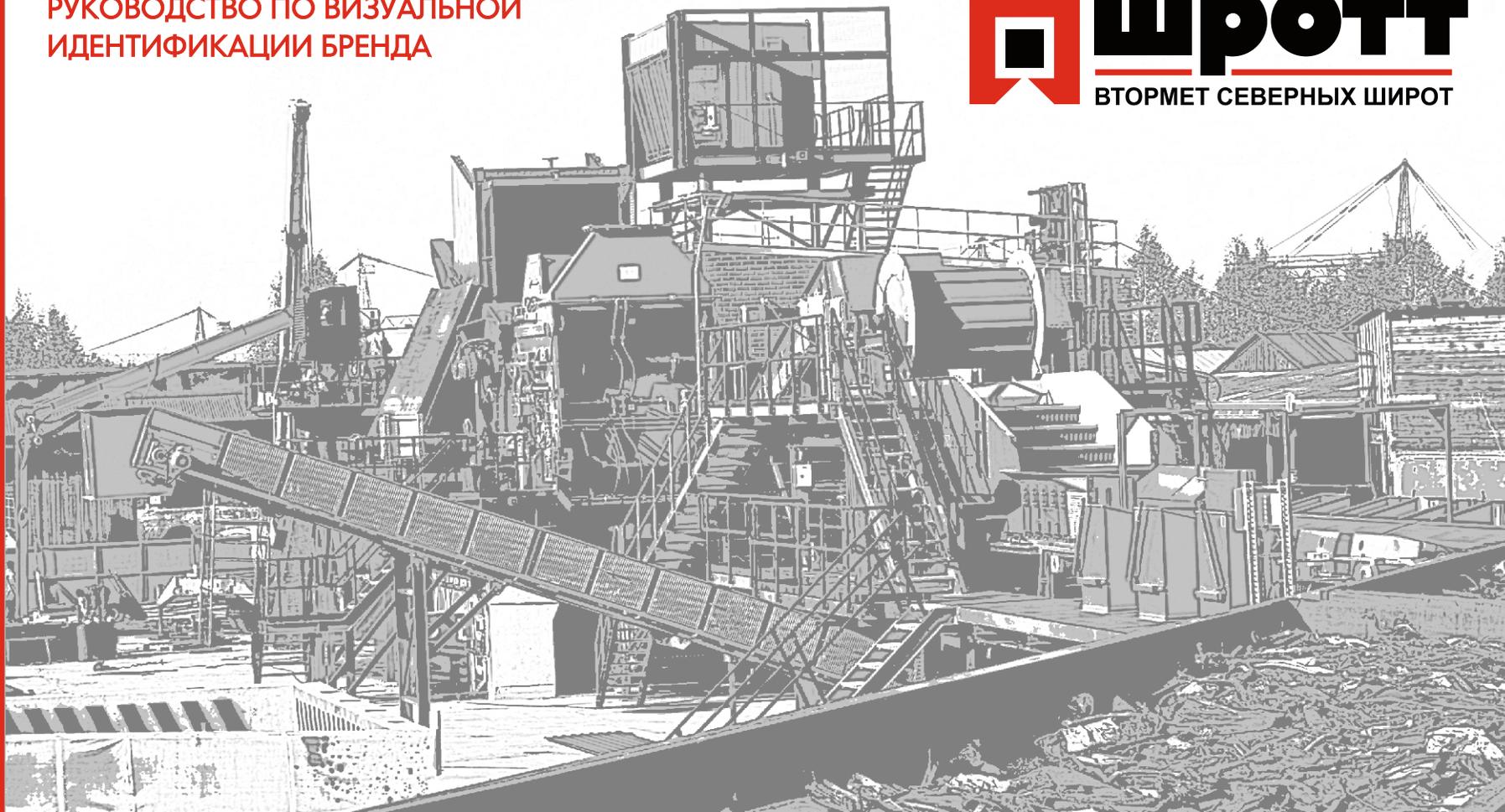


РУКОВОДСТВО ПО ВИЗУАЛЬНОЙ
ИДЕНТИФИКАЦИИ БРЕНДА



shrott.ru

8-800-200-122-7



Шротт — втормет № 1 В Республике Коми

Шротт – Втормет, известен много лет как в Республике Коми, так и на рынке ломозаготовки России у покупателей и переработчиков лома.

Наша цель - сделать сдачу металлолома для наших Клиентов максимально удобной и выгодной и продолжать оставаться надежным партнером для металлургов-конечных потребителей лома.

