



IDENTYFIKACJA WIZUALNA

CORPORATE IDENTITY

WYDAWNICTWO CZTERY GŁOWY



1.	Logo Wydawnictwa Cztery Głowy – wersja podstawowa	3
2.	Logo Wydawnictwa Cztery Głowy – wersja mono- i achromatyczna	3
3.	Logo Wydawnictwa Cztery Głowy – skalowanie znaku	4
4.	Logo (ogólne) – kolory	4
5.	Rodzina czcionek dla materiałów drukowanych – Futura	5
6.	Logo FISZKI® – wersja podstawowa	6
7.	Logo FISZKI® – wersja zwężona	6
8.	Logo FISZKI® – wersja podstawowa + napis	7
9.	Logo FISZKI® – wersja zwężona + napis	7
10.	Logo FISZKI® WCG – wersja podstawowa	8
11.	Logo FISZKI® WCG – wersja zwężona	8
12.	Logo FISZKI® – wersja mono- i achromatyczna	9
13.	Logo FISZKI® – skalowanie znaku	9
14.	Logo FISZKI® – niewłaściwe przykłady użycia	9
15.	Nazwy własne marek – zasady pisowni	10
16.	Zarejestrowane marki i znak ® – zasady pisowni	10
17.	Pozostałe kolory – kolory pomocnicze	10
18.	Pozostałe kolory – kolory przypisane do poziomów	10
19.	Pozostałe kolory – kolory przypisane do języków	11
20.	Przykładowe pudełko i kluczowe elementy	11
21.	Przykładowe materiały podkreślające identyfikację marki	12
22.	Przykładowe gadżety podkreślające identyfikację marki	13
23.	Paleta kolorów używanych w internecie – kolory główne	14
24.	Paleta kolorów używanych w internecie – kolory dodatkowe	15
25.	Rodzina czcionek do internetu – Open Sans	16
26.	Rozmiary czcionek i ich znaczenie	17

Logo Wydawnictwa Cztery Głowy – wersja podstawowa



Znak składa się z koła, w które wpisana jest sylwetka postaci, oraz towarzyszący jej podpis. Logo może być wzbogacone o gładko rozmyty cień (maks. krycie 35%), którego rozmiar nie przekracza 105% średnicy koła. Niebieskie pole ochronne nie wchodzi w skład logo, jednak z uwagi na to, że logo najczęściej jest prezentowane na niebieskiej apli, dla uproszczenia można traktować je jako nieodłączny element. Po uzyskaniu wcześniejszej akceptacji wydawnictwa, dozwolone jest użycie innego tła o minimalnym zafarbień 60% (przyjmując siłę koloru żółtego jako 0.2 – wtedy 100Y liczone jest jako 20%). Nie należy edytować, przekrzywiać i w jakikolwiek sposób modyfikować logo.

Logo Wydawnictwa Cztery Głowy – wersja mono- i achromatyczna



Wersja monochromatyczna może być używana tylko w przypadku ograniczeń technologicznych, po wcześniejszym uzgodnieniu z wydawnictwem. Preferowana wersja to logo na pełnej, niebieskiej apli.



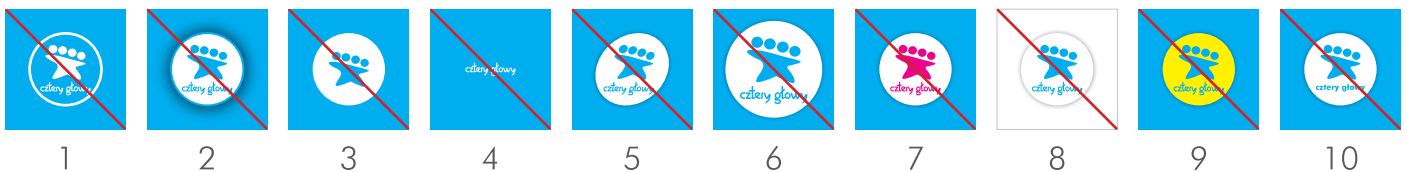
Ze względu na to, że podstawowa wersja znaku zbudowana jest w oparciu o kontrę, nie wolno stosować inwersji i używać logo w przedstawiony powyżej sposób.

