



Фирменный стиль.
Основные рекомендации

ТОРГОВАЯ МАРКА «МЯСНОЙ ДОМ БОРОДИНА» ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ

Настоящее методическое руководство представляет основные графические и цветовые элементы фирменного стиля торговой марки, а также некоторые правила использования элементов на различных объектах — носителях визуальной информации.

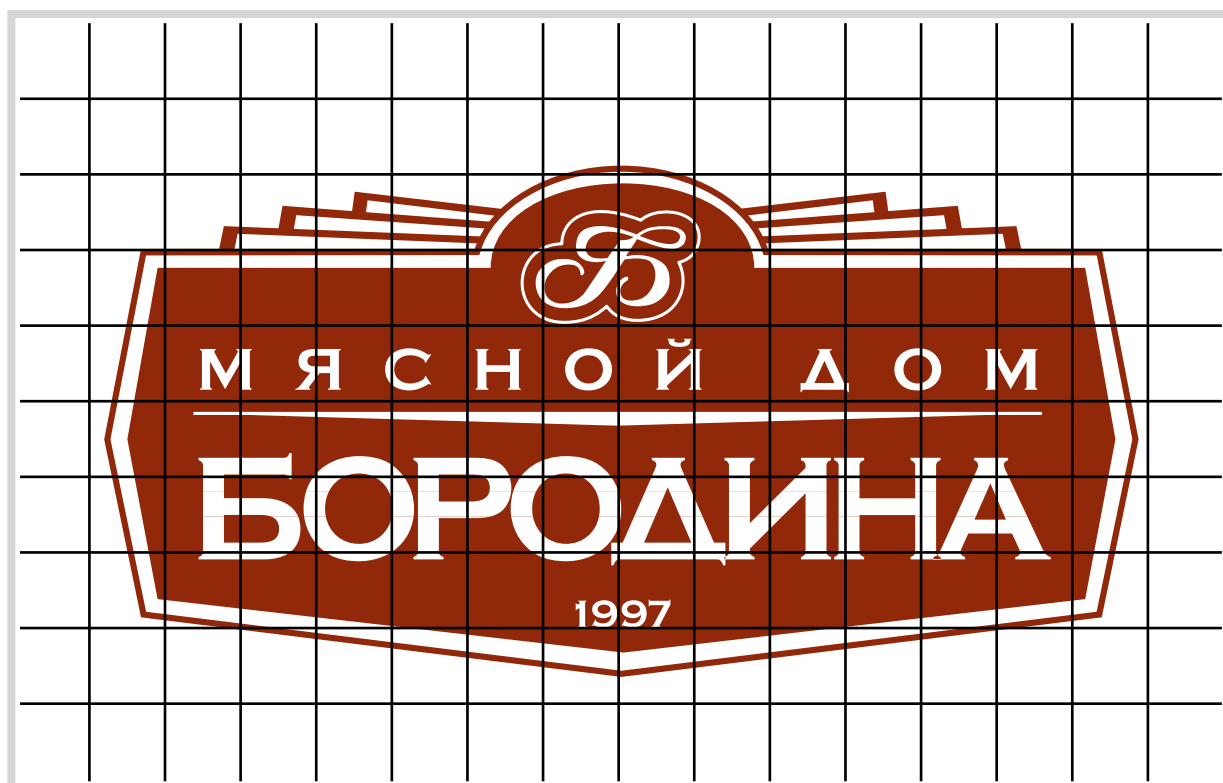
Фирменный стиль компании должен рассматриваться как способ повышения качества и эффективности рекламы, как инструмент укрепления престижа компании и как важный коммерческий фактор. Он должен определяться минимумом цветографических элементов с предлагаемыми вариантами их использования в деловой документации, рекламных, поздравительных материалах, презентационных целях и в других случаях.

Заданные принципы не должны сковывать творческую инициативу художников при разработке конкретных объектов — носителей фирменного стиля.

Необходимо только твердо помнить, что искажение товарного знака, фирменного цвета, сочетаний знак-логотип и знак-логотип-адресный блок, пренебрежение модульной сеткой, замена шрифта или цвета ведут к разрушению единого образа компании и негативно сказываются на ее имидже.

