

Brand Book (Фирменный стиль)

город-курорт Теленджик





Содержание

Введение	Визитка
Термины	Бланк
Лого	Конверт
Цвета	Ручка
Шрифты	Диск
Графика	Накет
Модульная сетка	Напка
Использование	Закладка



БРЕНДБУК в том понимании, в котором его принято воспринимать в России, - это руководство по применению и использованию фирменного стиля. По-английски же то, что в России мы называем brand book, звучит как brand identity guidelines или corporate identity. Там brand book - это, скорее, описание фирмы, ее жизненных и деловых стандартов, норм работы с клиентами и партнерами. Основное различие данных продуктов в целевой аудитории: фирменный стиль разрабатывается для потребителей продуктов и услуг компании, brand book - для сотрудников и партнеров. Не имея инструкции по применению фирменного стиля, которой является

Введение



брендбук, можно столкнуться со множеством весьма неприятных сюрпризов. Например, в один прекрасный миг вы вместо напечатанного аккуратного логотипа в форме равнобедренного треугольника можете увидеть странный вытянутый шпиль, не имеющий ничего общего с оригинальными пропорциями лого. Или же с ужасом обнаружить, что фирменные цвета поменяли оттенок и вместо благородного и сдержанного бордо проступает фривольный малиновый оттенок. Для того чтобы подобных казусов не возникало, и существует брендбук, фирменный стиль в котором является неотъемлемой составляющей. Мало разработать сам фирменный стиль; если нет руководства по его применению (то есть брендбука), нельзя говорить о том, что фирменный стиль вообще разработан. Аналогичная ситуация в дизайне: мало разработать сам фирменный стиль, надо еще и составить инструкцию, руководство по его применению. Вот как раз это руководство, должным образом оформленное и преподнесенное вкупе с разработанным продуктом, и есть брендбук.





ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ - это совокупность изобразительных, визуальных и информационных средств, совокупность графических элементов, с помощью которых фирма подчёркивает свою индивидуальность. Индивидуальный фирменный стиль - это неотъемлемая часть имиджа организации. Оригинальный корпоративный стиль (*corporate identity*) позволит Вам сформировать у посетителя положительный образ Вашей фирмы, что способствует укреплению имиджа и узнаванию бренда, а соответственно - и увеличению продаж. Носителями фирменного стиля могут выступать: визитка, фирменный бланк, конверт, папка, информационный лист, проспект, буклет, плакат, сувениры, упаковочная бумага, пакеты, а также все формы рекламы, включая наружную рекламу и рекламные банеры.

Терминология

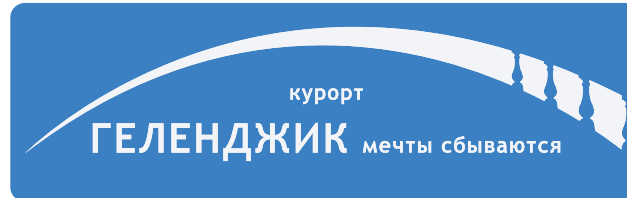


Логотип - это инструмент продвижения фирмы на рынок, конкуренции, привлечения внимания покупателей, совокупность приемов, улучшающих запоминаемость и восприятие покупателями, партнерами и независимыми наблюдателями не только товаров фирмы, но и всей ее деятельности, что позволяет идентифицировать компанию среди конкурентов. Логотип - используется при оформлении предлагаемых фирмой продукцией, в качестве рекламы, ярлыков, которые компания использует в фирменных бланках, рекламных материалах, на конвертах, упаковке продуктов.

Примерные элементы фирменного стиля:

- o Словесный товарный знак - название фирмы, выполненное в индивидуальной графической манере (русский и английский)
- o Графический товарный знак (условное обозначение фирмы или продукта)
- o Фирменный блок (знак + логотип, почтовые, банковские реквизиты, перечень товаров и услуг, рекламный символ, слоган)
- o Фирменное сочетание цветов = цветовая гамма (цветовая палитра, фирменное сочетание цветов, которые в сочетании с формой товарного знака создают определенный, запоминающийся образ)
- o Набор шрифтов = фирменный шрифт (набор шрифтов для оформления печатной продукции может быть выбран определенный шрифт)
- o Визитная карточка
- o Фирменный бланк
- o Бланк счета, факса
- o Фирменный конверт (евростандарт, А4, А5)

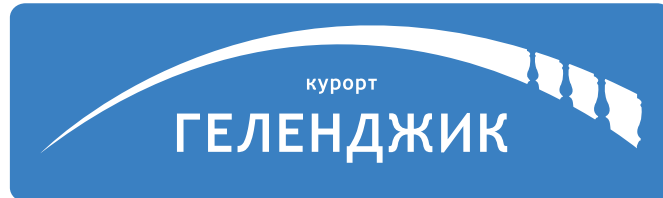




Логотип и слоган



Логотип может быть использован в белой версии в любых вариантах цветового окружения, а также может применяться в трех вариантах фирменных цветов (см. стр. 5 "Фирменные цвета"), в зависимости от цветового окружения. Черный вариант логотипа используется только в черно-белых документах!



