



Wytyczne wizualne

KOMUNIKACJI MARKI



Opis marki

ZROZUM HERBANOVUM

HerbaNovum to nowoczesna, holistyczna marka, której misją jest wspieranie człowieka w drodze do zdrowia, równowagi i głębszego zrozumienia siebie.

Marka powstała z potrzeby połączenia świata nauki, natury i duchowości, jako odpowiedź na współczesne wyzwania zdrowotne i cywilizacyjne.

Wyróżnia nas podejście całościowe: nie skupiamy się wyłącznie na objawach, ale patrzymy na człowieka jako system fizyczny, emocjonalny, duchowy i energetyczny. Dlatego łączymy medycynę konwencjonalną z metodami alternatywnymi, m.in. pracą z energią, intuicją, świadomym oddechem czy uzdrawianiem przez kontakt z naturą.

Współpracujemy z lekarzami, terapeutami i ekspertami z wielu dziedzin- tworząc przestrzeń, w której wiedza spotyka się z intuicją, a leczenie staje się procesem transformacji.



Kolory marki

Głównym kolorem marki jest brąz, symbolizujący naturę i stabilność. Jest to barwa ziemi, która przywołuje skojarzenia z bezpieczeństwem, autentycznością oraz harmonią z przyrodą.

Brąz pełni rolę fundamentu kolorystycznego HerbaNovum: jest obecny w logo, materiałach bazowych i wspiera całościowy odbiór marki jako naturalnej, godnej zaufania i ugruntowanej.

Każda dziedzina marki posiada swój kolor. Zabieg wspiera odpowiednie skojarzenia emocjonalne i energetyczne, zgodnie z zasadami psychologii barw.

Kolorystyka HerbaNovum jest inspirowana mapą świadomości Hawkinsa, co sprawia, że stanowi także nośnik wartości i intencji marki. Każdy kolor staje się częścią opowieści o drodze do zdrowia, równowagi i pełni życia.

ZIOŁA: NATURA (LOGO)	#66BB6A R: 102; B: 187; G:106 CMYK: 62; 1; 78; 0	(TŁO)	#446A4C R: 68; B: 106; G:76 CMYK: 74; 38; 76; 25
PEPTYDY: REGENERACJA (LOGO)	#5DDAB6 R: 93; B: 218; G:182 CMYK: 55; 0; 40; 0	(TŁO)	#219F7B R: 33; B: 159; G:123 CMYK: 80; 14; 66; 1
LEKI: DZIAŁANIA (LOGO)	#D33A2A R: 211; B: 58; G:42 CMYK: 12; 91; 98; 2	(TŁO)	#822D2B R: 130; B: 45; G:43 CMYK: 31; 89; 81; 34
GABINETY: BEZPIECZEŃSTWO (LOGO)	#108DDC R: 16; B: 141; G:220 CMYK: 77; 36; 0; 0	(TŁO)	#1F5671 R: 31; B: 86; G:113 CMYK: 91; 61; 38; 19
KSIAŻKI: REFLEKSJA (LOGO)	#ED8A09 R: 237; B: 138; G:9 CMYK: 5; 54; 100; 0	(TŁO)	#D15D27 R: 209; B: 93; G:39 CMYK: 13; 76; 100; 2
SZKOLENIA: ROZWÓJ (LOGO)	#FFCA28 R: 255; B: 202; G:40 CMYK: 0; 20; 92; 0	(TŁO)	#D59827 R: 213; B: 152; G:39 CMYK: 16; 42; 100; 1
BADANIA: WIEDZA (LOGO)	#AB47BC R: 171; B: 71; 188 CMYK: 44; 81; 0; 0	(TŁO)	#54276C R: 84; B: 39; 108 CMYK: 80; 100; 25; 13

KOLOR MARKI:	
	#5A3426 R: 90; B: 52; G:38 CMYK: 43; 72; 78; 52

Logo marki

Logo marki HerbaNovum powstało z inspiracji mandalą: starożytnym symbolem harmonii, jedności i wewnętrznej równowagi. Mandala, wywodząca się z tradycji duchowych wielu kultur, symbolizuje całościowe spojrzenie na człowieka, jego zdrowie i rozwój co jest fundamentem filozofii marki.

Logotyp oparty jest na nowoczesnym i prostym kroju pisma. Wyróżnienie członu „Herba” poprzez pogrubienie podkreśla korzenie marki w naturze i roślinach leczniczych, a „Novum” odnosi się do nowoczesności i postępu.

Aby zapewnić elastyczność i spójność wizualną marki w różnych kontekstach komunikacyjnych, HerbaNovum posiada trzy wersje logo:

- Wersja pionowa
- Wersja pozioma
- Wersja uzupełniająca skrókowa (stosowana na małych przestrzeniach)



WERSJA PIONOWA



WERSJA POZIOMA



WERSJA UZUPEŁNIAJĄCA

Dziedziny marki

Aby uporządkować i podkreślić bogatą strukturę oferty, każda z dziedzin działalności marki posiada swój własny, unikalny wariant logo oparty na sygnecie w dedykowanych kolorach.

