



**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



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

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.