

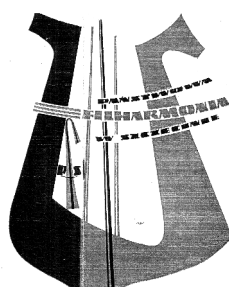


**Księga Znak  
i elementy identyfikacji wizualnej**

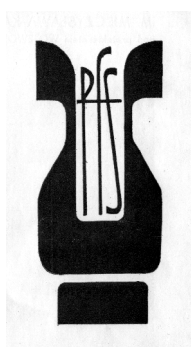
FILHARMONIA IM. M. KARŁOWICZA W SZCZECINIE 2014



lata 50.



lata 60.



lata 80.



Filharmonia  
im. M. Karłowicza  
w Szczecinie

lata 90.



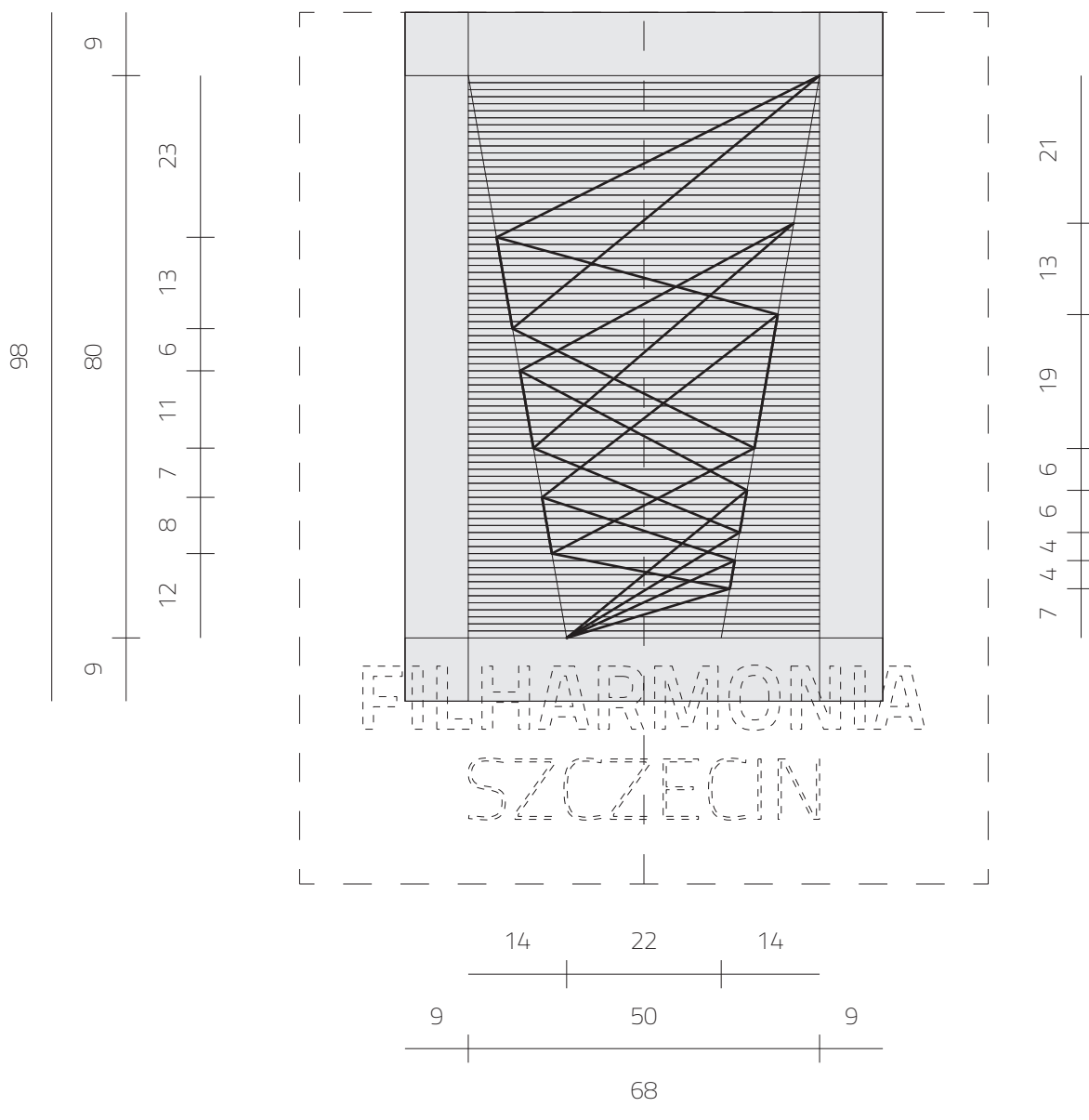
**Filharmonia**  
im. Mieczysława Karłowicza  
w Szczecinie

do 2014 r.



