

AUTO HRVATSKA BRAND BOOK

DODATAK

2025

UVOD

U skladu s usvojenom komunikacijskom strategijom Poslovne grupe Auto Hrvatska, izrađuje se dodatak aktualnom Brand Booku s ciljem usklađivanja vizualnih i komunikacijskih standarda s novim strateškim smjerom.

Prema provedenoj analizi ključna konkurentska prednost koja Auto Hrvatsku izdvaja od konkurencije je njezina bogata tradicija.

S ciljem isticanja ove posebitosti i prednosti odabran je komunikacijski smjer koji stavlja naglasak na dugotrajnu prisutnost i pouzdanost Poslovne grupe na tržištu.

Dodatak definira konkretne promjene i dopune koje je potrebno implementirati u postojeće vizualne i komunikacijske standarde, a služi kao referentni dokument za sve uključene u implementaciju nove komunikacijske strategije.



LOGO

Osnovni logotip ostaje nepromijenjen. Zadržava se u svim oblicima interne i eksterne komunikacije bez izmjena u konstrukciji, bojama ili definiranim zaštitnim zonama.

AUTOHRVATSKA



Specifična ukošena konstrukcija slovnog znaka A baza je logotipa.

Ukošena konstrukcija simbolizira pokret, ambiciju, razvoj i konkurentnost — vrijednosti koje je Auto Hrvatska kao subjekt uspješno promovirala u posljednjih 70 godina i nastavlja promovirati u budućnosti.

LOGO
OSNOVNI

Osnovi logotip bez komunikacijskih dodataka koristi se u većini slučajeva, posebno kod aplikacija na manje dimenzije.

AUTOHRVATSKA



LOGO+
LINEA ELEMENT

Linea ostaje sastavni dio vizualnog identiteta. Može se koristiti samostalno ili u kombinaciji s logotipom, ovisno o kontekstu i dizajnerskom rješenju.

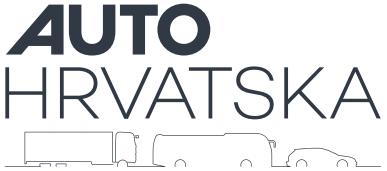




LOGO
VERTIKALNI

Kod specifičnih situacija, malog raspoloživog prostora ili ekstremno vertikalnog prostora, dopušteno je korištenje vertikalne verzije logotipa u prikazanim kombinacijama.





LOGO
ČLANICE

Logotipi članica ostaju neizmijenjeni. Svaka članica koristi vlastiti logotip temeljen na zajedničkoj osnovi vizualnog identiteta Grupe.

Kada god je moguće, u oglasima se uz logo članice dodaje i logotip ili tekstualna oznaka “Auto Hrvatska” radi jačanja zajedničkog identiteta.

MAN

AUTO HRVATSKA PSC

AUTO HRVATSKA AUTOMOBILI

AUTO TANGENTA

AUTO HRVATSKA IMPORTER

AUTO HRVATSKA MOBILITY

KAM i BUS d.o.o.

KAM i BUS
IMPORTER

KAM in BUS
IMPORTER

KAMION
IMPORTER

LOGO
ZAŠTIĆENO PODRUČJE

Zaštićeno područje oko logotipa definira prazan prostor koji služi odvajanju logotipa od drugih elemenata.

Zaštićeno područje Auto Hrvatska logotipa definirano je visinom/širinom slovnog znaka “O” osnovnog logotipa.



LOGO
MINIMALNA VELIČINA

Minimalna veličina definira najmanje dimenzije logotipa u različitim medijima.

Prikazana je minimalna veličina posebno za tiskane te posebno za digitalne medije. Na ovim veličinama svi elementi logotipa još su uvijek čitljivi.













LOGO
KOLOR VERZIJE

Prikazane su dodatne kolor verzije logotipa koje je moguće koristiti ovisno o boji podloge ili materijalu na koji se logotip aplicira.