Logo Wydawnictwa Cztery Głowy – skalowanie znaku

Minimalna wielkość logo zapewniająca czytelność znaku to 9mm (dla uproszczenia można przyjąć 15mm wraz z obszarem ochronnym). Brak ustalonej wielkości maksymalnej.



Logo Wydawnictwa Cztery Głowy – niewłaściwe przykłady użycia



1. Logo w nieprawidłowej kontrze
2. Logo z ramką i za mocnym cieniem
3. Logo rozczłonkowane
4. Logo rozczłonkowane
5. Logo przeskalowane względem jednej osi
6. Za mały obszar ochronny
7. Nieprawidłowy kolor
8. Niewłaściwe tło
9. Niewłaściwy kolor
10. Zmieniona czcionka w podpisie

Logo (ogólne) – kolory

Wszystkie logotypy opierają się o wspólną paletę kolorów, w której dominują niebieski i biały.

	Niebieski	Biały	Czarny	Cień
CMYK	C:100, M:0, Y:0, K:0	C:0, M:0, Y:0, K:0	C:0, M:0, Y:0, K:100	Składowa tła, zagęszczona o 35% czernią
PANTONE	Process Cyan	White	Process Black	
RGB	R:0, G:158, B:227	R:255, G:255, B:255	R:0, G:0, B:0	R:0, G:0, B:0, A:0.35
HEX	#009ee3	#ffffff	#000000	

Rodzina czcionek dla materiałów drukowanych – Futura

Czcionka Futura używana jest głównie dla materiałów drukowanych (z wyłączeniem składów). Pudełka, katalogi, ulotki, plakaty i inne tego rodzaju materiały mające jednoznacznie nawiązywać do marki FISZ-KI, są projektowane przy wykorzystaniu właśnie tej rodziny.

Nazwa kroju	Futura Lt AT
Znaki	aqbcćdeęfghijklłmnńoópqrsstuvwxyzź AȦBCĆDEĚFGHIJKLŁMNŃOÓPQRSSTUVWXYZŹ 1234567890 !@#\$%&
Wykorzystanie	Podstawowa czcionka używana w długich tekstach.

Nazwa kroju	Futura Md AT
Znaki	aqbcćdeęfghijklłmnńoópqrsstuvwxyzź AȦBCĆDEĚFGHIJKLŁMNŃOÓPQRSSTUVWXYZŹ 1234567890 !@#\$%&
Wykorzystanie	Podstawowa czcionka używana w krótkich tekstach oraz hasłach (dla zwiększenia czytelności).

Nazwa kroju	Futura Md AT Bold
Znaki	aqbcćdeęfghijklłmnńoópqrsstuvwxyzź AȦBCĆDEĚFGHIJKLŁMNŃOÓPQRSSTUVWXYZŹ 1234567890 !@#\$%&
Wykorzystanie	Czcionka używana tylko w nazwach produktów (dopuszczalna na kreacjach reklamowych jako główne hasło).

Nazwa kroju	Futura LtCn AT
Znaki	aqbcćdeęfghijklłmnńoópqrsstuvwxyzź AȦBCĆDEĚFGHIJKLŁMNŃOÓPQRSSTUVWXYZŹ 1234567890 !@#\$%&
Wykorzystanie	Czcionka używana tylko w przypadku braku powierzchni, jako tekst podstawowy.

Nazwa kroju	Futura MdCn AT
Znaki	aqbcćdeęfghijklłmnńoópqrsstuvwxyzź AȦBCĆDEĚFGHIJKLŁMNŃOÓPQRSSTUVWXYZŹ 1234567890 !@#\$%&
Wykorzystanie	Czcionka używana tylko w przypadku braku powierzchni, jako tekst wyróżniający.

