



1.	Вступление.....	3
2.	Как мы выглядим.....	4
2.1.	Корпоративные цвета.....	4
2.2.	Корпоративные шрифты.....	4
2.3.	Корпоративные изображения.....	5
3.	Основные составляющие фирменного стиля.....	6
3.1.	Фирменный блок и логотип.....	6
3.1.1.	Общие положения.....	6
3.1.2.	Неприемлемые варианты использования фирменного блока и логотипа.....	7
3.1.3.	Правила построения фирменного блока и логотипа.....	8
3.1.4.	Расположение фирменного блока и логотипа, определение свободного пространства вокруг фирменного блока и логотипа (минимально допустимые поля).....	9
3.1.5.	Варианты размеров фирменного блока и логотипа.....	10
3.1.6.	Спецификации цвета, рекомендации по печати.....	11
3.1.7.	Цветовые решения фирменного блока и логотипа	12
3.1.8.	Недопустимые варианты цветовых решений фирменного блока и логотипа и фонов.....	14
3.2.	Дополнительная графическая компонента ("шестеренка"), правила ее построения и использования.....	14
3.3.	Корпоративные шрифты и их использование.	15
3.4.	Варианты компоновки шрифтов.....	16
3.5.	Стилеобразующие элементы, правила их построения.....	17
3.6.	Примеры использования стилеобразующих элементов.....	18
3.7.	Корпоративные изображения.....	19

SAUBER - немецкий изготовитель секционных ворот теперь производит продукцию и в России под маркой «SAUBER-гаражные ворота».

Создавая Руководство по использованию фирменного стиля «SAUBER-гаражные ворота» для российского рынка, мы стремились максимально точно отразить основные составляющие философии глобального бренда - новые технологии, качество и надежность SAUBER на службе у человека и одновременно сохранить преемственность стиля на визуальном уровне.

С этой целью в руководстве подробно описаны правила построения и использования фирменного блока «SAUBER-гаражные ворота», шрифтовые гарнитуры и цвета, а также дополнительные стилиобразующие элементы.

Сотрудники компаний, работающих под маркой «SAUBER-гаражные ворота» как в России, так и за ее пределами, должны четко следовать данному Руководству при создании абсолютно всех имиджевых и рекламных продуктов «SAUBER-гаражные ворота» и способствовать выполнению рекомендаций Руководства всеми вовлеченными лицами.

Для упрочения позиций марки «SAUBER-гаражные ворота» необходимо, чтобы ее визуальное представление соответствовало утвержденным стандартам. Это относится к корпоративным цветам, шрифтам, а также изображениям, подход к выбору которых описан в данной главе.

2.1. Корпоративные цвета

Свои основные цвета «SAUBER-гаражные ворота» полностью заимствовал у SAUBER - красный Pantone 185 CVC (100%) и черный Pantone Process Black CVC (100%). Дополнительным цветом является Pantone Process Black CVC (45%).

а) Основные цвета



б) Дополнительный цвет



2.2. Корпоративные шрифты

Используется гарнитура ITC Franklin Gothic в начертаниях ITC Franklin Gothic Book Cyr (для основного текстового набора), ITC Franklin Gothic Demi Cyr (для заголовков и подзаголовков в текстовом наборе), ITC Franklin Gothic Heavy Cyr (для заголовков и выделений в рекламных материалах).

ITC Franklin Gothic Book Cyr

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦ
абвгдеёжзийклмнопр123456789

ITC Franklin Gothic Demi Cyr

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХ
абвгдеёжзийклмнопр12345678

ITC Franklin Gothic Heavy Cyr

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФ
абвгдеёжзийклмнопр1234567

2.3. Корпоративные изображения

В качестве корпоративных изображений выступают фотографические изображения, на которых представлены прежде всего секционные ворота как часть экстерьеров/интерьеров жилых домов, других зданий и помещений и фрагменты производственного процесса, а также сцены из жизни людей вблизи дома, рядом с автомобилем и т.д.

A large photograph of a white garage door with a view of a house through the opening. The door is partially open, showing a two-story house with a red roof and a white garage door. The scene is outdoors with a clear blue sky and greenery.

