

ЛОГОТИП

Цветовые вариации

На светлом фоне логотип печатается синим цветом (PANTONE 286C). Для промо изделий с применением специальных материалов могут быть

использованы варианты цветов указанные ниже.

Синий (Pantone 286 C /с 100+M 80)



Черный (только для черно-белой печати)



Серебро (Pantone 877 C)



Золото (Pantone 871 C)



*Не использовать логотип серого оттенка на сером фоне

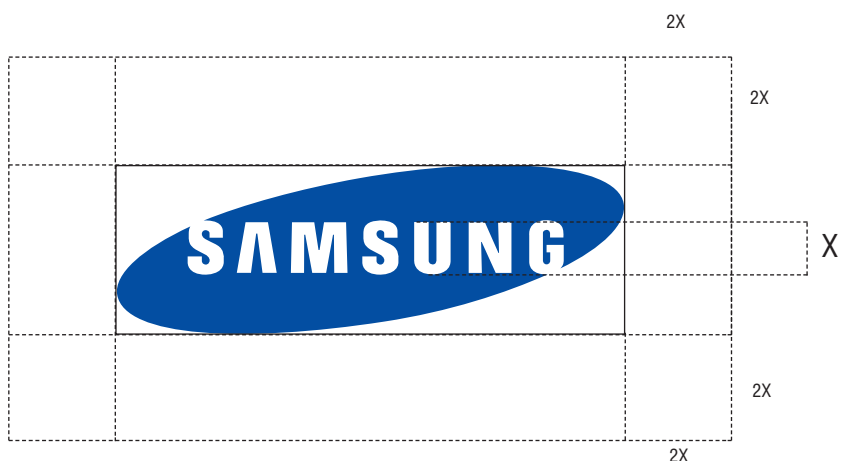
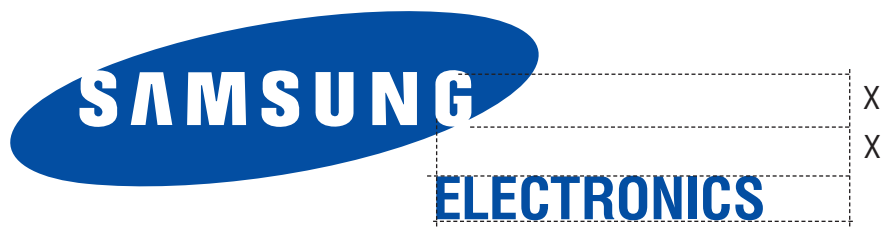
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГОТИПА

Поля

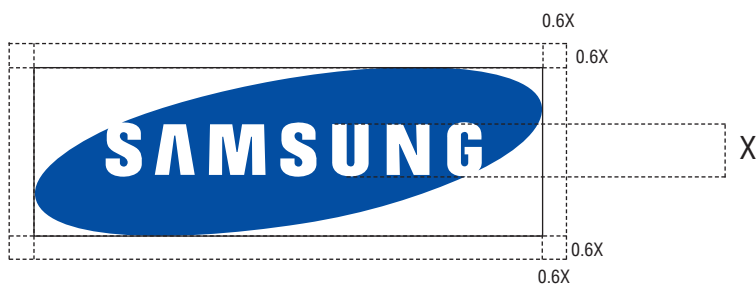
Для усиления визуальной эффективности необходимо соблюдать определенный размер отступа вокруг логотипа. Овал логотипа призван способствовать продвижению образа Самсунга как динамичной прогрессивной компании. Прочие элементы макета, помещенные возле логотипа, могут уменьшить его графическую образность. Т.е. отступы, как показано на иллюстрации- стандартные

“Поля типа А” должны строго соблюдаться во всех случаях как наиболее предпочтительный стандарт. Альтернативные стандарты, представленные ниже, как “Стандарт поля типа В” могут применяться только в тех случаях, когда используются определенные носители (щиты, растяжки, надписи) или когда необходимо усилить зрительное восприятие или узнаваемость логотипа.