Логотип без слогана



Логотип без слогана используется на печатной проукиции маленького формата, где должен применяться шрифт большего размера.

Логотип может быть использован в белой версии в любых вариантах цветового окружения, а также может применяться в трех вариантах фирменных цветов (см. стр. 5 "Фирменный цвета"), в зависимости от цветового окружения. Черный вариант логотипа используется только в черно-белых документах!



Фирменные цвета



*Pantone 149C (глянцевая бумага), 149U (матовая);
аналог в СМУК = С3М22У73К0*



*Pantone 151C (глянцевая бумага), 151U (матовая);
аналог в СМУК = С2М66У90К0*



*Pantone 321C (глянцевая бумага), 321U (матовая);
аналог в СМУК = С100М39У54К23*

Фирменные цвета должны использоваться во всех видах печатной продукции. Но располагать рядом можно только два цвета, один из них Pantone 149 (светло-золотистый), а второй- либо оранжевый Pantone 151, либо бирюза Pantone 321. Нельзя располагать вместе оранжевый и бирюзу!





картинка 1

Фирменные шрифты

1. АБВГДЕЖЗИКЛМНОПРСТ
УФХЦЧЩЬЭЮЯ!?(
абвгдежзиклмнопрст
уфхцщъэюя 1234567890

Шрифт: *Univers Medium Italic*
A $\xleftrightarrow{100}$ V

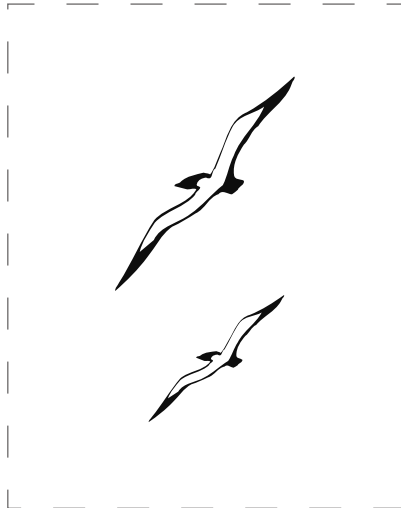
2. АБВГДЕЖЗИКЛМНОПРСТ
УФХЦЧЩЬЭЮЯ!?(
абвгдежзиклмнопрст
уфхцщъэюя 1234567890

Шрифт: *Univers Bold Italic*
A $\xleftrightarrow{100}$ V

3. АБВГДЕЖЗИКЛМНОПРСТ
УФХЦЧЩЬЭЮЯ!?(
абвгдежзиклмнопрст
уфхцщъэюя 1234567890

Шрифт: *Coronet-Cyrillic*
A $\xleftrightarrow{100}$ V

Основной шрифт для печатной продукции *Univers Italic*, для заголовков и элементов дизайна используется декоративный шрифт *Coronet*. Применение шрифтов см. на картинке 1.



