



**РУКОВОДСТВО ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ
ФИРМЕННОГО СТИЛЯ
НОВОСИБИРСКАЯ ОБЛАСТЬ**

► ВНИМАНИЕ!

Контактные данные (имена, индексы, адреса, телефоны, электронная почта и адреса веб-страниц), указанные в документации, сувенирной продукции и пр., необходимо уточнять для каждого конкретного случая во избежание неточностей.

Текст заполнения бланков, представленный в образце, является произвольным и призван показать текстовую полосу набора.

Фотоизображения, представленные в руководстве, использованы только для примеров. Все необходимые изображения для рекламной, сувенирной и прочей продукции необходимо приобретать у владельцев.

► Введение

Фирменный стиль – это один из наиболее современных и актуальных видов рекламы. Многими исследователями он рассматривается как особый вид маркетинговых коммуникаций.

Под фирменным стилем понимают набор цветовых, графических, словесных и прочих постоянных элементов, обеспечивающих визуальное и смысловое единство товаров (услуг), всей исходящей от фирмы информации, ее внутреннего и внешнего оформления.

Фирменный стиль в жизни организации выполняет следующие важные функции:

Имиджевая функция.
Формирование и поддержка быстро узнаваемого, оригинального и привлекательного образа компании, что способствует повышению ее престижа и репутации. Положительное восприятие фирмы целевой аудиторией переносится и на ее продукцию. Многие люди считают качество товаров с известным товарным знаком намного превосходящим качество анонимных изделий и готовы заплатить за них больше.

Идентифицирующая функция.
Фирменный стиль способствует идентификации товаров и рекламы, указывает на их связь с фирмой и их общее происхождение.

Дифференцирующая функция.
Выделение товаров и рекламы фирмы из общей массы аналогичных. Он является определенным «информационным носителем» и помогает потребителю ориентироваться в потоке товаров и рекламы, облегчает процесс выбора.

► Содержание		Фирменный паттерн	22
		Паттерн «Геометрия»	23
		Паттерн «Снежинки»	24
		Паттерн «Треугольники»	25
► Введение	01	Бренд-мотив	26
Содержание	02	Заливка треугольниками. Отбивки, стрелочки, частицы. Указатели	27
► Часть I. Техническая информация	04	► Часть II. Разнесение на элементы фирменного стиля	28
Описание логотипа	04	Деловая документация	28
Знак и написание	05	Визитная карточка персональная. Визитная карточка корпоративная	29
Охранное поле логотипа. Горизонтальный вариант	06	Фирменный бланк А4	30
Охранное поле логотипа. Вертикальный вариант	07	Евроконверт DL (без окошка / с окошком)	31
Модульная сетка логотипа. Минимальный размер логотипа.		Фирменная папка А4	32
Краткое написание. Горизонтальный вариант	08	Отрывной блок-куб. Ручка	33
Модульная сетка логотипа. Минимальный размер логотипа.		Блокнот на пружине. Ежедневник на пружине	34
Полное написание. Горизонтальный вариант	09	Ежедневник с переплетом	35
Модульная сетка логотипа. Минимальный размер логотипа.		Бейдж бумажный сменный горизонтальный. Бейдж бумажный сменный вертикальный	36
Краткое написание. Вертикальный вариант	10	Бейдж металлический. Бейдж пластиковый с окошком. Смарт-карта магнитная	37
Модульная сетка логотипа. Минимальный размер логотипа.			
Полное написание. Вертикальный вариант	11		
Недопустимые модификации логотипа	12		
Цветовое решение	14	Печатная продукция	38
Полноцветный вариант логотипа. Черный монохромный вариант логотипа. Белый инверсивный вариант логотипа	15	Листовка рекламная А6	39
Палитра логотипа	16	Листовка рекламная евролифлет. Лицевая сторона	40
Работа с темными фотоизображениями	18	Листовка рекламная евролифлет. Внутренняя сторона	41
Работа со светлыми фотоизображениями	19	Баннер уличный сити-формата. Модульная сетка	42
		Баннер уличный	44
Типографика	20	Баннер уличный. Модульная сетка	45
Основной шрифт. Дополнительный шрифт	21	Элементы экспозиции	46
		Сборная буклетница с фризом с накопителем и карманами под печатную продукцию	47

Пресс волл стандартный	48	► Часть III	88
Выставочный стенд стандартный	49	Визуализация	88
Пиктограммы	50	Автобус	89
		Баннер уличный сити-формата	90
Пиктограммы	51	Баннер уличный. Использование в метро	91
		Элементы деловой документации	92
Сувенирная продукция	52	Пресс волл	93
		Толстовка	94
Сувенирный флажок настольный	53	Рюкзак. Сумка холщовая	95
Наклейка сувенирная прямоугольная	54	Элементы сувенирной продукции	96
Наклейка сувенирная фигурная	55	Кружка керамическая	97
Шнурок на бейдж	56	Кружка керамическая	98
Пример крепления шнурка	57	Эмбоссирование логотипа	99
Обложка на паспорт	58	Флаг	100
Бирка багажная	60		
Шарик воздушный	61		
Кружка керамическая. Термокружка со сменной иллюстрацией	62		
Пакет бумажный с ручкой-шнурком	64		
Пакет полиэтиленовый	65		
Сумка холщовая	66		
Рюкзак	67		
Футболка мужская	68		
Футболка женская	69		
Толстовка. Кепка	70		
Платок шейный	72		
Плед флисовый	73		
Транспортные средства	74		
Микроавтобус	75		
Автобус туристический	76		
Трамвай городской	78		
Троллейбус городской	80		
Вагон метропоезда	82		
Вертолет	84		
Самолет	86		



ЧАСТЬ I
ТЕХНИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ
**ОПИСАНИЕ
ЛОГОТИПА**

► **Что такое логотип?**

Логотип является базовым элементом фирменного стиля и представляет собой единое и неделимое целое. Логотип состоит из фирменного знака и написания, использование которых подчинено строгим правилам, описанным в данном руководстве.

► **Знак и написание**

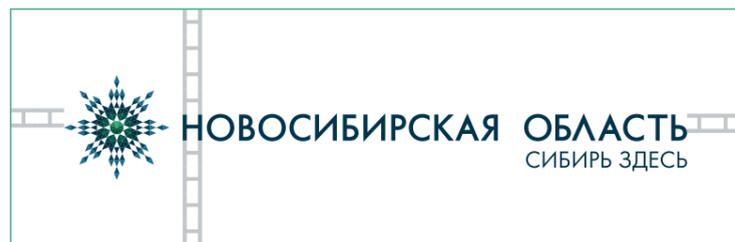
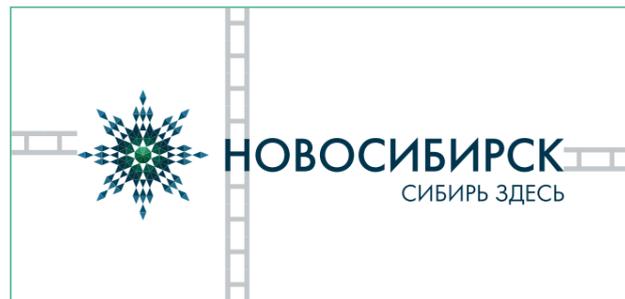
Логотип состоит из знака и текстового блока с названием города и области (Новосибирск и Новосибирская область). Так же в некоторых вариантах логотипа использован дескриптор со слоганом «Сибирь здесь».

Знак представляет собой стилизованную фигуру, являющуюся слиянием снежинки (кристаллическое формирование объекта) и геральдической розы ветров (розы компаса). Цветовое наполнение знака - растяжка цветов от зеленого к синему с вариативной яркостью, что передает оттенки Сибирской природы - чистое небо, глубокие озера, темные сосны и свежие травяные равнины.

Возможно использовать отдельно знак логотипа в случаях, когда у полного логотипа невозможно сохранить охранные поля либо его полное написание противоречит законам композиции (например, отдельный знак можно использовать в сувенирной и подобной продукции).

Использование отдельно написания запрещено.



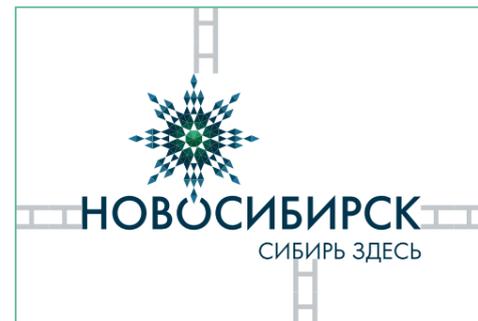


► **Охранное поле логотипа. Горизонтальный вариант**

Охранное поле — минимальное допустимое расстояние от логотипа до ближайших объектов дизайна и верстки (в полиграфической продукции, деловой документации, наружном оформлении, сувенирной продукции и т.д.) Разрешается увеличение охранного поля, но его уменьшение запрещено.

► Чтобы фирменный блок был заметным и хорошо читаемым, следует оставлять вокруг него свободное пространство, не содержащее ни текста, ни изображений.

Для логотипа Новосибирской области модулем охранного поля принята высота буквы «Н» в русском варианте и высота буквы «K» в английском вариант. Минимальное охранное поле равняется двум принятым модулям. Четыре модуля откладываются от написания для удобства расчета охранного поля при невозможности точных измерений.



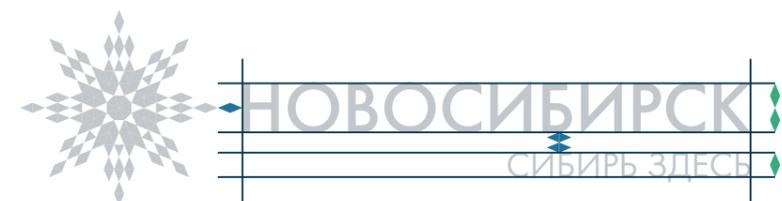
► **Охранное поле логотипа. Вертикальный вариант**

Для логотипа Новосибирской области модулем охранного поля принята высота буквы «Н» в русском варианте и высота буквы «K» в английском вариант.

Минимальное охранное поле равняется двум принятым модулям.

► При использовании вертикального варианта логотипа, следует помнить, что в полном написании отсутствует дескриптор. Если его использование необходимо, то следует использовать горизонтальный вариант логотипа, либо использовать дескриптор отдельно от логотипа, выдерживая охранное поле.

При использовании вертикального варианта минимальный размер охранного поля следует использовать только в условиях ограниченного пространства. Рекомендуется увеличивать его вдвое.

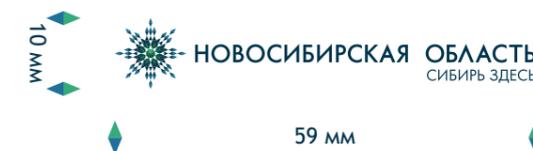
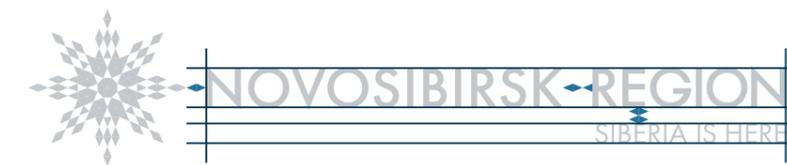


► **Модульная сетка логотипа. Минимальный размер логотипа. Краткое написание. Горизонтальный вариант.**

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 без учета «свисаний» и выносных элементов. Выстраивание элементов должно происходить по сетке, кратной высоте и длине основания модульного треугольника кристаллической решётки знака логотипа.

Минимальные размеры указаны для написания с дескриптором и без него.



► **Модульная сетка логотипа. Минимальный размер логотипа. Полное написание. Горизонтальный вариант.**

Выстраивание элементов должно происходить по сетке, кратной высоте и длине основания модульного треугольника кристаллической решётки знака логотипа. Особое внимание следует обратить на расстояние между словами в английском написании логотипа. Расстояние между буквами

должно равняться трем высотам модульного треугольника, а не четырем, как в русском написании. Это необходимо для сохранения визуально приемлемого расстояния между разреженной буквой «K» и буквой «N».

Минимальные размеры указаны для написания с дескриптором и без него.



► **Модульная сетка логотипа. Минимальный размер логотипа. Краткое написание. Вертикальный вариант.**

Выстраивание элементов должно происходить по сетке, кратной высоте и длине основания модульного треугольника кристаллической решётки знака логотипа. Особое внимание следует обратить на расстояние между окончанием луча знака логотипа и началом буквы «О». Врезка в

► букву должна происходить по центру основания треугольника, а расстояние равняться толщине буквы.

Различное ориентирование дескрипторов (правостороннее и левостороннее) обусловлено различиями в алфавитах и необходимостью соблюсти нужный вес написания.

Минимальные размеры указаны для написания с дескриптором и без него.



► **Модульная сетка логотипа. Минимальный размер логотипа. Полное написание. Вертикальный вариант.**

Выстраивание элементов должно происходить по сетке, кратной высоте и длине основания модульного треугольника кристаллической решётки знака логотипа. Особое внимание следует обратить на расстояние между окончанием луча знака логотипа и началом буквы «О». Врезка в

► букву должна происходить по центру основания треугольника, а расстояние равняться толщине буквы.

Поскольку в данном варианте логотипа отсутствует дескриптор, минимальный размер логотипа только один.

В некоторых случаях возможно использовать отдельно знак логотипа (использование на сувенирной продукции).

► Недопустимые модификации логотипа

При построении логотипа не допускается использование деформирования графического начертания, а также добавление или удаление каких-либо элементов. Логотип никогда не меняется и всегда должен приводиться полностью (кроме специальных случаев).

► Поворот

Запрещается поворачивать полный логотип, поворачивать отдельно знак, отдельно написание (за исключением случаев анимирования).



► Сжатие

Запрещается сжимать полный логотип, сжимать отдельно знак, отдельно написание (за исключением случаев анимирования).



► Растяжка

Запрещается растягивать полный логотип, растягивать отдельно знак, отдельно написание (за исключением случаев анимирования).



► Наклон, скос

Запрещается наклонять полный логотип, растягивать отдельно знак, отдельно написание (за исключением случаев анимирования).



► Добавление перспективы

Запрещается добавлять перспективу логотипу (за исключением случаев анимирования).



► Изменение положения частей

Запрещается изменять положение частей логотипа. Знак, написание и дескриптор должны подчиняться правилам построения логотипа.



► Добавление тени

Запрещается добавлять логотипу тень, размывать края, добавлять свечение и прочие эффекты.



► Изменение цвета

Запрещается изменять цвет логотипа, кроме предусмотренных случаев монохромного написания.



► Изменение соотношения частей

Запрещается увеличивать и уменьшать знак, написание и дескриптор логотипа относительно друг друга.



► Использование иного написания

Запрещается использовать иное написание. Шрифтовая композиция логотипа должна оставаться неизменной.



► Добавление обводки

Запрещается добавлять обводку всему логотипу или его отдельным частям.





ЦВЕТОВОЕ РЕШЕНИЕ

► Что такое цвет?

Цвет служит мощным средством идентификации и потому является существенным компонентом фирменного стиля. Продуманное цветовое решение при подборе фирменных цветов - это одно из условий создания хорошего логотипа, они помогают усилить его эмоциональную составляющую.

Цвет несет в себе ассоциации и создает настроение, потому его использование не должно быть необдуманным.

Для логотипа Новосибирской области выбрана сине-зеленая палитра, знакомая каждому жителю и приятная для туристов. В редких случаях предусмотрено использование ахроматических версий логотипа.

► Сине-зеленая палитра

Темно-синий цвет вызывает ощущение глубочайшего умиротворения. Общепринятое психологическое значение темно-синего цвета - покой. Синий дает чувство глубокой гармонии, упорядоченности, единения и защищенности, символизирует вечность, отсутствие временных рамок, поэтому он является символом традиции, единения и сплоченности.

Темный зеленый выражает стабильность, твердость, постоянство, настойчивость. Психологическим значением зеленого является чувство собственной значимости, проявляющееся как уважение, достоинство, компетентность, авторитет, собственность, доминанта в определенном пространстве. Зеленый содержит накопленную внутри энергию напряжения, находящуюся в готовности к действию. Снаружи она кажется статичной.

► Полноцветный вариант

Приоритетное использование. Используется везде, где возможна полноцветная печать.



НОВОСИБИРСКАЯ ОБЛАСТЬ
СИБИРЬ ЗДЕСЬ

► Черный монохромный вариант

Черная версия используется только там, где невозможна цветная или полутоновая печать.



НОВОСИБИРСКАЯ ОБЛАСТЬ
СИБИРЬ ЗДЕСЬ

► Белый инверсивный вариант

Используется только на темных фонах.



НОВОСИБИРСКАЯ ОБЛАСТЬ
СИБИРЬ ЗДЕСЬ

	RGB: 27 / 153 / 108	CMYK: 80 / 6 / 69 / 9	WEB: #1B996C	PANTONE: 340C	▲
	RGB: 23 / 135 / 93	CMYK: 82 / 11 / 73 / 20	WEB: #17875D	PANTONE: 348C	▲
	RGB: 7 / 100 / 66	CMYK: 91 / 20 / 82 / 43	WEB: #076442	PANTONE: 3425C	▲
	RGB: 6 / 89 / 75	CMYK: 90 / 23 / 64 / 53	WEB: #06594B	PANTONE: 3292C	▲
	RGB: 3 / 82 / 69	CMYK: 92 / 24 / 66 / 58	WEB: #035245	PANTONE: 3305C	▲
	RGB: 8 / 84 / 56	CMYK: 92 / 22 / 84 / 57	WEB: #085438	PANTONE: 343C	▲
	RGB: 7 / 76 / 51	CMYK: 93 / 24 / 85 / 62	WEB: #074C33	PANTONE: 3435C	▲

► Палитра логотипа

Фирменные цвета используются в логотипе и стилиобразующих элементах.

