



Koncepcja zagospodarowania graficznego
logotypu Szpitala Specjalistycznego im. Ludwika Rydygiera
w Krakowie sp. z o.o.

Opis koncepcji

Koncepcja zakłada użycie dotychczasowego logotypu. Unowocześnieniu ulega jedynie krój czcionki i kolor podstawowy, który to kolor i tak jest już stosowany na nowej stronie www szpitala. Zmiany wpisują się w nowe trendy w projektowaniu materiałów identyfikacji wizualnej (CI), zapewniając odpowiednią czytelność zarówno na tradycyjnych materiałach poligraficznych, jak i w dokumentach cyfrowych.

Przykładowe materiały promocyjne to teczka, wizytówka, koperta i papier firmowy. Projekty są spójne, utrzymane w jednym stylu, co pozwala jednoznacznie i szybko kojarzyć je ze Szpitalem Specjalistycznym im. Ludwika Rydygiera. Ich kolorystyka bazuje na podstawowej wersji logotypu z dodatkiem ciemnoszarego w tekstach i drobnych dodatkach graficznych. Koncepcja zakłada minimalistyczną, elegancką formę, bez nadmiernego przesycenia elementami graficznymi i kolorami. Ma to za zadanie podkreślać powagę i prestiż instytucji, jaką jest Szpital.

00 SPIS TREŚCI

01 LOGO

CHARAKTERYSTYKA ZNAKU	05
PROPORCJE ZNAKU	06
POLE OCHRONNE ZNAKU	07
WIELKOŚĆ MINIMALNA ZNAKU	08
KOLORYSTYKA ZNAKU	09
WERSJA MONOCHROMATYCZNA A	10
WERSJA MONOCHROMATYCZNA B	11
FONT	12
NIEPRAWIDŁOWE STOSOWANIE	13

02 MATERIAŁY

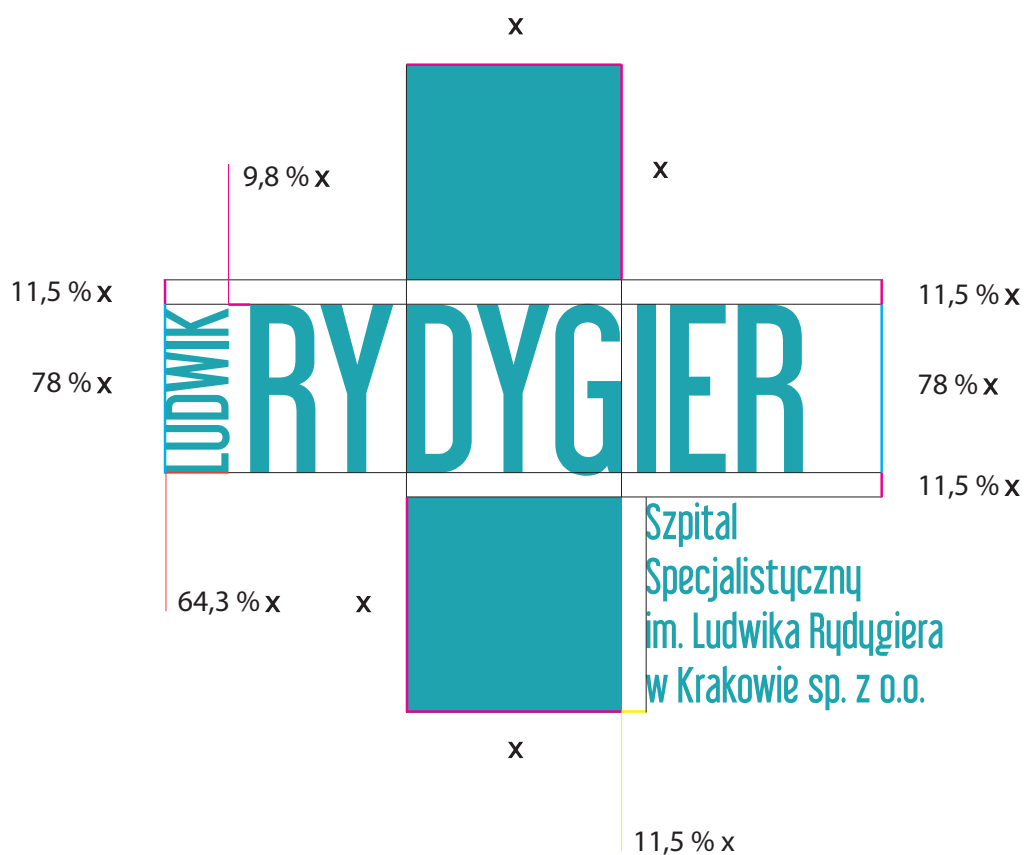
WIZYTÓWKI	15
WIZYTÓWKI / wizualizacja	16
PAPIER FIRMOWY	17
KOPERTA C6	18
TECZKA FIRMOWA	19
DŁUGOPIS FIRMOWY	20
MATERIAŁY CI / wizualizacja	21

