat
Ulica
Miasto

FM/F

Pismo z dnia: ... Znak: ... Nasz znak: ... Data: ...

Sprawa:

N. P.

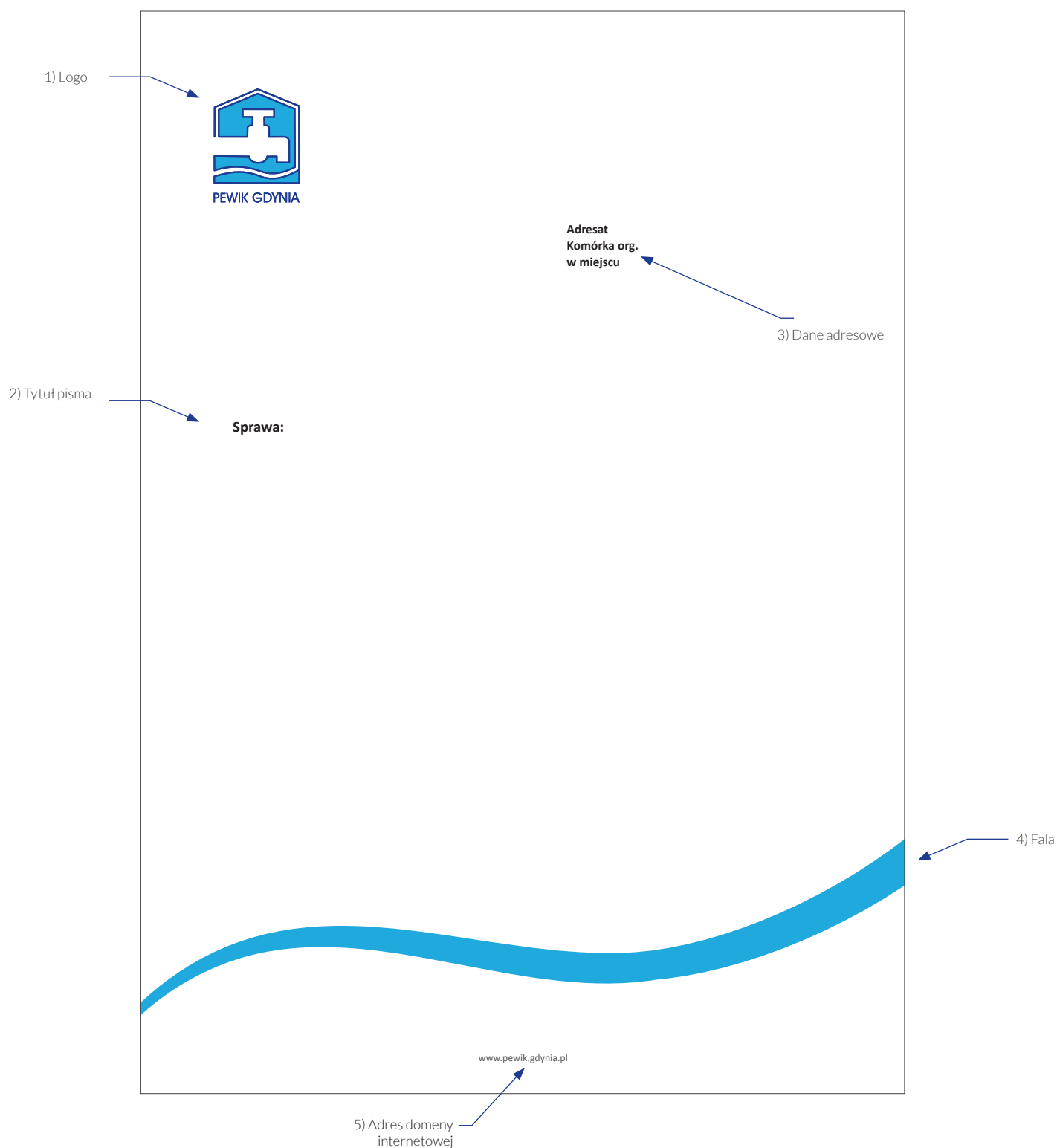
Przedsiębiorstwo Wodociągów i Kanalizacji Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością w Gdyni
tel. +48 58 62 19 162 | biuro@pewik.gdynia.pl | www.pewik.gdynia.pl | ul. Witomińska 29, 81-311 Gdynia
KRS 0000126973 | Sąd Rejonowy Gdańsk-Północ w Gdańsku | VIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego
NIP 586-010-44-34 | Kapitał zakładowy: XXX XXX zł | NRB: XX XXXX XXXX XXXX XXXX XXXX
Biurowo Obsługa Klienta | tel. +48 58 66 87 311 | bok@pewik.gdynia.pl | ul. Witomińska 21, 81-311 Gdynia

* Tytuł pisma należy podać po dwukropku zawsze małą literą, w mianowniku i bez kropki na końcu.


** Przesyłka firmowa: litery FM - obszar miejscowy, litera F - obszar zamiejscowy, o minimalnej wysokości 5 mm

*** Inicjały (początkowe litery imienia i nazwiska) należy pisać zawsze wielką literą, po każdej literze należy postawić kropkę i spację np.: A. K. (Anna Kowalska).

Przy zapisywaniu inicjałów złożonych należy pominąć separator np.: A. K.N. (Anna Kowalska-Nowak).



Listownik drukowany jest na urządzeniach biurowych.
Aby zachować prawidłowy druk stosuje się font systemowy Calibri.

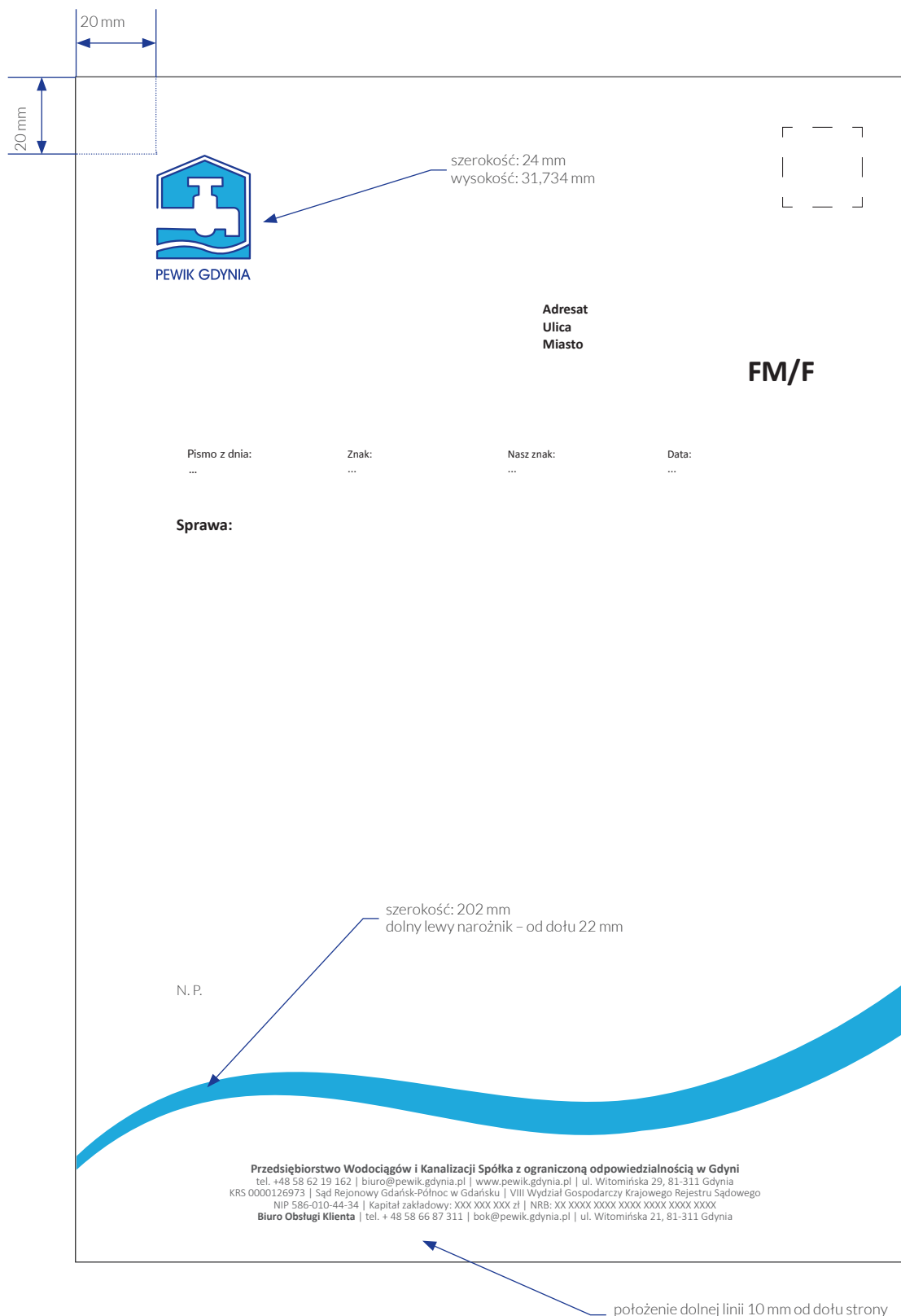


The diagram illustrates the typography for a business letter template. It includes the following elements and annotations:

- Logo:** PEWIK GDYNIA logo in the top left corner.
- Placeholder:** A dashed box in the top right corner.
- Adresat:** "Ulica", "Miasto" (Address). Font: Calibri Bold, 10 pkt.
- FM/F:** Reference number.
- Metadata:** "Pismo z dnia:", "Znak:", "Nasz znak:", "Data:" (Letter date, Number, Our number, Date). Font: Calibri Regular, 8 pkt.
- Sprawa:** Subject. Font: Calibri Bold, 12 pkt.
- Treść pisma:** Letter content. Font: Calibri Light, od 11 do 14 pkt.
- N. P.:** Signature. Font: Calibri Light, 10 pkt.
- Footer:** "Przedsiębiorstwo Wodociągów i Kanalizacji Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością w Gdyni" (Water and Sewerage Company with limited liability in Gdynia). Font: Calibri Regular, 8 pkt.

Listownik posiada format A4.

W przypadku druku listownika na drukarkach biurowych pojawi się po prawej i lewej stronie biały margines. Wynika to z technologii druku urządzeń biurowych i nie jest błędem.



DRUKI FIRMOWE PAPIER LISTOWY

KOLEJNA STRONA - POŁOŻENIE ELEMENTÓW



Przykład pierwszej strony:

PEWIK GDYNIA

Adresat:
Ulica:
Miasto:

FM/F

Pismo z dnia: Znak: Nazwisko: Data:

Sprawa:

N. P.

Przedsiębiorstwo Wodociągów i Kanalizacji Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością w Gdyni
tel. +48 58 62 39 302 | biuro@pewik.gdynia.pl | www.pewik.gdynia.pl | ul. Witomirska 25, 81-211 Gdynia
KRS 0000126979 | Sąd Rejonowy Gdańsk-Północ w Gdyni | VIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego
NIP 586-055-64-54 | Kształt szablonu: KOS KOS 21 | NRB: 1X 0000 0000 0000 0000 0000
Biuro Obsługi Klienta | tel. +48 58 66 87 511 | bok@pewik.gdynia.pl | ul. Witomirska 21, 81-211 Gdynia

Przykład kolejnej strony:

W pismach wielostronnych pole tekstowe na kolejnych stronach należy rozpoczynać na tej samej wysokości co logo.

20 mm

Borem et a serions equatem ad qui sitecep erestotate si te odi de quidelitatem qui berum int.
Uda quatemorem aut utempel libusdae pora corem imus est este natium vit od maximust quos estis voles et qui quodit occust, odit alignatur as aped quiscimint peritiiscim qui ommolenis di dolest dendi blaut et acerspuducid qui corehen imuscia ventium anduntur sincipic tem velest, ommos ut aut a prendebris maximporro blandant apercipaero omnis conemerat faccus voluptur?
Gendandam faciduc iistin reptam nistrum, nume aut ullessit odignis earion es asint.
Is placea con plique evenis et unt doluptur sus aborro esciatia voles serumquae. Ut vid quam, seque ex exerro esed moditaspissi offic tet poreserem volores incte vollentium ea cusae magnis doluptae nosae et volut ventibusam, officienite dolendae labo, lqui omnimisci que explaspis eat explitatia delenisti as dolesto ipiet illis nes quia nis aut adi cus as ad ma eum ium hil ilique voluptasped elibusdam consequo quia nihil enis id quos magnat a volorum aut et dolut ut apist modit eosanimi, qui doluptas dolor sint, corum vid quistia eribus, temquiam ilique estiossit, utem

www.pewik.gdynia.pl

2

Stopka każdej następnej strony zawiera adres domeny internetowej: www.pewik.gdynia.pl

Formularz posiada format A4.

Nagłówek

Logo konturowe
Pieczątką wpływowa
Miejsce na pieczęć wpływowa

Symbol komórki
Dekretacja
Symbol komórki
Dekretacja

Nagłówek kolorystyka

Logo czarne (na formularzach wchodzących)
Logo granatowe (na formularzach wychodzących)
Napisy – czarny
Tło – szary

Tytuł

TYTUŁ

Sekcje

Pola do wypełnienia

Element dodatkowy
Radio button
przycisk
jednokrotnego
wyboru

Element dodatkowy
Checkbox
przycisk
wielokrotnego
wyboru

Stopka

Numer formularza
Numer strony zapis: (str. 1 z 1)

Stopka kolorystyka
Napisy – czarny
Tło – szary

A. NAZWA SEKCJI				
1. Nazwa pola		2. Nazwa pola		
3. Nazwa pola	4. Nazwa pola	5. Nazwa pola		6. Nazwa pola
7. Nazwa pola				
8. Nazwa pola	9. Nazwa pola			
B. NAZWA SEKCJI				
10. Nazwa pola		11. Nazwa pola		
C. NAZWA SEKCJI				
12. Nazwa pola				
<input type="radio"/> <input type="radio"/>				
D. NAZWA SEKCJI				
13. Nazwa pola		14. Nazwa pola		
		15. Nazwa pola		
E. NAZWA SEKCJI				
16. Nazwa pola				
F. NAZWA SEKCJI				
17. Nazwa pola				
G. NAZWA SEKCJI				
18. Nazwa pola	19. Nazwa pola	20. Nazwa pola	21. Nazwa pola	22. Nazwa pola


XXX-X-00 str. 1 z 1

Tytuł
Font: Calibri Bold,
12 pkt.

Nazwa sekcji
Font: Calibri Regular,
10 pkt.

Nazwa pola
Font: Calibri Regular,
9 pkt.

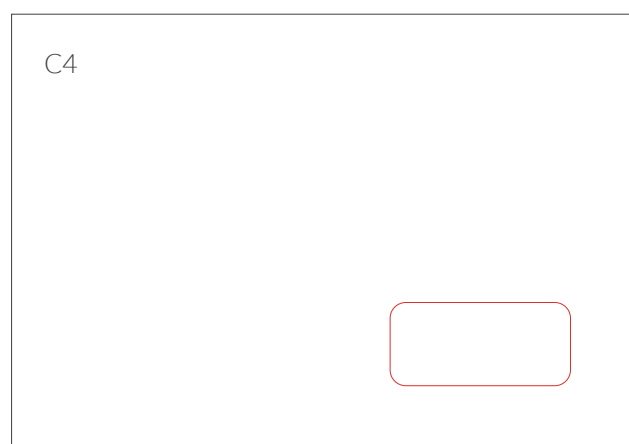
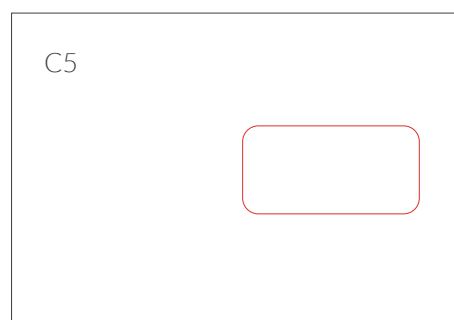
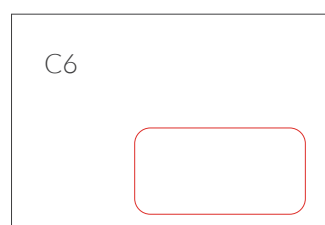
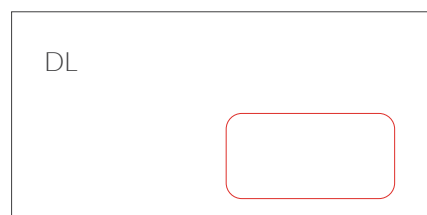
Numer
formularza / strony
Font: Calibri Regular,
10 pkt.

 PEWIK GDYNIA		Symbol komórki		
Miejsce na pieczęć wpływową		Dekretacja		
TYTUŁ				
A. NAZWA SEKCJI				
1. Nazwa pola		2. Nazwa pola		
3. Nazwa pola	4. Nazwa pola	5. Nazwa pola	6. Nazwa pola	7. Nazwa pola
8. Nazwa pola	9. Nazwa pola			
B. NAZWA SEKCJI				
10. Nazwa pola		11. Nazwa pola		
C. NAZWA SEKCJI				
12. Nazwa pola				
<input type="radio"/>				
<input type="radio"/>				
D. NAZWA SEKCJI				
13. Nazwa pola		14. Nazwa pola		
		15. Nazwa pola		
E. NAZWA SEKCJI				
16. Nazwa pola				
F. NAZWA SEKCJI				
17. Nazwa pola				
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		
G. NAZWA SEKCJI				
18. Nazwa pola	19. Nazwa pola	20. Nazwa pola	21. Nazwa pola	22. Nazwa pola
XXX-X-00		str. 1 z 1		

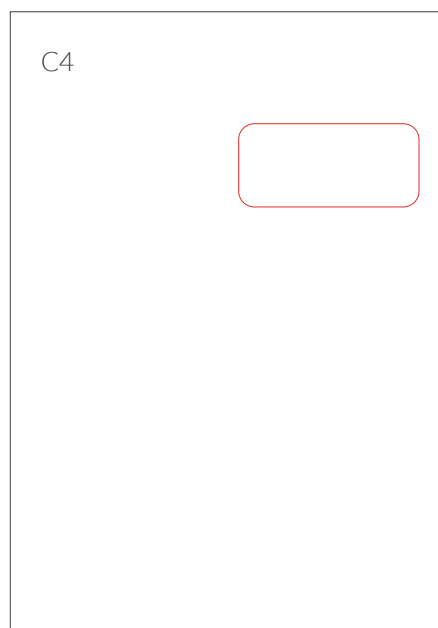
Tekst
Font: Calibri Regular,
8 pkt.

Koperty z okienkiem występują w następujących rozmiarach: DL, C6, C5, C4 pozioma, C4 pionowa.

KOPERTY POZIOME



KOPERTA PIONOWA



Elementy stałe

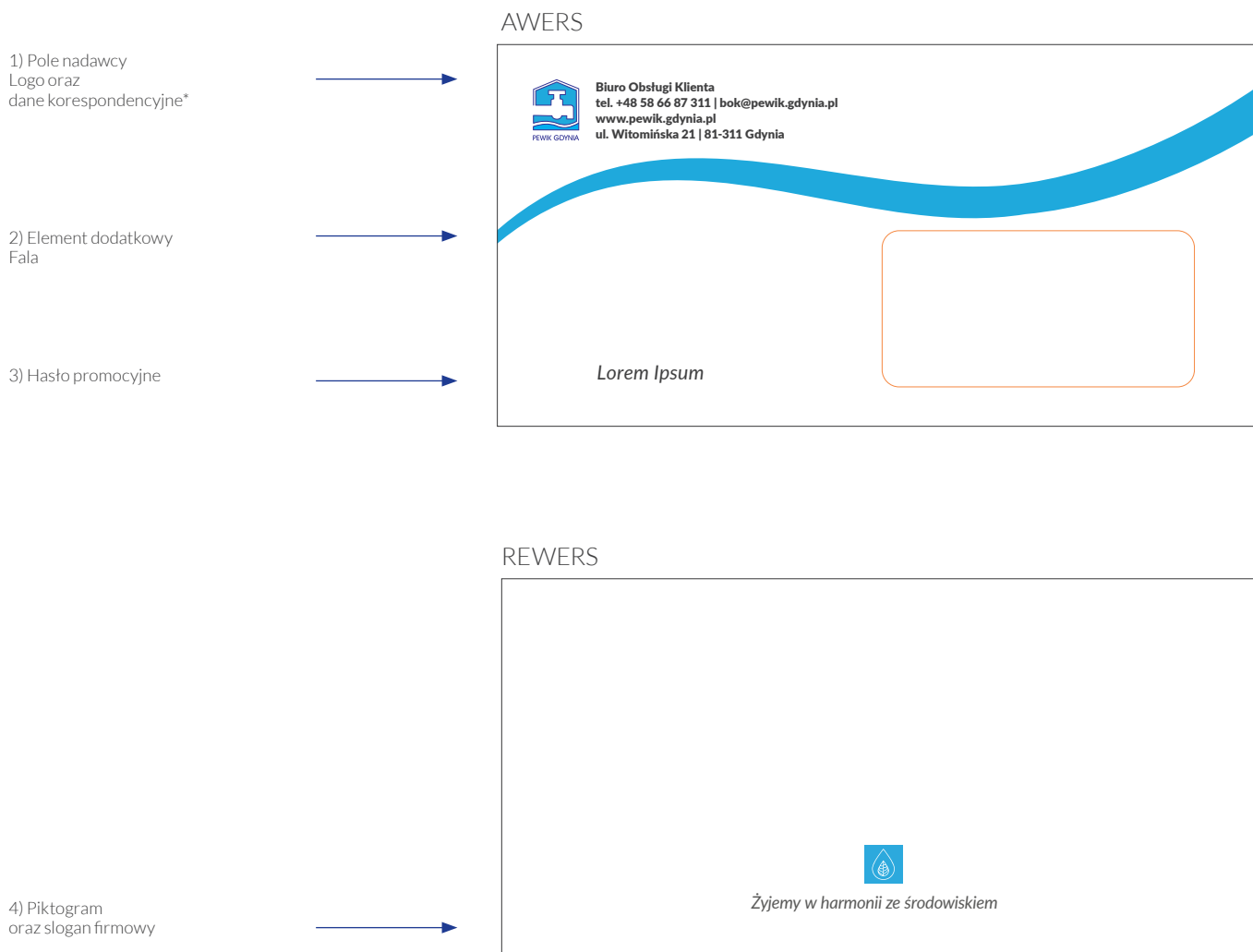
Awers: logo oraz dane korespondencyjne (1), element dodatkowy fala (2), hasło promocyjne w zależności od pola eksploatacji (3).

Rewers: piktogram na niebieskim tle wraz ze sloganem firmowym Żyjemy w harmonii ze środowiskiem (4).

Szczegółowe położenie elementów zależy od wzoru koperty.

W przypadku zmiany formatu koperty należy dostosować położenie elementów w sposób jak najbardziej zbliżony do przedstawianych układów.

Przykład:
Koperta DL



*W zależności od potrzeb nadruk w polu nadawcy może być inny. Należy zachować układ zgodny ze wzorem na stronie 09.

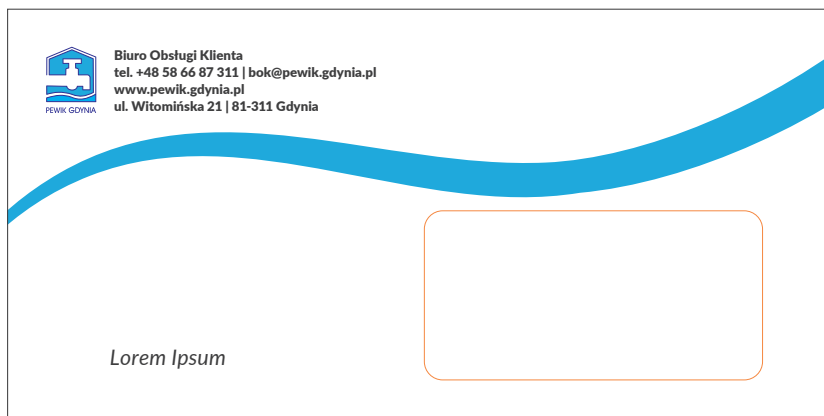
Stosowany jest font Lato. Wielkość czcionek zależy od rodzaju koperty.

Przykład:
Koperta DL

Dane korespondencyjne
Font: Lato Black, 9 pkt. na kopercie DL,
na pozostałych 10 pkt.

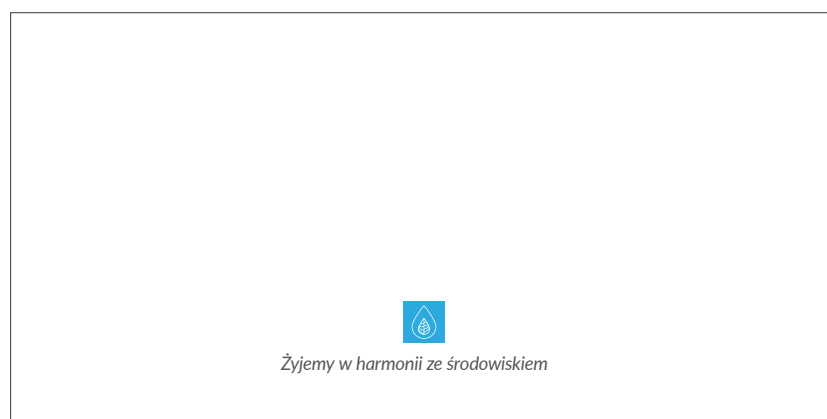
Hasło promocyjne
Font: Lato Italic, 14 pkt.

