

# ||| Puroterm

**PUROTERM  
BRAND BOOK**

2024 Wersja 1.0

Created by Guru Design

# INDEX

## 01

### Znak

Geneza	04
Znaczenie i konstrukcja	05
Warianty kolorystyczne znaku	06
Pole ochronne i minimalny rozmiar	07
Niedozwolone modyfikacje	08
Umieszczenie loga w layoutach	09
Pozycjonowanie hasła ze znakiem	10
Pozycjonowanie submarki ze znakiem	11

## 02

### Kolory

Paleta kolorów	15
Niewłaściwe praktyki dot. kolorów	16

## 03

### Typografia

Kroje pisma	18
Hierarchia typografii	19

# ZNAK

# 01

Geneza	04
Znaczenie i konstrukcja	05
Warianty kolorystyczne znaku	06
Pole ochronne i minimalny rozmiar	07
Niedozwolone modyfikacje	08
Umieszczenie loga w layoutach	09
Pozycjonowanie hasła ze znakiem	10
Pozycjonowanie submarki ze znakiem	11

## Geneza powstania znaku

Firma Puroterm zajmuje się produkcją wielowarstwowych elementów izolacji cieplnej. Znak składa się z nazwy marki Puroterm oraz sygnetu, który obrazuje wielowarstwowość produktu izolacyjnego.

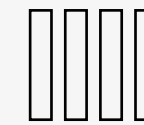
Nazwa marki

### Elementy determinujące znak

### Projekt znaku

# Puroterm

+



# || Puroterm

Znak słowny pochodzący  
od nazwy marki

### Struktura belki izolacyjnej, głównego produktu

### Znaczenie i konstrukcja

Znak graficzny jest najważniejszym elementem wizualnym, powinien być używany w pierwszej kolejności do reprezentowania firmy. Każde konsekwentne zastosowanie logo jest niezbędne, aby zachować siłę oddziaływania marki poprzez natychmiastowe rozpoznanie. Trzeba pamiętać, że logo nie może być nigdy modyfikowane, przerysowywane, czy zmieniane.

Logo składa się w całości ze znaku słownego oraz formy skróconej znaku, które są kluczowe dla indywidualnej tożsamości marki.

Każda z tych części została zaprojektowana z największą starannością, aby uzyskać idealną harmonię wizualną.

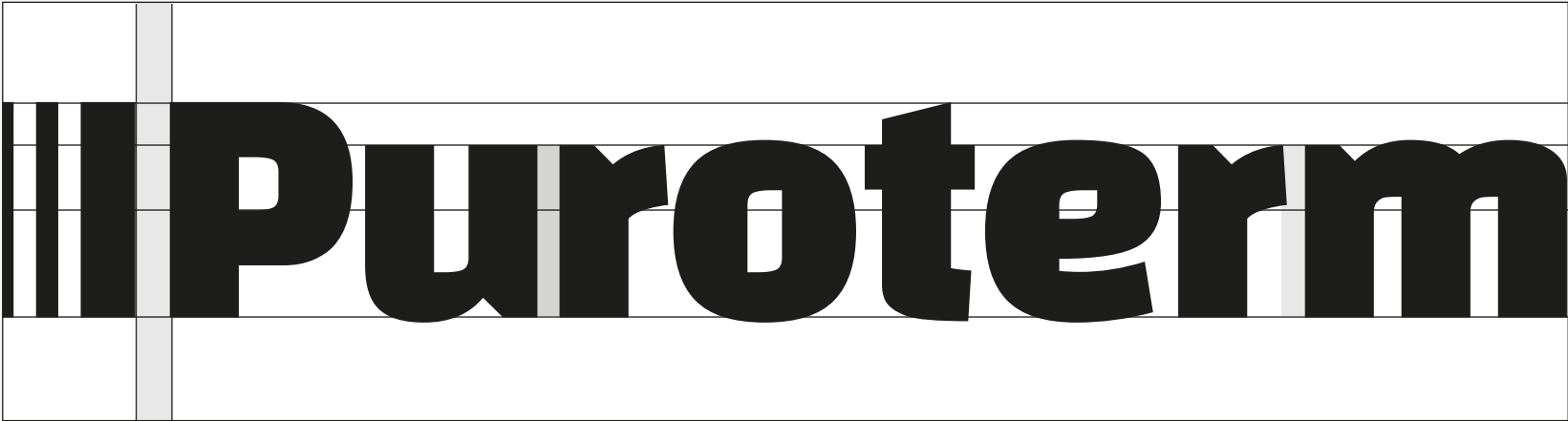
Znak składa się z nazwy Puroterm, zapisanej wielką literą. Do zapisu użyto odpowiednio zmodyfikowanego kroju pisma Changa One.

Drugim elementem loga jest sygnet składający się z trzech proporcjonalnie zwiększających swoją grubość linii, obrazujących wielowarstwowość produktu oferowanego przez firmę Puroterm.

Logo



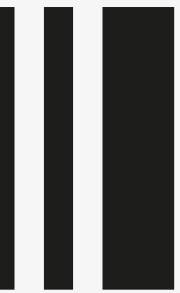
Konstrukcja znaku



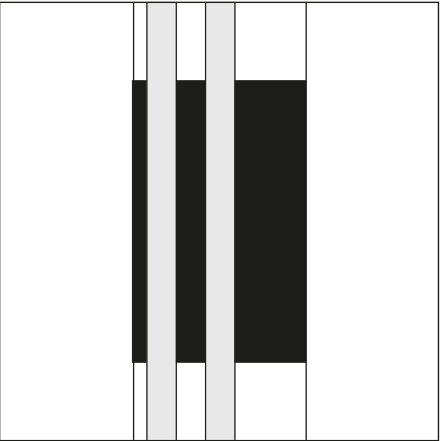
Symbol (sygnet)

Znak słowny (logotyp)

Sygnet



Konstrukcja sygnetu



### Warianty kolorystyczne

Wersje barwne znaku pokazano po prawej stronie. Podstawowym wariantem kolorystycznym jest kombinacja koloru „black” z kolorem „yellow”. Pierwszym, najczęściej stosowanym, jest wariant loga w kolorze „black” na tle w kolorze „yellow” lub „white”. Kolejnym w hierarchi zastosowań barwnych jest użycie koloru „yellow” znaku na tle w kolorze „black”.