01 LOGO



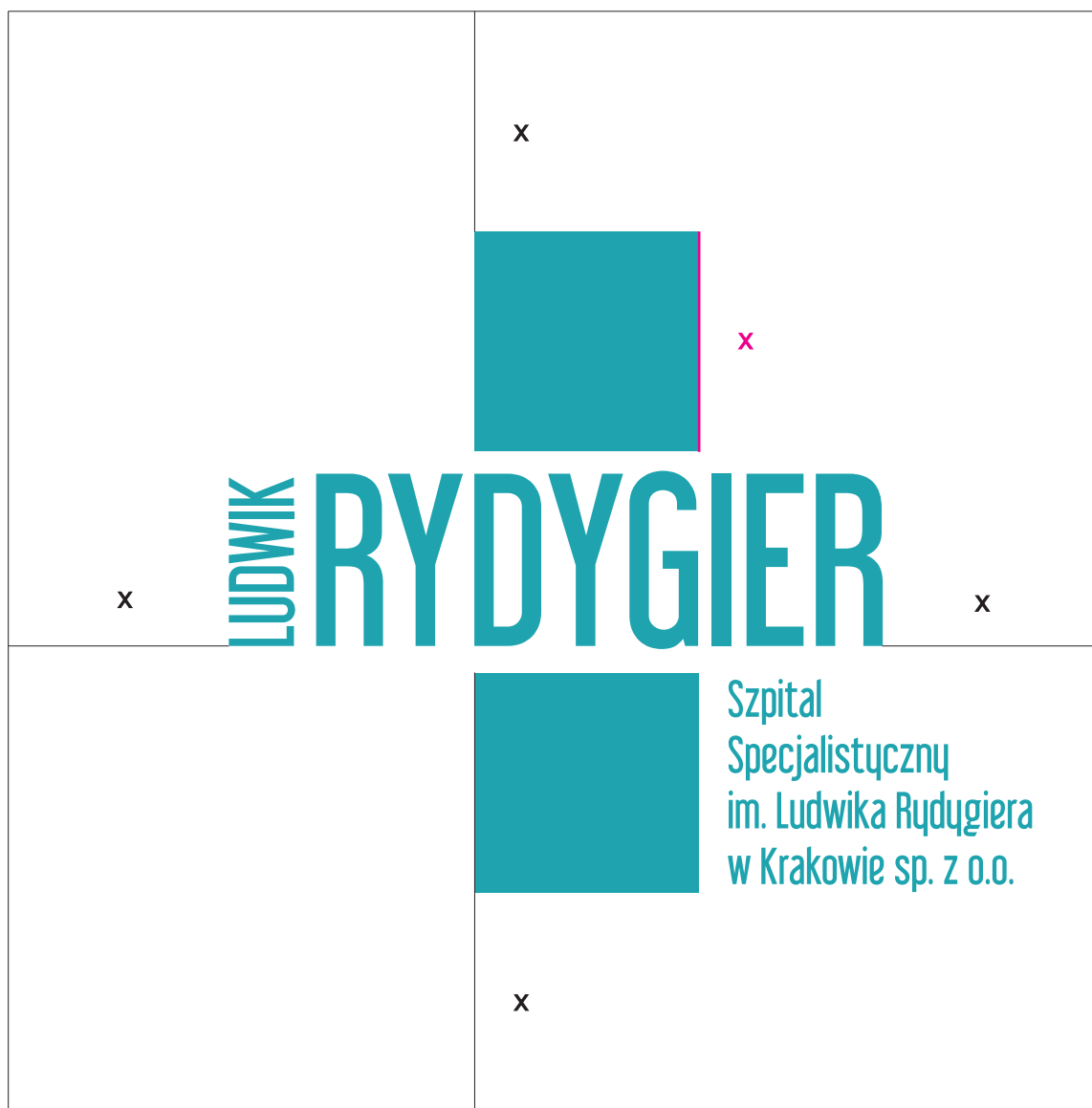
01 CHARAKTERYSTYKA ZNAKU

Znak podstawowy jest najważniejszym elementem systemu identyfikacji wizualnej każdej marki. Powinien być zawsze stosowany w wersji zgodnej z zaprojektowanymi proporcjami, kolorystyką i układem. Dzięki niepowtarzalnej formie i kolorystyce zapewnia odrębność i rozpoznawalność, a także wpływa na wartość marki.



02 PROPORCJE ZNAKU

Zdefiniowane proporcje znaku, pozwalają zachować odpowiednie odstępy oraz wymiary między poszczególnymi elementami logo.



03 POLE OCHRONNE ZNAKU

Pole ochronne to zaprojektowany obszar pustej przestrzeni wokół znaku, którego stosowanie gwarantuje prawidłowy odbiór wizualny znaku. To również odległość od krawędzi pola, na którym znak się znajduje. Wielkość pola ochronnego zależy od rozmiarów znaku. Dzięki stosowaniu pola ochronnego znaku, logo jest dobrze eksponowane na każdym materiale promocyjnym, a pozostałe elementy kreacji graficznej nie ingerują w jego przestrzeń. Pole ochronne znaku stanowi obszar, który nie może zostać naruszony przez obcą formę graficzną i tekstową.



