



**STATUS
QUO**

СИСТЕМА
ВИЗУАЛЬНОЙ
ИДЕНТИФИКАЦИИ
БРЕНДА

МАЙ 2015 ВЕРСИЯ 1.0



НЕСКОЛЬКО СЛОВ О ПРАВИЛАХ

В основе фирменного стиля лежат несколько базовых элементов: логотип, цвета, шрифт. Они служат отправной точкой при решении любых оформительских задач. Данное Руководство — это инструкция по эксплуатации стиля.

Оно позволяет следить за соблюдением выработанных стандартов с которыми будут иметь дело сотрудники компании, дизайнеры и полиграфисты. Изложенные здесь правила помогут им сделать работу корректно и качественно.

- © К Руководству прилагается архив, на котором находятся все изображения и макеты фирменного стиля. Следует использовать готовые файлы, ничего не переделывая заново.

Ссылки, помеченные значком диска, указывают на файл соответствующего макета.



Минимально допустимое
использование фирменного
знака — 4 мм по ширине

БАЗОВЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ БРЕНДА

ФИРМЕННЫЙ ЗНАК

Фирменный знак Status Quo Group может быть самостоятельным элементом брендинга, но на начальном этапе развития желательно не использовать без острой необходимости. Поэтому основным вариантом служит фирменный блок с позиционирующей надписью, либо знак и логотип находящиеся на одной плоскости рекламносителя.



STATUS QUO

ЭЛИТНЫЕ РЕШЕНИЯ



Минимально допустимое
использование фирменного
блока — 15 мм по ширине



Минимально допустимое
использование фирменного блока
без подписи — 6 мм по ширине

БАЗОВЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ БРЕНДА

ОСНОВНОЙ ВЕРТИКАЛЬНЫЙ ФИРМЕННЫЙ БЛОК

Основной фирменный блок Status Quo Group состоит из логотипа, фирменных графических элементов – стилизация первых букв названия «S» и «Q», и позиционирующей надписи «Элитные решения».

На начальной стадии внедрения бренда, при проектировании фирменных носителей, разрешено использование только основного фирменного блока. Это необходимо для осознания потребителем бренда.

Когда бренд станет понятен целевой аудитории, разрешено использовать дополнительный фирменный блок (без позиционирующей надписи). На этом этапе допустимо параллельное

использование основного и дополнительного фирменных блоков. В случаях невозможности или отсутствия необходимости использования одного, может использоваться другой.

Правила использования обоих вариантов фирменных блоков описаны в данном руководстве. Правила использования дополнительного фирменного блока не отличаются от правил использования основного фирменного блока, если обратное не указано в данном руководстве. Для сохранения идентификации бренда потребителем, необходимо следовать этим правилам. Запрещается редактирование, изменение пропорций и внесение каких-либо изменений в данный фирменный блок.



Минимально допустимое
использование фирменного блока —
20 мм по ширине

БАЗОВЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ БРЕНДА

ОСНОВНОЙ ГОРИЗОНТАЛЬНЫЙ ФИРМЕННЫЙ БЛОК

Основной фирменный блок Status Quo Group состоит из логотипа, фирменных графических элементов – стилизация первых букв названия «S» и «Q», и позиционирующей надписи «Элитные решения».

На начальной стадии внедрения бренда, при проектировании фирменных носителей, разрешено использование только основного фирменного блока. Это необходимо для осознания потребителем бренда.

Когда бренд станет понятен целевой аудитории, разрешено использовать дополнительный фирменный блок (без позиционирующей надписи). На этом этапе допустимо параллельное

использование основного и дополнительного фирменных блоков. В случаях невозможности или отсутствия необходимости использования одного, может использоваться другой.

Правила использования обоих вариантов фирменных блоков описаны в данном руководстве. Правила использования дополнительного фирменного блока не отличаются от правил использования основного фирменного блока, если обратное не указано в данном руководстве. Для сохранения идентификации бренда потребителем, необходимо следовать этим правилам. Запрещается редактирование, изменение пропорций и внесение каких-либо изменений в данный фирменный блок.



STATUS QUO

ЭЛИТНЫЕ РЕШЕНИЯ



STATUS QUO

ЭЛИТНЫЕ РЕШЕНИЯ



БАЗОВЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ БРЕНДА

ПОЗИТИВ

При монохромной печати используются позитивный и негативный варианты основного и дополнительного фирменного блока.

Фирменные блоки разработаны с учетом всех предъявляемых требований к их воспроизведению в черно-белом формате. Они сохраняют целостность композиции, остаются узнаваемыми и хорошо работают как в цветных, так и в монохромных вариантах. Монохромная печать может быть использована для печати внутрикорпоративной документации, прайс-листов, документов большого тиража и т.д.

При возникновении потребности в воспроизведении основного и дополнительного фирменных блоков в монохромном варианте, необходимо делать это по приведенному примеру. Правила масштабирования и минимально допустимые размеры негативного и

позитивного фирменных блоков идентичны правилам для цветных фирменных блоков. Минимально допустимые размеры основного фирменного блока равны 50 мм в ширину. Это гарантирует читабельность всех элементов фирменного блока в большинстве ситуаций.

