

# Logo

Koncepcja logo IFIRMA jest niezmienna od przeszło dwudziestu lat. Nazwa marki wpisana została jako interfejs pomiędzy dwa różniące się kolorem bloki. Postępujemy się nimi na co dzień jako nośnik wizualny komunikacji księgowych z klientami/kami.

[Pobierz paczkę z logo](#)



# Wersje logo

Przegląd opracowanych i dozwolonych wersji logo

## Wersja podstawowa

Wersja podstawowa logo zawiera trzy wiodące kolory. Jest stosowana w większości materiałów komunikujących markę.



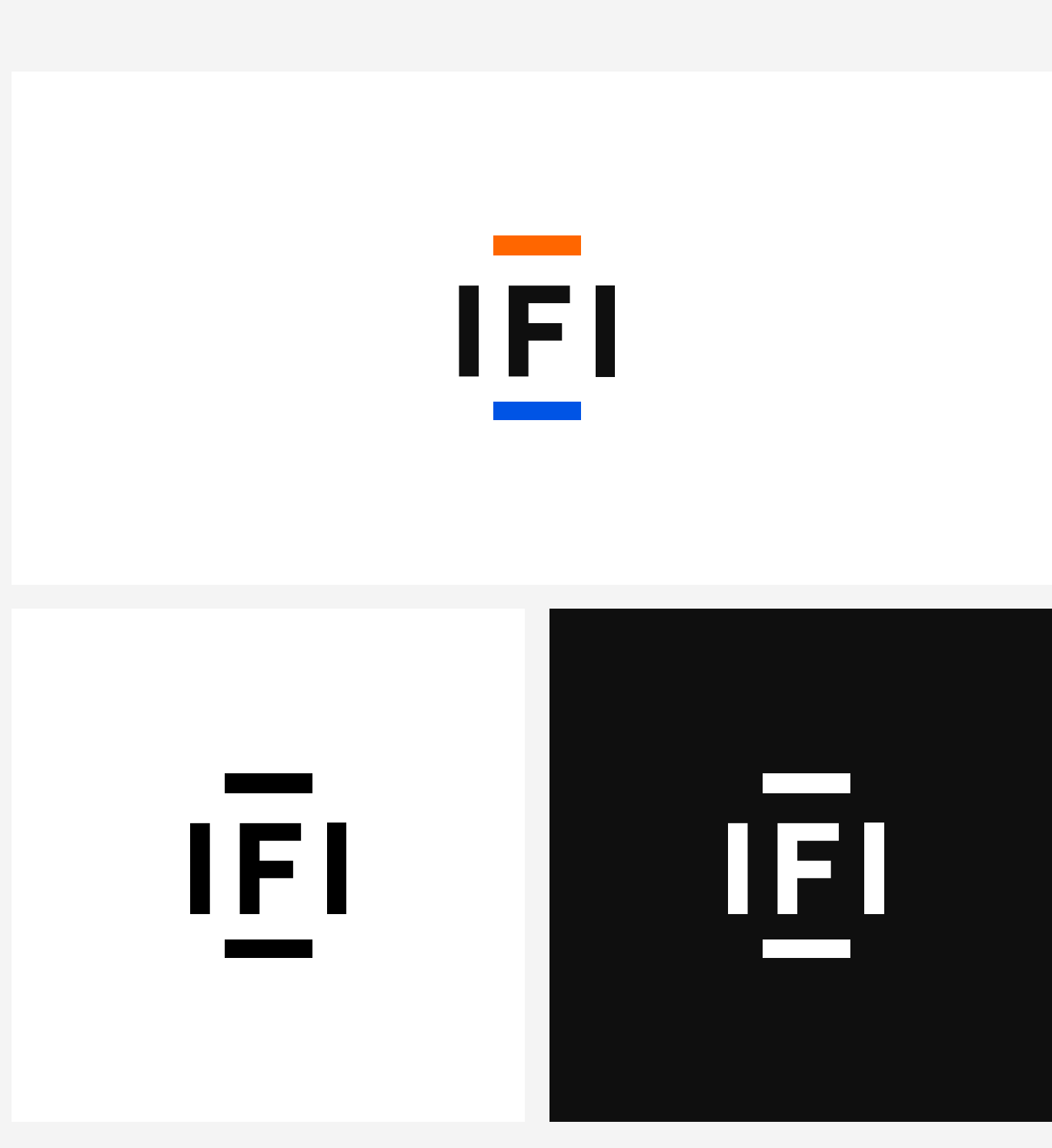
## Wersje achromatyczne

Achromatyczna wersje – biała i czarna – powinny być stosowana tylko w przypadkach, gdy kolor tła jest nieneutralny lub wymaga tego kontekst.



## Sygnet marki

Sygnet może być wykorzystywany, tylko jeśli nazwa marki została zakomunikowana w kontekście.