Jeżeli względy techniczne lub wizualne uniemożliwiają zastosowanie podstawowych form kolorystycznych należy skorzystać z wariantów mono. Opierają się one wyłącznie na odcieniach koloru czarnego.

#### Warianty podstawowe



#### Pozostałe warianty



#### Warianty mono



## Pole ochronne i mininmalna wielkość

Bezpieczna strefa otaczająca znak graficzny zapewnia czytelność i właściwe oddziaływanie, izolując logo od konkurencyjnych elementów wizualnych, takich jak tekst lub grafika pomocnicza. Jest to minimalna przestrzeń, która pozwala na właściwe oddziaływanie wizualne logo.

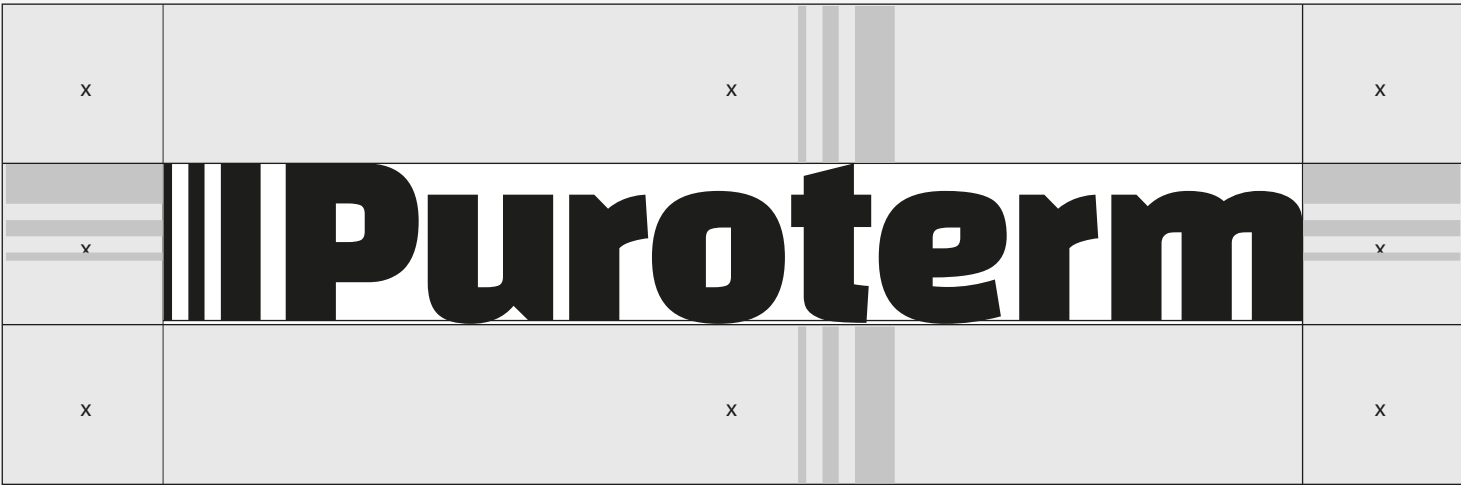
Strefa wykluczenia jest wyznaczona za pomocą wartości "x", proporcjonalnie do wysokości logo.

Jeśli użyty zostanie tylko sygnet zamiast całego znaku, obowiązują te same zasady, strefa izolacji jest równa połowie wysokości symbolu.

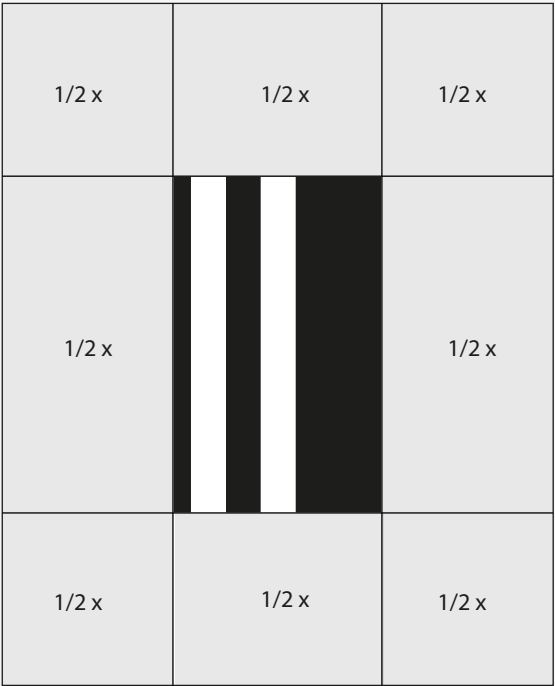
Wyznaczenie minimalnego rozmiaru pola ochronnego gwarantuje czytelność, a efekt wizualny znaku nie zostanie naruszony podczas jego stosowania.

Minimalna wielkość logo eliminuje niewłaściwe użycie. Zbyt małe rozmiary mogą uniemożliwić właściwy odbiór wizualny. Wyznaczone wartości są graniczne i nie można stosować rozwiązań spoza tego przedziału.

