



POLREGIO

13.12.2016

Standaryzacja znaku i podstawowe elementy
systemu identyfikacji wizualnej nowej marki POLREGIO
dla Przewozy Regionalne sp. z o.o.

2016 rok nr 3

aw

Manifest marki POLREGIO	3	Typografia	20
Model marki POLREGIO	4	Hasło	21
Wartości marki POLREGIO	5	Umieszczanie adresu www	22
Wartości marki POLREGIO	6	Ikony	23
Osobowość marki POLREGIO	7	Przykładowe nośniki identyfikacji	24
Znak podstawowy	8	i zasady kompozycji	25
Konstrukcja znaku podstawowego	9	Przykładowe wdrożenia	26
Pole ochronne	10	Wizytówka (50x90 mm)	27
Warianty kolorystyczne	11	Papier listowy A4, kolorowy	28
Kolorystyka podstawowa	12	Papier listowy A4, czarno-biały	29
Proporcje kolorów	13	Nośniki identyfikacji	29
Znak na tłach	14	Siatka konstrukcyjna	30
Znak poziomy	15	Reklama prasowa - konstrukcja	31
Znak poziomy - konstrukcja	16	Reklama prasowa - konstrukcja	32
Znak poziomy - pole ochronne	17	Reklama prasowa - pion	33
Znak poziomy - wersje kolorystyczne	18	Roll-up	34
Typografia	19	Ulotka DL - 99x210 mm	

Istniejemy po to, aby ludzie w Polsce mogli każdego dnia wygodnie i sprawnie przemieszczać się i swobodnie realizować swoje plany. Bez względu na to, gdzie mieszkają – w małym czy dużym mieście – chcemy im ułatwiać dojazd do ważnych miejsc takich jak praca, szkoła, urzędy, sklepy i oczywiście dom.

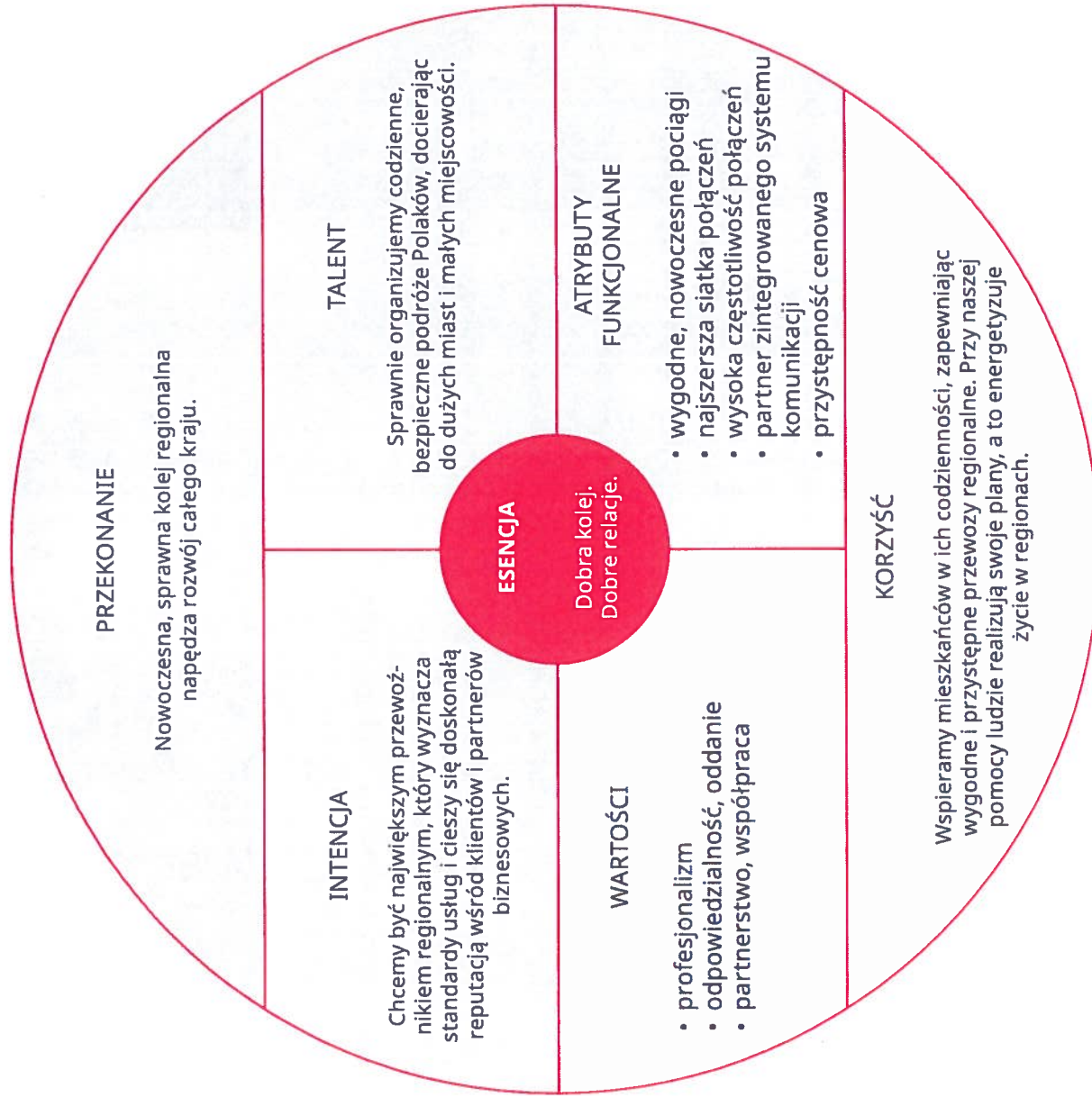
Codziennie w trasę wyrusza 1600 naszych pociągów i podróżuje z nami 220 tysięcy osób. Dzięki najszerszej siatce połączeń do wielu miejsc docieramy jako jedyni, ponieważ zależy nam na tym, aby każdy bez wyjątku, mógł korzystać z kolei w swoim regionie.

