

**UCHWAŁA NR L/660/2018**  
**RADY MIASTA KALISZA**  
**z dnia 29 marca 2018 r.**

**w sprawie przyjęcia Systemu Identyfikacji Wizualnej dla Miasta Kalisza, w tym znaku graficznego (logo) Miasta Kalisza oraz zasad jego używania i wykorzystywania**

Na podstawie art. 18 ust. 2 pkt 15 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (Dz. U z 2017 r. poz. 1875 ze zm.), oraz § 5 ust. 12 uchwały Nr XLVIII/630/2018 Rady Miejskiej Kalisza z dnia 25 stycznia 2018 r. w sprawie Statutu Miasta Kalisza (Dz. Urz. Woj. Wielkopolskiego z 2018 r. poz. 967) uchwała się, co następuje:

**§ 1.** Ustanawia się znak promocyjny (logo) Miasta Kalisza, który jest podstawą wizualnej identyfikacji Miasta Kalisza.

**§ 2.** Wzór logo, zawierający szczegółową budowę, kolorystykę oraz sposób zastosowania zawarty jest w Księdze Znak Identyfikacji Wizualnej Miasta Kalisza, stanowiącej załącznik Nr 1 do niniejszej uchwały. Znak graficzny może być używany wyłącznie w kształcie, proporcjach i kolorach określonych w Księdze Znak.

**§ 3.** Znak promocyjny (logo) stanowi własność Miasta Kalisza i podlega ochronie.

**§ 4. 1.** Znak, według wytycznych zawartych w Załączniku nr 1 do niniejszej uchwały wykorzystywany jest w dokumentach, opracowaniach, promocji, kreacji wizerunkowej i komunikacji Miasta Kalisza.

**2.** Zgodę na wykorzystanie znaku wydaje Prezydent Miasta Kalisza na pisemny wniosek zainteresowanego podmiotu.

**§ 5. 1.** Prawo wykorzystania znaku bez ubiegania się o zgodę przysługuje:

- 1) organom Miasta Kalisza
- 2) miejskim jednostkom organizacyjnym
- 3) spółkom kapitałowym, w których Miasto Kalisz jest udziałowcem, akcjonariuszem lub członkiem
- 4) gminnym osobom prawnym, w których Miasto Kalisz jest udziałowcem, akcjonariuszem lub członkiem

**2.** Prawo wykorzystania znaku bez ubiegania się o zgodę przysługuje także innym podmiotom, które na mocy odrębnych umów i porozumień realizują wspólne projekty kulturalne, promocyjne, sportowe i inne, na zlecenie Miasta Kalisza realizują powierzone im zadania publiczne lub są organizatorami przedsięwzięcia objętego patronatem honorowym Prezydenta Miasta Kalisza, a używanie znaku ma miejsce w trakcie realizacji tych projektów, zadań i przedsięwzięć oraz w związku z ich realizacją.

**§ 6. 1.** Wykorzystanie znaku w celach komercyjnych jest dopuszczalne wyłącznie za zgodą Prezydenta Miasta Kalisza.

**2.** Przez komercyjne wykorzystanie znaku rozumie się w szczególności:

- 1) umieszczenie znaku na produktach przeznaczonych do sprzedaży lub na materiałach powiązanych bezpośrednio z takim produktem jak: opakowania, instrukcje i inne,
- 2) umieszczenie znaku na materiałach reklamowych bezpośrednio zachęcających do kupna produktów lub usług,

- 3) posługiwanie się prawem do korzystania ze znaku jako gwarancji określonego poziomu jakości towarów lub usług,
- 4) wykorzystanie znaku w każdy inny sposób, mający na celu promocję produktów lub usług.

**§ 7. 1.** Zgody na wykorzystanie znaku udziela się na pisemny wniosek zainteresowanego podmiotu, zawierający informację na temat prowadzonej działalności i zamierzonego sposobu wykorzystania znaku.

**2.** Prezydent Miasta Kalisza wyraża zgodę na wykorzystanie znaku, określając zakres posługiwania się znakiem. Wyrażenie zgody można uzależnić od przedstawienia do akceptacji projektu graficznego wykorzystania znaku.

**3.** Wszelkie działania i materiały promocyjne przygotowywane z użyciem znaku graficznego Miasta Kalisza, według wytycznych zawartych w Księdze Znak, należy konsultować z Biurem Komunikacji Społecznej.

**4.** Interpretacja zapisów Systemu Identyfikacji Wizualnej Miasta Kalisza, w sytuacjach wykraczających poza jej założenia, należy do Miasta Kalisza.

**§ 8.1.** Korzystający mają obowiązek przestrzegania zasad stosowania i wykorzystania znaku graficznego (logo) Miasta Kalisza, którego szczegóły określa załącznik nr 2 do uchwały.

**2.** Księga znaku dostępna jest w Urzędzie Miasta Kalisza oraz na stronie internetowej [www.kalisz.pl](http://www.kalisz.pl).

**3.** W przypadku znaku umieszczanego na stronach internetowych i w publikacjach elektronicznych korzystającego, do znaku dołączony powinien być aktywny link do strony internetowej [www.kalisz.pl](http://www.kalisz.pl)

**§ 9.1.** Znak nie może być wykorzystywany w sposób godzący w interes i dobre imię Miasta Kalisza, jego organów i jednostek organizacyjnych.

**2.** Znak nie może być wykorzystywany w kampaniach związanych z wyborami lub referendum.

**3.** Osoby, które uzyskały zgodę na wykorzystanie znaku, nie mogą odstępować osobom trzecim prawa do posługiwania się znakiem.

**§ 10.1.** Zgoda na wykorzystywanie znaku może być cofnięta w przypadku naruszenia postanowień niniejszej uchwały, odstępstwa od warunków wydanej zgody, naruszenia postanowień umowy, odstępstwa od zasad określonych w księdze znaku, stanowiącej Załącznik nr 1 niniejszej uchwały, po uprzednim wezwaniu do zaniechania naruszeń.

**2.** W przypadku cofnięcia zgody na wykorzystywanie znaku lub po wygaśnięciu okresu, na który przyznane zostało prawo do jego wykorzystywania, korzystający ze znaku jest zobowiązany do natychmiastowego zaprzestania posługiwania się nim.

**§ 11.** Traci moc uchwała Nr XXII/375/2004 Rady Miejskiej Kalisza z dnia 23 września 2004 r. w sprawie zasad udostępniania symboli i znaków Miasta Kalisza (ze zm).

**§ 12.** Wykonanie uchwały powierza się Prezydentowi Miasta Kalisza.

**§ 13.** Uchwała wchodzi w życie po upływie 14 dni od dnia ogłoszenia w Dzienniku Urzędowym Województwa Wielkopolskiego.

*Przewodniczący  
Rady Miasta Kalisza  
/.../  
Andrzej Plichta*

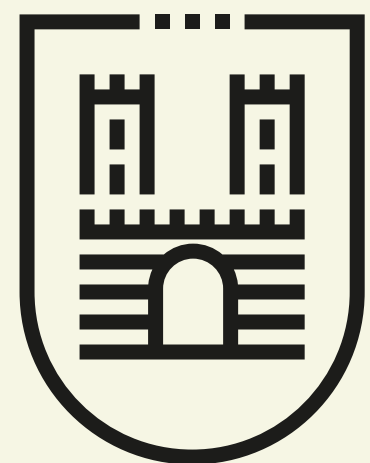
**UZASADNIENIE DO  
UCHWAŁY NR L/660/2018  
RADY MIASTA KALISZA  
z dnia 29 marca 2018 r.**

**w sprawie przyjęcia Systemu Identyfikacji Wizualnej dla Miasta Kalisza, w tym znaku graficznego (logo) Miasta Kalisza oraz zasad jego używania i wykorzystywania.**

W związku z przedłożeniem na Sesję Rady Miasta Kalisza w dniu 29 marca 2018 r. projektu uchwały Rady Miasta Kalisza w sprawie zasad używania herbu, pieczęci urzędowych, flagi, sztandaru i hejnału Miasta Kalisza wraz z ceremoniałem pocztu sztandarowego, w razie podjęcia tejże uchwały, zgodnie z brzmieniem jej § 11, straci moc uchwała Nr XXII/375/2004 Rady Miejskiej Kalisza z dnia 23 września 2004 r. w sprawie zasad udostępniania symboli i znaków Miasta Kalisza (ze zm). Paragraf 1 uchwały Nr XLIII/529/2017 Rady Miejskiej Kalisza z dnia 28 września 2017 r., zmieniającej uchwałę Nr XXII/375/2004 Rady Miejskiej Kalisza z dnia 23 września 2004 r. w sprawie zasad udostępniania symboli i znaków Miasta Kalisza, dotyczy logo i stanowi, że: „W uchwale Nr XXII/375/2004 Rady Miejskiej Kalisza z dnia 23 września 2004 r. w sprawie zasad udostępniania symboli i znaków Miasta Kalisza zmienia się treść załącznika w całości i nadaje nowe brzmienie określone w załączniku do niniejszej uchwały”, (załącznikiem jest nowe logo).

Wobec powyższego koniecznym jest – w razie podjęcia przedstawionego projektu uchwały w sprawie zasad używania herbu, pieczęci urzędowych, flagi, sztandaru i hejnału Miasta Kalisza wraz z ceremoniałem pocztu sztandarowego – zapewnienie kontynuacji i ciągłości podstawy prawnej, dotyczącej znaku promocyjnego (logo miasta Kalisza).

*Prezydent  
Miasta Kalisza  
/.../  
Grzegorz Sapiński*



**Kalisz**

Załącznik Nr 1 do uchwały  
Nr L/660/2018  
Rady Miasta Kalisza  
z dnia 29 marca 2018 r.

# Księga znaku

System identyfikacji wizualnej  
miasta Kalisza



# Spis treści

## 1. Logo

Logotyp	1
Sygnety	2
Konstrukcja	3
Rozszerzona wersja logotypu	4
Pole ochronne	8
Rozmiar minimalny	10
Typografia	11

## 2. Kolorystyka

Kolory wersji podstawowej	12
Kolorystyka dodatkowa	13
Kolorystyka wersji kontrolnej	14
Wersja achromatyczna	15
Wersja monochromatyczna	16
Zastosowanie logotypu na fotografii	17

## 3. Typografia

18

## 4. Brand Pattern

Pattern	20
Piktogramy	26

## 5. Niedopuszczalne modyfikacje

30

## 6. Materiały wizerunkowe

32

## Logo

---

Logotyp składa się z dwóch elementów:  
sygnetu - herbu oraz elementu typograficznego -  
nazwy miasta Kalisza.

Elementy logotypu zawsze występują w stałej  
proporcji i położeniu względem siebie.

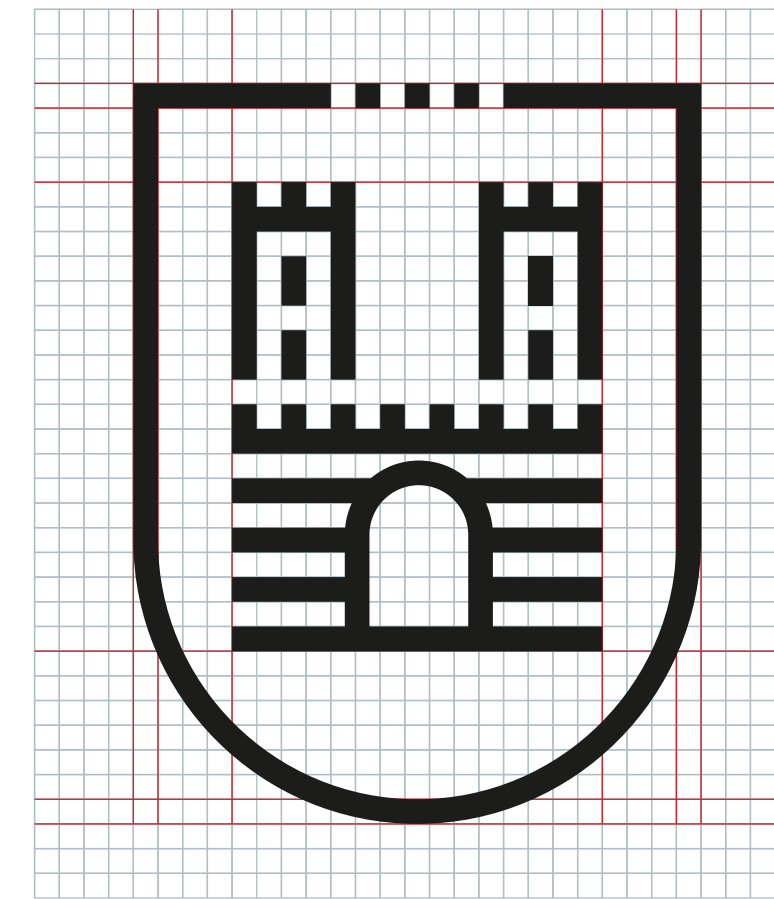
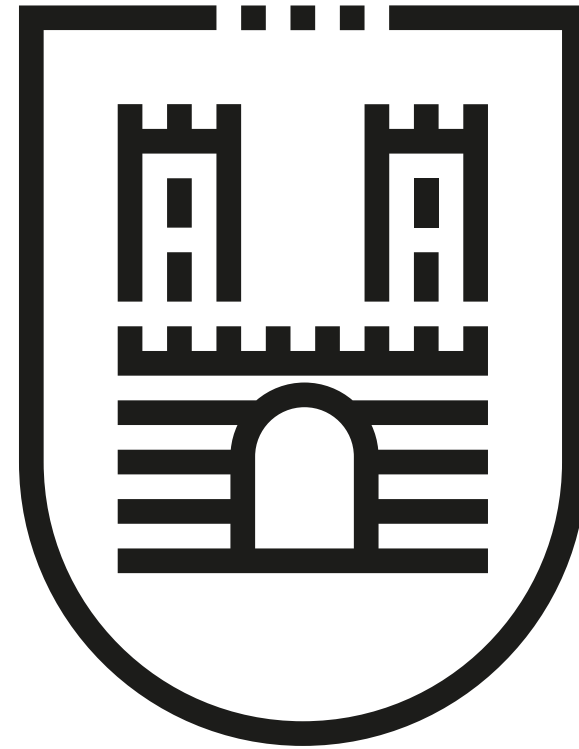
W uzasadnionych przypadkach dopuszcza się  
stosowanie samego sygnetu.



