



**Руководство
по использованию
фирменного стиля**



Руководство по использованию фирменного стиля

Расходные материалы и запасные части для мясоперерабатывающего оборудования

Тел./факс: (095) 513-47-90, 513-42-96, 513-56-42
ул.Пионерская, д.1а, г.Королёв, Московская обл., 141070
constanta@pochta.ru

Использование фирменного стиля ЗАО «Константа»

Предлагаемая система построения элементов фирменного стиля позволяет выгодно использовать созданный фирменный стиль

Компания должна повсеместно придерживаться нижеизложенных стандартов и сохранять целостность фирменного стиля.

Важно формировать и поддерживать легко узнаваемый и чётко идентифицируемый стиль «Константы».

Программа корпоративного стиля, которая предлагается ниже, может быть универсальным средством для формирования позитивного имиджа компании среди заинтересованных лиц и компаний.

В данном руководстве изложены основные принципы построения корпоративного фирменного стиля, которые должны помочь увеличить узнаваемость логотипа и фирменной атрибутики «Константы».

Концепция фирменного стиля отражает особенности деятельности компании, работающей для известных комбинатов по мясопереработке, ценящим точность и качество выпускаемой продукции.

Особенностью работы компании, является комплексность подхода, широкая номенклатура, выбор качественных и надёжных материалов. Забота о клиенте и понимание важности долгосрочных отношений.

Фирменный стиль создает следующий ассоциативный ряд, связанный с деятельностью организации: порядок, устойчивость, качество, производство металлических изделий.

Это руководство определяет как главенствующие направления при подготовке канцелярских и бизнес форм, так и основы для создания рекламных и презентационных материалов, а также других визуальных приложений.

Обзор руководства

Вся продукция с использованием символики «Константы» должна соответствовать единому фирменному стилю. Необходимость соответствия всех материалов ниже описанным правилам продиктована стремлением создать твёрдый и устойчивый имидж. Следуя несложным правилам по использованию фирменной символики, можно достичь максимальной эффективности в узнаваемости и идентификации атрибутов компании.

Основными составляющими фирменного стиля являются три элемента, которые постоянно остаются неизменными или меняются в соответствии с настоящим руководством.

Этими элементами являются:

- **Фирменный знак**
- **Фирменный шрифт**
- **Фирменные цвета**

Данное руководство состоит из двух частей. Первая—подробное описание базовых элементов фирменного стиля. Вторая часть описывает примеры использования этих элементов в различного рода приложениях.

Резюме, размещённое в боковом поле, необходимо для того, чтобы быстро определять суть и назначение главы.

Оглавление

Использование фирменного стиля	
ЗАО «Константа»	2
Обзор руководства	3
Логотип «Константы»	4
Построение логотипа	5
Использование шрифтов	6
Фирменные цвета	7
Построение приложений	8
Визитная карточка	9
Бланк	10
Конверт	11
Папка	12

Логотип «Константы»

Логотип является фундаментальным элементом фирменного стиля, запоминание которого играет ключевую роль в узнаваемости компании. Логотип состоит из фирменного знака и надписи.

Название «Константа» при первом произношении вызывает ассоциации стабильности и точности.

Логотип Константа напоминает две скобы, обращенные друг к другу. Каждая скоба соответствует латинской букве «С», соответствующей слову Constanta. Внутри скоб расположена шестигранная техническая деталь, как составляющая производственного процесса. Логотип имеет точное математическое построение, что также подчеркивает аккуратность компании во всём.

Красный цвет выражает энергичность, серебряный — цвет металла. Сочетание красного и серебристого цветов в логотипе делает его удобным в использовании совместно с логотипами мясоперерабатывающей отрасли.

Минимальный размер логотипа должен удовлетворять условиям воспроизведения, при которых он остаётся узнаваемым, и буквы в надписи будут читаемыми. При размерах логотипа менее 4 см. желательно использовать версию логотипа, предназначенную для маленьких размеров.

Всегда используйте логотип соответствующего разрешения.



