

Руководство по использованию фирменного стиля

Ребрендинг



1992 - 2012



2012

Руководство по использованию фирменного стиля

«Руководство по использованию фирменного стиля» представляет собой свод правил и предписаний, строгое соблюдение которых в немалой степени способствует процветанию предприятия.

Необходимо понимать, что представленный документ очень важен и имеет большое значение. Он создан специально для того, чтобы дальнейшее воспроизведение элементов фирменного стиля не оказалось и было представлено с учетом предписаний, изложенных далее.

Что такое фирменный стиль?

ФС – набор фирменных элементов, объединенных единым дизайнерским решением и отражающих специфику компании. Совокупность этих элементов однозначно определяет принадлежность к организации.

Для чего разрабатывается фирменный стиль?

С помощью фирменных знаков, шрифтов и цветов клиенты и партнеры отождествляют продукцию или рекламные материалы именно с данным предприятием, отличают его от конкурентов.

ФС сильнейшим образом влияет на восприятие клиента, является важным шагом на пути к узнаваемости бренда.

ФС — один из первичных и основных рекламных материалов любой компании, который создается, как правило, на продолжительный срок. Таким образом, ФС является важным звеном в создании успешной торговой марки и лицом компании.

Что такое «Руководство по использованию фирменного стиля»?

Руководство (brand book) — это свод единых правил грамотного использования марки и ее атрибутов; предписание по применению фирменного стиля, определяющее порядок использования логотипа, фирменных цветов, шрифтов и других элементов дизайна.

Что входит в «Руководство по использованию фирменного стиля»?

В brand book заданы четкие правила, которым необходимо следовать при изготовлении деловой и клиентской документации, рекламной, представительской продукции и всех других материалов, содержащих рекламную символику.

В данное Руководство включены:

1. Логотип и правила его использования.
2. Основные элементы фирменного стиля (шрифты, цвета, графика).
3. Примеры оформления деловой документации.
4. Клиентские (рекламные) материалы.
5. Компакт-диск с файлами, необходимыми для работы исполнителей.

В соответствующих разделах указываются правила размещения логотипа на бланке, визитке, конверте, сувенирной продукции, в местах продаж, в оформлении офисов, торговых помещений, в рекламе.

Обращаем ваше внимание, что в данном «Руководстве» представлен специальный раздел, где четко указано, что категорически запрещено делать с логотипом.

Для кого это руководство?

1. Для менеджеров, которые осуществляют надзор за единообразным исполнением продукции с элементами фирменного стиля.
2. Для дизайнеров – как эталон, на который следует ориентироваться при создании рекламных материалов и деловой документации.
3. Для изготовителей продукции с фирменной символикой (типографий, производителей наружной рекламы, сувенирщиков, транспортников, телестудий, веб-студий и т.п.) — чтобы контролировать соответствие выпускаемой продукции фирменному стилю «БЕВАЛЕКС».

Помните:

при возникновении любых вопросов и противоречий по использованию фирменной символики следует всегда опираться на материалы, представленные в данном Руководстве. Надзор осуществляет отдел маркетинга компании «БЕВАЛЕКС».

Контактное лицо: Сагальчик Наталья Семеновна
Тел./факс: +375 17 330 16 16.
E-mail: Natalia@bevalex.by
Начальник отдела маркетинга

Содержание

1. Логотип и правила его использования:

1.1. Фирменный блок	5
1.2. Логотип и знак	6
1.3. Пропорции и охранное поле	7
1.4. Логотип для различных способов печати	8
1.5. Масштабирование	9

2. Фирменная цветовая гамма

2.1. Основные фирменные цвета	10
2.2. Дополнительные фирменные цвета	11

3. Фирменная типографика

3.1. Основной фирменный шрифт	12
3.2. Дополнительный фирменный шрифт	13

4. Представительская полиграфическая продукция

4.1. Фирменный бланк	15
4.2. Фирменная подпись электронного сообщения	16
4.3. Корпоративная визитная карточка	17
4.4. Персональная визитная карточка	18
4.5. Фирменный почтовый конверт	19
4.6. Фирменная папка	20
4.7. Фирменная папка пластиковая	21
4.8. Удостоверение и бэдж сотрудника	22

5. Сувенирная продукция

5.1. Сувенирная ручка	23
5.2. Сувенирные значки	24
5.3. Сувенирные часы	25
5.4. Настольные флажки	26
5.5. Фирменный пакет	27

6. Форма одежды для сотрудников

6.1. Форма одежды для сотрудников службы охраны	28
6.2. Форма одежды для сотрудников инженерной службы	29
6.3. Форма одежды для сотрудников монтажной службы	30
6.4. Форма одежды для грузчиков	31
6.5. Шейные платки, галстуки	32

Содержание

7. Фирменный стиль в СМИ

7.1. Рекламный модуль для размещения в газете	33
7.2. Рекламный модуль для размещения в журнале	37

8. Оформление офиса

8.1. Экстерьер	38
8.2. Интерьер	42

9. Транспорт

	44
--	----

1.1. Фирменный блок

Логотип и правила его использования



CD: Элементы фирменного стиля

Логотип

Логотип.ai

Фирменный блок представляет собой единую композицию, состоящую из трёх графических элементов:

1. Логотипа (начертание названия бренда).
2. Фирменного знака (изображения заглавных букв VA).
3. Дескриптора (начертания дополнительной текстовой информации).

Существуют два равнозначных варианта логотипа «БЕВАЛЕКС»: в латинском и кириллическом начертании. В обоих вариантах определено взаимное расположение знака и надписи. Это расположе-

ние является фиксированным и не подлежит изменению.

Использование логотипа вне фирменного блока не допускается.

Отрисовка логотипа по печатной версии не допускается.

Для производства макетов следует использовать цифровую векторную версию (CD_logo).

1.2. Логотип и знак

Логотип и правила его
использования



CD: Элементы фирменного стиля

Логотип

Логотип.ai

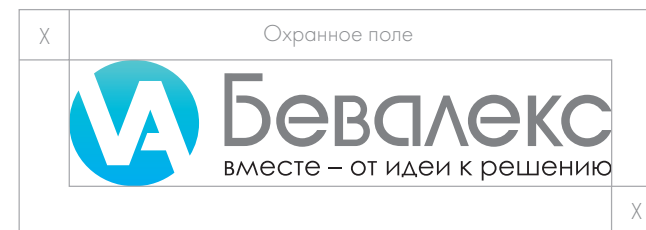
Допускается использование фирменного блока без дескриптора (слогана).

Существуют два равнозначных варианта логотипа «БЕВАЛЕКС» без слогана: в латинском и кириллическом начертании. В обоих вариантах определено взаимное расположение знака и надписи. Это расположение является фиксированным и не подлежит изменению.

В ряде случаев допустимо использование фирменного знака автономно (например, для брендинга продукции, формы сотрудников, производства сувенирной продукции).

1.3. Пропорции и охранное поле

Логотип и правила его использования



Размеры и пропорции элементов внутри фирменного блока определяются принятым модулем. За модуль (X) принята высота строчной буквы в начертании названия.

В высоту и ширину знака укладывается 2.5X, интервал между знаком и логотипом равен 0.5X.

Горизонтальная ось знака проходит по нижнему краю горизонтального штриха буквы «е».

Охранное поле - это пространство вокруг фирменного блока, свободное от текста, графики и каких-либо значимых изображений.

Размер охранного поля определен аналогичным модулем и отмеряется по принципу, изображенному на схеме.

1.4. Логотип для различных способов печати

Логотип и правила его использования

Основной полноцветный вариант



- 

C 90	C 0	C 0
M 0	M 0	M 0
Y 15	Y 0	Y 0
K 0	K 70	K 100
- 

от K 0% до K 30%
- 

от K 40% до K 100%
- 

C 90
M 0
Y 15
K 0

Внимание!

Полноцветная вариация фирменного блока является основной для всей системы визуальных коммуникаций бренда.

Все остальные варианты цветового решения необходимо использовать только в тех случаях, когда воспроизвести основной (полноцветный) вариант фирменного блока не представляется возможным.

На данной странице Руководства представлены дополнительные возможности вариации цветового решения фирменного блока.

1. Упрощенная версия полноцветного варианта с однородной заливкой знака. (Предпочтительно использовать в документообороте при печати на цветном принтере).

2. Черно-белая версия. (Используется при печати на офисном черно-белом принтере, а также в черно-белых изданиях).

3. Инверсия. (Используется при печати на офисном черно-белом принтере, а также в черно-белых изданиях).

4. Монохромная версия. (Используется при нанесении на сувенирную продукцию).

