

БОНУС **ПЛЮС**

руководство

по

использованию

фирменного

стиля

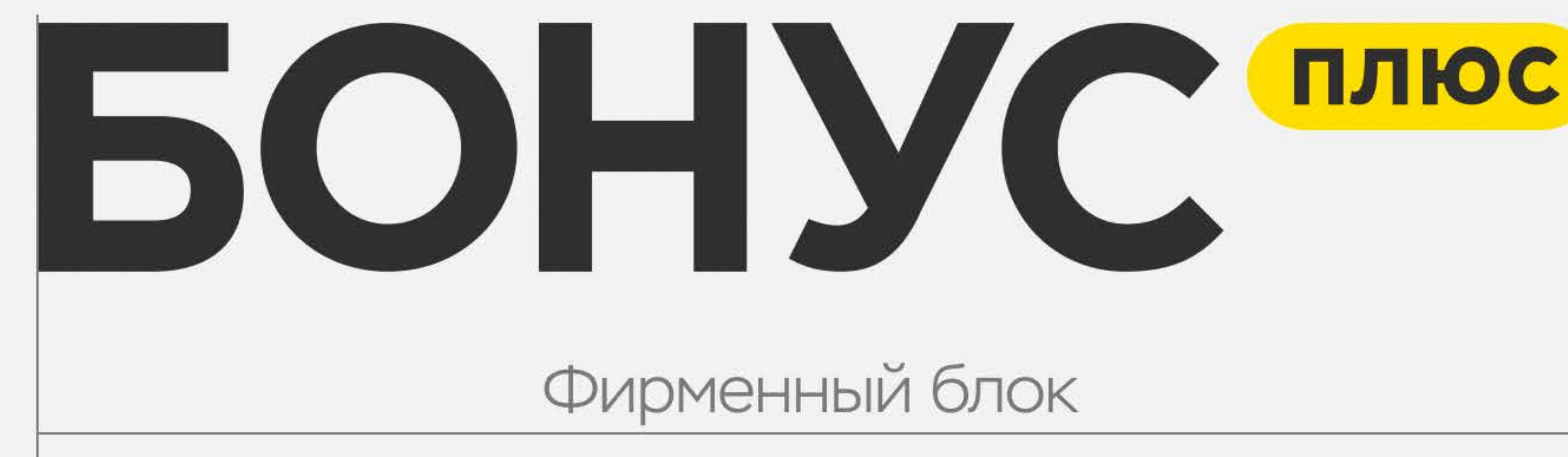
компании

Содержание

Фирменный блок	3
Фирменный блок. Пропорции и соотношения	4
Минимальные защитные поля. Минимальный размер	5
Фирменные цвета	6
Цветовые вариации фирменного блока	7
Недопустимое использование фирменного блока	8
Фирменный шрифт	9
Фирменный паттерн	10
Носители фирменного стиля	11
Презентация. Обложка	26
Презентация. Внутренние страницы	27

Фирменный блок

Фирменный блок – это графическое изображение, олицетворяющее и представляющее бренд. Это сочетание графических элементов и фирменного начертания названия со сбалансированными пропорциями, контрастом и определенной цветовой палитрой. **Не допускается замена или изъятие отдельных элементов фирменного блока, изменение их толщины, рисунка и расстояния между ними.** Построение фирменного блока имеет утвержденное фиксированное геометрическое соотношение.



Фирменный блок. Пропорции и соотношения

За основную единицу измерения выбрана высота буквы «Б» логотипного написания (h).



Минимальные защитные поля. Минимальный размер

Охранное поле фирменного блока определяет минимально допустимое расстояние от фирменного блока до других изобразительных или текстовых элементов макета, а также до границ макета. Не допускается размещение графических или текстовых элементов внутри охранного поля. **Минимальное охранное поле равно высоте буквы «Б» логотипного написания.**

Минимальный допустимый размер – это геометрический размер, при котором воспроизводимый графический элемент не теряет своих изобразительных качеств. Минимальный размер фирменного блока в печатной среде – 24 мм, а в веб-среде – 120 px.



Фирменные цвета

Служат для усиления эмоционального и потребительского аспекта фирменного стиля, а также являются ярким идентификатором компании. Здесь показаны фирменные цвета бренда в различных цветовых схемах.

RGB 0 0 0
CMYK 58 46 41 95
WEB #000000
PANTONE BLACK 7

RGB 255 255 255
CMYK 0 0 0 0
WEB #FFFFFF

RGB 51 51 51
CMYK 60 55 53 55
WEB #333333
PANTONE 419 C

RGB 225 225 225
CMYK 10 7 9 0
WEB #E1E1E1
PANTONE 427 C

RGB 255 221 0
CMYK 5 9 100 0
WEB #FFDD00
PANTONE YELLOW C

RGB 255 230 101
CMYK 4 6 70 0
WEB #FFE765
PANTONE 113 C

Дополнительные акцентные цвета в web

RGB 228 83 56
CMYK 10 91 100 1
WEB #E45238
PANTONE 7625 C

RGB 108 151 168
CMYK 63 32 29 1
WEB #6C97A9
PANTONE 7696 C

Цветовые вариации фирменного блока

Фирменный блок в утвержденных цветах используется во всех коммуникациях. Возможные цветовые вариации фирменного блока показаны на данной странице.

Все вариации относятся и к дополнительным версиям логотипа.

