



Podstawowe elementy
identyfikacji wizualnej

01

02

03

WSTĘP I STRATEGIA MARKI

Wstęp i strategia marki

STS to największy bukmacher w Polsce, który działa również na kilkunastu rynkach europejskich. STS jest pierwszą polską firmą z branży, która świadczy usługi poza krajem. Spółka nieprzerwanie inwestuje w rozwój nowoczesnych i innowacyjnych technologii, dzięki którym zdystansowała krajowych konkurentów. STS udostępnia usługi online nie tylko za pośrednictwem strony internetowej, ale również jej mobilnej wersji, jak i aplikacjom dedykowanym systemom Android i iOS.

STS w swojej komunikacji niezmiennie stawia w centrum uwagi ludzi, którzy emocjonują się sportem, dzięki czemu mają wystarczające umiejętności, żeby dobrze typować. STS wspiera graczy, docenia ich kompetencje oraz pasję, wydobywając przy tym ich potencjał. Podkreśla również sprawczość graczy, by podjęli wyzwanie i poczuli smak zwycięstwa.

Wiedza i umiejętności zmniejszają ryzyko. Sprawiają, że gra i zakłady bukmacherskie nie są lekkomyślnością, a świadomie podejmowanym wyzwaniem.

STS jest marką, która przygotowuje ofertę i produkty oparte na jasnych warunkach oraz przejrzystych zasadach.

Wstęp i strategia marki

Odświeżona identyfikacja wizualna została przygotowana w oparciu o pozycjonowanie marki STS. Brandbook obejmuje wszystkie platformy STS w Polsce i Europie, w tym strony internetowe, aplikacje mobilne oraz sieć lokali stacjonarnych. Dokument jest zbiorem wytycznych i przykładów dla osób zarządzających marką, który jest przewodnikiem po ścisłym przestrzeganiu spójności komunikacyjnej marki. Realizacja stylu wizualnego marki STS jest istotnym elementem wdrożenia strategii spółki.

Nowa identyfikacja wizualna reprezentuje podstawowe wartości, które STS jako marka ma wpisane w swoje DNA – nowoczesność, dynamikę oraz silny i sportowy charakter. Logo symbolizuje energię i sportowy charakter marki. Wprowadzony został język wizualny oparty na charakterystycznym zabiegu łączenia kolorów w podziale diagonalnym. Na ich przecięciu występuje sam znak, dzięki czemu wzmacniana jest widoczność marki. Bohaterami tego systemu są gracze, czyli miłośnicy sportu, którzy się nim pasjonują i go doskonale znają.

Wytyczne z brandbooka mają zastosowanie uniwersalne – zarówno w kanałach online, jak też retailu oraz mediach offline.

1

02

03

ELEMENTY BAZOWE MARKI

2.1. Znak podstawowy

Znak podstawowy jest pierwszym elementem identyfikującym markę.

Znak składa się z unowocześnionych liter STS, z outlinem wyposażonym w delikatny gradient. Umożliwia to efekt “wyskakiwania” znaku.



Uwaga!

Nie wolno samodzielnie konstruować znaku.

Należy używać wyłącznie jego wersji elektronicznej.

2.1. Znak podstawowy

Linie bazowe



∠ 82°

2.1. Znak podstawowy

Konstrukcja znaku, pole ochronne, wielkości minimalne

Pole ochronne zabezpiecza znak przed pojawieniem się w jego obrębie obcych form graficznych, które mogłyby zaburzyć jego czytelność.

