



**ZNAK MARKI - ZASADY STOSOWANIA**



## **Eementy bazowe**

### **Znak marki**

wersja podstawowa	1.00
konstrukcja znaku	1.01
wielkość minimalna	1.02
minimalny obszar ochronny	1.03
nieprawidłowe użycie znaku	1.04
wersja podstawowa oraz wersje językowe	1.05
wersja uzupełniająca - pozioma oraz wersje językowe	1.06
claim reklamowy "już od progu!"	1.07
claim reklamowy "już od progu!" - konstrukcja, nieprawidłowe użycie	1.08

### **Kolorystyka**

kolorystyka wzorcowa (podstawowa i uzupełniająca)	1.09
wersja achromatyczna	1.10
wersja monochromatyczna	1.11
znak marki na tłach	1.12
claim reklamowy "już od progu!"	1.14

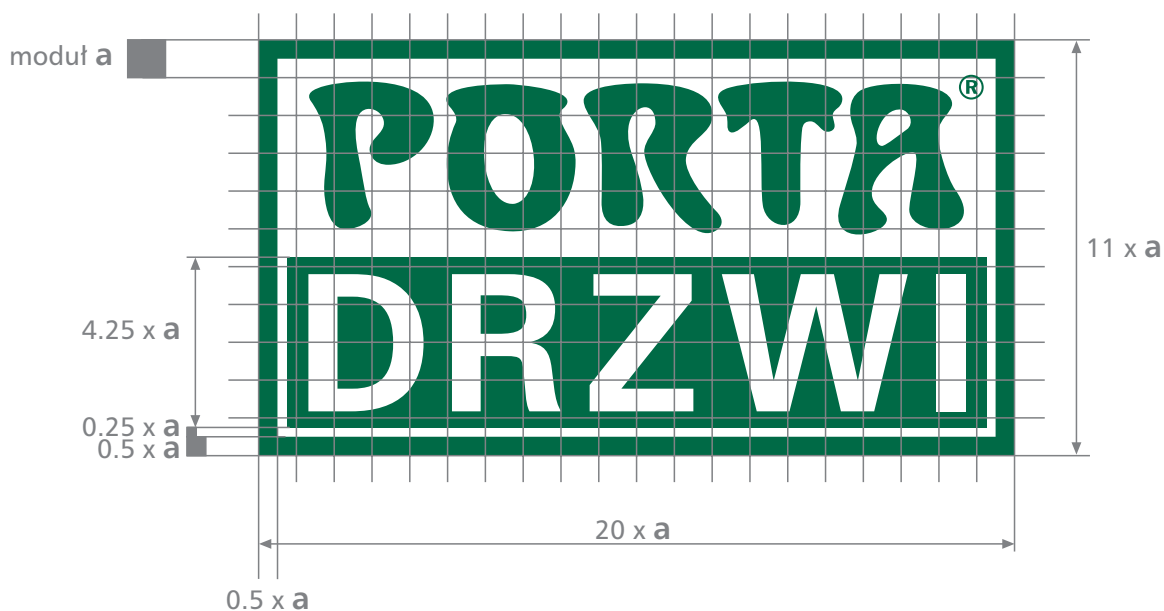
### **Typografia**

typografia firmowa	1.15
--------------------	------

Znak marki PORTA DRZWI w wersji podstawowej stanowi główny nośnik wizerunku marki. Powinien być stosowany w pełnej wersji kolorystycznej. Na znak podstawowy marki PORTA DRZWI składa się logotyp PORTA (historycznie od początku istnienia firmy związany z jej znakiem), logotyp DRZWI (prosty, bezszeryfowy krój pisma, będący przeciwstawieniem dla ozdobnej formy logotypu PORTA). Oba logotypy wpisane są w prostokątną formę. W założeniu podstawowym znak jest dwukolorowy: zielono-biały.



Konstrukcja znaku podstawowego powstała w oparciu o moduł w postaci kwadratu o boku „a” równy 1/11 wysokości całego znaku. Wielokrotność modułu definiuje położenie elementów względem siebie, ich wzajemne proporcje i relacje przestrzenne. Konstrukcja znaku marki w innych niż polska wersjach językowych oparta jest na tych samych zasadach, zależna jest jednak od budowy słowa „DRZWI” w poszczególnych językach (patrz kolejne strony).