картинка 2

Фирменная графика

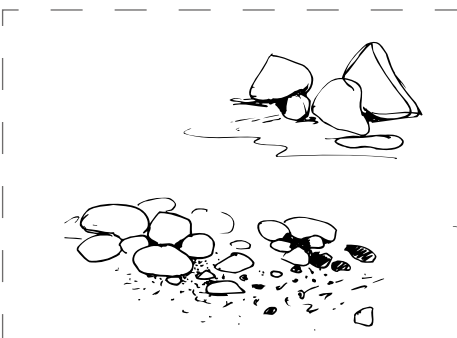
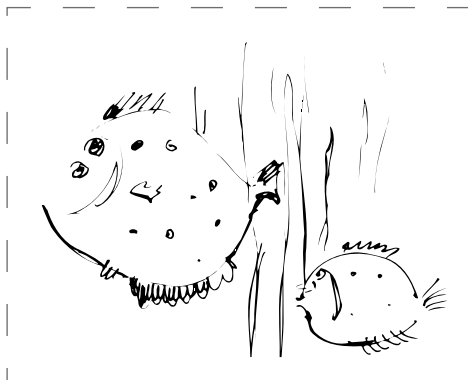
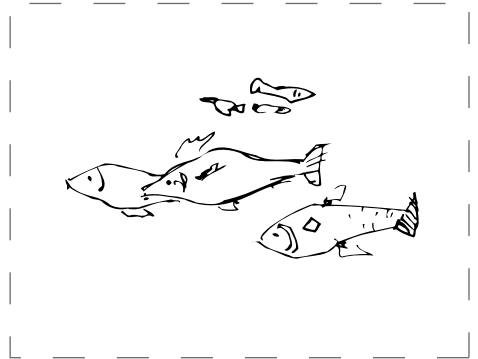
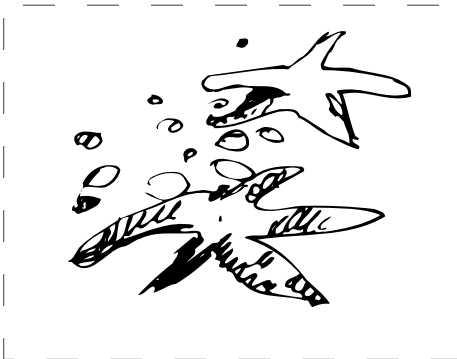


Фирменная графика, выполненная специально для использования в печатной продукции города-курорта Геленджик, передается в рамках фирменного стиля. "Чайки" (см. картинку 2) являются желательным графическим элементом во всей печатной продукции; использование остальных графических элементов является свободным и единственным условием является соответствие тематике материалов.





Фирменная графика (2)



ЛОГОТИП без слогана используется на печатной продукции маленького формата, где должен применяться шрифт большего размера. Логотип может быть использован в белой версии в любых вариантах цветового окружения, а также может применяться в трех вариантах фирменных цветов (см. стр. 5 "Фирменный цвет"), в зависимости от цветового окружения. Серый вариант логотипа используется только в черно-белых документах! Логотип без слогана используется на печатной продукции маленького формата, где должен применяться шрифт большего размера. Логотип может быть использован в белой версии в любых вариантах цветового окружения, а также может применяться в трех вариантах фирменных цветов.

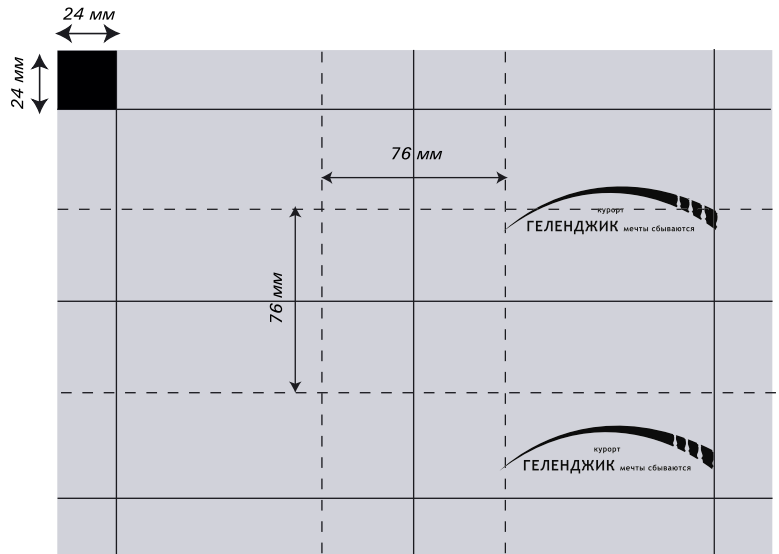
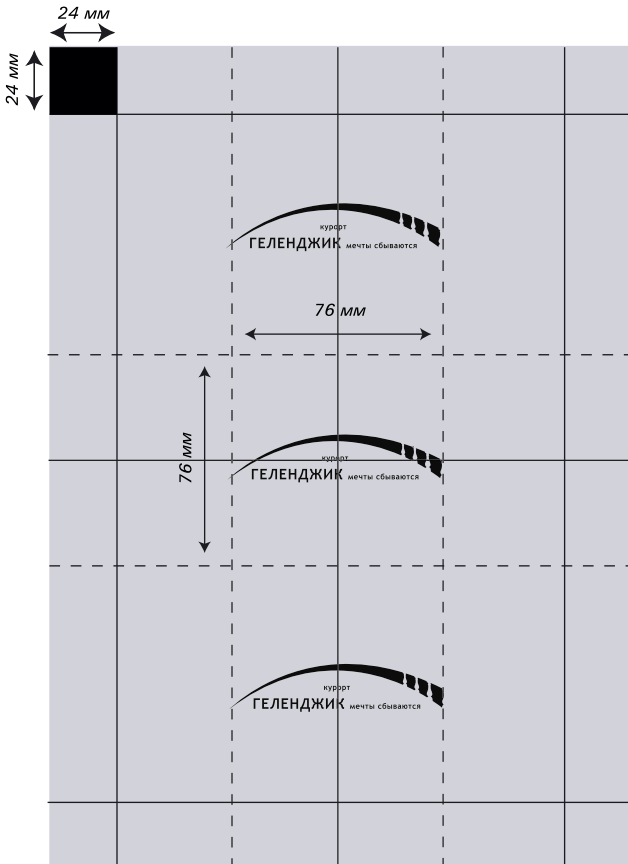


