



BRANDBOOK

Книга по фирменному стилю
торговой марки IEK

Оглавление

3	Логотип ТМ IEK
4	Правила построения логотипа
5	Свободное пространство вокруг логотипа
6	Изменения цветов логотипа при полноцветной печати
7	Изменения цветов логотипа при монохромной печати
8	Допустимые варианты сочетания логотипа с фонами
9	Недопустимые варианты сочетания логотипа с фонами
10	Правила масштабирования логотипа
11	Примеры неверного применения логотипа
12	Типографика. Корпоративные шрифты
13	Корпоративные цвета
14	Типографика. Шрифты серий
15	Общие рекомендации к разработке упаковки
16	Упаковка нижнего ценового сегмента (НЦС)
17	Упаковка среднего ценового сегмента (СЦС)
18	Брендированная транспортная упаковка
19	Стикеры для упаковки
20	Брендирование продукции
21	Общие правила для рекламных носителей
22	Фотостиль
23	Интернет-баннеры
24	Обложки каталогов
25	Правила брендирования сувенирной продукции

Логотип ТМ IEK



Логотип – основной стилеобразующий элемент фирменного стиля.

Он присутствует во всех материалах компании, оказывая влияние на их композиционное построение и выбор графических средств при их разработке.

Логотип – константа фирменного стиля. Он обеспечивает узнаваемость компании, товаров, услуг и их выделение на фоне конкурентов.

Логотип и фирменные цвета ТМ IEK отражают позиционирование выпускаемой продукции и то, как ее воспринимают потребители.

Прямые линии и четкие формы – это стабильность и надежность, высокое качество и безопасность. «Оторванность» перекладины буквы «Е» обозначает мобильность, открытую политику и стремление к расширению границ.

Знакомый всем партнерам и потребителям желтый цвет символизирует тепло, энергию, лидерство. Серый является цветом техники, оборудования и высоких технологий.

Правила построения логотипа

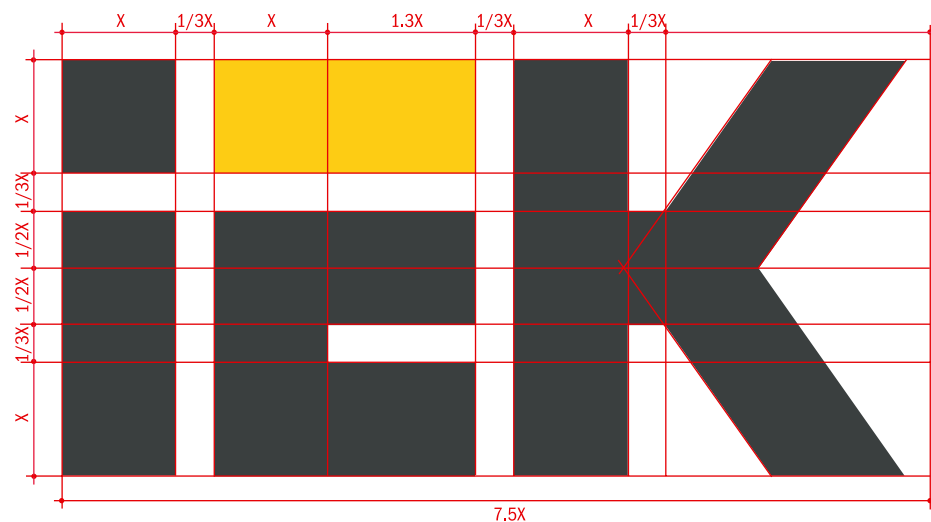


Схема пропорциональных соотношений элементов логотипа.

Изменять указанное соотношение элементов нельзя.



Свободное пространство вокруг логотипа

Логотип должен привлекать к себе внимание, хорошо считываться и запоминаться, поэтому его следует размещать отдельно от другой графики.

Свободное пространство вокруг логотипа должно быть пропорционально одному из основных размеров логотипа.

Оптимальное свободное пространство вокруг логотипа равно ширине буквы «Е» или может быть больше этого размера.



Изменение цветов логотипа при полноцветной печати

Из всех вариантов наиболее предпочтительным является размещение оригинального цветного логотипа на белом или желтом фоне.

