



**РУКОВОДСТВО ПО ФИРМЕННОМУ СТИЛЮ
ЖИЛОГО КОМПЛЕКСА «ЛЮБОВЬ И ГОЛУБИ»**

ОГЛАВЛЕНИЕ

ЛОГОТИП

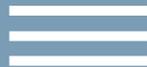
ОПИСАНИЕ_____	2
ПОСТРОЕНИЕ_____	3
ВАРИАНТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ_____	4
ЗАПРЕЩЁННЫЕ ВАРИАНТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ__	5
ЦВЕТОВАЯ СХЕМА_____	6
МОНОХРОМНАЯ ЦВЕТОВАЯ СХЕМА_____	7
ФИРМЕННЫЙ ШРИФТ_____	8
ФИРМЕННЫЙ БЛОК_____	9

ЭЛЕМЕНТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

ФОНОВЫЕ ЦВЕТА_____	10
ТЕКСТУРЫ_____	11
БЛОК ДЕЛОВОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ / БЛАНК А4__	12
БЛОК ДЕЛОВОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ / ВИЗИТКИ__	13
БЛОК ДЕЛОВОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ / КОНВЕРТЫ__	14
БЛОК ДЕЛОВОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ / ШАБЛОН ПРЕЗЕНТАЦИИ_____	15
БЛОК ДЕЛОВОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ / ПАПКА_____	16
СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ _____	17
ШАБЛОНЫ РЕКЛАМНЫХ МАКЕТОВ_____	18
ШАБЛОНЫ ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ_____	19

ОФОРМЛЕНИЕ СТРОЙКИ

ШАБЛОНЫ ОФОРМЛЕНИЯ СТРОИТЕЛЬНОГО ЗАБОРА И ВОРОТ_____	20
ОФОРМЛЕНИЕ ОФИСА ПРОДАЖ_____	21
НАВИГАЦИЯ НА СТРОЙКЕ_____	22



ЛОГОТИП

ОПИСАНИЕ



Знак максимально иллюстративен, понятен широкому кругу и вызывает тёплые домашние воспоминания.

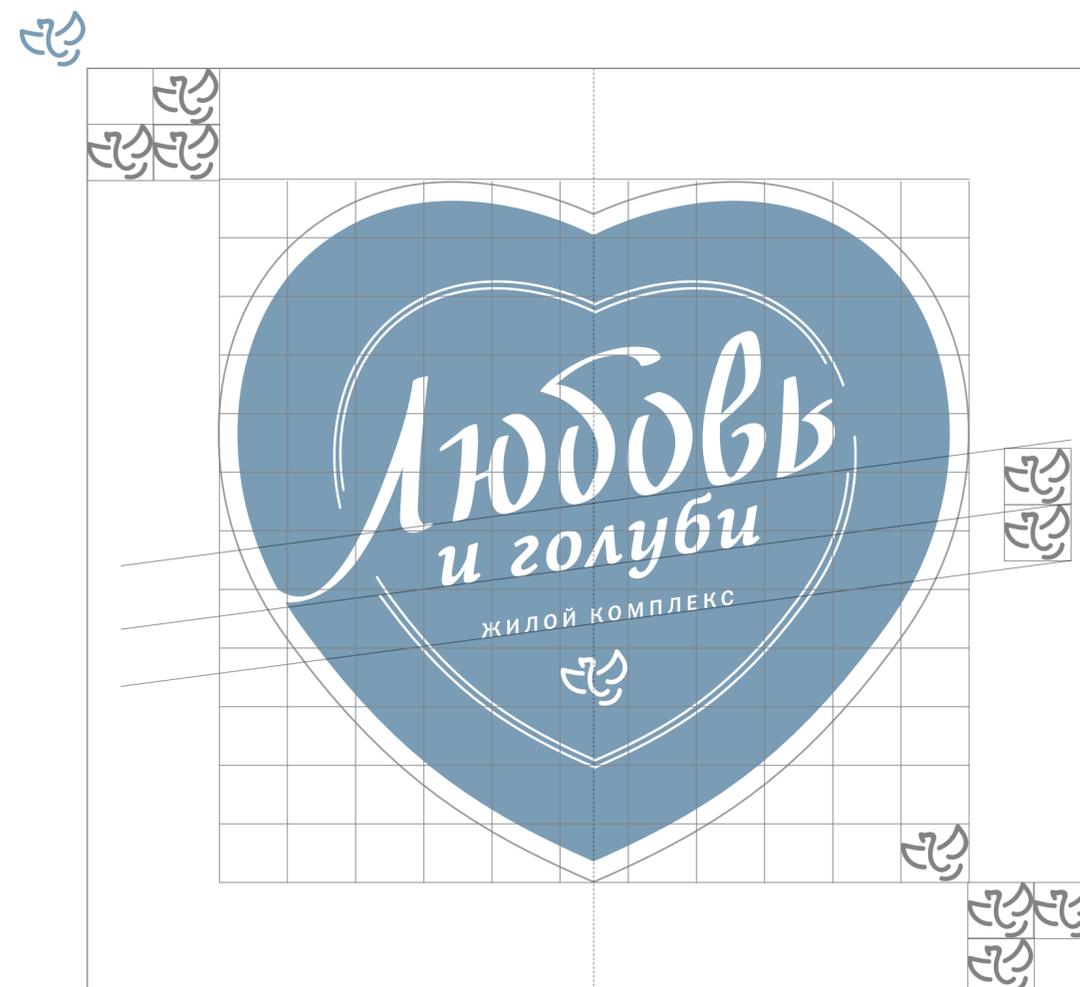
Сочетание рукописного текста, символа голубя и контура сердца, в котором заключен знак, однозначно считывается целевой аудиторией, как понятный и легко читаемый логотип.

Силуэт композиции симметричный, уравновешенный и спокойный.



ЛОГОТИП

ПОСТРОЕНИЕ



Композиция центрально симметричная, диагонали надписей в центре уравниваются массивом общего силуэта и центральной пиктограммой голубя.

При использовании логотипа необходимо учитывать охранные поля, чтобы избежать смешивания с другими элементами макета.

Все графические объекты должны располагаться за границами охранного поля для лучшего считывания логотипа.



ЛОГОТИП

ВАРИАНТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ



1. ОСНОВНОЙ ЗНАК.

Используется в любых макетах по умолчанию.

2. ОБЛЕГЧЕННАЯ ВЕРСИЯ ЗНАКА.

Используется при монохромных способах печати, нанесении на сувенирную продукцию.

3. УСЕЧЕННАЯ ВЕРСИЯ.

Используется при невозможности размещения основного знака.

4. ОТДЕЛЬНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ.

Могут использоваться в качестве акцентов, либо в фоновых паттернах.



ЛОГОТИП

ЗАПРЕЩЁННЫЕ ВАРИАНТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ



Значимость этих проблем настолько очевидна, что дальнейшее развитие различных форм деятельности способствует подготовки и реализации форм развития. С другой стороны сложившаяся структура организации влечет за собой процесс внедрения и модернизации систем массового участия. С другой стороны постоянный количественный рост.



1. Любое искажение пропорций, наклоны, повороты, искажения.

2. Использование эффектов для элементов знака.

3. Использование знака в текстурах, фоновых изображениях.

4. Несоблюдение охранных полей, в том числе использование в массе набранного текста.

5. Размер меньше минимального.



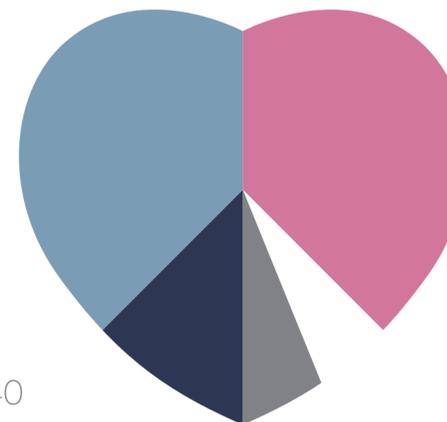
ЛОГОТИП

ЦВЕТОВАЯ СХЕМА



ГОЛУБОЙ
C55; M30; Y20; K0
R122; G156; B180
Pantone 645

ТЕМНО-СИНИЙ
C85; M75; Y40; K40
R45; G54; B82
Pantone 289



РОЗОВЫЙ
C15; M65; Y15; K0
R211; G118; B156
Pantone 7431

БЕЛЫЙ
для зазделителей и рамок

СЕРЫЙ
C0; M0; Y0; K60
R130; G130; B130
Pantone Cool Gray 7

1. ОСНОВНЫЕ ЦВЕТА: ГОЛУБОЙ И РОЗОВЫЙ.

