



Brandbook marki **Direct Action**®

Direct Action - brandbook

Wprowadzenie

Brandbook jest narzędziem zawierającym podstawowe informacje na temat identyfikacji wizualnej marki Direct Action® - zwanej dalej marką. Znajdują się w nim reguły i wskazówki dotyczące stosowania logotypu, sygnetu i logo wymienionych elementów. Brandbook pomogą w budowaniu spójnej ze strategią komunikacji wizualnej marki.

Direct Action - brandbook

Spis treści :

1. Logotyp Direct Action®.	/ 4 /
2. Pole ochronne logotypu marki.	/ 5 /
3. Sygnet Direct Action®	/ 6-10 /
4. Pole ochronne sygnetu marki.	/ 11 /
5. Logo Direct Action®.	/ 12 /
6. Pole ochronne logo marki.	/ 13 /
7. Zastosowanie symbolu znaku zastrzeżonego® w elementach identyfikacji marki.	/ 14 /
8. Skalowanie logo, logotypu i sygnetu marki.	/ 15 /
9. Typografia marki Direct Action®.	/ 16-20 /
10. Kolorystyka identyfikacji marki Direct Action®.	/ 21 /
11. Niedozwolone formy i zastosowanie logo, logotypu i sygnetu marki Direct Action®.	/ 22-24 /

Direct Action - brandbook

1. Logotyp Direct Action®.

Logotyp marki jest nazwą marki i składa się z dwóch słów pisanych majuskułą.

Logotyp marki napisany jest fontem Space Grotesk, z zastosowaniem odpowiedniego kerningu i modyfikacji liter „D” oraz „C”.

Logotyp marki jest autorskim znakiem.

Samodzielna rekonstrukcja logotypu marki jest zabroniona. Przy reprodukcji logotypu należy korzystać wyłącznie z macierzystego wzoru.

Wzór macierzysty należy pobrać ze źródła wskazanego przez przedstawiciela marki.



Konstrukcja logotypu.



Logotyp.

2. Pole ochronne logotypu marki.

W celu właściwej ekspozycji logotypu zostało zastosowane pole ochronne.

Pole ochronne to najmniejsza możliwa zamknięta przestrzeń otaczająca znak graficzny.



Konstrukcja pola ochronnego logotypu.



Pole ochronne logotypu.

Direct Action - brandbook

3. Sygnet Direct Action®.

Sygnet przyjął formę trójkąta równobocznego. Przedstawia przenikające się litery „D” oraz „A” - jako pierwsze litery nazwy marki Direct Action®.

Sygnet jest autorskim znakiem. Samodzielna rekonstrukcja sygnetu jest zabroniona. Przy reprodukcji sygnetu należy korzystać wyłącznie z macierzystego wzoru. Wzór macierzysty należy pobrać ze źródła wskazanego przez przedstawiciela marki.



Konstrukcja sygnetu marki.

Direct Action - brandbook

3. Sygnet Direct Action®.

Sygnet przyjął formę trójkąta równobocznego. Przedstawia przenikające się litery „D” oraz „A” - jako pierwsze litery nazwy marki Direct Action®.

Sygnet jest autorskim znakiem. Samodzielna rekonstrukcja sygnetu jest zabroniona. Przy reprodukcji sygnetu należy korzystać wyłącznie z macierzystego wzoru. Wzór macierzysty należy pobrać ze źródła wskazanego przez przedstawiciela marki.



Sygnet marki.

3. Sygnet Direct Action®.

Sygnet przyjął formę trójkąta równobocznego. Przedstawia przenikające się litery „D” oraz „A” - jako pierwsze litery nazwy marki Direct Action®.

Sygnet jest autorskim znakiem. Samodzielna rekonstrukcja sygnetu jest zabroniona. Przy reprodukcji sygnetu należy korzystać wyłącznie z macierzystego wzoru. Wzór macierzysty należy pobrać ze źródła wskazanego przez przedstawiciela marki.



