



BRANDBOOK



CLEVER FRAME®

Wstęp

Jako marka, której realizacji wywarły przez lata istotny wpływ na polskie i europejskie wystawiennictwo, chcemy umocnić naszą pozycję rynkową również w kwestii spójności komunikacji i wizerunku.

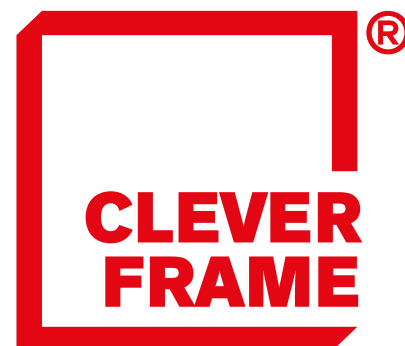
W odpowiedzi na tę potrzebę stworzyliśmy dokument zawierający opis kluczowych składników identyfikacji marki Clever Frame, który porządkuje elementy wizualne w celu prawidłowego konstruowania jej wizerunku oraz określa zasady ich wykorzystania na różnorodnych nośnikach.

Brandbook Clever Frame adresowany jest do wszystkich osób zaangażowanych w realizację zadań wpływających na postrzeganie marki, w tym działów marketingu, redakcji prasowych, agencji reklamowych czy projektantów graficznych.



1.1. Logotyp – wariant podstawowy

Logo jest najważniejszym elementem identyfikacji i tożsamości marki Clever Frame. Sygnet cechuje się ponadczasową, minimalistyczną formą. Jego geometria reprezentuje porządek i nawiązuje do portfolio produktowego marki. Nowoczesne ścięcia symbolizują dynamikę i rozwój, a intensywny odcień czerwieni podkreśla pasję i odwagę do tworzenia.



1.2. Logotyp – wariant typograficzny

W sytuacjach, gdy nie ma możliwości użycia logotypu wraz z sygnetem, dopuszcza się użycie typograficznej wersji znaku (jedno lub dwuwierszowej).

**CLEVER
FRAME®**

CLEVER FRAME®

1.3. Logotyp – warianty kolorystyczne

Logo w wariantach podstawowych występuje w charakterystycznej dla marki intensywnej czerwieni. Warianty kolorystyczne uzupełniają to czerń i biel. Dopuszczalne jest użycie różnego natężenia odcieni szarości. Minimum 20% black.

Dopuszczalne jest stosowanie logotypu na grafikach i zdjęciach, które stanowią formę tła i nie zakłócają czytelności znaku.



CMYK 0/100/100/0
 RGB 277/6/19
 HEXC e30613
 PANTONE 485 C
 RAL 3028



CMYK 0/0/0/20
 RGB 218/218/218
 HEXC ADADA



CMYK 0/0/0/100
 RGB 0/0/0
 HEXC 000000

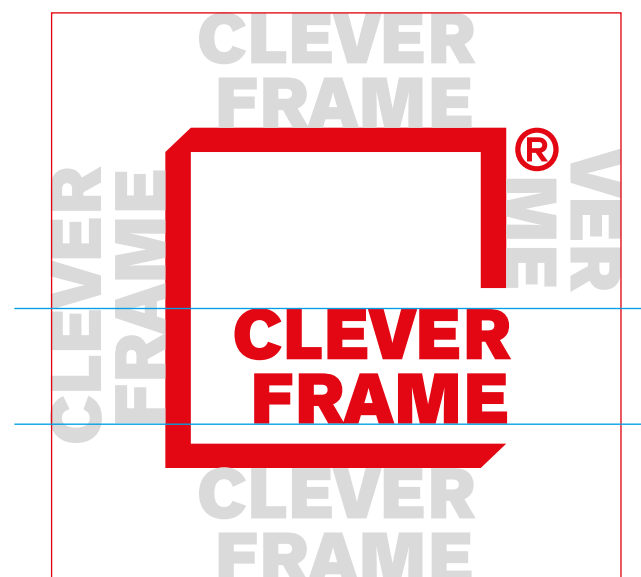


CMYK 0/0/0/0
 RGB 255/255/255
 HEXC FFFFFFFF

1.4. Pole ochronne znaku

Pole ochronne logotypu oznacza minimalną odległość elementów graficznych od znaku.

