



MILANATM

SHOES & ACCESSORIES

— GUIDELINES —



РУКОВОДСТВО
ПО ФИРМЕННОМУ
СТИЛЮ



СОДЕРЖАНИЕ

1

Логотип и базовые константы корпоративного стиля

- 1.1. Концепция, описание логотипа
- 1.2. Фирменное написание (текстовая часть)
- 1.3. Элементы логотипа
- 1.4. Минимальные размеры логотипа
- 1.5. Минимальное свободное пространство вокруг логотипа
- 1.6. Фирменные цвета
- 1.7. Цветовые схемы
- 1.8. Варианты размещения
- 1.9. Фирменный паттерн
- 1.10. Фирменные шрифты

2

Корпоративная документация, сувениры, дизайн различных носителей корпоративной символики

- 2.1. Документация**
 - Бланк письма А4
 - Бланк письма
 - Бланк благодарственный
 - Конверт С4, С5, DL
 - Визитка сотрудника
 - Визитка корпоративная
 - Папка
 - Блокнот А5
 - Сертификат
- 2.2. Электронные носители**
 - оформление CD
 - фирменный конверт для CD
- 2.3. Ручки**
 - Ручка простая
 - Ручка подарочная
- 2.4. Календарь**
 - Квартальный
 - Календарь карманный
- 2.5. Открытки**
 - с 23 февраля
 - с 8 марта
 - с Новым годом!
- 2.6. Презентации**
 - Шаблон презентации Power Point
- 2.7. Сувениры**
 - Кружка
 - Сумка-шоппер

2.8. Офис

Часы настенные MILANA

2.9. Униформа

Красная футболка с корпоративной символикой

Белая футболка с корпоративной символикой

2.10. Транспорт

Макет покраски авто Hyundai Porter

Макет покраски авто VW Crafter

2.11. Выставка

Пакет выставочный картонный вертикальный 450x400x140

Пакет полиэтиленовый

Фирменная шоколадка

Штендер напольный

2.12 Афишетки

2.13 Подарочные сертификаты

2.14 Листовки

2.15 Витрина

Вертикальные рекламные форматы

Горизонтальные рекламные форматы

Квадратные рекламные форматы

ВВЕДЕНИЕ

MILANA® – бренд обуви и аксессуаров для стильных и успешных жителей мегаполиса, ценящих добротность и качество натуральной обуви и аксессуаров, предпочитающие лаконичную простоту и минимализм в дизайне.

Бренд MILANA дарит ощущение элегантности, стиля, чувства удобства и комфорта, понимание важности высокого качества и добротности обувного гардероба.

Характер бренда MILANA – открытый, с чувством собственного достоинства, честный, целеустремленный.

Основные принципы в дизайне – минимализм, эстетика, лаконичность, простота, соответствие тенденциям мировой моды.

Основные принципы в конструировании продукта – добротность, качество, удобство, комфорт.

Руководство предназначено для дизайнеров и недизайнеров, перед которыми будут стоять задачи по созданию корпоративных и рекламных материалов.

Следуя рекомендациям, работу можно сделать корректно и качественно, сохранив корпоративный стиль компании.

Все электронные материалы и оригинал-макеты, которые понадобятся вам в работе, есть на диске, приложенном к руководству.

📁 Путь к файлу на диске

I. ЛОГОТИП И ОСНОВЫ СТИЛЯ

1.1. Концепция, описание логотипа

Логотип, как основная визуальная коммуникация бренда выражает его ключевые стилевые характеристики: сочетание европейской классики и современности, минимализм, эстетика, лаконичность, простота, соответствие тенденциям мировой моды.

Акцент сделан на оригинальной, специально разработанной типографике стиля нео-модерн. «Милана» — бренд для современных динамичных городских жителей, поэтому, в типографику заложена динамика благодаря характерным горизонтальным засечки вверху букв, также усиливающим узнаваемость.



📄 Logo Base.pdf

Представлена одна из цвето-композиционных модификаций логотипа.

Все возможные модификации представлены в соответствующем разделе

1.2. Фирменный символ

Для маркировки фирменных товаров и рекламных носителей разработаны основной и дополнительный символы.

Это заглавная буква «М» и линии условной заглавной буквы «М», напоминающие декоративные петельки или шнуровку обуви.



📄 Mark.pdf

1.3. Элементы логотипа

● Elements.pdf

Логотип бренда «Милана» — это система элементов:

- Фирменное написание
- Дескриптор
- Фирменный символ
- Значки предупредительной маркировки



● Min Sizes.pdf

1.4. Минимально допустимые размеры логотипа на разных носителях



1.5. Минимальное пространство вокруг логотипа

«Охранная зона» логотипа определяет минимально допустимое расстояние от корпоративного знака до других изобразительных или текстовых элементов макета, а также до границ носителя (например, листа бумаги).
внутри охранной зоны не допускается размещение других графических или текстовых элементов кроме логотипа.