Modernizujemy się, ponieważ chcemy rozwijać kolej, która będzie bezpieczna i komfortowa dla Klientów, a dla regionów będzie atrakcyjnym partnerem pierwszego wyboru. Dokładamy wszelkich starań, aby być blisko ludzi i ich spraw, wspierając w ten sposób organizację codziennego życia i pobudzając ruch w regionach, a w konsekwencji ich rozwój.

Wierzymy, że nasze doświadczenie i odpowiedzialność pozwolą budować przyjazną kolej, z której my Kolejarze i Wy – nasi Klienci będziemy mogli być dumni.

POLREGIO. Budujemy dobrą kolej, budujemy dobre relacje.



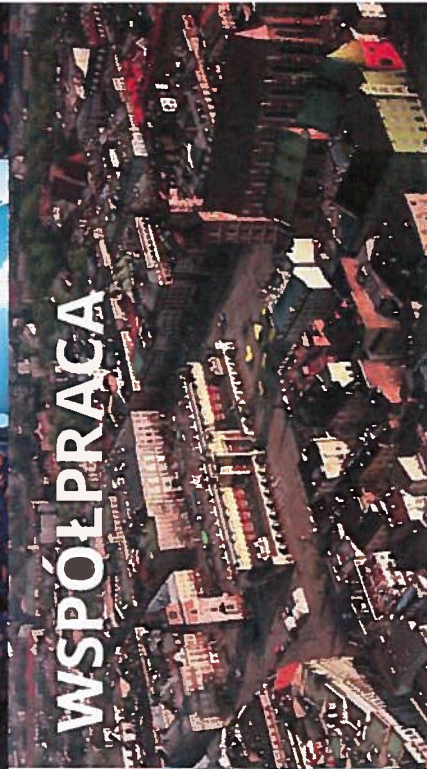




ODPOWIEDZIALNOŚĆ



PROFESJONALIZM



WSPÓŁPRACA



PROFESJONALIZM

- wiarygodność
- efektywność
- rozwój, dążenie do doskonałości
- etyka postępowania

BUDUJEMY DOBRE RELACJE
POMIĘDZY
MIASTAMI I MIASTECZKAMI.



ODPOWIEDZIALNOŚĆ

- etos pracy, służba publiczna
- oddanie
- zapewnianie bezpieczeństwa
- troska o ludzi i środowisko

BUDUJEMY DOBRE RELACJE
POMIĘDZY LUDŹMI.



WSPÓŁPRACA

- przyjazność
- uczciwość
- dawanie wsparcia
- elastyczność, otwartość

BUDUJEMY DOBRE RELACJE
Z NASZYM PARTNERAMI
W REGIONACH.



WYGLĄD

- dojrzały, pewny siebie mężczyzna w wieku 45 lat
- pogodny, zrównoważony, wzbudza zaufanie
- schludny, starannie ubrany, uważa, że to jak wygląda świadczy o tym, jak traktuje swoją pracę



TON GŁOSU, STYL WYPOWIEDZI

- ma miły, ciepły głos, mówi w sposób stanowczy, ale spokojny
- to co mówi jest jasne i rzeczowe
- słucha innych, ale w swoich decyzjach jest niezależny
- nigdy nie wycofuje się z danego słowa



ZACHOWANIE

- jest silny, działa sprawnie, nie waha się, szybko podejmuje decyzje
- swoją pracę traktuje poważnie – uważa ją za powołanie, służbę – ponieważ bierze odpowiedzialność za innych, wie że nie może zawieść
- nie ulega emocjom – kieruje się rozsądkiem, jest wierny swoim zasadom
- jest dokładny, staranny, skupiony na tym co robi
- pomimo wielu lat doświadczenia jest ciekawy nowego, zależy mu na własnym rozwoju – wierzy, że może jeszcze wiele osiągnąć

Znak podstawowy składa się z logotypu i symbolu. Logotyp to graficzny zapis nazwy marki; symbol jest elementem graficznym, który nawiązuje do historycznych przedstawień wózka wagonowego (element resoru piórowego) z syntetycznym przedstawieniem orła (istotny element polskości marki). Resor piórowy jest historycznym elementem używanym w oznakowaniu służb kolejowych. Całość tworzy znak podstawowy, który jest głównym elementem systemu identyfikacji wizualnej marki.

UWAGA!

Należy korzystać z wersji elektronicznej znaku. Pliki źródłowe i wzorce znaku są w posiadaniu i dyspozycji Wydziału Marketingu i Promocji.

Wielkość minimalna znaku to najmniejszy rozmiar, przy którym znak nie traci swej czytelności i przy której jego odwzorowanie w technikach wdrożeniowych jest optymalne.

**DRUK** X (szerokość znaku)

offset PANTONE	13 mm
offset CMYK	15 mm
sitodruk	15 mm
tampondruk	13 mm
laser biurowy	15 mm

DIGITAL

64 px

INNE

łóczenie	25 mm
grawerunek	25 mm
laser	15 mm

Należy unikać stosowania znaków poniżej ich wielkości minimalnych.

