

ПЕРВАК

BRAND IDENTITY GUIDELINES

Руководство по использованию
корпоративной символики

2013

Правила и примеры, описанные в руководстве, призваны обеспечить единство фирменного стиля и являются обязательными для использования при разработке оригинал-макетов фирменной документации, полиграфической продукции, производстве рекламных материалов и сувенирной продукции.

Руководство содержит систему использования логотипа, рекомендации по использованию цветов и шрифтов с примерами правильного и неправильного применения.

1. ЛОГОТИП

1.1 ГРАФИЧЕСКИЕ КОНСТАНТЫ БРЕНДА.....	3
1.2 ВЕРСИИ.....	4
1.3 ПРОПОРЦИИ И ПОСТРОЕНИЕ.....	5
1.4 ШРИФТЫ.....	6
1.5 ЦВЕТА.....	7

2. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГОТИПА

2.1 ЗОНА НЕПРИКОСНОВЕННОСТИ ЛОГОТИПА.....	8
2.2 ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ВЕРСИИ ЛОГОТИПА.....	9
2.3 ИКОНКА-ГРАФЕМА И МИНИМАЛЬНЫЙ РАЗМЕР ЛОГОТИПА.....	10
2.4 ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГОТИПА. ФОНЫ	11
2.5 ПРИМЕРЫ НЕДОПУСТИМОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ.....	12

3. КОРПОРАТИВНАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ..... 13

4. POS- МАТЕРИАЛЫ И БРЕНДИРОВАНИЕ СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ

4.1 ШЕЛФТОКЕР, ЦЕННИК, ПАПКА ДЛЯ СЧЕТА.....	14
4.2 ПОДНОС, РЮМКА, БЛОКНОТ	15
4.3 ФУТБОЛКА, ФАРТУК, СПЕЦОДЕЖДА.....	16
4.4 БРЕНДИРОВАНИЕ ТРАНСПОРТА.....	17

1.1 ГРАФИЧЕСКИЕ КОНСТАНТЫ БРЕНДА.

1.1 Корпоративный блок, в дальнейшем именуемый логотипом, состоит из комбинации фонемы (слово ПЕРВАК) и графемы или иконки (декоративно-знаковая часть).

Все элементы должны располагаться в строго определенных ниже пропорциях друг относительно друга и с заданными отступами.

Логотип является константой и основным элементом фирменного стиля.

Использование логотипа должно соответствовать правилам, описанным в данном руководстве.

Использование неполной версии лого должно быть обусловлено исключительно техническими либо законодательными ограничениями



Для правильного использования логотипа необходимо иметь его оригинальную электронную версию.

1. Различные версии лого должны применяться с учетом особенностей носителя, обязательно с использованием корпоративной цветовой гаммы, описанной в данном руководстве



а. Основная версия

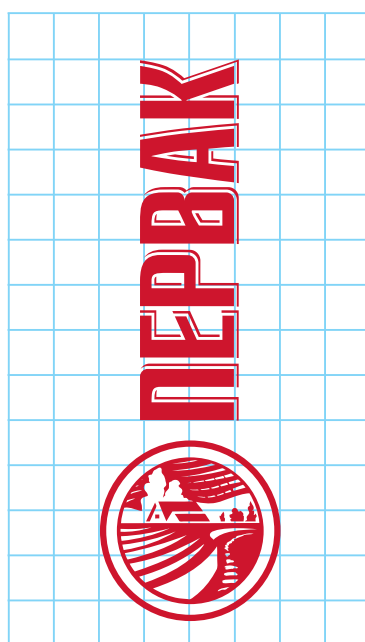


б. Основная версия
(инвертированная)



с. Дополнительная версия
(для вертикально
ориентированный либо
сильно вытянутых
поверхностей)

1.2 Пропорции корпоративного блока на модульной сетке



2.1 ЗОНА НЕПРИКОСНОВЕННОСТИ ЛОГОТИПА

1. При использовании логотипа всегда необходимо учитывать зону минимального отступа от его основных элементов. В эту зону не должны попадать графические детали и элементы изображений макета.