СВЕТЛЫЙ ФОН

ТЕМНЫЙ ФОН

ЦВЕТНОЙ ФОН

БОНУС ПЛЮС

Цветной вариант для использования только на Web-странице на светлом фоне

БОНУС ПЛЮС

WEB #333333

БОНУС ПЛЮС

БОНУС ПЛЮС

БОНУС ПЛЮС

Для использования в полиграфии и на Web-странице на светлом фоне, в случае, если вариант выше недостаточно контрастен

БОНУС ПЛЮС

WEB #000000

WEB #FFDD00

WEB #FFE765

БОНУС ПЛЮС

БОНУС ПЛЮС

WEB #333333

WEB #FFDD00

WEB #FFE765

БОНУС ПЛЮС

Используется в случаях, когда логотип маленького размера и слово «плюс» трудно читывается

БОНУС ПЛЮС

Используется в случаях, когда логотип маленького размера и слово «плюс» трудно читывается

Недопустимое использование фирменного блока

Сила бренда в его постоянстве. Единообразное использование фирменного блока обеспечит устойчивость восприятия бренда. Здесь приведены наиболее распространенные ошибки.

- Искажение пропорций фирменного блока (высоты, ширины, угла наклона графических элементов).
- Использование незаявленных цветов для фирменного блока или отдельных его элементов.
- Использование обводки фирменного блока.
- Размещение фирменного блока на неконтрастном ему фоне.
- Изменение композиции логотипа
- Изменение основного шрифта логотипа



БОНУС ПЛЮС



БОНУС ПЛЮС



БОНУС ПЛЮС



БОНУС ПЛЮС



БОНУС ПЛЮС



БОНУС ПЛЮС

Фирменный шрифт

Выбор шрифта играет важную роль в позиционировании, отражая характер бренда и передавая настроение и тональность его коммуникаций. Фирменный шрифт используется во всех рекламных материалах для поддержки узнаваемости бренда.

В качестве основного шрифта для деловой документации и рекламно-информационных материалов используется семейство шрифтов **Stem**. Дополнительный шрифт для заголовков и акцентов в тексте – **Druk Text Wide**. Шрифты содержат наборы символов кириллицы, латиницы и вспомогательных знаков.