AUTOHRVATSKA

AUTOHRVATSKA

AUTOHRVATSKA

AUTOHRVATSKA

AUTOHRVATSKA

AUTOHRVATSKA

AUTOHRVATSKA

AUTOHRVATSKA

LOGO
POZADINE

Logotip je moguće koristiti na različitim obojenim podlogama u prikazanim kolornim kombinacijama.

Prikazane kombinacije ostvaruju jasan kontrast s podlogom.



PRIMARNA **BOJA**

Primarna i sekundarne boje ostaju nepromijenjene.

Auto Hrvatska koristi anthracit grey kao primarnu boju koja simbolizira profesionalnost i tehnološku naprednost subjekta.

Prikazane su vrijednosti boje unutar različitih profila i sustava boja — CMYK sustav za tisak, RGB za digitalni/ekranski prikaz, HEX sustav za web te standardizirani Pantone kod.

ANTHRACIT

C 76%
M 63%
Y 50%
K 50%

R 55
G 60
B 70

HEX
373C46

PANTONE 432C

SEKUNDARNE **BOJA**

Auto Hrvatska koristi vibrantne tonove plave te dodatnu sivu kao sekundarne boje koje nadopunjuju primarnu i dodatno komuniciraju stručnost, stabilnost i povjerenje.

Prikazane su vrijednosti boje unutar različitih profila i sustava boja — CMYK sustav za tisak, RGB za digitalni/ekranski prikaz, HEX sustav za web te standardizirani Pantone kod.

DARK BLUE	**LIGHT BLUE**	**TECH GREY**
C 100% M 65% Y 0% K 15%	C 100% M 0% Y 0% K 0%	C 37% M 23% Y 23% K 3%
R 0 G 83 B 153	R 0 G 174 B 239	R 170 G 180 B 185
HEX 005399	HEX 1EAEEF	HEX AAB4B9
PANTONE 287C	PANTONE 287C PROCESS CYAN C	PANTONE 429C

KLJUČNA **PORUKA**

“Oduvijek s vama” je nova korporativna poruka Poslovne grupe Auto Hrvatska.

Poruka ima isključivo korporativni karakter i koristi se u komunikaciji Grupe. Koristi se uz logotip i druge brend elemente gdje je to prikladno.

Članice nisu obvezne koristiti poruku u svojoj individualnoj komunikaciji.

Prethodne poruke, uključujući “Vaš pouzdan partner” i “Vaš pouzdan odabir”, prestaju se koristiti i uklanjaju se iz svih budućih materijala.

Oduvijek s vama

Oduvijek s vama

KORPORATIVNE **PORUKE**

TRADICIJA

Auto Hrvatska, širinom portfelja, iskustvom i kompetentnošću svojih ljudi, te dugovječnošću na domaćem i regionalnom tržištu sinonim je za sve što se vezuje uz cestovna vozila i njihovo održavanje.

Auto Hrvatska predstavlja 75 godina iskustva i stručnosti, pouzdanih partnerstava, financijske stabilnosti i predvodništva u industriji.

Kvaliteta usluge plod je tradicije, profesionalnosti, stručnosti i marljivog rada naših zaposlenika. Kompetentnost i kvaliteta su temelj našeg uspjeha i zahvaljujući njoj trajemo već 75 godina.

SVE NA JEDNOM MJESTU

Auto Hrvatska nudi cjelovito rješenje – od prodaje i financiranja, osiguranja, do servisa i postprodajne podrške.

Naš široki portfelj proizvoda i usluga omogućuje nam da svakom kupcu pružimo optimalno rješenje prilagođeno njegovim potrebama.

S mrežom prodajno-servisnih centara diljem Hrvatske uvijek smo na dohvat ruke – gdje god se nalazili, Auto Hrvatska je tu za vas.

FINANCIJSKA STABILNOST

Auto Hrvatska je sinonim za financijsku stabilnost i dugoročni rast, već 75 godina predvodimo autoindustriju.

Auto Hrvatska je sinonim za dugoročnu financijsku stabilnost, održivi rast i strateški razvoj, što nas čini pouzdanim partnerom već 75 godina.

