

DRUTEX

ENGINEERED FOR YOU

KSIĘGA IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

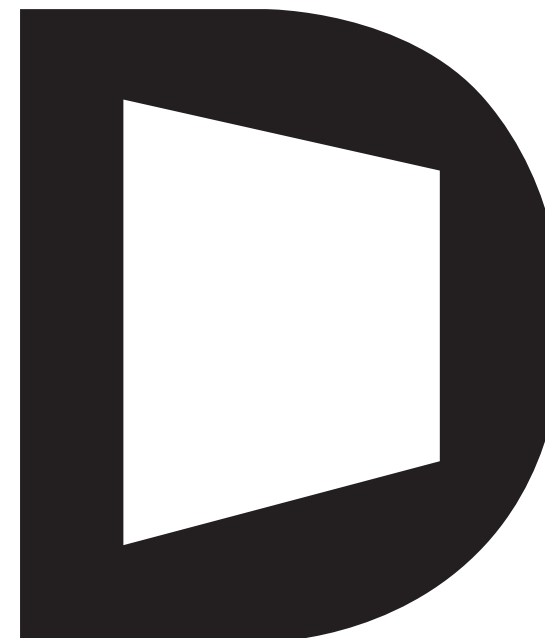
L I G H T

Wstęp

Księga znaku służy standaryzacji logo, opisuje jego budowę oraz podaje przykłady jego poprawnego używania. Należy bezwzględnie stosować się do zasad zawartych w księdze.

Księga Identyfikacji Wizualnej to opis wzorców i ustaleń dotyczących budowy znaku, kolorystyki, prawidłowych zasad stosowania znaku oraz elementów, które budują pozytywny wizerunek firmy.

Celem Księgi Identyfikacji Wizualnej jest stworzenie spójnego obrazu firmy i jego ochrony przed niepotrzebnymi zmianami lub zastosowaniami. Księga została podzielona na działy, w tym porządkujące kwestie dotyczące samego znaku graficznego oraz schematy jako wytyczne do rozwiązania konkretnego problemu projektowego.



Wstęp

Elementy wizualne marki

Logo

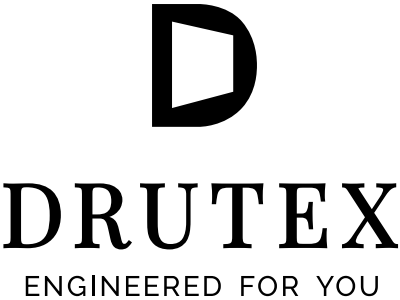
Typografia

Kolorystyka

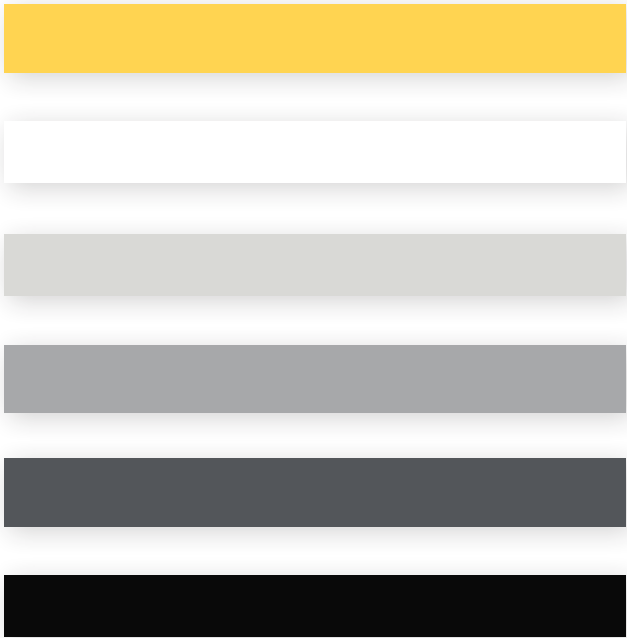
Materiały reklamowe

Elementy wizualne marki

W skład elementów wizualnych marki wchodzi logo, kolorystyka, typografia, zdjęcia i elementy graficzne.



Playfair Display
Raleway
Open Sans



- Wstęp
- Elementy wizualne marki
- Logo
- Typografia
- Kolorystyka
- Materiały reklamowe

Wstęp

Elementy wizualne marki

Logo

Znak pionowy

Znak poziomy

Konstrukcja znaku pionowego

Konstrukcja znaku poziomego

Tablica zastosowań

Pole ochronne

Obszar bezpieczeństwa

Tło znaku

Minimalny / Maksymalny rozmiar

Nieprawidłowe wykorzystanie

Typografia

Kolorystyka

Materiały reklamowe

Logo

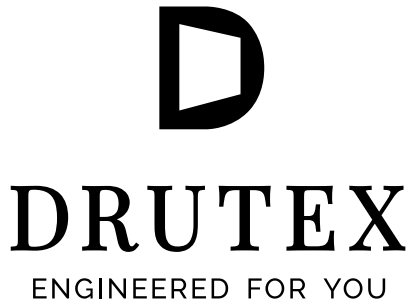
Znak pionowy

Znak graficzny Drutex pionowy występuje w dwóch wersjach z i bez claimu. Preferowany wariant to znak z claimem. Powinien być wykorzystywany, jeśli tylko jest to możliwe.

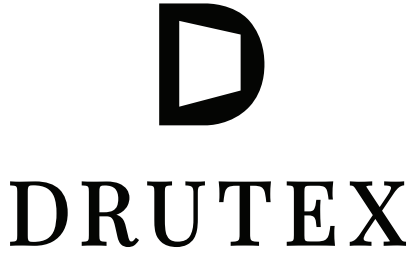
Znak czarno-biały może być wykorzystywany w reklamie prasowej oraz w przypadku kiedy kolor generuje dodatkowe koszty. Wariant w kontrze może być używany, gdy kolory logo niewystarczająco kontrastują z tłem, w przypadku podpisu pod projektem (np. w stopce) lub gdy niska jakość reprodukcji może spowodować nieczytelność znaku.

Wykorzystywany znak musi pochodzić z wzorcowych dokumentów dostępnych w materiałach sieciowych firmy.

Znak pionowy z claimem



Znak pionowy bez claimu



Znak w kontrze



Logo

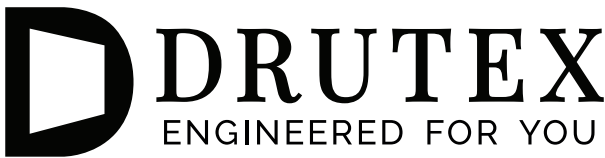
Znak poziomy

Znak graficzny Drutex poziomy występuje w dwóch wersjach z i bez claimu. Preferowany wariant to znak z claimem. Powinien być wykorzystywany, jeśli tylko jest to możliwe.

Znak czarno-biały może być wykorzystywany w reklamie prasowej oraz w przypadku kiedy kolor generuje dodatkowe koszty. Wariant w kontrze może być używany, gdy kolory logo niewystarczająco kontrastują z tłem, w przypadku podpisu pod projektem (np. w stopce) lub gdy niska jakość reprodukcji może spowodować nieczytelność znaku.

Wykorzystywany znak musi pochodzić z wzorcowych dokumentów dostępnych w materiałach sieciowych firmy.

