



WRO  **digITal**
European Digital Innovation Hub Wrocław

Cyfrowy rozwój

na wyciągnięcie ręki!



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Strategia Komunikacji

Spis treści

- Analiza otoczenia
- Fundamenty komunikacji
- Świat wizualny - key visual i ton of voice
- Cele komunikacyjne
- Grupy docelowe
- Dobór narzędzi
- Lejek komunikacyjny
- Plan działania
- Podstawowe zasady współpracy z konsorcjantami
- Księga Identyfikacji Wizualnej

Cyfrowy rozwój

na wyciągnięcie ręki!


Analiza otoczenia

Benchmarki

Dokonując analizy otoczenia bazowaliśmy na podmiotach DIH'owych, które prowadziły komunikację w **mediach społecznościowych** oraz wybranych **IOB**. Konsorcja/podmioty przedstawione na następnym slajdzie zostały sprawdzone pod kątem działań marketingowych, warstwy wizualnej oraz języka komunikacji.

Cyfrowy rozwój

na wyciągnięcie ręki!

logo	nazwa	linki	liczby
	Hub4Industry	Facebook Linkedin Strona www	948 obserwujących 1161 obserwujących
	Dih4.ai	Facebook Linkedin	291 obserwujących 268 obserwujących
	Digital Hub Initiative	Linkedin Instagram Strona www	13201 obserwujących 2913 obserwujących
	Fundacja Platforma Przemysłu Przyszłości	Facebook Linkedin Strona www	6400 obserwujących 5661 obserwujących
	NASK	Facebook Linkedin Strona www	11000 obserwujących 22000 obserwujących

Cyfrowy rozwój

na wyciągnięcie ręki!

Analiza otoczenia

Wnioski – dobre praktyki

1. W mediach społecznościowych najczęściej używano języka nieformalnego z elementami mowy branżowej. Najchętniej wybierana forma wypowiedzi to zwroty bezpośrednie zakończone wezwaniami typu *call to action*. Zarówno na Facebooku, jak i na LinkedIn, stosowano adekwatne emotikony w celu zwrócenia uwagi czytającego na strategiczne fragmenty wpisu a także by wizualnie uatrakcyjnić tekst i ułatwić jego lekturę. Dobrą praktyką jest oznaczanie osób/instytucji wspomnianych w treści oraz dobór odpowiednich hashtagów zwiększających zasięgi publikacji.
2. We wpisach na stronie internetowej częściej wybierano styl formalny lub oficjalny. Do zwrócenia uwagi czytającego używano przede wszystkim pogrubień i innych zabiegów formatowania treści (akapity, rozbijanie tekstu na części, itp.).
3. Publikując wpisy należy pamiętać o kierowaniu ruchu na pozostałe kanały komunikacji, takie jak media społecznościowe i strona www poprzez stosowanie linków zewnętrznych i wewnętrznych odsyłających do wcześniejszych artykułów i materiałów.
4. Czynnikiem wpływającym na siłę komunikacji było spójne i przemyślane wykorzystanie szaty graficznej. Materiały wizualne bazowały na jednobarwnych aplach, powtarzających się motywach graficznych oraz inspiracyjnych zdjęciach przedstawiających ludzi najczęściej osadzonych w nowych technologiach. Ograniczona ilość treści pozwalała na zachowanie lekkości materiałów wizualnych.

Cyfrowy rozwój

na wyciągnięcie ręki!

Fundamenty komunikacji

Logotyp bazuje na następujących atrybutach:

- **lokalność** – nasze działania adresujemy głównie do podmiotów z Dolnego Śląska;
- **innowacja** - wspieramy rozwój sektora MŚP bazując na najnowocześniejszych technologiach;
- **transformacja** - jako impuls/szansa na rozwój firmy.

Pozycjonowanie: **doświadczony partner w cyfrowej transformacji.**

Archetyp marki: **mędrzec/partner.**

Wartości: **rozwój, wiedza, zaufanie, transparentność.**

Claim: **Cyfrowy rozwój na wyciągnięcie ręki!**



Świat wizualny

Key visual

Spójność graficzna i konsekwencja stosowania stanowią podstawowe zasady profesjonalnego prowadzenia działań komunikacyjnych.

Z uwagi na utrwaloną już w grupie docelowej identyfikację wizualną projektu Level 4.0 DIH Wrocław oraz planowane wykorzystanie tych samych profili w mediach społecznościowych, brandbook WRO4digITal EDIH Wrocław będzie bazować na założeniach poprzedniego projektu.

