

# Księga Znak

---

## 1. Misja i wizja firmy

"Ogrzewać serca, ocieplać wnętrza, rozpalać wyobraźnię."

Nie ma nic przyjemniejszego niż ciepła atmosfera domowego zacisza. Zależy nam, by wizją żywego ognia i ciepłem z niego płynącym mógł cieszyć się każdy z nas, dlatego nadrzędnym celem kratki.pl jest dostarczanie wysokiej jakości produktów w przystępnych cenach.



### Nasze cele:



Tworzenie ciepłej atmosfery domowego ogniska



Dostarczanie wysokiej jakości produktów w przystępnej cenie



Budowanie wizerunku „Polski produkt = dobry produkt”



Budowanie wizerunku kominków jako efektywnych, ekonomicznych i ekologicznych urządzeń grzewczych



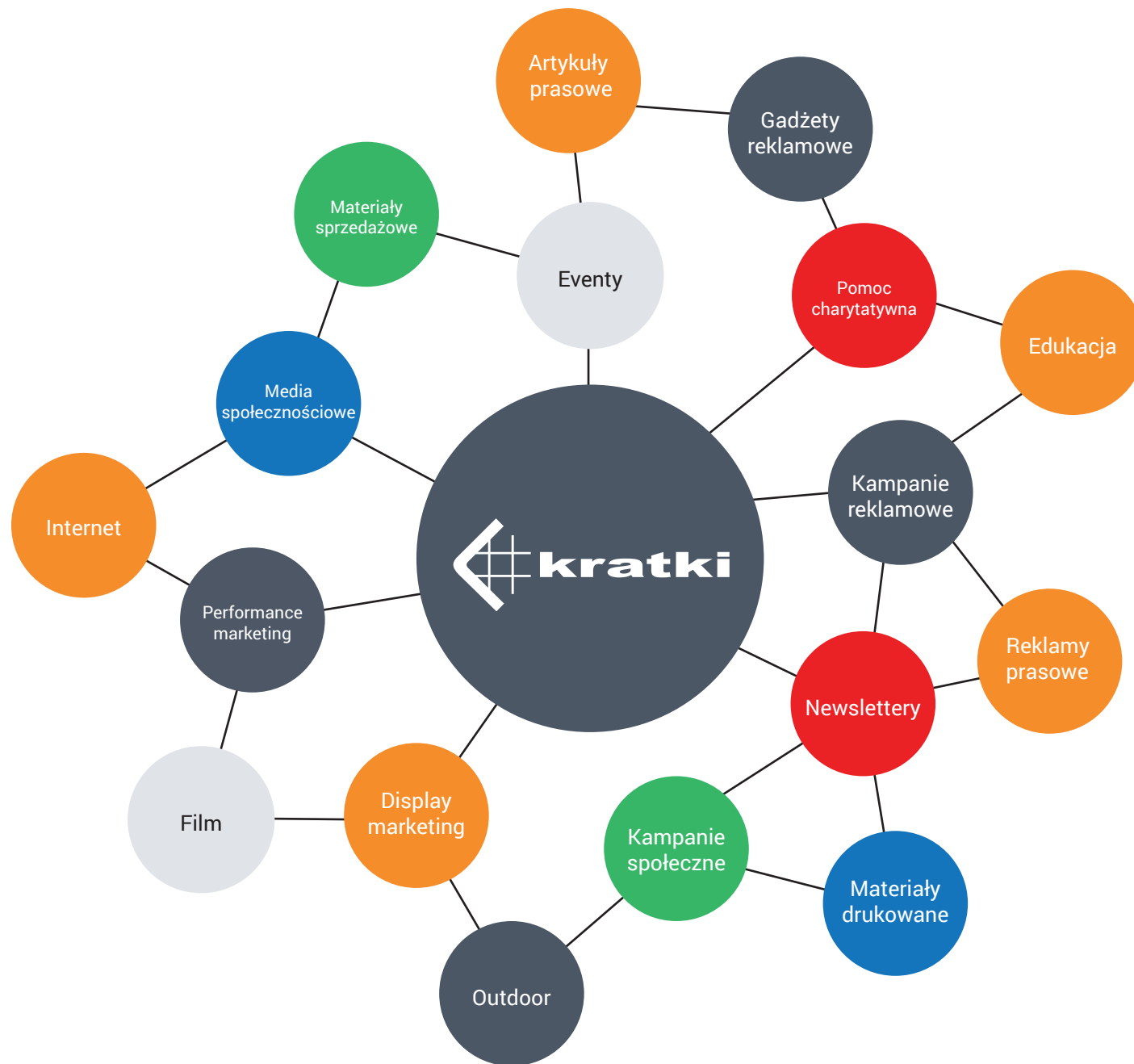
Wspieranie wydarzeń i inicjatyw społeczno-kulturowych oraz pomoc charytatywna