В таблице показаны цвета в различных цветовых схемах.

RGB — для отображения фирменных цветов на экране и веб-конструирования
 CMYK — для полноцветной печати (process color)
 WEB - для веб-конструирования
 PANTONE — для печати смешиваемыми красками (spot color)

	RGB: 19 / 114 / 158	CMYK: 84 / 36 / 11 / 22	WEB: #13729E	PANTONE: 307C	▲
	RGB: 19 / 112 / 141	CMYK: 82 / 29 / 19 / 33	WEB: #13708D	PANTONE: 634C	▲
	RGB: 0 / 77 / 105	CMYK: 94 / 41 / 18 / 53	WEB: #004D69	PANTONE: 3025C	▲
	RGB: 5 / 73 / 97	CMYK: 93 / 41 / 22 / 57	WEB: #054961	PANTONE: 3035C	▲
	RGB: 2 / 63 / 86	CMYK: 97 / 44 / 20 / 64	WEB: #023F56	PANTONE: 303C	▲
	RGB: 9 / 70 / 71	CMYK: 93 / 31 / 49 / 66	WEB: #094647	PANTONE: 316C	▲
	RGB: 7 / 61 / 71	CMYK: 95 / 36 / 36 / 71	WEB: #073D47	PANTONE: 309C	▲

► Использование фирменной палитры

Цвета, представленные в схеме, возможно использовать в любых сочетаниях для оформления фирменной продукции, не предусмотренной данным руководством.

Возможно дополнять данные цвета чистым черным (RGB 0/0/0), чистым белым (RGB 255/255/255) и оттенками серого цвета.



► Работа с темными фотоизображениями

Ключевым атрибутом, влияющим на узнаваемость и придающим индивидуальность фотостиллю является цветовая гамма. Цветовая гамма фотоизображений должна соответствовать основным фирменным цветам.

Остальные цвета в изображении являются дополнительными, они должны играть второстепенное значение и быть приближены к нейтральной гамме.

Сюжеты фотоизображений должны иллюстрировать реальную жизнь, нести радостное настроение, настраивать на позитив.

Поскольку логотип для темных изображений используется в белом варианте, необходимо следить за общим тоном фотоизображения. Он должен быть темнее 50% стандартного черного.

► Работа со светлыми фотоизображениями

Для светлых изображений логотип используется в полноцветном варианте, необходимо следить за общим тоном фотоизображения. Он должен быть светлее 10 % стандартного черного.

Темы фотоизображений:

- люди
- природа
- архитектура
- объекты
- энергия
- уникальность.





ТИПОГРАФИКА

► Что такое типографика?

Типографика - это искусство оформления печатного текста.

Задачей типографики, наиболее творческого этапа оформления текста, является определение параметров для последующих процессов набора, вёрстки и допечатной подготовки.

► Основной шрифт

Используется в фирменной документации, рекламной и сувенирной продукции.
Жирное начертание используется для выделения текста (например заголовки и подзаголовки). Обычное начертание для наборного текста (например полоса набора в буклете).

► Дополнительный шрифт

Альтернативный основному шрифту.
Используется в фирменной документации, рекламной и сувенирной продукции если нет возможности воспользоваться основным. Также используется для набора текста в веб-пространстве.

► Основной шрифт

Trebuchet MS Regular / Trebuchet MS Semibold

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

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

~ ! @ # \$ % ^ & * () _ + " " «»

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

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

~ ! @ # \$ % ^ & * () _ + " " «»

► Дополнительный шрифт

Tahoma Regular / Tahoma Bold

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

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

~ ! @ # \$ % ^ & * () _ + " " «»

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

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

~ ! @ # \$ % ^ & * () _ + " " «»



ФИРМЕННЫЙ ПАТТЕРН

► Что такое паттерн?

Паттерн или фоновый узор представляет собой регулярный узор, использующийся для оформления фирменной среды и усиления узнавания бренда.

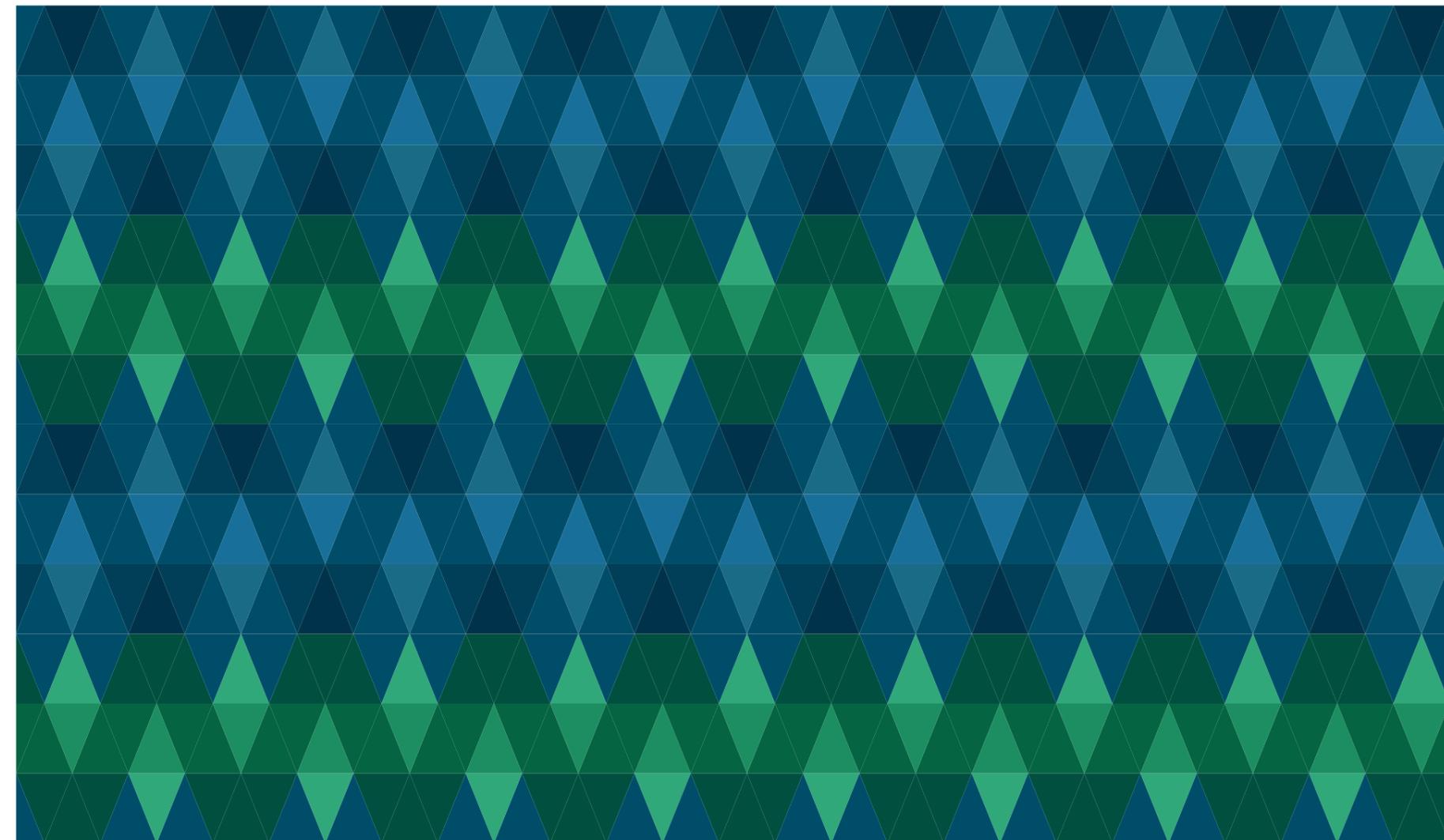
Паттерн придает уникальный вид упаковке, текстильной продукции, деловой и сувенирной документации и т.п.

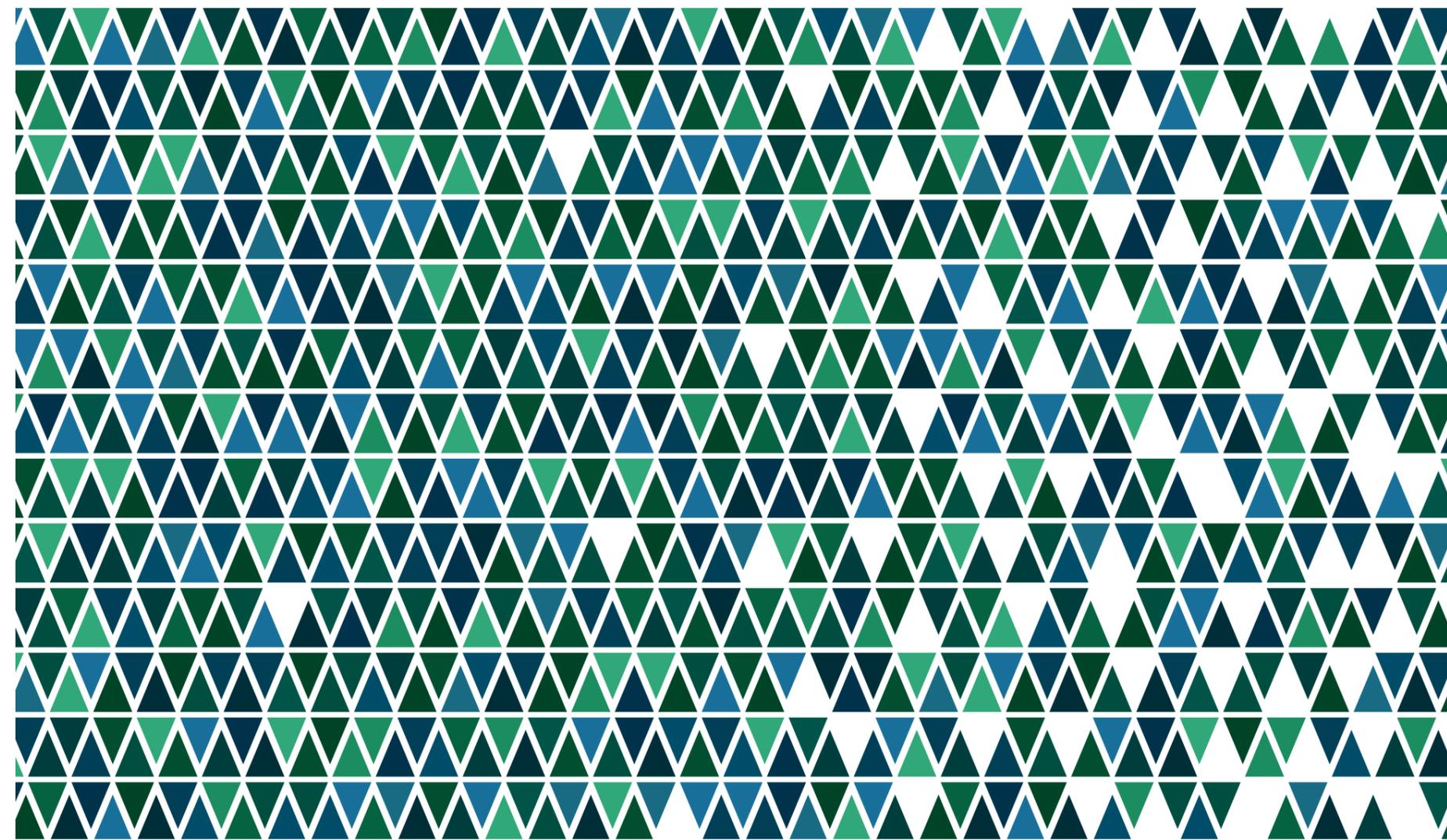
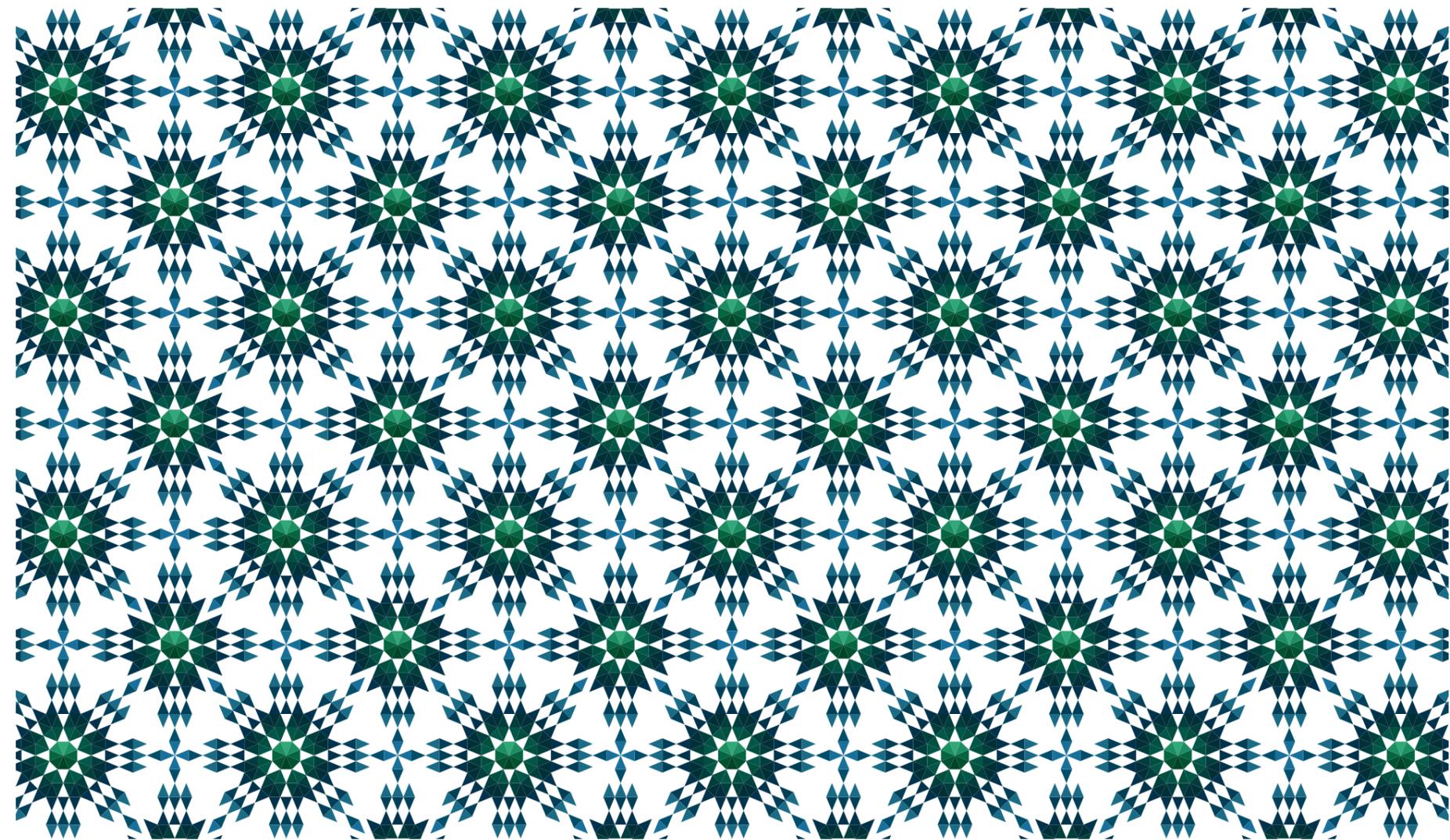
► Правила использования фирменных паттернов

Основной паттерн «Геометрия» может использоваться только в представленном цветовом решении. Паттерны «Снежинки» и «Треугольники» могут использоваться как в представленном цветовом решении, так и залитые одним из фирменных цветов. Разрешается увеличивать количество пустых треугольников и менять их положение в сетке.

Паттерны используются как фоновые узоры для фирменной и сувенирной продукции, текстильной продукции.

Логотип запрещено размещать на паттернах во избежание плохой читаемости. Фирменные паттерны запрещено деформировать (поворачивать, наклонять, скашивать, сжимать, растягивать).







БРЕНД МОТИВ

► Фирменные графические элементы

Фирменные элементы – различные элементы фирменного стиля, используемые, как для информационных целей, так и для брендинга.

При построении элементов бренд-мотива используются части, цвета и углы наклона логотипа.

► Заливка треугольниками

Для поддержания фирменного стиля возможно использовать отдельные треугольники («кристаллы» снежинки) различных масштабов, окрашенные в фирменные цвета, для создания крупных графических композиций. Сочленять треугольники следует согласно законам композиции.



► Отбивки, стрелочки, частицы

Для выделения текста, оформления документов, печатной рекламы и прочего, возможно использовать фирменную отбивку «Косичка». Так же для замены частиц в буквах в крупных заголовках возможно использовать фирменный ромбик. Для указаний и выделения информации используется стрелочка.



► Указатели

Отдельный треугольник возможно использовать как указатель. Цвет треугольника следует выбирать из фирменной палитры.





ЧАСТЬ II РАЗНЕСЕНИЕ НА ЭЛЕМЕНТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

► Фирменный стиль в деловой документации

При использовании элементов фирменного стиля (логотип, цвета и шрифты) в стандартной деловой документации следует руководствоваться нижеизложенными правилами. Это обеспечит унификацию документооборота внутри офисов компании и узнаваемость приложений для внешнего использования.

