



Księga
identyfikacji
wizualnej

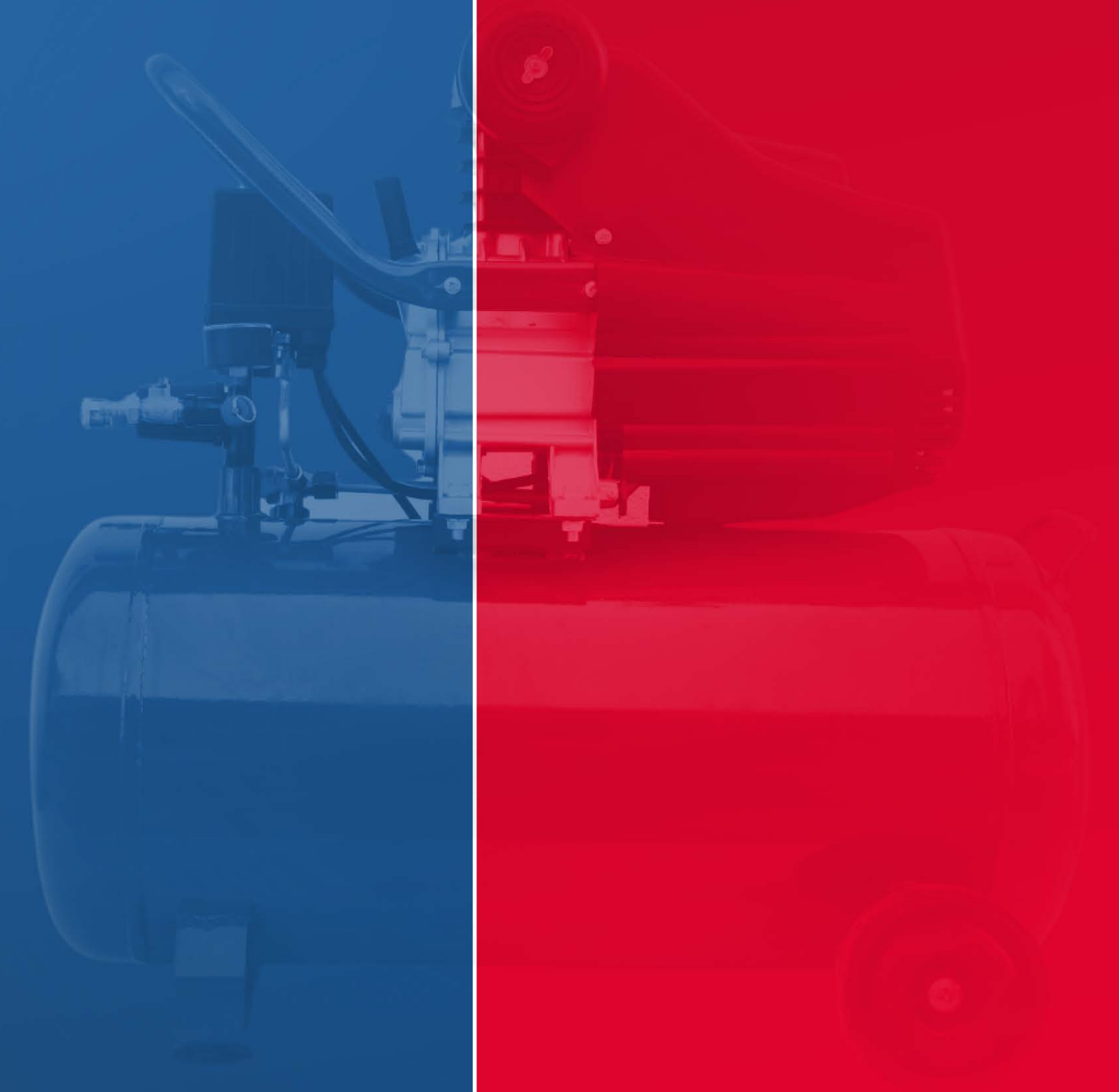
| Z pasją ku przyszłości...