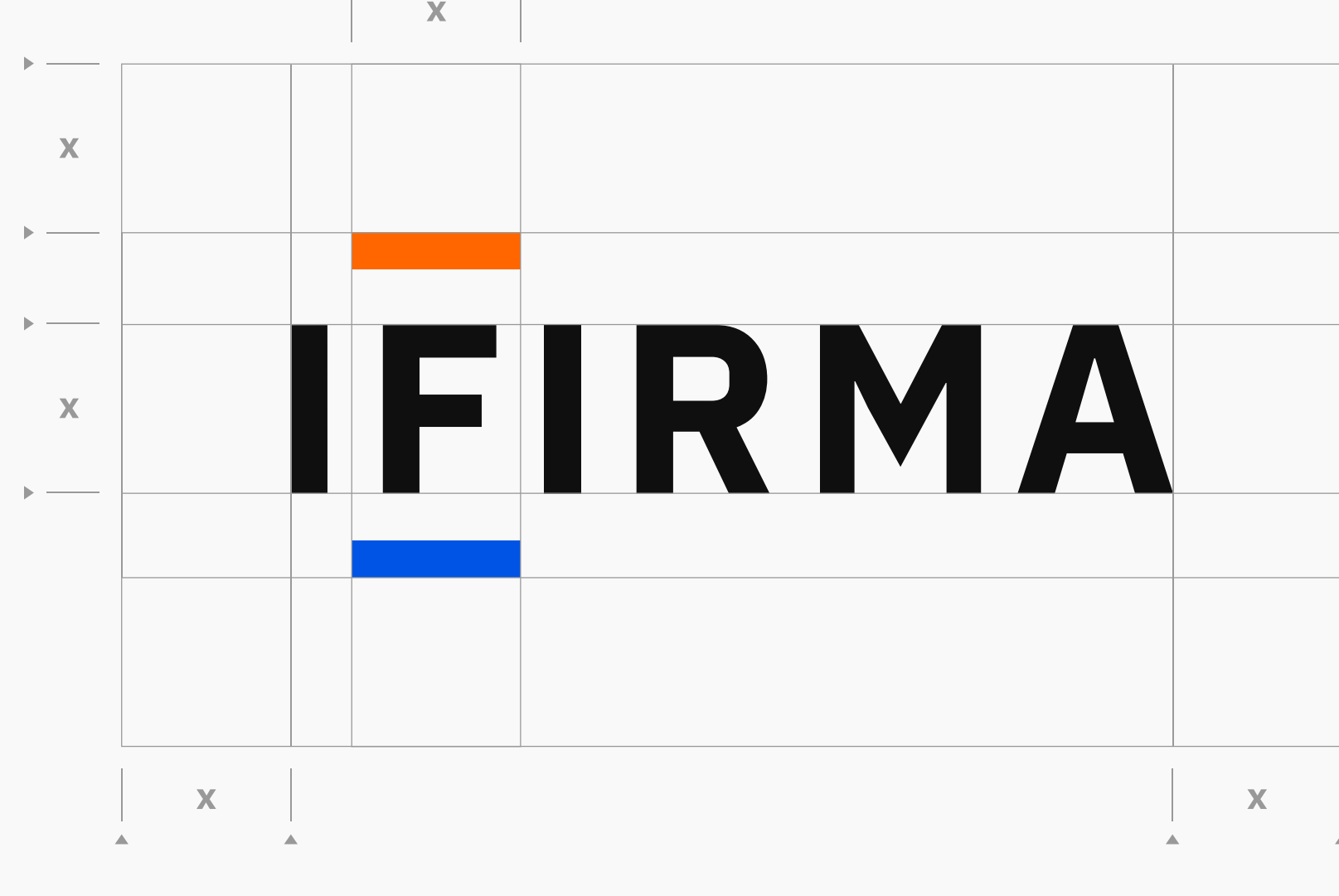


# Budowa logo

Krój pisma, kolory, figury, światło + balans

Opracowana forma to próba doskonałego zbalansowania ciężaru optycznego bryły logo, na którą składa się ikona "IFI" oraz litery pełnej wersji logo. "IFI" to skrót, często stosowany w ramach organizacji, głęboko zakorzeniony w historii firmy. To również symbol bardzo często stosowany w platformach społecznościowych i będący ikoną dla naszej aplikacji mobilnej.