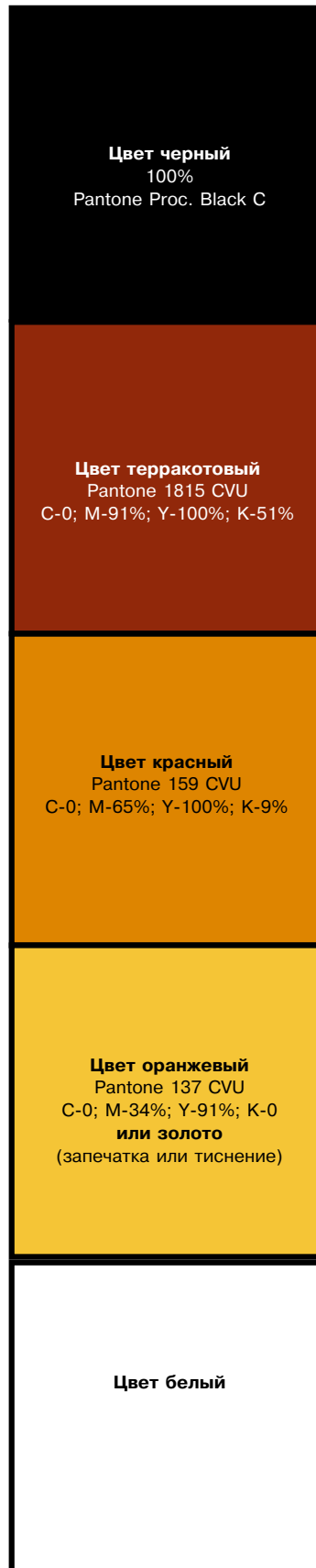
Изобразительный товарный знак
 Модульное построение
 Латинское начертание

Сторона модуля (квадрата) —
 произвольное число



Серой рамкой обозначена «территория логотипа».
 Недопустимо переходить границу территории текстами или
 изображениями (например в рекламном объявлении).

Фирменные цвета



Изобразительный товарный знак
Варианты базовых компоновок



Изобразительный товарный знак
Варианты базовых компоновок



Изобразительный товарный знак
Варианты базовых начертаний



Вариант
воспроизведения
в четыре краски (СМУК)
или Pantone 1815 (терракот),
Pantone 159 (красный)
и золото (вместо оранжевой
– Pantone 137 CVU)

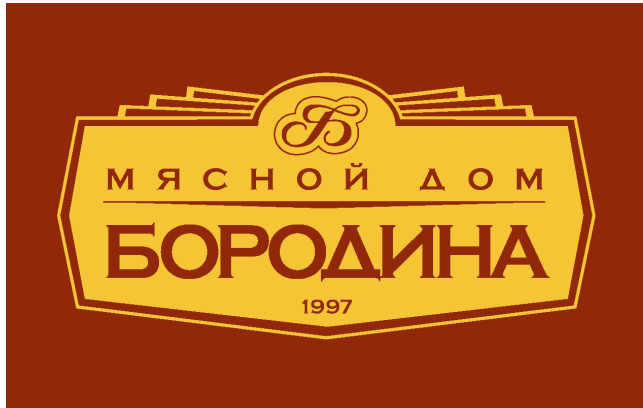


Вариант
воспроизведения
в одну краску:
терракотовый
Pantone 1815 CVU



Вариант
воспроизведения
в одну краску:
терракотовый
Pantone 1815 CVU

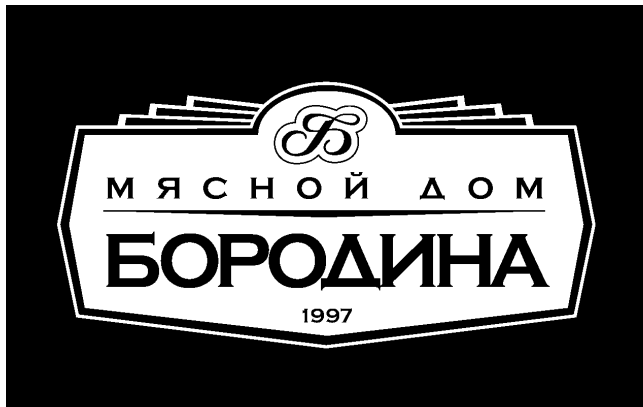
Изобразительный товарный знак
Варианты базовых начертаний



Вариант
воспроизведения
выворотки при печати
в две краски:
Pantone 1815 (терракот)
+ Pantone 137 CVU
(оранжевая)



