+ AVTOSTART –

РУКОВОДСТВО ПО ФИРМЕННОМУ СТИЛЮ

Настоящее руководство по фирменному стилю разработано для бренда сети аккумуляторных центров AVTOSTART.

Документ определяет принципы визуальной идентичности и коммуникации, формируя единый и узнаваемый образ компании.

Руководство устанавливает правила использования логотипа, типографики, цветовой палитры и других элементов фирменного стиля. Их последовательное применение позволяет формировать целостный, профессиональный и надёжный образ бренда AVTOSTART на всех носителях.

Соблюдение данных стандартов обеспечивает высокую узнаваемость и усиливает доверие к бренду AVTOSTART.



новый логотип



старый логотип

Логотип

Обновлённый логотип AVTOSTART разработан на основе текущего знака и представляет его современную интерпретацию — более динамичную и профессиональную. При этом он сохраняет узнаваемость бренда, усиливая его визуальный характер и делая образ более актуальным и уверенным.

Цветовое решение построено на сочетании оранжевого и серого. Оранжевый символизирует энергию, импульс старта и движение, а серый передаёт надёжность, стабильность и профессиональный подход.

В совокупности логотип формирует современный, сбалансированный и легко масштабируемый образ, который эффективно работает как в наружной рекламе, так и в цифровой среде.



Фирменный знак

Дополнительный фирменный знак AVTO-START разработан как вспомогательный элемент визуальной идентичности.

Знак не содержит названия AVTOSTART и не используется как самостоятельный носитель бренда. Его задача — усиливать визуальное присутствие и поддерживать узнаваемость в рамках уже обозначенного контекста.

Дополнительный знак применяется в качестве графического элемента на различных носителях: в интерьере торговых точек, на форме персонала, сувенирной продукции, а также в цифровой среде (например, в аватарах и иконках).

Использование знака допускается только при наличии основного логотипа или в ситуациях, где принадлежность к бренду очевидна. Самостоятельное применение знака без логотипа не допускается.

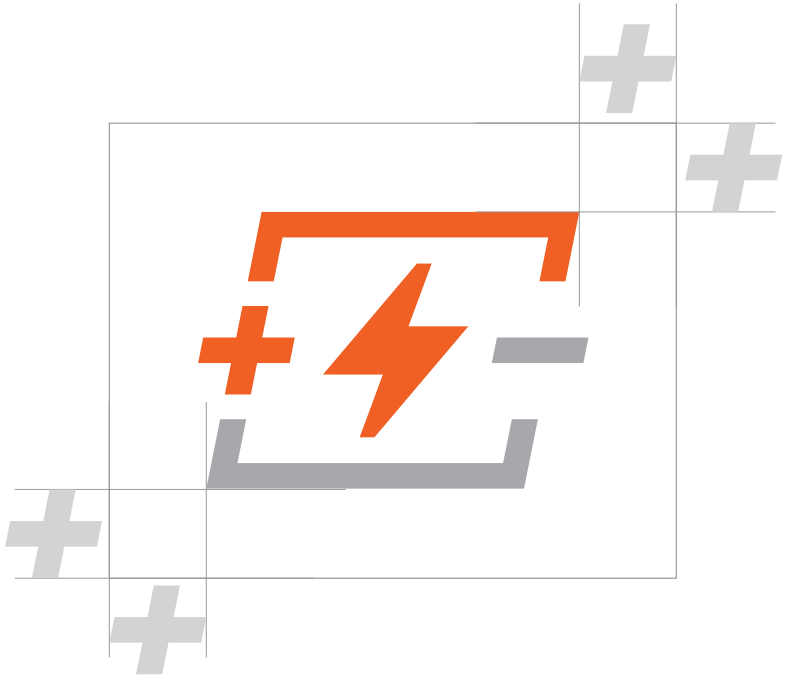


Минимальное свободное пространство

Для сохранения читаемости и визуального баланса вокруг логотипа необходимо соблюдать минимальное свободное пространство. Эта зона защищает знак от визуального «шума» и обеспечивает его чёткое восприятие.

В пределах свободного пространства запрещено размещать:
• сложную графику
• фотографии
• элементы с яркой или разноцветной фактурой

Границы данной зоны являются условными и служат ориентиром для корректного размещения логотипа. Они не являются рамкой и не предполагают создание рамки вокруг знака.



Минимальное свободное пространство

Для сохранения читаемости и визуального баланса вокруг фирменного знака необходимо соблюдать минимальное свободное пространство. Эта зона защищает знак от визуального «шума» и обеспечивает его чёткое восприятие.



Применение логотипа на белом фоне

Логотип применяется в фирменных оранжевом и сером цветах на белом фоне. Такое использование обеспечивает оптимальную читаемость, высокий контраст и визуальную чистоту.



Применение фирменного знака на белом фоне

Фирменный знак применяется в фирменных оранжевом и сером цветах на белом фоне. Такое использование обеспечивает оптимальную читаемость, высокий контраст и визуальную чистоту.



Применение логотипа с дескриптором

В случаях, когда необходимо уточнить сферу деятельности компании, допускается использование логотипа с дескриптором.



Применение логотипа на тёмном фоне

На фирменном тёмном фоне логотип применяется в фирменных цветах, обеспечивая высокий контраст, чёткую читаемость и выразительное визуальное присутствие.





Применение фирменного знака на тёмном фоне

На фирменном тёмном фоне логотип применяется в фирменных цветах, обеспечивая высокий контраст, чёткую читаемость и выразительное визуальное присутствие.



Применение логотипа на фирменном оранжевом фоне

На фирменном оранжевом фоне логотип применяется в белом цвете, что обеспечивает высокий контраст и хорошую читаемость.



аккумуляторлор борбору



Применение логотипа на фирменном оранжевом фоне

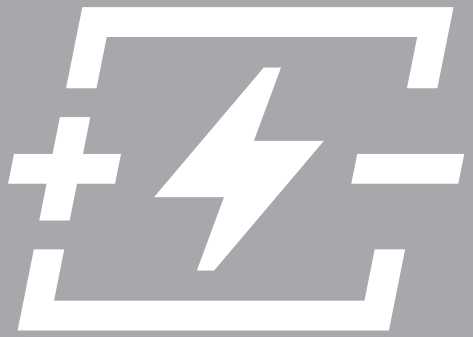
На фирменном оранжевом фоне логотип применяется в белом цвете, что обеспечивает высокий контраст и хорошую читаемость.



Применение логотипа на фирменном сером фоне

На фирменном чёрном фоне логотип применяется в белом цвете, что обеспечивает высокий контраст и хорошую читаемость.

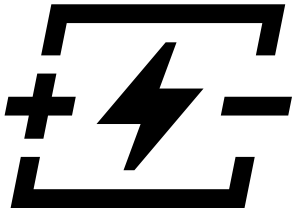




Применение логотипа на фирменном сером фоне

На фирменном чёрном фоне логотип применяется в белом цвете, что обеспечивает высокий контраст и хорошую читаемость.





