



**ПЛАСТ
ТАРА**

**Руководство
по использованию
фирменного стиля**



Содержание

О руководстве.....	3
1. Логотип.....	4
1.1. Основная версия логотипа.....	4
1.2. Дополнительные версии логотипа.....	5
1.3. Построение логотипа.....	6
1.4. Минимальный размер изображения логотипа.....	7
1.5. Охранное поле.....	8
1.6. Цветовые решения.....	9
1.7. Недопустимое использование логотипа.....	11
1.8. Построение логотипов для связанных брендов.....	12
2. Фирменные цвета и градиенты.....	13
3. Фирменные шрифты.....	14
4. Фирменный паттерн.....	18
5. Носители фирменного стиля.....	20
5.1. Фирменный бланк.....	20
5.2. Визитная карточка.....	21
5.3. Фирменные конверты.....	24
5.4 Прочие носители фирменного стиля.....	25

О руководстве

Для сохранения идентичности и узнаваемости бренда, рекомендуется оформлять всю деловую документацию, рекламные материалы, сувенирную продукцию и прочие атрибуты деятельности предприятия в едином фирменном стиле.

В следующих разделах представлены различные элементы фирменного стиля, а также описаны правила, призванные обеспечить верный порядок их использования в тех или иных случаях.

1.1. Основная версия логотипа

Логотип является комбинацией из фирменного знака и шрифтовой части.

Фирменный знак представляет собой стилизованное изображение мягкого контейнера с буквами "П" и "Т" на его гранях.

Основная версия логотипа представлена ниже. Рекомендуется использование именно этой версии при отсутствии каких-либо ограничений, например, особенности вёрстки, ограниченные возможности печати.



ПЛАСТ ТАРА

1.2. Дополнительные версии логотипа

Помимо основной версии логотипа есть 2 дополнительных. Они используются при невозможности применения основной, ввиду ограничения по размеру или особенностей вёрстки. Например, при выравнивании логотипа и других блоков по левому краю или при ограниченном по вертикали пространстве следует использовать более компактную горизонтальную версию:

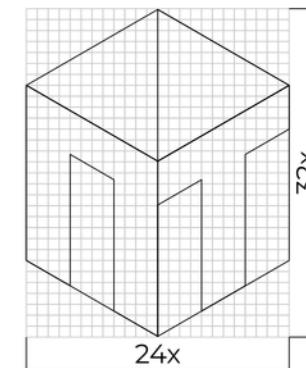
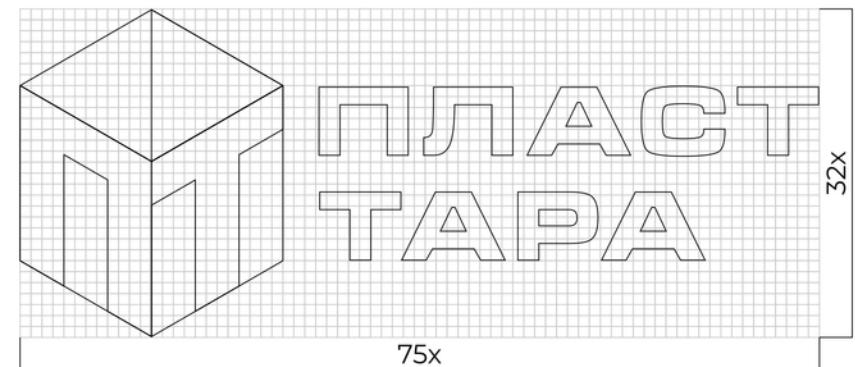
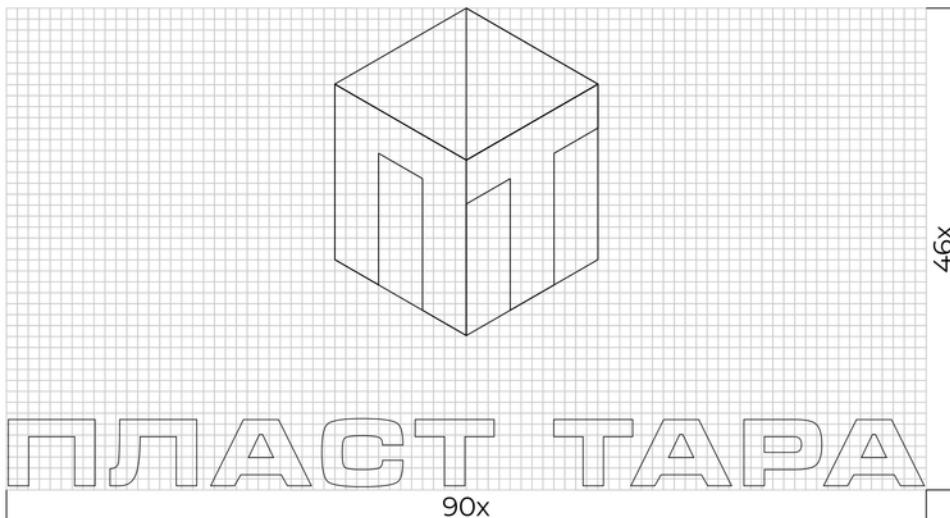


Также допускается использование фирменного
знака отдельно от шрифтовой части логотипа:



1.3. Построение логотипа

При отсутствии возможности печати логотипа на поверхности, он может быть воспроизведен с помощью координатной сетки:



1.4. Минимальный размер изображения логотипа

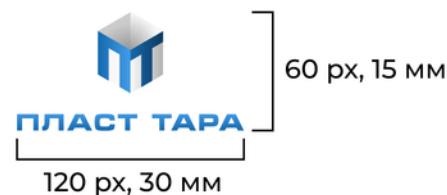
Логотип должен всегда оставаться удобочитаемым и каждый его отдельный элемент должен быть различим. Ниже приведены минимальные допустимые размеры для всех версий логотипа для отображения в цифровом виде (в пикселях) и на физических носителях (в миллиметрах).



