księga **znaku**
2026

WSTĘP

FAKRO chce budować swoją pozycję rynkową w Polsce i na Świecie przy pomocy silnej i stabilnej marki.

Marka FAKRO ma zapewniać wysoką jakość oraz dbałość o zachowanie parametrów technicznych produktów firmy w okresie ich użytkowania.

Marka FAKRO ma również odzwierciedlać główne wartości firmy: bezpieczeństwo, postęp i ochronę środowiska.

Marka FAKRO to jeden z najcen--niejszych aktywów naszej firmy. Jesteśmy z niej dumni. Ale za przywilejem używania znaku towarowego FAKRO idzie odpowiedzialność za traktowanie go w sposób uważny i racjonalny, tak jak w przypadku innych działań.

Ta Księga Znaku ma zapewnić spójność marki FAKRO w Polsce i wszędzie na Świecie gdzie firma jest obecna ze swoimi produktami.

Przestrzegając zasad używania znaku towarowego FAKRO zawartych w tej Księdze wzmacniamy wizerunek naszej firmy przyczyniając się w ten sposób do jej sukcesu.

CHARAKTER MARKI FAKRO

Marka FAKRO tak jak człowiek powinna mieć swoją własną unikalną osobowość – wyjątkowy ton i styl rozpoznawany przez Klientów, partnerów handlowych i konkurencję. Na konferencji prasowej może to być styl bardziej oficjalny, w biuletynie wewnętrznym bardziej potoczny. Jednak wszędzie tam, gdzie pojawi się nazwa FAKRO ludzie powinni rozpoznać wyjątkowe właściwości wyróżniające naszą markę.

Po co powstała ta księga? Jest to narzędzie przeznaczone dla projektantów i osób piszących teksty - tych zatrudnionych w firmie, jak również współpracujących agencji zewnętrznych oraz wszystkich osób projektujących i piszących dla nas. Znajdują się w nim wszystkie wskazówki dotyczące właściwego i spójnego wykorzystywania naszej marki.
Celem tego podręcznika jest ułatwienie pracy i umocnienie marki FAKRO.

NASI KLIENCI SĄ DLA NAS NAJWAŻNIEJSI

Budujemy naszą markę wokół klientów – ich potrzeb, celów i sukcesów. Dla naszych klientów chcemy być partnerami. Nasze projekty powinny pokazać, że rozumiemy ich problemy, że jesteśmy po to aby im pomóc w codziennej pracy, że wszystko co robimy służy ich dobru. Prowadzi to do pierwszej zasady, która powinna obowiązywać we wszystkich naszych przedsięwzięciach związanych z komunikacją – jesteśmy przede wszystkim partnerem w interesach, a dopiero potem sprzedawcą.

Oznacza to, że bierzemy odpowiedzialność za wszystko co mówimy. Wykorzystujemy tekst i grafikę, żeby pokazać jakie korzyści i jakość niosą ze sobą nasze produkty i usługi. Pokazujemy nasze atuty, naszą myśl techniczną, ale nie przechwalamy się i nie krytykujemy konkurencji. Pozwalamy aby fakty mówiły same za siebie.

Nasze obrazy i słowa mają być jasne i zrozumiałe, nawet w dokumentacji technicznej. Staramy się posługiwać językiem konwersacyjnym i zawsze unikamy używania żargonu technicznego. Unikamy także stosowania słów i obrazów promocyjnych w materiałach, które nie są narzędziami promocyjnymi.
Jasne, profesjonalne i uczciwe podejście wiele znaczy dla naszych klientów. Pokazujemy, że przekładamy obietnice na działania.

MARKA FAKRO PRZEPISY PRAWNE

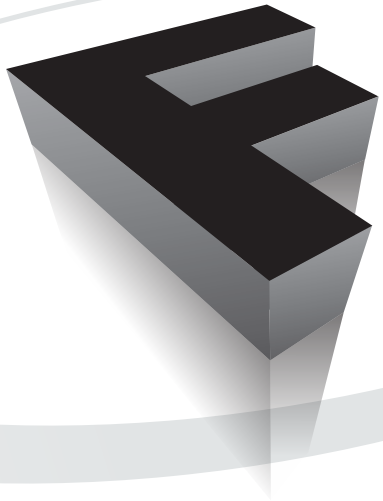
Słowny i graficzny znak towarowy FAKRO w Polsce i na świecie jest znakiem prawnie chronionym. Stosując go spójnie w Polsce i na Świecie przekazujemy ważną informację o firmie na zewnątrz. Ten podręcznik zawiera informacje dotyczące właściwego wykorzystywania znaku towarowego FAKRO w wielu zastosowaniach.