А Стандартные поля



В Стандартные поля (щиты, растяжки, надписи)



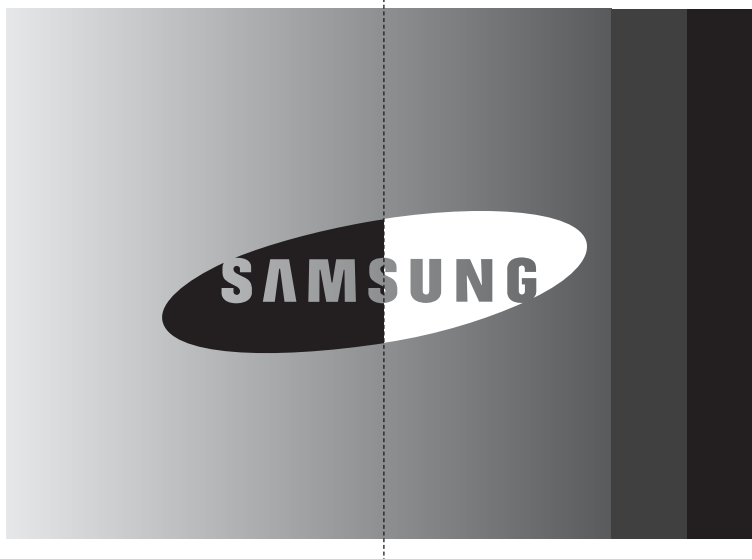
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГОТИПА

Расположение на фоне

Логотип должен быть контрастным к фону.
На светлом фоне используется синий,
на темном белый логотип.

Использование логотипа на черно-белом фоне

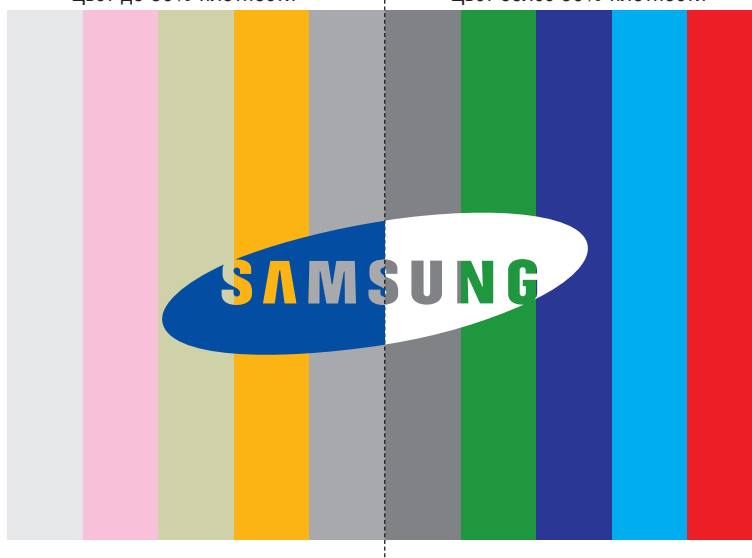
10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%



Использование логотипа на цветном фоне

Цвет до 50% плотности

Цвет более 50% плотности



ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГОТИПА

Расположение на фоне

Главным критерием выбора фона является его цветовой контраст к логотипу.

Ниже приводятся примеры наиболее удачного цветового сочетания логотипа и фона.

Если цвет фона отличается от приведенных в этом примере, необходимо выбирать наиболее близкие из цветовых сочетаний показанных ниже.

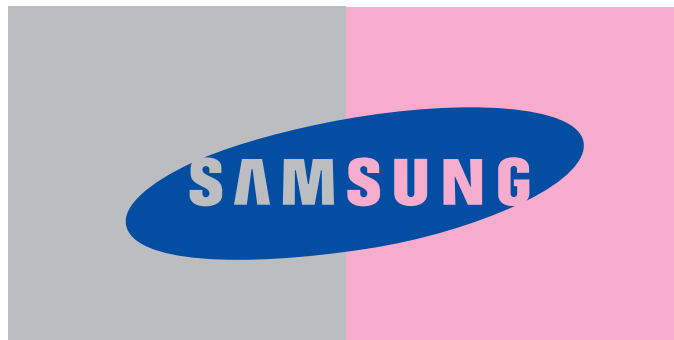


ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГОТИПА

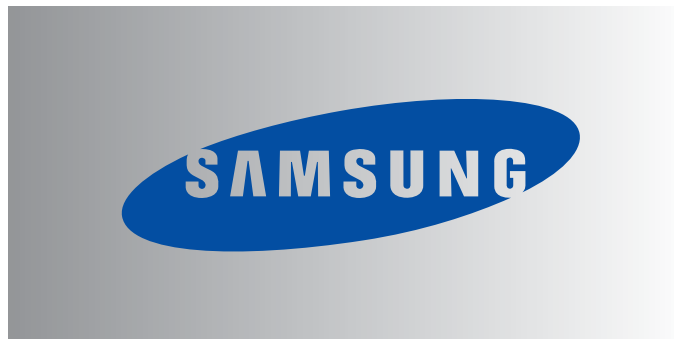
Расположение на фоне

Идеальным фоном для логотипа служит одноцветный. Необходимо стараться избегать использования более чем 1 цвета для фона логотипа.

