



Księga Logotypu Marki Radom

 radom
siła w precyzji

1. LOGOTYP

- 1.01 forma podstawowa
- 1.02 znak graficzny
- 1.03 forma podstawowa z hasłem
- 1.04 forma podstawowa z hasłem w języku angielskim i rosyjskim
- 1.05 formy uzupełniające
- 1.06 logotyp na siatce modułowej
- 1.07 pole podstawowe logotypu
- 1.08 pole ochronne logotypu
- 1.09 tło znaku marki
- 1.10 warianty logotypu w odcieniach szarości
- 1.11 warianty logotypu achromatyczne
- 1.12 warianty logotypu monochromatyczne
- 1.13 kolorystyka – Cmyk, Pantone, Rgb
- 1.14 podział kolorystyczny znaku graficznego
- 1.15 wielkości minimalne
- 1.16 typografia podstawowa
- 1.17 typografia uzupełniająca

**Projekty, które zawierają logotyp Marki Radom
prosimy przesłać do zaopiniowania
(przed produkcją, np. drukiem)
na adres e-mail: marka@umradom.pl**

1.01

forma podstawowa

Logotyp Marki Radom to podstawowa forma identyfikacji wizualnej, budująca – wraz z kanałem komunikacji wspomagającej (działania promocyjne i reklamowe) – wizerunek marki zgodnie z przyjętą strategią.

Znak graficzny wyprowadzony został z litery R poprzez równoległe nałożenie kolorowych linii zyskując tym samym perspektywę, „od zewnątrz do wewnątrz”, „od ogółu do szczegółu”, która nabiera nowych znaczeń w kontekście bogatej i różnorodnej oferty Marki Miasta Radomia.



radom

1.02

znak graficzny

Znak graficzny może być stosowany bez znaku słownego – samodzielnie, w określonych sytuacjach, np. jako gadżet bądź wówczas, gdy w jego pobliżu występuje pełna wersja logotypu.



1.03

forma podstawowa z hasłem

Logotyp może występować w formie podstawowej bez hasła, bądź z hasłem „siła w precyzji” w ściśle określonych proporcjach.



siła w precyzji

1.04

forma podstawowa z hasłem w języku angielskim i rosyjskim

Logotyp został zaprojektowany
w dwóch wersjach
obcojęzycznych: angielskiej
i rosyjskiej.

The logo features the word 'radom' in a stylized, rounded blue font. The 'r' is composed of three horizontal bars in blue, light blue, and orange. Below the word is the tagline 'power in precision' in a clean, blue, sans-serif font.

The logo features the word 'radom' in a stylized, rounded blue font, identical to the English version. Below it is the Russian tagline 'СИЛА В ТОЧНОСТИ' in a clean, blue, sans-serif font.



Radom
siła w precyzji



Radom
siła w precyzji



Radom
siła w precyzji



Radom
siła w precyzji

1.05

formy uzupełniające

System Identyfikacji Wizualnej Marki Radom dopuszcza stosowanie jednokolorowych wersji symbolu. Zaleca się jednak, aby wszędzie tam, gdzie jest to możliwe stosować znak w podstawowej wersji kolorystycznej, a jeżeli konkretna sytuacja nie pozwala na takie rozwiązanie, należy zastosować znak w zaprezentowanych na ilustracji uzupełniających wersjach kolorystycznych.

1.06

logotyp na siatce modułowej

Siatka modułowa określa podstawowe proporcje i wielkości w budowie logotypu. Stosowana jest w przypadku odwzorowania logotypu marki na powierzchniach wielkoformatowych, gdzie zastosowanie formy elektronicznej jest niemożliwe. Modułem konstrukcyjnym jest kwadrat o boku równym $\frac{1}{3}$ wysokości litery „R”.



 – moduł konstrukcyjny – kwadrat o boku równym $\frac{1}{3}$ wysokości litery „R”

1.07

pole podstawowe logotypu

Pole podstawowe logotypu definiuje minimalny zamknięty obszar, w którym logotyp może być użyty.

