



KSIEGA MARKI

DLA GMINY SZPROTAWA



SPIS TREŚCI

- 1. Cel opracowania Księgi Marki dla Gminy Szprotawa**
- 2. Adresaci wytycznych Księgi Marki dla Gminy Szprotawa**
- 3. Idea przewodnia Marki Szprotawa**
 - 3.1. Misja
 - 3.2. Wizja
 - 3.3. Wartość
 - 3.4. Wyróżniki Marki Szprotawa
- 4. Wizualizacja Marki Szprotawa**
 - 4.1. Logo i hasło promocyjne
 - 4.2. Logo - zasady stosowania
 - 4.2.1. Kolory
 - 4.2.2. Wersja podstawowa i monochromatyczna
 - 4.2.3. Pole ochronne logo
 - 4.2.4. Minimalne wielkości
 - 4.2.5. Niedopuszczalne zastosowania
 - 4.3. Druki firmowe
 - 4.3.1. Wizytówka imienna
 - 4.3.2. Papier firmowy
 - 4.3.3. Prezentacja
 - 4.3.4. Dyplomy uznania
 - 4.3.5. Poczta elektroniczna
- 5. Obowiązki instytucji, organizacji i osób korzystających z logo**
- 6. Nadzór nad przestrzeganiem wytycznych**

1. Cel opracowania Księgi Marki dla Gminy Szprotawa

Przedstawienie zasad oznaczania materiałów informacyjnych i promocyjnych dotyczących przedsięwzięć realizowanych na terenie Gminy Szprotawa oraz informacyjnych i promujących gminę poza jej granicami.

2. Adresaci wytycznych Księgi Marki dla Gminy Szprotawa

Do stosowania wytycznych zawartych w Księdze Marki zobligowane są:

- wszystkie podmioty realizujące Program współpracy Gminy Szprotawa z organizacjami pozarządowymi oraz organizacje i podmioty, które otrzymały Patronat Honorowy Burmistrza Szprotawy,
- wszystkie jednostki organizacyjne Gminy Szprotawa w zakresie działań promocyjnych,
- wydziały Urzędu Miejskiego.

3. Idea przewodnia Marki Szprotawa

3. 1. Misja

Misją Marki Szprotawa jest wzmocnienie wartości terenów inwestycyjnych oraz wartości już istniejących szprotawskich firm. Marka Szprotawa ma umocnić działania władz gminy, podejmowane w zakresie pozyskiwania inwestorów. Służyć temu ma efektywne wykorzystanie terenów inwestycyjnych, w tym Specjalnej Strefy Ekonomicznej obejmującej obszar gminy. Celem jest także zbudowanie wizerunku gminy jako miejsca, w którym warto zainwestować, warto założyć rodzinę, mieszkać i spędzać wolny czas. Planowane działania mają budować wizerunek gminy, w której priorytetami są: przedsiębiorcy, rodzina, sport, zdrowie i edukacja.

Misja marki będzie wartościowa tylko wtedy, gdy będzie realizowana przez wszystkich interesariuszy. Sukces odniesiemy, gdy wszyscy (mieszkańcy gminy i przedsiębiorcy z jej terenu) będą wspierać i reprezentować markę.

3. 2. Wizja

Międzynarodowi i krajowi przedsiębiorcy postrzegają obszar gospodarczy Szprotawy jako doskonałe miejsce do prowadzenia działalności. Zwiększa się ilość mieszkańców. Rozwija się oferta kulturalna i rekreacyjna dla rodzin z dziećmi. Gmina jest rozpoznawalna i wyróżnia się pośród ponad 80 lubuskich gmin.

3. 3. Wartości

Dbałość o zdrowie, witalność, bezpieczeństwo, aktywne formy spędzania wolnego czasu, rodzina, sport, edukacja. Przedsiębiorcy, współpraca, rozwój, korzyści.

Dziedzictwo, przeżycia kulturalne.

3. 4. Wyróżniki

Logo w kształcie korony bezpośrednio odnosi się do spotkania Cesarza Ottona III i księcia Bolesława Chrobrego, przyszłego króla Polski. Korona to także odniesienie do otoczenia siedziby gminy - miasta Szprotawa. Szprotawę otacza kilka koron. Pierwszą tworzy obszar gospodarczy. Korony dopatrzyć można się również w kształcie rzek Bóbr i Szprotawy otaczających miasto z południowej strony. Szprotawę otacza także korona lasów.