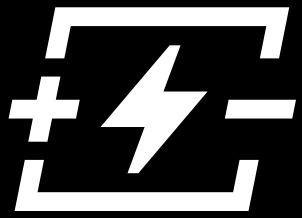
Монохромное применение логотипа

На ярких изображениях и светлых нефирменных фонах, где использование фирменных цветов может нарушать визуальный баланс, рекомендуется использовать логотип в монохромном чёрном исполнении.



аккумуляторлор борбору

+ AVTOSTART –



Монохромное применение логотипа

На тёмных изображениях и нефирменных тёмных фонах, где использование фирменных цветов может нарушать визуальный баланс, рекомендуется применять логотип в монохромном белом исполнении.

+ AVTOSTART –

аккумуляторлор борбору

+ AVTOSTART –

CMYK 0 / 0 / 0 / 100
RGB 0 / 0 / 0
HEX 000000

Pantone Process Balck

Pantone 877 C

Фирменная цветовая палитра

Цветовое решение построено на сочетании оранжевого и серого. Оранжевый символизирует энергию, импульс старта и движение, а серый передаёт надёжность, стабильность и профессиональный подход.

Данная цветовая комбинация одинаково эффективно воспринимается как частными клиентами, так и представителями бизнеса, формируя ощущение уверенности, доступности и технологичности. Палитра позволяет бренду выглядеть современно, заметно и при этом профессионально в любых точках контакта.



тёмный =
бренд /
атмосфера

На тёмном фоне текст и графика применяются в белом, оранжевом и сером цветах для обеспечения контраста и читаемости.

Комбинация цветов

Тёмный фирменный фон формирует характер бренда — надёжный, технологичный и уверенный. Белый используется для удобства восприятия информации, а оранжевый выступает акцентом, привлекающим внимание к ключевым элементам.

В зависимости от фона используются следующие цветовые сочетания:

На тёмном фоне текст и графика применяются в белом, оранжевом и сером цветах для обеспечения контраста и читаемости.

На белом фоне допускается использование оранжевого, серого и фирменного тёмного цвета.

На оранжевом фоне текст и элементы выполняются в белом или фирменном тёмном цвете для достижения максимального контраста.



белый =
информация / читаемость

На белом фоне допускается использование оранжевого, серого и фирменного тёмного цвета.

Комбинация цветов

Тёмный фирменный фон формирует характер бренда — надёжный, технологичный и уверенный. Белый используется для удобства восприятия информации, а оранжевый выступает акцентом, привлекающим внимание к ключевым элементам.

В зависимости от фона используются следующие цветовые сочетания:

На тёмном фоне текст и графика применяются в белом, оранжевом и сером цветах для обеспечения контраста и читаемости.

На белом фоне допускается использование оранжевого, серого и фирменного тёмного цвета.

На оранжевом фоне текст и элементы выполняются в белом или фирменном тёмном цвете для достижения максимального контраста.



оранжевый = акцент / действие

На оранжевом фоне текст и элементы выполняются в белом или фирменном тёмном цвете для достижения максимального

Комбинация цветов

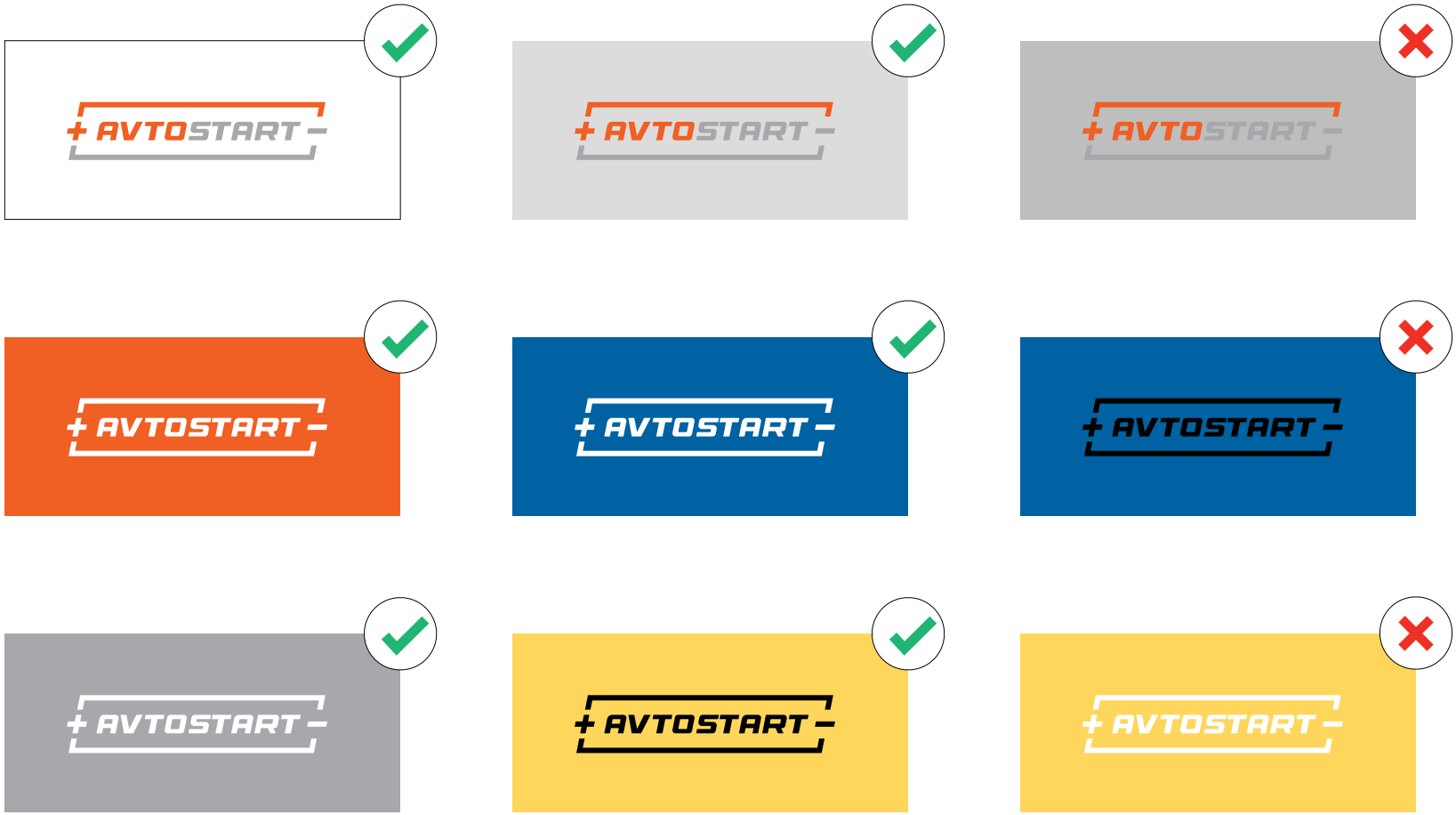
Тёмный фирменный фон формирует характер бренда — надёжный, технологичный и уверенный. Белый используется для удобства восприятия информации, а оранжевый выступает акцентом, привлекающим внимание к ключевым элементам.