01

Spis treści:

Przepisy prawne	str. 3	Minimalny rozmiar i skalowanie	str. 12
Barwy MARTEX	str. 4		
Zmiany logotypu MARTEX na przestrzeni lat	str. 5	Występowanie logotypu na różnych tłach	str. 13
Podstawowa forma znaku	str. 6	Niedopuszczalne modyfikacje	str. 14
Konstrukcja logotypu	str. 7	Roll-up & Flagi	str. 15
Główny kolor MARTEX	str. 8	Długopis i papier Firmowy	str. 16
Gradienty	str. 9		
Dopuszczalne wersje kolorystyczne logotypu	str. 10	Przykłady postów	str. 17
Fonty	str. 11		

02



Przepisy prawne

Znak towarowy MARTEX Sp. z o.o. jest prawnie chroniony zarówno w Polsce, jak i na świecie. Wykorzystywanie go w sposób spójny i jednolity ma ogromne znaczenie dla skutecznego przekazu informacji o naszej firmie na zewnątrz. Ten podręcznik zawiera szczegółowe informacje dotyczące poprawnego wykorzystywania znaku towarowego MARTEX Sp. z o. o. w różnorodnych zastosowaniach.

Ochrona znaku towarowego

Zarząd firmy MARTEX Sp. z o. o. jest jedynym podmiotem, który może wprowadzić nowe zastosowania znaku towarowego. Bez oficjalnej zgody Zarządu MARTEX Sp. z o. o. nie można wprowadzać na rynek żadnych nowych produktów ani usług oznakowanych znakiem towarowym MARTEX Sp. z o.o.

Naruszenia

Niewłaściwe wykorzystywanie albo naruszanie znaku towarowego MARTEX Sp. z o. o. poważnie osłabia markę. Jeżeli nastąpi jakiegokolwiek naruszenie znaku towarowego, proszę nie działać na własną rękę! Należy skontaktować się z Zarządem firmy MARTEX Sp. z o. o. Do wszelkich działań, w tym prawnych, dotyczących naruszenia upoważniony jest jedynie Zarząd firmy MARTEX Sp. z o.o.

03



BARWY MARTEX

Akcentem mocno kojarzonym z marką MARTEX jest kolor czerwony, który w obecnej odsłonie znaku towarowego pełni rolę dominującą. Czerwień w znaczeniu MARTEX to barwa, kojarząca się z ogromną pasją i podekscytowaniem. Wspomniane wartości stały się inspiracją do stworzenia motta firmowego - „*Z pasją ku przyszłości*”.

Motto idealnie oddaje ducha i wartości MARTEX. Wyraża zaangażowanie, entuzjazm oraz determinację w dążeniu do osiągania celów i sukcesów.

„Pasja” stanowi silną motywację dla załogi firmy oraz inspirowanie nas do ciągłego doskonalenia swoich umiejętności i rozwoju zainteresowań. Jednocześnie „ku przyszłości” odzwierciedla zobowiązania firmy do ciągłego innowacyjnego myślenia i adaptacji do zmieniających się uwarunkowań rynkowych, co stanowi kluczową kwestię w utrzymaniu konkurencyjności i osiągnięcia długotrwałego sukcesu.

Na przestrzeni lat wraz z rosnącą rozpoznawalnością marki i zdobytym doświadczeniem na rynku motoryzacyjnym

podjęto decyzję o wzbogaceniu palety firmowych barw o dodatkowy kolor.

Dodanie koloru granatowego jest strategicznym ruchem.

Granat symbolizujący powagę, elegancję i bezwarunkowe bezpieczeństwo. Kolor doskonale uzupełnia firmową czerwień. Ta harmonia kolorystyczna wzmacnia spójność wizualną marki oraz doskonale odzwierciedla wartości i filozofię firmy, dodając jej wizerunkowi pewności siebie i solidności, dzięki zdobytemu na przestrzeni lat doświadczeniu i wiedzy.

05

Zmiany logotypu MARTEX na przestrzeni lat

Logo firmy MARTEX Sp. z o. o. przeszło szereg metamorfoz, by osiągnąć wyrazisty przekaz na mocnym tle. Wszystko po to, by ostatecznie przedstawić firmę jako pewną siebie, świadomą i godną zaufania.

MARTEX s.c.
części zamienne do
samochodów ciężarowych



MARTEX

MARTEX Firma Handlowo - Usługowa



MARTEX

Podstawowa forma znaku

Opisując podstawową formę logo firmy MARTEX, należy wziąć pod uwagę następujące elementy:

Biała część typograficzna: Składa się z nazwy firmy MARTEX, zapisaną wyraźnym i łatwym do odczytania fontem.

Charakterystyczny kształt nad częścią literniczą: Graficzny element nad nazwą firmy MARTEX przedstawia subtelny obrys górnej części samochodu ciężarowego.



Wydłużona linia wraz ze znakiem strzałki w czerwonych barwach nawiązuje do firmowego motta: „Z pasją ku przyszłości”, przedstawiając drogę w kierunku przyszłości. Element ten jest dla firmy unikatowy i pomaga w jej identyfikacji wizualnej.