## Logo

### Sygnet

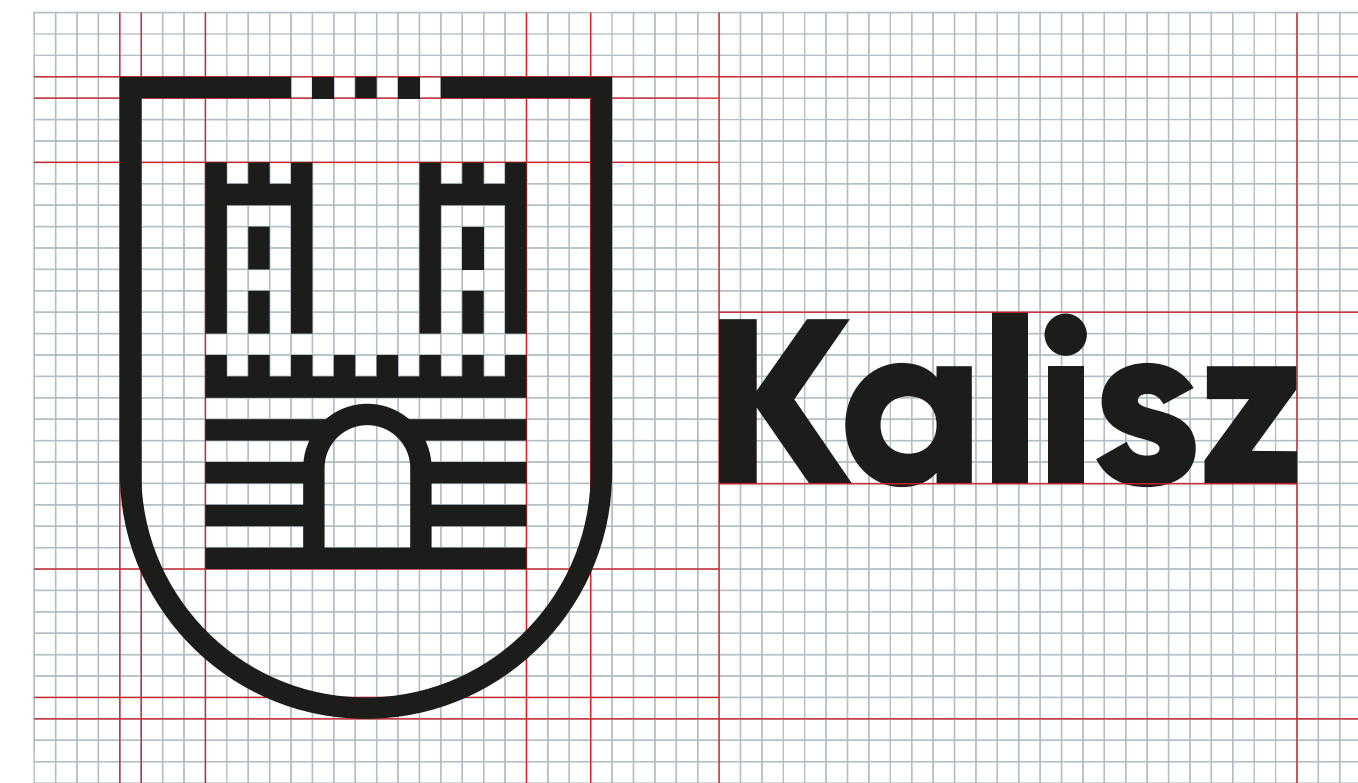
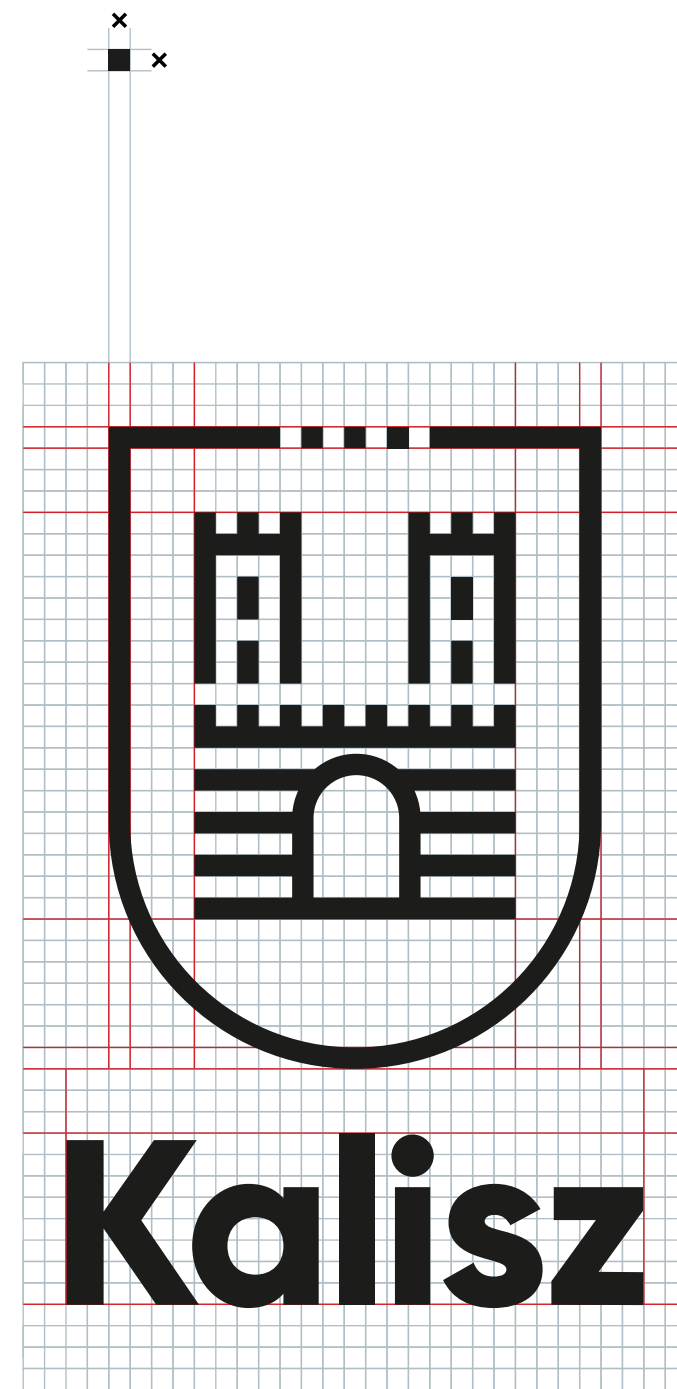
Sygnet logotypu składa się z zamkniętego w herbie uproszczonego wizerunku muru miejskiego z bramą oraz dwiema basztami. Sygnetu używa się jako uzupełniającego elementu graficznego.



## Logo

Konstrukcja

Konstrukcja logotypu określa wzajemne i niezmiennie proporcje poszczególnych elementów logotypu.





## Logo

Rozszerzona wersja logotypu - pion

Logotyp występuje również w wersji rozszerzonej z dopiskiem (claimem) - „Dopisz swoją historię”.

Elementy typograficzne pozostają w stałej i niezmienniej proporcji.

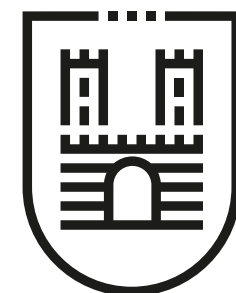
Dopuszcza się stosowanie logotypu z hasłem w wersji anglojęzycznej.

Zasady stosowania logotypu z hasłem w wersji angielskiej są analogiczne do zasad w oryginalnej wersji polskiej.

Elementy typograficzne pozostają w stałej i niezmienniej proporcji.



## Logo

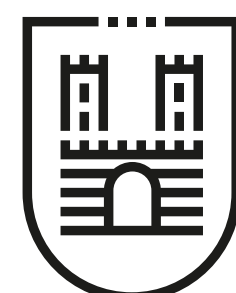


**Kalisz**  
Wydział Edukacji



**Kalisz**  
Wydział Budownictwa,  
Urbanistyki i Architektury

Rozszerzona wersja logotypu - przykłady



**Kalisz**  
Wydział Rozbudowy Miasta  
i Inwestycji



**Kalisz**  
Wydział Finansowy

W uzasadnionych przypadkach istnieje możliwość zmiany treści podpisu.

Modyfikacje należy przeprowadzić zgodnie z ustalonymi zasadami.



**Kalisz**  
Biuro Radców Prawnych



**Kalisz**  
Biuro Budżetu Obywatelskiego  
i Inicjatywy Lokalnej

## Logo

Rozszerzona wersja logotypu - poziom

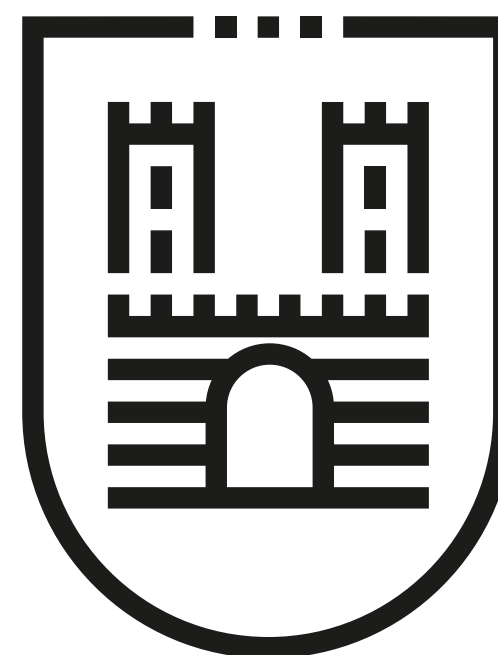
W wersji poziomej logotyp również występuje w rozszerzonej formie z dopiskiem (claimem) „Dopisz swoją historię”.

Elementy typograficzne pozostają w stałej i niezmienniej proporcji.

Dopuszcza się stosowanie logotypu z hasłem w wersji anglojęzycznej.

Zasady stosowania logotypu z hasłem w wersji angielskiej są analogiczne do zasad w oryginalnej wersji polskiej.

Elementy typograficzne pozostają w stałej i niezmienniej proporcji.



**Kalisz**  
**Dopisz swoją historię**



## Logo

Rozszerzona wersja logotypu - przykłady

W wersji poziomej logotyp również występuje w rozszerzonej formie z dopiskiem (claimem) „Dopisz swoją historię”.

Elementy typograficzne pozostają w stałej i niezmienniej proporcji



## Logo

Pole ochronne - logo wersji podstawowej

Pole ochronne logotypu to obszar, w którym nie mogą się znaleźć żadne elementy graficzne oraz tekstowe.



## Logo

Pole ochronne - logo wersji rozszerzonej

Pole ochronne logotypu to obszar, w którym nie mogą się znaleźć żadne elementy graficzne oraz tekstowe.



## Logo

Rozmiary minimalne

Wielkość minimalna określa najmniejszy możliwy rozmiar logotypu, przy którym znak zachowuje czytelność. Wielkości minimalne są różne dla różnych technik druku. W przypadkach niewymienionych w Księdze Znaku należy zawsze sprawdzić czytelność logotypu na wydrukach próbnych.

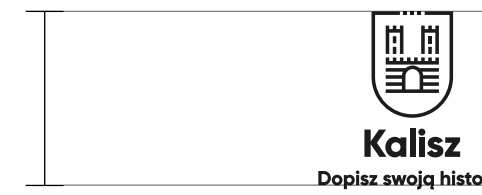
**10 mm**



**0,75 mm**



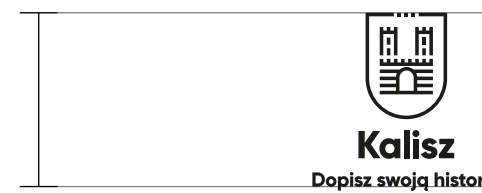
**12 mm**



**0,75 mm**



**70 px**



**43 px**



Typografia logotypu

**Gilroy**

Typografia logotypu oparta jest na foncie z rodziny  
Gilroy w wersji Extra Bold.