В зависимости от фона используются следующие цветовые сочетания:

На тёмном фоне текст и графика применяются в белом, оранжевом и сером цветах для обеспечения контраста и читаемости.

На белом фоне допускается использование оранжевого, серого и фирменного тёмного цвета.

На оранжевом фоне текст и элементы выполняются в белом или фирменном тёмном цвете для достижения максимального контраста.

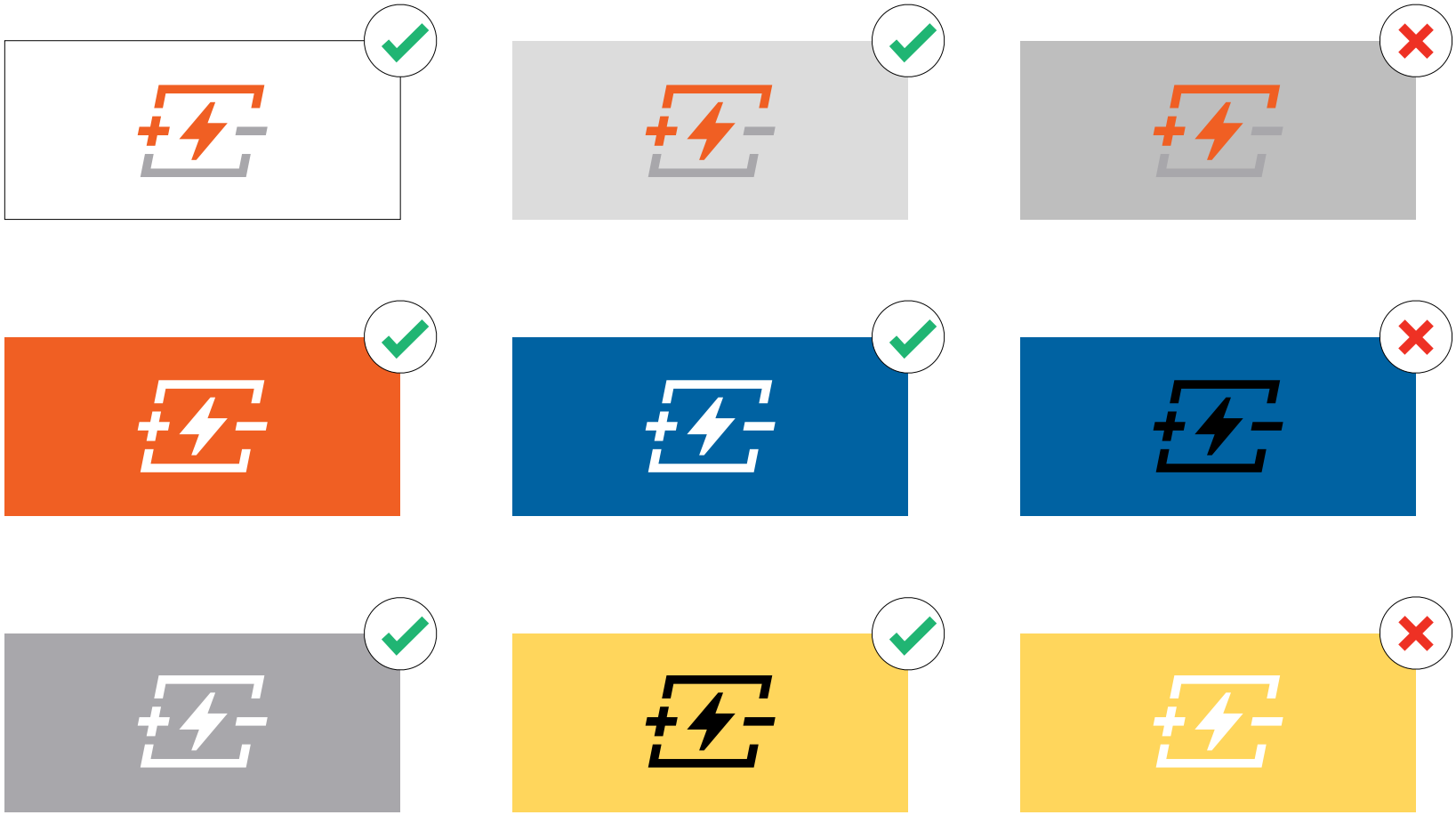


Правильное применение логотипа

Допускается использование логотипа в монохромной версии, если фон не относится к фирменной цветовой палитре.

Если фон — яркий или светлый, логотип применяется в черном цвете.

Если фон — темный или насыщенный, используется белый вариант логотипа.
Важно обеспечить достаточный контраст между логотипом и фоном.
Недопустимо использование цветных версий логотипа на фоне, не входящем в утвержденную палитру, если это снижает читаемость или нарушает фирменный стиль.



Правильное применение фирменного знака

Допускается использование фирменного знака в монохромной версии, если фон не относится к фирменной цветовой палитре.

Если фон — яркий или светлый, знак применяется в черном цвете.

Если фон — темный или насыщенный, используется белый вариант знака.
Важно обеспечить достаточный контраст между знаком и фоном.
Недопустимо использование цветных версий знака на фоне, не входящем в утвержденную палитру, если это снижает читаемость или нарушает фирменный стиль.













Недопустимое применение логотипа

Во избежание искажения фирменного стиля запрещается использовать логотип в следующих вариантах:

Изменение пропорций — растягивание или сжатие логотипа по горизонтали или вертикали.

Изменение цветов — использование любых цветов, кроме утверждённых фирменных и монохромных (черного и белого).

Добавление эффектов — теней, градиентов, обводок, текстур и других визуальных эффектов.

Изменение структуры — раздельное использование графического знака и текста без соблюдения фирменной компоновки.

Размещение на фоне с недостаточным контрастом — если логотип теряется или сливается с фоном.

Наложение других элементов — размещение текста, графики или декоративных деталей поверх логотипа или внутри защитной зоны.



Использование логотипа на фоне фотографий

На сложных или насыщенных фотографиях логотип размещается на белой или фирменной тёмной плашке для обеспечения достаточного контраста и читаемости.