Связаться с нами можно по телефонам:

Saube®
ГАРАЖНЫЕ ВОРОТА

3.1. Фирменный блок и логотип

3.1.1. Общие положения

Логотип «SAUBER-гаражные ворота» разработан на основе логотипа SAUBER путем его модификации и добавления подзаголовка «гаражные ворота», набранного гарнитурой ITC Franklin Gothic Demi Cyr. Без подписи «гаражные ворота» логотип использоваться не может.

S a u b e r ®



S a u b e r ®
Г А Р А Ж Н Ы Е В О Р О Т А




S a u b e r ®
Г А Р А Ж Н Ы Е В О Р О Т А

Знак представляет собой символическое изображение дома со встроенными секционными воротами. Подчеркнутая графичность знака и использование контрастных черного и красного цветов олицетворяют «чертежную» точность и технологичность, которые являются неотъемлемыми атрибутами марки «SAUBER-гаражные ворота».

Фирменный блок состоит из знака и логотипа и представляет собой единый комплекс, который является основной графической компонентой стиля. Использование фирменного блока является наиболее предпочтительным для всех видов корпоративных продуктов.

Фирменный блок возможно использовать только в том виде, в котором он представлен на изображении (горизонтальное расположение, при котором знак располагается над логотипом).

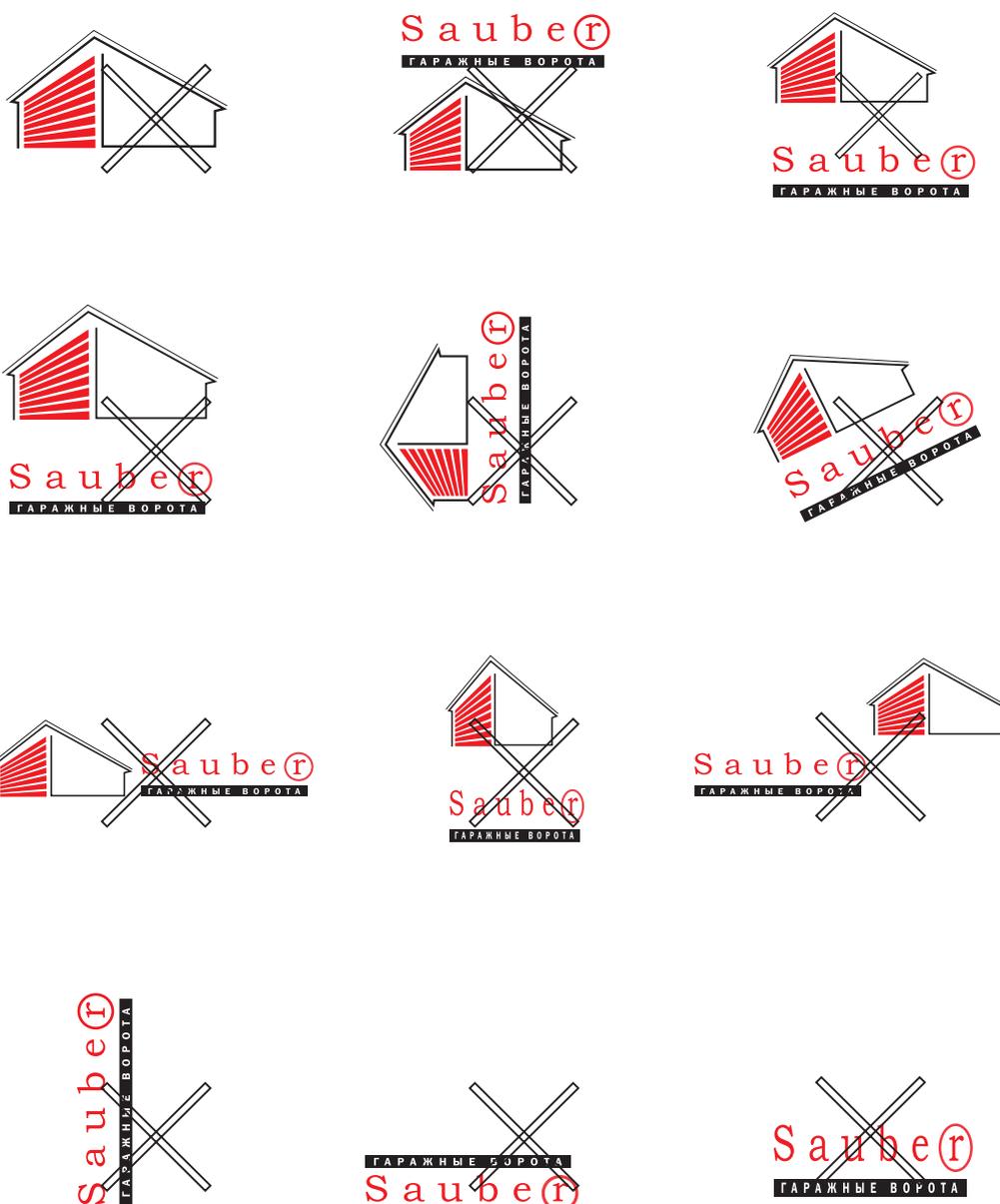
Допустимо отдельное использование логотипа (без знака) в ситуациях, когда не представляется возможным использовать фирменный блок полностью ввиду ограниченности пространства (например, на ручках или узких банерах-растяжках).

