

РУКОВОДСТВО

по использованию элементов фирменного стиля

Музея Истории Телефона

2013


## СОДЕРЖАНИЕ

|  |       |
|--|-------|
| О Музее Истории Телефона                               | 3     |
| <b>1. ЗНАК и ЛОГОТИП</b>                               |       |
| Знак   | 5     |
| Логотип. Вертикальный формат                           | 6-7   |
| Логотип. Горизонтальный формат                         | 8-9   |
| Логотип. Вертикальный формат с графическим элементом   | 10-11 |
| Логотип. Горизонтальный формат с графическим элементом | 12-13 |
| Совместное использование знака и логотипа              | 14    |
| Инверсия   | 15    |
| Монохромное воспроизведение                            | 16    |
| Свободное поле   | 17-18 |
| Некорректное использование                             | 19    |
| <b>2. ГРАФИЧЕСКИЙ ЭЛЕМЕНТ</b>                          |       |
| Описание   | 21    |
| Правила использования                                  | 22    |
| <b>3. ЦВЕТОВАЯ СХЕМА</b>                               |       |
| Полноцветное воспроизведение                           | 24    |
| Монохромное воспроизведение                            | 25    |
| Соотношение основных цветов                            | 26-27 |
| <b>4. ШРИФТЫ</b>                                       |       |
| Основная гарнитура                                     | 29    |
| Дополнительная гарнитура                               | 30    |
| <b>5. ФОТОСТИЛЬ</b>                                    |       |
| Предметная фотосъемка                                  | 32    |
| Интерьерная фотосъемка                                 | 33    |
| Имиджевые фотографии                                   | 34    |
| <b>6. НОСИТЕЛИ СТИЛЯ</b>                               |       |
| Деловая документация                                   | 36-42 |
| Сувенирная продукция                                   | 43-44 |



Данное руководство содержит описание визуальных составляющих фирменного стиля Музея Истории Телефона и позволяет следить за соблюдением выработанных стандартов.

Все изображения и макеты фирменного стиля прилагаются к руководству в электронном виде.

В работе всегда следует использовать файлы, на которые указывают ссылки, помеченные значком .

**Музей Истории Телефона** — частный проект, цель которого сохранение бесценного мирового наследия в области телефонной связи, передача молодым поколениям знаний о том, как на протяжении нескольких веков эволюционировали средства коммуникации, как они повлияли на развитие человечества.

**Основная идея**, заложенная в стиле — смешение времен. Старинные телефоны в урбанистическом здании из стекла и металла, современный интерьер позволяют почувствовать хрупкость и ценность выставленных экспонатов.

**Визуальный стиль** бренда также призван отразить идею современного проекта об исторически важных объектах.









# МУЗЕЙ ИСТОРИИ ТЕЛЕФОНА

MUSÉE DE L'HISTOIRE DU TÉLÉPHONE



Логотип всегда используется с дескриптором.  
Основная версия — кириллическая.

 \_MUSEE\_TEL\_ID/ VISUAL\_ELEMENTS/ LOGO/\_musee\_tel\_logo\_vertical\_ru



Логотип всегда используется с дескриптором.  
Латинский вариант используется для дублирования информации  
на иностранных языках, сувенирной продукции и т. д.



Логотип всегда используется с дескриптором.  
Основная версия — кириллическая.



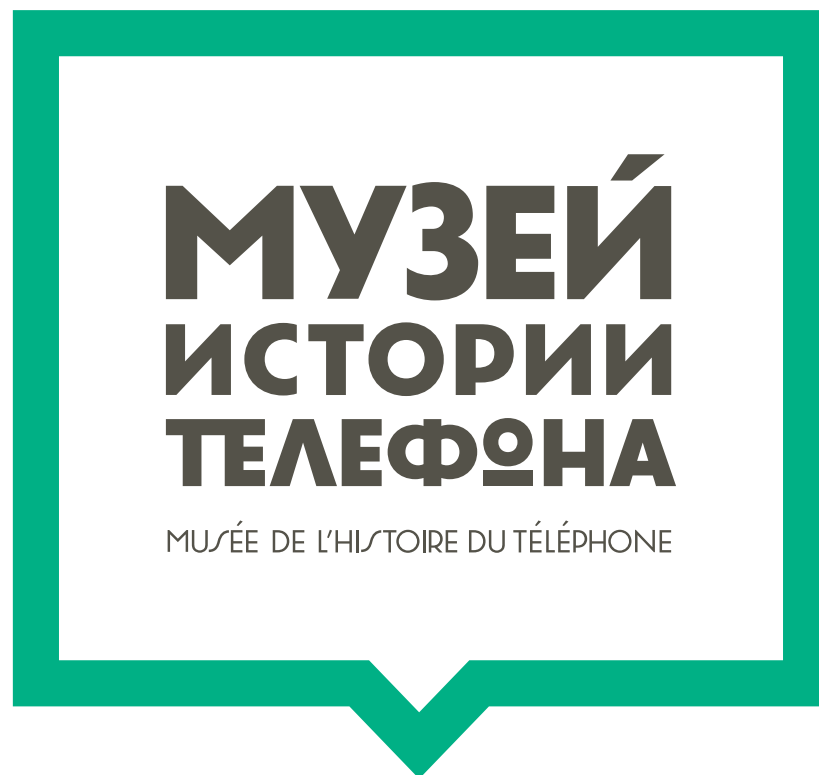
\_MUSEE\_TEL\_ID/ VISUAL\_ELEMENTS/ LOGO/\_musee\_tel\_logo\_gorizantal\_ru



Логотип всегда используется с дескриптором.  
Латинский вариант используется для дублирования информации  
на иностранных языках, сувенирной продукции и т. д.



\_MUSEE\_TEL\_ID/ VISUAL\_ELEMENTS/ LOGO/\_musee\_tel\_logo\_gorizontal\_fr



Логотип всегда используется с дескриптором.  
Основная версия — кириллическая.



\_MUSEE\_TEL\_ID/ VISUAL\_ELEMENTS/ LOGO/\_musee\_tel\_logo\_vertical\_frame\_ru



Логотип всегда используется с дескриптором.  
Латинский вариант используется для дублирования информации  
на иностранных языках, сувенирной продукции и т. д.



\_MUSEE\_TEL\_ID/ VISUAL\_ELEMENTS/ LOGO/\_musee\_tel\_logo\_vertical\_frame\_fr



Логотип всегда используется с дескриптором.  
Основная версия — кириллическая.





Логотип всегда используется с дескриптором.  
Латинский вариант используется для дублирования информации  
на иностранных языках, сувенирной продукции и т. д.



Горизонтальный формат логотипа всегда располагается сверху, развёрнутым на 90° относительно знака.  
Высота логотипа равна ширине знака.  
Любые другие комбинации запрещены.

Вертикальный формат логотипа всегда располагается справа относительно знака.  
Высота логотипа равна высоте знака.  
Любые другие комбинации запрещены.



Знак и логотип допустимо размещать либо на белом фоне, либо на фирменном сером.



