



Описание бренда
и Руководство
по фирменному
стилю

Часть 2.
Основные
константы
фирменного
стиля



Основные константы фирменного стиля

Визуальные атрибуты бренда ALUTECH.....	3
Фирменный блок	4
Общее представление и описание.....	4
Логотип.....	5
Фирменный знак.....	6
Правила построения	8
Виды компоновок и языковые версии	10
Допустимые минимальные размеры	11
С дескриптором	12
Охранное поле	18
Выравнивание.....	19
Правила расположения на фоне	20
Дополнительные вариации цветового решения.....	22
Взаимодействие со слоганом.....	25
Взаимодействие с названием ДЗО.....	27
Взаимодействие с названием независимого дилера	29
Фирменная цветовая палитра.....	30
Типографика стиля.....	31
Общее описание	31
Правила написания	32
Стилеобразующие элементы	33
Общее описание	33
Правила использования	34
Визуальные атрибуты суббрендов ALUTECH.....	38
Фирменные блоки суббрендов	39
Общее представление и описание.....	39
Правила построения	41
Фирменные знаки	42
Виды компоновок и языковые версии	43
Допустимые минимальные размеры	44
Охранное поле	45
Выравнивание.....	46
Правила расположения на фоне	47
Дополнительные вариации цветового решения.....	49
Взаимодействие со слоганом.....	51
Стилеобразующие элементы суббрендов.....	53
Общее описание	53
Правила использования	55
Структура прилагаемого диска	58

1. БРЕНД
ALUTECH

2. ОСНОВНЫЕ
КОНСТАНТЫ
ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

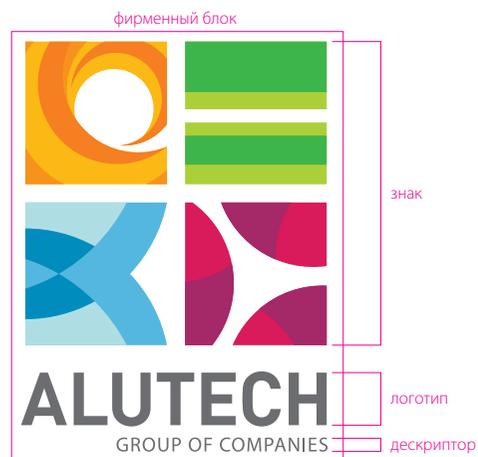
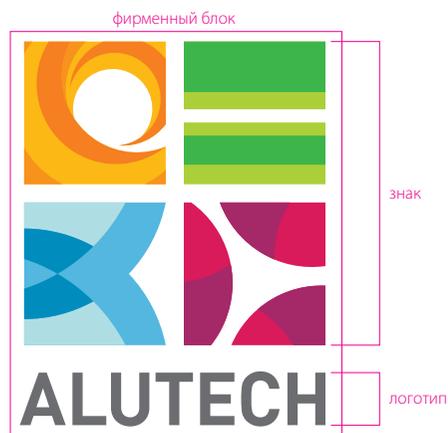
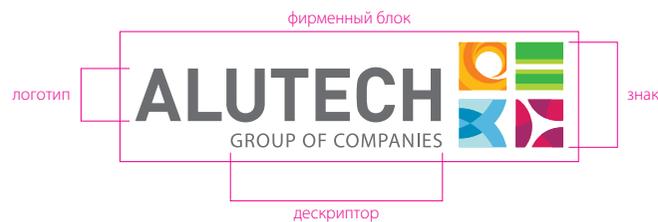
3. ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ
В ДОКУМЕНТО-
ОБОРОТЕ

4. ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ
В МНОГОСТРАНИЧНЫХ
ИЗДАНИЯХ

5. ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ
В РЕКЛАМНЫХ
КОММУНИКАЦИЯХ

Визуальные атрибуты бренда ALUTECH

Основные
константы
фирменного
стиля



Фирменный блок Общее представление и описание

Фирменный блок ALUTECH представляет собой единую композицию, состоящую из двух или трех графических элементов:

- 1 логотипа
(начертания названия бренда)
- 2 фирменного знака
(абстрактного декоративного изображения)
- 3 дескриптора (не во всех случаях)
(начертания дополнительной текстовой информации)

Внимание!

Здесь и далее по тексту Руководства указанные термины будут употребляться именно в таком значении (обыкательское обозначение «логотипом» всего фирменного блока в целом является неверным).

ALUTECH

ALUTECH  min 1 мм

АЛЮТЕХ

АЛЮТЕХ  min 1 мм

Фирменный блок Логотип

Логотип ALUTECH представляет собой графическое начертание названия бренда, исполненное в виде авторской шрифтовой композиции, в основе которой – гарнитура DIN Bold. Логотип существует в двух версиях – латинской и кириллической.

Внимание!

Использование логотипа вне фирменного блока (т. е. без фирменного знака) допускается только в особых, исключительных случаях, и требует обязательного согласования с разработчиками.

Приведенные слева минимальные размеры логотипа 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.

1. БРЕНД
ALUTECH

2. ОСНОВНЫЕ
КОНСТАНТЫ
ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

3. ФИРМЕННОЙ СТИЛЬ
В ДОКУМЕНТО-
ОБОРОТЕ

4. ФИРМЕННОЙ СТИЛЬ
В МНОГОСТРАНИЧНЫХ
ИЗДАНИЯХ

5. ФИРМЕННОЙ СТИЛЬ
В РЕКЛАМНЫХ
КОММУНИКАЦИЯХ

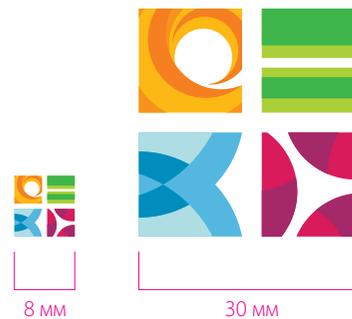
Фирменный блок

Фирменный знак

big



small



Фирменный знак ALUTECH – абстрактная графическая композиция, исполненная в стилистике современного европейского коммуникационного дизайна.

Знак представляет собой организованную и четко структурированную систему, состоящую из четырех элементов – стилизованных пиктограмм, каждая из которых символизирует ту или иную группу продукции, производимой под брендом ALUTECH.

Знак в силу своей графики может использоваться в качестве дополнительного декоративного элемента оформления того или иного носителя (например, рекламно-полиграфической продукции).

Внимание!

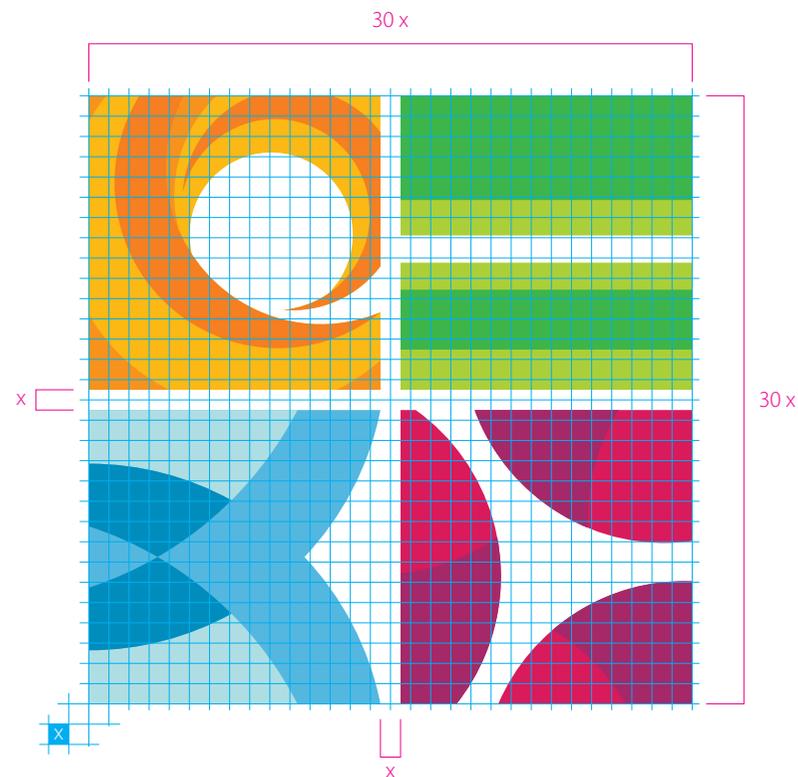
При этом на оформляемом носителе обязательно следует размещать и полноценную версию фирменного блока.

В особых случаях фирменный знак может использоваться как основной элемент оформления носителя (например, значка на лацкан пиджака, шейного платка и некоторой другой сувенирной продукции).

Внимание!

Для случаев, когда знак используется вне фирменного блока, разработаны два его типоразмера, отличающихся расстояниями между его элементами – small и big. Первый должен использоваться в ситуациях, когда размер знака на носителе варьируется от 8 до 30 мм; второй – при размерах свыше 20 мм (см. приведенные схемы).

Использование фирменного знака вне фирменного блока требует обязательного согласования в каждом конкретном случае.



Фирменный блок Фирменный знак. На модульной сетке

На схеме слева приведена модульная сетка фирменного знака, отражающая соотношение пропорций между его отдельными элементами.

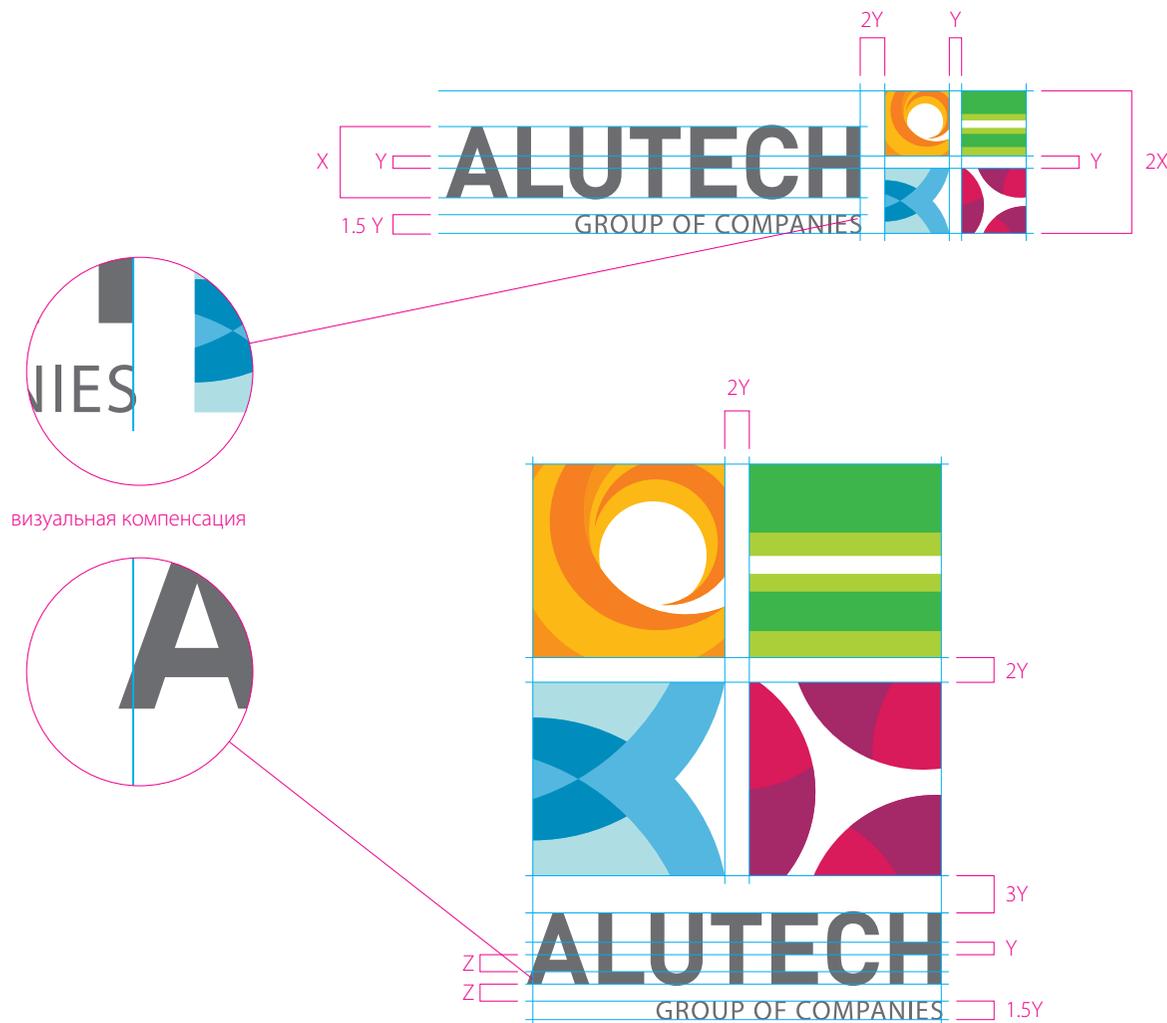
Так как указанная сетка предназначена облегчить воспроизведение знака на больших поверхностях (в тех случаях, когда по каким-либо причинам не представляется возможным использование его электронной версии), она приведена только для версии big (см. предыдущую страницу).

