

РУКОВОДСТВО ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

СОДЕРЖАНИЕ

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ

1. ЛОГОТИП

• Русскоязычная и англоязычная версии	4
• Конструкция логотипа	5
• Варианты компоновки	6
• Охранное поле	7
• Масштабирование	8
• Цветовые варианты	9
• Использование логотипа на различных фонах	10
• Недопустимое использование	11

2. ТИПОГРАФИКА

• Основной и дополнительный фирменные шрифты	12
• Принципы фирменной типографики	13

3. ЦВЕТОВАЯ ГАММА

• Основные и дополнительные фирменные цвета	14
• Принципы использования фирменных цветов	15

4. ФИРМЕННАЯ ГРАФИКА

• Основной стилеобразующий элемент	16
• Паттерн	20

5. ФОТОСТИЛЬ

• Основные критерии	26
• Примеры фотографий	27

НОСИТЕЛИ

1. ПРЕДСТАВИТЕЛЬСКАЯ
ПОЛИГРАФИЧЕСКАЯ ПРОДУКЦИЯ

• Визитка	32
• Конверт	33
• Прайс-лист	34

2. КОРПОРАТИВНЫЕ РЕКЛАМНЫЕ
МАТЕРИАЛЫ

• Обложка рекламного каталога	35
-------------------------------	----

3. ИНТЕРЬЕР

• Вывеска в офисе	36
-------------------	----

4. НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА

• Флаг	37
• Борд	38

5. ВЫСТАВОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

• Ролл-ап	40
-----------	----

6. СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ

• Пакет	42
• Ручка	43
• Худи и майка	44
• Кепка	45

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ

1. ЛОГОТИП

РУССКОЯЗЫЧНАЯ И АНГЛОЯЗЫЧНАЯ ВЕРСИИ

Логотип РУСЭЛ существует в двух языковых версиях: русскоязычной и англоязычной. Наиболее часто применяется русскоязычная версия. Все правила в данном руководстве продемонстрированы на ней, однако применимы к обеим версиям одинаково.



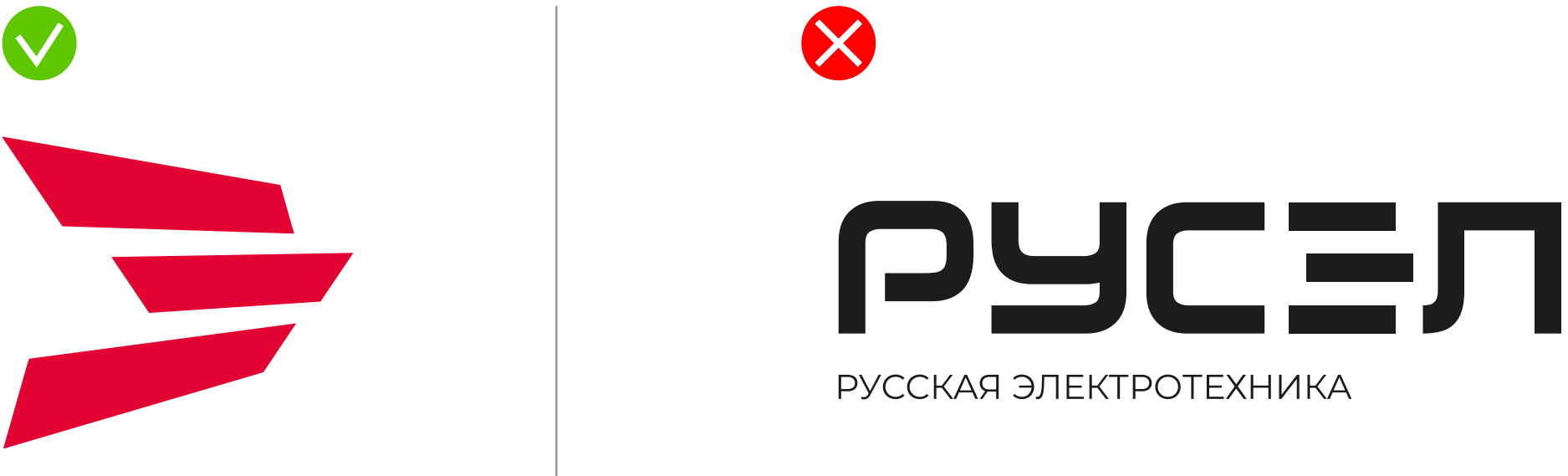
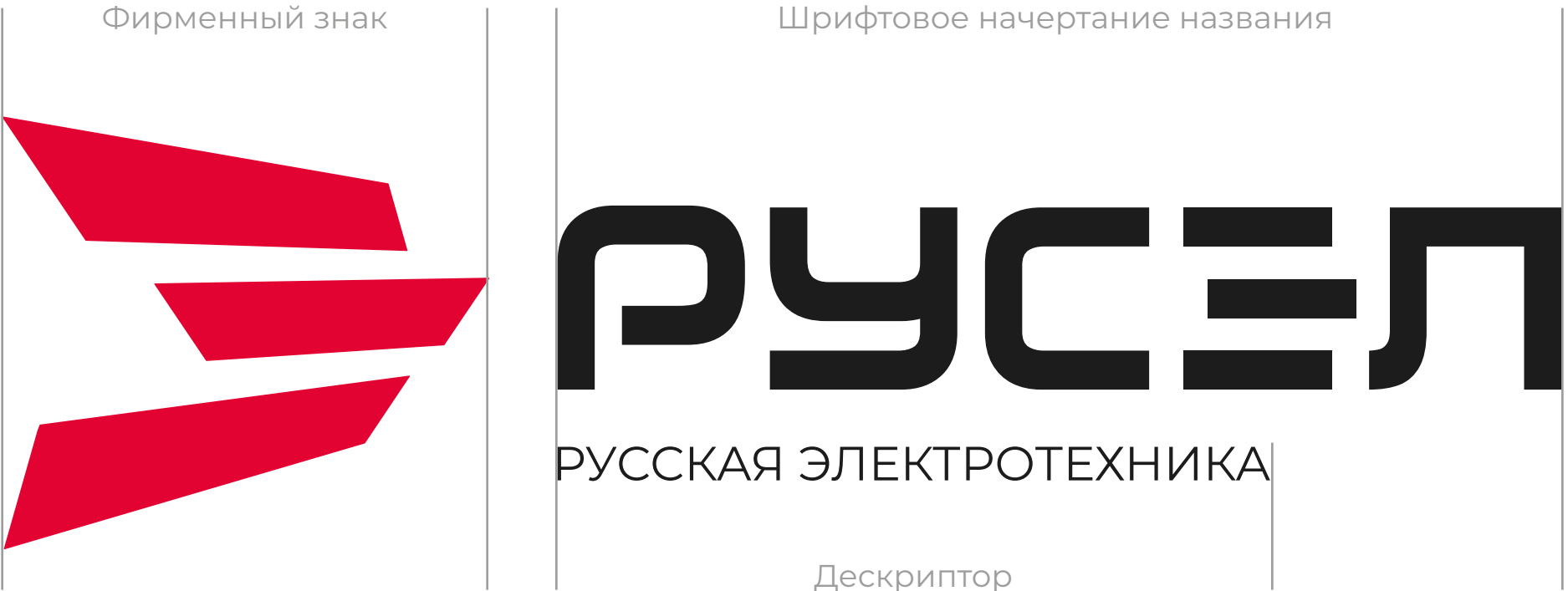
1. ЛОГОТИП

КОНСТРУКЦИЯ ЛОГОТИПА

Логотип РУСЭЛ состоит из фирменного знака, шрифтового начертания названия и дескриптора.

Фирменный знак может использоваться отдельно как самостоятельный элемент брендинга, например аватар в соцсетях, пин и т. п.