Минимальный отступ определяется шириной литеры "П" в слове ПЕРВАК. При использовании лого без подложки минимальный отступ должен быть не меньше 2/3 от указанной величины



2.2 ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ВЕРСИИ ЛОГОТИПА

1. При оформлении точек продаж и в POS-материалах может использоваться версия логоблока с актуальным слоганом рекламной кампании при соблюдении указанных зон отступа



2.3 ИКОНКА-ГРАФЕМА И МИНИМАЛЬНЫЙ РАЗМЕР ЛОГОТИПА

1. В рекламных макетах, поздравительных материалах и некоторых других случаях визуализации зачастую требуется оригинальное творческое решение, выходящее за рамки описанных выше ограничений. В этих случаях допускается использование иконки логотипа и ее фрагментов, как отдельного элемента дизайна, подчеркивающего брендинг, усиливающего идеологию бренда и придания дизайну выразительности.

ВНИМАНИЕ! Иконка всегда должна использоваться как отдельный, обособленный элемент дизайна. Следует осторожно относиться к данным способам брендинга и следить за тем, чтобы использование логотипа не противоречило описанным в данном руководстве правилам.



2. Логотип должен быть хорошо читаемым вне зависимости от размеров носителя. Минимальный размер фонемы ПЕРВАК в логоблоке должен быть не менее 15 мм по ширине. При меньших размерах носителя используется только фонема ПЕРВАК, без иконки.



2.4 ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГОТИПА. ФОНЫ

Использование логотипа без плашки допускается на белом либо на красном (Pantone 186C) фоне.

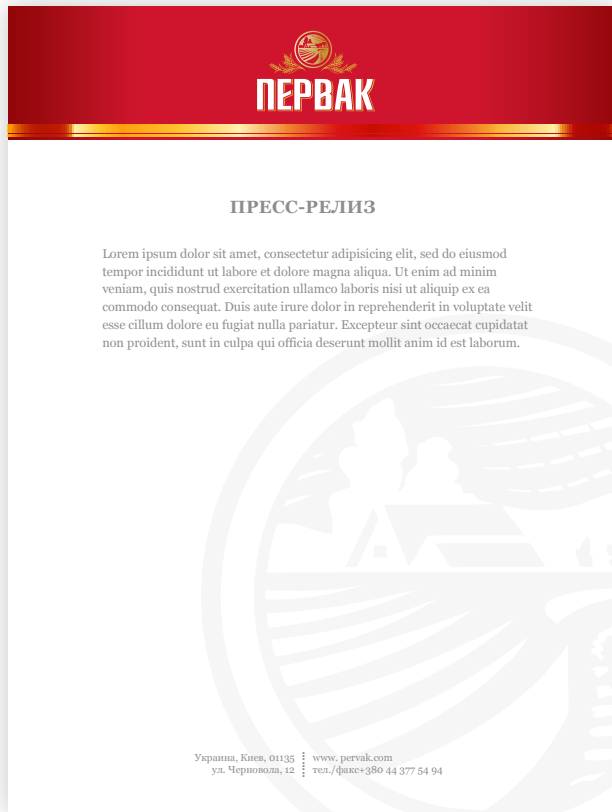


При неоднородном фоне, на фотоизображениях, либо фоне, отличающемся цветом от указанных в п. 1, необходимо применять белую или красную (Pantone 186C) подложку с пропорциями, указанными на стр. 7 данного руководства



3.1 КОРПОРАТИВНАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ.