Logo FISZKI® – wersja podstawowa



Logo to napis wykonany czcionką Futura Md AT Bold. Logo **FISZKI®** jest zarejestrowanym znakiem i jest chronione przez polskie prawo. Logo może być wzbogacone o gładko rozmyty cień (maks. krycie 35%), którego rozmiar nie przekracza 105% szerokości litery „l”. Niebieskie pole ochronne nie wchodzi w skład logo, jednak z uwagi na to, że logo najczęściej jest prezentowane na niebieskiej apli, dla uproszczenia można traktować je jako nieodłączny element. Po uzyskaniu wcześniejszej akceptacji wydawnictwa, dozwolone jest użycie innego tła o minimalnym zafarbieńiu 60% (przyjmując siłę koloru żółtego jako 0.2 – wtedy 100Y liczone jest jako 20%). Nie należy edytować, przekrzywiać i w jakikolwiek sposób modyfikować logo. Nie należy odtwarzać logo. Zasady obowiązują we wszystkich wersjach.

Logo FISZKI® – wersja zwężona



Wersja zwężona różni się od wersji podstawowej rozmiarem pola ochronnego. Stosowana jest w szczególnych przypadkach, gdy obszar roboczy jest ograniczony, a priorytetem jest mocne wyeksponowanie logo. Wersja zwężona może zostać użyta tylko po wcześniejszej konsultacji z wydawnictwem. Reszta zasad pozostaje niezmienną i obowiązuje tak jak w wersji podstawowej.

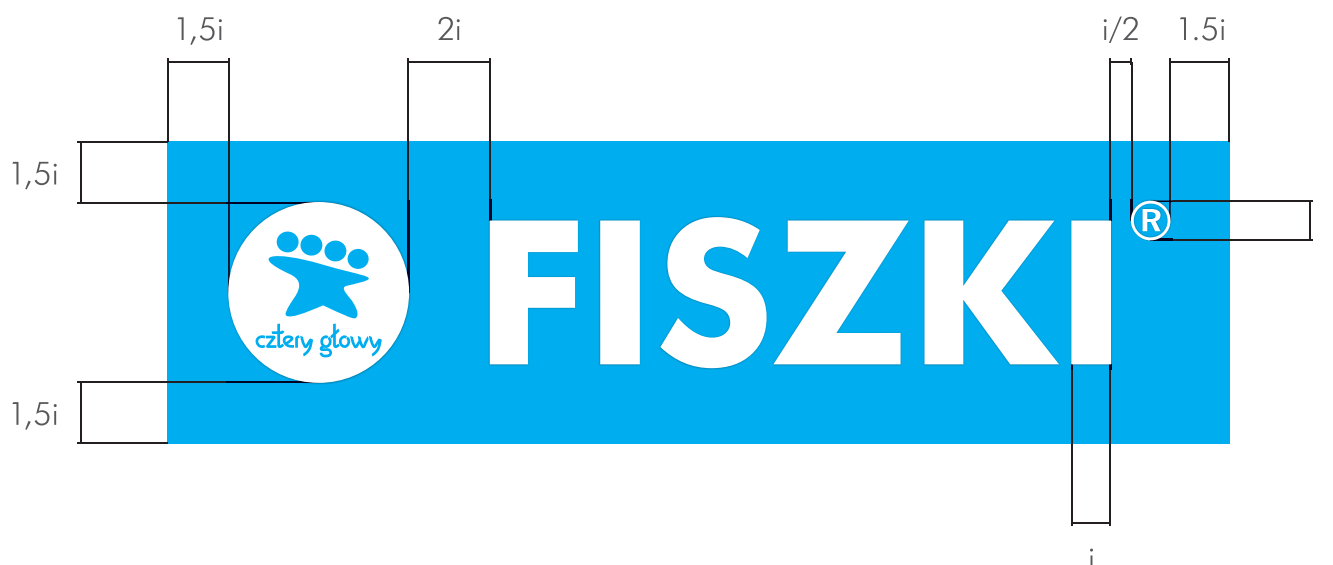
Logo FISZKI® – wersja podstawowa + napis

Jest to rozbudowana wersja logo podstawowego. Zawiera ona nazwę, która w odróżnieniu od logo, powinna być pisana czcionką Futura Md AT. Napis powinien mieć tę samą szerokość, co „FISZKI” (bez ®), oraz być odsunięty od logo na szerokość litery „l”. Pole ochronne – w tym przypadku – staje się dynamiczne, a jego dolny obszar jest liczony od podstawy napisu. Podpis nie powinien przekraczać 20 znaków (ze spacjami).