OCHRONA WŁASNOŚCI INTELEKTUALNEJ

Własność intelektualna Dostawcy obejmuje w szczególności prawa do znaków towarowych. Odbiorca zobowiązuje się do korzystania z praw własności intelektualnej Dostawcy zgodnie z prawem i zaleceniami Dostawcy. Znaki towarowe Dostawcy są kojarzone są na rynku z jakością w zakresie produktów i obsługi, dlatego też powinny być wykorzystywane tak, aby zachować renomę Dostawcy i pozytywnie wpływać na wizerunek Odbiorcy.

NARUSZENIA

Niewłaściwe wykorzystywanie albo naruszanie nazwy lub znaku towarowego FAKRO poważnie osłabia naszą markę. Jeżeli nastąpi jakiekolwiek naruszenie nazwy lub znaku towarowego, proszę nie działać na własną rękę!
Należy skontaktować się z Zarządem firmy FAKRO.
Do wszelkich działań, w tym prawnych, dotyczących naruszenia upoważniony jest tylko Zarząd firmy FAKRO.



HISTORIA MARKI FAKRO

Marka FAKRO istnieje od 1991 roku. Jednym ze stałych elementów logo firmy był wizerunek okna dachowego. Drugim elementem logo bardzo mocno kojarzonym z logo FAKRO jest kolor zielony.

JAK ZMIENIAŁO SIĘ LOGO FAKRO ?

Od 1991 roku znak towarowy FAKRO przeszedł kolejne ewolucje. Przede wszystkim zmieniał się krój czcionki w napisach „okna dachowe" oraz w logotypie czyli samym napisie FAKRO na bardziej wyrazisty i nowoczesny.

Dodatkowo firma odeszła z czasem od umieszczania danych teleadresowych w pobliżu logo FAKRO.

Od roku 2026, stosujemy nowy odcień koloru zielonego.

LOGO

1991 - 1995



1996 - 1998



1999 - 2001



2002 - 2008



2009 - 2025



2026



LOGOTYP

1991 - 1995

FAKRO® S C

1996 - 1998

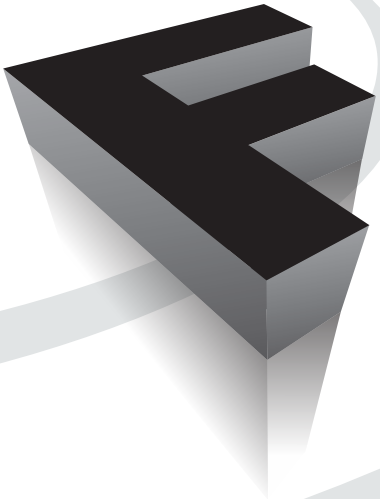
FAKRO® S.C.

1999 - 2001

FAKRO® S.C.

2002 - 2008

FAKRO®



FAKRO
SIŁA NAZWISK

Nazwa firmy FAKRO powstała w styczniu 1991 roku, pochodzi od nazwisk trzech wspólników - założycieli firmy:

Ryszarda Florka, Krystyny Florek i Krzysztofa Kronenbergera.

Nazwa FAKRO powstała z liter ich imion i nazwisk.

ZIELONY
KOLOR FAKRO

Zielony kolor nie znalazł się w logo FAKRO przypadkowo. Odzwierciedla bowiem charakter firmy FAKRO, firmy będącej blisko natury i związanej z tematyką ochrony środowiska. FAKRO od samego początku swojej działalności zwraca uwagę na kwestie środowiskowe w rozwoju technologii i przypomina o odpowiedzialności za środowisko.

Z drugiej strony, jak twierdzą znawcy, kolor zielony przywraca równowagę, odpręża, uspokaja, utrzymuje energię fizyczną i psychiczną w stanie równowagi. Kolor zielony w otoczeniu długotrwale działa na nasz pozytywny nastrój. Długotrwałość pozytywnego oddziaływania koloru zielonego urasta do rangi symbolu i bezpośrednio nawiązuje do jakości produktów FAKRO. Dbałość o zachowanie parametrów technicznych okien dachowych w okresie użytkowania jest jednym z elementów tej jakości. Dzięki temu na poddaszu możemy czuć się tak samo dobrze jak w otoczeniu koloru zielonego.