Основной шрифт **Stem**

Аа

Light, Semi Light, Medium, Bold

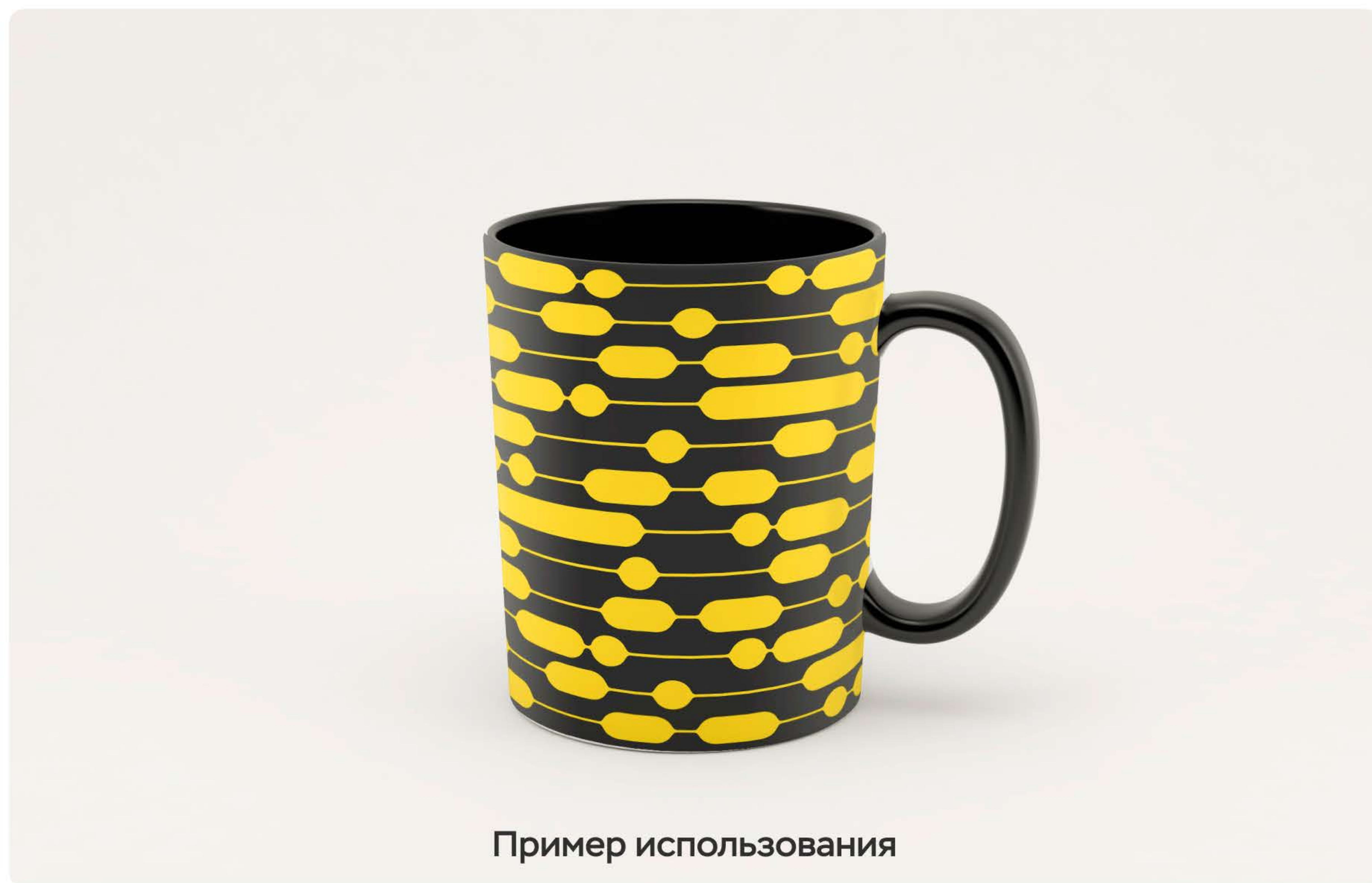
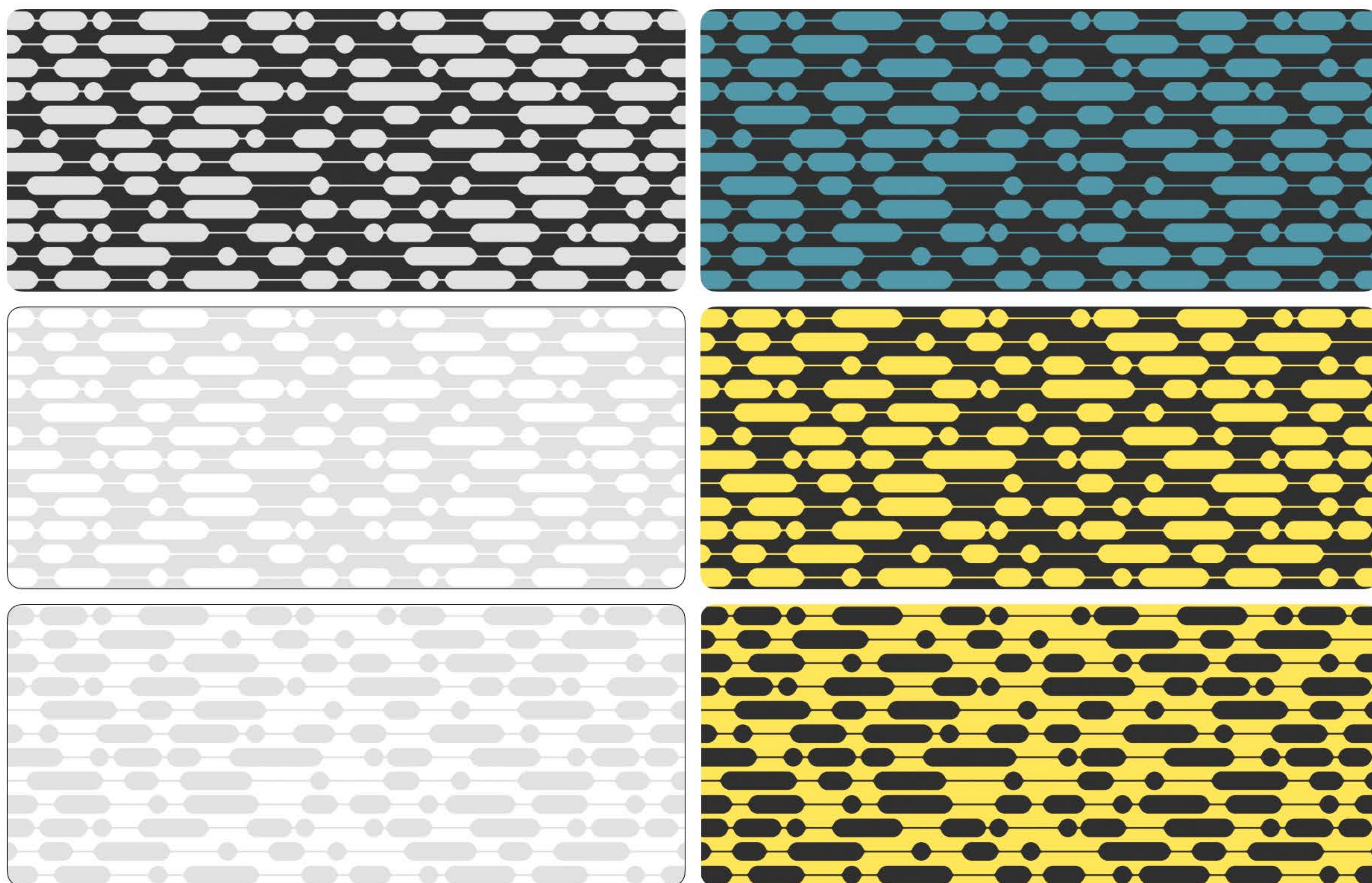
Дополнительный шрифт **Druk Text Wide**

Аа

Medium

Фирменный паттерн

Фирменный паттерн может быть использован как дополнительный графический элемент, например, на носителе фирменного стиля или как самостоятельный элемент. Так же он может быть фоновым изображением, но при условии, что паттерн не мешает восприятию более важной информации на объекте.



Пример использования

носители

фирменного

стиля

Визитка

Визитка с закругленными углами, формат 90x50 мм, матовая мелованная или дизайнерская бумага 300 г/м², полноцветная 2х сторонняя печать. В макете учитывались **вылеты под обрез 2мм.**



Крафт пакет

Размер пакета 220 x 320 x 80 мм.

