

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 ciśnień

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

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 ciśnieniową, 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.

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