



**РУКОВОДСТВО
ПО ПРИМЕНЕНИЮ
ФИРМЕННОГО СТИЛЯ**

Несколько слов о правилах

В основе фирменного стиля лежат несколько базовых элементов: логотип, цвета, шрифт. Они служат отправной точкой при решении любых оформительских задач. Данное руководство — это инструкция по эксплуатации стиля. Оно позволяет следить за соблюдением выработанных стандартов, с которыми будут иметь дело сотрудники компании, дизайнеры и полиграфисты. Изложенные здесь правила помогут им сделать работу корректно и качественно.



К руководству прилагается файлы, на которых находятся все изображения и макеты фирменного стиля. Следует использовать готовые файлы, не переделывая ничего заново. Ссылки, помеченные этим значком, указывают на файл соответствующего макета.

СОДЕРЖАНИЕ

Несколько слов о правилах	2	Визитные карточки	19
Содержание	3	Фирменные бланки	20
Логотип	4	Сувенирная продукция	22
Основная версия	4	Фотостиль и визуализация продукта	23
Монохромная версия	5	Фотостиль	24
Упрощенный логотип	6	Визуализация	25
Специальная версия логотипа	7	Оформление интерьеров	26
Недопустимые варианты использования логотипа	8	Офис	26
Логотип на фоне	9	Внутренняя навигация	27
Композиционные привязки и выравнивание	10	Места продаж	28
Размер и расположение	11	Оформление экстерьеров	29
Цвет	12	Вывески	29
Фирменные цвета	12	Табличка на входе	30
Суперграфика	13	Упаковка	31
Фирменный узор / паттерн	13	Фирменная пленка	31
Дополнительные элементы	14	Наружная реклама	32
Шрифт	15	Банер 3×6	32
Основной шрифт	15	Оформление транспортных средств	33
Дополнительный шрифт	16		
Адресный блок	17		
Подпись в электронной почте	18		
Деловая документация	19		

Логотип

ОСНОВНАЯ ВЕРСИЯ

Основная версия логотипа используется в большинстве случаев. Она отлично смотрится на бланках и визитках, в журналах и презентациях, на вывесках и билбордах.



Чтобы логотип хорошо читался, его детали должны оставаться различимыми. Основная версия логотипа хорошо смотрится до тех пор, пока высота знака без надписи больше или равна 15 мм.



Минимальная высота знака для основной версии логотипа

ИНВЕРТНАЯ ВЕРСИЯ

ЭТОТ ВАРИАНТ ИСПОЛЬЗУЕТСЯ ТОГДА, КОГДА ЛОГОТИП НАДО ПОМЕСТИТЬ НА ТЕМНЫЙ ФОН.
НАПРИМЕР ПОДВАЛ СПОНСОРОВ



Действуют те же ограничения на размер — высота знака без надписи больше или равна 15 мм.

ОДНОЦВЕТНАЯ ВЕРСИЯ

ЭТОТ ВАРИАНТ ИСПОЛЬЗУЕТСЯ КРАЙНЕ РЕДКО, ЕСЛИ ТОГО ТРЕБУЕТ ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ЗАМЫСЕЛ.
НАПРИМЕР: КОНГРЕФ (ВЫДАВЛИВАНИЕ) БЕЗ ЦВЕТА НА БУМАГЕ, БЕСЦВЕТНЫЙ ЛАК
ИЛИ НА ПРОЗРАЧНЫХ НОСИТЕЛЯХ (СТЕКЛО, ПЛЕНКА)



Действуют те же ограничения на размер — высота знака без надписи больше или равна 15 мм.

МОНОХРОМНАЯ ВЕРСИЯ

ЭТОТ ВАРИАНТ ИСПОЛЬЗУЕТСЯ ТОГДА, КОГДА ПРИМЕНИТЬ ЦВЕТНУЮ ПЕЧАТЬ НЕВОЗМОЖНО, НАПРИМЕР ПРИ ОТПРАВКЕ ФАКСА.



Действуют те же ограничения на размер — высота знака без надписи больше или равна 15 мм.

УПРОЩЕННЫЙ ЛОГОТИП

ЭТОТ ВАРИАНТ ИСПОЛЬЗУЕТСЯ ТОГДА, КОГДА ПРИМЕНИТЬ ОСНОВНУЮ ВЕРСИЮ НЕВОЗМОЖНО ИЛИ НА МАЛЕНЬКИХ ФОРМАТАХ, НАПРИМЕР НАНЕСЕНИЕ НА АВТОРУЧКУ ИЛИ УЗКУЮ ФАСАДНУЮ ВЫВЕСКУ.

БАКОР

Чтобы логотип хорошо читался, его детали должны оставаться различимыми. Основная версия логотипа хорошо смотрится до тех пор, пока высота знака без надписи больше или равна 4 мм.

БАКОР

Минимальная высота для упрощенной версии логотипа

СПЕЦИАЛЬНАЯ ВЕРСИЯ ЛОГОТИПА

ЭТОТ ВАРИАНТ ИСПОЛЬЗУЕТСЯ ТОГДА, КОГДА ПРИМЕНИТЬ ОСНОВНУЮ ВЕРСИЮ НЕВОЗМОЖНО, НАПРИМЕР
ФАВИКОН ДЛЯ САЙТА ИЛИ ИКОНКА ДЛЯ ПРИЛОЖЕНИЯ



ТЕГЛАЙН И САБЛАЙН

В переводе — «подзаголовок». В нашем случае — «подназвание». Подназвание бренда.

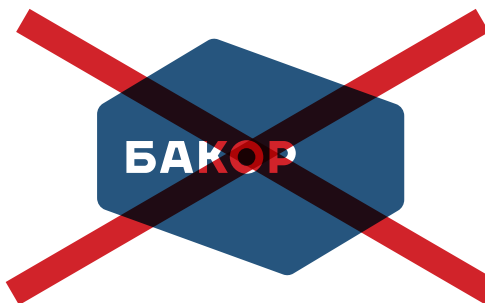


**ПРОИЗВОДСТВО
БАКОВ №1 в России**
WWW.BAKOR.PRO

НЕДОПУСТИМЫЕ ВАРИАНТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЛОГОТИПА



Нельзя менять пропорции логотипа



Нельзя менять взаиморасположение элементов логотипа



Нельзя трансформировать отдельные элементы логотипа



Нельзя произвольно перекрашивать элементы логотипа



Нельзя добавлять обводку и применять дополнительные спецэффекты к элементам логотипа



Нельзя изменять шрифт, используемый в логотипе

ЛОГОТИП НА ФОНЕ

На цветных подложках хорошо смотрятся основные версии логотипа. Необходимо следить лишь за тем, чтобы фон был достаточно контрастным.