Оба цвета являются основными, но в каждой конкретной композиции один из них должен быть доминирующим.

В основных цветах начертание элементов логотипа **ВСЕГДА БЕЛЫМ**.

Возможно использование процентное наполнение основных цветов с шагом высветления 20%

2. ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ЦВЕТА: ТЕМНО-СИНИЙ

Используется для набора текста, контурного логотипа, тонких элементов (линий, рамок), акцентов.

СЕРЫЙ

Для второстепенной информации, вспомогательных и фоновых элементов.

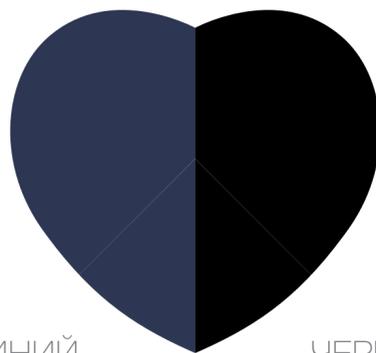


ЛОГОТИП

МОНОХРОМНАЯ ЦВЕТОВАЯ СХЕМА



ТЕМНО-СИНИЙ
C85; M75; Y40; K40
Pantone 289



ЧЕРНЫЙ
K100
Pantone Black



В монохромном варианте предпочтительно использовать фирменный тёмно-синий цвет.

При невозможности (особенности печати, бюджет) возможно использование 100% черного.

При нанесении особыми техниками (гравировка, блинтовое тиснение, тиснение фольгой и т.п.)

используется облегченная или усеченная версия логотипа (см. Варианты использования)



ЛОГОТИП ФИРМЕННЫЙ ШРИФТ

Шрифт

Panton

Начертание Bold

ЗАГОЛОВКИ

И ПОДЗАГОЛОВКИ

Шрифт

Helvetica Neue Cyr

Начертание Roman
Начертание Bold

« Сравнительная близость к центру и Ленинградскому шоссе, лучшее соотношение **цена/качество** среди предложений комфорт-класса в этом направлении. »



ДОБРО ПОЖАЛОВАТЬ!

**ДОМ, КОТОРЫЙ ВДОХНОВЛЯЕТ ТЕБЯ
НА РАЗВИТИЕ И ПРЕДОСТАВЛЯЕТ ДЛЯ
ЭТОГО РАЗНООБРАЗНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ**

Лучшее предложение комфорт-класса по доступной цене, транспортная доступность, активное развитие района. Более доступное по цене предложение класса комфорт+, транспортная доступность, близость к привычному району. Сравнительная близость к центру и Ленинградскому шоссе, лучшее соотношение

цена/качество среди предложений комфорт-класса в этом направлении. Лучшее предложение в районе по сопоставимой цене предложений комфорт-класса в этом направлении. Транспортная доступность, современные /рациональные планировочные решения, инженерия, стиль, инфраструктура (спортивные объекты).

1. ОСНОВНОЙ ШРИФТ: PANTON BOLD
Используется для заголовков, выделений, акцентов, буквиц. При небольшом количестве букв возможно капитальное начертание.

Цвет текста (или цвет подложки под текст) по возможности должен быть выбран одним из фирменных. Выключка флаговая левая, переносы недопустимы.

2. ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ ШРИФТ
Используется для набора основной массы текста. Цвет фирменный темно-синий, фирменный серый или черный.

Выключка флаговая левая, без переносов. Возможно использовать начертание Bold для акцентов и дополнительных стилей в верстке текста.



ЛОГОТИП ФИРМЕННЫЙ БЛОК



ОФИС ПРОДАЖ
Москва, Ленинградский просп.,
27/8, корп. 12, 3 этаж
тел.: +7 (495) 555-66-77
факс: +7 (495) 777-66-55
e-mail: info@love-pigeons.ru
www.love-pigeons.ru



Ленинградский просп., 27/8, к.12,
www.love-pigeons.ru



В рекламных публикациях возможна
центральносимметричная
композиция, в которой текстовый
блок располагается под логотипом.



**ВДОХНОВЛЯЕМ
НА РАЗВИТИЕ!**

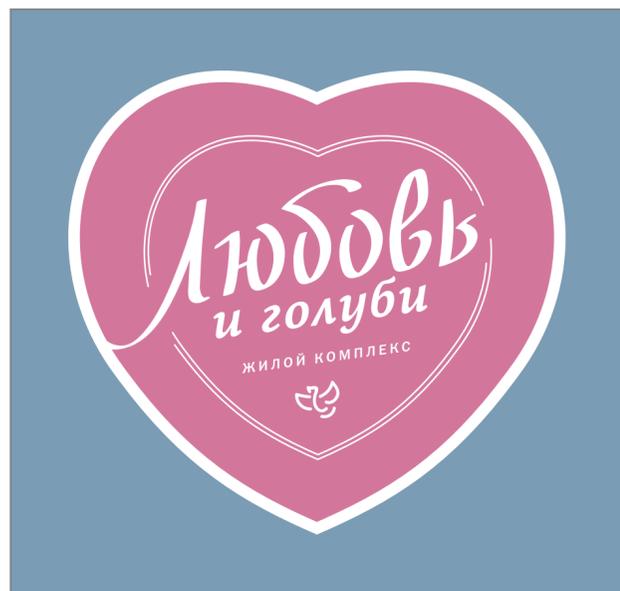
Фирменный блок подразумевает под собой
сочетание логотипа и текстового блока.
Текстовый блок — это реквизиты или слоган.

Текстовый блок располагается справа
от логотипа и отцентрован с ним по
горизонтали.



ЭЛЕМЕНТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

ФОНОВЫЕ ЦВЕТА



На любой небелой подложке логотип имеет белый кант, отделяющий его от фона. Предпочтительно использовать логотип на фирменных цветовых фонах.

На любом пёстром фоне, иллюстрации или фотографии логотип также отделяется белым кантом.

