

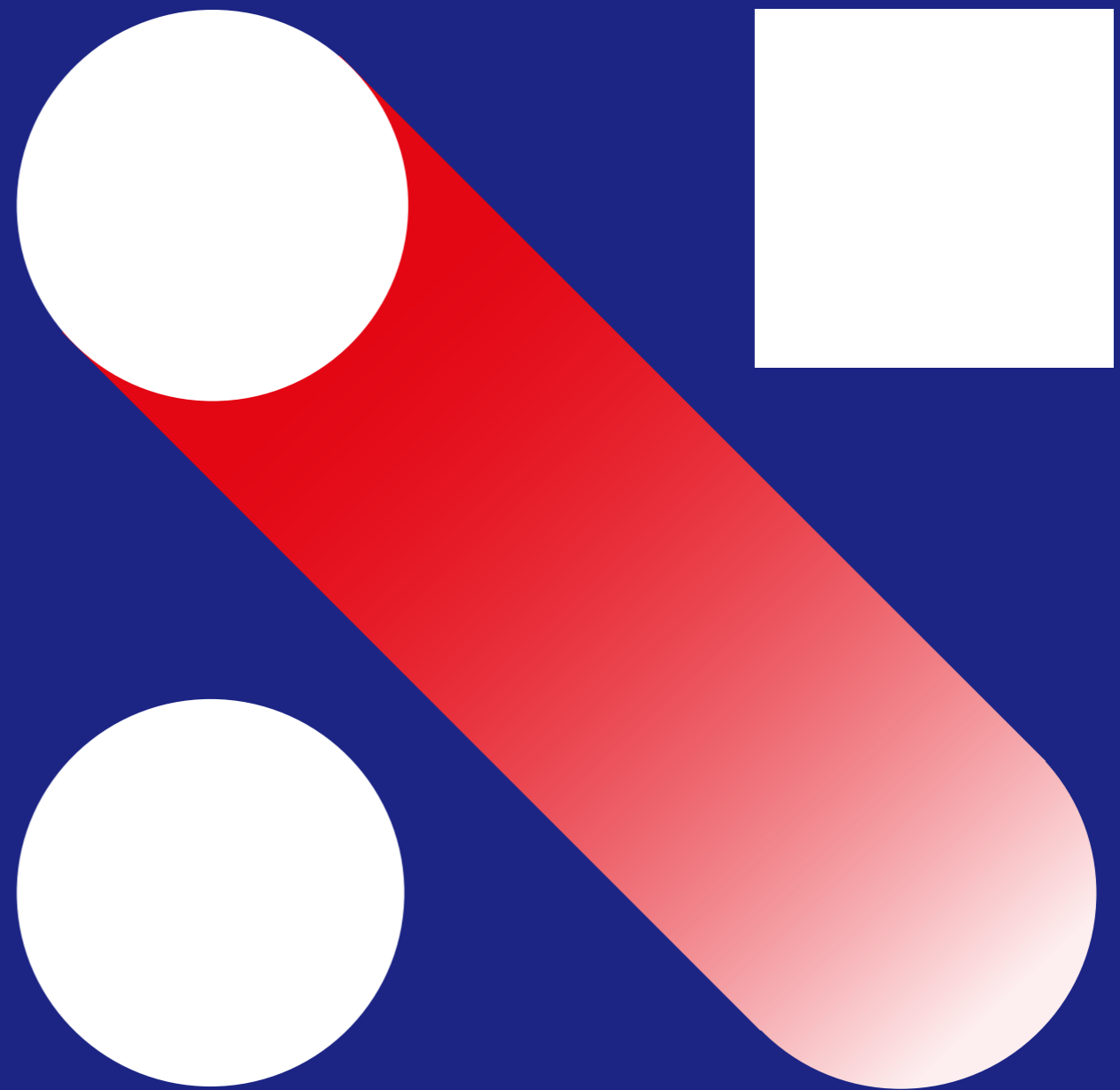
Księga znaku



spis

logotyp	3
Wersje znaku	4
Minimalna wielkość znaku	6
Pole ochronne	7
Niedopuszczalne modyfikacje logotypu	8
Zastosowanie logo na tłach	9
Zastosowanie bez logotypu tekstowego	10
<hr/>	
kolorystyka	11
Kolory podstawowe	12
Uzupełniające kolory	13
<hr/>	
typografia	14
Krój marki	15
Krój uzupełniający	16
Zasady stosowania znaku	17
Zasady stosowania kolorów	18