Warto jeszcze dodać, że kolorem zielonym sygnuje się wiele szlachetnych i drogocennych produktów np. alkohole z najwyższej półki. Whisky zielone jest najdroższe i najbardziej wyszukane, w przypadku gdy czerwone jest pospolitą odmianą tego trunku. Zielony to również kolor pieniędzy.

Pomimo, że zielony nie jest tak kontrastowy i odróżniający się na pierwszy rzut oka jak na przykład kolor czerwony, to jednak długofalowo budzi wśród Klientów bardzo pozytywne skojarzenia, kolor czerwony choć jego promocja jest łatwiejsza, mniej czasochłonna i mniej kosztowna po pewnym czasie nie wywołuje pozytywnych skojarzeń.

Obecnie kolor zielony jest tak samo mocno utożsamiany z firmą FAKRO i jej produktami, jak graficzny i słowny znak towarowy.



LOGO

Nowe logo firmy składa się z zielonego sygnetu w kształcie równoległoboku i logotypu czyli czarnego napisu FAKRO.

Figura równoległoboku odzwierciedla dynamizm działań, szybkość reagowania na zmiany trendów i oferowania klientom produktów odpowiadających na ich oczekiwania, np. w zakresie bezpieczeństwa lub parametrów termoizolacyjnych. Kolor jasnej zieleni jest symbolem życia blisko natury, życia w pełnej harmonii i równowadze.

FAKRO®



Wysokość,
i grubość litery **F**
z logotypu FAKRO
Podstawowa
jednostka
stosowana
przy pozycjonowaniu logo



LOGO POLE OCHRONNE

Pole ochronne to otaczający logo obszar, w którym nie może być żadnych innych elementów graficznych.
Dzięki temu logo jest lepiej widoczne.
Minimalne rozmiary wolnej przestrzeni wokół logo FAKRO odpowiadają zawsze 1 x wysokości podstawowej jednostki (liery F).





LOGO
POLE OCHRONNE SPONSORING

Logo z mniejszym polem ochronnym stosujemy w sponsoringu (banery, bandy reklamowe).





LOGO

WERSJA Z ADRESEM INTERNETOWYM

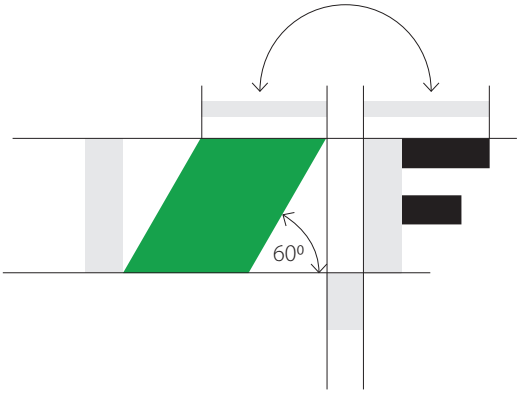
Wersja logo z adresem www jest stosowana tylko w niektórych przypadkach np. tablice reklamowe, samochody firmowe, opakowania.