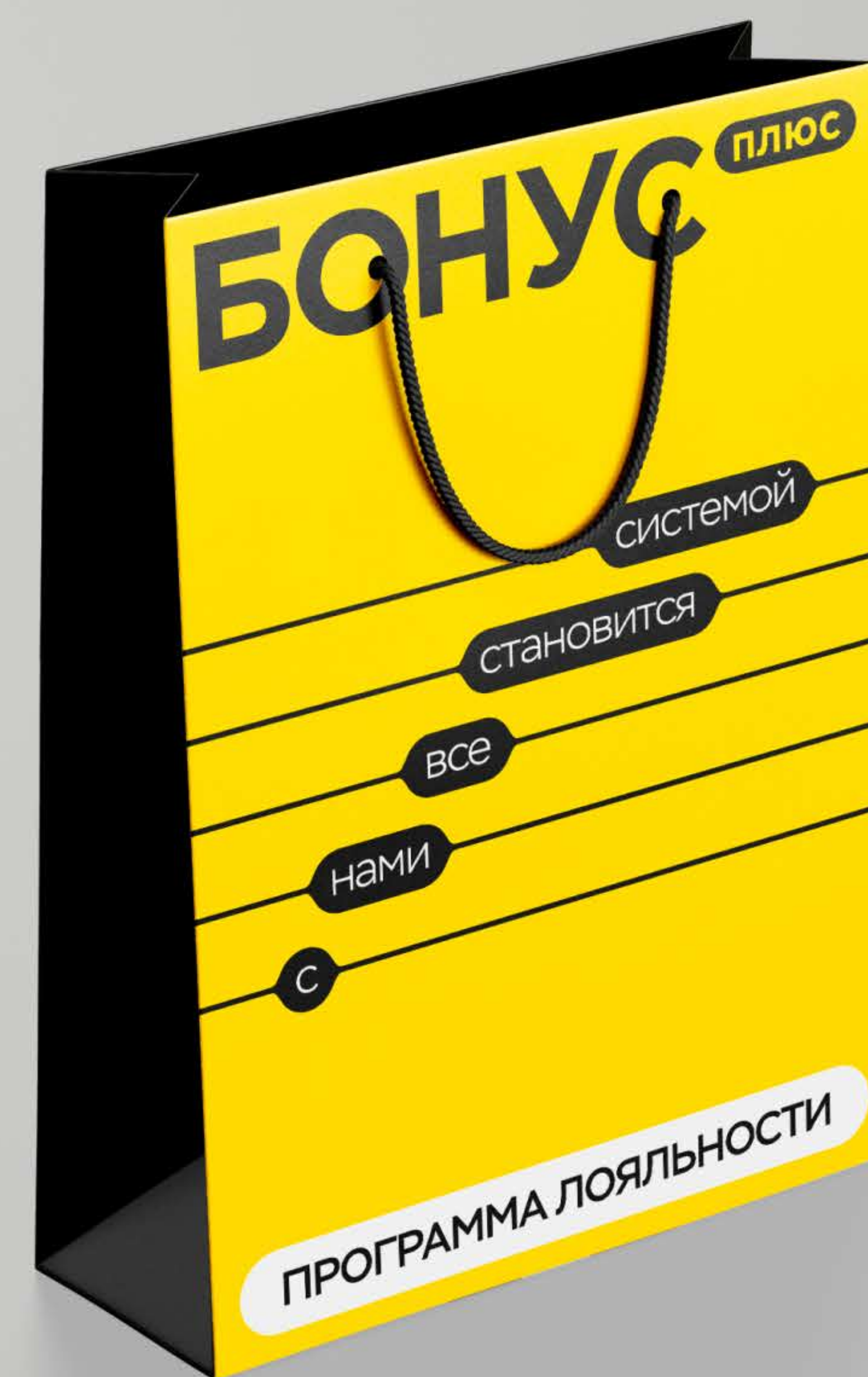
В макетах учитывались **вылеты под обрез 2мм.**



Пакет из мелованной бумаги

Размер пакета 220 x 320 x 80 мм.