AWERS

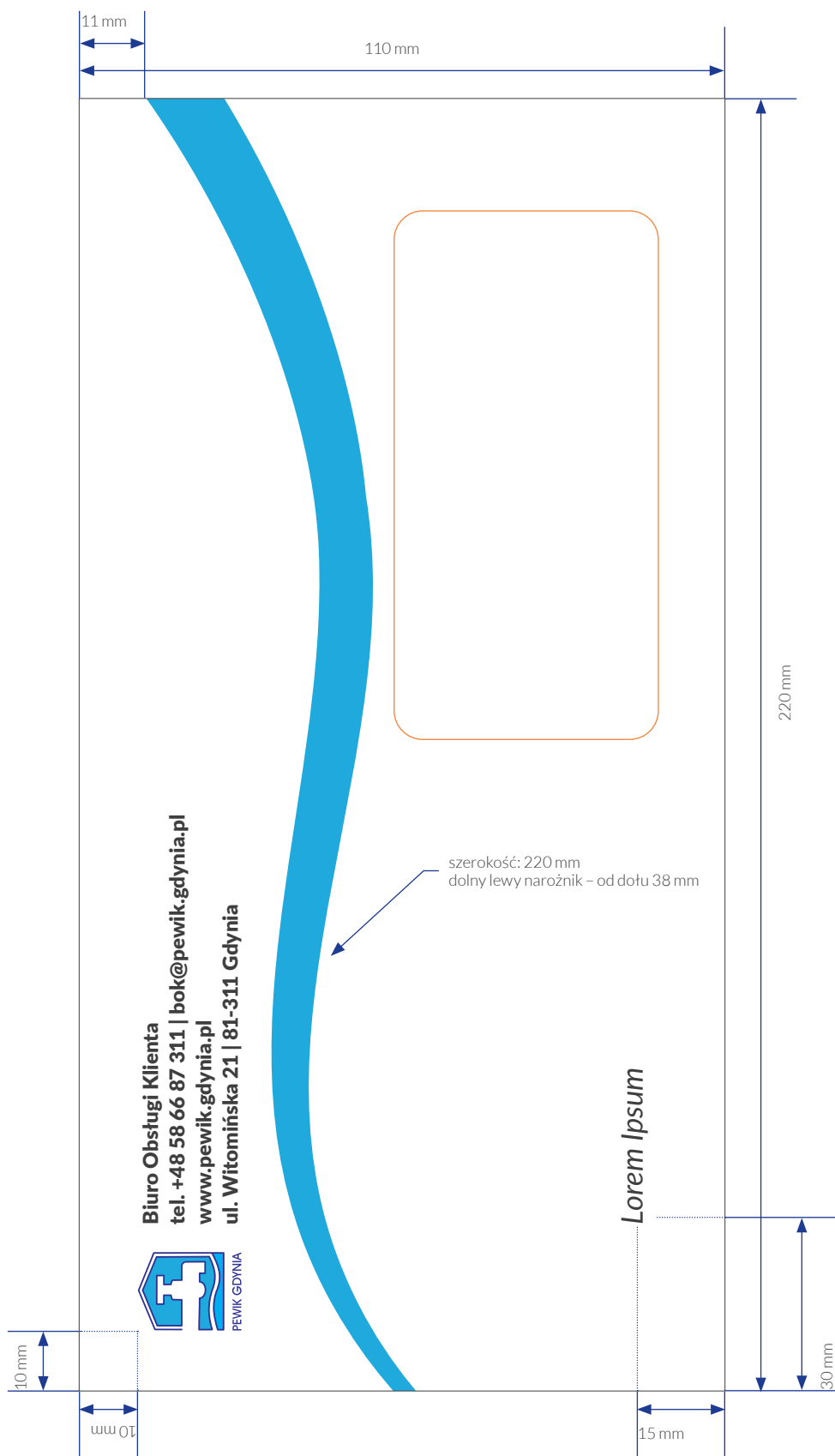


REWERS

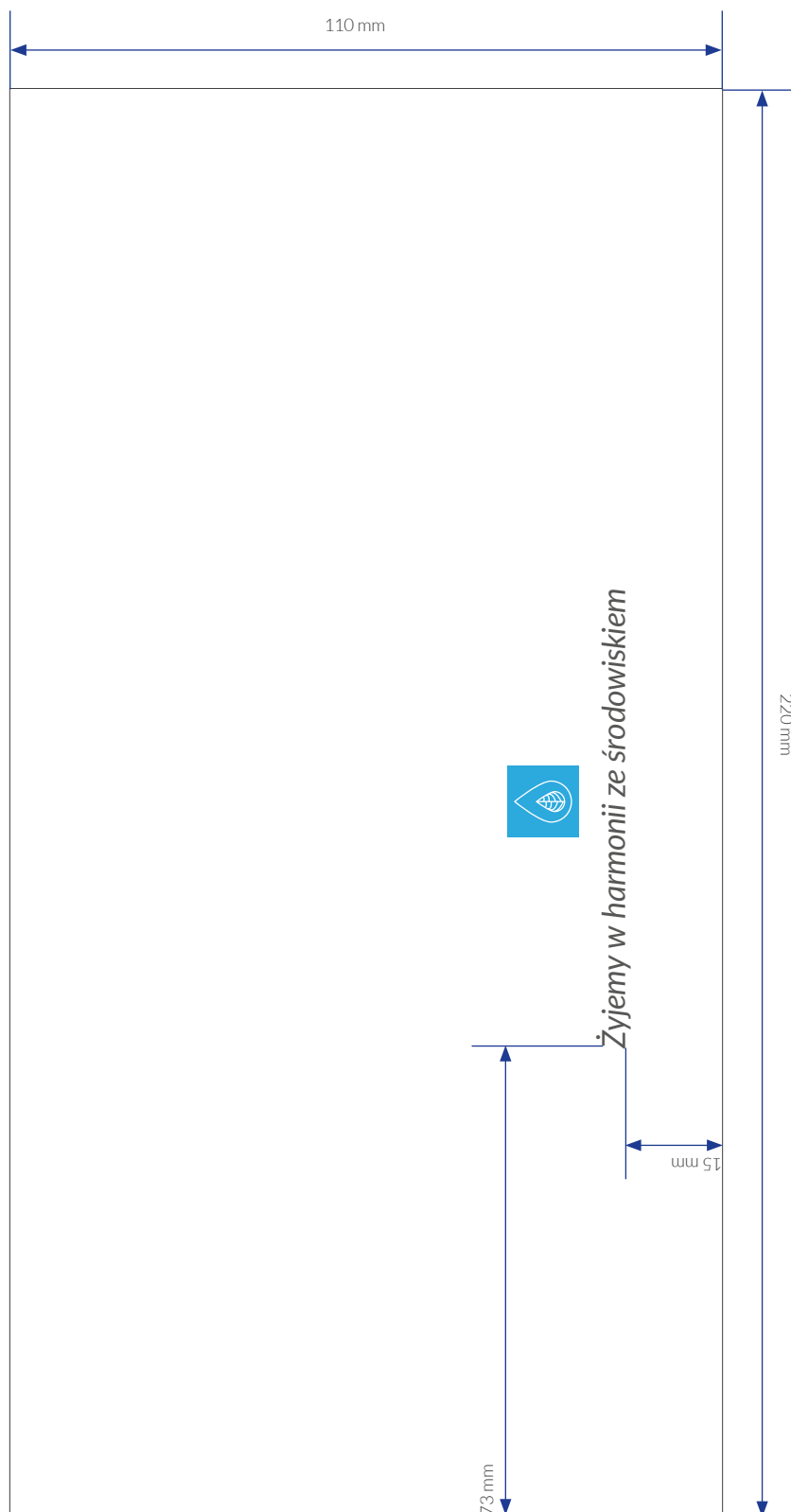
Slogan firmowy
Font: Lato Italic, 14 pkt.