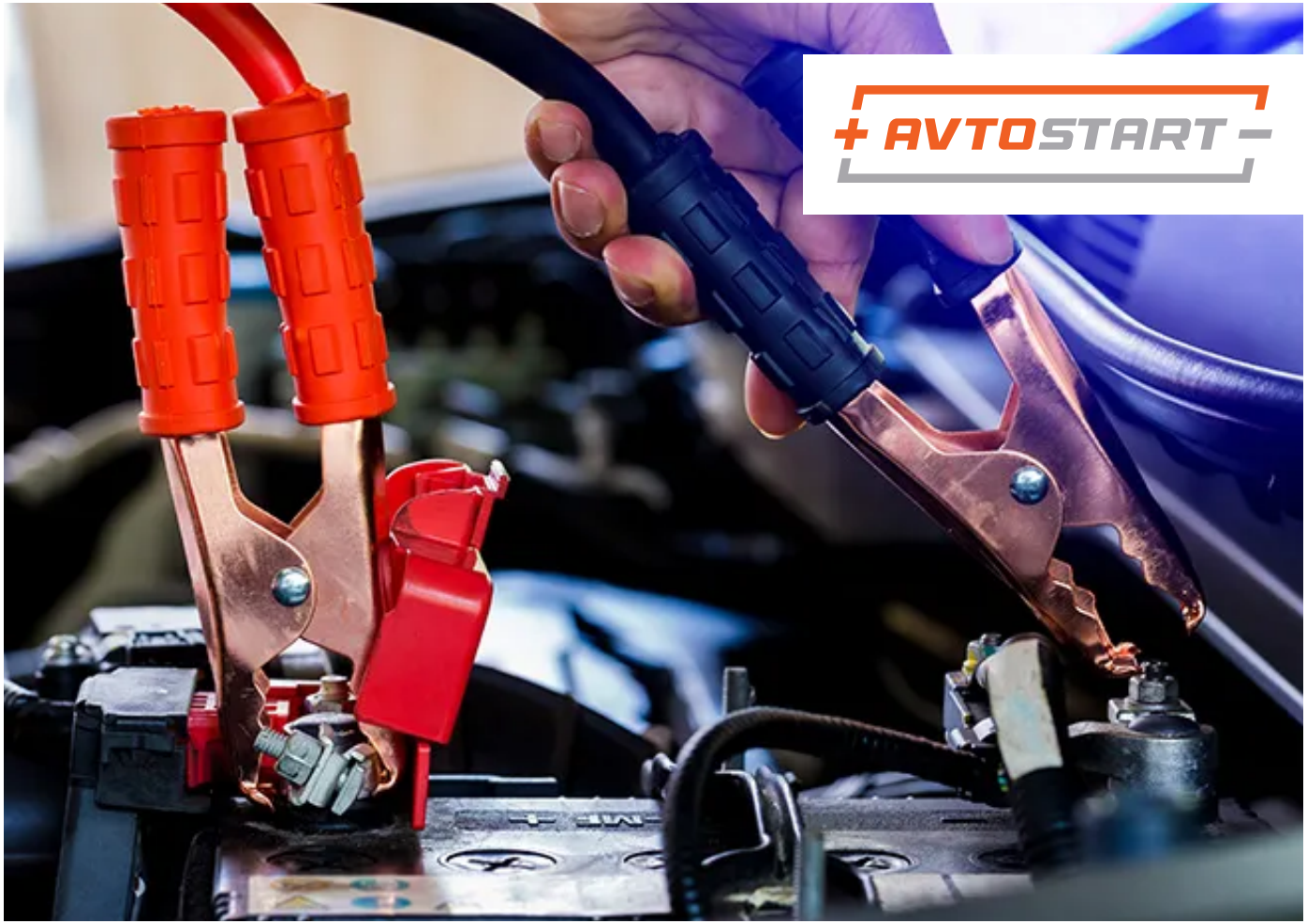
На спокойных, приглушённых или однотонных изображениях допускается использование логотипа на прозрачном фоне при условии сохранения его чёткой видимости и контраста.



Использование логотипа на фоне фотографий

На сложных или насыщенных фотографиях логотип размещается на белой или фирменной тёмной плашке для обеспечения достаточного контраста и читаемости.

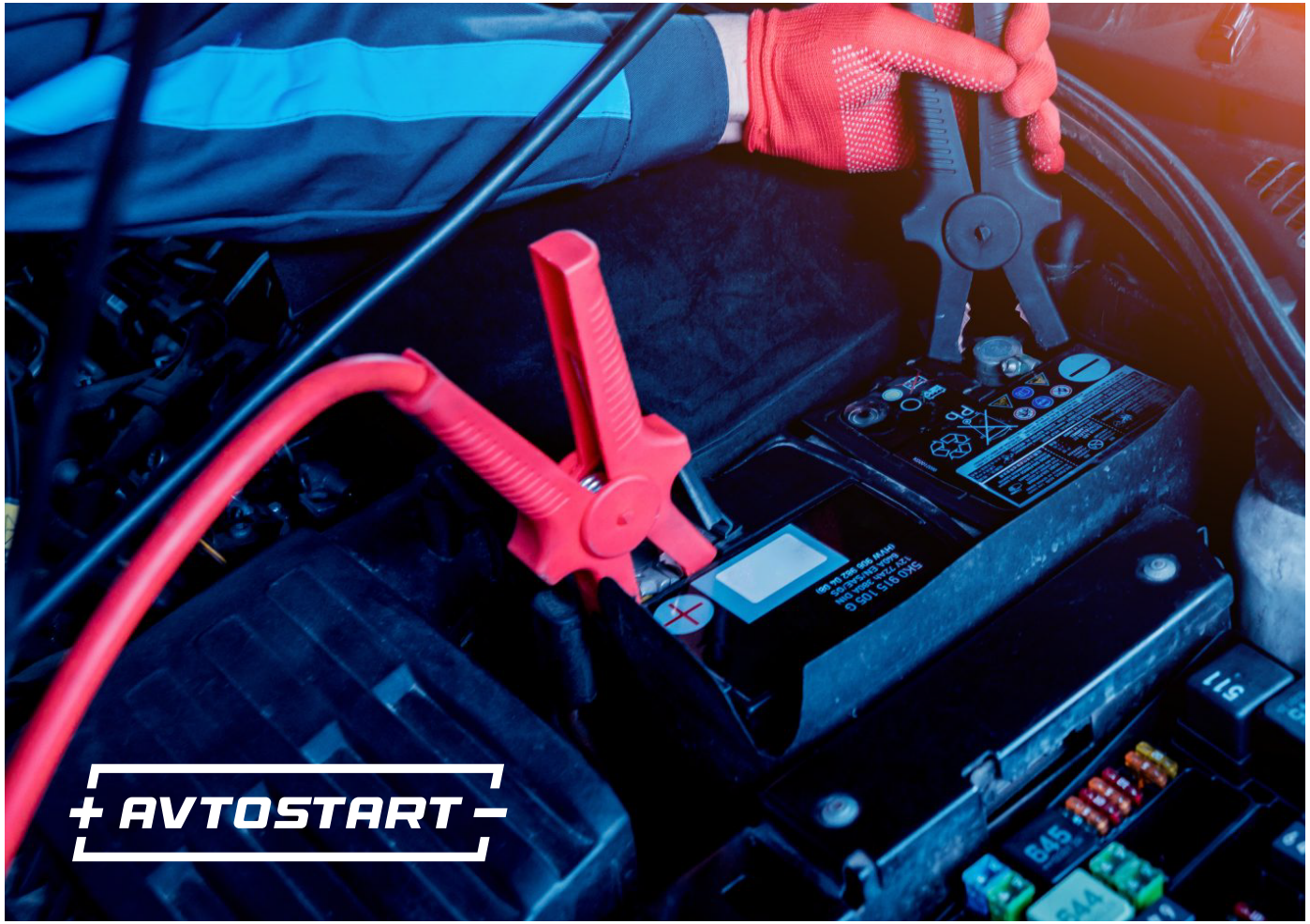
На спокойных, приглушённых или однотонных изображениях допускается использование логотипа на прозрачном фоне при условии сохранения его чёткой видимости и контраста.



