

АРТЕФАКТ

арсенал технологий фактур

Руководство
по использованию
комбинированного
товарного знака

2011

©

«Гримир»

дизайна

студии

в

разработано

студии

Гримир



- 1.1 Комбинированный товарный знак
- 1.2 Сетка построения
- 1.3 Знак | логотип
- 1.4 Охранное поле
- 1.5 Фирменные цвета | цветовые сочетания
- 1.6 Недопустимое использование
- 1.7 Чёрно-белое изображение
- 1.8 Фирменные шрифты
- 1.9 Масштабирование | пропорции



1.1

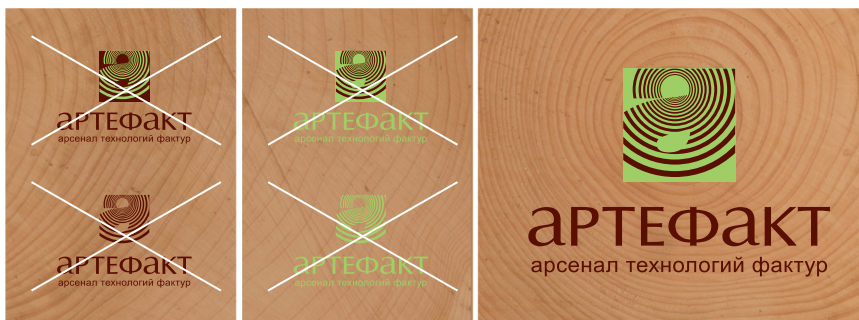
Комбинированный товарный знак

Комбинированный товарный знак состоит из графического знака, логотипа компании и дескриптора, представляя собой единое изображение.

Вертикальный вариант



Горизонтальный вариант



Доп. вариант на плашке (как исключение! - вместо инверсии при печати на каком-либо тёмном фоне (кожа, тёмное дерево))



1.2

Сетка построения





1.3

Фирменный знак

Составные части графического фирменного знака должны воспроизводиться сплошными однородными цветами / материалами без цветовых переходов, дополнительных граней или специальных эффектов.

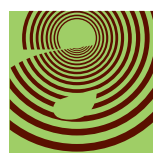
Фирменный знак в некоторых случаях может использоваться без логотипа.



Основной вариант PANTONE 4695 C



Доп. вариант
PANTONE 375 C



Доп. вариант
на плашке
(отдавать предпочтение
данному варианту при
печати на каком-либо
тёмном фоне вместо
инверсии)
PANTONE 4695 C ,
PANTONE 375 C

1.4

Логотип

Логотип (фирменное начертание названия компании) допускается использовать только в графическом исполнении (в кривых).

Основной вариант PANTONE 4695 C; PANTONE 4695 C 80%

АРТЕФАКТ

Не допускается:

- изменение пропорций логотипа или букв
- изменение расстояния между буквами
- изменение начертания букв
- набор логотипа шрифтом

АРТЕФАКТ

Доп вариант PANTONE 4695 C
(для рекламы, исполненной в ORACAL,
размещении на макетах с маленькой
печатной площадью, например ручках)

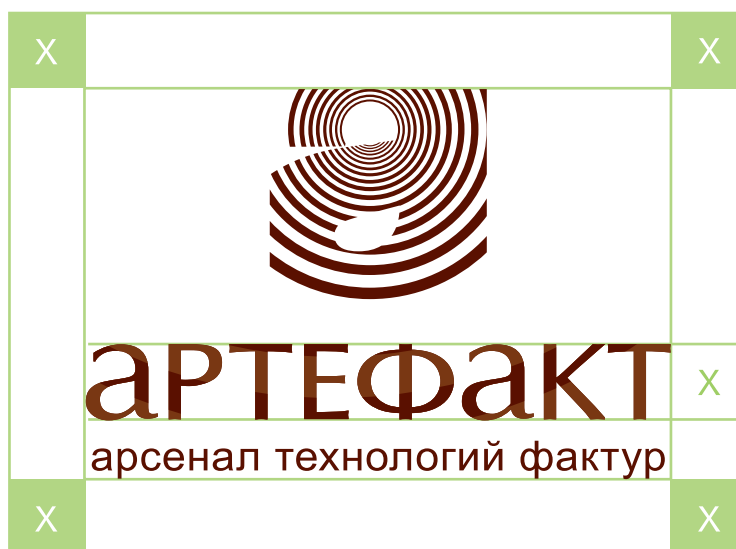


1.4

Охранное поле

Необходимо сохранять свободное пространство вокруг фирменного блока, обеспечивая тем самым чистоту его восприятия. В охранное поле не должны попадать графические или какие-либо другие элементы оформления. Настоящее руководство определяет минимальное значение охранного поля.

Запрещено размещать текст или какие-либо графические элементы в минимальной области охранного поля. Расстояние от края макета до товарного знака также не может быть меньше данного значения.