Однако в отдельных случаях использование цветного фона может быть необходимо.



Логотип может размещаться на двухцветном фоне, если оба цвета входят в список приведенный в цветовых стандартах на предыдущей странице. Однако использование более чем одного цвета надо по возможности избегать.



Если логотип размещается на фоне, имеющем цветовую градацию, цвет слова на логотипе должен соответствовать цвету фона.



В исключительных случаях при размещении логотипа на многоцветном фоне – можно поместить его в белой рамке. Размер рамки должен быть больше, чем предписано разделом об отступах.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГОТИПА

Некорректное использование

Для соблюдения корпоративного стиля логотип не должен перерисовываться или изменяться.

Ниже приведены примеры некорректного использования логотипа.



Не менять угол наклона овала



Не менять форму овала



Не использовать другие шрифты для написания названия торговой марки



Не ставить логотип на фон со сложной текстурой



Не изменять цвет фона и написания логотипа (не использовать написание торговой марки синим на белом овале)



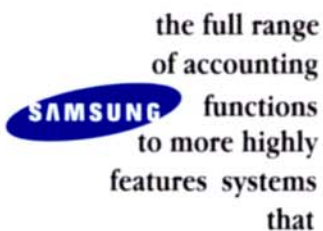
Не воспроизводить логотип в виде обводки



Не искажать логотип



Не использовать фильтры и эффекты



Не ставить логотип внутри текста



Не воспроизводить логотип внутри заголовка

Основной шрифт - Helios.
Helios Condensed и regular подходят для
напечатания текста.
Они также подходят для заголовков
и подписей под картинками.

Helios Bold выбирают, когда текст имеет
небольшой размер, но необходимо привлечь
к нему внимание. Этот шрифт подходит
также для заголовков и подзаголовков.

АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЭЮЯЪ
абвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщэюяъ

АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЭЮЯЪ
абвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщэюяъ

АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЭЮЯЪ
абвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщэюяъ

АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЭЮЯЪ
абвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщэюяъ

АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЭЮЯЪ
абвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщэюяъ

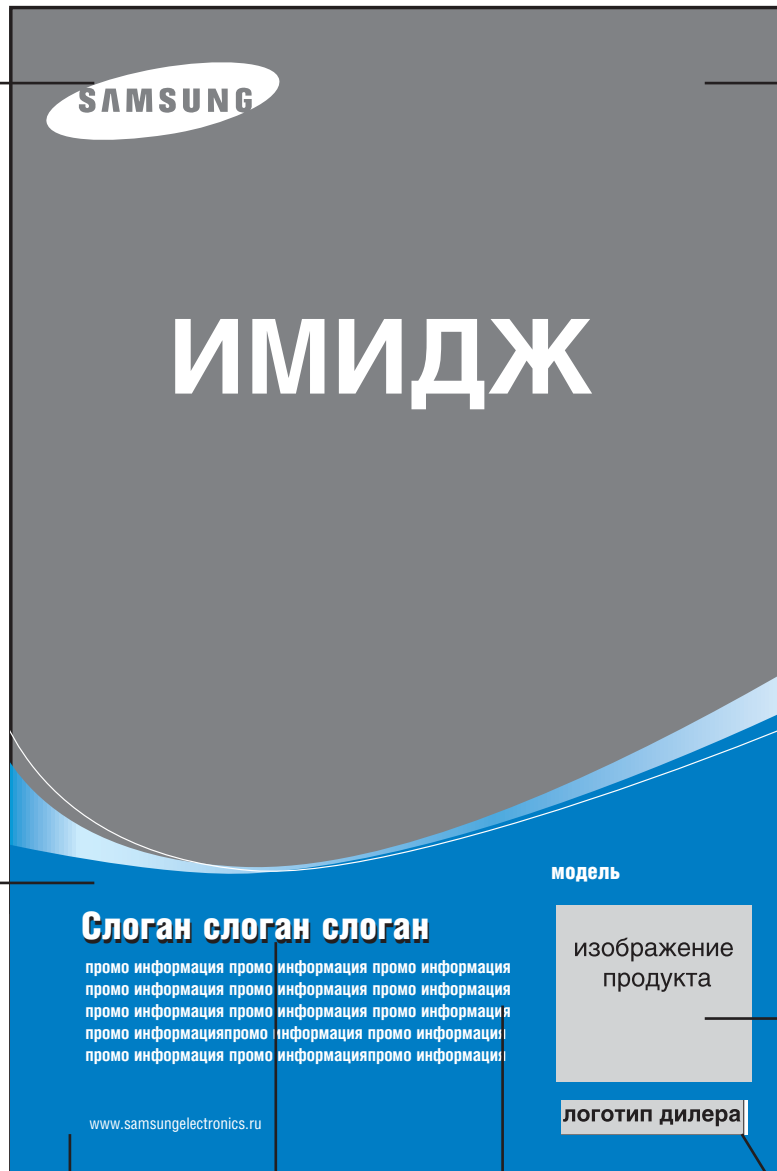
АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЭЮЯЪ
абвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщэюяъ

АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЭЮЯЪ
абвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщэюяъ

Логотип Samsung следует располагать в верхнем левом углу рекламного объявления. При расположении на светлом участке фона цвет логотипа – синий (Pantone 286C); при расположении на темном участке фона цвет логотипа – белый.

