

Logobook
100%LIFE
2018

part №1

100%.LIFE



Логотип

Допустимые варианты
использования логотипа

Кобрендинг

Корпоративные цвета

Допустимые цветовые
варианты использования
логотипа

Сетка построения знака

Свободное поле логотипа

Минимальный
размер логотипа

Примеры недопустимого
применения логотипа

Шрифтовые гарнитуры
(основные)

Шрифтовые гарнитуры
(дополнительные)

Структура построения
фирменной полиграфии



100%.LIFE

Логотип — важнейший элемент корпоративного имиджа компании.

Он служит для идентификации компании на рынке и отличия продуктов/услуг в рамках одной отрасли.

Зарегистрированная торговая марка страхует компанию от недобросовестных конкурентов и позволяет защитить ее права в суде.

В восприятии потребителя наличие логотипа или торгового знака - показатель гарантии качества продукта/услуги.



Основной вариант логотипа



Дополнительный вариант логотипа



Логотип может использоваться как основной, так и дополнительный вариант.



Пример кобрендинга



В случае кобрендинга, логотип используется на белом фоне.

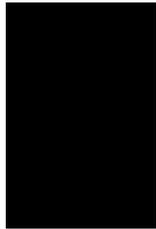
Логотипы должны быть высокого качества и хорошо читаемы. Размеры логотипов необходимо делать визуально равноценными по отношению друг к другу.

Минимальное расстояние между логотипами должно быть не меньше свободного поля логотипа (с учетом требования по дополнительным логотипам).

Порядок построения:

1. PEPFAR
2. USAID
3. 100%LIFE





CMYK
C 60; M 40; Y 30; K 100

RGB
R 0; G 0; B 0

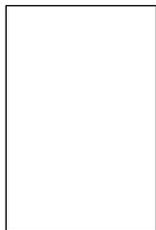
PANTONE
Process Black C



CMYK
C 0; M 100; Y 100; K 12

RGB
R 209; G 17; B 28

PANTONE
48-16 C



CMYK
C 0; M 0; Y 0; K 0

RGB
R 255; G 255; B 255

PANTONE
P 1-1 C



CMYK
C 51; M 41; Y 41; K 23

RGB
R 122; G 121; B 121

PANTONE
P 179-10 C

Корпоративный стиль состоит из трех основных элементов дизайна, имеющих единое визуальное выражение:

- логотипа,
- корпоративной цветовой палитры,
- шрифта.

Для создания узнаваемого бренда очень важно, чтобы элементы корпоративного стиля использовались повсеместно.

Для максимального отклика у потребителя необходимо правильно использовать и воспроизводить каждый из его элементов.



1.

100%.LIFE

2.

100%.LIFE

3.

100%.LIFE

4.

100%.LIFE

5.

100%.LIFE

6.

100%.LIFE

7.