1.5

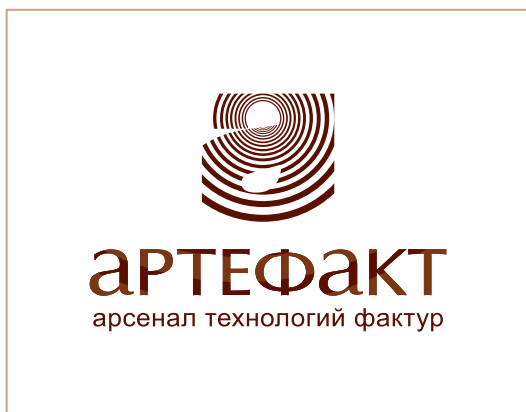
Фирменные цвета

Примеры использования: модель CMYK - в полиграфии; модель RGB - видео и интернет; Pantone - при печати чистыми красками; Oracal - в наружной рекламе

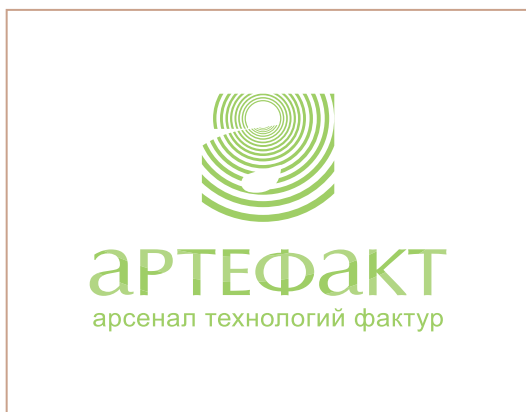
	C	M	Y	K	R	G	B	PANTONE	ORACAL
основные									
	0	87	100	85	255	229	19	4695 C	085
	0	49	99	0	248	149	31	4695 C 80%	-
	42	0	76	0	0	0	0	375 C	063

Цветовые сочетания

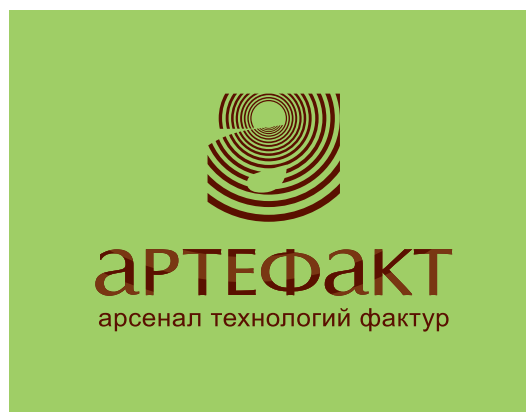
Основной вариант



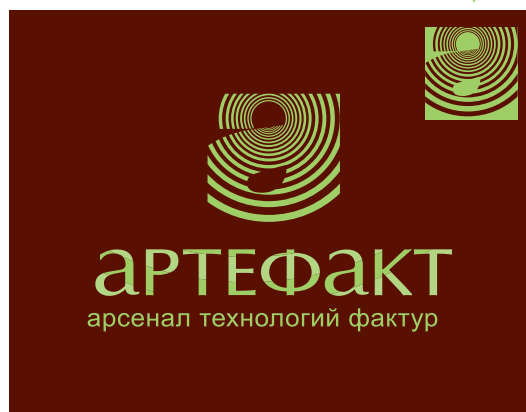
Доп. вариант (преимущественно когда знак используется отдельно от логотипа, либо занимает большую площадь)



Основной вариант



Доп. вариант (только как исключение - при необходимости инверсии (предпочтительнее использовать вариант с плашкой))





1.6

Недопустимое использование



Запрещено изменять общие пропорции



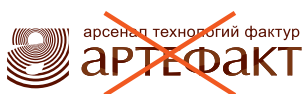
Запрещено как-либо искажать комбинированный товарный знак



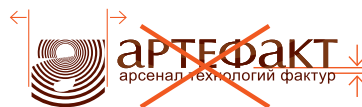
Запрещено размещать знак под углом



Запрещено использовать оформительские эффекты (обводки и т.п.)



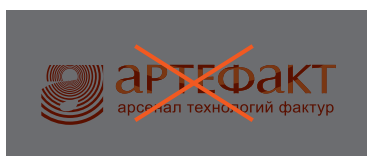
Запрещено изменять пропорции и расположение элементов комбинированного товарного знака относительно друг друга



Запрещено использовать другие варианты построения и ориентации комбинированного товарного знака, кроме оговоренных в брендбуке



Запрещено как-либо изменять цвета в комбинированном товарном знаке



Запрещено использовать позитивный цветной товарный знак на фоне яркостью более 50%. В таком случае используется инверсия



