



# KSIĘGA ZNAKU

Specyfikacja użytkowania logotypu



## SPIS TREŚCI

Wzór znaku firmowego .....	<b>1</b>
Kolorystyka znaku firmowego .....	<b>2</b>
Tło znaku firmowego .....	<b>3</b>
Niedozwolone tło znaku firmowego .....	<b>4</b>
Wariant alternatywny logo – w kole .....	<b>5</b>
Wariant monochromatyczny /czarny/ znaku .....	<b>6</b>
Wariant achromatyczny /w negatywie/ znaku .....	<b>7</b>
Minimalna wielkość znaku firmowego .....	<b>8</b>
Pole ochronne znaku firmowego .....	<b>9</b>
Niedozwolone modyfikacje znaku firmowego .....	<b>10</b>



**Znak firmowy** jest podstawowym elementem komunikacji wizualnej, a niniejsze opracowanie zawiera specyfikację jego stosowania dla **Polskiej Izby Ekologii**.

Należy ściśle przestrzegać zawartych w nim zasad i zaleceń, ponieważ tylko w ten sposób można stworzyć i utrwalić spójny wizerunek firmy.

Znak firmowy **Polskiej Izby Ekologii** składa się z dwóch elementów typograficznych – nadrzędnego, który stanowi skrót nazwy firmy („**pie**”) oraz elementu podrzędnego, który wraz z częścią wspólną z elementem nadrzędnym jaką jest pierwsza litera skrótu „**p**” stanowi pełną nazwę „**Polska Izba Ekologii**”

Typograficzny element nadrzędny znajduje się bezpośrednio nad elementem podrzędnym. Oba elementy są w tym samym zielonym kolorze.

Dopełnieniem nadrzędnego elementu typograficznego (skrótu „**pie**”) i jednocześnie nierozłącznym elementem całego logotypu jest prosta, linearna forma liścia w tym samym zielonym kolorze, która łączy się bezpośrednio z literą „**i**” oraz pozioma, biało-czerwona „bänderola”, umiejscowiona w literze „**p**” w nadrzędnym elemencie typograficznym, będąca graficznym nawiązaniem do kolorów flagi Polski.





Kolorystyka znaku firmowego zawiera się w dwóch kolorach – ZIELONYM oraz CZERWONYM, które zostały określone odpowiednimi wartościami CMYK, pantone, RGB, RAL oraz HEX.

Kolor ZIELONY występuje w nadrzędnym i podrzędnym elemencie typograficznym oraz w linearnej formie liścia. Kolor CZERWONY występuje w biało-czerwonej „banderoli”, umiejscowionej w literze „p”, w nadrzędnym elemencie typograficznym.



CMYK: 0 | 100 | 100 | 0

PANTONE: 185 C

RGB: 237 | 28 | 36

RAL: 3026

HEX: #ed1c24

CMYK: 100 | 0 | 100 | 0

PANTONE: 355 C

RGB: 0 | 166 | 81

RAL: 6038

HEX: #00a651



Zalecane tło dla znaku firmowego to kolor BIAŁY.



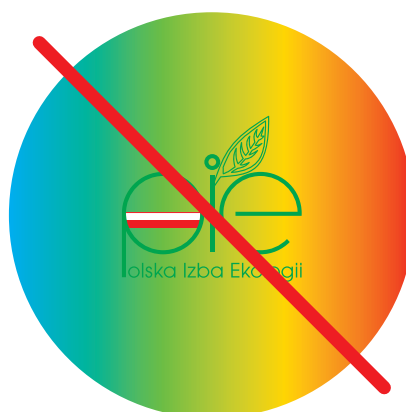
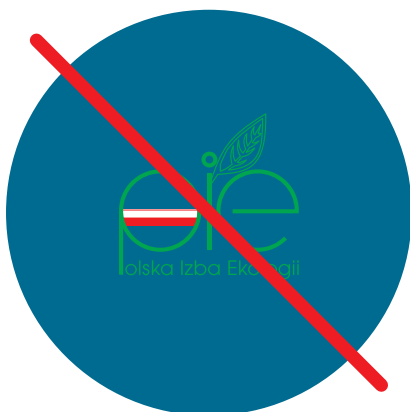
W wyjątkowych sytuacjach dopuszcza się zastosowanie znaku firmowego na jednolitych, jasnych kolorach o maksymalnym nasyceniu = 10 %.





# Niedozwolone tło znaku firmowego

Znaku firmowego nie należy stosować na ciemnych tłach, nasyconych kolorach, gradientach, patternach i bezpośrednio na zdjęciach.





W wyjątkowych sytuacjach dopuszcza się umiejscowienie logo na ciemnym tle, patternie lub zdjęciu – wówczas występuje ono w alternatywnym wariantcie w kole, z częściowym zielonym obrysem.





## Wariant monochromatyczny /czarny/ znaku 6

---

Wariant ten znajduje zastosowanie np. w druku czarno-białym.







Wariant ten znajduje zastosowanie np. w druku czarno-białym, na wyświetlaczach multimedialnych, kompozycjach graficznych z czarnym tłem.

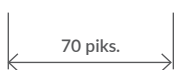




Minimalna wielkość znaku firmowego została określona na podstawie czytelności typografii znaku oraz konieczności znakowania na różnych, małogabarytowych materiałach reklamowych, promocyjnych itd.

Stosując znak firmowy należy pamiętać o konieczności zachowania jego odpowiedniej czytelności.

Dlatego rekomendowana minimalna szerokość znaku dla zastosowań offline (np. druk) to 17 mm, a dla rozwiązań online (np. strona www, social media, newsletter) to 70 px.





Pole ochronne określa obszar wokół znaku firmowego, na którym nie powinien znaleźć się żaden inny element graficzny.

Zabezpiecza to znak przed ewentualnymi zniekształceniami optycznymi i zapewnia mu niezbędną czytelność oraz ułatwia rozpoznawalność.

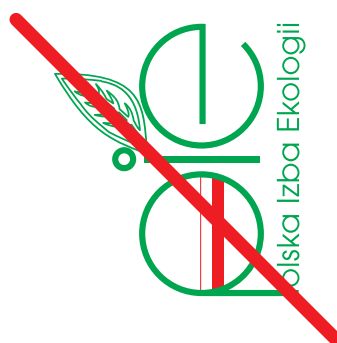
Pole ochronne wyznacza litera „e” z nadrzędnego elementu typograficznego – skrótu „pie” .





Kolorystyka, wzajemne proporcje, odległości oraz orientacja znaku firmowego są stałe i nie mogą się zmieniać, niezależnie od skali czy medium na którym są stosowane.

Dlatego niedozwolone są poniższe, przykładowe modyfikacje znaku firmowego.





**grupainfomax**  
AGENCJA REKLAMOWA

---

2025