



ORLEN
FUNDACJA
DLA POMORZA

BRAND IDENTITY MANUAL
ORLEN FUNDACJA DLA POMORZA

2024

1. ZNAK FUNDACJI

symbol - znak graficzny	1.01
forma podstawowa i uzupełniająca	1.02
zasada budowy znaku	1.03
znak na siatce modułowej	1.04
pole ochronne	1.05
znak z outlinem	1.06
znaki monochromatyczne	1.07
warianty znaków monochromatycznych	1.08
warianty znaków duochromatycznych	1.09
warianty achromatyczne	1.10
kolorystyka	1.11
wartości minimalne	1.12
układy multiplikacyjne	1.13
pozycjonowanie	1.14
formy niedozwolone	1.15
typografia podstawowa - marka	1.16
typografia podstawowa - komunikacja marketingowa ...	1.17

2. ELEMENTY SYSTEMU IDENTYFIKACJI

papier firmowy	2.01
wizytówki	2.02

1. ZNAK FUNDACJI

UWAGA!

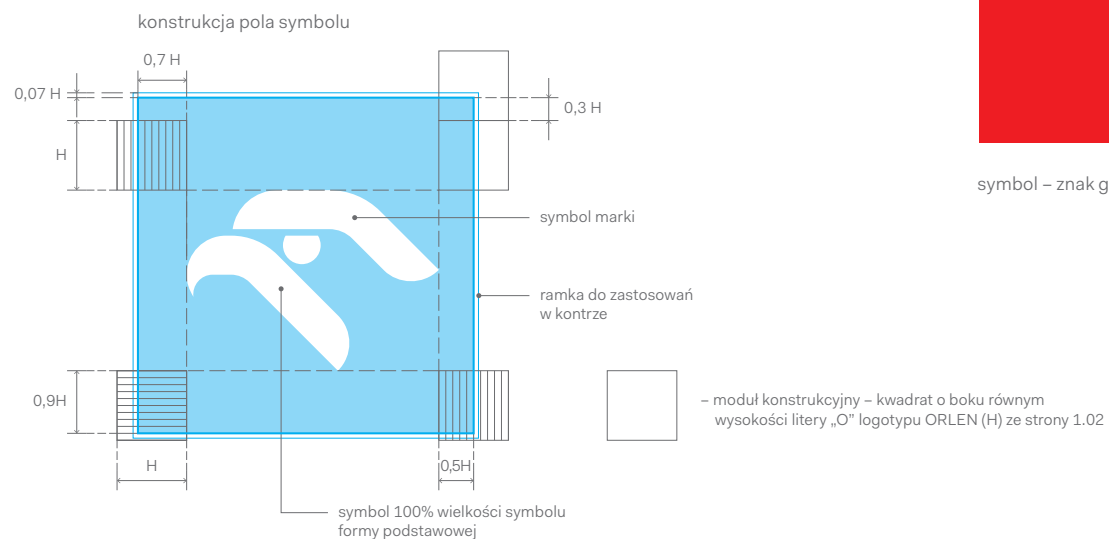
Proporcje i wielkości przedstawione na stronie są stałe i nie podlegają żadnym modyfikacjom.

Należy korzystać z wzorców elektronicznych symbolu.

Symbol fundacji ORLEN wpisany jest w czerwony kwadrat w ściśle określonych proporcjach przedstawionych poniżej.

Może być on wykorzystywany w systemie identyfikacji wizualnej fundacji ORLEN samodzielnie w szczególnych i wyjątkowych sytuacjach.

Zastosowanie samodzielnego symbolu w projektach wymaga każdorazowej zgody Zespołu Tożsamości Marki.



symbol – znak graficzny

Forma podstawowa znaku fundacji zbudowana jest z zestawienia symbolu, logotypu ORLEN oraz modułu nazewniczego w układzie pionowym i poziomym w określonych proporcjach.

Forma podstawowa wykorzystywana jest na większości nośników systemu identyfikacji wizualnej fundacji.