3.1.2. Неприемлемые варианты использования фирменного блока и логотипа

Не допускается использовать один знак отдельно от логотипа.

Не допускается вертикально располагать фирменный блок и логотип, а также размещать их под углом.

Не допускается деформировать фирменный блок и логотип - менять пропорции (см.п.3.1.3) и/или взаимное расположение элементов фирменного блока.



3.1.3. Правила построения фирменного блока и логотипа

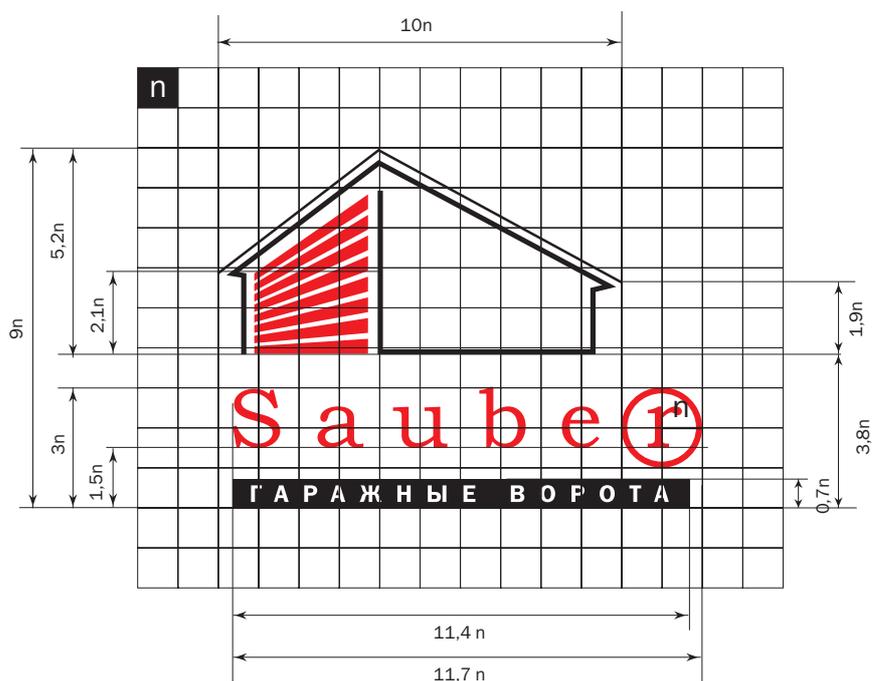
За модуль построения логотипа и знака принят n - радиус круга вокруг буквы R в логотипе. Соответственно, общая высота логотипа равна $3n$, а длина - $11,7n$.

Важно отметить, что подпись "гаражные ворота" выровнена по левому краю с названием SAUBER, но несколько меньше общей длины логотипа ($11,4n$).

Высота знака в аналогичных пропорциях равна $5,2n$, а его длина - $10n$.

Общая высота фирменного блока - $10n$.

а) Правила построения фирменного блока

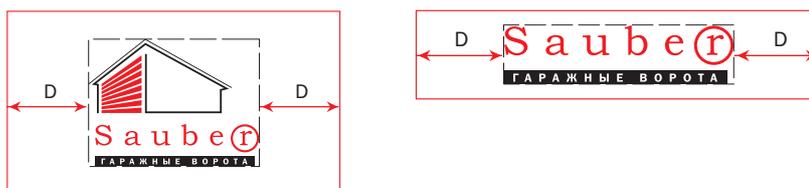


б) Правила построения логотипа



3.1.4. Расположение фирменного блока и логотипа, определение свободного пространства вокруг фирменного блока и логотипа (минимально допустимые поля)