**POLREGIO**

Konstrukcja znaku służy do określenia relacji pomiędzy poszczególnymi elementami znaku. Znak stanowi zamkniętą całość i nie powinien być poddawany zniekształceniom z wyjątkiem skalowania.

UWAGA!

Należy korzystać z wersji elektronicznej znaku. Pliki źródłowe i wzorce znaku są w posiadaniu i dyspozycji Wydziału Marketingu i Promocji.

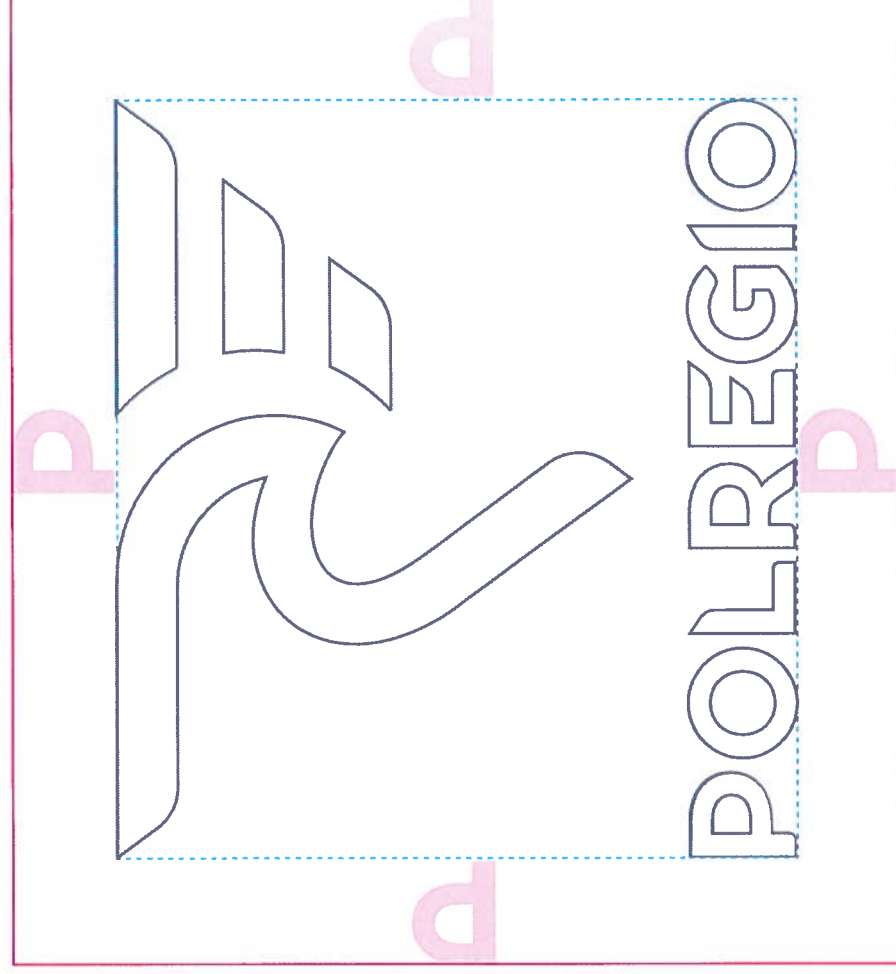


Pole ochronne znaku jest określone przez moduł równy literze P z logotypu i wyznacza obszar, w którym nie mogą się pojawiać żadne inne formy graficzne. Pole ochronne wyznacza również minimalną odległość znaku od krawędzi nośnika.

Stosowanie się do reguł pola ochronnego gwarantuje prawidłowy odbiór wizualny znaku.

UWAGA!

Należy korzystać z wersji elektronicznej znaku. Pliki źródłowe i wzorce znaku są w posiadaniu i dyspozycji Wydziału Marketingu i Promocji.



Wariant 1-kolorowy znaku może występować na nośnikach promocyjnych, w mediach elektronicznych.

Wariant ten jest rozwiązaniem kompromisowym, a jego użycie może być rozpatrywane jedynie w sytuacjach, gdy ze względów technologicznych niemożliwe jest użycie znaku podstawowego.

Wariant achromatyczny znaku (czarno-biały), to przedstawienie wyłącznie za pomocą skrajnych wartości kontrastu (100% i 0%), bez rastra. Ten wariant znaku służy do tłoczeń, grawerunku i innych technologii nie operujących rastrem.



Wariant 1-kolorowy czerwony
(patrz kolorystyka str. 12)



Wariant 1-kolorowy szary
(patrz kolorystyka str. 12)



Wariant achromatyczny



Wariant achromatyczny inwersyjny

Kolorystyka na równi ze znakiem odgrywa ważną rolę w identyfikacji wizualnej Spółki.

Kolory wzorcowe są określone w systemie PANTONE oraz systemach uzupełniających.

CMYK jest typowym zapisem koloru w druku triadowym (offsetowym).

System RGB i HEX jest przynależny mediom elektronicznym (digital).

System RAL i NCS to systemy kodowania koloru, których używa się w architekturze.

3M Scotchcal i Avery są systemami określania kolorów folii samoprzylepnych.