Dugogodišnja stabilnost i kontinuirani rast čine Auto Hrvatsku sigurnim poslovnim okruženjem za investitore, zaposlenike i partnere.



FOTOGRAFIJE

Fotografski sadržaji stavljaju fokus na svakodnevne situacije, ljude i emocije. Vozila se prikazuju posredno, kao dio konteksta, a ne kao primarni motiv.

















PRIMARNA
TIPOGRAFIJA

Primarna tipografija ostaje Campton te se koristi u svim komunikacijskim materijalima.

Campton Black

ABCČĆDĐEFGHIJKLMNOPRSŠTUV ZŽabcčćdđefghijklmnoprsštuvzž 123456789!#%&?/

Campton Medium

ABCČĆDĐEFGHIJKLMNOPRSŠTUVZ Žabcčćdđefghijklmnoprsštuvzž 123456789!#%&?/

Campton Book

ABCČĆDĐEFGHIJKLMNOPRSŠTUVZ Žabcčćdđefghijklmnoprsštuvzž 123456789!#%&?/

Campton Book

ABCČĆDĐEFGHIJKLMNOPRSŠTUV ZŽabcčćdđefghijklmnoprsštuvzž 123456789!#%&?/

Campton Semibold

ABCČĆDĐEFGHIJKLMNOPRSŠTUVZ Žabcčćdđefghijklmnoprsštuvzž 123456789!#%&?/

Campton Light

ABCČĆDĐEFGHIJKLMNOPRSŠTUV ZŽabcčćdđefghijklmnoprsštuvzž 123456789!#%&?/

Campton geometrijska sans-serif tipografija službeno je pismo vizualnog identiteta. Maksimalna upotrebljivost ove tipografije, velik broj rezova i odlična čitljivost čak i na minimalnim veličinama omogućuje korištenje ove tipografije kroz cijeli vizualni identitet i kroz sve medije — tiskane i digitalne.

Campton tipografija sadrži alternativne simbole, ligature, ikone te druge mikro-tipografske karakteristike koje osiguravaju širinu i razvoj vizualnog identiteta kroz brojne medije i materijale.

SEKUNDARNA
TIPOGRAFIJA

Arial je sekundarna tipografija koja se koristi u slučajevima kada tehničke okolnosti ili platforma ne omogućava korištenje primarne tipografije — Microsoft Office dokumenti koje kruže između različitih korisnika i platforma, mail potpis i slično.

