



Lasów Państwowych

DLA LASU, DLA LUDZI

Księga identyfikacji wizualnej kampanii „Lasów Państwowych. Dla lasu, dla ludzi”



Zbiór zasad i wskazówek dotyczących stosowania znaku firmowego Lasów Państwowych w towarzystwie sloganu „Dla lasu, dla ludzi”, z uwzględnieniem znaków projektów rozwojowych Lasów Państwowych.



Spis treści:

Część 1.	
Materiały graficzne kampanii „Las Państwowe. Dla lasu, dla ludzi”	3
Część 2.	
Znaki graficzne projektów rozwojowych	35
Część 3.	
Materiały graficzne projektów rozwojowych Lasów Państwowych realizowane w ramach kampanii „Las Państwowe Dla lasu, dla ludzi”	43
Część 4.	
Znaki graficzne projektów rozwojowych Lasów Państwowych w niejednolitej, odrębnej od pozostałych stylistyce	51



Część 1.

Materiały graficzne kampanii „Lasy Państwowe. Dla lasu, dla ludzi”



Lasy Państwowe
DLA LASU, DLA LUDZI

Znak graficzny kampanii „Lasy Państwowe. Dla lasu, dla ludzi”
– forma podstawowa i kontra w układzie poziomym

znak firmowy kampanii
– forma podstawowa

Znak zbudowany na bazie podstawowego znaku firmowego Lasów Państwowych, wzbogacony sloganem.



Lasy Państwowe
DLA LASU, DLA LUDZI



Lasy Państwowe
DLA LASU, DLA LUDZI

znak firmowy kampanii
– kontra na zieleni firmowej

Budowa analogiczna do opisanej powyżej. Kolor zielony firmowy w tle, liternictwo białe, znak graficzny LP również biały.



Las Państwowe
DLA LASU, DLA LUDZI

Znak graficzny kampanii „Las Państwowe. Dla lasu, dla ludzi”
– forma podstawowa i kontra w układzie pionowym



Las Państwowe
DLA LASU, DLA LUDZI

znak firmowy kampanii
– układ pionowy

Znak zbudowany na bazie znaku firmowego Lasów Państwowych w układzie pionowym, wzbogacony sloganem. Układ stały, pionowy, symetryczny, bez możliwości wykorzystywania oddzielnie samego sloganu lub zmiany proporcji poszczególnych elementów.



Las Państwowe
DLA LASU, DLA LUDZI

znak firmowy kampanii
– układ pionowy, kontra
na zieleni firmowej

Budowa analogiczna do opisanej powyżej. Kolor zielony firmowy w tle, liternictwo białe, znak graficzny LP również biały.



Lasy Państwowe
DLA LASU, DLA LUDZI

Znak graficzny kampanii „Lasy Państwowe. Dla lasu, dla ludzi” – specjalny układ pionowy

Forma podstawowa i kontra – dopuszczone do stosowania w sytuacjach wyjątkowych, w wypadku bardzo małej ilości miejsca lub np. na opakowaniach produktów.

znak firmowy kampanii – specjalny układ pionowy

Znak zbudowany na bazie znaku firmowego Lasów Państwowych w układzie pionowym, wzbogaconego sloganem, pozbawionego jednak kolistego znaku graficznego. Układ stały, pionowy, symetryczny, bez możliwości wykorzystywania oddzielnie samego sloganu lub zmiany proporcji poszczególnych elementów.

Lasy Państwowe
DLA LASU, DLA LUDZI

Lasy Państwowe
DLA LASU, DLA LUDZI

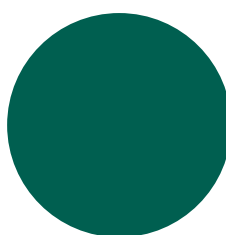
znak firmowy kampanii – specjalny układ pionowy, kontra na zieleni firmowej

Budowa analogiczna do opisanej powyżej. Kolor zielony firmowy w tle, liternictwo białe.



Lasy Państwowe
DLA LASU, DLA LUDZI

Znak graficzny kampanii „Lasy Państwowe. Dla lasu, dla ludzi”
– kolorystyka



PANTONE 3305
C: 100 M: 0 Y: 60 K: 51
R: 0 G: 80 B: 35
HTML: #005023



Lasy Państwowe
DLA LASU, DLA LUDZI



Las Państwowe

DLA LASU, DLA LUDZI

Znak graficzny kampanii „Las Państwowe. Dla lasu, dla ludzi”
– wariant achromatyczny podstawowy oraz inwersja
w układzie poziomym



Las Państwowe
DLA LASU, DLA LUDZI

znak firmowy kampanii
układ poziomy – wersja
achromatyczna

Znak zbudowany analogicznie do
opisanego na stronie 4.



Las Państwowe
DLA LASU, DLA LUDZI



Las Państwowe
DLA LASU, DLA LUDZI

znak firmowy kampanii
układ pionowy – wersja
achromatyczna

Znak zbudowany analogicznie do
opisanego na stronie 3.



Las Państwowe
DLA LASU, DLA LUDZI

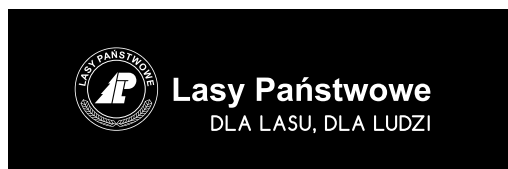
Warianty te znajdują zastosowanie
w technologiach reprodukcji
innych niż druk, np. grawerowanie
lub tłoczenie. Wtedy kolor
może być pochodną procesu
technologicznego. Ważne jednak,
aby kolorystyka nie godziła
w powagę organizacji, a grafika
i typografia były czytelne.



Lasy Państwowe

DLA LASU, DLA LUDZI

Znak graficzny kampanii „Lasy Państwowe. Dla lasu, dla ludzi”
– dopuszczalne i niedopuszczalne warianty tła

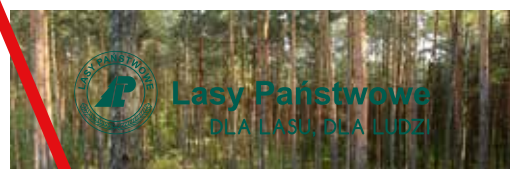


dopuszczalne warianty tła

W celu zachowania należytej czytelności i w trosce o pożądany charakter komunikacji wizerunkowej dopuszcza się stosowanie znaku kampanii tylko na tle białym, na tle czarnym w wariacie achromatycznym oraz na tle zielonym firmowym w kontrze kolorystycznej.

niedopuszczalne warianty tła

Nie należy stosować znaku kampanii na tłach innych niż dopuszczone, w tym na fotografiach, przejściach tonalnych itd.





Las Państwowe

DLA LASU, DLA LUDZI

Znak graficzny kampanii „Las Państwowe. Dla lasu, dla ludzi”
– minimalny i zalecany obszar ochronny w układzie poziomym



minimalny obszar ochronny

W wypadku zastosowań, gdzie jest bardzo mało miejsca (szczególnie na niedużych przedmiotach), dopuszcza się wielkość obszaru ochronnego równą $\frac{1}{6}$ średnicy znaku graficznego LP.



zalecany obszar ochronny

W większości aranżacji graficznych należy stosować wielkość obszaru ochronnego równą $\frac{1}{3}$ średnicy znaku graficznego LP.



Lasy Państwowe

DLA LASU, DLA LUDZI

Znak graficzny kampanii „Lasy Państwowe. Dla lasu, dla ludzi”
– minimalny i zalecany obszar ochronny w układzie pionowym



minimalny obszar ochronny

W wypadku zastosowań, gdzie jest bardzo mało miejsca (szczególnie na niedużych przedmiotach), dopuszcza się wielkość obszaru ochronnego równą $\frac{1}{6}$ średnicy znaku graficznego LP.



zalecany obszar ochronny

W większości aranżacji graficznych należy stosować wielkość obszaru ochronnego równą $\frac{1}{3}$ średnicy znaku graficznego LP.



Las Państwowe
DLA LASU, DLA LUDZI

Kompozycja graficzna – typografia



Las Państwowe
DLA LASU, DLA LUDZI

Tytuł lub hasło kampanii

Podtytuł itp.

Sed ut perspiciatis, unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam eaque ipsa, quae ab illo **inventore veritatis** et quasi architecto beatae vitae dicta sunt, explicabo.

Nemo enim ipsam voluptatem, quia voluptas sit, aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos, qui ratione voluptatem sequi nesciunt, neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum, quia dolor sit, amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt,

ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptatem. Ut enim ad minima veniam, quis nostrum exercitationem ullam corporis suscipit laboriosam, nisi ut aliquid ex ea commodi consequatur?

Arial Bold

Krój pisma, który posłużył do zbudowania obowiązującego znaku firmowego Lasów Państwowych.

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh
Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz**

Comfortaa

Krój pisma, który posłużył do zapisania sloganu firmowego w stałej kompozycji ze znakiem firmowym to Comfortaa w odmianie bold. Krój ten służy również do konstrukcji tytułów, podtytułów i haseł w kompozycjach graficznych materiałów wizerunkowych i informacyjnych kampanii „Las Państwowe. Dla lasu, dla ludzi”.