Logo FISZKI® – wersja zwężona + napis

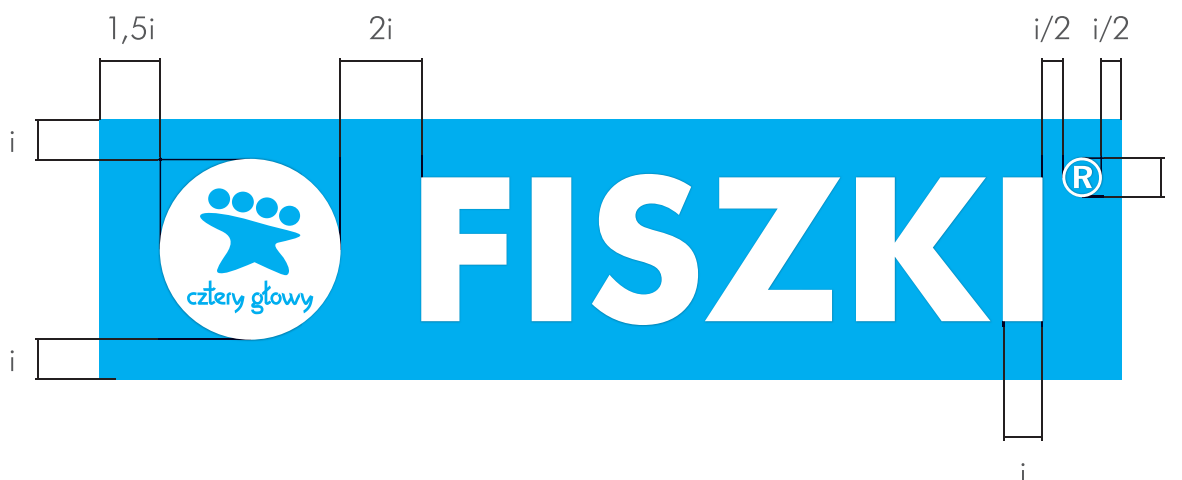
Jest to zwężona wersja logo z napisem, tworzona i używana na tych samych zasadach co wersja podstawowa + napis.

Logo **FISZKI®** WCG – wersja podstawowa



Logo jest połączeniem znaku Wydawnictwa Cztery Głowy oraz podstawowej wersji logo FISZKI®, które są odsunięte od siebie na dwukrotną szerokość litery „l”. Logo jest najczęściej używane, kiedy chcemy podkreślić nazwę wydawnictwa, a do dyspozycji jest ograniczona ilość miejsca.

Logo **FISZKI®** WCG – wersja zwężona



Wersja zwężona, używana analogicznie do wersji podstawowej w projektach z jeszcze mniejszą dostępną powierzchnią użytkową.

Logo FISZKI® – wersja mono- i achromatyczna

wersja preferowana



wersje alternatywne

Wersja monochromatyczna może być używana tylko w przypadku ograniczeń technologicznych, po wcześniejszym uzgodnieniu z wydawnictwem. Preferowana wersja to logo na pełnej, niebieskiej apli.

Logo FISZKI® – skalowanie znaku

Minimalna wielkość zapewniająca czytelność znaku to 7mm (dla uproszczenia można przyjąć 15mm wraz z obszarem ochronnym). Brak ustalonej wielkości maksymalnej.

**Logo FISZKI® – niewłaściwe przykłady użycia**

1



2



3



4



5



6



7



8



9

1. Logo w nieprawidłowej kontrze
2. Za jasne tło
3. Za jasne tło

4. Logo bez znaku ®
5. Za mały obszar ochronny
6. Nieprawidłowa pozycja logo

7. Ścięcie logo
8. Nieprawidłowa czcionka
9. Zły kolor logo

Nazwy własne – zasady pisowni

Nazwy własne marek (np. FISZKI, MEMOBOX, KLEJKI) pisane są wielkimi literami, po których następuje znak zastrzeżenia ® w górnym indeksie.

Wyjątkiem jest nazwa aplikacji na telefony, której pierwsze litera jest mała (mFISZKI). Jeżeli nazwa marki występuje w innym przypadku niż mianownik (np. FISZEK), to znaku zastrzeżenia nie używamy. Staramy się jednak unikać stosowania odmiany, zwłaszcza w przypadku pudełka MEMOBOX, kiedy to zamiast np. „MEMOBOKSU”, piszemy „pudełka MEMOBOX”.