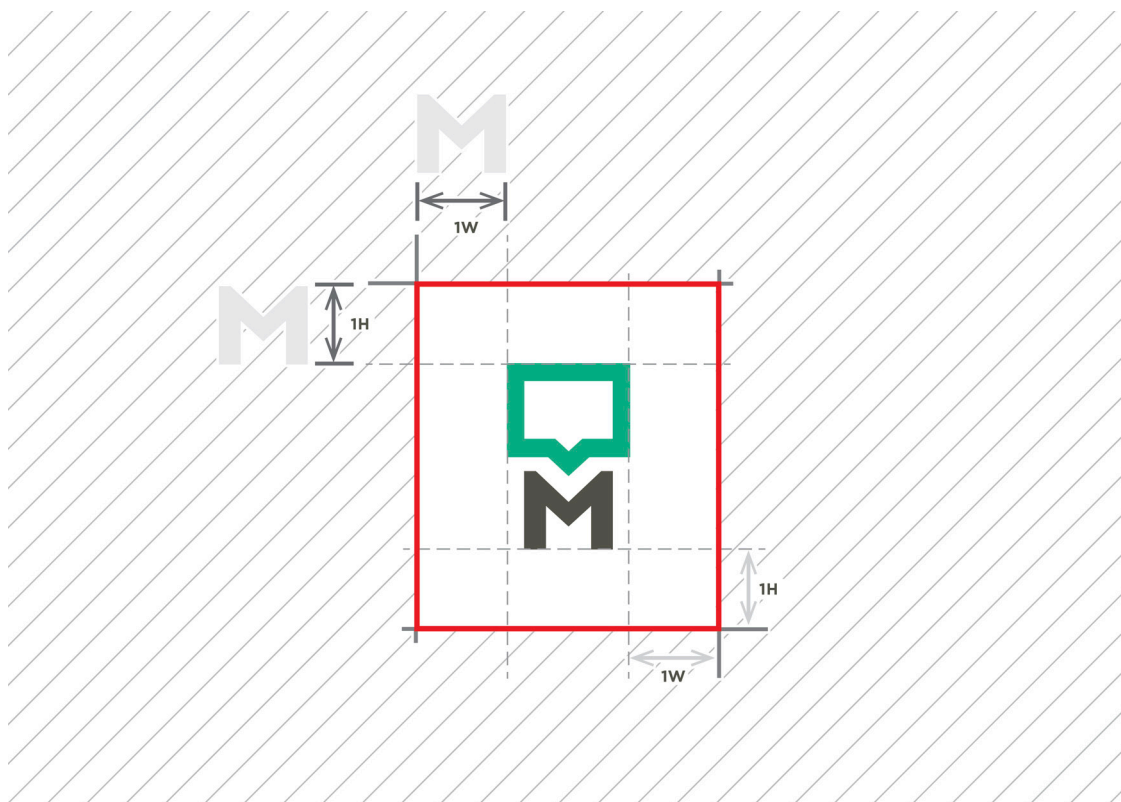
Нельзя просто перекрашивать основной логотип в белый цвет, так как для инверсии требуется компенсация толщин. В работе следует использовать только соответствующие готовые файлы.

1. \_MUSEE\_TEL\_ID/ VISUAL\_ELEMENTS/ ZNAK/\_musee\_tel\_znak\_invers
2. \_MUSEE\_TEL\_ID/ VISUAL\_ELEMENTS/ LOGO/\_musee\_tel\_logo\_vertical\_invers\_ru
3. \_MUSEE\_TEL\_ID/ VISUAL\_ELEMENTS/ LOGO/\_musee\_tel\_logo\_vertical\_invers\_fr
4. \_MUSEE\_TEL\_ID/ VISUAL\_ELEMENTS/ LOGO/\_musee\_tel\_logo\_gorizontal\_invers\_ru
5. \_MUSEE\_TEL\_ID/ VISUAL\_ELEMENTS/ LOGO/\_musee\_tel\_logo\_gorizontal\_invers\_fr



Монохромный вариант используется в крайних случаях технической невозможности воспроизведения полноцветного изображения.

1. \_MUSEE\_TEL\_ID/ VISUAL\_ELEMENTS/ ZNAK/\_musee\_tel\_znak\_monochrom
2. \_MUSEE\_TEL\_ID/ VISUAL\_ELEMENTS/ LOGO/\_musee\_tel\_logo\_vertical\_monochrom\_ru
3. \_MUSEE\_TEL\_ID/ VISUAL\_ELEMENTS/ LOGO/\_musee\_tel\_logo\_vertical\_monochrom\_fr
4. \_MUSEE\_TEL\_ID/ VISUAL\_ELEMENTS/ LOGO/\_musee\_tel\_logo\_gorizontal\_monochrom\_ru
5. \_MUSEE\_TEL\_ID/ VISUAL\_ELEMENTS/ LOGO/\_musee\_tel\_logo\_gorizontal\_monochrom\_fr



Свободное поле вокруг знака и логотипа обеспечивает его наилучшее визуальное восприятие.

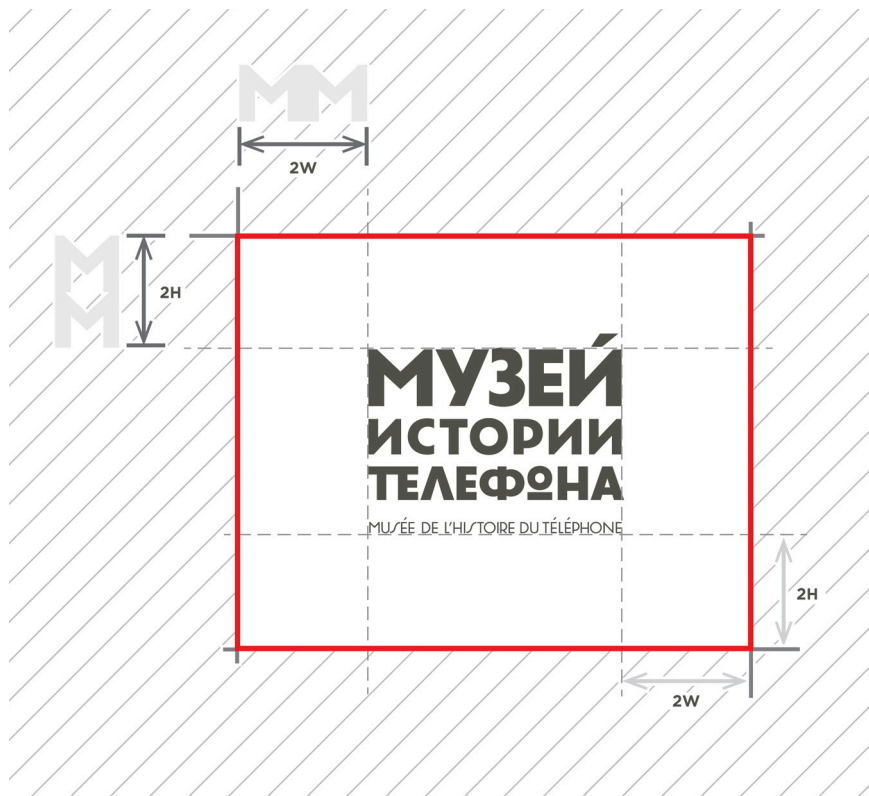
В эту зону не должны попадать никакие элементы графики, фотографии или текста.