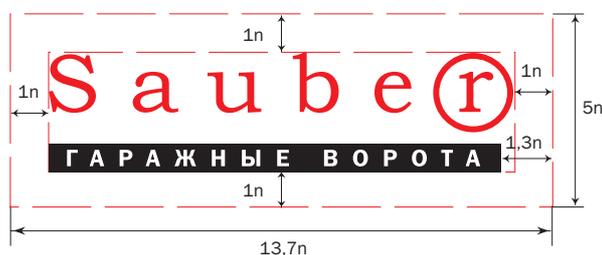
Фирменный блок и логотип должны размещаться по центру отведенного для них пространства, размер которого может варьироваться в зависимости от общих размеров и заполненности корпоративного продукта, который содержит фирменный блок и/или логотип.



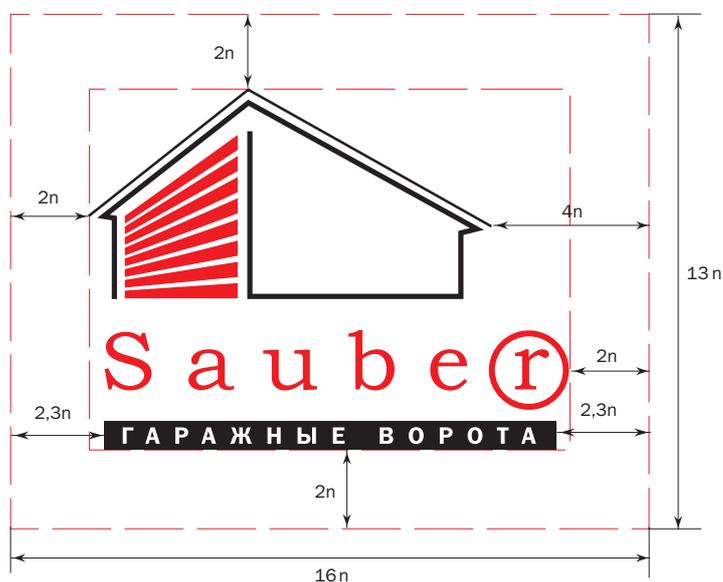
Свободное пространство вокруг фирменного блока и логотипа определяет область, в которой не должны находиться никакие другие графические элементы или текст, а также минимальные расстояния до границ печатного листа или другого носителя корпоративной информации.

Минимально допустимые поля вокруг фирменного блока и логотипа привязаны к размеру самого логотипа, а точнее сказать к радиусу круга вокруг буквы R. При этом допустимые поля рассчитываются от самых крайних точек фирменного блока и логотипа.

а) Минимально допустимые поля вокруг логотипа равны $1n$.



б) Минимально допустимые поля вокруг фирменного блока равны $2n$.



3.1.5. Варианты размеров фирменного блока и логотипа

Размеры фирменного блока и логотипа могут быть пропорционально изменены в соответствии с правилами их построения (см. п. 3.1.3).

Однако, существует минимально допустимый размер фирменного блока и логотипа, меньше которого не допускается их использование, т.к. это приведет к невозможности прочтения названия SAUBER и подписи "гаражные ворота" и другим искажениям.

Также существует стандартный размер фирменного блока и логотипа для деловой документации, а также рекомендуемый размер для печатных рекламных материалов начиная с формата А5.

а) Минимальный допустимый размер фирменного блока и логотипа составляет соответственно 24 и 23 мм и используется в основном при производстве сувенирной продукции.

CD/Style_Sauber/Logo+zn_24mm

CD/Style_Sauber/Logo_23mm



б) Для деловой документации (включая визитные карточки) используется размер фирменного блока и логотипа соответственно 40 и 38 мм.

CD/Style_Sauber/Logo+zn_40mm

CD/Style_Sauber/Logo_38mm



в) Для печатных рекламных материалов формата, начиная с А5, используется размер фирменного блока и логотипа соответственно 56 и 54 мм.