Также допускается воспроизведение на сером фирменном цвете.

В этих случаях цвета торгового знака меняются следующим образом:

- при печати на фирменном желтом фоне верхняя перекладина буквы «Е» становится белой, а остальные части знака сохраняют фирменный серый цвет;
- при печати на фирменном сером фоне верхняя перекладина буквы «Е» остается желтой, а остальные части знака становятся белыми.

Размещать логотип на фонах нефирменных цветов нельзя.



Изменение цветов логотипа при монохромной печати

При монохромной печати на белом фоне логотип целиком становится черным, а при печати на черном фоне – белым. Черный логотип используется в копировально-множительных работах, факсимильных сообщениях и фирменных документах, печатающихся в один цвет.

При воспроизведении логотипа на сером фоне следует соблюдать следующее соотношение:

- на фоне плотностью от 0 до 40% размещается черный логотип,
- на фоне насыщенностью более 40% – белый логотип.

При печати на монохромном фоне необходимо следить за читаемостью логотипа.

Допустимые варианты сочетания логотипа с фонами

При использовании в качестве фона фотографии или иллюстрации необходимо выполнять следующие требования:

- логотип размещается на однородных и равномерных фактурах,
- логотип воспроизводится на фоне фирменного цвета,
- логотип изображается отдельно от других графических объектов.



Допустимые варианты сочетания логотипа с фонами



При использовании в качестве фона фотографии или иллюстрации необходимо выполнять следующие требования:

- логотип не размещается на текстурах,
- логотип не располагается слишком близко к краю макета.

Правила масштабирования логотипа



Рекомендации данного раздела относятся к применению логотипа в корпоративной, полиграфической и сувенирной продукции, а также на упаковке продукции.

Существует оптимальный размер логотипа:

для вертикального формата А4 ширина логотипа равна 30 мм.

Размер может варьироваться в зависимости от степени заполнения страницы, схемы ее верстки и некоторых других параметров.

Логотип поставляется в векторном виде, что дает возможность масштабировать его в нужный размер.

На определенных носителях размер логотипа может быть сколько угодно большим: на вывесках, брендмауэрах, выставочных стендах и т.п. Но логотип без использования предупредительной маркировки имеет минимальный размер: ширина – 5 мм. Данный размер позволяет маркировать мелкую сувенирную продукцию, и при этом логотип соответствует критериям удобочитаемости и различимости отдельных элементов дизайна.

При изменении размера логотипа необходимо следить за сохранением его пропорций и соблюдением правил размещения логотипа на формате.

Примеры неверного применения логотипа

Всегда используйте оригинальную версию логотипа.

На странице приведены примеры недопустимого использования логотипа.



не нарушайте позиционирование отдельных элементов логотипа



не используйте логотип в текстовом блоке



не меняйте цвет логотипа



не перерисовывайте логотип и не используйте в нем контурные линии



не наклоняйте логотип



не помещайте логотип в замкнутый контур маленьких размеров



не сжимайте логотип и не растягивайте логотип



не поворачивайте логотип относительно горизонтальной оси



не переворачивайте элементы логотипа

Типографика. Корпоративные шрифты

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz (1234567890)
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЫЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщыэюя .,:«»#%@\$№&{}[]/\

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz (1234567890)
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЫЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщыэюя .,:«»#%@\$№&{}[]/

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz (1234567890)
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЫЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщыэюя .,:«»#%@\$№&{}[]/\

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz (1234567890)
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЫЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщыэюя .,:«»#%@\$№&{}[]/

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz (1234567890)
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЫЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщыэюя .,:«»#%@\$№&{}[]/\

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz (1234567890)
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЫЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщыэюя .,:«»#%@\$№&{}[]/

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz (1234567890)
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЫЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщыэюя .,:«»#%@\$№&{}[]/\

При наборе текста в фирменной документации используется гарнитура FranklinGothic в начертаниях:

- FranklinGothicBookC,
- **FranklinGothicDemiC,**
- FranklinGothicBookCondC,
- **FranklinGothicDemiCondC.**

При наборе текста в электронных документах (презентация, сайт, e-mail и т.п.) и паспортах продукции возможно использование гарнитуры шрифта Arial.

