



Cityroom

KSIĘGA ZNAKU

Logotyp

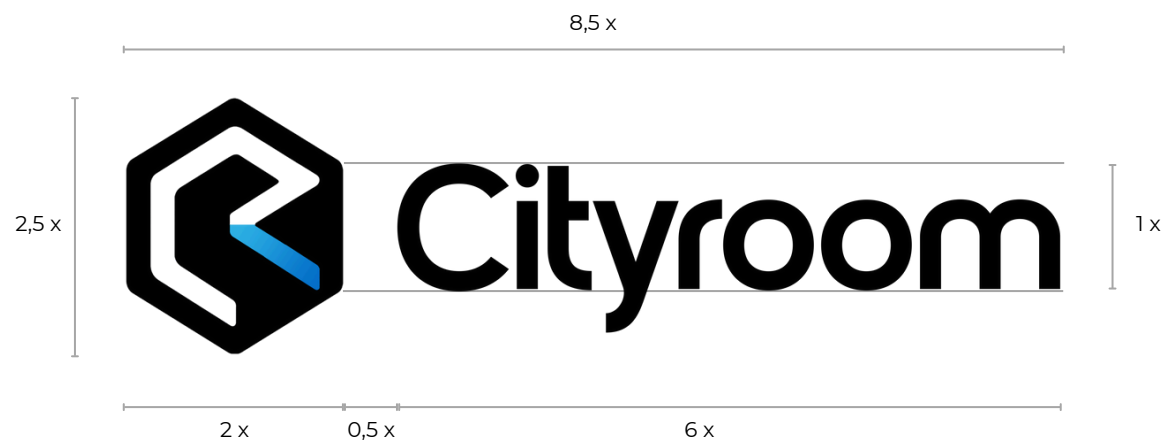
v.1

Logotyp jest formą graficzną, będącą interpretacją brzmienia nazwy i jednoznacznie identyfikującą markę. Podstawowym zadaniem logotypu jest odróżnienie usług i produktów danego podmiotu od konkurencji. Charakterystyka logotypu przedstawiona jest w poniższej księdze znaku.



Wymiary i proporcje

Wymiary i proporcje znaku zostały dokładnie zdefiniowane. Są one niezbędne do prawidłowego wyglądu logotypu. W przypadku tworzenia znaku należy zastosować wartości podane na sąsiedniej grafice.



Pole ochronne znaku

POLE ZNAKU to powierzchnia, której granice wytyczone są przez krawędzie elementów składowych znaku. W polu znaku zabronione jest umieszczanie jakichkolwiek obcych elementów graficznych.

PODSTAWOWE POLE OCHRONNE ZNAKU to minimalna powierzchnia odstępu pola znaku od obcych form graficznych, gwarantująca zachowanie właściwości komunikacyjnych znaku oraz zabezpieczająca go przed wszelkimi deformacjami i zakłóceniami czytelności. W podstawowym polu ochronnym znaku nie może znajdować się żadna obca forma graficzna.

ROZSZERZONE POLE OCHRONNE ZNAKU to sugerowana powierzchnia odstępu podstawowego pola ochronnego znaku od obcych form graficznych, zapewniająca polepszenie czytelności znaku w zestawieniach z innymi formami graficznymi. W rozszerzonym polu ochronnym znaku mogą znajdować się obce formy graficzne, jednak, o ile istnieje taka możliwość, rekomendowane jest zastosowanie rozszerzonego pola ochronnego znaku.



Podstawowa wersja kolorystyczna znaku

Poza logotypem kolorystyka jest najbardziej rozpoznawalnym elementem marki. Podstawową barwą jest niebiesko-czarny kolor o wartościach przedstawionych na sąsiedniej grafice.

100% 50% 25% 10%



WEB: #000000

RGB: 0, 0, 0

CMYK: 0%, 0%, 0%, 100%

HSV: 0°, 0%, 0%

HSL: 0°, 0%, 0%

100% 50% 25% 10%



WEB: #2eb1e6

RGB: 46, 177, 230

CMYK: 80%, 23%, 0%, 10%

HSV: 197°, 80%, 90%

HSL: 197°, 79%, 54%

100% 50% 25% 10%



WEB: #0671ca

RGB: 6, 113, 202

CMYK: 207°, 97%, 79%

HSV: 218°, 14%, 22%

HSL: 207°, 94%, 41%

45°

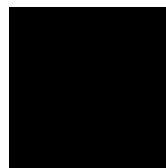


Wersja achromatyczna znaku

W niektórych sytuacjach wizualnych lub z powodów technologicznych niemożliwe jest wykorzystanie znaku w pełnej wersji kolorystycznej. Należy wtedy stosować wersję achromatyczną znaku.