Внимание!

Во всех других случаях для корректного воспроизведения фирменного блока следует использовать только оригинальные файлы.

Фирменный блок

Правила построения



На этой странице Руководства приводятся правила построения латинской версии фирменного блока ALUTECH.

Ими следует руководствоваться лишь в том случае, если по каким-то технологическим причинам невозможно использовать электронную версию фирменного блока. Во всех других случаях для корректного воспроизведения фирменного блока следует использовать только оригинальные файлы.

На схемах слева приведены точные значения основных величин фирменного блока относительно друг друга.

Внимание!

Для того, чтобы элементы блока зрительно всегда воспринимались цельно и гармонично, необходимо соблюдать правило «визуальной компенсации» размеров его отдельных элементов (указаны слева). В электронных версиях фирменного блока данное правило соблюдается по умолчанию.

Фирменный блок

Правила построения



На этой странице Руководства приводятся правила построения кириллической версии фирменного блока ALUTECH.

Ими следует руководствоваться лишь в том случае, если по каким-то технологическим причинам невозможно использовать электронную версию фирменного блока. Во всех других случаях для корректного воспроизведения фирменного блока следует использовать только оригинальные файлы. На схемах слева приведены точные значения основных величин фирменного блока относительно друг друга.

Внимание!

Для того, чтобы элементы блока зрительно всегда воспринимались цельно и гармонично, необходимо соблюдать правило «визуальной компенсации» размеров его отдельных элементов (указаны слева). В электронных версиях фирменного блока данное правило соблюдается по умолчанию.



горизонтальная компоновка, латинская версия



горизонтальная компоновка, кириллическая версия



вертикальная компоновка, латинская версия



вертикальная компоновка, кириллическая версия

Фирменный блок Виды компоновок и языковые версии

Существуют две версии фирменного блока – кириллическая и латинская.

Внимание!

В большинстве случаев рекомендуется использовать латинскую версию блока. Использование кириллической версии является предпочтительным лишь в тех ситуациях, когда по каким-либо причинам (например, законодательного характера) применение латинской версии представляется невозможным или нецелесообразным.

Фирменный блок может быть представлен в двух компоновочных решениях – горизонтальном и вертикальном.

Внимание!

В большинстве случаев рекомендуется использовать горизонтальную компоновку блока. Использование вертикальной компоновки является предпочтительным лишь в тех ситуациях, когда по каким-либо причинам, связанным с особенностью формата носителя или композиции, применение горизонтальной компоновки представляется невозможным или нецелесообразным.

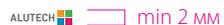
1. БРЕНД
ALUTECH

2. ОСНОВНЫЕ
КОНСТАНТЫ
ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

3. ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ
В ДОКУМЕНТО-
ОБОРОТЕ

4. ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ
В МНОГОСТРАНИЧНЫХ
ИЗДАНИЯХ

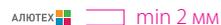
5. ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ
В РЕКЛАМНЫХ
КОММУНИКАЦИЯХ



min 8 мм



min 6 мм



min 8 мм



min 6 мм



Фирменный блок Допустимые минимальные размеры

Приведенные слева 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 фирменного блока – 8 мм (справедлив как для горизонтальной, так и для вертикальной компоновок).

Внимание!

В случае, когда необходимо разместить фирменный блок меньшего размера, следует использовать его дополнительную «упрощенную» версию (с равномерно окрашенными элементами знака).

1. БРЕНД
ALUTECH

2. ОСНОВНЫЕ
КОНСТАНТЫ
ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

3. ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ
В ДОКУМЕНТО-
ОБОРОТЕ

4. ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ
В МНОГОСТРАНИЧНЫХ
ИЗДАНИЯХ

5. ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ
В РЕКЛАМНЫХ
КОММУНИКАЦИЯХ



Фирменный блок С дескриптором. «Группа компаний»

Дескрипторы представляют собой вторичные информационные надписи, внедряемые в фирменный блок и несущие (в зависимости от ситуации) то или иное дополнительное коммуникационное сообщение.

В фирменном блоке ALUTECH могут использоваться три различных группы дескрипторов (см. эту и последующие страницы Руководства).

Дескриптор «Группа компаний» указывает на масштабность и консолидированность бизнеса ALUTECH. Данный дескриптор рекомендуется использовать во всех случаях, когда визуальная коммуникация осуществляется от имени корпоративного бренда (в деловой документации, корпоративных изданиях, презентационных материалах, оформлении производственных объектов и т.п.).

В большинстве случаев рекомендуется использовать англоязычную версию дескриптора.

1. БРЕНД
ALUTECH

2. ОСНОВНЫЕ
КОНСТАНТЫ
ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

3. ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ
В ДОКУМЕНТО-
ОБОРОТЕ

4. ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ
В МНОГОСТРАНИЧНЫХ
ИЗДАНИЯХ

5. ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ
В РЕКЛАМНЫХ
КОММУНИКАЦИЯХ



Фирменный блок С дескриптором. Слоган

Дескриптор-слоган «Этика лидерства»

рекомендуется использовать в коммуникациях от имени корпоративного бренда в тех случаях, когда необходимо или целесообразно подчеркнуть позиционирование бренда и его идеологию, касающуюся выстраивания бизнес-процессов и взаимоотношений с заинтересованными сторонами (партнерами, персоналом, клиентами, прочим отраслевым окружением).

Внимание!

В случае, когда коммуникации бренда при оформлении каких-либо носителей ориентированы, прежде всего, на иностранную аудиторию (кроме стран СНГ), рекомендуется использовать латинскую версию фирменного блока с англоязычной версией дескриптора-слогана.





Фирменный блок С дескриптором. Слоган

Дескриптор-слоган «Эстетика качества»

рекомендуется использовать в коммуникациях от имени товарного бренда в целом в тех случаях, когда необходимо или целесообразно подчеркнуть позиционирование бренда и его идеологию в отношении качества выпускаемой продукции.

Внимание!

В случае, когда коммуникации бренда при оформлении каких-либо носителей ориентированы, прежде всего, на иностранную аудиторию (кроме стран СНГ), рекомендуется использовать латинскую версию фирменного блока с англоязычной версией дескриптора-слогана.

1. БРЕНД
ALUTECH

2. ОСНОВНЫЕ
КОНСТАНТЫ
ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

3. ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ
В ДОКУМЕНТО-
ОБОРОТЕ

4. ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ
В МНОГОСТРАНИЧНЫХ
ИЗДАНИЯХ

5. ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ
В РЕКЛАМНЫХ
КОММУНИКАЦИЯХ



Фирменный блок С дескриптором. Веб-сайт

Дескриптор-вебсайт рекомендуется использовать в коммуникациях от имени корпоративного или товарного бренда в тех случаях, когда использование других дескрипторов (например, «группа компаний») по тем или иным соображениям представляется невозможным или нецелесообразным, либо существует настоятельная необходимость указать адрес веб-сайта при дефиците места для его размещения на носителе вне фирменного блока.

Внимание!

В качестве дескриптора в фирменный блок можно внедрять лишь те адреса корпоративных сайтов, которые представляют собой домены второго уровня – www.alutech.ru, www.alutech.by и др. Категорически запрещается внедрять в фирменный блок адреса сайтов, являющихся доменами третьего и более уровней (например, www.minsk.alutech.by).

Фирменный блок С дескриптором. Правила расположения



визуальная компенсация



На схеме слева приведены правила расположения дескриптора относительно других элементов фирменного блока.

Дескриптор набирается прописными буквами гарнитуры *Myriad Pro Regular* с выключкой вправо. При этом также используется правило «визуальной компенсации».

Внимание!

В целях недопущения искажений пропорций фирменного блока с дескриптором, рекомендуется использовать для воспроизведения его электронные версии.

Внимание!

Указанные правила действительны для всех без исключения версий дескрипторов.



Фирменный блок С дескриптором. Допустимые минимальные размеры

Приведенные слева минимальные размеры фирменного блока с дескрипторами 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 основной версии фирменного блока с дескриптором – 8 мм.

Внимание!

В случае, когда необходимо разместить фирменный блок (с дескриптором) меньшего размера, следует использовать его дополнительные версии (с вынесенным вправо от фирменного блока дескриптором; с вынесенным вправо дескриптором и равномерно окрашенными элементами знака).

При этом каждый отдельный случай использования таких версий фирменного блока следует в обязательном порядке предварительно согласовывать с ответственными должностными лицами компании «Алютех» и рассматривать как исключение из общего правила.

Внимание!

Указанные правила действительны для всех без исключения версий дескрипторов.

