



CZYTE  
MIASTO  
GDAŃSK



# **Czyste Miasto Gdańsk**

## **Księga identyfikacji**

## Spis treści:

<b>1. Koncepcja brandingu .....</b>	<b>5</b>	5.3.1. Przykłady subbrandów V2 .....	36
1.1. Wyzwanie .....	6	5.4. Konstrukcja V3 .....	37
1.2. Założenia tożsamościowe .....	7	5.4.1. Przykłady subbrandów V3 .....	38
1.3. Idea kreatywna .....	8	5.5. Pole ochronne .....	39
1.4. Założenia wizualne .....	9	<b>6. Typografia .....</b>	<b>40</b>
<b>2. Znak podstawowy .....</b>	<b>10</b>	6.1. Font główny .....	41
2.1. Forma znaku .....	11	6.2. Font uzupełniający .....	42
2.2. Znak w negatywie .....	12	6.3. Podkreślenie .....	43
2.3. Konstrukcja .....	13	<b>7. Kolorystyka .....</b>	<b>44</b>
2.4. Pole ochronne .....	14	7.1. Paleta barw .....	45
2.5. Wielkość minimalna .....	15	7.2. Zestawienia kolorystyczne znaku .....	46
2.6. Niedozwolone formy znaku .....	16	7.3. Zestawienia kolorystyczne motywu strzałki .....	47
<b>3. Skrócowa wersja znaku .....</b>	<b>17</b>	7.4. Zestawienia kolorystyczne typografii .....	48
3.1. Znak w kolorze .....	18	<b>8. Key Visual .....</b>	<b>49</b>
3.2. Znak w negatywie .....	19	8.1. Schemat zależności KV .....	50
3.3. Konstrukcja .....	20	8.2. Key Visual – linia edukacja i informacja dla dorosłych .....	51
3.4. Pole ochronne .....	21	8.2.1. Format pionowy .....	55
3.5. Wielkość minimalna .....	22	8.2.2. Format poziomy .....	57
3.6. Niedozwolone formy znaku .....	23	8.2.3. Format kwadratowy .....	59
<b>4. Anglojęzyczna wersja znaku .....</b>	<b>24</b>	8.3. Key Visual – linia obsługa klienta .....	60
4.1. Znak w kolorze .....	25	8.3.1. Format pionowy .....	64
4.2. Znak w negatywie .....	26	8.3.2. Format poziomy .....	66
4.3. Konstrukcja .....	27	8.3.3. Format kwadratowy .....	68
4.4. Pole ochronne .....	28	8.4. Key Visual – linia usługi .....	69
4.5. Wielkość minimalna .....	29	8.4.1. Format pionowy .....	74
4.6. Niedozwolone formy znaku .....	30	8.4.2. Format poziomy .....	76
<b>5. System tworzenia subbrandów .....</b>	<b>31</b>	8.4.3. Format kwadratowy .....	78
5.1. Forma subbrandów .....	32	8.5. Key Visual – linia GOZ .....	79
5.2. Konstrukcja V1 .....	33	8.5.1. Format pionowy .....	84
5.2.1. Przykłady subbrandów V1 .....	34	8.5.2. Format poziomy .....	86
5.3. Konstrukcja V2 .....	35		

8.5.3. Format kwadratowy .....	88	10.2.3. Szablon prezentacji PPT – slajd rozdziałowy .....	127
8.6. Key Visual – linia edukacja dzieci + Biola i Super Sorter .....	89	10.2.4. Szablon prezentacji PPT – slajd z treścią słowną .....	128
8.6.1. Format pionowy .....	93	10.2.5. Szablon prezentacji PPT – slajd z treścią graficzną .....	129
8.6.2. Format poziomy .....	95	10.2.6. Szablon prezentacji PPT – slajd mieszany .....	130
8.6.3. Format kwadratowy .....	97	10.3. Layout wydawnictwa – okładka .....	131
8.7. Key Visual – linia edukacja dzieci .....	98	10.3.1. Layout wydawnictwa – okładka + logo „Jestem z Gdańska – Jestem eko” .....	132
8.7.1. Format pionowy .....	103	10.3.2. Layout wydawnictwa – środek .....	133
8.7.2. Format poziomy .....	105	10.4. Kalendarz trójdzielny .....	134
8.7.3. Format kwadratowy .....	107	10.5. Kalendarz książkowy .....	135
<b>9. Symbole frakcji odpadów .....</b>	<b>108</b>	10.6. Notes A5 .....	136
9.1. Metale i tworzywa sztuczne .....	109	10.7. Layouty plakatów .....	137
9.1.1. Naklejki na pojemniki metale i tworzywa sztuczne .....	110	10.8. Layout dwustronnej ulotki A5 .....	138
9.2. Szkło .....	111	10.9. Layout zaproszenia DL3 .....	139
9.2.1. Naklejki na pojemniki szkło .....	112	10.9.1. Wizualizacja zaproszenia DL3 .....	140
9.3. Papier .....	113	10.10. Layout dyplomu konkursowego .....	141
9.3.1. Naklejki na pojemniki papier .....	114	10.11. Layout certyfikatu dla ekologicznego przedsiębiorstwa .....	142
9.4. Bio .....	115	10.12. T-shirt ogólny .....	143
9.4.1. Naklejki na pojemniki bio .....	116	10.13. T-shirt eventowy .....	144
9.5. Resztkowe .....	117	10.14. Torba płócienna .....	145
9.5.1. Naklejki na pojemniki resztkowe .....	118	10.15. Torba papierowa .....	146
9.6. Odpady zielone .....	119	<b>11. Projekty użytkowe / reklama online .....</b>	<b>147</b>
9.7. Wizualizacja naklejek na pojemnikach .....	120	11.1. Layout banneru prostokątnego (pion) .....	148
9.8. Wizualizacja śmieciarek .....	121	11.2. Layout banneru prostokątnego (poziom) .....	149
<b>10. Projekty użytkowe / akcydensy i gadżety .....</b>	<b>122</b>	11.3. Layout banneru kwadratowego .....	150
10.1. Teczka ofertowa .....	123	11.4. Layout reklamy typu FB .....	151
10.2. Szablon prezentacji PPT .....	124	11.5. Stylistyka dla infografiki .....	152
10.2.1. Szablon prezentacji PPT – okładka przód .....	125	11.6. Strona www .....	153
10.2.2. Szablon prezentacji PPT – okładka tył .....	126		

11.6.1. Strona www – strona główna .....	154
11.6.2. Strona www – odpady harmonogram .....	155
11.6.3. Strona www – FAQ .....	156
11.6.4. Strona www – widok artykułu .....	157
<b>12. Projekty użytkowe / Social Media content .....</b>	<b>158</b>
12.1. Kwadratowy post FB .....	159
12.2. Pionowy post FB .....	161
12.3. Poziomy post FB .....	163
12.4. Profile photo FB .....	165
12.5. Cover photo FB .....	166
12.6. Belka video .....	167
12.7. Youtube feed .....	168
12.8. Stylistyka dla infografiki .....	169
<b>13. Projekty użytkowe / Outdoor .....</b>	<b>170</b>
13.1. Roll-up .....	171
13.2. Ścianka outdoorowa .....	172
13.3. Namiot jako stoisko .....	173
13.4. Trybunka reklamowa .....	174
13.5. Winder reklamowy .....	175
13.6. Layout billboardu .....	176
13.7. Layout tablic edukacyjnych .....	177
<b>14. Dodatkowe projekty użytkowe .....</b>	<b>178</b>
14.1. T-shirt dziecięcy .....	179
14.2. Bidon dla dzieci .....	180
14.3. Zeszyt dla dzieci .....	181
14.4. Layout tablicy edukacyjnej dla Sorterowni .....	182
14.5. Layout 4 rodzajów tablic informacyjnych dla Sorterowni .....	183
14.6. Layout billboardu dla Sorterowni .....	184
14.7. Torba płócienna dla Sorterowni .....	185

<b>15. Aplikowanie logo „Jestem z Gdańska – Jestem eko”</b> .....	<b>186</b>
15.1. Zasady aplikacji logo „Jestem z Gdańska – Jestem eko” na materiałach pionowych .....	187
15.1.1. Przykłady aplikacji logo „Jestem z Gdańska – Jestem eko” na materiałach pionowych .....	188
15.2. Zasady aplikacji logo „Jestem z Gdańska – Jestem eko” na materiałach poziomych typu billboard .....	189
15.2.1. Przykłady aplikacji logo „Jestem z Gdańska – Jestem eko” na materiałach poziomych typu billboard .....	190
15.3. Zasady aplikacji logo „Jestem z Gdańska – Jestem eko” na materiałach poziomych .....	191
15.3.1. Przykłady aplikacji logo „Jestem z Gdańska – Jestem eko” na materiałach poziomych .....	192
15.4. Zasady aplikacji logo „Jestem z Gdańska – Jestem eko” na materiałach kwadratowych .....	193
15.4.1. Przykłady aplikacji logo „Jestem z Gdańska – Jestem eko” na materiałach kwadratowych .....	194
<b>16. Logo anglojęzyczne przełożenia .....</b>	<b>195</b>
16.1. Przykładowe formaty KV z logo w wersji anglojęzycznej .....	196
16.2. Przykładowe formaty KV z logo w wersji anglojęzycznej + logo „Jestem z Gdańska – Jestem eko” .....	197



# 1. Koncepcja brandingu



DOTYCHCZASOWA IDENTYFIKACJA MARKI

## 1.1.

### Wyzwanie

Repozycjonowanie CMG w kierunku prestiżowej i nowoczesnej „eko-marki” dla dorosłych mieszkańców Gdańska oraz firm, z którą warto się identyfikować i komunikować z pobudek zarówno merytorycznych, jak i dla transferu wizerunku, dowartościowania. Marki realizującej aspiracje ekologiczne i obywatelskie mieszkańców oraz interesariuszy Miasta Gdańska.

Dotychczasowa identyfikacja była stosowana od 2016 r., a marka - bazując na brand heroes - sygnowała głównie edukację skierowaną do dzieci i rodzin oraz zakończoną już reformę wprowadzającą segregację odpadów na docelowe 5 frakcji. Obecnie zakres działalności pod szyldem marki CMG sukcesywnie się poszerza (wychodzi nawet poza gospodarkę odpadami), a jej tożsamość wyraźnie ewoluuje.

## CORE MARKI

### **Opiekuńczość**

## WARTOŚCI WSPIERAJĄCE

- 1. Wiedza (profesjonalizm i eksperckość)**
- 2. Ekologia**
- 3. Użyteczność**
- 4. Entuzjazm i gotowość do pracy u podstaw**
- 5. Innowacyjność**

### **1.2.**

#### **Założenia tożsamościowe**

Miasto Gdańsk jest marką nadrzędną i pojawia się na wszystkich projektach CMG. Niemniej ta submarka cechuje się odrębną tożsamością. W toku rozwoju pojawiła się realna potrzeba zaznaczania i różnicowania w komunikacji, także wizualnej, głównych gałęzi aktywności oraz stałych lub cyklicznych projektów.

Postawiono na ewoluowanie marki z archetypu mędrca-edukatora w kierunku archetypu opiekuna. Kojarzonego z troską i skuteczną pomocą w zakresie gospodarki odpadami (nie tylko dostarczanie wiedzy, ale też praktycznych rozwiązań, szerokiej obsługi mieszkańca i firm). Ponadto pracującego na rzecz bezpieczeństwa ekologicznego mieszkańców w kryzysowych czasach. W tym w ramach obszarów gospodarki obiegu zamkniętego i zrównoważonego rozwoju.

# Cyrkularność i dopasowanie

## 1.3.

### Idea kreatywna

Idea kreatywna została oparta na tzw. idei cyrkularności, która zakłada, że jak najwięcej surowców i produktów pozostaje w obiegu, a nasze codzienne wybory są bardziej świadome. Sukcesywne i efektywne odzyskiwanie, przetwarzanie oraz przemiana odpadów są punktami zwrotnymi na drodze do czystego Gdańska.

## 1.4.

### Założenia wizualne

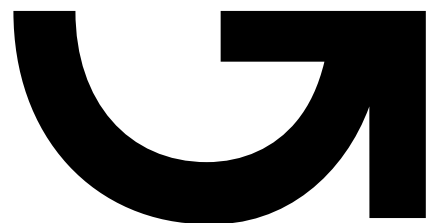
Cykliczne wykorzystywane motywy strzałek w linii graficznej symbolicznie odnoszą się do pożądanej zmiany w gospodarce odpadami.

Strzałka jako element graficzny może być obracana. Nie stosujemy odbić lustrzanych motywu graficznego.



## 2. Znak podstawowy

**CZyste  
MIASTO  
GDAŃSK**



## **2.1.**

### **Forma znaku**

Głównym elementem znaku jest strzałka, która swoją formę czerpie z uciętej litery G (od nazwy miasta Gdańsk). Powstały piktogram nawiązuje do symbolu recyklingu, dwóch strzałek wyrysowanych na bazie koła.

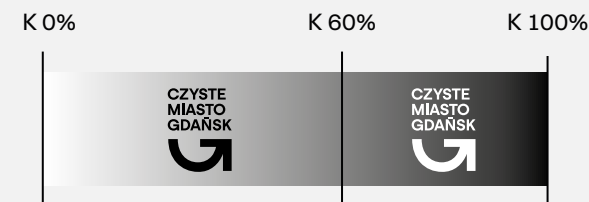


## 2.2.

### Znak w negatywie

Znak negatywowo stosujemy w każdej sytuacji, gdy występuje potrzeba aplikacji znaku na ciemnym tle. Niedozwolone jest użycie logo w innych konfiguracjach niż opisane w księdze znaku.

Skala szarości przedstawia procentowy stosunek jasności aplikacji achromatycznej do zastosowania wersji czarnej lub białej znaku. Dla aplikacji powyżej 60% czerni stosujemy znak w negatywie.





## 2.3.

### Konstrukcja

Rysunek techniczny przedstawia zarys konstrukcji znaku oraz relacji pomiędzy jego elementami składowymi.

Nie należy samodzielnie odtwarzać znaku w oparciu o przedstawione wytyczne konstrukcyjne.



## 2.4.

**Pole ochronne**

Pole ochronne jest obszarem bezpiecznym znaku w obrębie którego nie powinny znajdować się inne elementy graficzne. Szerokość oraz wysokość pola ochronnego wyznacza podwójna wartość (x) zdefiniowana na schemacie obok.



## 2.5.

### Wielkość minimalna

Najmniejsza dozwolona wielkość znaku podstawowego:

w druku wysokość – 12 mm  
na ekranie wysokość – 70 px

Gdy występuje potrzeba zaaplikowania mniejszego znaku należy stosować skrótową wersję znaku.





## 2.6.

### Niedozwolone formy znaku

- A. Deformacja lub obrót znaku.
- B. Stosowanie gradientu.
- C. Zmiany w typografii (font, kerning, interlinia, itp.).
- D. Używanie efektów typu cień.
- E. Zmiana pozycji, obrót lub deformacja składowych znaku.
- F. Stosowanie kolorów innych niż opisanych na stronie.

# 3. Skrócowa wersja znaku



### 3.1.

#### Forma znaku

Skrótowa wersja znaku jest uproszczeniem znaku podstawowego. Nazwa Czyste Miasto Gdańsk została skompresowana wyłącznie do pierwszych liter wyrazów.

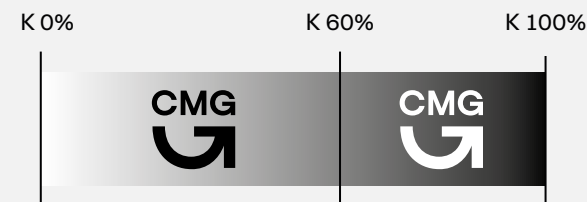


### 3.2.

#### Znak w negatywie

Znak negatywowy stosujemy w każdej sytuacji, gdy występuje potrzeba aplikacji znaku na ciemnym tle. Niedozwolone jest użycie logo w innych konfiguracjach niż opisane w księdze znaku.

Skala szarości przedstawia procentowy stosunek jasności aplikacji achromatycznej do zastosowania wersji czarnej lub białej znaku. Dla aplikacji powyżej 60% czerni stosujemy znak w negatywie.

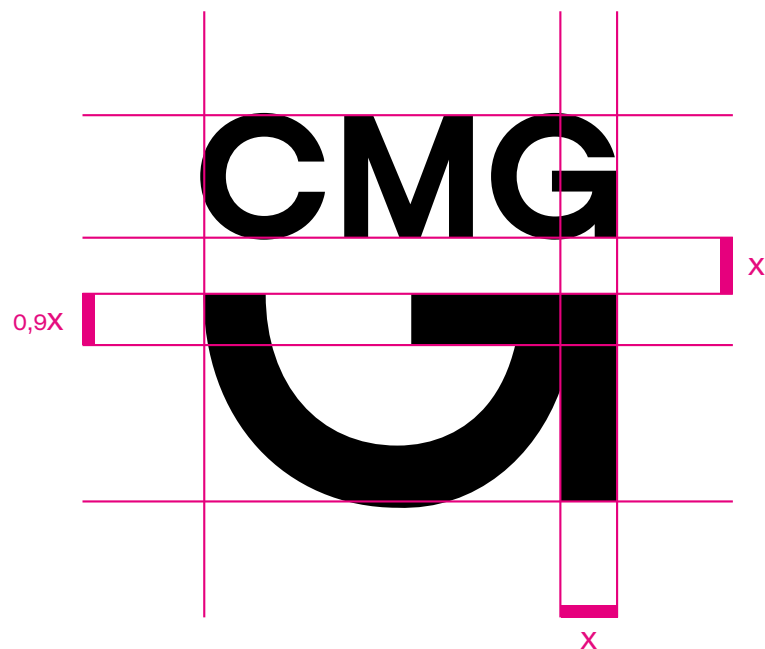


### 3.3.

#### Konstrukcja

Rysunek techniczny przedstawia zarys konstrukcji znaku oraz relacji pomiędzy jego elementami składowymi.

Nie należy samodzielnie odtwarzać znaku w oparciu o przedstawione wytyczne konstrukcyjne.

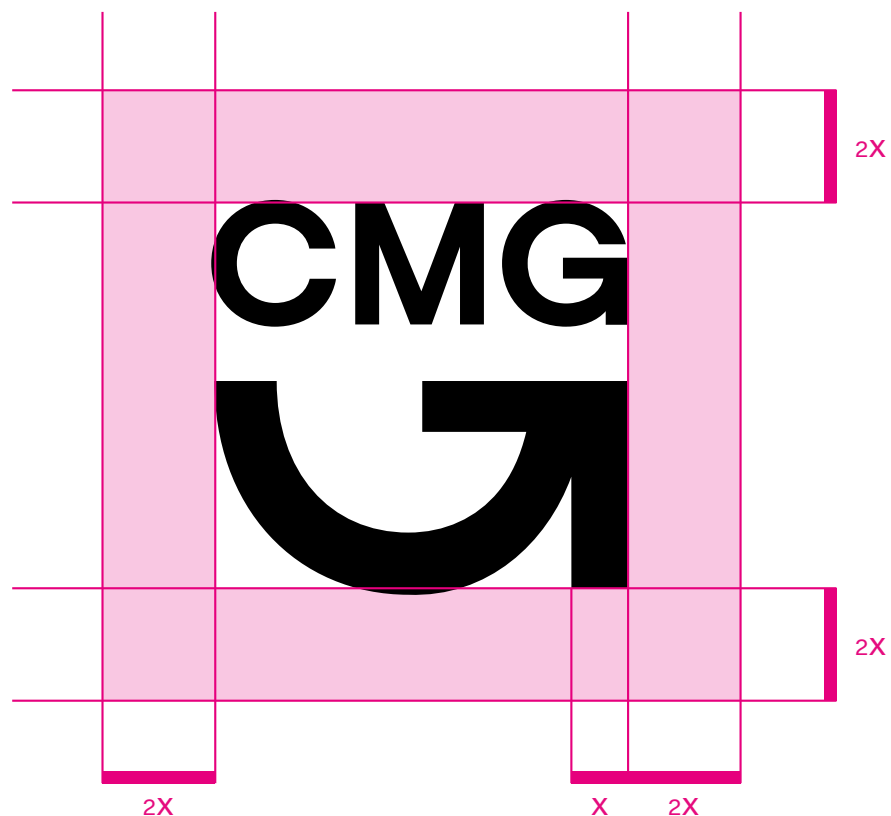




### 3.4.

#### Pole ochronne

Pole ochronne jest obszarem bezpiecznym znaku w obrębie którego nie powinny znajdować się inne elementy graficzne. Szerokość oraz wysokość pola ochronnego wyznacza podwójna wartość (x) zdefiniowana na schemacie obok.