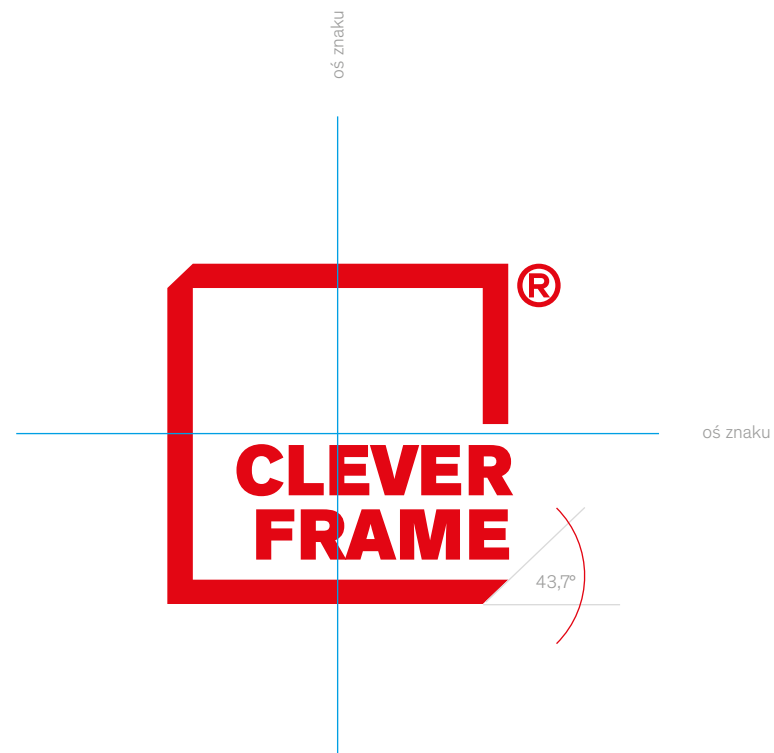
W logotypie Clever Frame® reguluje je wysokość nazwy marki.



1.5. Konstrukcja znaku

Znak składa się z typograficznego logotypu wzbogaconego o opisujący go sygnet. Ścięcia mierzą $43,7^\circ$. Integralną jego częścią jest symbol zastrzeżenia znaku towarowego.

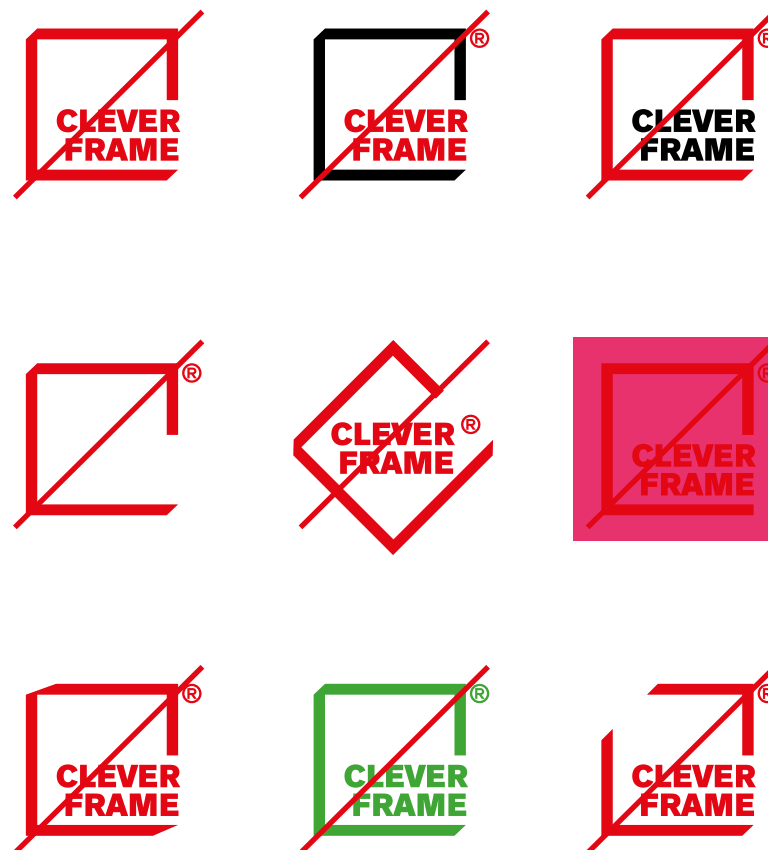
Środkując logotyp punktem odniesienia jest sam sygnet bez symbolu znaku towarowego "@".



1.6. Niedozwolone użycie

Przy eksploatacji logo należy zwrócić uwagę na zachowanie geometrii znaku, kolorystyki, obszaru bezpiecznego oraz jego konstrukcji. Nie dopuszcza się nieproporcjonalnego skalowania, obracania sygnetu, zmiany kąta ścięcia narożników czy użycia na tle zaburzającym jego czytelność.

Integralną częścią logotypu jest symbol zastrzeżenia znaku towarowego "®".



1.7. Claim

Claim jest dopowiedzeniem zarówno komunikacyjnym, jak i graficznym osobowości marki Claver Frame. Może być użyty na wszystkich materiałach drukowanych i digitalowych w towarzystwie logotypu lub samodzielnie

Uwaga: logo z claimem to forma, która ma niższy próg czytelności, dlatego nie zaleca się jej użycia na małych nośnikach.