Do wyznaczenia pola podstawowego użyto modułu konstrukcyjnego – kwadratu o boku równym $1/2$ wysokości litery „R”.



konstrukcja pola podstawowego logotypu



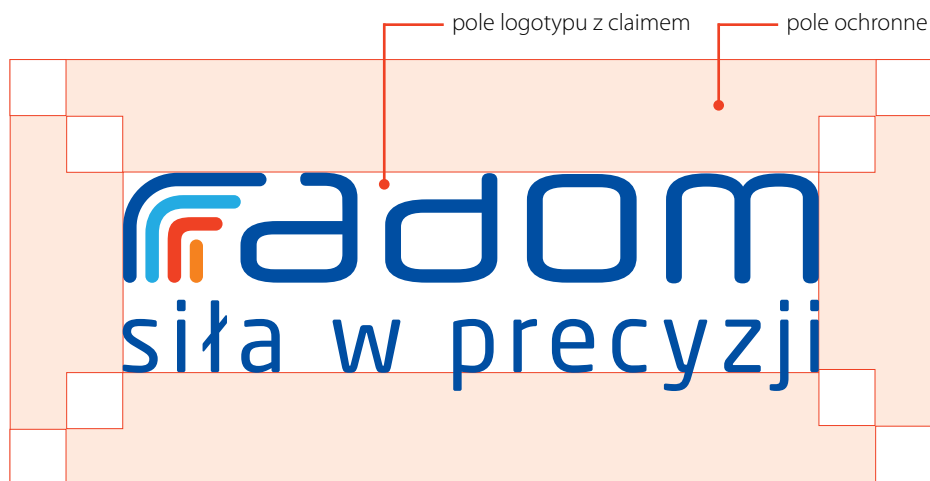
– moduł konstrukcyjny – kwadrat o boku równym $1/2$ wysokości litery „R”

1.08

pole ochronne logotypu

Pole ochronne definiuje obszar wokół logotypu, w którym nie może pojawić się żadna obca forma, zarówno graficzna, jak i tekstowa.

Do wyznaczenia pola ochronnego użyto modułu konstrukcyjnego – kwadratu o boku równym 1/2 wysokości litery „R”.



konstrukcja pola ochronnego logotypu



– moduł konstrukcyjny – kwadrat o boku równym 1/2 wysokości litery „R”



przykład poprawnego zastosowania pola ochronnego

1.09



tło białe, znak marki – kolor CMYK , Pantone



tło czarne, znak marki – kolor biały

tła znaku marki

Strona ilustruje dopuszczalne wersje kolorystyczne tła jednorodnych, na jakich można stosować logotyp. Podstawowym tłem jest tło w kolorze białym. Dopuszcza się stosowanie logotypu na tle czerwonym, czarnym oraz szarym (określonym w niniejszym manualu), znak występuje wtedy w wersji monochromatycznej.

UWAGA !

Prostokąty opisujące znaki nie stanowią ich integralnej części – symulują jedynie tło.

1.09

tła znaku marki

UWAGA !

Prostokąty opisujące znaki nie stanowią ich integralnej części – symulują jedynie tło.



tło granatowe: C-100 M-80 Y-0 K-0, Pantone 287C, znak marki – kolor biały



tło niebieskie: C-70 M-15 Y-0 K-0, Pantone 2995C, znak marki – kolor biały

1.09

tła znaku marki

UWAGA!

Prostokąty opisujące znaki nie stanowią ich integralnej części – symulują jedynie tło.



tło czerwone: C-0 M-90 Y-100 K-0, Pantone 1788C, znak marki – kolor biały



tło pomarańczowe: C-0 M-60 Y-100 K-0, Pantone 021C, znak marki – kolor biały

1.10

warianty logotypu w odcieniach szarości

Warianty kolorystyczne logotypu mają zastosowanie w tych obszarach komunikacji marki, w których wykorzystanie wersji pełnokolorowej jest niemożliwe ze względów technologicznych (na przykład tłoczenie, grawerunek, druk jednokolorowy itp.).

UWAGA !

Prostokąty opisujące znaki nie stanowią ich integralnej części – symulują jedynie tło.



warianty w odcieniach szarości (pozytyw / kontra) – (40% black, 60% black, 80% black, 100% black)

1.11

warianty logotypu achromatyczne

UWAGA!