PANTONE 1795C

CMYK 10/100/100/0

RGB 229/0/0

HEX #E50000

RAL 3020

NCS S 1085-Y80R

3M Scotchcal 100-466

AVERY FasCal 500 EG511

PANTONE 144C

CMYK 0/53/100/0

RGB 243/140/51

HEX #F38C33

RAL 2011

NCS S 1080-Y30R

3M Scotchcal 100-598

AVERY FasCal 500 EG516

PANTONE SILVER 10077C

RAL 9006

NCS S 3000-N + metaliczna
baza

3M Scotchcal 100-58

AVERY FasCal 500 EM546

PANTONE 431C

CMYK 66/52/45/17

RGB 87/99/107

HEX #57636B

RAL 7031

NCS S 6005-B20G

3M Scotchcal 100-706

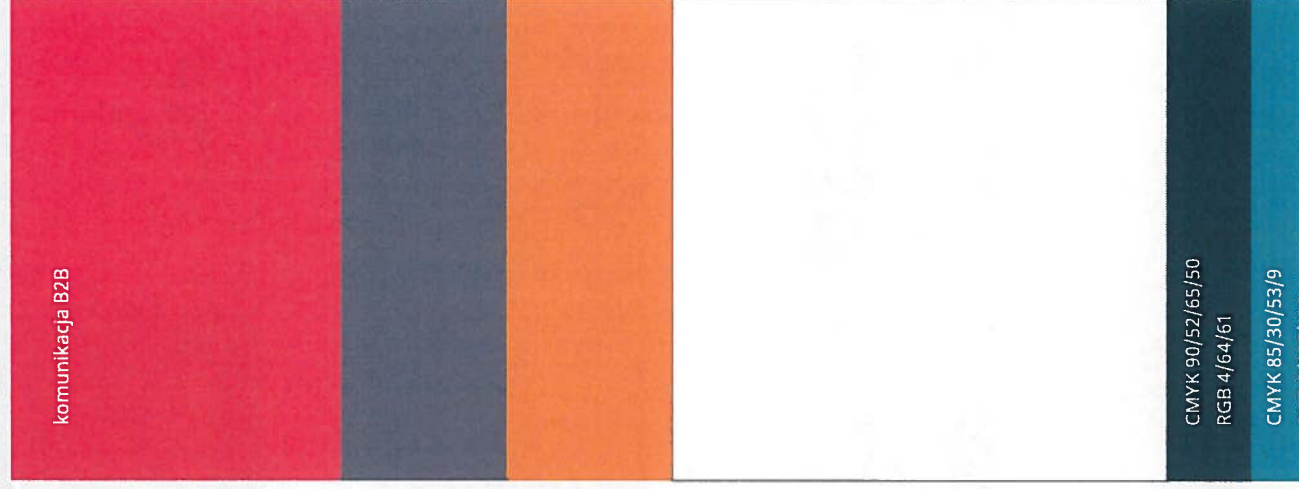
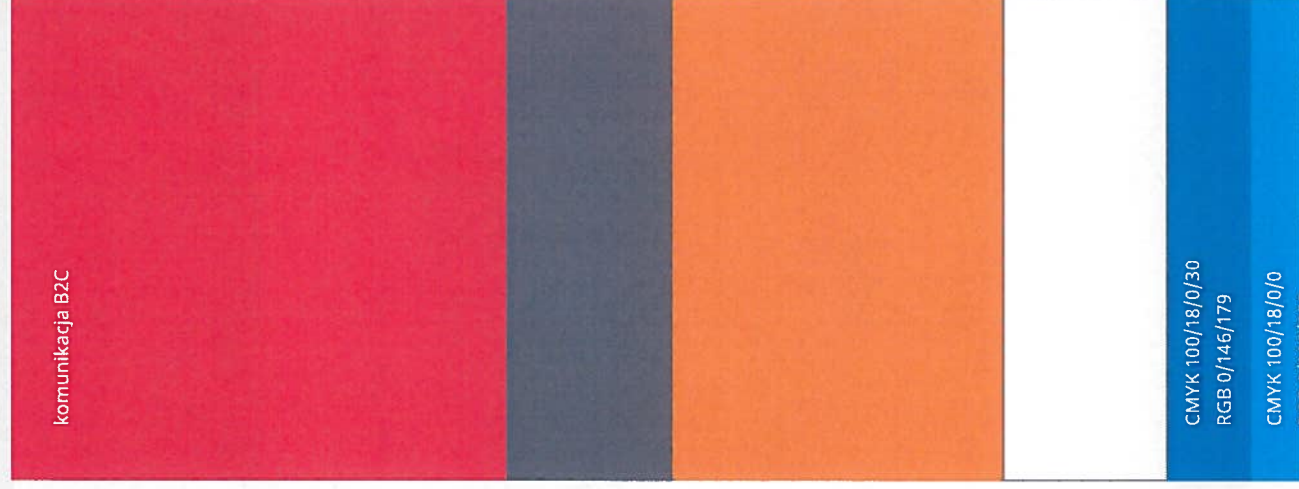
AVERY FasCal 500 EG530

Uwaga!

Tekst w stopniu do 36 p.
powinien być drukowany
z jednego kanału - 80% czerni.

Proporcje kolorów wykorzystywanych w materiałach komunikacyjnych zależą od grupy odbiorców (B2C, B2B, inwestorzy).

Dodatkowe kolory są dedykowane rodzajom komunikacji. Akcenty kolorystyczne są dodatkowymi kolorami, których nie należy mieszać w rodzajach komunikacji.



Znak może być aplikowany na różnych polach kolorystycznych. Schemat pokazuje dobór odpowiedniego wariantu kolorystycznego znaku do koloru tła.



Białe tło



Jasnoszare apłe



Jasne partie fotografii



Jasne, nieskomplikowane struktury; metaliczne podłoża



Ciemne partie fotografii



Czerwone, jednordne tła



Jasnoszare gradienty



Dowolny kolor podłoża



Nie aplikuj znaku na tła, których kontrast zakłóci odbiór znaku



Nie aplikuj znaku na bogatych strukturach



Nie zmieniaj kolorystyki znaku



Nie aplikuj znaku podstawowego w wersji pełnokolorowej na czerwonym tle

Znak poziomy można używać, gdy z jakichkolwiek względów nie jest możliwe użycie znaku podstawowego.