Wyznaczanie strefy ochronnej znaku



Wyznaczanie strefy ochronnej sygnetu



Minimalny rozmiar znaku



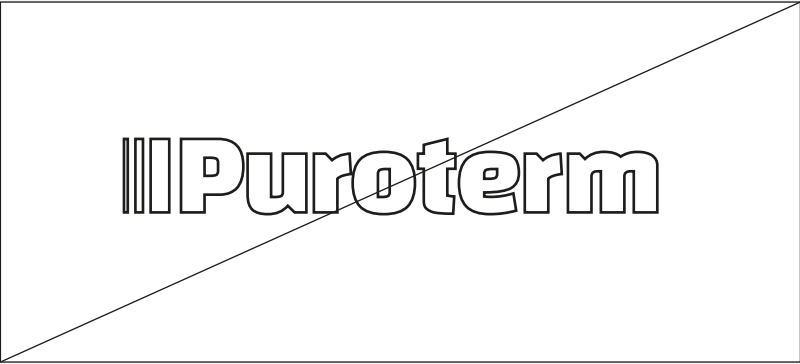
Minimalny rozmiar sygnetu



### Niedozwolone modyfikacje

Istotne jest, aby wygląd znaku pozostał spójny i niezmienny. Nie należy dokonywać niewłaściwych modyfikacji, które wypaczą jego właściwe postrzeganie. Forma, kolor, orientacja muszą być takie jak wskazano w tym dokumencie, odstępstwo od tych zasad jest niewskazane.

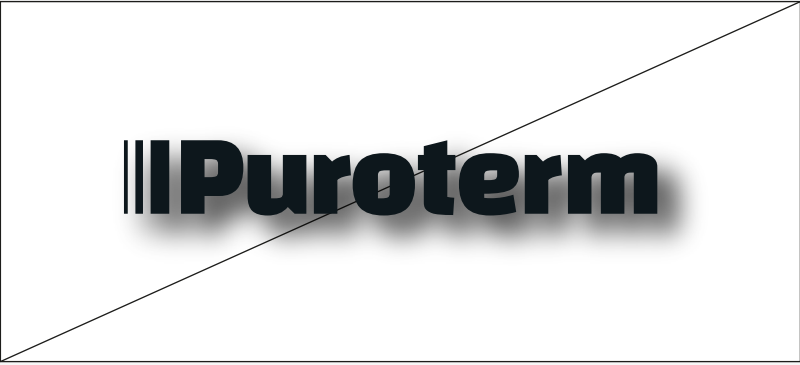
⦿ Nie dodawać konturu



⦿ Nie rozciągać nieproporcjonalnie w poziomie



⦿ Nie stosować dodatkowych efektów



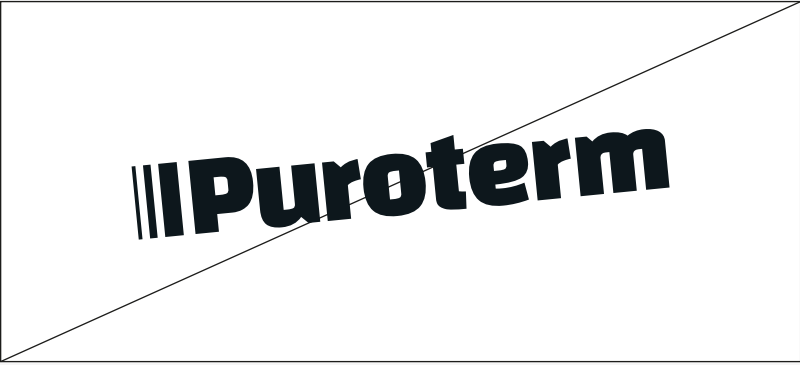
⦿ Nie dodawać przypadkowego tekstu



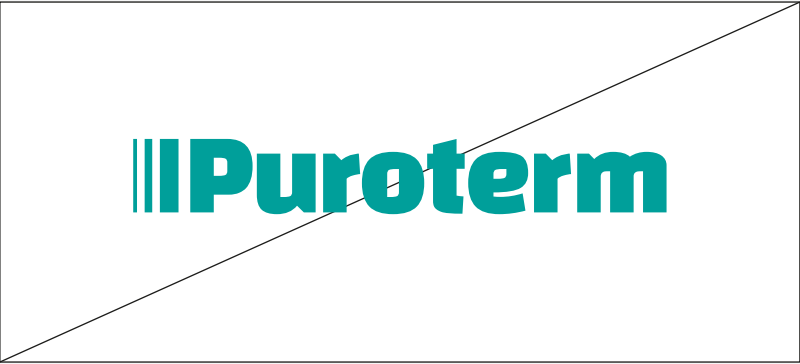
⦿ Nie rozciągać nieproporcjonalnie w pionie



