



## **ЛОГОБУК**

**РУКОВОДСТВО ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ  
ФИРМЕННОГО ЗНАКА**



## СОДЕРЖАНИЕ

### ПЛАТФОРМА БРЕНДА

Логотип	05
Цветовая схема	12
Шрифтовая схема	16

### ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

Визитная карточка	20
Бланк делового письма	21
Папка для документов	23

### ПРИМЕРЫ РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ

Входная группа	26
Транспорт	27
Постер	28
Ценник / шелфтокер	29



РУКОВОДСТВО ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ  
ФИРМЕННОГО ЗНАКА КОМПАНИИ «DUTY&FRESH»

## ПЛАТФОРМА БРЕНДА

Логотип

Цветовая схема

Шрифтовая схема

## ЛОГОТИП



Логотип используется во всех материалах. По логотипу потребитель определяет, что продукт принадлежит данной компании. Логотип является определяющим знаком и может быть использован только компанией или с разрешения компании. Логотип всегда должен быть напечатан с максимальным качеством. Логотип должен быть выполнен методом полноцветной печати (СМУК) или методом печати красками Pantone.

## ИДЕЯ

Название в знаке. В основе знака логотипа лежит сочетание слов «duty» (лат. – обязательство) и «fresh» (лат. – свежий), оформленное графически в окружении элементов, указывающих направление торговой деятельности компании (сыр+напиток), заключенных в квадратную форму.

## ВЕРСИИ ВОСПРОИЗВЕДЕНИЯ

Существует три основные версии воспроизведения логотипа: цветная на зеленом фоне, цветная на черном фоне, монохромная, и две вспомогательные (применяемые в особых случаях): цветная для прозрачных поверхностей и монохромная для прозрачных поверхностей.

### ОСНОВНЫЕ ВЕРСИИ

1. Основная версия логотипа на зеленом фоне. Графический знак – название. Используются во всех элементах фирменного стиля и рекламных материалах.
2. Основная версия логотипа на черном фоне. Графический знак – название. Используются во всех элементах фирменного стиля и рекламных материалах.
3. Основная версия логотипа монохромная. Графический знак – название. Используются во всех элементах фирменного стиля и рекламных материалах.



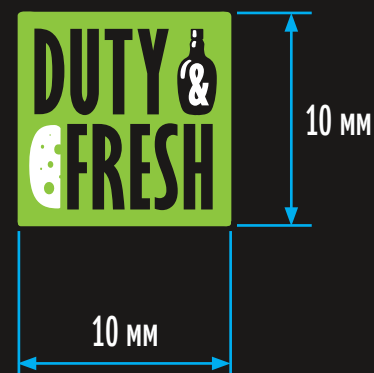
## ПРИНЦИП ПОСТРОЕНИЯ



$X = 1^{1/2}$  длины стороны логотипа

Логотип (фирменный знак) состоит из начертания названия, графических элементов, указывающих на область торговли, вписанные в прямоугольную форму (квадрат), поэтому логотип имеет только одну форму воспроизведения.

