



Фирменный стиль «Witology»

1. Основные элементы
2. Документация

1. Наш логотип



Логотип состоит из товарного знака и полного названия компании «Witology».

Композиция знака — централизация мелких элементов вокруг основного, крупного — также отображает суть деятельности компании: объединение мыслительных единиц для рождения большой идеи.

Шрифтовое написание компании соответствует пластическим направляющим знака и дополняет композиционный ряд.

Взаимное расположения знака и названия регламентированы, поэтому во всех случаях используйте оригинальные исходные файлы. Ни в коем случае не пытайтесь самостоятельно воссоздать знак или название.

1.2 Свободное пространство логотипа, минимальный размер



Свободное пространство вокруг логотипа обеспечивает максимально правильное восприятие логотипа.

Никакие элементы графики и текста не должны попадать в область свободного пространства.



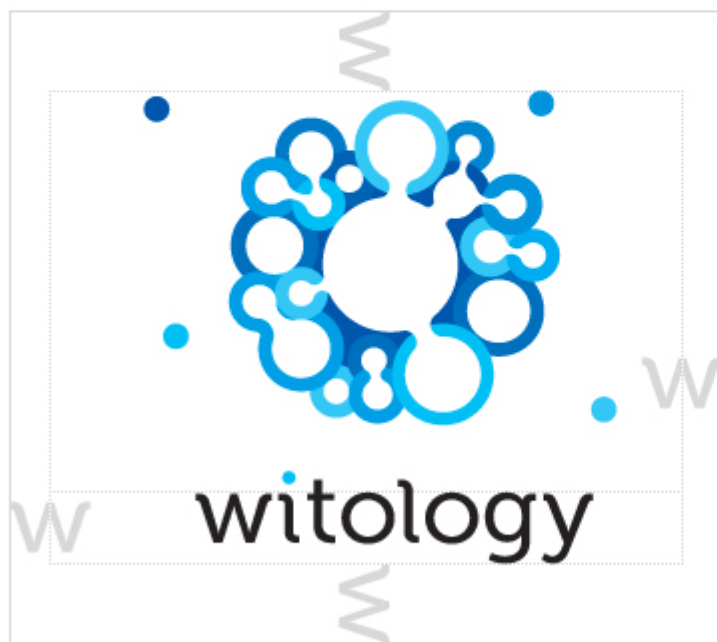
Для полиграфии минимальный допустимый размер 3 см.



Для экранной графики логотип не может быть меньше 88 пикселей в ширину.

Также при ограничении площади нанесения возможен вариант применения шрифта без использования знака.

1.3 Вертикальный вариант логотипа



Вертикальное расположение логотипа используйте в исключительных случаях когда использование основного (горизонтального) варианта невозможно.

Никакие элементы графики и фотографий не могут попадать в область свободного пространства.

Для полиграфии минимальный допустимый размер 3 см.

Для экранной графики логотип не может быть меньше 88 пикселей в ширину.