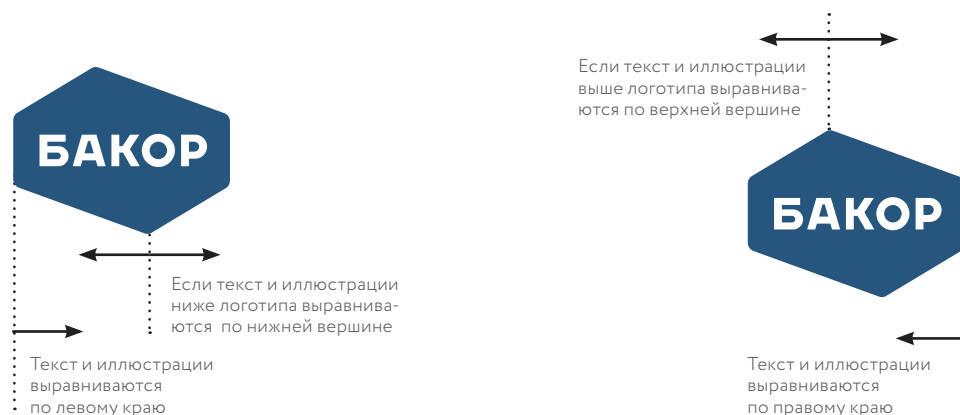
Композиционные привязки и выравнивание

Композиционные привязки к логотипу рекомендуется выдерживать по краю или по вершинам знака. По вертикали относительно носителя допускается выравнивание по центру. На схеме обозначены рекомендованные позиции привязки.

Линии композиционной привязки по горизонтали



Линии композиционной привязки по вертикали



Линии композиционной привязки по центру

Следует выравнивать логотип по центру носителей в тех случаях, когда больше нет текстовых блоков иллюстраций и фотографий. Например: вывески, таблички, сувенирная продукция и т.д.

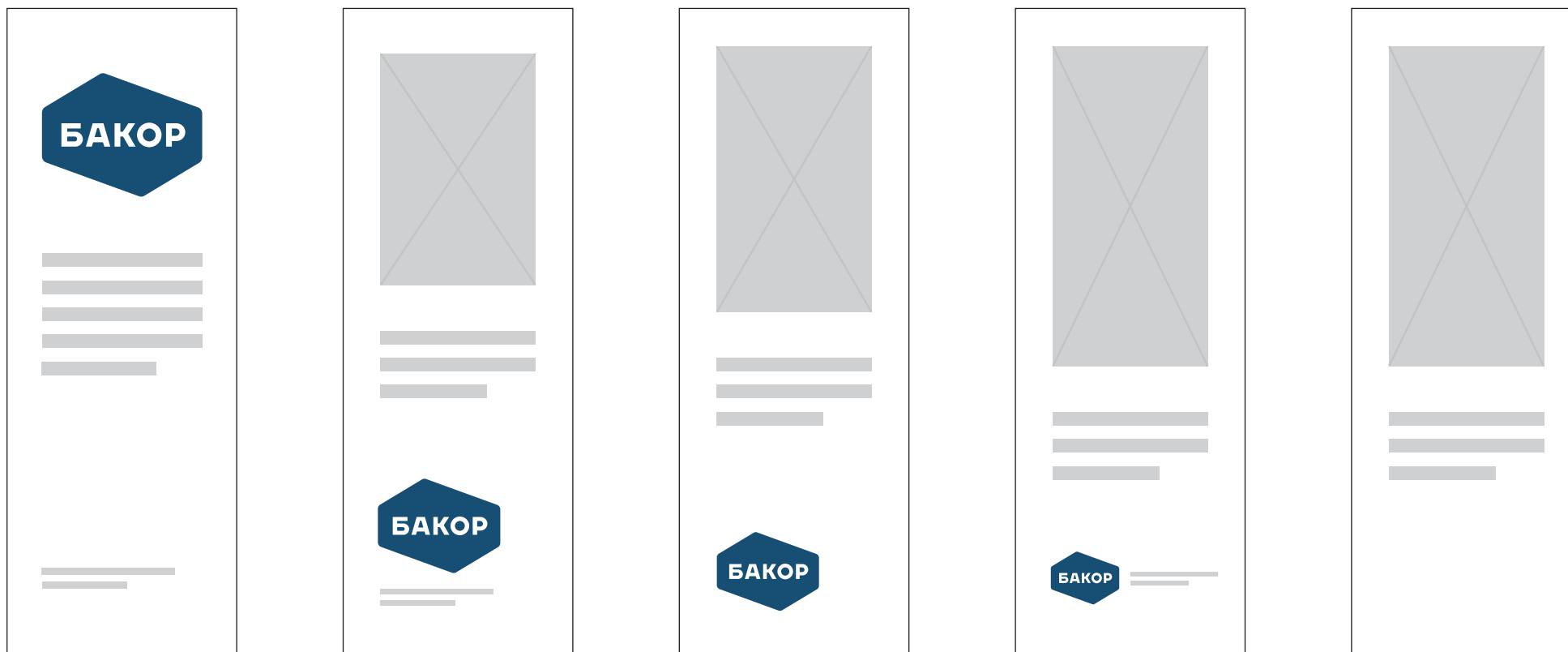


РАЗМЕР И РАСПОЛОЖЕНИЕ

РАЗМЕР И РАСПОЛОЖЕНИЕ ЛОГОТИПА ЗАВИСИТ ОТ ФОРМАТА И ЗАДАЧИ.

БРЕНД

ПРОДУКТ



Для навигации знак и адрес будут основными элементами.

В макетах, которые находятся внутри помещения и уже связаны с брендом, логотип может занимать минимальное пространство или отсутствовать вовсе.

ЦВЕТ

ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА

Фирменная палитра состоит из 3 цветов. Оригиналы правильных цветов всегда под рукой, поскольку они взяты из элементов фирменного стиля.

