

Brandbook



ECHO
investment

Wstęp

Identyfikacja wizualna to kompendium wiedzy na temat stosowania najważniejszych elementów komunikacji między marką a odbiorcą.

Brandbook zawiera opis kluczowych składników identyfikacji marki Echo Investment. Porządkuje elementy wizualne w celu prawidłowego konstruowania wizerunku. Określa zasady w zakresie wykorzystania ich w materiałach identyfikujących markę. Działa na poziomie emocji, utrwalając świadomość usług.

Stosowanie poszczególnych elementów systemu wizualnego we właściwy sposób jest konieczne dla budowania założonego, pozytywnego wizerunku marki.

Identyfikacja wizualna adresowana jest do wszystkich osób zaangażowanych w realizację zadań wpływających na postrzeganie marki, np. działów promocji, marketingu, PR, a także projektantów, agencji reklamowych, producentów i drukarni.

Legenda

_____ Wskazówki i informacje techniczne oznaczane są w brandbooku kolorem pomarańczowym.

Spis treści

| | | | | | |
|--------------------------------------|-----------|-------------------------|-----------|-------------------------------|-----------|
| Big idea | 4 | Typografia | 29 | Ikony | 53 |
| Logo | 5 | informacje ogólne | 30 | biblioteka ikon | 54 |
| wersja podstawowa | 6 | kroje pisma | 31 | konstrukcja ikon | 55 |
| wersja z claimem | 7 | interlinie | 32 | łączenie z podpisami | 56 |
| pole ochronne | 8 | relacje wielkości | 33 | kolory podstawowe | 57 |
| warianty kolorystyczne podstawowe | 9 | równanie i układ tekstu | 34 | kolory komunikatu | 58 |
| warianty kolorystyczne uzupełniające | 10 | copy — łamane hasła | 35 | kolory akcji | 59 |
| warianty kolorystyczne na grafice | | linie pod nagłówkami | 36 | Zdjęcia i wizualizacje | 60 |
| i zdjęciach | 11 | Pattern | 37 | kluczowe cechy | 61 |
| umiejscowienie znaku | 13 | konstrukcja i położenie | 38 | główne motywy | 62 |
| minimalny rozmiar znaku | 15 | kadrowanie i skalowanie | 39 | zdjęcia portretowe | 63 |
| użycia niedozwolone | 16 | wariacje kolorystyczne | 40 | Prezentowanie danych | 64 |
| łączenie z innymi logotypami | 17 | relacja z logo | 42 | informacje ogólne | 65 |
| Kolory | 18 | użycia niedozwolone | 44 | wykresy kołowe | 66 |
| gama podstawowa | 19 | Ramki | 46 | wykresy słupkowe | 67 |
| gama towarzysząca | 20 | informacje ogólne | 47 | tabele | 68 |
| gama uzupełniająca | 21 | skalowanie — druk | 48 | cytaty i wyimki — układ | 69 |
| stopniowanie barw | 22 | skalowanie — digital | 49 | cytaty i wyimki — kolorystyka | 70 |
| kolor w tekście | 24 | warianty kolorystyczne | 50 | Tworzenie kompozycji | 71 |
| akcenty kolorystyczne w layoutach | 27 | zasady stosowania | 52 | siatka modułowa | 72 |
| kolory akcji w użyciu | 28 | | | modułowość | 73 |
| | | | | marginesy i kolumny | 77 |

Big idea

Wizualny świat marki Echo Investment stanowi odpowiedź na potrzebę stworzenia nowoczesnej identyfikacji przy jednoczesnym zachowaniu ciągłości dotychczasowej opowieści.

Charakterystyczny dla marki symbol rozchodzących się fal zyskuje w nowym ujęciu funkcję subtelного patternu. W połączeniu ze szlachetną typografią i oryginalną kolorystyką tworzy elegancki system wizualny, który dzięki zastosowaniu modułowych rozwiązań gwarantuje spójność i unikatowość komunikacji ważnych dla marki wartości.

Logo



ECHO
investment

Logo

Wersja podstawowa

Logotyp to nazwa marki zapisana w dwóch wierszach geometrycznym, bezszeryfowym fontem. W konstrukcji

logotypu dominuje zapisane wersalikami ECHO, którego dopełnieniem jest subtelniejszy zapis słowa Investment.

ECHO
investment

Logo

Wersja z claimem

Logotyp w połączeniu z claimem tworzy rozszerzoną wersję logo marki. Obie wersje mogą być stosowane zamiennie. Claim zapisany jest fontem Satoshi i występuje poziomo po prawej stronie logotypu, pozostając z nim w stałej relacji proporcjonalnej. Logotyp i claim występują zawsze w określonym układzie.

Relację między logotypem a claimem wyznacza pionowa linia, której odległość zawsze równa jest wysokości logotypu. Niedozwolone jest ingerowanie w konstrukcję logo. W materiałach drukowanych należy wykorzystywać zawsze wektorową wersję logo w celu otrzymania najlepszego odwzorowania znaku.

ECHO
investment | creating
destinations

Logo

Pole ochronne

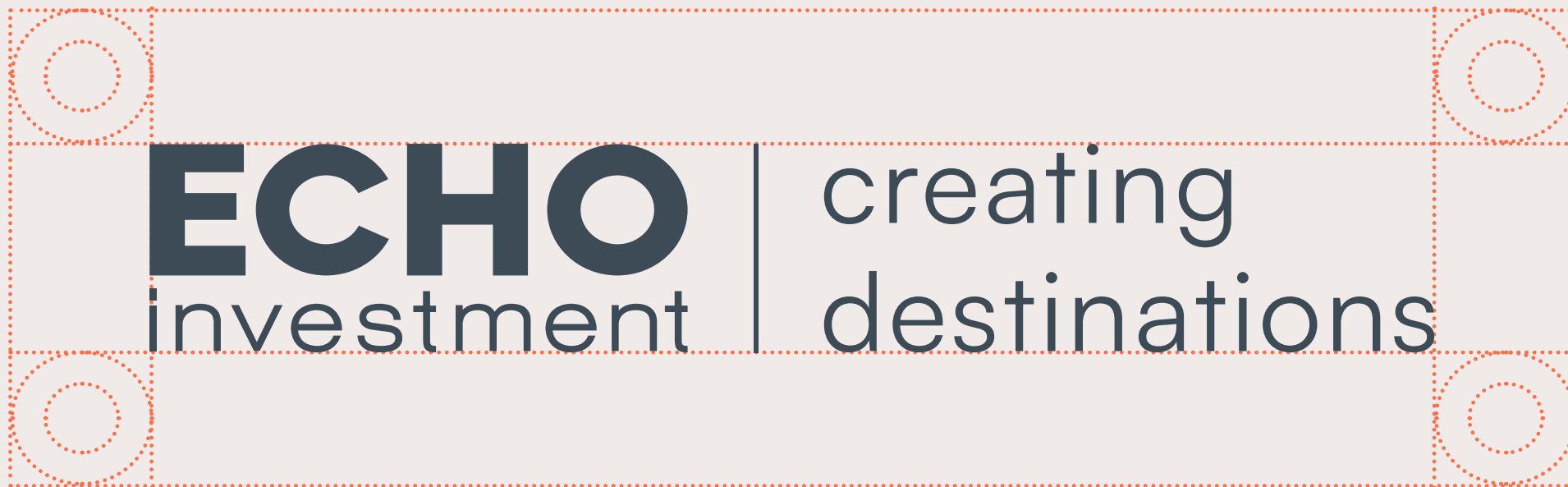
Wokół znaku występuje pole ochronne — obszar, w obrębie którego nie może pojawić się żadna obca forma, zarówno graficzna, jak i tekstowa. Wyznacza ono

także minimalną odległość znaku od krawędzi użytego nośnika — jest to wysokość litery O.



Logo

Pole ochronne



Logo

Warianty kolorystyczne podstawowe

Logo w wariacie podstawowym występuje w charakterystycznym dla marki graficie — na beżowym tle, lub bieli — na grafitowym tle.



ECHO
investment

Wariant podstawowy
Grafit na beżu



ECHO
investment

Wariant podstawowy
Biel na graficie

Logo

Warianty kolorystyczne uzupełniające

Na tłach w kolorach towarzyszących (jasna szarość, ciemna szarość) logotyp występuje w kolorze bieli. Jako uzupełniająca wersja znaku

funkcjonuje również logotyp w ujęciu monochromatycznym — czarny na białym tle oraz biały na czarnym tle.



ECHO
investment



ECHO
investment



ECHO
investment



ECHO
investment



ECHO
investment

Wariant uzupełniający
Biel lub grafit na jasnej szarości

Wariant uzupełniający
Biel na ciemnej szarości

Wariant uzupełniający
Czerń na bieli / biel na czerni

Logo

Warianty kolorystyczne na grafice i zdjęciach

Dopuszczalne jest stosowanie logotypu na grafikach i zdjęciach, które stanowią formę tła i nie zakłócają czytelności znaku. Na jasnych tłach rekomendowane jest użycie logotypu w graficie, natomiast na ciemnych — w bieli.

W sytuacjach wyjątkowych (np. zewnętrznych projektach, w towarzystwie logotypów innych marek) możliwe również jest zastosowanie logotypu w czerni na jasnych tłach.



Wariant podstawowy
Grafit na jasnym tle

Wariant podstawowy
Biel na ciemnym tle

Wariant uzupełniający
Czerń na jasnym tle

Logo

Umieszczenie znaku

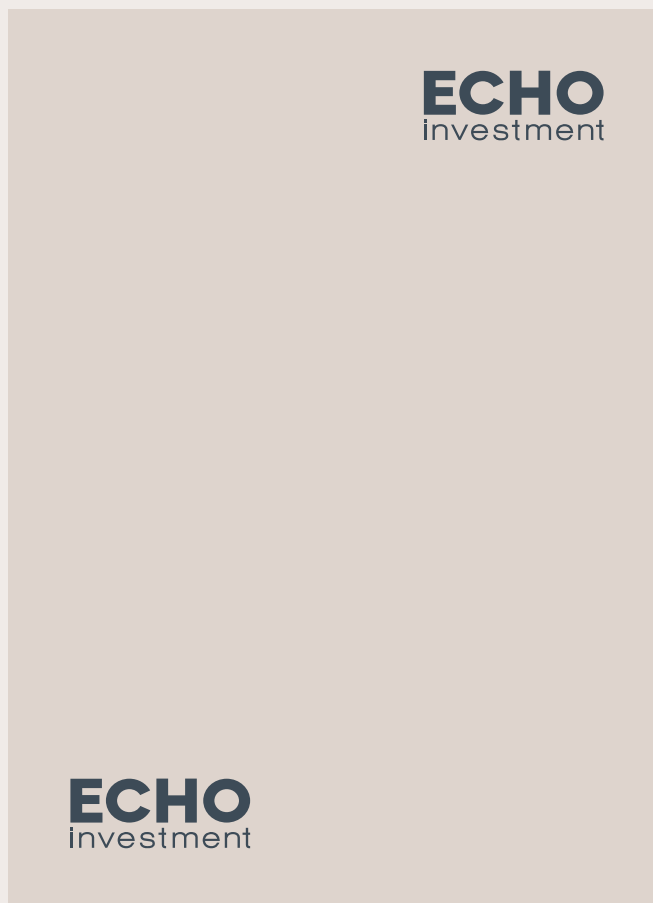
Dla zachowania spójności komunikacji kluczowe jest odpowiednie umiejscowienie logotypu w layoutcie. Domyślne jest położenie logo w lewym górnym lub prawym dolnym rogu.

Jeśli w projekcie znajduje się więcej niż jeden layout wymagający użycia logo, możemy wykorzystać dodatkowe warianty położenia.



Położenie podstawowe

Jeśli to możliwe, logotyp powinien być położony w lewym górnym lub prawym dolnym narożniku.



Położenie alternatywne

Jeśli położenie podstawowe nie jest możliwe, umieszczamy logotyp w prawym górnym lub w lewym dolnym narożniku.

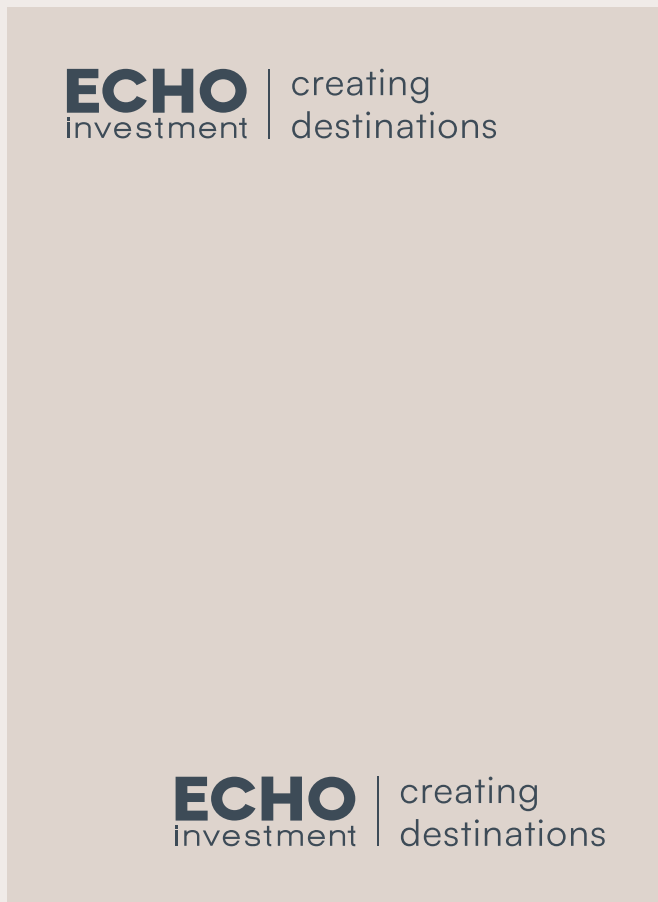


Położenie centralne

Możliwe jest centralne położenie logotypu — szczególnie w layoutach, gdzie stanowi główny lub wiodący element.

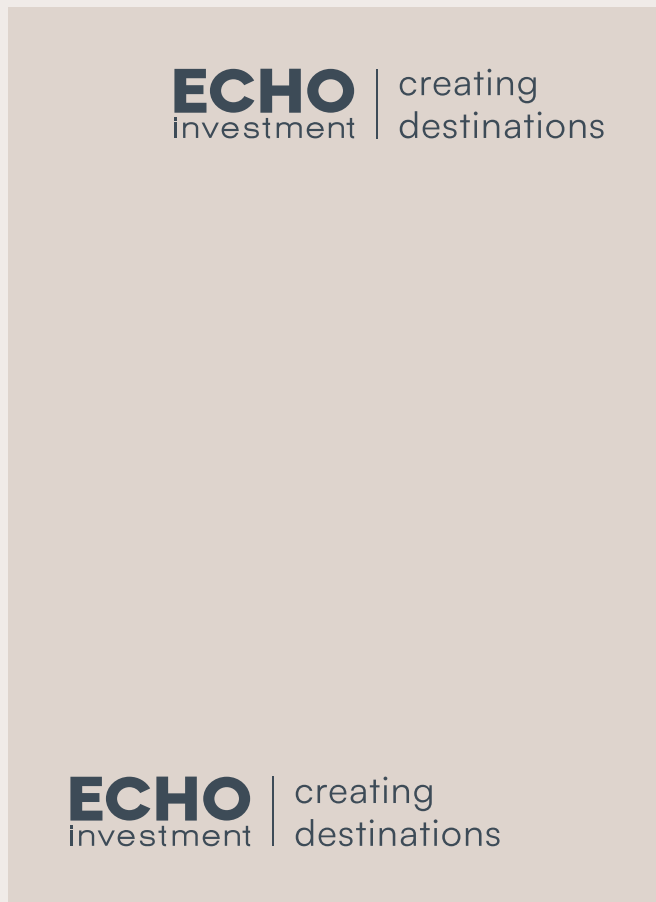
Logo

Umieszczenie znaku



Położenie podstawowe

Jeśli to możliwe, logo powinno być położone w lewym górnym lub prawym dolnym narożniku.



Położenie alternatywne

Jeśli położenie podstawowe nie jest możliwe, umieszczamy logo w prawym górnym lub w lewym dolnym narożniku.



Położenie centralne

Możliwe jest centralne umiejscowienie logo — szczególnie w layoutach, gdzie stanowi główny lub wiodący element.

Logo

Minimalny rozmiar znaku

Przy zastosowaniu znaku na małej powierzchni należy pamiętać o zachowaniu jego minimalnej wielkości, co gwarantuje czytelność.



ECHO
investment



ECHO | creating
investment | destinations

Digital

60 px szerokości dla podstawowej wersji logo
lub 24 px wysokości dla wersji z claimem



ECHO
investment



ECHO | creating
Investment | destinations

Druk

20 mm szerokości dla podstawowej wersji logo
lub 8 mm wysokości dla wersji z claimem

Logo

Użycia niedozwolone

Dla zachowania spójności, rozpoznawalności i prawidłowego użycia logo — niedopuszczalne są jakiegokolwiek manipulacje bądź odstępstwa

od zasad zaprezentowanych w niniejszym brandbooku. Poniższe przykłady są niedozwolonymi sposobami użycia znaku.



Zmiana typografii



Zmiana proporcji



Zmiana wielkości elementów



Zmiana pozycji elementów



Zmiana interlinii



Zmiana kolorów



Stosowanie outline'u



Stosowanie tła, które zakłóca czytelność logo

Logo

Łączenie z innymi
logotypami

Logo może wchodzić w relację z innymi znakami, jakimi są np. logotypy inwestycji realizowanych przez Echo Investment czy logotypy partnerów.

Logotyp inwestycji czy partnera pojawia się wówczas równoległe po prawej stronie, a relacja określona jest za pomocą pionowej linii.

ECHO
investment

RYTM
Apartamenty na Kabatach

Kolory



ECHO
investment

Kolory

Gama podstawowa

Podstawowe barwy pozwalają na kreowanie rozpoznawalnego i spójnego wizerunku marki. Podstawowymi kolorami identyfikacji są grafit i beż — nawiązujące

do barw w architekturze i przywodzących na myśl takie materiały jak kamień, beton czy piasek.

HEX 3d4b57
RGB 61 75 87
CMYK 77 62 49 33
Pantone 7546 C
Pantone 7546 U
RAL 260 30 10

HEX e6dfd9
RGB 230 223 217
CMYK 12 14 16 0
Pantone Warm Gray 1 C
Pantone Warm Gray 1 U
RAL 060 80 05

Kolory

Gama towarzysząca

Kolory towarzyszące uzupełniają i współgrają z podstawową paletą barw. Stosowane są w projektach, gdy kolory bazowe zostały użyte do kluczowych

wizerunkowo layoutów i konieczne jest urozmaicenie zastosowanej palety barw.

HEX 000000
RGB 0 0 0
CMYK 0 0 0 100

RAL 9005 (classic)

HEX FFFFFFFF
RGB 255 255 255
CMYK 0 0 0 0
RAL 9016(classic)

HEX AEBEBF
RGB 174 190 191
CMYK 48 30 34 0
Pantone 443 C
Pantone 443 U
RAL 7001 (classic)

HEX 596670
RGB 89 102 112
CMYK 68 52 45 17
Pantone 431 C
Pantone 431 U
RAL 7031 (classic)

Kolory

Gama uzupełniająca

Kolory uzupełniające nadają identyfikacji energii i nowoczesności. W zestawieniu z klasycznymi barwami ożywiają komunikaty wizualne i pozwalają na akcentowanie ważnych treści.

Gama uzupełniająca stanowi jednak subtelny akcent w całej identyfikacji, stąd kolory uzupełniające należy wprowadzać do projektów oszczędnie. Nie jest rekomendowane łączenie kilku kolorów uzupełniających w obrębie jednego layoutu.

