



# Руководство по фирменному стилю сети строительных магазинов Объект

Студия Саккада, 2015 год




## Оглавление

- 04 О чем данное руководство?
- 05 Фирменные цвета
- 07 Фирменные шрифты
- 09 Фирменный логотип
- 18 Фирменный графический элемент
- 23 Фирменный паттерн
- 24 Основные правила верстки фирменных печатных материалов
- 30 Пример оформления вывески



## О чем данное руководство?

В данном руководстве описаны базовые элементы фирменного стиля строительного магазина Объект: цвета, шрифты, логотип, фирменный элемент и паттерн. Изложены основные правила работы с ними. Данное руководство позволяет следить за соблюдением выработанных стандартов, с которыми будут иметь дело сотрудники компании, дизайнеры и полиграфисты.

К руководству приложен архив с материалами фирменного стиля. Знаком (  ) «папка» обозначаются пути к соответствующим файлам. Файлы векторных элементов фирменного стиля сохранены в форматах cdr и eps. Иллюстрации сохранены в формате jpeg.

Имена файлов выглядят следующим образом:

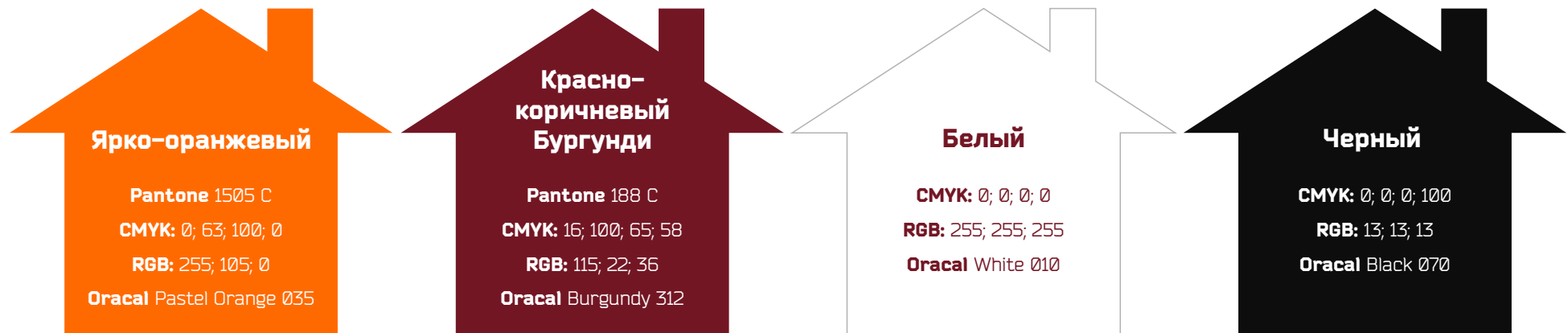
Object\_logo\_whi\_or**а**-bur.cdr ~.eps

общая часть имени	индивидуальная часть имени	цвет фона	цвет объекта	расширение	название то же, отличается только расширение
-------------------	----------------------------	-----------	--------------	------------	--

## Фирменные цвета

Основными фирменными цветами являются ярко-оранжевый, красно-коричневый Бургунди и белый. Все цвета описаны в нескольких системах:

- готовые краски Pantone для мелованной бумаги (для полиграфии);
- CMYK (для полиграфии);
- RGB (для интернета и цифровых документов);
- номер пленки по каталогу Oracal серии 641 (для вывесок, указателей, табличек, навигации).



## Фирменные цвета

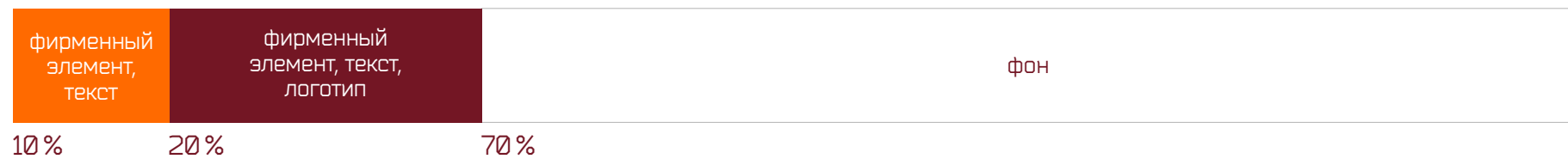
### Правильные цветовые пропорции

Постоянное использование фирменных цветов в правильных пропорциях помогает формировать целостный образ бренда в глазах потребителей. В данном разделе описаны цветовые пропорции, которых стоит придерживаться в различных ситуациях.

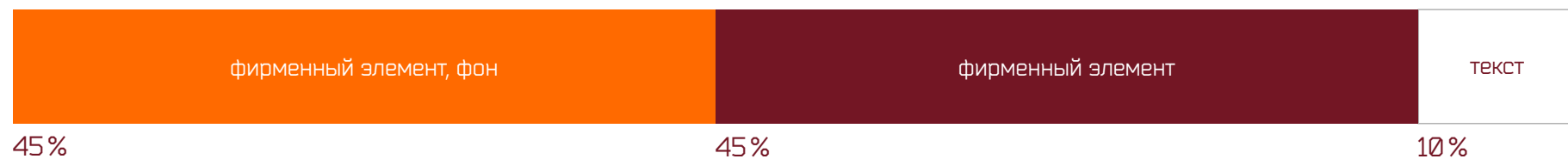
Оформление вывесок, презентационных стендов, стелл, флагов, указателей, автомобилей, одежды.