Pantone 109 C

C	91	R	23
M	58	G	80
Y	40	B	120
K	23		

C	0	R	88
M	0	G	88
Y	0	B	90
K	80		

Pantone 109 C

C	100	R	0
M	0	G	158
Y	0	B	224
K	0		

Pantone 109 C

C	0	R	112
M	0	G	113
Y	0	B	115
K	70		

Pantone 109 C

C	50	R	132
M	0	G	208
Y	0	B	240
K	0		

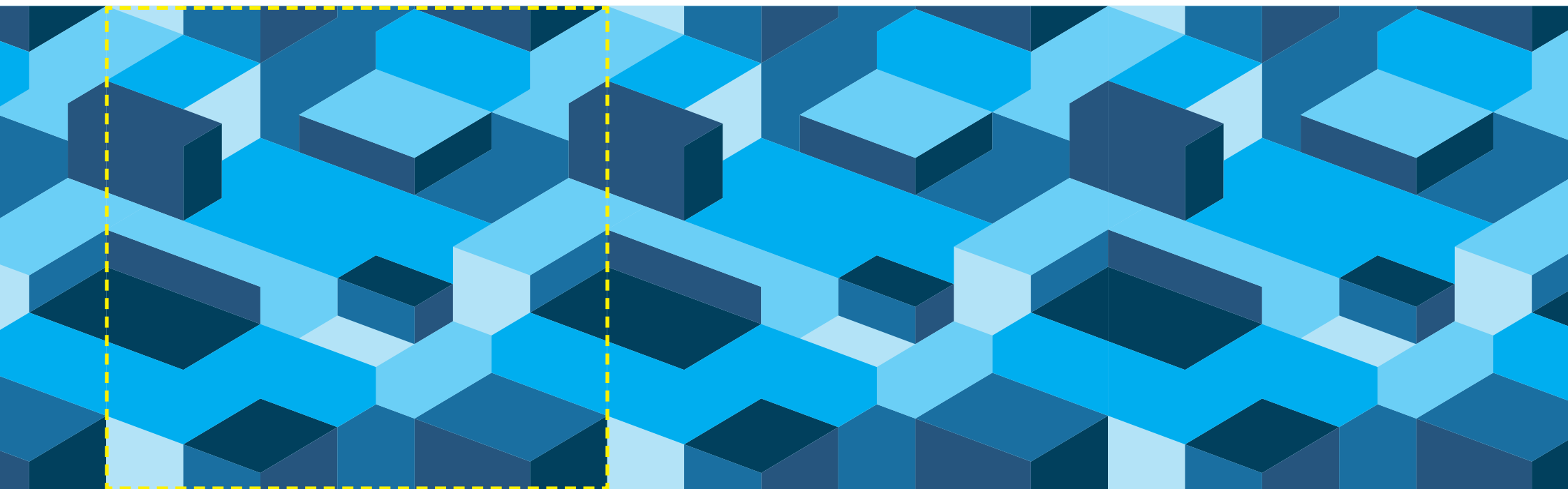
Pantone 109 C

C	0	R	0
M	0	G	0
Y	0	B	0
K	100		

СУПЕРГРАФИКА

ФИРМЕННЫЙ УЗОР / ПАТТЕРН

Для дополнительного украшения фирменных материалов специально разработан узор. Символизирует многообразие выпускаемой продукции, баков и коробок, производство, продажи и логистику. Он может использоваться для нанесения водяных знаков, оформления форзацев, внутренней поверхности конвертов, обратной стороны визиток и т. д. Существует три вида паттернов на все случаи жизни.



Изменять пропорции паттерна строго запрещено! Не рекомендуется сильно изменять размер узора для офисных документов. Желательно следить за тем, чтобы ширина одного сегмента попадала в диапазон от 75 до 150 мм.

ЦВЕТНОЙ ПАТТЕРН

Основной вид паттерна. Применяется для оформления помещений, форзацев, внутренней поверхности конвертов, обратной стороны визиток и т. д.

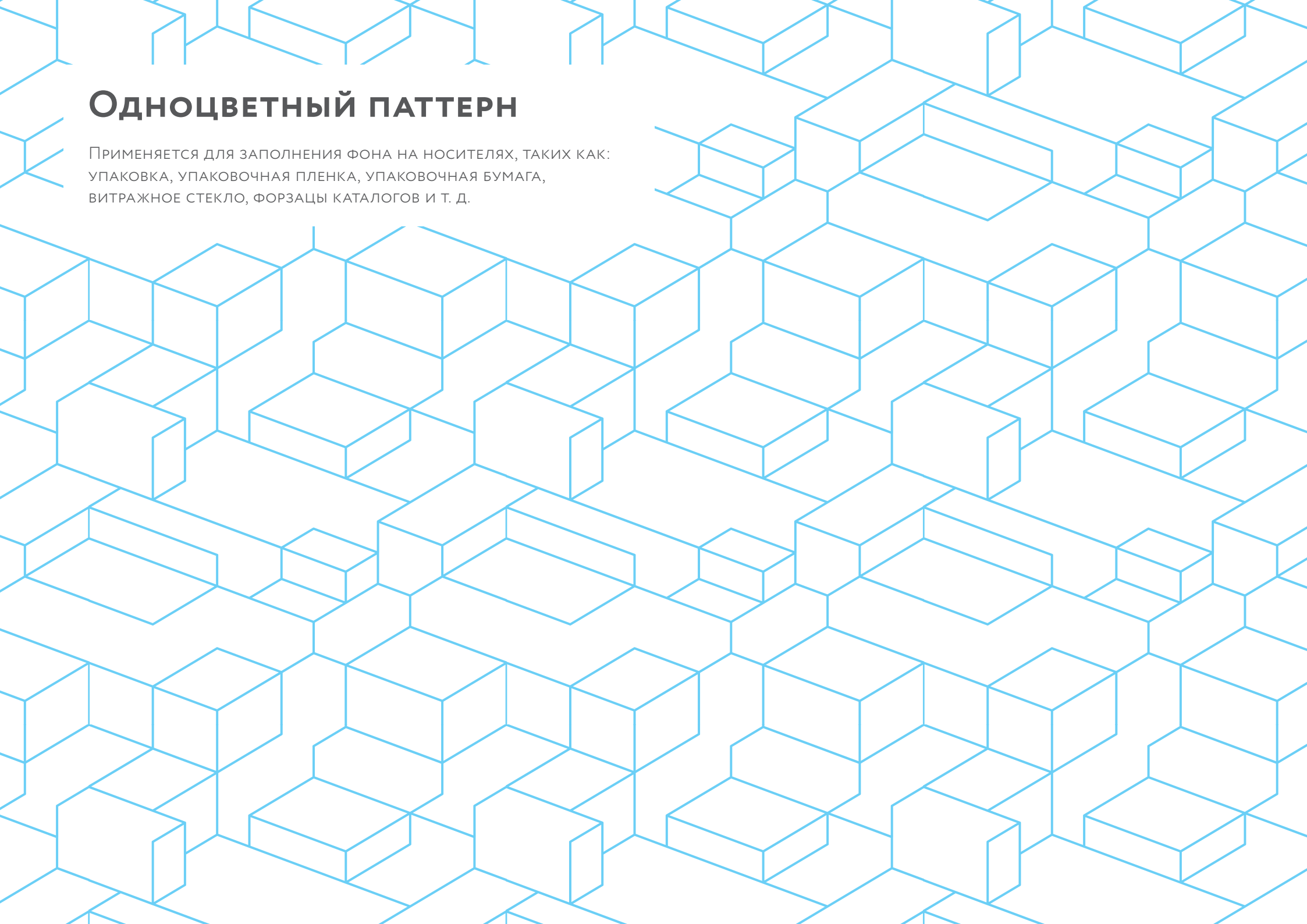


Однотонный паттерн

Применяется, когда нужно применить премиальность
например: таких как упаковка, подарки, грамоты, открытки
и т. д.

ОДНОЦВЕТНЫЙ ПАТТЕРН

Применяется для заполнения фона на носителях, таких как:
упаковка, упаковочная пленка, упаковочная бумага,
витражное стекло, форзацы каталогов и т. д.



Дополнительные элементы (СУПЕРГРАФИКА)

Плашка под логотипом может вытягиваться в вертикальной плоскости в обе стороны и уходить за край носителя. Если основной логотип не вмещается.

Принимать размер тени под продукцией. Главное следить чтобы сопряжения имели тот же радиус.



Бак топливный
к а/м «КАМАЗ»
250 л тип «А»

ШРИФТ

ОСНОВНОЙ ШРИФТ

В оформлении основной части материалов используются два начертания шрифта CIRCLE

**ДАННОЕ РУКОВОДСТВО ПО ФИРМЕННОМУ СТИЛЕ НАБРАНО ИМЕННО ЭТИМИ ШРИФТАМИ.
ЗАГОЛОВКИ РЕКОМЕНДУЕТСЯ НАБИРАТЬ КАПИТЕЛЬЮ.**

Light начертание (Circle) используется для набора основного текста.

CIRCLE LIGHT

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцшщъыьэюя
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦШЩЪЫЬЭЮЯ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890,»«»«:;!@#\$%&*()

В тех случаях, когда использовать основной шрифт невозможно, гарнитура заменяется шрифтом Ариал (Arial) из системного набора «Виндоуз» либо шрифтом Люсида Гранд (Lucida Grande), который является системным в «МакОС».