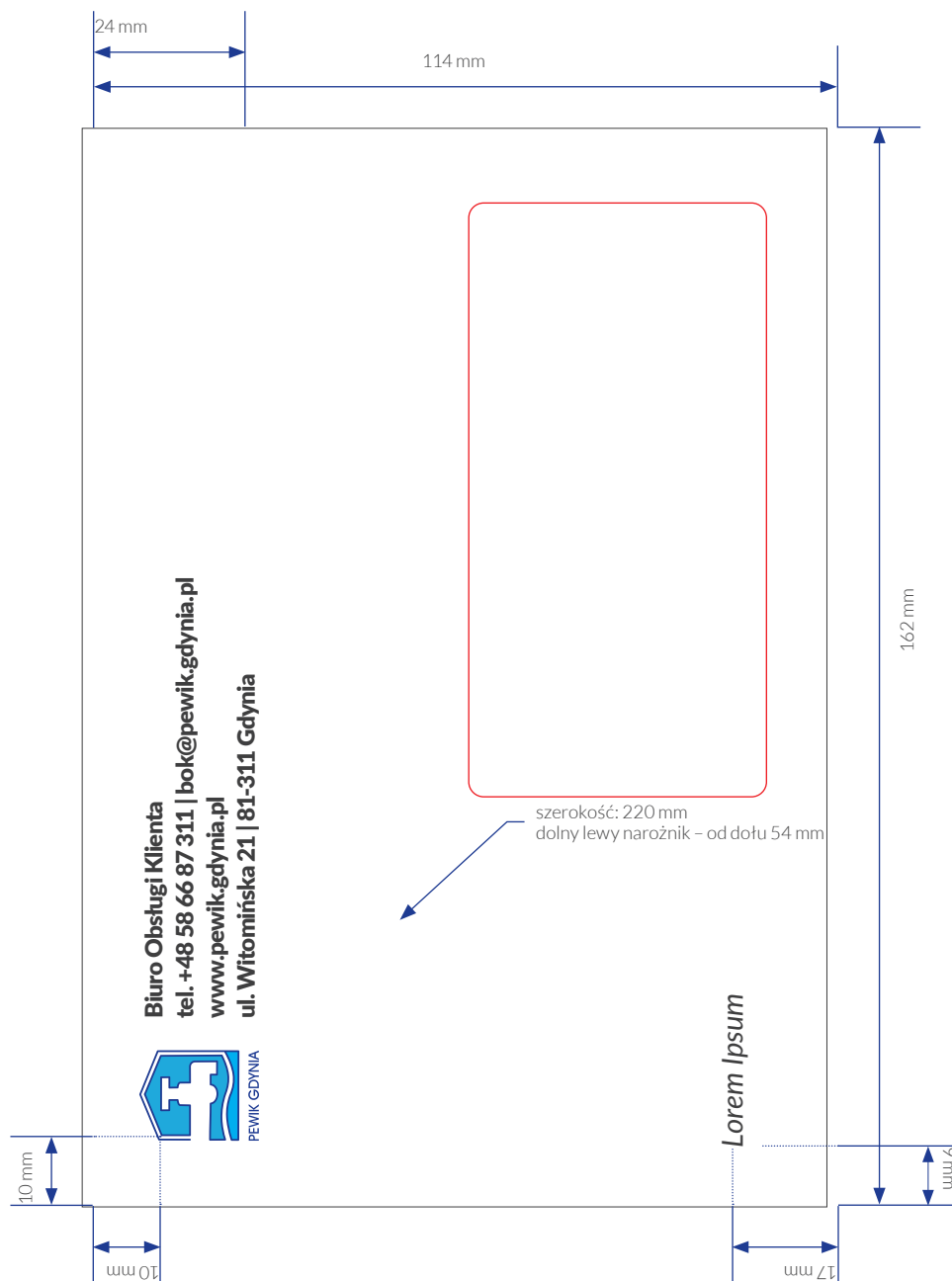
AWERS



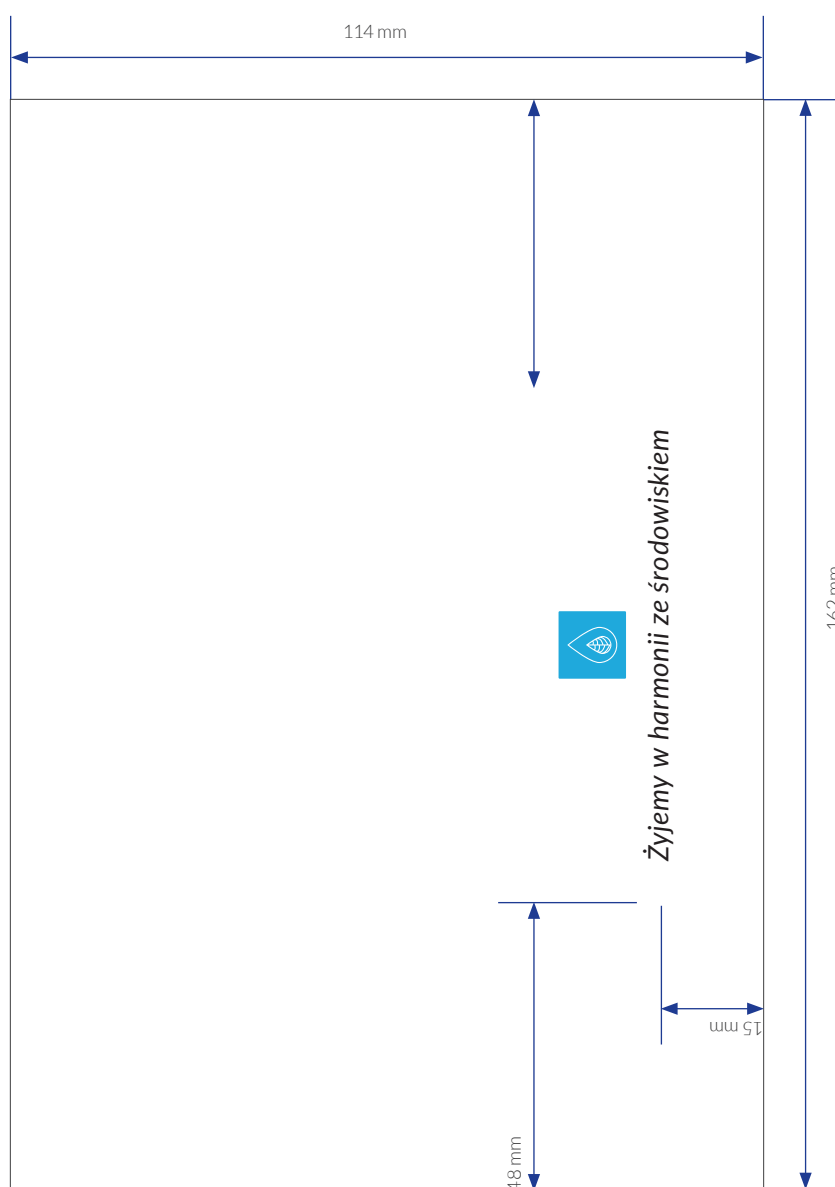
REWERS



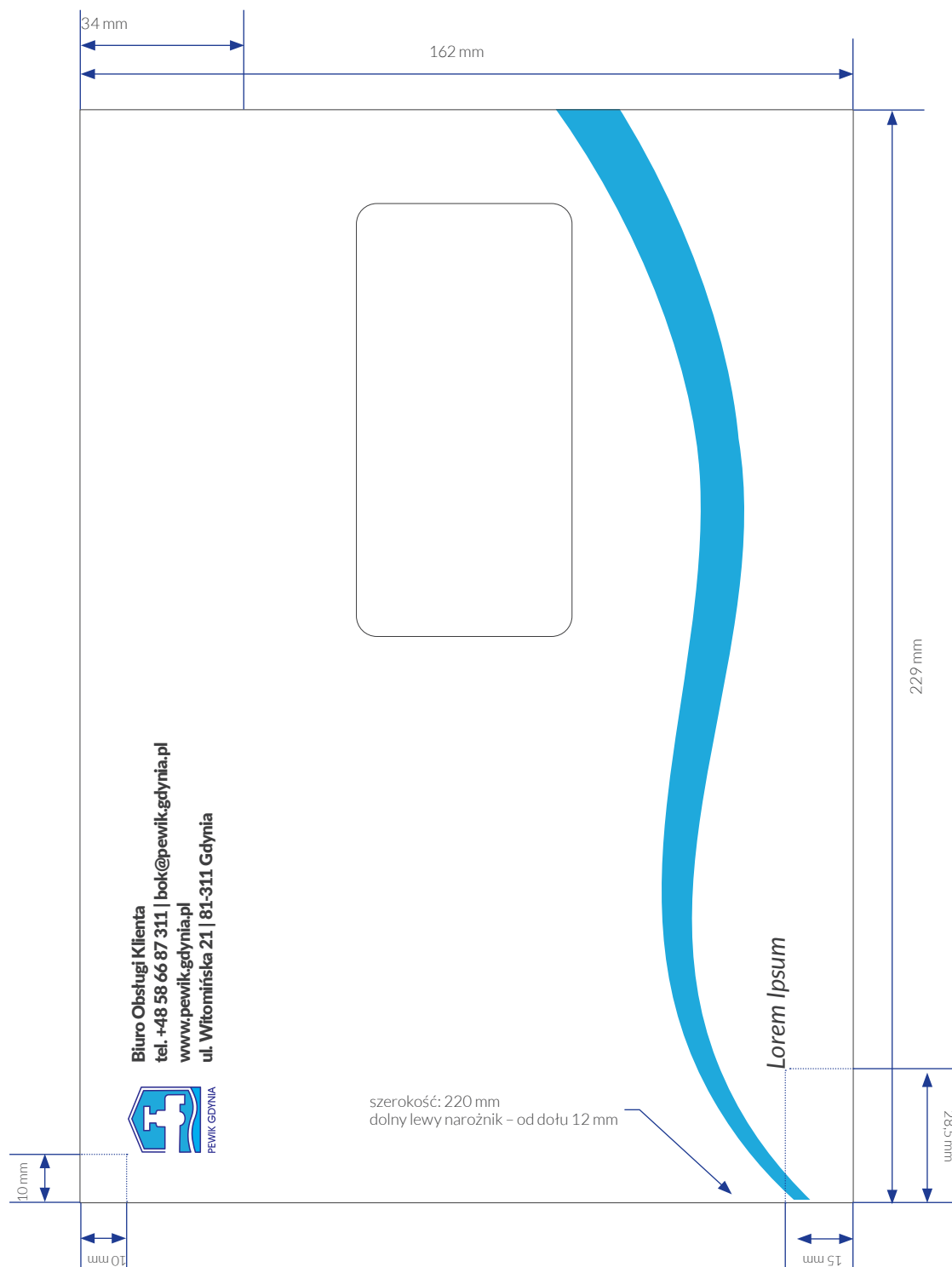
AWERS



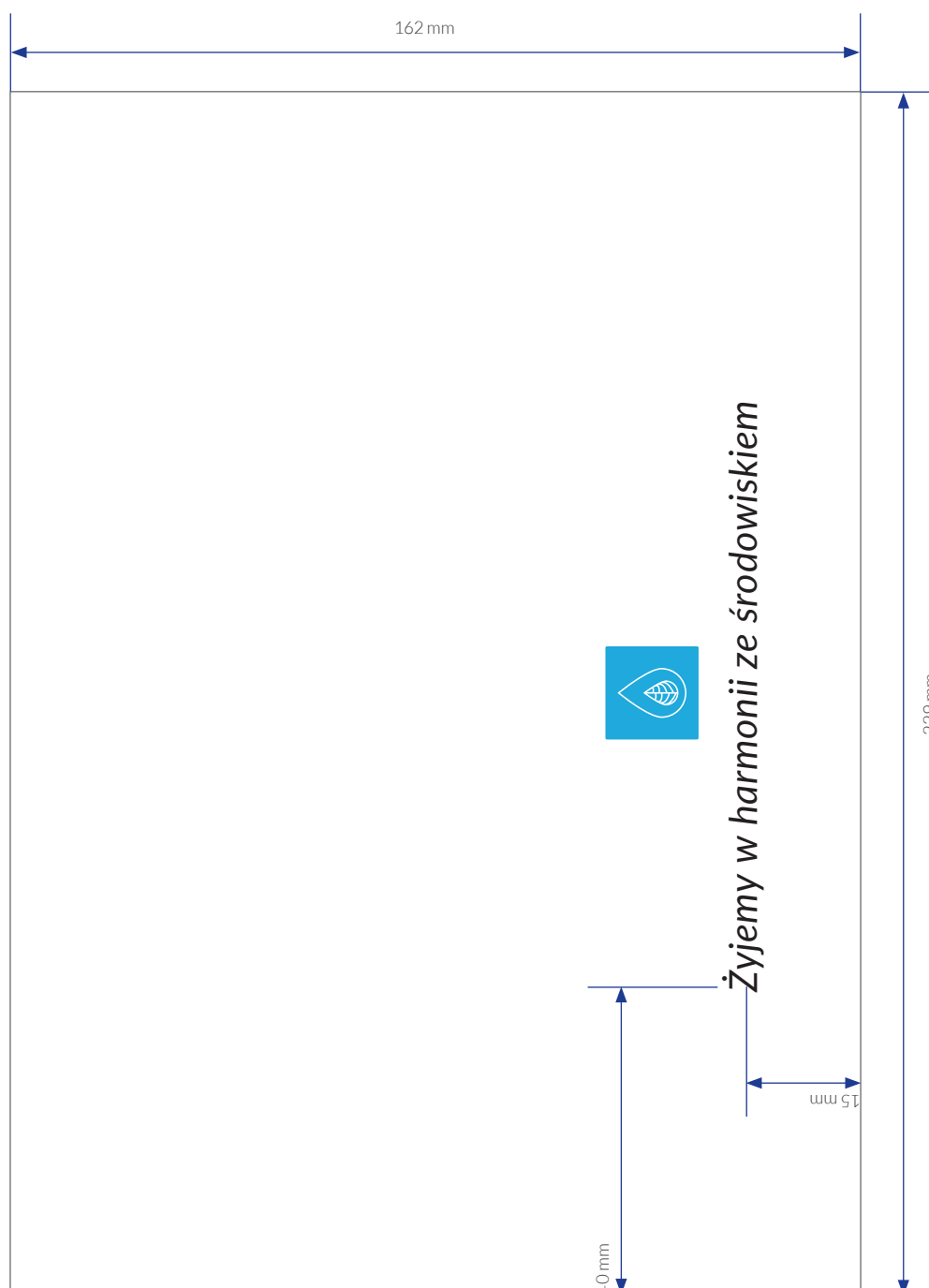
REWERS



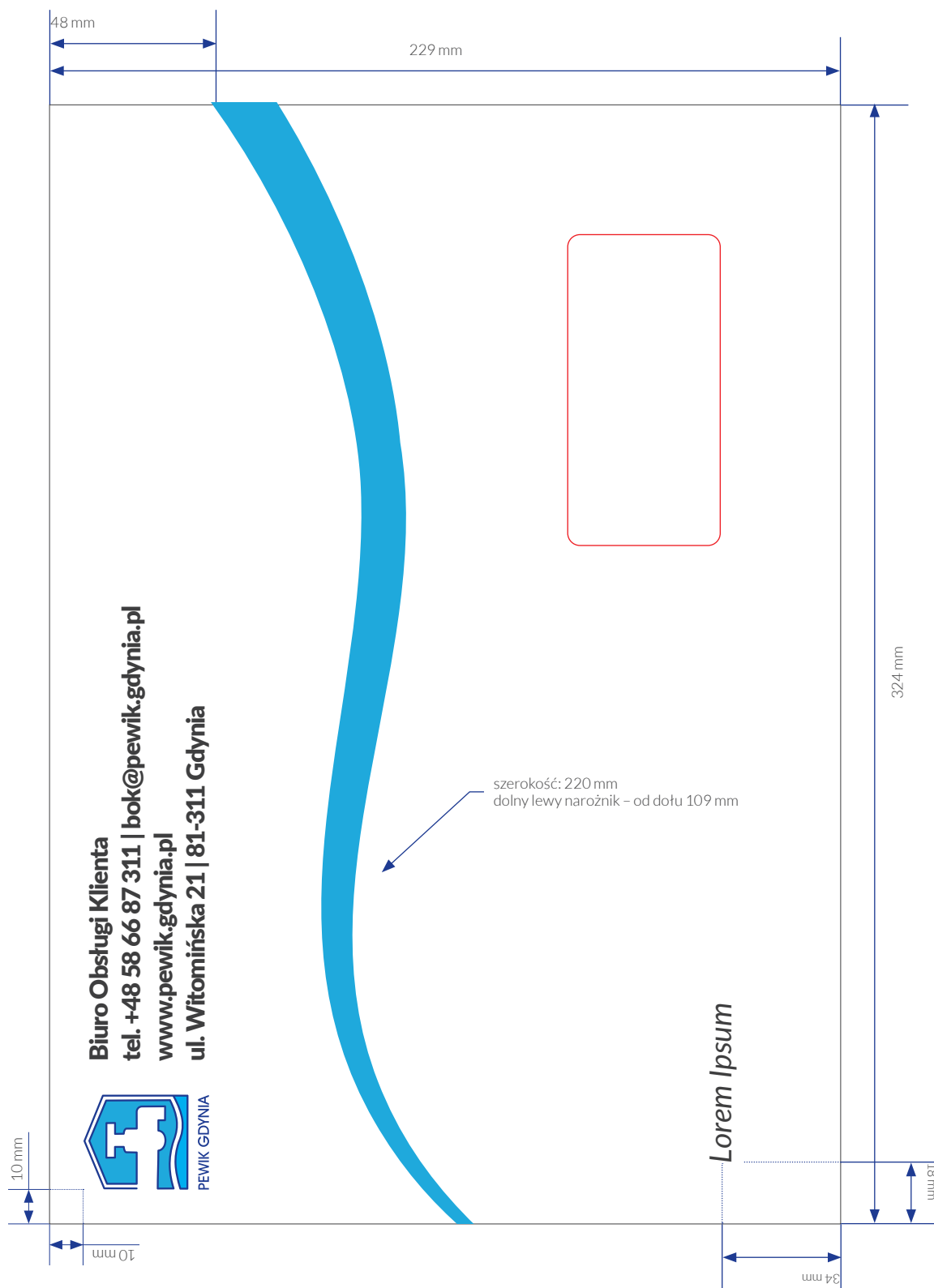
AWERS



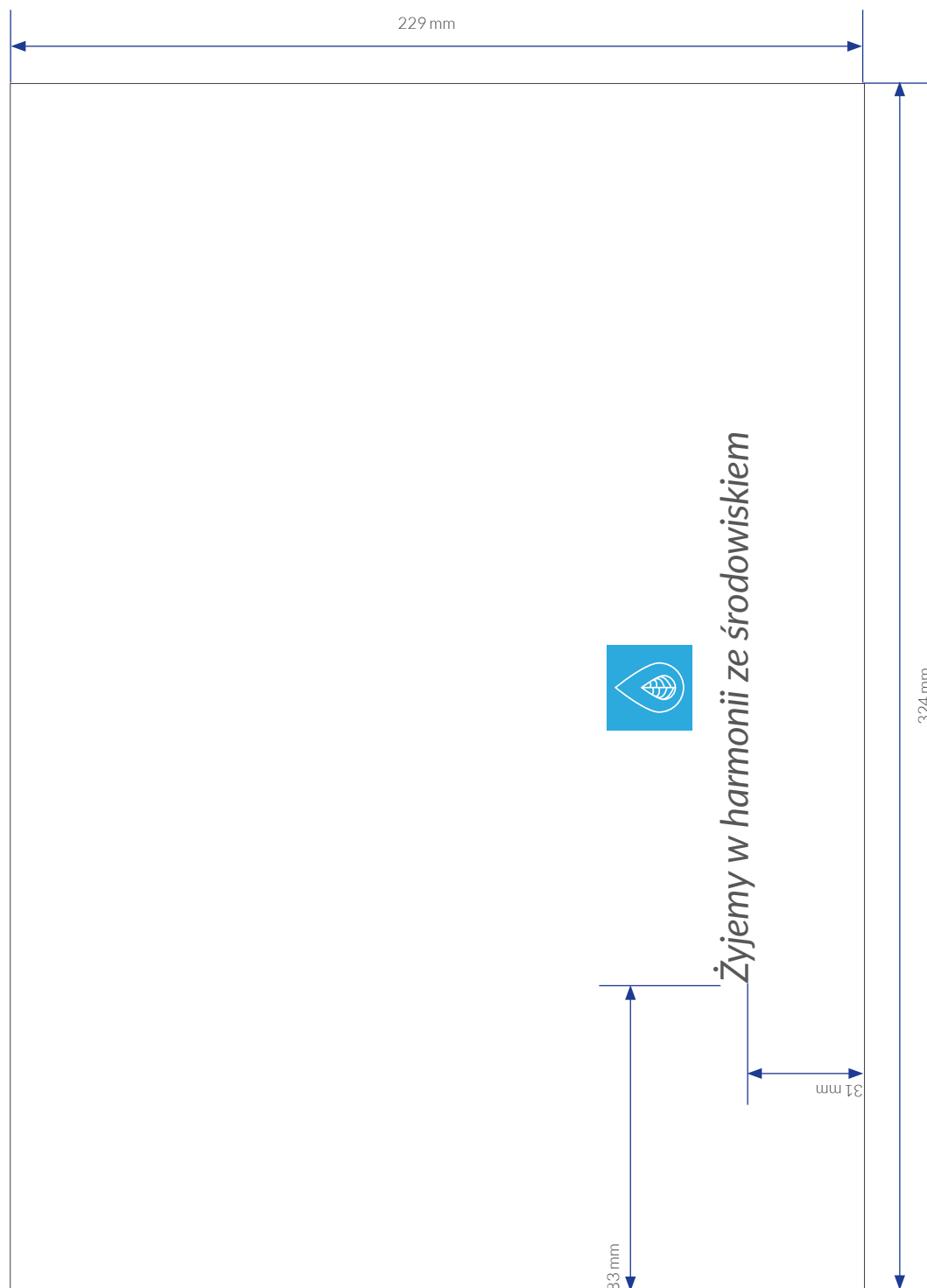
REWERS



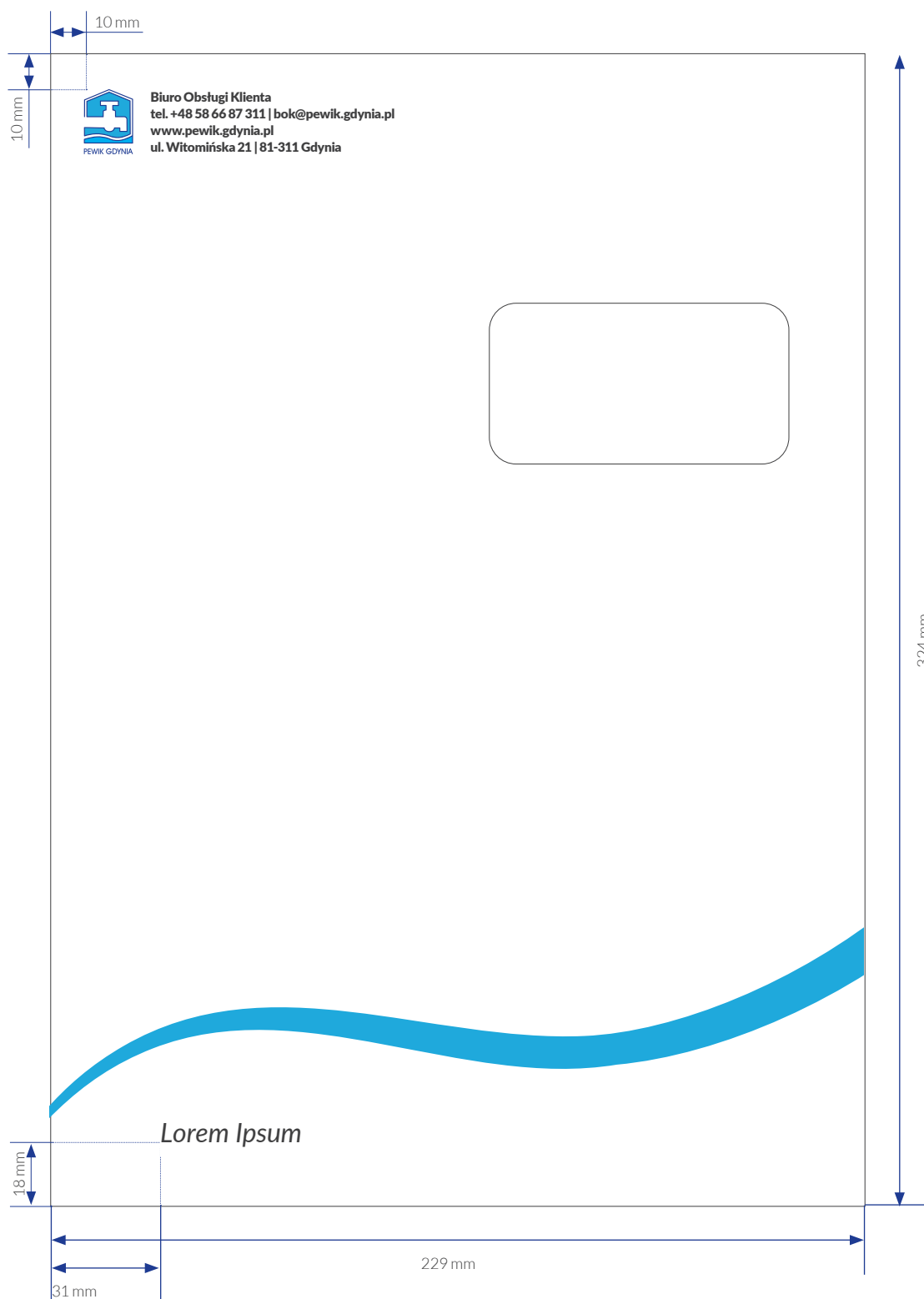
AWERS



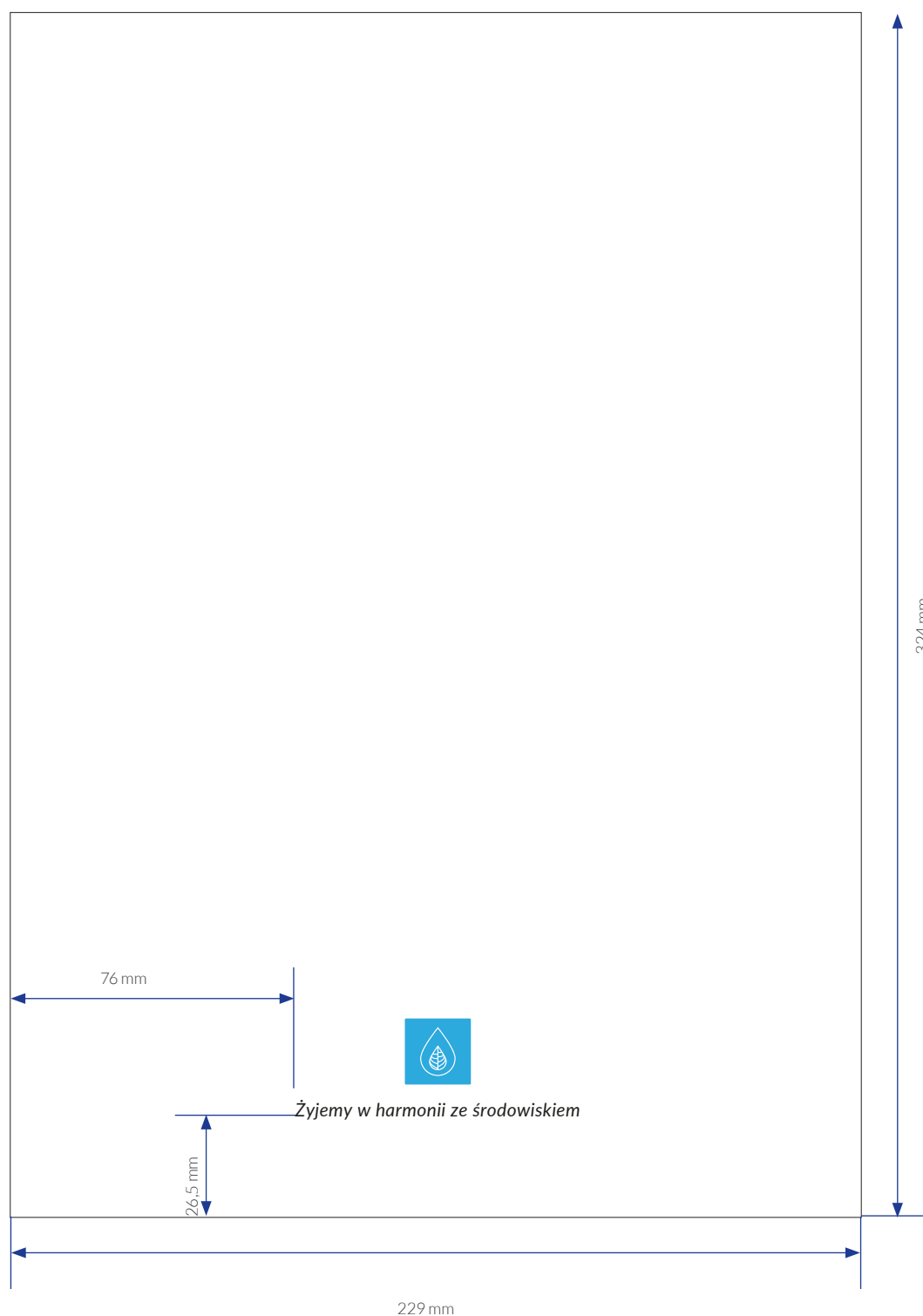
REWERS



AWERS



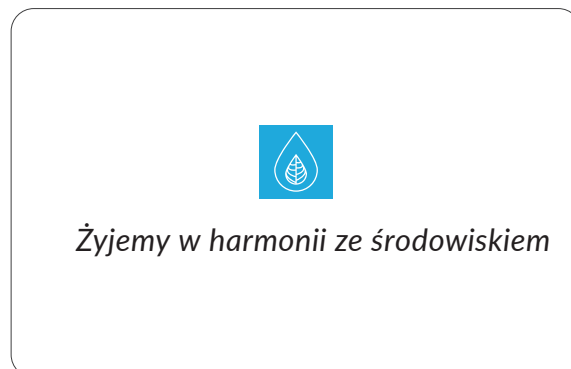
REWERS



WERSJA IMIENNA



AWERS

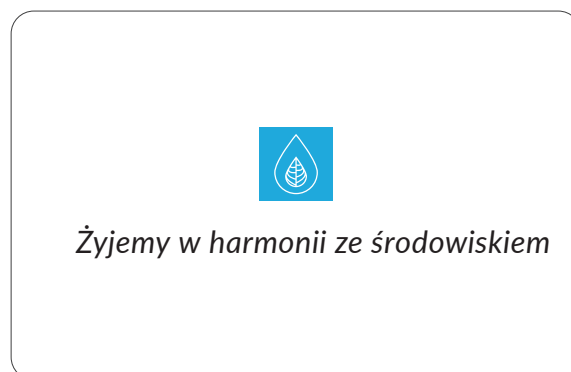


REWERS

WERSJA OGÓLNA



AWERS

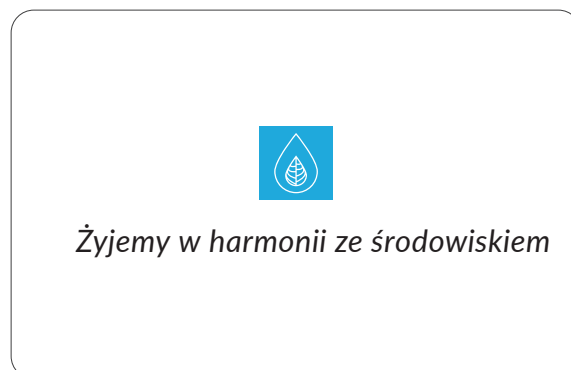


REWERS

WERSJA BOK



AWERS



REWERS

Kolor tła wizytówki jest biały.
Należy zapewnić pełną czytelność informacji.

1) Logo

2) Element dodatkowy
Fala

3) QR kod ogólny



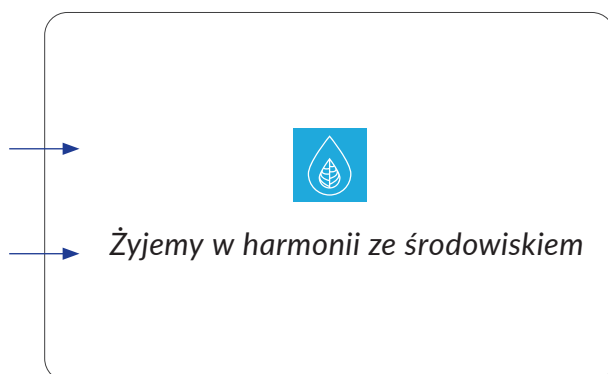
AWERS

4) Nazwa firmy skrócona
Dane kontaktowe:
Numer telefonu +48 58 00 00 000
Adres e-mail

5) Adres domeny internetowej
Adres siedziby
Numer ewidencji podatkowej
Dane rejestrowe
Numer rachunku bankowego

1) Piktogram

2) Slogan firmowy



REWERS

1) Logo

2) Element dodatkowy
Fala

3) QR kod BOK



4) Nazwa biura
Dane kontaktowe:
nr telefonu + 48 58 00 00 000,
Adres e-mail

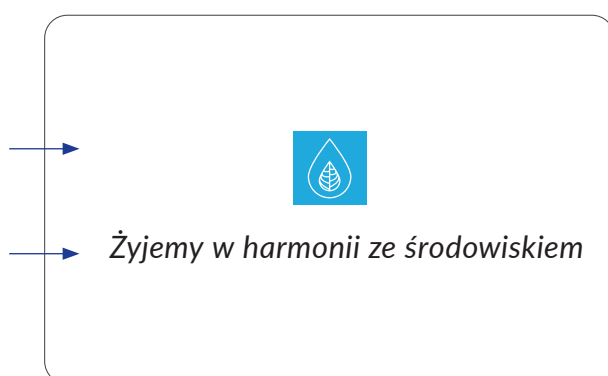
5) Adres domeny internetowej
Adres biura

6) Hasło promocyjne
Zadzwoń, napisz, przyjdź!

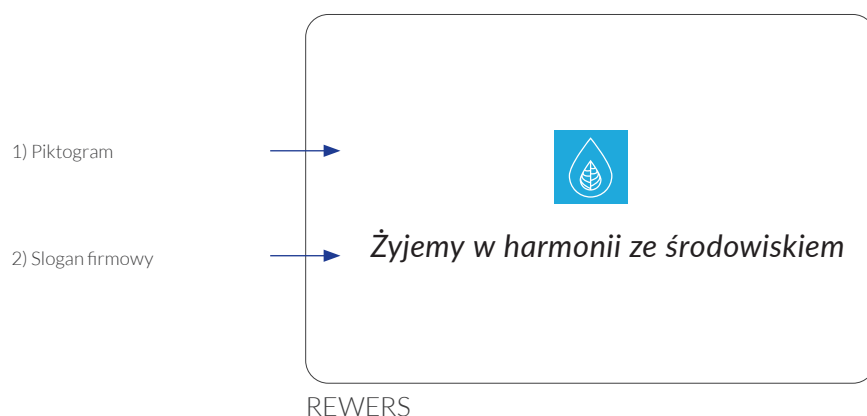
AWERS

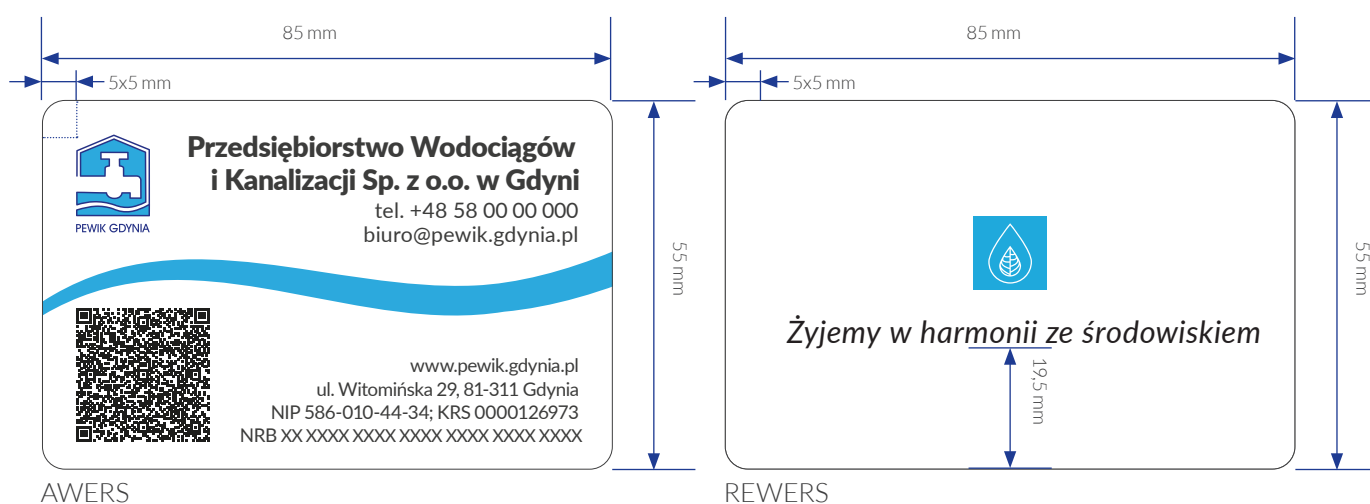
1) Piktogram

2) Slogan firmowy

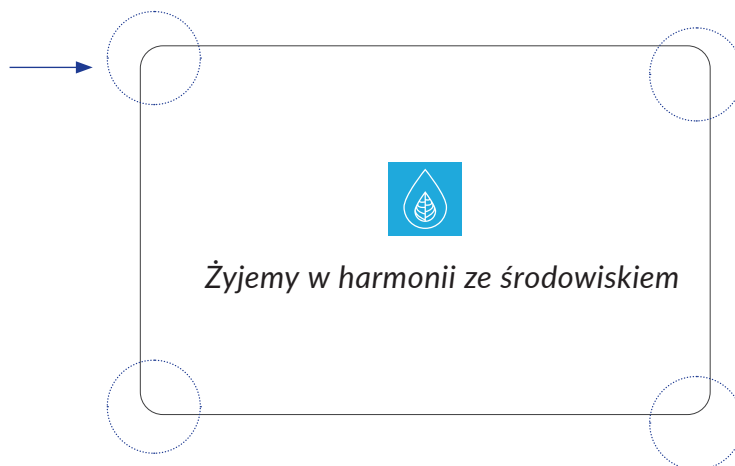


REWERS





Zaokrąglone narożniki



Font: Lato Regular/Black/Italic

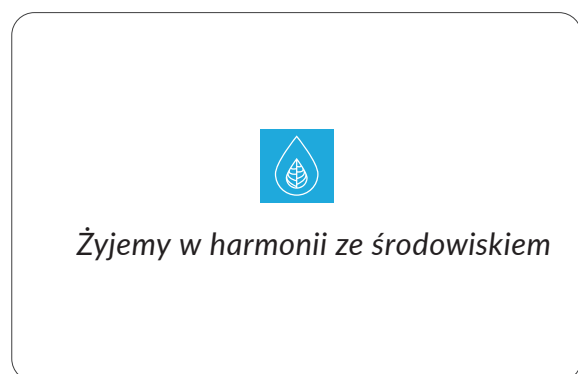


Font: Lato Black, 12 pkt.

Font: Lato Regular, 9 pkt.

Font: Lato Regular, 8 pkt.

AWERS



Font: Lato Italic, 13 pkt.

REWERS

WERSJA IMIENNA



AWERS

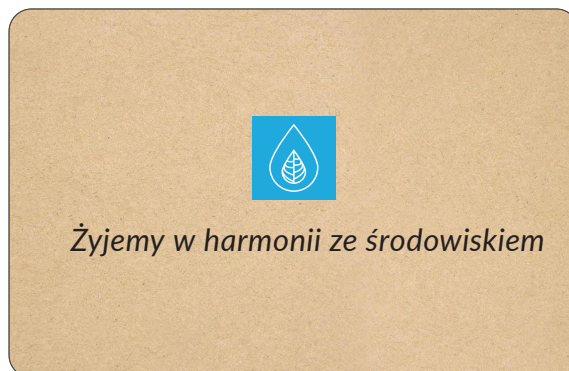


REWERS

WERSJA OGÓLNA



AWERS

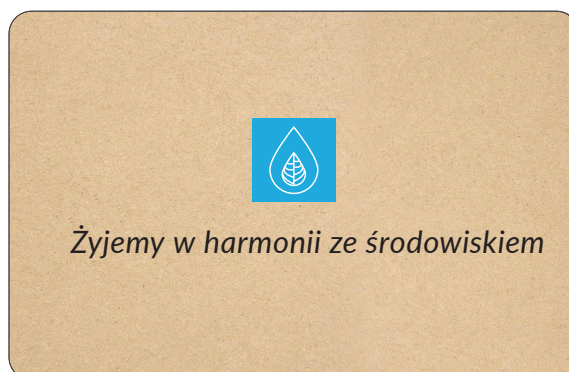


REWERS

WERSJA BOK



AWERS



REWERS

Parametry techniczne*

Papier Kraftliner niebielony brązowy 300 g

Format: 85 x 55 mm

Nadruk: 4+4 CMYK

Sztancowanie: zaokrąglanie rogów - promień zaokrąglenia: 4 mm

Font: Lato Regular/Black/Italic

*Parametry techniczne: format, rodzaj papieru oraz kształt wykrojnika należy uzgodnić z bezpośrednim wykonawcą.

ROZDZIAŁ 07.

MATERIAŁY FIRMOWE

MATERIAŁY FIRMOWE

ZESTAWIENIE



Podstawowy zestaw materiałów firmowych tworzą:

- 1) Teczki firmowe
- 2) Pieczętki służbowe
- 3) Identyfikator personalny
- 4) Legitymacja służbowa

Przedstawione projekty są poglądowe. Nie stanowią plików produkcyjnych.
Należy zachować układ kompozycji zgodny z załączonymi projektami.

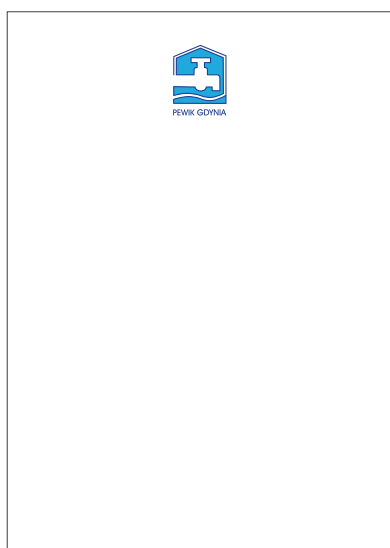
Występują trzy wersje kolorystyczne teczek firmowych:

wersja standardowa - biała (1),

wersja ozdobna - ekologiczna (2),

wersja ozdobna - granatowa (3).

