

Księga
**Identyfikacji
Wizualnej**

The image shows the word 'EXATEL' in a bold, white, sans-serif font. The letters are closely spaced and have a slightly irregular, hand-drawn appearance. The background is a solid, vibrant blue.

rys. 1

I. Podstawowe elementy identyfikacji marki

Znak

Znak jest podstawowym elementem identyfikacji. Niedopuszczalna jest jakakolwiek ingerencja w formę graficzną i kolorystyczną znaku.

Znak występuje w dwóch wersjach:

Wersja podstawowa, biały znak na tle gradientu (rys. 1).

Wersja z gradientem, stosowana w akcydensach oraz materiałach obcych (rys. 2).

Przy wykorzystywaniu znaku należy posilrkować się macierzystym wzorem pobieranym z odpowiednich źródeł.

The image shows the word 'EXATEL' in a bold, blue, sans-serif font. The letters have a vertical gradient, transitioning from a lighter blue at the top to a darker blue at the bottom. The background is white.

rys. 2

I. Podstawowe elementy identyfikacji marki

Pole ochronne

Pole ochronne (rys. 1) określa minimalną odległość znaku od innych elementów graficznych.

Pole ochronne musi być zachowane przy umieszczaniu znaku w środowisku obcym.

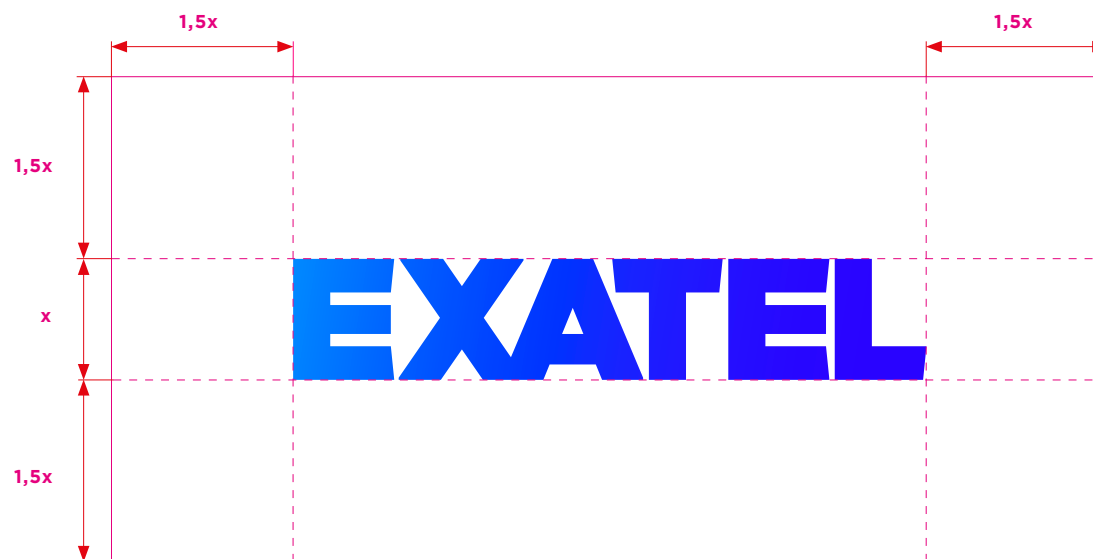
Wielkość pola wyznaczana jest poprzez wysokość znaku (x).

Pole minimalne

Minimalne pole ochronne (rys. 2) to zamknięta przestrzeń wokół znaku, w którą nie mogą ingerować obce elementy graficzne.

Minimalne pole ochronne musi być zachowane przy umieszczaniu znaku w materiałach własnych.

Wielkość pola wyznaczana jest poprzez wysokość znaku (x).



rys. 1 Pole ochronne



rys. 2 Pole minimalne

I. Podstawowe elementy identyfikacji marki

Wielkość minimalna znaku

Aby zachować czytelność znaku, należy przestrzegać zasady stosowania znaku w wielkości nie mniejszej niż minimalna.

Minimalna wysokość znaku we wszystkich mediach drukowanych wynosi 3,5 mm (rys. 1).

Minimalna wysokość znaku we wszystkich mediach cyfrowych wynosi 20 px (rys. 2).