## **ZNAK**

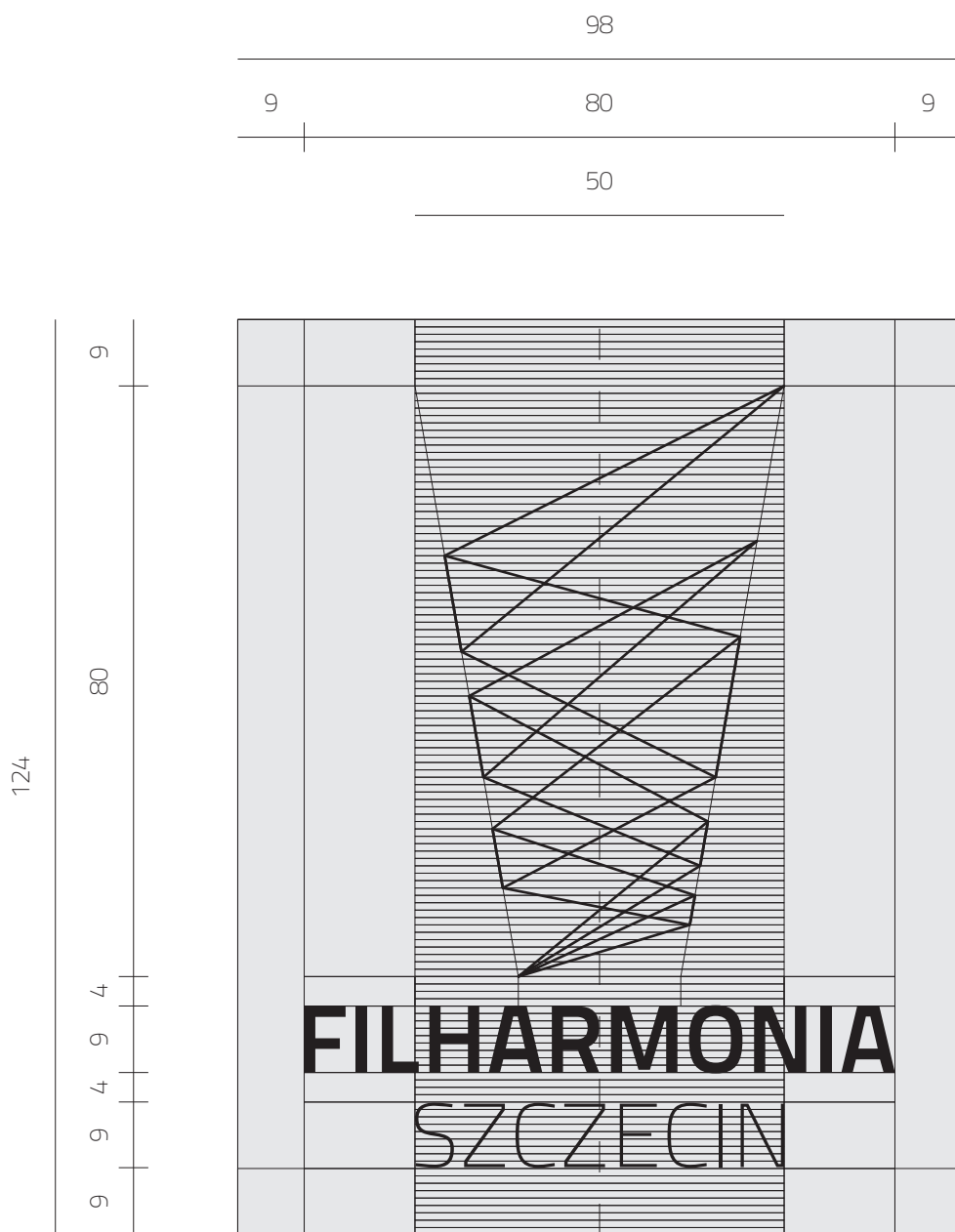
Nowy symbol Filharmonii to głównie fuzja cech architektonicznych nowej siedziby oraz cech dotychczasowych form znaku. Logo ma sprawiać wrażenie obcowania z tworem nowoczesnym, działać na wyobraźnię i budować wielorakie skojarzenia: z budynkiem, muzyką, miastem, odwagą, nowoczesnością.