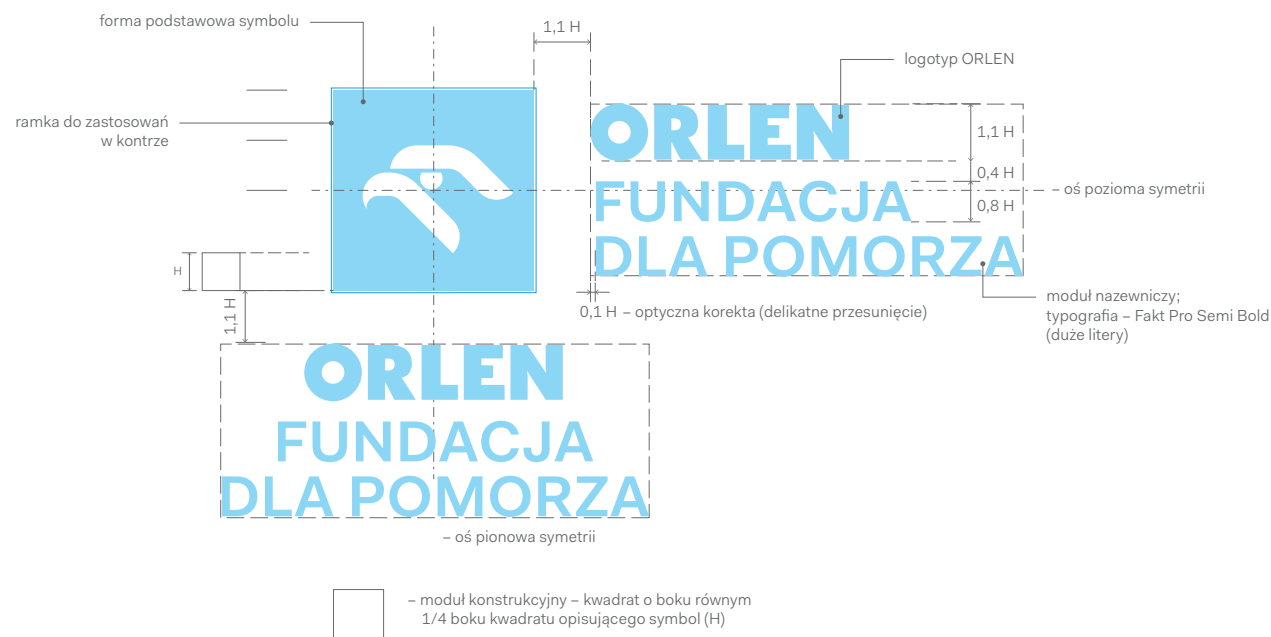
UWAGA!

Proporcje i wielkości przedstawione na stronie są stałe i nie podlegają żadnym modyfikacjom.

Należy korzystać z wzorców elektronicznych znaku marki.

Na stronie przedstawiono zasadę budowy znaku fundacji, zarówno w formie pionowej, jak i poziomej.

Modułem konstrukcyjnym jest kwadrat o boku równym 1/4 boku kwadratu opisującego symbol (H).



konstrukcja znaku fundacji w układzie pionowym i poziomym

Siatka modułowa określa podstawowe proporcje i wielkości w budowie znaku fundacji. Stosowana jest w przypadku odwzorowania znaku na powierzchniach wielkoformatowych, gdzie zastosowanie formy elektronicznej jest niemożliwe.

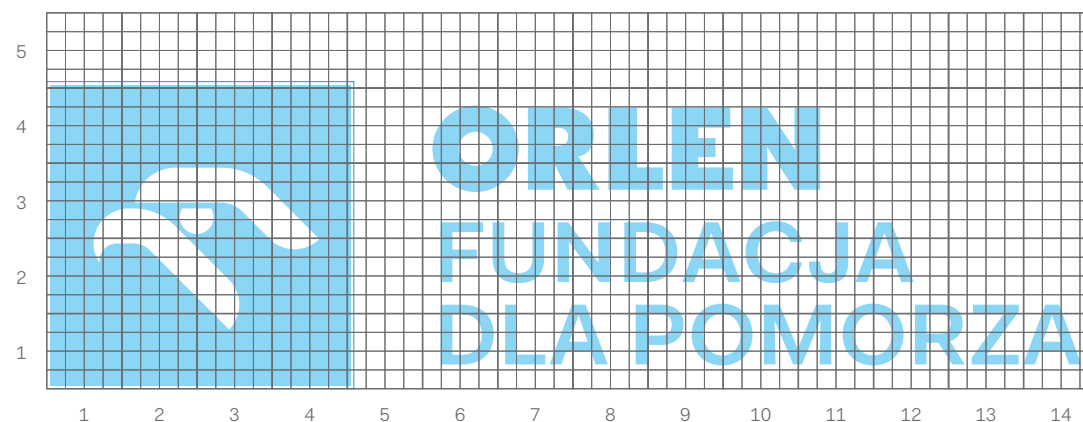
Modułem konstrukcyjnym jest kwadrat o boku równym 1/4 boku kwadratu opisującego symbol (H).