Arial Bold

ABCČĆDĐEFGHIJKLMNOPRSŠTUVZŽ abcčćdđefghijklmnoprsštuvzž 123456789!#%&?/

Arial Regular

ABCČĆDĐEFGHIJKLMNOPRSŠTUVZŽ abcčćdđefghijklmnoprsštuvzž 123456789!#%&?/

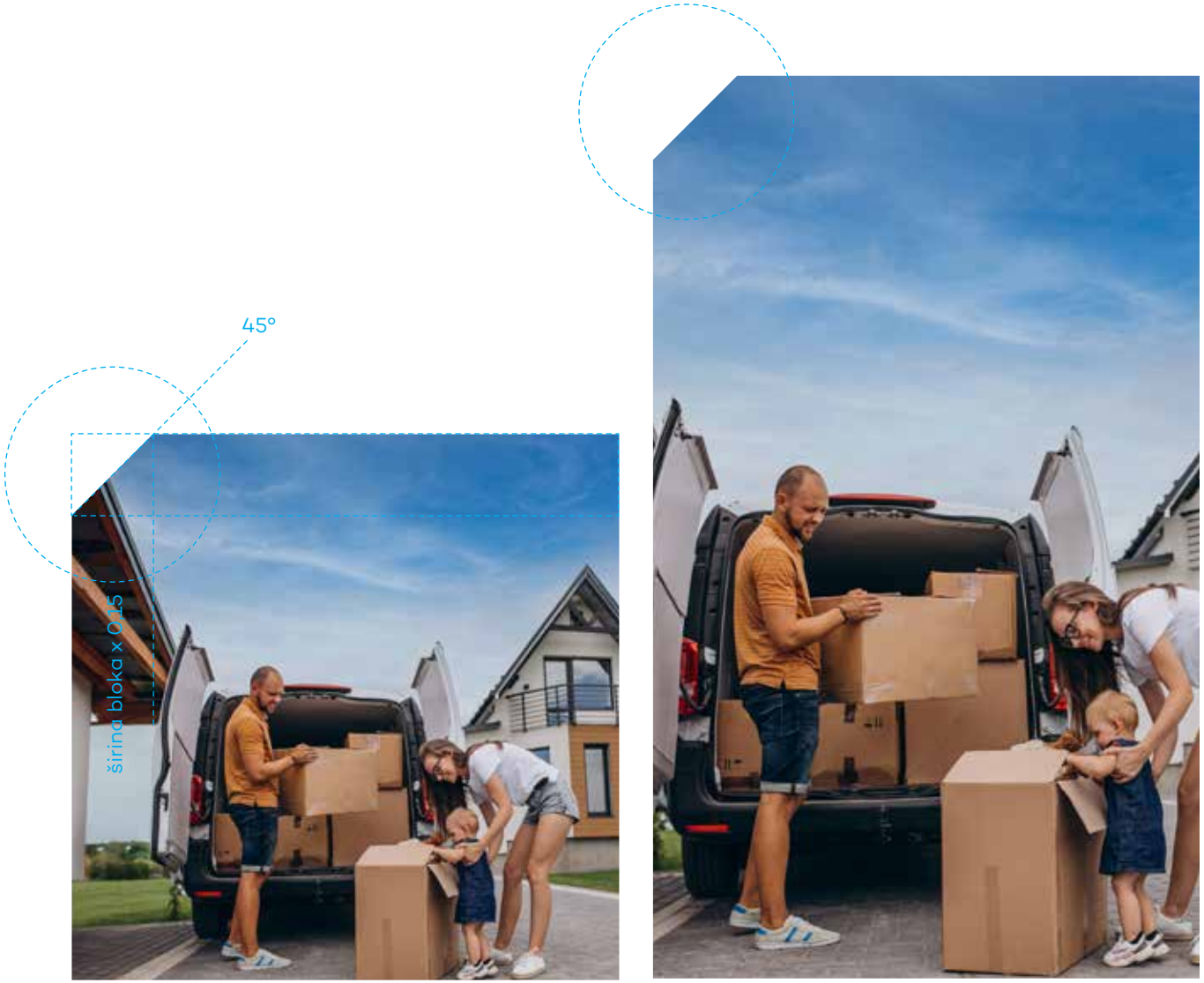
BLOK

Element „blok“ koristi se kao integralni dio svih grafičkih rješenja.

U novoj komunikaciji dodatno naglašava identitet branda i vizualnu dosljednost.

Konstrukcija bloka definira se jednostavnom metrikom.

Rez se postavlja pod kutem od 45 stupnjeva. Područje reza definira se množenjem širine ukupnog bloka s faktorom 0,15 što predstavlja 15% širine bloka.



OGLAŠAVANJE

Prikazi novih primjera oglasnih vizuala u skladu s novom porukom i fokusom na ljudsku komponentu, svakodnevicu i prisutnost Auto Hrvatske.

U skladu s porukom korporativni oglasi i ostali marketinški materijali ističu ljudski element, svakodnevne trenutke, emocionalnu bliskost i prisutnost Auto Hrvatske u svakodnevnom životu korisnika.

Poruka
FONT: Campton Bold, 132 pt

Auto Hrvatska logo + linea
288 px širina
Proporcionalno prilagoditi ovisno o dimenziji vizuala.

Bedž prave vrijednosti
240 px širina
20° rotacija
Proporcionalno prilagoditi ovisno o dimenziji vizuala.

Sivi blok
1/3 širine oglasa,
1080x1080 px
Multiplay, 50% transparencija
CMYK 76 63 50 50
RGB 55 60 70

BIJELI BLOK
45°



SIVI BLOK
1/3

BEDŽ
NOVI BRAND ELEMENT

Bedž se uvodi kao novi grafički element korporativne komunikacije.