Nazwę Wydawnictwo Cztery Głowy piszemy zawsze w całości, wielkimi literami, bez cudzysłowu.

Zarejestrowane marki i znak ® – zasady pisowni

W tekście ® jest tej samej wielkości czcionki co napis FISZKI (Futura Md At Bold) w indeksie górnym, ale nie jest pogrubione (Futura Md At).

FISZKI® MEMOBOX® KLEJKI®

w krzywych (grafika na okładkach) ® jest zmniejszone (na szerokość litery „l”) i oparte na proporcjach widocznych kilka stron wcześniej.

FISZKI® MEMOBOX® KLEJKI®

Pozostałe kolory – kolory pomocnicze

	CMYK	PANTONE	RGB	HEX
Czerwony	(0, 100, 80, 0)	711 C	(228, 0, 43)	#e4002b
Tekst	(0, 0, 0, 80)	Black 7 C	(71, 71, 71)	#474747

Pozostałe kolory – kolory przypisane do poziomów

	CMYK	PANTONE	RGB	HEX
Pre	(100, 20, 0, 0)	Process Blue C	(0, 141, 210)	#008dd2
Podstawowy	(100, 0, 100, 0)	355 C	(0, 152, 71)	#009847
Średnio zaaw.	(0, 60, 100, 0)	158 C	(240, 127, 28)	#f07f1c
Zaawansowany	(10, 100, 100, 5)	187 C	(205, 37, 39)	#cd2527
Rozszerzenia	(0, 0, 0, 70)	Cool Gray 11 C	(115, 115, 115)	#737373

Pozostałe kolory – kolory przypisane do języków

	CMYK	PANTONE	RGB	HEX
Angielski	(0, 100, 80, 0)	294 C	(0, 83, 147)	#005393
Niemiecki	(0, 100, 10, 0)	109 C	(255, 221, 0)	#ffdd00
Hiszpański	(10, 100, 100, 0)	1797 C	(213, 37, 39)	#d52527
Francuski	(30, 0, 0, 0)	290 C	(189, 228, 250)	#bde4fa
Włoski	(90, 0, 100, 25)	356 C	(0, 133, 58)	#00853a
Rosyjski	(0, 50, 100, 0)	152 C	(243, 148, 21)	#f39415
Norweski	(80, 100, 0, 0)	2607 C	(96, 48, 133)	#603085
Szwedzki	(0, 0, 60, 0)	393 C	(255, 244, 132)	#fff484
Portugalski	(30, 0, 80, 0)	583 C	(199, 214, 85)	#c7d655
Japoński	(0, 75, 0, 0)	212 C	(236, 100, 161)	#ec64a1
Chiński	(30, 90, 90, 30)	506 C	(144, 55, 45)	#90372d
Polski	(0, 100, 70, 3)	192 C	(223, 30, 64)	#df1e40

**Przykładowe pudełko i kluczowe elementy
(FISZKI – język angielski – Słownictwo 1)**

Przykładowe materiały podkreślające identyfikację marki



Przykładowe gadżety podkreślające identyfikację marki



Paleta kolorów używanych w internecie – kolory główne

Grupa kolorów	Opis
Cyjan	Kolor przewodni na stronie. Nawiązują do niego wszelkie elementy graficzne i użytkowe. Elementy oznaczone tym kolorem mają zazwyczaj charakter informacyjny i są „klikalne”.

	HEX / RGB	Występowanie
Cyjan	#009ee3 (0, 158, 227)	<ul style="list-style-type: none">• Linki produktów• Ważne elementy informacyjne• Ważne elementy graficzne (belki, tła itp.)• Nagłówki• Kolor strefy „O nas”• Kolor dla linków przy atrybucie :active (podświetlenie linku np. breadcrumbs)
Cyjan 40K	#005f88 (0, 95, 136)	<ul style="list-style-type: none">• Kolor dla linków o kolorze Cyjan, przy atrybucie :hover• Kolor tła dla boksów koszyka
Cyjan 60W	#99d8f4 (153, 216, 244)	<ul style="list-style-type: none">• Kolor linków na pasku sklepu (top)• Kolor tekstów na boksie koszyka
Cyjan 10W	#e6f5fc (230, 245, 252)	<ul style="list-style-type: none">• Kolor tła dla elementów mających zwracać na siebie uwagę (np. gratis)

Grupa kolorów	Opis
Red	Kolor związany z funkcją sprzedażową. Elementy wywołujące akcje oznaczone tym kolorem są najbardziej eksponowane na stronie (Call To Action pierwszego poziomu) i muszą jednoznacznie kojarzyć się z zakupem. Każda akcja generująca sprzedaż, bądź finalizująca transakcję, musi być oznaczona tym kolorem.

