

# Brandbook

# Spis Treści

- 01.** Wprowadzenie
- 02.** Logotyp
- 03.** Sygnet
- 04.** Pole ochronne
- 05.** Przykłady kolorystyczne logo
- 06.** Niedopuszczalne przykłady modyfikacji logo
- 07.** Kolorystyka marki
- 08.** Typografia marki
- 09.** Przykłady ikon
- 10.** Przykłady fotografii

# Wprowadzenie do marki

## O nas

Teatr Piccolo powstał w **1992 roku** z inicjatywy doświadczonych aktorów – **Anny i Włodzimierza Wdowiaków**, pragnących realizować swe twórcze pasje poza teatrem instytucjonalnym. Jest to jeden z najstarszych prywatnych teatrów w Polsce i być może jedyny teatr prywatny dla dzieci w kraju, mogący pochwalić się takim stażem.

Teatr Piccolo to wyjątkowa przestrzeń artystyczna **tworzona z myślą o dzieciach i ich opiekunach**, w której teatr staje się narzędziem budowania relacji, rozwijania wyobraźni i wspólnego przeżywania emocji. **Marka wyrasta z wieloletniej tradycji i doświadczenia**, łącząc wartości edukacyjne z lekką, przystępną formą przekazu.

**Tożsamość marki** opiera się na energii, kolorze i ekspresji, które odzwierciedlają jej sceniczny charakter. Teatr Piccolo to miejsce spotkań – **pełne radości, kreatywności i autentycznych emocji**, gdzie każdy widz, niezależnie od wieku, może poczuć się częścią teatralnej opowieści.

# Logotyp

Logotyp Teatru Piccolo składa się z napisu „Piccolo” uzupełnionego o nazwę „Teatr”. Znak wyróżnia się zastosowaniem wielobarwnej palety, każda litera logotypu przyjmuje inny kolor, co podkreśla różnorodność, energię i kreatywny charakter teatru.

Forma typograficzna logotypu oparta jest na nowoczesnym kroju bezszeryfowym, co zapewnia jego wysoką czytelność oraz współczesny charakter. Istotnym elementem wyróżniającym logotyp jest kapelusz oraz oczy powstałe z liter „O”. Nadają one znakowi lekko teatralny, postaciowy charakter, wprowadzając element zabawy i narracji wizualnej. Dzięki temu logotyp staje się bardziej ekspresyjny i bliższy dziecięcej wyobraźni.



# Sygnet

Sygnet Teatru Piccolo stanowi uproszczoną, graficzną formę logotypu, zbudowaną z jego najbardziej charakterystycznych elementów. Tworzą go kapelusz, oczy powstałe z liter „O” oraz nos zbudowany z litery „L”. Kompozycja sygnetu przyjmuje formę umownej, teatralnej postaci, co bezpośrednio nawiązuje do świata sceny, gry aktorskiej i dziecięcej wyobraźni. Dzięki temu znak zyskuje unikalny, rozpoznawalny charakter, jednocześnie zachowując lekkość i przyjazny odbiór.

Sygnet może funkcjonować samodzielnie w sytuacjach, gdzie użycie pełnego logotypu jest ograniczone np. w małych formatach, materiałach cyfrowych czy elementach promocyjnych. Powinien być stosowany w sposób spójny z identyfikacją wizualną marki, z zachowaniem jego proporcji i kolorystyki.



# Pole ochronne

Wokół logotypu należy zachować odpowiednie pole ochronne, które zapewnia jego czytelność i wyeksponowanie. Żadne inne elementy graficzne ani tekstowe nie mogą naruszać tej przestrzeni. Minimalne pole ochronne zostało określone proporcjonalnie do wielkości znaku.

Pole ochronne logotypu wyznaczone jest na podstawie wysokości słowa „Piccolo”. Stanowi ono minimalną przestrzeń wokół znaku, która musi pozostać wolna od innych elementów graficznych i tekstowych. Wysokość ta jest modułem odniesienia. Zaleca się zachowanie odstępu równego co najmniej jednej wartości wysokości z każdej strony znaku. Zapewnia to odpowiednią ekspozycję, czytelność oraz estetykę kompozycji.



# Przykłady kolorystyczne

Logotyp może występować w wersji podstawowej (kolorowej) oraz w wersjach alternatywnych: monochromatycznej (czarnej lub białej). Dobór wersji powinien zapewniać maksymalną czytelność i spójność z tłem oraz kontekstem komunikacji.