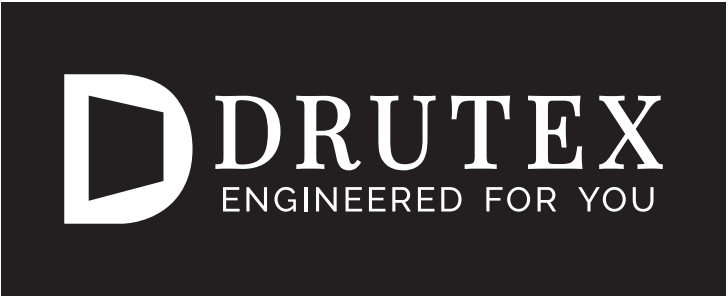
Znak poziomy z claimem



Znak poziomy bez claimu



Znak w kontrze



Wstęp

Elementy wizualne marki

Logo

Znak pionowy

Znak poziomy

Konstrukcja znaku pionowego

Konstrukcja znaku poziomego

Tablica zastosowań

Pole ochronne

Obszar bezpieczeństwa

Tło znaku

Minimalny / Maksymalny rozmiar

Nieprawidłowe wykorzystanie

Typografia

Kolorystyka

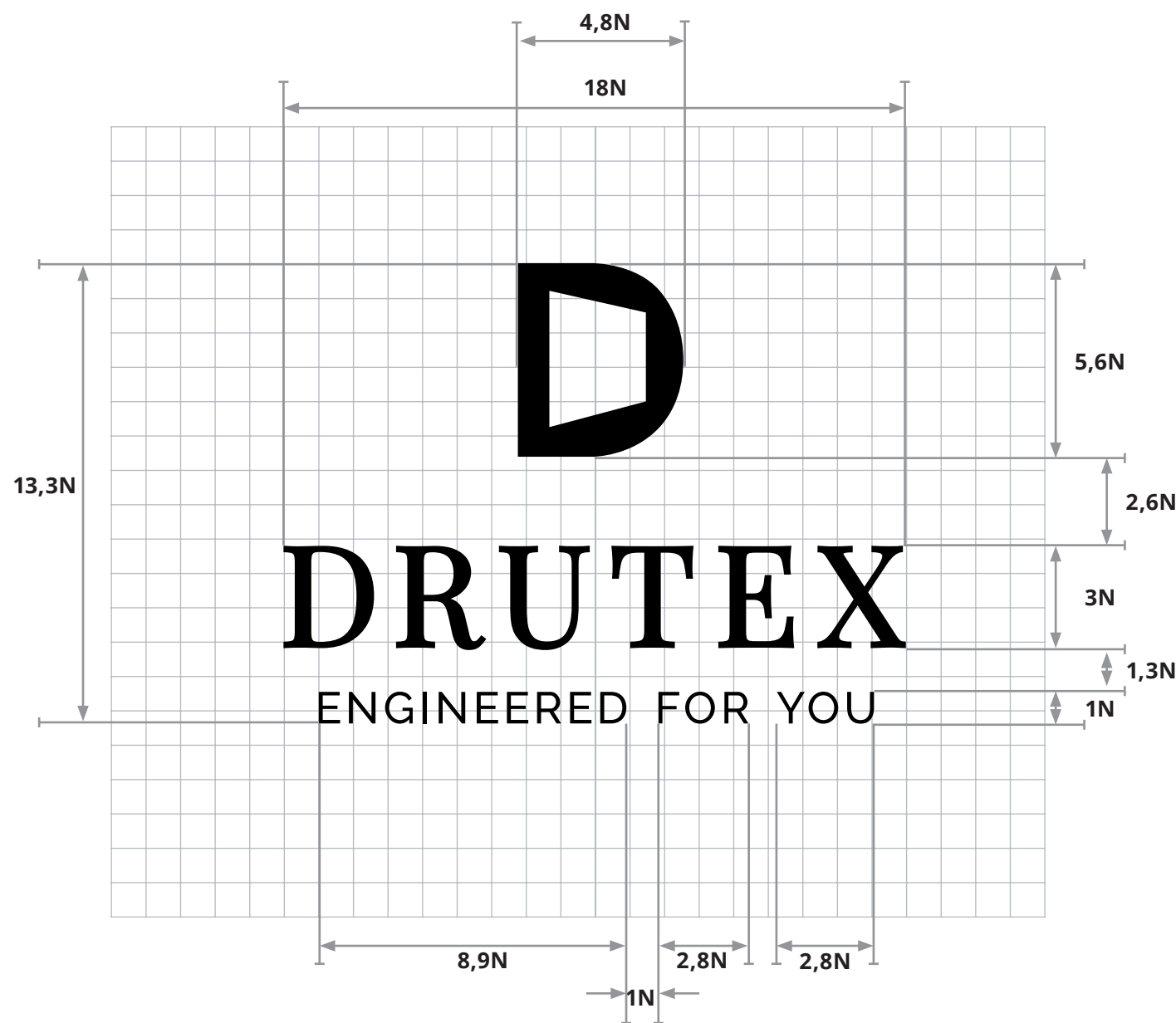
Materiały reklamowe

Logo

Konstrukcja znaku pionowego

Znak pionowy wymiarowany na siatce gdzie jednostka miary „N” odpowiada wielkości jednej komórki.

Wykorzystywany znak musi pochodzić z wzorcowych dokumentów dostępnych w materiałach sieciowych firmy.