## KONSTRUKCJA symbolu

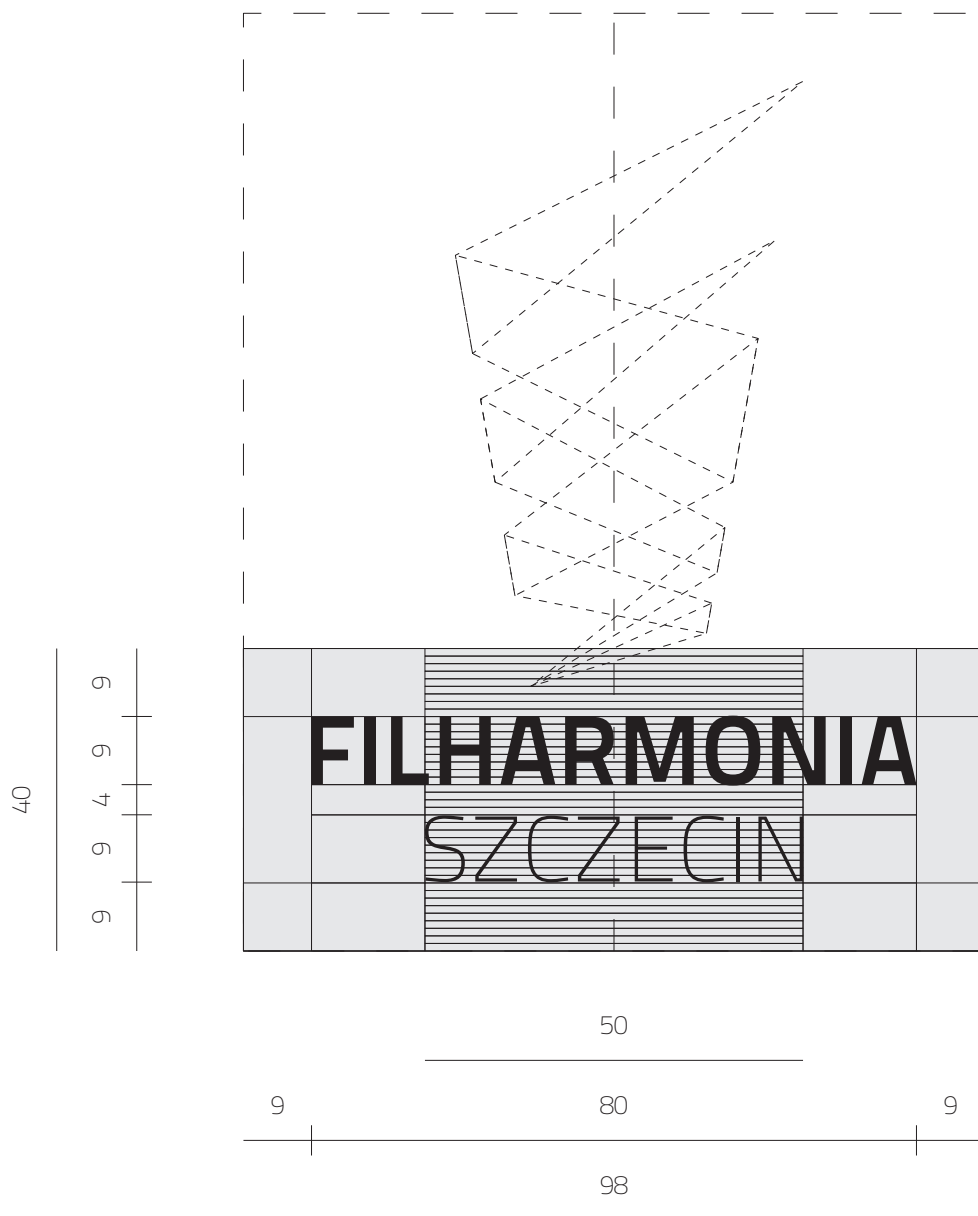
Podstawowa forma znaku to dwie szarfy rozpięte na siatce o wymiarach 50x80 jednostek wg. poniższego rysunku.