Использование шрифтовой части логотипа без знака недопустимо.



1. ЛОГОТИП

ВАРИАНТЫ КОМПОНОВКИ

Логотип имеет два варианта компоновки: горизонтальный (а, b) и вертикальный (с, d). Каждый из вариантов может использоваться как с дескриптором, так и без него. Основной для использования является версия с дескриптором (а, с) . При масштабировании до допустимого минимального размера логотипа, когда читабельность дескриптора теряется, применяется версия без дескриптора (b, d).

В горизонтальном варианте без дескриптора знак и шрифтовая часть располагаются на одной горизонтальной оси в отличие от варианта с дескриптором. Не удаляйте самостоятельно дескриптор, пользуйтесь готовым вариантом логотипа.



a



b



c



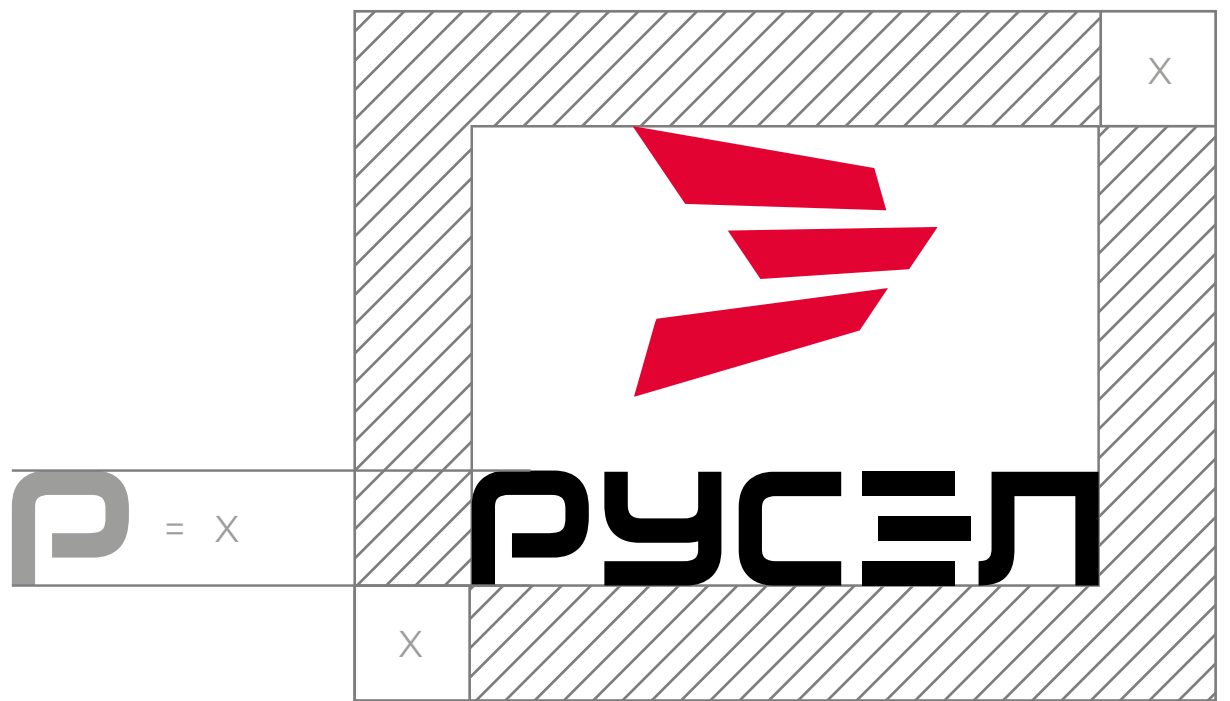
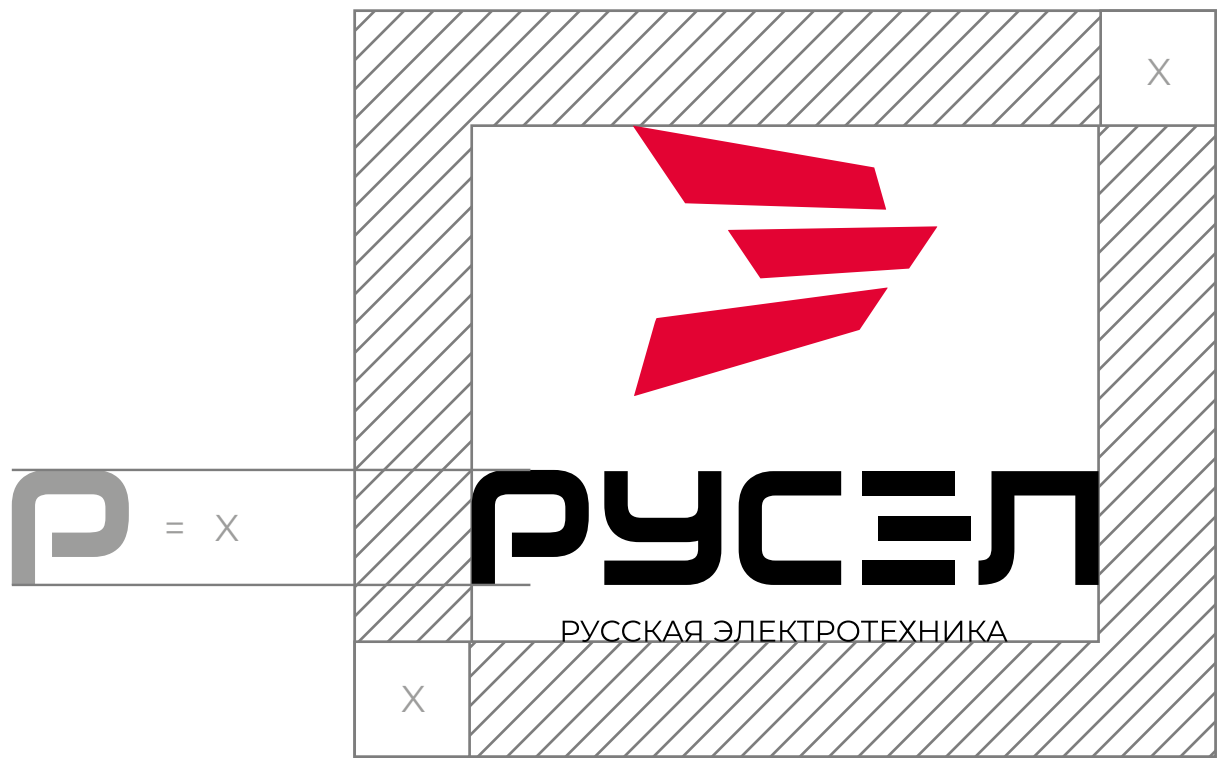
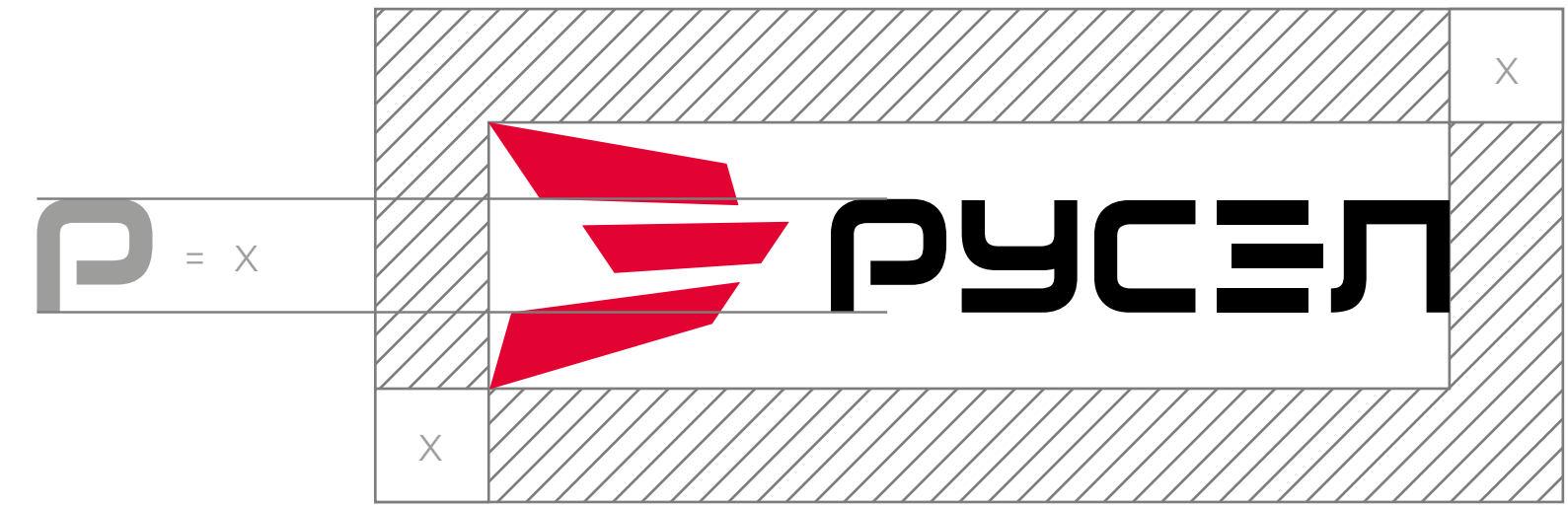
d