Оформление рекламы, информационных табличек, материалов с большим количеством текста, буклетов.



Оформление внутренней навигации в магазине.



## Фирменные шрифты

### Основной фирменный шрифт

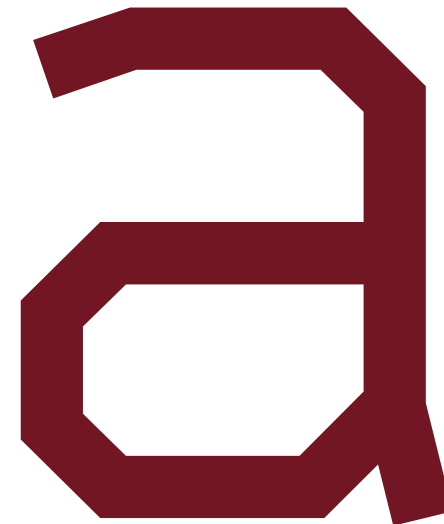
Основными фирменным шрифтом является шрифт Bender. Главной особенностью данного шрифта является то, что он не имеет кривых. Все окружности выполнены прямыми линиями. Из-за этого шрифт выглядит по-строительному четко, прямо, устойчиво, по-честному. При этом он очень разборчив и легко воспринимается. Рекомендуется использовать основной фирменный шрифт Bender везде, где это технически возможно. Особенности формы знаков станут визитной карточкой магазина, и потребитель начнет узнавать бренд даже не видя логотипа.

Bender для текста:

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЫЪЭЮЯ  
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщьюыъэюя  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890 .,?!«»

Bender Black для выделений в тексте и наборе  
на оранжевом фоне:

**АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЫЪЭЮЯ**  
**абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщьюыъэюя**  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**1234567890 .,?!«»**



Object/Fonts/Bender.otf

Object/Fonts/Bender Black.otf

## Фирменные шрифты

### Системный фирменный шрифт

Системный шрифт — это шрифт, который установлен по умолчанию в операционной системе Windows. Если текст электронного документа будет набран основным фирменным шрифтом Bender, а потом отправлен на компьютер, где Bender не установлен, то текст отобразится некорректно. В таких случаях стоит пользоваться системным фирменным шрифтом Arial (электронные письма, документы Word, Excel, OpenOffice и т.д.).

Arial для текста:

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЫЪЭЮЯ  
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщьюя  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890 .,?!«»

Arial Bold (жирный) для выделений в тексте:

**АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЫЪЭЮЯ**  
**абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщьюя**  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**1234567890 .,?!«»**





## Фирменный логотип

Фирменный логотип состоит из надписи, набранной специально разработанным шрифтом. Центром привлечения внимания является промежуток между буквами Б и ъ, в котором виден силуэт домика с трубой. Существуют версии логотипа с подписью и без. Подпись набрана фирменным шрифтом Bender и её нельзя набирать никаким другим шрифтом.

Основным логотипом является логотип с подписью. Он должен использоваться везде, где это возможно технически. Логотип без подписи используется в тех случаях, когда подпись становится плохо различимой или имеет смысл вынести её отдельно и более крупно. Это касается оформления больших фасадов магазинов (сделать подписи отдельно и крупнее), сувенирной продукции (подпись становится неразборчивой из-за маленького размера). Чтобы обеспечить необходимую разборчивость, не масштабируйте логотип с подписью меньше 5 мм, а логотип без подписи меньше 3 мм в высоту.

**ОБЪЕКТ**  
СТРОЙКА РЕМОНТ ИНСТРУМЕНТ

минимально допустимый  
размер логотипа  
с подписью 5 мм в высоту



**ОБЪЕКТ**

минимально допустимый  
размер логотипа  
без подписи 3 мм в высоту



## Фирменный логотип

### Логотип с подписью. Цветовые комбинации логотип-фон

Рекомендуется всегда применять те цветовые комбинации, которые описаны в данном разделе.

#### Цветная версия логотипа

Если нет ограничений при печати, то надо использовать цветную версию логотипа.



Если фон белый, то логотип — оранжевый,  
подпись — бургунди.

 Object\_Identity/Logo/Signature/Color/Object\_logo-sig\_whi\_ora-bur.cdr ~.eps



Если фон оранжевый, то логотип — белый.

 Object\_Identity/Logo/Signature/Color/Object\_logo-sig\_ora\_whi.cdr ~.eps



## Фирменный логотип

### Логотип с подписью. Цветовые комбинации логотип-фон

Рекомендуется всегда применять те цветовые комбинации, которые описаны в данном разделе.

#### Одноцветная версия логотипа

Если есть ограничения при печати или экономическое обоснование, надо использовать одноцветную версию логотипа.