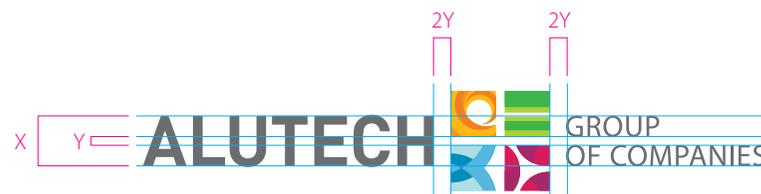
normal

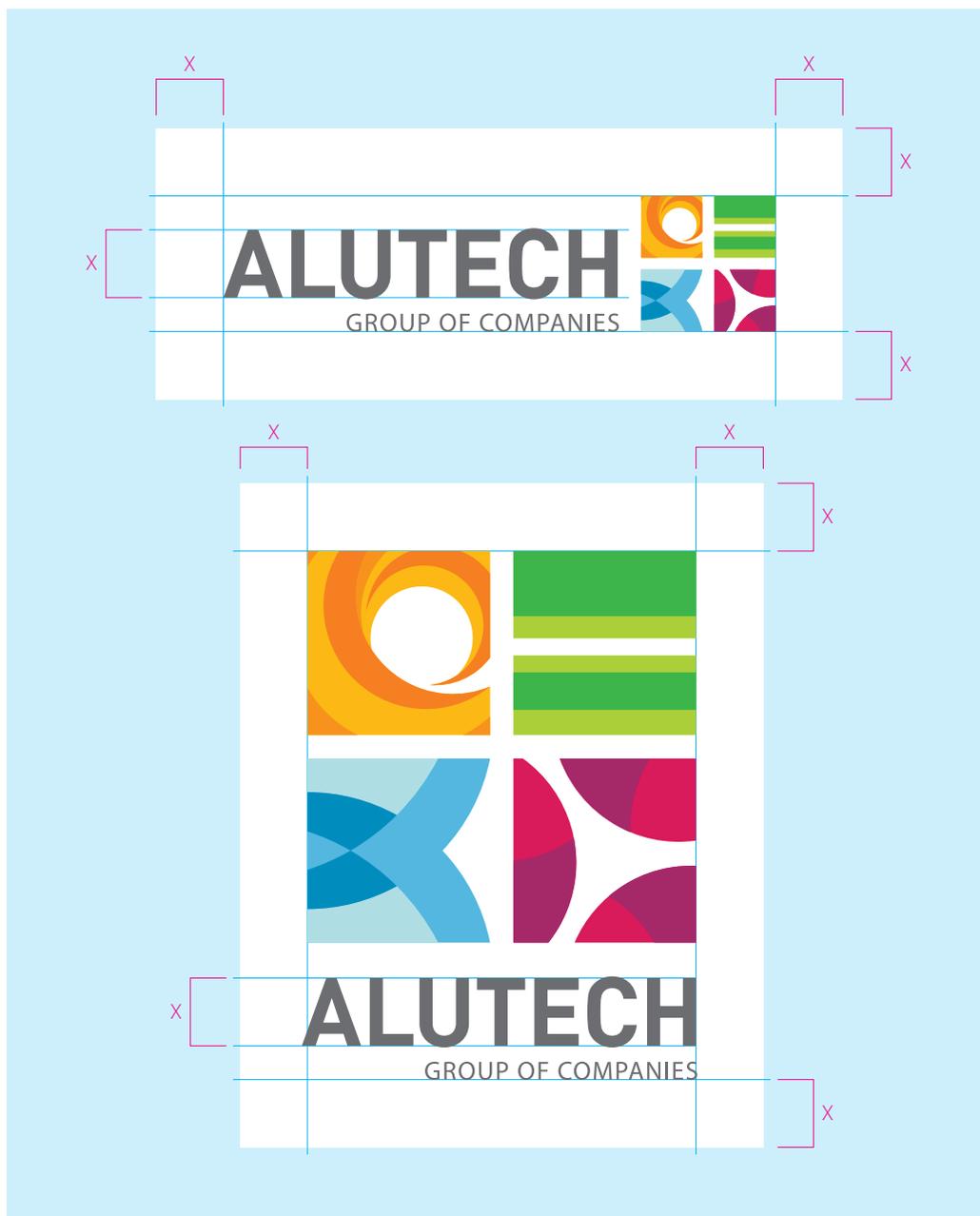


middle



small





Фирменный блок Охранное поле

С целью обеспечения узнаваемости и правильности восприятия фирменного блока при его размещении на рекламных, информационных и иных носителях, следует руководствоваться правилом «охранного поля».

«Охранное поле» – это минимально допустимое пространство вокруг фирменного блока, свободное от какой-либо графики и текста.

Оно определяется расстоянием «X» от границ элементов фирменного блока (см. приведенные схемы).

Фирменный блок Выравнивание

горизонтальная компоновка



горизонтальная компоновка



визуальная
компенсация

вертикальная компоновка



вертикальная компоновка



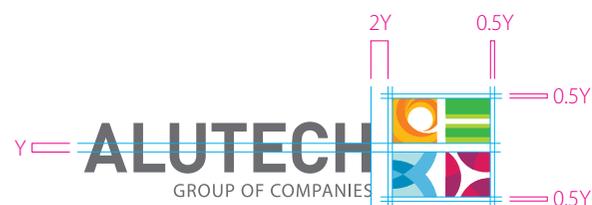
При создании дизайн-макетов, для выравнивания элементов дизайна или текстовой информации относительно фирменного блока, а также для выравнивания фирменного блока относительно краев макета или других элементов, рекомендуется использовать направляющие (базовые и касательные) линии, указанные на схеме.

«Базовые линии» (линия шрифта и высота прописных знаков) — воображаемые линии, проходящие по нижнему и верхнему краю прописных знаков логотипа и дескрипторов без учета «свисаний» и выносных элементов.

-  — основные направляющие
-  — дополнительные направляющие
-  — центральная ось



версия для расположения на фоне



Фирменный блок Правила расположения на фоне

На данной странице Руководства приведены правила размещения полноцветной версии фирменного блока на различных цветных фонах.

В целом, размещать блок рекомендуется только на белом фоне (либо белой плашке с соблюдением правила «охранного поля»).

В случае, если такое размещение не представляется возможным, следует использовать специальную версию фирменного блока, имеющую следующие особенности:

- 1** знак размещается на белой плашке со строго регламентированными размерами;
- 2** расстояние между логотипом и знаком увеличено (см. приведенную схему).

При этом, при размещении на цветных фонах следует руководствоваться критерием контрастности и, в случае необходимости, окрашивать логотип и дескриптор в белый цвет (см. примеры на следующей странице Руководства).

Внимание!

Во избежание искажений воспроизведения фирменного блока, используйте файл с прилагаемого к Руководству диска.

Фирменный блок

Правила расположения на фоне

При размещении специальной версии фирменного блока на цветных фонах следует руководствоваться критерием контрастности и, в случае необходимости, окрашивать логотип и дескриптор в белый цвет.



монотонная вариация



черно-белая вариация



Фирменный блок Дополнительные вариации цветового решения

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 возможные вариации цветового решения фирменного блока. Для их создания используется дополнительная цветовая палитра.

Монотонная вариация (оттенки серого) блока применяется при его черно-белой печати (например, в некоторых ч/б изданиях).

Черно-белая вариация используется при воспроизведении фирменного блока с помощью определенных технологий (шелкография, факсимиле, лазерная гравировка, тиснение, конгрев и др.)

1. БРЕНД
ALUTECH

2. ОСНОВНЫЕ
КОНСТАНТЫ
ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

3. ФИРМЕННОЙ СТИЛЬ
В ДОКУМЕНТО-
ОБОРОТЕ

4. ФИРМЕННОЙ СТИЛЬ
В МНОГОСТРАНИЧНЫХ
ИЗДАНИЯХ

5. ФИРМЕННОЙ СТИЛЬ
В РЕКЛАМНЫХ
КОММУНИКАЦИЯХ

монотонная вариация



черно-белая вариация



Фирменный блок Дополнительные вариации цветового решения. Минимально допустимые размеры

Приведенные слева минимальные размеры фирменного блока (для дополнительных вариантов его цветового решения) выбраны из соображений 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.

Для черно-белой вариации фирменного блока допустимы те же минимальные размеры и правила их использования, что и для полноцветной версии (см. раздел Фирменный блок. Минимальные допустимые размеры).

Для монотонной вариации размеры несколько больше.

1. БРЕНД
ALUTECH

2. ОСНОВНЫЕ
КОНСТАНТЫ
ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

3. ФИРМЕННОЙ СТИЛЬ
В ДОКУМЕНТО-
ОБОРОТЕ

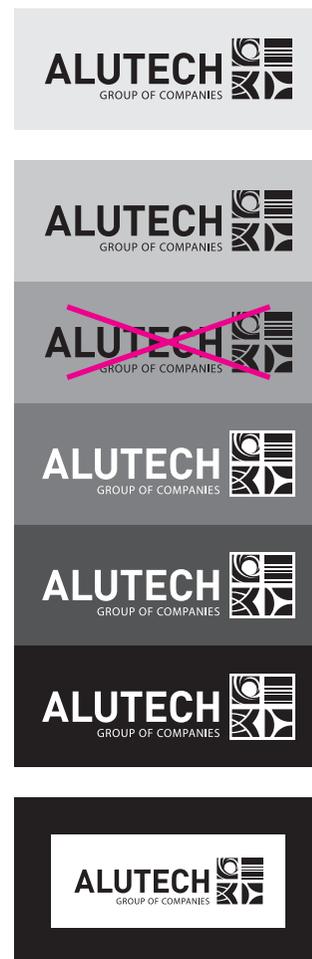
4. ФИРМЕННОЙ СТИЛЬ
В МНОГОСТРАНИЧНЫХ
ИЗДАНИЯХ

5. ФИРМЕННОЙ СТИЛЬ
В РЕКЛАМНЫХ
КОММУНИКАЦИЯХ

монотонная вариация



черно-белая вариация



Фирменный блок Дополнительные вариации цветового решения. Расположение на фоне

При размещении фирменного блока (дополнительных вариаций цветового решения) на фоне следует руководствоваться следующими правилами (см. приведенные примеры):

- 1 размещение монотонной вариации возможно только на белом фоне;
- 2 при размещении черно-белой вариации необходимо руководствоваться критерием контрастности.

Эстетика системного качества



Эстетика системного качества



Эстетика системного качества



ЭСТЕТИКА
СИСТЕМНОГО
КАЧЕСТВА



Этика лидерства
Эстетика качества

Фирменный блок Взаимодействие со слоганом

Необходимо следовать следующим правилам при компоновке слогана рядом с фирменным блоком:

- 1 действует правило охранного поля;
- 2 необходимо пользоваться правилом выравнивания относительно фирменного блока;
- 3 гарнитура только Myriad Pro Light;
- 4 возможен набор как строчными, так и прописными буквами;
- 5 максимальный кегель равен кеглю логотипа, минимальный – в два раза меньше.

На приведенных схемах представлены рекомендуемые способы взаимодействия фирменного блока и слогана бренда при размещении на различных носителях – для области размещения с небольшим отношением сторон и для области размещения, вытянутой по горизонтали.

Внимание!

Рекомендуемыми к использованию являются варианты, когда слоган размещается справа от фирменного блока. Размещать слоган слева от фирменного блока следует только в тех случаях, когда разместить его справа не представляется возможным в силу каких-либо значимых ограничений. При этом каждый случай такого размещения в обязательном порядке подлежит предварительному согласованию с ответственными должностными лицами компании «Алютех».