**CLEVER
FRAME[®]
MODULAR
SALES
SUPPORT
ARCHITEC-
TURE**

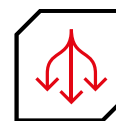
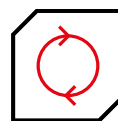
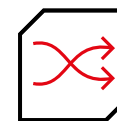
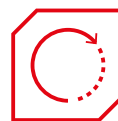
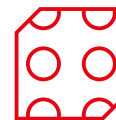
2.1. Ikony

Ikony służą do wizualizowania pojęć czy wartości w oszczędny i czytelny w odbiorze sposób. Zostały opracowane w nawiązaniu do charakterystycznych dla identyfikacji geometrycznych kształtów.

Zaprezentowane ikony są punktem wyjścia. Przy projektowaniu kolejnych należy zachować grubość linii, kolorystykę oraz wypracowaną stylistykę.

W zależności od kompozycji można użyć:

- ikon dwukolorowych (czerni + czerwieni)
- ikon jednokolorowych (czerni lub czerwieni)
- ikon w skali szarości (min 20% K)
- ikon w kontrze (biały)



2.2. Liternictwo

Theinhardt
Bold

Theinhardt
Bold

Theinhardt
Regular

Tytuł artykułu

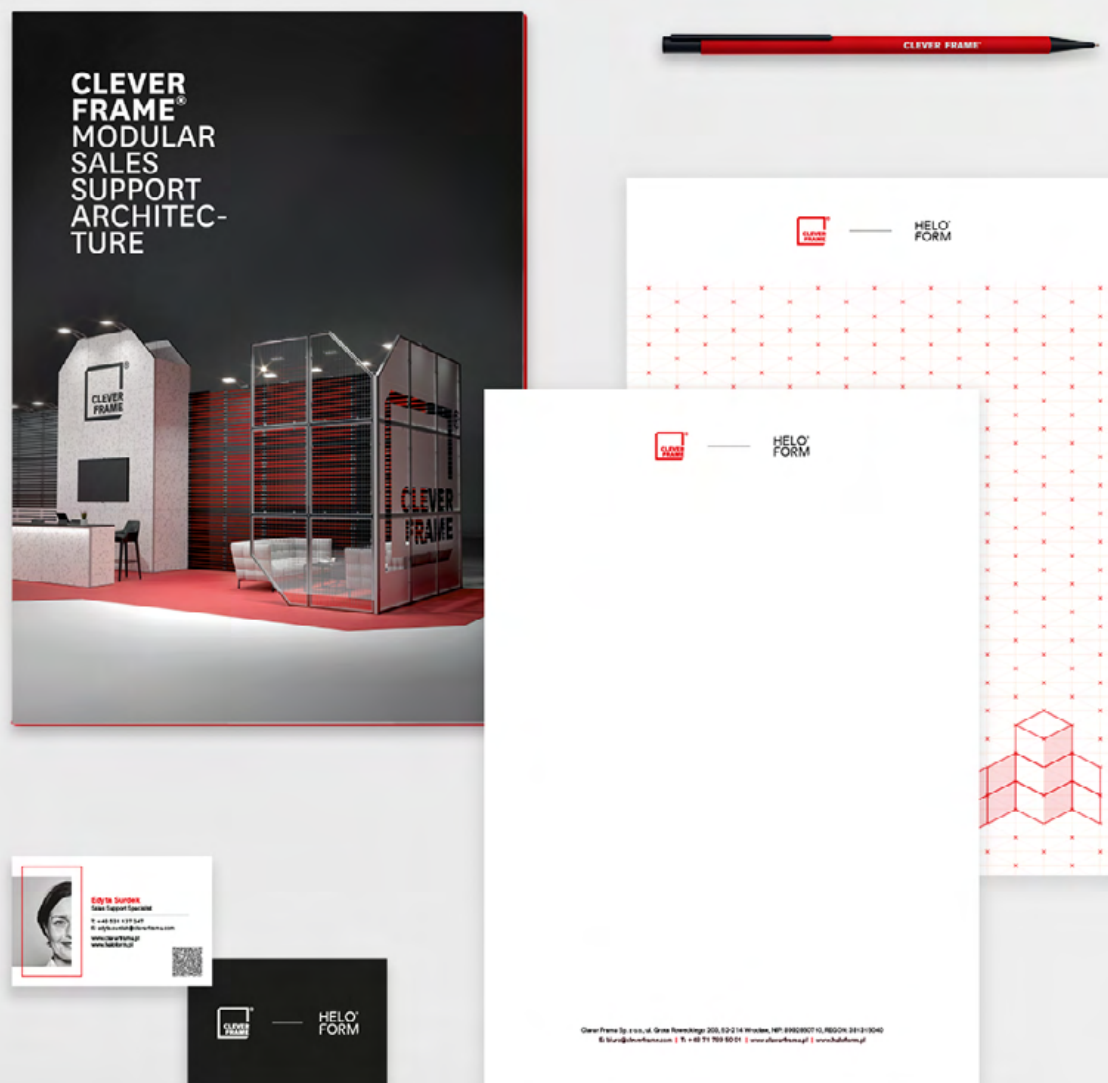
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugai.