За значение X для любого формата берется высота шрифта фирменного написания

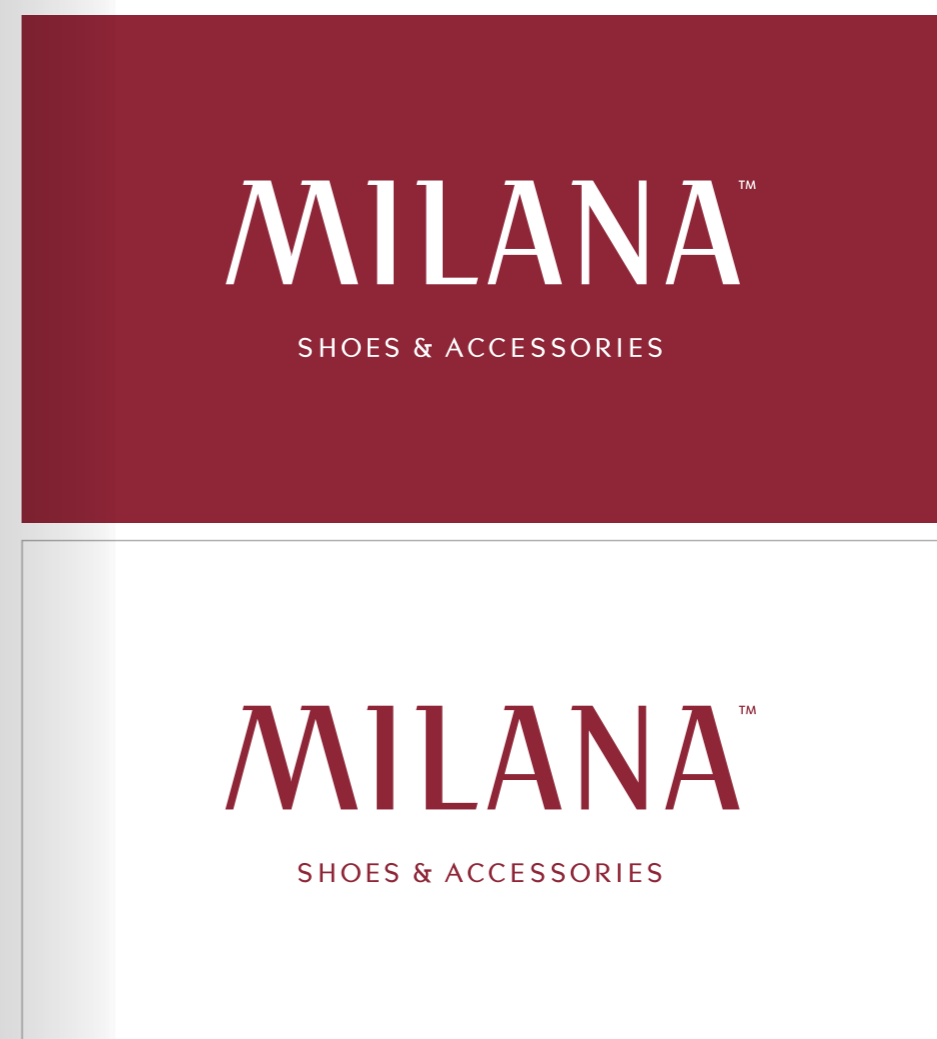


1.6. Фирменные цвета

● Colors.pdf

<p>PANTONE 7427</p> <p>CMYK 10.100.70.30</p> <p>RGB 140.40.55</p>	<p>PANTONE 701 U</p> <p>CMYK 10.65.37.8</p> <p>RGB 209.113.123</p>
<p>DEEP BLACK</p> <p>CMYK 40.40.40.100</p> <p>RGB 0.0.0</p>	<p>PANTONE 8401 C</p> <p>CMYK 0.0.0.70</p> <p>RGB 115.115.115</p>
<p>WHITE</p> <p>CMYK 0.0.0.0</p> <p>RGB 255.255.255</p>	<p>PANTONE 877 C (METALLIC SLIVER)</p> <p>CMYK 0.0.0.50</p> <p>RGB 160.160.160</p>

1.7. Цветовые схемы логотипа



Основная схема:

Логотип:
БЕЛЫЙ

Фон:
PANTONE 704 C

Дополнительная 1:

Логотип:
PANTONE 704 C

Фон:
БЕЛЫЙ

● Logo Color.pdf

Аналогично определяются схемы фирменного символа

Основная:

Дополнительная схема 1

Основная:

Дополнительная схема 1:



● Mark Color.pdf

I. ЛОГОТИП И ОСНОВЫ СТИЛЯ

Дополнительная
схема 2:

Логотип:
PANTONE 877 C

Фон:
PANTONE 7427 C



Дополнительная
схема 3:

Логотип:
PANTONE 7427 C

Фон:
PANTONE 877 C



● Logo Color.pdf

Аналогично определяются схемы фирменного символа

Дополнительная
схема 2:

Дополнительная
схема 3:

Дополнительная
схема 2:

Дополнительная
схема 3:



● Mark Color.pdf

I. ЛОГОТИП И ОСНОВЫ СТИЛЯ

Дополнительная
схема 4:

