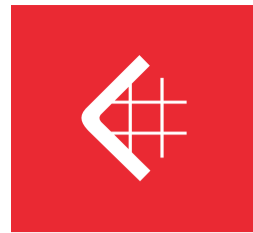




Księga znaku kratki

Listopad 2024 / ver. 01

© 2024 kratki. All rights reserved.



Spis treści

3 Informacja

4 Schematy komunikacji

5 Charakterystyka marki

6 Logo – Wersja podstawowa

7 Logo – Budowa

8 Logo – Na siace

9 Logo – Wersja achromatyczna

10 Logo – Pole ochronne

11 Logo – Pole ochronne sygnetu

12 Logo – Skalowanie

13 Logo – formaty specjalne

14 Logo – Niedopuszczalne modyfikacje

15 Logo – Przykłady niedopuszczalnego wykorzystania

16 Logo – Kontrast

17 Logo – Wymiar i skalowanie

18 Kolorystyka

19 Typografia

Informacja

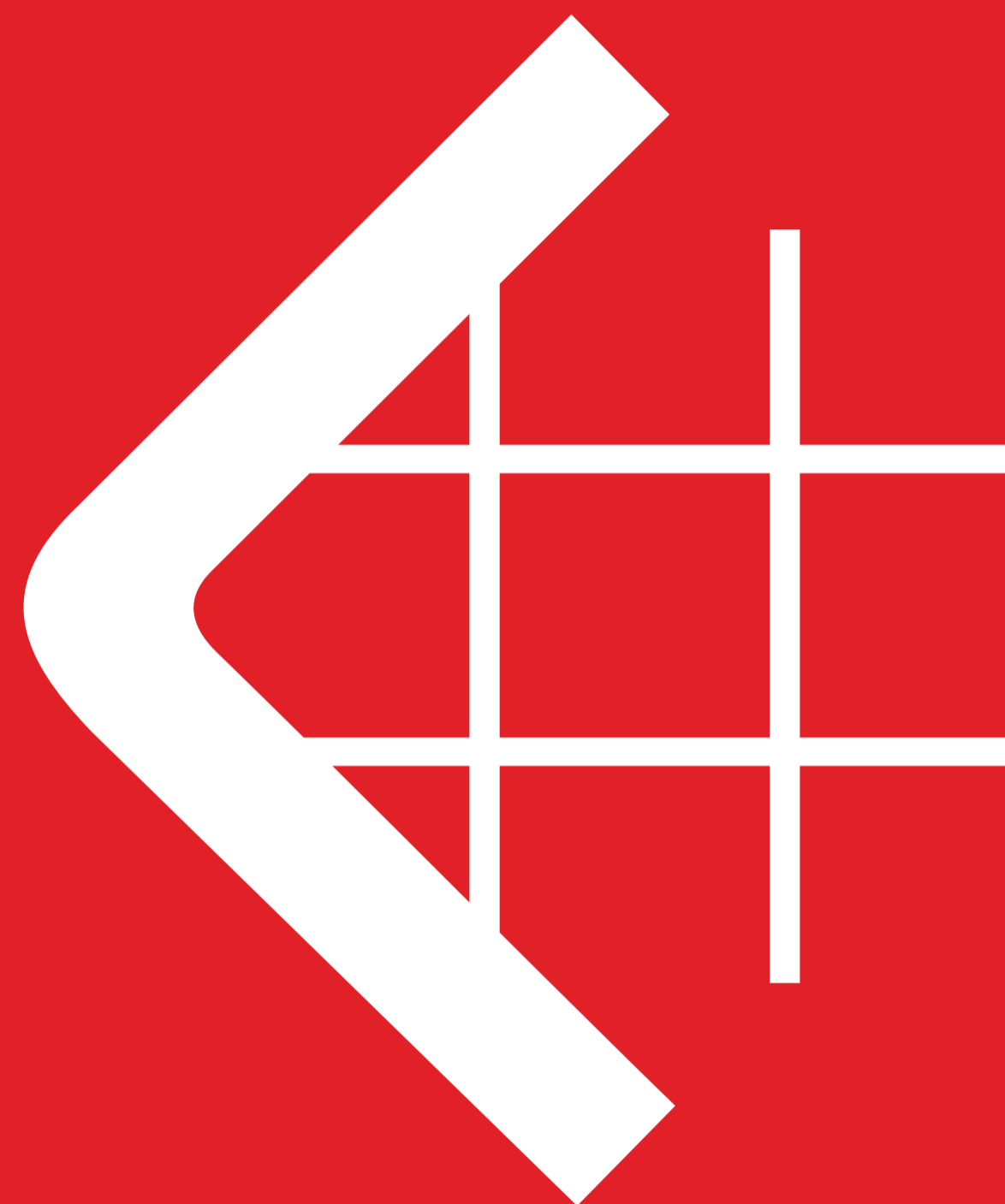
Ten dokument to narzędzie przeznaczone dla projektantów i podwykonawców. Dla tych zatrudnionych w firmie, jak również firm zewnętrznych oraz wszystkich podmiotów współpracujących z firmą Kratki.

Znajdują się w nim wskazówki dotyczące właściwego i spójnego wykorzystywania logotypu.

Celem tego dokumentu jest ułatwienie pracy oraz umocnienie marki Kratki.

Zarząd firmy Kratki jest jedynym podmiotem, który może wprowadzić nowe zastosowania znaku towarowego.

Bez oficjalnej zgody Zarządu nie można wprowadzać na rynek żadnych nowych produktów ani usług ze znakiem Kratki.





Schematy komunikacji

1. Tworzymy ciepłą atmosferę:

Schemat komunikacji, który zakłada położenie nacisku na rodzinny aspekt posiadania kominka będącego centrum domowego ogniska.

