



## WSTĘP

Spółka MTI-Furninova Polska chce zbudować swoją pozycję na rynku przy pomocy silnej i stabilnej marki.

Marka mti-furninova ma gwarantować wysoką jakość, bezpieczeństwo i wygodę użytkowania przez cały okres życia produktu.

Marka mti-furninova ma również odzwierciedlać główne wartości firmy: rzetelność, postęp i troskę o klienta.

Księga Znaków ma zapewnić spójność marki mti-furninova wszędzie tam gdzie firma jest obecna ze swoimi produktami.

Przestrzegając zasad używania znaku towarowego mti-furninova zawartych w tej Księdze budujemy i wzmacniamy wizerunek firmy przyczyniając się w ten sposób do jej sukcesu.

## MISJA

Jakość, wygląd i ergonomia naszych produktów w dużej mierze zależą od filozofii, która nam przyświeca.

Dzięki niej rzetelność i solidność to nie tylko pusty slogan ani nic nie znaczące słowa, to wizytówka każdego z nas.

Ale mamy też silne alter ego. Nasze drugie ja to młodzieńcza ciekawość, niepokorność i nonkonformizm.

To dzięki temu możemy ciągle zaskakiwać, rozwijać się i być o krok do przodu.

Nasza misja to zachowanie równowagi pomiędzy naszym ja i ja...

## CHARAKTER MARKI

Marka mti-furninova powinna posiadać swoją własną, unikalną osobowość rozpoznawaną przez Konsumentów, partnerów handlowych i konkurencję.

Wszędzie tam gdzie pojawi się nazwa mti-furninova ludzie powinni z łatwością identyfikować ją z wartościami, wizerunkiem i misją firmy.

## PODSTAWOWA KSIĘGA ZNAKU

Księga znaku jest narzędziem przeznaczonym dla projektantów i osób tworzących materiały reklamowe - tych zatrudnionych w firmie, jak również współpracujących agencji zewnętrznych oraz wszystkich osób współpracujących z nami w zakresie komunikacji marketingowej.

Znajdują się w niej wszystkie wskazówki dotyczące właściwego i spójnego wykorzystywania naszej marki. Zasad w niej zawartych powinno się bezwzględnie przestrzegać dla dobra i spójności wizerunku.

## LOGO

Nowe logo firmy składa się z sygnetu w kształcie litery F i logotypu - napisu mti furninova.

Kształt i kolory znaku graficznego kojarzą się z wygodą, miękkością i ergonomią produktów. Wkomponowana w logotyp duża litera R nawiązuje do nonkonformizmu i niepokorności wpisanej w filozofię firmy.

Logo posiada dwie równorzędne odmiany - poziomą i pionową. Użycie konkretnej z nich powinno być podyktowane specyfiką danego zastosowania.

Pod uwagę mogą być brane np. względy kompozycyjne, czy też kształt przestrzeni w której chcemy umieścić znak.



## SYGNET

Sygnet symbolizujący modułową sofę odzwierciedla ideę swobody w konfiguracji mebla co daje duże możliwości personalizacji sofy.



## LOGOTYP

Logotyp przygotowany został na bazie indywidualnie modyfikowanej czcionki.

mti furninova

**WERSJA PODSTAWOWA**



**WERSJA SKALA SZAROŚCI**



**WERSJA MONOCHROMATYCZNA  
CZARNA**

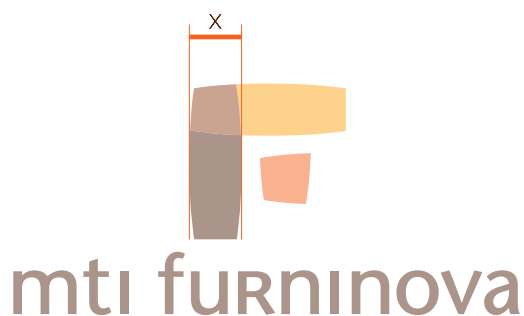


**WERSJA ACHROMATYCZNA**



## WYZNACZANIE JEDNOSTKI PODSTAWOWEJ

Grubość pionowego elementu sygnetu wchodzącego w skład logo jest jednostką podstawową stosowaną przy pozycjonowaniu logo.

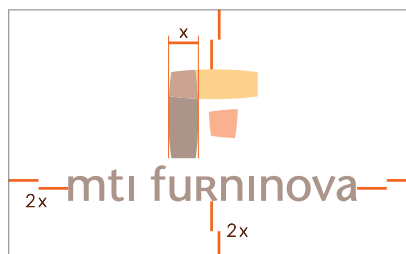


## POLE OCHRONNE LOGO

Pole ochronne to otaczający logo obszar, w którym nie może być żadnych innych elementów graficznych.