Логотип:
PANTONE 7427 C

Фон:
ЧЕРНЫЙ
(DEEP BLACK)



Дополнительная
схема 5:

Логотип:
ЧЕРНЫЙ
(DEEP BLACK)
Фон:
PANTONE 7427 C



● Logo Color.pdf

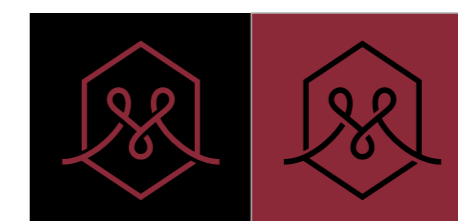
Аналогично определяются схемы фирменного символа

Дополнительная
схема 4:

Дополнительная
схема 5:

Дополнительная
схема 4:

Дополнительная
схема 5:



● Mark Color.pdf

Дополнительная
схема 6:

Логотип:
ЧЕРНЫЙ
(DEEP BLACK)

Фон:
PANTONE 877 C



Дополнительная
схема 7:

Логотип:
PANTONE 7427 C

Фон:
PANTONE 701 U



Logo Color.pdf

Аналогично определяются схемы фирменного символа

Дополнительная
схема 6:

Дополнительная
схема 7:

Дополнительная
схема 6:

Дополнительная
схема 7:



Mark Color.pdf

Дополнительная
схема 8:

Логотип:
БЕЛЫЙ

Фон:
PANTONE 701 U



Дополнительная
схема 9:

Логотип:
ЧЕРНЫЙ
(DEEP BLACK)

Фон:
PANTONE 701 U



Аналогично определяются схемы фирменного символа

Дополнительная
схема 8:

Дополнительная
схема 9:

Дополнительная
схема 8:

Дополнительная
схема 9:



Дополнительная
схема 10:

Логотип:
БЕЛЫЙ

Фон:
PANTONE 8401 C



Дополнительная
схема 11:

Логотип:
PANTONE 8401 C

Фон:
БЕЛЫЙ



● Logo Color.pdf

Аналогично определяются схемы фирменного символа

Дополнительная
схема 10:

Дополнительная
схема 11:

Дополнительная
схема 10:

Дополнительная
схема 11:



● Mark Color.pdf

Черно-белая схема 1:

Логотип:
БЕЛЫЙ

Фон:
**ЧЕРНЫЙ
(DEEP BLACK)**



Черно-белая схема 2:

Логотип:
**ЧЕРНЫЙ
(DEEP BLACK)**

Фон:
БЕЛЫЙ



● Logo Color.pdf

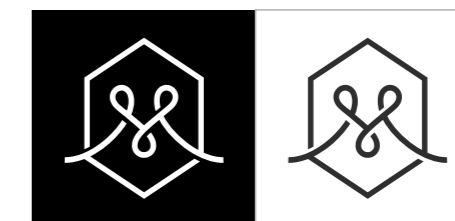
Аналогично определяются схемы фирменного символа