Вариант
воспроизведения
выворотки при печати
в две краски:
Pantone 1815 (терракот)
+ белая



Вариант
воспроизведения
выворотки при печати
в одну краску



Вариант
воспроизведения
выворотки при печати
в одну краску



Бланк внешней переписки
Первый лист

Россия, 141061,
Московская обл., д. Бородино, Осташковское ш., 59.
Тел. (+7 095) 588-3253. Факс (+7 095) 785-5187.
E-mail: info@meathouse.ru
www.meathouse.ru





Бланк деловой переписки
Первый лист

Россия, 141061,
Московская обл., д. Бородино, Осташковское ш., 59.
Тел. (+7 095) 588-3253. Факс (+7 095) 785-5187.
E-mail: info@meathouse.ru
www.meathouse.ru



№ _____
На № _____ от _____



Фирменный бланк факсимильного сообщения

Россия, 141061, Московская обл.,
 д. Бородино, Осташковское ш., 59.
 Тел. (+7 095) 588-3253. Факс (+7 095) 785-5187.
 E-mail: info@meathouse.ru
www.meathouse.ru



КОМУ	
ОТ КОГО	
ДАТА	ВРЕМЯ



Визитные карточки:
именная и корпоративная





Визитные карточки:
именная и корпоративная
Схема модульного построения





Торговая марка фирмы на почтовых конвертах
Формат С4 (299x324)

Россия, 141061,
Московская обл., д. Бородино, Осташковское ш., 59.
Тел. (+7 095) 588-3253. Факс (+7 095) 785-5187.
E-mail: info@meathouse.ru
www.meathouse.ru





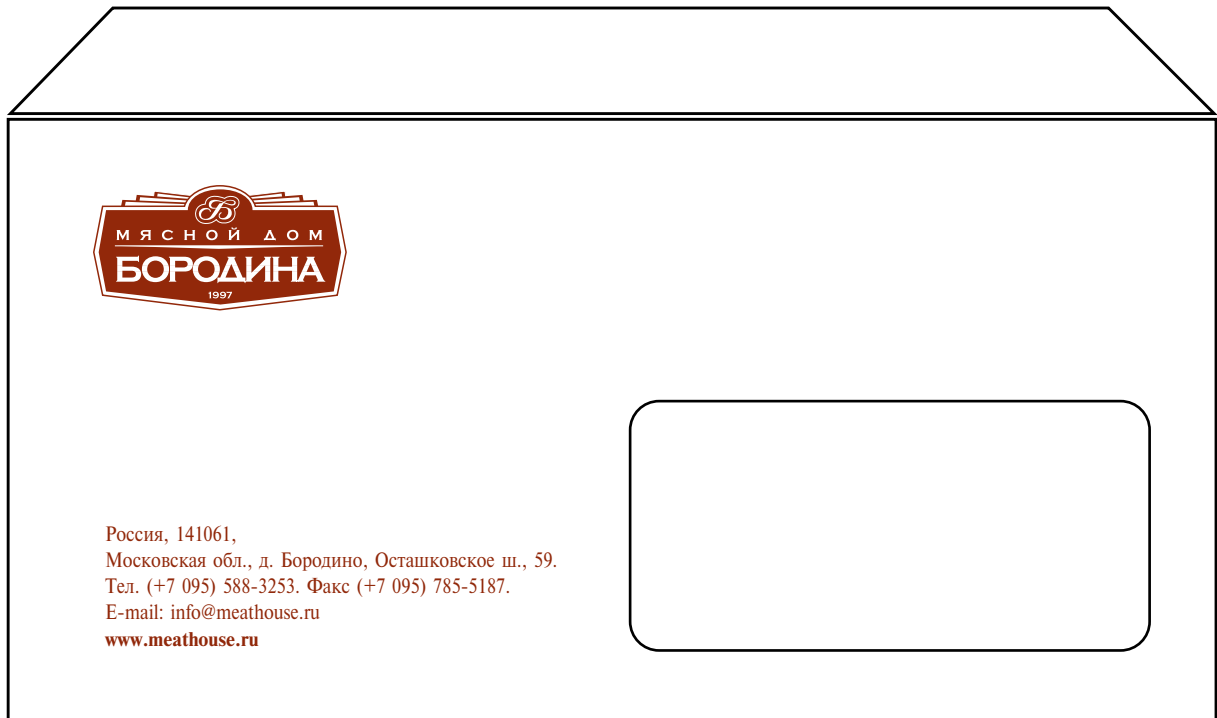
Торговая марка фирмы на почтовых конвертах
Формат DL (220x110), без окна

