

**Starachowice mają nowe logo, hasło promocyjne oraz System Identyfikacji Wizualnej. Realizacja tego projektu była możliwa dzięki pozyskaniu funduszy norweskich.**



- Logo nie zastępuje herbu. Herb pozostaje podstawowym i najważniejszym symbolem miasta, stosowanym jako znak oficjalny - podkreślał na czwartkowej konferencji prasowej Prezydent Miasta Marek Materek. - Logo będzie spełniać inne funkcje, jest szansą na przedstawienie miasta poprzez zauważalny i zapamiętywany symbol. W prosty sposób ma wyrazić jego charakter i potencjał. Jest skierowane do mieszkańców, ale również turystów czy inwestorów, dlatego pod uwagę braliśmy głos różnych grup społecznych. Dążyliśmy do tego, by logo wyrażało tożsamość miasta, podkreślało jego historię, a zarazem obrazowało dynamikę rozwoju, walory przyrodnicze i nowoczesność.



### **Nowoczesne, rozwijające się miasto**

Przedmiotem zamówienia było opracowanie Systemu Identyfikacji Wizualnej dla Miasta Starachowice, który miał uwzględniać specyfikę miasta oraz potencjał turystyczny i gospodarczy Starachowic, jak również wskazywać na nowoczesne, rozwijające się miasto.

Opracowanie zostało zrealizowane w ramach projektu pn. „Kierunek Przyszłość – Starachowicki Program Rozwoju Lokalnego”, finansowanego z Norweskiego Mechanizmu Finansowego na lata 2014-2021 (85%) oraz budżetu państwa (15%) z Programu „Rozwój Lokalny”.

W postępowaniu najkorzystniejszą ofertę złożyła firma APLAN MEDIA Sp. z o.o. z Łodzi. Celem podjętego wysiłku przez zespół projektowo-graficzny było wzmocnienie wizerunku Miasta Starachowice jako miasta kompaktowego, przyjaznego dla mieszkańców, cyfrowego wykorzystującego nowoczesne technologie do komunikacji z mieszkańcami, zielonego, będącego liderem rozwoju przemysłu w regionie świętokrzyskim.

## Billboard / baner



Format: 125 x 300 cm

System Identyfikacji Wizualnej Miasta Starachowice

## Przeprowadzono konsultacje społeczne

Wykonawca został w pierwszej kolejności zobowiązany do:

1. Dokonania diagnozy marki Starachowice poprzez:
  - a. Przeprowadzenie ankiet pozwalających na ocenę diagnozy stanu marki Starachowice i jej postrzegania przez różne grupy odbiorców tj. seniorów, młodzieży, turystów, osób przyjeżdżających do pracy, przedsiębiorców, mieszkańców i osób spoza miasta zamieszkujących w województwie świętokrzyskim
  - b. Zorganizowania 3 spotkań fokusowych – seniorzy, młodzież, przedsiębiorcy
  - c. Przeprowadzenia konsultacji społecznych wypracowanego znaku marki w formie formularza konsultacyjnego i spotkania otwartego z mieszkańcami, zgodnie z Regulaminem Konsultacji Społecznych w Gminie Starachowice, wraz z opracowaniem raportu.

### Gadżety reklamowe

Kubek



---

System Identyfikacji Wizualnej Miasta Starachowice

W wyniku tych prac powstały 3 wersje logotypu - o charakterze subtelnym i minimalistycznym. - Te wersje zostały przedstawione na konsultacjach społecznych. Uważnie wsłuchaliśmy się w głos ich uczestników, jak również mieszkańców, którzy wyrażali swoje opinie w mediach społecznościowych. W wyniku analizy tych wypowiedzi, wspólnie z wykonawcą podjęliśmy decyzję o dalszych pracach nad logotypem, poprzez uwzględnienie uwag i wskazówek zgłoszonych przez mieszkańców. Celem naszych starań było wypracowanie takiej wersji logotypu, który spełni oczekiwania Starachowiczian - zaznaczał Prezydent Marek Materek.

- Ukłony dla władz miasta, które są świadome tego, co robią. Samo opracowanie postępowania, które pozwoliło nam na ubieganie się o to zlecenie, było przygotowane w sposób kompleksowy i bardzo profesjonalny, mocno uwzględniało dialog z mieszkańcami, który dla Prezydenta Miasta jest bardzo ważny, co odczuwaliśmy na każdym kroku. Staraliśmy się tak prowadzić nasze prace, żeby uszanować zdanie mieszkańców i kierunki rozwoju miasta. Zapał i profesjonalizm po stronie służb Prezydenta Miasta napędzał do działania. To fajne, bo widać, że ten sektor publiczny naprawdę się zmienił - podkreślał Michał Wasilewski, prezes zarządu Aplan Media.

