



GRZENIA

The Art of Precision
since 1957

Logo

1.1 Charakterystyka znaku	4
1.2 Pole ochronne, wielkość minimalna	5
1.3 Kolorystyka, uzupełniające wersje kolorystyczne	6-8
1.4 Dopuszczalne kolory tła	9

Ogólne zasady tworzenia materiałów graficznych

2.1 Typografia	11
2.2 Kolorystyka.....	12-13
2.3 Kompozycja	14
2.4 Akcydensy-wizytówka	15
2.5 Akcydensy-papier listowy	16
2.6 Akcydensy-koperta	17
2.7 Akcydensy-ulotka	18
2.8 Akcydensy-opakowanie	19
2.9 Umieszczanie logotypu na obudowie	20-21
2.10 Długopis	22
2.11 Akcydensy-podsumowanie	23

Księga Identyfikacji Wizualnej Metalkas jest praktycznym podręcznikiem posługiwania się logotypem oraz tworzenia materiałów graficznych. Zawiera najważniejsze zagadnienia dotyczące systemu identyfikacji wizualnej. Znaleźć tu można zarówno informacje na temat

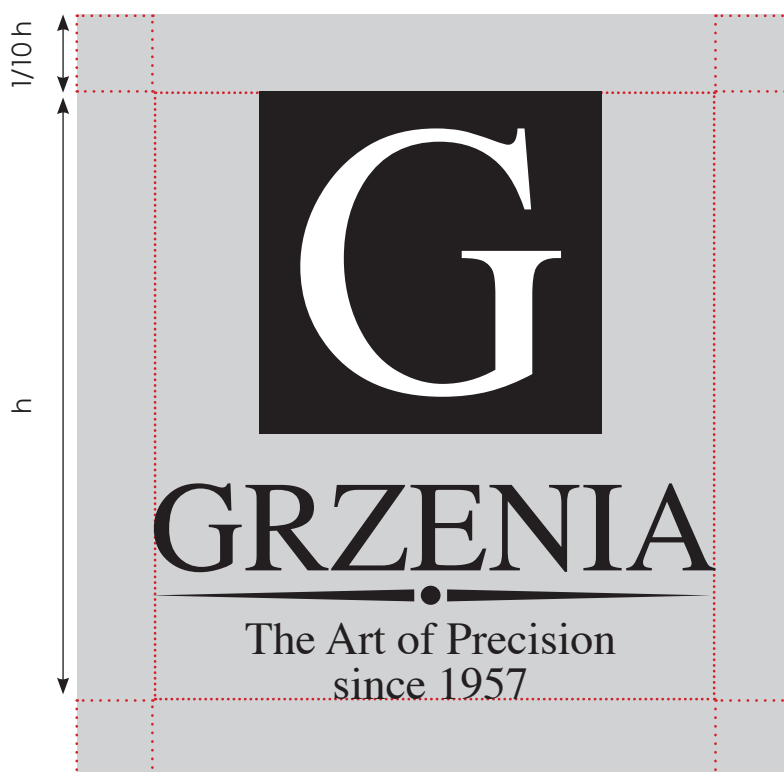
symbolu, kolorystyki jak i zasad, zgodnie z którymi, należy tych wzorców używać. Ścisłe przestrzeganie zawartych w Księdze norm, zapewni prawidłowe postrzeganie firmy.

LOGO



Znak podstawowy jest głównym elementem budującym wizerunek firmy. Znak podstawowy w przypadku GRZENIA jest wieloelementowy. Składa się z elementów literniczych i graficznych umieszczonych centralnie w osi pionowej znaku. Kolorystyka wszystkich elementów jest taka sama.

Nie wolno samodzielnie konstruować znaku. Stanowi on zamkniętą całość i nie powinien być poddawany jakimkolwiek przekształceniom. Należy korzystać wyłącznie z zapisu elektronicznego znaku.



Dla czytelności logotypu konieczne jest wprowadzenie pola ochronnego. Pole ochronne to minimalny obszar wolnej przestrzeni wokół znaku. W tym obszarze nie należy umieszczać żadnych innych elementów graficznych ani tekstowych. Wolna przestrzeń pozwala

wyróżnić znak spośród innych elementów w projekcie, zapewniając jego odpowiednią widoczność i czytelność.