Kolory komunikatu

HEX 00B596
RGB 0 181 150
CMYK 86 8 60 0
Pantone Green C
Pantone Green U
RAL 180 60 50

HEX FF6E49
RGB 255 110 73
CMYK 0 71 74 0
Pantone 1645 C
Pantone 1645 U
RAL 2005 (classic)

HEX 07A5B9
RGB 7 165 185
CMYK 79 18 27 0
Pantone 7710 C
Pantone 7710 U
RAL 220 60 35

Kolory akcji

HEX D9DF20
RGB 217 223 32
CMYK 17 0 100 0
Pantone 381 C
Pantone 381 U
RAL 110 80 70

HEX FAA61A
RGB 250 166 26
CMYK 0 40 100 0
Pantone 137 C
Pantone 137 U
RAL 1003 (classic)

HEX 35C8DB
RGB 53 200 219
CMYK 67 0 17 0
Pantone 311 C
Pantone 311 U
RAL 220 70 35

Kolory

Stopniowanie barw

Towarzyszące kolory szarości — jasnej i ciemnej — występują w rozjaśnionych, określonych procentowo odcieniach (tinty) i można wykorzystać je np. przy

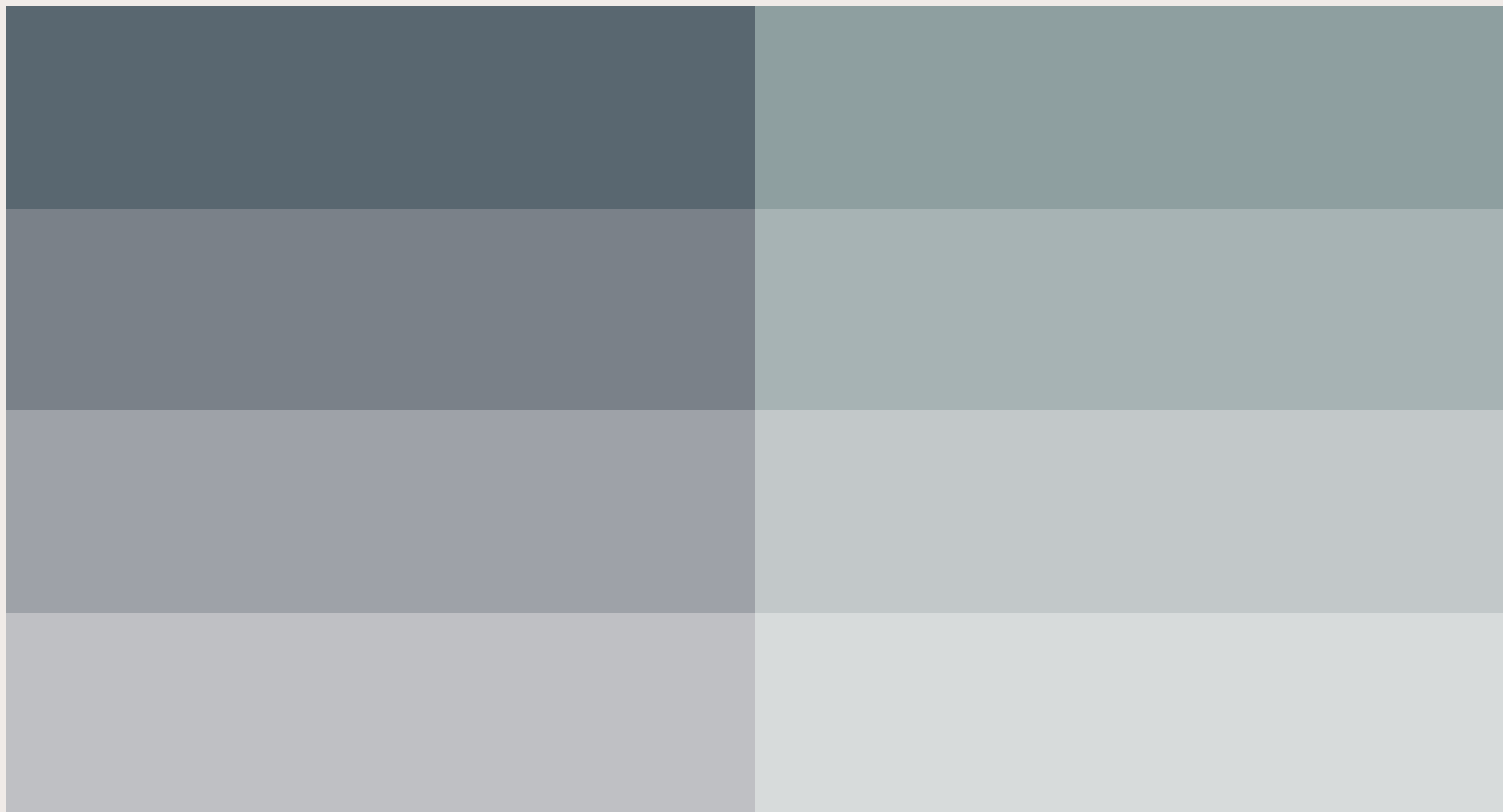
wizualizowaniu danych na wykresach czy w ilustracjach.

100%

75%

50%

30%

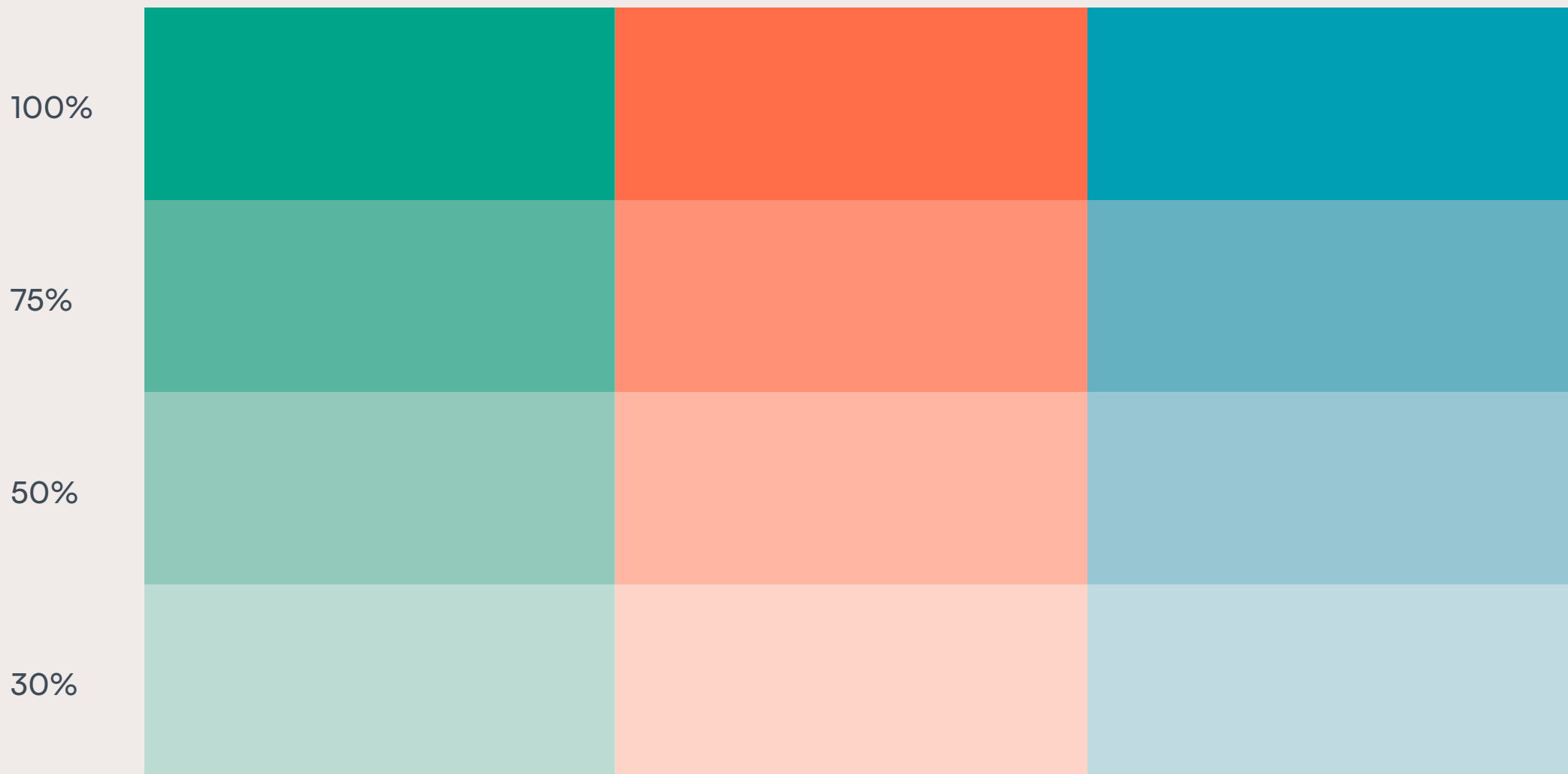


Kolory

Stopniowanie barw

Kolory uzupełniające występują w rozjaśnionych, określonych procentowo odcieniach (tinty) i można wykorzystać

je np. przy wizualizowaniu danych na wykresach czy w ilustracjach.



Kolory

Kolor w tekście

Zarówno kolorystyka, jak i typografia są jednymi z kluczowych elementów systemu identyfikacji. Dlatego tak ważne jest odpowiednie użycie koloru w tekstach. W layoutach reprezentacyjnych dla

marki stosujemy przede wszystkim paletę podstawową uzupełnioną o biel, która jest powszechnie uznanym kolorem tła dla tekstu, szczególnie w wielostronicowych publikacjach.

Lorem ipsum
dolor sit
amet nuncia
pellentesque.

Lorem ipsum
dolor sit
amet nuncia
pellentesque.

Lorem ipsum
dolor sit
amet nuncia
pellentesque.

Wariant podstawowy
Grafit na beżu

Wariant podstawowy
Biel na graficie

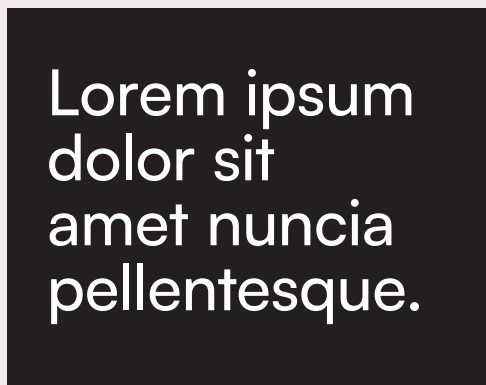
Wariant podstawowy
Grafit na bieli

Kolory

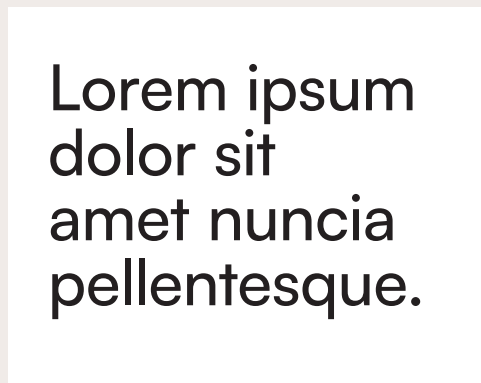
Kolor w tekście

W zależności od sytuacji oraz specyfiki projektu można stosować też warianty dodatkowe. Użycie koloru powinno być jednak ograniczone — stosujemy go miejscowo, jako sposób wyróżnienia

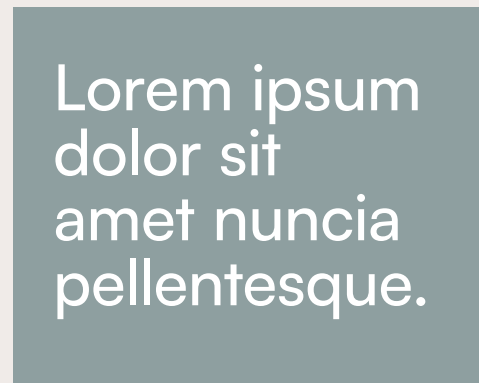
istotnych treści i elementów layoutu. Możemy stosować kolory komunikatu w nagłówkach i wyimkach. Nigdy nie łączymy kilku kolorów uzupełniających w jednym layoutcie.



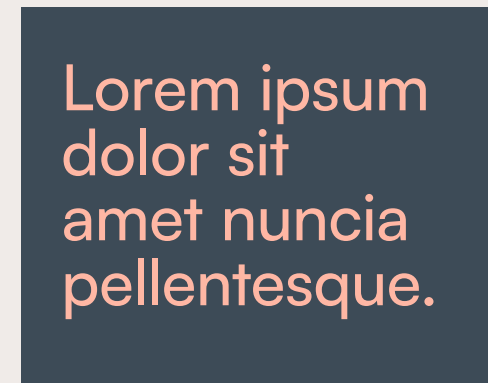
Wariant dodatkowy
Biel na czerni



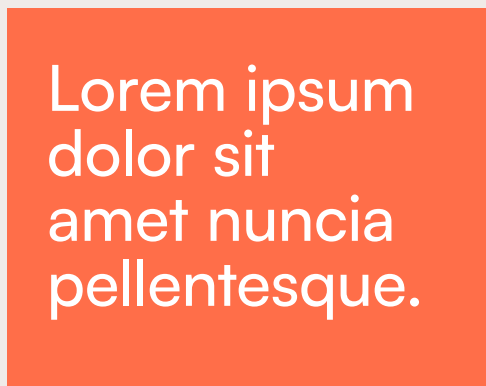
Wariant dodatkowy
Czerń na bieli



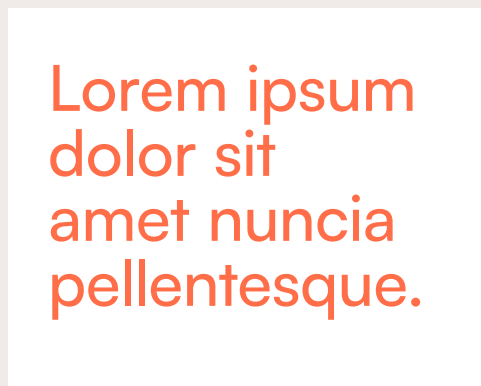
Wariant dodatkowy
Biel na kolorze towarzyszącym



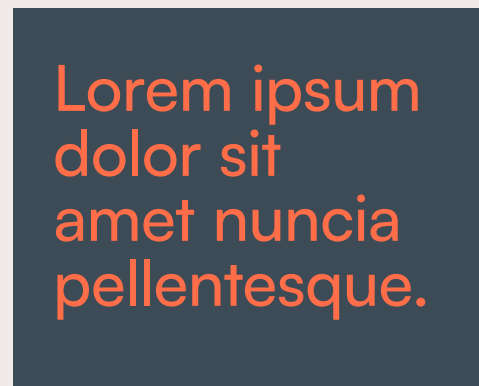
Wariant dodatkowy
Kolor komunikatu rozjaśniony (tinty) na graficie



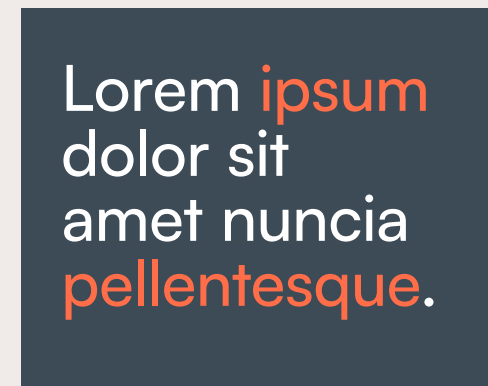
Wariant dodatkowy
Biel na kolorze komunikatu



Wariant dodatkowy
Kolor komunikatu na bieli



Wariant dodatkowy
Kolor komunikatu na graficie



Wariant dodatkowy
Podświetlenie wyrazu w kolorze komunikatu

Kolory

Kolor w tekście

W sytuacjach specjalnych określonych na stronie 21 można zastosować dla tekstu kolor akcji. Należy jednak pamiętać, aby

nie zestawiać kolorów komunikatu i akcji oraz by stosować wyłącznie jeden kolor akcji dla danego projektu graficznego.

Lorem ipsum
dolor sit
amet nuncia
pellentesque.

Wariant specjalny
Kolor akcji na bieli

Lorem ipsum
dolor sit
amet nuncia
pellentesque.

Wariant specjalny
Kolor akcji na graficie

Kolory

Akcenty kolorystyczne w layoutach

W layoutach kolor uzupełniający służy ożywieniu i może pojawić się w formie ramki lub wyróżnionych słów. Tego typu akcenty sprawdzają się szczególnie w layoutach OOH czy w projektach do social mediów.

W modułach z kolorową ramką nie wprowadzamy kolorowych słów. W obrębie jednego projektu stosujemy wyłącznie jeden kolor uzupełniający, zarówno dla ramek, jak i barwnych wyrazów.

Lorem ipsum
dolor sit
amet nuncia
pellentesque.

ECHO
investment



Lorem ipsum dolor
sit amet nuncia
pellentesque.

Kolory

Kolory akcji w użyciu

Kolory akcji stosujemy do wyróżnienia informacji o charakterze ostrzegawczym jak np. tabliczki na budowach, a także w przypadku komunikatów call to action jak np. buttony zachęcające do danej

czynności na stronie www. Kolory akcji nigdy nie są barwami dominującymi w materiałach marketingowych i wizualnych. Na tle koloru akcji umieszczamy tekst w bieli bądź graficie.

Lorem ipsum dolor
sit amet nunciac.

CZYTAJ DALEJ

Nowicka

00-

Nieprawidłowy kod pocztowy

Teren
budowy

Noszenie kasku
obowiązkowe!

Typografia



ECHO
investment

Typografia

Informacje ogólne

Typografia jest ważnym elementem tożsamości marki. Odpowiednie i konsekwentne użycie typografii zapewni spójność wszystkich materiałów. Sięgamy

po elegancki geometryczny font — Satoshi, który pojawia się również w uzupełniającym wariantcie logotypu z claimem.

Tworzymy miejsca,
które dają poczucie
niezależności, wygody
i bezpieczeństwa.

Satoshi Medium

Typografia

Kroje pisma

Do nagłówek stosujemy krój Satoshi Bold. Krojem wykorzystywanym do podkreślenia istotnych, dużych haseł, jest Satoshi Medium. W body sięgamy po Satoshi Medium lub Regular.

Wszystkie kroje posiadają swoje pochyłe odpowiedniki, które stosujemy wyłącznie w lanym tekście, zgodnie z zasadami językowymi, np. w cytatach czy tytułach publikacji.

Satoshi

Bold

Bold

Medium

Medium

Regular

Regular

Light

Light

Typografia

Interlinie

Interlinie w nagłówkach oraz w tekście określone są za pomocą wartości procentowych.

Interlinie

100%

w nagłówkach

50–65%

Interlinie

100%

w tekście

70–80%

Copy

Relacje wielkości

Wartość wyjściowa to wysokość wiersza fontu nagłówkowego w punktach (pt). Na jej podstawie określamy relacje pomiędzy poszczególnymi stylami tekstu. Lead zapisujemy fontem stanowiącym od $\frac{1}{2}$ do $\frac{2}{3}$ fontu nagłówkowego, zaś body — od $\frac{1}{4}$ do $\frac{1}{2}$. Przy wyborze rozmiarów

należy kierować się harmonijnym wyglądem całego layoutu. Minimalne odległości pomiędzy partiami tekstu to: X między nagłówkiem a leadem, 2X między leadem a body. Odstępy mogą być większe — tak, aby treści były równomiernie rozłożone w projekcie.

Satoshi Bold, X pt

X

Nagłówek

Nagłówek

Satoshi Medium, $\frac{1}{2}$ - $\frac{2}{3}$ X pt

Lead to wstęp do tekstu.