Wszystkie wersje logo zachowują identyczną formę graficzną (każdy posiada wersję pionową, poziomą, skrót oraz sygnet), a różnią się jedynie barwą, która jest ściśle dopasowana do charakteru danej gałęzi.

Kolory zostały dobrane zgodnie z zasadami psychologii kolorów oraz skalą świadomości Hawkinsa, by jak najlepiej oddać wartości i emocje towarzyszące każdemu obszarowi.



GLOBALNE LOGO MARKI



GABINETY



ZIOŁA



KSIĄŻKI



PEPTYDY



SZKOLENIA



LEKI



BADANIA

Wersje kolorystyczne logo

Dla zapewnienia elastyczności w komunikacji wizualnej marka HerbaNovum posiada zestaw wersji kolorystycznych logotypu. Dzięki nim logo może być stosowane w różnych kontekstach: od druku po aplikacje cyfrowe: z zachowaniem czytelności, estetyki i rozpoznawalności.

- **Wersja pełnokolorowa na jasny podkład:** Podstawowa i preferowana wersja logotypu, w której logo zachowuje swoją wielobarwną strukturę.
- **Wersja pełnokolorowa na ciemny podkład:** Wersja logotypu, które znajdzie zastosowanie na ciemnych tłach
- **Wersja biała monochromatyczna:** Wariant przeznaczony do użycia na ciemnych tłach oraz w sytuacjach, gdzie potrzebny jest subtelniejszy lub elegancki przekaz.
- **Wersja czarna monochromatyczna:** Stosowana tylko w sytuacjach, kiedy użycie pozostałych wersji jest niemożliwe.

Każdy z wariantów kolorystycznych tyczy się wszystkich wersji logo: zarówno w formacie pionowym, poziomym, sygnecie jak i skrócie.



WERSJA PEŁNOKOLOROWA NA JASNY PODKŁAD



WERSJA PEŁNOKOLOROWA NA CIEMNY PODKŁAD



WERSJA MONOCHROMATYCZNA BIAŁA



WERSJA MONOCHROMATYCZNA CZARNA

Sygnet HerbaNovum

Sygnet marki to centralny element identyfikacji wizualnej: inspirowany strukturą mandali: symbolizującej harmonię, równowagę i holistyczne podejście do zdrowia. Jego forma opiera się na organicznych kształtach przypominających liście, ułożonych w symetryczną kompozycję.

Każdy kolorowy liść w sygnecie odzwierciedla jedną z głównych gałęzi działalności marki. Dzięki temu sygnet wyróżnia markę i symbolicznie komunikuje jej różnorodność.

Sygnet Herba Novum może być wykorzystywany w dwóch formach:

- **Jako znak marki:** Może występować oddzielnie (bez logotypu) np. jako element oznaczeń, grafik promocyjnych, ikon czy nadruków. W takim przypadku należy zachować wszystkie wytyczne marki.
- **Jako element graficzny:** Może spełniać funkcję dekoracyjną tła. Dopuszczalne jest wówczas: nakładanie zdjęć wewnątrz sygnetu, stosowanie półprzezroczystości lub cieni, nieprzestrzeganie pola ochronnego i kadrowanie.



PROPORCJE ZNAKU



SYGNET JAKO ZNAK



SYGNET JAKO GRAFIKA

Pole ochronne

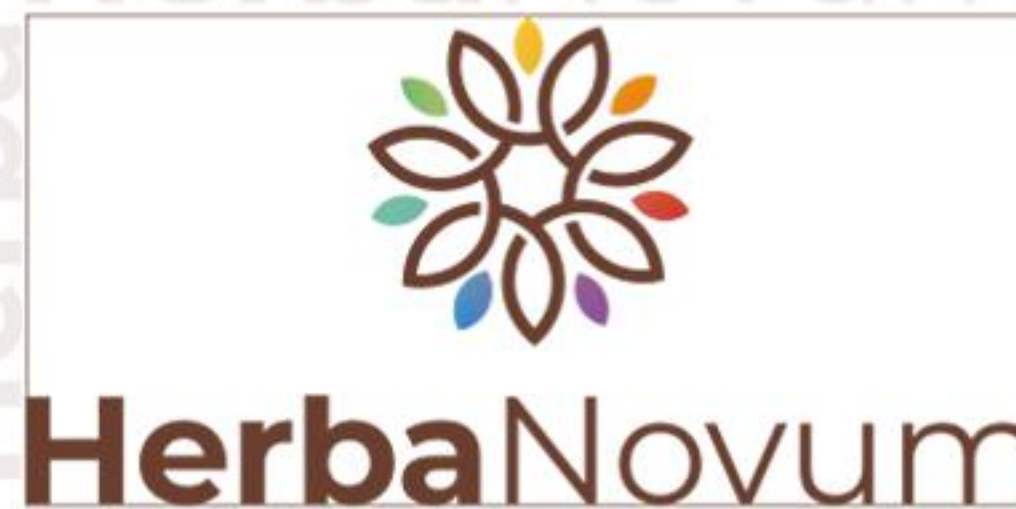
Aby zapewnić czytelność, spójność i maksymalny efekt wizualny logo HerbaNovum, określone zostały zasady dotyczące pola ochronnego, czyli minimalnego odstępu, jaki należy zachować wokół znaku. W tym obszarze nie mogą znajdować się żadne inne elementy graficzne, tekstowe ani krawędzie układu, które mogłyby zaburzyć odbiór logo.