Minimalna wielkość pola ochronnego znaku określona jest przez wymiary 1/10 wysokości logo (h).



Ze względu na czytelność logotypu należy stosować odpowiednie jego wielkości w zależności od używanego formatu.

Minimalna wersja znaku dla wszystkich rodzajów mediów drukowanych wynosi 34 mm szerokości.



Kolor znaku firmowego to fiolet PANTONE Black C. Dokładne odwzorowanie jest istotne ze względu na spójność identyfikacji. Kolor został określony w powszechnie stosowanych systemach: PANTONE i CMYK w druku.

Folia ORACAL przy reklamie wizualnej oraz przestrzeń RGB w zastosowaniach multimedialnych oraz dodatkowo w paletcie kolorów RAL.

PANTONE - druk offsetowy	PANTONE Black C
CMYK - druk offsetowy czterokolorowy	C 0 M 0 Y 0 K 100
RGB - nośniki multimedialne	R 0 G 0 B 0
WEB online	#000000
Paleta kolorów RAL	RAL 9011
Reklama zewnętrzna - folia ORACAL	Oracal 070



Wersja monochromatyczna znaku potrzebna jest gdy niemożliwe jest odwzorowanie znaku w pełnej kolorystyce.

Dla kolorów znaku podstawowego METALKAS stosuje się jeden kolor - Black 100% dla elementów literniczo graficznych.

PANTONE - druk offsetowy	PANTONE Black C
CMYK - druk offsetowy czterokolorowy	C 0 M 0 Y 0 K 100
RGB - nośniki multimedialne	R 0 G 0 B 0
WEB online	#000000
Paleta kolorów RAL	RAL 9011
Reklama zewnętrzna - folia ORACAL	Oracal 070



Wersja achromatyczna znaku potrzebna jest wtedy gdy niemożliwe jest odwzorowanie znaku w pełnej kolorystyce oraz w półtonach czerni np. pieczętka, sitodruk, fax.

W przypadku reprodukcji na ciemnym tle stosuje się wersję negatywową znaku. Pokrycie Black 100%.

PANTONE - druk offsetowy	PANTONE Black C
CMYK - druk offsetowy czterokolorowy	C 0 M 0 Y 0 K 100
RGB - nośniki multimedialne	R 0 G 0 B 0
WEB online	#000000
Paleta kolorów RAL	RAL 9011
Reklama zewnętrzna - folia ORACAL	Oracal 070



GRZENIA - Wersja logotypu na tło białe.



GRZENIA - Wersja logotypu na tło Czarne.



GRZENIA - Wersja logotypu na tło o pokryciu maksymalnie 20% dowolnego koloru



GRZENIA - Wersja logotypu na tło w pełnym kolorze

Podstawowa wersja tła dla logo Grzenia to kolor biały. W sytuacjach wyjątkowych dopuszczalne jest umieszczanie znaku na tłach kolorowych. Tła nie powinny być zbliżone w

barwie i nasyceniu do kolorów logo. Pokrycie tła w dowolnym kolorze nie powinno przekraczać 20%.

OGÓLNE ZASADY TWORZENIA MATERIAŁÓW GRAFICZNYCH

Krój liternictwa występujący w logo:**Times**

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890 \$%&(.)/?!@

Podstawowym krojem stosowanym we promocyjnych (biuletyn, ulotka, reklama) wszystkich materiałach informacyjno- jest Times w odmianach:

Times New Roman Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890 \$%&(.)/?!@

Times New Roman Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890 \$%&(.)/?!@

Krojem alternatywnym dla wszystkich materiałów informacyjno-promocyjnych oraz stosowanym w elektronicznej postaci dokumentów (faks, raport) i do składania treści listów jest Arial PL. Krój ten jest standardowo dołączony do systemów Windows i Mac

OS. Stosowanie go gwarantuje kontrolę nad wyglądem elektronicznych wersji dokumentów na zewnątrz i otwieranych na różnych stanowiskach komputerowych w firmie.