forma podstawowa pionowa na siatce modułowej

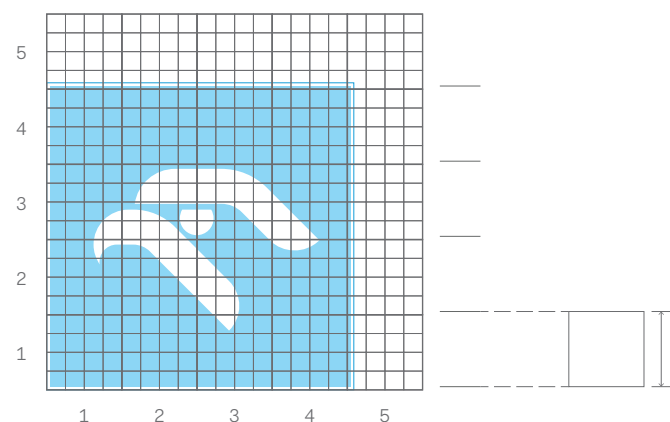


– moduł konstrukcyjny – kwadrat o boku równym 1/4 boku kwadratu opisującego symbol (H)

forma podstawowa pozioma na siatce modułowej



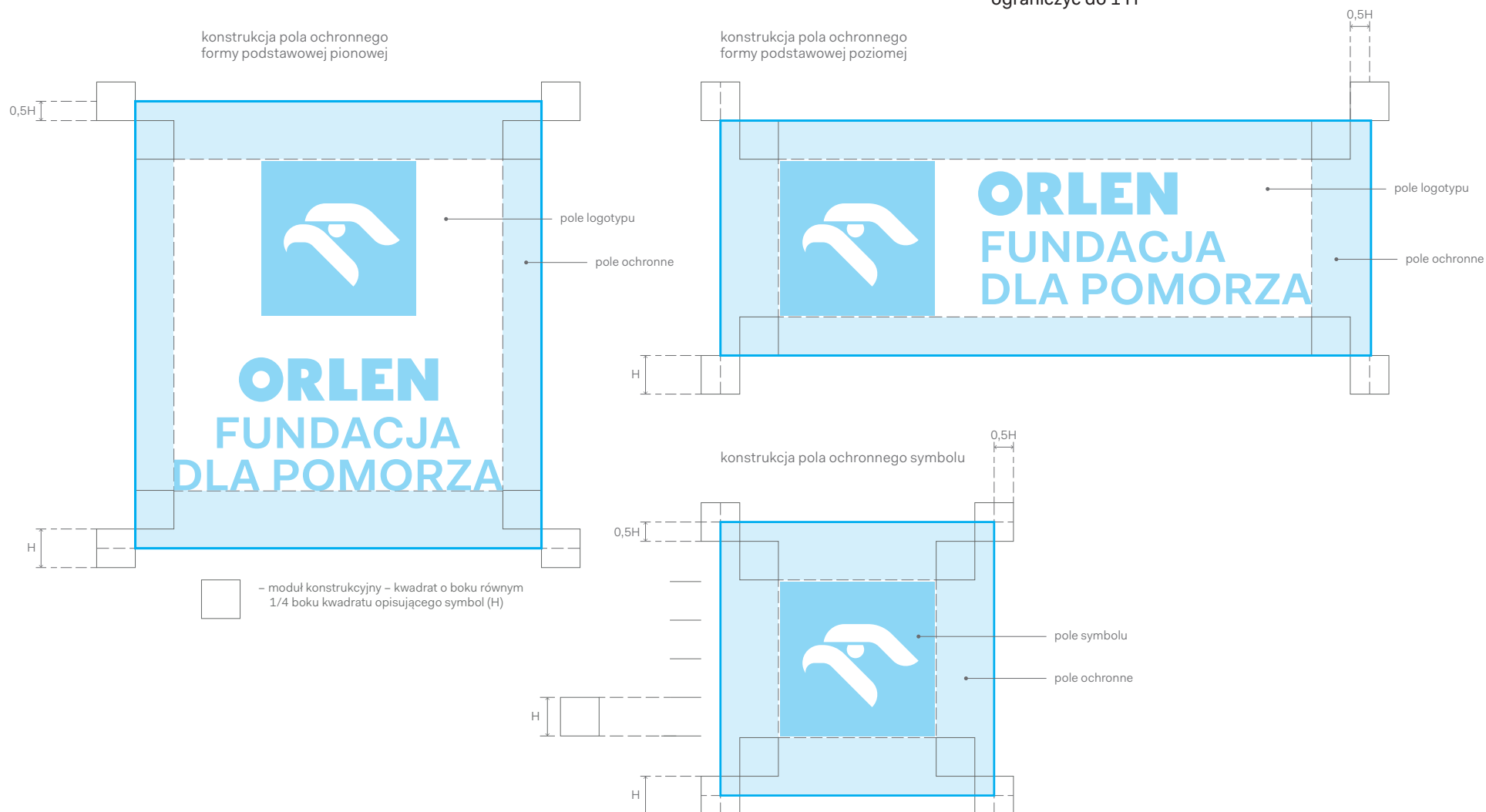
symbol na siatce modułowej



Pole ochronne definiuje minimalny zamknięty obszar wokół znaku fundacji, w którym nie może pojawić się żadna forma graficzna ani tekstowa.

Do wyznaczenia pola ochronnego użyto modułu konstrukcyjnego (H) – kwadratu o boku równym 1/4 boku kwadratu opisującego symbol (H).

W uzasadnionych przypadkach pole ochronne można ograniczyć do 1 H



UWAGA! Prostokątne formy opisujące znak fundacji nie stanowią jego integralnej części, symulują jedynie tło, na jakim znak się znajduje

Znak z outlinem: sygnet w ramce i logotyp.

pozytyw



kontra



pozytyw



kontra



UWAGA!

Pionowe formy opisujące znak fundacji nie stanowią jego integralnej części, symulują jedynie tło, na jakim znak się znajduje.

Warianty achromatyczne znaku fundacji mają zastosowanie w tych obszarach komunikacji, gdzie wykorzystanie wersji pełnokolorowej jest niemożliwe ze względów technologicznych (na przykład tłoczenie, grawerunek, druk jednokolorowy itp.).

Zasada tworzenia wariantów achromatycznych dla pozostałych form znaku fundacji jest analogiczna do przedstawionej poniżej.

pozytyw



wariant monochromatyczny czerwony PANTONE 485 C

kontra



pozytyw



wariant monochromatyczny czerwony PANTONE 485 C

kontra



wariant monochromatyczny szary PANTONE 431 C



wariant monochromatyczny szary PANTONE 431 C



UWAGA!