**Буква «М» выбрана как стандартная единица измерения для определения границ свободного поля.**

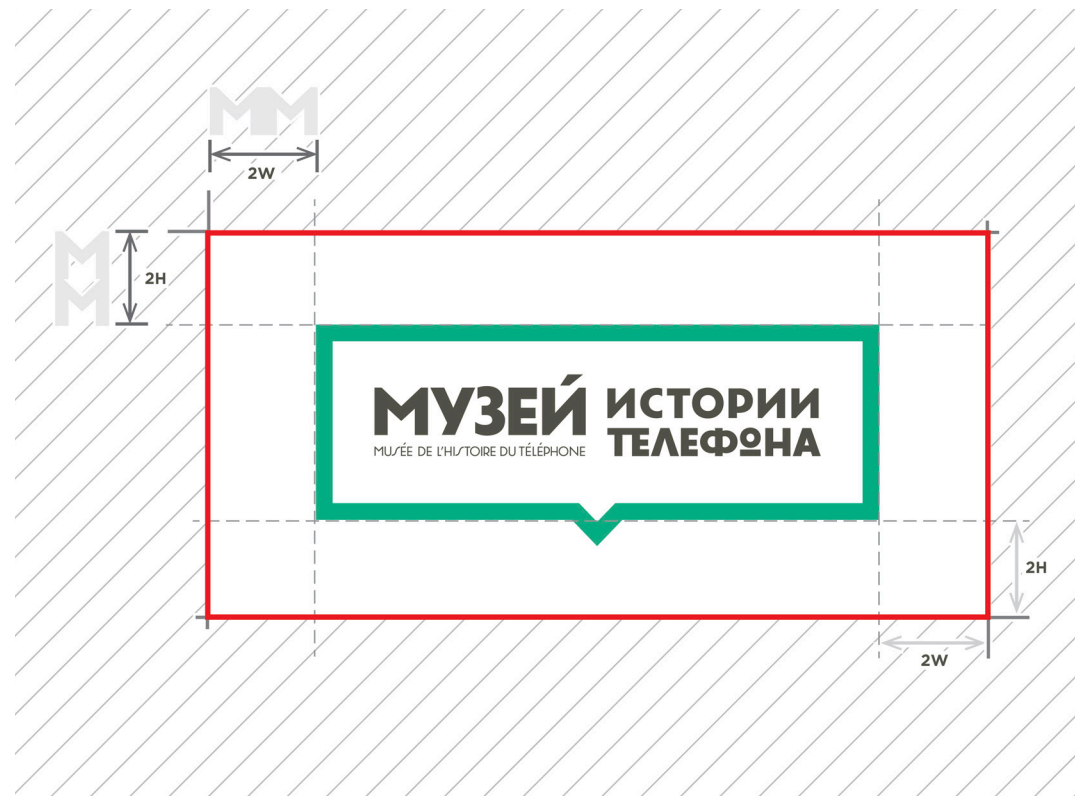


Минимальное свободное поле для знака должно быть не менее одной ширины буквы М по горизонтали и одной высоты буквы М по вертикали.

1.

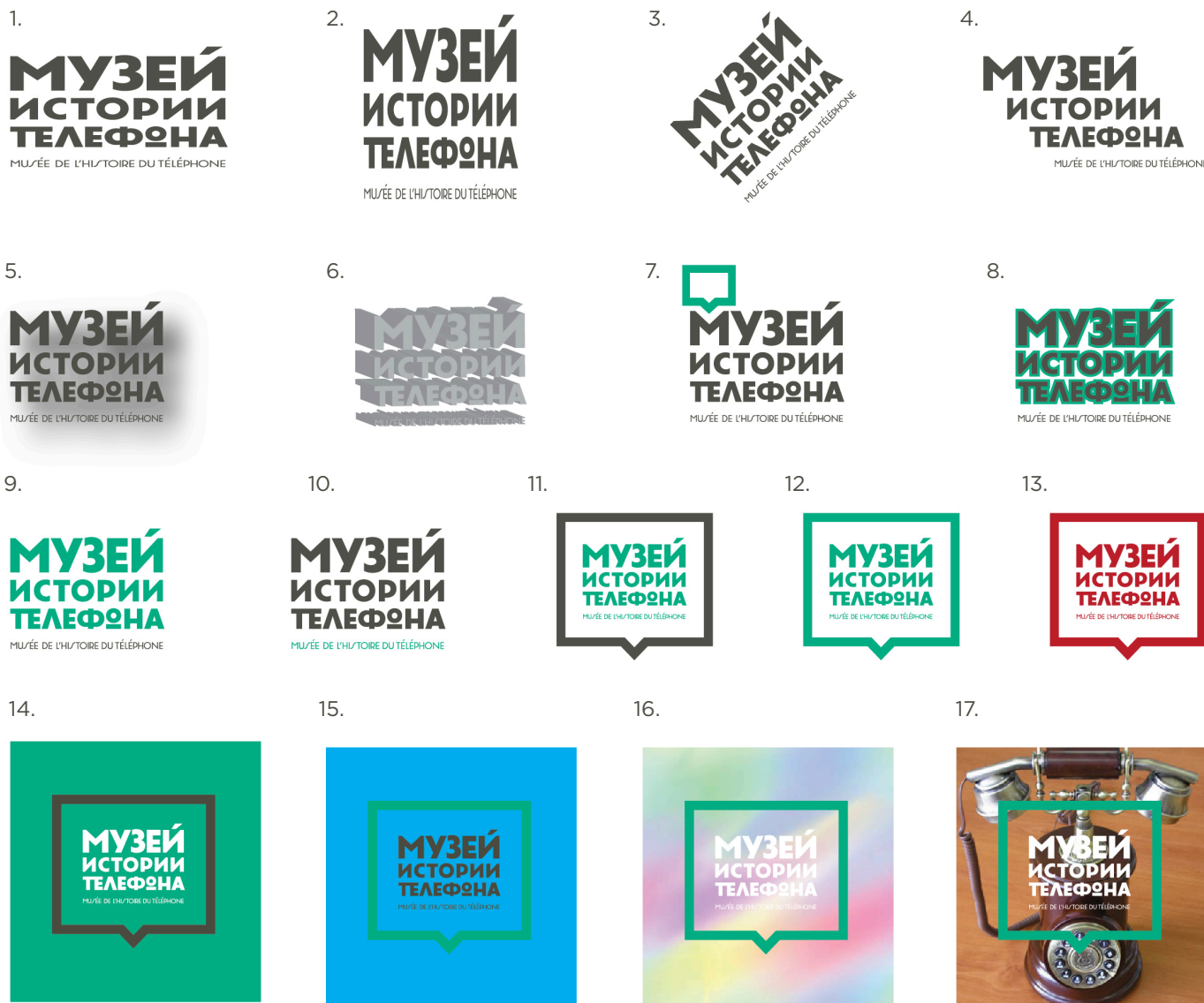


2.



Минимальное свободное поле для логотипа любого формата без графического элемента должно быть не менее двух ширин буквы М по горизонтали и двух высот буквы М по вертикали.

Минимальное свободное поле для логотипа любого формата с графическим элементом должно быть не менее двух ширин буквы М по горизонтали и двух высот буквы М по вертикали от краев «рамки».