Использование модульной сетки в рекламной полосе журнала

ЛОГОТИП без слогана используется на печатной продукции маленького формата, где должен применяться шрифт большего размера. Логотип может быть использован в белой версии в любых вариантах цветового окружения, а также может применяться в трех вариантах фирменных цветов (см. стр. 5 "Фирменный цвет"), в зависимости от цветового окружения. Серый вариант логотипа используется только в черно-белых документах! Логотип без слогана используется на печатной продукции маленького формата, где должен применяться шрифт большего размера. Логотип может быть использован в белой версии в любых вариантах цветового окружения, а также может применяться в трех вариантах фирменных цветов.



Модульная сетка



A4

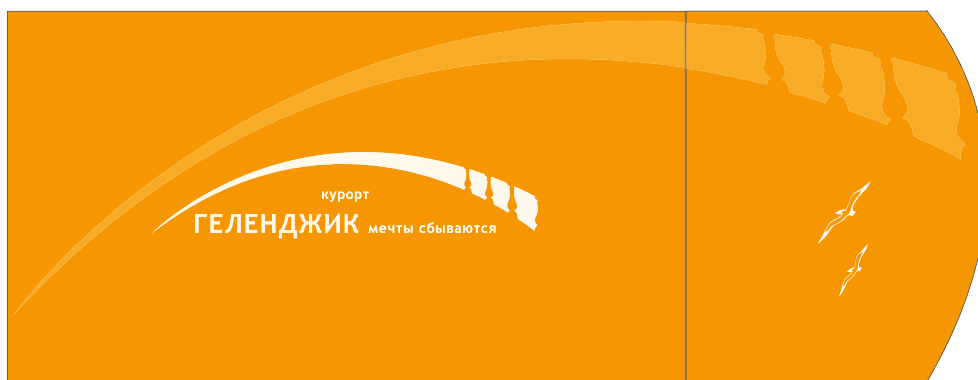
Модульная сетка является стандартным образцом верстки для графическо-рекламной продукции. Основные особенности сетки для формата A4: одинаковый шаг отступов с 4х сторон (24 мм), симметричное выравнивание по центру, отступы от центра 38 мм.

Расположение логотипа: центральное в листе, либо в центре одного из делений сетки. Пространство вокруг логотипа должно оставаться свободным.

A4

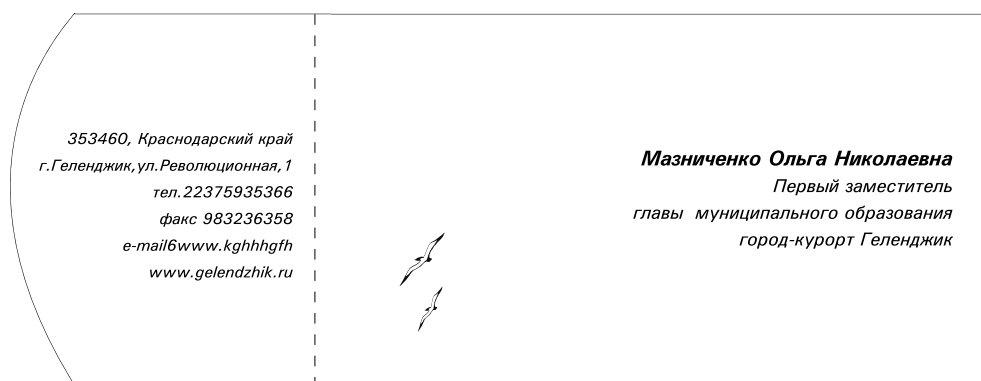
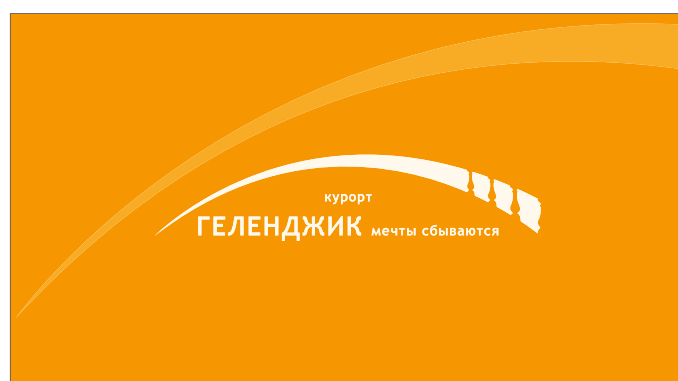