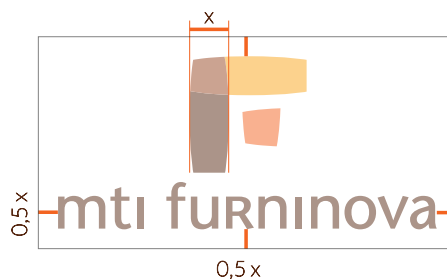
Przy ustalaniu pola ochronnego wokół znaku należy posłużyć się jednostką podstawową.

Minimalne rozmiary wolnej przestrzeni wokół logo mti-furninova odpowiadają zawsze 2 x jednostka podstawowa ze wszystkich stron. Rozmiar pola ochronnego dotyczy logo jak i samego sygnetu.



## POLE OCHRONNE LOGO WYJĄTKI

W wyjątkowych sytuacjach można zastosować zmniejszone pole ochronne (banery, standy reklamowe) do 0,5 jednostki podstawowej.



## MINIMALNE ROZMIARY LOGO

Aby logo mti-furninova było czytelne, musi być drukowane z minimalnym wymiarem zapewniającym jego widoczność.

W przypadku nadruku logo jego minimalna wysokość wynosi 6 mm w wersji pionowej i 4 mm w wersji poziomej.



## SKALOWANIE LOGO

Znak należy skalować proporcjonalnie, w całości, nie rozdzielając poszczególnych elementów, uwzględniając jego pole ochronne. Umożliwi to zachowanie wszystkich wartości plastycznych.

Zasada skalowania znaku wraz z jego polem ochronnym jest jednakowa dla wersji pionowej i poziomej we wszystkich wersjach kolorystycznych



## KOLORY WERSJI PODSTAWOWEJ

Kolory podstawowej wersji logo tworzą elegancję i jednocześnie barwną, pogodną i ciepłą całość.



C0/M40/Y100/K0 | RGB (254,153,0) | HEX #FE9900



C0/M75/Y100/K0 | RGB (255,64,1) | HEX #FF4001



C20/M75/Y90/K30 | RGB (142,44,17) | HEX #8E2C11



C35/M75/Y85/K60 | RGB (65,25,15) | HEX #41190F

## SYMBOLIKA KOLORÓW LOGO

**Kolor żółty** - oznacza radość, optymizm, szczęście, idealizm, rozsądek i dostatek. Zachęca do działania i wzmaga komunikatywność.

**Kolor pomarańczowy** - cechuje ambicję, zabawę, równowagę, ciepło, entuzjazm, aktywność i witalność. Dodaje optymizmu i pobudza, oznacza wyzwolenie od wszelkich ograniczeń.

**Kolor brązowy** - symbolizuje wigor, elegancję, bogactwo, wyrafinowanie, luksus, stabilność i niezawodność. Wprowadza poczucie ciepła, stabilności i szacunku. Wzbudza zaufanie.

**WERSJA SKALA SZAROŚCI**



C0/M0/Y0/K40 | RGB (162,162,162) | HEX #A2A2A2



C0/M0/Y0/K60 | RGB (98,98,98) | HEX #626262



C0/M0/Y0/K75 | RGB (62,62,62) | HEX #3E3E3E



C0/M0/Y0/K95 | RGB (32,32,32) | HEX #202020

**WERSJA MONOCHROMATYCZNA**



**WERSJA ACHROMATYCZNA**



C0/M0/Y0/K95 | RGB (32,32,32) | HEX #202020

- Niedopuszczalne jest jakiekolwiek skalowanie czy modyfikacja elementów znaku
- Nie naruszamy obszaru chronionego znaku
- Niewskazane jest używanie czcionek szeryfowych razem z logo
- Niewskazane jest zniekształcanie perspektywiczne znaku (w żadnym kierunku) oraz obracanie go pod innym kątem niż poziom lub pion
- Nie zmieniamy kolorów elementów znaku
- Nie używamy konturu - ani w logo, ani w polu ochronnym
- Kształt pola ochronnego - prostokąt, ale dozwolone są też inne formy (w razie potrzeby) przy zachowaniu obszaru ochronnego wokół znaku
- Tło podstawowe: biel
- Aby logo było dobrze widoczne powinno być umieszczane na białym tle lub na tle o nasyceniu do 40%. Na tle o nasyceniu powyżej 40% stosujemy logo achromatyczne w kolorze białym.