Bold начертание (Circle) используется для заголовков и выделения.

CIRCLE BOLD

абвгдеёжзийклмнопрстуфхцшщъыьэюя
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦШЩЪЫЬЭЮЯ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890,»«»«:;!@#\$%&*()

ВНИМАНИЕ! В руководство не входит лицензия на использование шрифта, его надо приобрести у правообладателя. Все макеты сверстаны в ознакомительных целях

АДРЕСНЫЙ БЛОК

ВСЕ КОРПОРАТИВНЫЕ ДОКУМЕНТЫ СОДЕРЖАТ БЛОК С АДРЕСАМИ, ТЕЛЕФОНАМИ, ЭЛЕКТРОННОЙ ПОЧТОЙ И САЙТОМ КОМПАНИИ.

Пр. Московский, д. 11, офис 11,
г. Набережные Челны,
Республика Татарстан, 423800
Тел.: (5555) 59-33-64, 32-33-22
Факс: (5555) 59-77-22, 59-77-42
mail@umail.ru

Реквизиты почтового адреса оформляются согласно новым российским стандартам, принятым в 2010 году, и пишутся в следующем порядке:

1. название компании;
2. название улицы, номер дома, строение, номер офиса;
3. название населенного пункта;
4. почтовый индекс;
5. название страны (для международной корреспонденции, отдельной строкой).

Телефонные номера должны оформляться в соответствии с примерами, приведенными ниже.

Номера с кодом города:

8 (987) 765-43-21
8 (9877) 65-43-21

Номера мобильных телефонов:

+7 987 765-43-21

Если необходимо указать несколько телефонных номеров, они пишутся в одну строчку, через запятую. Общий для всех номеров код города указывается один раз перед первым номером:

(123) 123-45-67, 123-78-92

Правила написания электронных адресов

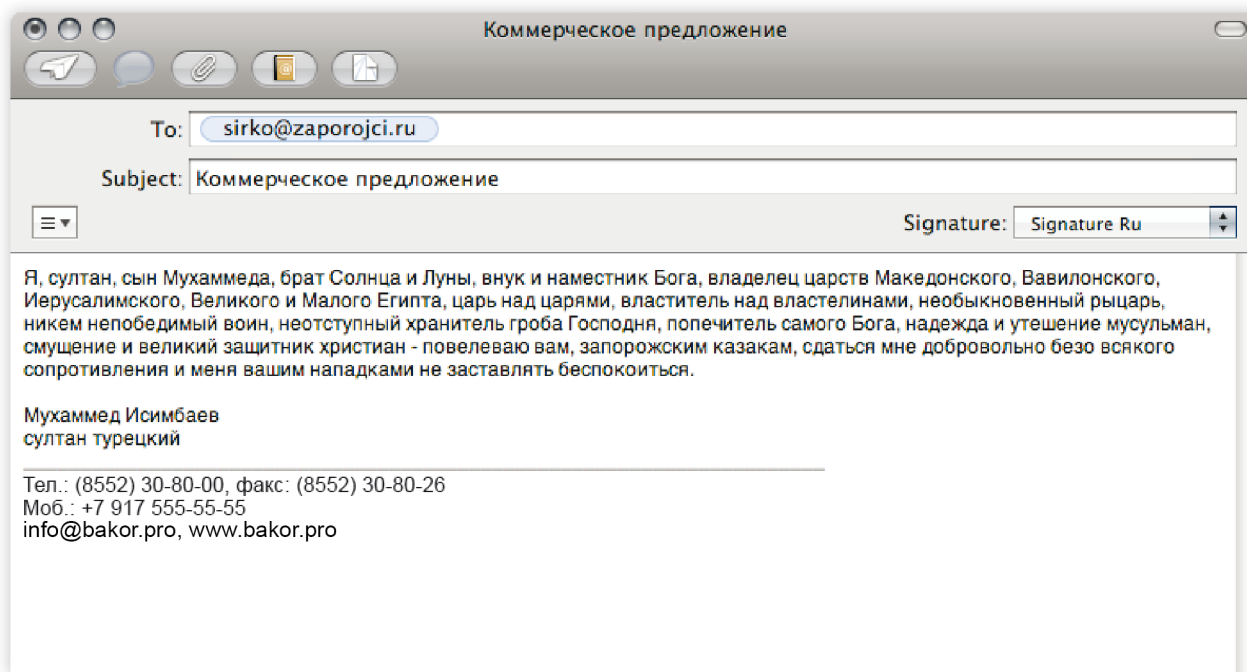
Адреса электронной почты и сайта указываются после телефонных номеров. Адрес сайта начинается с www (http:// не пишется никогда).

Международное обозначение российских телефонных номеров:

+7 987 765-43-21
+7 9877 65-43-21

~~E-mail: info@toledo.su~~
~~http://www.toledo.su~~

Подпись в электронной почте



Пример письма русскоговорящему адресату

Подпись в электронных письмах — элемент фирменного стиля. Всем сотрудникам группы компаний рекомендуется установить единый шаблон подписи.

Письма составляются и отправляются в формате Plain Text (без HTML-оформления и не в формате Rich Text). Это позволяет письмам выглядеть одинаково на всех компьютерах.

Указание имени и должности всегда занимает 2 строки. Название должности пишется с маленькой буквы.

Линия-разделитель состоит ровно из 70 символов подчеркивания «_». Контактная информация под ней не должна выходить за пределы линии.

Обязательное поле — адрес почты и адрес сайта. Адрес сайта начинается с www (http:// не пишется никогда). Если строка электронных адресов длиннее линии-разделителя, www можно убрать.

Телефоны офиса и номер мобильного телефона лучше указывать отдельными строками.

ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

ВИЗИТНЫЕ КАРТОЧКИ

Визитки могут быть персональными — представляющими конкретного сотрудника — и корпоративными.

ОСНОВНЫЕ ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ВИЗИТНЫЕ КАРТОЧКИ

Персональные визитные карточки вручает лично их владелец. На них обязательно указываются имя сотрудника, номер его телефона и адрес электронной почты.



Имя сотрудника

Шрифт: Circle Bold
набрано капителью (Small Caps)
Кегль: 12 п.
Интерлиньяж: 14 п.
Разрядка: 10

Контактная информация

Шрифт: Circle Light
Кегль: 8 п.
Интерлиньяж: 10 п.
Разрядка: 0

Размер: 90 × 50 мм

Материал: бумага типа

«Ривс Рефлекшн» белого
цвета плотностью 320 г/м²

Цветность: 4 + 0

РАСШИРЕННЫЕ ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ВИЗИТНЫЕ КАРТОЧКИ

Могут содержать более расширенную информацию



Имя сотрудника

Шрифт: Circle Bold
набрано капителью (Small Caps)
Кегль: 9 п.
Интерлиньяж: 10 п.
Разрядка: 10

Контактная информация

Шрифт: Circle Light
Кегль: 8 п.
Интерлиньяж: 10 п.
Разрядка: 0

Размер: 90 × 50 мм

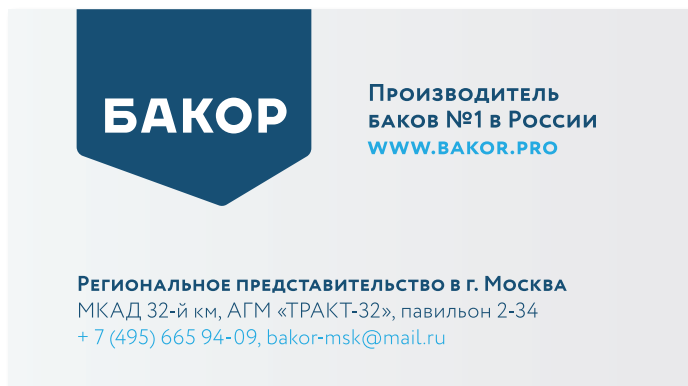
Материал: бумага типа

«Ривс Рефлекшн» белого
цвета плотностью 320 г/м2

Цветность: 4 + 0

КОРПОРАТИВНАЯ ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА

Корпоративные визитные карточки используются тогда, когда нужно донести основную информацию о компании. Они обычно раздаются на выставках, презентациях или в офисах.