FAKRO®
www.fakro.pl

FAKRO®
www.fakro.com

FAKRO®
www.fakro.co.uk

SYGNET



MINIMALNE ROZMIARY

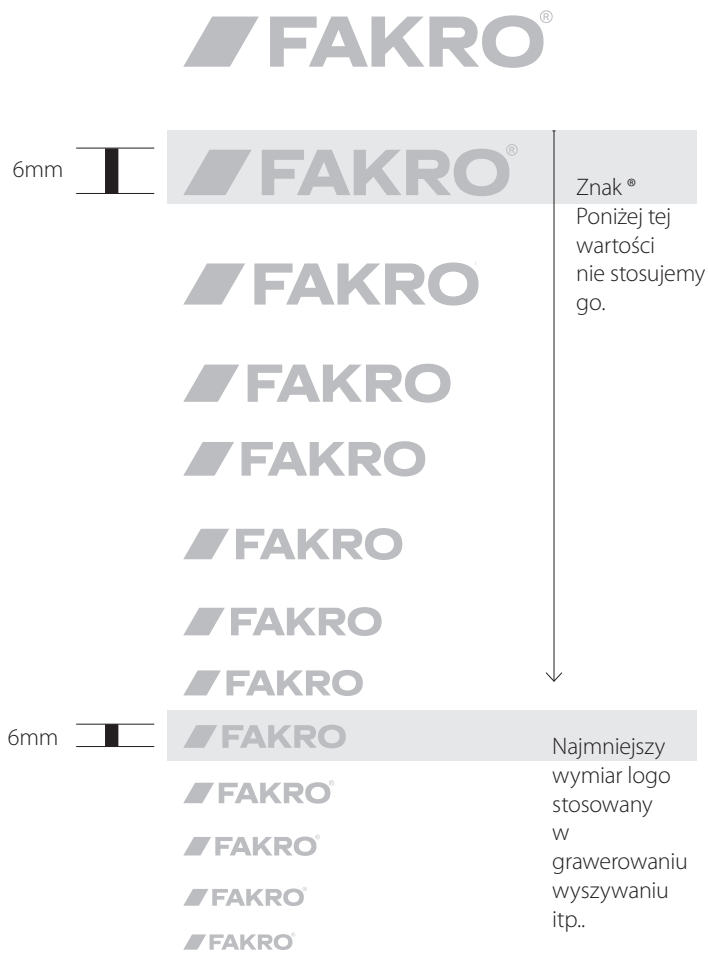
Aby logo FAKRO było czytelne, musi być drukowane z minimalną szerokością zapewniającą jego widoczność.

W przypadku nadruku logo czarno- zielonego minimalna wysokość wynosi **2 mm**.



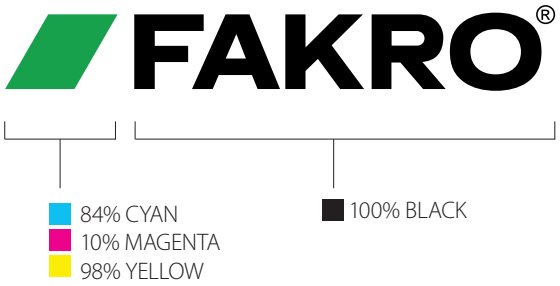
UWAGA:
W wyjątkowych sytuacjach, gdy logo musi być mniejsze (np. na długopisach lub wpinkach reklamowych), projektant i producent mają obowiązek kontrolowania, czy logo jest drukowane zgodnie ze standardami FAKRO i czy jest odpowiednio widoczne.

W przypadku grawerowania, nadruku logo w wersji monochromatycznej minimalna wysokość wynosi 3 mm.

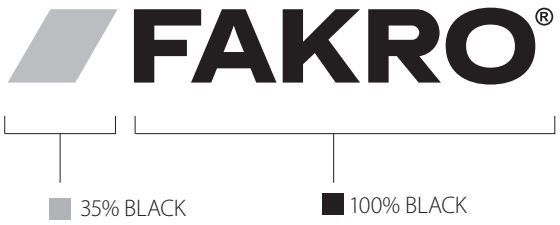


KOLORYSTYKA

WERSJA PODSTAWOWA



WERSJA SKALA SZAROŚCI



WERSJA ACHRO-MATYCZNA

Aby logo było dobrze widoczne w powinno być umieszczane na białym tle lub na tle o nasyceniu do 30%. Na tle o nasyceniu powyżej 30% w pierwej kolejności zlecane jest logo achromatyczne w kolorze białym (w kontrze).



WERSJA MONOCHRO-MATYCZNA

(GADŻETY, I PODŚWIETLANE LITERY PRZESTRZENNE NAD BUDYNKIEM FIRMY itp.)
KOLORY:
ZIELONY,
ODCIENIE SZAROŚCI,
SREBRNY,
CZARNY.



METALO-PLASYKA

GRAWEROWANIE, WYPALANIE, RELIEF, TŁOCZENIE itp.



TYPOGRAFIA

Zaleca się spójność materiałów drukowanych także na poziomie czcionek.

MATERIAŁY DRUKOWANE
STRONA INTERNETOWA

Myriad Pro

Rekomendowany krój pisma to Myriad Pro. Dla podkreślenia w tekście istotnych informacji sugeruje się wykorzystanie wersji Myriad Pro Bold.
Nazwa marki FAKRO powinna być pisana WERSALIKAMI.