CD/Style_Sauber/Logo+zn_56mm

CD/Style_Sauber/Logo_54mm



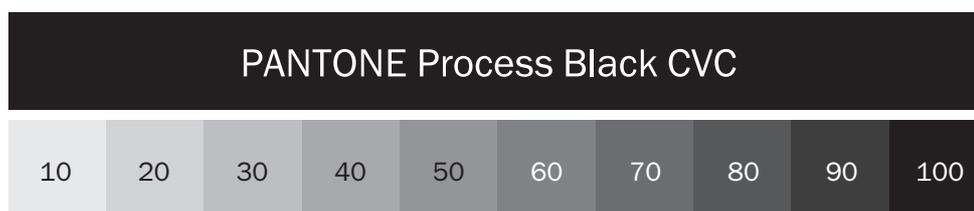
3.1.6. Спецификации цвета, рекомендации по печати

Двумя основными цветами, используемыми в фирменном блоке и логотипе, являются красный Pantone 185 CVC (100%) и черный Pantone Process Black CVC (100%).

Дополнительным цветом является Pantone Process Black CVC (45%).

Фирменный блок и логотип могут воспроизводиться офсетом (печать в одну краску, в две краски и СМΥК) и шелкографией (печать 2-мя красками Pantone).

а) Основные цвета



CMYK: C-0%, M-0%, Y-0%, K-100%

RGB: R:0, G:0, B:0

RAL: 9017

WEB Colour: 202124



CMYK: C-0%, M-91%, Y-76%, K-0%

RGB: R:252, G:25, B:33

RAL: 1121

WEB Colour: C73635

б) Дополнительный цвет



3.1.7. Цветовые решения фирменного блока и логотипа

Фирменный блок и логотипа могут воспроизводиться в цветном и монохромном вариантах.

Основной двухцветный вариант фирменного блока и логотипа используется на всех видах корпоративных продуктов, предпочтительно на белом фоне. Возможна инверсия двухцветного варианта, когда фирменный блок и логотип размещаются на красном фоне (вариант а).

В качестве дополнительного одноцветного варианта возможно воспроизведение фирменного блока и логотипа в одну красную краску Pantone 185 CVC (100%) (вариант б). Одноцветный вариант может использоваться для производства сувенирной продукции или в иных случаях.

а)

CD/Style_Sauber/Logo+zn_40mm_fon
CD/Style_Sauber/Logo+zn_56mm_fon



б)



CD/Style_Sauber/Logo_38mm_fon
CD/Style_Sauber/Logo_54mm_fon



Монохромный вариант воспроизведения фирменного блока и логотипа предполагает использование Pantone Process Black CVC (100%), а также процента от черной краски - Pantone Process Black CVC (45%).

Возможны три различных монохромных варианта воспроизведения фирменного блока и логотипа.

