



Студия занимается разработкой брендов, работой нацеленной на создание и позиционирование уникального «лица» компании, ее продуктов и услуг, а так-же разработкой полиграфического дизайна и всем, что ему сопутствует: фотосъемкой, созданием иллюстраций, копирайтом.

Студия существует с 2003 года и за это время она почти не изменила своей структуры. В одной команде работают копирайтеры, дизайнеры, фотографы, художники и другие специалисты. Мы сотрудничаем с несколькими крупными типографиями и web-компаниями, поэтому все, что создается в виде идей или файлов, мы способны воплотить.

Нашими постоянными клиентами являются: Международный театральный фестиваль им. Чехова, Объединенная судостроительная корпорация, УК «Альфа-Капитал», Международный холдинг GEA, General Climat, Технопромэкспорт, Национальная кинопремия «Золотой орёл» и другие.

Мы не представляем «широкий спектр услуг» и не имеем «основных направлений деятельности» - нас привлекают интересные проекты и не равнодушные в своей работе заказчики.

# ЛОГОТИПЫ И ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ

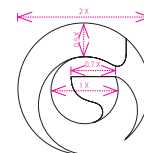


## РУКОВОДСТВО ПО ФИРМЕННОМУ СТИЛЮ

Версия 1.0

### ЛОГОТИП. ПОСТРОЕНИЕ

РУКОВОДСТВО ПО ФИРМЕННОМУ СТИЛЮ 2



При построении знака за размер X берется внутренний диаметр знака. Все остальные размеры логотипа вычисляются с соответствующими коэффициентами.



### ФИРМЕННАЯ ЦВЕТОВАЯ ПАЛИТРА

РУКОВОДСТВО ПО ФИРМЕННОМУ СТИЛЮ 2



#### ОСНОВНЫЕ ЦВЕТА

Основные фирменные цвета компании «Goodner» (цветовые константы): фиолетовый – Pantone 2612 C, желтый – Pantone 130 C. Градиент фиксированного цветового сочетания, является значимым элементом фирменного стиля.

Система образования цвета Pantone позволяет максимально точно воспроизводить требуемые цвета, поэтому наиболее подходит для идентификации фирменной цветовой гаммы. Используется как в офсетной, так и в других типах печати (цифровая, флексография). Для более точного воспроизведения фирменных цветов рекомендуется использовать именно эту цветовую модель. В случае, когда это невозможно, рекомендуется использовать CMYK-версию, описанную в данном руководстве, как наиболее визуально адаптированную к системе Pantone.

#### ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ЦВЕТА

При необходимости, возможно использовать дополнительные фирменные цвета: светло-фиолетовый – 25/100/0/0 и алый – 0/100/65/0.

CMYK – цветная модель, используется при полноцветной печати (как правило офсетной и флексографической). Модель RGB используется для обозначения цвета в электронных носителях информации (например, веб-сайты, презентации).

### ФИРМЕННАЯ ГАММА ШРИФТОВ

РУКОВОДСТВО ПО ФИРМЕННОМУ СТИЛЮ 2

Корпоративный шрифт компании Goodner – Plumb. Шрифт разработан компанией DoubleAlex. Автор: Алексей Чекулаев. Использование исключительно шрифта Plumb в деловом документообороте и рекламной полиграфии поможет достичь единого образа бренда, обеспечивая более четкую идентификацию.

#### Plumb Light

используется для набора основных информационных сообщений и в некоторых случаях заголовков.

АБВШДЕЕЖЗИКЛМНОПРСТУФЧЦШЩЪЫЬЭЮЯ  
абвгдеёжзиклмнопрстуфчцшщъыьэюя  
0123456789  
ABCDEFGHIJKLMNORSTUVWYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

#### Plumb Regular

используется для обозначения подзаголовков в таблицах и данных графиков.

АБВШДЕЕЖЗИКЛМНОПРСТУФЧЦШЩЪЫЬЭЮЯ  
абвгдеёжзиклмнопрстуфчцшщъыьэюя  
0123456789  
ABCDEFGHIJKLMNORSTUVWYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

#### Plumb Medium

используется только для обозначения заголовков или выделенных фрагментов текста.

АБВШДЕЕЖЗИКЛМНОПРСТУФЧЦШЩЪЫЬЭЮЯ  
абвгдеёжзиклмнопрстуфчцшщъыьэюя  
0123456789  
ABCDEFGHIJKLMNORSTUVWYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Наиболее свободное пространство крайне важно для того, чтобы текст не был зажат какими-либо элементами. Заголовки могут быть написаны обычным или полужирным шрифтом. Они должны составлять единое целое с графическим образом и основным текстом. Минимальные допустимые размеры шрифта основной текст – 9 пунктов, служебная информация – 7 пунктов, текст для использования в интернете – 11 пунктов. Тем, для whom, добавляя 2 пункта к стандартному расстоянию между строками (интерлиней).

