

Руководство по применению фирменного стиля



ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ

Собственный фирменный стиль позволяет идентифицировать ВОО «Молодая Гвардия Единой России», а также передать необходимый эмоциональный заряд, заложенный в его названии и логотипе. Комплексное и правильное применение фирменного стиля - необходимое условие для стандартизации документооборота, рекламной и другой полиграфической продукции.

СОДЕРЖАНИЕ:

Логотип

Монохромная версия

Охранное поле вокруг логотипа

Логотип на фоне

Недопустимые варианты использования логотипа

3

4

5

6

7

Фирменные цвета

Раскладка цветов в системе CMYK и RGB

Размещение логотипа на монохромных плашках

8

9

10

Фирменные шрифты

Основные и дополнительные шрифты

11

12

Деловая документация

13

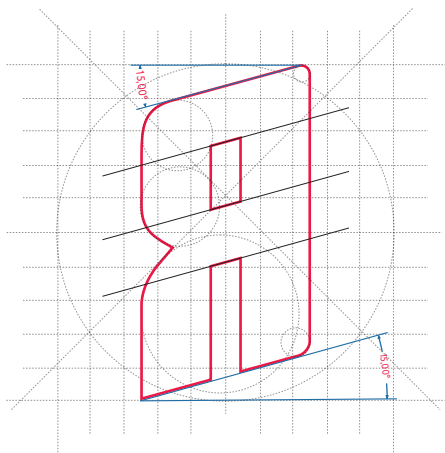
Сувенирная продукция

14 - 19

Логотип

Логотип - это главный элемент фирменного стиля. В этом разделе описана концепция построения логотипа, а также определены правила и допустимые варианты его использования.

Для создания логотипа, Центральным штабом Организации был разработан индивидуальный шрифт написания. Элементы букв закруглены, создавая мягкость форм, прослеживается четкий ритм вертикальных линий, создающих движение, наклон букв на 15 градусов дает



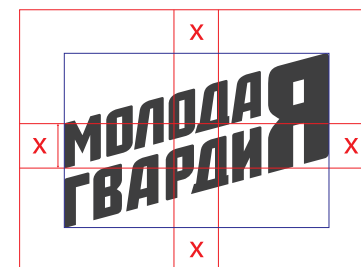
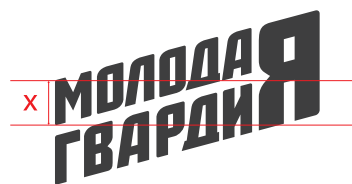
Монохромная версия

Монохромную версию используют в случаях, когда невозможно применить цветную печать, например при отправке факса



Охранное поле вокруг логотипа

Вокруг логотипа обязательно нужно оставлять свободное пространство и следить за тем, чтобы в него не попадали посторонние элементы. Чтобы логотип хорошо смотрелся, достаточно охранного поля, равного высоте заглавной буквы.



Логотип на фоне

Логотип должен всегда оставаться контрастным фону, на котором он расположен. В противном случае следует использовать плашку с однотонной заливкой, например, белого цвета или использовать монохромную версию логотипа.



Недопустимые варианты использования логотипа

Фирменный стиль диктует определенные стандарты, которых необходимо придерживаться, чтобы он не терял своей узнаваемости. Ниже показаны самые распространенные ошибки при использовании логотипа



Нельзя менять пропорции логотипа.



Нельзя вносить нелинейные искажения (наклон, перспектива и т.д.)



Нельзя добавлять обводку и произвольно перекрашивать элементы логотипа.



Нельзя вращать элементы логотипа.



Нельзя применять дополнительные эффекты к элементам логотипа.



Нельзя трансформировать отдельные элементы логотипа



Нельзя менять взаиморасположение элементов логотипа.



Нельзя использовать другой шрифт при восстановлении логотипа.

Фирменные цвета

Фирменные цвета - это самая экспрессивная и динамичная часть программы по использованию стиля. Цвет активнее других компонентов участвует в создании образа и облегчает восприятие ВОО «Молодая Гвардия Единой России». Цвета служат для характеристики и обеспечения узнаваемости фирменного стиля, а также помогают визуальной ориентации.

Нравне с фирменным знаком, цвет имеет важнейшее значение в идентификации Организации. Он быстрее воспринимается и легче распознаётся. Систематическое использование единой цветовой палитры усиливает запоминаемость информации об Организации. Важно понимать, что работать с цветом следует крайне осторожно и продуманно. Необходимо тщательно следить за точностью воспроизведения корпоративных цветов на всех объектах - носителях фирменного стиля. Даже при незначительных отклонениях от эталона ощущение стилового единства нарушается.

