Zala

MEDIA KIT

Verzija 2.0 - 3. junij 2019

1.0
Logotip

Barvni logotip

Logotip je zaščiten in registriran, zato ga vedno uporabljamo v skladu s tem priročnikom CGP.

Za delo vedno uporabljamo le originalne grafične digitalne predloge, ki so na voljo.

1.1
Logotip

Logotip na barvni podlagi

Pri barvni reprodukciji logotipa na barvni podlagi v belo barvo pretvorimo le senco logotipa.

1.2
Logotip

Črno-bel logotip

Črno-belo različico logotipa
uporabljamo v 100 % črni.

1.3
Logotip

Črno-bel logotip v negativu

Monokromatski logotip na temni podlagi uporabljamo v 100 % beli.

1.4
Logotip

Logotip s podpisom slogana

Logotip s podpisom slogana vedno uporabljamo v enaki poziciji.

1.5
Logotip

Pravilne uporabe logotipa

1.6 Logotip

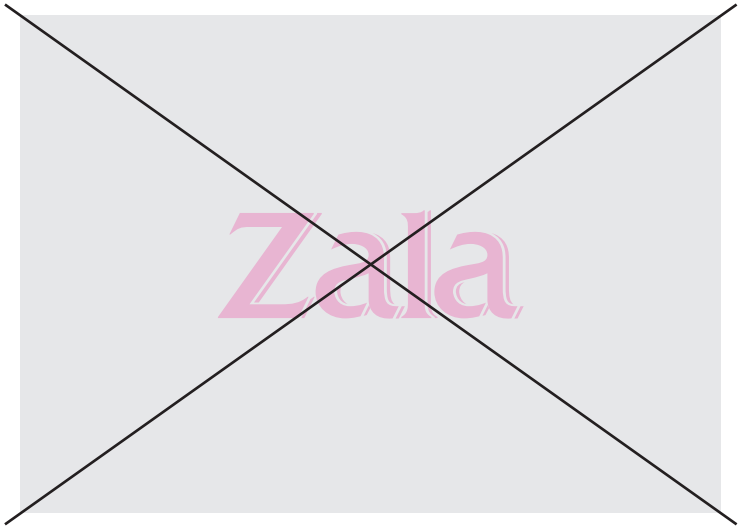
Pravilne uporabe logotipa

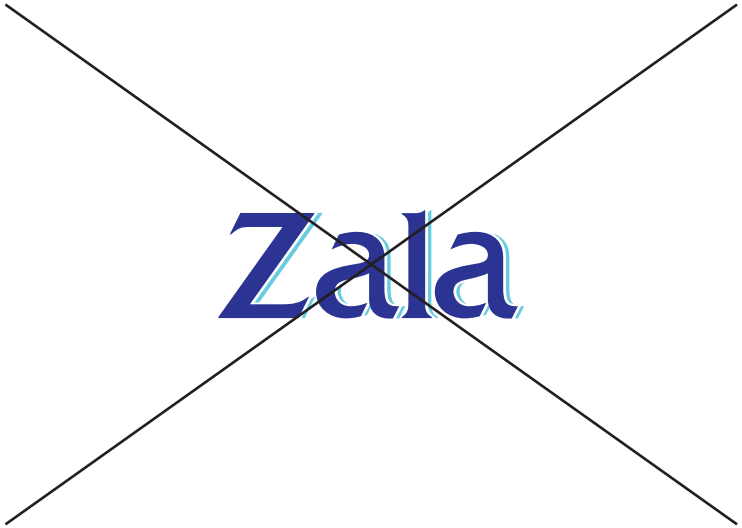
1.6
Logotip

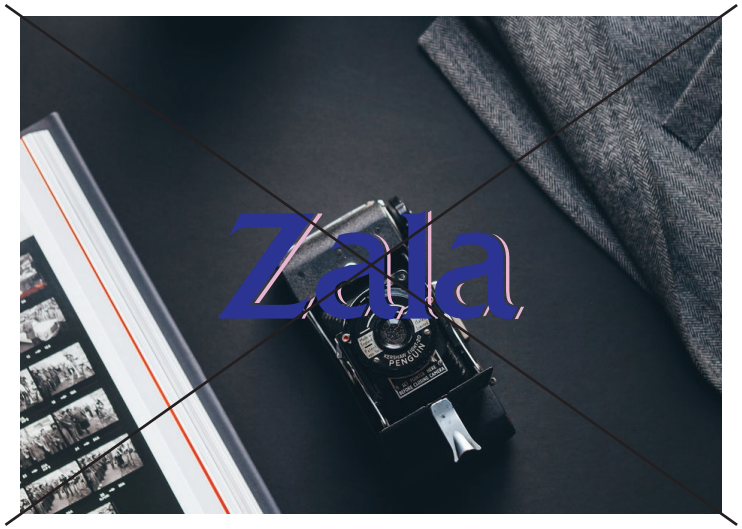
Pravilne uporabe logotipa

1.7
Logotip

Napačne uporabe logotipa







2.0
Barvni sistem

Primarne barve

Primarna barva CGP je modra, dopolnjujeta jo svetlo modra in roza. Njihova pravilna in dosledna uporaba gradi prepoznavnost in povezanost vseh komunikacijskih materialov v prepoznavno celoto.

Pantone	2746 C
CMYK	100 / 98 / 0 / 0
RGB	53 / 28 / 138

Pantone	0821 C
CMYK	53 / 0 / 9 / 0
RGB	166 / 207 / 229

Pantone	256 C
CMYK	5 / 34 / 0 / 0
RGB	226 / 196 / 221

2.1
Barvni sistem

Barvna podlaga

Alternativa za belo podlago je preliv iz svetlo modre v roza, pod kotom 45° od levega zgornjega kota proti desnemu spodnjemu.

2.1
Barvni sistem