Koristi se u kombinaciji s logotipom i novom porukom, ili samostalno.







OGLAŠAVANJE

BILLBOARD / CITYLIGHT / PRINT







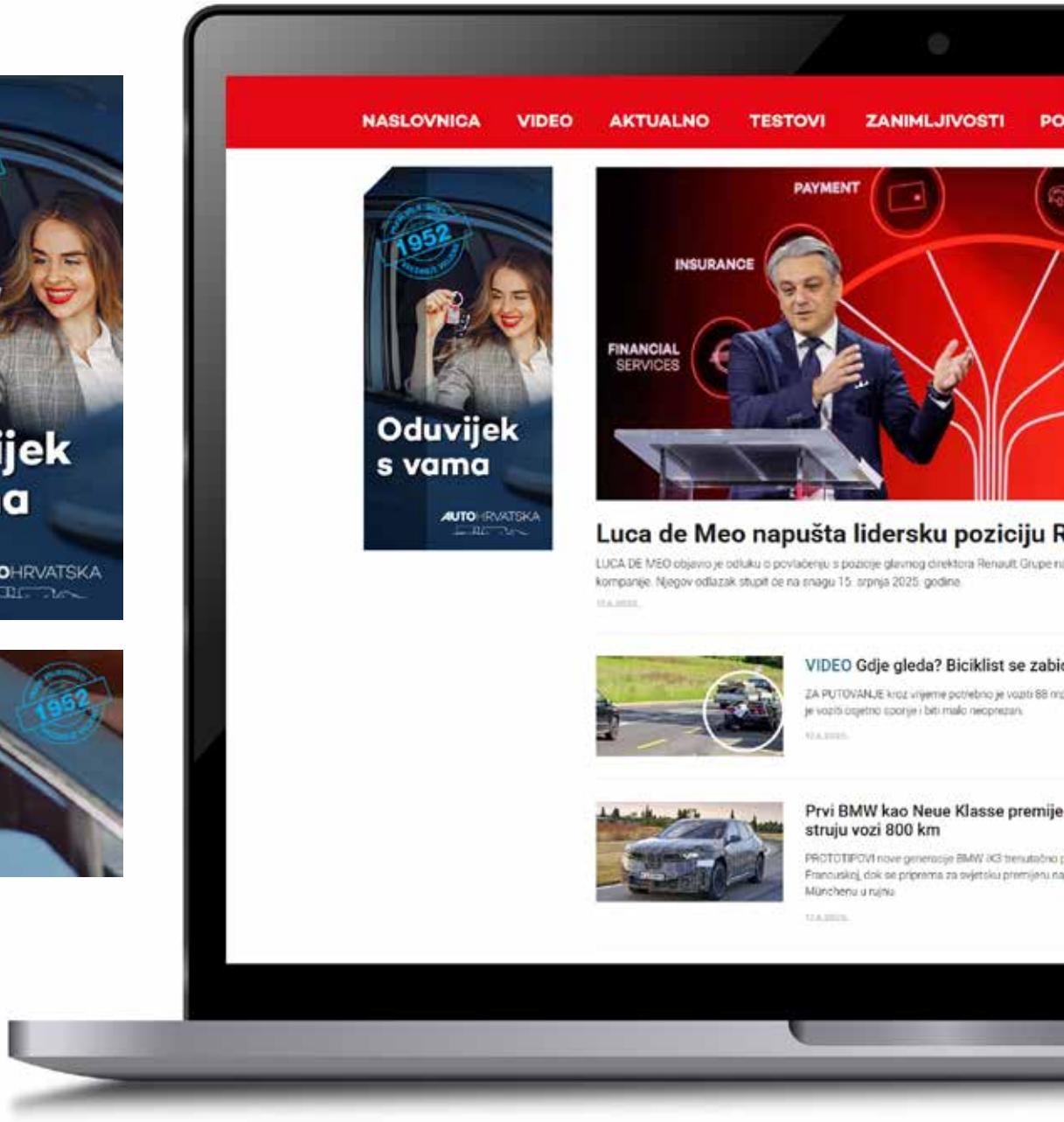
WEB
BANNER

Prikaz primjera vizuala u skladu s novom komunikacijskom strategijom.