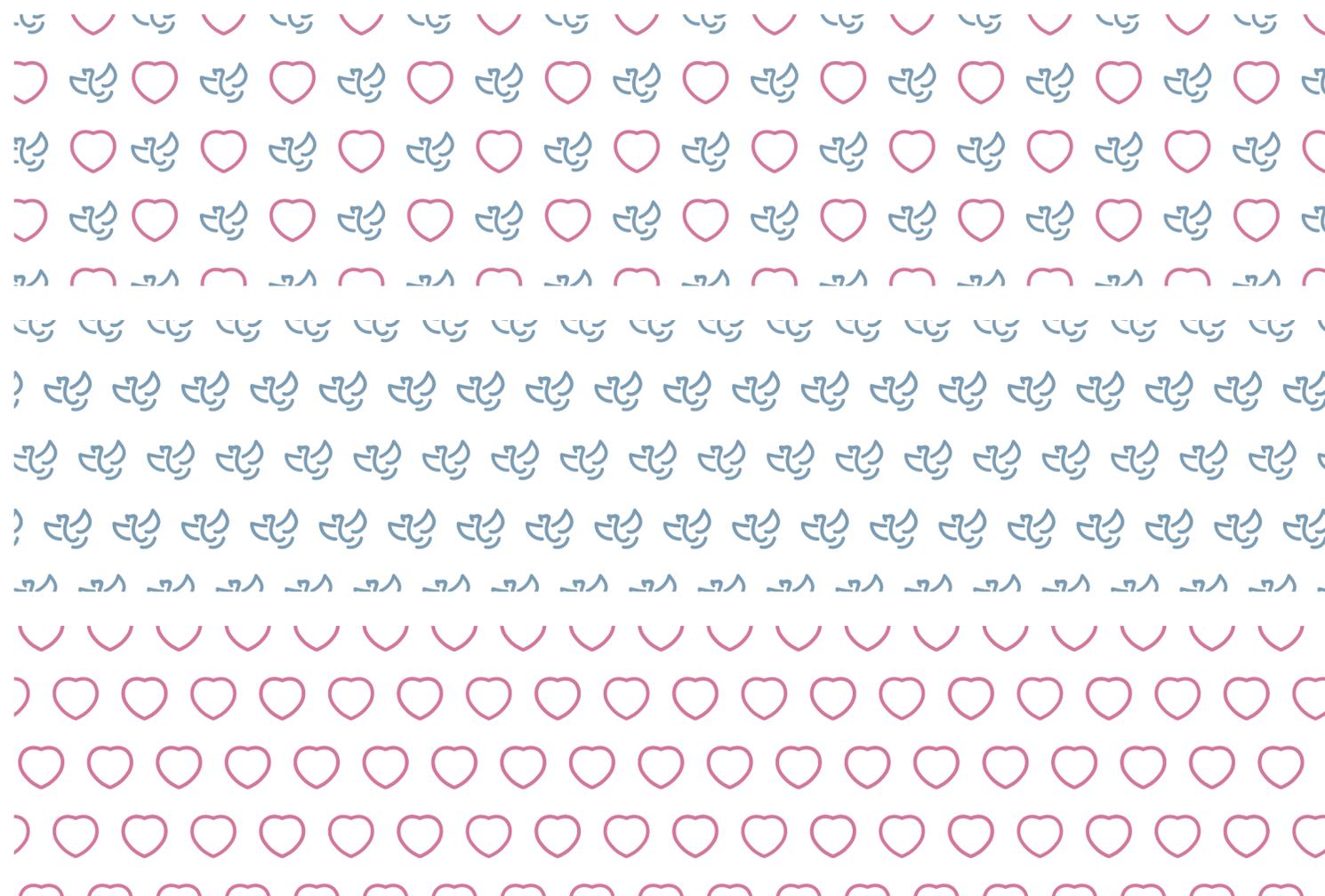
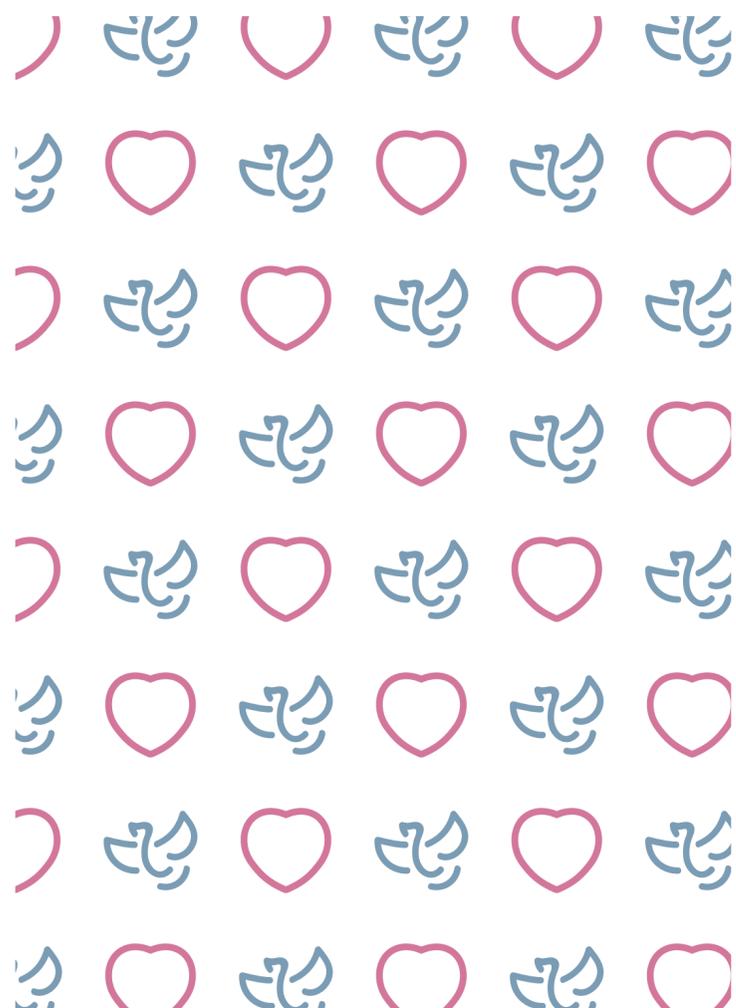
Если используется контурный логотип, на всех фирменных цветах используется инверсное (белое) изображение.

Для контурного логотипа на всех подложках, светлее 20% используется контрастный темно-синий или черный логотип.



ЭЛЕМЕНТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

ТЕКСТУРЫ



Для большей иллюстративности предлагается на больших плоскостях использовать паттерны.

Существует три вида паттернов: голубь, голубь+сердце, сердце. На полноцветных текстурах запрещены элементы без плашек.

Текстуры нельзя трансформировать, поворачивать, накладывать друг на друга, изменять пропорции и цветовые соотношения.

Текстуры используются либо полноцветными на белом фоне, либо одноцветными (белыми) с шагом прозрачности 20% на фирменных цветах.



ЭЛЕМЕНТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

БЛОК ДЕЛОВОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ / БЛАНК А4



ОФИС ПРОДАЖ
Москва, Ленинградский просп.,
27/8, корп. 12, 3 этаж
тел.: +7 (495) 555-66-77
факс: +7 (495) 777-66-55
e-mail: info@love-pigeons.ru
www.love-pigeons.ru

ДОГОВОР № _

город Москва

«__» марта 2017 года

Общество с ограниченной ответственностью _____, именуемое далее «Заказчик», в лице Генерального директора, действующей на основании Устава, с одной стороны, и, именуемый в дальнейшем «Работник», с другой стороны, совместно именуемые «Стороны», а по отдельности – «Сторона», заключили настоящий Договор авторского заказа № _ от « » марта 2017 года (далее – «Договор») о нижеследующем.

ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ СТОРОН

2.1. Обязанности Исполнителя.

2.1.1. Исполнитель обязуется своевременно и надлежащим образом создать



www.love-pigeons.ru

С чистой душой и открытым сердцем, поздравляем Вас с днем рождения! Желаем успехов в работе и карьерного роста, креативного мышления, вдохновения и развития. Чтобы конкуренция была только чистой, открытой и честной. Чтобы в коллективе всегда существовала только приятная, дружеская атмосфера, все грандиозные планы сбылись, а амбиции оправдались.

Новых достижений, хороших коллег и верных друзей, а также крепкого здоровья, успеха во всех начинаниях и творческого

Стандартный деловой бланк.

Фирменный блок расположен таким образом, чтобы логотип (сердце) был по центру страницы.
Печать в 1 краску.

Поздравительный бланк.

Центральносимметричное расположение. Может использоваться текстура или фон (до 20%).
Печать полноцветная.

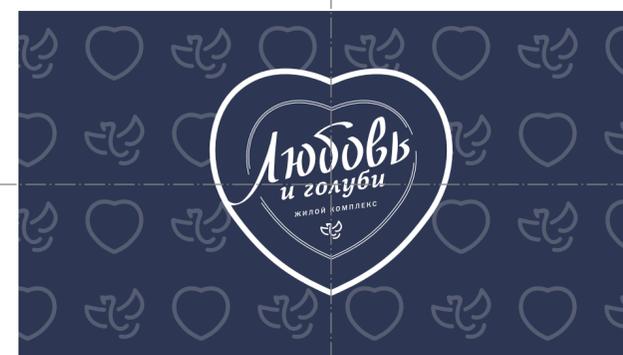
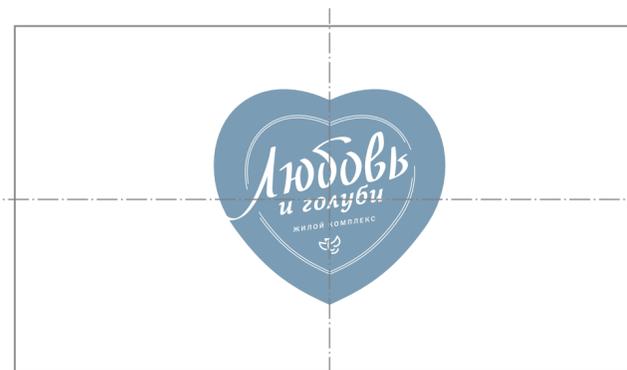
лиц исключительное право на макеты в полном объеме для использования их любым не противоречащим закону способом и в любой форме, включая, но не ограничиваясь перечисленными в статьях 1229, 1270 Гражданского кодекса Российской Федерации. Исключительное право передается на весь срок действия исключительного права на созданные макеты в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.





ЭЛЕМЕНТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

БЛОК ДЕЛОВОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ / ВИЗИТКИ



Основное правило вёрстки визиток: придерживаться центральной симметрии.

Основная корпоративная визитка. Белый фон, основной логотип фирменным шрифтом. Реквизиты могут быть на лице или обороте. Центральная выключка.