Logotyp



Logo w swojej podstawowej formie składa się z sygnetu oraz logotypu. Prezentowany wariant poziomy w pełnej kolorystyce stanowi wersję główną, przeznaczoną do najczęstszych zastosowań. W tej kompozycji sygnet znajduje się po lewej stronie, a logotyp z nazwą marki jest umieszczony po jego prawej stronie.

SYGNET



TYPOGRAFIA

**Nauka dla Rozwoju
Społeczeństwa**

Wersja pionowa, będąca alternatywą, zachowuje spójność elementów graficznych, ale układ sygnetu i logotypu zmieniono – sygnet został umieszczony nad nazwą marki. Ten wariant najlepiej sprawdza się w miejscach o ograniczonej szerokości przestrzeni, takich jak plakaty, ulotki czy wizytówki.



SYGNET

**Nauka dla Rozwoju
Społeczeństwa**

TYPOGRAFIA

Minimalna szerokość logotypu w wersji poziomej w druku wynosi 35 mm, a w wersji cyfrowej 135 pikseli. Dla wersji pionowej w druku to 20 mm, a w mediach cyfrowych 75 pikseli. W przypadku użycia mniejszych rozmiarów, należy przeprowadzić próbę, aby zapewnić czytelność i odpowiednią reprezentację wizualną marki.

DRUK

35 mm



DIGITAL

135 px

DRUK

20 mm

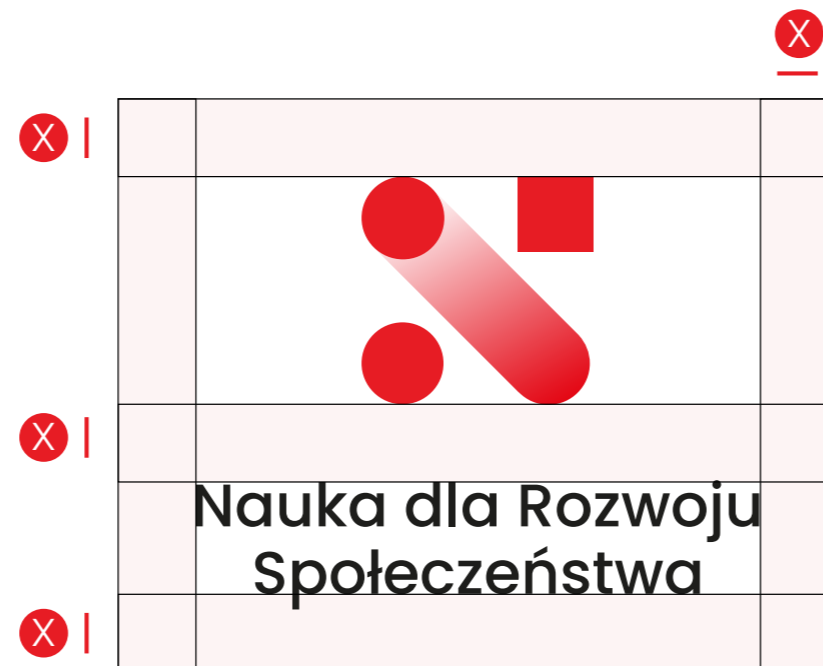


Nauka dla Rozwoju
Społeczeństwa

DIGITAL

75 px

Pole ochronne to przestrzeń wokół logo, która musi pozostać wolna od innych elementów graficznych i tekstowych, aby zachować jego integralność i czytelność. Wielkość pola ochronnego jest równa wartości X (będącej szerokością odstępu sygnetu od logotypu).



Logo nie może być poddawane żadnym zniekształceniom ani modyfikacjom, które nie zostały określone w niniejszej księdze znaków. Wszelkie zmiany w formie, proporcjach, kolorystyce czy układzie elementów logotypu są niedopuszczalne. Zachowanie spójności wizualnej marki jest kluczowe, dlatego należy korzystać wyłącznie z zatwierdzonych wersji logotypu, zgodnych z wytycznymi zawartymi w księdze znaków.