## МИНИМАЛЬНЫЕ РАЗМЕРЫ





## СВОБОДНОЕ (ОХРАННОЕ) ПОЛЕ

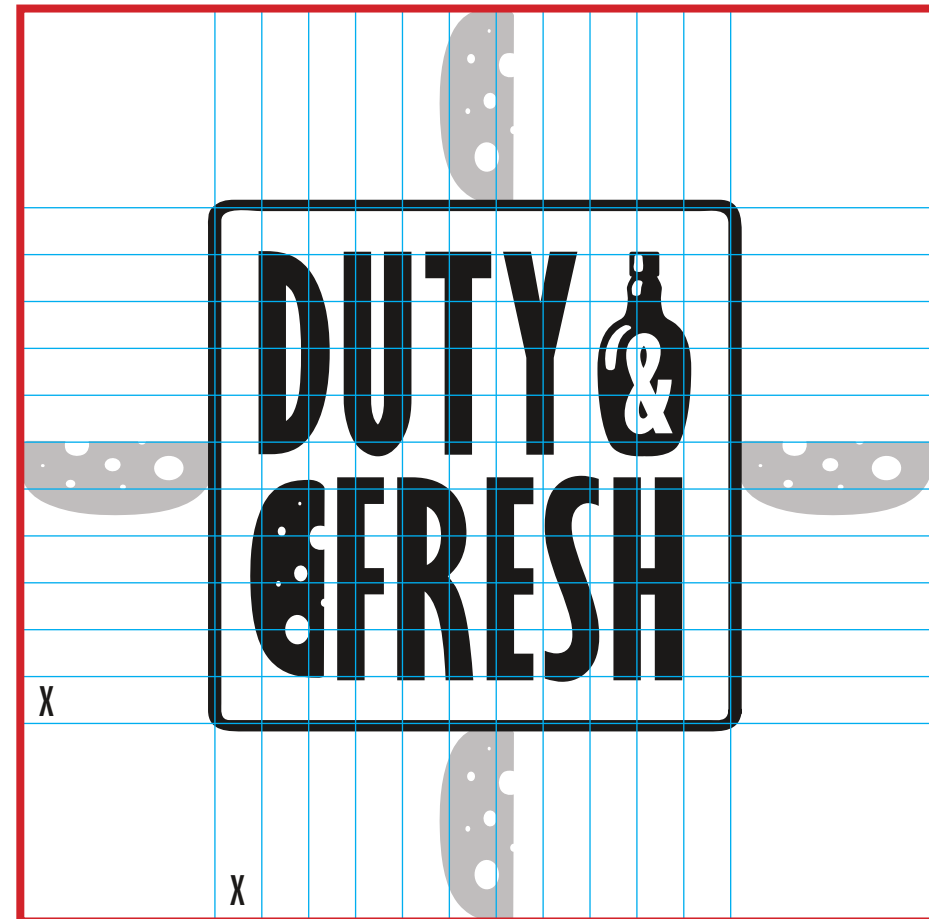
Свободное поле призвано обеспечить дополнительное выделение логотипа путем освобождения пространства вокруг него от других элементов, способных привлечь внимание зрителя.

Исключение может составлять лишь сувенирная продукция и наружная реклама (например, вывески). Но даже при минимальных полях логотип не должен касаться краёв изображения.

В свободное поле не должен попадать никакой объект, текст или изображение. При размещении логотипа на фотографии следует учитывать, что цветовая гамма фотографии должна максимально контрастировать с цветовой гаммой логотипа, а в свободное поле не должна попадать какая-либо значимая часть фотографии (текст, продукт компании). Допустимо использовать контрастный однородный фон без мелких деталей.

Запрещается использовать фон, сливающийся с логотипом или затрудняющий его считываемость.

**Минимальный размер свободного поля рассчитывается по размеру одного из графических элементов логотипа (сыр) перпендикулярно каждой из сторон знака.**



## ЗАПРЕЩЕННЫЕ ВАРИАНТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ



Изменения в логотипе недопустимы, независимо от поверхностей, на которых он размещается.

### ГРАФИТОВО-ЧЕРНЫЙ



C 60	R 27	Pantone BLACK
M 55	G 25	RAL 8017
Y 55	B 24	HTML 1B1918
K 85		

Цветовая схема — основа визуального восприятия бренда. Она насчитывает три основных цвета, которые использованы в фирменном знаке (логотипе): зеленый, графитово-черный, белый.

Каждый из цветов может иметь собственную палитру для использования в оформлении всех фирменных материалов компании.

# ЦВЕТОВАЯ СХЕМА

ЗЕЛЕНый



C 60	R 73	Pantone 802
M 70	G 54	RAL 6021
Y 70	B 50	HTML 8CC63E
K 50		

БЕЛЫЙ



C 0	R 255	Pantone WHITE
M 0	G 255	RAL 9003
Y 0	B 255	HTML FFFFFFFF
K 0		

# ШРИФТОВАЯ СХЕМА

## ОСНОВНОЙ ШРИФТ

# PT SANS PRO - EXTRA COND BOLD

## PT SANS PRO - EXTRA COND

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчщъььюя  
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧЩЪЬЬЮЯ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890,«» „“:;!@#%&\*()

## PT SANS PRO - EXTRA COND BOLD

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчщъььюя  
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧЩЪЬЬЮЯ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890,«» „“:;!@#%&\*()

## PT SANS PRO - EXTRA COND DEMI

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчщъььюя  
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧЩЪЬЬЮЯ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890,«» „“:;!@#%&\*()

## PT SANS PRO - EXTRA COND BLACK

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчщъььюя  
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧЩЪ-  
ЬЬЮЯ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890,«» „“:;!@#%&\*()

Фирменный шрифт используется в документации, печатной и рекламной фирменной продукции.