В макете учитывались **вылеты под обрез 2мм.**

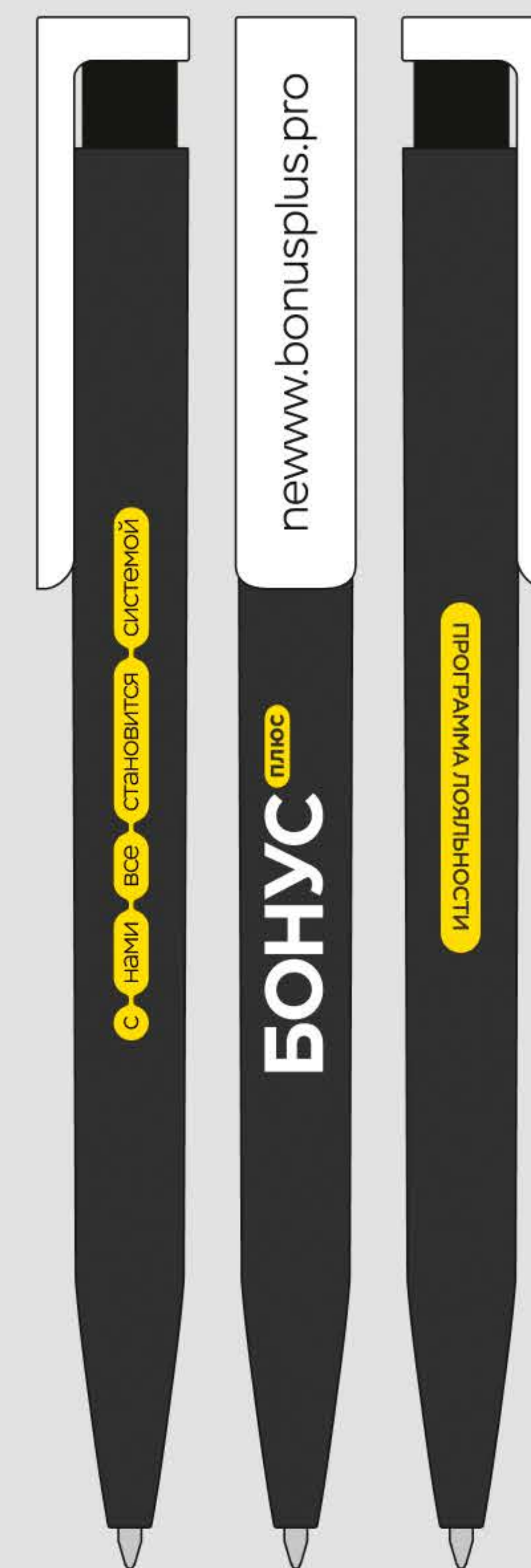
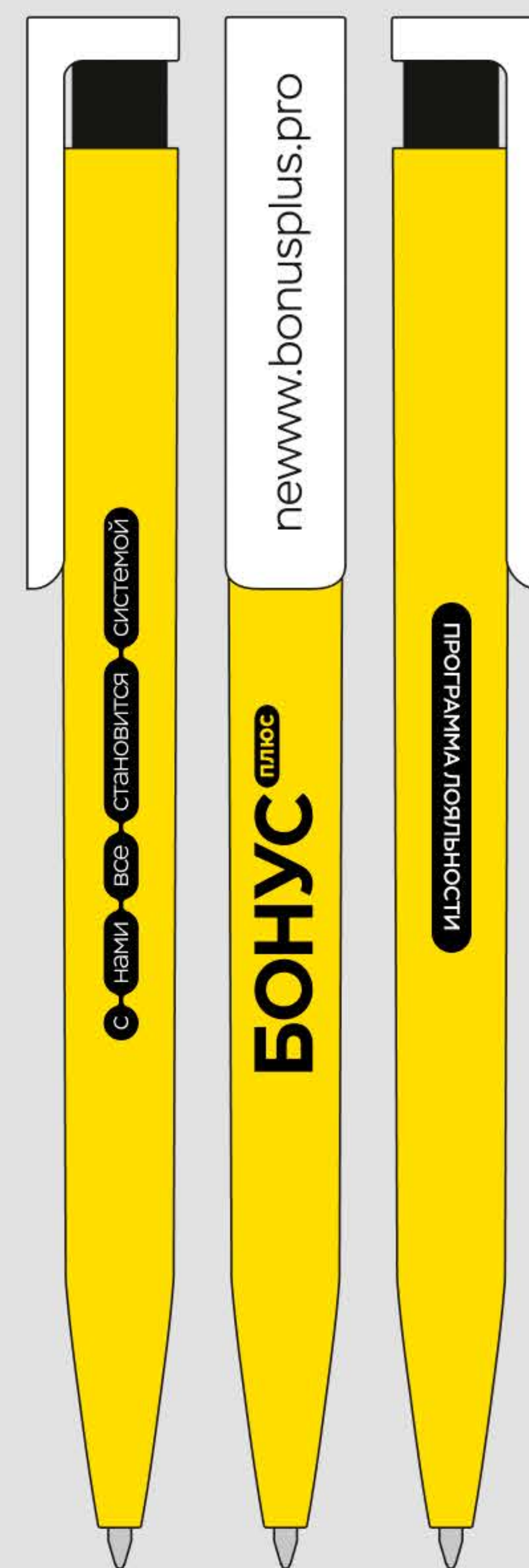
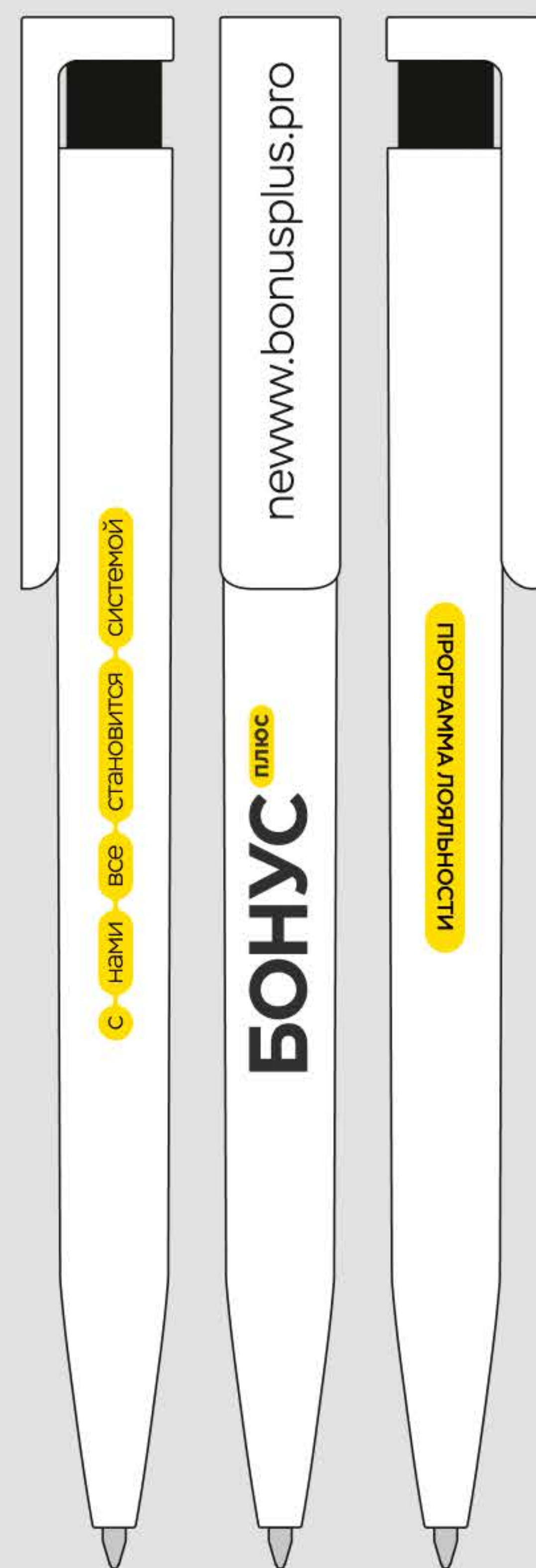


Блокнот

Размер блокнота А5 (148 x 210 мм).
В макетах учитывались **вылеты под обрез 2мм.**