При верстке упаковки используются гарнитуры Helios, FranklinGothic, Arial:

- Helios
- **HeliosCondBlack,**
- Helios Cond.

Корпоративные цвета



Желтый:

Pantone 123 C (formula guide solid coated)

используется при подготовке полиграфической продукции на мелованной глянцевой бумаге.

- Эквивалент по шкале CMYK – Cyan 0%, Magenta 20%, Yellow 90%, Black 0%.
- Эквивалент по шкале RGB – R 255, G 204, B 24.

При работе с неполиграфическими материалами подбирается желтый цвет, визуально близкий к фирменному желтому цвету:

ORACAL 641–021

RAL 1023 VERKEHRSGELB



Серый:

Pantone 445 C (formula guide solid coated)

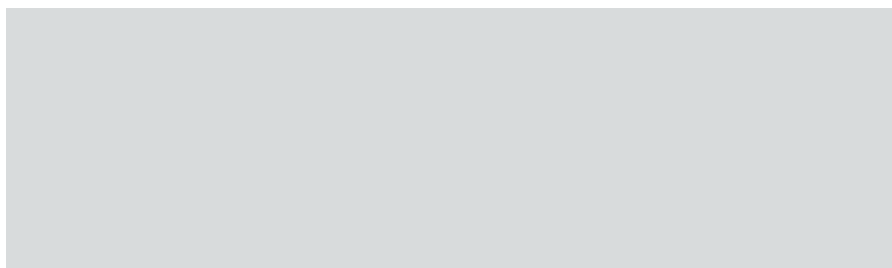
используется при подготовке полиграфической продукции.

- Эквивалент по шкале CMYK – Cyan 18%, Magenta 0%, Yellow 0%, Black 86%.
- Эквивалент при печати в один цвет – Cyan 0%, Magenta 0%, Yellow 0%, Black 80%.
- Эквивалент по шкале RGB – R 68, G 70, B 66.

При работе с неполиграфическими материалами подбирается серый цвет, визуально близкий к фирменному серому цвету:

ORACAL 641–073

RAL 7043 VERKEHRSGRAU



В некоторых случаях (например, при создании фона технических таблиц в каталогах) используется в качестве дополнительного цвета светло-серый – Cyan 0%, Magenta 0%, Yellow 0%, Black 20%.

Типографика. Шрифты серий

KARAT

ARMAT

FORMAT

SMART

NESTA

LESTA

ELASTA

ELECOR

PRIMER

TITAN

KREPTA

ESKA

IMPACT

MAGNUM

KREPTA

ARMAT

При оформлении серий используется гарнитура DRUK и Square721 BT:

- Druk Cyr Medium,
- Square721 BT,

Использование другой гарнитуры запрещено.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz (1234567890)
АБВГДЕЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЮЯ
абвгдежзийклмнопрстуфхцчшщъыь юя .,:;"'@#\$%&'()*\

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz (1234567890)

Общие рекомендации к разработке упаковки



Макеты СЦС и НЦС упаковки выполняются в фирменных корпоративных цветах, в сером и желтом соответственно.

Логотип должен считываться со всех видимых сторон.

Приоритетное место логотипа на всех видах упаковки – верхний левый угол.

Необходимо стремиться использовать один размер логотипа на всех сторонах упаковки.

Логотипы всегда выравниваются по одной линии развертки на упаковке.

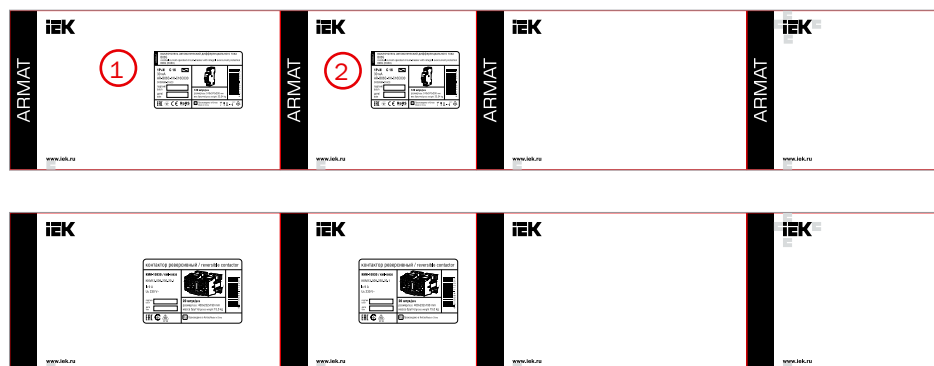
Логотип используется в сочетании с дескриптором.