Sygnet może występować samodzielnie. Konstrukcja umiejscowienia znaku®.

3. Sygnet Direct Action®.

Sygnet przyjął formę trójkąta równobocznego. Przedstawia przenikające się litery „D” oraz „A” - jako pierwsze litery nazwy marki Direct Action®.

Sygnet jest autorskim znakiem. Samodzielna rekonstrukcja sygnetu jest zabroniona. Przy reprodukcji sygnetu należy korzystać wyłącznie z macierzystego wzoru. Wzór macierzysty należy pobrać ze źródła wskazanego przez przedstawiciela marki.



Sygnet wraz ze znakiem ®.

3. Sygnet Direct Action®.

W uzasadnionych przypadkach sygnet może przyjąć formę alternatywną. Forma alternatywna to sygnet w wersji outline.

Ta wersja sygnetu występuje wyłącznie w formie samodzielnej - bez logotypu marki Direct Action®.

Sygnet jest autorskim znakiem. Samodzielna rekonstrukcja sygnetu jest zabroniona. Przy reprodukcji sygnetu należy korzystać wyłącznie z macierzystego wzoru. Wzór macierzysty należy pobrać ze źródła wskazanego przez przedstawiciela marki.



Alternatywna forma sygnetu wraz ze znakiem ®.



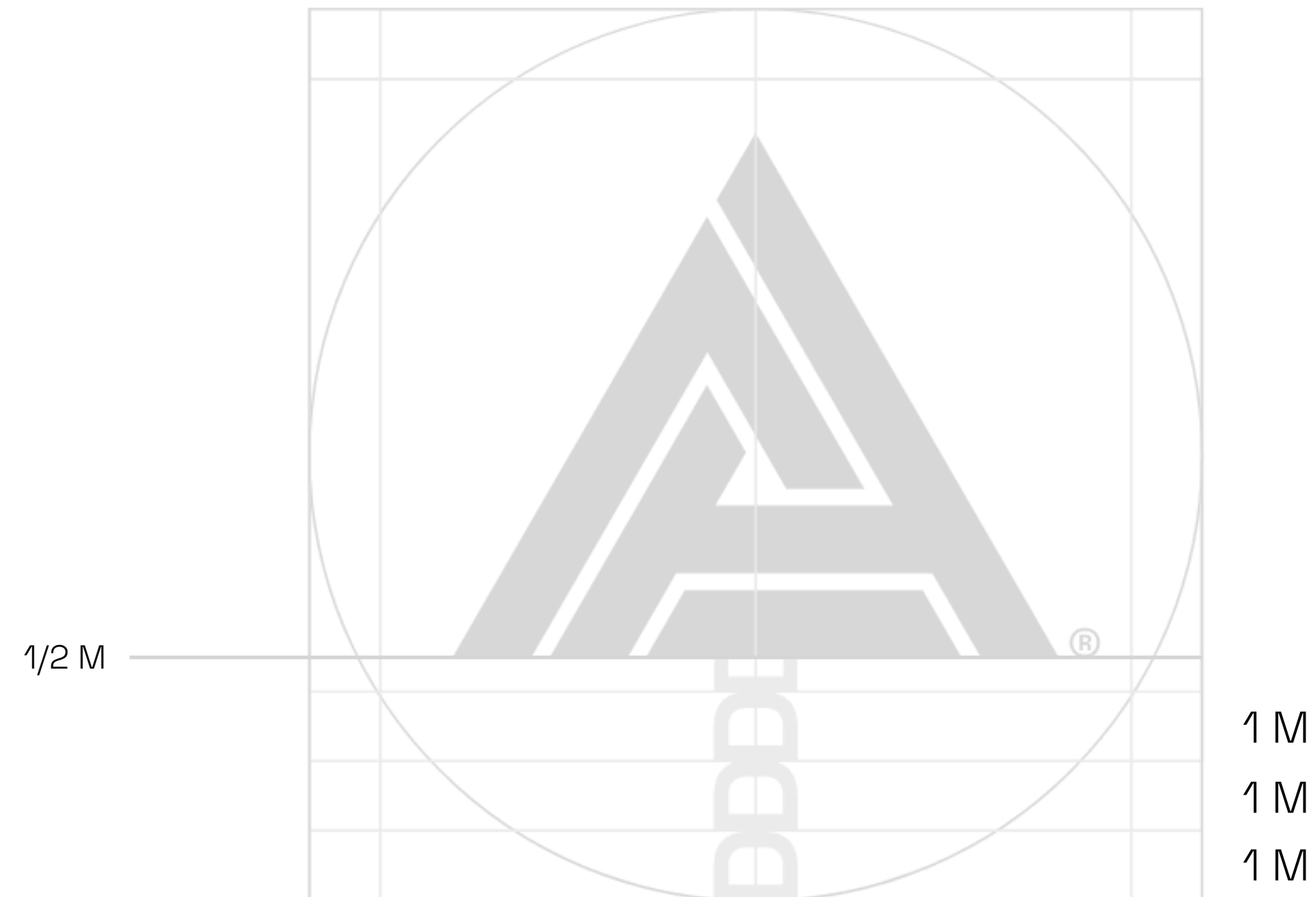
4. Pole ochronne sygnetu marki.