**Extra Bold**

**Aa**

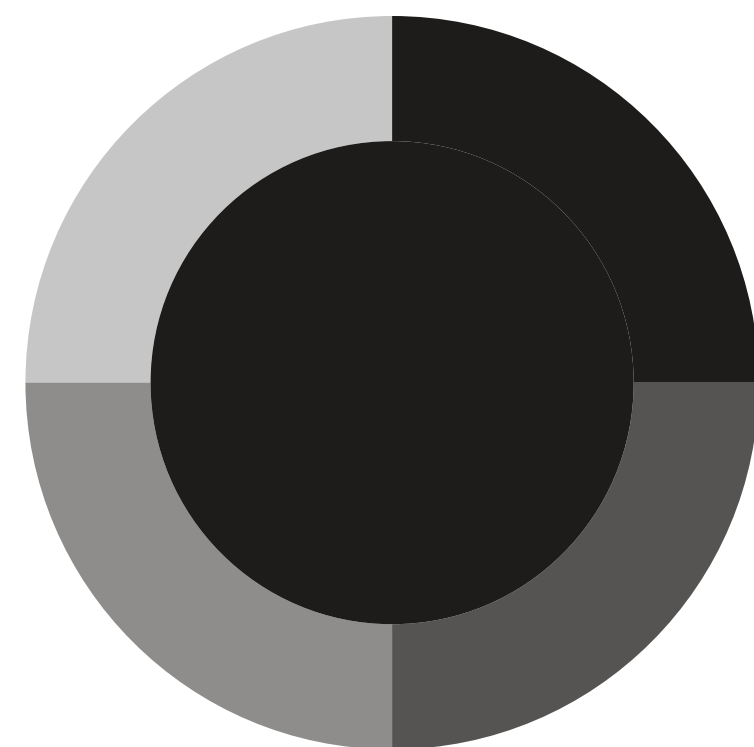
**abcdefghijklmnopqrstuvxyz  
ABCDEFGHIJKLMNPNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890.:;(!?)+ -\* / =**



## Kolorystyka

Kolory podstawowe

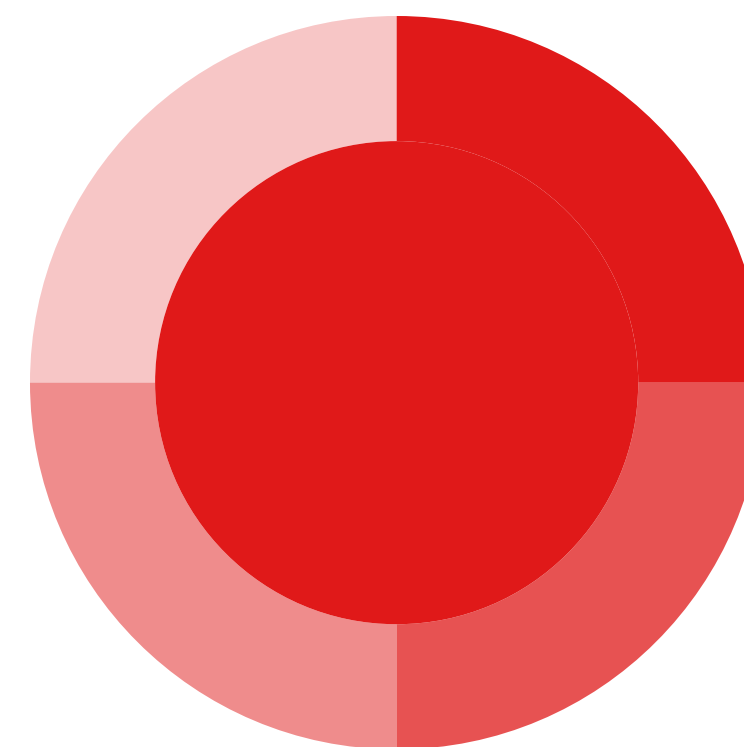
Kolorem podstawowym logotypu jest czerń – #1d1c1a.  
W przypadku wykorzystania logotypu na ciemnych  
tłach patrz s. 14 – kolorystyka w wersji kontrolnej.



**HEX** #1d1c1a  
**RGB** 29/28/26  
**CMYK** 0/0/0/100

**Pantone**

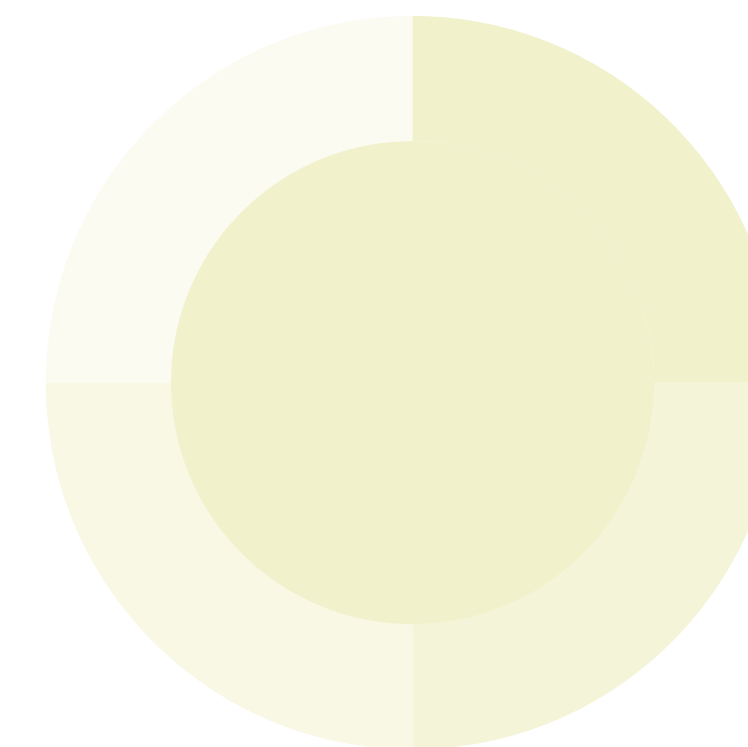
419 U  
419 C



**HEX** #e01f26  
**RGB** 230/25/25  
**CMYK** 4/100/100/0

**Pantone**

485 U  
485 C



**HEX** #f4f4d0  
**RGB** 247/247/209  
**CMYK** 4/0/22/0

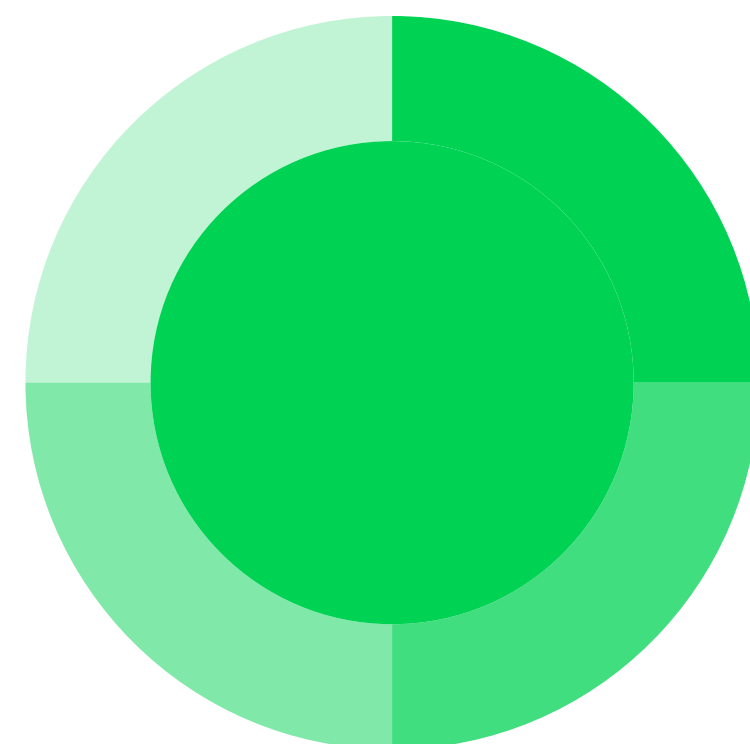
**Pantone**

614 U  
614 C

## Kolorystyka

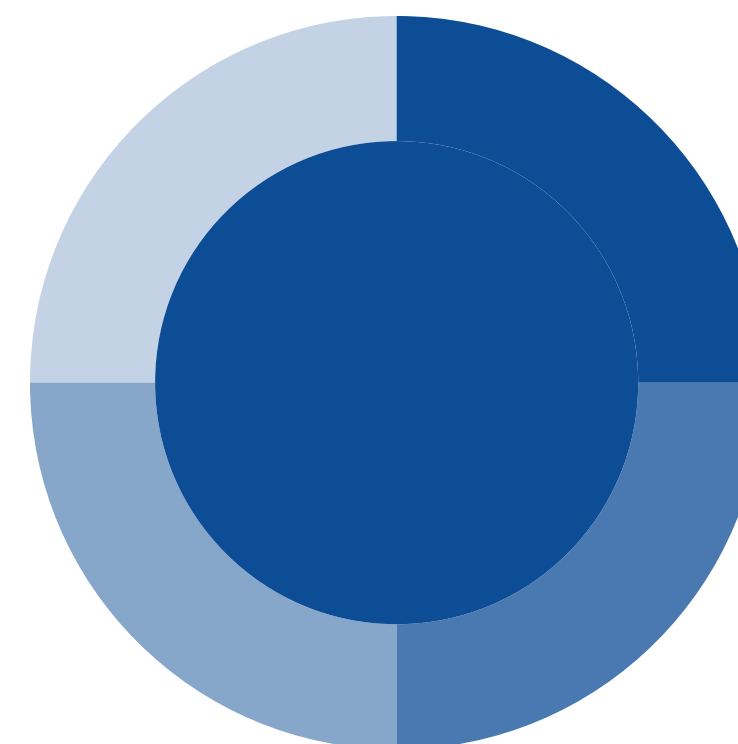
Kolory dodatkowe

Wybrane kolory dodatkowe odpowiadają trzem grupom docelowym i odbiorcom, dla których stworzony został nowy wizerunek miasta (turyści, przedsiębiorcy, mieszkańcy).



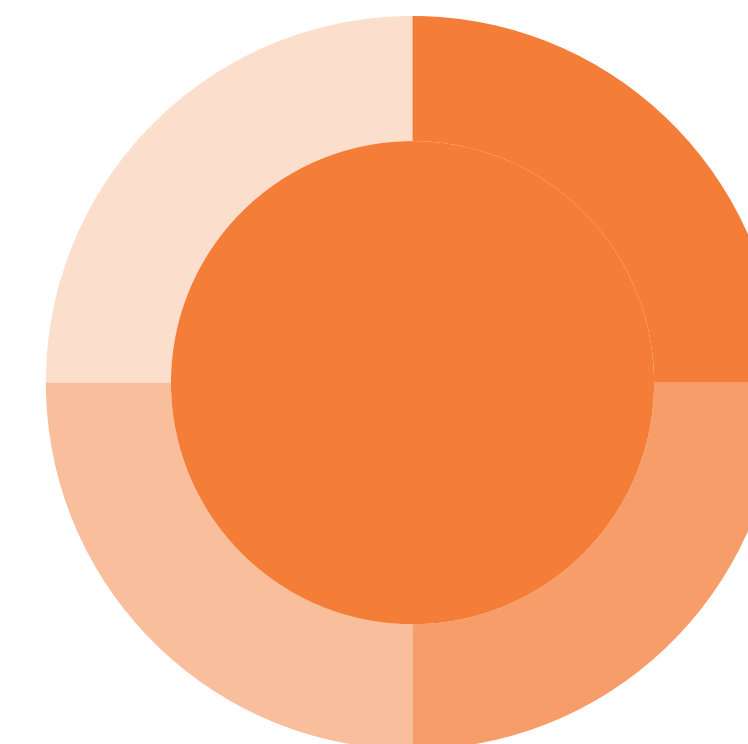
**HEX** #00d354  
**RGB** 0/211/84  
**CMYK** 70/0/85/0

**TURYŚCI**



**HEX** #0d4d96  
**RGB** 13/77/150  
**CMYK** 99/79/10/1

**PRZEDSIĘBIORCY**



**HEX** #f47d38  
**RGB** 244/125/56  
**CMYK** 0/63/86/0

**MIESZKAŃCY**

## Kolorystyka

#1d1c1a

#e01f26

#f4f4d0

Kolorystyka wersji kontrolnej

Logotyp w wersji kontrolnej (na ciemnym/czerwonym tle) zawsze występuje w całości w kolorze białym.

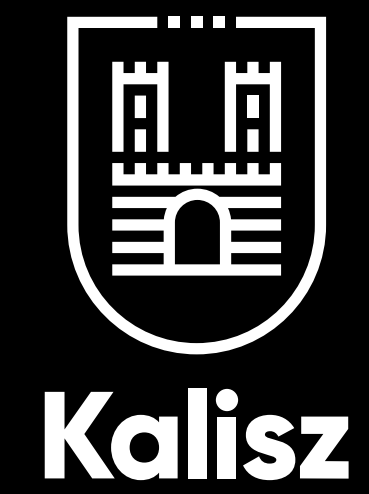


## Kolorystyka

Logotyp - wersja achromatyczna



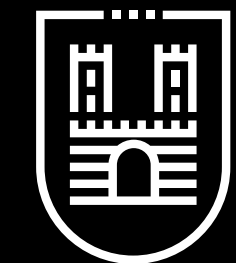
Logotyp w wersji achromatycznej zachowuje się tak samo, jak w wersji kolorowej.



## Kolorystyka

Wersja monochromatyczna

W szczególnych przypadkach (nadruki na ubraniach, przedmiotach, stemple) dopuszcza się stosowanie znaku w wersji monochromatycznej – możliwe są cztery warianty na jasnym i ciemnym tle.