Znak stanowi zamkniętą całość i nie powinien być poddawany zniekształceniom z wyjątkiem skalowania.

UWAGA!

Należy korzystać z wersji elektronicznej znaku. Pliki źródłowe i wzorce znaku są w posiadaniu i dyspozycji Wydziału Marketingu i Promocji.

Wielkość minimalna znaku to najmniejszy rozmiar, przy którym znak nie traci swej czytelności i przy której jego odwzorowanie w technikach wdrożeniowych jest optymalne.



DRUK X (wysokość znaku)

offset PANTONE	7 mm
offset CMYK	9 mm
sitodruk	10 mm
tampondruk	9 mm
laser biurowy	10 mm

DIGITAL 48 px

INNE

łtczenie	12 mm
grawerunek	12 mm
laser	7 mm

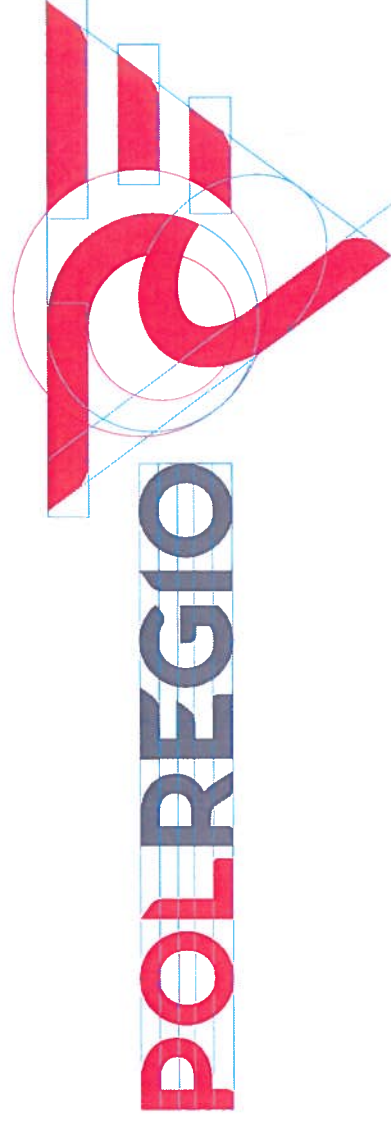
Należy unikać stosowania znaków poniżej ich wielkości minimalnych.



Konstrukcja znaku służy do określenia relacji pomiędzy poszczególnymi elementami znaku.

UWAGA!

Należy korzystać z wersji elektronicznej znaku. Pliki źródłowe i wzorce znaku są w posiadaniu i dyspozycji Wydziału Marketingu i Promocji.

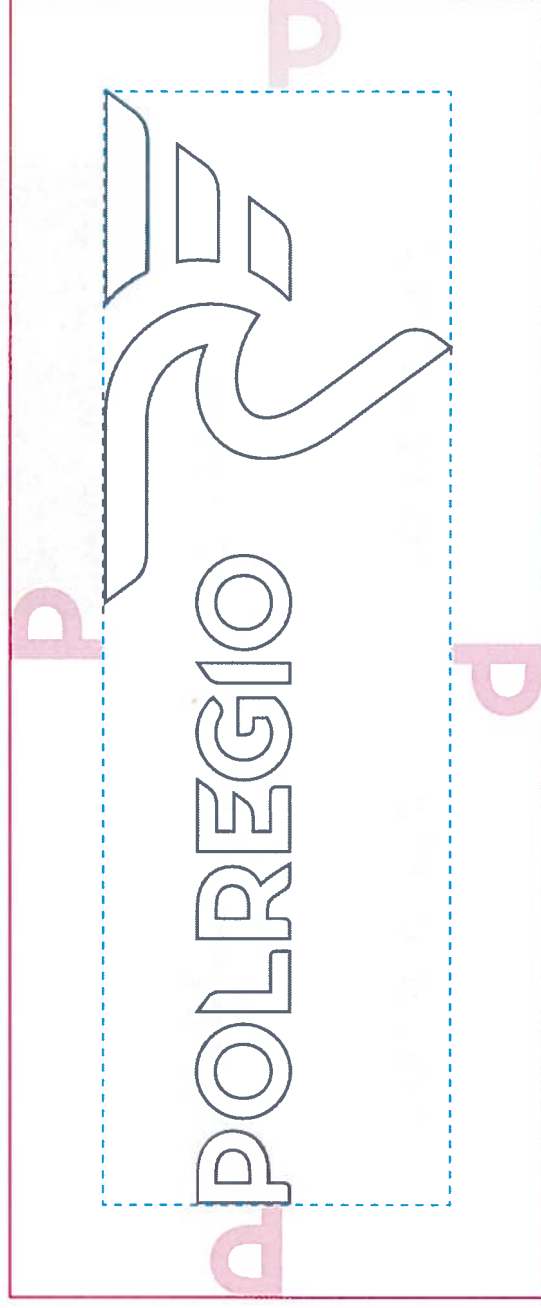


Pole ochronne znaku jest określone przez moduł równy literze P z logotypu i wyznacza obszar, w którym nie mogą się pojawiać żadne inne formy graficzne. Pole ochronne wyznacza również minimalną odległość znaku od krawędzi nośnika.

