

**UCHWAŁA NR XLI/207/09**  
**RADY MIEJSKIEJ W ŻYCHLINIE**

z dnia 26 czerwca 2009 r.

**w sprawie: ustanowienia logo Gminy Żychlin.**

Na podstawie art. 18 ust. 1 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (tj.: Dz. U. z 2001 r. Nr 142, póź. 1591; z 2002 r. Nr 23, póź. 220, Nr 62, póź. 558, Nr 113, póź. 984, Nr 153, póź. 1271 i Nr 214, póź. 1806; z 2003 r. Nr 80, póź. 717, Nr 162, póź. 1568; z 2004 r. Nr 102, póź. 1055, Nr 116, póź. 1203 i Nr 167, póź. 1759; z 2005 r. Nr 172, póź. 1441 i Nr 175, póź. 1457; z 2006 r. Nr 17, póź. 128 i Nr 181, póź. 1337; z 2007 r. Nr 48, póź. 327, Nr 138, póź. 974 i Nr 173, póź. 1218; z 2008 r. Nr 180, póź. 1111, Nr 223, póź. 1458; z 2009 r. Nr 52, póź. 420) Rada Miejska w Żychlinie uchwala, co następuje:

§ 1.1. Ustanawia się logo Gminy Żychlin, którym jest znak graficzny przedstawiony w załączniku nr 1 do niniejszej uchwały.

2. Ustanawia się regulamin używania logo Gminy Żychlin stanowiący załącznik nr 2 do niniejszej Uchwały.

§ 2. Wykonanie uchwały powierza się Burmistrzowi Gminy Żychlin.

§ 3. Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

**Przewodnicząca Rady**  
**/-/ Zofia Pilarska**

Załącznik nr 1 do  
Uchwały nr XLI/207/09  
Rady Miejskiej w Żychlinie  
z dnia 26 czerwca 2009r.

**Wersja graficzna  
logo i sloganu reklamowego Żychlina  
oraz Księga znaku**

**1. Wersja polska**



**2. Wersja anglojęzyczna**





---

KSIĘGA ZNAKU





LOGOTYP PODSTAWOWY



Logotyp podstawowy miasta Żychlin składa się z następujących elementów:

1. Element typograficzny:

Napis „*Żychlin*”  
oraz hasło „*miasto z pulsem*”

2. Element graficzny:

Stylizacja elementu herbu miasta Żychlin

logotyp podstawowy





## LOGOTYP PODSTAWOWY - OPIS KOLORÓW



W logotypie podstawowym występują trzy kolory:

### 1. Model Pantone:

Pantone 288 C  
Pantone 285 C  
Pantone 193 C

### 2. Model CMYK:

Pantone 288:  
C - 100 %  
M - 67 %  
Y - 0 %  
B - 23 %

Pantone 285:  
C - 89 %  
M - 43 %  
Y - 0 %  
B - 0 %

Pantone 193:  
C - 0 %  
M - 100 %  
Y - 66 %  
B - 13 %

opis kolorów





LOGOTYP UPROSZCZONY



Logotyp uproszczony może występować w kolorze:

1. Model Pantone:

Pantone Black oraz tenty z Pantone Black

2. Model CMYK:

C - 0 %

M - 0 %

Y - 0 %

B - 100 %

oraz tenty z koloru czarnego

logotyp uproszczony





LOGOTYP PODSTAWOWY - TYPOGRAFIA



W logotypie zastosowano czcionkę:

*Annifont Italic*

typografia





LOGOTYP PODSTAWOWY I UPROSZCZONY  
ANGIELSKA WERSJA JĘZYKOWA



wersja językowa







LOGOTYP PODSTAWOWY - POLE OCHRONNE



Pole ochronne powinno wynosić minimum 10 % wysokości logotypu.

pole ochronne



PRZEWODNICZĄCA  
MIASTO  
Zofia Piłarska

## **Regulamin używania logo i sloganu reklamowego Gminy Żychlin**

§ 1. Ustala się zasady używania logo Gminy Żychlin.

§ 2. 1. Logo może być używane wyłącznie przez organy gminy oraz jednostki organizacyjne Gminy Żychlin z zastrzeżeniem paragrafów następujących .

2. Logo może być używane tylko zgodnie ze wzorem graficznym określonym w załączniku nr 1 do Uchwały Rady Miejskiej w Żychlinie.

3. Używanie logo nie może być sprzeczne z powszechnie obowiązującym prawem, porządkiem publicznym oraz naruszać dobre imię Gminy.