Użyte kolory odpowiadają kolorystyce flagi i herbu Szprotawy, są odniesieniem do dziedzictwa tego miejsca. Kolor czerwony oznacza również aktywność i energię mieszkańców i animatorów kultury w Szprotawie. Kolor żółty to kolor słońca, życiodajnego ciepła. Kojarzy się z radością i optymizmem, wzbudza chęć kontaktu z ludźmi i potrzebę wymiany informacji oraz wiedzy.

Natomiast kolor niebieski odnosi się do wód dwóch rzek przepływających przez gminę. Jest ponadto symbolem spokoju, otwartości i uduchowienia. To kolor osób kreatywnych, chcących tworzyć pozytywną przestrzeń w swoim otoczeniu.

Hasło *GMINA W KORONIE* wprost odnosi się do pierwszej wzmianki o Szprotawie dotyczącej spotkania Ottona III i Bolesława Chrobrego. Odnosi się również do miejsca. W kształcie koron otacza centrum gminy: obszar gospodarczy, lasy i rzeki.

4. Wizualizacja Marki Szprotawa

4. 1. Logo i hasło promocyjne

SZPROTAWA GMINA W KORONIE

Logo i hasło łatwo zapada w pamięć i dobrze oddaje charakter i specyfikę Gminy Szprotawa. Hasło niesie za sobą kilka znaczeń, które sprawiają, że mieszkańcy się z nim identyfikują. Jest bezpośrednio związane z miastem, odwołuje się do ważnego wydarzenia w jego historii, do pierwszej wzmianki o Szprotawie umieszczonej w Kronice Thietmara. Odnosi się do dziedzictwa kulturowego zachodnich ziem Polski. Przekaz budowany jest na tym, czym gmina może się wyróżnić, w czym posiada przewagę konkurencyjną. Gmina położona w pobliżu autostrad ma wygodną komunikację z miastami Polski oraz Niemcami i Czechami.

Mieszkańcy należą do ludzi aktywnych, otwartych na zmiany, dążących do lepszego życia, lepszego edukacji, lepszego przyszłości.



Czcionka - Browallia UPC

4.2. Logo - zasady stosowania

4.2.1. Kolory

Kolory logo nawiązują do kolorów użytych w herbie i fladze Szprotawy.

Herbem gminy jest historyczny herb miasta Szprotawy, umieszczony w błękitnym polu, przedstawiający fragment murów obronnych z dwiema srebrnymi basztami po bokach, na których stoją dwaj trębacze. Wewnątrz murów srebrna budowla z czerwonym dachem reprezentuje zamek książęcy. Na murze obronnym widnieje złota tarcza herbowa z czarnym dolnośląskim orłem, którego zdobi przepaska na piersi, a ponad tarczą hełm prętowy z czarno złotym pawim ogonem.

Flaga ma kolory: żółty, czerwony i niebieski. W górnym lewym rogu na żółto - czerwonym tle znajduje się herb gminy.

cmyk



c: 80
m: 27
y: 11
k: 0



c: 0
m: 99
y: 95
k: 0



c: 2
m: 19
y: 92
k: 0



c: 0
m: 0
y: 0
k: 100

rgb



r: 33
g: 129
b: 176



r: 219
g: 41
b: 37



r: 243
g: 197
b: 10



r: 26
g: 23
b: 27

4.2.2. Wersja podstawowa i monochromatyczna



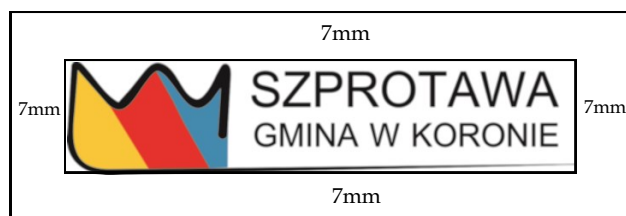
podstawowa



monochromatyczny

4.1.3. Pole ochronne logo

Pole ochronne znaku należy zachować dla zwiększenia czytelności logo. W obrębie logo nie wolno stosować żadnych innych napisów, innych kolorów, ozdób. Wielkość obszaru pola ochronnego powinna wynosić połowę wielkości logo.



