displuno

Księga znaku

Zasady stosowania logo Displuno

Wersja 1.0 · listopad 2026

Display systems for events, retail & trade fairs · displuno.com

Spis treści

01 Znak i jego budowa 03

02 Wersje znaku 04

03 Warianty kolorystyczne 05

04 Do czego który plik 06

05 Pole ochronne 07

06 Minimalne rozmiary 08

07 Kolory podstawowe 09

08 Kolory pomocnicze 10

09 Typografia 11

10 Tła 12

11 Czego nie robić 13

12 Zastosowania: wizytówka i media 14

13 Zastosowania: roll-up, ścianka, kaseton 15

14 Logo Displuno i logo klienta 16

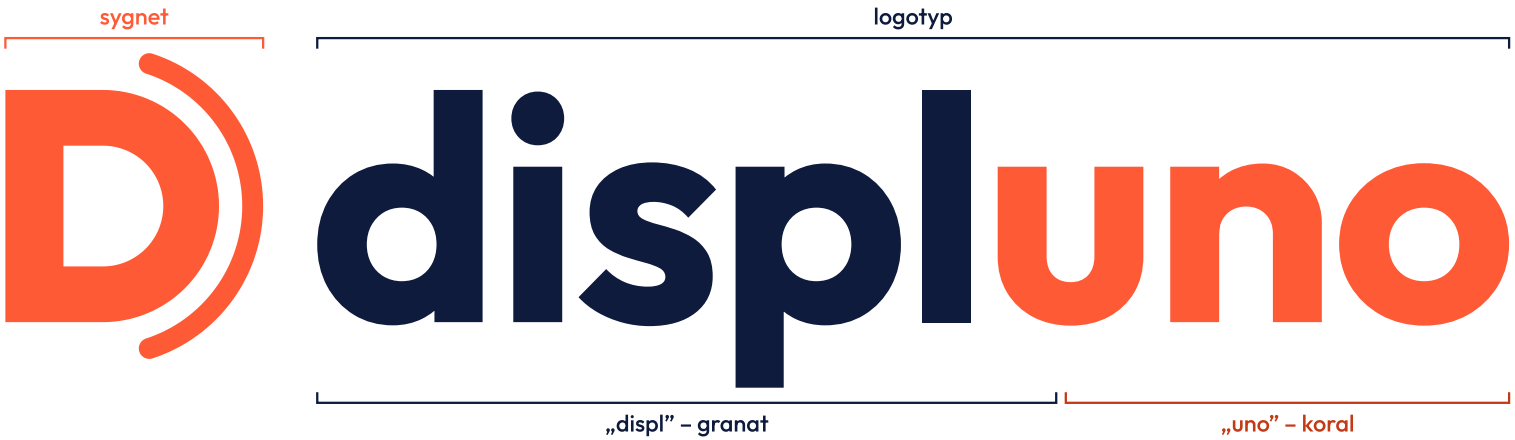
Najważniejsze zasady w skrócie

- Używaj **tylko gotowych plików** z tej paczki – nie przerysowuj logo i nie składaj go z czcionki.
- Wersja **pozioma** jest podstawowa. **Pionową** stosuj w wąskich, wysokich polach, **sygnet** – tam, gdzie jest bardzo mało miejsca.
- Na jasnym tle – **pełny kolor**, na granacie – **negatyw**, na koralu i zdjęciach – **biały**.
- Zachowuj **pole ochronne x** (połowa wysokości litery D) i nie schodź poniżej **minimalnych rozmiarów**.
- Nie zmieniaj proporcji, kolorów ani układu elementów; bez cieni i obrysów.
- Do drukarni przekazuj **PDF CMYK lub SVG** z katalogu `07_druk`; kolory potwierdzaj proofem.

Paczka zawiera logo w wersjach poziomej, pionowej i sygnet, favicon i ikony aplikacji, grafiki do mediów społecznościowych, stopkę e-mail, pliki do druku oraz krój Outfit. Opis katalogów: plik `CZYTAJ_MNIE.txt`.

