



centrum **nu**

PRZESTRZEŃ, KTÓRA ROZWIJA



KSIĘGA **ZNAKU**

Idea

Idea znaku graficznego	02
Idea sloganu	03

Logotyp

Wersja podstawowa	05
Wersja podstawowa achromatyczna	06
Sygnet	07
Konstrukcja znaku	08
Wersja pozioma	09
Wersja pozioma achromatyczna	10
Konstrukcja znaku poziomego	11
Pole ochronne	12
Rozmiar minimalny	13
Niedopuszczalne modyfikacje	14

Kolorystyka

Paleta kolorów	16
Kolorystyka wersji kontrowej	17
Zastosowanie logo na zdjęciach	18

Typografia

Wybrane kroje pisma	21
---------------------	----

Submarki

Logotypy	23
Paleta kolorów	24

Idea znaku graficznego

Logo Centrum NU zostało zaprojektowane z myślą o oddaniu wartości oraz charakteru marki w możliwie najprostszej, a zarazem najbardziej sugestywnej formie. Kluczowym motywem wizualnym jest **przenikanie się liter „N” oraz „U”**, co stanowi metaforę **synergii pomiędzy wszystkimi obszarami działań** podejmowanych przez Centrum NU. Takie zazębienie liter podkreśla wzajemne uzupełnianie się usług oraz holistyczne podejście do klienta.

Znak cechuje się **nowoczesnością i przejrzystością**, co odpowiada aktualnym trendom w projektowaniu oraz komunikacji wizualnej. Forma jest **maksymalnie uproszczona**, co odzwierciedla jasne, transparentne i przyjazne podejście marki do odbiorcy. Prostota ta nie tylko ułatwia rozpoznawalność logo, ale również nawiązuje do idei, że skuteczne wsparcie i rozwój nie wymagają skomplikowania – liczy się spójność i dopasowanie działań.

Zazębiający się znak służy więc jako **symbol integracji, klarowności oraz wspólnego kierunku**, w jakim marka i jej klienci podążają razem.



Idea sloganu marki



Slogan „**Przestrzeń, która rozwija**” stanowi kwintesencję misji i filozofii Centrum NU. To hasło niesie ze sobą wielowymiarowe znaczenie, które odnosi się zarówno do fizycznej, jak i mentalnej sfery działania marki.

Z jednej strony „**przestrzeń**” odnosi się do miejsca – nowoczesnego, bezpiecznego i zaprojektowanego z myślą o komforcie i potrzebach klienta. To otoczenie sprzyjające pracy nad sobą, odkrywaniu potencjału oraz nawiązywaniu wartościowych relacji. Z drugiej strony to również **symboliczna przestrzeń wewnętrzną** – jaką marka tworzy, aby dać każdemu odbiorcy swobodę do rozwoju, refleksji i zmiany.

Czasownik „**rozwija**” zawiera w sobie obietnicę postępu. Marka nie skupia się wyłącznie na rozwiązywaniu problemów, ale stwarza warunki do **holistycznego wzrostu – emocjonalnego, poznawczego, społecznego czy zawodowego**. To rozwój, który dzieje się we własnym tempie, w przyjaznej atmosferze, z pełnym poszanowaniem indywidualnych potrzeb.