Pionowe formy opisujące znak fundacji nie stanowią jego integralnej części, symulują jedynie tło, na jakim znak się znajduje.

Warianty monochromatyczne logotypu fundacji mają zastosowanie w tych obszarach komunikacji, gdzie wykorzystanie wersji pełnokolorowej jest niemożliwe ze względów technologicznych (na przykład tłoczenie, grawerunek, druk jednokolorowy itp.).

Zasada tworzenia wariantów monochromatycznych dla pozostałych form znaku fundacji jest analogiczna do przedstawionej poniżej.



wariant duochromatyczny czerwony PANTONE 485 C
na srebrnym tle PANTONE 877 C – pozytyw



wariant duochromatyczny srebrny PANTONE 877 C
na czerwonym tle PANTONE 485 C – kontra



wariant duochromatyczny czerwony PANTONE 485 C
na srebrnym tle PANTONE 877 C – pozytyw



wariant duochromatyczny srebrny PANTONE 877 C
na czerwonym tle PANTONE 485 C – kontra



wariant duochromatyczny czerwony PANTONE 431 C
na srebrnym tle PANTONE 877 C – pozytyw



wariant duochromatyczny srebrny PANTONE 877 C
na szarym tle PANTONE 431 C – kontra



wariant duochromatyczny czerwony PANTONE 431 C
na srebrnym tle PANTONE 877 C – pozytyw



wariant duochromatyczny srebrny PANTONE 877 C
na szarym tle PANTONE 431 C – kontra



wariant duochromatyczny czerwony PANTONE Proc. Black C
na srebrnym tle PANTONE 877 C – pozytyw



wariant duochromatyczny srebrny PANTONE 877 C
na czarnym tle PANTONE Proc. Black C – kontra



wariant duochromatyczny czerwony PANTONE Proc. Black C
na srebrnym tle PANTONE 877 C – pozytyw



wariant duochromatyczny srebrny PANTONE 877 C
na czarnym tle PANTONE Proc. Black C – kontra

UWAGA!

