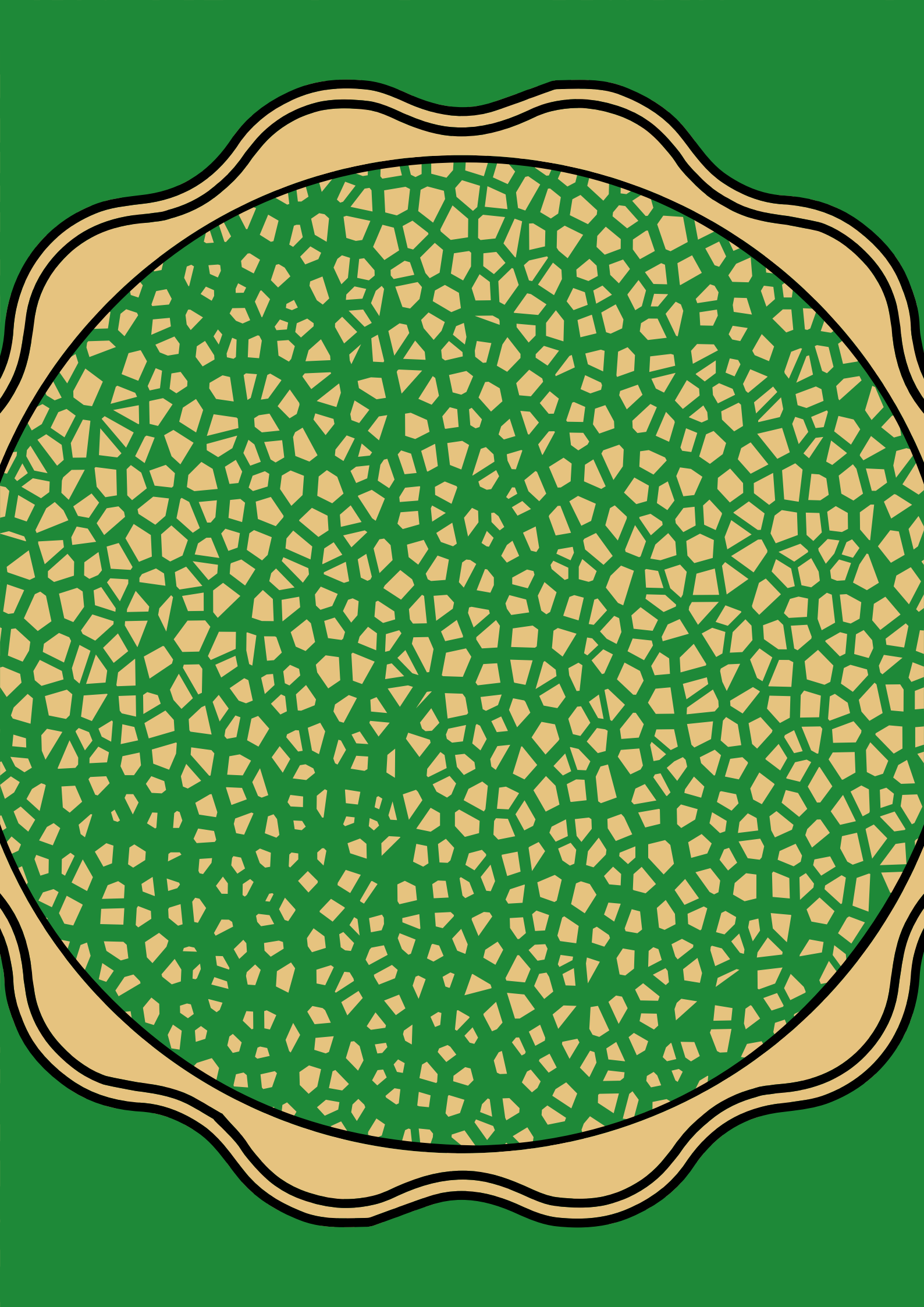




Руководство по использованию логотипа
и элементов фирменного стиля





Введение

В основе фирменного стиля лежат несколько базовых элементов: логотип, цвета, шрифт. Они служат отправной точкой при решении любых оформительских задач. Данное руководство – это инструкция по эксплуатации стиля.

