

**BRANDBOOK
2025**

**MAGYAR
BORMARKETING
ÜGYNÖKSÉG**

TARTALOMJEGYZÉK

3	1. 0.	MAGYAR BOR	29	2. 0.	MARKETINGANYAGOK	61	3. 0.	MERCHANDISING ANYAGOK
4	1. 1.	Logó HU és ENG	30	2. 1.	Általános szabályok	62	3. 0.	Vászonváska, jegyzetfüzet, toll
5	1. 1. 1.	Alaplogó	31	2. 1. 1.	Portré tájolás	63	3. 0.	Nyakpánt
6	1. 1. 2.	Logó – Szabad terület	32	2. 1. 2.	Tájkép tájolás	64	3. 0.	Dugóhúzó, palacktartó
7	1. 1. 3.	Minimális méretek	33	2. 1. 3.	Speciális méretek	65	3. 0.	DropStop (cseppfogó)
8	1. 1. 4.	Elhelyezés				66	3. 0.	Pult, fotófal
9	1. 1. 5.	Elhelyezés – Szabad alkalmazások	34	2. 2.	Nyomtatott marketinganyagok (Offline)			
10	1. 1. 6.	Elhelyezés – Példák helyes használatra	35	2. 2. 1.	Névjegykártya	67	4. 0.	LOGÓ ÉS BORVIDÉKEK
11	1. 1. 7.	Márkák és partnerlogók elhelyezése	36	2. 2. 2.	Levélpapír – rácshálóval	68	4. 0. 1.	Logó – álló és fekvő verzió
12	1. 1. 8.	Logóhasználat tiltása	37	2. 2. 2.	Levélpapír – rácsháló nélkül	69	4. 0. 2.	Logó – Szabad terület
13	1. 1. 9.	Szimbólum önálló használata	38	2. 2. 3.	Boríték – rácshálóval	70	4. 0. 3.	Minimális méretek
14	1. 1. 10.	Másodlagos logó	39	2. 2. 3.	Mappa – rácshálóval	71	4. 0. 4A.	Borvidékek logóhasználat
15	1. 1. 11.	Logó- és fotóhasználat	40	2. 2. 4.	Hajtható szórólap	72	4. 0. 4B.	Borvidékek logóhasználat
			41	2. 2. 5A.	Brosúra / Magazinborító			
16	1. 2.	Színrendszer	42	2. 2. 5B.	Brosúra / Magazinborító			
17	1. 2. 1.	Elsődleges színek	43	2. 2. 6.	Brosúra oldalak			
18	1. 2. 2.	Monokróm színek	44	2. 2. 7A.	Egylapos hirdetés			
19	1. 2. 3.	Kiegészítő (másodlagos) színek	45	2. 2. 7B.	Egylapos hirdetés			
			46	2. 2. 8A.	Citylight			
20	1. 3.	Tipográfiai irányelvek	47	2. 2. 8B.	Citylight			
21	1. 3. 1.	Logótípus felépítése	48	2. 2. 9A.	Óriásplakát			
22	1. 3. 2.	Elsődleges betűcsalád használata	49	2. 2. 9B.	Óriásplakát			
23	1. 3. 3.	Betűtípusok és helyettesítő készletek	50	2. 2. 10A.	Roll-up			
24	1. 3. 4.	Nyomtatott és reklám betűhasználati irányelvek	51	2. 2. 10B.	Roll-up			
25	1. 3. 5.	Webes betűméretek – minimumok	52	2. 2. 11A.	Banner			
26	1. 3. 6.	Webes tipográfiai stílusok	53	2. 2. 11B.	Banner			
27	1. 3. 7.	Alternatív betűtípusok – irányelvek	54	2. 2. 11C.	Banner			
28	1. 3. 8.	PowerPoint – alternatív tipográfiai megoldások						
			55	2. 3.	Digitális marketinganyagok (Online)			
			56	2. 3. 1.	Vertikális bannerek			
			57	2. 3. 1A.	Bannerek			
			58	2. 3. 1B.	Bannerek			
			59	2. 3. 2.	Közösségi posztok és történetek			
			60	2. 3. 3.	PowerPoint			

10.

MAGYAR
BOR



11.

LOGÓ



Logó

A Wines of Hungary és Magyar Bor hivatalos logója. A logó a „Wines of Hungary” és a „Magyar Bor” feliratokat, valamint a márkaszimbólumot tartalmazza.

MAGYAR BOR 

WINES OF HUNGARY 

**WINES OF
HUNGARY** 

1.1.1.

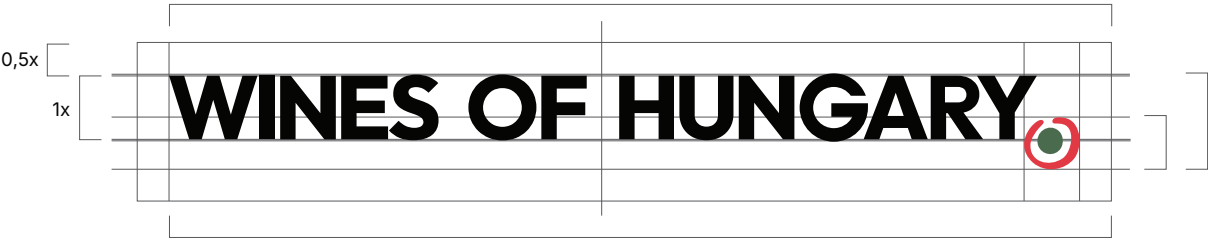
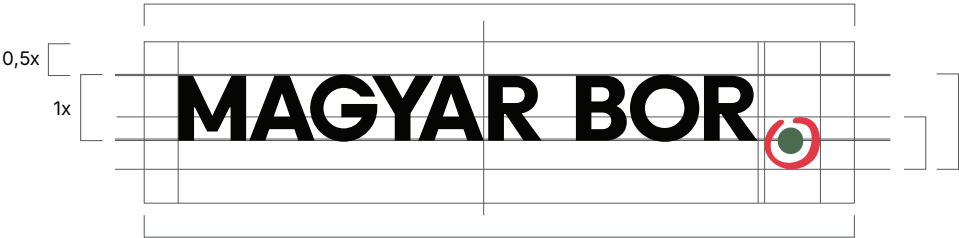
1.1.2.

Logó – Szabad terület

A logó vizuális érvényesülésének és olvashatóságának biztosítása érdekében minden alkalmazás során minimum 0,5x méretű szabad területet kell hagyni a logó körül. Az x a „Wines of Hungary” felírat magasságát jelöli.

Ez a szabad terület vonatkozik a logó minden elemére — a kör alakú szimbólumra és a hozzá tartozó tipográfiai részre egyaránt —, azokat egységes, elválaszthatatlan kompozícióként kezelve. A meghatározott zónán belül nem helyezhető el semmilyen grafikai vagy tipográfiai elem, így biztosítva a logó kiemelt szerepét és vizuális tisztaságát minden felületen.

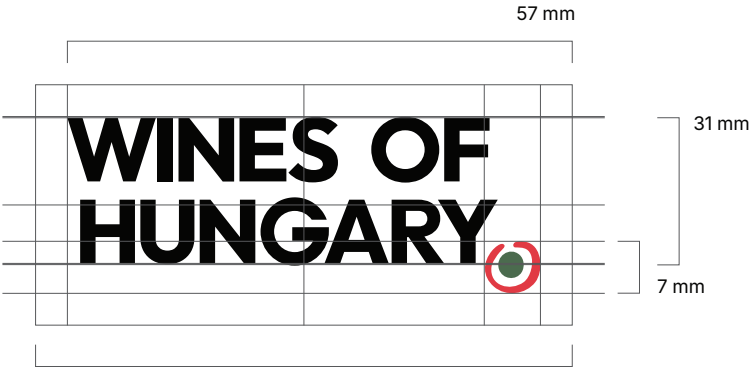
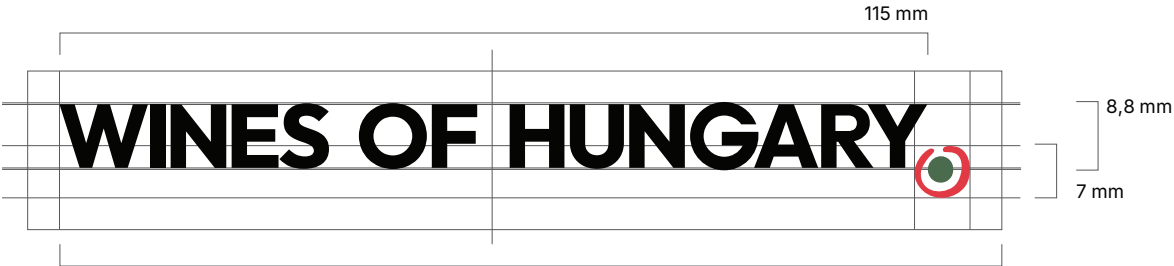
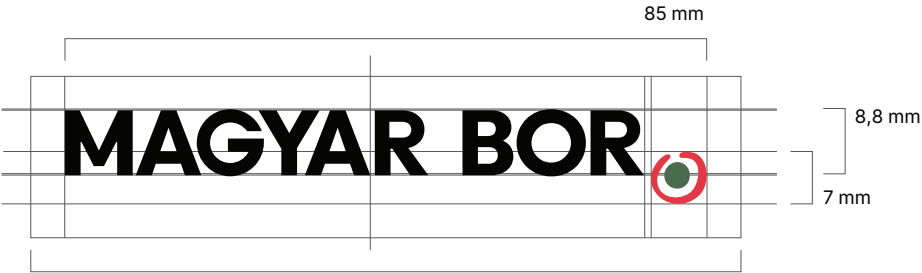
Kivétel: A szabad területen belül kizárólag a winesofhungary.hu hivatalos webcím elhelyezése engedélyezett, amennyiben az a márkaculat következetes megjelenését szolgálja. Ezen kívül más elem ebbe a zónába nem kerülhet.



Minimális méretek

A logó minimális méretét nem szabad a meghatározott határ alá csökkenteni, hogy biztosított maradjon a megfelelő olvashatóság és vizuális élmény minden felhasználási környezetben.

Fontos elv, hogy a kör alakú szimbólum és a szöveges elem minden esetben együtt, egységes arculati egységként jelenjenek meg, mivel ezek együtt alkotják a Wines of Hungary és Magyar Bor hivatalos logóját. A két elem nem választható szét, nem használható külön-külön.



Elhelyezés

A logót a hozzá tartozó szabad területtel együtt a kreatív felület felső vagy alsó részén szükséges elhelyezni, de nem a sarkokban. Szükség esetén a felső vagy alsó irányban a szabad terület bővíthető 1x egységenként.

A logó pozicionálása szabadon alakítható az adott anyag vizuális egyensúlyának és esztétikájának figyelembevételével. Nincs kifejezetten tiltott elhelyezés, amennyiben a kompozíció harmonikus marad.

Létezik a logónak kétsoros változata is, amelyre ugyanazok az elhelyezési szabályok érvényesek.

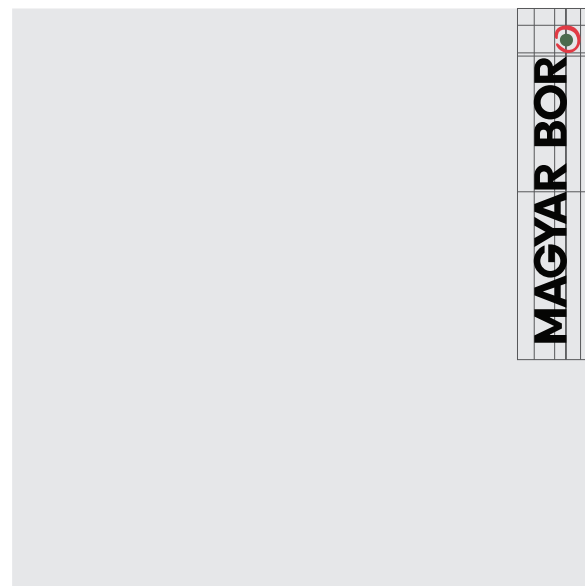
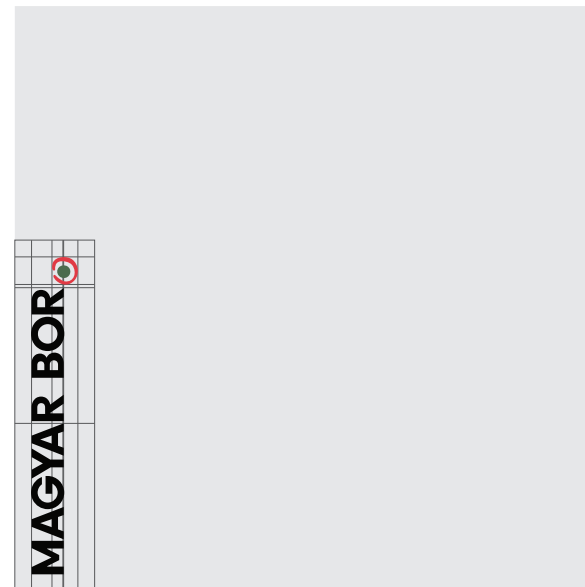


0,5x
□



Elhelyezés - Szabad alkalmazások

A logó elhelyezése szabadon alakítható, amennyiben az esztétikus, kiegyensúlyozott megjelenést szolgálja az adott felületen. Nincsenek kifejezetten tiltott elhelyezések, amennyiben a vizuális egység és arculati következetesség megmarad.



1.1.6.