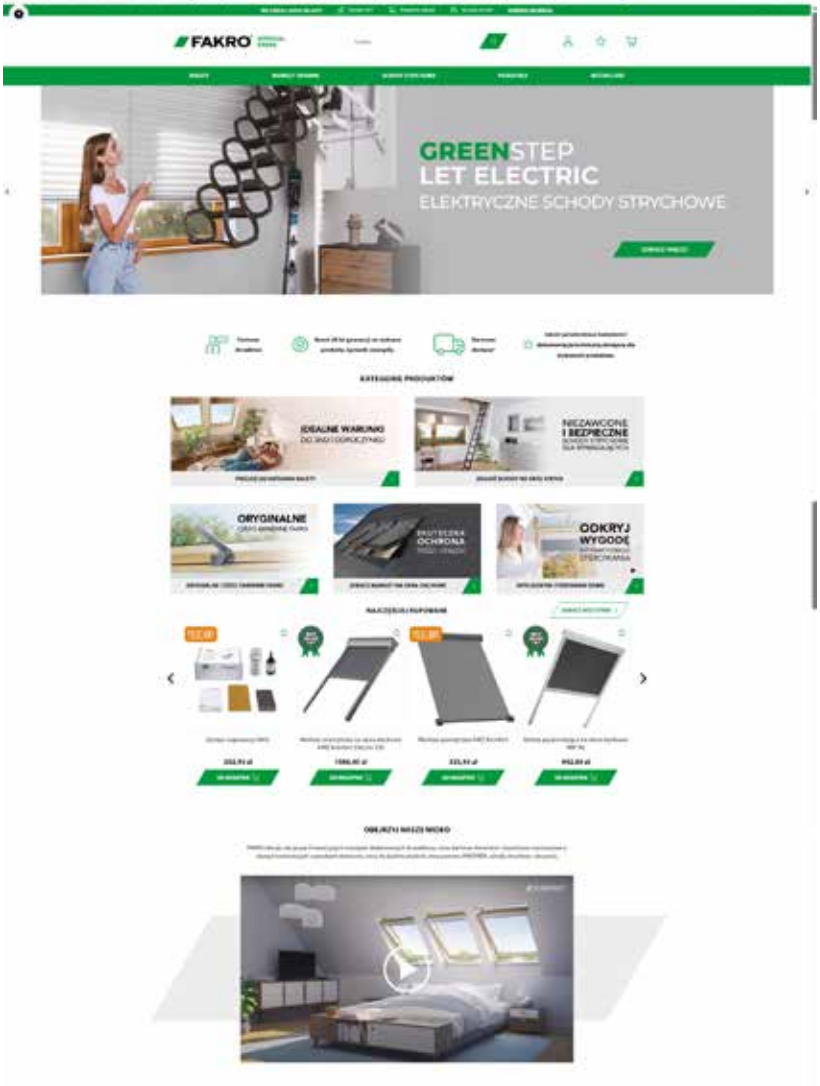
A B C D E F G H I J K L M N O P R S T U W X Y Z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
A B C D E F G H I J K L M N O P R S T U W X Y Z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
A B C D E F G H I J K L M N O P R S T U W X Y Z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
A B C D E F G H I J K L M N O P R S T U W X Y Z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

SKLEP INTERNETOWY

Myriad Pro

A B C D E F G H I J K L M N O P R S T U W X Y Z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
A B C D E F G H I J K L M N O P R S T U W X Y Z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
A B C D E F G H I J K L M N O P R S T U W X Y Z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
A B C D E F G H I J K L M N O P R S T U W X Y Z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0


ROLETA
ARF PRINT
35 lat FAKRO
ROLETY I MARKIZY
DO OKIEN DACHOWYCH


FAKRO
GREENSTEP
LET ELECTRIC
ELEKTRYCZNE SCHODY STRYCHOWE
IDEALNE WARUNKI
NIEZAWODNE
I BEZPIECZNE
ORYGINALNE
ODKRYJ
WYGODĘ

KOLORY FIRMOWE

Firma FAKRO
posługuje się dwoma
podstawowymi kolorami:
zielonym i czarnym.