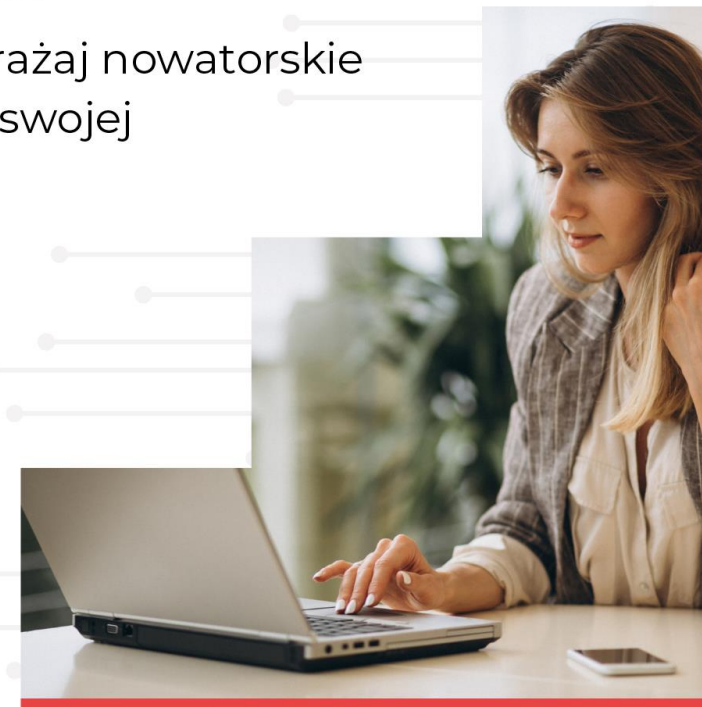
Bazą Key Visualu będą białe lub czerwone aple wraz z motywem graficznym układu scalonego, na które będą nakładane zdjęcia kojarzące się z przedsiębiorczością, innowacyjnością, cyfryzacją oraz z zaufanym partnerem (ludzie osadzeni w nowych technologiach). Tekst będzie zapisywany czcionką Montserrat w kolorach białym, czerwonym lub czarnym.



WRO4digITal

Osiągnij nowy **poziom** innowacyjności!

Poznaj i wdrażaj nowatorskie technologie w swojej organizacji!



Świat wizualny

Tone of voice

Język komunikacji powinien być dostosowany do grupy docelowej, tj. MŚP, którym cyfryzacja niezbędna jest do szybszego rozwoju biznesu.

Na profilach społecznościowych (Facebook, LinkedIn) zaleca się używać stylu pół-formalnego, wzbogaconego o dialekty naukowo-techniczne. Będą to treści kierowane głównie do dwóch grup odbiorców – MŚP oraz ogółu społeczeństwa. W komunikacji będą stosowane zwroty bezpośrednie oraz emotikony, których zadaniem będzie zmiękczyć przekaz oraz podkreślić „nastrój” wypowiedzi. W celu zwiększenia zasięgów przyszłych wpisów będą, w miarę możliwości, oznaczane osoby/instytucje/firmy oraz dodawane adekwatne hasztagi (głównie na LinkedIn). Zachęcać do większej interakcji będą zwroty typu call to action. Pomimo użycia języka nowych mediów zachowana będzie poprawna polszczyzna i kultura wypowiedzi. Komunikacja będzie prowadzona w języku polskim.

🤖💡 Jak technologia zmienia współczesną medycynę? Zapisz się konferencję „Sztuczna inteligencja w zdrowiu” i posłuchaj ekspertów z obszaru nowych technologii medycznych! 🗣️

Podczas wydarzenia:

- ◆ poznasz światowe trendy w innowacjach,
- ◆ powiększysz swoją sieć kontaktów,
- ◆ dowiesz się, dlaczego warto być otwartym na AI.

📅 Konferencja już 24 lutego 2023. Zaczynamy o 10:00 w budynku Delta WPT. Nie zapomnij zarejestrować się na wydarzenie: www.xxxxxxxx.pl

“Sztuczna inteligencja w zdrowiu”

📅 24 II 2024

🕒 10:00

📍 Delta WPT



Świat wizualny

Tone of voice

LinkedIn

👤 Jak technologia zmienia współczesną medycynę? Zapisz się na konferencję "Sztuczna inteligencja w zdrowiu" i posłuchaj ekspertów z obszaru nowych technologii medycznych!