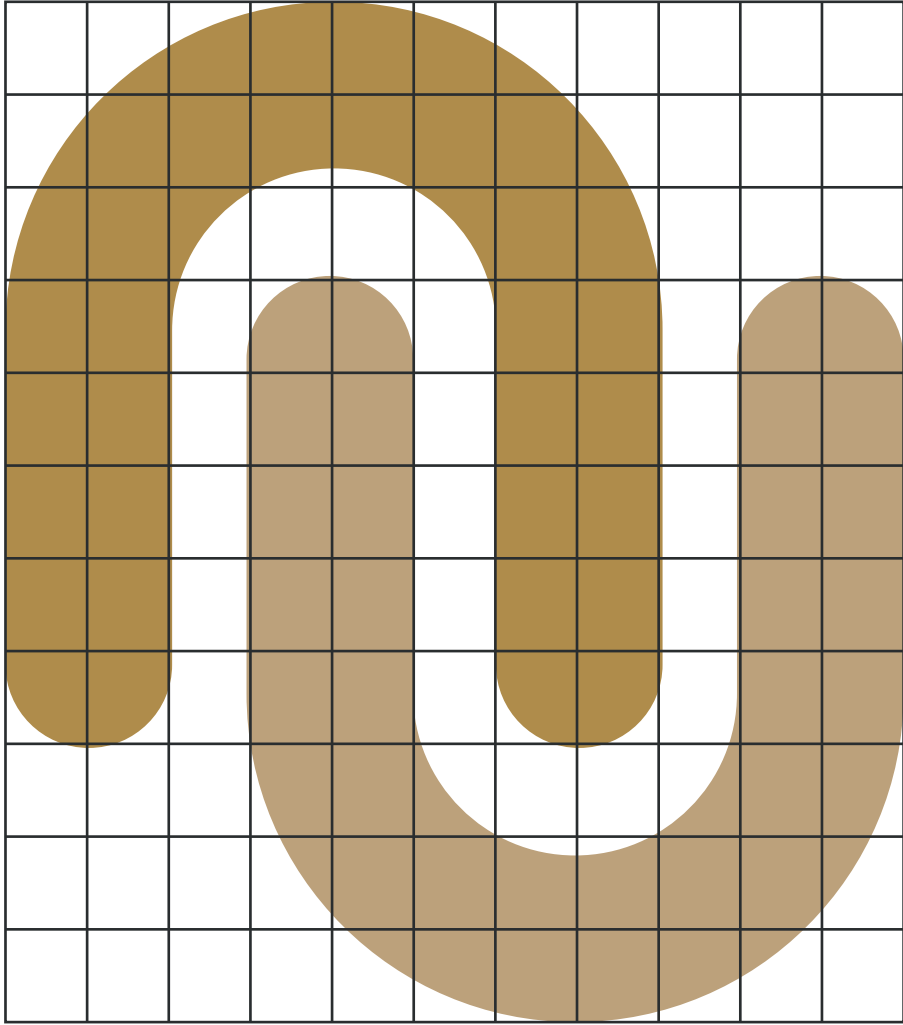
Slogan ten doskonale **uzupełnia znaczenie znaku graficznego**, tworząc spójną narrację o marce jako miejscu synergii, równowagi i świadomego dążenia do lepszego „ja”. Jest prosty, ale otwarty na interpretację – jak sama przestrzeń, którą oferuje Centrum NU.