Шрифтовая схема состоит из двух групп шрифтов. Первая группа — основной шрифт: PT Sans Pro - Extra Cond в нескольких начертаниях.

Вторая группа — это дополнительный шрифт: Arial в нескольких начертаниях.

Дополнительный шрифт Arial применяется, когда невозможно использовать основной по техническим причинам.

## ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ШРИФТ

# ARIAL

### ARIAL NARROW

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя  
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩ  
ЪЫЬЭЮЯ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890,«» „“;?!@#\$\$%&\*()

### ARIAL REGULAR

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщ  
ъыьэюя  
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХ  
ЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890,«» „“;?!@#\$\$%&\*()

### ARIAL BOLD

**абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщ  
ъыьэюя  
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХ  
ЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

**1234567890,«» „“;?!@#\$\$%&\*()**

### ARIAL ITALIC

*абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщ  
ъыьэюя  
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХ  
ЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ*

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*

*1234567890,«» „“;?!@#\$\$%&\*()*





РУКОВОДСТВО ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ  
ФИРМЕННОГО ЗНАКА КОМПАНИИ «DUTY&FRESH»

## ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

Визитная карточка

Бланк письма

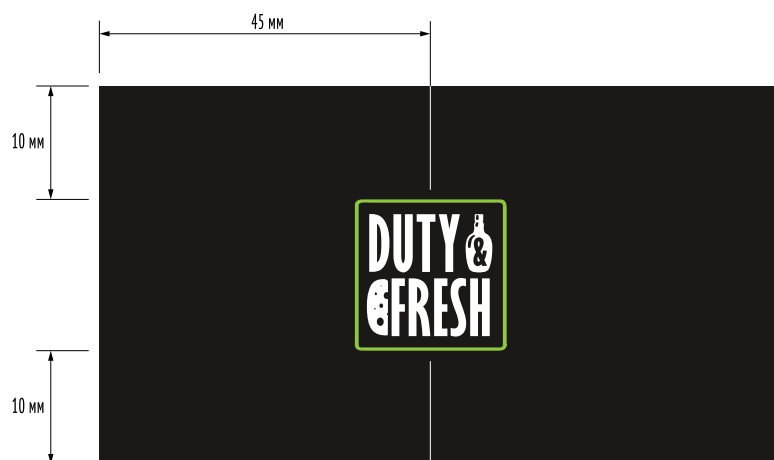
Папка для документов

# ДВУСТОРОННЯЯ ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА

Двухсторонняя визитная карточка  
Лицевая сторона:



Двухсторонняя визитная карточка  
Обратная сторона:



Размер визитной карточки 90x50 мм (после обрезки; дообрезной формат 95x55 мм). При верстке визиток используется горизонтальный формат. Печать на мелованной бумаге. Набор визиток осуществляется с помощью приведенного в этом руководстве примера.

Используемые шрифты: Фамилия Имя — PT SANS Pro Extra Cond Bold, 9 pt.

Должность и контактная информация — PT SANS Pro Extra Cond, 7 pt.

Цвет текста – фирменный черно-графитовый.

Все элементы оформляются с учетом основных констант фирменного стиля, согласно приведенным примерам. Необходимо соблюдение правил минимально допустимого свободного пространства вокруг логотипа. Во всех материалах используются фирменные шрифты. Применяется только фирменная цветовая палитра. Для удобства просмотра размеры образца были пропорционально уменьшены.

# БЛАНК ДЕЛОВОГО ПИСЬМА / ПОЛНОЦВЕТНЫЙ

Размер бланка: 210x297 мм. При верстке бланков используется вертикальный формат.