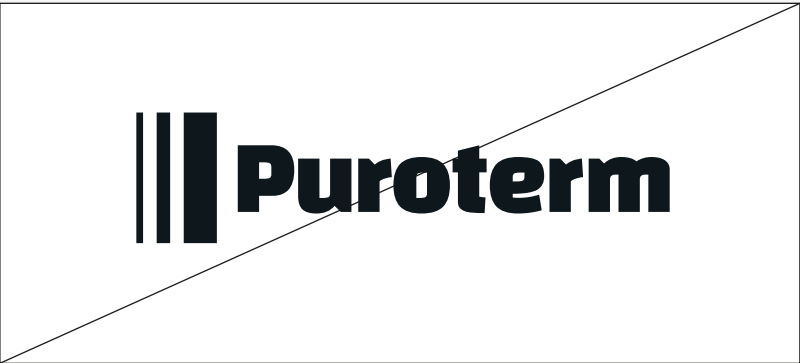
⦿ Nie obracać w nieprzewidziany sposób



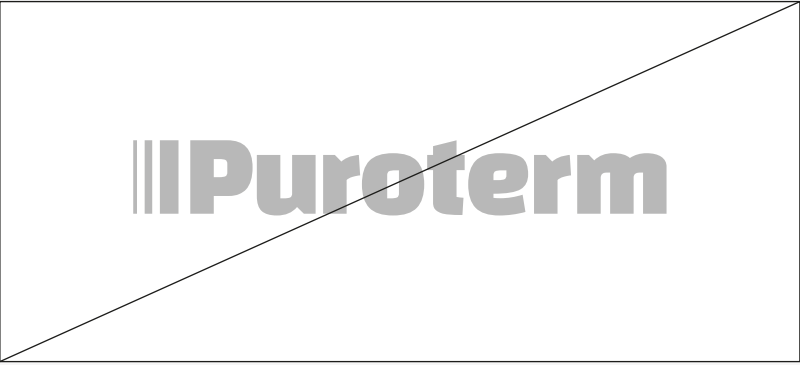
⦿ Nie stosować koloru spoza dedykowanej palety barw