### 3.5.

#### **Wielkość minimalna**

Najmniejsza dozwolona wielkość znaku podstawowego, liczona na wysokość to:

w druku wysokość – 6 mm  
na ekranie wysokość – 30 px





### 3.6.

#### Niedozwolone formy znaku

- A. Deformacja lub obrót znaku.
- B. Stosowanie gradientu.
- C. Zmiany w typografii (font, kerning, interlinia, itp.).
- D. Używanie efektów typu cień.
- E. Zmiana pozycji, obrót lub deformacja składowych znaku.
- F. Stosowanie kolorów innych niż opisanych na stronie.

# 4. Anglojęzyczna wersja znaku



#### **4.1.**

##### **Forma znaku**

Anglojęzyczna wersja znaku podstawowego.

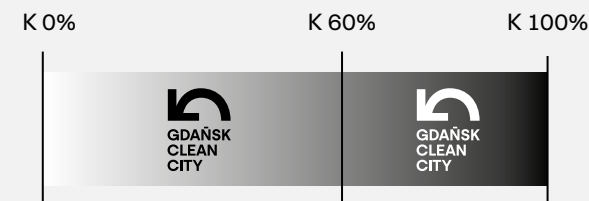


## 4.2.

### Znak w negatywie

Znak negatywowy stosujemy w każdej sytuacji, gdy występuje potrzeba aplikacji znaku na ciemnym tle. Niedozwolone jest użycie logo w innych konfiguracjach niż opisane w księdze znaku.

Skala szarości przedstawia procentowy stosunek jasności aplikacji achromatycznej do zastosowania wersji czarnej lub białej znaku. Dla aplikacji powyżej 60% czerni stosujemy znak w negatywie.



### 4.3.

#### Konstrukcja

Rysunek techniczny przedstawia zarys konstrukcji znaku oraz relacji pomiędzy jego elementami składowymi.

Nie należy samodzielnie odtwarzać znaku w oparciu o przedstawione wytyczne konstrukcyjne.



#### 4.4.

##### Pole ochronne

Pole ochronne jest obszarem bezpiecznym znaku w obrębie którego nie powinny znajdować się inne elementy graficzne. Szerokość oraz wysokość pola ochronnego wyznacza podwójna wartość (x) zdefiniowana na schemacie obok.





## 4.5.

### Wielkość minimalna

Najmniejsza dozwolona wielkość znaku podstawowego, liczona na wysokość to:

w druku wysokość – 12 mm  
na ekranie wysokość – 70 px





## 4.6.

### Niedozwolone formy znaku

- A. Deformacja lub obrót znaku.
- B. Stosowanie gradientu.
- C. Zmiany w typografii (font, kerning, interlinia, itp.).
- D. Używanie efektów typu cień.
- E. Zmiana pozycji, obrót lub deformacja składowych znaku.
- F. Stosowanie kolorów innych niż opisanych na stronie.

# 5. System tworzenia subbrandów

**CMG** **Biuro Obsługi**  
 **Klienta**

**CMG** **Sorterownia**  
 **Rudniki**

**CMG** **Gdańskie**  
 **Dyżury Altanowe**  
**Wrzeszcz Dolny**

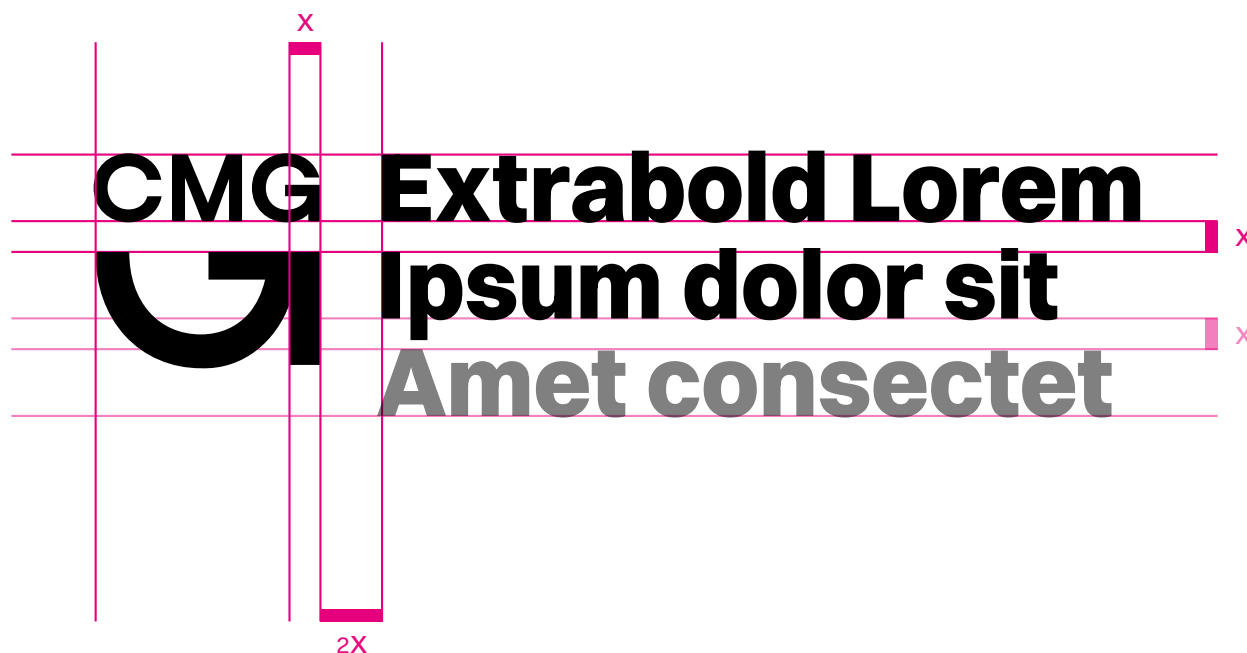
## 5.1.

### Forma subbrandów

Obok przedstawione zostały przykładowe subbrandy. Ich budowa opiera się na skrótovej wersji znaku CMG.

Nazwa subbrandu osadzona jest na wysokości liter CMG. Może występować z dopiskiem (dodatkowe informacje takie jak: rozwinięcie skrótownica, miejscowość, dane dodatkowe, itp.) lub w konstrukcji dwuwierszowej.

**CMG Extrabold Lorem**  
 **Ipsum dolor sit**



## 5.2.

### Konstrukcja V1

Rysunek techniczny przedstawia zarys konstrukcji subbrandu dwuwierszowego oraz relacji pomiędzy jego elementami składowymi. Dedykowany jest dla nazw, w których wszystkie człony są równie ważne i nie występuje tam hierarchizacja słów.

Nazwę subbrandu zapisujemy fontem głównym (Switzer) o odmianie Extrabold.

W sytuacji, gdy ilość dodatkowych informacji wymusza zapisanie ich w dwóch lub więcej wierszach, należy kontynuować zapis zachowując niezmienną wartość interlinii (x).

### 5.2.1.

#### Przykłady subbrandów V1

Obok przedstawione zostały przykłady subbrandów, których budowa opiera się na schemacie opisanym na poprzedniej stronie.

**CMG Gdański Certyfikat  
Ekologiczny**

**CMG Gdańskie  
Sorterownie**

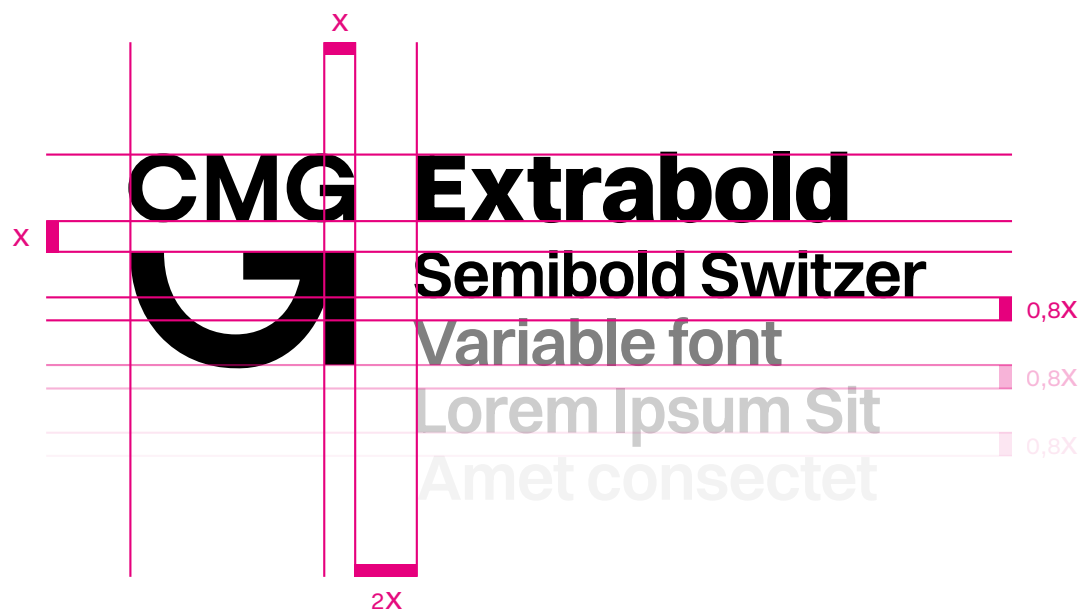
**CMG Zespół ds. Rozwoju  
Systemu GOK**

**CMG Program  
Edukacji Szkolnej**

**CMG Biuro Obsługi  
Klienta**

**CMG Sprzątanie  
Świata**

**CMG Festiwal Czyste  
Miasto Gdańsk**



### 5.3.

#### Konstrukcja V2

Rysunek techniczny przedstawia zarys konstrukcji subbrandu oraz relacji pomiędzy jego elementami składowymi. Dedykowany jest dla subbrandów, w których wyróżnieniu podlega jedna część nazwy.

Nazwę subbrandu zapisujemy fontem głównym (Switzer) o odmianie Extrabold, natomiast dodatkowe informacje odmianą Semibold.

W sytuacji, gdy ilość dodatkowych informacji wymusza zapisanie ich w dwóch lub więcej wierszach, należy kontynuować zapis zachowując niezmienną wartość interlinii (0,8x).

**CMG** **Sorterownia**  
Osowa

**CMG** **Sorterownia**  
Rudniki

**CMG** **Gdański Eko Dom**  
Konkurs dla Mieszkańców

**CMG** **Sprzątanie Świata**  
Gdańskie rzeki i jeziora

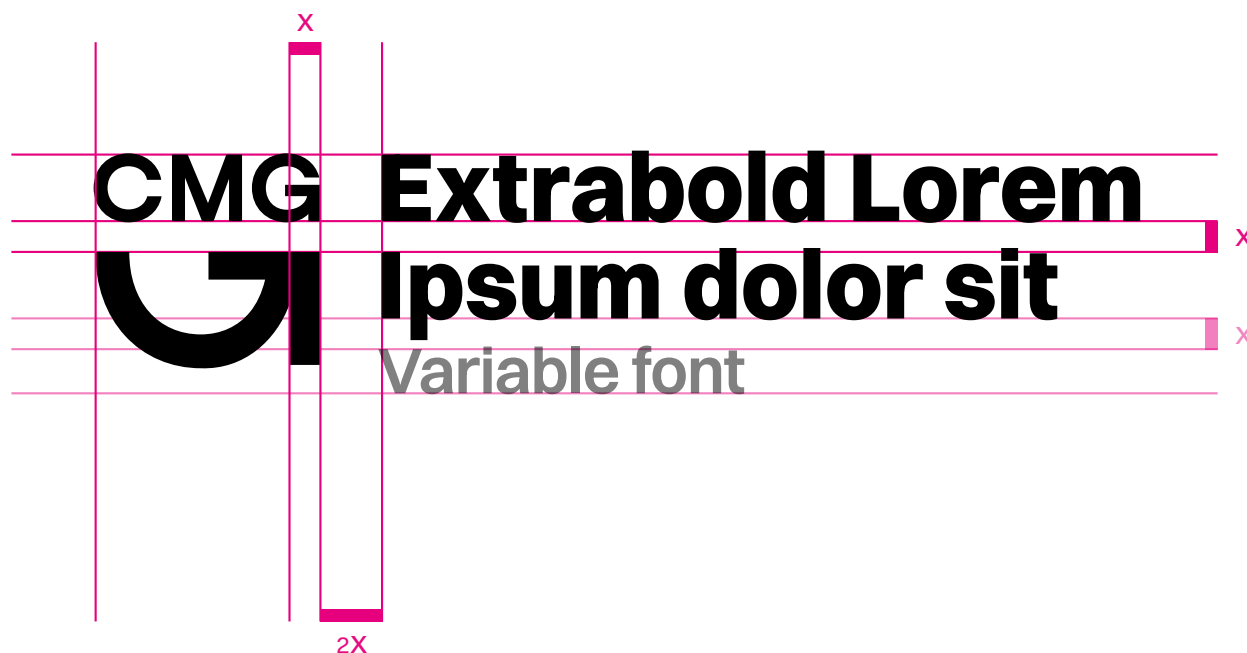
### 5.3.1.

#### Przykłady subbrandów V2

Obok przedstawione zostały przykłady subbrandów, których budowa opiera się na schemacie opisanym na poprzedniej stronie.



**CMG Extrabold Lorem**  
**G Ipsum dolor sit**  
 Variable font



## 5.4.

### Konstrukcja V3

Rysunek techniczny przedstawia zarys konstrukcji subbrandu oraz relacji pomiędzy jego elementami składowymi. Dedykowany jest dla subbrandów, w których wyróżnieniu podlegają pierwsze człony nazwy.

Nazwę subbrandu zapisujemy fontem głównym (Switzer) o odmianie Extrabold, natomiast dodatkowe informacje odmianą Semibold.

W sytuacji, gdy ilość dodatkowych informacji wymusza zapisanie ich w dwóch lub więcej wierszach, należy kontynuować zapis zachowując niezmienną wartość interlinii (x).

### 5.4.1.

#### Przykłady subbrandów V3

Obok przedstawione zostały przykłady subbrandów, których budowa opiera się na schemacie opisanym na poprzedniej stronie.

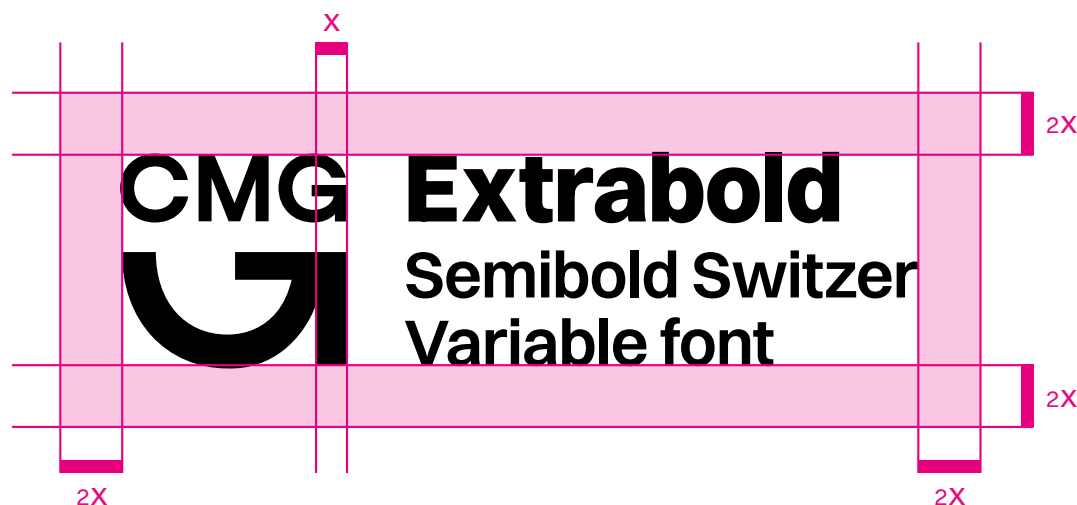
**CMG** **Gdańskie**  
 **Dyżury Altanowe**  
Śródmieście

**CMG** **Gdańskie**  
 **Dyżury Altanowe**  
Wrzeszcz Dolny

## 5.5.

**Pole ochronne**

Pole ochronne subbrandów wyznacza obszar w obrębie którego nie powinny znajdować się inne elementy graficzne. Szerokość oraz wysokość pola ochronnego wyznacza podwójna wartość (x) zdefiniowana na schemacie obok.



Podgląd konstrukcji pola ochronnego dla subbrandu dwuwierszowego  
(system jego wyznaczania pozostaje niezmienny):

# 6. Typografia

# Switzer

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll  
Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww  
Xx Yy Zz 1234567890

Thin  
Extralight  
Light  
Regular  
Medium  
Semibold  
Bold  
Extrablack  
Black

*Thin Italic*  
*Extralight Italic*  
*Light Italic*  
*Regular Italic*  
*Medium Italic*  
*Semibold Italic*  
*Bold Italic*  
*Extrablack Italic*  
*Black Italic*

## 6.1.

### Font główny

Rodziną typograficzną Czyste Miasto Gdańsk jest font Switzer.

Font jest krojem darmowym, do pobrania na stronie:

<https://www.fontshare.com/fonts/switzer>

# Verdana

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll  
Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww  
Xx Yy Zz 1234567890

Regular  
**Bold**

*Italic*  
***Bold Italic***

## 6.2.

### Font uzupełniający

Font Verdana został dobrany jako uzupełniająca rodzina typograficzna. Używany w sytuacjach, w których nie ma możliwości użycia fontu podstawowego.

Font Verdana jest krojem systemowym, dostępnym na każdym komputerze.

### 6.3.

#### Podkreślenie

W tytułach i nagłówkach zaleca się stosowanie żółtej apli pod wybranym słowem w celu jego zaakcentowania.

Sugeruje się stosowanie nie więcej niż jednego podkreślenia przypadającego na blok tekstu.

Wielkość apli zależna jest od wydłużeń górnych i dolnych występujących w danym słowie. Definiowana jest na podstawie wysokości wersalików (dużych liter), a jej wewnętrzne marginesy wynoszą odpowiednio 1x w pionie oraz 2x w poziomie.



**Lorem ipsum dolor sit  
amet, consectetur  
adipiscing elit, sed diam  
consectetur adipiscing elit.**

# 7. Kolorystyka



## czerń

CMYK	40 30 30 100
RGB	0 0 0
HEX	000000
PANTONE	Black 6 C

PAPIER	Burano Black
--------	--------------

## biel

CMYK	0 0 0 0
RGB	255 255 255
HEX	FFFFFF
PANTONE	—

PAPIER	Olin Regular High White
--------	-------------------------

## szarość CMG\*

CMYK	0 0 0 10
RGB	237 237 237
HEX	EDEDED
PANTONE	Cool Gray 1 C

PAPIER	IQ Color oyster grey OG52 (50)
--------	-----------------------------------

## żółć CMG

CMYK	0 20 95 0
RGB	255 205 0
HEX	FFCD00
PANTONE	Yellow 012 C

PAPIER	IQ Color mustard IG50 (48)
--------	----------------------------

## KOLORYSTYKA

### 7.1.

#### Paleta barw

Czerń, biel oraz żółć CMG są kolorami wiodącymi w identyfikacji wizualnej.

Wszystkie druki marki CMG są wykonywane na papierze ekologicznym i/lub pochodzącym z recyklingu.

\*Szarość CMG jest kolorem uzupełniającym, działającym zamiennie z bielą. Dedykowana jest do wszelkiego rodzaju wydruków, gdzie występuje jako kolor podłoża – papier barwiony w masie.