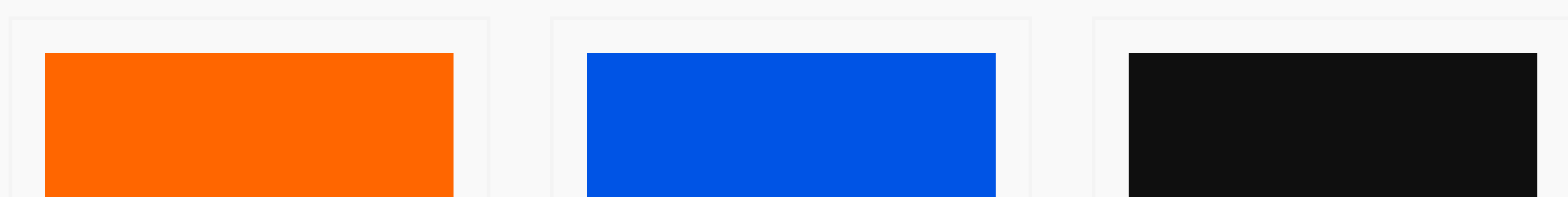
Litery zastosowane w logo bazują na kroju pisma IBM Plex Sans, dostępnym w ramach licencji [Open Font Licence](#) i który można pobrać ze strony [Google Fonts](#).



## Pole ochronne znaku

Pole ochronne znaku zapewnione jest poprzez dodanie – do każdego rogu obwiedni – kwadratu, którego bok równy jest wysokości liter (x) zastosowanych w logo.