Stosowanie się do reguł pola ochronnego gwarantuje prawidłowy odbiór wizualny znaku.

UWAGA!

Należy korzystać z wersji elektronicznej znaku. Pliki źródłowe i wzorce znaku są w posiadaniu i dyspozycji Wydziału Marketingu i Promocji.



Wariant 1-kolorowy znaku może występować na nośnikach promocyjnych, w mediach elektronicznych.

Wariant ten jest rozwiązaniem kompromisowym, a jego użycie może być rozpatrywane jedynie w sytuacjach, gdy ze względów technologicznych niemożliwe jest użycie znaku podstawowego.

Wariant achromatyczny znaku (czarno-biały), to przedstawienie wyłącznie za pomocą skrajnych wartości kontrastu (100% i 0%), bez rastra. Ten wariant znaku służy do tłoczeń, grawerunku i innych technologii nie operujących rastrem.



Wariant 1-kolorowy czerwony
(patrz kolorystyka str. 12)



Wariant 1-kolorowy szary
(patrz kolorystyka str. 12)



Wariant achromatyczny



Wariant achromatyczny inwersyjny

Kroje firmowe to rodzina **Noto Sans**. Składa się z 4 odmian: **Regular**, **Italic**, **Bold** i **Bold Italic**.

Kroje te są udostępnione pod adresem:

<https://fonts.google.com/specimen/Noto+Sans?selection.family=Noto+Sans:400,400i,700,700i>

Do codziennego stosowania w komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej (maile, pisma, umowy) stosowane są fonty systemowe **Calibri**.

Adres strony [www](http://www.polregio.pl) jest zapisywany krojem Noto Sans Bold, a kolor zapisu zależy od tła.

polregio.pl

polregio.pl

polregio.pl

Kroje firmowe

Noto Sans Regular

A A B C C D E E F F G H I J K L Ł M N N
O O P Q R S S T U V W X Y Z Z Z
a a b c c d e e f f g h i j k l m n n o o p q r
s s t u v w x y z z z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Noto Sans Italic

A A B C C D E E F F G H I J K L Ł M N N
O O P Q R S S T U V W X Y Z Z Z
a a b c c d e e f f g h i j k l m n n o o p q r
s s t u v w x y z z z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Kroje systemowe

Calibri Regular

A A B C C D E E F F G H I J K L Ł M N N
O O P Q R S S T U V W X Y Z Z Z
a a b c c d e e f f g h i j k l m n n o o p q r
s s t u v w x y z z z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Noto Sans Bold

A A B C C D E E F F G H I J K L Ł M N N
O O P Q R S S T U V W X Y Z Z Z
a a b c c d e e f f g h i j k l m n n o o p q r
s s t u v w x y z z z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Noto Sans Bold Italic

A A B C C D E E F F G H I J K L Ł M N N
O O P Q R S S T U V W X Y Z Z Z
a a b c c d e e f f g h i j k l m n n o o p q r
s s t u v w x y z z z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Calibri Bold

A A B C C D E E F F G H I J K L Ł M N N
O O P Q R S S T U V W X Y Z Z Z
a a b c c d e e f f g h i j k l m n n o o p q r
s s t u v w x y z z z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Skład tekstu jest podporządkowany paru regułom dotyczącym rodzaju użytego fontu, jego wielkości i koloru oraz kompozycji.

Kolor w typografii jest używany oszczędnie. Wyroźnienia (hasła, ważne informacje) wykorzystują kolorystykę firmową, dostosowaną do odbiorcy komunikacji (B2C, B2B, inwestorzy).

Dopuszczalne jest stosowanie białego tekstu na kolorowych tłach, a jego stopień powinien być uzgodniony ze specyfikacją druku (w prasie nie powinien być mniejszy niż 10 p.).

Stopień pisma ma wpływ na hierarchię odczytu komunikatu tekstowego. W komunikatach optymalne jest korzystanie z trzech stopni. Obok pokazane są wartości dla komunikatów nie przekraczających formatu A4. W przypadku większych elementów należy przyskalować wskazane wartości.

**Tytuły, nagłówki, hasła:
Noto Sans Bold o wielkości 16-32 p.**

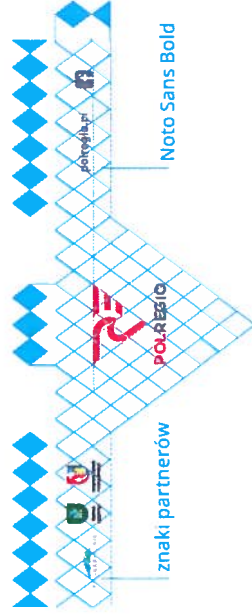
**Podtytuły, śródtytuły: Noto Sans Bold,
wielkość 12-24 p.**

Tekst ciągły: font Noto Sans Regular, *Noto Sans Italic*, wielkość 8-12 p.

- Kolor tekstu 100% czerni
- Interlinia nie powinna być większa niż 4 p. od stopnia litery, np. stopień litery 8, interlinia 12 p. (zapis równoznaczny 8/12 p.)
- Stosować skład do lewej chorągiewki
- Nie używać tekstów poniżej 6 p.
- Do wyróżnienia w tekście **używać kolorów** podstawowych i dodatkowych (B2C, B2B, inwestorzy).

On

Adres www jest umieszczany na białej belce, w górnej części nośnika po prawej stronie znaku. Jeśli nośnik jest zbyt wąski, adres może zostać umieszczony na dole nośnika.