Stałe rozbudowywanie oferty produktowej oraz odpowiadanie na potrzeby rynku

## 2. Główne kanały komunikacji

W celu budowania pozytywnego wizerunku, komunikacja zewnętrzna oraz wewnętrzna jest bezpośrednio skorelowana z misją, wizją oraz celami, które realizuje firma Kratki.pl. Kładąc nacisk na spójność przekazu dopasowaną do odpowiedniej grupy odbiorców działania wizerunkowe skupiają się w następujących obszarach.



### 3. Logotyp

Logotyp firmy składa się z dwóch elementów:

**Medalionu**, który nawiązuje do historii firmy przedstawiając sztandarowy produkt jakim jest kratka. Jej otwarta forma sugeruje, że jest to jedna z wielu gałęzi działalności firmy.

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



Dopuszczalne jest użycie samego medalionu jako symbolu identyfikującego markę.



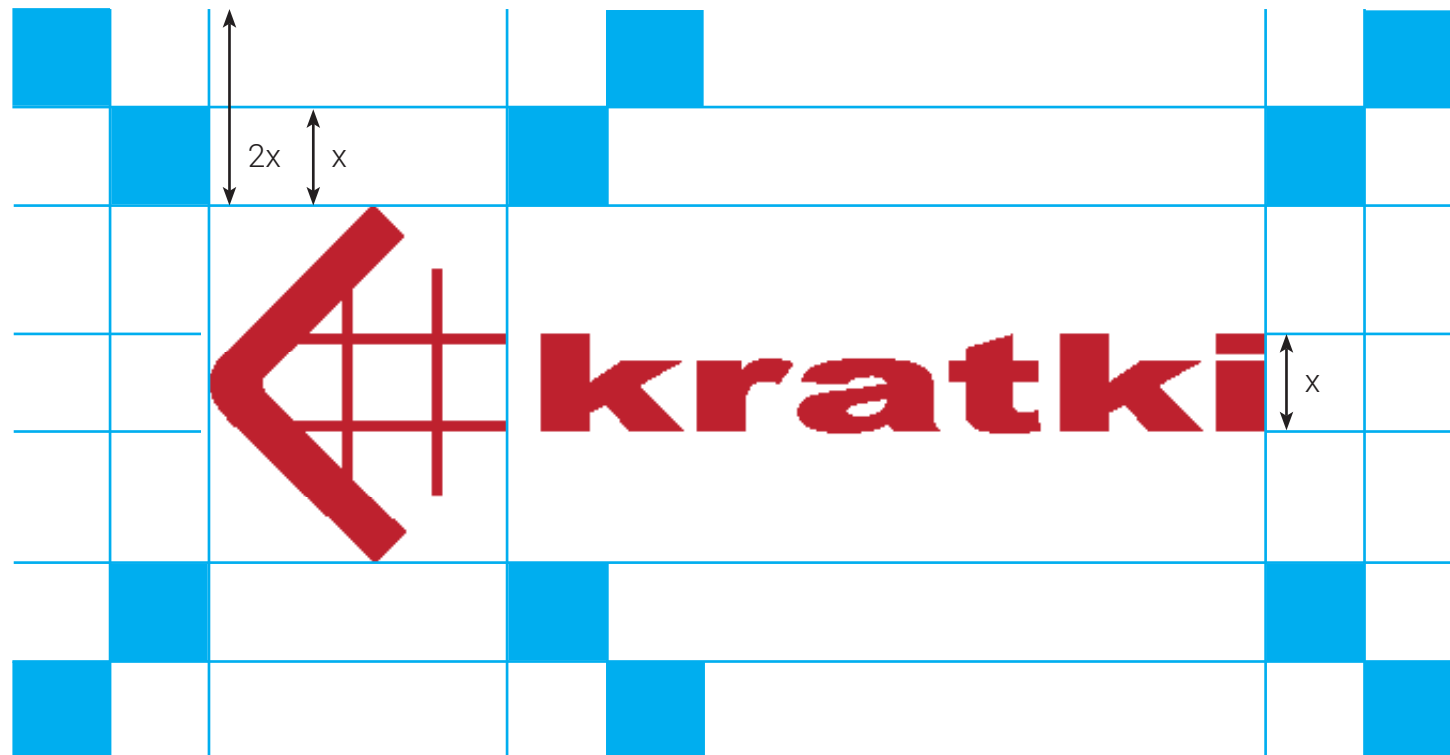
### 3.1. Pole ochronne

Dla zapewnienia dobrej ekspozycji znaku i zachowania jego autonomicznego charakteru określona została minimalna odległość od innych elementów graficznych.