24,9 mm



10 mm

04 WIELKOŚĆ MINIMALNA ZNAKU

Wielkość minimalna znaku jest wartością, przy której znak nie traci swej czytelności, a jego odwzorowanie na różnych nośnikach jest optymalne. Określenie wymiarów minimalnych gwarantuje, że znak będzie zawsze czytelny i rozpoznawalny. Należy unikać stosowania znaku poniżej jego wielkości minimalnej.



CMYK C=71 M=12 Y=29 K=2

RGB R=59 G=152 B=155

PANTONE 7474 U

RAL 6033

05 KOLORYSTYKA ZNAKU

Pełna kolorystyka logo została opisana za pomocą:

PANTONE – system kolorów opartych na pigmentach

CMYK – system kolorów stosowany w druku offsetowym

RGB – system kolorów używanych cyfrowo

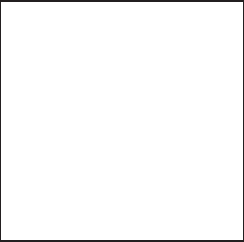
RAL – system kolorów stosowanych w farbách i foliach PCV



06 A WERSJA MONOCHROMATYCZNA / pozytyw

Wersja monochromatyczna jest dedykowana do druku w jednym kolorze.

Zasady stosowania znaku – pole ochronne i wielkość minimalna jest taka sama jak w znaku podstawowym.



LUDWIK RYDYGIER



Szpital
Specjalistyczny
im. Ludwika Rydygiera
w Krakowie sp. z o.o.