Prostokątne formy opisujące znak fundacji nie stanowią jego integralnej części, symulują jedynie tło, na jakim znak się znajduje.

Kolor srebrny jest symulacją koloru docelowego.

Warianty duochromatyczne znaku fundacji mają zastosowanie w tych obszarach komunikacji, gdzie chcemy wykorzystać kolor specjalny podkreślający wagę danego nośnika lub komunikatu.

Zasada tworzenia wariantów duochromatycznych dla pozostałych form znaku fundacji jest analogiczna do przedstawionej poniżej.



tło podstawowe białe PANTONE Trans. White C



tło podstawowe czerwone PANTONE 485 C



tło podstawowe białe PANTONE Trans. White C



tło podstawowe czerwone PANTONE 485 C



tło uzupełniające srebrne PANTONE 877 C



tło uzupełniające srebrne PANTONE 877 C

UWAGA!

Prostokątne formy opisujące znak fundacji nie stanowią jego integralnej części, symulują jedynie tło, na jakim znak się znajduje.

Warianty achromatyczne znaku fundacji mają zastosowanie w tych obszarach komunikacji, gdzie wykorzystanie wersji pełnokolorowej jest niemożliwe ze względów technologicznych (na przykład tłoczenie, grawerunek, druk jednokolorowy itp.).

Zasada tworzenia wariantów achromatycznych dla pozostałych form znaku fundacji jest analogiczna do przedstawionej poniżej.

pozytyw



kontra



pozytyw



kontra



UWAGA!

Kolory opracowania stanowią symulację kolorów docelowych i mogą nieznacznie odbiegać od przedstawionych poniżej wartości.

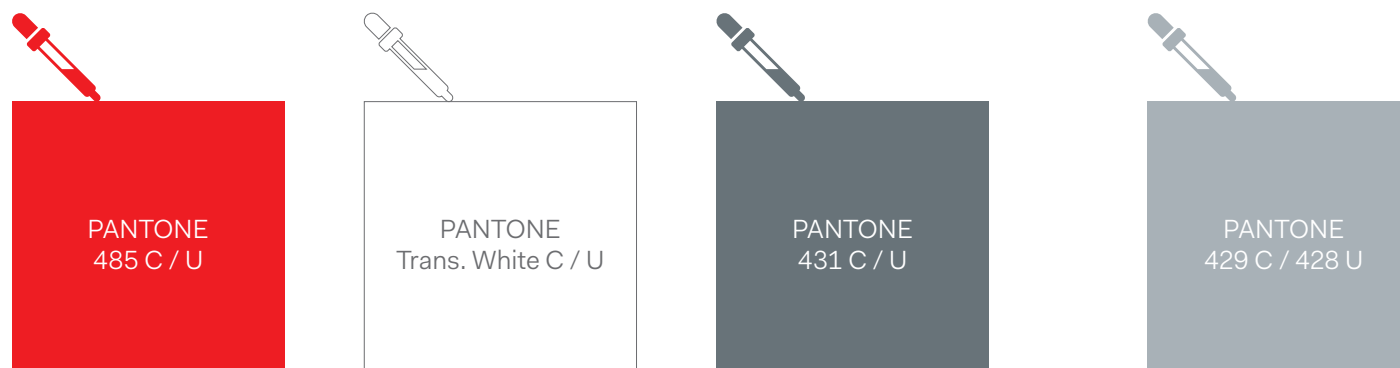
Preferowaną techniką druku jest PANTONE.

Kolorystyka znaku fundacji jest istotnym czynnikiem kształtującym tożsamość i sposób postrzegania brandu.

Podstawowe kolory marki to biały, czerwony i ciemnoszary. Kolorem uzupełniającym jest kolor jasnoszary.

Dopuszcza się stosowanie koloru srebrnego.

Na stronie przedstawiono parametry kolorystyczne znaku marki w zależności od wybranej techniki reprodukcji.