CD/Style_Sauber/Logo+zn_40mm_fon

CD/Style_Sauber/Logo+zn_56mm_fon



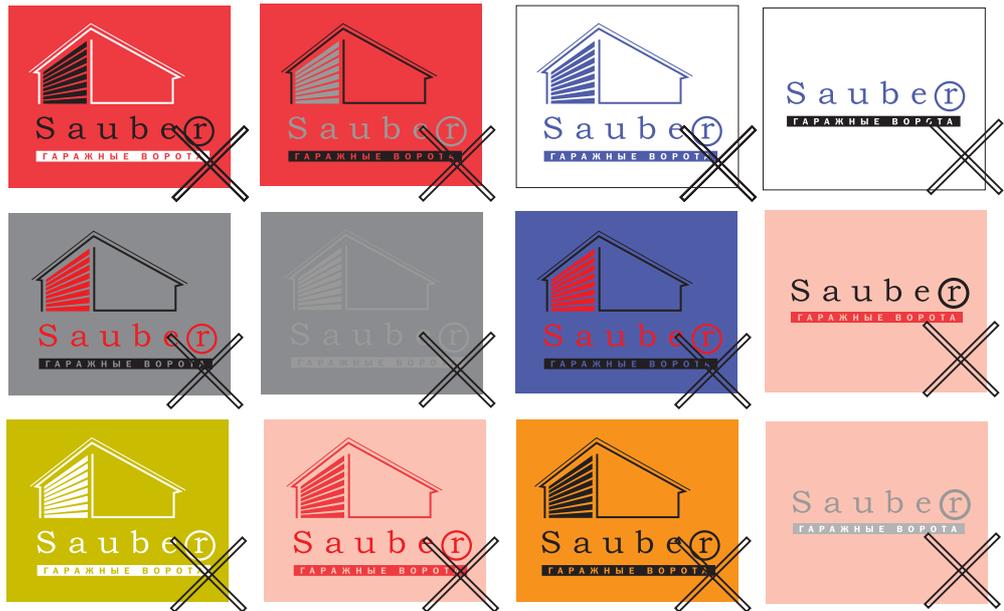
CD/Style_Sauber/Logo_38mm_fon

CD/Style_Sauber/Logo_54mm_fon



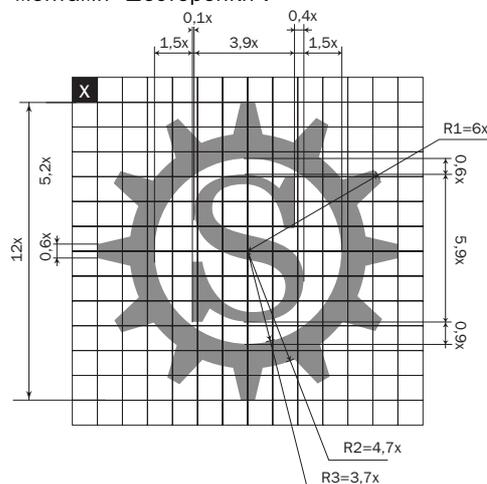
3.1.8. Недопустимые варианты цветовых решений фирменного блока и логотипа и фонов

Не допускается менять или искажать цвета фирменного блока и логотипа, а также использовать в качестве фонов иные, отличные от указанных в п. 3.1.7.

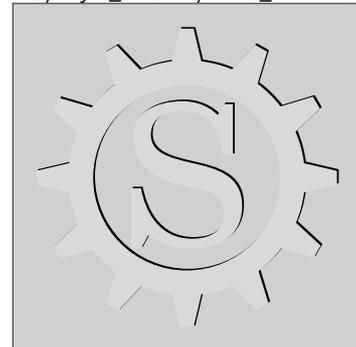


3.2. Дополнительная графическая компонента («шестеренка»), правила ее построения и использования

На продукции компаний «SAUBER-гаражные ворота» (воротах и их составляющих) в качестве клейма используется дополнительная графическая компонента - символическое изображение шестеренки с вписанной во внутреннюю окружность буквой S. Использование этой компоненты в корпоративных продуктах (деловой документации, рекламных материалах, web-сайтах, наружной рекламе и пр.) не предусматривается. За модуль построения взята $1/6$ радиуса круга, образованного выступающими элементами «шестеренки».



CD/Style_Sauber/Gear_40mm



3.3. Корпоративные шрифты и их использование

Гарнитура ITC Franklin Gothic в различных ее начертаниях используется для набора текста, заголовков и подзаголовков во всех корпоративных продуктах.

CD/Font_Sauber/Franklin-gC

ITC Franklin Gothic Book Cyr – для набора текста

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЫЪЭЮЯ
 абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщьюыъэюя
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890.,;:~!/?&#%N°*

ITC Franklin Gothic Demi Cyr – для набора заголовков и подзаголовков

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЫЪЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщьюыъэюя
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890.,;:~!/?&#%N°*

ITC Franklin Gothic Heavy Cyr – для акциденции и заголовков рекламных текстов

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЫЪЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщьюыъэюя
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890.,;:~!/?&#%N°*

Для писем, в т.ч. передаваемых по электронной почте, для использования в интернете и т.д. стандартным шрифтом является AG Helvetika Cyr.

AG Helvetika Cyr Plain - для текстовой информации

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЫЪЭЮЯ
 абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщьюыъэюя
 1234567890.,;:~!/?&#%°*

AG Helvetika Cyr Bold - для акциденции и рекламных слоганов

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЫЪЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщьюыъэюя
1234567890.,;:~!/?&#%°

3.4. Варианты компоновки шрифтов

Заголовок

Подзаголовок

Используется гарнитура ITC Franklin Gothic в начертаниях ITC Franklin Gothic Book Cyr (для основного текстового набора), ITC Franklin Gothic Demi Cyr (для заголовков и подзаголовков в текстовом наборе), ITC Franklin Gothic Heavy Cyr (для заголовков и выделений в рекламных материалах).

