



Пять



мастерская™
Чудес

Руководство по фирменному стилю



У человека 5 частей тела (руки, ноги, голова, шея, туловище), каждая часть необычна, чудесна и несет свою красоту и привлекательность. Кто-то восхищается длинными пальцами своих рук, кто-то аккуратностью своих ног, кто-то без ума от чьих то губ, кто-то от бюста любимой женщины. Наша мастерская может запечатлеть любую часть тела человека, запечатлеть все особенности и необычности, каждой линии, каждого изгиба.



Второе направление нашей работы - это изготовление детских ножек и ручек. Здесь наше название как нельзя лучше характеризует вид деятельности. По сути, мы делаем Пятерню каждого малыша. "Дай пять!!!" говорим мы малышам, отвлекая их, и искусно снимаем слепочек их ручки. Мы предоставляем возможность родителям навсегда сохранить точные копии ножек и ручек их малышей, где будут видны мельчайшие детали, включая линии ладонек и подушечки пальцев. На эти слепочки нельзя взглянуть без умиления, особенно по истечению времени, поистине Чудо! Поистине Пять чудес!

*Директор ростовского филиала
Курышова Е.Г.*

Введение

Фирменный стиль компании является ее лицом. Именно по фирменному стилю клиент складывает первое мнение об уровне, солидности и профессионализме тех, кто предлагает ему свои услуги.

Фирменный стиль мастерской "Пять чудес"[™] представляет из себя многоуровневую структуру, подчиненную многим закономерностям и правилам. Все они изложены в этом руководстве.

При создании любого, даже самого простого бланка для отправки по факсу, следует придерживаться рекомендаций, изложенных в руководстве по фирменному стилю.

I. Логотип

Логотип «Пять чудес»™ состоит из трех частей: уникального графического написания, сиреневого знака в виде кисти руки с изгибами (в виде арабской цифры 5) и статуса.

Все элементы логотипа всегда находятся в определенной пропорции и имеют фиксированное расположение относительно друг друга.



Логотип «Пять чудес»™ имеет один вариант расположения - горизонтальное.

Отдельно использовать знак логотипа разрешается в исключительных ситуациях, в которых размещение полного логотипа не представляется возможным в виду отсутствия достаточных размеров свободного пространства.

Различные изменения логотипа категорически неприемлемы, что может повлечь за собой изменение смысловой нагрузки логотипа на потребителя.

В исключительных ситуациях уникальное графическое написание может использоваться без знака, но такие ситуации требуют согласования с руководящим составом организации.

1.1 Написание товарного знака в текстах

Здесь описаны правила, которые необходимо соблюдать при использовании товарного знака в любых текстовых материалах.

«Пять чудес»™

- 1** Название товарного знака всегда пишется с больших букв и выделяется кавычками в тексте.

Пример: «Пять чудес»™

- 2** Написание символа правовой охраны товарного знака не просто допускается, но и приветствуется. Если есть такая возможность, не забывайте указывать информацию охраны в качестве ссылки.

Примеры:

«Пять чудес»™

™ - товарный знак, заявленный на регистрацию

«Пять чудес»®

® - зарегистрированный товарный знак.

- 3** Используя названия товарного знака в каком либо тексте, нужно стараться сочетать его с именем нарицательным. Это сделает коммуникацию более четкой и понятной.

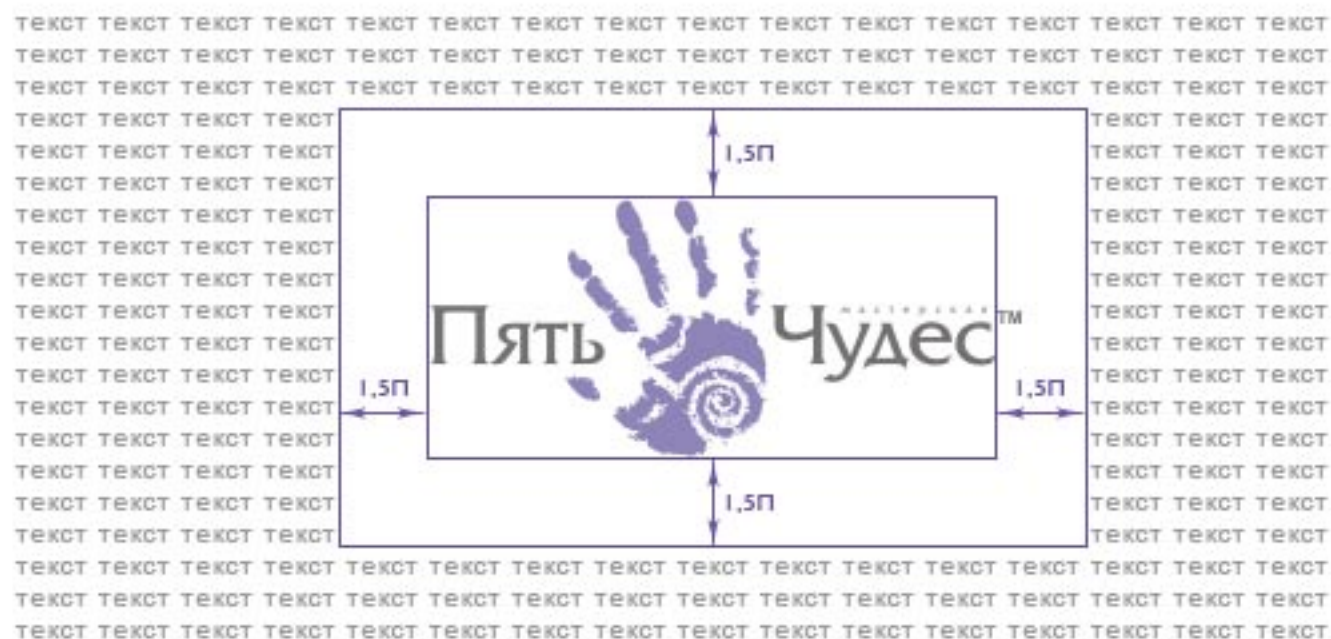
Примеры:

Мастерская «Пять чудес»™ проводит конкурс...

А не «Пять чудес»™ проводит конкурс...

1.2 Расположение, свободное поле и минимальный размер

Между знаком и уникальным графическим написанием существует четкая взаимосвязь.



Буква «П» выбрана как единица измерения для определения размера свободного поля. Размер свободного поля равен 1,5 буквы «П».

Никакие элементы графики, фотографии или текста на должны попадать в область свободного поля логотипа.

После официальной регистрации товарного знака в графическом и текстовом написании значек TM заменится на ®.

Чтобы логотип был отчетливо виден на всех материалах, надо в материалах большого формата использовать стандартный размер и вид логотипа.

В случаях нечитабельности статуса логотипа, статус можно отбросить, но в сопроводительных материалах его необходимо указать.

Пример: Мастерская «Пять чудес»TM...

1.3 Расположение логотипа

Логотип должен иметь фиксированное местоположение, а не “плавать” по странице.

Необходимо также учитывать его взаимосвязь с другими элементами макета.

Особенностью логотипа является его горизонтальное расположение и “направление” знака логотипа, которые должны учитываться при размещении логотипа на предметах (поверхностях).



Горизонтальное расположение



Направление

Исходя из этих особенностей, расположение логотипа на горизонтальных макетах не составляет особого труда, а расположение логотипа на вертикальных макетах имеет свои особенности.

Размещение логотипа в горизонтальном макете в качестве основного элемента осуществляется по центру страницы.

Размещение логотипа в вертикальном макете в качестве основного элемента осуществляется следующим образом: логотип должен быть смасштабирован и его размер не должен превышать 2/3 части вертикального макета с учетом свободного пространства вокруг логотипа и располагаться либо по центру макета, либо смещен относительно макета к правой границе.

2. Цветовая палитра

Цвет служит мощным средством идентификации и потому является существенным компонентом фирменного стиля.

Фирменные цвета разделяются на основные, дополнительные и вспомогательные. Каждый цвет представлен в четырех цветовых пространствах: Pantone (печать спецкрасками), CMYK (печать офсетными красками), RGB (экранный цвет), Web (цвет и Интернете).

2.1 Основные цвета

Основными цветами для логотипа являются фиолетовый и серый.

Фиолетовый цвет - насыщенный, холодный, тяжелый, спокойный, таинственный. Он символизирует мудрость, зрелость, высший разум. Этот цвет является основным цветом для знака логотипа.



Pantone 7446 C;
CMYK. C:40, M:40, Y:0, K:0;
RGB. R:156, G:149, B:194;
Web: #9c95c2

Серый - это классический нейтральный цвет. Он умеренно консервативен, традиционен и говорит об интеллигентности. Он используется в уникальном графическом написании логотипа.



Pantone Cool Gray 9C;
CMYK. C:0, M:0, Y:0, K:60;
RGB. R:132, G:133, B:137;
Web: #848589

2.2 Дополнительные цвета

Дополнительным цветом для логотипа является черный цвет.

Черный - это символизирует техничность, профессионализм, опытность, элегантность, изысканность. Он используется в уникальном графическом написании логотипа, вместо серого цвета.



Pantone Black 6C;
CMYK. C:0, M:0, Y:0, K:100;
RGB. R:0, G:0, B:0;
Web: #000000

2.3 Оттенки

Оттенки основных цветов применяются как аналоги основных цветов и/или как дополнительные цвета, которые подчеркивают фирменный стиль.