WEB
STRANICA













SOCIAL
MEDIA



SOCIAL **MEDIA**
FACEBOOK / LINKEDIN / INSTAGRAM

Facebook



Linkedin



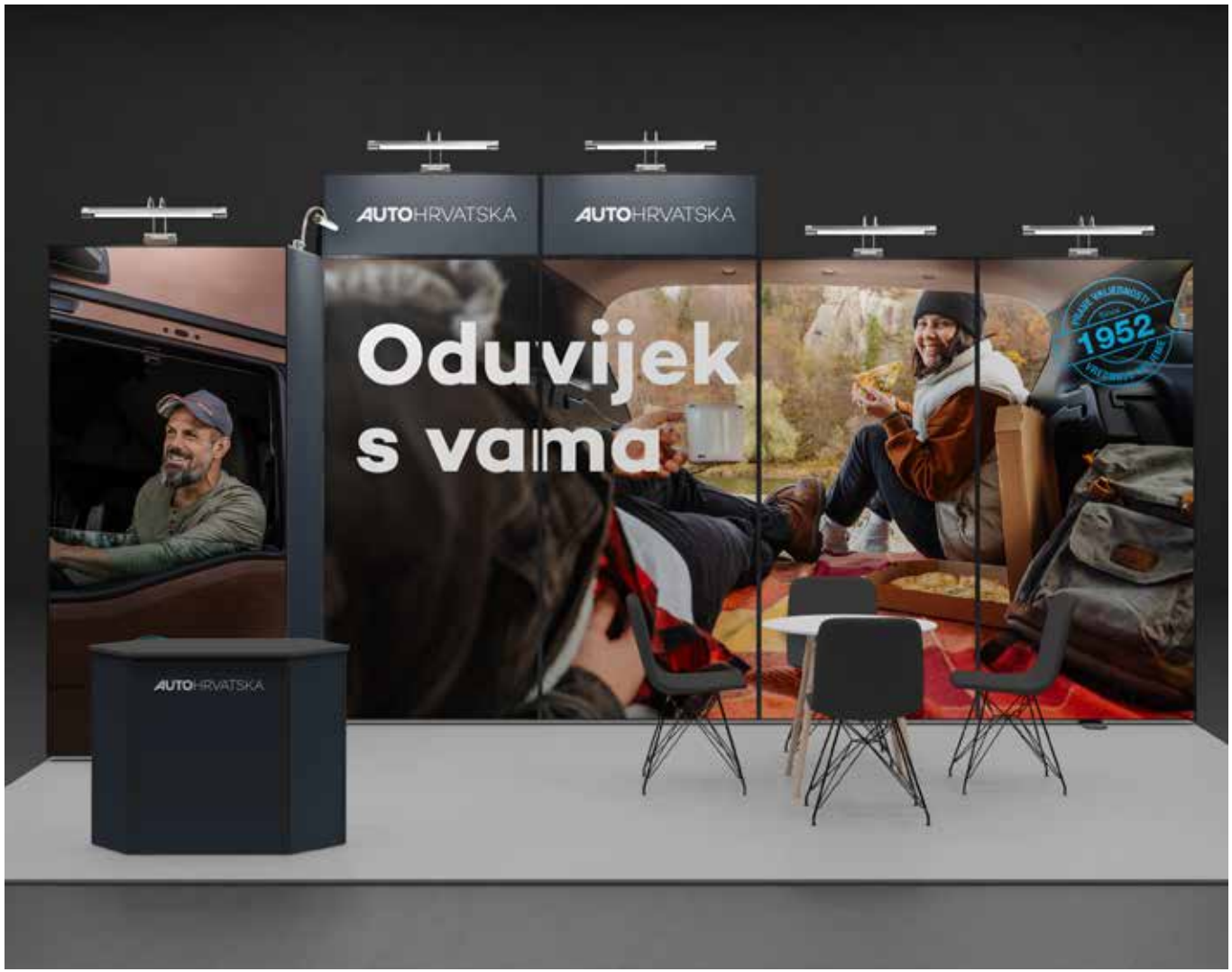
Instagram



SPONZORSTVA

Kod svih sponzorstava primjenjuje se osnovni logotip Auto Hrvatska.