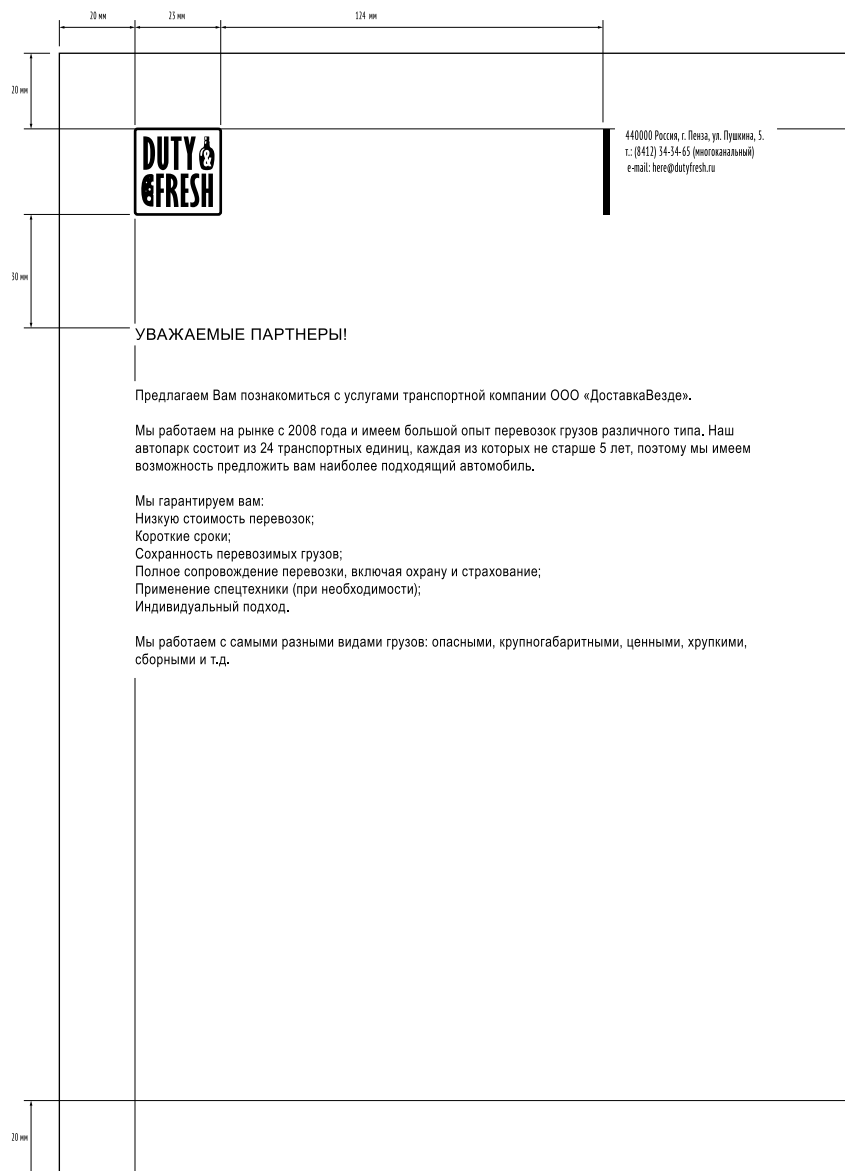
В бланке применяются верхний колонтитул и нижний колонтитул. Верхний колонтитул — логотип. Нижний колонтитул — фирменный узор и контактная информация. Печать на бумаге плотностью не менее 90 г/м<sup>3</sup>.

Используемые шрифты: Контактная информация — PT SANS Pro Extra Cond, 12 pt. Цвет — фирменный черно-графитовый. Основной текст письма — Arial Narrow, 12 pt. Заголовок текста письма — Arial Regular, 20 pt. Цвет — чёрный.

Все элементы оформляются с учетом основных констант фирменного стиля, согласно приведенным примерам. Необходимо соблюдение правил минимально допустимого свободного пространства вокруг логотипа. Во всех материалах используются фирменные шрифты. Применяется только фирменная цветовая палитра. Для удобства просмотра размеры образца были пропорционально уменьшены.