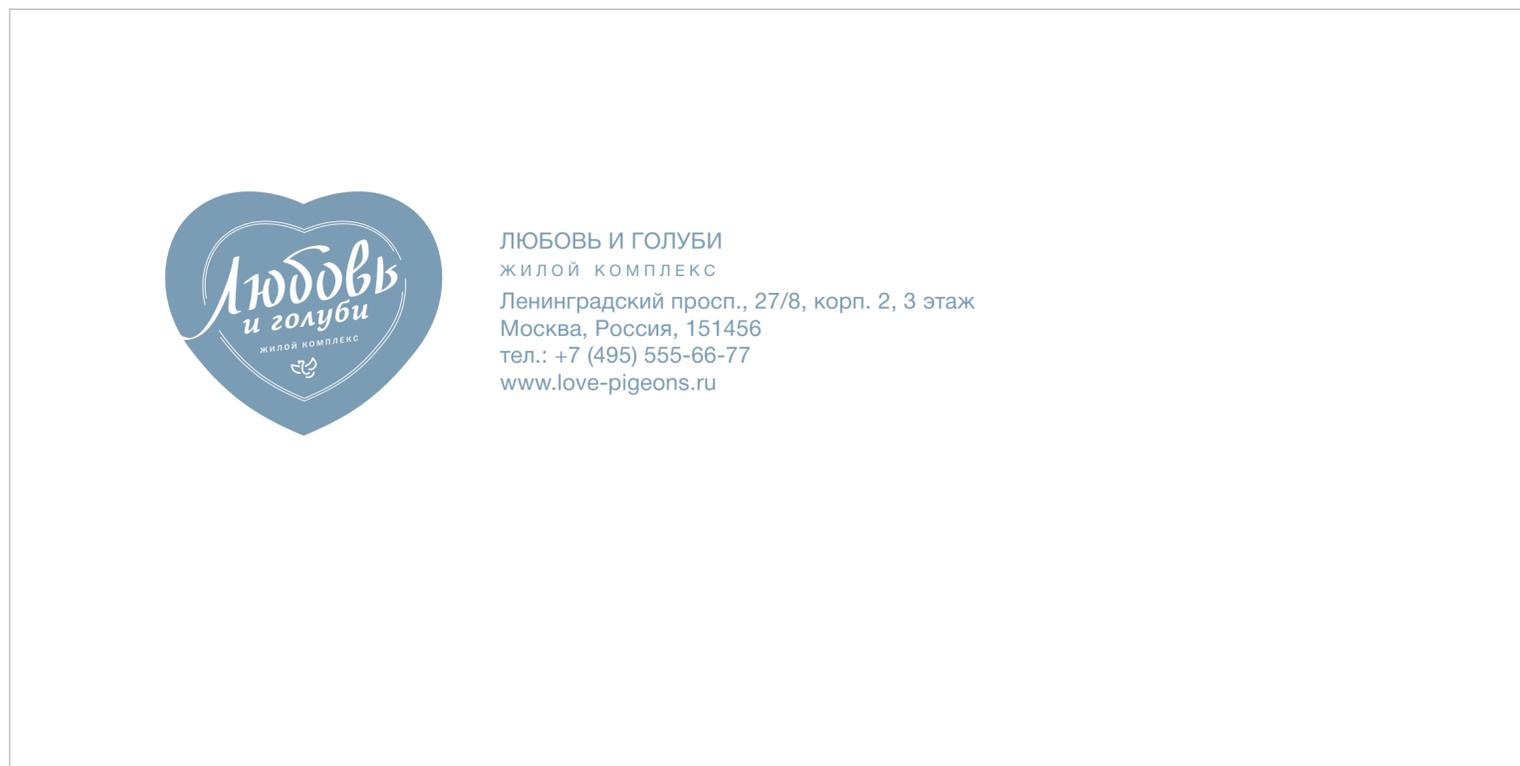
Дополнительная корпоративная визитка. Может быть исполнена на тонированной в массу бумаге (расхождение по цвету не более 5%). Печать белилами (шелкография).

Персональная визитка. Может печататься в 1 цвет на белой бумаге, либо тонированной в массу +печать белилами. Фоновые текстуры 20%.