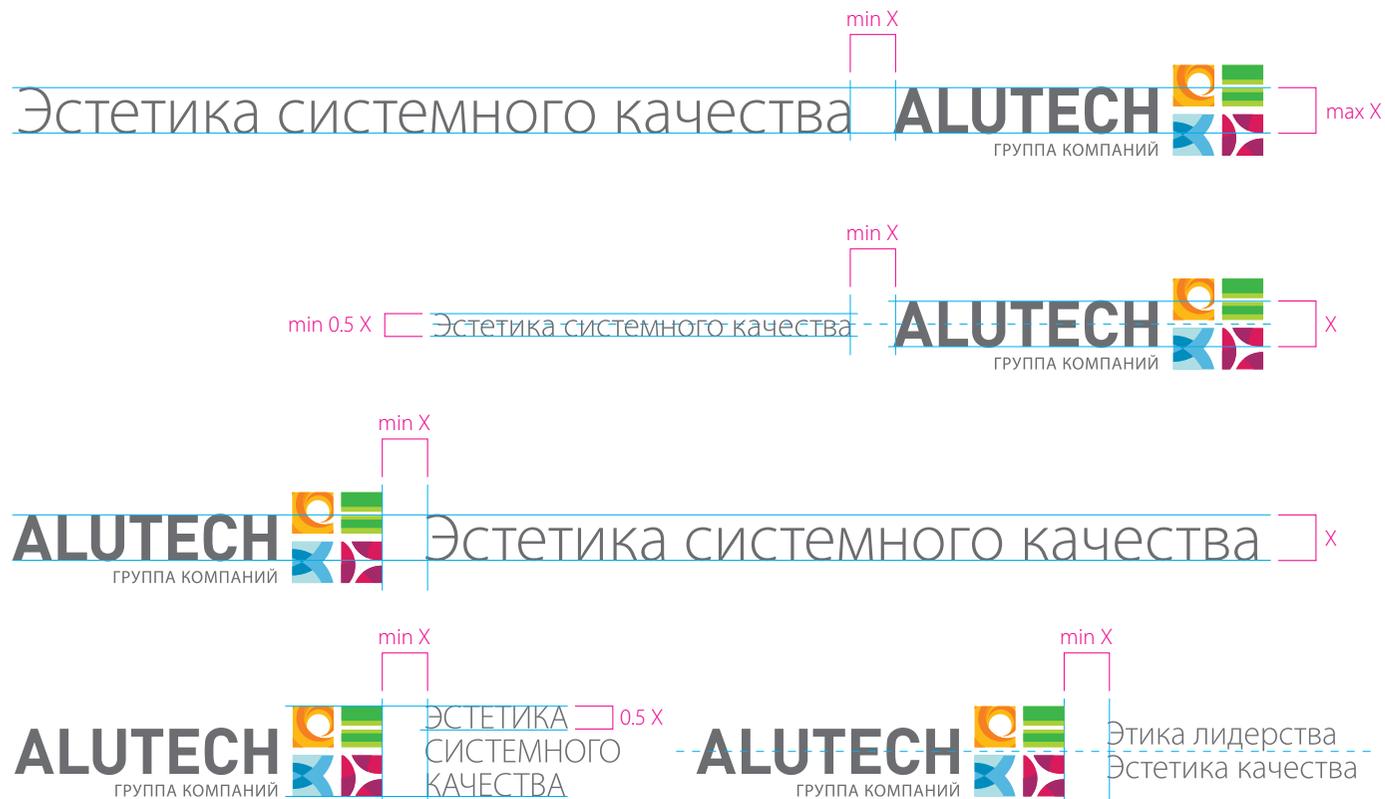
1. БРЕНД
ALUTECH

2. ОСНОВНЫЕ
КОНСТАНТЫ
ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

3. ФИРМЕННОЙ СТИЛЬ
В ДОКУМЕНТО-
ОБОРОТЕ

4. ФИРМЕННОЙ СТИЛЬ
В МНОГОСТРАНИЧНЫХ
ИЗДАНИЯХ

5. ФИРМЕННОЙ СТИЛЬ
В РЕКЛАМНЫХ
КОММУНИКАЦИЯХ



Фирменный блок Взаимодействие со слоганом. Схема

На схемах слева проиллюстрированы принципы расположения слогана относительно фирменного блока.

Внимание!

Рекомендуемыми к использованию являются варианты, когда слоган размещается справа от фирменного блока. Размещать слоган слева от фирменного блока следует только в тех случаях, когда разместить его справа не представляется возможным в силу каких-либо значимых ограничений. При этом каждый случай такого размещения в обязательном порядке подлежит предварительному согласованию с ответственными должностными лицами компании «Алютех».



ООО «АЛЮТЕХ Воротные системы»



ООО «АЛЮТЕХ
Воротные системы»



ООО «АЛЮТЕХ Воротные системы»



ООО «АЛЮТЕХ
Воротные системы»

Фирменный блок Взаимодействие с названием ДЗО

Названия зависимых обществ являются второстепенными по отношению к фирменному блоку ALUTECH. Для их правильного размещения необходимо соблюдать следующие правила:

1. только под или справа от фирменного блока
2. действует правило охранного поля
3. гарнитура Myriad Pro Regular или Light
4. строчные и заглавные буквы, кавычки «лапки» (набирать названия полностью прописными буквами возможно только в исключительных случаях)
5. выключка вправо и выравнивание по правому краю фирменного блока (при размещении под блоком) и выключка влево с центральным выравниваем (при размещении справа от фирменного блока)
6. максимальный и рекомендованный кегель в два раза меньше кегля логотипа
7. интерлиньяж равен кеглю

На схеме представлены рекомендуемые варианты взаимодействия названий ДЗО и фирменного блока.

Внимание!

Рекомендуемыми к использованию являются варианты, когда наименование ДЗО размещается под фирменным блоком. Размещать наименование справа от фирменного блока следует только в тех случаях, когда разместить его под фирменным блоком не представляется возможным в силу каких-либо значимых ограничений. При этом каждый случай такого размещения в обязательном порядке подлежит предварительному согласованию с ответственными должностными лицами компании «Алютех».

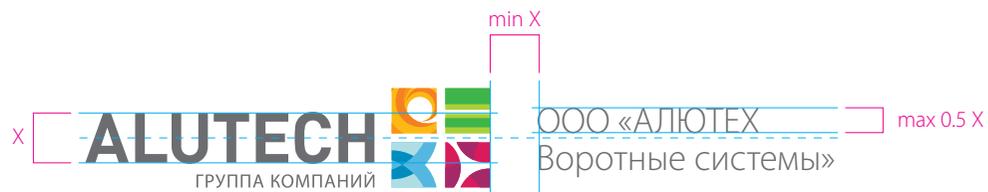
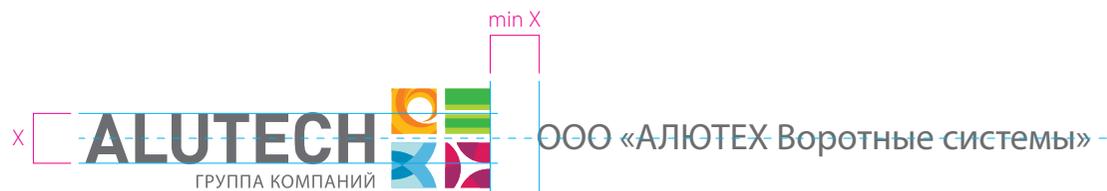
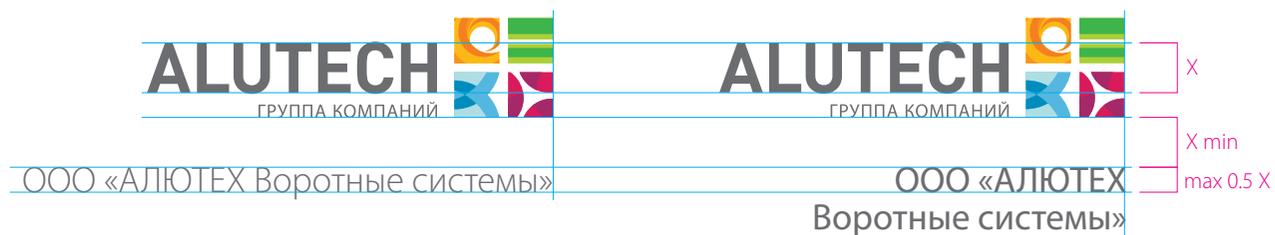
1. БРЕНД
ALUTECH

2. ОСНОВНЫЕ
КОНСТАНТЫ
ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

3. ФИРМЕННОЙ СТИЛЬ
В ДОКУМЕНТО-
ОБОРОТЕ

4. ФИРМЕННОЙ СТИЛЬ
В МНОГОСТРАНИЧНЫХ
ИЗДАНИЯХ

5. ФИРМЕННОЙ СТИЛЬ
В РЕКЛАМНЫХ
КОММУНИКАЦИЯХ



Фирменный блок Взаимодействие с названием ДЗО. Схема

На схемах слева проиллюстрированы принципы расположения названия ДЗО относительно фирменного блока.

Внимание!

Рекомендуемыми к использованию являются варианты, когда наименование ДЗО размещается под фирменным блоком. Размещать наименование справа от фирменного блока следует только в тех случаях, когда разместить его под фирменным блоком не представляется возможным в силу каких-либо значимых ограничений. При этом каждый случай такого размещения в обязательном порядке подлежит предварительному согласованию с ответственными должностными лицами компании «Алютех».

АЛЮМАРКЕТ



АЛЮМАРКЕТ



ООО «АЛЮМАРКЕТ»



Фирменный блок Взаимодействие с названием независимого дилера

Общие рекомендации:

Фирменный блок (логотип или знак) независимого дилера не может доминировать над фирменным блоком ALUTECH

в случае отсутствия логотипа дилера его название следует набирать гарнитурой Myriad Pro Regular

при использовании собственного знака/логотипа/фирменного блока независимого дилера вокруг фирменного блока ALUTECH следует выдерживать охранное поле, большее, нежели минимально необходимое увеличенное охранное поле

1. БРЕНД
ALUTECH

2. ОСНОВНЫЕ
КОНСТАНТЫ
ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

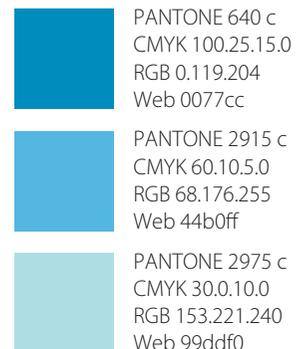
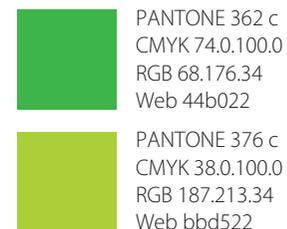
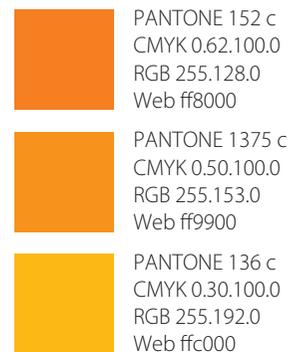
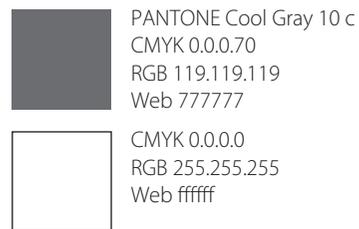
3. ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ
В ДОКУМЕНТО-
ОБОРОТЕ

4. ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ
В МНОГОСТРАНИЧНЫХ
ИЗДАНИЯХ

5. ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ
В РЕКЛАМНЫХ
КОММУНИКАЦИЯХ

Фирменная цветовая палитра

основная палитра



дополнительная палитра



На данной странице Руководства представлена фирменная цветовая палитра бренда ALUTECH.

Носители фирменного стиля ALUTECH следует оформлять с использованием рекомендуемых цветов.

Запрещается создание макетов, в которых бы доминировали не основные цвета.

На приведенной схеме фирменная цветовая палитра представлена в нескольких основных цветовых моделях для различных способов воспроизведения.

Pantone можно использовать при печати в две и более красок (для эффективной передачи корпоративных цветов возможно использование красок Pantone и при полноцветной печати).

Модель **CMYK** используют при полноцветной печати.

Модели **RGB** и **Web** используют для обозначения цветов в электронных носителях информации (например, web-сайт, презентация, электронный интерфейс).



Aa

Myriad Pro Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТ абвгдеёжзийклмнопрст 0123456789**

Aa

Myriad Pro Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТ абвгдеёжзийклмнопрст 0123456789

Aa

Myriad Pro Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТ абвгдеёжзийклмнопрст 0123456789

Aa

Arial Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТ абвгдеёжзийклмнопрст 0123456789**

Aa

Arial Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТ абвгдеёжзийклмнопрст 0123456789

Типографика стиля Общее описание

Фирменная шрифтовая гарнитура ALUTECH – Myriad Pro. Использование исключительно гарнитуры Myriad Pro позволит достичь единого визуального образа и обеспечить более четкую идентификацию бренда.