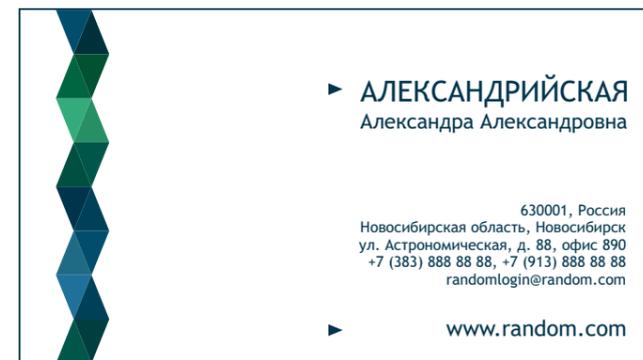
Основные элементы фирменного стиля, принципы построения которых были изложены выше, не существуют сами по себе, а всегда являются частью какого либо офисного документа, сувенирной или рекламной продукции, презентационных материалов и других приложений.

В данном разделе будут описаны элементы деловой документации, относящиеся к фирменному стилю корпорации. На элементах деловой документации все составляющие логотипа-знака и контактная информация располагаются единообразно и правильно. Использование корпоративного знака, фирменных шрифтов и цвета создает гармоничный визуальный ряд всех элементов деловой документации.

Построение всех элементов строго регламентировано. Нарушение правил построения приведет к визуальному диссонансу восприятия фирменного стиля корпорации.

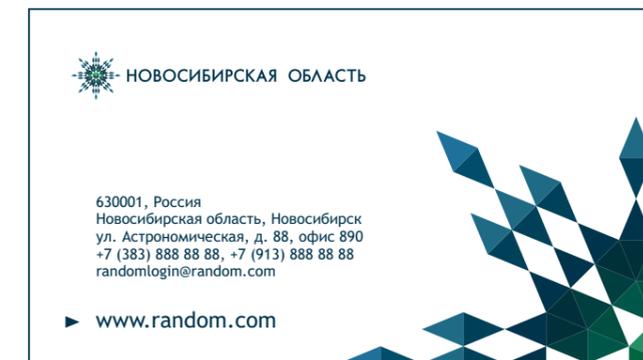
► Визитная карточка персональная

Размер визитной карточки 90*50 мм.



► Визитная карточка корпоративная

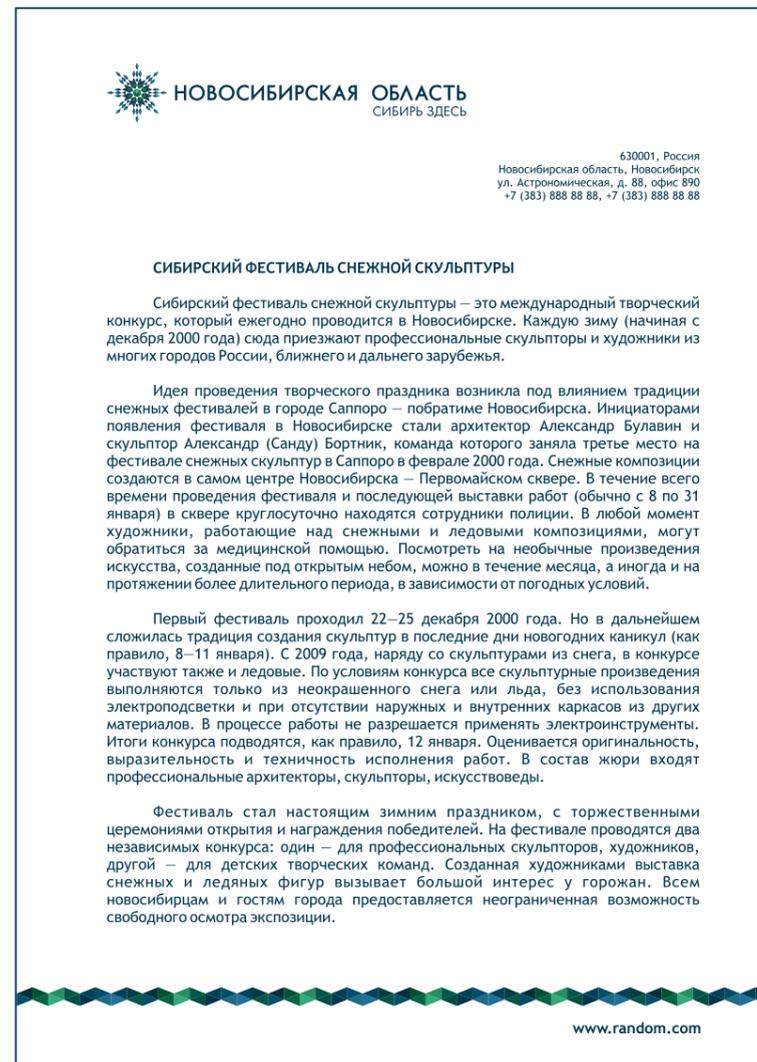
Размер визитной карточки 90*50 мм.



► Фирменный бланк А4

В данном макете фирменного бланка неизменными являются: логотип, адресный блок, фирменная отбивка-узор и сайт. Запрещается менять их расположение на листе, двигать в стороны, увеличивать и уменьшать отступы, увеличивать размер шрифтов.

Если необходимо разместить большее количество информации в адресном блоке, то допускается увеличивать его объем вниз, пропорционально отодвигая начало основного текстового блока.



► Евроконверт DL (без окошка / с окошком)

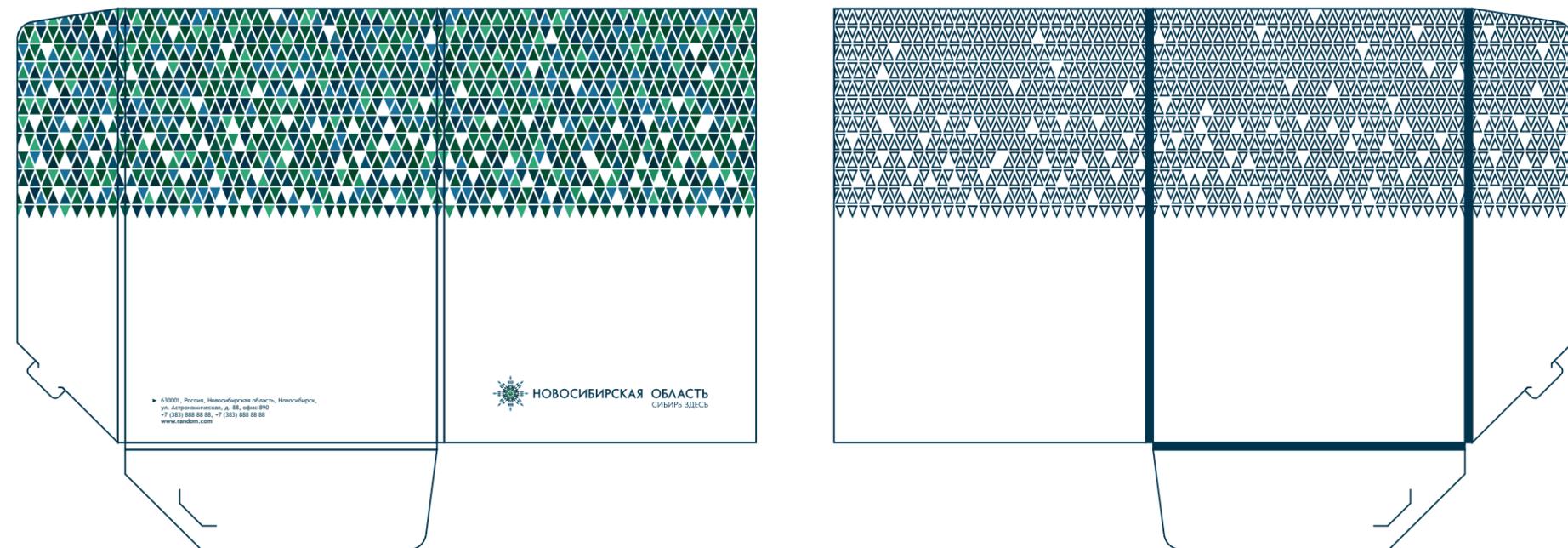
Размер конверта 220*110 мм.



► Фирменная папка А4
(лицевая сторона / внутренняя сторона)

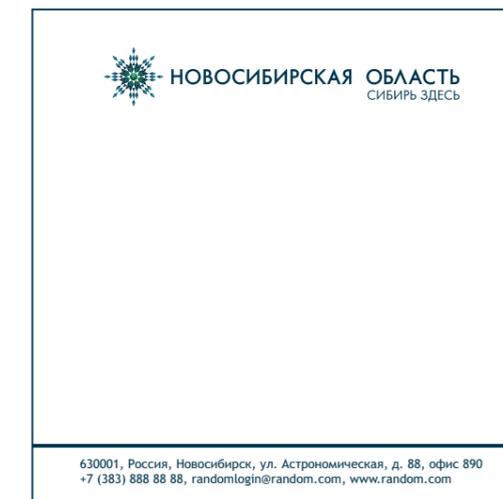
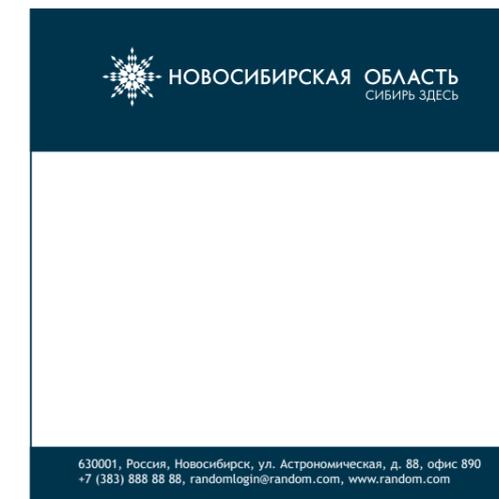
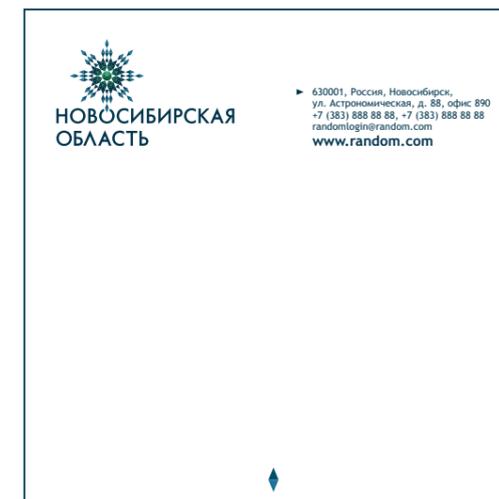
Размер папки в сложенном состоянии 217*304 мм.

Если необходимо разместить большее количество информации в адресном блоке, то допускается увеличивать его объем вверх, оставляя отступ от края папки снизу неизменным.



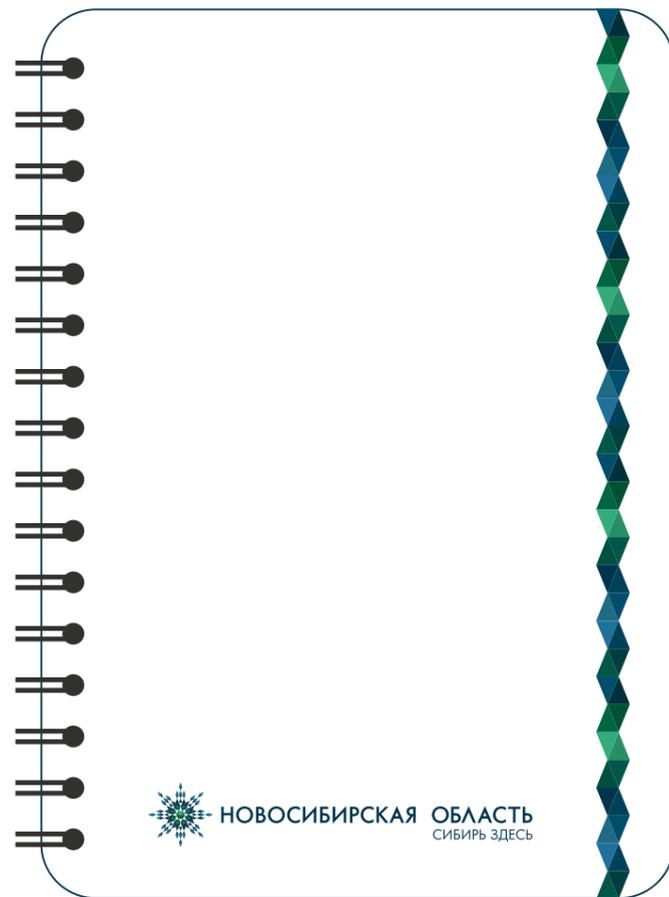
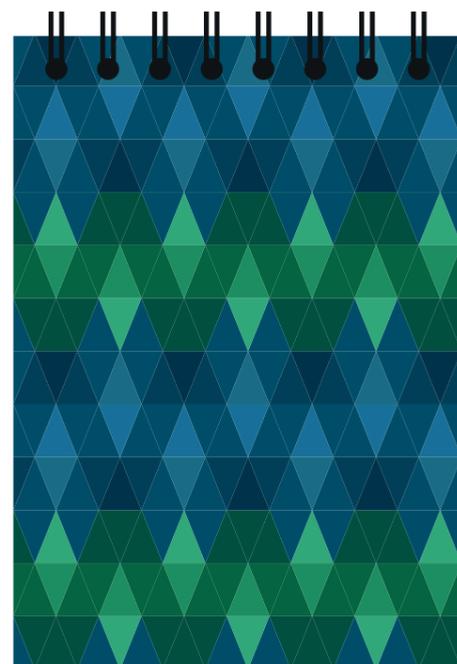
► Отрывной блок-куб.
Ручка

Размер 70*70 мм.



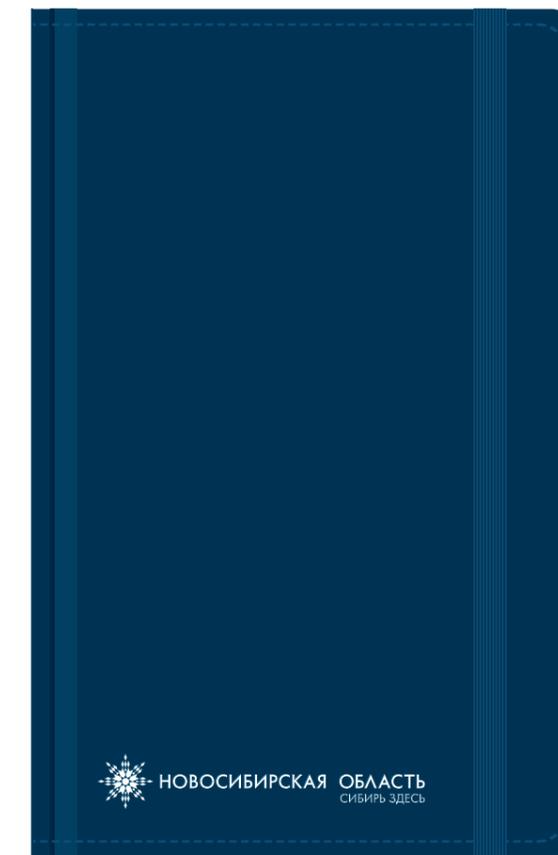
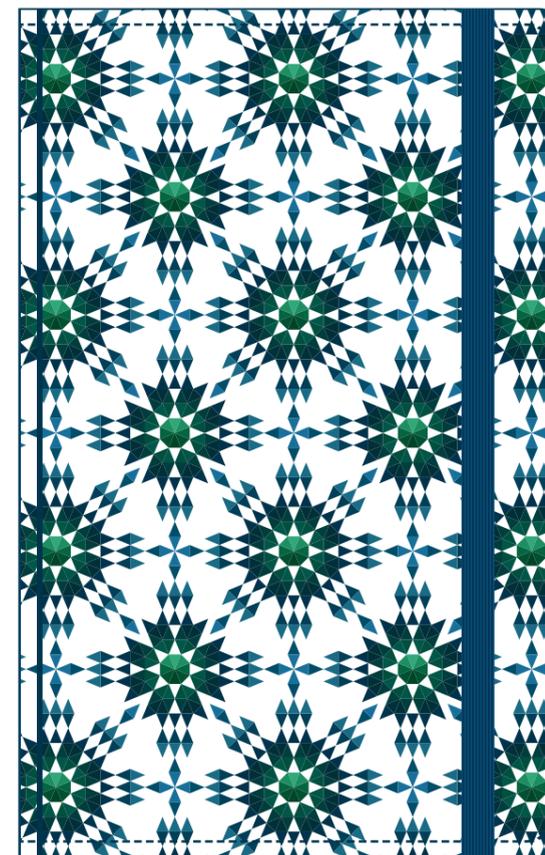
► **Блокнот на пружине.**
Ежедневник на пружине

Размер Блокнота А6.
Размер ежедневника А5.



► **Ежедневник с переплетом**

Размер 135*210 мм.



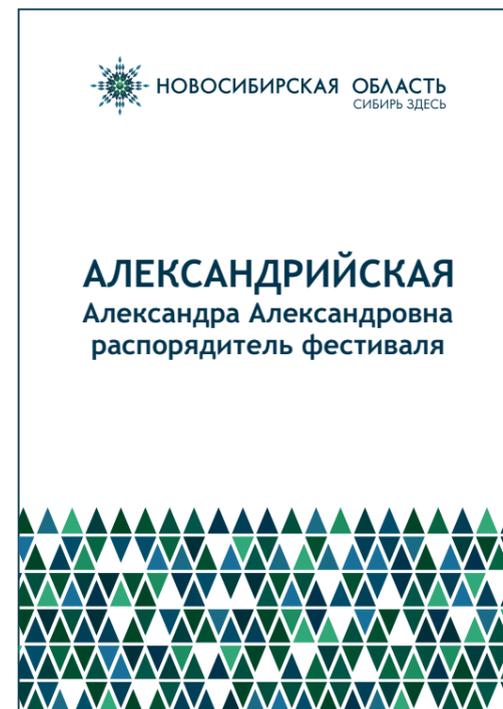
► Бейдж бумажный сменный горизонтальный

Размер 100*70 мм.