07

Konstrukcja logotypu

Logotyp MARTEX zaprojektowano ściśle określając zastosowany kolor, proporcje i budowę.

Pole ochronne

Pole ochronne ustalone zostało w celu ochrony znaku firmowego przed ingerencją w jego graficzną spójność. Podstawą konstrukcji pola zewnętrznego jest $\frac{1}{2}$ wysokości białej części typograficznej, czyli nazwy firmy.



MARTEX x



Główny kolor MARTEX

RGB		CMYK	
RED	228	CYAN	0
GREEN	2	MAGENTA	100
BLUE	45	YELLOW	80
		BLACK	0
HSL		#	
H	348°	E3032E	
S	97%		
L	45%		
		PANTONE	185

Podstawowe barwy MARTEX

Głównymi kolorami firmy MARTEX są czerwień, jako nadrzędny kolor oraz granatowy, stanowiący jej uzupełnienie.

08

Kolor uzupełniający

RGB		CMYK	
RED	28	CYAN	72
GREEN	64	MAGENTA	36
BLUE	100	YELLOW	0
		BLACK	61
HSL		#	
H	210°	1C4064	
S	56%		
L	25%		

Gradients

MARTEX w swojej komunikacji reflektuje zestawienie dwóch kompozycji barw.

Kompozycja 1

#1C4064

#2765A2

RGB		CMYK	
RED	39	CYAN	76
GREEN	101	MAGENTA	38
BLUE	162	YELLOW	0
HSL		BLACK	36
H	210°	# 2765A2	
S	61%		
L	39%		

09

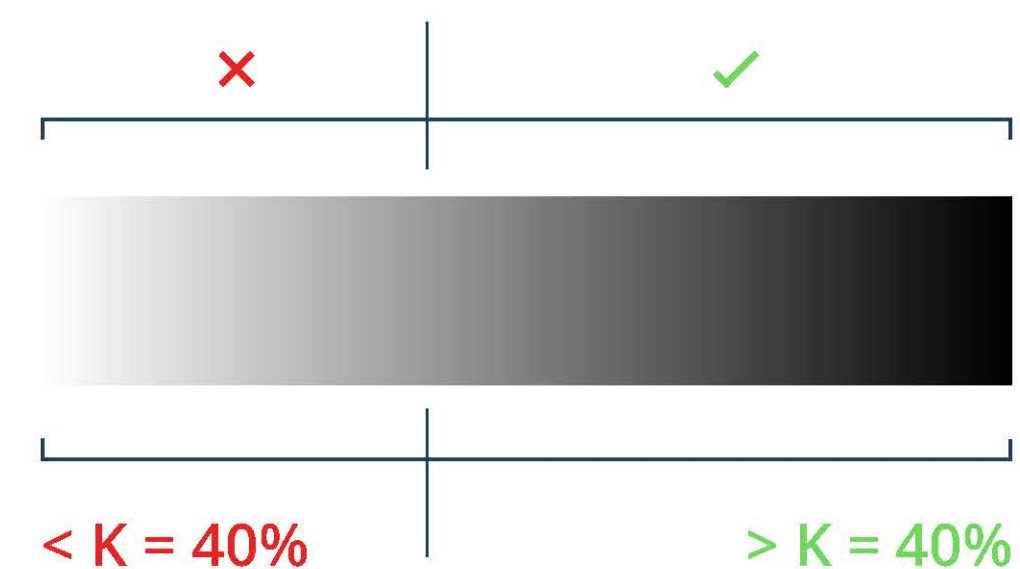
Kompozycja 2

#E3032E

#C9072C

RGB		CMYK	
RED	201	CYAN	0
GREEN	7	MAGENTA	97
BLUE	44	YELLOW	78
HSL		BLACK	21
H	349°	# C9072C	
S	93%		
L	41%		

Skala szarości



K = 45%

Wersje ozdobne



Złota apla



Srebrna apla

10

Dopuszczalne wersje kolorystyczne logotypu

Logotyp MARTEX można przedstawiać w jego podstawowej formie, bądź w wersji skali szarości. Apla znaku może występować w przedziale nasycenia szarości powyżej **K = 40%**.

Dodatkowo można zastosować aple złotą i srebrną w ramach wersji ozdobnych.

Open **Sans**

Aa

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr
Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1234567890

Główny font

Gladiola

Bb

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr
Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1234567890

Okazjonalny font

11

Minimalny rozmiar i skalowanie



Minimalna wysokość dla logotypu
w wersji podstawowej.