ПЛАСТ ТАРА



**ПЛАСТ
ТАРА**

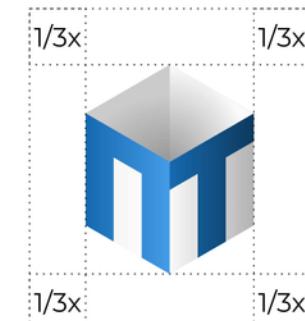


1.5. Охранное поле

Для обеспечения узнаваемости, читабельности и верного восприятия логотипа, следует учитывать охранное поле вокруг него при его размещении на каком-либо носителе.

Охранное поле — это минимально допустимое пространство вокруг логотипа свободное от других объектов или текста.

Для всех альтернативных версий логотипа охранное поле равно $1/3$ ширины фирменного знака с каждой стороны:



1.6. Цветовые решения

При невозможности использования полноцветной версии логотипа, допускается использовать одну из следующих версий:

- а) с упрощенной цветовой гаммой (двухцветная);
- б) в оттенках серого;
- в) монохромная черная;
- г) монохромная синяя;
- д) монохромная белая.

Полноцветная версия



ПЛАСТ ТАРА

Двухцветная версия



ПЛАСТ ТАРА

Версия в оттенках серого



ПЛАСТ ТАРА

Основную полноцветную, упрощённую двухцветную и версию в оттенках серого допускается использовать только на белом фоне. При отсутствии белого фона рекомендуется либо подложить под логотип плашку белого цвета размером не меньше размера охранного поля, либо использовать иную более подходящую версию логотипа.

Монохромные чёрную и синюю версии логотипа допускается использовать на любом светлом фоне, обеспечивающем достаточную контрастность, видимость и читаемость логотипа.
Монохромную белую версию допускается использовать только на тёмных контрастных оттенках серого, включая чёрный, а также на фоне фирменного цвета или на фирменном градиенте.

Ниже представлены примеры допустимого использования различных версий логотипа.

Монохромная чёрная



ПЛАСТ ТАРА

Монохромная синяя



ПЛАСТ ТАРА

Монохромная белая



ПЛАСТ ТАРА



ПЛАСТ ТАРА



ПЛАСТ ТАРА



ПЛАСТ ТАРА

1.7. Недопустимое использование логотипа

Для сохранения узнаваемости, аутентичности и соответствия логотипа фирменному стилю следует избегать распространённых ошибок в его использовании.

Запрещено:

Изменять композицию логотипа

Изменять пропорции логотипа

Размещать логотип
на неподходящем фоне

Перекрашивать логотип



ПЛАСТ ТАРА



ПЛАСТ ТАРА



ПЛАСТ ТАРА



ПЛАСТ ТАРА

Применять к логотипу спецэффекты,
например, тени

Изменять шрифт текстовой части

Размещать не под прямым углом

Использовать в недопустимо
малом размере



ПЛАСТ ТАРА



ПЛАСТ ТАРА



ПЛАСТ ТАРА



Следует использовать только оригинальные файлы логотипа. Единственное допустимое изменение логотипа — это масштабирование, то есть пропорциональное изменение размеров.

1.8. Построение логотипов для связанных брендов

При разработке логотипов для подбрендов "Пласт Тары", связанных единым названием и смежными сферами деятельности, рекомендуется их разработка на основе существующего логотипа "Пласт Тары". А именно — использование тех же фирменного знака и шрифтовой части с добавлением дескриптора (подписи), набранного шрифтом MICRA, под основным названием. Также возможно изменение цветовой гаммы на более подходящую данному направлению.

Примеры:



2. Фирменные цвета и градиенты

Фирменные цвета и градиенты являются одними из основных элементов фирменного стиля, служат для идентификации бренда и используются в разработке фирменных дизайн-макетов.

Основной фирменный цвет:



HEX #287dc8; RGB (40, 125, 200); CMYK (80, 37, 0, 22); LAB (51, 5, -46)

Дополнительный фирменный цвет:



HEX #145082; RGB (20, 80, 130); CMYK (85, 38, 0, 49); LAB (32, 4, -35)

Основной фирменный градиент:



HEX #1669af; RGB (22, 105, 175); CMYK (87, 40, 0, 31); LAB (43, 44, -44)

HEX #449de8; RGB (68, 157, 232); CMYK (71, 32, 0, 9); LAB (62, -2, -46)

Дополнительный фирменный градиент:



HEX #145082; RGB (20, 80, 130); CMYK (85, 38, 0, 49); LAB (32, 4, -35)

HEX #1669af; RGB (22, 105, 175); CMYK (87, 40, 0, 31); LAB (43, 44, -44)

3. Фирменные шрифты

Основным фирменным шрифтом "Пласт Тары" является семейство Montserrat. Благодаря большому количеству различных начертаний Montserrat можно использовать как в заголовках, так и в текстовом наборе. Шрифт гармонично сочетается с логотипом компании и отлично смотрится как на мониторах, так и на печати.