► Бейдж бумажный сменный вертикальный

Размер 70*100 мм.



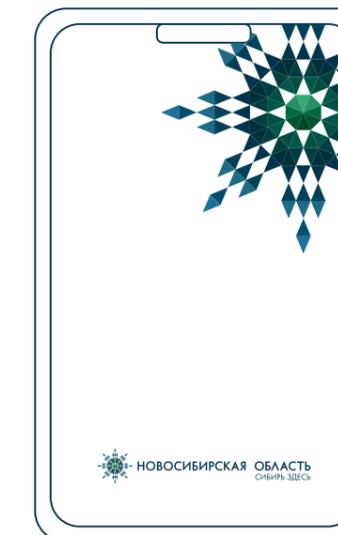
► Бейдж металлический.
Бейдж пластиковый с окошком

Размер бейджа металлического 80*30 мм.
Размер бейджа пластикового с окошком 80*50 мм.



► Смарт-карта магнитная

Размер 54*86 мм.





ПЕЧАТНАЯ ПРОДУКЦИЯ

► Фирменный стиль в печатной продукции

Вёрстка любых рекламных макетов должна подчиняться правилам данного руководства: сохранение охранного поля, использование фирменных шрифтов, использование фирменных паттернов и бренд-мотива.

Включение дополнительных цветов, паттернов и изображений возможно при условии их гармоничного сочетания с фирменным стилем.

Если необходимо сделать нестандартный макет печатной продукции, то стоит пропорционально увеличивать подходящий вариант модульной сетки, учитывая охранные поля логотипа и типографскую обрезку.

► Листовка рекламная А6

Размер А6.
Возможно использование односторонней и двусторонней печати.

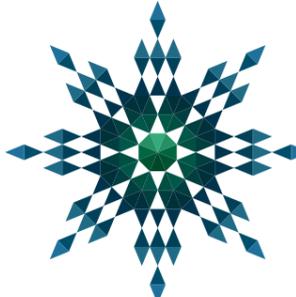


ПОСЕТИ!

- Барсуковская пещера
- Беловский водопад
- Бердские скалы
- Ботанический сад со ран
- Дендрологический парк
- Планетарий
- Новосибирский зоопарк
- Стоянка палеолита «Волчья грива»

► Листовка рекламная евролифлет.
Внешняя сторона

Размер А4.

<p>Снежный фестиваль в Саппоро</p> <p>Праздник снега в Саппоро - японский негосударственный праздник, отмечается в Саппоро, столице Хоккайдо, ежегодно в начале февраля и длится 7 дней.</p> <p>Традиция празднования Снежного фестиваля возникла в 1950 году. В тот год, в рамках детского утренника, старшеклассниками одной из школ Саппоро в парке Одори были установлены шесть снежных фигур животных. Это произвело впечатление на прохожих, наблюдавших за работой. С тех пор жители города стали каждый год в начале февраля сооружать фигуры из снега и льда.</p> <p>В 1955 году военными была построена первая массивная фигура. После проведения в Саппоро XI Зимних Олимпийских игр в 1972 году, фестиваль приобрел всемирную известность. Начиная с 1974 года в рамках праздника начали проводить Международный конкурс скульптур из снега и льда.</p> <p>В наши дни в рамках Международного конкурса снежных скульптур, в фестивале принимают участие более 25 команд из различных стран мира ежегодно. Устанавливаются более сотни снежных фигур. Праздник собирает около 2 миллионов посетителей и туристов с разных концов света.</p>		 <p>История снежного фестиваля в Новосибирске</p> 
---	---	---

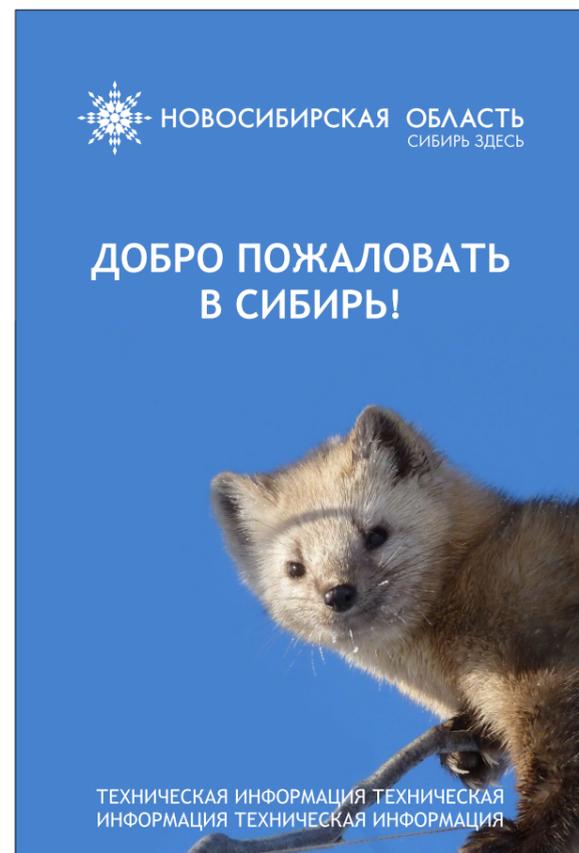
► Листовка рекламная евролифлет.
Внутренняя сторона

Размер А4.

<p>Сибирский фестиваль снежной скульптуры</p> <p>Сибирский фестиваль снежной скульптуры — это международный творческий конкурс, который ежегодно проводится в Новосибирске. Каждую зиму (начиная с декабря 2000 года) сюда приезжают профессиональные скульпторы и художники из многих городов России, ближнего и дальнего зарубежья.</p>  <p>Идея проведения творческого праздника возникла под влиянием традиции снежных фестивалей в городе Саппоро — побратиме Новосибирска. Инициаторами появления фестиваля в Новосибирске стали архитектор Александр Булавин и скульптор Александр (Санду) Бортник, команда которого заняла третье место на фестивале снежных скульптур в Саппоро в феврале 2000 года. Снежные композиции создаются в самом центре Новосибирска — Первомайском сквере. В течение всего времени проведения фестиваля и</p>	<p>последующей выставки работ (обычно с 8 по 31 января) в сквере круглосуточно находятся художники, работающие над снежными и ледовыми композициями, могут обратиться за медицинской помощью. Посмотреть на необычные произведения искусства, созданные под открытым небом, можно в течение месяца, а иногда и на протяжении более длительного периода, в зависимости от погодных условий.</p> <p>Первый фестиваль проходил 22–25 декабря 2000 года. Но в дальнейшем сложилась традиция создания скульптур в последние дни новогодних каникул (как правило, 8–11 января). С 2009 года, наряду со скульптурами из снега, в конкурсе участвуют также и ледовые.</p> <p>По условиям конкурса все скульптурные произведения выполняются только из неокрашенного снега или льда, без использования электроподсветки и при отсутствии наружных и внутренних каркасов из других материалов. В процессе работы не разрешается применять электроинструменты. Итоги конкурса подводятся, как правило, 12 января. Оценивается оригинальность, выразительность и техничность исполнения работ. В состав жюри входят профессиональные архитекторы, скульпторы, искусствоведы.</p> <p>Фестиваль стал настоящим зимним праздником, с торжественными</p>	<p>церемониями открытия и награждения победителей. На фестивале проводятся два независимых конкурса: один — для профессиональных скульпторов, художников, другой — для детских творческих команд. Созданная художниками выставка снежных и ледяных фигур вызывает большой интерес у горожан. Всем новосибирцам и гостям города предоставляется неограниченная возможность свободного осмотра экспозиции.</p> 
--	--	---

► **Баннер уличный сити-формата.
Модульная сетка**

Размер 1200*1800 мм. Размер изображения для баннера 2 мегапикселя при разрешении 72dpi.



ПОЛЕ ДЛЯ ЛОГОТИПА ЗАПРЕЩЕНО ИЗМЕНЕНИЕ РАЗМЕРА ДАННОГО ПОЛЯ	
ПОЛЕ ДЛЯ ТЕКСТОВОЙ ИНФОРМАЦИИ РЕКОМЕНДУЕМАЯ ВЫСОТА ТЕКСТА - 120 И БОЛЕЕ ПУНКТОВ РЕКОМЕНДУЕМОЕ МЕЖСТРОЧНОЕ РАССТОЯНИЕ - 100% ОТ ВЫСОТЫ ТЕКСТА	
ПОЛЕ ДЛЯ ФОТОИЗОБРАЖЕНИЯ	
ПОЛЕ ДЛЯ ТЕХНИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ И ПРОТИВОПОКАЗАНИЙ	

► **Баннер уличный сити-формата.
Модульная сетка**

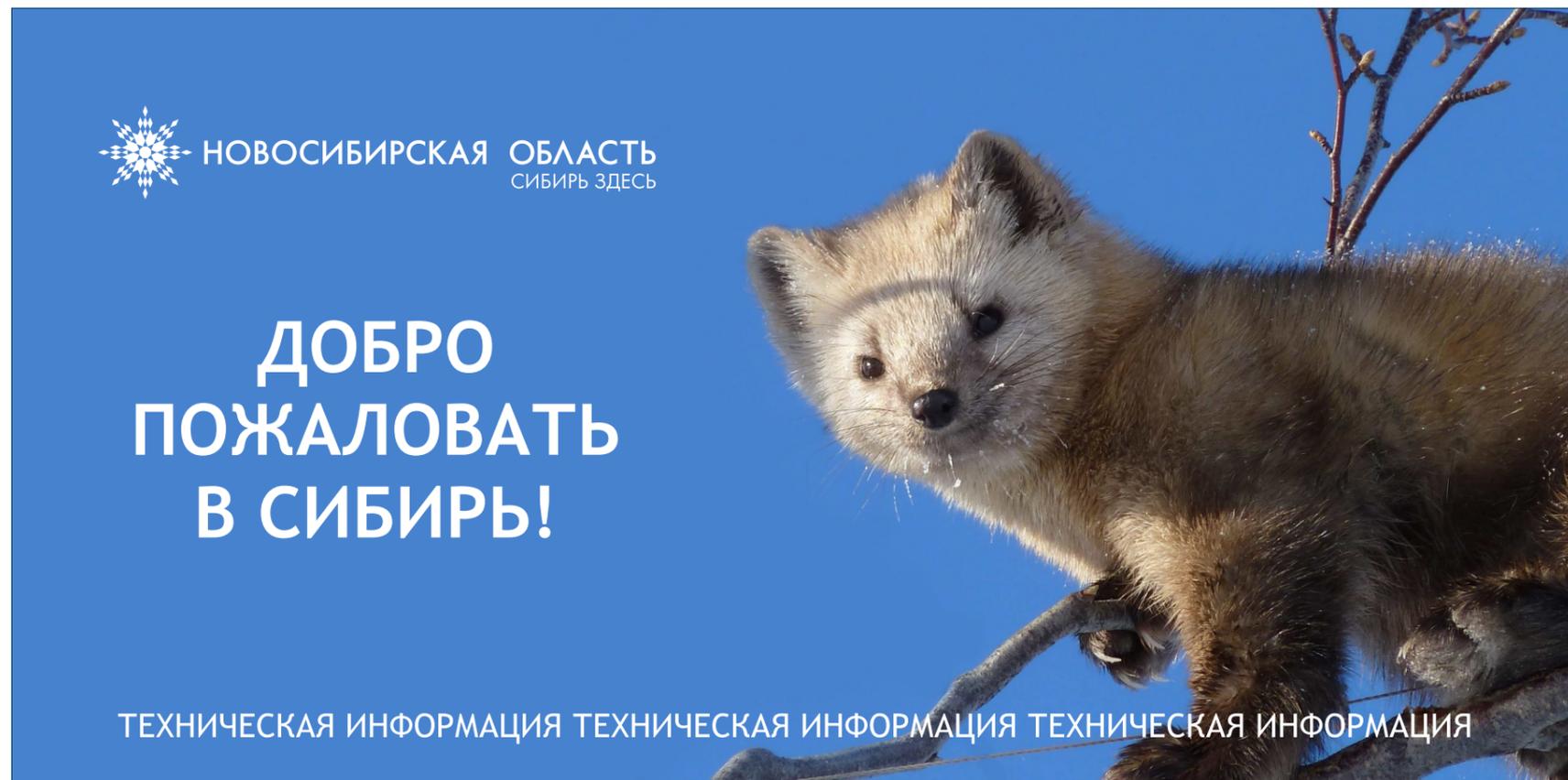
Размер 1200*1800 мм. Размер изображения для баннера 2 мегапикселя при разрешении 72dpi.



ПОЛЕ ДЛЯ ЛОГОТИПА ЗАПРЕЩЕНО ИЗМЕНЕНИЕ РАЗМЕРА ДАННОГО ПОЛЯ	
ПОЛЕ ДЛЯ ТЕКСТОВОЙ ИНФОРМАЦИИ РЕКОМЕНДУЕМАЯ ВЫСОТА ТЕКСТА - 120 И БОЛЕЕ ПУНКТОВ РЕКОМЕНДУЕМОЕ МЕЖСТРОЧНОЕ РАССТОЯНИЕ - 100% ОТ ВЫСОТЫ ТЕКСТА	
ПОЛЕ ДЛЯ ФОТОИЗОБРАЖЕНИЯ	
ПОЛЕ ДЛЯ ТЕХНИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ И ПРОТИВОПОКАЗАНИЙ	

► Баннер уличный

Размер 6000*3000 мм. Размер изображения для баннера 4 мегапикселя при разрешении 72dpi.



► Баннер уличный.
Модульная сетка

Размер 6000*3000 мм.

<p>ПОЛЕ ДЛЯ ЛОГОТИПА ЗАПРЕЩЕНО ИЗМЕНЕНИЕ РАЗМЕРА ДАННОГО ПОЛЯ</p>	<p>ПОЛЕ ДЛЯ ФОТОИЗОБРАЖЕНИЯ</p>
<p>ПОЛЕ ДЛЯ ТЕКСТОВОЙ ИНФОРМАЦИИ РЕКОМЕНДУЕМАЯ ВЫСОТА ТЕКСТА - 360 И БОЛЕЕ ПУНКТОВ РЕКОМЕНДУЕМОЕ МЕЖСТРОЧНОЕ РАССТОЯНИЕ - 100% ОТ ВЫСОТЫ ТЕКСТА</p>	
<p>ПОЛЕ ДЛЯ ТЕХНИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ И ПРОТИВОПОКАЗАНИЙ</p>	



ЭЛЕМЕНТЫ ЭКСПОЗИЦИИ

► Фирменный стиль в элементах экспозиции

При оформлении интерьерных и экстерьерных композиций необходимо строго следовать правилам данного руководства. Представленные стандартные элементы экспозиции возможно пропорционально масштабировать, либо перекомпоновывать элементы в соответствии с техническим заданием компании-исполнителя.

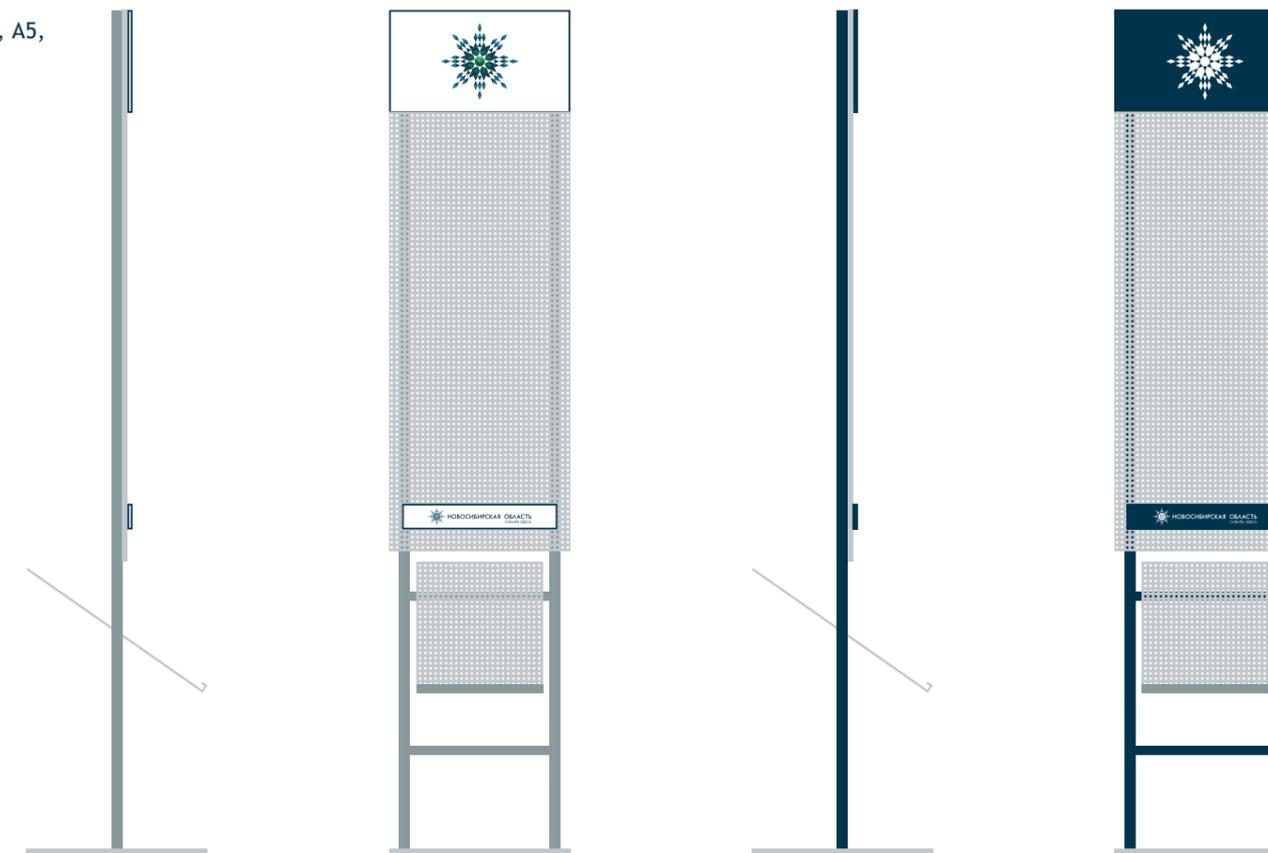
При оформлении пресс воллов других размеров необходимо использовать представленную сетку размещения логотипа. Запрещено нарушать охранное поле логотипа.