**Kalisz**



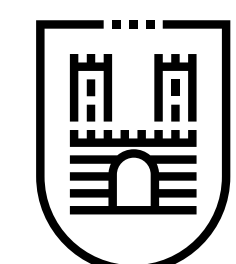
**Kalisz**



**Kalisz**



**Kalisz**



**Kalisz**



**Kalisz**



**Kalisz**



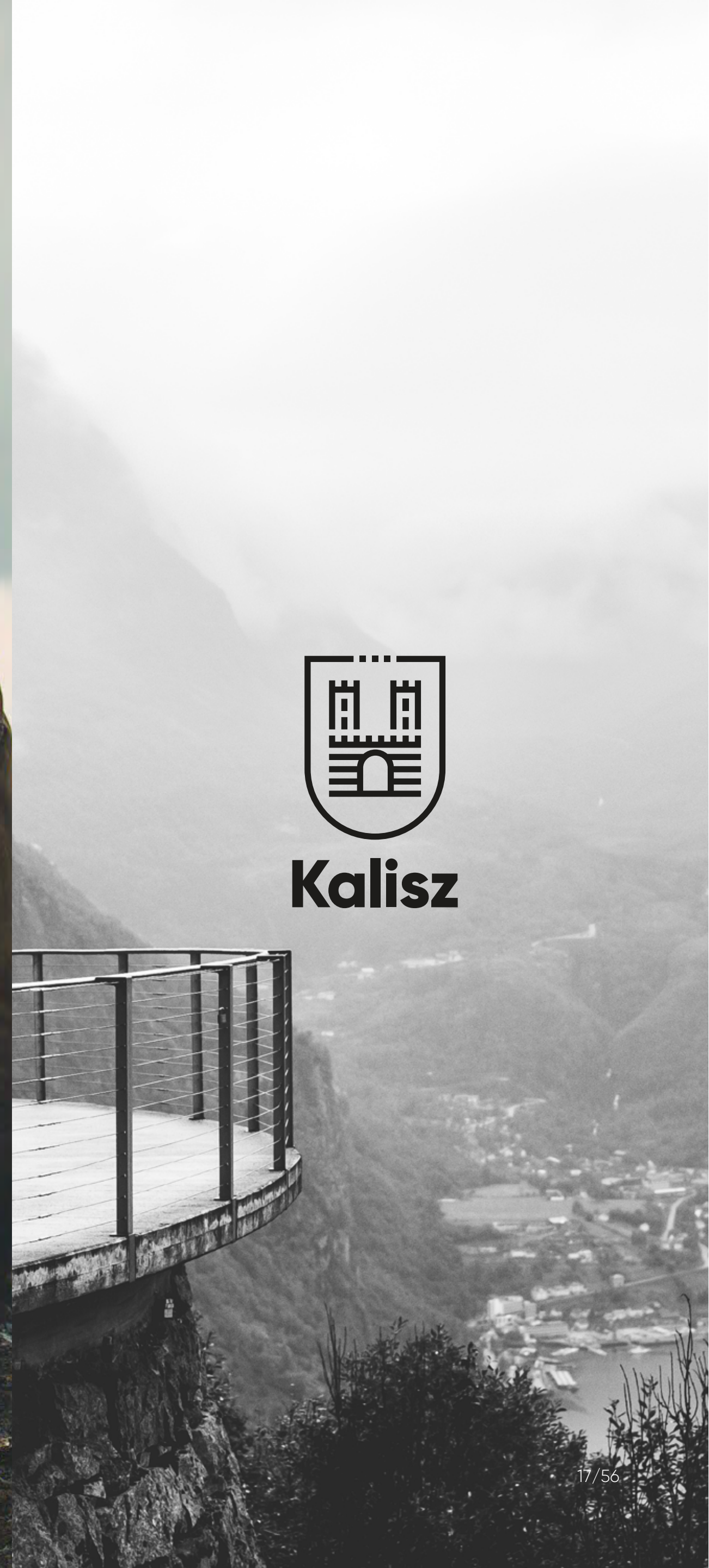
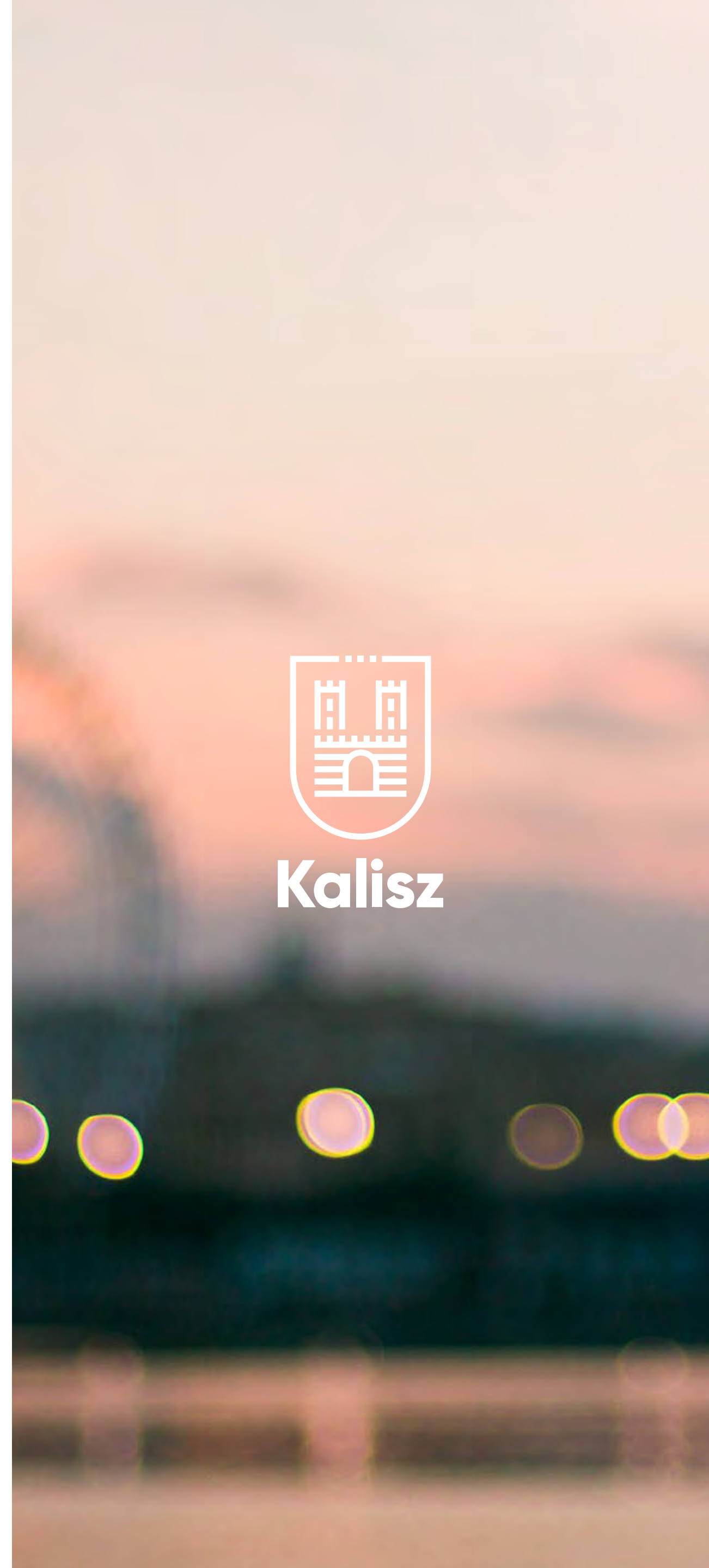
**Kalisz**

## Kolorystyka

Zastosowanie logotypu na fotografii

Na fotografiach należy umieszczać logotyp w wersji kontrowej.

W wyjątkowych sytuacjach, gdy tło fotografii w miejscu umieszczenia logotypu jest białe lub jasnoszare, dopuszcza się stosowanie logotypu w wersji podstawowej.



Wiodący krój pisma

# Rodzina Gilroy

Podstawowym fontem wizerunkowym i systemowym miasta Kalisza jest bezszeryfowy font Gilroy.

Rodzina fontu Gilroy składa się z czterech grubości, w odmianie prostej i kursywie. Dla potrzeb wszelkich publikacji rekomendowane jest użycie czterech podstawowych odmian kroju:

Nagłówki i tytuły:

Bold

Extra Bold

Tekst akapitowy:

Gilroy Regular

Gilroy Light

Light

Aa

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890.:;(!?)+-\*/=

Regular

Aa

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890.:;(!?)+-\*/=

Wiodący krój pisma

# Rodzina Gilroy

Podstawowym fontem wizerunkowym i systemowym miasta Kalisza jest bezszeryfowy font Gilroy.

Rodzina fontu Gilroy składa się z czterech grubości, w odmianie prostej i kursywie. Dla potrzeb wszelkich publikacji rekomendowane jest użycie czterech podstawowych odmian kroju:

Nagłówki i tytuły:

Bold

Extra Bold

Tekst akapitowy:

Gilroy Regular

Gilroy Light

**Bold**

**Ad**

**abcdefghijklmnopqrstuvxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890.:;(!?)+-\*/=**

**Extra Bold**

**Ad**

**abcdefghijklmnopqrstuvxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890.:;(!?)+-\*/=**



## Brand pattern

---

Brand pattern to układ piktogramów, które tworzą całościowy system wizualny. Wszystkie elementy patternu występują w specyficznych dla całości odstępach, powtórzeniach i proporcjach.

Brand pattern miasta Kalisza oparty jest na trzech podstawowych elementach:  
linii ciągłej, symbolu wielokropka i piktogramach.

Elementy składowe patternu przedstawiają infrastrukturę miasta, charakterystyczne budowle oraz tereny rekreacji i wypoczynku.

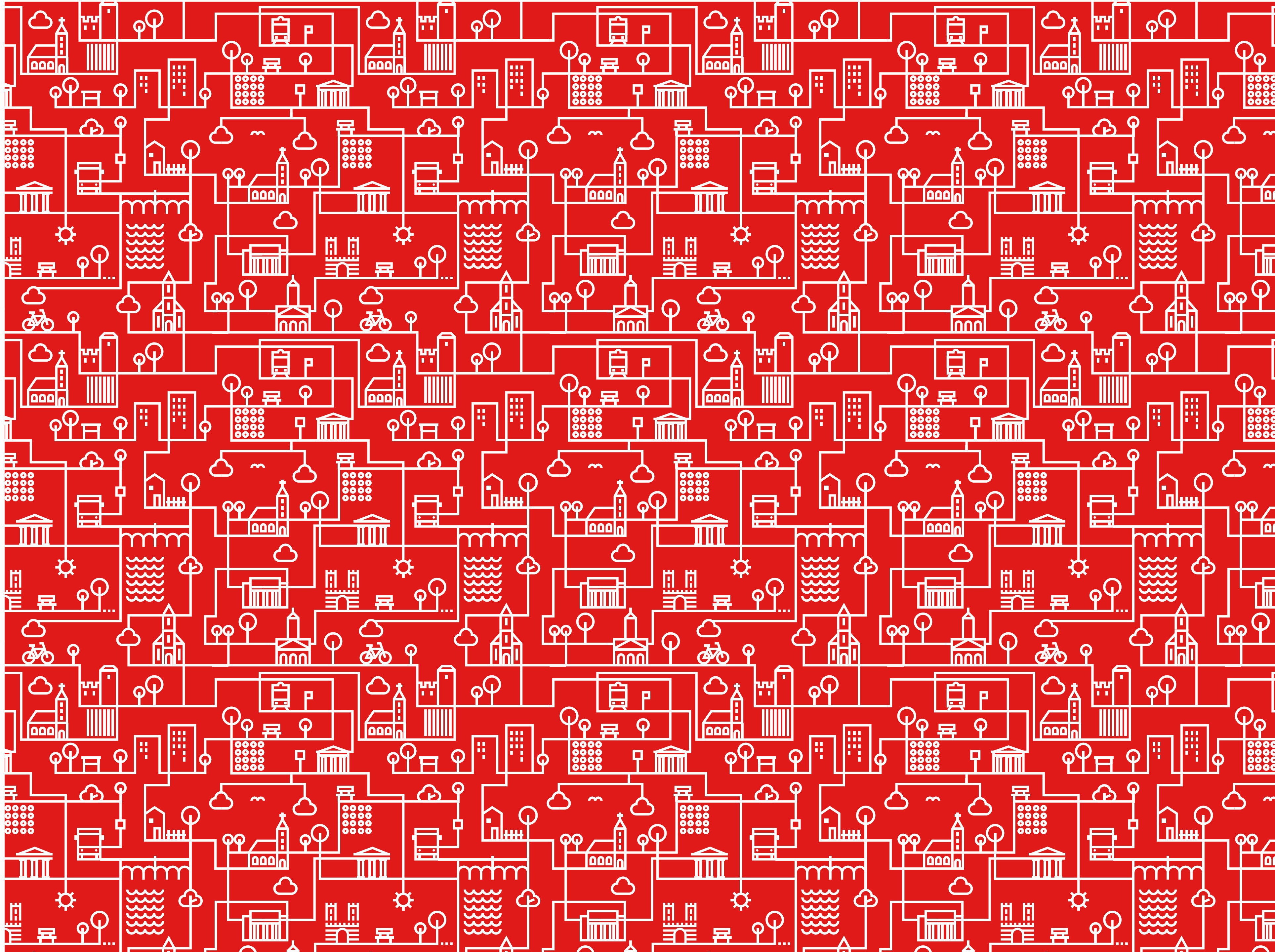


## Brand pattern

Podstawowe elementy tworzą układ zamknięty w formie kwadratu, który został powtórzony w brand patternie.