# Niedopuszczalne przykłady modyfikacji logo

Nie dopuszcza się modyfikacji logotypu, takich jak: zmiana proporcji, kolorów, kroju pisma, dodawanie efektów (cieni, gradientów), obracanie czy deformowanie znaku. Logotyp zawsze powinien być stosowany zgodnie z wytycznymi, aby zachować spójność identyfikacji.



# Kolorystyka marki

Kolorystyka marki opiera się na wyrazistej, nowoczesnej paletce inspirowanej komunikacją wizualną Teatru Piccolo. Zestawienie barw łączy energię sceny teatralnej z lekkością i dostępnością przekazu skierowanego do młodego widza.

Paleta kolorystyczna powinna być stosowana w sposób zrównoważony z dominującą rolą koloru głównego oraz wspierającą funkcją pozostałych barw. Zestawienie kolorów tworzy dynamiczny, przyjazny i angażujący system wizualny, który odzwierciedla charakter teatru jako miejsca pełnego emocji, zabawy i twórczej ekspresji.

HEX  
**#1E1E1E**

CMYK  
**0, 0, 0, 88**

HEX  
**#7D7D7D**

CMYK  
**0, 0, 0, 51**

HEX  
**#F6F6F6**

CMYK  
**0, 0, 0, 4**

HEX  
**#FFFFFF**

CMYK  
**0, 0, 0, 0**

HEX  
**#FFB373**

CMYK  
**0, 30, 55, 0**

HEX  
**#D8599C**

CMYK  
**0, 60, 28, 15**

HEX  
**#8F60B4**

CMYK  
**21, 47, 0, 29**

HEX  
**#80CAFF**

CMYK  
**50, 21, 0, 0**

# Typografia marki

Podstawowym krojem pisma w identyfikacji wizualnej jest Bricolage Grotesque. To nowoczesny, bezszeryfowy font o wyrazistym charakterze, który łączy geometryczną formę z subtelną ekspresją. Jego lekko niestandardowe detale nadają komunikacji marki indywidualności i kreatywnego tonu.

Typografia powinna być stosowana konsekwentnie, z zachowaniem odpowiednich proporcji, interlinii i kontrastów, co zapewni spójność oraz profesjonalny wygląd wszystkich materiałów marki.

# Bricolage Grotesque

Dostępny na Google Fonts

Light

Regular

Medium

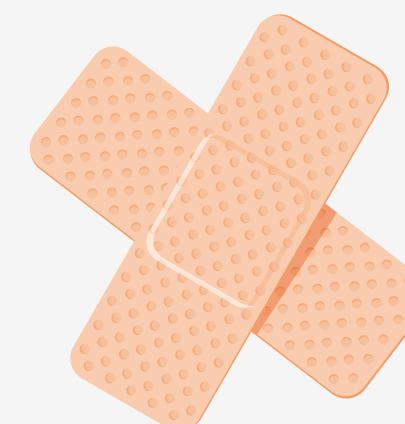
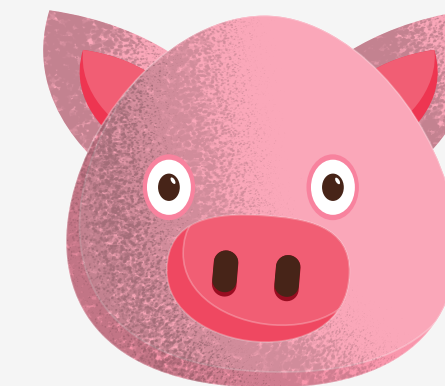
SemiBold

Bold

A Ą B C Ć D E Ę F G H I J K L Ł M N Ń O Ó P Q R S Ś T  
U V W X Y Z Ź Ż a ą b c ć d e ę f g h i j k l ł m n ń o ó  
p q r s ś t u v w x y z ź ż 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

# Przykłady ikon

Ikony stosowane w komunikacji powinny być czytelne i spójne stylistycznie. Mogą nawiązywać do świata teatru, edukacji i zabawy np. sceny, maski, postaci czy elementów scenografii, podkreślając charakter marki jako miejsca kreatywnego i otwartego.



# Przykłady fotografii

Fotografia marki powinna skupiać się na emocjach, relacjach i doświadczeniu widza. Kluczowe są ujęcia aktorów w interakcji z publicznością, rodzin spędzających wspólnie czas oraz kolorowych, dynamicznych scen teatralnych. Zdjęcia powinny oddawać energię, ciepło i autentyczność spektakli.



