



Pi-Automatic

Brandbook

Руководство по использованию
и производству фирменного
стиля и его носителей.

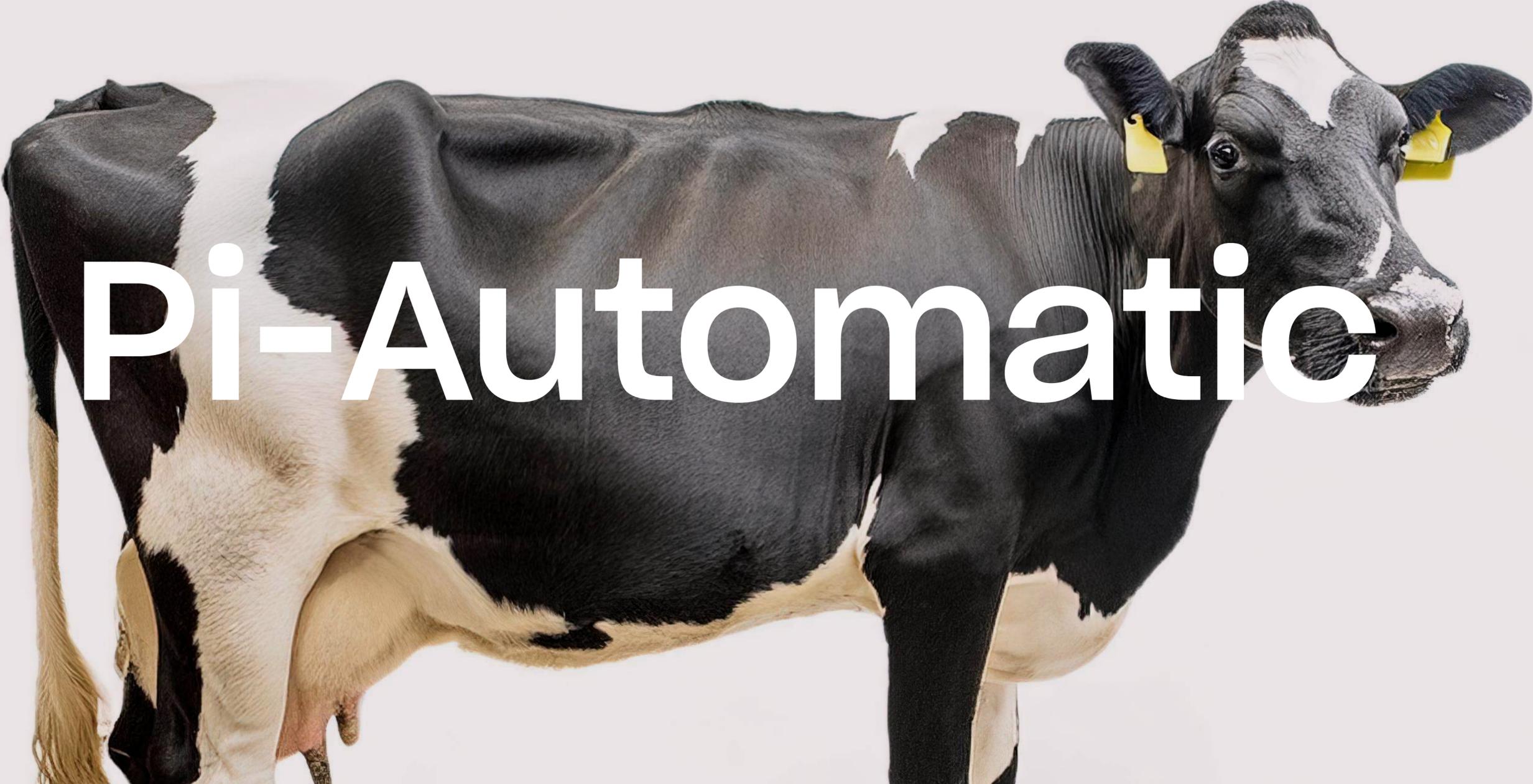
Если у вас возникли вопросы по
использованию фирменного стиля или
требуется исходные материалы, вы
можете обратиться к авторам документа.