# БЛАНК ДЕЛОВОГО ПИСЬМА / ЧЕРНО-БЕЛЫЙ



Для факсимильной печати или в тех случаях, когда невозможно в точности напечатать основной вариант бланка, используется чёрно-белая версия.

Используемые шрифты: Фамилия Имя — PT SANS Pro Extra Cond Bold, 9 pt.

Должность и контактная информация — PT SANS Pro Extra Cond, 7 pt.

Цвет текста – фирменный черно-графитовый.

Все элементы оформляются с учетом основных констант фирменного стиля, согласно приведенным примерам. Необходимо соблюдение правил минимально допустимого свободного пространства вокруг логотипа. Во всех материалах используются фирменные шрифты. Применяется только фирменная цветовая палитра. Для удобства просмотра размеры образца были пропорционально уменьшены.

## ПАПКА ДЛЯ ДОКУМЕНТОВ

Папка для документов, вертикальный формат с внутренним карманом для документов. Полноцветная запечатка внешней и внутренней сторон.

### · Внешняя сторона

Цвет фона – фирменный черно-графитовый в сочетании с фирменным зеленым.

Используемые шрифты:

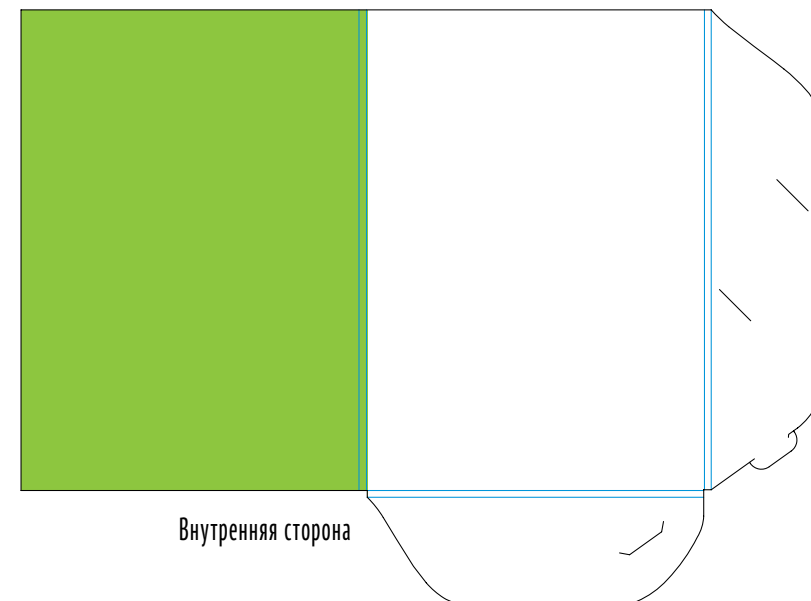
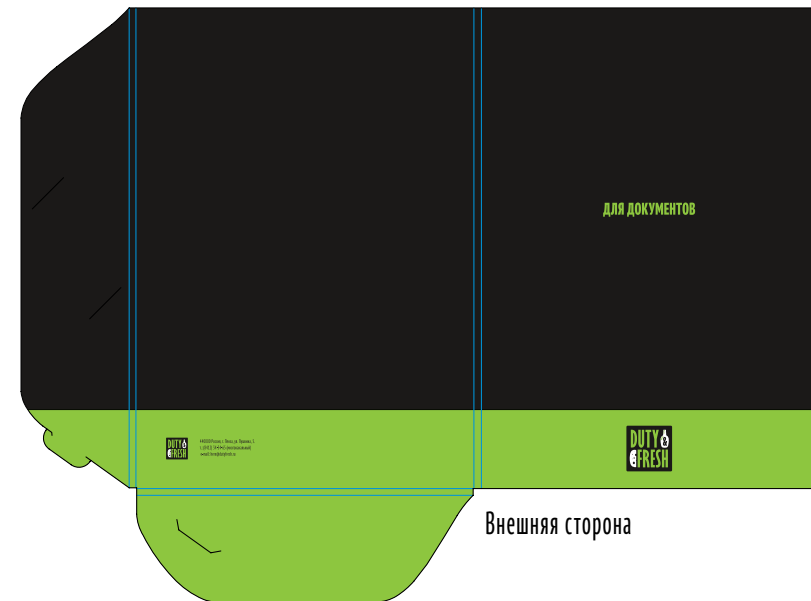
Контактная информация — PT SANS Pro Extra Cond Bold, 9 pt.