1. ЛОГОТИП

ОХРАННОЕ ПОЛЕ

Вокруг логотипа всегда должна оставаться область, свободная от любых графических и текстовых элементов. Также эта область является минимальным допустимым расстоянием от края макета.

Размер охранного поля равен высоте шрифтового начертания.



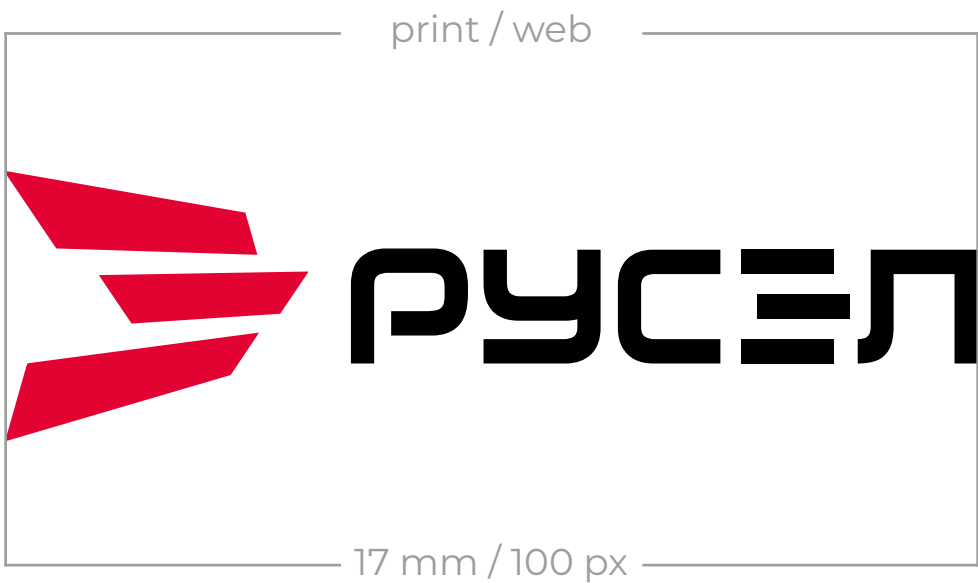
1. ЛОГОТИП

МАСШТАБИРОВАНИЕ

При масштабировании логотипа необходимо оценивать читабельность его шрифтовой части. Недопустимо уменьшение логотипа до потери читабельности текстовых элементов. Дескриптор теряет читабельность в первую очередь, в таком случае следует использовать вариант без дескриптора.

Рекомендуемые минимальные размеры:

- Горизонтальный вариант с дескриптором – 32 мм для печати, 220 пикс. для web.
- Горизонтальный вариант без дескриптора – 17 мм для печати, 100 пикс. для web.
- Вертикальный вариант с дескриптором – 21 мм для печати, 141 пикс. для web.
- Вертикальный вариант без дескриптора – 11 мм для печати, 64 пикс. для web.



1. ЛОГОТИП

ЦВЕТОВЫЕ ВАРИАНТЫ

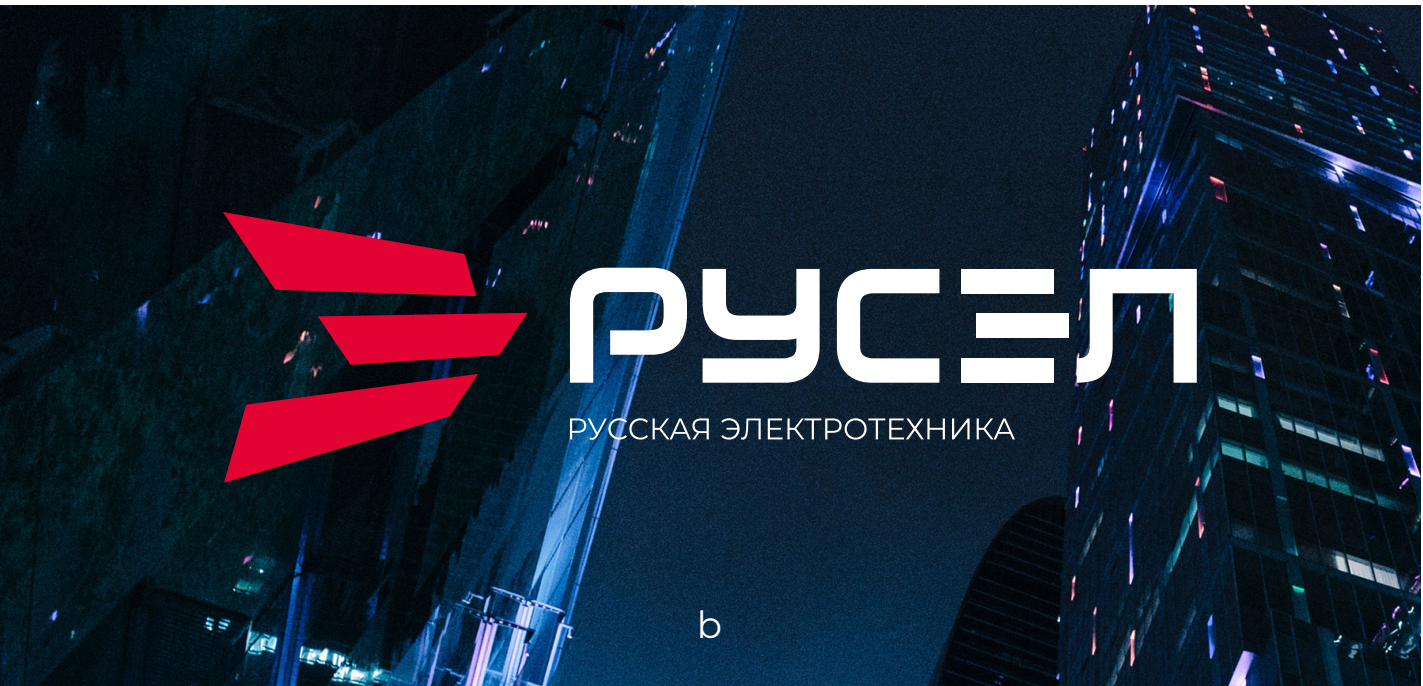
Логотип РУСЭЛ существует в пяти цветовых вариантах:

- 1. Полноцветный вариант (а) является основным и используется на большинстве носителей.
- 2. Инверсия шрифтовой части (b) для использования на темных фотофонах.
- 3. Белый вариант (с) размещается на фирменном красном фоне.
- 4. Серебряный вариант (d) печатается серебряным пантоном, используется на некоторых премиальных носителях, а также допустимо исполнение объемного лого в металле (например, вывеска).
- 5. Черный вариант (е) используется в случаях, когда невозможно применить полноцветную версию.