Лицевая сторона



Оборотная сторона

Род деятельности

Шрифт: Circle Bold
набрано капителью (Small Caps)
Кегль: 9 п.
Интерлиньяж: 10 п.
Разрядка: 10

Название подразделения

Шрифт: Circle Bold
набрано капителью (Small Caps)
Кегль: 8 п.
Интерлиньяж: 10 п.
Разрядка: 10

Контактная информация

Шрифт: Circle Light
Кегль: 8 п.
Интерлиньяж: 10 п.
Разрядка: 0

Размер: 90 × 50 мм

Материал: бумага типа

«Ривс Рефлекшн» белого
цвета плотностью 320 г/м²

Цветность: 4 + 4

ФИРМЕННЫЕ БЛАНКИ

Бланк письма

В верхнем левом углу располагаются логотип и адресный блок



ООО «Компания БАКОР»
ИНН 1650273215, ОГРН 1131650018741
ул. Ленинская слобода, 19, офис 41х1д
Москва, 115280, Россия
8 800 550-15-95
bak@bakor.pro, www.bakor.pro

Название

Шрифт: Circle Bold
набрано капителью (Small Caps)
Кегль: 8 п.
Интерлиньяж: 10 п.
Разрядка: 10

Контактная информация

Шрифт: Circle Light
Кегль: 8 п.
Интерлиньяж: 10 п.
Разрядка: 0

Формат: А4

Материал: любая
офисная бумага

СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ

Знак компании размещаются на сувенирной продукции таким образом, чтобы вокруг оставалось достаточно свободного пространства. Для этого необходимо тщательно выбирать размеры знака, Носители желательно выбирать белого или темно-синего цвета.

Цветовые сочетания рекомендуется подбирать в соответствии с общими правилами.



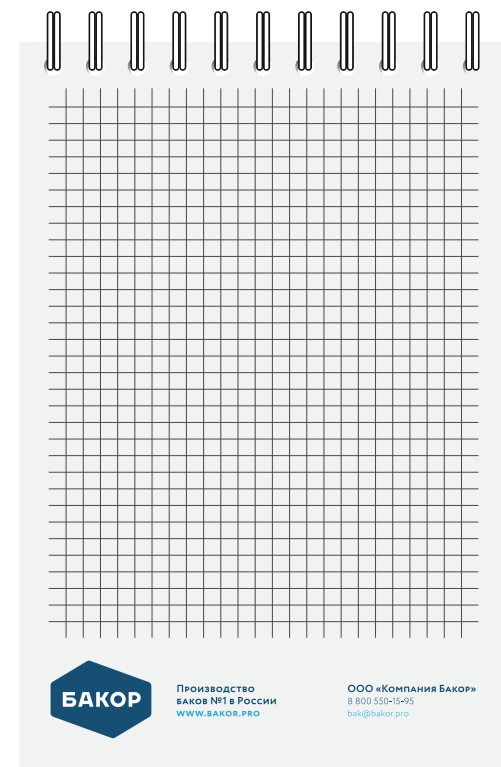
Бумага для заметок



Ручки



Блокнот



ФОТОСТИЛЬ И ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ПРОДУКТА

ФОТОСТИЛЬ

Фотостиль усиливает индивидуальность и узнаваемость бренда. Применяется только в имиджевых фотографиях

Фотоиллюстрации используются на имиджевых материалах, где важно создать уникальную атмосферу и настроение, присущие именно территории бренда Бакор. В число носителей, на которых уместны фотоиллюстрации, входят подарочные комплекты, рекламные материалы и внешнее оформление торговых точек.

Для того, чтобы соответствовать визуальной идентификации бренда, фотоиллюстрация должна отвечать нескольким критериям.

1. Монохромная цветовая гамма, – цвет «Темно-сер-осиний» (Pantone 0000C).
2. Иллюстрация желательно должна содержать крупный план.
3. В качестве сюжета рекомендуется лицо и действие, связанные с темой близкой к дороге или производству.



Примеры фотостиля

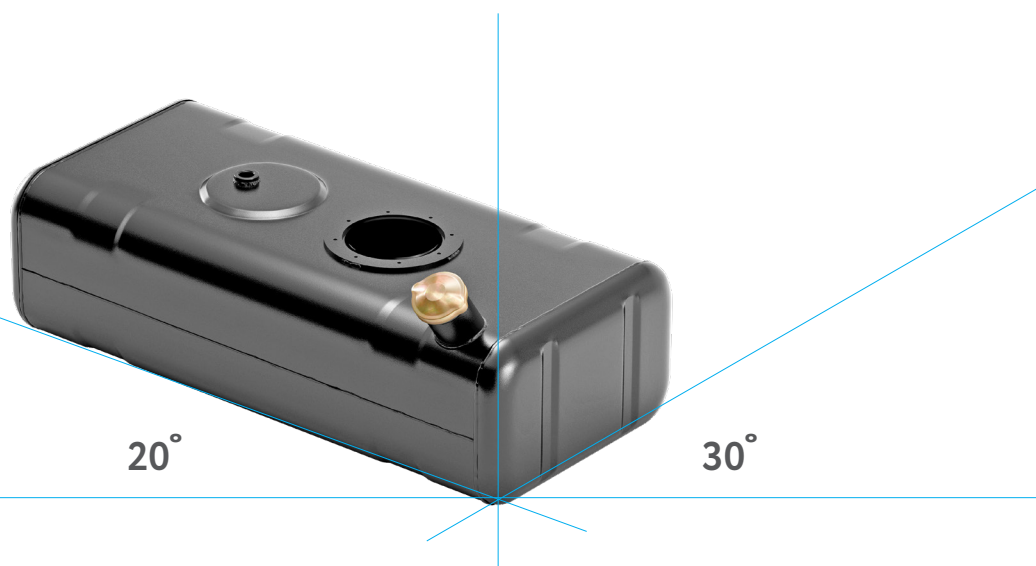
Визуализация и ФОТОИЛЛЮСТРАЦИЯ ПРОДУКТА

Продуктовые иллюстрации и фотографии должны всегда быть обособленными, размещаться в свободном пространстве белого, голубого цветов или на их стыке.

Рекомендуются лаконичные композиции. Количество представленных продуктовых позиций должно быть не более трех. Рекомендуемый вариант — только один продукт на одном макете.

Лаконичное изображение продуктов позволит проиллюстрировать высокое качество и уровень сервиса Бакор.