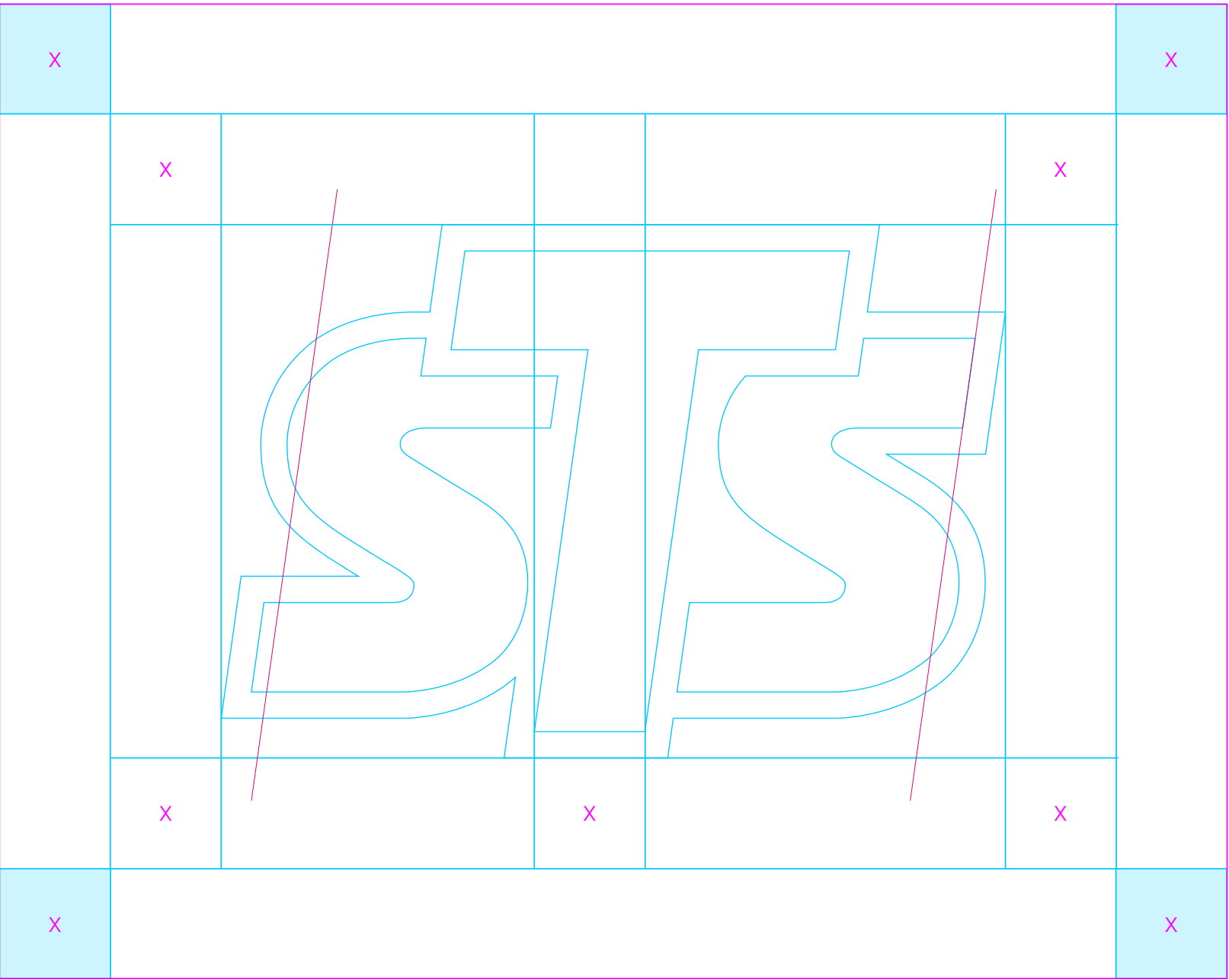
Zawsze należy stosować znak z polem ochronnym.

W poniższej tabeli opisane zostały wartości minimalne znaku.

W każdym przypadku należy jednak przeprowadzić testy próbne.

Wartość liczbową dotyczy wysokości znaku bez pola ochronnego.

	Pantone	CMYK	RGB	Inne
Offset	10 mm	12 mm		
Sitodruk	20 mm			
Druk cyfrowy		12 mm		
Grawer				30 mm
Haft żakardowy				50 mm
Screen			48 px	



2.1. Znak podstawowy

Podstawowe kolory

Pantone Dark Blue C

RGB 0/35/156
HEX #00239C
CMYK 95/90/0/0
RAL 380-6



Pantone 1505C

RGB 255/120/0
HEX #FF7800
CMYK 0/70/100/0
RAL 590-6

Gradient

- HEX #F2F2F2
CMYK 6/4/4/10
- HEX #D9D9D9
CMYK 17/13/12/0
- HEX #FFFFFF
CMYK 0/0/0/0
- HEX #E5E5E5
CMYK 12/9/8/0

2.1. Znak podstawowy

Zasady umieszczania znaku

Znak zawsze lokujemy na linii podziału plam kolorystycznych. Dzięki temu pełni rolę klamry spinającej elementy layoutu, naturalnie przyciągając wzrok odbiorcy.

Kąt linii podziału zawsze wynosi 82 stopnie.



HEX #FFA500

CMYK 0/45/100/0

Gradient 82°

HEX #F57E20

CMYK 0/65/100/0

82°

HEX #0070E1

CMYK 100/50/0/0

Gradient 82°

HEX #003EA4

CMYK 100/80/0/0

2.1. Znak podstawowy

Zasady stosowania – przykłady



2.1. Znak podstawowy

Ikona

Przykłady zastosowania znaku
w ikonach profili firmowych w mediach
społecznościowych.