В данном разделе размещены слайды,
раскрывающие специфику деятельности
компании, ее подход и уникальность

Brand ————— 1 — 3

Эта информация понадобится тем,
кто впервые взаимодействует с
брендом компании.

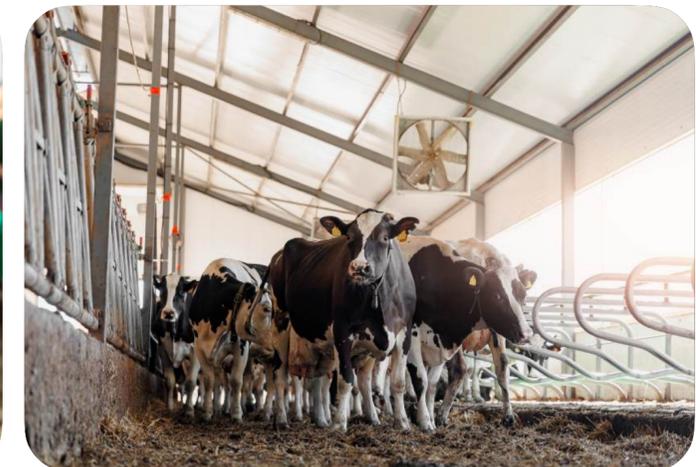


Pi-Automatic

Компания

Деятельность компании направлена на разработку и внедрение систем управления микроклиматом для птицеводства, свиноводства, овощехранилищ тепличного хозяйства и крупного рогатого скота. Собственное производство позволяет изготавливать оборудование высокого качества в соответствии с международными стандартами.

Комментарии к слайду будут размещены здесь и далее. Обратите внимание, что в правой верхней части каждого слайда после символа ⌘ указан путь, по которому находятся исходные материалы или ссылки на внешние файлы.



Бренд

Бренд компании выстраивает позиционирование за счет доступного оборудования, его отказоустойчивости, ремонта и удаленной диспетчеризации. Таким образом компания символизирует надежность, универсальность, понятность и лаконичность.

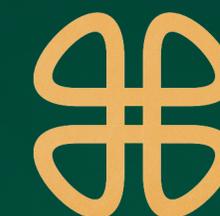
Подробное исследование по позиционированию бренда вы можете найти в отдельной презентации. Если у вас возникнут вопросы в отношении эксплуатации бренда - вы всегда можете связаться с амбассадором бренда.



Сфера

В целях соблюдения конкурентной способности бренда, было проведено исследование сферы деятельности для того, чтобы определить критерии, на которых строится базовый образ бренда в других компаниях. Таким образом, ниже продемонстрирован логотип компании и ее конкурентов, что позволило нам определить основные принципы в процессе разработки логотипа компании.

Как можно заметить, брендам конкурентов не хватает строгости и современности, чтобы продемонстрировать весь уровень качества, а также, эти бренды нельзя назвать аккуратными или стройными, в то время как логотип компании соответствует этим требованиям.