Ihil ma voluptas endam,
offictem quuntem que
imporem ostrum qui.

Body to całość treści.
Ihil ma voluptas endam,
offictem quuntem que
imporem ostrum qui.Sunt
fugitat estotasi veroreria
demoluptias exerepe
rnatur sintiae stius, idio.

2X

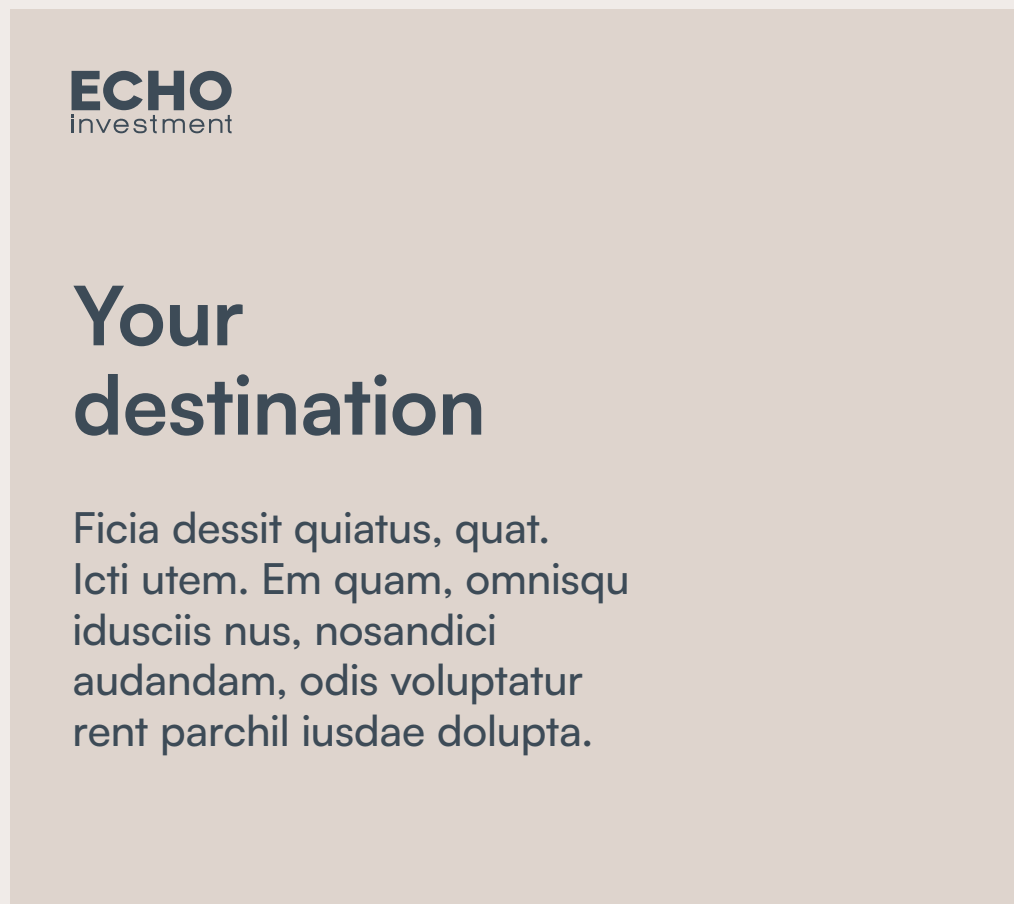
Satoshi Medium, $\frac{1}{4}$ - $\frac{1}{2}$ X pt

Body to całość treści. Ihil ma
voluptas endam, offictem
quuntem que imporem ostrum
qui.Sunt fugitat estotasi veroreria
demoluptias exerepe rnatur sintiae
stius, idio. Ut id quist et quatem
ea voluptam facimin consequat
autatur am, niasimus.Ditionse
doluptio bla venitatur sinverspitam.

Ut id quist et quatem
ea voluptam facimin
consequat autatur am,
niasimus.Ditionse doluptio
bla venitatur sinverspitam.
Int autaeplucid magnatur
apellam fuga. Ipitium volut
aliquam volupta tiundi
nessimi lluptae.

Typografia

Równanie i układ tekstu



Równanie tekstu standardowego

Nagłówki i tekst równamy do lewej i umieszczamy przy lewej krawędzi apli, jeśli to możliwe przy jednym z narożników.



Równanie łamanych haseł

Łamane hasła równamy do lewej i umieszczamy przy jednym z narożników tak, aby zajmowały ponad 65% wysokości apli, na której się znajdują (z pominięciem marginesów).



Copy

Łamane hasła

Możliwe jest stosowanie łamania pojedynczych, długich wyrazów dla wprowadzenia dynamiki do layoutu. Ze względu na czytelność łamiemy wyłącznie słowa w języku polskim,

zgodnie z prawidłowym językowym podziałem na sylaby. Nie stosujemy dywiz ani myślników. Łamane hasło musi zajmować przynajmniej 65% wysokości poświęconego mu modułu.



Typografia

Linie pod nagłówkami

Pod krótkimi nagłówkami w postaci słów bądź liczb możemy stosować krótkie poziome linie. Pomagają one zgrupować wizualnie nagłówki i fragment tekstu pod nim, wprowadzając oddech i nadając

rytm. Grubość poziomej linii odpowiada grubości glifów wariantu Medium fontu nagłówkowego (X pt). Długość linii odpowiada podwojonej wysokości wiersza fontu nagłówkowego (2X).



Pattern



ECHO
investment

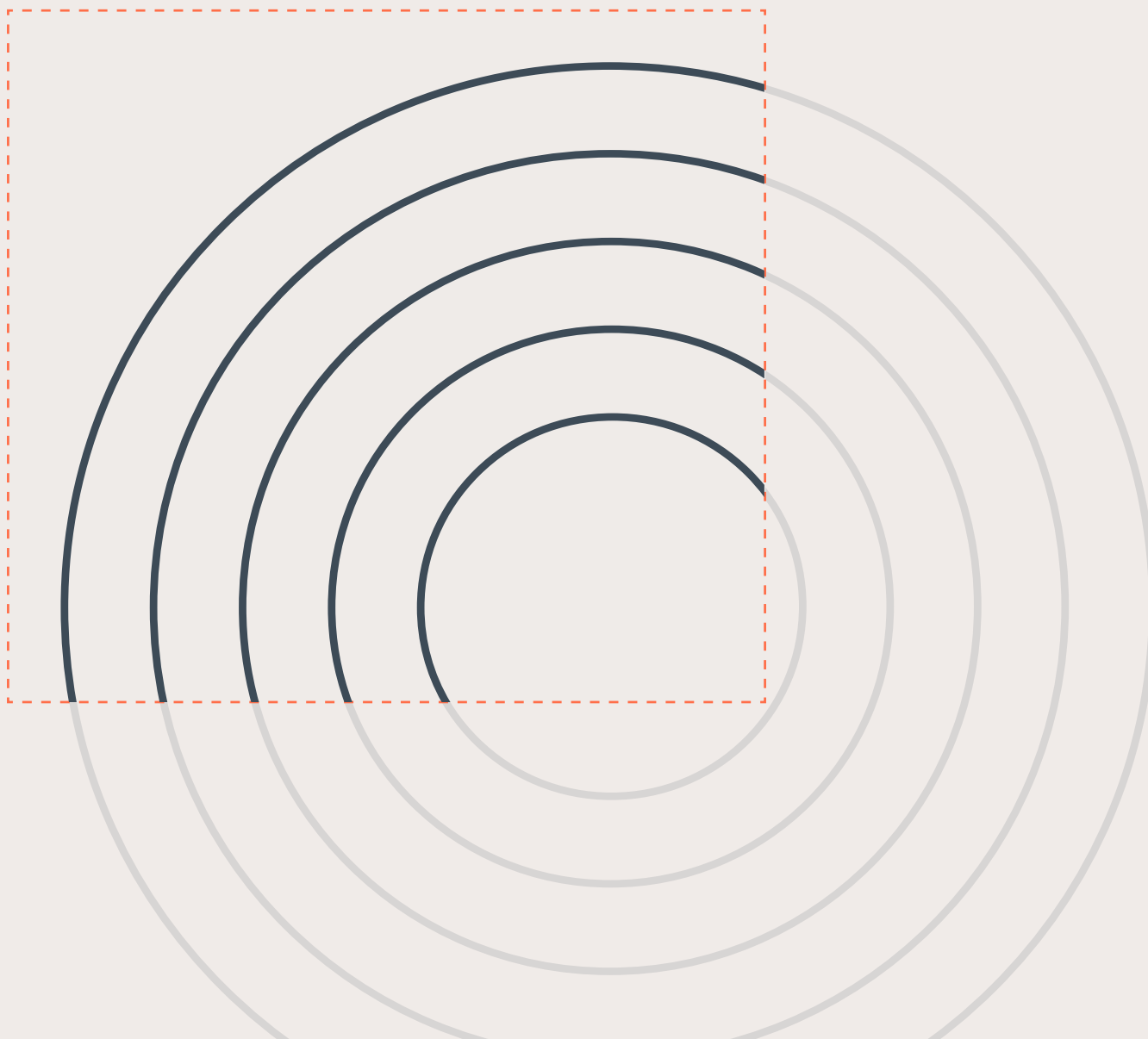
Pattern

Konstrukcja i położenie

Pattern to gotowa, niezmienna ilustracja, powstała przez wycięcie fragmentu pięciu odpowiednio ułożonych względem siebie okręgów, skalowana wg potrzeb. Pattern kadrujemy tak, aby wysuwał się z jednego z narożników apli, tworząc asymetryczną

kompozycję. Pierwszym wyborem powinien być zawsze prawy dolny narożnik. Jeśli tworzymy kilka kompozycji lub logo jest ustawione w innym narożniku, wybieramy alternatywną pozycję dla patternu.

Pattern powstał przez wycięcie fragmentu ilustracji pięciu okręgów

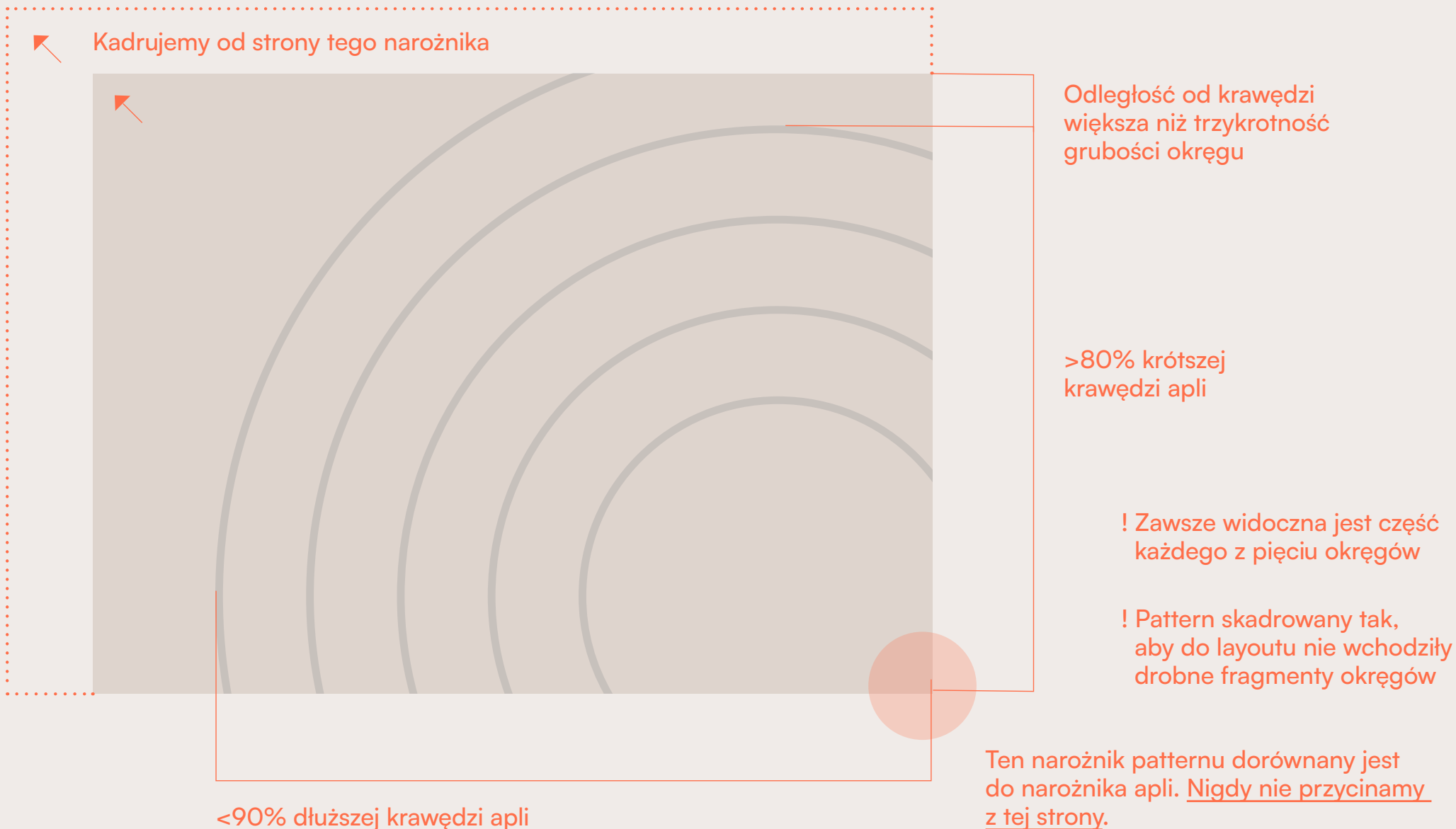


Pattern

Kadrowanie i skalowanie

Kadrujemy pattern zawsze od strony największego okręgu. Poprawnie skadrowany pattern zajmuje nie mniej niż 80% krótszej krawędzi apli, ale nie więcej niż 90% dłuższej. W obrębie kompozycji

nie mogą pozostać przycięte drobne fragmenty okręgów. Kadrujemy tak, aby widoczne okręgi przebiegały w znacznej odległości od krawędzi (przynajmniej trzykrotnie większej niż grubość okręgu).



Pattern

Wariacje kolorystyczne

Na tłach w podstawowych odcieniach grafitu i beżu pattern występować może w ściśle dopasowanych do nich

odcieniach, co gwarantuje jego widoczność, a jednocześnie subtelność.



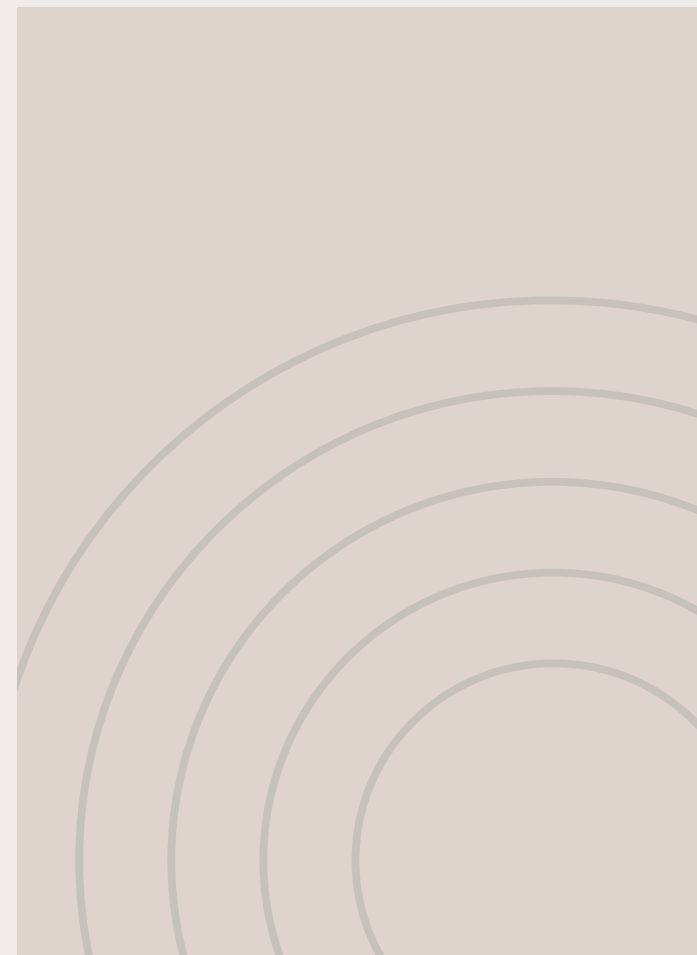
Wariant podstawowy

na grafitowej apli
biel 14% pokrycia (transparency)



Wariant podstawowy

na beżowej apli
biel 30% pokrycia (transparency)



Wariant podstawowy

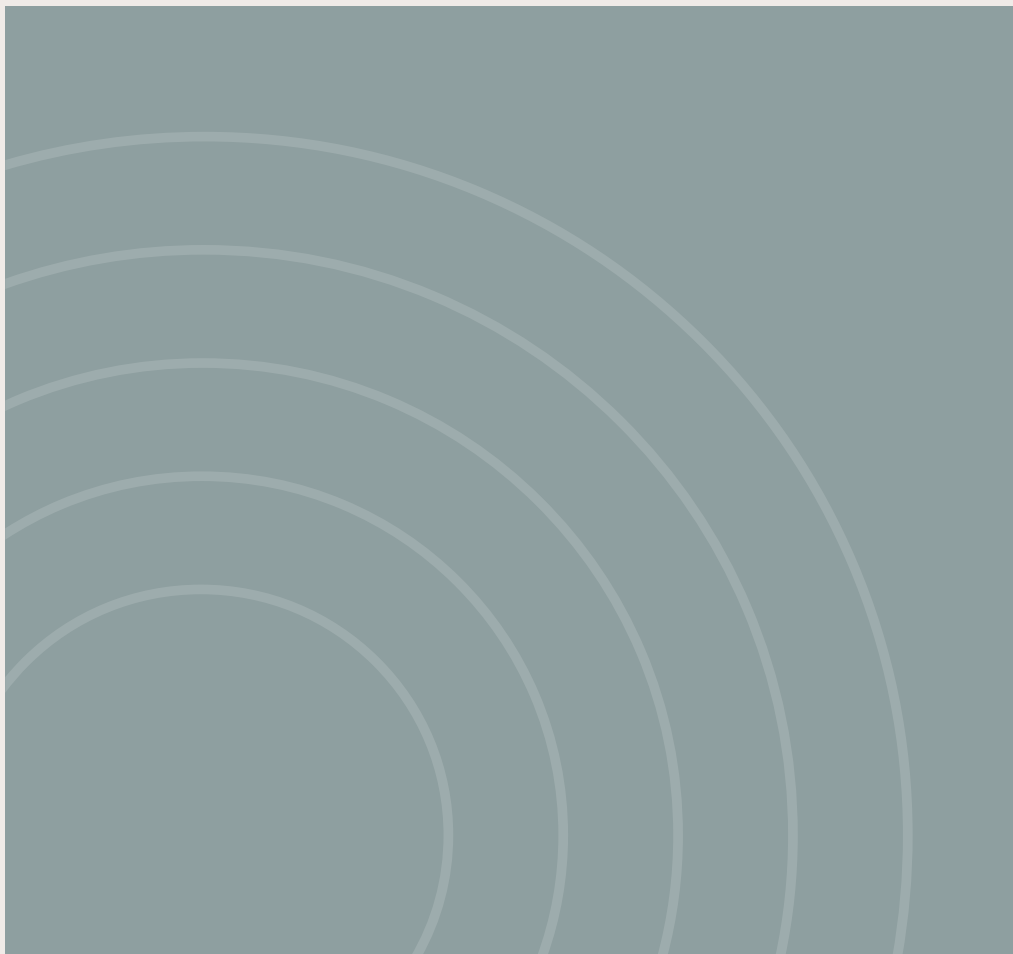
na beżowej apli
grafit 14% pokrycia (transparency)

Pattern

Wariacje kolorystyczne

Na tłach w kolorach towarzyszących — jasnej i ciemnej szarości — pattern występuje w ściśle określonych

odcieniach, co gwarantuje jego widoczność, a jednocześnie subtelność.