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh
Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz**

Helvetica

Krój pisma, który służy do budowy większych, zwartych bloków tekstowych to Helvetica; preferowana wersja to Helvetica Neue LT Com ze względu na mnogość i uniwersalność odmian; odmiana 45 Light, stosowana jako krój główny, inne jako uzupełnienia niezbędne w składzie tekstu, np. 75 Bold, 46 Light Italic.

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz**

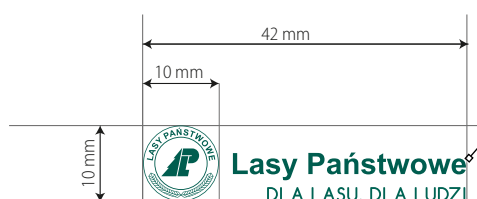
**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz**

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz**

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Rr Ss Tt
Uu Vv Ww Xx Yy Zz**



Znak graficzny kampanii „Lasy Państwowe. Dla lasu, dla ludzi” – wielkość minimalna



wielkość minimalna

Minimalna wielkość znaku graficznego kampanii wynosi $\sim 43 \times 11$ mm. Jest wypadkową średnicy znaku graficznego LP, która nie może być mniejsza niż 10 mm. Nie należy go bardziej zmniejszać, ponieważ odbyłoby się to kosztem czytelności poszczególnych detali graficznych i typograficznych.

Ta wielkość dotyczy sposobów reprodukcji o wysokiej precyzji odwzorowania. Stosując znak graficzny, należy zawsze brać pod uwagę technologię reprodukcji.

Nie należy zmieniać proporcji elementów znaku graficznego kampanii.



Materiał fotograficzny

Przykładowy uniwersalny materiał fotograficzny do zastosowania w materiałach wizerunkowych.





Materiały promocyjne kampanii „Lasy Państwowe. Dla lasu, dla ludzi” Kompozycja graficzna – przykład na format A4, plakat, ulotkę

Prezentujemy zbiór zasad mogący pomóc przy projektowaniu materiałów wizerunkowych i informacyjnych realizowanych w ramach kampanii „Dla lasu, dla ludzi”. W niniejszym dokumencie można znaleźć wiele przykładów wytyczających kierunek i oddających założenia wizerunkowe kampanii. Przy projektowaniu konkretnych materiałów należy zawsze kierować się własnymi potrzebami, estetycznie komponując przekaz graficzny na podstawie tej „Księgi”. Należy dbać o wysoką jakość materiału fotograficznego, skład i łamanie tekstów oraz ich czytelność (np. unikać nakładania zbyt dużej ilości tekstów na zdjęcia). Należy brać pod uwagę dopuszczalną kolorystykę, obszary ochronne oraz sugerowane kroje pisma.

znak firmowy kampanii
Zawsze stosowany z zachowaniem obszarów ochronnych, preferowany jest układ poziomy znaku firmowego.

hasło główne
Hasło zapisane krojem Comfortaa, na tle zieleni firmowej, w kolorze białym.

tekst dodatkowy
Podtytuł, treść uzupełniająca zapisane krojem Comfortaa, o wielkości wyraźnie mniejszej względem hasła głównego; na tle zieleni firmowej, w kolorze białym.

ramka
Charakterystyczny element szaty graficznej o grubości 1,4 pkt. przy formacie A4 i mniejszych; w wypadku formatów większych proporcjonalnie skalowana do grubości równej literom w sloganie „Dla lasu, dla ludzi”. Promień łuku przy formacie A4 równy 4 mm, przy większych formatach – proporcjonalnie większy.

adres www
Adres www przy formacie A4 – 9 pkt.

margines
Równy 10 mm; modyfikowany w zależności od wymagań (np. oprawy, podłoża, itp.).



Materiały promocyjne kampanii „Lasy Państwowe. Dla lasu, dla ludzi” Kompozycja graficzna – przykład na format A4, plakat, ulotkę

Poniżej znajduje się kompozycja graficzna o charakterze informacyjnym, ze stosunkowo niewielkim tytułem lub hasłem i znaczą ilością zwartego tekstu.

znak firmowy kampanii

Zawsze stosowany z zachowaniem obszarów ochronnych, preferowany jest układ poziomy znaku firmowego.

tytuł lub hasło

Hasło zapisane krojem Comfortaa, w kolorze zieleni firmowej.

ramka

Stosowana wg zasad opisanych na str. 15. Na zdjęciu możliwe jest aplikowanie jej w kolorze białym, aby zwiększyć kontrast.

blok tekstowy

Większe i zwarte bloki tekstowe pisane są krojem Helvetica Neue LT Comp w odmianie 45 light, w rozmiarze 9 pkt.

ilustracje

Stosowane z zaokrąglonymi narożnikami (promień 4 mm) z możliwością wyprowadzenia na spad.

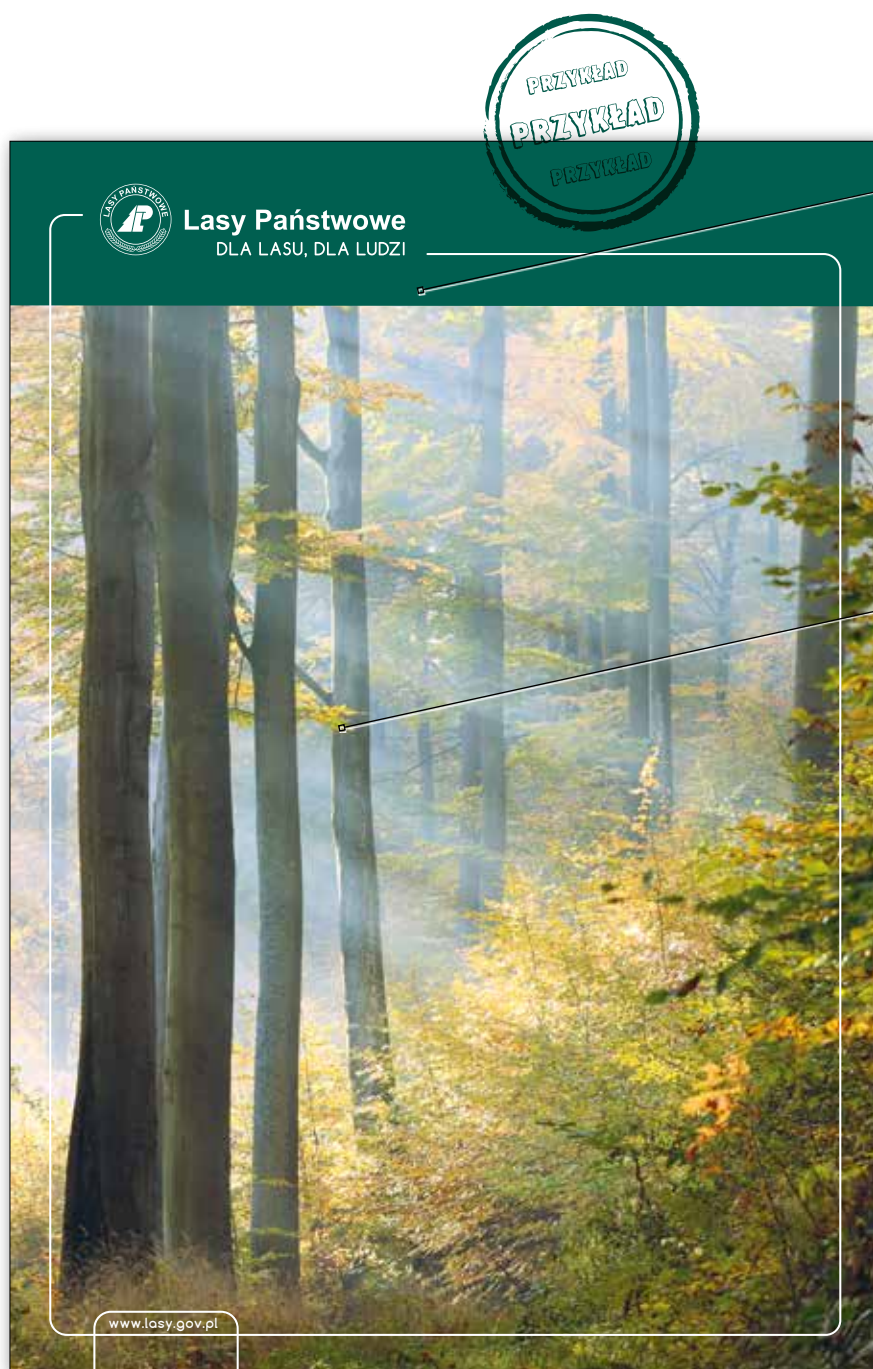
adres www

Adres www, przy formacie A4 – 9 pkt.