06 B WERSJA MONOCHROMATYCZNA / negatyw

Libel Suit

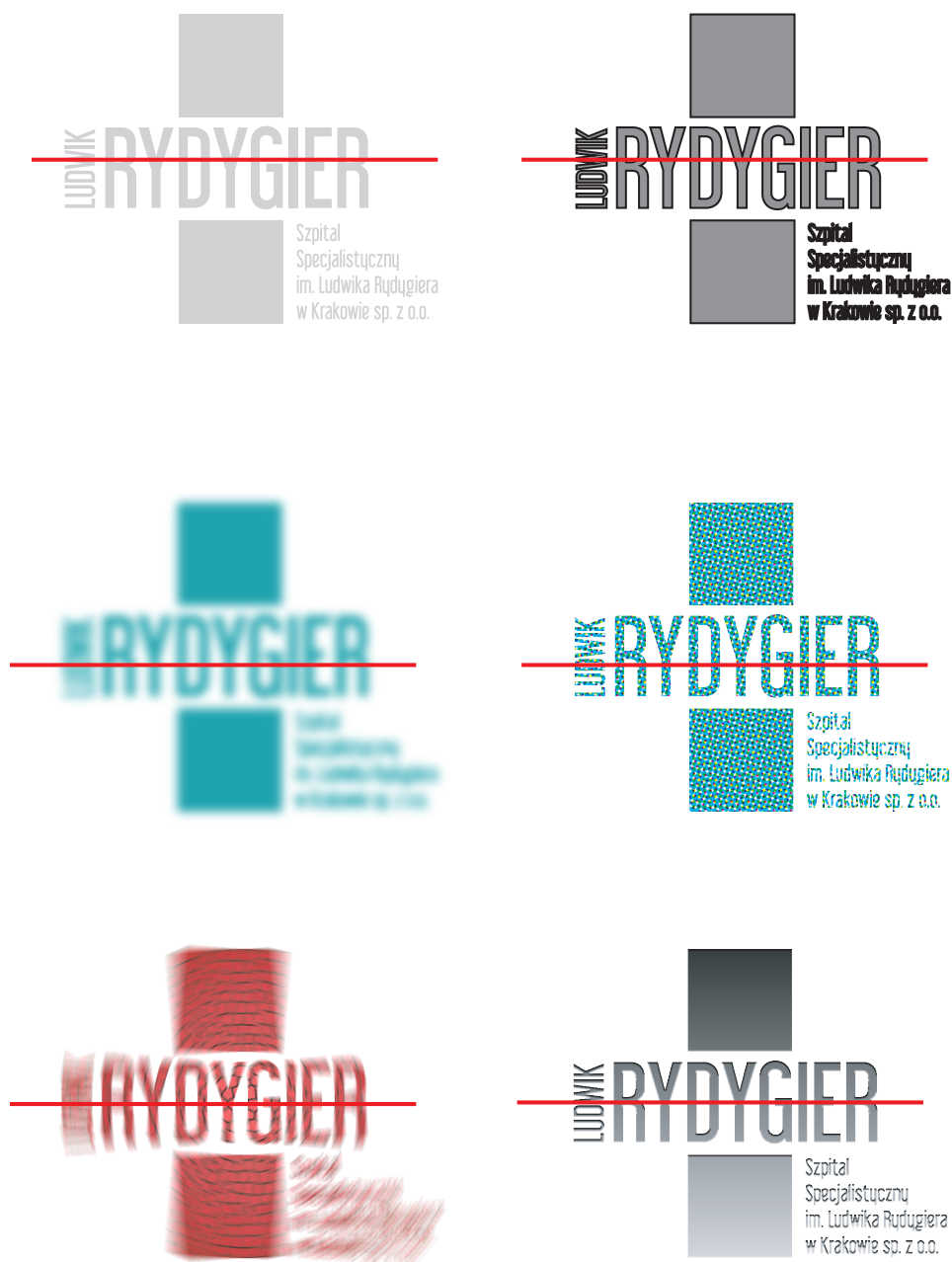
Aa Ąą Bb Cc Ćć Dd Ee Ęę Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll łł Mm
Nn Oo Óó Pp Rr Ss Śś Tt Uu Ww Vv Xx Yy Zz Żż Źź

0123456789

07 FONT

Zakłada się stosowanie określonej rodziny fontu,
która gwarantuje spójność materiałów wizualnych firmy.

