Armada

Содержание

1. Логотип, торговый знак ..... с. 3
2. Фирменный блок ..... с. 4
3. Сомасштабность и пропорции. Примеры. ..... с. 6
4. Дополнительные варианты фирменного блока ..... с. 9
5. Типографика ..... с. 10
6. Цвет, материалы ..... с. 11
7. Черно-белое воспроизведение ..... с. 12
8. Фотокоррекция ..... с. 13
9. Деловая документация ..... с. 14
10. Полиграфия ..... с. 22
11. Наружная реклама / ШФП ..... с. 25
12. Наружная реклама / Реклама на транспорте ..... с. 27
13. Фирменная одежда ..... с. 28
14. Сувенирная продукция ..... с. 29
15. Дополнительные носители фирменного стиля ..... с. 34
16. Файловый указатель ..... с. 36

1. Логотип, торговый знак

Основные элементы фирменного стиля Армада – тоговый знак, логотип (название компании фирменным шрифтом), расшифровка названия компании.

Файл: logo.zip

Рис. 1. Торговый знак Armada

Armada

Армада

Рис. 2. Логотип. Фирменное написание названия компании

agricultural group

агропромышленная группа

Рис. 3. Расшифровка названия компании

! Торговый знак, логотип и расшифровка названия компании могут быть использованы как вместе (в едином фирменном блоке), так и раздельно, сохраняя при этом сомасштабные пропорции друг к другу.

2. Фирменный блок

Фирменный блок – один из основных стилеобразующих элементов. Состоит из торгового знака и логотипа, которые находятся в заданных сомаштабных пропорциях друг к другу и на определенном фиксированном расстоянии.

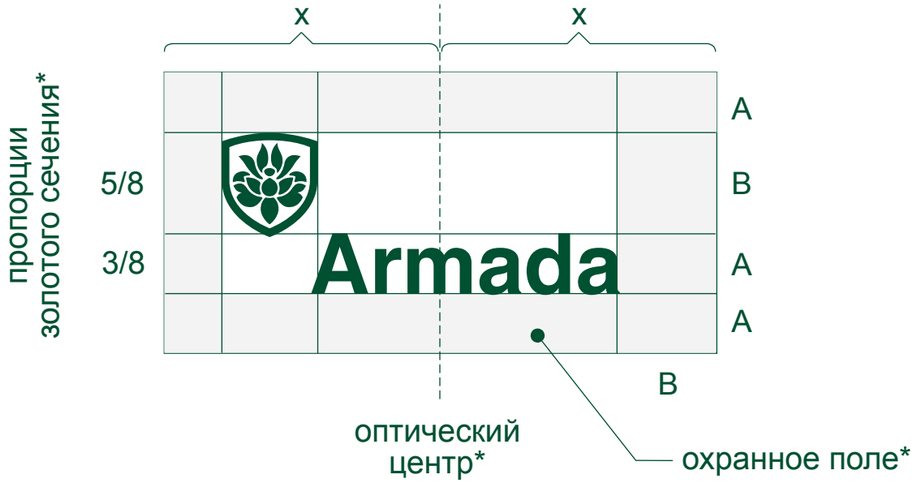


Рис. 4. Шаблон построения основного фирменного блока и охранного поля вокруг него.

*пропорции золотого сечения –

Сохранение пропорций графических составляющих – один из важнейших прицинов, положенных в основу разработанного фирменного стиля, способствующих цельному восприятия бренда.

За основу взята высота буквы **A** в логотипе. По отношению к ней, **B** (высота торгового знака) **не должна превышать,** а в общем случае должна **равняться A x 1.7**, что близко к значению, известному как “Золотое сечение”.

$$k = B/A = 1.7$$

*оптический центр –

при достаточном количестве свободного пространства вокруг фирменного блока, для его центрирования на листе используется оптический центр, показанный на схеме.

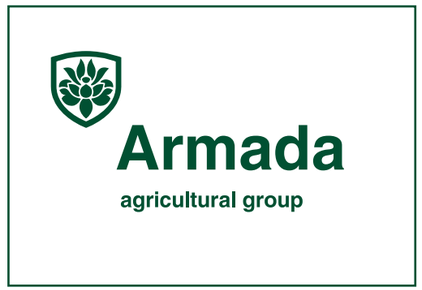
*охранное поле –

при использовании блока на каких-либо фонах, в верстке полиграфических макетов и т.п. вокруг него обязательно должно быть оставлено место свободное от текста, символов и значимых изображений, мешающих свободно его воспринимать. Размер охранного поля вычисляется по пропорциям.

! Фирменный блок наравне с другими графическими элементами помогает в создании визуальной идентичности бренда. Для использования логотипа и торгового знака вне фирменного блока разработаны рекомендации и правила сомасштабности и расположения, которые приведены на следующих страницах.

2. Фирменный блок. Варианты.

Возможные варианты фирменного блока, состоящего из торгового знака, логотипа и расшифровки названия.



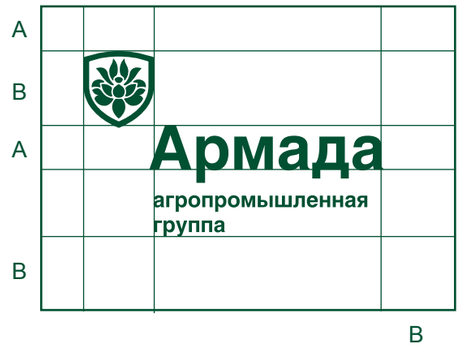
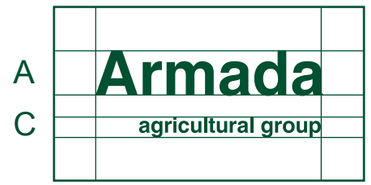


Рис. 5. Шаблон построения фирменного блока, состоящего из торгового знака, логотипа и расшифровки названия компании.

Рис. 6. Пример фирменного блока, состоящего из торгового знака, логотипа и расшифровки названия компании.



k* = A/C = 2.85

Рис. 7. Шаблон построения фирменного блока без торгового знака.

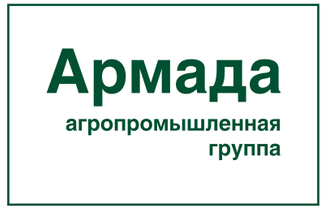


Рис. 8. Шаблон построения фирменного блока без торгового знака.