**1-2.** Запрещена любая непропорциональная деформация логотипа как по горизонтали, так и по вертикали.

**3.** Запрещено вращение логотипа вокруг своей оси в любую сторону (кроме наклона в 90° для горизонтального формата).

**4.** Запрещено изменять положение элементов логотипа относительно друг друга.

**5-6.** Запрещено применение любых дополнительных эффектов.

**7.** Запрещено внедрение в структуру логотипа любых других элементов, включая фирменный знак.

**8.** Запрещается обводка логотипа в любом виде.

**9-10.** Запрещается применение других цветов для логотипа, включая фирменный зелёный.

**11.** Запрещается менять местами цвета логотипа и графического элемента «рамки».

**12.** Запрещается использовать одновременно для логотипа и рамки фирменный зелёный цвет.

**13.** Запрещается использовать какой-либо другой цвет, в любых комбинациях, кроме утвержденных данным руководством.

**14.** В инверсии запрещается менять местами цвет фона и графического элемента «рамки».

**15-16.** Запрещается размещать логотип на любых цветных фонах, кроме белого и фирменного серого.

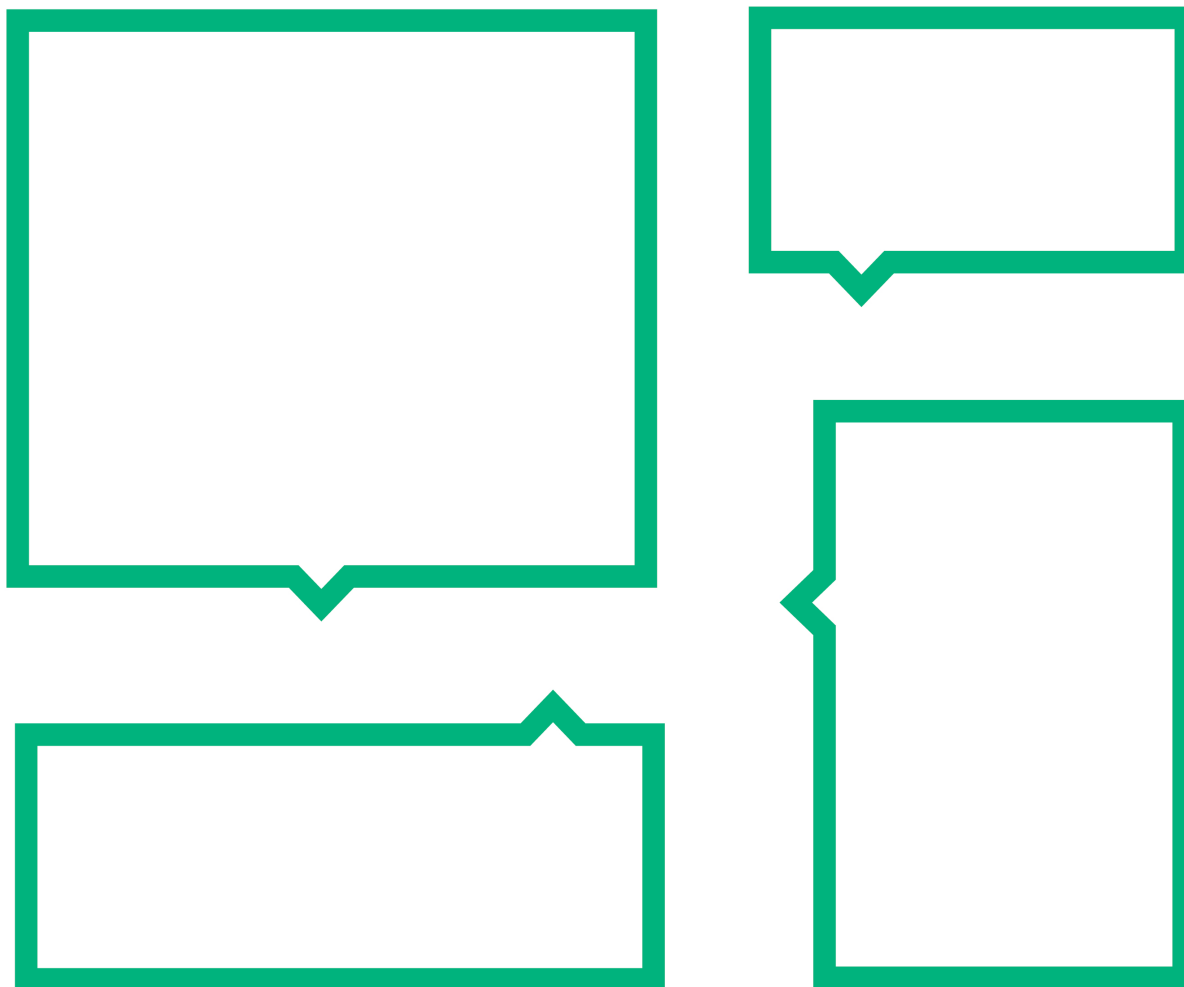
**17.** Запрещается размещать логотип на цветном изображении.



Все перечисленные запреты одинаково справедливы для знака и всех остальных версий логотипа.







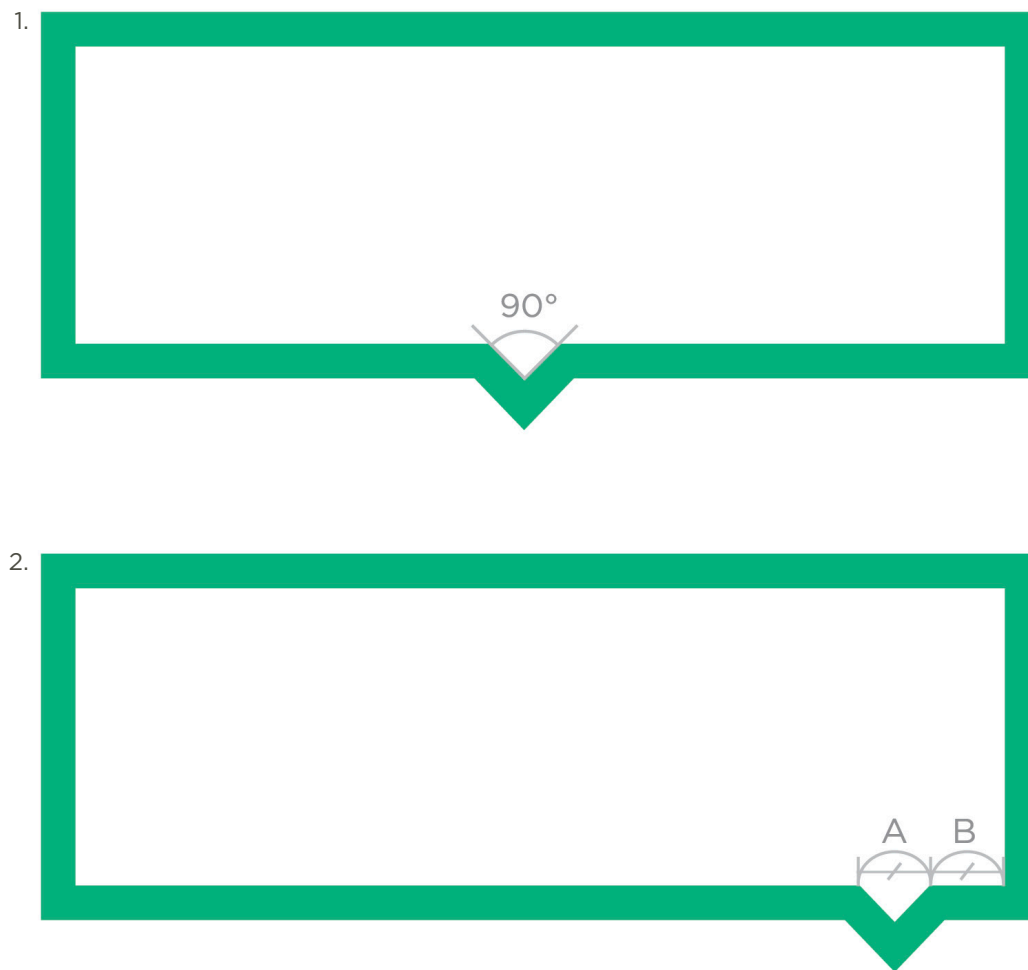
Фирменный графический элемент — трансформирующаяся рамка, выполняет роль «контейнера» для логотипа, сообщений и изображений.

Рамка может растягиваться как по горизонтали, так и по вертикали.

Рамка служит акцентом, она всегда должна быть только фирменного зелёного цвета (за исключением крайнего случая технической невозможности воспроизведения полноцветного изображения).



Запрещается использовать для рамки любой другой цвет, кроме утверждённого в данном руководстве зелёного цвета.



**Рамка имеет свою конструкцию, которую запрещено нарушать!**

**Трансформация** рамки возможна только без искажения выступающего элемента (уголка).

**Форма** рамки может быть только квадратная или прямоугольная.

**Толщина** рамки индивидуальна для каждого конкретного случая, необходимо строго отслеживать визуальное соотношение рамки относительно охватываемого объекта (слово, текстовый блок, изображение и т. д.)

Необходимо руководствоваться следующим правилом: чем больше площадь объекта, тем толще должна быть рамка.

Для обводки похожих по массе однотипных объектов в пределах одного макета (одно- или многостраничного) используется усредненная толщина рамки, одинаковая для всех таких объектов.



1. Угол выступающего элемента рамки всегда должен быть равен  $90^\circ$ . Запрещается трансформировать рамку таким образом, при котором этот угол изменится.