Przy ustaleniu pola podstawowego, które jest optymalnym, minimalnym obszarem dla umieszczania znaku należy posłużyć się jednostką podstawową „x”, która odpowiada wysokości tekstu.

Pole ochronne określa minimalną odległość znaku od innych elementów graficznych, takich jak: tekst, zdjęcia, ilustracje, inne obiekty.

Pole ochronne jest równe „2x” licząc od skrajnych krawędzi logotypu.



### 3.2. 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.



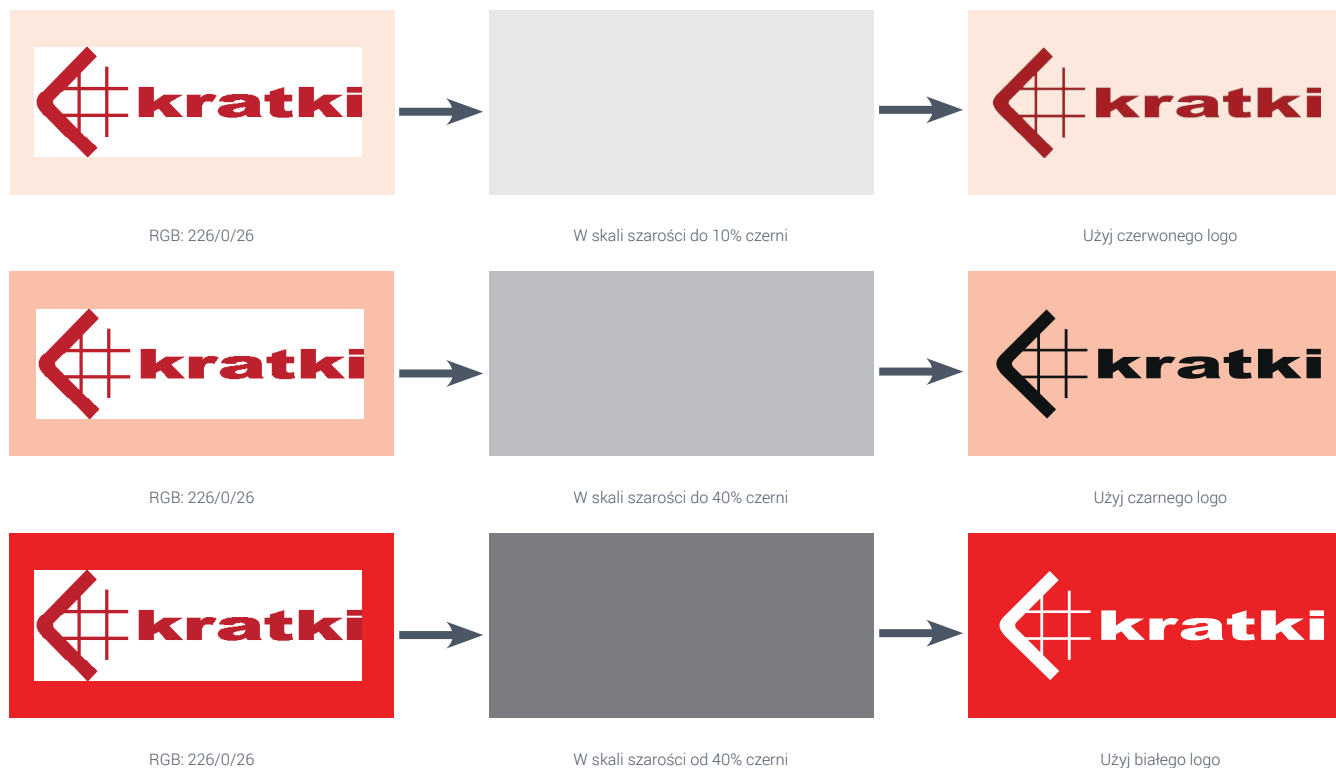
### 3.3. Kolorystyka i kontrast

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

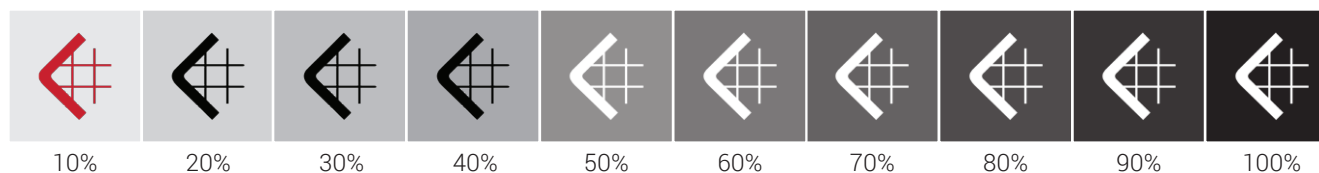
Znak może być umieszczany na różnych tłach. Należy jednak pamiętać o zachowaniu odpowiedniego kontrastu i używać koloru logo zgodnie z przykładami.

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.

#### Schemat zachowania kontrastu logo



#### Kontrast kolorów



3.4. Paleta kolorów

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.

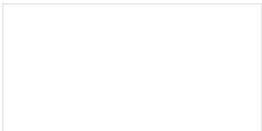
Kolory podstawowe



**rgb:** 226, 0, 26  
**hex:** e2001a  
**cmyk:** 10, 100, 90, 10  
**pantone:** 2035 C



**rgb:** 0, 0, 0  
**hex:** 000000  
**cmyk:** 0, 0, 0, 100  
**pantone:** 6 C

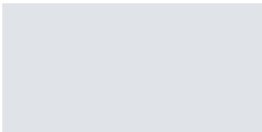


**rgb:** 255, 255, 255  
**hex:** ffffff  
**cmyk:** 0, 0, 0, 0  
**pantone:** 663 C

Kolory pomocnicze



