



## WSTĘP

FAKRO chce budować swoją pozycję rynkową w Polsce i na Świecie przy pomocy silnej i stabilnej marki.

**Marka FAKRO ma gwarantować sobą wysoką jakość oraz niezmiennie parametry techniczne produktów firmy przez cały okres ich użytkowania.**

Marka FAKRO ma również odzwierciedlać główne wartości firmy: bezpieczeństwo, postęp i ochronę środowiska.

Marka FAKRO to jeden z najcenniejszych aktywów naszej firmy. Jesteśmy z niej dumni. Ale za przywilejem używania znaku towarowego FAKRO idzie odpowiedzialność za traktowanie go w sposób uważny i racjonalny, tak jak w przypadku innych działań.

Ta Księga Znaków ma zapewnić spójność marki FAKRO w Polsce i wszędzie na Świecie gdzie firma jest obecna ze swoimi produktami.

Przestrzegając zasad używania znaku towarowego FAKRO zawartych w tej Księdze wzmocnimy wizerunek naszej firmy przyczyniając się w ten sposób do jej sukcesu.

## CHARAKTER MARKI FAKRO

Marka FAKRO tak jak człowiek powinna mieć swoją własną unikalną osobowość – wyjątkowy ton i styl rozpoznawany przez Klientów, partnerów handlowych i konkurencję. Na konferencji prasowej może to być styl bardziej oficjalny, w biuletynie wewnętrznym bardziej potoczny. Jednak wszędzie tam, gdzie pojawi się nazwa FAKRO ludzie powinni rozpoznać wyjątkowe właściwości wyróżniające naszą markę.

Po co powstała ta księga? Jest to narzędzie przeznaczone dla projektantów i osób piszących teksty - tych zatrudnionych w firmie, jak również współpracujących agencji zewnętrznych oraz wszystkich osób projektujących i piszących dla nas. Znajdują się w nim wszystkie wskazówki dotyczące właściwego i spójnego wykorzystywania naszej marki.

Celem tego podręcznika jest ułatwienie pracy i umocnienie marki FAKRO.

## NASI KLIENCI SĄ DLA NAS NAJWAŻNIEJSI

Budujemy naszą markę wokół klientów – ich potrzeb, celów i sukcesów. Dla naszych klientów chcemy być partnerami. Nasze projekty powinny pokazać, że rozumiemy ich problemy, że jesteśmy po to aby im pomóc w codziennej pracy, że wszystko co robimy służy ich dobru. Prowadzi to do pierwszej zasady, która powinna obowiązywać we wszystkich naszych przedsięwzięciach związanych z komunikacją – jesteśmy przede wszystkim partnerem w interesach, a dopiero potem sprzedawcą.

Oznacza to, że bierzemy odpowiedzialność za wszystko co mówimy. Wykorzystujemy tekst i grafikę, żeby pokazać jakie korzyści i jakość niosą ze sobą nasze produkty i usługi. Pokazujemy nasze atuty, naszą myśl techniczną, ale nie przechwalamy się i nie krytykujemy konkurencji. Pozwalamy aby fakty mówiły same za siebie.

Nasze obrazy i słowa mają być jasne i zrozumiałe, nawet w dokumentacji technicznej. Staramy się posługiwać językiem konwersacyjnym i zawsze unikamy używania żargonu technicznego. Unikamy także stosowania słów i obrazów promocyjnych w materiałach, które nie są narzędziami promocyjnymi.

Jasne, profesjonalne i uczciwe podejście wiele znaczy dla naszych klientów. Udowadnia, że przedkładamy działania na obietnice.

## MARKA FAKRO PRZEPISY PRAWNE

Słowny i graficzny znak towarowy FAKRO w Polsce i na świecie jest znakiem prawnie chronionym. Stosując go spójnie w Polsce i na Świecie przekazujemy ważną informację o firmie na zewnątrz. Ten podręcznik zawiera informacje dotyczące właściwego wykorzystywania znaku towarowego FAKRO w wielu zastosowaniach.