При оформлении стендов следует использовать фирменные паттерны и бренд-мотивы, руководствуясь правилами композиции.

При необходимости создания нестандартного элемента экспозиции необходимо прикладывать к заданию на исполнение данное руководство.

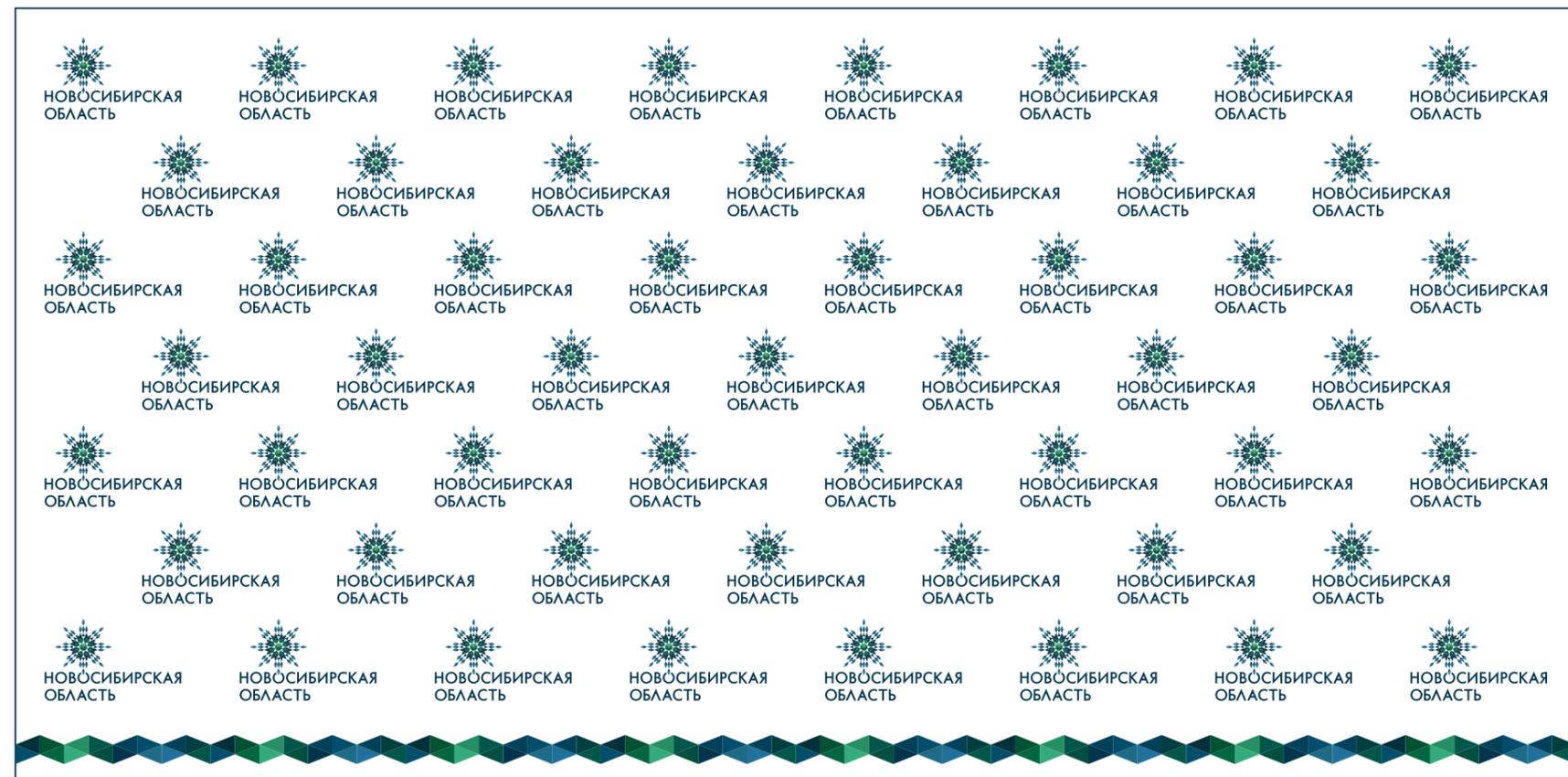
► Сборная буклетница с фризом с накопителем и карманами под печатную продукцию

Размер: 350*1650*350 мм.
 Размер таблички для рекламы: 350*200 мм.
 Размер лотка: А4.
 Возможна комплектация карманами форматов: А4, А5, евробуклеты (1/3 от А4), визитница.



► **Пресс волл стандартный**

Размер 4000*2000 мм.

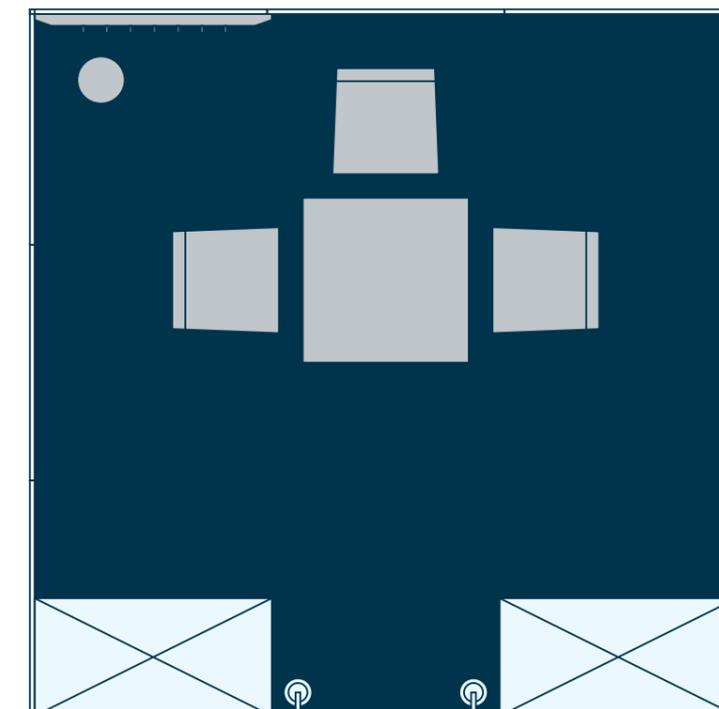


► **Выставочный стенд стандартный**

Площадь 9 м².
Размер 3000*3000*2200 мм.

Состав стенда:

- ковровое покрытие;
- стеновые панели;
- фризовая панель с надписью (название компании);
- витрины низкие 2 штуки, 500*1000*1100 мм;
- слот-бра на шинопроводе;
- электротройник 220 В;
- мебель.





► Использование пиктограмм

Пиктограммы используются в печатной и цифровой продукции. Возможно использование как отдельно, так и с пояснительным текстом.

Пиктограммы имеют реальные прототипы в городе Новосибирске, но обозначают определенную категорию. Возможно использовать пиктограмму как обозначение отдельного здания.

Изменение размера должно происходить с соблюдением пропорций пиктограммы.

Возможно инвертировать цвета, либо использовать другой цвет для фоновой заливки из палитры фирменных цветов.

ПИКТОГРАММЫ

► Пиктограммы

Возможно использование инвертированных пиктограмм.

Торговля
(Центральный рынок)



Спорт
(ЛДС «Сибирь»)



Инновации
(Технопарк)



Образование
(Новый корпус НГУ)



Культура
(НОВАТ)



Семейный отдых
(Аквапарк «Кварсис»)



Отдых
(Зоопарк)



Выставки
(Экспоцентр)



Транспорт
(Вокзал Главный)



Логистика
(ПЛП Новосибирской области)



Наука
(Скульптура возле ИЦиГ СО РАН)





СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ

► Фирменный стиль в деловой документации

При верстке макетов для сувенирной продукции необходимо учитывать минимальные возможные размеры нанесения логотипа, сочетание паттернов и бренд-мотивов, фирменную цветовую гамму и законы композиции.

Следует избегать золотистой и латунной фурнитуры.

Рекомендуется проводить цветопробу при выполнении любого массива печати сувенирной продукции, поскольку вывод цвета на материал зависит от качества оборудования, краски и настроек печатных станков.

При выборе ткани, ниток и прочих незапечатываемых материалов на сувенирную продукцию рекомендуется подбирать наиболее близкий к макету цвет.

► Сувенирный флажок настольный

Размер полотнища 90*40 мм.



► Наклейка сувенирная прямоугольная

Размер одной наклейки 85*30 мм.

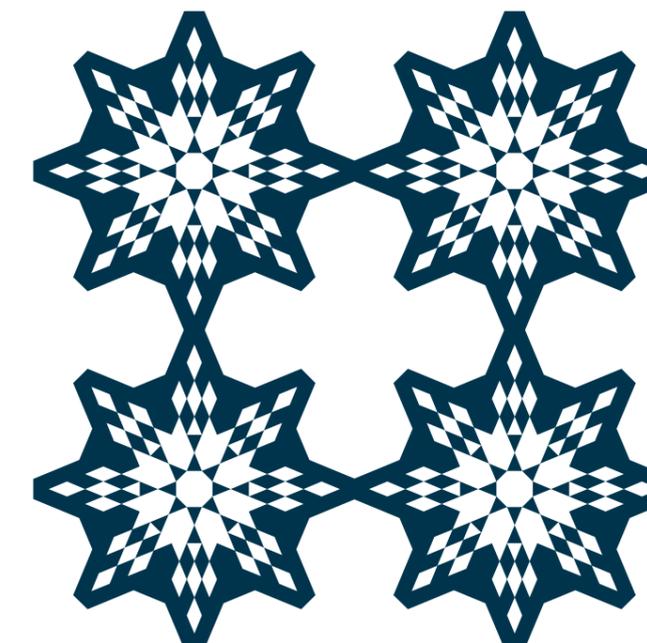
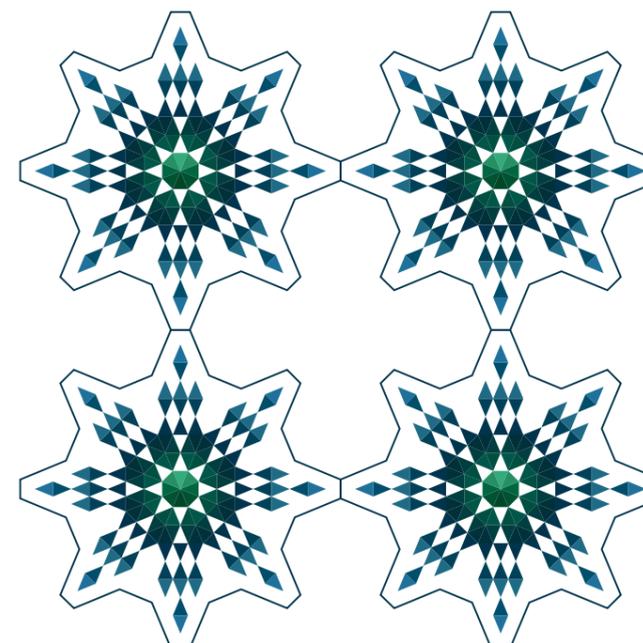
Наклейки возможно печатать на белой пленке и на прозрачной пленке.

 НОВОСИБИРСКАЯ ОБЛАСТЬ	 НОВОСИБИРСКАЯ ОБЛАСТЬ	 НОВОСИБИРСКАЯ ОБЛАСТЬ
 НОВОСИБИРСКАЯ ОБЛАСТЬ	 НОВОСИБИРСКАЯ ОБЛАСТЬ	 НОВОСИБИРСКАЯ ОБЛАСТЬ
 НОВОСИБИРСКАЯ ОБЛАСТЬ	 НОВОСИБИРСКАЯ ОБЛАСТЬ	 НОВОСИБИРСКАЯ ОБЛАСТЬ

► Наклейка сувенирная фигурная

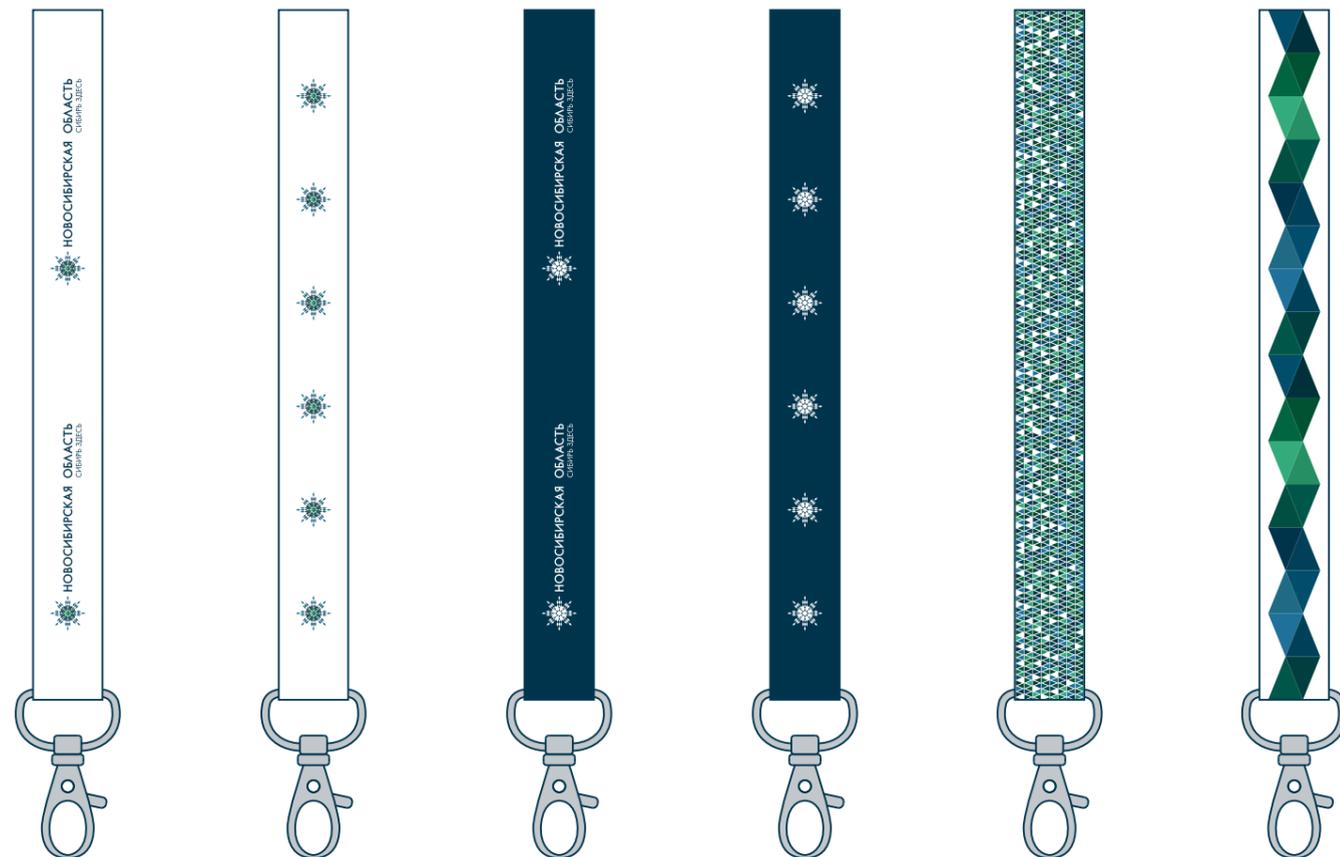
Размер одной снежинки 45*45 мм.

Раскладка наклеек по листу самоклеющейся может осуществляться иначе работниками допечатной подготовки. Цветной вариант возможно печатать на белой пленке и на прозрачной пленке.



► Шнурок на бейдж

Ширина шнура 20 мм.



