

## Wytyczne Graficzne Gdańskiego Funduszu Promocji Wydawnictw

### 1. Logo Funduszu

- Logo Funduszu musi być umieszczane na wydawnictwie oraz wszystkich materiałach promocyjnych, publikacjach, stronach internetowych oraz innych nośnikach reklamy związanych z realizacją działań promocyjnych.
- Logo nie może być modyfikowane, zniekształcane, zmieniane pod względem kolorystyki, proporcji ani dodawanych do niego elementów graficznych.
- W przypadku tła o niskim kontraście dopuszczalne jest użycie wersji monochromatycznej (czarno-białej) logotypu.
- Minimalna szerokość logo to 40 mm dla druku oraz 150 px dla zastosowań cyfrowych.
- Oficjalna wersja logo Funduszu dostępna jest do pobrania pod adresem: <https://www.gdansk.pl/redakcja/Herb-flaga-i-logo-miasta,a,17103>
- Znaki towarzyszące logo Funduszu, swoim rozmiarem nie mogą wykraczać poza górną i dolną linię wysokości znaku Funduszu. Ich waga optyczna nie może zdominować wagi logo Funduszu.

### 2. Stosowanie logo

- Logo powinno być umieszczone w widocznym i odpowiednio wyeksponowanym miejscu zarówno na samym wydawnictwie jak i na materiałach promocyjnych, zapewniając jego czytelność i zgodność z wytycznymi graficznymi.
- Minimalny margines ochronny wokół logo wynosi 10 mm.
- Przy logo Funduszu należy dodać zdanie: „Promocja wydawnictwa została zrealizowana przy wsparciu Gdańskiego Funduszu Promocji Wydawnictw.”
- Jeśli publikacja posiada tłumaczenie na inny język niż język polski, należy przetłumaczyć powyższe zdanie na odpowiedni język.

### 3. Materiały reklamowe

- Wszelkie materiały (ulotki, plakaty, broszury, banery) muszą uwzględniać logo Funduszu zgodnie z wytycznymi.
- Każdy projekt graficzny wymaga akceptacji logo Funduszu przed publikacją.

### 4. Kontakt

- W razie wątpliwości dotyczących stosowania wytycznych, prosimy o kontakt z Gdańskim Funduszem Promocji Wydawnictw pod adresem: [marta.kakel@gdansk.gda.pl](mailto:marta.kakel@gdansk.gda.pl) lub telefonicznie: 58 323 6556.