Wariant dodatkowy

na jasnoszarej apli
biel 14% pokrycia (transparency)



Wariant dodatkowy

na ciemnoszarej apli
biel 14% pokrycia (transparency)

Pattern

Relacja z logo

Pattern wchodzi z logo w ściśle określoną relację — stanowiąc wyśrodkowany względem najmniejszego okręgu element. Logo zajmuje 45-75% szerokości

najmniejszego okręgu. Logo wraz z patternem umieszczamy w lewym górnym bądź prawym dolnym narożniku.



Warianty podstawowe

Pattern okala logo w lewym górnym bądź prawym dolnym narożniku.

Pattern

Relacja z logo

Jesli w projekcie znajduje się więcej niż jeden layout wymagający użycia logo lub logo z patternem, możemy wykorzystać dodatkowe warianty rozmieszczenia.



Warianty dodatkowe

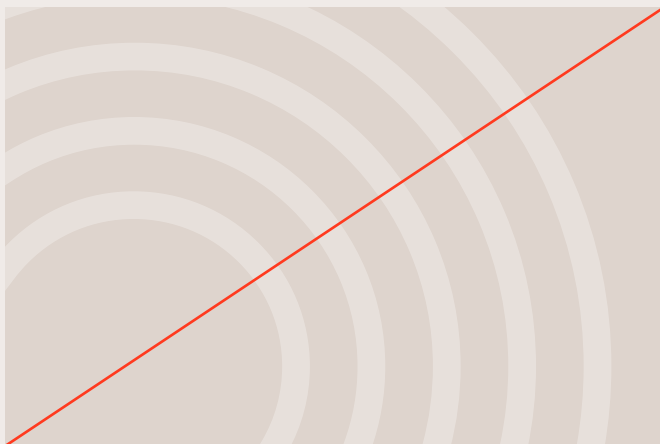
Pattern okala logo w prawym górnym bądź lewym dolnym narożniku.

Pattern

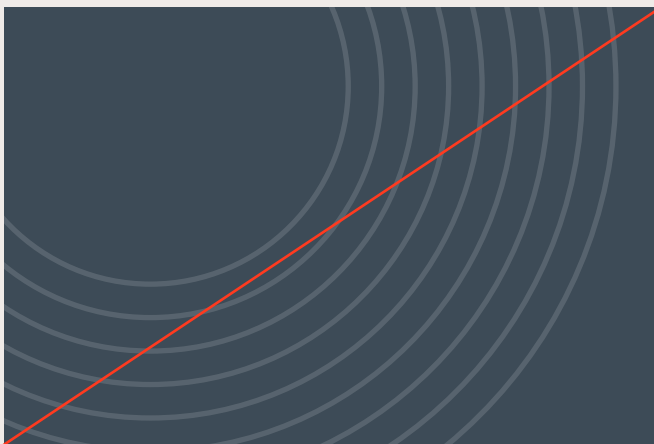
Użycia niedozwolone

Dla zachowania spójności, rozpoznawalności i prawidłowego użycia patternu — niedopuszczalne są jakiegokolwiek manipulacje bądź odstępstwa od zasad

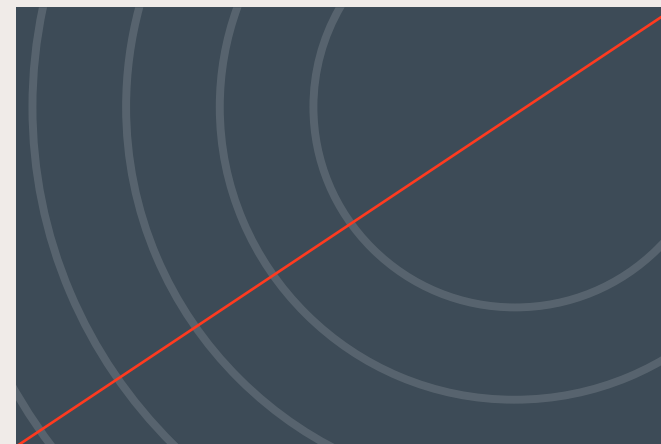
zaprezentowanych w niniejszym brandbooku. Poniższe przykłady są niedozwolonymi sposobami użycia patternu.



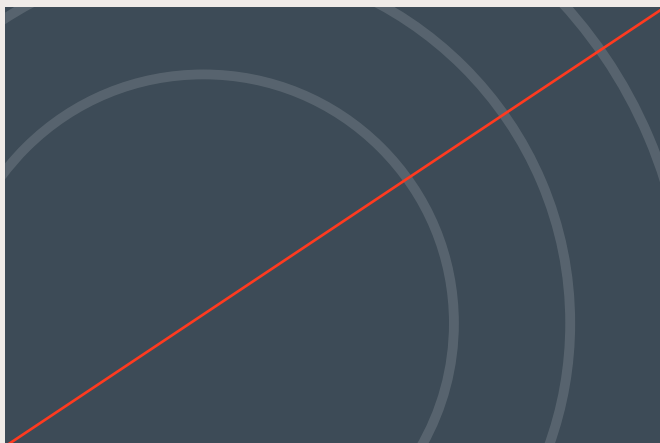
Zmiana grubości linii



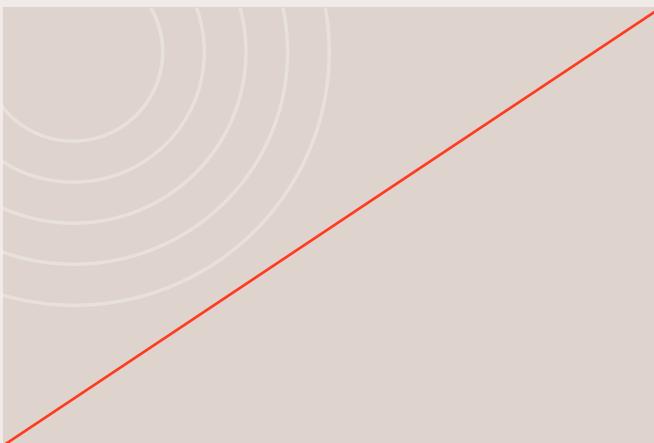
Zmiana odstępów między okręgami bądź ich liczby



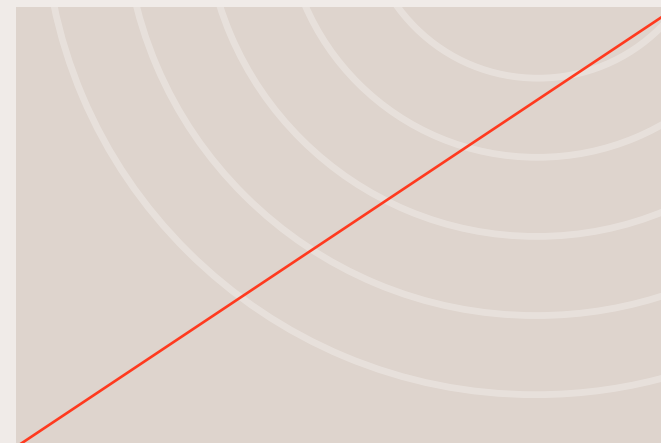
Po skadrowaniu widoczne są drobne fragmenty patternu.



Pattern zajmuje więcej niż 90% dłuższej krawędzi apli



Pattern zajmuje mniej niż 80% krótszej krawędzi apli



Kadrowanie ucina narożnik od strony najmniejszego okręgu.

Pattern

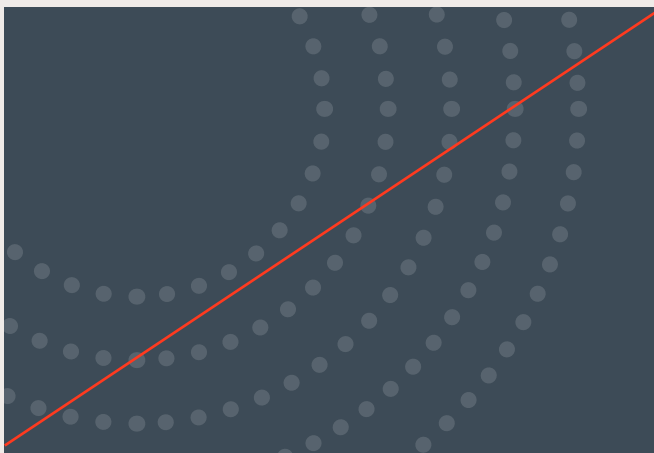
Użycia niedozwolone

Dla zachowania spójności, rozpoznawalności i prawidłowego użycia patternu — niedopuszczalne są jakiegokolwiek manipulacje bądź odstępstwa od zasad

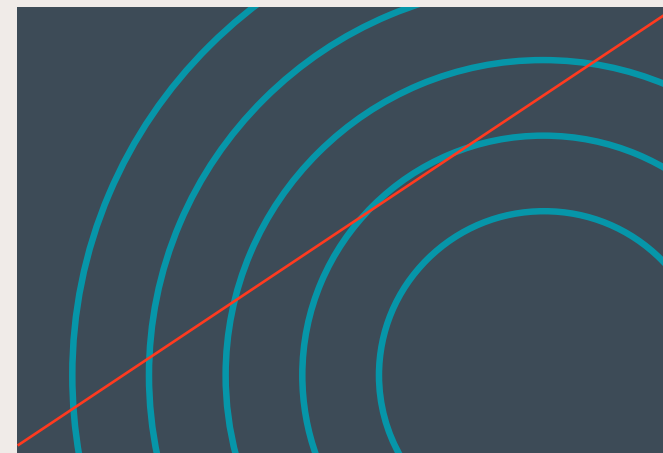
zaprezentowanych w niniejszym brandbooku. Poniższe przykłady są niedozwolonymi sposobami użycia patternu.



Użycie patternu w formie półokręgów znanej z poprzedniego brandbooka



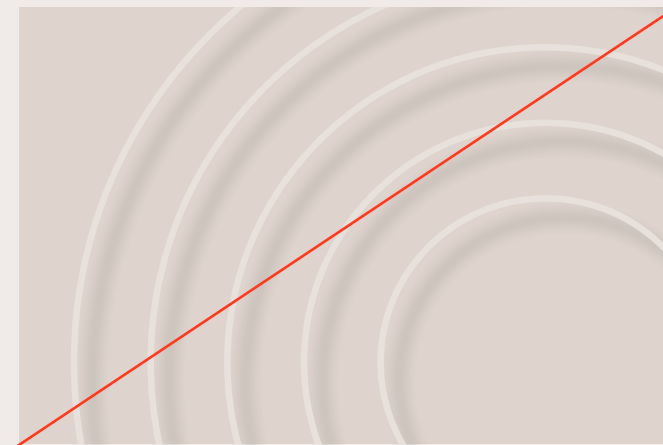
Ingerencja w rysunek patternu, np. przerywane linie, fale, efekt ołówka itp.



Zmiana koloru patternu i jego ustalonej przezroczystości.



Logo ustawione w innej pozycji niż środek okręgów.



Stosowanie efektów, np. cienia, rozmycia.

Ramki



ECHO
investment

Ramki

Informacje ogólne

Ramka to jeden z kluczowych elementów modułowego systemu identyfikacji. Powstaje przez nałożenie apli o zaokrąglonych narożnikach na aplę

o prostych narożnikach. Wszystkie krawędzie ramki są równej grubości, a promienie zaokrąglenia narożników — takie same.



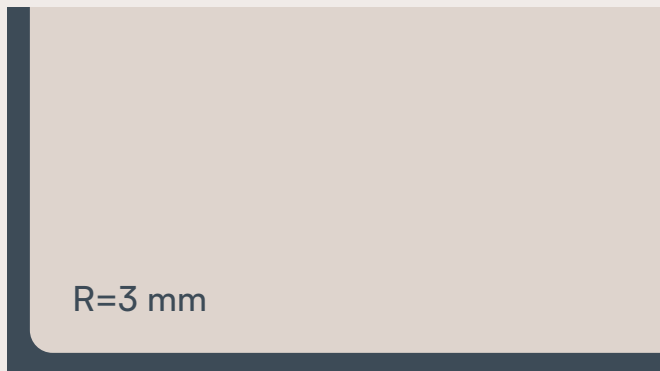
ECHO
investment

Ramki

Skalowanie — druk

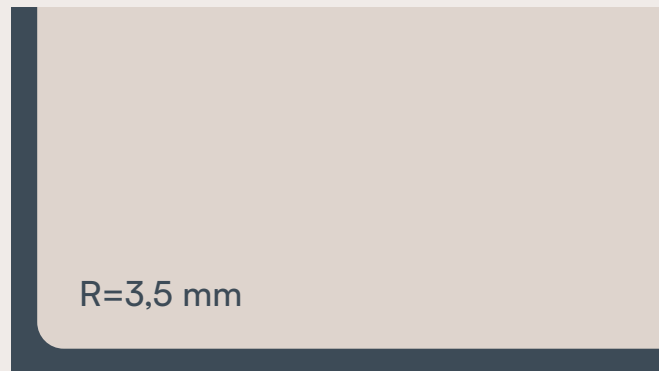
Najmniejszy format w druku, w jakim występuje ramka, to A7. W formatach o proporcjach innych niż A (np. B, DL)

bierzemy pod uwagę długość dłuższego boku apli i dopasowujemy do najbliższego odpowiednika z poniższego schematu.