2.3. Dokumenty i gadżety reklamowe

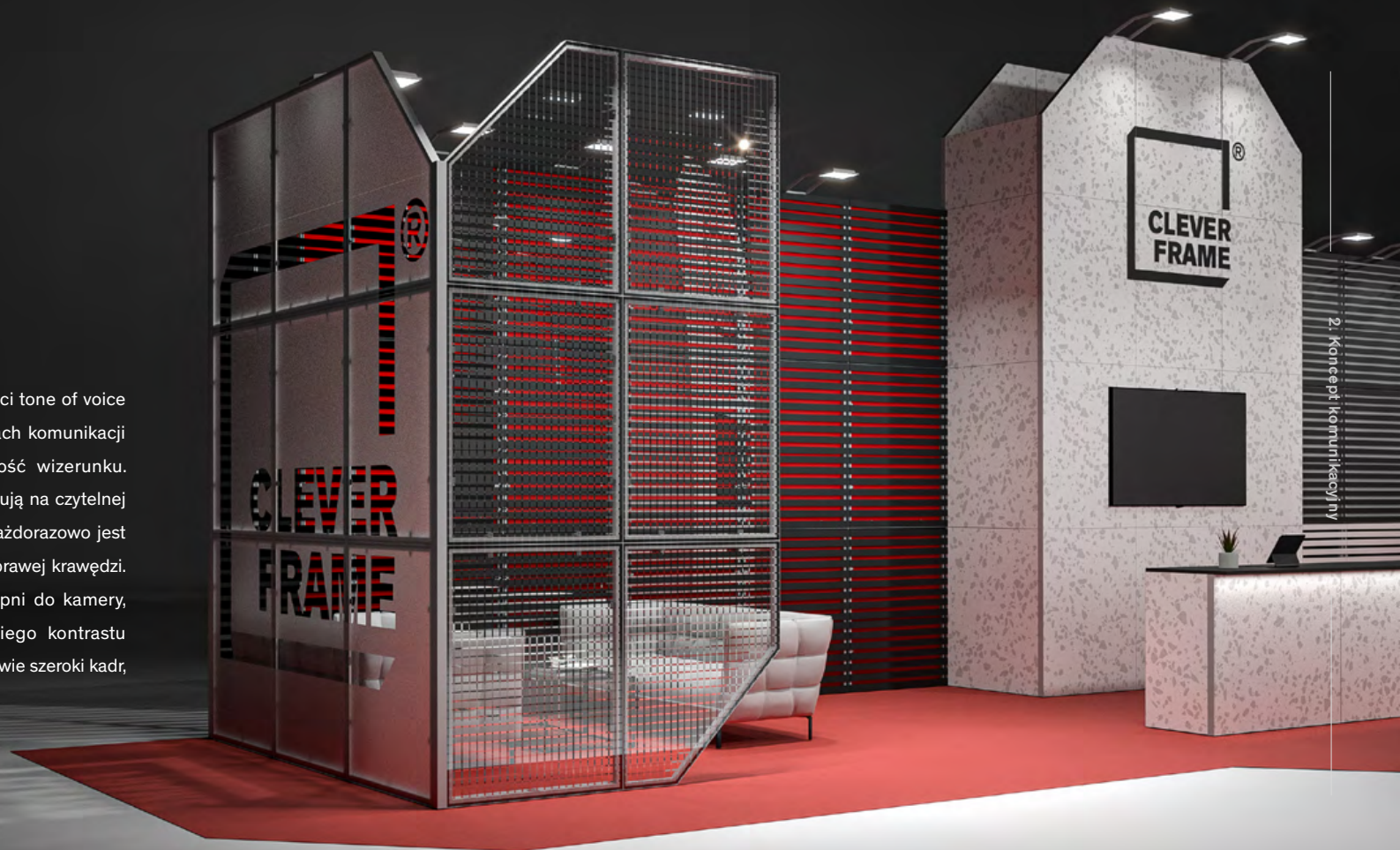
Dokumenty firmowe Clever Frame® są wspólne z sub-brandem HELO FORM®.

Utrzymane w minimalistycznej konwencji, wzbogacone renderowanymi ilustracjami stoisk Clever Frame®.