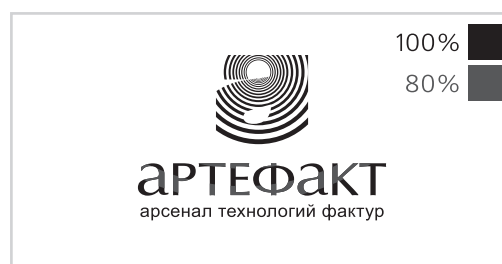
Запрещено размещать товарный знак на пёстром фоне



1.7

Черно-белое изображение

Черно-белые варианты применяются исключительно в тех случаях, когда применение цвета невозможно по технологическим причинам (например документооборот с применением чёрно-белой оргтехники - принтеров, копировальных аппаратов, факсов, печать в чёрно-белых газетах...) Использование инверсного ч/б изображения применять только в исключительных случаях, когда использование позитивного варианта невозможно.



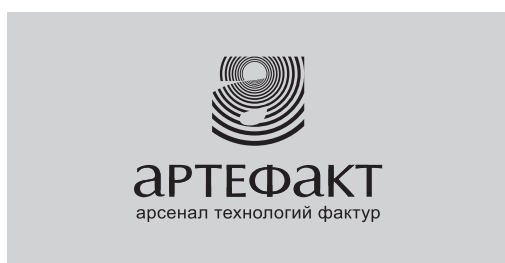
Ч/Б вариант для использования в ч/б изданиях высокого качества, журналах, полиграфии.



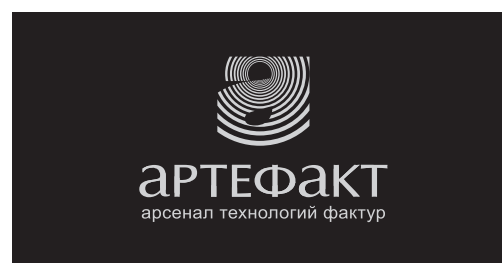
Инверсия



Ч/Б вариант для использования в ч/б газетных изданиях, ризографе, факсе, ксерокопии



Вариант для тиснения, гравировки на металле, термопечати



Инверсия



1.8

Фирменные шрифты

Для больших объёмов рекламного текста рекомендуется использовать FranklinGothicBookC. Для подзаголовков и небольших текстовых блоков — FreeSetCTT Bold и FreeSetCTT Regular. Для заголовков шрифты FreeSetCTT Bold и FranklinGothicHeavyC

FranklinGothicHeavyC

АБВГДЕЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЭЮЯ
абвгдежзиклмнопрстуфхцчшщъыэюя
ABCDEFGHIJKLMOPQRSTUVWXYZI
abcdefghijklmnopqrstvwxyzi
1234567890~!@#\$%^&*()_+ = - : ; / ? . , { }

FranklinGothicBookC

АБВГДЕЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЭЮЯ
абвгдежзиклмнопрстуфхцчшщъыэюя
ABCDEFGHIJKLMOPQRSTUVWXYZI
abcdefghijklmnopqrstvwxyzi
1234567890~!@#\$%^&*()_+ = - : ; / ? . , { }

FreeSetCTT Bold

АБВГДЕЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЭЮЯ
абвгдежзиклмнопрстуфхцчшщъыэюя
ABCDEFGHIJKLMOPQRSTUVWXYZI
abcdefghijklmnopqrstvwxyzi
1234567890~!@#\$%^&*()_+ = - : ; / ? . , { }

FreeSetCTT Regular

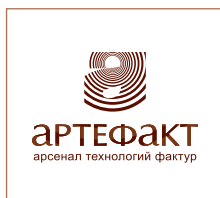
АБВГДЕЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЭЮЯ
абвгдежзиклмнопрстуфхцчшщъыэюя
ABCDEFGHIJKLMOPQRSTUVWXYZI
abcdefghijklmnopqrstvwxyzi
1234567890~!@#\$%^&*()_+ = - : ; / ? . , { }



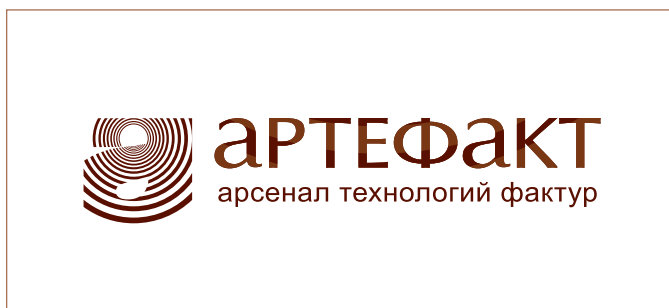
1.9

Масштабирование | пропорции

В зависимости от размеров и технологических особенностей печати рекомендуется использование соответствующего варианта. Варианты расположены в порядке уменьшения размеров.

вертикальный
или равносторонний носитель

горизонтальный носитель



2 цвета в логотипе

1 цвет в логотипе

1 цвет в логотипе

1 цвет в логотипе