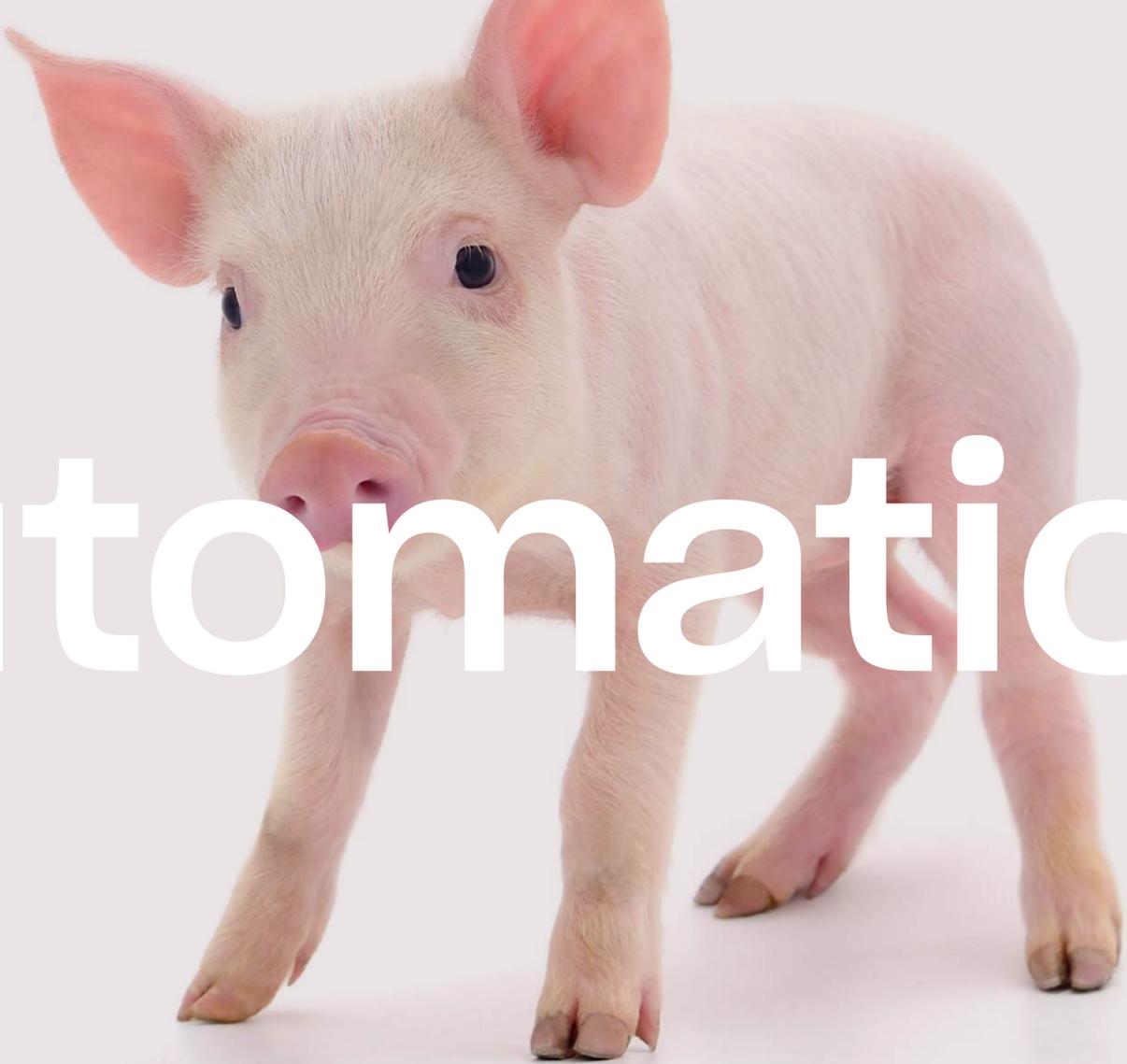
Pi-Automatic

системы управления микроклиматом

Раздел предназначен для обозначения основных стандартов использования фирменного стиля и его геометрии

Canon ————— 2 — 3

Включает в себя разделы всех видов логотипа, форм его построения и правил эксплуатации.

