
Załącznik nr 1 do Uchwały nr 107/1257/12
Zarządu Wjewództwa Lubuskiego
z dnia 2 maja 2012 roku

Wytyczne Urzędu Marszałkowskiego
Województwa Lubuskiego
w zakresie informacji i promocji
Województwa Lubuskiego

Słowo wstępne _____	3
1. Definicje _____	4
2. Informacje ogólne _____	4
3. Logo _____	5
Warstwa formalna _____	5
Kształt _____	5
Perspektywy _____	5
Nazwa _____	6
Wersja podstawowa logo _____	6
Wersja rozszerzona logo _____	6
Wersja monochromatyczna logo _____	6
Kolorystyka _____	7
Herb _____	7
Prezentacja na różnych tłach _____	8
4. Obowiązki Beneficjentów _____	9
Zasady stosowania informacji o zadaniu _____	9
Patronat Honorowy Marszałka Województwa Lubuskiego _____	12
Oznaczanie pomieszczeń _____	13
Oznaczanie sprzętu i wyposażenia _____	14
Oznaczanie publikacji i materiałów promocyjnych _____	15
Audycje radiowe, strony internetowe _____	16
Zakończenie _____	17



Lubuskie
Warte zachodu



Wstęp

Celem Wytycznych jest przedstawienie zasad oznaczania wszystkich zadań wspieranych przez Zarząd Województwa Lubuskiego.

Stosowanie Wytycznych jest obowiązkowe dla wszystkich organizacji, które otrzymały zgodę Zarządu dotację na realizację programu współpracy Województwa Lubuskiego z organizacjami pozarządowymi, dla realizujących usługi na rzecz Województwa Lubuskiego na podstawie Umowy/Zamówienia oraz dla organizacji, które otrzymały Patronat Honorowy Marszałka Województwa Lubuskiego.

Za koordynację działań informacyjnych i promocyjnych odpowiada Departament Rozwoju Regionalnego Urzędu Marszałkowskiego Województwa Lubuskiego. W procesie komunikacji uczestniczą również inne Departamenty zaangażowane w realizację programu współpracy Województwa Lubuskiego z organizacjami pozarządowymi oraz organizatorami przedsięwzięć, które objęte są Patronatem Honorowym Marszałka Województwa Lubuskiego.

Informacje ogólne:

Niniejsze wytyczne określają podstawowe wymagania odnośnie działań informacyjno-promocyjnych. Wskazują zasady wizualizacji poszczególnych elementów, a także charakteryzują narzędzia stanowiące podstawę działań informacyjnych i promocyjnych.

Wymagania w zakresie działań informacyjno-promocyjnych, powinny być stosowane w szczególności do:

- materiałów konferencyjnych, multimedialnych, szkoleniowych, broszur, ulotek, plakatów, gadżetów,
- materiałów prasowych,
- stron internetowych informujących o realizowanym zadaniu,
- pozostałych elementów zadania, dla których nie określono specyficznych wymagań.

Szczegółową specyfikację logo zawiera Księga Marki Lubuskie.

Ilekroć w niniejszych wytycznych mowa jest o:

Urządzie - należy przez to rozumieć Urząd Marszałkowski Województwa Lubuskiego w Zielonej Górze,

Marszałku - należy przez to rozumieć Marszałka Województwa Lubuskiego,

Zarządzie - należy przez to rozumieć Zarząd Województwa Lubuskiego,

Wytycznych - należy przez to rozumieć wytyczne UMWL w zakresie informacji i promocji,

Zadaniu - należy przez to rozumieć zadanie realizowane pod Patronatem Honorowym Marszałka Województwa Lubuskiego lub w ramach programu współpracy Województwa Lubuskiego z organizacjami pozarządowymi lub współfinansowane przez Zarząd Województwa Lubuskiego na podstawie umowy bądź zamówienia,

Patronacie - należy przez to rozumieć Patronat Honorowy Marszałka Województwa Lubuskiego,

Herbie - należy przez to rozumieć Herb Województwa Lubuskiego,

Logo - należy przez to rozumieć logo Województwa Lubuskiego składające się ze: **znaku**, nazwy **Lubuskie** oraz hasła **Warte zachodu**.