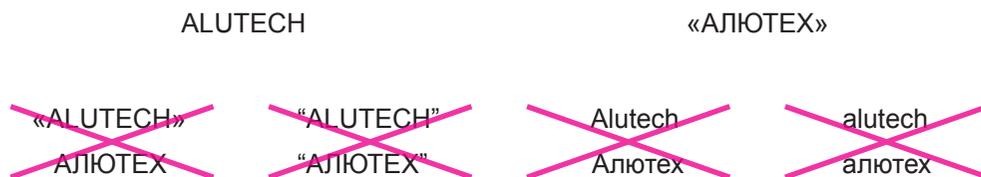
Приведенные шрифты рекомендуется использовать при оформлении деловой документации, информационных изданий, интернет проектов, корпоративной полиграфической продукции и рекламных макетов. Для набора текста в офисной деловой документации (например, электронных вариантах бланков, факсимильных сообщениях) рекомендуется использовать шрифтовую гарнитуру Arial.

Обозначенные шрифтовые гарнитуры содержат множество начертаний. На схеме представлны наиболее часто используемые:

- 1 начертание Bold — для акциденции в текстовом блоке и заголовков различных уровней;
- 2 начертание Regular для оформления наборного текста;
- 3 начертание Light — для оформления текстовых блоков и, в некоторых случаях, заголовков первого уровня.

Честность, прямота и искренность — неотъемлемые качества ALUTECH. Именно поэтому мы не склонны приписывать себе особое предназначение, а смело и открыто говорим о том, что миссия ALUTECH — производить и предлагать людям доступный и качественный продукт, который делает их жизнь удобнее, а окружающий мир — красивее.

Честность, прямота и искренность — неотъемлемые качества «АЛЮТЕХ». Именно поэтому мы не склонны приписывать себе особое предназначение, а смело и открыто говорим о том, что миссия «АЛЮТЕХ» — производить и предлагать людям доступный и качественный продукт, который делает их жизнь удобнее, а окружающий мир — красивее.



Типографика стиля

Правила написания названия бренда

При упоминании названия компании ALUTECH в тексте рекомендуется использовать латинское написание, набранное исключительно прописными знаками.

В случаях, когда использование латинского написания является невозможным, кириллическое написание названия также следует набирать прописными знаками и заключать в кавычки («лапки») – «АЛЮТЕХ».

вариант 1



вариант 2



Стилеобразующие элементы

Общее описание

Визуальный образ ALUTECH предполагает широкое использование дополнительных стилеобразующих элементов в виде декоративных плашек, предназначенных для брендинга самых различных объектов – носителей стиля.

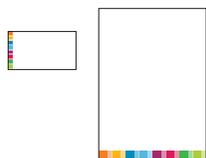
На данной странице Руководства представлены элементы – плашки, используемые в визуальных коммуникациях от имени бренда ALUTECH в целом (корпоративного и товарного).

Первый («активный», в виде переплетенных узоров) используется в коммуникациях от имени товарного бренда ALUTECH – при оформлении рекламно-сувенирных изданий и изделий, общего каталога выпускаемой продукции, рекламных макетов, продвигающих товарный бренд ALUTECH в целом и т.д.

Второй вариант («сдержанный», в виде полосок) – в коммуникациях от имени корпоративного бренда – например, при оформлении деловой документации, презентационных материалов, корпоративных изданий, производственных объектов.



носители информации



min 1 %



max 15 %



декоративные носители



min 1 %



max 100 %



Стилеобразующие элементы Правила использования

С целью выработки общих правил использования стилеобразующих элементов в виде плашек, оформляемые ими объекты следует разделять на два типа:

- 1** носители информации — фирменная деловая документация, электронные презентации, каталоги, брошюры и т.д. Их брендирование фирменным стилеобразующим элементом должно носить легкий, аккуратный характер, площадь занимаемой ими поверхности не должна превышать 15% от общей.
- 2** декоративные носители – различные сувениры и иные объекты, несущие скорее декоративную функцию и не предназначенные для отражения сколь-нибудь значимой информации. Брендирование таких носителей может быть различным – плашка, в зависимости от ситуации, может занимать до 100% общей площади поверхности носителя.

Стилеобразующие элементы

Вариант 1.

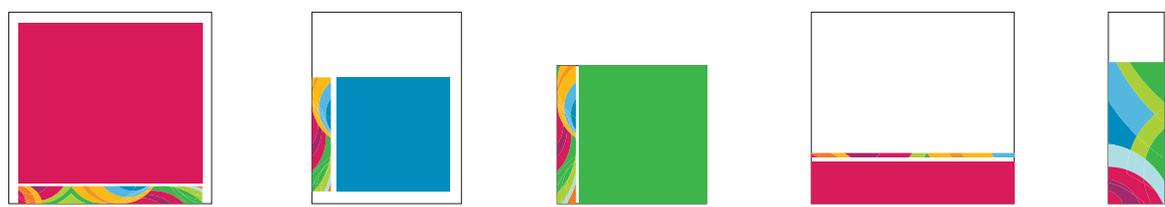
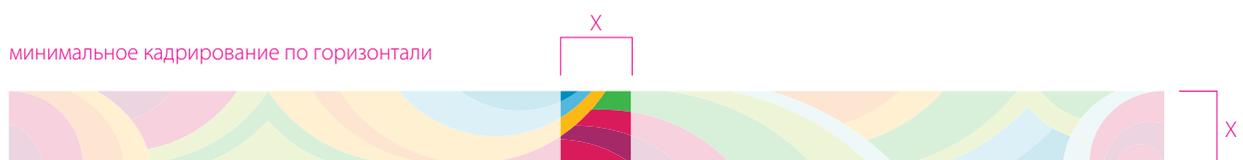
Правила использования



минимальное кадрирование по вертикали



минимальное кадрирование по горизонтали



Для брендинга поверхностей, сильно вытянутых по горизонтали, стилеобразующий элемент в виде **плашки №1** имеет определенный шаг для повторения.

В остальных случаях необходимо придерживаться правил кадрирования (см. приведенные схемы):

- 1** минимальное кадрирование по вертикали составляет не менее 5% от высоты оригинальной плашки. При этом в кадрлируемый фрагмент обязательно должны попадать элементы всех основных цветов;
- 2** минимальное кадрирование по горизонтали не может быть менее значения высоты оригинальной плашки. При этом в кадрлируемый фрагмент обязательно должны попадать элементы всех основных цветов;
- 3** рекомендуется кадрирование фрагментов только прямоугольных форм.

Внимание!

Не рекомендуется кадрирование по вертикали при брендинге поверхности квадратной или близкой к квадрату формы.

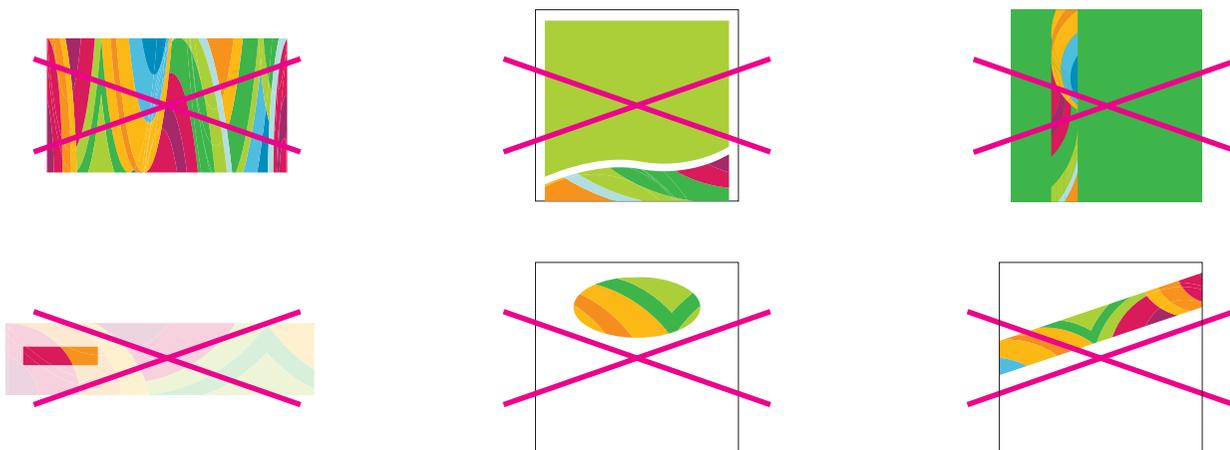
Внимание!

При размещении элемента на различных носителях в обязательном порядке необходимо оставлять вокруг него свободное пространство («охранное поле»). Размер этого поля не регламентируется, но оно должно быть заметным – таким, чтобы в достаточной степени отделять границы элемента от какой-либо другой графики рядом.

примеры допустимого использования



примеры недопустимого использования



Стилеобразующие элементы

Вариант 1.

Правила использования

На данной странице Руководства приведены примеры правильного и недопустимого использования стилеобразующего элемента в виде плашки №1:

- 1 при размещении на носителях плашка либо ее фрагмент должны располагаться параллельно одной из сторон оформляемого носителя;
- 2 зона кадрирования не может быть «повернута»;
- 3 не допускается какое-либо искажение элемента и его узора, допустимо только пропорциональное масштабирование;
- 4 не допускается располагать на одном макете / носителе / объекте более одного стилеобразующего элемента или его фрагмента.

Внимание!

Во избежание некорректного воспроизведения стилеобразующего элемента, рекомендуется использовать только его электронную версию.

Стилеобразующие элементы

Вариант 2.

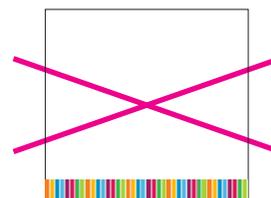
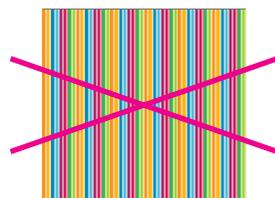
Правила использования



масштабирование по вертикали



минимальное кадрование по горизонтали



Для брендинга поверхностей, сильно вытянутых по горизонтали, стилеобразующий элемент в виде **плашки №2** имеет определенный шаг для повторения.

Кроме того, данная плашка отличается более гибкими свойствами кадрирования:

- 1 по вертикали масштабируется как угодно;
- 2 при кадрировании по горизонтали в кадрируемый фрагмент обязательно должны попадать элементы не менее шести основных цветов.

Другие правила использования аналогичны тем, которые указаны для **плашки №1** (см. предыдущую страницу):

- 1 при размещении на носителях плашка либо ее фрагмент должны располагаться параллельно одной из сторон оформляемого носителя;
- 2 зона кадрирования не может быть «повернута»;
- 3 не допускается располагать на одном макете / носителе / объекте более одного стилеобразующего элемента или его фрагмента.
- 4 избегайте большого количества шагов повторения.

Внимание!

Во избежание некорректного воспроизведения стилеобразующего элемента, рекомендуется использовать только его электронную версию.

Визуальные атрибуты саббрендов ALUTECH

Основные
константы
фирменного
стиля



Фирменные блоки саббрендов Общее представление и описание

Одной из главных отличительных особенностей фирменного стиля ALUTECH является наличие специальных вариаций основной символики бренда (фирменного блока и дополнительного стилеобразующего элемента) для использования в визуальных коммуникациях при продвижении продукции тех или иных товарных категорий под соответствующими саббрендами ALUTECH – например, при оформлении рекламно-полиграфической продукции, каталогов, технической документации, рекламных носителей и иных маркетинговых материалов.

Внимание!

Данные версии фирменного блока следует использовать лишь в том случае, если конкретный оформляемый носитель имеет отношение только к какому-либо одному товарному направлению ALUTECH, и при этом имеется обязательная необходимость дополнительной идентификации данного направления в качестве саббренда. При этом каждый случай использования фирменного блока саббренда в обязательном порядке подлежит предварительному согласованию с ответственными должностными лицами компании «Алютех».

Во всех иных ситуациях в обязательном порядке следует использовать только основную символику бренда ALUTECH.

Поскольку правила для всех элементов стиля саббрендов ALUTECH идентичны, в данном разделе Руководства они будут представлены на примере использования фирменного блока саббренда «ALUTECH Роллетные системы».