## Identyfikator



Format: A7 (105 x 75 mm), poziom



System Identyfikacji Wizualnej Miasta Starachowice

## Młot, kowadło, wieża ciśień

Podczas czwartkowej konferencji prasowej przedstawiono nowe logo, hasło promocyjne oraz Księgę Systemu Identyfikacji Wizualnej Miasta Starachowice.

Sygnet (główny znak logo) czerpie swą genezę z herbu Starachowic - w obu znakach znajdują się młot i kowadło. W sygnecie przedstawiono też koło zębate, czyli symbol kojarzący się z przemysłem oraz wieżę ciśnień, będącą jednym z najbardziej charakterystycznych obiektów w mieście.

Użyte kolory obrazują trzy główne wartości miasta. Zielony to natura i ekologiczne rozwiązania, które stosowane są w Starachowicach. Niebieski nawiązuje do kilku zbiorników wodnych, które znajdują się na terenie miasta, a symbolicznie - do rozwoju. Kolor pomarańczowy symbolizuje energię i nawiązuje do przemysłu oraz rudy żelaza.

## Logo

Wersja podstawowa horyzontalna



Logo składa się z sygnetu oraz logotypu i claimu, które znajdują się po prawej stronie. Wysokość logo w wersji horyzontalnej określa wielkość sygnetu.

Położenie pozostałych części logo warunkuje środek sygnetu.

Sygnet czerpie swą genezę z herbu Starachowic – w obu znakach znajdują się młot i kowadło. W sygnecie przedstawiono też koło zębate, czyli symbol kojarzący się z przemysłem oraz wieżę ciśnień, będącą jednym z najbardziej charakterystycznych obiektów w mieście. Użyte kolory obrazują trzy główne wartości miasta. Zielony to natura i ekologiczne rozwiązania, które stosowane są w Starachowicach. Niebieski nawiązuje do kilku zbiorników wodnych, które znajdują się na terenie miasta, a symbolicznie – do rozwoju. Kolor pomarańczowy symbolizuje energię i nawiązuje do przemysłu oraz rudy żelaza.

System Identyfikacji Wizualnej Miasta Starachowice

Dobór kolorów to wyjście naprzeciw oczekiwaniom mieszkańców, którzy szczególnie mocno akcentowali potrzebę zastosowania koloru zielonego i niebieskiego.

- Identyfikacja powstała w oparciu o dyskusje z mieszkańcami - na bazie ich skojarzeń, spostrzeżeń, poczucia ducha miasta i estetyki. Znak jest silnie dynamiczny, różni się od często obieranych obecnie, minimalistycznych kierunków. Jest pogodny, zgodnie z życzeniem wielu starachowiczian odnosi się po części do historii, jednocześnie podkreślając zielony charakter miasta - obrazowała Paula Wasiak, menedżer projektu Aplan Media.

Nowe hasło promocyjne miasta to "Starachowice - Napędzamy rozwój". - Starsi mieszkańcy w rozmowach mocno wskazywali na charakter przemysłowy Starachowic, szczególnie pod kątem funkcjonowania branży motoryzacyjnej. To z tego powodu hasło promocyjne oparliśmy na słowie „napędzamy”. Wsłuchaliśmy się także w głos młodej części społeczeństwa, którym zależało na tym, by pokazać, że miasto się zmienia, jest otwarte na rozwój - wskazuje Zastępca Prezydenta ds. Społecznych Marcin Gołębiowski. - Przy projektowaniu sygnetu, spojrzeliśmy na kciuk, nasze linie papilarne. Chcieliśmy dobrze oddać DNA miasta – nie tylko przez charakter przemysłowy, ale też obcowanie z naturą, zamiłowanie do wykorzystywania naturalnych walorów Starachowic. Dążyliśmy do tego, by logo dobrze oddawało tożsamość miasta, aby mieszkańcy mogli i chcieli identyfikować się z tym znakiem.

## Plakat

Szablony plakatów do komunikacji społecznej.