4. Logo nie może być wykorzystywane w kampaniach związanych z wyborami lub referendum.

§ 3. Logo może być umieszczane w szczególności:

- a) na budynkach siedzib podmiotów wymienionych w § 2 ust. 1,
- b) w pomieszczeniach podmiotów wymienionych w § 2 ust. 1,
- c) z okazji publicznych uroczystości gminnych w miejscu ich odbywania,
- d) na pismach i dokumentach urzędowych,
- e) na pieczęciach, emblematach i innych symbolach władz samorządowych Gminy,
- f) na oficjalnych stronach internetowych podmiotów wymienionych w § 2 ust. 1
- g) na wizytówkach i identyfikatorach,
- h) na materiałach promujących Gminę.

§ 4. Logo pełni formę promocyjną Gminy i umieszczane będzie głównie na materiałach promujących i kreujących wizerunek Gminy.

§ 5. 1. Używanie bądź rozpowszechnianie logo przez inne podmioty niż określone w § 2 ust. 1 wymaga zgody Burmistrza Gminy Żychlin wydanej w formie oświadczenia woli określającej warunki i okres używania logo.

2. Warunkiem uzyskania powyższej zgody jest złożenie wniosku wraz z opisem sposobu używania logo oraz projektem graficznym umieszczenia wizerunku logo.

3. Zgoda na używanie logo może być w każdym czasie cofnięta w przypadku stwierdzenia naruszenia przepisów prawa lub warunków korzystania z logo.

§ 6. Burmistrz prowadzi rejestr podmiotów używających logo.

**Przewodnicząca Rady**  
**/-/ Zofia Pilarska**

## UZASADNIENIE DO

### Uchwały nr XLI/207/09

z dnia 26 czerwca 2009r.

Proponuje się przyjęcie sloganu promocyjnego oraz wzoru i kolorystyki logo Żychlina. Hasło wybrane zostało w oparciu o przeprowadzony w ubiegłym roku konkurs dla uczniów szkół z terenu gminy. Była to podstawa do dalszych prac. Wzór i kolorystyka logo opracowana została przez Pracownię Reklamy Michalczyk i Prokop w Łodzi, w trzech wersjach kolorystycznych. Dokonano wyboru kolorystyki najbardziej odpowiadającej wzorcom utrwalonym dla herbu gminy przedstawiającego zamek z trzema basztami.

W trakcie opracowywania nowego dokumentu pn. „Strategia wizerunku Żychlin. Żychlin – miasto z pulsem” uwzględniającego strategię wytyczającą nowe kierunki promocji Żychlina dokonano badania trzech wersji graficznych.

Badanie oceny logo i hasła reklamowego miało postać wieloetapową. Przyjęte zostało, że w każdym przypadku zwycięską wersją będzie ta, która zbierze najwięcej głosów. Największym uznaniem wyrażonym w ilości oddanych głosów cieszyła się wersja „b” (według poniższych wzorów).



Tabela: Wersje graficzne logo oraz hasła reklamowego zatwierdzone do konsultacji społecznych

Rodzaj badania	Wybrana wersja logo
badanie ankietowe wśród mieszkańców Żychlina	b
badanie ankietowe wśród mieszkańców okolicznych gmin	b
sonda na stronie internetowej <a href="http://www.gminazychlin.pl">www.gminazychlin.pl</a>	a
FGI* z przedstawicielami młodzieży	a
FGI z tzw. liderami opinii.	b

\*FGI (Focus Group Interviews – badania fokusowe, zogniskowane wywiady grupowe)

W czasie badania, oprócz wskazania najbardziej odpowiadającej wersji ankietowani byli proszeni o podanie skojarzeń, które przychodzą im na myśl odnośnie poszczególnych wersji graficznych logo i hasła reklamowego. Rzecz jasna skojarzenia nie były podawane w przypadku sondy internetowej, gdzie chodziło jedynie o wskazanie preferencji. Wyniki badań prezentuje zamieszczone niżej zestawienie.