## OCHRONA PRAWNA ZNAKU TOWAROWEGO

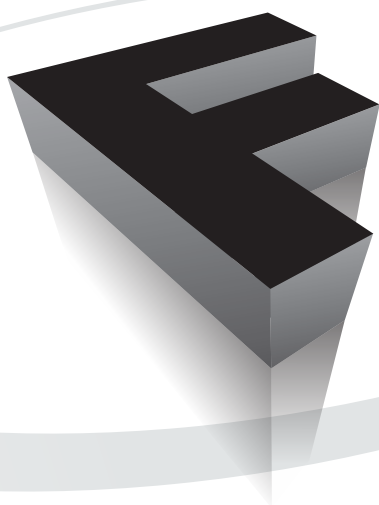
Zarząd firmy FAKRO jest jedynym podmiotem, który może wprowadzić nowe zastosowania naszego znaku towarowego. Bez oficjalnej zgody Zarządu FAKRO nie można wprowadzać na rynek żadnych nowych produktów ani usług ze znakiem towarowym FAKRO.

## NARUSZENIA

Niewłaściwe wykorzystywanie albo naruszanie nazwy lub znaku towarowego FAKRO poważnie osłabia naszą markę. Jeżeli nastąpi jakiegokolwiek naruszenie nazwy lub znaku towarowego, proszę nie działać na własną rękę!

Należy skontaktować się z Zarządem firmy FAKRO.

Do wszelkich działań, w tym prawnych, dotyczących naruszenia upoważniony jest tylko Zarząd firmy FAKRO.



## HISTORIA MARKI FAKRO

Marka FAKRO istnieje od 1991 roku. Jednym ze stałych elementów logo firmy był wizerunek okna dachowego. Drugim elementem logo bardzo mocno kojarzonym z logo FAKRO jest kolor zielony.

## JAK ZMIENIAŁO SIĘ LOGO FAKRO ?

Od 1991 roku znak towarowy FAKRO przeszedł kolejne ewolucje. Przede wszystkim zmieniał się krój czcionki w napisach „okna dachowe” oraz w logotypie czyli samym napisie FAKRO na bardziej wyrazisty i nowoczesny.

Dodatkowo firma odeszła z czasem od umieszczania danych teleadresowych w pobliżu logo FAKRO.

Od roku 2009 nie stosujemy już samego logotypu (napisu) FAKRO lecz zawsze pełne logo.

### LOGO

1991 - 1995



1996 - 1998



1999 - 2001



2002 - 2008



2009



LOGOTYP

1991 - 1995

**FAKRO**<sup>®</sup><sub>s c</sub>

1996 - 1998

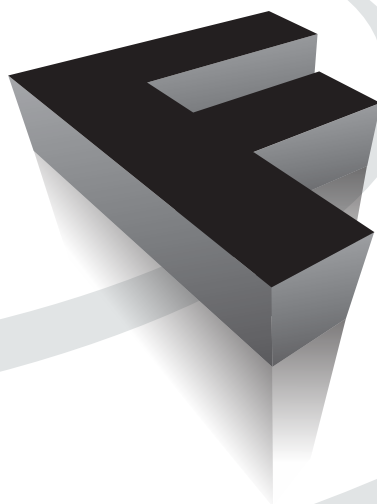
**FAKRO**<sup>®</sup><sub>s.c.</sub>

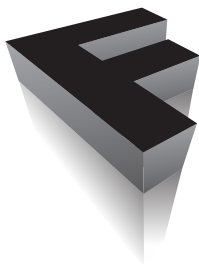
1999 - 2001

**FAKRO**<sup>®</sup><sub>S.C.</sub>

2002 - 2008

**FAKRO**<sup>®</sup>





## FAKRO SIŁA NAZWISK

Nazwa firmy FAKRO powstała w styczniu 1991 roku, pochodzi od nazwisk trzech wspólników - założycieli firmy:

Ryszarda Florka, Krystyny Florek i Krzysztofa Kronenbergera.

Nazwa FAKRO powstała z liter ich imion i nazwisk.