2. Eksperti w kominkach:

Skupia się na sztanदारowych cechach produktów oferowanych przez firmę, podkreślając ich unikalny design, jakość oraz przewagę technologiczną.

3. Z zamięłowania do perfekcji:

Polega na budowaniu przewagi wizerunkowej w oparciu o dynamiczny rozwój firmy oraz zastosowanie nowoczesnych procesów produkcyjnych.



Tworzymy ciepłą atmosferę

Wyróżniki: rodzina, dom, ciepło, radość, bezpieczeństwo, ekologia i dobroczynność.



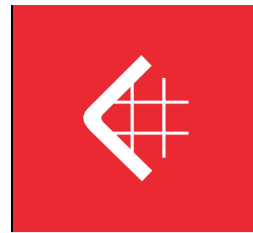
Eksperti w kominkach

Wyróżniki: design, nagrody, charakterystyka produktu, walory użytkowe i atestowanie.



Z zamięłowania do perfekcji

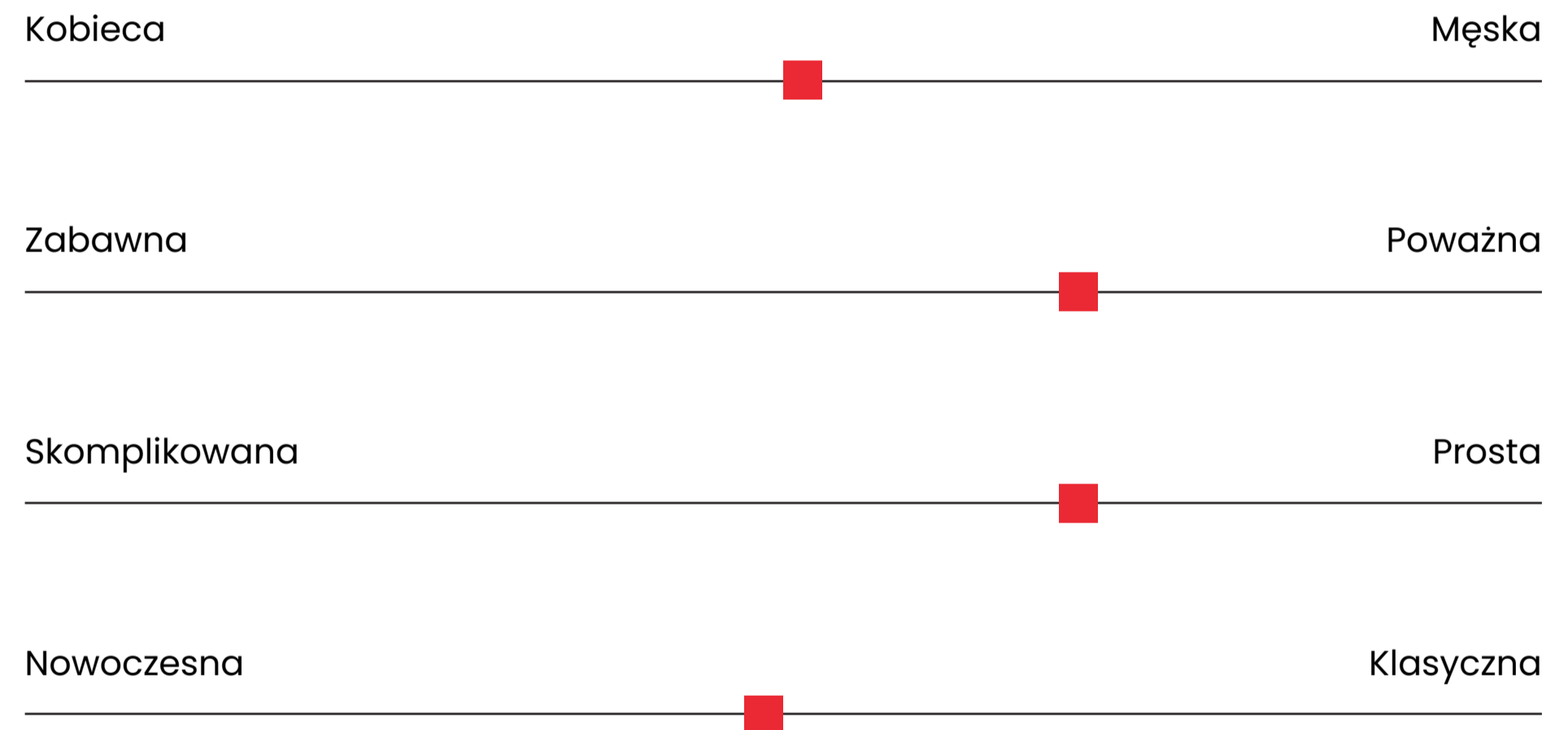
Wyróżniki: jakość, polski produkt nowoczesna technologia, certyfikacja, skala działalności.



Charakterystyka marki

Wykres prezentuje dokładne pozycjonowanie marki w kluczowych kategoriach cech, które są istotne dla jej rozwoju i postrzegania przez klientów. Wskazuje on, jak marka powinna być odbierana w różnych aspektach.

Dalsze prace nad rozwojem identyfikacji marki powinny być realizowane zgodnie z wytycznymi przedstawionymi na wykresie.





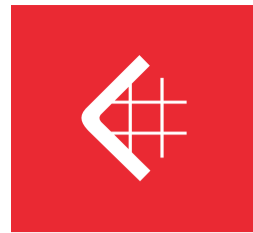
Logo – Wersja podstawowa

Logo jest głównym elementem brandingu marki. Jakiegolwiek jego modyfikacje są zabronione.

Zasady jego stosowania zostały opisane w niniejszym dokumencie.

Zawsze należy stosować macierzysty wzór znaku, pobierany wyłącznie z odpowiednich źródeł.