Elhelyezés - Példák

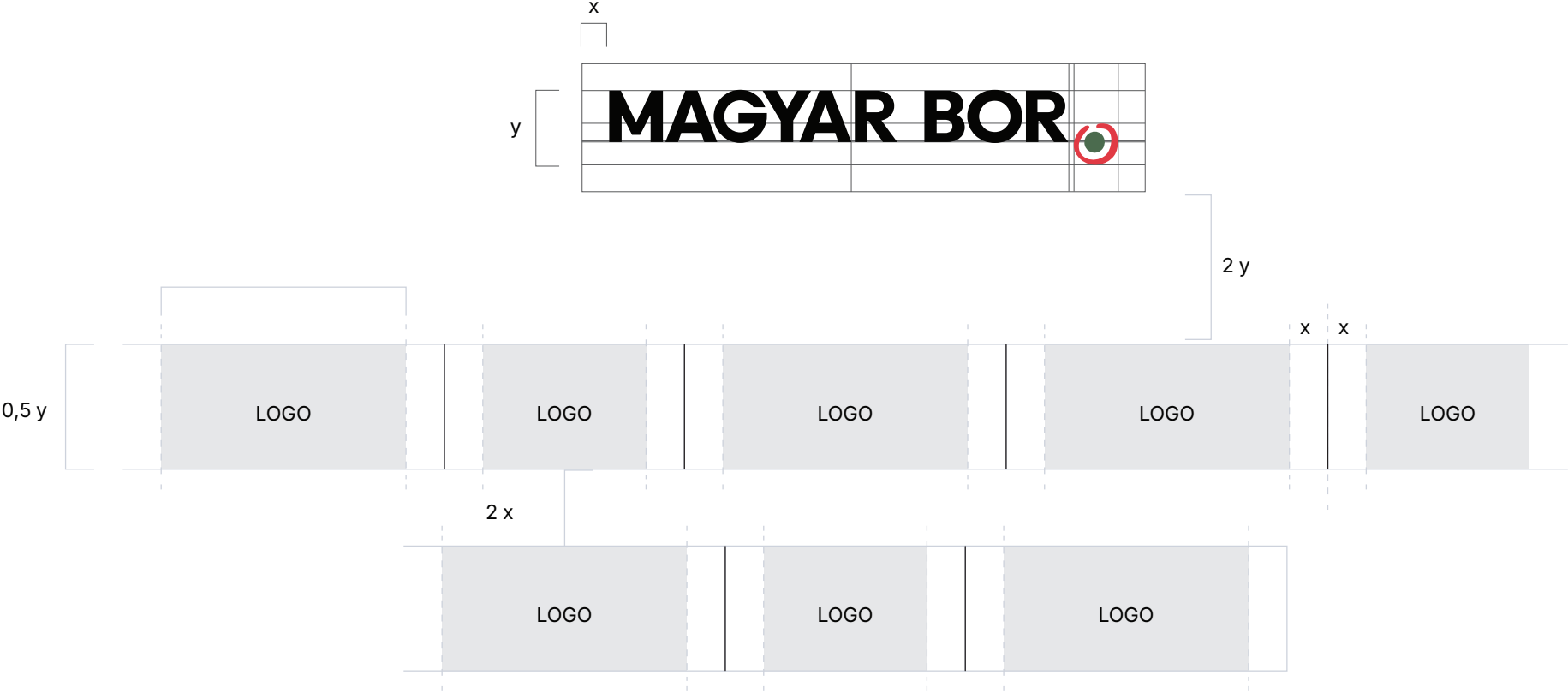
Példák a logó és a képi elemek elhelyezésére, amelyek iránymutatóként szolgálnak a vizuálisan kiegyensúlyozott kompozíció kialakításához.



Márkák és partnerek logói

Amennyiben a Magyar Bor a kiemelt
márka, a partnerek logóit a meghatározott
elrendezés és arányok szerint szükséges
megjeleníteni, vizuálisan támogató
szerepkörben.

Ha azonban valamennyi partner azonos
súllyal szerepel, a logókat egységes
módon kell alkalmazni — azonos méretben
és igazítással — a vizuális konzisztencia
és a kiegyensúlyozott megjelenítés
érdekében.



Logó – Tiltások

A logó használata során az alábbi szabályokat minden esetben be kell tartani az arculati következetesség és a márka vizuális integritásának megőrzése érdekében:

A logót nem szabad szabadon elforgatni — kizárólag 90°-os elforgatás engedélyezett.

A logó nem torzítható, nyújtható vagy arányaiban nem módosítható.

A logotípus (szöveges rész) önállóan nem használható a logomárka (szimbólum) nélkül.

Csonka vagy hiányos logó nem alkalmazható.

A logó elemeinek sorrendje nem módosítható.

A logó nem használható körvonallal ellátva.

Kerülendő mindenféle vizuális effekt alkalmazása (pl. árnyék, tükröződés, fénylés stb.).

A logó elemei nem módosíthatók vagy helyettesíthetők.

A logó színeinek megváltoztatása tilos.

MAGYAR BOR 

MAGYAR BOR 

MAGYAR BOR 

MAGYAR BOR 

MAGYAR BOR 

MAGYAR BOR 

 **MAGYAR BOR**

MAGYAR BOR 

1.1.9.

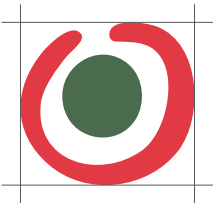
Szimbólum önálló használata

A teljes logótól elkülönítve alkalmazva a szimbólum grafikai elemként is funkcionálhat, így lehetőséget biztosít a kreatív elrendezésekre. Ilyen esetekben a szimbólum átlátszósága módosítható, használható fekete-fehér változatban, valamint szabadon átméretezhető és elhelyezhető a kompozíció belül.

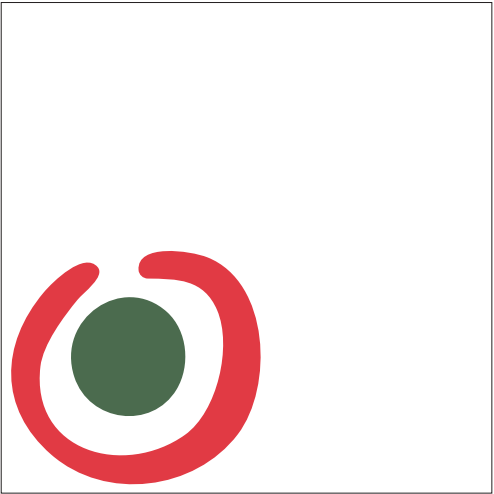
Fontos azonban, hogy a márka arculati egységének megőrzése érdekében más színek használata szigorúan tilos.

Még dekoratív elemként alkalmazva is, a szimbólum megjelenhet a teljes logó mellett, elősegítve az egységes és koherens vizuális arculatot a különböző felületeken.

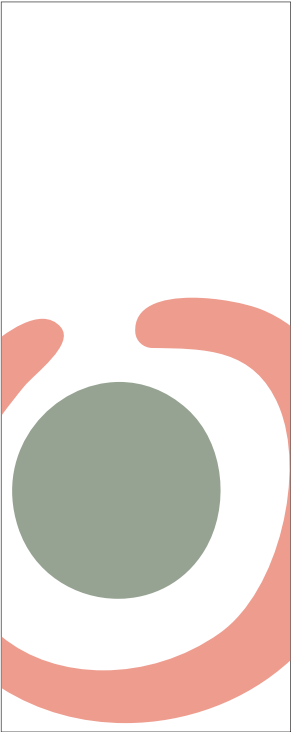
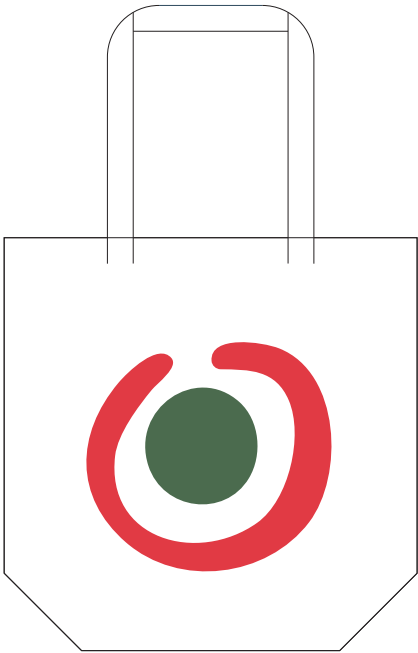
1



3



2



Másodlagos logó

A másodlagos logó negatív (sötét háttéren világos) színekörnyezetben használatos. Csak abban az esetben alkalmazható, ha technikai okok miatt az elsődleges logó megjelenítése nem lehetséges.

A logó elérhető fekete-fehér, kék és zöld színváltozatban, hogy különböző márkamegjelenési és médiakörnyezetekhez is illeszkedjen. Monokróm alkalmazás akkor megengedett, ha technológiai vagy gyártási korlátok – például egyszínnyomás vagy digitális megjelenítési korlátok – nem teszik lehetővé a teljes színverzió használatát.

MAGYAR BOR 

MAGYAR BOR 

MAGYAR BOR 

MAGYAR BOR 

MAGYAR BOR 

MAGYAR BOR 

MAGYAR BOR 

MAGYAR BOR 

MAGYAR BOR 

MAGYAR BOR 

1.1.11.

Logó- és fotóhasználat

A másodlagos logó kizárólag olyan képeken használható, ahol a háttér és a logó között elegendő kontraszt biztosított. Amennyiben a kontraszt nem megfelelő, finom színátmenetes réteg alkalmazása javasolt az olvashatóság növelése érdekében – ahogyan az iránymutatásként mellékelt példán is látható.

Az alkalmazott színátmenetes réteg magassága legfeljebb a kép teljes magasságának 80%-áig terjedhet. Az ezt követő területen a réteg fokozatosan áttetszővé kell váljon, hogy ne zavarja a kép vizuális tartalmát.



1.2.

SZÍNRENDSZER



Elsődleges színek

Az elsődleges színpaletta következetes használata elengedhetetlen a márka vizuális egységének és felismerhetőségének biztosításához. Ezek az alapszínek a Magyar Bor márkaidentitásának meghatározó elemei, amelyeket minden esetben az arculati irányelveknek megfelelően kell alkalmazni.

CMYK

C 0% M 0% Y 0% K 0%

RGB

R 255 G 255 B 255

Web

#ffffff

CMYK

C 0% M 0% Y 0% K 100%

RGB

R 0 G 0 B 0

Web

#000000

CMYK

C 70% M 38% Y 75% K 25%

RGB

R 76 G 108 B 78

Web

#4c6c4e

CMYK

C 6% M 91% Y 75% K 0%

RGB

R 224 G 60 B 69

Web

#e03c45

CMYK

C 85% M 64% Y 44% K 30%

RGB

R 48 G 74 B 93

Web

#304a5d

CMYK

C 0% M 0% Y 0% K 88%

RGB

R 30 G 30 B 30

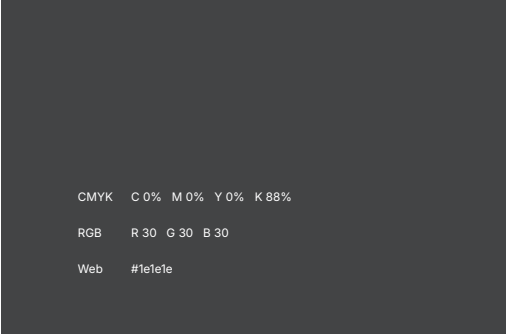
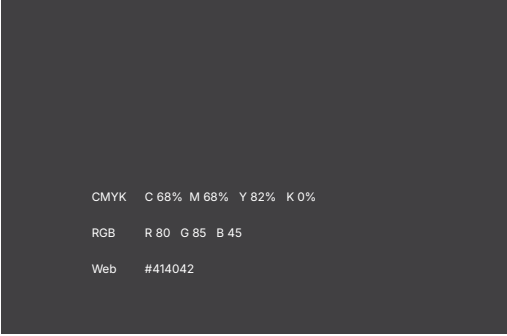
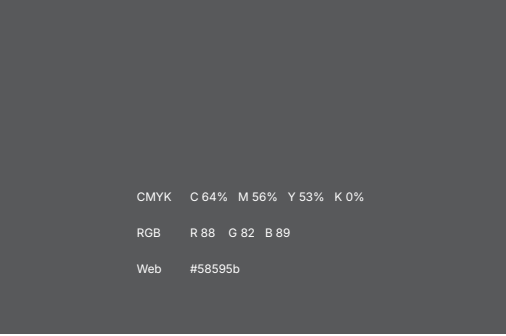
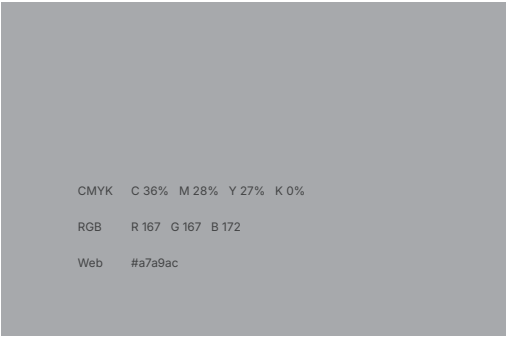
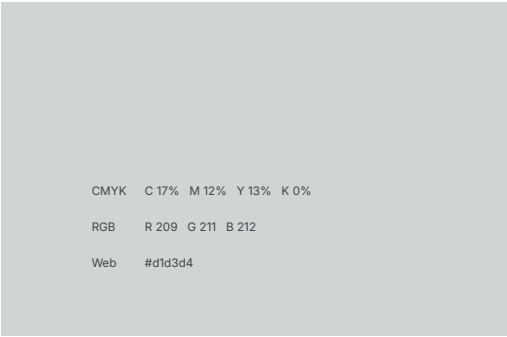
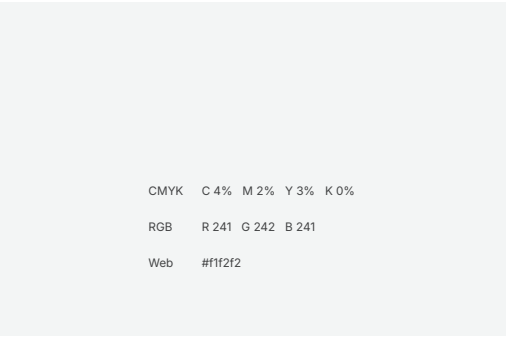
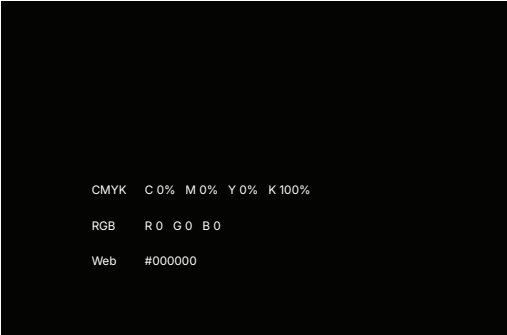
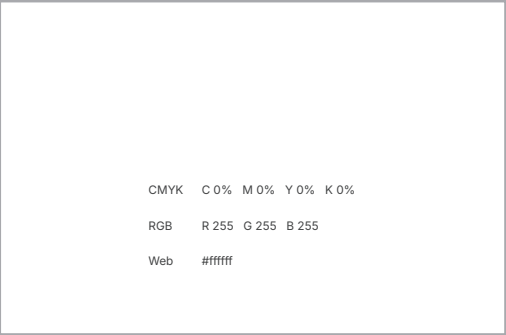
Web

#1e1e1e

Monokróm színek

A logó monokróm, illetve fekete-fehér változatait kizárólag olyan esetekben szabad alkalmazni, amikor a színes megjelenítés technikai okokból nem lehetséges vagy nem indokolt. Ezeket a változatokat minden felületen úgy kell használni, hogy a logó tisztasága és olvashatósága maradéktalanul megmaradjon.

