



РУКОВОДСТВО ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

BRAND MANUAL

1

ЗНАК	10
Построение и пропорции	12
Пространство вокруг знака	14
Масштабность	15
Примеры	16

2

ЦВЕТ	18
Кодировка	20
Применение	22
Примеры	24

3

ШРИФТ	26
Основная и дополнительная гарнитура	28

4

4

**ГРАФИЧЕСКИЕ
ЭЛЕМЕНТЫ** _____ 30

Сетка построения 32

Паттерны 34

5

**ПЕЧАТНЫЕ
МАТЕРИАЛЫ** _____ 36

Визитки 38

Бланк 40

Общие положения 46

Каталог 50

Упаковка 52

Нанесение
на оборудование 54

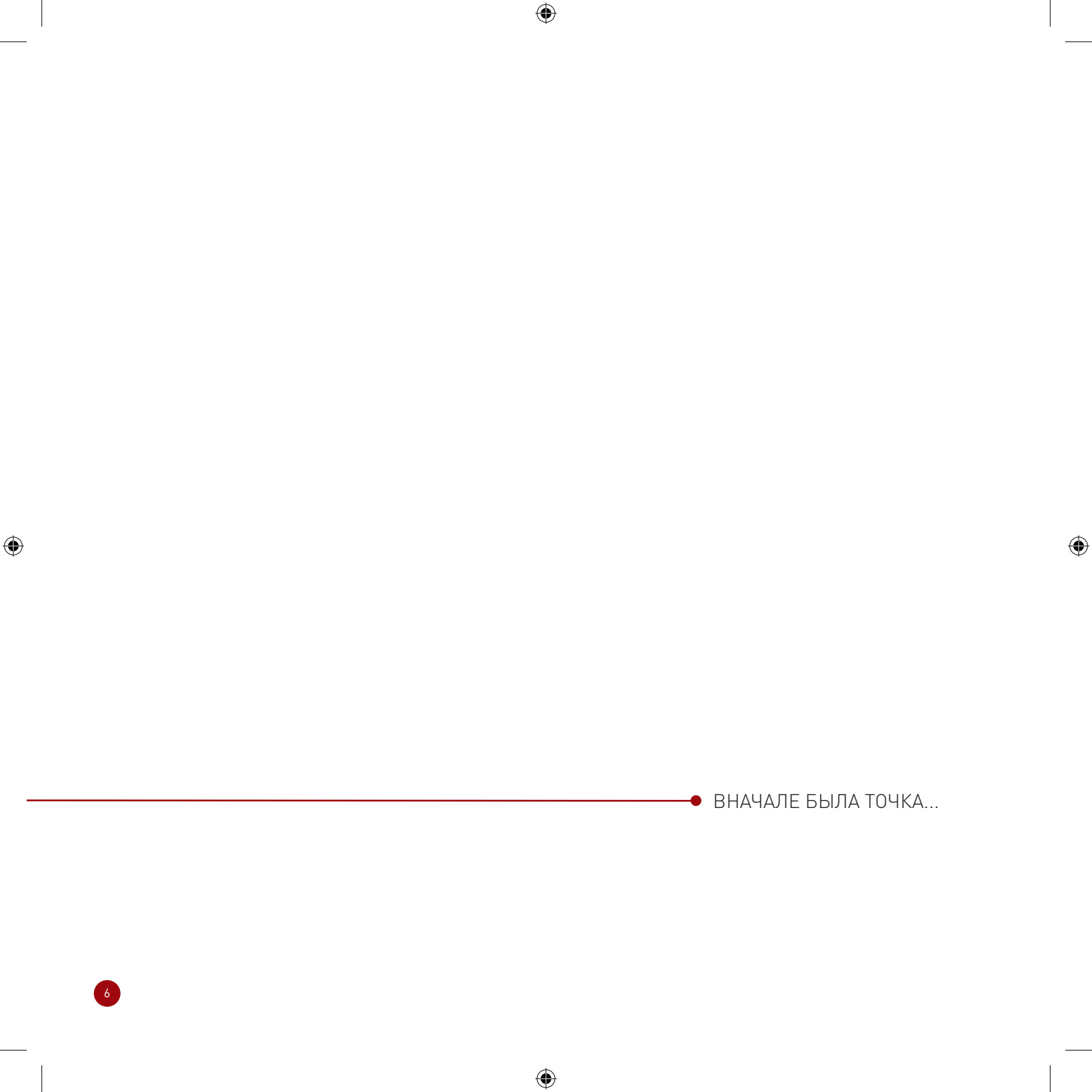
6

**РЕКЛАМНЫЕ
МАТЕРИАЛЫ** _____ 56

Банеры 58

Нанесение на автомобили 60

Имиджевые изображения 62



ВНАЧАЛЕ БЫЛА ТОЧКА...

6

История торговой марки климатического оборудования PIONEER начинается с далекого 1997 года, благодаря чему марка по праву считается одной из первых в отрасли. Шли годы, PIONEER обрел огромный опыт, стал узнаваем и превратился в стремительно развивающийся бренд. В последние годы для бренда появились новые задачи, в которых он выступает как технологичный, современный, опытный, независимый и харизматичный лидер. Соответственно, появилась потребность закрепить успехи в новом узнаваемом стиле. Торговая марка выросла в настоящий мощный бренд и нацелена на новые вершины. PIONEER – значит первый.

ПЕРЕДОВОЙ

ПРОВЕРЕННЫЙ

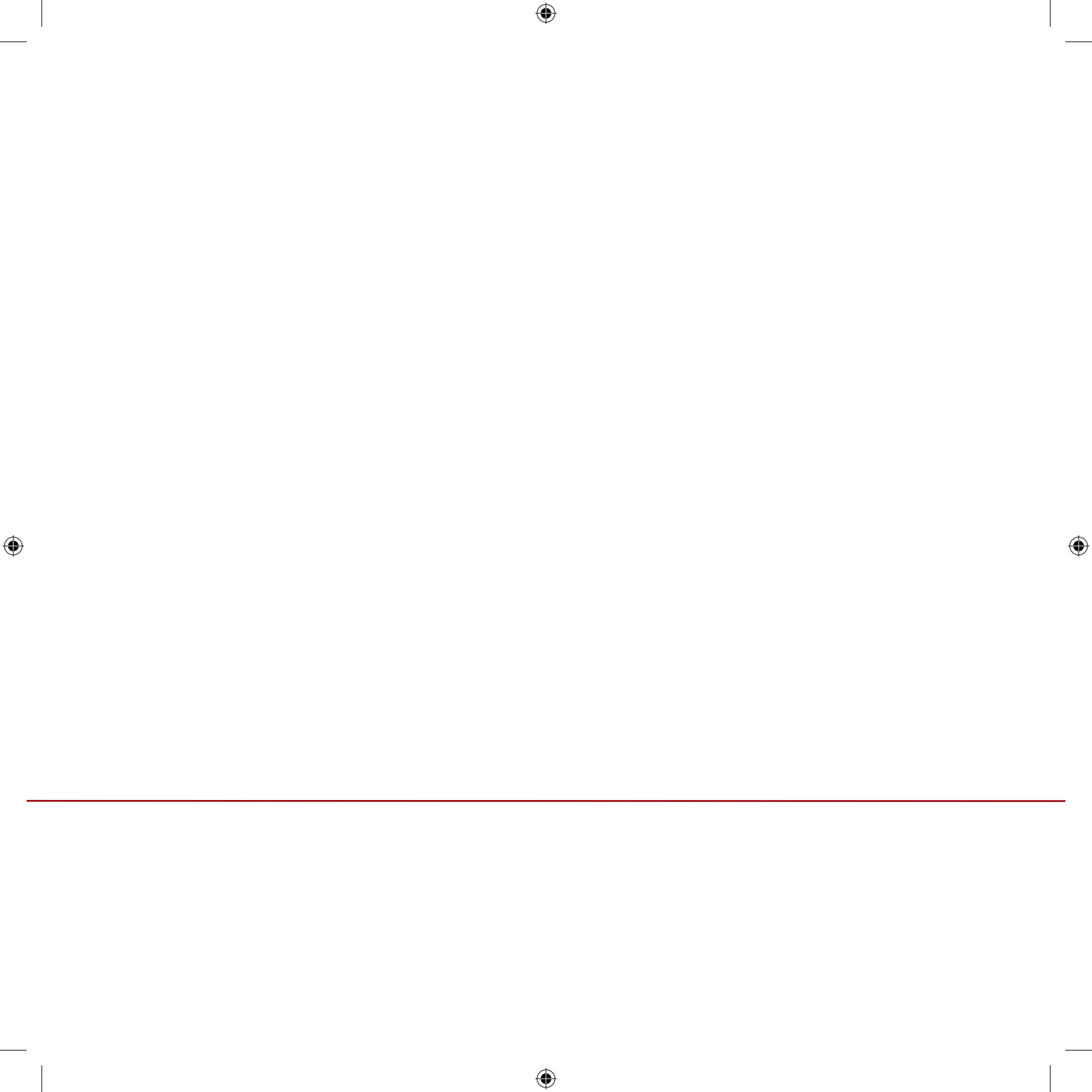
ПРАКТИЧНЫЙ

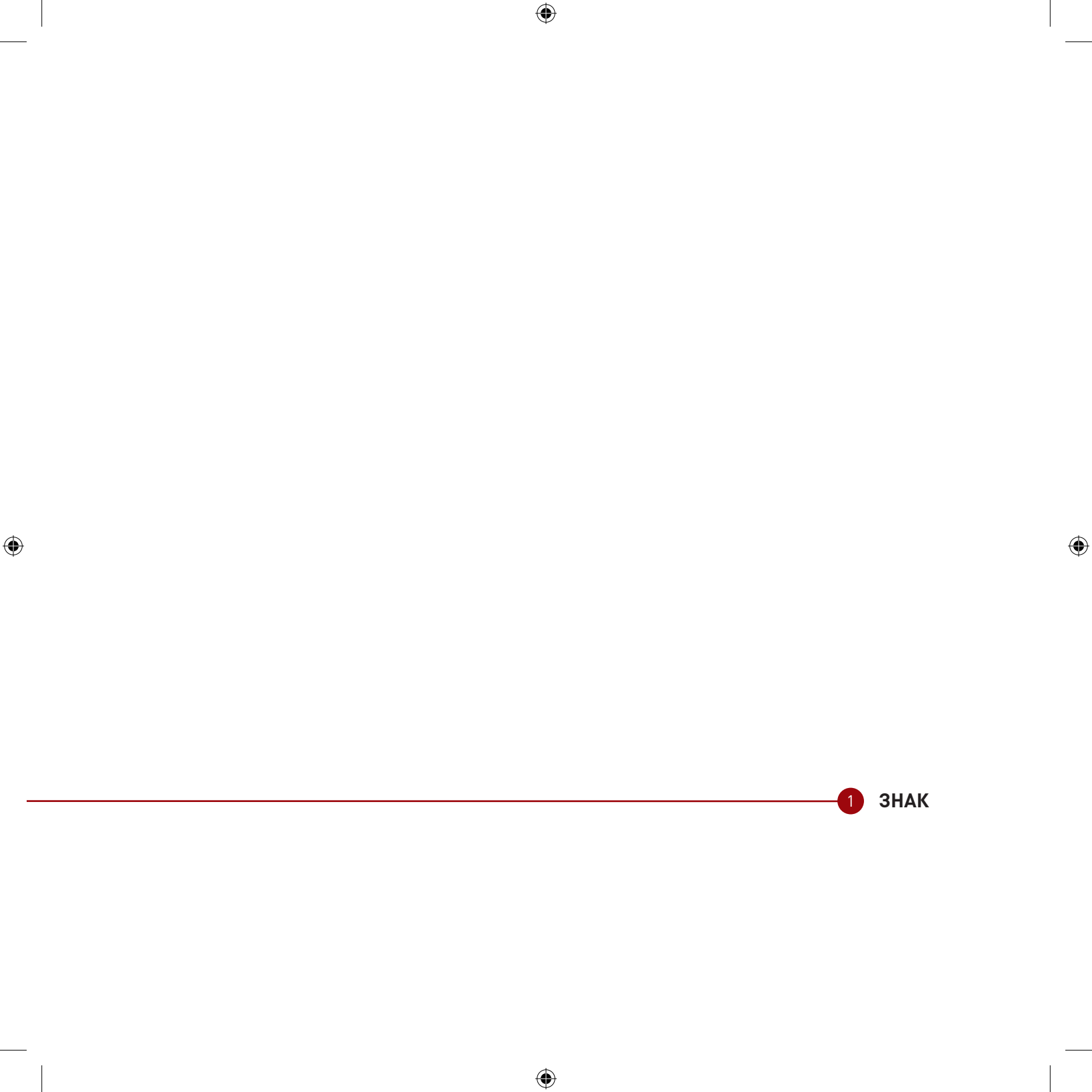
ПЕРВЫЙ



Спустя без малого 20 лет, PIONEER получает уникальный современный внешний вид и новую идеологию, сохраняя старые традиции и ценности. Внешний вид подчеркивает концепцию амбициозного технологичного новатора, идеология которого размещается в самом названии.