Montserrat Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz
АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЭЮЯабвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщъэюя
0123456789!@#№\$%&^*()=+/-

Montserrat Light Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz
АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЭЮЯабвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщъэюя
0123456789!@#№\$%&^*()=+/-

Montserrat Normal

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz
АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЭЮЯабвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщъэюя
0123456789!@#№\$%&^*()=+/-

Montserrat Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz
АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЭЮЯабвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщъэюя
0123456789!@#№\$%&^*()=+/-

3. Фирменные шрифты

Montserrat Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz
АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЭЮЯабвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщъэюя
0123456789!@#№\$%&^*()=+/-

Montserrat Medium Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz
АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЭЮЯабвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщъэюя
0123456789!@#№\$%&^*()=+/-

Montserrat Semi-Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz
АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЭЮЯабвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщъэюя
0123456789!@#№\$%&^*()=+/-

Montserrat Semi-Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz
АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЭЮЯабвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщъэюя
0123456789!@#№\$%&^*()=+/-

Montserrat Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz
АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЭЮЯабвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщъэюя
0123456789!@#№\$%&^*()=+/-

3. Фирменные шрифты

Montserrat Bold Italic

АВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЭЮЯабвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщьэюя
0123456789!@#№\$%&^*()=+/-

Montserrat Ultra-Bold

АВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЭЮЯабвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщьэюя
0123456789!@#№\$%&^*()=+/-

Montserrat Ultra-Bold Italic

АВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЭЮЯабвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщьэюя
0123456789!@#№\$%&^*()=+/-

Montserrat Heavy

АВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЭЮЯабвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщьэюя
0123456789!@#№\$%&^*()=+/-

Montserrat Heavy Italic

АВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЭЮЯабвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщьэюя
0123456789!@#№\$%&^*()=+/-

3. Фирменные шрифты

При невозможности использования основного фирменного шрифта рекомендуется использование дополнительной гарнитуры — Verdana. Шрифты Verdana схожи по начертанию с Montserrat, также сочетаются со всем фирменным стилем компании и при этом широко распространены: С 1996 они входят во все версии Microsoft Windows, Microsoft Office и Internet Explorer для Windows и Mac OS.

Verdana

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz
АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЭЮЯабвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщъэюя
0123456789!@#№\$%&^*()=+/-

Verdana Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz
АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЭЮЯабвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщъэюя
0123456789!@#№\$%&^*()=+/-

Verdana Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz
АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЭЮЯабвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщъэюя
0123456789!@#№\$%&^*()=+/-

Verdana Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz
АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЭЮЯабвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщъэюя
0123456789!@#№\$%&^*()=+/-

4. Фирменный паттерн

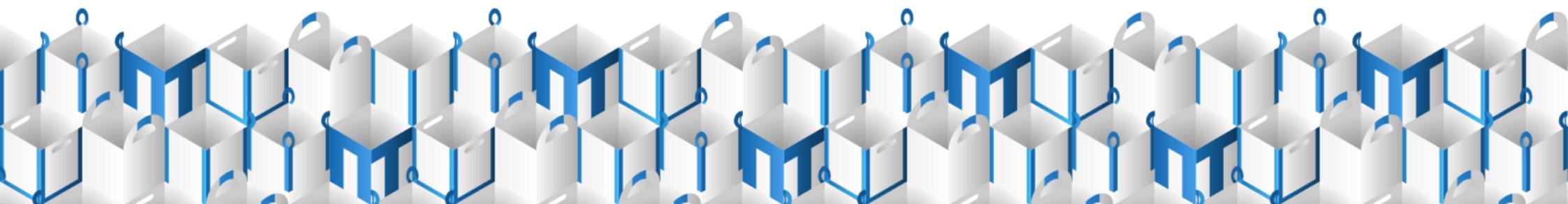
Одним из основных элементов фирменного стиля компании является фирменный паттерн. Он представляет собой мозаику из стилизованных изображений различных типов основного вида продукции "Пласт Тары" — мягких контейнеров, в числе которых присутствует и фирменный знак компании.

Фирменный паттерн наглядно демонстрирует эргonomичность и стандартизированность продукции компании и максимально эффективное использование пространства при её эксплуатации.

Элементы фирменного паттерна:



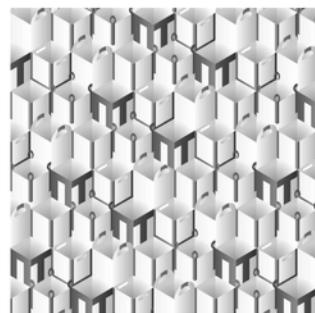
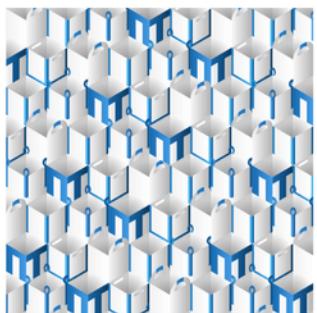
Пример использования паттерна:



4. Фирменный паттерн

Фирменный паттерн можно использовать как в полноцвете, так и в оттенках серого при ограничении печати.