ZIELONY

CMYK 84/10/98/0	PANTONE 347 C	RAL 6037	RGB 2/152/62 #02983E

CZARNY

CZARNY K-100%	CMYK 60/50/50/100	PANTONE BLACK

PRODUKTY

(kolory przypisane w katalogach)

KATALOG PRODUKTÓW	*0 / 8 / 14 / 38*
OKNA DACHOWE GREENVIEW	84 / 10 / 98 / *0*
OKNA DACHOWE	84 / 10 / 98 / *0*
KOŁNIERZE USZCZELNIAJĄCE	*59 / 39 / 36 / 5*
AKCESORIA DO OKIEN	*0 / 40 / 90 / 0*
AKCESORIA MONTAŻOWE	*0 / 35 / 0 / 50*
STEROWANIE ELEKTRYCZNE	*95 / 6 / 0 / 0*
WYŁAZY I AKCESORIA DACHOWE	*22 / 74 / 92 / 9*
ŚWIETLIKI RUROWE	*38 / 0 / 0 / 39*
MEMBRANY I FOLIE	*100 / 0 / 31 / 23*
OKNA DO DACHÓW PŁASKICH	*60 / 15 / 0 / 10*

FOLDERY PRODUKTÓW

(kolory przypisane w katalogach)

SCHODY STRYCHOWE GREENSTEP		*0 / 35 / 65 / 65*
AKCESORIA DO OKIEN		*0 / 40 / 100 / 10*
CENNIK SCHODÓW		*0 / 35 / 65 / 65*
OKNA DO DACHÓW PŁASKICH		*60 / 15 / 0 / 10*
INTELIGENTNY DOM		*96 / 6 / 0 / 0*

AKCESORIA

(kolory przypisane w katalogach)

AJP		*4 / 63 / 98 / 0*
ARS		*41 / 25 / 100 / 0*
ARP		*78 / 30 / 95 / 19*
ARF		*37 / 88 / 43 / 14*
APS		*58 / 4 / 5 / 0*
APF		*100 / 54 / 7 / 1*
AMS		*83 / 38 / 92 / 39*
ARZ/AMZ		*66 / 49 / 46 / 20*

LOGO

WERSJA Z DOPISKIEM

Wersja logo z dopiskiem jest stosowana z myślą o projektach niestandardowych.
W zależności od potrzeb, możliwy jest zapis nazwy jednostki w jednym lub w wielu wierszach WERSALIKAMI.

Jeden wiersz pod logotypem FAKRO stosujemy w przypadku, gdy długość znaków mieści się w obszarze "KRO" - zgodnie z zasadą opisaną na ilustracji.

Wielo wiersz obok logotypu FAKRO stosujemy w przypadku, gdy długość znaków nie mieści się w obszarze "KRO" - zgodnie z zasadą opisaną na ilustracji.





PRZYKŁADY ZASTOSOWAŃ









STOSOWANIE LOGO NA RÓŻNYCH TŁACH

Aby logo było dobrze widoczne w powinno być umieszczane na białym tle lub na tle o nasyceniu do 30%. Na tle o nasyceniu powyżej 30% w pierwej kolejności zlecane jest logo achromatyczne w kolorze białym (w kontrze).

Białe tło

0%

30%

40%

Tło o nasyceniu od 40 do 100% koloru

100%

40%

Tło o nasyceniu od 40 do 100% koloru

100%

LOGO GO GREEN

Logo składa się z napisu [GO] w kolorze czarnym i [GREEN] kolorze zielonym.

Logo GO GREEN nie występuje razem z logo FAKRO.
W tekscie słowo GO GREEN piszemy WERSALIKAMI.

FILOZOFIA **GO GREEN**

Zielony kolor, zawarty w logo FAKRO, towarzyszy nam od samego początku powstania firmy, a kojarzona z nim troska o środowisko jest ważnym aspektem naszego rozwoju. Wiele naszych działań podejmujemy z myślą o lepszej przyszłości naszych dzieci. Taka jest właśnie filozofia GO GREEN w firmie FAKRO. W rozwoju produktów i procesów produkcyjnych uwzględniamy aspekty środowiskowe. Rozwijamy rozwiązania poprawiające parametry termoizolacyjne naszych produktów i doskonalimy procesy produkcyjne.
Troska o środowisko oraz komfort przyszłych pokoleń wyznaczają kierunek działań, które łączymy w ramach filozofii GO GREEN.