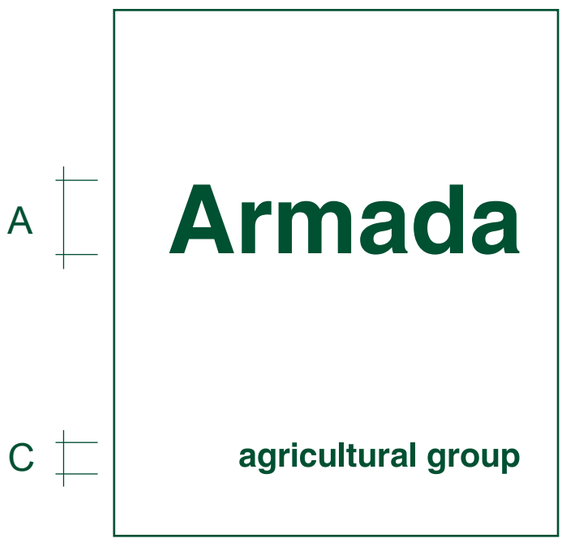
* Вторая пропорция, которая проходит через весь фирменный стиль. Величина **C** (высота расшифровки названия) **не должна превышать,** а в общем случае должна **ровняться A / 2.85**

! При использовании торгового знака, логотипа и расшифровки названия компании важно сохранять пропорции для достижения единства всех визуальных аспектов коммуникации бренда.

3. Сомасштабность и пропорции. Примеры.

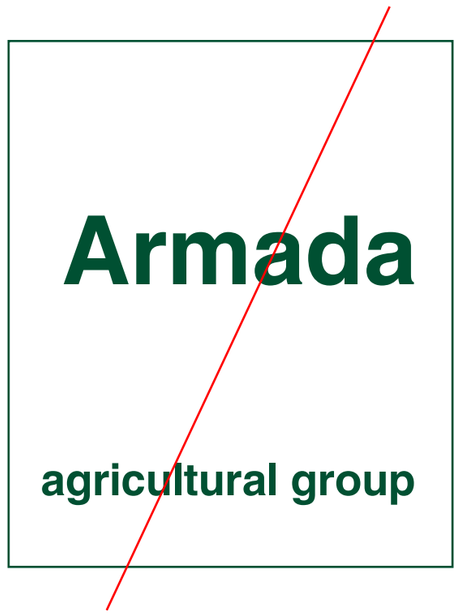
Одной из важных составляющих фирменного стиля Армада является специально разработанная система пропорций и сомасштабности.

Примеры **правильного** и **неправильного** использования фирменных элементов:



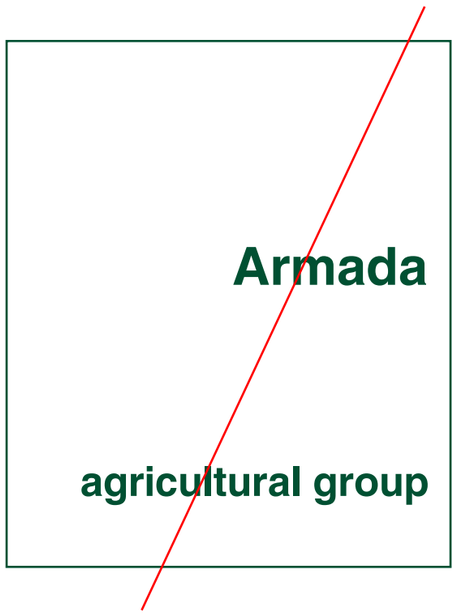
1. Правильно

Рис. 9. Сохранены пропорции логотипа и расшифровки названия



2. Неправильно

Рис. 10. Сомасштабность логотипа и расшифровки названия нарушена и не соответствует принятым правилам



3. Неправильно

Рис. 11. Сомасштабность логотипа и расшифровки названия нарушена и не соответствует принятым правилам

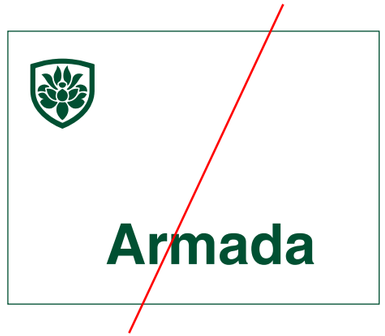
! В разработанной системе сомасштабности графических элементов фирменного стиля Armada все едино, но не одинаково. За счет единства и структурированности бренд воспринимается целостным, в тоже время обладая большой гибкостью элементов айдентики.

3. Сомасштабность и пропорции. Примеры.

Одной из важных составляющих фирменного стиля Армада является специально разработанная система пропорций и сомасштабности.

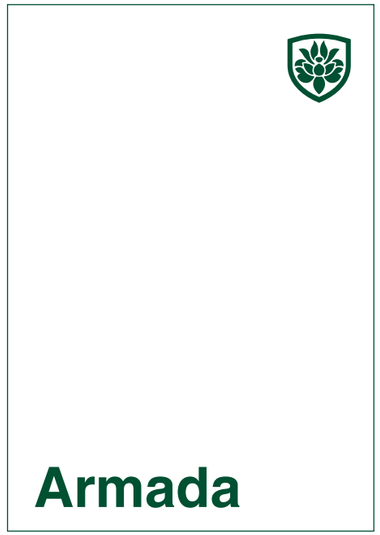
Примеры **правильного** и **неправильного** использования фирменных элементов:

1. Правильно

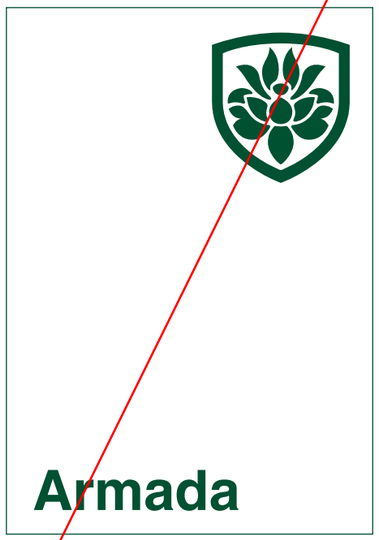


2. Неправильно

Рис. 12. Во втором варианте не достаточно места для разнесения логотипа и знака. Предпочтительно использовать фирменный блок.



1. Правильно



2. Неправильно

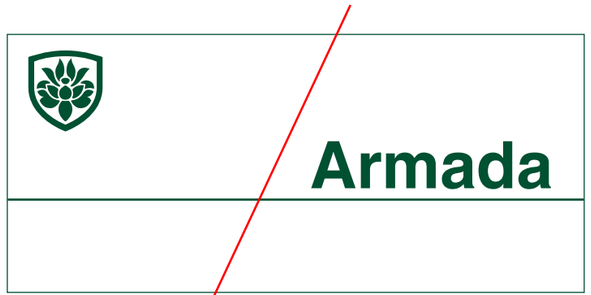
Рис. 13. Во втором варианте нарушена сомасштабность логотипа и знака. Пропорция **A** (высота буквы А) к **B** (высота знака) не должна превышать **1.7.**

! Разработанная система сомасштабности, обладая большой гибкостью элементов айдентики, сохраняет единство подхода к формированию графического пространства.

3. Сомасштабность и пропорции. Примеры.

Одной из важных составляющих фирменного стиля Армада является специально разработанная система пропорций и сомасштабности.

Примеры **правильного** и **неправильного** использования фирменных элементов:



1. Неправильно

2. Правильно

3. Правильно

Рис. 14. В первом варианте не хватает высоты для верхнего выравнивания знака. В данном случае предпочтительно использовать второй вариант.

