



a2group БРЕНДБУК

Руководство по применению фирменного стиля

1. Основные элементы

Фирменный знак, фирменное наименование и ее цитрую решение – являются основой стиля и идентификационной линии компании «a2group». В данном разделе приведены правила использования и оформления фирменного знака, фирменной цветовой схемы и фирменных шрифтов. Соблюдение этих критериев поддерживает единство и привлекательность бренда. Каждый из них имеет специфические рекомендации по применению в подобной системе построения.

1.0. Фирменный знак



Фирменный знак играет большую роль в создании зрительного образа. Знак является основополагающим элементом бренда.

Фирменный знак компании «a2group» является комбинированным: состоят из цифрового и алфавитного элементов. Знак представляет собой изображение склоненных букв «a» и цифры «2». Пропорциональные соотношения размеров знака: высота:ширина = 1:0,8.

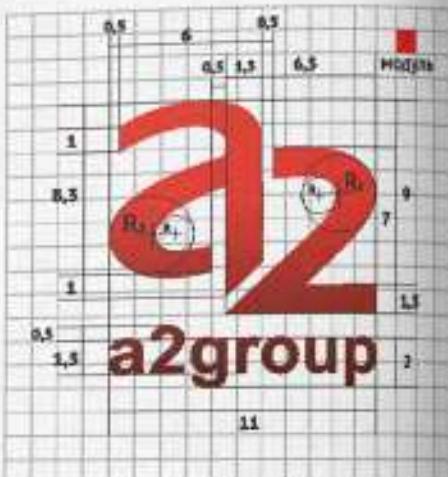
Все элементы фирменного знака имеют установленный размер и фиксированное расположение друг относительно друга. Эта же легко воспроизводится, запоминается и различается.

Фирменный знак без фирменного наименования («a2group») рекомендуется применять только для официальных и деловых целей (Брошки, значки, сертификаты и т.д.).

Запрещается знак менять от постоянного к временному от календарных: он должен восприниматься четко и ясно; не следует пинчать изблизи него прохладных листьев, не спрятывать его с другими макаронами, салатами, добавлять в круг пирогов.

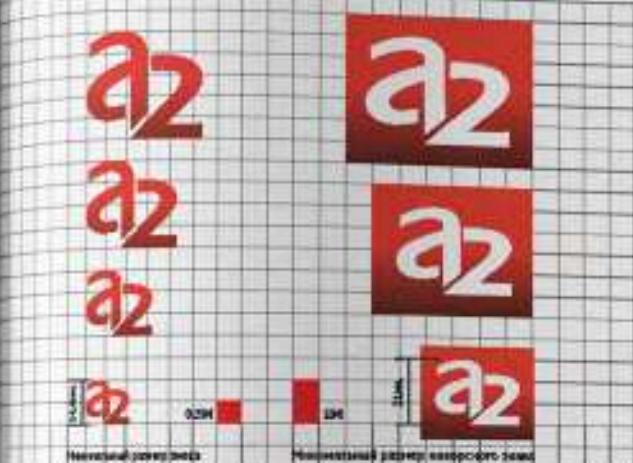
1 – основной знак 2 – фирменный знак и фирменное наименование. Примечание: знак всегда должен включаться в исходную работу без изменения.

1.1. Модульная сетка знака



Высота знака равна 9 модулям, ширина – 11 модулям, 0,5-1,5 модулям, 81-99 мере.
Модульная сетка – пересекающиеся вертикальные и горизонтальные линии, брусками сетки по которым ведется построение графических элементов.

1.4. Масштабирование знака



Типичный знак можно дать любого размера (в соответствии с модульной сеткой), не обдумываясь, чтобы элементы должны быть хороши различны. Но разумеется, принять знак, член 14 не в высоту. Этот размер обеспечивает достаточную четкость изображения элементов фирменного знака.
По изображению фирменного знака недопустимо введение его пропорций.

1.7. Цветовые версии знака



Необходимо использовать знак в пределах цветовой гаммы, предусмотренной «фиолетовыми» вариантами. При назначении фирменной символики темный фон следует использовать либо «чёрный», либо «красный» цвет знака, при наложении на светлый фон – «чёрный», либо «красно-коричневый» цвет знака. Чёрный фирменный знак используйте только на белом фоне.

1.8. Применение знака на различных фонах



a2group



a2group



a2group

не допускайте фон из двух цветовых
тонастей, это дробит знак



a2group



a2group

не используйте блоки с
одинаковостью цвета



a2group

не используйте цвета, которые не сочетаются
с основной знаковой синий



не используйте логотип на краю
или размытый фон

Знак заслуживает на любых фоне или изображениях. Помыслы краинки
только в пределах цветовой гаммы.

Визуализация нанесения логотипа на различные поверхности



2. Деловая полиграфия

Деловая полиграфия - мощный и важный инструмент в области делового общения. В этом разделе представлены примеры «использования» фирменного знака, зернистой цветной линии и фирменных шрифтов в широких документах. Какими способами можно оформить сплошным и подобной линий построением.

2.1. Визитная карточка



Формат визитной карточки: 90x50мм. Вертикально-вертикальное разделение листка на две части – в левой части расположены логотип и адрес сайта, в правой – поле для информации. Текстовая часть выполнена прямым PT Sans. Всё информация приведена в краткой, ясной, сотруднико- и дополнительные элементы (логотип и разделятельный линейка) карты. Печатаются панорамой на белом картоне. Возможна варианта эпоксидной печати или хрома, тонкое зерно, стеклянная цифровая печать на матовой.

Визуализация деловой полиграфии



3. Сувенирная и рекламная продукция

Сувенирные пластиковые изделия способствуют улучшению имиджа компании, являются частью рекламной кампании. Подарки, сувениры, вымпелы и т.д. проявляют работы на выставках, характеризуются яркостью и стильностью.

3.6. Календарь настольный (перекидной)



Бумага офсет 140х210мм, перекидной лист к обложке 140х85мм. Настольный календарь изготавливается из перекидного полипропилен, который может гнуться и гибнуть без опаски ослабления качества.

Визуализация сувенирной и рекламной продукции



Электронное приложение

Файл содержит:

Цифровое изображение логотипа (CorelDraw 13)

Цифровое изображение страниц брандбука концепции «Адзах» (CorelDraw 13)

Цифровое изображение всех первичальных в брандбуке наименований

брендбука

цветами