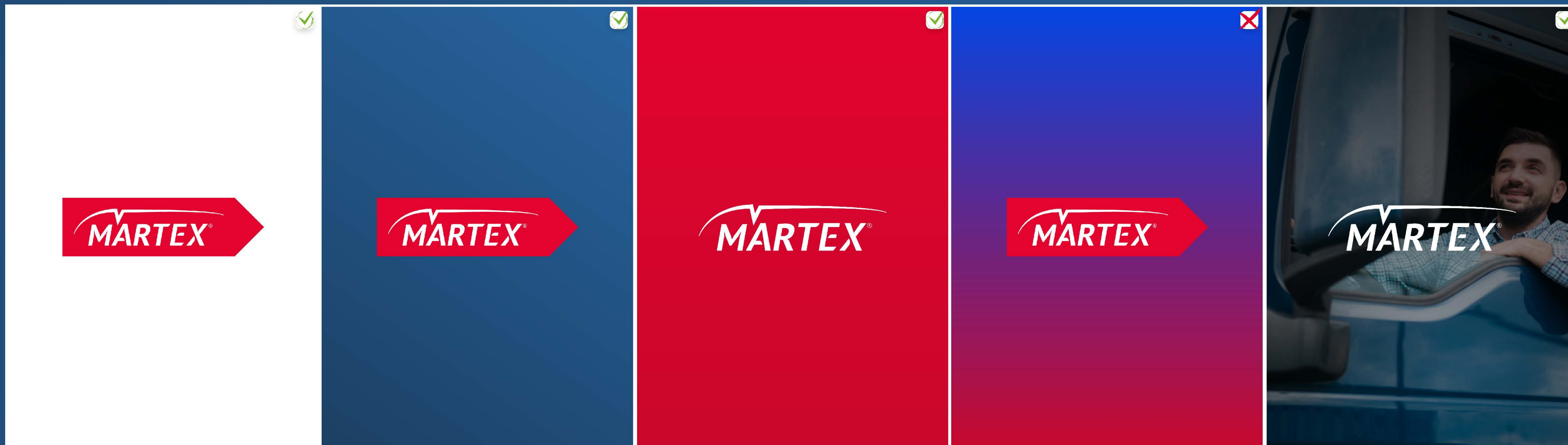
Minimalna wysokość dla logotypu
w wersji biało kolorowej.



Dopuszczalne jest jedynie skalowanie znaku z zachowaniem jego proporcji. Nie powinno się stosować rozmiaru mniejszego od minimalnego. Wynika to z dbałości o wyrazistość elementów składowych logo, które przy mniejszych rozmiarach mogą stać się nieczytelne.

Logotyp skalujemy proporcjonalnie do jego minimalnej wysokości

12



Występowanie logotypu na różnych tłach

Zaleca się stosować aple o wielkości pola ochronnego dla znaku na podłożach o innym kolorze niż kolory firmowe.

14

Niedopuszczalne modyfikacje

Poniżej przykłady niedopuszczalnych modyfikacji.



Zmiany kolorystyczne apli logotypu.



Wprowadzanie jakichkolwiek zmian w części tekstowej i graficznej logotypu. Nie dopuszcza się: obrysu, cieniu i innych form, które mogłyby zmienić formę znaku.



Zmiany wielkości bez zachowania proporcji.



Zmiany wielkości poszczególnych elementów logotypu.