- **Wersja podstawowa (pionowa i pozioma):** pole ochronne wyznacza się na podstawie wysokości logotypu (warstwy tekstowej w logo).
- **Sygnet (ikona marki):** przy stosowaniu samego sygnetu (np. w mediach społecznościowych, faviconach, znakowaniu drobnym), pole ochronne stanowi $\frac{1}{4}$ wysokości sygnetu ($\frac{1}{4} H$).
- **Skrót logo (sygnet + inicjały):** W sytuacjach, gdy wykorzystywany jest skrót logo, pole ochronne powinno wynosić $\frac{1}{2}$ wysokości logotypu ($\frac{1}{2} H$).

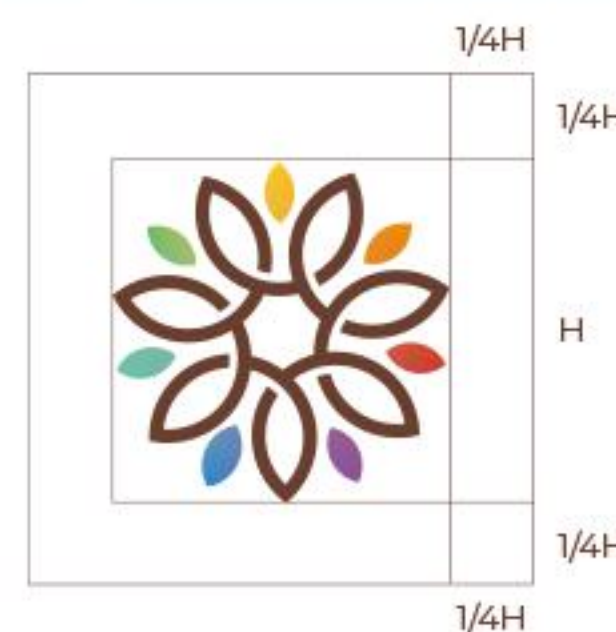
Wytyczne tyczą się wszystkich wersji logo.



WERSJA POZIOMA



WERSJA PIONOWA



SYGNET



SKRÓT

Niedozwolone stosowanie

Aby zachować integralność i spójność wizualną marki Herba Novum, należy **bezwzględnie unikać** poniższych praktyk podczas używania logo:

- Zmiana proporcji
- Edycja kolorów
- Dodawanie efektów, które zaburzają czytelność
- Umieszczanie logo na nieczytelnym tle
- Zmiana układu elementów logo
- Dodawanie elementów
- Naruszanie pola ochronnego

Przestrzeganie tych zasad jest niezbędne do budowania rozpoznawalności marki oraz zachowania jej profesjonalnego i spójnego wizerunku.



ZMIANA KOLORU



CIENIE
ZABURZAJĄCE
CZYTELNOŚĆ



ZMIANA
PROPORCJI



NARUSZENIE POLA
OCHRONNEGO



OBRACANIE
SYGNETU

Typografia

Marka Herba Novum wykorzystuje nowoczesny, geometryczny krój Montserrat, który łączy czytelność z profesjonalizmem.

Nagłówki (H1-H3):

Stosujemy Montserrat Bold / SemiBold, aby wyróżnić kluczowe treści i zbudować silną strukturę hierarchii typograficznej. Można używać zarówno kapitalików jak i wersalików oraz modyfikować kerning liter.

Podtytuły i wyróżnienia:

Montserrat Regular / Medium dla klarowności i przejrzystości przekazu. Można używać zarówno kapitalików jak i wersalików oraz modyfikować kerning liter.

Teksty główne:

Montserrat Light / Regular- zapewnia komfort czytania w materiałach drukowanych i cyfrowych. Przestrzeń między wierszami powinna być nieco powiększona.

Dla zapewnienia czytelności przekazu należy szczególną uwagę zwracać na kontrasty pomiędzy nagłówkami, tytułami i tekstem. Skok grubości liter powinien wynosić co najmniej 2 (np. Bold H1 -> Medium Podtytuł -> Light Tekst)

Montserrat Bold

Montserrat Semibold

Montserrat Regular

Montserrat Light

MONTSERRAT BOLD

MONTSERRAT SEMIBOLD

MONTSERRAT REGULAR

MONTSERRAT LIGHT

Materiały identyfikacyjne

TECZKA I PAPIER FIRMOWY



Materiały identyfikacyjne

WIZYTÓWKA



Materiały identyfikacyjne

ROLLUP

