

podręcznik użytkownika dla
klucza wizualnego kampanii promocyjnej
projektu „Małopolska – cel podróży”

wide

open

wersja 2.0

linie tematyczne



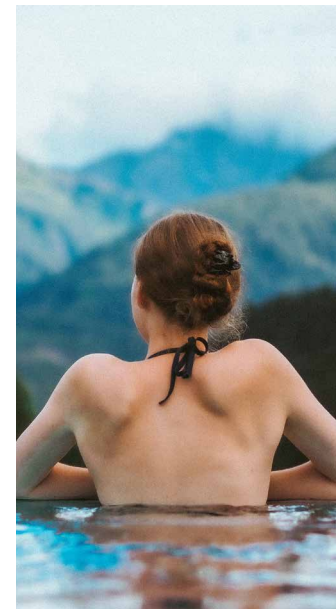
**turystyka
kulturowa**



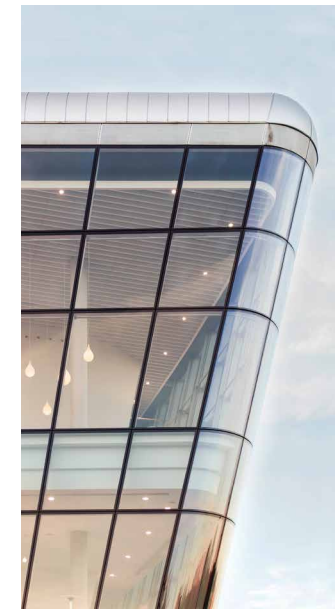
**turystyka
kulinarna**



**aktywny
wypoczynek**



wellness i spa



MICE

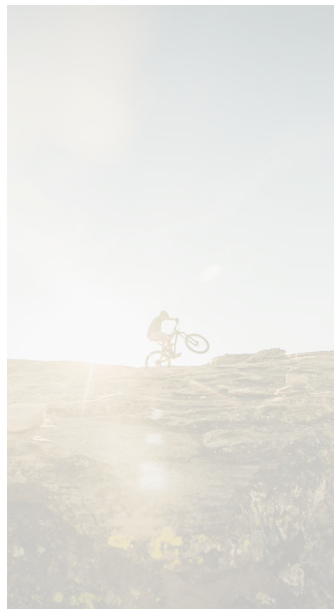
hasła linii – język angielski



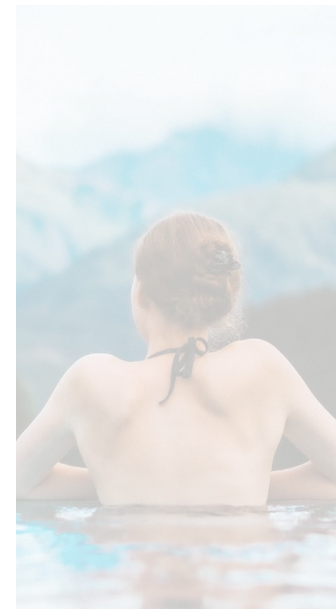
turystyka
kulturowa



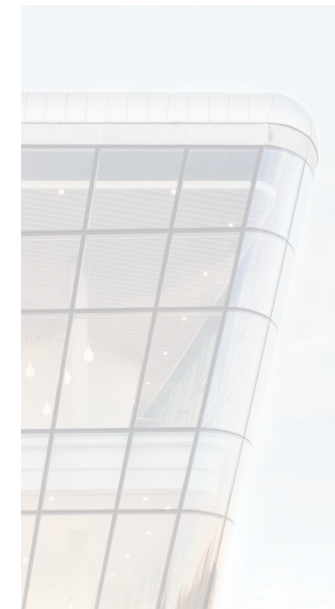
turystyka
kulinarna



aktywny
wypoczynek



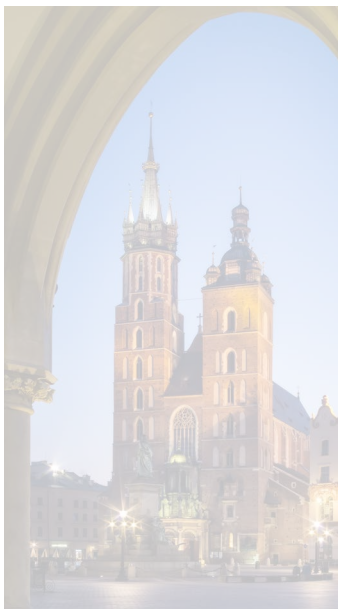
wellness i spa



MICE

*wide open for
amazing culture*