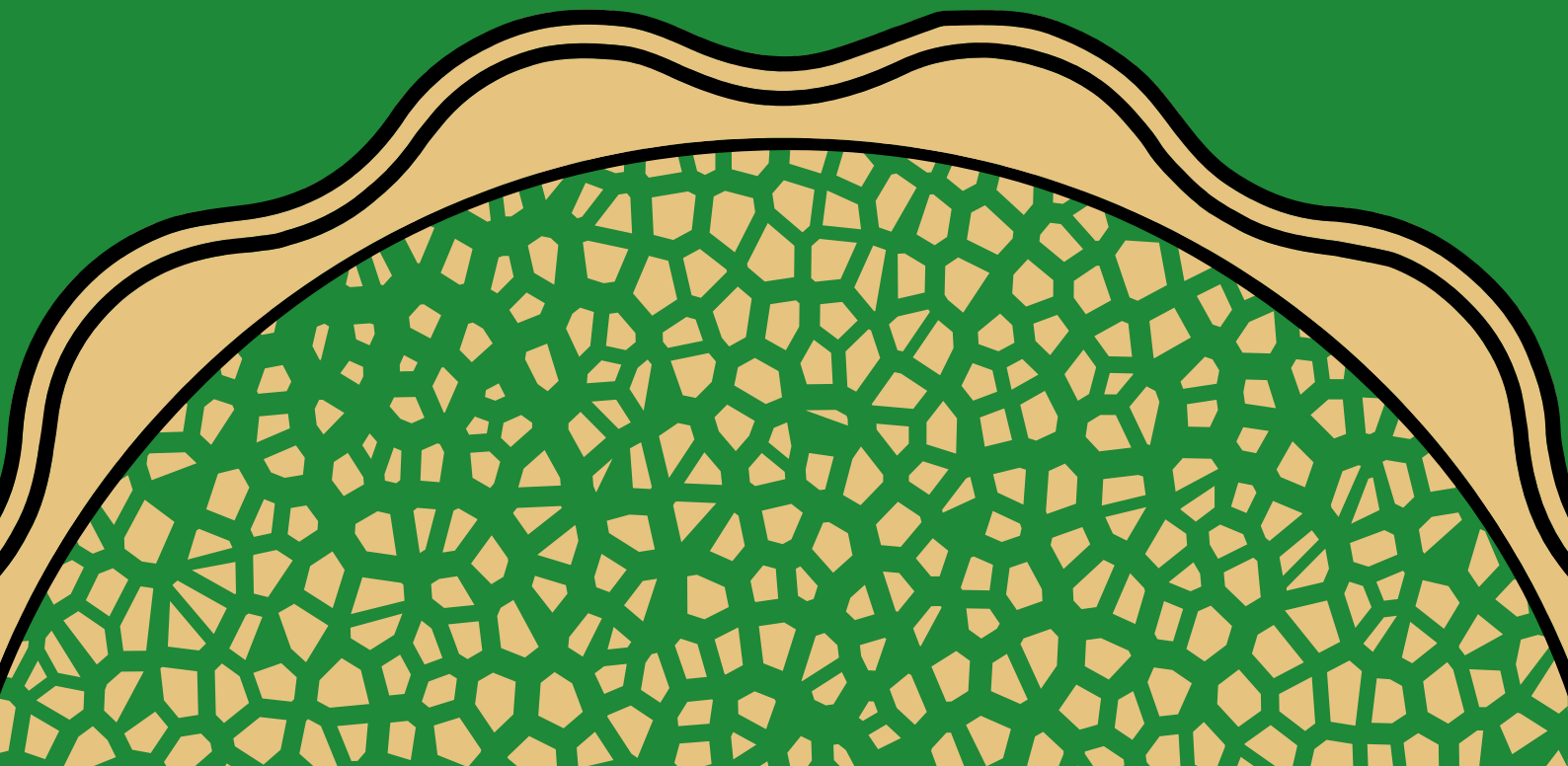
Оно позволяет следить за соблюдением выработанных стандартов, с которыми будут иметь дело сотрудники компании, дизайнеры и полиграфисты.

Изложенные здесь правила помогут им сделать работу корректно и качественно.