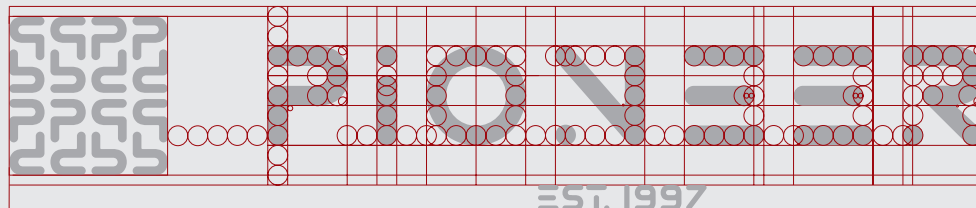
Всё имеет свое начало, отправную точку. Поэтому точка – лейтмотив нового образа бренда PIONEER. Как известно, первой геометрической фигурой, которую человек мог увидеть и нарисовать, был круг. Для изображения круга необходимо всего лишь ткнуть пальцем в песок, и мы увидим круг или округлую фигуру. Круг способен зародить новую систему, в которой есть простота, гибкость и эстетика, присущая всему, что создает природа.





1

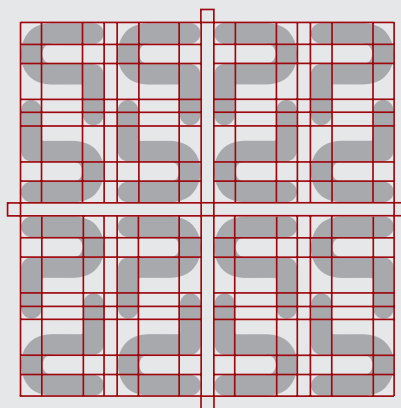
3HAK



Дополнительное
начертание с годом
основания бренда.
Применяется в от-
дельных случаях.

Знак строится
по определенной
геометрической схеме.
Имеет пропорции круга/
квадрата.

Любое искажение изо-
бражения логотипа
в печатной, рекламной,
цифровой продукции
не допускается.



1



PiO.NEER

EST. 1997

2



PiO.NEER

3



PiO.NEER

Фирменная надпись и знак могут быть использованы вместе в полной версии логотипа (1), может применяться по отдельности (2-3), в зависимости от пропорций макета и условий применения.

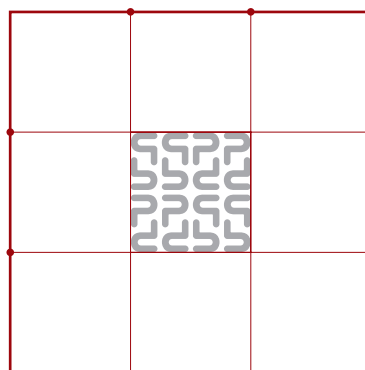
Например, полная версия логотипа (1) применяется зачастую в рекламных материалах и упаковке. Версия, состоящая только из фирменной надписи (2) применяется только при нанесении на внутренние блоки кондиционеров и небольшие приборы. Только значок (3) может быть применен для печати шильд с технической информацией и для других мелкоформатных носителей, в том числе нанесение на технику.

PIONEER

ЗНАК

Для того, чтобы без усилий можно было рассмотреть логотип, необходимо давать ему пространство – поле для восприятия, вокруг которого должно быть пусто от текстов, изображений, фотографий, любых графических элементов.

Применяется в том случае, если все перечисленные элементы затрудняют читаемость логотипа, находясь на одном визуальном уровне.





PIONEER



PIONEER



PIONEER



PIONEER



PIONEER



PIONEER



PIONEER



PIONEER

PIONEER

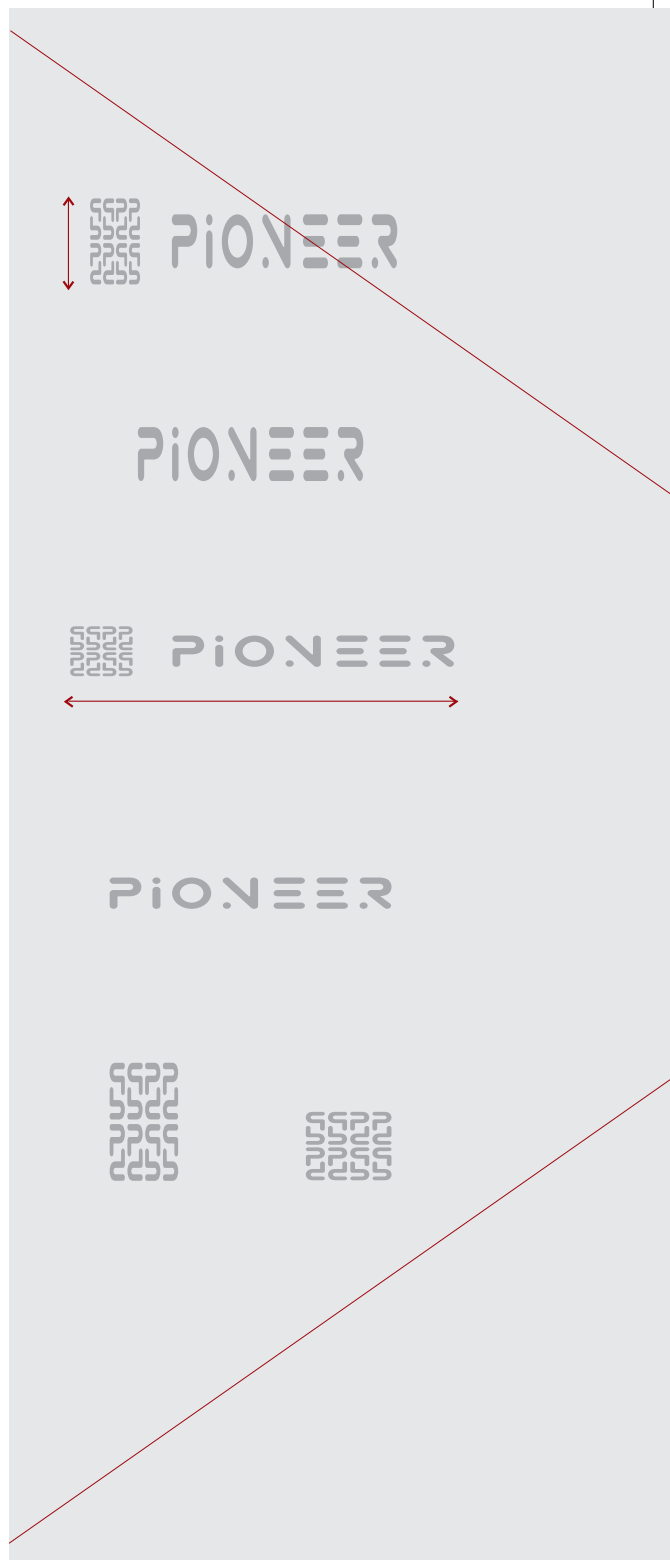
PIONEER

В зависимости от масштаба нанесения логотипа, необходимо понимать, насколько он будет читаем при уменьшении. Знак в полной версии может плохо считываться в деталях.

Рекомендуется в самом малом масштабе использовать только фирменную надпись **PIONEER** без знака.

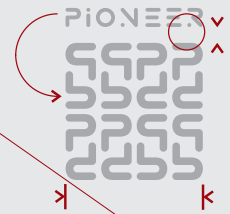
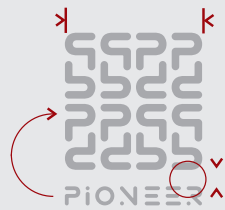


1. Начертание логотипа бренда PIONNER предусматривает **только 3 варианта**.
2. Редактирование действующего логотипа в рамках официального макета не допускается.
3. Любое искажение логотипа при нанесении целиком и по отдельности не допускается.
4. Если необходимо использовать сочетание **PIONEER + [иконка]**, то следует использовать фиксированный макет с изображением логотипа.
5. Если необходимо использовать одно шрифтовое начертание **PIONEER**, то следует использовать фиксированный макет.
6. Если необходимо использовать один знак **[иконка]**, то следует использовать фиксированный макет.
7. Нельзя менять местами элементы логотипа.
8. Следует соблюдать пропорции и размеры шрифтового начертания и знака относительно друг друга.