## KONSTRUKCJA wersji podstawowej

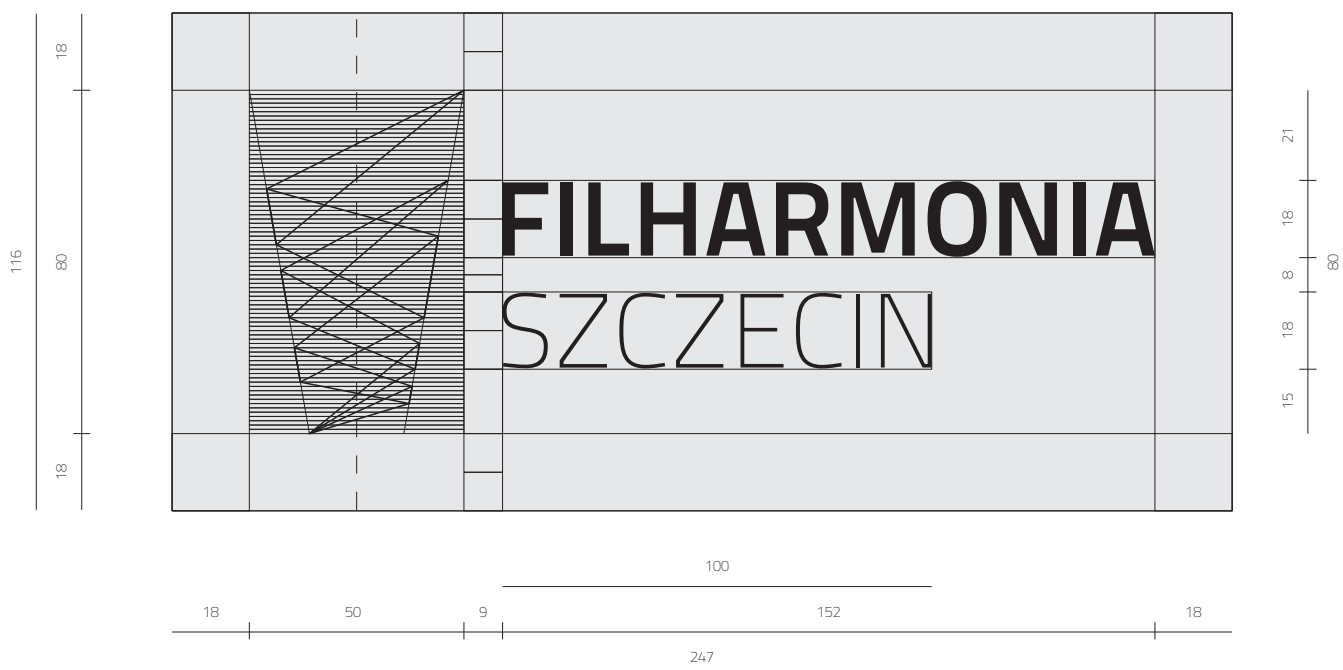
Szerokość znaku w wersji podstawowej wynosi 80j nie licząc pola ochronnego, które powstaje na skutek dodania marginesu. W wersji podstawowej jest to 9j dla tekstu o wysokości 9j. Dla tekstu o wysokości 18j jest to 18j, dla tekstu 44j jest to 36j.



## KONSTRUKCJA typografii

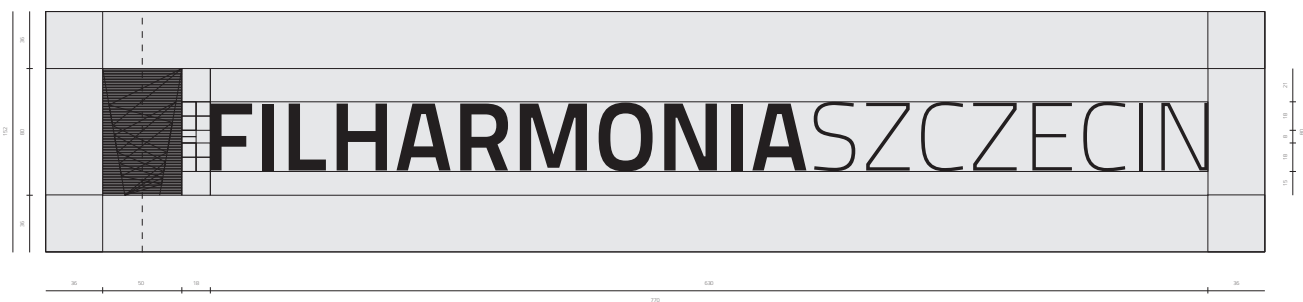
Typografia w wersji podstawowej logotypu opiera się na wymiarach symbolu (50j x 80j).

