



НАС И ЗДЕСЬ НЕПЛОХО СМОТРЯТ

Краткое руководство
по использованию логотипа



СОДЕРЖАНИЕ

Данное руководство — инструкция по использованию стиля, позволяющая следить за соблюдением разработанных стандартов. Изложенные здесь правила помогут дизайнерам и полиграфистам сделать работу корректно и качественно.

К руководству прилагаются все указанные изображения и макеты. В работе всегда следует использовать только готовые файлы, на которые указывают ссылки в каждом разделе.



ЗНАК И ВАРИАЦИИ КОМПОЗИЦИИ

Фирменный логотип, это не только совокупность графических элементов, построенных в определенном порядке. Фирменный логотип несет в себе идею и смысл, которые должен легко прочитываться и запоминаться.

использования его в макетах.

Примеры показанные в этом разделе считаются эталонными. Рекомендуем использовать только исходные макеты с прилагаемого к данному руководству носителя.

В данном разделе вы можете узнать что означает фирменный знак компании, какой в него заложен смысл, для эффективного

Исходные материалы находятся на носителе, который прилагается к данному руководству:

Logo/Compositions

Фирменный логотип выполнен в лаконичной и простой форме, сочетает в себе шрифтовой блок фирменного слогана "Нас и здесь неплохо смотрят", и названия бренда, написанного уникальным шрифтом.

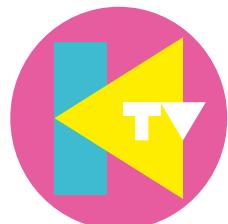
Логотип разработан в стиле супрематизма* и изображает композицию разноцветных геометрических форм, символизирующих разные склады ума, социальные статусы, мировоззрения и жизненные принципы людей, которые пользуются услугами компании "КОТТВ".

Обилие цветов говорит о доступности и простое использования предлагаемого продукта.

*СУПРЕМАТИЗМ (от лат. supremus — наивысший) — направление в авангардистском искусстве, основанное в 1-й половине 1910-х годов Казимиром Малевичем.

Являясь разновидностью абстракционизма, супрематизм выражался в комбинациях разноцветных плоскостей простейших геометрических очертаний (в геометрических формах прямой линии, квадрата, круга и прямоугольника). Сочетание разноцветных и разновеликих геометрических фигур образует пронизанные внутренним движением уравновешенные асимметричные супрематические композиции.

(см. раздел "Охранное поле")





ПРАВИЛА ПОСТРОЕНИЯ

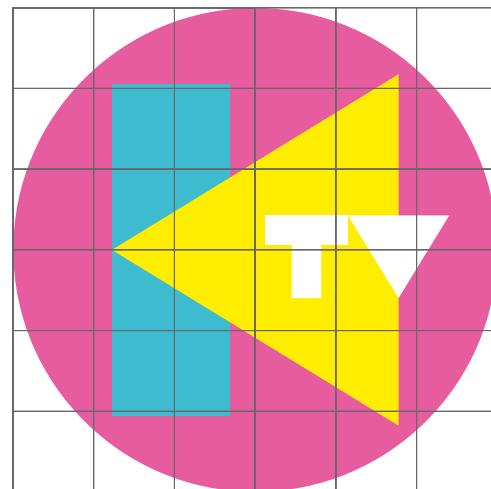
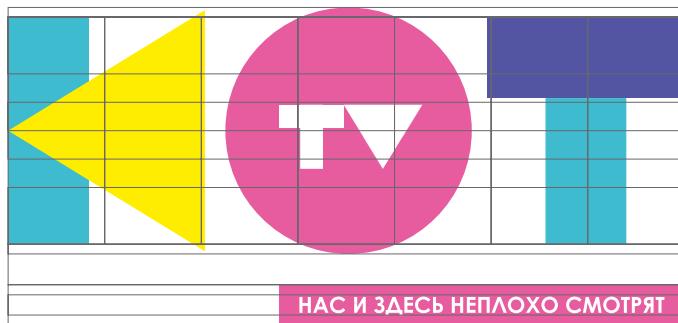
Данные правила дают возможность понять взаимосвязь между элементами логотипа. Вся конструкция - это четко продуманная и вымеренная система графических и текстовых элементов, созданная для эффективного использования логотипа на любых дизайн-макетах.