— специальная уменьшенная версия

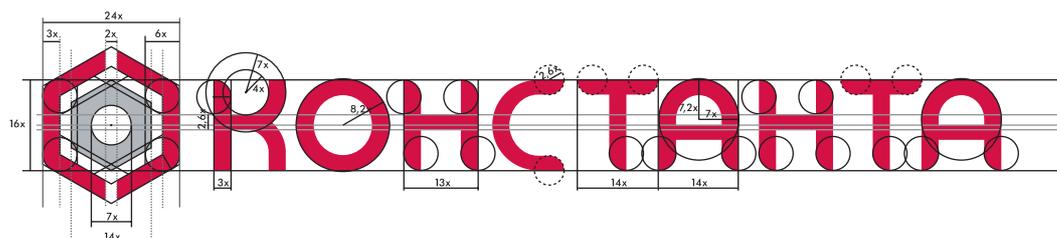
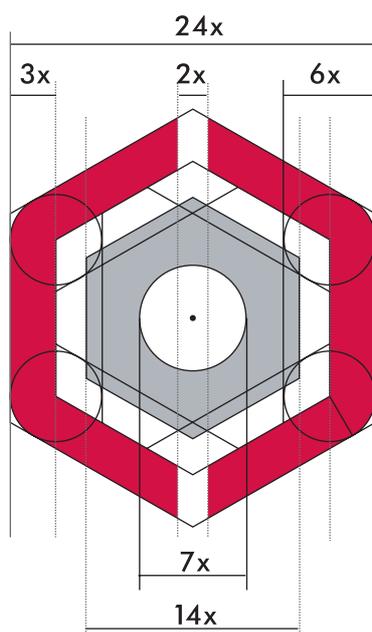
Построение логотипа

Знак строится на трёх вписанных равносторонних шестиугольниках с ширинами $24x$, $18x$, $14x$ и центральной окружности с диаметром $7x$.

Все буквы логотипа имеют высоту $16x$, вертикальную ширину $3x$, горизонтальную ширину $2,6x$.

Фирменный знак компании можно воспроизвести, используя лишь циркуль и линейку.

Во избежание визуального смещения вокруг всех границ логотипа должно оставаться свободное пространство. В этом случае логотип будет лучше восприниматься и запоминаться.



Использование шрифтов

Фирменный шрифт способствует запоминанию текстовой информации и является базовым элементом фирменного стиля.

Для поддержания корпоративного стиля во всех материалах необходимо использовать одинаковый набор шрифтов.

Шрифт является главным оформительским элементом, имеющим собственный характер, усиливающий впечатление от прочитанной информации.

Шрифты Футурис и Футура являются гротесками, построенными на геометрически простых формах, передающих эстетику конструктивизма.

Шрифты Футурис и Футура были разработаны в 1927 году дизайнером Паулем Реннером, их кириллическая версия в 1995 году Владимиром Ефимовым.

Для набора текстовых блоков используется прямое начертание гарнитуры размера 10 или 12 пунктов.

Futuris

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ абвгде
ёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя 0123456789 «»,:?.ABCDE
FGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Futuris

**АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯабвгдеё
жзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя 0123456789 «»,:?.ABCDE
FGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

Futura Condensed

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ абвгде
ёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя0123456789«»,:?.ABCDE
FGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Фирменные цвета

Каждый цвет представлен в четырёх цветовых пространствах: Pantone (печать спецкрасками), CMYK (печать офсетными красками), RGB (экранный цвет), Web (цвет в Интернете).

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



Красный. Ассоциируется с активностью, жизненной энергией.

Pantone 200;
CMYK C:0, M:100, Y:60, K:12;
RGB R:204, G:0, B:51;
Web #CC0033;



Серебряный. Цвет металла. Точность, расчёт.