Arial

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890 \$%&(.)/?!@

2.2 Kolorystyka




Panteone
877 C


black
100%

Panteone
872 C

	PANTONE Black C
PANTONE - druk offsetowy	
CMYK - druk offsetowy czterokolorowy	C 0 M 0 Y 0 K 100
RGB - nośniki multimedialne	R 0 G 0 B 0
WEB online	#000000
Paleta kolorów RAL	RAL 9011
Reklama zewnętrzna - folia ORACAL	Oracal 070

Kolorystyka materiałów graficznych 877 C oraz Panteone 872 C. Złoty i srebrny opiera się na czerni- 100% black, Panteone kolor ma nadać luksusowy wyraz materiałom.

PANTONE - druk offsetowy	PANTONE 872 C
CMYK - druk offsetowy czterokolorowy	C 41 M 48 Y 76 K 17
RGB - nośniki multimedialne	R 140 G 115 B 75
WEB online	#8c7346
	RAL 1005
Reklama zewnętrzna - folia ORACAL	Oracal 091

PANTONE - druk offsetowy	PANTONE 877 C
CMYK - druk offsetowy czterokolorowy	C 47 M 37 Y 38 K 2
RGB - nośniki multimedialne	R 141 G 144 B 145
WEB online	#8d9091
	RAL 7040
Reklama zewnętrzna - folia ORACAL	Oracal 090