Если фон белый, то логотип — бургунди.

 Object\_Identity/Logo/Signature/Color/Object\_logo-sig\_whi\_bur.cdr ~.eps



Если фон бургунди, то логотип — белый.

 Object\_Identity/Logo/Signature/Color/Object\_logo-sig\_bur\_whi.cdr ~.eps



## Фирменный логотип

### Логотип с подписью. Цветовые комбинации логотип-фон

Рекомендуется всегда применять те цветовые комбинации, которые описаны в данном разделе.

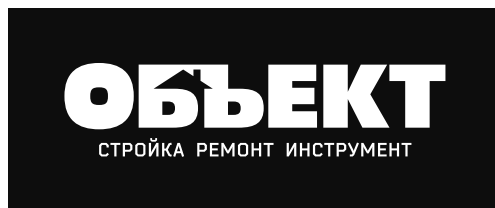
#### Черно-белая версия логотипа

При черно-белой печати используется данная версия логотипа.



Если фон белый, то логотип — черный.

 Object\_Identity/Logo/Signature/B-W/Object\_logo-sig\_whi-bla.cdr



Если фон черный, то логотип — белый.

 Object\_Identity/Logo/Signature/B-W/Object\_logo-sig\_bla-whi.cdr

## Фирменный логотип

### Логотип без подписи. Цветовые комбинации логотип-фон

Рекомендуется всегда применять те цветовые комбинации, которые описаны в данном разделе.

#### Цветная версия логотипа

Если нет ограничений при печати, то надо использовать цветную версию логотипа.

## ОБЪЕКТ

Если фон белый, то логотип — оранжевый.

 Object\_Identity/Logo/No\_signature/Color/Object\_logo-nosig\_whi\_ora.cdr ~.eps



Если фон оранжевый, то логотип — белый.

 Object\_Identity/Logo/No\_signature/Color/Object\_logo-nosig\_ora\_whi.cdr ~.eps



## Фирменный логотип

### Логотип без подписи. Цветовые комбинации логотип-фон

Рекомендуется всегда применять те цветовые комбинации, которые описаны в данном разделе.

#### Одноцветная версия логотипа

Если есть ограничения при печати или экономическое обоснование, надо использовать одноцветную версию логотипа.

# ОБЪЕКТ

Если фон белый, то логотип — бургунди.

 Object\_Identity/Logo/No\_signature/Color/Object\_logo-nosig\_whi\_bur.cdr ~.eps



Если фон бургунди, то логотип — белый.

 Object\_Identity/Logo/No\_signature/Color/Object\_logo-nosig\_bur\_whi.cdr ~.eps



## Фирменный логотип

### Логотип без подписи. Цветовые комбинации логотип-фон

Рекомендуется всегда применять те цветовые комбинации, которые описаны в данном разделе.

#### Черно-белая версия логотипа

При черно-белой печати используется данная версия логотипа.

# ОБЪЕКТ

Если фон белый, то логотип — черный.

 Object\_Identity/Logo/No\_signature/B-W/Object\_logo-nosig\_whi\_bla.cdr ~.eps



Если фон черный, то логотип — белый.

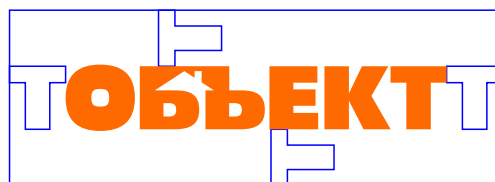
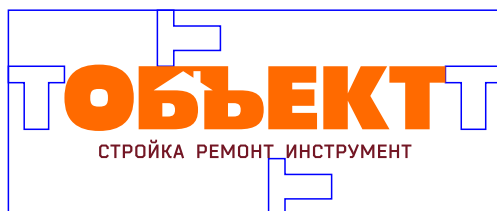
 Object\_Identity/Logo/No\_signature/B-W/Object\_logo-nosig\_bla-ghi.cdr ~.eps



## Фирменный логотип

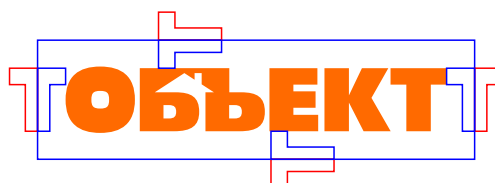
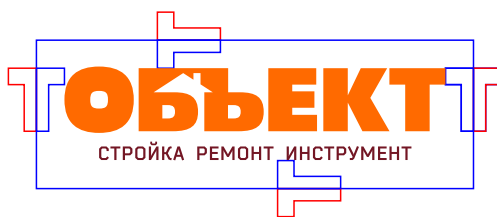
### Охранное поле

Чтобы обеспечить читаемость и необходимую заметность логотипа, необходимо оставлять вокруг него достаточно пустого пространства — «охранное поле». Рекомендованный размер охранного поля задается взятой за основу шириной буквы Т логотипа (ограничено на иллюстрациях синей рамкой). Логотип в пределах охранного поля не должен смешиваться или пересекаться с какими-либо иными элементами.