⦿ Nie zmieniać integralnych elementów znaku



⦿ Nie używać przezroczystości

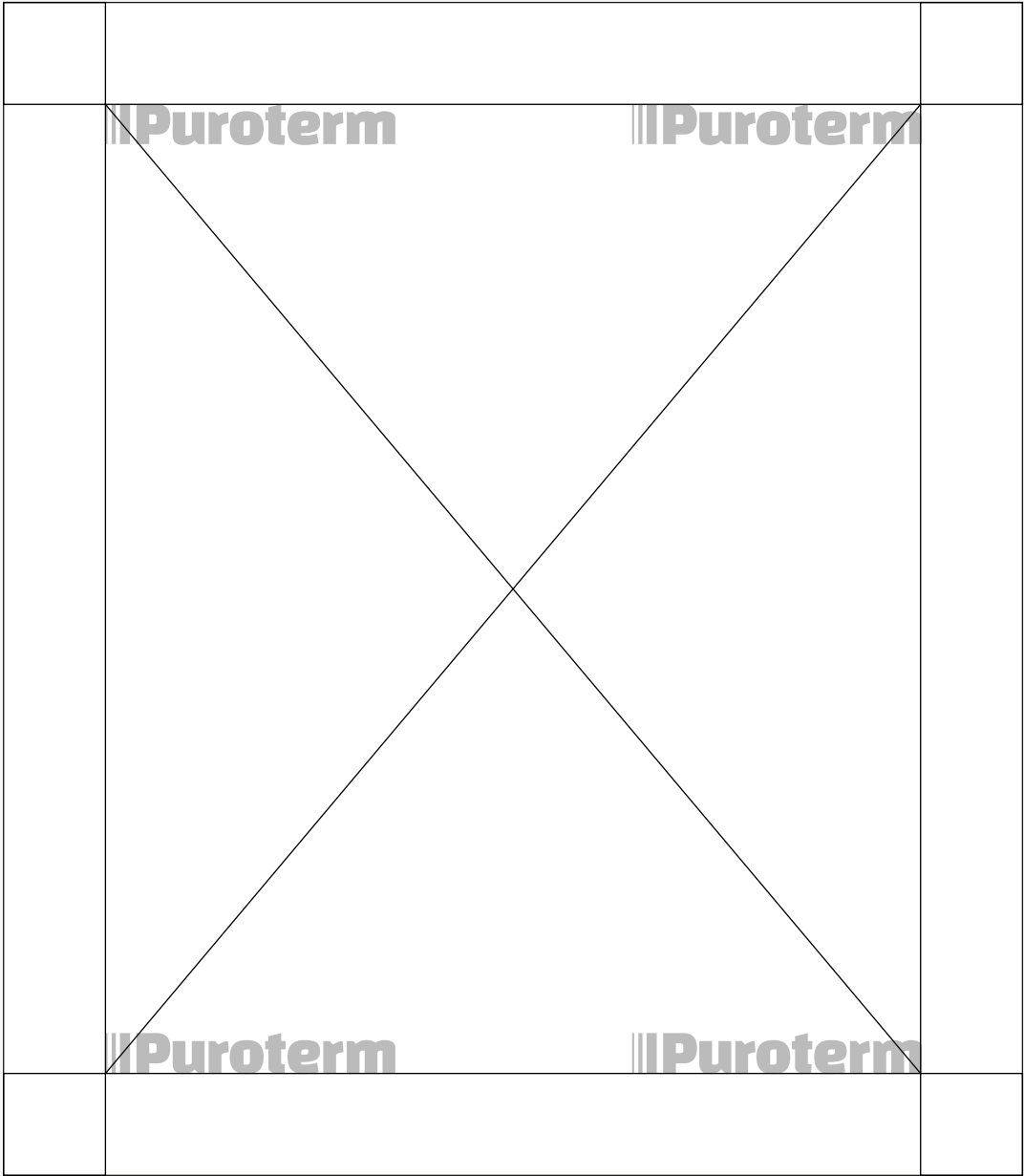




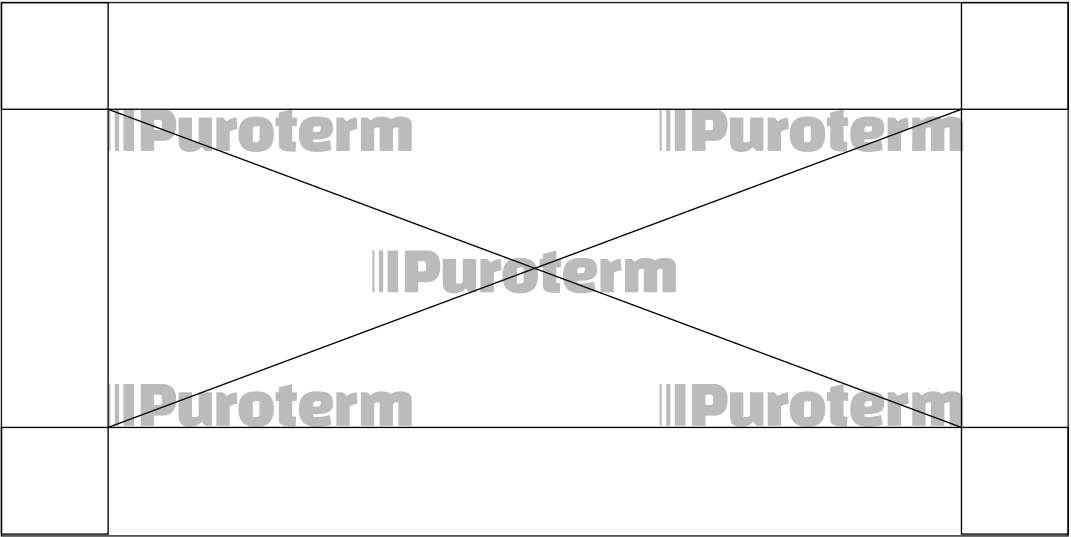
### Umieszczenie loga w layoutach

Logo powinno zajmować właściwe miejsce w layoutcie. Każda kompozycja ma tzw. mocne punkty, czyli miejsca w których wzrok ludzki skupia się najmocniej. Miejscami tymi są narożniki oraz centrum obrazu. Postrzeganie to uzależnione jest również od zastosowanej kolorystyki oraz współgrania innych elementów kompozycji.

