

# **Podstawowe zasady Corporate Identity**

Autor: Darek Kostanek

Data: 2006-11-22

## Wprowadzenie

Corporate Identity System (System Identyfikacji Korporacyjnej) określa politykę prezentowania się Świata zewnętrznemu. Nadrzędnym jej celem jest umocnienie, zgodnego z długofalową strategią, wizerunku firmy. Wdrożenie tego s zapewni spójność i efektywność przekazu Sage w skali globalnej. Poszczególnym firmom córkom takim jak Sage Symfonia ułatwi komunikowanie korzyści wynikających z przynależności do jednej z największych na świecie firm oferujących oprogramowanie dla MSP. Prezentowany niżej System Wizualizacji jest częścią Corporate Identity - definiuje sposób w jaki należy korzystać z logo Sage Symfonia oraz jak powinny wyglądać nasze firmowe materiały.

### Czemu służy ten dokument

Celem tego dokumentu jest przede wszystkim opisanie jak stosować zasady Systemu Wizualizacji w praktyce. Materiał koncentruje się na tych regułach, które mają bezpośrednie zastosowanie w dokumentach biznesowych i biurowych.

Podczas tworzenia projektów graficznych np. reklam czy ulotek należy stosować reguły opisane w dokumencie **Visual Identity System (Książka identyfikacji wizualnej SAGE Symfonia)** Należy pamiętać, że nowe projekty lub nietypowe zastosowania naszego logo, muszą być zawsze akceptowane przez dział marketingu Sage Symfonia.

## Logo Sage i Sage Symfonia

Logo jest najważniejszym elementem w komunikacji firmy. Zasady jego wykorzystania są bardzo ściśle określone. Umieszczając logo na dowolnym dokumencie lub materiale należy przestrzegać następujących zasad:

1. **Zgodność znaku z jego faktyczny wyglądem.** Logo można wykorzystywać tylko w postaci graficznej odpowiadającej oryginałowi. Loga w różnych formatach graficznych znajdują się na stronach dla Partnerów Sage Symfonia
  - a. Większość programów biurowych i biznesowych korzysta z modelu kolorystycznego RGB dlatego tworząc dokumenty Word, PowerPoint, Excel należy pobierać:
    - i. W prezentacjach powerpoint zalecanym formatem jest \*.jpg
    - ii. Do dokumentów Word zalecanym formatem jest \*.wmf
  - b. Do prac profesjonalnych (np. przesyłając logo na potrzeby jakiś projektów) należy skorzystać z modelu CMYK (przy druku ulotek, plakatów itd.) lub Pantone – naklejki, wizytówki.
2. **Tło**, na którym zostaje umieszczone.
  - a. Logo w oryginalnych kolorach t.j. zielonym i szarym może być umieszczane tylko na białym tle
  - b. Na ciemnym tle umieszczamy białe logo
  - c. Na jasnym tle całe logo musi mieć kolor czarny
  - d. Nie jest dopuszczalne umieszczanie naszego logo na niejednorodnym tle np. na zdjęciu czy obrazku.
3. **Obszar ochronny** czyli obszar, w którym nie ma prawa pojawić żaden inny znak, obrazek itd. Minimalna wielkość obszaru ochronnego dookoła logo musi być równa lub większa niż wysokość litery S w wyrazie Sage. Identyczna zasada obowiązuje dla logo Sage Symfonia. Uwaga: jeśli umieszczamy logo blisko krawędzi strony należy zastosować reguły opisane w punkcie 6



4. **Wielkość minimalna znaku** – obowiązuje generalna zasada która mówi, że znak SAGE nie może być mniejszy niż 16 milimetrów. Logo Sage Symfonia nie może być krótsze niż 45 mm. W przypadku, gdy nie jest możliwe zachowanie minimalnej wielkości znaku niezbędne jest konsultowanie tego faktu z działem marketingu.