Istnieje możliwość posługiwania się wybranymi elementami składowymi patternu, jednak tylko na określonych zasadach, patrz s. 23 - główny element patternu.

Elementy składowe patternu przedstawiają infrastrukturę miasta, charakterystyczne budowle oraz tereny rekreacji i wypoczynku.



## Brand pattern

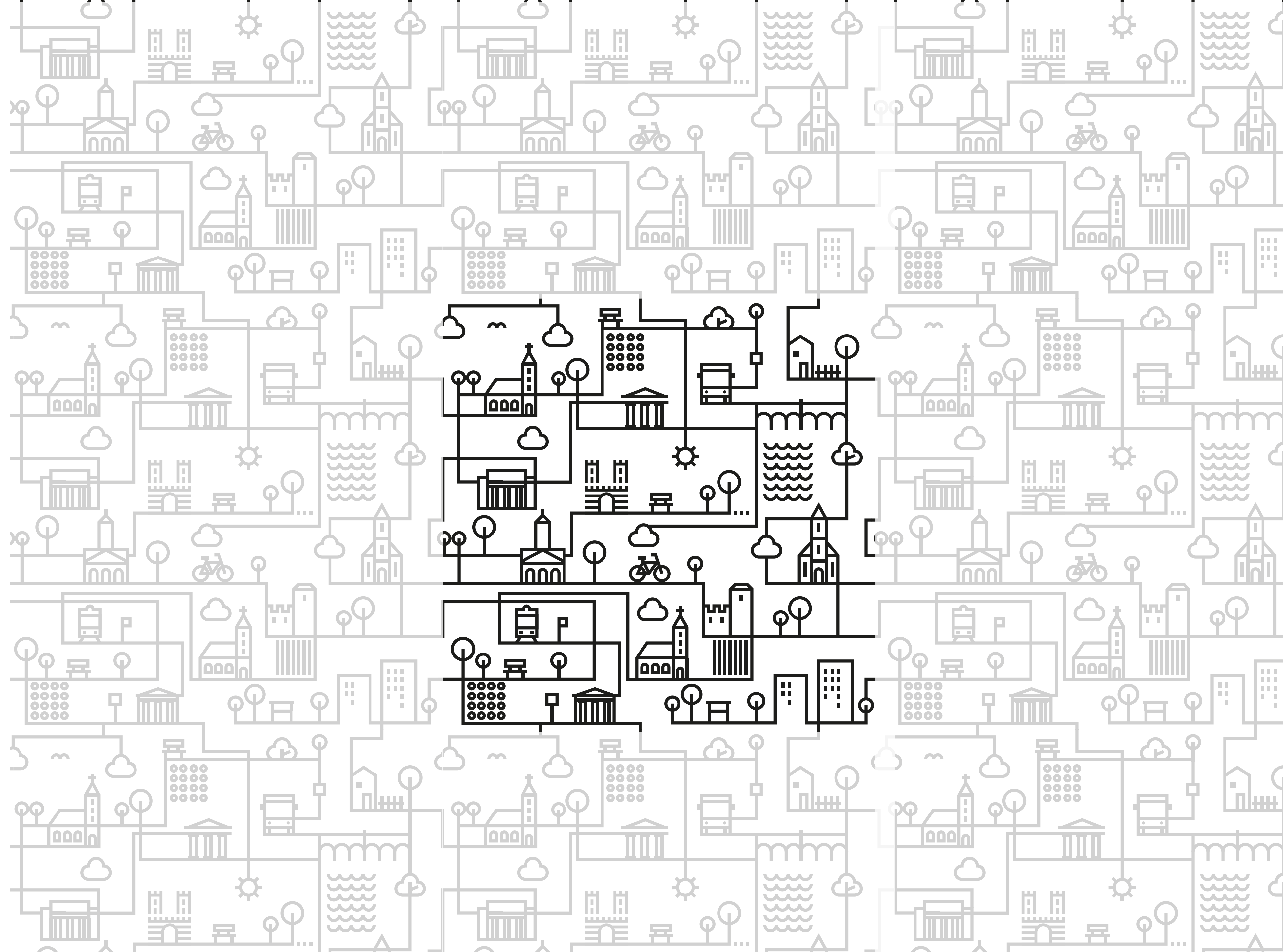
Brand pattern miasta Kalisza oparty jest na trzech podstawowych elementach:  
linii ciągłej, symbolu wielokropka i piktogramach.

Podstawową formę patternu tworzy układ piktogramów zamknięty w figurze kwadratu.

W szczególnych przypadkach możliwe jest wpisanie logotypu wraz z sygnetem w formie herbu.



## Brand pattern



Główny element patternu

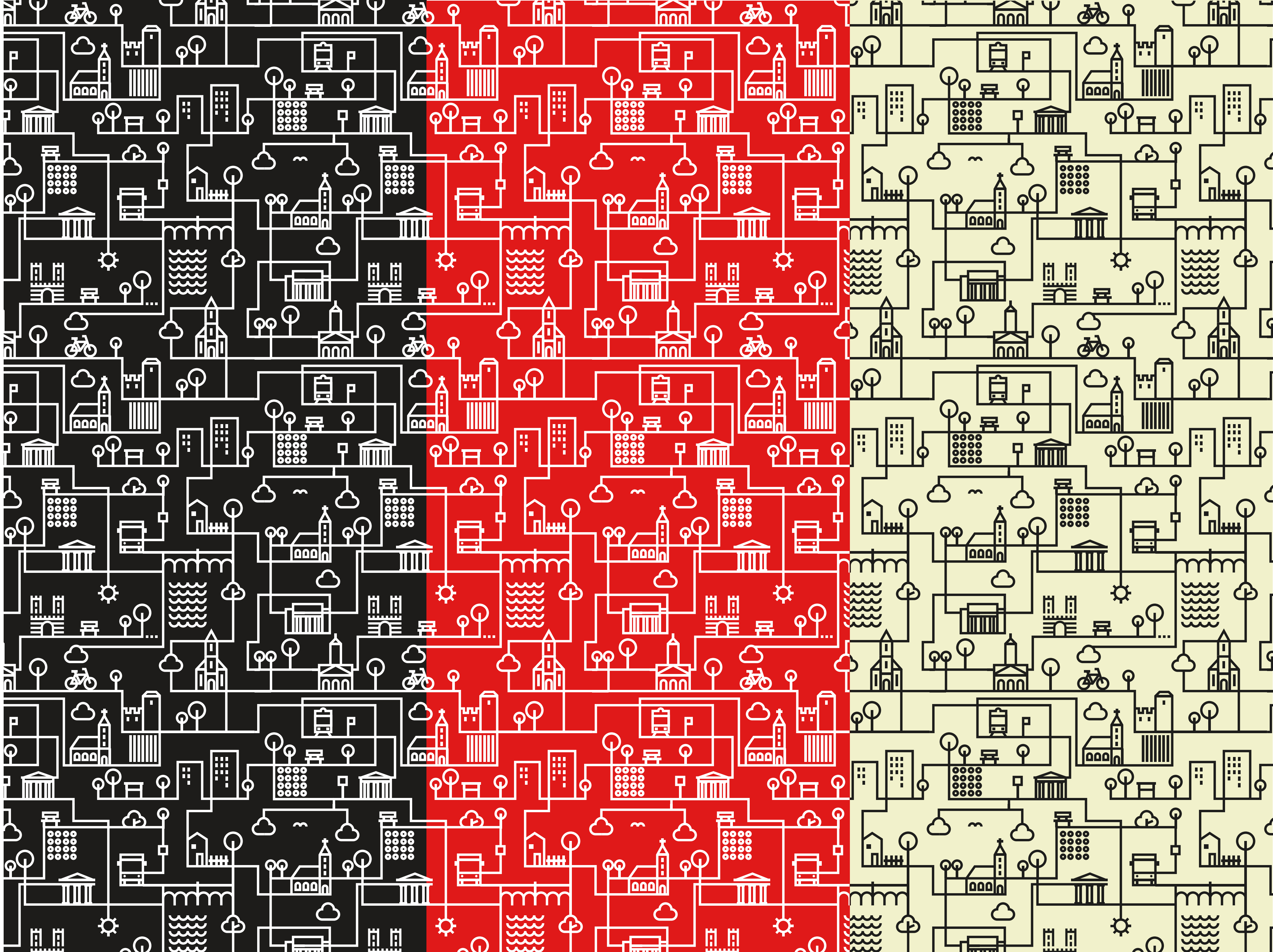
Główny element składowy patternu jest zwielokrotniony w odpowiednich odstępach i proporcjach.

Zaprezentowano odpowiednie użycie podstawowego elementu systemu.

## Brand pattern

Kolorystyka podstawowa

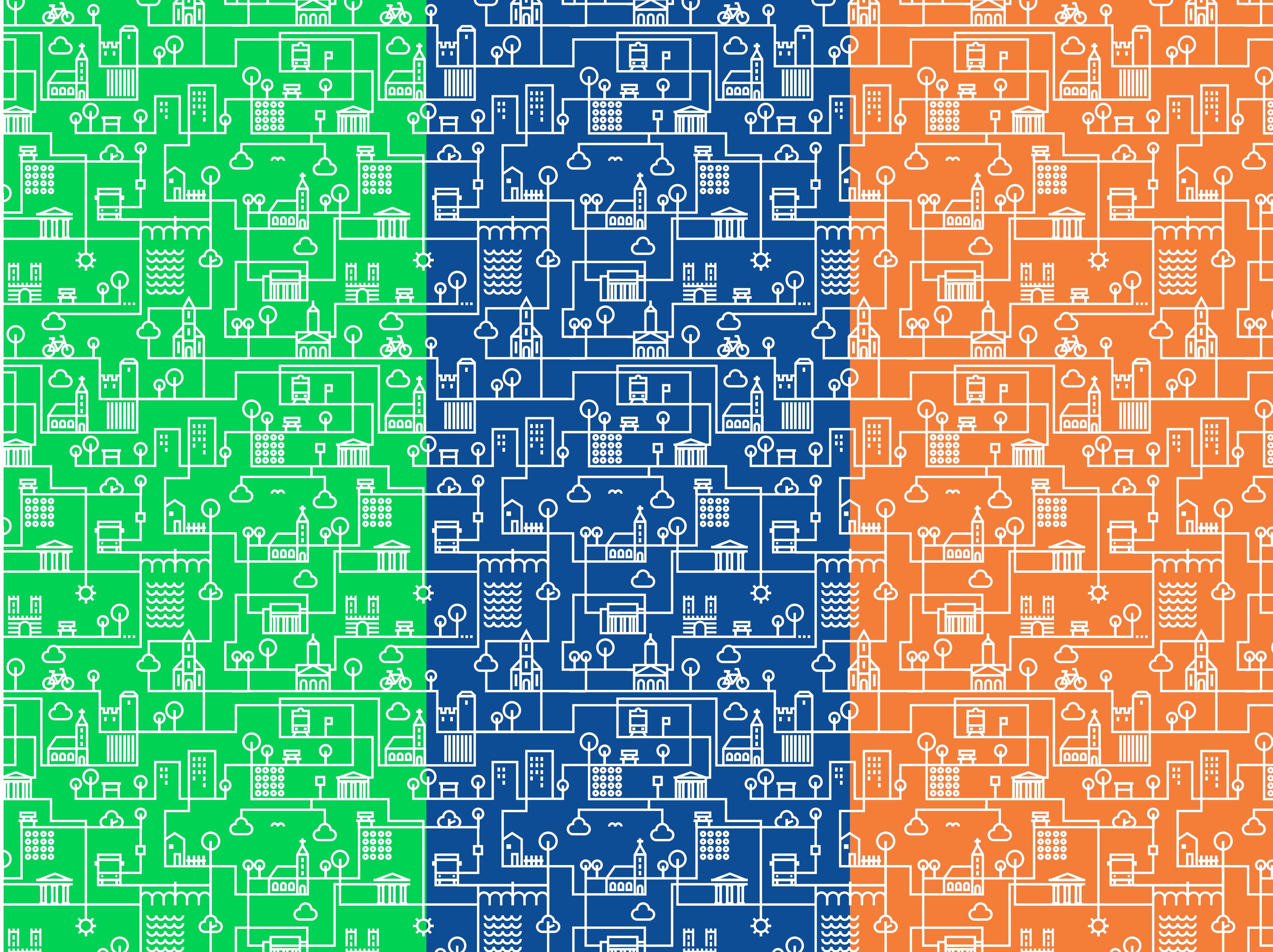
Kolorystyka brand patternu odpowiada wersji  
kontrowej logotypu - patrz s. 14 - kolorystyka wersji  
kontrowej.