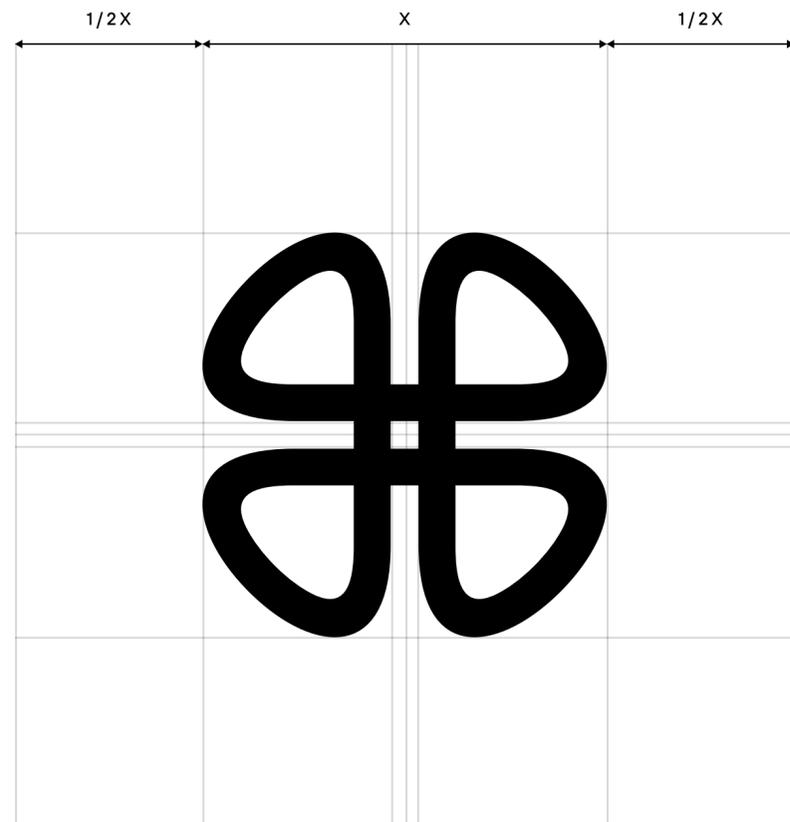


Pi-Automatic

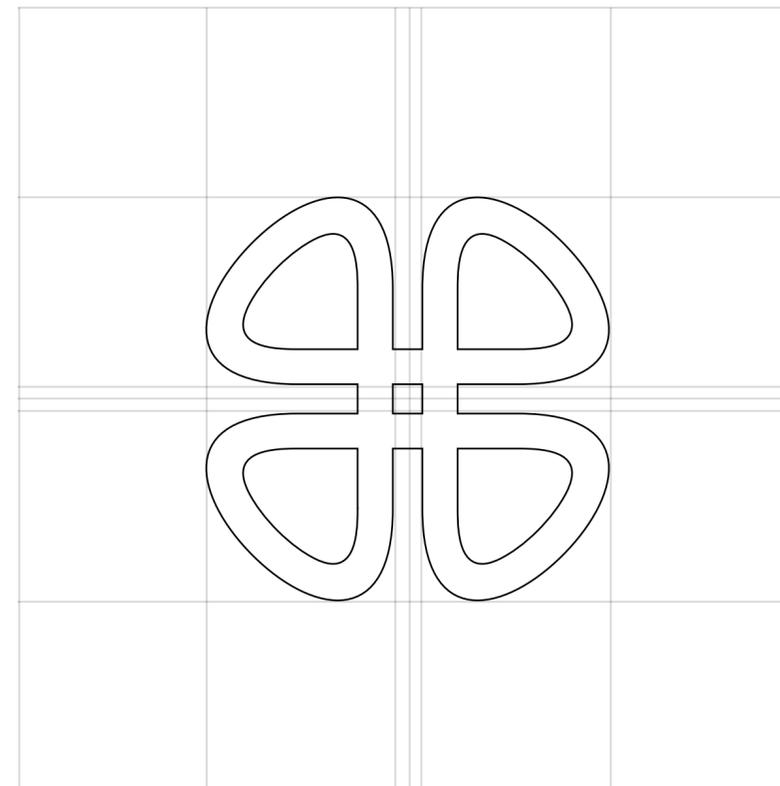
Символ

Автономным элементом фирменного стиля является символ компании, он представляет собой метафору направлений деятельности компании в виде четырехлистника, символизируя комплексный подход и возможности.