Beneficjencie - należy przez to rozumieć podmiot, który otrzymał Patronat Honorowy Marszałka Województwa Lubuskiego, wykonuje usługę na rzecz Województwa Lubuskiego na podstawie zamówienia lub umowy oraz otrzymał dotację decyzją Zarządu Województwa Lubuskiego.

■ Logo

Głównym elementem identyfikacji wizualnej Marki Lubuskie jest logo. Użyte w nim elementy graficzne w sposób abstrakcyjny komunikują cechy charakterystyczne województwa.

Warstwa formalna

■ Kolorystyka

Kolorystyka znaku czerpie z natury, wskazuje na zasoby naturalne. Kolory są nasycone, pogodne (słoneczne) i pozytywne. Jasne kolory (eteryczny błękit i żywa żółcień) dodają znakowi lekkości – odnoszą się do mobilności Lubuszan. Błękit nieba komunikuje czyste powietrze – przestrzeń życiową i wynikającą z tego jakość życia, zieleń wskazuje na zasoby leśne, ciemny kształt rzeki uzmysławia główny walor Odry jako kręgosłupa województwa. Kolory zostały dobrane w taki sposób, aby nakładając się na siebie, tworzyły nowe barwy: błękit nieba nałożony na żółcień pól tworzy addytywny kolor zielony – symbolizujący zieleń lasów. Granatowy kolor rzeki nałożony na żółcień pól zmienia kolor na niejednoznaczną ciemną barwę – umożliwiając 3 różne interpretacje kształtu: jako rzeki, drogi lub granicy kraju.

■ Kształt

Ciemny kształt drogi/granicy/rzeki oraz dynamiczna forma całego znaku są wizualną ekspresją głównego atutu województwa polegającego na jego położeniu geograficznym – w odniesieniu do lokalizacji na przecięciu szlaków drogowych, jak i w sąsiedztwie granicy kraju. Formy znaku są zaokrąglone, ponieważ Lubuszanie, lubią swoje miejsce zamieszkania, są otwarci na przybyszów, więc chcą, żeby znak był ciepły, miękki, zachęcający do kontaktu.

■ Perspektywy

Kierunek w lewo (na Zachód) podkreślony zbiegającymi się liniami pokazuje położenie województwa na mapie Polski, ale również dynamizuje znak.



Lubuskie
Warte zachodu

Logo

Logo składa się z kolorowego znaku, nazwy „Lubuskie” oraz hasła „Warte zachodu”.

■ Nazwa „Lubuskie”, umieszczona zawsze po prawej stronie, jest zapisana zgodnie z zasadami zapisu nazw własnych, kolorem ciemnego błękitu zaczerpniętego z logo. Elementy te tworzą zamknięty układ graficzny o stałych, określonych proporcjach i kolorystyce.

■ Wersja podstawowa logo rozszerzona jest o hasło „Warte zachodu”. Hasło „Warte zachodu”, umieszczone pod nazwą „Lubuskie” i wyrównane do prawej, jest zapisane czcionką koloru ciemnego błękitu zaczerpniętego z logo.

■ Wersja monochromatyczna logo - symbol w wersji jednokolorowej – został zmodyfikowany tak, by przy użyciu jednego koloru (bez przejść tonalnych) zachowywał wrażenie przestrzenności. Tylko użycie tak zbudowanych/ zapisanych wersji logo gwarantuje prawidłowe odwzorowanie kolorystyki.

■ Uwaga!

Użycie logo wymaga każdorazowo akceptacji Urzędu Marszałkowskiego Województwa Lubuskiego, Departamentu Rozwoju Regionalnego.