Stosowana rodzina fontów: Libel Suit



08 NIEPRAWIDŁOWE STOSOWANIE

Niedopuszczalne są m.in. następujące zniekształcenia :

- deformowanie znaku (ściskanie, rozciąganie, itp.)
- wprowadzanie dowolnych kolorów i gradientów
- przemieszczanie elementów wobec siebie, rozmazywanie,
- stosowanie konturu, gradientu, wszelkich elementów zakłócających czytelność logo

02 MATERIAŁY CI



CMYK C=71 M=12 Y=29 K=2
RGB R=59 G=152 B=155
PANTONE 7474 U
RAL 6033



CMYK C=0 M=0 Y=0 K=50
RGB R=0 G=0 B=50
PANTONE 421 U
RAL 7042

01 A WIZYTÓWKI

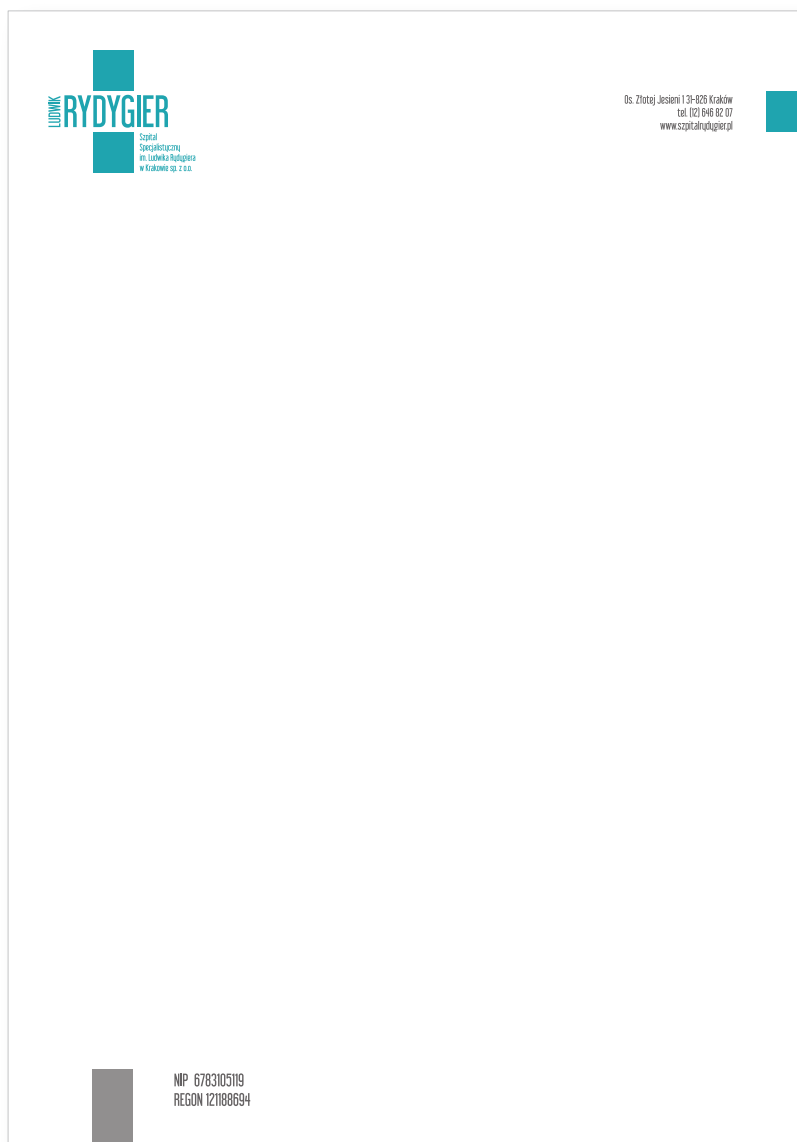
Wizytówka imienna występuje zawsze w wersji dwustronnej.