Использование логотипа на фоне фотографий

На сложных или насыщенных фотографиях логотип размещается на белой или фирменной тёмной плашке для обеспечения достаточного контраста и читаемости.

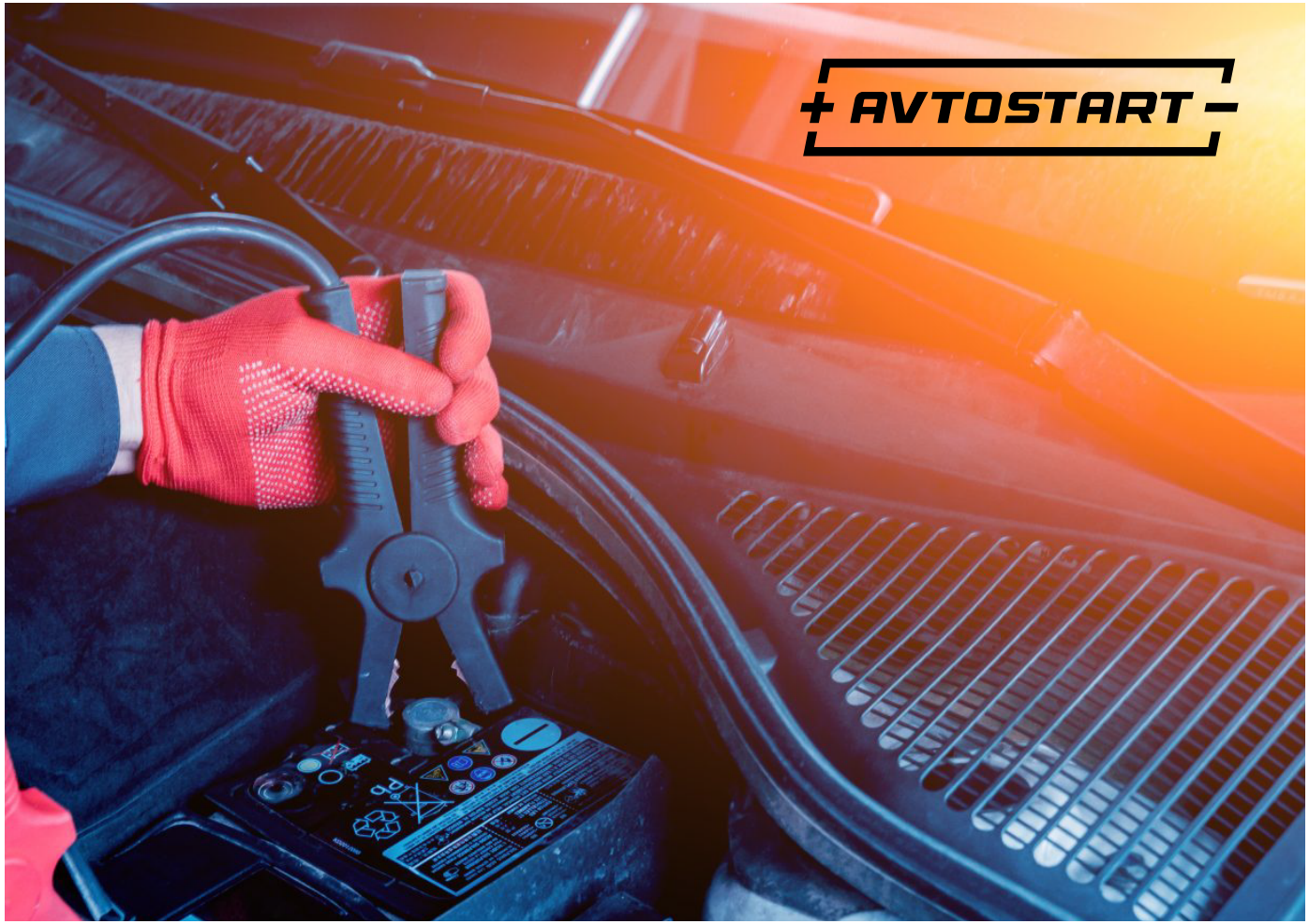
На спокойных, приглушённых или однотонных изображениях допускается использование логотипа на прозрачном фоне при условии сохранения его чёткой видимости и контраста.



Использование логотипа на фоне фотографий

На сложных или насыщенных фотографиях логотип размещается на белой или фирменной тёмной плашке для обеспечения достаточного контраста и читаемости.

На спокойных, приглушённых или однотонных изображениях допускается использование логотипа на прозрачном фоне при условии сохранения его чёткой видимости и контраста.



Использование логотипа на фоне фотографий

На сложных или насыщенных фотографиях логотип размещается на белой или фирменной тёмной плашке для обеспечения достаточного контраста и читаемости.

На спокойных, приглушённых или однотонных изображениях допускается использование логотипа на прозрачном фоне при условии сохранения его чёткой видимости и контраста.

MONTSERRAT

Italic

Semibold Italic

ExtraBold Italic

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation

Рекомендуемый фирменный шрифт

В фирменных и печатных материалах рекомендуется использовать шрифт Montserrat. Это современный шрифт без засечек с чистой и чёткой геометрией, обеспечивающий высокую читаемость и аккуратное визуальное восприятие.

Montserrat отражает технологичный и профессиональный характер бренда, хорошо работает в навигации, наружной рекламе и цифровой среде, оставаясь читаемым на любых носителях.