Должность и контактная информация — PT SANS Pro Extra Cond, 7 pt. Цвет текста – зеленый.

### · Внутренняя сторона

Цвет фона – фирменный зеленый, белый.

Все элементы оформляются с учетом основных констант фирменного стиля, согласно приведенным примерам. Необходимо соблюдение правил минимально допустимого свободного пространства вокруг логотипа. Во всех материалах используются фирменные шрифты. Применяется только фирменная цветовая палитра. Для удобства просмотра размеры образца были пропорционально уменьшены



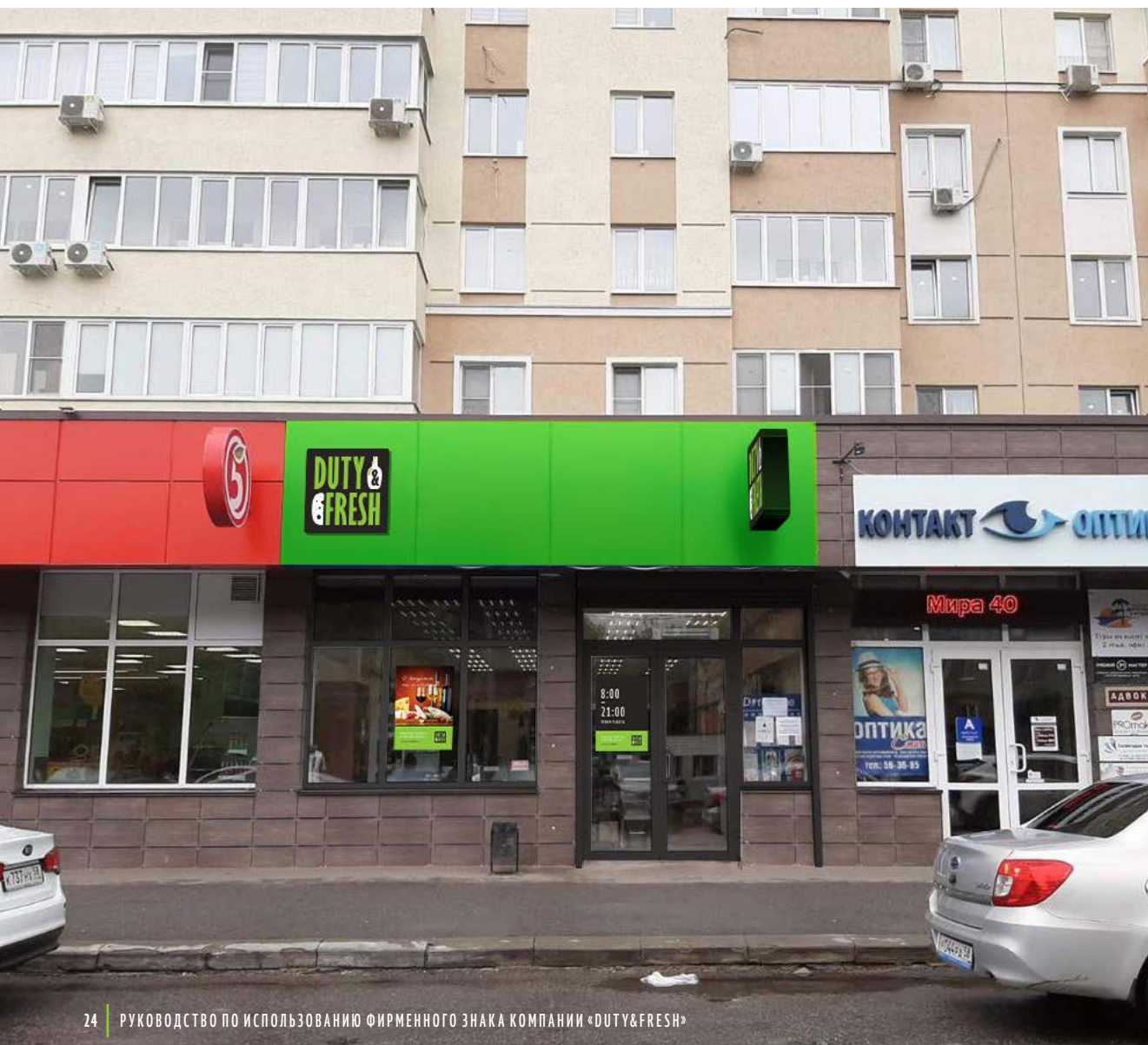


РУКОВОДСТВО ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ  
ФИРМЕННОГО ЗНАКА КОМПАНИИ «DUTY&FRESH»

## ПРИМЕРЫ РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ

Входная группа  
Транспорт  
Постер  
Ценник / шелфтокер

## ВХОДНАЯ ГРУППА



Входная группа является главным идентификационным элементом бренда. Характерной чертой входной группы является «чистота» и лаконичность, запоминаемость.

Константы проектирования входных групп типа in-door & out-door:

- любая входная группа должна быть исполнена приоритетно в зеленом фирменном цвете с логотипом/ логотипами в варианте на черном фоне;
- в случае использования только одного логотипа он может находиться только с левой стороны группы в исполнении световой короб, пропорционально области зеленого фона по принципу, указанному в разделе «Свободное поле» настоящего руководства;
- в случае использования двух логотипов, второй должен располагаться перпендикулярно плоскости зеленого фона в исполнении световая панель-кронштейн в противоположной – правой стороне входной группы;
- второй логотип (световую панель-кронштейн) приоритетно рекомендуется использовать в оформлении входных групп первой линии, в остальных случаях его использование не является обязательным;

Выбор материала для изготовления не ограничен, но рекомендован следующими параметрами.

Для входных групп типа out-door:

- зеленый фон — металлические сайдинг-панели окрашенные (или оклеенные) в фирменный зеленый цвет;
- логотип 1 — световой короб, логотип 2 — двусторонняя световая панель-кронштейн;

Для входных групп типа in-door:

- зеленый фон — глянцевая акриловая панель (либо пластик, ПВХ);
- логотип 1 — световой короб, логотип 2 — двусторонняя световая панель-кронштейн;



К фирменной идентификации корпоративного транспорта относится изображение логотипа на внешних поверхностях кузовов/фургонов автомобилей.