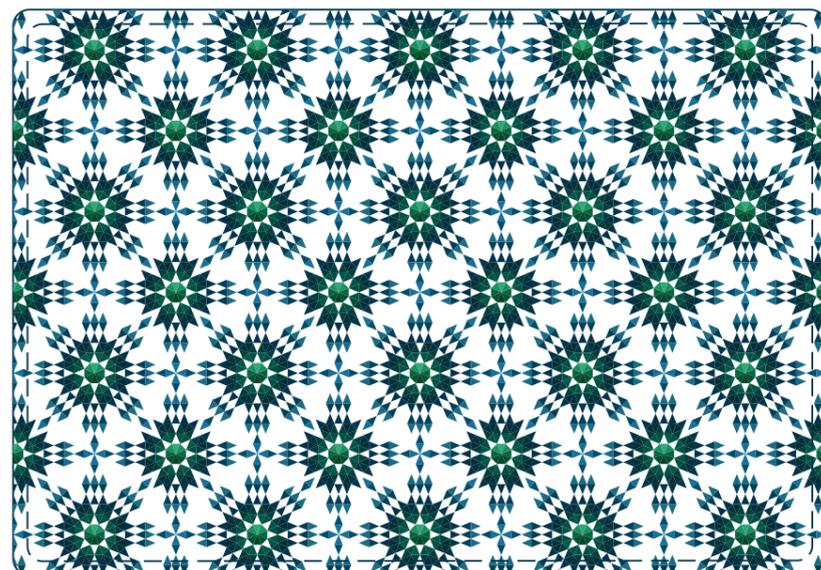
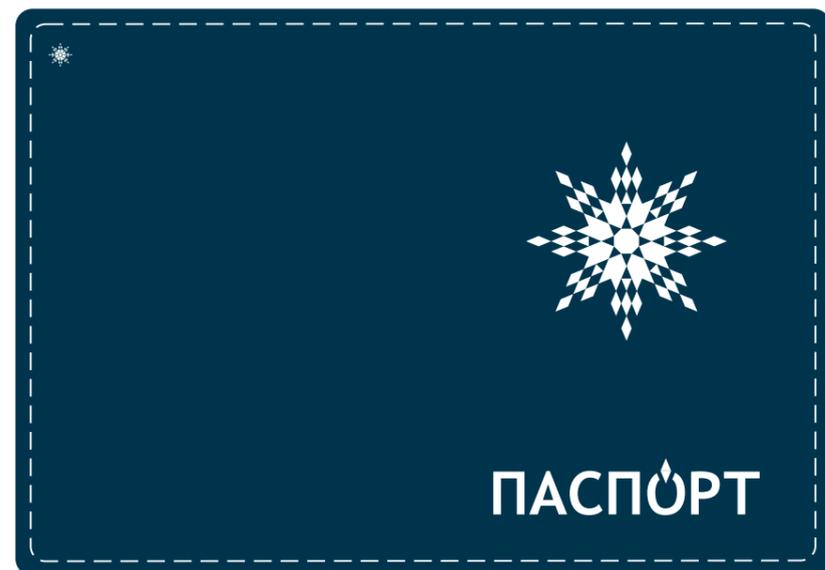
► Пример крепления шнура

Рекомендуется использовать прозрачные чехлы для бейджей.



► Обложка на паспорт

Размер 200*140 мм.



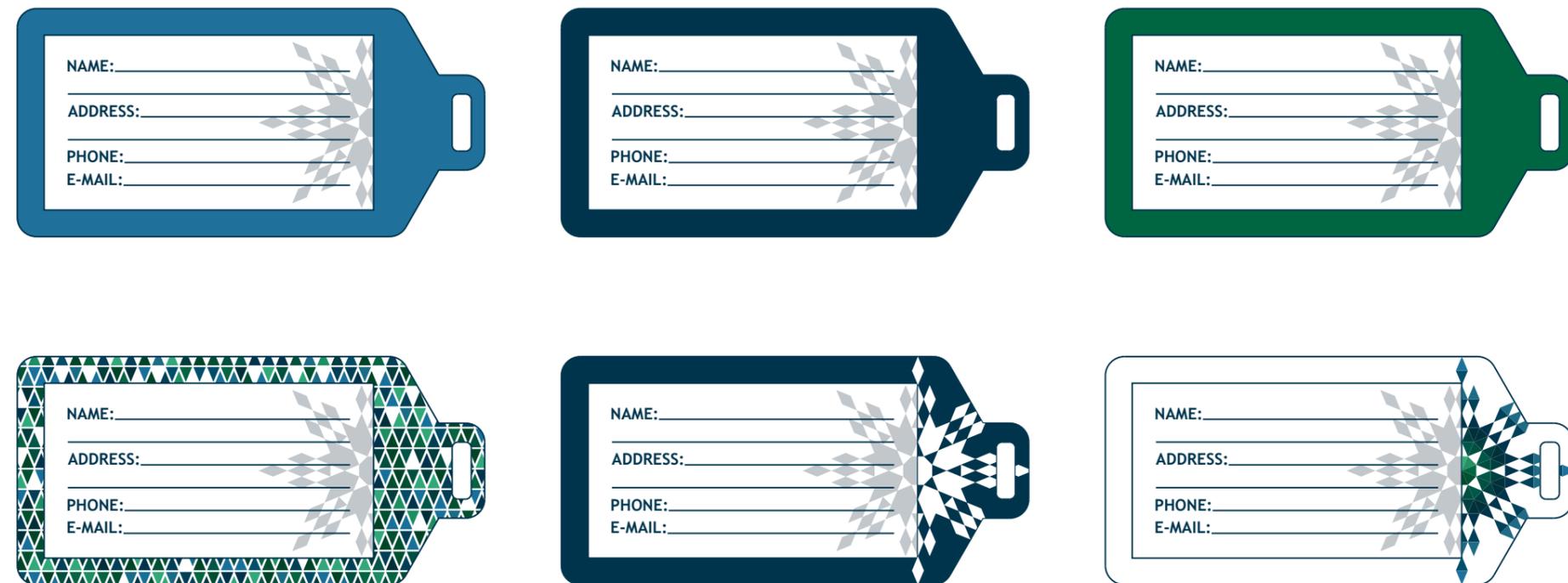
► Обложка на паспорт

Размер 200*140 мм.



► Бирка багажная

Размер бирки 122*60 мм.
Размер сменной вставки 90*50 мм.



► Шарик воздушный

Размер логотипа в надутом состоянии шарика зависит от производителя.



► Кружка керамическая.
Термокружка со сменной иллюстрацией

Объем кружки 300 мл.
Объем термокружки 500 мл.



► Кружка керамическая.
Термокружка со сменной иллюстрацией

Объем кружки 350 мл.
Объем термокружки 500 мл.



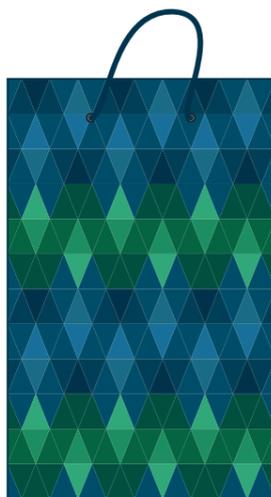
► **Пакет бумажный с ручкой-шнурком**

Размер 340*410 мм.



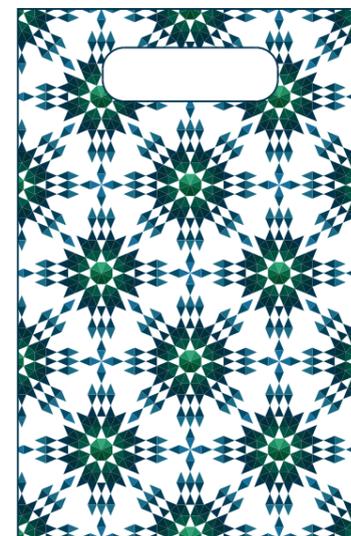
► **Пакет бумажный с ручкой-шнурком**

Размер 170*210 мм.



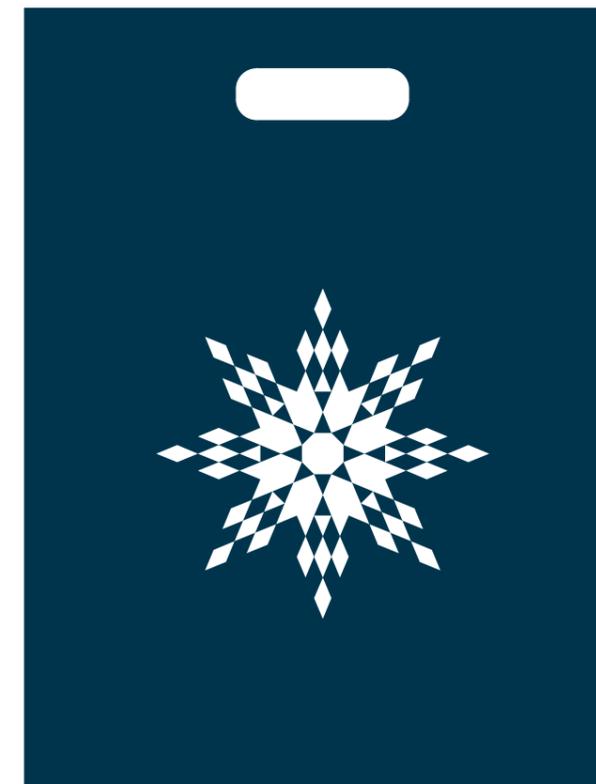
► **Пакет полиэтиленовый**

Размер 220*340 мм.



► **Пакет полиэтиленовый**

Размер 380*500 мм.



► Сумка холщовая

Размер 370*410 мм.



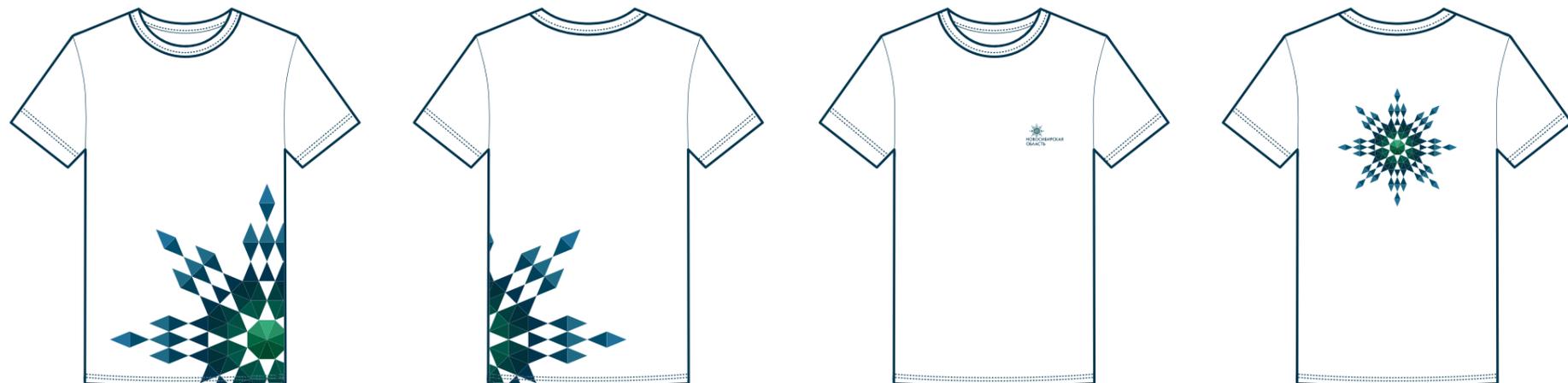
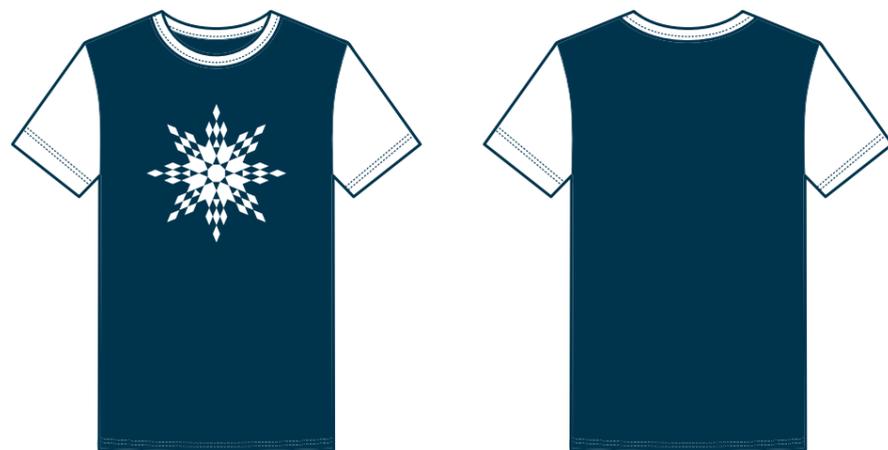
► Рюкзак

На фурнитуре рекомендуется сделать выдавку знака логотипа («снежинка»).



► Футболка мужская

Способы нанесения узора: вышивка, сублимационная печать на ткани.



► Футболка женская

Способы нанесения узора: вышивка, сублимационная печать на ткани.



► Толстовка.
Кепка

Способы нанесения узора: вышивка, сублимационная печать на ткани.



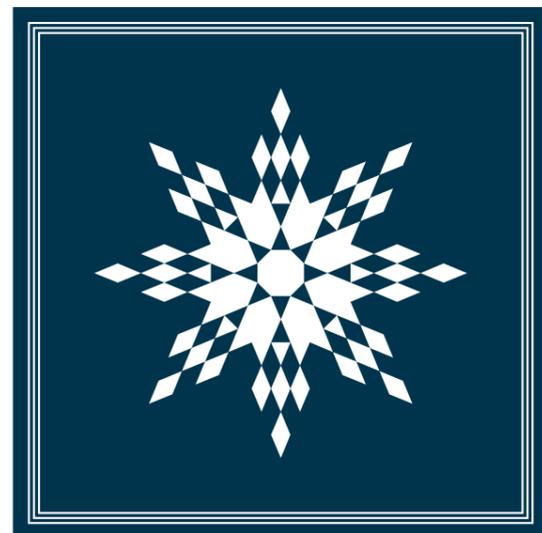
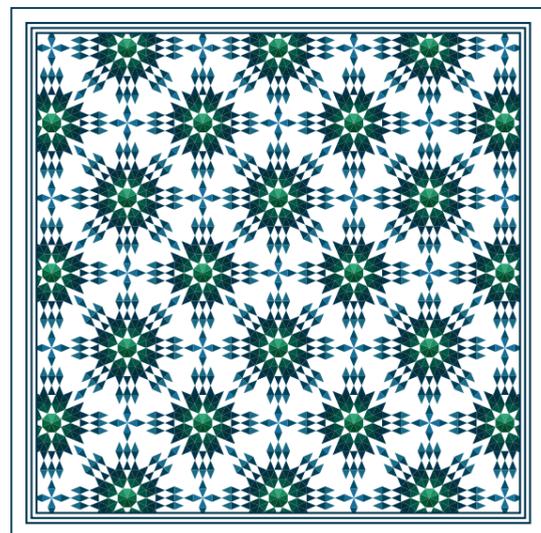
► Толстовка.
Кепка

Способы нанесения узора: вышивка, сублимационная печать на ткани.



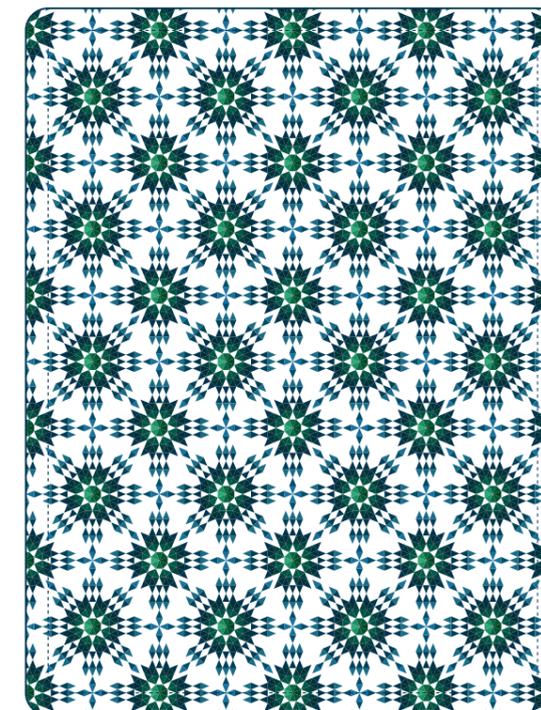
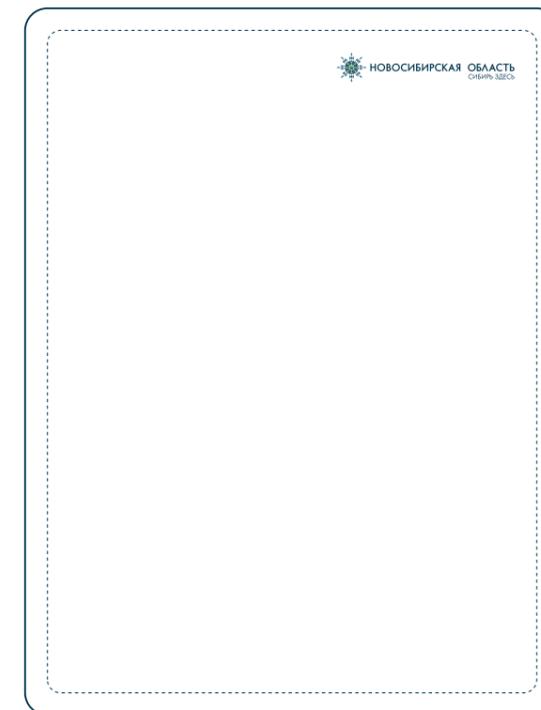
► Платок шейный

Размер 530*530 мм.
Способы нанесения узора: сублимационная печать на ткани.



► Плед флисовый

Размер 1600*1200 мм.
Способы нанесения узора: вышивка, печать на ткани.