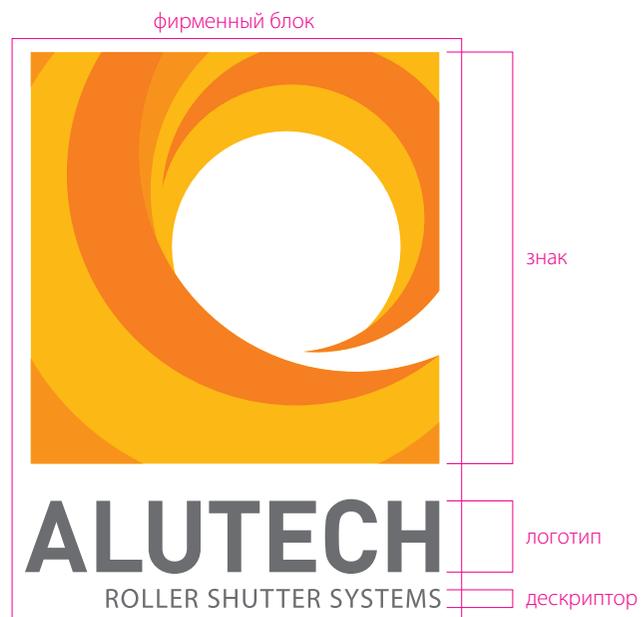
1. БРЕНД
ALUTECH

2. ОСНОВНЫЕ
КОНСТАНТЫ
ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

3. ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ
В ДОКУМЕНТО-
ОБОРОТЕ

4. ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ
В МНОГОСТРАНИЧНЫХ
ИЗДАНИЯХ

5. ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ
В РЕКЛАМНЫХ
КОММУНИКАЦИЯХ



Фирменные блоки саббрендов Общее представление и описание

Фирменный блок «ALUTECH Роллетные системы» представляет собой единую композицию, состоящую из трех графических элементов:

- 1 логотипа (начертания названия бренда)
- 2 фирменного знака (абстрактного декоративного изображения)
- 3 дескриптора (начертания дополнительной текстовой информации, указывающей на конкретное товарное направление)

Внимание!

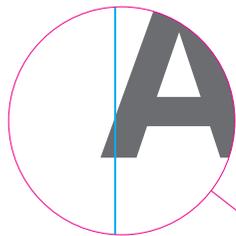
Здесь и далее по тексту Руководства указанные термины будут употребляться именно в таком значении (обывательское обозначение «логотипом» всего фирменного блока в целом является неверным).

Фирменные блоки саббрендов

Правила построения



визуальная компенсация



На этой странице Руководства приводятся правила построения латинской версии фирменного блока ALUTECH Роллетные системы. Ими следует руководствоваться лишь в том случае, если по каким-то технологическим причинам невозможно использовать электронную версию фирменного блока. Во всех других случаях для корректного воспроизведения фирменного блока следует использовать только оригинальные файлы.

На схемах слева приведены точные значения основных величин фирменного блока относительно друг друга. Дескриптор набран прописными буквами гарнитуры *Myriad Pro Regular*.

Внимание!

Для того, чтобы элементы блока зрительно всегда воспринимались цельно и гармонично, необходимо соблюдать правило «визуальной компенсации» искажения размеров его отдельных элементов (указаны слева). В электронных версиях фирменного блока данное правило соблюдается по умолчанию.

Фирменные блоки саббрендов Фирменные знаки



Фирменный знак ALUTECH Роллетные системы – абстрактная графическая композиция, исполненная в стилистике современного европейского коммуникационного дизайна.

Знак представляет собой один из элементов фирменного знака бренда ALUTECH, символизирующий определенную группу продукции, производимую под брендом ALUTECH.

В особых случаях фирменный знак может использоваться как один из элементов оформления носителя (например, обложки каталога продукции). При этом на носителе в обязательном порядке должен присутствовать и фирменный блок ALUTECH Роллетные системы.

Минимальный допустимый размер знака – 4 мм.

Внимание!

Использование фирменного знака вне фирменного блока требует обязательного согласования в каждом конкретном случае.

1. БРЕНД
ALUTECH

2. ОСНОВНЫЕ
КОНСТАНТЫ
ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

3. ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ
В ДОКУМЕНТО-
ОБОРОТЕ

4. ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ
В МНОГОСТРАНИЧНЫХ
ИЗДАНИЯХ

5. ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ
В РЕКЛАМНЫХ
КОММУНИКАЦИЯХ



горизонтальная компоновка, латинская версия



горизонтальная компоновка, кириллическая версия



вертикальная компоновка, латинская версия



вертикальная компоновка, кириллическая версия

Фирменные блоки саббрендов

Виды компоновок и языковые версии

Существуют две версии фирменного блока – кириллическая и латинская.

Внимание!

В большинстве случаев рекомендуется использовать латинскую версию блока. Использование кириллической версии является предпочтительным лишь в тех ситуациях, когда по каким-либо причинам (например, законодательного характера) применение латинской версии представляется невозможным или нецелесообразным.

Фирменный блок может быть представлен в двух компоновочных решениях – горизонтальном и вертикальном.

Внимание!

В большинстве случаев рекомендуется использовать горизонтальную компоновку блока. Использование вертикальной компоновки является предпочтительным лишь в тех ситуациях, когда по каким-либо причинам, связанным с особенностью формата носителя или композиции, применение горизонтальной компоновки представляется невозможным или нецелесообразным.

Внимание!

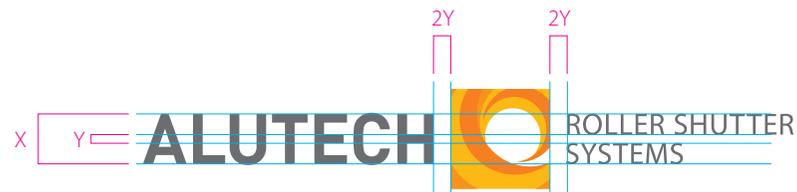
Использование фирменного блока саббренда без дескриптора запрещено!

Фирменные блоки саббрендов Допустимые минимальные размеры

normal



small



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

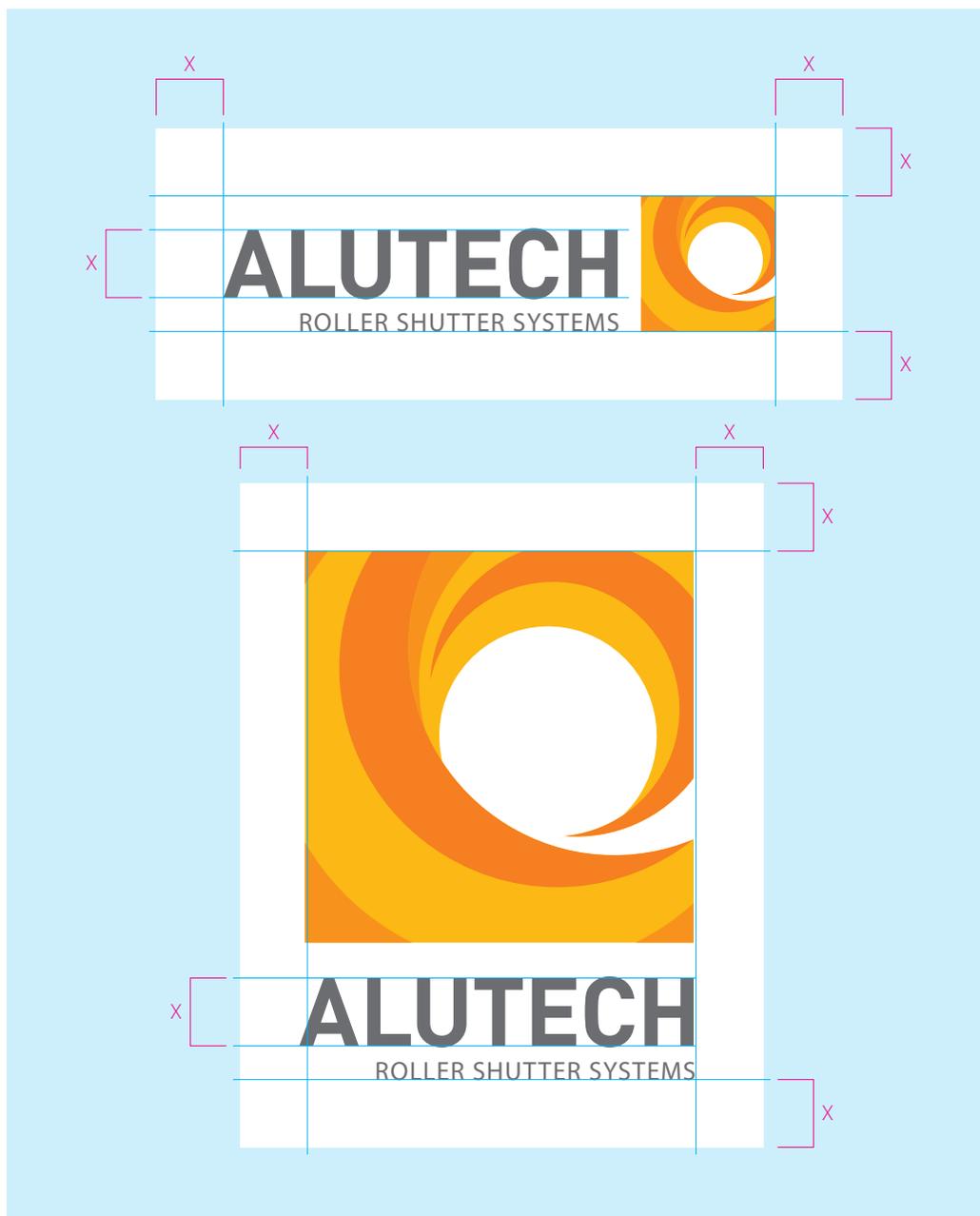
Внимание!

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

Минимально допустимый размер основной версии фирменного блока с дескриптором – 8 мм.

Внимание!

В случае, когда необходимо разместить фирменный блок (с дескриптором) меньшего размера, следует использовать его дополнительную версию (с вынесенным вправо от фирменного блока дескриптором).



Фирменные блоки саббрендов Охранное поле

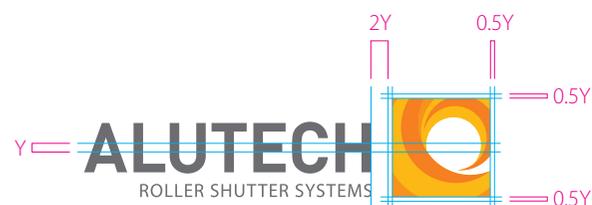
С целью обеспечения узнаваемости и правильности восприятия фирменного блока при его размещении на рекламных, информационных и иных носителях, следует руководствоваться правилом «охранного поля».

«Охранное поле» – это минимально допустимое пространство вокруг фирменного блока, свободное от какой-либо графики и текста.

Оно определяется расстоянием «X» от границ элементов фирменного блока (см. приведенные схемы).



версия для расположения на фоне



Фирменные блоки саббрендов Правила расположения на фоне

На данной странице Руководства приведены правила размещения полноцветной версии фирменного блока на различных цветных фонах.

В целом, размещать блок рекомендуется только на белом фоне (либо белой плашке с соблюдением правила «охранного поля»).

В случае, если такое размещение не представляется возможным, следует использовать специальную версию фирменного блока, имеющую следующие особенности:

- 1 знак размещается на белой плашке со строго регламентированными размерами;
- 2 расстояние между логотипом и знаком увеличено (см. приведенную схему).