Пластиковые ручки



Другие возможные варианты ручек



Кружка



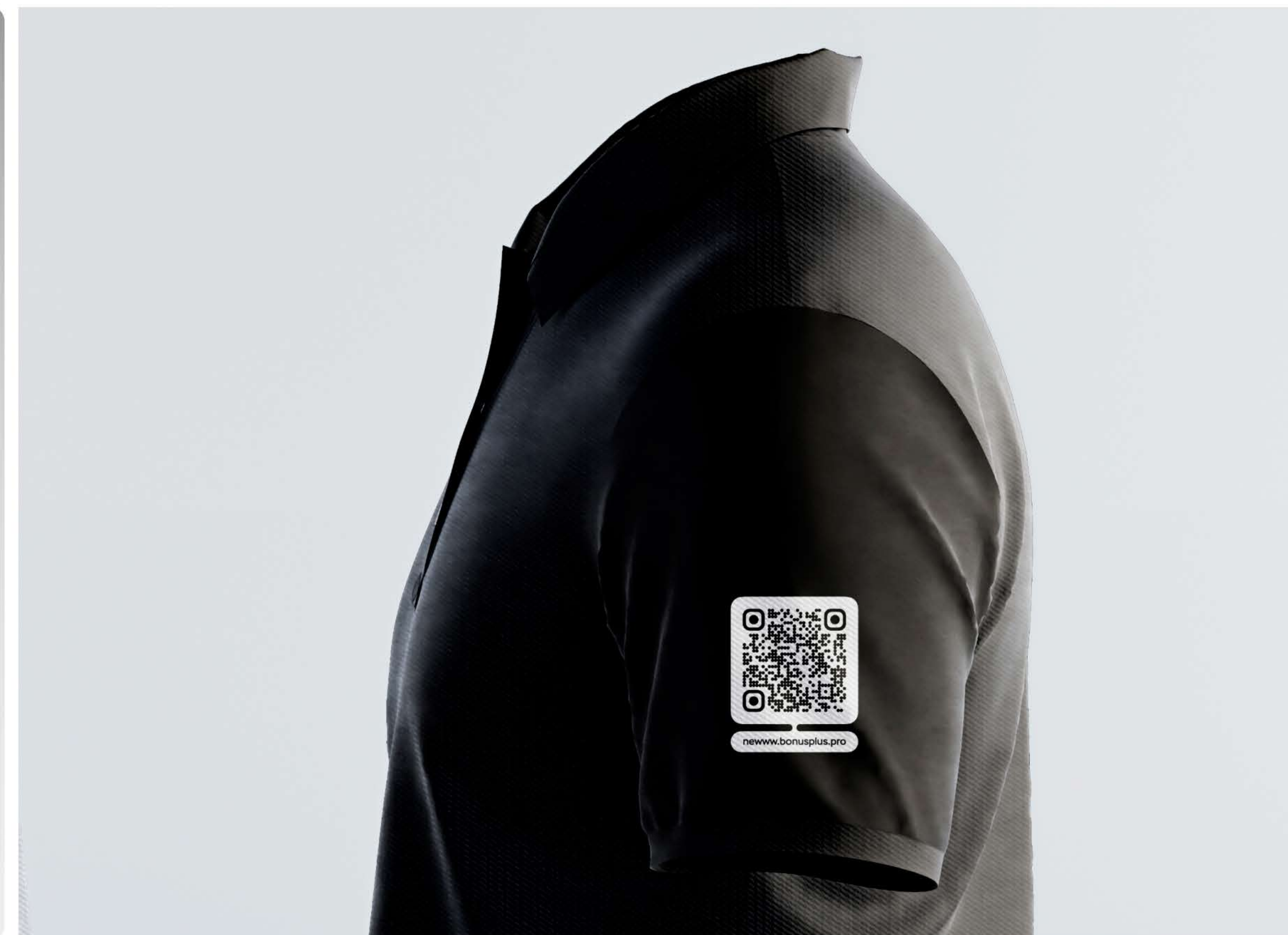
Футболка поло 1 (желтая)

Желтая футболка поло
с надписью на спине



Футболка поло 1 (черная)

Черная футболка поло
с надписью на спине



Футболка поло 2

Две цветовых вариации с элементом фирменного паттерна на спине



Худи

Две цветовых вариации
с надписью на спине



Кепка (желтая)



Кепка (черная)