4.1.4. Minimalne wielkości

Zarówno typografia, jak i znak graficzny są czytelne nawet przy użyciu małych rozmiarów, jednak rekomendowane jest, aby nie były mniejsze niż wymiary podane niżej.



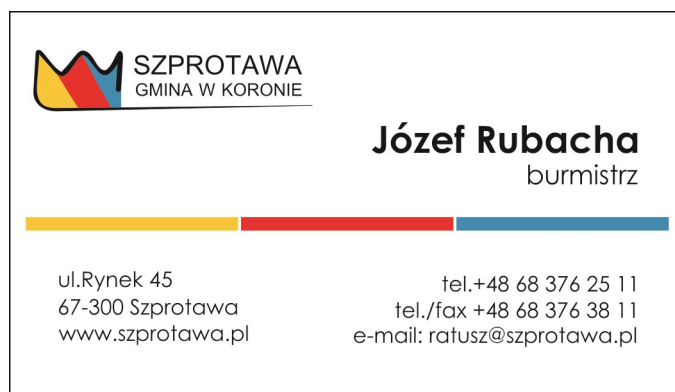
4.1.5. Niedopuszczalne zastosowania



4.3. Druki firmowe

4.3.1. Wizytówka imienna

PRZYKŁAD:



Czcionka: Century Gothic
Rozmiar : 14 bold, 10, 8



W przypadku stosowania wizualizacji na papierach firmowych dla pism promocyjnych i marketingowych, z podmiotami zewnętrznymi, w pismach informacyjnych należy stosować następujący wzór:

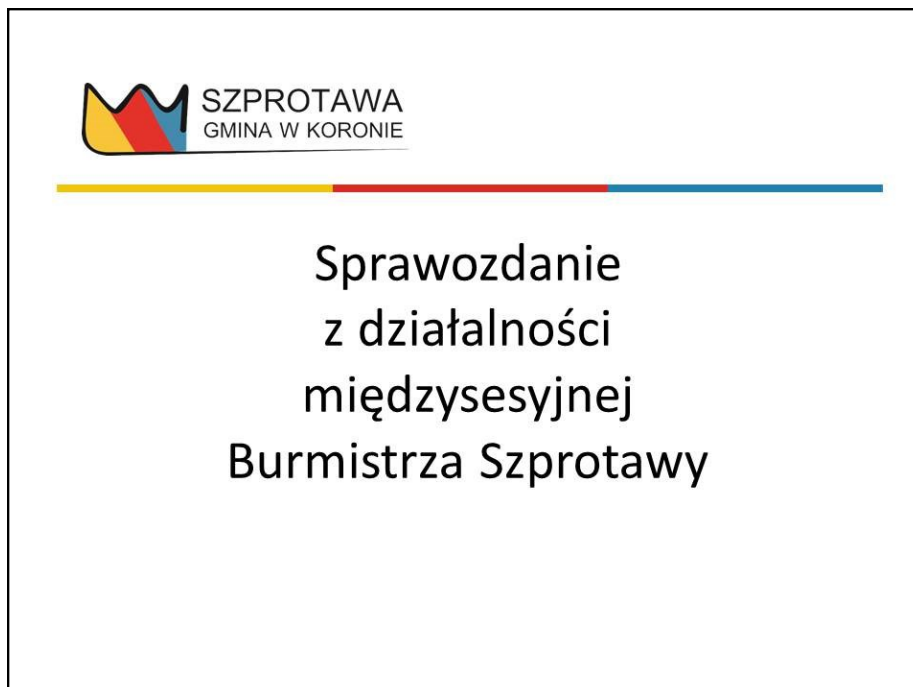
[illegible]

Rozmiar : 12

W nagłówku logo gminy, zawsze umieszczamy po lewej stronie, a dane teleadresowe po prawej stronie. Treść pisma obowiązuje czcionka Arial Narrow, wielkość 12 pkt., interlinia 1,5 .
Dane adresata należy pogrubzić, a imię i nazwisko powiększyć czcionkę do roz. 14, interlinia 1,0.

4.3.3. Prezentacja multimedialna

Przykład slajdu utworzonego w programie Power Point.



STRONA TYTUŁOWA



NASTĘPNA STRONA

Tworząc prezentację należy trzymać się ustalonej palety kolorystycznej: czerwony, żółty, niebieski oraz ich odcienie.