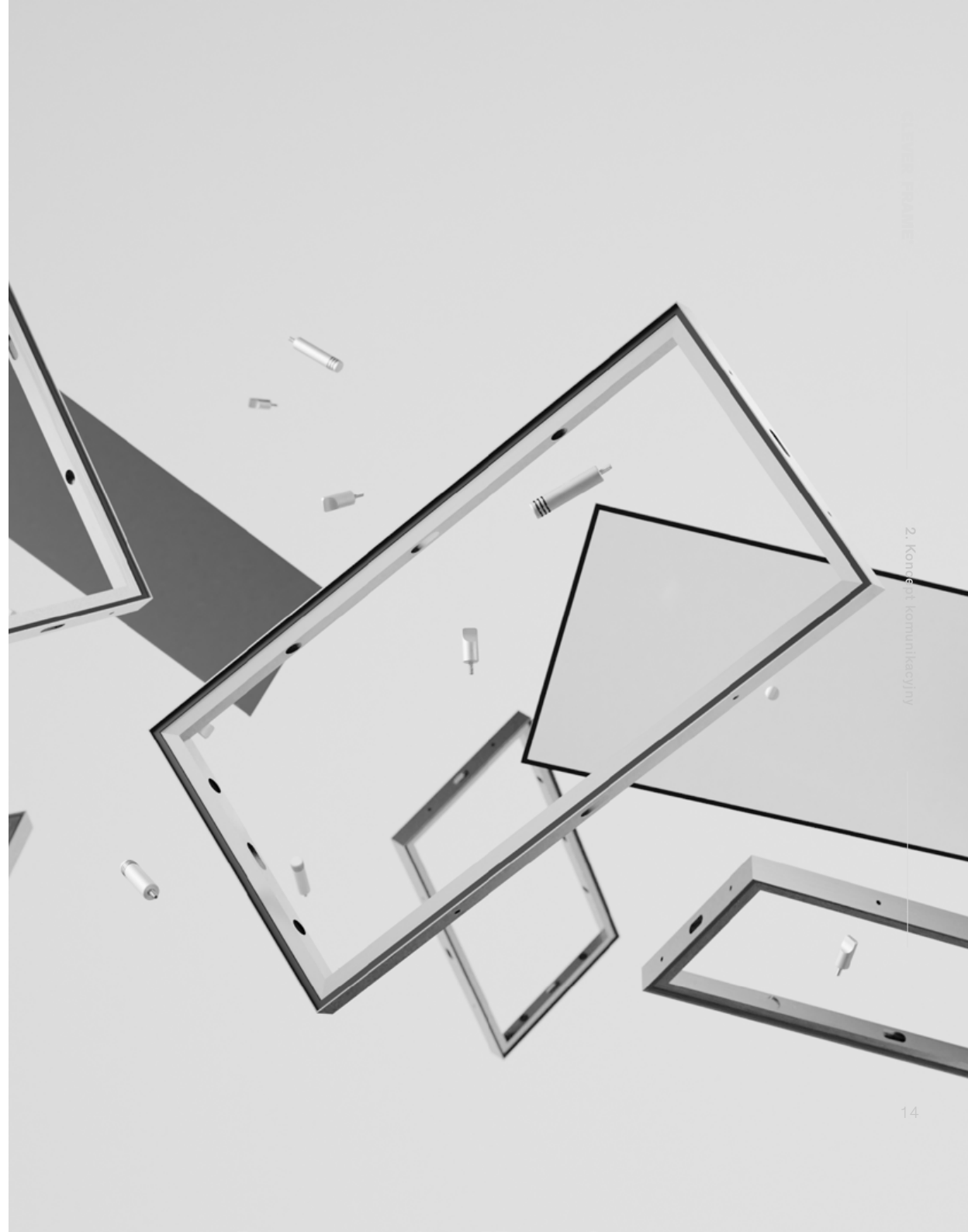
2.4. Key Visual

Wizualizacje stanowią jedną z kluczowych części tone of voice Clever Frame. Wykorzystywane w wielu kanałach komunikacji online i offline pozwalają zachować spójność wizerunku. Wizualizacje będące identyfikatorem marki bazują na czytelnej kompozycji z jednym punktem centralnym – każdorazowo jest to projekt stoiska poprowadzony od lewej lub prawej krawędzi. Stoisko ustawiane jest pod kątem 15-30 stopni do kamery, z zastosowaniem długich cieni oraz wysokiego kontrastu oświetlenia. Projektując zawsze wybieramy możliwie szeroki kadr, który sprawdzi się w wielu formatach.



2.4. Key Visual

Wizualizacje elementów konstrukcyjnych stanowią uzupełnienie przewodniego motywu graficznego. Zaprezentowane w dynamicznym ujęciu, bez znacznych kontrastów tonalnych oraz punktu centralnego, mogą być wykorzystywane jako niezależna ilustracja lub jako tło okładek czy innych materiałów marketingowych. W zależności od sytuacji oraz specyfiki projektu w tego typu layoutach stosujemy wyłącznie odcienie z podstawowej palety kolorystycznej – odcienie głębokiej czerwieni lub szarości. Niedopuszczalne są jakiegokolwiek manipulacje bądź odstępstwa – np. wykorzystywanie kontrastujących akcentów kolorystycznych.