Wielkość minimalna znaku określa najmniejszą możliwą do zastosowania wielkość znaku, przy jednoczesnym zachowaniu jego dobrej czytelności. Minimalna wielkość znaku marki (dla każdej wersji językowej) to **10 mm** w podstawie. Podstawą decyzji o wielkości minimalnej znaku MUSI BYĆ jego CZYTELNOŚĆ. W najmniejszych formatach znaku marki PORTA DRZWI nie stosujemy znaku "®" wpisanego w znak marki. Wielkość minimalna dotyczy wszystkich wersji językowych.



Wielkość  
minimalna  
znaku

**Wielkość minimalna znaku dla poszczególnych technik odwzorowań:**  
druk offsetowy: 10 mm w podstawie  
fleksografia: 10 mm w podstawie  
sitodruk: 12 mm w podstawie  
tampondruk: 12 mm w podstawie  
internet: 45pt w podstawie

Obszar ochronny to określona modułowo minimalna strefa, chroniąca znak przed jakąkolwiek zewnętrzną ingerencją graficzną. W strefie ochronnej, wynoszącej  $2a$ , nie powinien się znaleźć żaden obcy element graficzny, taki jak: ilustracja czy tło z teksturą. Obszar minimalny dla znaków w wersjach językowych jest taki sam, jak dla wersji polskiej. Jeśli znak eksponowany jest na tle fotografii, należy zadbać o to, by był on czytelny i zwrócić uwagę na kontrastowość.



Znak marki powinien być eksploatowany i reprodukowany w podstawowej wersji, nie wolno zniekształcać go w żaden sposób, ani ingerować w jego pole. Nieprawidłowe użycia znaku pokazują poniższe przykłady.

**NIE** obracać znaku marki.



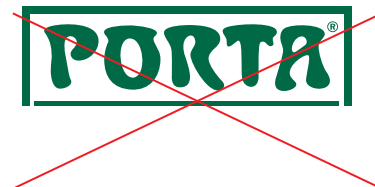
**NIE** zniekształcać znaku marki. **NIE** zmieniać proporcji.



**NIE** umieszczać w obrębie znaku żadnych obcych elementów graficznych.



**NIE** obcinać znaku marki.



**NIE** zmieniać kolorów w znaku marki.



**NIE** wprowadzać cieni (nie pokazywać znaku w 3D)



**NIE** eksponować znaku na tle ilustracji.



Znak marki PORTA DRZWI w wersji podstawowej stanowi główny nośnik wizerunku marki. Powinien być stosowany w pełnej wersji kolorystycznej. Na znak podstawowy marki PORTA DRZWI składa się logotyp PORTA (historycznie od początku istnienia firmy związany z jej znakiem), logotyp DRZWI - odpowiednio w tłumaczeniu na języki: angielski, rosyjski - (prosta, bezszeryfowa czcionka, będąca przeciwstawieniem dla ozdobnej formy logotypu PORTA). Oba logotypy wpisane są w prostokątną formę. Znak jest dwukolorowy: zielono-biały. Nie jest przezroczysty.

wersja polska



wersja angielska



wersja rosyjska



Znak marki PORTA DRZWI w wersji poziomej może być stosowany do zewnętrznego oznakowania punktu sprzedaży w przypadku, gdy niemożliwe jest zastosowanie znaku w wersji podstawowej. Ogólne zasady konstrukcji logotypów i kolorystyki znaku w wersji poziomej są takie same, jak dla wersji podstawowej.



wersja polska



wersja angielska



wersja rosyjska

Sekretem baseline'u jest jego przynależność do znaku marki, jego nieodłączny związek z tym znakiem. Firma w ten sposób wzmacnia markę, wskazując na wartość dodaną, obietnicę marki, potwierdzenie jej jakości. Najczęściej jako baseline występuje nazwa miejsca, z którą ma być kojarzona marka.

„już od progu!” wyraża osobowość marki, wkraczając w delikatną sferę obietnicy w niedostłowny sposób. Istnieje ścisły związek graficzny między znakiem marki i owym sformułowaniem, lecz nie jest to typowy baseline a claim firmowy, będący dopełnieniem komunikatu reklamowego.

Zastosowanie claim'u ograniczać się będzie do pokazania go w grafice reklamowej (prasa, materiały handlowe i reklamowe).