## Brand pattern

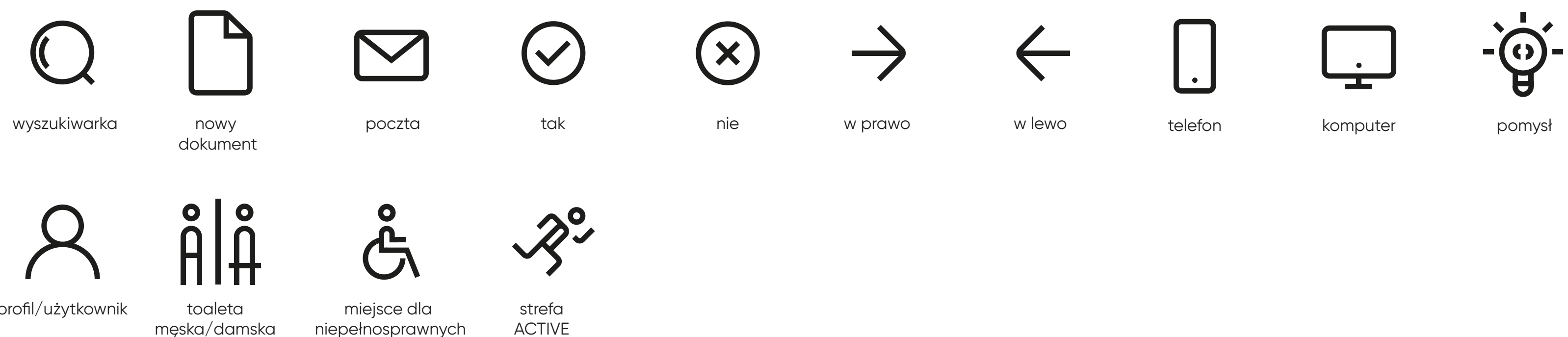
Kolorystyka dodatkowa

Wybrane kolory dodatkowe odpowiadają trzem grupom docelowym i odbiorcom dla których stworzony został nowy wizerunek miasta (turyści, przedsiębiorcy, mieszkańcy).



## Brand pattern

Piktogramy – przykłady



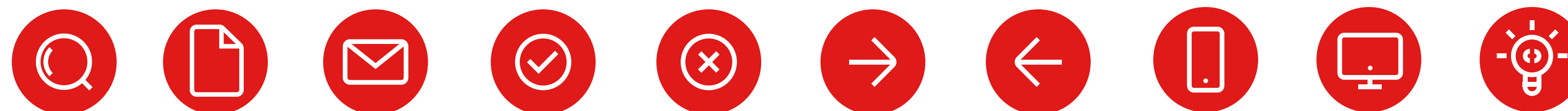
Wersja podstawowa

Piktogramy pełnią ważną funkcję w komunikacji. Dzięki zastąpieniu słowa pisanego elementem graficznym zwiększono czytelność przekazu oraz pominięto barierę językową.

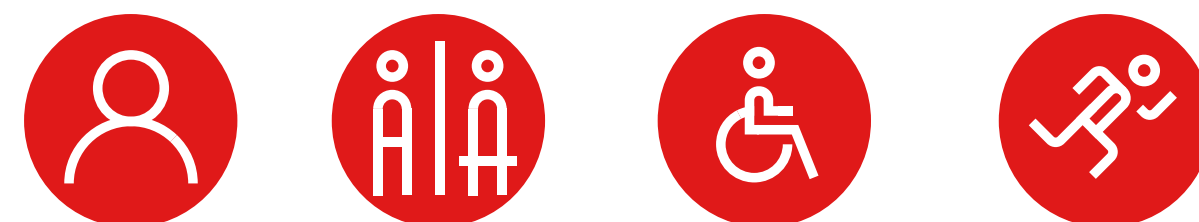


Zestaw przykładowych piktogramów zaprojektowano przy zachowaniu określonych proporcji i kształtów podstawowych.

## Brand pattern



Piktogramy - przykłady



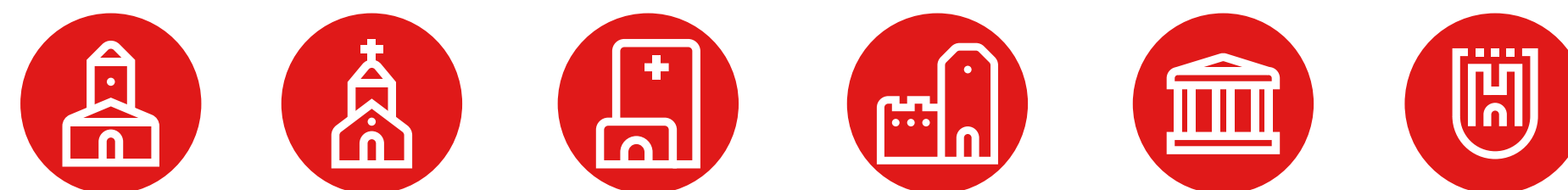
Wersja kolorystyczna



Piktogramy pełnią ważną funkcję w komunikacji. Dzięki zastąpieniu słowa pisanego elementem graficznym zwiększono czytelność przekazu oraz pominięto barierę językową.



Zestaw przykładowych piktogramów zaprojektowano przy zachowaniu określonych proporcji i kształtów podstawowych.





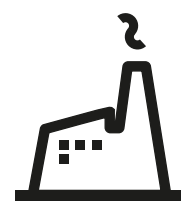
## Brand pattern

Piktogramy – przykłady

Wersja dedykowana dla sektora gospodarczego.

Piktogramy pełnią ważną funkcję w komunikacji. Dzięki zastąpieniu słowa pisanego elementem graficznym zwiększono czytelność przekazu oraz pominięto barierę językową.

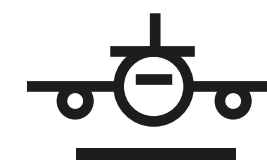
Zestaw przykładowych piktogramów zaprojektowano przy zachowaniu określonych proporcji i kształtów podstawowych.



fabryka



magazyn



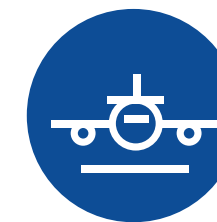
lotnictwo



zysk



rozwój



## Brand pattern

Piktogramy – przykłady

Wersja dedykowana dla sektora turystycznego.

Piktogramy pełnią ważną funkcję w komunikacji. Dzięki zastąpieniu słowa pisanego elementem graficznym zwiększono czytelność przekazu oraz pominięto barierę językową.

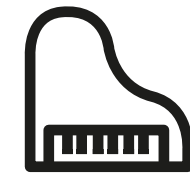
Zestaw przykładowych piktogramów zaprojektowano przy zachowaniu określonych proporcji i kształtów podstawowych.



trębacz



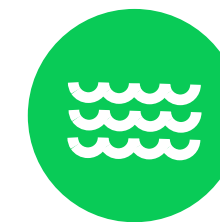
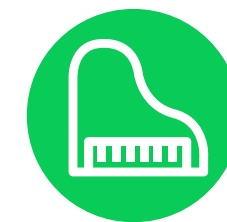
andruty



fabryka  
fortepianów



rzeka  
Prosna



## Niedopuszczalne modyfikacje

### Proporcje elementów

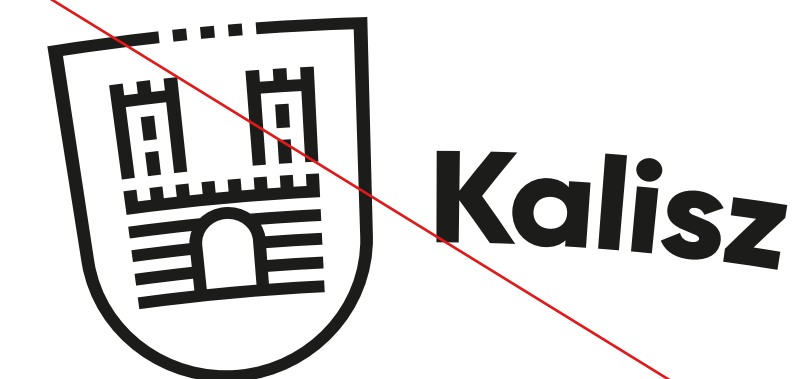
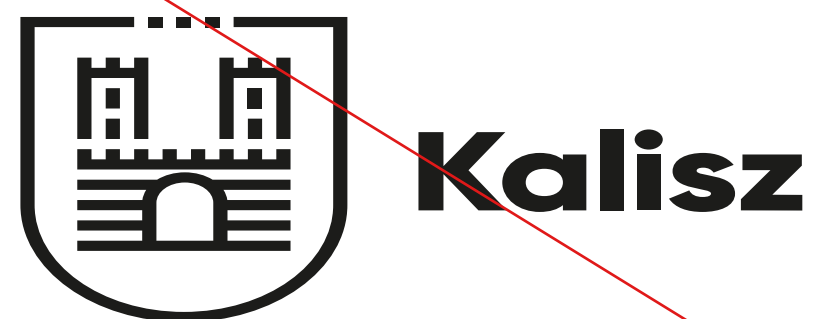
Zabrania się zmiany proporcji elementów logotypu, jak również zmiany położenia elementów logotypu względem siebie.



### Zniekształcanie

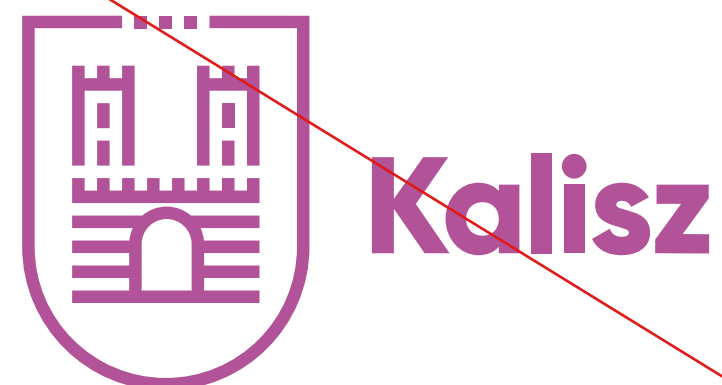
Zabrania się wszelkich przekształceń i wypaczeń logotypu.

Zabrania się rozciągania, ściskania, efektów 3D, stosowania perspektywy, przekształceń łukowych, i wszelkich innych przekształceń zmieniających wygląd i proporcje znaku.



### Kolory

Zabrania się używania logotypu w kolorach innych niż określone w Księdze znaku.



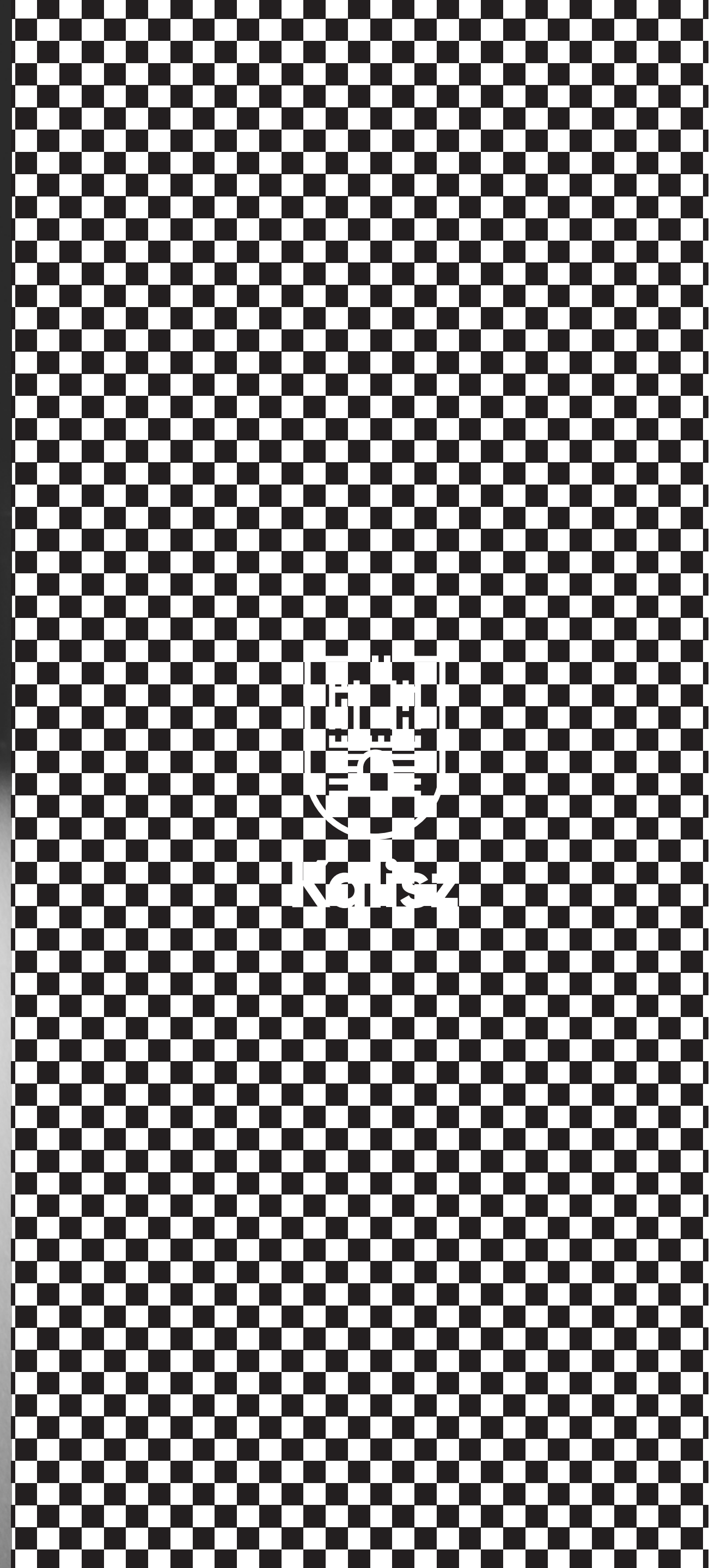
## Niedopuszczalne modyfikacje

Tła

Dla potrzeb materiałów wizerunkowych miasta Kalisza nie jest zalecane stosowanie fotografii o silnym nasyceniu kolorystycznym.

Zabrania się umieszczania logotypu na fotografiach o bardzo kontrastowych barwach.

Zabrania się stosowania wzorków pod logotypem.