2.4. Key Visual

Layouty charakteryzują się uporządkowaną dynamiką prostokątnych lub kwadratowych grafik.

Grafiki nie powinny zachodzić na siebie, zachowując światło.



METRAŻ	▲ 120 m ²	▲ 60 m ²
<p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.</p>		



2.4. Key Visual

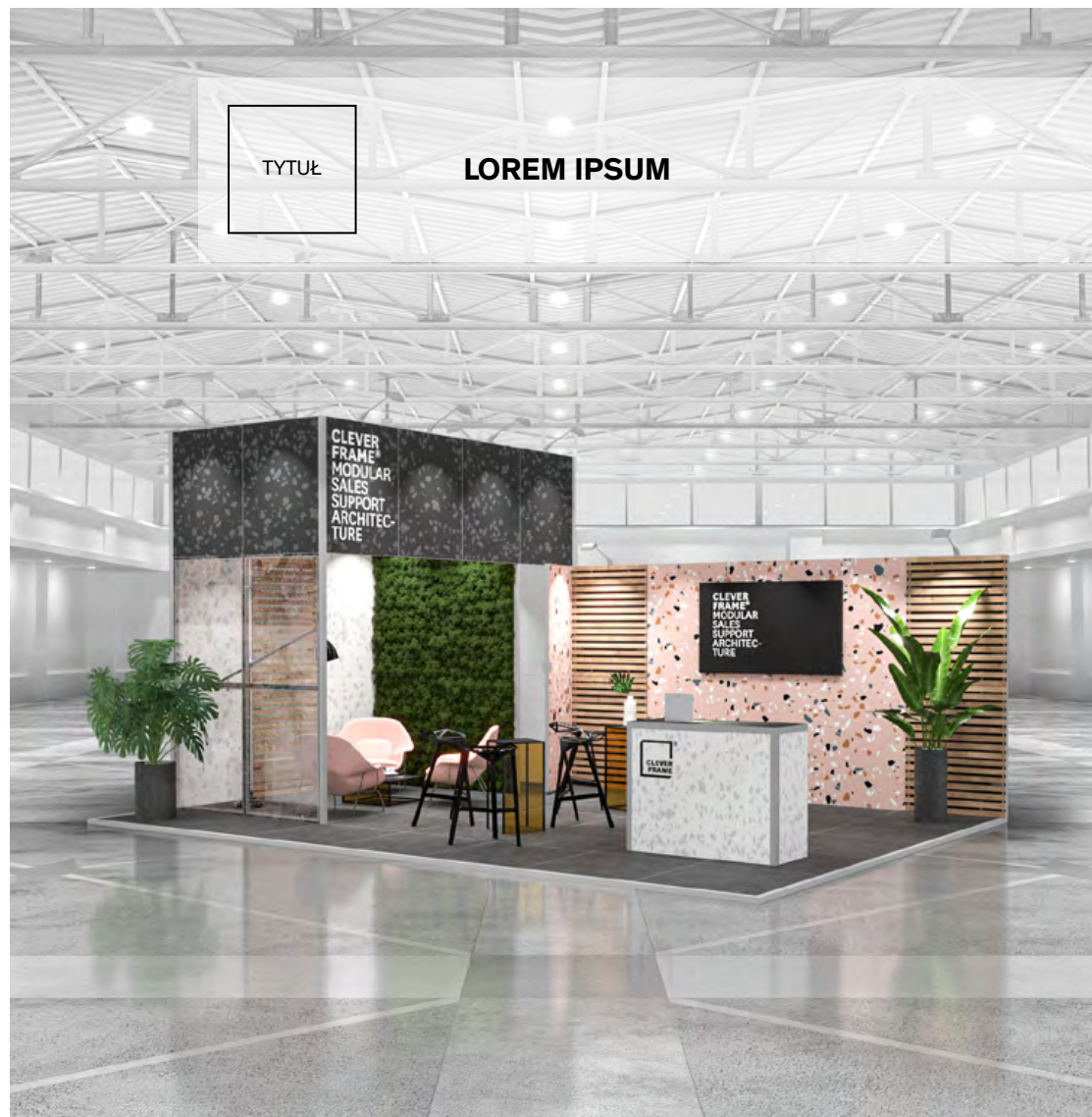
Elementem porządkującym kompozycję i typografię jest cienka, czerwona, czarna lub szara linia pionowa lub pozioma. Preferowane grafiki minimalistyczne, sugerujące proces, w stonowanych kolorach lub z elementami czerwieni.