„już od progu!” nie będzie funkcjonować w korporacyjnych akcydensach i drukach produktowych, takich jak: instrukcje, gwarancje.

„już od progu!” jest również tytułem biuletynu firmowego - kwartalnika skierowanego do dealerów produktów pod marką PORTA DRZWI, jak i do pracowników firmy oraz współpracowników.

*już od progu!*

Sposób zastosowania claim'u, przy zachowaniu pola ochronnego znaku: pod znakiem (ze wskazaniem na prawy dolny róg) lub z prawej strony znaku. Niedopuszczalne jest umieszczenie „już od progu” nad znakiem i z lewej strony znaku.



*już od progu!*



*już od progu!*

Jedynym wyjątkiem w zestawieniu claimu ze znakiem marki jest wykorzystanie go jako tytułu biuletynu - co pokazano poniżej:



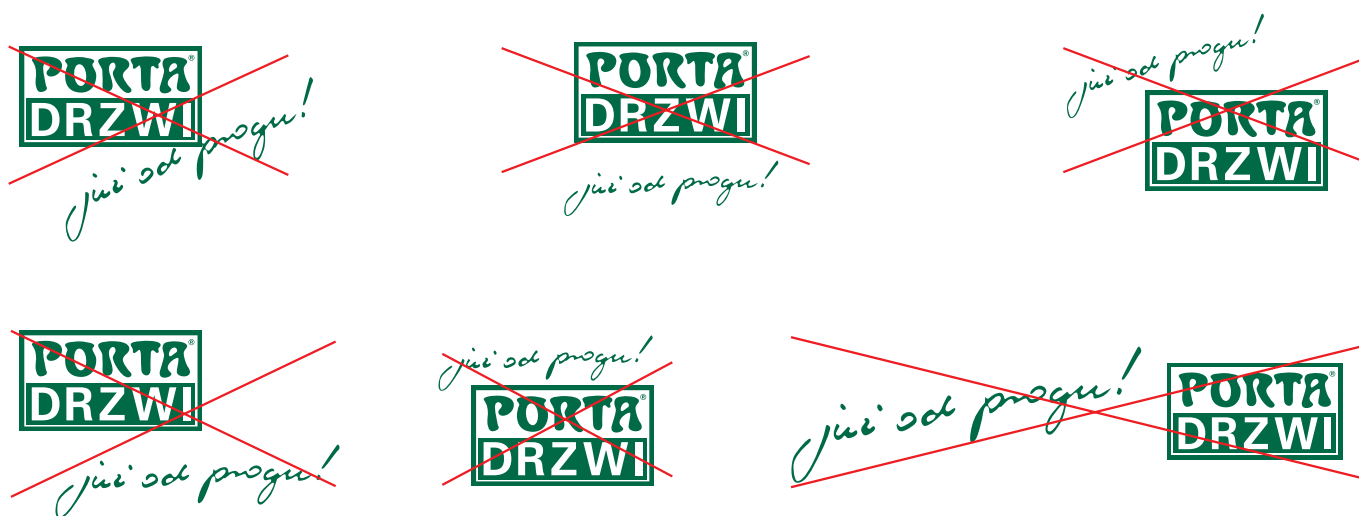
*już od progu!*

Claim reklamowy „już od progu!” to odrębnie napisane indywidualnie zaprojektowane zdanie, którego położenie względem znaku marki określają również szczegółowe zasady opisane poniżej.

Konstrukcja:



Niedopuszczalne zastosowania:

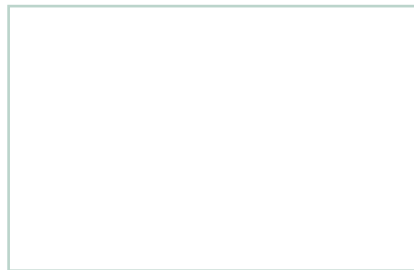


Ze względu na historyczną wartość kolorystyki (zieleń towarzyszy firmie od początku jej istnienia) - kolor zielony został zachowany. Znak jest nieprzezroczysty, więc można uznać, że biel wykorzystana w znaku jest drugim kolorem. Kolorem uzupełniającym jest jasna zieleń.