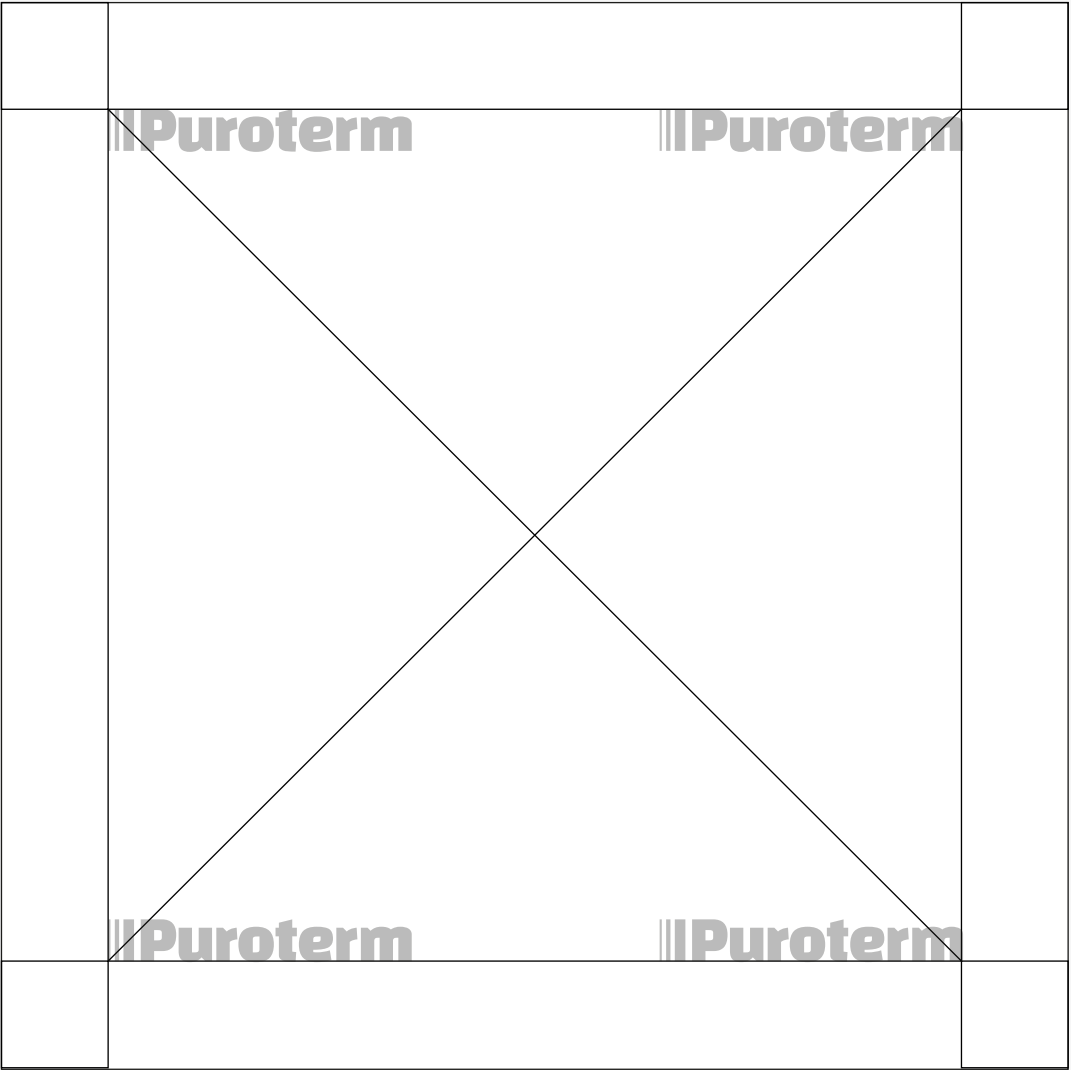
W układzie pionowym



W układzie poziomym



W układzie kwadratowym



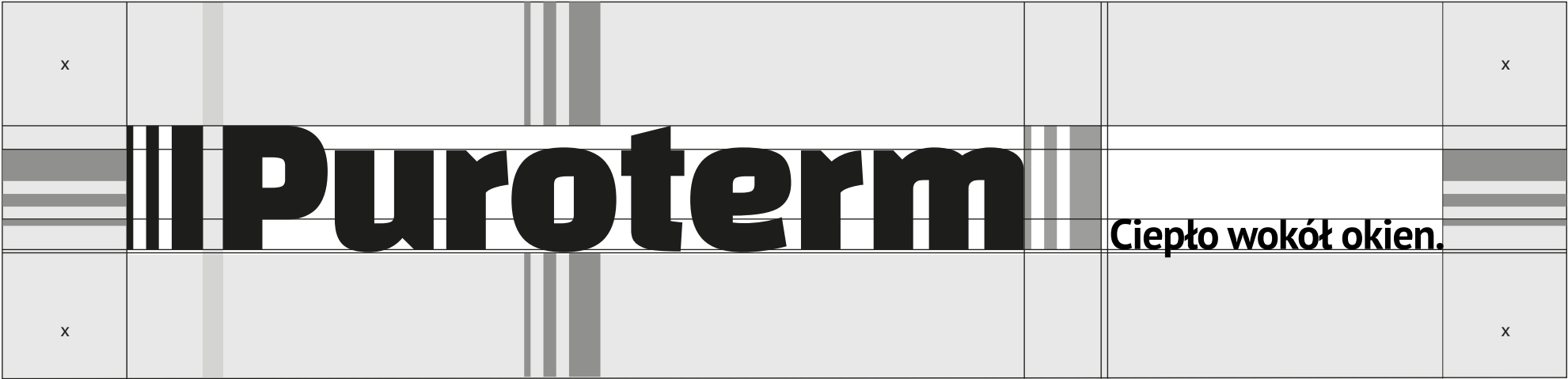
Pozycjonowanie  
hasła ze znakiem

Hasło marki (claim) pozycjonuje się w układzie pionowym i poziomym zgodnie z rysunkiem obok.

Obszar bezpieczny wyznacza się w podobny sposób jak dla znaku głównego. Hasło z logiem tworzy integralną całość, od której wyznacza się strefę wolną od innych elementów.

Wysokość hasła jest taka sama jak dolna część pierwszej litery nazwy, pokazuje to poprowadzona pozioma linia na rysunku.

Układ poziomy znaku i hasła



Układ pionowy znaku i hasła



Pozycjonowanie submarki ze znakiem

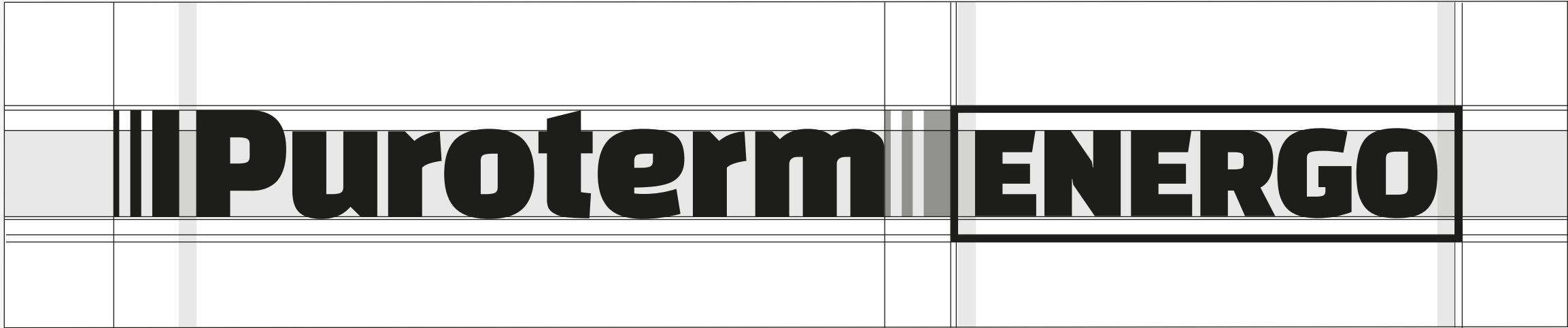
Nazwy submarek można pozycjonować zarówno w układzie pionowym i poziomym zgodnie z rysunkiem obok.

Proporcje, wielkości poszczególnych elementów muszą być stałe i zgodne z przedstawionym obok układem.