01 Znak i jego budowa

Logo Displuno składa się z dwóch elementów: **sygnetu** (litera D z łukiem) i **logotypu** (nazwa „displuno”). Oba tworzą jedną, niezmienną całość.



Sygnet

Litera D z łukiem – jak światło lub sygnał rozchodzący się od ekspozycji. Sygnet może występować samodzielnie (ikona, awatar, favicon), ale nie zastępuje pełnego logo na stronie, w ofertach i dokumentach.

Logotyp

Nazwa zapisana małymi literami, krój bazowy Outfit Bold, przetworzony na krzywe. Dwa kolory: „displ” w granacie i „uno” w koralu (w negatywie „displ” jest biały). Nie składaj nazwy z klawiatury – zawsze używaj plików.

Kolory

koral #FF5A36 granat #0E1B3D

Koral wyróżnia sygnet i końcówkę nazwy, granat niesie czytelność. Szczegóły i odpowiedniki do druku – rozdział 07.

02 Wersje znaku

Trzy układy na różne formaty. Proporcje i wzajemne położenie elementów w każdym układzie są stałe.



PODSTAWOWA

Poziome – strona www, nagłówki dokumentów, oferty, stopki, roll-upy, ścianki, kasetony, oklejanie. Używaj zawsze, gdy pozwala na to miejsce.



UZUPEŁNIAJĄCA

Pionowe – pola wąskie i wysokie lub kwadratowe: okładki, plakaty pionowe, naklejki, opakowania, środek ścianki.



SKRÓT

Sygnet – awatar, favicon, ikona aplikacji, małe nadruki, elementy dekoracyjne. Tylko tam, gdzie nazwa Displuno jest już widoczna obok lub kontekst jest oczywisty.



Ikona aplikacji i favicon to sygnet w białym kolorze na koralowym, zaokrąglonym kwadracie. Ta forma jest zarezerwowana dla ikon (przeglądarka, telefon, aplikacje, profile) – nie używaj jej jako logo w dokumentach. Gotowe pliki: katalog `04_favicon_i_ikony_aplikacji`.

03 Warianty kolorystyczne

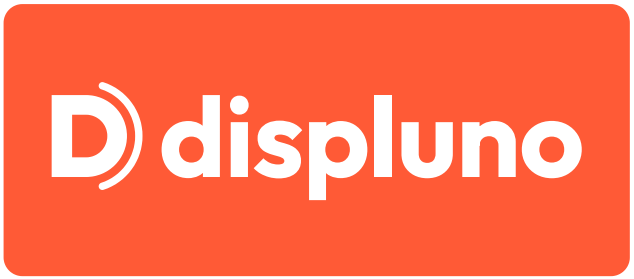
Każdy układ ma pięć wariantów. Dobieraj wariant do tła, nie odwrotnie – logo zawsze musi być czytelne w całości.



Pełny kolor
Białe i jasne tła. Wariant podstawowy.



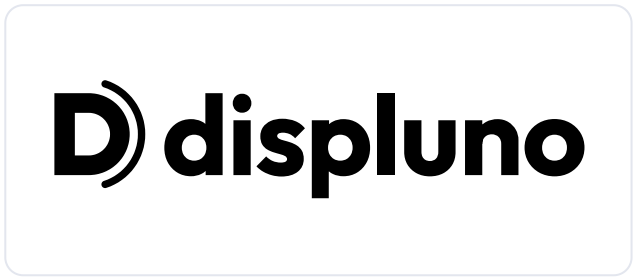
Negatyw
Granat i inne ciemne tła. „displ" biały, koral bez zmian.



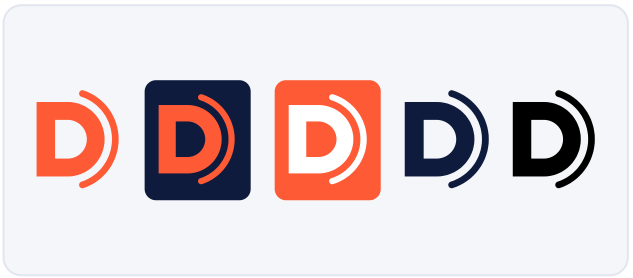
Biały
Koral, zdjęcia, kolorowe tła, folia biała na szybie.