Podczas wydarzenia:

- ◆ poznasz światowe trendy w innowacjach,
- ◆ powiększysz swoją sieć kontaktów,
- ◆ dowiesz się, dlaczego warto być otwartym na AI.

📅 Konferencja już 24 lutego 2023. Zaczynamy o 10:00 w budynku Delta WPT. Nie zapomnij zarejestrować się na wydarzenie: www.xxxx.pl

#ai #aiwzdroziu #sztucznainteligencja #nowetechnologie

E-mail:

Szanowni Państwo,

dnia 24.02.2023 r. w WPT odbędzie się konferencja „Sztuczna inteligencja w zdrowiu”. Wydarzenie będzie dotyczyło zagadnienia nowych technologii i tego, w jaki sposób zmienia ona współczesną medycynę. Podczas spotkania swoją obecnością zaszczytą nas m.in. pan Paweł Kosicki, Dyrektor Centrum e-Zdrowia oraz pan Łukasz Jankowski, Prezes Naczelnej Izby Lekarskiej. Będziemy wdzięczni za przekazanie informacji o wydarzeniu dalej. Treść postów oraz grafiki znajdują się w załączeniu do wiadomości.

Byłoby nam niezmiernie miło, gdyby zechcieli Państwo przekazywać swoim odbiorcom także przyszłe aktualności na temat działań, jakie WRO4digITal EDIH Wrocław podejmuje w celu edukowania wrocławskiej społeczności w tematach cyfryzacji poprzez Państwa media społecznościowe oraz newslettery. Jesteśmy przekonani, że sprawy dotyczące digitalizacji i sztucznej inteligencji to tematy ważne dla nas wszystkich. O najbliższych akcjach, szkoleniach, webinarach i spotkaniach na naszym FB <link> oraz stronie internetowej <link>.

W razie pytań dotyczących współpracy promocyjnej pozostaję do dyspozycji.

Z wyrazami szacunku

XXX XXX.

Cele komunikacyjne projektu

Kluczowe są cele wizerunkowe skoncentrowane **na budowaniu świadomości marki** oraz cele efektywnościowe skupione **na konwersji i pozyskiwaniu leadów**.

Cele wizerunkowe:

- zbudowanie rozpoznawalności i świadomości marki WRO4digITa w grupach docelowych jako ekosystem usług cyfrowych,
- zbudowanie wizerunku marki jako partnera i eksperta w procesie transformacji cyfrowej,
- zbudowanie zaufania do marki oraz podmiotów wchodzących w skład konsorcjum.

Cele efektywnościowe:

- przyciągnięcie ruchu na www,
- pozyskiwanie fanów/obserwujących w mediach społecznościowych,
- budowa bazy newsletterowej,
- maksymalizacja ilości użytkowników biorących udział w webinarach/podcastach/wydarzeniach,
- pozyskanie leadów potencjalnych klientów.

Cyfrowy rozwój

na wyciągnięcie ręki!

Cele komunikacyjne projektu

Wskaźniki

Realizacja celów będzie mierzona m.in. poprzez następujące wskaźniki:

- zasięg postów na portalach społecznościowych Facebook i LinkedIn oraz wzrost fanów/obserwujących,
- ilość wejść na podstronę internetową <https://www.technologpark.pl/edih/>,
- liczbę osób zarejestrowanych do newslettera projektu oraz jego open rate,
- liczbę osób zapisanych na wydarzenia/webinaria,
- liczbę zarejestrowanych firm na stronie DPI projektu,
- Ilość relacji medialnych.

Cyfrowy rozwój

na wyciągnięcie ręki!

Grupy docelowe projektu

Firmy z sektora MŚP

Przedsiębiorstwa zatrudniające poniżej 250 pracowników lub posiadające roczny obrót poniżej 50 mln euro, zainteresowane cyfrowym rozwojem firmy.

Mieszkańcy Dolnego Śląska

Osoby, które chcą zwiększyć zakres wiedzy na temat nowych technologii oraz uzyskać nowe kompetencje cyfrowe.

Dobór działań

względem grup docelowych

W obu grupach komunikacja będzie koncentrować się na działaniach online. Komunikacja offline będzie kluczowa podczas zamykania lejka sprzedażowego.

Kanały internetowe:

- kanały WPT na portalach: Facebook, LinkedIn, Twitter, YouTube, Instagram;
- konta projektów/submarek WPT na Facebooku, LinkedIn;
- kanały WRO4digITal EDIH Wrocław na Facebooku i LinkedIn;
- kanały konsorcjantów w mediach społecznościowych,
- kampanie reklamowe,
- newslettery, webinaria, podcasty,
- strony www WPT, submarek oraz konsorcjantów.