Оборотная сторона визитки в разложенном виде



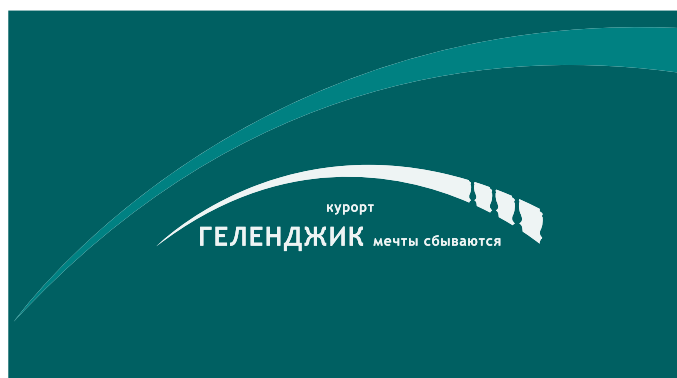
Использование: Визитки

Визитка для женщин, работающих в Администрации



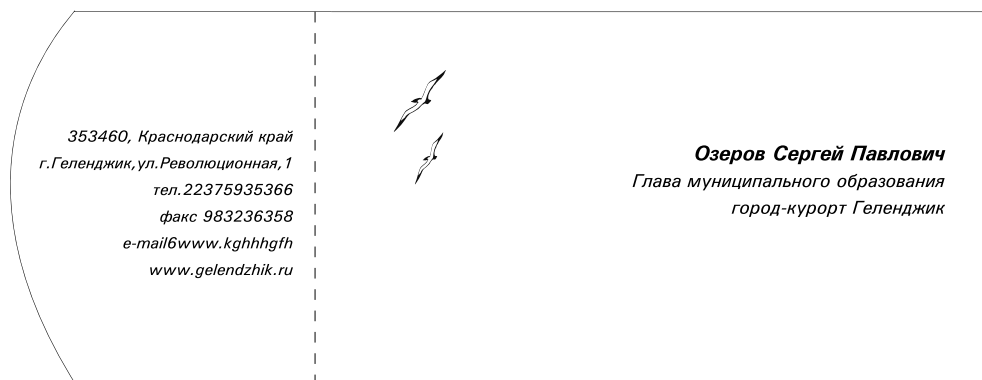
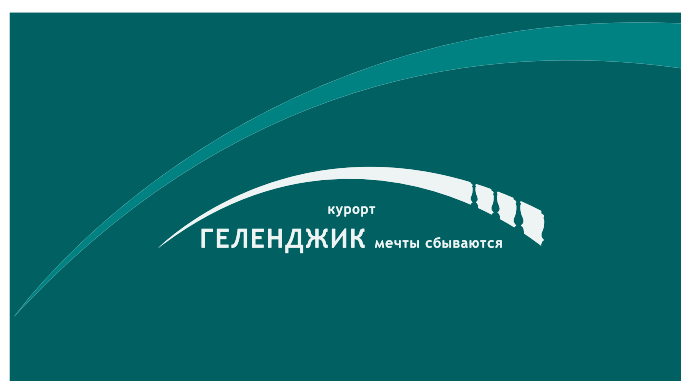
Мазниченко Ольга Николаевна
Первый заместитель
главы муниципального образования
город-курорт Геленджик