W przypadku zwielokrotniania znaku innymi technikami, należy ustalić wielkość znaku, wykonując uprzednio próby. Wielkość znaku musi być odpowiednio dobrana do techniki reprodukcji w taki sposób, aby zagwarantować jego czytelność.



rys. 1 Wielkość minimalna znaku dla mediów drukowanych



rys. 2 Wielkość minimalna znaku dla mediów cyfrowych

I. Podstawowe elementy identyfikacji marki

Praktyki zakazane

Niedopuszczalna jest jakakolwiek ingerencja w formę graficzną i kolorystyczną znaku.

Obok przedstawiono przykładowe niedozwolone modyfikacje znaku:

- rys. 1 Deformacja znaku;
- rys. 2 Ustawianie znaku pod kątem;
- rys. 3 Zmiana położenia elementów znaku;
- rys. 4 Modyfikacja elementów znaku;
- rys. 5 Zastosowanie nieprawidłowej kolorystyki znaku;
- rys. 6 Pozycjonowanie obcych elementów na znaku;
- rys. 7 Umieszczenie znaku na niedozwolonym tle;
- rys. 8 Zastosowanie nieprawidłowej typografii;
- rys. 9 Przecięcie znaku.



rys. 1



rys. 2



rys. 3



rys. 4



rys. 5



rys. 6



rys. 7



rys. 8



rys. 9

I. Podstawowe elementy identyfikacji marki

Kolorystyka RGB CMYK

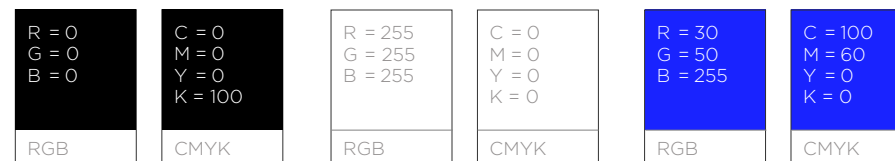
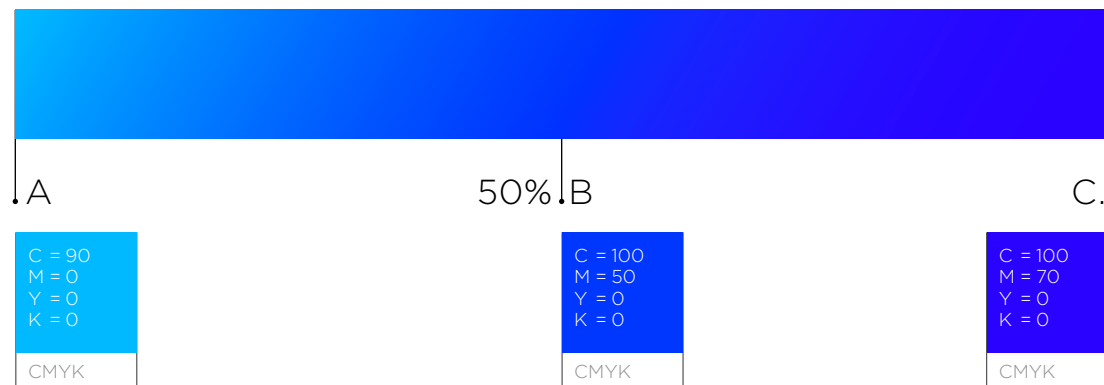
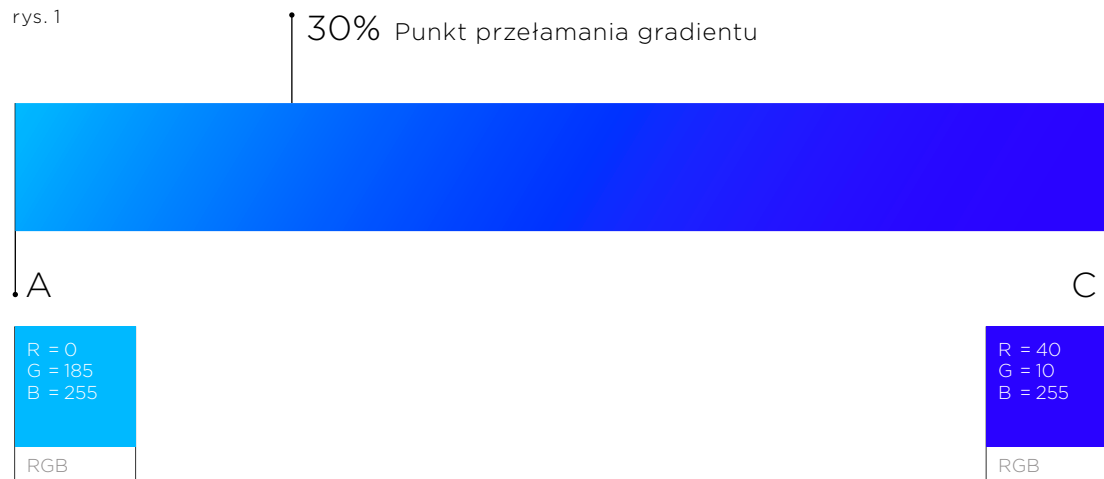
Podstawowa kolorystyka oparta jest na gradiencie widocznym na rys. 1.