## ZIELONY KOLOR FAKRO

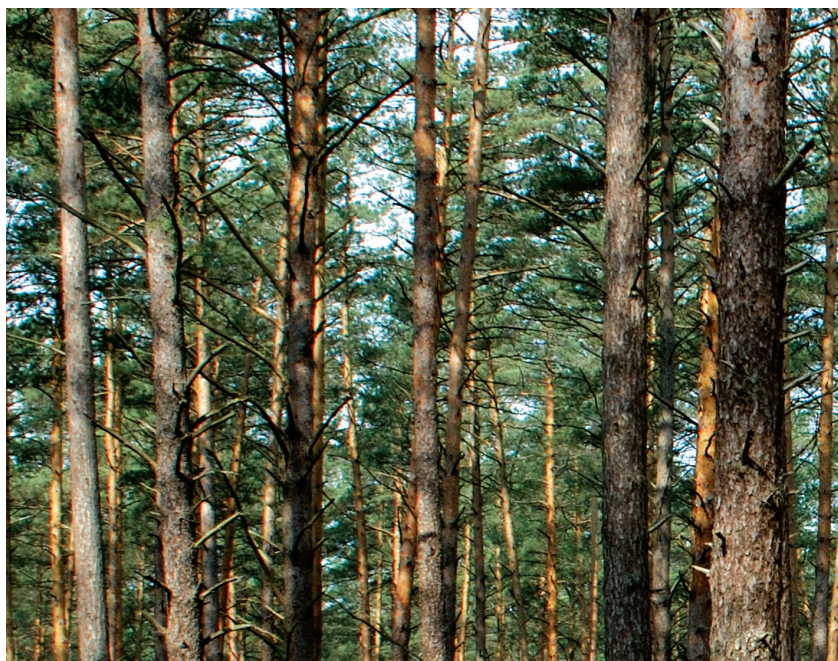
Zielony kolor nie znalazł się w logo FAKRO przypadkowo. Odzwierciedla bowiem charakter firmy FAKRO, firmy będącej blisko natury i związanej mocno z tematyką ochrony środowiska i ekologii samej w sobie. FAKRO od samego początku w swojej działalności zachęca do rozwoju i rozpowszechniania technologii przyjaznych środowisku, przypomina o odpowiedzialności za nie.

Z drugiej strony, jak twierdzą znawcy, kolor zielony przywraca równowagę, odpręża, uspokaja, utrzymuje energię fizyczną i psychiczną w stanie równowagi. Kolor zielony w otoczeniu długotrwale działa na nasz pozytywny nastrój. Długotrwałość pozytywnego oddziaływania koloru zielonego urasta do rangi symbolu i bezpośrednio nawiązuje do trwałości i jakości produktów FAKRO. Parametry techniczne okien dachowych FAKRO pozostają takie same przez długie lata użytkowania, dzięki czemu na poddaszu czujemy się tak samo dobrze jak w otoczeniu koloru zielonego.

Warto jeszcze dodać, że kolorem zielonym sygnuje się wiele szlachetnych i drogocennych produktów np. alkohole z najwyższej półki. Whisky zielone jest najdroższe i najbardziej wyszukane, w przypadku gdy czerwone jest pospolitą odmianą tego trunku. Zielony to również kolor pieniędzy.

Pomimo, że zielony nie jest tak kontrastowy i odróżniający się na pierwszy rzut oka jak na przykład kolor czerwony, to jednak długofalowo budzi wśród Klientów bardzo pozytywne skojarzenia, kolor czerwony choć jego promocja jest łatwiejsza, mniej czasochłonna i mniej kosztowna po pewnym czasie nie wywołuje pozytywnych skojarzeń.

Obecnie kolor zielony jest tak samo mocno utożsamiany z firmą FAKRO i jej produktami, jak graficzny i słowny znak towarowy.