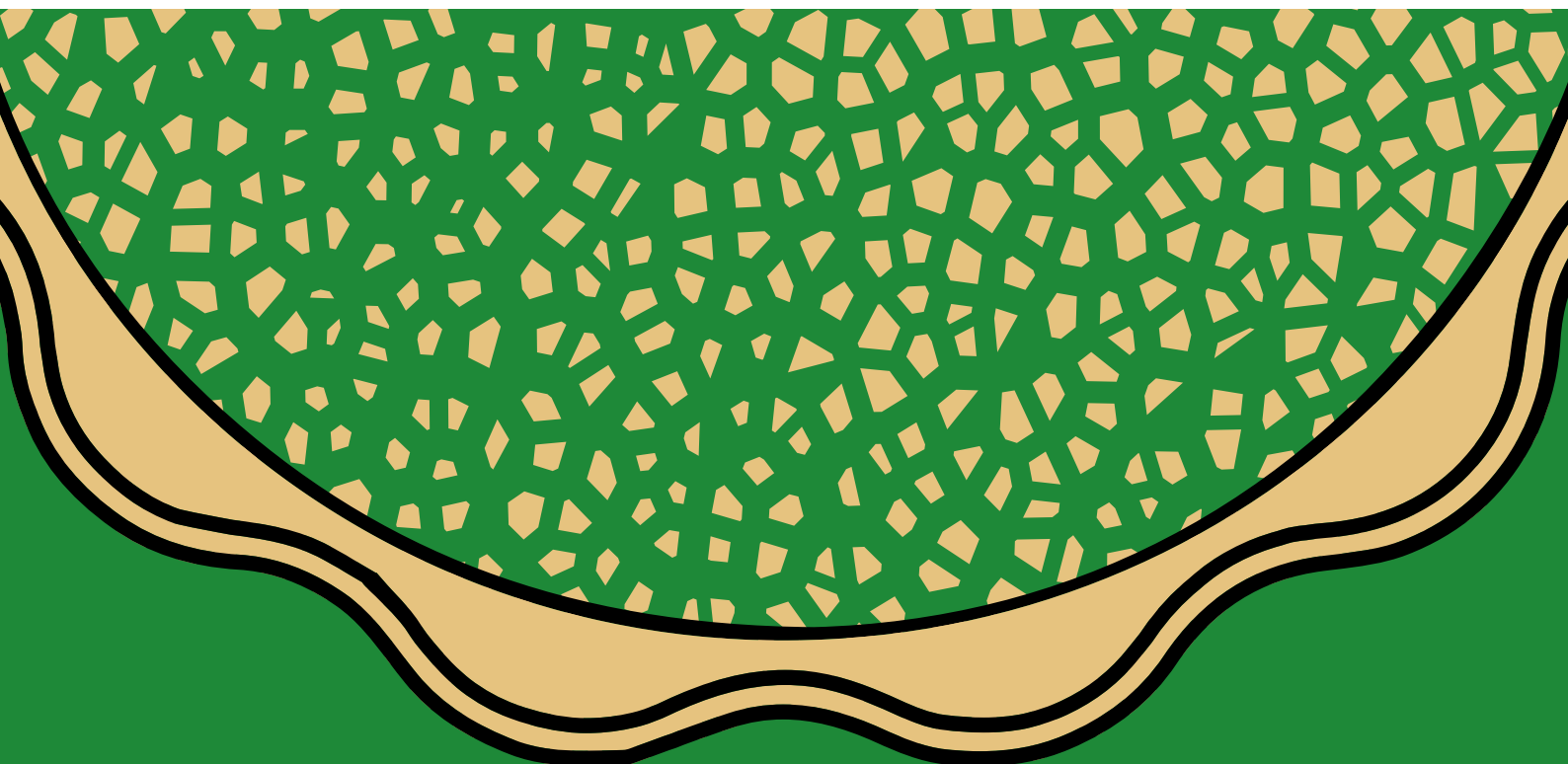
Содержание

01 Основные элементы фирменной айдентики	5
Логотип	
Логотип и минимальный размер	
Охранное поле логотипа	
Размещение логотипа	
Недопустимые изменения логотипа	
02 Цветовое воспроизведение логотипа	11
Основные цвета	
Дополнительные цвета	
Черно-белая версия логотипа	
03 Фирменный шрифт	15
04 Визуальная коммуникация бренда	17
Фирменная визитка	
Фирменная вывеска	
Фирменный автомобиль	
Фирменная футболка	
Фирменная посуда	



| 01 |

Основные элементы фирменной айдентики



Основные элементы фирменной айдентики

Логотип



Логотип – важнейшая составляющая нового фирменного стиля:
ключевой элемент визуальной коммуникации.

Существуют цветовые и композиционные сочетания графического
и текстового знаков, которые будут оговорены ниже.

Во всех случаях необходимо использовать логотип
из мастер-файлов, прилагающихся к данному руководству.

Основные элементы фирменной айдентики
Логотип и минимальный размер



Композиционно логотип представлен как единое целое, состоящее из двух элементов: стиливой графический знак и на нем размещается текстовый блок, состоящий из названия бренда



20 мм



25 мм

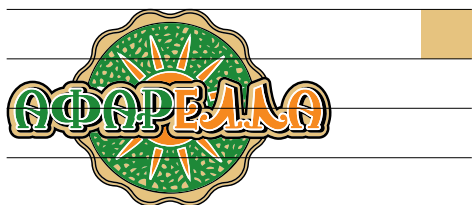
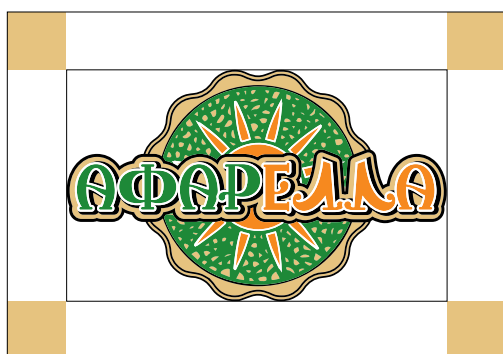


35 мм

Минимальная ширина логотипа без мелкой мозаики – 20 мм.
Минимальная ширина основного логотипа – 25 мм.
Делать его меньше можно, но нежелательно, даже на небольших форматах.
Необходимо следить за тем, чтобы не терялись все элементы логотипа.

Основные элементы фирменной айдентики Охранное поле логотипа

Для сохранения читабельности и ясности восприятия логотипа не желательно помещать какие-либо графические объекты в указанную свободную зону логотипа. Также рекомендуется учитывать свободную зону при размещении логотипа возле физической (край страницы) либо условной (сгиб страницы) границы носителя.

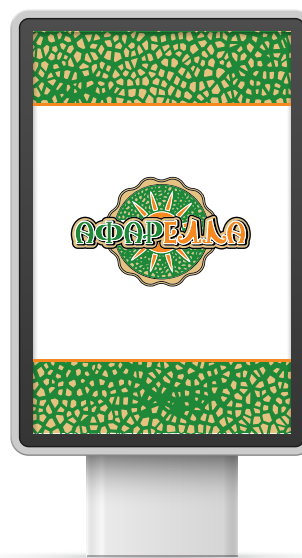


Размер охранного поля равен
1/4 высоте всего логотипа.



Основные элементы фирменной айдентики Размещение логотипа

Предпочтительно размещать логотип в левой или верхней части носителя.
Так же можно размещать логотип по центру. Расстояние определяется исходя из размера логотипа.



Основные элементы фирменной айдентики Недопустимые изменения логотипа



Нельзя менять
пропорции логотипа



Нельзя менять
цвет логотипа



Нельзя вращать
элементы логотипа



Нельзя применять
дополнительные
эффекты к элементам
логотипа



Нельзя деформировать
логотип



Нельзя вносить
нелинейные искажения
(наклон, перспектива
и т.д.).