На этих примерах показано соотношение размеров и расположения текстового и графического блоков относительно друг друга.

Нанесенная сетка поможет дизайнеру лучше понять взаимосвязь между элементами, чтобы, в случае отсутствия исходных материалов, дизайнер мог самостоятельно выстроить конструкцию логотипа.

Пропорции и масштаб текстового блока относительно графического знака не изменяются и не варьируются ни при каких условиях.

Пропорции и масштаб дополнительного текстового блока относительно основного текстового блока и графического знака не изменяются и не варьируются ни при каких условиях.



Чтобы избежать распространенных ошибок, ознакомьтесь с разделом "Недопустимое использование"



ОХРАННОЕ ПОЛЕ

Свободное пространство вокруг логотипа (охранное поле) визуально отделяет его от соседствующей графики, исключает возможность его смешения с другими элементами и препятствует искажению смысла.

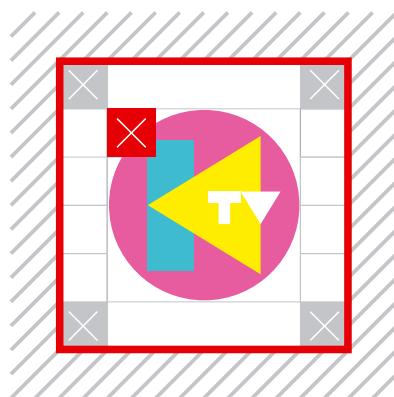
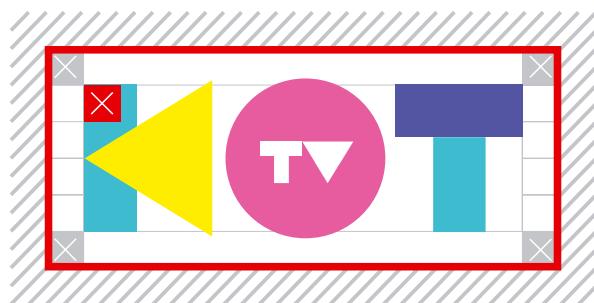
В охранном поле не должно быть никаких посторонних изображений, текста, данных или фотографий.

Исходные материалы находятся на носителе, который прилагается к данному руководству:

Logo/Savezone

Здесь представлены примеры двух конструкций логотипа с обозначенными охранными полями. Границы охранного поля выделены красным цветом. Квадрат с буквой X - это четверть фирменного знака, именно этот параметр определяет границы охранного поля.

Показанный пример считается предпочтительным в использовании в большинстве случаев, однако, если условия расположения логотипа не позволяют сохранить охранное поле в заданном размере, дизайнер может уменьшить установленные границы, главное, чтобы между логотипом по периметру оставалось свободное пространство и он не соприкоснулся с соседствующей графикой.



Для лучшего понимания значения охранного поля, на следующем развороте представлены примеры его применения.

В данном примере показано
удачное использование охранных
поля логотипа.
Элементы фотографии не заходят
под логотип
и не мешают его восприятию.



НАС И ЗДЕСЬ НЕПЛОХО СМОТРЯT

Пример НЕПРАВИЛЬНОГО
использования охранного поля
логотипа.



НАС И ЗДЕСЬ НЕПЛОХО СМОТРЯТ



ДОПУСТИМЫЕ МИНИМАЛЬНЫЕ РАЗМЕРЫ

На практике часто возникает задача размещения логотипа на малых объектах или на небольшой площади. При ее решении следует помнить, что количество вариантов возможного изменения логотипа строго ограничено и что трансформация не должна нарушать целостности бренда. Именно поэтому, а также в силу технологических ограничений, присущих

различным способам воспроизведения логотипа на носителях фирменного стиля, существует объективный порог минимально допустимого размера логотипа.

Исходные материалы находятся на носителе, который прилагается к данному руководству:

[Logo/sizes](#)

При воспроизведении логотипа методом цифровой или офсетной печати на бумаге, картоне, при использовании технологий УФ-печати или лазерной гравировки на твердых поверхностях минимально допустимый размер логотипа (знак, основной логотип) указан на примерах справа.

Как правило, дальнейшее уменьшение логотипа приводит к невозможности распознавания подписи под текстовым блоком, поэтому дальнейшее уменьшение является недопустимым.