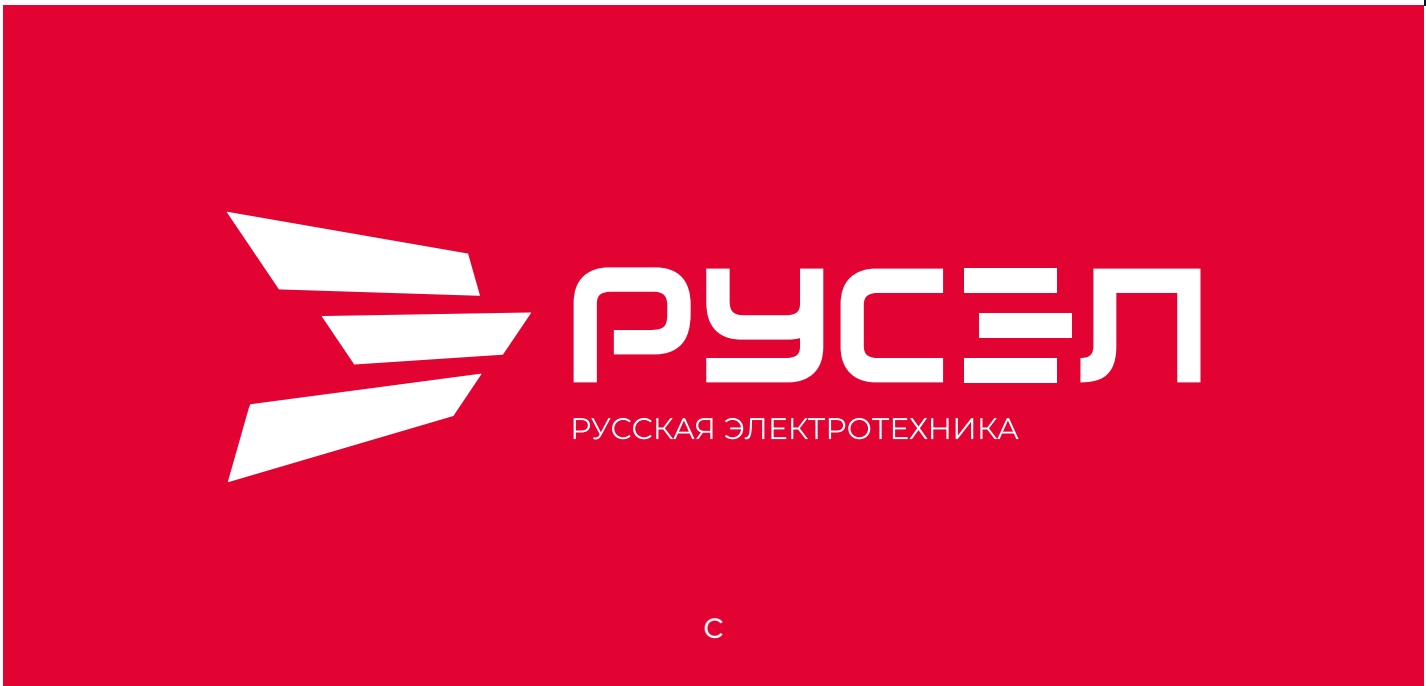
Также монохромная версия используется в различных техниках нанесения, таких как конгрев, тиснение, гравировка и т. п.



а



b



с



d



е | исключительно когда нет возможности использовать полноцветный вариант

1. ЛОГОТИП

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГОТИПА НА РАЗЛИЧНЫХ ФОНАХ

Логотип размещается только на белом, фирменном красном фоне (соответствующий цветовой вариант лого) либо на фирменных паттернах.

Допустимо применение логотипа на фото-фоне при условии, что область фотографии, на которой размещен логотип, не имеет элементов, препятствующих четкому восприятию и читабельности логотипа. Область фото должна иметь достаточный тоновой контраст по отношению к логотипу.

Недопустимо использование логотипа на фонах произвольных цветов, а также на градиентах, абстрактных фонах и паттернах.



1. ЛОГОТИП

НЕДОПУСТИМОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ

Любые изменения и дополнения к оригинальному виду логотипа недопустимы.

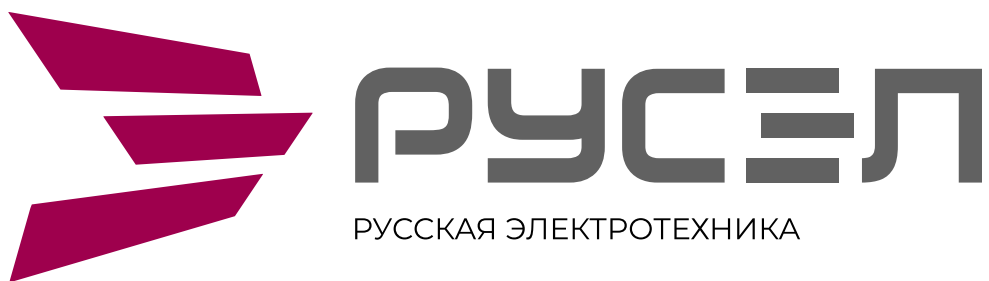
Здесь приведены наиболее распространенные примеры некорректного использования:

- 1. использование растрового логотипа в низком разрешении;
- 2. заливка произвольным цветом;
- 3. применение эффектов (тень, свечение и т. п.);
- 4. различные деформации (сжатие, растягивание и т. п.);
- 5. изменение пропорций;
- 6. произвольный шрифт для дескриптора.

1



2



3



4



5



6



2. ТИПОГРАФИКА

ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ФИРМЕННЫЕ ШРИФТЫ

Основным фирменным шрифтом является MONTSERRAT. Используется на большей части носителей фирменного стиля.

Дополнительный фирменный шрифт ARIAL выполняет функцию технического шрифта, заменяя основной исключительно в случаях, когда использование основного невозможно или не рационально (например, презентация PowerPoint).

Основной фирменный шрифт

MONTSERRAT

BOLD / SEMIBOLD / REGULAR / LIGHT

Дополнительный фирменный шрифт

ARIAL

BOLD / SEMIBOLD / REGULAR

2. ТИПОГРАФИКА

ПРИНЦИПЫ ФИРМЕННОЙ ТИПОГРАФИКИ

Иерархия в верстке выстраивается за счет использования различных начертаний и кегля.

Для заголовков, подзаголовков и слоганов всегда используются заглавные буквы (uppercase).

Заголовки, слоганы

MONTSERRAT BOLD

Подзаголовки

MONTSERRAT SEMIBOLD

Текстовые блоки

MONTSERRAT REGULAR

Второстепенные блоки информации, сноски на полях, нумерация страниц и т. п.

MONTSERRAT LIGHT

Пример верстки

**КОНЦЕПЦИЯ
ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ**

НОВАЯ ЭНЕРГИЯ РОССИИ

РУСЭЛ – современная новаторская российская компания нового поколения. Наше лидерство основано на интеллектуальных решениях, увлеченности, стремлении к прогрессу и развитию. Мы активны, молоды, полны амбиций. Верим, что создаём будущее энергетики. И готовы вести вперед тех, кто стремится быть в этом будущем первым.