**Tabela: Rodzaj przeprowadzonych badań a wybór wersji graficznej logo i hasła reklamowego Żychlina**

Rodzaj badania	Skojarzenia i opinie		
	Wersja „a”	Wersja „b”	Wersja „c”
<b>badanie ankietowe – mieszkańcy Żychlina</b>	<i>w mieście zacznie się coś dziać, estetyczne, przyszłość miasta w rękach młodych ludzi, ładnie się prezentuje, nowoczesne, dynamiczne i zmieniające się miasto z perspektywami, dobre wrażenie ale nie pasuje do sytuacji w mieście, pomysłowe i ciekawe logo, sukces, optymizm, hasło o pozytywnym charakterze, zachęca do działania, sztuczne, hasło nowoczesne, dobre przesłanie, pozytywne emocje, nadzieja, ład, fajny znak, sieć Plus, TV PULS, ciekawa i świeża grafika</i>	<i>eleganckie i dynamiczne, zdyscyplinowane, wyraźne, prządek, zachęcające, przeciętne,</i>	<i>z innowacją,</i>
<b>badanie ankietowe – mieszkańcy okolicznych gmin</b>	<i>nieciekawe, TV PULS, czytelne, fajne, miasto rozwijające się, z życiem, bicie serca, dobre, dużo elementów, mało czytelne, na wyrost, optymizm, postęp, prostota, przyjemne, postęp, sieć Plus, somatyczne graficznie, z trzymaniem ręki na pulsie</i>	<i>zachęcające, żadnych emocji</i>	<i>mało użyteczne, obiecujące, bez wyrazu, nic z niego nie wynika</i>
<b>FGI* – młodzież</b>	<i>nowoczesne, przyjazne, wpadające w oko, na czasie, dynamiczne</i>	<i>zbyt poważne, bardziej czytelne, „przebite”, sztucznie złuznione</i>	<i>sztuczne, szkoda patrzeć</i>
<b>FGI – liderzy opinii</b>	<i>rozchwiane, nie wiemy czego chcemy</i>	<i>dynamizm, „ma ruch”</i>	<i>spokój, sieć komórkowa, sztywne, miasto emerytów i rencistów, brak związku z tekstem</i>

### **Skojarzenia z poszczególnymi wersjami graficznymi logo i hasła reklamowego Żychlina**

Jak widać poszczególne wersje graficzne logo i hasła reklamowego budzą różne odczucia, zarówno w sensie jakościowym, jak i ilościowym. Najwięcej różnego rodzaju emocji, w większości pozytywnych, budzi wersja „a” logo i z tego właśnie powodu będzie ona rekomendowana do dalszego wykorzystywania w działalności promocyjnej.

Wprowadzenie nowego logo i sloganu reklamowego Żychlina pozwoli na lepsze wykorzystanie marketingowe symboli gminy. Nowe logo i hasło respektuje aspiracje mieszkańców gminy i jest niezbędne w działaniach związanych z nowoczesną i skuteczną promocją Żychlina (m.in. na stronie internetowej, w wizerunkowych kampaniach promocyjnych i akcjach bilbordowych, publikacjach Urzędu Gminy, wydawnictwach prasowych oraz gadżetach reklamowych). Jednolita kampania reklamowa pozwoli na ugruntowanie wizerunku marki naszej gminy w otoczeniu społeczno-biznesowym.

**Rys. Wersja graficzna logo i hasła reklamowego prezentowana do dalszego wykorzystania promocyjnego**



Zgodnie z art.3 ust. 1 ustawy z dnia 21 grudnia 1978r. o odznakach i mundurach jednostki samorządu terytorialnego mogą ustanawiać w drodze uchwały organu stanowiącego własne herby, flagi, emblematy oraz insygnia i inne symbole, jednak ust.2 przywołanego artykułu stanowi, że wzory tych symboli ustanawiane są zgodnie z zasadami heraldyki, weksylologii i miejscową tradycją historyczną. Nie sposób oczekiwać, aby kryteria te spełniało logo, które jest pojęciem występującym niezależnie od herbu i posiada całkowicie inny zakres treściowy. Logo gminy jest znakiem słowno-graficznym złożonym zazwyczaj z prostego, wielobarwnego rysunku i krótkiego napisu i choć pokrewna jest z heraldyką jest jego natura jako znaku tj. wyrazistość, komunikatywność i przyswajalność dzięki łatwości zapamiętywania, nie jest tworzone ani w oparciu o zasady sztuki heraldycznej, ani weksylologii, a tym samym nie podlega ocenie przez Komisję Heraldyczną (takie stanowisko Komisja Heraldyczna zajmowała w odpowiedzi na prośby o wyrażenie opinii w sprawie logo dla innych gmin – zob. np. uzasadnienie do uchwały Nr XIX/135/2004 Rady Miejskiej w Swarzędzu z dnia 4 lutego 2004 r., uzasadnienie do uchwały Nr XXIII/83/08 Rady Miejskiej w Kolużkach z dnia 27 sierpnia 2008 r.).

Biorąc pod uwagę powyższe uzasadnienie proponuje się slogan reklamowy:

**ŻYCHLIN – MIASTO Z PULSEM**