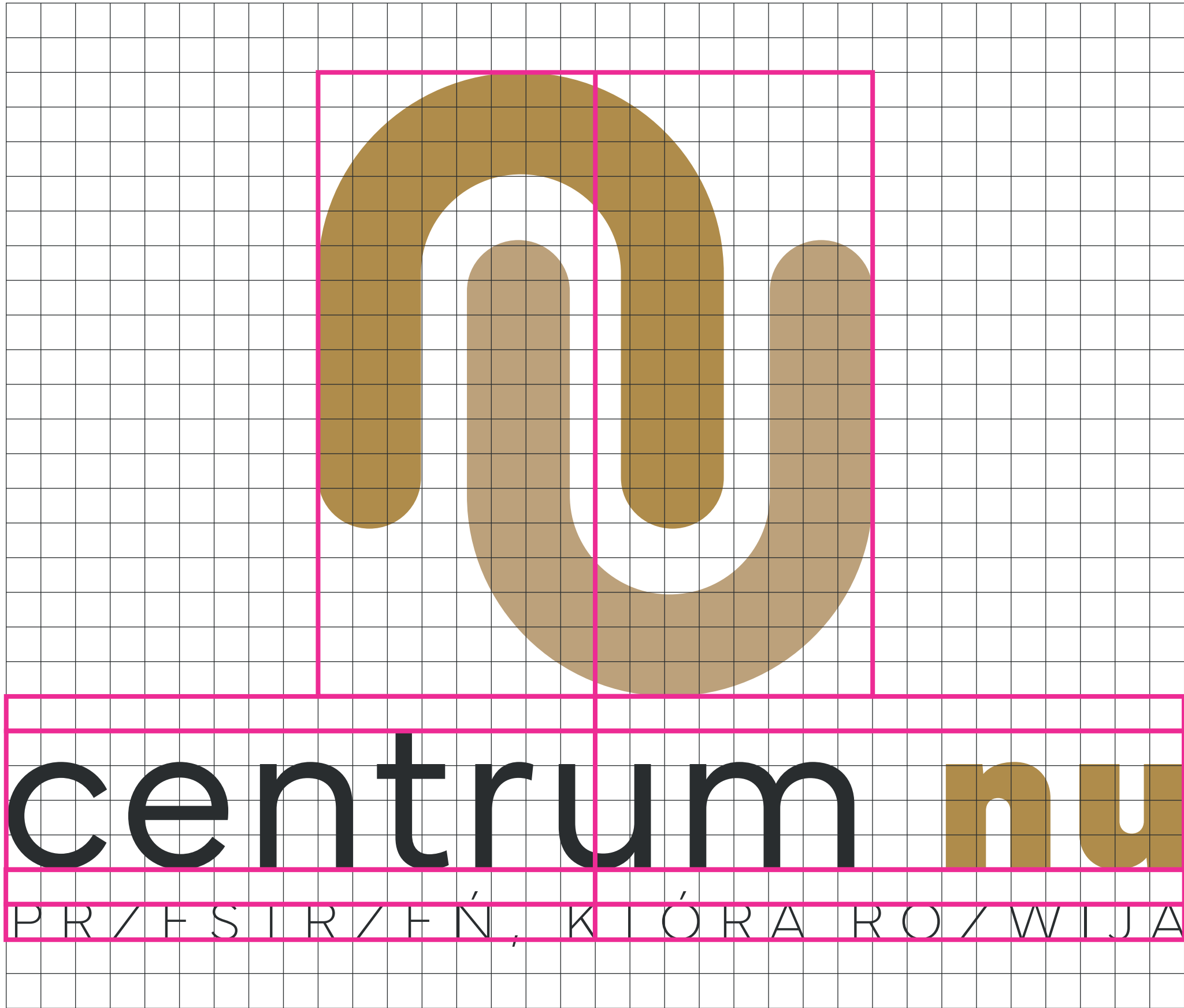
Logotyp