Facebook profil



Social media

2.2. Znak uzupełniający



Znak uzupełniający to uproszczona, pozbawiona wewnętrznego gradientu wersja znaku podstawowego. Zawiera cień pod liternictwem. Uproszczona wersja znaku występuje na płaskich tłach, na bieli, w małej skali oraz przy ograniczeniach technologicznych.



2.2. Znak uzupełniający

Dodatkowe kolory logo



2.2. Znak uzupełniający

Dodatkowe kolory logo

Pantone 151C

RGB 255/136/0

HEX #FF8800

CMYK 0/60/100/0

RAL 380-3



Pantone 2935C

RGB 0/82/193

HEX #0052C1

CMYK 100/65/0/0

RAL 640-4

2.2. Aplikacja znaku uzupełniającego



2.3. Znak kompozytowy

Przykład aplikacji logotypu kompozytowego na kolorowych panelach

Środek logotypu nie jest definiowany przez linię separatora. Natomiast odległość obu znaków od niej jest zawsze jednakowa. Ze względu na różne szerokości współwystępujących znaków, środek kompozycji tworzy zawsze zestawienie obu symboli.

Linia podziału kolorowych paneli przebiega zawsze przez środek znaku STS. Szerokość semi transparentnej belki z podpisem jest proporcjonalna do szerokości kompozycji obu znaków.



**POLSKA LIGA
ESPORTOWA**

OFICJALNY BUKMACHER

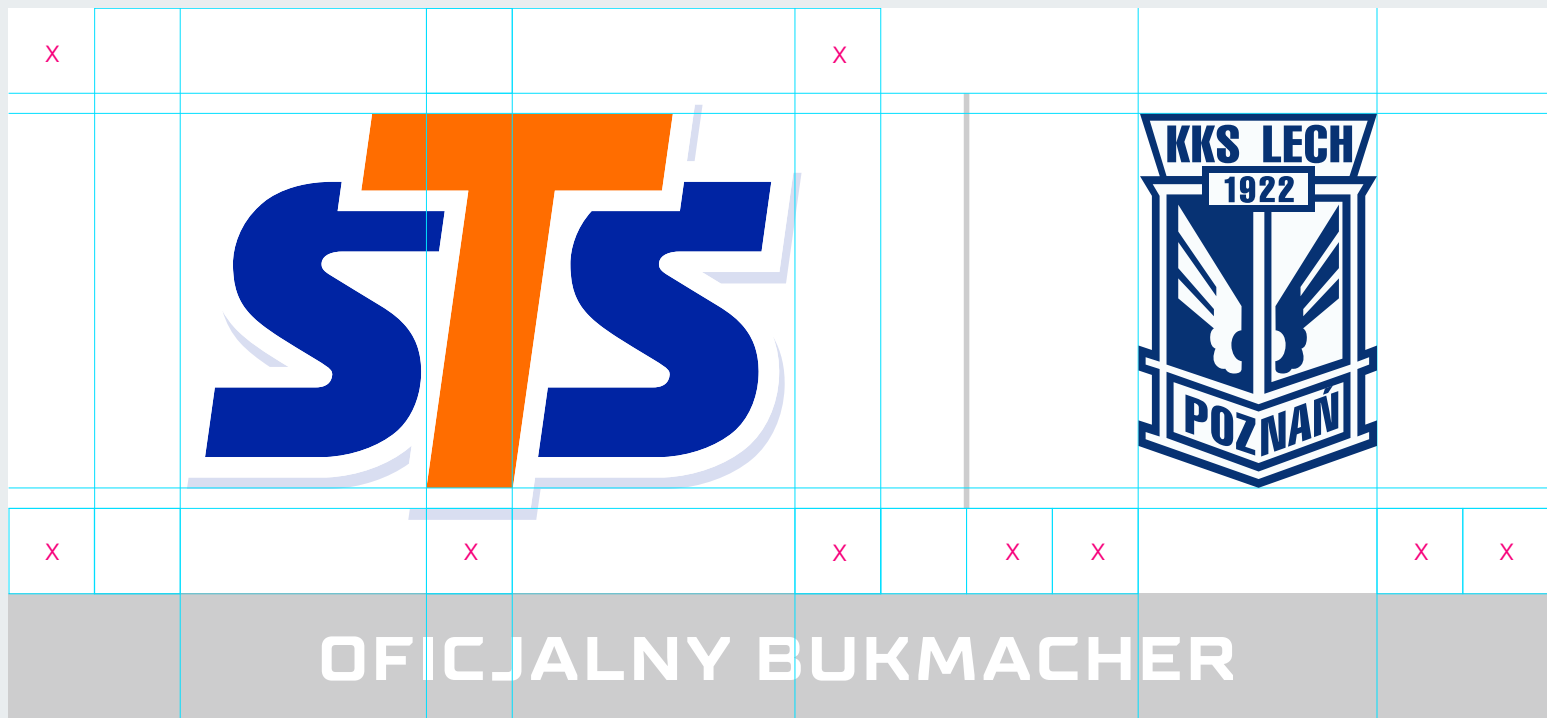
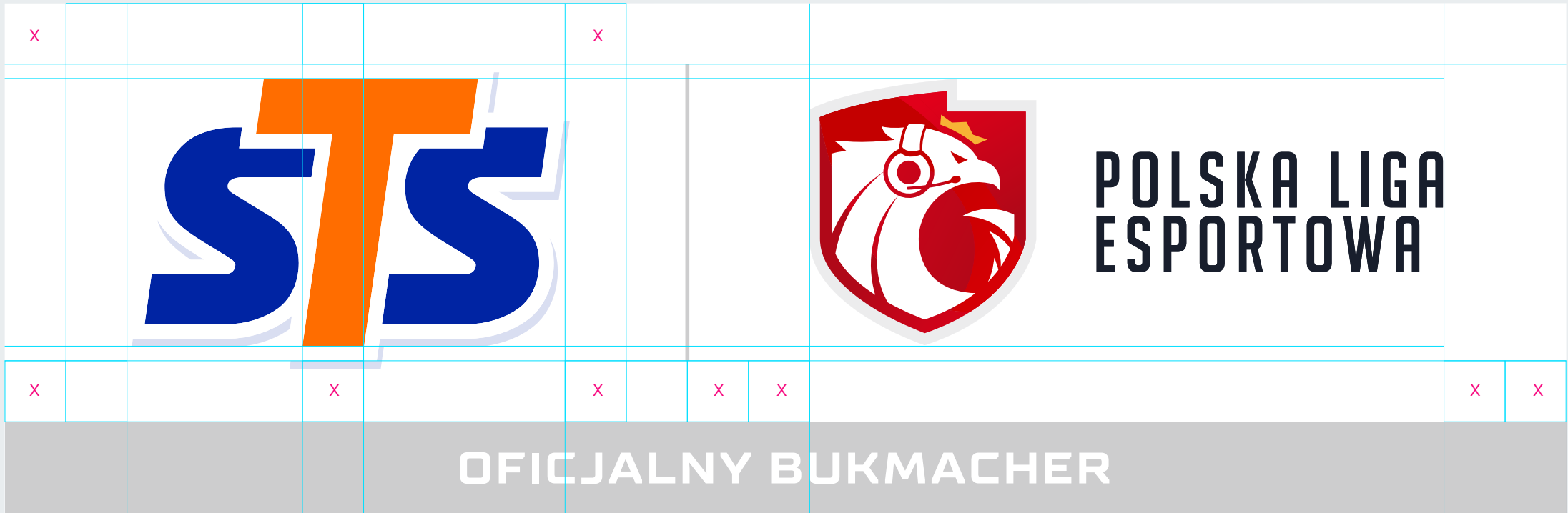
2.3. Znak kompozytowy