„FILHARMONIA” zajmuje szerokość 80j, „SZCZECIN” zajmuje szerokość 50j. W obu przypadkach wysokość tekstu zamyka się w 9 jednostkach.



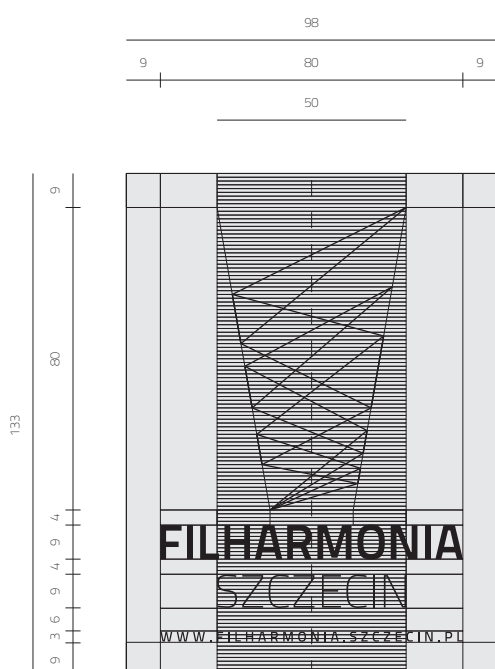
## KONSTRUKCJA wersji asymetrycznej

W wersji asymetrycznej zastosowany jest font o 2 razy większej wysokości (18j) w odległości 9j od symbolu. Pole ochronne - margines 18j.



## KONSTRUKCJA wersji podłużnej

W wersji asymetrycznej zastosowany jest font o wysokości 44j w odległości 18j od symbolu. Pole ochronne - margines 36j.



## KONSTRUKCJA wersji podstawowej i asymetrycznej

### Umieszczenie adresu strony internetowej

Adres strony internetowej mieści się poniżej typografii na szerokość słowa „FILHARMONIA”. W wersji podstawowej wysokość adresu to 3j w odległości 6j, w wersji asymetrycznej - 5j w odległości 10j.



# FILHARMONIA SZCZECIN

## KOLORYSTYKA

Podstawowy zestaw kolorów logotypu to szarości i żółcie wyszczególnione na sąsiedniej stronie. Kolor żółty nawiązuje do Sali Symfonicznej Filharmonii (Słonecznej), szarości - do Sali Kameralnej (Księżycowej).

■ 0 0 0 90  
 ■ 0 0 0 100  
 ■ 5 0 90 0  
 ■ 0 37 80 0  
 ■ 0 0 0 100 (txt)



**FILHARMONIA**  
SZCZECIN

■ 0 0 0 40  
 ■ 0 0 0 90  
 ■ 5 0 90 0  
 ■ 0 50 90 0  
 ■ 0 25 90 0  
 ■ 0 75 90 0  
 ■ 0 0 0 100 (txt)



**FILHARMONIA**  
SZCZECIN

■ 0 0 0 80  
 ■ 0 0 0 100  
 ■ 0 0 0 20  
 ■ 0 0 0 40  
 ■ 0 0 0 100 (txt)



**FILHARMONIA**  
SZCZECIN



**FILHARMONIA**  
SZCZECIN

■ 0 0 0 20  
 ■ 0 0 0 70  
 ■ 5 0 90 0  
 ■ 0 37 80 0  
 ■ 0 0 0 20 (txt)



**FILHARMONIA**  
SZCZECIN

■ 0 0 0 20  
 ■ 0 0 0 40  
 ■ 0 0 0 40  
 ■ 0 0 0 60  
 ■ 5 0 90 0  
 ■ 0 50 90 0  
 ■ 0 25 90 0  
 ■ 0 75 90 0  
 ■ 0 0 0 20 (txt)



**FILHARMONIA**  
SZCZECIN

■ 0 0 0 60  
 ■ 0 0 0 80  
 ■ 0 0 0 20  
 ■ 0 0 0 40  
 ■ 0 0 0 20 (txt)



**FILHARMONIA**  
SZCZECIN



**FILHARMONIA**  
SZCZECIN



BRAND MANUAL 2008

## KOLORYSTYKA

### brand Szczecin Floating Garden 2050

Wersja w kolorystyce „miejskiej” przygotowana została celem wykorzystania na materiałach promujących siedzibę rozumianą jako obiekt należący do Miasta Szczecin.