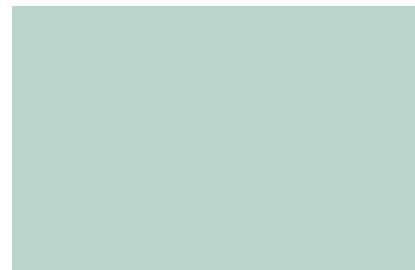
Firmowy kolor podstawowy



Firmowy kolor podstawowy



Firmowy kolor uzupełniający



Kolor uzupełniający ma zastosowanie w niektórych materiałach reklamowych, a także w akcydensach korporacyjnych

ELEMENT	CMYK	PANTONE	RGB	RAL	ORACAL 1 półprzezroczyste	ORACAL 2 nieprzezroczyste	NICI MADEIRA
	100-10-80-40	342 CU	0-99-73	6016	060 (seria 8500)	060 (seria 641)	1879
WYPEŁNIENIE ZNAKU	0-0-0-0		255-255-255	9003	010 (seria 8500)	010 (seria 641)	1801
<a href="http://www.porta.com.pl">www.porta.com.pl</a>	20-2-16-8	5513 CU* 20% 342 CU*	200-216-207				1647

\* W zależności od techniki wdrożeń stosujemy zamiennie 20% Pantone 342 CU lub Pantone 5513 CU.

W przypadku, kiedy niemożliwe jest wykonanie barwnej wersji znaku, dopuszcza się zastosowanie wersji achromatycznej. Kolor zielony odwzorowujemy jako 100% koloru czarnego. W przypadku wersji językowych należy stosować tę samą zasadę.



W przypadku druków jednokolorowych oraz na podłożu innym niż białe, możliwe jest odwzorowanie znaku w wersji monochromatycznej - w kolorze dostępnym (100 %). Należy zwrócić baczność uwagę na kolor podłoża druku, ponieważ jest to jedyny przypadek, w którym możliwe jest uznanie znaku za przezroczysty - kolor tła jest w miejscu koloru białego (co widać na pokazanych przykładach).

W przypadku wersji językowych należy stosować tę samą zasadę.



Znak marki może być reprodukowany w kolorystyce odbiegającej od kolorystyki firmowej tylko w wyjątkowej sytuacji, gdy druk publikacji, w której ma być umieszczony znak marki zakłada wykorzystanie 1 koloru, innego niż firmowa zieleń.

W zależności od tego czy znak występuje na jasnym, czy na ciemnym tle występuje on z obwienią lub bez. Znak na tłach od 20% tinty do 50% - pozytyw występuje bez białej obwiedni. Od 60% w górę - z białą obwiednią. Biała obwiednia wokół znaku wynosi:  $1/8 x$  (gdzie  $x$  = szerokość zielonej ramki)



20%



30%



40%



50%



60%



70%



80%



90%



100%

Wskazane jest, by znak PORTA DRZWI występował zawsze na jasnych jednolitych tłach. Natomiast w sytuacjach, w których konieczne jest użycie go na tłach ciemnych, niezbędne jest zastosowanie białej obwiedni wokół znaku, by wyodrębnić jego kontury. W przypadku wersji językowych należy stosować tę samą zasadę.

### znak marki na jasnym tle



### znak marki na ciemnym tle



### znak marki w wersjach uzupełniających



Zasady stosowania kolorów są tu odpowiednio takie same, jak w przypadku znaku w wersji podstawowej.

## znak marki z claim'em reklamowym na jasnym tle



## znak marki z claim'em reklamowym na ciemnym tle



Powszechnie używany font Arial (dodatkowo w wersjach: Italic i Bold) został wybrany na font firmowy, co oznacza, że cała korespondencja firmowa (listy, faksy) powinna odbywać się z użyciem tego kroju pisma.

### Arial

abcdefghijklmnoprstuwxyzaćęłńśź  
ABCDEFGHIJKLMNOPRSTUWXYZAĆĘŁŃŚŹŹ  
1234567890!@#\$%^&\*()\_+{|}":?><

### Arial Italic

*abcdefghijklmnoprstuwxyzaćęłńśź*  
*ABCDEFGHIJKLMNOPRSTUWXYZAĆĘŁŃŚŹŹ*  
1234567890!@#\$%^&\*()\_+{|}":?><

### Arial Bold

**abcdefghijklmnoprstuwxyzaćęłńśź**  
**ABCDEFGHIJKLMNOPRSTUWXYZAĆĘŁŃŚŹŹ**  
1234567890!@#\$%^&\*()\_+{|}":?><