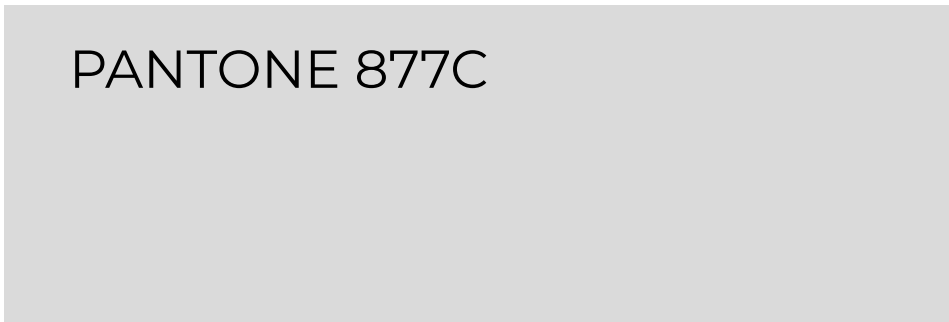
3. ЦВЕТОВАЯ ГАММА

ОСНОВНЫЕ И ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА

Основными фирменными цветами являются красный, белый и черный.

К дополнительным цветам относятся более темные оттенки красного и градация серых оттенков.

На премиальных носителях может использоваться серебряный пантон.



Silver

Основные цвета

CMYK PANTONE RGB HEX	0/100/75/0 199 C 227/2/52 #E30234	WHITE	CMYK PANTONE RGB HEX	0/0/0/100 PROCESS BLACK 0/0/0 #000000
Red 1		White	Black	

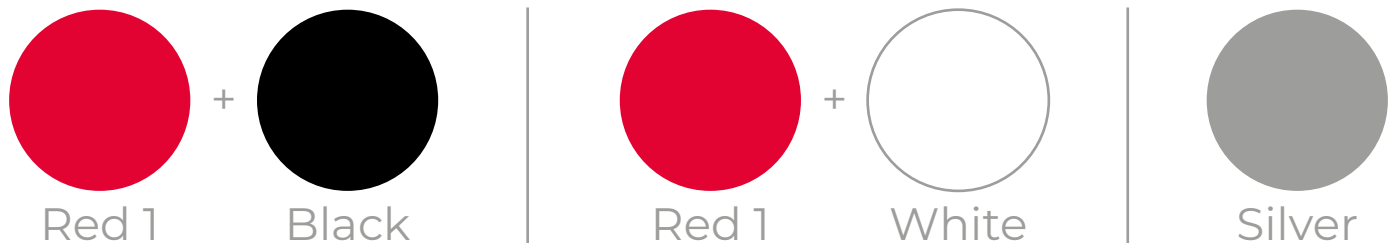
Дополнительные цвета

CMYK PANTONE RGB HEX	0/100/75/23 200 C 187/10/42 #BB0A2A	CMYK PANTONE RGB HEX	0/0/0/10 423 C 16% 237/237/237 #EDEDED	CMYK PANTONE RGB HEX	0/0/0/40 423 C 66% 177/177/177 #B1B1B1
Red 2		Grey 1		Grey 4	
CMYK PANTONE RGB HEX	0/100/75/43 1807 C 151/13/31 #970D1F	CMYK PANTONE RGB HEX	0/0/0/20 423 C 30% 217/217/217 #D9D9D9	CMYK PANTONE RGB HEX	0/0/0/50 423 C 80% 157/157/157 #9D9D9D
Red 3		Grey 2		Grey 5	
CMYK PANTONE RGB HEX	0/100/75/63 1815 C 114/11/18 #720B12	CMYK PANTONE RGB HEX	0/0/0/30 423 C 50% 197/197/197 #C5C5C5	CMYK PANTONE RGB HEX	0/0/0/60 423 C 137/137/137 #898989
Red 4		Grey 3		Grey 6	

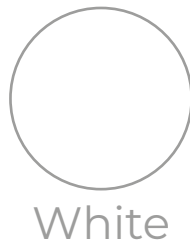
3. ЦВЕТОВАЯ ГАММА

ПРИНЦИПЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФИРМЕННЫХ ЦВЕТОВ

Использование каждого фирменного цвета не должно выходить за рамки обозначенной области применения.



- Логотип
- Типографика



- Фон



- Стилеобразующий элемент



- Фирменный паттерн



- Графики, схемы, планы, иконки, оформление презентаций

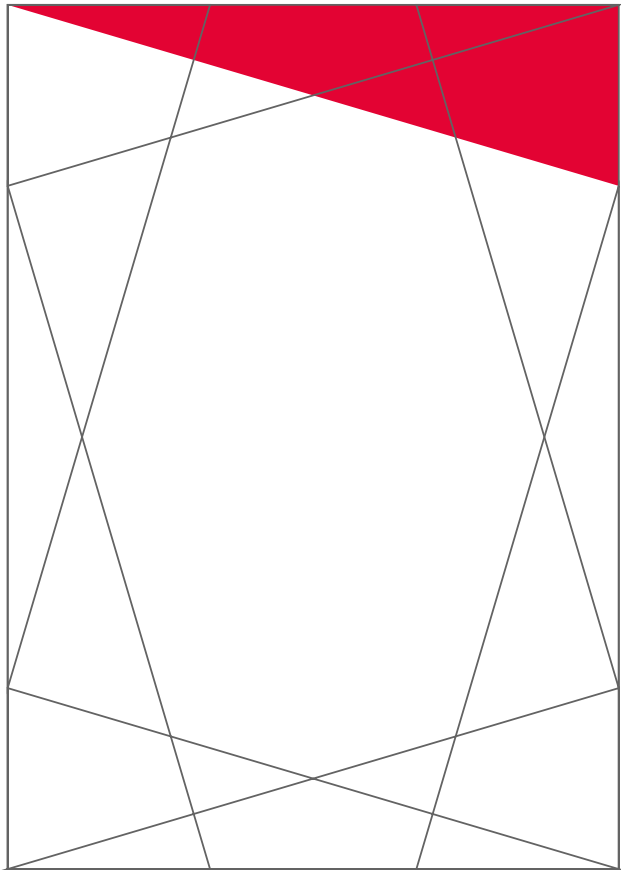
4. ФИРМЕННАЯ ГРАФИКА

ОСНОВНОЙ СТИЛЕОБРАЗУЮЩИЙ ЭЛЕМЕНТ

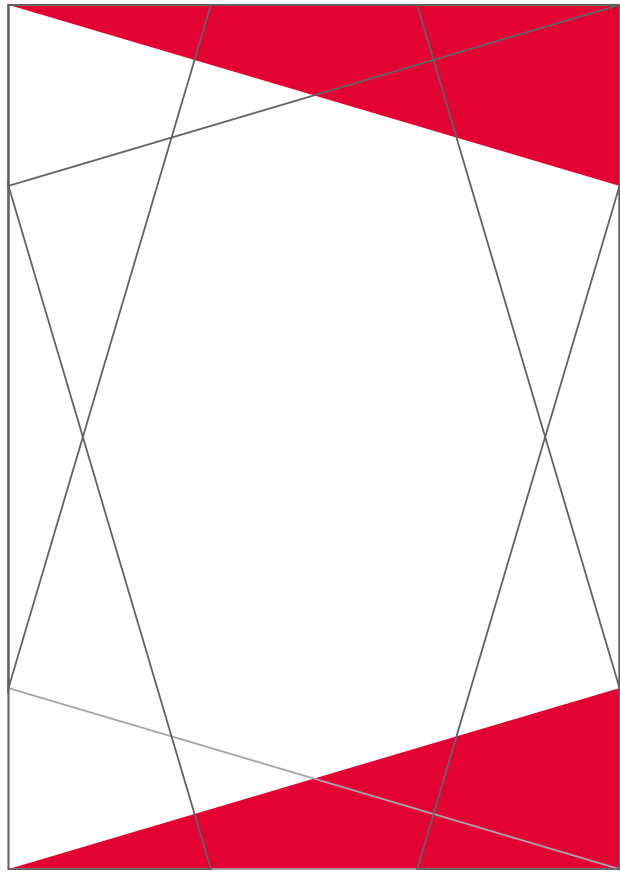
Основным элементом, формирующим фирменную графику, является прямоугольный треугольник с острыми углами 16,5° и 73,5°. Прямым углом треугольник встраивается в любой из углов макета (a).

