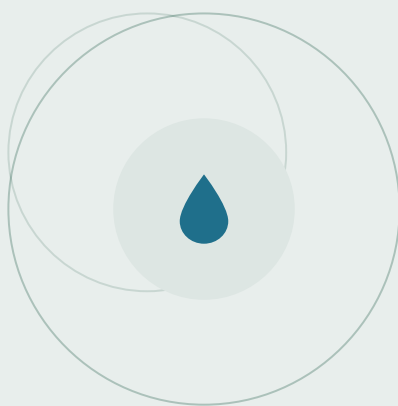




Woda ze Studzienki

Brand Book

Wysokiej jakości naturalna woda ze studzienki w lesie — rozlewana
codziennie, aby dotarła do Ciebie świeża.

Wersja 0.1 (wersja robocza) · 10 września 2026

Wizja i positioning

Wizja w jednym zdaniu

Dostarczać klientom wodę tak świeżą, jakby sami ją przed chwilą zaczerpnęli — rozlaną w dniu, w którym trafia do ich domu.

Dlaczego trudno to znaleźć gdzie indziej

Większość wody butelkowanej rozlewa się w dużych partiach, które tygodniami lub miesiącami czekają w magazynie. My rozlewamy każdego dnia tylko tyle, ile faktycznie trafia do klientów tego dnia — woda nigdy więc nie jest „stara”.

Positioning

Naturalna, niefiltrowana woda ze studzienki w lesie, dla gospodarstw domowych i firm, które chcą dokładnie wiedzieć, skąd pochodzi ich woda i jak jest świeża.

Kluczowe wartości



Świeżość jako zasada

Rozlewamy codziennie, bez długiego magazynowania — butelka wyjeżdża w dniu rozlewu.



Naturalne pochodzenie bez ingerencji

Woda ze studzienki w lesie, bez obróbki wykraczającej poza wymogi prawa.



Transparentność

Data rozlewu jest zawsze widoczna na etykiecie — nie tylko data przydatności do spożycia.

Kim jest nasz klient

Gospodarstwa domowe, dla których liczy się pochodzenie wody

Rodziny, które wybierają na podstawie tego, skąd woda naprawdę pochodzi, a nie tylko ceny na półce.

Biura i firmy z programem wody pitnej

Firmy, które chcą regularnych dostaw świeżej wody zamiast anonimowych opakowań hurtowych.

Restauracje i kawiarnie

Lokale, które chcą zaoferować gościom lokalną alternatywę o jasnym pochodzeniu.

Ton komunikacji

„Spokojny, rzeczowy głos człowieka od studzienki — nie sprzedawcy wody butelkowanej.”

Tak – tak to brzmi

- „Rozlana dziś rano, prosto ze studzienki.”
- „To jest data rozlewu — dokładnie wiesz, jak świeża jest twoja woda.”

Nie – nie tak

- „Najczystsza woda na świecie!”
- „Jedyna prawdziwa naturalna woda!”

Zasada	W praktyce
Data zamiast obietnic	Zamiast ogólnych twierdzeń podajemy konkretną datę rozlewu.
Rzeczowość przed emocją	Żadnych przesadzonych przymiotników — fakt codziennej świeżości mówi sam za siebie.

Logo

Nie dołączono pliku z logo – dodaj go w brand_data / --logo.

Konstrukcja: Rekomendacja dla projektanta: prosty symbol przypominający strumyczek lub kroplę wody, obok niego wordmark „Woda ze Studzienki” w ciemnym, neutralnym kolorze.

Pole ochronne: Wolna przestrzeń co najmniej na wysokość symbolu po wszystkich stronach logo.

Minimalny rozmiar: Minimalna szerokość na ekranie: 100 px. Minimalna szerokość w druku: 25 mm.

Nie rób:

- Nie zmieniać kolorów logo poza zatwierdzoną paletą.
- Nie dodawać cieni, gradientów ani efektów 3D.
- Nie zniekształcać proporcji symbolu ani wordmarku.