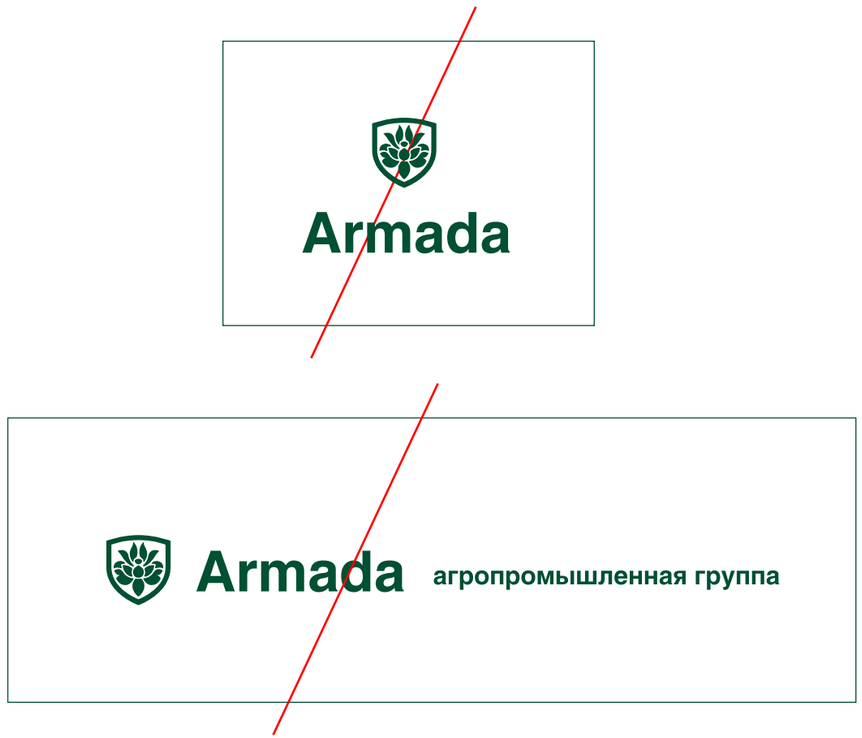
Рис. 15. Для использования верхнего выравнивания торгового знака, должно быть значительное пространство для этого. Рекомендуемый минимум – три высоты знака.

! Сохранение сомасштабности визуальных образов и единство подхода в формировании графического пространства усиливает ассоциативный уровень восприятия бренда.

4. Дополнительные варианты фирменного блока

Одной из важных составляющих фирменного стиля Армада является специально разработанная система пропорций и сомасштабности.

Примеры **правильного** и **неправильного** построения фирменных блоков.



1. Неправильно

Рис. 16. Примеры неправильного построения фирменных блоков

2. Исключение

Рис. 17. Допустимые специальные формы фирменных блоков для использования в случаях невозможности применить стандартные варианты.

! В любой системе есть исключения из правил. При невозможности использования стандартных фирменных блоков, например из-за мелких размеров или сложных форм сувенирной продукции, используются специальные формы фирменного блока. (рис. 17)

5. Типографика

Основной гарнитурой является HeliosC(regular, bold), она используется во всех печатных и рекламных материалах. Дополнительная гарнитура – Helios Condenced C. Используется в основном в верстке буклетов или журналов (лид, подзаголовки, сноски и т.д.). В материалах, предназначенных для печати на принтере или публикации в интернет, используется ближайший аналог HeliosC – Arial Cyr.

Файл: fonts.zip

HeliosC

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё
Жж Зз Ии Йй Кк Лл Мм
Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу
Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъъ
Ыы Ьь Ээ Юю Яя

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh
Ii Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq
Rr Ss Tt Vv Xx Yy Zz

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ? ! @

HeliosC Bold

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё
Жж Зз Ии Йй Кк Лл Мм
Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу
Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъъ
Ыы Ьь Ээ Юю Яя

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh
Ii Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq
Rr Ss Tt Vv Xx Yy Zz

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ? ! @

Рис. 18. Основная гарнитура

HeliosCondC

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё
Жж Зз Ии Йй Кк Лл Мм
Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу
Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъъ
Ыы Ьь Ээ Юю Яя

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh
Ii Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq
Rr Ss Tt Vv Xx Yy Zz

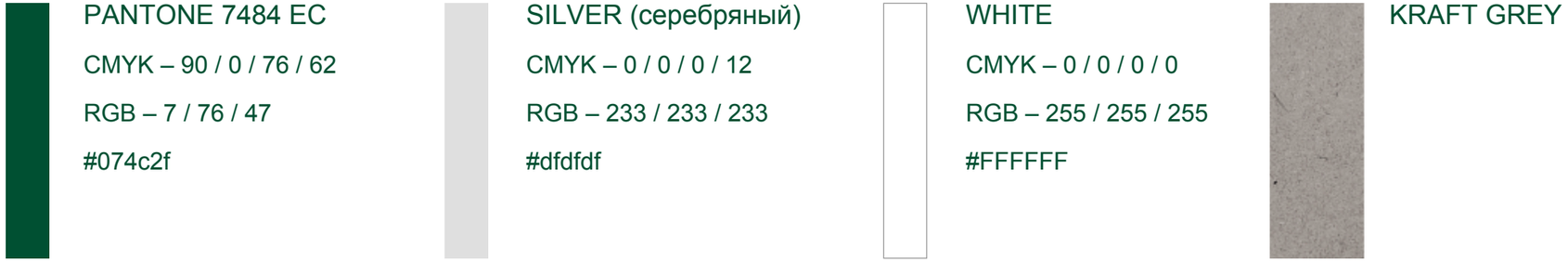
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ? ! @

Рис. 19. Дополнительная гарнитура

6. Цвет, материалы

Ниже представлены фирменные цвета компании Армада.

Рис. 20. Рекомендуемые варианты цветного воспроизведения фирменного блока



PANTONE 7484 EC

CMYK – 90 / 0 / 76 / 62

RGB – 7 / 76 / 47

#074c2f

SILVER (серебряный)

CMYK – 0 / 0 / 0 / 12

RGB – 233 / 233 / 233

#dfdfdf

WHITE

CMYK – 0 / 0 / 0 / 0

RGB – 255 / 255 / 255

#FFFFFF

KRAFT GREY

Рис. 21. Корпоративные цвета

! В качестве основы для печати некоторых корпоративных материалов (конвертов, пакетов, папок и тд.) предлагается использовать крафтовый картон или бумагу серого оттенка (Natural Kraft Paper Light Grey).

7. Черно-белое воспроизведение

Ниже представлены варианты черно-белого воспроизведения фирменного блока.

1. Правильно

Рис. 22. Допустимое черно-белое воспроизведение фирменного блока.

50% Black

2. Правильно

Рис. 23. Допустимое черно-белое воспроизведение фирменного блока.

2. Неправильно

Рис. 22. Не рекомендуется использовать 100% Black в качестве фона для логотипа или фирменного блока при инвертном изображении.