Примеры:



Также возможно использование паттерна с эффектом прозрачности для размещения на нём дополнительной информации.

Примеры:



5.1. Фирменный бланк организации

Фирменный бланк "Пласт Тары" используется для составления официальных писем, коммерческих предложений, приказов и прочей деловой документации.

Фирменный бланк представляет собой лист формата А4, с логотипом компании в верхнем колонтитуле, фирменной подложкой на фоне и основными реквизитами в нижнем колонтитуле.

Высота верхнего колонтитула равна 45 мм, нижнего — 24 мм, ширина левого поля — 10 мм, правого — 10 мм.

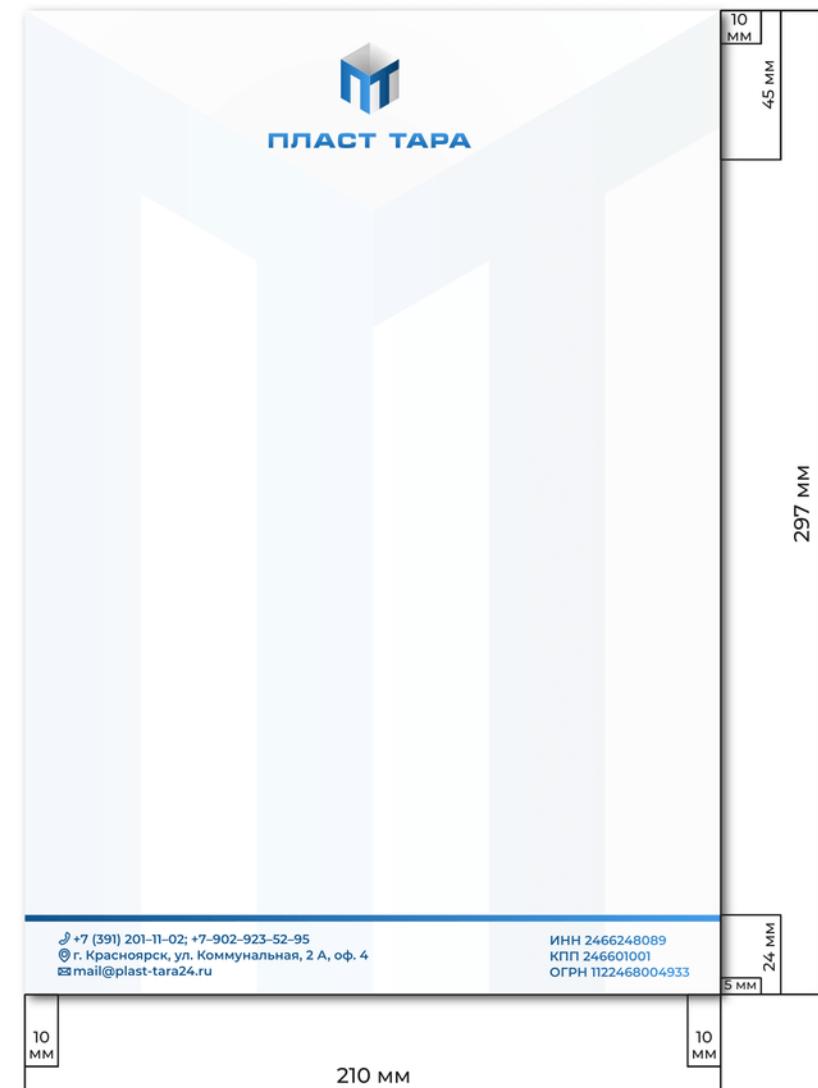
Логотип выровнен по центру бланка, реквизиты по границам левого и правого полей.

При печати текста на фирменном бланке используется гарнитура Montserrat, в исключительных случаях возможно использование гарнитуры Verdana.

Рекомендуемый размер шрифта: от 10 до 14 pt.

Рекомендуемый цвет шрифта: основной или дополнительный фирменные цвета, оттенки серого.

Рекомендуется цветная печать фирменных бланков на матовой белой бумаге плотностью 120 г/м². При ограничениях печати допускается чёрно-белая печать на белой матовой бумаге плотностью 80 г/м².



5.2. Визитная карточка

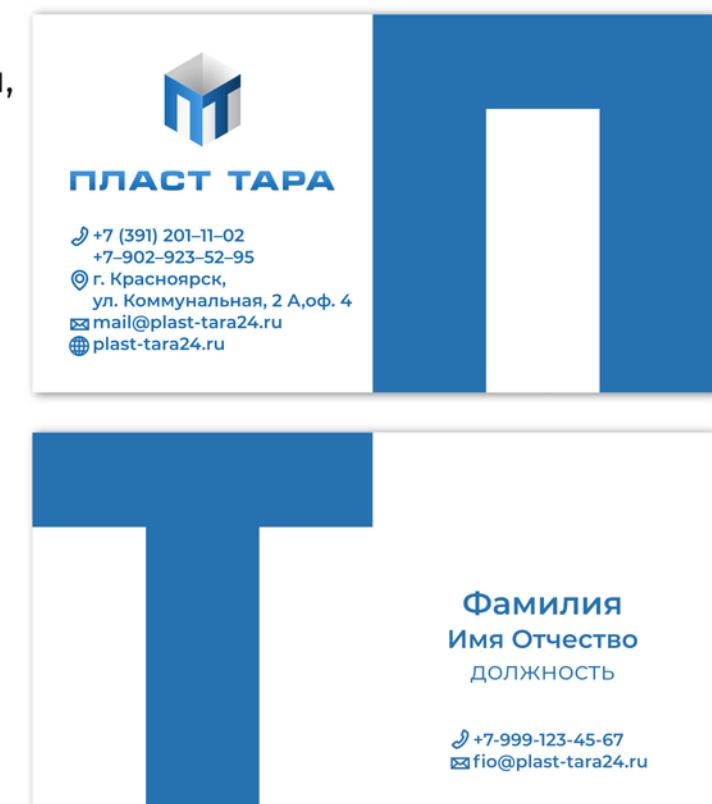
Визитная карточка сотрудника "Пласт Тары" является одновременно носителем контактной информации сотрудника и организации в целом, а так же рекламным материалом.