Granatowy jednobarwny
Druk jednym kolorem, dokumenty, tłoczenie, nadruk na gadżetach.



Czarny jednobarwny
Grawer, laser, faks, pieczątka, haft jednokolorowy, druk czarno-biały.



Sygnet
Koral (także na granacie), biały, granat, czarny.











Logo pionowe – te same warianty: pełny kolor, negatyw, biały, granatowy, czarny.

04 Do czego który plik

Wektor (SVG, PDF) skaluje się bez utraty jakości – zawsze wybieraj go do druku i www. PNG i JPG to obrazy o stałej liczbie pikseli – do programów biurowych i internetu.

ZASTOSOWANIE	PLIK	KATALOG
Strona www, sklep, newsletter	SVG (ostre w każdym rozmiarze); awaryjnie PNG 1200 lub 2400 px	01–03 › SVG, PNG
Karta przeglądarki, ekran telefonu, aplikacja	favicon.ico, favicon.svg, apple-touch-icon, android-chrome, site.webmanifest	04
Word, PowerPoint, Excel, Google Docs/Slides	PNG z przezroczystością 1200 lub 2400 px; gdy program źle pokazuje przezroczystość – JPG na tle	01–03 › PNG, JPG
Facebook, LinkedIn, Instagram, Google	gotowe awatary, okładka, baner, obraz udostępniania (Open Graph)	05
Stopka e-mail	PNG 360 px wyświetlany w szerokości 180 px + gotowa stopka HTML	06
Drukarnia: wizytówki, ulotki, katalogi, papier firmowy	PDF CMYK (wektor)	07_druk
Wielki format: roll-up, ścianka, baner, kaseton, flaga	PDF CMYK lub SVG – wektor, dowolne powiększenie bez utraty jakości	07_druk, 01–03 › SVG
Folia wycinana (ploter), oklejanie witryn, aut, ścian	PDF lub SVG; kolor albo wersja jednobarwna; folie wg tabeli kolorów	07_druk
Grawer, laser, tampodruk, sitodruk 1 kolor, pieczątka	wersja czarna (lub granatowa) jednobarwna – PDF/SVG	czarny / granat
Haft	PDF/SVG jako wzór dla hafciarni (ona przygotuje plik maszynowy)	kolor lub czarny
Projektant, agencja, media	cały katalog paczki + ta księga znaku	ZIP

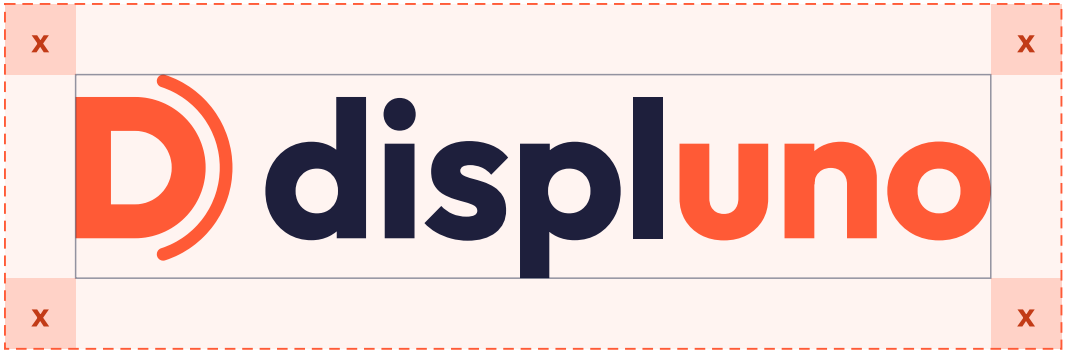
SVG – wektor do www i dla projektantów; otwiera się w przeglądarce, Office 365, Illustratorze, CorelDRAW, Inkscape.

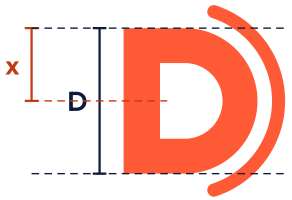
PDF – wektor; `-RGB` do dokumentów cyfrowych, `-CMYK` (w 07_druk) do druku.

