



podstawowa księga znaku

WSTĘP

Spółka InnoBaltica chce budować swoją pozycję rynkową przy pomocy silnej i stabilnej marki.

Jej misją jest wdrażanie w życie innowacyjnych rozwiązań komunikacyjnych mających bezpośredni wpływ na jakość życia ludzi.

Marka FALA ma również odzwierciedlać główne wartości firmy: bezpieczeństwo, postęp i ochronę środowiska.

Marka FALA to jeden z najcenniejszych aktywów naszej firmy. Jesteśmy z niej dumni. Ale za przywilejem używania znaku towarowego FALA idzie odpowiedzialność za traktowanie go w sposób uważny i racjonalny, tak jak w przypadku innych działań.

Ta Księga Znaku ma zapewnić spójność marki FALA wszędzie tam, gdzie jest obecna ze swoimi produktami.

Przestrzegając zasad używania znaku towarowego FALA zawartych w tej Księdze, wzmacniamy wizerunek naszej marki, przyczyniając się w ten sposób do jej sukcesu.

NASI MIESZKAŃCY SĄ DLA NAS NAJWAŻNIEJSI

Budujemy naszą markę wokół mieszkańców – ich potrzeb, celów i oczekiwań. Dla naszych odbiorców chcemy być partnerami. Nasze projekty powinny pokazać, że rozumiemy ich problemy, że jesteśmy po to, aby im pomóc w codziennym życiu i pracy. Prowadzi to do zasady, która powinna obowiązywać we wszystkich naszych przedsięwzięciach związanych z komunikacją – jesteśmy przede wszystkim partnerem.

Bierzemy odpowiedzialność za wszystko, co mówimy. Wykorzystujemy tekst i grafikę, żeby pokazać, jakie korzyści i jakość niosą ze sobą nasze produkty i usługi. Pokazujemy nasze możliwości, naszą myśl techniczną.

Nasze obrazy i słowa mają być jasne i zrozumiałe, nawet w dokumentacji technicznej. Unikamy stosowania słów i obrazów promocyjnych w materiałach, które nie są narzędziami promocyjnymi.

OCHRONA PRAWNA ZNAKU TOWAROWEGO

Zarząd spółki InnoBaltica jest jedynym podmiotem, który może wprowadzić nowe zastosowania znaku towarowego FALA. Bez oficjalnej zgody zarządu spółki InnoBaltica nie można wprowadzać na rynek żadnych nowych produktów ani usług ze znakiem towarowym FALA.

MARKA FALA PRZEPISY PRAWNE

Słowny i graficzny znak towarowy FALA jest znakiem prawnie chronionym. Stosując go spójnie, przekazujemy ważną informację o naszej firmie i marce na zewnątrz. Ten podręcznik zawiera informacje dotyczące właściwego wykorzystywania znaku towarowego FALA w wielu zastosowaniach.

NARUSZENIA

Niewłaściwe wykorzystywanie albo naruszanie nazwy lub znaku towarowego FALA poważnie osłabia naszą markę. Jeżeli nastąpi jakiegokolwiek naruszenie nazwy lub znaku towarowego, proszę nie działać na własną rękę! Należy skontaktować się z zarządem spółki InnoBaltica. Do wszelkich działań, w tym prawnych, dotyczących naruszenia upoważniona jest tylko spółka InnoBaltica.

LOGO

Logo marki FALA składa się z pięciokolorowego sygnetu w kształcie pionowych form i logotypu, czyli szarego napisu FALA.

Rytmicznie ustawione pionowe, formy odzwierciedlają dynamizm działań, szybkość reagowania na zmiany potrzeb i oferowania mieszkańcom produktów wyprzedzających ich oczekiwania, np. takich, które posiadają wyższy poziom bezpieczeństwa lub komfortu podróży.

Różnorodność form i kolorystyki jest symbolem, iż nasze działania kierujemy do wszystkich użytkowników systemu.



Wysokość,
i grubość litery f
z logotypu FALA.
Podstawowa
jednostka stosowana
przy pozycjonowaniu logo.