Показанные примеры логотипов, несут не только информационную нагрузку, а также выполнены в масштабе 1:1.



Минимальный размер основной версии логотипа со слоганом может быть равен 25 мм по вертикали.



Минимальный размер основной версии логотипа без слогана может быть равен 10 мм по вертикали.



Минимальный размер фирменного знака может быть равен 5 мм по вертикали.



ЦВЕТ И РАЗМЕЩЕНИЕ НА ЦВЕТНОМ ФОНЕ

Цвет является неотъемлемой частью фирменного стиля, необходимым для создания устойчивого восприятия бренда.

Фирменные цвета используются в качестве цвета логотипа, фирменных фонов и других элементов фирменного стиля.

Учитывая специфику деятельности и охват рекламы, использование логотипа возможно на разных носителях и цветовых фонах.

Стандартное использование логотипа предпочтительно на белом фоне, а также с использованием дополнительных фирменных цветов.

В случае крайней необходимости, логотип можно использовать и на ярких насыщенных фонах.

В зависимости от контрастности и насыщенности фона, дизайнер должен принять решение какую версию логотипа использовать.

Для лучшего понимания, на следующем развороте представлены примеры использования логотипа с использованием дополнительных фирменных цветов.

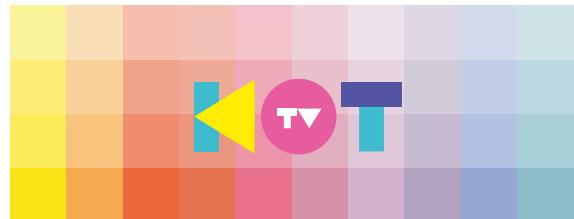
основная версия логотипа для использования на белом и светлых оттенках цветных фонов.



версия логотипа для использования на черном и темных оттенках цветных фонов.



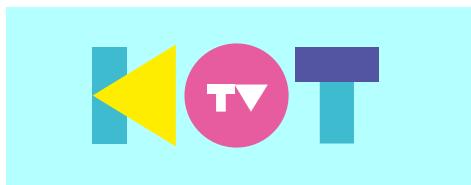
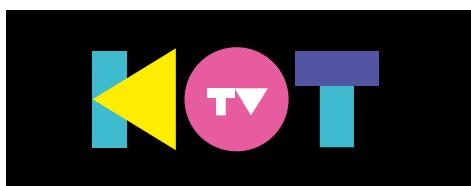
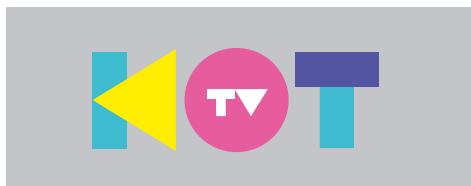
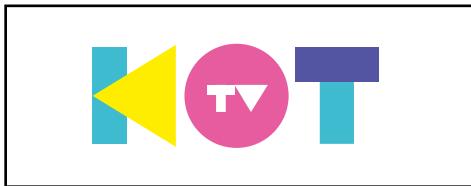
пример использования основной версии логотипа на светлых цветовых оттенках.



пример использования версии для темных фонов на насыщенных цветовых оттенках.



Пример использования цветовых фоновых плашек
(фирменные цвета, дополнительные цвета).
Используется только основная версия логотипа.
Яркость и цвет фона должен быть достаточно
контрастным для адекватного отображения логотипа.



Данные цвета являются
фирменными.
Использование других
цветов НЕДОПУСТИМО!



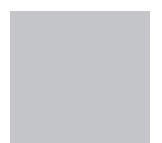
C: 0
M: 0
Y: 0
K: 0
R: 255
G: 255
B: 255



C: 0
M: 0
Y: 0
K: 100
R: 0
G: 0
B: 0



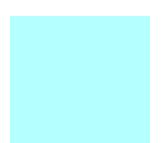
C: 70
M: 0
Y: 20
K: 0
R: 5
G: 219
B: 243



C: 0
M: 0
Y: 0
K: 30
R: 195
G: 197
B: 200



C: 0
M: 0
Y: 100
K: 0
R: 255
G: 237
B: 0



C: 29
M: 0
Y: 0
K: 0
R: 180
G: 255
B: 255



C: 2
M: 76
Y: 0
K: 0
R: 242
G: 92
B: 191



C: 80
M: 68
Y: 0
K: 0
R: 82
G: 90
B: 191

Пример
размещения
основной версии
логотипа на афише.