1.5. Масштабирование

Логотип и правила его использования



CD: Элементы фирменного стиля

Логотип

Масштабирование.ai

Приведенные минимальные размеры фирменного блока выбраны из соображений его удобочитаемости и являются тем допустимым минимумом, при котором его отдельные элементы еще остаются различимыми.

Внимание!

Указанные размеры могут корректироваться в большую сторону в зависимости от способа воспроизведения и свойств поверхности носителя.

Минимально допустимый размер измеряется по высоте фирменного знака.

Минимально допустимый размер фирменного блока 4 мм.

От 4 мм до 7 мм фирменный блок используется без дескриптора. При этом горизонтальная ось становится общей для знака и логотипа.

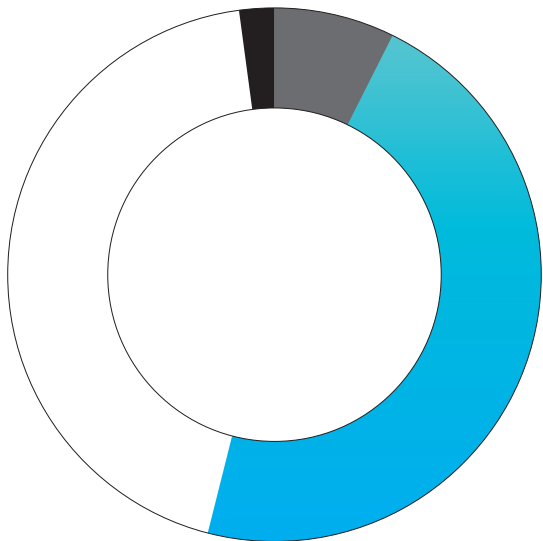
От 7 мм до 8 мм фирменный блок по требованию ситуации может использоваться без дескриптора и с ним. В данном случае дескриптор трансформируется из одной нижней строки в две боковые, как показано на схеме.

От 9 мм используется основной вариант фирменного блока с дескриптором в виде одной нижней строки.

Данные ограничения относятся к фирменному блоку в обоих начертаниях в полноцветной и черно-белой версии.

2.1. Основные фирменные цвета

Фирменная цветовая гамма



Цветовые пропорции в визуальной коммуникации

На данной странице Руководства представлена цветовая палитра визуального бренда «БЕВАЛЕКС».

Для поддержания единства образа носители фирменного стиля «БЕВАЛЕКС» следует оформлять с использованием рекомендуемых цветов и пропорций.

Лазурный градиент и однородная заливка являются эквивалентными и могут заменять друг друга по требованию ситуации.

Черный

Черный цвет в психологии восприятия символизирует созидание и содержательность, сдержанность и трудолюбие — основные аспекты деятельности надежного предприятия.

Холодный серый

Технологичный цвет, холодный и глубокий, спокойный и современ-



ный — отражает актуальность и структурный подход в делах компании.

Лазурный

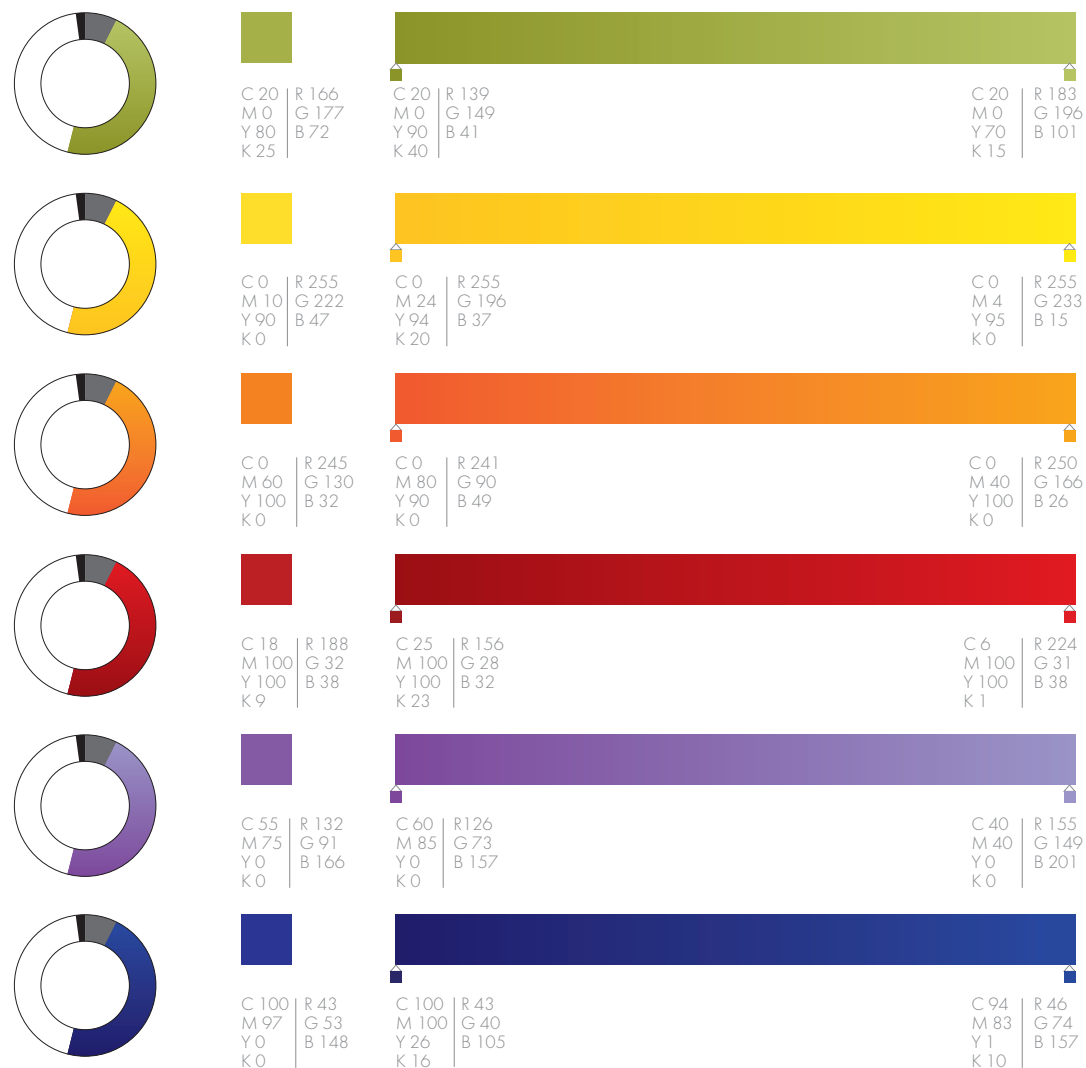
Данный цвет символизирует чистоту и обновление, совершенство и легкость. Является классическим для IT-технологий, потому дает прямую отсылку к сфере деятельности предприятия.

Белый

Самоотдача, открытость, единство, способность выявлять скрытое и ложное — вот основные характеристики данного цвета. Для компании это чистота и свежесть, готовность адаптироваться под запросы клиента и своевременно постигать потребности рынка.

2.2. Дополнительные фирменные цвета

Фирменная цветовая гамма



Дополнительные фирменные цвета используются в тех случаях, когда возникает необходимость дифференцировать продукцию, выпускаемую под маркой «БЕВАЛЕКС» (например, в дизайне руководств по эксплуатации оборудования, этикеток и т.п.)

В таких ситуациях используются цветовые пропорции, аналогичные основной гамме, но фирменный лазурный заменяется одним из дополнительных цветов (однородной заливкой или градиентом). При этом цвет логотипа остается неизменным.

3.1. Основной фирменный шрифт

Фирменная типографика



CD: Элементы фирменного стиля

Шрифт

Futura Light C

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЫЪЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщьюыъэюя
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
12345678910.,;:!?%@N°#()*\$€

Futura Book C

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЫЪЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщьюыъэюя
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
12345678910.,;:!?%@N°#()*\$€

Futura Demi C

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЫЪЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщьюыъэюя
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
12345678910.,;:!?%@N°#()*\$€

С целью передачи индивидуального характера фирменного стиля «БЕВАЛЕКС» для регулярного набора в маркетинговых и рекламных материалах был выбран современный универсальный шрифт Futura, гармонирующий со шрифтовой гарнитурой логотипа.

Для набора текста больших объемов используется начертание Futura Light Regular.

Для набора заголовков, подзаголовков и небольших текстовых блоков, требующих акцентирования, используется Futura Book Regular.

Futura Demi Regular используется в коротких заголовках преимущественно в оформлении имиджевых и титульных страниц, обложек, плакатов и т.п.