Content marketing:

- blog,
- case studies,
- custom publishing,
- publikacje w mediach regionalnych, lokalnych oraz branżowych.

Przykładowy lejek komunikacyjny

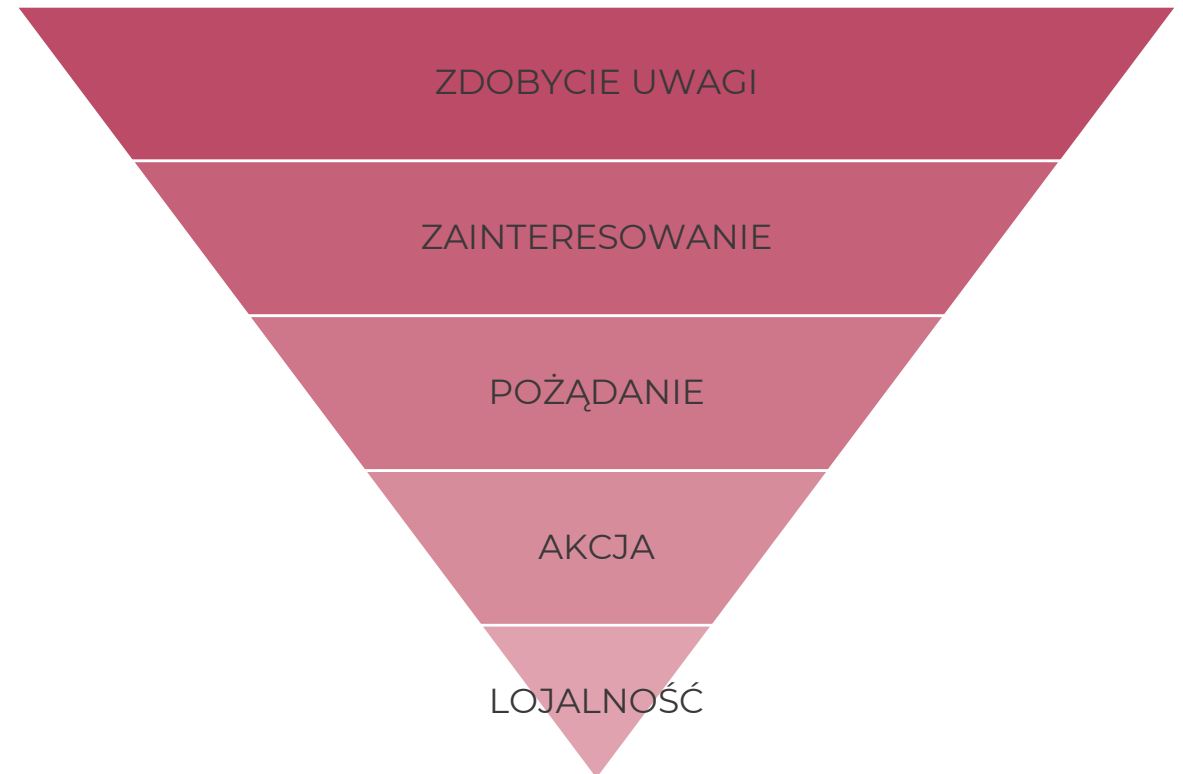
Zdobycie uwagi - zasięgowa kampania reklamowa, aktywność w SM na profilach projektu i partnerów

Zainteresowanie – konsumpcja blogów, podcastów, case study

Pożądanie - zapisanie do newslettera, uczestnictwo w webinarach, pozyskanie leada

Akcja/konwersja – rejestracja w CPI projektu, uczestnictwo w DMA, korzystanie z pozostałych usług

Lojalność/polecenie - badanie satysfakcji/customer care



Podmioty tworzące konsorcjum

Zasady współpracy

Jednym z kluczowych elementów powodzenia działań komunikacyjnych projektu jest włączenie podmiotów wchodzących w skład konsorcjum do **współtworzenia jego komunikacji**, co zdecydowanie zwiększy zasięgi dotarcia do potencjalnych klientów.