Paleta kolorów

PODSTAWOWE



Zieleń studzienki

#1E5945



Błękit źródłany

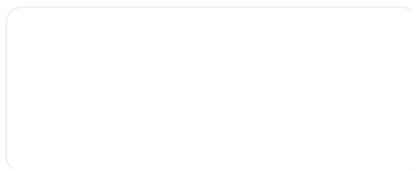
#1F6F8B

DODATKOWE / NEUTRALNE



Kora

#3A342C



Biel

#FFFFFF

Zieleń studzienki to kolor główny — logo, przyciski, nagłówki i podkolorowanie stron (kolor lasu wokół źródła). Błękit źródłany to kolor samej wody — używany celowo tylko przy ikonie kropli (na okładce i przy wartościach), aby pozostał wyjątkowy i nie zlewał się z zielenią. Kora służy do tekstu podstawowego tam, gdzie czysta czerń wyglądałaby zbyt surowo. Wersja robocza do potwierdzenia — dokładne odcienie dopracować po powstaniu prawdziwego logo.

Typografia

NAGŁÓWKI

Świeża każdego dnia, prosto ze studzienki

TEKST PODSTAWOWY

Rozlewamy tylko tyle, ile danego dnia trafia do klientów. Data rozlewu jest zawsze na etykiecie.

Font: Inter. Inter jest darmowy, czytelny nawet w małych rozmiarach i sprawdza się równie dobrze na etykiecie, jak i na stronie internetowej czy fakturze.

Styl wizualny

Kształty i powierzchnie

Delikatnie zaokrąglone kształty, płaskie kolory, brak sztucznych połysków i gradientów — ta sama czystość co w przypadku samej wody.

Fotografia / wizerunek

Naturalne światło, las i studzienka w tle, brak stylizowanej produkcji reklamowej.

Ikonografia

Cienkie linie o jednolitej grubości w całym materiale.

Opakowanie i portfolio produktów

Opakowanie odzwierciedla tę samą zasadę co sam produkt — prostotę i świeżość, a nie zbędne opakowanie.

Zwrotna butelka szklana

Podstawowe opakowanie dla gospodarstw domowych i firm — system zwrotny zmniejsza odpady i koszty przy regularnych dostawach.

Data rozlewu na etykiecie

Każda butelka ma widoczną datę rozlewu — nie tylko datę minimalnej trwałości.

Opakowania zbiorcze dla firm

Dla biur i restauracji większe pojemniki z regularną dostawą.

Czego nie wolno

Unikamy twierdzeń zdrowotnych, które musiałyby być naukowo udowodnione (np. „leczy”, „detoksykuje”), oraz bezpośrednich porównań z konkretnymi markami konkurencji — to zarówno ryzyko prawne, jak i wizerunkowe.

Zakazy wizualne

- Żadnych zdjęć stockowych butelek innych marek.
- Żadnej agresywnej grafiki wyprzedażowej (WIELKIE LITERY, migające elementy).

Zakazy tekstowe / werbalne

- Żadnych obietnic zdrowotnych bez dowodów („leczy”, „detoksykuje”).
- Żadnego porównywania z konkretnymi markami konkurencji z nazwy.

Gdzie pojawia się marka

Wizytówka

Białe tło, logo na środku, dane kontaktowe w kolorze Kora poniżej.

Podpis e-mail

Logo po lewej, imię i nazwisko pogrubione, stanowisko w Zieleni studzienki, dane kontaktowe poniżej.

Awatar w mediach społecznościowych

Sam symbol na tle Porannej mgły, przycięty do koła.

Otwarte pytania

To żywy dokument — uzupełniaj go w miarę rozwoju marki.

- Dokładne odcienie kolorów to wersja robocza do potwierdzenia — dopracować po powstaniu prawdziwego logo.
- Logo jeszcze nie istnieje — sekcja Logo zawiera tylko rekomendacje dla projektanta.
- Tryb ciemny / alternatywna wersja logo nie są jeszcze uwzględnione.