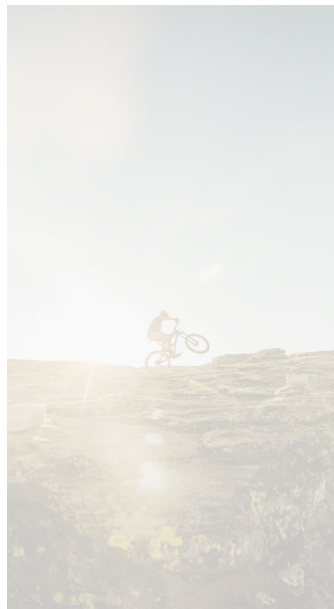
hasła linii – język angielski



turystyka
kulturowa



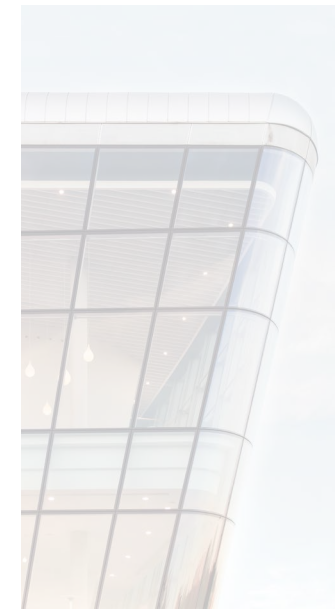
turystyka
kulinarna



aktywny
wypoczynek



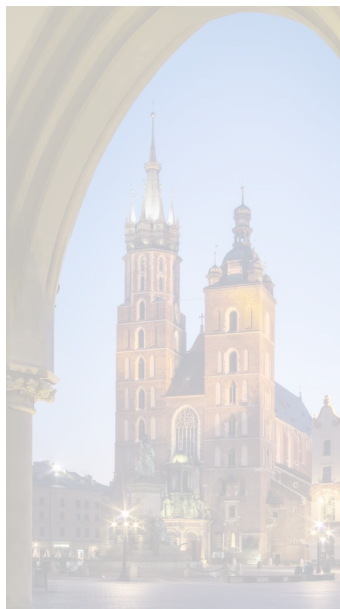
wellness i spa



MICE

*wide open for
delicious local food*

hasła linii – język angielski



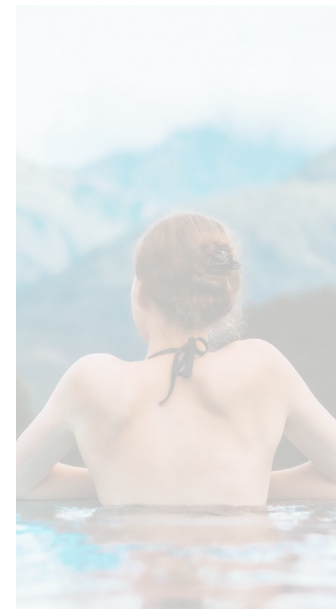
turystyka
kulturowa



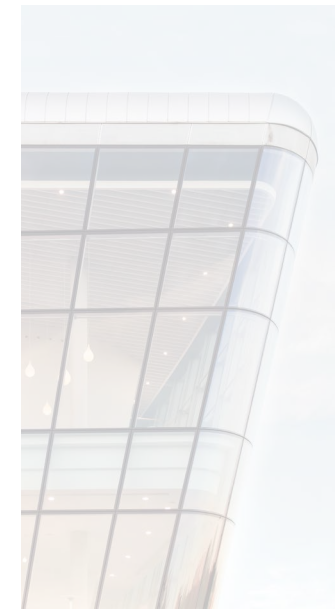
turystyka
kulinarna



aktywny
wypoczynek



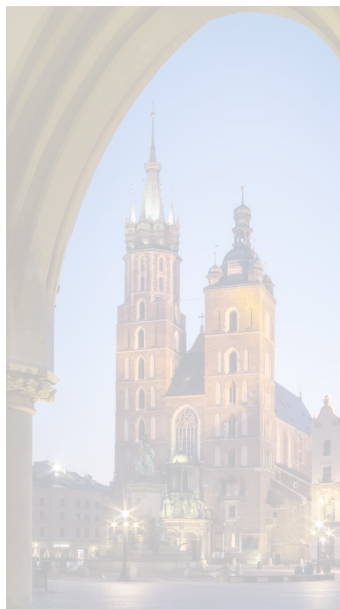
wellness i spa



MICE

*wide open for
incredible adventures*

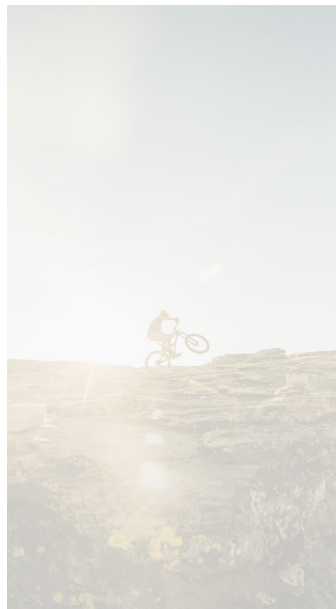
hasła linii – język angielski



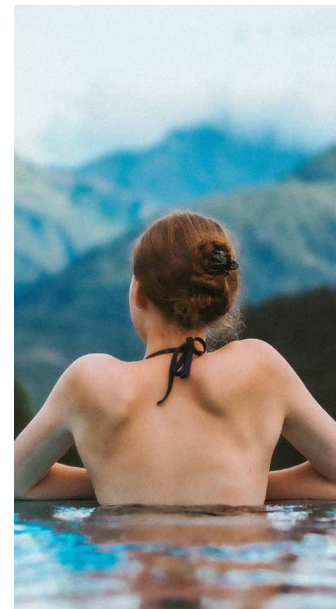