В визуализации и фотосъемке стараться придерживаться косоугольной проекции без искажений, слева в 20, а справа в 30 градусов. Применять мягкое освещение, и подчеркивать светом каждую грань. Не рекомендуется использовать источники света непосредственно от камеры.



Примеры визуализации



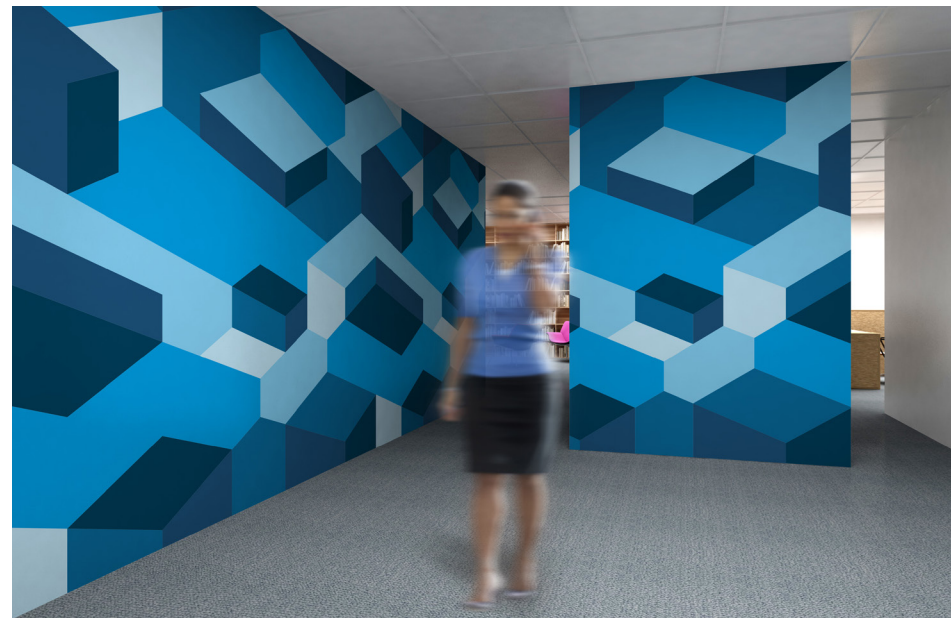
ОФОРМЛЕНИЕ ИНТЕРЬЕРОВ

Офис

В оформлении входных частей интерьеров офисов компании (например, холлов, приемных) необходимо придерживаться единой цветовой гаммы с преобладанием темно-синего цвета, комбинируя его со голубым и применением фирменных паттернов.

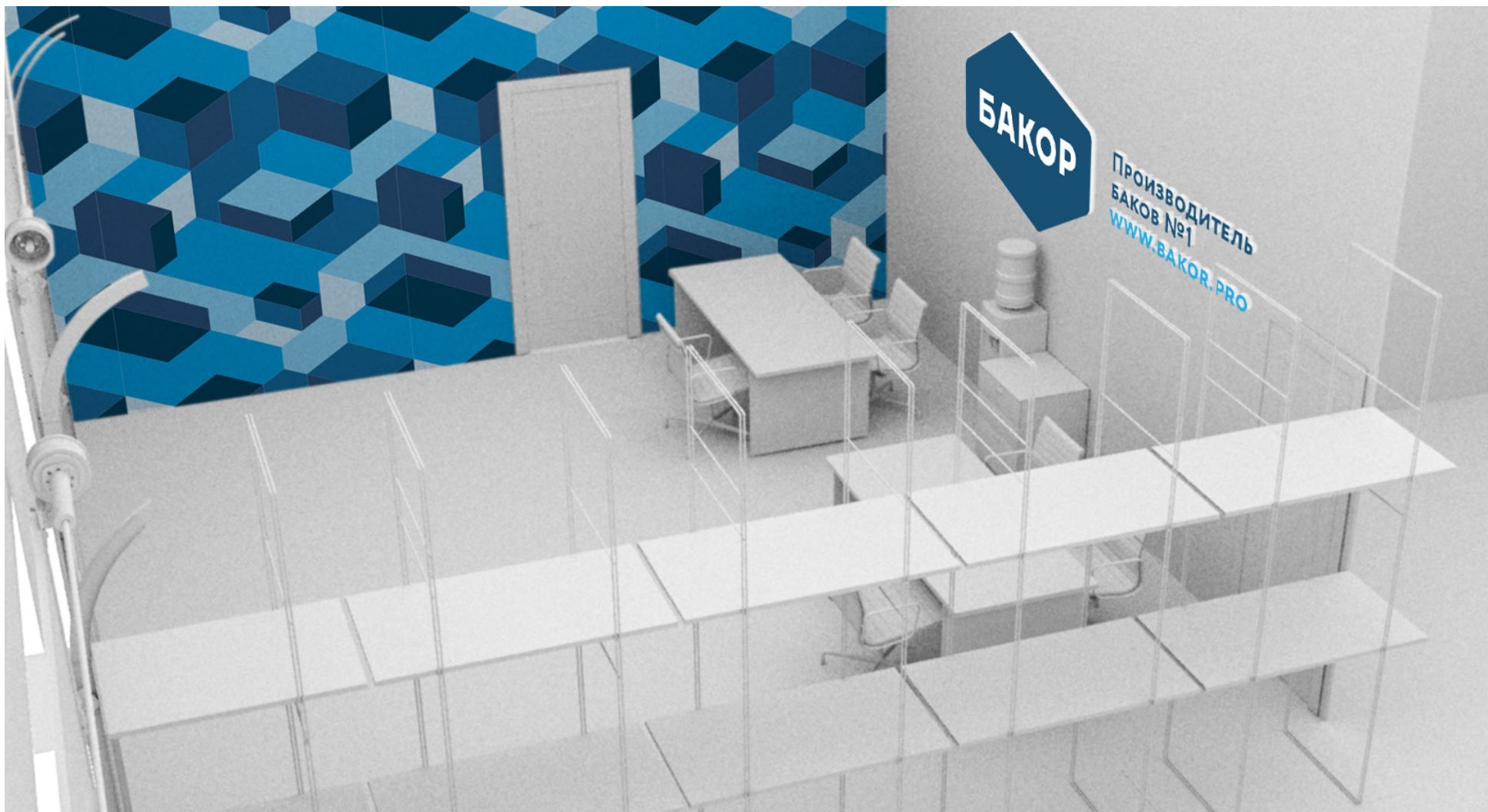
По такому же принципу подбирается мебель и аксессуары.

Идентификационный блок предпочтительнее размещать на светлых поверхностях, обязательно объемными формами.