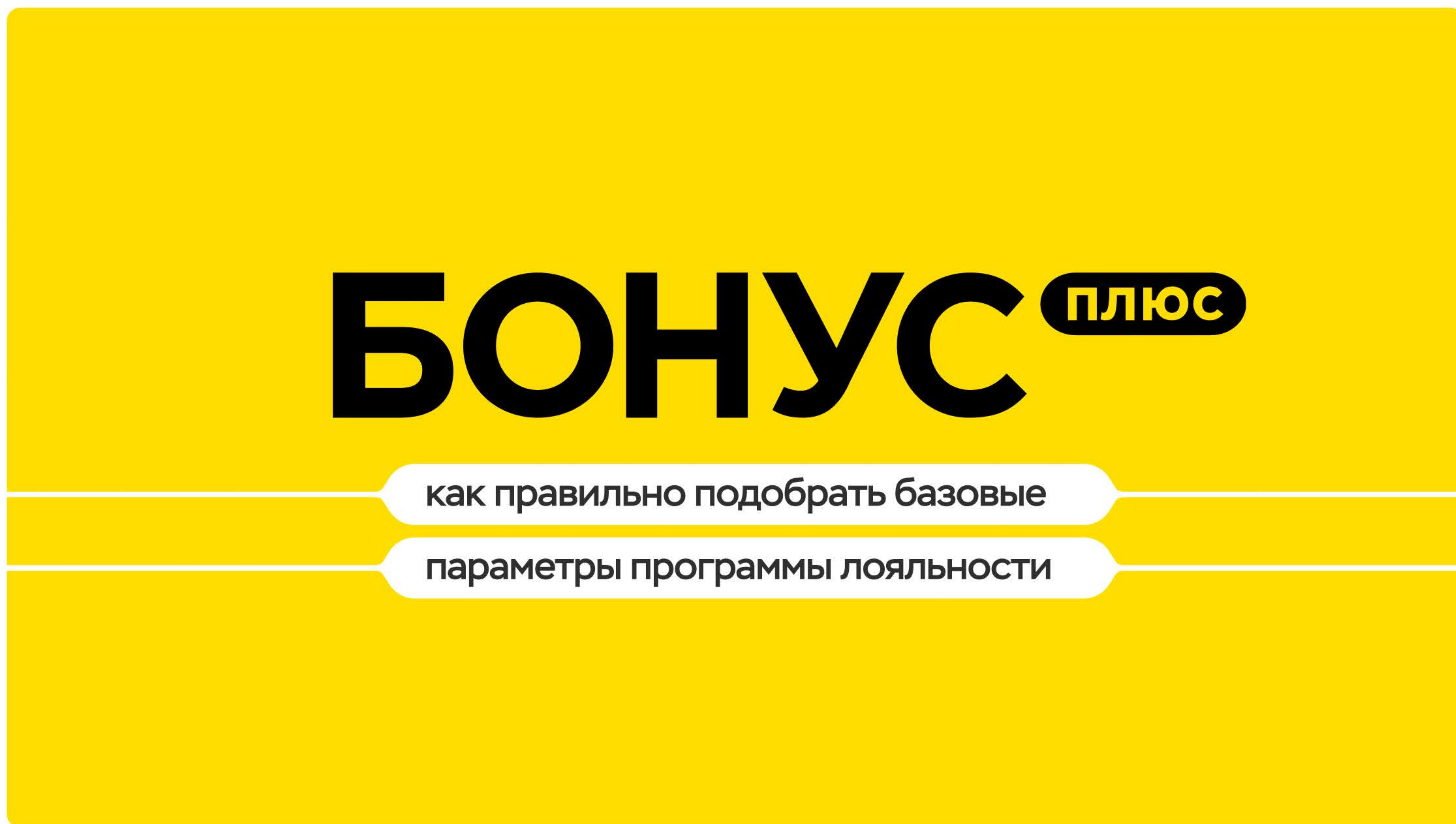
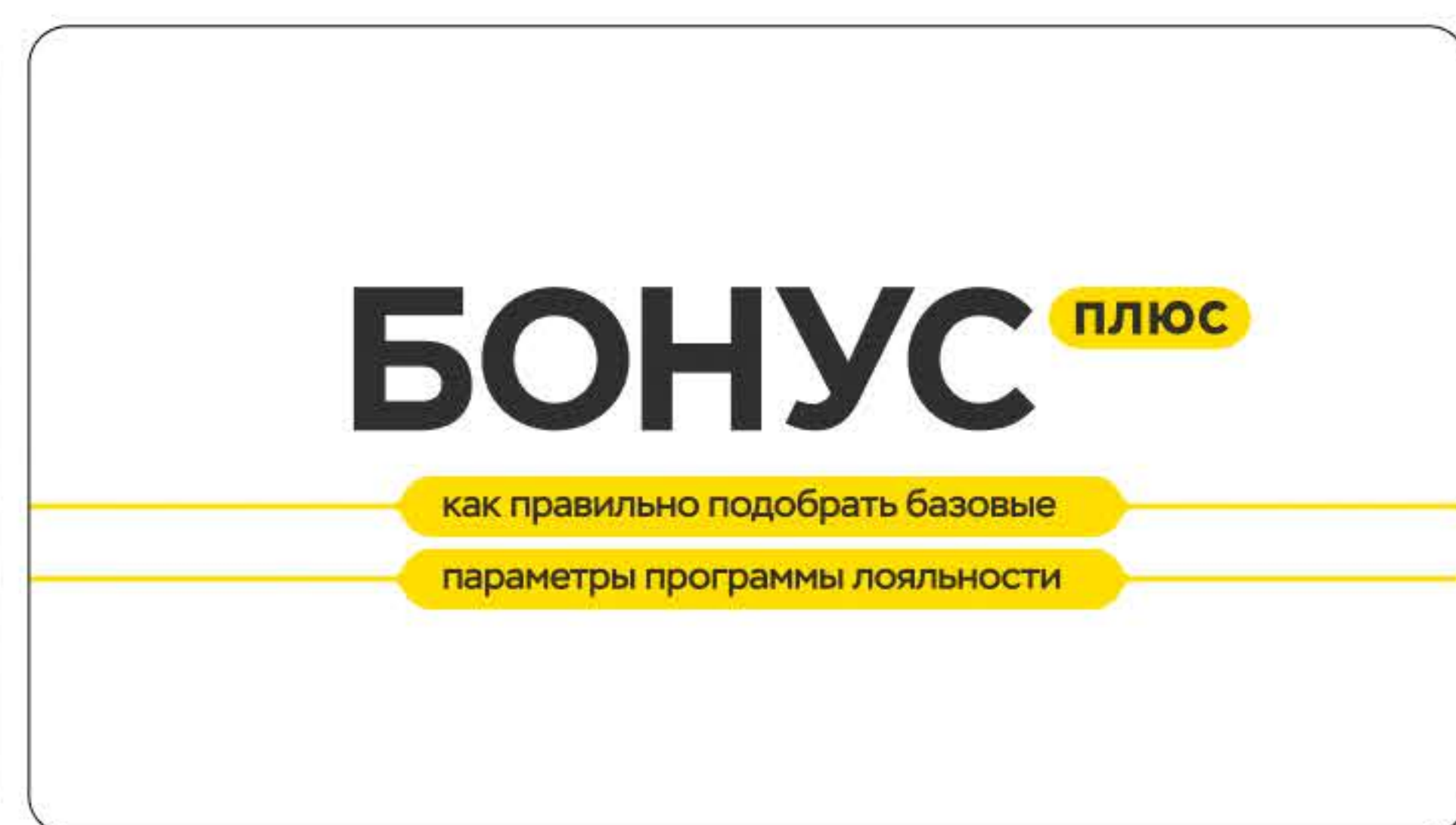


Сумка-шоппер



Презентация. Обложка

Обложка в трех цветовых решениях.
Тема презентации пишется на фирменных плашках (**шаблоны см. в материалах для презентации**). Важно, чтобы плашки были одинаковые по высоте. Размер шрифта должен быть одинаковой величины. Текст выравниваем по центру плашки (по горизонтали и вертикали).