### Минимальное охранное поле

При наличии лишь крайне ограниченного пространства под логотип или когда символика должна располагаться по соседству с атрибутикой прочих брендов, как, например, в партнерских коммуникациях, размер минимального допустимого охранного поля вокруг символики составляет половину ширины буквы Т (ограничено на иллюстрациях синей рамкой). Это допущение возможно лишь в крайних случаях и может использоваться только при полном отсутствии прочих вариантов.





## Фирменный логотип

### Неправильное использование логотипа

Чтобы образ бренда оставался целостным, необходимо пользоваться логотипом правильно. На данной странице показаны примеры неправильного использования логотипа.



✘ не перекрашивайте логотип в нефирменные цвета



✘ не добавляйте теневые эффекты и обводки



✘ не добавляйте дополнительных подписей к логотипу



✘ не искажайте пропорции логотипа



✘ не используйте нефирменный и неконтрастный фон



✘ не набирайте подпись другим нефирменным шрифтом



✘ не меняйте архитектуру логотипа



✘ не используйте рамки

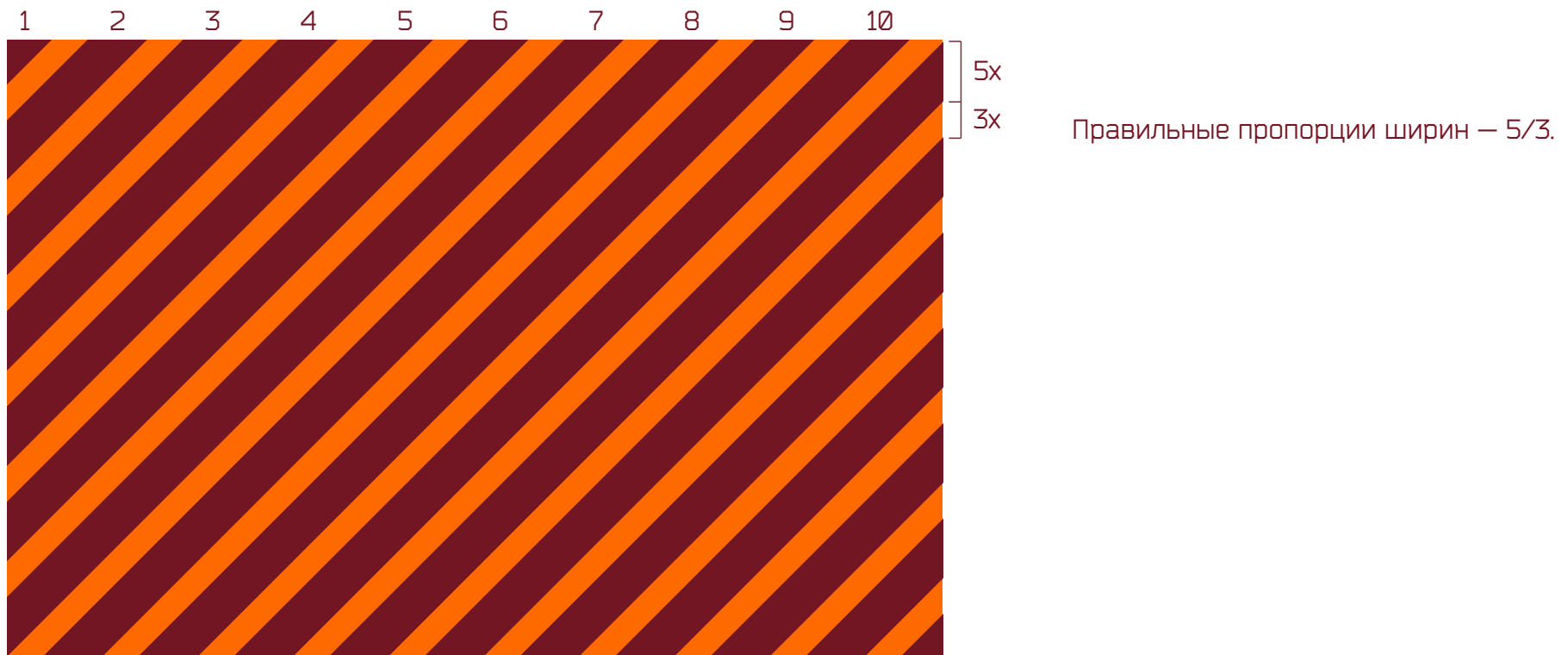


✘ не располагайте логотип под углом и вертикально



## Фирменный графический элемент

Фирменным графическим элементом являются чередующиеся полосы цвета бургунди с оранжевыми. Они ассоциируются со стройкой и поддерживают целостный визуальный стиль магазина. Используйте только оригинальный графический элемент. Не рисуйте полосы заново. Пропорции ширин должны быть везде одинаковыми. При оформлении рекомендуется соблюдать правило: в самой широкой из сторон печатного формата должно быть не менее 10 коричневых полосок. Желательно, чтобы левый верхний угол и правый нижний угол были заполнены коричневыми полосками.