3.2. Дополнительный фирменный шрифт

Фирменная типографика

Arial Regular

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЫЪЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщьюыъэюя
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
12345678910.,:;!%#@№#()*\$€

Arial Bold

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЫЪЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщьюыъэюя
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
12345678910.,:;!%#@№#()*\$€

В дополнение к основному фирменному шрифту приняты два начертания шрифта Arial: Arial Regular для регулярного набора и Arial Bold для заголовков и подзаголовков.

Этот шрифт должен использоваться исключительно в тех ситуациях, когда использование Futura невозможно. Например, в оформлении

презентаций PowerPoint® или web-страниц.

Никогда не заменяйте основной шрифт дополнительным в дизайне фирменной полиграфической продукции, где корпоративным шрифтом «БЕВАЛЕКС» должен всегда оставаться шрифт Futura.

4.1. Фирменный бланк

Представительская полиграфическая продукция



CD: Элементы фирменного стиля

Бланки, приказы

4.1. Фирменный бланк

Представительская
полиграфическая продукция



Bevalex Limited Liability Company, Joint Venture
191 Solovya str., 220137 Minsk, Belarus
Settlement Account 3012000270015 with Moscow-Minsk, Foreign Bank
at Minsk City, Code 272, UN/N 100944292, OKPO 37366246
Phone: +375 17 330 16 16, Fax: +375 17 330 16 30
www.bevalex.by, e-mail: info@bevalex.by



Bevalex Limited Liability Company, Joint Venture
191 Solovya str., 220137 Minsk, Belarus
Settlement Account 3012000270015 with Moscow-Minsk, Foreign Bank
at Minsk City, Code 272, UN/N 100944292, OKPO 37366246
Phone: +375 17 330 16 16, Fax: +375 17 330 16 30
www.bevalex.by, e-mail: info@bevalex.by



CD: Элементы фирменного стиля

Бланки, приказы

4.2. Фирменная подпись электронного сообщения

Представительская
полиграфическая продукция

С уважением,
Сагальчик Наталья
начальник отдела маркетинга СП «БЕВАЛЕКС» ООО
г. Минск, ул. Солтыса, д.191
тел.: +375 17 328 0972
факс: +375 17 328 0971
моб.тел.: +375 29 665-94-65
e-mail: natalia@bevalex.by
www.bevalex.by



Best regards,
Natalia Sagalchik
Head of Marketing of Bevalex Limited Liability Company
Belarus, Minsk, Soltysa Str.,191
tel.: +375 17 328 0972
fax: +375 17 328 0971
mob.: +375 29 665-94-65
e-mail: natalia@bevalex.by
www.bevalex.by



Подпись электронного письма обязательно должна содержать блок «С уважением» и информацию об отправителе письма: имя и фамилию отправителя, полное наименование должности отправителя, контактную информацию отправителя (телефоны, факсы, e-mail), адрес и действующий сайт компании.

Над текстовым блоком подписи размещается основная полноцветная версия логотипа (высота знака 9мм).

Текстовый блок имеет левостороннее выравнивание, начало каждой строки совпадает с левым краем первой буквы в начертании логотипа.

4.3. Корпоративная визитная карточка

Представительская
полиграфическая продукция



CD: Элементы фирменного стиля

Визитки

корпоративная.cdr



Республика Беларусь, 220137, г.Минск, ул. Солтыса, д. 191,
Тел.: + 375 17 330-16-16, Факс: + 375 17 330-16-30,
e-mail: info@bevalex.by, www.bevalex.by

Центры обработки данных
Компьютерные системы и системы хранения данных
Инженерные системы
Сетевые и телекоммуникационные системы
Информационная безопасность
Программное обеспечение
ИТ-консалтинг
Техническая поддержка

4.4. Персональная визитная карточка

Представительская
полиграфическая продукция



CD: Элементы фирменного стиля

Визитки

1 стор.cdr

2 стор_1.cdr

2 стор_2.cdr



Фадеева Анна

отдел маркетинга

375 29 500 09 34
375 29 677 22 04

Республика Беларусь, 220137, г.Минск, ул. Солтыса, д. 191,
Тел.: + 375 17 330-16-16, Факс: + 375 17 330-16-30,
Вн.тел.: 3122, ICQ: 345938452, Skype: anna.fadeeva6,
e-mail: fadeeva@bevalex.by, www.bevalex.by



Готина Ирина Леонтьевна

заместитель коммерческого
директора

375 29 500 09 88
375 29 668 90 65

Республика Беларусь, 220137, г.Минск, ул. Солтыса, д. 191,
Тел.: + 375 17 330-16-16, Факс: + 375 17 330-16-30,
Вн.тел.: 2243, ICQ: 171830774, Skype: irina_gotina,
e-mail: igot@bevalex.by, www.bevalex.by



Irina Gotina

vice-commercial director

375 29 500 09 88
375 29 668 90 65

Belarus, 220137, Minsk, Soltysa Str., 191,
Tel.: + 375 17 330-16-16, Fax: + 375 17 330-16-30,
Ext.: 2243, ICQ: 171830774, Skype: irina_gotina,
e-mail: igot@bevalex.by, www.bevalex.by



Чернышёва Оксана Владимировна

генеральный менеджер

375 29 500 09 55
375 29 679 00 73

Республика Беларусь, 220137, г.Минск, ул. Солтыса, д. 191,
Тел.: + 375 17 330-16-16, Факс: + 375 17 330-16-30,
e-mail: chernishova@bevalex.by, www.bevalex.by

Центры обработки данных
Компьютерные системы и системы хранения данных
Инженерные системы
Сетевые и телекоммуникационные системы
Информационная безопасность
Программное обеспечение
ИТ-консалтинг
Техническая поддержка

4.5. Фирменный почтовый конверт

Представительская
полиграфическая продукция



СП «БЕВАЛЕКС» ООО
Республика Беларусь, г. Минск, 220137
ул. Солтыса, д. 191



CD: Элементы фирменного стиля

Конверт

Конверт.ai

220x110

4.6. Фирменная папка

Представительская
полиграфическая продукция



CD: Элементы фирменного стиля

Папка



Бевалекс
вместе — от идеи к решению

Бевалекс
вместе — от идеи к решению

Иванов Владимир
руководитель
инновационных проектов | 375 29 777 49 31
375 29 627 33 16

Республика Беларусь, 220017, Минск, Партизанский пр-т, 1А, 301400
тел. +375 29 777 49 31, 375 29 627 33 16
e-mail: info@bevalex.by, marketing@bevalex.by

www.bevalex.by

4.7. Фирменная папка пластиковая

Представительская
полиграфическая продукция



4.8. Удостоверение и бейдж сотрудника

Представительская
полиграфическая продукция

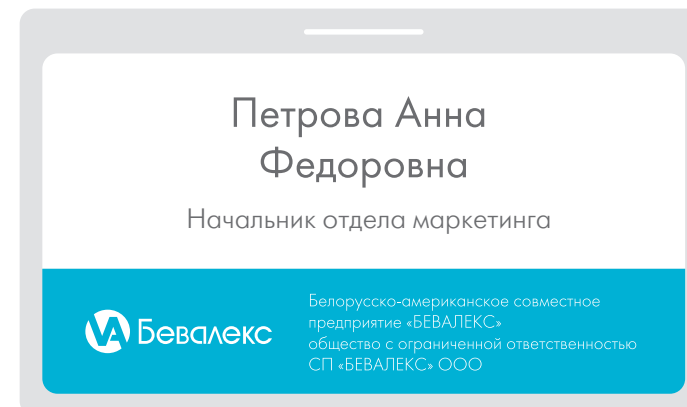
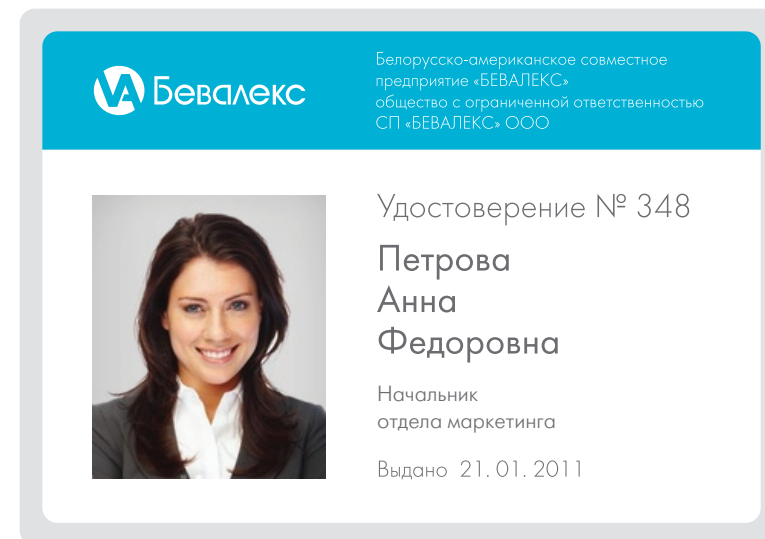