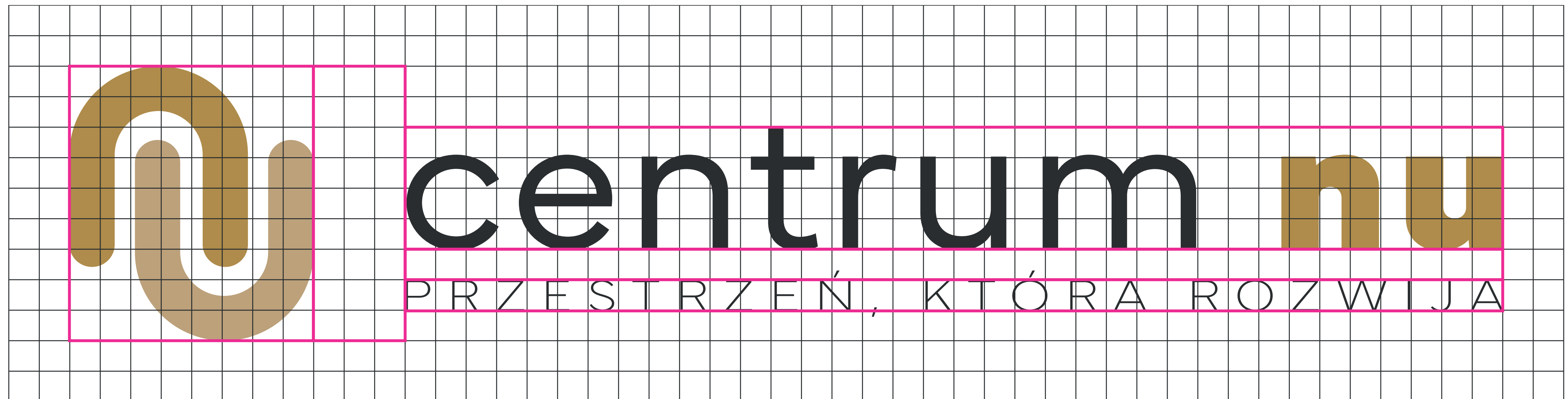
centrum **nu**

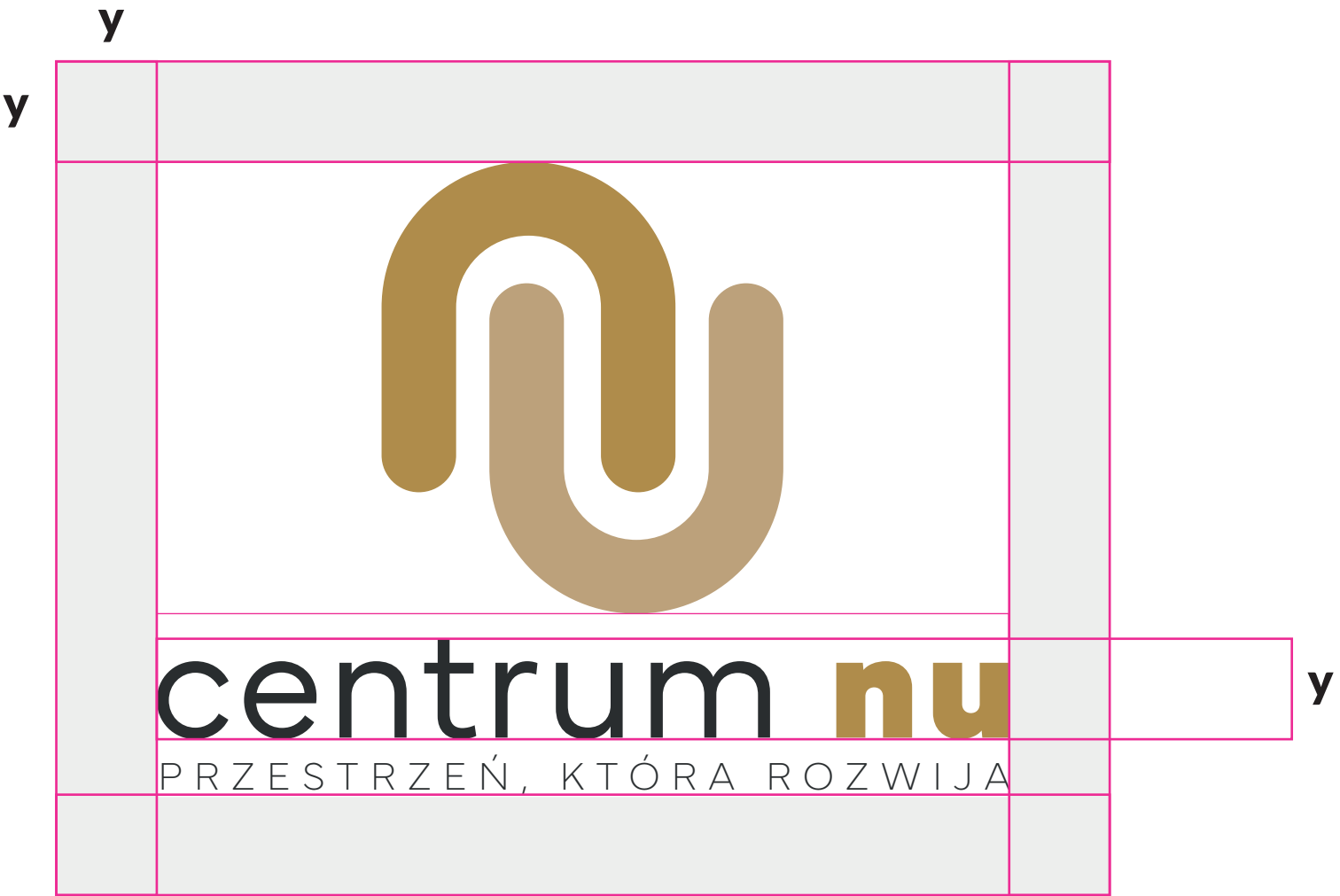