1.2.2.



Másodlagos színek

A meghatározott másodlagos színpaletta mellett lehetőség van további kiegészítő színek használatára is különböző típusú projektek – például ATL-, BTL-kampányok vagy egyéb tartalmak – esetén, amennyiben azok illeszkednek a kreatív koncepcióhoz vagy egy adott stratégiai célhoz.

Ez a rugalmas megközelítés lehetővé teszi, hogy a vizuális arculat különböző kontextusokban is alkalmazkodóképes és naprakész maradjon, miközben megőrzi a márka koherenciáját és felismerhetőségét.

1.2.3.

CMYK

C 90% M 70% Y 51% K 48%

RGB

R 25 G 25 B 68

Web

#193444

CMYK

C 24% M 91% Y 71% K 14%

RGB

R 171 G 54 B 66

Web

#ab3642

CMYK

C 73% M 46% Y 78% K 43%

RGB

R 56 G 80 B 56

Web

#385038

CMYK

C 85% M 64% Y 44% K 30%

RGB

R 48 G 74 B 93

Web

#304a5d

CMYK

C 6% M 91% Y 75% K 0%

RGB

R 6224 G 60 B 69

Web

#e03c45

CMYK

C 70% M 38% Y 75% K 25%

RGB

R 76 G 108 B 78

Web

#4c6c4e

CMYK

C 78% M 53% Y 37% K 13%

RGB

R 68 G 103 B 124

Web

#44677c

CMYK

C 0% M 79% Y 45% K 0%

RGB

R 241 G 92 B 109

Web

#f15c6d

CMYK

C 61% M 29% Y 66% K 7%

RGB

R 1107 G 142 B 107

Web

#6b8e6b

CMYK

C 62% M 36% Y 27% K 1%

RGB

R 108 G 142 B 163

Web

#6c8ea3

CMYK

C 0% M 66% Y 26% K 0%

RGB

R 243 G 122 B 142

Web

#f37a8e

CMYK

C 39% M 17% Y 40% K 0%

RGB

R 162 G 183 B 161

Web

#a2b7a1

1.3.

TIPOGRÁFIA



Logotípiák szerkesztése

A logotípiák egy testreszabott Google Font betűtípusra épül. Ez a választás egy jól hozzáférhető és sokoldalúan alkalmazható alapot biztosított, amelyet a márka egyedi karakteréhez és vizuális arculatához igazodva finomítottunk tovább.

A végleges forma megőrzi az eredeti betűszerkezet letisztultságát, miközben egyedi, a márkára jellemző módosításokat tartalmaz, így erősítve a vizuális megkülönböztethetőséget és arculati következetességet.

**OUTFIT
SEMIBOLD**

MAGYAR BOR 

WINES OF HUNGARY 

**WINES OF
HUNGARY** 

1.3.1.

Elsődleges betűtípus használata

Az elsődleges betűtípust minden felületen és érintkezési ponton következetesen alkalmazni kell a márka vizuális egységének biztosítása érdekében.

Kivételt kizárólag azok a környezetek képeznek, ahol külső betűtípusok telepítése nem lehetséges – például egyes szoftverekben vagy rendszerszinten korlátozott platformokon. Ilyen esetekben az elsődleges betűtípus tónusában és olvashatóságában legközelebb álló helyettesítő betűtípust kell használni.

OUTFIT

ABCDEFGHIJKL
MNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
stuvwxyz
1234567890
!@#\$\$%

ABCDEFGHIJKL
MNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
stuvwxyz
1234567890
!@#\$\$%

ABCDEFGHIJKL
MNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
stuvwxyz
1234567890
!@#\$\$%

ABCDEFGHIJKL
MNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
stuvwxyz
1234567890
!@#\$\$%

1.3.2.

ABCDEFGHIJKL
MNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
stuvwxyz
1234567890
!@#\$\$%

ABCDEFGHIJKL
MNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
stuvwxyz
1234567890
!@#\$\$%

ABCDEFGHIJKL
MNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
stuvwxyz
1234567890
!@#\$\$%

ABCDEFGHIJKL
MNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
stuvwxyz
1234567890
!@#\$\$%

Elsődleges betűtípus és helyettesítők

A Magyar Bor márka elsődleges betűtípusa az Outfit, amelyet minden platformon következetesen kell alkalmazni, ahol ez technikailag lehetséges.

Amennyiben az Outfit betűtípus nem telepíthető vagy nem ágyazható be – például bizonyos szoftverkörnyezetekben vagy webalapú alkalmazásokban –, akkor geometrikus és letisztult karakterében hasonló rendszerbetűtípus használata javasolt helyettesítőként, mint például Arial, Segoe UI vagy Helvetica.

A kiválasztott helyettesítő betűtípus minden esetben az Outfithez meghatározott tipográfiai paramétereket (méret, vastagság, betűköz) kell, hogy kövesse a vizuális egység megőrzése érdekében.

OUTFIT

ABCDEFGHIJKL
MNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqr
stvwxyz
1234567890
!@#\$%&

CÍMSOR

OUTFIT BOLD

minimum méret 16pt

LOREM IPSUM DOLOR SIT

ALCÍM

OUTFIT MEDIUM

minimum méret 12pt

LOREM IPSUM DOLOR SIT

TÖRZSSZÖVEG

OUTFIT REGULAR

minimum méret 8pt

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

KIEGÉSZÍTŐ SZÖVEG / LÁBJEGYZET

OUTFIT REGULAR

minimum méret 6,5pt

@magyarbor

fb.com/magyarbor

@magyarborszemelyesen

@magyarbor

fb.com/magyarbor

@magyarborszemelyesen

1.3.3.

Nyomdai és reklámanyagok tipográfiai szabályozása

Minden nyomtatott és reklámcélú anyagon – kivétel nélkül – kizárólag az Outfit betűtípus használata engedélyezett. Ez az előírás egyaránt vonatkozik a hazai és nemzetközi kommunikációs felületekre.

Bármilyen más betűtípus vagy alternatíva használata ezekben a kontextusokban szigorúan tilos.

Ez a szigorú szabályozás garantálja a maximális vizuális egységet, erősíti a márka felismerhetőségét, és biztosítja az arculati integritás megőrzését minden piaci szegmensben.

1.3.4.

ELSŐDLEGES BETŰTÍPUS

OUTFIT

OUTFIT REGULAR

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

OUTFIT MEDIUM

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

OUTFIT SEMIBOLD

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

OUTFIT BOLD

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Webes minimum betűméret

A legkisebb szövegstílus kizárólag kiegészítő információk – például jogi nyilatkozatok vagy képaláírások – megjelenítésére szolgál. Minden esetben olvashatónak kell maradnia különböző eszközökön, és soha nem használható elsődleges tartalomhoz.

1.3.5.

CÍMSOR
OUTFIT SEMIBOLD
minimum méret 60pt

LOREM IPSUM

ALCÍMSOR
OUTFIT MEDIUM
minimum méret 30pt

LOREM IPSUM DOLOR SIT

SZÖVEGTÖRZS
OUTFIT REGULAR
minimum méret 16pt

Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetuer adipiscing elit, sed
diam nonummy nibh euismod
tincidunt ut laoreet dolore
magna aliquam erat volutpat.
Ut wisi enim ad minim veniam.

TÁJÉKOZTATÓ SZÖVEGEK
OUTFIT LIGHT
minimum méret 14pt

@magyarbor
fb.com/magyarbor
@magyarborszemelyesen

Webes tipográfiai stílusok

A webes tipográfiát a márka digitális arculati irányelvei szerint kell kialakítani annak érdekében, hogy minden eszközön biztosított legyen az olvashatóság és a vizuális következetesség.

A betűméretek, betűsúlyok és térközök minden esetben képernyőre optimalizált formában alkalmazandók.

1.3.6.

ELSŐDLEGES BETŰTÍPUS

OUTFIT

OUTFIT REGULAR

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

OUTFIT MEDIUM

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

OUTFIT SEMIBOLD

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

OUTFIT BOLD

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Alternatív betűtípusokra vonatkozó
irányelvek

Amennyiben az Outfit betűtípus bármilyen okból nem telepíthető vagy nem használható, kizárólag egy alternatív betűtípus választható. Az alternatívának minden esetben talpatlan (sans-serif) betűtípusnak kell lennie.

A márka által jóváhagyott alternatívák:

Segoe UI

Calibri

Arial

Ezek a betűtípusok vizuálisan tiszta, korszerű megjelenést biztosítanak, amely közel áll az Outfit karakteréhez, és segít megőrizni az arculati anyagok egységes megjelenését.

1.3.7.

CÍMSOR
SEGOE UI BOLD SMALL

LOREM IPSUM

ALCÍM
SEGOE UI SEMIBOLD SMALL

LOREM IPSUM DOLOR SIT

SZÖVEGTÖRZS
SEGOE UI REGULAR

Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetuer adipiscing elit, sed
diam nonummy nibh euismod
tincidunt ut laoreet dolore
magna aliquam erat volutpat.
Ut wisi enim ad minim veniam.

PowerPoint – alternatív betűtípusokra
vonatkozó irányelvek

Amennyiben az Outfit betűtípus nem
telepíthető vagy nem használható
PowerPoint-prezentációkban, kizárólag
egy alternatív betűtípus választható. Az
alternatívának minden esetben talpatlan
(sans-serif) típusnak kell lennie.

A márka által jóváhagyott alternatívák:

Segoe UI

Calibri

Arial

Ezek a betűtípusok biztosítják, hogy a
prezentáció letisztult, korszerű és
arculatilag egységes megjelenést
nyújtson.

CÍMSOR

ARIAL BLACK

minimum méret 60pt

LOREM IPSUM

ALCÍM

ARIAL BOLD

minimum méret 48pt

DOLOR SIT

SZÖVEGTÖRZS

ARIAL REGULAR

minimum méret 36pt

Lorem ipsum
dolor sit amet,
consectetuer

TÁJÉKOZTATÓ SZÖVEGEK

ARIAL REGULAR

ARIAL ITALIC

minimum méret 14pt

1.3.8.

2.0:

MARKETING-
ANYAGOK



Általános szabályok

A Magyar Bor márkamegjelenés következetessége és felismerhetősége érdekében minden vizuális anyagnak az arculati kézikönyvben rögzített alapelveket kell követnie. Ezek a szabályok biztosítják a vizuális tisztaságot, koherenciát és az egységes megjelenést minden formátumban és platformon.

Főbb irányelvek:

A logó körüli szabad terület megtartása.

Az olvashatóság és a tipográfiai hierarchia biztosítása.

A márkaszínek és vizuális elemek előírás szerinti használata.

A vizuális egyensúly és az elrendezések pontos illesztése.

Kreatív megoldások alkalmazása a márkakereteken belül.

A vizuális egység alapja a következetesség. Ezek az alapszabályok lehetőséget adnak a kreatív szabadságra, miközben védelmet nyújtanak a márkaarculat integritásának megőrzéséhez.

ÁLTALÁNOS SZABÁLYOK

Logóhasználat álló és egyéb formátumokban

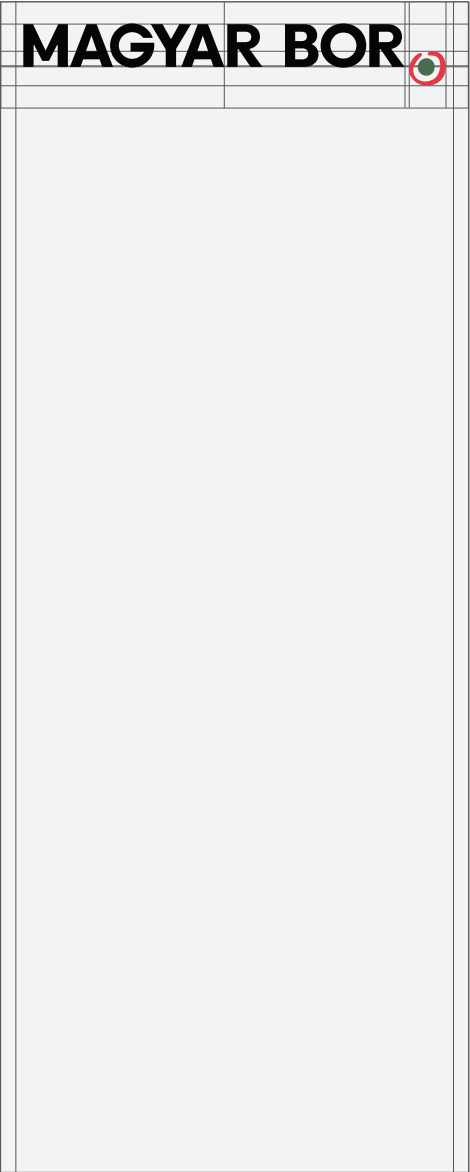
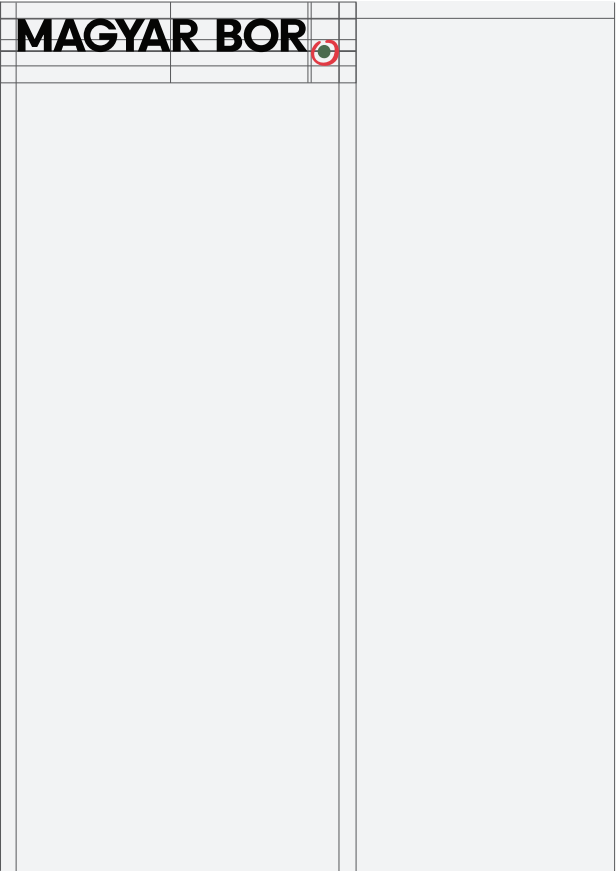
Álló (portré) elrendezés esetén:
Amennyiben a logó álló formátumban kerül alkalmazásra, szélességének aránya a rövidebb oldal 20–30%-a között kell legyen, a konkrét grafikai elrendezés igényeihez igazodva. A logó körüli távolságot minden oldalon 2x értékben szükséges biztosítani, ahol x a logó méretének megfelelő egység.