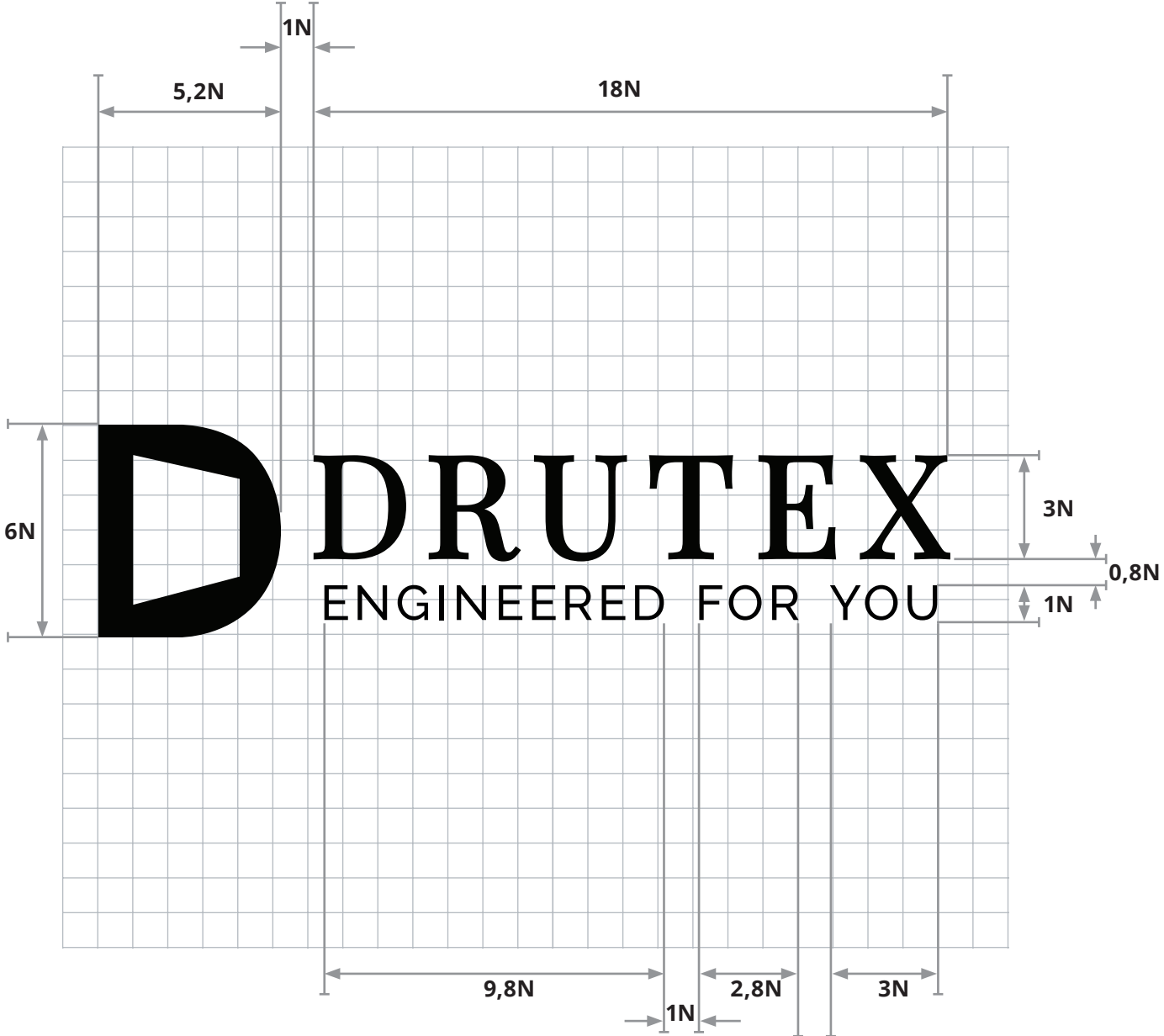
1N - jednostka miary

Logo

Konstrukcja znaku poziomego

Znak poziomy wymiarowany na siatce gdzie jednostka miary „N” odpowiada wielkości jednej komórki.

Wykorzystywany znak musi pochodzić z wzorcowych dokumentów dostępnych w materiałach sieciowych firmy.



1N - jednostka miary

- Wstęp
- Elementy wizualne marki
- Logo
 - Znak pionowy
 - Znak poziomy
 - Konstrukcja znaku pionowego
 - Konstrukcja znaku poziomego**
 - Tablica zastosowań
 - Pole ochronne
 - Obszar bezpieczeństwa
 - Tło znaku
 - Minimalny / Maksymalny rozmiar
 - Nieprawidłowe wykorzystanie
- Typografia
- Kolorystyka
- Materiały reklamowe

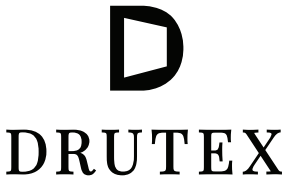
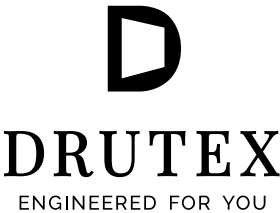
Logo

Tablica zastosowań

Tablica zastosowań dotyczy:

Znaku pionowego i poziomego z claimem.

Znaku pionowego i poziomego bez claimu.



Wstęp

Elementy wizualne marki

Logo

Znak pionowy

Znak poziomy

Konstrukcja znaku pionowego

Konstrukcja znaku poziomego

Tablica zastosowań

Pole ochronne

Obszar bezpieczeństwa

Tło znaku

Minimalny / Maksymalny rozmiar

Nieprawidłowe wykorzystanie

Typografia

Kolorystyka

Materiały reklamowe

Wstęp

Elementy wizualne marki

Logo

Znak pionowy

Znak poziomy

Konstrukcja znaku pionowego

Konstrukcja znaku poziomego

Tablica zastosowań

Pole ochronne

Obszar bezpieczeństwa

Tło znaku


Minimalny / Maksymalny rozmiar

Nieprawidłowe wykorzystanie

Typografia

Kolorystyka

Materiały reklamowe

KATEGORIA Materiał	 DRUTEX ENGINEERED FOR YOU	 DRUTEX	 DRUTEX ENGINEERED FOR YOU	 DRUTEX
BUDYNKI				
Budynek siedziby Drutexu	✓			
Recepcja			✓	
Hale			✓	
Sklepy partnerów	✓	✓	✓	✓
Flagi przed budynkami		✓		✓
IDENTYFIKATORY				
Karta wejściowa		✓		✓
MATERIAŁY BIUROWE				
Koperty	✓			
Papier firmowy	✓			
Wizytówki	✓			
PUBLIC RELATIONS				
Informacje prasowe	✓		✓	
Strona internetowa	✓		✓	
Newsletter	✓	✓	✓	✓
Mailing	✓	✓	✓	✓
Zaproszenia	✓		✓	
REKLAMA				
Reklama prasowa	✓		✓	
Reklama internetowa	✓	✓	✓	✓
Reklama telewizyjna	✓		✓	

Wstęp

Elementy wizualne marki

Logo

Znak pionowy

Znak poziomy

Konstrukcja znaku pionowego

Konstrukcja znaku poziomego

Tablica zastosowań

Pole ochronne

Obszar bezpieczeństwa

Tło znaku

Minimalny / Maksymalny rozmiar

Nieprawidłowe wykorzystanie

Typografia

Kolorystyka

Materiały reklamowe

KATEGORIA Materiał				
SOCIAL MEDIA				
Facebook / Instagram / YouTube	✓	✓		
MATERIAŁY REKLAMOWE				
Ulotki	✓		✓	
Katalogi	✓		✓	
Standy reklamowe	✓		✓	
Rollupy	✓		✓	
POS				
Banery	✓		✓	
Billboardy	✓		✓	
Tablice reklamowe	✓		✓	
Kasetony	✓		✓	
EVENTY/WYSTAWY				
Targi/wystawy	✓		✓	
Konferencje	✓		✓	
SAMOCHODY				
Samochody ciężarowe	✓		✓	
Samochody dostawcze	✓		✓	
Samochody osobowe	✓		✓	

Wstęp

Elementy wizualne marki

Logo

Znak pionowy

Znak poziomy

Konstrukcja znaku pionowego

Konstrukcja znaku poziomego

Tablica zastosowań

Pole ochronne

Obszar bezpieczeństwa

Tło znaku





Minimalny / Maksymalny rozmiar

Nieprawidłowe wykorzystanie

Typografia

Kolorystyka

Materiały reklamowe

KATEGORIA Materiał				
GADŻETY				
Baloniki	✓		✓	
Breloki		✓		✓
Chorągiewki		✓		✓
Czapki	✓		✓	
Długopisy/ołówki				✓
Notesy	✓	✓	✓	✓
Pendrive		✓		✓
Smycz			✓	✓
Torba	✓			
T-shirt	✓		✓	
Wiatraczki	✓		✓	
Zawieszki zapachowe	✓			
INNE				
Witryny	✓		✓	
Wystawki okienne	✓		✓	
Ubrania firmowe	✓		✓	
Kalendarze	✓		✓	

Logo

Pole ochronne

W trosce o maksymalną jakość i czytelność znaku ustalono, że dookoła logo musi pozostać biały pusty obszar. W tym obszarze wzbronione jest umieszczanie napisów, zdjęć lub innych elementów. Obszar musi pozostać pusty.

Dla ułatwienia obszar roboczy określa wielkość liczona literą „D” ze znaku graficznego Drutex.

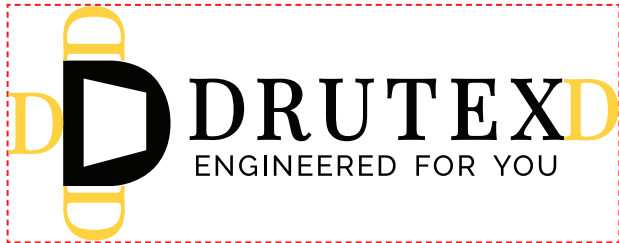
Takie rozwiązanie pozwala zachować prawidłowe proporcje pomiędzy wielkością znaku a polem ochronnym.