Papiery IQ występują w gramaturach 80, 120, 160, 230g. Posiadają certyfikat FSC.



## 7.2.

### **Zestawienia kolorystyczne znaku\***

Na schemacie przedstawiona została dozwolona kolorystyka znaków Czyste Miasto Gdańsk.

Znak w bieli (w negatywie) występuje wyłącznie na apli powyżej 60% czerni.

\* Zestawienie kolorystyczne dotyczy wszystkich wersji znaku Czyste Miasto Gdańsk.

### 7.3.

#### Zestawienia kolorystyczne motywu strzałki

Na schemacie przedstawiona została dozwolona kolorystyka elementu graficznego identyfikacji Czyste Miasto Gdańsk.

Motyw strzałki w bieli występuje na apli powyżej 60% czerni.

\* Strzałka w żółci występuje na kompozycjach zdjęciowych, oraz w linii GOZ - tutaj natomiast nigdy samotnie, lecz jako połowa głównego motywu graficznego tej linii.



**1. Lorem ipsum dolor sit amet,  
consectetuer adipiscing elit, sed  
diam nonummy nibh.**

**1. Lorem ipsum dolor sit amet,  
consectetuer adipiscing elit, sed  
diam nonummy nibh.**

**1. Lorem ipsum dolor sit amet,  
consectetuer adipiscing elit, sed  
diam nonummy nibh.**

## **7.4.**

### **Zestawienia kolorystyczne typografii**

Na schemacie przedstawiona została dozwolona kolorystyka typografii identyfikacji Czyste Miasto Gdańsk.

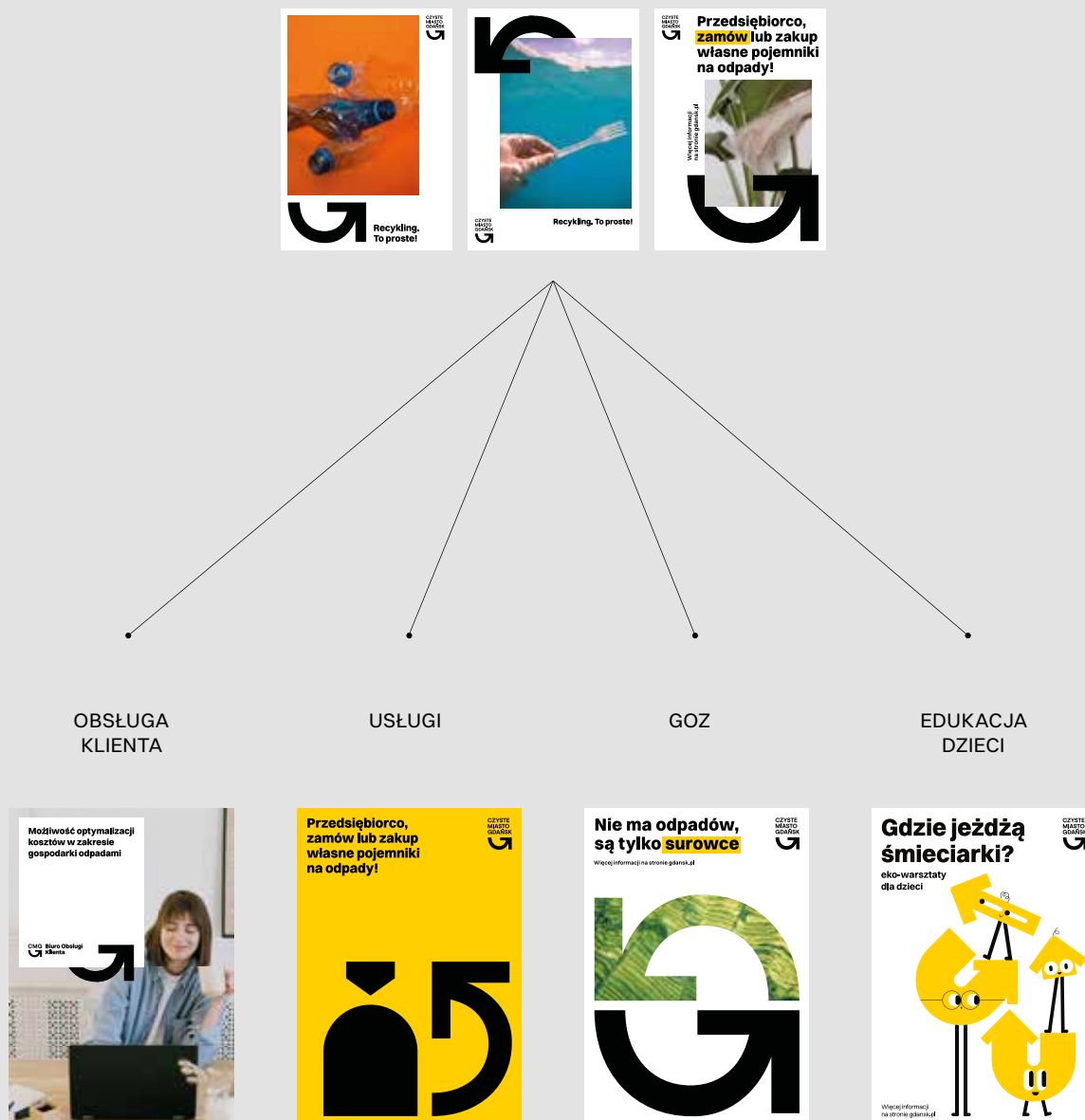
Typografia w bieli występuje na apli powyżej 60% czerni.

# 8. Key Visual

## 8.1.

## Schemat zależności KV

Schemat przedstawiający zależność linii Key Visuali identyfikacji Czyste Miasto Gdańsk. Główną linię stanowi Edukacja i informacja dla dorosłych, a wszystkie poniższe są jej rozwinięciem.



# 8. Key Visual

## Edukacja i informacja dla dorosłych



## KEY VISUAL

### 8.2.

#### Key Visual - linia Edukacja i informacja dla dorosłych

Key Visual został oparty na tzw. idei cyrkularności, która zakłada, że jak najwięcej surowców i produktów pozostaje w obiegu, a nasze codzienne wybory są bardziej świadome. Sukcesywne i efektywne odzyskiwanie, przetwarzanie oraz przemiana odpadów są punktami zwrotnymi na drodze do czystego Gdańska.



**LITERA G - GDAŃSK**



**SYMBOL RECYKLINGU**



CZYSŁE  
MIAŁTO  
GDAŃSK

**Nie wystawiaj  
przy altanie  
śmietnikowej!**

Więcej informacji na  
[www.czystemiasto.gdansk.pl](http://www.czystemiasto.gdansk.pl)

CZYSŁE  
MIAŁTO  
GDAŃSK

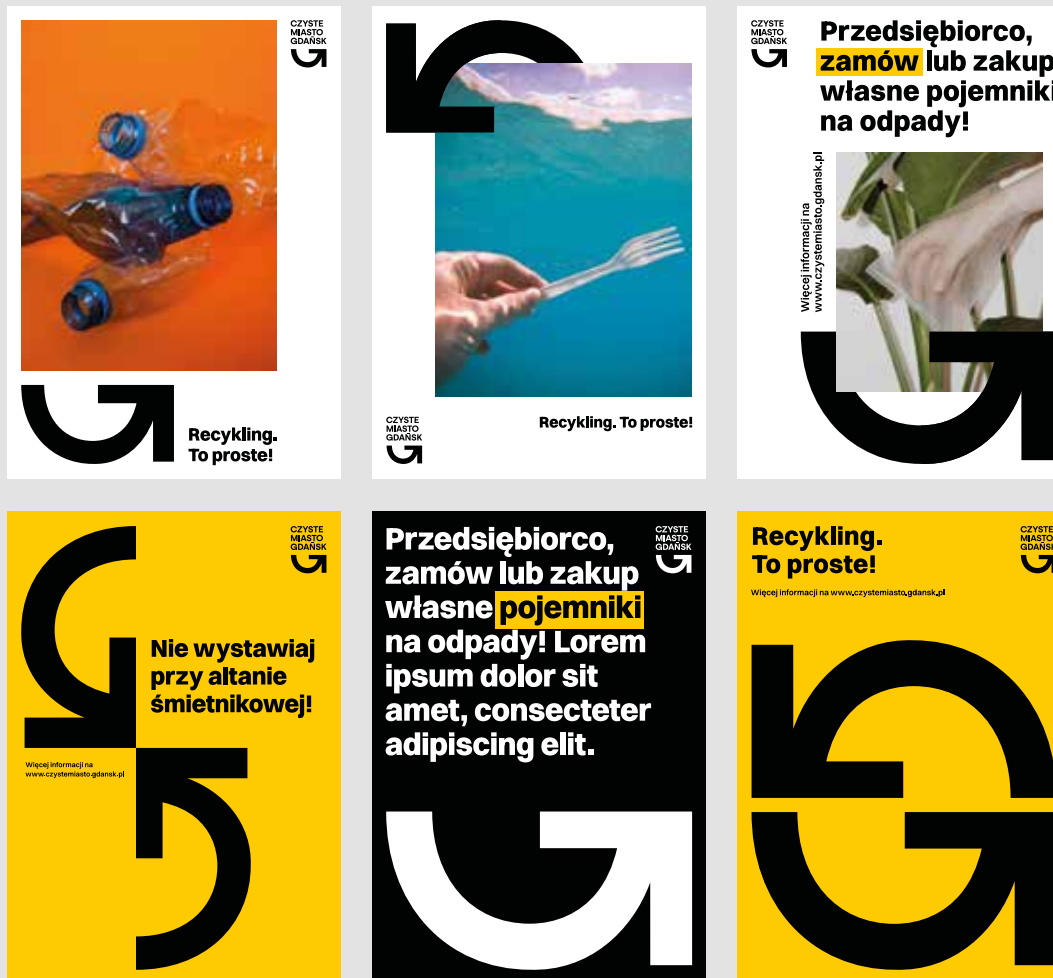


**Recykling. To proste!**

## 8.2.1.

### Format pionowy

Przykłady formatów pionowych KV z wykorzystaniem elementów graficznych, fotografii oraz kolorystyki i typografii CMG.



514601



CZYSZE  
MIASTO  
GDAŃSK



**Przedsiębiorco,  
zamów lub  
zakup własne  
pojemniki na  
odpady!**

Więcej informacji na [www.czystemiasto.gdansk.pl](http://www.czystemiasto.gdansk.pl)

JCDecaux

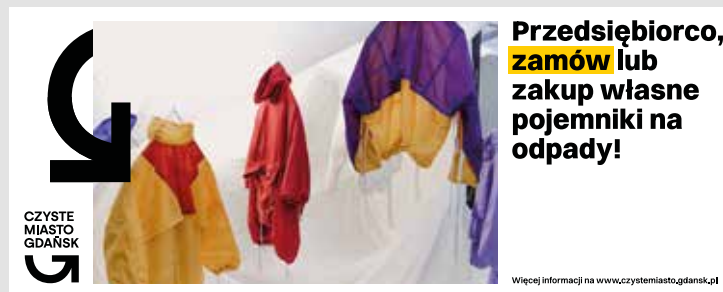




## 8.2.2.

### Format poziomy

Przykłady formatów poziomych KV z wykorzystaniem elementów graficznych, fotografii oraz kolorystyki i typografii CMG.



To pro

Więcej informacji na  
[www.czystemiasto.gdansk.pl](http://www.czystemiasto.gdansk.pl)



Recykling.  
To proste!



Recykling.  
To proste!

Więcej informacji na  
[www.czystemiasto.gdansk.pl](http://www.czystemiasto.gdansk.pl)

CZYSZTE  
MIASTO  
GDAŃSK



Recykling.  
To proste!

CZYSZTE  
MIASTO  
GDAŃSK



CZYSZTE  
MIASTO  
GDAŃSK



Recykling.  
To proste!



Recykling.  
To proste!

CZYSZTE  
MIASTO  
GDAŃSK



CZYSZTE  
MIASTO  
GDAŃSK

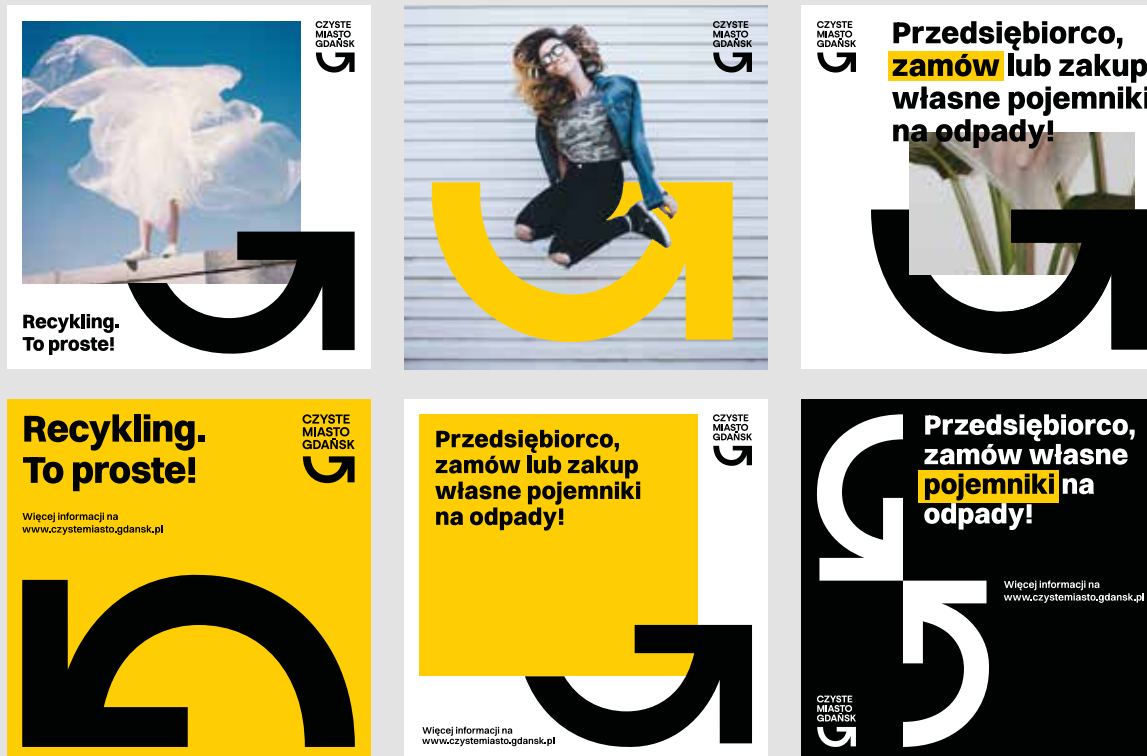


Re  
To

### 8.2.3.

#### Format kwadratowy

Przykłady formatów kwadratowych KV z wykorzystaniem elementów graficznych, fotografii oraz kolorystyki i typografii CMG.



# 8. Key Visual

## Obsługa Klienta



### 8.3.

#### Key Visual - linia Obsługa Klienta

W linii customer care poza logo subbrandu CMG BIURO OBSŁUGI KLIENTA zmienia się proporcja elementów i ich relacja między sobą. Ważniejszą rolę odgrywa materiał fotograficzny, który został określony na następnym slajdzie. Kolor żółty został sprowadzony do akcentu w postaci wyróżnika w tekście.



Wszystkie fotografie użyte do tworzenia materiałów graficznych dla Czyste Miasto Gdańsk pochodzą z darmowych banków zdjęć:

[www.pexels.com](http://www.pexels.com)  
[www.unsplash.com](http://www.unsplash.com)





**Czy złożyłeś  
deklarację  
„odpadową”?  
Z nami to proste!**

**CMG** Biuro Obsługi  
Klienta

Więcej informacji na [www.czysystemiasto.gdansk.pl](http://www.czysystemiasto.gdansk.pl)



**CMG**



**CMG** Biuro Obsługi  
Klienta



**Przedsiębiorco,  
zamów lub zakup  
własne pojemniki  
na odpady!**

### 8.3.1.

#### Format pionowy

Przykłady formatów pionowych KV z wykorzystaniem elementów graficznych, fotografii oraz kolorystyki i typografii CMG.





514601



**Możliwość optymalizacji  
kosztów w zakresie  
gospodarki odpadami**

**CMG** Biuro Obsługi  
Klienta



JCDecaux



### 8.3.2.

#### Format poziomy

Przykłady formatów poziomych KV z wykorzystaniem elementów graficznych, fotografii oraz kolorystyki i typografii CMG.





CMG Biuro Obsługi Klienta

Możliwość optymalizacji kosztów w zakresie gospodarki odpadami

CMG Biuro Obsługi Klienta

CMG Biuro Obsługi Klienta

Więcej informacji na [www.czystemiesto.gdansk.pl](http://www.czystemiesto.gdansk.pl)

Możliwość optymalizacji kosztów w zakresie gospodarki odpadami

CMG Biuro Obsługi Klienta

CMG Biuro Obsługi Klienta

Więcej informacji na [www.czystemiesto.gdansk.pl](http://www.czystemiesto.gdansk.pl)

### 8.3.3.

#### Format kwadratowy

Przykłady formatów kwadratowych KV z wykorzystaniem elementów graficznych, fotografii oraz kolorystyki i typografii CMG.





# 8. Key Visual

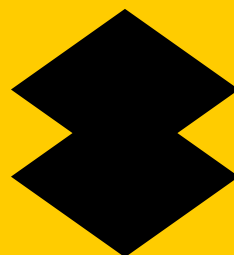
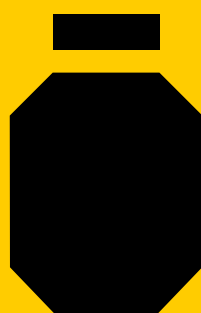
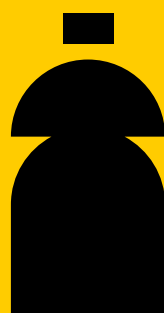
## Usługi

## 8.4.

### Key Visual - linia Usługi

W linii Usługi (której podstawowym polem działania jest gospodarka odpadami komunalnymi) główny Key Visual przeplata się z ikonami frakcji odpadów. Materiał zdjęciowy został dopasowany do tematu, skupia się na skali mikro makro, pokazując abstrakcyjne zbliżenia na odpady, wozy i pracowników dbających o czystość Miasta Gdańsk.





Wszystkie fotografie użyte do tworzenia materiałów graficznych dla Czyste Miasto Gdańsk pochodzą z darmowych banków zdjęć:

[www.pexels.com](http://www.pexels.com)  
[www.unsplash.com](http://www.unsplash.com)





**Przedsiębiorco,  
zamów lub zakup  
własne pojemniki  
na odpady!**

CZYSŁE  
MIASTO  
GDAŃSK



**Nie zostawiaj dużych  
elektroodpadów przy  
altanie! Odbierzemy  
je bezpłatnie z twojego  
domu!**

Więcej informacji na  
[www.czystemiasto.gdansk.pl](http://www.czystemiasto.gdansk.pl)

CZYSŁE  
MIASTO  
GDAŃSK



## 8.4.1.

## Format pionowy

Przykłady formatów pionowych KV z wykorzystaniem elementów graficznych, fotografii oraz kolorystyki i typografii CMG.



514601



**Bądź eko! Odpady  
bio wyrzucaj luzem.  
Worek po nich do  
resztkowych!**

Więcej informacji na  
[www.czystemiasto.gdansk.pl](http://www.czystemiasto.gdansk.pl)

**CZYTE  
MIASTO  
GDAŃSK**



JCDecaux





## 8.4.2.

## Format poziomy

Przykłady formatów poziomych KV z wykorzystaniem elementów graficznych, fotografii oraz kolorystyki i typografii CMG.





altan  
je bezpłatnie  
domu!

Więcej informacji na  
[www.czystemiasto.gdansk.pl](http://www.czystemiasto.gdansk.pl)



CZYSZE  
MIASTO  
GDAŃSK



Nie zostawiaj dużych  
elektroodpadów przy  
altanie! Odbierzemy  
je bezpłatnie z twojego  
domu!

