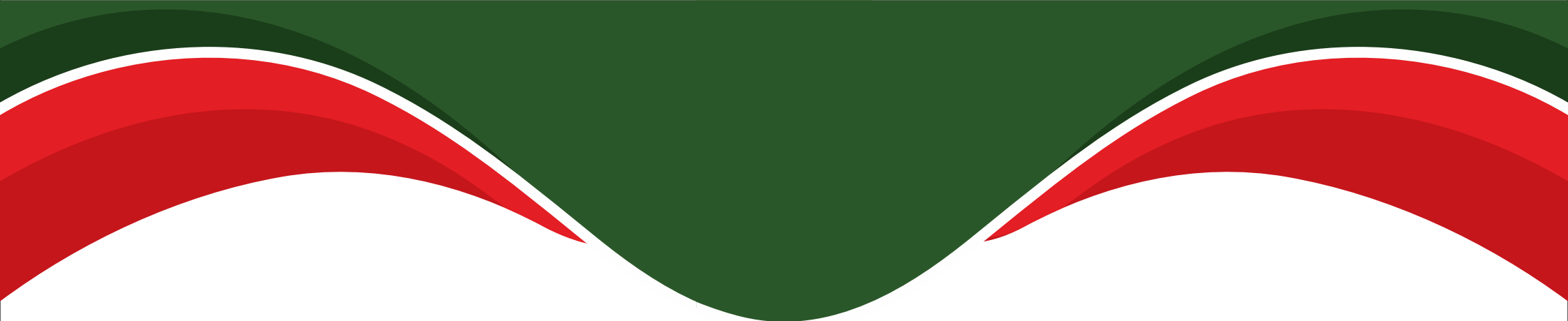




РИМОКНА

РЕМОНТ И МОНТАЖ ПЛАСТИКОВЫХ ОКОН

BRAND BOOK



Используйте руководство при создании визуальных материалов и следите за тем, чтобы данные **правила соблюдались** вами и вашими партнерами.

Правила и примеры, описанные в руководстве, призваны обеспечить **единство фирменного стиля** и являются обязательными для использования при разработке оригинал-макетов фирменной документации, полиграфической продукции, производстве рекламных материалов и сувенирной продукции.

Руководство содержит систему использования логотипа, рекомендации по использованию цветов и шрифтов с примерами правильного и неправильного применения.

СОДЕРЖАНИЕ

Логотип	IV
Фирменные цвета.....	VII
Фирменные шрифты.....	IX
Стилеобразующие элементы.....	X
Визитка.....	XII
Бланк.....	XIII

ЛОГОТИП

Логотип основной состоит из графического знака и текстового блока. Текстовый блок включает в себя название организации «РиМ Окна» и байлайн «ремонт и монтаж пластиковых окон».

Шрифт с засечками имеет строгие геометрические формы букв.

Целостность восприятия фирменного стиля будет обеспечена только при использовании логотипа по примерам воспроизведения, приведенном в этом руководстве.

Начертание букв, взаимные пропорции и расположение элементов стандартизированы и не могут быть изменены.

Логотип должен быть в векторном виде у всех компаний, которые имеют право на его использование.



ПОСТРОЕНИЕ ЛОГОТИПА

Для абсолютно точного воспроизведения логотипа и проверки изображения приводим схему пропорций и размеров.

Охранное поле - это условный красный прямоугольник вокруг логотипа, в пределах которого не допускается размещение каких-либо иных элементов дизайна.

Охранное поле необходимо для полноценного восприятия логотипа.



РЕКОММЕНДАЦИИ К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ЛОГОТИПА



Цветной вариант
на белом фоне

Черно-белый вариант
на белом фоне

Выворотка
в один цвет

Логотип
на темном фоне

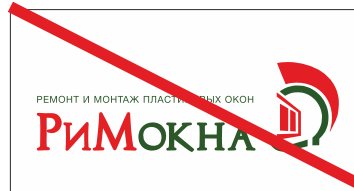
Логотип
на сложном фоне

При размещении логотипа на различных фонах необходимо учитывать приведенные рекомендации.