✗ Brak zachowania proporcji przy skalowaniu



✗ Niedozwolone odbicie logotypu



✗ Niedozwolona zmiana kolorystyki logotypu



✗ Naruszenie pola ochronnego logotypu



✗ Niedozwolone dodawanie efektów specjalnych



✗ Niedozwolona zmiana układu elementów logotypu



✗ Niedozwolone używanie logotypu na tle, które zagraża jego czytelności



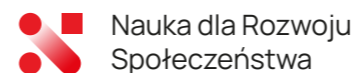
✗ Niedozwolony obrót logotypu



✗ Niedozwolona zmiana proporcji elementów logotypu



✗ Niedozwolona modyfikacja sygnetu

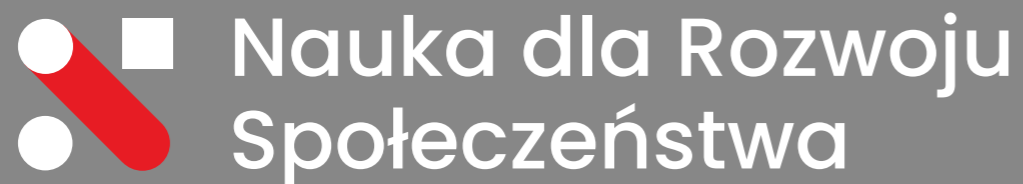


✗ Niedozwolona zmiana typografiki logotypu

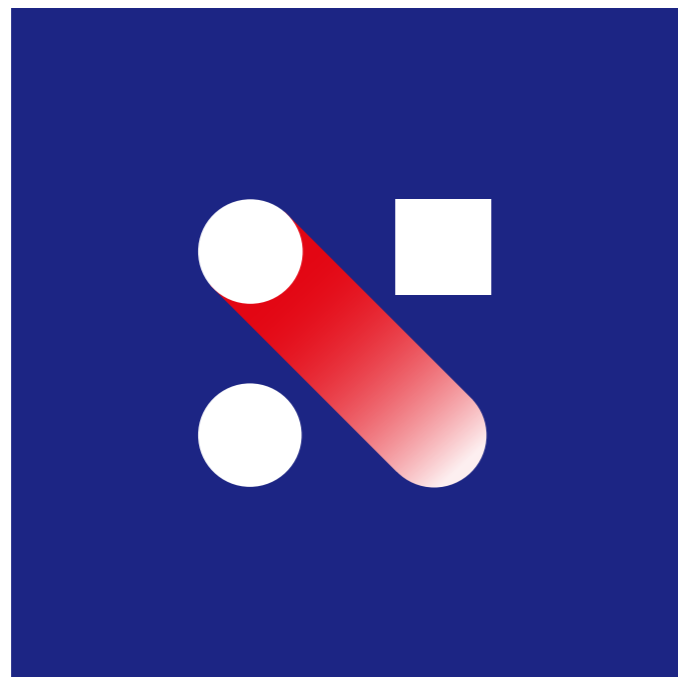


✗ Niedozwolona manipulacja odległościami między elementami logotypu

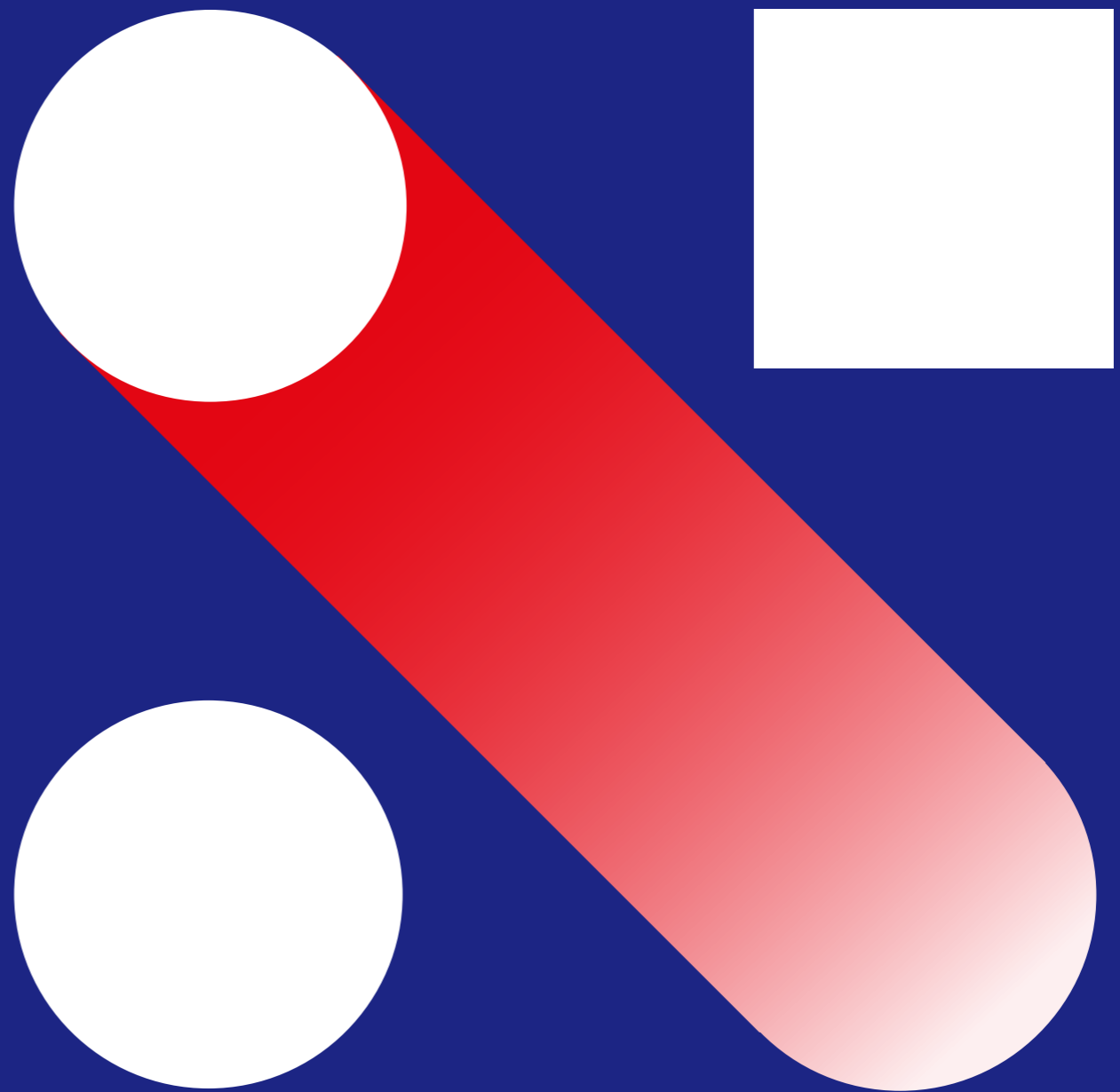
Logotyp powinien być dostosowany do koloru tła, aby zachować czytelność i spójność wizualną. Na ciemnych tłach najlepiej sprawdza się wersja z czerwonym sygnetem i białą typografią. Na szarym tle również stosuje się wariant z czerwonym sygnetem i białym tekstem, co zapewnia odpowiedni kontrast. Na jasnym tle można używać zarówno wersji kolorowej z czerwonym sygnetem i czarną typografią, jak i stonowanej wersji monochromatycznej z szarym sygnetem i czarnym tekstem.



Sygnet może być stosowany samodzielnie w sytuacjach, gdzie marka jest już dobrze rozpoznawalna lub gdy ograniczona przestrzeń uniemożliwia użycie pełnego logotypu. Zalecane jest jednak, aby takie użycie było spójne z całościową identyfikacją wizualną i nie zakłócało jej odbioru.



Kolorystyka



Kolorystyka marki jest kluczowym elementem identyfikacji wizualnej, który zapewnia spójność i rozpoznawalność marki we wszystkich materiałach wizualnych. Kolory podstawowe stanowią fundament palety barw, które nadają charakter komunikacji wizualnej.