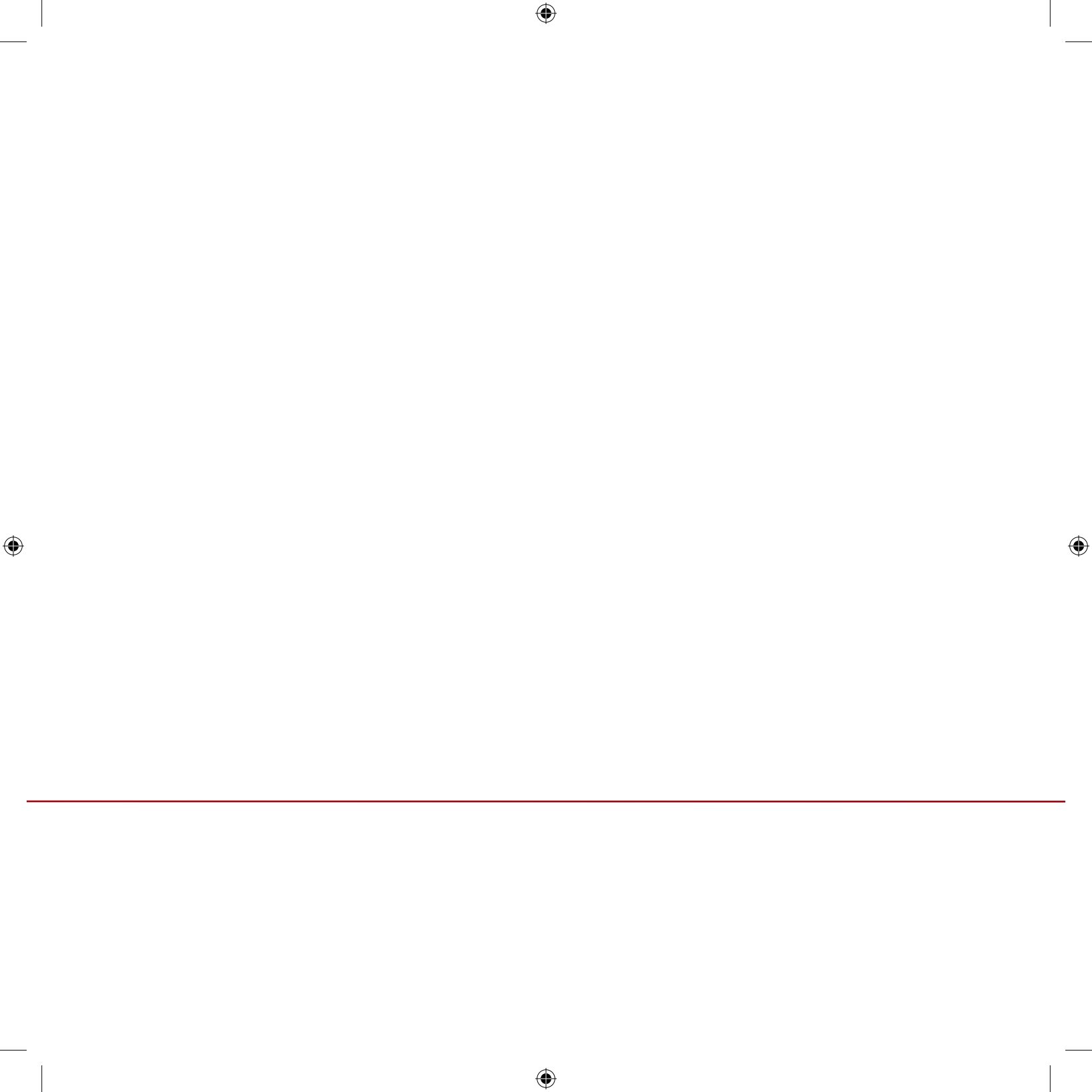


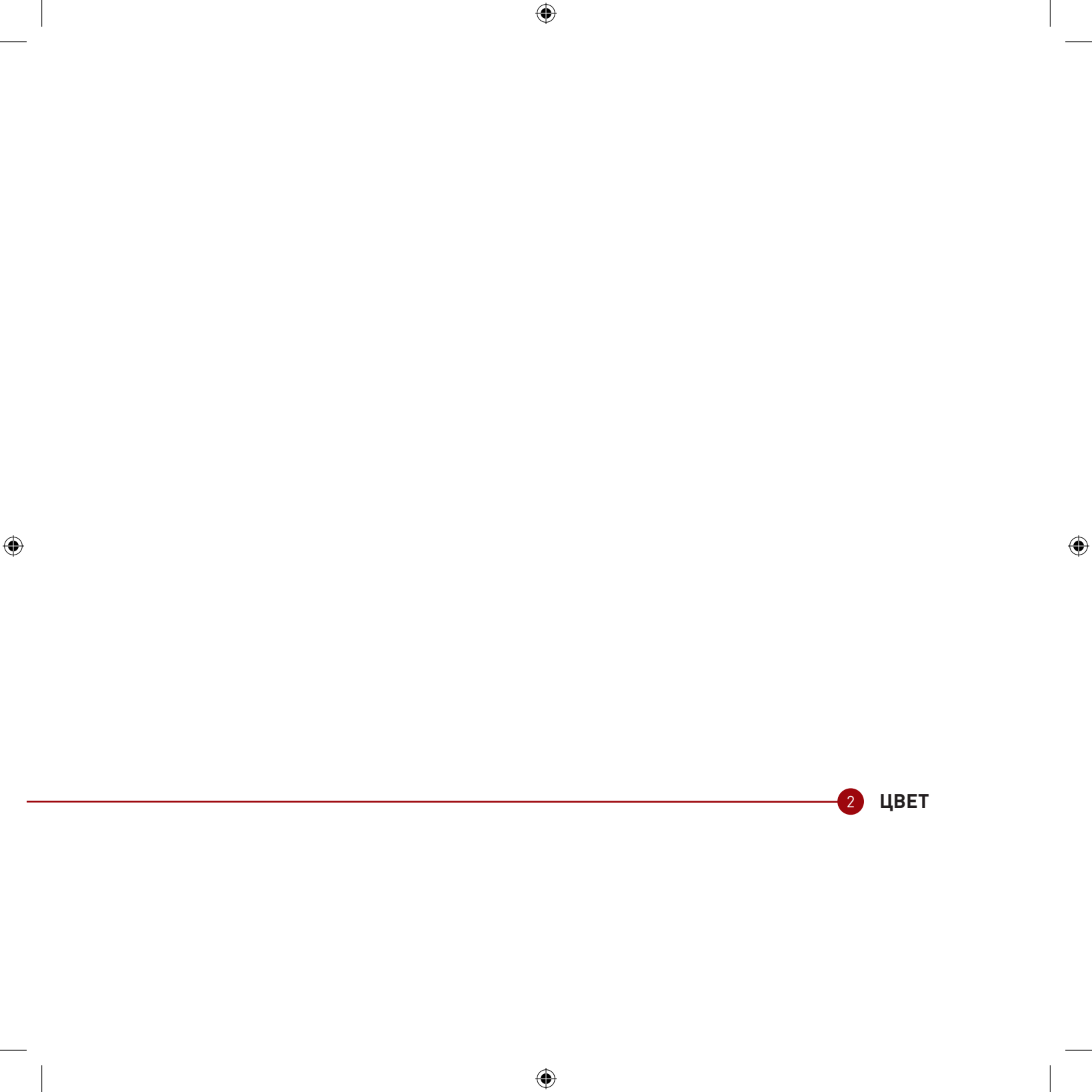


ПРИМЕРЫ



ЗНАК



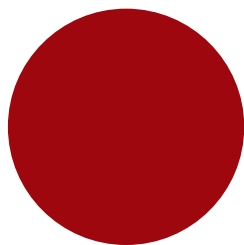


2

ЦВЕТ

ОСНОВНОЙ ЦВЕТ

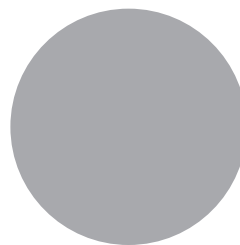
C 0 %
M 100 %
Y 100 %
K 40 %



R 157
G 10
B 14

Pantone 1805C
Pantone DE 76-1C

C 0 %
M 0 %
Y 0 %
K 40 %



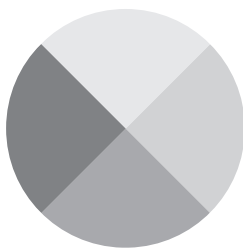
R 167
G 169
B 171

Pantone DE-325-6C
Pantone Color Gray 8C

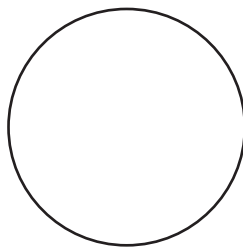
ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ЦВЕТА

КОДИРОВКА

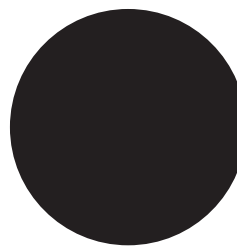
Градации серого
в СМУК 10-60 %



Белый
White



Черный
Black



Цвет для нанесения
на блоки кондиционеров
и пульты управления:
Pantone 877C (gray)

Фоновый цвет

Дополнительный цвет

Цвет для печати
на коробки:

Красный
PANTONE 1815C
PANTONE 202C

Серый
PANTONE 445U
PANTONE Cool Gray 11U

ЦВЕТ

Основной фоновый цвет – белый.

Дополнительный фоновый цвет – серый (10-20% СМУК)

Акцентный цвет – красный. Используется исключительно в логотипе, надписях, геометрических фигурах, где соотношение красного к белому в макете должно быть в пропорциях 30% к 70%.

При любом другом фоновом цвете, в зависимости от макета, в логотипе используются фирменный красный, серый, белый или черный цвета.



PIONEER



PIONEER



PIONEER



PIONEER



PIONEER



PIONEER



PIONEER



PIONEER



PIONEER



PIONEER



PIONEER



PIONEER

Как фон влияет на цвет и тон логотипа?



PiONEER



PiONEER



PiONEER



PiONEER

Следует избегать попадания знака в тон с фоном



PiONEER



PiONEER

затрудняется прочтение



PiONEER



PiONEER

слишком светлый фон



PIONEER



PIONEER

затрудняется
прочтение



PIONEER



PIONEER



PIONEER



PIONEER

Следует избегать попадания
знака в тон с фоном



PIONEER



PIONEER

слишком
светлый фон

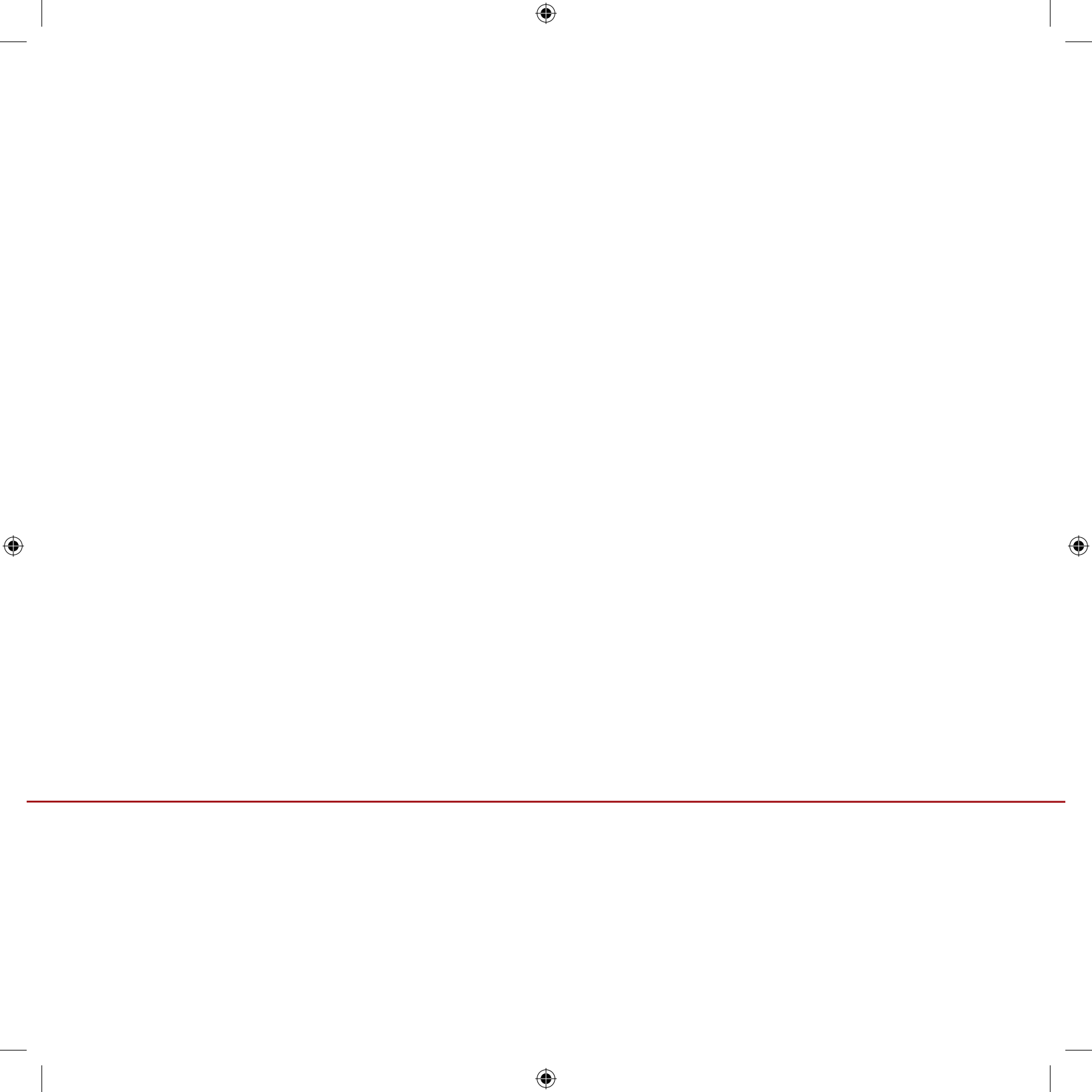
Цветной фон необходимо подбирать так, чтобы знак полностью читался, не пропадал по тону.