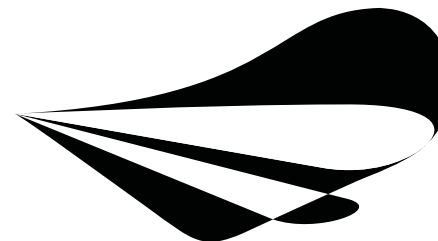
znak



nazwa

Lubuskie
Warte zachodu

hasło



Lubuskie
Warte zachodu

Logo

Logo w podstawowej wersji występuje w formie barwnej. Kolorystyka określona jest odpowiednimi barwami według palety PANTONE, CMYK i RGB (w zależności od techniki reprodukcji). W sytuacji, gdy niemożliwe jest użycie podstawowej wersji logo, można zastosować jedną z jego wersji uzupełniających.



CMYK	C 40 M 5 Y 100 K 0	C 30 M 0 Y 0 K 0	C 84 M 45 Y 0 K 0	C 9 M 0 Y 100 K 0	C 90 M 30 Y 100 K 20
RGB	R 167 G 197 B 57	R 170 G 225 B 250	R 20 G 124 B 193	R 243 G 234 B 0	R 0 G 114 B 59
PANTONE	583 C	635 C	660 C	102 C	364 C

Herb Wyróżnik województwa – herb jednostki terytorialnej. Musi występować na materiałach promocyjnych z dopiskiem: „Patronat Honorowy Marszałka Województwa Lubuskiego”.



CMYK	C 0 M 100 Y 100 K 0	C 40 M 5 Y 100 K 0	C 40 M 5 Y 100 K 0	C 40 M 5 Y 100 K 0	C 40 M 5 Y 100 K 0
RGB	R 167 G 197 B 57	R 167 G 197 B 57	R 167 G 197 B 57	R 167 G 197 B 57	R 167 G 197 B 57
PANTONE	485 C	362 C	3945 C	Process Black C	Trans. White C

Prezentacja na różnych tłach

Logo może występować na jednolitych aplach kolorystycznych oraz tłach niejednorodnych (np. fotografie). Przy wyborze wersji znaku w zależności od tła kluczową kwestią jest jego czytelność.

Ekspozycja znaku nie powinna zaburzać jego rozpoznawalności oraz pozbawiać go tożsamości.



■ Obowiązki beneficjentów

Beneficjent zobowiązany jest do stosowania aktualnych wytycznych i aktualizowania działań informacyjno-promocyjnych w razie ich zmiany.

Beneficjent informuje opinię publiczną o zadaniu za pomocą nośników podstawowych opisanych szczegółowo w dalszej części wytycznych.

Beneficjent jest zobowiązany do promowania zadania od dnia podpisania umowy o współfinansowanie/otrzymaniu Patronatu Honorowego Marszałka Województwa Lubuskiego. Od tego dnia beneficjenta zaczynają obowiązywać wytyczne prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych.

Stosowanie informacji o zadaniu

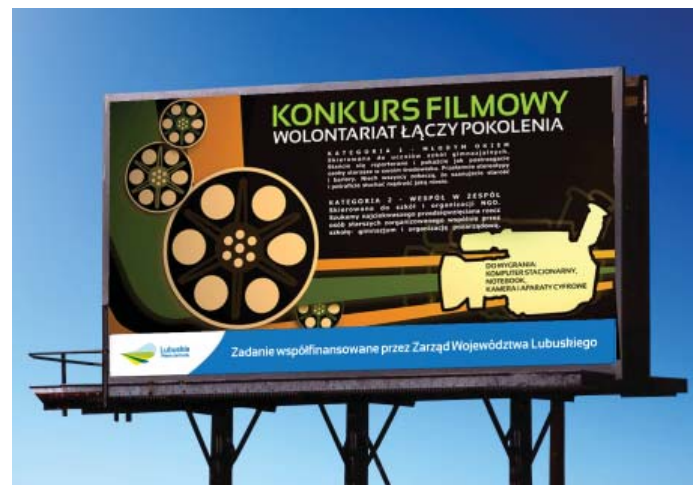
Za informację o zadaniu, rozumie się tekst informujący o tym, że przedsięwzięcie jest współfinansowane przez Zarząd w ramach dotacji dla organizacji pożytku publicznego/w ramach podpisanej umowy o współpracy pomiędzy beneficjentem a Województwem Lubuskim/zostało objęte Patronatem Honorowym Marszałka Województwa Lubuskiego. W informacji nie powinno używać się żadnych skrótów, tj. używane powinny być pełne nazwy: Marszałek Województwa Lubuskiego, Zarząd Województwa Lubuskiego, Województwo Lubuskie, Lubuskie, Urząd Marszałkowski Województwa Lubuskiego. Należy również zadbać o dostrzegalność oznaczeń, tak by oznaczenia wraz z informacją o współfinansowaniu/patronacie były widoczne dla odbiorców.