2. Выступающий элемент может находиться на любой стороне рамки. Приближаться к любому углу рамки допустимо не ближе, чем на расстояние, обозначенное буквой В на рисунке №2. (отрезок В не должен быть меньше отрезка А).

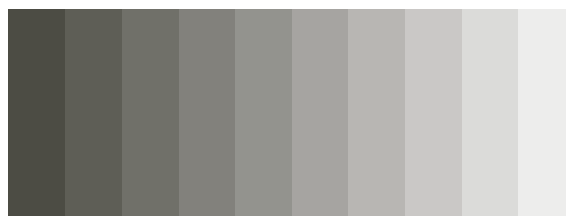




**Pantone** 3405C  
**CMYK** 85/0/65/0  
**RGB** 20/180/125  
**WEB** #14b47d



**Pantone** Black 7C  
**CMYK** 0/0/15/85  
**RGB** 85/85/75  
**WEB** #55554b



Допускается использование  
разной насыщенности цвета для  
второстепенных элементов  
(кроме логотипа).



Фирменный зелёный цвет используется всегда только в указанных пропорциях.  
Не допускается использование насыщенности фирменного зелёного цвета менее 100%.



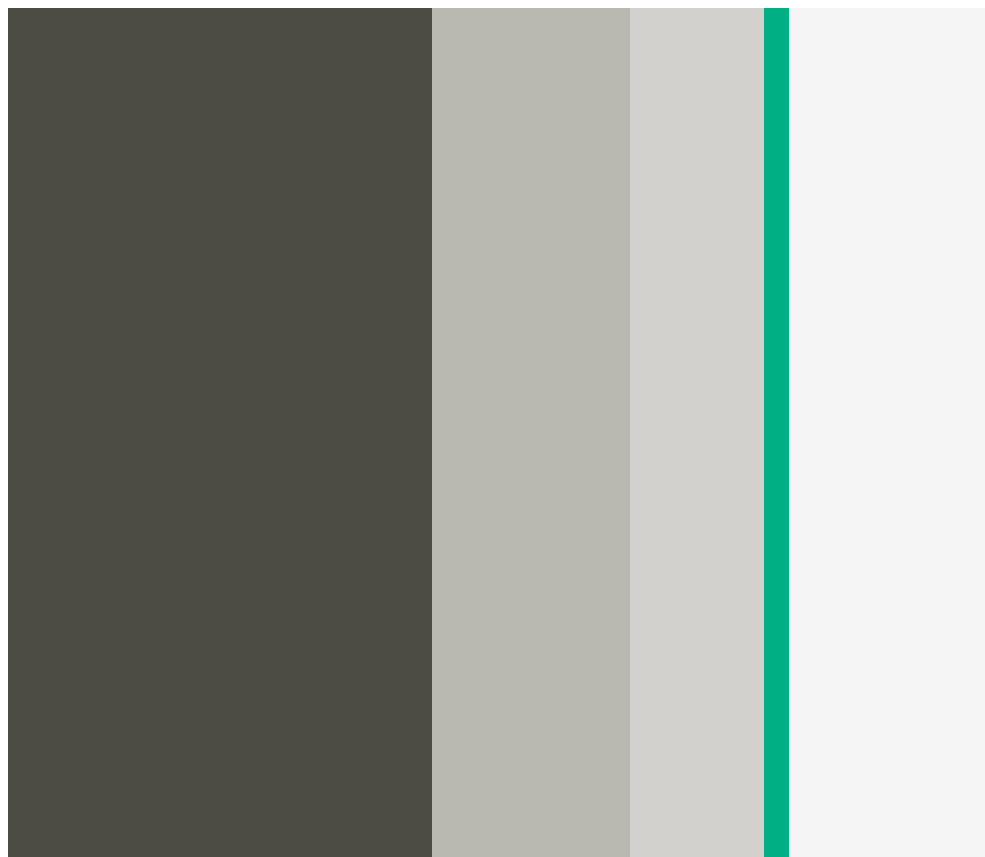
Зелёный цвет в чистом виде никогда не может использоваться как фон.  
Не допускается использование зелёного цвета для набора текстовой информации.

**CMYK** 0/0/0/50**RGB** 188/190/192**CMYK** 0/0/0/90**RGB** 65/64/66

Допускается использование разной насыщенности цвета для второстепенных элементов (кроме логотипа и стилеобразующего элемента «рамки»).



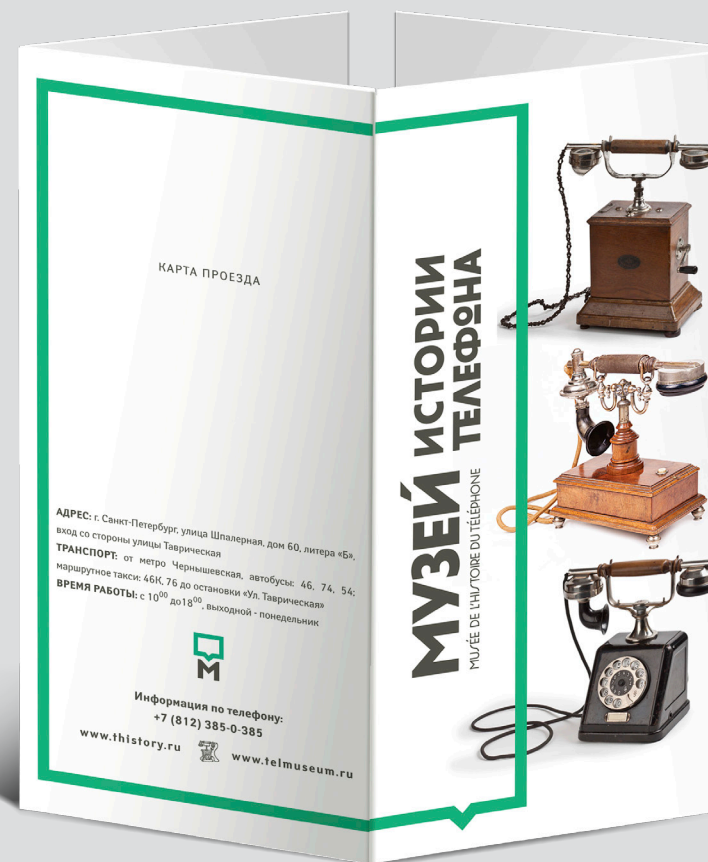
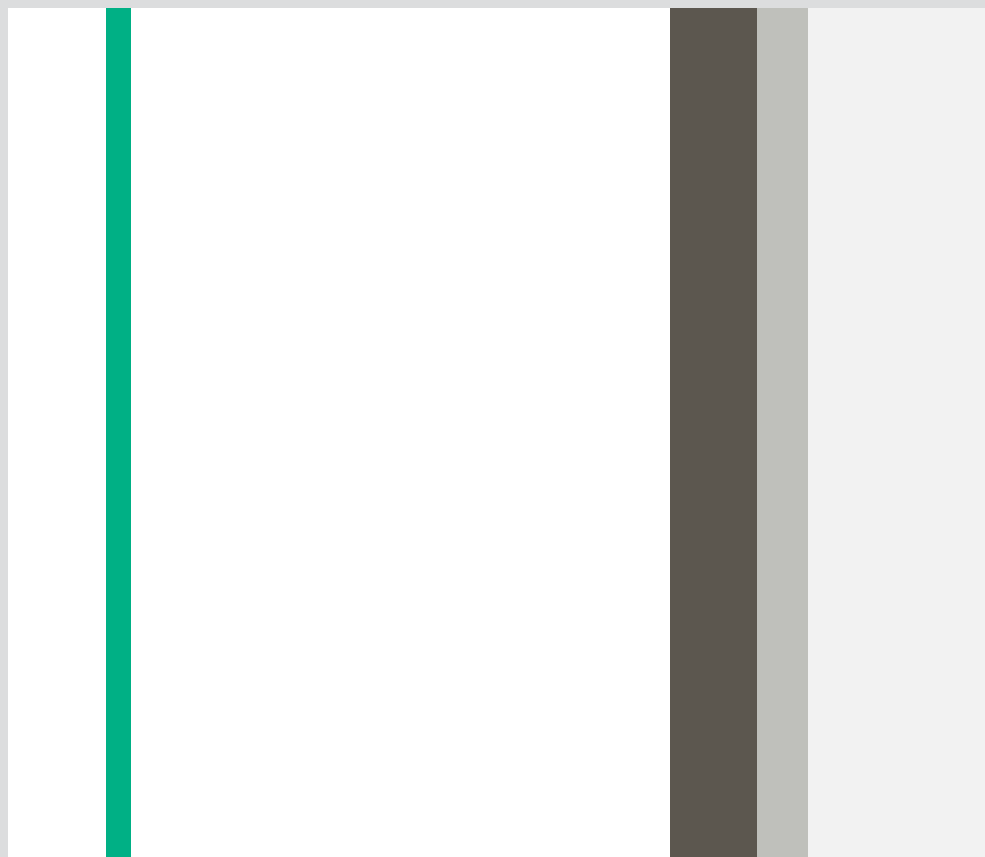
Для сохранения общего восприятия стиля, не рекомендуется использовать 100% чёрный цвет.



