



**KSIĘGA
IDENTYFIKACJI
WIZUALNEJ PZU**



Wskazane w KIW wytyczne nie mają zastosowania,
jeśli przepisy prawa powszechnie obowiązującego stanowią inaczej.

STRONY INSTRUKTAŻOWE

1 PODSTAWOWE ELEMENTY IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ PZU

1.1 ZNAK PZU

1.1.1 Konstrukcja i proporcje

1.1.2 Pole ochronne / pole minimalne

1.1.3 Wersje kolorystyczne

1.1.4 Kolorystyka

1.1.5 Tło

1.1.6 Upominki

1.1.7 Wielkość znaku

1.1.8 Praktyki zakazane

1.1.9 Znak z hasłem

1.1.10 Pozycja znaku

1.1.11 Co-branding

1.2 SUBMARKA

1.2.1 Znak pionowy

1.2.2 Znak poziomy

1.2.3 Pole ochronne

1.2.4 Wielkość znaku

1.3 TYPOGRAFIA

1.3.1 Kroje pisma

1.3.2 Nazewnictwo

1.3.3 Infolinia

1.3.4 Tekst reklamowy

1.3.5 Pole tekstowe

1.4 KV PZU

1.4.1 Łuk PZU

1.4.2 Kadrowanie

1.4.3 Element graficzny PZU

1.4.4 KV PZU typ I

1.4.5 KV PZU typ II

1.4.6 Zdjęcia

1.4.7 Ilustracje

1.4.8 Hasło reklamowe

1.4.9 Gradientowa blenda w polu tekstowym

1.4.10 Linia zielona przeznaczona dla komunikacji ESG

1.4.11 Podsumowanie

1.5 KOLORYSTYKA

1.5.1 Paleta PZU

1.5.2 Typografia

1.5.3 Gradient pola grafiki

1.6 INFOGRAFIKA

1.6.1 Kolorystyka

1.6.2 Wykresy

1.6.3 Schematy

1.6.4 Tabele

1.6.5 Mapy

1.7 IKONY

1.7.1 Konstrukcja

1.7.2 Pole ochronne

1.7.3 Kolorystyka

1.8 ILUSTRACJE

1.8.1 Kolorystyka: paleta A

1.8.2 Kolorystyka: paleta B

1.8.3 Konstrukcja

1.8.4 Postacie

1.8.5 Tło: paleta B

1.8.6 Przykłady

2 KSIĘGA KOMUNIKACJI

2.1 MEDIA DRUKOWANE

2.1.1 Suwak

2.1.2 Konstrukcja layoutu

2.1.3 Prasa pionowa

2.1.4 Prasa pozioma

2.1.5 Ulotka DL 99 × 210 mm

2.1.6 Ulotka DL 99 × 210 mm dla seniorów

2.1.7 Broszura A4/A5

2.1.8 Broszura dla seniorów

2.1.9 One-pager A4/A5 dla seniorów

2.1.10 Plakat

2.1.11 Citylight

2.2 MEDIA WIELKOFORMATOWE

2.3 MEDIA CYFROWE

2.3.1 Banery poziome

2.3.2 Banery pionowe

2.3.3 Przyciski

2.3.4 Materiał marketingowy

2.3.5 Animacja

2.3.6 Banery poziome – nowe linie

2.3.7 Banery pionowe – nowe linie

2.3.8 Przyciski – nowe linie

2.3.9 Materiał marketingowy – nowe linie

2.3.10 Mailing / newsletter

2.3.11 Mailing dwukolumnowy

2.3.12 Ogłoszenie rekrutacyjne

2.3.13 Strona WWW

2.3.14 Facebook

2.3.15 Twitter

2.3.16 TV / kino

2.3.17 POS / TV plansza

2.3.18 Filmy w social media

2.3.19 YouTube

2.3.20 LinkedIn

SPIS TREŚCI

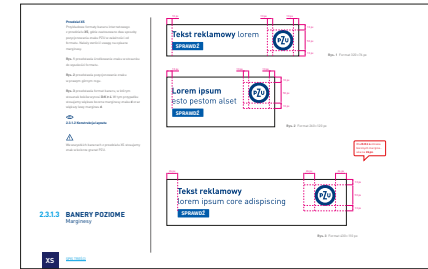
Wyjaśnienia	5
Legenda	6

STRONY INSTRUKTAŻOWE

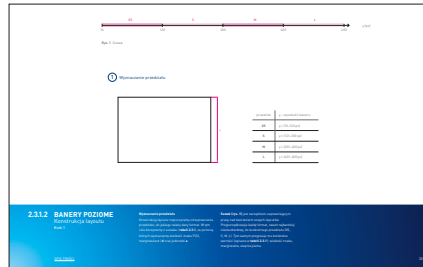
2.3 MEDIA CYFROWE

STRONA TYTUŁOWA

Strona rozpoczynająca każdy nowy rozdział. Zawiera spis zagadnień omówionych w danym rozdziale