Презентация. Внутренние страницы

ШАБЛОННЫЙ СОСТАВ СЛАЙДА

- заголовок
- основной текст
- иллюстрация
- логотип и номер слайда внизу

ПРАВИЛА ВЕРСТКИ

Заголовок на всех слайдах **одинаковой величины**. Около заголовка располагается **фирменный элемент**.

Основной текст должен быть **меньше заголовка в 2 – 3 раза**. Если сделать ещё меньше, то он будет не читабелен на расстоянии.

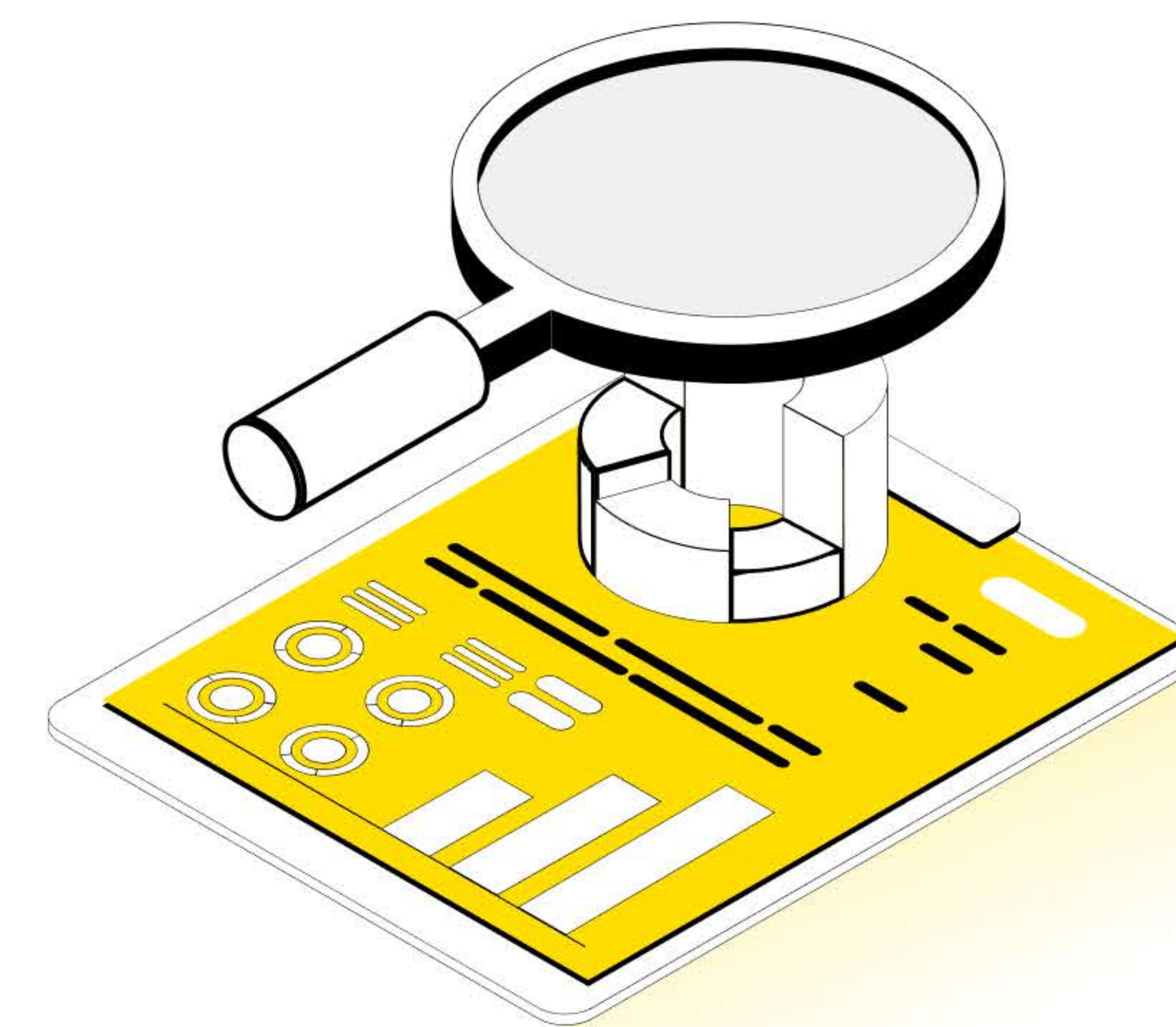
Чтобы добиться максимальной читабельности информации на слайде, старайтесь его **не перегружать**. Не пытайтесь вместить слишком много текста, лучше разбивать информацию на разные слайды по схеме: **один слайд – одна мысль**, так зрителю будет легче воспринимать информацию.

Расчет размера максимальной скидки по картам лояльности

Валовая рентабельность – это валовая прибыль, разделенная на выручку. Помогает понять, какую часть выручки вы кладете в карман.

Валовая прибыль – это разница между выручкой и себестоимостью товара, услуг.

Выручка – это сумма полученных средств от продажи товаров, оказанных услуг.



БОНУС плюс

25