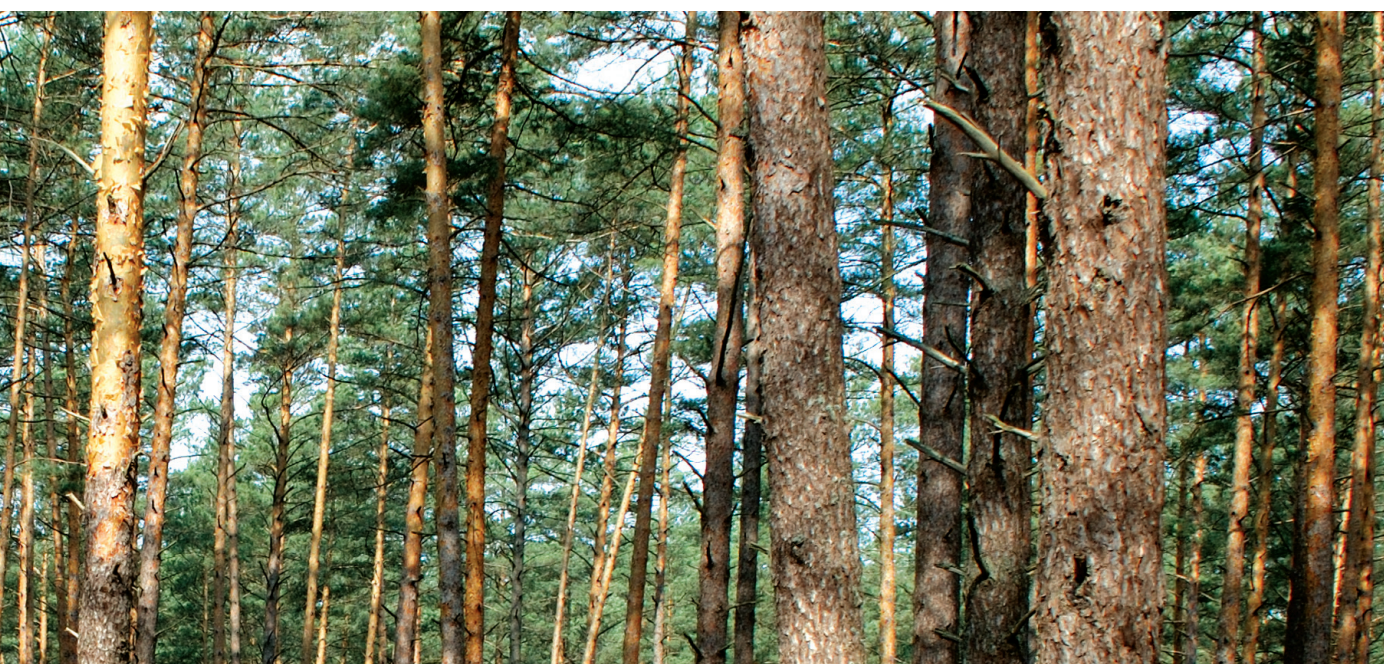




## LOGO

Nowe logo firmy składa się z zielonego sygnetu w kształcie równoległoboku i logotypu czyli czarnego napisu FAKRO.

Figura równoległoboku, odzwierciedla dynamizm działań, szybkość reagowania na zmiany trendów i oferowania klientom produktów wyprzedzających ich oczekiwania: jak np. takich, które posiadają wyższy poziom bezpieczeństwa lub są bardziej energooszczędne. Kolor jasnej zieleni jest symbolem życia blisko natury, życia w pełnej harmonii i równowadze.



Wysokość,  
i grubość litery **F**  
z logotypu FAKRO  
Podstawowa  
jednostka  
stosowana  
przy pozycjonowaniu logo

## LOGO POLE OCHRONNE

Pole ochronne to otaczający logo obszar, w którym nie może być żadnych innych elementów graficznych.  
Dzięki temu logo jest lepiej widoczne.  
Minimalne rozmiary wolnej przestrzeni wokół logo FAKRO odpowiadają zawsze 2 x wysokości podstawowej jednostki (litery F).

## LOGO POLE OCHRONNE SPONSORING

Logo z mniejszym polem ochronnym stosujemy w sponsoringu (banery, bandy reklamowe).