1. ЛОГОТИП

Логотип состоит из двух частей: фирменного знака и уникального графического написания компании. Вместе они образуют отличительную символику компании. Черный квадрат символизирует металлолом, который собирает компания Шротт. Красный – символ раскаленного железа, который получается из металлолома.

Обе части логотипа всегда находятся в определенной пропорции и имеют фиксированное расположение относительно друг друга.

Всегда используйте только утвержденный шаблон логотипа и не пытайтесь создать свой собственный.

При правильном использовании фирменного блока мы достигнем единообразия во всех типах рекламных материалов и наиболее эффективного воздействия на потребителя.



Важно! В макетах логотип нельзя обрезать, искажать и редактировать, использовать графические эффекты как в знаке, так и в начертании; использовать другие цвета, кроме базовых

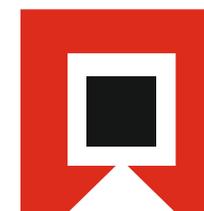
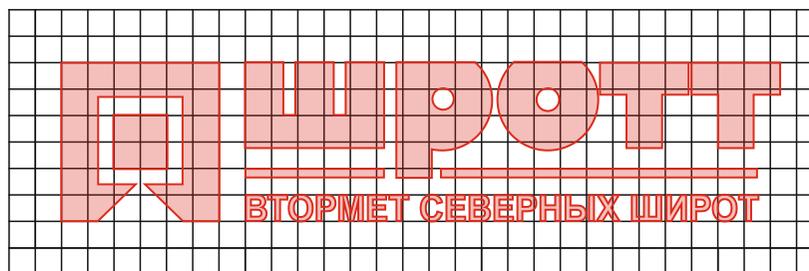
Между знаком и логотипом существует четкая взаимосвязь. Вокруг логотипа, также как и у знака рекомендуется соблюдать защитное поле. Свободное поле вокруг логотипа обеспечивает его наилучшее визуальное восприятие и максимальное воздействие на потребителя.

Никакие элементы графики, фотографии или текста не должны попадать в область свободного поля логотипа.

Выравнивайте логотип по одной линии с текстом или другими объектами там, где это уместно!

Размещая объекты на макете, избегайте сложных и громоздких композиций.

Оставляйте больше свободного пространства.



SCHROTT (немец.) – железный лом, металлолом

2. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГОТИПА НА ЦВЕТНЫХ ФОНАХ



Если носитель не предусматривает возможности полноцветной печати или плашечными цветами, то используется монохромный логотип в обычном или в инверсном варианте. Использование оттенков черного цвета в фирменном блоке не допускается.



Фирменный блок всегда используется в фиксированном положении относительно друг друга. В исключительных случаях допускается вынос и расположение знака над логотипом. Старайтесь всегда оставлять больше свободного пространства вокруг логотипа.

Допустимым является использование логотипа на цветных, залитых локальным цветом плашках. Воспроизведение логотипа допустимо в фирменных цветах, в монохромном и инверсионном вариантах. Иные цветовые решения логотипа нежелательны.

Заливка под логотипом не должна затруднять восприятие, иметь тональной схожести и сливаться с логотипом.

Возможные варианты цветовых сочетаний логотипа



Самый оптимальный вариант размещения фирменного блока- на белом однородном фоне. В этом случае сохраняются все изначальные уникальные цветовые пропорции логотипа. В случае, когда по иным причинам размещение на белом фоне невозможно, желательнее максимально сохранить читаемость и не нарушить визуальный баланс.

Важно! Старайтесь максимально избегать размещение логотипа на фотографическом фоне и фоне с градиентом.

3. ШРИФТЫ и ЦВЕТОВАЯ ПАЛИТРА

Шрифт играет важную роль в коммуникации и позволяет выразить суть бренда в наиболее четкой и ясной форме.

На всех носителях фирменного стиля компании используются шрифты семейства IKEA и Lato.

IKEA Sans

АБВабв 123

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя

IKEA Bold

АБВабв 123

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя

IKEA Italic

АБВабв 123

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя

Lato Regular

АБВабв 123

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя

Lato Black

АБВабв 123

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя

IKEA Sans Heavy

АБВабв 123

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя

IKEA Sans Heavy Italic

АБВабв 123

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя

Lato Medium

АБВабв 123

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя

Lato Light

АБВабв 123

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя

Заголовок, сноски, крупное число с подстрочником и адрес сайта: шрифт IKEA Bold, IKEA Heavy. Основной текст: IKEA Sans, Lato Regular, Lato Medium.

Сила нашего логотипа в простоте и ясности!