Elementy identyfikacji zewnętrznej i wewnętrznej

15

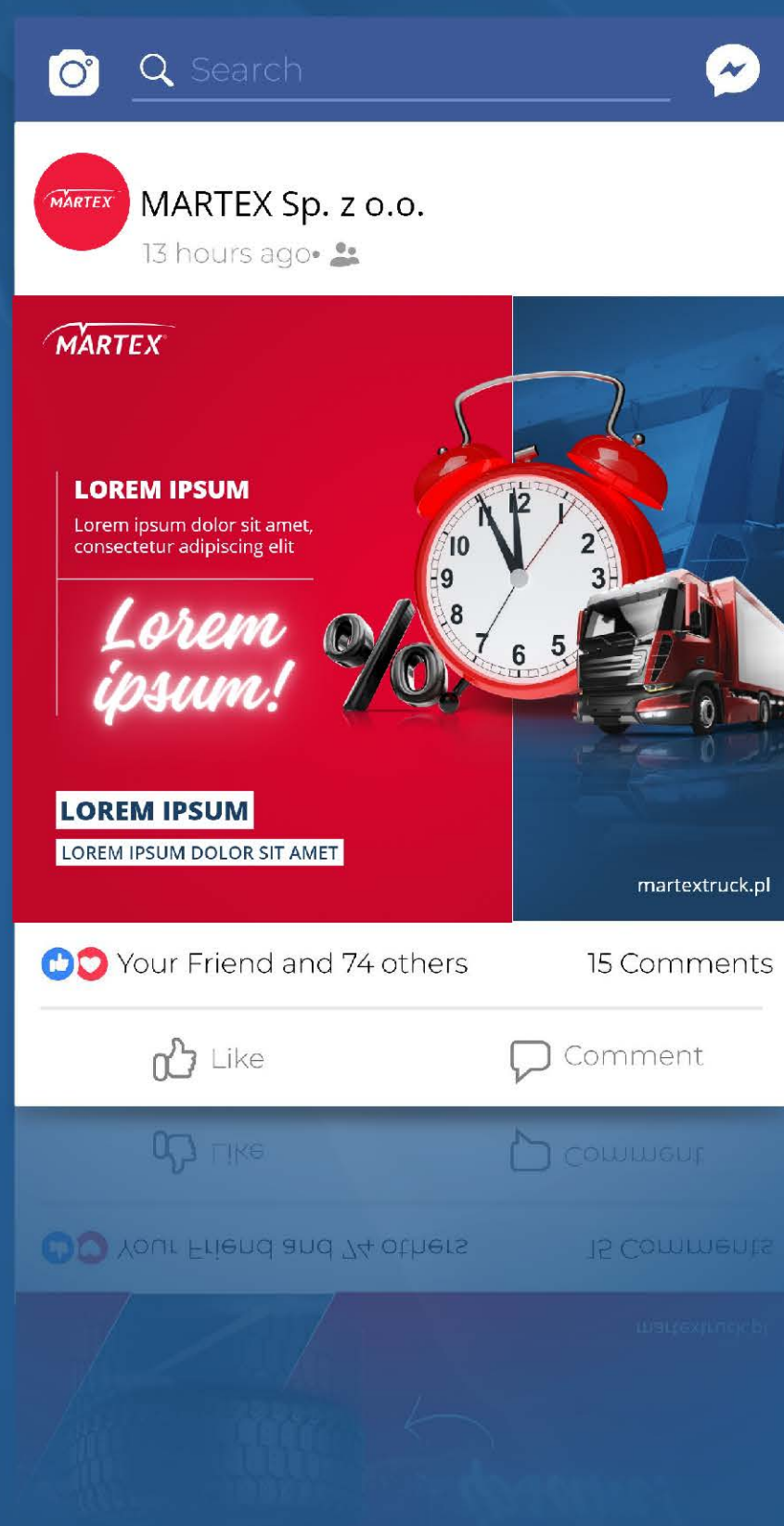