W celu właściwej ekspozycji sygnetu zostało zastosowane pole ochronne.

Pole ochronne to najmniejsza możliwa zamknięta przestrzeń otaczająca znak graficzny.



Pole ochronne sygnetu.



Konstrukcja pola ochronnego sygnetu.

5. Logo Direct Action®.

Logo marki składa się z logotypu i sygnetu, nazwy marki oraz kameleona.

Logo jest autorskim znakiem. Samodzielna rekonstrukcja logo jest zabroniona. Przy reprodukcji logo należy korzystać wyłącznie z macierzystego wzoru.

Wzór macierzysty należy pobrać ze źródła wskazanego przez właściciela praw autorskich logo.



Konstrukcja logo.



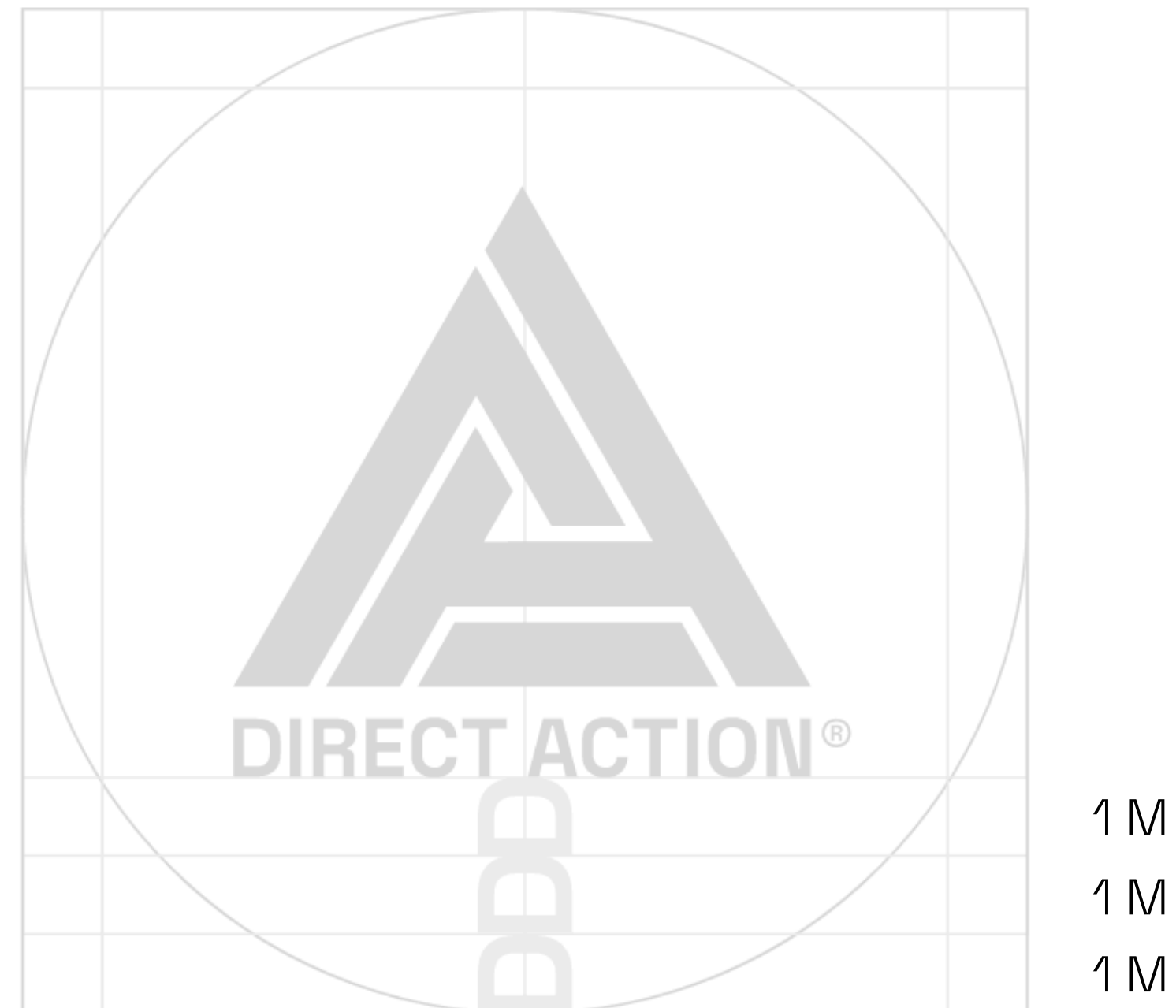
Logo.

Direct Action - brandbook

6. Pole ochronne logo marki.

W celu właściwej ekspozycji logo zostało zastosowane pole ochronne.

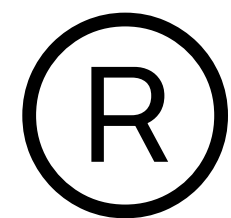
Pole ochronne to najmniejsza możliwa zamknięta przestrzeń otaczająca znak graficzny.



Konstrukcja pola i pole ochronne logo w wersji okrągłej.

7. Zastosowanie symbolu znaku zastrzeżonego® w elementach identyfikacji marki.

Znak towarowy (nazwa, logo, logotyp, sygnet) może być zarejestrowany, ale nie ma obowiązku opisywania go znakiem®. Brak tego symbolu w okolicy znaku towarowego, nie oznacza, że nie jest zastrzeżony. Opisywanie zastrzeżonego znaku towarowego symbolem® powinno być uzależnione od właściwej reprodukcji tego znaku. Znak zarejestrowany i pokazywany bez symbolu® nadal jest w pełni prawnie chroniony.