Оборотная сторона визитки в сложенном виде



Использование: Визитки

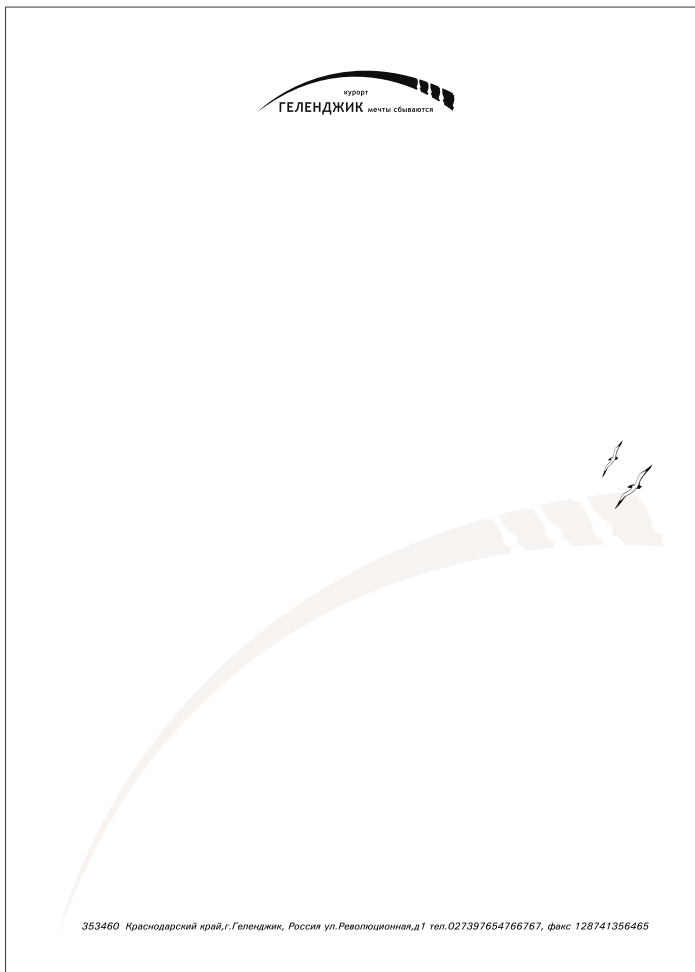
Визитка для мужчин, работающих в Администрации