Чем светлее фон, тем темнее знак; чем темнее фон, тем светлее знак.

Чтобы не было затруднений в выборе цвета фона, рекомендуется придерживаться фирменного белого цвета.

ПРИМЕРЫ

ЦВЕТ



Гарнитура DINPro

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз Ии Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр
Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Light / Основной

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз Ии Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр
Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Regular / Основной

**Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз Ии Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр
Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9**

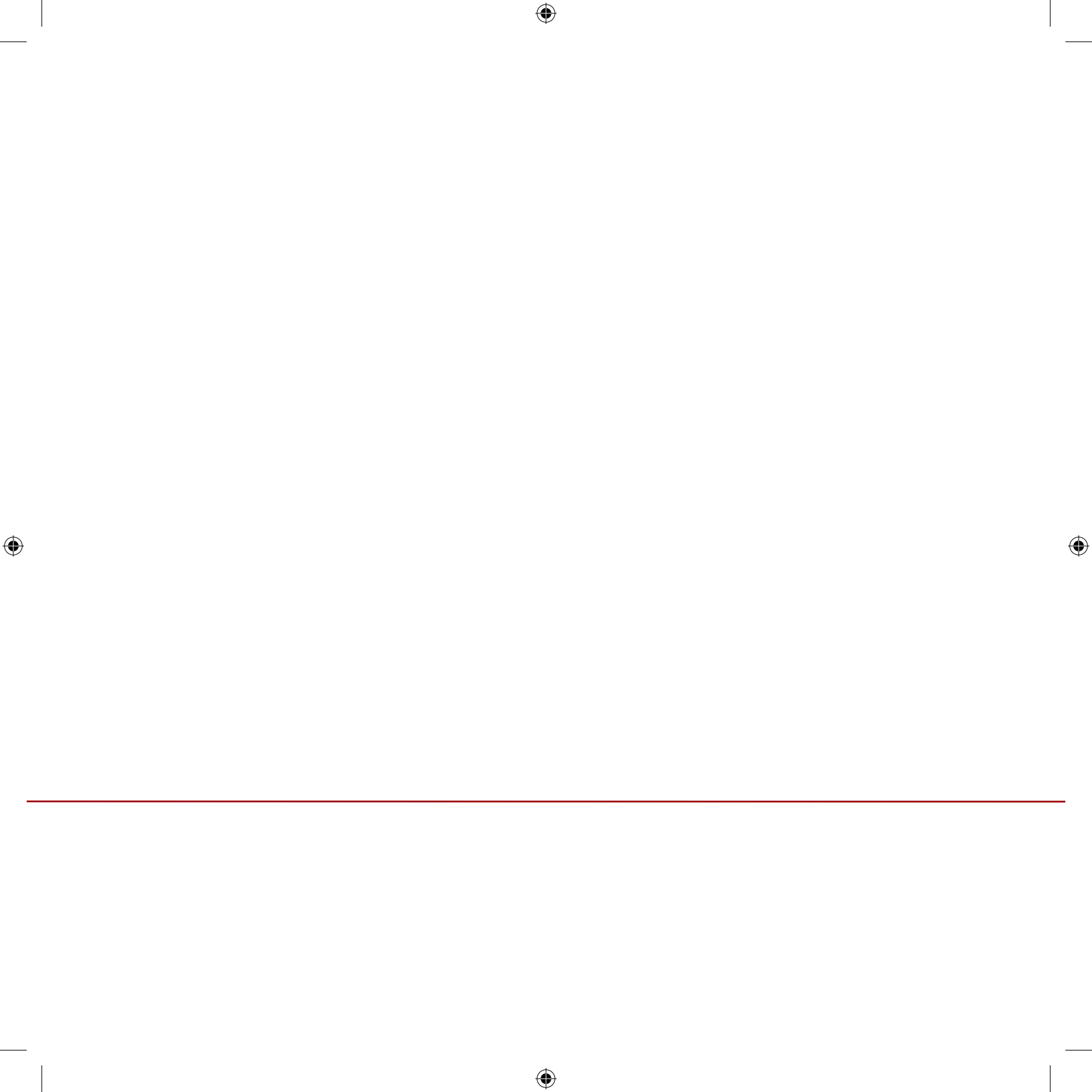
Medium

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз Ии Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр
Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

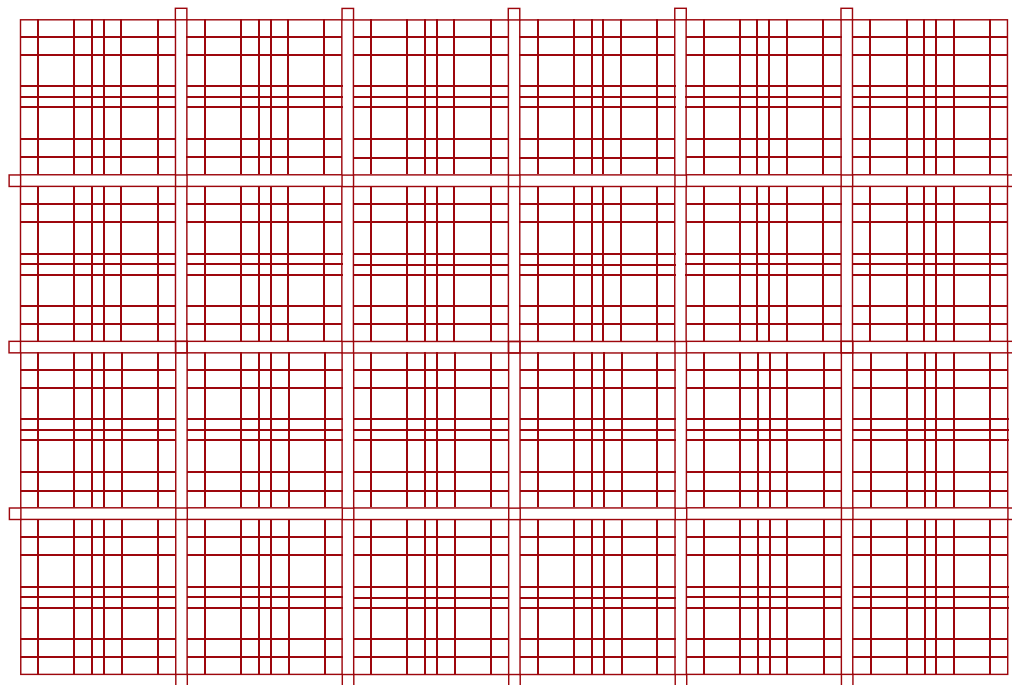
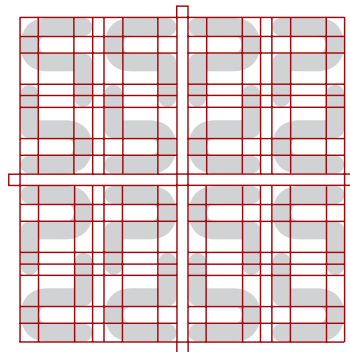
Bold / Основной

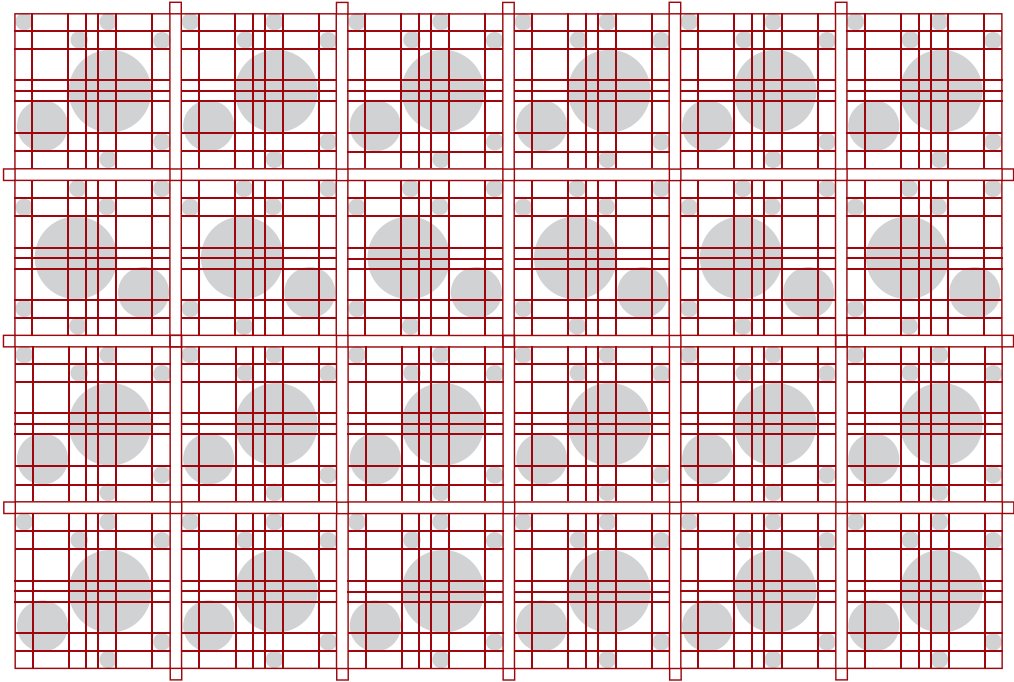
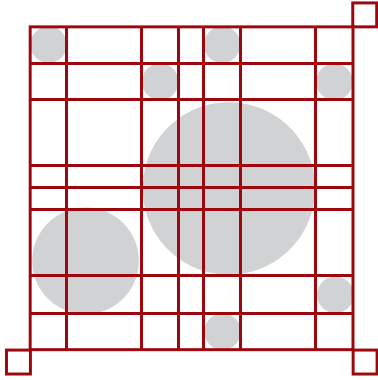
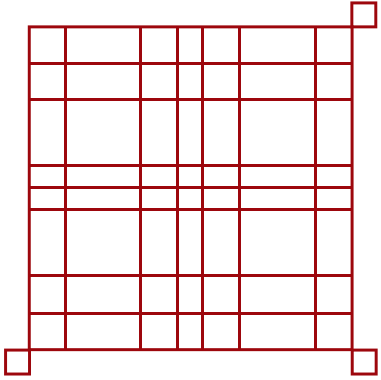
**Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз Ии Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр
Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9**

Black



Фирменный знак – основа графической концепции. Он строится по определенным геометрическим правилам, которые выражаются в графической сетке. На ее основе строится всё фирменного стиля: отдельные графические элементы, паттерны, значки, иконки.