Lorem Ipsum

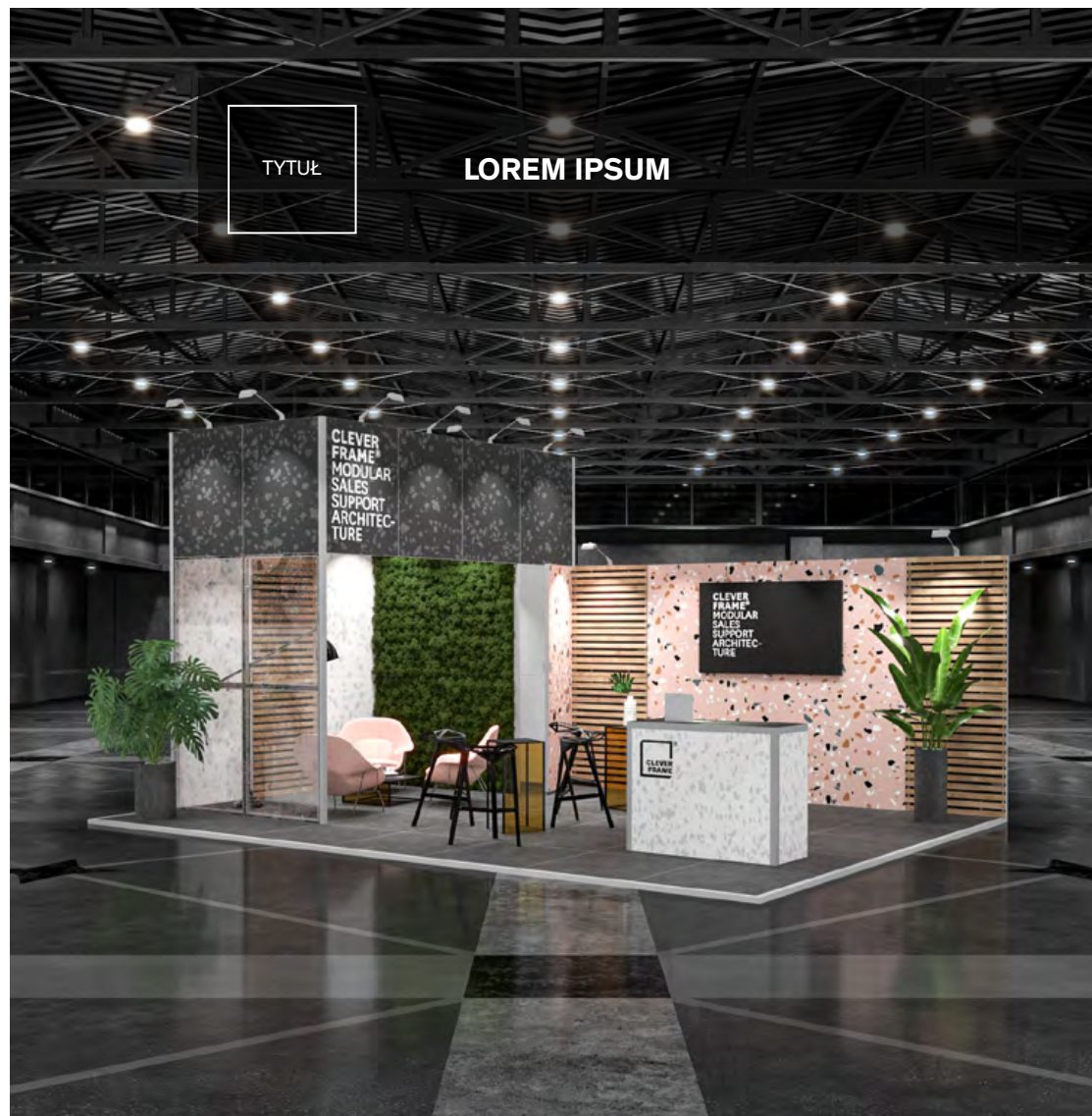
2.5. Tekst na jasnej grafice

Należy zadbać o czytelność, a także odpowiednią ilość światła.



2.5. Tekst na ciemnej grafice

Należy zadbać o czytelność, a także odpowiednią ilość światła.



2.6. Strona internetowa cleverframe.pl

Stronę internetową należy traktować jako key visual dla wszystkich publikacji digital.



2.7. Wspólne użycie logotypów Clever Frame® oraz HELO FORM®

HELO FORM® to sub-brand spółki Clever Frame®. Layout, na którym jest wymagane użycie obu logotypów jednocześnie, powinien zachować czytelność, nie przytaczając swoim stylem żadnej ze stron.

Pozioma linia – łącznik będący platformą między markami, wzmacnia komunikat współistnienia Clever Frame® wraz z sub-brandem HELO FORM®.