Черно-белая 1

Черно-белая 2

Черно-белая 1

Черно-белая 2



● Mark Color.pdf

1.8. Варианты размещения логотипа и фирменного символа для различных пропорций

Вертикальная композиция



Composition.pdf

Горизонтальная композиция



Горизонтальный формат, пропорции 3x1



Горизонтальный формат, пропорции 3x4

Вертикальный формат, пропорции 1x3



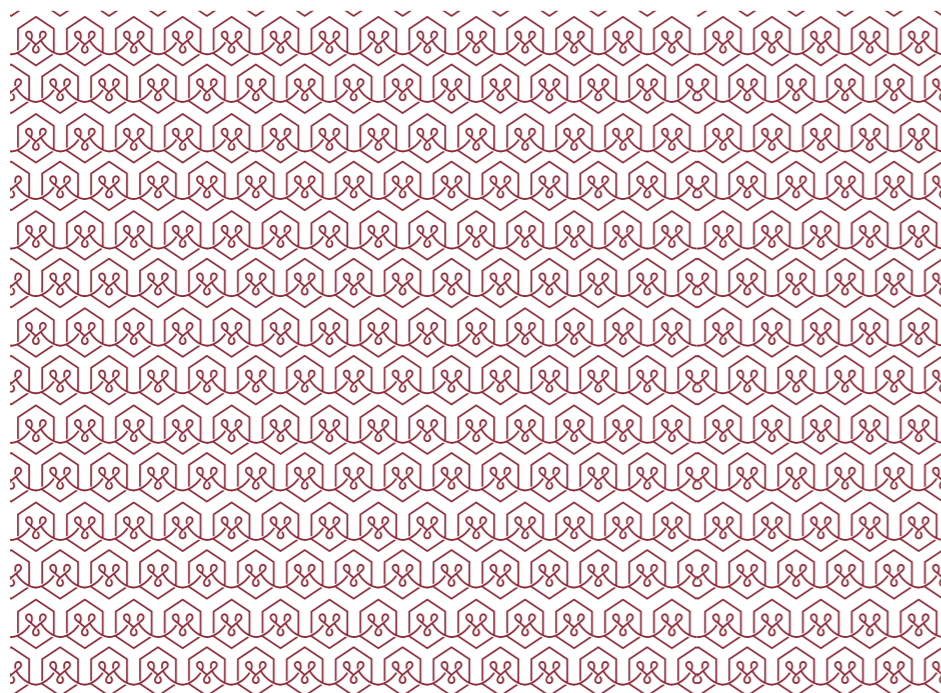
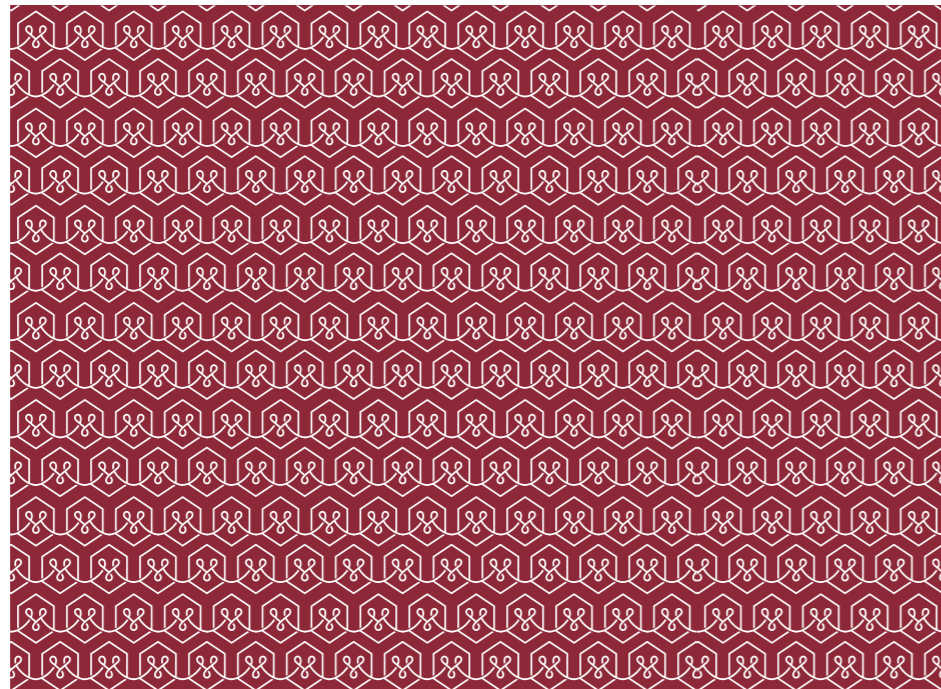
Горизонтальный формат, пропорции 1x5

1.9. Фирменный паттерн

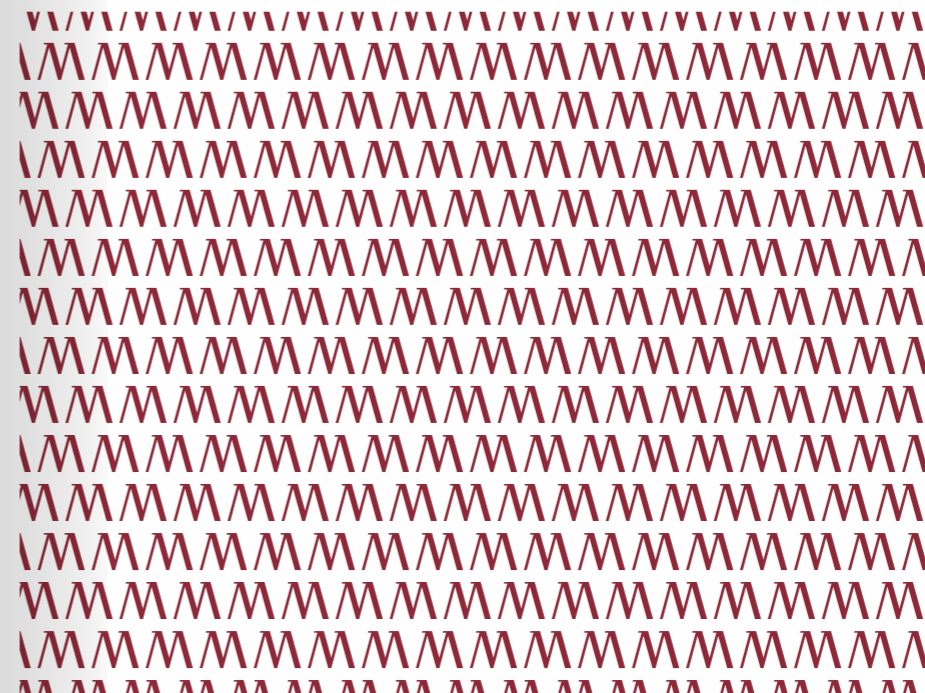
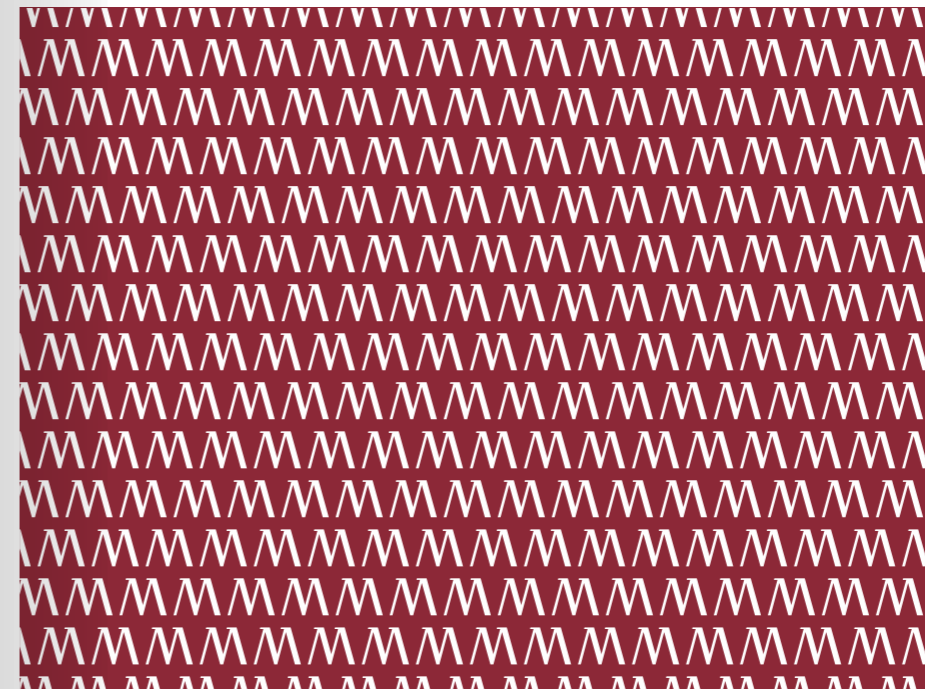
Образуется из повторяющихся заглавных «М», напоминающих шнуровку или отстрочку на обуви.