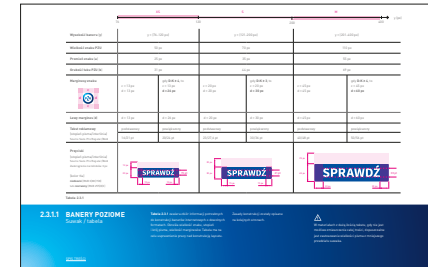
STRONA PODSTAWOWA



STRONA INSTRUKTAŻOWA

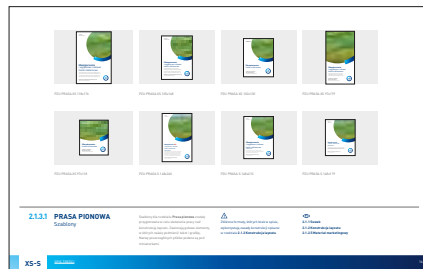
Strony instruktażowe występują na początku każdego rozdziału. Zawierają zbiór i opis podstawowych zasad oraz symboli niezbędnych do jego zrozumienia, np. zasad tworzenia prasy czy banerów internetowych.

Strony instruktażowe wyróżnia pole z gradientem umieszczone na dole strony.



STRONA Z PODSUMOWANIEM INFORMACJI

Na początku rozdziałów: **Media drukowane** (prasa, plakat, reklama wielkoformatowa) oraz **Media cyfrowe** (banery internetowe) umieszczone jest **zestawienie** wszystkich najważniejszych informacji potrzebnych do poprawnej konstrukcji layoutów.



STRONA Z FORMATKAMI

Zawiera spis nazw szablonów, które zostały przygotowane do danego rozdziału. Pliki zawierają layouty gotowe do edycji.

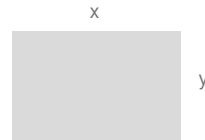
Strony z formatkami wyróżnia pasek z gradientem umieszczony na dole strony.

INSTRUKTAŻ

Wyjaśnienia

Ten rozdział zawiera opis poszczególnych stron „nawigujących”. Są to strony, na które należy zwrócić szczególną uwagę, ponieważ zawierają podsumowanie najważniejszych informacji zawartych w danym rozdziale. Ich celem jest ułatwienie poruszania się po książce.

Odróżniają się one od stron podstawowych charakterystycznym pasem z gradientem PZU w dolnej części strony.



- x** szerokość formatu
- y** wysokość formatu
- z** suma boków ($x+y=z$)

- D** odpowiednio dłuższy i krótszy bok formatu, wykorzystywany w określeniu proporcji
- K**

L Lorem



- L** wysokość litery

SUWAK

Narzędzie usprawniające dobór wielkości znaku, marginesów oraz stopni pisma dla konkretnego formatu.

- XS, S**
 - M, L**
- Litery na suwaku symbolizują przedział, w którym znajduje się dany format.



OZNACZENIE PRZEDZIAŁÓW

Określa, dla jakich przedziałów obowiązują zasady opisane na danej stronie.



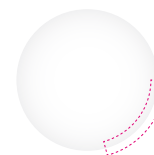
POLE TEKSTOWE

Kontur pola w kolorze cyjanu – występujący przy konstrukcji layoutów – wyznacza obszar, w którym pozycjonujemy tekst.



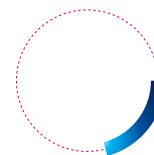
OBSZAR GRAFIKI

Kontur w kolorze magenty – występujący przy konstrukcji layoutów – wyznacza obszar, w którym pozycjonujemy KV.



POLE GRAFIKI

Przestrzeń, w której umieszczane są zdjęcia, ilustracje, hasła reklamowe. W połączeniu z tukiem PZU tworzy KV.



ŁUK PZU

Charakterystyczny element identyfikacji PZU, wyznaczany na bazie pierścienia znaku PZU. W połączeniu z polem grafiki tworzy KV.



KEY VISUAL (KV)

Połączenie pola grafiki i tuku PZU składa się na key visual w odniesieniu do zasad konstrukcji.

INSTRUKTAŻ

Legenda

Rozdział zawiera wyjaśnienie poszczególnych symboli i znaków stosowanych w księdze PZU.



PATRZ

Ikona wskazuje strony, gdzie dane zagadnienie zostało szczegółowo omówione.



ZWRÓĆ UWAGĘ!

Ikona zwraca uwagę na wyjątki, istotne informacje, które są pokazane na danej stronie książki.

Komentarz –
lorem ipsum esi
passi tos pams.

OKIENKO Z KOMENTARZEM

Pojawia się na poszczególnych stronach książki.
Jest istotnym komentarzem do rysunków.

INSTRUKTAŻ

Legenda

Rozdział zawiera wyjaśnienie poszczególnych symboli i znaków stosowanych w książce PZU.