Тоже самое относится и к цветовой составляющей бренда ШРОТТ. Фирменная цветовая палитра состоит из красного, белого и черного цветов. Дополнительный цвет - серый, голубой и светло-серый.

Общее сочетание ярких рубленых шрифтов с чистыми простыми цветами должно подчеркивать и работать на общую концепцию бренда - солидного, крупного и надежного партнера на рынке.

Дополнительные цвета используются для различных специальных случаев: офисных конструкций, макетов баннеров, верстки корпоративной рекламной и сувенирной продукции и т.д.
Важно! Дополнительные цвета не могут использоваться вместо основных.

Дополнительные цвета

Серый

C0 M0 Y0 K40
R178 G179 B179
Pantone Cool Gray 8 C

Серый

C0 M0 Y0 K15
R227 G227 B227
Pantone Cool Gray 1 C

Голубой

C100 M50 Y0 K10
R0 G101 B168
Pantone 7462

Основные цвета

Красный

C0 M100 Y100 K0
R255 G0 B0
Pantone 485 C

Белый

C0 M0 Y0 K0
R255 G255 B255
Pantone White

Черный

C0 M0 Y0 K100
R0 G0 B0
Pantone Process Black

4. ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

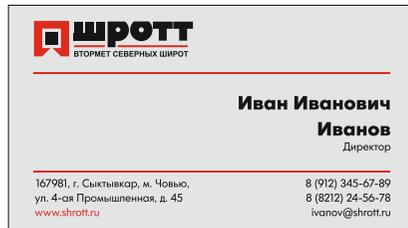


4. ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

ВИЗИТКА

В программе продвижения бренда ШРОТТ основанного на слогане «Втормет №1 - в Республике Коми» визитная карточка играет одну из ключевых ролей. Поэтому в составе данного фирменного стиля рекомендуется изготовление двусторонних визитных карточек, одна из которых выполняет задачу закрепления важной бренд-информации, а другая предоставляет информацию делового назначения.

Размер 90x50мм



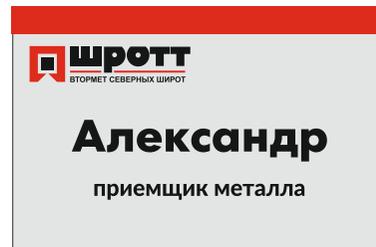
Визитная карточка печатается на белой бумаге плотностью не менее 200 г/м² методом цифровой печати или шелкографии. Текст набирается фирменным шрифтом IKEA Bold и IKEA Sans.

Для руководителей допускается использование текстурного или гладкого дизайнерского картона светло-серого цвета с эффектом «металлик».

БЭЙДЖ СОТРУДНИКА

Размер 85x55мм

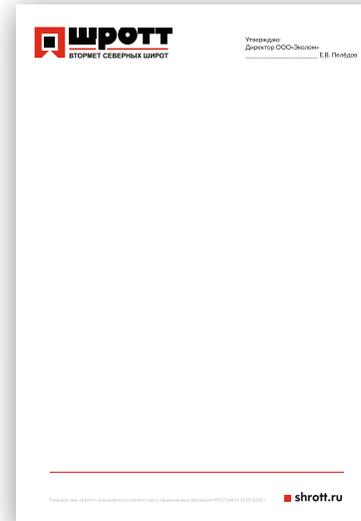
Бейдж состоит из двух частей: пластикового держателя с окном и бумажной вкладки. На бейджи сотрудников фронт-линии наносится имя и должность, на бейджи остальных сотрудников - имя, фамилия, должность. Текст набирается фирменным шрифтом. IKEA Bold и LATO Black.



БЛАНК

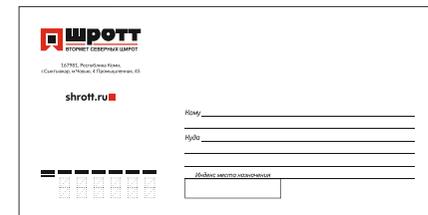
Бланк предназначен для внутреннего использования и деловых коммуникаций с партнерами и клиентами.

Для изготовления бланков используется белая бумага плотностью 80-120 г/м² без текстуры и водяных знаков.



КОНВЕРТ

На макете важно учесть необходимость свободного поля под адресный блок для получателя и место для почтовых марок (верхний правый угол). Адресный блок может печататься как на самом конверте, так и на бланке, в случае конверта «сокошком».



5. ИМИДЖЕВАЯ ПРОДУКЦИЯ и ПРОМО СУВЕНИРЫ

Промо сувениры должны быть продуманы с точки зрения личной практической полезности, а также хорошо продуманы с точки зрения оформления в корпоративном стиле компании. Рекламный носитель должен быть максимально функциональным и не должен негативно влиять на имидж компании.

