



Руководство  
по применению  
фирменного  
СТИЛЯ

Муниципального бюджетного учреждения  
«Сегежский Центр культуры и досуга» - дом, в  
котором всегда живет праздник!

Более восьмидесяти лет здесь активно развивались и продолжают развиваться такие виды творчества как хореография, декоративно-прикладное, вокальное и театральное искусства, существуют рядом эстрада и фольклор, рок-музыка и клубы по интересам. Попадая сюда, Вы, наши зрители, понимаете – это именно то место, где живет счастье, где всем возрастам и национальностям комфортно друг с другом, где все чувствуют себя равными. На нашем сайте вы найдете информацию об истории Дома культуры, нашем сплоченном коллективе и творческих объединениях, увидите анонсы праздников, конкурсов и фестивалей. Мы ждем Вас на наших мероприятиях и верим, что впереди сегежан и гостей города ждёт немало интересного, а Центр культуры и досуга всегда будет свободной и многогранной территорией творчества!



В этом разделе представлены основные элементы фирменного стиля – логотип, фирменные цвета, шрифты, а также правила их использования.

Логотип



знак



## Логотип. Основная версия.

Для воспроизведения логотипа применяйте только оригинальную версию. Недопустимо изменение цвета, пропорций и начертания логотипа.



## Логотип. Монохромная и инверсионная версия

Одноцветный вариант логотипа является дополнительным и используется только в случаях, когда другие варианты логотипа не могут быть воспроизведены, например, на бланке факсимильного сообщения или в виде тиснения, или лазерной гравировки на сувенирной продукции. На темных фонах используется логотип в белом цвете. На белых в черном. Такое решение обусловлено большей читабельностью.



Монохром



Инверсия

# Охранное поле

Для обеспечения узнаваемости и корректности восприятия логотипа при его размещении на различных носителях фирменного стиля необходимо руководствоваться правилом охранного поля. Охранное поле – это минимально допустимое пространство вокруг логотипа, свободное от посторонней графики и текста. Размер охранного поля (обозначен на схеме справа) равен ширине половинки сердца и отмеряется от пунктирных линий. Рекомендуется оставлять вокруг логотипа свободное пространство большее, чем размер охранного поля.



## Недопустимое применение логотипа

Категорически запрещено:

- менять пропорции;
  - изменять и искажать логотип;
  - использовать другие цвета, кроме фирменных;
  - изменять положение знака по отношению к логотипу;
  - размещать цветной логотип на каком-либо другом фоне, кроме белого или достаточно светлого.
- Следует использовать только представленные оригинальные файлы логотипа.