Awers – dane teladresowe, rewers – grafika.

Format wizytówki: 90 mm x 50 mm



01 B WIZYTÓWKI / wizualizacja

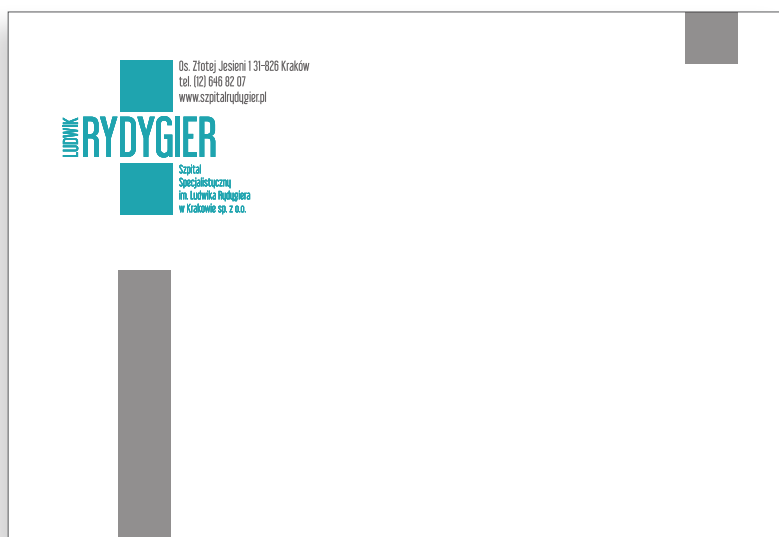


CMYK C=71 M=12 Y=29 K=2
RGB R=59 G=152 B=155
PANTONE 7474 U
RAL 6033

CMYK C=0 M=0 Y=0 K=50
RGB R=0 G=0 B=50
PANTONE 421 U
RAL 7042

02 PAPIER FIRMOWY

Papier firmowy – używany w oficjalnej korespondencji firmowej, dostosowany do drukarek biurowych. Format: A4
 Sugerowany font w polu tekstowym – Myriad Pro