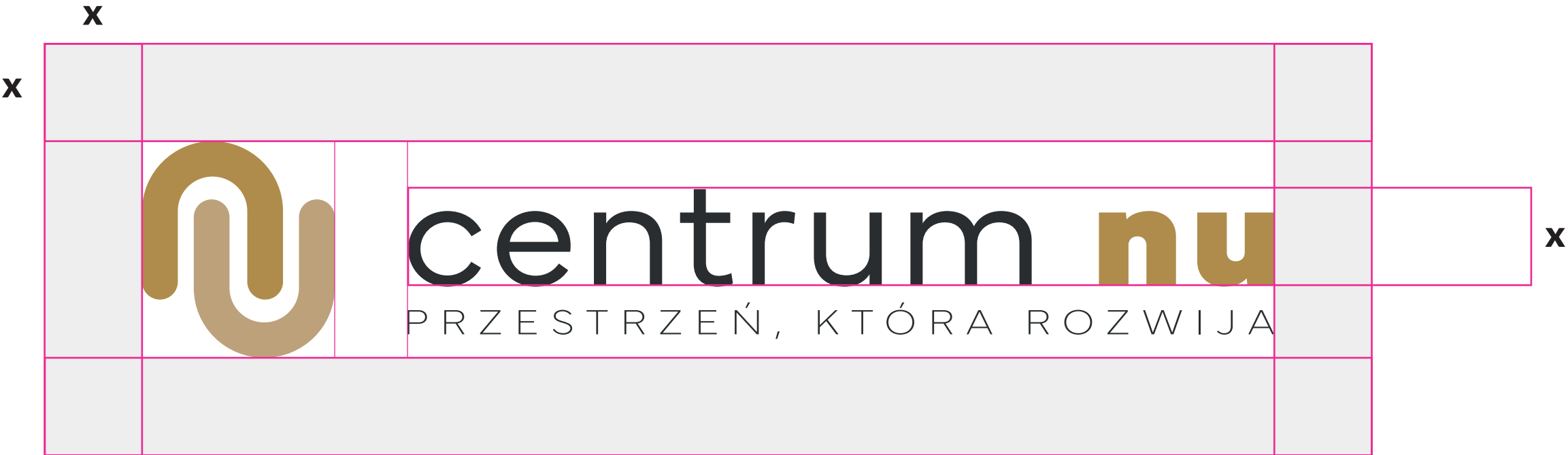
PRZESTRZEŃ, KTÓRA ROZWIJA