Pantone 429 или серебряная спецкраска;
CMYK. C: 4, M:0, Y:0, K:32;
RGB. R:186, G:186, B:186;
Web. #BABABA

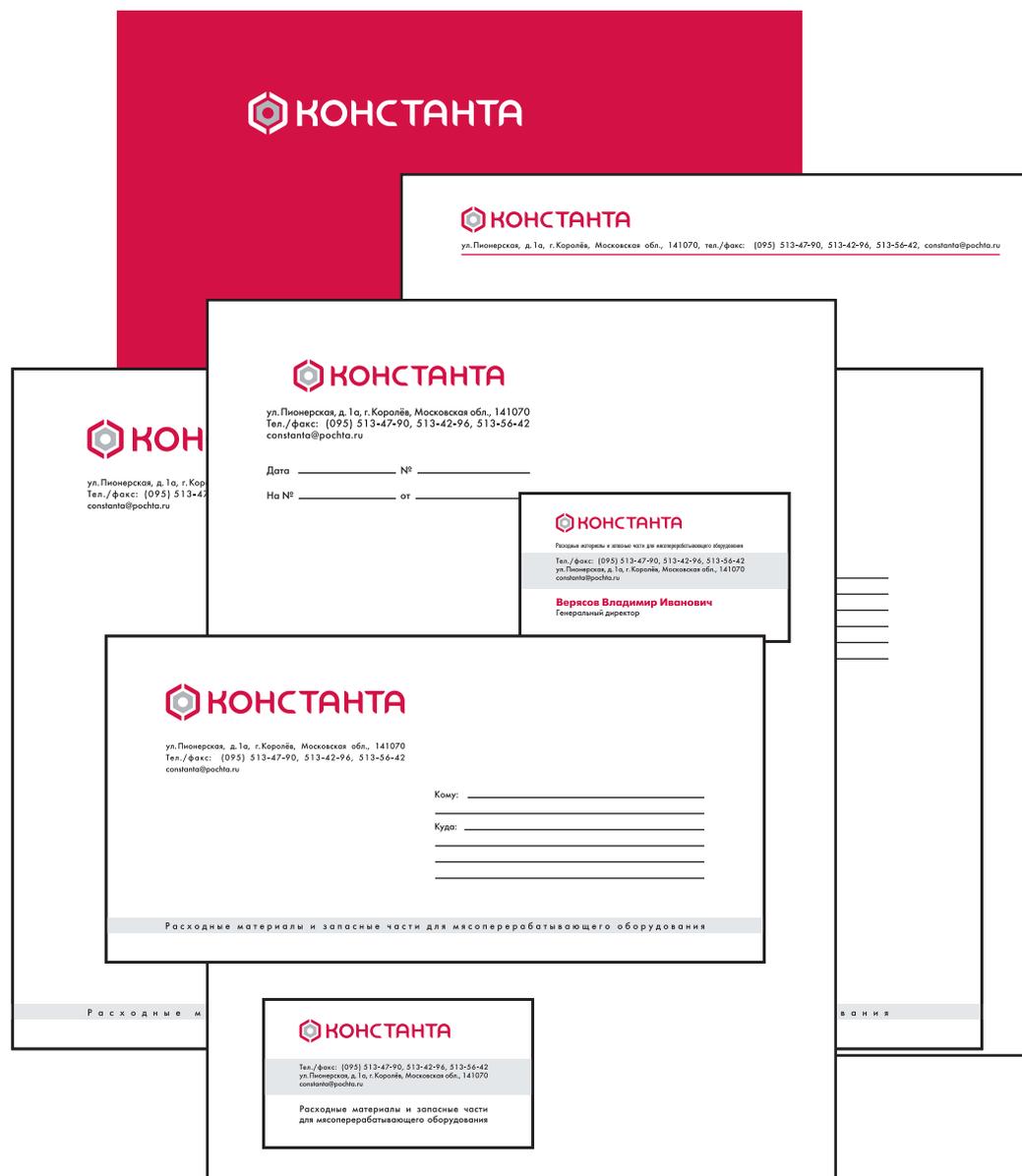
Построение приложений

При использовании элементов фирменного стиля (логотип, цвета и шрифты) в стандартных приложениях следует руководствоваться нижеизложенными правилами. Это обеспечит унификацию документооборота внутри офисов компании и узнаваемость приложений для внешнего использования.