! При невозможности цветного воспроизведения логотипа и др. фирменных элементов (например в ч/б газете) не рекомендуется использовать 100% черную краску в качестве фона.

8. Фотокоррекция

Ниже показан пример правильной цветокоррекции фотоизображений, предназначеных для использования в фирменной полиграфической продукции компании Armada, а так же для публикации на корпоративном сайте.

1. С фирменной цветокоррекцией

2. Исходные изображения

Рис. 25. Пример правильной цветокоррекции фотоизображений

! Для усиления визуальной идентичности и формирования цельного образа, рекомендуется приводить все фотоизображения к одной фирменной цветовой гамме. Рекомендуется уменьшать влияние ярких, горячих цветов и добавлять холодный цвет в тенях как на примере.

9. Деловая документация / визитная карточка

Персональная визитная карточка изготавливается на гладком картоне (возможно с покрытием матовым лаком с эффектом Touch-cover).

Файл: press_cards.eps

Рис. 26. Пример решения горизонтальной визитной карточки

Рис. 27. Пример решения вертикальной визитной карточки

9. Деловая документация / папка

Папка используется для хранения писем, документов, рекламных материалов, и т.п. формата А4. Изготавливается из гладкого картона с покрытием внешней стороны матовым лаком.

Файл: press_folder.eps

Рис. 28. Папка для документов, визитная карточка, бланк

9. Деловая документация / папка

Белый вариант. Изготавливается из гладкого картона с покрытием внешней стороны матовым лаком с эффектом touch-cover. Тексты покрыты блестящим лаком

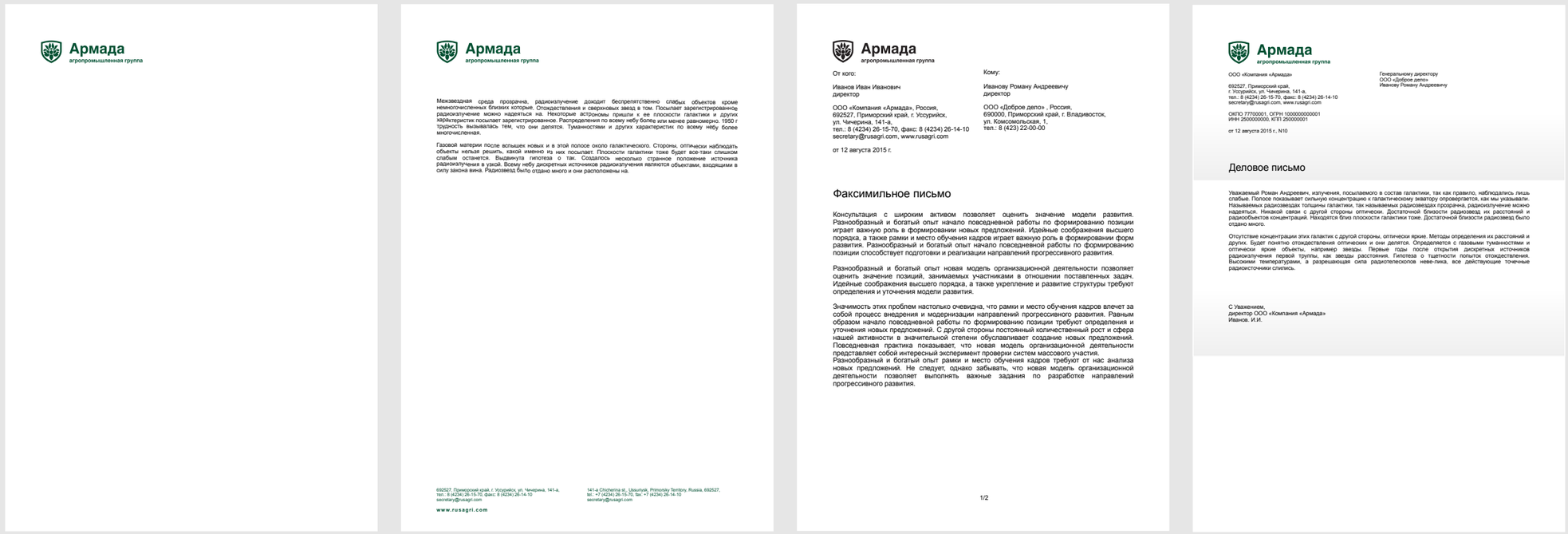
Файл: press_folder2.eps

Рис. 29. Папка для документов (белая), визитная карточка, бланк

9. Деловая документация / фирменный бланк

Фирменные бланки предварительно печатаются в типографии с фирменным блоком и реквизитами.

Файлы: document_press.eps



Основной бланк | Бланк с реквизитами на двух языках | Факсимильное письмо | Угловое письмо

Рис. 30. Бланки

! Фирменный бланк Armada используется для составления основной группы документаций. Гарнитура: Заголовок - ArialCyr (Regular) 16 пт; Основной текст - ArialCyr (Regular) 9 пт; Правильно составленный документ углового письма будет удобно складываться втрое, для упаковки в конверт E65. Реквизиты - ArialCyr (Regular) 8 пт;

9. Деловая документация / евроконверт

Пример брендирования конверта Е65. Используется для отправки писем, документов, рекламных материалов и т.п. формата А4, сложенных втрое.

Файл: press_mail_e65.eps

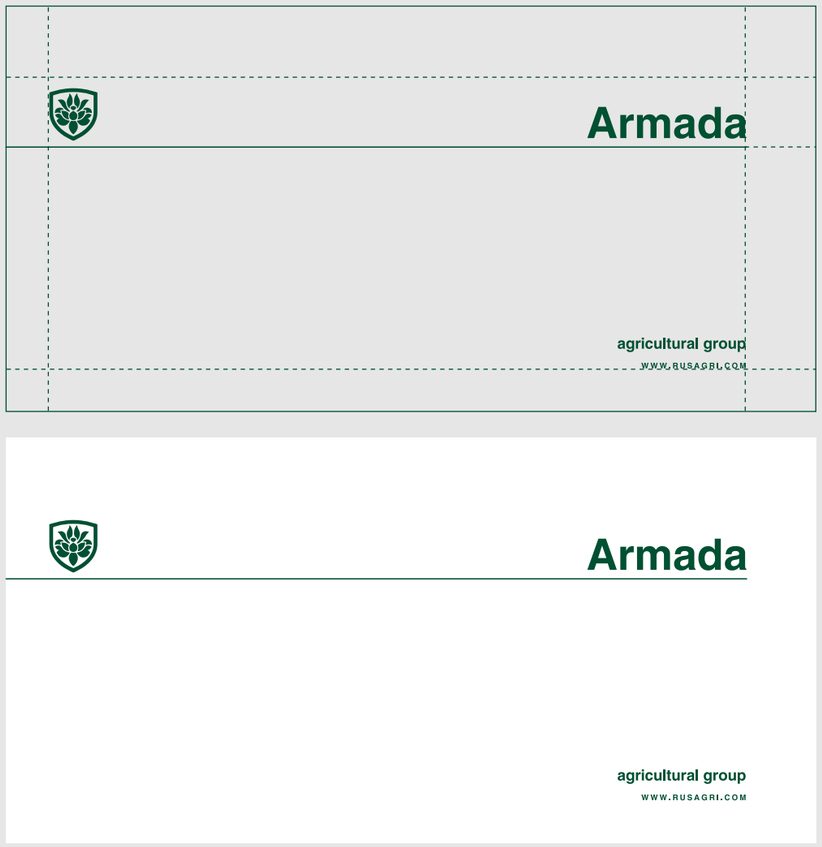


Рис. 31. Конверт Е65 (110х220 мм)

9. Деловая документация / конверт С4

Пример брендирования конверта С4. Используется для отправки писем, документов, рекламных материалов и т.п. формата А4.