## Materiały wizerunkowe

Teczka - przykłady

Teczka w formacie A4. Na projekcie teczek użyto trzech elementów podstawowych z brand patternu - linii ciągłej, symbolu wielokropka i piktogramów.



## Materiały wizerunkowe

Teczka - przykłady

Teczka w formacie A4. Na projekcie teczki użyto trzech elementów podstawowych z brand patternu - linii ciągłej, symbolu wielokropka i piktogramów.



## Materiały wizerunkowe

Teczka dla Prezydenta Miasta Kalisza

Teczka w formacie A4. Na projekcie teczki użyto logotypu miasta Kalisza i linii występującej w brand patternie. Teczka ma charakter oficjalny i dedykowana jest Prezydentowi Miasta Kalisza.

Papier firmowy dla Prezydenta Miasta Kalisza

Papier w formacie A4. Na projekcie papieru użyto logotypu miasta Kalisza i linii występującej w brand patternie. Papier ma charakter oficjalny i dedykowany jest Prezydentowi Miasta Kalisza.



## Materiały wizerunkowe

Koperta A4

Koperta w formacie A4. Na projekcie koperty użyto trzech elementów podstawowych z brand patternu – linii ciągłej, symbolu wielokropka i piktogramów.

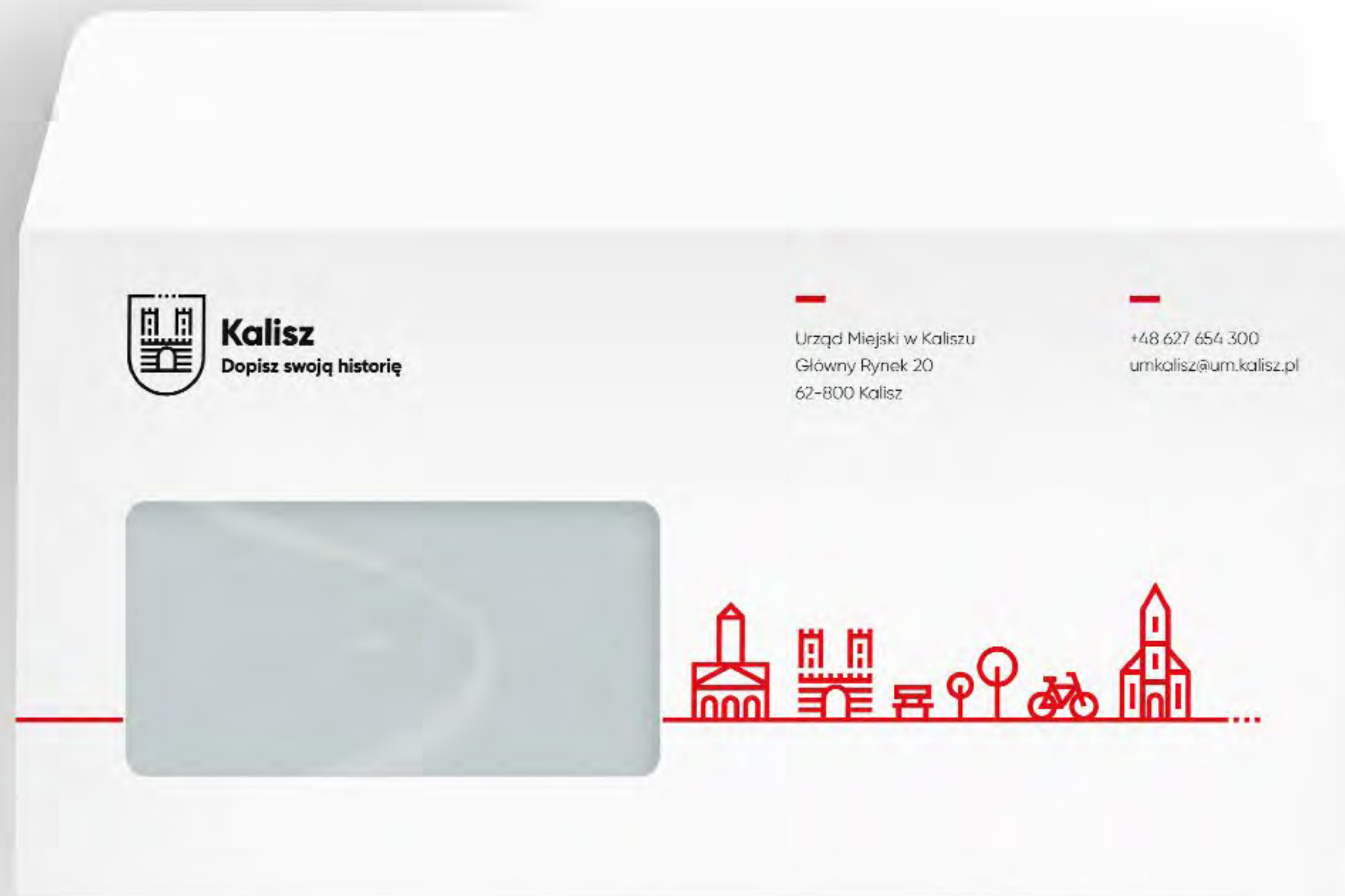




## Materiały wizerunkowe

Koperta DL

Koperta w formacie DL. Na projekcie koperty użyto trzech elementów podstawowych z brand patternu – linii ciągłej, symbolu wielokropka i piktogramów.



## Materiały wizerunkowe

Papier firmowy

Papier firmowy w formacie A4. Na projekcie papieru firmowego użyto trzech elementów podstawowych z brand patternu - linii ciągłej, symbolu wielokropka i piktogramów oraz logotypu.



## Materiały wizerunkowe

Wizytówka

Wizytówka w standardowym wymiarze 90x50 mm.

Na projekcie wizytówki użyto dwóch elementów podstawowych z brand patternu - linii ciągłej, symbolu wielokropka oraz logotypu.



## Materiały wizerunkowe

Identyfikator

Przykładowy identyfikator na smyczy. W zależności od przeznaczenia istnieje możliwość odpowiedniego doboru piktogramów i kolorów (z palety kolorów podstawowych i dodatkowych).



## Materiały wizerunkowe

Identyfikator biurowy

Na projekcie identyfikatora biurowego użyto dwóch elementów podstawowych z brand patternu - linii ciągłej i symbolu wielokropka oraz logotypu.

Proponuje się rozróżnienie kolorystyczne identyfikatorów w zależności od ich przeznaczenia. Identyfikatory białe, ze względu na swój bardziej oficjalny charakter kierowane są do urzędów Miasta Kalisza. Identyfikatory czerwone przeznaczone są dla mniej oficjalnych miejsc i stanowisk lub wydarzeń kulturalnych.



## Materiały wizerunkowe

Gadżety

Kubki stanowią przykład wykorzystania brand patternu i logotypu na materiale promocyjnym.



## Materiały wizerunkowe

Gadżety

Torba stanowi przykład wykorzystania brand patternu i logotypu na materiale promocyjnym w formie gadżetu, kierowanym do turystów i osób przyjezdnych.



## Materiały wizerunkowe

Gadżety

Długopisy stanowią przykład wykorzystania brand patternu i logotypu na materiale promocyjnym w formie gadżetu, kierowanym do turystów i osób przyjezdnych.





## Materiały wizerunkowe

Gadżety

Koszulka stanowi przykład wykorzystania brand patternu i logotypu na materiale promocyjnym w formie gadżetu, kierowanym do turystów i osób przyjezdnych.



## Materialy wizerunkowe

Gadżety

Koszulka stanowi przykład wykorzystania brand patternu i logotypu na materiale promocyjnym w formie gadżetu, kierowanym do turystów i osób przyjezdnych.



## Materiały wizerunkowe

Gadżety

Przypinki stanowią przykład wykorzystania brand patternu i logotypu na materiale promocyjnym w formie gadżetu, kierowanym do turystów i osób przyjezdnych.



## Materiały wizerunkowe

Plakat

Projekt plakatu jest zgodny z podstawowymi zasadami użytkowania palety kolorów podstawowych i dodatkowych oraz brand patternu i piktogramów.

Plakat zachowuje formę minimalistyczną.

**Kulturalny Kalisz**



**Kalisz**

# Kaliskie lato muzyczno-filmowe

Rozpoczęło się "Kaliskie lato muzyczno-filmowe". W lipcu i sierpniu kinomani oraz melomani zobaczą łącznie dziewięć filmów i wysłuchają ośmiu koncertów. Zapraszamy!

### Plan wydarzeń:

<b>02</b>	Sierpień Piątek 18.00
<b>Magiczne brzmienie harmonijki</b>	
<b>12</b>	Sierpień Piątek 19.00
<b>Nie chce być poetą</b>	
<b>25</b>	Sierpień Piątek 19.00
<b>Pan Idealny</b>	
<b>03</b>	Wrzesień Zondag 11.00
<b>Joy</b>	
<b>05</b>	Wrzesień Piątek 19.00
<b>Pan Idealny</b>	



## Materiały wizerunkowe

Plakat

Projekt plakatu jest zgodny z podstawowymi zasadami użytkowania palety kolorów podstawowych i dodatkowych oraz brand patternu i piktogramów.

Plakat zachowuje formę minimalistyczną.



## Materiały wizerunkowe

Billboard

Projekt billboardu jest zgodny z podstawowymi zasadami użytkowania palety kolorów podstawowych i dodatkowych oraz brand patternu i piktogramów.

Billboard zachowuje formę minimalistyczną.



## Materiały wizerunkowe

Roll-up

Projekt roll-upu jest zgodny z podstawowymi zasadami użytkowania palety kolorów podstawowych i dodatkowych oraz brand patternu i piktogramów.

Roll-up zachowuje formę minimalistyczną.

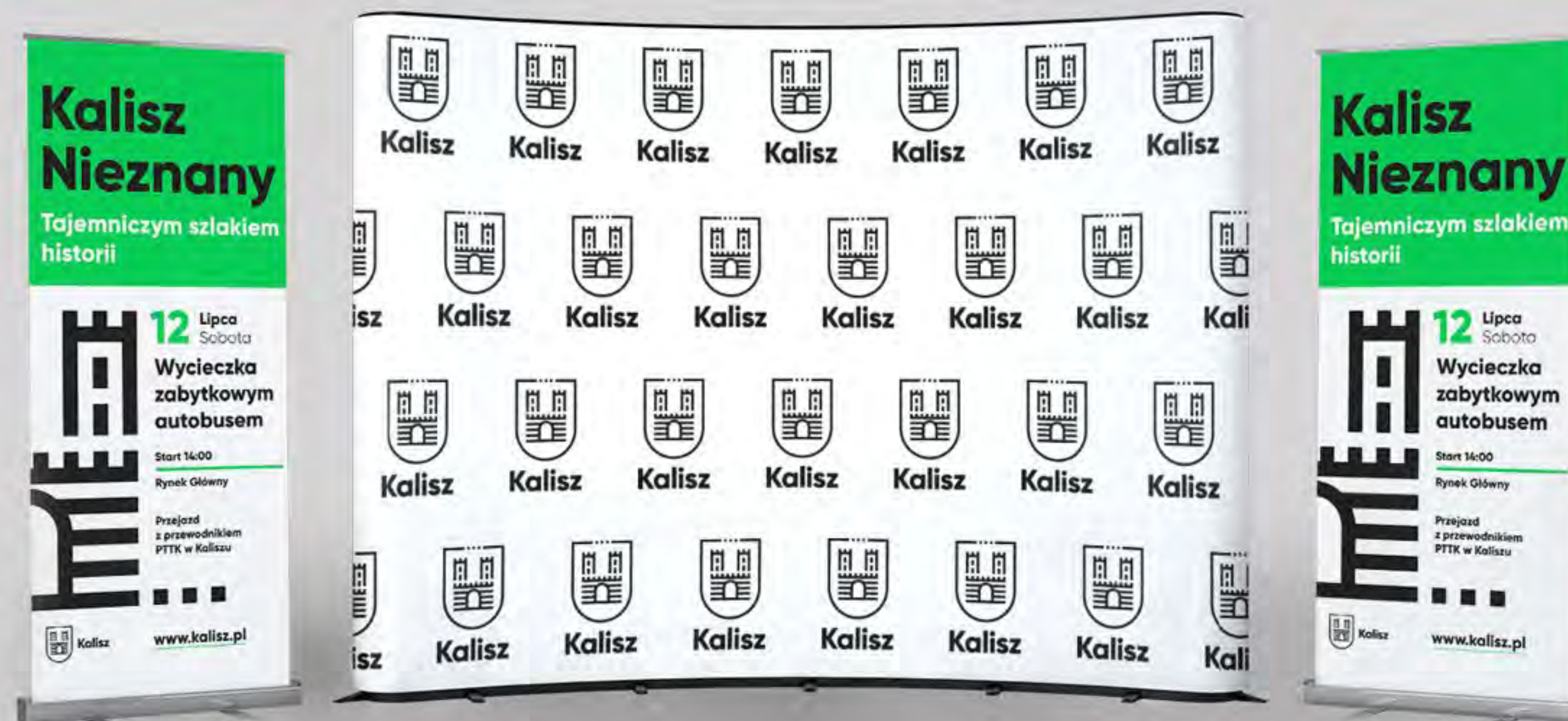


## Materiały wizerunkowe

Ścianka promocyjna

Projekt ścianki promocyjnej jest zgodny z podstawowymi zasadami użytkowania palety kolorów podstawowych i dodatkowych oraz brand patternu i piktogramów.

Ścianka zachowuje formę minimalistyczną.