В одном макете допускается не более двух элементов (b).

При использовании двух элементов в макете не допускается совмещение двух углов треугольников в одном углу макета (d). Треугольники могут соприкасаться острыми углами (c).



a



b



c



d

4. ФИРМЕННАЯ ГРАФИКА

ДОПУСТИМЫЕ ТРАНСФОРМАЦИИ ОСНОВНОГО ЭЛЕМЕНТА

1) Допускается пропорциональное масштабирование основного элемента в макете (углы треугольника должны оставаться неизменными) (a, b).

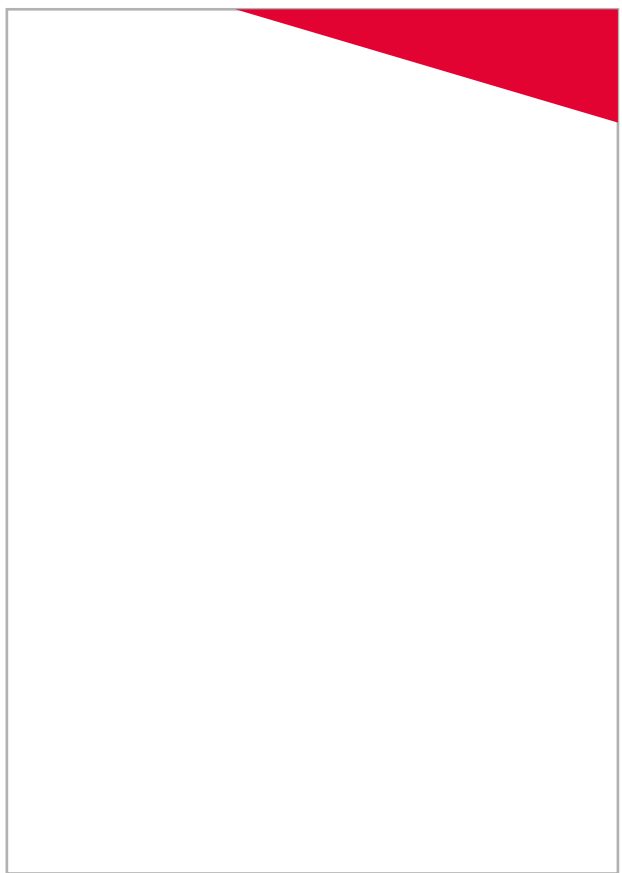
При использовании двух элементов в макете они могут быть как одинакового размера (c), так и отличаться (d).

2) Элемент может трансформироваться в четырехугольную плашку с тремя прямыми и одной скошенной стороной. Угол скоса равен углу в базовом треугольнике. Такая плашка всегда позиционируется в любом краю макета, совмещаясь прямыми углами с углами макета (e, f).

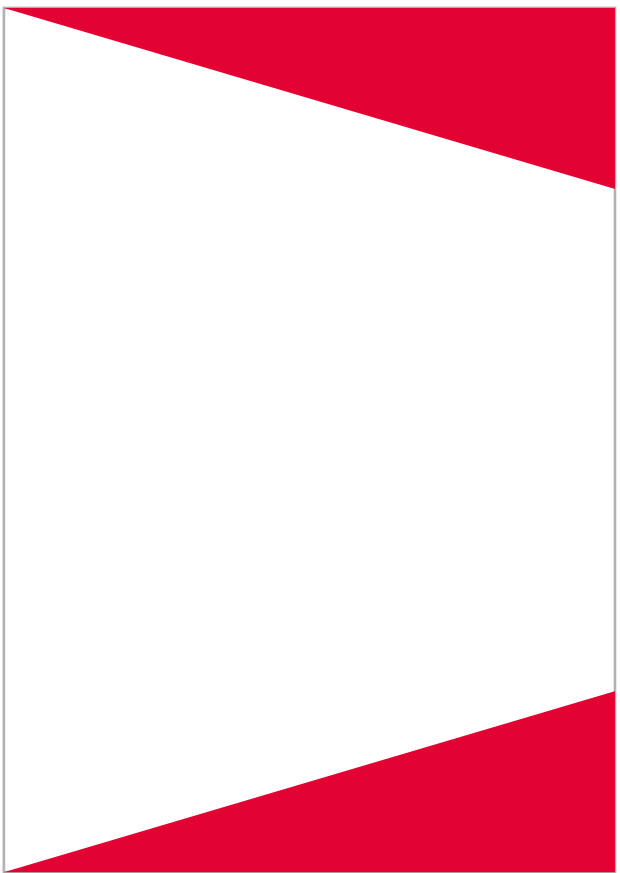
В одном макете могут использоваться трансформированный и базовый элементы вместе (g, h).