При этом при размещении на цветных фонах следует руководствоваться критерием контрастности и, в случае необходимости, окрашивать логотип и дескриптор в белый цвет (см. примеры на следующей странице Руководства).

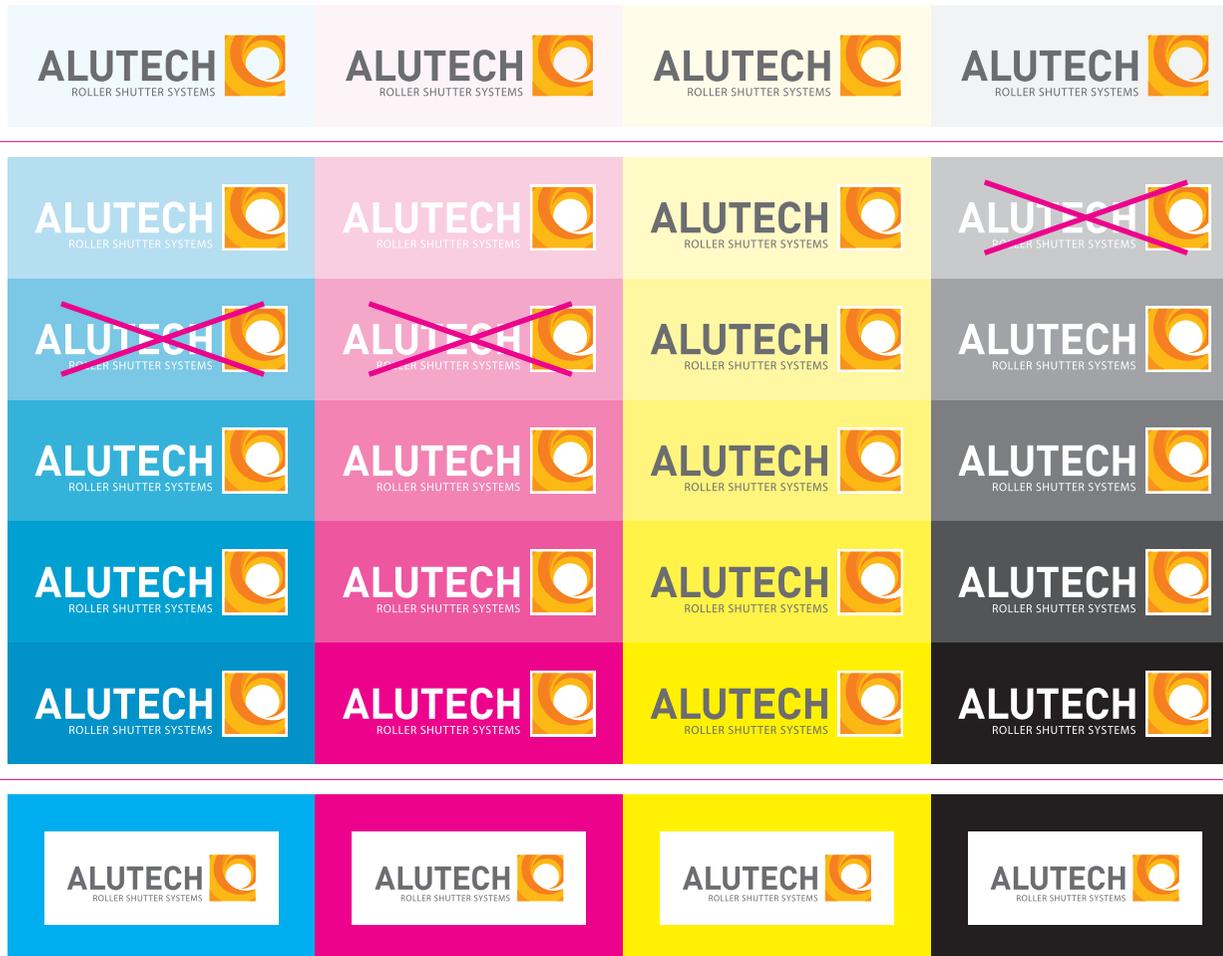
Внимание!

Во избежание искажений воспроизведения фирменного блока, используйте файл с прилагаемого к Руководству диска.

Фирменные блоки суббрендов

Правила расположения на фоне

При размещении фирменного блока на цветных фонах следует руководствоваться критерием контрастности и, в случае необходимости, окрашивать лого и дескриптор в белый цвет (см. примеры на следующей странице Руководства).



монотонная вариация



черно-белая вариация



Фирменные блоки саббрендов Дополнительные вариации цветового решения

Внимание!

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

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 возможные вариации цветового решения фирменного блока. Для их создания используется дополнительная цветовая палитра.

Монотонная вариация (оттенки серого) блока применяется при его черно-белой печати (например, некоторых ч/б изданиях).

Черно-белая вариация используется при воспроизведении фирменного блока с помощью определенных технологий (шелкография, факсимиле, лазерная гравировка, тиснение, конгрев и др.)

1. БРЕНД
ALUTECH

2. ОСНОВНЫЕ
КОНСТАНТЫ
ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

3. ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ
В ДОКУМЕНТО-
ОБОРОТЕ

4. ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ
В МНОГОСТРАНИЧНЫХ
ИЗДАНИЯХ

5. ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ
В РЕКЛАМНЫХ
КОММУНИКАЦИЯХ

монотонная вариация



черно-белая вариация



Фирменные блоки саббрендов Дополнительные вариации цветового решения. Расположение на фоне

При размещении фирменного блока (дополнительных вариаций цветового решения) на фоне следует руководствоваться следующими правилами (см. приведенные примеры):

- 1 размещение монотонной вариации возможно только на белом фоне;
- 2 при размещении черно-белой вариации необходимо руководствоваться критерием контрастности.

Эстетика системного качества



Эстетика системного качества



Эстетика системного качества



ЭСТЕТИКА
СИСТЕМНОГО
КАЧЕСТВА

Фирменные блоки саббрендов Взаимодействие со слоганом

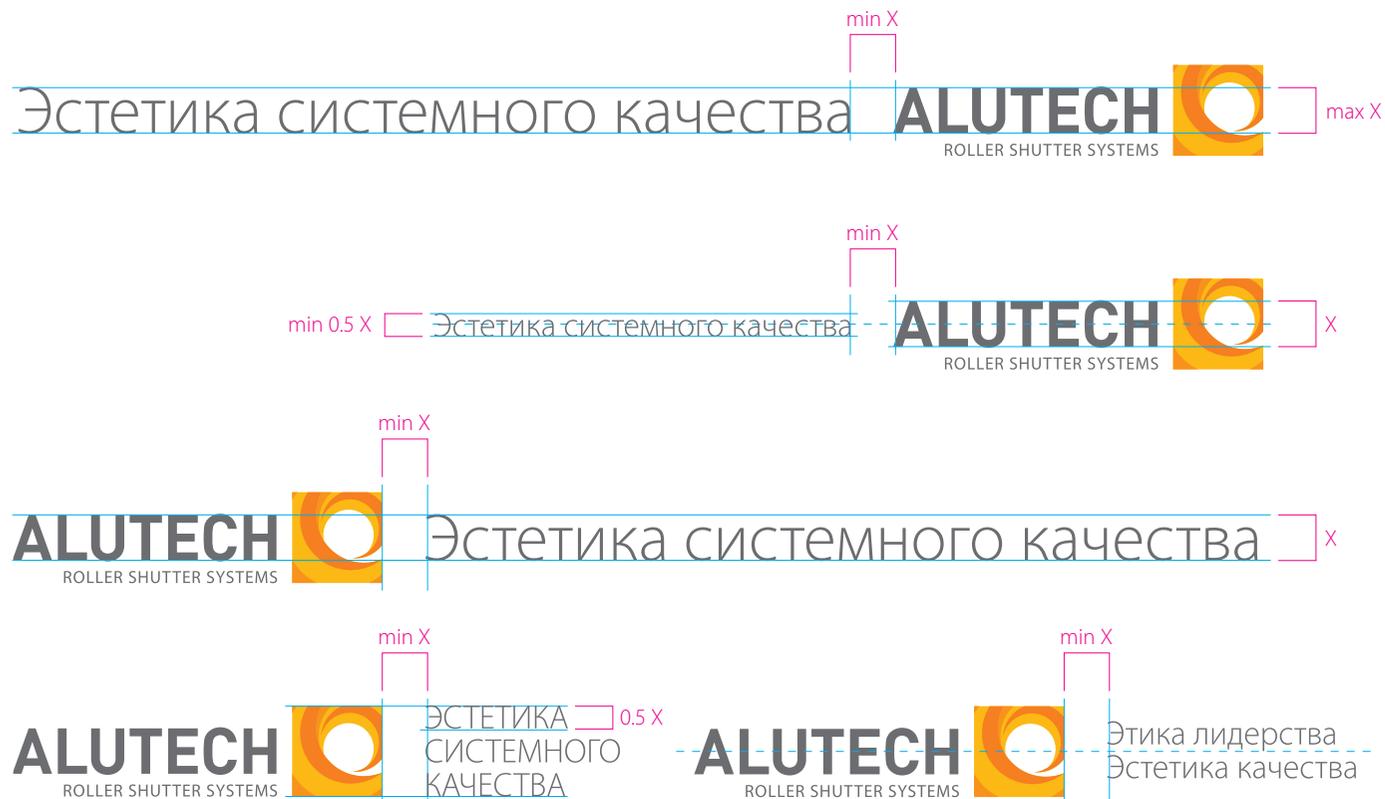
Необходимо следовать следующим правилам при компоновке слогана рядом с фирменным блоком:

- 1 действует правило охранного поля;
- 2 необходимо пользоваться правилом выравнивания относительно фирменного блока;
- 3 гарнитура только Myriad Pro Light;
- 4 возможен набор как строчными так и прописными буквами;
- 5 максимальный кегель равен кеглю логотпа, минимальный – в два раза меньше.

На приведенных схемах представлены рекомендуемые способы взаимодействия фирменного блока и слогана бренда при размещении на различных носителях – для области размещения с небольшим отношением сторон и для области размещения, вытянутой по горизонтали.

Внимание!

Рекомендуемыми к использованию являются варианты, когда слоган размещается справа от фирменного блока. Размещать слоган слева от фирменного блока следует только в тех случаях, когда разместить его справа не представляется возможным в силу каких-либо значимых ограничений. При этом каждый случай такого размещения в обязательном порядке подлежит предварительному согласованию с ответственными должностными лицами компании «Алютех».



Фирменные блоки саббрендов Взаимодействие со слоганом. Схема

На схемах слева проиллюстрированы принципы расположения слогана относительно фирменного блока.

Внимание!

Рекомендуемыми к использованию являются варианты, когда слоган размещается справа от фирменного блока. Размещать слоган слева от фирменного блока следует только в тех случаях, когда разместить его справа не представляется возможным в силу каких-либо значимых ограничений. При этом каждый случай такого размещения в обязательном порядке подлежит предварительному согласованию с ответственными должностными лицами компании «Алютех».