Materiały promocyjne kampanii „Lasy Państwowe. Dla lasu, dla ludzi” Kompozycja graficzna – przykład na format A4, plakat, ulotkę

Poniżej znajduje się kompozycja graficzna o charakterze wizerunkowym. Większy obszar zajmuje dobrej jakości zdjęcie.



znak firmowy kampanii

Zawsze stosowany z zachowaniem obszarów ochronnych, preferowany jest układ poziomy znaku firmowego; stosowany na tle zieleni firmowej.

fotografia

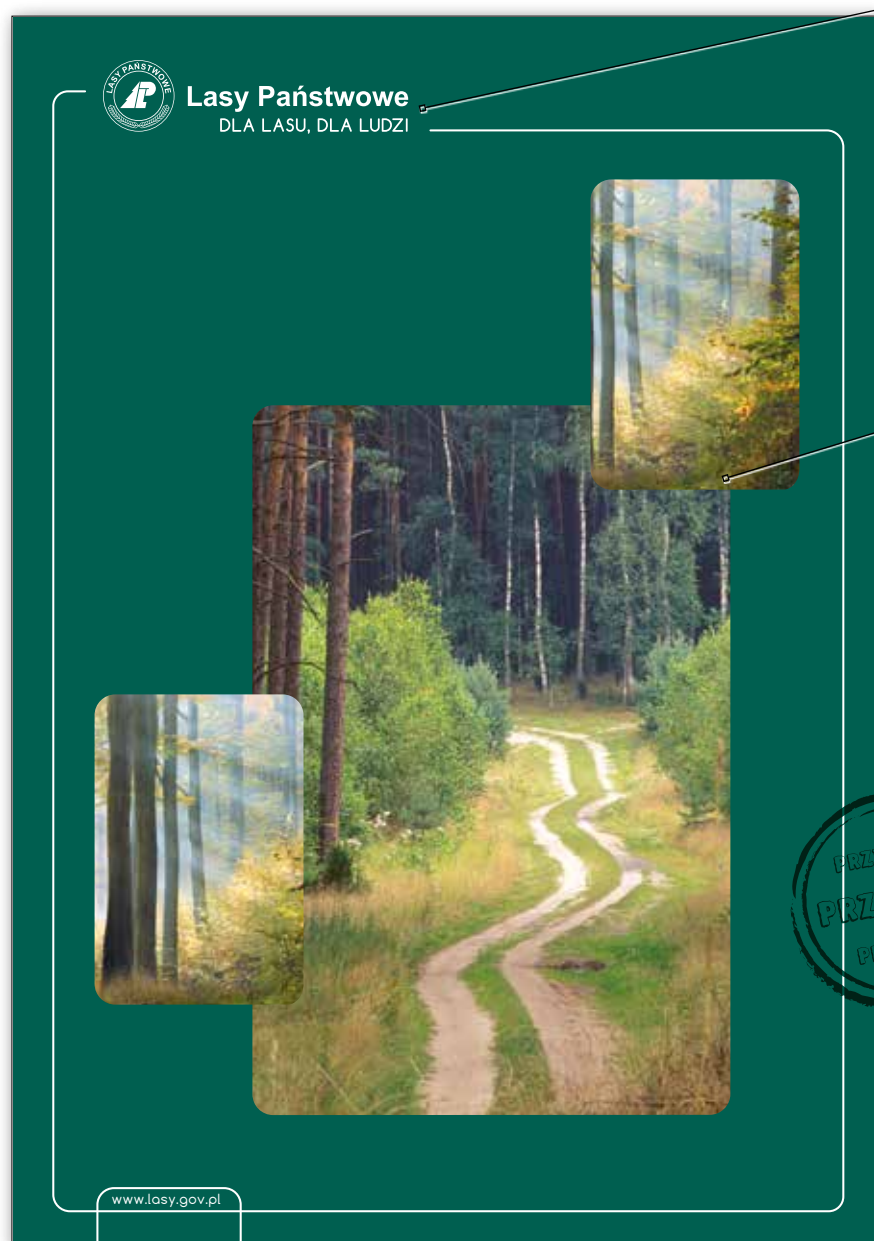
Dobrej jakości fotografia, mająca istotny i wyrazisty wizerunkowy charakter.



Lasy Państwowe
DLA LASU, DLA LUDZI

Materiały promocyjne kampanii „Lasy Państwowe. Dla lasu, dla ludzi” Kompozycja graficzna – przykład na format A4, plakat, ulotkę

Poniżej znajduje się kompozycja graficzna o charakterze wizerunkowym. Przykład zawierający większą liczbę zdjęć.



znak firmowy kampanii

Zawsze stosowany z zachowaniem obszarów ochronnych, preferowany jest układ poziomy znaku firmowego na tle zieleni firmowej.

fotografie

Dobrej jakości fotografie, mające istotny i wyrazisty charakter wizerunkowy.





Materiały promocyjne kampanii „Lasy Państwowe. Dla lasu, dla ludzi” Kompozycja graficzna – przykład na format A4 z otwartym polem tekstowym

Wzór „czystego” formatu A4 z otwartym polem tekstowym; może zawierać dane firmowe; z dolnymi ramkami wyprowadzonymi na spód.

margines

Równy 10 mm;
modyfikowany w zależności od wymagań (np. oprawy, podłoża, itp.).

ramki

W kolorze zieleni firmowej, grubości 1,4 pkt., w warunkach druku offsetowego lub cyfrowego drukowane na spód na drukarce biurowej, z zachowaniem dolnych marginesów.

adres www

Adres www, przy formacie A4 – 9 pkt.

pole tekstowe

Do wykorzystania na dane teleadresowe lub krótki opis projektu, pisane krojem Helvetica Neue LT Com w adekwatnej odmianie, otoczone ramką grubości 1,4 pkt.



Materiały promocyjne kampanii „Lasy Państwowe. Dla lasu, dla ludzi” Kompozycja graficzna – rollup lub inny pionowy format

Projektując pionowy materiał wielkoformatowy, należy pamiętać, aby istotne treści były na bezpiecznej wysokości od podłoża. Ma to znaczenie szczególnie w wypadku rollupa. Poniżej znajdują się przykłady kompozycji graficznych, w których najważniejsze cechy to: ramka z zaoblonymi narożnikami, znak firmowy ze sloganem bliżej lewego górnego rogu, użycie kroju pisma Comfortaa do haseł i tytułów oraz proporcjonalnych marginesów odpowiedniej szerokości.



znak firmowy kampanii

W towarzystwie sloganu firmowego; stosowany na zieleni firmowej z zachowaniem obszarów ochronnych. Preferowany jest układ poziomy znaku firmowego.

adres www

Umieszczony na górze kompozycji w celu zapewnienia odpowiedniej czytelności, jeśli intensywność zdjęcia będzie na to pozwalała, można zrezygnować z zielonego tła.

ramka

Jej grubość musi być proporcjonalnie skalowana, tak aby była zbliżona do grubości liter w sloganie firmowym. Może występować w kolorze białym lub zielonym – firmowym.

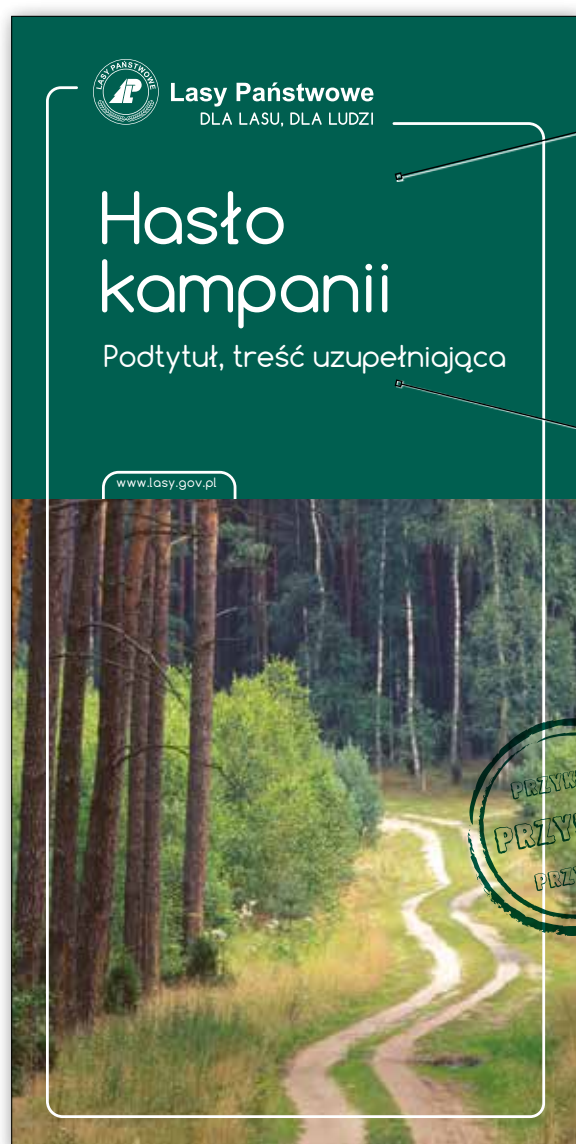
materiał fotograficzny

Należy dbać o wysoką jakość techniczną materiału zdjęciowego.



Materiały promocyjne kampanii „Lasy Państwowe. Dla lasu, dla ludzi” Kompozycja graficzna – rollup lub inny pionowy format, cd.

Materiały wielkoformatowe z treścią, takie jak rollupy, bannery, powinny być czytelne: stopniowanie wielkości tekstów powinno być wyraźne i zauważalne. W materiałach wizerunkowych treści nie może być zbyt wiele.



hasło

Pisane jest krojem Comfortaa odpowiednio dużej wielkości, aby zapewnić dobrą ekspozycję nawet ze znacznej odległości.

tekst dodatkowy

Może to być element sloganu, treść uzupełniająca, informacje dodatkowe, np. data i miejsce wydarzenia.