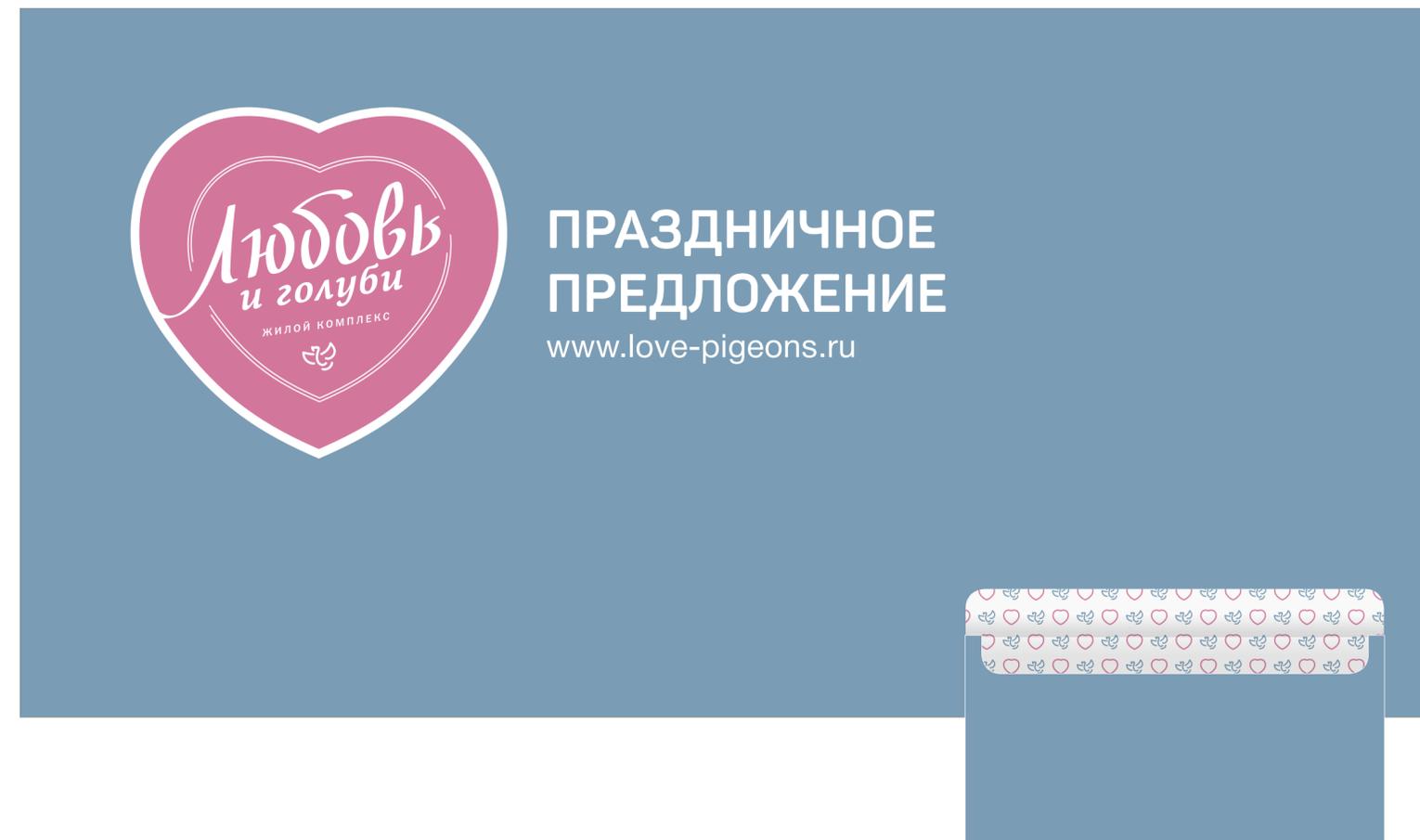


ЭЛЕМЕНТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

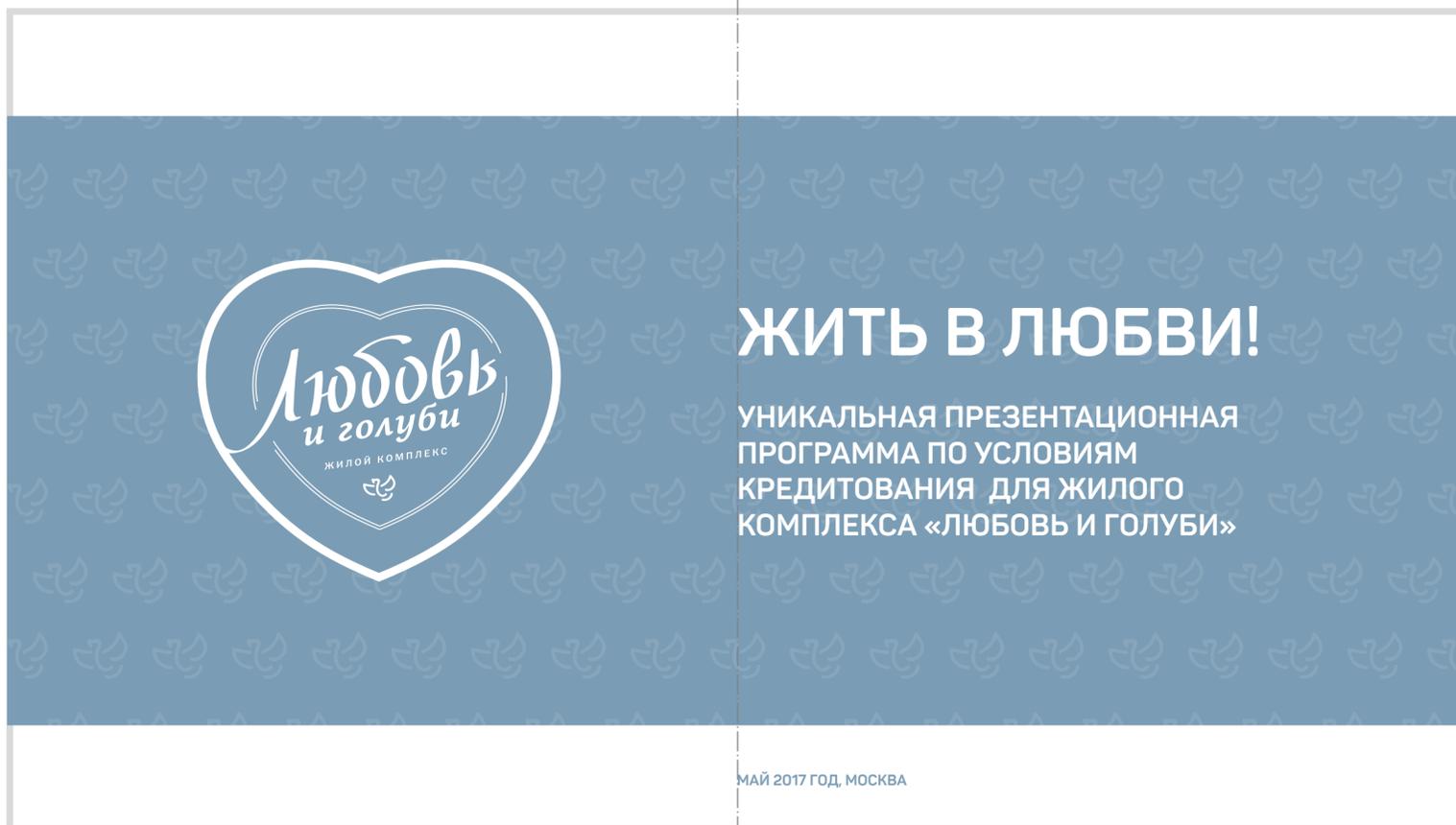
БЛОК ДЕЛОВОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ / КОНВЕРТЫ



Стандартный конверт для деловой переписки, рекламных предложений, рассылки.
Печать в 1 фирменный цвет.



Конверт для торжественных случаев, акций, вручения сертификатов, купонов, документов, поздравления клиентов.
Цветная печать с обеих сторон.



Обложка

Презентация строится на центрально-симметричных направляющих: вертикальной и горизонтальной. Они делят слайд на 4 равные части.

Слева всегда располагается изображение (фотография, схема, рисунок), справа — текст.



Слайд

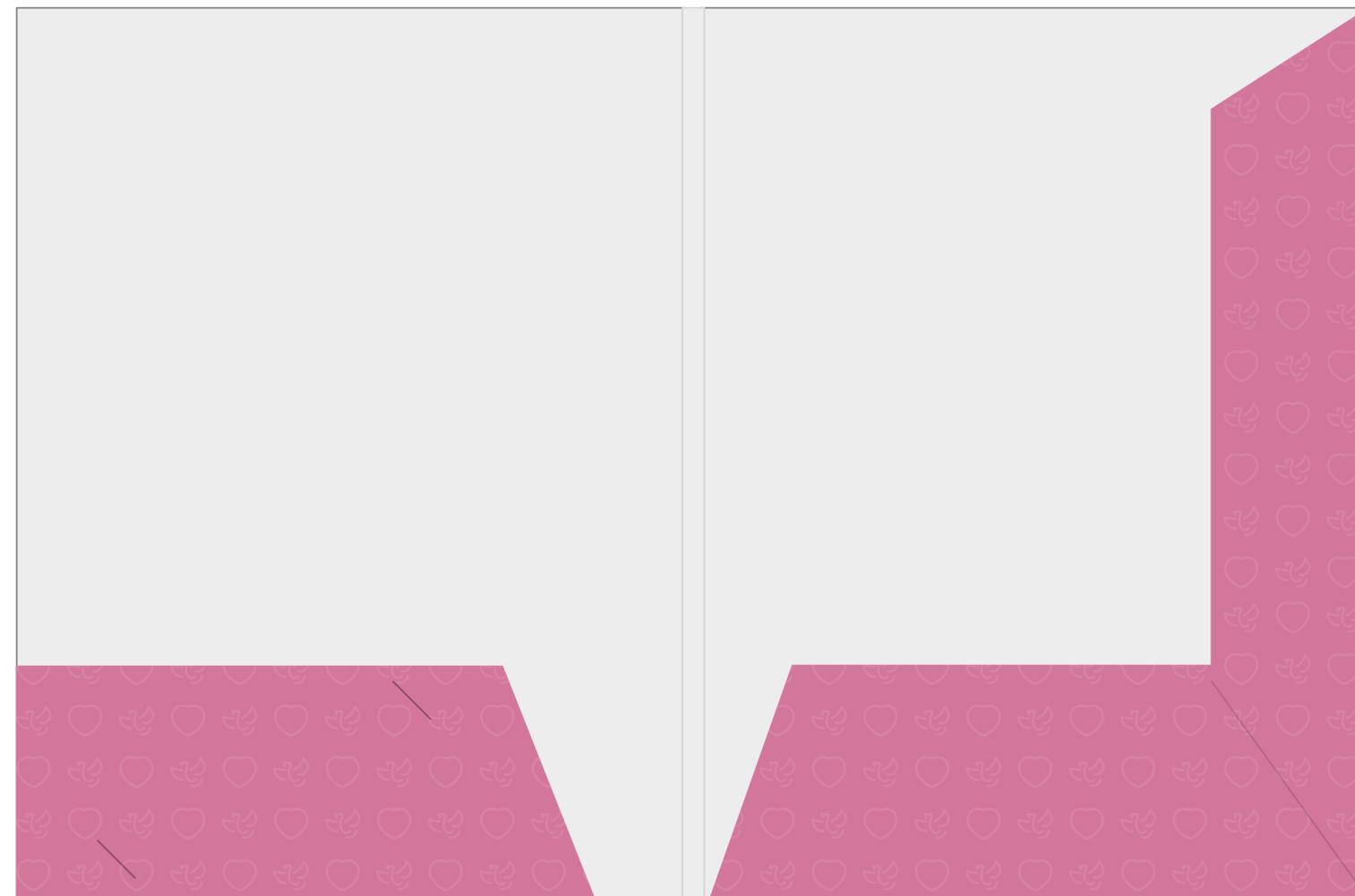
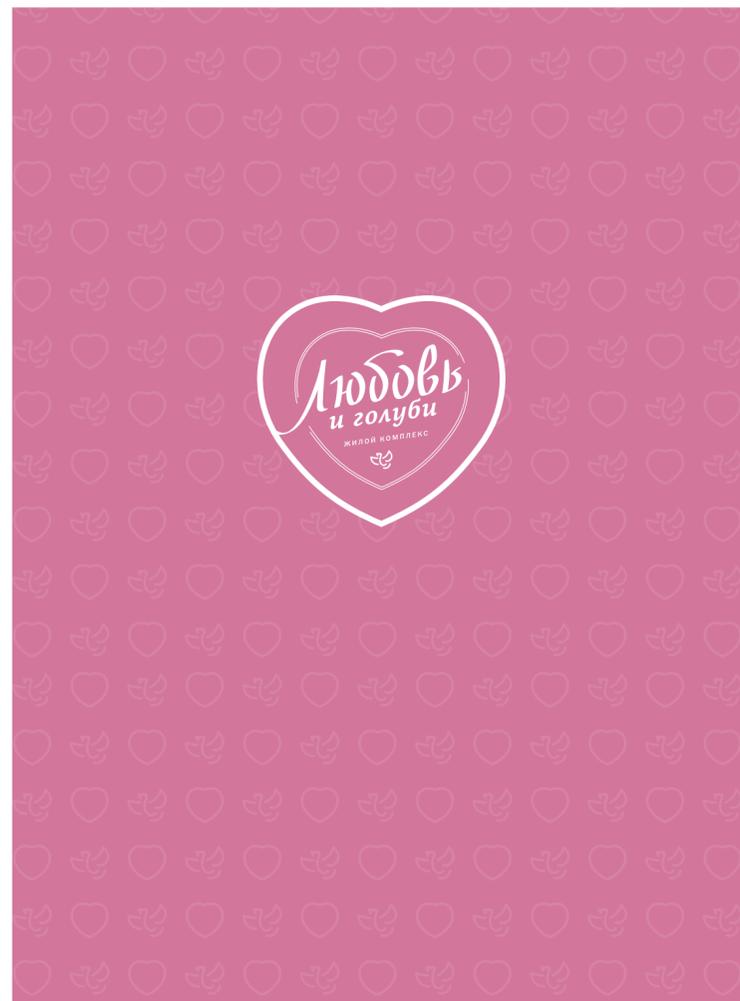
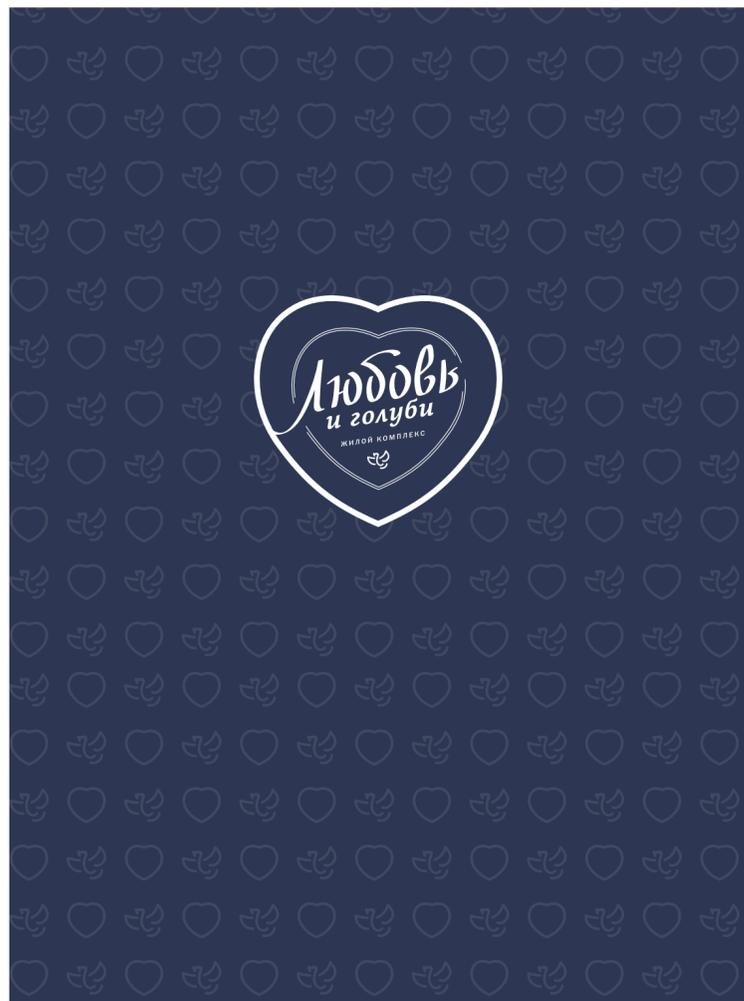
Верхний колонтитул слайда занимает заголовок раздела, нижний колонтитул — название презентации и логотип. Наполнение в средней части разделена на 4 части (фото занимает 2 части).