Использование эллипса позволяет еще раз отразить и подчеркнуть логотип Samsung в рекламном объявлении, тем самым способствуя созданию единого и оригинального визуального стиля для всех рекламных объявлений. Отражая динамичный современный характер марки Samsung, эллипс объединяет остальные элементы композиции. Как правило, при вертикальном формате используется большой овал, при горизонтальном формате – малый овал.

Цвет фона
С – 100%,
М – 40%,
Y – 0,
K – 0.



Основное изображение
Никогда не выходит за пределы эллипса. Служит для демонстрации связи между потребителем и рекламируемым продуктом. Изображение должно быть простым, понятным и, по возможности, реалистичным. Собственная композиция изображения также не должна быть перегружена.

Фотография продукта
Показывая рекламируемый продукт как он есть, следует использовать все технические возможности фотографии, чтобы максимально убедительно подчеркнуть внешний вид, функциональность и т.д.

Интернет-адрес
Как правило, используется в сочетании с номером телефона информационной службы. Является самым нижним элементом композиции.

Слоган/заголовок
Выделяется размером шрифта и тенью. Являясь отражением философии марки Samsung, слоган в то же время ярко и емко сообщает об основном преимуществе рекламируемого продукта.

Основной текст
Лаконично, интересно и уместно доносит основные преимущества рекламируемого продукта. Объем текста обуславливается количеством и соотношением прочих элементов композиции. Размер кегля основного текста не может быть менее 9 пунктов.

Логотип дилера
располагается в правом нижнем углу рекламного объявления. Размеры логотипа не должны превышать размеров логотипа Samsung.

Логотип Samsung следует располагать в верхнем левом углу рекламного объявления. При расположении на светлом участке фона цвет логотипа – синий (Pantone 286C); при расположении на темном участке фона цвет логотипа – белый.

Основное изображение
Никогда не выходит за пределы эллипса. Служит для демонстрации связи между потребителем и рекламируемым продуктом. Изображение должно быть простым, понятным и, по возможности, реалистичным. Собственная композиция изображения также не должна быть перегружена.

Фотография продукта
Показывая рекламируемый продукт как он есть, следует использовать все технические возможности фотографии, чтобы максимально убедительно подчеркнуть внешний вид, функциональность и т.д.

Использование эллипса позволяет еще раз отразить и подчеркнуть логотип Samsung в рекламном объявлении, тем самым способствуя созданию единого и оригинального визуального стиля для всех рекламных объявлений. Отражая динамичный современный характер марки Samsung, эллипс объединяет остальные элементы композиции. Как правило, при вертикальном формате используется большой овал, при горизонтальном формате – малый овал.

Цвет фона
С – 100%,
М – 40%,
Y – 0,
K – 0.



В горизонтальном формате логотип дилера располагается в левом нижнем углу рекламного объявления. Размеры логотипа не должны превышать размеров логотипа Samsung.

Интернет-адрес
Как правило, используется в сочетании с номером телефона информационной службы. Является самым нижним элементом композиции.

Слоган/заголовок
Выделяется размером шрифта и тенью. Являясь отражением философии марки Samsung, слоган в то же время ярко и емко сообщает об основном преимуществе рекламируемого продукта.

Основной текст
Лаконично, интересно и уместно доносит основные преимущества рекламируемого продукта. Объем текста обуславливается количеством и соотношением прочих элементов композиции. Размер кегля основного текста не может быть менее 9 пунктов.

Логотип Samsung располагается в верхнем левом углу рекламного щита. Цвет логотипа – белый.

Основное изображение
Никогда не выходит за пределы эллипса. Служит для демонстрации связи между потребителем и рекламируемым продуктом. Изображение должно быть простым, понятным и, по возможности, реалистичным. Собственная композиция изображения также не должна быть перегружена.

В наружной рекламе (щит 6х3) используется композиция с малым овалом

Цвет фона
С – 100%,
М – 40%,
Y – 0,
K – 0.