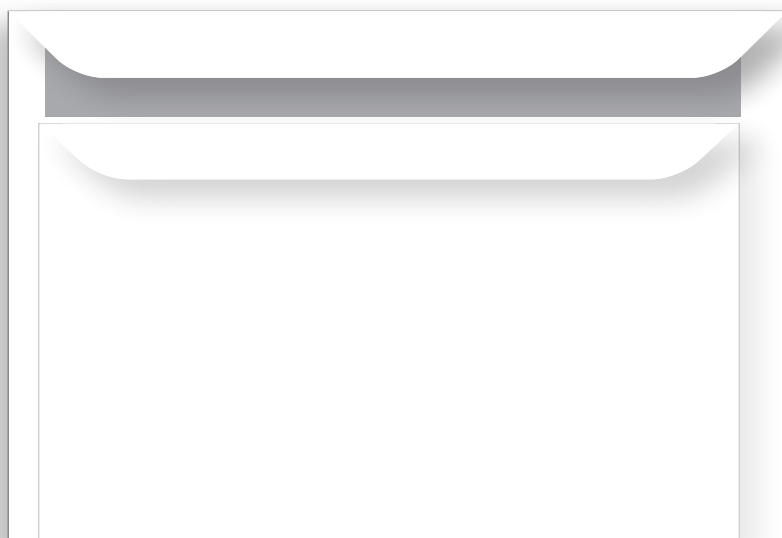


CMYK C=0 M=0 Y=0 K=50

RGB R=0 G=0 B=50

PANTONE 421 U

RAL 7042



CMYK C=71 M=12 Y=29 K=2

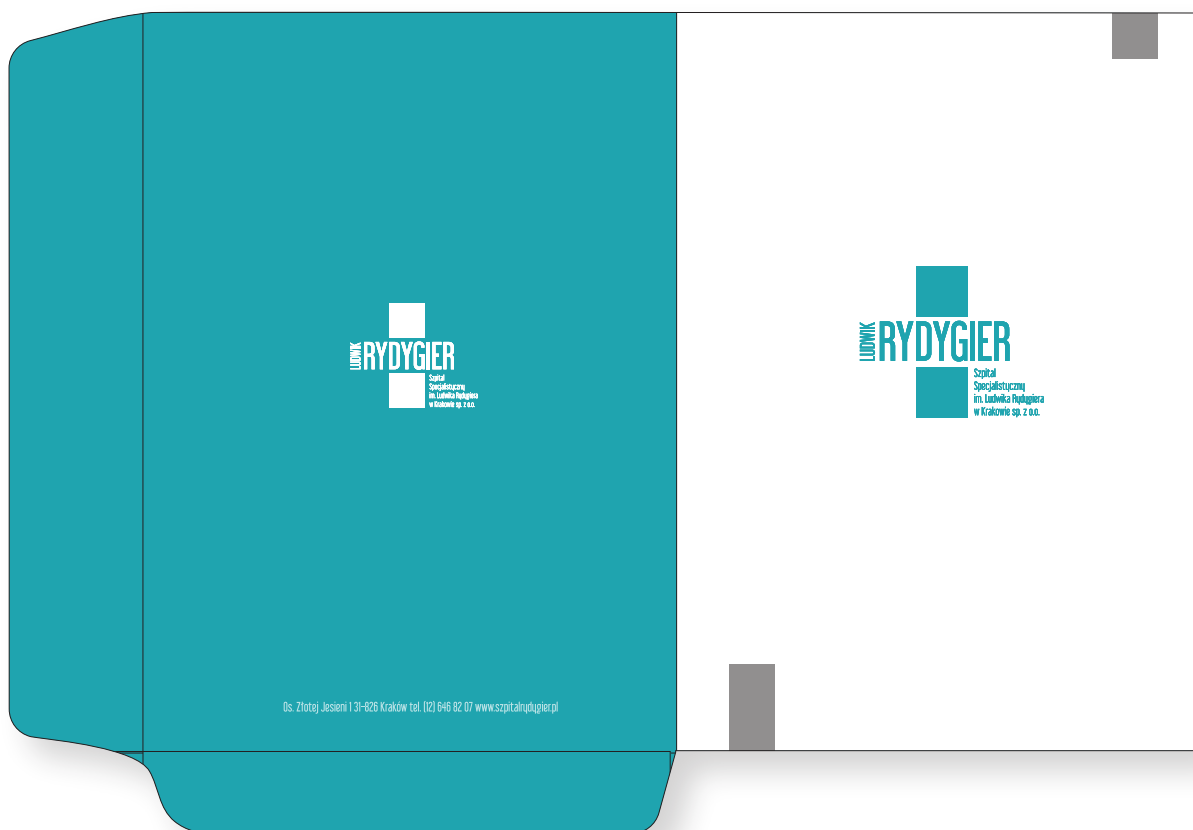
RGB R=59 G=152 B=155

PANTONE 7474 U

RAL 6033

04 KOPERTY C6

Koperta firmowa – używana do przesyłania oficjalnej korespondencji firmowej.