Filharmonia i Miasto Szczecin mogą pojawić się na materiałach w trzech sytuacjach:

- na materiałach dotyczących siedziby, jako inwestycji miejskiej,
- na materiałach promujących wydarzenia finansowane z dotacji celowej Urzędu Miasta Szczecin,
- na materiałach promujących działania standardowe Filharmonii.

Sposób łączenia występowania brandu Miasta Szczecin z logotypem Filharmonii w tych trzech przypadkach przedstawiony został na sąsiedniej stronie.



■ 90 10 0 0  
 ■ 100 90 20 5  
 ■ 50 0 100 0  
 ■ 50 0 100 60  
 ■ 0 0 0 100 (txt)



**FILHARMONIA**  
SZCZECIN

■ 70 0 0 0  
 ■ 100 10 0 0  
 ■ 100 10 0 0  
 ■ 100 90 20 5  
 ■ 30 0 100 0  
 ■ 50 0 100 0  
 ■ 50 0 100 0  
 ■ 50 0 100 80  
 ■ 0 0 0 100 (txt)



**FILHARMONIA**  
SZCZECIN

■ 90 10 0 0  
 ■ 100 90 20 5  
 ■ 50 0 100 0  
 ■ 50 0 100 60  
 ■ 0 0 0 20 (txt)

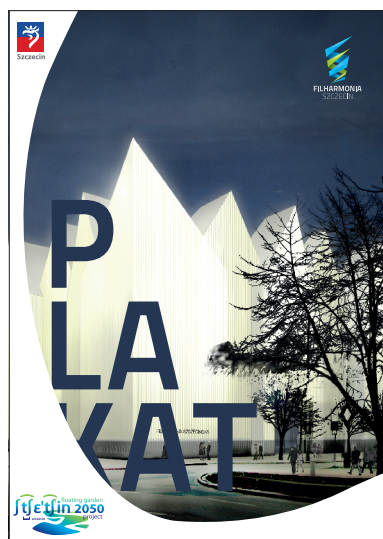


**FILHARMONIA**  
SZCZECIN

■ 70 0 0 0  
 ■ 100 10 0 0  
 ■ 100 10 0 0  
 ■ 100 90 20 5  
 ■ 30 0 100 0  
 ■ 50 0 100 0  
 ■ 50 0 100 0  
 ■ 50 0 100 80  
 ■ 0 0 0 20 (txt)



**FILHARMONIA**  
SZCZECIN



materiały dot. siedziby jako inwestycji  
miejscowej - kolorystyka i rama brandu  
miasta



materiały promujące wydarzenia  
finansowane z dotacji celowej Urzędu  
Miasta Szczecin - rama brandu,  
podstawowa kolorystyka logotypu



przykładowy materiał promujący  
działanie standardowe Filharmonii  
- zestawienie logotypów - bez ramy,  
podstawowa kolorystyka logotypu



## KOLORYSTYKA

### informacje dodatkowe dot. kolorów niestandardowych\*

Nie dopuszcza się użycia logotypu w kolorystyce odbiegającej od podanej w niniejszej Księdze Znak, z wyjątkiem wersji monochromatycznej, którą należy stosować, gdy konieczne jest np. ujednolicenie kolorystyki ze względów estetycznych (występowanie kolorów wiodących, budujących kompozycję). W takich przypadkach należy zastosować odpowiednią wersję monochromu (patrz rys. – ciemny logotyp na jasnym tle i jasny logotyp na ciemnym tle; szarfa 5-elementowa musi być zawsze ciemniejsza od szarfy 3-elementowej).

Zastosuj:

- odpowiednio wysoki kontrast z tłem,
- kolory, które występują w grafice np. plakatu.

Nie stosuj:

- wersji logotypu przeznaczonych na jasne tło na ciemnym tle (i na odwrót),
- podstawowej wersji kolorystycznej logotypu na materiałach o ograniczonej i niespójnej kolorystyce (rys. 2).

\*Kolorystyka użyta w rysunkach przykładowych nie jest elementem identyfikacji.