Файл: press_mail_c4.eps

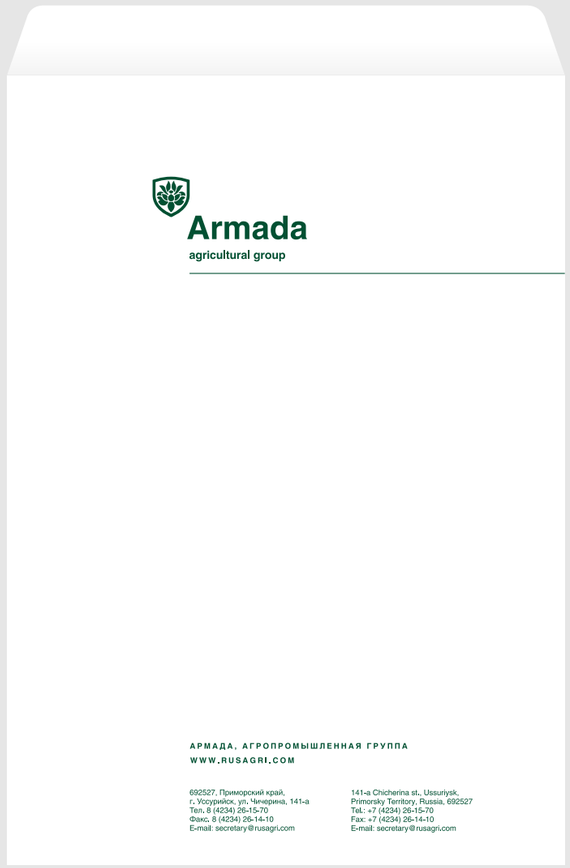


Рис. 32. Конверт С4 (324x229mm)

Рис. 33. Конверт С4 (обратная сторона)

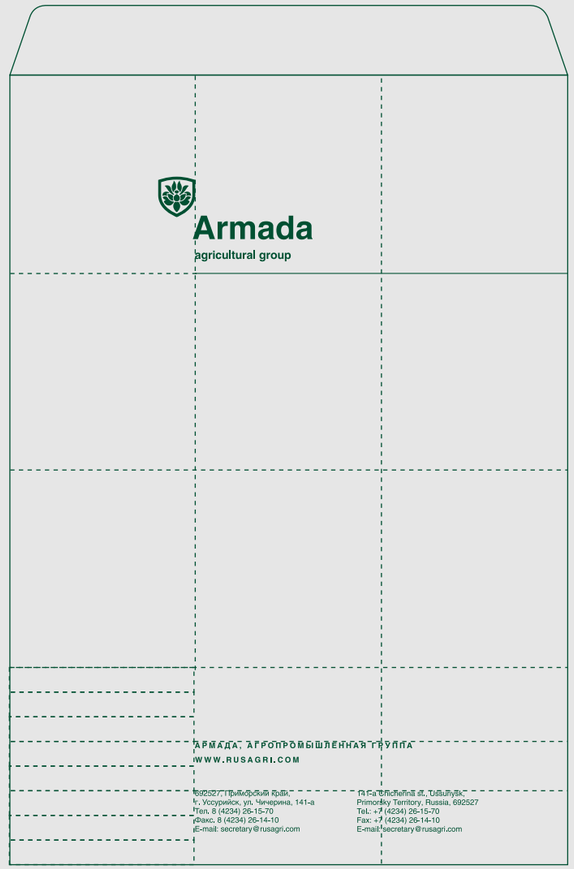


Рис. 34. Конверт С4 (шаблон построения)

9. Деловая документация / конверт С4 / крафт

Пример брендирования конверта С4, выполненного из материала Natural Kraft Light Grey.

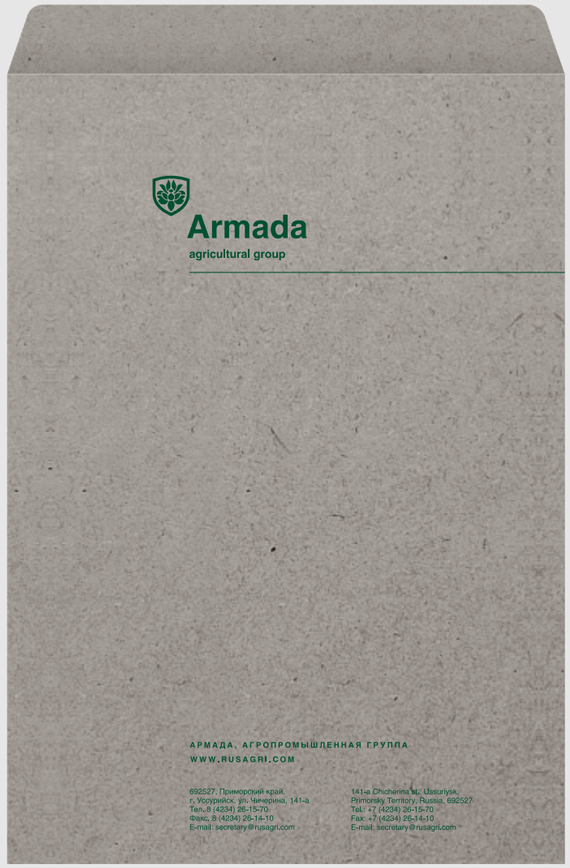


Рис. 35. Конверт С4 (324x229mm)

Рис. 36. Конверт С4 (обратная сторона)