Wykorzystywany znak musi pochodzić z wzorcowych dokumentów dostępnych w materiałach sieciowych firmy.

Pole ochronne znaku podstawowego



Pole ochronne znaku poziomego



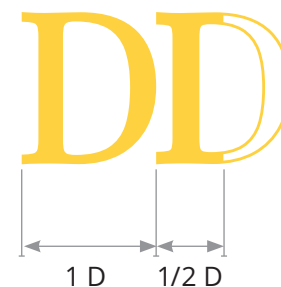
Logo

Obszar bezpieczeństwa

Jednostką miary wyznaczającą obszar bezpieczeństwa znaku to pełna litera „D”.

Funkcja obszaru bezpieczeństwa różni się od pola ochronnego. W związku z tym do prawidłowego wyznaczenia obszaru bezpieczeństwa należy przyjąć 1 i 1/2 D.

Obszar bezpieczeństwa znaku podstawowego



Obszar bezpieczeństwa znaku poziomego



Wstęp

Elementy wizualne marki

Logo

Znak pionowy

Znak poziomy

Konstrukcja znaku pionowego

Konstrukcja znaku poziomego

Tablica zastosowań

Pole ochronne

Obszar bezpieczeństwa

Tło znaku

Minimalny / Maksymalny rozmiar

Nieprawidłowe wykorzystanie

Typografia

Kolorystyka

Materiały reklamowe

Logo

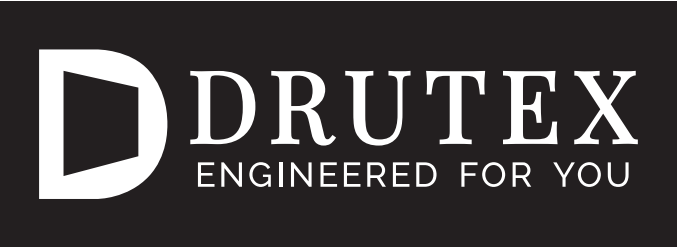
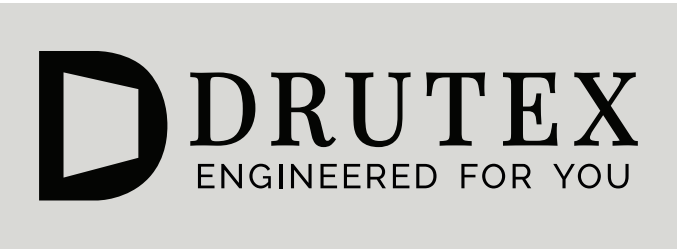
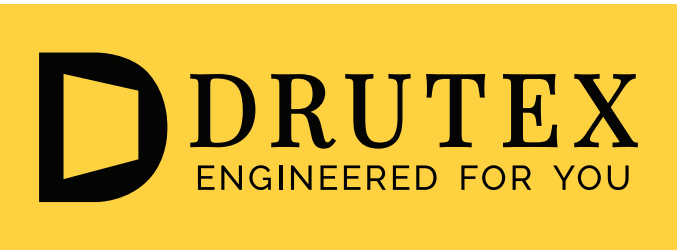
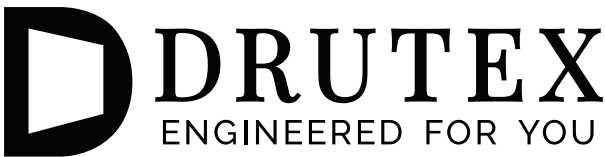
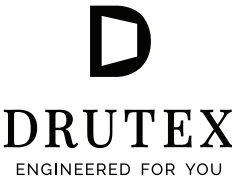
Tło znaku

Zarówno pionowy, jak i poziomy znak może być stosowany na białym, szarym lub żółtym tle. Kiedy tło stanowi kolor czarny, należy wybrać wersję znaku w kontrze.

W przypadku pozostałych kolorów w zależności od stopnia kontrastu wybieramy wersję w kontrze.

Wyjątek stanowią dobrze dobrane zdjęcia lub wykorzystanie wersji monochromatycznych logo.

Obok przedstawiono przykładowe, dopuszczalne tła.



Logo

Tło znaku

Obok przedstawiono przykładowe, dopuszczalne użycie znaku na zdjęciach.

Znak powinien znajdować w miejscu, o miarę jednolitym, kontrastowym kolorze. Należy pamiętać o zachowaniu pola ochronnego znaku.



Wstęp

Elementy wizualne marki

- Logo
- Znak pionowy
 - Znak poziomy
 - Konstrukcja znaku pionowego
 - Konstrukcja znaku poziomego
 - Tablica zastosowań
 - Pole ochronne
 - Obszar bezpieczeństwa
- Tło znaku**
- Minimalny / Maksymalny rozmiar
 - Nieprawidłowe wykorzystanie

Typografia

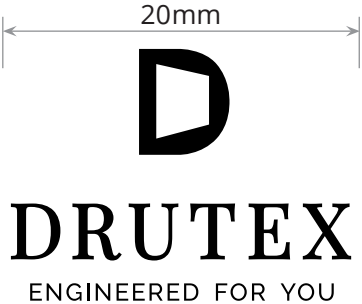
Kolorystyka

Materiały reklamowe

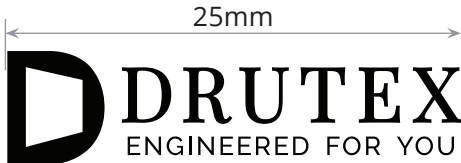
Logo

Minimalny / maksymalny rozmiar

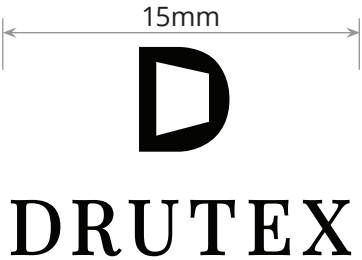
W trosce o maksymalną jakość i czytelność znaku ustalono jego minimalny i maksymalny rozmiar.



Minimalny rozmiar znaku pionowego



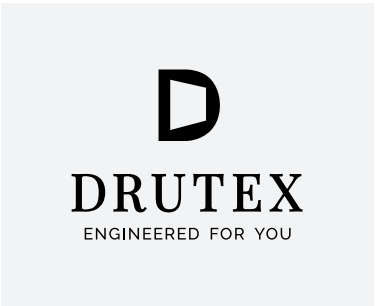
Minimalny rozmiar znaku poziomego



Maksymalna wielkość znaku pionowego to 60% obszaru roboczego



Maksymalna wielkość znaku poziomego to 60% obszaru roboczego



- Wstęp
- Elementy wizualne marki
- Logo
 - Znak pionowy
 - Znak poziomy
 - Konstrukcja znaku pionowego
 - Konstrukcja znaku poziomego
 - Tablica zastosowań
 - Pole ochronne
 - Obszar bezpieczeństwa
 - Tło znaku
- Minimalny / Maksymalny rozmiar
- Nieprawidłowe wykorzystanie
- Typografia
- Kolorystyka
- Materiały reklamowe

Logo

Nieprawidłowe wykorzystanie

Logo pionowe i poziome są elementami stałymi. Wygląd i proporcje znaku nie mogą być zmieniane.