Визитка представляет собой картонную коробочку, которая в сложенном виде выглядит, как обычная карточка стандартного размера 90 на 50 мм, но в разложенном состоянии превращается в объемную версию фирменного знака "Пласт Тары".

В сложенном состоянии визитная карточка является двусторонней, каждая из сторон визуально поделена на две равные половины, которые в разложенном виде визитки будут являться разными гранями "контейнера".

На одной из сторон на левой половине представлен логотип компании и её основные контакты, правую сторону целиком занимает заглавная буква "П". На обратной стороне визитки левую половину целиком занимает заглавная буква "Т", на правой стороне представлены фамилия, имя и отчество сотрудника, его должность, рабочий телефон и электронная почта.

Вся контактная информация набрана фирменным шрифтом. Для поддержания единого фирменного стиля рекомендуется оформлять все визитные карточки по данному макету, заменяя лишь данные сотрудника и, если потребуется, контакты компании.



5.2. Визитная карточка

Трансформация визитки в "фирменный знак":

1.



2.



3.



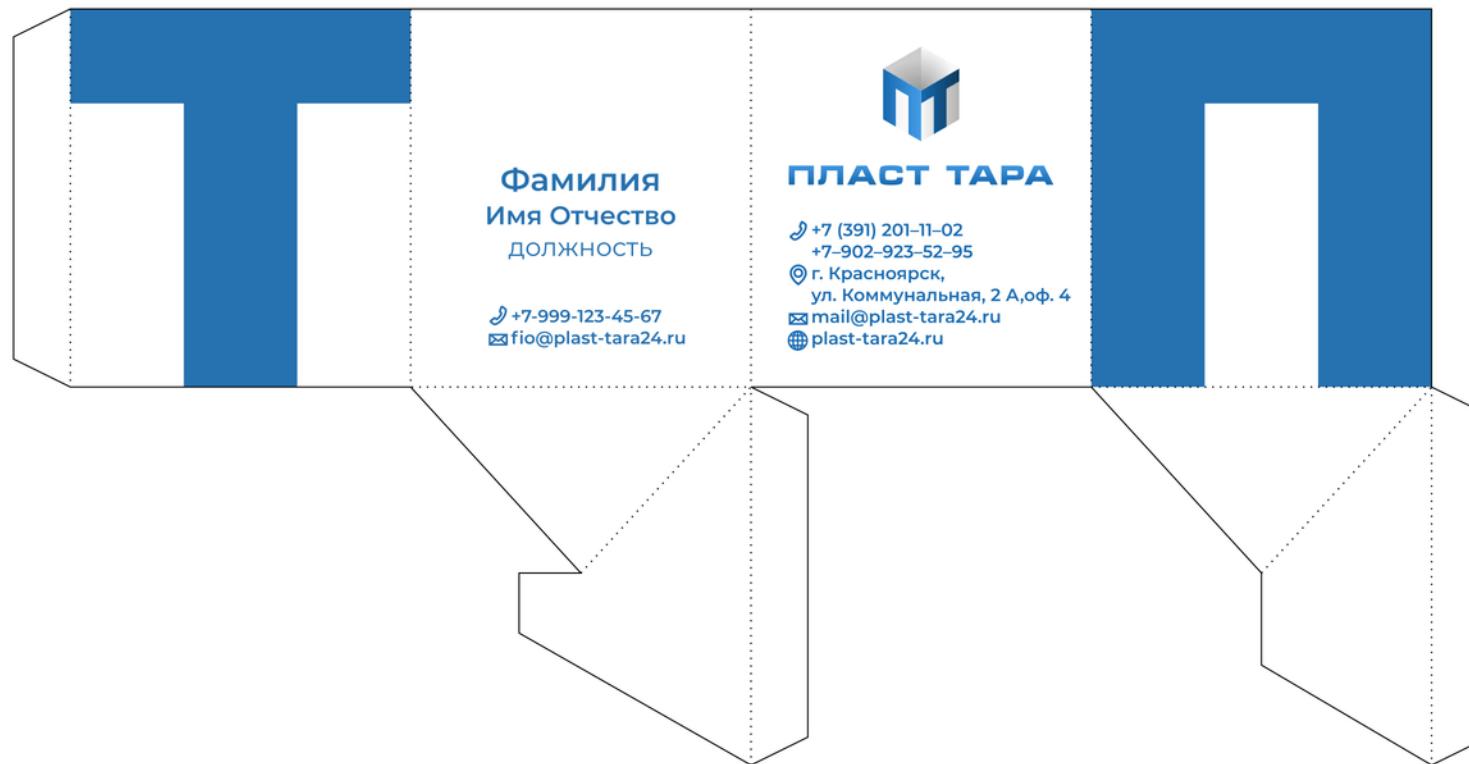
4.