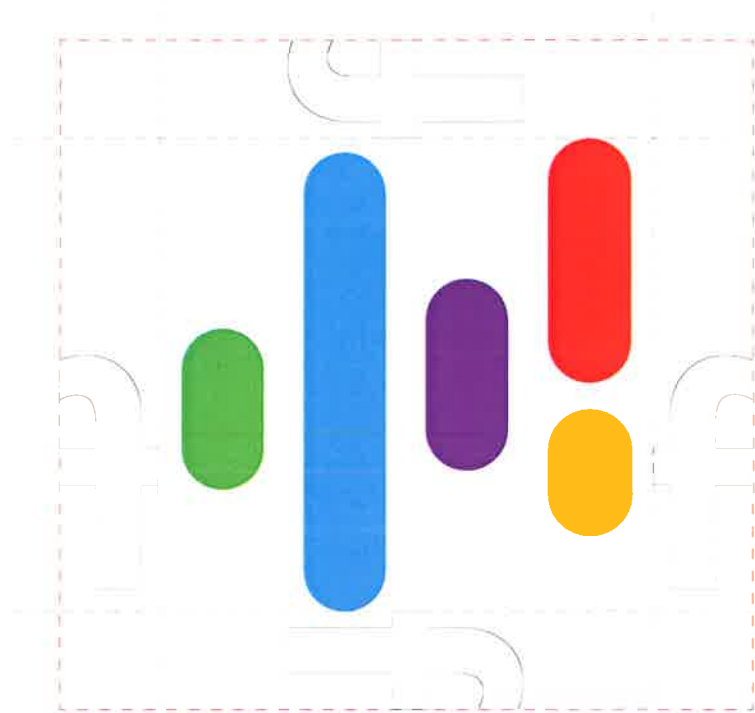
LOGO POLE OCHRONNE

Pole ochronne to otaczający logo obszar, w którym nie może być żadnych innych elementów graficznych.
Dzięki temu logo jest lepiej widoczne.
Minimalne rozmiary wolnej przestrzeni wokół logo FALA odpowiadają zawsze 1 x wysokości i szerokości podstawowej jednostki (litery f).



Wysokość,
i grubość litery f
z logotypu FALA.
Podstawowa
jednostka stosowana
przy pozycjonowaniu sygnetu.

SYGNET



MINIMALNE ROZMIARY

Aby logo FALA było czytelne, musi być drukowane z minimalną szerokością zapewniającą jego widoczność.

W przypadku nadruku logo kolorowego minimalna wysokość wynosi 4 mm.



4mm



Znak®
Poniżej tej
wartości
nie stosujemy
go.

UWAGA:

W wyjątkowych sytuacjach, gdy logo musi być mniejsze (np. na długopisach lub wpinkach reklamowych), projektant i producent mają obowiązek kontrolowania, czy logo jest drukowane zgodnie ze standardami księgi znaku FALA i czy jest odpowiednio widoczne.

MINIMALNE ROZMIARY

W przypadku grawerowania
lub nadruku logo w wersji
monochromatycznej minimalna
wysokość wynosi 6 mm.