100%.LIFE

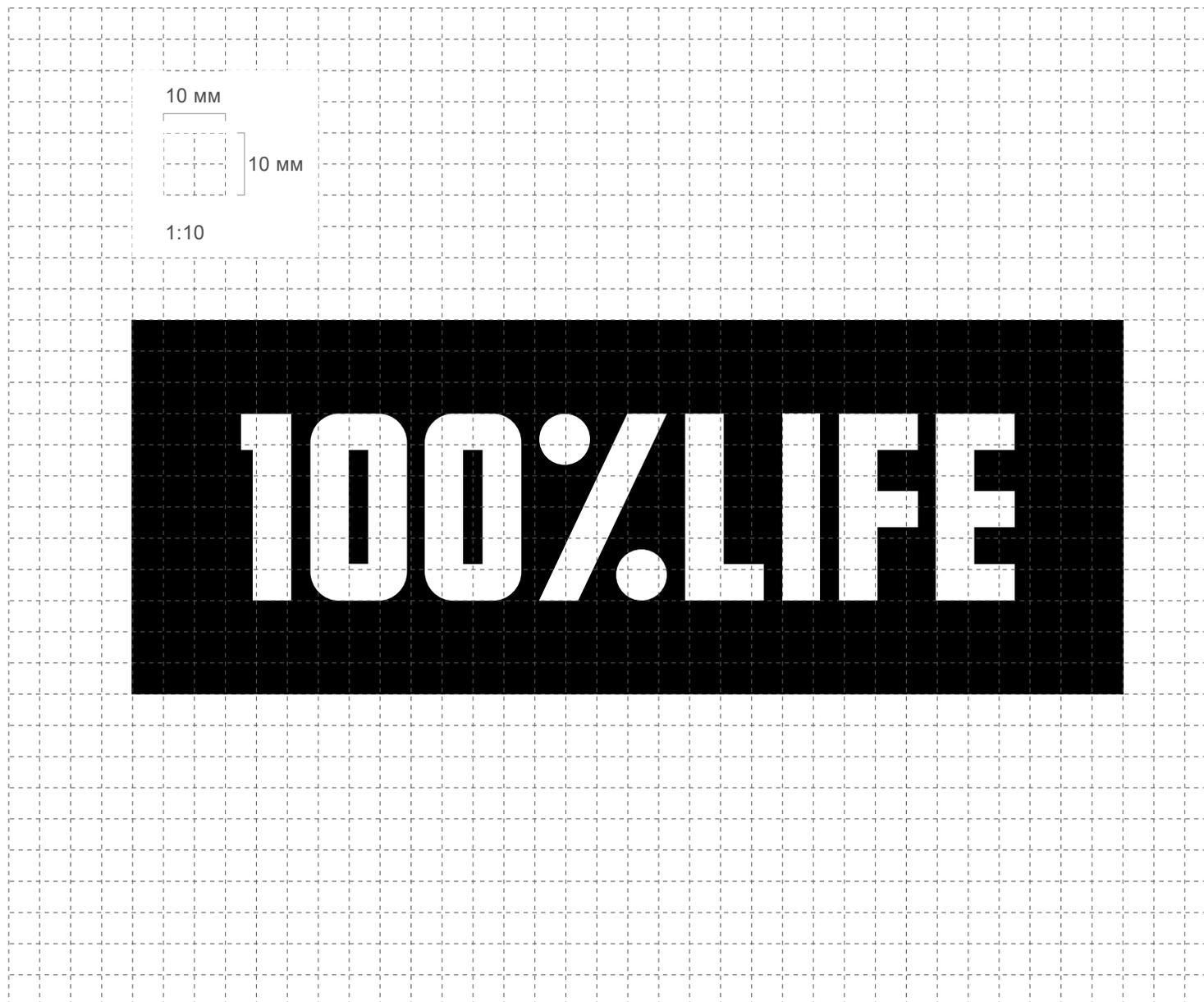
8.

100%.LIFE

Разработано несколько
цветовых стандартов:

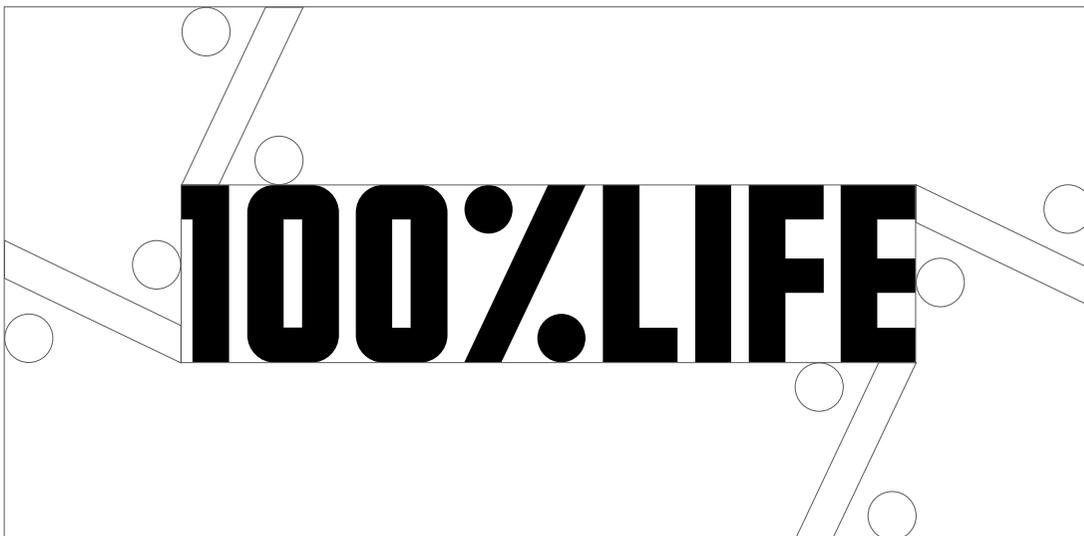
- 1) полноцветный вариант;
- 2) полноцветный
(дополнительный) вариант;
- 3) основной вариант
для светлого фона;
- 4) основной вариант для
темного фона;
- 5) дополнительный вариант
для светлого фона;
- 6) дополнительный вариант для
темного фона;
- 7) серый
(основной) вариант;
- 8) серый
(дополнительный) вариант.





Данная сетка логотипа позволяет с высокой точностью воспроизводить знак на любых поверхностях любым методом нанесения, независимо от масштабов изображения.

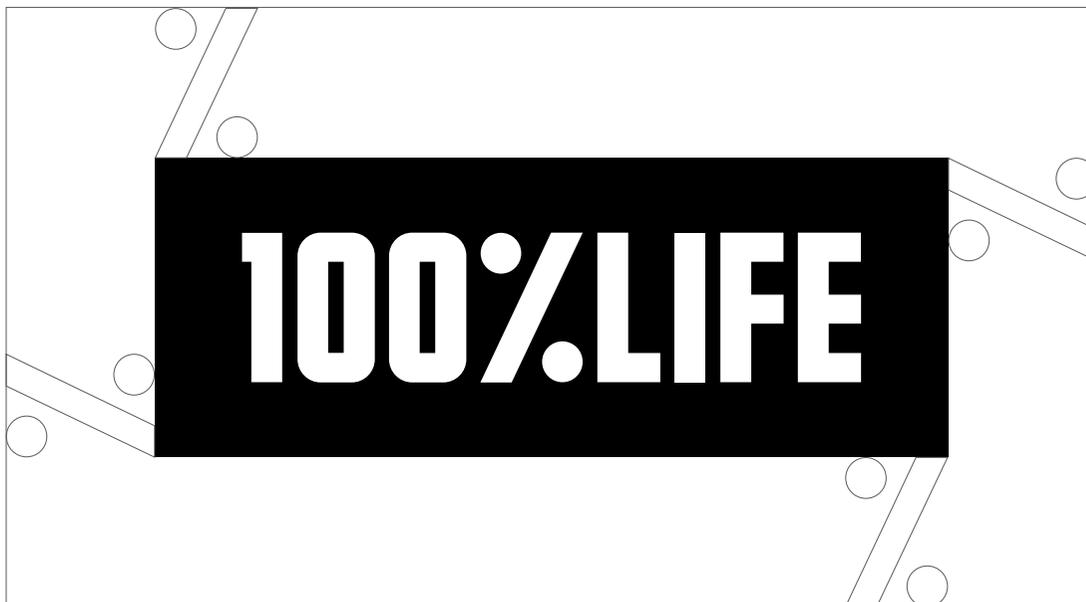




При создании рекламно-имиджевых макетов, макетов полиграфической продукции и т. п. необходимо учитывать свободное поле логотипа.

Свободное поле — это пространство вокруг логотипа, свободное от графических элементов, значимых изображений и т. п.





