



Руководство
по использованию
фирменного стиля



Содержание

- Фирменный стиль
- Основные элементы
- Логотип
- Цветовые решения
- Неправильное использование логотипа
- Стиль
- Шрифт



Фирменный стиль - это набор цветовых, графических и словесных составляющих, обеспечивающих визуальное и смысловое единство всех продуктов, объединенных одной торговой маркой, и является системой их идентификации потенциальным потребителем во всей исходящей информации, внешнем оформлении и на рекламных носителях.

Фирменный стиль ATAS является визуальной составляющей корпоративного имиджа бренда.



На основе фирменных составляющих формируются фирменные элементы и визуальный имидж бренда во всех видах рекламы.

Фирменный стиль кроме внешних задач имеет и внутреннее назначение - создание единой “корпоративной культуры бренда”, вызывающей чувство гордости за компанию и стремление поддерживать престиж торговой марки на высоком уровне.



Внимание! Все организации имеющие право на использование торговой марки **ATAS®** обязаны иметь электронные версии фирменного стиля и строго придерживаться стандартов, описанных ниже.

Основные элементы

Логотип



Логотип **ATAS** имеет четыре варианта: три горизонтальных, один из которых является базовым, и один вертикальный.



Вариант А



Вариант В



Вариант С



Вариант D

Дополнительный горизонтальный (вариант «С») используется только в том случае, если речь идет о продуктах, предназначенных для ухода за автотранспортом.



Вариант С



Дополнительный горизонтальный (вариант «D») используется только в том случае, если речь идет об индустриальных и клининговых средствах.



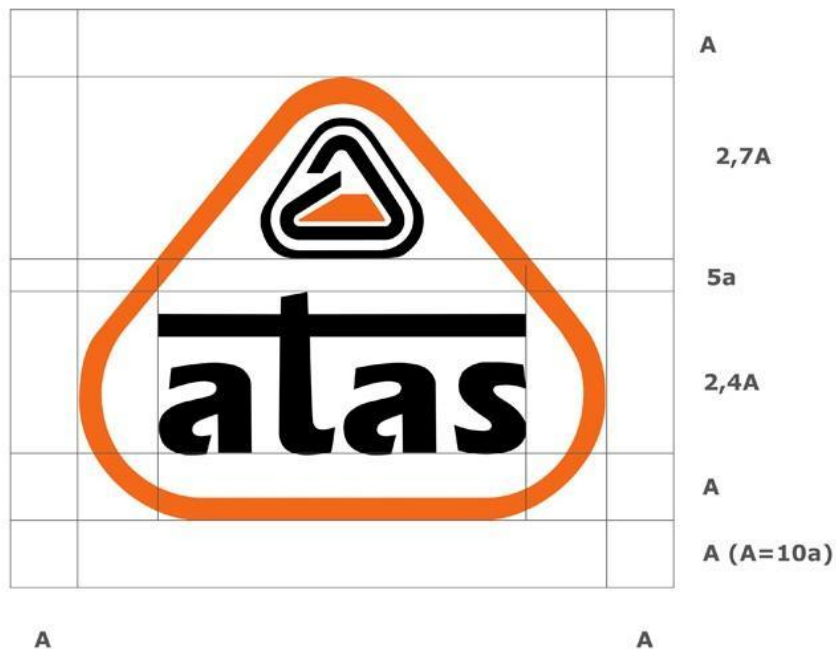
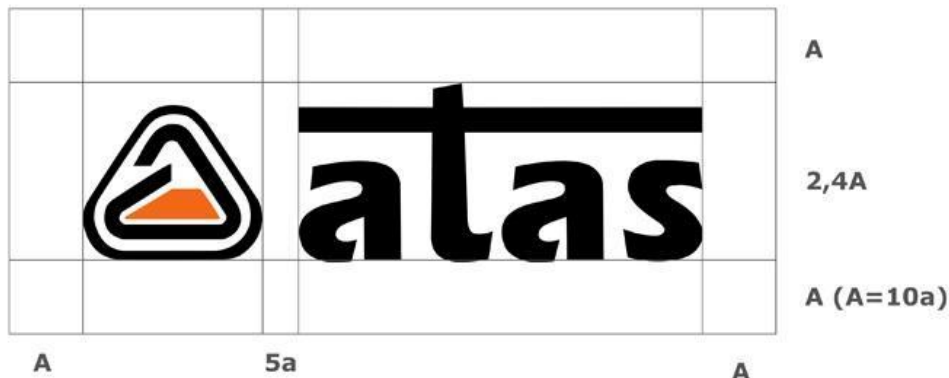
Вариант D



Базовый и два дополнительных горизонтальных логотипа торговой марки **ATAS** состоят из трех элементов: «Знак», «Название» и «Статус». Дополнительный вертикальный логотип содержит два элемента – «Знак» и «Название», заключенные в стилизованную треугольную рамку.



Все логотипы имеют определенную компоновку элементов и определенные пропорции их сочетания. Свободное поле вокруг логотипа обеспечивает его наилучшее визуальное восприятие и максимальное воздействие на потребителя. Поэтому запрещается обтекание текстом и размещение на сложных фонах. Компоновка элементов и размер свободного поля исчисляются по пропорциям, показанным на рисунке.



Цветовые решения

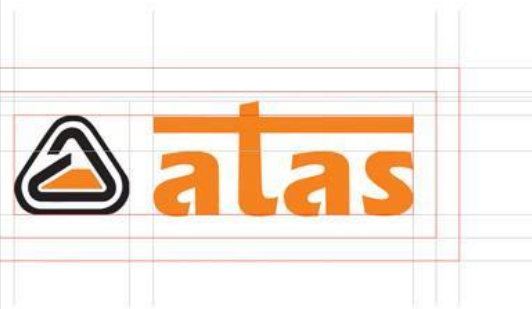
В качестве фирменных цветов были выбраны классический чёрный и оранжевый. Черный отражает солидный имидж компании, тогда как оранжевый передаёт идею движения вверх, достижение результата, а также придаёт логотипу эксклюзивность.



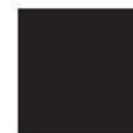


Логотип **ATAS** может использоваться только в одном из двух фирменных цветов, а также в чёрно-белом исполнении. Все остальные варианты запрещаются.

На этой странице представлены основные цветовые решения фирменного стиля **ATAS**



PANTONE 152 C
0C 60M 100Y 0K
#f58220



PANTONE Process Black C
0C 0M 0Y 100K
#231f20



Одинаково хорошо логотип **ATAS** будет выглядеть как на черном, так и на белом фоне, обращая на себя внимание стилем и вкусом.





Логотип **ATAS** может быть изображен только на одном из двух фирменных фонов. Все остальные варианты запрещаются.



**Неправильное
использование
логотипа**



Стиль

Шрифт

Шрифт Arial является основным шрифтом бренда **ATAS** и играет важную роль в коммуникации и сотрудничестве с нашими партнёрами. Он лучше всего подчёркивает такие черты характера компании, как: целеустремлённость, стабильность, деловой подход, доступность и высокое качество товара.

ABCDEFGFG

abcdefg

12345





Шрифт Arial не только самым выгодным образом отражает элитность и эксклюзивность продукции **ATAS**, но и представляет компанию как надежного партнера, на которого можно положиться. Отсутствие излишних деталей, подчеркнутый лаконизм форм и плавность линий свидетельствуют о чувстве стиля компании, избравшей данный графический знак в качестве своего логотипа.





Мы знаем формулу успеха.