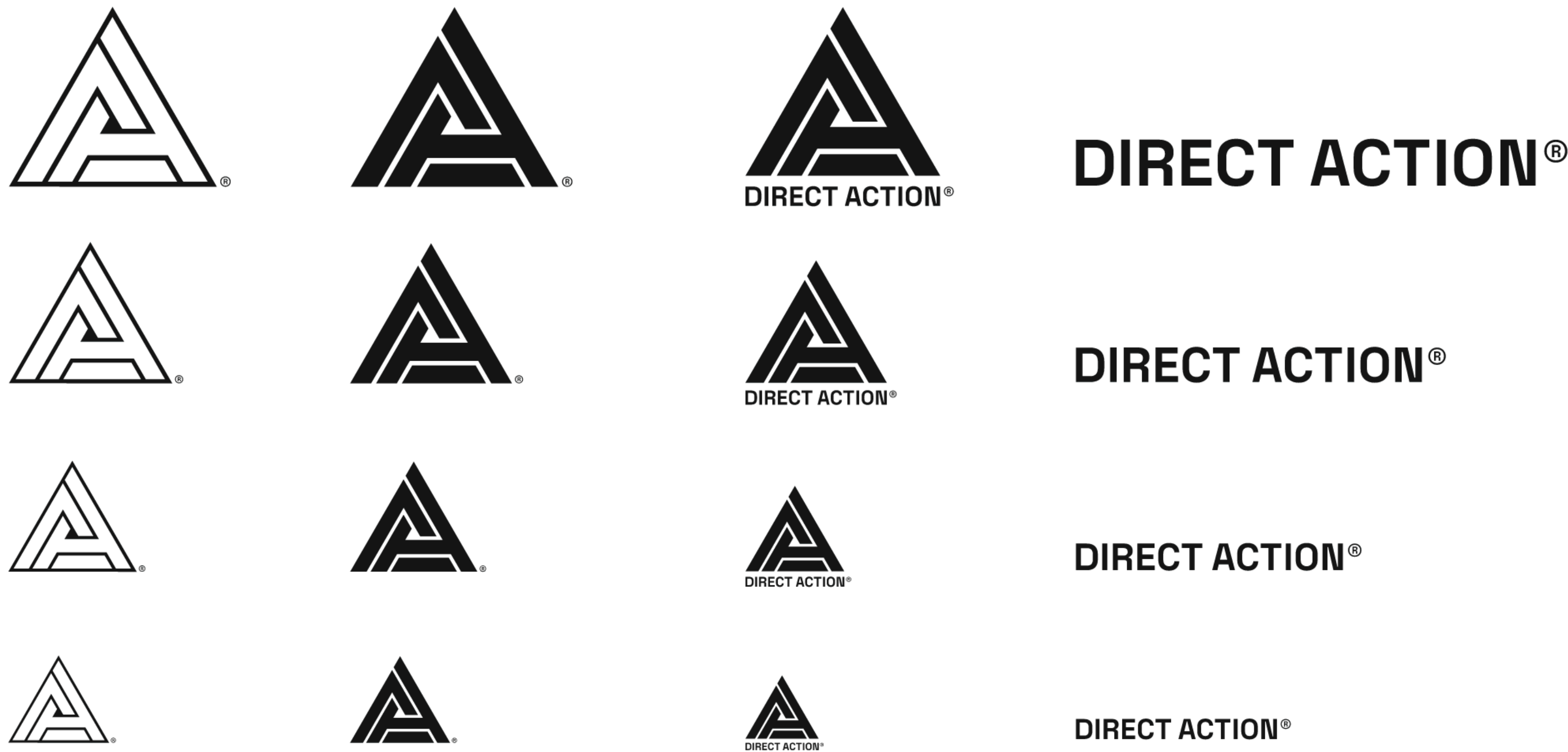
Uwaga!

To projektant umieszczający znak (logo, logotyp, sygnet) na nośniku decyduje o tym, czy skala znaku pozwala na czytelne przedstawienie symbolu®. Temat czytelności znaku® jest bowiem uzależniony od wielu czynników. Każdorazowo decyzję w tej sprawie podejmuje projektant.



8. Skalowanie logo, logotypu i sygnetu marki.

Logo, logotyp lub sygnet marki Direct Action® powinny być reprodukowane w skali, która pozwala na czytelną ekspozycje znaku graficznego. Próg skali zastosowania uzależniony jest od możliwości reprodukcyjnych danego znaku (materiał, technologia, etc.). Możliwości te każdorazowo uwzględnia projektant, który umieszcza znak na danym projekcie. Taka sama zasada dotyczy znaku „registered”®.