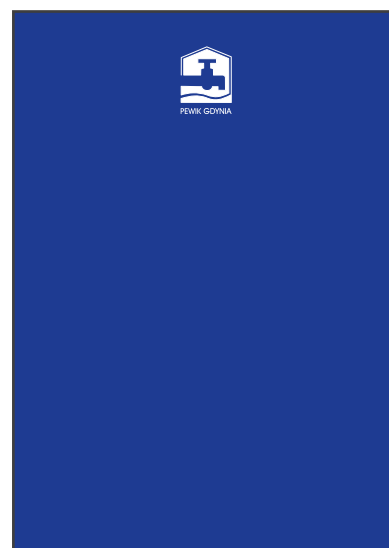
1)



2)



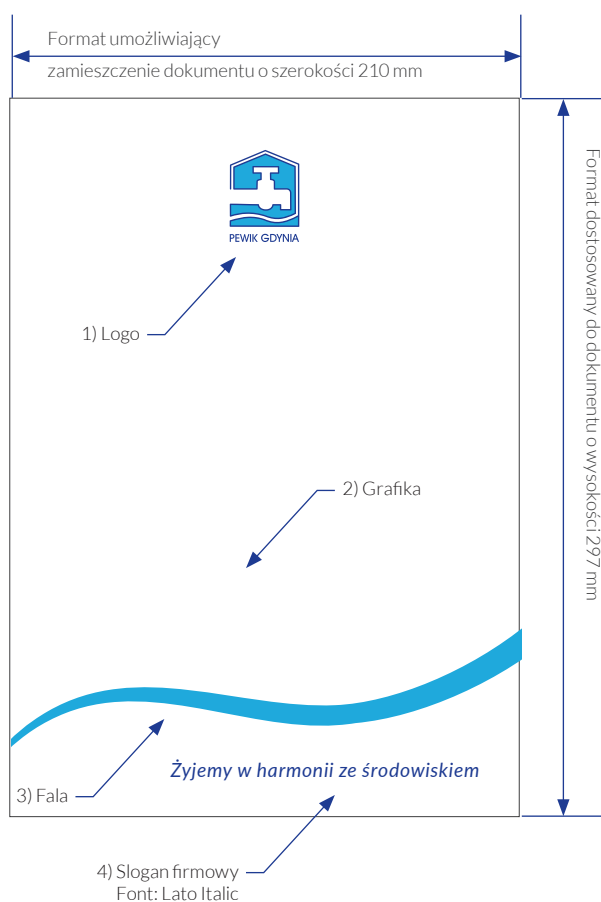
3)



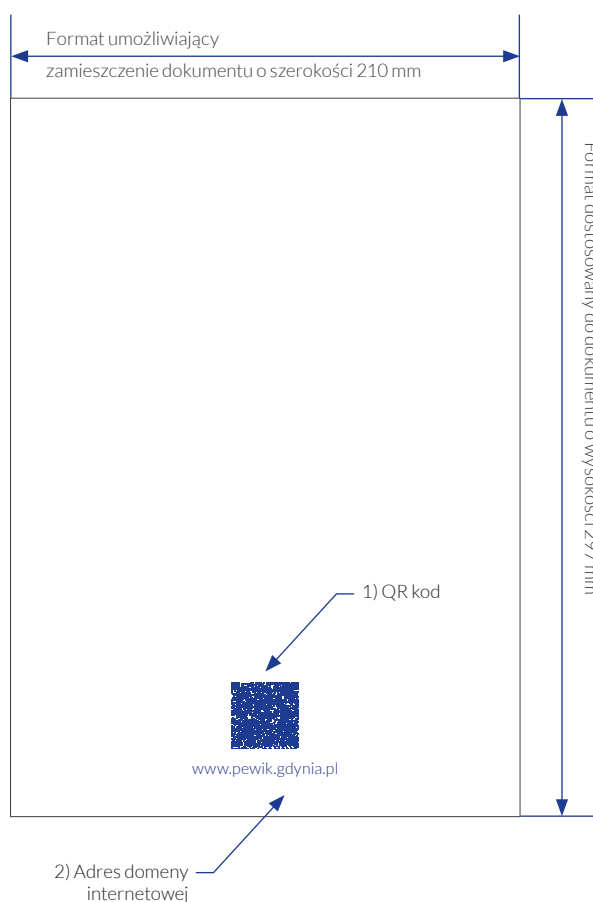
Awers: logo (1), grafika (2), fala (3), slogan firmowy (4)

Rewers: QR kod (1), adres domeny internetowej (2)

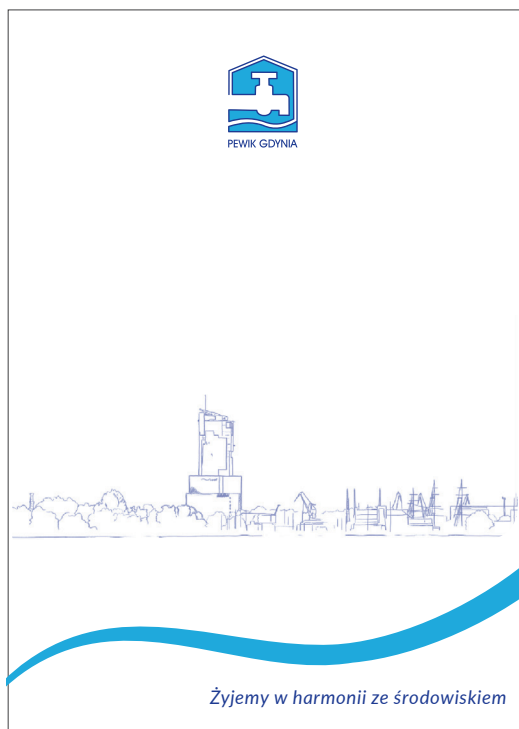
AWERS



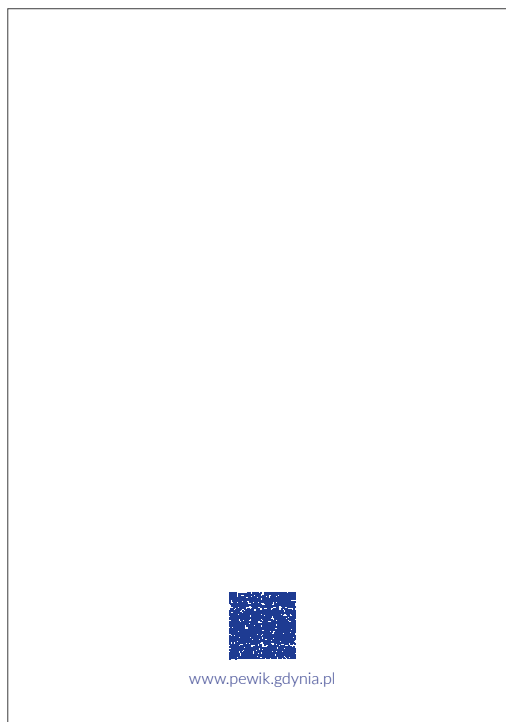
REWERS



AWERS



REWERS



Parametry techniczne*

Format A4

Papier: kreda matowa 350 g, biała

Ilość bigów: 2

Kolorystyka**

Logo podstawowe

Fala - kolor niebieski

Grafika - kolor granatowy

QR kod - kolor granatowy

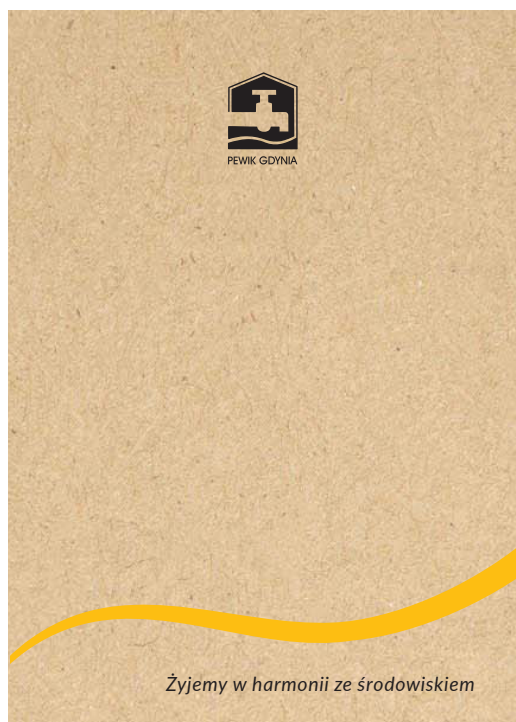
Adres domeny internetowej - kolor granatowy

Tło - kolor biały

*Parametry techniczne: format, rodzaj papieru oraz kształt wykrojnika należy uzgodnić z bezpośrednim wykonawcą.

**Specyfikacja dotycząca stosowanych kolorów znajduje się w rozdziale nr 3 KOLORYSTYKA.

AWERS



REWERS



Parametry techniczne*

Format A4

Papier: ekologiczny Kraft, 350 g

Ilość bigów: 2

Kolorystyka**

Logo - kolor czarny

Fala - HOT STAMPING złoty

Grafika - kolor czarny

Słofan firmowy - kolor czarny

QR kod - kolor czarny

Adres domeny internetowej - kolor czarny

Tło - kolor eko

*Parametry techniczne: format, rodzaj papieru oraz kształt wykrojnika należy uzgodnić z bezpośrednim wykonawcą.

**Specyfikacja dotycząca stosowanych kolorów znajduje się w rozdziale nr 3 KOLORYSTYKA.

AWERS



REWERS



Parametry techniczne:*

Format A4

Papier: kreda matowa 350 g, biała

Ilość bigów: 2

Kolory nadruku:

Kolorystyka**

Logo - kolor biały

Fala - kolor biały

Grafika - kolor biały

QR kod - kolor biały

Adres domeny internetowej - kolor biały

Tło - kolor granatowy

*Parametry techniczne: format, rodzaj papieru oraz kształt wykrojnika należy uzgodnić z bezpośrednim wykonawcą.

**Specyfikacja dotycząca stosowanych kolorów znajduje się w rozdziale nr 3 KOLORYSTYKA.

MATERIAŁY FIRMOWE PIECZĄTKI

SŁUŻBOWE - TYPOGRAFIA



Pieczątki firmowe, organizacyjne, wpływowe oraz pomocnicze zawierają logo.

Logo do reprodukcji w jednym kolorze.

Nie zamieszcza się przed nazwiskiem skrótów tytułów zawodowych: lic., mgr, inż., mgr inż.

Przyjmuje się jednolity sposób zapisu skrótów stopni naukowych przed nazwiskiem. Skróty zapisuje się małą literą (minuskulą): dr, dr hab.

Funkcje zastępców zapisuje się w formie Z-CA KIEROWNIKA, Z-CA DYREKTORA

Pełniący obowiązki zapisuje się w formie p.o. KIEROWNIK, p.o. DYREKTOR

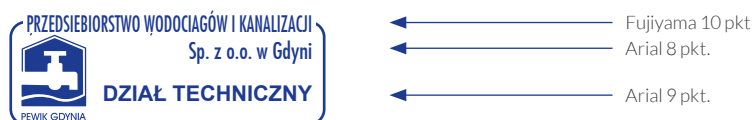
Z upoważnienia Zarządu zapisuje się w formie z up. ZARZĄDU

Wzory kompozycyjne:

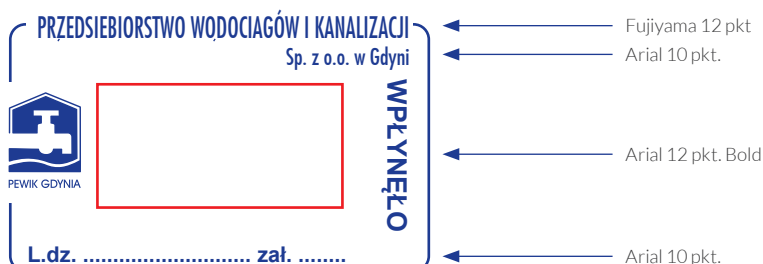
1) Firmowa



2) Organizacyjna
(wg schematu organizacyjnego)



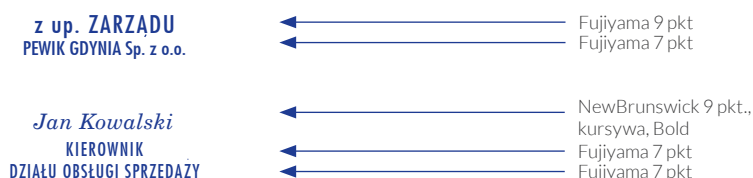
3) Prezentowa
(pieczęć wpływowa)



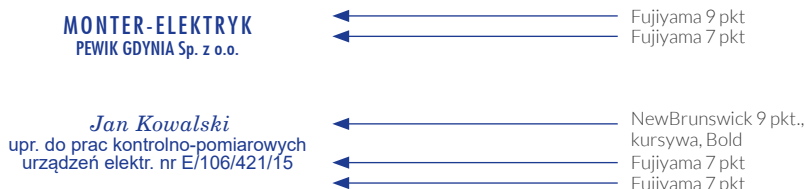
4) Imienna
(zgodna z angażem)
miejsce na podpis



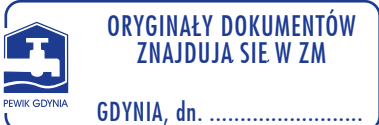
5) Imienna
z upoważnienia Zarządu
miejsce na podpis



6) Imienna
z numerem uprawnień specjalistycznych
miejsce na podpis



Wzory pomocnicze:




ORYGINAŁY DOKUMENTÓW
ZNAJDUJĄ SIĘ W ZM

GDYNIA, dn.

Fujiyama 11 pkt

Fujiyama 11 pkt

Fujiyama 10 pkt



PRZEDSIĘBIORSTWO WODOCIĄGÓW I KANALIZACJI
Sp. z o.o. w Gdyni


skrytka pocztowa 169
81-963 Gdynia

Fujiyama 11 pkt. zwężony

Fujiyama 8 pkt.

Fujiyama 8 pkt.

Fujiyama 8 pkt.



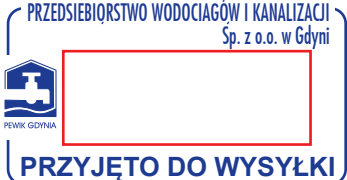
PRZEDSIĘBIORSTWO WODOCIĄGÓW I KANALIZACJI
Sp. z o.o. w Gdyni

ZAPŁACONO

Fujiyama 11 pkt. zwężony

Arial 8 pkt.

Arial 12 pkt. Bold



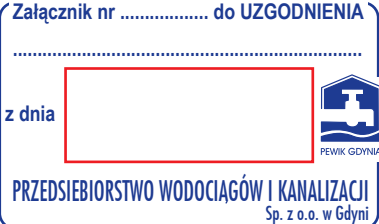
PRZEDSIĘBIORSTWO WODOCIĄGÓW I KANALIZACJI
Sp. z o.o. w Gdyni

PRZYJĘTO DO WYSYŁKI

Fujiyama 11 pkt. zwężony

Arial 8 pkt.

Arial 10 pkt. Bold



Załącznik nr do UZGODNIENIA

z dnia

PRZEDSIĘBIORSTWO WODOCIĄGÓW I KANALIZACJI
Sp. z o.o. w Gdyni

Arial Narrow CE9 pkt. Bold

Arial Narrow CE9 pkt. Bold

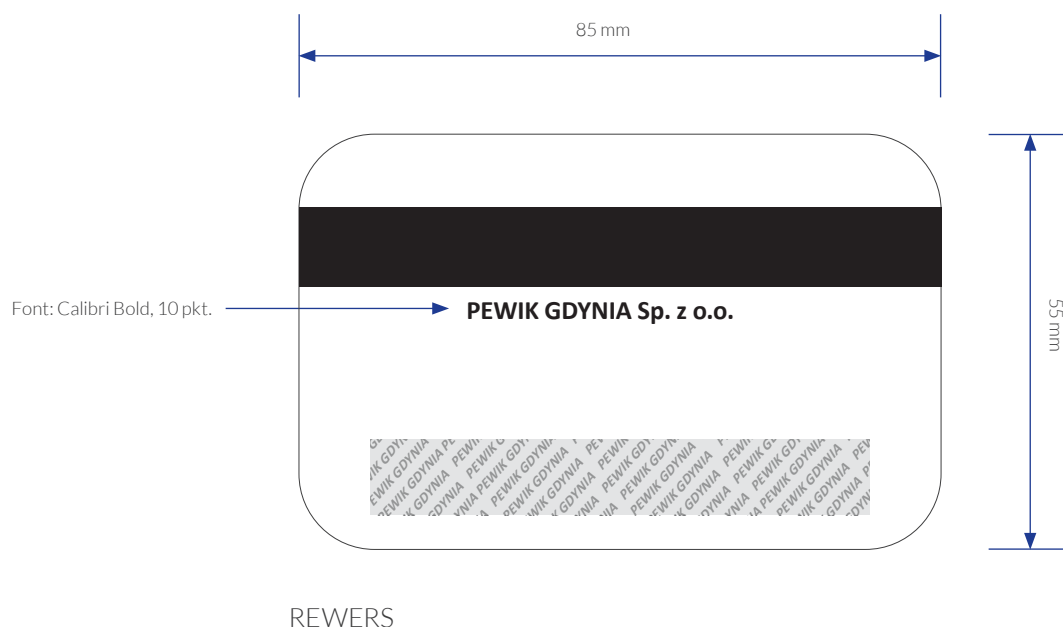
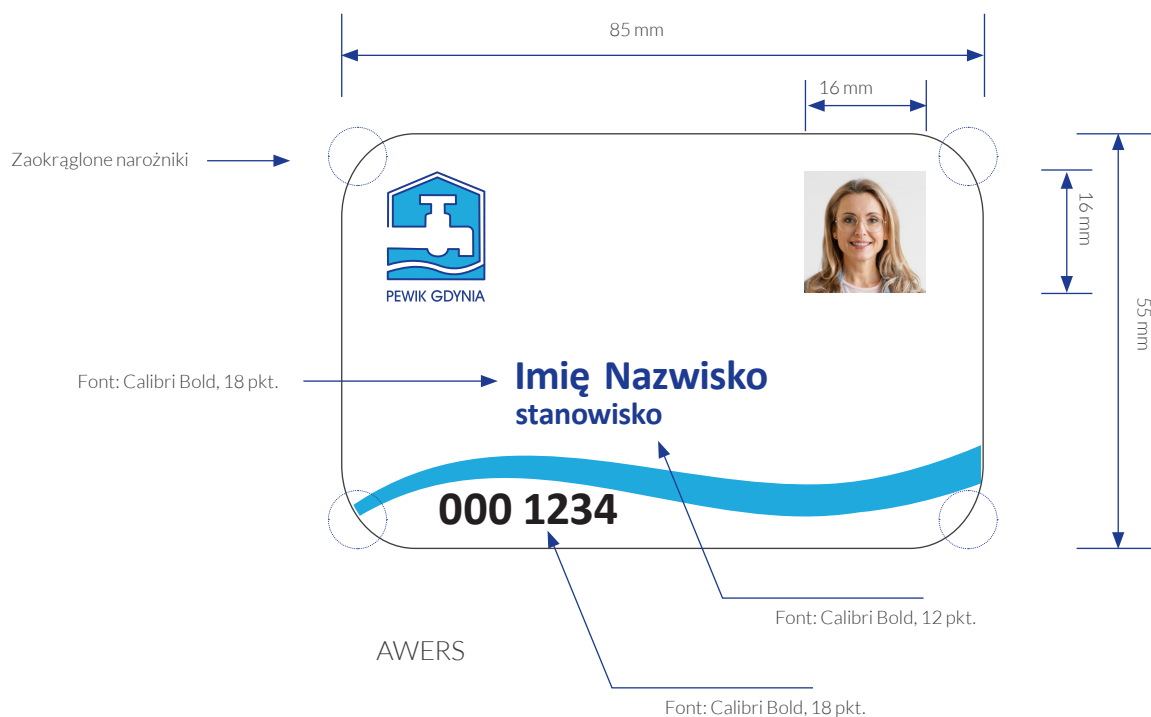
Arial 9 pkt.

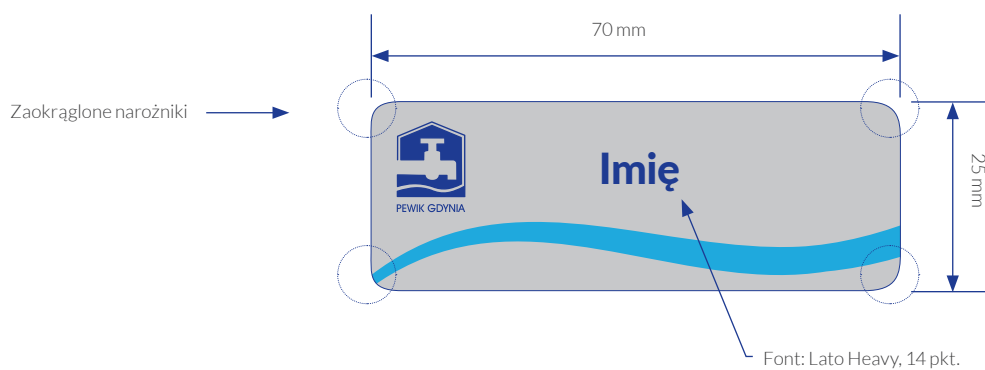
Fujiyama 10 pkt

Arial 8 pkt.

Do zaopatrywania dokumentów w pieczętki służbowe używa się tuszu w kolorze niebieskim.

MATERIAŁY FIRMOWE IDENTYFIKATOR PERSONALNY - WYMIAROWANIE ORAZ TYPOGRAFIA



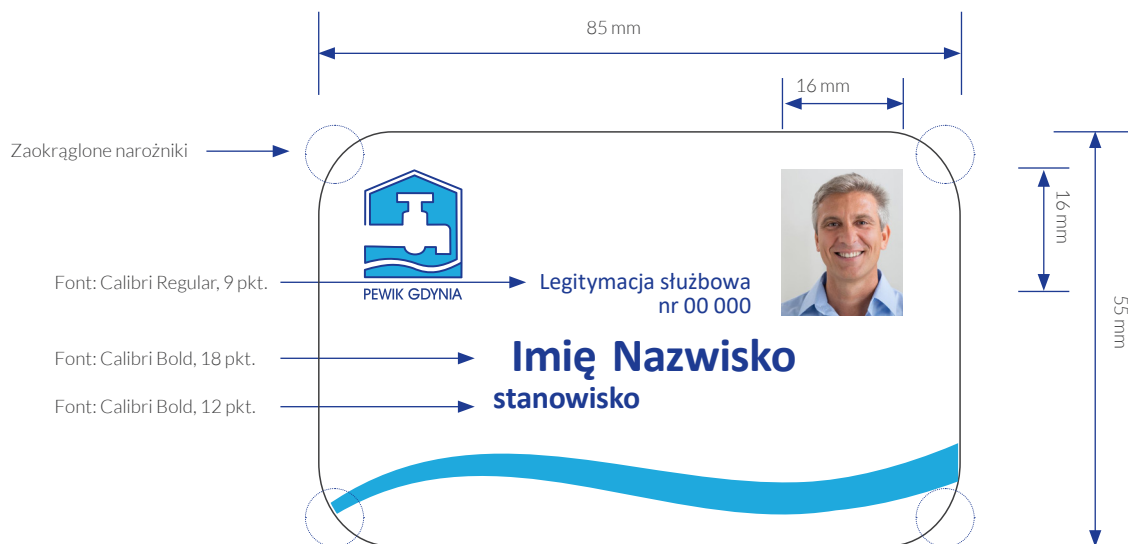


Parametry techniczne*

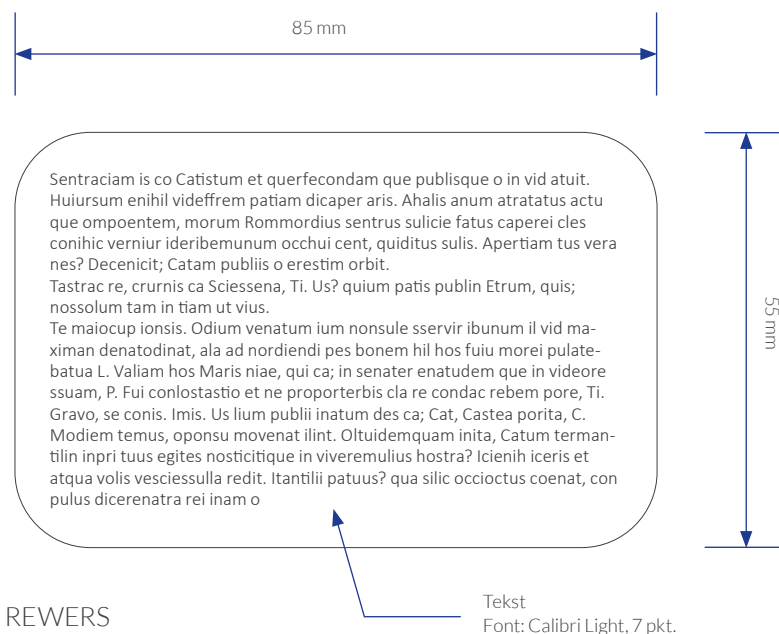
Materiał: laminat grawerski, grubość: 1,6 mm

Kolor laminatu: srebrny z niebieskim grawerem

*Parametry techniczne należy dostosować do wymagań bezpośredniego wykonawcy.



AWERS



ROZDZIAŁ 08.

KOMUNIKACJA ELEKTRONICZNA

Stopka personalizowana jest podpisem pod wiadomością e-mail w Outlooku.

Stopka personalizowania posiada dane

Font

- | | | |
|---------------------------------|---|------------------------------|
| 1) Formuła grzecznościowa | ← | Font: Calibri Light, 10 pkt. |
| 2) Imię i nazwisko | ← | Font: Calibri Bold, 10 pkt. |
| 3) Nazwa stanowiska służbowego | ← | Font: Calibri Bold, 8 pkt. |
| 4) Nazwa komórki organizacyjnej | ← | Font: Calibri Bold, 8 pkt. |
| 5) Numer telefonu stacjonarnego | ← | Font: Calibri Bold, 8 pkt. |
| 6) Numer telefonu komórkowego | ← | Font: Calibri Bold, 8 pkt. |

Zasady zapisu danych:

- 1) Formuła grzecznościowa rozpoczęta wielką literą
- 2) Imię i nazwisko - jak nazwa własna
- 3) Nazwa stanowiska służbowego - każda pierwsza litera wyrazu wielką literą, z wyjątkiem spójników i skrótu ds.
- 4) Nazwa komórki organizacyjnej - każda pierwsza litera wyrazu wielką literą, z wyjątkiem spójników i skrótu ds.
- 5) Numer telefonu stacjonarnego - tel._spacja_+48_spacja_58_00_spacja_00_spacja_000
- 6) Numer telefonu komórkowego - kom._spacja_+48_spacja_000_spacja_000_spacja_000

Przykład:

Formuła grzecznościowa

Imię i Nazwisko

Nazwa Stanowiska Służbowego

Nazwa Komórki Organizacyjnej

tel. +48 58 00 00 000

kom. +48 000 000 000

Formuła grzecznościowa

Imię i Nazwisko

Nazwa Stanowiska Służbowego

Nazwa Komórki Organizacyjnej

tel. +48 58 00 00 000

kom. +48 000 000 000

Z wyrazami szacunku

Jan Kowalski

Specjalista ds. Spraw Różnych

Dział Rozmaitości

tel. +48 58 00 00 000

kom. +48 000 000 000

Z poważaniem

Jan Kowalski

Specjalista ds. Spraw Różnych

Dział Rozmaitości

tel. +48 58 00 00 000

kom. +48 000 000 000

Stopka systemowa jest ustawiana automatycznie przez serwer poczty.

Stopka systemowa posiada następujące dane:

- 1) Logo podstawowe
- 2) Nazwę firmy skróconą
- 3) Dane korespondencyjne
- 4) Dane rejestrowe
- 5) NIP
- 6) Wysokość kapitału zakładowego
- 7) Slogan firmowy
- 8) Informacje dotyczące bezpieczeństwa przetwarzanych danych osobowych



PEWIK GDYNIA Sp. z o.o.

ul. Witomińska 29, 81-311 Gdynia

Sąd Rejonowy Gdańsk-Północ w Gdańsku Wydział VIII Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego

KRS 0000126973, NIP 586-010-44-34, wysokość kapitału zakładowego: XXX XXX XXX zł

Żyjemy w harmonii ze środowiskiem

Pełna treść informacji o przetwarzaniu danych osobowych znajduje się na stronie internetowej (poz. G1 i G2)

Stopka Kom-Bok jest ustawiana automatycznie po wystaniu e-maila przez użytkownika z tej aplikacji. Podpisy generowane w stopce aplikacji Kom-Bok posiadają dane:

- 1) Imię i nazwisko
- 2) Nazwa komórki organizacyjnej
- 3) Numer infolinii

Zasady zapisu danych:

- 1) Imię i nazwisko - jak nazwa własna
- 2) Nazwa komórki organizacyjnej - każda pierwsza litera wyrazu wielką literą, z wyjątkiem spójników i skrótu ds.
- 3) Numer infolinii: tel._spacja_+48_spacja_58_spacja_00_spacja_00_spacja_000

Przykład:

Imię i Nazwisko
Nazwa Komórki Organizacyjnej
tel. +48 58 00 00 000

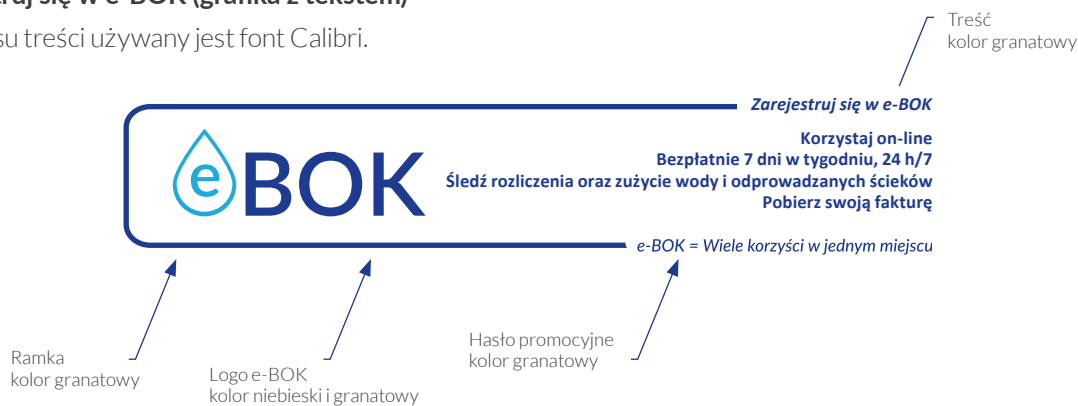
Jan Kowalski
Dział Obsługi Sprzedaży
tel. +48 58 00 00 000

Poniżej stopki może być dołączony plik graficzny np. Oceń nas

*Specyfikacja dotycząca stosowanych kolorów znajduje się w rozdziale nr 3 KOLORYSTYKA.