W ramach przedsięwzięć oznaczone muszą być:

1. materiały konferencyjne, multimedialne, szkoleniowe, broszury, ulotki, plakaty, gadżety,
2. materiały prasowe,
3. strony internetowe.



Lubuskie
Warte zachodu



Zadanie współfinansowane przez Zarząd Województwa Lubuskiego

Obowiązki beneficjentów

Wszystkie działania informacyjno-promocyjne prowadzone przez beneficjentów muszą zawierać co najmniej:

1. W przypadku Patronatu:
 - Herb + informacja Patronat Honorowy Marszałka Województwa Lubuskiego.
2. W przypadku innych zadań:
 - logo,
 - informację o współfinansowaniu w zależności od wielkości i rodzaju materiału informacyjno-promocyjnego wraz z innymi logotypami uzupełniającymi i hasłami promocyjnymi.

UWAGA

Należy pamiętać, że obowiązek stosowania logo uzależniony jest od wielkości materiału informacyjno – promocyjnego.

Zasady oznaczania projektów i działań informacyjno-promocyjnych

Wszelkie materiały informacyjne, promocyjne i szkoleniowe, w zależności od ich wielkości, rodzaju i techniki wykonania muszą być oznaczane według dwóch możliwych wariantów:

1. wariant podstawowy - dla dużych materiałów (materiały duże, multimedialne, wybrane drukowane),
2. wariant minimalny - dla małych materiałów (materiały małe, wybrane drukowane). Wybór zastosowanego wariantu zależy od wielkości materiału, rodzaju i techniki wykonania.

Przykładowy podział wybranych materiałów promocyjnych dla tego wariantu prezentuje tabela:

Przykłady materiału promocyjnego	Elementy wizualizacji
<ol style="list-style-type: none">1. Duże materiały:<ol style="list-style-type: none">a. tablice informacyjne, pamiątkowe, reklamowe,b. billboardy, plakaty,c. bannery, standy, roll-up, ścianki konferencyjne,d. namioty, stoiska wystawowe itp.2. materiały drukowane:<ol style="list-style-type: none">a. publikacje np. dokumenty, broszury, ulotki itp.,b. notatniki, dyplomy, certyfikaty,c. informacje prasowe, reklamy i ogłoszenia prasowe,3. strony internetowe, bazy danych4. filmy i reklamy telewizyjne5. prezentacje Power Point6. naklejki na sprzęt i wyposażenie	<p>Materiały informacyjne i promocyjne muszą zawierać obowiązkowo:</p> <ol style="list-style-type: none">a. Logob. Informację o współfinansowaniu za wyjątkiem pkt 1.d.

Obowiązki beneficjentów

Uwagi:

1. Logo musi być umieszczone w widocznym miejscu materiału.

2. Informacja o współfinansowaniu może być umieszczona w dowolnym miejscu materiału. Treść informacji o współfinansowaniu nie powinna być nadmiernie rozbudowywana.