CD: Элементы фирменного стиля

Удостоверение, бейдж

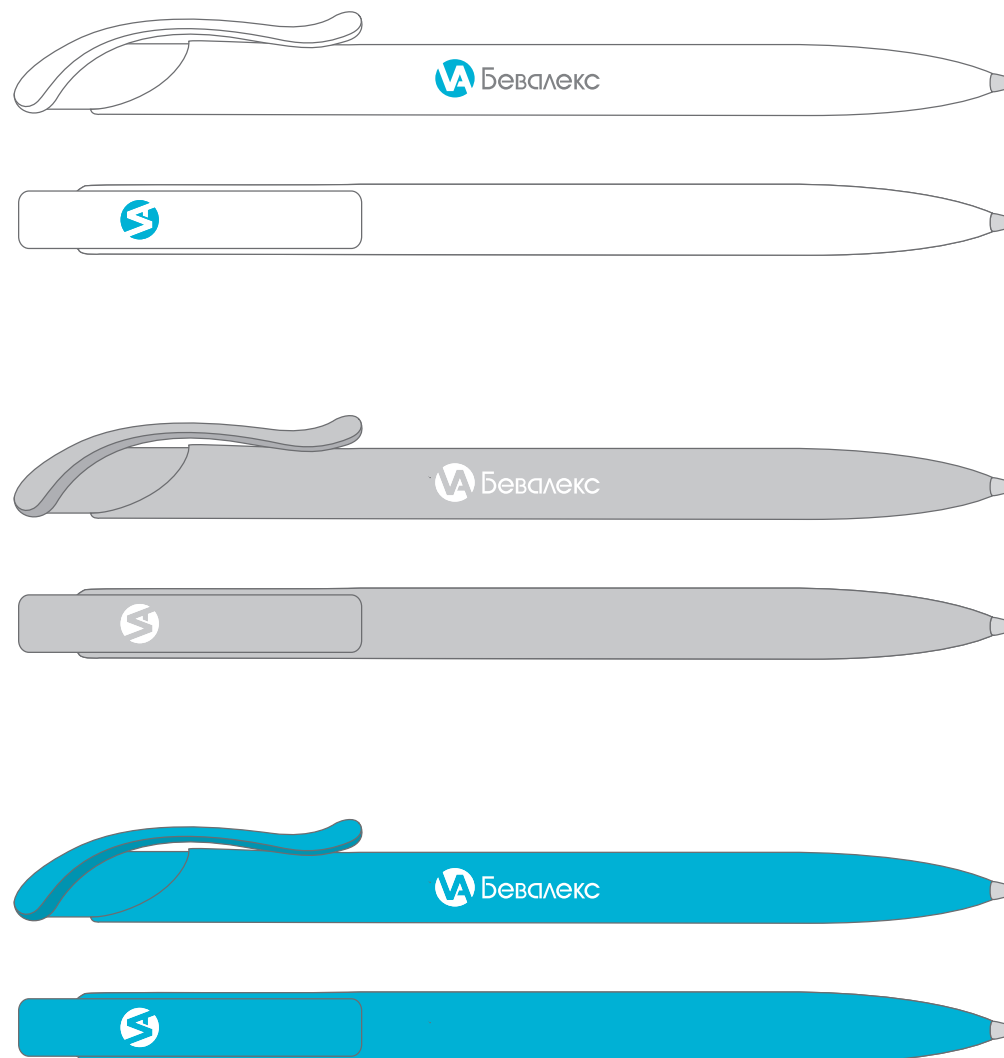
Удостоверение.cdr

Бейдж.cdr



5.1. Сувенирная ручка

Сувенирная продукция



5.2. Сувенирные значки

Сувенирная продукция



5.3. Сувенирные часы

Сувенирная продукция



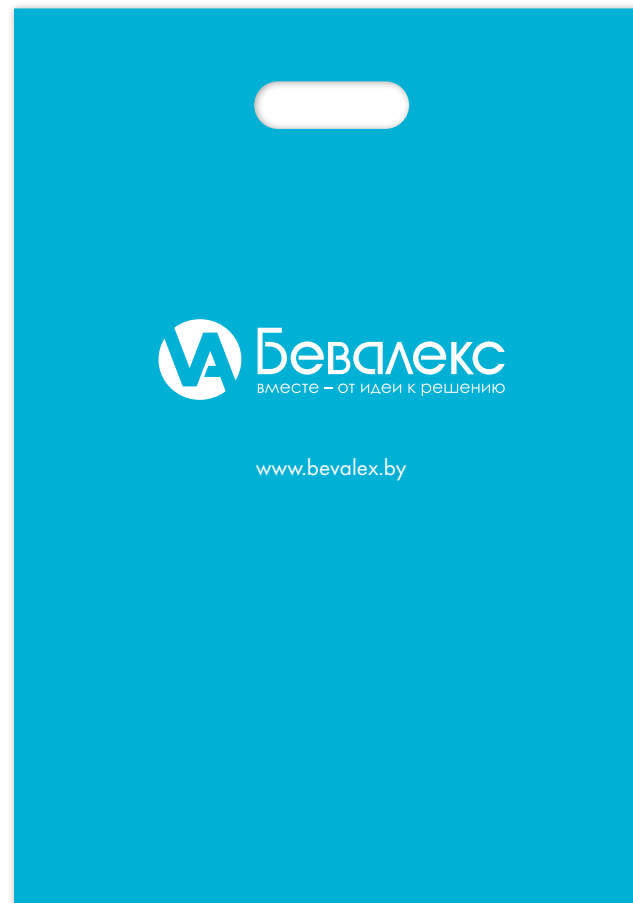
5.4. Настольные флажки

Сувенирная продукция