Logo – budowa

Znak podstawowy składa się z sygnetu i typografii w układzie poziomym. Do stosowania we wszystkich materiałach wewnętrznych, promocyjnych i zewnętrznych.

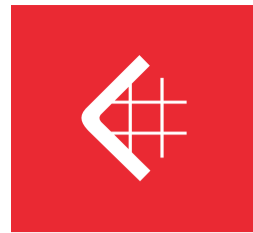
Logo występuje w jednym wariantcie graficznym (**sygnet + typografia**)

Nazwy firmy, pisanej czcionką **Arial Black** **wyskalowaną w poziomie do 175%**.



Sygnet

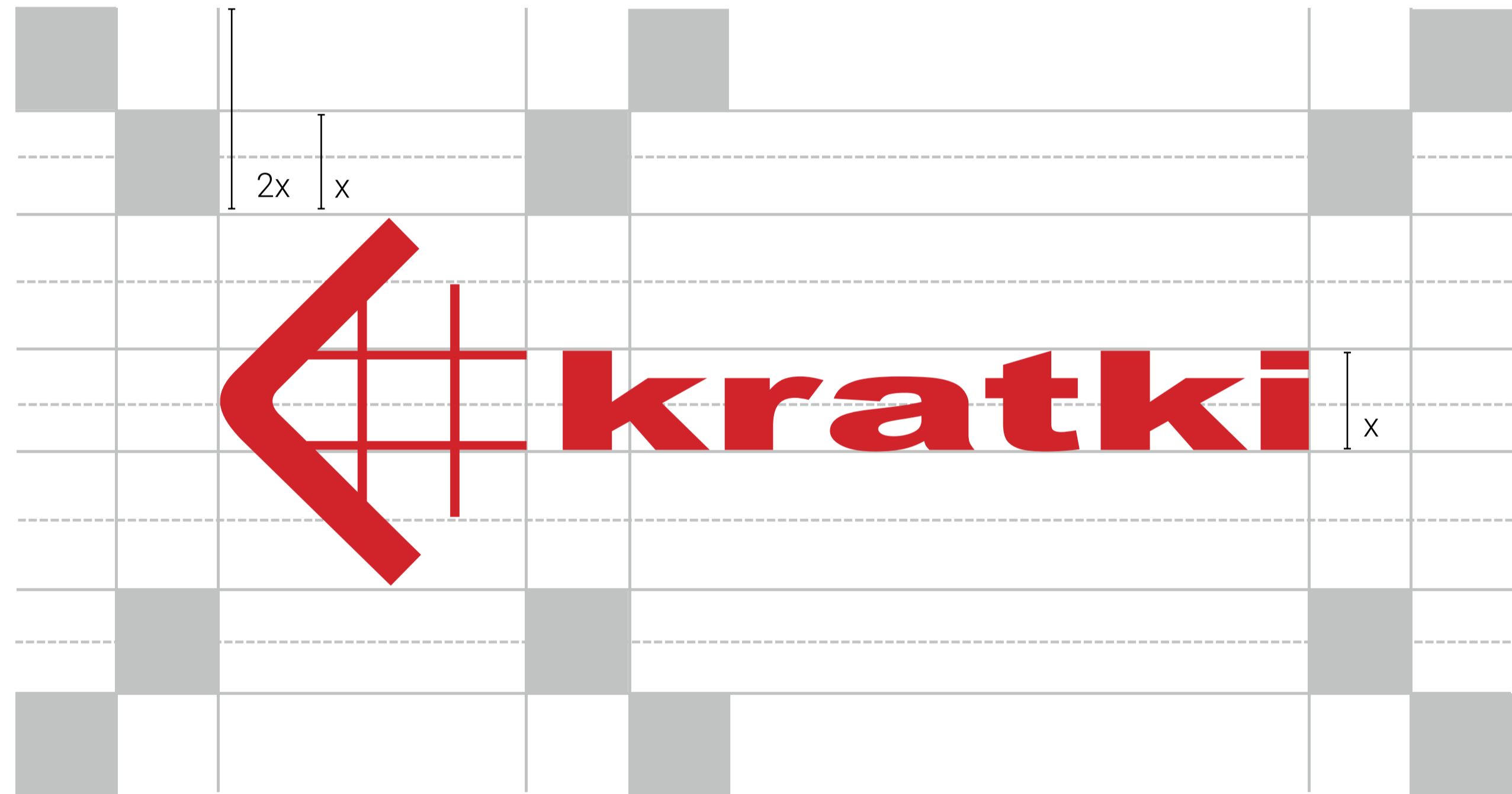
Typografia
Font: **Arial Black**



Logo - Na siatce

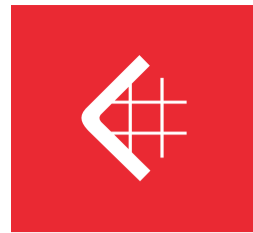
Elementy logo są osadzone na siatce konstrukcyjnej składającej się z linii prostych oraz pomocniczych, które definiują proporcje i precyzyjne rozmieszczenie wszystkich elementów graficznych. Sygnet opiera się na prostokątnej siatce, a obłe krawędzie narożników są wyznaczone przez regularne linie i proporcje siatki.

Wypełniony obszar symbolizuje podstawowy kształt sygnetu, który jest kluczowym elementem znaku firmowego. Dodatkowo, wszystkie odstępy wokół logo są zgodne z zasadami proporcji (1x, 2x), co zapewnia harmonię wizualną i odpowiedni margines ochronny.



Logo - wersja achromatyczna





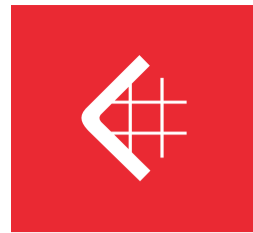
Logo – pole ochronne

Pole ochronne jest oznaczone jako przestrzeń wokół logo, w której nie powinny znajdować się żadne inne elementy graficzne ani tekstowe.