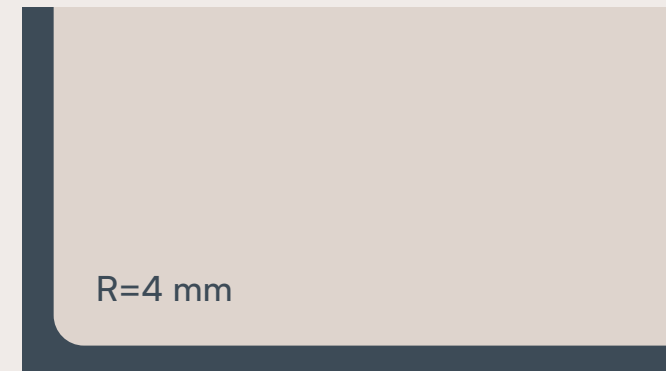
A7 — <A6

grubość ramki - 3 mm



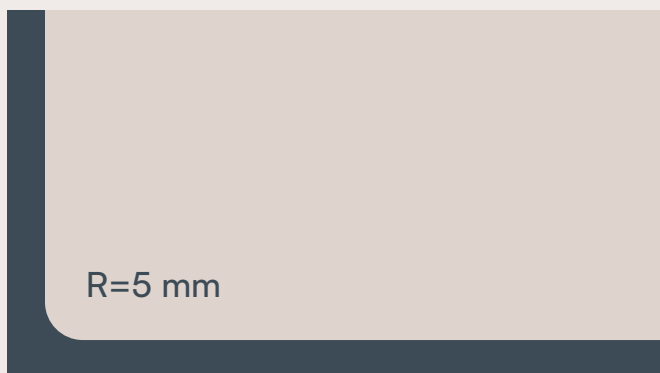
A6 — <A4

grubość ramki - 3,5 mm



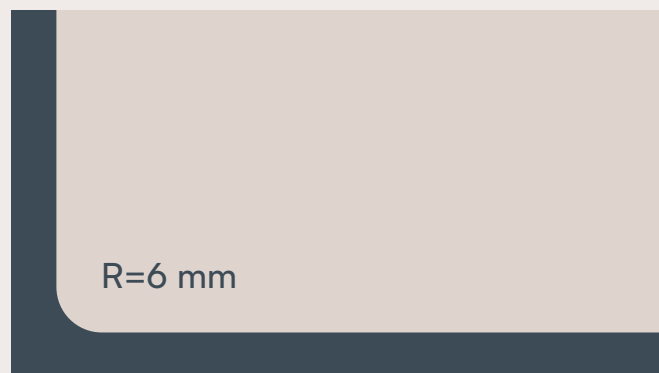
A4 — <A3

grubość ramki - 4 mm



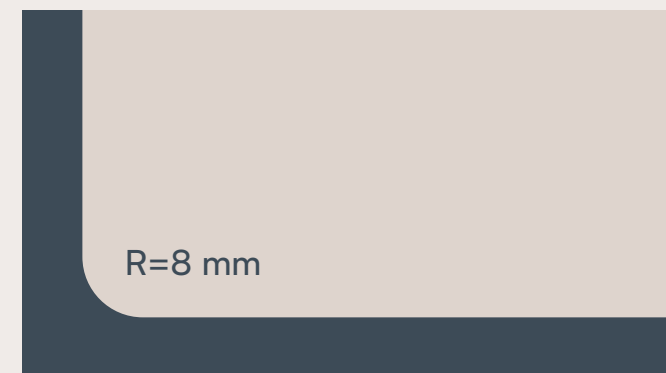
A3 — <A2

grubość ramki - 5 mm



A2 — <A1

grubość ramki - 6 mm



A1 i więcej

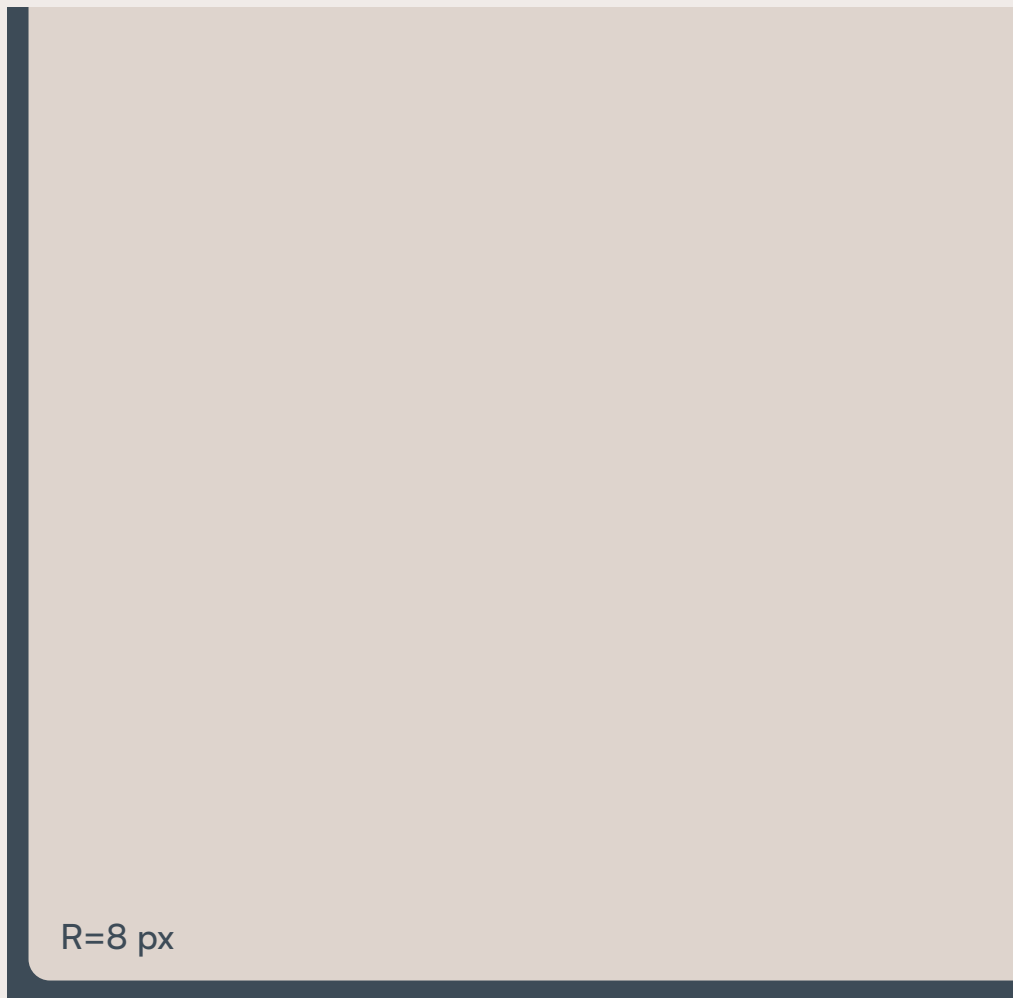
grubość ramki - 8 mm

Ramki

Skalowanie — digital

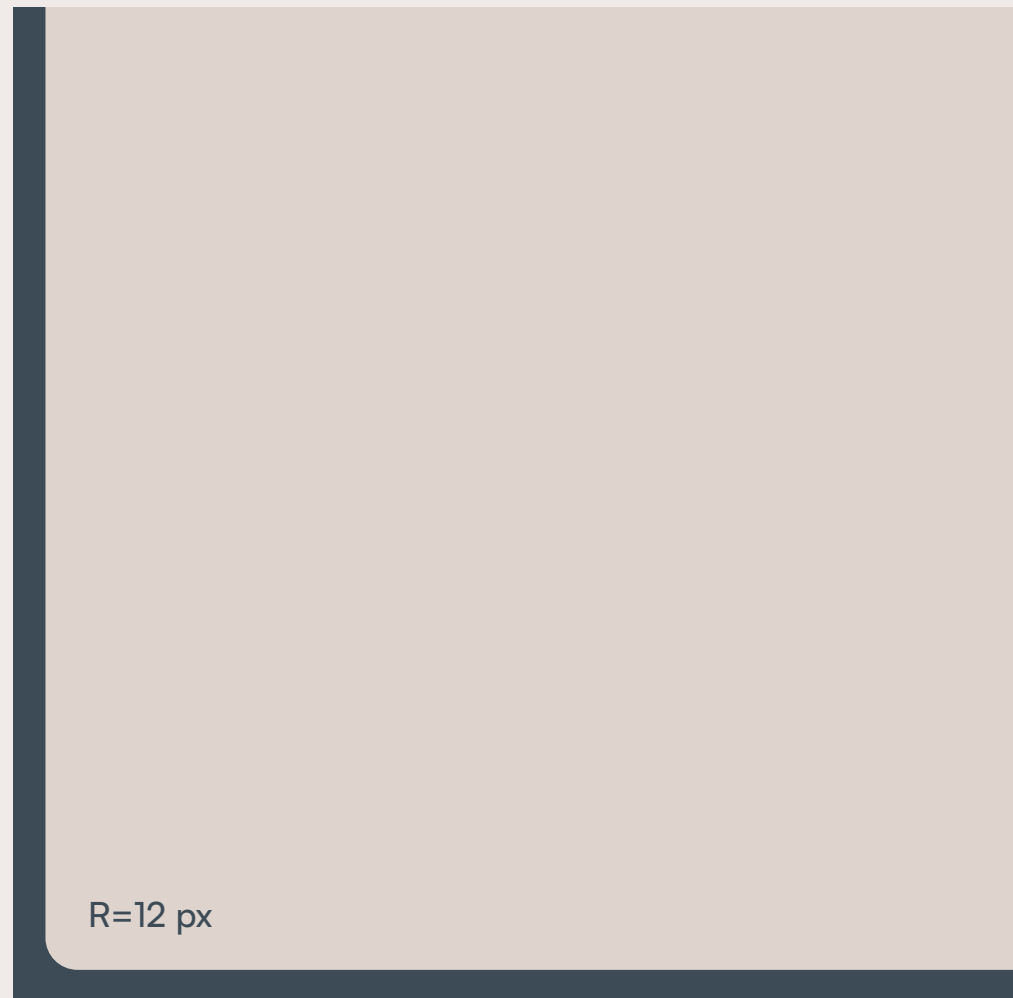
Formaty digitalowe określamy na podstawie ich szerokości. Najmniejszy format digitalowy, w jakim występuje ramka, to 300 px. Dla rozdzielczości

od 300 px do 1280 px stosujemy ramki o grubości 8 px. Dla rozdzielczości wyższych niż 1280 px grubość ramki wynosi 12 px.



300 px — 1280 px

grubość ramki - 8 px



>1280 px

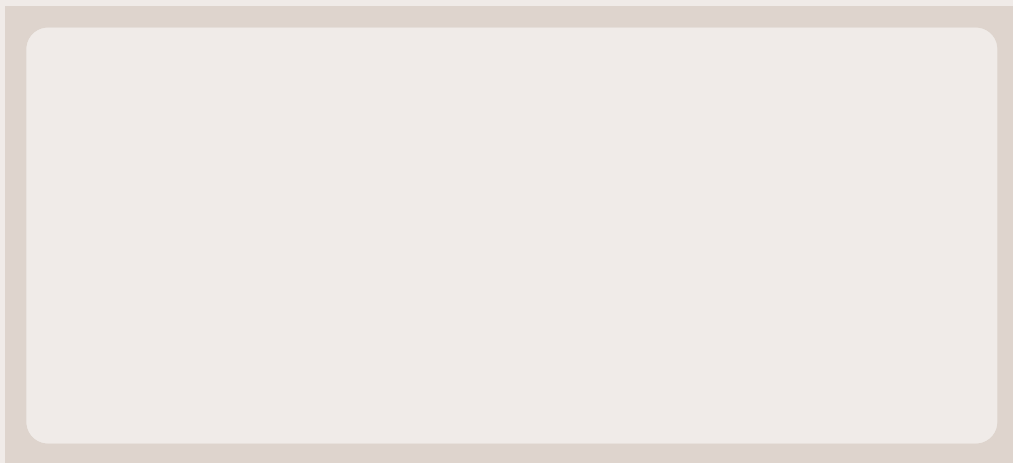
grubość ramki - 12 px

Ramki

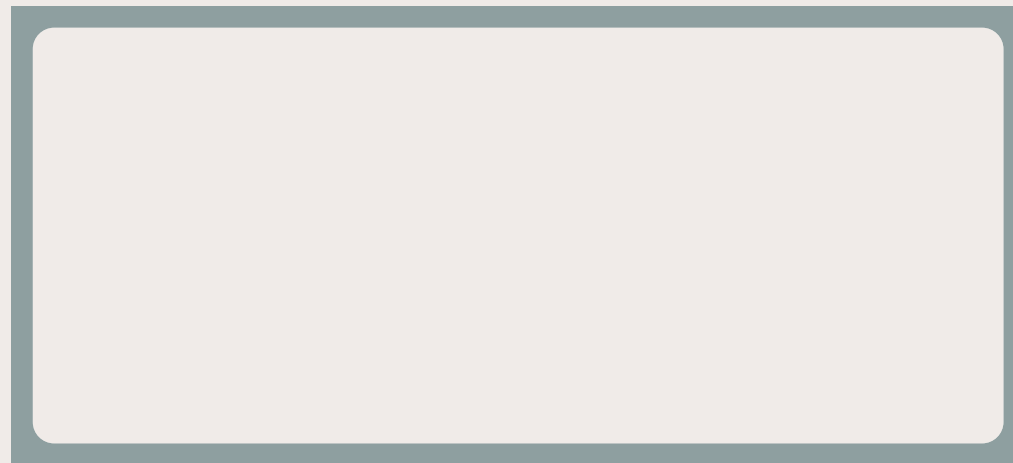
Warianty kolorystyczne

Podstawowe kolory, w jakich występują ramki, to charakterystyczne dla marki grafit i beż. Możliwe jest również zastosowanie w kolorach ramki barw

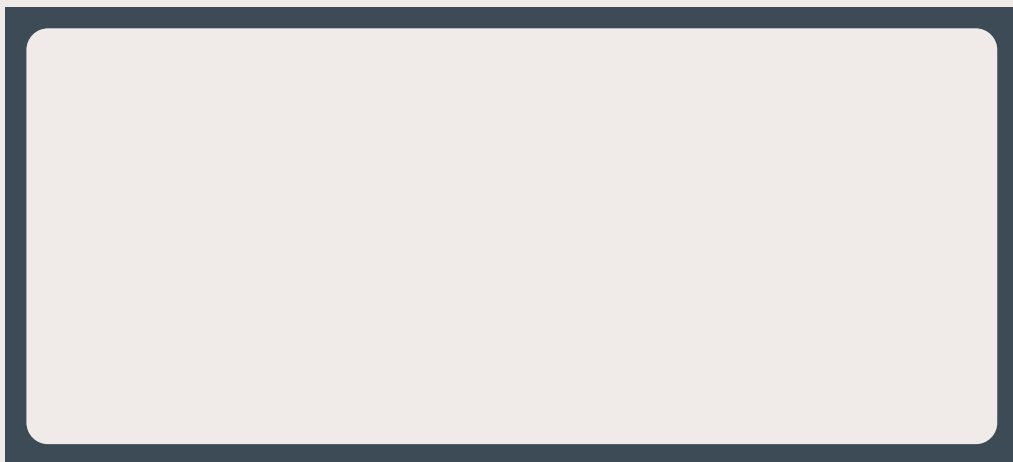
towarzyszących — jasnej i ciemnej szarości. Wybór koloru ramki powinien być podyktowany kolorystyką elementów otoczenia oraz zawartości ramki.



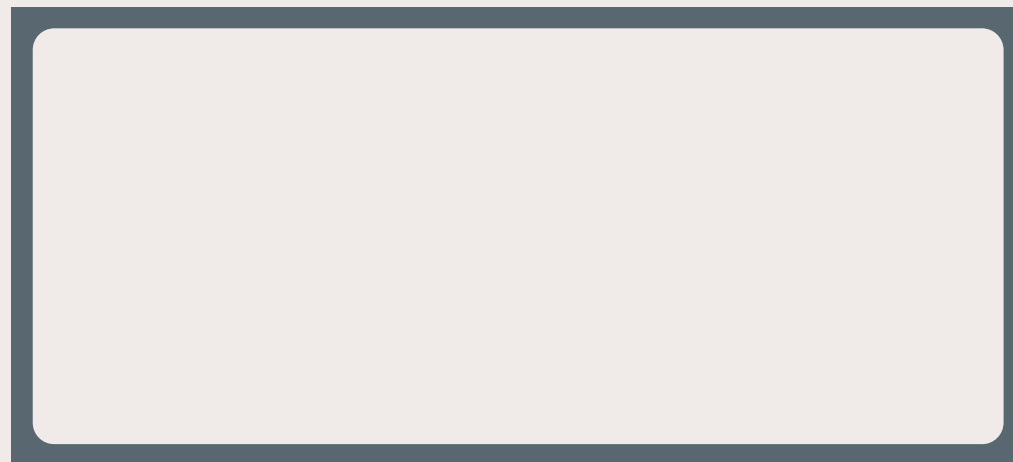
Wariant podstawowy



Wariant dodatkowy



Wariant podstawowy



Wariant dodatkowy

Ramki

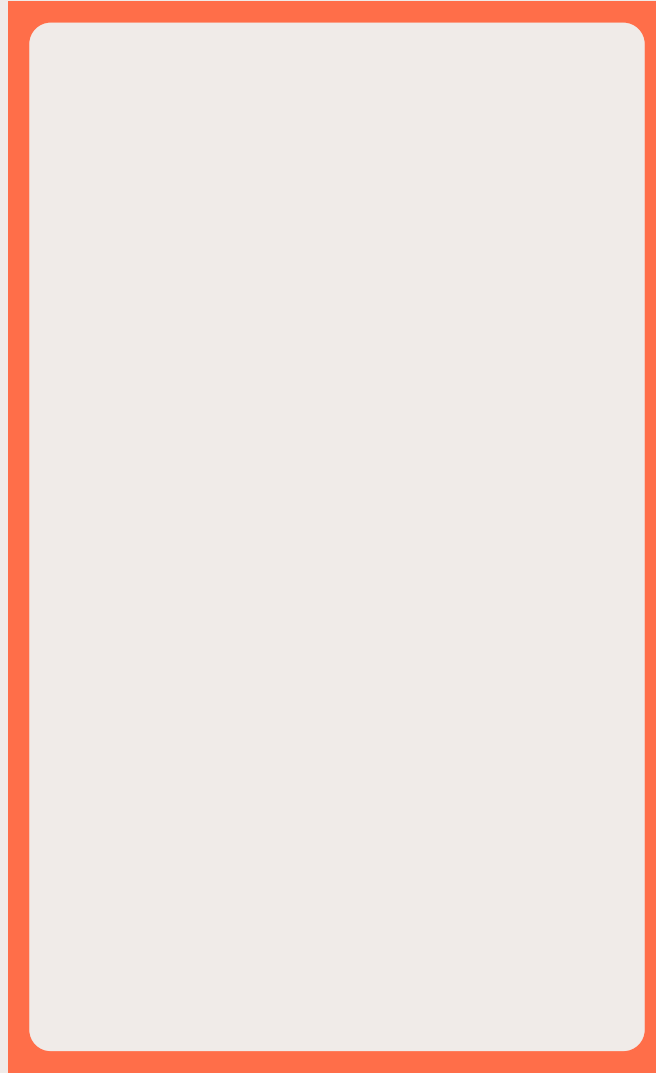
Warianty kolorystyczne

Możliwe jest zastosowanie ramki w kolorach uzupełniających. Akcent ten rekomendowany jest w przypadku, gdy zależy nam na ożywieniu layoutu i znajduje swoje zastosowanie np.

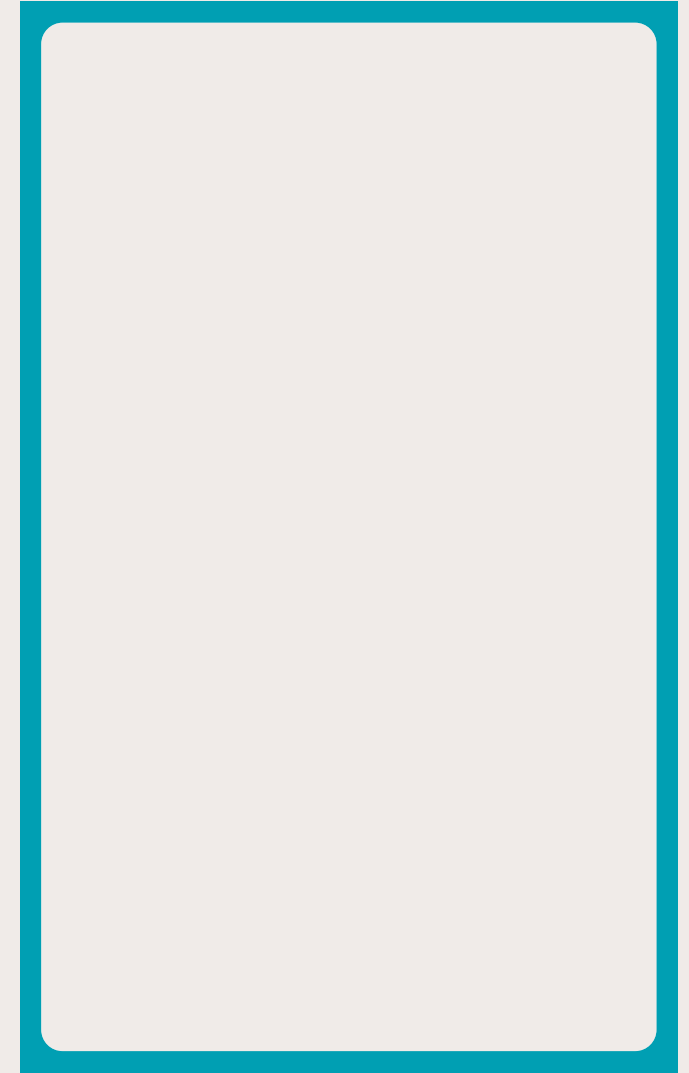
w projektach wielkoformatowych (billboardy, citylighty), jak i projektach do social mediów. Zastosowanie kolorowej ramki wyklucza wprowadzanie koloru podkreślającego wybrane słowa.



Wariant dodatkowy



Wariant dodatkowy



Wariant dodatkowy

Ramki

Zasady stosowania

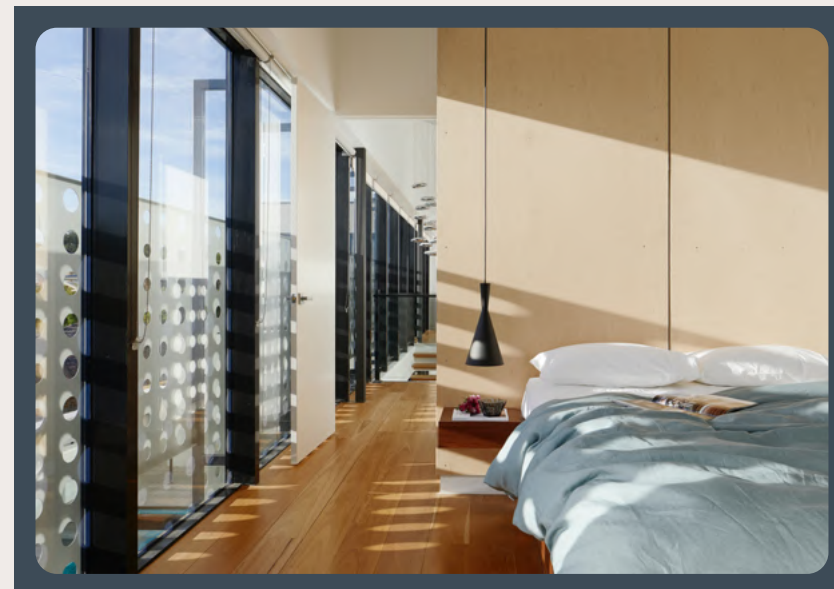
Ramki to element modułowego systemu identyfikacji. Ramka okala zawsze dominujący bądź współdominujący element layoutu. Zawsze wypełnia całą przestrzeń przypisaną sobie strony

bądź modułu. Ramki wypełniają moduły zajmujące przynajmniej 50% layoutu. W ramach możemy umieścić zdjęcie, wizualizację, ilustrację lub kompozycję złożoną z tekstu oraz patternu i/lub logo.

Destination
is a place
where innovation
becomes human

ECHO
investment

100% layoutu — hasło, pattern i logo



Your
destination

Ficia dessit quiatus, quat.

ECHO
investment

50% layoutu — zdjęcie

Ikony



ECHO
investment

Ikony

Biblioteka ikon

Ikony są przydatne do wizualizowania pojęć czy wartości w oszczędny i czytelny w odbiorze sposób. Ikony zostały opracowane w nawiązaniu do charakterystycznych dla identyfikacji

rozwiązań w postaci zaokrąglonych narożników występujących w modułach. Wraz z krojem pisma Satoshi budują oryginalną, funkcjonalną i spójną tożsamość marki.