Prostokąty opisujące znaki nie stanowią ich integralnej części – symulują jedynie tło.



warianty achromatyczne (pozytyw / kontra) – czarne (100% black)

1.12

warianty logotypu monochromatyczne

Dopuszcza się stosowanie logotypu w wariantach jednobarwnych (monochromatycznych), ale tylko w obrębie przedstawionej na stronie kolorystyki.

UWAGA !

Prostokąty opisujące znaki nie stanowią ich integralnej części – symulują jedynie tło.

pozytyw



warianty granatowe

negatyw



warianty niebieskie



warianty czerwone



warianty pomarańczowe



1.13

granat:

C - 100 / M - 80 / Y - 0 / K - 0
PANTONE 287 C
R - 3 / G - 78 / B - 162

niebieski:

C - 70 / M - 15 / Y - 0 / K - 0
PANTONE 2995 C
R - 41 / G - 170 / B - 226

czerwony:

C - 0 / M - 90 / Y - 100 / K - 0
PANTONE 1788 C
R - 239 / G - 66 / B - 35

pomarańczowy:

C - 0 / M - 60 / Y - 100 / K - 0
PANTONE ORANGE 021 C
R - 245 / G - 130 / B - 32

kolorystyka logotypu CMYK, PANTONE, RGB

Na stronie przedstawiono parametry kolorystyczne znaku marki w zależności od wybranej techniki reprodukcji.

UWAGA !

Kolorystyka przedstawiona w opracowaniu jest symulacją kolorów z drukarki laserowej i służy jedynie celom ilustracyjnym. Kolory należy dobierać według podanych na karcie wartości.

1.14

podział kolorystyczny znaku graficznego

Pozycjonowanie Marki Radom – jako centrum techniki precyzyjnej opartej na przedsiębiorczości (inwencji) ludzi, w którym panuje „zdrowe” podejście do pracy i życia zostało symbolicznie wpisane w projekt logotypu Marki Radom. Kolorystyka znaku graficznego przekłada się na poszczególne kompetencje Marki Radom i identyfikuje poszczególne sektory działalności miasta (gospodarka, kultura i edukacja, turystyka i sport, społeczeństwo).

Podział kolorystyczny znaku graficznego zgodnie z kompetencjami marki:

Granatowy – kolor, któremu przypisane są kompetencje takie jak pewność siebie, dominacja. W rzeczywistości charakteryzuje społeczeństwo miasta Radomia oraz działalność jednostek miejskich – z Urzędem Miejskim na czele.

Niebieski – kolor, któremu przypisane są kompetencje takie jak struktura, porządek, kontrola. W rzeczywistości charakteryzuje kulturę i edukację.

Czerwony – kolor, któremu przypisane są kompetencje takie jak aktywność, energia, potencjał. W rzeczywistości charakteryzuje gospodarkę i inwestycje.

Pomarańczowy – kolor, któremu przypisane są kompetencje takie jak równowaga, komfort, ochrona. W rzeczywistości charakteryzuje turystykę i sport.





Powyższe przyporządkowanie kolorów do poszczególnych kompetencji i sektorów działalności miasta odpowiada pozycjonowaniu Marki Radom, zgodnie z którym najważniejszym celem stojącym przed Marką Radom jest większa aktywność i wykorzystanie potencjału miasta.

Podział kompetencji Marki Radom:



Pewność siebie, dominacja
Struktura, porządek, kontrola
Aktywność, energia, potencjał
Komfort, ochrona, równowaga

Przyporządkowanie kompetencji Marki Radom do poszczególnych sektorów:

-  **społeczeństwo**
-  **kultura i edukacja**
-  **gospodarka i inwestycje**
-  **turystyka i sport**