Wymiary pola ochronnego są określone za pomocą wielkości „x”, która jest równa wysokości litery „K” w nazwie marki.

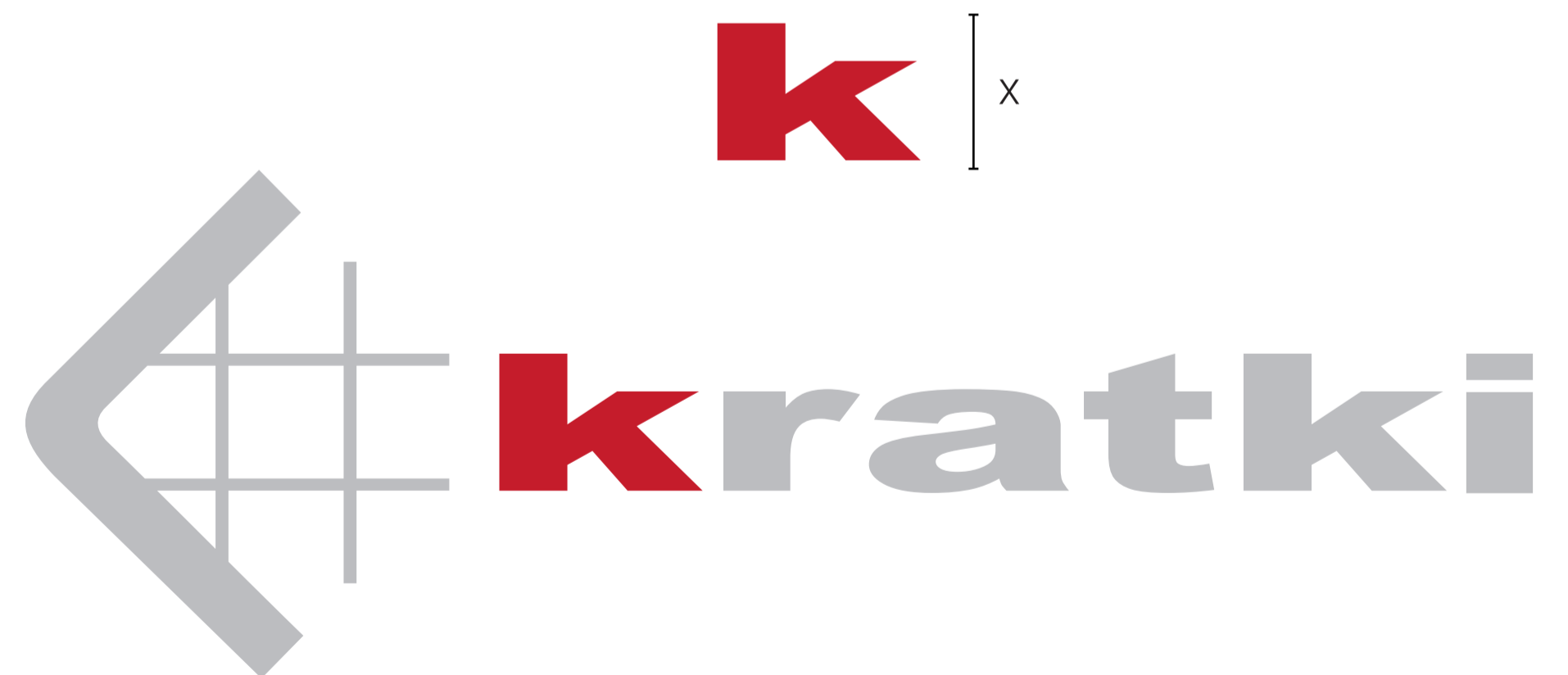
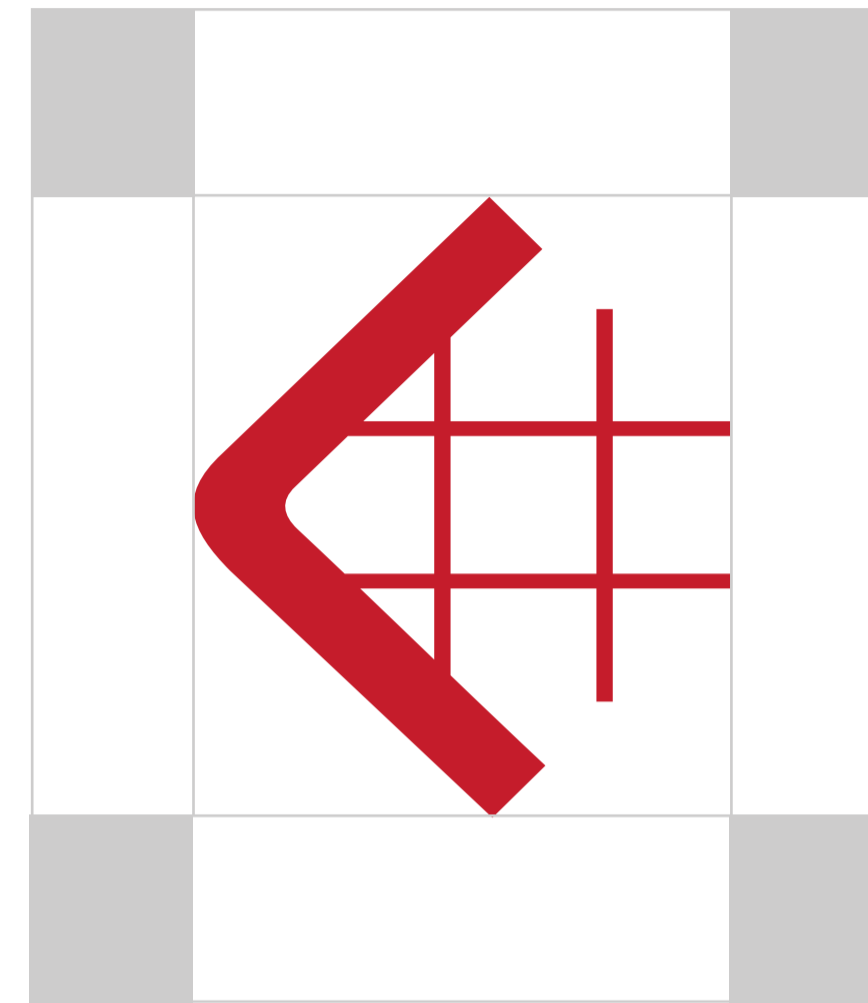
Odległość „x” jest zastosowana wokół całego logotypu, aby zapewnić jego czytelność.