Ikony opisujące markę



Ikony funkcyjne

budowa i nieruchomości



biznes i analityka



miasto



komunikacja i inne

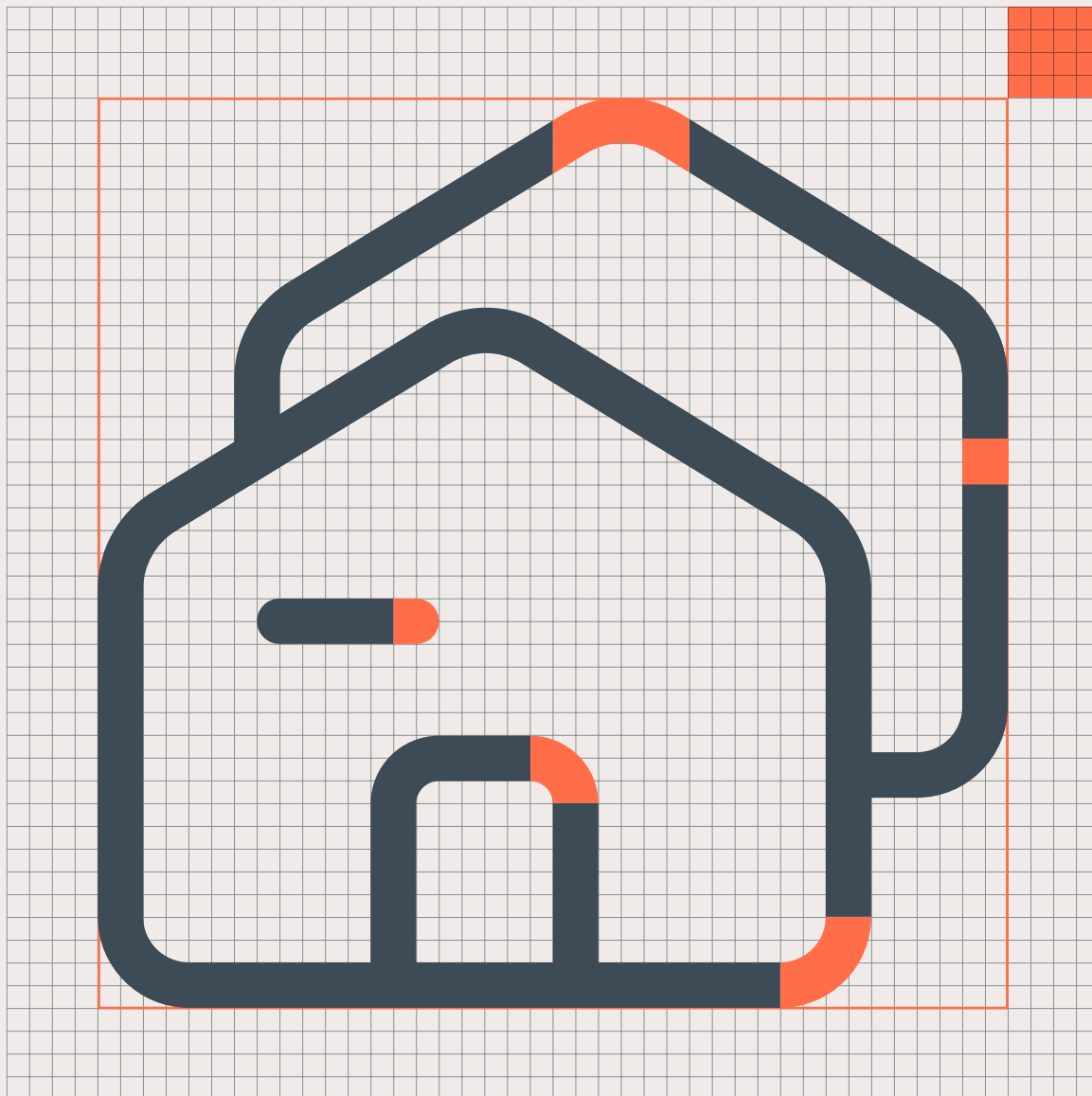


Ikony

Konstrukcja ikon

Ikony budujemy na siatce 40x40 px z marginesem 4 px. Grubość linii wynosi 2 px. Narożniki zaokrąglamy z promieniem 3 px dla kątów ostrych i prostych, 4 px dla kątów rozwartych oraz 1 px dla kątów

w detalach ikony. Wszystkie linie mają zaokrąglone końce. Ikony możemy skalować, kolejno:
- 80x80 px z marginesem 8 px
- 160x160 px z marginesem 16 px itd.



Margines 4 px

Kąty rozwarte - $R=4$ px

Grubość linii - 2 px

Zaokrąglone końce linii

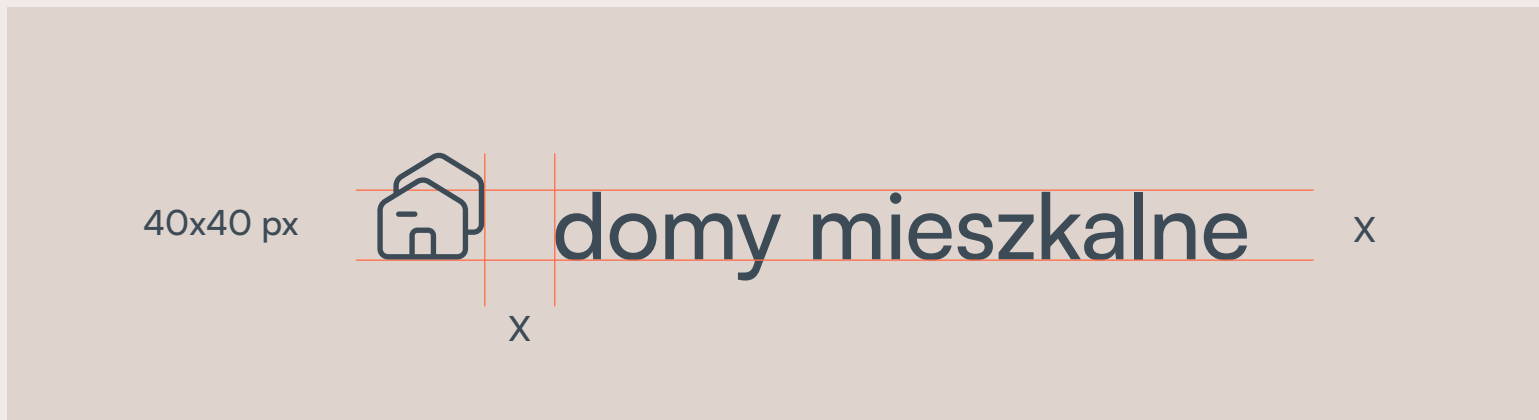
Kąty w detalach ikony - $R=2$ px lub $R=1$ px

Kąty ostre i proste oddalone o więcej niż 8 px - $R=3$ px

Ikony

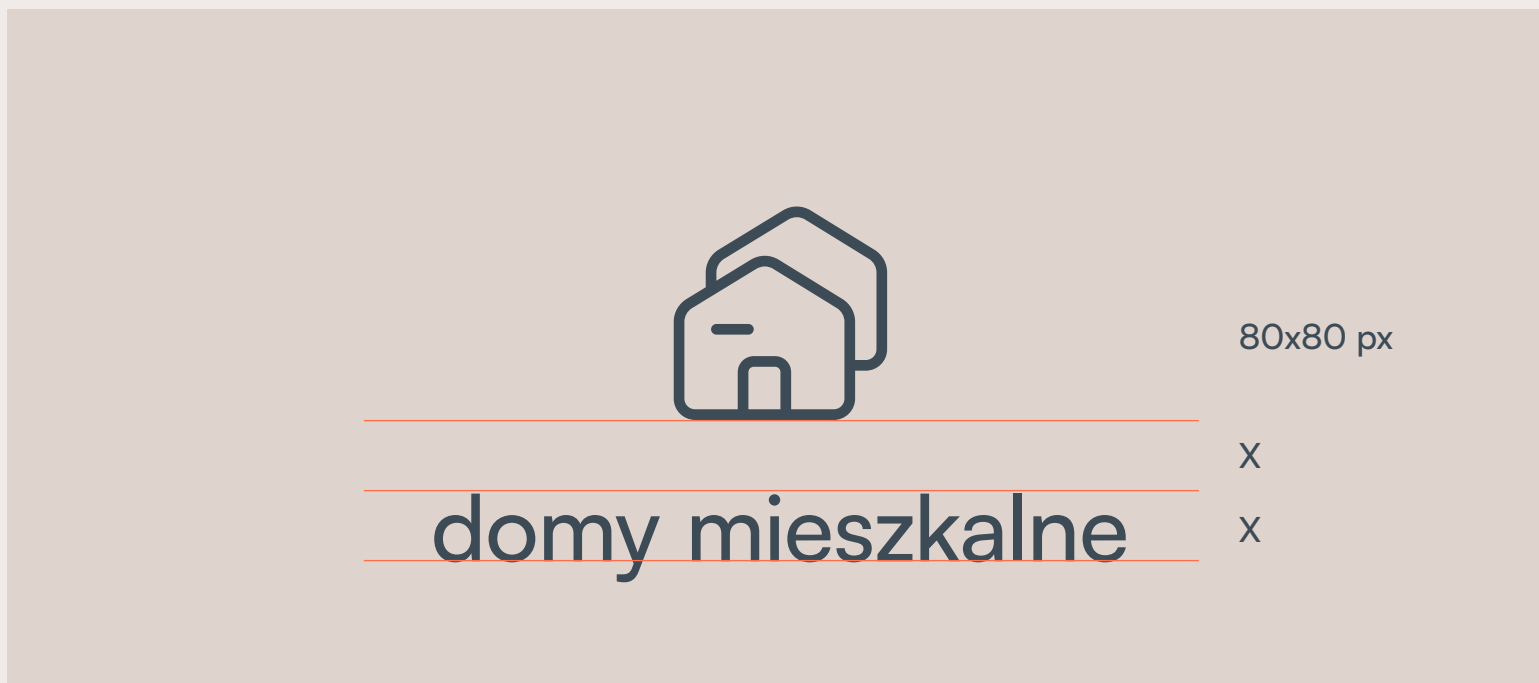
Łączenie z podpisami

Ikony występować mogą w towarzystwie opisów w orientacji poziomej lub pionowej. Relacja opisu do ikony pozostaje ściśle określona.



Układ domyślny

Ikona po lewej stronie tekstu. Odstęp ikony od tekstu równy wysokości wiersza.



Układ alternatywny

Ikona nad tekstem. Odstęp ikony od tekstu równy wysokości wiersza.

Ikony

Kolory podstawowe

Podstawowa kolorystyka ikon to charakterystyczny dla marki grafit — wykorzystywany na beżowych i jasnych tłach oraz biel, która sprawdzi się na ciemnych tłach.



Wariant podstawowy
Grafit na jasnym tle

Wariant podstawowy
Biel na ciemnym tle

Ikony

Kolory komunikatu

Ikony mogą przyjmować kolory komunikatu z palety marki, jednak nie stosujemy ich na tle zdjęcia. W jednym layoucie dopuszczone jest stosowanie tylko jednego koloru z gamy

uzupełniającej. Rekomendowane jest też zastosowanie tylko jednego koloru do ikon na przestrzeni jednego projektu (np. publikacji).



Wariant dodatkowy
Kolory komunikatu na jasnym tle

Wariant dodatkowy
Kolory komunikatu na graficie

Wariant dodatkowy
Biel na kolorze komunikatu

Ikony

Kolory akcji

W specjalnych sytuacjach, gdy celem projektu jest zwrócenie uwagi, możemy umieścić ikony na tle apli w kolorze akcji.



Wariant dodatkowy
Biel na kolorze akcji



Wariant dodatkowy
Grafit na kolorze akcji

Zdjęcia i wizualizacje



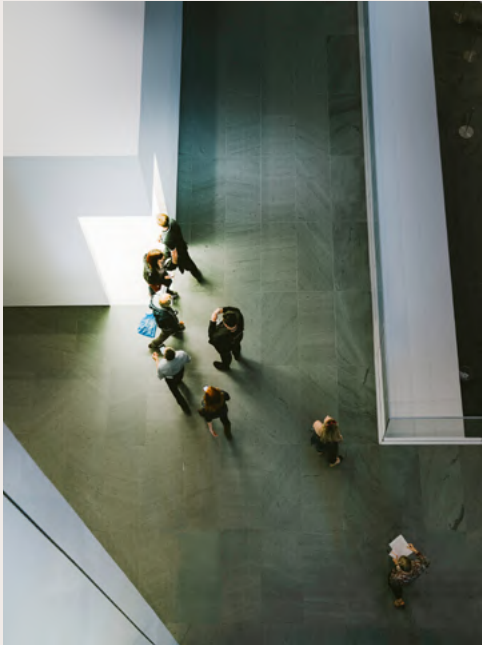
ECHO
investment

Zdjęcia i wizualizacje

Kluczowe cechy

Zdjęcia stanowią jedną z ważnych części tone of voice Echo Investment. Zestaw wytycznych, zarówno dla zdjęć wykonywanych na zamówienie, jak

i fotografii stockowych, pozwala zachować spójność wizerunku marki na przestrzeni wielu kanałów komunikacji.



Kompozycja i kadrowanie

Czytelna kompozycja z jednym lub dwoma punktami centralnymi. Unikamy wizualnego bałaganu. Preferujemy asymetryczne kompozycje dodające dynamizmu. Zawsze wybieramy możliwie szeroki kadr, który sprawdzi się w wielu formatach.

Światło

Stawiamy na jasne zdjęcia z naturalnie wyglądającym światłem, bez efektu mocnych lamp błyskowych czy barwnych filtrów. Główny motyw lub bohater zdjęcia powinien być dobrze oświetlony, bez zbiegów dodających dramatyzmu.

Kolory

Zdjęcia są eleganckie, w stonowanych złamanych odcieniach, z jednym lub dwoma mocnymi punktami koloru. Dzięki kontrastowi barwnemu i tonalnemu, kolory współgrają z kompozycją i wydobywają punkty centralne zdjęcia.

Specyfika techniczna

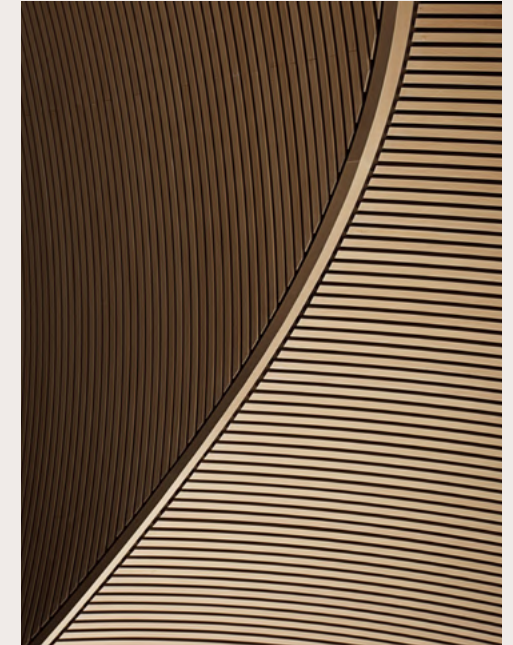
Ostre, profesjonalnie wyglądające zdjęcia, bez mocnego ziarna, z naturalnym kontrastem i balansem bieli. Duża głębia ostrości. Jedynie dla portretów i zdjęć detalu stosujemy mniejszą, wydobywając temat zdjęcia z tła. Kluczowym kryterium wyboru jest jakość.

Zdjęcia i wizualizacje

Główne motywy

Zdjęcia oraz wizualizacje wykorzystywane w komunikacji marki można podzielić na cztery kategorie według głównego motywu. Każda z nich stanowi ważny

budulec wizerunku marki dlatego istotne jest stosowanie się do ogólnych zasad dotyczących zawartości fotografii.



Projekty architektoniczne

Prezentujemy planowane i zakończone realizacje w sposób czytelny, z naciskiem na indywidualne cechy projektu architektonicznego. Światło wygląda naturalnie, podkreśla rysunek budynku. Postacie ludzkie jedynie uzupełniają kompozycję.

Miejsca

W miarę możliwości jasne, naturalnie oświetlone lokalizacje. Pokazujemy ludzi, unikając jednak tłumów. Główną rolę gra architektura. Unikamy krzykliwych dekoracji oraz takiego użycia szerokiego obiektywu, które zniekształca perspektywę.

Ludzie

Kluczowe są naturalność oraz optymizm. Ubrania bohaterów powinny być proste, styl minimalistyczny. Ich wiek i charakter zależą od przeznaczenia zdjęcia. Unikamy wystudiowanych póz i sztucznych wyrazów twarzy.

Detale i faktury

Proste, czyste fotografie, które mogą być stosowane jako tło. Nie mają punktu centralnego, skupiającego wzrok odbiorcy. Unikamy wizualnego bałaganu i znacznych kontrastów tonalnych.

Zdjęcia i wizualizacje

Zdjęcia portretowe

Dodatkową kategorię zdjęć stanowią fotografie portretowe. Osiągamy spójność dzięki dokładnemu wyszparowaniu oraz zastosowaniu jednolitego tła dla wszystkich fotografii w danym projekcie.

Portrety en face umieszczamy w kole tak, aby twarz zajmowała około $\frac{1}{2}$ wysokości zdjęcia. Nos powinien znajdować się mniej więcej w centrum koła. Portret ma szerokość 2 lub 3 kolumn w layoucie.

około $\frac{1}{2}$
wysokości



Wariant podstawowy
beżowe tło

nos w centrum koła



Wariant dodatkowy
grafitowe tło

Prezentowanie danych



ECHO
investment

Prezentowanie danych

Informacje ogólne

Zwizualizowane dane stanowią istotny element języka komunikacji marki. Rekomendowane jest, by w kluczowych

dla marki publikacjach jak np. raporty okresowe czy roczne, zadbać o spójne przedstawienie danych.