Zdjęcie wykorzystane w przykładach (źródło: <http://unsplash.com/>)

użyte na zasadach CCO 1.0 Universal - [http://creativecommons.org/publicdomain/zero/1.0/#=\\_](http://creativecommons.org/publicdomain/zero/1.0/#=_)



odpowiednia wersja monochromatyczna (ciemny znak na jasnym tle) w kolorze wiodącym



odpowiednia wersja monochromatyczna (jasny znak na ciemnym tle)



odpowiednia wersja monochromatyczna (jasny znak na ciemnym tle) w kolorze z palety źródłowej



podstawowa wersja kolorystyczna znaku przeznaczona na ciemne tło



niepójna kolorystyka



nieodpowiednia wersja monochromatyczna



zbyt niski kontrast; nieczytelność



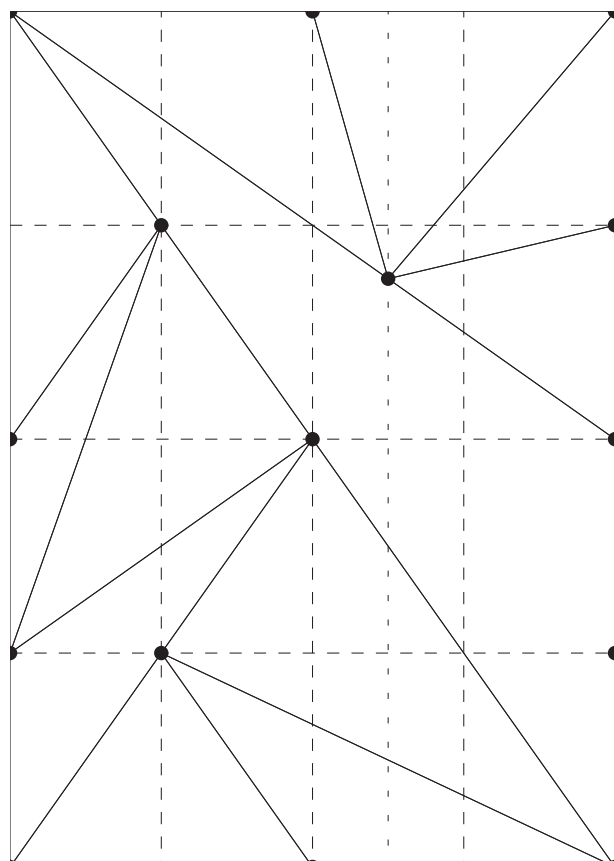
nieodpowiednia wersja kolorystyczna, przeznaczona na jasne tło



kolor spoza palety źródłowej



zbyt niski kontrast; nieczytelność



## WYTYCZNE DO PROJEKTOWANIA TŁA

Zaleca się stosowanie w projektach tła o wielokrotnych podziałach geometrycznych (z naciskiem na trójkąty, ale także czworokąty i pięciokąty) z uwzględnieniem następujących cech:

- wykorzystanie punktów na krawędziach, unikanie „obciętych wierzchołków”,
- łączenie figur geometrycznych na zasadzie wspólnych wierzchołków,
- wywoływanie wrażenia przypadkowości (ucieczka od symetrii, nieregularność) z zastosowaniem modularnej siatki.



---

**TitilliumText25L 800wt**

**0123456789**

**aąbcćdeęfghijklłmnńoópqrsśtuvxyzźż**

**AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPQRSŚTUVWXYZŹŻ**

**FILHARMONIA**

TitilliumText25L 1wt

0123456789

aąbcćdeęfghijklłmnńoópqrsśtuvxyzźż

AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPQRSŚTUVWXYZŹŻ

SZCZECIN

## **FONT - Titillium Text**

W logotypie wykorzystany został font Titillium Text 25L w dwóch z pięciu dostępnych grubościach: 800wt (**FILHARMONIA**) oraz 1wt (**SZCZECIN**). W materiałach promocyjnych zaleca się stosowanie grubości 250wt dla tekstów o rozmiarze do 18pt, tak jak w niniejszej Księdze Znaku.

---

01  
MAR  
nd, 12:15

16  
LUT  
pt, 10:00

27  
GRU  
pt, 10:00

## DATY WYDARZEŃ

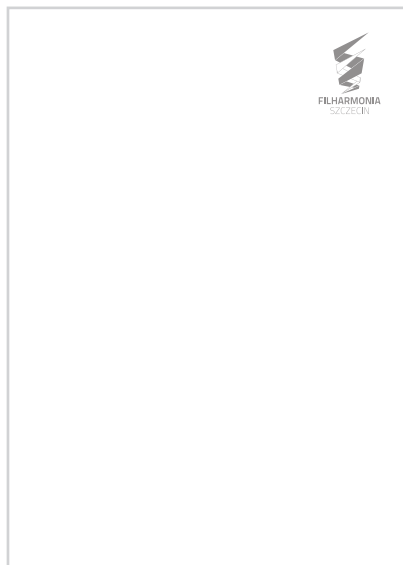
W ramach projektowania materiałów promujących wydarzenia zaleca się stosowanie powyższej formy komponowania informacji o dacie, dniu i godzinie wydarzenia.