Оформление должно содержать определенный набор стилеобразующих элементов, обеспечивающих единообразие визуального восприятия. При нанесении важно придерживаться основных принципов использования логотипа, соблюдения защитных полей и наличия свободного пространства в макете, а также цветовой гаммы ШРОТТА.



6. РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННЫЕ МАТЕРИАЛЫ

При разработке макетов для рекламно-информационных материалов (билборды, баннеры, плакаты, сити-форматы и т.д.) необходимо учитывать основные требования к фирменному стилю компании.

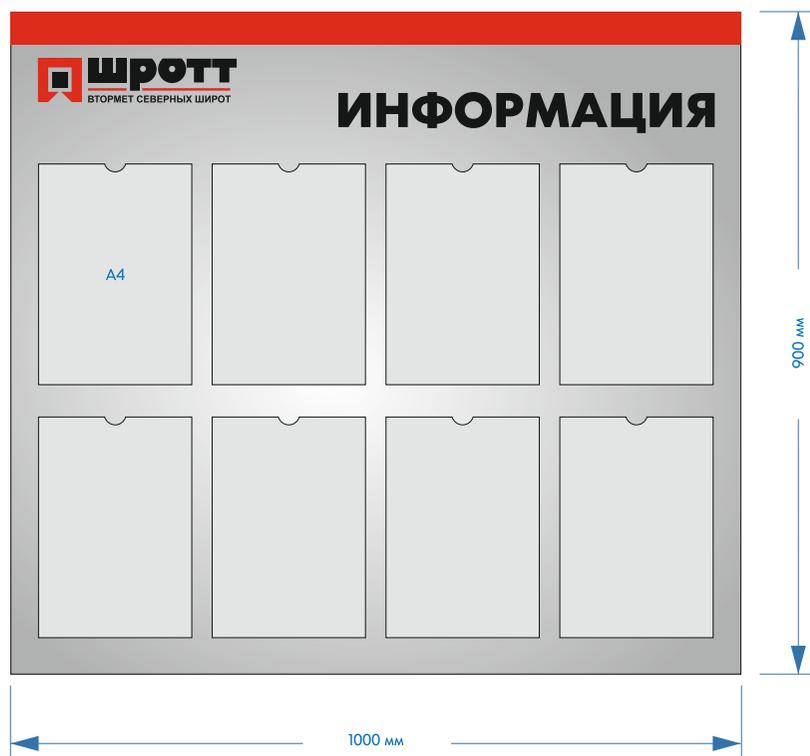
Обращайте внимание на простоту и узнаваемость всех элементов, которые вы располагаете в макете. Простые формы всегда воспринимаются лучше, чем сложные.

- Выравнивайте логотип по одной линии с текстом или другими элементами там, где это уместно! Необходимо учитывать его взаимосвязь с другими элементами макета.
- Размещая объекты на макете, избегайте сложных и громоздких композиций. Оставляйте больше свободного пространства!
- В макете допускается использовать активно как основные, так и дополнительные цвета. Общий макет должен быть солидным, хорошо читабельным, ярким, с четкими фирменными шрифтами. В композиции не должно содержаться мелких, дробных деталей отвлекающих внимание.

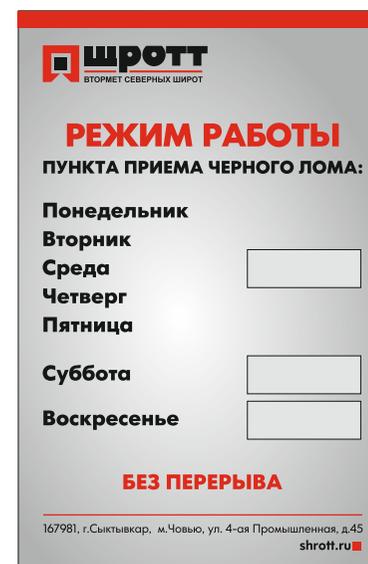


6. РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Настенный информационный стенд на 8 карманов представляет собой пластиковый щит, на котором закреплены карманы из прозрачного пластика под бумагу формата А4. Применяемые материалы: пластик, пластик прозрачный белый. Для фона используется металлизированная пленка «царапанное серебро»



На дверях пункта приема ШРОТТ располагается информационная табличка с указанием названия, адреса, а так же режима работы. Базовый размер таблички - 400х600мм. Размер табличек может меняться в зависимости от конструкции элементов фасада и прочих условий с приближительным сохранением пропорций макета. Табличка выполняется из пластика (основа) и прозрачного белого пластика (кармашки для часов работы). Для фона используется металлизированная пленка «царапанное серебро», либо подбирается серый цвет из дополнительных цветов фирменной палитры.