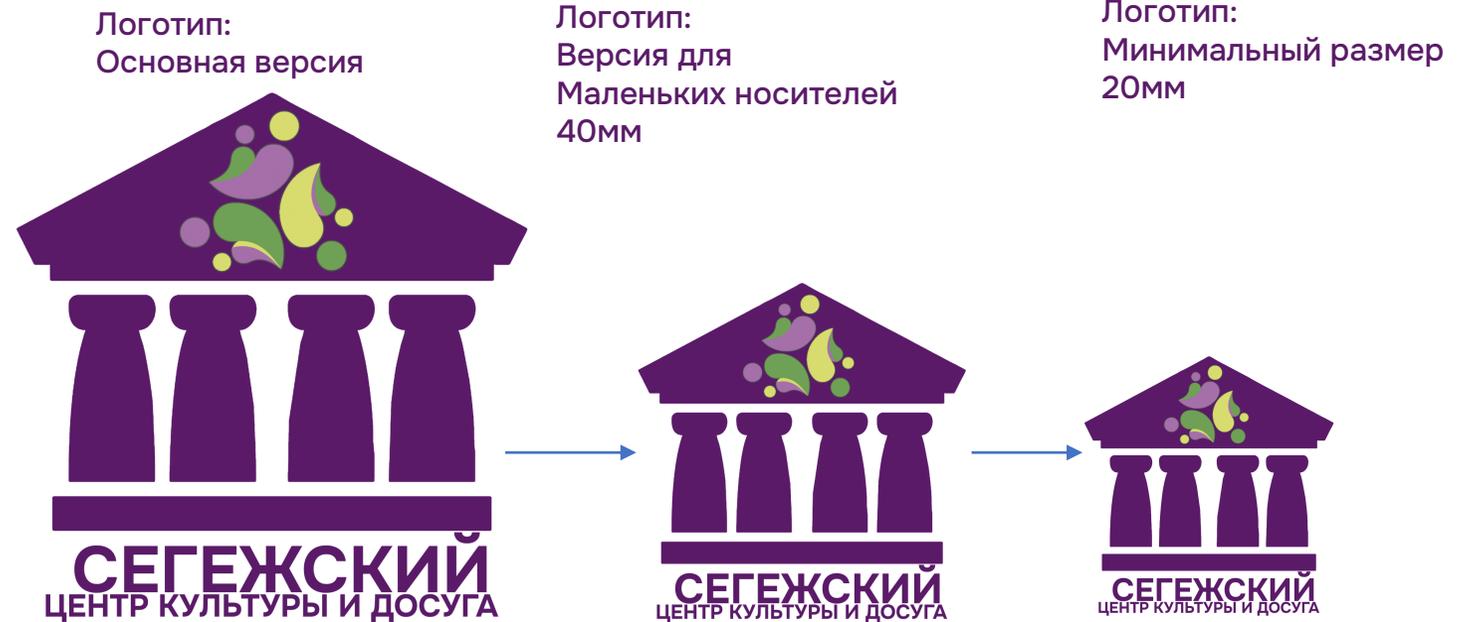


## Минимальный размер логотипа

На рисунке представлены минимально допустимые размеры всех версий логотипа.

Указанные минимальные размеры обеспечивают хорошую читаемость всех элементов логотипа.

В случае использования минимально допустимой версии логотипа необходимо учитывать такие параметры, как качество печати, свойства поверхности носителя, контрастность фона, обеспечивать хорошую читаемость и корректность отображения всех элементов логотипа.



## Применение логотипа на фотоизображениях

При размещении логотипа на фоне фотоизображения может использоваться любая их версия.

При использовании на фотоизображениях логотипа действует правило: контрастность логотипа к изображению, на котором он расположен, должна составлять не менее 20%, чтобы знак и логотип легко считывались.

Для выявления контраста необходимо перевести изображение в градации серого и замерить плотность фона рядом с логотипом в самой светлой зоне изображения.



Основными фирменными цветами являются:

Черный и белый цвет являются дополнительными и используется только в случаях, когда основные цвета не могут быть воспроизведены, например, на бланке факсимильного сообщения.

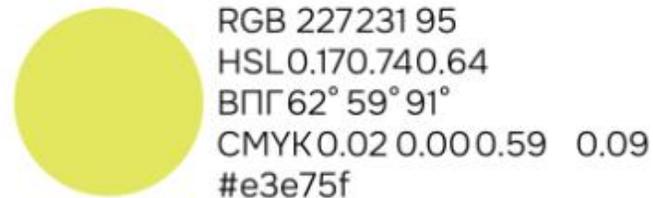
Используйте в полиграфии PANTONE и CMYK, для воспроизведения на экранах и мониторах - RGB. Используйте HTML в интернет-контенте. При использовании самоклеющихся пленок используйте Oracal.

## Основные фирменные цвета

Основными фирменными цветами являются:

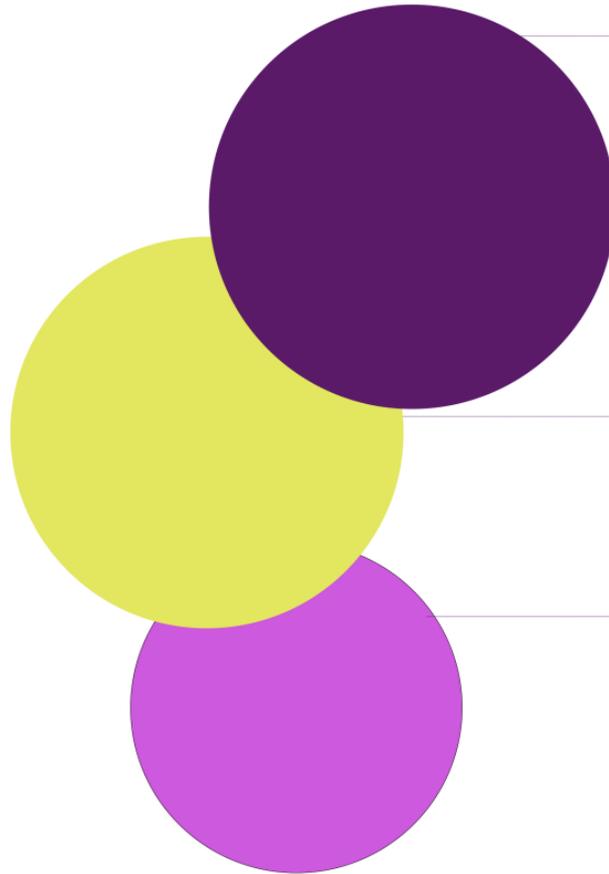
Черный и белый цвет являются дополнительными и используются только в случаях, когда основные цвета не могут быть воспроизведены, например, на бланке факсимильного сообщения.

Используйте в полиграфии PANTONE и CMYK, для воспроизведения на экранах и мониторах - RGB. Используйте HTML в интернет-контенте. При использовании самоклеющихся пленок используйте Oracal.



## Основные фирменные цвета

---



Фиолетовый ассоциируется с творчеством. Это цвет лидерства, достоинства, мира, символ аристократизма и духовности. Фиолетовый помогает тем, кто ищет смысл жизни и духовное наполнение. Его предпочитают люди творческих профессий – художники, музыканты, артисты.

Светло желто - зеленый цвет – это цвет солнца, огня. Он относится к группе теплых и светлых тонов. Такие тона вызывают у наблюдающих приятные эмоции и прилив энергии.

Умеренный цвет орхидеи. является символом любви, красоты и царственности. Он ассоциируется с изящностью, элегантностью и роскошью.



# Фирменные шрифты

Шрифты являются важной составляющей фирменного стиля — их систематическое использование способствует узнаваемости бренда.

Onest Bold используются для выделения заголовков Onest Lighte используется для текстового набора в больших объемах. Когда применение основных шрифтов ограничено технически — для набора переменного текста в деловой документации и электронных носителях, в экранных презентациях и т.д. используйте системно предустановленный шрифт Arial.

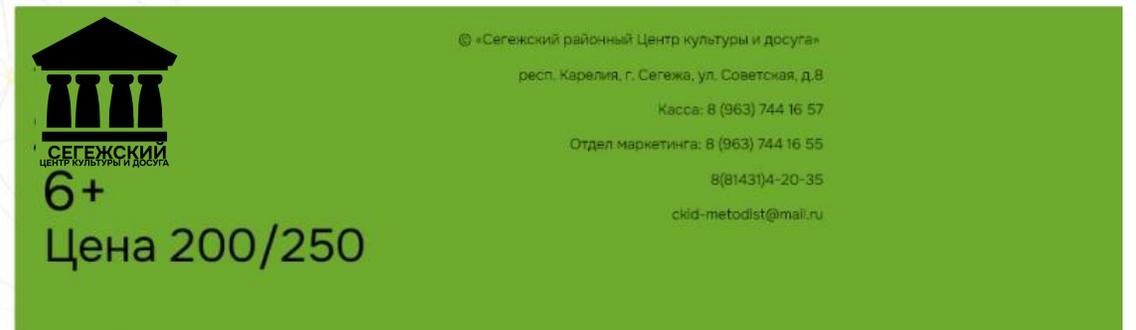
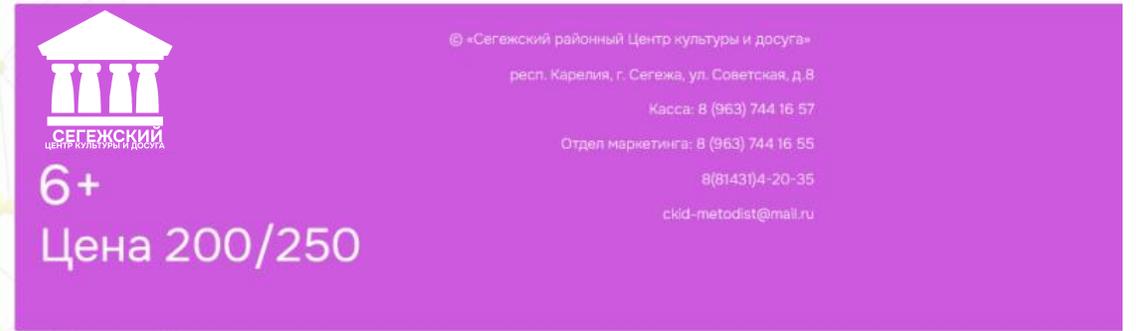


