



DOOR TO DOOR
ORGANICS

Visuell identitet

Januar 2015

Forord

Mat. Noe vi spiser hver dag, og som påvirker helsen vår, humøret, miljøet og mennesker rundt oss. Desverre tyr altfor mange til de billige, enkle og ofte dårligere løsningene når det gjelder mat og råvarer.

Vi i Door to Door Organics ønsker å gjøre noe med dette! Vår visjon er «Empower People to Eat Good Food», og vi leverer friske, økologiske og ofte lokale frukt, bær og grønnsaker på døra hver uke. Etter å ha opplevd stor suksess i flere stater i USA utvider vi nå til Nord-Norge.

Våre verdier er basert på kvalitet, miljøbevissthet og fleksibilitet både ovenfor bøndene vi samarbeider med og kundene vi leverer til.



Vår identitet

Doot to Door Organics har med utvidelsen til Norge fått en ny identitet som retter seg mot det norske markedet. Det er viktig å kommunisere vår identitet konsekvent over alle media og til alle vi møter.

Så hvem er vi?

Door to Door Organics er vennlig og strålende. Vi ser positivt på verden og vi elsker naturlig mat. Vi gjør alltid vårt aller beste for kundene våre og miljøet. Vi er fleksible og pålitelige, og har best kunnskap på vårt område. Vi kan gjøre en dårlig dag til en god dag for kundene våre med måten vi er på, og vi er kreative. Dette vil vi kommunisere gjennom ord, handlinger og visuelle uttrykk.

Om retningslinjene

I dette heftet finner du retningslinjer for vår visuelle identitet. Det er viktig å presisere at disse retningslinjene ikke er ment til å hindre nye og spennende måter identiteten kan vokse på, men de skaper grunnlag du kan bygge videre på. En konsekvent bruk av logoen gjør at folk kjenner den igjen gang etter gang.

Logoen

Door to Door Organics logo består av en logotype i håndtegnede bokstaver med en slitt look. A og N danner sammen en plante med røtter, stilk og friske spirer. Dette viser Door to Door Organics bånd til naturen. Bokstavene er ordnet langs en diagonal oppadgående linje, som understeker positivisme.

Under er den offisielle logoen til Door to Door Organics.



Versjoner

Legg merke til at det er kun en versjon av logoen, og den skal brukes konsekvent uten å endre på oppsett. Det er imidlertid laget tre ekstra fargeversjoner for å passe til forskjellig bruk. Se avsnittet om farge for mer informasjon om dette.

Vi ønsker å understreke at selve logoen er ikke stedet for kreativ utfoldelse, da dette ødelegger gjenkjennelseeffekten.

Størrelser

Det er viktig at logoen fremstilles i en lesbar størrelse. Derfor skal Door to Door Organics' logo alltid være minst 45 mm bred på print / 130 px på skjerm. I tillegg må du alltid sørge for at den blir skalert med faste proporsjoner.



Plassering

Sørg for at logoen får pusterom. La det være minst 20 mm rom mellom logoen og andre elementer.

Ca nærgrense

20 mm



DOOR TO DOOR
ORGANICS

DONTs

Eksempler på hvordan Door to Door Organics' logo IKKE skal brukes.



Omarrangering
på elementene



Plassere den
vannrett som vist



Plassere tekst
for nært



Uproposjonell
skalering



“Pynte på”
logoen

Farger

Farger er en sterk gjenkjennelseeffekt og det er derfor viktig å fastholde de offisielle fargene hver gang logoen brukes. Door to Door Organics har sin egen fargepalett og fire faste fargeversjoner av logoen, og man skal alltid bruke disse.

Door to Door Organics hovedfarger er mørk grønn og lys grønn som vist nedenfor. Dette er hovedversjonen av logoen, og skal brukes når logoen blir gjengitt på lyst ensfarget papir.



Helgrønn versjon brukes på bakgrunner hvor to farger blir forvirrende, for eksempel over et bilde med lyse farger, og når logoen trykkes på brun papp.