3. W przypadku materiałów wymienionych w punkcie 3,4,5 oraz innych materiałów multimedialnych dopuszczalne jest tworzenie i stosowanie animowanych wersji elementów wizualizacji.

Wariant minimalny dla małych materiałów

Wariant minimalny zakłada, że małe materiały promocyjne oraz wybrane materiały drukowane będą zawierały, co najmniej: znak + nazwę, a opcjonalnie jeśli to możliwe: pełne logo.

Przykładowy podział wybranych materiałów promocyjnych:

Przykłady materiału promocyjnego	Elementy wizualizacji
1. małe materiały: a. smycze, b. identyfikatory, 2. materiały drukowane: a. papier firmowy, b. bilety wizytowe, c. karty grzecznościowe, d. koperty.	Materiały informacyjne i promocyjne muszą zawierać obowiązkowo: 1. Znak + nazwę



Pole ochronne jest niezbędne do zachowania czytelności znaku. W obszarze chronionym nie mogą się znajdować inne elementy graficzne, pola tekstowe i krawędzie materiału. Pole wyznaczone jest odległością połowy wysokości znaku.

Wersja minimalna logo nie powinna być mniejsza niż 9 mm wysokości.

Wersja minimalna znaku z nazwą nie powinna być mniejsza niż 8 mm wysokości.

Wersja minimalna znaku bez nazwy i hasła nie powinna być mniejsza niż 6 mm.



Patronat Honorowy Marszałka Województwa Lubuskiego

Beneficjent, któremu przyznany został Patronat Honorowy Marszałka Województwa Lubuskiego nad zadaniem, zobowiązany jest do umieszczenia tej informacji we wszystkich materiałach promocyjnych, reklamowych i informacyjnych.

Informacja, w zależności od wielkości i rodzaju materiału promocyjnego musi zawierać co najmniej:

- Herb Województwa Lubuskiego + *Patronat Honorowy Marszałka Województwa Lubuskiego*, a dodatkowo:
- logo.

Informacja o Patronacie Honorowym Marszałka Województwa Lubuskiego powinna zawierać co najmniej **15%** powierzchni materiału.