Минимально допустимые размеры дополнительного фирменного блока равны 30 мм в ширину. Это гарантирует читабельность всех элементов фирменного блока в большинстве ситуаций. Максимальный размер основного и дополнительного фирменных блоков не ограничены.



БАЗОВЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ БРЕНДА

ИНВЕРСИЯ

При монохромной или одноцветной печати используются позитивный и негативный варианты основного и дополнительного фирменного блока.

Фирменные блоки разработаны с учетом всех предъявляемых требований к их воспроизведению в черно-белом формате. Они сохраняют целостность композиции, остаются узнаваемыми и хорошо работают как в цветных, так и в монохромных вариантах. Монохромная печать может быть использована для печати внутрикорпоративной документации, прайс-листов, документов большого тиража и т.д.

При возникновении потребности в воспроизведении основного и дополнительного фирменных блоков в монохромном варианте,

необходимо делать это по приведенному примеру. Правила масштабирования и минимально допустимые размеры негативного и по

зитивного фирменных блоков идентичны правилам для цветных фирменных блоков. Минимально допустимые размеры основного фирменного блока равны 50 мм в ширину. Это гарантирует читабельность всех элементов фирменного блока в большинстве ситуаций.

Минимально допустимые размеры дополнительного фирменного блока равны 30 мм в ширину. Это гарантирует читабельность всех элементов фирменного блока в большинстве ситуаций. Максимальный размер основного и дополнительного фирменных блоков не ограничены.

ОСНОВНЫЕ ЦВЕТА

SQ GOLD

CMYK 30.35.70.4
RGB 178.153.98
PANTONE 871 C Metallic

SQ BLACK

CMYK 0.0.0.95
RGB 40.40.41
PANTONE Neutral Black C

SQ GRADIENT Gold

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ЦВЕТА

SQ BLUE

CMYK 100.0.4.38
RGB 0.121.161
PANTONE 7690 C

SQ CRIMSON

CMYK 26.100.24.27
RGB 147.13.91
PANTONE 215 C

SQ BROWN

CMYK 25.67.70.55
RGB 106.57.42
PANTONE 161 C

БАЗОВЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ БРЕНДА

ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА

Основная цветовая палитра Status Quo Group состоит из двух цветов: «SQ GOLD» и «SQ BLACK».

Дополнительные цвета: «SQ BLUE», «SQ CRIMSON» и «SQ BROWN»

Дополнительно разработаны градиентная заливка на основе фирменных цветов.

В приведенной на этой странице цветовой таблице указаны правильные цветовые значения для корпоративных цветов «SQ GOLD», «SQ BLACK», «SQ BLUE», «SQ CRIMSON» и «SQ BROWN»



БАЗОВЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ БРЕНДА

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ВАРИАНТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

При невозможности использования основной версии фирменного блока, можно использовать одноцветный вариант логотипа. Как в фирменных цветах так и на них. Допускается использовать таким способом и на текстурах и на изображениях. При выборе изображения важно чтобы под логотипом была расномерная и контрастная текстура, чтобы логотип или фирменный блок выгодно смотрелся на ней.

Myriad Pro Light

Myriad Pro Light

Myriad Pro Light

Myriad Pro Light Italic

Myriad Pro Light Italic

Myriad Pro Light Italic

Myriad Pro Regular

Myriad Pro Regular

Myriad Pro Regular

Myriad Pro Italic

Myriad Pro Italic

Myriad Pro Italic

Myriad Pro Bold

Myriad Pro Bold

Myriad Pro Bold

Myriad Pro Bold Italic

Myriad Pro Bold Italic

Myriad Pro Bold Italic

ФИРМЕННЫЕ ШРИФТЫ

Правильное использование основного и дополнительного шрифтов позволяет создавать узнаваемый стиль печатных материалов Status Quo Group.

Основным шрифтом для использования в POS-продукции или сувенирной продукции является Myriad Pro (Light, Regular, Bold). Выбор стиля зависит от ситуации использования шрифта.

Шрифт для заголовков, Myriad Pro Bold, обладает ярко выраженным индивидуальным стилем, и при систематическом использовании становится визуальным атрибутом компании.

Дополнительные шрифты со стилем italic служат для выделения значимых элементов содержания текста либо цитат.

Цвет шрифта выбирается исходя из цвета фона, но не должен выходить за рамки цветовой концепции фирменного стиля компании.

Myriad Pro Condensed

Myriad Pro Condensed

Myriad Pro Condensed

Myriad Pro Condensed Italic

Myriad Pro Condensed Italic

Myriad Pro Condensed Italic

Myriad Pro Condensed Bold

Myriad Pro Condensed Bold

Myriad Pro Condensed Bold

Myriad Pro Condensed Bold Italic

Myriad Pro Condensed Bold Italic

Myriad Pro Condensed Bold Italic

Myriad Pro Black

Myriad Pro Black

Myriad Pro Black

Myriad Pro Black Italic

Myriad Pro Black Italic

Myriad Pro Black Italic

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ШРИФТЫ

Дополнительный шрифты предназначены для написания статей и верстки деловой документации для того, что бы добиться максимальной простоты восприятия текстов.

Широкая гарнитура позволяет обыграть различные ситуации при написании статей.



STATUS QUO

ЭЛИТНЫЕ РЕШЕНИЯ