



РУКОВОДСТВО ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ  
ЛОГОТИПА КОМПАНИИ AVTOSLIV





## О РУКОВОДСТВЕ

Данное руководство содержит описание правил и элементов стиля.

Они — утверждённый стандарт при решении оформительских задач.

Руководство призвано помочь дизайнерам, технологам и сотрудникам компании, качественно, корректно и с минимальными затратами времени выполнять работу.

К руководству прилагаются необходимые файлы, макеты, изображения.

Используйте только оригинальные файлы на которые ссылается данное руководство. Ссылки на них отмечаются знаком папки (📁).

# СОДЕРЖАНИЕ

## КОМПАНИЯ AVTOSLIV

### ЛОГОТИП

Знак.....	7
Основной логотип.....	8
Логотип с подписью.....	9
Логотип-ссылка.....	10
Использование логотипа.....	11
Недопустимое использование.....	13

### ЦВЕТА

Основные цвета.....	14
Дополнительные цвета.....	15

### ШРИФТЫ

Основной шрифт.....	16
Заменяющий шрифт.....	17

## КОМПАНИЯ AVTOSLIV

ООО «Система Регистрации Автомобилей» разработала и запатентовала «3D фото-видеостанции для виртуального авторынка». «Виртуальный авторынок», подразумевает виртуальные площадки, связанные с автомобильной тематикой — это авто сайты, порталы, группы в социальных сетях, газеты, журналы, доски объявлений.

Инновация проста и полезна. Автомобиль заезжает на станцию, происходит фото-видеосъемка и создание объявления. После, объявление отправляется к участникам рынка продаж автомобилей для размещения, экономя до нескольких часов времени клиента и не требуя регистрации в этих сервисах.

### ГРАФИЧЕСКАЯ ИДЕЯ

Автомобиль подвергается сканированию прежде, чем он превратится в объявление. Основу логотипа составляет вращающаяся по спирали стрелка — «сканирующий луч», буквально обтекая и поглощая объект.

## ЗНАК

Знак Автослива — характерная буква А со стрелкой. Мы видим знак законченной формой, однако в анимации и брендировании, стрелка вращается по спирали, сканируя объект по форме и «оцифровывая» его.

В зависимости от задачи, знак и текстовый логотип допустимо использовать по-отдельности, если такое применение решает задачу идентификации компании.



## ОСНОВНОЙ ЛОГОТИП

logo/main

Основная версия логотипа используется без подстрочной фразы в вертикальной и горизонтальной компоновке. По мере возможности, следует использовать именно вертикальную версию логотипа.



avtosliv\_logo\_ver.eps



15 мм —  
минимальная ширина  
вертикальной версии



avtosliv\_logo\_hor.eps



25 мм —  
минимальная ширина  
горизонтальной версии



## ЛОГОТИП С ПОДПИСЬЮ

logo/tagline

При необходимости используется логотип с расшифровкой деятельности компании — подстрочной фразой.



avtosliv\_logo\_tag\_ver.eps



30 мм —  
минимальная ширина  
вертикальной версии



avtosliv\_logo\_tag\_hor.eps



35 мм —  
минимальная ширина  
горизонтальной версии

## ЛОГОТИП-ССЫЛКА

logo/link

В редких случаях, например на выставках или при деловой активности в смежных рынках компании, используется логотип-ссылка. Он прямо указывает адрес сайта компании.



avtosliv\_logo\_link.eps



30 мм — минимальная ширина логотипа-ссылки



avtosliv\_logo\_link\_tag.eps



35 мм — минимальная ширина логотипа-ссылки с подстрочной фразой

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГОТИПА

Работать с логотипом просто — здравый смысл и 3 правила:

1. Допустимо использовать знак и текстовый логотип по-отдельности.
2. Сила логотипа в свободном пространстве. Чем больше места, тем лучше.
3. На цветных, неоднородных фонах и фотоизображениях используйте вариант, обеспечивающий максимальный контраст.

Если есть сомнения о достаточном пространстве, используйте стрелку, как основу измерений.



## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГОТИПА

При размещении на цветных фонах соблюдается принцип максимального контраста.



Если добиться контраста не получается, можно использовать плашки, окрашенные в фирменные цвета.

## НЕДОПУСТИМОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГОТИПА

Предполагается свободное использование логотипа в оформительских работах, используя главный принцип — здравый смысл. Однако есть некоторые ограничения, которым надлежит следовать:

1. Не искажайте пропорции логотипа.
2. Используйте только 6 приведённых вариантов компоновки знака и подписи.
3. Окрашивайте логотип только в основные и дополнительные цвета компании.
4. Не применяйте к логотипу декоративных эффектов и обводок.



## ОСНОВНЫЕ ЦВЕТА

### АВТОСЛИВ КРАСНЫЙ

CMYK: 0/100/90/0

RGB: 240/25/45

PANTONE 185C

RAL: 3024

### АВТОСЛИВ СЕРЫЙ

CMYK: 0/0/0/70

RGB: 110/110/110

RAL 000 45 00

## ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ЦВЕТА

КРАСНО-  
КОРИЧНЕВЫЙ

СМΥΚ:  
0/100/90/90

RGB:  
60/0/0

PANTONE 185C  
RAL: 020 20 29

КОРИЧНЕВО-  
БОРДОВЫЙ

СМΥΚ:  
0/100/90/70

RGB:  
105/0/0

PANTONE 185C  
RAL: 040 30 40

ТЁМНЫЙ  
КРАСНЫЙ

СМΥΚ:  
0/100/90/50

RGB:  
140/0/15

PANTONE 185C  
RAL: 030 30 45

СРЕДНИЙ  
КРАСНЫЙ

СМΥΚ:  
0/100/90/25

RGB:  
185/20/35

PANTONE 185C  
RAL: 030 40 60

ТЁМНЫЙ  
СЕРЫЙ

СМΥΚ:  
0/0/0/95

RGB:  
50/50/50

RAL: 000 15 00

ПЕПЕЛЬНЫЙ  
СЕРЫЙ

СМΥΚ:  
0/0/0/85

RGB:  
80/80/80

RAL: 000 35 00

СРЕДНИЙ  
СЕРЫЙ

СМΥΚ:  
0/0/0/55

RGB:  
140/140/140

RAL: 000 55 00

СВЕТЛЫЙ  
СЕРЫЙ

СМΥΚ:  
0/0/0/40

RGB:  
170/170/170

RAL: 000 70 00

## ОСНОВНОЙ ШРИФТ

FUTURA PT (LIGHT, MEDIUM, BOOK)

Все носители и рекламные материалы необходимо набирать шрифтом  
Футура — светлой (light), средней (medium) и книжной (book) гарнитурами.

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз Ии Йй

Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф

Хх Цц Чч Шш Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk

Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv

Ww Xx Yy Zz

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 №

! ? : ; \* « » ( ) [ ] < > % @ ₪ \$



## ЗАМЕНЯЮЩИЙ ШРИФТ

### VERDANA

Если использование Futura невозможно, следует использовать шрифт Verdana. Подобная ситуация может возникнуть: при разработке ПО, использовании текстовых редакторов, отсутствии шрифтов у партнёров. Используйте только нормальное (regular) начертание.

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз Ии Йй  
Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф  
Хх Цц Чч Шш Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk  
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv  
Ww Xx Yy Zz

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 №

! ? : ; \* « » ( ) [ ] < > % @ \$





**ТОКШОК**

Разработано в студии Токшок в 2015 году  
[tokshok.ru](http://tokshok.ru)