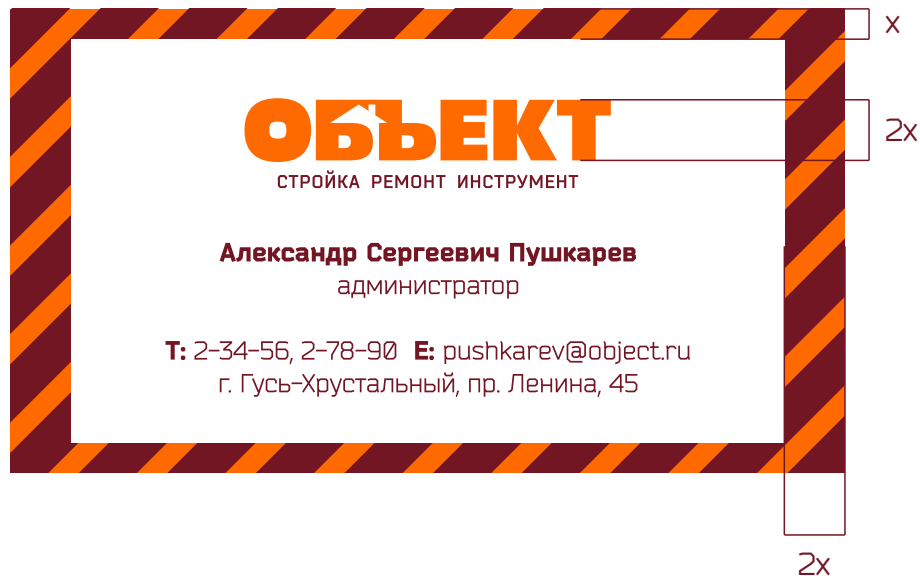
## Фирменный графический элемент

### Правила применения на различных носителях

В данном разделе описывается правильное применение графического элемента на различных носителях.

#### Рамка из фирменного элемента, вариант 1

Оформление печатных и рекламных материалов с шириной логотипа равной примерно 1/2 ширины формата на примере визитки.



Правильные пропорции:

- верхнее и нижнее поле — 1/2 высоты логотипа;
- правое и левое поле — равно высоте логотипа.

## Фирменный графический элемент

### Правила применения на различных носителях

В данном разделе описывается правильное применение графического элемента на различных носителях.

#### Рамка из фирменного элемента, вариант 2

Оформление печатных и рекламных материалов с шириной логотипа равной примерно 1/4 ширины формата на примере рекламного баннера 3х6.



Правильные пропорции:

- верхнее и нижнее поле — равно высоте логотипа;
- правое и левое поле — 2 высоты логотипа.

## Фирменный графический элемент

### Правила применения на различных носителях

В данном разделе описывается правильное применение графического элемента на различных носителях.

#### Полоса с фирменным элементом, вариант 1

Оформление вывесок.



Правильные пропорции:

- нижнее поле равно высоте логотипа.

## Фирменный графический элемент

### Правила применения на различных носителях

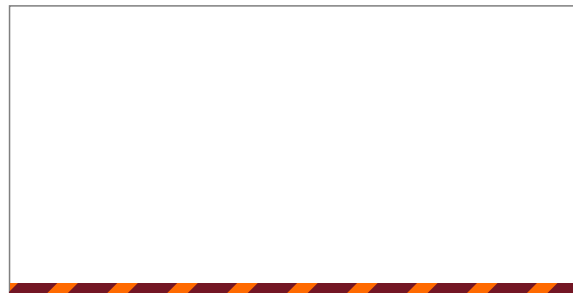
В данном разделе описывается правильное применение графического элемента на различных носителях.

#### Полоса с фирменным элементом, вариант 2

Оформление внутренних разворотов рекламных и печатных материалов. Полоска может находиться справа, слева, вверху или внизу, в зависимости от задачи. Масштаб может браться со страницы, где есть логотип, по выше описанным правилам или на глаз. Главное соблюдать правило 10 полосок.



❌ Слишком высокая!



❌ Слишком низкая!



✅ То, что надо!



## Фирменный паттерн

Паттерн это повторяющийся узор, которым можно заливать ничем не занятые плоские поверхности (например, обратная сторона визитки, окна, двери, витрины, кузов автомобиля, стены складских помещений и т.д.).

Фирменным паттерном магазина Объект является чередование оригинальных коричневых стрелок-домиков направленных в правый верхний угол. В паттерне заложена положительная динамика, рост, прогресс, движение вперед, к поставленной цели. Фирменный элемент и фирменный паттерн не должны появляться на одной и той же поверхности.



 Так делать нельзя!

# Основные правила верстки фирменных печатных материалов

В целях сохранения единообразия печатных и электронных материалов, рекомендуется использовать следующие общие параметры верстки. Данные правила не являются предельно жесткими и могут нарушаться в зависимости от конкретного носителя, если того требуют особенности лучшей подачи информации.

## Шрифт

Основным фирменным шрифтом является Bender. Его надо использовать везде, где нет технических ограничений.

## Размер шрифта

Измеряется в пунктах. Размер шрифта основного текста зависит от количества информации, формата носителя, пропорций и конкретной поставленной задачи.