Логотип дилера располагается в левом нижнем углу рекламного щита. Размеры логотипа не должны превышать размеров логотипа Samsung.

Слоган/заголовок
Выделяется размером шрифта и тенью.

Фотография продукта.
Крупнее, чем в прессе, может заходить на основное изображение

ПРИМЕРЫ

Рекламная кампания

Все объявления, выходящие в рамках рекламной кампании, должны соблюдать единый визуально-коммуникативный стиль и использовать одну и ту же базовую

композицию, основное изображение, заголовок и т.п.



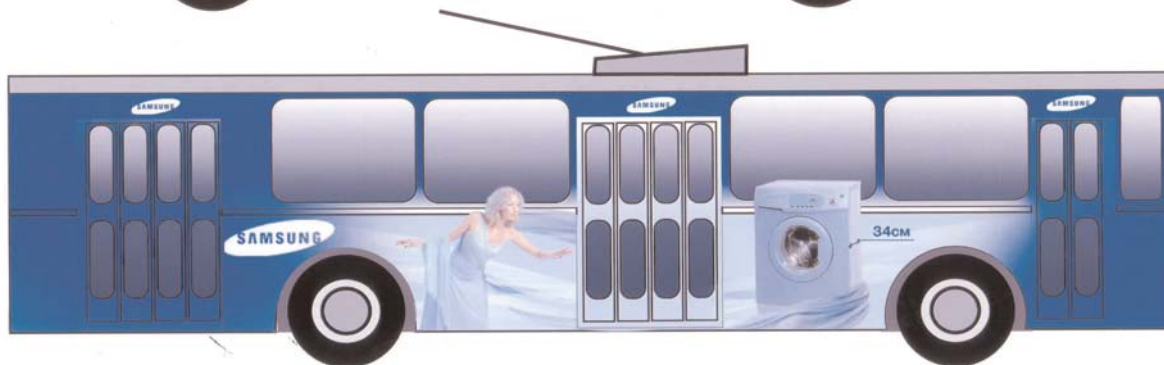
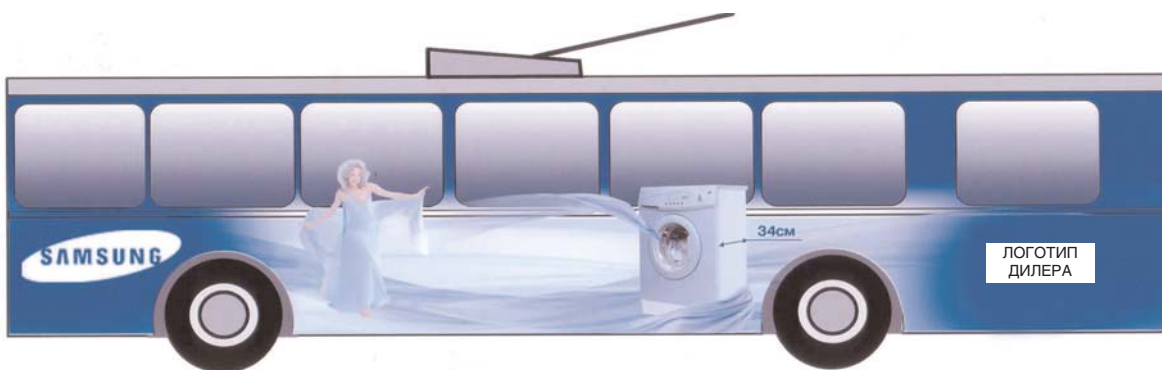
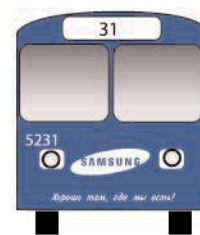
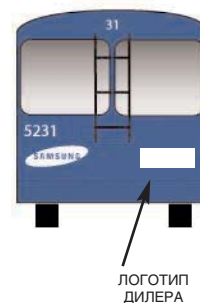
НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА

Транспорт*

При разработке стандартов дизайна для транспортных средств возникают определенные сложности, т.к. даже транспортные средства одного типа очень сильно варьируются по внешнему виду и пропорциям. Поэтому макеты могут быть развернуты вертикально или горизонтально. Однако расстояние между буквами логотипа или пропорции между различными элементами дизайна не могут быть изменены ни в каком случае.

Основные стандарты дизайна для транспортных средств приведены на данных иллюстрациях. Логотип следует размещать в соответствии со стандартами полей типа В.

Логотип Самсунг не может размещаться на дверях транспортного средства. Логотип Самсунг не может быть меньше по размеру чем логотип дилера.



* Размещение рекламы на транспорте должно быть предварительно согласовано