Egyéb elrendezések esetén:
Más típusú layoutoknál a logó kitöltheti az adott felület teljes szélességét – a biztonsági zónát kivéve. A biztonsági zóna biztosítja, hogy a logó ne kerüljön túl közel a szélekhez, fenntartva az olvashatóságot és a vizuális egyensúlyt. Ilyen esetekben kizárólag a safe zone mértékét kell megtartani.

Minimális méret:
A logó legkisebb méretre vonatkozó irányelveit lásd az 1. 1. 5. Logó – Minimális méretek szakaszban.

Maximális méret:
A logó maximális szélessége – a kétoldali 2x margóval együtt – soha nem haladhatja meg a layout rövidebb oldalának hosszát. Ez biztosítja az arányos és esztétikus megjelenést.

Elhelyezés:
A logó pozicionálására vonatkozó részletes szabályokat az 1. 1. 6. Logó – Elhelyezés szakasz tartalmazza.

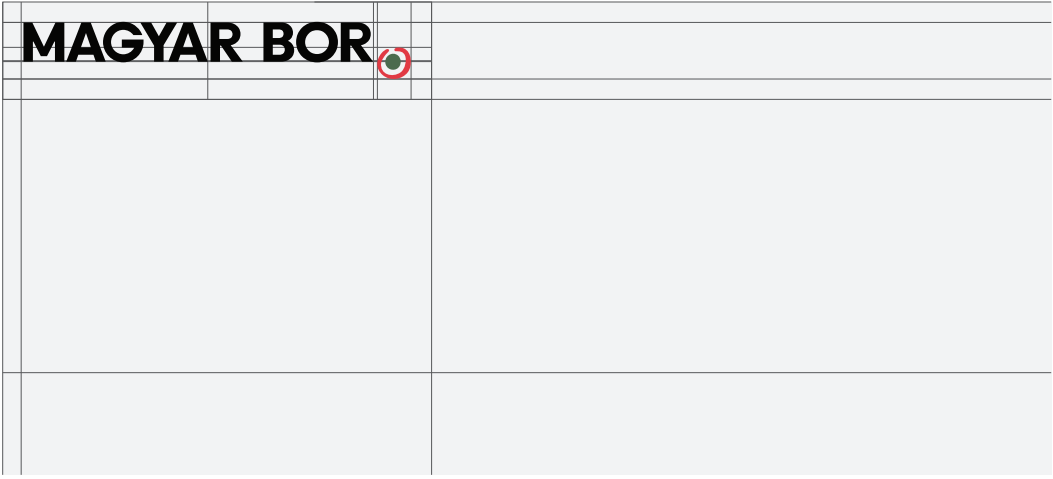
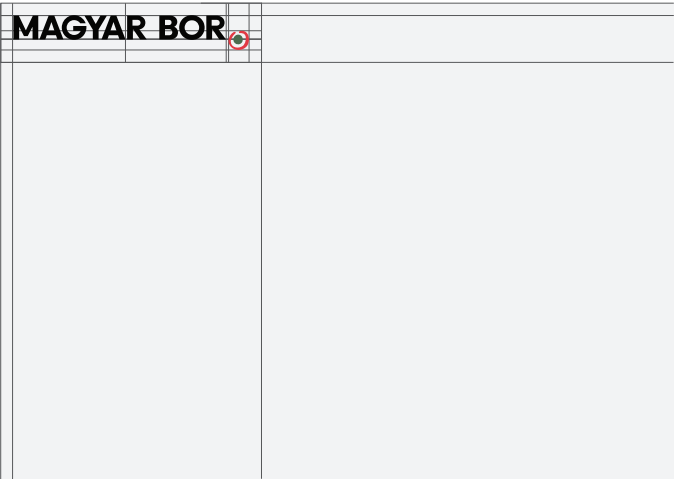
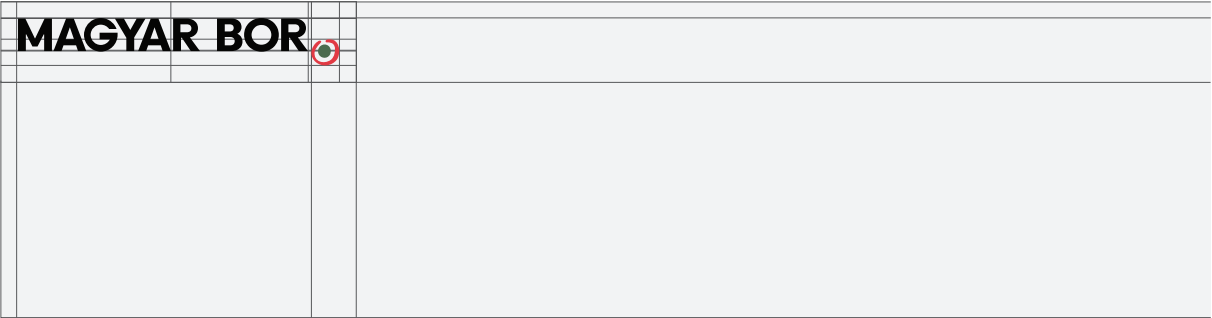


Vízszintes (landscape) elrendezés esetén

Vízszintes formátum használatakor a logó minimális magassága a rövidebb oldal 20%-a kell legyen. A logó és a szegélyek közötti távolság minden oldalon 2x, ahol x a logó méretéből származtatott egység.

Amennyiben a szélesebb felület miatt a kétsoros logóváltozat kerül alkalmazásra, a korábban meghatározott távolság- és pozicionálási szabályokat ebben az esetben is változatlanul be kell tartani.

A logó minimális méretével kapcsolatos további részletek az 1. 1. 5. Logó – Minimális méretek szakaszban találhatók.

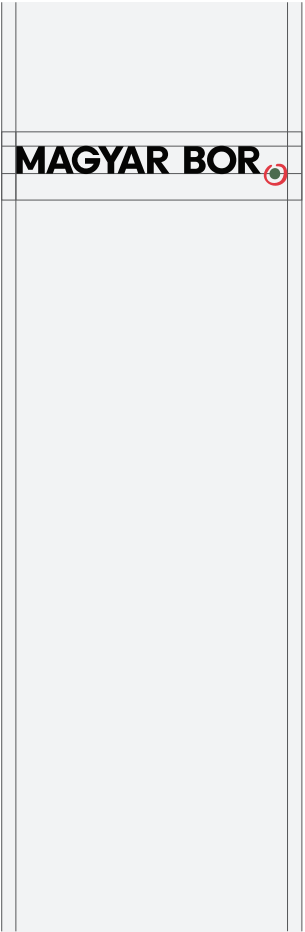
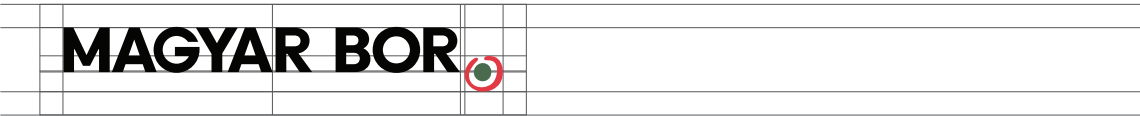


2.1.3.

Különleges méretarányok

Szűk vagy korlátozott felületek esetén előfordulhat, hogy a logót körülvevő forma egyidejűleg két oldalon is érintkezik a hordozó szélével. Ilyen esetekben – különösen a másodlagos logó használata során – a logó maximális méretét úgy kell meghatározni, hogy az a szélektől legalább 1–1 jel távolságra maradjon.

A logó minimális méretét minden esetben az 1. 1. 5. Logó – Minimális méretek szakaszban meghatározott előírások szerint kell alkalmazni.



2.2.

NYOMTATOTT MARKETING- ANYAGOK (OFFLINE)



Névjegykártya

A Magyar Bor hivatalos névjegykártyája az európai szabvány méretét követi: 85 mm széles és 55 mm magas. Ez a méret praktikus választás, mivel – az amerikai szabvánnyal ellentétben – kényelmesen elfér a pénztárcákban, megegyezik a legtöbb bankkártya, igazolvány vagy műanyag kártya méretével.

A névjegykártyán kizárólag az Outfit betűcsalád használható, az arcuati tipográfiai szabályoknak megfelelően.

MAGYAR BOR 

PÉLDANÉV

pozíció megnevezése

+36 30 123 45 67

peldanev@bor.hu

+36 1 488 87 00

info@bor.hu | www.bor.hu

1027 Budapest, Kacsá utca 15-23.



MAGYAR BOR 

PÉLDANÉV

pozíció megnevezése

+36 30 123 45 67

peldanev@bor.hu

+36 1 488 87 00

info@bor.hu | www.bor.hu

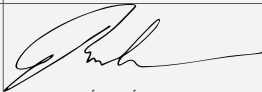
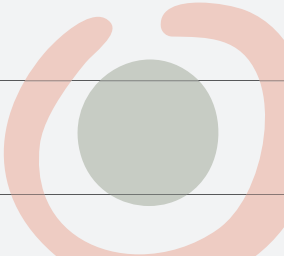
1027 Budapest, Kacsá utca 15-23.



2.2.1.

Ez a változat bemutatja a levélpapír alapjául szolgáló rácsszerkezetet, amely iránymutatást ad a margók, a logó elhelyezése és a szöveg igazítása szempontjából. A rendszer célja, hogy biztosítsa a hivatalos dokumentumok kiegyensúlyozott, egységes és átlátható tipográfiai elrendezését.

2.2.2:

MAGYAR BOR	
Contrary to popular belief, Lorem Ipsum is not simply random text. It has roots in a piece of classical Latin literature from 45 BC, making it over 2000 years old. Richard McClintock, a Latin professor at Hampden-Sydney College in Virginia, looked up one of the more obscure Latin words, consectetur, from a Lorem Ipsum passage, and going through the cites of the word in classical literature, discovered the undoubtable source. Lorem Ipsum comes from sections 1.10.32 and 1.10.33 of "de Finibus Bonorum et Malorum" (The Extremes of Good and Evil) by Cicero, written in 45 BC. This book is a treatise on the theory of ethics, very popular during the Renaissance. The first line of Lorem Ipsum, "Lorem ipsum dolor sit amet.", comes from a line in section 1.10.32.	
The standard chunk of Lorem Ipsum used since the 1500s is reproduced below for those interested. Sections 1.10.32 and 1.10.33 from "de Finibus Bonorum et Malorum" by Cicero are also reproduced in their exact original form, accompanied by English versions from the 1914 translation by H. Rackham. here are many variations of passages of Lorem Ipsum available, but the majority have suffered alteration in some form, by injected humour, or randomised words which don't look even slightly believable. If you are going to use a passage of Lorem Ipsum, you need to be sure there isn't anything embarrassing hidden in the middle of text. All the Lorem Ipsum generators on the Internet tend to repeat predefined chunks as necessary, making this the first true generator on the Internet. It uses a dictionary of over 200 Latin words, combined with a handful of model sentence structures, to generate Lorem Ipsum which looks reasonable. The generated Lorem Ipsum is therefore always free from repetition, injected humour, or non-characteristic words etc.	
Magyar Turisztikai Ügynökség Zrt. Márkázási Igazgatóság Barturizmus és Barkommunikációs Terület +36 1 488 87 00 info@bor.hu www.bor.hu 1027 Budapest, Kacsai utca 15-23.	 PÉLDA NÉV titulus 

Levélpapír – rácsvonalak nélkül

Ez a levélpapír végleges, használatra kész változata, rácsvonalak és segédvonalak nélkül. A tényleges felhasználás során így jelenik meg, és referenciaként szolgál a gyártás és alkalmazás során.

2.2.2.



Lorem ipsum dolor sit amet

Contrary to popular belief, Lorem Ipsum is not simply random text. It has roots in a piece of classical Latin literature from 45 BC, making it over 2000 years old. Richard McClintock, a Latin professor at Hampden-Sydney College in Virginia, looked up one of the more obscure Latin words, consectetur, from a Lorem Ipsum passage, and going through the cites of the word in classical literature, discovered the undoubtable source. Lorem Ipsum comes from sections 1.10.32 and 1.10.33 of "de Finibus Bonorum et Malorum" (The Extremes of Good and Evil) by Cicero, written in 45 BC. This book is a treatise on the theory of ethics, very popular during the Renaissance. The first line of Lorem Ipsum, "Lorem ipsum dolor sit amet..", comes from a line in section 1.10.32.