Nigdy nie używaj zrzutów ekranu, logo pobranego z wyszukiwarki ani powiększonych małych PNG.

05 Pole ochronne

Wokół logo zostaw wolną przestrzeń – bez tekstu, innych znaków i krawędzi formatu. Jednostką jest **x = połowa wysokości litery D** w sygnecie. Minimalne pole ochronne to **1x** z każdej strony.





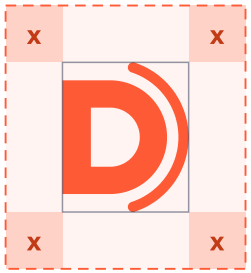
Jak wyznaczyć x: zmierz wysokość korpusu litery D (bez łuku) i podziel na 2.

Logo poziome: x ≈ 7,7% szerokości logo (np. logo 200 mm → x ≈ 15 mm).

Logo pionowe: x ≈ 18,5% szerokości logo.

Sygnet: x ≈ 38% jego wysokości.





Wskazówka dla wielkiego formatu: na roll-upie, ściance i kasetonie dodatkowo odsuń logo od krawędzi o zakładkę montażową i strefę bezpieczną producenta (zwykle 3–5 cm) – pole ochronne liczy się od widocznej krawędzi gotowego produktu.

06 Minimalne rozmiary

Poniżej tych rozmiarów łuk sygnetu i litery tracą czytelność albo nie dadzą się poprawnie wyciąć lub wyhaftować.

WERSJA	MIERZYMY	EKRAN	DRUK	FOLIA WYCINANA	HAFT	UWAGI
Logo poziome	szerokość	120 px	30 mm	120 mm	90 mm	łuk przy 30 mm ≈ 0,42 mm; przy 120 mm ≈ 1,7 mm
Logo pionowe	szerokość	100 px	24 mm	100 mm	70 mm	napis ma wtedy tę samą wielkość co w logo poziomym
Sygnet	wysokość	24 px*	6 mm	25 mm	20 mm	łuk przy 25 mm ≈ 1,7 mm

* Mniejsze ikony (16–48 px) – tylko gotowy favicon z katalogu 04 (sygnet na koralowym kwadracie). Folia: minimalna grubość linii do wycięcia i wybrania ok. 1,5 mm. Haft: linie cieńsze niż ok. 1–1,2 mm skonsultuj z hafciarnią.

Rozmiar minimalny w skali 1:1 (przy wydruku tej strony w 100%)



poziome 30 mm



pionowe 24 mm



sygnet 6 mm



favicon 16 / 32 / 48 px

07 Kolory podstawowe

Koral
HEX #FF5A36

RGB	**255 / 90 / 54**
CMYK – papier powlekany FOGRA39	**0 / 75 / 75 / 0 ≈**
CMYK – papier niepowlekany FOGRA29	**0 / 75 / 80 / 0 ≈**
Pantone (C)	**171 C** (alternatywnie 172 C) **≈ przybliżenie**
RAL (lakier, konstrukcje)	**RAL 2008** (alternatywnie RAL 2012) **≈ przybliżenie**
Folia (oklejanie)	**Oracal 641-047 Orange red / 641-034 Orange ≈ do wzornika** wylewana: Oracal 751C-047 / 751C-034

Granat
HEX #0E1B3D

RGB	**14 / 27 / 61**
CMYK – papier powlekany FOGRA39	**100 / 90 / 45 / 55 ≈**
CMYK – papier niepowlekany FOGRA29	**100 / 85 / 40 / 50 ≈**
Pantone (C)	**289 C** (alternatywnie 2768 C) **≈ przybliżenie**
RAL (lakier, konstrukcje)	**RAL 5013** (alternatywnie RAL 5011) **≈ przybliżenie**
Folia (oklejanie)	**Oracal 641-518 Steel blue / 641-050 Dark blue ≈ do wzornika** wylewana: Oracal 751C-518 / 751C-050