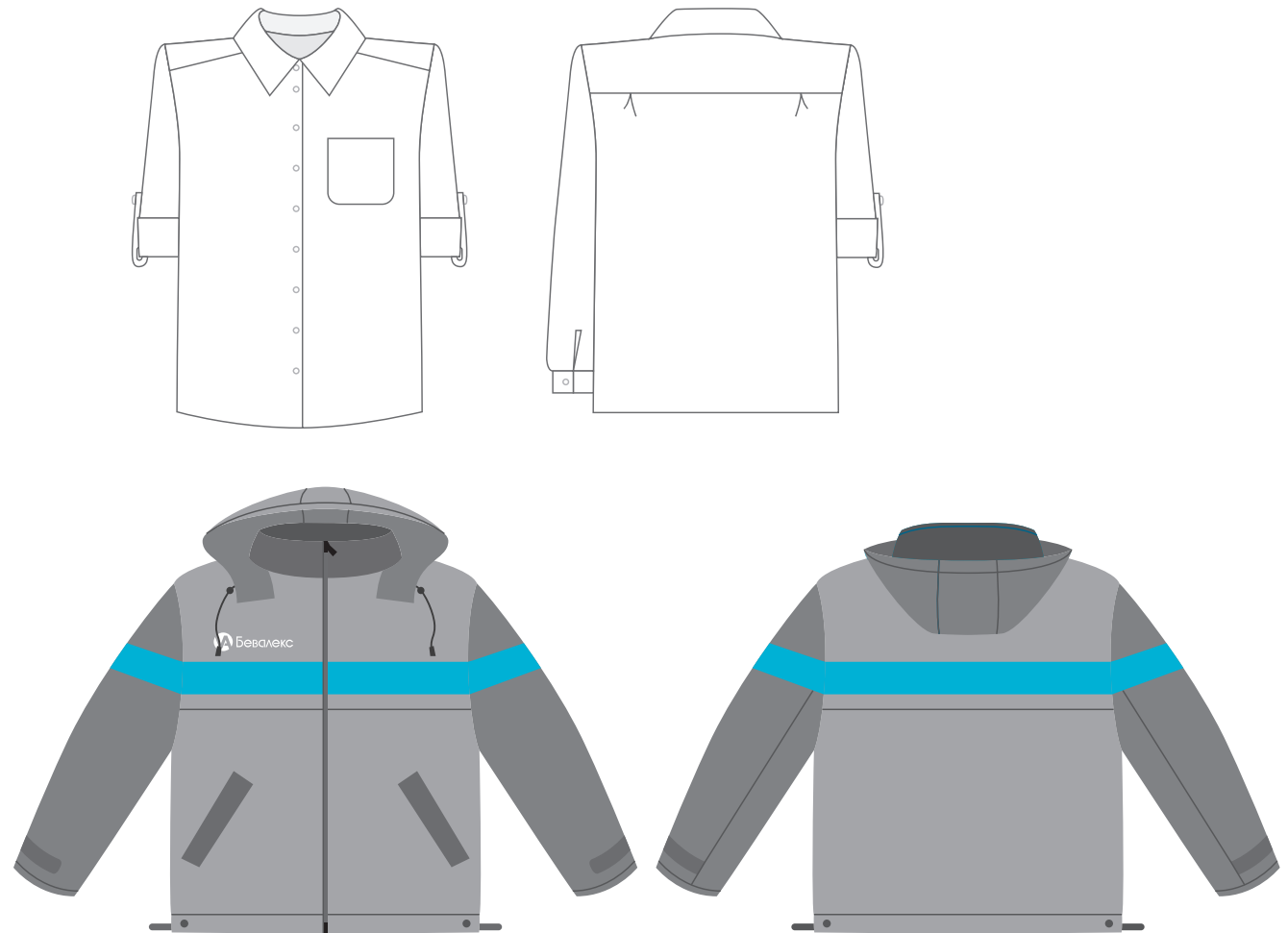
5.5. Фирменный пакет

Сувенирная продукция



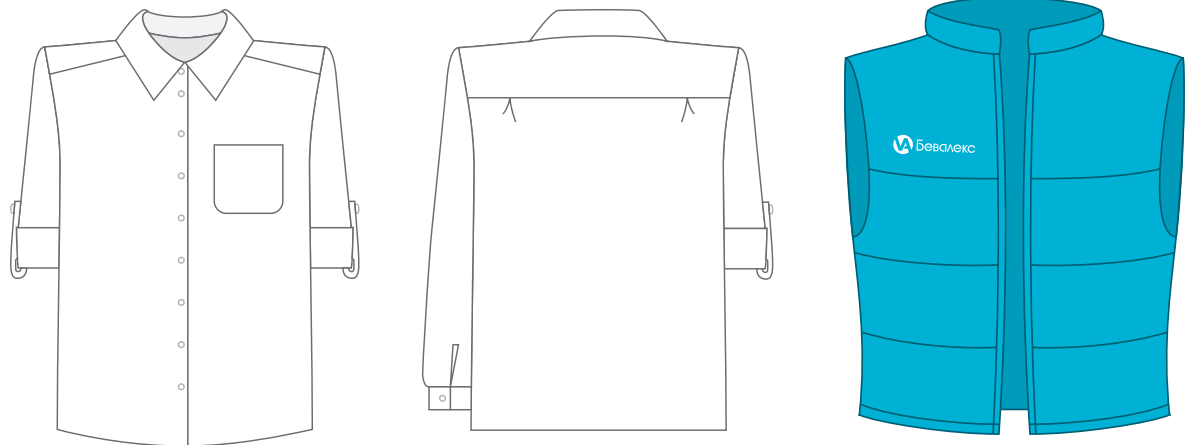
6.1. Форма одежды для сотрудников службы охраны

Форма одежды для
сотрудников



6.2. Форма одежды для сотрудников инженерной службы

Форма одежды для
сотрудников



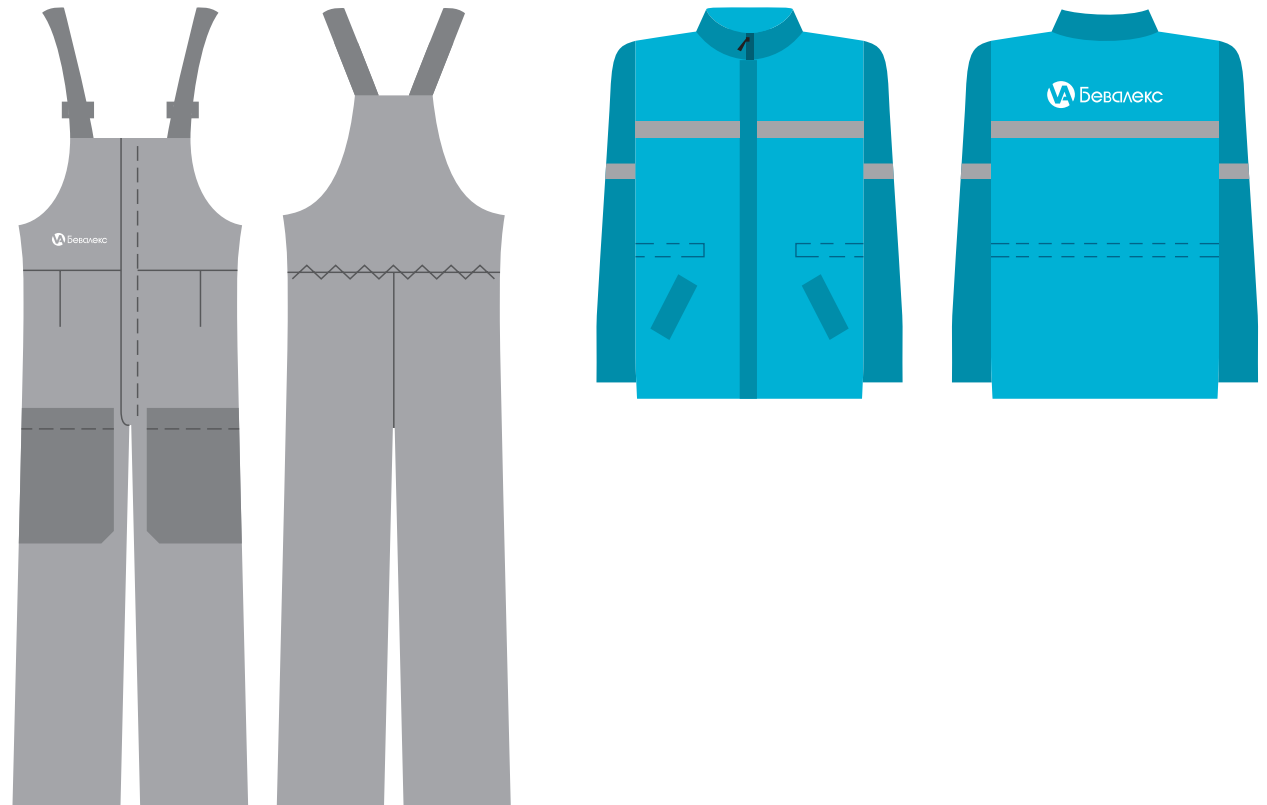
6.3. Форма одежды для сотрудников монтажной службы

