



ГУЛЛИВЕР

Руководство по использованию
фирменного стиля



Содержание гайдлайна

I. Фирменные цвета

- a. Основные фирменные цвета и их связь с миссией компании.
- b. Характеристика фирменных цветов по шкале CMYK и номерам PANTONE.

II. Основные шрифты.

III. Логотип.

- a. Основные пропорции логотипа
- b. Варианты использования логотипа



I. Фирменные цвета

а). Основные фирменные цвета и их связь с миссией компании.

Основными фирменными цветами торгово-развлекательного комплекса «Гулливвер» являются темно-синий, красный и желтый. Дополнительным цветом является производный от синего голубой цвет.

Миссией торгово-развлекательного комплекса является предоставление жителям Петербурга широкого ассортимента товаров и услуг при наличии высокого уровня комфорта и обслуживания. Исходя из этого, представлена следующая эмоционально-образная характеристика трех основных фирменных цветов:

1. Синий – уют, безопасность и гармония пространства
2. Красный – энергия постоянного развития и совершенствования
3. Желтый – радость и удовольствие

Голубой, являясь дополнительным цветом, выражает свободу и процветание.

Эмоционально-образная характеристика фирменных цветов необходима для устойчивого закрепления в сознании посетителей и бизнес-партнеров «Гулливвера» единого образа всего комплекса. Сочетание трех основных фирменных цветов должно вызывать устойчивую положительную ассоциацию, связанную с комплексом. Именно поэтому рекомендуемая последовательность расположения фирменных цветов это: 1) синий 2) красный 3) желтый или с применением дополнительного цвета 1) голубой 2) синий 3) красный 4) желтый (в соответствии с их последовательностью на логотипе).

Основные фирменные цвета должны присутствовать на всех печатных и электронных документах торгово-развлекательного комплекса «Гулливвер».



b). Характеристика фирменных цветов по шкале СМУК и номерам PANTONE.

СМУК:



СИНИЙ C = 100, M = 69, Y = 0, K = 11.



КРАСНЫЙ C = 0, M = 100, Y = 91, K = 0.



ЖЕЛТЫЙ C = 0, M = 27, Y = 100, K = 0.



ГОЛУБОЙ C = 100, M = 30, Y = 0, K = 0.

При разработке дизайна допускается использование белого цвета при его характеристиках C = 0, M = 0, Y = 0, K = 0.

PANTONE solid coated:

СИНИЙ - 287 C, **КРАСНЫЙ** - 485 C, **ЖЕЛТЫЙ** - 130 C,

ГОЛУБОЙ - Process Blue C

Пленка ORACAL:

СИНИЙ – 049 (королевский синий), **КРАСНЫЙ** - 031, **ЖЕЛТЫЙ** - 021,

ГОЛУБОЙ - 053



II. Основные шрифты

Основными шрифтами, используемыми в наружной рекламе и навигации, а также при создании макетов сувенирной продукции и документации являются Franklin Gothic Book, Franklin Gothic Demi и Franklin Gothic Heavy.

FRANCLIN GOTHIC BOOK

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз
Ии Йи Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр
Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ
Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя ().,
! ? @ % « » – №

FRANCLIN GOTHIC DEMI

**Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз
Ии Йи Кк Лл Мм Нн Оо Пп
Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч
Шш Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю
Яя ()., ! ? @ % « » – №**



FRANCLIN GOTHIC HEAVY

**Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж
Зз Ии Йи Кк Лл Мм Нн Оо
Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц
Чч Шш Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ
Юю Яя () . , ! ? @ % « » – №**

III. Логотип

а). Основные пропорции логотипа.

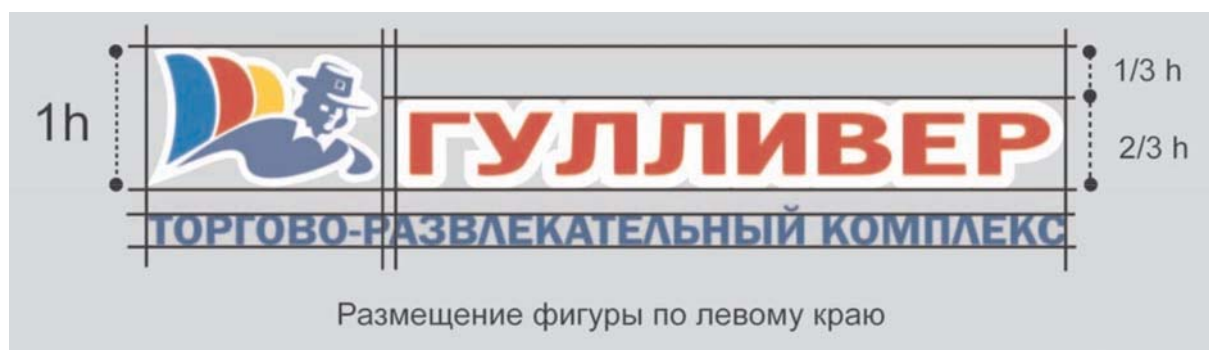
Вариант 1



Фигура Гулливера размещается четко по центру. Слова «ГУЛЛИВЕР» и «торгово-развлекательный комплекс» размещены по ровным горизонтальным осям и вместе по вертикали составляют примерно 1/3 от высоты фигуры.



Вариант 2



Фигура Гулливера размещена слева. Ее длина равна примерно 1/4 от общей длины логотипа. Слова «ГУЛЛИВЕР» и «торгово-развлекательный комплекс» размещены по ровным горизонтальным осям. Слово «ГУЛЛИВЕР» по высоте равно 2/3 высоты фигуры.

б). Варианты использования логотипа.

1. На любом цветном фоне (используется логотип с белой обводкой)



Данные варианты применимы при использовании, как на однородном фоне, так и на градиентах и фото изображениях.



2. На белом или любом светлом фоне (используется логотип без обводки).



В отдельных случаях может использоваться монохромное изображение логотипа (т.е. с использованием только одного цвета).



На сувенирной продукции маленького размера допустимо использование горизонтального логотипа без слов «торгово-развлекательный комплекс».