## Интерлиньяж

Интерлиньяж — это расстояние между строчками в тексте. Он измеряется в пунктах и зависит от размера шрифта и длины строки. Чем длиннее строки в тексте, тем интерлиньяж должен быть больше:

- если в строке до 40 символов, то интерлиньяж больше размера кегля основного текста примерно на 1/4 (если размер текста 12 пунктов, то интерлиньяж 15 пунктов);
- если в строке от 40 до 80 символов, то интерлиньяж больше размера кегля основного текста примерно на 1/3 (если размер текста 12 пунктов, то интерлиньяж 16 пунктов);
- если в строке больше 80 символов, то интерлиньяж больше размера кегля основного текста примерно на 1/2 (если размер текста 12 пунктов, то интерлиньяж 18 пунктов).



# Основные правила верстки фирменных печатных материалов

## Трекинг

Трекинг — это дополнительная разрядка между символами в строке, абзаце или тексте. Он везде равен 0.

## Оформление заголовков и подзаголовков

Заголовки могут оформляться 2 способами:

**1)** цвет текста оранжевый, шрифт Bender Regular (обычное начертание), размер кегля заголовка больше размера кегля основного текста, но не менее чем в 2 раза (если текст 12 пунктов, то заголовок не менее 24 пунктов). Интерлиньяж равен размеру текста заголовка в пунктах (если заголовок 24 пункта, то интерлиньяж в заголовке тоже 24 пункта). Отступ от заголовка до текста равен одной пустой строке текста.

**2)** цвет текста Бургунди, шрифт Bender Black (жирное начертание), размер кегля заголовка больше размера кегля основного текста, но не менее чем в 2 раза (если текст 12 пунктов, то заголовок не менее 24 пунктов). Интерлиньяж равен размеру текста заголовка в пунктах (если заголовок 24 пункта, то интерлиньяж в заголовке тоже 24 пункта). Отступ от заголовка до текста равен одной пустой строке текста.

Подзаголовки могут оформляться следующим образом: цвет текста Бургунди, шрифт Bender Black (жирное начертание), размер кегля подзаголовка больше размера кегля основного текста на  $1/3$  (если текст 12 пунктов, то подзаголовок 16 пунктов). Интерлиньяж равен размеру текста подзаголовка в пунктах (если подзаголовок 16 пункта, то интерлиньяж тоже 16 пункта). Отступ от заголовка до текста равен интерлиньяжу в подзаголовке. Отступ от текста до следующего подзаголовка равен одной пустой строке текста.

## Выключка

Текст может оформляться с выключкой по центру или по левому краю. Всё зависит от поставленной задачи.

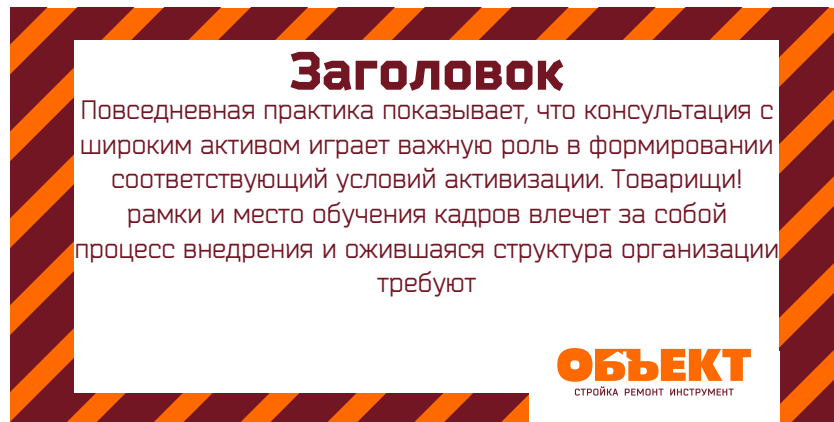
# Основные правила верстки фирменных печатных материалов

## Списки

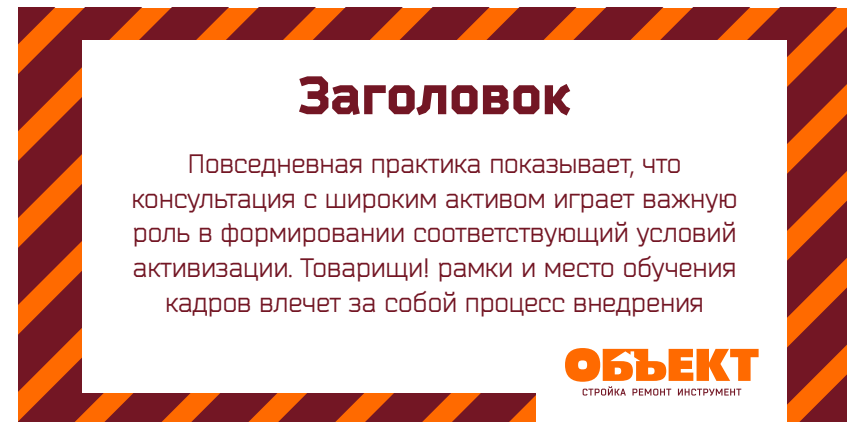
Списки с точками (буллитамии) или цифрами могут оформляться шрифтом Bender Black и выделяться оранжевым цветом.

