



Inicjatywa  
Firm  
Rodzinnych

KSIĘGA ZNAKU

2020

# Spis treści

Wersja podstawowa	03	Pole ochronne	11
Tagline	04	Gładkie tła	12
Geneza	05	Ciemne i niejednolite tła	13
Typografia	06	Minimalna wielkość	14
Wersja achromatyczna	07	Błędne zastosowanie	15-17
Inicjatywy lokalne	08		
Kolorystyka podstawowa	09		
Kolorystyka dopełniająca	10		

# Wersja podstawowa

Wersja podstawowa składa się z logo złożonego z kolistego sygnetu, w który wpisano akronim nazwy Stowarzyszenia, oraz pełnej nazwy.



# Tagline

---

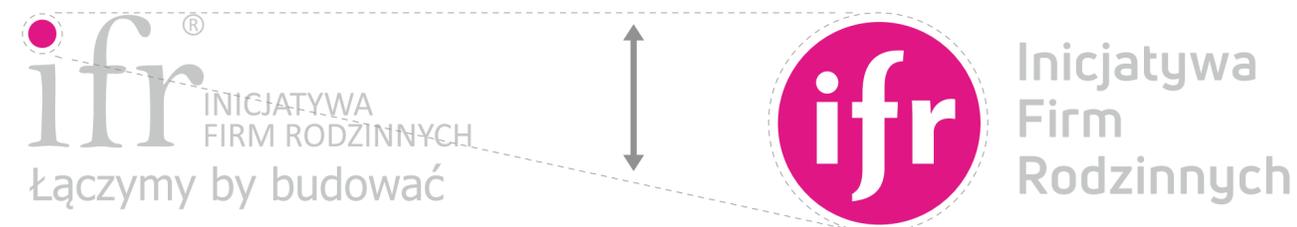
Rozbudowana wersja logo zawiera hasło brandowe, wyróżnione w kolorze sygnetu.



**Inicjatywa  
Firm Rodzinnych**  
Łączymy, by budować

# Geneza

Punktem centralnym nowego logotypu stała się przysłowiowa kropka nad i, która symbolicznie w nowym logo urosła, wyrażając w ten sposób realizację hasła "Łączymy, by budować".



# Typografia

W projekcie logo wykorzystano font Uni Neue.  
W komunikacji brandu dopuszcza się użycie następujących odmian: regular, bold, heavy, black.

## Uni Neue Regular

ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz

## Uni Neue Bold

ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz

## Uni Neue Heavy

ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz

## Uni Neue Black

ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz

# Wersja achromatyczna

Dopuszcza się stosowanie logotypu w wersji achromatycznej, ale jedynie na czarno i biało - w zależności od tła. Wersja achromatyczna uwzględnia zmiany w kontraście kolorów, w związku z tym szerokości liter nieznacznie różnią się z wersją podstawową. Należy więc zawsze korzystać z pliku źródłowego z wersją achromatyczną, nie dopuszcza się zmian kolorów w wersji podstawowej znaku.



# Inicjatywy lokalne

---

Nazwy kół lokalnych umieszcza się w pozycji tagline, wówczas nie jest możliwe włączenie hasła brandowego.



Inicjatywa  
Firm Rodzinnych  
Oddział Małopolski



Inicjatywa  
Firm Rodzinnych  
Koło Kujawsko-Pomorskie



Inicjatywa  
Firm Rodzinnych  
Oddział Łódzki



Inicjatywa  
Firm Rodzinnych  
Koło Wielkopolskie

# Kolorystyka podstawowa

---

Podstawowa kolorystyka brandu składa się z dwóch, dobranych kontrastowo barw. Ich wartość liczbową w paletce CMYK i RGB widoczna obok.

RGB: 220 | 30 | 130  
CMYK: 5 | 95 | 0 | 0

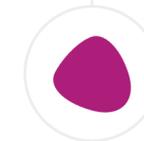
RGB: 80 | 45 | 105  
CMYK: 80 | 95 | 20 | 10

# Kolorystyka dopełniająca

Dopuszcza się korzystanie z następujących barw uzupełniających, stanowiących rozszerzenie palety odcieni dwóch kolorów podstawowych.



RGB: 255 | 36 | 161  
CMYK: 2 | 86 | 0 | 0



RGB: 173 | 30 | 122  
CMYK: 35 | 98 | 9 | 2



RGB: 140 | 23 | 101  
CMYK: 47 | 100 | 21 | 13



RGB: 95 | 53 | 160  
CMYK: 79 | 86 | 0 | 0



RGB: 53 | 29 | 73  
CMYK: 89 | 100 | 35 | 40

# Pole ochronne

Konieczna wolna przestrzeń wokół logotypu powinna wynosić przynajmniej wartość promienia koła sygnetu ( $a = \text{średnica}$ ;  $1/2a = \text{promień}$ ).



# Gładkie tła

Grafiki obok prezentują zasady doboru określonej wersji logo w zależności od tła, na jakim zostaje ono zaprezentowane.

Białe tło



Różowe tło



Fioletowe tło



# Ciemne i niejednolite tła

Grafiki obok prezentują zasady doboru określonej wersji logo w zależności od tła, na jakim zostaje ono zaprezentowane.

Ciemne tła



Tło ze zdjęciem  
(ciemne)



Tło ze zdjęciem  
(jasne)



# Minimalna wielkość

Różne wersje logotypu posiadają odmienne wartości wielkości minimalnych.

Wersja podstawowa



Wersja z dopiskiem



Sygnet



Ekran

min. h = 37 px

min. h = 41 px

min. h = 25 px

Druk

min. h = 5 mm

min. h = 6,7 mm

min. h = 3,4 mm

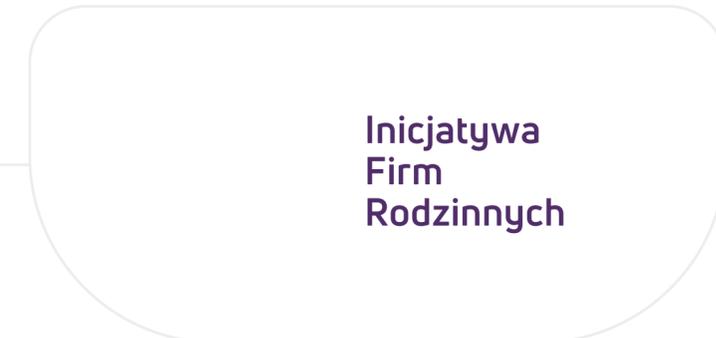
# Błędne zastosowanie

Zastosowanie logo nie może naruszać jego budowy, układu czy kolorystyki.

Zastosowanie niewłaściwej wersji do danego tła



Użycie logo bez sygnetu



Zmiana ustawienia elementów logo względem siebie



# Błędne zastosowanie

Nie wolno skalować logo ani dodawać do niego efektów graficznych (jak cienie czy gradienty).

Obrócenie logo



Zmiana proporcji znaku



Dodawanie cienia do logo



# Błędne zastosowanie

Nie wolno ingerować w zasady prezentacji logo, zaburzając pole ochronne, kolorystykę czy typografię.

Naruszenie pola ochronnego znaku



Nie zgodna z księgą znaku  
zmiana kolorów



Zmiana typografii w logo





Inicjatywa  
Firm  
Rodzinnych