Основные элементы фирменного стиля, принципы построения которых были изложены выше, не существуют сами по себе, а всегда являются частью какого-либо офисного документа, сувенирной или рекламной продукции,

презентационных материалов и других приложений. Некоторые приложения, наиболее часто используемые в текущей деятельности компании, могут и должны быть унифицированы с точки зрения размеров, компоновки основных элементов, цветового, шрифтового решения и типа бумаги. При таком подходе они также становятся частью фирменного стиля компании.

Вторая часть данного руководства описывает правила композиции и построения этих приложений.

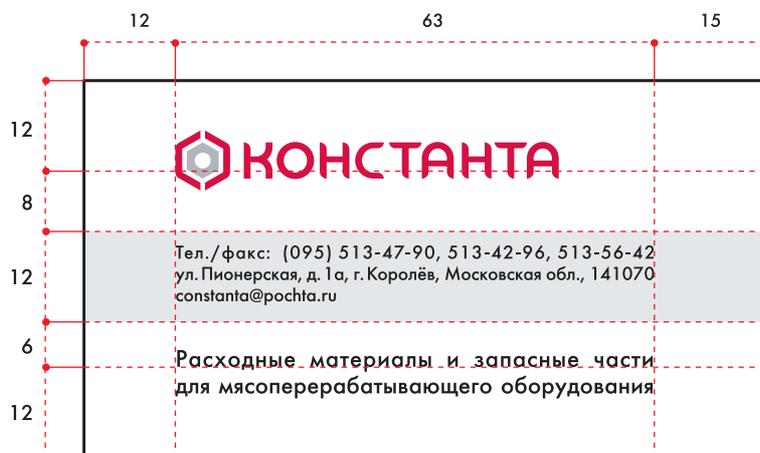
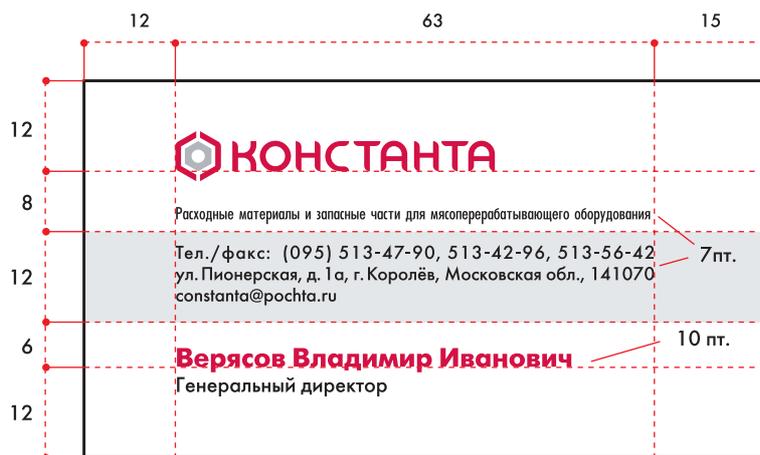


Визитная карточка

Визитная карточка печатается на белой плотной мелованной бумаге Splendorgel. Визитная карточка всегда имеет размер 90x50 мм и не может быть двухсторонней.

Плотность бумаги: не менее 280 г/м².

Визитная карточка часто является первичным коммуникационным средством и ни при каких обстоятельствах не может отличаться от стандартной формы.