turystyka
kulturowa



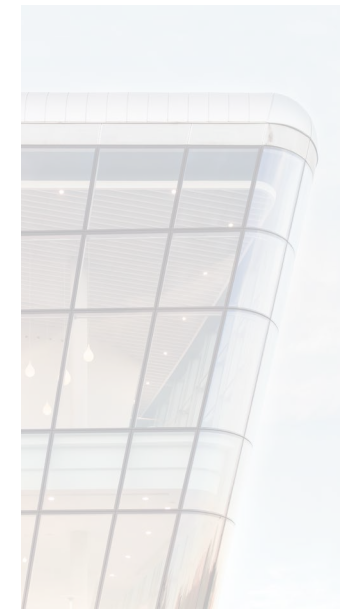
turystyka
kulinarna



aktywny
wypoczynek



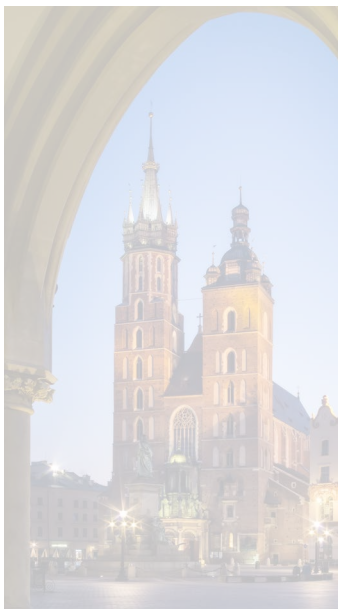
wellness i spa



MICE

*wide open for
wellness and relaxation*

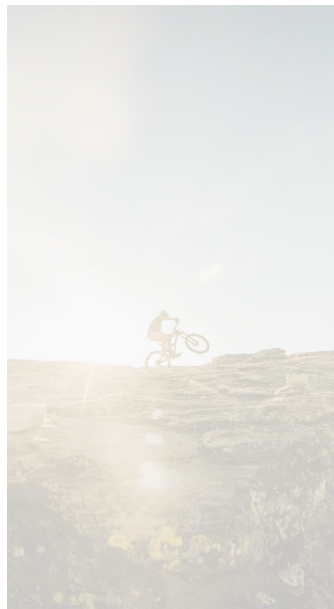
hasła linii – język angielski



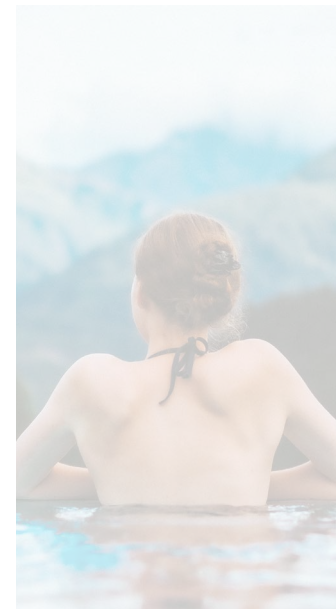
turystyka
kulturowa



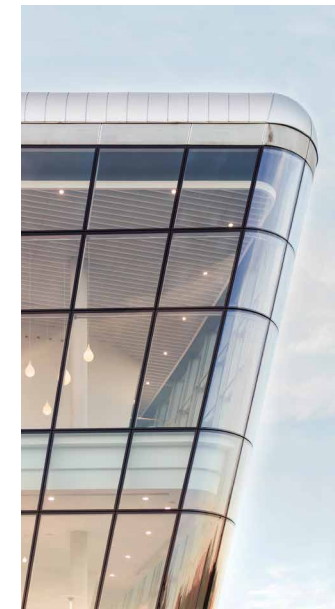
turystyka
kulinarna



aktywny
wypoczynek



wellness i spa



MICE

*wide open for
meetings*

Prosimy nie używać w żadnych materiałach, działaniach marketingowych sformułowania „Wide open for you”. Dozwolone jest użycie form „Wide open for culture”, „Wide open for adventures” itd.