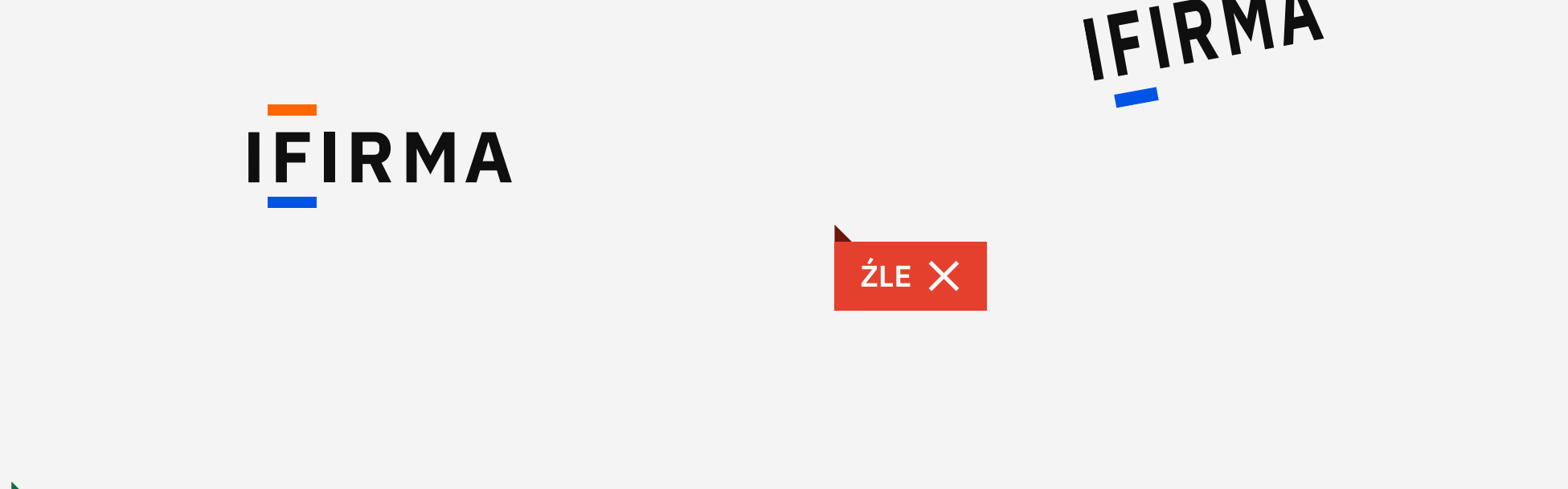
## Barwy znaku



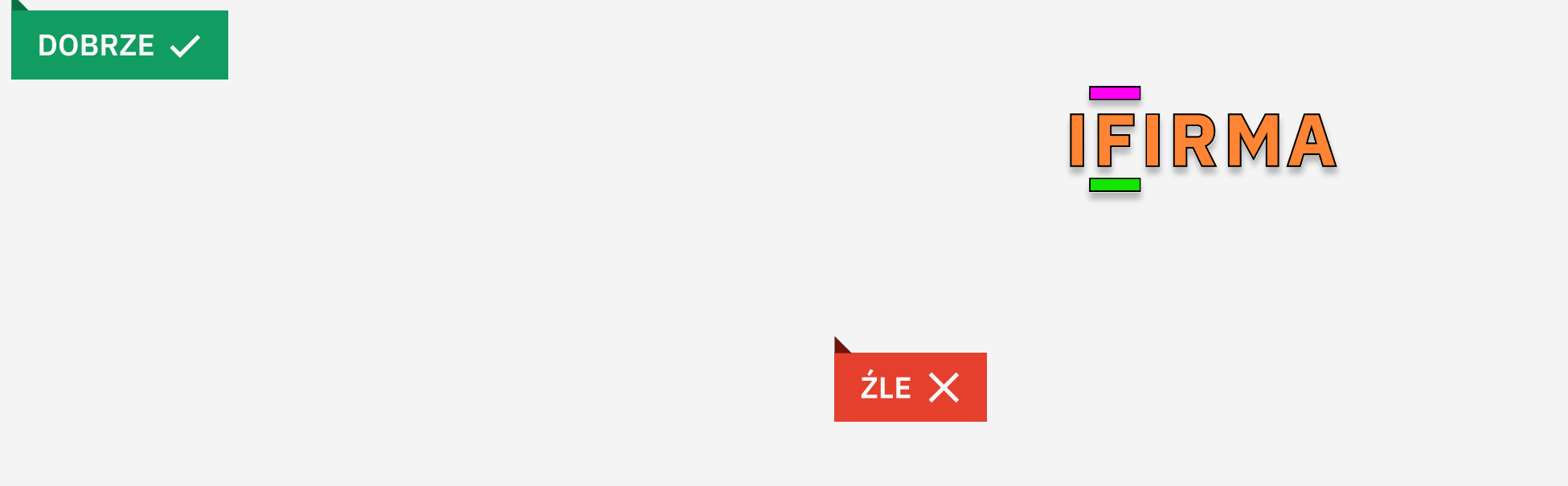
# Zastosowanie logo

Dobre praktyki oraz przykłady niewłaściwego użycia znaku

- Niedozwolone jest zniekształcanie oryginalnej formy logo, zmiana jego proporcji, odległości pomiędzy znakami i obracanie.



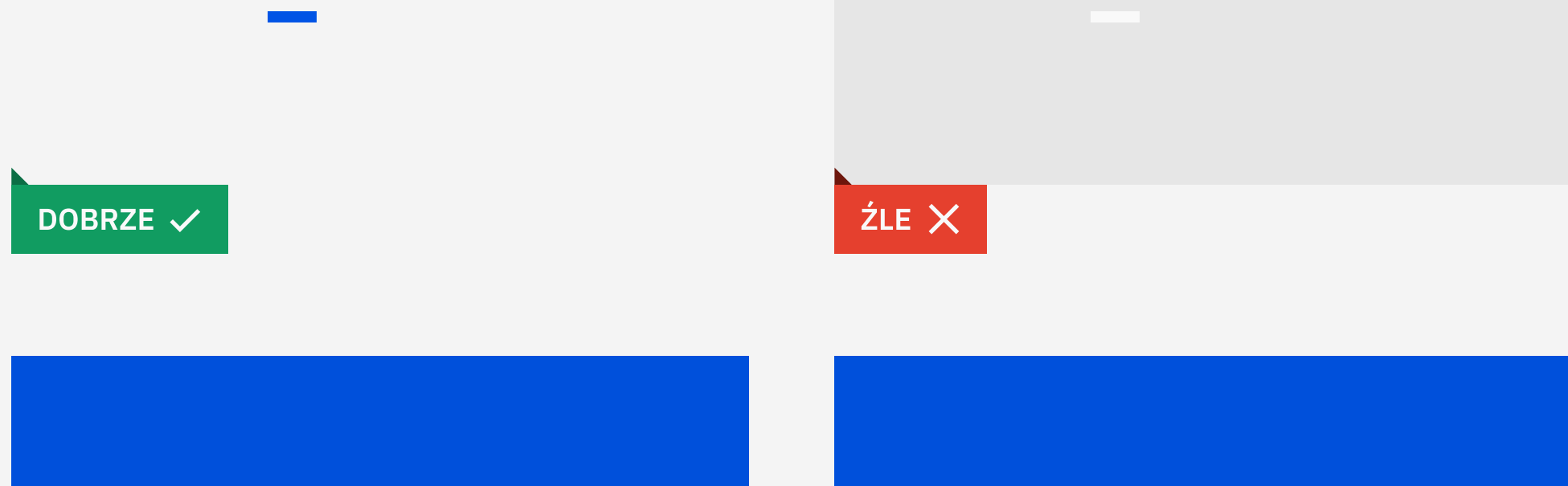
- Niedozwolone jest stosowanie jakichkolwiek efektów graficznych, zmiana kolorów i stosowanie obramowań.