Zarejestruj się w e-BOK (grafika z tekstem)

Do zapisu treści używany jest font Calibri.

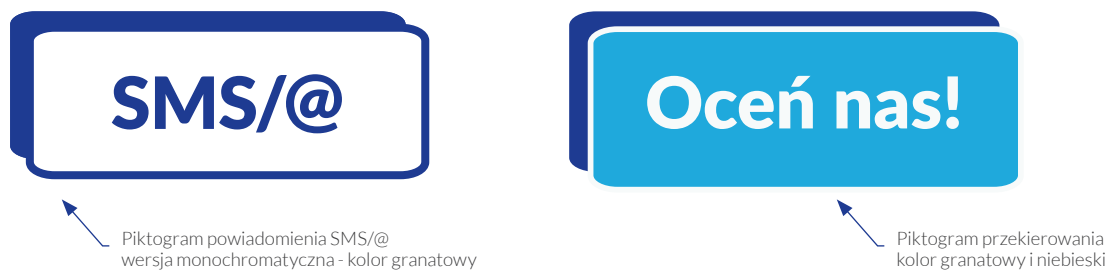


Bezpłatne powiadomienia SMS/e-mail (grafika z tekstem)

Do zapisu treści używany jest font Calibri.



Piktogram



Kolorystyka*

Stosowane są kolory niebieski oraz granatowy.

*Specyfikacja dotycząca stosowanych kolorów znajduje się w rozdziale nr 3 KOLORYSTYKA.

 **BOK**

 **FAKTURA**

 **FORMULARZ
WNIOSKU**

 **PŁATNOŚCI**

 **MAPY**

Kolorystyka*

Stosowane są kolory niebieski, granatowy, zielony oraz żółty.

*Specyfikacja dotycząca stosowanych kolorów znajduje się w rozdziale nr 3 KOLORYSTYKA.

Posty zamieszczane w mediach społecznościowych muszą posiadać spójny wizerunek.

Elementy stałe

Położenie logo, grafiki, zdjęć, tekstów oraz innych wyróżników jest stałe, zasady określa aktualnie obowiązujący wzorzec, tzw. layout.

Avatar (zdjęcie profilowe)

Logo umieszczane na avatarze powinno być wyśrodkowane, tak by dobrze wpisywało się w kwadrat i koło (zostawiając przy tym pewien margines z każdej strony).

Przykład:

Grafiki publikowane na Facebook

Jednakowa wersja logo umieszczana w tym samym miejscu np. logo białe konturowe ulokowane w prawym górnym narożniku (1).

Jednakowy sposób zamieszczania treści np. białe litery, wersaliki, położone na półprzezroczystym, niebieskim pasku (2).

Jednakowa kolorystyka zdjęć np. w kolorze niebieskim (3).



ROZDZIAŁ 09.

ZNAKOWANIE ZEWNĘTRZNE I WEWNĘTRZNE

ZNAKOWANIE ZEWNĘTRZNE I WEWNĘTRZNE ZESTAWIENIE



Znakowanie zewnętrzne

- 1) Flaga
- 2) Pylon
- 3) Tablica informacyjna
- 4) Tabliczka kierunkowa
- 5) Flota firmowa
- 6) Właz kanalizacyjny

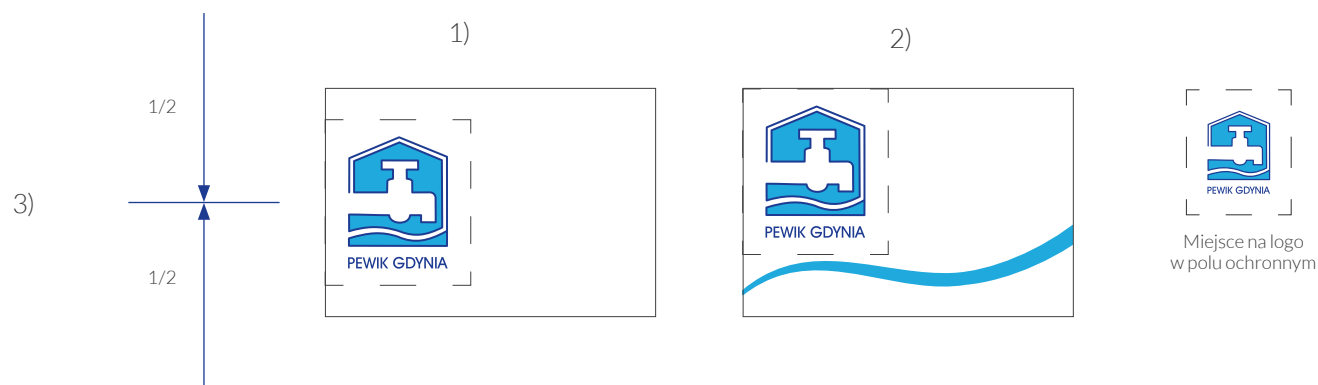
Znakowanie wewnętrzne

- 1) Tabliczka przydrzwiowa
- 2) Tablica informacyjna

Przedstawione projekty są poglądowe. Nie stanowią plików produkcyjnych.
Należy zachować układ kompozycji zgodny z załączonymi projektami.

Flaga występuje w wersji z logo (1) oraz z logo i falą (2).

W przypadku flagi zawierającej tylko logo, powinno ono znajdować się na środku powierzchni w pionie (3).



Niedozwolone położenie fali

Fala nie może wchodzić na pole ochronne logo.



Miejsce na logo w polu ochronnym



Logo podstawowe występuje na białym tle (1). Logo w wersji białej występuje na granatowym tle (2).
Istnieją dwie wersje układu elementów na fladze: samo logo lub logo i fala.
Fala nie może wchodzić na pole ochronne logo.

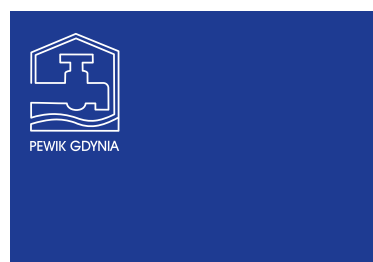
1)

Wersja na białym tle



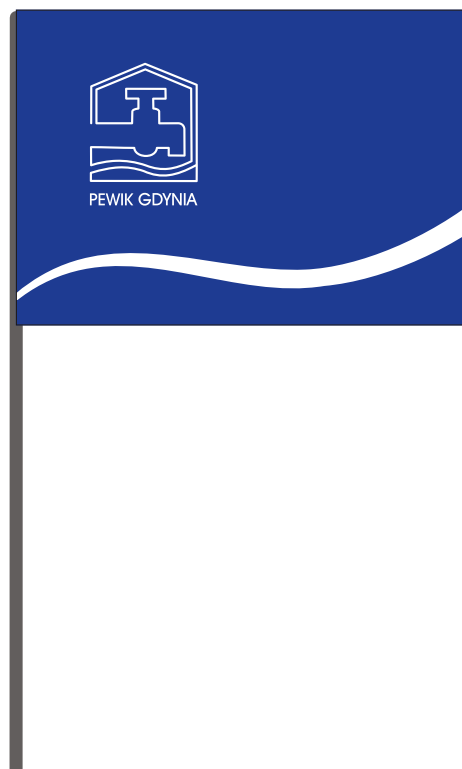
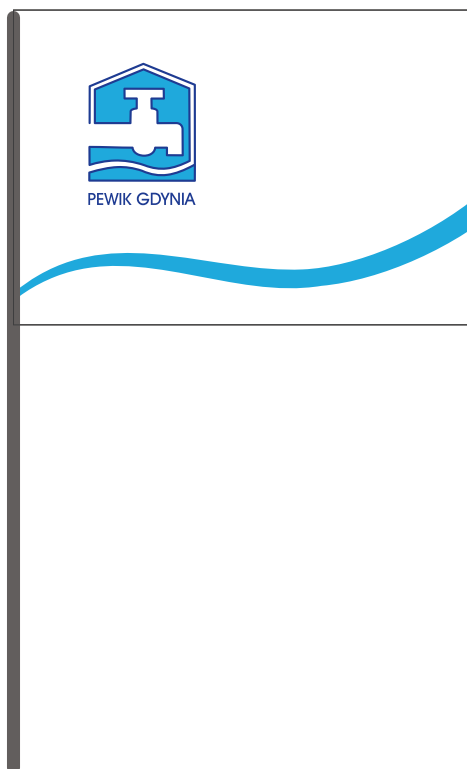
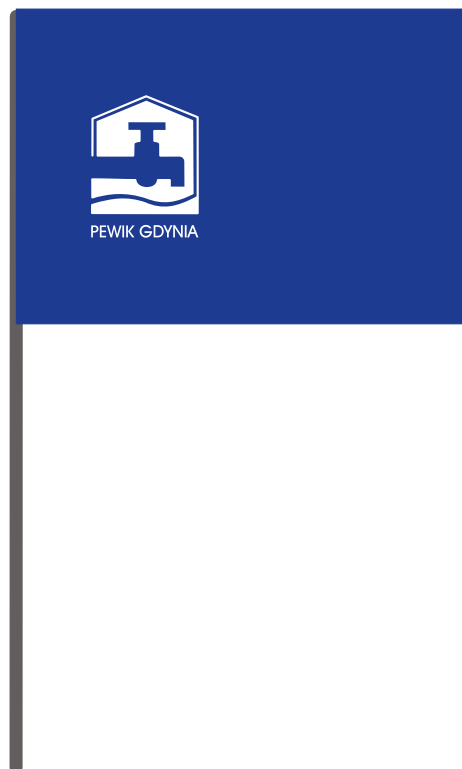
2)

Wersja na granatowym tle



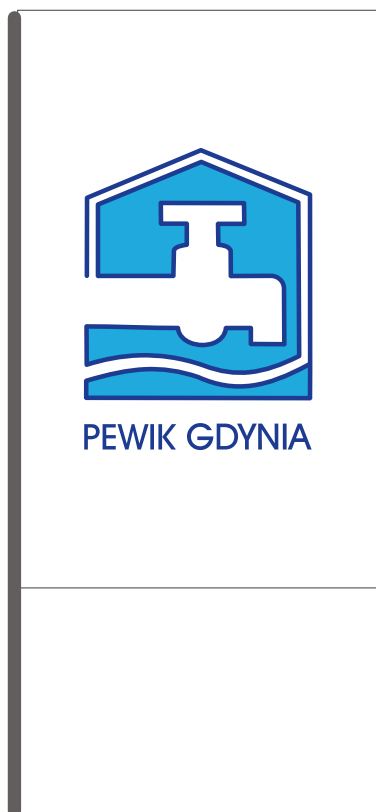
ZNAKOWANIE ZEWNĘTRZNE FLAGA

WZÓR 300 X 210 CM



ZNAKOWANIE ZEWNĘTRZNE FLAGA

WZÓR 120 X 250 CM



ZNAKOWANIE ZEWNĘTRZNE

PYLON DWUSTRONNY



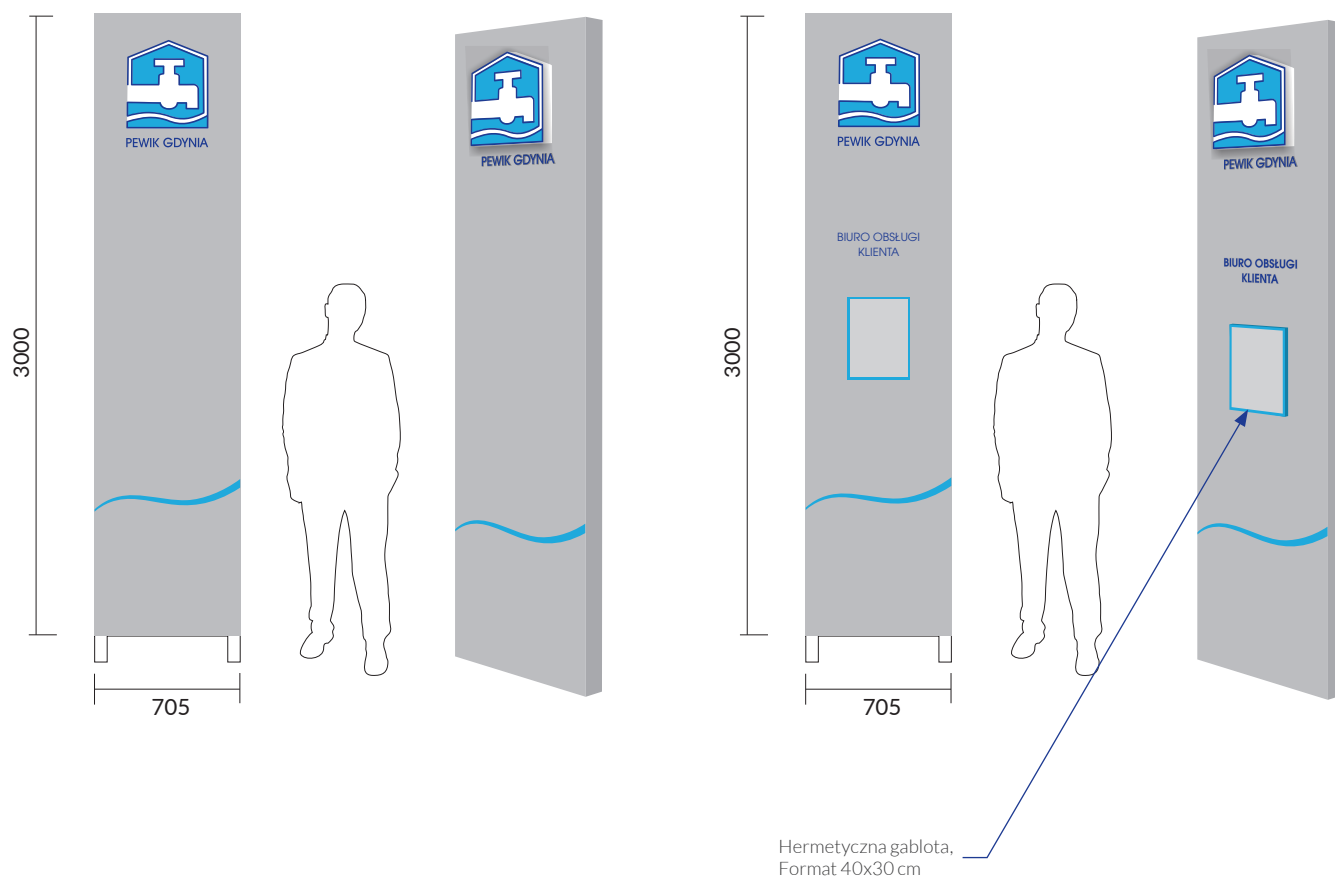
Parametry techniczne

Materiał - dibond szczotkowany, srebrny; logo - nakładana forma przestrzenna; fala - folia ploterowa

Elementy podświetlane: logo, Biuro Obsługi Klienta

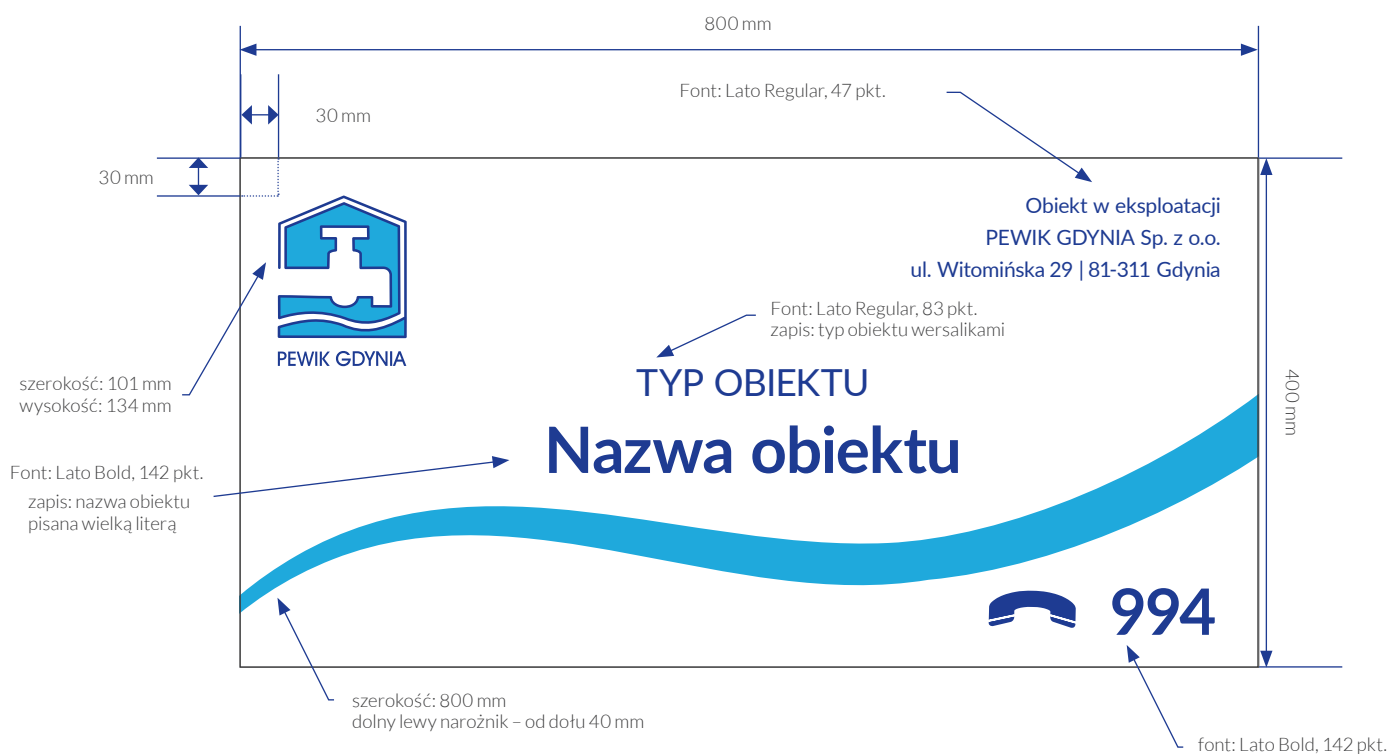
Elementy niepodświetlane: fala, gabloty

Napisy - font: Lato Bold



ZNAKOWANIE ZEWNĘTRZNE

TABLICE INFORMACYJNE



Przykład zapisu typu obiektu:
PRZEPOMPOWNIA ŚCIEKÓW

Przykład zapisu nazwy obiektu:
Brzozowa

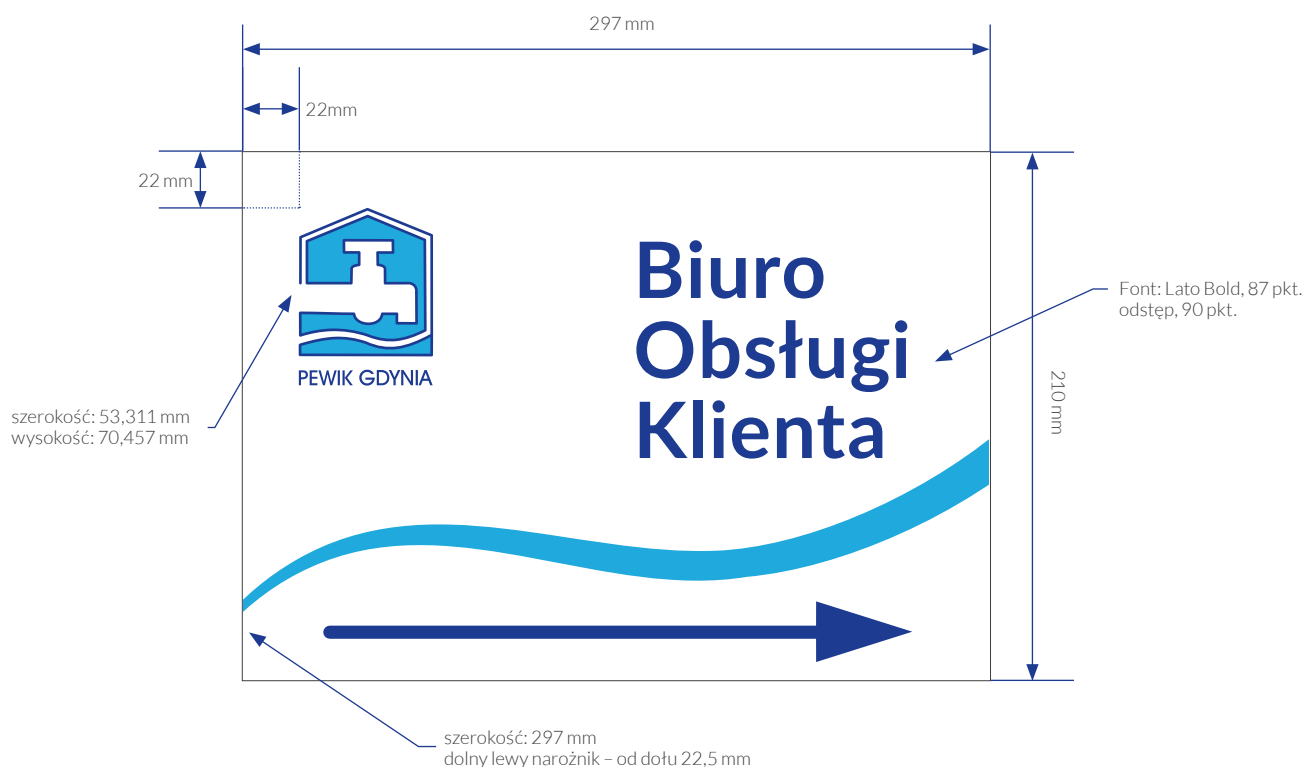
Kolorystyka*

Stosowane są kolory niebieski, granatowy oraz czerwony.

*Specyfikacja dotycząca stosowanych kolorów znajduje się w rozdziale nr 3 KOLORYSTYKA.

ZNAKOWANIE ZEWNĘTRZNE

TABLICZKI KIERUNKOWE



Pojazdy wchodzące w skład floty firmowej oznakowane są elementami identyfikującymi spółkę oraz przeznaczenia użytkowego.

Elementy stałe

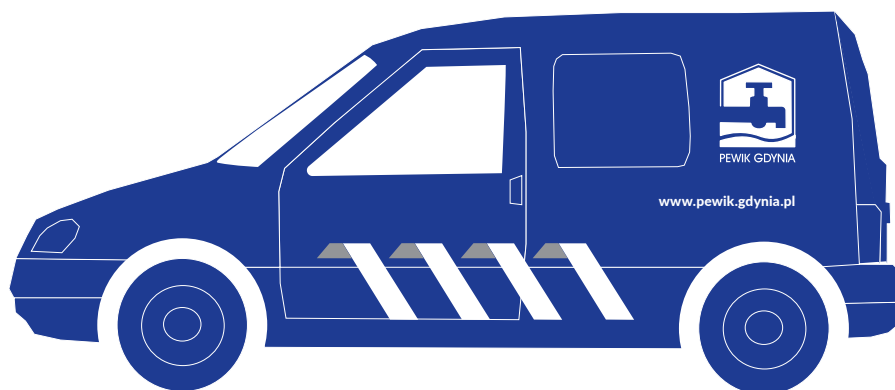
Logo (1), piktogram słuchawki oraz numer 994 (2), adres domeny internetowej (3).

Przeznaczenie pojazdu: element graficzny oznaczony kodem kolorystycznym przypisanym danej grupie użytkowej (4).



Oznakowaniu nie podlegają samochody członków Zarządu.

Zaznaczone pole barwne (na rys. szare) identyfikuje typ grupy użytkowej.



www.pewik.gdynia.pl
Adres domeny
Font Lato

Kod kolorów występuje w następujących wersjach:



Czerwony
obsługa techniczna



Niebieski
obsługa obiektów i urządzeń
wodociągowych



Żółty
obsługa obiektów i urządzeń
kanalizacji sanitarnej

Kolorystyka*

Stosowane są kolory czerwony, niebieski oraz żółty.