Логотип рекомендуется размещать только на однородном светлом или темном фоне. Недопустимо размещение знака на пёстром или сливающимся с ним фоне. Недопустимо использование цветов, отличных от корпоративных. Исключением служит монохромные версии логотипов.

Раскладка цветов в системе CMYK и RGB

Деловая документация, полиграфические материалы, телевизионная реклама, интернет-контент, вывески и сувенирная продукция создаются с использованием фирменных цветов. Использование других цветов недопустимо. При формировании ассоциативного ряда отработаны ключевые понятия и характерные образы: патриотизма, лидерства, коммуникабельности, расположения к целевой аудитории. Так как целевая аудитория Организации сформирована преимущественно русскоязычными, то название и знак логотипа имеют характерные патриотические цвета.

Основные фирменные цвета: белый, синий, красный.

Примечание:

Модель CMYK используется для полноцветной печати.

Модель RGB используют для обозначения цветов в электронных носителях информации (веб-сайт, презентация и т.д.)

Важно строго соблюдать цветовой профиль для работы с логотипом.

Цветовой профиль: Coated FOGRA39 (ISO 12647-2:2004)



Белый
C:0 M:0 Y:0 K:0



Чёрный
C:0 M:0 Y:0 K:100



Синий
C:100 M:70 Y:0 K:0



Красный
C:0 M:100 Y:70 K:0

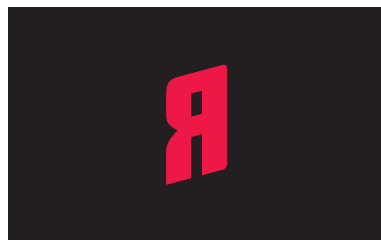
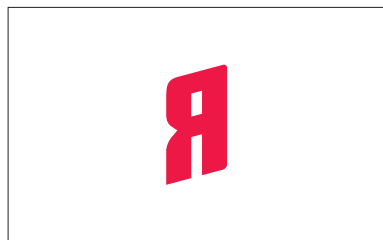


Синий
R:12 G:84 B:160



Красный
R:227 G:27 B:65

Размещение логотипа на монохромных плашках



Фирменные шрифты

Шрифт является обязательным компонентом фирменной графики. Использование разных шрифтов в элементах фирменного стиля и на объектах Организации неприемлемо, поскольку разрушает само понятие фирменной принадлежности.

Одновременное использование разных шрифтов недопустимо, потому как шрифтовая пестрота затрудняет чтение, снижает интерес к тексту и, как следствие, уменьшает действенность бренда в целом. Необходимо помнить о соответствии используемых шрифтов другим элементам корпоративного стиля.

Шрифт, который предлагается в качестве фирменного, учитывает возможность его нанесения на объекты различными технологическими способами, например, гравировкой, шелкографией, методом тампо и термопечати.

Основные и дополнительные шрифты

Для создания логотипа, был разработан индивидуальный шрифт написания. Элементы букв закруглённые, наклон 15 градусов.

Для оформления основной документации, используется шрифт Times New Roman - гарнитура на основе засечкового шрифта, созданная типографом Стэнли Морисоном и художником Виктором Лэрдентом в 1932 году. Также используются дополнительные шрифты для оформления документации, презентаций, печатной продукции и т.д.

Times New Roman

a b c d 1 2 3 4 5
A B B Г

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % ^ & * ()
А Б В Г Д Е Ж З И Й К Л М Н О П Р С Т У Ф Х Ц Ч Ш Щ Ъ Ы Ь Э Ю Я
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя

PF Din Text Comp Pro

a b c d 1 2 3 4 5
A B B Г

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % ^ & * ()
А Б В Г Д Е Ж З И Й К Л М Н О П Р С Т У Ф Х Ц Ч Ш Щ Ъ Ы Ь Э Ю Я
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя

Myriad Pro

a b c d 1 2 3 4 5
A B B Г

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % ^ & * ()
А Б В Г Д Е Ж З И Й К Л М Н О П Р С Т У Ф Х Ц Ч Ш Щ Ъ Ы Ь Э Ю Я
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя

Circe

a b c d 1 2 3 4 5
A B B Г

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % ^ & * ()
А Б В Г Д Е Ж З И Й К Л М Н О П Р С Т У Ф Х Ц Ч Ш Щ Ъ Ы Ь Э Ю Я
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя

Деловая документация

Бланк, визитные карточки, блокнот



Сувенирная продукция

Кружка, USB-Флешки



Сумка



Ручка



Поло



Футболки



Толстовки