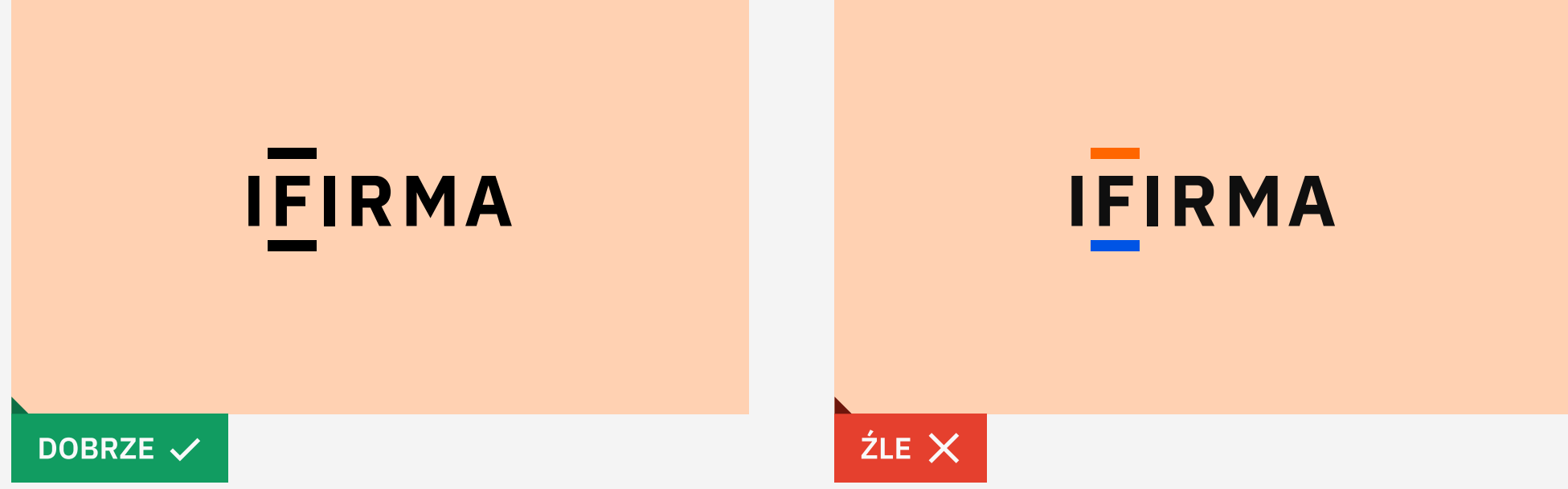
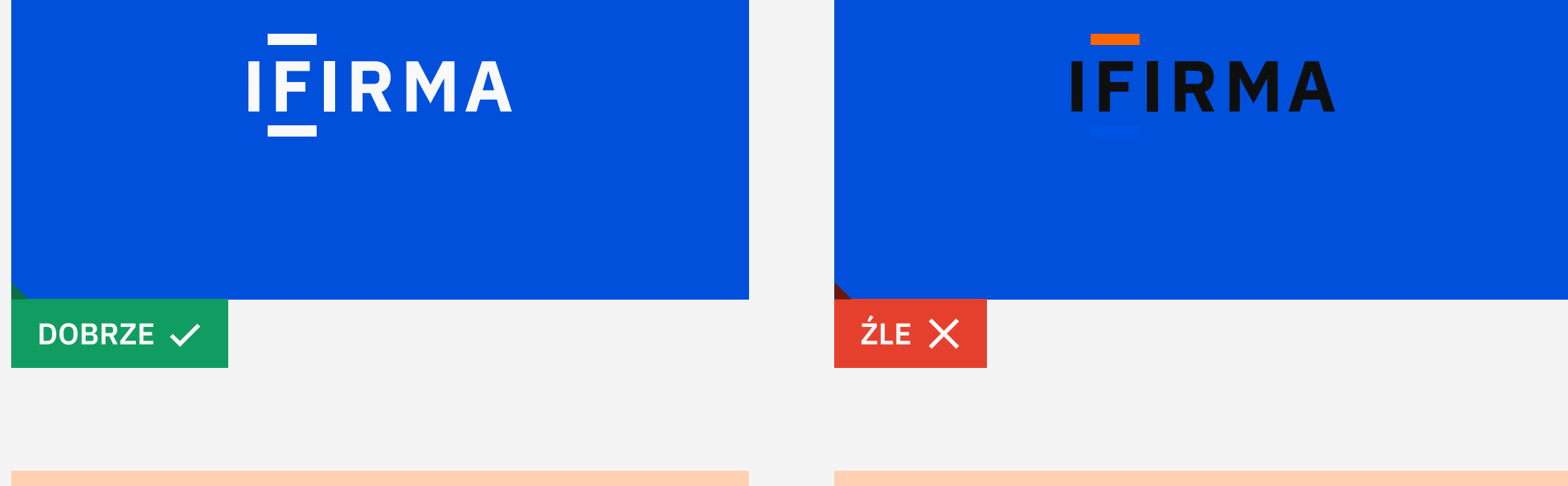
- Logo w podstawowej kolorystyce ma zastosowanie jedynie na białym lub neutralnym – jasno szarym tle.