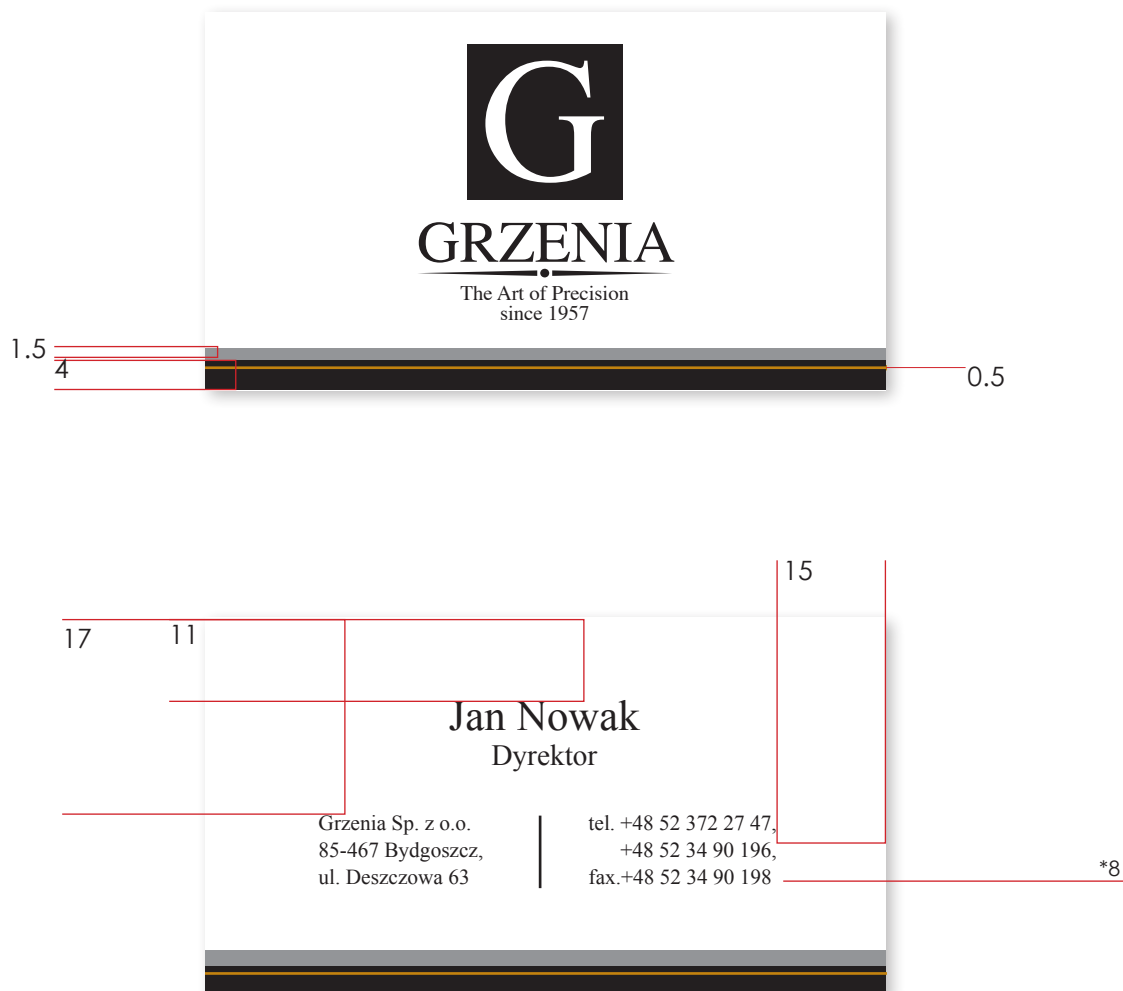
2.3 Kompozycja



Głównym elementem identyfikacji wizualnej marki Grzenia jest logo. Znajduje się ono w centralnym punkcie kompozycji. Wyjątek stanowi ulotka gdzie logo znajduje się w lewym górnym rogu.

Od dołu kompozycje zamyka pas złożony z trzech kolorów.

Krój pisma używany w akcydensach to Times New Roman Regular oraz Times New Roman Bold.



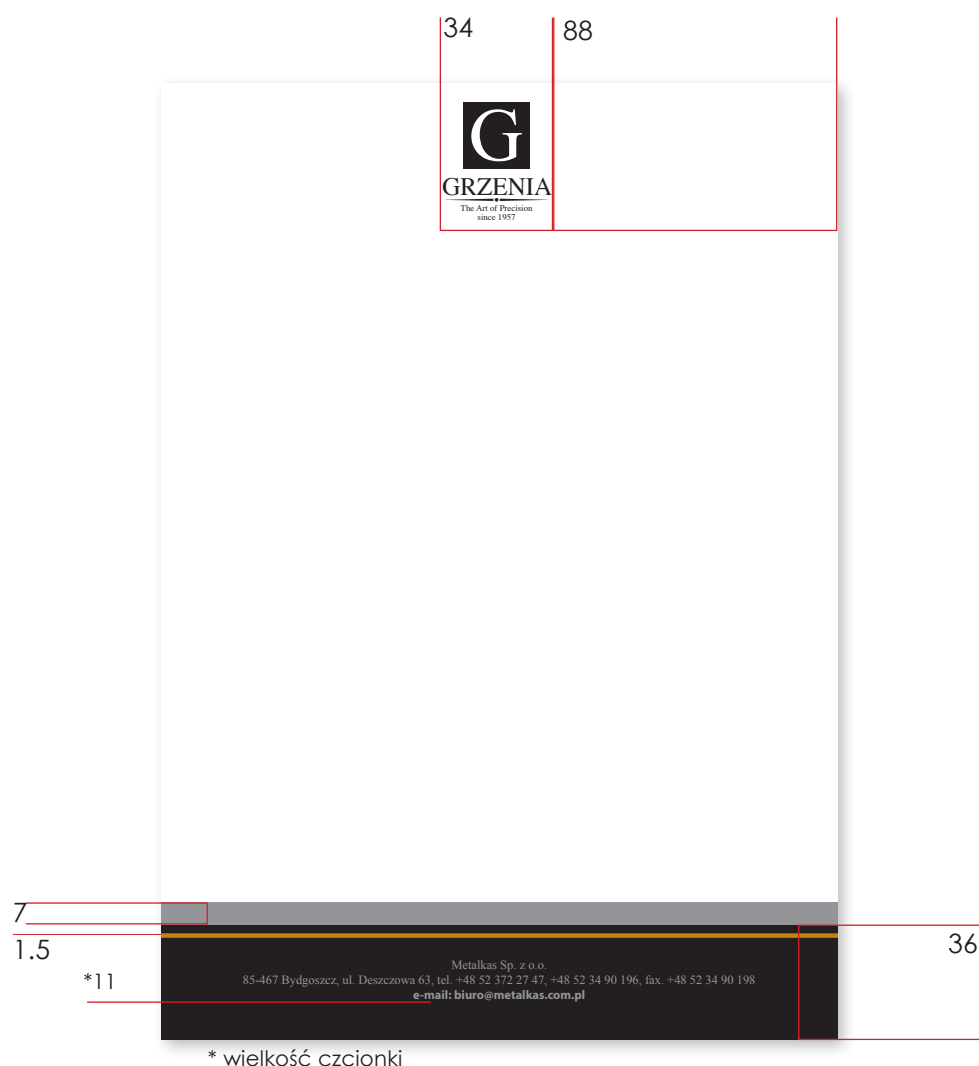
Format: wszystkie wizytówki mają stałe wymiary (90x50 mm), oraz poziomy układ graficzny.