1.15

wielkości minimalne logotypu

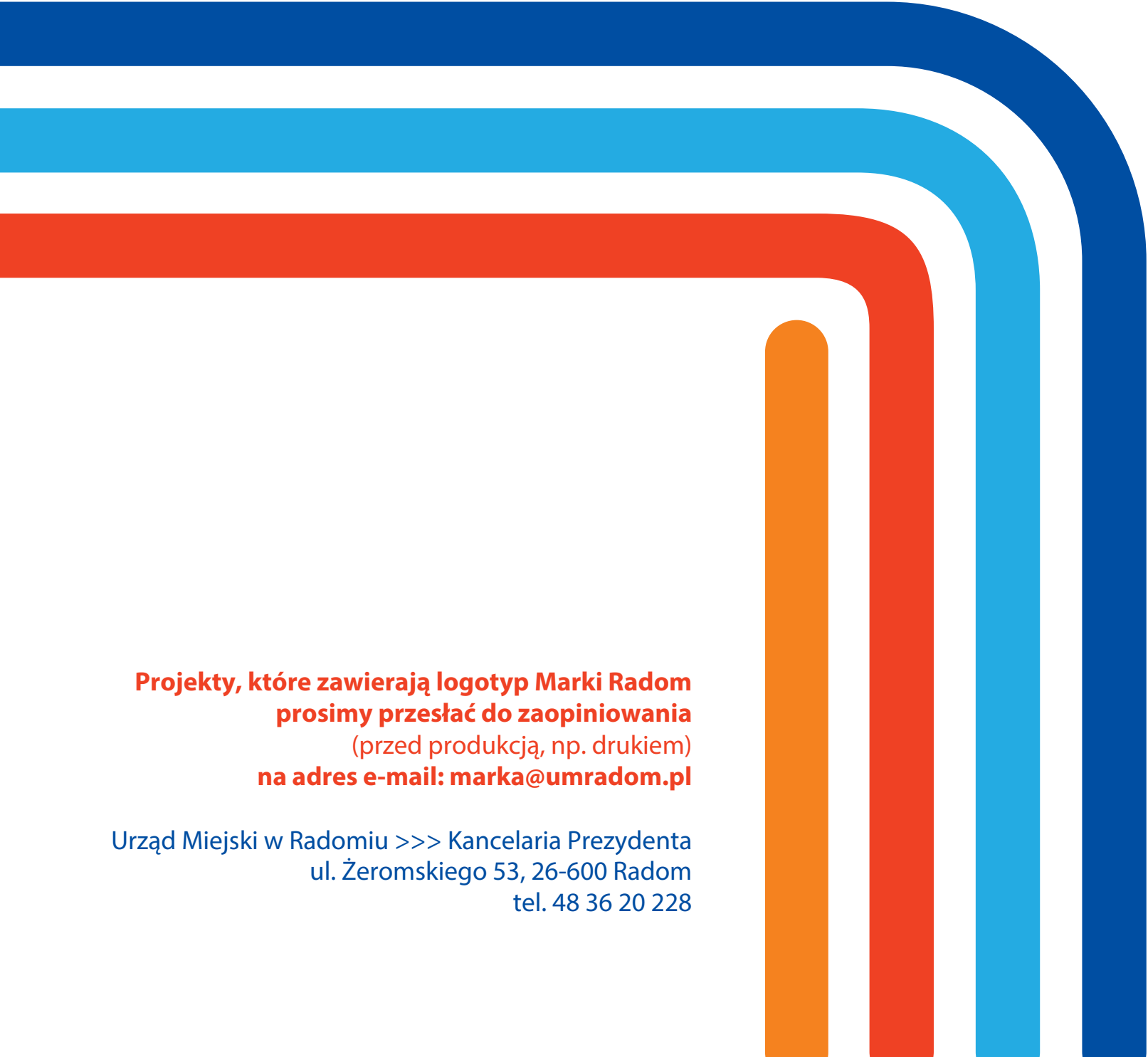
Użycie logotypów mniejszych niż podane poniżej może spowodować utratę ich czytelności.

UWAGA!

Wymiary podane w milimetrach (mm).



wielkość minimalna dla logotypów



**Projekty, które zawierają logotyp Marki Radom
prosimy przesać do zaopiniowania
(przed produkcją, np. drukiem)
na adres e-mail: marka@umradom.pl**

Urząd Miejski w Radomiu >>> Kancelaria Prezydenta
ul. Żeromskiego 53, 26-600 Radom
tel. 48 36 20 228