centrum **nu**

PRZESTRZEŃ, KTÓRA ROZWIJA





*

Wielkość minimalna określa najmniejszy możliwy rozmiar logo, przy którym znak zachowuje czytelność. Wielkości minimalne są różne dla różnych technik druku.

W przypadkach niewymienionych w Księdze Znak należy zawsze sprawdzić czytelność logotypu na wydrukach próbnych.



druk

web

PROPORCJE ELEMENTÓW

Zabrania się zmiany proporcji elementów logo, jak również zmiany położenia elementów logotypu względem siebie.

**ZNIEKSZTAŁCENIE**

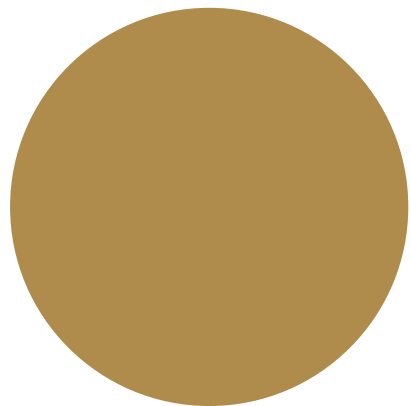
Zabrania się wszelkich przekształceń i wypaczeń logo.

**KOLORY I CIENIE**

Zabrania się używania logo w kolorach innych niż określone w Księdze Znaku.