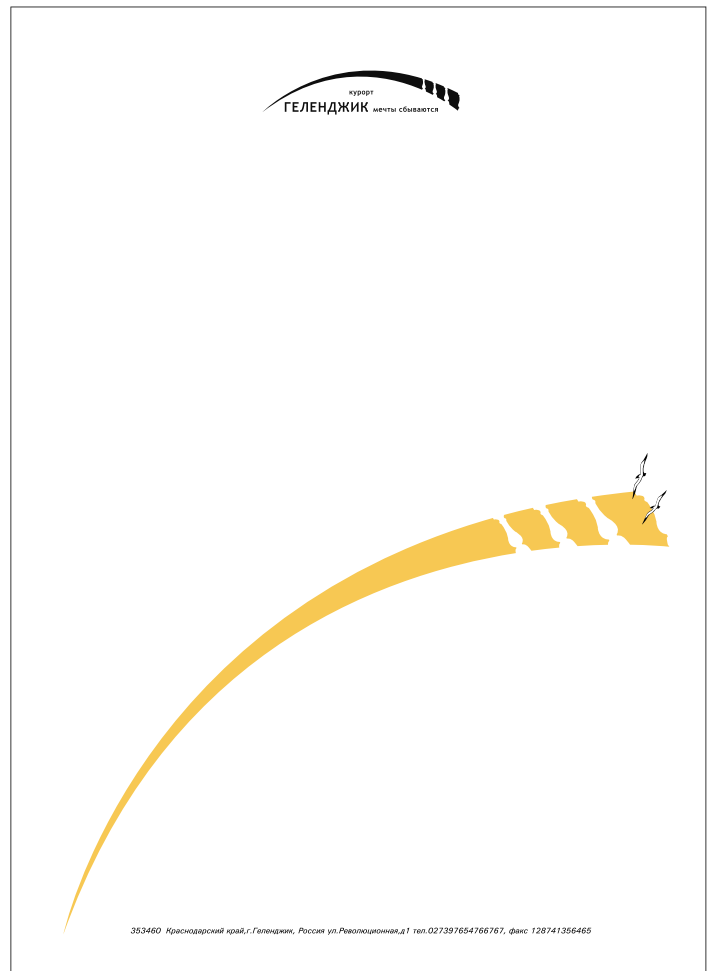


Использование: Бланк

Бланк черно-белый



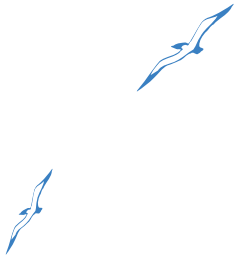
Бланк 2 цвета



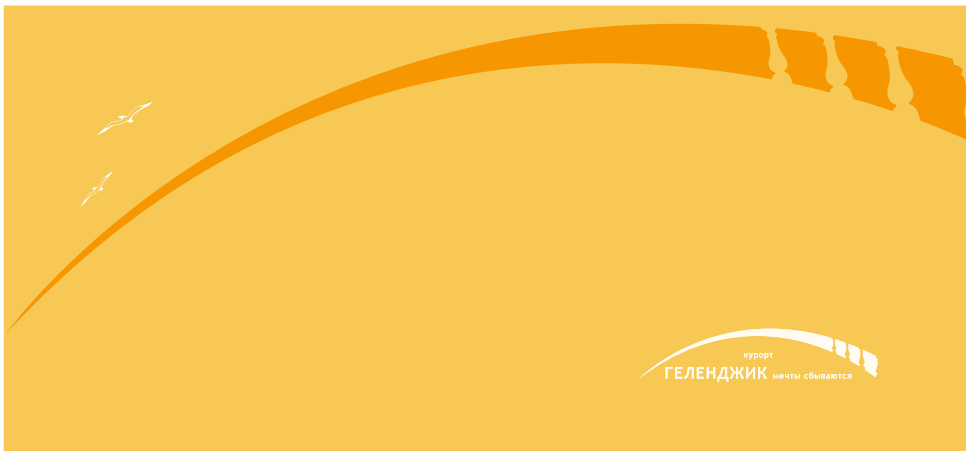


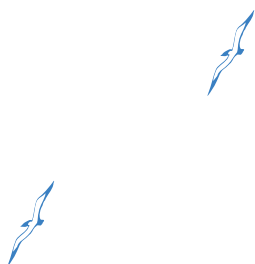
Использование: Ручки





Использование: Конверт





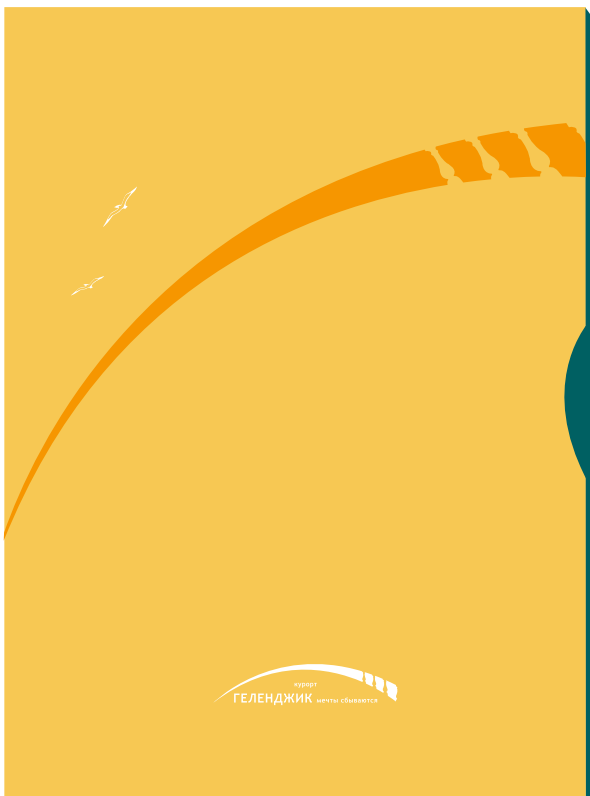
Использование: Закладка для меню



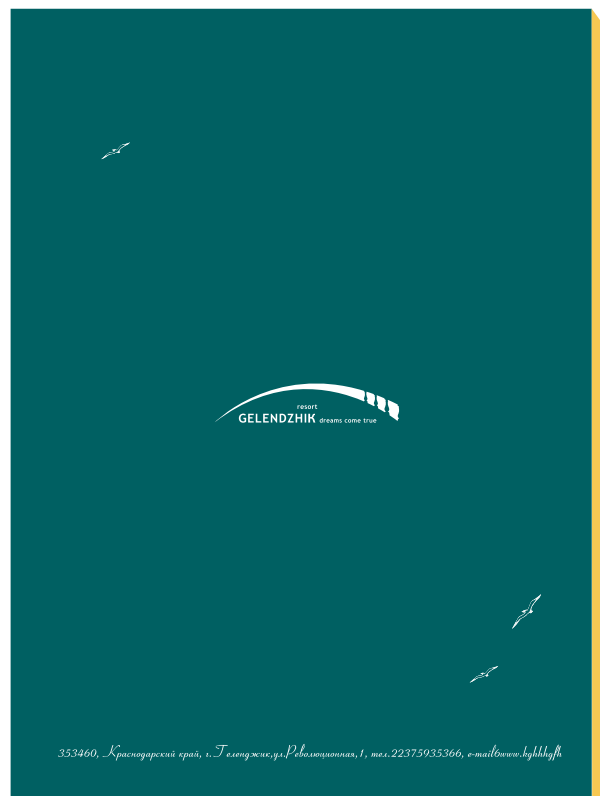


Использование: Папка для бумаг

Передняя часть



Задняя часть





Пакет пластиковый, ПНД

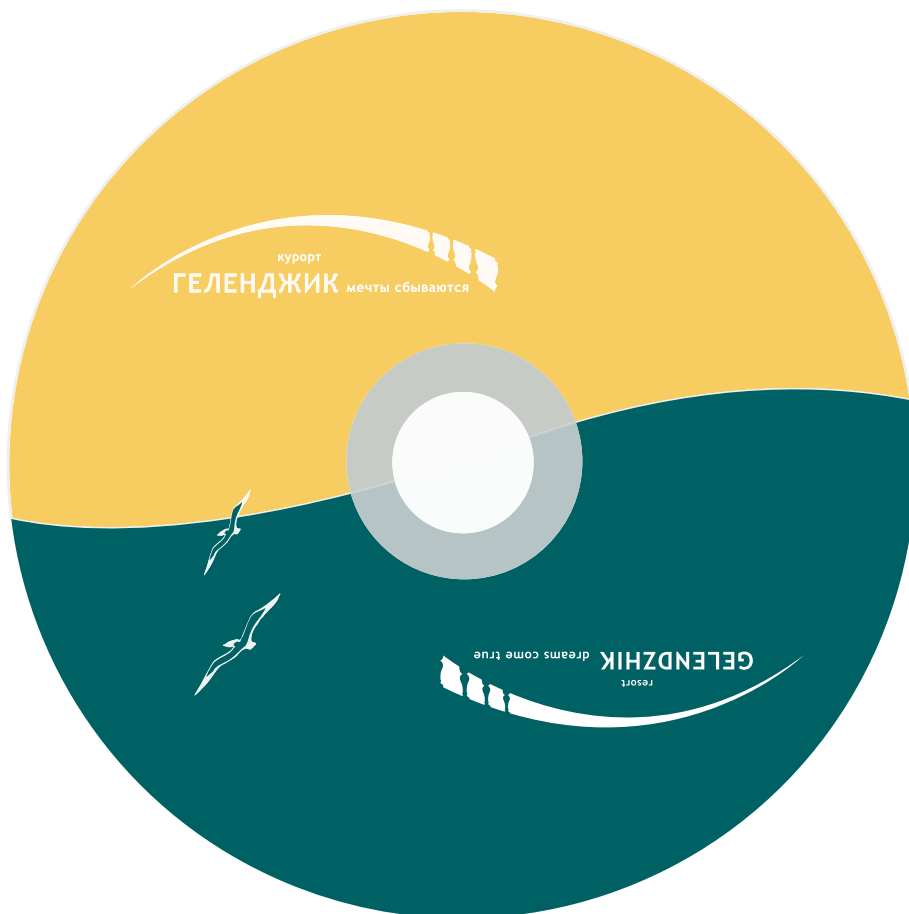
Использование: Пакеты

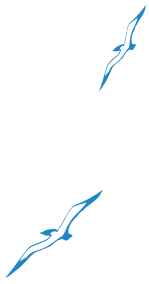
Пакет бумажный





Использование: Компакт-Диск





Примечания

Исходные файлы рекламно-графической продукции для города-курорта Геленджик находятся в дизайн-студии ICL. Данные разработки не являются окончательными макетами для печати, так как многие данные, такие как имена, телефоны и адреса должны быть изменены.

По вопросам изготовления данной дизайн продукции, обращайтесь в дизайн-студию ICL:

Геленджик, Полевая 37

Тел\факс: (86141) 500-18

icl@vencocorp.com

design@vencocorp.com

www.icl-international.com