Нельзя добавлять
обводку

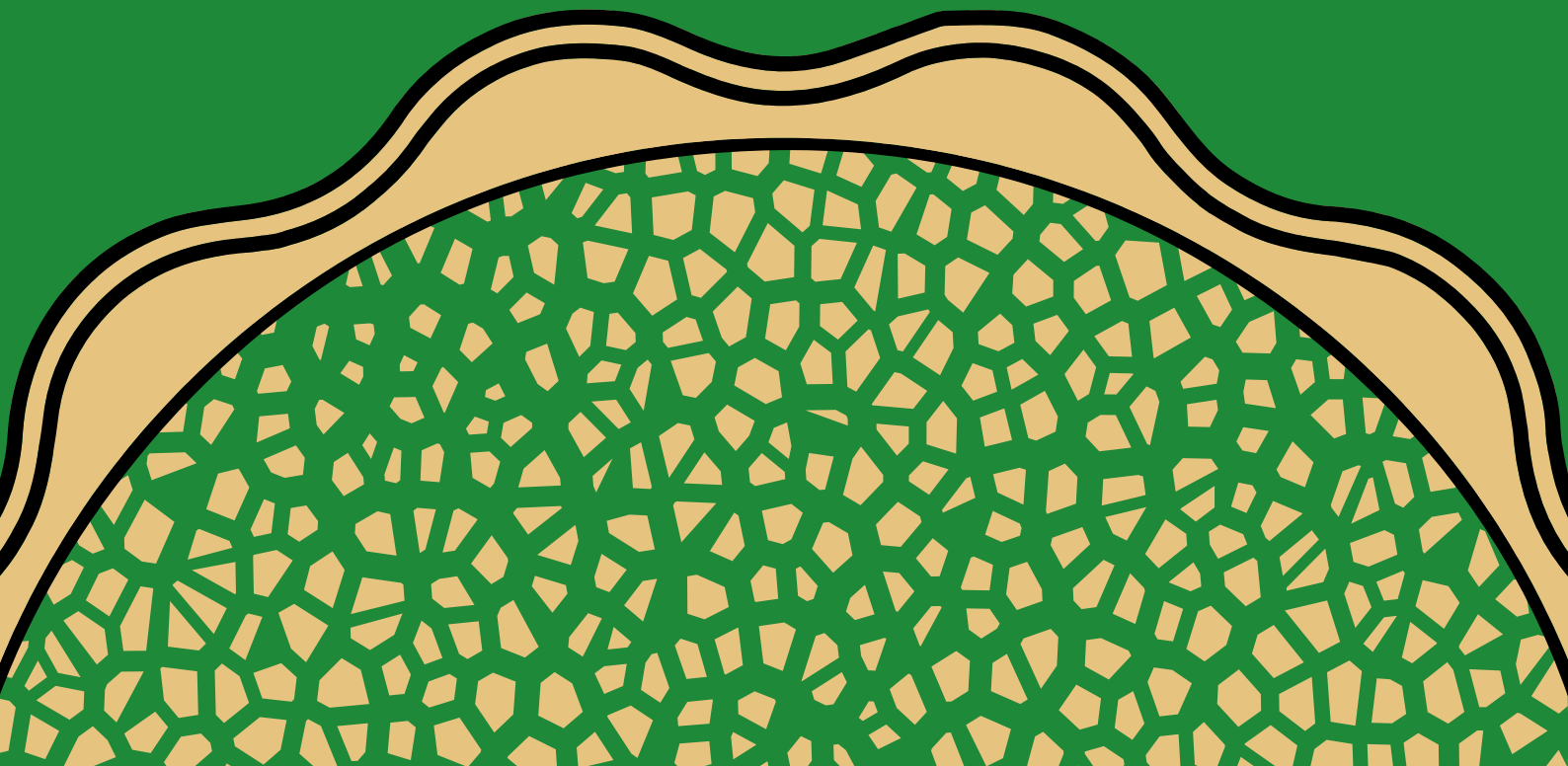


Нельзя изменять
шрифт логотипа



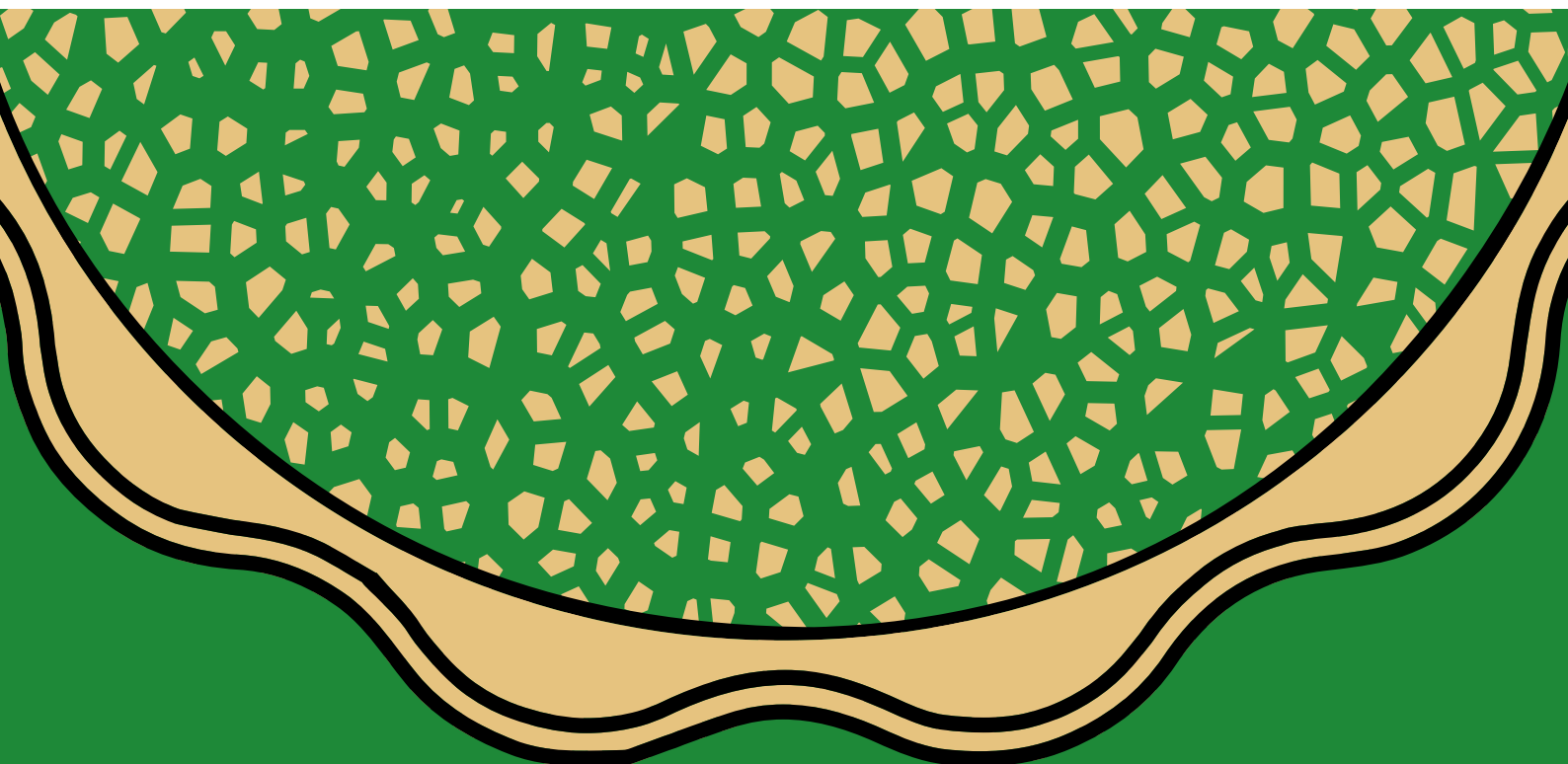
Нельзя делать логотип
прозрачным





| 02 |

Цветовое воспроизведение логотипа



Цветовое воспроизведение логотипа

Основные цвета

Фирменные цвета компании - зеленый, оранжевый, бежевый и черный.