FILM FESTIVAL

2





НЕДОПУСТИМОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ

Логотип является цельным графическим элементом, любые видоизменения внешнего вида логотипа строго запрещены.
Приведенные примеры не являются исчерпывающими, но они дают представление о наиболее типичных ошибках.



×

Нельзя изменять
пропорции логотипа.



×

Нельзя использовать
дополнительные спецэффекты.



×

Нельзя кардинально изменять
расположение элементов.



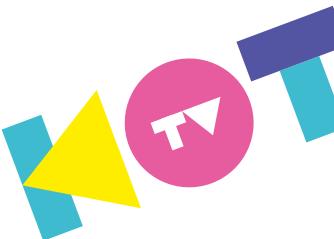
×

Нельзя перекрашивать логотип
или его графические элементы.



×

Нельзя набирать текстовую
часть другим шрифтом.



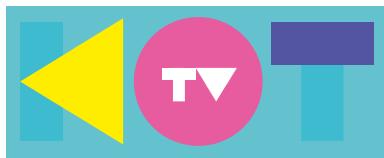
×

Нельзя поворачивать логотип.



×

Нельзя нарушать внутренние
пропорции логотипа.



×

Нельзя использовать логотип на фоне
без учета основных цветов и контрастности



ТИПОГРАФИКА СТИЛЯ

Дизайн логотипа состоит из нескольких составляющих элементов. Одним из наиболее важных элементов фирменного логотипа является его типографика.

декоративный, зависит от характера сферы, для которой логотипы создаются.

Создание логотипа предполагает правильное использование шрифта, что является чрезвычайно важным при разработке соответствующего бренда. Стиль шрифта, будь то официальный, ретро или

Исходные материалы находятся на носителе, который прилагается к данному руководству:

□ Fonts/

Основной шрифтовой гарнитурой логотипа, является **Century Gothic Regular** в указанных начертаниях.

Фирменный шрифт используется в полиграфии и рекламных материалах.

Для выделения ключевых элементов текста рекомендуется использовать **Century Gothic Bold**.

В некоторых случаях, для достижения лучшего визуального восприятия, может использоваться начертание **Century Gothic Italic**.

Недопустимо использование выделение текста подчеркиванием, использование дополнительных эффектов.

Century Gothic Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЫЭЮЯ
абвгдееёжзийклмнопрстуфхцчшшьыэюя
1234567890({«;!*%»})