Więcej informacji na  
[www.czystemiasto.gdansk.pl](http://www.czystemiasto.gdansk.pl)

CZYSZE  
MIASTO  
GDAŃSK



Przedsiębiorco,  
zamów lub zakup  
własne pojemniki  
na odpady!

CZYSZE  
MIASTO  
GDAŃSK



Przedsiębiorco,  
zamów lub zakup  
własne pojemniki  
na odpady!



CZYSZE  
MIASTO  
GDAŃSK



Nie zostawiaj dużych  
elektroodpadów przy  
altanie! Odbierzemy  
je bezpłatnie z twojego  
domu!

CZYSZE  
MIASTO  
GDAŃSK



Przedsiębiorco,  
zamów lub zakup  
własne pojemniki  
na odpady!



Nie zo  
elekt  
altan  
je b  
dom

### 8.4.3.

#### Format kwadratowy

Przykłady formatów kwadratowych KV z wykorzystaniem elementów graficznych, fotografii oraz kolorystyki i typografii CMG.



# 8. Key Visual

## Gospodarka Obiegu Zamkniętego



## 8.5.

### Key Visual - linia GOZ

Koncepcja Key Visuala dla działań z zakresu Gospodarki Obiegu Zamkniętego bazuje na motywie dwóch zwróconych ku sobie strzałek. Materiał fotograficzny kładzie nacisk na zdjęcia natury, często o charakterze abstrakcyjnych patternów, gdy jest możliwość zawie-  
ra w sobie element koła. Pokazuje relację człowieka z naturą.

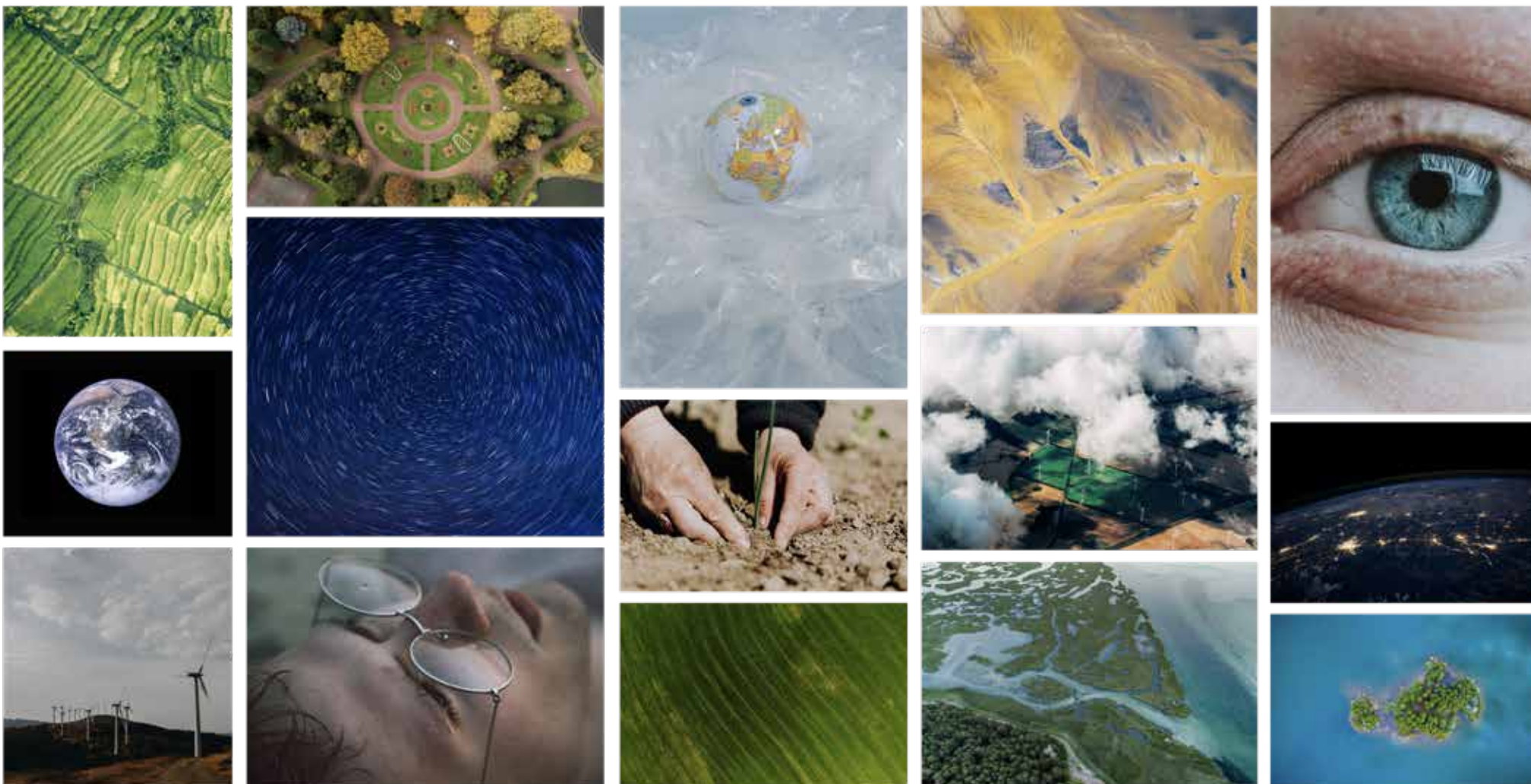


GŁÓWNY MOTYW GRAFICZNY DLA LINII GOZ



Wszystkie fotografie użyte do tworzenia materiałów graficznych dla Czyste Miasto Gdańsk pochodzą z darmowych banków zdjęć:

[www.pexels.com](http://www.pexels.com)  
[www.unsplash.com](http://www.unsplash.com)







Nie ma odpadów,  
są tylko surowce.



CZYSZE  
MIASTO  
GDAŃSK



Jak wyrzucać mniej?  
Pomoże Ci nasza **aplikacja!**

CZYSZE  
MIASTO  
GDAŃSK



Pobierz z naszej strony  
[www.czystemiasto.gdansk.pl](http://www.czystemiasto.gdansk.pl)



## 8.5.1.

## Format pionowy

Przykłady formatów pionowych KV z wykorzystaniem elementów graficznych, fotografii oraz kolorystyki i typografii CMG.





CZYSZE  
MIASTO  
GDAŃSK



Nie ma odpadów,  
są tylko **surowce**

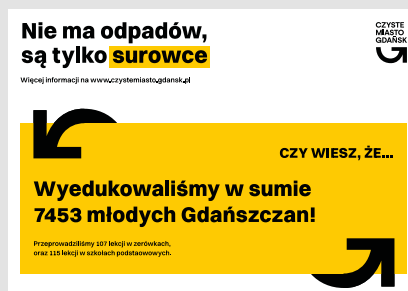
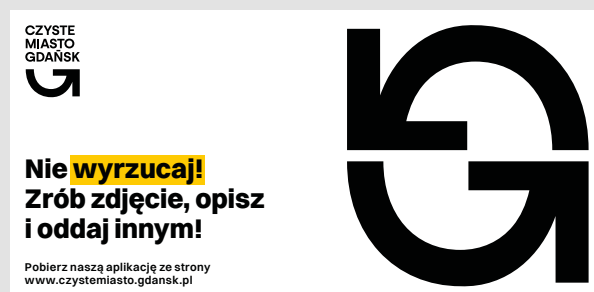
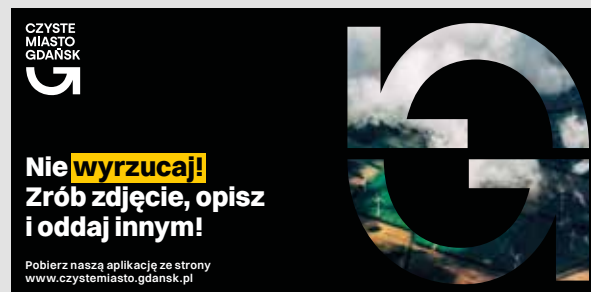
Więcej informacji na [www.czystemiasto.gdansk.pl](http://www.czystemiasto.gdansk.pl)



JCDecaux



514601



KEY VISUAL

## 8.5.2.

### Format poziomy

Przykłady formatów poziomych KV z wykorzystaniem elementów graficznych, fotografii oraz kolorystyki i typografii CMG.



Pobierz z naszej strony  
[www.czystemiasto.gdansk.pl](http://www.czystemiasto.gdansk.pl)



## Wydukowaliśmy 7453 młodych Gdańszczan!

Przeprowadziliśmy 107 lekcji w zerówkach,  
oraz 115 lekcji w szkołach podstawowych.

CZYTE  
MIASTO  
GDAŃSK

## Jak wyrzucać mniej? Pomoże Ci nasza aplikacja!

Pobierz z naszej strony  
[www.czystemiasto.gdansk.pl](http://www.czystemiasto.gdansk.pl)



## Program Edukacja-Segregacja w liczbach

Więcej informacji na  
[www.czystemiasto.gdansk.pl](http://www.czystemiasto.gdansk.pl)

## Wydukowaliśmy 7453 młodych Gdańszczan!

Przeprowadziliśmy 107 lekcji w zerówkach,  
oraz 115 lekcji w szkołach podstawowych.

CZYTE  
MIASTO  
GDAŃSK

## Program Edukacja-Segregacja w liczbach

Więcej informacji na  
[www.czystemiasto.gdansk.pl](http://www.czystemiasto.gdansk.pl)

CZY WIESZ, ŻE...

## Wydukowaliśmy w sumie 7453 młodych Gdańszczan!

Przeprowadziliśmy 107 lekcji w zerówkach,  
oraz 115 lekcji w szkołach podstawowych.

CZYTE  
MIASTO  
GDAŃSK

## Jak wyrzucać mniej? Pomoże Ci nasza aplikacja!

## Program Edukacja-Segregacja w liczbach

Więcej informacji na  
[www.czystemiasto.gdansk.pl](http://www.czystemiasto.gdansk.pl)

CZY WIESZ, ŻE...

## Wydukowaliśmy w sumie 7453 młodych Gdańszczan!

## 8.5.3.

## Format kwadratowy

Przykłady formatów kwadratowych KV z wykorzystaniem elementów graficznych, fotografii oraz kolorystyki i typografii CMG.



# 8. Key Visual

## Edukacja dzieci + Super Sorter i Biola

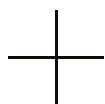
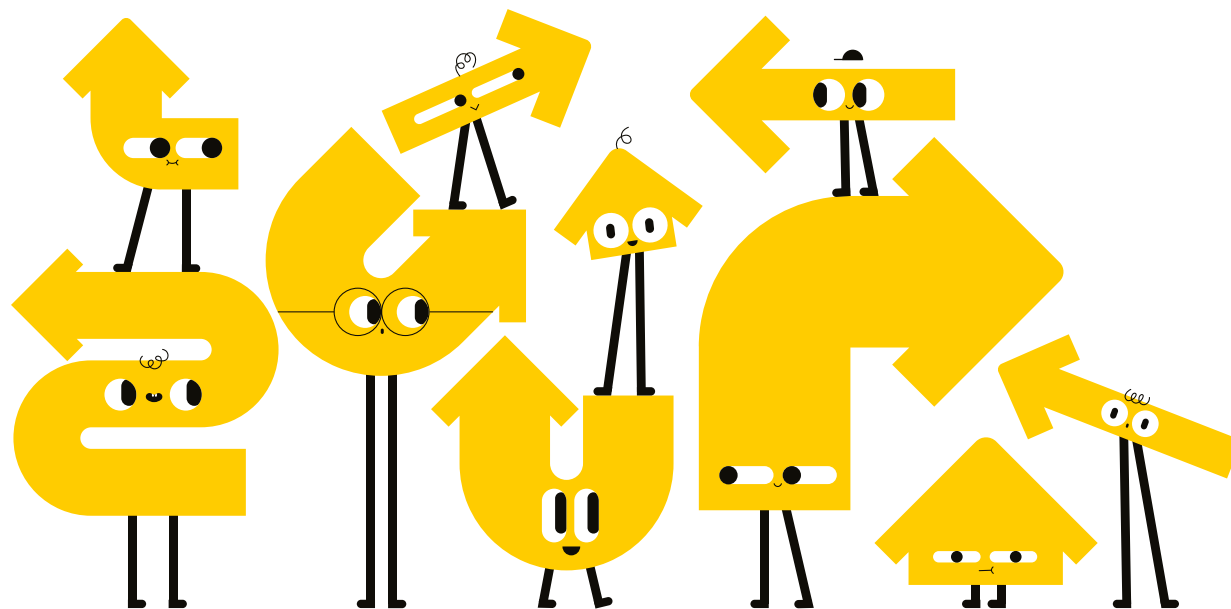


**8.6.****Key Visual - linia edukacja dzieci**

Materiały dla dzieci zawierają nową odsłonę ilustracji bazujących na głównym motywie CMG tj. strzałki. Dodatkowo materiał fotograficzny pokazujący dzieci aktywnie zaangażowane w naukę o ekologii i działania z nią związane.

Super Sorter i Biola występują w formie naklejki. Mogą być integralną częścią projektów lub występować oddzielnie, w formie prawdziwych naklejek.





# W jaki sposób możemy pomóc Ziemi?



eko-warsztaty  
dla dzieci

Więcej informacji na [www.czystemiasto.gdansk.pl](http://www.czystemiasto.gdansk.pl)



# Skąd się biorą śmieci w morzu?



eko-warsztaty  
dla dzieci



23 października 2021  
godz. 15:30–18:00

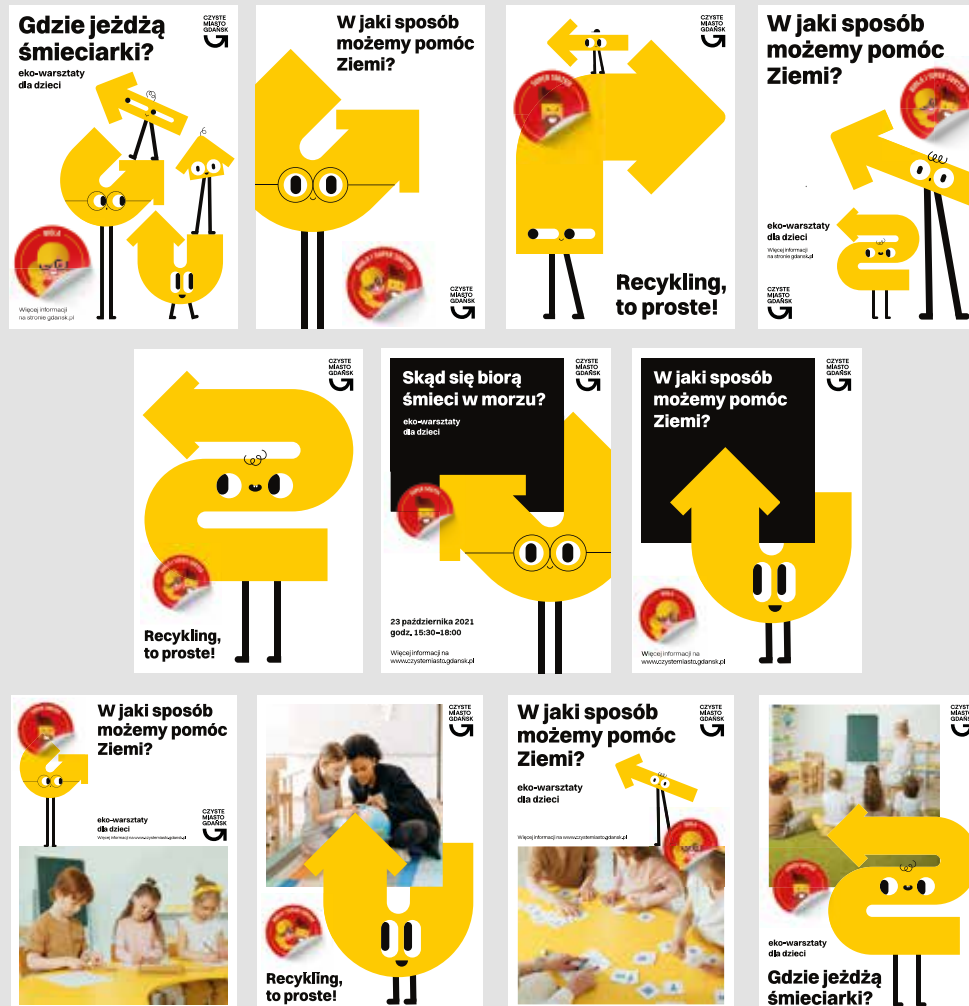
Więcej informacji na  
[www.czystemiasto.gdansk.pl](http://www.czystemiasto.gdansk.pl)



## 8.6.1.

### Format pionowy

Przykłady formatów pionowych KV z wykorzystaniem elementów graficznych, fotografii oraz kolorystyki i typografii CMG.



**W jaki sposób  
możemy pomóc  
Ziemi?**

eko-warsztaty  
dla dzieci



abc segregacji odpadów

Więcej informacji na [www.czystemiasto.gdansk.pl](http://www.czystemiasto.gdansk.pl)

514601

**CZYSSTE  
MIASTO  
GDAŃSK**



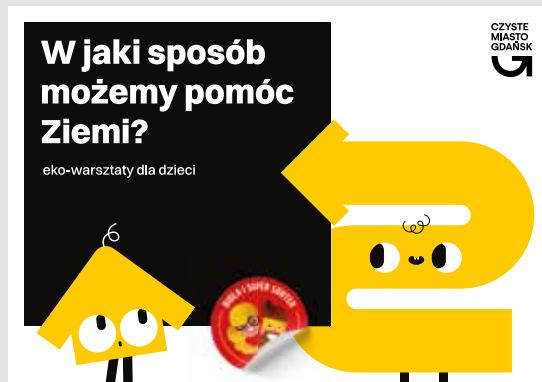
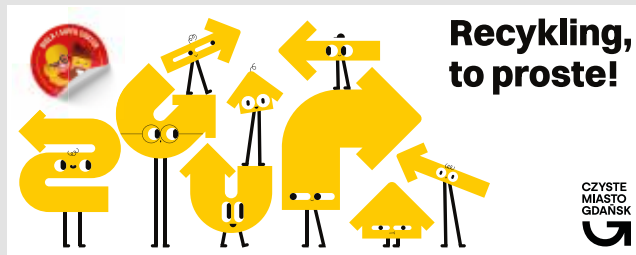
JCDecaux



## 8.6.2.

### Format poziomy

Przykłady formatów poziomych KV z wykorzystaniem elementów graficznych, fotografii oraz kolorystyki i typografii CMG.





**eko-warsztaty  
dla dzieci**



**Skąd się biorą  
śmieci w morzu**

**CZYSZE  
MIASTO  
GDAŃSK**



# Skąd się biorą śmieci w morzu?

eko-warsztaty  
dla dzieci



Skąd się biorą  
śmieci w morzu?

**CZyste  
Miasto  
Gdańsk**



## Skąd się biorą nieci w morzu?

**CZyste  
miasto  
Gdańsk**



**Skąd się biorą śmieci w morzu?**

**CZyste  
miasto  
Gdańsk**



sko  
šn  
eko  
dla

### 8.6.3.

#### Format kwadratowy

Przykłady formatów kwadratowych KV z wykorzystaniem elementów graficznych, fotografii oraz kolorystyki i typografii CMG.