Ниже представлены цифровые значения фирменных цветов в модели CMYK и RGB



Основной логотип на белом



Возможно воспроизведение логотипа на изображениях светлых оттенков и тонов

Цифровые значения фирменных цветов



CMYK 0-15-52-11
RGB 229-195-127
#e5c37f



CMYK 76-0-100-30
RGB 30-137-56
#1e8938



CMYK 0-0-0-100
RGB 0-0-0
#000000



CMYK 0-56-100-0
RGB 246-137-31
#f6891f

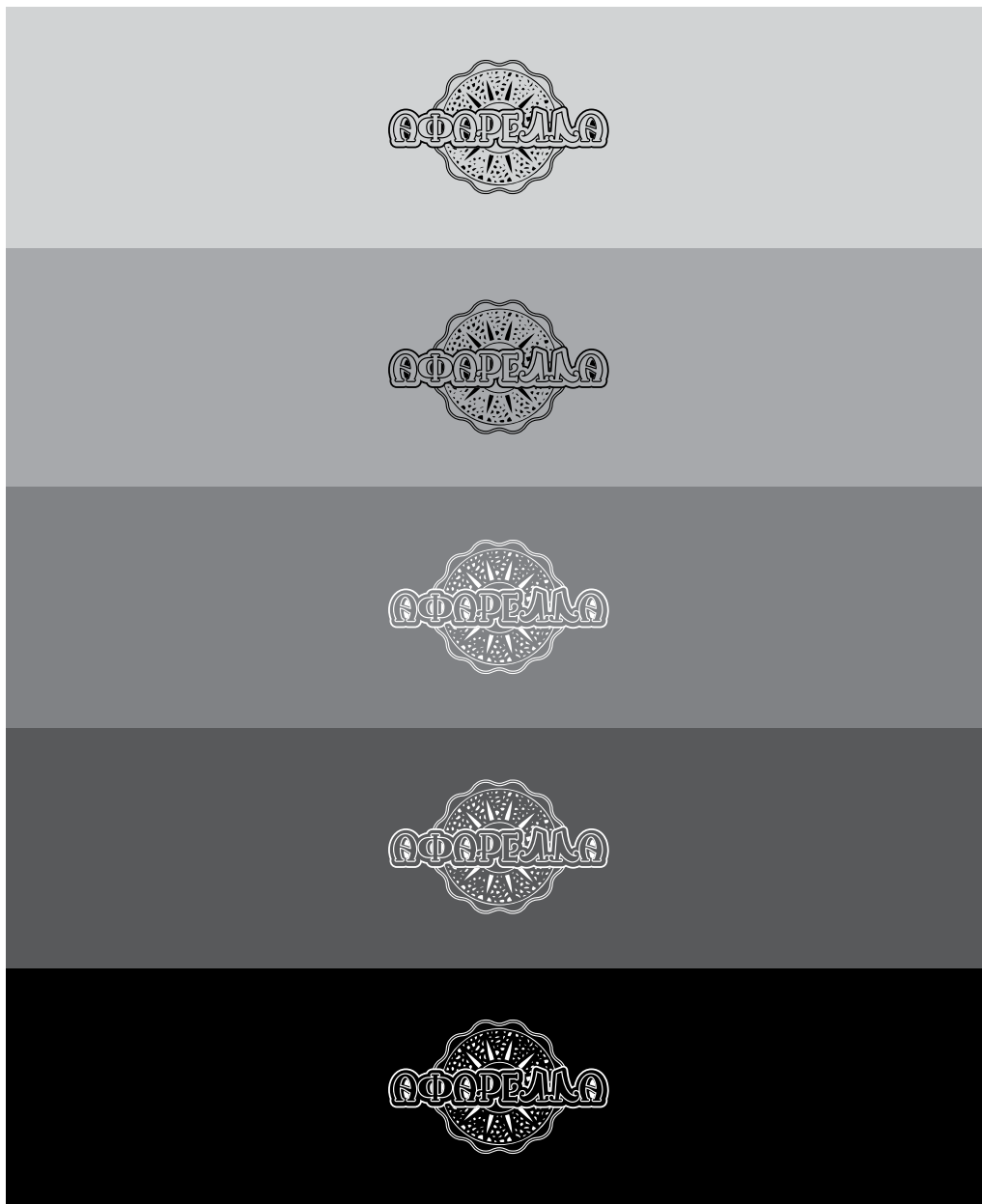
Цветовое воспроизведение логотипа
Дополнительные цвета