Расстояние от края упаковки до элементов макета (логотип, текст) зависит от пропорций упаковки и технических элементов. Предпочтительный отступ – полный размер логотипа.

Расстояние должно выстраиваться пропорционально элементам логотипа (в качестве модулей используются элементы буквы «Е» или высота логотипа).

Разнообразие продукции, выпускаемой под брендом IEK, не позволяет осветить абсолютно все вопросы, которые могут возникнуть при разработке товарной упаковки. Поэтому в любом случае следует пользоваться общими рекомендациями по фирменному стилю и создавать упаковку, которая будет максимально приближена к существующим образцам.

Брендируванная транспортная упаковка

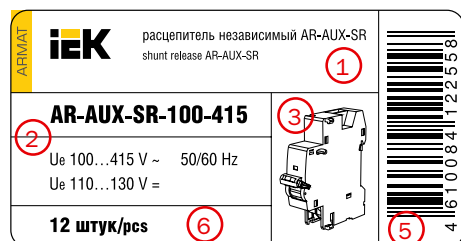


Макет типовой транспортной упаковки унифицирован для СЦС и НЦС упаковки.

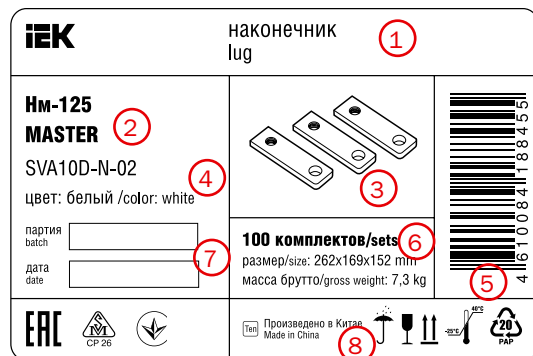
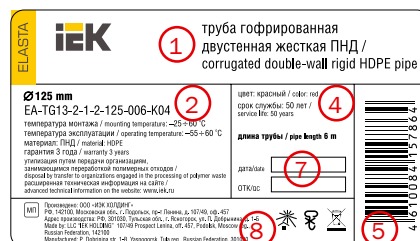
Упаковка печатается в один цвет (черный).

1 и 2 – Грани для нанесения информационного стикера (обязательно дублирование стикера на двух сторонах коробки). На две другие грани стикер не наносится.

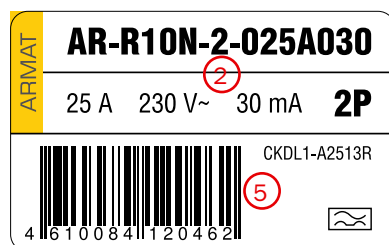
Стикеры для упаковки



Стикер для групповой упаковки



Стикер для транспортной упаковки



Стикер для индивидуальной упаковки

Назначение упаковочных стикеров – облегчение идентификации продукции.

В зависимости от вида упаковки различают индивидуальные, групповые и транспортные стикеры.

В случае небрендированной упаковки логотип размещается на стикере.

На стикере для брендированной упаковки логотип не размещается.

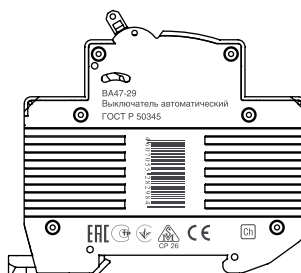
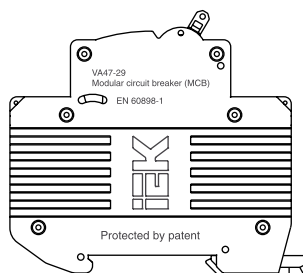
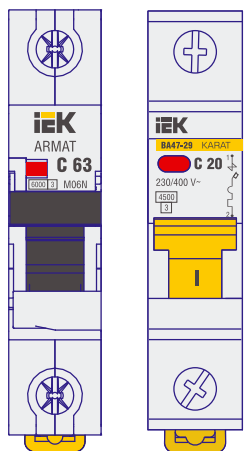
Для разработки стикеров используются шрифты: Helios Condensed, Helios Condensed Black.