При изготовлении табличек можно использовать различные способы изготовления: накатка пленки с полноцветной печатью на пластик, метод аппликации, УФ-печать на пластике. Необходимо придерживаться фирменной палитры цветов и обращать внимание на качество материалов и качество исполнения, которые должны подчеркивать солидность компании.

7. БРЕНДИРОВАНИЕ СПЕЦТЕХНИКИ

Нанесения на внешние поверхности транспортных средств логотипа компании и контактной информации производится с помощью аппликации, вырезанной плоттерной резкой из пленки ПВХ.

В макетах используются основные фирменные цвета. Если транспортное средство имеет окраску не белого цвета, то по контуру используется подложка из пленки белого цвета достаточной ширины для выделения изображения по цвету от поверхности спецтехники.



8-800-200-122-7



В зависимости от модели автоспецтехники верстка фирменного логотипа может осуществляться в одну строчку или в две.

При написании контактной информации на носителях используется фирменный шрифт IKEA Bold.

8-800-200-122-7

8 ФАСАДНЫЕ ВЫВЕСКИ



8. ФАСАДНЫЕ ВЫВЕСКИ

Экстерьер компании «ШРОТТ» должен обеспечивать максимально четкую узнаваемость бренда, и при оформлении офисов компании используются стандартные требования по фирменному стилю.

Главная задача при оформлении офисов компании – максимальная заметность и информированность о возможности обслуживания без выходных, выгодные условия приема лома, контактные данные.



Для привлечения внимания потенциальных клиентов на фасаде здания, в котором расположена компания, необходимо разместить вывеску с названием компании «ШРОТТ». Так же желательно на здании офиса и пункта приема обеспечить навигацию и оформление входной группы.

ШРОТТ
ВТОРМЕТ СЕВЕРНЫХ ШИРОТ

ТЕРРИТОРИЯ ВЫСОКИХ ЦЕН НА ЛОМ!

344-744
VK.COM/SHROTT

РАБОТАЕМ БЕЗ ВЫХОДНЫХ

ЕДИНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ ПО ПРИЕМУ И ПЕРЕРАБОТКЕ:

- ЛОМА ЧЕРНЫХ МЕТАЛЛОВ
- ЛОМА ЦВЕТНЫХ МЕТАЛЛОВ
- ПРОМЫШЛЕННЫХ ОТХОДОВ

100М

ЖУГЛАСЬОМ СЬОД ДА УНА РОМА КОРТ, ПРОМЫШЛЕННОЙ КОЛАСЬЯС ВОСЬОМ ДА ВЫЛЫСЬ ВОЧОМ ОТУВ УДЖОВМОС

100М

РАСЧЕТ НА МЕСТЕ

В зависимости от конфигурации здания для оформления экстерьера фасада применяются различные виды фасадных вывесок (световые и не световые короба, баннеры, баннеры на металлокаркасе и т.п.)

9. ИНТЕРЬЕР



shrott.ru



8-800-200-122-7

9. ИНТЕРЬЕР

При оформлении интерьеров в офисах и пунктах приема компании ШРОТТ используются цвета по брендбуку.

Для стен основные цвета для использования: белый, светло-серый и темно-серый из фирменной палитры компании. Возможно незначительное использование красного цвета для выделения перегородки или зонирования помещения.



В зоне обслуживания клиентов допустимо использовать более активно красный цвет: стулья для ожидания клиентов, в информационных табличках, указателях, перегородках, аксессуарах и т.д.

Важно! Красный цвет не должен быть преобладающим в интерьере и используется в помещении только в виде ярких акцентов.



Рабочие места, оборудуются эргономичной и модульной мебелью, чтобы была возможность располагать в зависимости от конфигурации помещения.

Мебель подбирается неярких оттенков максимально подходящих к фирменным цветам. Предпочтительны серые цвета разной насыщенности. Возможно использование в мебели поверхностей в светло-серой и темно-серой гамме, но с имитацией текстуры («дерево», «мрамор» и т.п.).



Черный цвет в интерьере используется аккуратно, чтобы не создать перенасыщения в общей гамме темных цветов в помещении. Допускается использование черного цвета в таких деталях, как мебель, кресла сотрудников, межкомнатных дверях, в профилях, молдингах и т.п.

Важно! Интерьер должен быть спокойным, деловым и производить общее впечатление строгости и солидности.

