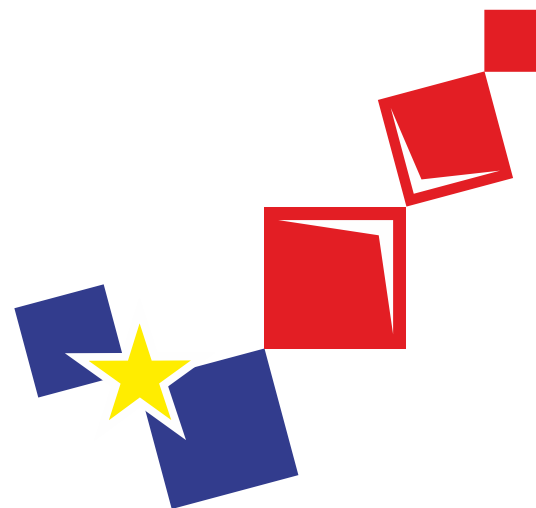




Priručnik za vizualne identitete
ESI Fondovi 2014. - 2020.



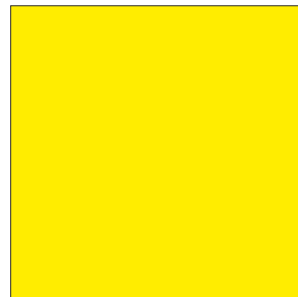
Odnos znak logotip V1



PANTONE reflex blue
CMYK 100 90 0 0
RGB 23 23 150
WEB #21409a



PANTONE 186 C
CMYK 0 100 100 0
RGB 255 0 0
WEB #ed1c24



PANTONE Process Yellow C
CMYK 0 0 100 0
RGB 255 237 0
WEB #fff200

Boja zauzima vrlo važno mjesto u sustavu brand identiteta. Boje imaju značajan utjecaj na emocionalno stanje ljudi, utječu na sposobnost koncentracije i učenja, te imaju širok raspon specifičnih mentalnih asocijacija, učinci boje su razni, fiziološki, psihološki i sociološki. One imaju funkcionalni utjecaj na čitljivost, naprezanje očiju, imaju mogućnost privlačenja pozornosti. Neke su lakše, a neke teže vidljive u loše osvijetljenim uvjetima (noću), što sve čini odabir boja vrlo važnom stavkom u identitetu tvrtke, njejoj signalistici, web dizajnu, tiskanim oglasima i ostalim oglašivačkim medijima.

Dosljedno korištenje "vlastitih" određenih boja je prednost tvrtke/marke, jer im to pruža dodatnu prepoznatljivost.

Boja



minimalni prostor



pozitiv



negativ



monokromatski

Odnos znak i logotip V1

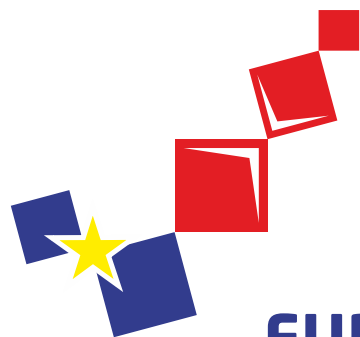
Odnos logotipa i pozadine

Logotip je dozvoljeno aplicirati na bilo koju pozadinu sve dok je kontrast između logotipa i pozadine uočljiv i ne dolazi u sukob sa znakom.

Apliciranje logotipa u negativu dozvoljeno je samo ako apliciranje u pozitivu nije moguće.



Jednobojna primjena V1



EUROPSKI STRUKTURNI I INVESTICIJSKI FONDOVI

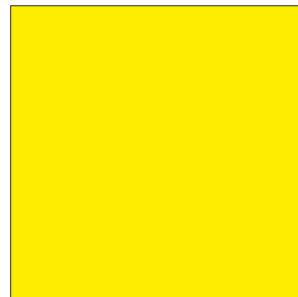
Odnos znak logotip V2



PANTONE reflex blue
CMYK 100 90 0 0
RGB 23 23 150
WEB #21409a



PANTONE 186 C
CMYK 0 100 100 0
RGB 255 0 0
WEB #ed1c24



PANTONE Proccess Yellow C
CMYK 0 0 100 0
RGB 255 237 0
WEB #fff200

Boja zauzima vrlo važno mjesto u sustavu brand identiteta. Boje imaju značajan utjecaj na emocionalno stanje ljudi, utječu na sposobnost koncentracije i učenja, te imaju širok raspon specifičnih mentalnih asocijacija, učinci boje su razni, fiziološki, psihološki i sociološki. One imaju funkcionalni utjecaj na čitljivost, naprezanje očiju, imaju mogućnost privlačenja pozornosti. Neke su lakše, a neke teže vidljive u loše osvijetljenim uvjetima (noću), što sve čini odabir boja vrlo važnom stavkom u identitetu tvrtke, njejoj signalistici, web dizajnu, tiskanim oglasima i ostalim oglašivačkim medijima.

Dosljedno korištenje "vlastitih" određenih boja je prednost tvrtke/marke, jer im to pruža dodatnu prepoznatljivost.



Boja



minimalni prostor



pozitiv



negativ



monokromatski

Odnos znak i logotip V2

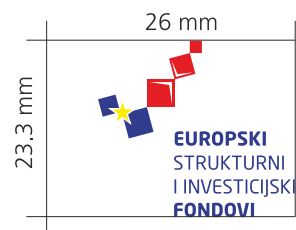
Odnos logotipa i pozadine

Logotip je dozvoljeno aplicirati na bilo koju pozadinu sve dok je kontrast između logotipa i pozadine uočljiv i ne dolazi u sukob sa znakom.

Apliciranje logotipa u negativu dozvoljeno je samo ako apliciranje u pozitivu nije moguće.



Jednobojna primjena V2



Minimalna veličina
znaka i logotipa

Neo Sans

ABCČĆDĐDŽEFGHIJKLLJMNOPRSŠTUVZŽ
abcčćdđdžefghijkljmnoprsštuvzž
0123456789><;_./!"#\$%&/()=?*

Neo Sans Medium

ABCČĆDĐDŽEFGHIJKLLJMNOPRSŠTUVZŽ
abcčćdđdžefghijkljmnoprsštuvzž
0123456789><;_./!"#\$%&/()=?*

Primarna tipografija logotipa

SEKUNDARNA SREDSTVA KOMUNIKACIJE



Šalica

SEKUNDARNA SREDSTVA KOMUNIKACIJE



Kemijska olovka

Siva stanica d.o.o.
za dizajn i marketing
kreativna@sivastanica.hr
www.sivastanica.hr