Century Gothic Bold

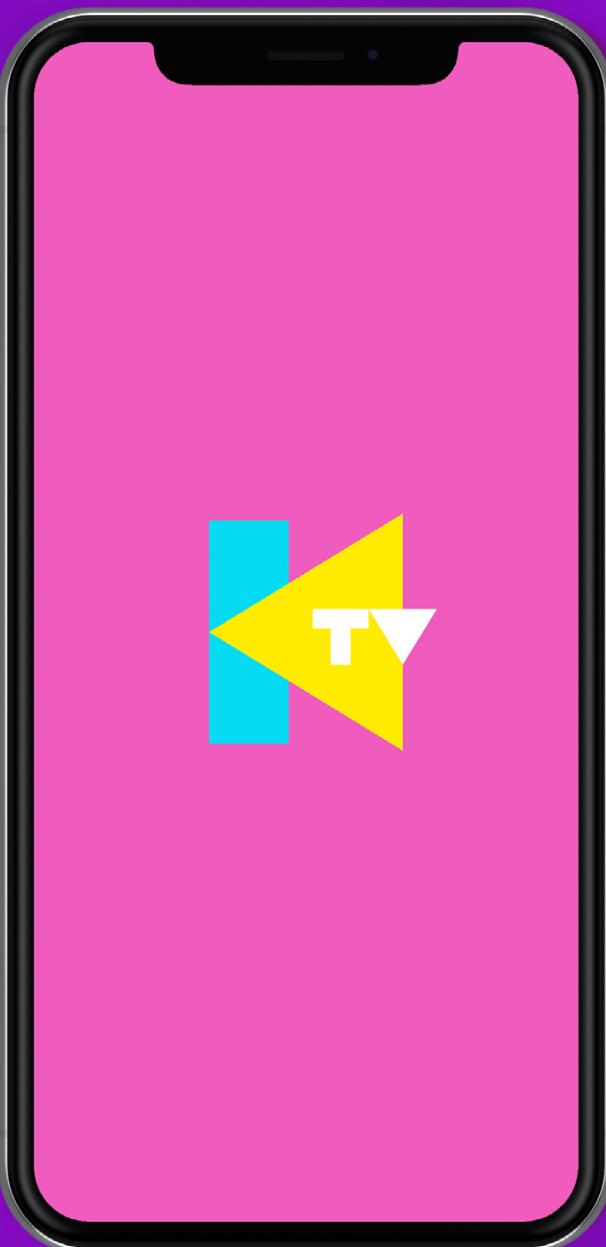
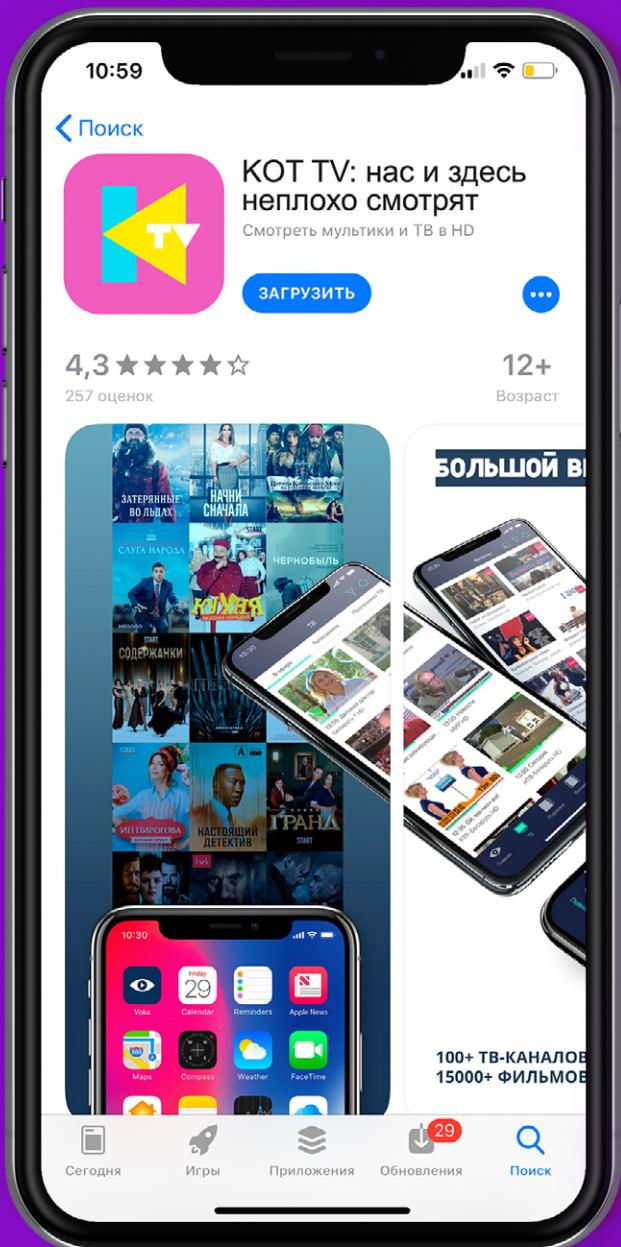
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЫЭЮЯ
абвгдееёжзийклмнопрстуфхцчшшьыэюя
1234567890({«;!*%»})

Century Gothic Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЫЭЮЯ
абвгдееёжзийклмнопрстуфхцчшшьыэюя
1234567890({«;!*%»})

В данном разделе
представлены пример
оформления
страницы приложения и
страницы загрузки.





GRAFIT

Разработано брендинг-студией "GRAFIT"

Контактная информация:

тел.: +375 162 55 86 55

моб.: +375 29 22 00 501

+375 29 717 54 87

mail: grafitstudio@mail.ru

www.grafitstudio.by

2019



GRAFIT

Разработано брендинг-студией "GRAFIT"

Контактная информация:

тел.: +375 162 55 86 55

моб.: +375 29 22 00 501

+375 29 717 54 87

mail: grafitstudio@mail.ru

www.grafitstudio.by

2019