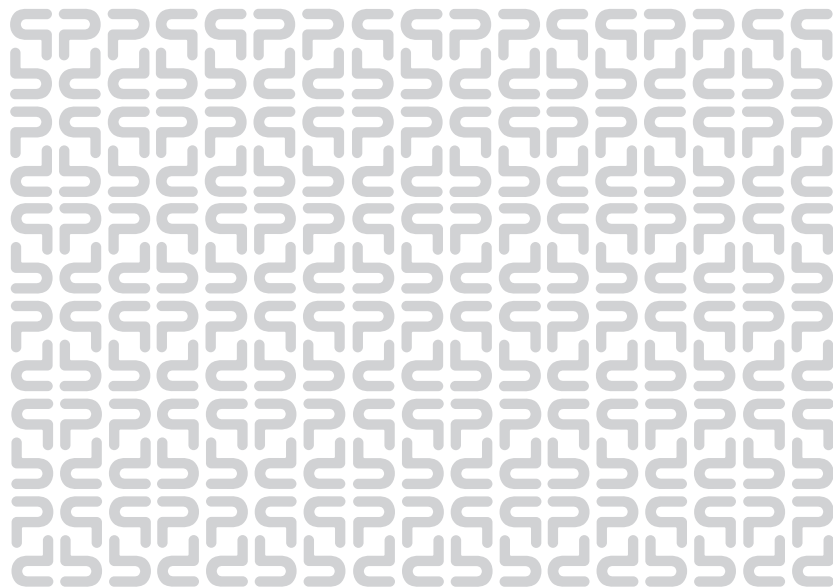




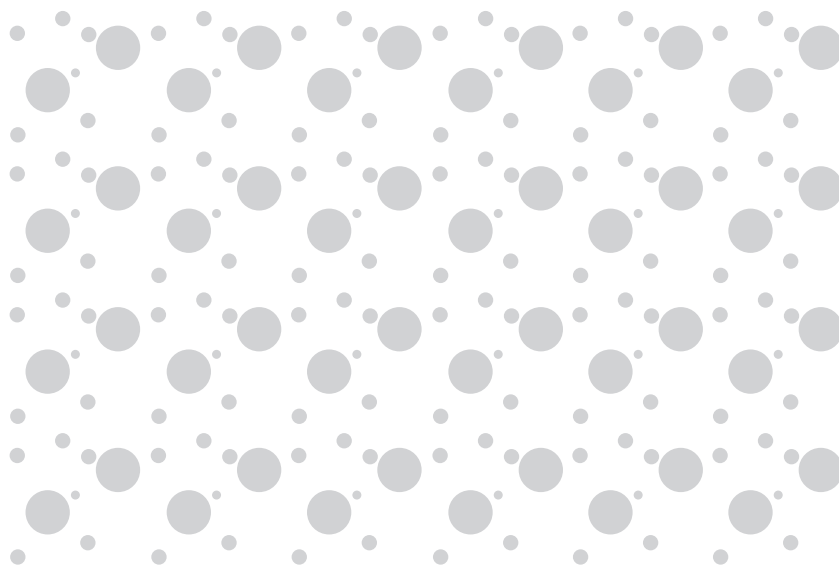
СЕТКА ПОСТРОЕНИЯ
МОДУЛЬ

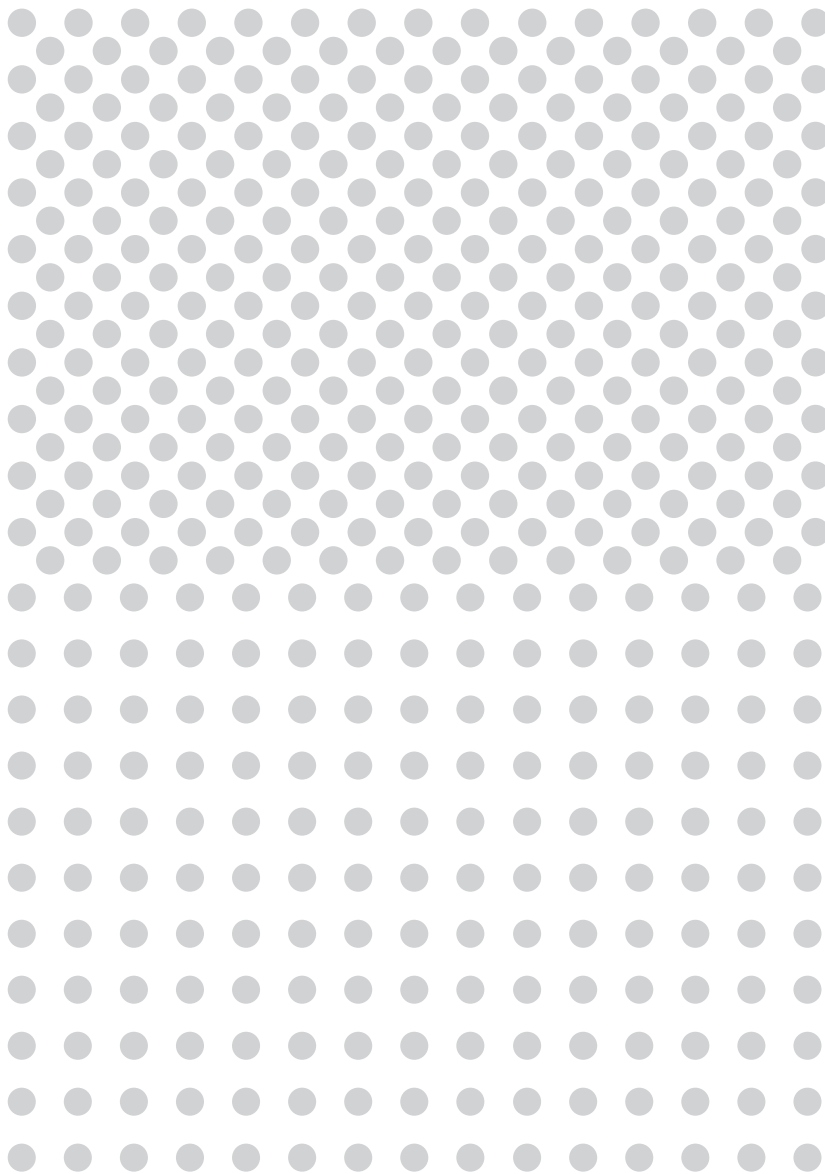
ГРАФИЧЕСКИЕ ЭЛЕМЕНТЫ

Основной паттерн. Используется для оформления печатных, цифровых, рекламных материалов. Рекомендуется для фона. Цвет серый 10-60% СМУК.



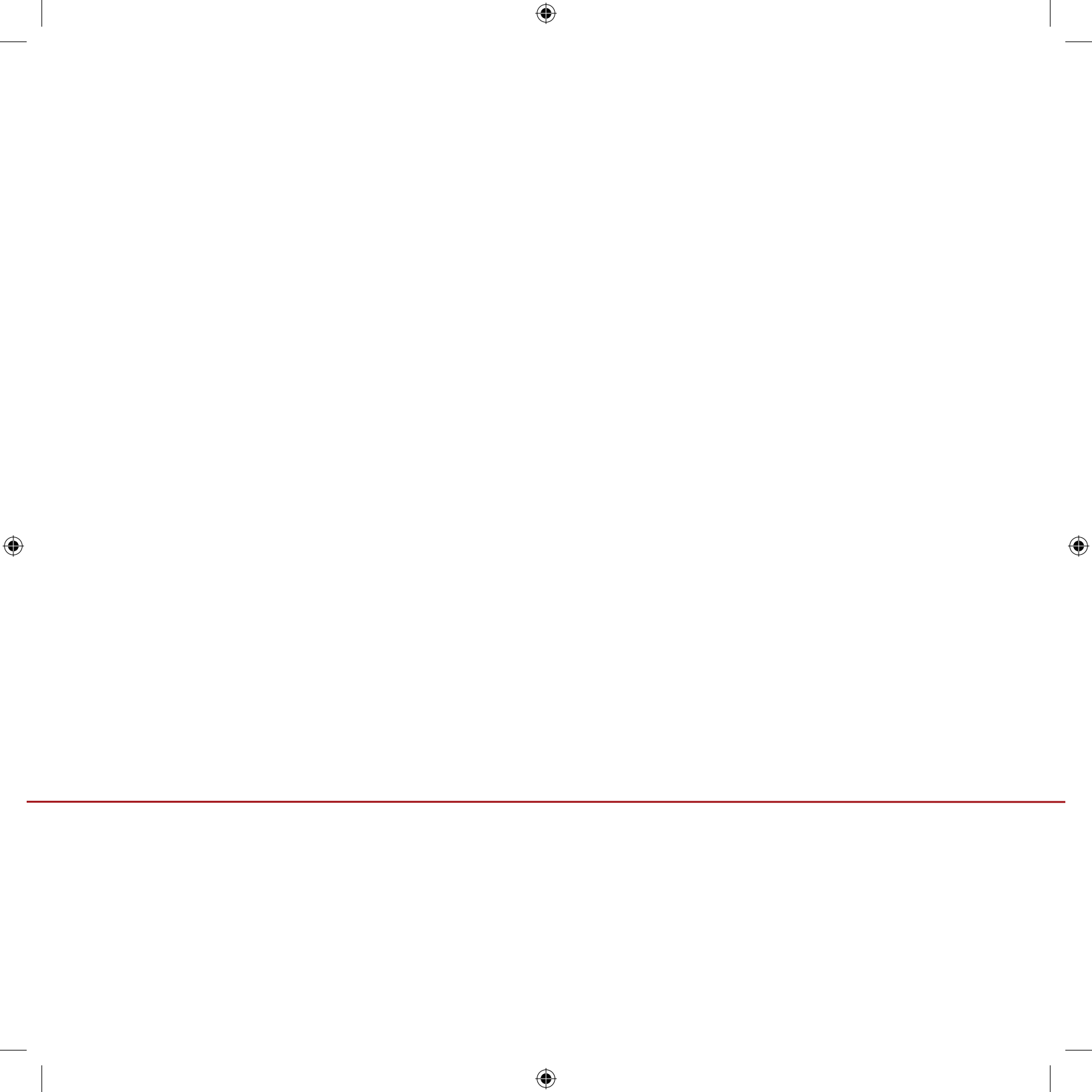
Дополнительный геометрический паттерн. Применяется в печатных, цифровых, рекламных материалах.





Дополнительный геометрический паттерн. Применяется в печатных, цифровых, рекламных материалах.

Дополнительный геометрический паттерн. Применяется в печатных, цифровых, рекламных материалах.



Визитки личные и корпоративные.
Размер стандартный 90 x 50 мм.

Бумага для печати белая, может быть с текстурой.

Информация в макете визитки может меняться и дополняться.

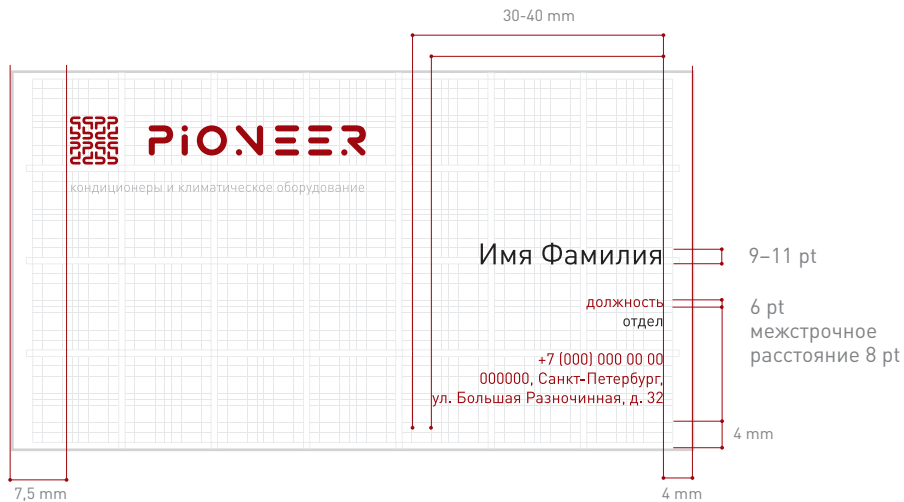
Межстрочное расстояние может меняться.
На данной странице представлен пример с оптимальными пропорциями.