Przykłady obok ilustrują najczęściej spotykane błędy w eksponowaniu znaku.



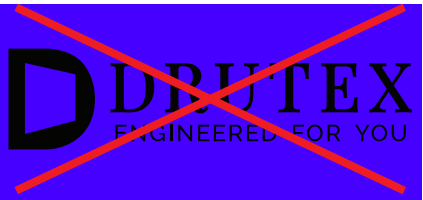
Należy prawidłowo skalować logo



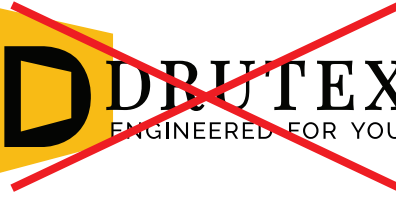
Należy pamiętać o zachowaniu pola ochronnego



Niedopuszczana jest zmiana koloru logo



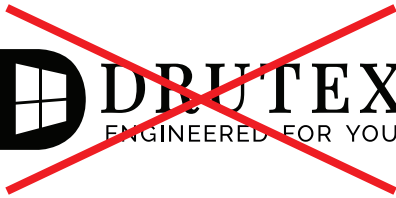
Zabrania się umieszczania logo na zbyt intensywnym tle



Zabrania się umieszczania logo na elementach mogących sugerować, iż są częścią znaku



Zabrania się używania jako tło zdjęć zakłócających odbiór logo



Zabrania się umieszczania elementów w obszarze logo

Wstęp

Elementy wizualne marki

Logo

Znak pionowy

Znak poziomy

Konstrukcja znaku pionowego

Konstrukcja znaku poziomego

Tablica zastosowań

Pole ochronne

Obszar bezpieczeństwa

Tło znaku

Minimalny / Maksymalny rozmiar

Nieprawidłowe wykorzystanie

Typografia

Kolorystyka

Materiały reklamowe

Logo

Nieprawidłowe wykorzystanie

Przykłady obok ilustrują najczęściej spotykane błędy w eksponowaniu znaku na zdjęciach.



Brak zastosowania pola ochronnego



Znak umieszczony w obszarze zakłócającym jego odbiór



Brak wystarczająco jednolitego obszaru na zdjęciu



Znak umieszczony na mało kontrastowym tle

Wstęp

Elementy wizualne marki

Logo

Znak pionowy

Znak poziomy

Konstrukcja znaku pionowego

Konstrukcja znaku poziomego

Tablica zastosowań

Pole ochronne

Obszar bezpieczeństwa

Tło znaku

Minimalny / Maksymalny rozmiar

Nieprawidłowe wykorzystanie

Typografia

Kolorystyka

Materiały reklamowe

Typografia

Typografia

Podstawowym krojem pisma jest Open Sans. Prosty, bezszeryfowy krój podkreślający nowoczesność marki.

Open Sans jest uniwersalnym krojem dobrze prezentującym się zarówno w druku, jak i komunikacji cyfrowej.

Odmiana Bold może być używana tylko w przypadku, gdy konieczne jest wyróżnienie istotnych informacji.

Do wyartykułowania dłuższych tekstów zaleca się użycie fontu Playfair Display jako fontu nagłówkowego lub zastosowanie kroju Raleway jako jego alternatywy.

Krój do tekstu głównego

Open sans

Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789,.;?!@

Regular Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789,.;?!@

Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789,.;?!@

Krój nagłówkowy

Playfair Display

Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789,.;?!@

Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789,.;?!@

Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789,.;?!@

Bold Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789,.;?!@

Krój nagłówkowy - alternatywny

Raleway

Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789,.;?!@

Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789,.;?!@

Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789,.;?!@

Bold Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789,.;?!@

Typografia

Tekst - zasady ogólne

Zadecydowano o wprowadzeniu do użytku dwóch fontów podstawowych Playfair Display i Open Sans oraz kroju dodatkowego Raleway. Krojem prowadzącym jest Open Sans.

By utrzymać elitarny i unikalny charakter realizacji okolicznościowych wychodzących spod skrzydeł marki zdecydowano o wprowadzeniu fonta ozdobnego - Playfair Display.

Formatując tekst, należy pamiętać o podstawowych zasadach formatowania tekstów. Kolumny tekstu nie powinny być węższe niż 40 znaków i nie mogą być szersze niż 70 - 80 znaków. Należy pamiętać o świątkach między literami i normach określających rozsuniecie znaków w wyrazach (niewskazany jest kerning mniejszy niż -15 pt i większy niż 15 pt). Interlinie powinny być adekwatne do rozmiaru użytego fonta. Wcięcie pierwszego wiersza nowego akapitu nie powinno, być większe niż 15 pt.

Bezwzględnie zakazuje się, wykorzystywania fontów niezgodnie z ich przeznaczeniem.

Historia spółki

W 1994 roku DRUTEX uruchomił pierwszą linię do produkcji stolarki okiennej z PVC, a także półautomatyczną linię do produkcji szyb zespolonych. Następnym etapem w rozwoju DRUTEX-u było uruchomienie produkcji stolarki z aluminium w 1999 r.

Zastosowanie Playfair Regular w nagłówku i Open Sans Regular w treści

Historia spółki

W 1994 roku DRUTEX uruchomił pierwszą linię do produkcji stolarki okiennej z PVC, a także półautomatyczną linię do produkcji szyb zespolonych. Następnym etapem w rozwoju DRUTEX-u było uruchomienie produkcji stolarki z aluminium w 1999 r.

Zastosowanie Raleway w nagłówku i Open Sans Regular w treści

Historia spółki

W 1994 roku DRUTEX uruchomił pierwszą linię do produkcji stolarki okiennej z PVC, a także półautomatyczną linię do produkcji szyb zespolonych. Następnym etapem w rozwoju DRUTEX-u było uruchomienie produkcji stolarki z aluminium w 1999 r.

Zastosowanie Open Sans w nagłówku i w treści

Historia spółki

W 1994 roku DRUTEX uruchomił pierwszą linię do produkcji stolarki okiennej z PVC, a także półautomatyczną linię do produkcji szyb zespolonych. Następnym etapem w rozwoju DRUTEX-u było uruchomienie produkcji stolarki z aluminium w 1999 r.

Zastosowanie Raleway w nagłówku i Open Sans Regular w treści

Historia spółki

W 1994 roku DRUTEX uruchomił pierwszą linię do produkcji stolarki okiennej z PVC, a także półautomatyczną linię do produkcji szyb zespolonych. Następnym etapem w rozwoju DRUTEX-u było uruchomienie produkcji stolarki z aluminium w 1999 r.

Zastosowanie Myriad Pro w nagłówku i Open Sans Regular w treści

Historia spółki

W 1994 roku DRUTEX uruchomił pierwszą linię do produkcji stolarki okiennej z PVC, a także półautomatyczną linię do produkcji szyb zespolonych. Następnym etapem w rozwoju DRUTEX-u było uruchomienie produkcji stolarki z aluminium w 1999 r.

Zastosowanie Times New Roman w nagłówku i Myriad Pro w treści

Typografia

Podstawowe kroje pisma

Z uwagi na ilość publikacji i materiałów, jakie rozpowszechnia spółka, zdecydowano o wprowadzeniu do użytku trzech fontów. Podstawowym jest Playfair Display, Raleway i Open Sans.

Preferowanie jest użycie Playfair Display Regular w nagłówkach wraz z Open Sans w zwartym tekście. W tekście akapitowym możliwie jest zastąpienie Open Sans fontem Myriad Pro z uwzględnieniem rodzaju kroju pisma.