Kada to nije moguće, koristi se logotip pojedine članice.



PR MATERIJALI

U svim medijskim objavama tvrtke se predstavljaju kao dio Poslovne grupe, uz formulaciju:

“Naziv tvrtke, koji/a posluju/e u sustavu Poslovne grupe Auto Hrvatska...”
Na kraju svake objave navodi se standardizirani opis Poslovne grupe.

Na kraju svake medijske objave navodi se standardizirani opis poslovne grupe:

Auto Hrvatska je najdugovječnija kompanija u autoindustriji na ovim prostorima i tržišni lider u prodaji i održavanju osobnih i gospodarskih vozila. S više od 800 zaposlenika Poslovna grupa posluje kroz 12 trgovačkih društava na 33 lokacije u Hrvatskoj, Sloveniji, Bosni i Hercegovini i Sjevernoj Makedoniji.

U segmentu osobnih vozila djeluje kroz tvrtku Auto Hrvatska Automobili specijaliziranu za prodaju i servisiranje osobnih i lakih gospodarskih vozila na osam lokacija diljem Hrvatske. Korisnicima su na raspolaganju ovlašteni prodajno-servisni centri marki Ebro, Dongfeng, Forthing, DFSK, BYD, Audi, Volkswagen, Volkswagen gospodarska vozila, Škoda, Peugeot, Mazda, Seat, Cupra, Renault, Dacia i Fiat Professional. U svim centrima djeluju i Auto Hrvatska centri rabljenih vozila.

U sklopu osobnog programa posluju tvrtka Auto Hrvatska Importer d.o.o., glavni uvoznik osobnih vozila marke Dongfeng, Forthing, DFSK i Ebro te lakih gospodarskih vozila marke DFSK i tvrtka Auto Hrvatska Mobility d.o.o. za usluge i trgovinu koja poslovnim korisnicima pruža usluge dugoročnog najma i ugovornog održavanja vozila, jedinstvenih usluga cjelovite skrbi o vozilima tokom višegodišnjeg razdoblja korištenja.

U segmentu gospodarskih vozila Auto Hrvatska drži vodeću tržišnu poziciju kao glavni uvoznik i serviser za marke MAN, Neoplan, Otokar i Ford Trucks. Uvoznik je Kässbohrer i Benalu poluprikolica, te ovlašteni distributer i serviser Isuzu vozila. Uz navedeno generalni je uvoznik i brodskih motora MAN.

Ponuda Auto Hrvatske obuhvaća i širok spektar rezervnih dijelova, guma, opreme, alata te dodatnih usluga poput financiranja, poslovanja s nekretninama i ugovaranja osiguranja – čime potvrđuje status pouzdanog i stručnog partnera u svim segmentima autoindustrije.



POSLOVNA
DOKUMENTACIJA

Memorandumi, posjetnice, e-mail potpisi
i mape ostaju nepromijenjeni.

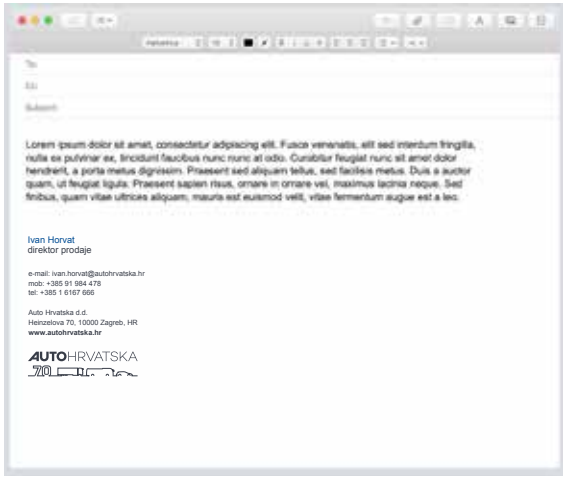












POSLOVNA **PREZENTACIJA**

Prezentacije ostaju nepromijenjene.
Potrebno je koristiti jubilarnu lineu 75 godina.