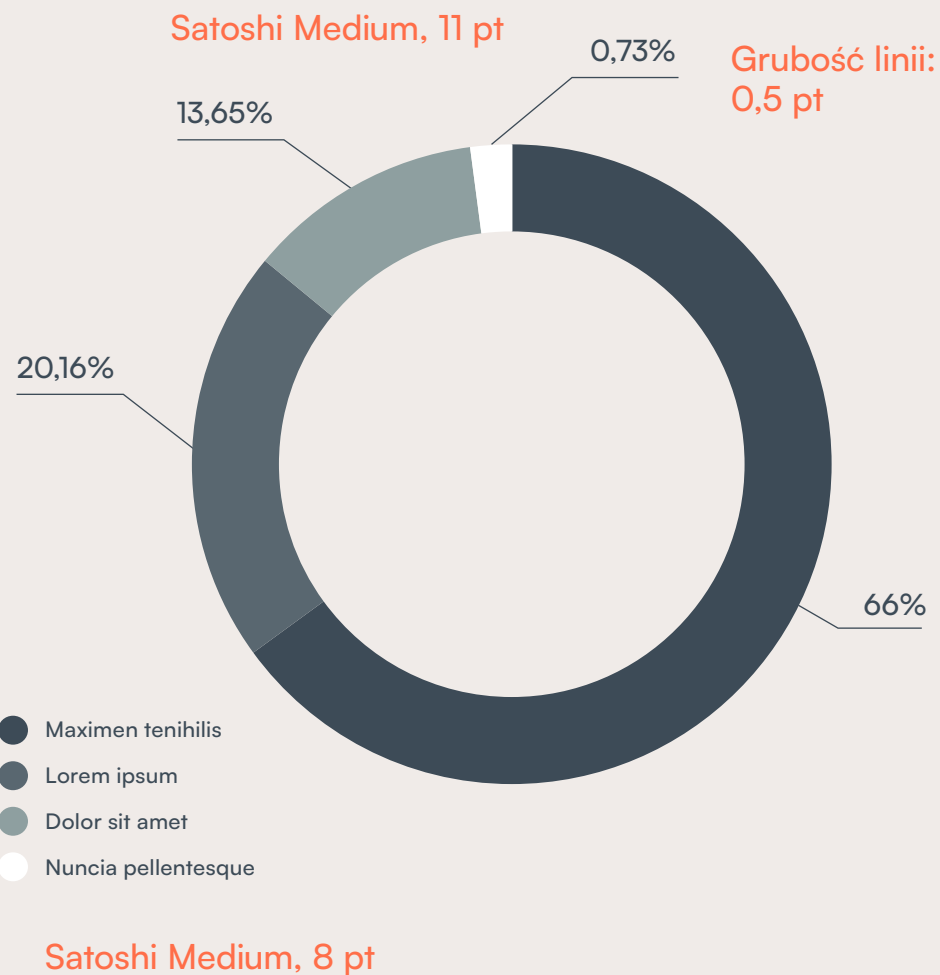
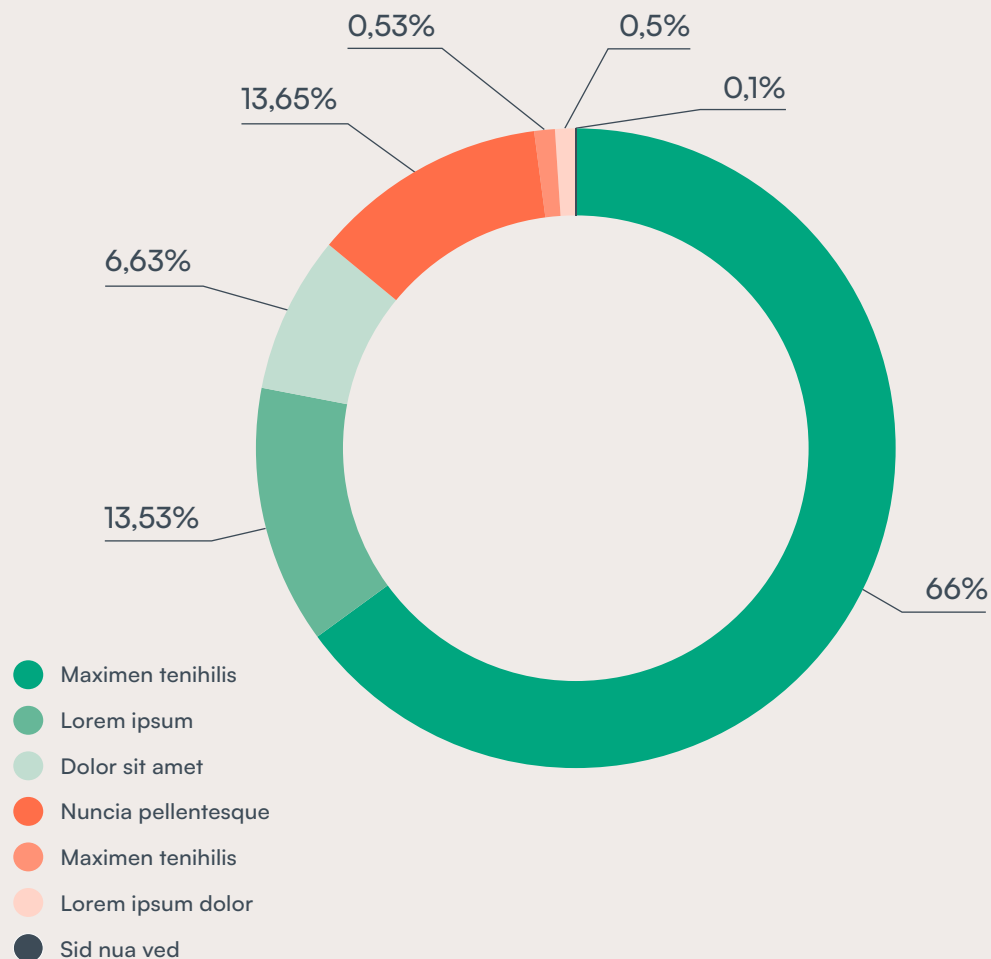


Prezentowanie danych

Wykresy kołowe

Okrąg o grubości $\frac{1}{3}$ całego koła.
Stosujemy dwa lub trzy kolory w różnych wariantach nasycenia (tinty). Sięgamy po maksymalnie trzy poziomy nasycenia jednego koloru (patrz: str. 22-23).
Równowaga pomiędzy czytelnością

a minimalizmem kolorystycznym.
Wartości połączone są z odpowiednimi częściami wykresu za pomocą delikatnych linii prowadzonych od podkreślenia tekstu do środka zewnętrznej krawędzi odpowiedniej części wykresu.



Prezentowanie danych

Wykresy słupkowe

Zaokrąglone górne narożniki słupków. Drobne, ale czytelne podpisy i dane na wyresie. Osie i linie w kolorze podstawowego grafitu, dane na wykresie w kolorach towarzyszących lub jednym

kolorze z gamy uzupełniającej, jeśli zależy nam na wyróżnieniu treści. Możemy stosować tenty zarówno kolorów towarzyszących, jak i uzupełniających.



Prezentowanie danych

Tabele

W wariacie podstawowym prostą tabelę złożoną z linii o zróżnicowanej grubości oraz tekstu osadzamy na wspólnym tle z innymi elementami layoutu. Wyróżniamy dane boldowaniem oraz opcjonalnie wypełniamy komórkę kolorem z palety komunikatu.

Wariant alternatywny to analogicznie skonstruowana tabela osadzona na białym tle o zaokrąglonych narożnikach, gdzie wybrane wiersze wyróżniamy kolorem z gamy uzupełniającej. Stosujemy tinty.

| Lorem ipsum dolor sit amet | Volor |
|--------------------------------|---------------|
| pellentesque aqui nuncia | 14,5% |
| commodo ex ea dolor | 17,2% |
| euismod tincidunt | 45,1% |
| pellentesque tation ullamcoper | 62% |
| adipiscing eli quis | 8,9% |
| ŚREDNIA | 29,54% |

Dane wyrównane do lewej

Satoshi Bold 13 pt

| Lorem ipsum dolor sit amet | Volor |
|--------------------------------|--------|
| pellentesque aqui nuncia | 14,5% |
| commodo ex ea dolor | 17,2% |
| euismod tincidunt | 45,1% |
| pellentesque tation ullamcoper | 62% |
| adipiscing eli quis | 8,9% |
| ŚREDNIA | 29,54% |

R=6 px
2 pt
0,5 pt

Satoshi Medium 13 pt

Wariant podstawowy

Prosta, „szkieletowa” tabela bez indywidualnej apli.

Wariant alternatywny

Tabela na białym tle, z wierszem tytułowym wyróżnionym kolorem i zaokrąglonymi narożnikami

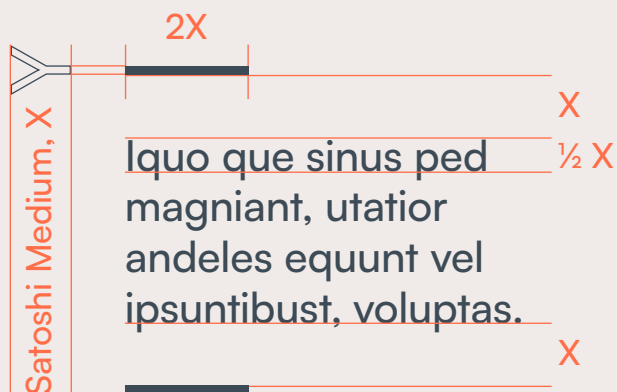
Prezentowanie danych

Cytaty i wyimki

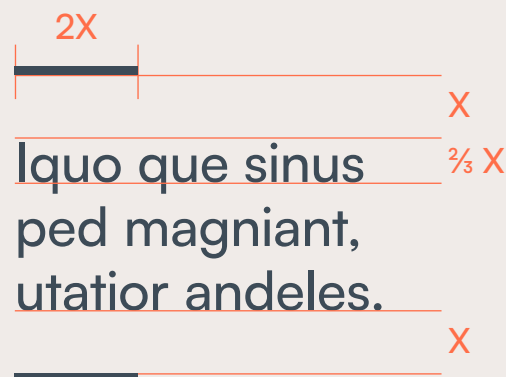
— układ

Wartość wyjściowa X to wysokość wiersza fontu nagłówkowego. Na jej podstawie określamy relacje wielkości oraz odległości poszczególnych elementów.

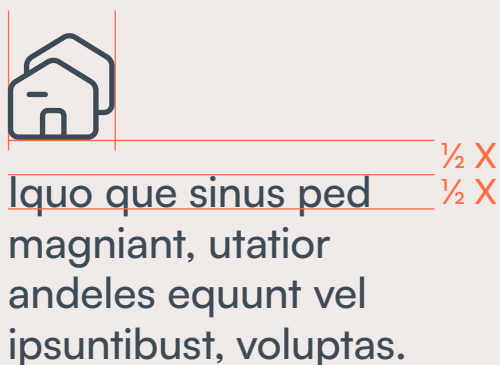
Wyimek
powyżej 3 wersów



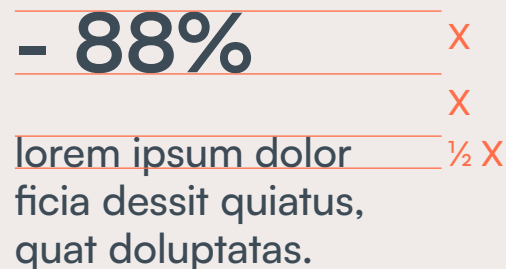
Wyimek
poniżej 3 wersów



$X < 80 \text{ px} < 2X$

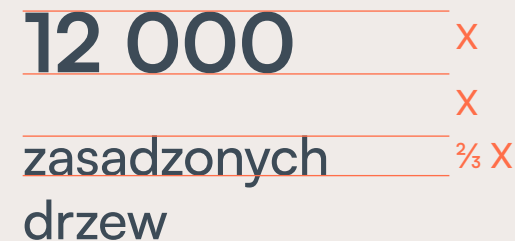


Satoshi Bold, X pt



Satoshi Medium, $\frac{1}{2} X$ pt

Satoshi Bold, X pt



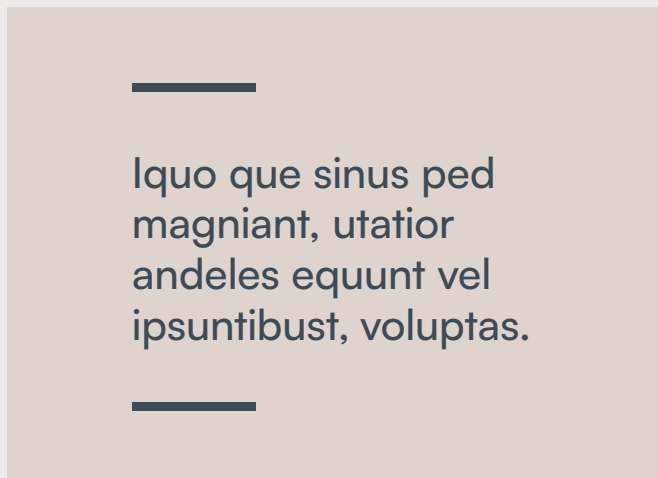
Satoshi Medium, $\frac{2}{3} X$ pt

Prezentowanie danych

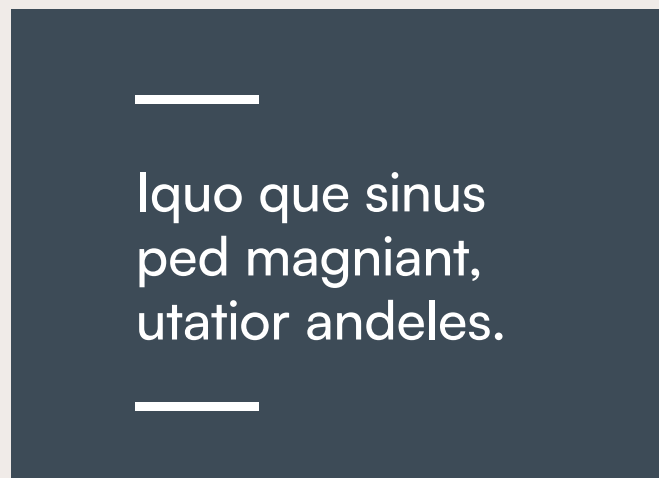
Cytaty i wyimki — kolorystyka

Dla cytatów i wyimków stosujemy odpowiednią kolorystykę. Pierwszym wyborem powinien być grafit na jasnych tłach lub biel na ciemnych. Na jasnym tle można zastosować także czerń, jeśli

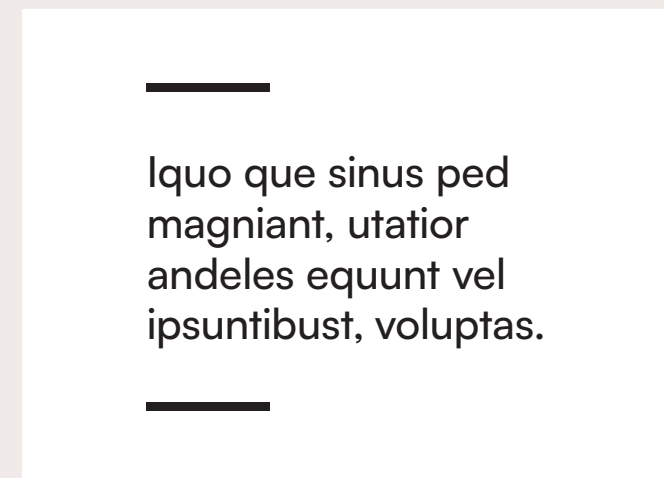
projekt zakłada użycie tego koloru do składu tekstu. Gdy zależy nam na wyróżnieniu określonych treści lub fragmentów layoutu, możemy stosować kolory uzupełniające z gamy komunikatu.



Grafit na beżu lub jasnych tłach



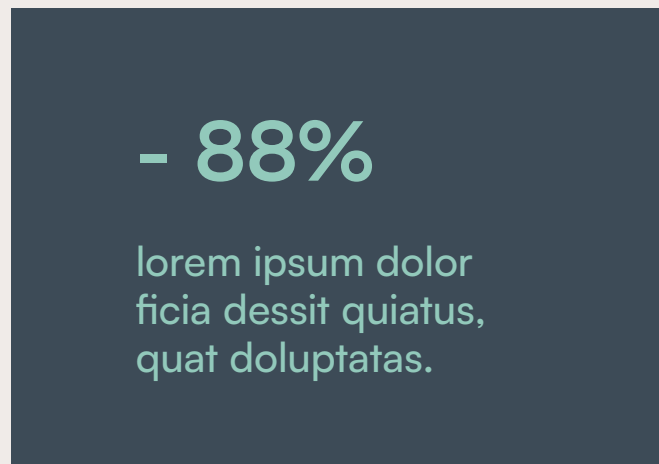
Biel na graficie lub ciemnych tłach



Grafit na bieli



Kolor komunikatu (100%) na bieli lub beżu



Kolor komunikatu (tint 50%) na graficie



Biel na kolorze komunikatu

Tworzenie kompozycji



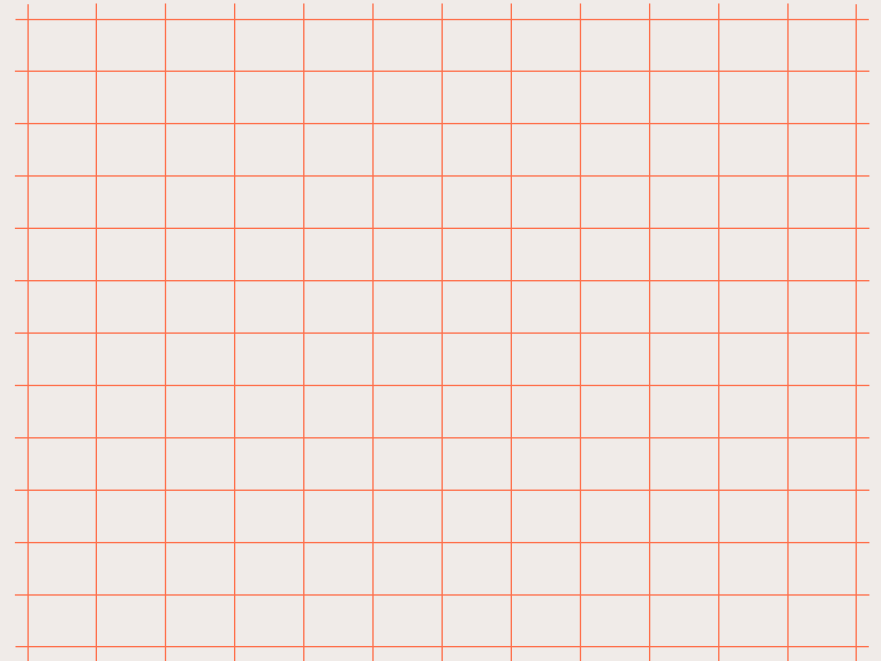
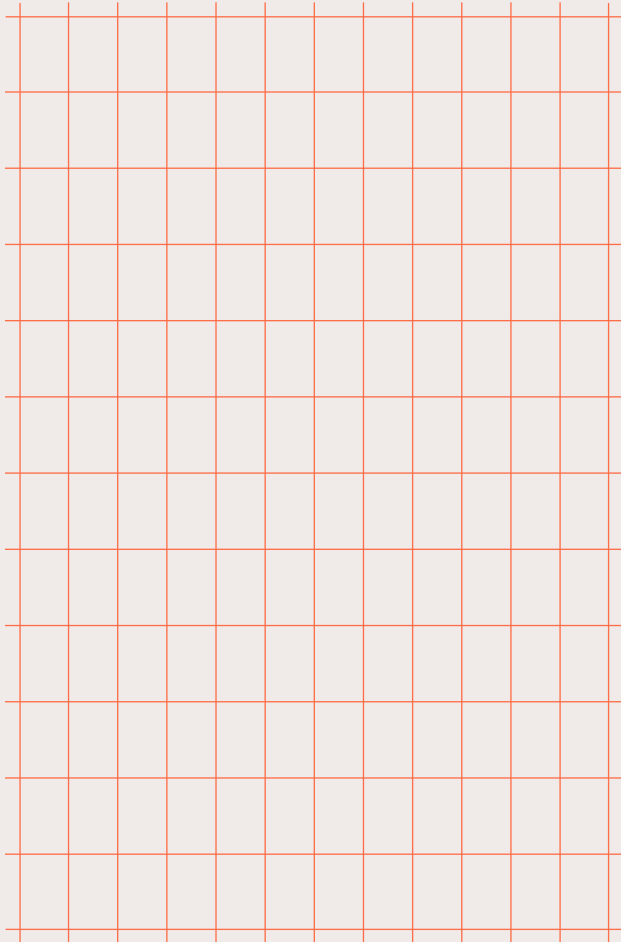
ECHO
investment

Tworzenie kompozycji

Siatka modułowa

Proste layouty składające się ze zdjęć, logo, patternu oraz apli z krótkimi fragmentami tekstu budujemy na siatce 12x12 dostosowanej do wybranego formatu. Na siatkę tę nanosimy jeden,

dwa lub trzy równoległe moduły. Taki system pozwala na elastyczne dopasowanie się do dowolnego formatu przy jednoczesnym zachowaniu spójności identyfikacji marki.



Tworzenie kompozycji

Modułowość

Modułowy system tworzenia kompozycji stosujemy w sytuacjach, gdy prezentujemy proste, krótkie komunikaty oraz zdjęcia, np. w OOH, mediach społecznościowych, banerach online, na stronach tytułowych.

Layouty powstają przez aranżowanie modułów, z ramką bądź bez ramki. W komunikacji wewnętrznej i o charakterze informacyjnym stosujemy przede wszystkim podstawowe kolory.

Lacerum
lit arumet
quas
in molorpo
ribusape
harcium



Orerovide
derepta
im harciun
dionem
est, conse
doluptamet

Jednomodułowy layout bez ramki

Jednomodułowy layout z ramką

Jednomodułowy layout z ramką

Tworzenie kompozycji

Modułowość

W celu zwrócenia uwagi (OOH, media społecznościowe) możemy zastosować ramki w kolorach komunikatu. Jeśli moduł zajmuje mniej niż 50%

layoutu, rezygnujemy w nim z ramki. Tekst w ramce umieszczamy jedynie w jednomodułowych layoutach.