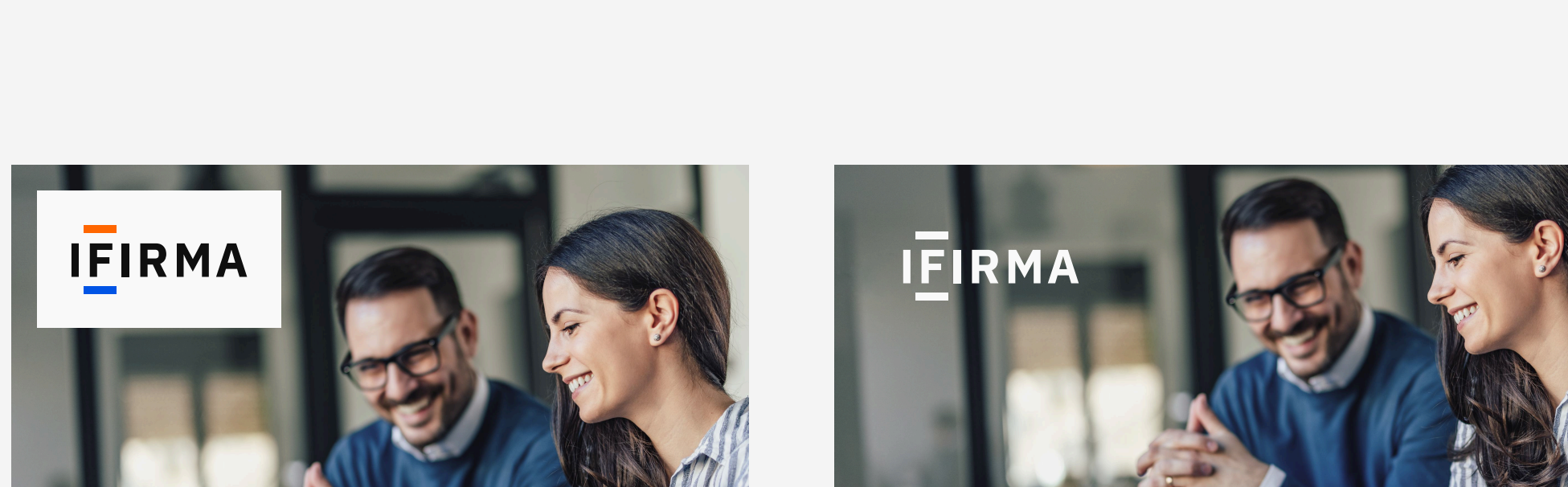
- Kontrast pomiędzy logiem a tłem powinien spełniać normy na poziomie WCAG 2.1 AA dla napisów w stylu nagłówków, tj. 3:1.



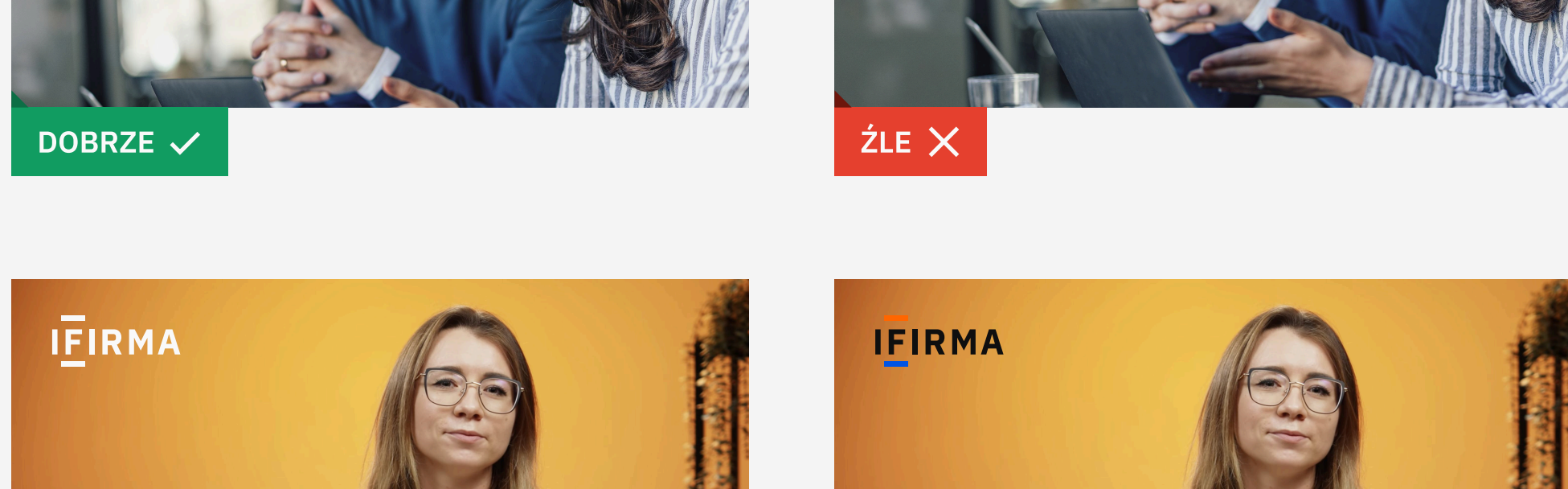
- Wersja achromatyczna (biała i czarna) znajduje zastosowanie wyłącznie w sytuacjach gdy kolor tła nie jest neutralny – tj. biały lub szary.