PROMO MATERIJALI

VREĆICE, KUTIJE, ZASTAVE I OZNAKE

Materijali ostaju nepromijenjeni.















EMPLOYER **BRANDING**

Fokus u komunikaciji je na stabilnosti, dugoročnom razvoju i stvarnom zaposleničkom iskustvu.

Korporativne poruke

Auto Hrvatska je mjesto gdje karijere ne samo da započinju – one traju.

Postani dio tima koji već 75 godina pokreće autoindustriju – nudimo stabilno zaposlenje, prilike za rast i rad s vodećim svjetskim brendovima.

Stabilnost i dugoročnost nisu samo dio našeg poslovanja, već i naše brige za zaposlenike – nudimo sigurno i perspektivno radno okruženje.

Raditi u Auto Hrvatskoj znači biti dio tima koji oblikuje budućnost autoindustrije.

#KARIJERE KOJE TRAJU

#KARIJERE KOJE TRAJU

#KARIJERE KOJE TRAJU

#KARIJERE KOJE TRAJU

OGLASI
ZA POSAO







1. Kategorije

Kategorije oglasa (npr. Nudimo ti, Glavni zadaci) su stalne i ne mijenjaju se.

Svaki oglas ima iste kategorije što omogućuje dosljednost i prepoznatljivost na razini cijele Poslovne grupe.

Unutar kategorija mijenja se isključivo sadržaj, odnosno tekst koji je vezan za konkretno radno mjesto.

Izuzetak je sadržaj kategorije “Nudimo ti” koja je jedinstvena i ujednačena kroz sve oglase, uz moguće prilagodbe vezane za specifičnosti određenog radnog mjesta.

2. Nazivi tvrtki

Naziv tvrtke se navodi samo u uvodnoj rečenici oglasa.

Izuzetak je tvrtka Auto Hrvatska d.d. koja se ne ističe u tekstu.

Ne koriste se dodatne oznake i logotipi tvrtki članica.

3. Ton obraćanja

U oglasima koji se odnose na radna mjesta rukovodeće ili menadžerske razine kandidatima se obraćamo na “Vi”.

U oglasima za ostale pozicije koristimo ton komunikacije na “ti”.

OGLASI ZA POSAO
Društvene mreže

1080x1080 px

Društvene mreže Poslovne grupe nisu primarni kanal za objavu oglasa za posao.

Na društvenim mrežama Grupe objavljuju se isključivo odabrani oglasi koji se odnose na radna mjesta za koja je potrebna dodatna promocija i povećana vidljivost.

Na društvenim mrežama obraćamo se publici na „ti". Ton komunikacije treba biti prijateljski, otvoren i profesionalan.

Objave koje se dijele na službenim profilima moraju sadržavati direktan link na oglas objavljen na službenoj web stranici karijera ili na portalu MojPosao.

Kod objavljivanja na LinkedInu, oglasi se ne objavljuju kao standardne LinkedIn objave (postovi), već se koriste specijalizirane LinkedIn Jobs platforme.

Svaka objava mora biti usklađena s vizualnim identitetom brenda.

Tekst objave treba biti kratak i jasan, informativan i pozivati na akciju.



OGLASI ZA POSAO
FOTOGRAFIJE

Fotografije stavljaju fokus na ljude u poslovnom okruženju. Prikazuju autentične, pozitivne i profesionalne trenutke rada, naglašavajući otvorenost, timski duh i pristupačnost.


















OGLASI ZA POSAO
Društvene mreže

1080x1080 px

naziv posla
FONT: Campton Bold, 42 pt

gradovi
FONT: Campton Book, 25 pt