Пример использования цветовой схемы



**СХЕМА 1.** Преобладает благородный серо-графитовый цвет, подчёркивающий ощущение истории, ценности и старины. Фирменный зелёный всегда используется в очень маленьких пропорциях по отношению к основной гамме. Он служит цветовым пятном, освежает дизайн, привносит в него ощущение современности.



Пример использования цветовой схемы



**СХЕМА 2.** Преобладает белый цвет, подчёркивающий ощущение лёгкости, инновационности и чистоты. Фирменный зелёный также используется в очень маленьких пропорциях и служит стильным акцентом.





Aa Bb Cc  
123456789

YanusC / Regular

АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ

абвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщъыьэюя 1234567890

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

!@#\$%^&\*()\_+~`3№";%:~?<>

Aa Bb Cc  
123456789

YanusC / Bold

АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ

абвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщъыьэюя 1234567890

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

!@#\$%^&\*()\_+~`3№";%:~?<>



**YanusC** — основной шрифт для текстового набора всех рекламно-информационных материалов. Для основного текста рекомендуется использование начертания Regular, для заголовков или прочей акциденции — начертание Bold.

Aa Bb Cc  
123456789

Aa Bb Cc  
123456789

Aa Bb Cc  
123456789

Aa Bb Cc  
123456789

### PT Sans / Regular

АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ

абвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщъыьэюя 1234567890

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

!@#\$%^&\*()\_+~`3N°";%:~<>

### PT Sans / Bold

АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ

абвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщъыьэюя 1234567890

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

!@#\$%^&\*()\_+~`3N°";%:~<>

### PT Sans Narrow/ Regular

АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ

абвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщъыьэюя 1234567890

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

!@#\$%^&\*()\_+~`3N°";%:~<>

### PT Sans Narrow/ Bold

АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ

абвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщъыьэюя 1234567890

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

!@#\$%^&\*()\_+~`3N°";%:~<>



**PT Sans** — современный шрифт, который используется только для внутренних целей в дополнение к YanusC.

Он является общедоступным шрифтом универсального назначения с открытой пользовательской лицензией.





Экспонаты Музея должны быть сняты на белом фоне с профессиональным освещением, с большой глубиной резкости, без эффектов размытия.

Изображения экспонатов всегда используются в цвете.



Корректные примеры изображений.

Не допускается использование некачественных, непрофессиональных фотографий экспонатов. Нельзя фотографировать экспонаты на любом другом фоне, кроме белого.

Не допускается использование чёрно-белых фотографий экспонатов.



Фотографии интерьера Музея должны передавать современность и инновационность.

Рекомендации по съемке:

- съемка производится при дневном или искусственном освещении.
- перспектива может быть различная, подбирается как наиболее выгодная для каждого конкретного случая.

Готовые изображения в дизайне всегда используются в цвете.



Корректные примеры изображений.

Не допускается использование некачественных, непрофессиональных изображений. Не рекомендуется также использование чёрно-белых фотографий интерьеров Музея.





Изображения, передающие дух времени, с различными историческими сюжетами, настраивающие на определённое восприятие.

Чёрно-белые снимки, слегка тонированные тёплыми оттенками.



Корректные примеры изображений.

Не рекомендуется использование изображений холодных оттенков.





1. Визитка общая (вариант на белой бумаге)



2. Визитка общая (вариант на тёмной бумаге)



3. Визитка персональная

**Формат:** 90x50 мм  
**Печать:** односторонняя в две краски  
**Материал:** дизайнерская бумага плотностью не менее 300 гр/м<sup>3</sup>  
**COLOR:** PANTONE®

PANTONE®  
3405CPANTONE®  
Black 7C

Для наилучшей цветопередачи  
 рекомендуется печать красками  
 международной системы PANTONE®

1. \_MUSEE\_TEL\_ID/ LAYOUT/ DOCS/\_musee\_tel\_vizit\_card\_corp\_white
2. \_MUSEE\_TEL\_ID/ LAYOUT/ DOCS/\_musee\_tel\_vizit\_card\_corp\_dark
3. \_MUSEE\_TEL\_ID/ LAYOUT/ DOCS/\_musee\_tel\_vizit\_card\_person





1. Бланк А4

**Формат:** А4 210x297мм  
**Печать:** офсетная или цифровая  
**Материал:** мелованная бумага плотностью не более 100 гр/м<sup>3</sup>  
**COLOR:** CMYK



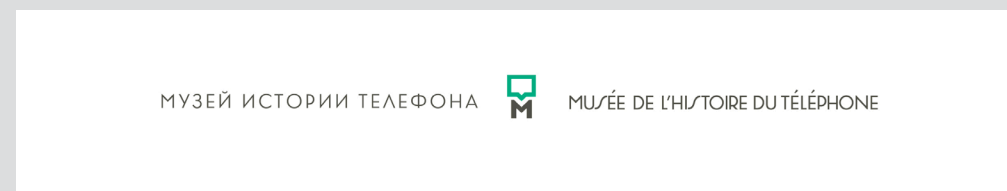
85/0/65/0



0/0/15/85



2. Верхний колонтитул

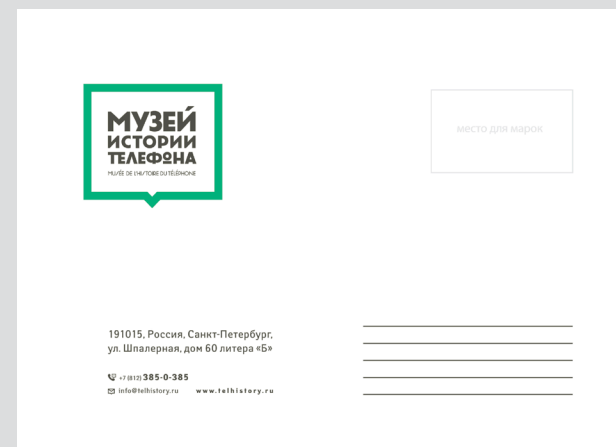


3. Нижний колонтитул

1. \_MUSEE\_TEL\_ID/ LAYOUT/ DOCS/\_musee\_tel\_blank\_A4
2. \_MUSEE\_TEL\_ID/ LAYOUT/ DOCS/\_musee\_tel\_blank\_A4\_header
3. \_MUSEE\_TEL\_ID/ LAYOUT/ DOCS/\_musee\_tel\_blank\_A4\_footer