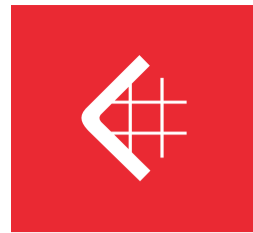




Logo – pole ochronne sygnetu

Wymiary pola ochronnego sygnetu są określone za pomocą wielkości „x”, która jest równa wysokości litery „B” .





Logo - skalowanie

Wymiary i skalowanie

Wymiary i proporcje logotypu są ściśle określone. Znak należy skalować proporcjonalnie, w całości, nie rozdzielając poszczególnych elementów, uwzględniając jego pole ochronne.

Przeźreń ochronna

Na podstawie wysokości logo H, standardowa strefa przestrzeni ochronnej wynosi połowę wysokości logo ($\frac{1}{2} H$). W przypadku banerów online i mediów społecznościowych można używać minimalnej strefy przestrzeni ochronnej ($\frac{1}{4} H$).

Minimalny rozmiar

Aby zapewnić optymalną widoczność grubości linii znaku graficznego, minimalna szerokość logo w druku wynosi 40 mm, a w formatach cyfrowych 300 px. W przypadku użycia logo poniżej minimalnego rozmiaru należy zastosować wersję z grubszym obrysem znaku graficznego.

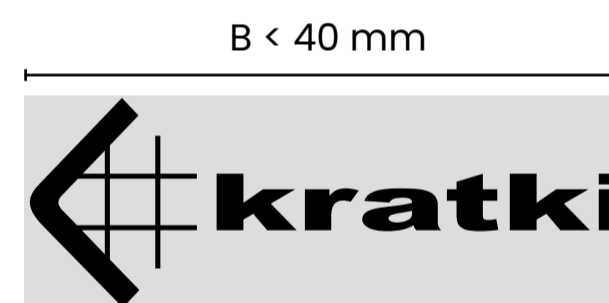
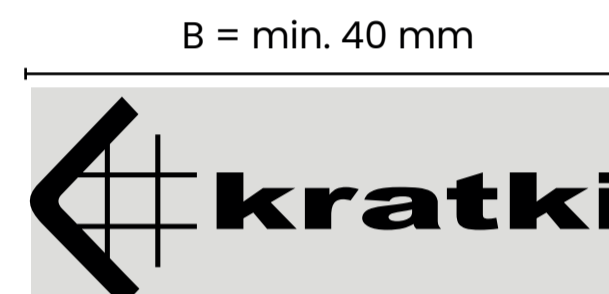
Umiejscowienie

Logo może być umieszczane w narożnikach układu. Należy jedynie zachować strefy przestrzeni ochronnej.

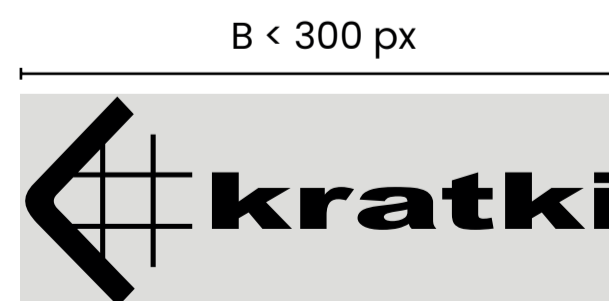
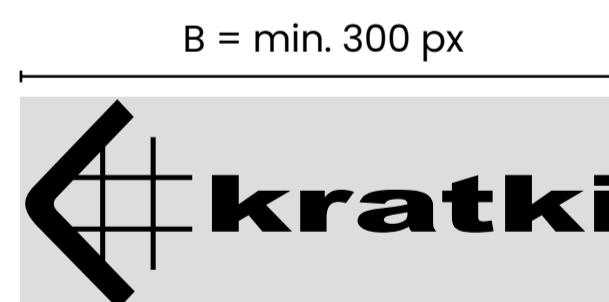
Pole ochronne