CMYK C=71 M=12 Y=29 K=2
RGB R=59 G=152 B=155
PANTONE 7474 U
RAL 6033



CMYK C=0 M=0 Y=0 K=50
RGB R=0 G=0 B=50
PANTONE 421 U
RAL 7042

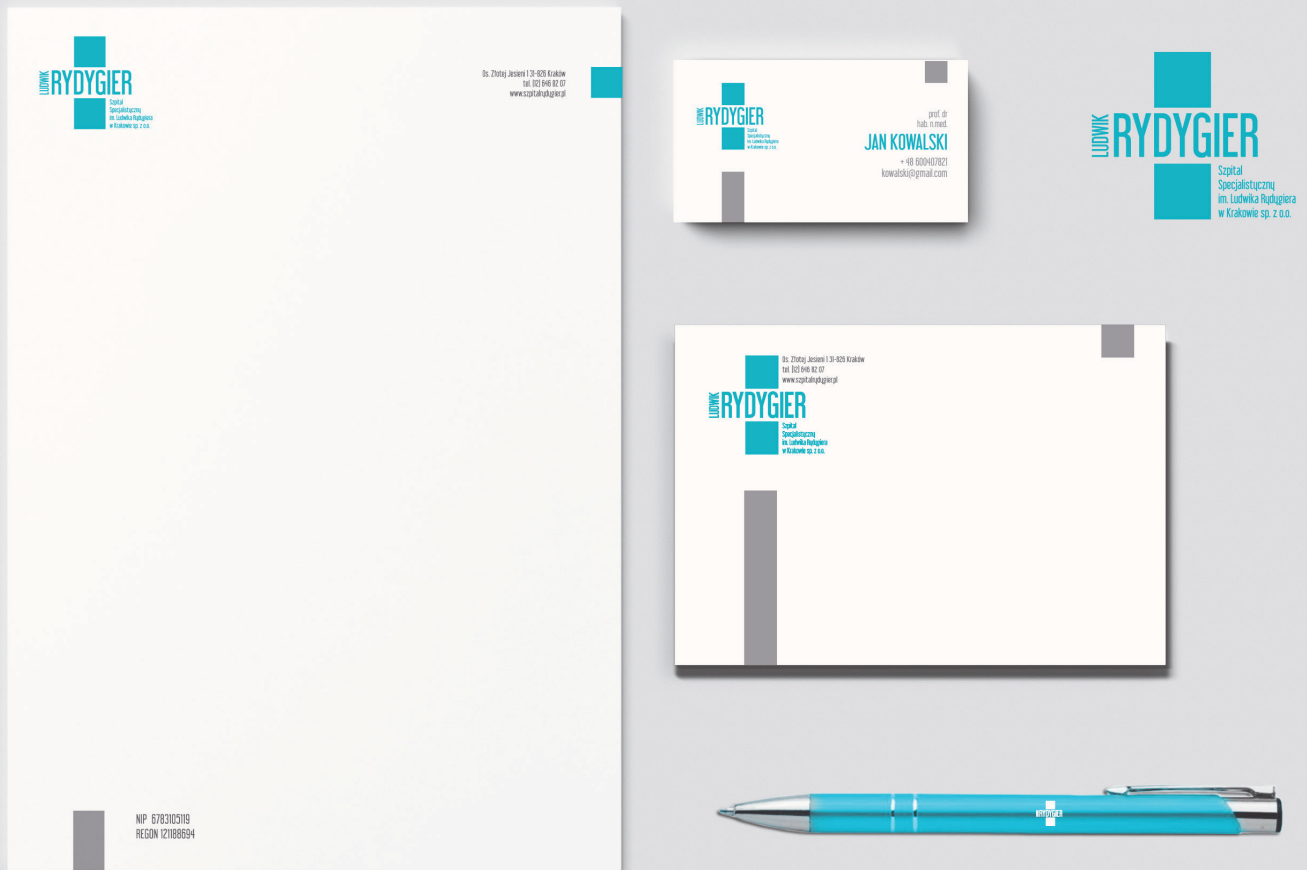
05 TECZKA FIRMOWA

Teczkę firmową należy wydrukować na sugerowanym lub bardzo zbliżonym do tej formy wykrojniku.



06 DŁUGOPIS FIRMOWY

Sugerowana technika znakowania długopisów metalowych: grawer laserowy.
Kolor korpusu maksymalnie zbliżony do koloru logo w wersji podstawowej.



07 MATERIAŁY CI / wizualizacja

Opracowanie koncepcji:

ANRONET

AGENCJA REKLAMOWA