## Materiały wizerunkowe

Prezentacja

Projekt prezentacji jest zgodny z podstawowymi zasadami użytkowania palety kolorów podstawowych i dodatkowych oraz brand patternu i piktogramów.

Prezentacja opiera się na kolorze niebieskim - #0d4d96 - kierowanym do odpowiedniej grupy docelowej.

Prezentacja zachowuje formę minimalistyczną.



**Kalisz**  
Dopisz swoją historię

# Kalisz



## Materiały wizerunkowe



Prezentacja

Projekt prezentacji jest zgodny z podstawowymi zasadami użytkowania palety kolorów podstawowych i dodatkowych oraz brand patternu i piktogramów.

Prezentacja opiera się na kolorze niebieskim - #0d4d96 - kierowanym do odpowiedniej grupy docelowej.

Prezentacja zachowuje formę minimalistyczną.

Kalisz, najstarsze miasto w Polsce i serce Aglomeracji Kalisko – Ostrowskiej to jeden z liderów innowacyjnego rozwoju województwa wielkopolskiego. Nasze miasto buduje swój potencjał w oparciu o dobrze wykształconych mieszkańców, dynamicznie rozwijający się rynek pracy oraz bezpośrednio sąsiedztwo dużych ośrodków rozwoju – Wrocławia, Poznania i Łodzi.

Dzięki działalności nowoczesnych centrów dydaktycznych i badawczych, w tym innowacyjnego Centrum Dydaktycznego Badań Kół Zębatach przy Państwowej Wyższej Szkole Zawodowej w Kaliszu, miasto jest gotowe do obsługi najbardziej wymagających inwestycji. Projekty realizowane przez instytucje otoczenia biznesu, w tym Wielkopolski Klaster Lotniczy, Klaster Spożywczy Południowej Wielkopolski czy Fundację Kaliski Inkubator Przedsiębiorczości efektywnie przyczyniają się do pogłębiania współpracy przedsiębiorców reprezentujących różne sektory produkcji i usług.

**Grzegorz Sapiński**  
Prezydent Miasta Kalisza



Prezentacja

Projekt prezentacji jest zgodny z podstawowymi zasadami użytkowania palety kolorów podstawowych i dodatkowych oraz brand patternu i piktogramów.

Prezentacja opiera się na kolorze niebieskim - #0d4d96 - kierowanym do odpowiedniej grupy docelowej.

Prezentacja zachowuje formę minimalistyczną.

# Instytucje Otoczenia Biznesu

Działalność instytucji otoczenia biznesu stanowi obok proinwestycyjnej, ukierunkowanej na rozwój gospodarczy polityki władz samorządowych, podstawowy obszar wsparcia dla przedsiębiorców tworzących biznesowe projekty.



## Materiały wizerunkowe

Prezentacja

Projekt prezentacji jest zgodny z podstawowymi zasadami użytkowania palety kolorów podstawowych i dodatkowych oraz brand patternu i piktogramów.

Prezentacja opiera się na kolorze niebieskim - #0d4d96 - kierowanym do odpowiedniej grupy docelowej.

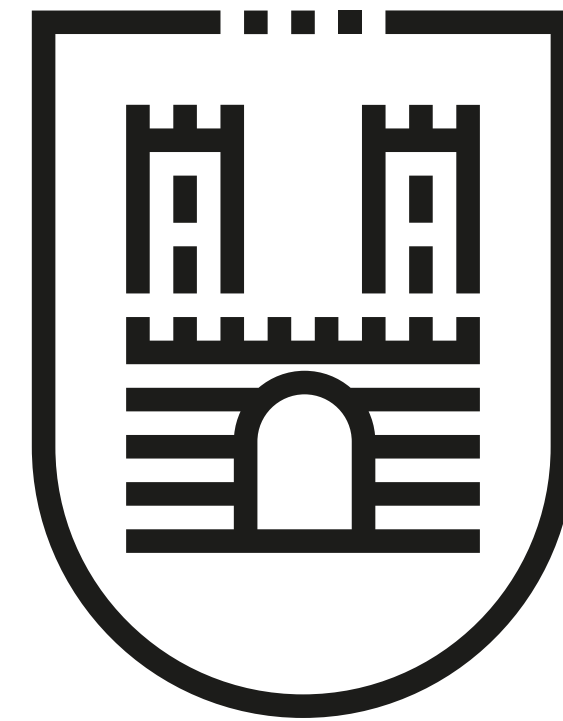
Prezentacja zachowuje formę minimalistyczną.



# Wielkopolski Klaster Lotniczy

Stowarzyszenie Przedsiębiorców Przemysłu Lotniczego „Wielkopolski Klaster Lotniczy” powstało w roku 2009 z inicjatywy najważniejszych firm lotniczych w regionie. Jest organizacją „non profit”, skupiającą firmy zaangażowane w działania na rzecz podnoszenia konkurencyjności branży lotniczej w Polsce. Obecnie do Wielkopolskiego Klastra Lotniczego należy ponad trzydzieści podmiotów o zróżnicowanym profilu działalności, w tym 6 firm o profilu typowo lotniczym tj. Pratt&Whitney Kalisz Sp. z o.o., WSK „PZL-Kalisz” S.A., Vac Aero Kalisz Sp. z o.o., Meyer Tool Poland Sp. z o.o., Teknequip Kalisz Sp. z o.o., Mikroma Polska S.A.





**Kalisz**

*Przewodniczący  
Rady Miasta Kalisza  
/.../  
Andrzej Plichta*

## **ZASADY STOSOWANIA ZNAKU GRAFICZNEGO LOGO MIASTA KALISZA**

**§ 1.** Logo jest własnością Miasta Kalisza

**§ 2.** Logo może być używane:

1. na wszystkich imprezach krajowych i zagranicznych, których Miasto Kalisz jest gospodarzem, uczestnikiem lub patronem,
2. podczas wszelkich wydarzeń o charakterze kulturalnym, sportowym, rekreacyjnym i turystycznym, a także przedsięwzięć dot. spotkań biznesowych, oficjalnych przyjęć okolicznościowych oraz z okazji publicznych uroczystości Miasta Kalisza,
3. przy projektowaniu wszelkich materiałów informacyjnych, promocyjnych i reklamowych, finansowanych z budżetu Miasta Kalisza,
4. jako element dekoracyjny na wszelkich materiałach promujących, w tym gadżetach, upominkach, pamiątkach i nagrodach, związanych z Miastem Kalisz,
5. w oficjalnej korespondencji urzędowej, w tym na wizytówkach i identyfikatorach, pismach, dokumentach i pieczęciach urzędowych,
6. we wszelkich materiałach promujących wydarzenia pod Honorowym Patronatem Prezydenta Miasta Kalisza, finansowanych oraz współfinansowanych przez Miasto Kalisz,
7. we wszystkich realizacjach graficznych, będących elementami działań informacyjnych, promocyjnych i reklamowych (m.in. broszury, foldery, informatory, reklamy prasowe, banery, plakaty, citylighty, zaproszenia, bilbordy), do sygnowania wydawnictw Miasta Kalisza.
8. Na oficjalnych stronach internetowych Urzędu Miasta Kalisza.

**§ 3.** Umieszczenie logo Miasta Kalisza wiąże się z przestrzeganiem szczegółowych zasad, zgodnie z wytycznymi określonymi w Księdze Znak, Systemie Identyfikacji Wizualnej, stanowiącej załącznik Nr 1 do niniejszej uchwały.

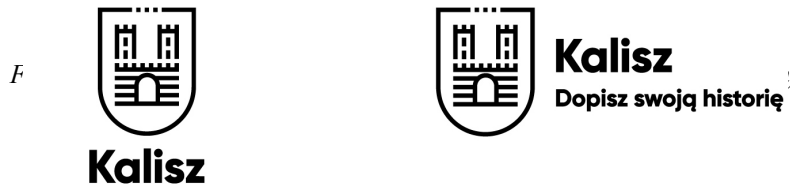
**§ 4.** Logotyp Miasta Kalisza składa się z zamkniętego w kształcie herbu uproszczonego wizerunku muru miejskiego z bramą oraz dwiema basztami. Logotyp występuje w dwóch formach: sygnetu – motyw graficzny (wersja podstawowa) oraz sygnetu – motywu graficznego wraz z elementami typograficznymi – nazwą miasta „Kalisz”.

Elementy logotypu zawsze występują w stałej proporcji i położeniu względem siebie. W uzasadnionych przypadkach dopuszcza się stosowanie logo w dwóch formach, ale tylko w określonych przypadkach, w zależności od konieczności zastosowania i przeznaczenia:

1. podstawowa forma logotypu to sygnet ze słowem „Kalisz”. Logotyp jest ściśle powiązany z hasłem „Dopisz swoją historię”. Powszechnie należy używać logo w wersji rozszerzonej, z hasłem. W uzasadnionych przypadkach istnieje możliwość zmiany treści podpisu. Modyfikacje należy przeprowadzić zgodnie z ustalonymi zasadami. Wariant logo bez hasła ma zastosowanie tylko w tych obszarach komunikacji, gdzie ze względów technologicznych użycie logo z hasłem byłoby nieczytelne (na przykład tłoczenie, grawerunek, itp., lub zbyt małe pole zadruku) oraz w przypadku, gdy wzbudzałyby to niepożądane i niestosowne skojarzenia. Dopuszcza się stosowanie logo w wersji achromatycznej oraz monochromatycznej, ale tylko w uzasadnionych przypadkach. Na przykład w tych obszarach komunikacji, gdzie wykorzystanie wersji pełnokolorowej jest niemożliwe, ze względów technologicznych (tłoczenie, grawerunek, druk czarno-biały). Należy jednak podkreślić, że stosowanie logo w wariantach achromatycznych, dopuszczalne jest jedynie w obrębie kolorystyki przedstawionej w Systemie Identyfikacji Wizualnej Miasta Kalisza.



*Forma podstawowa polskojęzyczna (pion i poziom)*



2. Kolorystyka i sposób postrzegania marki. Kolorem podstawowym logo jest czerń. Dopuszcza się jednak stosowanie wybranych, odpowiednich, kolorów odpowiadających grupom docelowym i odbiorcom, dla których stworzony został nowy wizerunek miasta (turyści, przedsiębiorcy, mieszkańcy), zgodnie z wytycznymi Systemu Identyfikacji Wizualnej Miasta Kalisza.
3. Wielkości minimalne określają najmniejszy możliwy rozmiar logo, przy którym znak zachowuje czytelność. Wielkości minimalne są różne dla różnych technik druku. W przypadku niewymienionych w Księdze Znaku należy zawsze sprawdzić czytelność logo na wydrukach próbnych. Użycie logo w mniejszych rozmiarach i nieodpowiednie dostosowanie ich do potrzeb może spowodować utratę jego czytelności.



2. System Identyfikacji Wizualnej Miasta Kalisza dopuszcza zastosowanie dowolnego tła, na które można nanieść logo zgodnie z zasadami SIW, jednakże tło musi stanowić integralną część z logo i projektem. Zakazuje się umieszczania logo na wzorzystych tłach, co skutkuje jego nieczytelnością i brakiem identyfikacji z miastem Kalisz.
3. Zgodnie z Systemem Identyfikacji Wizualnej Miasta Kalisza ustalono (obszar) pole ochronne wokół logotypu, w którym nie mogą się znaleźć żadne elementy graficzne oraz tekstowe.
4. W projektach graficznych materiałów informacyjnych i promocyjnych wydanych w związku z przedsięwzięciem współorganizowanym lub współfinansowanym przez Miasto Kalisz, powinna zostać zawarta informacja o tym fakcie poprzez:
  1. Umieszczenie logo Miasta Kalisza w obszarze specjalnie wydzielonym w projekcie graficznym w celu prezentacji patronów, sponsorów itp. (Niezbędne jest wówczas poprzedzenie logo odpowiednim zapisem - „<<Nazwa wydarzenia>> (możliwe jest również zastosowanie sformułowania: koncert/konkurs/mecz/wydarzenie) pod honorowym patronatem <<imię i nazwisko>> Prezydenta Miasta Kalisza”. Powyższe zdanie powinno być umieszczone u góry plakatu, umiejscowienie logo - najlepiej w prawym górnym rogu (Załącznik nr 1 do Załącznika nr 2 do uchwały – ZASADY STOSOWANIA ZNAKU GRAFICZNEGO LOGO MIASTA KALISZA).
  2. Bez względu na każdy projekt graficzny materiałów informacyjnych, promocyjnych, itp., zawierających herb Miasta Kalisza lub logo Miasta Kalisza, przed upowszechnieniem powinien być sprawdzony i zaakceptowany przez Biuro Komunikacji Społecznej Urzędu Miasta Kalisza. W tym celu należy przesłać projekt w wersji elektronicznej (jpg. pdf) na adres [bks@um.kalisz.pl](mailto:bks@um.kalisz.pl).

*Przewodniczący  
Rady Miasta Kalisza  
/.../  
Andrzej Plichta*

Załącznik nr 1 do  
Załącznika nr 2 do uchwały  
– ZASADY STOSOWANIA ZNAKU GRAFICZNEGO LOGO MIASTA KALISZA

Wydarzenie pod honorowym patronatem  
*Imię Nazwisko Prezydenta Miasta Kalisza*



**Kalisz**  
Dopisz swoją historię

Nazwa  
wydarzenia  
**WZÓR**



**Kalisz**



[www.kalisz.pl](http://www.kalisz.pl)

*Przewodniczący  
Rady Miasta Kalisza  
/.../  
Andrzej Plichta*