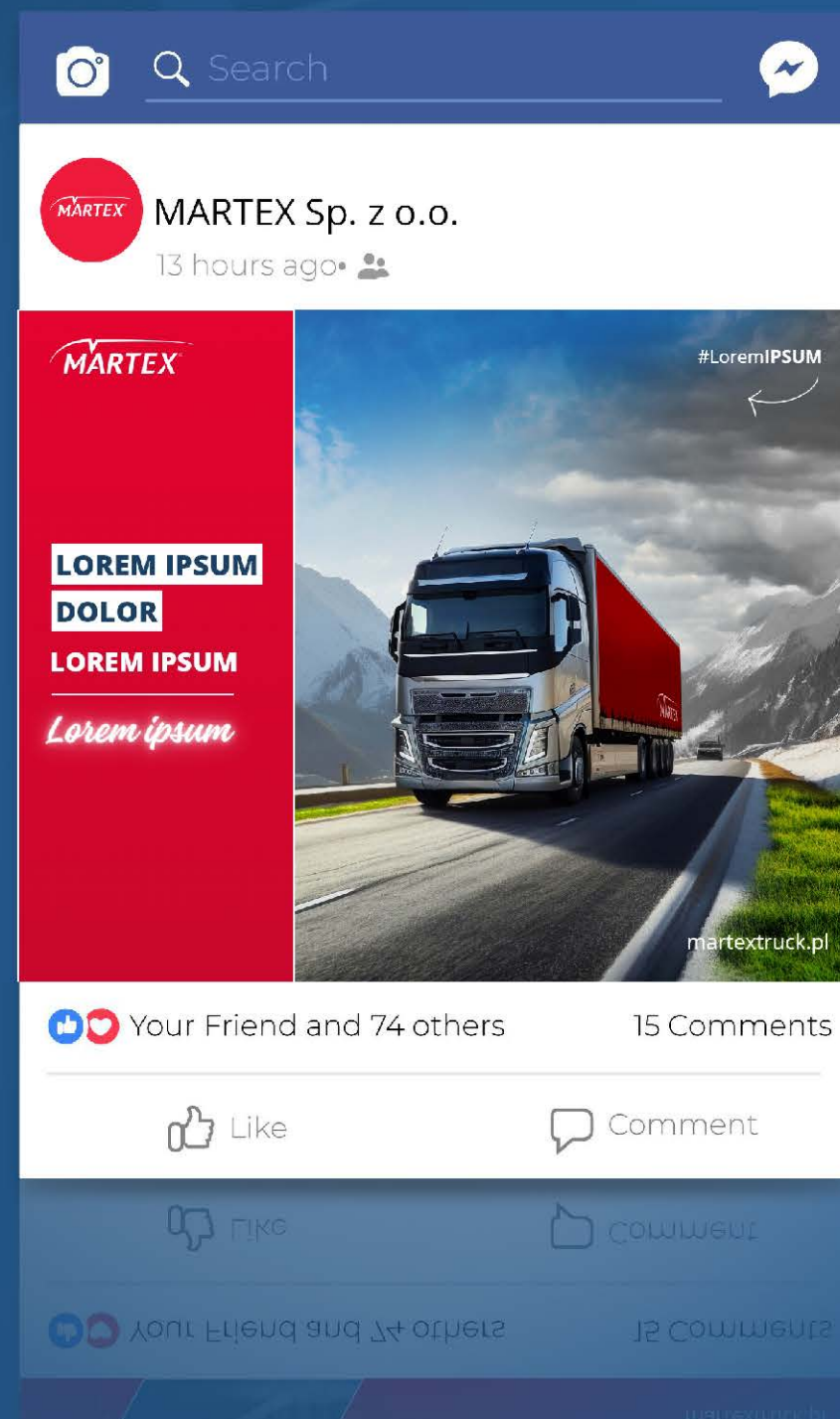
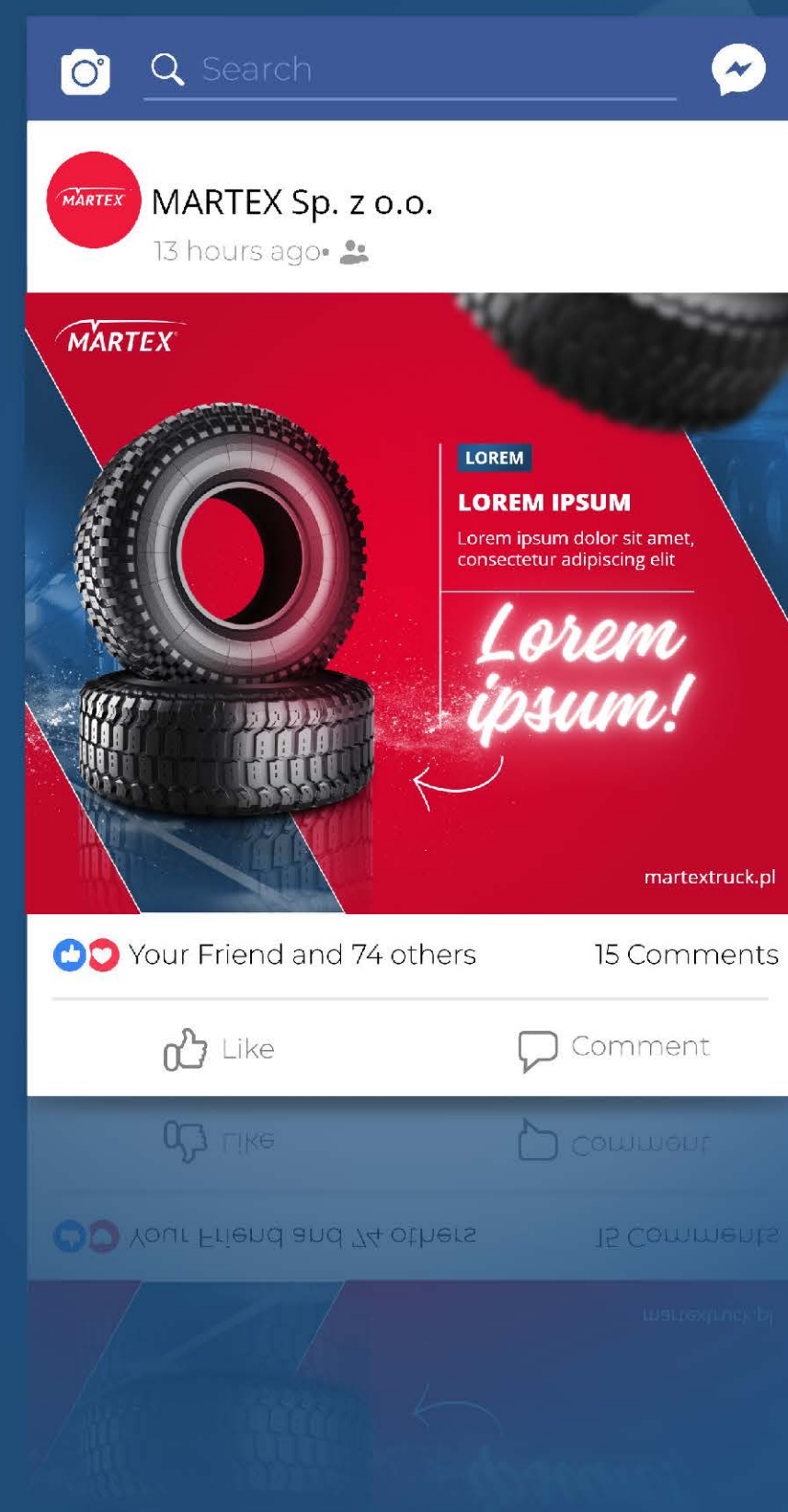
Roll-up & Flagi