# 8. Key Visual

## Edukacja dzieci

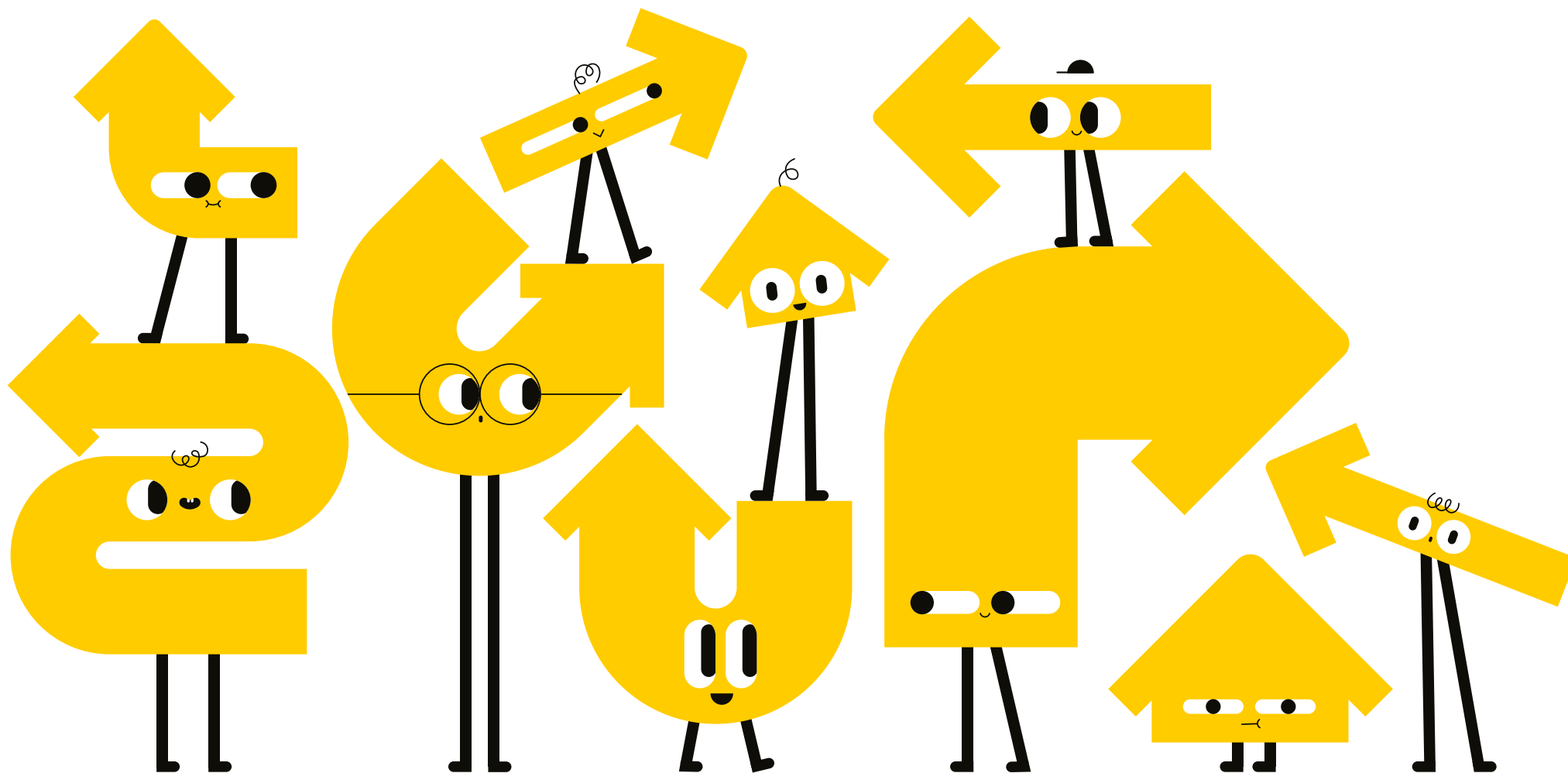


## 8.7.

### Key Visual - linia edukacja dzieci

Materiały dla dzieci zawierają nową odsłonę ilustracji bazujących na głównym motywie CMG tj. strzałki. Dodatkowo materiał fotograficzny pokazujący dzieci aktywnie zaangażowane w naukę o ekologii i działania z nią związane.







Wszystkie fotografie użyte do tworzenia materiałów graficznych dla Czyste Miasto Gdańsk pochodzą z darmowych banków zdjęć:

[www.pexels.com](http://www.pexels.com)  
[www.unsplash.com](http://www.unsplash.com)



# W jaki sposób możemy pomóc Ziemi?



eko-warsztaty  
dla dzieci

Więcej informacji na [www.czystemiasto.gdansk.pl](http://www.czystemiasto.gdansk.pl)



# Skąd się biorą śmieci w morzu?



eko-warsztaty  
dla dzieci



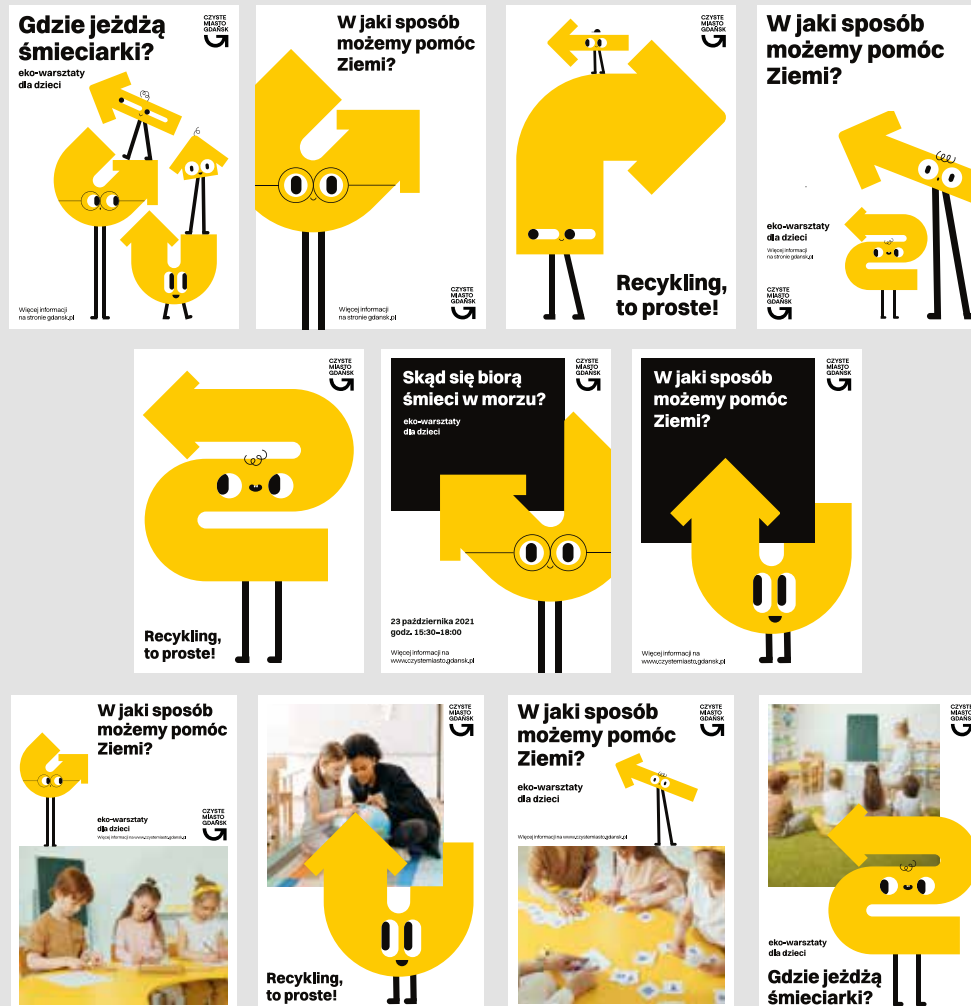
23 października 2021  
godz. 15:30-18:00

Więcej informacji na  
[www.czystemiasto.gdansk.pl](http://www.czystemiasto.gdansk.pl)

## 8.7.1.

## Format pionowy

Przykłady formatów pionowych KV z wykorzystaniem elementów graficznych, fotografii oraz kolorystyki i typografii CMG.





514601



# Gdzie jeżdżą śmieciarki?

eko-warsztaty  
dla dzieci

Więcej informacji na  
[www.czystemiasto.gdansk.pl](http://www.czystemiasto.gdansk.pl)

CZYTE  
MIASTO  
GDAŃSK



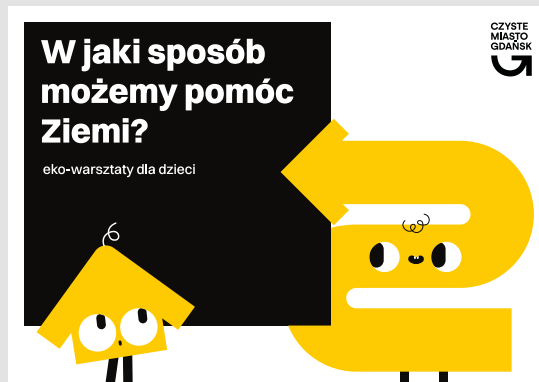
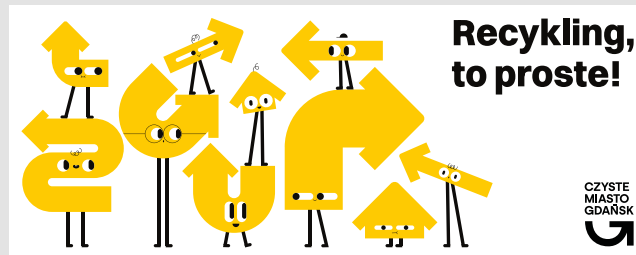
JCDecaux



## 8.7.2.

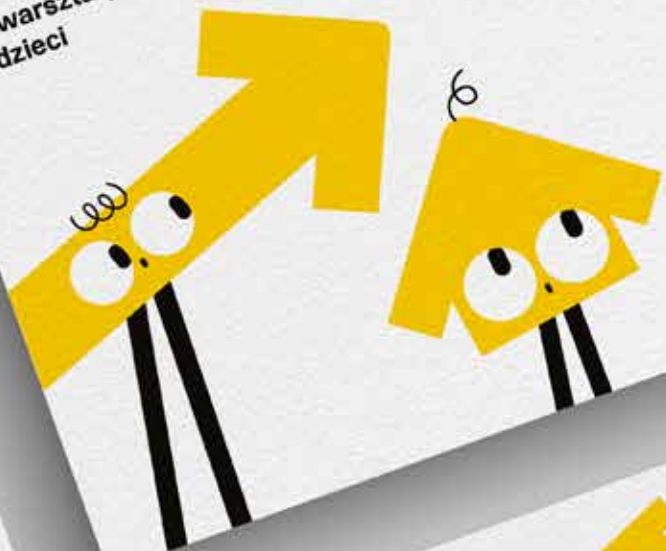
### Format poziomy

Przykłady formatów poziomych KV z wykorzystaniem elementów graficznych, fotografii oraz kolorystyki i typografii CMG.





**Śmieć**  
eko-warsztaty  
dla dzieci



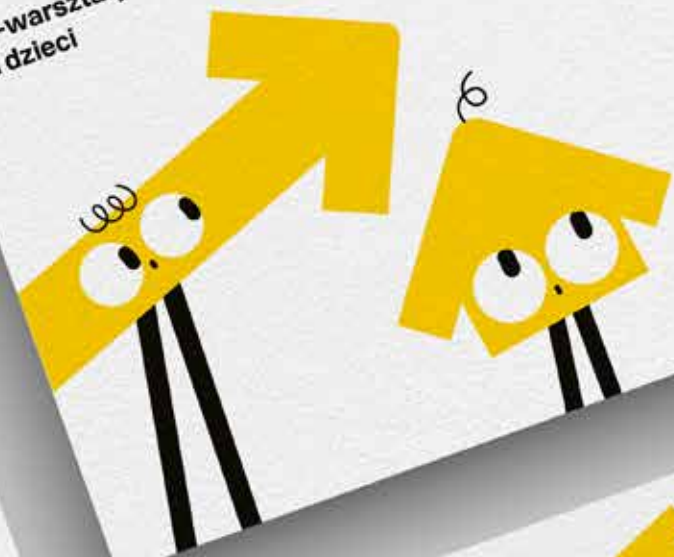
## Skąd się biorą śmieci w morzu

**CZYSZE  
MIASTO  
GDAŃSK**



# Skąd się biorą śmieci w morzu?

eko-warsztaty  
dla dzieci



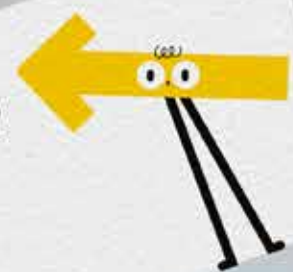
**Skąd się biorą śmieci w morzu?**

**CZYSZE  
MIASTO  
GDAŃSK**



**Skąd się biorą śmieci w morzu?**

**CZyste  
miasto  
Gdańsk**



## Skąd się biorą nieci w morzu?

**CZYSZE  
MIASTO  
GDAŃSK**



sko  
śn  
eko  
dla

### 8.7.3.

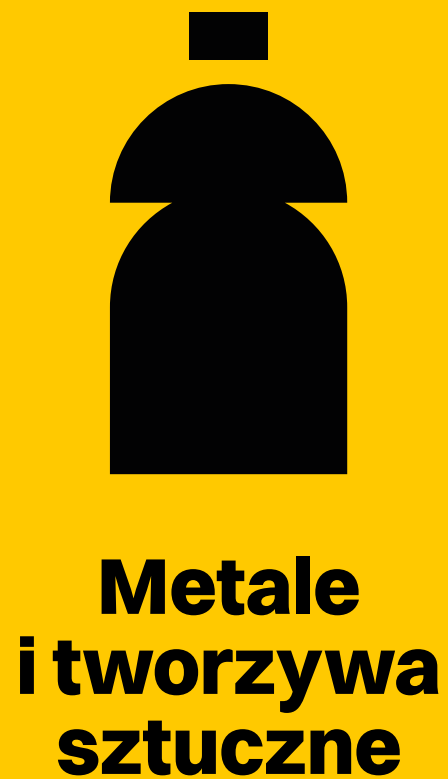
#### Format kwadratowy

Przykłady formatów kwadratowych KV z wykorzystaniem elementów graficznych, fotografii oraz kolorystyki i typografii CMG.





# 9. Symbole frakcji odpadów



**Metale  
i tworzywa  
sztuczne**

## **9.1.**

### **Metale i tworzywa sztuczne**

Ikonka przedstawiająca frakcję w postaci butelki. Stylistyka wszystkich ikon nawiązuje do KV marki CMG.

#### **KOLORYSTYKA DLA FRAKCJI**

ŻÓŁĆ CMG

CMYK 0/20/95/0

RGB 255/205/0

HEX FFCD00

PANTONE YELLOW 012 C

### 9.1.1.

## Naklejki na pojemnik metale i tworzywa sztuczne

Naklejka na pojemnik z odpadami.

Widoczne szare pole to obszar do nadrukowywania adresu nieruchomości.



## 9.2.

### Szkło

Ikonka przedstawiająca frakcję w postaci słoika. Stylistyka wszystkich ikon nawiązuje do KV marki CMG.

#### KOLORYSTYKA DLA FRAKCJI

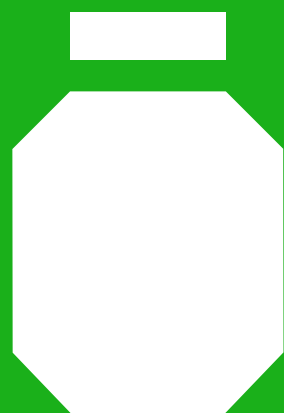
ZIELEŃ CMG

CMYK 76/0/100/0

RGB 26/176/26

HEX 1AB01A

PANTONE 802 C



**Szkło**

## 9.2.1.

### Naklejka na pojemnik szkło

Naklejka na pojemnik z odpadami.

Widoczne szare pole to obszar do nadrukowywania adresu nieruchomości.



### 9.3.

#### Papier

Ikonka przedstawiająca frakcję w postaci dwóch kartek papieru uchwyconych w perspektywie. Stylistyka wszystkich ikon nawiązuje do KV marki CMG.

#### KOLORYSTYKA DLA FRAKCJI

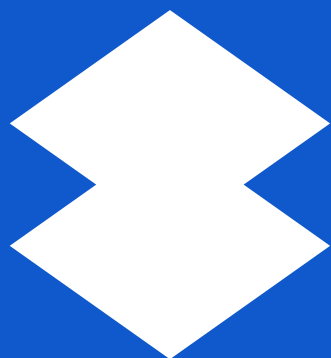
NIEBIESKI CMG

CMYK **90/65/0/0**

RGB **15/90/205**

HEX **0F5ACD**

PANTONE **285 C**



**Papier**

### 9.3.1.

#### Naklejka na pojemnik papier

Naklejka na pojemnik z odpadami.

Widoczne szare pole to obszar do nadrukowywania adresu nieruchomości.







**Bio**

## **9.4.**

### **Bio**

Ikonka przedstawiająca frakcję w postaci ogryzka. Stylistyka wszystkich ikon nawiązuje do KV marki CMG.

#### **KOLORYSTYKA DLA FRAKCJI**

BRAŹ CMG

CMYK **30/55/75/33**

RGB **140/97/55**

HEX **8C6137**

PANTONE **7575 C**

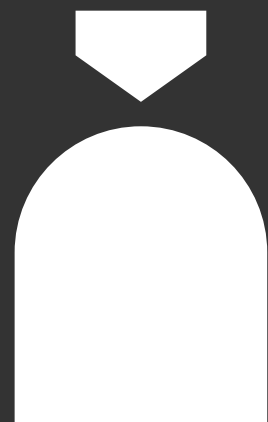
## 9.4.1.

### Naklejka na pojemnik bio

Naklejka na pojemnik z odpadami.

Widoczne szare pole to obszar do nadrukowywania adresu nieruchomości.





# Resztkowe

## 9.5.

### Resztkowe

Ikonka przedstawiająca frakcję w postaci worka na śmieci. Stylistyka wszystkich ikon nawiązuje do KV marki CMG.

#### KOLORYSTYKA DLA FRAKCJI

SZAROŚĆ CMG

CMYK **70/60/55/65**

RGB **51/51/51**

HEX **333333**

PANTONE **COOL GRAY 11 C**

### 9.5.1.

## Naklejka na pojemnik resztkowy

Naklejka na pojemnik z odpadami.

Widoczne szare pole to obszar do nadrukowywania adresu nieruchomości.





**Odpady  
zielone**

## 9.6.

### Odpady zielone

Ikonka przedstawiająca frakcję w postaci liści i symbolicznego kwiatu. Stylistyka wszystkich ikon nawiązuje do KV marki CMG.

#### KOLORYSTYKA DLA FRAKCJI

ŻÓŁĆ CMG

CMYK 0/20/95/0

RGB 255/205/0

HEX FFCD00

PANTONE YELLOW 012 C

## 9.7.

### Wizualizacja naklejek na pojemnikach

Rysunek poglądowy przedstawiający naklejkę na pojemnikach.

W projekcie z założenia ikonki na naklejkach są wycięte, a kolor wynika z koloru pojemnika.





## 9.8.

### Wizualizacja śmieciarek

Wizualizacja logo i elementu graficznego na przykładowej śmieciarce w dwóch wersjach kolorystycznych.



# **10. Projekty użytkowe**

## **Akcydensy i gadżety**

## 10.1.

### Teczka ofertowa

Przykładowe projekty dla teczki ofertowej. Dwie wersje: żółta oraz czarno-żółta - zakładająca kaszerowanie dwóch papierów barwionych w masie. Dodatkowo na okładce uszlachetnienie do wyboru: lakier wybiórczy albo tłoczenie.



USZLACHETNIENIE



USZLACHETNIENIE

KASZEROWANY  
ŚRODEK

## 10.2.

### Szablon prezentacji PPT

Przykłady formatowania tekstu, jego relacji z elementami graficznymi i zdjęciami dla cyfrowych prezentacji programu Power Point.