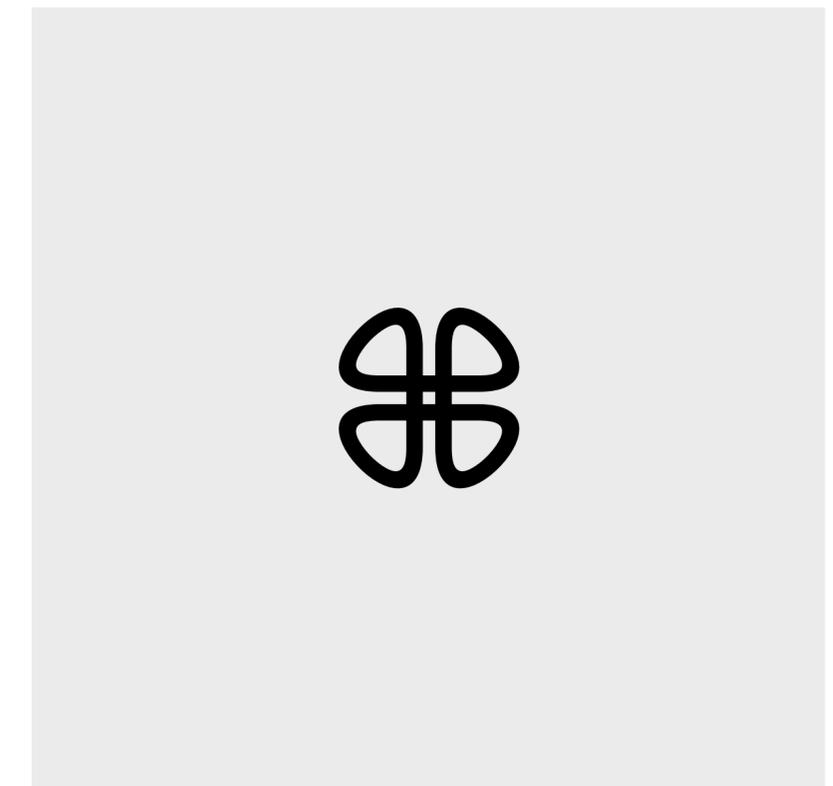
Данный элемент фирменного стиля допустимо использовать как автономно, так и в комбинации с другими элементами фирменного стиля, однако важно учитывать читабельность его линий, поскольку внутренние отступы могут сливаться.



Охранное поле



Охранное поле



Метод исполнения



Строка

Версия логотипа в комбинации символики и лите́ринга представляет собой наиболее универсальный формат презентации компании, который бы подошел для большинства пропорций. В данном варианте сохраняется читабельность и узнаваемость бренда, что крайне важно для универсальной версии.

Строчная версия логотипа может быть использована как в комбинации с декодером через разделитель, так и без него. Выбор зависит от плоскости, на которой размещается логотип.



 **Pi-Automatic** | системы управления
микроклиматом

Горизонталь

Данная версия наиболее удобна для горизонтального использования, при которой композиция названия и декодера будет отображаться в две строки. Подобное решение отлично подойдет для размещения в тех случаях, когда требуется обозначить вектор деятельности компании.



Обращаем ваше внимание, что логотип выстраивается за счет геометрической пропорции, как это отображено на чертеже ниже. Данный принцип позволяет воспроизводить и аргументировать логотип и его симметрию.





Pi-Automatic
системы управления микроклиматом

Вертикаль

Полная версия логотипа это его комбинация из символики, логотипа и декодера. Данный вариант допустимо использовать для больших изображений и крупной печати. Леттеринг должен всегда оставаться читабельным, а логотип узнаваем. Формулировка декодера или слогана может быть изменена в зависимости от направленности.



Охранное поле

Стоит также отметить, что в качестве альтернативной версии данной формы логотипа может быть использован вариант без упоминания декодера или слогана, чтобы упростить восприятие бренда.



Версия без декодера



Pi-Automatic

системы управления микроклиматом

Данный раздел предполагает демонстрацию
основных положений по использованию
стилистических решений фирменного стиля

Style ————— 3 — 3

Включает в себя разделы по палитре,
типографике, контрастированию,
эффектам и др.