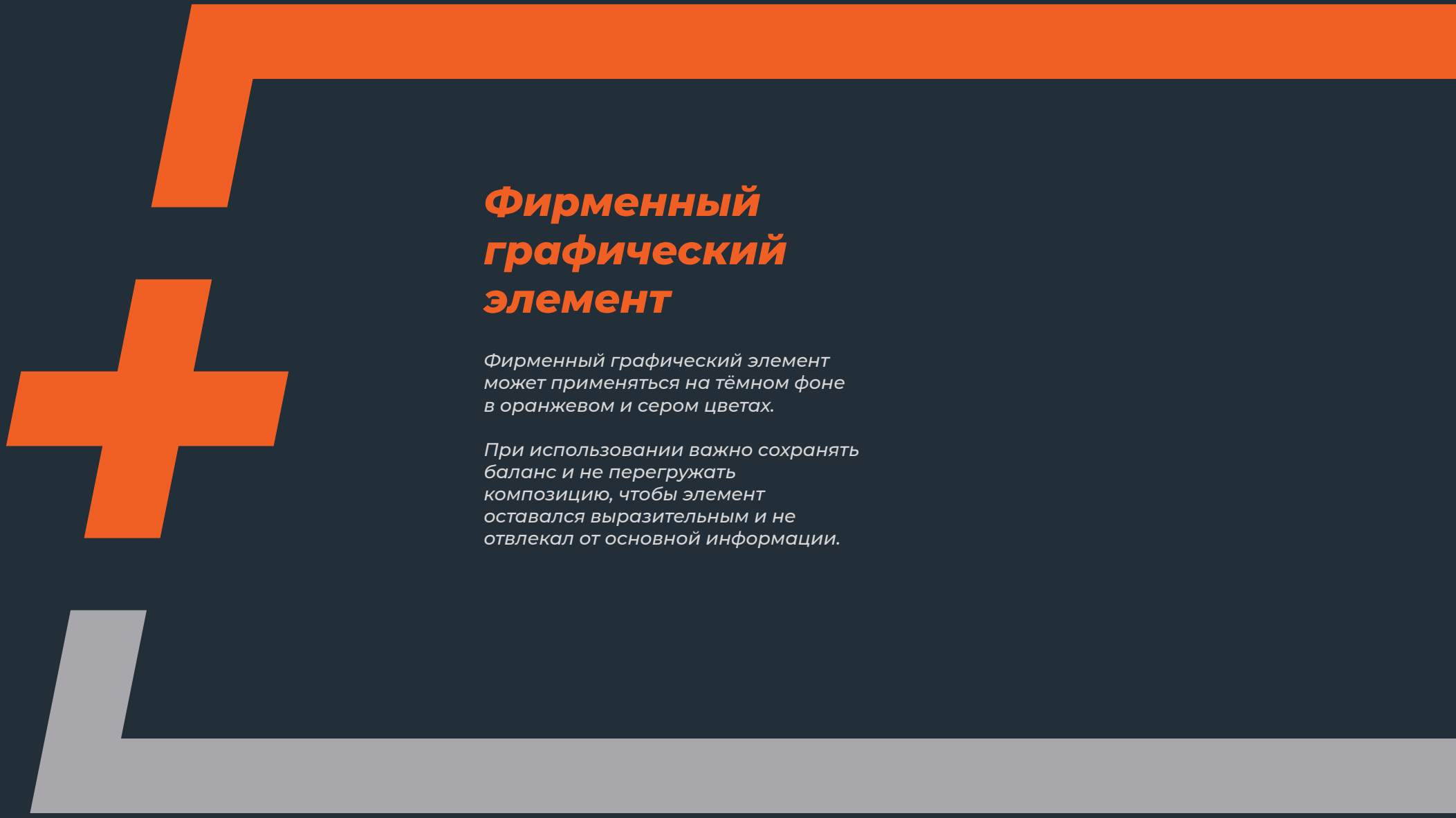
Для создания визуальной иерархии рекомендуется использовать начертания: Semibold, Italic, Bold Italic и ExtraBold Italic.

Фирменный графический элемент

Фирменный графический элемент разработан на основе формы логотипа и является частью визуальной системы бренда AVTO-START. Он используется как дополнительный выразительный инструмент, усиливающий визуальную идентичность.

Элемент может применяться в различных носителях — в рекламных баннерах, цифровых материалах, полиграфии и оформлении торговых точек. Его использование позволяет создавать более узнаваемые и цельные визуальные решения.

При применении важно соблюдать меру и избегать визуальной перегруженности. Элемент должен дополнять композицию, а не конкурировать с логотипом или основной информацией.



Фирменный графический элемент

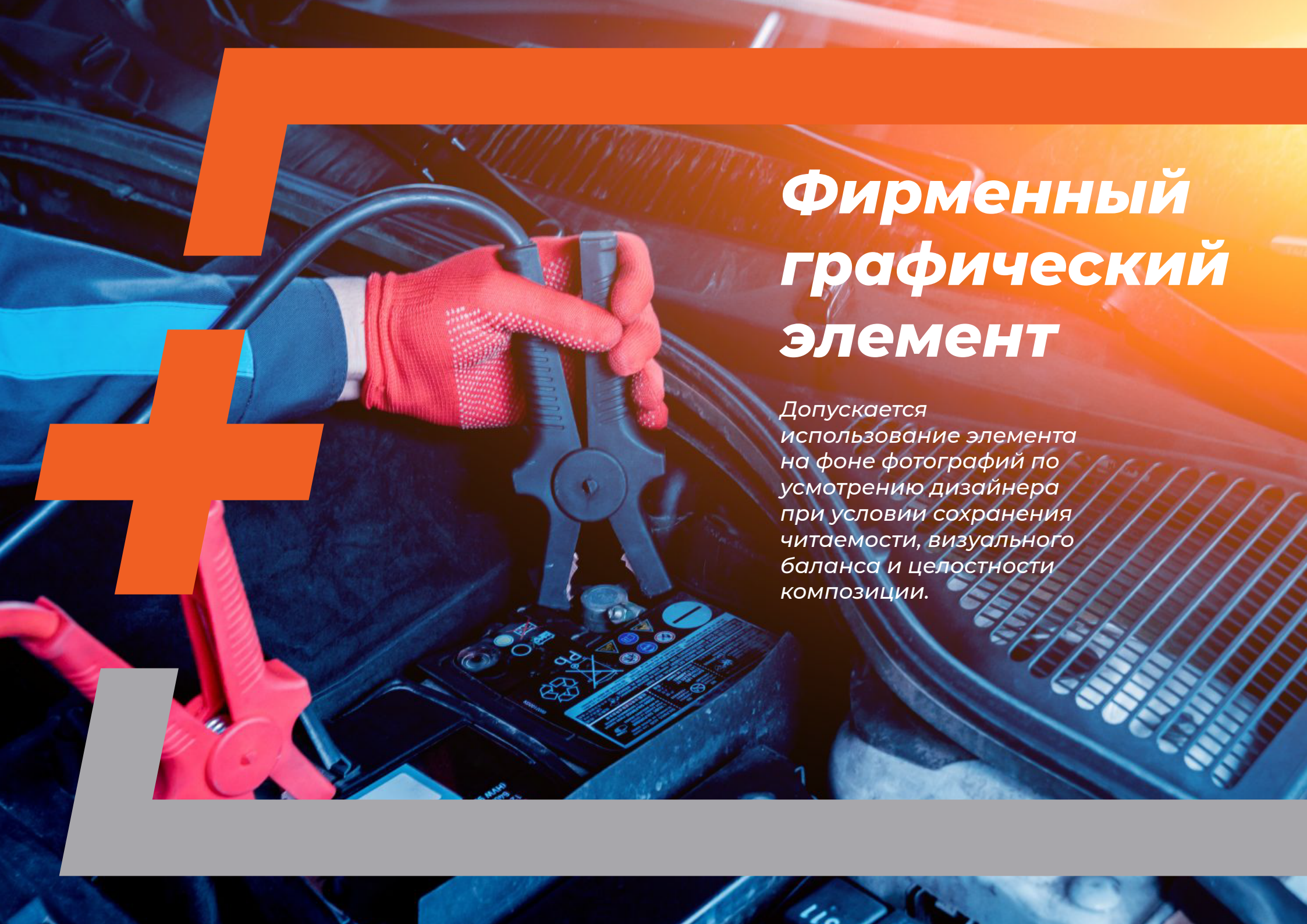
Фирменный графический элемент может применяться на тёмном фоне в оранжевом и сером цветах.