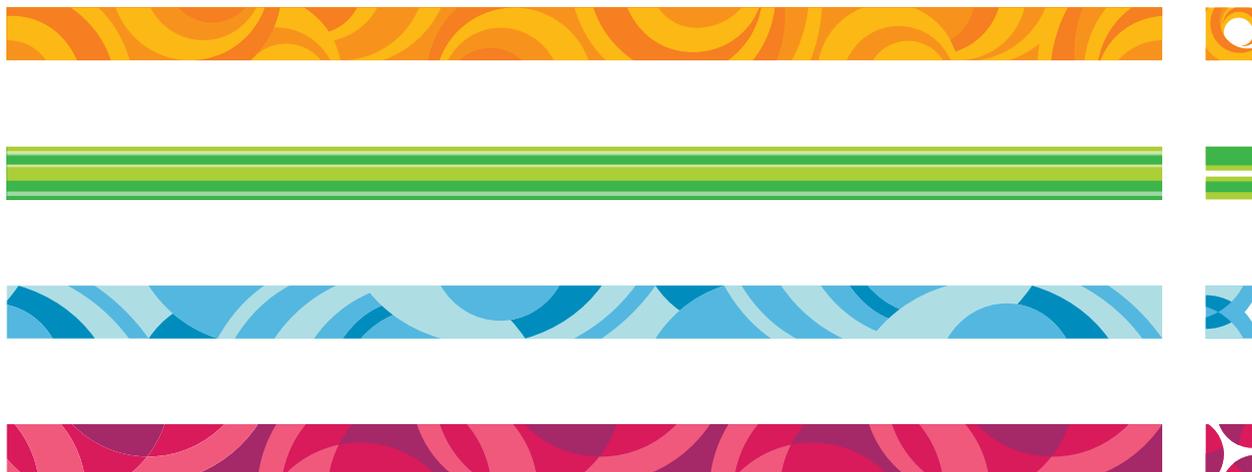
1. БРЕНД
ALUTECH

2. ОСНОВНЫЕ
КОНСТАНТЫ
ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

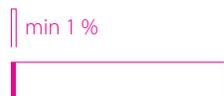
3. ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ
В ДОКУМЕНТО-
ОБОРОТЕ

4. ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ
В МНОГОСТРАНИЧНЫХ
ИЗДАНИЯХ

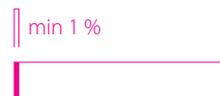
5. ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ
В РЕКЛАМНЫХ
КОММУНИКАЦИЯХ



носители информации



декоративные носители



Стилеобразующие элементы саббрендов

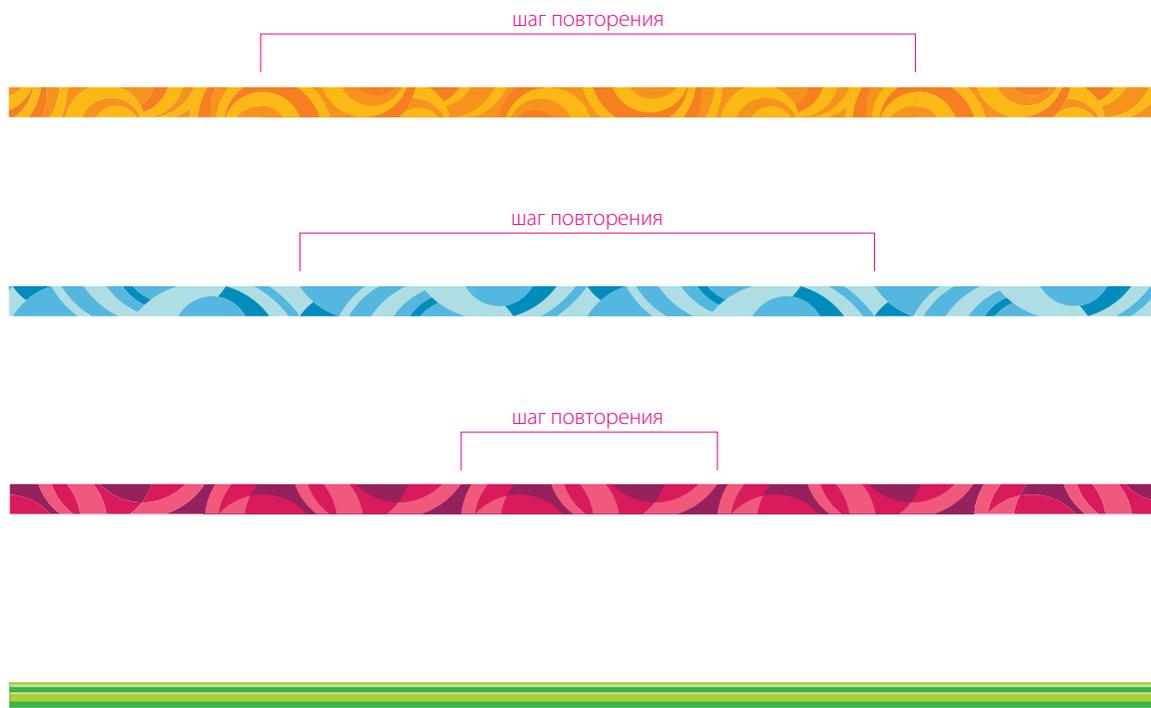
Общее описание

Визуальный образ ALUTECH предполагает широкое использование дополнительных стилеобразующих элементов в виде декоративных плашек, предназначенных для брендирования самых различных объектов – носителей стиля.

На данной странице Руководства представлены элементы – плашки, используемые в визуальных коммуникациях от имени саббрендов ALUTECH либо с целью дифференциации различных товарных направлений при оформлении различных носителей фирменного стиля – например, рекламно-информационных материалах.

С целью выработки общих правил использования стилеобразующих элементов в виде плашек, оформляемые ими объекты следует разделить на два типа:

- 1 носители информации** – электронные презентации, каталоги, брошюры и т.д. Их брендирование стилеобразующим элементом должно носить легкий, аккуратный характер, площадь занимаемой ими поверхности не должна превышать 15% от общей.
- 1 декоративные носители** – различные сувениры и иные объекты, несущие скорее декоративную функцию и не предназначенные для отражения сколь-нибудь значимой информации. Брендирование таких носителей может быть различным – плашка, в зависимости от ситуации, может занимать до 100% общей площади поверхности носителя.



Стилеобразующие элементы саббрендов

Общее описание

Для брендирования поверхностей, сильно вытянутых по горизонтали, стилеобразующие элементы в виде плашек имеют определенный шаг для повторения (за исключением плашки для саббренда ALUTECH Воротные системы в силу особенностей ее графики).

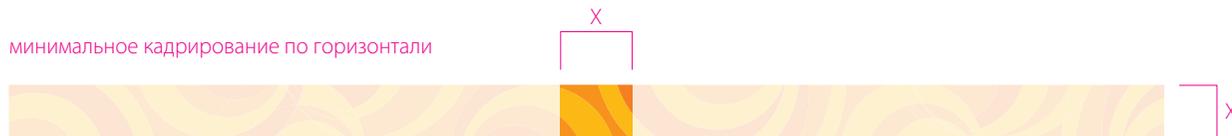
В остальных случаях необходимо придерживаться правил кадрирования (см. приведенные схемы на последующих страницах).

Стилеобразующие элементы саббрендов Правила использования

минимальное кадрирование по вертикали



минимальное кадрирование по горизонтали



На данной странице Руководства приведены примеры правильного и недопустимого использования стилеобразующих элементов в виде плашек для саббрендов ALUTECH Роллетные системы, ALUTECH Аллюминиевые Профильные системы, ALUTECH Другие системы:

- 1** минимальное кадрирование по вертикали составляет не менее 5% от высоты оригинальной плашки. При этом в кадрируемый фрагмент обязательно должны попадать элементы всех основных цветов.
- 2** минимальное кадрирование по горизонтали не может быть менее значения высоты оригинальной плашки. При этом в кадрируемый фрагмент обязательно должны попадать элементы всех основных цветов.
- 3** рекомендуется кадрирование фрагментов только прямоугольных форм.

Внимание!

Не рекомендуется кадрирование по вертикали при брендировании поверхности квадратной или близкой к квадрату формы.

Внимание!

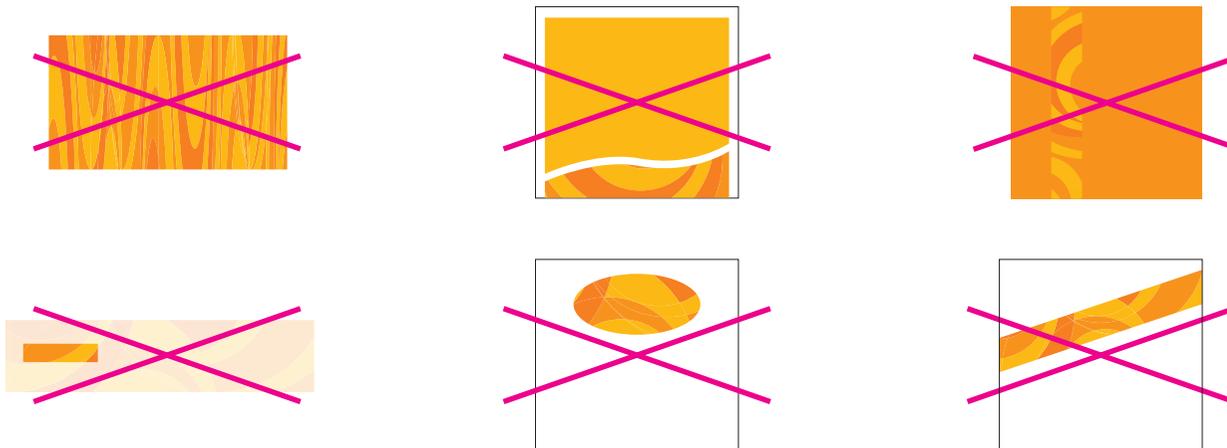
При размещении элементов на различных носителях в обязательном порядке необходимо оставлять вокруг них свободное пространство («охранное поле»). Размер этого поля не регламентируется, но оно должно быть заметным – таким, чтобы в достаточной степени отделять границы элементов от какой-либо другой графики рядом.

Стилеобразующие элементы саббрендов Правила использования

примеры допустимого использования



примеры не допустимого использования



На данной странице Руководства приведены примеры правильного и недопустимого использования стилеобразующих элементов в виде плашек для саббрендов ALUTECH Роллетные системы, ALUTECH Аллюминиевые Профильные системы, ALUTECH Другие системы:

- 1 при размещении на носителях плашка либо ее фрагмент должны располагаться параллельно одной из сторон оформляемого носителя;
- 2 зона кадрирования не может быть «повернута»;
- 3 не допускается какое-либо искажение элемента и его узора, допустимо только пропорциональное масштабирование;
- 4 не допускается располагать на одном макете / носителе / объекте более одного стилеобразующего элемента или его фрагмента.

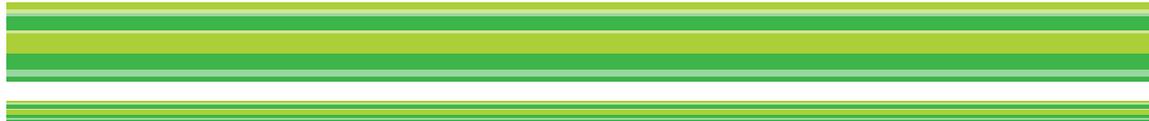
Внимание!

Во избежание некорректного воспроизведения стилеобразующего элемента, рекомендуется использовать только его электронную версию.

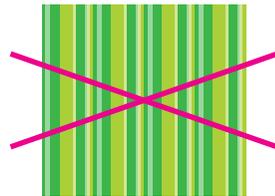
Стилеобразующие элементы

Правила использования

масштабирование по вертикали



минимальное кадрирование по горизонтали



На данной странице Руководства приведены примеры правильного и недопустимого использования стилеобразующего элемента в виде плашки для саббренда ALUTECH Воротные системы.

Элемент для этого саббренда в силу особенностей своей графики отличается свойствами кадрирования:

- 1 по вертикали не кадрируется – следует использовать прием пропорционального уменьшения;
- 2 по горизонтали кадрируется как угодно.

Остальные правила использования аналогичны тем, которые актуальны для элементов других саббрендов ALUTECH.

Внимание!

Во избежание некорректного воспроизведения стилеобразующего элемента, рекомендуется использовать только его электронную версию.