wide

open

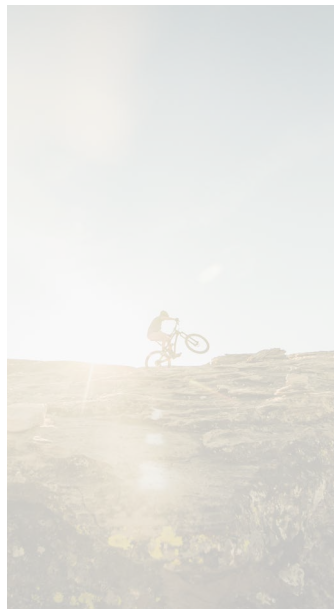
hasła linii – język niemiecki



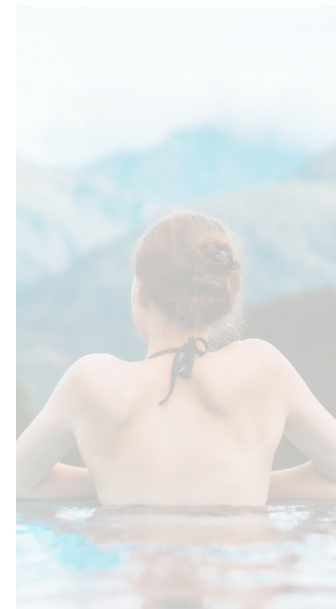
turystyka
kulturowa



turystyka
kulinarna



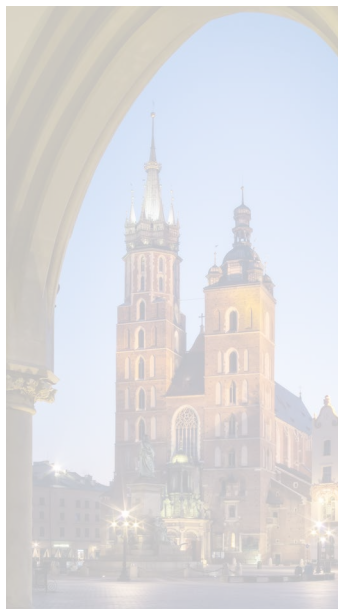
aktywny
wypoczynek



wellness i spa

*un glaubliche Vielfalt an
großartiger Kultur*

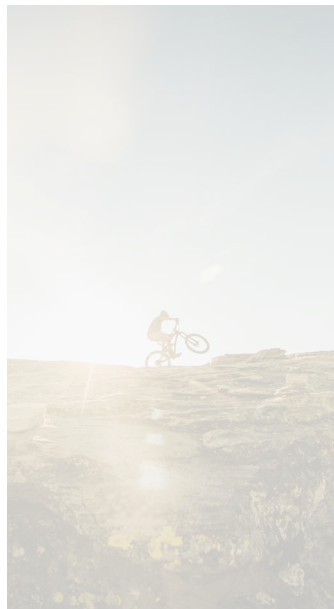
hasła linii – język niemiecki



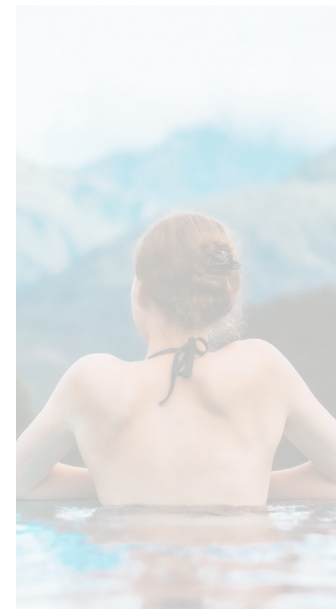
turystyka
kulturowa



turystyka
kulinarna



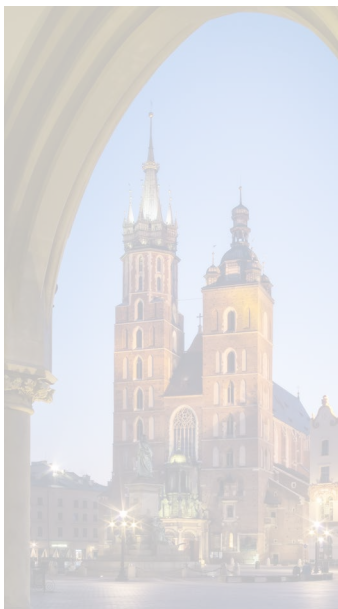
aktywny
wypoczynek



wellness i spa

*unglaubliche Vielfalt an
hervorragendem Essen*

hasła linii – język niemiecki



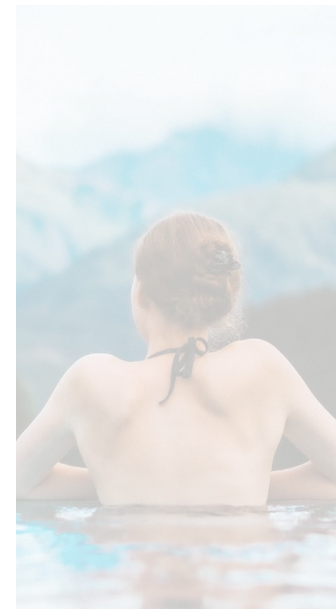
turystyka
kulturowa



turystyka
kulinarna



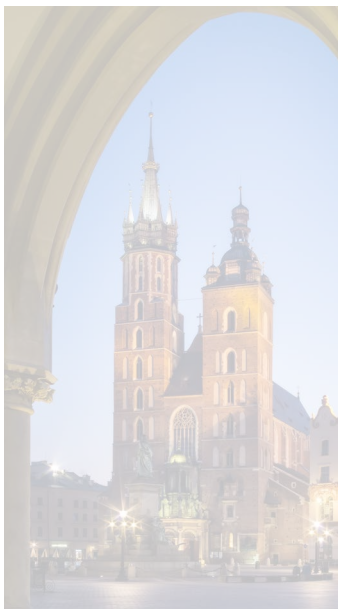
aktywny
wypoczynek



wellness i spa

*unglaubliche Vielfalt an
Abenteuer*

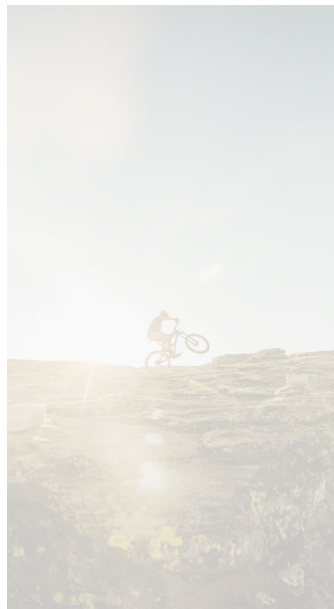
hasła linii – język niemiecki



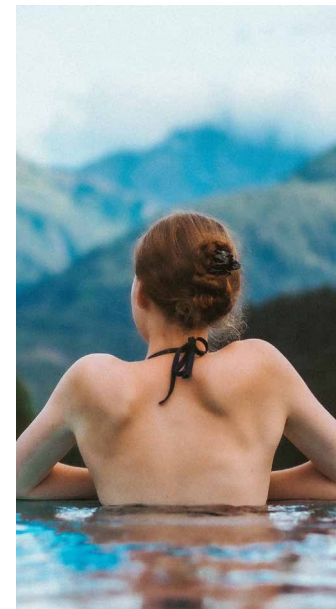
turystyka
kulturowa



turystyka
kulinarna



aktywny
wypoczynek



wellness i spa

*unglaubliche Vielfalt an
Wellness und Spa*

slogan kampanii – wersja angielska

Experience
Kraków.
Visit **Małopolska.**