Logo (1)
piktogram słuchawki
i nr 994 (2)
Adres domeny
internetowej (3)



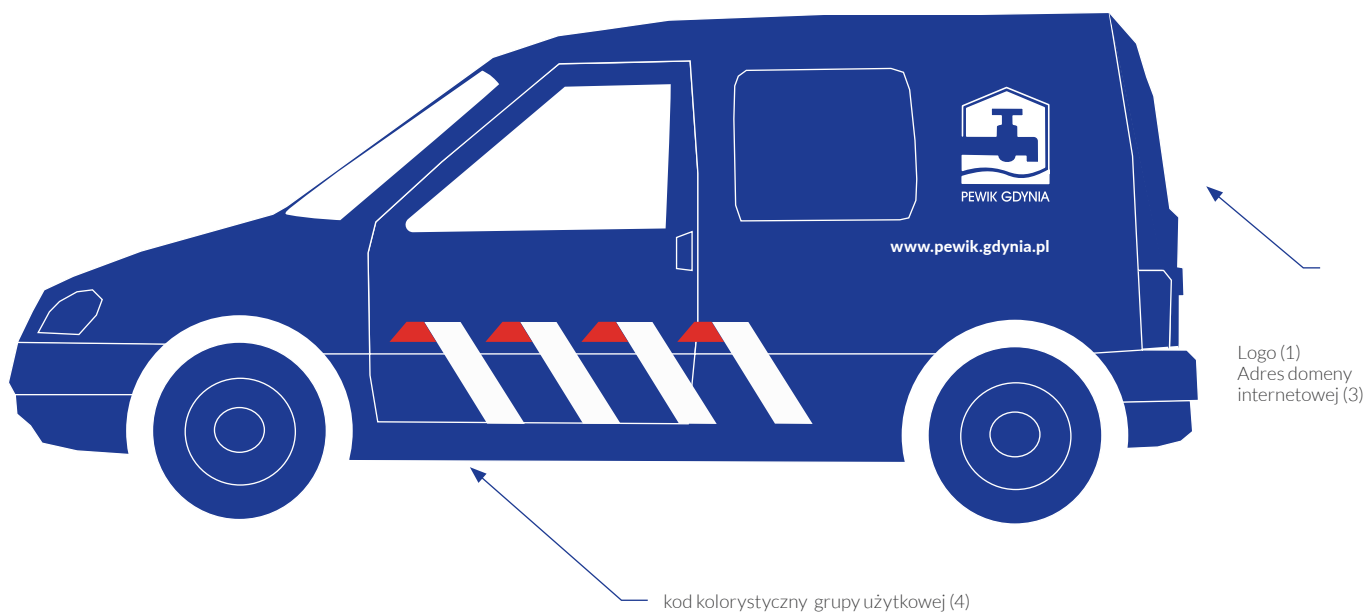
Piktogram słuchawki
i nr 994 (2)
Adres domeny
internetowej (3)

*Specyfikacja dotycząca stosowanych kolorów znajduje się w rozdziale nr 3 KOLORYSTYKA.

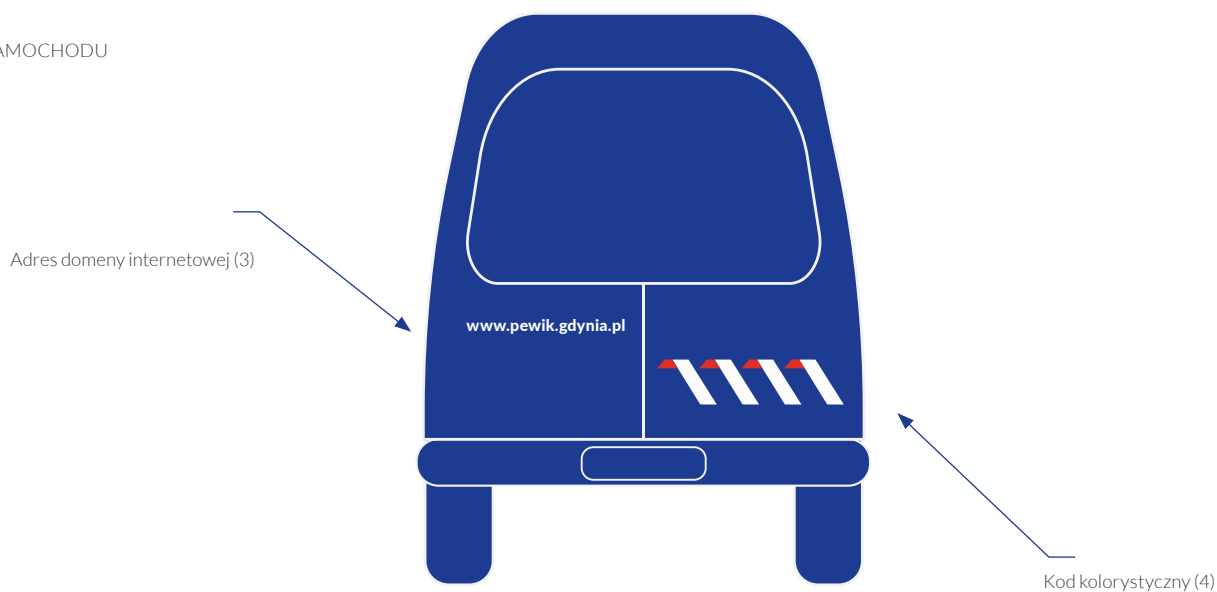


kod kolorystyczny - czerwony
obsługa techniczna

BOK SAMOCHODU



TYŁ SAMOCHODU



ZNAKOWANIE ZEWNĘTRZNE FLOTA FIRMOWA

OBSŁUGA OBIEKTÓW I URZĄDZEŃ WODOCIĄGOWYCH

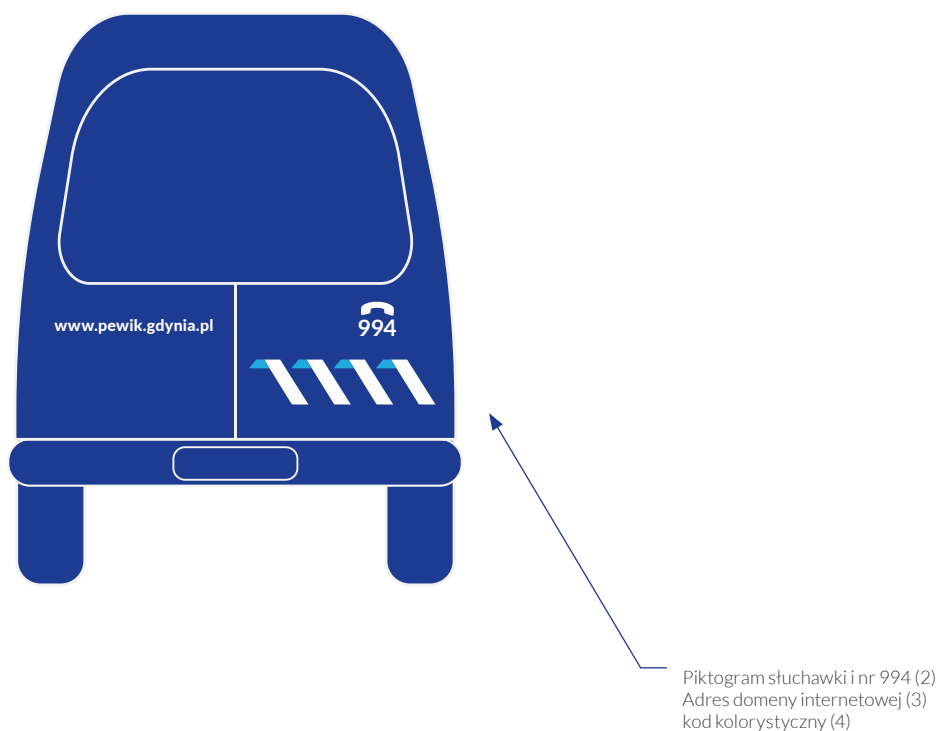


kod kolorystyczny - niebieski
obsługa obiektów i urządzeń wodociągowych

BOK SAMOCHODU



TYŁ SAMOCHODU



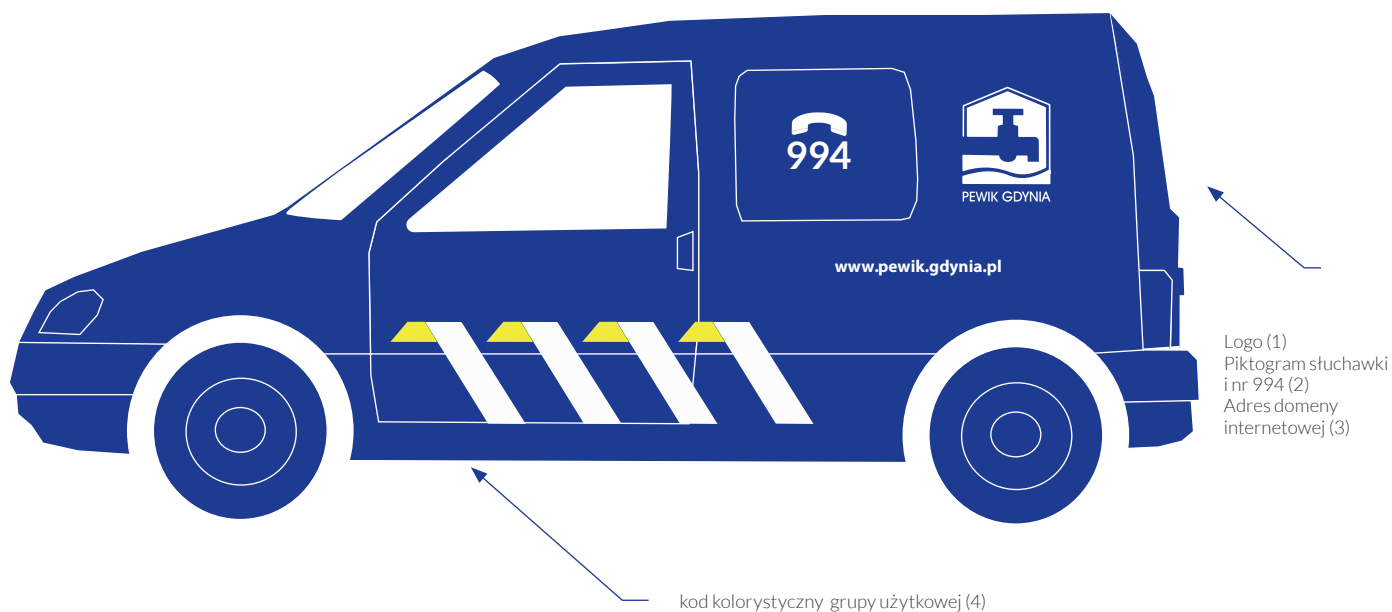
ZNAKOWANIE ZEWNĘTRZNE FLOTA FIRMOWA

OBSŁUGA OBIEKTÓW I URZĄDZEŃ KANALIZACJI SANIT. (1)

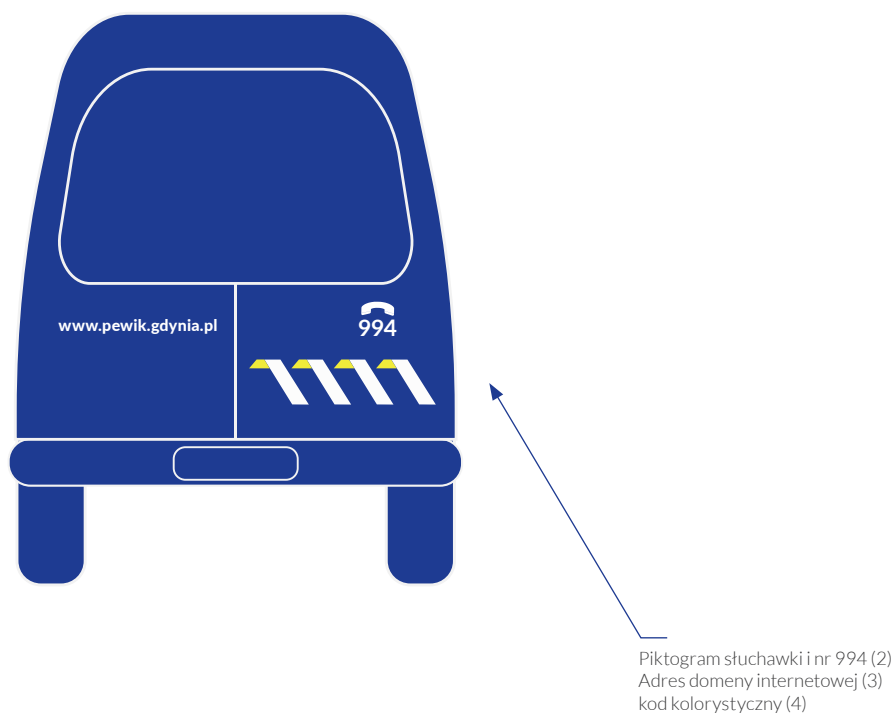


kod kolorystyczny żółty
obsługa obiektów i urządzeń kanalizacji sanitarnej

BOK SAMOCHODU



TYŁ SAMOCHODU



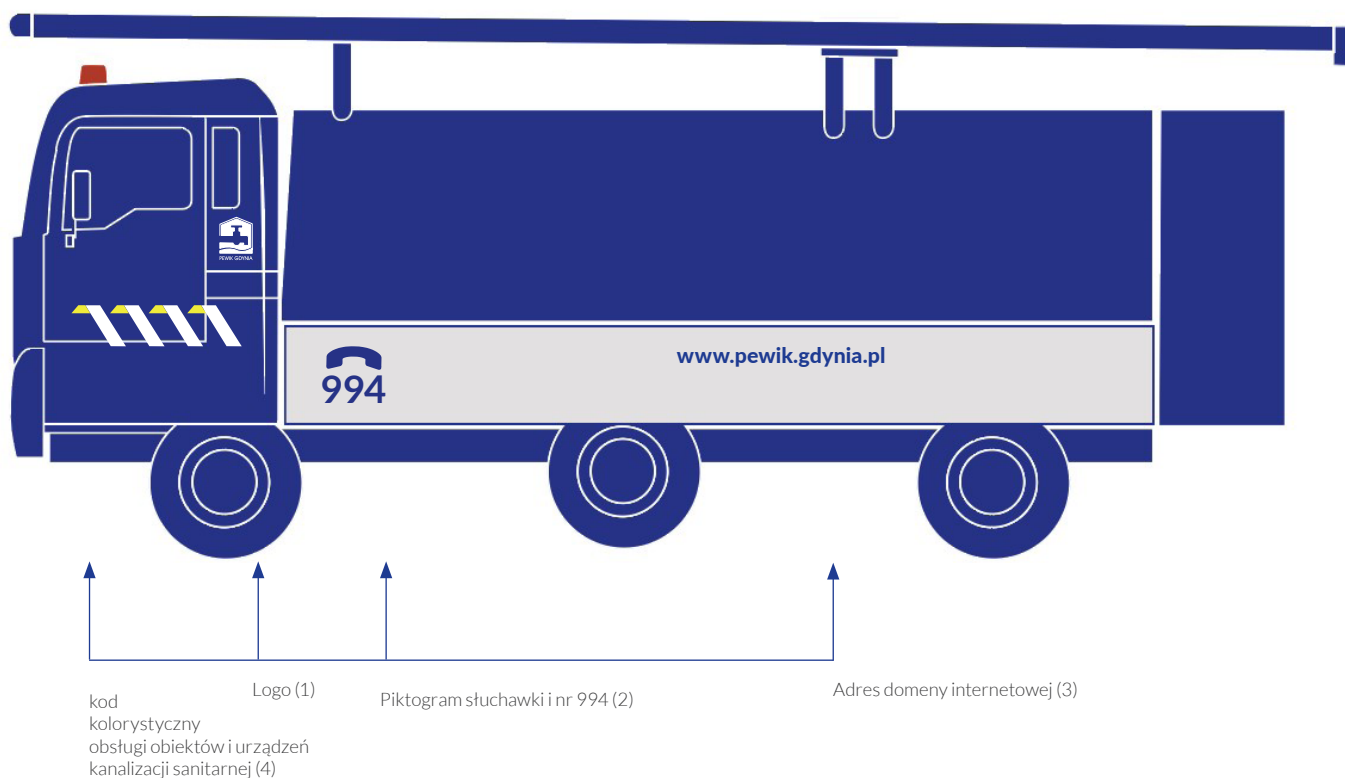
ZNAKOWANIE ZEWNĘTRZNE FLOTA FIRMOWA

OBSŁUGA OBIEKTÓW I URZĄDZEŃ KANALIZACJI SANIT. (2)

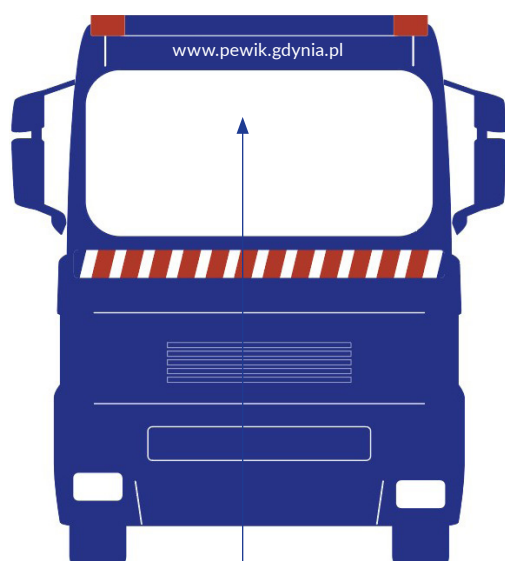


kod kolorystyczny - żółty
obsługa obiektów i urządzeń kanalizacji sanitarnej

BOK SAMOCHODU



PRZÓD SAMOCHODU



TYŁ SAMOCHODU



Adres domeny internetowej (3)

Parametry techniczne

Pokrywa włazu - typ okrągły, średnica 600 mm.

Logo w pokrywie włazu:

- wykonane z żeliwa min. EN-GJL-200
- zapewniające trwałe połączenie z żeliwem pokrywy
- umieszczone w centralnej części pokrywy (w osiach symetrii) w kole o średnicy 280 mm, z otaczającym pierścieniem zlicowanym z wypełnieniem betonowym
- logo uwypuklone jednorodnie na wysokość 2 - 3, 5 mm w stosunku do płaskiego pola logo.

Przykład:



Pokrywa włazu powinna dodatkowo posiadać oznaczenia:

normy wykonania, jednostki certyfikującej właz oraz klasy dopuszczalnego obciążenia.

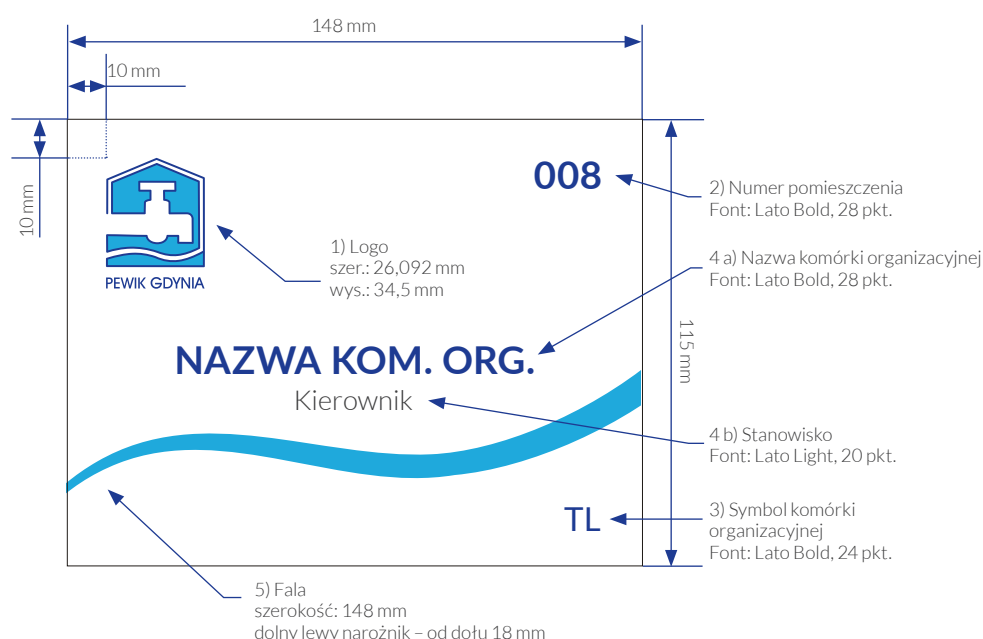
ZNAKOWANIE WEWNĘTRZNE

TABLICZKI PRZYDRZWIOWE



Elementy stałe

- 1) Logo podstawowe
- 2) Numer pomieszczenia
- 3) Symbol komórki organizacyjnej
- 4) Pełną nazwę komórki organizacyjnej (4 a) / stanowisko (4 b) - gdy zajmuje samodzielne pomieszczenie
- 5) Element dodatkowy - fala



Kolejność numeracji zawiera oznaczenie kondygnacji oraz dwucyfrowy numer pomieszczenia.

Przykład:



- ←→
- (-101)**
kondygnacja podziemna, poziom pierwszy, pomieszczenie nr 1
 - (002)**
kondygnacja naziemna - parter, pomieszczenie nr 2
 - (103)**
kondygnacja naziemna, piętro pierwsze, pomieszczenie nr 3
 - (212)**
kondygnacja naziemna, piętro drugie, pomieszczenie nr 12

ZNAKOWANIE WEWNĘTRZNE

TABLICA INFORMACYJNA



Elementy stałe

Logo (1), belki z nazwą kondygnacji oraz numerem pomieszczenia (2), fala (3).

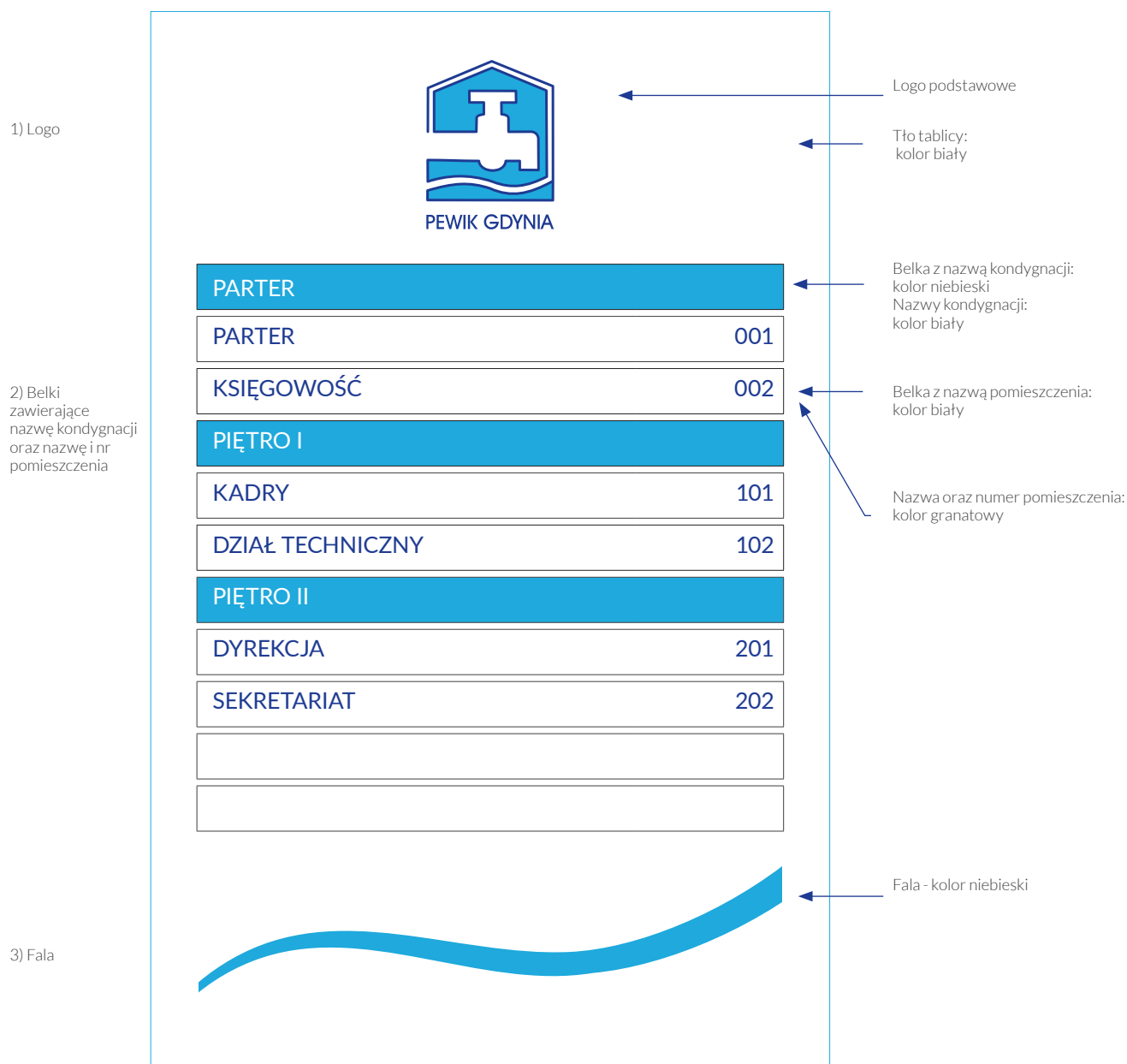
Kolory poszczególnych elementów ustalane są w zależności od projektu.

Stosuje się logo podstawowe. W uzasadnionych przypadkach można użyć logo monochromatycznego białego lub czarnego.

Format tablicy uzależniony jest od kompozycji architektonicznej budynku i liczby wpisanych wierszy.

Tworzywo z jakiego ma być wykonana tablica ustalane jest indywidualnie.

Napisy - font Lato Regular.



Kolorystyka*

Stosowane są kolory niebieski, granatowy oraz biały.

*Specyfikacja dotycząca stosowanych kolorów znajduje się w rozdziale nr 3 KOLORYSTYKA.

ROZDZIAŁ 10.

DRESS CODE

PRACOWNIKÓW

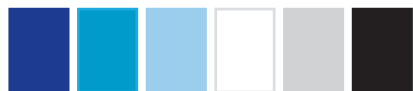
DRESS CODE PRACOWNIKÓW

STRÓJ OFICJALNY



KOLORYSTYKA* ORAZ USYTUOWANIE LOGO

Kolorystyka tkaniny powinna nawiązywać do kolorów podstawowych.
Dopuszcza się stosowanie koloru niebieskiego, białego, szarego i czarnego.



Logo powinno być usytuowane na wysokości standardowego położenia kieszeni, na lewej piersi.
Zaleca się stosowanie następujących wersji logo: logo kontur białe (1), logo kontur granatowy (2), logo podstawowe (3).
Wybór wersji zależy od możliwości technicznych wykonawcy zdobienia.

Przykłady:



*Specyfikacja dotycząca stosowanych kolorów znajduje się w rozdziale nr 3 KOLORYSTYKA.

DRESS CODE PRACOWNIKÓW

ODZIEŻ ROBOCZA



KOLORYSTYKA*, USYTUOWANIE LOGO ORAZ TYPOGRAFIA

Kolorystyka tkaniny powinna nawiązywać do kolorów podstawowych. W uzasadnionych przypadkach można użyć koloru niebieskiego, białego, zielonego lub czarnego. Zachowana musi być widoczność logo.



Na przodzie odzieży stosowane jest logo podstawowe umieszczone na białym tle (1) lub logo białe konturowe na niebieskim lub granatowym tle (2), z tyłu usytuowany jest logotyp PEWIK GDYNIA w kolorze białym (3).