При размещении логотипа на черном или другом темном фоне логотип меняет цвет на белый. Это правило касается и размещения логотипа на контрастное цветное фотоизображение или фотоэлемент.

Если логотип размещен на фоне, неконтрастном или приближенном к фирменной гамме цветов, то он остается без изменений.

НЕДОПУСТИМОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГОТИПА



Логотип может использоваться только в допустимых графических решениях.

Любые отклонения и модификации этих решений крайне негативно влияют на узнаваемость и имидж бренда.

Недопустимо:

- использование логотипа в непредусмотренных цветах;
- применение обводки к логотипу;
- применение визуальных эффектов к логотипу (тень, свет);
- размещение логотипа на цветах фона, не соответствующих бренду;
- изменение пропорций логотипа;
- изменение констант (смена положения текста, декоративного элемента);
- изменение шрифтов, используемых в логотипе.

ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА

Основная гамма

R:227 G:30 B:36 C:0 M:99 Y:100 K:0 PANTONE 2035 C	R:196 G:22 B:27 C:3 M:30 Y:100 K:13 PANTONE 2350 C	R:42 G:87 B:41 C:77 M:15 Y:100 K:61 PANTONE 2427 C	R:26 G:61 B:26 C:80 M:23 Y:100 K:76 PANTONE 2411 C
--	---	---	---

Цветовая гамма логотипа - это красные и зеленые цвета.

При использовании основной цветовой гаммы как фона логотип окрашивается в белый цвет.

Применение цветовой гаммы, не приведенной в руководстве, недопустимо.

Дополнительная гамма

R:247 G:178 B:24 C:0 M:34 Y:96 K:0 PANTONE 7409 C	R:250 G:184 B:2 C:0 M:0 Y:0 K:100 PANTONE Black C	R:114 G:114 B:113 C:52 M:42 Y:42 K:30 PANTONE 424 C	R:239 G:127 B:26 C:0 M:60 Y:100 K:0 PANTONE 716 C
--	--	--	--

СТИЛЕОБРАЗУЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ

Фирменным элементом являются полосы, выстроенные определенным образом.

Наклон, соотношение размеров между собой и взаиморасположение графических объектов строго зафиксированы.

Возможно использование различных цветовых решений, согласно фирменным цветам.



I II III IV V VI VII VIII IX X

IX

СТИЛЕОБРАЗУЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ

Инфографика выполняется строго в фирменных цветах.



ФИРМЕННЫЕ ШРИФТЫ

Для создания макетов деловой документации, имиджевых, рекламных макетов, подписи, реквизитов, контактных данных, заголовков, основного текста используется шрифтовая гарнитура FrizQadrataC.

Для электронных форматов и деловой переписки используется шрифтовая гарнитура Arial (Regular, Bold).

Последовательное использование фирменного шрифта играет важную роль в создании единого образа бренда. Это поможет обеспечить компании более четкую идентификацию и выделиться среди конкурентов.

Цветовое решение текстов должно соответствовать фирменной цветовой гамме.

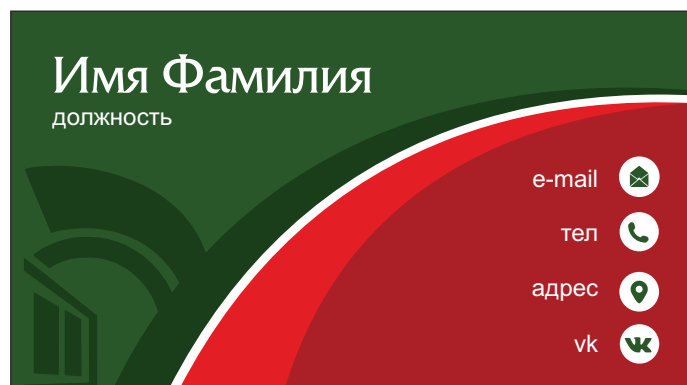
FrizQadrataC

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Жж Зз Ии Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр
Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 * + - / () % ; !

Arial

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Жж Зз Ии Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр
Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 * + - / () % ; !

ВИЗИТКА ИМЕННАЯ



ФИРМЕННЫЙ БЛАНК



XIII