### 10.2.1.

## Szablon prezentacji PPT - okładka przód

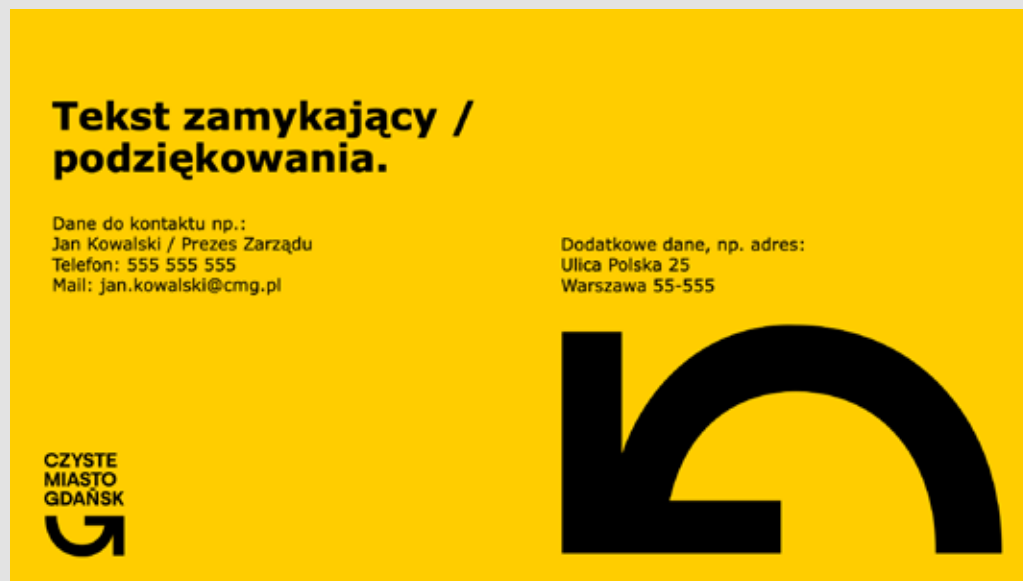
Wzory okładki przedniej prezentacji  
Power Point.



### 10.2.2.

#### **Szablon prezentacji PPT - okładka tył**

Wzór okładki tylnej prezentacji  
Power Point.

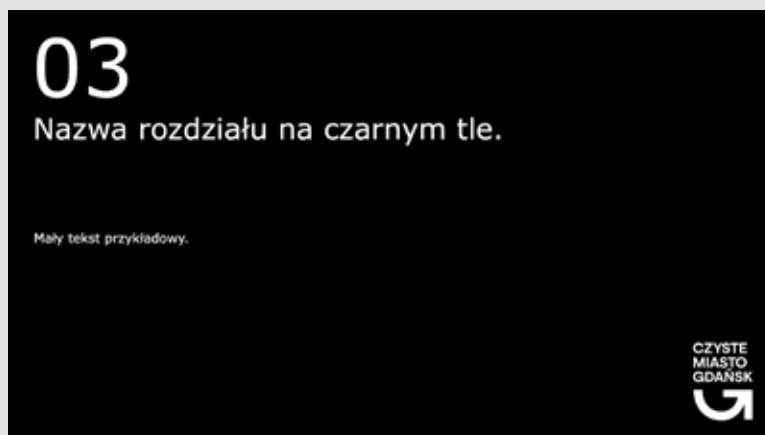
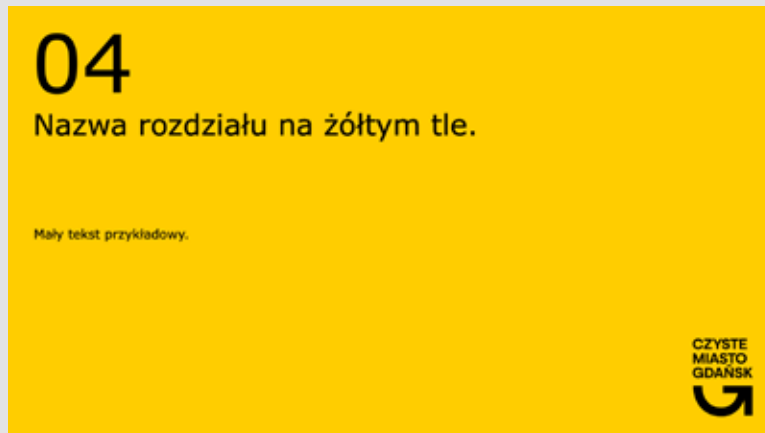




### 10.2.3.

#### **Szablon prezentacji PPT - slajd rozdziałowy**

Wzory slajdów rozdziałowych pre-  
zentacji Power Point.



### Slajd z dużym nagłówkiem, dwoma mniejszymi oraz dwoma kolumnami tekstu.

#### Nagłówek mały przykładowy numer 01.

Tekst mały przykładowy. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iri.

#### Nagłówek mały przykładowy numer 02.

Tekst mały przykładowy 02. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iri.

## 10.2.4.

### Szablon prezentacji PPT - slajd z treścią słowną

Wzory slajdów z treścią słowną  
prezentacji Power Point.

### Slajd z dwoma kolumnami tekstu.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iri.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iri.

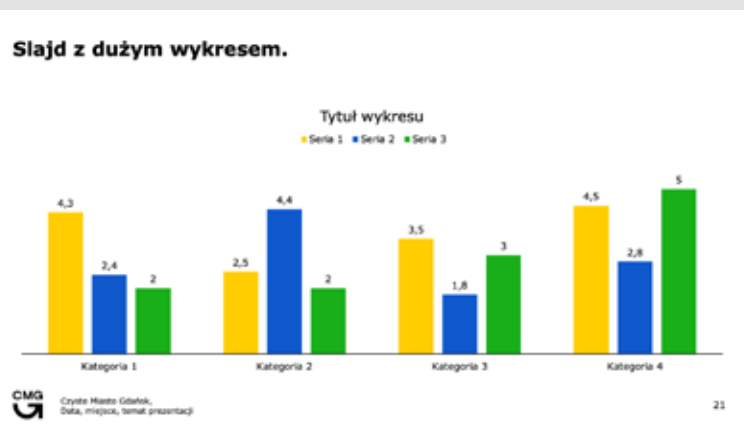
**Duży tekst przekładkowy na  
żółtym tle. Cytaty, ważne  
informacje i inne.**



## 10.2.5.

Szablon prezentacji PPT –  
slajd z treścią graficzną

Wzory slajdów z treścią graficzną  
prezentacji Power Point.



## 10.2.6.

Szablon prezentacji PPT –  
slajd mieszany

Wzory slajdów mieszanych prezentacji Power Point.

**Układ ze strzałką, zdjęciem i tekstem, bez stopki.**



Mały tekst przykładowy. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iri

CMG

**Slajd z dużym zdjęciem i nagłówkiem.**



CMG

**Układ ze strzałką, zdjęciem i tekstem.**



Mały tekst przykładowy. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iri

CMG

**Slajd z dwoma zdjęciami oraz podpisami.**



Mały tekst przykładowy.

Mały tekst przykładowy.

CMG

**Duży nagłówek przykładowy. Lorem ipsum dolor sit.**

Mały nagłówek przykładowy. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

Mały tekst przykładowy. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iri



CMG

**Trzy zdjęcia z podpisami oraz z nagłówkiem.**



Mały tekst przykładowy.

Mały tekst przykładowy.

Mały tekst przykładowy.

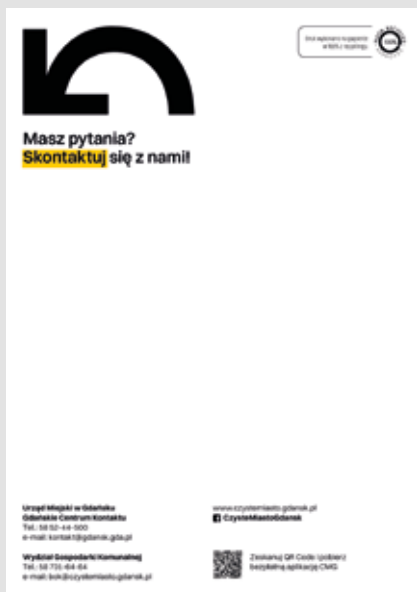
CMG

### 10.3.

## Layout wydawnictwa – okładki

Wzorcowy layout okładki wydawnictwa typu poradnikowego.

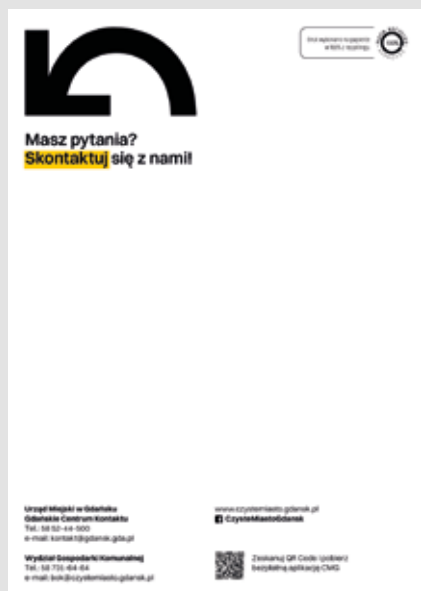
Okładka może występować w wersji z fotografią oraz typograficznej. Dla obydwu wariantów obowiązuje jeden wspólny schemat, w którym elementy takie jak tytuł, logo oraz motyw graficzny strzałki są stałe.



### 10.3.1.

#### Layout wydawnictwa – okładki + logo „Jestem z Gdańska – jestem eko”

Wzorcowy layout okładki wydawnictwa typu poradnikowego z uwzględnieniem logo „Jestem z Gdańska – jestem eko”.





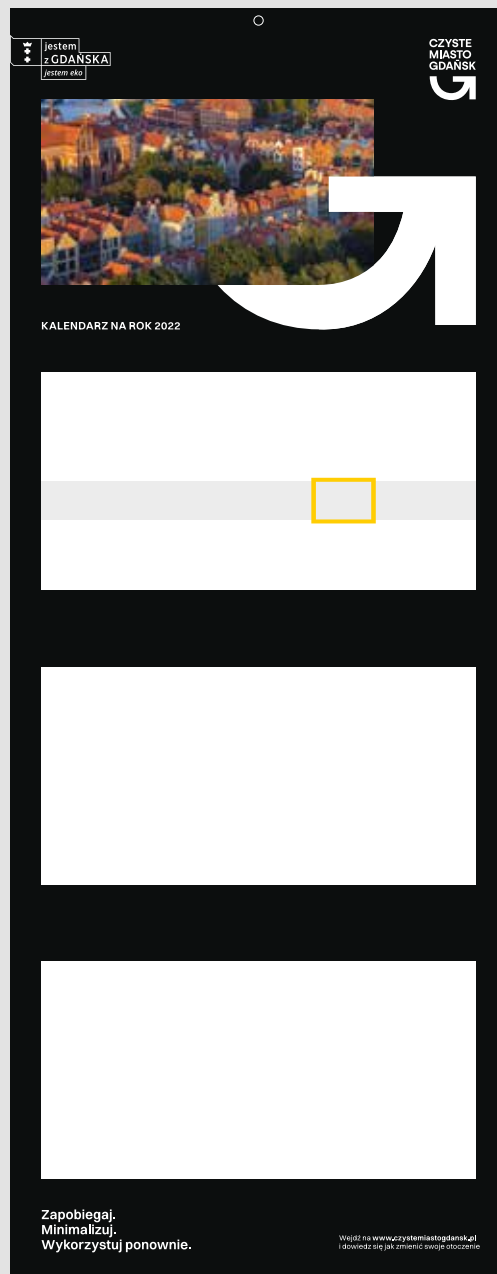
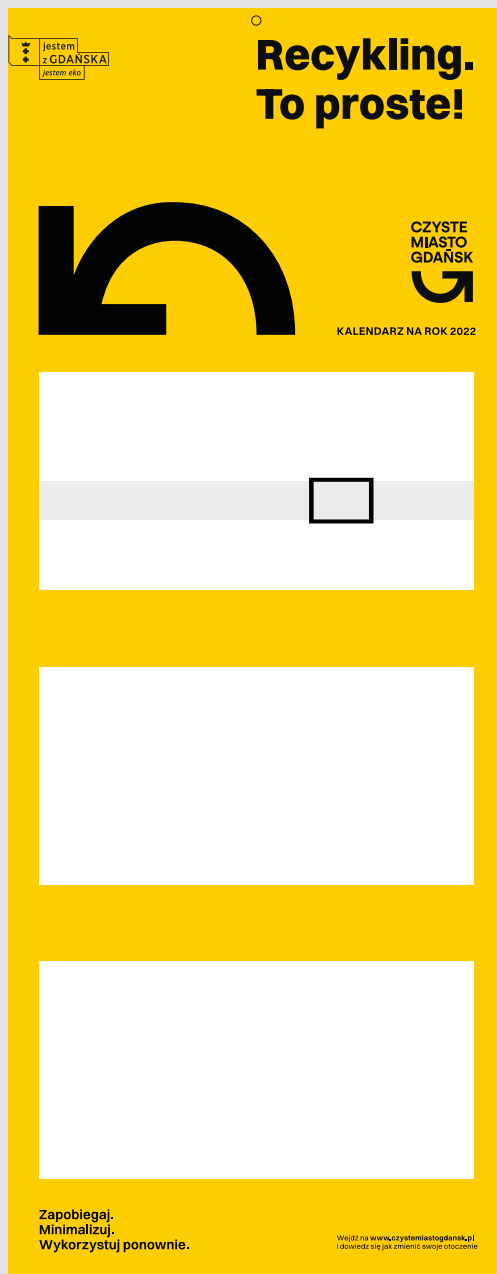
## 10.3.2.

Layout wydawnictwa –  
środek

Przykładowe layouty rozkładówek wydawnictwa uwzględniające wyszczególnione obok typy kompozycji.

Zaleca się stosowanie marginesów o wyższej wartości niż w przypadku okładki oraz – dla formatu A4 lub większego – dwukolumnowej kolumny tekstu z wyrównaniem do lewej.





## 10.4.

### Kalendarz trójdzielny

Przykładowe projekty dla kalendarza trójdzielnego. Dwie wersje kolorystyczne, jeden projekt ze zdjęciem, drugi wyłącznie z elementem graficznym.

## 10.5.

### Kalendarz książkowy

Przykładowe projekty dla kalendarza książkowego. Dwie wersje kolorystyczne.



## 10.6.

### Notes A5

Przykładowy projekt dla notesu.



## 10.7.

### Layouty plakatów

Projekt plakatu z rozrysowaną siatką zależności elementów:

MARGINESY

$x = 3\%$  wysokości plakatu

WYSOKOŚĆ ZNAKU

$a = 10\%$  wysokości plakatu

Znak nie powinien być mniejszy niż wyznaczone 10%, natomiast może być większy.

Dodatkowo dla tworzenia apli kolorystycznych i masek do zdjęć przyjęto siatkę, gdzie:

- wysokość formatu dzielimy na 10
- szerokość formatu dzielimy na 10



## 10.8.

## Layout dwustronnej ulotki A5

Projekt ulotki z rozrysowaną siatką zależności elementów:

## MARGINESY

$x = 3\%$  wysokości ulotki

## WYSOKOŚĆ „JESTEM Z GDAŃSKA”

$b = 8\%$  wysokości ulotki

## WYSOKOŚĆ ZNAKU

$a = 15\%$  wysokości ulotki

Znak nie powinien być mniejszy niż wyznaczone 15%, natomiast może być większy.

Dodatkowo dla tworzenia aplikacji kolorystycznych i masek do zdjęć przyjęto siatkę, gdzie:

- wysokość formatu dzielimy na 10
- szerokość formatu dzielimy na 10





## 10.9.

## Layout zaproszenia DL3

Projekt zaproszenia w 3 wersjach kolorystycznych z rozrysowaną siatką zależności elementów:

## MARGINESY

x = 3% wysokości zaproszenia

## WYSOKOŚĆ „JESTEM Z GDAŃSKA”

b = 10% wysokości zaproszenia

## WYSOKOŚĆ ZNAKU

a = 5% wysokości zaproszenia

Znak nie powinien być mniejszy niż wyznaczone 13%, natomiast może być większy.



## 10.9.1.

### Wizualizacja zaproszenia DL3

Wizualizacja pokazująca zależności między stronami po złożeniu zaproszenia.



## 10.10.

### Layout dyplomu konkursowego

Projekt dyplomu z rozrysowaną siatką zależności elementów:

#### MARGINESY

$x = 3\%$  wysokości dyplomu

#### WYSOKOŚĆ „JESTEM Z GDAŃSKA”

$b = 10\%$  wysokości dyplomu

#### WYSOKOŚĆ ZNAKU

$a = 13\%$  wysokości dyplomu

Znak nie powinien być mniejszy niż wyznaczone 13%, natomiast może być większy.

Dodatkowo dla tworzenia apli kolorystycznych i masek do zdjęć przyjęto siatkę, gdzie:

- wysokość formatu dzielimy na 10
- szerokość formatu dzielimy na 10



## 10.11.

### Layout certyfikatu dla ekologicznego przedsiębiorstwa

Projekt certyfikatu z rozrysowaną siatką zależności elementów:

#### MARGINESY

$x = 4\%$  wysokości certyfikatu

WYSOKOŚĆ „JESTEM Z GDAŃSKA”

$b = 12\%$  wysokości certyfikatu

WYSOKOŚĆ ZNAKU

$a = 7\%$  wysokości certyfikatu

Znak nie powinien być mniejszy niż wyznaczone 7%, natomiast może być większy.

Dodatkowo dla tworzenia apli kolorystycznych i masek do zdjęć przyjęto siatkę, gdzie:

- wysokość formatu dzielimy na 10
- szerokość formatu dzielimy na 10



PRZÓD



TYŁ



PRZÓD



PRZÓD



## 10.12.

### T-shirt ogólny

Przykładowe projekty dla t-shirtów z brandingiem CMG.

- Koszulka żółta, zakładająca nadruk z przodu oraz tyłu.
- Koszulka w wersji białej i czarnej zakładająca nadruk z przodu.

## 10.13.

### T-shirt eventowy

Przykładowe projekty dla t-shirtów z brandingiem CMG dla konkretnej akcji towarzyszącej, zakładające nadruk z przodu.





## 10.14.

### Torba płócienna

Przykładowe projekty dla toreb płóciennych z brandingiem CMG. Trzy wersje, różne warianty kolorystyczne.



## 10.15.

### Torba papierowa

Przykładowe projekty dla toreb papierowych z brandingiem CMG. Trzy wersje, różne warianty kolorystyczne.

W docelowym projekcie do druku sugeruje się użycie znaku „100% recykling” na odwrocie lub w innym miejscu.



Druk wykonano na papierze  
w 100% z recyklingu.



# **11. Projekty użytkowe**

## **Reklama online**

**11.1.****Layout banneru prostokątnego (pion) typu halfpage 300x600**

Przykładowe projekty dla bannerów pionowych typu HALF PAGE. Różne warianty.

MARGINESY REKLAM ONLINE nie mniej niż 3% wysokości dłuższego boku wymiaru. Dodatkowo dla tworzenia apli kolorystycznych i masek do zdjęć przyjęto siatkę, gdzie:

- wysokość formatu dzielimy na 10
- szerokość formatu dzielimy na 10

Ze względu na specyfikę projektów online i różne rozdzielczości nie jesteśmy w stanie procentowo określić wielkości znaku, tak aby był on zawsze czytelny. Należy trzymać się wytyczonych wielkości minimalnych dla środowiska cyfrowego. W przypadku bardzo małych bannerów zaleca się stosowanie znaku w wersji skróconej.





## 11.2.

### Layout banneru prostokątnego (poziom)

Przykładowe projekty dla bannerów poziomych, różne rozdzielczości, różne warianty.

MARGINESY REKLAM ONLINE nie mniej niż 3% wysokości dłuższego boku wymiaru.

Dodatkowo dla tworzenia aplikacji kolorystycznych i masek do zdjęć przyjęto siatkę, gdzie:

- wysokość formatu dzielimy na 10
- szerokość formatu dzielimy na 10

Ze względu na specyfikę projektów online i różne rozdzielczości nie jesteśmy w stanie procentowo określić wielkości znaku, tak aby był on zawsze czytelny. Należy trzymać się wytyczonych wielkości minimalnych dla środowiska cyfrowego. W przypadku bardzo małych bannerów zaleca się stosowanie znaku w wersji skrótowej.

### 11.3.

#### Layout banneru kwadrato- wego

Przykładowe projekty dla banerów kwadratowych, różne warianty.

MARGINESY REKLAM ONLINE nie mniej niż 3% wysokości dłuższego boku wymiaru.