9. Typografia marki Direct Action® - podstawowy font dla marki nosi nazwę Space Grotesk.

Fontem podstawowym dla marki Direct Action® jest font Space Grotesk. Font ten jest częścią platformy Google Fonts z otwartą licencją komercyjną i znakami diakrytycznymi. Częścią identyfikacji wizualnej marki są wszystkie dostępne wersje fontu: Light, Regular, Medium, SemiBold, Bold.

Aa

REGULAR - Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 Ą ą Ć ć Ę ę Ł ł Ń ń Ó ó Ś ś Ź ź Ż ż

Aa

LIGHT - Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 Ą ą Ć ć Ę ę Ł ł Ń ń Ó ó Ś ś Ź ź Ż ż

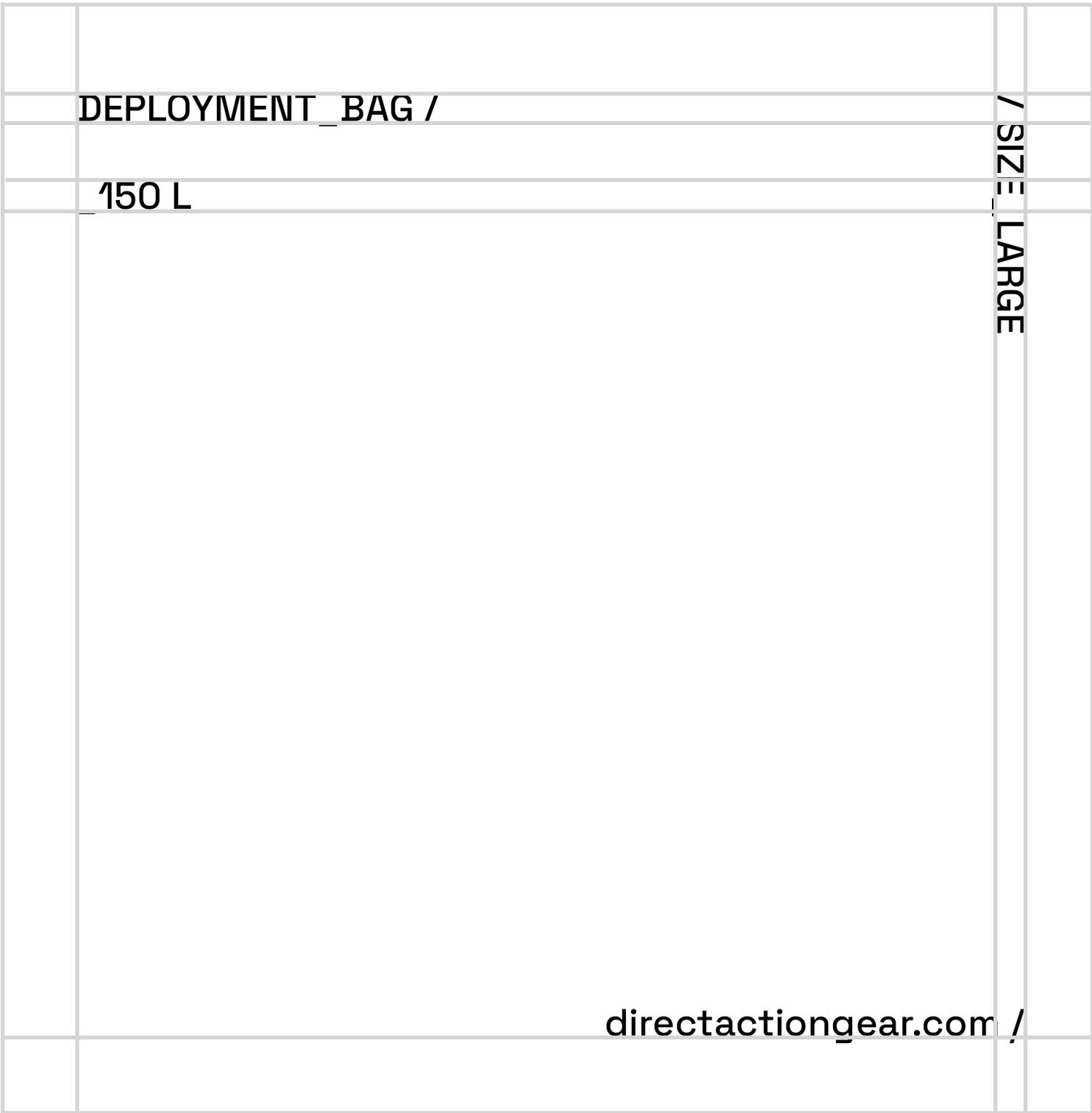
Aa

MEDIUM - Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 Ą ą Ć ć Ę ę Ł ł Ń ń Ó ó Ś ś Ź ź Ż ż

9. Typografia marki Direct Action® - podstawowy font dla marki nosi nazwę Space Grotesk.

Identyfikację wizualną buduje m.in. blok tekstowy - część składowa layoutu. Podstawowe zasady budowania bloku :

- równa wielkość liter,
- justowanie tekstu do lewej lub prawej strony,
- stosowanie znaków _ lub / oraz obracanie tekstu o 90 i 270 stopni w celu zachowania technicznego charakteru marki.



Przykładowy blok typograficzny i jego konstrukcja.

9. Typografia marki Direct Action® - alternatywny font dla marki nosi nazwę Teko.

Fontem alternatywnym dla marki Direct Action® jest font Teko. Font ten jest częścią platformy Google Fonts z otwartą licencją komercyjną i znakami diakrytycznymi. Częścią identyfikacji wizualnej marki są wszystkie dostępne wersje fontu: Light, Regular, Medium, SemiBold, Bold.

Aa

REGULAR - Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 Ą ą Ć ć Ę ę Ł ł Ń ń Ó ó Ś ś Ź ź Ż ż