МЕСТА ПРОДАЖ

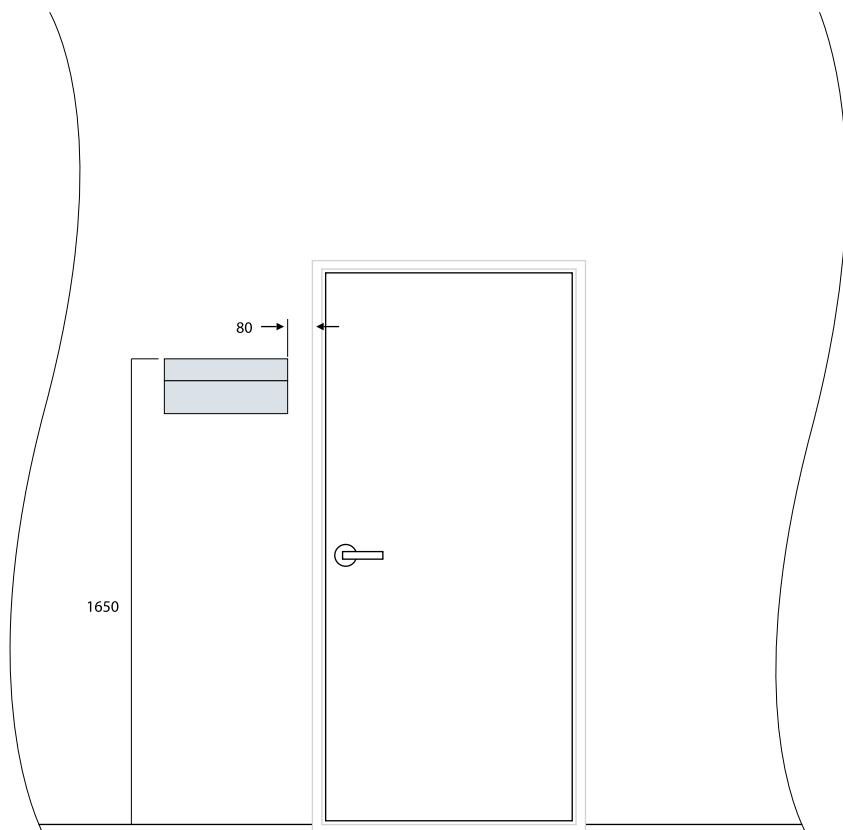
Действуют те же правила, что и в оформлении офиса



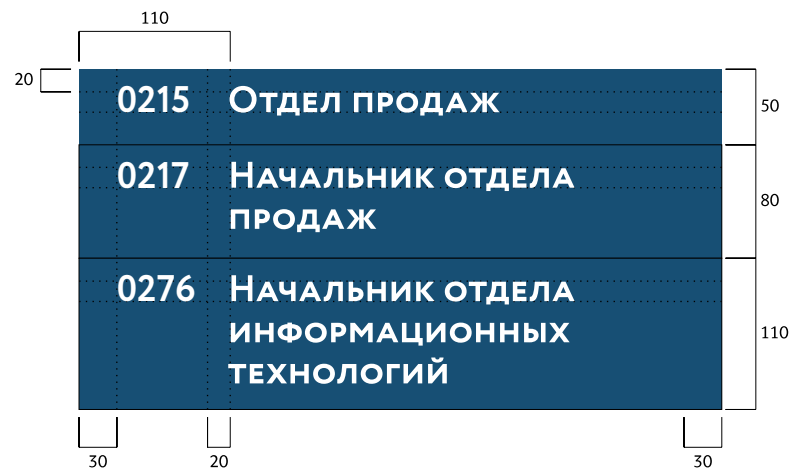
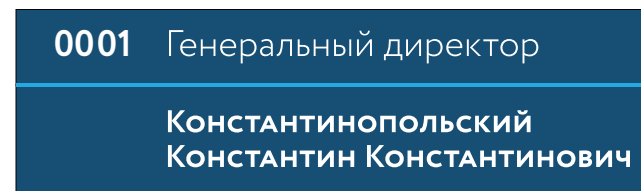
ВНУТРЕННЯЯ НАВИГАЦИЯ

ТАБЛИЧКИ ДЛЯ ДВЕРЕЙ ОФИСНЫХ ПОМЕЩЕНИЙ

Таблички для дверей офисных помещений должны содержать номер кабинета и его название или фамилию, имя и должность сотрудника. Табличку необходимо размещать со стороны противоположной петлям и на расстоянии 8 см от дверного косяка. Расстояние до пола должно быть 165 см от пола, при этом во всем здании эта высота должна оставаться постоянной. Открывающаяся дверь не должна закрывать табличку. Любая табличка оформляется фирменным шрифтом.



Таблички могут состоять из нескольких модулей. В пределах одной таблички блоки с разной информацией отделяются друг от друга разделительной чертой.



ОФОРМЛЕНИЕ ЭКСТЕРЬЕРОВ

Вывески

Возможно использование газосветовых установок, объемных конструкций с внутренней и внешней подсветкой, а также носителей с аппликацией на поверхности. При изготовлении и монтаже конструкций важно не забывать о пропорциях логотипа, соблюдать толщину букв в штрихах, основные расстояния.

На схеме приведены все основные виды вывесок

1. Табличка на входе
2. Отдельная стоящая конструкция на фризе или козырке
3. Вывеска на фризе или козырке
4. Панель-кронштейн
5. Фасадная вывеска
6. Крышная объемная конструкция

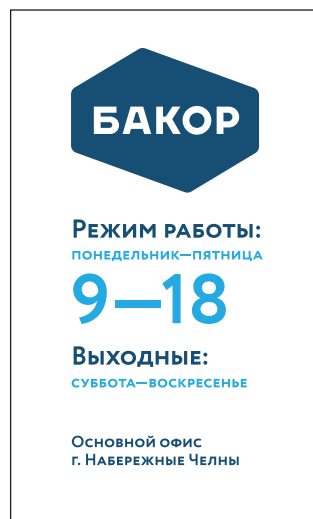
6 **БАКОР**



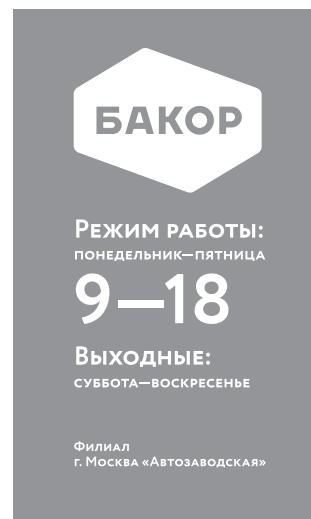
ТАБЛИЧКА НА ВХОДЕ

Табличка может быть выполнена двумя способами: плоская полноцветная аппликация на носителе либо аппликация на прозрачном носителе (например: стеклянная дверь).

ТАБЛИЧКА НА ФОНЕ



ТАБЛИЧКА НА ПРОЗРАЧНОМ ФОНЕ В ОДИН ЦВЕТ



ВЫВЕСКА НА ФРИЗЕ ИЛИ КОЗЫРЬКЕ

Основная вывеска располагается на козырьке здания либо, в случае отсутствия козырька, — непосредственно над входом.

ОСНОВНЫЕ ВЫВЕСКИ

При этом фриз размещается во всю длину козырька, относящегося к офису. При отсутствии козырька фриз размещается на некотором расстоянии от стены. В этом случае фриз должен размещаться над входом и всеми витринами. Логотип располагается только над основным входом. При этом, в отличие от табличек при входе, на основных вывесках не рекомендуется размещать названия филиалов. Для изготовления вывесок рекомендуется использовать световые короба. Допустимо использование носителей с аппликацией на поверхности.



Одновременное использование стандартной и отдельной конструкции вывесок недопустимо.

ВЫБОР ЦВЕТА

Цветовое решение вывесок зависит от цветов, преобладающих в отделке фасада здания: на зданиях с темным фасадом размещаются конструкции, содержащие темно-синий логотип на белом фоне. Для зданий со светлым фасадом используются вывески с белым логотипом на темно-синем фоне. Такое решение позволяет добиться необходимого контраста и хорошей читаемости вывесок даже со значительного расстояния.