100%

**WEB:** #000000**RGB:** 0, 0, 0**CMYK:** 0%, 0%, 0%, 100%**HSV:** 0°, 0%, 0%**HSL:** 0°, 0%, 0%

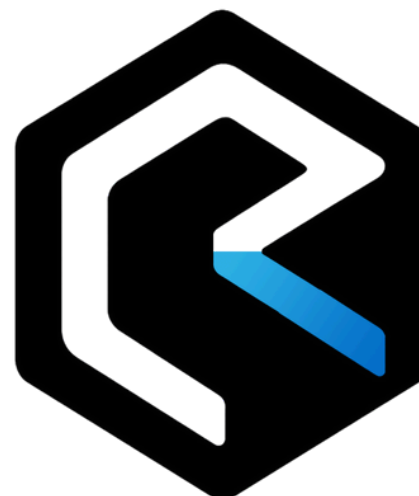
100%

**WEB:** #ffffff**RGB:** 255, 255, 255**CMYK:** 0%, 0%, 0%, 0%**HSV:** 0°, 0%, 100%**HSL:** 0°, 0%, 100%

Favicon

v.1

Favicon to niewielka ikona graficzna, która reprezentuje stronę internetową w przeglądarce. Najczęściej pojawia się obok tytułu strony na karcie, ale może być widoczna także na liście zakładek, w historii przeglądania czy podczas dodawania skrótów na ekranie urządzeń mobilnych. Choć mała i często niedostrzegana, favicon pełni ważną rolę w budowaniu rozpoznawalności marki oraz ułatwia użytkownikom szybkie odnalezienie danej strony wśród wielu otwartych kart.



Logotyp

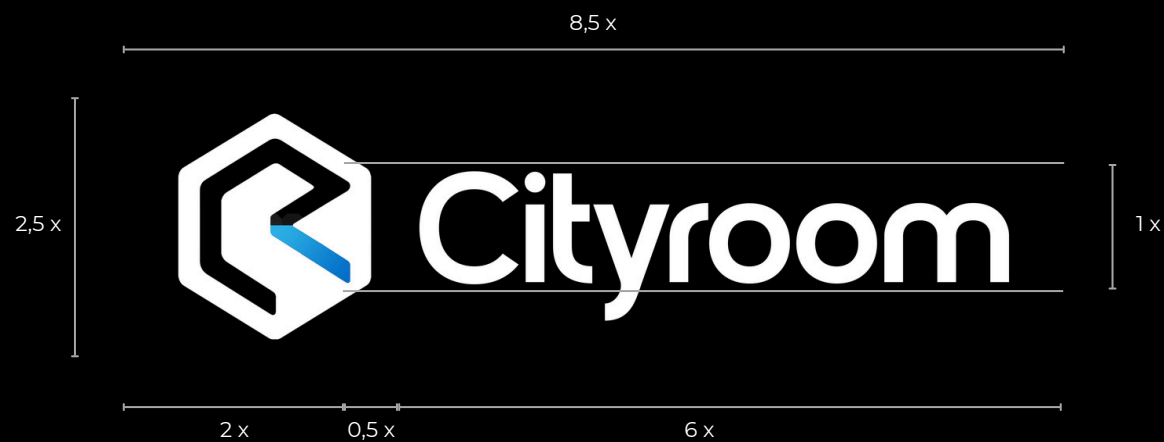
v.2

Logotyp jest formą graficzną, będącą interpretacją brzmienia nazwy i jednoznacznie identyfikującą markę. Podstawowym zadaniem logotypu jest odróżnienie usług i produktów danego podmiotu od konkurencji. Charakterystyka logotypu przedstawiona jest w poniższej księdze znaku.



Wymiary i proporcje

Wymiary i proporcje znaku zostały dokładnie zdefiniowane. Są one niezbędne do prawidłowego wyglądu logotypu. W przypadku tworzenia znaku należy zastosować wartości podane na sąsiedniej grafice.