Wszystkie wartości Pantone, RAL, folii i CMYK są przybliżeniami do potwierdzenia. Wzorcem marki są kolory ekranowe HEX/RGB. CMYK przeliczono z profili ICC (sRGB → FOGRA39/FOGRA29, intencja względna kolorymetryczna). Koral #FF5A36 wychodzi poza gamut CMYK – na wydruku będzie nieco mniej jaskrawy niż na ekranie. Przed nakładem, oklejaniem lub lakierowaniem potwierdź kolor **proofem / wydrukiem próbnym na docelowym materiale** albo **wzornikiem** (Pantone Formula Guide, RAL K7, wzornik folii). Do kasetonów podświetlanych dobierz folię lub wydruk na podświetlonej próbce.

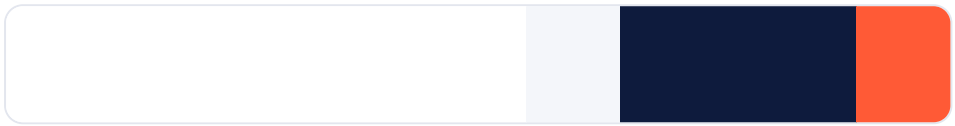
Biały: RGB 255/255/255, CMYK 0/0/0/0 (bez farby; w druku UV na podłożach kolorowych – biały poddruk), RAL 9016, folia Oracal 641-010. Czarny jednobarwny: CMYK 0/0/0/100, RAL 9005, folia Oracal 641-070.

08 Kolory pomocnicze

Uzupełniają kolory podstawowe na stronie www, w dokumentach i materiałach. Nie używaj ich w samym logo.

KOLOR	HEX	RGB	CMYK (FOGRA39)	ZASTOSOWANIE
Granat 2	#16264F	22 / 38 / 79	100 / 90 / 40 / 40 ≈	tła drugiego planu na granacie, motyw łuku
Koral – tekst	#C23B17	194 / 59 / 23	15 / 85 / 100 / 5 ≈	linki i krótkie teksty w koralu na białym (kontrast 5,3:1)
Koral – najechanie	#FF7250	255 / 114 / 80	0 / 65 / 65 / 0 ≈	tylko www: przycisk po najechaniu
Tekst 2	#4A5578	74 / 85 / 120	75 / 65 / 30 / 15 ≈	tekst drugorzędny, podpisy, stopki
Mgła	#F4F6FA	244 / 246 / 250	5 / 3 / 2 / 0 ≈	jasne tła sekcji, karty, pola pod logo
Linia	#E3E6EE	227 / 230 / 238	13 / 8 / 5 / 0 ≈	linie, ramki, separatory

Proporcje w materiałach



biel ~55% mgła ~10% granat ~25% koral ~10%

Koral to akcent: przyciski, wyróżnienia, sygnet. Duże płaszczyzny – biel, mgła albo granat.

Czytelność tekstu (kontrast)

biały tekst na granacie	**16,9:1** – bez ograniczeń
granat na białym	**16,9:1** – bez ograniczeń
koral #FF5A36 na białym	**3,1:1** – tylko duże napisy (od 24 px / 18 pt)
biały na koralu	**3,1:1** – tylko duże napisy i przyciski
koral – tekst #C23B17 na białym	**5,3:1** – także drobny tekst

09 Typografia

Krój marki to **Outfit** – nowoczesny, geometryczny, bezszeryfowy (licencja SIL Open Font License: bezpłatny także do zastosowań komercyjnych). Pliki: katalog `08_czcionka`.

Aa

Outfit Light 300
Outfit Regular 400
Outfit Medium 500
Outfit SemiBold 600
Outfit Bold 700

AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOÓPRSŚTUWYZŹŻ
aąbcćdeęfghijklłmnńoóprsśtuwyzźż
0123456789 € % & @ „” – ?!

Hierarchia

Nagłówek – Bold

Śródtytuł – SemiBold

Tekst podstawowy – Regular. Ścianki, roll-upy i kasetony dobieramy do wydarzenia, sklepu i stoiska targowego.