Kot podlago uporabljamo tudi prelivajočo grafiko. Točen izrez se prilagaja glede na format materiala in vrste izdelka, ki se izpostavlja.

Barvna podlaga

2.1
Barvni sistem

Kot podlago pri komuniciranju Zale z mehurčki uporabljamo ali ilustracijo mesta z embalaže ali zgolj zgornji del ilustracije - nebo z mehurčki.

Barvna podlaga

3.0
Embalaže

Fotografije embalaž - 0,5 L

Za prikaz embalaž vedno
uporabljamo uradne fotografije.

3.1
Embalaže

Fotografije embalaž - 1,0 L

Za prikaz embalaž vedno
uporabljamo uradne fotografije.

3.2
Embalaže

Fotografije embalaž - 1,5 L

Za prikaz embalaž vedno
uporabljamo uradne fotografije.

3.3
Embalaže

Fotografije embalaž - pločevinke

Za prikaz embalaž vedno
uporabljamo uradne fotografije.

4.0
Slogani

Komunikacijski slogani

“Tvoja druga pipa” je pozicijski slogan.

“Moj svet v ravnovesju” je slogan pomladne kampanje 2019. V času kampanje se uporablja skupaj s pozicijskim sloganom, ki zavzame mesto podpisa.

Pri liniji mehurčkov se slogan “Tvoji prvi mehurčki” uporablja v primeru, ko se ne komunicira novega okusa.

TVOJA DRUGA PIPA

moj svet
v ravnovesju

TVOJI PRVI MEHURČKI

5.0
Promocijski materiali

Gigant Zala splošni

Primer oglasa, ki ga uporabljamo izven kampanjskega časa.

5.1
Promocijski materiali

Gigant Zala kampanja

Primer kampanjskega oglasa, kjer kombiniramo fotografijo in mestoma ilustracijo. Nabor embalaž se prilagaja posameznemu oglasu.

5.2
Promocijski materiali

Tiskani oglas Zala z okusom

Primer tiskanega oglasa za Zalo z okusom. Uporabljamo prelivajočo barvno podlago in ilustracije v barvi okusa izdelka, ki je izpostavljen.