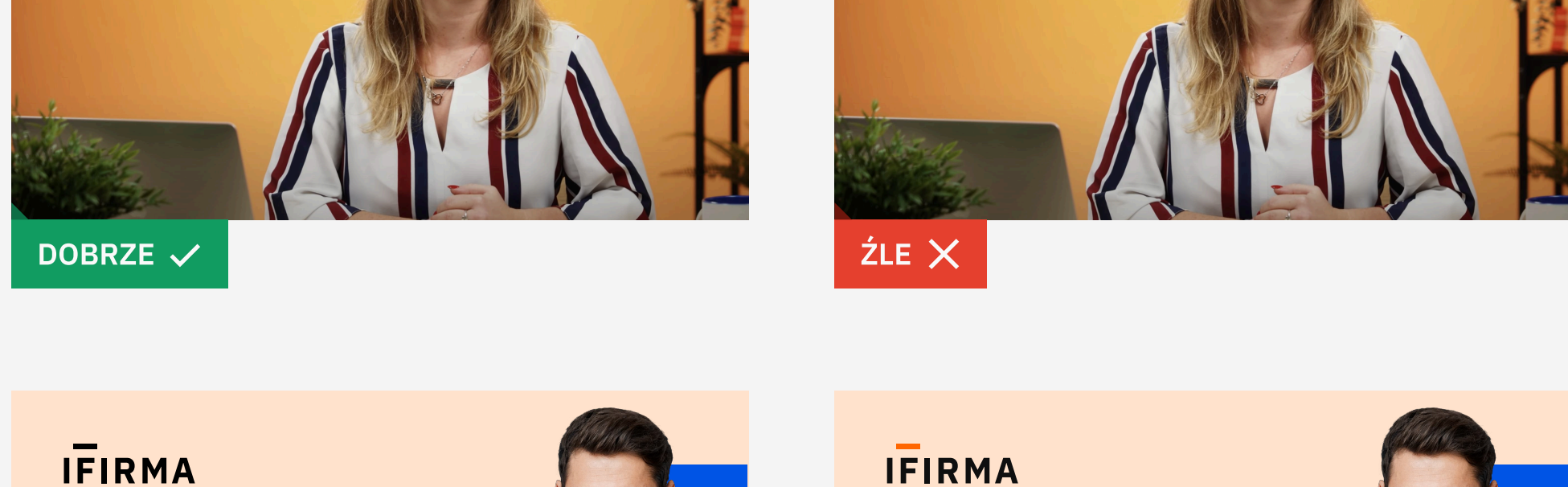
- Jeżeli w tle znajduje się zdjęcie o niejedolitej strukturze to wymagane jest zastosowanie warstwy pod logo w kolorze białym lub adekwatnym dla kontekstu i użytego wariantu logo.