Hvit versjon brukes over bilder med mørke farger, og på mørke bakgrunner.



Svart hversjon skaøl kun brukes på trykksaker i svart-hvitt og gråtoner.

DOOR TO DOOR
ORGANICS

The logo consists of the text 'DOOR TO DOOR' in a bold, sans-serif font, with 'TO' enclosed in a rectangular box. Below this, the word 'ORGANICS' is written in a large, elegant, serif font. A stylized plant stem with several leaves at the top and roots at the bottom is integrated into the design, passing through the letter 'O' in 'ORGANICS'.

Fargepalett

I tillegg til de to hovedfargene er det utarbeidet en fargepalett som kan brukes i illustrasjoner, overskrifter mm. Fargene vises i full farge og en 40% tint.



Vår

C=67 M=21 Y=100 K= 5

R=97 G=150 B=64

#619640



Moden

C=80 M=45 Y=94 K= 49

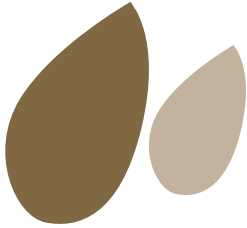
R=28 G=38 B=37

#264825



Sol

C=0 M=22 Y=95 K= 1
R=252 G=197 B=30
#fcc51e



Jord

C=43 M=51 Y=78 K= 23
R=128 G=104 B=68
#806844



Vann

C=53 M=0 Y=9 K= 23
R=86 G=165 B=184
#56a5b8



Fersken

C=0 M=64 Y=82 K= 4
R=233 G=118 B=60
#e9763c

DON'Ts

Det må IKKE skiftes farger på logoen. Bruk en av de fire offisielle versjonene.



IKKE plasser den fargede logoen på fargede bakgrunner hvor det blir en fargekonflikt. Prøv heller med en annen fargeversjon av logoen.



Typografi

Hver skrifttype har sine egne særtrekk og personligheter. Door to Door Organics offisielle skrifttyper er Oswald og Adobe Caslon Pro. Disse to er valgt ut spesielt for å formidle den rette tonen og på grunn av sine egenskaper. Derfor er det viktig at du bruker disse to skrifttypene konsekvent.

Oswald Regular brukes for overskrifter og lignende, mens Adobe Caslon Pro brukes på brødtekst. På sistnevnte kan man variere vekten (bold, italics) om man vil fremheve deler av teksten, men som en tommelfingerregel bruker man alltid Regular på den generelle teksten.

På neste side ser du øverst: Oswald Regular, nederst: Adobe Caslon Pro Regular.

Door to Door Organics' logo er basert på håndtegnede bokstaver. Når man lager nye design, plakater og lignende kan man gjerne bruke denne teknikken på titler og små blikker tekst. Her er det rom for kreativitet!

**AaBbCcDdEeFfGgHh
IiJjKkLlMmNnOoPp
QqRrSsTtUuVvWwX
xYyZzÆæØøÅå1234
567890!"#\$%&/()=**

AaBbCcDdEeFfG
gHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSs
TtUuVvWwXxYy
ZzÆæØøÅå12345
67890!"#\$%&/()=

Visuelle elementer

Door to Door Organics visuelle uttrykk er håndtegnede illustrasjoner og friske bilder.

Bildene er friske i fargen og viser gjerne norsk landbruk og matens opprinnelse. Vi ønsker ikke å bruke minimalistiske og “rene” bilder, men bilder som gir en naturlig og fresh følelse.

Eksempler på stil vi ønsker på bildene:





DOOR TO DOOR
ORGANICS

The logo consists of the text 'DOOR TO DOOR' in a small, green, sans-serif font, with 'TO' enclosed in a thin green rectangular box. Below this, the word 'ORGANICS' is written in a large, green, serif font. A stylized green vine with several leaves starts from the top right of the 'S' in 'ORGANICS' and extends upwards and to the right. Another part of the vine starts from the bottom left of the 'O' in 'ORGANICS' and extends downwards and to the left, ending in small roots.