Decyzja o korzystaniu z fonta musi być wiążąca. Nie można używać Open Sans i Myriad Pro w nagłówkach w jednej realizacji, nie można też wykorzystywać obu fontów przy tekście akapitowym. Decydując o użyciu Open Sans w nagłówkach, należy być konsekwentnym i nie wprowadzać innych fontów, decydując się na użycie Myriad Pro w tekście litym, bezwzględnie należy tego przestrzegać.

Historia spółki

W 1994 roku DRUTEX uruchomił pierwszą linię do produkcji stolarki okiennej z PVC, a także półautomatyczną linię do produkcji szyb zespolonych. Następnym etapem w rozwoju DRUTEX-u było uruchomienie produkcji stolarki z aluminium w 1999 r.

Zastosowanie Playfair Regular w nagłówku i Open Sans Regular w treści

Historia spółki

W 1994 roku DRUTEX uruchomił pierwszą linię do produkcji stolarki okiennej z PVC, a także półautomatyczną linię do produkcji szyb zespolonych. Następnym etapem w rozwoju DRUTEX-u było uruchomienie produkcji stolarki z aluminium w 1999 r.

Zastosowanie Raleway w nagłówku i Open Sans Regular w treści

Historia spółki

W 1994 roku DRUTEX uruchomił pierwszą linię do produkcji stolarki okiennej z PVC, a także półautomatyczną linię do produkcji szyb zespolonych. Następnym etapem w rozwoju DRUTEX-u było uruchomienie produkcji stolarki z aluminium w 1999 r.

Zastosowanie Open Sans w nagłówku i w treści

Typografia

Dodatkowe kroje pisma

W tekście akapitowym i w tytułach sekcji zamiennie dla Open Sans Regular można stosować Myriad Pro z uwzględnieniem rodzaju kroju pisma. Nie jest to preferowane, ale dopuszczalne.

Decyzja o korzystaniu z fonta musi być wiążąca, nie można wykorzystać Open Sans i Raleway w nagłówkach w jednej realizacji, nie można też wykorzystywać obu fontów przy tekście akapitowym. Decydując o użyciu Open Sans w nagłówkach, należy być konsekwentnym i nie wprowadzać innych fontów, decydując się na użycie Myriad Pro w tekście litym, bezwzględnie należy tego przestrzegać.

Times New Roman jest fontem przeznaczonym dla wewnętrznych dokumentów firmowych. Bezwzględnie zakazuje się jego użycia w działaniach promujących firmę.

Historia spółki

W 1994 roku DRUTEX uruchomił pierwszą linię do produkcji stolarki okiennej z PVC, a także półautomatyczną linię do produkcji szyb zespolonych. Następnym etapem w rozwoju DRUTEX-u było uruchomienie produkcji stolarki z aluminium w 1999 r.

Zastosowanie Raleway w nagłówku i Open Sans Regular w treści

Historia spółki

W 1994 roku DRUTEX uruchomił pierwszą linię do produkcji stolarki okiennej z PVC, a także półautomatyczną linię do produkcji szyb zespolonych. Następnym etapem w rozwoju DRUTEX-u było uruchomienie produkcji stolarki z aluminium w 1999 r.

Zastosowanie Myriad Pro w nagłówku i Open Sans Regular w treści

Historia spółki

W 1994 roku DRUTEX uruchomił pierwszą linię do produkcji stolarki okiennej z PVC, a także półautomatyczną linię do produkcji szyb zespolonych. Następnym etapem w rozwoju DRUTEX-u było uruchomienie produkcji stolarki z aluminium w 1999 r.

Zastosowanie Times New Roman w nagłówku i Myriad Pro w treści

Typografia

Tytuł - zasady pisowni

W komunikacji reklamowej DRUTEX wyróżniamy kilka rodzajów tytułów i nagłówek. Część z nich składa się z nazwy modelu okna, rolet, drzwi bądź fasady. Wskazane jest zapisywanie ich w oddzielnych liniach, z odpowiednim odstępem.

Preferowane jest, żeby nazwa podtytułu była mniejsza niż rozmiar fonta użytego w tytule. Rozmiar mniejszego fonta w podtytule powinien być nie większy niż 80% rozmiaru fonta użytego w tytule sekcji. Minimalny i maksymalny rozmiar fontów uzależniony jest od wielkości powierzchni, na której mają być eksponowane. Nie zaleca się pisania podrozdziałów fontem mniejszym niż 12 pt. Dzięki takiemu zabiegowi, poprawi się czytelność stron.

Tytuł 100 %	Okna drewniano-aluminiowe	Playfair Display Regular
Podtytuł 60 %	Okna drewniano-aluminiowe	Open Sans Regular
Tekst 45 %	Pięciokomorowa budowa profilu klasy A oraz nowoczesny design	Open Sans Regular

Tytuł 100 %	Okna drewniano-aluminiowe	Playfair Display Regular
Podtytuł 60 %	OKNA DREWNIANO-ALUMINIOWE	Open Sans Regular All Caps
Tekst 45 %	Pięciokomorowa budowa profilu klasy A oraz nowoczesny design	Open Sans Regular

Tytuł 100 %	Okna drewniano-aluminiowe	Raleway Medium
Podtytuł 60 %	Okna drewniano-aluminiowe	Open Sans Regular
Tekst 45 %	Pięciokomorowa budowa profilu klasy A oraz nowoczesny design	Open Sans Regular