Materiały promocyjne kampanii „Las Państwowe. Dla lasu, dla ludzi” Kompozycja graficzna – baner w układzie poziomym

Banery konstruowane są za pomocą tych samych elementów graficznych, co np. rollupy. W zależności od potrzeb dość swobodnie można korzystać z możliwości konstrukcyjnych, jakie daje ramka i wzajemne ułożenie elementów: hasła, tekstu uzupełniającego, fotografii, adresu www.

Niezmiennie pozostaje umiejscowienie znaku firmowego: w lewym górnym rogu kompozycji.

znak firmowy kampanii

W towarzystwie sloganu firmowego; stosowany z zachowaniem obszarów ochronnych. Preferowany jest układ poziomy znaku firmowego.

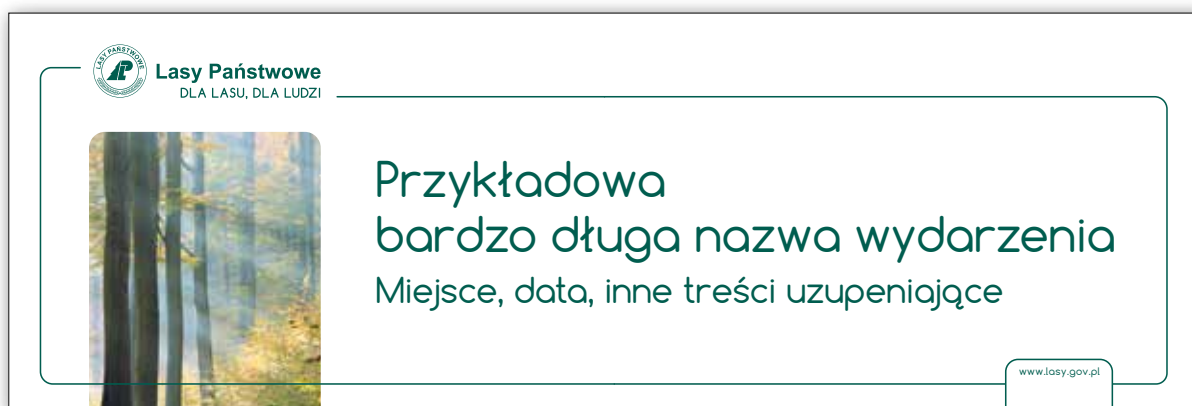
hasło, nazwa wydarzenia itp.

Pisane jest krojem Comfortaa, odpowiednio duże, aby zapewnić dobrą ekspozycję nawet ze znacznej odległości.



adres www

Istotnym elementem kompozycji jest adres www.lasy.gov.pl lub jednostki organizacyjnej





Lasy Państwowe
DLA LASU, DLA LUDZI

Materiały promocyjne kampanii „Lasy Państwowe. Dla lasu, dla ludzi”
Kompozycja graficzna – banner w układzie poziomym – kontra

Poniżej pokazane są przykłady banerów w układzie poziomym w kontrze kolorystycznej, na zieleni firmowej

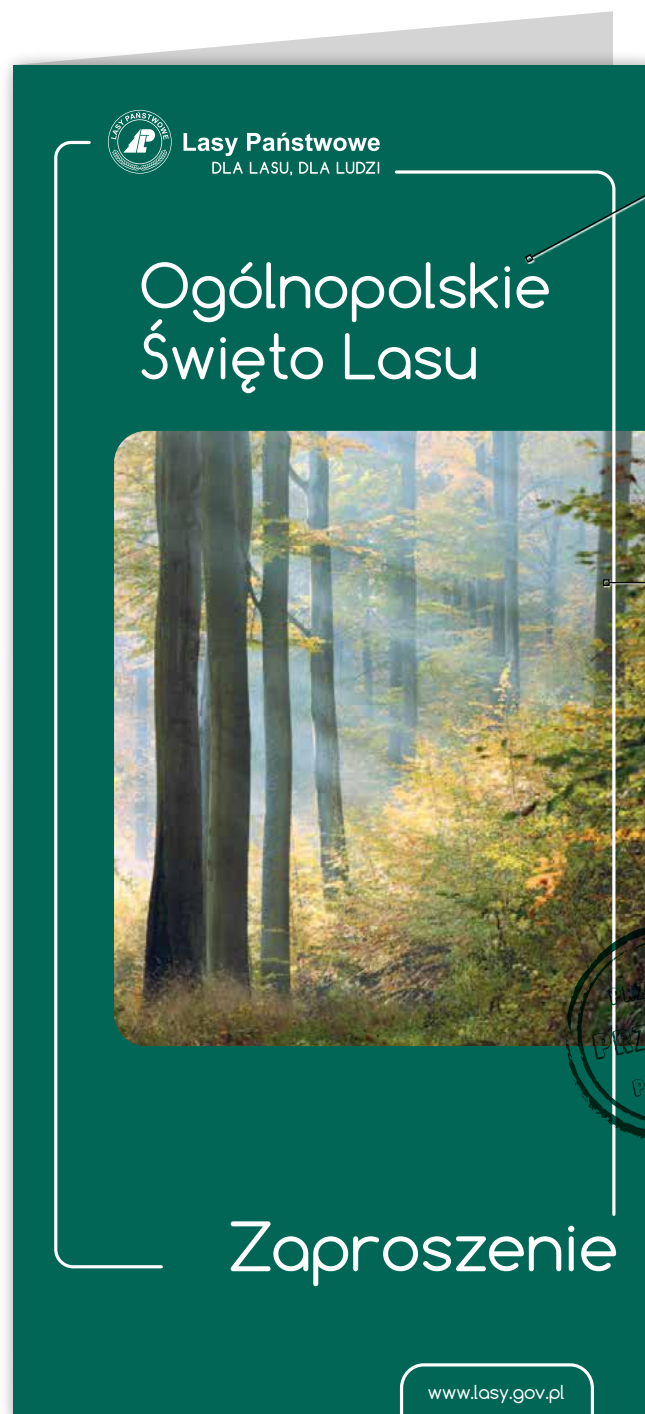




Las Państwowe
DLA LASU, DLA LUDZI

Kompozycja graficzna – zaproszenie

Przykład zaproszenia w formacie DL. Materiał w wymiarze 20x21 cm, składany do formatu DL (10x21 cm),
Układ graficzny oparty na innych materiałach opisanych w niniejszym dokumencie.



nazwa wydarzenia

Nazwa wydarzenia, którego dotyczy materiał, zapisana krojem Comfortaa, w kolorze białym lub zielonym firmowym.

fotografia lub ilustracja

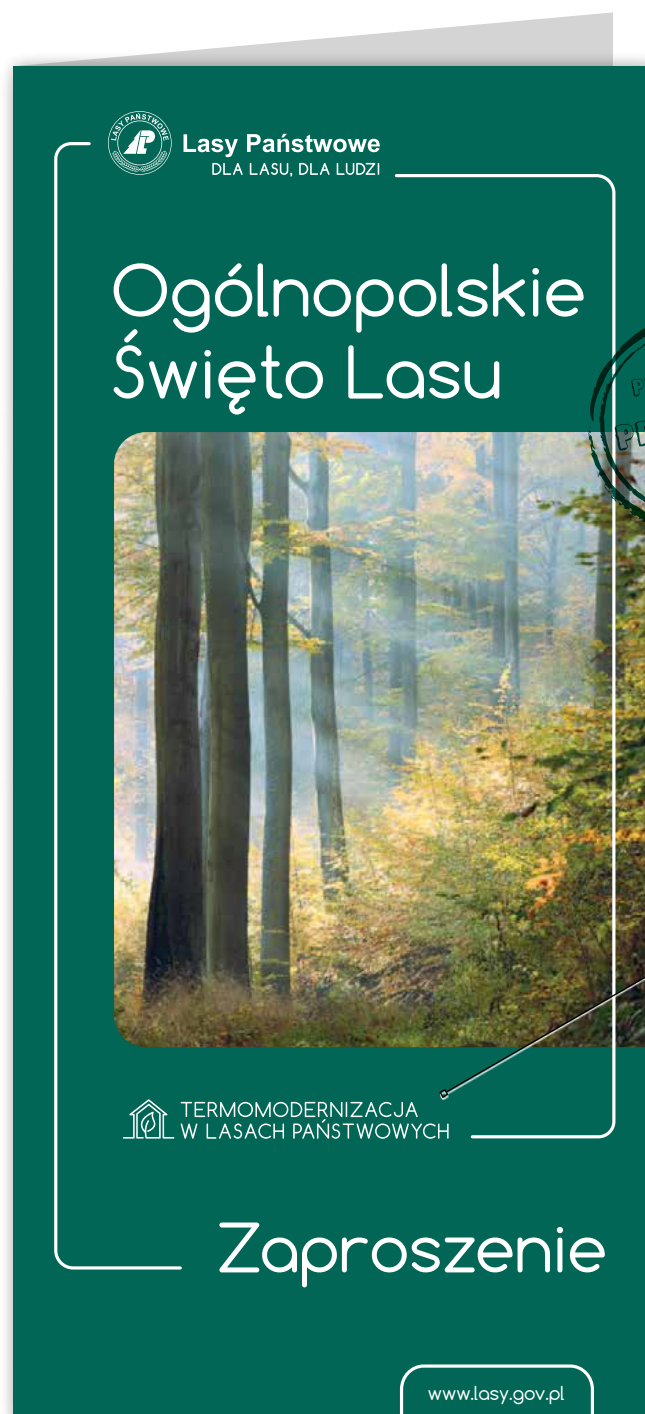
Zdjęcie o charakterze wizerukowym lub adekwatne do tematyki wydarzenia, którego dotyczy zaproszenie.