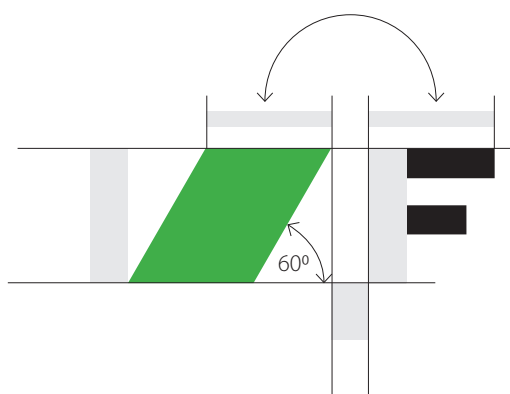


LOGO  
WERSJA  
Z ADRESEM  
INTERNETOWYM

Wersja logo z adresem www jest stosowana tylko w niektórych przypadkach np. tablice reklamowe, samochody firmowe, opakowania.



SYGNET



## MINIMALNE ROZMIARY

Aby logo FAKRO było czytelne, musi być drukowane z minimalną szerokością zapewniającą jego widoczność.

W przypadku nadruku logo czarno-zielonego minimalna wysokość wynosi **2 mm**.



### UWAGA:

W wyjątkowych sytuacjach, gdy logo musi być mniejsze (np. na długopisach lub wpinkach reklamowych), projektant i producent mają obowiązek kontrolowania, czy logo jest drukowane zgodnie ze standardami FAKRO i czy jest odpowiednio widoczne.



4mm  



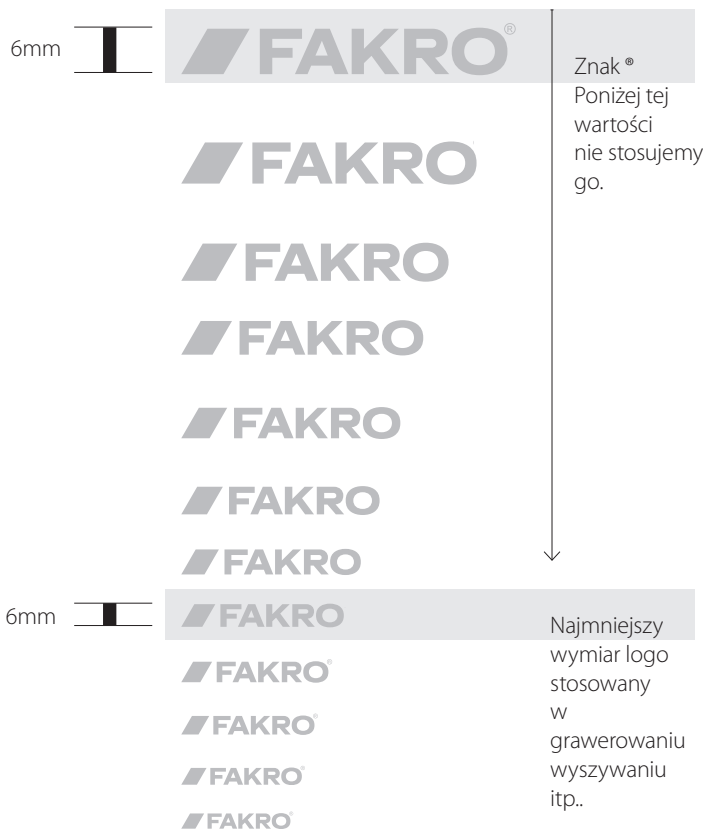
2mm  

Znak ®  
Poniżej tej wartości nie stosujemy go.

Najmniejszy wymiar logo stosowany w materiałach drukowanych

W przypadku grawerowania,  
nadruku logo w wersji  
monochromatycznej minimalna  
wysokość wynosi 3 mm.