Dopuszczalny zapis tytułów rozdziałów i podrozdziałów

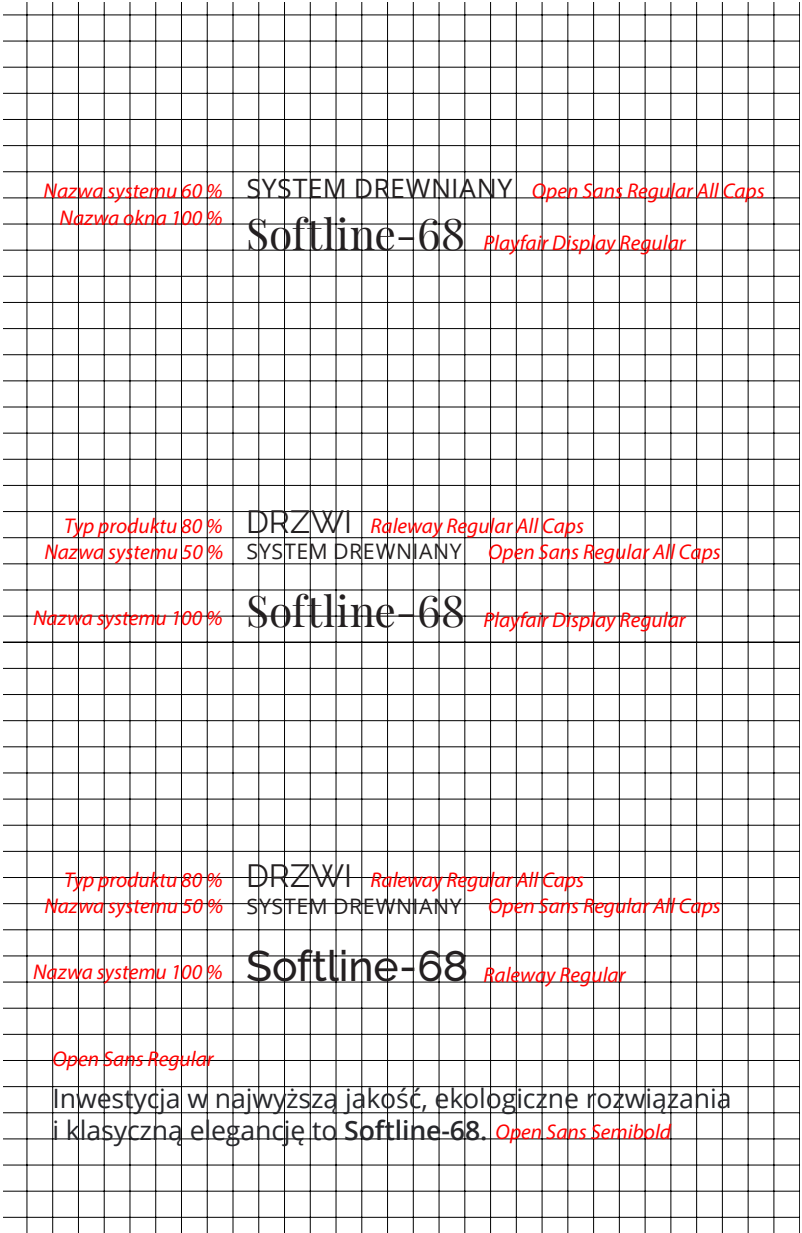
Typografia

Nazwy okien

W dłuższym wersie stanowiącym nagłówek nazwy okien powinny zostać wyróżnione, poprzez pogrubienie ich (jeśli znajdują się w towarzystwie kroju pisma typu regular), dodatkowo można powiększyć nazwę produktu, tak by była nie mniejsza niż 15% pierwotnego rozmiaru fonta. Jeśli nazwa występuje w sąsiedztwie pogrubionych wersalików, zaleca się powiększenie pogrubionego fonta o 25% rozmiaru towarzyszącego fonta.

W tekście zapisanym krojem pisma typu regular wystarczy pogrubić nazwę produktu, dodatkowo można ją powiększyć, tak by była nie mniejsza niż 15% towarzyszącego fonta. W tekście zapisanym krojem pisma typu bold, należy utrzymać krój i dodatkowo powiększyć go minimum 25% rozmiaru sąsiadującego fonta.

Obok przedstawiono przykładowe formy zapisu.



Dopuszczalny zapis nazw produktów DRUTEX

Typografia

Pisownia claimu

Claim może zostać odseparowany od loga i funkcjonować samodzielnie. Nie może jednak przebywać w bliskim towarzystwie znaku - musi zachować odległość, która nie będzie zostawiała wątpliwości co do jego braku przynależności do loga.

W ekspozycji należy zachować odrębność claimu. Nie można dostawiać do niego znaków interpunkcyjnych oraz innych znaków graficznych i typograficznych. Dopuszczalne jest umieszczenie go na zdjęciu bądź grafice, zabrania się jednak używania jako tła zdjęć, zakłócających jego odbiór.

Obszar ochronny claimu



☐ 1N - jednostka miary

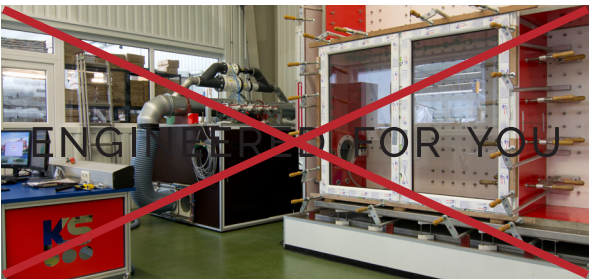
Claim napisany jest fontem Raleway Medium, a odległości między literami zostały dobrane indywidualnie do kształtu sąsiadujących obok siebie liter.

RALEWAY MEDIUM

Należy prawidłowo skalować claim



Zabrania się używania jako tła zdjęć i kolorów zakłócających odbiór logo



Zabrania się umieszczania claimu na obcych elementach mogących sugerować, iż są częścią znaku.



Należy pamiętać o zachowaniu pola ochronnego





Wstęp

Elementy wizualne marki

Logo

Typografia

Kolorystyka

Podstawowa paleta barw

Monochromatyczna paleta barw

Kolor akcentujący

Korporacyjna paleta barw

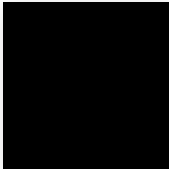
Nieprawidłowe wykorzystanie

Materiały reklamowe

D DRUTEX

Podstawowa paleta barw

Podstawowa paleta barw opisana jest na podstawie standardów poligraficznych oraz multimedialnych. Na podstawie niniejszych informacji należy reprodukować kolorystykę brandu.

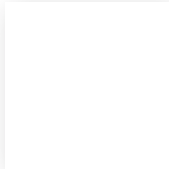


100% Czarny

Papier niepowlekany:
CMYK 50/40/40/100

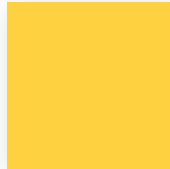
Papier powlekany:
CMYK 70/60/60/100
RAL 9005

Publikacje cyfrowe:
RGB 9/9/9
HEX #090909



100% Biały

Publikacje cyfrowe:
RGB 255/255/255
HEX #ffffff



Żółty

Papier niepowlekany:
PANTONE + Solid Uncoated 114U
CMYK 0/7/93/0

Papier powlekany:
PANTONE + Solid Coated 122C
CMYK 0/11/80/0
SIOEN 1025

Publikacje cyfrowe:
RGB 254/209/65
HEX #FED141

- Wstęp
- Elementy wizualne marki
- Logo
- Typografia
- Kolorystyka
 - Podstawowa paleta barw**
 - Monochromatyczna paleta barw
 - Kolor akcentujący
 - Korporacyjna paleta barw
 - Nieprawidłowe wykorzystanie
- Materiały reklamowe

Kolorystyka

Monochromatyczna paleta barw

Monochromatyczna paleta barw opisana jest na podstawie standardów poligraficznych oraz multimedialnych. Na podstawie niniejszych informacji należy reprodukować kolorystykę brandu.

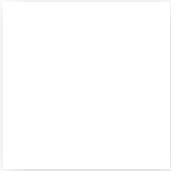


100% Czarny

Papier niepowlekany:
CMYK 50/40/40/100

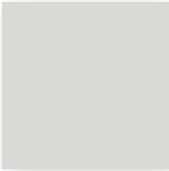
Papier powlekany:
CMYK 70/60/60/100
RAL 9005

Publikacje cyfrowe:
RGB 9/9/9
HEX #090909



100% Biały

Publikacje cyfrowe:
RGB 255/255/255
HEX #ffffff



Szary 1

Papier niepowlekany:
PANTONE + Solid Uncoated
Cool Gray 1UP
CMYK 4/3/6/7

Papier powlekany:
PANTONE + Solid Coated
Cool Gray 1CP
CMYK 4/2/4/8

Publikacje cyfrowe:
RGB 217/217/214
HEX #D9D9D6



Szary 6

Papier niepowlekany:
PANTONE + Solid Uncoated
Cool Gray 6UP
CMYK 19/11/11/28

Papier powlekany:
PANTONE + Solid Coated
Cool Gray 6CP
CMYK 16/11/11/27

Publikacje cyfrowe:
RGB 167/168/170
HEX #A7A8AA



Szary 11

Papier niepowlekany:
PANTONE + Solid Uncoated
Cool Gray 11UP
CMYK 30/17/8/51

Papier powlekany:
PANTONE + Solid Coated
Cool Gray 11CP
CMYK 44/34/22/77

Publikacje cyfrowe:
RGB 83/86/90
HEX #55565A

Kolor akcentujący

Kolorem akcentującym jest kolor żółty. Należy go używać do wyróżniania elementów, pamiętając jednocześnie, by nie zaburzał czytelności wizualnej projektu. W typografii należy go stosować tylko na neutralnych, ciemnych tłach.