	HEX / RGB	Występowanie
Red	#e4002b (228, 0, 43)	<ul style="list-style-type: none">• Przyciski sprzedażowe• Przyciski związane z koszykiem• Nasze ceny
Red 10K	#cd0027 (205, 0, 39)	<ul style="list-style-type: none">• Kolor cienia dla przycisków o kolorze Red• Kolor tła dla przycisków o kolorze Red, przy atrybucie :hover
Red 20K	#b60022 (182, 0, 34)	<ul style="list-style-type: none">• Kolor cienia dla przycisków o kolorze Red, przy atrybucie :hover

Grupa kolorów	Opis
Green Orange	Kolory związane z elementami wywołującymi akcje. Elementy oznaczone tym kolorem, mają wyróżniać się na tle zwykłych, niebieskich linków, ale ich nie dominować. Zazwyczaj stosowane przy elementach informacyjnych lub promocjach. Call To Action drugiego poziomu.

	HEX / RGB	Występowanie
Orange	#ff6c00 (255, 108, 0)	<ul style="list-style-type: none">• Elementy graficzne• Przyciski nawiązujące do akcji
Green	#56b46e (86, 180, 110)	
Green 10K	#4da263 (77, 162, 99)	<ul style="list-style-type: none">• Kolor cienia dla przycisków o kolorze Green• Kolor tła dla przycisków o kolorze Green, przy atrybucie :hover
Green 20K	#459058 (69, 144, 88)	<ul style="list-style-type: none">• Kolor cienia dla tekstów na przyciskach o kolorze Green, przy atrybucie :hover

Paleta kolorów używanych w internecie – kolory główne

Grupa kolorów	Opis
Grey	Kolor dla elementów tekstowych, belek i obramowań.

	HEX / RGB	Występowanie
Grey 40K	#474747 (71, 71, 71)	<ul style="list-style-type: none"> • Tekst • Kolor belki dla stopki
Grey	#767676 (118, 118, 118)	<ul style="list-style-type: none"> • Tekst rozjaśniony (np. przekreślona cena) • Kolor jaśniejszej belki dla stopki
Grey 40W	#adadad (173, 173, 173)	<ul style="list-style-type: none"> • Kolor tekstu dla przycisku „nieдоступny” oraz nieaktywnych linków
Grey 60W	#c8c8c8 (200, 200, 200)	<ul style="list-style-type: none"> • Kolor linków w stopce • Kolor obramowania dla elementów (obrazki) • Kolor elementów graficznych na belkach Grey 90W, które nie mają rzucać się w oczy
Grey 80W	#e4e4e4 (228, 228, 228)	<ul style="list-style-type: none"> • Kolor tła dla boksów o kolorze Grey 90W, przy atrybucie :hover • Kolor linii oddzielających elementy (hr) • Kolor obrysu dla przycisku „nieдоступny”
Grey 90W	#f2f2f2 (242, 242, 242)	<ul style="list-style-type: none"> • Kolor tła dla boksów (kafelki, boksy, taby)

Paleta kolorów używanych w internecie – kolory dodatkowe

Grupa kolorów	Opis
Strefy	Kolory związane z zakładką „Nauka”. Każdy z kolorów oznacza odrębny kolor dla strefy. Elementy oznaczone tymi kolorami mają jednoznacznie wskazywać, po jakiej strefie aktualnie się poruszamy, dlatego też dla całego działu „Nauka” stosowany jest nieco inny CI w stosunku do reszty strony (kolory linków, nagłówków, belek itp. są w kolorach danej strefy).