Kompozycja: szerokość logotypu wynosi 34 mm. Znak jest ustawiony po środku kompozycji. Od dołu układ zamykają 3 pasy powtarzające się we wszystkich akcydensach.

W przypadku wizytówki łączna wysokość pasów jest mniejsza ze względu na niewielki rozmiar zadruku. Wizytówka jest dwustronna. Dane znajdują się na odwrocie.

Typografia: krój pisma używany w wizytówkach to Times New Roman Normal.

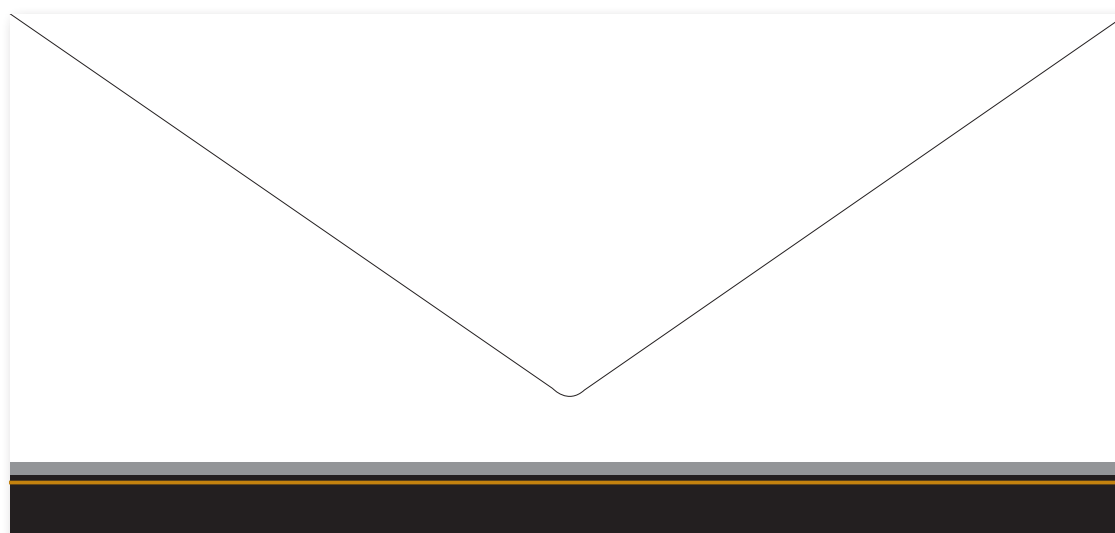
2.5 Akcydensy-papier firmowy



Format: A4

Kompozycja: Szerokość logotypu wynosi 34 mm. Znak jest ustawiony po środku kompozycji. Od dołu układ zamykają 3 pasy powtarzające się we wszystkich akcydensach. Wysokość pasów wynosi 14,4 % wysokości dokumentu.

Typografia: krój pisma używany w papierze firmowym to Times New Roman Normal oraz Times New Roman Bold. Kolor czcionki koresponduje z najwyższym srebrnym apsem.



Format: 210/99 mm

Kompozycja: szerokość logotypu wynosi 34 mm. Znak jest ustawiony po środku kompozycji. Od dołu układ zamykają 3 pasy

powtarzające się we wszystkich akcydensach. Wysokość pasów wynosi 14,4 % wysokości dokumentu



Format: 210/210 mm

Kompozycja: Szerokość logotypu wynosi 34 mm. Znak jest ustawiony w lewym górnym rogu kompozycji. Dominującym elementem układu jest fotografia nawiązująca ideowo do marki. Od dołu

układ zamykają 3 pasy powtarzające się we wszystkich akcydensach. Wysokość pasów wynosi 14,4 % wysokości dokumentu

Typografia: krój pisma używany w ulotce to Times New Roman Normal oraz Times New Roman Bold.