ETYKIETA – SEMIBOLD, WERSALIKI

Zamienniki systemowe

Gdy Outfit nie jest dostępny (maile, cudze komputery, proste dokumenty): **Arial** (Windows, Office), **Helvetica** (macOS). Nie mieszaj więcej niż dwóch krojów.

Word i PowerPoint

Zainstaluj odmiany z katalogu `statyczne_do_Office` (prawy przycisk › Zainstaluj dla wszystkich użytkowników). Wysyłając plik PowerPoint, włącz: Plik › Opcje › Zapisywanie › Osadź czcionki w pliku.

Logo to nie tekst

Logotyp powstał z kroju Outfit Bold, ale jest przetworzony na krzywe. Nigdy nie składaj go z klawiatury.

10 Tła

Logo stawiamy na spokojnym, jednolitym tle. Zdjęcie jest dozwolone tylko wtedy, gdy w miejscu logo jest gładkie, odpowiednio jasne lub ciemne i nie odbiera czytelności.



Białe – pełny kolor



Jasnoszare (mgła #F4F6FA) – pełny kolor



Granat – negatyw



Koral – wersja biała



Ciemne, spokojne zdjęcie – biały lub negatyw



Jasne, spokojne zdjęcie – pełny kolor

Zasada: jeśli nie masz pewności, czy logo jest czytelne (np. z 3 metrów na roll-upie), połóż je na jednolitym polu – białym albo granatowym – z zachowaniem pola ochronnego. Motyw łuku z sygnetu może być tłem dekoracyjnym (np. granat 2 na granacie), ale nigdy nie przechodzi pod logo.

11 Czego nie robić

Każda zmiana w logo osłabia rozpoznawalność marki. Poniższe przykłady są niedozwolone.



Nie rozciągaj i nie ściskaj – skaluj zawsze proporcjonalnie (z klawiszem Shift).



Nie obracaj i nie pochylaj logo.



Nie zmieniaj kolorów – tylko warianty z rozdziału 03.



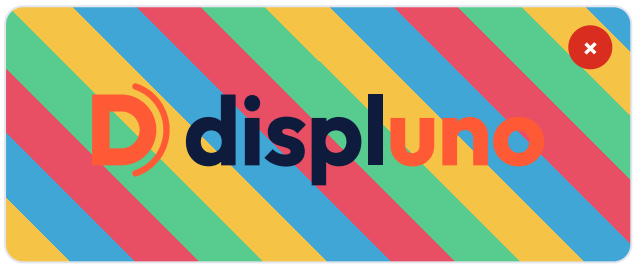
Bez cieni, obrysów, gradientów i innych efektów.



Nie składaj nazwy inną czcionką ani z klawiatury.



Nie przestawiaj elementów i nie zmieniaj ich wielkości względem siebie.



Nie stawiaj logo na pstrokatym tle ani na niespokojnym zdjęciu.



Nie łącz złego wariantu z tłem – na granacie tylko negatyw lub biały.

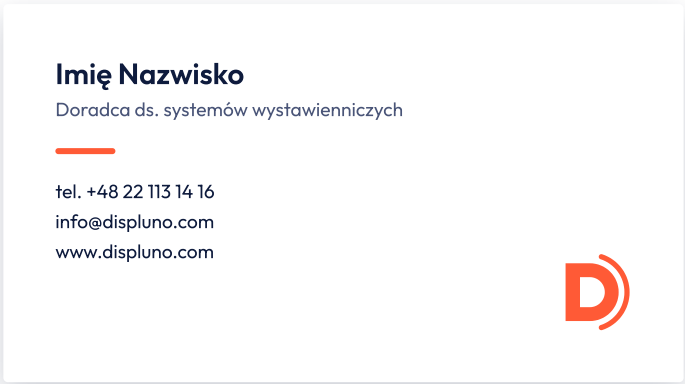


Nie zmniejszaj poniżej minimum i nie przycinaj logo krawędzią formatu.

12 Zastosowania: wizytówka i media

Proste makiety pokazujące zasady w praktyce. Wizytówki w skali 1:1 (90 × 50 mm).