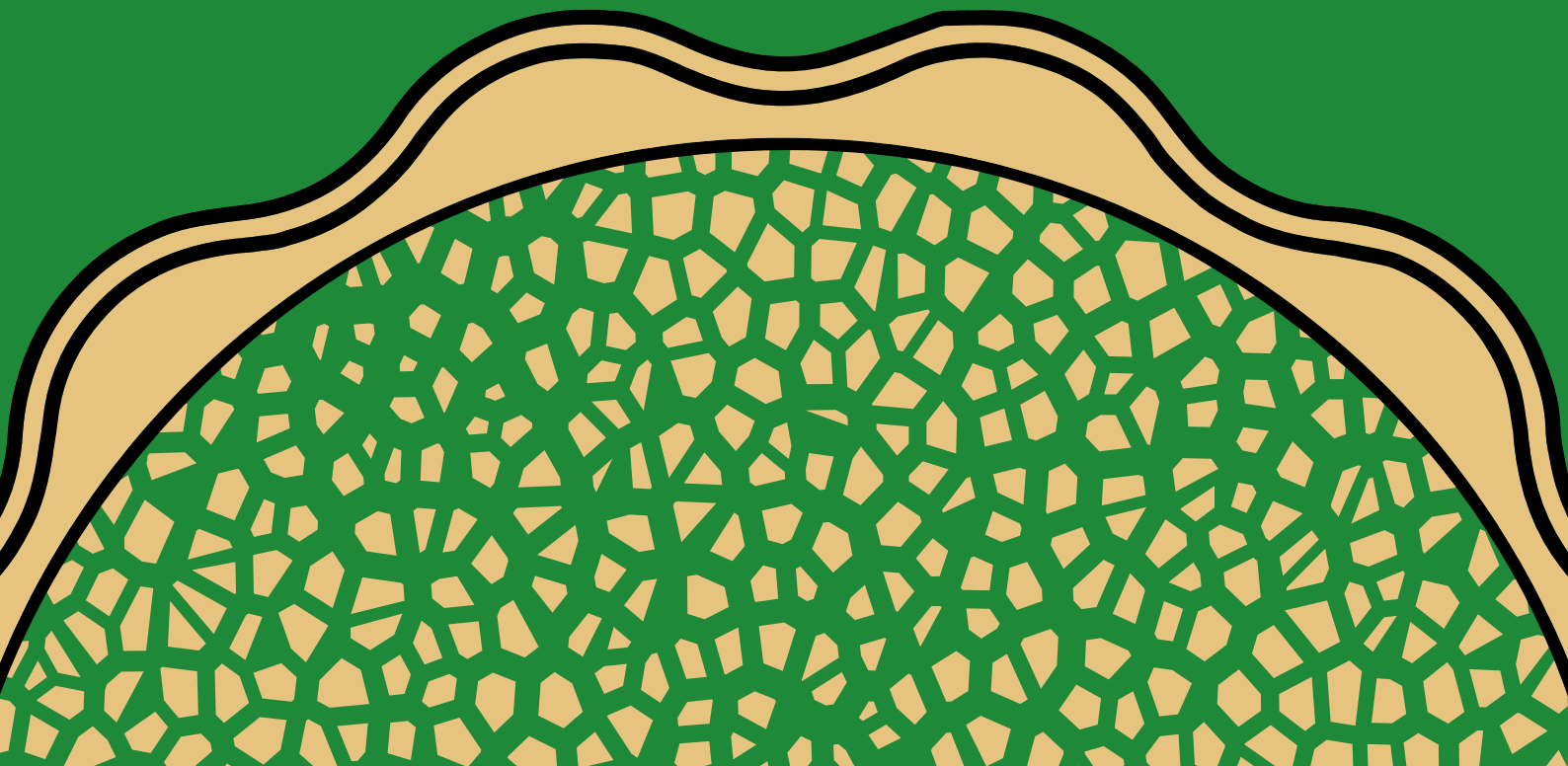
Цветовые варианты воспроизведения логотипа.
Ниже представлены варианты использования основного логотипа
на фоне фирменных цветов



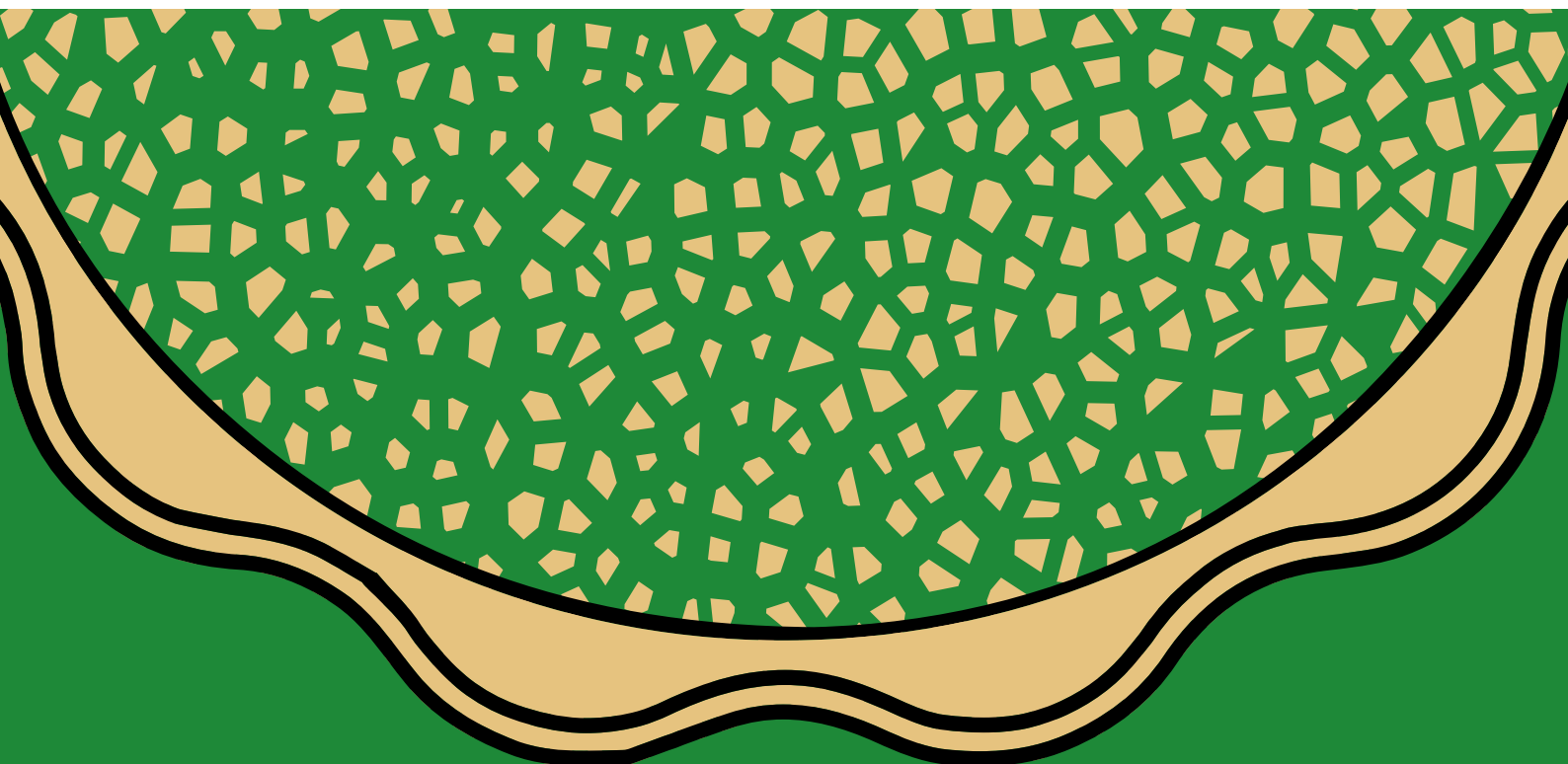
Цветовое воспроизведение логотипа
Черно-белый логотип и градации серого