# Применение фирменного стиля. Носители

## Оформление афиш



Информационный блок афиши включает в себя: логотип инверсивной вариации черно - белая форма. С соблюдением охранного поля. Расположение в верхнем левом углу информационного блока. Следом следуют возрастные ограничения установленные для мероприятия. А так же стоимость билетов согласно утвержденному прайсу. Верхний правый угол занимает информация о названии, адресе, номера телефонов, почта, социальные сети, сайт. Цветовая палитра информационных блоков соблюдается в рамках фирменных цветов согласно характеристикам. Шрифт Onest regular. Цвет шрифта согласуется с цветом логотипа.



# Применение фирменного стиля. Личная карточка сотрудника



© «Сеgezский районный Центр культуры и досуга»  
респ. Карелия, г. Сеgezжа, ул. Советская, д.8  
Касса: 8 (963) 744 16 57  
Отдел маркетинга: 8 (963) 744 16 55  
8(81431)4-20-35  
ckid-metodist@mail.ru

Фамилия  
Имя  
Отчество

Должность

# Применение фирменного стиля. Личная карточка сотрудника



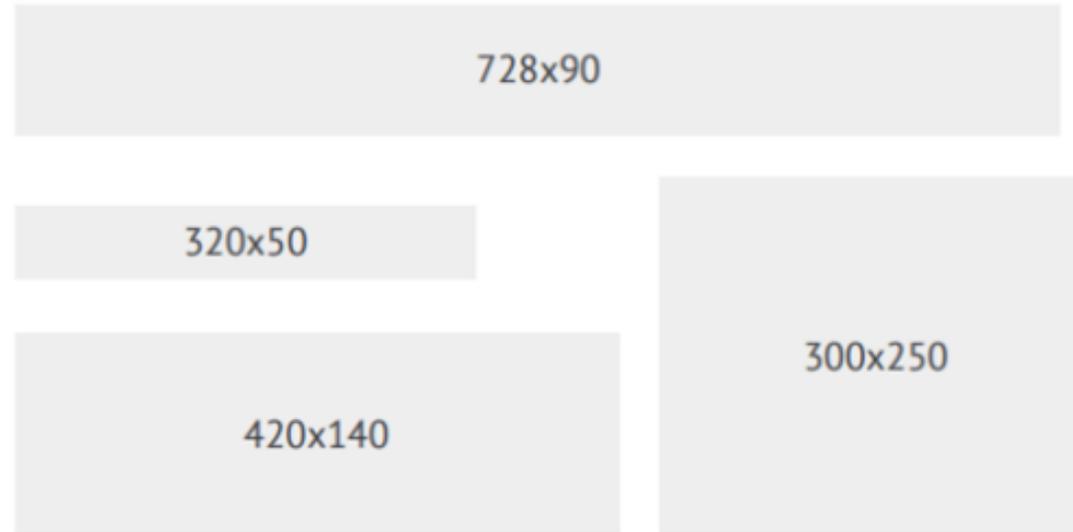
© «Сегежский районный Центр культуры и досуга»  
респ. Карелия, г. Сегежа, ул. Советская, д.8  
Касса: 8 (963) 744 16 57  
Отдел маркетинга: 8 (963) 744 16 55  
8(81431)4-20-35  
ckid-methodist@mail.ru