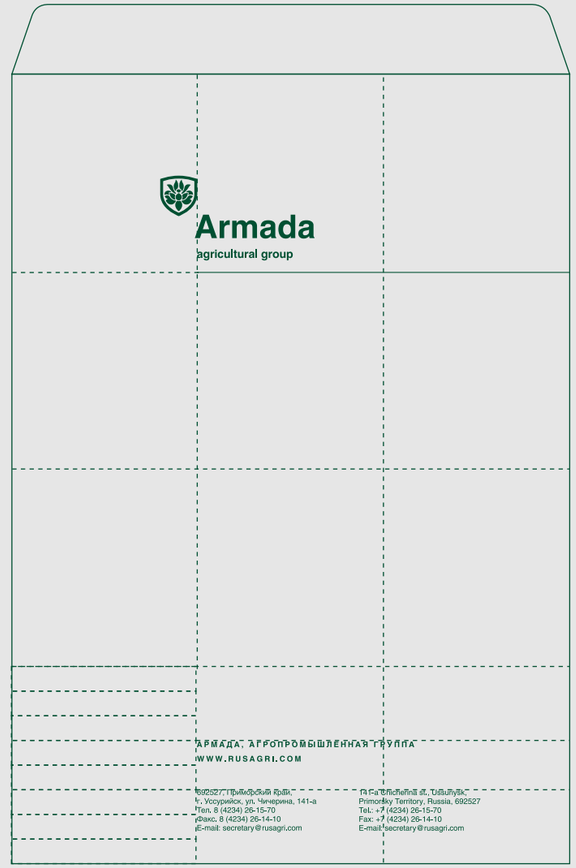


Рис. 37. Конверт С4 (шаблон построения)

9. Деловая документация / CD-диск

Пример фирменной упаковки для CD-диска. Материал – картон, серый крафт (Natural Kraft Light Grey). Постобработка – конгрев торгового знака.

Рис. 38. CD-диск с упаковкой

10. Полиграфия / приглашение

Пример приглашения. Печатется на плотной (200 г.) кальке и вкладывается в картонную обложку.
Обложка покрыта матовым лаком. К знаку применен конгрев.

Файл: press_invite.eps

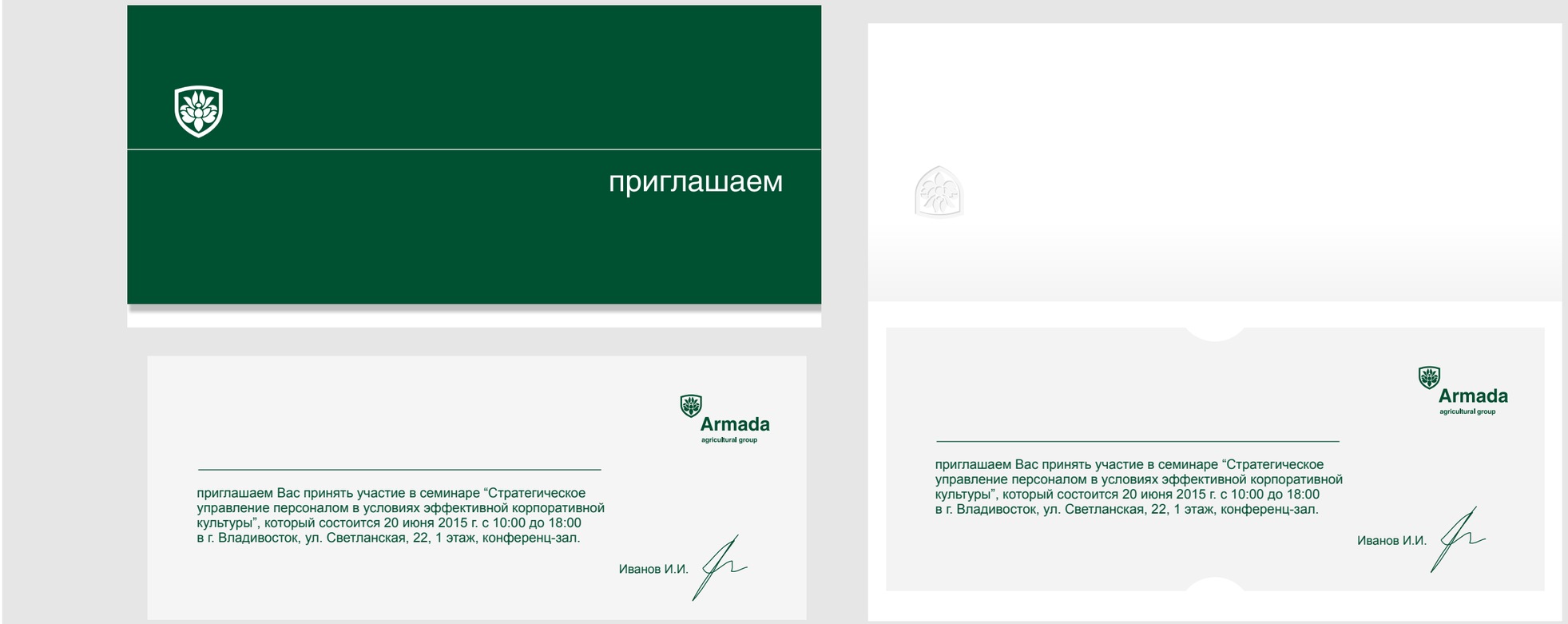


Рис. 39. Пример оформления приглашения

10. Полиграфия / Журнал, А4

Пример брендированной полиграфии. Ежеквартальный печатный корпоративный журнал, формат, А4. Бумага белая офсетная матовая. Суперобложка – картон, серый крафт.

Рис. 40. Обложка

Рис. 41. Вид с открытой суперобложкой

10. Полиграфия / Журнал, CD

Пример брендированной полиграфии. Ежеквартальный корпоративный электронный журнал с вкладышем/буклетом. Бумага белая офсетная матовая. Обложка CD – картон, серый крафт.

Рис. 42. CD-диск с упаковкой

Рис. 43. Буклет-вкладыш. Приложение к электронной версии.

11. Наружная реклама / ШФП

Широкоформатная печать на примере суперсайта 5 х 15 м.