RGB: 231 28 36
CMYK: 0 88 84 9
HEX: #E71C24

RGB: 28 37 132
CMYK: 79 72 0 48
HEX: #1C2584

W celu zapewnienia spójności wizualnej marki oraz elastyczności w projektach graficznych, poniżej znajdują się uzupełniające kolory, które harmonizują z podstawową paletą. Kolory te mogą być wykorzystywane do uzupełniania infografik, wykresów, tabel, ikon, a także innych materiałów wizualnych, takich jak prezentacje czy strony internetowe.

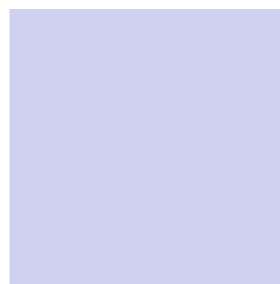
RGB: 249 211 213
CMYK: 0 15 10 2
HEX: #F9D3D5



RGB: 176 18 24
CMYK: 0 90 86 31
HEX: #B01218



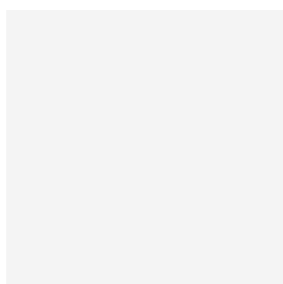
RGB: 206 209 241
CMYK: 14 13 0 5
HEX: #CED1F1



RGB: 18 26 92
CMYK: 80 72 0 64
HEX: #121A5C



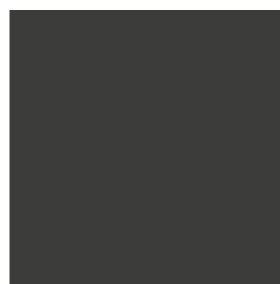
RGB: 244 244 244
CMYK: 4 3 3 0
HEX: #F4F4F4



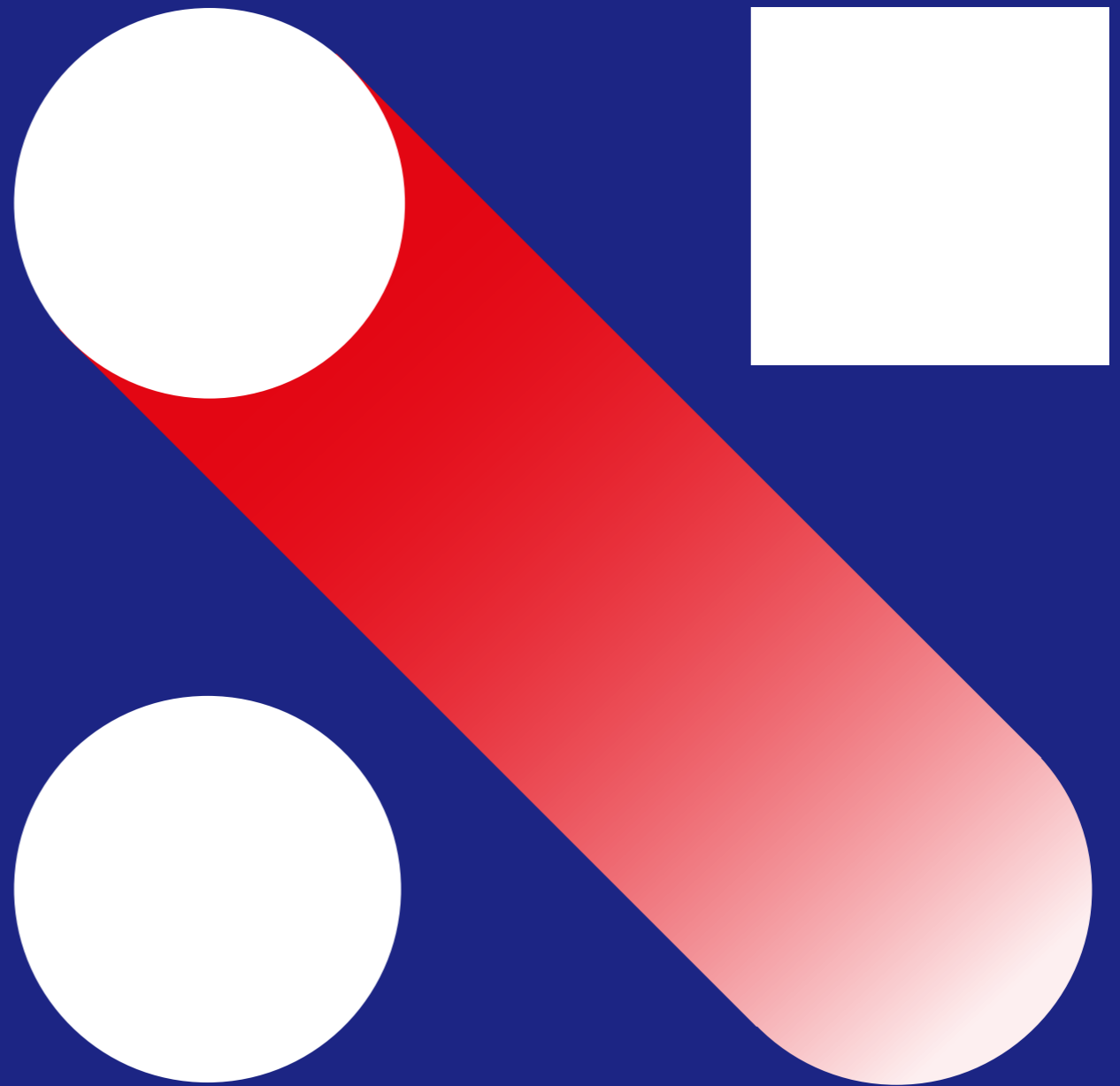
RGB: 110 110 110
CMYK: 0 0 0 57
HEX: #6E6E6E