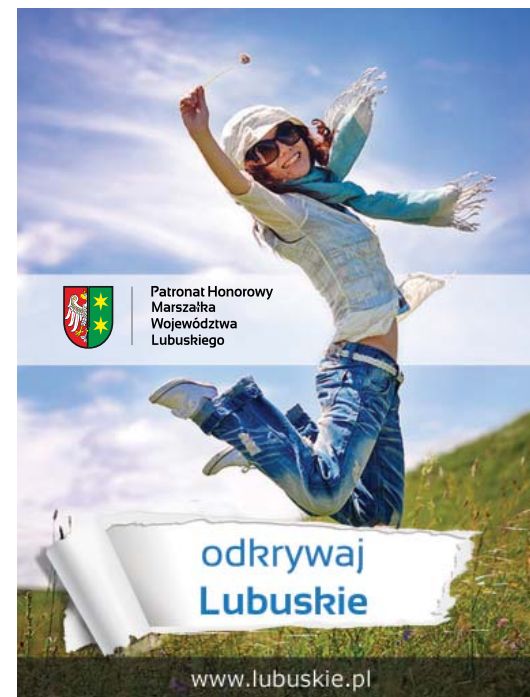


**Patronat Honorowy
Marszałka
Województwa
Lubuskiego**



Lubuskie
Warte zachodu

**Patronat Honorowy
Marszałka
Województwa
Lubuskiego**



Oznaczanie pomieszczeń, w których realizowane jest zadanie

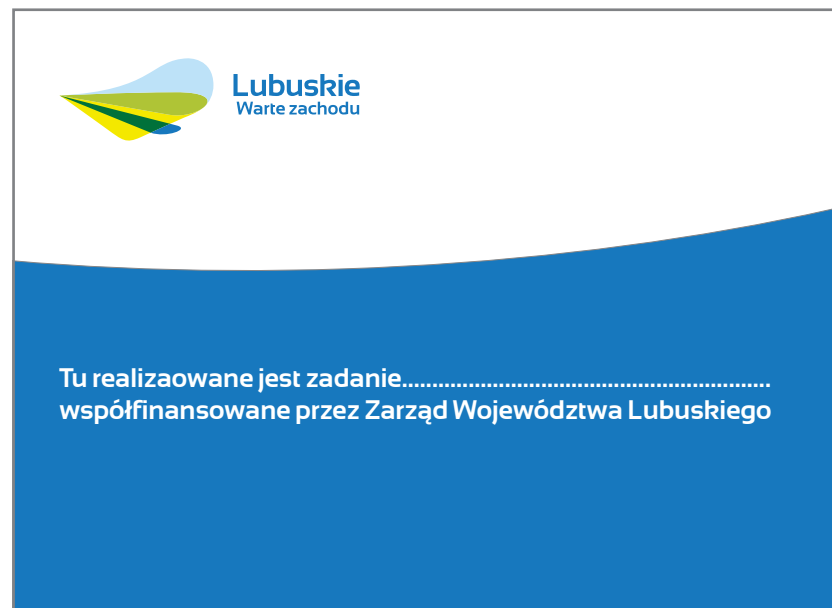
Pomieszczenie, w którym realizowane jest zadanie powinno zostać oznaczone poprzez wywieszenie plakatu, tablicy informacyjnej, naklejki lub innego rodzaju materiału zawierającego logo oraz informację o realizowaniu zadania współfinansowanego przez Zarząd. Informacja powinna być umieszczona w widocznym miejscu i czytelna dla wszystkich osób uczestniczących w działaniach realizowanych w danym miejscu.

Plakat/tablica nie musi zawierać wyłącznie logo i informację o współfinansowaniu, może również zawierać dowolną formę graficzną, rysunek, w takim wypadku informacja o współfinansowaniu wraz z logo powinna zawierać co najmniej **15%** powierzchni plakatu, tablicy.

Dodatkowo należy pamiętać, że podczas spotkań informacyjnych i konferencji wszyscy uczestnicy projektów powinni mieć świadomość, że uczestniczą w zadaniu.

W przypadku organizacji koncertów, konferencji, seminariów, warsztatów i innych imprez promocyjnych logo oraz informacja o współfinansowaniu imprezy powinna się znaleźć co najmniej na:

- zaproszeniach – zarówno przekazywanych w formie papierowej, jak i elektronicznej, lub w formie ogłoszenia prasowego;
- plakatach;
- materiałach, które otrzymują uczestnicy spotkania;
- scenografii, wystroju stanowiska w formie bannerów;
- materiałach szkoleniowych, w tym prezentacjach i publikacjach multimedialnych;
- dyplomach.



Oznaczanie sprzętu i wyposażenia

Sprzęt oraz wyposażenie (komputery, drukarki, aparaty fotograficzne itp.) zakupiony/amortyzowany/wynajęty/leasingowany na potrzeby zadania musi być wyraźnie oznakowany, np. za pomocą naklejki – w widocznym miejscu; w przypadku przedmiotów, na których nie ma możliwości zamieszczenia czytelnych logo i informacji o współfinansowaniu (np. małe aparaty fotograficzne, dyktafony itp.) możliwe jest ich zamieszczenie na opakowaniu/etui sprzętu. Naklejka informująca o współfinansowaniu powinna być wyraźna i czytelna. Na naklejce ma znajdować się komunikat informujący, że sprzęt jest współfinansowany przez Zarząd w ramach zadania oraz logo (dopuszczalne jest stosowanie wersji kolorystycznych logo (podstawowy, monochromatyczny itd.).

Nie ma obowiązku oznaczania materiałów biurowych oraz małego sprzętu o niewielkiej wartości, np. zszywacze, dziurkacze itp. zakupionego na potrzeby biurowe.