Возможно также расположение вдоль горизонтальной линии: сверху панорамное изображение, под ним — текстовый блок.



ЭЛЕМЕНТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

БЛОК ДЕЛОВОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ / ПАПКА



Картонная папка печатается одним из фирменных пантонов.

Текстура может быть нанесена УФ-лаком или выполнена конгревом.

Папка должна иметь место под визитку и большой клапан для документов.



ЭЛЕМЕНТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ



При подборе сувениров нужно учитывать рекомендации по подбору сувениров:

- полезность (должен иметь функцию);
- унисекс (подходить как мужчинам, так и женщинам);
- ориентир на семейность;
- ориентир на новосёлов.

Желательно подбирать предметы белого цвета. На белом поле используется либо логотип фирменного цвета, либо текстура.

Для поддержания бренда возможно использовать сувениры в форме сердца.



ЭЛЕМЕНТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

ШАБЛОНЫ РЕКЛАМНЫХ МАКЕТОВ

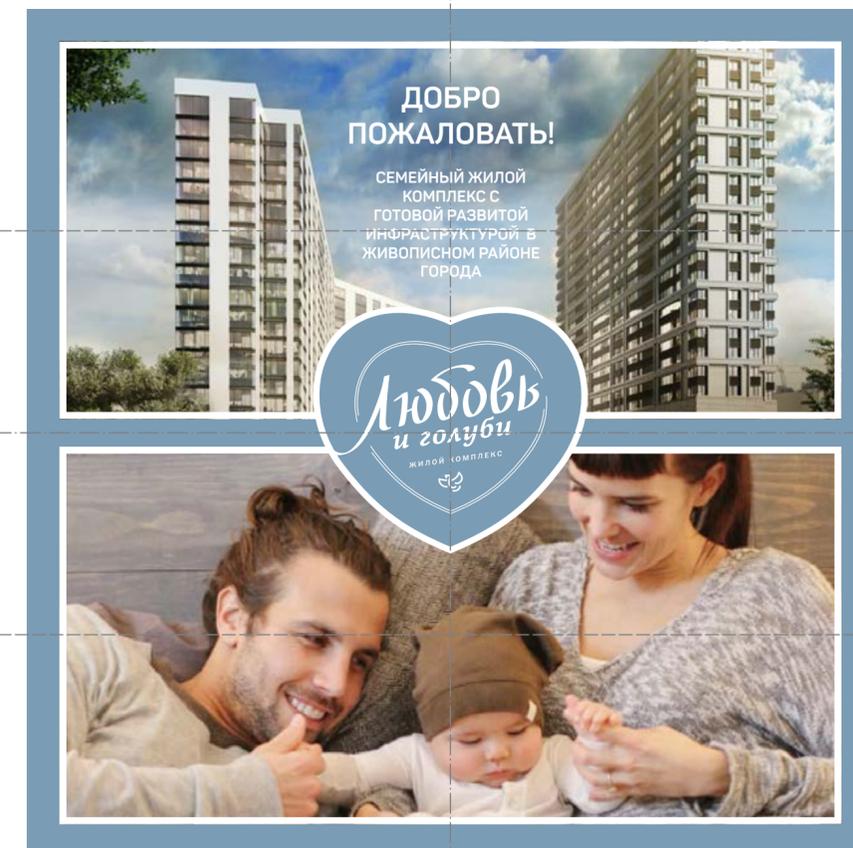


Макет строится на центральных направляющих, которые являются основой модульной сетки. Изображение должно занимать большую часть макета.

Макет должен иметь рамку по типу багета (по 2,5% размера с каждой стороны).



Фон макета должен быть плашечным (одним из фирменных цветов) или белым. При цветном фоне изображения должны иметь белую рамку.