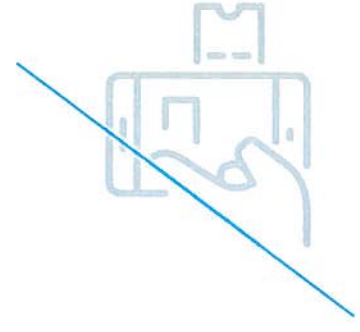
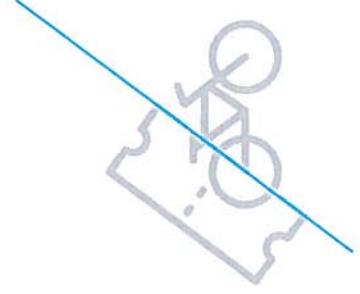


Pliki źródłowe są w posiadaniu i dyspozycji Wydziału Marketingu i Promocji.

znaki partnerów
(należy użyć odpowiednich
wariantów znaków)

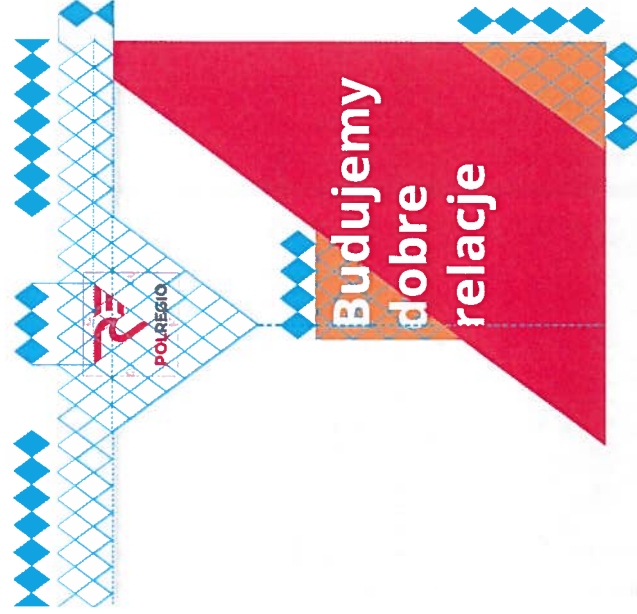
Noto Sans Bold
minimum 6 p.

Ikony są budowane na bazie jednoelementowej linii. Ich cechą wspólną jest wykorzystywanie ukośnej linii, która jest pochodną kąta ze znaku.



Przykładowe nośniki identyfikacji
i zasady kompozycji

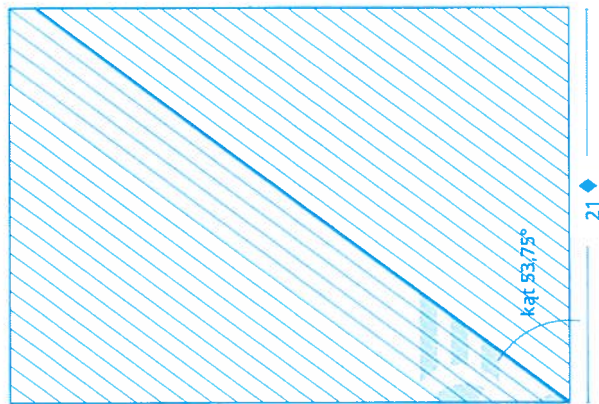
- 1 Siatka konstrukcyjna
(dla formatu A4 21x22 moduły)
- 2 Pomarańczowe trójkąty;
kolor CMYK 0/53/100/0
- 3 Trójkąt z wypełnieniem gradientowym;
kolor CMYK 0/100/100/0
- 4 Trójkąt z opcją wypełnienia: multiplikuj;
kolor CMYK 10/100/100/0
- 5 Fotografia



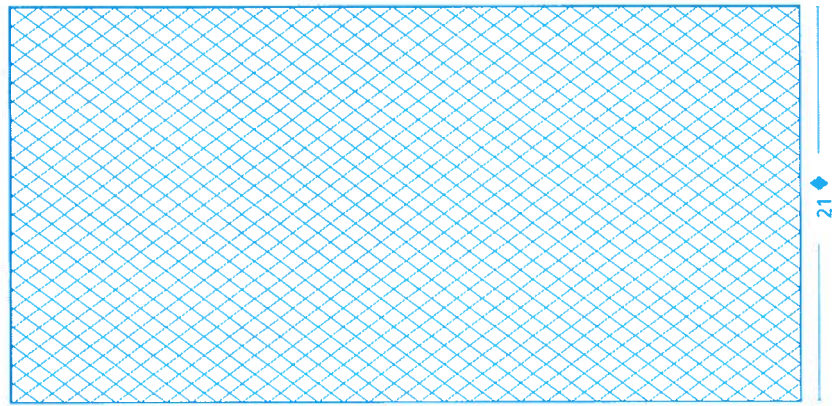
Siatka konstrukcyjna dla każdego z formatów pionowych jest oparta na podziale podstawy na 21 równych części. Liczba pionowych modułów zależy od wysokości formatu i może nie być liczbą całkowitą.

Kąt siatki wynika z kąta znaku (kąt $53,75^\circ$).