Россия, 141061,
Московская обл., д. Бородино, Осташковское ш., 59.
Тел. (+7 095) 588-3253. Факс (+7 095) 785-5187.
E-mail: info@meathouse.ru
www.meathouse.ru





Торговая марка фирмы на почтовых конвертах
Формат DL (220x110), с окном





Фирменные шрифты

Для заголовков, выделений в тексте
 гарнитура Vacansia (Вакансия) или аналоги
 нормального начертания;
 полужирного начертания

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛИНОПРСТУФХЦЧШЩЬЫЪЭЮЯ
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % ^ & * () _ +

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛИНОПРСТУФХЦЧШЩЬЫЪЭЮЯ
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % ^ & * () _ +

Для типографского набора
 гарнитура NewtonС (Ньютон) или аналоги
 прямого светлого начертания;
 прямого полужирного начертания,
 курсивного светлого начертания;
 курсивного полужирного начертания

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛИНОПРСТУФХЦЧШЩЬЫЪЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщьюя
1234567890!@#\$%^&*()_+

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛИНОПРСТУФХЦЧШЩЬЫЪЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщьюя
1234567890!@#\$%^&*()_+

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛИНОПРСТУФХЦЧШЩЬЫЪЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщьюя
1234567890!@#\$%^&()_+*

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛИНОПРСТУФХЦЧШЩЬЫЪЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщьюя
1234567890!@#\$%^&*()_+