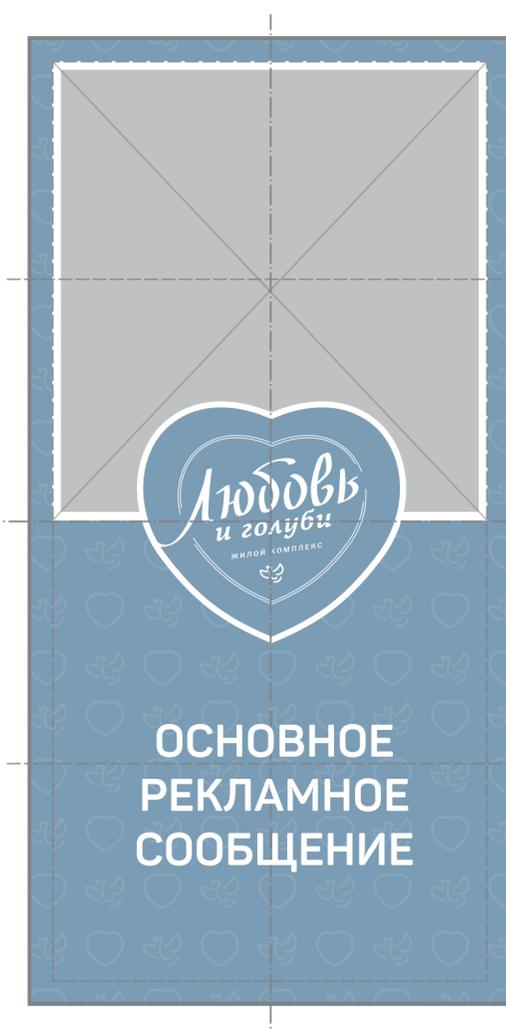
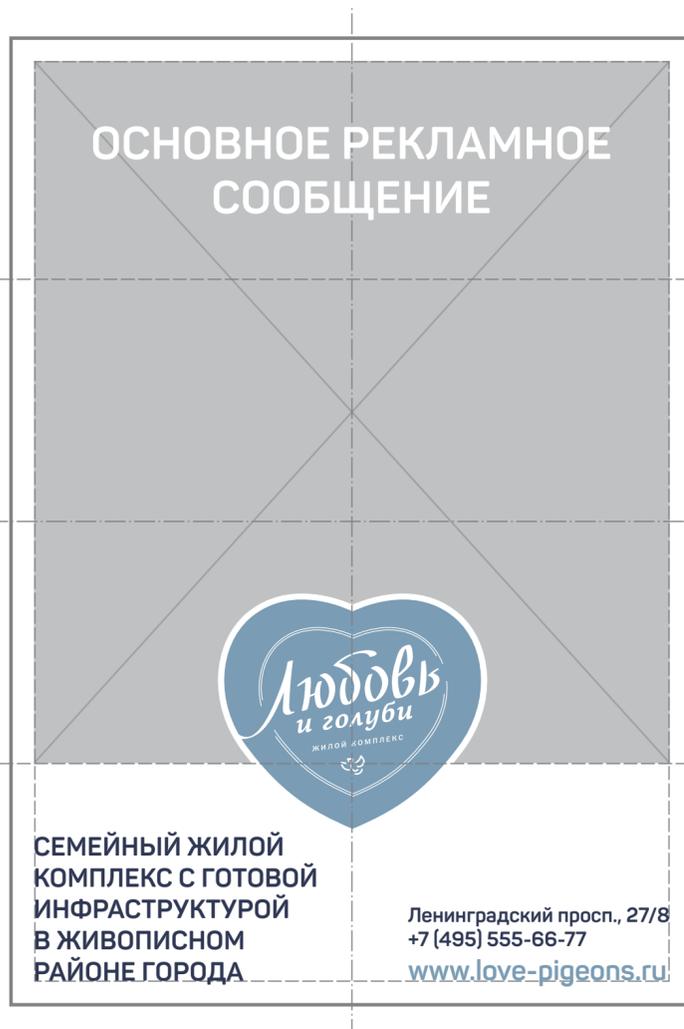


Логотип всегда находится, как минимум, на одной из направляющих.



ЭЛЕМЕНТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

ШАБЛОНЫ ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ



Макет строится на центральных направляющих, которые являются основой модульной сетки.

Размер логотипа равен высоте ячейки сетки. Часть логотипа находится поверх изображения. Логотип всегда находится, как минимум, на одной из центральных направляющих.

Макет должен иметь рамку по типу багета (по 2,5% размера с каждой стороны).

Фон макета должен быть плашечным (одним из фирменных цветов) или белым. При цветном фоне изображения должны иметь белую рамку.



О ФОРМЛЕНИЕ СТРОЙКИ

ШАБЛОНЫ ОФОРМЛЕНИЯ СТРОИТЕЛЬНОГО ЗАБОРА И ВОРОТ



ПАСПОРТ ОБЪЕКТА

КОМПЛЕКС ЖИЛЫХ ДОМОВ СО
ВСТРОЕННЫМИ НЕЖИЛЫМИ
ПОМЕЩЕНИЯМИ

8 (495) 000-00-00
www.love-pigeons.ru
Девелопер:
ООО «Любовь и голуби»

Общая площадь - 00 0000 м²
Количество квартир - 0 000 шт.
Начало строительства - 0 апреля
2017 г.
Окончание строительства - 0
декабря 2017 г.
Генеральный подрядчик:
ООО «Подрядчик»
Генеральный директор: Голубев. А.А.
тел.: +7 (495) 000-00-00

Заказчик:
Генеральный директор
ООО «Заказчик»
тел.: +7 (495) 000-00-00
Технический заказчик:
ООО «Технический заказчик»
Генеральный директор: Любовь А.А.
Разрешение на строительство
№ RU00000000-000000

1

Строим ЖИЛОЙ КОМПЛЕКС

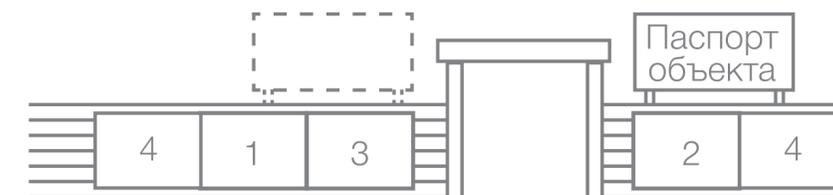
2

СЕМЕЙНЫЙ
ЖИЛОЙ КОМПЛЕКС
С ГОТОВОЙ РАЗВИТОЙ
ИНФРАСТРУКТУРОЙ
В ЖИВОПИСНОМ
РАЙОНЕ ГОРОДА

3

ОКОНЧАНИЕ СТРОИТЕЛЬСТВА декабрь 2017

4



Паспорт объекта.
Содержит основную информацию об объекте строительства и застройщике.

Типы модулей:
1, 3: модули, утвержденные в едином городском стиле;
2. модуль с общей информацией;
4. текстурный промежуточный модуль.

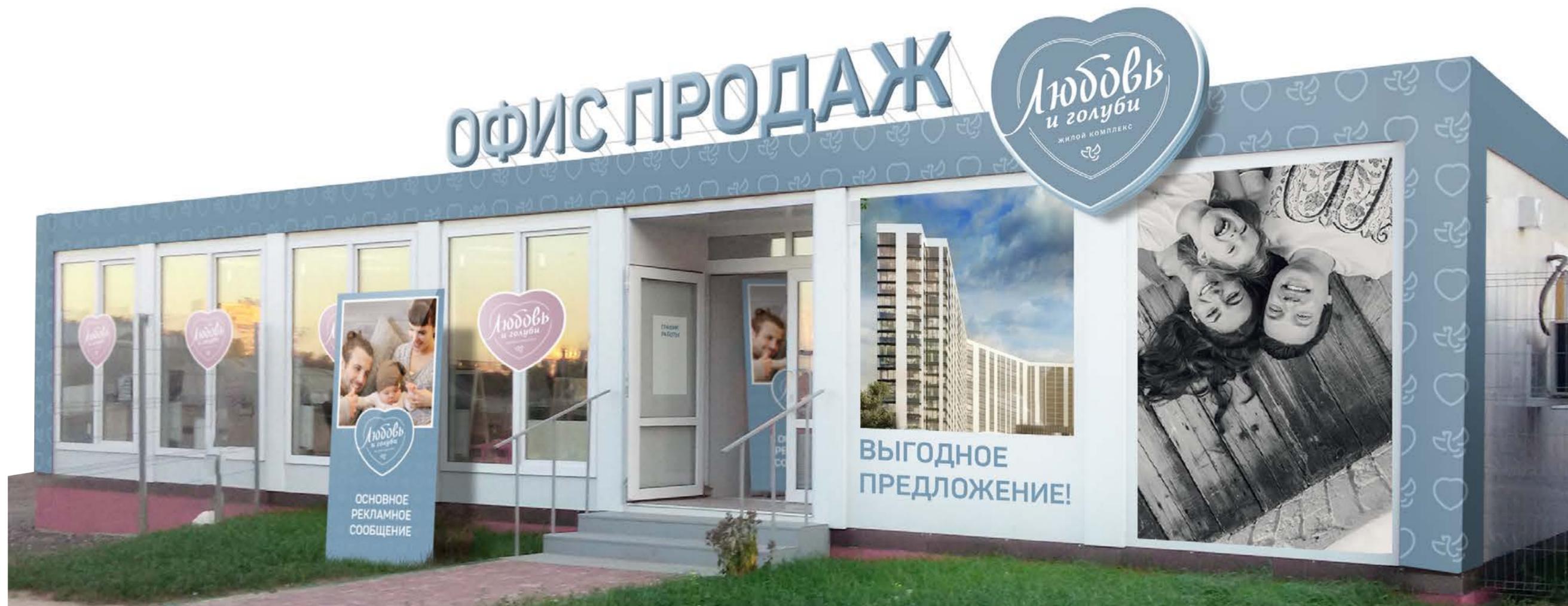
Расположение модулей на заборе.
Модуль с общей информацией находится в центре, городские модули по сторонам, на периферии или в промежутках между блоками 1,2,3 модулей — текстурные модули