5.3
Promocijski materiali

Tiskani oglas Zala brez sladkorja

Primer tiskanega oglasa za Zalo brez sladkorja. Uporabljamo prelivajočo barvno podlago v nižji transparenci in ilustracije v beli barvi.

5.4
Promocijski materiali

Metrolight Zala z mehurčki

Primer metrolighta za Zalo z mehurčki. Kot podlaga je uporabljena ilustracija mesta v rumeni barvi, ker se izpostavlja nov izdelek.

5.5
Promocijski materiali

Letak A5

Primer krovnega in kampanjskega letaka.

5.6 Promocijski materiali

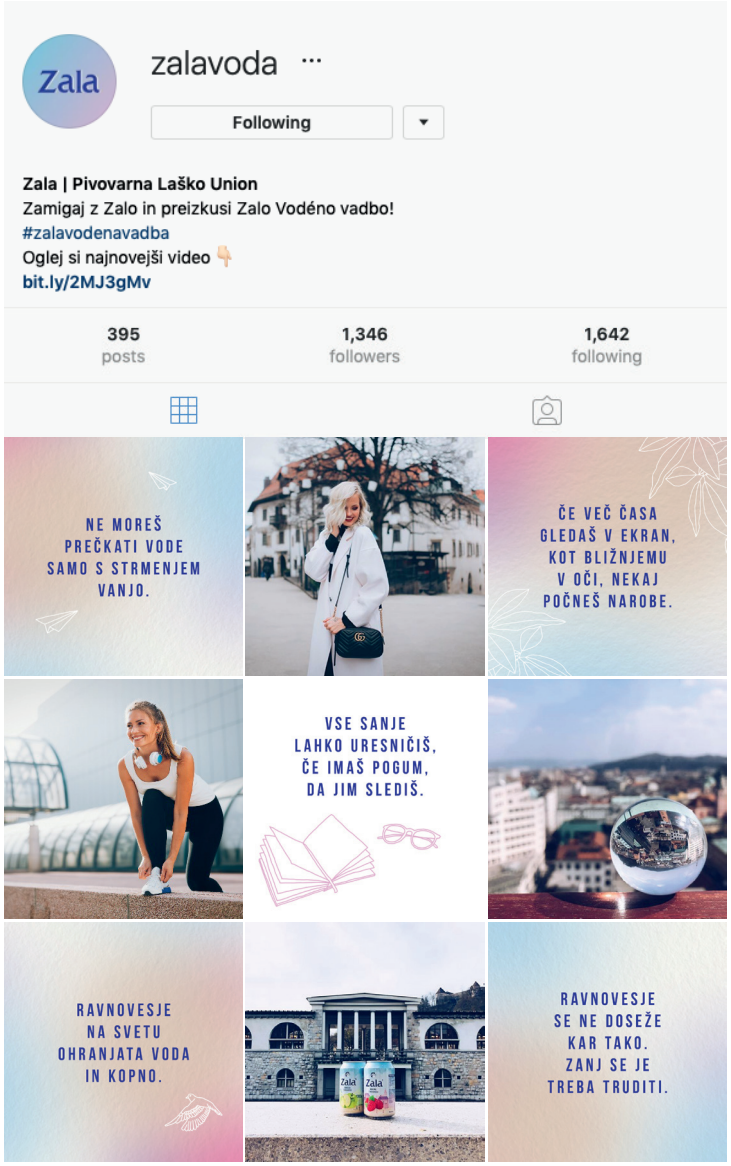
Cenik A5

Primer dvostranskega cenika z izpostavitvijo Zale z mehurčki.

6.0
Social media

Instagram

Vizualna smer za komuniciranje na družbenih omrežjih - kombiniranje fotografij in citatov na beli ter barvni prelivajoči podlagi.



7.0
Označevalci

Emblemi

Za posebne izpostavitve ali novosti uporabljamo predpisane označevalce. Po potrebi ustvarjamo nove, ki so stilsko skladni, s konsistentno okroglo obliko in izbiro tipografije.

Označevalec na barvni podlagi

Beli označevalec z barvnimi črtami in modro tipografijo

HVALA.

Zala