3 мм [**100%LIFE**

5 мм [**100%LIFE**

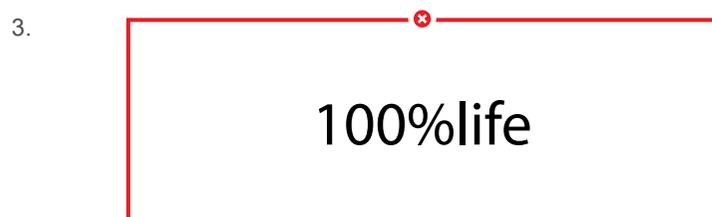
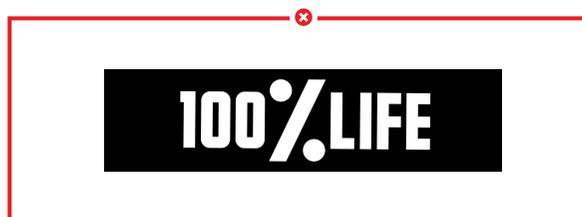
Логотип размещается на поверхности любого формата.

Для нанесения логотипа на малогабаритные предметы необходимо учитывать рекомендации относительно его минимальных размеров и варианты использования.

Для того чтобы логотип был отчетливо виден на материалах малых форматов, его размер по вертикали должен составлять не менее 3 мм, 5 мм — при использовании дополнительного варианта.

В максимальном размере ограничений нет.





1. Недопустимо применение различных цветовых комбинаций, кроме рекомендуемых.
2. Изменение масштаба и положения элементов противопоказано.
3. Недопустимо использование неоригинального написания названия.
4. Недопустима деформация элементов логотипа.



Muller Narrow

Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъььёюя
 АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЬЬЬЭЮЯ
 0123456789 @#\$%&(!:;.,)

Light Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъььёюя
 АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЬЬЬЭЮЯ
 0123456789 @#\$%&(!:;.,)

ExtraBold

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъььёюя
 АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЬЬЬЭЮЯ
 0123456789 @#\$%&(!:;.,)

ExtraBold Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъььёюя
 АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЬЬЬЭЮЯ
 0123456789 @#\$%&(!:;.,)

Light

Прямое начертание используется для набора
 основного текста.

Light Italic

Использование курсивного начертания —
 способ выделения важных фрагментов в тексте.

ExtraBold

может употребляться в подзаголовках
 и в основном тексте для выделения.

ExtraBold Italic

самостоятельно почти
 не используется, но может пригодиться, например, когда нужно
 выделить слово в тексте, уже набранном **ExtraBold**.

Для создания имиджевых
 и рекламных материалов
 применяется семейство
 шрифтов:

- **Muller Narrow,**
- **Akrobat.**

В оформлении основной части
 материалов используются
 два начертания шрифта

Muller Narrow:
 Light & Light Italic

Кегль: 11 пт.
 Интерлиньяж: 14 пт.



Akrobat

Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
 АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
 0123456789 @\$%&{!;:,.)

Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
 АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
 0123456789 @\$%&{!;:,.)

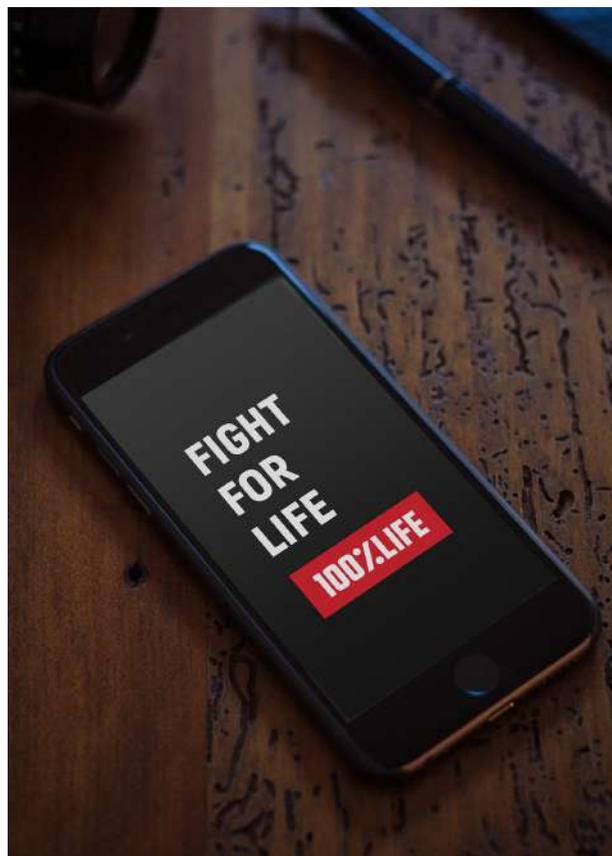
Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
 АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
 0123456789 @\$%&{!;:,.)