ТРАНСПОРТНЫЕ СРЕДСТВА

► Фирменный стиль в оформлении транспорта

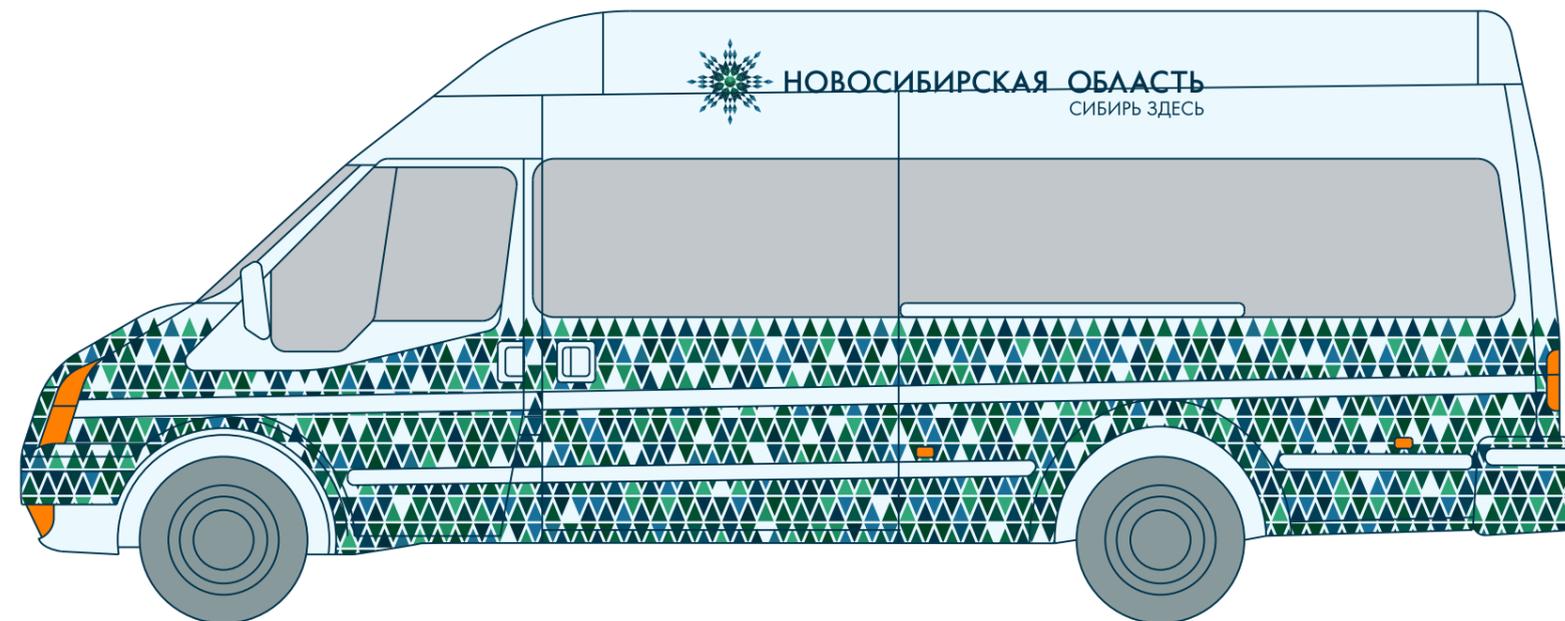
При нанесении логотипа на автотранспорт следует учитывать охранные поля логотипа.

Перепады металлических деталей автомобиля не являются нарушением поля, если являются однотонными и выполненными из одного материала.

Границы материалов (окна, решётки) не должны нарушать охранные поля логотипа, кроме случаев, когда происходит перетекание наклейки с логотипом на стекло транспортного средства.

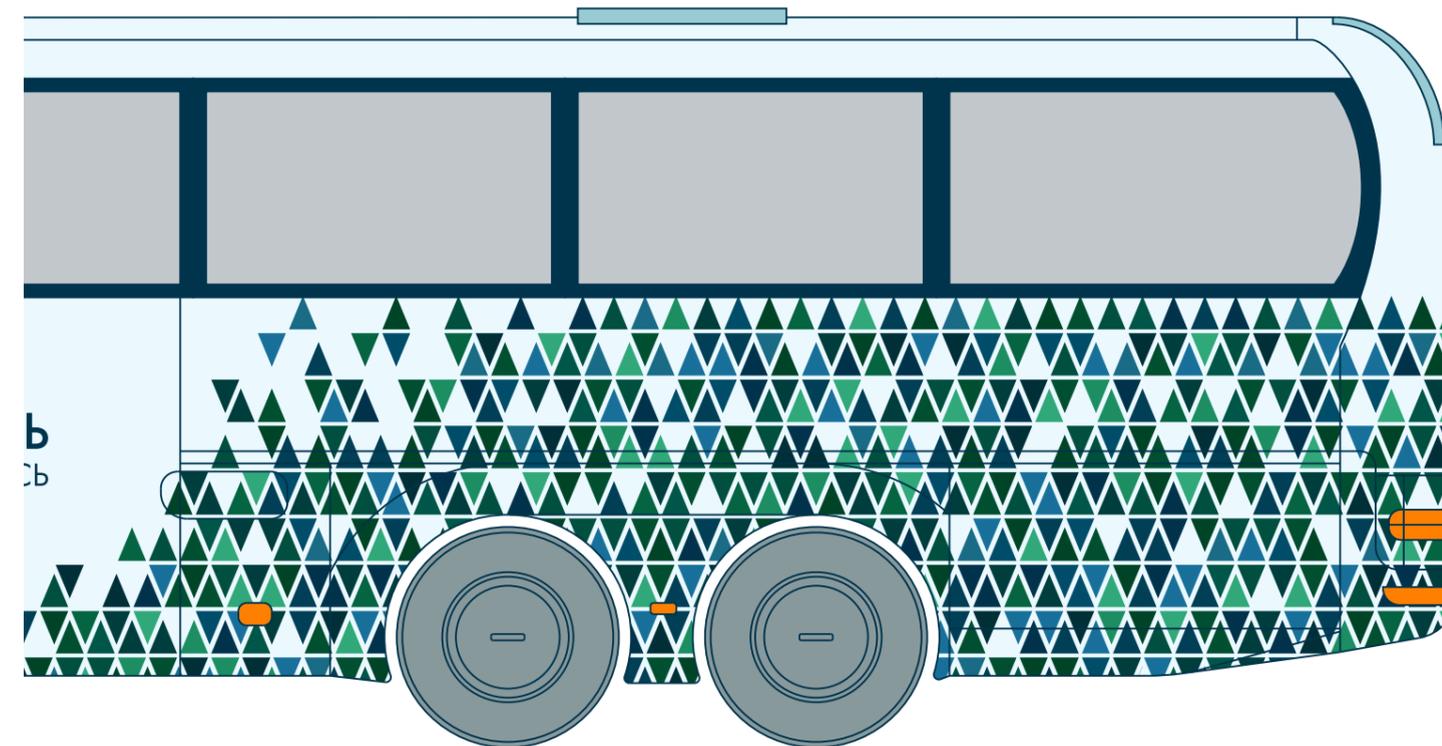
► Микроавтобус

Модель Транзит 350 LWB



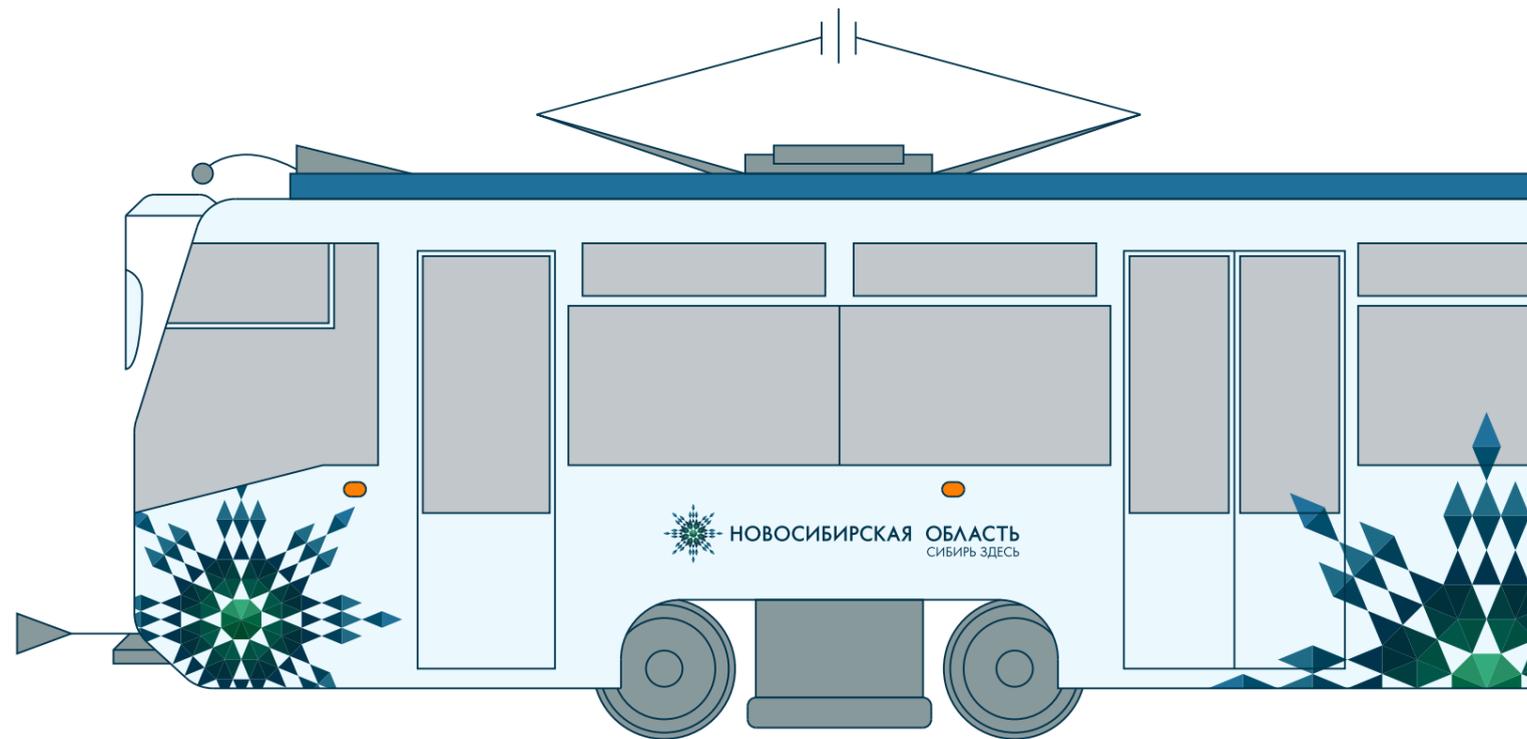
► Автобус туристический

Модель MAN Lion's Coach L



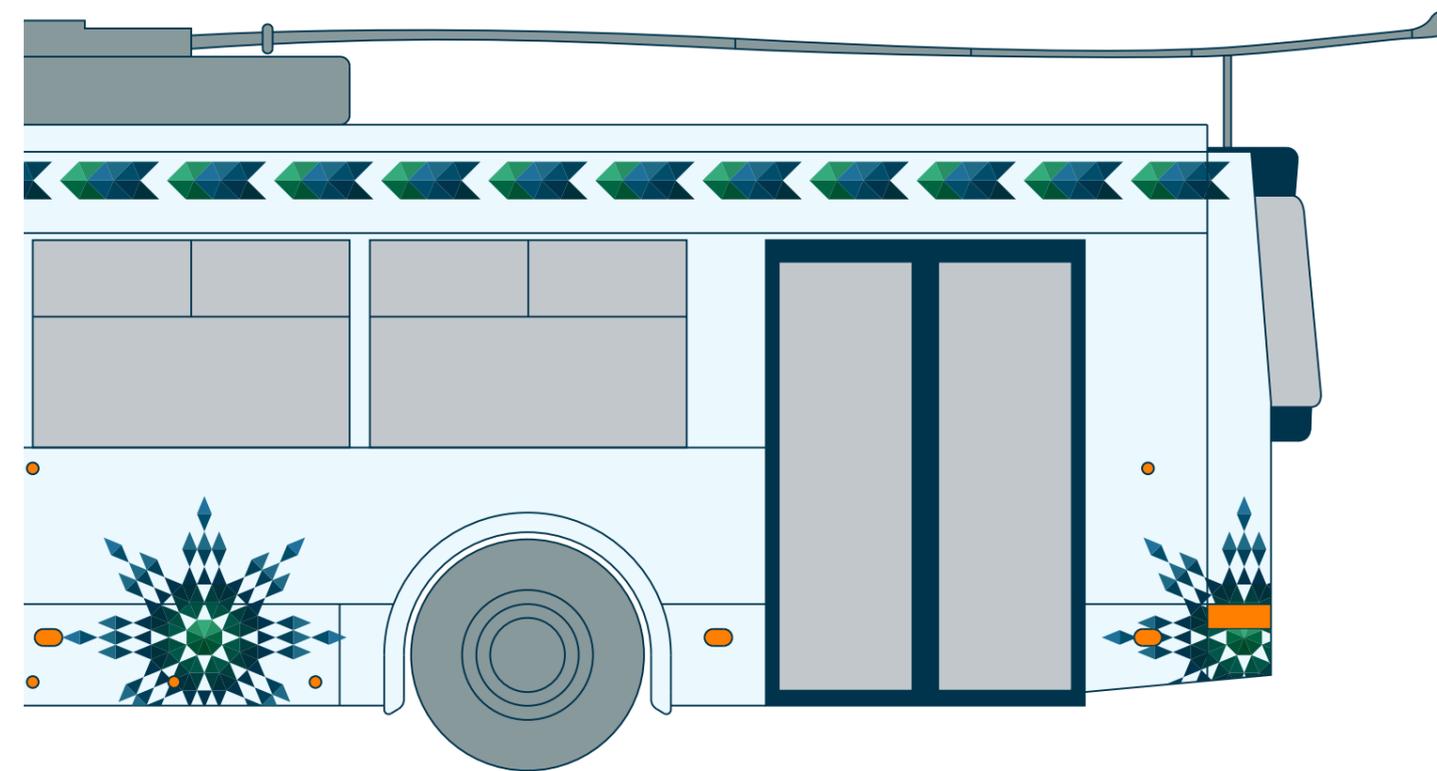
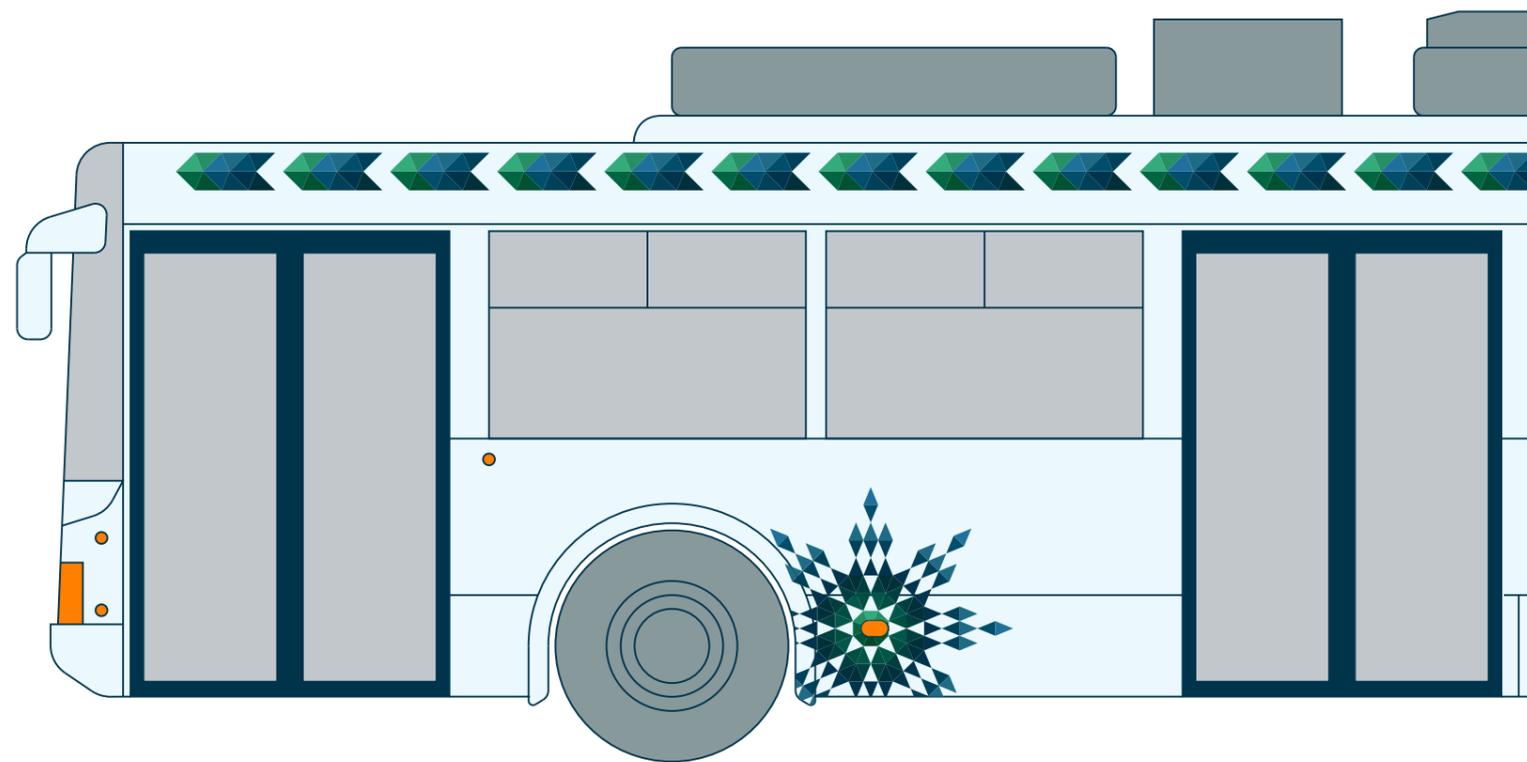
► Трамвай городской