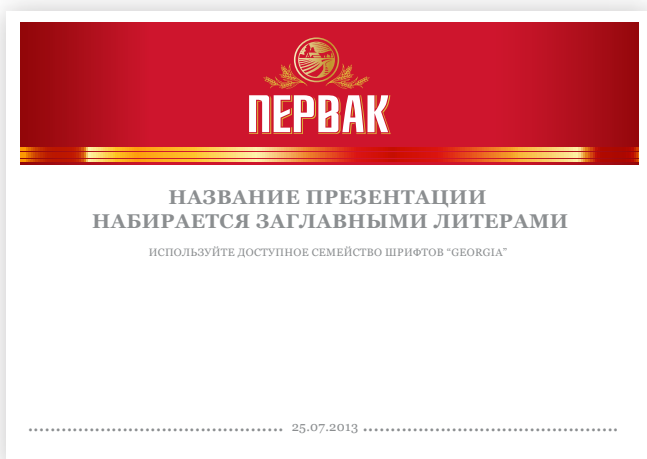
1. Пресс-релиз



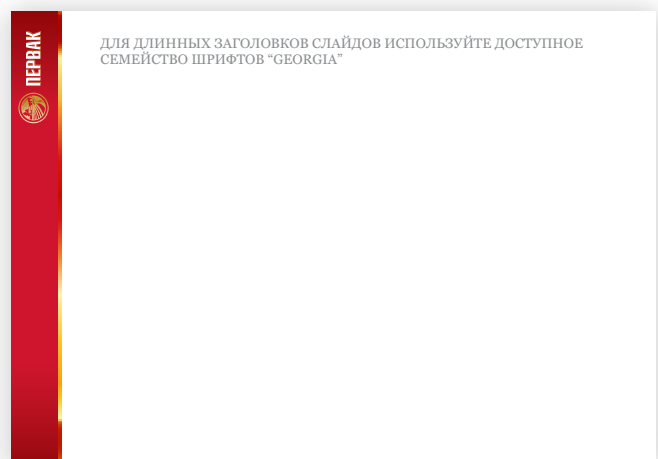
2. brandwall



3. Оформление презентаций



титовная страница



рабочий слайд

4.1 POS-МАТЕРІАЛИ

1. Шелфтокер



2. Ценник



2. Папка для счета



2. Поднос



2. Рюмка



3. Блокнот



2. Футболка



4. Фартук (розница)



3. Спецдежда

бежево-коричневый костюм



куртка



4.4 БРЕНДИНГ ТРАНСПОРТА

1. Газель



2. Автобус



1.4 ШРИФТЫ

1.4.1 Шрифт для заголовков и слоганов *SPSL Swordsman* используется для подчеркивания уникальности и традиционной рецептуры продукта

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Ii Hh Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
Аа Бб Вв Гг Дд Ее Жж Зз Йй Ии Кк Лл Мм Нн
Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъъ Ьь Ээ Юю Яя
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! ? @ # \$ % & * () / : ; + - - ® © ™

Рукописный декоративный набор символов для оформления слоганов и подзаголовков также должен усиливать связь с домашней рецептурой и натуральностью продукта

Aa Bb Cc Dd Ee Mm
Зз Уу Уй Кк Лл Мм Нн
Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф
Хх Цц Чч Шш Щщ Ъъ Ьь
Ээ Юю Яя № () ” ; « » : !

Для верстки макетов деловой документации, информационных, рекламных макетов, подписей, реквизитов, контактных данных, основного текста используется шрифтовая гарнитура *Myriad Pro*

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Ii Hh Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
Аа Бб Вв Гг Дд Ее Жж Зз Йй Ии Кк Лл Мм Нн
Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъъ Ьь Ээ Юю Яя
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! ? @ # \$ % & * () / : ; + - - ® © ™

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Ii Hh Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
Аа Бб Вв Гг Дд Ее Жж Зз Йй Ии Кк Лл Мм Нн
Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъъ Ьь Ээ Юю Яя
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! ? @ # \$ % & * () / : ; + - - ® © ™

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Ii Hh Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
Аа Бб Вв Гг Дд Ее Жж Зз Йй Ии Кк Лл Мм Нн
Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъъ Ьь Ээ Юю Яя
*1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! ? @ # \$ % & * () / : ; + - - ® © ™*

1.3 ЦВЕТА

1.3.1 Основная цветовая гамма определяется тремя цветами плюс белый



Pantone 186C



Pantone 1807C



Pantone 7407C



C0 M100;Y85 K15



C0 M100;Y100 K30



C0; M22; Y85; K8



R206; G21; B45



R177; G17; B22



R235; G185; B60

1.3.2 Дополнительные цвета(используются ограничено)



Pantone 7499C



Pantone 7617C



Pantone 401C



C0 ; M5 ; Y16; K0



C50; M70; Y62; K45



C0; M5; Y11; K23



R255; G246; B220



R90; G60; B61



R235; G185; B60

1.3.2 Дополнительный цветовой градиент для имитации золота



2.5 ПРИМЕРЫ НЕДОПУСТИМОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ.

1. Как примеры недопустимыми являются следующие варианты использования логотипа:



!!! Несоблюдение корпоративной цветовой гаммы.



!!! Искажение пропорций логотипа и отдельных его элементов.



!!! Изображение лого на неоднородном фоне, фотоизображениях без однородной подложки.



!!! Самостоятельное воспроизводство логотипа. Для правильного использования логотипа обязательно иметь его оригинальную электронную версию.