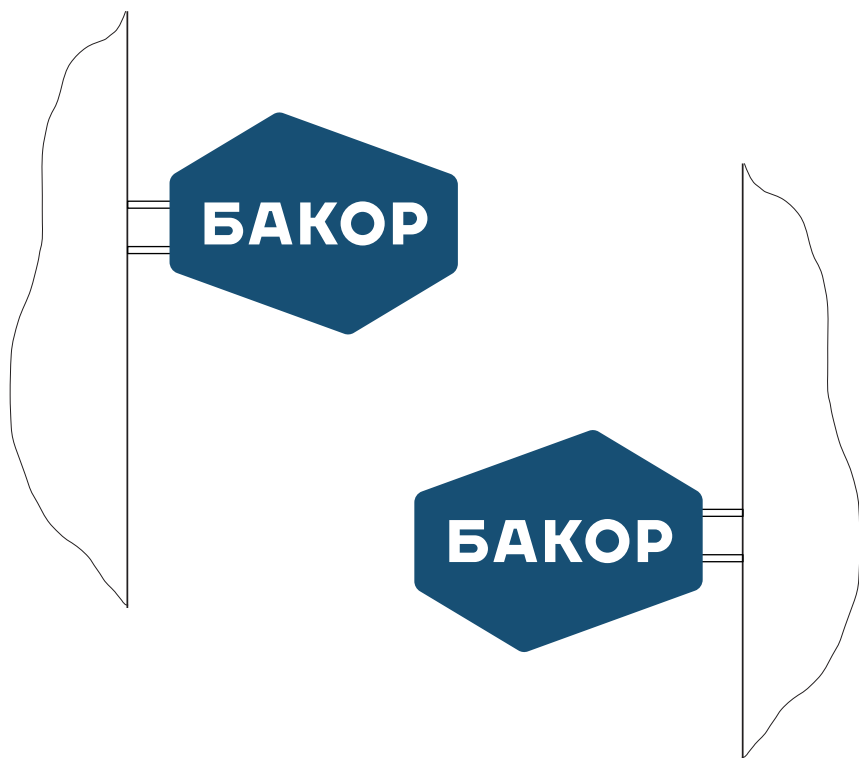
Внимание! Недопустимо использование паттернов в вывесках

Возможно нанесение саблайнов

ПАНЕЛЬ-КРОНШТЕЙН, ФАСАДНАЯ И КРЫШНАЯ УСТАНОВКА

ПАНЕЛЬ-КРОНШТЕЙН

Приставка к основной вывеске представляет собой панель-кронштейн, которая крепится к торцу здания и содержит изображение фирменного знака. По возможности, следует устанавливать приставку на уровне расположения основной вывески. Если такая возможность отсутствует, приставка располагается выше основной вывески, но не выше уровня второго этажа здания. При изготовлении приставки рекомендуется использование световых коробов. Допустимо использование носителей с аппликацией на поверхности.



На задней стороне допустима инверсия знака, но не надписи.

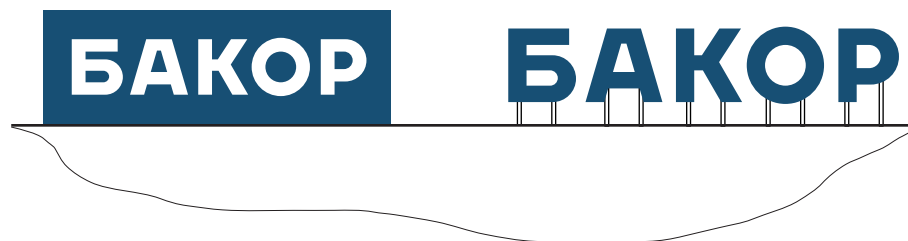
ФАСАДНАЯ ВЫВЕСКА

Выбор цветового решения описано выше.



КРЫШНАЯ ВЫВЕСКА

Для изготовления вывесок рекомендуется использовать отдельно стоящие световые буквы либо световые короба. Допустимо использование носителей с аппликацией на поверхности и внешней подсветкой.



Одновременное использование фасадной и крышной вывесок недопустимо.

УПАКОВКА

ФИРМЕННАЯ ПЛЕНКА

Печать на белой пленке шириной 750 мм, шаг печати 350 мм

БАКОР

Производство
БАКОВ №1 в России
WWW.BAKOR.PRO

БАКОР

Производство
БАКОВ №1 в России
WWW.BAKOR.PRO

БАКОР

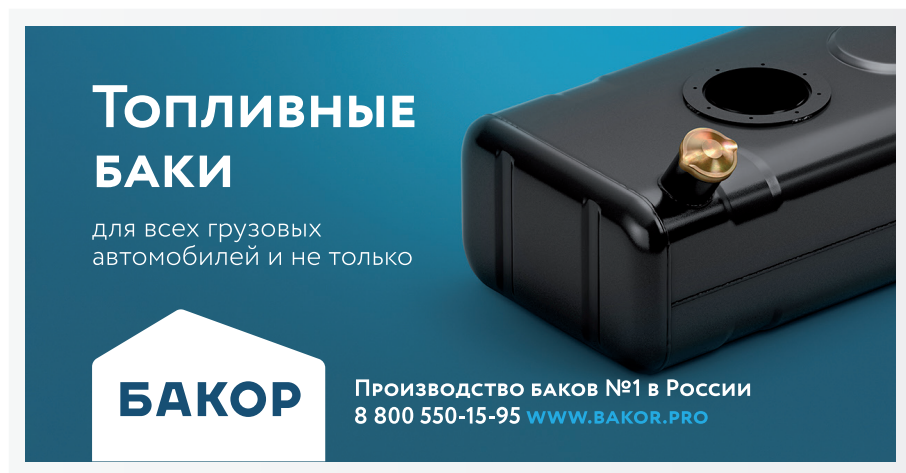
Производство
БАКОВ №1 в России
WWW.BAKOR.PRO



НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА

БАНЕР 3×6

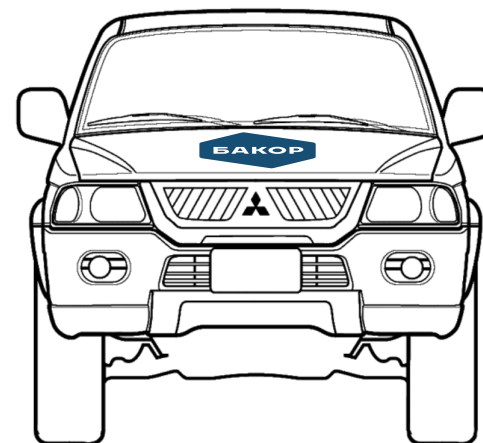
ПРИМЕР ВЕРСТКИ БИЛЛБОРДА



ОФОРМЛЕНИЕ ТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ

Все транспортные средства компании оформляются логотипом, который располагается с двух сторон на дверцах автомобилей. В дополнение к подписи автомобиль маркируется фирменным знаком на капоте. Цвета надписи и знака следует подбирать,

руководствуясь общими правилами и рекомендациями. Если цвет автомобиля не соответствует фирменным цветам компании, знак и подпись должны подбираться по контрасту.



По вопросам использования фирменного стиля
пишите на [KOSTASIOKI@ELEWEN.RU](mailto:kostasioki@elewen.ru)