# ЛОГОТИПЫ И ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ



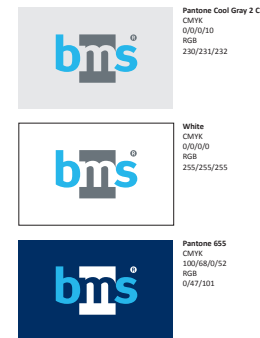
## РУКОВОДСТВО ПО ФИРМЕННОМУ СТИЛЮ

Версия 1.0



### ПРЕДПОЧТИТЕЛЬНЫЕ ЦВЕТА ФОНА

РУКОВОДСТВО ПО ФИРМЕННОМУ СТИЛЮ 1



Pantone Cool Gray 2 C  
CMYK  
0/0/0/10  
RGB  
230/231/232

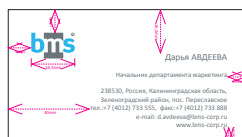
White  
CMYK  
0/0/0/0  
RGB  
255/255/255

Pantone 655  
CMYK  
100/58/0/52  
RGB  
0/47/101

Для лучшей визуальной идентификации бренда рекомендуется размещать логотип на указанных цветах фирменной цветовой палитры.

### ФИРМЕННЫЕ ВИЗИТНЫЕ КАРТОЧКИ

РУКОВОДСТВО ПО ФИРМЕННОМУ СТИЛЮ 3



#### ИМЕННОЯ ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА

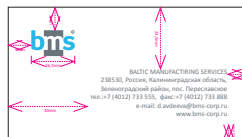
Формат: 90 x 50 мм, масштаб изображения: 100%.

Композиция: логотип располагается в левом верхнем углу композиции с отступом 9 мм от левого края; Ф.И.О. сотрудника и адрес располагается с правой выключной в 7 мм от правого края.

Шрифт: фамилия – Calibri Regular 10 pt, должность – Calibri Regular 7,5 pt, адресный блок – Calibri Regular 7,5 pt.

Бумага: высоко-белая Ambition, 300 г/м<sup>2</sup> (поставщик Double V).

Печать: офсетная – Pantone 298, Pantone 431.



#### КОРПОРАТИВНАЯ ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА

Формат: 90 x 50 мм, масштаб изображения: 100%.

Композиция: логотип располагается в левом верхнем углу композиции с отступом 9 мм от левого края; Адрес располагается с правой выключной в 7 мм от правого края.

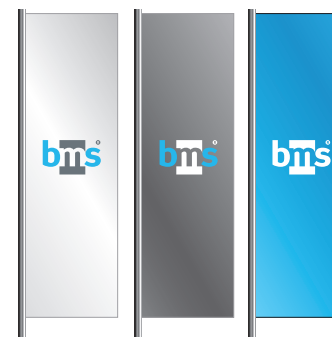
Шрифт: название представительства – Calibri Regular 7,5 pt, адресный блок – Calibri Regular 7,5 pt.

Бумага: высоко-белая Ambition, 300 г/м<sup>2</sup> (поставщик Double V).

Печать: офсетная – Pantone 298, Pantone 431.

### ФЛАГИ

РУКОВОДСТВО ПО ФИРМЕННОМУ СТИЛЮ 1



Вертикальные флаги компании изготавливаются в фирменной цветовой гамме. Рекомендуется использование одновременно всех трех разновидностей флагов.

# ЛОГОТИПЫ И ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ



1

## РУКОВОДСТВО ПО ФИРМЕННОМУ СТИЛЮ

август 2011

Трифель.Дизайн  
Москва

Руководство по фирменному стилю Всероссийской общественной акции по уборке мусора «Сделаем вместе!»



2

## ЛОГОТИП

Логотип акции представляет из себя стилизованное изображение листьев клевера (трилистника), состоящий из цветных контуров в форме сердец, объединенных друг с другом и стеблем.

Используется в фирменном блоке и самостоятельно.

Руководство по фирменному стилю Всероссийской общественной акции по уборке мусора «Сделаем вместе!»

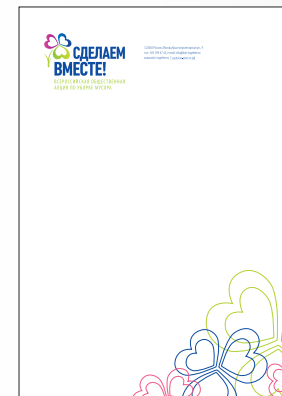


6

## ФИРМЕННАЯ ПАЛИТРА

В логотипе следует использовать градиентные фирменные цвета. При отсутствии такой возможности и в текстовой части фирменного блока используется упрощенная гамма без градиента.

Руководство по фирменному стилю Всероссийской общественной акции по уборке мусора «Сделаем вместе!»