Przykład:

PRZÓD

TYŁ

1)
Logo podstawowe



PEWIK GDYNIA

3)
Logotyp
kolor biały

Font: Lato Bold
PEWIK GDYNIA

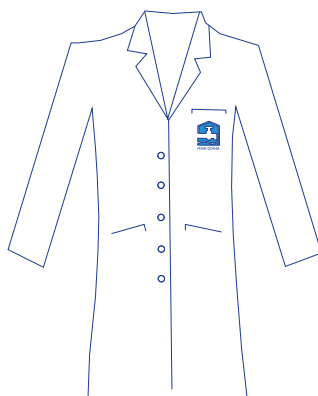
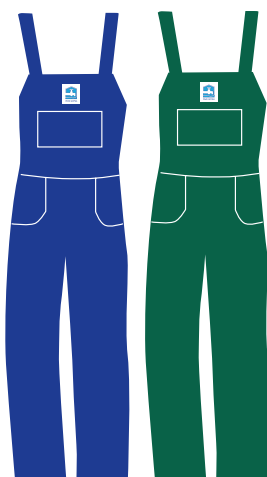


PRZÓD

PRZÓD

PRZÓD

1)
Logo
podstawowe



2)
Logo
wersja konturowa
kolor biały



PASY ODBŁASKOWE

Rozmieszczenie pasów odblaskowych na odzieży roboczej stosowanej w warunkach ograniczonej widzialności powinno spełniać wymagania międzynarodowej normy.

*Specyfikacja dotycząca stosowanych kolorów znajduje się w rozdziale nr 3 KOLORYSTYKA.

ROZDZIAŁ 11.

MATERIAŁY INFORMACYJNE I PROMOCYJNE

Podstawowy zestaw materiałów informacyjnych i promocyjnych tworzą:

- 1) Ogłoszenie
- 2) Dyplom
- 3) Rollup
- 4) Baner drukowany
- 5) Gadżety firmowe

Przedstawione projekty są poglądowe. Nie stanowią plików produkcyjnych.
Należy zachować układ kompozycji zgodny z załączonymi projektami.

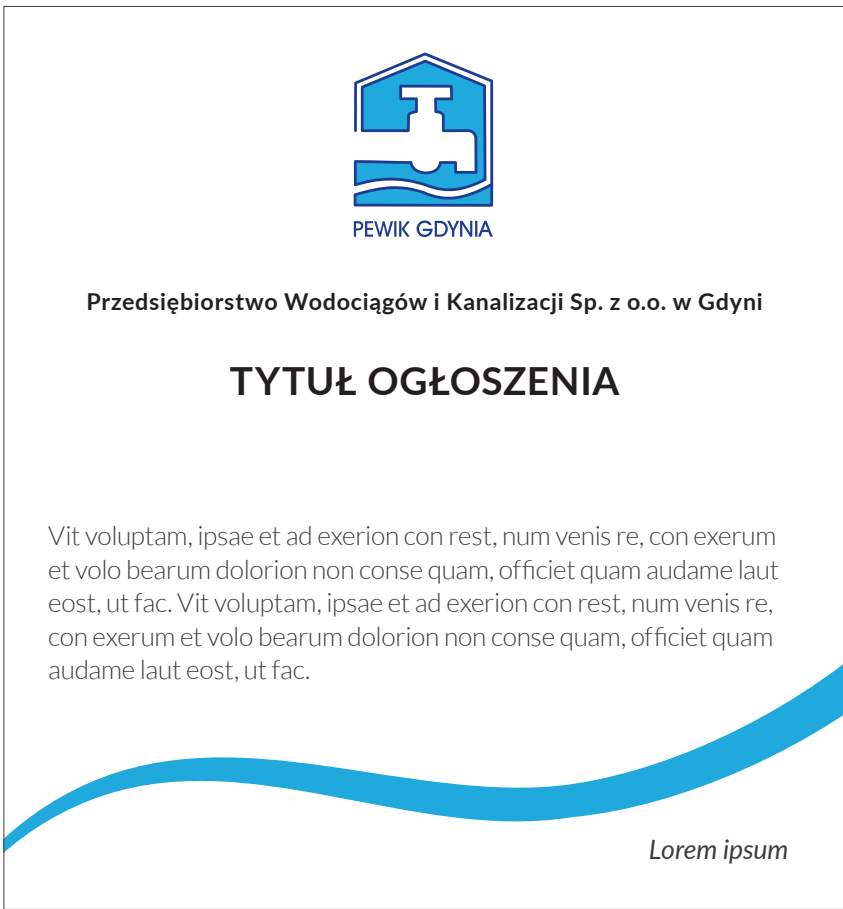
Elementy stałe

Logo podstawowe (1), nazwa firmy skrócona (2), fala (3)

W szablonach informacji prasowej, ogłoszeniach, komunikatach prasowych należy stosować font Calibri.

Wielkość fontu zależy od rozmiaru szablonu.

Przykład:



1) Logo podstawowe

2) Nazwa firmy skrócona
Font Calibri Bold

4) Tytuł ogłoszenia
Font Calibri Bold, wersaliki

5) Treść główna
Font Calibri Light

3) Fala

6) Miejsce na hasło w przypadku oferty pracy np. Dołącz do nas!
Font Calibri Italic

PEWIK GDYNIA

Przedsiębiorstwo Wodociągów i Kanalizacji Sp. z o.o. w Gdyni

TYTUŁ OGŁOSZENIA

Vit voluptam, ipsae et ad exerion con rest, num venis re, con exerum et volo bearum dolorion non conse quam, officiet quam audame laut eost, ut fac. Vit voluptam, ipsae et ad exerion con rest, num venis re, con exerum et volo bearum dolorion non conse quam, officiet quam audame laut eost, ut fac.

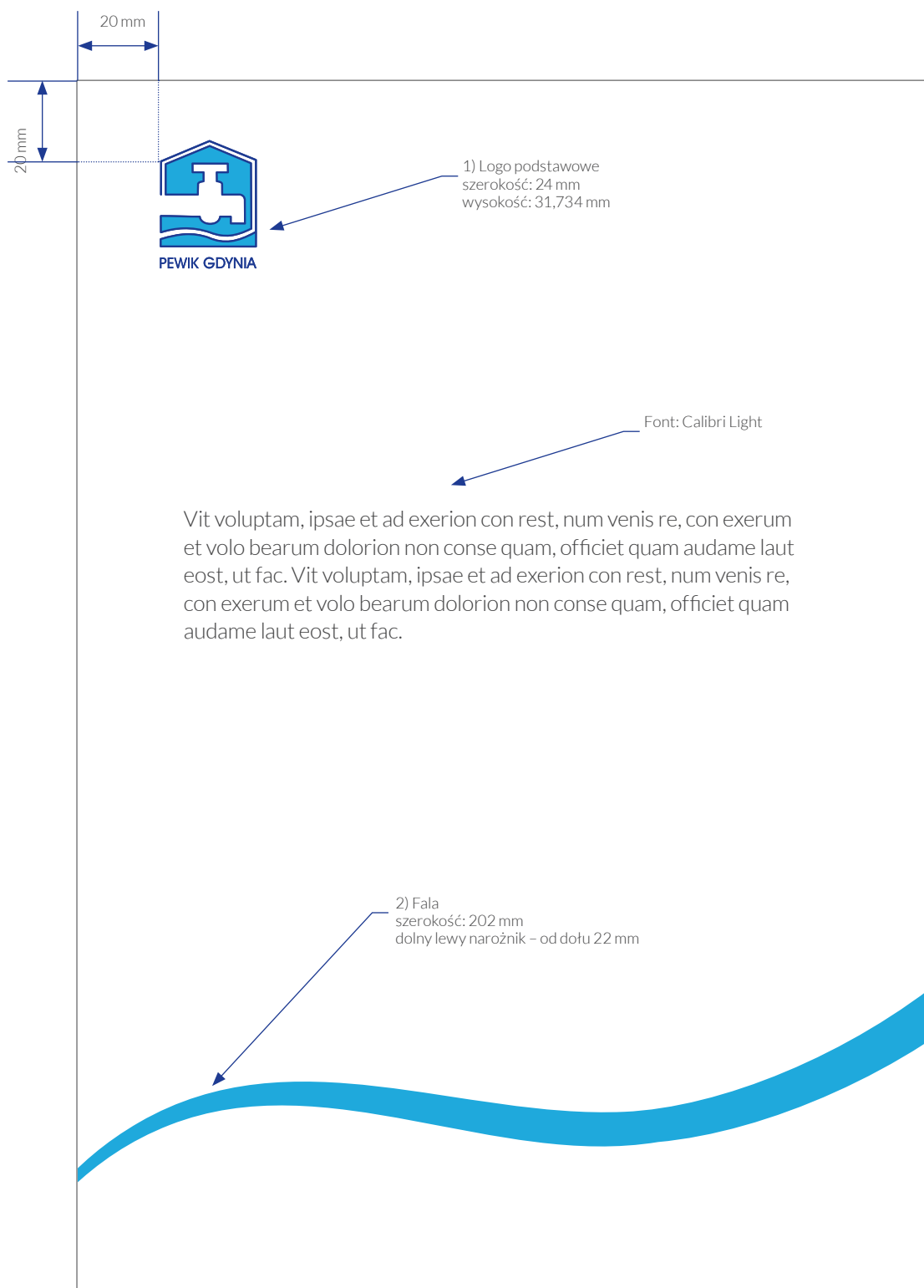
Lorem ipsum

Elementy stałe

Logo podstawowe (1), fala (2)

Przykład:

Format oryginału A4



Elementy stałe

Logo (1), adres domeny internetowej (2), fala (3), slogan firmowy (4)

Położenie elementów

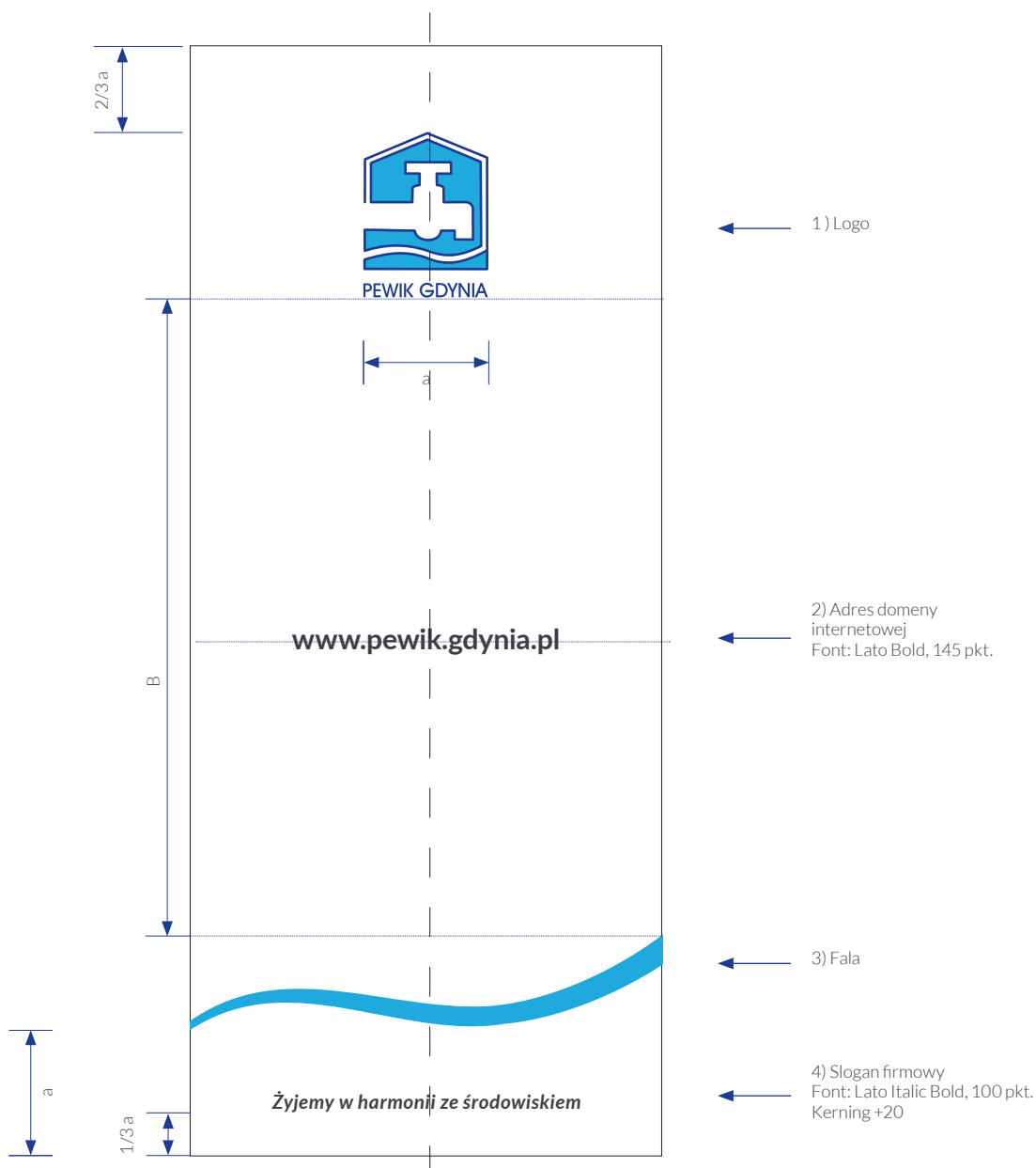
Wzór został opracowany na przykładzie formatu 850 x 2000 mm. Wartość a jest to szerokość logo i wynosi 224 mm. Wszystkie elementy są wyrównane względem środka rollupu.

Odległość logo od górnej krawędzi rollupu - $2/3 a$

Odległość dolnej krawędzi fali od dołu rollupu - a

Odległość sloganu firmowego od dolnej krawędzi rollupu - $1/3 a$

Położenie adresu domeny internetowej wyśrodkowane pomiędzy dolną krawędzią logo a górną krawędzią fali - B



Rollup firmowy występuje w dwóch wersjach kolorystycznych: na białym tle (1) oraz granatowym (2).

1) Tło białe



2) v Tło granatowe



Kolorystyka*

Stosowane są kolory niebieski, granatowy oraz biały.

*Specyfikacja dotycząca stosowanych kolorów znajduje się w rozdziale nr 3 KOLORYSTYKA.

Rollup zbudowany jest z elementów stałych (1) oraz uzupełniających (2).
Wszystkie umieszczane treści pisane są fontem Lato Bold.

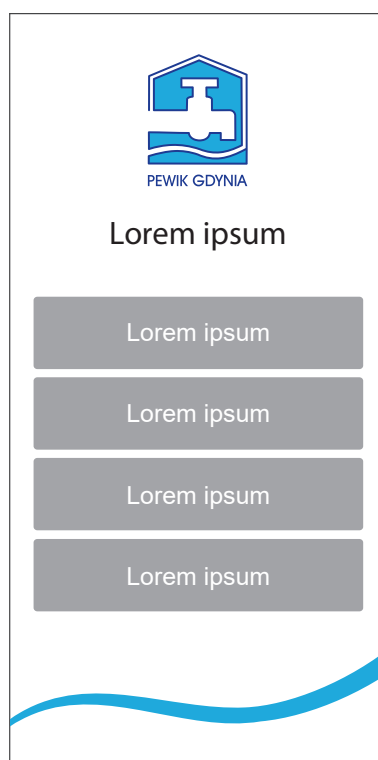
1) Elementy stałe

1 a) Logo podstawowe

1 b) Tła, na których umieszczane są treści oraz piktogram

1 c) Fala wersja podstawowa

Tło - białe



2) Elementy uzupełniające

2 a) Wyróżniony napis
Font: Lato Bold

2 b) Teksty
Font: Lato Bold

Layout graficzny przewiduje trzy warianty umieszczania informacji i elementów względem siebie.

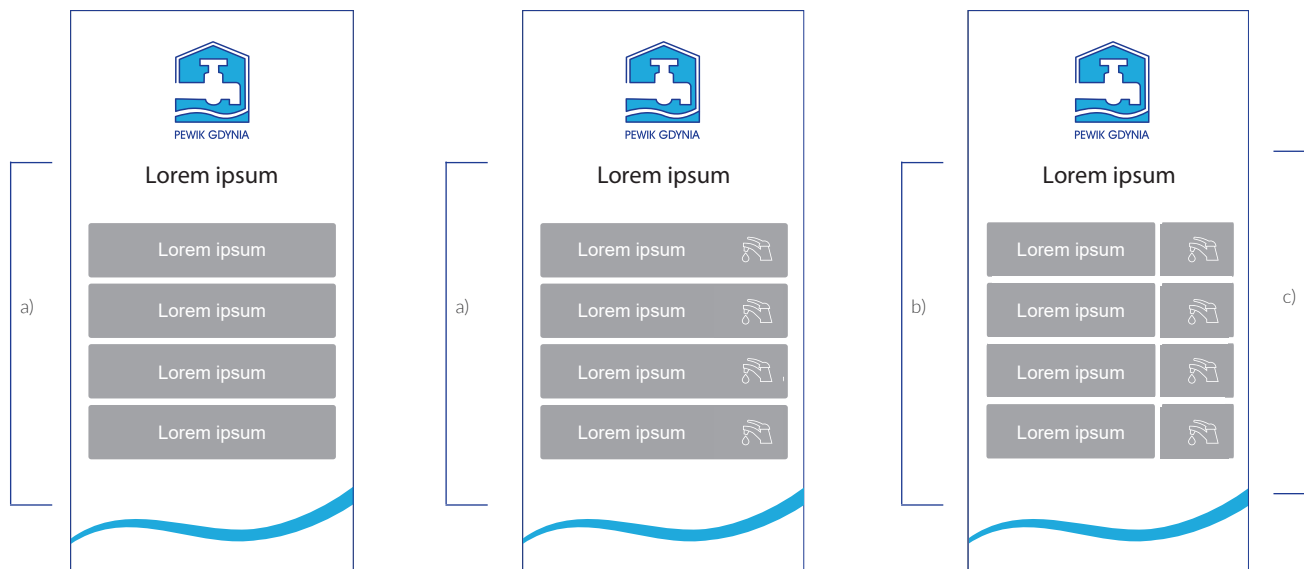
Tła z treściami (1), tła z treściami oraz piktogramami (2), tła z treściami oraz oddzielne tła z piktogramami ułożone obok siebie (3).

Tła mogą mieć kształt: pojedynczy, podłużny prostokąt (a) lub dwa prostokąty położone obok siebie (b) oraz (c).

Szerokość elementów zależy od treści merytorycznych i może ulegać modyfikacjom.

Szerokość elementów górnego wiersza jest stała dla wszystkich położonych poniżej.

- 1)
Tła z treściami
a) pojedynczy podłużny prostokąt
- 2)
Tła z treściami oraz piktogramami
a) pojedynczy podłużny prostokąt
- 3)
Tła z treściami oraz oddzielne tła z piktogramami
b) pojedynczy podłużny prostokąt
c) drugi prostokąt



Kolorystyka*

Kolorystyka oparta jest na kolorach podstawowych.

Logo – wersja podstawowa (1)

Tła pod treściami głównymi oraz piktogramami - kolor niebieski lub granatowy (2)

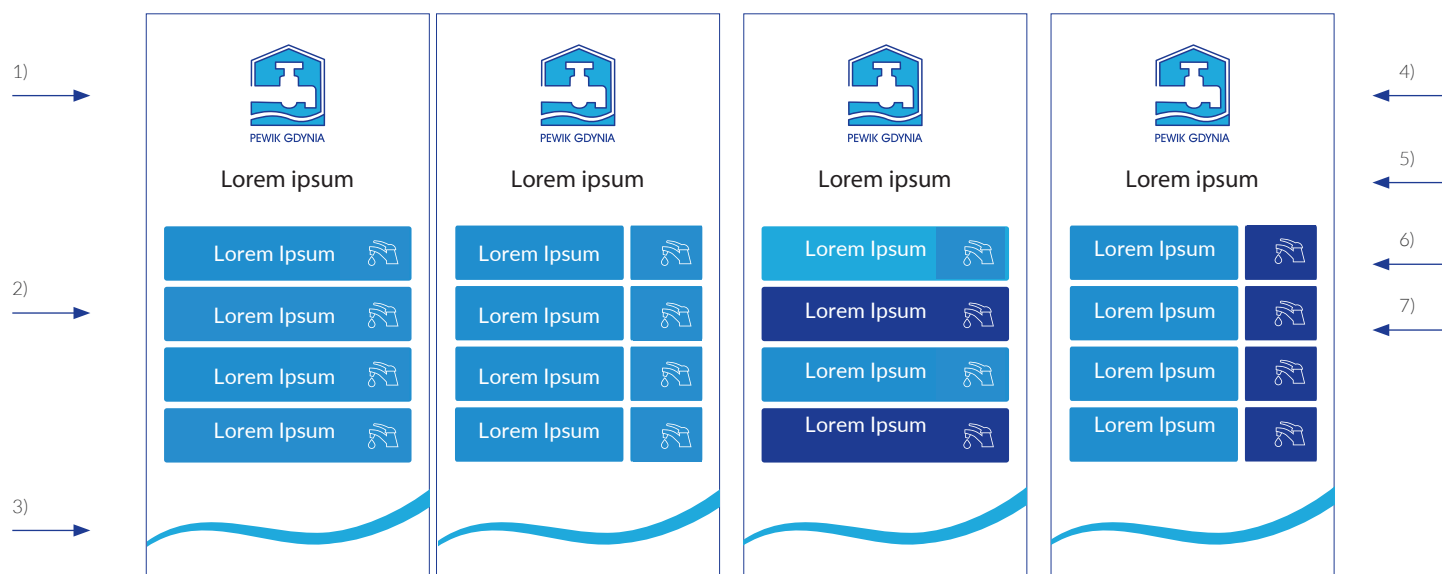
Fala - kolor niebieski (3)

Tło – kolor biały (4)

Wyróżniony napis w zależności od projektu - kolor niebieski, granatowy lub czarny (5)

Napisy główne – kolor biały (6)

Piktogram – kolor biały (7)



*Specyfikacja dotycząca stosowanych kolorów znajduje się w rozdziale nr 3 KOLORYSTYKA.

Kolory uzupełniające*

W przypadku barwnych pól mogą być stosowane kolory uzupełniające.

Logo podstawowe (1)

Tła pod treściami głównymi - kolor niebieski lub granatowy (2)

Tła pod piktogramami - kolor niebieski, granatowy, zielony, żółty lub kolor czerwony (3)

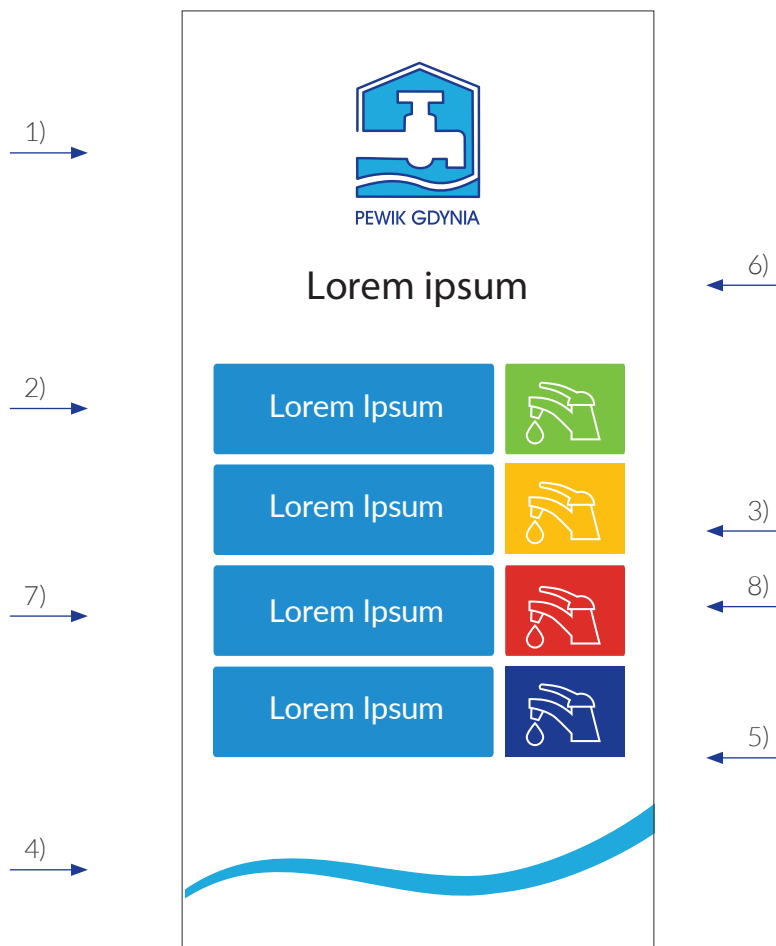
Fala - kolor niebieski (4)

Tło - kolor biały (5)

Wyróżniony napis w zależności od projektu - kolor niebieski, granatowy lub czarny (6)

Napisy główne - kolor biały (7)

Piktogram - kolor biały (8)



*Specyfikacja dotycząca stosowanych kolorów znajduje się w rozdziale nr 3 KOLORYSTYKA.

Tło

Tło może być jednolite białe, niebieskie lub granatowe.

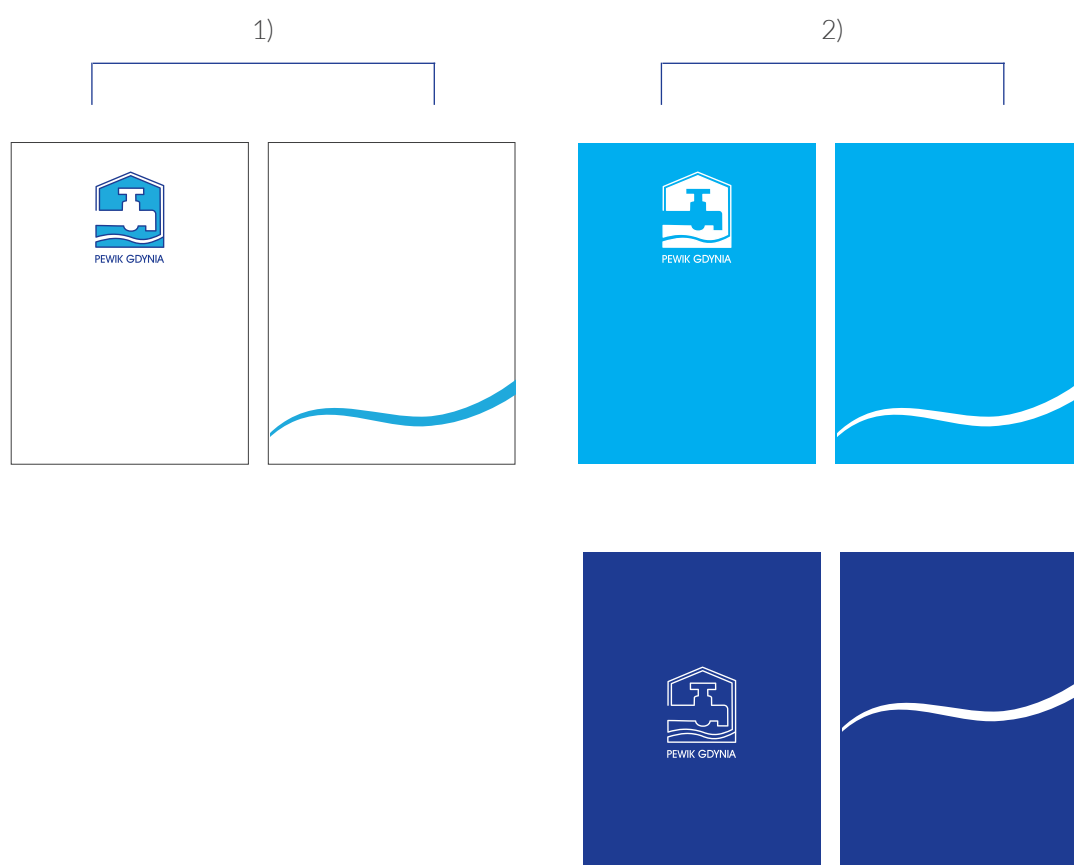
Tło może być podzielone na dwie części: górną w kolorze białym oraz dolną w kolorze niebieskim lub granatowym.