Sponsorzy. Pole ochronne.



2.3. Znak kompozytowy

Sponsorzy. Pole ochronne.



2.3. Znak kompozytowy

Sponsorzy



OFICJALNY
BUKMACHER



POLSKA LIGA
ESPORTOWA

OFICJALNY
SPONSOR

2.3 Znak kompozytowy

Sponsorzy



**POLSKA LIGA
ESPORTOWA**

OFICJALNY BUKMACHER



OFICJALNY BUKMACHER

2.3. Znak kompozytowy

Przykład aplikacji logotypu kompozytowego
Reprezentacja Polski na kolorowych panelach



OFICJALNY SPONSOR REPREZENTACJI

2.3. Znak kompozytowy

Reprezentacja Polski

W logotypie kompozytowym
Reprezentacji Polski stosowany jest
zawsze uproszczony znak STS.



2.5. Znak marki – czego robić nie wolno

Nie stosujemy:

- 1, 4 i 5. Tę wersję znaku stosujemy tylko na dwukolorowym tle.
- 2. Nie używamy w wersji jednokolorowej.
- 3. Nie używamy bez cienia.
- 6. Nie przesuwamy linii podziału tła.

1



2



3



4



5



6



2.4. Podstawowe kolory marki

Kolory podstawowe

Świat marki budowany jest poprzez konsekwentne stosowanie znaku, kolorystyki, typografii oraz zdefiniowanej stylistyki ilustracji.

