



MebleCezara
Meble Prosto od Producenta

Wytyczne Wizualne

Marki MebleCezara



Poznaj MebleCezara

W Meble Cezara specjalizujemy się w sprzedaży mebli tapicerowanych i wyposażenia wnętrz, które łączą wygodę, funkcjonalność oraz estetykę. Tworzymy ofertę do salonów i sypialni, pomagając urządzać przestrzenie dopasowane do codziennego stylu życia.

Oferujemy komfortowe narożniki, sofy z funkcją spania, fotele i łóżka – solidne, trwałe i dobrze prezentujące się zarówno w nowoczesnych, jak i klasycznych aranżacjach.

Stawiamy na jakość, praktyczne rozwiązania i wygodę użytkowania przez lata. Dbamy także o przejrzystą komunikację oraz sprawną obsługę, aby proces zakupu był prosty i komfortowy na każdym etapie.

Tworzymy markę dla osób, które cenią solidne wykonanie i stylowe wnętrza na co dzień.



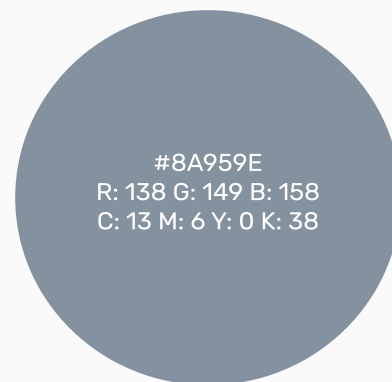
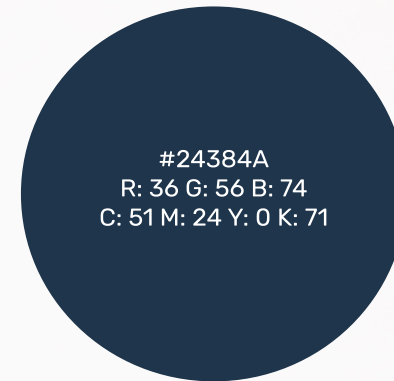
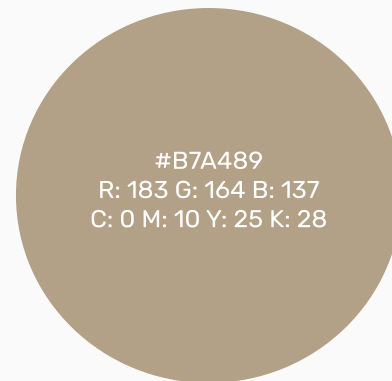
Kolorystyka marki

Kolorystyka marki łączy elegancję z nowoczesną prostotą. Stonowana i ponadczasowa paleta buduje wizerunek marki jako solidnej i godnej zaufania.

Bazę stanowią biel i chłodna szarość – zapewniają lekkość, porządek i wysoką czytelność komunikacji.

Akcentem wyróżniającym jest złoto (#B7A489), podkreślające prestiż i rozpoznawalność marki. Uzupełnia je głęboki granat (#24384A), symbolizujący stabilność i profesjonalizm.

Kolory akcentowe stosowane są oszczędnie – w nagłówkach, wyróżnieniach i elementach CTA – aby wzmacniać przekaz bez nadmiaru wizualnego.



Logo MebleCezara

Logo MebleCezara to główny element identyfikacji wizualnej marki. Składa się z symbolu sofy otoczonej wieniec laurowym oraz logotypu z hasłem „Meble Prosto od Producenta”. Znak symbolizuje jakość, prestiż i bezpośrednią sprzedaż od producenta.

Podstawową wersją jest wariant kolorowy – złoty wieniec i ciemny logotyp na jasnym tle. Dopuszczalne są także wersje w kontrze oraz warianty monochromatyczne.

Logo należy stosować wyłącznie w zatwierdzonej formie, z zachowaniem proporcji, kolorystyki i pola ochronnego.



MebleCezara
Meble Prosto od Producenta



MebleCezara
Meble Prosto od Producenta

Wersja monochromatyczna

Logo MebleCezara występuje w wersji czarnej i białej. To uproszczony wariant znaku, stosowany tam, gdzie użycie kolorów podstawowych nie jest możliwe.

Wersja czarna przeznaczona jest na jasne tła, a biała (w kontrze) – na tła ciemne, zapewniając maksymalną czytelność.

Warianty mono obejmują:

- * pełne logo (z hasłem),
- * wersję bez hasła,
- * sam sygnet do małych formatów i ikon.

Niedopuszczalne jest stosowanie odcieni szarości, efektów graficznych ani zmienianie proporcji znaku.



MebleCezara
Meble Prosto od Producenta



MebleCezara
Meble Prosto od Producenta

Pole ochronne

Pole ochronne określa minimalną przestrzeń wokół logo MebleCezara, zapewniając jego czytelność i właściwą ekspozycję. Chroni znak przed zbyt bliskim sąsiedztwem innych elementów.

Minimalny odstęp wyznacza moduł konstrukcyjny logo – np. wysokość litery „M” w logotypie lub szerokość sygnetu. Wartość ta powinna być zachowana z każdej strony znaku.

Zasada obowiązuje dla wszystkich wersji logo – w druku i w materiałach cyfrowych. Wyjątek stanowią bardzo małe formaty (np. favicon), gdzie najważniejsza jest czytelność symbolu.

Zachowanie pola ochronnego gwarantuje spójny i profesjonalny wizerunek marki.



Niewłaściwe stosowanie logo

Logo MebleCezara nie może być modyfikowane ani używane w sposób niezgodny z zasadami identyfikacji wizualnej. Każda ingerencja osłabia rozpoznawalność marki.

Niedozwolone jest:

- zmienianie proporcji znaku,
- modyfikowanie kolorystyki,
- dodawanie efektów (cienie, gradienty, 3D),
- zmiana typografii lub układu elementów,
- stosowanie na nieczytelnym tle,
- naruszanie pola ochronnego,
- obracanie lub pochylanie logo.

Znak powinien być zawsze używany w zatwierdzonej formie, z zachowaniem właściwych proporcji i kolorów.



Typografia marki

Typografia marki MebleCezara opiera się na kroju Rubik – nowoczesnym, bezszeryfowym foncie o wysokiej czytelności. Zapewnia on spójną i przejrzystą komunikację w materiałach cyfrowych oraz drukowanych.

W identyfikacji stosowane są trzy grubości kroju:

Rubik Bold – nagłówki i kluczowe komunikaty,

Rubik Regular – podtytuły i wyróżnienia,

Rubik Light – teksty główne i opisy.

Typografia powinna być używana konsekwentnie, z zachowaniem czytelnej hierarchii i odpowiednich odstępów. Niedopuszczalne jest łączenie jej z innymi fontami lub modyfikowanie proporcji liter.

Rubik Bold

Rubik Regular

Rubik Light

Rubik Bold

Rubik Regular

Rubik Light

Materiały identyfikacyjne

Wizytówka



Materiały identyfikacyjne

Teczka i papier firmowy