Kolorystyka*

Na białym tle logo oraz fala występują w kolorach podstawowych (1).

Na niebieskim i granatowym tle logo oraz fala występują w kolorze białym (2).

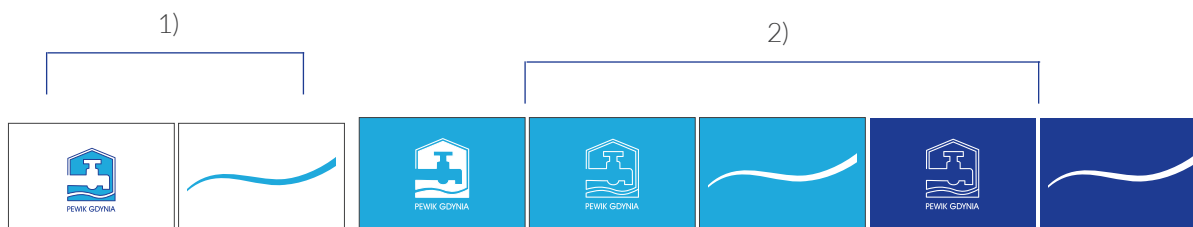


*Logo może występować w wersji podstawowej lub monochromatycznej białej jako negatyw lub kontur.

Kolory* logo oraz fali

Na białym tle logo oraz fala występują w kolorach podstawowych (1).

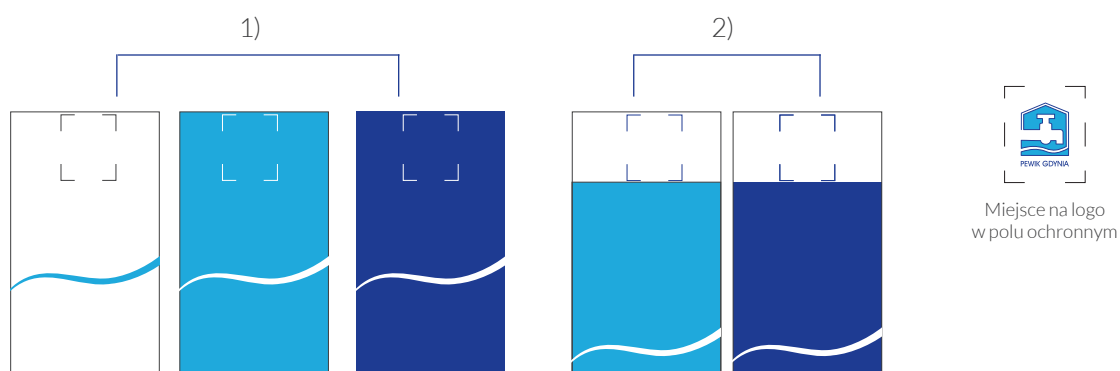
Na niebieskim i granatowym tle logo oraz fala występują w kolorze białym (2).



Kolory* tła

Tło może być jednolite białe, niebieskie lub granatowe (1).

Tło występuje również w wersji dwukolorowej. Górna część jest zawsze biała. Dolna część może być niebieska lub granatowa (2).

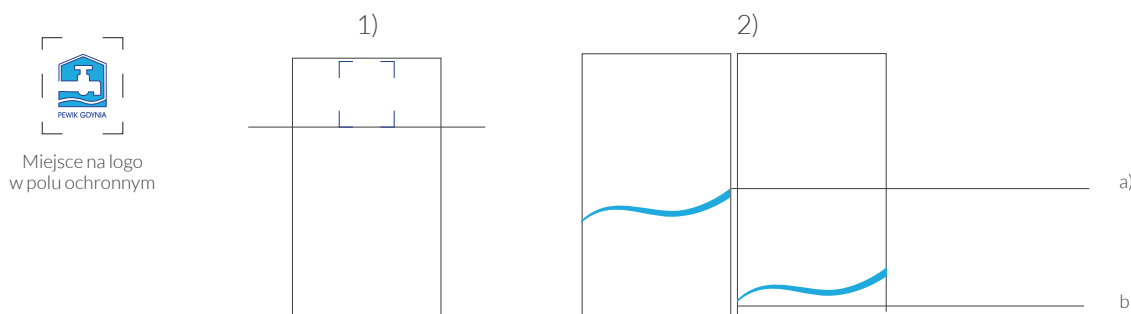


Położenie logo oraz fali

Logo powinno znajdować się w górnej części baneru usytuowane centralnie względem prawej i lewej strony baneru (1).

Fala powinna znajdować się centralnie pomiędzy prawą a lewą krawędzią baneru (2).

Fala powinna być wyrównana do środka lub do dołu baneru (a, b).



*Specyfikacja dotycząca stosowanych kolorów znajduje się w rozdziale nr 3 KOLORYSTYKA.

Położenie logo oraz fali

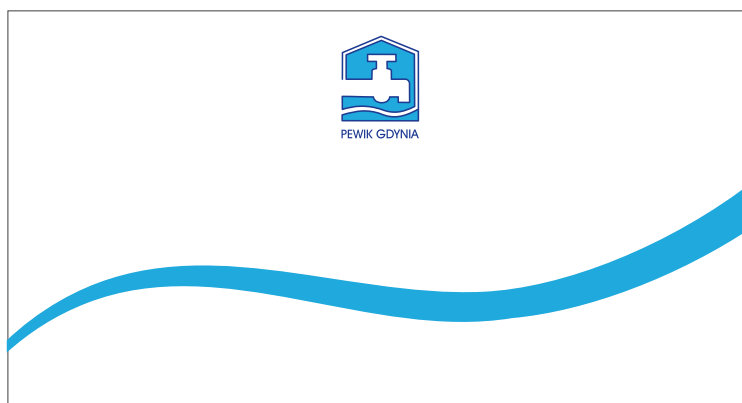
Logo powinno znajdować się w górnej części baneru (1).

Może być wyrównane do środka (2) oraz do lewej (3) lub prawej krawędzi (4).

Należy zachować pole ochronne logo.

Fala powinna znajdować się centralnie pomiędzy prawą a lewą krawędzią baneru (5) oraz być oddalona od dolnej krawędzi (6).

1) →



← 2)



← 3)



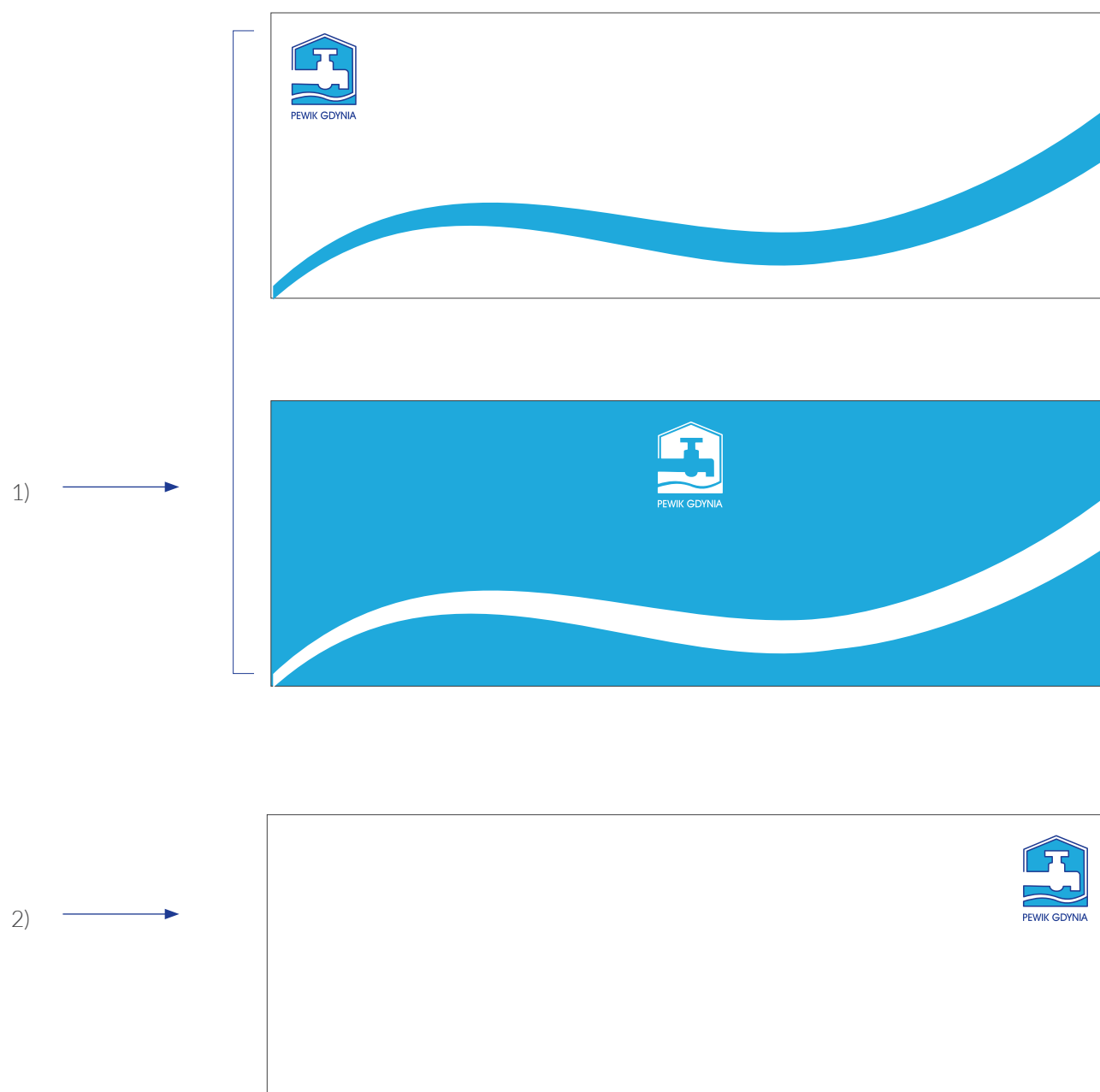
← 4)

6) →

↑ 5)

Położenie logo oraz fali w wersji poziomej

Jeżeli format baneru uniemożliwia zamieszczenie treści bez naruszenia pola ochronnego logo lub bez nachodzenia na falę dopuszcza się możliwość zmiany położenia fali w poziomie. Możliwe jest wyrównanie jej do dolnej krawędzi baneru (1) lub jej pominięcie (2).

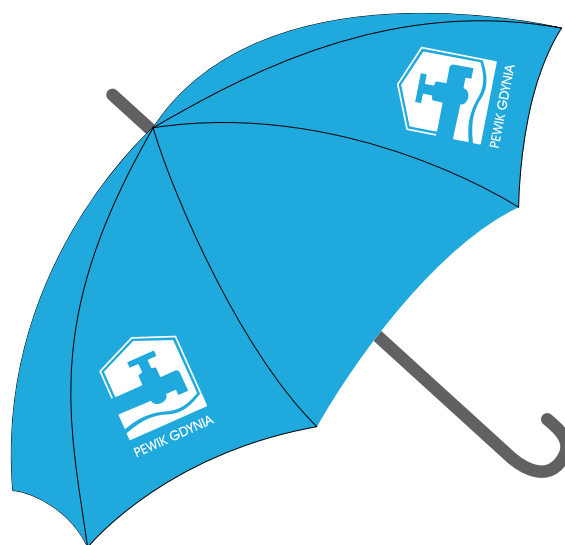


Stałym elementem nadruku jest logo.

Logo wykorzystane do znakowania może występować w wersji podstawowej, w negatywie lub w kontrze.

Logo powinno zostać umiejscowione centralnie pomiędzy brytami.

Przykład:



MATERIAŁY PROMOCYJNE GADŻETY FIRMOWE

KUBEK



Stałymi elementami nadruku na kubkach reklamowych są logo oraz fala.

Położenie logo oraz fali powinno być centrowane względem środka kubka (1).

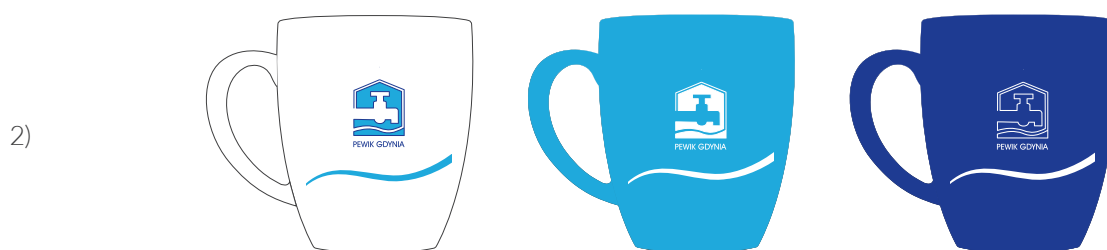
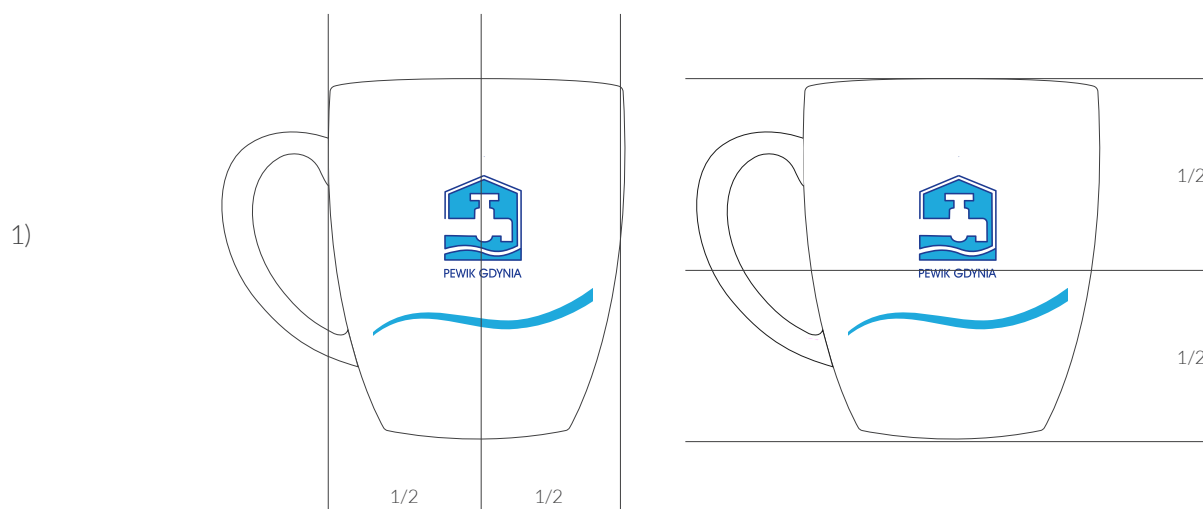
Logo wykorzystane do znakowania może występować w wersji podstawowej, w negatywie lub w kontrze (2).

Podstawowe wersje kolorystyczne powinny być jak najbardziej zbliżone do kolorów podstawowych*.

Na potrzeby działań promocyjnych dopuszczona jest również inna kolorystyka (3)*.

Szerokość centralnie pionowo

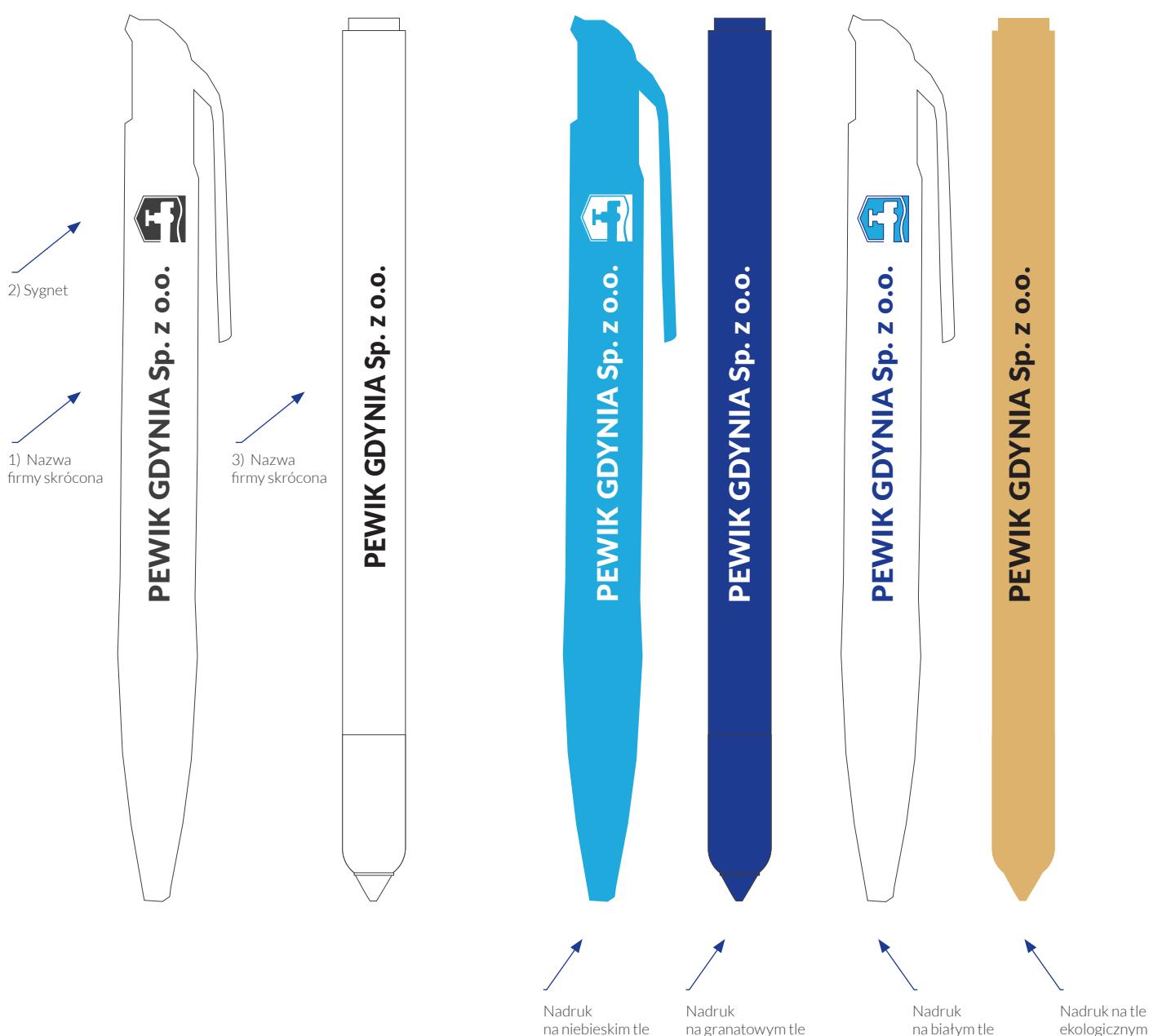
Wysokość centralnie poziomo



*Specyfikacja dotycząca stosowanych kolorów znajduje się w rozdziale nr 3 KOLORYSTYKA.

Stałe elementy nadruku na długopisach reklamowych składają się ze nazwy firmy skróconej (1) oraz sygnetu (2). Przy braku możliwości zamieszczenia sygnetu wraz z nazwą firmy można użyć tylko nazwy firmy skróconej (3). Sygnet wykorzystany do znakowania może występować w wersji podstawowej, w negatywie lub w kontrze. Podstawowe wersje kolorystyczne powinny być jak najbardziej zbliżone do kolorów podstawowych*. Na potrzeby działań promocyjnych dopuszczona jest również inna kolorystyka*. Rozmiar nadruku uzależniony jest od parametrów technicznych podanych przez wykonawcę nadruku.

Przykład:



*Specyfikacja dotycząca stosowanych kolorów znajduje się w rozdziale nr 3 KOLORYSTYKA.

Stałymi elementem nadruku na torbach reklamowych są logo (1) oraz fala (2).
Logo wykorzystane do znakowania może występować w wersji podstawowej, w negatywie lub w kontrze.
Podstawowe wersje kolorystyczne powinny być jak najbardziej zbliżone do kolorów podstawowych*.
Na potrzeby działań promocyjnych dopuszczona jest również inna kolorystyka*.
Rozmiar nadruku uzależniony jest od parametrów technicznych podanych przez wykonawcę nadruku.
Kolor oraz rodzaj uchwytu zależą od wybranego wzoru.

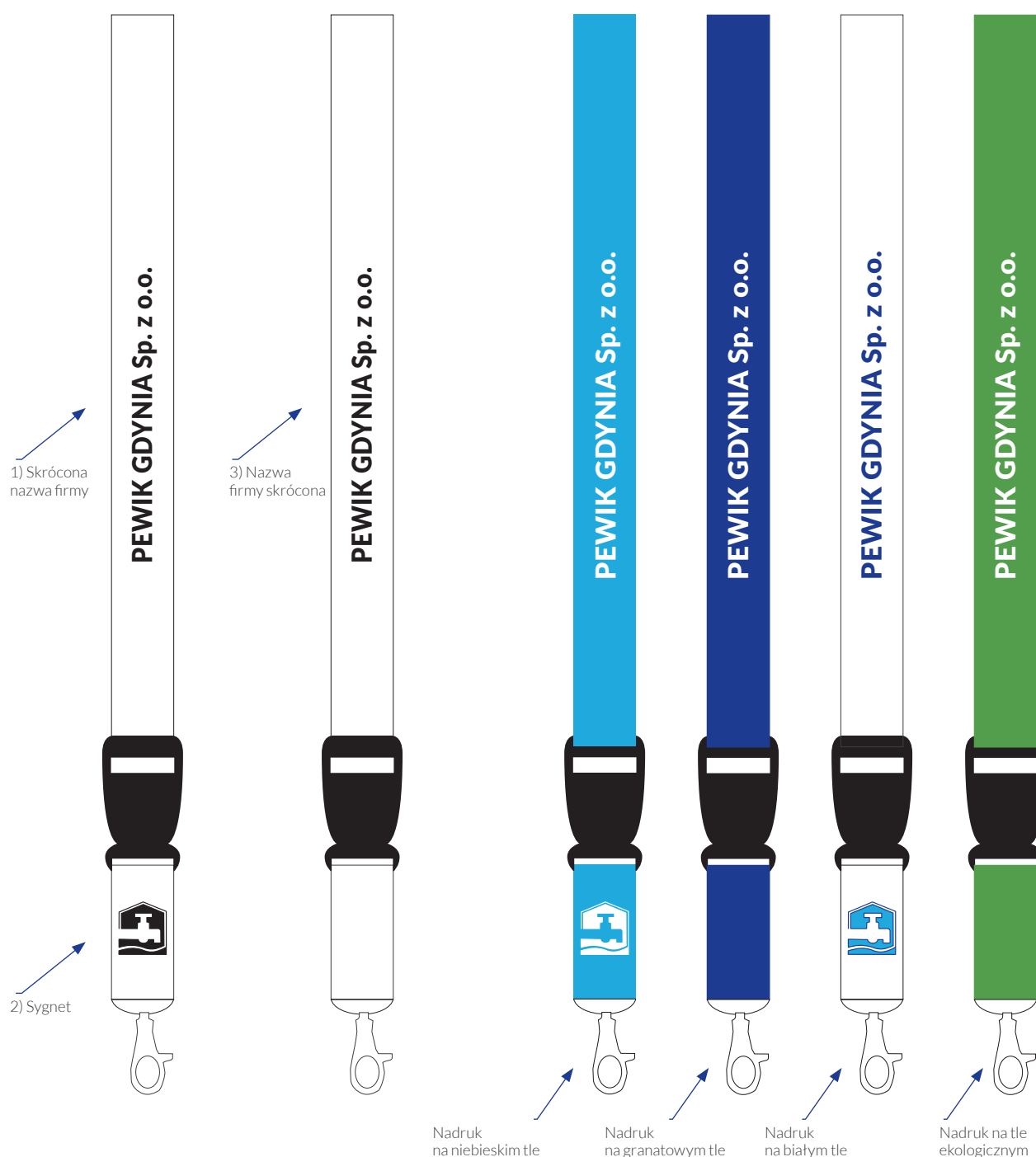
Przykład:



*Specyfikacja dotycząca stosowanych kolorów znajduje się w rozdziale nr 3 KOLORYSTYKA.

Stałe elementy nadruku na smyczach reklamowych to nazwa firmy skrócona (1) oraz sygnet (2).
Przy braku możliwości zamieszczenia sygnetu wraz z nazwą firmy można użyć tylko nazwy firmy skróconej (3).
Podstawowe wersje kolorystyczne powinny być jak najbardziej zbliżone do kolorów podstawowych.
Na potrzeby działań promocyjnych dopuszczona jest również inna kolorystyka*.
Rozmiar nadruku uzależniony jest od parametrów technicznych podanych przez wykonawcę nadruku.

Przykłady:



*Specyfikacja dotycząca stosowanych kolorów znajduje się w rozdziale nr 3 KOLORYSTYKA.



www.pewik.gdynia.pl

Kontakt w sprawie Systemu Tożsamości Wizualnej

Katarzyna Paturalska

Biuro Zarządu i Organizacji

tel. +48 58 66 87 223 | kom. +48 504 443 315 | e-mail: Katarzyna.Paturalska@pewik.gdynia.pl