Lasy Państwowe
DLA LASU, DLA LUDZI

Kompozycja graficzna – zaproszenie ze znakiem graficznym projektu rozwojowego

Przykład zaproszenia w formacie DL. Materiał w wymiarze 20x21 cm, składany do formatu DL (10x21 cm), Układ graficzny oparty na innych materiałach opisanych w niniejszym dokumencie.



znak graficzny projektu rozwojowego

Umieszczany z uwzględnieniem obowiązujących zasad stosowania znaków graficznych projektów rozwojowych.



Lasy Państwowe
DLA LASU, DLA LUDZI

Kompozycja graficzna – zaproszenie, cd.

Przykład zaproszenia w kwadratowym formacie (np. 160×160 mm). Układ graficzny oparty na innych materiałach opisanych w niniejszym dokumencie. Preferowany do użycia w wypadku zastosowania papierów niepowlekanych i ozdobnych, gdzie nie jest wskazane pełne krycie farbą drukarską.

nazwa wydarzenia

Zapisana krojem Comfortaa,
w kolorze zielonym firmowym.



pole na logotypy

Znaki firmowe projektów
rozwojowych umieszczone
wg wskazówek z niniejszego
dokumentu.

Przykład prezentacji Power Point

Przy okazji wystąpień i prezentacji wymagających użycia obrazu i rzutnika multimedialnego zaleca się stosowanie uniwersalnej makiety prezentacji przygotowanej z wykorzystaniem właściwego zestawu znaków firmowych. Może to być również prezentacja zawierająca tylko znak firmowy Lasów Państwowych wraz ze sloganem „Dla lasu, dla ludzi”.

Prezentację z wykorzystaniem różnych konfiguracji znaków firmowych, w zależności od potrzeb i przeznaczenia, należy opierać na zasadach opisanych w tym dokumencie a za wzory rozwiązań graficznych brać przykłady makiet A4.

Każdy slajd powinien mieć, nagłówek - tytuł z właściwym logotypem i nr slajdu. W razie uzasadnionej potrzeby, dopuszcza się zastosowanie slajdu pełnoekranowego bez nagłówka.

Slajdy powinny być przejrzyste i czytelne, z minimalną treścią.

Zieleń firmowa zastosowana w prezentacjach multimedialnych: R0 G80 B35; #005023.

Preferowane kroje pisma to Comfortaa do tytułów, haseł i nagłówków oraz Helvetica / Arial do pozostałych treści.



Dobre praktyki tworzenia prezentacji:

- Każdy slajd (obraz) powinien mieć nagłówek – tytuł.
- Slajdy twórz zawsze w poziomie.
- Używaj slajdów wyrazistych i prostych.
- Dbaj o czytelność infografiki (niezbyt rozbudowane wykresy lub tabelki).
- Nie umieszczaj tekstu na grafice lub zdjęciach.
- Pisz w 3–6 punktach.
- Treść punktów zapisuj hasłami.
- Używaj piktogramów.
- Wykorzystuj kolory (2–3), najlepiej bliskie naturalnym, np. różne odcienie i nasycenia zieleni.
- Jaskrawych kolorów używaj tylko do podkreślania najważniejszych treści.
- Podkreślaj, wytłuszczaj jedynie najważniejsze.
- Oszczędnie i sporadycznie używaj animowanych rysunków i przenikających się slajdów.
- Dbaj o rozmiar prezentacji (umieszczaj mało zdjęć i tylko „lekkie”, nie używaj wykresów z arkuszem danych).



Przykład prezentacji power point, cd.

Poniżej znajduje się opis budowy standardowej prezentacji, nie wyczerpuje on pełnego wachlarza rozwiązań możliwych do zastosowania w odpowiedzi na potrzeby konkretnej sytuacji.



Slajd tytułowy

Właściwy znak firmowy

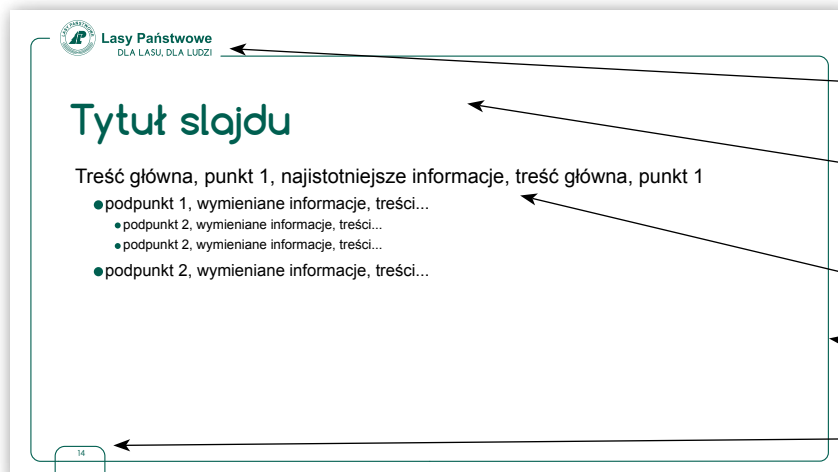
Tytuł prezentacji:
Comfortaa bold

Tło – zieleń: R0 G80 B35; #005023

Podtytuł:
Comfortaa bold

Ramka w kolorze białym

Właściwy adres www



Slajd z treścią

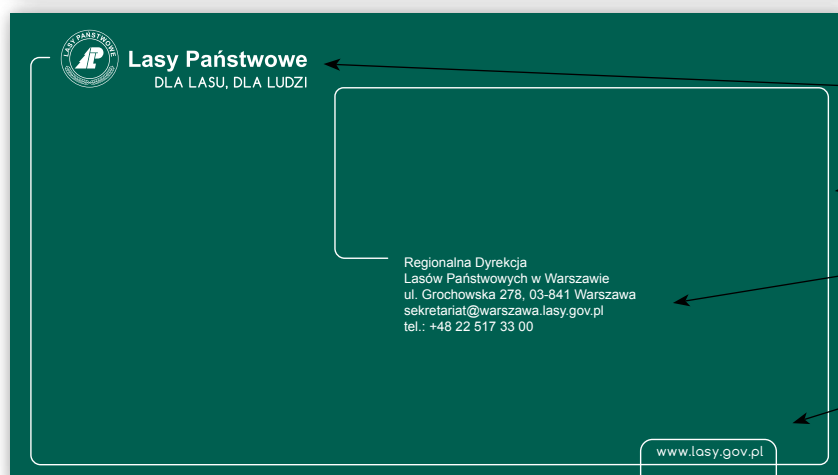
Właściwy znak firmowy

Tytuł slajdu: Comfortaa bold,
zieleń firmowa

Treść zapisana krojem Helvetica lub
Arial z kolistymi punktorami,
stopniowana wielkość pisma

Ramka w kolorze zieleni firmowej

Numer slajdu



Slajd końcowy

Właściwy znak firmowy

Ramka w kolorze białym

Dane teleadresowe

Adres www



Las Państwowe
DLA LASU, DLA LUDZI

Przykład prezentacji power point ze znakiem graficznym projektu rozwojowego



Slajd tytułowy

Właściwy znak firmowy

Tytuł prezentacji: Comfortaa bold

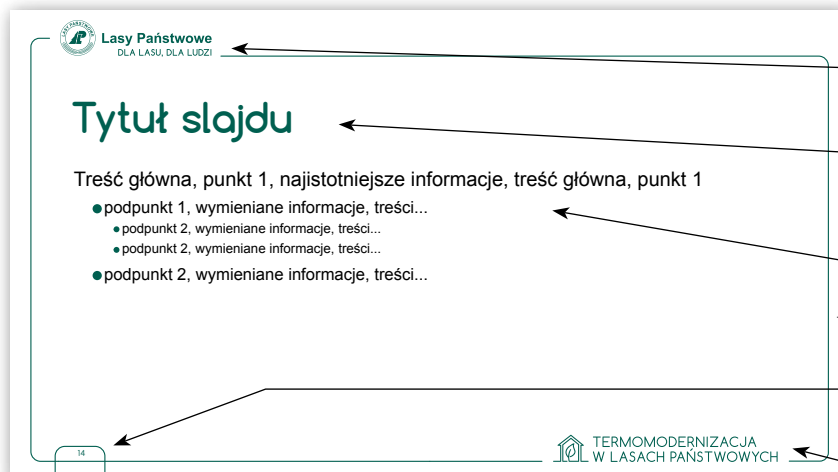
Tło – zieleń: R0 G80 B35; #005023

Podtytuł: Comfortaa bold

Ramka w kolorze białym

Właściwy adres www

Pole na dodatkowe znaki graficzne projektów rozwojowych



Właściwy znak firmowy

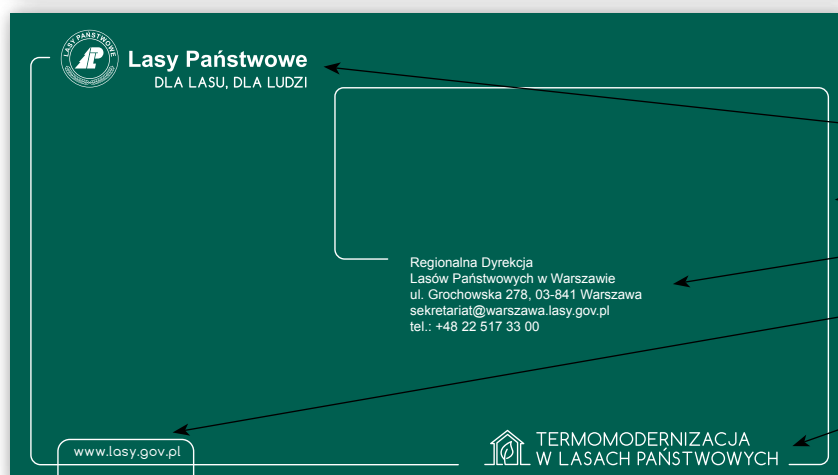
Tytuł slajdu: Comfortaa bold, zieleń firmowa