Aa

LIGHT - Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 Ą ą Ć ć Ę ę Ł ł Ń ń Ó ó Ś ś Ź ź Ż ż

Aa

SEMI BOLD - Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 Ą ą Ć ć Ę ę Ł ł Ń ń Ó ó Ś ś Ź ź Ż ż

9. Typografia marki Direct Action® - alternatywny font dla marki nosi nazwę Teko.

Fontem alternatywnym dla marki Direct Action® jest font Teko. Font ten jest częścią platformy Google Fonts z otwartą licencją komercyjną i znakami diakrytycznymi. Częścią identyfikacji wizualnej marki są wszystkie dostępne wersje fontu: Light, Regular, Medium, SemiBold, Bold.

Font alternatywny jest przeznaczony do prezentowania claimu marki oraz treści na wszelkiego rodzaju gadżetach reklamowych typu : naklejki i patche.



Przykładowy blok typograficzny i jego konstrukcja.

Przykładowe layouty zawierają inne warianty kolorystyczne niż czarny i biały.

9. Typografia marki Direct Action®.

W komunikacji wizualnej marki stosujemy claim, czyli hasło reklamowe o treści : „Go Loud!”. Claim zapisywany jest w formie zapisu : „GO LOUD!” lub hashtaga #GoLoud!

Głównym fontem dla claimu jest font TEK0.



Przykładowe formy claimu napisane fontem TEK0.

Direct Action - brandbook

10. Kolorystyka identyfikacji marki Direct Action®.

W podstawowej wersji kolorystycznej logo, logotyp i sygnet marki występują w czarnym kolorze. W kontrze kolorystycznej występują one w kolorze białym.

Kolor czarny w palecie CMYK oznaczony jest jako C: 0, M: 0, Y: 0, K: 100.

Kolor czarny w palecie RGB oznaczony jest jako R: 0, G: 0, B: 0.

Kolor czarny w palecie PANTONE® oznaczony jest jako Pantone Black 6 C.

Kolor czarny w palecie HEX : #000000.