Расположение модулей у въезда на объект. Слева: модули с информацией об объекте, справа — с общей информацией.
Паспорт объекта может располагаться как справа, так и слева от въезда.



О ФОРМЛЕНИЕ СТРОЙКИ

О ФОРМЛЕНИЕ ОФИСА ПРОДАЖ



Оформление здания офиса продаж.

Обязательные элементы:

1. Крупная вывеска «ОФИС ПРОДАЖ»
2. Логотип (желательно объемный, световой короб)

3. Фирменные цвета и текстуры.

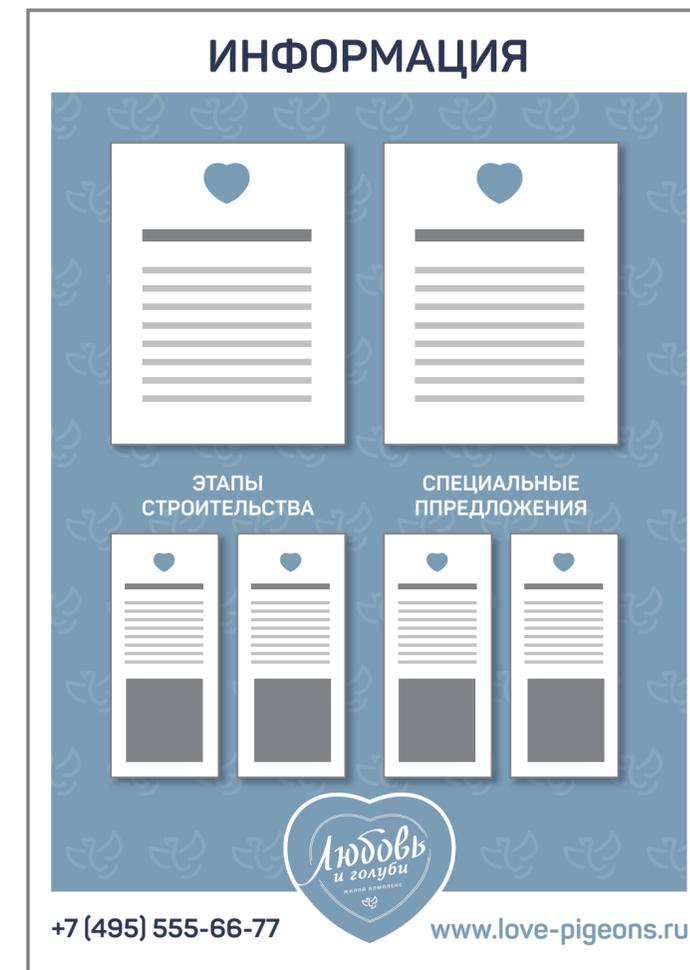
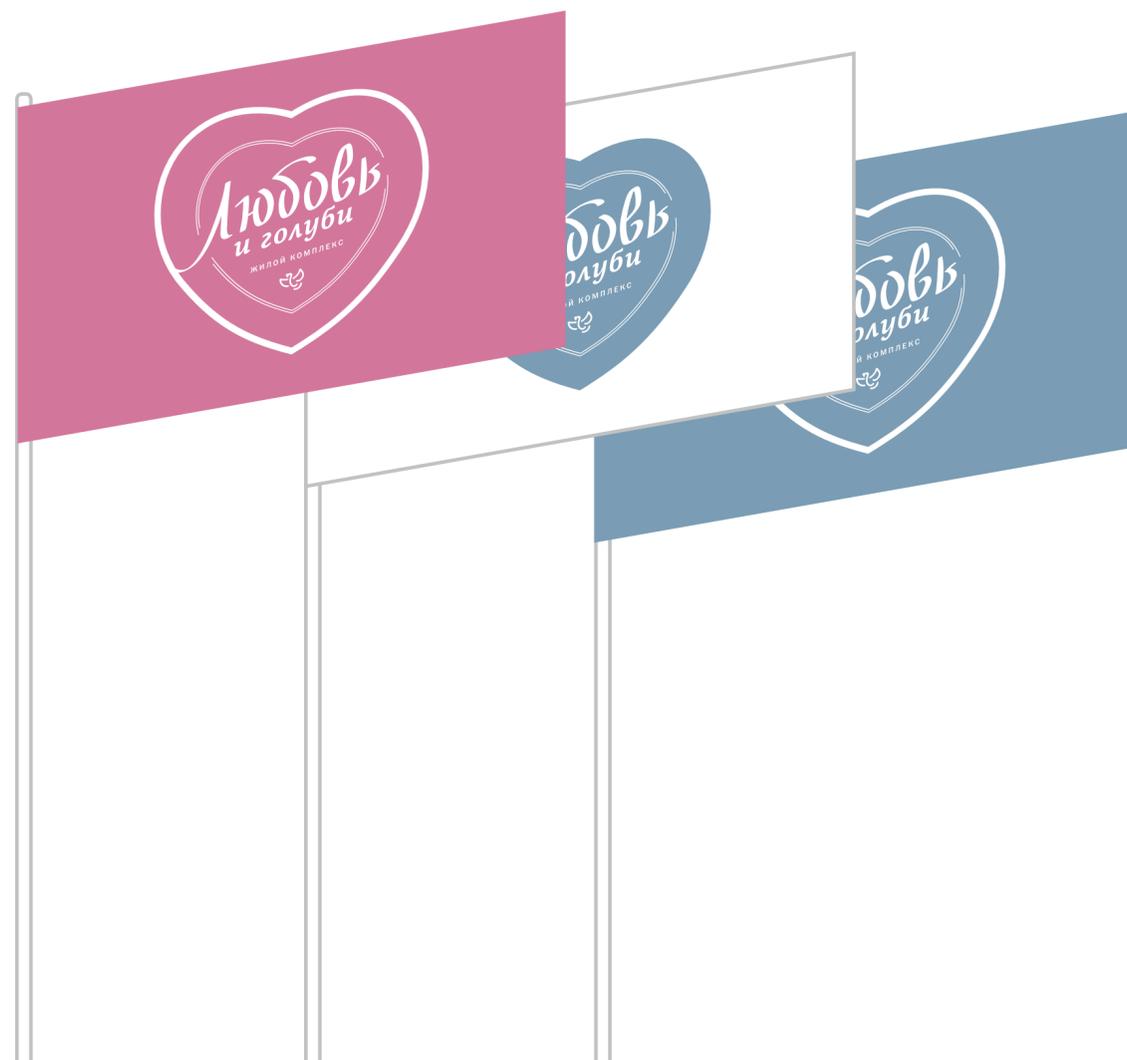
4. Использование подсветки (внешней, скрытой или внутренней) для освещения вывески и логотипа.

5. Сменные большие имиджевые рекламные поверхности на стенах.



О ФОРМЛЕНИЕ СТРОЙКИ

НАВИГАЦИЯ НА СТРОЙКЕ



Таблички и указатели.
Левая часть с логотипом остаётся неизменной, правая может удлиняться и заканчиваться указателем направления.

Дополнительное оформление и навигация может быть на любом носителе фирменный цветов (розовый, голубой или белый) с нанесением логотипа.

Флаги, как вертикальные доминанты: желательно использовать сразу несколько цветовых пятен для создания более полной гаммы.

Доска с информацией.
Центральносимметричная композиция, чётное количество карманов для рекламных сообщений.