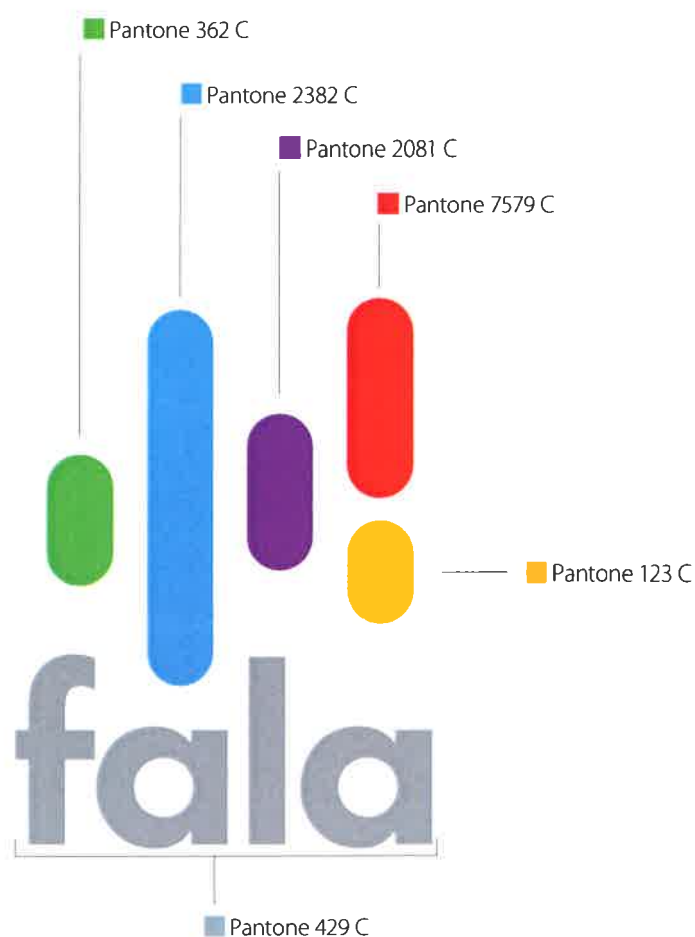
6mm



Znak *
Poniżej tej
wartości
nie stosujemy
go.

KOLORYSTYKA

WERSJA
PODSTAWOWA



WERSJA
SKALA SZAROŚCI



WERSJA
ACHRO-
MATYCZNA

NA TLE
O NASYCENIU POWYŻEJ 30%



BIAŁY

WERSJA
MONOCHRO-
MATYCZNA

(GADŻETY, PODŚWIELANE
LITERY PRZESTRZENNE NAD
BUDYNKIEM FIRMY itp.)
ODCIEŃ SZAROŚCI,
SREBRNY.



METALO-
PLASYKA

GRAWEROWANIE, WYPALANIE,
RELIEF, TŁOCZENIE itp.



JEDNORODNY MATERIAŁ

KOLORY MARKI

Marka FALA
posługuje się sześcioma
kolorami:
zielony, niebieski, fioletowy,
czerwony, żółty, szary.

ZIELONY



Pantone 362 C



CMYK C55 M0 Y70 K0



RGB R 123 G197 B 123



RAL 6018

KOLORY MARKI

Marka FALA
posługuje się sześcioma
kolorami:
zielony, niebieski, fioletowy,
czerwony, żółty, szary.

NIEBIESKI



Pantone 2382 C



CMYK C56 M16 Y0 K0



RGB R 103 G177 B 226



RAL 4005

KOLORY MARKI

Marka FALA
posługuje się sześcioma
kolorami:
zielony, niebieski, fioletowy,
czerwony, żółty, szary.

FIOLETOWY



Pantone 2081 C



CMYK C47 M70 Y0 K0



RGB R 147 G100 B 170



RAL 2081

KOLORY MARKI

Marka FALA
posługuje się sześcioma
kolorami:
zielony, niebieski, fioletowy,
czerwony, żółty, szary.

CZERWONY



Pantone 7579 C



CMYK C0 M80 Y75 K0



RGB R 241 G92 B 86



RAL 2004

KOLORY MARKI

Marka FALA
posługuje się sześcioma
kolorami:
zielony, niebieski, fioletowy,
czerwony, żółty, szary.

ŻÓŁTY



Pantone 123 C



CMYK C0 M23 Y91 K0



RGB R 255 G199 B 49



RAL 1018

KOLORY MARKI

Marka FALA
posługuje się sześcioma
kolorami:
zielony, niebieski, fioletowy,
czerwony, żółty, szary.

SZARY



Pantone 429 C



CMYK C32 M19 Y12 K2



RGB R 169 G183 B 199



RAL 7040

PRZYKŁADY STOSOWANIA LOGO MARKI

Szczegółowe informacje na temat stosowania logo FALA znajdują się w rozszerzonej księdze znaku.