 FAKRO®



## KOLORYSTYKA

WERSJA  
PODSTAWOWA



WERSJA  
SKALA SZAROŚCI



## WERSJA ACHRO- MATYCZNA

NA TLE  
O NASYCENIU POWYŻEJ 30%



BIAŁY

## WERSJA MONOCHRO- MATYCZNA

(GADŻETY, I PODŚWIETLANE  
LITERY PRZESTRZENNE NAD  
BUDYNKIEM  
FIRMY itp.)  
KOLORY:  
ZIELONY,  
ODCIENIE SZAROŚCI,  
SREBRNY.



## METALO- PLASYKA

GRAWEROWANIE, WYPALANIE,  
RELIEF, TŁOCZENIE itp.



JEDNORODNY MATERIAŁ

# KOLORY FIRMOWE

Firma Fakro  
posługuje się dwoma  
podstawowymi kolorami:  
zielonym i czarnym.

ZIELONY



CMYK C-75% Y - 100%



PANTONE 362



RGB R 80 G172 B 40



RAL 6018



Folia Neschen 7246  
121 błyszcząca  
126 matowa

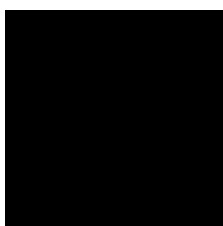




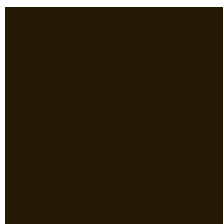
CZARNY



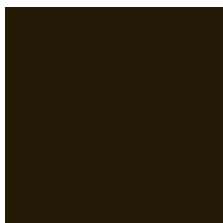
CZARNY K-100%



C 60% M 50% Y 50% K 100%



PANTONE BLACK



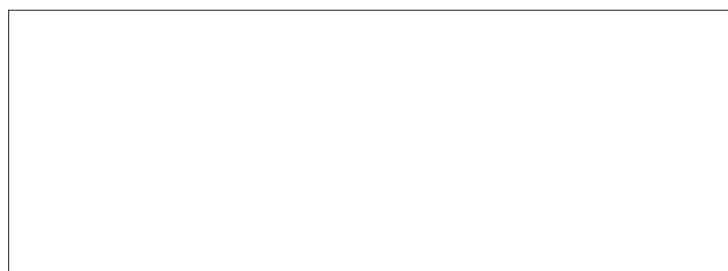
Folia Neschen 9572

## STOSOWANIE LOGO NA RÓŻNYCH TŁACH

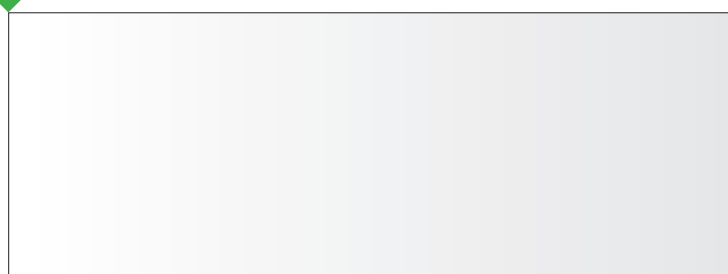
Aby logo było dobrze widoczne w powinno być umieszczane na białym tle lub na tle o nasyceniu do 30%. Na tle o nasyceniu powyżej 30% stosujemy logo achromatyczne w kolorze białym (w kontrze).



Białe tło

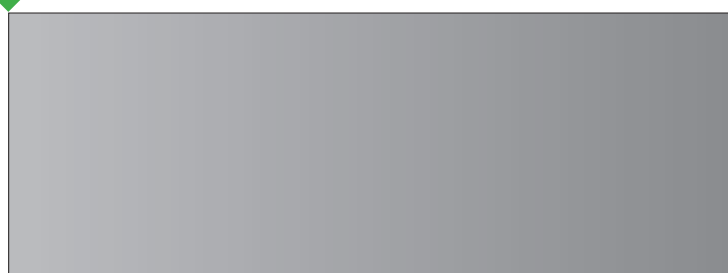


0%



30%

Tło o nasyceniu od 40 do 100% koloru





 **FAKRO<sup>®</sup>**

30%

 **FAKRO<sup>®</sup>**

100%

 **FAKRO<sup>®</sup>**

# PRZYKŁADY STOSOWANIA LOGO

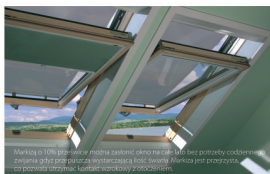
Szczegółowe informacje na temat stosowania logo FAKRO znajdują się w rozszerzonej księdze znaku.