Gradient wyznaczany jest od lewego górnego narożnika do prawego dolnego. Zasada ta jest tożsama dla każdego przygotowywanego formatu.

Gradient stanowi tło layoutu, tło znaku w kontrze oraz wypełnienie znaku w wersji stosowanej na wizytówkach i papierze firmowym.

Na rys. 2 przedstawione zostały kolory uzupełniające stosowane w identyfikacji. W przypadkach użycia tekstu na gradiencie stosujemy kolor biały.

rys. 1



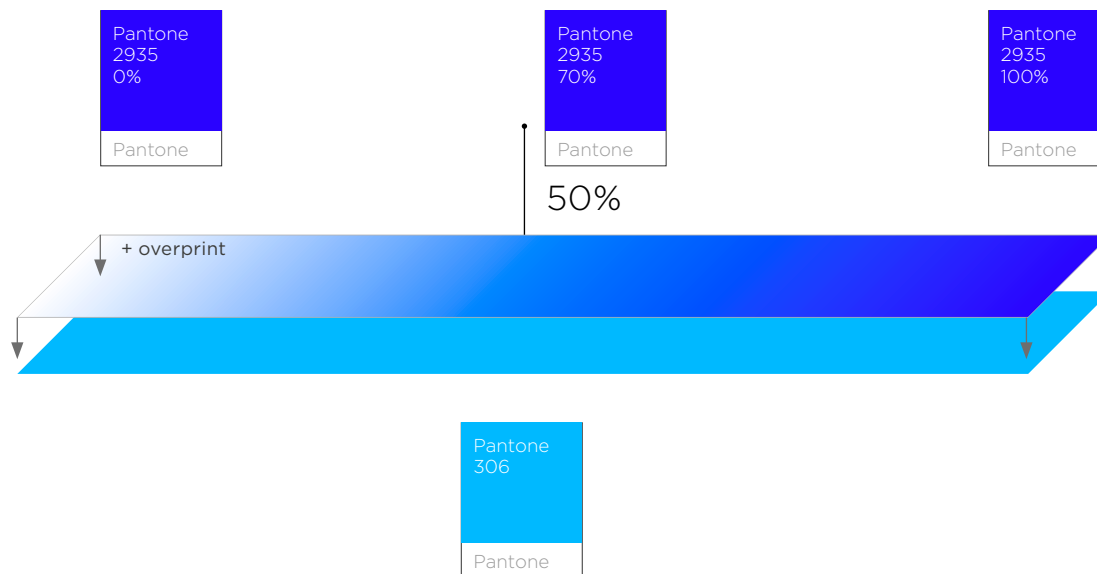
rys. 2

I. Podstawowe elementy identyfikacji marki

Kolorystyka PANTONE

W przypadku kolorystyki pantone gradient otrzymujemy poprzez nadruk koloru Pantone 2935 na kolor Pantone 306, zgodnie ze schematem przedstawionym na rys. 1. Kolorem uzupełniającym stosowanym w identyfikacji jest Pantone 2935 (rys. 2).

rys. 1



rys. 2