Цвет фирменный:

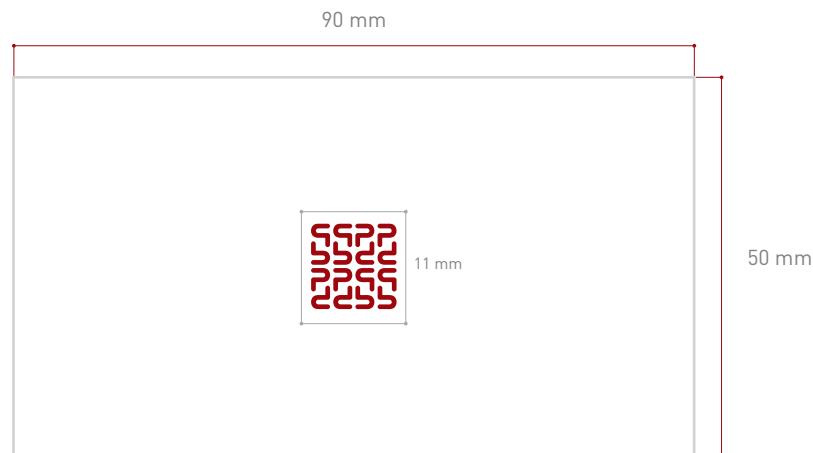
Red
CMYK
0% 100% 100% 40%

Black
CMYK
0% 0% 0% 100%

Gray
CMYK
0% 0% 0% 60%



Лицевая сторона



Оборотная сторона



кондиционеры и климатическое оборудование

Иванов Иван

директор
департамент маркетинга

+7 (812) 718 55 11
197110, Санкт-Петербург,
ул. Большая Разночинная, д. 32

ВИЗИТКИ



кондиционеры и климатическое оборудование

+7 (812) 718 55 11
197110, Санкт-Петербург,
ул. Большая Разночинная, д. 32
www.pioneer-air.ru

ПЕЧАТНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Бланки формата А4.

Печатаются в цвете и ч/б вариантах.

Бумага для печати белая, может быть с текстурой.

Логотип располагается в левом верхнем углу. В левом нижнем углу располагается контактная информация, которая находится на одном уровне с логотипом.

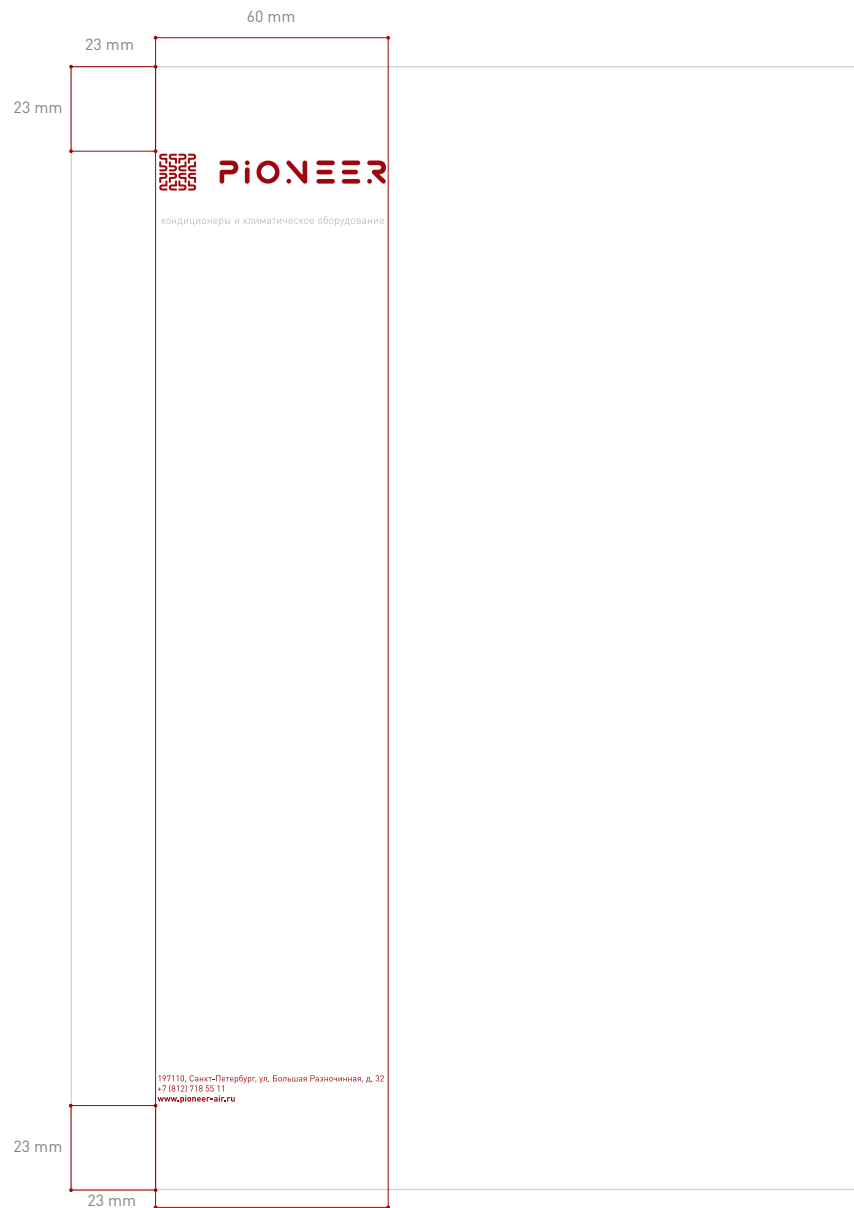
Цвет фирменный:

Red
 CMYK
 0% 100% 100% 40%

Black
 CMYK
 0% 0% 0% 100%

Gray
 CMYK
 0% 0% 0% 60%

Поле для контактной информации





кондиционеры и климатическое оборудование

197110, Санкт-Петербург, ул. Большая Разночная, д. 32
+7 81 31 716 55 11
www.pioneer-air.ru

БЛАНКИ

ПЕЧАТНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

41



1974 год - Пилотажный клуб «Пилотаж», г. 22
+7 (910) 123-1234
www.pioneer.ru

PIONEER

Ekaterina Borodina
+7 (910) 123-1234
+7 (910) 123-1234
+7 (910) 123-1234

PIONEER







Любая печатная продукция бренда Pioneer основывается на системе пропорций, выведенных в фирменной графической сетке. Сетка строится на пропорциях фирменного знака. Знак основывается на геометрии круга / квадрата. Таким образом, используя пропорции круга / квадрата в создании печатных и цифровых макетов, можно добиться оптимального внешнего вида.

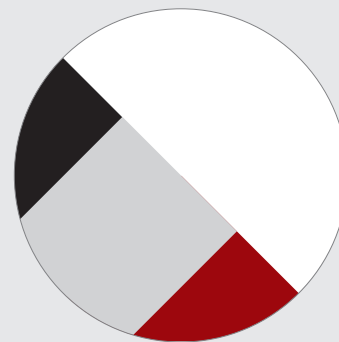
Смело используйте при создании макетов такие геометрические фигуры, как круг и квадрат.



Фирменный стиль бренда Pioneer отличается чистотой. Для него приемлемы только белый фон и серый фон, где использование черного в кодировке CMYK не более 20%.

Главный акцент в макетах желательно делать **на изображениях продукции бренда**. Любые шрифтовые надписи, графические элементы должны поддерживать фотоматериалы, а не наоборот.

Рекламная продукция – печатная и цифровая основывается на фирменных составляющих: фирменном шрифте DINPro, фирменных цветах, тематических фотографиях.



Красный цвет – акцент.
Преимущество белого цвета.

Использование **нефирменной** шрифтовой гарнитуры возможно при наличии таких семейств шрифтов как Myraid или Arial, которые имеются на любом компьютере.

Рекламные фотоматериалы могут быть в черно-белом цвете. Возможно использование градиента, основанного на фирменном красном цвете в растяжке к белому или прозрачному.

Фирменные паттерны следует использовать непосредственно в рамках поставленной задачи. Желательно применять в отдельных частях макета в небольшом количестве.

Фирменный паттерн – далеко не решение всех изобразительных задач.

Печатные материалы должны быть в высоком разрешении, не менее 300 dpi.

Цифровые материалы рекомендуется готовить нужного размера, чтобы избежать плохого качества изображения.

Используйте официальный макет с изображением логотипа Pioneer, графическими элементами, паттернами.

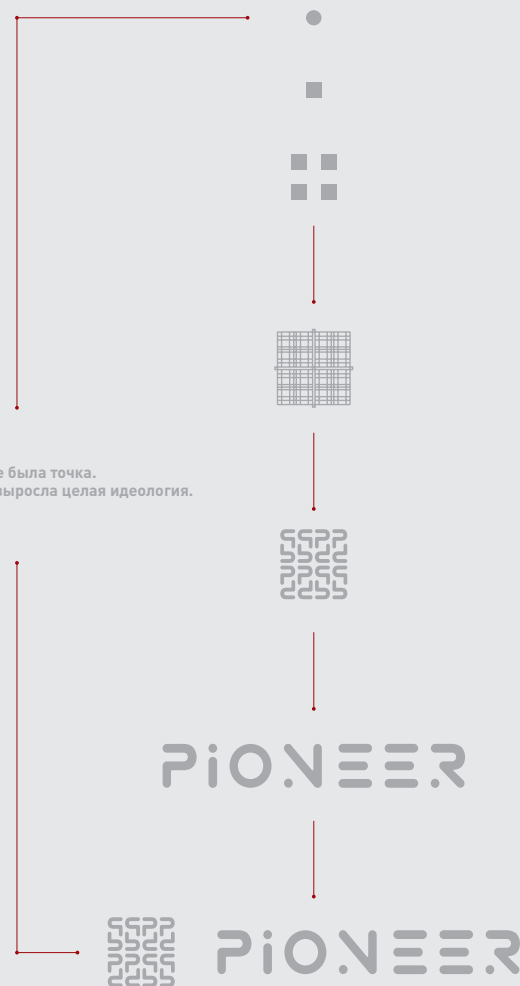
Простота графического наполнения фирменного стиля Pioneer даёт большую гибкость в применении к печатным и цифровым материалам.

Фирменный стиль бренда Pioneer нацелен на поддержку выпускаемой им продукции. Логотип и любые фирменные графические элементы, паттерны являются собственностью компании.

Рекомендуется производить пробную печать.