The standard chunk of Lorem Ipsum used since the 1500s is reproduced below for those interested. Sections 1.10.32 and 1.10.33 from "de Finibus Bonorum et Malorum" by Cicero are also reproduced in their exact original form, accompanied by English versions from the 1914 translation by H. Rackham.

here are many variations of passages of Lorem Ipsum available, but the majority have suffered alteration in some form, by injected humour, or randomised words which don't look even slightly believable. If you are going to use a passage of Lorem Ipsum, you need to be sure there isn't anything embarrassing hidden in the middle of text. All the Lorem Ipsum generators on the Internet tend to repeat predefined chunks as necessary, making this the first true generator on the Internet. It uses a dictionary of over 200 Latin words, combined with a handful of model sentence structures, to generate Lorem Ipsum which looks reasonable. The generated Lorem Ipsum is therefore always free from repetition, injected humour, or non-characteristic words etc.

Magyar Turisztikai Ügyökség Zrt.
Márkázási Igazgatóság
Borturizmus és
Borkommunikációs Terület

+36 1 488 87 00
info@bor.hu
www.bor.hu
1027 Budapest, Kacsai utca 15-23.

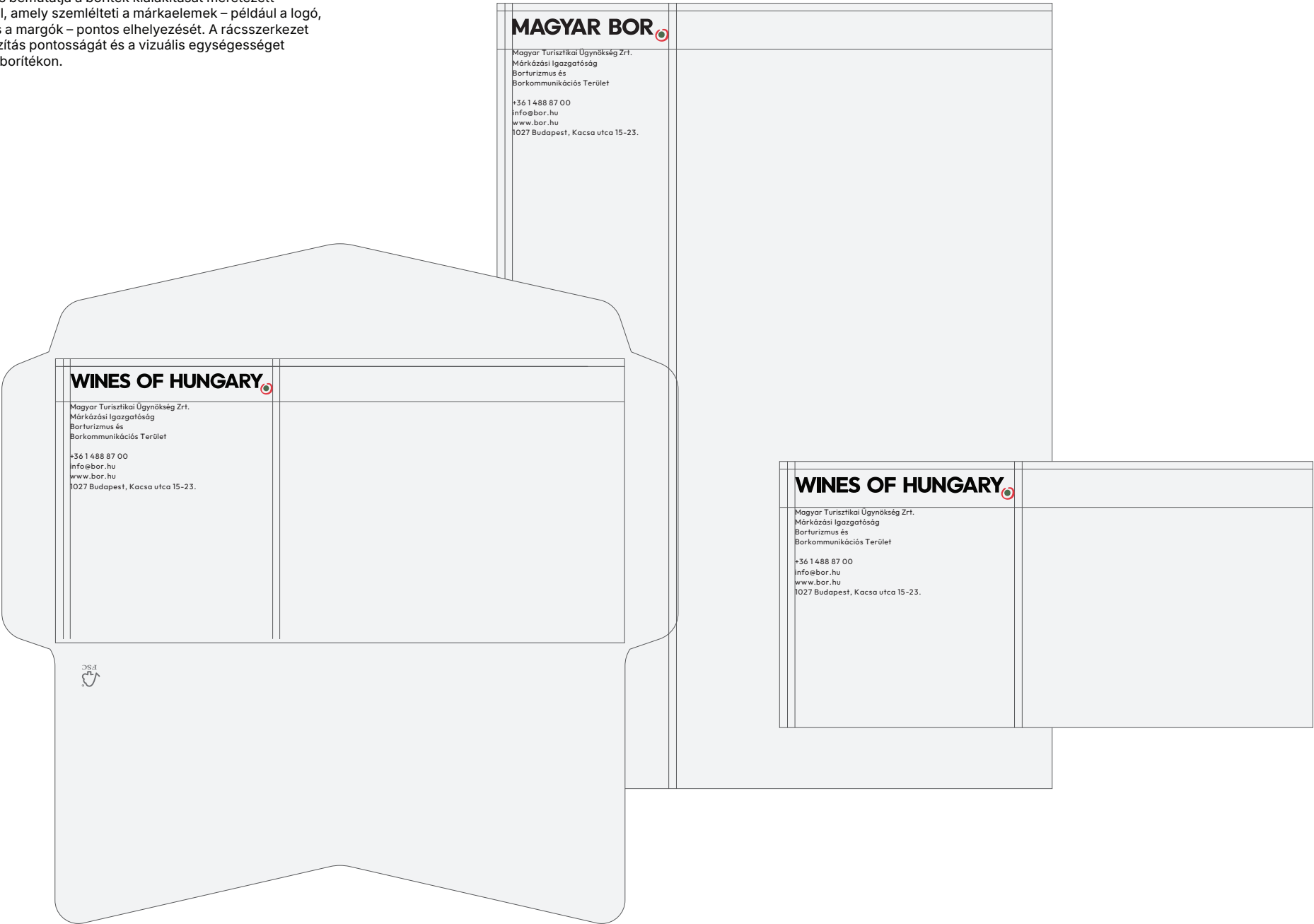
PÉLDA NÉV
titulus



Boríték – rácsszerkezetes változat

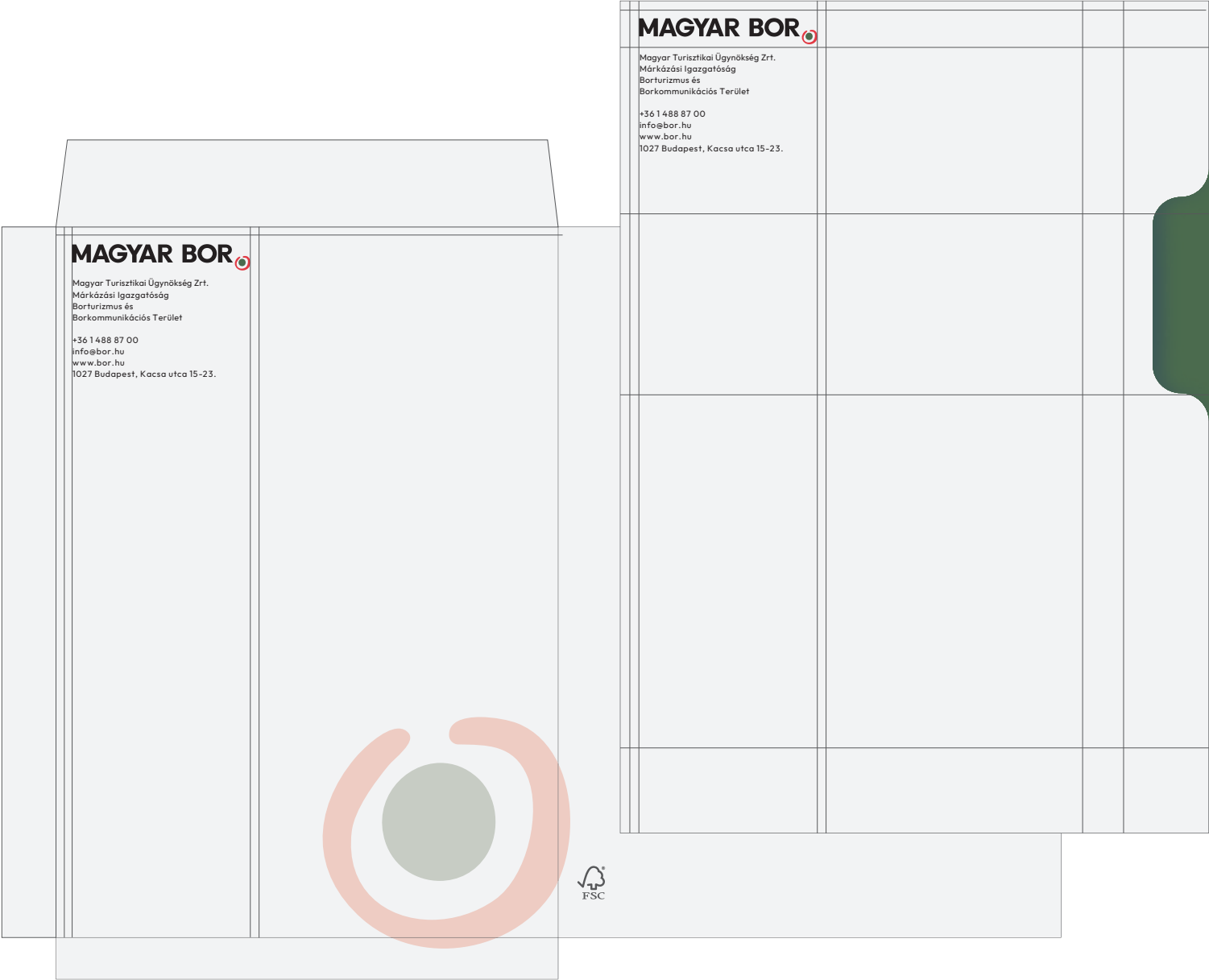
Ez az elrendezés bemutatja a boríték kialakítását méretezett rácsszerkezettel, amely szemlélteti a márkaelemek – például a logó, a feladó címe és a margók – pontos elhelyezését. A rácsszerkezet biztosítja az igazítás pontosságát és a vizuális egységességet minden arculati borítékon.

2.2.3.



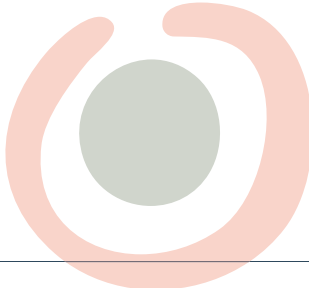
Mappa – rácsszerkezetes változat

A mappa elrendezése szerkezeti rácshálójával kerül bemutatásra, amely iránymutatást ad a vizuális elemek elrendezéséhez. Meghatározza a távolságokat, igazításokat és pozicionálási szabályokat, biztosítva az egységes és professzionális megjelenést minden nyomtatott anyagon.



2.2.4.

A rácsszerkezet áttekinthető struktúrát biztosít a címsorok, törzsszövegek, képek és színes elemek elhelyezéséhez.

	Porttitor eu, consequat vitae, eleifend ac, enim. Aliquam lorem ante, dapibus in, viverra quis, feugiat a, Aenean vulputate eleifend tellus. Aenean leo ligula, porttitor eu, consequat vitae, eleifend ac, enim. Aliquam lorem ante, dapibus in, viverra quis, feugiat a, tellus. Phasellus viverra nulla ut metus varius laoreet. Quisque rutrum. Aenean imperdiet. Etiam ultricies nisi vel augue. Curabitur ullamcorper ultricies nisi. Nam eget dui. Etiam rhoncus. Maecenas tempus, tellus eget condimentum rhoncus, sem quam semper libero, sit amet adipiscing sem neque sed ipsum.
	Aliquam lorem ante, dapibus in, viverra quis, feugiat a, tellus. Phasellus viverra nulla ut metus varius.
	Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus. Vivamus elementum semper nisi. Aenean vulputate eleifend tellus. Aenean leo ligula, porttitor eu, consequat vitae, eleifend ac, enim. Aliquam lorem ante, dapibus in, viverra quis, feugiat a, tellus. Phasellus viverra nulla ut metus varius laoreet.
	

Cum sociis natoque penatibus et magnis dis
Deros commodo ligula eget dolor, aenean molpo.
Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa.
Cum sociis natoque penatibus et magnis dis
parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec
quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium
quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec
pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget,
arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a,
venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede
molit pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus.
Vivamus elementum semper leo. Aenean vulputate
eleifend tellus. Aenean nisl ligula, porttitor eu,
consequat vitae, eleifend ac, enim. Aliquam lorem
ante, dapibus in, viverra quis, feugiat a, tellus.
Phasellus viverra nulla ut metus varius laoreet



Quisque rutrum. Aenean imperdiet. Etiam ultricies
nisi vel augue. Curabitur ullamcorper ultricies nisi.
Nam eget dui. Etiam rhoncus. Maecenas tempus,
tellus eget condimentum rhoncus, sem quam
semper libero, sit amet adipiscing sem neque sed
ipsum. Nam quam nunc, blandit vel, luctus
pulvinar, hendrerit id, lorem. Maecenas nec odio et
etiam tincidunt tempus. Donec vitae sapien ut
libero venenatis faucibus. Nullam quis ante.

Semper libero, sit amet adipiscing sem neque sed
ipsum. Nam quam nunc, blandit vel, luctus
pulvinar, hendrerit id, lorem. Maecenas nec odio et
ante tincidunt tempus. Donec vitae sapien ut
libero venenatis faucibus. Nullam quis ante.

MAGYAR BOR. 

**Lorem ipsum
Dolores donec sem.**

2.2.5.A

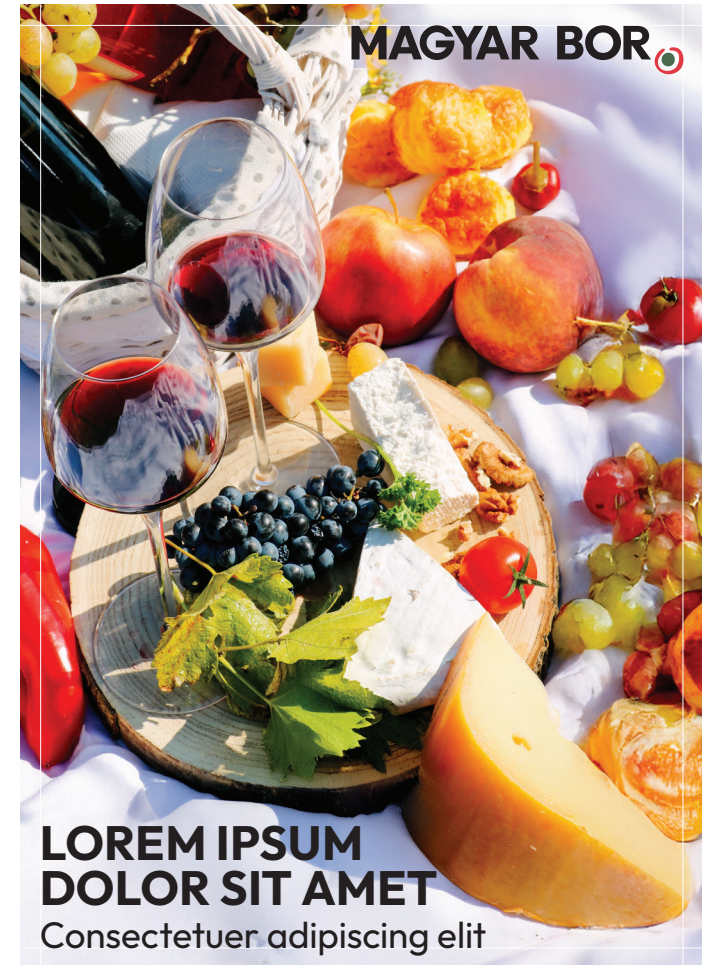
Magazin / brosúráborító – két verzió

Ez a két elrendezés a Magyar Bor magazin- és brosúráborítókhoz jóváhagyott változatokat mutatja be. A háttérkép jellegétől függően a logó teljes színű vagy monokróm változatban jelenhet meg, a láthatóság és a vizuális egyensúly optimalizálása érdekében.