	Technika reprodukcji / kolor	PANTONE C / U	CMYK	RAL	RGB
kolory podstawowe	czzerwony ORLEN	485 C / U	0 : 100 : 100 : 0	3020	227 : 06 : 19
	biały ORLEN	Trans. White C / U	0 : 0 : 0 : 0	9016	255 : 255 : 255
	ciemnoszary ORLEN	431 C / U	11 : 0 : 0 : 65	7011	114 : 118 : 121
kolor uzupełniający	jasnoszary ORLEN	429 C / 428 U	6 : 0 : 0 : 34	7040	182 : 185 : 188

tabele kolorów dla technik drukarskich oraz innych technik reprodukcji

UWAGA!

Wymiary podane w milimetrach (mm).

Użycie znaku oraz symbolu fundacji mniejszego od wartości podanych na stronie może spowodować utratę jego czytelności.



forma podstawowa
pionowa



forma uzupełniająca
pozioma



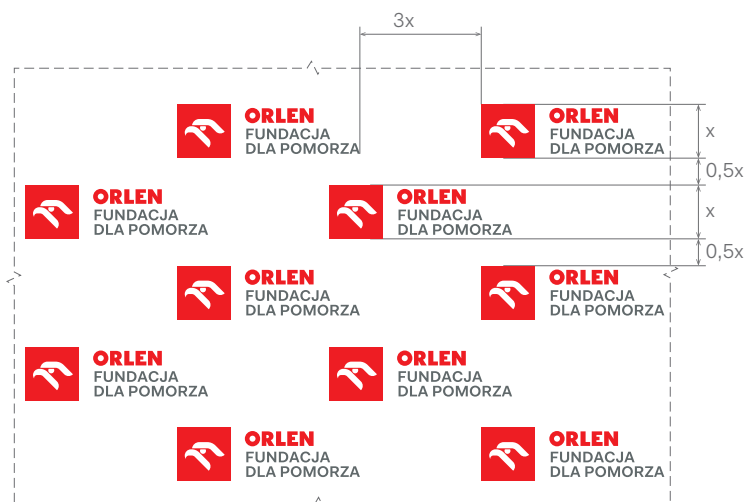
symbol

Na stronie przedstawiono zasadę konstrukcji układu multiplikacyjnego. Do jego tworzenia użyto modułu konstrukcyjnego (x) równego wysokości logotypu.

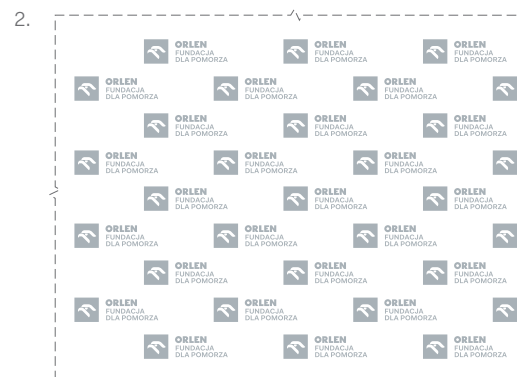
Dopuszczalne jest stosowanie następujących zestawów kolorystycznych:

1. układ multiplikacyjny podstawowy
– kolorowy oraz monochromatyczny (kontra),
2. układ multiplikacyjny uzupełniający
– monochromatyczny jasnoszary (pozytyw / kontra).

Zasada pozycjonowania dla formy podstawowej pionowej znaku jest analogiczna do przedstawionej poniżej



konstrukcja układu multiplikacyjnego



UWAGA!

W przypadku formatów otwartych należy zwiększyć odległość pola ochronnego od krawędzi pionowych i poziomych o odległość równą dwóm modułom konstrukcyjnym, gdzie modulem jest kwadrat o boku równym 1/4 boku kwadratu opisującego symbol (H).

Znak fundacji w formie podstawowej poziomej pozycjonowany jest z prawej lub lewej strony formatu, dopuszcza się pozycjonowanie centralne.

Pozycjonujemy go swobodnie na layoutcie zawsze z zachowaniem reguły pola ochronnego.

Zasada pozycjonowania dla formy podstawowej pionowej znaku jest analogiczna do przedstawionej poniżej.

pozycjonowanie wąskoformatowe
poziome formy podstawowej poziomej



NIE WOLNO!

Na stronie przedstawiono typowe błędy związane z powielaniem oraz wykorzystywaniem znaku fundacji.



UWAGA!

W komunikacji internetowej i w edytorach tekstu można stosować zamiennik systemowy – Calibri.