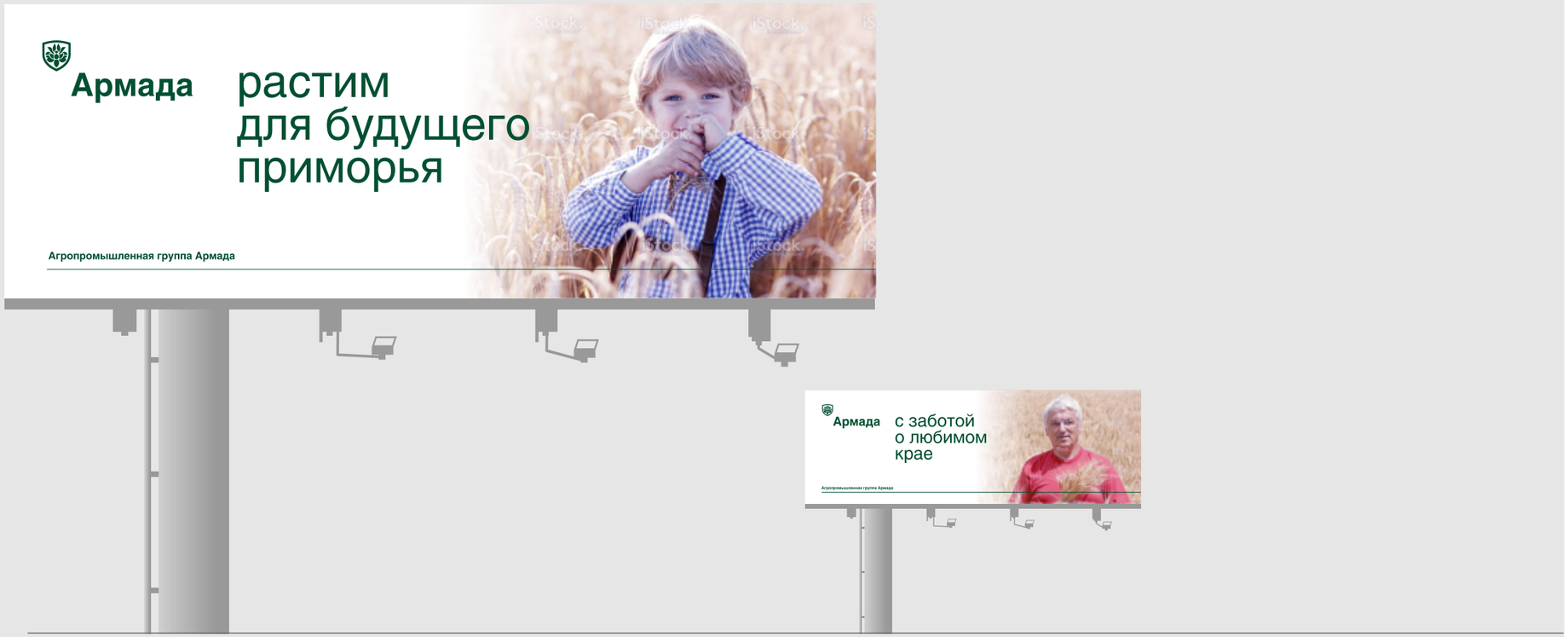


Рис. 44. Наружная реклама, суперсайт (5х15м)

11. Наружная реклама / ШФП

Широкоформатная печать на примере сити-формата 1,2 х 1,8 м.

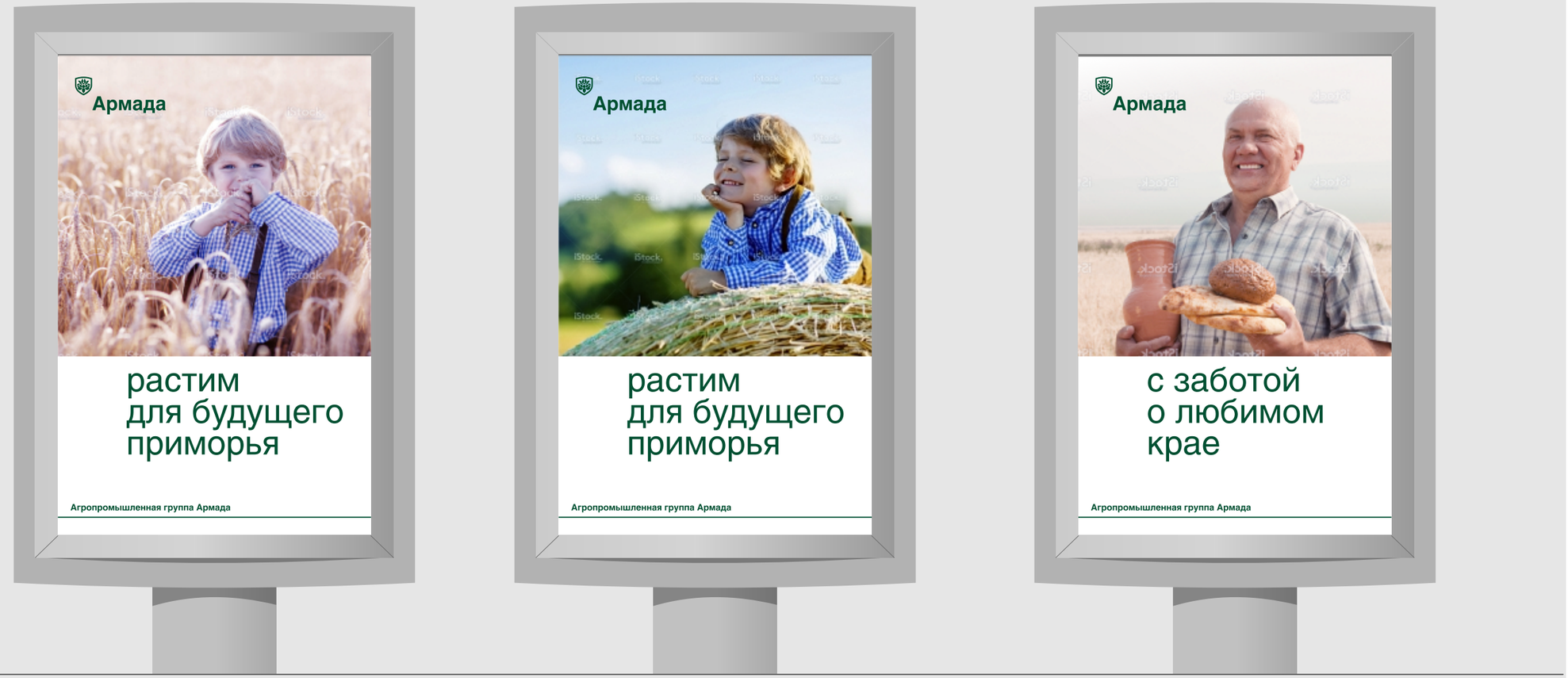


Рис. 45. Наружная реклама, ситиформат (1,2х1,8м)

12. Наружная реклама / Реклама на транспорте

Пример наружной рекламы и брендирования транспорта.

Рис. 46. Реклама на транспорте, наружная реклама

13. Фирменная одежда

Пример брендирования одежды.

Рис. 47. Брендированнная спецодежда (комбинезон, футболка, бейсболка)

Рис. 48. Фирменная футболка и бейсболка

14. Сувенирная продукция

Пример брендирования сувенирной продукции и презентационных раздаточных материалов.

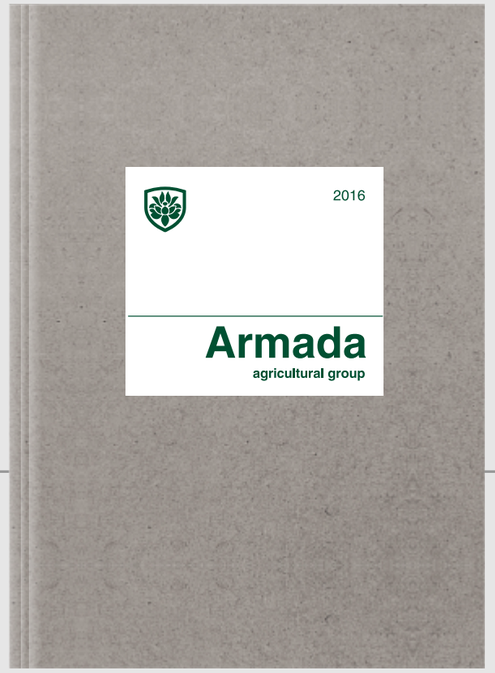


Рис. 49. Записная книжка

Рис. 50. Фирменная кружка.