Образуется из повторяющихся заглавных «М».

Паттерн для классической обуви

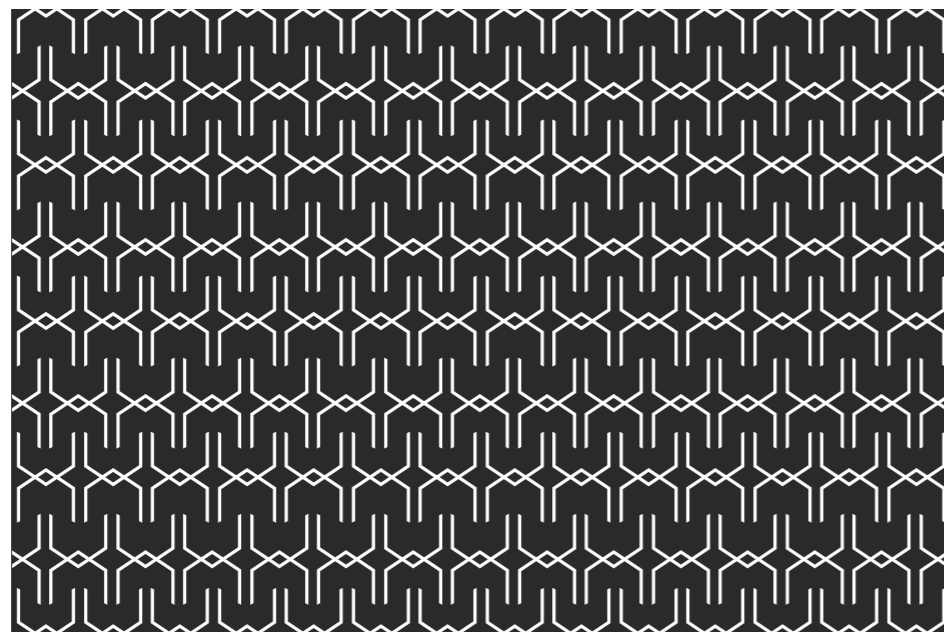


Паттерн для спортивной обуви

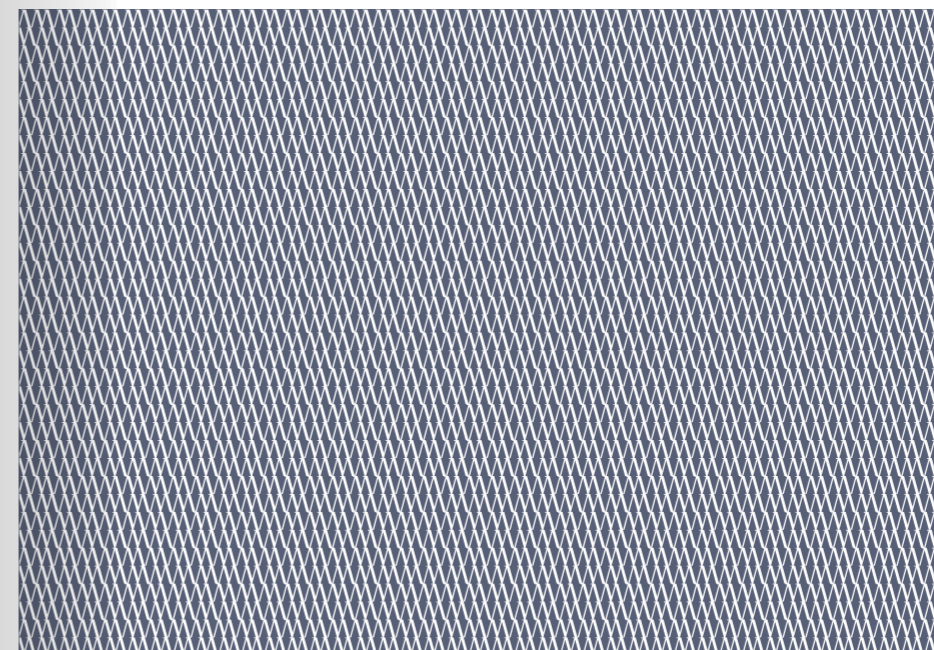


Образуется из чередующихся заглавных букв «М» и логотипа бренда МИЛАНА

Паттерн для сумок

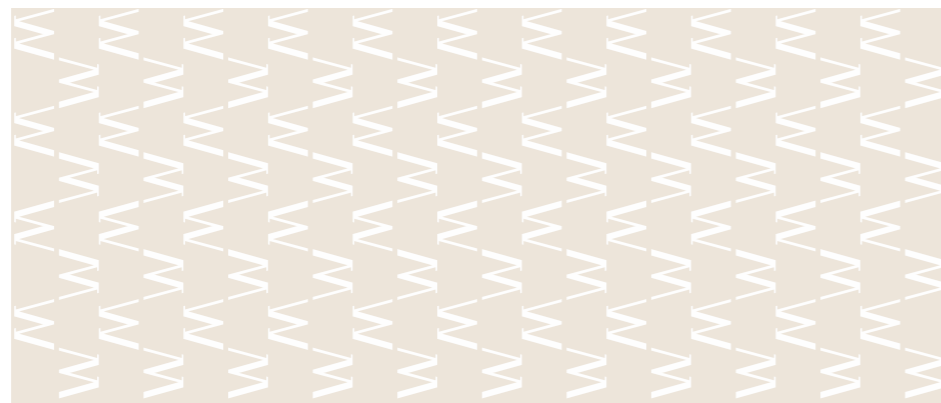
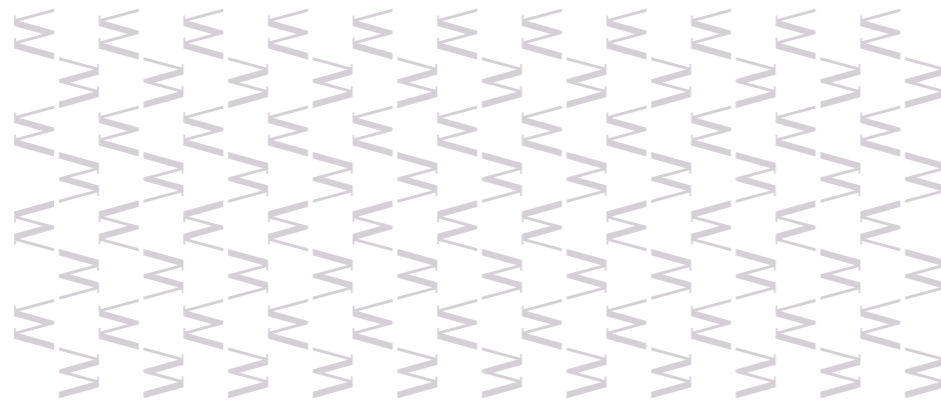
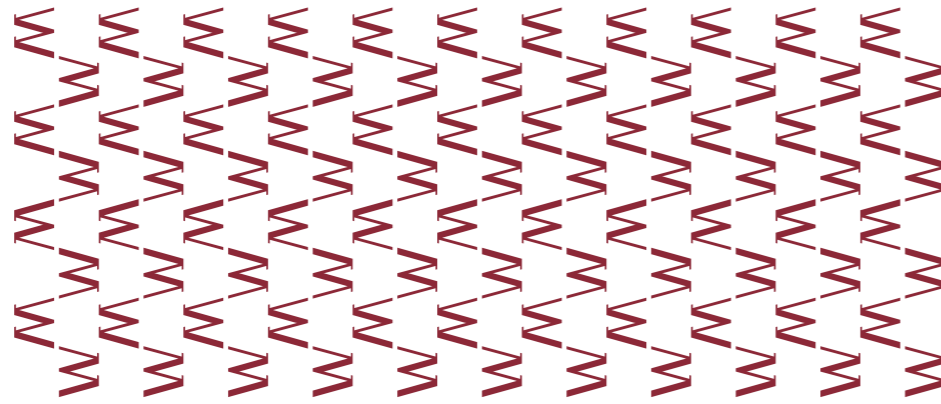


Образуется из повторяющихся заглавных букв «М»