Mindkét elrendezés azonos kompozíciós elveket követ, kiegyensúlyozott arányt tartva a márkamegjelenés és a szerkesztőségi hatás között.

A tipográfiának támogatnia kell a képi világot: jól olvashatónak kell maradnia, miközben követi a vizuális hierarchiát. A címsorokat és alcímeket úgy kell pozícionálni, hogy természetes módon kapcsolódjanak a fő vizuális elemekhez – anélkül, hogy elnyomnák a fotós tartalmat.

Az elrendezések célja egy letisztult, szerkesztőségi jellegű vizuális megjelenés, amely összhangban áll a márka hangvételével és értékeivel.



2.2.5.B

Brosúra / Magazinborítók

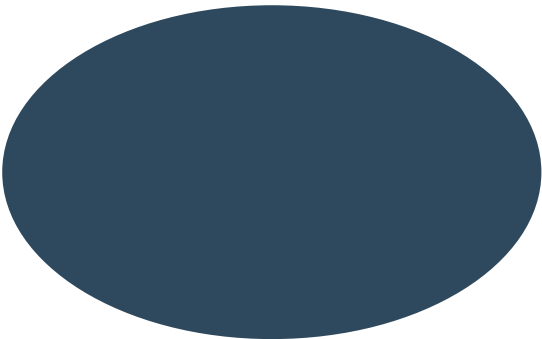
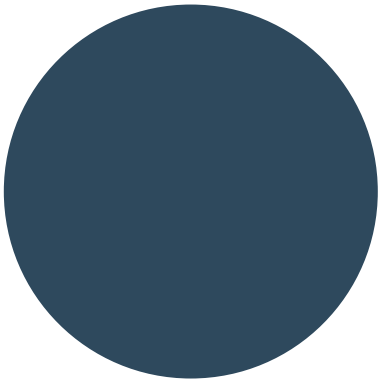
Ez az alternatív elrendezés dinamikusabb vizuális megközelítést kínál szerkesztő-ségi jellegű anyagokhoz – például magazinoldalakhoz – és OOH felületekhez, mint az óriásplakátok vagy citylight hirdetések.

A fotók használata tudatos vizuális kezelést igényel: a kép egy kiválasztott részletének elmosása (motion blur) mélységet hoz létre, és a figyelmet a fő üzenetre irányítja, megőrizve az anyag szerkesztőségi jellegét.

A szöveg grafikai formákban – elsősorban kör vagy organikusan lekerekített alakzatokban – jelenik meg, melyek vizuális támpontként szolgálnak, kontrasztot és szerkezetet adva a kompozíciónak. Ez az elrendezés lehetőséget ad a formátumokhoz való alkalmazkodásra, miközben megőrzi a márka vizuális egységét és karakterét.

A kör és ovális formák a vizuális rendszer szerves részét képezik, és közvetlenül is ráhelyezhetők a fotókra, hogy kiemeljék vagy keretezzék a szöveges tartalmat. E formákat kizárólag az arculatban jóváhagyott színpalettából lehet kiválasztani, és átlátszóságuk (opacity) szabadon módosítható a háttérrel való harmonikus illeszkedés és az olvashatóság biztosítása érdekében.

Bár az arányos, részleges lefedés az ajánlott megoldás a kiegyensúlyozott kompozíció érdekében, bizonyos esetekben – ha a háttér túl komplex és zavarja a tartalom olvashatóságát – teljes fedés is alkalmazható. Az átlátszóság révén ezek a formák karakterek maradnak anélkül, hogy elnyomnák az összképet, így megteremtve az egyensúlyt a grafikai és fotós rétegek között.



Ez a vizuális elmosási hatás alkalmazható kreatív anyagokon, azonban soha nem fedheti le a teljes képet. A hatás kizárólag a kép egy kisebb részén alkalmazható, jellemzően a teljes felület 1/4 vagy 1/3 részén, hogy megmaradjon a fókuszált, dinamikus kompozíció.



Ez az elrendezés a Magyar Bor arculati rácsrendszerét alkalmazó belső magazinoldal példáját mutatja be. Rugalmas sablonként szolgál fotók, szövegek és grafikai elemek elhelyezéséhez.

2.2.6.

		AENEAN COMMODO LIGULA EGET DOLOR Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus. Vivamus elementum semper nisi. Aenean vulputate eleifend tellus. Aenean leo ligula, porttitor eu, consequat vitae, eleifend ac, enim. Aliquam lorem ante, dapibus in, viverra quis, feugiat a, tellus. Phasellus viverra nulla ut metus varius laoreet. Quisque rutrum. Aenean imperdiet. Etiam ultricies nisi vel augue. Curabitur ullamcorper ultricies nisi. Nam eget dui. Etiam rhoncus. Maecenas tempus, tellus eget condimentum rhoncus, sem quam semper libero, sit amet.
Lorem ipsum dolor sit amet, adipiscing consectetur elit.	Duis leo. Sed fringilla mauris sit amet nibh. Donec sodales sagittis magna. Sed consequat, leo eget bibendum sodales, augue velit cursus nunc, quis gravida magna mi a libero. Fusce vulputate eleifend sapien. Vestibulum purus quam, scelerisque ut, mollis sed, nonummy id, metus. Nullam accumsan lorem in dui. Cras ultricies mi eu turpis hendrerit fringilla. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; In ac dui quis mi consectetuer lacinia. Nam pretium turpis et arcu. Duis arcu tortor, suscipit eget, imperdiet nec, imperdiet iaculis, ipsum. Sed aliquam ultrices mauris. Integer ante arcu, accumsan a, consectetur eget, posuere ut, mauris. Praesent adipiscing. Phasellus ullamcorper ipsum etroque rutrum nunc. Nunc nonummy metus. Vestibulum volutpat pretium libero. Cras id dui. Aenean ut eros et nisl sagittis vestibulum. Nullam nulla eros, ultricies sit amet, nonummy id, imperdiet feugiat, pede. Sed lectus. Donec mollis hendrerit risus. Phasellus nec sem in justo pellentesque facilisis. Etiam imperdiet imperdiet orci. Nunc nec neque. Phasellus leo dolor, tempus non, auctor et, hendrerit quis, nisi. Curabitur ligula sapien, tincidunt non, euismod vitae, posuere imperdiet, leo. Maecenas malesuada. Praesent congue erat at massa.	Lorem ipsum dolor sit amet, adipiscing consectetur elit.

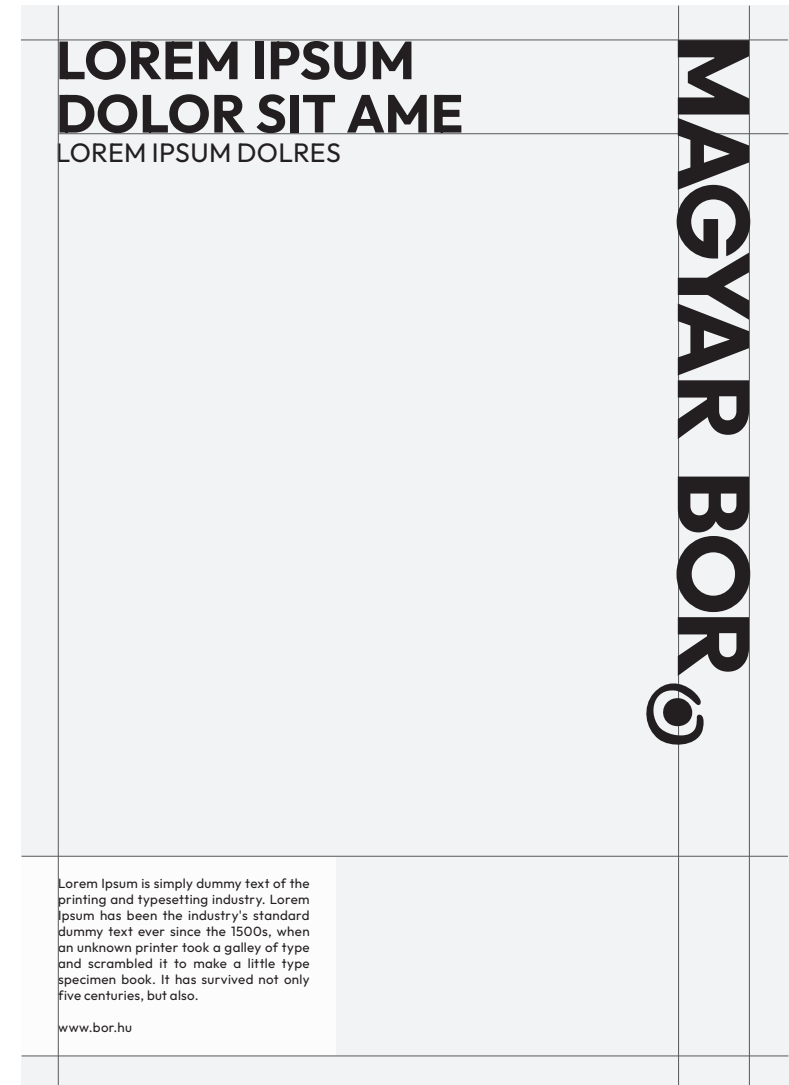
Egylapos hirdetés

Ez a mintaelrendezés egy egylapos hirdetéshez készült, amely letisztult és fókuszált kompozícióban mutatja be az alapvető márkaelemeket. Tartalmazza a márkalogót, a főcímet (HL), az alcímet (SHL), egy minimális törzsszöveget, valamint a weboldal címét. A vizuális hierarchia biztosítja az egyértelműséget és az erős márkafelismerést.

Ez az elrendezés irányadóként szolgál. Bizonyos esetekben megengedettek az eltérések a kreatív vagy kontextuális igények figyelembevételével. Az egyedi alkalmazások során azonban mindig meg kell őrizni a márka vizuális integritását.

Az elsődleges javaslat a teljes színű logó használata; azonban indokolt esetben — például fotóháttérhez való igazításakor — megengedett a monokróm verzió is. Minden esetben biztosítani kell a megfelelő kontrasztot és olvashatóságot.

2.2.7.A



Egylapos hirdetés

Ez az elrendezés nagyobb vizuális rugalmasságot kínál, miközben hű marad a márka tervezési alapelveihez. Kreatív módon használható mozgáselmosás (motion blur) és vágott fotók alkalmazásával, amelyek segítik a néző figyelmének irányítását és vizuális mélységet teremtenek. Áttetsző rétegek és a márkapalettából származó színmotívumok rétegezésével hangsúly és dimenzió alakítható ki.

A logó elhelyezése nagy fokú alkalmazkodóképességet biztosít a meghatározott biztonsági zónán belül, lehetővé téve az optimális egyensúlyt a kép kulcselemeivel való igazítás révén. A főcím (HL), alcím (SHL), törzsszöveg és a logó gondos pozicionálással biztosítják az egyértelműséget és a vizuális hatást, anélkül hogy kompromisszumot kötnének az olvashatóság vagy a hierarchia terén.

Ez az elrendezés különösen alkalmas olyan kampányokhoz, amelyek kifejezőbb vagy befogadóbb megjelenést igényelnek. Könnyen továbbfejleszthető és adaptálható nagyformátumú vagy erős vizuális hatású médiumokhoz, mint például billboardokhoz, citylightokhoz és egyéb nagyméretű megjelenésekhez, dinamikus alternatívát kínálva a minimalista verzióval szemben.



Citylight

Ez az elrendezés letisztult és minimalista megközelítést alkalmaz, biztosítva a maximális egyértelműséget és márkazoosítást. Kizárólag az alapvető arculati elemek szerepelnek rajta: logó, főcím (HL), alcím (SHL) és a weboldal címe — mindez kiegyensúlyozott térközökkel, jól strukturált rácsrendszer mentén elhelyezve.

Ez a formátum ideális gyors üzenetközvetítéshez és nagy láthatóságú felületekhez, ahol a letisztultság és az olvashatóság elsődleges. A tipográfia és a rendezett layout következetes használatával erősíti a márkavizuális identitását, miközben erőteljes vizuális hatást tesz lehetővé a grafikai visszafo-gottságon keresztül.

2.2.8.A



LOREM IPSUM DOLOR SIT AME

LOREM IPSUM DOLRES

MAGYAR BOR

www.bor.hu

Citylight

Ez egy egyszerű példa arra, hogyan alkalmazható a kifejező elrendezési stílus a citylight formátumokban. Bemutatja a mozgáselosás (motion blur), a vágott képek, áttetsző rétegek és lekerekített grafikai formák használatát, amelyek vizuálisan gazdagabb kompozíciót eredményeznek, miközben megőrzik a márka következetességét.

Bár ez a verzió egy lehetséges elrendezést mutat be, a rendszer rugalmas értelmezést tesz lehetővé. A tervezők a márkaaarculati határok között kísérletezhetnek az elemek – logó, főcím (HL), alcím (SHL) és webcím – elhelyezésével, figyelembe véve a biztonsági zónákat és a képáramlást.