Фиолетовые оттенки

Pantone 7446 C;
CMYK. C:43, M:44, Y:0, K:0;
RGB. R:148, G:141, B:208;
Web: #948dd0

Pantone 272 C;
CMYK. C:59, M:64, Y:0, K:0;
RGB. R:121, G:106, B:178;
Web: #796ab2

Pantone 5315 C;
CMYK. C:13, M:10, Y:4, K:0;
RGB. R:218, G:219, B:229;
Web: #dadbe5

Pantone 668 C;
CMYK. C:76, M:85, Y:5, K:1;
RGB. R:94, G:71, B:149;
Web: #5e4795

3. Цвета логотипа

Логотип может воспроизводиться только на фирменных цветах, а так же в черно-белом варианте.

Варианты полноцветного использования



Варианты черно-белого использования



4. Шрифты

Фирменный шрифт - атрибут столь же важный для серьезных и известных компаний, что и логотип.

Тот огромный поток информации, которую современный человек воспринимает постоянно, передается во многом с помощью шрифта. Однако шрифт, по своей природе, это не только упорядоченная графическая форма определенной системы письма, но и средство эстетического и художественного оформления носителя информации.

4.1 Основной шрифт

Буквы в шрифте различаются характером рисунка, наклоном, насыщенностью, размером. Именно по этому шрифт AGFrigger был выбран в качестве основного шрифта для логотипа.

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
0123456789 «»,:;?.
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Выделяют следующие виды фирменных шрифтов:

1. Основной - им обычно пишется название фирмы.
2. Дополнительный - для крупных заголовков, для слогана.
3. Вспомогательный - используется для написания обычных текстов (в режиме типографской печати, для интернета), для фирменного описания товара.

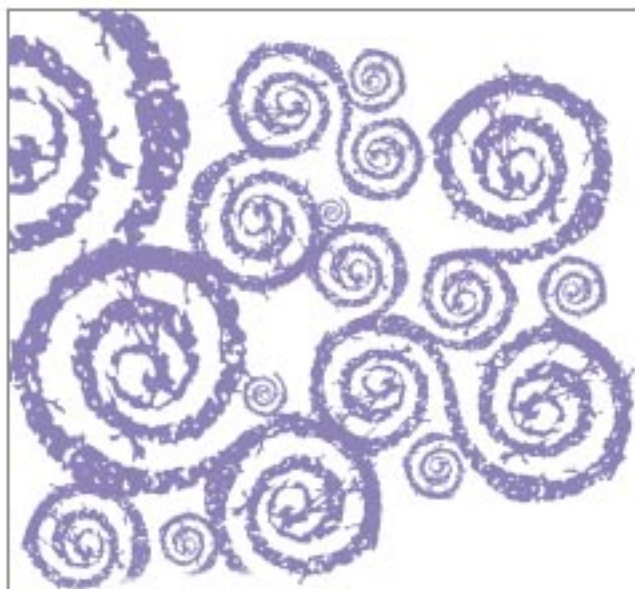
5. Узоры

Узоры являются отличительной чертой фирменного стиля «Пять чудес»™. Они поддерживают образ более живым, глубоким и отличительным.

При использовании узоров нужно следовать определенным правилам.

1 Форма и расположение. Узор состоит из одинаковых скруглений, различных размеров и поворотов вокруг оси.

Узоры могут быть либо угловыми и располагаться в углах макетов, либо ограниченные в замкнутые объекты.



В замкнутом объекте



В нижнем левом углу страницы

- 2 Цвет.** Узор должен состоять только из фирменных цветов.
- 3 Объекты.** На узорах не должны располагаться никакие объекты, так как сам узор представляет из себя дополняющий элемент фирменного стиля. Исключением может послужить только использование узора в качестве подложки, при этом цвет узора незначительного должен отличаться от фонового цвета.
- 4 Логотип.** Располагать логотип на узорах категорически запрещено, ввиду того что знак логотипа содержит элемент узора.

Искажения

Изменение цвета



Изменение положения частей



Использование нестандартного шрифта



Дополнение

Добавление тени и/или других эффектов



Контуры



Фон

Неоднородный фон



6. Запрещено

При построении логотипа не допускается использование деформирования графического начертания, а также добавление или удаления каких либо элементов.

Логотип никогда не меняется и всегда должен приводиться полностью, за исключением ситуаций, описанных в данном руководстве.

Запрещается изменять (деформировать) логотип, менять отдельные части или соотношение частей, менять цвет (отличный от фирменных цветов), добавлять или удалять отдельные элементы в пределах свободного пространства вокруг логотипа.

Логотип всегда должен воспроизводиться четко. В электронной документации запрещается хранить логотип в форматах со значительной потерей качества.

Деформация

Поворот



Размеры отдельных частей



Скос



Сжатие