## Osiem razy skuteczniejsza ochrona



Okna dachowe coraz częściej pojawiają się w naszych domach, zarówno w nowo powstających budynkach jak i przy adaptacji poddasza. Użytkowanie okien w skośnym dachu powoduje, że dostarczą one dużą ilość światła dziennego. Odpowiednia kontrola ilości światła i ciepła napływającego do pomieszczenia pozwala przekształcić poddasze w miejsce, w którym możemy komfortowo pracować i wypoczywać.



Markizy o 100% przyniosły namnażenie okna na dachu. Jest potrzebny odpowiedni system, który sprawi, że poddasze przetransformuje się w wygodne miejsce.

Firma Fakro przeobraziła skuteczność ochrony przed nagrzewaniem pomieszczeń i osłoniła okna przed promieniami UV. Badania przeprowadzone w jedynkowych pomieszczeniach, w których od strony południowej zamontowano okna dachowe, wykazały różnice efektywności. Przedstawione na wykresie wyniki badań jednoznacznie określają, że okna zewnętrzne marki Markizy najlepiej chronią przed upałem. **Markizy zewnętrzne zamontowane na oknie dachowym chronią przed nagrzewaniem poddasza do osiem razy skuteczniej niż rolety wewnętrzne zamontowane.** Akcja! Wewnętrzne w ograniczonym stopniu chronią przed silnym promieniowaniem słonecznym, a ich głównym zadaniem jest dekoracja wnętrza oraz regulacja ilości światła.

**Odpocznij w cieniu**  
Przez cały rok, w zależności od kierunku nachylenia, słońce świeci na dachy w różnym stopniu. Podczas gorących dni do wnętrza pomieszczenia nagrywa promieniowanie słoneczne. Istnieć może spowodować podwyższenie temperatury na poddaszu. Najwyższą ochroną przed upałem są akcesoria zewnętrzne (markizy, rolety). Szczegółowe dane jest dostępne akcesoriów zewnętrznych w mroczno.

na północnych stronach pomieszczeń od strony południowej. Optymalnym rozwiązaniem jest markiza zewnętrzna, która skutecznie promieniowanie słoneczne już przed wejściem i emituje ciepło na zewnątrz przed, co w kierunku dni bardzo silnie chroni przed upałem. Latwa w montażu i obsługa markiza chroni przed nagrzewaniem wnętrza i skutecznie zapobiega wewnątrz przy jednoczesnym zapewnieniu widoczności na zewnątrz.

**Przepuszczalność ciepła promieniowania słonecznego w %**  
-okna markizy zewnętrznej w zależności od kierunku: 4-14%  
-okna rolety wewnętrznej, zasłoniętych: 32%  
-okna bez okien: 52%



Akcesoria zewnętrzne chronią przed upałem słonecznym, blokując ciepłe promieniowanie słoneczne już przed wejściem i emitując ciepło na zewnątrz. Niezależnie od kierunku światła do wnętrza nie wpadają promienie słoneczne.

Naturalne piękno

**Natura** oferuje nam bezcenne dary. Często jest z jej bogactwem, odpowiedzialnie wybierając drewno, które poddajemy unikalnemu procesowi technologicznemu. Z drewna wydobywamy najwyższą jakość: **naturalne piękno**.

Chcemy się tym podzielić. Dlatego produkujemy doskonałej jakości okna dachowe, dzięki którym poddasze zmienia się w piękne i komfortowe wnętrza.

Pełna oferta na [www.fakro.pl](http://www.fakro.pl), infolinia 0 800 100 052





 **FAKRO®**