Nazwa czcionki: Calibri.

Logotyp umieszcza się na każdym slajdzie w lewym górnym rogu.

4.3.4. Dyplomy uznania

Dyplom uznania piszemy kursywą, czcionką Times New Roman, w zależności od ilości znaków tekstowych dopuszczalny rozmiar czcionki wynosi 12-14 punktów.

Logo gminy umieszczamy wyśrodkowane w nagłówku.



Czcionka: Times New Roman, kursywa,
Rozmiar : 12 - 14

Obramowania i nagłówki należy tworzyć zgodnie z ustaloną paletą kolorystyczną.

4.3.5. Poczta elektroniczna

1. Stopka listu e-mail wychodzącego z Urzędu Miejskiego zawierać powinna: imię i nazwisko, nazwę wydziału, nr telefonu, adres e-mail, następnie logotyp, pod logotypem adres Urzędu i numery ogólnodostępnych telefonów oraz adres strony internetowej Urzędu.
2. Logotyp umieszcza się w wersji pełno kolorowej.
3. Czcionka w poczcie elektronicznej – Calibri.
4. Wielkość czcionki: imię , nazwisko i pozostałe informacje w stopce – 9 pkt.

Justyna Korzeniowska

Szanowny Pan,

XX
XX
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX.

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX.

Z poważaniem

Justyna Korzeniowska
Wydz. Rozwoju Gminy
Tel. +48 68 376 0583, 512 822 615
e-mail: korzeniowska@szprotawa-um.pl
promocja@szprotawa-um.pl



Urząd Miejski w Szprotawie
ul. Rynek 45, 67-300 Szprotawa
Tel. /fax +48 376 38 11,
www.szprotawa.pl

Treść e-maila

Czcionka: Calibri
Rozmiar: 11
Kolor: czarny

Czcionka: Calibri

Pogrubiona

Rozmiar: 9

Kolor: RGB

31

73

125

Ustawiając kolor czcionki należy wejść w **więcej kolorów** i ustawić ręcznie kolory RGB

Logo proszę wkleić w oknie, w którym formatuje się podpis

5. Obowiązki instytucji, organizacji i osób korzystających z logo

1. Logotypem Szprotawa Gmina w koronie należy oznaczać wszelkie materiały konferencyjne, multimedialne, szkoleniowe, broszury, ulotki, plakaty, gadżety dotyczące wydarzeń i przedsięwzięć realizowanych przez instytucje i różnego rodzaju podmioty na terenie Gminy Szprotawa, których celem jest promocja i kreowanie pozytywnego wizerunku Gminy.
2. Logotyp zawierać powinny:
 - materiały redakcyjne: reklamy prasowe, artykuły sponsorowane, materiały dla prasy,
 - gadżety,
 - strony internetowe.
3. Adresaci wytycznych zobowiązani są do promowania zadań realizowanych przy udziale finansowym Gminy Szprotawa lub pod Honorowym Patronatem Burmistrza Szprotawy od dnia podpisania umowy o współfinansowaniu lub otrzymania Patronatu.

6. Nadzór nad przestrzeganiem wytycznych

1. Przestrzeganie wytycznych w zakresie informacji i promocji Gminy Szprotawa związanych z realizacją zadania współfinansowanego przez Gminę Szprotawa będzie egzekwowane na podstawie zapisów umowy o dofinansowanie zadania.
2. Niedopełnienie warunków umowy w tym zakresie może skutkować koniecznością zwrotu nieprawidłowo wydanych środków, w skrajnych przypadkach rozwiązaniem umowy o współfinansowanie zadania.
3. Koordynacją działań informacyjnych i promocyjnych zajmuje się Wydział Rozwoju Gminy Urzędu Miejskiego we współpracy z jednostką/ wydziałem merytorycznym.
4. Nad przestrzeganiem wytycznych w zakresie informacji i promocji Gminy Szprotawa nadzór pełni Wydział Rozwoju Gminy.





Opracowanie: Wydział Rozwoju Gminy
promocja@szprotawa-um.pl

Urząd Miejski w Szprotawie
Rynek 45, 67-300 Szprotawa
tel. +48 68 376 38 11, fax +48 68 376 22 20
e-mail: ratusz@szprotawa.pl
www.szprotawa.pl