*We wszelkich materiałach związanych z kampanią, proszę **nie używać** tłumaczenia „Lesser Poland”. Należy stosować słowo „Małopolska” bez względu na język tekstu.

slogan kampanii – wersja niemiecka

Erlebe
Krakau.
Besuche **Małopolska.**

*We wszelkich materiałach związanych z kampanią, proszę **nie używać** tłumaczenia „Kleinpoleen”. Należy stosować słowo „Małopolska” bez względu na język tekstu.

kolory linii

**turystyka
kulturowa**



RGB: 245, 185, 70

CMYK: 5, 27, 80, 0

Pantone®: 142 C



RGB: 225, 165, 70

CMYK: 15, 38, 78, 5

Pantone®: 4025 C

**turystyka
kulinarna**



RGB: 240, 130, 50

CMYK: 0, 54, 85, 0

Pantone®: 715 C



RGB: 240, 80, 30

CMYK: 0, 78, 100, 0

Pantone®: 166 C

**aktywny
wypoczynek**



RGB: 75, 210, 190

CMYK: 65, 0, 40, 0

Pantone®: 3258 C



RGB: 50, 190, 140

CMYK: 70, 0, 55, 0

Pantone®: 2413 C

wellness i spa



RGB: 110, 220, 240

CMYK: 56, 0, 15, 0

Pantone®: 310 C



RGB: 70, 200, 220

CMYK: 63, 0, 10, 0

Pantone®: 637 C

MICE



RGB: 0, 155, 200

CMYK: 79, 25, 15, 0

Pantone®: 313 C



RGB: 0, 100, 160

CMYK: 63, 0, 10, 0

Pantone®: 637 C

typografia

open Vielfalt

Główny zwrot kampanii pisany jest odręcznie. Nadaje to typografii charakter osobisty, serdeczny i indywidualny. Pismo zostało zamienione na grafikę wektorową, przez co jest skalowalna i łatwa w użyciu.

**amazing
culture**

Do zapisania słów lub zwrotów, które chcemy podkreślić używamy kroju pisma [Lust Display](#). Ten dwuelementowy font zważywszy na swoją klasyczną budowę, podkreśla długą tradycję regionu, a w połączeniu z nowoczesną warstwą wizualną tworzy ciekawe i eklektyczne połączenie.



Z racji na duży kontrast w dwuelementowości kroju Lust Display musieliśmy zmodyfikować literę „ł”, aby była ona w pełni czytelna.

typografia

www.wideopen.travel

Visit Małopolska and discover the most open region in Europe. Find out what true hospitality means. We're open as never before.

Do zapisu tekstu ciągłego i treści informacyjnych używamy kroju pisma [Alegreya Sans Regular](#). W przypadku potrzeby podkreślenia istotnej informacji w ciągu należy użyć odmiany Bold tego fontu. Ze względu na mnogość użytkowników nie podajemy rozmiarów fontów, zalecamy zachowanie proporcji z przykładów.

fotografie – rekomendowane obiekty

turystyka kulturowa

Zaprezentowane zdjęcia nie są finalnym wyborem fotografii, a jedynie ilustracją do rekomendacji, znajdujących się na kolejnym slajdzie.