Ez az elrendezés a minimalista verzióhoz képest nagyobb vizuális jelenlétet biztosít, így olyan kampányokhoz ideális, ahol erőteljesebb hatás szükséges, miközben megmarad a tisztaság és a struktúra.



2.2.8.B

Billboard

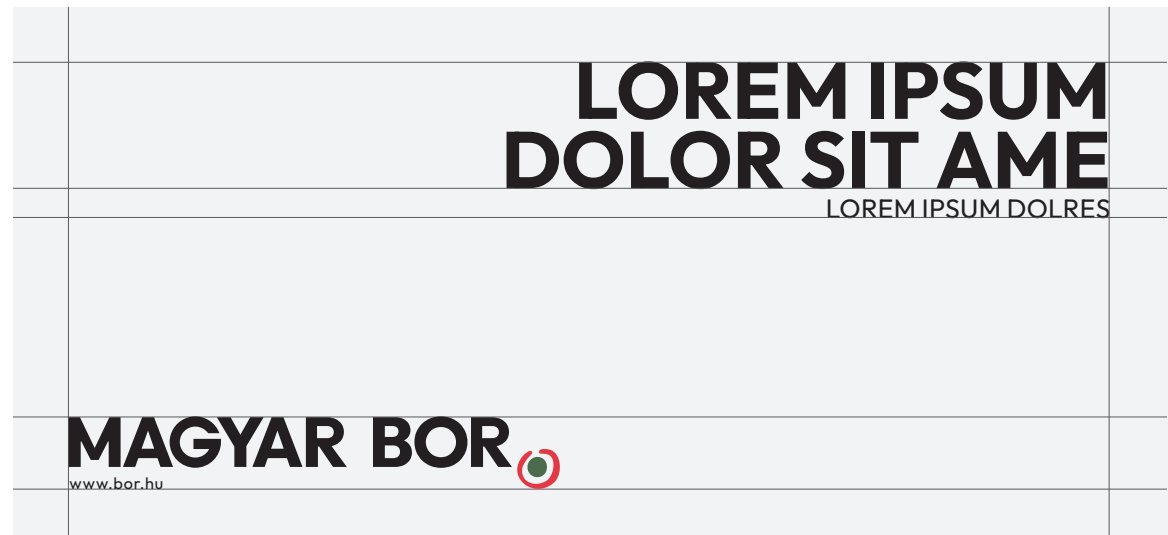
Ez a minimalista elrendezés letisztult, egyértelmű megoldást kínál vízszintes formátumokra. Csak az alapvető arculati elemeket tartalmazza — logó, főcím (HL), alcím (SHL) és a weboldal címe —, gondosan megtervezett térközökkel és igazítással, nagy méretű felületeken is gyors olvashatóságra optimalizálva.

Ez a verzió a világosságra, olvashatóságra és azonnali felismerhetőségre helyezi a hangsúlyt. Ideális arculatközpontú vagy magas megjelnésszámú üzenetek esetén, ahol a letisztultság biztosítja a maximális vizuális hatást. A színek, tipográfia és layout használata a márkaarculati irányelveket követi, további grafikai elemek vagy effektek nélkül.

Ez a billboard konkrét példája a kivételnek, amely a „clear space” (safe zone) irányelveiben szerepel. Ebben az elrendezésben a winesof-hungary.hu webcím elhelyezése a védőtávolságon belül vizuálisan indokolt és stratégiaileg beépített. A kompozíció egységét megtartva a logó és a webcím egy közös dizájnkereten belül jelenik meg, így a márkamegjelenés egysége nem sérül, miközben a nagy méretű felületen az olvashatóság és a vizuális hatás is erősödik.



2.2.9.A



Billboard

Ez egy egyszerű példa arra, hogyan alkalmazható a kifejező elrendezési megközelítés vízszintes formátumokban, mint például a billboardok esetén. Miközben megtartja a citylight és a nyomtatott verziók vizuális nyelvezetét, a kompozíció a fekvő tájoláshoz igazodik.

A mozgáselmosás (motion blur) továbbra is meghatározó elem — itt függőlegesen alkalmazva, hogy visszatükrözze a dinamikus vizuális vágást, amely más formátumokban is megjelenik — ezzel biztosítva a vizuális következetességet a különböző médiumok között. Az állított fotók, áttetsző rétegek és a márkapalettából származó színformák a fókusz megteremtését és vizuális ritmust szolgálnak.

Az elrendezés lehetőséget ad a logó, főcím (HL), alcím (SHL) és webcím szabadabb elhelyezésére, miközben követi a biztonsági zónák szabályait és igazodik a szélesebb vászonhoz. Kifejezetten olyan kampányokhoz ideális, ahol erőteljes vizuális megjelenésre van szükség anélkül, hogy kompromisszum szülné a tisztaság vagy a márkafelismerés terén.



Roll-up

Ez a minimalista roll-up elrendezés egy egyszerű, fókuszált dizájn megközelítést követ, amely ideális a letisztult arculati kommunikációhoz eseményeken vagy beltéri promóciós környezetben. Csak az alapvető arculati elemek jelennek meg rajta: logó, főcím (HL), alcím (SHL) és a weboldal címe.

Minden elem a márka térköz- és igazítási szabályai szerint kerül elhelyezésre, biztosítva a jó olvashatóságot akár távolabbról is. A visszafogott formai megoldás kifejezetten olyan helyszínekre készült, ahol a gyors felismerhetőség és az egyértelmű vizuális kommunikáció a legfontosabb — például szakkiallításokon vagy vállalati környezetben.

Ez az elrendezés nem tartalmazhat további grafikai elemeket, képi effekteket vagy dekoratív rétegeket. Az ereje a letisztultságában és a márka vizuális nyelvezetével való következetes összhangjában rejlik.



2.2.10.B

Roll-up

Ez egy egyszerű példa arra, hogyan alkalmazható a kifejezőbb vizuális stílus roll-up formátumban, nagyobb vizuális szabadságot kínálva a márkaarculati rendszeren belül.

Az elrendezés tartalmazhat függőlegesen vágott fotókat, áttetsző színformákat, valamint a márkapalettből származó, lekerekített grafikai elemeket. A mélység és fókusz érzetének fokozására mozgáselmosás (motion blur) is használható — azonban ez nem kötelező, és csak akkor ajánlott, ha vizuálisan indokolt.

Ebben az elrendezésben kötelező elem a logó és a weboldal címe. A főcím (HL), alcím (SHL) és az esemény neve opcionálisak, a kontextustól és kommunikációs céltól függően alkalmazhatók.

Bár az elrendezés lehetőséget ad a kreatívabb megvalósításokra, minden grafikai elemnek követnie kell a márka biztonsági zónákra és igazítási elvekre vonatkozó szabályait a vizuális tisztaság, következetesség és felismerhetőség megőrzése érdekében.



Banner

Ez a letisztult, offline banner elrendezés egy átlátható és strukturált dizájn megközelítést követ, kizárólag a legfontosabb arculati elemekre koncentrálnak: logó, főcím (HL), alcím (SHL) és a weboldal címe.

A gyors olvashatóságot és erőteljes vizuális hatást szem előtt tartva a layout pontos illesztésekkel és térközökkel biztosítja az egyensúlyt a különböző banner méretek között. Nincsenek további grafikai elemek, képi megoldások vagy effektek — a hangsúly az egyértelműségen és a vizuális következetességen van.

Ez a formátum ideális magas megjelenésszámú, arculatközpontú üzenetekhez olyan fizikai környezetekben, mint rendezvények, beltéri/kültéri installációk vagy vállalati táblák, ahol a letisztultság és az azonnali felismerhetőség kulcsfontosságú.



Banner

Ez a banner elrendezés egy példa arra, hogyan alkalmazható egy kifejezőbb vizuális stílus a márkacarculati rendszeren belül, miközben megőrzi a szükséges rugalmasságot.

Az elrendezés tartalmazhat függőlegesen vágott fotókat, áttetsző színeket és lekerekített grafikai elemeket.

A mozgáselmosás (motion blur) mélység hatás elérésére használható, de nem kötelező elem.

A kulcselemek a logó, a weboldal címe, valamint kontextustól függően opcionálisan a főcím, alcím és az esemény neve.

Az összes elem elhelyezésénél követni kell a márkára vonatkozó igazítási és védőtávolsági (safe zone) elveket, hogy a megjelenés vizuálisan tiszta, arculathű és következetes maradjon.



Banner

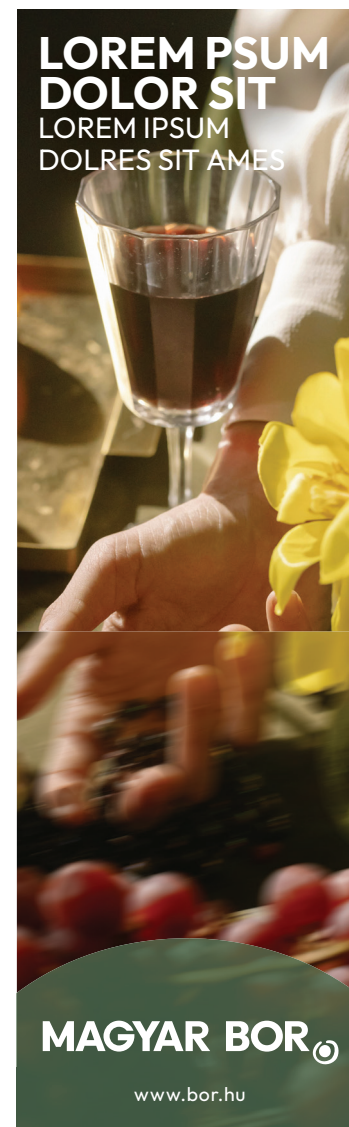
Ez az álló (portré) formátumú elrendezés bemutatja, hogyan alkalmazható egy kifejezőbb vizuális stílus a márkaarculati rendszeren belül, miközben lehetőséget biztosít a kreatív rugalmasságra.

Az elrendezés tartalmazhat függőlegesen vágott fotókat, áttetsző színfoltokat és lekerekített grafikai elemeket. A mélység érzetének fokozására alkalmazható a mozgáselmosás (motion blur), de ez opcionális.

A kötelező elemek közé tartozik a logó és a weboldal címe, míg a főcím, alcím és eseménynév opcionálisan, a konkrét felhasználási kontextus függvényében jelenhet meg.

Minden grafikai elemnek követnie kell a márkára vonatkozó igazítási elveket és a biztonsági zónákra (safe zone) vonatkozó előírásokat annak érdekében, hogy a vizuális megjelenés tiszta, következetes és arculathű maradjon.

2.2.11.C



2.3.

DIGITÁLIS MARKETING- ANYAGOK (ONLINE)



2.3.1.

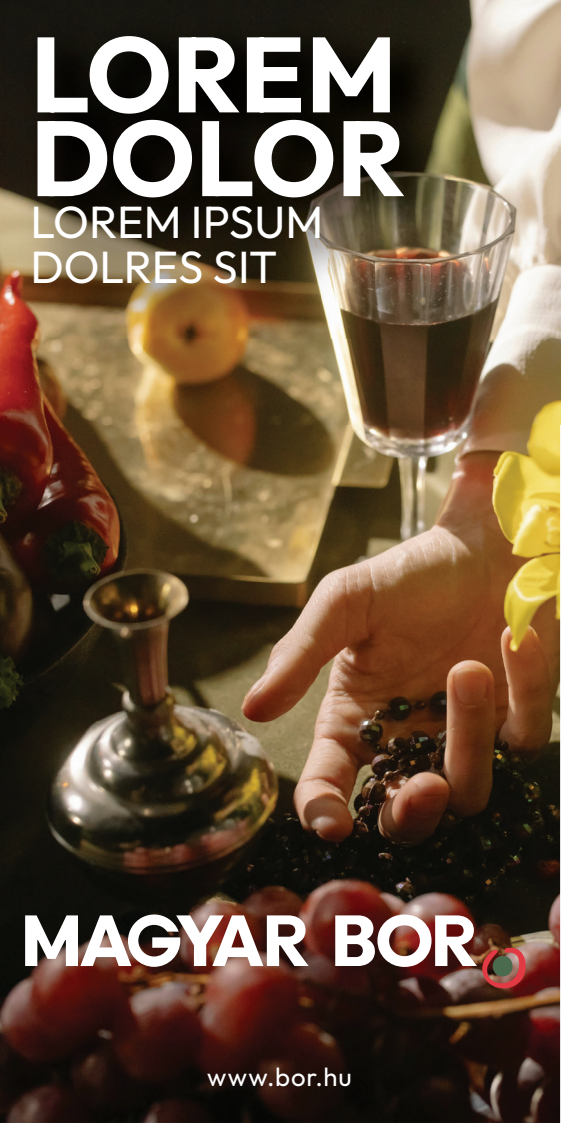
Banner – álló elrendezés

Ez az álló formátumú online banner letisztult, minimalista vizuális megközelítést alkalmaz, kifejezetten digitális megjelenésekhez optimalizálva — például oldalsávos hirdetésekhez, mobilos felugrókhoz vagy applikáción belüli megjelenítésekhez.

A főbb márkaelemek — logó, főcím (HL), alcím (SHL), webcím vagy cselekvésre ösztönzés (CTA) — gondosan felépített vizuális hierarchia mentén, megfelelő térközökkel kerülnek elrendezésre. A formátum célja a gyors felismerhetőség és kiváló olvashatóság, még kisebb kijelzőkön is.

Komplex vizuális effektek és zavaró grafikai elemek nem alkalmazhatók, annak érdekében, hogy a digitális platformokon is megmaradjon a vizuális tisztaság.

Több álló formátumú alkalmazás már sikeresen bemutatta a színrétegzés és az elmosásos effekt (blur) kreatív használatát is, ami jól példázza a vizuális rendszer kifejező erejét.



2.3.1.A

Banner – fekvő elrendezés

Ez a vízszintes formátumú online banner egyszerű és koncentrált struktúrát követ, amely ideális elhelyezésekhez, például leaderboard hirdetésekhez, weboldalfejlécekhez vagy digitális kijelzőkön megjelenő vizuálokhoz.