**rgb:** 60, 183, 105  
**hex:** 3cb769  
**cmyk:** 73, 0, 80, 0  
**pantone:** 2256 C



**rgb:** 224, 226, 230  
**hex:** e0e2e6  
**cmyk:** 11, 7, 6, 0  
**pantone:** 649 C



**rgb:** 33, 117, 188  
**hex:** 2175bc  
**cmyk:** 84, 50, 0, 0  
**pantone:** 7683 C



**rgb:** 78, 87, 102  
**hex:** 4e5766  
**cmyk:** 72, 59, 44, 23  
**pantone:** 2376 C



**rgb:** 247, 141, 43  
**hex:** f78d2b  
**cmyk:** 0, 54, 94, 0  
**pantone:** 715 C



**rgb:** 44, 48, 56  
**hex:** 2c3038  
**cmyk:** 76, 68, 56, 56  
**pantone:** 426 C



3.5. Proporcje kolorystyczne

W celu zapewnienia spójnego wyglądu materiałów graficznych używanych w komunikacji wizualnej firmy, należy zastosować kolory w odpowiedniej proporcji.

Tło projektu powinno być białe lub jasno szare ze względu na zachowanie kontrastu względem innych materiałów oraz produktów marki.

Czerwień jako barwa identyfikująca markę powinna być używana do podkreślenia najważniejszych informacji lub elementów w układzie graficznym.

Kolory pomocnicze są uzupełnieniem dla kolorów podstawowych.

Kolory podstawowe oraz pomocnicze mogą być używane w różnych odcieniach dla urozmaicenia bazy kolorystycznej w materiałach graficznych.



#### 4. Przykłady użycia logo

W zależności od potrzeb oraz sposobu prezentacji dopuszczalne jest użycie medalionu lub pełnego logo w przykładowych wariantach.

Firma udostępnia logo w różnych wersjach kolorystycznych oraz logo na czerwonym tle.