1. Конверт А4



2. Конверт А5



3. Евро конверт 220x110

**Печать:**  
**COLOR:**




офсетная или цифровая  
PANTONE® / CMYK

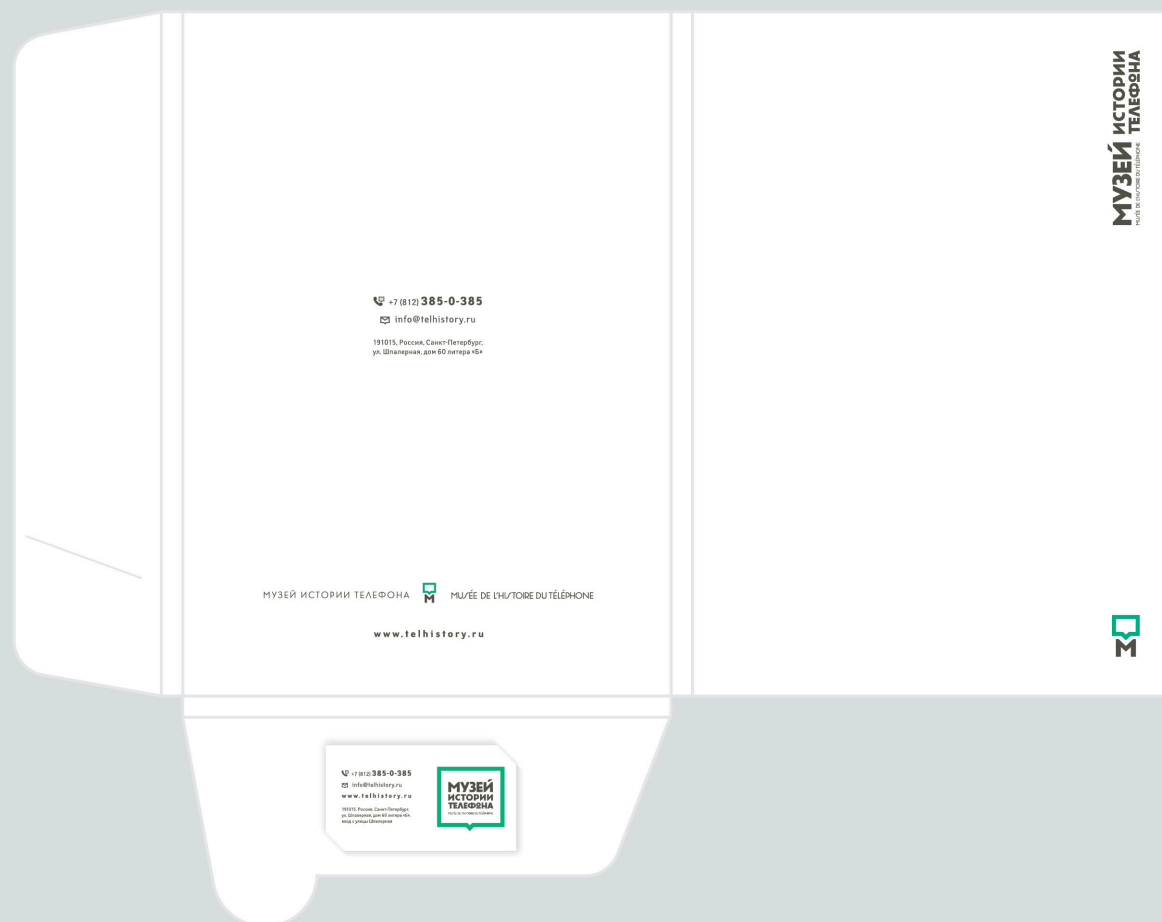
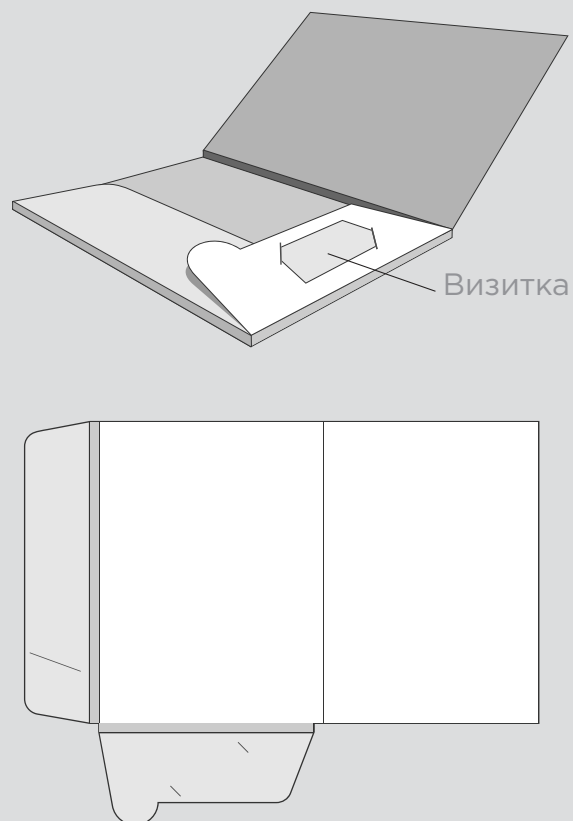


PANTONE®  
3405C CMYK  
85/0/65/0



PANTONE®  
Black 7C CMYK  
0/0/15/85

1.  \_MUSEE\_TEL\_ID/ LAYOUT/ DOCS/\_musee\_tel\_envelope\_A4
2.  \_MUSEE\_TEL\_ID/ LAYOUT/ DOCS/\_musee\_tel\_envelope\_A5
3.  \_MUSEE\_TEL\_ID/ LAYOUT/ DOCS/\_musee\_tel\_envelope\_evro

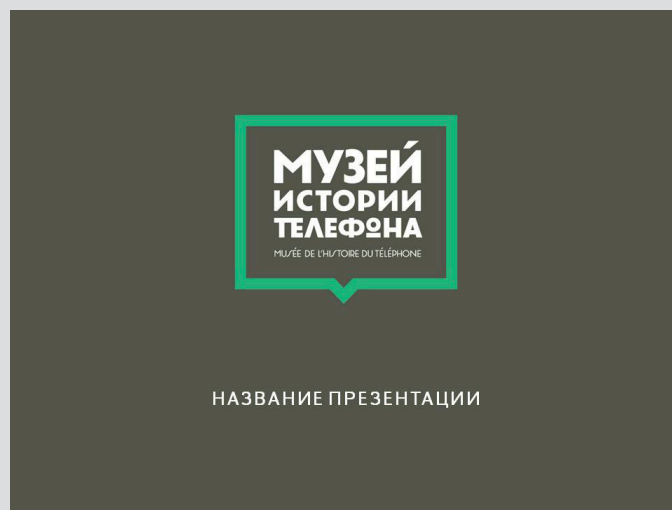


**Формат:** A4 210x297мм  
**Печать:** офсетная или цифровая  
**COLOR:** PANTONE® / CMYK

PANTONE® CMYK  
3405C 85/0/65/0

PANTONE® CMYK  
Black 7C 0/0/15/85

Примеры оформления обложки  
электронной презентации



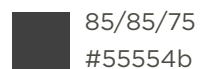
**ОБЛОЖКА.** Первый слайд (название презентации).



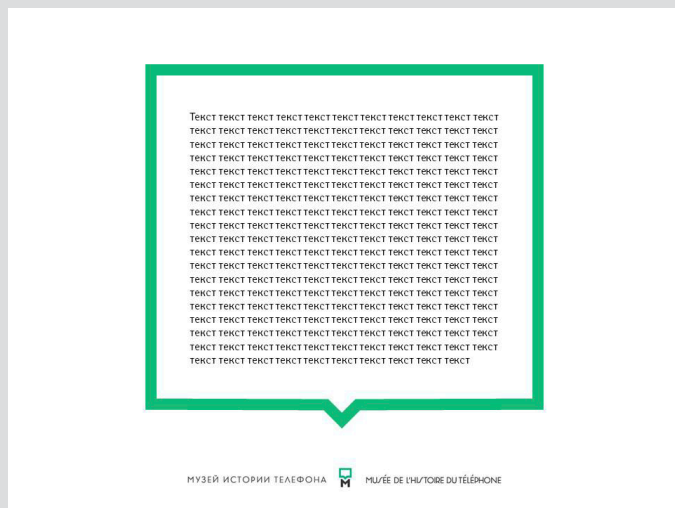
**ОБЛОЖКА.** Последний слайд (контакты).