Форма одежды для
сотрудников



6.4. Форма одежды для грузчиков

Форма одежды для сотрудников



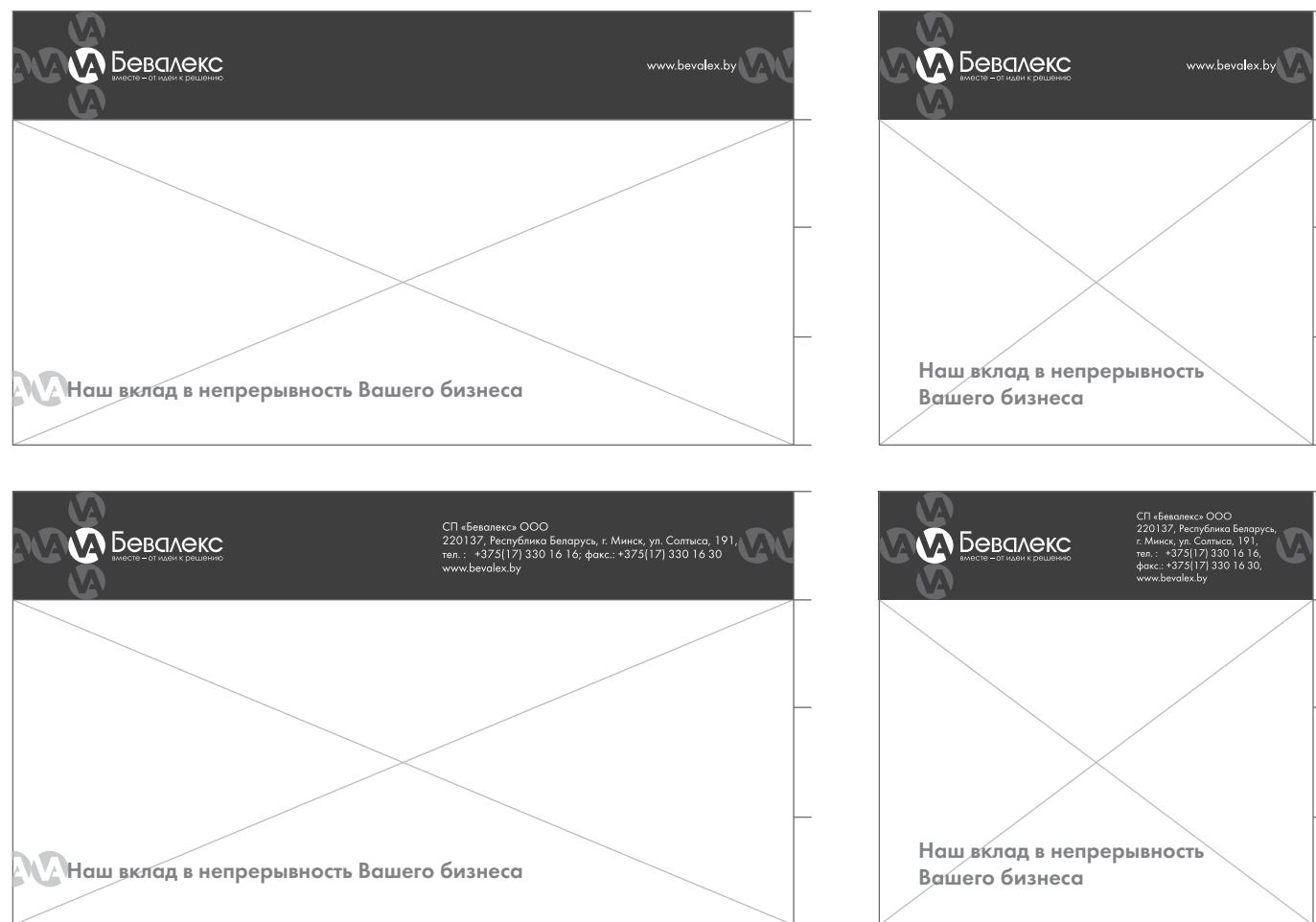
6.5. Шейные платки, галстуки

Форма одежды для
сотрудников



7.1. Рекламный модуль для размещения в газете

Фирменный стиль в СМИ



Пропорции

При адаптации макета под различные размеры, важно учитывать установленные пропорции.

Горизонтальный и квадратный форматы:

высота полосы, на которой размещен логотип и адресный блок, со-

ставляет одну четверть высоты макета.

Логотип и адресный блок не следует приближать к краям макета менее чем на 1.5 ширины фирменного знака в горизонтальном макете, и 1 ширину фирменного знака в квадратном макете.

Размер логотипа - высота знака равна одной трети высоты полосы.

7.1. Рекламный модуль для размещения в газете

Фирменный стиль в СМИ



Пропорции

Вертикальный формат:

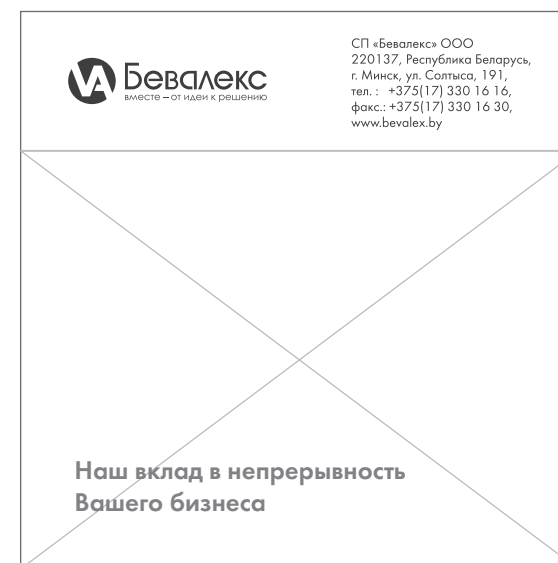
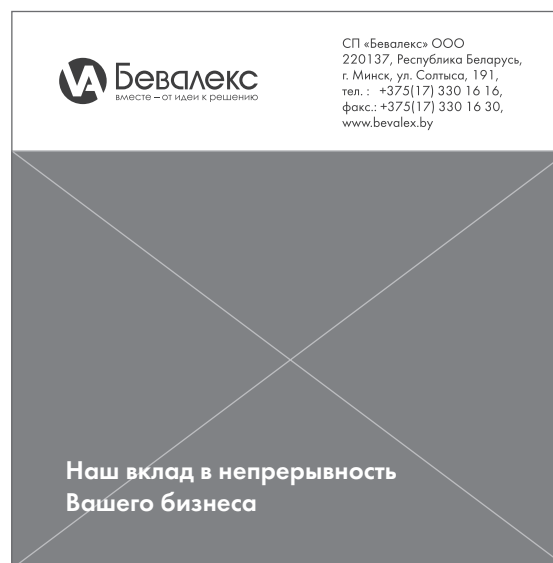
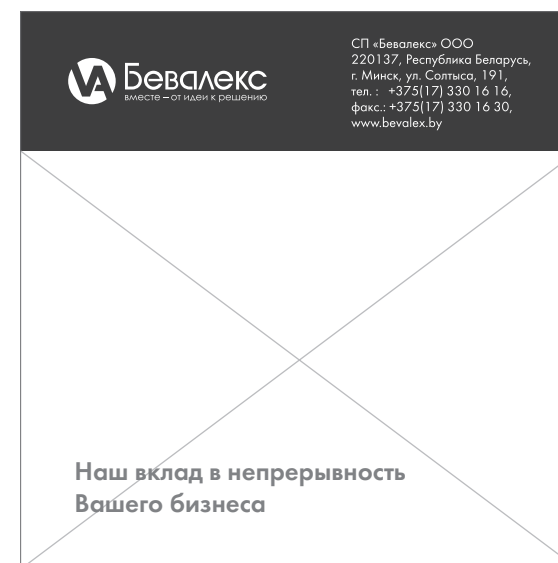
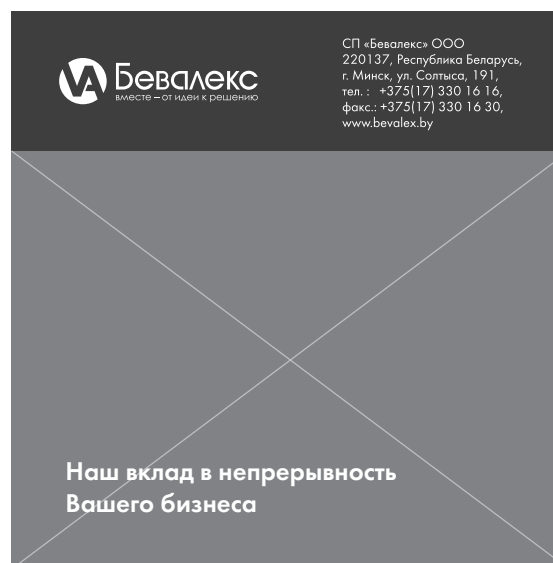
высота полосы, на которой размещен логотип и адресный блок, составляет одну шестую высоты макета.

Логотип и адресный блок не следует приближать к краям макета менее чем на 1 ширину фирменного знака. При этом необходимо следить за неприкосновенностью охранной зоны логотипа.

Размер логотипа - высота знака равна одной трети высоты полосы.