При использовании важно сохранять баланс и не перегружать композицию, чтобы элемент оставался выразительным и не отвлекал от основной информации.

Фирменный графический элемент

Фирменный графический элемент может применяться на тёмном фоне в оранжевом и сером цветах.

При использовании важно сохранять баланс и не перегружать композицию, чтобы элемент оставался выразительным и не отвлекал от основной информации.



Фирменный графический элемент

Допускается использование элемента на фоне фотографий по усмотрению дизайнера при условии сохранения читаемости, визуального баланса и целостности композиции.



Фирменный графический элемент

Допускается использование элемента на фоне фотографий по усмотрению дизайнера при условии сохранения читаемости, визуального баланса и целостности композиции.



Визитные карточки

Визитные карточки должны изготавливаться из качественной премиальной бумаги плотностью 300–350 г/м².

При наличии технической возможности рекомендуется применение выборочного лака (local lacquer) на логотипе, что подчёркивает статус и усиливает тактильное и визуальное восприятие фирменного стиля.



Фирменный бланк

Фирменный бланк может использоваться как в печатном, так и в электронном виде.

Для электронного использования шапка фирменного бланка переносится в шаблон документа Word, в котором должна вестись вся официальная переписка компании. Это обеспечивает единый и узнаваемый стиль деловой коммуникации.

Фирменный конверт

Фирменный конверт выполняется в фирменном тёмном или оранжевом цвете. Логотип размещается в фирменных цветах в соответствии с утверждёнными правилами применения.

При изготовлении премиальных печатных материалов допускается использование выборочного лака (local lacquer) на логотипе, что усиливает визуальное и тактильное восприятие.



Фирменная папка

Фирменная папка изготавливается из качественной плотной бумаги или дизайнерского картона. Основной цвет папки — фирменный тёмный или оранжевый.

Логотип рекомендуется выполнять с применением выборочного лака (local lacquer), что усиливает визуальное и тактильное восприятие.



Фирменный бейдж

Фирменный бейдж используется для идентификации сотрудников и поддержания единого визуального образа бренда.

Бейдж выполняется в фирменных цветах с использованием логотипа и типографики. Информация должна быть легко читаемой и чётко структурированной.





Фирменная футболка

Фирменная футболка выполняется в чёрном или оранжевом цвете.

Для повседневного использования логотип может размещаться крупным размером по центру груди. Для сотрудников, представляющих компанию на деловых и официальных мероприятиях, используется более сдержанный вариант — логотип меньшего размера, размещённый на левой стороне груди.

Во всех случаях важно соблюдать чёткость нанесения и корректное воспроизведение фирменных цветов.







Фирменная футболка

Фирменная футболка выполняется в чёрном или оранжевом цвете.

Для повседневного использования логотип может размещаться крупным размером по центру груди. Для сотрудников, представляющих компанию на деловых и официальных мероприятиях, используется более сдержанный вариант — логотип меньшего размера, размещённый на левой стороне груди.

Во всех случаях важно соблюдать чёткость нанесения и корректное воспроизведение фирменных цветов.







Фирменная футболка

Фирменная футболка выполняется в чёрном или оранжевом цвете.

Для повседневного использования логотип может размещаться крупным размером по центру груди. Для сотрудников, представляющих компанию на деловых и официальных мероприятиях, используется более сдержанный вариант — логотип меньшего размера, размещённый на левой стороне груди.

Во всех случаях важно соблюдать чёткость нанесения и корректное воспроизведение фирменных цветов.





Фирменная жилетка

Фирменная жилетка выполняется в чёрном цвете с нанесением логотипа в белом цвете.

Логотип размещается на левой стороне груди и, при необходимости, может дублироваться на спине в увеличенном размере. Такое решение обеспечивает хорошую видимость и узнаваемость бренда в рабочей среде.



Фирменная витрина

(основной вариант)

Фирменная витрина выполняется с использованием фирменного тёмного цвета. В верхней части размещается логотип, выполненный в фирменных цветах. Логотип может быть изготовлен из оргстекла, в том числе с внутренней подсветкой, для повышения заметности.

Тёмный фон формирует визуально цельный, технологичный и уверенный образ, обеспечивая хорошую видимость логотипа и продукции.

Данный вариант является основным и рекомендуется для применения во всех торговых точках с целью поддержания единого стиля и высокой узнаваемости бренда.



Фирменная витрина

(светлый вариант)

Фирменная витрина может выполняться с использованием белого фона. В верхней части размещается логотип в фирменных цветах в соответствии с утверждёнными правилами применения.

Светлый фон обеспечивает максимальную читаемость информации, визуальную чистоту и аккуратное восприятие пространства. Такой вариант рекомендуется для интерьеров с преобладанием светлых тонов или в случаях, когда требуется более нейтральное и лёгкое визуальное решение.

Данный вариант является дополнительным и применяется в зависимости от условий размещения, сохраняя при этом целостность фирменного стиля.



Фирменная витрина

(акцентный вариант)

Фирменная витрина может выполняться с использованием фирменного оранжевого цвета. В верхней части размещается логотип, выполненный в белом цвете для обеспечения максимального контраста и читаемости.

Оранжевый фон формирует яркий и динамичный образ, усиливает заметность и привлекает внимание к торговой точке. Такой вариант рекомендуется для локаций с высокой конкуренцией или активным потоком аудитории.

Данный вариант является дополнительным и применяется как акцентное решение, сохраняя при этом целостность фирменного стиля.



Ценники

Для обеспечения удобства восприятия информации и визуальной иерархии разработана система фирменных ценников в четырёх цветовых вариантах: белом, сером, тёмном и оранжевом.