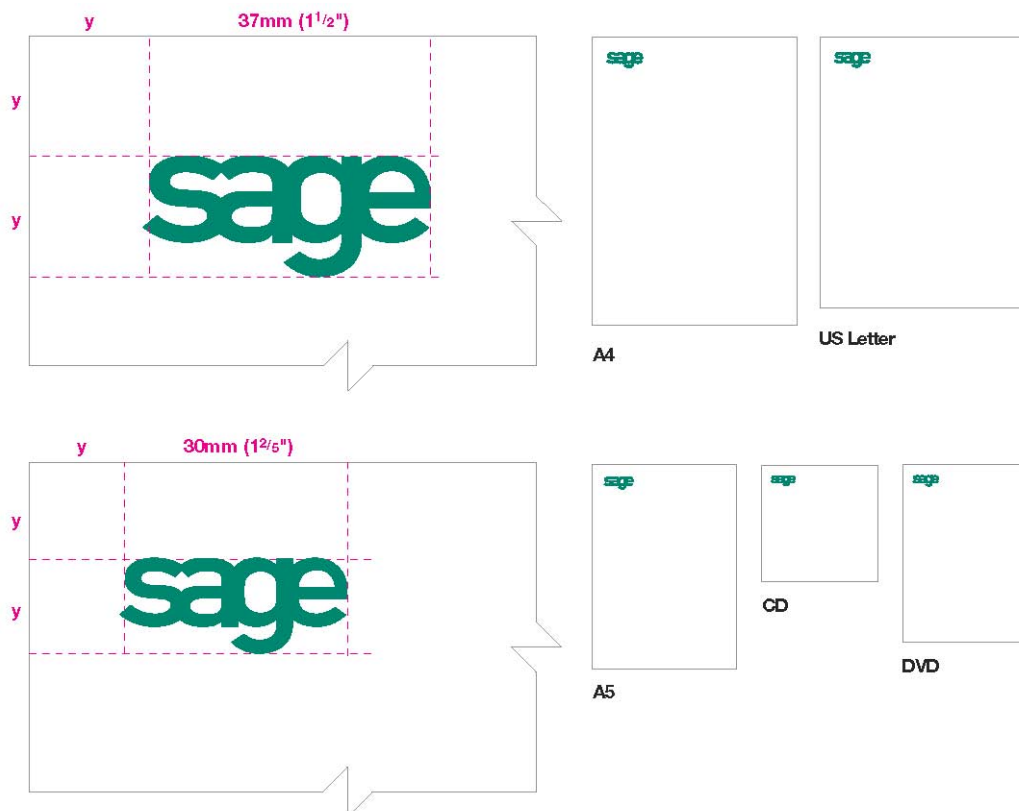


5. **Położenie logo** (np. na stronie, ogłoszeniu, czy slajdzie prezentacyjnym). Logo może być umieszczone jedynie w lewym górnym lub prawym dolnym rogu strony czy prezentacji. (Umieszczenie logo centralnie lub w prawym górnym rogu nie jest dopuszczalne)

Correct usage ✓



6. Wstawiając logo na stronę dokumentu, listu czy faksu należy pamiętać o **zastosowaniu odpowiednich marginesów tj. odległości od brzegu strony**. Nie mogą być one mniejsze niż wysokość „litery g” w znaku sage. Wielkość logo powinna pozwolić na odpowiednią jego ekspozycję i być dostosowana do „celów danego dokumentu” W przypadku dokumentów biznesowych np. ofert, logo nie powinno przytłaczać głównej treści a stanowić jedynie jego sygnaturę.



7. **Czcionka:** podstawową czcionką korporacyjną jest Hevetica Neue. Drugą Stone Serif. We wszystkich dokumentach biznesowych (Word, Powerpoint, Outlook) należy stosować Arial.
8. **Kolory.** Poniżej znajdują się informacje o **podstawowych kolorach** używanych przez Grupę. Zaleca się by tworząc jakiś materiał np. prezentację lub tabelę zdefiniować sobie te kolory wpisując odpowiednie wartości (nie powinno się robić tego na tak zwane „oko”). Niektóre kolory dopuszczalne są w różnych poziomach nasycenie – oznaczone to zostało plusem . Dodatkowe kolory wraz z ich charakterystyką znajdują się w pliku Visual Identity System.pdf

| Nazwa             | Model |     |     |     |   |    |    |         |          | nasycenie |     |     |
|-------------------|-------|-----|-----|-----|---|----|----|---------|----------|-----------|-----|-----|
|                   | R     | G   | B   | C   | M | Y  | K  | Web     | Hex      | 75%       | 50% | 25% |
| Zielony Sage      | 0     | 132 | 105 | 100 | 0 | 65 | 30 | #009966 | #008469  | +         | +   | +   |
| Szary Sage        | 126   | 139 | 122 | 20  | 0 | 10 | 50 | #999999 | #07E8B7A |           | +   |     |
| Sage Akcent Green | 205   | 230 | 160 | 17  | 0 | 34 | 0  | #CCFF99 | #CDE6A0  |           | +   |     |
| Biały             |       |     |     |     |   |    |    |         |          |           |     |     |