Oznaczanie publikacji i materiałów promocyjnych

Wszystkie publikacje powinny zawierać logo oraz informację o zadaniu – co najmniej na stronie redakcyjnej. Logo może pojawić się również jako elementy graficzne także na okładkach i innych elementach publikacji. W przypadku materiałów drukowanych nie posiadających strony tytułowej ani redakcyjnej (broшуry, ulotki, foldery do 4 stron) informacja o współfinansowaniu zadania wraz z logo powinna się znaleźć na pierwszej i ostatniej stronie publikacji. W przypadku publikacji i dużych materiałów informacyjno-promocyjnych, informacja o zadaniu może znaleźć się w dowolnym miejscu takiego materiału, niezależnie od występowania logo, tylko musi być ona umieszczona poza ciągiem logotypów.

Na publikacjach w wersji elektronicznej (płyty CD, DVD, pamięci flash, do pobrania z www itp.) na pierwszej stronie/pierwszym widocznym ekranie/oknie powitania, które ukazuje się jako pierwsze podczas odtwarzania materiałów zamieszczonych na nośniku danych powinna znaleźć się informacja o współfinansowaniu zadania wraz z logo. Ponadto w przypadku nośników takich jak CD lub DVD informacja o zadaniu powinna znaleźć się również na płycie oraz okładce płyty (jeśli występuje, a front zapakowanej płyty jest niewidoczny). W przypadku prezentacji multimedialnych (Power Point, Flash, itp.) – co najmniej na pierwszym i ostatnim slajdzie/oknie powinna znaleźć się informacja o współfinansowaniu zadania wraz z logo.

W przypadku realizacji materiałów audiowizualnych – w szczególności filmów, spotów reklamowych logo oraz informacja o współfinansowaniu zadania powinna znaleźć się na początku lub na końcu materiału.

Taka informacja powinna mieć formę tablicy/banneru/slajdu i zawierać co najmniej **15%** ekranu/powierzchni i powinna być widoczna przez nie mniej niż 3 sekundy.



Obowiązki beneficjentów

Audycje radiowe

W przypadku materiałów radiowych, na początku lub na końcu powinna zostać odczytana informacja o tym, że dana audycja jest współfinansowana przez Zarząd.

Strony internetowe

Powinny zawierać przynajmniej na stronie głównej logo oraz informację o współfinansowaniu. O ile jest to możliwe (pozwala na to koncepcja techniczna i graficzna), logo powinno się również znaleźć na kolejnych podstronach portalu internetowego. Strona taka powinna również posiadać link do głównej strony Województwa Lubuskiego: www.lubuskie.pl.

W przypadku np. bannerów internetowych lub filmów wideo znak graficzny oraz logo nie zawsze muszą pozostawać statyczne. Istnieje możliwość stworzenia i odtwarzania animowanej wersji znaku graficznego i logo pod warunkiem, że po wprowadzeniu elementów animowanych znak graficzny i logo powrócą do właściwej formy statycznej i efekt ten będzie wyraźnie widoczny. Animacji może podlegać zarówno sam znak lub hasło (poszczególne litery lub słowa w ruchu), jak również oba te elementy jednocześnie.



Baner na stronę internetową



Nadzór nad przestrzeganiem wytycznych

Nadzór nad przestrzeganiem wytycznych w zakresie informacji i promocji Województwa Lubuskiego w realizowanych zadaniach będzie egzekwowany na podstawie zapisów umowy o dofinansowanie zadania, zawartej między Beneficjentem a Województwem Lubuskim.

Niedopełnienie warunków umowy w tym zakresie może skutkować koniecznością zwrotu nieprawidłowo wydanych środków, w skrajnych przypadkach rozwiązaniem umowy o współfinansowanie zadania.

Nad przestrzeganiem wytycznych w zakresie informacji i promocji Województwa Lubuskiego będzie pełnił nadzór departament Urzędu Marszałkowskiego Województwa Lubuskiego, który prowadzi merytorycznie dane zadanie.