Black

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
 АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
 0123456789 @\$%&{!;:,.)

Пример использования



Akrobat

используется в качестве
 текстовых акцентов
 фирменного стиля а также
 для набора заголовков
 в основном тексте

Основное начертание:
Black в верхнем регистре



Arial

Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
 АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
 0123456789 @#\$%&(!:;.,)

Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
 АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
 0123456789 @#\$%&(!:;.,)

Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
 АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
 0123456789 @#\$%&(!:;.,)

Bold Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
 АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
 0123456789 @#\$%&(!:;.,)

Для электронных форматов и деловой переписки используется шрифтовая гарнитура **Arial**.

Использование этого шрифта исключает возможность возникновения проблем с отображением текста электронными устройствами.



3	100%LIFE	"БЛАГОДІЙНА ОРГАНІЗАЦІЯ" "ВСЕУКРАЇНСЬКА МЕРЕЖА ЛЮДЕЙ, ЯКІ ЖИВУТЬ З ВІЛ/СНІД"	8
<p>НЕБО АУСТЕРЛИЦА</p> <p>Что это? я падаю! у меня ноги подкашиваются», — подумал он и упал на спину. Он раскрыл глаза, надеясь увидеть, чем кончилась борьба французов с артиллеристами, и желая знать, убит или нет рыжий артиллерист, взят или спасены пушки. Но он ничего не видал. Над ним не было ничего уже, кроме неба, — высокого неба, не ясного, но все-таки неизмеримо высокого, с тихо ползущими по нем серыми облаками. «Как тихо, спокойно и торжественно, совсем не так, как я бежал, — подумал князь Андрей, — не так, как мы бежали, кричали и дрались, совсем не так, как с озлобленными и испуганными лицами таскали друг у друга банник француз и артиллерист, — совсем не так ползут облака по этому высокому бесконечному небу. Как же я не видал прежде этого высокого неба? И как я счастлив, что узнал его наконец. Да! все пустое, все обман, кроме этого бесконечного неба. Ничего, ничего нет, кроме его. Но и того даже нет, ничего нет, кроме тишины, успокоения. И слава Богу!..»</p> <p>Описание дуба</p> <p>На краю дороги стоял дуб. Вероятно, в десять раз старше берез, составлявших лес, он был в десять раз толще и в два раза выше каждой березы. Это был огромный в два обхвата дуб с обломанными, давно видно, сучками и с обломанной корой, заросшей старыми болячками. С огромными своими неуклюжими, несимметрично-растопыренными корявыми руками и пальцами, он старым, сердитым и презрительным уродом стоял между улыбающимися березами. Только он один не хотел подчиняться обаянию весны и не хотел видеть ни весны, ни солнца.</p>			
			
код за ЄДРПОУ 21721459, 04080, м.Київ, ВУЛИЦЯ МЕЖИГІРСЬКА, будинок 87-А, ЛІТЕРА В			

 = 12mm

Шрифты

Заголовок:

Akrobat Black

Кегль: 14 пт.

Интерлиньяж: 14 пт.

Подзаголовок:

Muller Narrow ExtraBold

Кегль: 12 пт.

Интерлиньяж: 14 пт.

Основной текст:

Muller Narrow Light

Кегль: 11 пт.

Интерлиньяж: 14 пт.