Kraków



Wieliczka



Wadowice



Zakopane



fotografie – lista rekomendowanych obiektów

turystyka kulturowa

Kraków

Rynek Główny, Bazylika Mariacka, Kazimierz, Dama z gronostajem, ołtarz Wita Stwosza, korale krakowskie, witraże Stanisława Wyspiańskiego.

Wieliczka

Kopalnia Soli Wieliczka (podziemne jezioro, Kaplica św. Kingi, sól krystaliczna, odłam skalny, sól w solniczce – np. kolekcja zabytkowych solniczek, wyroby kosmetyczne na bazie soli, tężnia solna).

Wadowice

Wnętrze domu Jana Pawła II.

Zakopane

Panorama Kasprowy Wierch, Dolina Pięciu Stawów, Morskie Oko, wycięte elementy zdobniczej architektury drewnianej, zabudowa drewniana – Chochołów, Kaplica Najświętszego Serca Jezusa w Jaszczurówce, strój góralski np. wyszywany surdut, kozuch, wyszywana chusta, koszula, kierzce, kapela góralska, karczma góralska.

fotografie – rekomendowane obiekty

turystyka kulinarna

Zaprezentowane zdjęcia nie są finalnym wyborem fotografii, a jedynie ilustracją do rekomendacji, znajdujących się na kolejnym slajdzie.

Kraków



Karczmy i winnice



Produkty regionalne



fotografie – lista rekomendowanych obiektów

turystyka kulinarna

Kraków

Europejska Stolica Kultury
Gastronomicznej 2019,
obwarzanek, Plac Targowy
Stary Kleparz.

Karczmy i winnice oraz produkty i potrawy regionalne

Sery, w tym oscypek,
małopolskie wina – zdjęcia
winnic i win, miody,
pierogi, wody mineralne –
zdjęcia kubka do picia wód
mineralnych, butelkowanych
wód mineralnych, chleby
np. chleb prądnicki, lody –
naturalne, tradycyjne, bez nazw
własnych, zdjęcia z karczmy,
micha pierogowa, deska
mięsiwa.

fotografie – rekomendowane obiekty

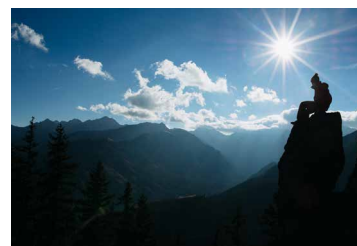
aktywny wypoczynek

Zaprezentowane zdjęcia nie są finalnym wyborem fotografii, a jedynie ilustracją do rekomendacji, znajdujących się na kolejnym slajdzie.

Turystyka rowerowa



Turystyka górska



fotografie – lista rekomendowanych obiektów

aktywny wypoczynek

Turystyka rowerowa

Velo Małopolska – trasy wokół Czorsztyna, Niedzicy, Białki, zdjęcia rowerowe, aktywni ludzie, miejsca postojowe z ludźmi.

Turystyka górska

Tatry i Zakopane, Pieniny – w tym skitury, narty biegowe, górskie wędrówki piesze, spływy (np. Przełom Dunajca), kąpiele w wodach termalnych (Białka Tatrzańska, Bukowina, Zakopane, Chochołów).

fotografie – rekomendowane obiekty wellness i spa

Zaprezentowane zdjęcia nie są finalnym wyborem fotografii, a jedynie ilustracją do rekomendacji, znajdujących się na kolejnym slajdzie.

Termy podhalańskie



Miejscowości uzdrowiskowe



fotografie – lista rekomendowanych obiektów **wellness i spa**

Termy podhalańskie

Bania, Chochołów, Szaflary.

Miejscowości uzdrowiskowe

Krynica–Zdrój – deptak,
Jaworzyna Krynicka, Nikifor
– obrazy, wody mineralne,
cerkwie; Szczawnica – Plac
Dietla, Pijalnia Wód, Dworek
Gościnny, Jaworki – wąwóz
Homole, wypas owiec, redyk,
sery, ogniska, Muzyczna
Owczarnia, konie, stadniny,
spływ Przełomem Dunajca,
wody mineralne, rowery,
turystyka piesza, Muszyna –
ogrody sensoryczne, cerkwie.

fotografie – rekomendowane obiekty

MICE

Zaprezentowane zdjęcia nie są finalnym wyborem fotografii, a jedynie ilustracją do rekomendacji, znajdujących się na kolejnym slajdzie.