Бланк

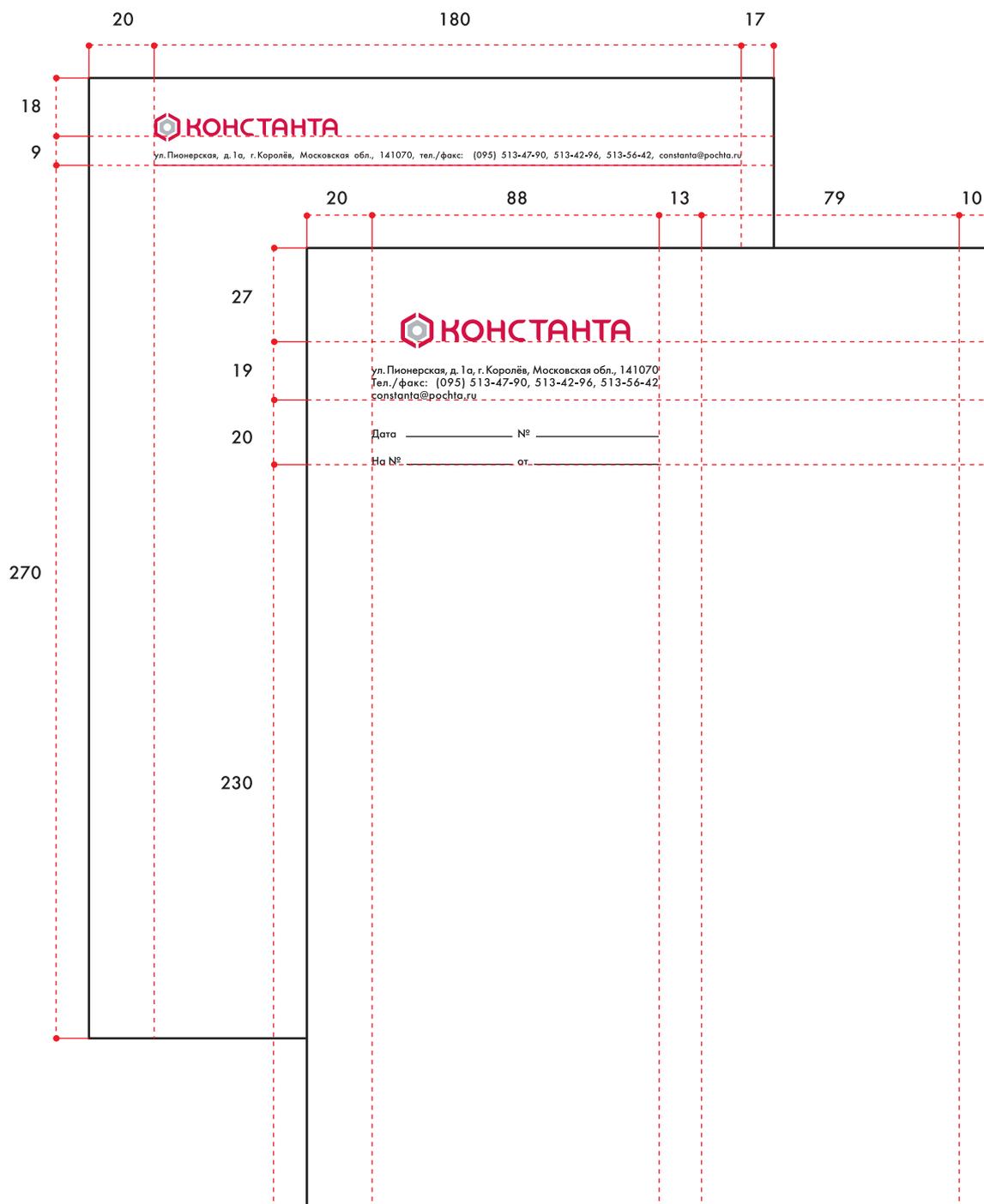
Угловой бланк с фирменной символикой компании используется для ведения документооборота и отправки официальных документов.

Размеры бланка: 210 x 297 мм (формат А4).
Текст бланка набирается гарнитурой Futuris,
не менее 10 pt или рубленным шрифтом.

Качество бумаги должно гарантировано соответствовать для использования в копировальных аппаратах, лазерных и струйных принтерах, а также иметь следующие характеристики:

плотность бумаги: 80 г/м²;

белизна: не менее 98 %.



Конверт

Фирменный знак и адрес имеют одинаковые размеры на всех конвертах.

Их размещение отвечает требованиям государственной почтовой службы, касающимся оформления.

Конверт стандарта DL, евростандарт: 110x220 мм.

В конверт помещается лист формата A4, сложенный втрое.