Заголовок: FranklinGothic Demi C - 12,6 пт
Подзаголовок: FranklinGothic Demi C - 9,6 пт
Основной текст: FranklinGothic Book C - 9 пт
Интерлиньяж: 11,6 пт

Подходит для набора текстов
в деловой документации

Заголовок

Подзаголовок

Используется гарнитура ITC Franklin Gothic в начертаниях ITC Franklin Gothic Book Cyr (для основного текстового набора), ITC Franklin Gothic Demi Cyr (для заголовков и подзаголовков в текстовом наборе), ITC Franklin Gothic Heavy Cyr (для заголовков и выделений в рекламных материалах).

Заголовок: FranklinGothic Demi C - 18 пт
Подзаголовок: FranklinGothic Demi C - 12,6 пт
Основной текст: FranklinGothic Book C - 11,6 пт
Интерлиньяж: 15 пт

Подходит для набора и отправления
факсимильных сообщений

Заголовок

Используется гарнитура ITC Franklin Gothic в начертаниях ITC Franklin Gothic Book Cyr (для основного текстового набора), ITC Franklin Gothic Demi Cyr (для заголовков и подзаголовков в текстовом наборе), ITC Franklin Gothic Heavy Cyr (для заголовков и выделений в рекламных материалах).

Заголовок: Franklin Gothic Heavy C - 18 пт
Пояснительный текст: Franklin Gothic Book C - 11,6 пт
Интерлиньяж: 14 пт

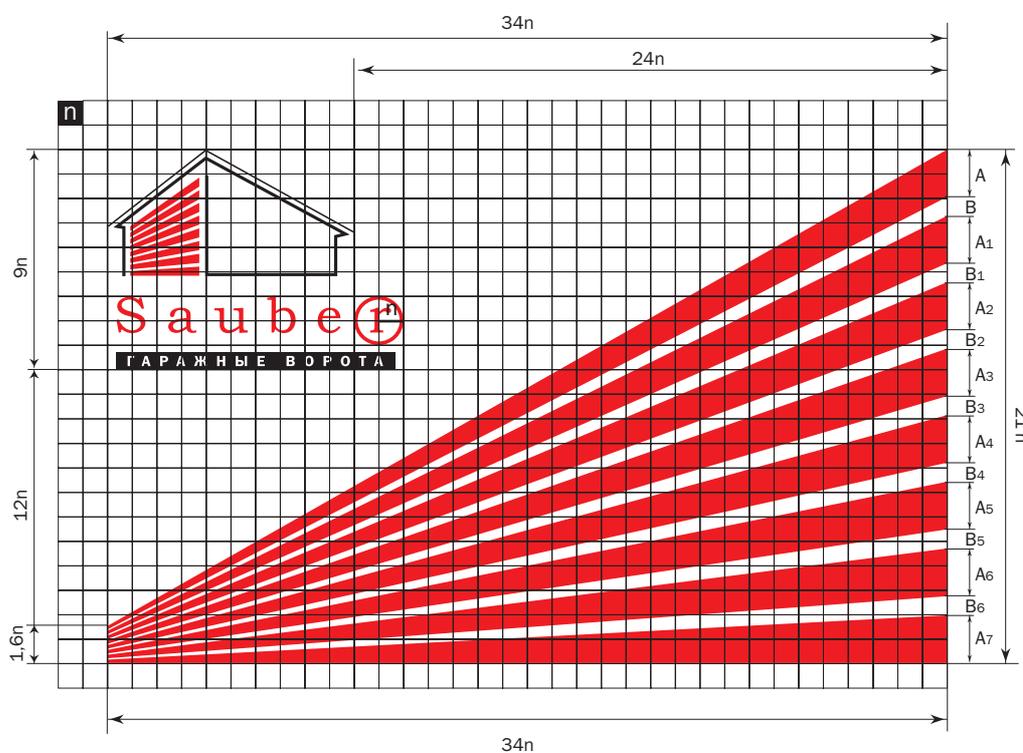
Подходит для набора рекламных текстов
и объявлений

3.5. Стилеобразующие элементы, правила их построения, примеры использования

Помимо фирменного блока и логотипа важным элементом корпоративного стиля "SAUBER-гаражные ворота" являются стильобразующие графические элементы - красные полосы, расходящиеся по диагонали из левого нижнего угла отведенного пространства. Фирменный блок при этом размещается в левой верхней части пространства.