1.4 Цветовые варианты использования логотипа

*Полноцветная
версия*



Двухцветная



Монохромная



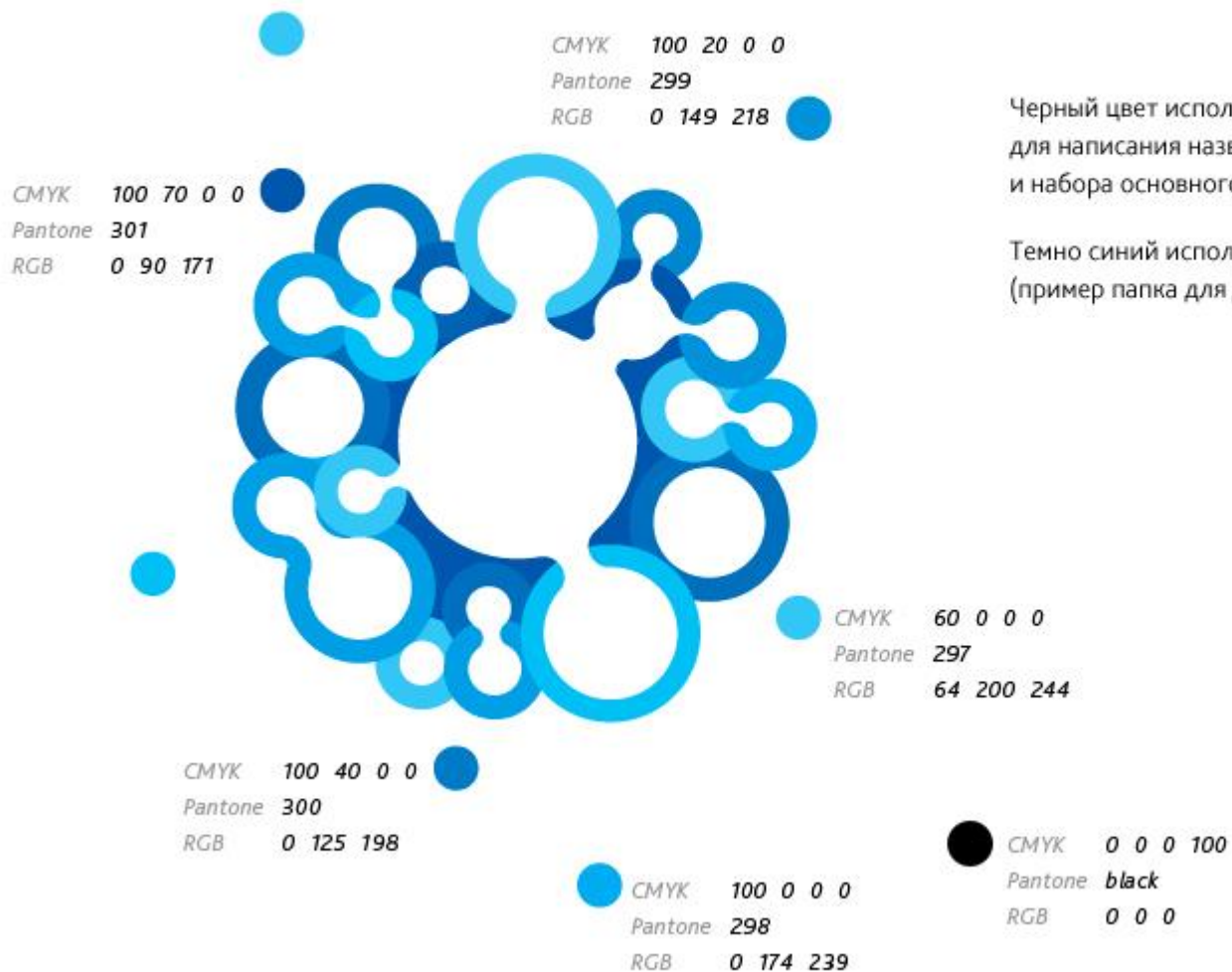
Цветовое решение неотъемлемо зависит от строения и акциденции логотипа.

Знак является объектом приоритетной важности, поэтому цветовая гамма знака строится на контрастных, чистых цветовых оттенках от синего цвета.

Строение логотипа позволяет использовать его при любых способах нанесения и использования. Он не меняет смысл при использовании в ограниченном количестве красок или в монохромном решении.

Двухцветная версия с инверсным написанием компании рекомендована для темных поверхностей.

1.5 Фирменные цвета



Черный цвет используется для написания названия компании и набора основного текста.

Темно синий используйте для фона (пример папка для документов).

1.6 Запрещенные варианты использования логотипа

Приведем самые распространенные примеры неправильного использования логотипа.



Не допускайте использование логотипа на не контрастном фоне



Не допускайте искажения логотипа



Не допускайте изменения цвета элементов логотипа



Не допускайте изменения размера элементов логотипа



Не допускайте изменения геометрии логотипа



Не допускайте обводок, контуров и теней на элементах логотипа

Шрифт — важная составляющая нашего фирменного стиля, его всегда можно скачать в «Приложении».

Основной шрифт — Bliss Pro Light. Во всех материалах должен применяться шрифт Bliss Pro в указанных ниже приоритетах.

Bliss Pro Medium

Мы используем для заголовков

Bliss Pro Light

Используется для основного текста

InterFace Cyr Light

Так же для особых случаев предусмотрена облегченная версия

Шрифт Arial дополнительный и необходим для использования в веб-среде.

Применение шрифтов правильного начертания и размеров поможет создать единый вид всех печатных и веб-материалов.

А Б В
Г Д Е Ё Ж
и другие буквы