Kompozycja: szerokość logotypu wynosi $\frac{1}{8}$ wysokości opakowania. Znak jest ustawiony po środku kompozycji. Od dołu

układ zamykają 3 pasy powtarzające się we wszystkich akcydensach. Wysokość pasów wynosi 14,4 % wysokości opakowania.

2.9 Umieszczenie logotypu na obudowie



W zależności od potrzeb (rodzaju obudowy sejfu) można stosować trzy kolory logotypu.

Złoty metalik, srebrny metalik oraz kolor czarny.





Dodatkowym elementem promującym markę jest metalowy długopis z grawerowanym logotypem. W przypadku gdy wielkość znaku nie pozwala na przeniesienie go w całości na obiekt, hasło „The Art of Precision” zostaje powiększone i umieszczone nad logotypem.

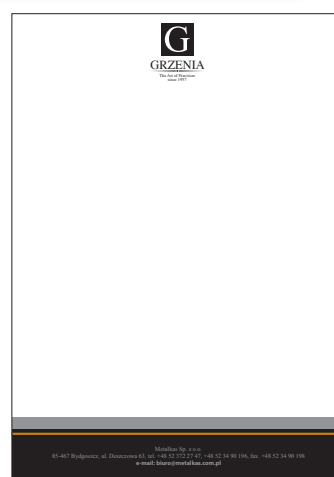
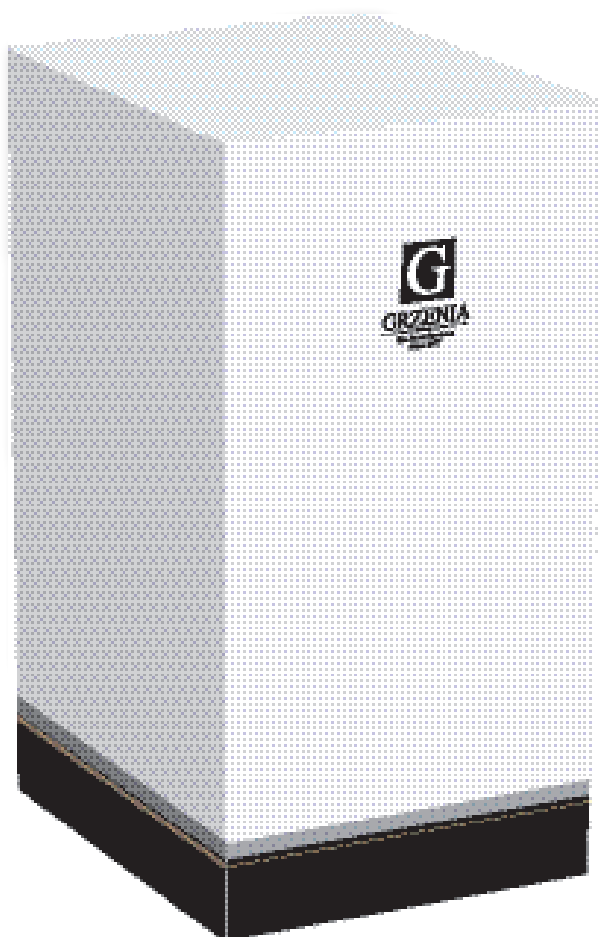
Pozwoli to na wygrawerowanie znaku w technice laserowej.

Logo ma szerokość 1/12 wysokości długopisu, rozmiar czcionki wynosi 6 pt.



GRZENIA

The Art of Precision
since 1957



Luksusowe sejfy z drewnianym wykończeniem

Luxen Spum is simply dummy text of the type and assembled it to make a type set into electronic typesetting, remaining essentially unchanged. It was popularised in the 1960s with the release of Letraset

sheets containing Lorem Ipsum passages, and more recently with desktop publishing software like Aldus PageMaker including versions of Lorem Ipsum. Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing.



Jan Nowak
Dyrektor

Grzenia Sp. z o.o.
85-467 Brdgoszcz,
ul. Dąbrowska 63

tel. +48 52 372 27 47,
+48 52 34 90 196,
fax +48 52 34 90 198

Grzenia Sp. z o.o.
85-467 Bydgoszcz, ul. Deszczowa
63, tel. +48 52 372 27 47, +48 52 34
90 196, fax. +48 52 34 90 198
e-mail: biuro@grzenia.com.pl