Pi-Automatic

Палитра

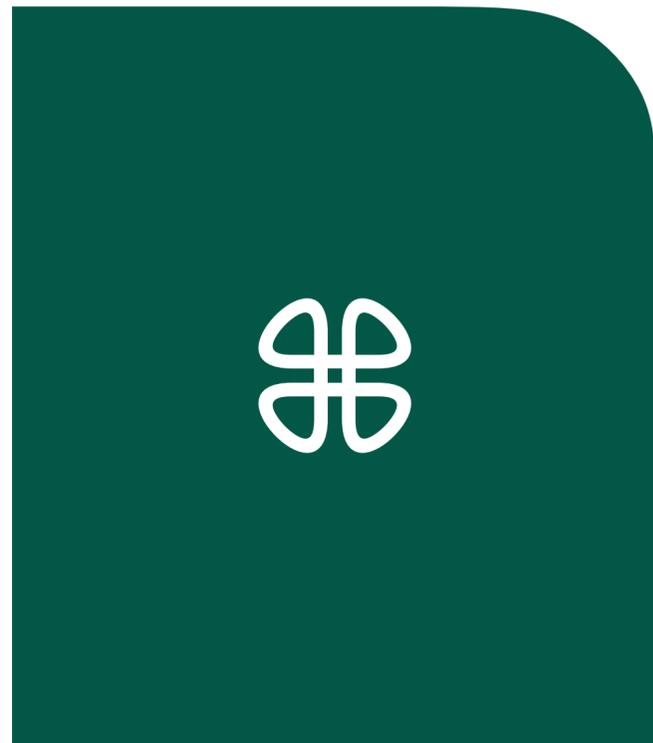
Цветовая гамма компании состоит из трех основных и трех дополнительных оттенков, каждый из которых имеет свое назначение в общей композиции, важно соблюдать ее так, как это продемонстрировано далее.

Ниже располагается цифровое значение оттенков в разных палитрах - это позволит точно попасть в цвет при изготовлении носителей фирменного стиля.

Темный фоновый

Темно-зеленый

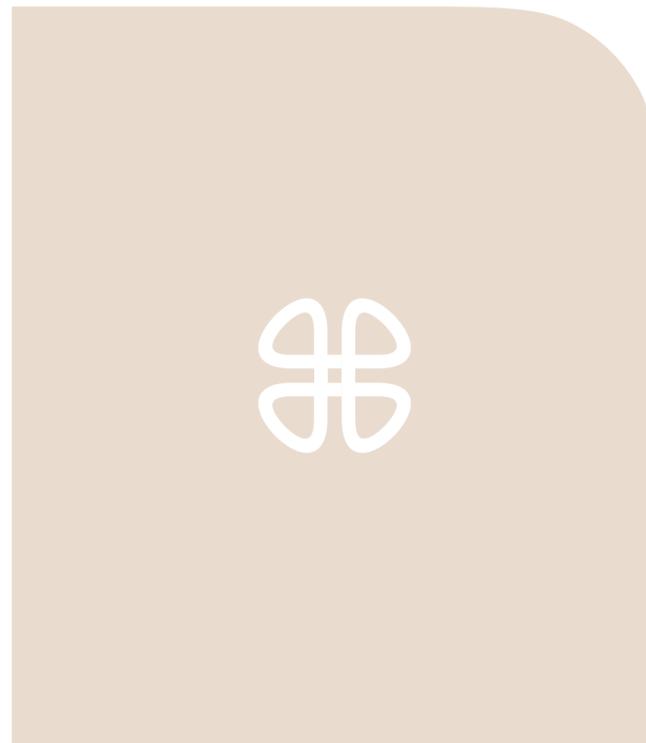
HEX ————— 035746
PTN ————— 323 C
CMK ————— 49.0.27.40