Kolor biały w palecie CMYK oznaczony jest jako C: 0, M: 0, Y: 0, K: 0.

Kolor biały w palecie RGB oznaczony jest jako R: 255, G: 255, B: 255.

Kolor biały w palecie PANTONE® oznaczony jest jako Pantone 11-0601 TCX.

Kolor biały w palecie HEX : #ffffff.



DIRECT ACTION®



DIRECT ACTION®

11. Niedozwolone formy i zastosowanie logo, logotypu i sygnetu marki Direct Action®.

Wszelkie formy zastosowania logo, logotypu i sygnetu marki niezgodnie z wyżej wymienionymi zasadami są zabronione. Wszelkie wątpliwości sposobu zastosowania logo, logotypu, sygnetu marki, które nie zostały rozpatrzone w tym brandbooku, powinny być skonsultowane z projektantem lub właścicielem praw do znaku nowego marki. Najbardziej charakterystyczne błędy w zastosowaniu identyfikacji wizualnej marki Direct Action®:

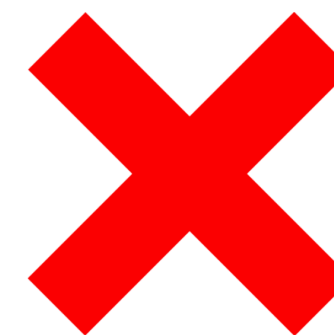
Outline całego logo,



Przekręcenie logo,



Drop shadow pod logo,



11. Niedozwolone formy i zastosowanie logo, logotypu i sygnetu marki Direct Action®.

Wszelkie formy zastosowania logo, logotypu i sygnetu marki niezgodnie z wyżej wymienionymi zasadami są zabronione. Wszelkie wątpliwości sposobu zastosowania logo, logotypu, sygnetu marki, które nie zostały rozpatrzone w tym brandbooku, powinny być skonsultowane z projektantem lub właścicielem praw do znaku nowego marki. Najbardziej charakterystyczne błędy w zastosowaniu identyfikacji wizualnej marki Direct Action® :

Gradient w logo,



Dwa różne kolory w logo,



Zmiana proporcji części składowych logo : sygnetu i logotypu,



11. Niedozwolone formy i zastosowanie logo, logotypu i sygnetu marki Direct Action®.

Wszelkie formy zastosowania logo, logotypu i sygnetu marki niezgodnie z wyżej wymienionymi zasadami są zabronione. Wszelkie wątpliwości sposobu zastosowania logo, logotypu, sygnetu marki, które nie zostały rozpatrzone w tym brandbooku, powinny być skonsultowane z projektantem lub właścicielem praw do znaku nowego marki. Najbardziej charakterystyczne błędy w zastosowaniu identyfikacji wizualnej marki Direct Action® :

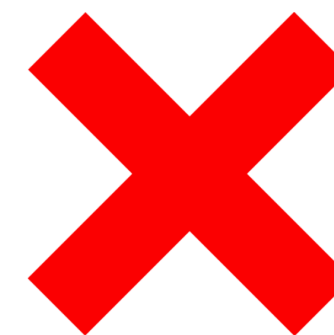
Stosowanie starego logo,



Zmiana proporcji logo.



Kadrowanie logo,



Direct Action - brandbook

Podsumowanie

Brandbook nie wyczerpuje i nie pokazuje wszystkich możliwych rozwiązań zastosowania logo, logotypu i sygnetu marki. Należy go traktować jako zbiór wskazówek i podpowiedzi, celem których jest spójna komunikacja wizualna marki Direct Action®.

Technologia stale oferuje nam nowe rozwiązania z dziedziny projektowania graficznego i technik wizualnych. Dlatego brandbook nie jest dziełem zamkniętym i istnieje możliwość jego uaktualnienia.

Wszelkie wątpliwości można konsultować z Działem Marketingu marki Direct Action®.



Brandbook marki **Direct Action**®