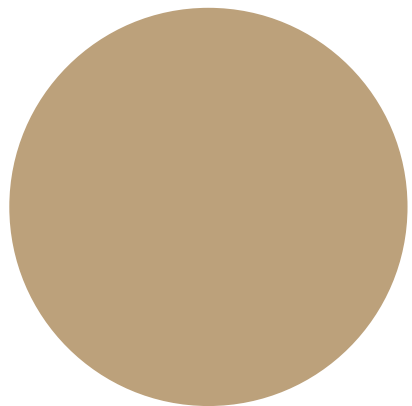


Kolorystyka



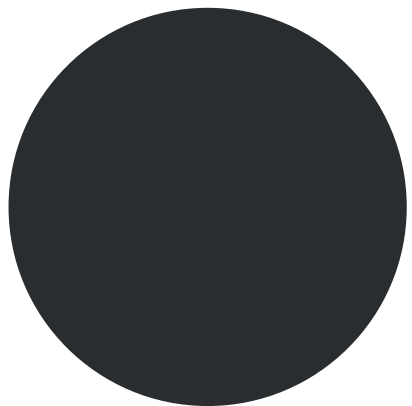
BEŻOWY

HEX #B99146
CMYK 24/38/78/13
RGB 185/145/70
PANTONE 465C



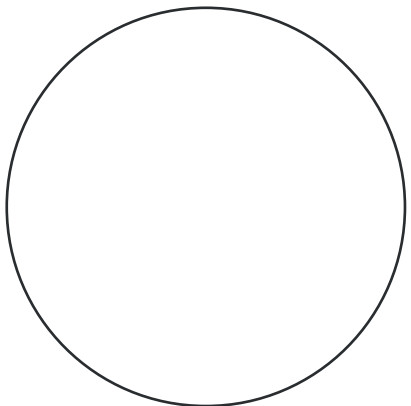
JASNOBEŻOWY

HEX #C6A97D
CMYK 21/31/53/8
RGB 198/169/125
PANTONE 467C



CZARNY

HEX #333333
CMYK 69/60/56/66
RGB 51/51/51
PANTONE NEUTRAL BLACK C



BIAŁY

HEX #FFFFFF
CMYK 0/0/0/0
RGB 255/255/255



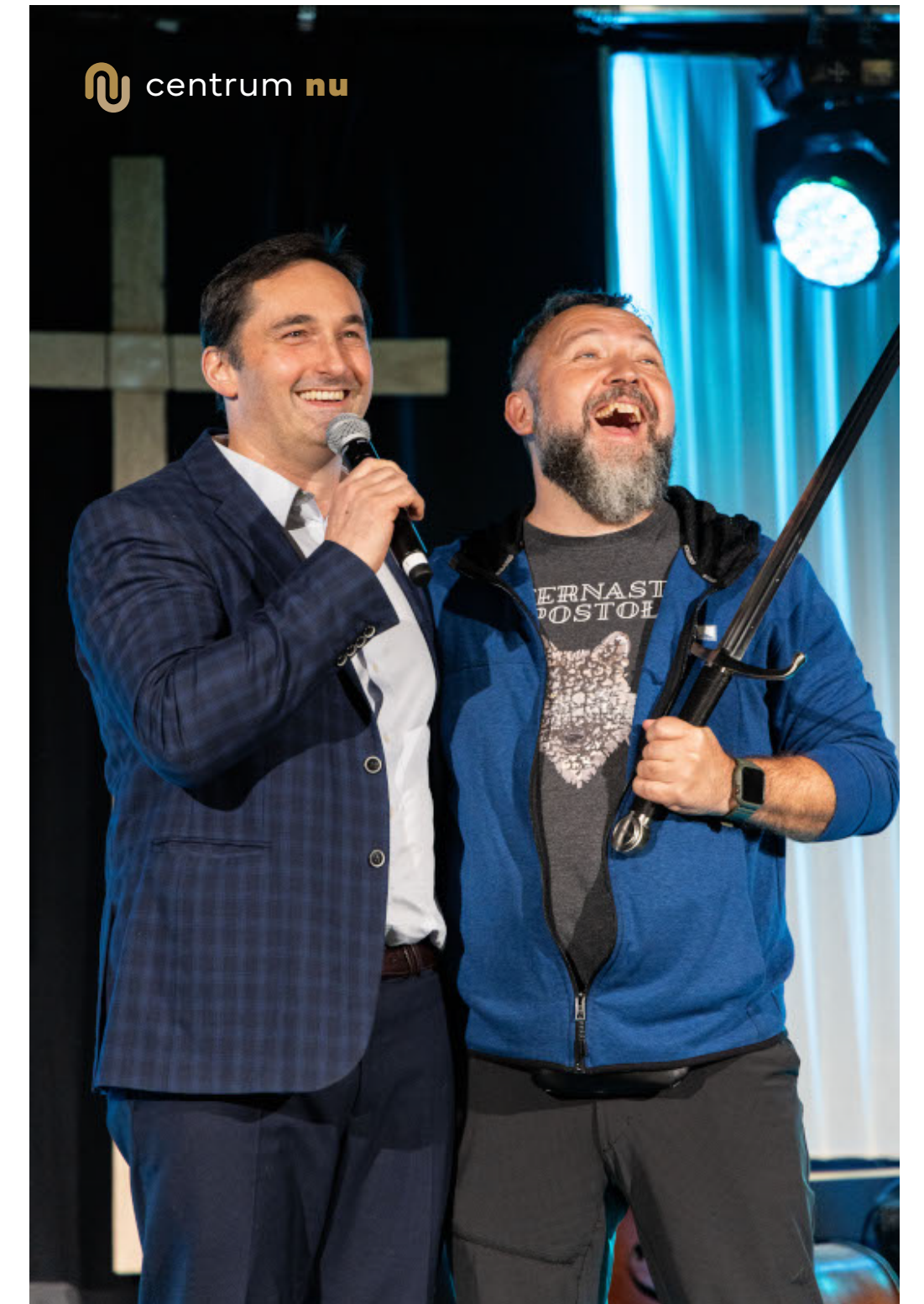
centrum **nu**
PRZESTRZEŃ, KTÓRA ROZWIJA