Treść zapisana krojem Helvetica lub Arial z kolistymi punktami, stopniowana wielkość pisma

Ramka w kolorze zieleni firmowej

Numer slajdu

Pole na dodatkowe znaki graficzne projektów rozwojowych



Slajd końcowy

Właściwy znak firmowy

Ramka w kolorze białym

Dane teleadresowe

Adres www

Pole na dodatkowe znaki graficzne projektów rozwojowych

Artykuły promocyjne – długopis, kalendarz

Przy aplikacji znaku firmowego na materiałach promocyjnych należy pamiętać o zachowaniu zasad ujętych w tym dokumencie, a w szczególności – wielkości minimalnej, obszarów ochronnych i kolorystyki.

Przy aplikacji znaku firmowego na przedmiotach o nierównej powierzchni lub o przekroju okrągłym, należy odpowiednio przygotować materiał graficzny, aby końcowy efekt był pozbawiony zniekształceń nadruku. Zaleca się każdorazowe wykonanie prób do akceptacji zamawiającego.

Nadrukowane znaki firmowe w miarę możliwości powinny mieć kolor zieleni firmowej. Dopuszcza się stosowanie innych kolorów jeśli specyfika materiału do tego skłania, np. brązu na przedmiotach drewnianych lub tekturowych oraz srebra na materiałach zdecydowanie ciemnych, np. głęboka zieleń firmowa lub elegancka czerń.

Długopisy z nadrukiem



Znak firmowy LP ze sloganem

Znak graficzny projektu rozwojowego LP

Kalendarz /notes z okładką ze skóry lub innego materiału z tłoczeniem

Znak firmowy LP ze sloganem

Ramka – charakterystyczny element graficzny do zrealizowania, jeśli możliwości techniczne na to pozwolą



Znak graficzny projektu rozwojowego LP



Artykuły promocyjne – notes

Notes z okładką kartonową
i nadrukiem w kolorze brązowym



Wariant ze znakiem firmowym LP
ze sloganem i adresem www

Wariant ze znakiem firmowym LP
i logotypem projektu rozwojowego



Artykuły promocyjne – pendrive, notes

Na drobnych materiałach promocyjnych, jak przenośne pamięci „pendrive”, breloki itp., najistotniejszymi kwestiami są:

- zachowanie obszarów ochronnych,
- odpowiednia technologia odwzorowania, zapewniająca wysoką estetykę i czytelność.



Przykład notesu w estetycznej okładce umożliwiającej aplikację znaków graficznych w oryginalnych kolorach. Wariant ze znakiem firmowym Lasów Państwowych ze sloganem oraz dodatkowo ze znakiem graficznym projektu rozwojowego.

Artykuły promocyjne – koszulki



T-shirt przód

znak firmowy LP ze sloganem
w układzie poziomym

Z przodu na piersi, po lewej stronie umieszczony jest znak firmowy LP w towarzystwie sloganu. Preferowana jest aplikacja w podstawowym wariantie kolorystycznym lub w kontrze – w kolorze białym na ciemnozielonej koszulce.

znaki graficzne projektów rozwojowych

Umieszczane wg tych samych zasad co znak firmowy LP.



T-shirt przód



T-shirt przód/tył

znak graficzny projektu rozwojowego
lub znak firmowy LP ze sloganem
w układzie pionowym

Z tyłu lub z przodu koszulki może być umieszczony logotyp w większym rozmiarze. Umieszcza się go centralnie na wysokości klatki piersiowej, w podstawowym wariantie kolorystycznym lub w kontrze, w kolorze białym na ciemnozielonej koszulce.



Artykuły promocyjne – torby papierowe, bawełniane

Grafika może być nanoszona na torby kartonowe, bawełniane lub wykonane z innego materiału umożliwiającego aplikację w należytej jakości odwzorowania. Na torbach można umieszczać hasła, nazwy wydarzeń i inne treści, zgodne z aktualnymi potrzebami. Znaki graficzne mogą być nadrukowane w kolorze zieleni firmowej, brązie lub w bieli bądź srebrze (na zieleni firmowej lub na czerni).



zieleń firmowa na bieli

Dodatkowe elementy w postaci ramek czy linii, nie są obowiązkowe w tego typu realizacjach; można je stosować, jeśli technologia i ekonomika przedsięwzięcia na to pozwalają, a projekt graficzny jednoznacznie wymusza ich zastosowanie.

brąz na tzw. szarym papierze

Brązowy nadruk może być również stosowany na podłożach ekologicznych i ozdobnych.

biel lub srebro na czerni

lub zieleni firmowej to zestawy kolorystyczne podkreślające elegancję i prestiż.



Część 2.

Znaki graficzne projektów rozwojowych

Na kolejnych stronach prezentowane są znaki graficzne projektów rozwojowych realizowanych przez Lasy Państwowe. Dopuszczone warianty i zasady ich budowy oraz wyznaczania obszarów ochronnych zaprezentowane zostały na dwóch przykładach znaków graficznych i obowiązują dla pozostałych wymienionych na kolejnej stronie.

Znaki graficzne wszystkich projektów rozwojowych w możliwie dużym wachlarzu wariantów udostępnione są na serwerach Lasów Państwowych pod adresem: www.projekty-rozwojowe.lasy.gov.pl/logotypy



Znaki graficzne projektów rozwojowych Lasów Państwowych
w podstawowej formie



LAS ENERGII



DREWNO ENERGETYCZNE



CENTRUM SZKOLENIA STRZELECKIEGO
LASÓW PAŃSTWOWYCH



EKSPLOATACJA KOPALIN



TERMOMODERNIZACJA
W LASACH PAŃSTWOWYCH



WIELKI SZLAK LEŚNY



POCHRONA CIETRZEWIA



POLSKIE DOMY DREWNIANE



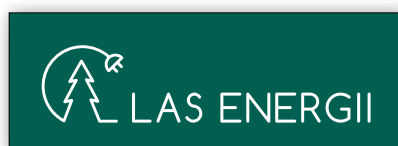
ŁĄCZNOŚĆ RADIOWA
W LASACH PAŃSTWOWYCH

Opis budowy znaków graficznych projektów rozwojowych
na przykładzie logotypu projektu „Las energii”
– wariant podstawowy poziomy, nazwa krótka, jednowierszowa



znak graficzny – forma podstawowa

Znak zbudowany na bazie kroju comfortaa; kolor podstawowy to zieleń firmowa (Pantone 3305; CMYK 100/0/60/51); grubość linii symbolu graficznego pozostaje zawsze taka sama, jak grubość znaków w nazwie.



znak graficzny – kontra

Znaki graficzne projektów rozwojowych stosowane są również w kontrze kolorystycznej na zieleni firmowej lub w wariantach mono- i achromatycznych (np. na czerni).

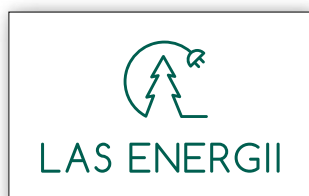


znak graficzny – wariant achromatyczny

Może być aplikowany w czerni lub innym kolorze naturalnie współgrającym z podłożem, na które zostaje naniesiony (brązy i beże na materiałach „eko”, szarości i biele w przypadku grawerki laserowej itd.).

Opis budowy znaków graficznych projektów rozwojowych
na przykładzie logotypu projektu „Las energii”

– forma uzupełniająca pionowa, w wariantach podstawowym i w kontrze



znak graficzny
– forma uzupełniająca

Znak graficzny zbudowany w układzie pionowym z symbolem graficznym znajdującym się nad nazwą; w stałej odległości i w stałych wzajemnych proporcjach.



znak graficzny – forma uzupełniająca – kontra kolorystyczna

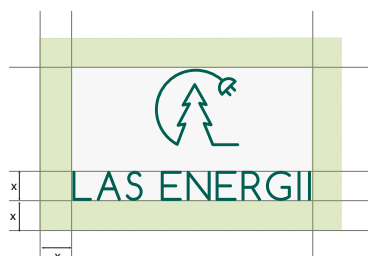
Znaki graficzne projektów rozwojowych stosowane są również w kontrze kolorystycznej na zieleni firmowej lub w wariantach mono- i achromatycznych (np. na czerni).