PREZENTACJA LOGO

GO GREEN

KOLORYSTYKA

CZARNY K-100%
C 60% M 50% Y 50% K 100%
PANTONE BLACK

CMYK C-84% M-10% Y-98% K-0%
PANTONE 347 C
RGB R 2 G 152 B 62
RAL 6037

TYPOGRAFIA

MONTSERRAT Bold
abcdefghijklmnoprstuwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPRSTUWXYZ

WERSJA MONOCHRO-MATYCZNA

GO GREEN

GO GREEN

STOSOWANIE LOGO NA RÓŻNYCH TŁACH

GO GREEN

Tło białe

GO GREEN

Tło do 30% nasycenia koloru

GO GREEN

GO GREEN

Tło czarne
- dopuszczalne dwie wersje kolorystyczne

POLE OCHRONNE

GO GREEN

Pole ochronne
to kwadrat
opisujący literę N



GO GREEN

MINIMALNE ROZMIARY

GO GREEN

GO GREEN

GO GREEN

GO GREEN

3mm

GO GREEN

GO GREEN

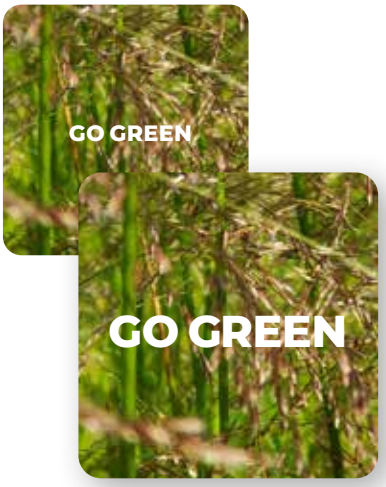
GO GREEN

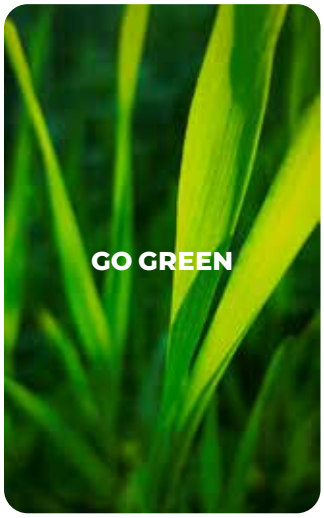
GO GREEN

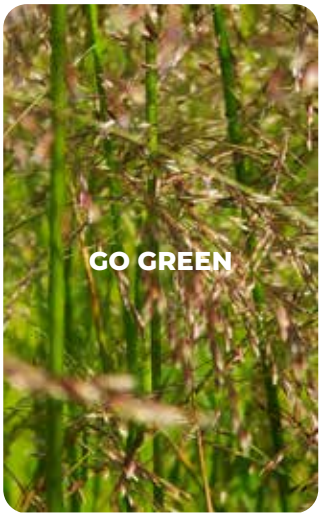
Najmniejszy
wymiar logo
stosowany
w grawerowaniu
wyszywaniu itp..

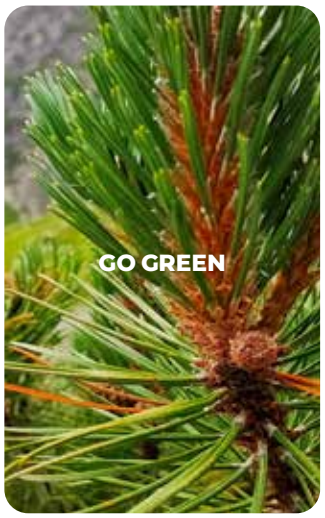
STOSOWANIE LOGO NA ZDJĘCIACH

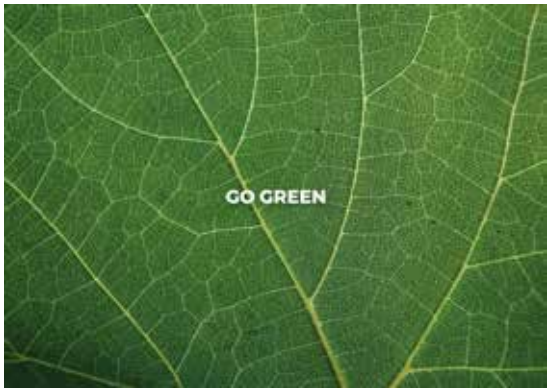











GO GREEN


GO GREEN


GO GREEN


GO GREEN

FAKRO®

2026-10-08