Светлый фоновый

Гейнсборо

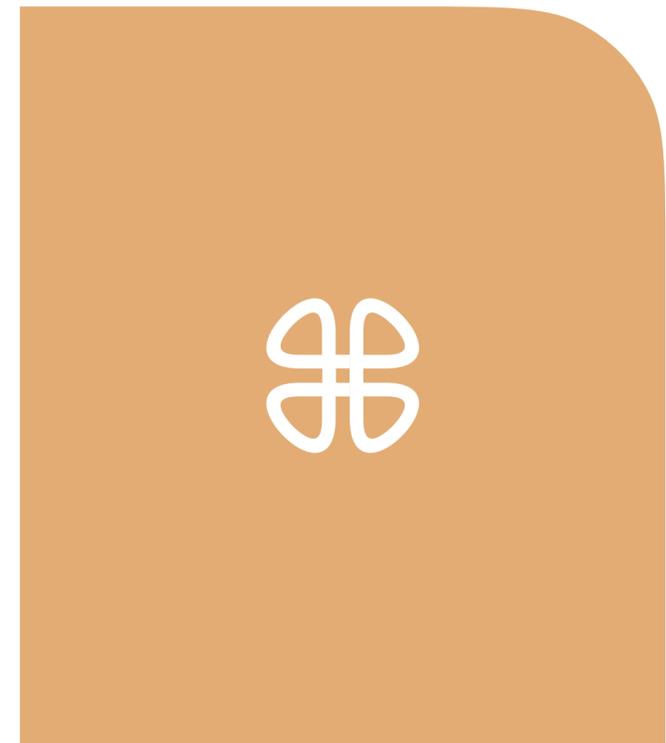
HEX ————— E9DCCF
PTN ————— 7534 C
CMK ————— 0.5.10.9



Основной акцентный

Перекати-поле

HEX ————— E2AC74
PTN ————— 135 C
CMK ————— 0.21.43.11



Темный фоновый

Темно-зеленый

#060A30

Альтернативный темный фоновый

Изумрудный

#034F40

Светлый фоновый

Гейнсборо

#EEF4FF

Альтернативный светлый фоновый

Кремовый

#FFFOE0

Основной акцентный

Перекасти-поле

#0057FF

Альтернативный акцентный

Бледно-желтый

#FAC184

Типографика

Фирменная типографика предполагает использование трех шрифтовых семейств - это Montserrat, TT Hoves и Sharp Grotesk. Каждый из них выполняет определенную функцию для формирования акцентов и композиции, поэтому рекомендуется соблюдать их назначение.

Также, стоит учесть, что при использовании типографики над работой для цифровых ресурсов, например для сайта, не следует использовать более 3-4 начертаний, поскольку это может сказаться на скорости загрузки ресурса.

Montserrat

Акцентный шрифт

Используется для оформления акцентных элементов, таких как кнопки, ссылки, альтернативные источники и др.

REGULAR BOLD

№1

TT Hoves

Базовый шрифт

Используется для оформления текстовых блоков или заголовков, имеет более простую геометрию, благодаря чему повышает читабельность.

REGULAR MEDIUM DEMIBOLD

№2

Sharp Grotesk

Декоративный шрифт

Используется для оформления декоративных элементов и только в небольшом количестве, а также для коротких заголовков в медиа.