a



b



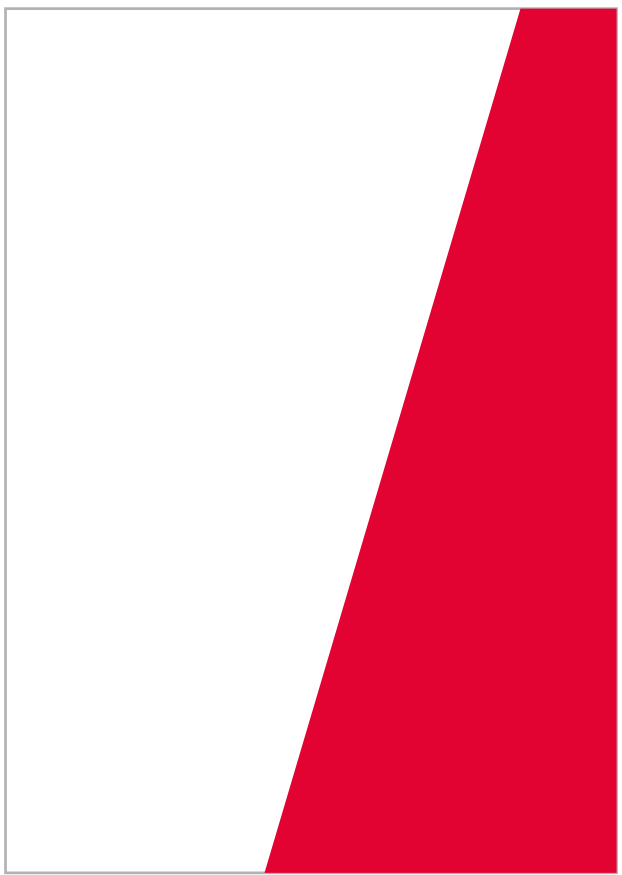
c



d



e



f



g

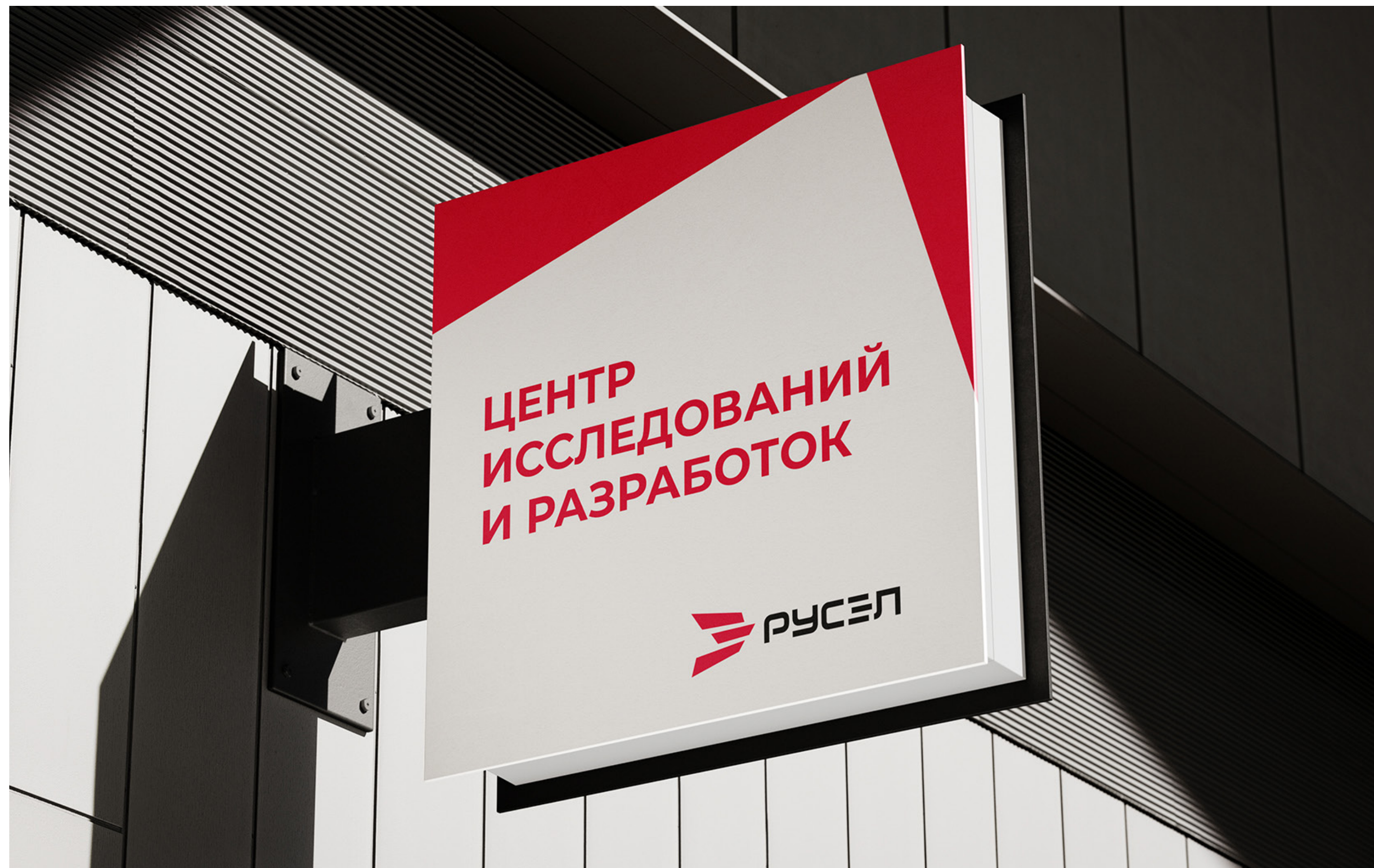


h

4. ФИРМЕННАЯ ГРАФИКА

ОСНОВНОЙ СТИЛЕОБРАЗУЮЩИЙ ЭЛЕМЕНТ

Пример использования на носителе.



4. ФИРМЕННАЯ ГРАФИКА

ОСНОВНОЙ СТИЛЕОБРАЗУЮЩИЙ ЭЛЕМЕНТ

Пример использования на носителе.



4. ФИРМЕННАЯ ГРАФИКА

ПАТТЕРН

В качестве дополнительной графики используется паттерн, построенный на основе основного элемента.

Паттерн существует в двух цветовых вариантах: светлый и красный.

Паттерн может служить подложкой для размещения соответствующей цветовой версии логотипа.

Область использования фирменного паттерна ограничена. Он может применяться в оформлении неформальных носителей, например мерче. Также паттерном брендируются области спецодежды.



4. ФИРМЕННАЯ ГРАФИКА

ПАТТЕРН

Красный вариант



4. ФИРМЕННАЯ ГРАФИКА

ПАТТЕРН

Пример использования на носителе.



4. ФИРМЕННАЯ ГРАФИКА

ПАТТЕРН

Пример использования на носителе.



4. ФИРМЕННАЯ ГРАФИКА

ПАТТЕРН

Пример использования на носителе.



5. ФОТОСТИЛЬ

Фотоизображения являются важной составляющей нашей визуальной коммуникации.

С помощью фотографий мы демонстрируем наше оборудование, рабочие процессы и людей, стоящих за ними. А также отображаем суть бренда, его ценности и миссию.

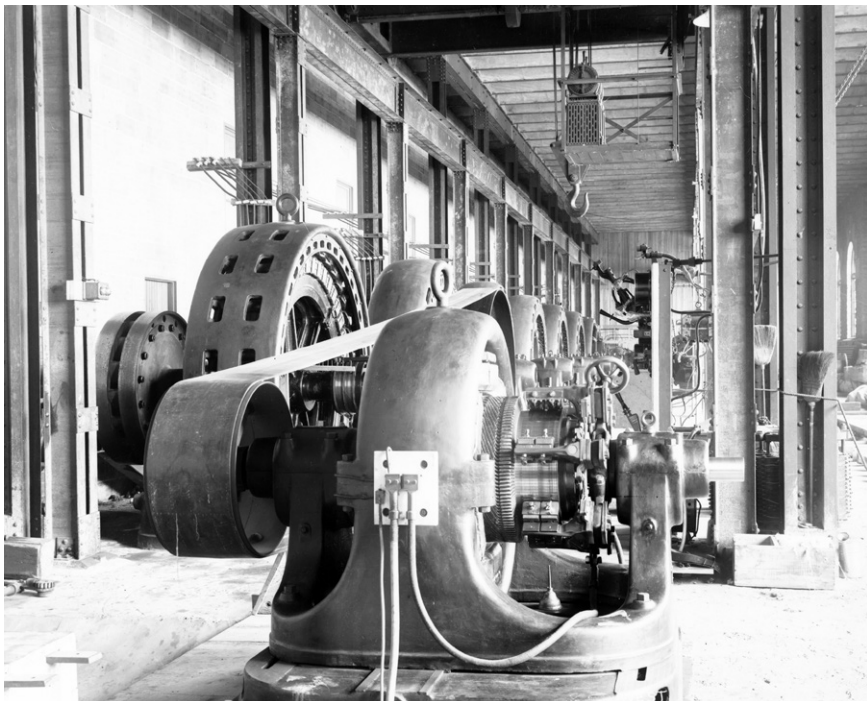
Придерживаясь критериев, объединяющих фото-ряд в целостную визуальную систему, мы создаем четкий, понятный и последовательный образ бренда в соответствии с его позиционированием.



5. ФОТОСТИЛЬ

ОСНОВНЫЕ КРИТЕРИИ

- 1. Во всей коммуникации используем цветные фотографии. Применение черно-белых изображений допустимо в тех случаях, когда использовать цветные фото невозможно (например, исторический экскурс, иллюстрированный аналоговыми черно-белыми фотографиями).
- 2. Избегаем использования активных цветовых фильтров и эффектов, а также выдуманных сюжетов, создающих нереальную атмосферу. Фотография должна быть в естественной цветовой гамме, изображающая реальные предметы, явления и ситуации.
- 3. В фотографиях с людьми недопустимо использовать нарочито постановочные кадры, которые выглядят наигранно и фальшиво. Люди на фотоизображениях должны выглядеть непринужденно и естественно, демонстрируя своим видом (эмоцией, позой) компетентность, ответственность, увлеченность своим делом, позитив и дружелюбность.



5. ФОТОСТИЛЬ

ПРИМЕРЫ ФОТОГРАФИЙ

Объекты энергетики и рабочие процессы
(дневное время).