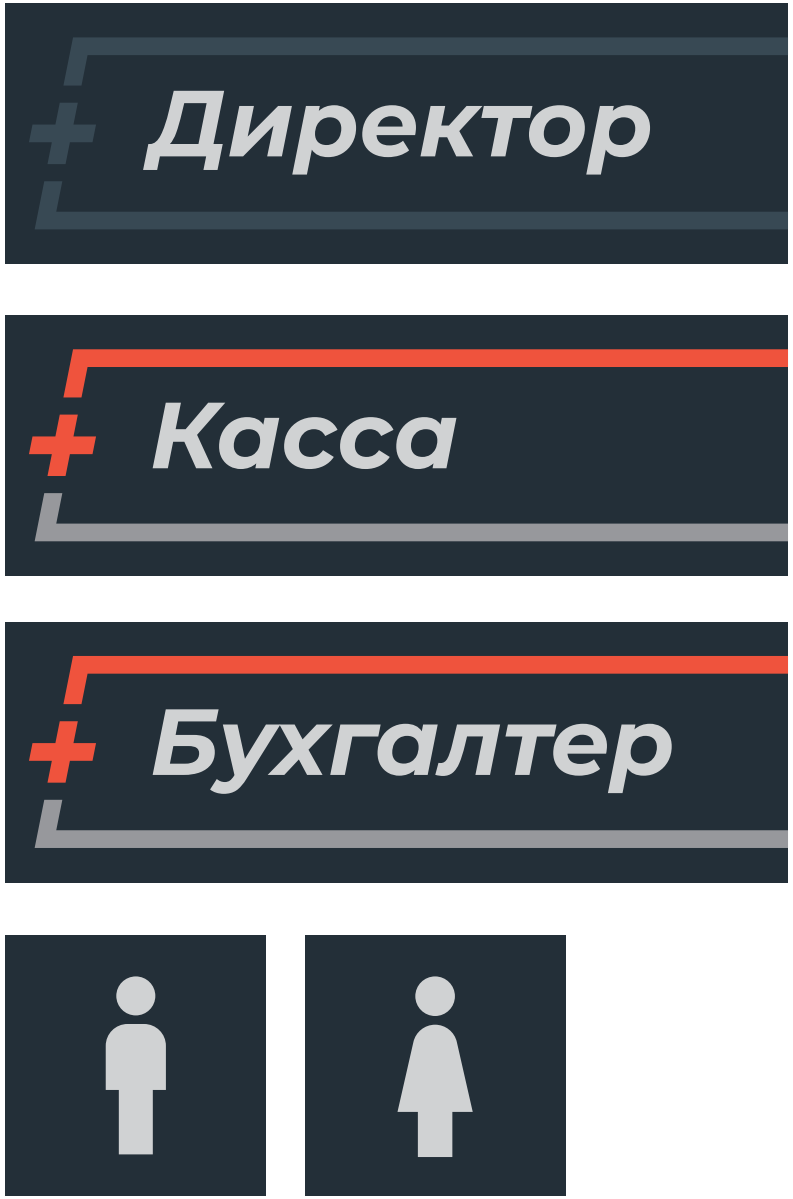
Каждый вариант выполняет свою функцию и применяется в зависимости от задач и типа товара:

Белый фон — основной вариант для повседневного использования. Обеспечивает максимальную читаемость и нейтральное восприятие информации.

Серый фон — дополнительный вариант для структурирования ассортимента и создания визуального разделения внутри витрины.

Тёмный фон — используется для выделения более значимых или премиальных позиций, формируя ощущение надёжности и технологичности.

Оранжевый фон — акцентный вариант для привлечения внимания. Применяется для акций, новинок и специальных предложений.



Навигационные таблички

Навигационные таблички (в том числе над кабинетами и на дверях) выполняются с использованием фирменного тёмного фона и надписей, набранных фирменным шрифтом.

В зависимости от назначения табличек допускается использование различных цветовых решений в рамках фирменной палитры. При этом необходимо сохранять высокий контраст, читаемость и визуальную целостность фирменного стиля.



Уличный указательный баннер

Уличный указательный баннер выполняется с использованием фирменного тёмного фона. Логотип размещается в фирменных цветах в соответствии с утверждёнными правилами применения.

Баннер предназначен для навигации и привлечения внимания, поэтому важно обеспечивать его хорошую читаемость и видимость с расстояния.



Фирменная вывеска (фасадные вывески)

Фасадные вывески могут изготавливаться в виде световых коробов (лайтбоксов) с внутренней подсветкой, обеспечивающей хорошую видимость в тёмное время суток.

При разработке вывесок важно соблюдать фирменные цвета, пропорции и читаемость логотипа, обеспечивая его чёткое и корректное восприятие с расстояния.



Фирменная вывеска (фасадные вывески)

Фасадная вывеска также может выполняться в виде объёмных букв. В зависимости от задачи и условий размещения буквы изготавливаются из металла или оргстекла и могут быть оснащены внутренней подсветкой для обеспечения хорошей видимости в тёмное время суток.



Указательная вывеска (наружная)

Для указательных наружных вывесок используется дополнительный фирменный знак без текстовой части. Это позволяет быстро и ясно обозначать направление или расположение торговой точки.

Вывеска может выполняться в виде светового короба (лайтбокса) с внутренней подсветкой, обеспечивающей хорошую видимость в любое время суток.

Использование фирменного знака делает навигацию более лаконичной и усиливает визуальную систему бренда.

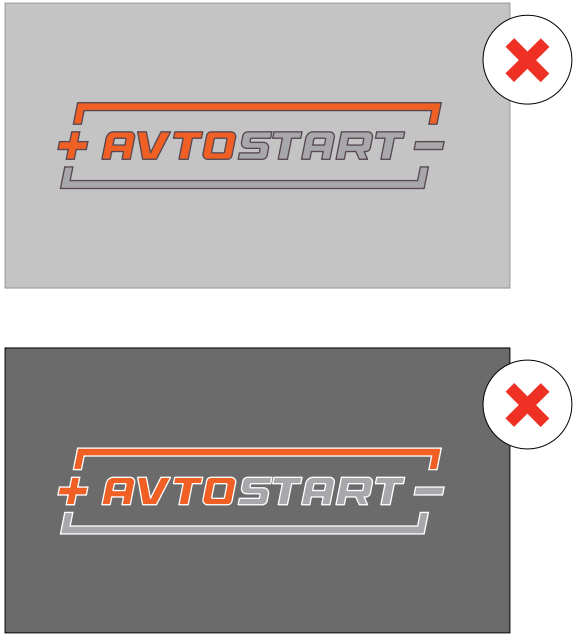


Фирменная вывеска (внутренняя)

Внутренняя фирменная вывеска выполняется в виде объёмных букв. В зависимости от задачи и условий размещения буквы могут изготавливаться из металла или оргстекла.

Выбор материалов определяется дизайном интерьера и концепцией торгового пространства. Допускается использование различных решений при условии сохранения фирменного стиля и визуальной целостности бренда.





Не допускается использование рамок или обрамлений вокруг логотипа.





Фирменный автотранспорт

Оформление фирменного автотранспорта выполняется с использованием логотипа в фирменных или монохромных вариантах в зависимости от цвета автомобиля.

При необходимости размещения дополнительной информации рекомендуется использовать фирменный шрифт с соблюдением читаемости и визуальной иерархии.

Во всех случаях важно сохранять лаконичность оформления и не перегружать композицию, обеспечивая чёткое и узнаваемое восприятие бренда.

Благодарим за соблюдение данных принципов и желаем успешного применения фирменного стиля AVTOSTART.