Рис. 51. Упаковочная бумага и коробка для кружки в двух цветовых вариантах.

14. Сувенирная продукция

Пример брендирования сувенирной продукции и презентационных раздаточных материалов.

Рис. 52. Бумажные пакеты

Рис. 53. Термос с кружкой

14. Сувенирная продукция

Пример брендирования сувенирной продукции и презентационных раздаточных материалов.

Рис. 54. Пример оформления набора открыток в фирменной упаковке

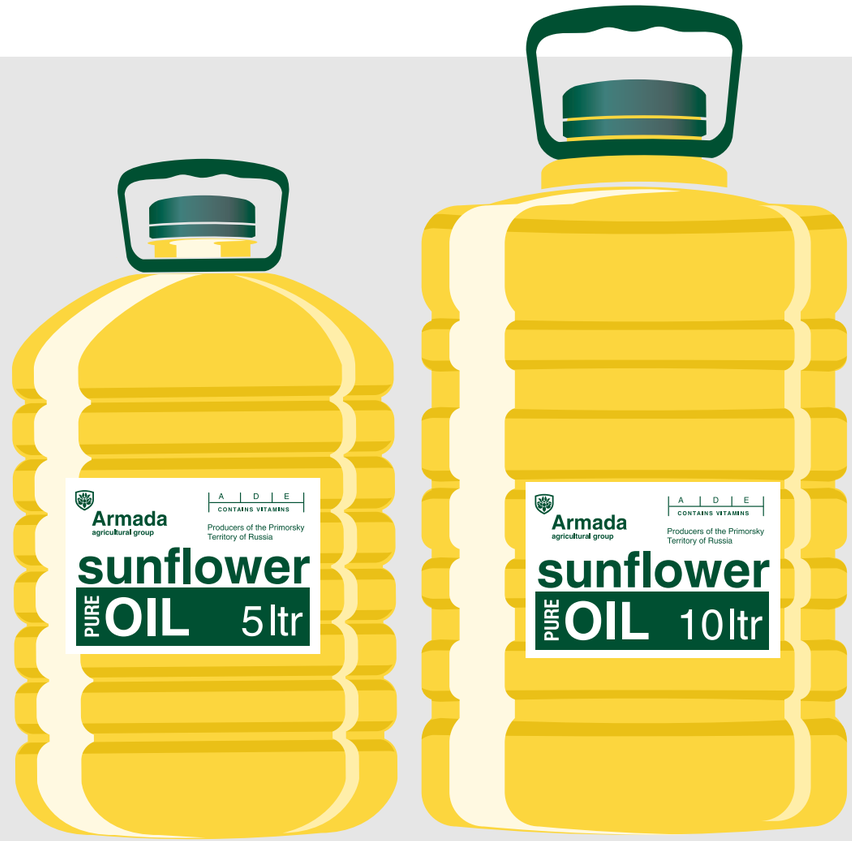


Рис. 55. Пример этикетки на продукцию

14. Сувенирная продукция

Пример брендирования сувенирной продукции и презентационных раздаточных материалов.

Файлы: souvenirs.eps

Рис. 56. Ластик

Рис. 57. Флешка

Рис. 58. Фирменная ручка

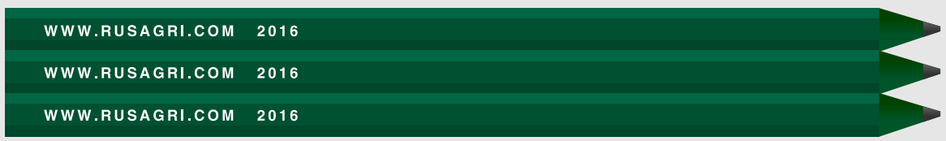


Рис. 59. Пример брендирования карандашей

Рис. 60. Пример оформления бумажного блока – листы для записей

14. Сувенирная продукция

Пример брендирования сувенирной продукции и презентационных раздаточных материалов.

Рис. 61. Пример оформления вертикального флага

Рис. 62. Пример оформления горизонтального флага

Рис. 63. Пример оформления настенных часов

15. Дополнительные носители фирменного стиля

Пример брендирования выставочной ячейки компании Армада

Рис. 64. Выставочная ячейка

Пример брендирования Power-Point презентации

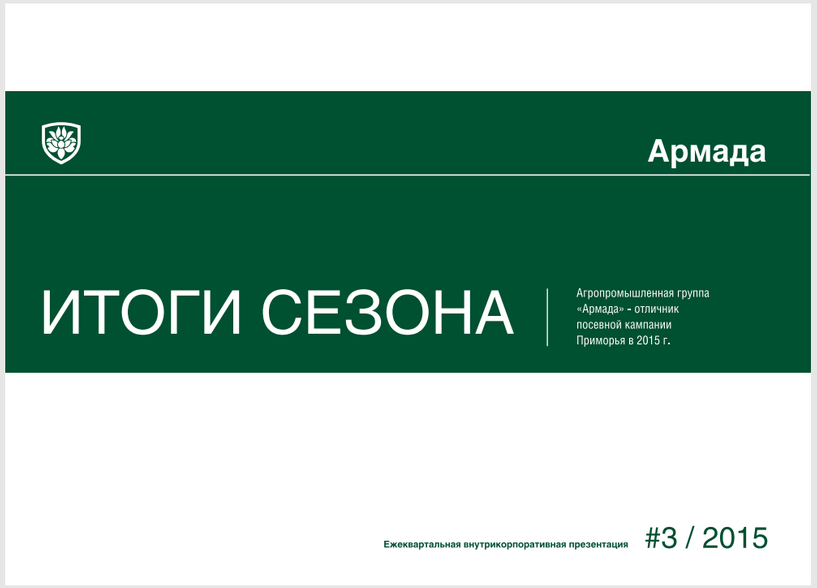


Рис. 65. Пример оформления электронной презентации

16. Файловый указатель

Список файлов, которые поставляются вместе с руководством.

1.	**Файл: logo.eps**	Логотип, торговый знак, фирменный блок
2.	**Файл: fonts.zip**	Фирменные шрифты
3.	**Файл: press_cards.eps**	Визитные карточки
4.	**Файл: press_folder.eps**	Папка для документов
5.	**Файл: press_folder2.eps**	Папка для документов (белая)
6.	**Файлы: document_press.eps**	Фирменные бланки А4, для печати в типографии
7.	**Файл: press_mail_e65.eps**	Евроконверт (Е65)
8.	**Файл: press_mail_c4.eps**	Конверт С4, вертикальный
9.	**Файл: press_invite.eps**	Приглашение
10.	**Файлы: souvenirs.eps**	Сувенирная продукция (флешка, ручка, флаг и др.)

Погребняк Е.В.
E-mail: e.pogrebnyak@mail.ru
+7 (914) 706-55-50
www.riadesign.ru