5.2. Визитная карточка

Визитные карточки должны быть изготовлены из белой мелованной бумаги плотностью 300 г/м².

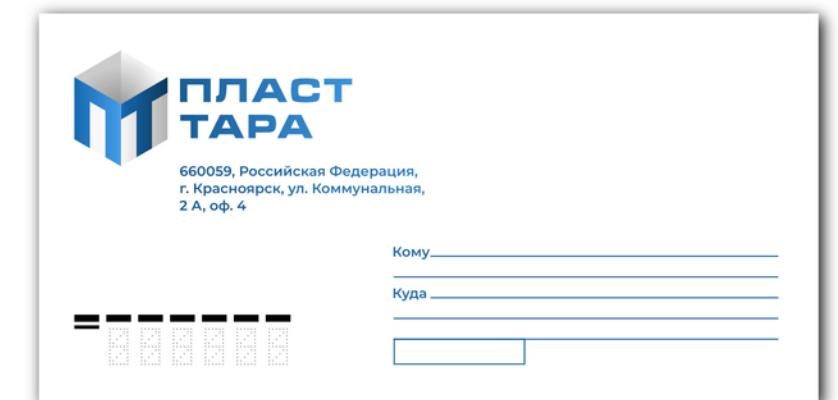
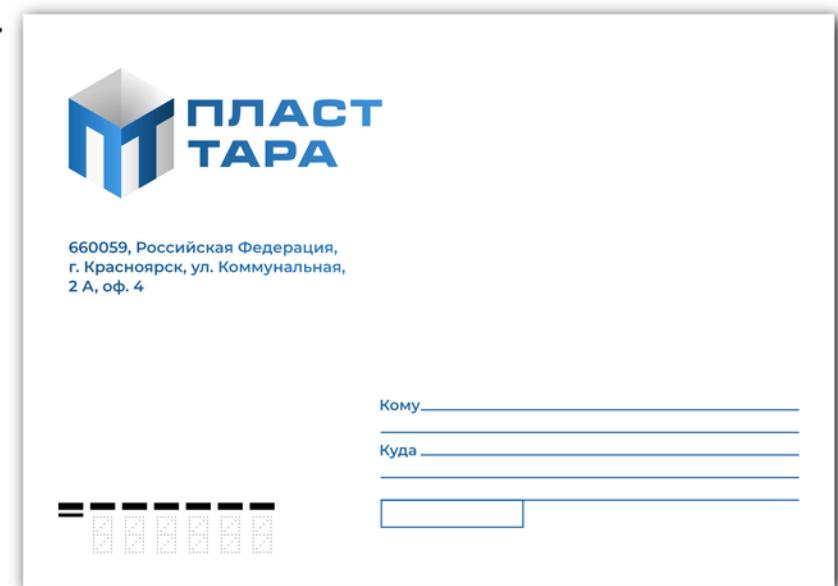
Развёртка визитной карточки:



5.3. Фирменные конверты

Для отправки корреспонденции рекомендуется использовать один из трёх стандартных варианта конверта: С4, С5 или Е65.

Каждый из них для более эффективной работы разработан в соответствии с ГОСТом.



5.4. Прочие носители фирменного стиля

Дизайн носителей, которые по сути являются контейнерами для чего-либо и имеют прямоугольную форму можно оформить, разместив на них изображение фирменного знака (контейнера) во всю ширину, продлив его внизу.

Примеры:

- а) Конверт для CD-дисков
- б) Папка для бумаг формата А4 (альбомная ориентация)
- в) Папка для бумаг формата А4 (книжная ориентация)



в)

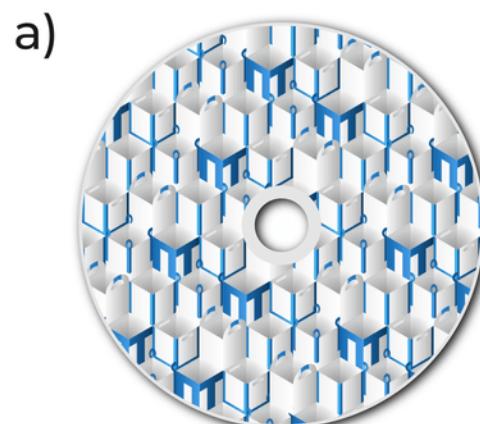


5.4. Прочие носители фирменного стиля

Дизайн многих носителей фирменного стиля можно оформить с использованием фирменного паттерна с различной степенью прозрачности.