HELO®
FORM

2.8. Uzupełniające motywy graficzne i akcenty dekoracyjne

01. Pozioma linia



—

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

02. Symbol cytatu



03. Punktory



04. Button



2.8. Uzupełniające motywy graficzne i akcenty dekoracyjne

05. Linia separująca

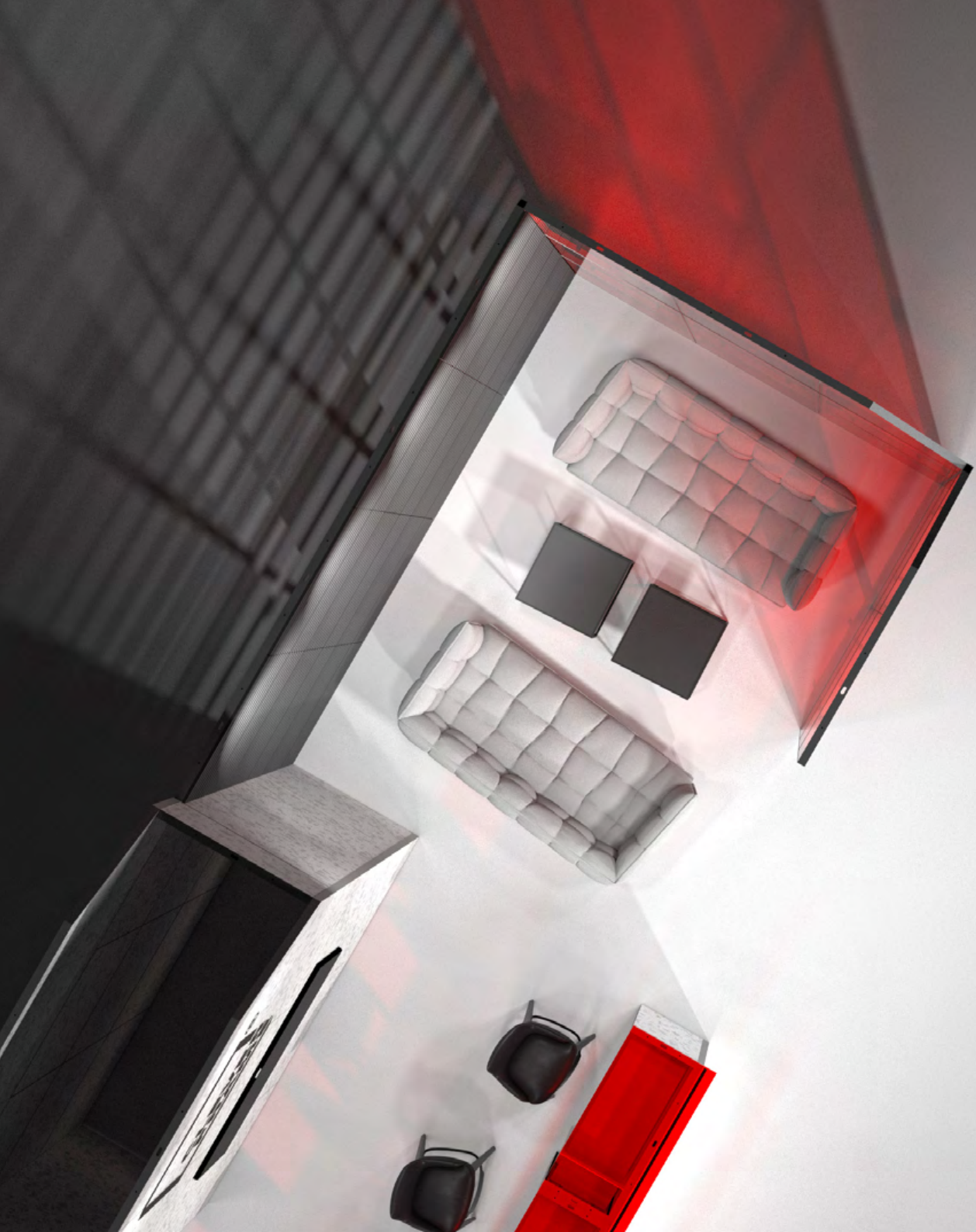


06. Tytuł działu w kwadracie



07. Opis stoiska w tabeli

METRAŻ	▲ 120 m ²	▲ 60 m ²
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.		



Dziękujemy, że pomagasz nam tworzyć spójną narrację i kreować wizerunek marki Clever Frame zgodnie z zasadami opracowanymi w brandbooku.

W razie wątpliwości prosimy o kontakt:

marketing@cleverframe.com

Clever Frame Sp. z o. o.
ul. Grota-Roweckiego 203
52-214 Wrocław

+48 71 789 50 01
biuro@cleverframe.com
www.cleverframe.pl