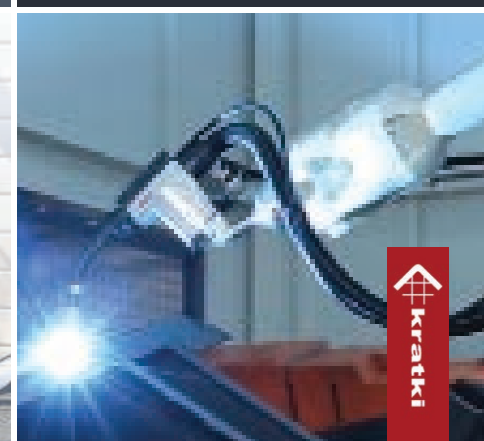
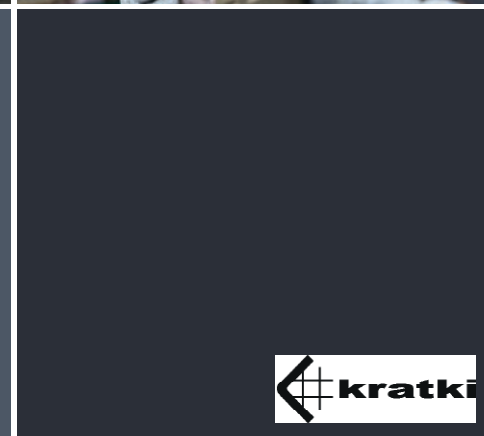
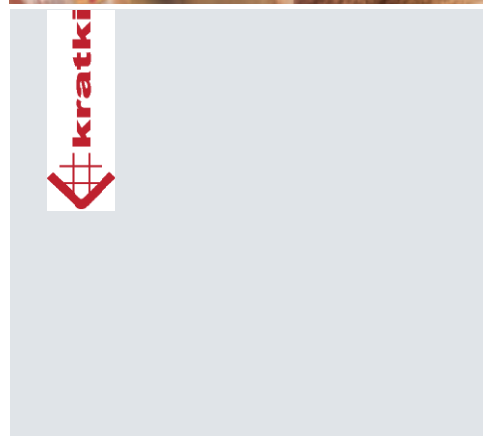


#### 4.1. Niepoprawne użycie logo

Logotyp firmy jest najważniejszym elementem identyfikującym markę dlatego należy zwrócić szczególną uwagę na jego poprawne stosowanie.

Należy bezwzględnie unikać wyszczególnionych w przykładach najczęściej powtarzających się błędów.

Firma udostępnia logo w różnych wersjach kolorystycznych oraz logo na czerwonym tle.



## 4.1. Niepoprawne użycie logo c.d.

Logotyp firmy jest najważniejszym elementem identyfikującym markę dlatego należy zwrócić szczególną uwagę na jego poprawne stosowanie.

Należy bezwzględnie unikać wyszczególnionych w przykładach najczęściej powtarzających się błędów.

Firma udostępnia logo w różnych wersjach kolorystycznych oraz logo na czerwonym tle.



Nie wolno zmieniać wielkości pojedynczych elementów

Nie wolno zmieniać pozycji pojedynczych elementów

Nie wolno zmieniać kształtu (nie rozciągać i nie spłaszczać)



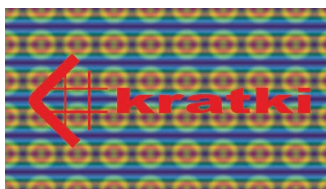
Nie wolno dodawać typografii i podpisów




Nie wolno zmieniać koloru



Nie wolno dodawać efektów



Nie wolno umieszczać na nieszablonowych tłach

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad  **kratki** 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 w podobnej tonacji kolorystycznej



Nie wolno używać nieaktualnych wersji logo



Nie wolno umieszczać logo pod kątem



Nie wolno stosować obrysu kształtu logo



Nie wolno zastępiać logo innymi elementami



Nie wolno obcinać logo



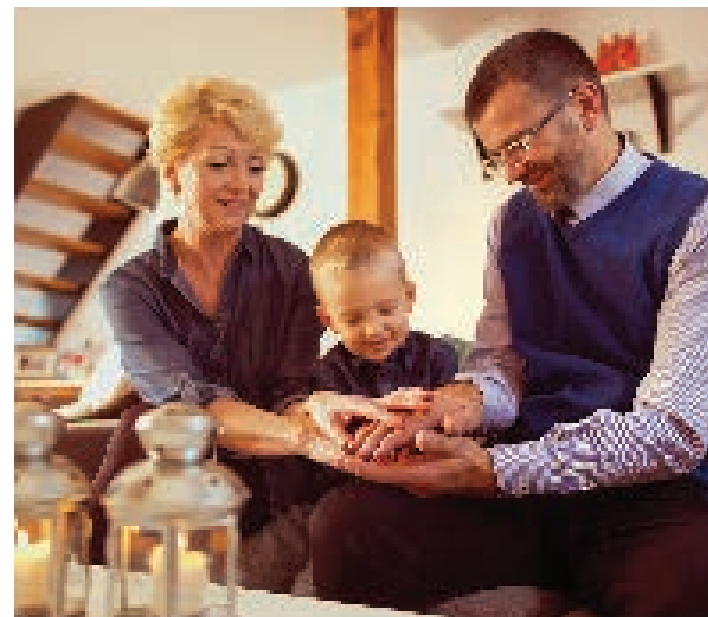
Nie wolno stosować logo stanowiącego sam obrys

## 5. Materiały graficzne

Kratki.pl posługuje się oficjalnym pakietem zdjęć dla budowania spójnej wizji marki oraz jej produktów.