**Формат:** PowerPoint / PDF

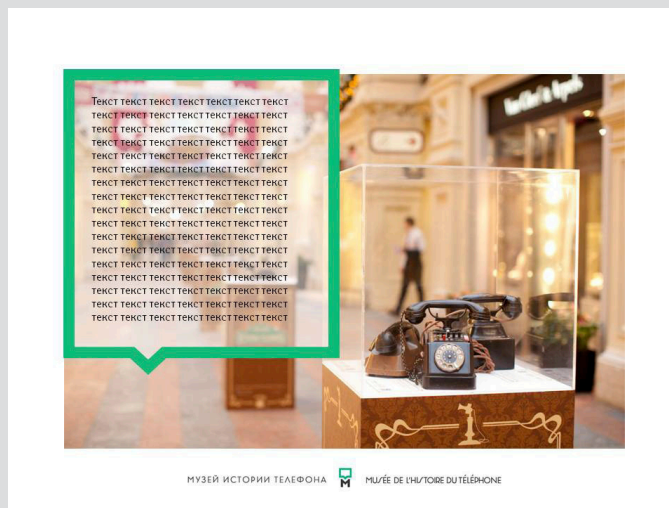
**COLOR:** RGB/WEB



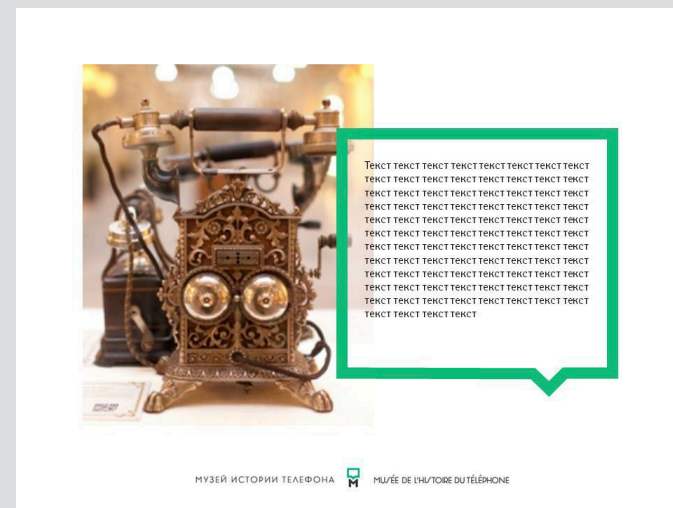
## Примеры оформления слайдов электронной презентации



## СЛАЙД 1. Текстовый блок.



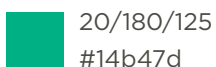
## СЛАЙД 2. Фото по формату + текстовый блок



**СЛАЙД 3.** Вертикальное фото в 1/2 формата + текстовый блок

**Формат:** PowerPoint / PDF

**COLOR:** RGB/WEB



20/180/125

#14b47d

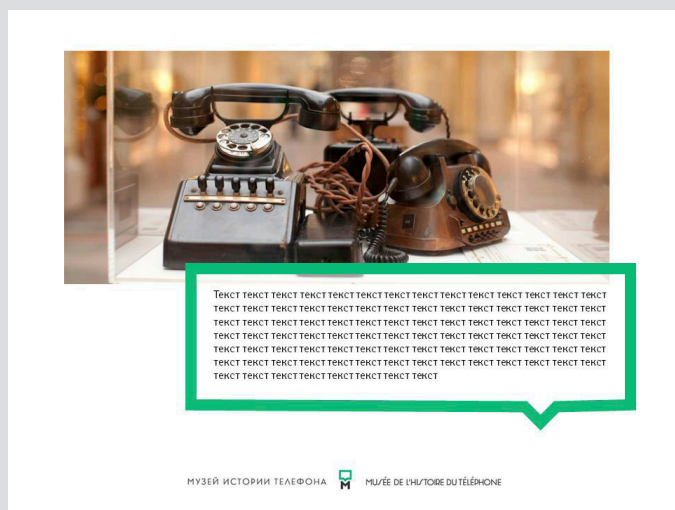


85/85/75

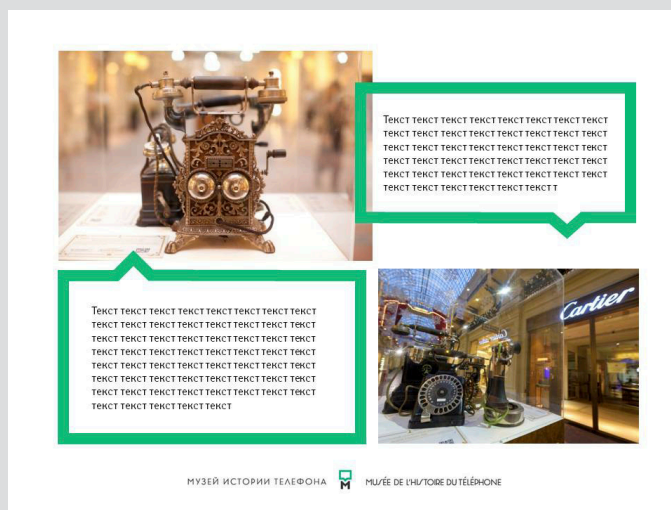
#55554b



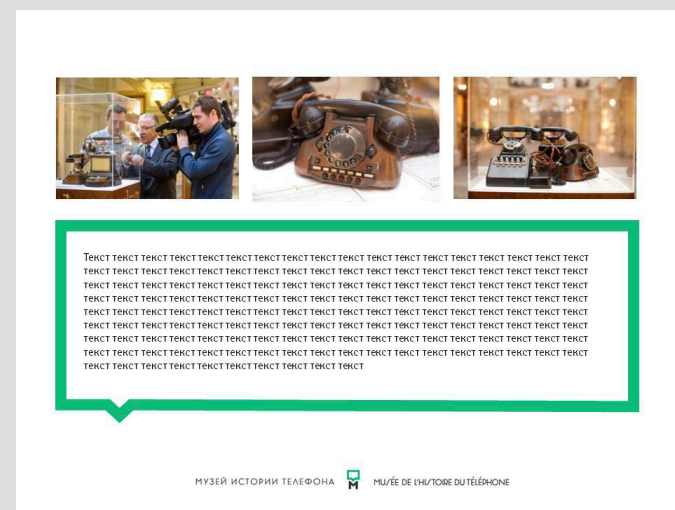
## Примеры оформления слайдов электронной презентации



**СЛАЙД 4.** Горизонтальное фото в 1/2 формата + текстовый блок



**СЛАЙД 5.** Два фото + два текстовых блока



**СЛАЙД 6.** Три фото + текстовый блок

**Формат:** PowerPoint / PDF  
**COLOR:** RGB/WEB

20/180/125 85/85/75  
#14b47d #55554b



При выборе колористической гаммы сувенирной продукции запрещается использовать какие-либо другие цвета, кроме утверждённых данным руководством.

Полноцветная печать в два цвета.



PANTONE®  
3405C



PANTONE®  
Black 7C

Для наилучшей цветопередачи рекомендуется печать красками международной системы PANTONE®





Печать в один цвет.



PANTONE®  
Black 7C

Для наилучшей цветопередачи  
рекомендуется печать красками  
международной системы PANTONE®