5. ФОТОСТИЛЬ

ПРИМЕРЫ ФОТОГРАФИЙ

Объекты энергетики и рабочие процессы
(вечернее время).



5. ФОТОСТИЛЬ

ПРИМЕРЫ ФОТОГРАФИЙ

Электроэнергия в реальной жизни.



5. ФОТОСТИЛЬ

ПРИМЕРЫ ФОТОГРАФИЙ

Инновации, обучение специалистов, развитие технологий.



НОСИТЕЛИ

1. ПРЕДСТАВИТЕЛЬСКАЯ
ПОЛИГРАФИЧЕСКАЯ ПРОДУКЦИЯ

ВИЗИТКА



1. ПРЕДСТАВИТЕЛЬСКАЯ ПОЛИГРАФИЧЕСКАЯ ПРОДУКЦИЯ

КОНВЕРТ



1. ПРЕДСТАВИТЕЛЬСКАЯ ПОЛИГРАФИЧЕСКАЯ ПРОДУКЦИЯ

ПРАЙС-ЛИСТ



2. КОРПОРАТИВНЫЕ РЕКЛАМНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

ОБЛОЖКА РЕКЛАМНОГО КАТАЛОГА



3. ИНТЕРЬЕР

ВЫВЕСКА В ОФИСЕ



4. НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА

ФЛАГ



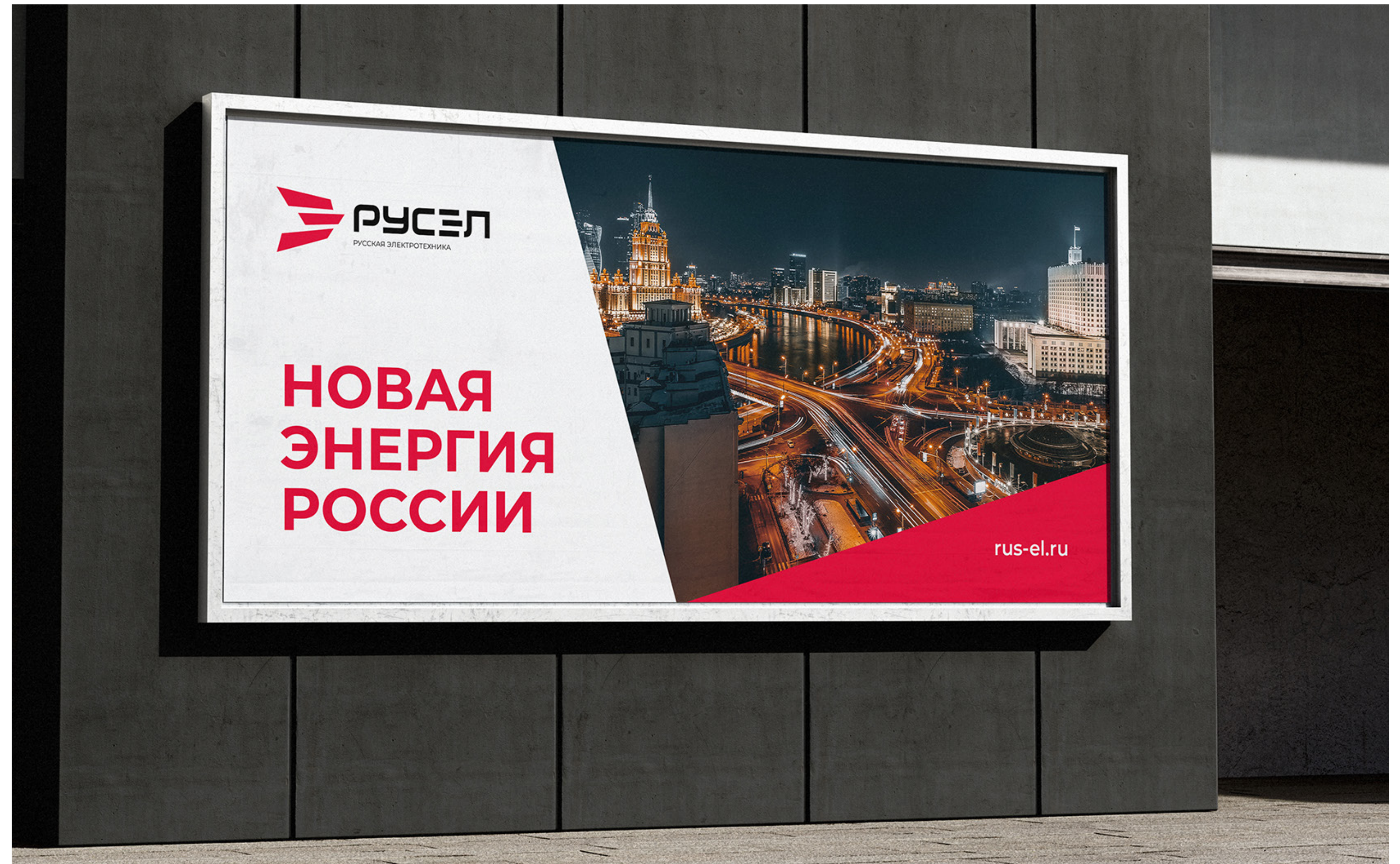
4. НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА

БОРД



4. НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА

БОРД



5. ВЫСТАВОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

РОЛЛ-АП



5. ВЫСТАВОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

РОЛЛ-АП



6. СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ

ПАКЕТ



6. СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ

РУЧКА



6. СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ

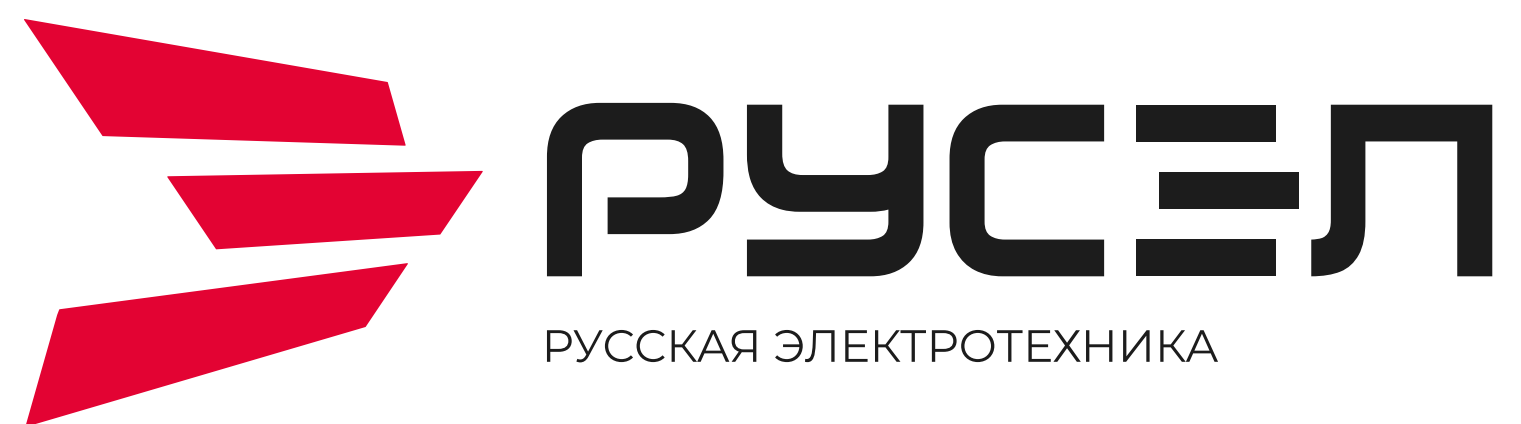
ХУДИ И МАЙКА



6. СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ

КЕПКА





rus-el.ru