## Расстояние от текста до краев формата

Данное расстояние жестко не фиксируется. Всё зависит от формата, но тексту не должно быть тесно на полосе. Рекомендуется оставлять достаточное количество свободного пространства. Расстояние от верхнего края фирменной рамки должно быть не менее высоты логотипа без подстрочника.



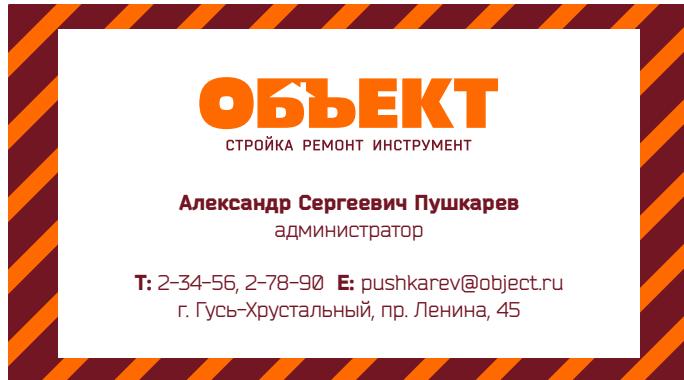
✘ Текст слишком близко к краям!



✔ То, что надо!

# Основные правила верстки фирменных печатных материалов

## Фирменная визитка



Размер 90 x 50 мм

### Имя сотрудника:

Шрифт: Bender Black

Кегль: 8 п.

Интерлиньяж: 10 п.

### Должность и контактная информация:

Шрифт: Bender Regular (выделение Bender Black)

Кегль: 8 п.

Интерлиньяж: 10 п.

Расстояние от должности до контактной информации  
одна пустая строка.

# Основные правила верстки фирменных печатных материалов

## Рекламный макет в газете



Размер 175x120 мм

### Заголовок:

Шрифт: Bender Black

Кегль: 44 п.

Интерлиньяж: 44 п.

### Текст рекламного сообщения:

Шрифт: Bender Regular (выделение Bender Black)

Кегль: 20 п.

Интерлиньяж: 25 п.

Расстояние от заголовка до текстового блока  
одна пустая строка текста.

### Адресный блок:

Шрифт: Bender Regular

Кегль: 12 п.

Интерлиньяж: 15 п.

Выравнивание по верхнему краю логотипа.

# Основные правила верстки фирменных печатных материалов

## Рекламный макет уличного баннера 3 x 6 м



Размер 6000x3000 мм

### Заголовок:

Шрифт: Bender Black

Кегль: 2000 п.

### Текст рекламного сообщения:

Шрифт: Bender Regular (выделение Bender Black)

Кегль: 600 п.

Интерлиньяж: 750 п.

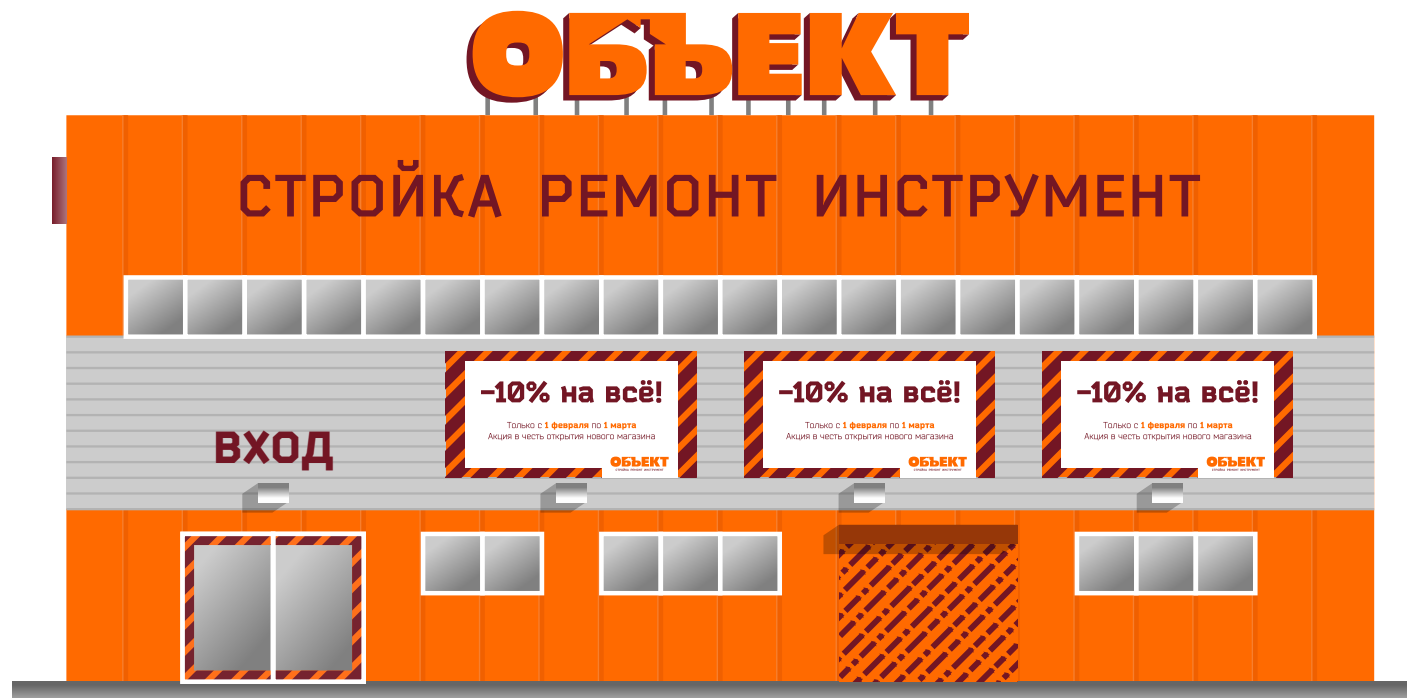
Расстояние от заголовка до текстового блока  
одна пустая строка текста.