RGB 255/165/0

HEX #FFA500
CMYK 0/45/100/0



RGB 245/126/32

HEX #F57E20
CMYK 0/65/100/0



RGB 0/112/225

HEX #0070E1
CMYK 100/50/0/0



RGB 0/62/164

HEX #003EA4
CMYK 100/80/0/0



2.5. Uzupełniające kolory marki

Kolory płaskie

Pantone 151C

RGB 255/136/0
HEX #FF8800
CMYK 0/60/100/0
RAL 380-3



Pantone 1505C

RGB 255/120/0
HEX #FF7800
CMYK 0/70/100/0
RAL 590-6



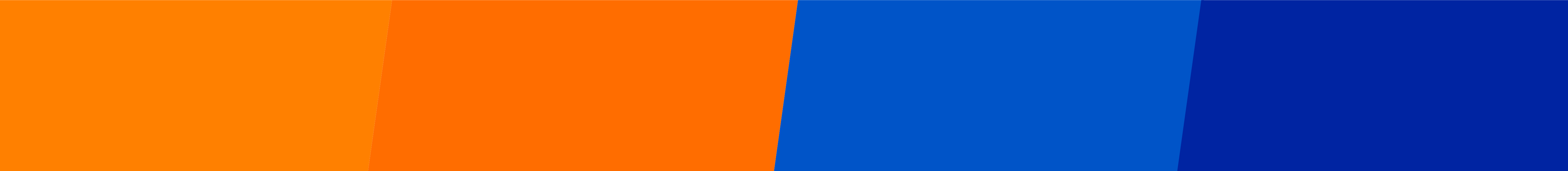
Pantone 2935C

RGB 0/82/193
HEX #0052C1
CMYK 100/65/0/0
RAL 640-4



Pantone Dark Blue C

RGB 0/35/156
HEX #00239C
CMYK 95/90/0/0
RAL 380-6



2

03

TYPOGRAFIA PODSTAWOWA

3.1. Typografia podstawowa

Typografia wiele mówi o naszej marce.

Krój pisma TT Supermolot wprowadza nowoczesne formy w język wizualny marki.

TT Supermolot Neue Expanded Bold

TT Supermolot Neue Expanded Demi Bold

TT Supermolot Neue Demi Bold

www.myfonts.com/fonts/type-type/tt-supermolot-neue

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890@#\$%^&*{}~

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890@#\$%^&*{}~

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890@#\$%^&*{}~

3.1. Typografia podstawowa

TT Supermolot Neue
Medium

**TT Supermolot Neue
Bold**

**TT Supermolot Neue
Condensed Bold**

TT Supermolot Neue
Condensed Medium

www.myfonts.com/fonts/type-type/tt-supermolot-neue

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890@#\$%^&*{}~

**AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890@#\$%^&*{}~**

**AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890@#\$%^&*{}~**

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890@#\$%^&*{}~

3.1. Typografia podstawowa

Kroje uzupełniające i systemowe

Roboto Bold

Roboto Medium

Roboto Condensed Regular

Dodatkowym fontem systemu identyfikacji jest font Roboto. Jest nowoczesny i ponadczasowy, jego kształt pozwala dopasować zapis do różnych powierzchni. Fontu należy używać do zapisu tekstu ciągłego.

Uzupełnieniem typografii jest rodzina fontów systemowych Segoe.

Należy jej używać, gdy nie ma możliwości zastosowania fontów TT Supermolot i Roboto.

www.fonts.google.com/specimen/Roboto

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890@#\$%^&*(){}

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890@#\$%^&*(){}

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890@#\$%^&*(){}

FONTY SYSTEMU WINDOWS

SEGOE UI Regular

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890@#\$%^&*(){}

SEGOE UI Bold

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890@#\$%^&*(){}

3.1. Typografia podstawowa

Przykłady zastosowania

TT SUPERMOLOT NEUE CONDENSED BOLD

TT SUPERMOLOT NEUE
EXPANDED DEMI BOLD

TT SUPERMOLOT NEUE CONDENSED MEDIUM

TT SUPERMOLOT NEUE BOLD

TT SUPERMOLOT NEUE
EXPANDED BOLD

Roboto Medium

Roboto Condensed Regular

ELIMINACYJNE EMOCJE
POD KONTROLĄ

SPRAWDŹ

Sampdoria Juventus

#WSPIERAMY
POLSKI**SPORT**

TWOJA GRA
PEWNA **KASA**

/ Gwarantowane **bonusy**

/ **Proste** zasady

/ Aż do **100 pln** miesięcznie

Hazard może uzależniać. STS to legalny bukmacher.
Gra u nielegalnych grozi konsekwencjami prawnymi.