A logó és a központi üzenet egyértelmű igazítási rendszer mentén kerül elhelyezésre, biztosítva a jó olvashatóságot minden képernyőméreten és felbontáson. A főcím, alcím és call-to-action elemek opcionálisak, és csak a kampány céljához igazodva szükséges őket alkalmazni.

Az elrendezés elsődleges szempontja a letisztultság és következetesség – kerülni kell a dekoratív elemek és bonyolult képi megoldások használatát, hogy az üzenet gyorsan értelmezhető maradjon gyors görgetésű vagy pillanatnyi figyelmet igénylő környezetekben.



Banner

Ez a vízszintes online banner egy egyszerű, fókuszált struktúrát követ, amely ideális olyan felületekre, mint a leaderboard típusú hirdetések, weboldalfejlécek vagy digitális kijelzők.

A logó és az alapvető üzenet egy átlátható igazítási rendszer mentén kerül elhelyezésre, biztosítva a jó olvashatóságot különböző képernyőméreteken és felbontásokban. A főcím, alcím és cselekvésre ösztönző elem (CTA) opcionálisak, és a kampány célkitűzései szerint alkalmazandók.

Az elrendezés elsődleges szempontja a letisztultság és a vizuális következettség. Dekoratív elemeket vagy bonyolult képi megoldásokat nem tartalmaz, hogy gyors átfutású vagy görgetésintenzív környezetekben is azonnal értelmezhető maradjon.



2.3.2.

Social media – poszt és story

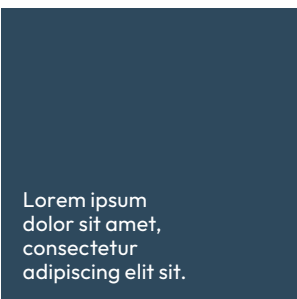
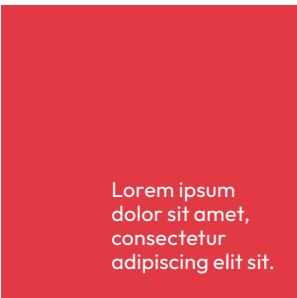
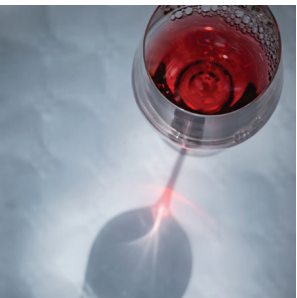
A közösségi média vizuális sablonjai lehetőséget adnak minimál és kifejezőbb vizuális megoldásokra egyaránt, a kampány hangvételétől és tartalmi típusától függően.

A minimál stílusú posztok az arculatban meghatározott egyszínű háttérzsínekre és szövegközpontú tartalomra épülnek (pl. idézetek, állítások, bejelentések). Ezekben az esetekben kizárólag a jóváhagyott márkaszínpaletta alkalmazható — minden ettől eltérő színhasználat tilos.

A fotóalapú tartalmaknak meg kell felelniük a márka képbankjára vonatkozó irányelveknek. Az életképeket élénk, természetes hangulatban kell bemutatni, valódi pillanatokat és emberi jelenlétet közvetítve. Ezzel szemben a packshotok klasszikusan letisztult, semleges és termékfókuszú stílusban jelennek meg.

Indokolt esetekben elmosásos technika (motion blur) technika is alkalmazható a képeken, hogy atmoszférikusabb vagy dinamikusabb kompozíciók jöjjenek létre.

Minden elem — legyen az kép, szín vagy tipográfia — egységes módon kell, hogy képviselje a márkát, miközben lehetőséget ad a platformhoz illeszkedő vizuális történetmesélésre.



SAFE
ZONE

SAFE
ZONE

PowerPoint sablon – alapverzió

A Magyar Bor márkához dedikált PowerPoint- és Google Slides-sablonok készültek, amelyek a teljes arculati csomag részét képezik.

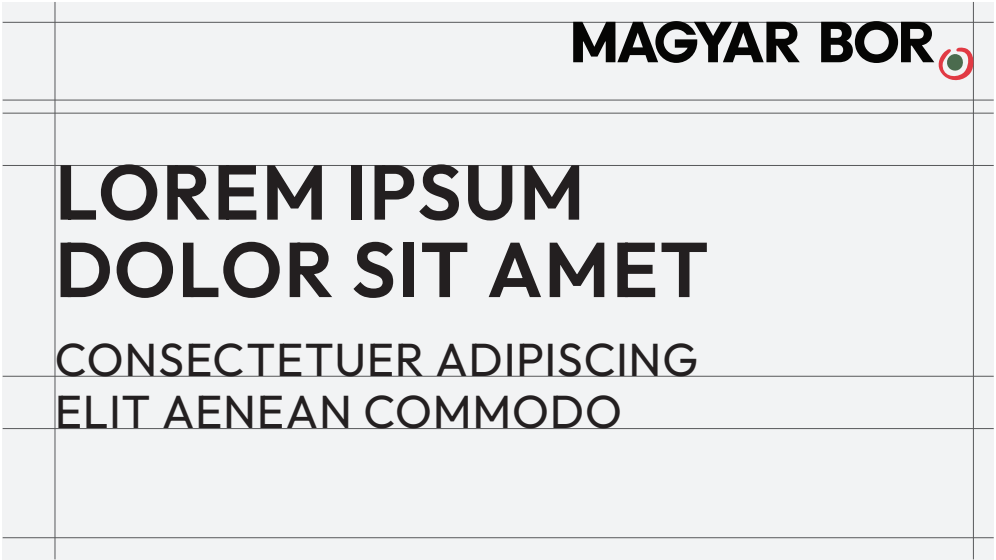
Minden sablon két alapsnippetet tartalmaz, amelyek az elrendezés, a tipográfia és a színhasználat tekintetében is követik az arculati alapelveket. Ezek az oldalak önállóan is használhatók, vagy szükség szerint kiegészíthetők extra tartalmakkal.

További dia vagy szövegcentrikus tartalom hozzáadásakor mindig a letisztult, jól strukturált elrendezés élvezzen elsőbbséget. A vizuális hierarchiát meg kell őrizni, az információk áttekinthetőségét szem előtt tartva.

Az előadások során kizárólag a márka által jóváhagyott színpaletta használható. Egyedi színek, dekoratív grafikák vagy a meghatározott arculati rendszeren kívül eső elemek alkalmazása nem megengedett.

A sablonok célja, hogy elősegítsék a világos, hatékony kommunikációt, miközben biztosítják a márka vizuális egységességét minden prezentációs felületen.

2.3.3.



3.0.

MERCHANDISING
ANYAGOK









MAGYAR BOR. MAGYAR BOR. MAGYAR BOR. MAGYAR BOR. MAGYAR BOR. MAGYAR BOR.

MAGYAR **MAGYAR BOR.** MAGYAR BOR. MAGYAR BOR. MAGYAR BOR.

MAGYAR BOR. MAGYAR BOR. MAGYAR BOR. MAGYAR BOR. MAGYAR BOR. MAGYAR BOR.

MAGYAR BOR. MAGYAR BOR. MAGYAR BOR. MAGYAR BOR. MAGYAR BOR.

MAGYAR BOR. MAGYAR BOR. MAGYAR BOR. MAGYAR BOR. MAGYAR BOR. MAGYAR BOR.

MAGYAR BOR. MAGYAR BOR. MAGYAR BOR. MAGYAR BOR. MAGYAR BOR.

MAGYAR BOR. MAGYAR BOR. MAGYAR BOR. MAGYAR BOR.

MAGYAR BOR. MAGYAR BOR. MAGYAR BOR. MAGYAR BOR.

MAGYAR BOR. MAGYAR BOR. MAGYAR BOR. MAGYAR BOR.



4.0.

LOGÓ ÉS BORVIDÉKEK



Logó

A Magyar Bor logó egységes kialakítású, és lehetőséget biztosít arra, hogy borvidéki megnevezés kerüljön alá kisebb méretben elhelyezve.

Ez az elrendezés biztosítja a vizuális hierarchia és a márkaculat konzisztenciájának megtartását, miközben világos és rendezett módon jeleníti meg a regionális hovatartozást.

MAGYAR BOR 
BALATON WINE REGION

MAGYAR BOR 
BALATON WINE REGION

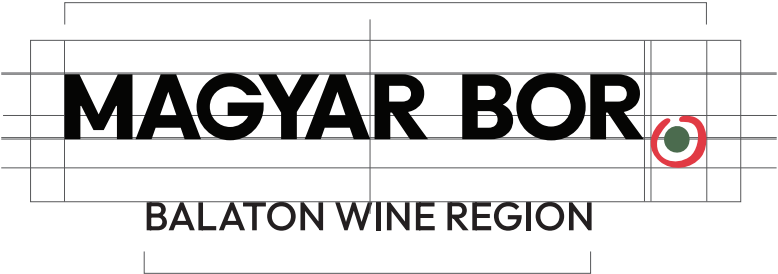
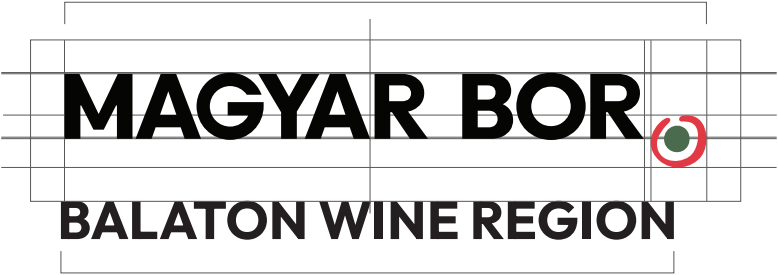
4.0.1.

4.0.2.

Logó – szabad terület

A logó körüli szabad terület egy kijelölt zóna, amely biztosítja, hogy a logó vizuálisan elkülönüljön, és ne zavarják más elemek. E területen nem helyezhető el szöveg, grafika vagy bármilyen egyéb vizuális elem, hogy megmaradjon a logó jól olvashatósága és azonnali felismerhetősége.

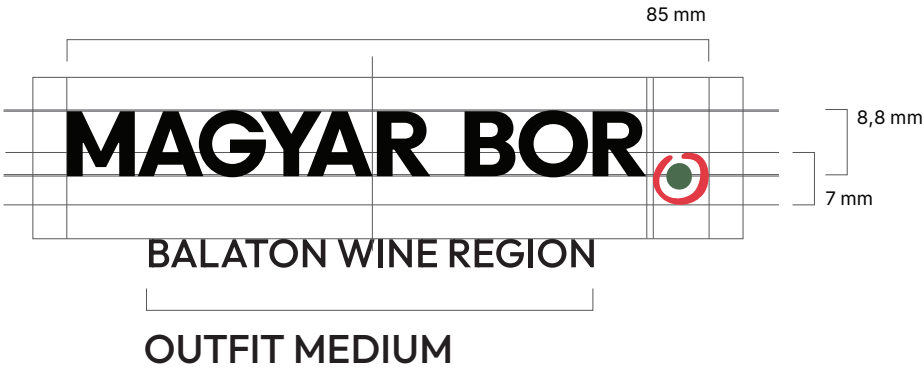
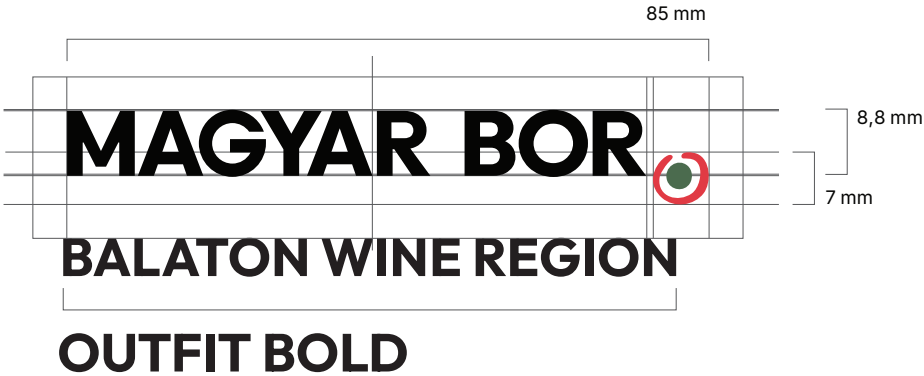
A szabad terület mérete a logó arányai alapján kerül meghatározásra, így minden felhasználási környezetben következetes megjelenést garantál.



Logó – minimális méret

A logó minimális méretének meghatározása kulcsfontosságú az olvashatóság és a vizuális hatékonyság megőrzése érdekében minden felületen és alkalmazásban. Ez a méret garantálja, hogy a logó részletei tisztán kivehetők maradjanak, és a márka felismerhetősége ne sérüljön.

A logó a regionális megnevezéssel együtt, két sorba rendezve jelenik meg: a Magyar Bor felirat fent, a borvidék neve pedig alatta, vékonyabb betűsúllyal. Ez a kialakítás vizuálisan kiegyensúlyozottabb elrendezést eredményez, elkerülve a tömör, túlszűfolt megjelenést. A finomabb betűsúly segíti a kompozíció nyitottságát és átláthatóságát, miközben megtartja az arculati egységet.



MAGYAR BOR 

DUNA BORRÉGIÓ

MAGYAR BOR 

FELSŐ-MAGYARORSZÁG BORRÉGIÓ

MAGYAR BOR 

FELSŐ-PANNON BORRÉGIÓ

MAGYAR BOR 

PANNON BORRÉGIÓ

MAGYAR BOR 

TOKAJI BORRÉGIÓ

MAGYAR BOR 

BALATON BORRÉGIÓ

MAGYAR BOR 

DUNA BORRÉGIÓ

MAGYAR BOR 

FELSŐ-MAGYARORSZÁG
BORRÉGIÓ

MAGYAR BOR 

PANNON BORRÉGIÓ

MAGYAR BOR 

FELSŐ-PANNON BORRÉGIÓ

MAGYAR BOR 

TOKAJI BORRÉGIÓ

**BRANDBOOK
2025**



EGÉSZSÉGÜNKRE!