

szlak węгля i stali

logoinstrukcja



PŘEKRAČUJEME HRANICE
PRZEKRACZAMY GRANICE
2014–2020



EVROPSKÁ UNIE / UNIA EUROPEJSKA
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO

Ideą tego brandu jest popularyzacja industrialnej atrakcyjności polsko-czeskiego pogranicza. Motywem przewodnim jest przejście kolorów symbolizujących przenikanie się polskiego i czeskiego pogranicza. Przejście opiera się na dwóch ważnych produktach turystycznych CZ – Technotrasy (kolor czerwony) i PL – Szlaku Zabytków Techniki Województwa Śląskiego (kolor pomarańczowy). Dla prezentacji w języku czeskim proponowana jest wersja „industriální pohraničí”, dla prezentacji w języku polskim wersja „industrialne pogranicze”.

industrialne
pogranicze

logotyp

Podstawowa wersja kolorystyczna logotypu Industrialne pogranicze.
Wszystkie istotne reguły i zasady korzystania z logotypu zostały opisane w dalszej części tej instrukcji.

industrialne pogranicze

Industrial Red
CMYK: 0/100/100/0
RGB: 251/18/0
HTML: #FB1200



Industrial Yellow
CMYK: 0/30/85/0
RGB: 251/188/50
HTML: #FBBC33



Industrial Black
CMYK: 0/0/0/100
RGB: 255/255/255
HTML: #F000000

Industrial Red /100%

50%

Industrial Yellow /100%

kolory

Dla tego logotypu zostały określone trzy odcienie kolorów: czerwony / Industrial Red, żółty / Industrial Yellow i czarny / Industrial Black.
Poprzez przenikanie się koloru czerwonego i żółtego powstaje firmowe przejście / Industrial Gradient.

industrialne
pogranicze

industrialne
pogranicze

industrialne
pogranicze

industrialne
pogranicze

industrialne
pogranicze

industrialne
pogranicze

wersje kolorystyczne

W przypadku, gdy logotypu nie można zastosować w jego podstawowej oryginalnej kolorowej wersji, można go stosować w powyższych wersjach kolorystycznych (czarny na białym, biały na czarnym, szary na białym / min. 50 %, biały na szarym / min. 50 %).



strefa ochronna

Strefa ochronna to obszar wytyczający granice logotypu i jego otoczenia, w który nie może ingerować żaden inny element graficzny ani typograficzny. Przestrzeganie tej zasady gwarantuje dostateczną czytelność i zakres stosowania logotypu.

industrialne
pogranicze

industrialne
pogranicze

20 mm

minimalny rozmiar

Zalecany najmniejszy rozmiar logotypu gwarantuje jego dobrą czytelność.
Dalsze zmniejszanie jest możliwe na podstawie rekomendacji grafika. Zależy również od jakości i technologii druku.

industrialne
pogranicze

industrialne
pogranicze

industrialne
pogranicze

industrialne
pogranicze

industrialne
pogranicze

industrialne
pogranicze

industrialne
pogranicze

industrialne
pogranicze

zabronione wykorzystanie

Powyżej pokazano przykłady niektórych z zabronionych wariantów kolorystycznych i kształtów wykorzystania logotypu. Podane przykłady oczywiście nie wyczerpują wszystkich możliwości, ale wyraźnie pokazują, w jaki sposób nie należy posługiwać się logotypem.

Poppins Regular
podstawowy

ABCDEFGHIJ
KLMNOPQRS
TUVWXYZ
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz
0123456789
áčéěíóřšž
^/#\$€£¥¢§%&
()[]{}<>«»+=x±
@©™†‡°!!!?*

Poppins Medium
pogrubienie

ABCDEFGHIJ
KLMNOPQRS
TUVWXYZ
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz
0123456789
áčéěíóřšž
^/#\$€£¥¢§%&
()[]{}<>«»+=x±
@©™†‡°!!!?*

Poppins Semibold
pogrubienie

ABCDEFGHIJ
KLMNOPQRS
TUVWXYZ
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz
0123456789
áčéěíóřšž
^/#\$€£¥¢§%&
()[]{}<>«»+=x±
@©™†‡°!!!?*

Poppins Bold
nagłówki

ABCDEFGHIJ
KLMNOPQRS
TUVWXYZ
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz
0123456789
áčéěíóřšž
^/#\$€£¥¢§%&
()[]{}<>«»+=x±
@©™†‡°!!!?*

czcionka

Jako czcionkę firmową dla tego brandu wybrano rodzinę Poppins z krojami Regular, Medium, Semibold i Bold.
Czcionka jest zalecana jak do prezentacji internetowych, tak i do wszelkich dokumentów drukowanych.

szlak węgla i stali



slogan

Motywnym przewodnim jest slogan „szlak węgla i stali”. W sloganie zawarto to, co najistotniejsze w projekcie. A więc prezentację industrialnych zabytków historycznie związanych z wydobyciem węgla czy produkcją stali.

szlak węgla i stali

**szlak
węgla
i stali**

**szlak węgla
i stali**

**szlak
węgla i stali**

skład sloganu

Slogan zapisany jest czcionką firmową Poppins Bold (małymi literami).
Jest wyrównany do środka i dzielony dowolnie w zależności od potrzeb formatu lub miejsca w danej aplikacji.



motyw fotograficzny

Ważnym elementem brandu jest również motyw fotograficzny. Chodzi o wykorzystanie przyciągającej wzrok fotografii danej atrakcji przenikającej przez firmowy gradient. Motyw fotograficzny może być również uzupełniony sloganem.

CREATED BY MSTOURISM / 2022



MSTOURISM