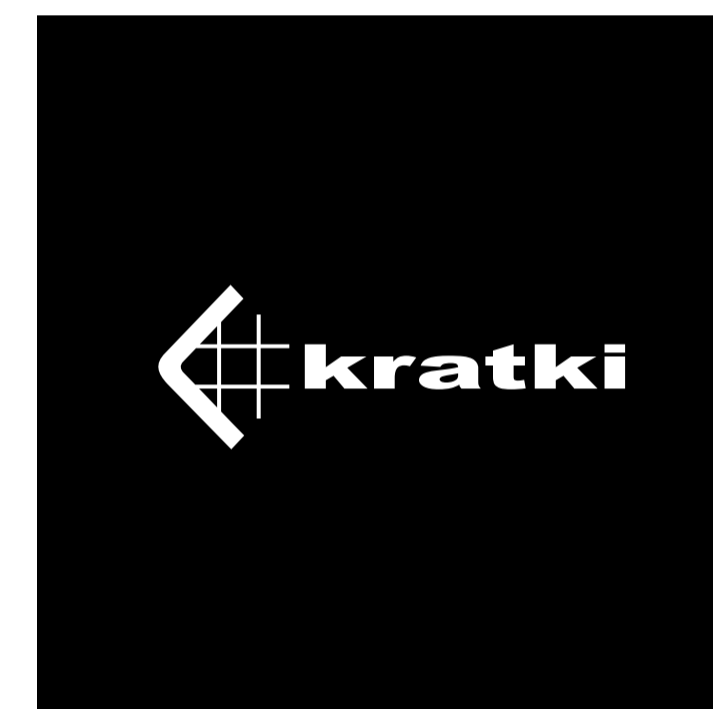
Druk



Digital



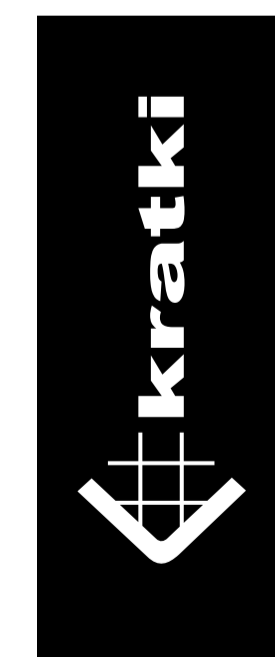
Opcje umiejscowienia



Ściana wystawiennicza



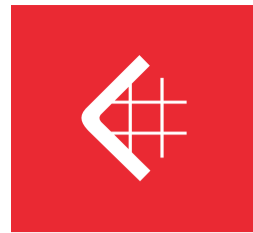
Ulotka Długa
(Pole ochronne)



Długodystansowe
oznakowanie (wyśrodkowane)



Baner online (Pole ochronne)



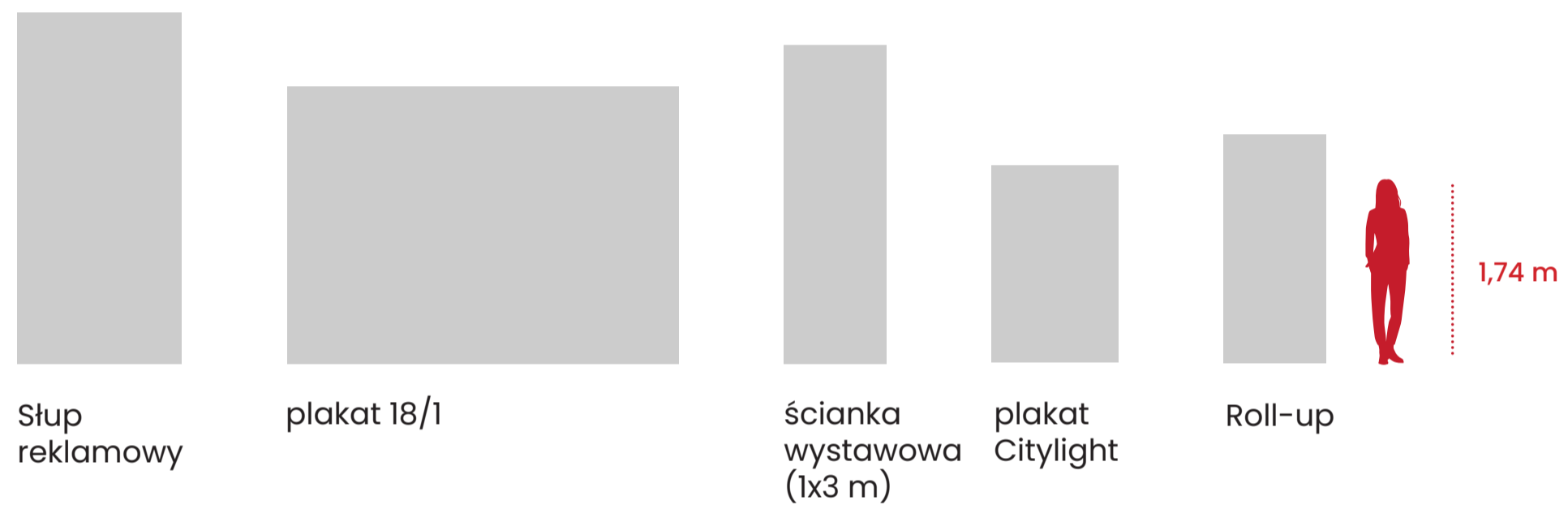
Logo – Formaty specjalne

Produkcja formatów specjalnych jest zazwyczaj wykonywana w pomniejszonej skali. Zasady serii DIN mają tutaj również zastosowanie. Jeśli jednak logo z serii DIN nie jest odpowiednie, można wybrać jedną z następujących grup formatów opartych na serii DIN A0.

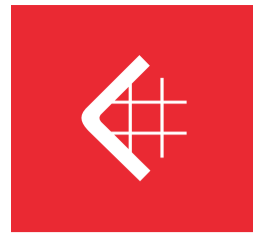
Przykłady zastosowania rozmiarów logo.

Szerokość formatu	Szerokość Logo
do 2000 mm	426 mm
2000 – 3000 mm	615 mm
3000 – 4000 mm	870 mm

*Grupa formatów może być wybrana zgodnie z proporcjami i formatem. Zasada ta służy również jako wytyczna. Możliwe są inne rozmiary logo, które odpowiadają proporcjom.