Awatar i ikona



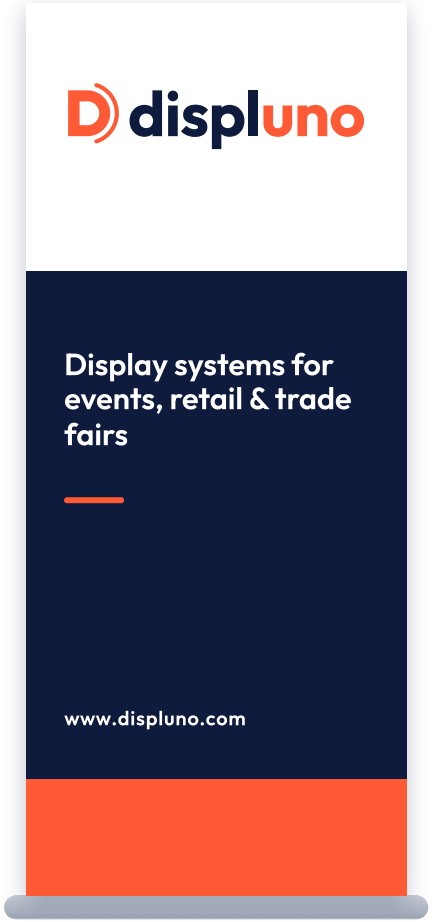
Awatary 1080 × 1080 px mają sygnet w bezpiecznej strefie – serwisy przycinają je do koła. Wersja koralowa jest podstawowa, granatowa – na zmianę sezonową lub dla kont firmowych.

Okładki i udostępnianie



Okładka Facebook 1640 × 624, baner LinkedIn 1584 × 396, obraz Open Graph 1200 × 630 (podgląd linku do strony). Treść jest na środku – telefony przycinają boki, a zdjęcie profilowe zasłania lewy dolny róg.

13 Zastosowania: roll-up, ścianka, kaseton



Roll-up 85 × 200 cm
logo w górnej części, dół (ok. 15 cm) bez treści



Ścianka tekstylna 300 × 230 cm
logo na wysokości wzroku, poza strefą zakładek



Kaseton podświetlany – lico jasne, logo w pełnym kolorze



Kaseton podświetlany – lico granatowe, logo w negatywie

Do wielkiego formatu używaj wyłącznie plików wektorowych (PDF CMYK lub SVG). Na podświetlanych kasetonach granat w druku podświetlanym ciemnieje, a koral jaśnieje – zawsze rób próbę na tym samym materiale i z tym samym światłem.

14 Logo Displuno i logo klienta

Displuno sprzedaje systemy wystawiennicze z grafiką zamówioną przez klienta. Grafika na produkcie należy do klienta – logo Displuno nie konkuruje z nią, a jego miejscem są strona, oferty i dokumenty.

SYTUACJA	ZASADA
Sprzedaż detaliczna	Na produkcie – grafika klienta. Oznakowanie Displuno (etykieta, torba transportowa, instrukcja, opakowanie) pozostaje marki Displuno.
Sprzedaż hurtowa	Tylko w hurcie, na życzenie odbiorcy, oznakowanie produktu może nosić logo klienta zamiast Displuno.
Strona, oferty, faktury, dokumenty dostawy, e-maile	Zawsze Displuno – niezależnie od kanału sprzedaży.
Wspólne materiały (realizacje, referencje, oferty dla klienta)	Oba znaki obok siebie, w jednej linii, o zbliżonej wielkości optycznej, rozdzielone cienką linią; odstęp co najmniej 2x od linii z każdej strony.
Nigdy	Nie łączymy znaków w jeden, nie wstawiamy logo klienta w sygnet, nie zmieniamy kolorów Displuno pod klienta i nie dodajemy logo Displuno do grafiki klienta bez jego zgody.



Dobrze: oba znaki w jednej linii, linia rozdzielająca, pole ochronne zachowane.



Źle: łączenie sygnetu z nazwą lub logo innej firmy.

Pytania o stosowanie znaku: info@displuno.com · +48 22 113 14 16. Ta księga dotyczy wersji 1.0 logo (listopad 2026).