7.1. Рекламный модуль для размещения в газете

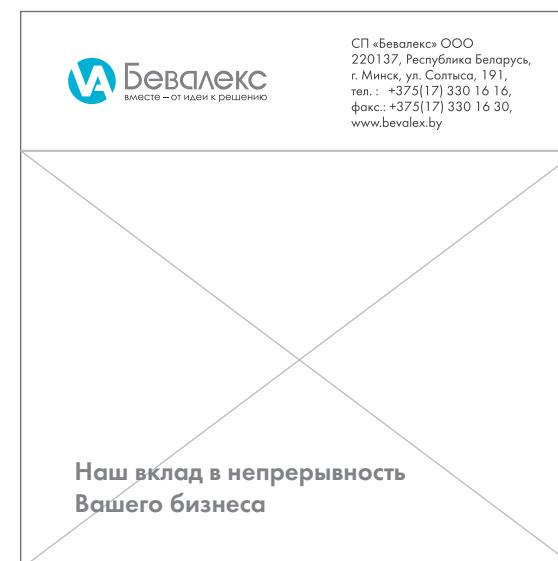
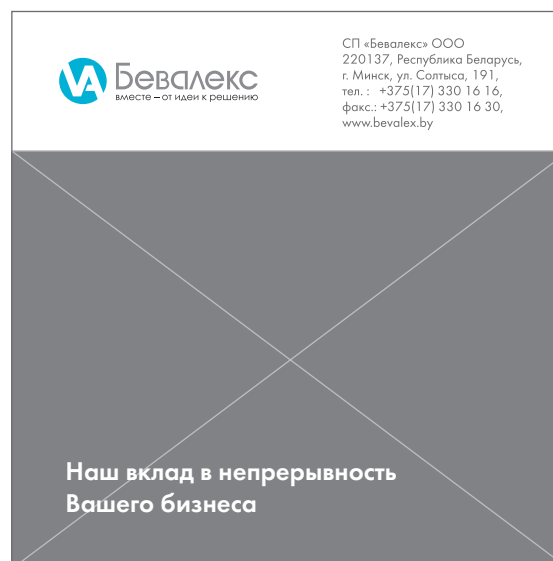
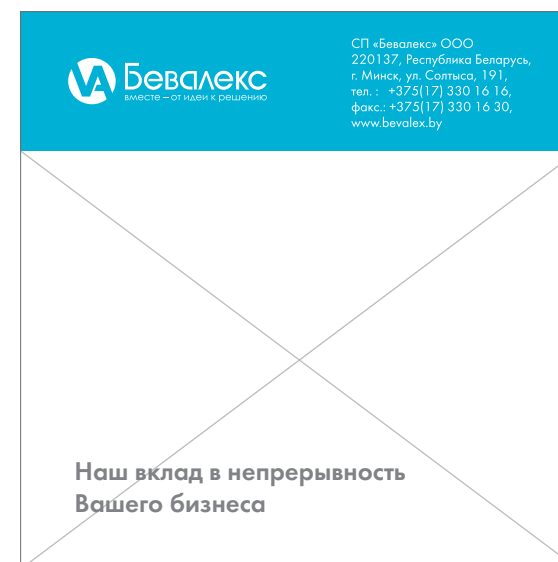
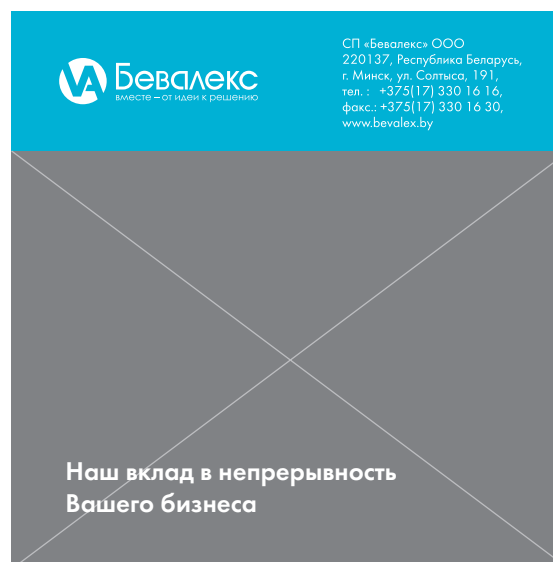
Фирменный стиль в СМИ



Черно-белая печать

7.1. Рекламный модуль для размещения в газете

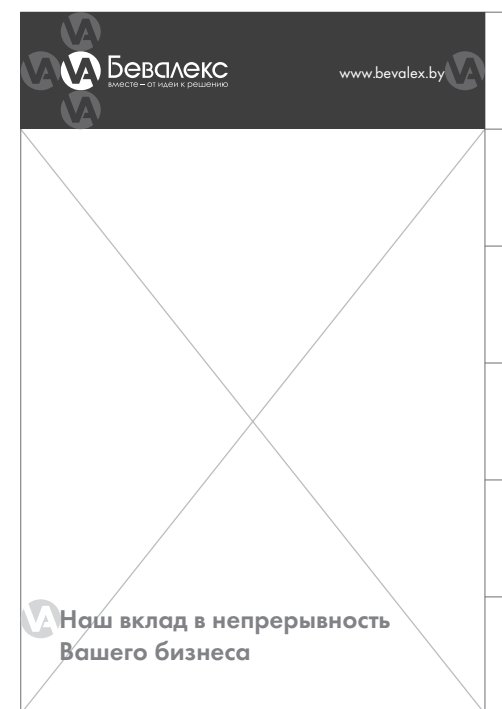
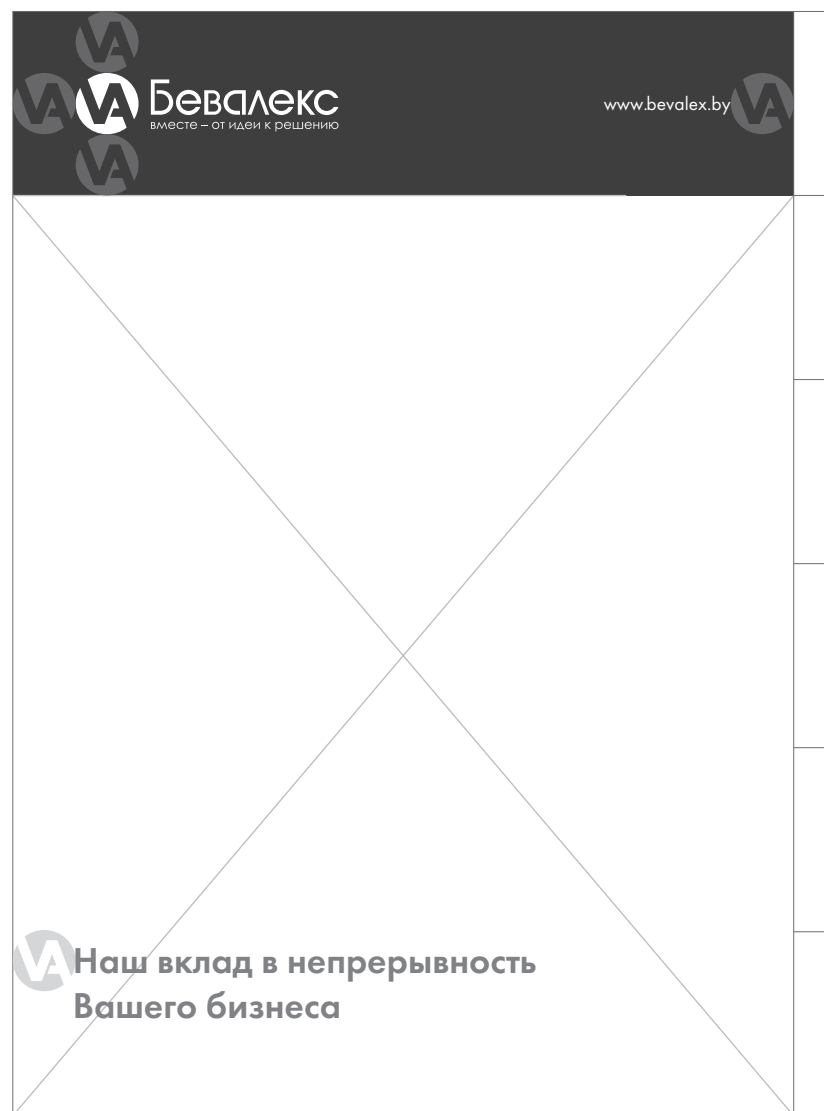
Фирменный стиль в СМИ