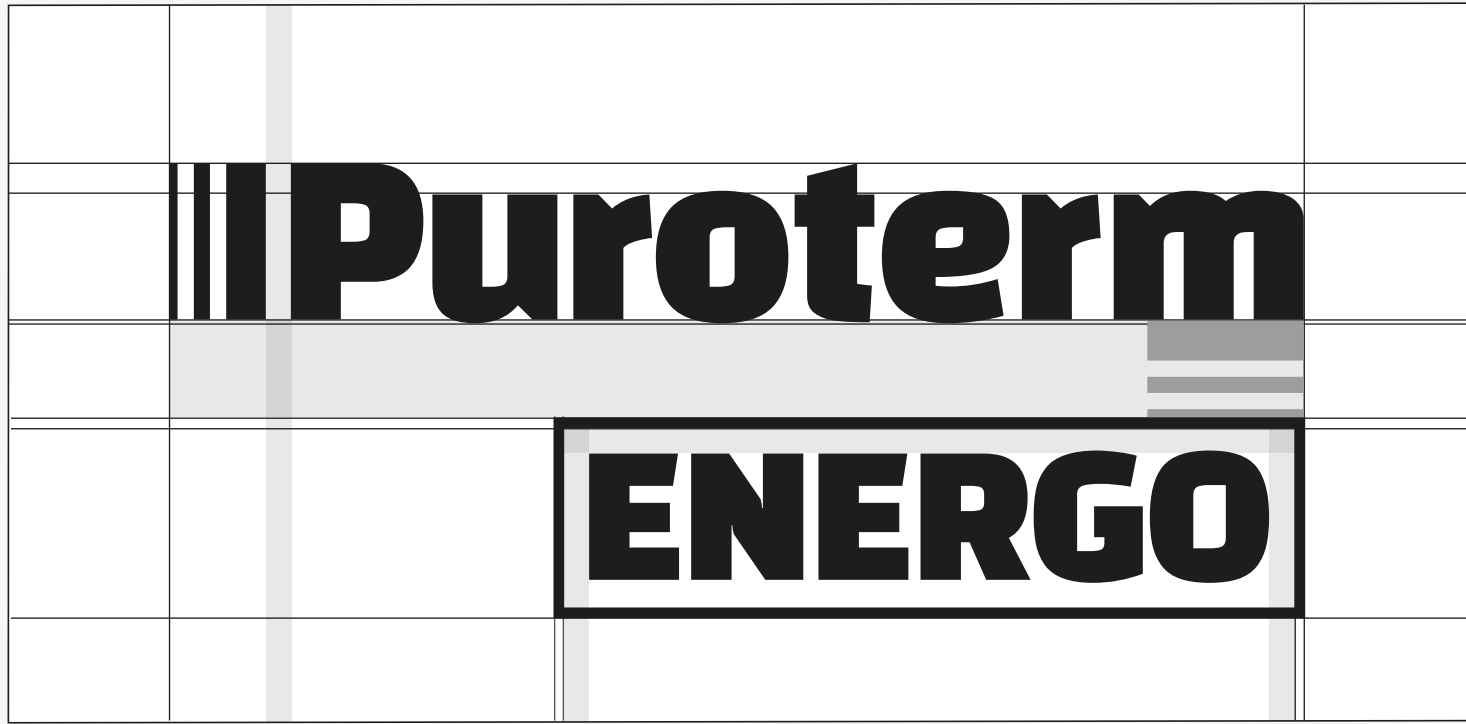
Submarki zapisywane są wielkimi literami, krojem pisma „Changa One”, których wysokość równa się wysokości małej litery „m”, tworzącej nazwę marki.

Grubość obramowania subdomeny jest ściśle określona.

Układ poziomy znaku i submarki



Układ pionowy znaku i submarki



Schematy kolorystyczne układów loga z subdomeną

Pozycjonowanie submarki ze znakiem

Kolorystyka dla submarek jest tożsama z paletą ogólną, przykłady pokazano obok.

||Puroterm **ENERGO**

||Puroterm  
**ENERGO**

||Puroterm **ENERGO**

||Puroterm  
**ENERGO**

||Puroterm **ENERGO**

||Puroterm  
**ENERGO**

# KOLORY

## 02

Paleta kolorów	15
Niewłaściwe praktyki dot. kolorów	16

## Paleta kolorów

Paleta podstawowa używana jest dla głównych elementów identyfikacji: logo, sygnet oraz większości nośników, których złożoność nie jest duża (wizytówki, teczki, gadżety).

Rozbudowana kolorystyka stosowana jest do budowania treści bardziej złożonych, które wymagają dodatkowych wyjaśnień, akcentów np. ulotki, wykresy, aplikacje, strona internetowa.

Paleta podstawowa

Yellow	RGB 255 205 28 HEX #FFCD1C CMYK 0 10 90 0 PANTONE YELLOW 012 C
Black	RGB 13 24 28 HEX #0D181C CMYK 30 0 0 100 PANTONE BLACK 6 C
White	RGB 240 20 30 HEX #000000 CMYK 100 0 20 40 PANTONE 2345 C

Podstawowe kombinacje

Variant 01	
Variant 02	
Variant 03	
Variant 04	

Paleta uzupełniająca

Kolor 01	50% Black
Kolor 02	20% Black
Kolor 03	10% Black
Kolor 04	RGB 171 214 182 HEX #ABD6B6 CMYK 40 0 30 20 PANTONE 353 C

Uzupełniające kombinacje

Variant 01	
Variant 02	
Variant 03	
Variant 04	
Variant 05	
Variant 06	
Variant 07	

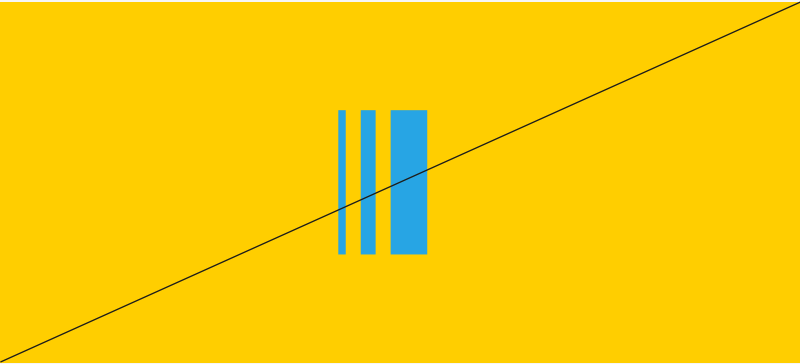
## Niewłaściwe praktyki dot. kolorów

Należy zachować szczególną staranność przy doborze kolorów podczas projektowania materiałów dla marki.

