

The image shows a 3D logo for 'Sanyo Super' mounted on a blue wall. The word 'Sanyo' is rendered in large, white, sans-serif letters with a blue shadow. The word 'Super' is in smaller, white, sans-serif letters, also with a blue shadow. Below 'Super' are two blue circles, each containing a white dot, followed by the word 'СУПЕР' in white, sans-serif Cyrillic letters. The wall is composed of blue panels with visible grid lines.

**Sanyo
СУПЕР**

**РУКОВОДСТВО
ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ**

1. ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОСНОВНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

В этой главе описаны основные элементы фирменного стиля и правила их использования. Соблюдая указанные рекомендации, вы сможете создать целостный образ бренда, ведь постоянство – это ключ к доверию.

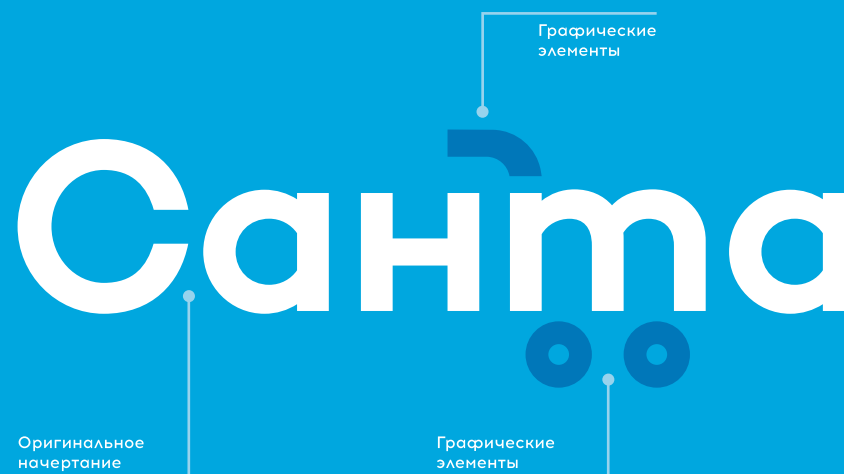
1.1 ФИЛОСОФИЯ ЛОГОТИПА

Логотип «Санта» является представителем шрифтовых логотипов. Основным элементом в нем является шрифтовой блок, который дополняется характерными стилиобразующими элементами.



Санта

1.2 ЛОГОБЛОК



Минималистичное решение отражает современный, европейский характер бренда. Округлый шрифт без засечек говорит об открытости, дружелюбии и честности. Графические элементы делают начертание логотипа уникальным, добавляют веселья и при этом прямо заявляют категорию – тележка символизирует супермаркет.

1.3 ПРИНЦИП ПОСТРОЕНИЯ. ОХРАННОЕ ПОЛЕ

Охранное поле – это пространство вокруг фирменного блока, свободное от текста, графики и каких-либо изображений. Соблюдение охранного поля вокруг логотипа является важным условием для однозначного и легкого восприятия визуальной идентификации и рассчитывается исходя из размеров буквы «С» согласно приведенной схеме.



1.4 ЛОГОТИП



Основной

1.5 МИНИМАЛЬНЫЕ РАЗМЕРЫ ЛОГОТИПА

Чтобы логотип хорошо читался, его детали должны оставаться различимыми. Минимальные размеры вариантов логоблока приведены на схеме.



1.6 ЛОГОТИП С ДЕСКРИПТОРАМИ

Дескриптор - это элемент фирменного блока, который имеет уточняющий характер. Существует один формат магазина, который обозначается логоблоком с соответствующим дескриптором «Санта супер».



1.7 ВЫРАВНИВАНИЕ ЛОГОТИПА И ДЕСКРИПТОРОВ

Дескрипторы размещаются только в утвержденной зоне для дескрипторов (правая нижняя часть логоблока). Дескрипторы всегда выравниваются по правому краю зоны.