Dodatkowo dla tworzenia apli kolorystycznych i masek do zdjęć przyjęto siatkę, gdzie:

- wysokość formatu dzielimy na 10
- szerokość formatu dzielimy na 10

Ze względu na specyfikę projektów online i różne rozdzielczości nie jesteśmy w stanie procentowo określić wielkości znaku, tak aby był on zawsze czytelny. Należy trzymać się wytyczonych wielkości minimalnych dla środowiska cyfrowego. W przypadku bardzo małych banerów zaleca się stosowanie znaku w wersji skrótowej.





## 11.4.

## Layout reklamy typu FB

Przykładowe projekty dla reklamy na Facebooka typu LEAD ADS. Różne warianty.

MARGINESY REKLAM ONLINE nie mniej niż 3% wysokości dłuższego boku wymiaru.

Dodatkowo dla tworzenia apli kolorystycznych i masek do zdjęć przyjęto siatkę, gdzie:

- wysokość formatu dzielimy na 10
- szerokość formatu dzielimy na 10

Ze względu na specyfikę projektów online i różne rozdzielczości nie jesteśmy w stanie procentowo określić wielkości znaku, tak aby był on zawsze czytelny. Należy trzymać się wytyczonych wielkości minimalnych dla środowiska cyfrowego. W przypadku bardzo małych banerów zaleca się stosowanie znaku w wersji skrótowej.



## 11.5.

## Stylistyka dla infografiki

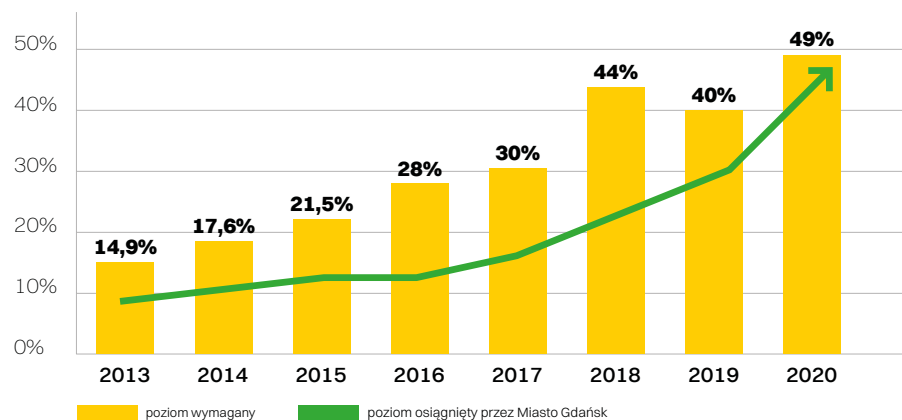
Przykładowa infografika określająca stylistykę dla tego typu materiałów.

## W jakim stopniu Gdańsk wypełnia poziomy recyklingu surowców wtórnych?



Miasto Gdańsk rokrocznie osiąga poziomy recyklingu wyższe od tych wymaganych prawem.

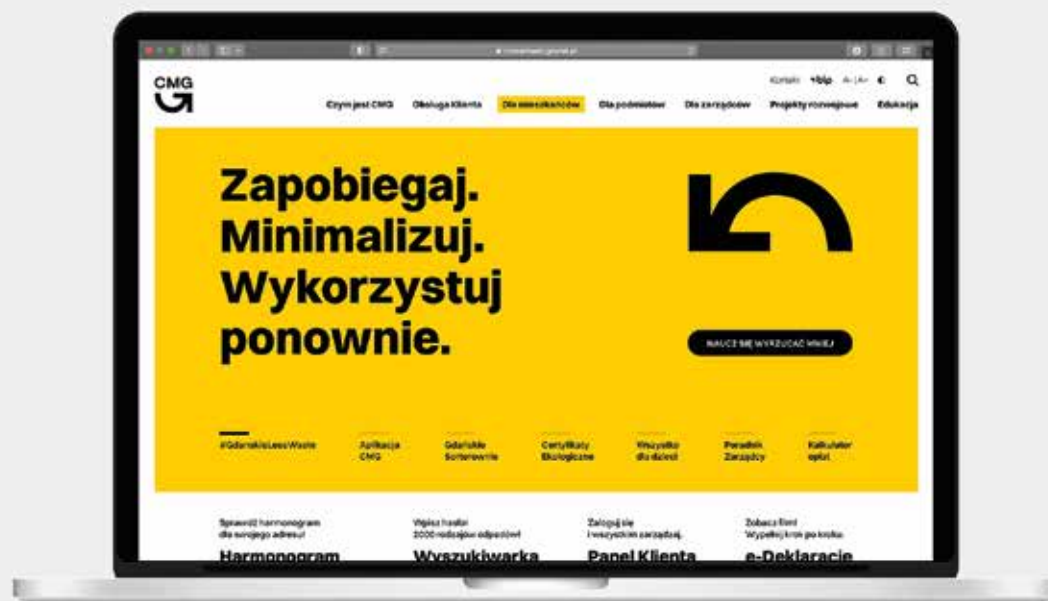
Kary dla gminy są naliczane za niewykonanie wymaganego poziomu recyklingu w danym roku.



## 11.6.

### Strona www

Projekty wskazanych podstron dla strony Czyste Miasto Gdańsk.





REKLAMA ONLINE

11.6.1.

Strona www – strona główna

Projekt strony głównej.

## 11.6.2.

## Strona www - harmonogram odpadów

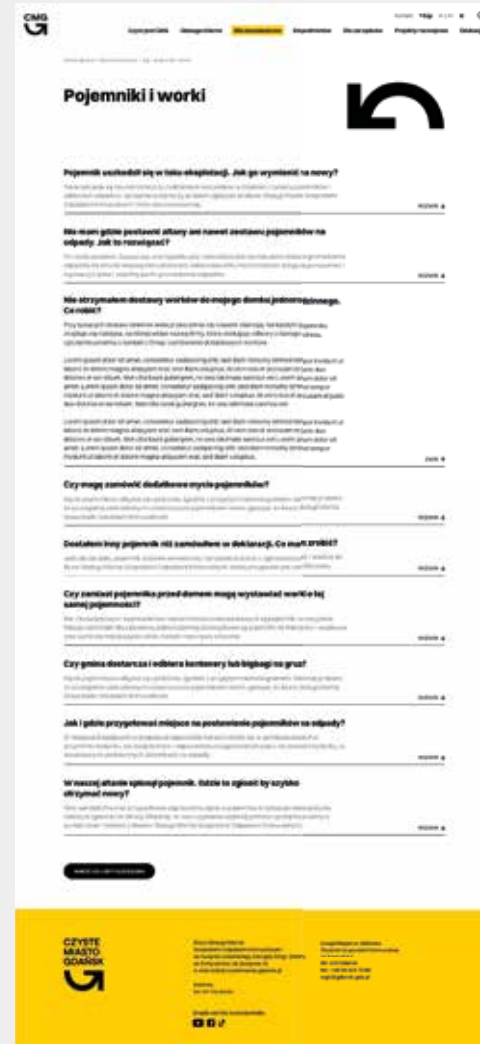
Projekt podstrony z harmonogramem odbioru odpadów.

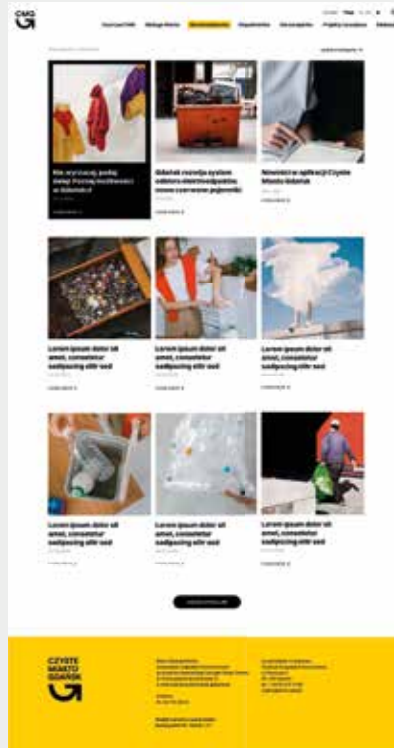


## 11.6.3.

## Strona www - FAQ

Projekt podstrony FAQ.





11.6.4.

## Strona www - artykuł

Projekt podstrony z przykładowym artykułem.



# **12. Projekty użytkowe**

## **Social Media content**

## 12.1.

### Kwadratowy post FB

Przykładowe projekty dla postów kwadratowych na Facebooka. Różne warianty.



## 12.1.

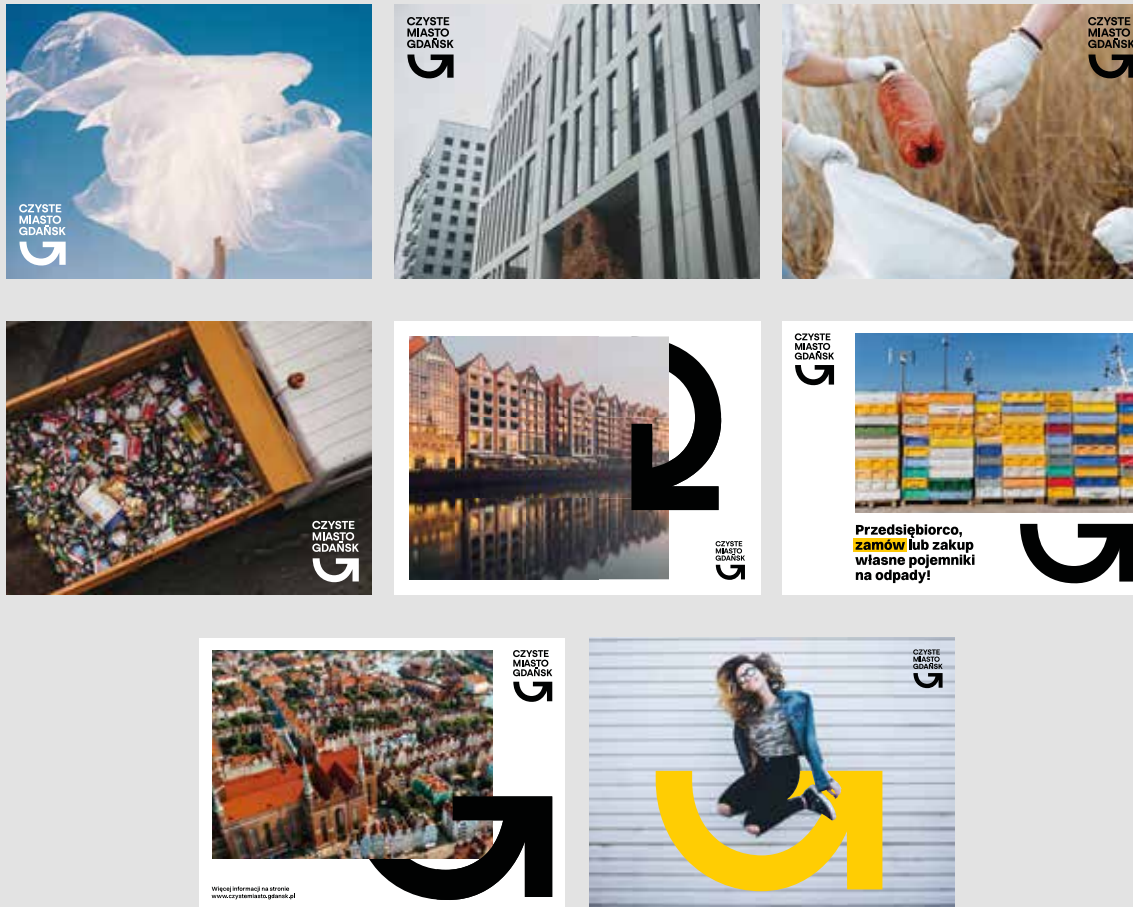
### Kwadratowy post FB



## 12.2.

### Poziomy post FB

Przykładowe projekty dla postów poziomych na Facebooka. Różne warianty.



## 12.2.

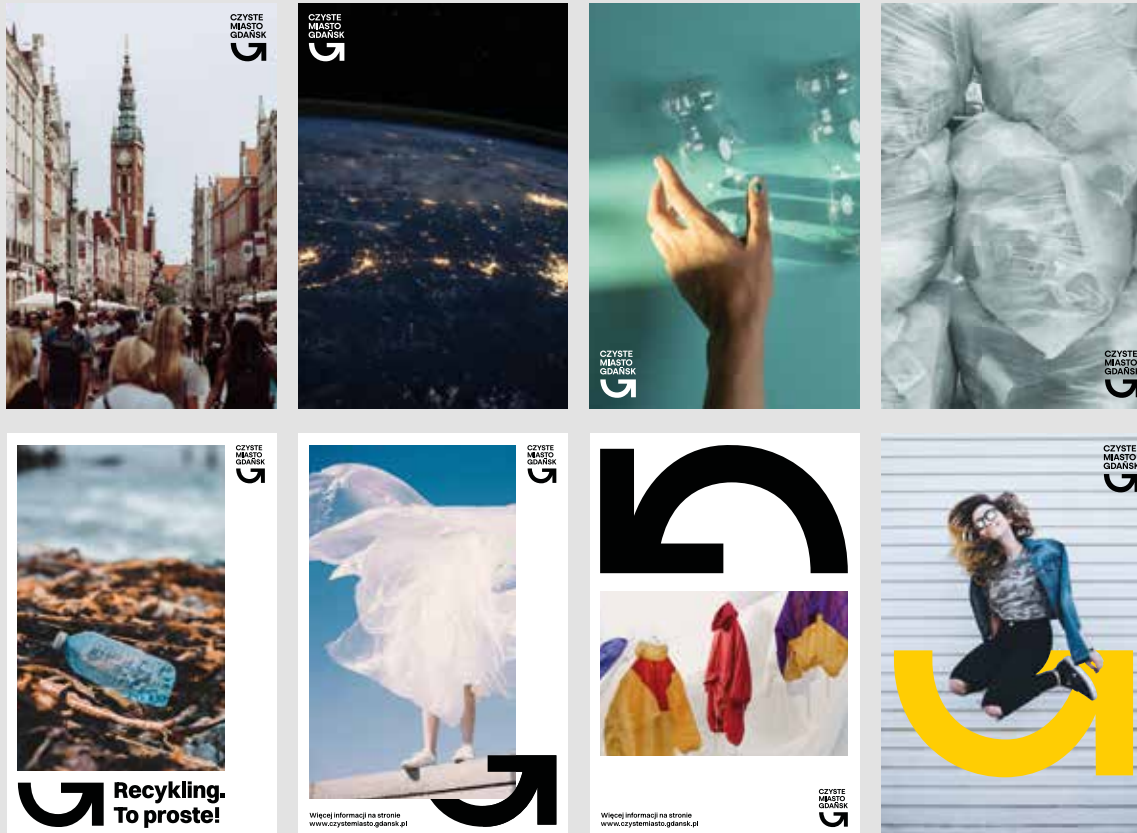
### Poziomy post FB



## 12.3.

### Pionowy post FB

Przykładowe projekty dla postów pionowych na Facebooka. Różne warianty.



## 12.3.

### Pionowy post FB



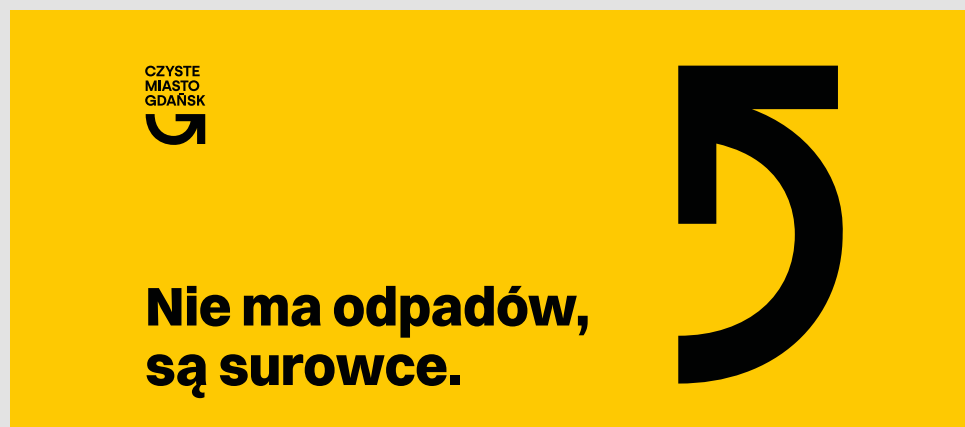
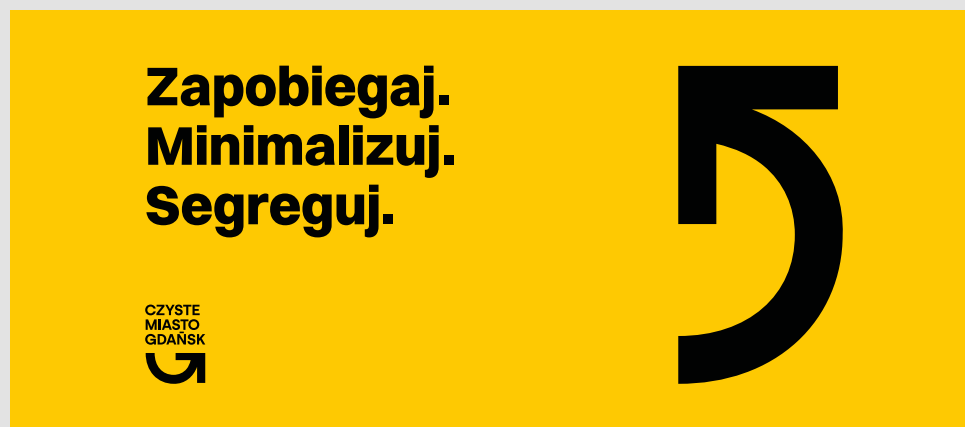


## 12.4.

### Profile photo FB

Przykładowe projekty dla zdjęć profilowych na Facebooka. Dwa warianty w różnych wersjach kolorystycznych.





## SOCIAL MEDIA CONTENT

### 12.5.

#### Cover photo FB

Przykładowe projekty dla cover photo na Facebooka. Trzy warianty.



## 12.6.

### Belka video

Przykładowe projekty dla belek informacyjnych do umieszczania na materiałach video. Trzy warianty.

Dla czytelności zaleca się użycie znaku w wersji skrótowej.

## 12.7.

### Youtube Feed

Przykładowe projekty dla Youtube Feed. Dwa warianty.



## 12.8.

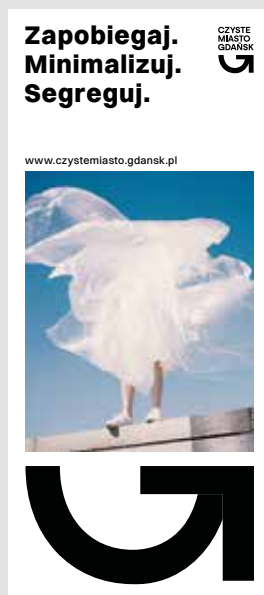
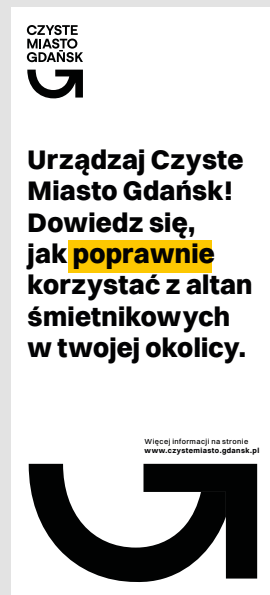
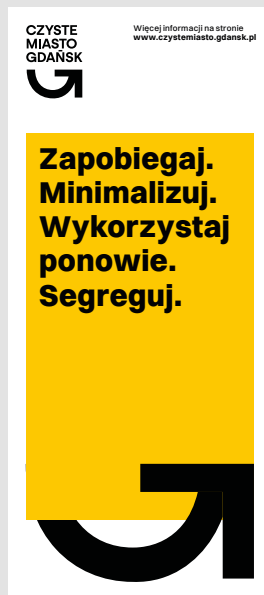
### Stylistyka dla infografiki

Przykładowa infografika określająca stylistykę dla tego typu materiałów.



# 13. Projekty użytkowe

## Outdoor



OUTDOOR

## 13.1.

### Roll-up

Przykłady projektów rollupów. Różne wersje.