Odbywać się to będzie m.in. poprzez:

- **udostępnianie** przez konsorcjantów treści dostępnych w kanałach projektu w ich kanałach własnych,
- **współtworzenie treści** publikowanych w kanałach projektu na poniższych zasadach.
 - I. Profile w mediach społecznościowych oraz strony www projektu będą prowadzone przez lidera konsorcjum.
 - II. Publikacja postów w SM projektu będzie prowadzona na podstawie planów redakcyjnych tworzonych przez wszystkich konsorcjantów z miesięcznym wyprzedzeniem.
 - III. Publikacje okolicznościowe będą ustalane w toku bieżącej komunikacji.
 - IV. Każdy podmiot powinien zaproponować co najmniej dwie publikacje w kwartale. Propozycja powinna zawierać treść postu oraz grafikę.
 - V. Posty powinny zawierać podlinkowanie do profili wszystkich członków konsorcjum.

Szczegółowe zasady współpracy komunikacyjnej w ramach konsorcjum zostaną określone w odrębnym dokumencie. Wszelkie materiały opracowywane w ramach projektu muszą przestrzegać zasad określonych w Księdze Identyfikacji Wizualnej projektu oraz Księgą Tożsamości Wizualnej marki Fundusze Europejskie 2021 – 2027.

Cyfrowy rozwój

na wyciągnięcie ręki!

Planer komunikacji w mediach społecznościowych

	PON	SOB.	SOB.	SOB.	SOB.	SOB.	SOB.
2024				<p>Wrocławski Park Technologiczny</p> <p>temat:</p> <p>treść postu:</p> <p>status:</p>			
LIPIEC		<p>Wrocławski Park Technologiczny</p> <p>temat:</p> <p>treść postu:</p> <p>status:</p>					

Cyfrowy rozwój

na wyciągnięcie ręki!

Kanały własne projektu WRO4digITal EDIH Wrocław

STRONA WWW



<https://www.technologpark.pl/edih/>

FACEBOOK



<https://www.facebook.com/wro4digital>

LINKEDIN



<https://www.linkedin.com/company/wro4digital/>

**Cyfrowy rozwój
na wyciągnięcie ręki!**

Materiały projektowe

WRO4digITal EDIH Wrocław

- papier firmowy
- wzór prezentacji
- wizytówki
- roll-up
- broszura



Księga Tożsamości Wizualnej marki Fundusze Europejskie 2021-2027



Niestosowanie zasad określonych w Księdze Tożsamości Wizualnej może skutkować karą finansową nakładaną przez instytucje finansujące.

LINK:

https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/media/111705/KTW_marki_FE_2021-2027.pdf



Fundusze Europejskie
dla Nowoczesnej Gospodarki



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



KSIĘGA IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

WRO4digITal EDIH Wrocław

O projekcie

WRO4digITal EDIH Wrocław

WRO4digITal to Europejski Hub Innowacji Cyfrowych (EDIH) z Wrocławia, utworzony przez konsorcjum 22 instytucji oferujących kompleksowe wsparcie w procesie transformacji cyfrowej. Dolnośląskie firmy z sektora MŚP mogą skorzystać z nieodpłatnych usług eksperckich i zmodernizować sposób produkcji lub świadczenia usług zgodnie z obecnymi trendami cyfryzacyjnymi.



O projekcie

Nazwa projektu

Zapisując nazwę projektu, zawsze zwracaj szczególną uwagę na rozróżnienie małych i wielkich liter w nazwie projektu. Ich poprawny i jedyny dopuszczalny zapis jest przedstawionym obok.

Odstępstwa od ustalonej formy zapisu nazwy projektu dopuszczalne są jedynie w przypadkach, w których nie ma możliwości rozróżnienia wielkości znaków (np. domeny internetowe) lub wymagany jest zapis z wielkich liter (np. formularze, specjalistyczne dokumenty).

ZAPIS NAZWY PROJEKTU

WRO4digITaI

ZAPIS NAZWY PROJEKTU Z PEŁNYM ROZWINIĘCIEM

WRO4digITaI

European Digital Innovation Hub Wrocław

ZAPIS NAZWY PROJEKTU ZE SKRÓCONYM ROZWINIĘCIEM

WRO4digITaI EDIH Wrocław

Logotyp projektu

Wersja podstawowa

Wszędzie tam, gdzie jest to możliwe, należy stosować podstawową wersję znaku.

W przypadku materiałów na których, ze względu na wielkość logotyp, podtytuł projektu - European Digital Innovation Hub Wrocław, może stać się nieczytelny dla odbiorcy, należy zastosować wersję bez podtytułu.

Używając logotypu należy się upewnić, że wielkość i położenie znaku pozwalają na jego czytelny odbiór.