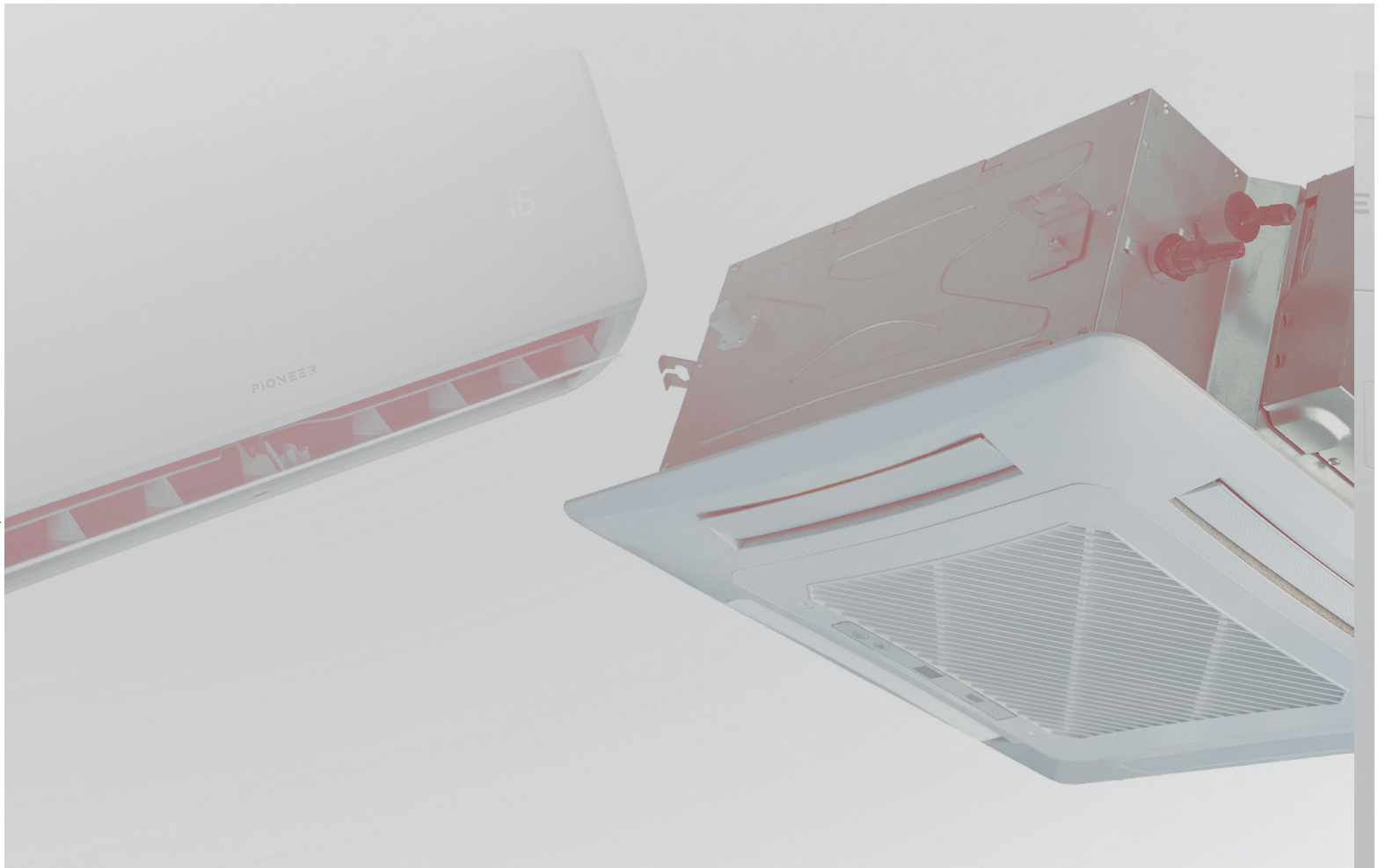


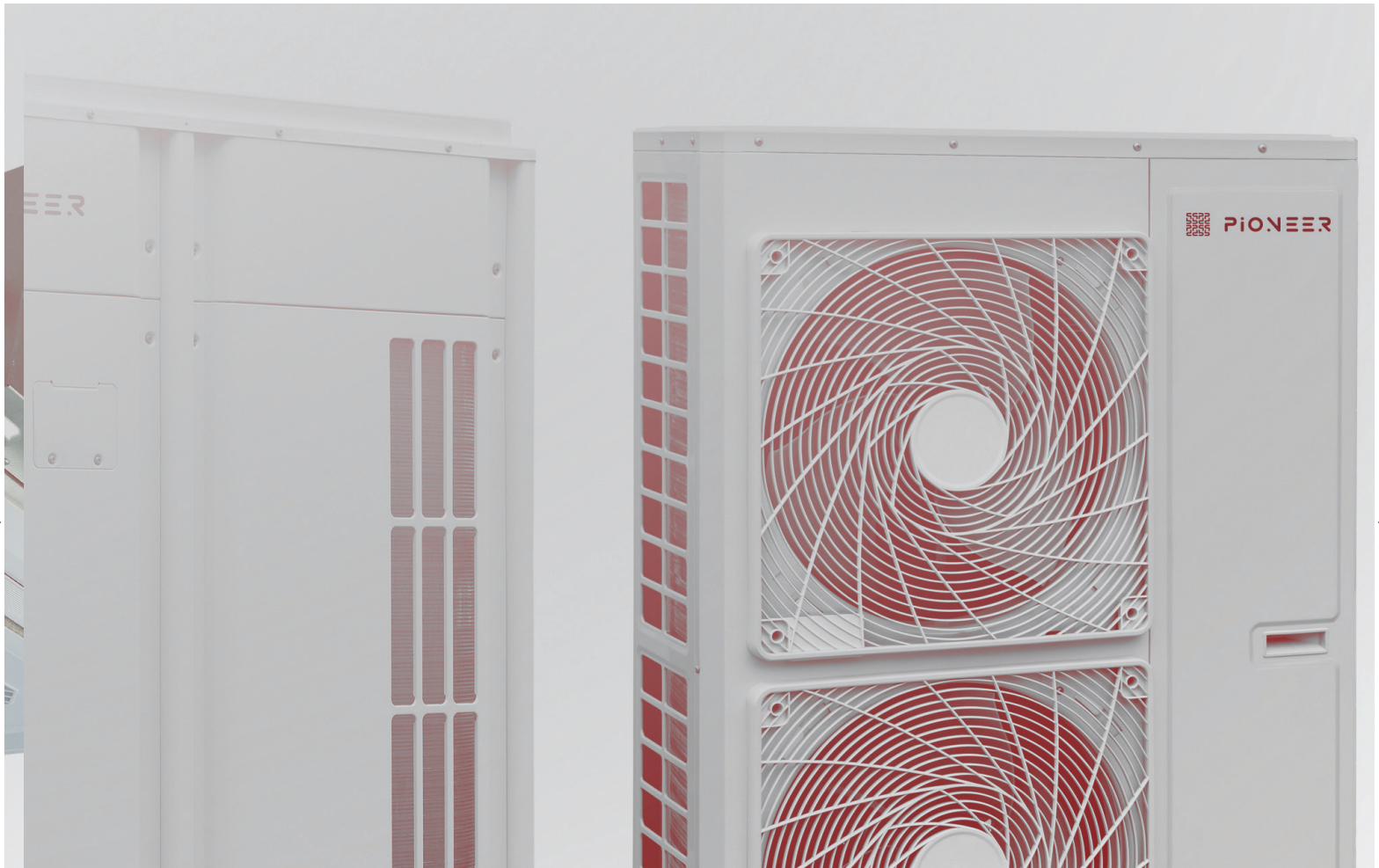
Вначале была точка.
Из неё выросла целая идеология.



ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

ПЕЧАТНЫЕ МАТЕРИАЛЫ



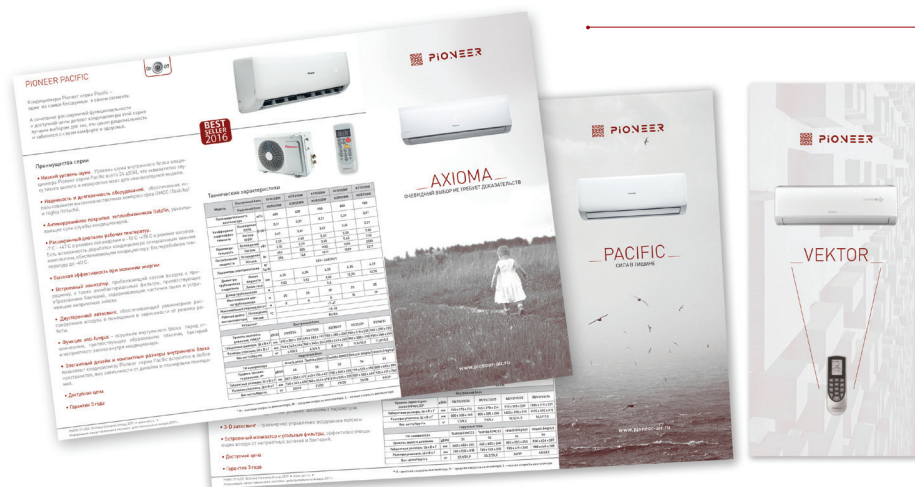




Дополнительные изображения в рекламной и печатной продукции – черно-белые с использованием легкого градиента фирменного красного цвета. Добиться такого эффекта можно в фотшоппе, работая с инструментами прозрачности, заливки, режимом наложения.

Изображения несут отвлекающий характер, но максимально приближенный к тематике рекламной кампании или концепции для печати.

Идеи для рекламных кампаний могут быть свободными, но должны находиться в рамках стиля.



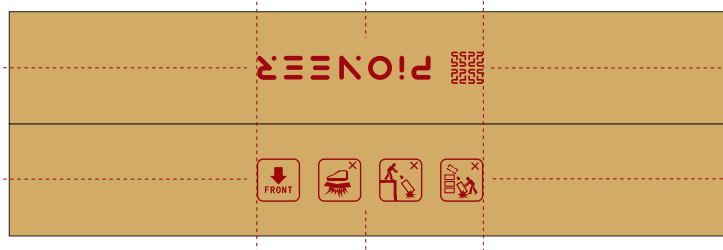
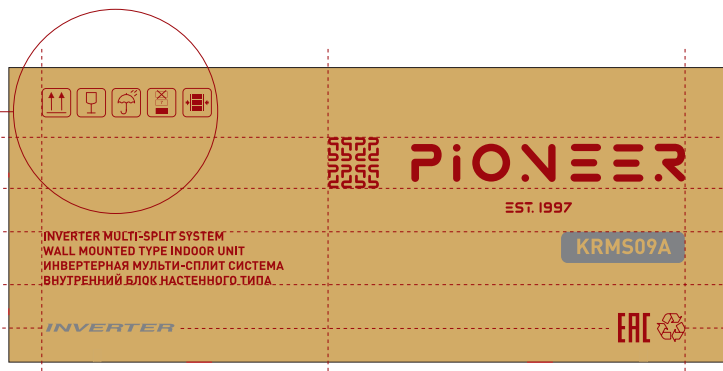
Иконки следует приводить к фирменной пластике (скругленной).

Выравнивание происходит по левой или правой стороне в зависимости от размеров коробок. По горизонтали следует придерживаться одного уровня, выбранного по одному из объектов.

Акцент на логотипе в рамках размера и цвета.

Мотив для построения иконок и значков для печатных и цифровых материалов – фирменный знак Pioneer. Используется фирменный красный цвет для нанесения на коробки, серый цвет – для печати на торцевых частях коробок с двух сторон.

Коробка для внутреннего блока кондиционера.



Цвет при нанесении следует подбирать так, чтобы он был максимально приближен к фирменному по кодировке Pantone, если фирменный цвет отсутствует.

Рекомендуется делать пробную печать.

