



a2

a2group БРЕНДБУК

Руководство по применению фирменного стиля

1. Основные элементы

Фирменный знак, фирменный логотиповый и на цветовой решение – важные элементы идентификационной системы, которые образуют фирменный дизайн предприятия. Помимо их использования фирменного знака, фирменного цветовой гаммы и фирменного шрифта. Соблюдение этих правил создаст единый и гармоничный визуальный стиль. Также следует ознакомиться с кратким описанием и подробной схемой построения.

1.0. Фирменный знак

1



2



Фирменный знак играет большую роль в создании зрительного образа. Знак – является основным элементом фирменного стиля.

Фирменный знак компании «А2» является комбинационным: состоит из стилизованной и объединенной буквы. Знак представляет собой изображение стилизованной буквы «а» и цифры «2». Пропорциональные соотношения элементов знака выдержаны в соотношении 1:0,8.

Все элементы фирменного знака имеют установленный размер и фиксированное расстояние друг относительно друга. Знак легко воспринимается, запоминается и воспроизводится.

Фирменный знак без фирменного наименования («a2group») рекомендуется применять только фирменных и деловых сетях (Брокер, банки, страховые, авиакомпании и т.д.).

Эффективность знака зависит от правильного его использования; он должен восприниматься четко и ясно; не следует изменять внешний вид фирменного знака, не следует комбинировать его с другими знаками, символами, заключать в круг или овал.

1 – фирменный знак 2 – фирменный знак с фирменным наименованием. Прочитайте знак также должен выполняться и создавать образ фирменного стиля.

1.1. Модульная сетка знака



Высота знака равна 9 модулей, ширина – 11 модулей, B – 1,5 модуля, R1 – 3,1 модуль.
Модульная сетка – вертикальные и горизонтальные линии, образуют сетку, в которой ведется построение графических элементов.

1.4. Масштабирование знака



Печатать знак можно в любом размере (в соответствии с модульной сеткой), но необходимо помнить, что все элементы должны быть хорошо различимы. Не рекомендуется печатать знак выше 14 мм в высоту. Этот размер обеспечивает достаточную четкость отдельных элементов фирменного знака.

Для масштабирования фирменного знака подогнутой кривой линии в эту прототип.

1.7. Цветовые версии знака



a2
a2group



a2
a2group



a2
a2group



a2
a2group



a2
a2group



a2
a2group



a2
a2group

Необходимо использовать знак в определенной цветовой гамме, предусмотрены варианты логотипа. При нанесении фирменной символики на темный фон следует использовать либо белый, либо «красный» цвет знака, при нанесении на светлый фон – «черный», либо «красно-белый» цвет знака. Черный фирменный знак используется только на белом фоне.

1.8. Применение знака на различных фонах



a2
a2group




a2
a2group



a2
a2group

на белом фоне не для цветные
элементы, это придает вид



a2
a2group

не используйте белое
на тонкости цвета



a2
a2group

не используйте цвета, которые не сочетаются
с фирмой цветом знака



a2
a2group

не используйте логотип на «работе»
или разноцветный фон

Знак должен читаться на любом фоне или изображении. Приведены примеры
табуированного использования фирменного знака.

Визуализация нанесения логотипа на различные поверхности



2. Деловая полиграфия

Деловая полиграфия — важный элемент инструмента жизни делового общения. В этом разделе представлены варианты использования фирменного знака, включая деловые визитки и фирменные шрифты в иллюстрациях документов. Каждый вариант сопровождается кратким описанием в подробной цветной иллюстрации.

2.1. Визитная карточка



Формат визитной карточки: 90x50мм. Визуально-вертикальное разделение текста в две части – в левой части расположено логотип и адрес сайта, в правой – контактная информация. Текстовая часть выполнена шрифтом PT Sans. Вся информация выровнена, есть отступы и допустимые элементы (жиркое и раздельное выделение) при оформлении. Печатается полкрасно на белом картоне. Возможная вариант полиграфии и тиражи или колорит: тонкоребр, а также цифровая печать нано-форматом.

Визуализация деловой полиграфии



3. Сувенирная и рекламная продукция

Сувенирная производственная продукция способствует увеличению продаж, является частью рекламной кампании. Подарок, сувенир повышает лояльность к бренду, привлекает внимание и запоминается, и характеризует компанию с лучшей стороны.

3.6. Календарь настольный (перекидной)



Формат календаря 140х140мм, перекидной лист и обложка 140х80мм. Настольный календарь — это удобное средство оперативной информации, который может послужить отличным инструментом в рекламной кампании.

Визуализация сувенирной и рекламной продукции



Электронное приложение

Файл содержит:

- 1. Визуализацию логотипа (CorelDraw 12)
- 2. Визуализацию страниц брендбука компании «Адва» (CorelDraw 12)
- 3. Визуализацию всех перечисленных в брендбуке материалов (CorelDraw 12)
- 4. Брендбук (формат PDF)