Основные блоки информации на стикерах приведены на рисунках.

Набор блоков на одном стикере может отличаться в зависимости от вида стикера.

Наиболее важная информация выделяется размером шрифта и жирным начертанием.

Брендирование продукции



Наличие логотипа на всей продукции обязательно.

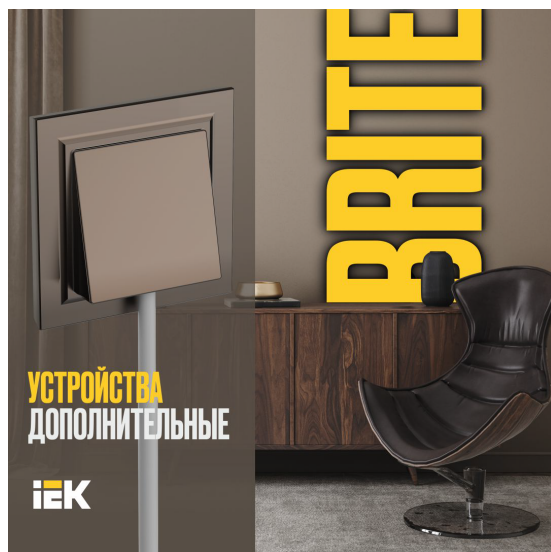
Используемые шрифты: Helios, Helios Condensed, Helios Condensed Black.

Маркировка продукции бывает трех типов в зависимости от технологии ее нанесения: тампопечать, стикер на изделие и литевая форма.

Маркировка по технологии тампопечать производится всегда в фирменных корпоративных цветах (Pantone 445 C, Pantone 123 C) или в один цвет - черный.



Общие правила для рекламных носителей



Все рекламные материалы должны способствовать укреплению позитивного имиджа компании.

Различные рекламные сообщения должны формировать в сознании потребителей единый визуальный образ компании.

В зависимости от содержания рекламные макеты в прессе делятся на 2 вида:

- имиджевые (цель – продвижение бренда и компании в целом);
- продуктовые (цель – продвижение конкретного продукта или группы продукции).

ФОТОСТИЛЬ



Имиджевая съемка

Производится для размещения фото изделия в имиджевых макетах в СМИ, полиграфии и т.д., в том числе на обложках.

Ракурс съемки определяется исходя из наиболее интересных с художественной точки зрения частей и элементов изделия, которые снимаются в фокусе крупным планом. В отличие от каталожных, на имиджевых фото изделие может быть показано не целиком, но при этом оно обязательно должно быть узнаваемым.

На фото товар должен быть обязательно брендированным.

Каталожная съемка

Производится для размещения фото изделия в каталоге, на сайте и на упаковке.

Товар изображается максимально крупно (вплотную к краям изображения) на сером фоне для увеличения контрастности цвета и формы.

Изделия снимают в наиболее выгодном ракурсе (фронтально, сверху, снизу), который выбирают индивидуально. В рамках одной товарной группы ракурс изделий должен быть одинаковым.

На основных фото изделия изображаются в собранном и комплектном виде.

На фото товар обязательно должен быть брендированным.

Интернет-баннеры



При оформлении интернет-баннеров и контекстной рекламы должен хорошо считываться логотип и сам продукт. Задний фон должен подчеркивать сферу использования продукта и не перетягивать на себя внимание.



Обложки каталогов

Модуль обложки делится на три части. В нижней трети размещается логотип IEK, желтая полоса и название каталога, две остальные отводятся под имиджевую фотографию или коллаж, а также цветную плашку.

В качестве имиджевых изображений на обложке желательно использовать макросъемку товаров с элементами фона. Отчетливое брендирование продукции приветствуется.

На 4-й странице обложки находится информация о филиалах IEK GROUP и окно для размещения адресного блока партнера.



Правила брендинга сувенирной продукции

Способ нанесения	Цвет логотипа
тампопечать	 
гравировка, тампопечать	
тиснение	
вышивка, термоаппликация	  