*

Fotografie powinny być minimalistyczne oraz zawierać dużo wolnej przestrzeni, na której zalecamy umieszczać logo w wersji podstawowej lub podstawowej odwróconej. W innym przypadku logo należy umieścić na jak najbardziej jednolitej przestrzeni kolorystycznej.

Dopuszczalne jest umieszczanie loga w wersji uproszczonej (bez sloganu).



*

Nie jest zalecane stosowanie logo na fotografii w miejscach z dużą ilością detali.



Typografia



Tekst nagłówkowy

Lato Black

**Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetuer
adipiscing elit**

Tekst akapitowy

Lato Light

Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetuer adipiscing elit, sed diam
nonummy nibh euismod tincidunt ut
laoreet dolore magna aliquam erat
voutpat.

Submarki



Konstrukcja znaków oraz pola bezpieczne dla wszystkich submarek są identyczne jak dla marki głównej z wyłączeniem lokalizacji sygnetu względem tekstu na wersji poziomej.

Wszystkie wyłączenia dotyczące umieszczania loga na zdjęciach oraz wykorzystania wersji achromatycznych pozostają niezmiennie od marki głównej.

nu studio
MIĘDZY CISZĄ, A EMOCJAMI



nu conference
SŁOWA, KTÓRE BUDUJĄ PRZESTRZEŃ

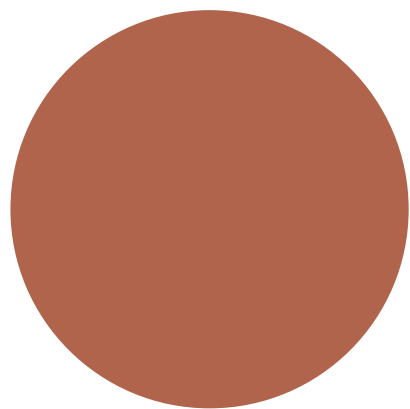


nu playground
KRAINA ŚMIECHU I DZIECIĘCYCH ODKRYĆ



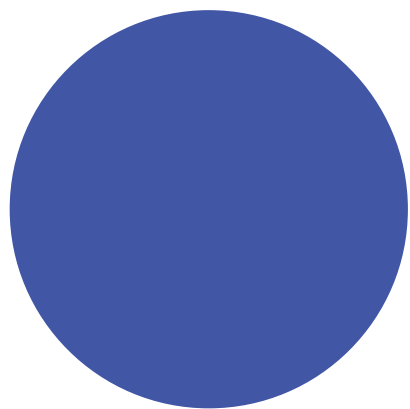
nu coffee
CHWILA SMAKUJĄCA INACZEJ





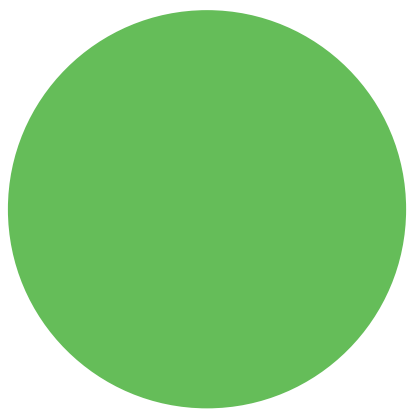
CZERWONY

HEX #B76448
CMYK 22/66/71/12
RGB 183/100/82
PANTONE 7585C



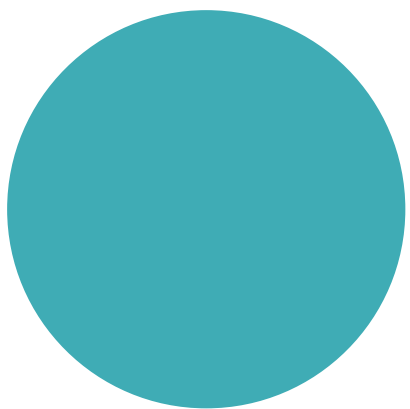
GRANATOWY

HEX #474D9B
CMYK 85/74/0/0
RGB 71/77/155
PANTONE 7684C



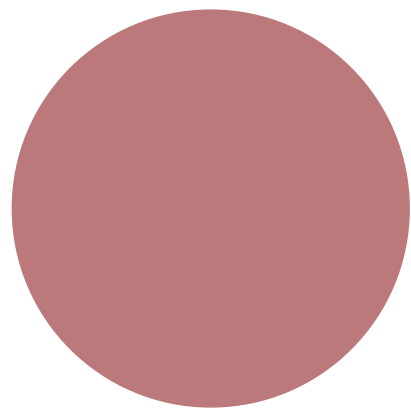
ZIELONY

HEX #6AB649
CMYK 63/0/88/0
RGB 106/182/73
PANTONE 360C



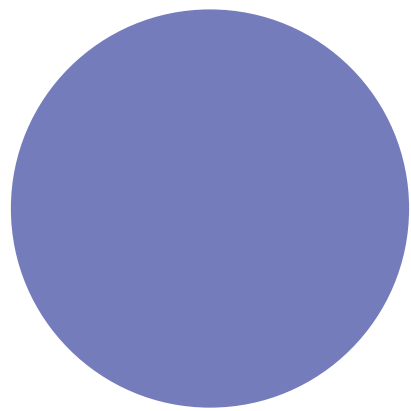
TURKUSOWY

HEX #48AAB7
CMYK 69/12/28/0
RGB 72/170/183
PANTONE 7472C



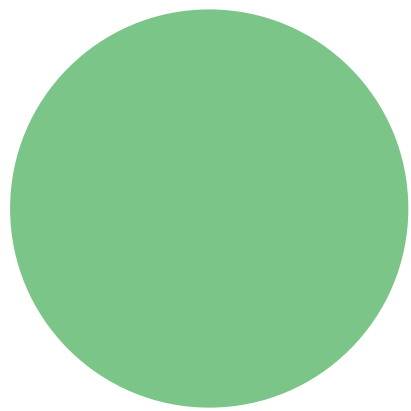
**CZERWONY
PASTELOWY**

HEX #C47D7E
CMYK 20/56/40/8
RGB 196/125/126
PANTONE 694C



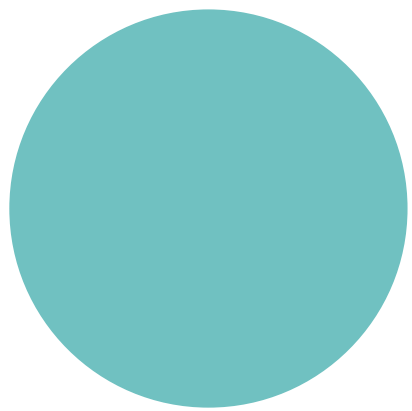
**GRANATOWY
PASTELOWY**

HEX #7D7DBB
CMYK 59/51/0/0
RGB 125/125/187
PANTONE 272C



**ZIELONY
PASTELOWY**

HEX #87C37E
CMYK 53/0/63/0
RGB 135/195/126
PANTONE 359C



**TURKUSOWY
PASTELOWY**

HEX #7EC2C4
CMYK 54/5/26/0
RGB 126/194/196
PANTONE 564C



centrum **nu**

PRZESTRZEŃ, KTÓRA ROZWIJA



KSIĘGA **ZNAKU**