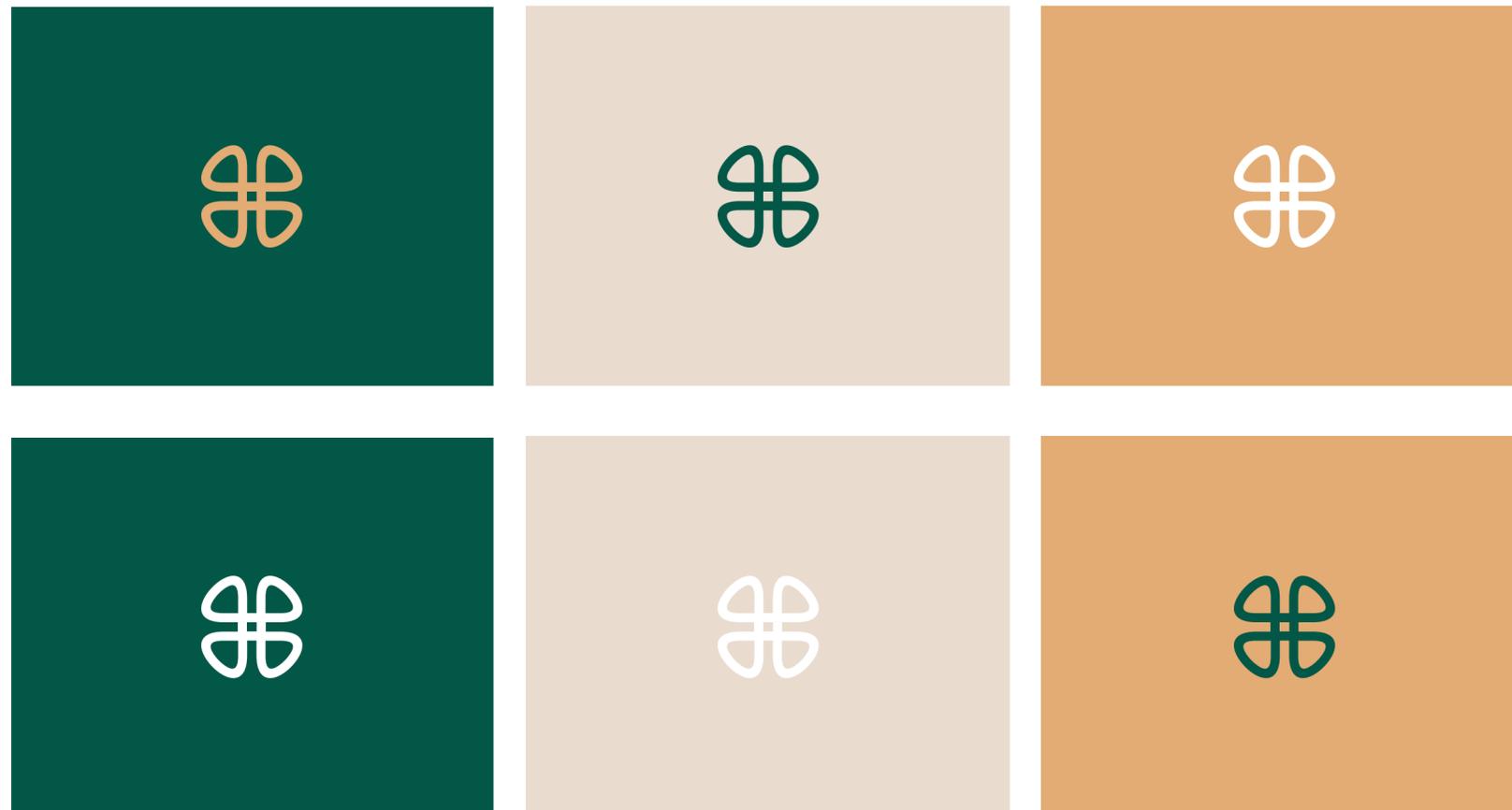
REGULAR MEDIUM

№3

Контраст

Чтобы создать правильный образ компании, нужно следить за уровнем контрастности элементов бренда. Вот общие принципы, как это делать на примере логотипа. От того, насколько хорошо воспринимаются элементы бренда, зависит, насколько узнаваемой и влиятельной будет компания.

Рекомендуется на цветных и неоднородных поверхностях размещать темную версию логотипа, в то время как для размещения на однородных поверхностях следует использовать светлую или цветную версию логотипа.



Правильное использование контрастирования

Не рекомендуется к использованию

Обращение Для контроля качества необходимо соблюдать правила того, как не следует использовать элементы фирменного стиля, что распространяется на все его виды

Можем показаться, что данные инструкции слишком очевидны, чтобы указывать их в документе, однако данные ошибки - это прецеденты, которые имеют место быть.



- 01 Внесение изменений в логотип: нарушение пропорций, композиционные изменения
- 02 Искажение пропорций логотипа
- 03 Полное или частичное изменение цветов логотипа
- 04 Использование других шрифтов в начертании логотипа и создание собственных версий знака
- 05 Заполнение охранной зоны логотипа различными чужеродными символами или элементами
- 06 Применение различных эффектов, затрудняющих прочтение логотипа.

Фотографии

При выборе изображений допустимо использовать фотографии рабочего процесса, либо иллюстрации животных из разных направлений предприятий клиентов. Такие материалы должны иметь высокое разрешение, правильный ракурс и композицию, чтобы соответствовать имиджевой подаче бренда.

В исходных материалах фирменного стиля вы можете обнаружить заготовленные фотографии, которые допустимо использовать в ресурсах бренда.





Pi-Automatic

Brandbook

Если у вас возникли вопросы по использованию фирменного стиля или требуются исходные материалы, вы можете обратиться к авторам документа.