	HEX / RGB	Występowanie
Student	#7dba23 (125, 186, 35)	<ul style="list-style-type: none"> • Kolor tekstu dla nagłówków • Kolor tła dla belek • Kolor tła dla boksów w dziale nauka • Kolor linków dla boksów w dziale nauka • Kolor ozdób (kwadraciki przy tekstach [punktory], linie oddzielające boksy itp.)
Rodzic	#fbbc16 (251, 188, 22)	
Lektor	#612283 (97, 34, 131)	

Rodzina czcionek do internetu – Open Sans

Nazwa kroju	Open Sans regular
Znaki	aąbcćdeęfghijklłmnńoópqrsstuvwxyzźż AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPQRSSTUVWXYZŹŻ 1234567890 !@#\$%&
Wykorzystanie	Podstawowa czcionka

Nazwa kroju	<i>Open Sans italic</i>
Znaki	<i>aąbcćdeęfghijklłmnńoópqrsstuvwxyzźż</i> <i>AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPQRSSTUVWXYZŹŻ</i> <i>1234567890 !@#\$%&</i>
Wykorzystanie	Czcionka używana tylko w nazwach produktów (dopuszczalna na kreacjach reklamowych jako główne hasło).

Nazwa kroju	Open Sans semibold
Znaki	aąbcćdeęfghijklłmnńoópqrsstuvwxyzźż AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPQRSSTUVWXYZŹŻ 1234567890 !@#\$%&
Wykorzystanie	Podstawowa czcionka, używana w krótkich tekstach oraz hasłach (dla zwiększenia czytelności).

Rozmiary czcionek i ich znaczenie

Wielkość	x-large
Opis	Najważniejsza informacja na stronie. W jednej sekcji powinien znajdować się tylko jeden tekst tej wielkości (dopuszczalne jest użycie tej wielkości np. jako nagłówek i na banerze wyświetlanym na tej samej stronie – są to dwie różne sekcje).
Wykorzystanie	<ul style="list-style-type: none">• Jako nagłówek (czcionka tylko pogrubiona, może przejmować kolor sekcji na stronie – np. zielony w zakładce „Nauka”)• W kreacjach reklamowych – jako najważniejsza informacja (pogrubiona, wersalikami). W wyjątkowych przypadkach – w celu uzyskania lepszego odbioru wizualnego dopuszczalne jest użycie wersji niepogrubionej, pisanej małymi literami.

Wielkość	large
Opis	Ważna informacja na stronie. W jednej sekcji może znajdować się wiele tekstów tej wielkości.
Wykorzystanie	<ul style="list-style-type: none">• Jako tytuł artykułu, nazwa kategorii, nazwa itemu na liście itp. (tylko wersja pogrubiona)• Jako duży button• Jako tekst/opis na kreacji reklamowej

Wielkość	normal
Opis	Podstawowa informacja na stronie.
Wykorzystanie	<ul style="list-style-type: none">• Wszystkie standardowe elementy i teksty• Jako standardowy button• Wyróżnienie w tekście (wersja pogrubiona)

Wielkość	small
Opis	Informacja mniej ważna od standardowego tekstu lub taka, która jest równie ważna, ale ma zostać przeczytana w drugiej kolejności (nie ma odwracać uwagi od tekstu standardowej wielkości).
Wykorzystanie	<ul style="list-style-type: none">• Okruszki (breadcrumbs)• Mniej ważne teksty (np. opis pod zdjęciem)• Elementy wywołujące akcje, które nie mają ściągać na siebie uwagi (nawigacja, przyciski filtrów itp.)• Objasnienia oznaczone gwiazdką• Stopka

Wielkość	x-small
Opis	Informacja najmniej ważna lub taka, która ma być przeczytana na końcu. Ze względu na ekstremalnie niską czytelność, używana praktycznie tylko w elementach akcyjnych oraz miejscach w których tych elementów się spodziewamy.
Wykorzystanie	<ul style="list-style-type: none">• Elementy wywołujące akcje, które nie mają ściągać na siebie uwagi (nawigacja, przyciski filtrów itp.)

WYDAWNICTWO CZTERY GŁOWY

ul. Topolowa 2/2,
80-255 Gdańsk,
tel./fax: 58 341 6048,
biuro@czteryglowy.pl