Ниже показан черно-белый вариант логотипа и его выворотка.
Так же показана шкала в градации серого.





| 03 |
Фирменный шрифт



Фирменный шрифт

В оформлении всей деловой документации и других материалов используется гарнитура PT Sans во всех её начертаниях, основные из которых приведены ниже.

Прямое начертание (PT Sans Regular) используется для набора основного текста.

PT Sans Regular

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюяАБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890,«»£“:;!@#\$\$%&*()

Наклонное начертание (PT Sans Italic) используется, когда нужно выделить часть текста.

PT Sans Italic

*абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюяАБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890,«»£“:;!@#\$\$%&*()*

Жирное начертание (PT Sans Bold) используется для набора заголовков и другого текста крупным кеглем.

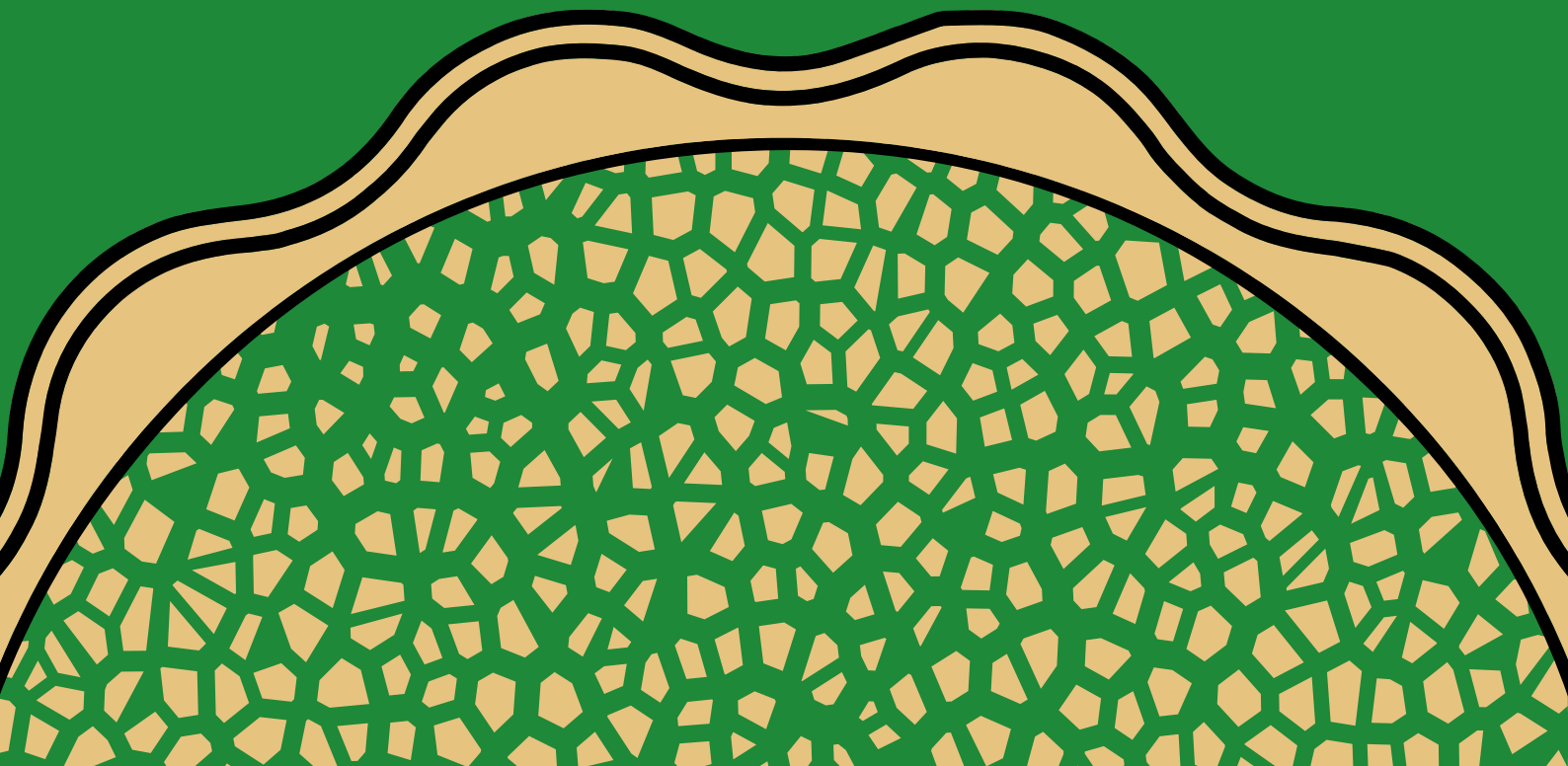
PT Sans Bold

**абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюяАБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890,«»£“:;!@#\$\$%&*()**

Прямое начертание (PT Sans Bold Italic) используется, когда нужно выделить часть текста.