Цветная печать

7.2. Рекламный модуль для размещения в журнале

Фирменный стиль в СМИ



8.1. Экстерьер

Оформление офиса



8.1. Экстерьер

Оформление офиса



8.1. Экстерьер

Оформление офиса



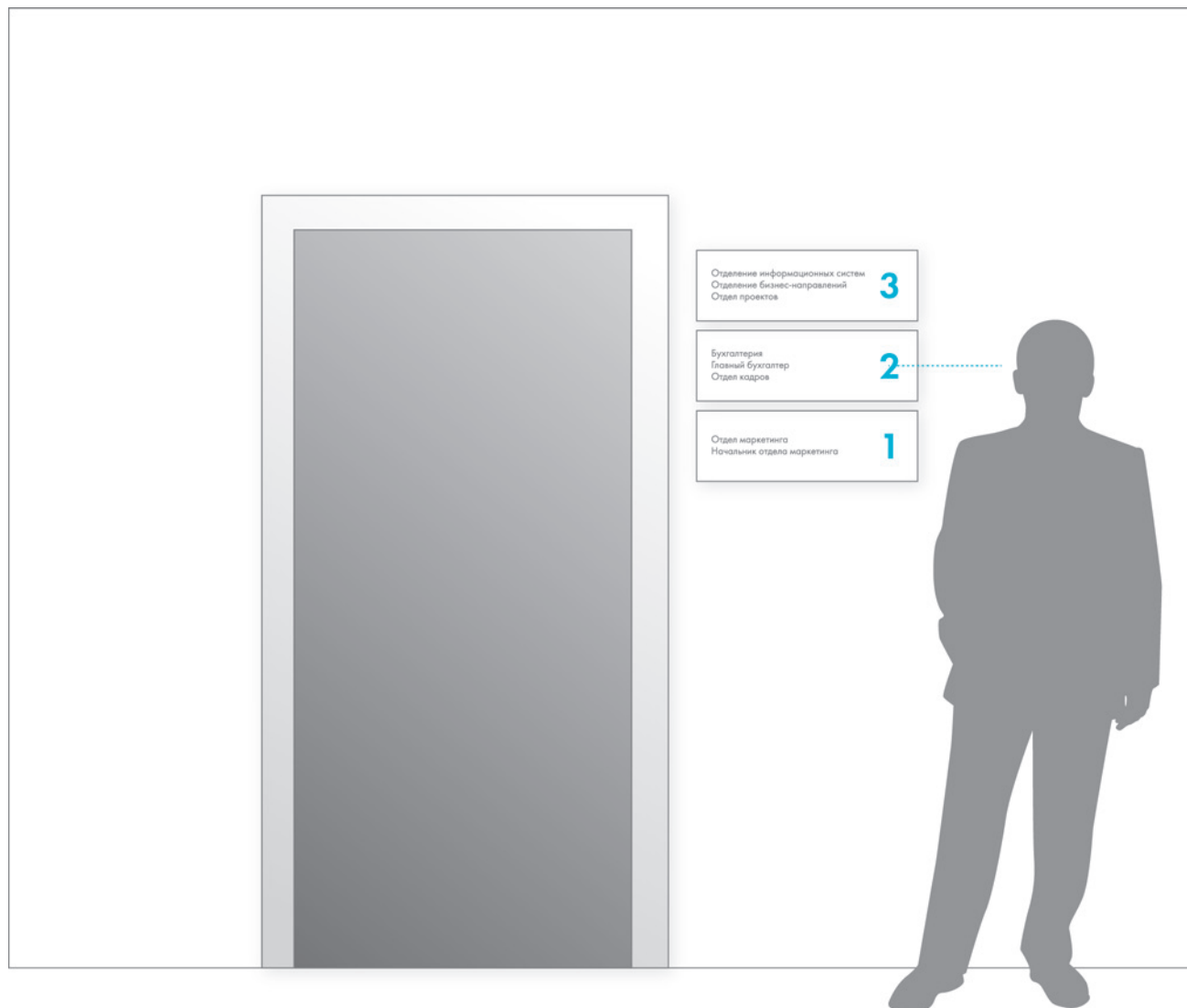
8.1. Экстерьер

Оформление офиса



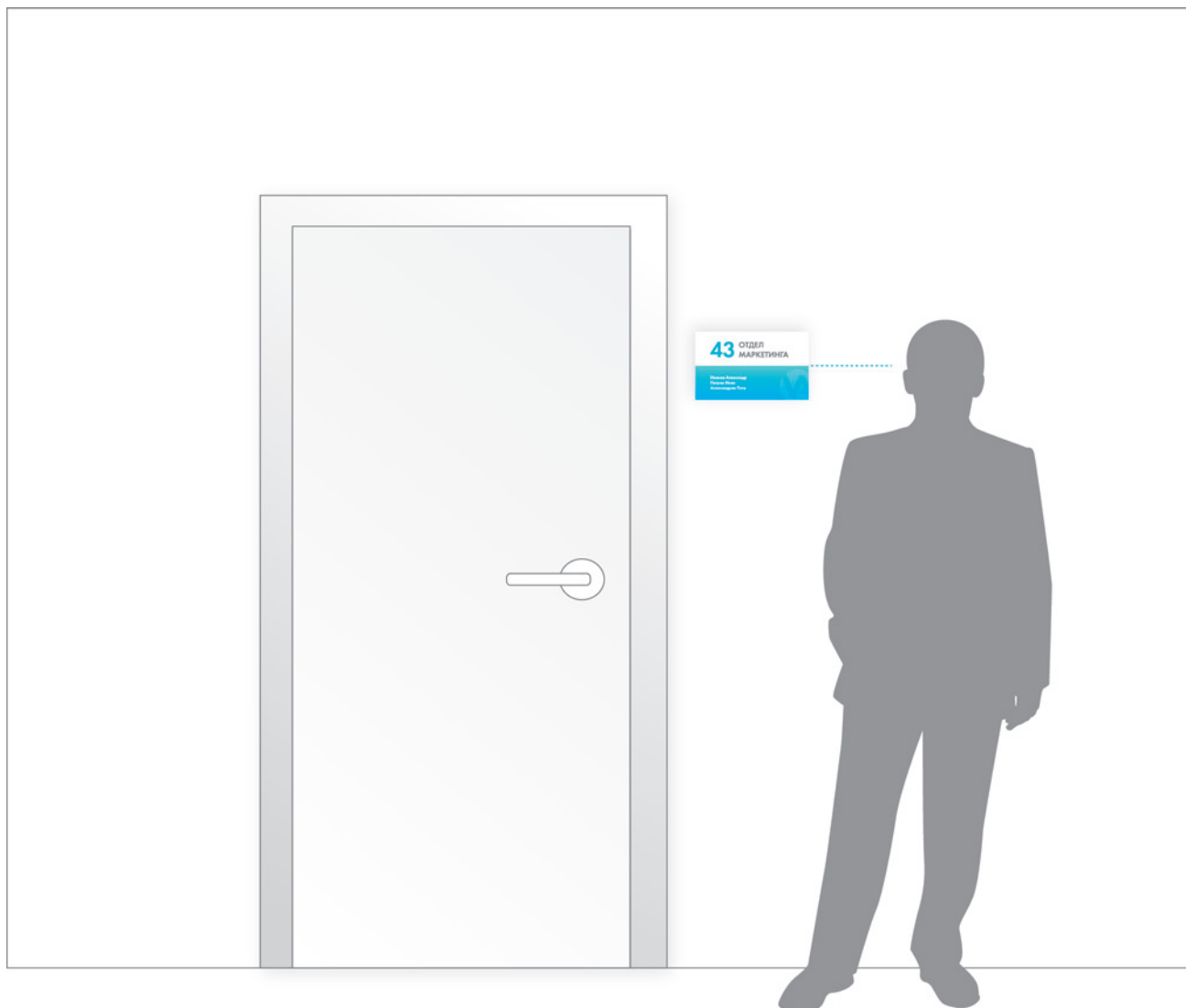
8.2. Интерьер

Оформление офиса



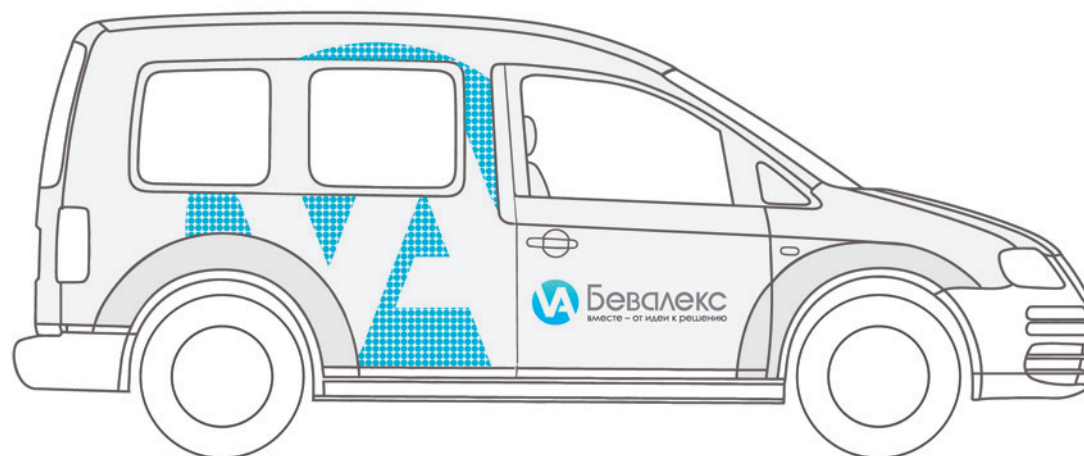
8.2. Интерьер

Оформление офиса



9. Транспорт

Volkswagen Caddy Kombi



9. Транспорт

Volkswagen Caddy Kombi