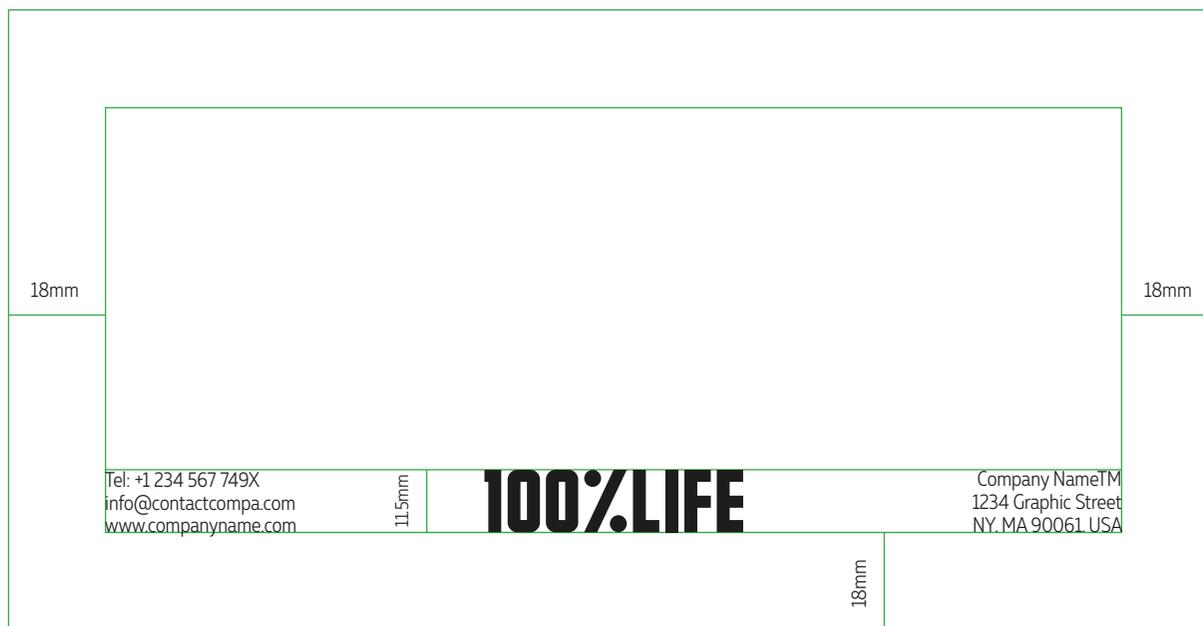
Реквизиты

Muller Narrow Light

Кегль: 10 пт.

Интерлиньяж: 14 пт.





Конвер - С65

Шрифты

Muller Narrow Light

Кегль: 11 пт.

Интерлиньяж: 12 пт.