Logotyp projektu powinien być stosowany zgodnie z wymogami określonymi przez wymagane zasady stosowania logotypów Unii Europejskiej.

WERSJA PODSTAWOWA



Logotyp projektu

Wersja skrótowa

Wersję skrótową znaku należy stosować wyłącznie na materiałach, na których logotyp WRO4digITal EDIH Wrocław występuje w rozmiarze, który uniemożliwia odbiorcy bezproblemowe odczytanie podtytuł projektu - European Digital Innovation Hub Wrocław.

Wersji skróconej nie należy łączyć z innymi wersjami logotypu projektu. Używając logotypu należy się upewnić, że wielkość i położenie znaku pozwala na jego czytelny odbiór.

WERSJA SKRÓCONA



Logotyp projektu

Wersje monochromatyczne

Wersje monochromatyczne znaku przeznaczone są do stosowaniach na materiałach, na których ze względu na technikę tworzenia, nie jest możliwe odwzorowanie kolorów.

Warianty monochromatyczne mogą być stosowane zarówno dla znaku w wersji podstawowej jak i skróconej.

Przed zastosowaniem wersji monochromatycznej na materiałach drukowanych należy upewnić się, że wielkość i wariant znaku gwarantują jego poprawny wydruk i czytelność odbioru.

Kolory wersji monochromatycznych



WERSJA PODSTAWOWA CZARNA



WERSJA SKRÓCONA CZARNA



WERSJA PODSTAWOWA BIAŁA



WERSJA SKRÓCONA BIAŁA



WERSJA PODSTAWOWA SZARA



WERSJA SKRÓCONA SZARA



Logotyp projektu

Pole ochronne

Optymalne pole ochronne to wysokość sygnetu logotypu (oznaczona jako X).

Umieszczając logotyp obok innych znaków graficznych należy upewnić się, że nie konkurują one ze sobą.

Umieszczając logotyp obok innych znaków graficznych, należy zadbać o to, by logotyp projektu nie był optycznie mniejszy od pozostałych znaków.

WERSJA PODSTAWOWA



Logotyp projektu

Pole ochronne - wskazówki

Umieszczając logotyp na materiałach graficznych, zwłaszcza w zestawieniu z innymi znakami, należy zadbać o zachowanie odpowiedniej kompozycji wizualnej.

Zmniejszenie pola ochronnego znaku możliwe jest tylko wtedy, gdy nie wpłynie to negatywnie na czytelność i przekaz materiału, a zadziała korzystnie na wizualny odbiór jego całości.

Układając logotypy należy zwrócić uwagę przede wszystkim na ich optyczną proporcję względem siebie.

Umieszczając znak na materiale, trzeba zadbać o proporcjonalne odstępy względem innych elementów grafiki (logo, aple, zdjęcia, tekst). Należy się też upewnić, że wielkość i położenie znaku pozwalają na jego czytelny odbiór.

PODSTAWOWE POLE OCHRONNE



Logotyp projektu

Kolory logotypu

Logotyp projektu, jak również jego wersje uzupełniające, stworzone zostały przy użyciu tego samego zestawienia kolorów.

Umieszczając logotyp na materiale promocyjnym należy upewnić się, że odwzorowanie kolorów jest prawidłowe.

W procesie tworzenia materiałów należy kierować się podanymi wartościami HEX, RGB, CMYK, a nie zaprezentowanym wyglądem kolorów.

LOGOTYP PROJEKTU



HEX - #000000
RGB - 0/0/0
CMYK - 70/50/30/ 100



HEX - #e84242
RGB - 232/66/66
CMYK - 0/85/70/0

Logotyp projektu

Kolory projektu

Kolory projektu to kolory zastosowane w logotypie oraz kolory dodatkowe - szary i błękitny. Kolory dodatkowe stosowane mogą być jako tło lub elementy wyróżniające na materiałach projektowych.

W procesie tworzenia materiałów należy kierować się podanymi wartościami HEX, RGB, CMYK, a nie zaprezentowanym wyglądem kolorów.

KOLORY LOGOTYPU

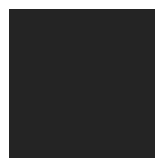


HEX - #000000
RGB - 0/0/0
CMYK - 70/50/30/100



HEX - #e84242
RGB - 232/66/66
CMYK - 0/85/70/0

KOLORY DODATKOWE



HEX - #242424 **RGB** -
36/36/36 **CMYK** -
73/64/59/76



HEX - #67bae9
RGB - 103/186/233
CMYK - 59/0/0/0

Logotyp projektu

Logotyp projektu a materiały partnerów

Logotyp WRO4digITal EDIH Wrocław w zestawieniu z innymi znakami nie powinien być od nich mniejszy.