Opis budowy znaków graficznych projektów rozwojowych na przykładzie logotypu projektu „Las energii” – minimalny obszar ochronny

obszar ochronny

W celu zachowania należytej czytelności i charakteru przekazu, przyjmuje się, że wokół znaku graficznego projektu powinno pozostać wolne pole o szerokości równej wysokości litery w nazwie projektu – na rysunku oznaczonej znakiem „x”.

Zasada ta dotyczy zarówno wariantu podstawowego, jak i uzupełniającego.



Opis budowy znaków graficznych projektów rozwojowych na przykładzie logotypu projektu „Termomodernizacja budynków PGL LP (z zastosowaniem OZE w budynkach)”

– wariant podstawowy poziomy, nazwa długa, dwuwierszowa (oraz w opcji skróconej, jednowierszowej)

znak graficzny
– forma podstawowa i uproszczona



TERMOMODERNIZACJA
W LASACH PAŃSTWOWYCH

Znaki zbudowane na bazie kroju comfortaa; kolor podstawowy to zieleń firmowa (Pantone 3305; CMYK 100/0/60/51); grubość linii symbolu graficznego pozostaje zawsze taka sama, jak grubość liter w nazwie.



TERMOMODERNIZACJA

znaki graficzne
– kontra



TERMOMODERNIZACJA
W LASACH PAŃSTWOWYCH

Znaki graficzne projektów rozwojowych stosowane są również w kontrze kolorystycznej na zieleni firmowej lub w wariantach mono- i achromatycznych (np. na czerni).



TERMOMODERNIZACJA

znak graficzny –
warianty achromatyczne



TERMOMODERNIZACJA
W LASACH PAŃSTWOWYCH

Mogą być aplikowane w czerni lub innym kolorze naturalnie współgrającym z podłożem, na które zostaną naniesione (brązy i beże na materiałach „eko”, szarości i biele w wypadku grawerki laserowej itd.).



TERMOMODERNIZACJA

Znak graficzny projektu rozwojowego „Termomodernizacja budynków PGL LP (z zastosowaniem OZE w budynkach)”

– wariant uzupełniający pionowy, nazwa długa, dwuwierszowa (oraz w opcji skróconej, jednowierszowej)



znaki graficzne – formy uzupełniające

Znak graficzny – forma uzupełniająca i uzupełniająca uproszczona, zbudowane w układzie pionowym, z symbolem graficznym znajdującym się nad nazwą; w stałej odległości i w stałych wzajemnych proporcjach.

znak graficzny – formy uzupełniające – kontra kolorystyczna

Znaki graficzne projektów rozwojowych stosowane są również w kontrze kolorystycznej na zieleni firmowej lub w wariantach mono- i achromatycznych (np. na czerni).

Opis budowy znaków graficznych projektów rozwojowych
na przykładzie logotypu projektu „Termomodernizacja
budynków PGL LP (z zastosowaniem OZE w budynkach)”

– minimalny obszar ochronny



obszar ochronny

W celu zachowania należytej czytelności i charakteru przekazu, przyjmuje się, że wokół znaku graficznego projektu powinno pozostać wolne pole o szerokości równej wysokości litery w nazwie projektu – na rysunku oznaczonej znakiem „x”.

Zasada ta dotyczy zarówno wariantu podstawowego, jak i uzupełniającego.





Część 3.

Materiały graficzne projektów rozwojowych LP realizowanych w ramach kampanii „Lasy Państwowe. Dla lasu, dla ludzi”

Zebrane tu zostały zasady współwystępowania logotypów projektów rozwojowych i znaku kampanii oraz propozycje kompozycji graficznych.



Materiały promocyjne projektów rozwojowych LP akcentujące nadrzędność organizacji Lasy Państwowe. Kompozycja graficzna – przykład na format A4, plakat, ulotkę

Szata graficzna materiałów promocyjnych i informacyjnych projektów rozwojowych jest analogiczna do opisanych wcześniej kompozycji dla kampanii „Lasy Państwowe. Dla lasu, dla ludzi”. Kluczowa różnica polega na umieszczeniu w makiecie znaku graficznego projektu. W materiałach akcentujących nadrzedną rolę Lasów Państwowych logotyp projektu rozwojowego znajduje się w prawym dolnym rogu.



znak firmowy kampanii

Stosowany z zachowaniem obszarów ochronnych.

blok tekstowy

Większe i zwarte bloki tekstowe pisane są krojem Helvetica Neue LT Comp 45 light, w rozmiarze 9 pkt.

ramka

Stosowana wg zasad opisanych na str. 15. Na zdjęciu możliwe jest aplikowanie jej w kolorze białym, aby zwiększyć kontrast.

tytuł lub hasło

Hasło zapisane krojem Comfortaa, w kolorze zieleni firmowej.

ilustracje

Stosowane z zaokrąglonymi narożnikami (promień 4 mm) z możliwością wyprowadzenia na spad.

znak graficzny projektu rozwojowego

Aplikowany z zachowaniem obszarów ochronnych, grubość linii w symbolu graficznym oraz grubość liter w nazwie zbliżona do grubości ramki/ramek otaczających grafikę.



Lasy Państwowe
DLA LASU, DLA LUDZI

Materiały promocyjne projektów rozwojowych LP akcentujące nadrzędność organizacji Lasy Państwowe.
Kompozycja graficzna – przykład na format A4, plakat, ulotkę, cd.



czyste pole

Puste obszary (białe lub w zieleni firmowej) koncentrują uwagę na tekstach i znakach graficznych.
Do zastosowania wszędzie tam, gdzie pożądana jest powściągliwość, czystość i oszczędność formy.

znak graficzny projektu rozwojowego

Inny przykład, zajmujący mniejszy obszar; zasady stosowania pozostają niezmiennie, litery posadowione są w linii wyznaczonej przez ramkę otaczającą format materiału.



Lasy Państwowe

DLA LASU, DLA LUDZI

Materiały promocyjne projektów rozwojowych LP akcentujące nadrzędność organizacji Lasy Państwowe.
Kompozycja graficzna – przykład na format A4, plakat, ulotkę, cd.



Projekt graficzny z tekstem oraz kilkoma zdjęciami.

tekst

Aplikowany krojem Comfortaa, a w wypadku większych bloków tekstowych krojem Helvetica Neue LT Com.

znak graficzny projektu rozwojowego

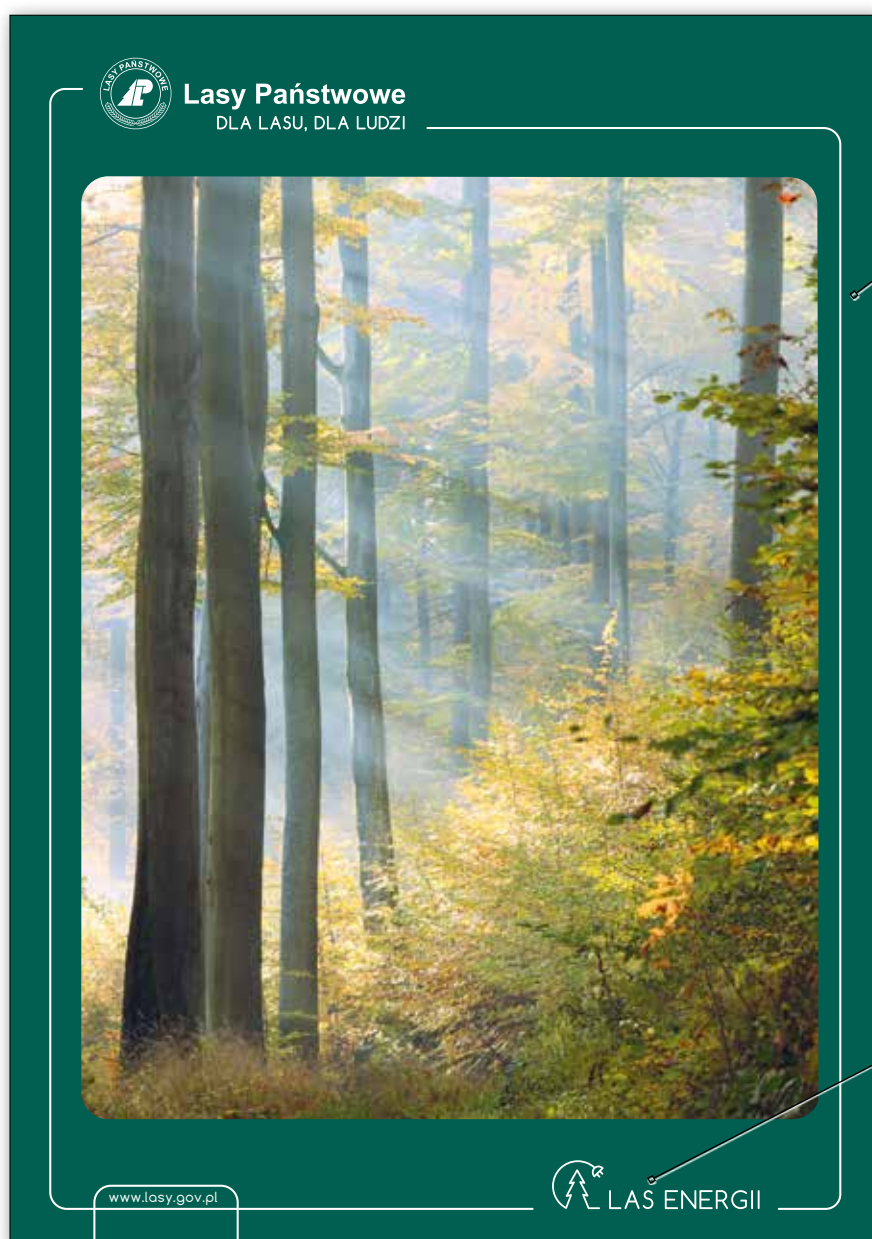
Inny przykład.