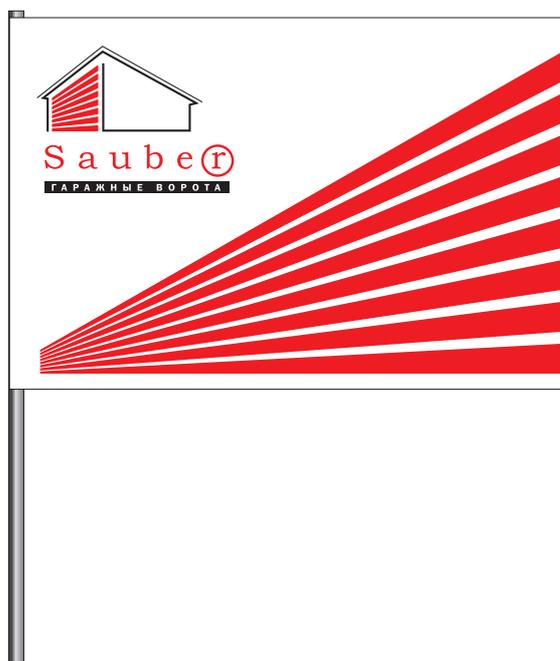
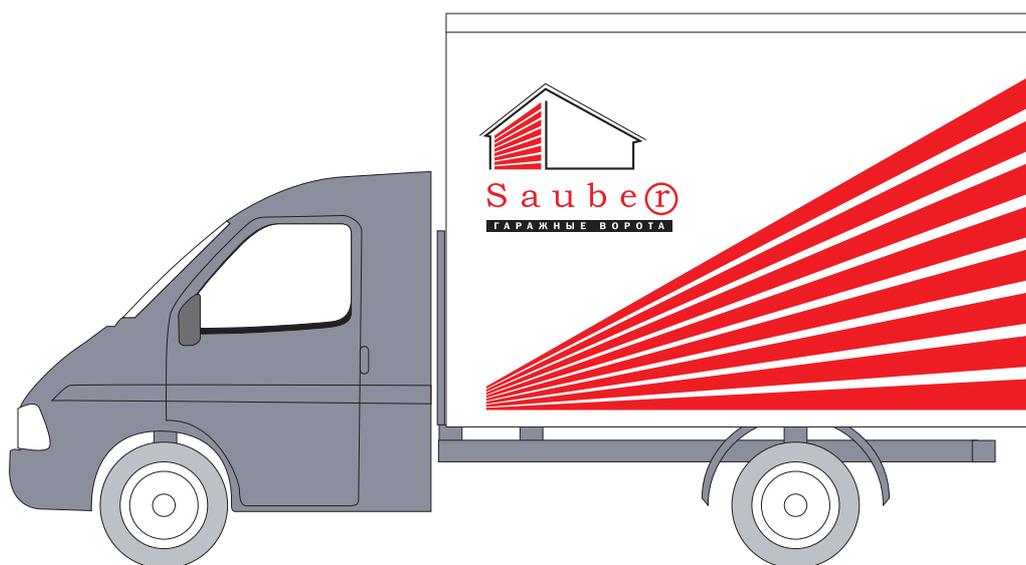
При построении стильобразующих элементов используется такая же сетка, что и при построении самого фирменного блока - за основу берется n , радиус круга вокруг буквы R в названии SAUBER.

Ниже показаны основные соотношения между фирменным блоком и стильобразующими элементами.



$$A = A_1 = A_2 = A_3 = A_4 = A_5 = A_6 = A_7 = 1,9 n$$

$$B = B_1 = B_2 = B_3 = B_4 = B_5 = B_6 = 0,8 n$$

3.6. Примеры использования стилеобразующих элементов

3.7. Корпоративные изображения

В качестве корпоративных изображений выступают фотографические изображения, на которых представлены прежде всего секционные ворота как часть экстерьеров/интерьеров жилых домов, других зданий и помещений и фрагменты производственного процесса, а также сцены из жизни людей вблизи дома, рядом с автомобилем и т.д.

Верно



Верный ракурс, концентрация внимания на воротах, положительное настроение, ясное время суток



Верный ракурс, крупный план, позитивное изображение



Верный ракурс, равновесие, правильное кадрирование



Верный ракурс, концентрация внимания на работе, хорошо видно рабочее место

Неверно



Неверно скадрированы ворота, нечеткое освещение, неопределенное время суток



Неверное кадрирование, неопределенность темы



Неверный ракурс, теряется уравновешенное восприятие объекта



Основная ошибка: невнятно показан процесс сборки ворот, персонажи не повернуты лицом к зрителю.