W przypadku stosowania z logotypami członków konsorcjum tworzącego projekt zaleca się zachowanie odpowiednich proporcji oraz odstępów gwarantujących czytelny odbiór znaków.

Logotyp WRO4digITal EDIH Wrocław powinien znajdować się zawsze, gdzie jest to możliwe, w górnym prawym rogu grafiki lub po prawej stronie grafiki.

PRZYKŁADOWE ZESTAWIENIE ZNAKÓW



Logotyp projektu

Nieprawidłowe użycie znaku

Nie należy umieszczać logotypu na tle o zbyt niskim kontraście, modyfikować elementów, proporcji logotypu, jak również zmieniać koloru poszczególnych części składowych logotypu.

Nie należy odtwarzać logotypu - wskazane jest użycie wyłącznie istniejących wersji.

Nie należy dodawać innych modyfikacji do istniejących wzorów logotypu (np. cienie, zagłębienia, obramowania itp.) Zmieniając wielkość znaku zawsze należy się upewnić, że zostaną zachowane jego kształt i proporcje.

ZBYT NISKI KONTRAST TŁA



MODYFIKACJE PROPORCJI ZNAKU



ZMIANA KOLORU POJEDYŃCZYCH ELEMENTÓW ZNAKU



MODYFIKACJE ZNAKU



Typografia projektu

Font stosowany na materiałach projektu to **Montserrat**. Zawsze należy dobierać krój i wielkość fontu do przekazu, który ma zostać opublikowany. Należy używać różnych wariantów kroju i wielkości, aby hierarchizować przekazywane informacje.

Alternatywną typografią stosowaną na materiałach, na których nie istnieje techniczna możliwość zastosowania fontu Montserrat, (np. maile, pliki tekstowe do edycji zewnętrznej) jest font **Arial**.

Nigdy nie należy łączyć różnych fontów - jeśli jest możliwość zastosowania fontu Montserrat, nie należy stosować fontu Arial.

Montserrat Thin - WRO4digITal EDIH Wrocław

Montserrat Light - WRO4digITal EDIH Wrocław

Montserrat Regular - WRO4digITal EDIH Wrocław

Montserrat Italic - WRO4digITal EDIH Wrocław

Montserrat Medium - WRO4digITal EDIH Wrocław

Montserrat Medium Italic - WRO4digITal EDIH Wrocław

Montserrat SemiBold - WRO4digITal EDIH Wrocław

Montserrat SemiBold Italic - WRO4digITal EDIH Wrocław

Montserrat Bold - WRO4digITal EDIH Wrocław

Montserrat Bold Italic - WRO4digITal EDIH Wrocław

Montserrat Bold - WRO4digITal EDIH Wrocław

Montserrat Bold Italic - WRO4digITal EDIH Wrocław

Montserrat ExtraBold - WRO4digITal EDIH Wrocław

Montserrat ExtraBold Italic - WRO4digITal EDIH Wrocław

Montserrat Black - WRO4digITal EDIH Wrocław

Montserrat Black Italic - WRO4digITal EDIH Wrocław

Identyfikacja wizualna

Motyw graficzny

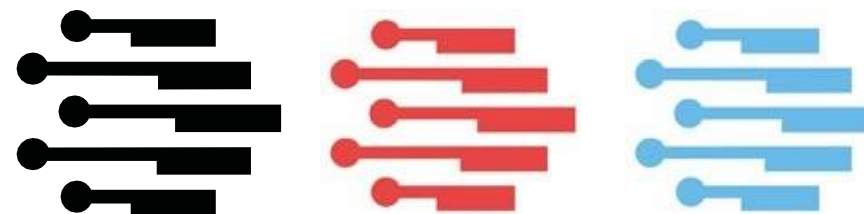
Motyw graficzny ma wizualnie charakteryzować markę i przywoływać określone skojarzenia z obszarem, z którym jest ona związana.

Dla WRO4digITaL EDIH Wrocław dopuszcza się stosowanie motywów graficznych osadzających wizualnie projekt w tematyce cyfryzacji i digitalizacji. Obok zaprezentowano przykładowe motywy graficzne wykorzystywane w materiałach o projekcie.