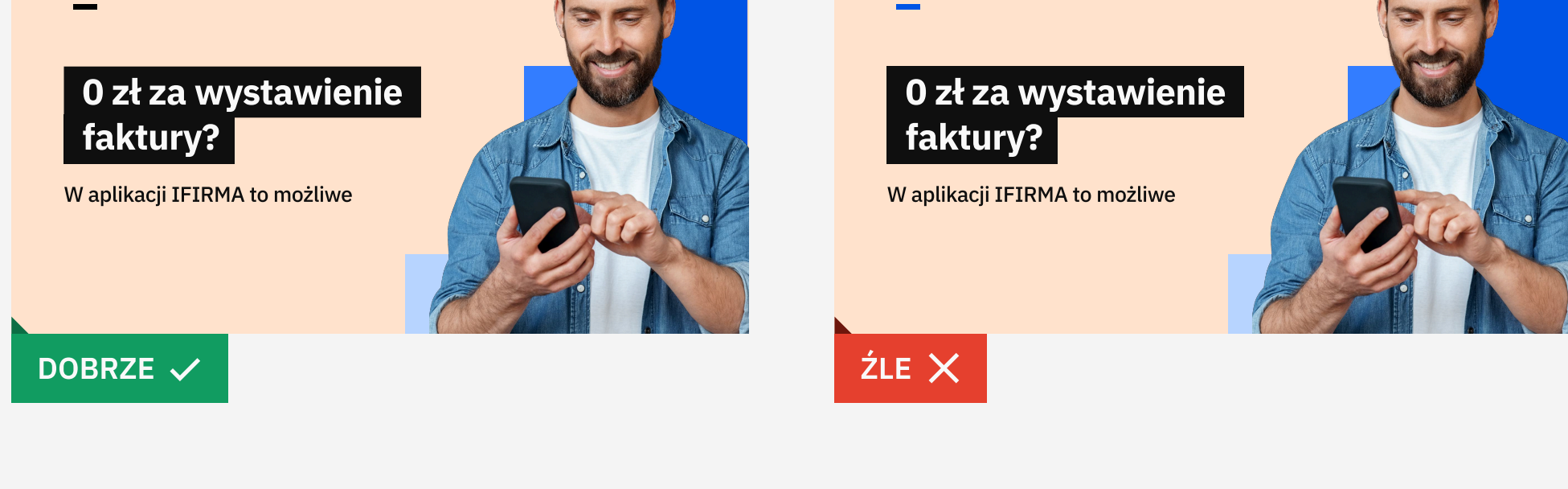
- Kontrast pomiędzy logiem a tłem powinien spełniać normy na poziomie WCAG 2.1 AA dla napisów w stylu nagłówków, tj. 3:1.



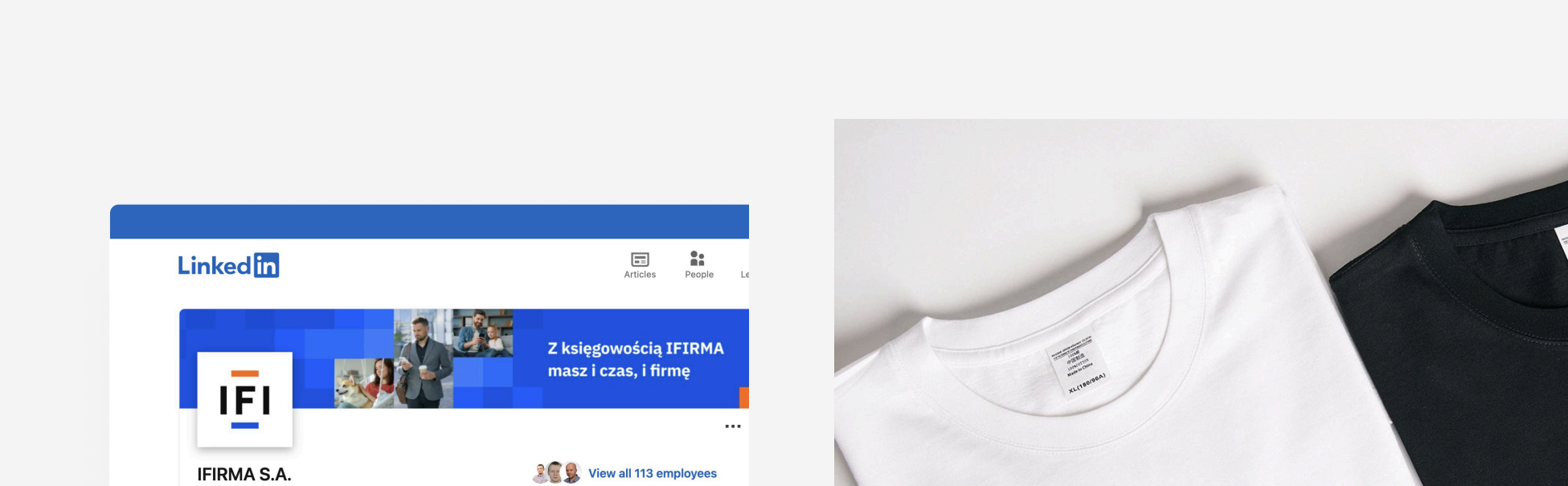
- Logo w podstawowej kolorystyce ma zastosowanie jedynie na białym lub neutralnym – jasno szarym tle.



- Wersja achromatyczna (biała i czarna) znajduje zastosowanie wyłącznie w sytuacjach gdy kolor tła nie jest neutralny – tj. biały lub szary.



- Ikona "IFI" znajduje zastosowanie tylko w sytuacjach, w których nazwa marki, jest zakomunikowana w kontekście.



[Pobierz paczkę z logo](#)

Zestaw plików z logo zawiera wszystkie formy logo w formatach PDF oraz PNG. Jeżeli masz pytania związane z użyciem naszego logo lub elementów związanych z wizerunkiem marki IFIRMA napisz na [marketing@ifirma.pl](mailto:marketing@ifirma.pl)