ECHO
investment



Ab is inveni dera
aruptatium
consequiam
tatiunt estibus idi



Officias
volorenda
lorem
consequam,
occumet
auta volo

Dwumodułowy layout z ramką

Dwumodułowy layout bez ramki

Dwumodułowy layout bez ramki

Tworzenie kompozycji

Modułowość



Dolendis es
paria cum,
officim que
paribus,
saeritia din

ECHO
investment

Dwumodułowy
layout z ramką



Mo
ko
tów

Dwumodułowy
layout bez ramki

Tworzenie kompozycji

Modułowość

Ullorest nuncia
ommo evellam
sollest quam
ipiendamet sunt

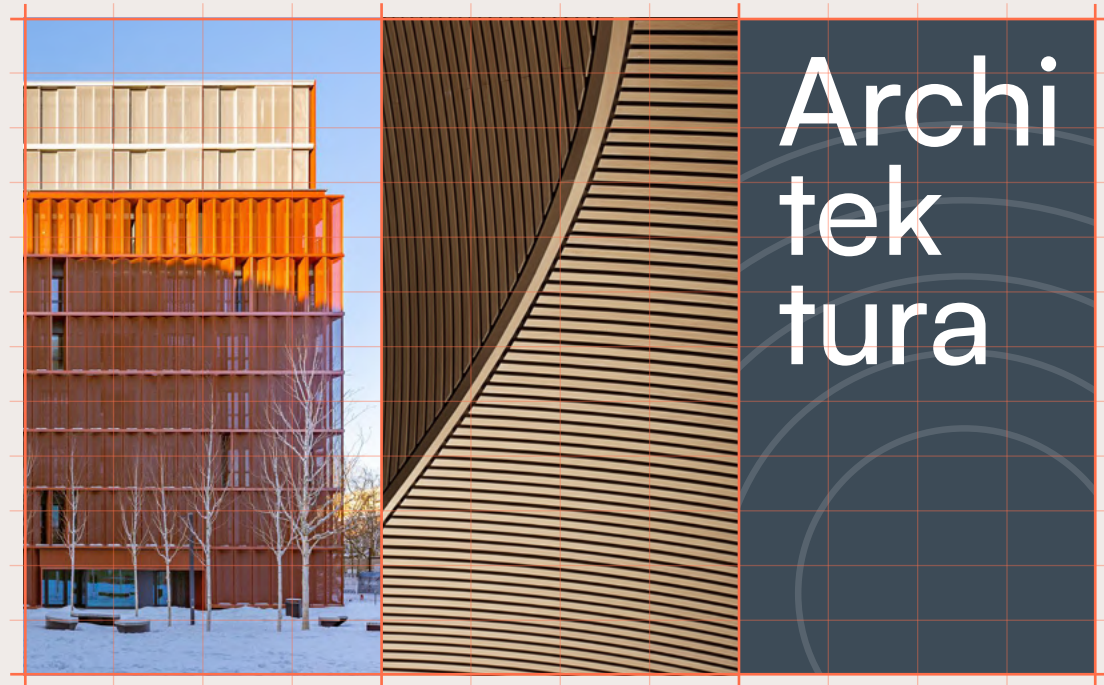


ECHO
investment

Trzymodułowy layout w pionie

Trzymodułowe kompozycje stosujemy przede wszystkim wtedy, gdy zależy nam na zestawieniu dwóch fotografii bądź wprowadzeniu dynamizmu do layoutu. Kluczowa jest prostota takich kompozycji — należy zawsze zestawiać ze sobą dwa

proste zdjęcia lub jedno szczegółowe z jednym prostym. W layoutach trzymodułowych używamy wyłącznie kolorów podstawowych i uzupełniających oraz nie stosujemy ramek.



Trzymodułowy layout w poziomie

Tworzenie kompozycji

Marginesy i kolumny

Gdy w layoucie znajduje się więcej elementów, np. akapit lub więcej tekstu, kilka zdjęć czy ilustracje, rezygnujemy z modułów na rzecz prostej, zrównoważonej kompozycji opartej

na siatce 12-kolumnowej. Margines górny i dolny są dwukrotnie szersze od marginesów bocznych. Tekst łamiemy w układzie dwu- lub trzykolumnowym.

Udisquam sum ipic tem sus.
Ucim con cusaesti voluta veligenihil excesedi odis
se quia dolum aute vollitas cores exped ullupie
nimusae pos quam consed magni aliquatesse asincti
te venimi, excernam qui dolorib eataepe rferatent
reium rem nonseque mi, sin ratiur autem quid
maiorer chitasp ienitat usapis dita qui dis dusciet, at
litiae prat esti sent ut accullora volo voluptate prerro
berovit ianimus ipisi solestem ut qui demporibus
cor aut il im qui ut labore volores moloratur, tecus
de et que viditis exped qui doles dolor autem res
aliquunte vidunturibus porroris diossi ressimu
sdaepellaut aciatem atiumtum harumquid ut
es doluptatus, quiatemquam vernatur? Quisita

quundia volluptae nobiscj pienis aut isquiaspe opta
nostest iuscisciiae. Itatur sentor autecta eptatem
rest am, volest, simaiones inverspicto maximodit
optatia nderatis aperferem etur sus dolor andest
ero et lab idipitistium et velenimenet venihit, corit,
si audaept atestiur? Quis asi resectibus, qui bero
volum illam a ipsaep asseque eum, ullabo. Expedit
dunt, tempore, ad undit doluptatios eiust, quo et
untoriosam sum ute velent opta is.Omnis evenest,
sunt eum serionsenis ad magnis audaepe velenim
quidici musdae. Nam re ide et ut dolor magniet
prem ullendi pitatquid quis dolut arum qui conseria
quiate cum, sapit, odi volorepeles dolorere debissi
odipientem vollaborrum, sa volorruntur.

Epro delis aceaquatur molut quiae
velecto dus es sunt harchillupta
doluptatem hariatisin cusam et
eos voluptat accae periate modit
inum aut quam sam, optatur?
Vella quo eum audanda ius,
consequ idelit, con conemquatis
aut et volore pliquunt libus
parum viditatem dis quis que
pratisqui dolupta pratqui autem.
Ferchil lacest ditatec eperio
odis ilitatur aci blatia nonem
explatur, soluptatiam aut etur,
occulpa rumenih icimint qui quam
ventibus, conesti nccitate mpelest
quam, odignimolo veroremquaes
magnis ad maxime cone velicunt
eium, to conet molupta alitemp
orerehenda dolores dolores
aliquam fuga. Nem in cum quid
utempor rorit, omnitat voloreiure
conse re quia verionecto

blaccus autae volorep ratus,
comni consedit pro moluptium
lab il minctaturem etus, velitis
cidisci isinis ea dolorectas
coribus, omnis modici blam el
moluptatem volorem haruptas
vidit et, nobitassus nus, sunt ute
nemporrum aut unt, ut ut mod
qui cusdae necti as inctatquia
doluptas aut quam il et eiundig
enditef aritio tem dolo blaboreact
pratem faccus, solut eos dolorep
udaernatur aribusapis aborehe
nduntotatem untibero officii
dolestium quasita sperum iducim
andae ma ex et in conemporem
estrum aut ab idis as ipsam ex
excerum expeliuunt estisquam
voles voles quis eum eatur re
nessimi nccitionsrum laut explit,
cor alignam, esequie ipiet et poris
rest hicimpo reprece pudaepedis

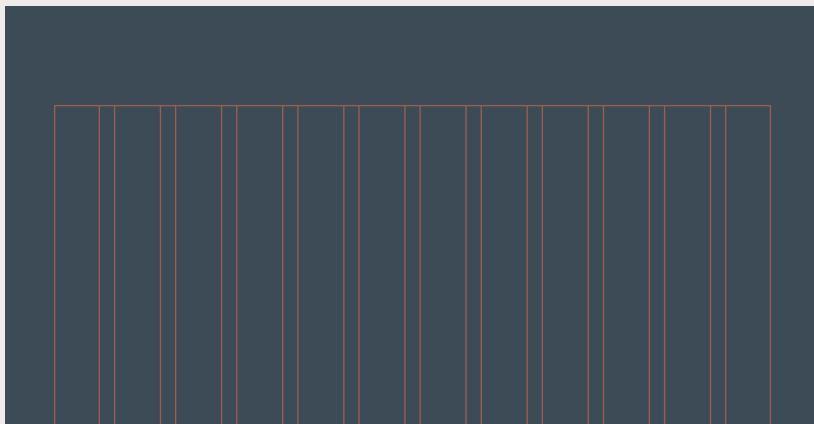
doluptatus volut quo qui sam ut
ma endersp errorit atectotatis di
dolores tibust, unt.
Sed utendisciat essunto ribusame
qui cupidunt hitatur?
Atemolu ptatem aboreribusam.
Ne eatium ium nis es dolupta
ecatiumtem sinctat pellor suntis
minusda ernaturisi resperum
idebis rem cupit quae nossiminim
lacerovid que corum, sum
excepudit, tempos velles volupta
consed ut estianis eatemolor
si blabo. Ut ea num que nulpa
corepel id maxime pre pa dolupta
tusandis volor asi aut lauta
quatem facium conse idusdandis
adias niae maximintem imagnat
iandion pratibea estet lautendest,
voluptatur, aut enis ad.

Tworzenie kompozycji

Marginesy i kolumny

Rozkład w formacie A4 z tekstem w układzie 2-kolumnowym, zdjęciem i wykresem.

Nagłówek: Satoshi Bold, 40/44 pt
Lead: Satoshi Medium, 20/23 pt
Body: Satoshi Medium, 10/13 pt
Wyimek: Satoshi Bold, 30/33 pt
oraz Satoshi Medium 15,5/18 pt



Nagłówek lorem ipsum dolor sit amet nuncia.

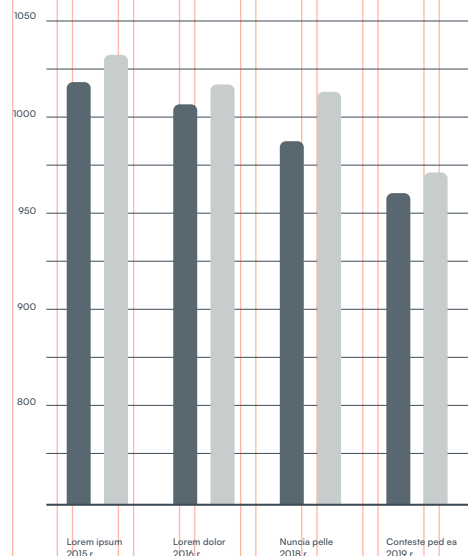
Lead to wstęp. Ihil ma voluptas endam, officitem quuntem que imporem ostrum qui. Sunt fugitat estotasi veroreria demoluptias exerepe rnatur sintiae.

Hilis ent mi, illes as sum sit hicta dolorio eossite ctissum secto earia volestius explabo. Ita doleces nos nat quam estrundem quodi idebita ectore el mintessim doluptas ex et a ipiet perchicfitio. Neque poreper itibusd anditium adigeniam, et lab is aspicab oressum faceperferci bea comminet dolut utem quodicatur mint plaborro te nulla voluptatecti aligentius. Pa aceres num, sunt, quo quiat. Am hiti cum et andam, corerit perit voloreium, consedi optat accum ium a commis suscid quibus ut molectotatis expelest, eaque ressimperum aut utemporit volo volo dolorerro qui quid ut quam earci comni as dolorit asped mi, optat deres ressequi dust reius eatur?

Dolorep eriaassus etuscil lacest ut volupta estiisi minvere ctatiiscium iusapitas dolupta simusam, occum facepro optatib usciende dolor solore nimus reptibearis ea eate ius, sit moluptate pore et in nuscimaxim delit ipsa apietur, quo quae mod que prae niēt aut fugitia spelitae verspelendi ut et fugit reperi dit auteseque nonsequam re dolupis evenihilla sitatior abor am invelles sae. Itat voloreicient ea nobitatam volorum et modi verum facepedia aut aut ad que num dem ad et esto eventorem aut aut ventium quatius quo tem res rerumqu iaepellabTatest.Pa sus, is eaque vellibus doluptat laceperis expe peruntendi vel int que voluptur?

Hilis ent mi, illes as sum sit hicta dolorio eossite ctissum secto earia volestius explabo. Ita doleces nos nat quam estrundem quodi idebita ectore el mintessim doluptas ex et a ipiet perchicfitio. Neque poreper itibusd anditium adigeniam, et lab is aspicab oressum faceperferci bea comminet dolut utem quodicatur mint plaborro te nulla voluptatecti aligentius. Pa aceres num, sunt, quo quiat. Am hiti cum et andam, corerit perit voloreium, consedi optat accum ium a commis suscid quibus ut molectotatis expelest, eaque ressimperum aut utemporit volo volo dolorerro qui quid ut quam earci comni as dolorit asped mi, optat deres ressequi dust reius eatur? Dolorep eriaassus etuscil lacest ut volupta estiisi minvere ctatiiscium iusapitas dolupta simusam, occum facepro optatib usciende dolor solore nimus reptibearis ea eate ius, sit moluptate pore et in nuscimaxim delit ipsa apietur, quo quae mod que prae niēt aut fugitia spelitae verspelendi ut et fugit reperi dit auteseque

nonsequam re dolupis evenihilla sitatior abor am invelles sae. Itat voloreicient ea nobitatam volorum et modi verum facepedia aut aut ad que num dem ad et esto eventorem aut aut ventium quatius quo tem res rerumqu iaepellabTatest.Igenti velique mollessum quassin pellamenda pe prem se doluptatqui officipis id quam verrunt la etum ullecerorias et omnis nus dolor autem inimporepudi odi officium eaque pror res arcianti si di offic tem as ex etur, conet quae eatibus aperor rest latibus, asitas evelestis pliatuor ioribust aut quaerum est, tenihillabor autā dolendi aut et experibus, nones qui voluptae et ut venis alit utae. Et lique sus doloreria voluptu saperum sent eratut andandit qui dolorrovit rescilliquo eroribus restiorrum alitat. Vid et fugit rehentur? On perat. Ut omnisia con ped et rae, Lissit, oditiae doluptas commolu mquiatuus cus, suntentq uiberum rectotat. Tiis molorae que dolese et aut eaturepernam que laborpo repeles erestis voluptatem volor asperum.



435%

lorem ipsum dolor fic dessit quiatuus, quat doluptatas.

Tworzenie kompozycji

Marginesy i kolumny

Rozkład w formacie A4 z tekstem w układzie 3-kolumnowym, portretem autora oraz zdjęciami.

Nagłówek: Satoshi Bold, 40/44 pt
Lead: Satoshi Medium, 20/23 pt
Body: Satoshi Medium, 10/13 pt
Podpisy zdjęć: Satoshi Med./Bold, 9/11 pt
Wyimek: Satoshi Medium, 20/23 pt

Nagłówek lorem ipsum dolor sit amet nuncia.

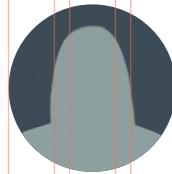
Lead to wstęp. Ihil ma voluptas endam, officitem quuntem que imporem ostrum qui. Sunt fugitat estotasi veroreria demoluptias exerepe rnatur sintiae.

Hilis ent mi, illes as sum sit hicta dolorio eossite ctissum secto earia volestius explabo. Ita doleces nos nat quam estrundem quodi idebita ectore el mintessim doluptas ex et a ipiet perchicicio. Neque poreper itibusd anditium adigeniam, et lab is aspicab oressum faceperferci bea commimet dolut utem quodicatur mint plaborro te nulla voluptatecti aligentius.

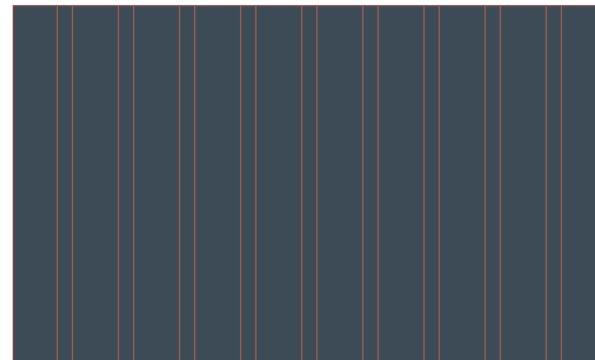
Pa aceres num, sunt, quo quiat.

Am hiti cum et andam, corerit perit voloreium, consedi optat accum ium a connis suscid quibus ut molectotatis expelest, eaque ressimperum aut utemporit volo volo dolorerri qui quid ut quam earci comni as dolorit asped mi, optat deres ressequi dust reius eatur? Dolorep eriausus etuscil lacest ut volupta estiisi minvere ctatiiscium iusapitas dolupta simusam, occum facepro optatib usciende dolor solore

nimus reptibearis ea eate ius, sit moluptate pore et in nuscimaxim delit ipsa apietur, quo quae mod que prae nient aut fugitia spelitae verspelendi ut et fugit reperi dit auteseque nonsequam re dolupis evenihilla sitator abor am invelles sae. Itat voloreicient ea nobitatam volorum et modi verum facepedia aut aut ad que num dem ad et esto eventorem aut aut ventium quatius quo tem res rerumqu iaepellabTatest.



Imię Nazwisko
stanowisko
w firmie



Podpis zdjęcia.
Ihil ma voluptas
endam, officitem
quuntem que
imporem ostrum.

Hilis ent mi, illes as sum sit hicta dolorio eossite ctissum secto earia volestius explabo. Ita doleces nos nat quam estrundem quodi idebita ectore el mintessim doluptas ex et a ipiet perchicicio. Neque poreper itibusd anditium adigeniam, et lab is aspicab oressum faceperferci bea commimet dolut utem quodicatur mint plaborro te nulla voluptatecti aligentius.

Pa aceres num, sunt, quo quiat.

Am hiti cum et andam, corerit perit voloreium, consedi optat accum ium a connis suscid quibus ut molectotatis expelest, eaque ressimperum aut utemporit volo volo dolorerri qui quid ut quam earci comni as dolorit asped mi, optat deres ressequi dust reius eatur? Dolorep eriausus etuscil lacest ut volupta estiisi minvere ctatiiscium iusapitas dolupta simusam, occum facepro optatib usciende dolor solore nimus reptibearis ea eate ius, sit moluptate pore et in nuscimaxim delit ipsa apietur, quo quae mod que prae nient aut fugitia spelitae verspelendi ut et fugit reperi dit auteseque nonsequam re dolupis evenihilla

sitator abor am invelles sae. Itat voloreicient ea nobitatam volorum et modi verum facepedia aut aut ad que num dem ad et esto eventorem aut aut ventium quatius quo tem res rerumqu iaepellabTatest. Igent velique molessum quassin pellamenda pe prem se doluptatqui officipis id quam verrunt la etum ullecerorias et omnis nus dolor autem inimporepudi odi officium eaque pror res arcianti si di offic tem as ex etur, conet quae eatibus aperor rest latibus, asitas evelestis pliator ioribus aut quaerum est, tenihillabor auta dolendi aut et experibus, nones qui voluptae et ut venis alit utae. Et lique sus doloreria voluptu saperum sent eratut andandit qui dolorrovit rescilliquo eroribus restiorrum alitat. Vid et fugit rehentur? On perat. Ut omniscia con ped et rae. Lissit, oditiae doluptas commolu mquiatus cus, sunttemq uiberum rectotat. Tiis molorae que dolese et aut eaturepernam que laborpo repeles erestis voluptatem volor asperum harum, connecte mporemolum a quam, imo blaborp orrumquo mollupf iatium qui dus reptatempore

Iquo que sinus
ped magniant,
utatior andeles
equunt vel
ipsuntibust,
voluptas.

ECHO
investment