Pole ochronne znaku

POLE ZNAKU to powierzchnia, której granice wytyczone są przez krawędzie elementów składowych znaku. W polu znaku zabronione jest umieszczanie jakichkolwiek obcych elementów graficznych.

PODSTAWOWE POLE OCHRONNE ZNAKU to minimalna powierzchnia odstępu pola znaku od obcych form graficznych, gwarantująca zachowanie właściwości komunikacyjnych znaku oraz zabezpieczająca go przed wszelkimi deformacjami i zakłóceniami czytelności. W podstawowym polu ochronnym znaku nie może znajdować się żadna obca forma graficzna.

ROZSZERZONE POLE OCHRONNE ZNAKU to sugerowana powierzchnia odstępu podstawowego pola ochronnego znaku od obcych form graficznych, zapewniająca polepszenie czytelności znaku w zestawieniach z innymi formami graficznymi. W rozszerzonym polu ochronnym znaku mogą znajdować się obce formy graficzne, jednak, o ile istnieje taka możliwość, rekomendowane jest zastosowanie rozszerzonego pola ochronnego znaku.



Podstawowa wersja kolorystyczna znaku

Poza logotypem kolorystyka jest najbardziej rozpoznawalnym elementem marki. Podstawową barwą jest niebiesko-czarny kolor o wartościach przedstawionych na sąsiedniej grafice.

100% 50% 25% 10%



WEB: #ffffff
RGB: 255, 255, 255
CMYK: 0%, 0%, 0%, 0%
HSV: 0°, 0%, 100%
HSL: 0°, 0%, 100%

100% 50% 25% 10%



WEB: #2eb1e6
RGB: 46, 177, 230
CMYK: 80%, 23%, 0%, 10%
HSV: 197°, 80%, 90%
HSL: 197°, 79%, 54%

100% 50% 25% 10%



WEB: #0671ca
RGB: 6, 113, 202
CMYK: 207°, 97%, 79%
HSV: 218°, 14%, 22%
HSL: 207°, 94%, 41%

45°



Wersja achromatyczna znaku

W niektórych sytuacjach wizualnych lub z powodów technologicznych niemożliwe jest wykorzystanie znaku w pełnej wersji kolorystycznej. Należy wtedy stosować wersję achromatyczną znaku.



100%

**WEB:** #ffffff**RGB:** 255, 255, 255**CMYK:** 0%, 0%, 0%, 0%**HSV:** 0°, 0%, 100%**HSL:** 0°, 0%, 100%

100%

**WEB:** #000000**RGB:** 0, 0, 0**CMYK:** 0%, 0%, 0%, 100%**HSV:** 0°, 0%, 0%**HSL:** 0°, 0%, 0%

Favicon

v.2

Favicon to niewielka ikona graficzna, która reprezentuje stronę internetową w przeglądarce. Najczęściej pojawia się obok tytułu strony na karcie, ale może być widoczna także na liście zakładek, w historii przeglądania czy podczas dodawania skrótów na ekranie urządzeń mobilnych. Choć mała i często niedostrzegana, favicon pełni ważną rolę w budowaniu rozpoznawalności marki oraz ułatwia użytkownikom szybkie odnalezienie danej strony wśród wielu otwartych kart.



Typografia marki

Podstawowym krojem pisma użytym w samym logotypie oraz np. w nagłówkach jest Montserrat.

Jest to prosty bezszeryfowy krój wykorzystywany w dużych blokach tekstu. Wybór odpowiedniej grubości kroju powinien być rozpatrywany indywidualnie w zależności od materiałów graficznych, z uwzględnieniem kryteriów estetycznych oraz czytelności.

Ibrand Regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 @ \$ % & + ? !