## Пример оформления вывески

Вывески магазинов могут оформляться по-разному, в зависимости от размеров фасада.

### Вывеска на большом фасаде, вариант 1

На кровле ставится логотип цвета бургунди без подписи в виде объемных букв-лайтбоксов с возможностью ночной подсветки. Боковая поверхность букв должна быть оранжевой. Подпись располагается отдельно ниже на фасаде магазина. Серую область можно использовать для рекламных баннеров с информацией о текущих скидках и акциях.



## Пример оформления вывески

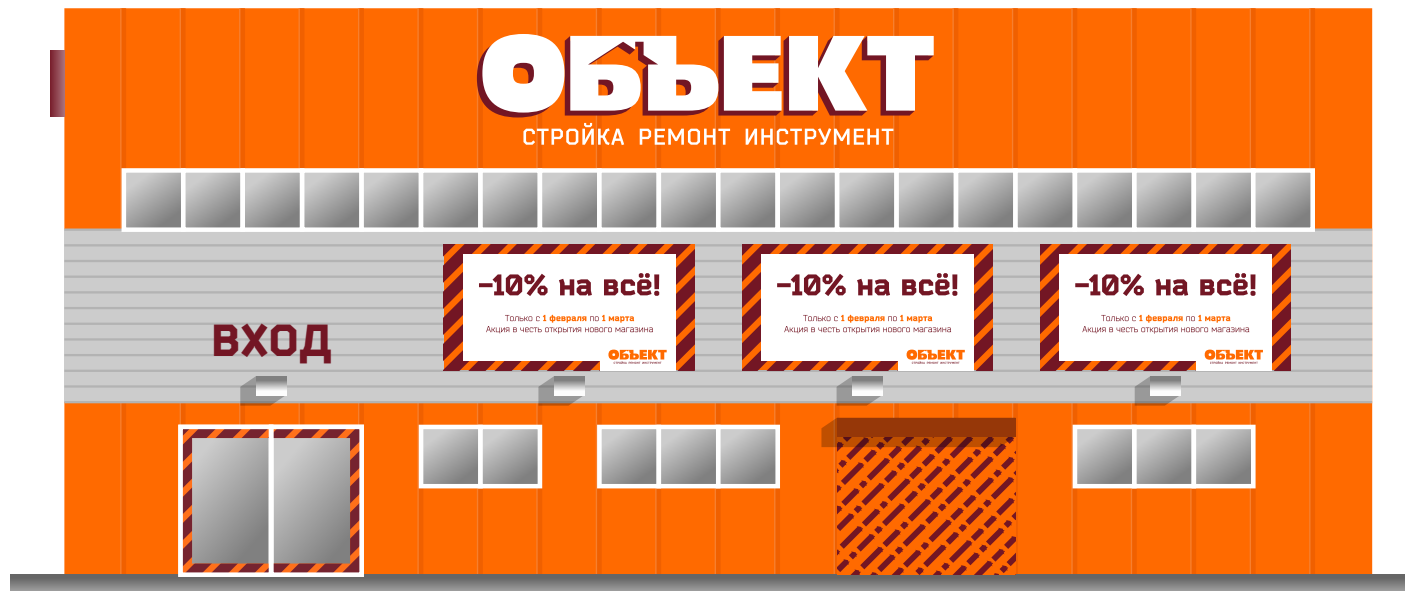


Object\_Identity/Facade/Object\_facade-big-1.jpg

## Пример оформления вывески

### Вывеска на большом фасаде, вариант 2

На фасаде располагается белый логотип с подписью в виде объемных букв-лайтбоксов с возможностью ночной подсветки. Боковая поверхность букв должна быть цвета бургунди.





## Пример оформления вывески



Object\_Identity/Facade/Object\_facade-big-2.jpg

## Пример оформления вывески

### Вывеска на малом фасаде

На фасаде располагается белый логотип с подписью в виде объемных букв-лайтбоксов с возможностью ночной подсветки. Боковая поверхность букв должна быть цвета бургунди.



## Пример оформления вывески

### Вывеска на малом фасаде



Object\_Identity/Facade/Object\_facade-small.jpg

Студия Саккада  
**saccade.ru**

2015 год