Фамилия  
Имя  
Отчество

Должность



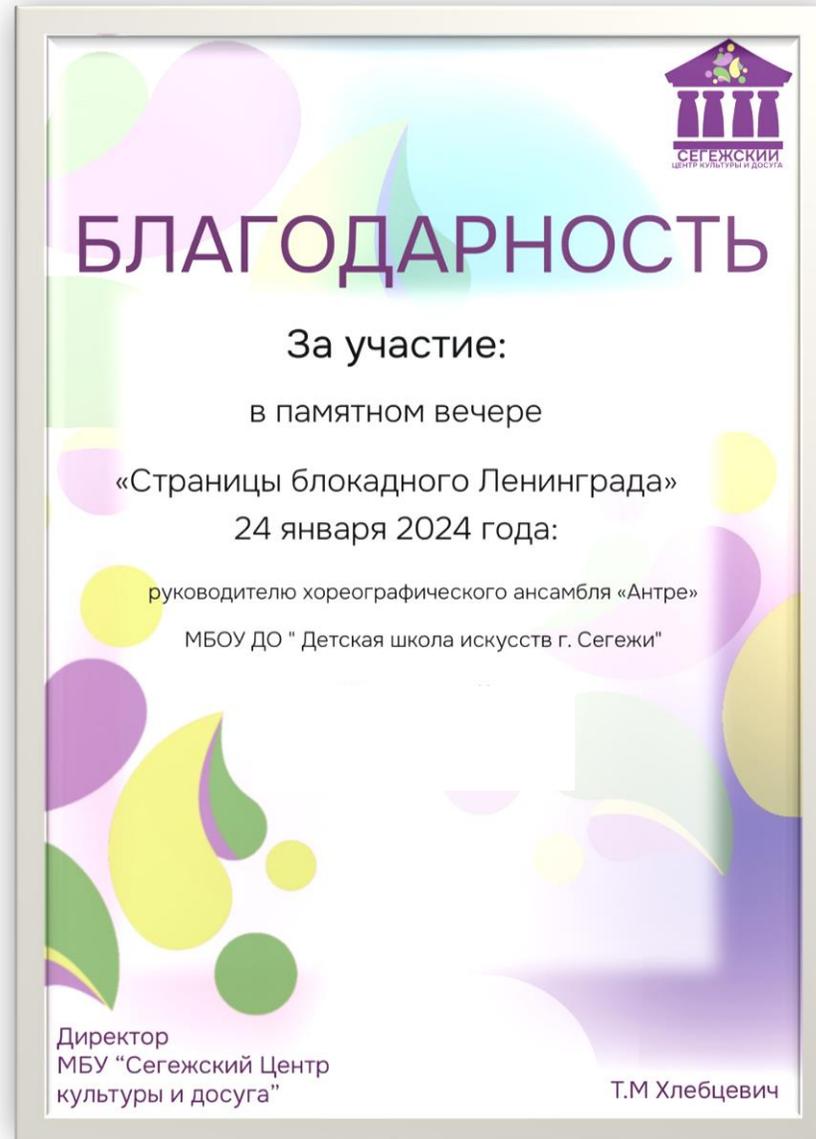
При создании интернет-баннеров используется логотип платформы. Баннеры могут быть как графические, так и текстово-графические. Размеры баннеров в пикселях: 728X90, 320X50, 300X250, 420X140.



[Скачать](#)

# Применение фирменного стиля. Документы





## Социальная сеть «В контакте»

The screenshot shows the VK profile page for MBU "Segezhskiy center of culture and leisure" (МБУ "Сеgezжский центр культуры и досуга"). The header features the organization's name, address (Советская 8), and contact information: phone number 8(963)74416, website segeja-mburckd.ru, and email ckid-metodist@mail.ru. A banner for "Пушкинская карта" (Pushkin Card) is displayed with buttons for "Подпишись на нас" (Subscribe to us) and "Купить билет" (Buy ticket). Below the banner, the profile name "Сеgezжский Центр культуры и досуга" is shown as a public organization with 0 subscribers. A navigation bar includes buttons for "Оценка качества" (Quality assessment), "сообщить о проблеме" (Report problem), "высказать мнение" (Express opinion), and "ДФИ". A secondary navigation bar lists "Услуги" (Services), "Фото" (Photos), "Мероприятия" (Events), "Обсуждения" (Discussions), and "Настройки" (Settings). The main content area features three promotional cards: a QR code for the website (free), a 500 ruble membership card (400 rubles), and a 1000 ruble membership card (900 rubles).