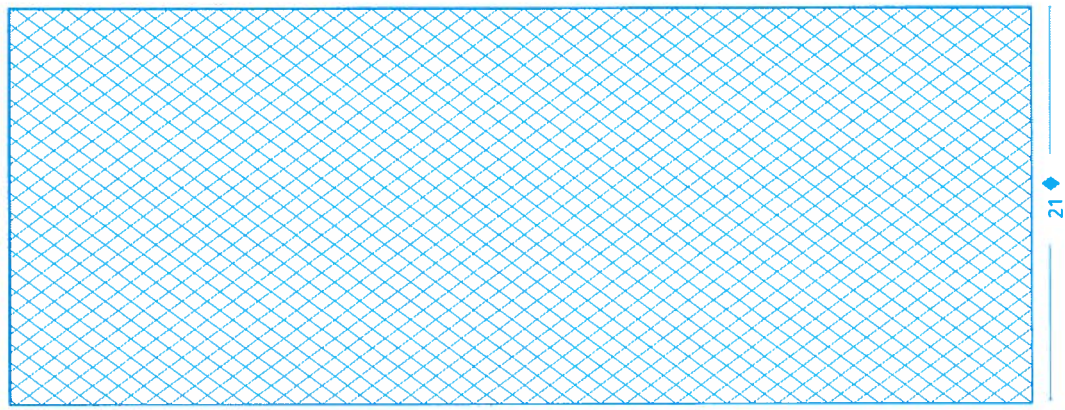
A4



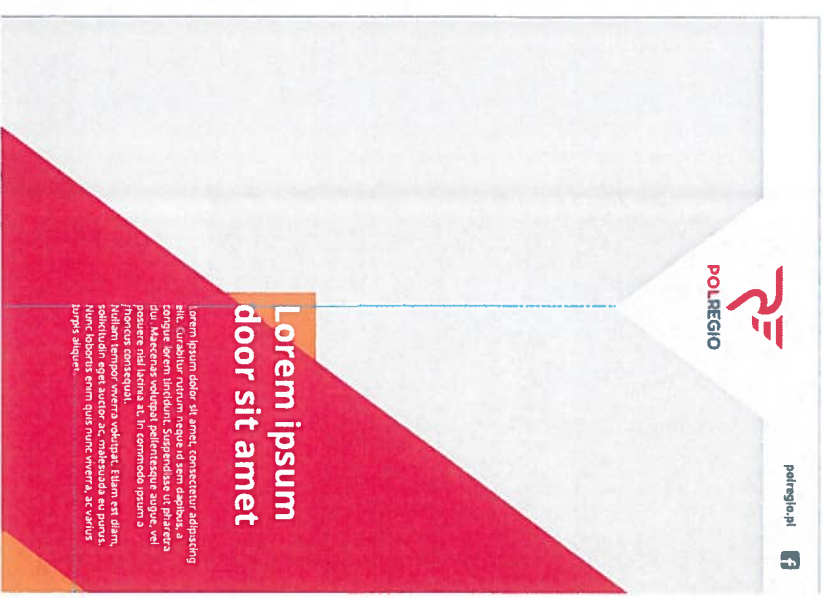
2x1



2,5x1



stały panel ze znakiem

miejsce
na zdjęcieruchomy
panel,
na którym
umieszczamy
teksty





POLECA PRAWE

MINISTERSTWO

WYBÓRÓW

PARLAMENTU

REPUBLIKI POLSKIEJ



 polregio.pl

Idealna oferta dla Ciebie i Twoich bliskich

Istniejący po to, aby ludzie w Polsce mogli
 każdego dnia wygodnie i sprawnie
 przemieszczać się i swobodnie realizować swoje
 plany. Bez względu na to, gdzie mieszkają –
 w miastach czy dużym mieście – chcemy im to
 ułatwić **dojazd do ważnych miejsc takich jak**
 praca, szkoła, urzędy i oczywiście dom.

Modernizujemy się, ponieważ chcemy rozwiązać
 problemy, które będą **bezpieczną i komfortową**
 dla Klientów, a dla regionów będzie atrakcyjnym
 partnerem pierwszego wyboru.



polregio.pl


POLREGIO

Idealna oferta dla Ciebie i Twoich bliskich

Istniejemy po to, aby ludzie w Polsce mogli, dzięki dużej wygodzie i sprawności przemieszczać się swobodnie realizować swoje plany. Bez względu na to, gdzie mieszkają – w małym czy dużym mieście – chcemy im to ułatwić, dopódy do ważnych miejsc takich jak praca, szkoła, urzędy, odczytnie domu.

Modernizujemy się, ponieważ chcemy rozszerzyć ofertę, która będzie bezpieczna i komfortowa dla klientów, a dla regionów będzie atrakcyjnym partnerem pierwszego wyboru.



Po 13 latach wracamy na trasę

Przemysł Gł. - Medyka

Podróż pociągami w 15 minut za jedynie 1,90 zł!

Bilet jednorazowy w tarryfie PWOC	1,90 zł normalny 1,20 zł uczeń 0,93 zł student
Przemysł Gł.	
Medyka	
Medyka Regionalna	
Medyka Ruralska	
Medyka	

Bilet miesięczny w tarryfie podkarpackiej	79,24 zł normalny 40,41 zł uczeń 38,83 zł student
Przemysł Gł.	
Medyka	
Medyka Regionalna	
Medyka Ruralska	
Medyka	

Przebieg jazdy od 1 września 2014 r. od pociągów do pociągów	Przebieg jazdy od 1 września 2014 r. od pociągów do pociągów
06:35 (bzd) 06:35 06:37 06:40	07:00 07:03 07:06 07:08 07:15
13:50 13:57 14:00 14:04 14:05	14:20 14:23 14:26 14:31 14:40
15:50 15:57 16:00 16:03 16:07	16:25 16:28 16:31 16:34 16:41

Bilety kupisz na biletyregionalne.pl **KOLEO! i SkyCash***

*KOLEO! i SkyCash nie prowadzą sprzedaży biletów miesięcznych

polregio.pl