Zastosowanie	Format	Szerokość logo
Słup reklamowy	1490 x 3250 mm	426 mm
Plakat 18/1	3560 x 2520 mm (format końcowy) utworzony w formacie 594 x 420 mm (1:6)	870 mm 145 mm
Ścianka wystawowa	1185 x 1750 mm	870 mm
plakat Citylight	3 x 4 m 1 x 3 m	870 mm 426 mm
Roll-up	850 x 2100 mm	426 mm



Logo - Niedopuszczalne modyfikacje



Zabrania się zmieniać wielkości pojedynczych elementów



Nie wolno zmieniać pozycji pojedynczych elementów



Nie wolno zmieniać pozycji pojedynczych elementów




Nie wolno dodawać typografii i podpisów



Nie wolno zmieniać koloru



Nie wolno dodawać efektów

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad  minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in

Nie wolno używać logo w tekście



Nie wolno umieszczać logo na tłach o podobnej tonacji



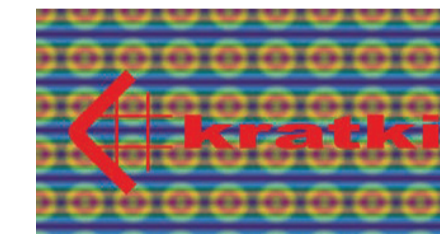
Nie wolno używać nieaktualnych wersji logo



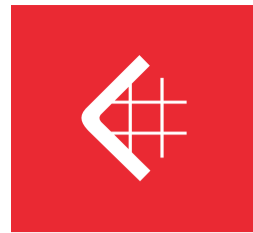
Nie wolno umieszczać logo pod kątem



Nie wolno stosować obrysu kształtu logo



Nie wolno umieszczać na nieszablonowych tłach



15 Księga znaku
Kratki

Logo – Przykłady niedopuszczalnego wykorzystania

- a) Logo umieszczone na zbyt zróżnicowanym tle
- b) Logo transparentne
- c) Logo w zbyt małej skali



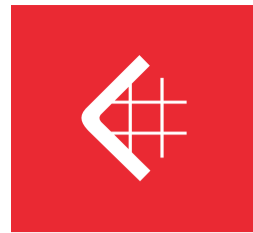
a)



b)



c)

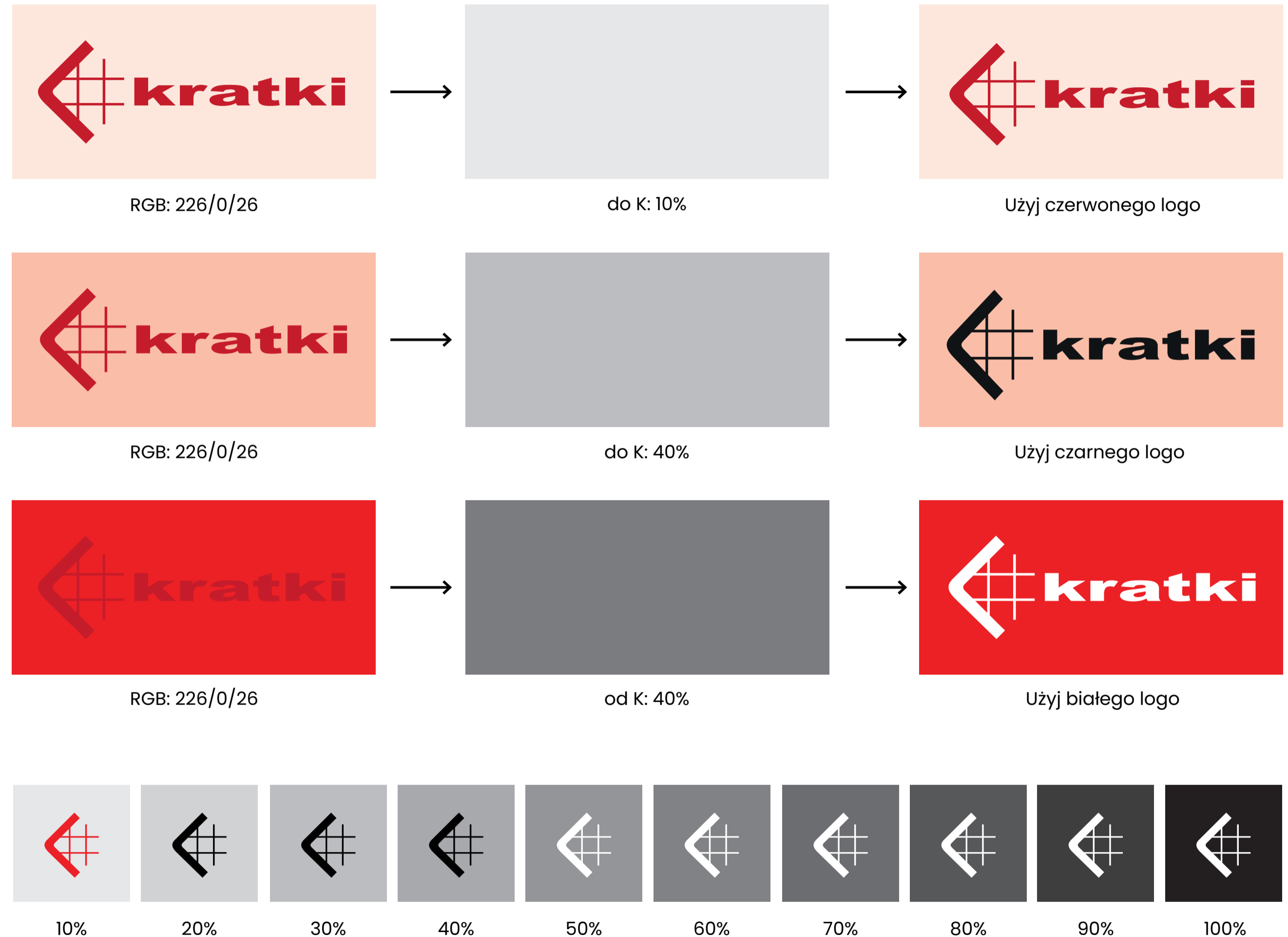


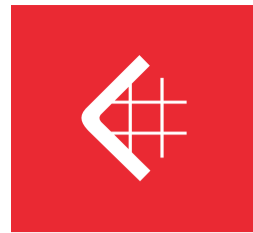
Logo – Kontrast

Podstawową barwą identyfikującą markę jest czerwień. Dopuszcza się użycie logo w wersji czarnej lub białej.