Podstawowym krojem pisma marki używanym w komunikacji jest rodzina fontu Fakt Pro w odmianach. Poniżej opisano miejsce zastosowania poszczególnych odmian.

indywidualnie zaprojektowany krój – logotyp ORLEN

ORLEN

Fakt Pro Semi Bold – moduł nazewniczy

**FUNDACJA
DLA POMORZA**

Fakt Pro Black – tytuł, hasło

**AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPQRSŚTUVWXYZŻ
aąbcćdeęfghijklłmnñoópqrsśtuvwxxyzż 0123456789**

Fakt Pro Bold – tytuł

**AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPQRSŚTUVWXYZŻ
aąbcćdeęfghijklłmnñoópqrsśtuvwxxyzż 0123456789**

Fakt Pro Medium – tytuł, hasło, tekst

**AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPQRSŚTUVWXYZŻ
aąbcćdeęfghijklłmnñoópqrsśtuvwxxyzż 0123456789**

Fakt Pro Normal – tekst

**AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPQRSŚTUVWXYZŻ
aąbcćdeęfghijklłmnñoópqrsśtuvwxxyzż 0123456789**

Fakt Pro Blond – tekst

**AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPQRSŚTUVWXYZŻ
aąbcćdeęfghijklłmnñoópqrsśtuvwxxyzż 0123456789**

Fakt Pro Light – tekst

**AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPQRSŚTUVWXYZŻ
aąbcćdeęfghijklłmnñoópqrsśtuvwxxyzż 0123456789**

UWAGA!

W komunikacji internetowej i w edytorach tekstu można stosować zamiennik systemowy – Calibri.

Uzupełniającym krojem pisma marki używanym w komunikacji jest rodzina fontu Proxima Nova w odmianach. Poniżej opisano miejsce zastosowania poszczególnych odmian.

Krój ten stanowi alternatywę do typografii podstawowej i zalecany jest dla wykonawców, agencji reklamowych zewnętrznych, które nie są posiadaczami licencji dla typografii Fakt Pro. Jest to rodzina fontu udostępniana bezpłatnie w pakiecie graficznym Adobe.

Proxima Nova Black – tytuł, hasło

**AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPQRSŚTUVWXYZŻŻ
aąbcćdeęfghijklłmnñoópqrsśtuvwxxyzżż 0123456789**

Proxima Nova Bold – tytuł

**AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPQRSŚTUVWXYZŻŻ
aąbcćdeęfghijklłmnñoópqrsśtuvwxxyzżż 0123456789**

Proxima Nova Medium – tytuł, hasło, tekst

**AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPQRSŚTUVWXYZŻŻ
aąbcćdeęfghijklłmnñoópqrsśtuvwxxyzżż 0123456789**

Proxima Nova Regular – tekst

**AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPQRSŚTUVWXYZŻŻ
aąbcćdeęfghijklłmnñoópqrsśtuvwxxyzżż 0123456789**

Proxima Nova Light – tekst

**AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPQRSŚTUVWXYZŻŻ
aąbcćdeęfghijklłmnñoópqrsśtuvwxxyzżż 0123456789**

Proxima Nova Thin – tekst

**AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPQRSŚTUVWXYZŻŻ
aąbcćdeęfghijklłmnñoópqrsśtuvwxxyzżż 0123456789**

[illegible]

Treść listu

font Arial 12p, wytłuszczenia: Arial Bold 12p, kolor czarny
format europejski, interlinia standardowa 1,0,
justowanie lewostronne,
numeracja stron: pierwsza strona nie numerowana

Główny blok tekstowy

justowanie dwustronne

Dane firmowe

font Arial 7p, wytłuszczenia: Arial Bold 7p,
kolor ciemnoszary ORLEN,
interlinia standardowa 1,0,
blok adresowy wycentrowany



wizytówka imienna - układ treści

Imię i Nazwisko: font Fakt Pro Bold 8p
Stanowisko: font Fakt Pro Blond 8,0p
kolor ciemnoszary ORLEN

Nazwa firmy: font Fakt Pro Bold 6,6p
Dane adresowe: font Fakt Pro Blond 6,6p
kolor ciemnoszary ORLEN



wizytówka firmowa – układ treści

Interlinia standardowa. W przypadku dużej liczby danych można interlinię zmniejszyć o 5-15%.

Wzory wizytówek niestandardowych należy rozpatrywać indywidualnie w porozumieniu z Zespołem Tożsamości Korporacyjnej i Standardów Wizualnych.