OUTDOOR

## 13.2.

### Ścianka outdoorowa

Przykład projektu dla ścianki outdoorowej.



OUTDOOR

### 13.3.

#### Namiot jako stoisko

Przykład projektu dla namiotu reklamowego. Dwie wersje kolorystyczne.

### 13.4.

#### Trybunka reklamowa

Przykład projektu dla trybunki reklamowej. Dwie wersje kolorystyczne.



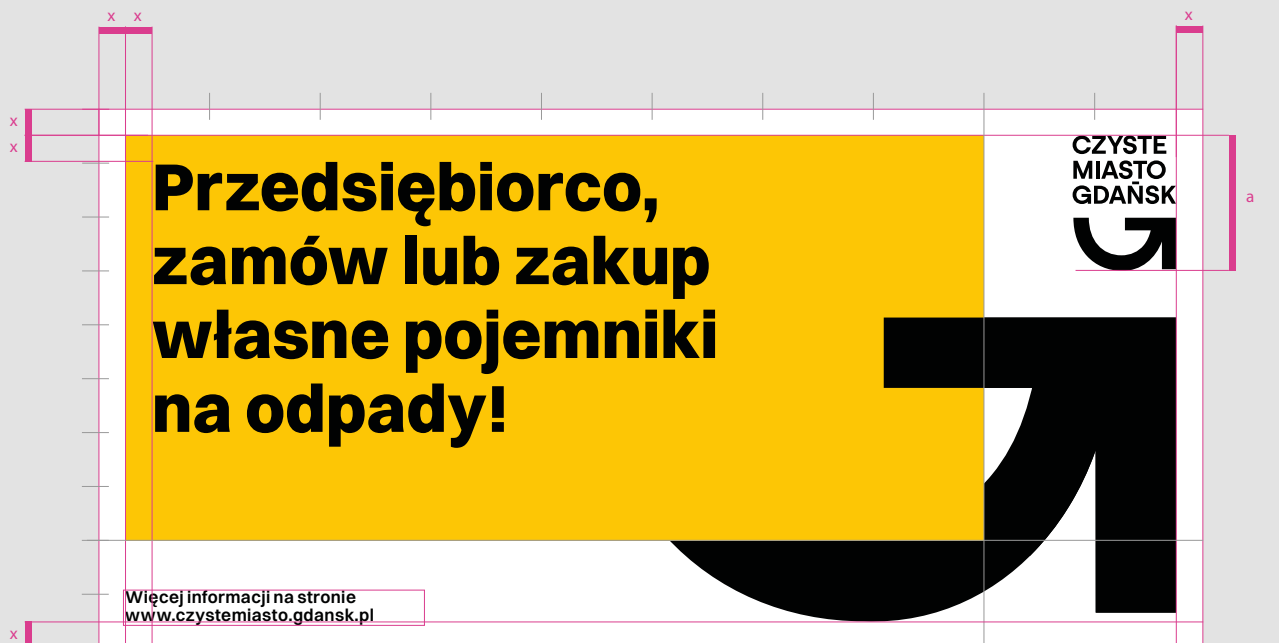


OUTDOOR

## 13.5.

### Winder reklamowy

Przykłady projektów dla windera reklamowego. Różne wersje i warianty kolorystyczne.



OUTDOOR

## 13.6.

### Layout billboardu

Projekt billboardu z rozrysowaną siatką zależności elementów:

MARGINESY

$x = 5\%$  wysokości billboardu

WYSOKOŚĆ „JESTEM Z GDAŃSKA – JESTEM EKO”

$b = 15\%$  wysokości billboardu

WYSOKOŚĆ ZNAKU

$a = 25\%$  wysokości billboardu

Znak nie powinien być mniejszy niż wyznaczone 25%, natomiast może być większy.

Dodatkowo dla tworzenia apli kolorystycznych i masek do zdjęć przyjęto siatkę, gdzie:

- wysokość formatu dzielimy na 10
- szerokość formatu dzielimy na 10

## 13.7.

## Layout tablic edukacyjnych

Projekt tablic edukacyjnych z rozrysowaną siatką zależności elementów:

MARGINESY

$x = 3\%$  wysokości tablicy

WYSOKOŚĆ ZNAKU

$a = 7\%$  wysokości tablicy

Znak nie powinien być mniejszy niż wyznaczone 7%, natomiast może być większy.

Dodatkowo dla tworzenia apli kolorystycznych i masek do zdjęć przyjęto siatkę, gdzie:

- wysokość formatu dzielimy na 10
- szerokość formatu dzielimy na 10



# **14. Dodatkowe projekty użytkowe**



## 14.1.

### T-shirt dziecięcy

Przykładowe projekty koszulek dla dzieci z logiem i Strzałeczkami, bohaterami linii dla dzieci.



## 14.2.

### Bidon dla dzieci

Przykładowy projekt bidonu dla dzieci z logiem i Strzałeczkami, bohaterami linii dla dzieci.



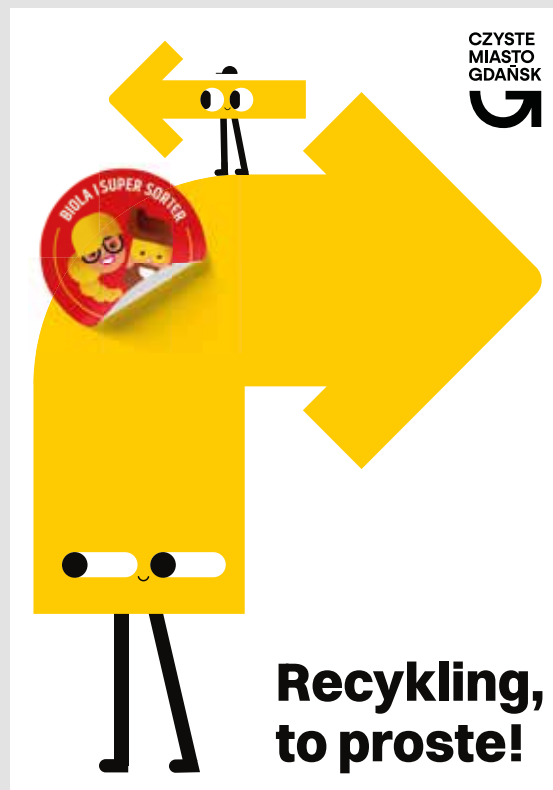
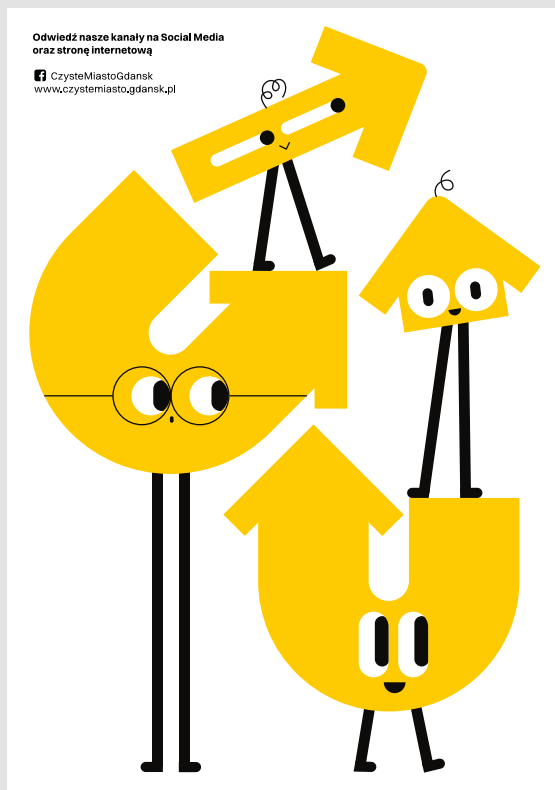
### 14.3.

#### Zeszyt dla dzieci

Przykładowy projekt zeszytu dla dzieci z logiem i Strzałeczkami, bohaterami linii dla dzieci, oraz Biolą i Super Sorterem.

TYŁ

PRZÓD





#### 14.4.

#### Layout tablicy edukacyjnej dla Sorterowni

Projekt tablicy z rozrysowaną siatką zależności elementów:

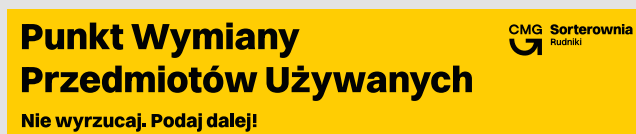
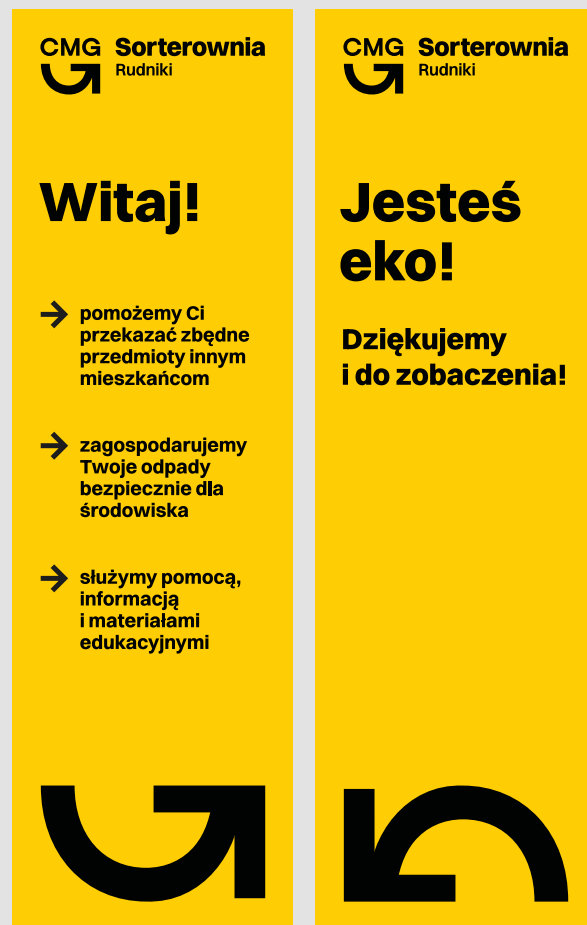
MARGINESY

$x = 3\%$  wysokości tablicy

WYSOKOŚĆ ZNAKU

$a = 10\%$  wysokości tablicy

Znak nie powinien być mniejszy niż wyznaczone 10%, natomiast może być większy.



## 14.5.

### Layout 4 rodzajów tablic informacyjnych dla Sorterowni

Projekt tablicy z rozrysowaną siatką zależności elementów:

MARGINESY

$x = 5\%$  wysokości tablicy

WYSOKOŚĆ ZNAKU

$a = 12\%$  wysokości tablicy

Znak nie powinien być mniejszy niż wyznaczone 12%, natomiast może być większy.

## 14.6.

### Layout billboardu dla Sorterowni Rudniki

Projekty billboardów z rozrysowaną siatką zależności elementów:

#### MARGINESY

$x = 5\%$  wysokości billboardu

#### WYSOKOŚĆ ZNAKU

$a = 12\%$  wysokości billboardu

Znak nie powinien być mniejszy niż wyznaczone 12%, natomiast może być większy.

Dodatkowo dla tworzenia apli kolorystycznych i masek do zdjęć przyjęto siatkę, gdzie:

- wysokość formatu dzielimy na 10
- szerokość formatu dzielimy na 10



## 14.7.

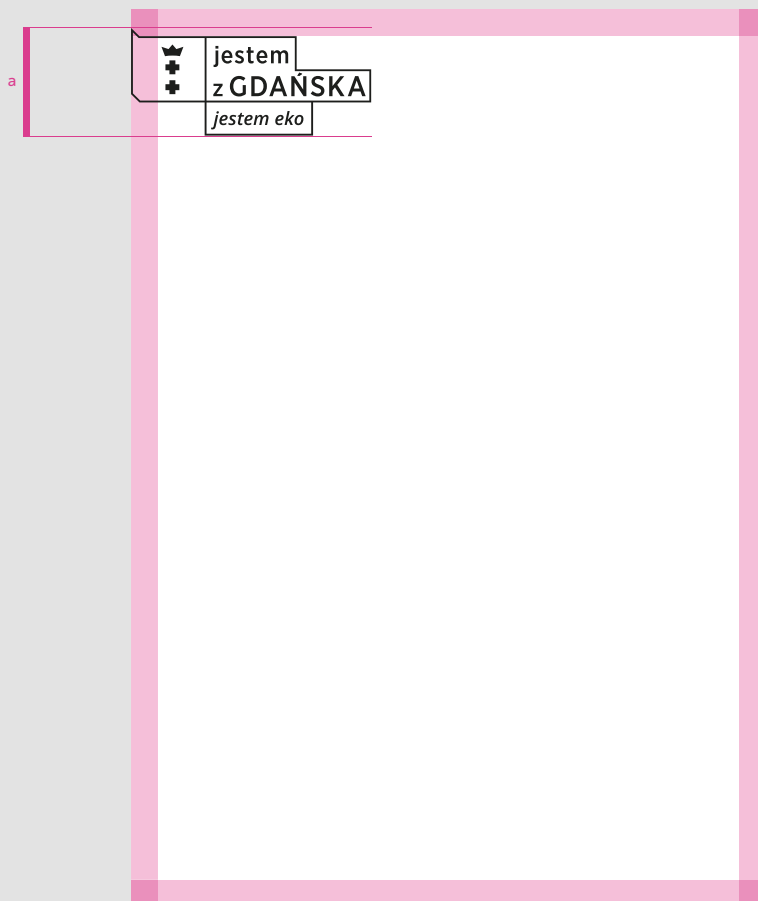
### Torba płócienna dla Sorterowni

Przykładowe projekty toreb płóciennych z logiem CMG Sorterownia. Dwie wersje.





# **15. Aplikowanie logo Jestem z Gdańska**



## 15.1.

### Zasady aplikacji logo „Jestem z Gdańska – jestem eko” na materiałach pionowych

Logo „Jestem z Gdańska – jestem Eko” umieszczane jest zawsze w lewym górnym rogu i równane do lewej krawędzi oraz górnego marginesu, stanowiącego 3% wysokości użytku.

#### WYSOKOŚĆ LOGO

$a = 12\%$  wysokości formatu

### 15.1.1

## Przykłady aplikacji logo „Jestem z Gdańska – jestem eko” na materiałach pionowych

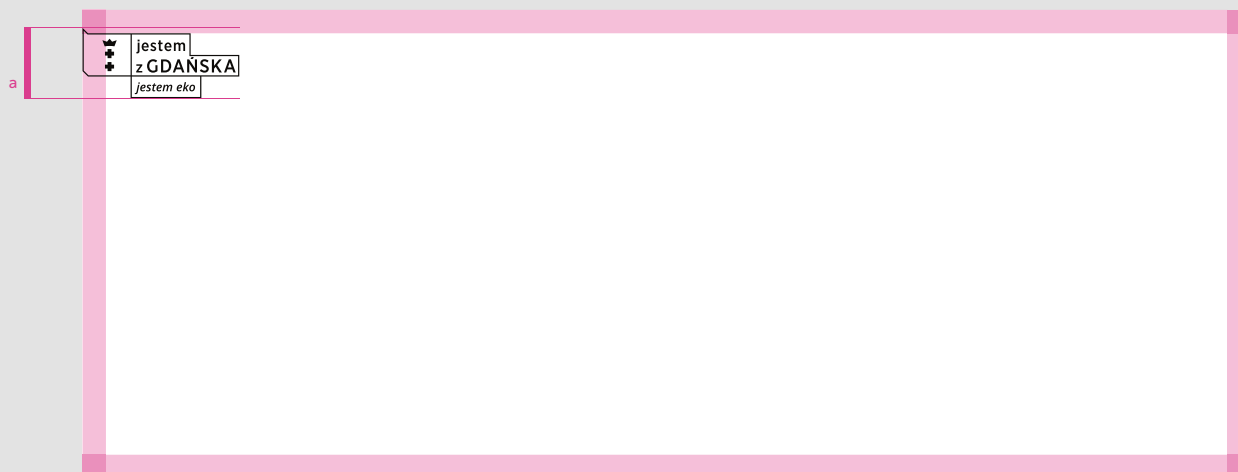


**15.2.****Zasady aplikacji logo „Jestem z Gdańska – jestem eko” na materiałach poziomych typu billboard**

Logo „Jestem z Gdańska – jestem eko” umieszczane jest zawsze w lewym górnym rogu i równane do lewej krawędzi oraz górnego marginesu, stanowiącego 5% wysokości użytku.

**WYSOKOŚĆ LOGO**

$a = 15\%$  wysokości formatu



## 15.2.1.

**Przykłady aplikacji logo „Jestem z Gdańska – jestem eko” na materiałach poziomych typu billboard**



**15.3.****Zasady aplikacji logo „Jestem z Gdańska – jestem eko” na materiałach poziomych**

Logo „Jestem z Gdańska – jestem eko” umieszczane jest zawsze w lewym górnym rogu i równane do lewej krawędzi oraz górnego marginesu, stanowiącego 5% wysokości użytku.

**WYSOKOŚĆ LOGO**

$a = 12\%$  wysokości formatu



### 15.3.1.

**Przykłady aplikacji logo „Jestem z Gdańska – jestem eko” na materiałach poziomych**



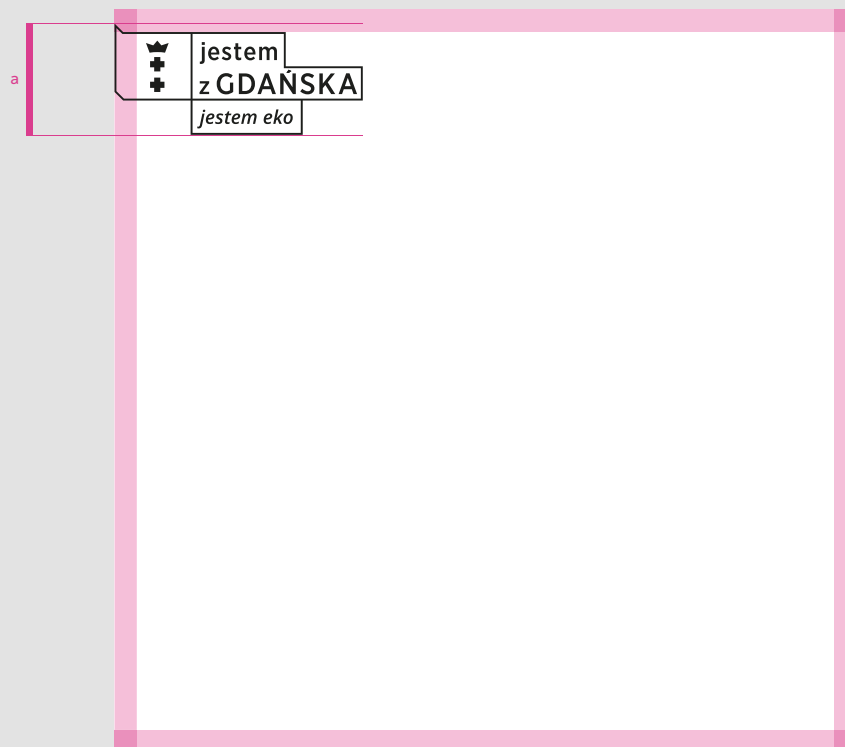


**15.4.****Zasady aplikacji logo „Jestem z Gdańska – jestem eko” na materiałach kwadratowych**

Logo „Jestem z Gdańska – jestem eko” umieszczane jest zawsze w lewym górnym rogu i równane do lewej krawędzi oraz górnego marginesu, stanowiącego 5% wysokości użytku.

**WYSOKOŚĆ LOGO**

$a = 15\%$  wysokości formatu



## 15.4.1.

### Przykłady aplikacji logo „Jestem z Gdańska – jestem Eko” na materiałach kwadratowych



# 16. Logo anglojęzyczne przełożenia

## 16.1.

Przykładowe formaty KV  
z logo w wersji anglojęzycznej



## 16.2.

**Przykładowe formaty KV  
z logo w wersji anglojęzycznej  
+ logo „Jestem z Gdań-  
ska – jestem Eko”**