Примеры:

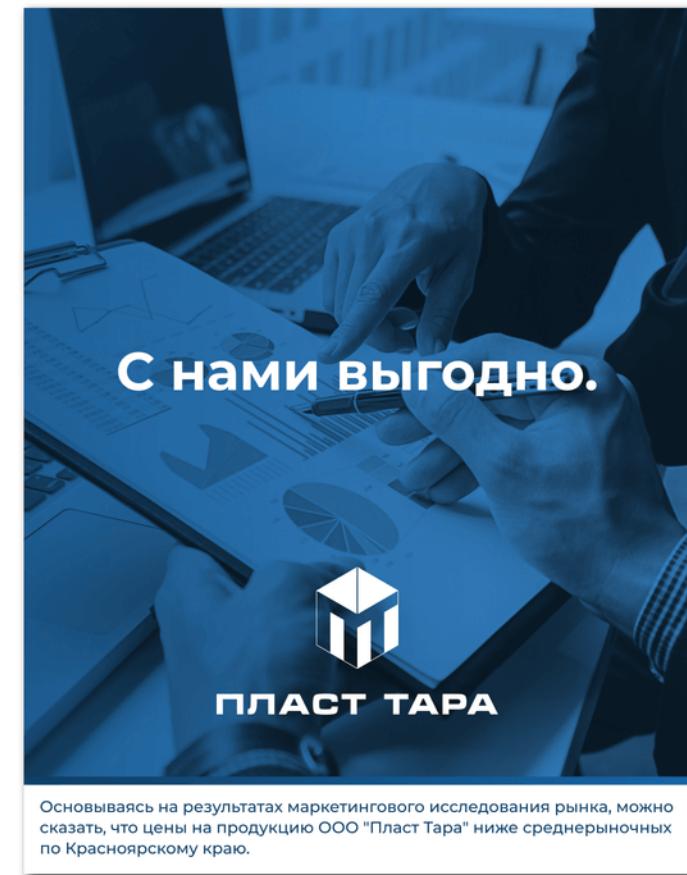
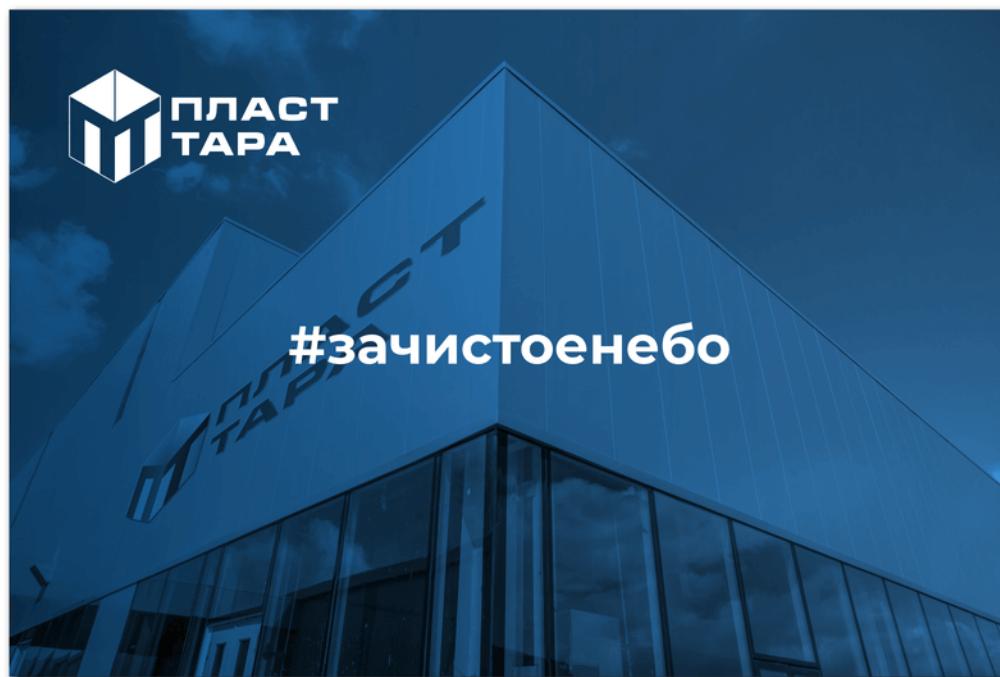
- а) CD-диск
- б) Лист бумаги формата А4 для заметок



5.4. Прочие носители фирменного стиля

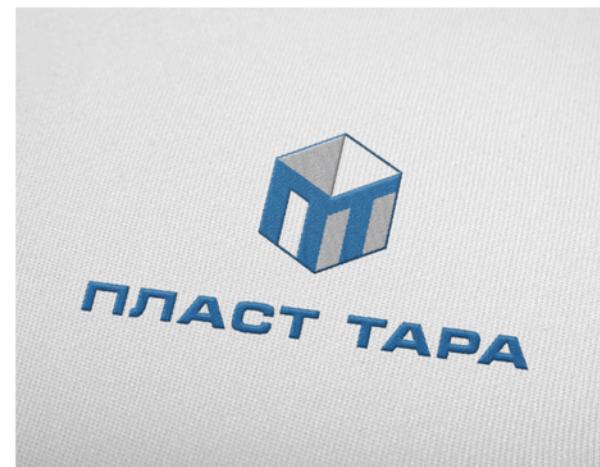
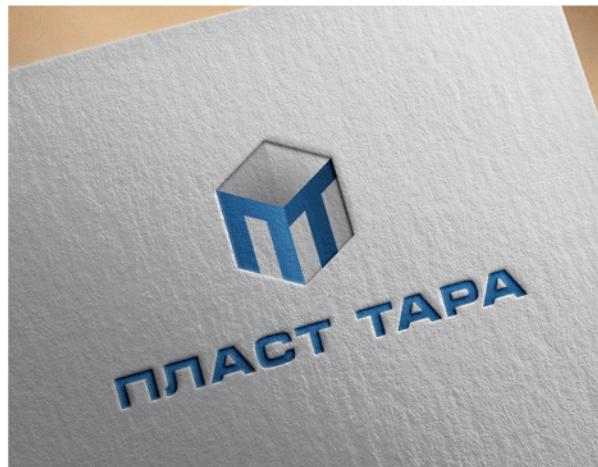
При оформлении рекламных материалов с использованием фотографий в качестве фона рекомендуется выбирать только фото высокого качества. Также рекомендуется перекрашивать фотографии в цвета фирменных градиентов и размещать на них тезисно только основную мысль материала фирменным шрифтом белым цветом и монохромную белую версию логотипа. Если для основной мысли требуется дополнительное пояснение, его рекомендуется писать на белой подложке внизу макета фирменным шрифтом и фирменным цветом.