System Identyfikacji Wizualnej Miasta Starachowice

## Opracowania materiały promocyjne

Do wykonawcy należało:

### 1. Opracowanie znaku marki

- `. Opracowanie logo
- `. Opracowanie księgi znaku marki (opis idei znaku, wyglądu, konstrukcji, pola ochronnego, kolorystyki oraz zastosowanie logo na różnych tłach, przygotowanie wersji achromatycznych, a także przypadki użycia niedozwolonego).
- `. Opracowanie hasła promocyjnego – hasło powinno wywołać pozytywne skojarzenie oraz wiązać się ze specyfiką miasta. Hasło należy przygotować w języku polskim oraz angielskim.
- `. Połączenie oficjalnego znaku marki z logotypami miejskich jednostek organizacyjnych (np. Park Kultury, Miejski Ośrodek Sportu i Rekreacji itd.
- `. Opracowanie znaku marki z uwzględnieniem napisu: „Patronat Prezydenta Miasta Starachowice”.

## Ścianka konferencyjna



Wymiar: 300 x 200 cm

System Identyfikacji Wizualnej Miasta Starachowice

## 2. Opracowanie Księgi Systemu Identyfikacji Wizualnej

a) Opracowanie procedur i oznaczeń graficznych stosowanych w komunikacji marki Starachowice

b) Opracowanie elementów Księgi SIW uwzględniających w szczególności:

1. zaproszenia
2. roll-up
3. ścianka wystawiennicza (promocyjna)
4. plakat – format A0
5. teczka gratulacyjna A4: układ graficzny;
6. dyplom uznaniowy – druk jednokolorowy;
7. papier ozdobny;
8. identyfikatory dla pracowników;
9. tabliczki na drzwi w Urzędzie Miejskim;
10. wzór tablic informacyjnych;
11. koperta (mała – DL i C6, duża – C4);
12. papier firmowy A4 (wersja pionowa i pozioma) – specjalny układ kompozycyjny znaku oraz
13. danych teleadresowych wraz z krojem pisma, rozmiarem oraz kolorem, specjalna barwa
14. znaku, format pliku: Microsoft Word, wersja polska
15. i angielska;
16. wizytówka - wersja polska i angielska;

17. Projekt: „Kierunek Przyszłość: Starachowicki Program Rozwoju Lokalnego”
18. Wspólnie działamy na rzecz Europy zielonej, konkurencyjnej i sprzyjającej integracji społecznej
19. layout prezentacji PowerPoint (strona pierwsza i kolejne) – wersja polska
20. i angielska;
21. layout korespondencji mailowej (top i stopka e-mail);
22. oficjalne tło do MS Teams i Zoom (wersja PL i ENG)

c) Uwzględnienie w Księdze SIW identyfikacji wizualnej i propozycji materiałów promocyjnych (do 5 sztuk) Młodzieżowej Rady Miasta Starachowice

### Młodzieżowa Rada Miasta

Gadżety reklamowe



System Identyfikacji Wizualnej Miasta Starachowice

### Teraz etap wdrożenia

Dokument, jaki powstał w wyniku prac - Księga Systemu Identyfikacji Wizualnej - zawiera wykaz procedur i oznaczeń graficznych stosowanych w komunikacji marki Starachowice. Pokazuje, w jaki sposób należy z nich korzystać, a co jest absolutnie zabronione.

Miasta nową oprawę graficzną będzie sukcesywnie wdrażać w kolejnych materiałach informacyjnych i promocyjnych, między innymi na plakatach, papierach firmowych, teczkach, dyplomach, oznaczeniach w Urzędzie Miejskim, wizytówkach, ściankach wystawienniczych, tablicach informacyjnych, zaproszeniach oraz gadżetach.

- Spójna komunikacja graficzna pozwoli zadbać nam o jeszcze lepszy wizerunek miasta na zewnątrz - podkreślał Prezydent Marek Materek.

## Gadżety reklamowe

Notes, długopis, brelok, pendrive, pin



---

System Identyfikacji Wizualnej Miasta Starachowice

---

DO POBRANIA:

[System\\_Identyfikacji\\_Wizualnej\\_Miasta\\_Starachowice.pdf](#) [35 mb]



Starachowice  
NAPĘDZAMY ROZWÓJ

## System Identyfikacji Wizualnej Miasta Starachowice

**Projekt:** „Kierunek Przyszłość:  
Starachowicki Program Rozwoju Lokalnego”

Wspólnie działamy na rzecz Europy **zielonej**,  
**konkurencyjnej** i sprzyjającej integracji społecznej