Wizualizacje przedstawiają
możliwe do wykorzystania
przykłady



Elementy identyfikacji zewnętrznej i wewnętrznej

16

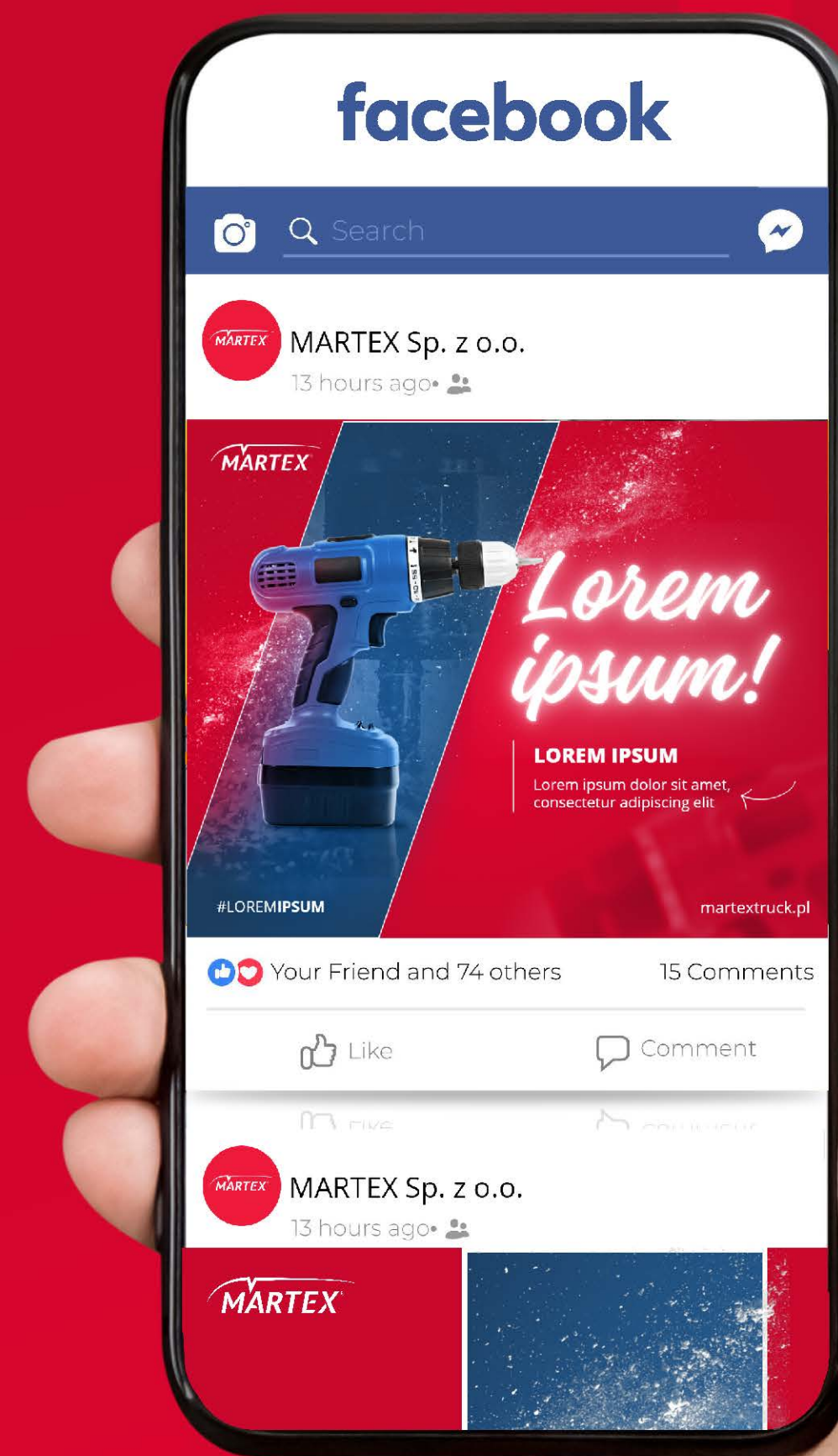


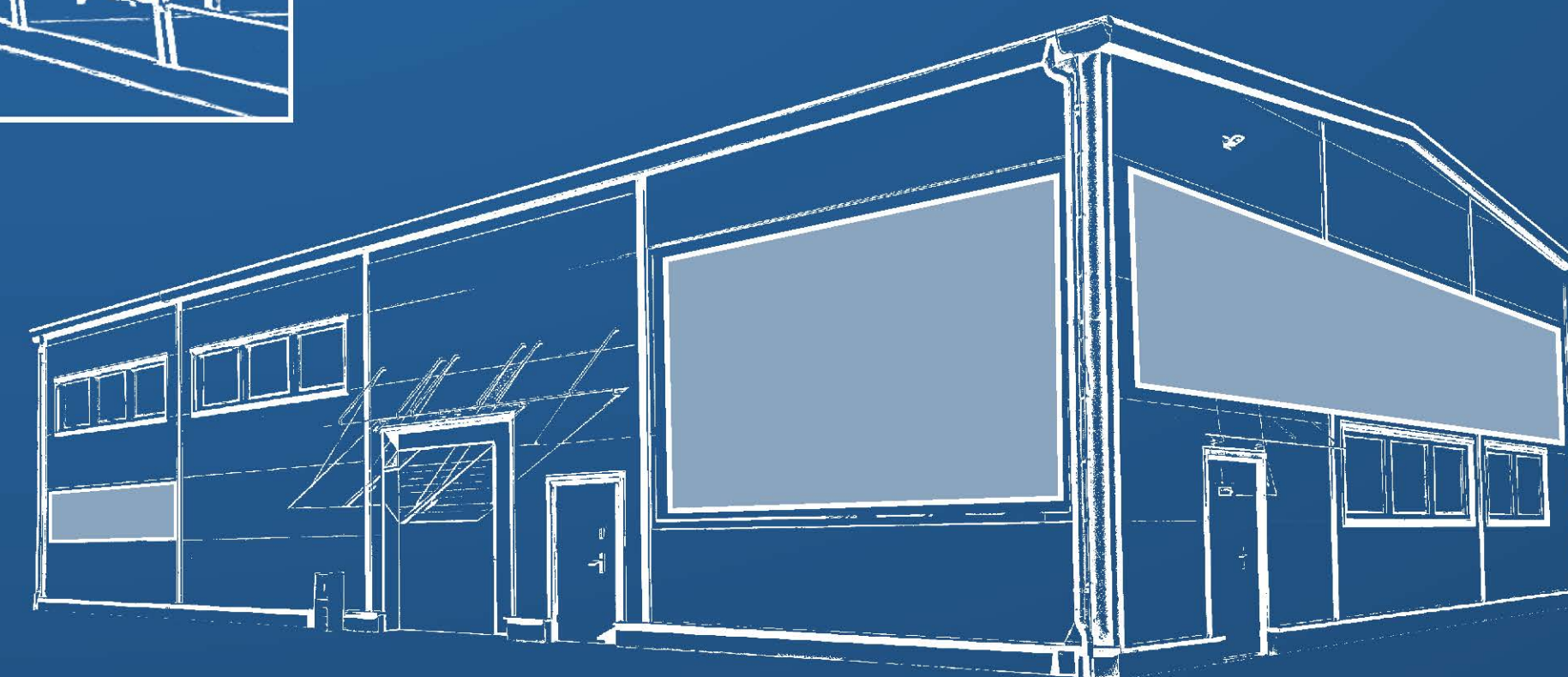
Przykłady postów

Roll-up & Flagi

Wizualizacje przedstawiają
możliwe do wykorzystania
przykłady

Elementy identyfikacji zewnętrznej i wewnętrznej





Dziękujemy za uwagę!