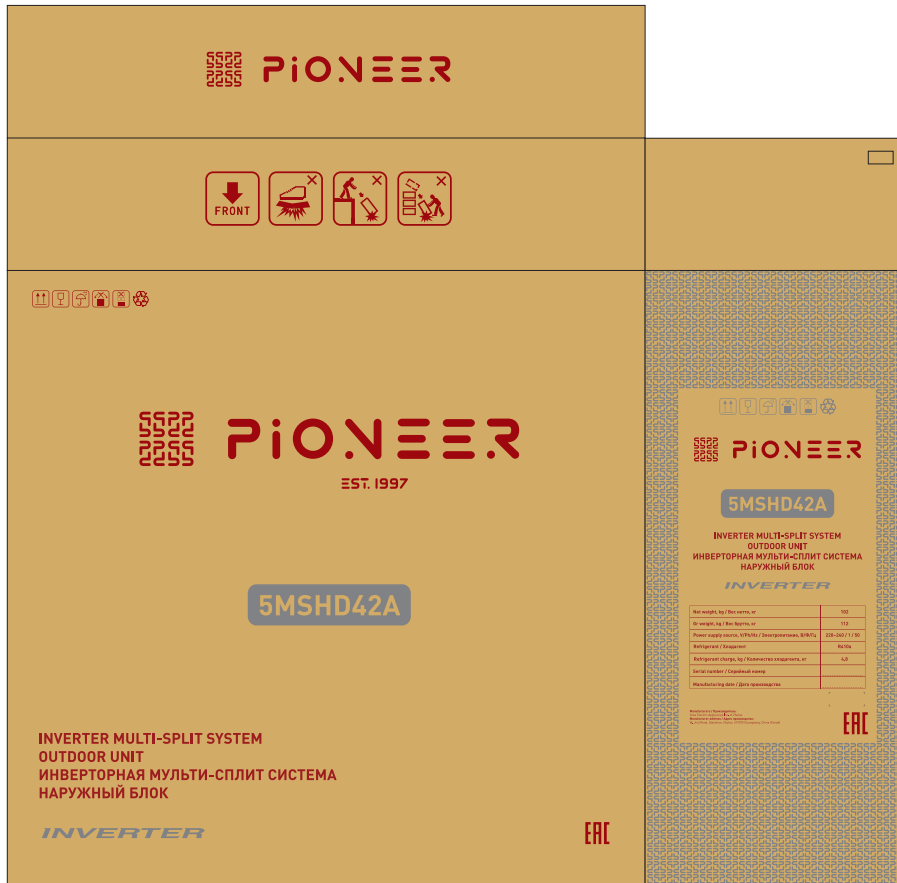


Выравнивание на середину. С торцов коробки на фоне используется фирменный паттерн.

Красный
PANTONE 1815C
PANTONE 181C

Серый
PANTONE 445U
PANTONE Cool Gray 11U

Коробка для внешнего блока кондиционера.



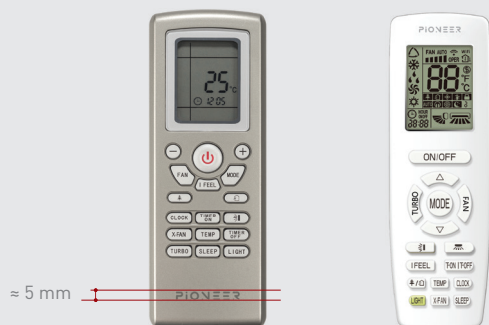
УПАКОВКА

ПЕЧАТНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

НАНЕСЕНИЕ НА ОБОРУДОВАНИЕ
ВНУТРЕННИЕ БЛОКИ



ПЕЧАТНЫЕ МАТЕРИАЛЫ



PIONEER

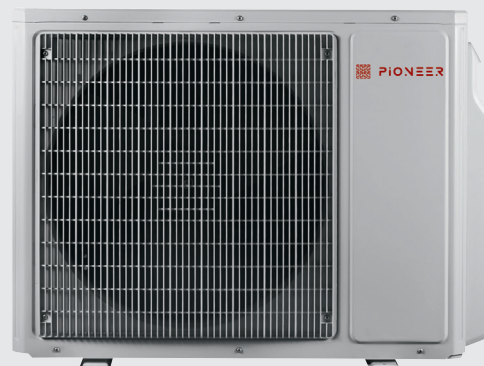
Нанесения
на блоки кондиционеров
и пульты управления:
Pantone 877C (gray)



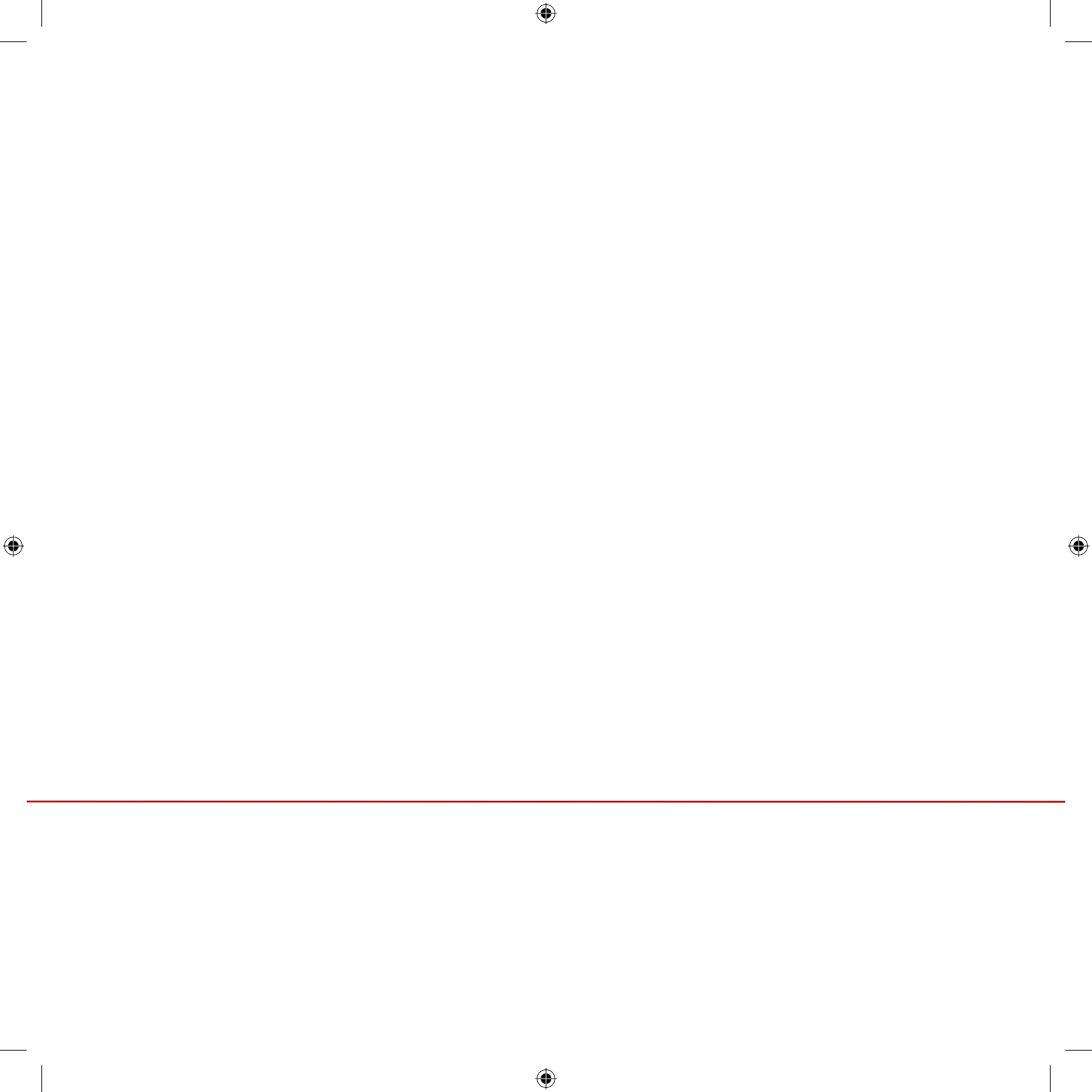
НАНЕСЕНИЕ НА ОБОРУДОВАНИЕ
ВНЕШНИЕ БЛОКИ

 PIONEER

Нанесение
на внешние блоки кондиционеров:
Pantone 1805C
Pantone DE 76-1C



ПЕЧАТНЫЕ МАТЕРИАЛЫ





6

РЕКЛАМНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Логотип на рекламных материалах необходимо ставить особняком; информации должно быть как можно меньше; сопутствующий образ желательно создавать достаточно ярким, чтобы он мог благополучно запомниться зрителю.

На данных примерах представлена идея разделения фирменной части баннера, от образной.





Цветовая палитра в рекламном решении может быть разнообразной.

Задачи рекламной продукции необходимо выполнять в рамках действующего фирменного стиля. Ограничений на креативность рекламных решений нет.

БАННЕРЫ

РЕКЛАМНЫЕ МАТЕРИАЛЫ





Нанесение фирменной графики, логотипа на автомобили рекомендуется делать с использованием фирменных паттернов.

Для брендинга автомобиля рекомендуются белого или серебристого цветов.

Акцент на логотипе.

Аккуратное размещение паттерна по кузову автомобиля с учетом дверей, фар, ручек и различных деталей.

Логотип размещается на кузове автомобиля только в красном фирменном цвете. Желательно только на одной из подвижных частей автомобиля (дверь, капот, багажник), без захлеста на соседнюю часть.

Паттерны только серого фирменного цвета.





ИМИДЖЕВЫЕ ИЗОБРАЖЕНИЯ

РЕКЛАМНЫЕ МАТЕРИАЛЫ





ИМИДЖЕВЫЕ ИЗОБРАЖЕНИЯ

РЕКЛАМНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

«Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая)» от 18.12.2006 N 230-ФЗ (ред. от 01.07.2017)

ГК РФ Глава 70. АВТОРСКОЕ ПРАВО

ГК РФ Статья 1255. Авторские права

1. Интеллектуальные права на произведения науки, литературы и искусства являются авторскими правами.

2. Автору произведения принадлежат следующие права:

- 1) исключительное право на произведение;
- 2) право авторства;
- 3) право автора на имя;
- 4) право на неприкосновенность произведения;
- 5) право на обнародование произведения.

3. В случаях, предусмотренных настоящим Кодексом, автору произведения наряду с правами, указанными в пункте 2 настоящей статьи, принадлежат другие права, в том числе право на вознаграждение за служебное произведение, право на отзыв, право следования, право доступа к произведениям изобразительного искусства.

(в ред. Федерального закона от 12.03.2014 N 35-ФЗ)

Статья 1257. Автор произведения

Автором произведения науки, литературы или искусства признается гражданин, творческим трудом которого оно создано. Лицо, указанное в качестве автора на оригинале или экземпляре произведения либо иным образом в соответствии с пунктом 1 статьи 1300 настоящего Кодекса, считается его автором, если не доказано иное.

(в ред. Федерального закона от 12.03.2014 N 35-ФЗ)

ГК РФ Статья 1301. Ответственность за нарушение исключительного права на произведение
(в ред. Федерального закона от 12.03.2014 N 35-ФЗ)

В случаях нарушения исключительного права на произведение автор или иной правообладатель наряду с использованием других применимых способов защиты и мер ответственности, установленных настоящим Кодексом (статьи 1250, 1252 и 1253), вправе в соответствии с пунктом 3 статьи 1252 настоящего Кодекса требовать по своему выбору от нарушителя вместо возмещения убытков выплаты компенсации:

Подпункт 1 статьи 1301 признан частично не соответствующим Конституции РФ Постановлением Конституционного Суда РФ от 13.12.2016 N 28-П.

О правовом регулировании до внесения соответствующих изменений см. пункт 3 указанного Постановления.

1) в размере от десяти тысяч рублей до пяти миллионов рублей, определяемом по усмотрению суда исходя из характера нарушения;

2) в двукратном размере стоимости контрафактных экземпляров произведения;

3) в двукратном размере стоимости права использования произведения, определяемой исходя из цены, которая при сравнимых обстоятельствах обычно взимается за правомерное использование произведения тем способом, который использовал нарушитель.

Весь графический материал, шрифты, фотографии принадлежат компании United Elements Group.

Действующий фирменный стиль является интеллектуальной собственностью компании United Elements Group. Охраняется законом.

Использование графического материала, шрифтов, фотоматериалов фирменного стиля PIONEER осуществляется исключительно в рамках действующего руководства фирменного стиля.

Любое нарушение прав собственности пресекается.

Все права защищены и принадлежат компании United Elements Group.
197110, г. Санкт-Петербург, ул. Большая Разночинная, д. 32
info@uelements.com
www.uel.ru