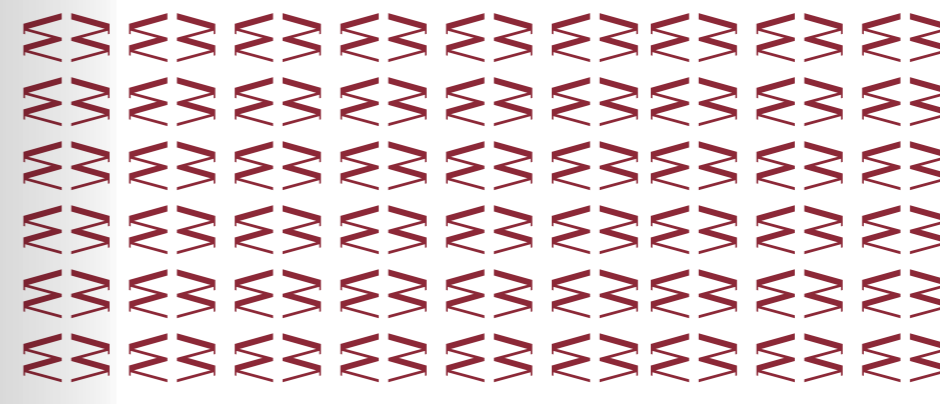
Образуетя из повторяющихся заглавных букв «М»

Паттерн для
подкладочной
ткани сумок

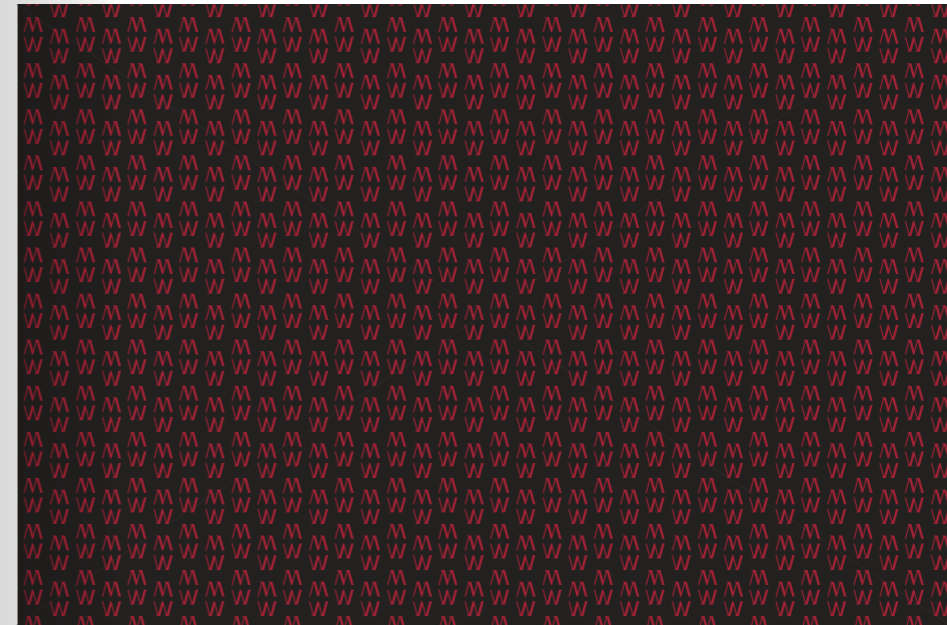
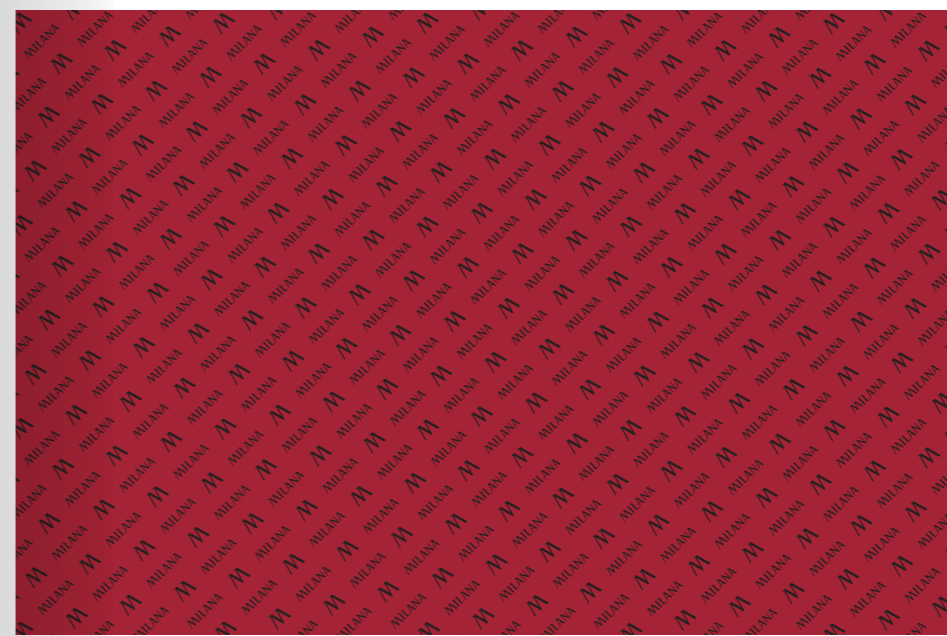