Модель 71-619



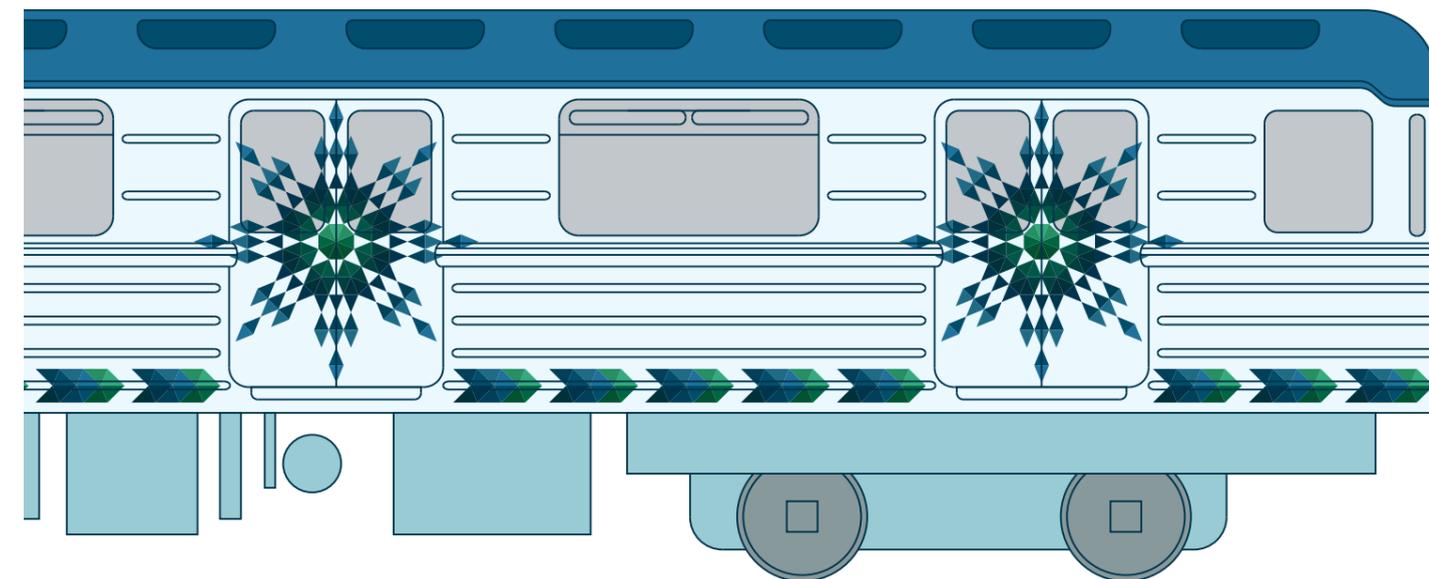
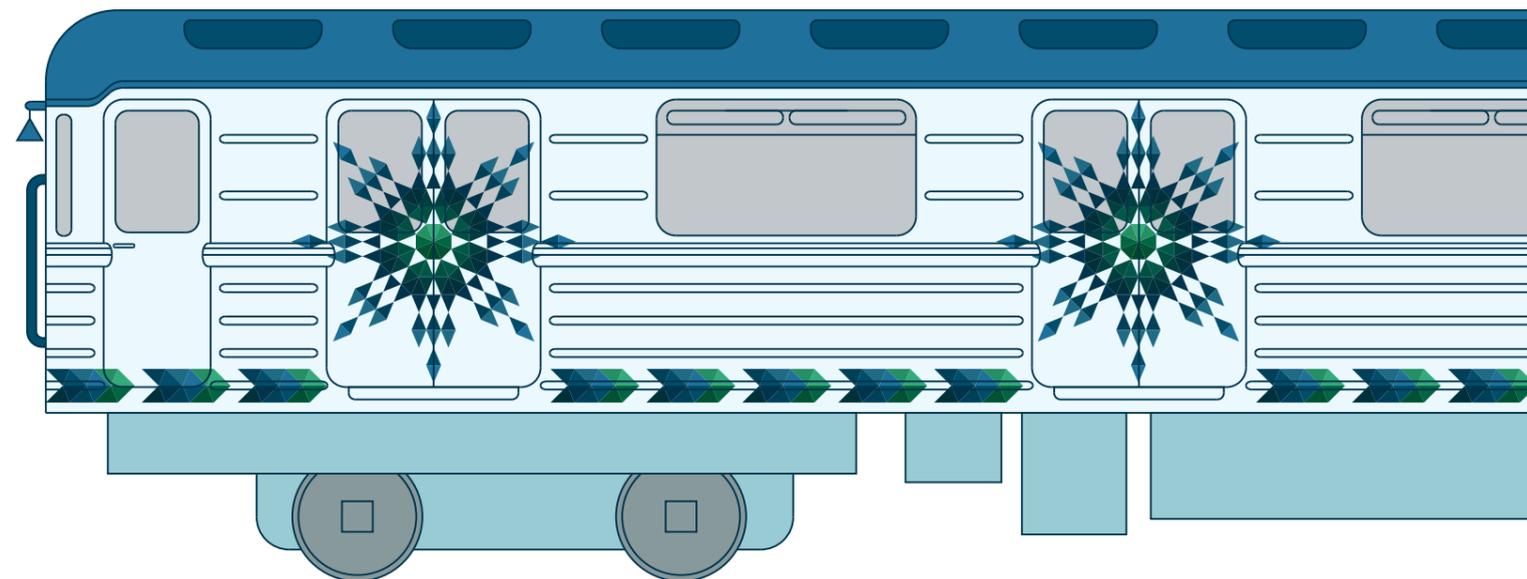
► Тrolleyбус городской

Модель ТРОЛЗА 5275



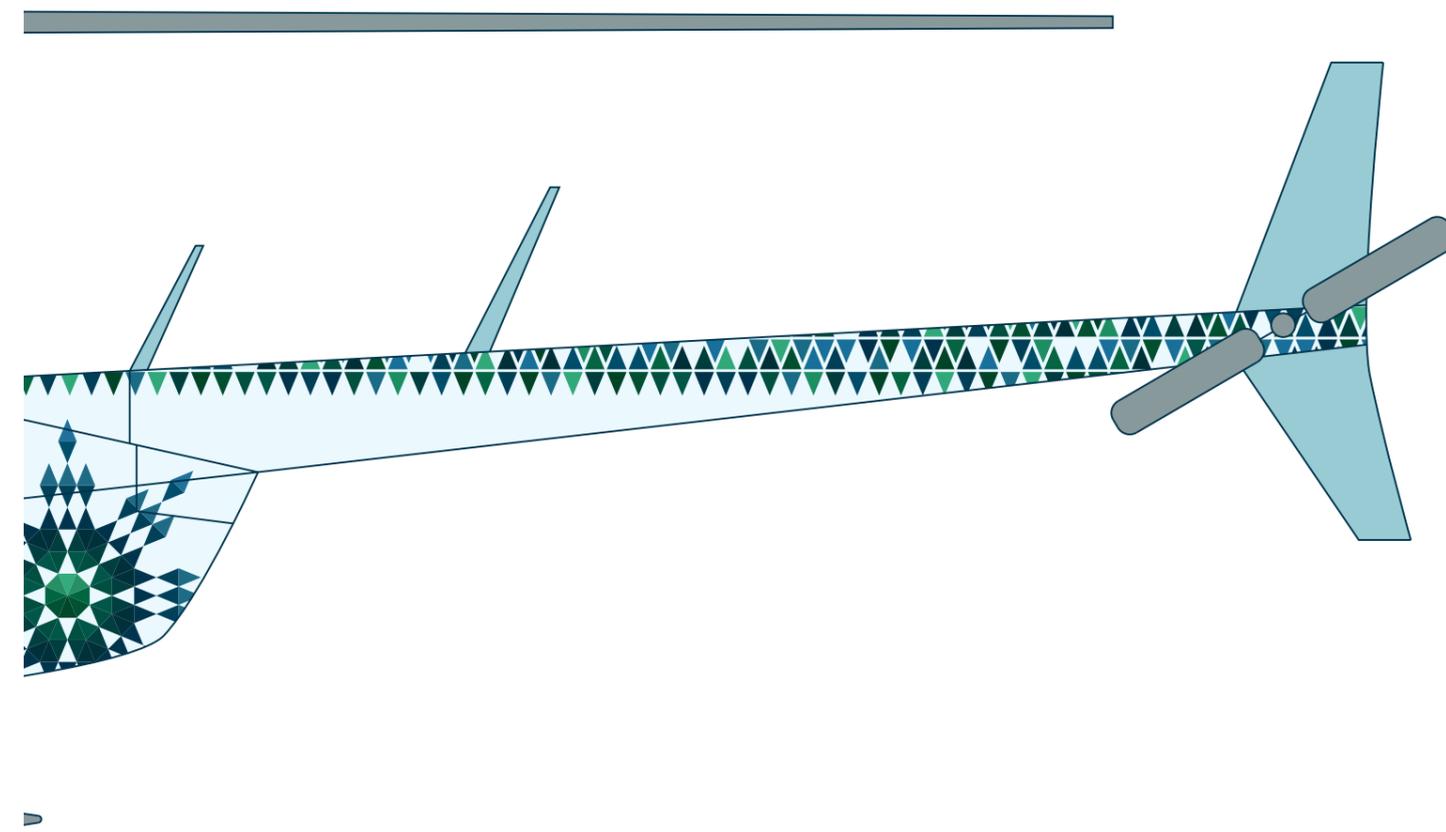
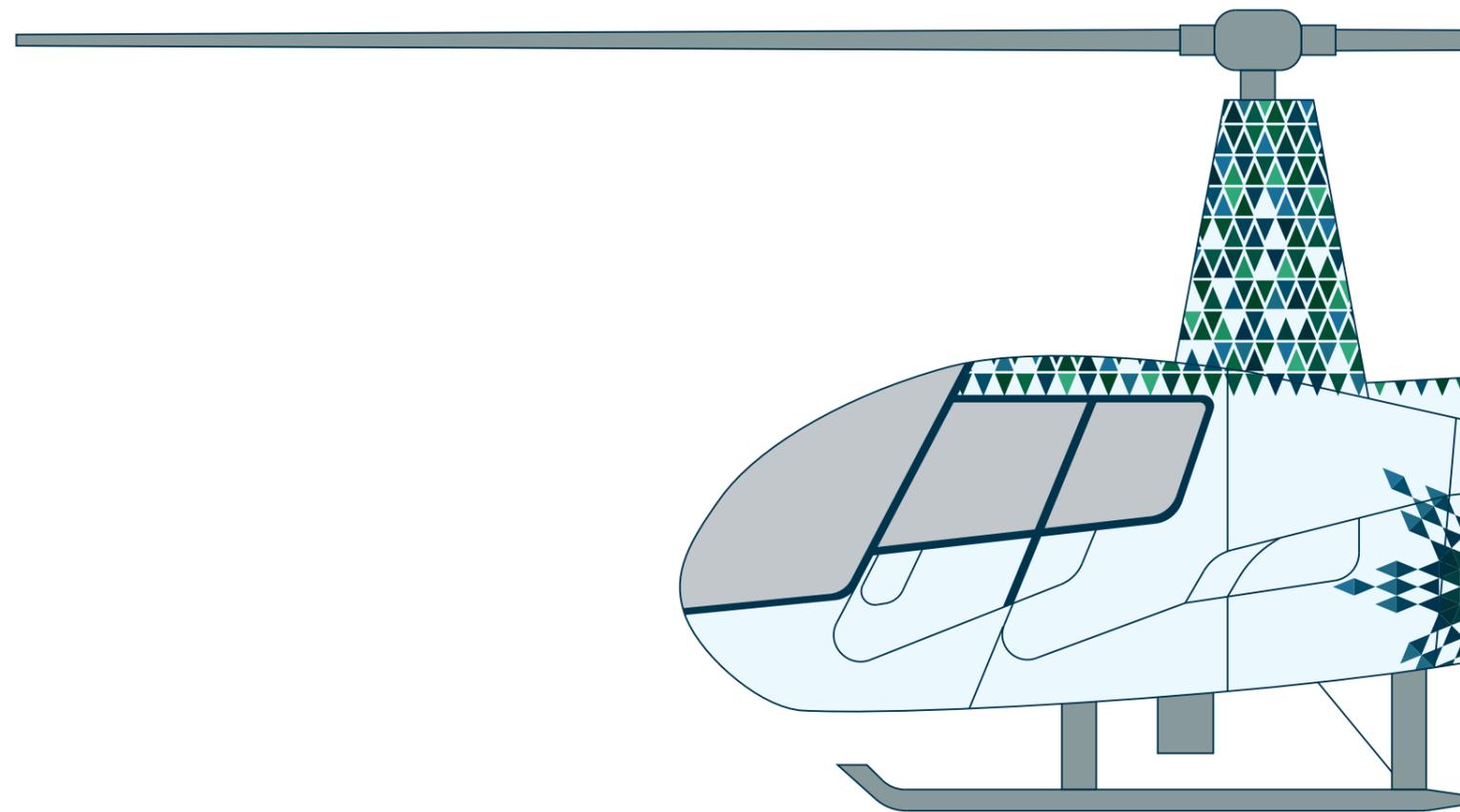
► Вагон метропоезда

Модель 81-717/714



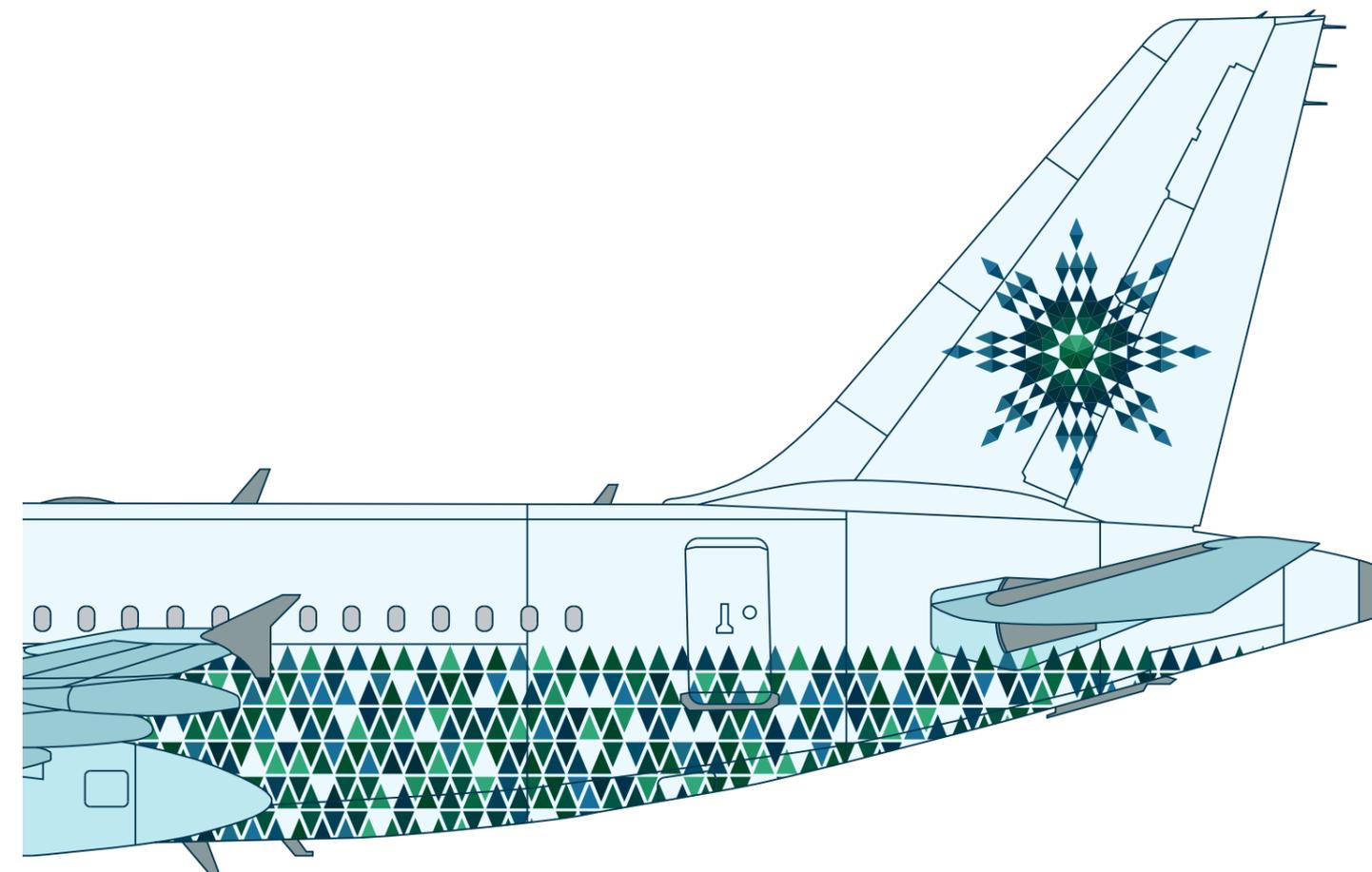
► Вертолет

Модель Robinson 44



► Самолет

Модель Airbus 320



► Как пользоваться разделом «Визуализация»

Данный раздел показывает, как выглядит фирменный стиль в среде.

Использование данных иллюстраций, как образцов для вёрстки запрещено, поскольку в иллюстрациях присутствует перспективное искажение элементов.

ЧАСТЬ III
ВИЗУАЛИЗАЦИЯ









