

Załącznik nr 2

BRANDBOOK PODOPHARM

1. Misja

PODOPHARM® jest polską marką podologiczną (2014), której misją jest transfer innowacyjnych rozwiązań na potrzeby rozwoju podologii w kraju i na świecie. To miejsce, w którym nauka spotyka się z naturą. Marka powstała z prawdziwej pasji i przekonania o dobroczynnej mocy natury, a także chęci dzielenia się tym, co najlepsze. PODOPHARM® jest synonimem produktów stworzonych na bazie innowacyjnych, naturalnych składników wysokiej jakości, w pełni bezpiecznych. Oferuje wyjątkowe produkty dla wymagających paznokci, stóp, dłoni i ciała; zarówno do prowadzenia terapii podologicznych w gabinecie, jak również ich kontynuacji w domu oraz codziennej, prewencyjnej pielęgnacji m.in. u diabetyków/kobiet w ciąży.

2. Wartości

- **Profesjonalizm i bezpieczeństwo** — produkty tworzone są we współpracy z podologami, dermatologami, ośrodkami badawczymi, a także specjalistami z różnych dziedzin nauki. Posiadają stosowną dokumentację i badania, wymagane przez prawo, co gwarantuje pełne bezpieczeństwo ich użycia. Producent chętnie dzieli się tą wiedzą w zakresie, który nie niesie ryzyka np. naruszenia tajemnicy produkcji, firmy lub przewagi konkurencyjnej.
- **Innowacja i jakość** — produkty cechują unikalne receptury, składniki najwyższej jakości (np. organiczne oleje, masła, ekstrakty roślinne), również opatentowane rozwiązania.
- **Zdrowie i komfort** — troska o zdrowie stóp, paznokci, skóry; pomoc przy typowych problemach: grzybica, brodawki wirusowe, łuszczyca, dermatozy, zrogowacenia, pękające pięty, wrastające paznokcie, onycholiza etc.
- **Dostępność i profesjonalizm dla gabinetów** — produkty skierowane do podologów, kosmetologów, specjalistów pracujących w gabinetach, ale też dla klientów indywidualnych, chcących kontynuować terapię w domu.
- **Dystrybucja** — produkty są sprzedawane w systemie dystrybucji selektywnej, uregulowanym przez stosowne umowy.

3. Logo marki

Logo marki PODOPHARM® jest zarejestrowanym znakiem towarowym słowno-graficznym (numer prawa wyłącznego R.271422) prawnie chronionym.

- Logo powinno być prezentowane w niezmienionej formie (materiały tradycyjne - papier, digital, nośniki zewnętrzne): kolory (biel, czerni), proporcje, czcionka/font.
- Nie wolno zmieniać kolorystyki, proporcji ani dodawać efektów.

~~PODOPHARM®~~

NIE zmieniaj typografii

~~PODOPHARM®~~

NIE zmieniaj zasad doboru kolorystycznego

~~PODOPHARM®~~

NIE zmieniaj proporcji znaku

~~PODOPHAR~~

NIE usuwaj elementów znaku

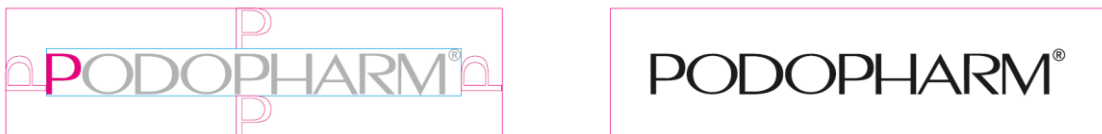
- Nie wolno umieszczać logo na tle intensywnych motywów graficznych – zalecane jest białe tło.



- Minimalna wielkość aplikacji logo: 4,5 mm wys. w druku / 60 px wys. w digitalu.



- Pole ochronne logo równe jest wysokości liter w logotypie.



4. Styl wizualny

- Minimalistyczny, czysty, elegancki, „medyczny” z nutą naturalności, który dobrze współgra z pozycjonowaniem PODOPHARM® jako profesjonalnej marki podologicznej z naturalnymi składami produktów.
- Grafiki i zdjęcia profesjonalne, z czystym tłem, naturalne światło, prezentujące skórę, stopy, dłonie — bez nadmiernej stylizacji, z troską o zdrowie i skuteczność.
- Elementy brandowe (logo, kolorystyczne akcenty) subtelne, ale czytelne.
- Grafiki edukacyjne do produktów i wartość (np. ikony cech, wskazania użycia).
- Unikać „krzykliwych” promocji wizualnych – komunikacja powinna być profesjonalna, nie nachalna.

5. Sposób prezentacji produktu i informacji produktowej w materiałach graficznych/reklamach.

Dla spójności wizerunkowej producent zaleca stosowanie dostarczonych przez niego materiałów graficznych.

Packshoty - zdjęcia produktowe/mockupy produktowe PODOPHARM® mają być aktualne, wiernie i estetycznie prezentować produkt, podkreślając jego naturalny skład, właściwości terapeutyczno-pielęgnacyjne, specjalistyczne przeznaczenie. Tło jednolite, preferowane białe/czarne/neutralne.

- Produkt zawsze pokazany w całości, bez przycięć.
- Etykieta czytelna i skierowana do odbiorcy.
- Elementy roślin, natury, zdrowej skóry dłoni, stóp, paznokci.
- Produkty PODOPHARM® nie mogą być zestawiane w tzw. sety sprzedażowe z produktami konkurencyjnych firm.

Opis produktu powinien bazować na informacjach dostarczonych przez producenta:

- zawierać aktualne INCI, składniki aktywne, ich działanie, przeznaczenie produktu, life hacki, sposób użycia

Link do zdjęć produktowych / logo + księga znaku / projektów kartoników oraz etykiet /

→ <https://tinyurl.com/podopharm>

6. Ekspozycja produktów u Autoryzowanego Dystrybutora Hurtowego, prowadzącego sprzedaż produktów w siedzibie (regały, oświetlenie)

- Regały czyste, minimalistyczne, nowoczesne.
- Kolorystyka regałów: biały/naturalny + akcenty z palety PODOPHARM® ; lakierowane płyty, szkło, metal malowany proszkowo.
- Wykończenie schludne, bez nadmiernych ozdóbek.
- Punktowe, neutralne białe światło skierowane na produkty.
- Produkty ustawione równo, z frontem w jednej linii.
- Produkty PODOPHARM® nie mogą być ustawione z produktami konkurencyjnych firm.
- Na wysokości wzroku – produkty flagowe.
- Brak pustych miejsc – w razie braku towaru półka powinna wyglądać estetycznie (zaleca się rozsuniecie towaru).

W przypadku wszelkich wątpliwości, pytań o produkty, grafiki, zdjęcia prosimy o kontakt: mailowy na: marketing@podopharm.pl/ tel. 661 242 497