Konferencje / kongresy



Oferta towarzysząca



fotografie – lista rekomendowanych obiektów

MICE

Konferencje / kongresy

ICE Kraków, Auditorium Maximum, Expo Kraków, TAURON Arena Kraków.

Oferta towarzysząca

Kopalnia Soli Wieliczka, Teatr im. Juliusza Słowackiego, Sukiennice, Stara Zajezdnia, Browar Lubicz, Alvernia Studios, Muzeum Lotnictwa, Folwark Zalesie, Dwór Sieraków, Dwór w Tomaszowicach, Zakopane (obiekty 5-gwiazdkowe), Bania – Białka Tatrzańska, Szczawnica – Dworek Gościnny i centrum konferencyjne, Krynica Zdrój.

belka z logotypami



Key Visual – wersja angielska
turystyka kulturowa



Key Visual – wersja angielska
turystyka kulinarna



Key Visual – wersja angielska
aktywny wypoczynek

wide
open
for adventures

Experience
Kraków.
Visit **Małopolska.**

European Funds Regional Programme
Republic of Poland
MAŁOPOLSKA
European Union European Regional Development Fund

The key visual is a promotional poster for Malopolska. It features a central image of a smiling woman with her arms outstretched, pointing towards various outdoor activities. The activities include a hot air balloon, a couple relaxing by a lake, two cyclists on a road, a person on a cable car, and a person sitting on a rocky outcrop. The background is a vibrant teal color. The text 'wide open for adventures' is prominently displayed in white, with 'open' in a large, stylized font. Below the main image, the text 'Experience Kraków. Visit Małopolska.' is written. At the bottom, there are logos for the European Funds Regional Programme, the Republic of Poland, MAŁOPOLSKA, and the European Union European Regional Development Fund.

Key Visual – wersja angielska
wellness i spa

wide
open
for
wellness

Experience
Kraków.
Visit **Małopolska.**

European Funds
Regional Programme

Republic
of Poland

MAŁOPOLSKA

European Union
European Regional
Development Fund

Key Visual – wersja angielska

MICE

wide
open
for meetings

Experience
Kraków.
Visit **Małopolska.**

European Funds
Regional Programme

Republic
of Poland

MAŁOPOLSKA

European Union
European Regional
Development Fund

elementy klucza wizualnego

Główne hasło kampanii
zintegrowane ze zdjęciem

Dopełnienie hasła określające linię

Postać jako centralny punkt kompozycji.
Zawiera w sobie kolaż ze wskazanymi zdjęciami

Hasło koncentrujące się na Krakowie i Małopolsce oraz miejsce na dodatkowe informacje

Belka z logotypami



kolaż – omówienie

Jednym z głównych elementów klucza wizualnego jest kolaż, wypełniający postać z otwartymi ramionami. Pokazuje on bogactwo Krakowa i Małopolski w różnych kontekstach oraz jest dynamicznym i przyciągającym wzrok zabiegiem graficznym.

Kolaż powinien wypełniać postać tak, aby widoczna była jej sylwetka, zachowując jednak dynamiczne i przestrzenne fragmenty wyjścia za jej kontur.

Elementy składowe kolażu mogą zostać zdekonstruowane, jednak nie wszystkie i jedynie w stopniu, który zapewni im czytelność.

Zachęcamy do eksperymentowania ze skalą i kompozycją elementów kolażu – jeżeli nie zmniejszy lub uniemożliwi to ich czytelności. Surrealistyczne połączenia widoczne na przykładzie (trąbka i wieża kościoła Mariackiego) nadają kreacji artystyczny i dynamiczny charakter, co jest w pełni pożądane w kluczu wizualnym.



kontakt

W razie pytań lub wątpliwości prosimy o kontakt:

Natalia Haligowska-Rzepa

Project Manager

natalia.haligowska@admindagency.com

Martyna Florek

Junior Project Manager

martyna.florek@admindagency.com



Admind_ BRANDING AND COMMUNICATIONS