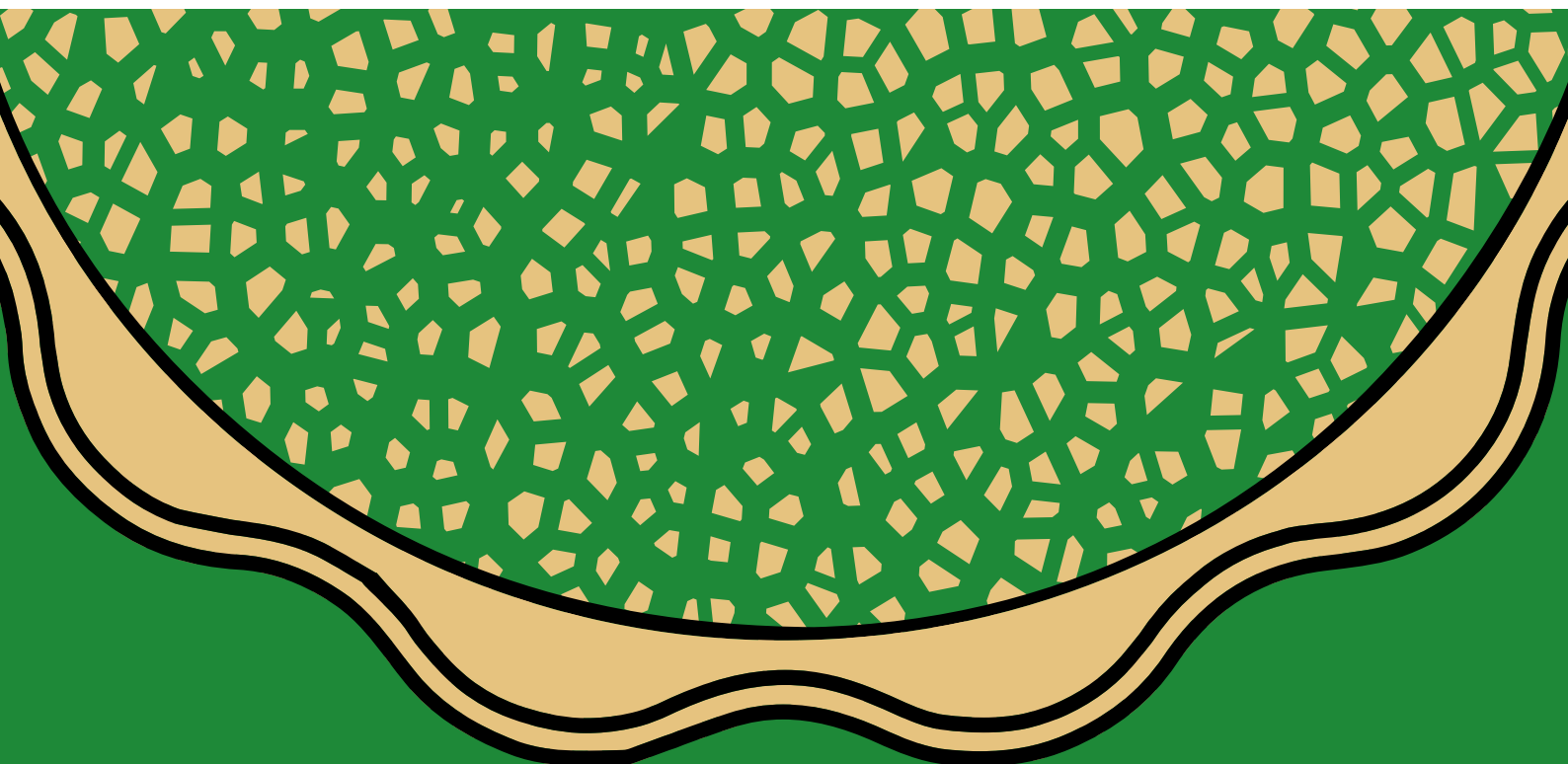
PT Sans Bold Italic

***абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюяАБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890,«»£“:;!@#\$\$%&*()***



| 04 |

Визуальная коммуникация бренда



Визуальная коммуникация бренда Фирменная визитка

Одна или двусторонняя визитная карточка.
Персональная визитная карточка содержит контактную информацию и используется при личных встречах, на форумах, общественных мероприятиях и т.д.

Персональная визитка, сторона 1



Москва, ул Спортивная, 75
Телефон: +7 (964) 642 22 72
E-mail: doverie21@gmail.com
Web: www.afarella.ru

**НАЗИМ
ДАШДЕМИРОВ**
Ведущий специалист

Фамилия и имя сотрудника:
Шрифт: PT Sans Bold
Кегль: 10 pt., интерлиньяж: 10 pt.

Должность:
Шрифт: PT Sans Regular
Кегль: 8 pt., интерлиньяж: 8 pt.

Контактные данные:
Шрифт: PT Sans Regular
Кегль: 6 pt., интерлиньяж: 8 pt.

Размер: 90 x 50 мм
Плотность: 250–350 г/м²

Персональная визитка, сторона 2

Визуальная коммуникация бренда
Фирменная вывеска

Вывеска на подложке, горизонтальный формат
Размер по высоте 50 см



Визуальная коммуникация бренда
Фирменная вывеска

Вывеска объемные буквы, горизонтальный формат
Размер по высоте 75 см



Визуальная коммуникация бренда
Фирменный автомобиль

Брендинг автомобиля в фирменных
цветах и элементах бренда.



Визуальная коммуникация бренда Фирменная одежда

При брендировании одежды необходимо подбирать цвета максимально приближенные к фирменным.



Визуальная коммуникация бренда
Фирменная посуда

Брендированная кружка.
С нанесением логотипа и фирменными
элементами оформления