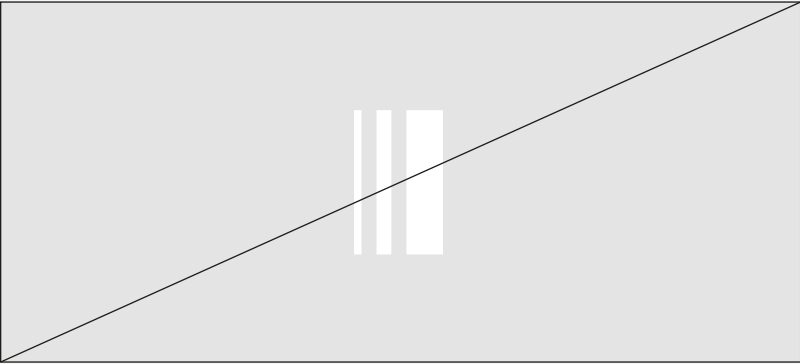
Paleta barw została ściśle określona i zaleca się bezwzględne jej stosowanie. Niedopuszczalne jest stosowanie niewłaściwych technik zaburzających spójność i czystość brandu.

Obok zaprezentowano niektóre z nich.

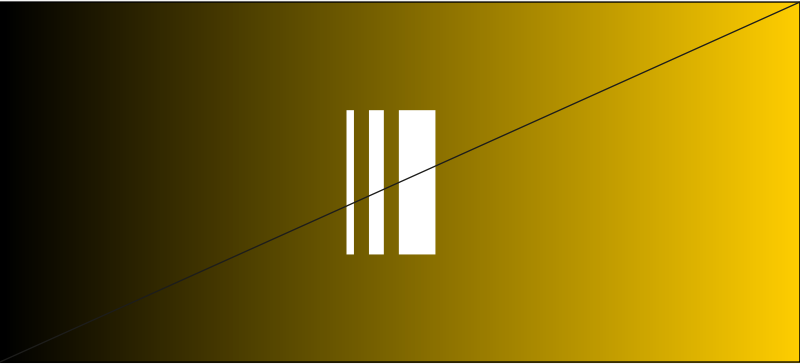
⦿ Nie używać kolorów spoza zdefiniowanej palety barw



⦿ Nie używać zestawienia kolorów o zbyt małym kontraście



⦿ Nie stosować przypadkowych gradientów tła



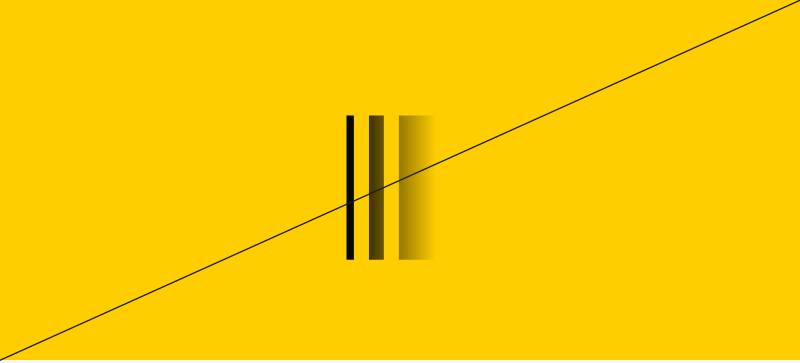
⦿ Nie używać nieprzewidzianych identyfikacją przezroczystości barw



⦿ Nie używać tła, na których znak staje się niewidoczny



⦿ Nie stosować przypadkowych gradientów dla znaku



# TYPOGRAFIA

03

Kroje pisma	18
Hierarchia typografii	19



Kroje pisma

W identyfikacji marki zastosowano dwa kroje pisma o paru odmianach. Głównym jest Roboto, w odmianie: black, bold, regular, light oraz krój uzupełniający PT Sans: bold, regular. Pierwszy font stosowany jest głównie do nagłówków, a drugi ma zastosowanie do akapitów i tekstów o niższej hierarchi ważności.

Główny krój pisma

Roboto Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890#&\$€%@!?\*

Roboto Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890#&\$€%@!?\*

Roboto Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890#&\$€%@!?\*

Roboto Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890#&\$€%@!?\*

Krój pisma uzupełniający

PT Sans Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890#&\$€%@!?\*

PT Sans Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890#&\$€%@!?\*

### Hierarchia typografii

Różne gradacje grubości kroju pisma zapewniają zróżnicowane możliwości kształtowania komunikatu tekstowego.

Grubsze odmiany pisma stosuje się dla tytułów, haseł, najważniejszych komunikatów, cieńsze dla tekstów akapitowych czy uzupełniających.

Obok pokazano możliwości budowy poszczególnych elementów tekstowych, ich proporcje i wzajemne zestawianie.

Funkcje krojów pisma (zalecane)

Nagłówek duży	Roboto Black
Nagłówek mniejszy	Roboto Bold
Nagłówek pośredni	PT Sans Bold
Tekst akapitu	PT Sans Regular
Tekst informacji	PT Sans Regular
Tekst odnośnika	PT Sans Bold
Tekst przycisku	Roboto Bold

Lorem ipsum dolor sit

Commodo consequat duis autem vel eum iriure dolor in hend rerit

Consequat duis autem vel eum iriure dolor in hend rerit ut wisi enim ad minim veniam, quis commodo consequat duis autem

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis commodo consequat duis autem vel eum iriure dolor in hend rerit in vulputate.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis commodo consequat duis autem vel eum iriure dolor in hend rerit in vulputate.

→ Link 01 → Link 02

Zobacz więcej



Przykłady układów loga z subdomenami

Pozycjonowanie submarki ze znakiem

Schemat tworzenia submarek zapewnie właściwy wygląd tworzonych zestawień zarówno dla długich jak i krótkich nazw.

||Puroterm **HEAVY**

||Puroterm  
**HEAVY**

||Puroterm **BASE**

||Puroterm  
**BASE**

||Puroterm **HS**

||Puroterm  
**HS**