Примеры:



5.4. Прочие носители фирменного стиля

Иные примеры правильного использования фирменного стиля:



5.4. Прочие носители фирменного стиля



5.4. Прочие носители фирменного стиля



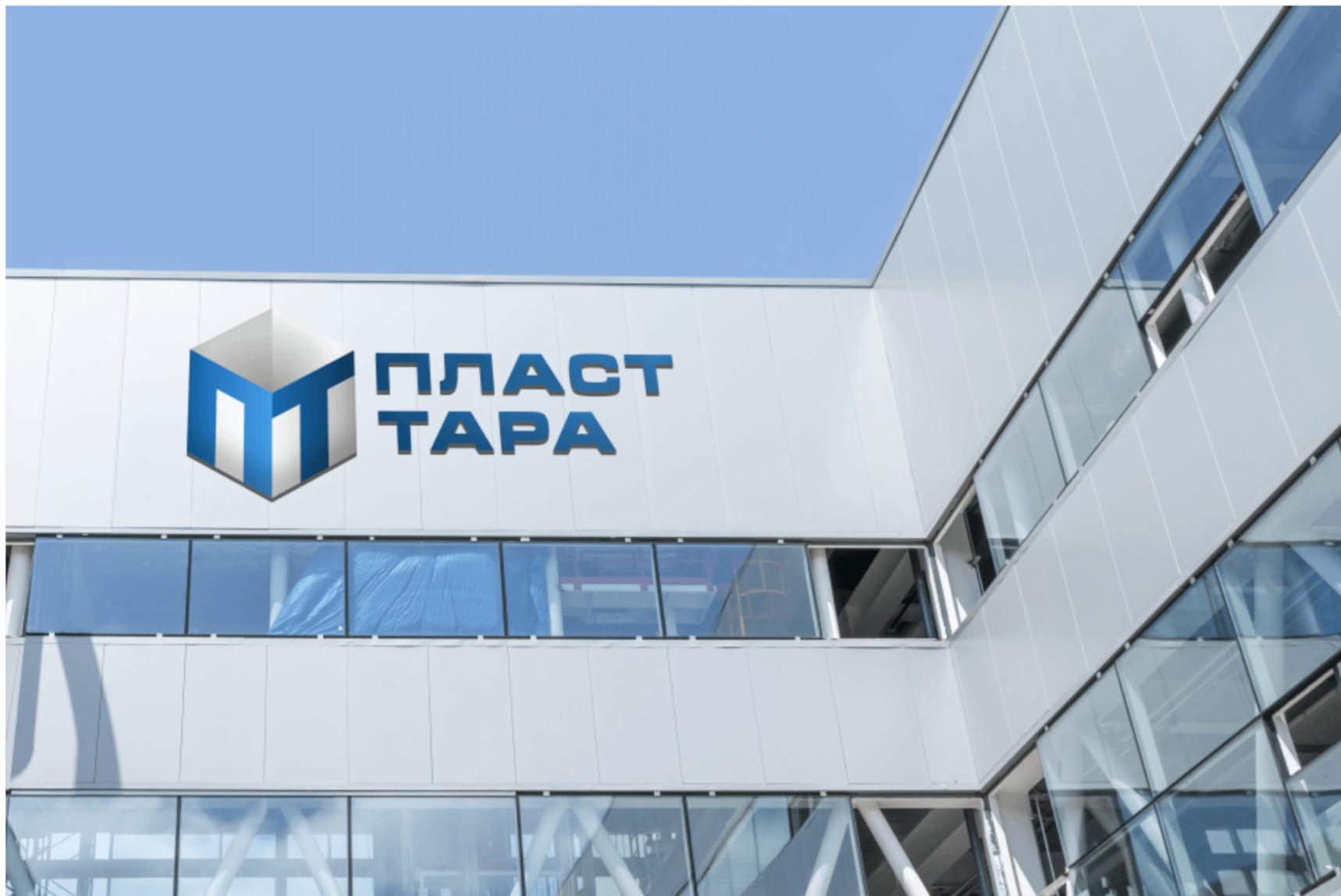
5.4. Прочие носители фирменного стиля



5.4. Прочие носители фирменного стиля



5.4. Прочие носители фирменного стиля



5.4. Прочие носители фирменного стиля





ПЛАСТ ТАРА

Открыты всему новому!

Фирменный стиль и руководство по его использованию разработаны



Logotipper.ru