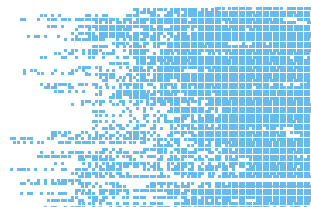
Identyfikacja wizualna projektu nie określa ograniczeń co do kształtu czy formy motywu graficznego, jednak każdorazowo musi on być dostosowany do materiału na którym jest użyty.

PRZYKŁADOWE MOTYWY GRAFICZNE

SYGNET LOGOTYPU



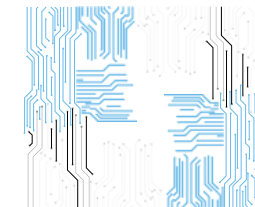
KLASTRY DANYCH /PIKSELE



SIEĆ



PŁYTKA DRUKOWANA



Identyfikacja wizualna

Oznaczenia Unii Europejskiej

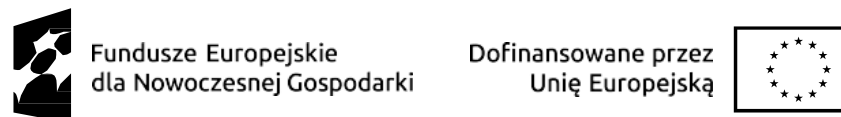
Na wszelkich materiałach związanych z projektem powinien znajdować się zestaw logotypów informujących o finansowaniu ze środków Unii Europejskiej.

Dokładne obowiązki określa [art. 17 Digital Europe Programme \(DIGITAL\) - General Model Grant Agreement \(str.45\)](#).

Znak Funduszy Europejskich, znak barw RP oraz znak Unii Europejskiej muszą być zawsze umieszczone w widocznym miejscu. Umieszczenie oraz wielkość znaków muszą być odpowiednie do rodzaju i skali materiału, przedmiotu lub dokumentu. Znaki i napisy muszą być czytelne dla odbiorcy i wyraźnie widoczne.

W przypadku projektu WRO4digITaI, należy używać zaprezentowanego obok zestawienia znaków. Aby zachować właściwy standard oznaczeń, zaleca się korzystać z gotowych wersji elektronicznych znaków umieszczonych na portalu www.funduszeuropejskie.gov.pl.

WERSJE ZNAKU FENG RP UE



Materiały wizualne

Zasady stosowania identyfikacji wizualnej i opracowywania materiałów wizualnych:

1. Materiały wizualne powinny nawiązywać stylistyką do wszelkich materiałów wizualnych opracowywanych w ramach komunikacji WRO4digITal EDIH Wrocław oraz podmiotu koordynującego działanie projektu, czyli Wrocławskiego Parku Technologicznego.
2. Przy tworzeniu materiałów należy używać typografii i kolorystyki określonych w księdze znaku projektu.
3. Materiały wizualne powinny realizować cele komunikacyjne wyznaczone przez aktualne cele strategiczne projektu.
4. Stosowane tło oraz formaty reklamowe WRO4digITal EDIH Wrocław mają eksponować lub odzwierciedlać procesowy charakter działalności EDIH oraz skoncentrowanie jej na zagadnieniach związanych z digitalizacją i cyfryzacją.
5. Na każdym materiale graficznym ma znajdować się adres [www.WRO4digITal EDIH Wrocław](http://www.WRO4digITalEDIH.Wroclaw) oraz co najmniej jego call to action, które (w różnej formie) zachęcać będzie do zapoznania się z ofertą projektu.
6. Na materiałach logotyp WRO4digITal EDIH Wrocław powinien znajdować się zawsze, gdzie jest to możliwe, w górnym prawym rogu grafiki lub po prawej stronie grafiki.
7. Jeśli to możliwe należy unikać stosowania zdjęć i nagrań wideo z baz stockowych, a używane materiały dostosowywać estetyką do projektów WRO4digITal EDIH Wrocław.
8. W przypadku materiałów wideo należy wdrażać je na podstawie szczegółowo rozpisanego scenariusza, wykorzystywać nagrania własne, przestrzegać wymogów i specyfiki formatów reklamowych w zakresie czasu, przygotowywać spoty, które mogą być edytowane do różnych formatów czasowych np. 10, 15, 30 i 60 sekund, tak by mogły być wykorzystane w różnych kanałach i formatach reklamowych, nagrywać je w formacie co najmniej full HD, najlepiej 4K, każdorazowo przygotowywać dla filmów transkrypcję w języku polskim oraz pozyskiwać prawa do wizerunku osób czy wykorzystania muzyki bez ograniczeń czasowych i terytorialnych.