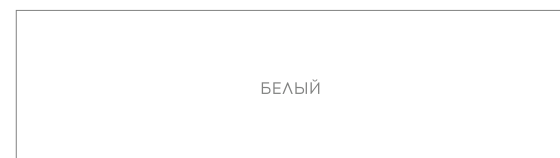
Зона для дескриптора



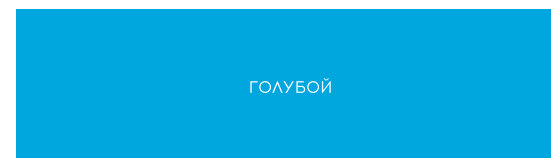
Пропорциональное размещение по всей зоне для дескриптора

1.8 ФИРМЕННАЯ ЦВЕТОВАЯ ПАЛИТРА

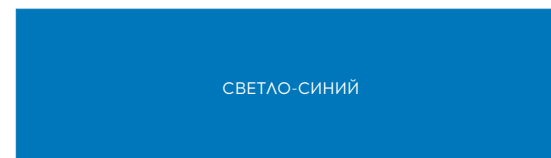
Фирменная цветовая палитра сети магазинов «Санта» состоит из трех цветов. Представлена в различных цветовых системах для наибольшей точности воспроизведения цвета различными технологиями и на разных носителях – от вывески до рекламных материалов.



PANTONE White
CMYK: 0-0-0-0
RGB: 255-255-255
WEB: #ffffff
RAL 9016



PANTONE 2995 C
CMYK: 83-10-0-0
RGB: 0-167-225
WEB: #00a7e1



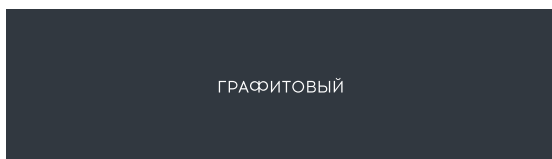
PANTONE 2192 C
CMYK: 100-48-0-0
RGB: 0-120-189
WEB: 0078bd
RAL: 5017
ORACAL: 8500-053



PANTONE 294 C
CMYK: 100-75-0-35
RGB: 0-46-109
WEB: #002e6d
ORACAL: 8500-051

1.9 ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ЦВЕТА И ТЕКСТУРЫ

Применяются при оформлении внутреннего пространства магазинов и для торгового оборудования.



PANTONE 432 C
CMYK: 30-20-0-80
RGB: 69-73-78
WEB: #333366
RAL 7024



ТЕКСТУРА ДЕРЕВА
«ТЕМНЫЙ ДУБ»

1.10 ФИРМЕННЫЕ ШРИФТЫ

ОСНОВНОЙ ШРИФТ, используемый для набора любых текстов, заголовков и слоганов, – **Acrom**. Для набора основного текста рекомендуется применять начертание **Regular**, а для заголовков, слоганов, вывесок и т. п. – начертание **Medium** или **Bold**.

Acrom
Regular

Acrom
Medium

Acrom
Bold

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ШРИФТЫ. В случаях, когда использование фирменного шрифта невозможно (например, интернет-сайт, электронная презентация, фирменный бланк или визитка), допускается использование шрифтов семейства **PT Sans**.

PTSans
Regular

PTSans
Bold

PTSans Narrow
Regular

PTSans Narrow
Bold

Альтернативный шрифт **Arial** применяется только в деловой переписке и презентациях в Power Point, поскольку доступен на различных устройствах.

Arial
Regular

Arial
Bold

1.11 ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГОТИПА НА РАЗЛИЧНЫХ ФОНАХ

В этом разделе представлены правила использования логотипа в зависимости от брендируемого носителя.



На фоне фирменного голубого цвета используется основная версия логотипа.



Монохромный вариант применяется при печати документов на офисных лазерных принтерах.

Также в один черный цвет логоблок воспроизводится, как правило, на кассовых чеках и факсимильных сообщениях, на некоторых носителях сувенирной продукции.



На цветных или пестрых фонах, не контрастных с логотипом, используется основная версия на плашке фирменного голубого цвета.

1.12 НЕДОПУСТИМЫЕ ВАРИАНТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЛОГОТИПА

Фирменный блок сети магазинов «Санта» может использоваться только в описанных выше вариантах компоновки и цветовых решениях.

Сантa

Са́нта

Сантa

НЕДОПУСТИМО:

изменять композиционное решение фирменного блока, пропорций и взаимное расположение элементов, а также искажать форму фирменного блока или знака;

Сантa

Сантa

Сантa

Сантa

Сантa

Сантa

НЕДОПУСТИМО:

изменять цветовую гамму знака или фирменного блока;

размещать логотип на пестром фоне или на фоне нефирменного цвета без плашки;

применять к логотипу или отдельным его частям какие-либо специальные эффекты, контурные обводки и т. п.;

1.13 ОСНОВНОЙ СТИЛЕОБРАЗУЮЩИЙ ЭЛЕМЕНТ

Основным стилеобразующим элементом бренда является логотип.



1.14 ВАРИАНТ РАЗМЕЩЕНИЯ ЛОГОТИПА