Montserrat Light

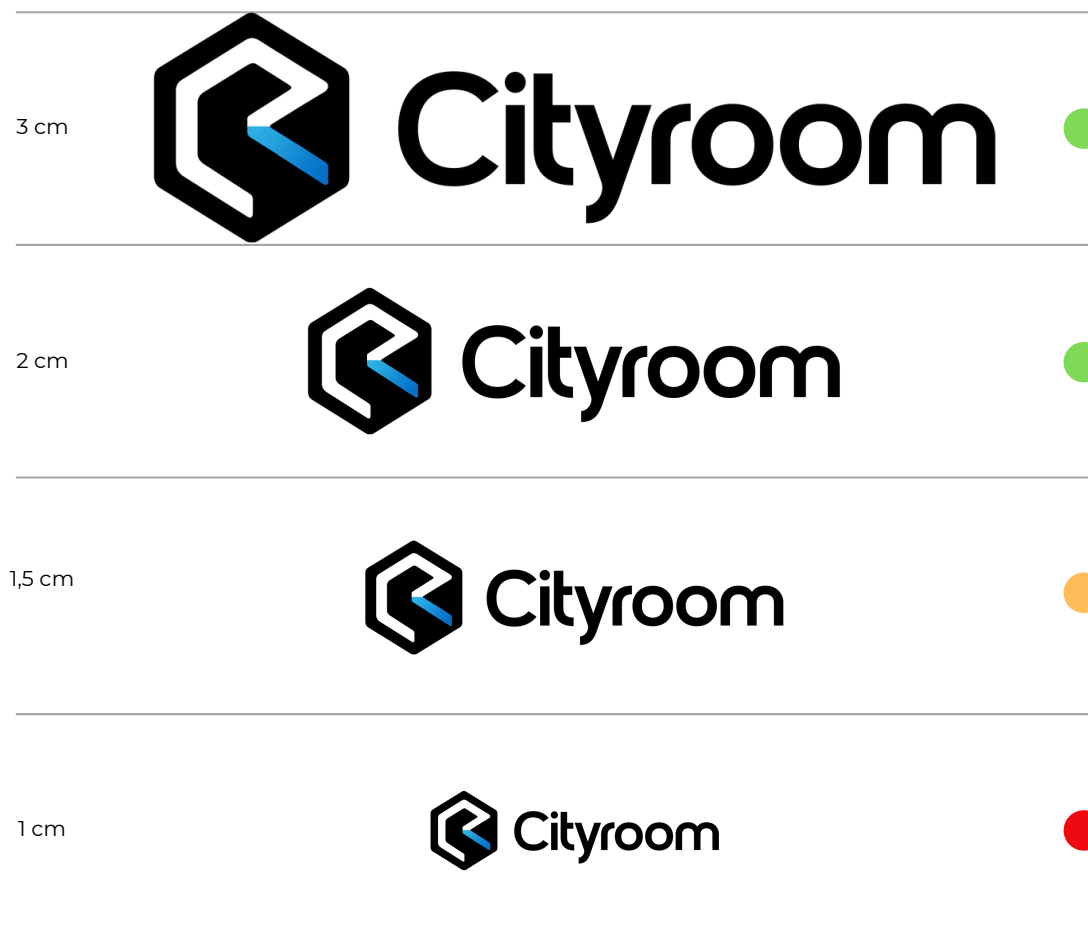
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 @ \$ % & + ? !

Skalowanie znaku

Logotyp należy skalować tylko do pewnej minimalnej wartości, poniżej której znak traci swoją czytelność.



Niedopuszczalne modyfikacje znaku

Na sąsiedniej grafice przedstawiono i opisano niedopuszczalne modyfikacje znaku.



Powiększanie szerokości znaku



Zmniejszanie szerokości znaku



Powiększanie wysokości znaku



Zmniejszanie wysokości znaku



Obracanie znaku



Przemieszczanie elementów
znaku



Zmiana wielkości i proporcji
elementów znaku



Zmiana kolorystyki znaku



Umieszczenie innych elementów
graficznych w polu znaku

Dopuszczalne kolory tła

Logotyp w podstawowej wersji kolorystycznej oraz w wersji monochromatycznej (czerni) osadzony jest trwale na białym tle, jednak w przypadkach uzasadnionych technicznie dopuszczalne jest osadzenie znaku na barwnym tle, z zastrzeżeniem, że pomiędzy znakiem a tłem powinna zostać zachowana zasada maksymalnego kontrastu.



Niedopuszczalne kolory tła

Logotyp w podstawowej wersji kolorystycznej oraz w wersji monochromatycznej (czerni) osadzony jest trwale na białym tle, jednak w przypadkach uzasadnionych technicznie dopuszczalne jest osadzenie znaku na barwnym tle, z zastrzeżeniem, że pomiędzy znakiem a tłem powinna zostać zachowana zasada maksymalnego kontrastu.





Cityroom