Materiały te używane są w publikacjach prasowych, materiałach drukowanych, kreacjach internetowych i innych zgodnie z zasadami księgi wizerunku.

Tematyka fotografii pozostaje w zgodzie z przyjętymi schematami komunikacji. Typowymi tematami pozostają: rodzinna atmosfera, kominek jako centrum domowego ogniska, design produktu, proces produkcji, jakość oraz perfekcyjne wykonanie, technologia, innowacje.





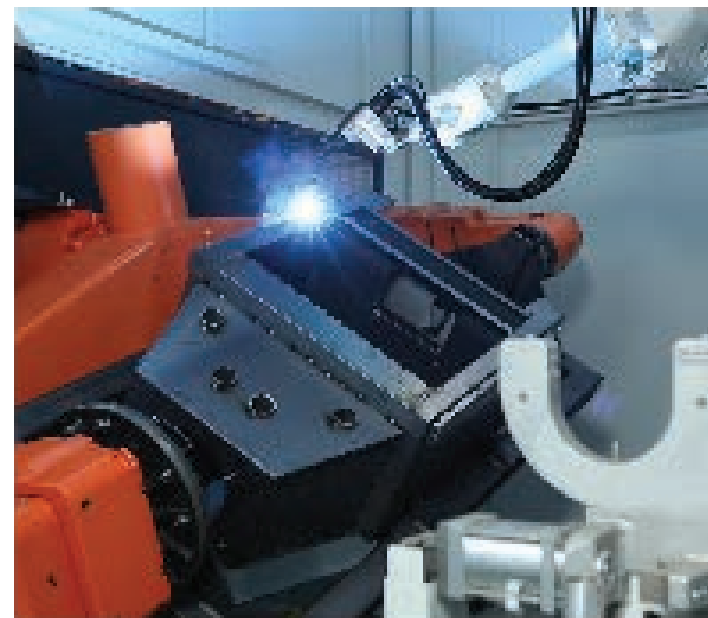
## 5. Materiały graficzne c.d.

Przykłady aranżacji wnętrz.



## 5. Materiały graficzne c.d.

Przykłady zdjęć produkcyjnych.



## 6. Prezentacja produktów

Oficjalnym standardem prezentacji produktów firmy Kratki są 4 rzuty na transparentnym tle oraz ich aranżacje katalogowe.



Widok lewy



Widok prawy



Widok przód



Widok tył



## 6.1. Niewłaściwa prezentacja produktu

Prezentując produkty należy:

- nie łączyć ich z wizualizacjami innych marek;
- prezentować rzuty produktowe na jednolitym jasnym tle;
- dbać o prawidłową skalę oraz proporcje;
- zachować pole ochronne wokół wizualizacji lub rzutu;
- dbać o prawidłowe podpisy oraz nazewnictwo zgodnie z katalogiem;
- nie usuwać znaków wodnych oraz innych atrybutów identyfikujących produkty Kratki
- nie zasłaniać innymi elementami projektu.



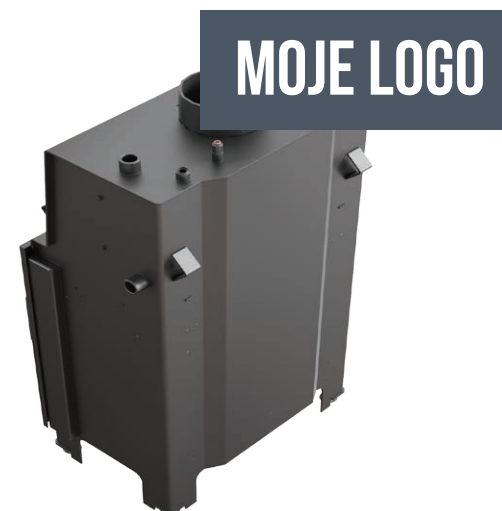
Nie odbijać lustrzanie



Nie zmieniać proporcji



Nie umieszczać tekstu na produkcie



Nie zasłaniać elementami graficznymi