Нанесение фирменной символики
на сувенирную продукцию

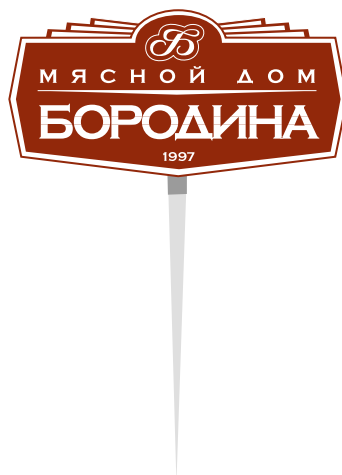


Нанесение фирменной символики на сувенирную продукцию





Нанесение
фирменной символики
на значки

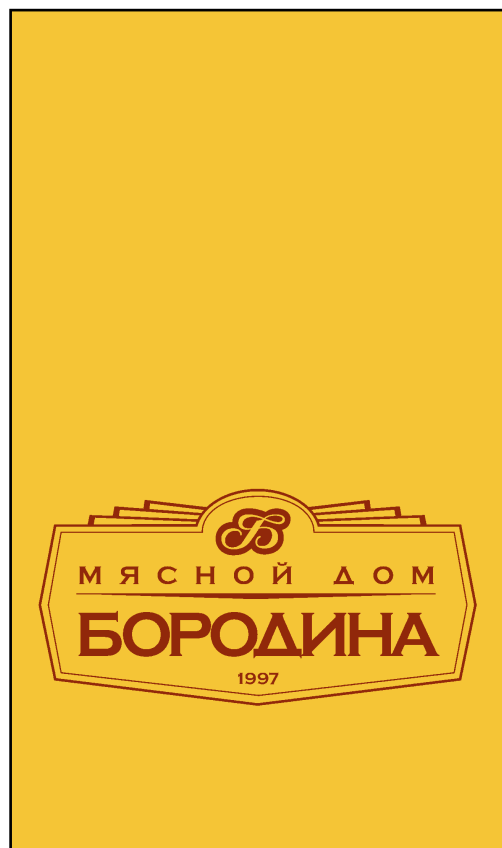
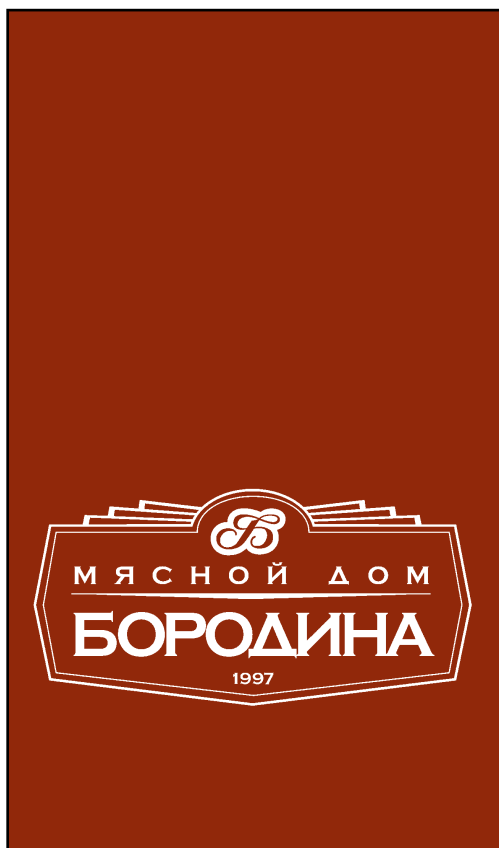
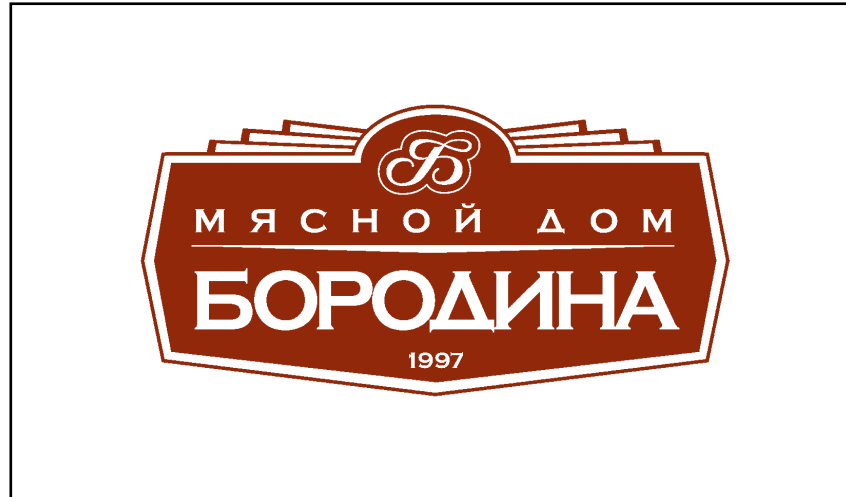


Нагрудный знак персонала (бейдж)
Кириллическое и латинское начертание





Флаги с фирменной символикой
(горизонтальный и вертикальный)



Применение комбинированной торговой марки на транспорте



Пояснительный текст

по использованию элементов фирменного стиля

1. Товарный знак

Товарный знак компании является комбинированным и состоит из изобразительного элемента (изобразительный товарный знак) и словесного элемента логотипа.

● Изобразительный товарный знак и логотип могут быть использованы в любых представленных в данной разработке вариантах, а также самостоятельно.

На носителях деловой документации (бланки писем, приказов, конверты, визитные карточки и т. д.) может быть использован только комбинированный, т. е. изобразительный знак в сочетании с логотипом.

● Для соблюдения пропорций при написании логотипа и воспроизведении изобразительного знака следует руководствоваться конструкционной сеткой (модульным построением).

2. Фирменный блок

Желательно использование любого варианта фирменного блока (знак-логотип-адресный блок) из приведенных в данной разработке.

3. Фирменный цвет

Не допускается использование других цветов в товарном знаке, т. е. его воспроизведение на любых носителях возможно только в указанных цветах в любом варианте из приведенных в данной разработке.

Использование фирменных цветов должно быть также преобладающим в рекламных материалах, в т. ч. в рекламных изданиях.

В поздравительных, праздничных и юбилейных изданиях возможно применение «золотого» цвета – тиснение золотом или печать металло-краской.

Все остальные цвета могут быть использованы в рекламных изданиях и при оформлении различных объектов только в качестве вспомогательных (не доминирующих).

4. Фирменный шрифт

Все названия и заголовки в рекламных изданиях и при оформлении различных объектов желательно выполнять фирменными шрифтами. Возможно использование любых вариантов из приведенных в данной разработке.

Соблюдение всех положений пояснительного текста является обязательным при оформлении перечисленных объектов.

На всех носителях фирменного стиля следует использовать только один из представленных вариантов комбинированного товарного знака.