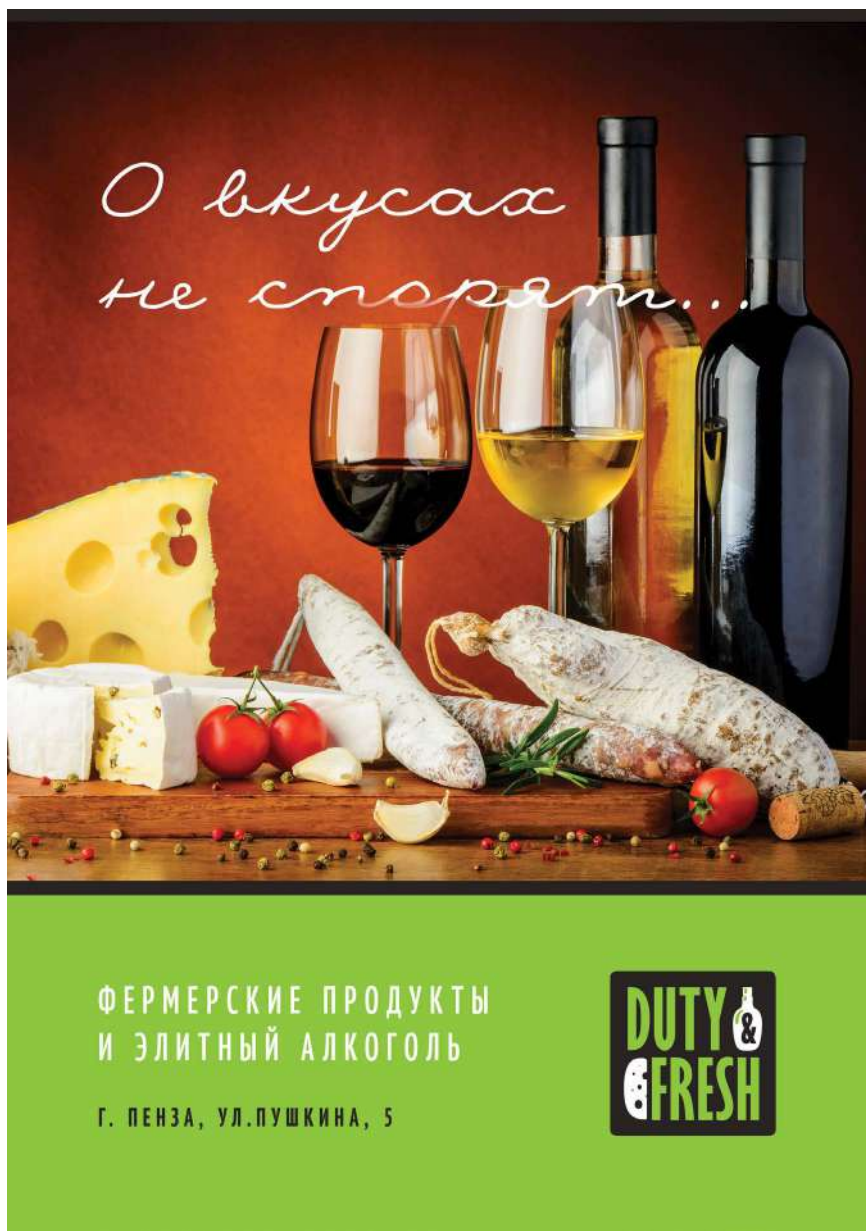
Брендинг транспорта основано на принципах лаконичности и простоты. Главным требованием к автомобилю является наличие больших свободных областей одного тона/цвета на кузове/фургоне для размещения в них фирменного знака.

Приоритетно размещение логотипа по центру борта в максимальном увеличении с учетом правил «свободного поля». Дополнительно логотип может быть нанесен на лобовые обтекатели тягачей, крыши легковых автомобилей.

Использование контактной информации не подразумевается.



## ПОСТЕР



При верстке постера используется вертикальный формат. Верстка макета осуществляется с помощью приведенного в этом руководстве примера.

Макет постера делится на 5 равных вертикальных частей и разделяется на две области:

- верхняя область 3/4 части, располагается тематическое изображение;
- нижняя область 1/4 части, располагается логотип, текстовая и контактная информация. Обязательно размещать логотип справа, текстовую и контактную информацию – слева. Все элементы должны быть гармонично расположены друг относительно друга.

## ЦЕННИК/ШЕЛФТОКЕР

Брендовые ценники разделены на 2 основных группы: ценник «Скидка/Акция»; ценник «обычная цена».

Ценник «Скидка/акция»: используется только рябиново-оранжевый цвет фона; размер скидки располагается в центре сверху (белый текст в черном квадрате), под ним описание товара (черный текст в черной рамке со скругленными углами), далее — прежняя (черный текст зачеркнут белым)/текущая (белый текст + знак рубля) цена и логотип.

Ценник «Обычная цена»: сверху вниз 3/4 черная область, 1/4 зеленая область с логотипом. На черном фоне располагается описание товара (белый текст в зеленой рамке со скругленными углами), далее стоимость (цвет текста - зеленый + знак рубля).

При верстке ценников также используется вертикальный формат кратный формату А6

Одним из дополнительных инструментов оформления витрин является фирменный шелфтокер.

Шелфтокер представляет собой рекламно-имиджевое объявление для выделения продукта/групп товаров в общей витрине.

При верстке макета шелфтокера необходимо учитывать следующие параметры:

- основной текст и/или изображение должны располагаться строго по центру макета;
- логотип всегда расположен справа согласно правил «свободного поля»
- слева в макете предполагается размещение размера скидки, знака акции или иного подобного графического элемента.