Dzień miesiąca - zawsze dwucyfrowy (1-9 z zerem wiodącym)

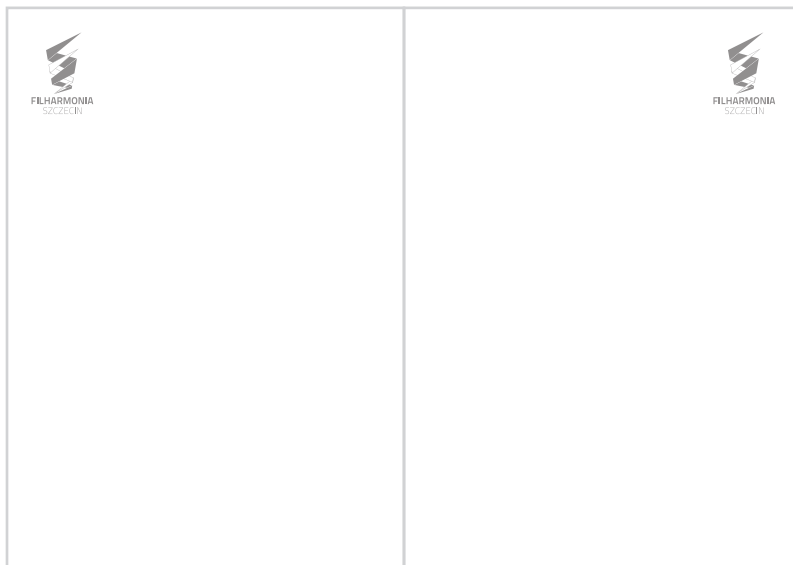
Miesiąc - forma skrócona: STY, LUT, MAR, KWI, MAJ, CZE, LIP, SIE, WRZ, PAŹ, LIS, GRU na prostokącie o szerokości dnia miesiąca

dzień i godzina - forma skrócona: pn, wt, śr, cz, pt, sb, nd; pełne justowanie w celu umieszczenia dnia z lewej, godziny z prawej

rys. 1



rys. 2



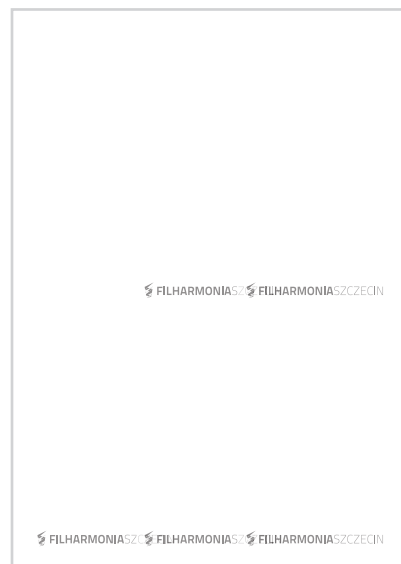
rys. 3



rys. 4



rys. 5



## UMIEJSCOWIENIE ZNAKU NA PROJEKTACH

W materiałach promocyjnych **preferuje się umiejscowienie znaku w prawym górnym rogu** (rys. 1), z wyjątkiem poniższych przypadków:

- lewy górny róg na lewej stronie form rozkładanych, wydawnictw (rys. 2),
- czwarta okładka (tył) materiałów wielostronicowych i rozkładanych (wg. rys. 3)
- zastosowanie wersji asymetrycznej lub podłużnej (wg. rys. 4, 5)





## STOSOWANIE ADRESU STRONY INTERNETOWEJ

Adres strony internetowej zawarty jest w czterech wersjach logotypu:

- podstawowa jako informacja dodatkowa
- asymetryczna jako informacja dodatkowa
- symetryczna z samym adresem
- podłużna z samym adresem

Wersje z samym adresem należy stosować w przypadkach kiedy zastosowanie dwóch pierwszych wariantów skutkowałoby brakiem czytelności adresu, a także w przypadkach, kiedy znak bez adresu został zastosowany w projekcie np. na okładce.



WWW.**FILHARMONIA**.SZCZECIN.PL