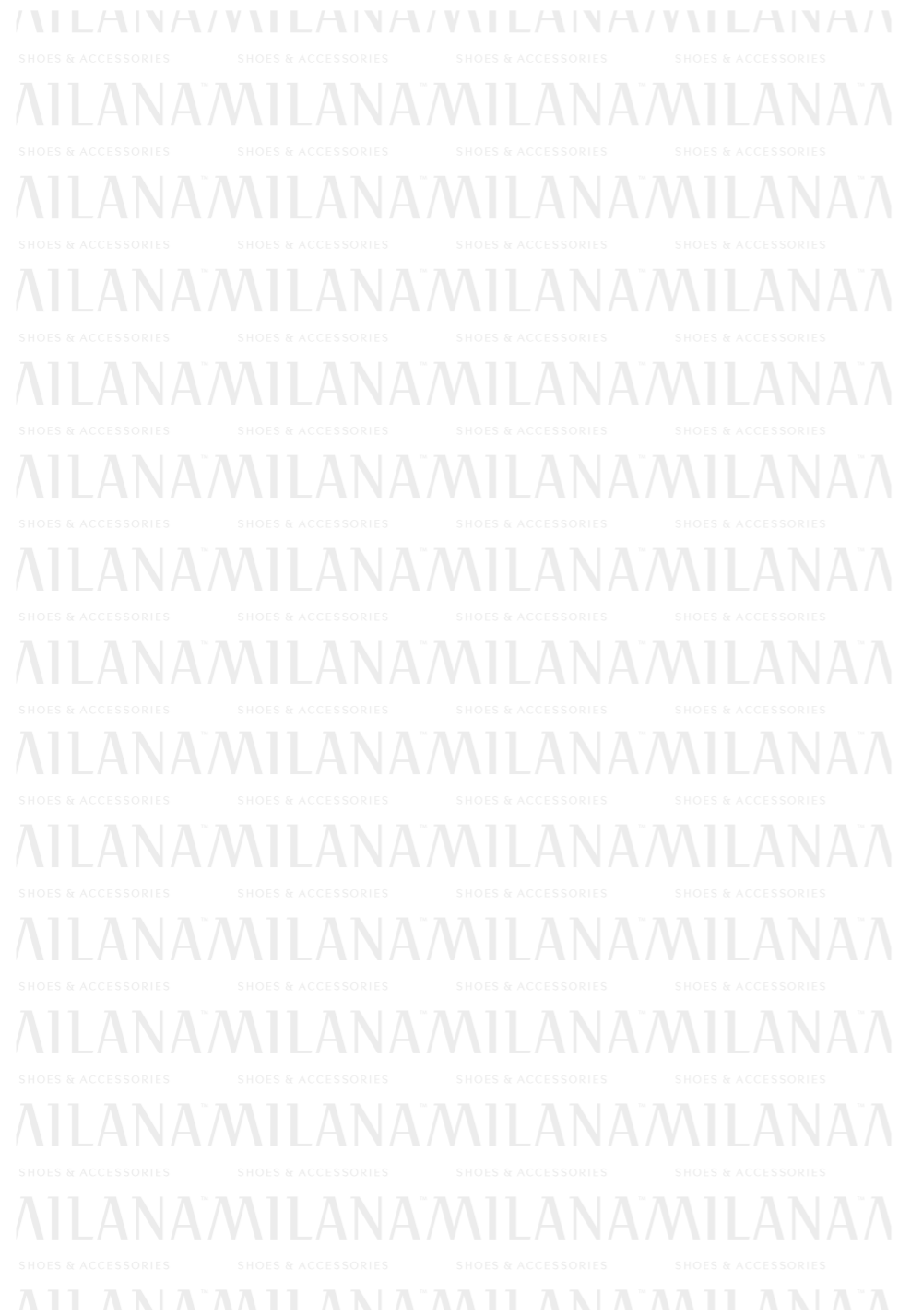
Образуетя из повторяющихся заглавных букв «М»

Паттерн для
подкладочной
ткани сумки



Паттерн для
платков





1.10. Фирменные шрифты

Для набора текстов в фирменной печатной продукции и других коммуникаций используется шрифт Optima

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
 Аа Бб Вв Гг Дд Ее Жж Зз Ии Йй Кк
 Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц
 Чч Шш Щш Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! " # \$ % & () * / < = > ? [] « »

Optima
Regular

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
Аа Бб Вв Гг Дд Ее Жж Зз Ии Йй Кк
Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц
Чч Шш Щш Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! " # \$ % & () * / < = > ? [] « »

Optima
Bold

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
Аа Бб Вв Гг Дд Ее Жж Зз Ии Йй Кк
Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц
Чч Шш Щш Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! " # \$ % & () * / < = > ? [] « »

Optima
Italic

MILANA[™]
SHOES & ACCESSORIES