RGB: 60 60 59
CMYK: 0 0 2 76
HEX: #3C3C3B



Typografia



Głównym krojem marki jest Manrope Regular, nowoczesna czcionka sans-serif, która zapewnia czytelność i elegancki, profesjonalny wygląd. Stosowana jest w materiałach promocyjnych, nagłówkach i treściach marketingowych, zapewniając spójność i rozpoznawalność marki.

Manrope

AĄBCĆDEĚFGHIJKLŁMNŃOÓP
RSŤTUVWXYZŹŻaąbcćdeęfghi
jklłmnńoóprśśtuwxxyzź
(1234567890!@#\$%^&.,:;"}</p></div>
<div data-bbox="707 510 954 558" data-label="Text"><p>odmiany:
ExtraLight, Light, Regular, Italic, Medium, SemiBold,
Bold, ExtraBold</p></div>
<div data-bbox="707 593 931 626" data-label="Text"><p>źródło:
https://fonts.google.com/specimen/Manrope</p></div>
<div data-bbox="290 684 570 751" data-label="Text"><h1>AaBb0102</h1></div>

Krojem uzupełniającym marki jest Roboto, stosowany w komunikatach systemowych i mailingach.

Roboto

AĄBCĆDEĚFGHIJKLŁMNŃOÓP
RSŚTUVWXYZŹŹaąbcćdeęfghi
jklłmnñoóprśstuvwxyzź
(1234567890!@#\$%^&.,:;"}</p></div>
<div data-bbox="707 510 895 543" data-label="Text"><p>odmiany:
Regular, Italic, Medium, SemiBold, Bold</p></div>
<div data-bbox="707 566 923 601" data-label="Text"><p>źródło:
https://fonts.google.com/specimen/Roboto</p></div>
<div data-bbox="289 684 575 751" data-label="Text"><p>AaBb0102</p></div>

Wielkość BODY COPY w porównaniu do NAGŁÓWKA powinna wynosić maksymalnie 1/2 wysokości nagłówka lub mniej. Przy określaniu rozmiaru tekstu należy zadbać o jego czytelność i optymalną proporcję między nagłówkiem a treścią.

- ✗

Lorem ipsum dolor

1 NAGŁÓWKI
- ✗

sit amet.
- 1/3
✗

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit,
sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet
dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim
minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper
suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

2 BODY COPY

Typografia powinna być używana zgodnie z podanymi wariantami, jednak dopuszczalne są także inne opcje kolorystyczne. Ważne jest, aby zachować odpowiedni kontrast między tekstem a tłem, co zapewni łatwość w odczytaniu treści.

Lorem ipsum dolor sit amet.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