Znak może być umieszczany na różnych tłach. Należy jednak pamiętać o zachowaniu odpowiedniego kontrastu i używać koloru logo zgodnie z przykładami.

W celu sprawdzenia jakiego logo użyć, należy zamienić tło w skali szarości oraz sprawdzić odpowiedni odcień np. jeżeli skala szarości wynosi poniżej 50% używamy logo w kolorze białym.





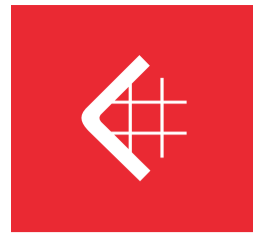
Logo – Wymiary i skalowanie

Wymiary i proporcje logotypu są ściśle określone. Znak należy skalować proporcjonalnie, w całości, nie rozdzielając poszczególnych elementów, uwzględniając jego pole ochronne.

Dla zachowania jakości oraz poprawnego wyświetlania poszczególnych elementów, logotyp nie powinien być skalowany poniżej zalecanych wartości.

Wielkość minimalna dla logo wynosi:
X=25 pixeli ~ 8mm.





Kolorystyka

Paleta kolorów używana w identyfikacji wizualnej firmy **Kratki.pl** dzieli się na kolory podstawowe oraz kolory dodatkowe. Wzbudzają one wrażenie minimalistycznego, czystego wizerunku, kładącego nacisk na ciepło, otwartość i profesjonalizm.

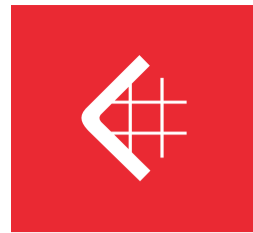
Kolory palety podstawowej powinny pojawiać się w większości materiałów stosowanych w identyfikacji wizualnej. Paleta kolorów dodatkowych jest uzupełnieniem palety podstawowej i pełni charakter pomocniczy do zastosowania w mniejszych elementach np. ikonach, wyróżnikach.

Podstawowe

RGB: 226, 0, 26 HEX: #e2001a CMYK: 10, 100, 90, 10 PANTONE 2035 C	RGB: 255/255/255 HEX: #FFFFFF CMYK: 0/0/0/0 PANTONE: 663 C	RGB: 0, 0, 0 HEX: 000000 CMYK: 0, 0, 0, 100 PANTONE: 6 C
--	---	---

Kolory pomocnicze

RGB: 224, 226, 230 HEX: E0E2E6 CMYK: 11, 7, 6, 0 PANTONE: 649 C	RGB: 78, 87, 102 HEX: 4E5766 CMYK: 72, 59, 44, 23 PANTONE: 2376 C	RGB: 44, 48, 56 HEX: 2C3038 CMYK: 76, 68, 56, 56 PANTONE: 426 C
RGB: 60, 183, 105 HEX: 3cb769 CMYK: 73, 0, 80, 0 PANTONE: 2256 C	RGB: 33, 117, 188 HEX: 2175bc CMYK: 84, 50, 0, 0 PANTONE: 7683 C	RGB: 247, 141, 43 HEX: F78D2B CMYK: 0, 54, 94, 0 PANTONE: 715 C



Typografia

Podstawowy krój pisma

Podstawowym fontem w komunikacji marki jest **MYRIAD PRO** oraz jej odmiany. Font cechuje przyjazny charakter oraz wysoka czytelność. Jej zalety są najlepiej widoczne w materiałach drukowanych. Font obsługuje cyrylicę oraz grekę.

Altenratywny podstawowy krój pisma

ROBOTO jest to czcionka mechaniczna o geometrycznym charakterze. Litery są łagodnie zakrzywione zapewniając wysoką przejrzystość i czytelność.

Altenratywny krój pisma

Alternatywną czcionką w komunikacji marki jest **LATO** oraz jej odmiany. Geometria czcionki jest miękka i przyjazna. Jednocześnie silna struktura zapewnia powagę oraz wyrazistość.

Altenratywny krój pisma

Czcionka dodatkowa **OSWALD** idealnie nadają się do nagłówków oraz komunikacji internetowej. Na jej podstawie można wyróżnić tekst lub zbudować wyróżniający się nagłówek.

Myriad Pro

Font podstawowy

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 Ż Ź
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 ż ź
' ? ' " ! " (%) [#] { @ } / & \ < - + ÷ × = > ® © \$ € £ ¥ ¢ ; ; , . *
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Roboto

Font podstawowy

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 Ż Ź
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 ż ź
' ? ' " ! " (%) [#] { @ } / & \ < - + ÷ × = > ® © \$ € £ ¥ ¢ ; ; , . *
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Lato

Font alternatywny

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 Ż Ź
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 ż ź
' ? ' " ! " (%) [#] { @ } / & \ < - + ÷ × = > ® © \$ € £ ¥ ¢ ; ; , . *
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Oswald

Font alternatywny

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 Ż Ź
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 ż ź
' ? ' " ! " (%) [#] { @ } / & \ < - + ÷ × = > ® © \$ € £ ¥ ¢ ; ; , . *
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

KRATKI.PL MAREK BAL
Wsola, Gombrowicza 4
26-660 Jedlińsk POLAND
NIP 796-115-80-07 | REGON 670814979