✕ = 9.5 mm

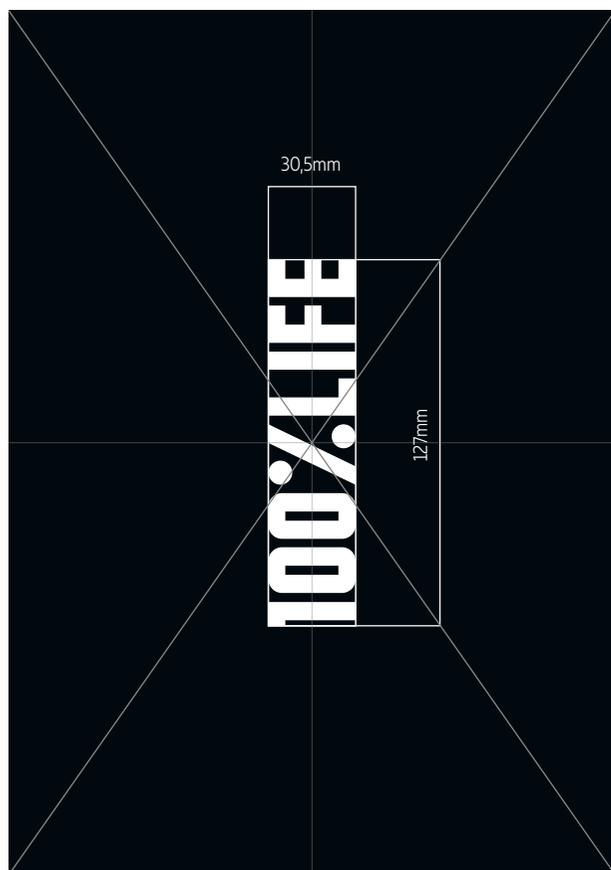
Шрифты

Имя:
Akrobat ExtraBold
Кегль: 11 пт.

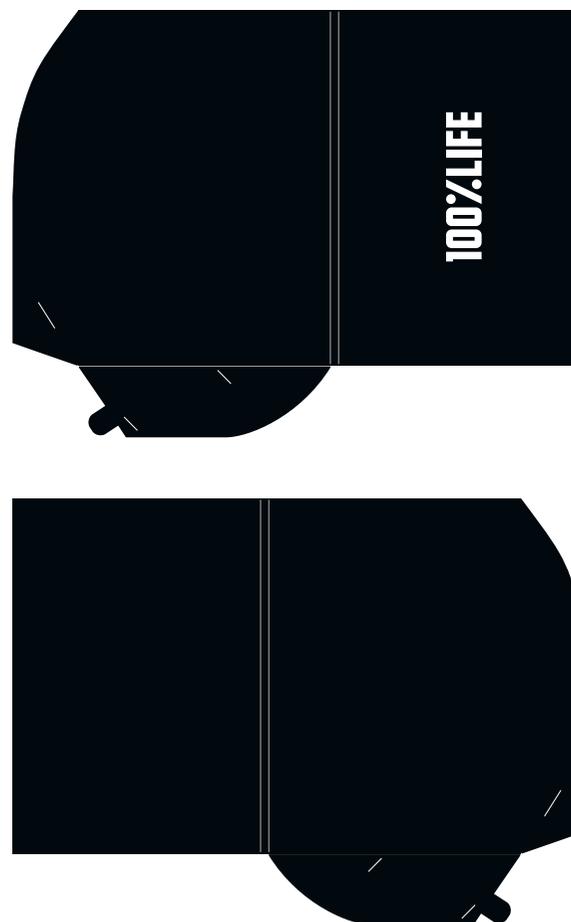
Должность:
Muller Narrow Light
Кегль: 11 пт.

Данные:
Muller Narrow Light
Кегль: 7 пт.
Интерлиньяж: 8,4 пт.





Стандартная папка в сложенном виде



Развертка стандартной папки

Папка стандартная
Формат А4
Бумага 350 г/м2



branddesign & brandconsulting
branding for leaders since 2004



VORONOVAGENCY CORPORATIVE BRANDING

Год основания:	2004
Польза нашего продукта:	отражение индивидуальности продукта / услуги, его уникальных свойств и получения преимуществ над множеством конкурентов
Специализация агентства:	на 100% интегрированный брендинг
Кому полезны:	<ul style="list-style-type: none"> – новым компаниям; – компаниям, которые проходят путь реорганизации и развития; – компаниям, которым необходимо определение долгосрочного видения или корректировка стратегических целей; – компаниям, которым необходимо увеличение нематериальных активов; – людям, личностям, Лидерам, которым важно не только ставить высокие цели, но и достигать их; – миру. Мы агентство, имеющее явно выраженную социальную подмиссию, авторы и последователи теории полезных брендов.
География:	Украина, Европа, страны СНГ
Авторские методики:	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-start;"> <div style="text-align: center;"> <p>Построение бренд-стратегии</p>  <p>Adiamonds Brand <small>Brand strategy development model by Vadim Voronov</small></p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>Создание стратегии интеграции</p>  <p>BRAND COMPONENTS UNION <small>integration & synergy</small></p> </div> </div>
Портфолио:	voronovagency.com