10

## БЛАНК

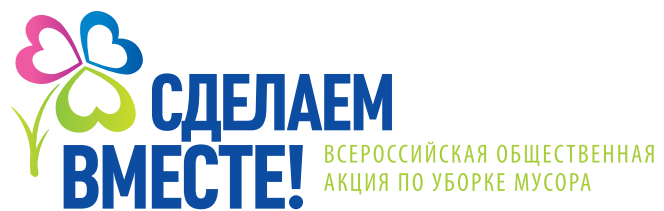
Фирменный бланк формата А4 изготавливается методом офсетной печати (СМУ) на белой, гладкой бумаге плотностью не менее 120 гр/м<sup>2</sup>.

Масштаб 50%

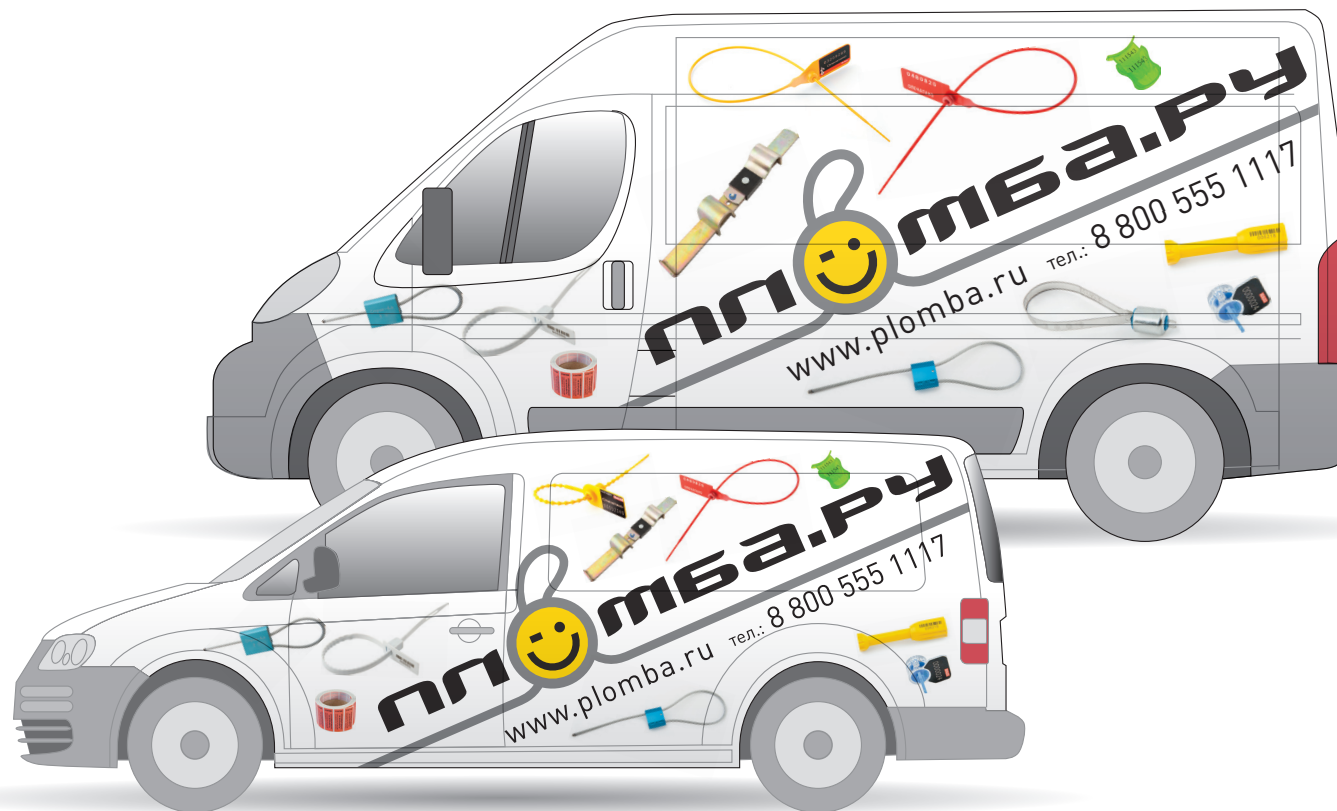
ЛОГОТИПЫ  
И ФИРМЕННЫЙ  
СТИЛЬ



ЛОГОТИПЫ  
И ФИРМЕННЫЙ  
СТИЛЬ



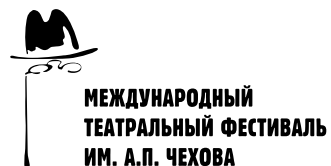
ОКЛЕЙКА  
КОРПОРАТИВНОГО  
АВТОПАРКА



НАШИ  
ЗАКАЗЧИКИ



**АВИКОС-АФЕС**  
СТРАХОВАЯ ГРУППА



*Жуковский Плаза*