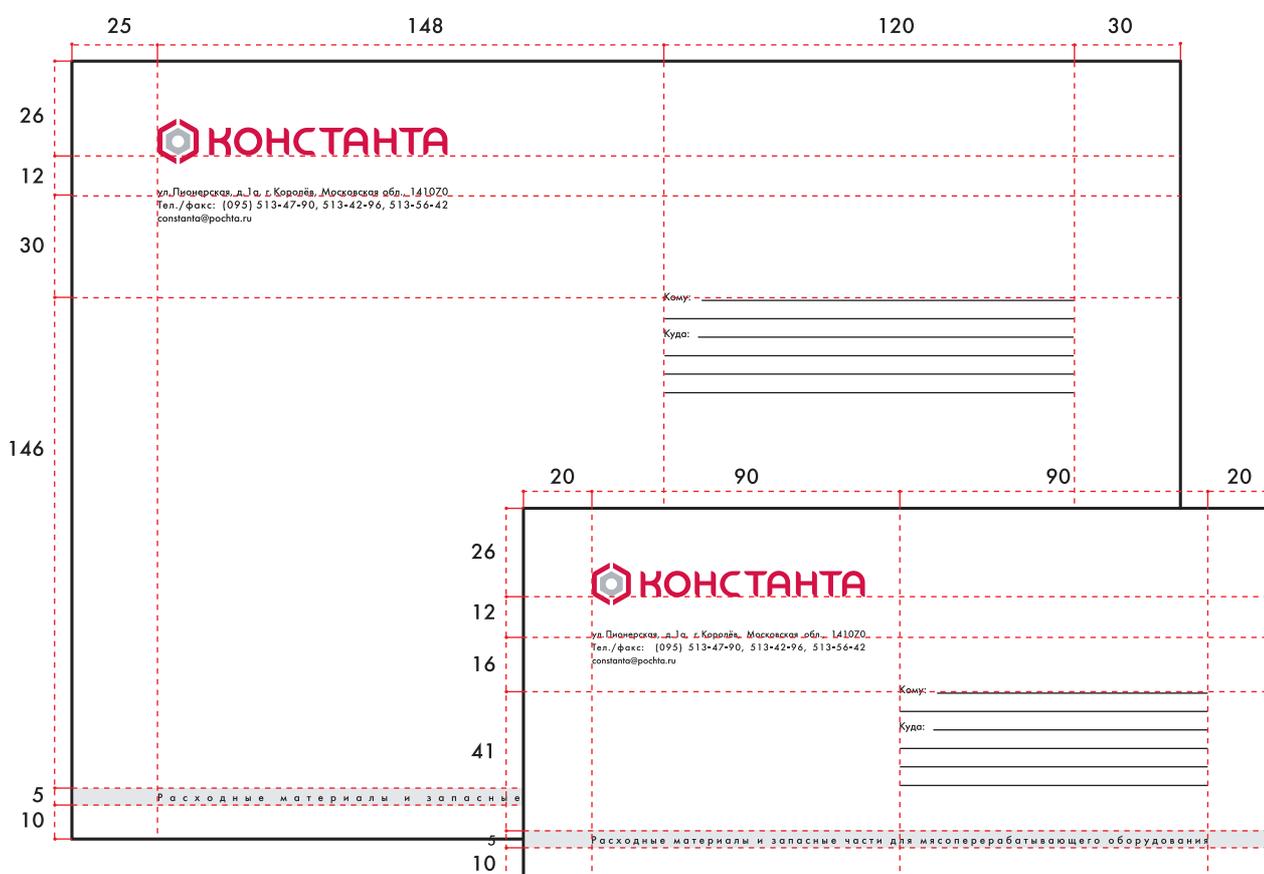
Конверт С4: 229x324 мм.

Используется как пакет для пересылки журналов или документов, напечатанных на листах формата A4.

Конверт с фирменной символикой компании используется при отправке почтовых и курьерских отправлений.

В правом нижнем поле конверта пишется адрес получателя и индекс в следующем порядке:

- фамилия, имя, отчество получателя;
- улица, номер дома, квартиры;
- наименование населённого пункта;
- страна (для международной корреспонденции);
- почтовый индекс.



Папка

Фирменная папка используется для хранения и передачи документов формата А4, а также способствует созданию положительного образа компании.

Папка печатается на тонированной красной бумаге (например, Sirio Cherry) с использованием кроющих белил и серебра.

Размер сложенной папки: 229х307 мм.
Плотность бумаги: от 280 г/м².