Lasy Państwowe

DLA LASU, DLA LUDZI

Materiały promocyjne projektów rozwojowych LP akcentujące nadrzędność organizacji Lasy Państwowe.
Kompozycja graficzna – przykład na format A4, plakat, ulotkę, cd.



Projekt graficzny o charakterze wizerunkowym, z dominującą rolą fotografii.

znak graficzny projektu rozwojowego

Inny przykład.

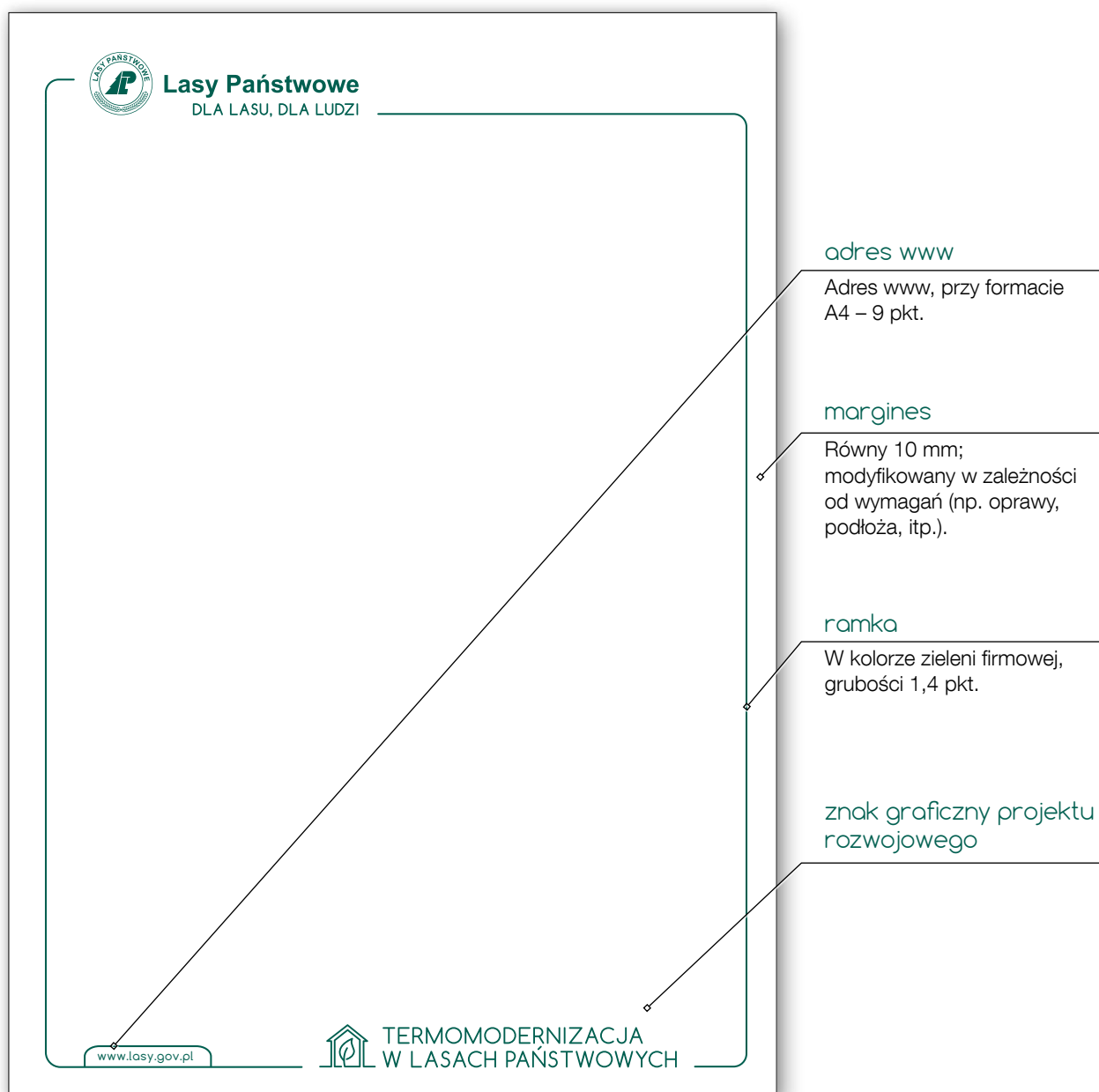


Lasy Państwowe

DLA LASU, DLA LUDZI

Materiały promocyjne projektów rozwojowych LP akcentujące nadrzędność organizacji Lasy Państwowe.
Kompozycja graficzna – format A4 z otwartym polem tekstowym

Wzór „czystego” formatu bez danych teleadresowych





Materiały promocyjne projektów rozwojowych LP akcentujące nadrzędność organizacji Lasy Państwowe. Kompozycja graficzna – rollup lub inny pionowy format

Projektując pionowy materiał wielkoformatowy, należy pamiętać, aby istotne treści były na bezpiecznej wysokości od podłoża. Ma to znaczenie szczególnie w wypadku rollupa. Poniżej znajdują się przykłady kompozycji graficznych, w których najważniejsze cechy to ramka z zaoblonymi narożnikami, znak firmowy ze sloganem bliżej lewego górnego rogu, użycie kroju pisma Comfortaa oraz proporcjonalnych marginesów odpowiedniej szerokości.



znak firmowy

W towarzystwie sloganu firmowego; stosowany na zieleni firmowej z zachowaniem obszarów ochronnych. Preferowany jest układ poziomy znaku firmowego.

tekst

Aplikowany krojem Comfortaa, a w wypadku większych bloków tekstowych krojem Helvetica Neue LT Com.

znak graficzny projektu rozwojowego

Przeniesiony do środka kompozycji, aby zapewnić mu należyłą ekspozycję.

materiał fotograficzny

Należy dbać o wysoką jakość techniczną materiału zdjęciowego.

adres www

Umieszczony w środku kompozycji w celu zapewnienia odpowiedniej czytelności.



Materiały promocyjne projektów rozwojowych LP akcentujące nadrzędność organizacji Lasy Państwowe.

Kompozycja graficzna – baner w układzie poziomym

Banery konstruowane są za pomocą tych samych komponentów graficznych, co inne materiały. W zależności od potrzeb, dość swobodnie można korzystać z możliwości konstrukcyjnych, jakie daje ramka i wzajemne ułożenie elementów: hasła, tekstu uzupełniającego, fotografii, adresu www.

Niezmienne pozostaje umiejscowienie znaku firmowego w lewym górnym rogu kompozycji oraz znaku graficznego projektu w dolnym prawym rogu.

znak firmowy

W towarzystwie sloganu firmowego; stosowany na zieleni firmowej z zachowaniem obszarów ochronnych. Preferowany jest układ poziomy znaku firmowego.

hasło, nazwa wydarzenia itp.

Pisane są krojem Comfortaa, odpowiednio dużym, aby zapewnić dobrą ekspozycję nawet ze znacznej odległości.



znak graficzny projektu rozwojowego

Stosowany z przestrzeganiem obszarów ochronnych i dopuszczonej kolorystyki.

wariant banera w kontrze na zieleni firmowej



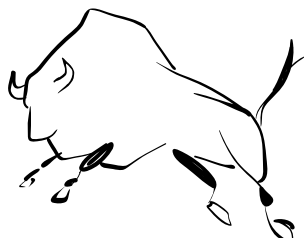
Część 4.

Znaki graficzne projektów rozwojowych Lasów Państwowych w niejednolitej, odrębnej od pozostałych stylistyce.

Niektóre projekty rozwojowe zyskały wyraźnie odrębne stylistyczne znaki graficzne. W zakresie ich stosowania panuje zatem pewna dowolność. Można również stosować szablony materiałów pokazanych w tej Księdze. Należy pamiętać o zachowaniu zasad umieszczania tych logotypów względem znaku firmowego Lasów Państwowych ze sloganem firmowym. Za wytyczne w tym zakresie mogą posłużyć opisane w tym dokumencie zasady dotyczące stosowania większości jednolitych stylistycznie znaków graficznych projektów rozwojowych.



nazwa projektu: „Leśne gospodarstwa węglowe”



nazwa projektu: „Ochrona żubra”



nazwa projektu: „Ochrona rybołowa”



nazwa projektu: „Dobre z lasu”