Dodatkowym kolorem akcentującym jest kolor czerwony. Powinien być wykorzystywany wyłącznie w działaniach CALL TO ACTION jak „Nowości”, „Rabaty”, „Przeceny” itp.



Żółty

Papier niepowlekany:
PANTONE + Solid Uncoated 114U
CMYK 0/7/93/0

Papier powlekany:
PANTONE + Solid Coated 122C
CMYK 0/11/80/0
SIOEN 1025

Publikacje cyfrowe:
RGB 254/209/65
HEX #FED141



Czerwony

Papier niepowlekany:
PANTONE + Solid Uncoated 7626UP
CMYK 0/71/66/4

Papier powlekany:
PANTONE + Solid Coated 7626CP
CMYK 0/93/95/2

Publikacje cyfrowe:
RGB 198/53/39
HEX #C63527

- Wstęp
- Elementy wizualne marki
- Logo
- Typografia
- Kolorystyka
 - Podstawowa paleta barw
 - Monochromatyczna paleta barw
 - Kolor akcentujący**
 - Korporacyjna paleta barw
 - Nieprawidłowe wykorzystanie
- Materiały reklamowe

Korporacyjna paleta barw

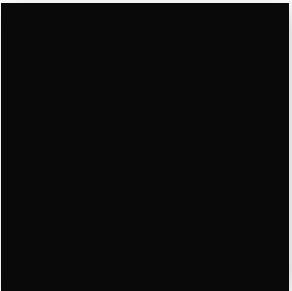
Na stronie przedstawione zostały wszystkie barwy z identyfikacji loga DRUTEX. To korporacyjna paleta kolorów składa się z kolorów neutralnych, podstawowych i koloru akcentującego.

Podstawowa paleta kolorów to barwy charakteryzujące markę i reprezentujące ją. To elegancka czerń symbolizująca elegancję, doświadczenie i mądrość. To dowódczy charakter, oznaczający prestiż, wytyczanie nowych dróg, to również kolor postaci poważnych, biorących odpowiedzialność za swoje czyny.

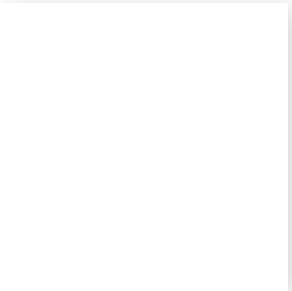
Neutralna paleta kolorów pełni funkcję wspomagającą kolory podstawowe uszlachetniając je. Szarości, czernie i biele to kolory klasyczne, znajdujące swoje zastosowanie w każdej realizacji. To ponadczasowe kolory, odzwierciedlające solidność, ich towarzystwo wzbogaca żywe kolory i idealnie się z nimi komponuje.

Kolorem akcentującym jest żółty, podkreśla emocjonalny charakter marki. Symbolizuje optymizm, siły witalne i kreatywność.

Głównymi kolorami są czerń i biel, szarości i kolor żółty mają je jedynie dopełniać. Kolor żółty jest kolorem akcentującym, wykorzystywanym w wyjątkowych sytuacjach, bezwzględnie zabrania się nadużywania tej barwy w projektach. Jedynym odstępstwem od tej reguły jest kolorystyka ciężarówek.



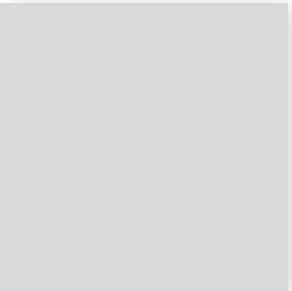
100% Czarny



100% Biały



Żółty



Szary 1



Szary 6



Szary 11

Kolorystyka

Nieprawidłowe wykorzystanie

Obok przedstawiono przykładowe nieprawidłowe wykorzystanie podstawowej kolorystyki.



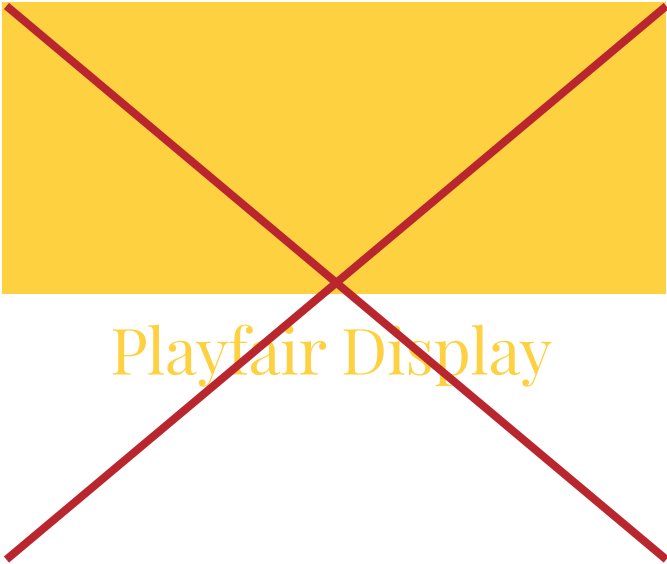
Zabrania się umieszczania zdjęć na żółtym tle



Zabrania się łączenia czarnego i żółtego na dużych powierzchniach



Zabrania się używania koloru żółtego jako tła dla projektów i dłużych tekstów. Kolor żółty powinien być tylko elementem akcentującym. Wyjątek stanowią żółte samochody marki.



Zabrania się umieszczania żółtych napisów w otoczeniu żółtych przestrzeni. Wyjątek stanowią napisy, które chcemy schować, odwrócić od nich uwagę.

- Wstęp
- Elementy wizualne marki
- Logo
- Typografia
- Kolorystyka
 - Podstawowa paleta barw
 - Monochromatyczna paleta barw
 - Kolor akcentujący
 - Korporacyjna paleta barw
 - Nieprawidłowe wykorzystanie

Materiały reklamowe

Bus

Przykłady poprawnego oznakowania pojazdów.



- Wstęp
- Elementy wizualne marki
- Logo
- Typografia
- Kolorystyka
- Materiały reklamowe
- Bus**
- Van
- Samochód osobowy
- Tablice i banery reklamowe

Van

Przykłady poprawnego oznakowania pojazdów.



Wstęp

Elementy wizualne marki

Logo

Typografia

Kolorystyka

Materiały reklamowe

Bus

Van

Samochód osobowy

Tablice i banery reklamowe

Samochód osobowy

Przykłady poprawnego oznakowania pojazdów.



Wstęp

Elementy wizualne marki

Logo

Typografia

Kolorystyka

Materiały reklamowe

Bus

Van

Samochód osobowy

Tablice i banery reklamowe

Tablice i banery reklamowe

Załączone wizualizacje przedstawiają różne możliwości wykonywania tablic i banerów dla partnerów handlowych Drutex.



- Wstęp
- Elementy wizualne marki
- Logo
- Typografia
- Kolorystyka
- Materiały reklamowe
- Bus
- Van
- Samochód osobowy
- Tablice i banery reklamowe

Drutex S.A.

Lęborska 31 · 77-100 Bytów · Polska

+48 59 822 91 01 · WWW.DRUTEX.EU · DRUTEX@DRUTEX.EU

+48 59 822 91 04 · fax +48 59 822 91 03

