

Руководство по использованию фирменного стиля
футбольного клуба СКА (Хабаровск)



2016

Содержание

1. Логотип	2
1.1. Плоское изображение логотипа.....	4
1.2. Одноцветное изображение логотипа.....	4
1.3. Англоязычный вариант логотипа.....	5
1.4. Построение логотипа.....	6
2. Фирменный паттерн	7
3. Фирменные цвета	8
3.1. Допустимые цветовые комбинации логотипа и фона.....	8
4. Шрифты	9
4.1. Дополнительный шрифт.....	10
5. Примеры использования	11
5.1. Правила использования элементов фирменного стиля при разработке сопутствующей и сувенирной продукции.....	15
5.2. Размещение элементов фирменного стиля.....	16
6. Недопустимое использование элементов фирменного стиля	17

Введение

Хабаровский футбольный клуб был основан в 1946 году. В 1946–1953 годах он носил название ДКА (Дом Красной Армии), в 1954-м – ОДО (Окружной дом офицеров), в 1955–1956-м – ДО (Дом офицеров), в 1957-м – ОСК (Окружной спортивный клуб), в 1957–1959-м – СКВО (Спортивный клуб военного округа). С 1960 по 1999-й – СКА (Спортивный клуб армии). Однако, своего истинно армейского статуса, как, собственно, и принадлежности своей к Вооруженным Силам страны, команда никогда не теряла. В 1999 году основным спонсором клуба стала компания «ХабЭнерго». По требованию этой компании и, вопреки мнению болельщиков, клуб получил новое название – «СКА-Энергия». Вышеупомянутая компания уже много лет не является спонсором клуба, и давно не имеет к нему никакого отношения. На протяжении 17 лет болельщики команды выражали желание вернуться к историческому названию клуба – СКА (Хабаровск).

В 2016 году совет клуба, учитывая мнение многочисленных поклонников, принял принципиальное решение – вернуть команде историческое название, начиная с футбольного сезона 2016/2017 гг. В этой связи возникла необходимость смены названия и эмблемы клуба.

В основу фирменного стиля футбольного клуба СКА Хабаровск легла Красная Звезда—символ армейского спорта. Этот символ знают не только в России, но и во всём мире. Красная Звезда—символ борьбы и атрибут армии. Цветовое сочетание красного с синим вызывает ассоциации с ЦСКА/СКА, что позволит легко сформировать узнаваемость логотипа и всего бренда, так как это традиционные цвета армейских клубов (использование других цветов было бы не уместным). Шрифт в написании «СКА» имеет графическую текстуру которая очень часто встречается в военной атрибутике и знаках отличия (звезды, петлицы, медали и т.п.). Логотип несет в себе преданность традициям армейского спорта, частью которого клуб СКА Хабаровск является с момента своего создания.

Задача фирменного стиля — с помощью ряда визуальных приемов обеспечить узнаваемость клуба. Базовыми элементами при создании фирменного стиля являются логотип, шрифт, цвет. Самостоятельное изменение фирменного стиля — недопустимо, так как ведет к утрате клубной идентичности. Тщательный выбор дизайнеров, разработчиков и изготовителей деловой документации, фирменной представительской или рекламно-информационной продукции, постоянный контроль за качеством выполняемых работ, следование правилам и рекомендациям, изложенным в данном руководстве, — позволит создать позитивный образ клуба и привлечь болельщиков.

1. Логотип

Полноцветное изображение логотипа на разных фонах.

Является основным вариантом. Применяется на основных носителях (игровая форма, атрибутика, сувенирная продукция, информационные носители, мультимедиа, СМИ и т.п.)



Фон на котором размещается логотип клуба может быть только фирменных цветов (См. раздел Фирменные цвета, стр. 8). Использование других цветов для фона не рекомендуется. При этом внешняя серая обводка логотипа не применяется (См. стр. 4).



1.1. Плоское изображение логотипа

Изображение логотипа с использованием меньшего количества цветов. Применяется в документации и для мелкого изображения логотипа.



1.2. Одноцветное (монохромное) изображение логотипа

Изображение логотипа с использованием одного цвета.



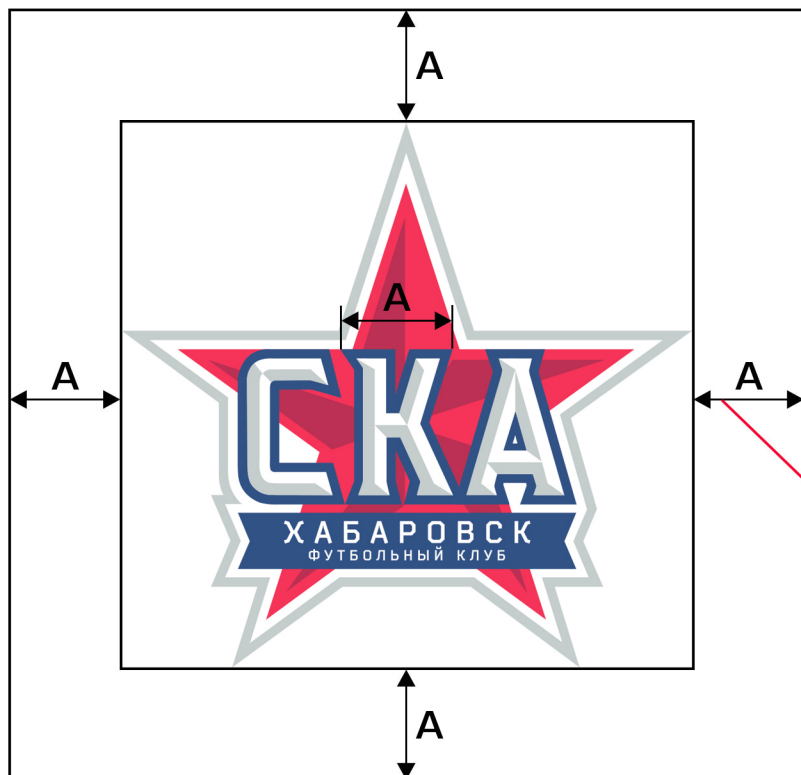
1.3. Англоязычный вариант логотипа



1.4. Построение логотипа

Минимальные поля безопасности.

Минимальные поля безопасности (отступы) следует соблюдать при создании макетов печатной продукции и нанесении логотипа на различные поверхности. Пустое пространство вокруг логотипа создаёт акцент на названии бренда и повышает его считываемость.



Делать отступы больше можно, а меньше — не рекомендуется.



Допустимое размещение логотипа



Недопустимое размещение логотипа.

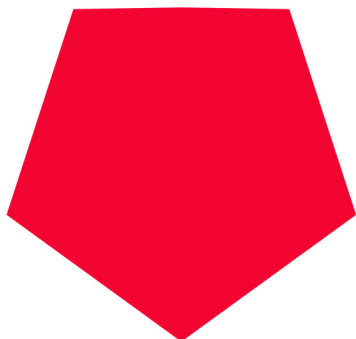
2. Фирменный паттерн

Звезда – вид геометрических фигур, плоских невыпуклых многоугольников. Звезда лежит основе логотипа СКА (Хабаровск). Фирменный фон состоит из элементов звезды, используемой в логотипе, и представляет собой треугольные полигоны фирменных цветов. Область, в которой размещается текст или логотип, заливается фирменным цветом (белым, синим или красным).

Фирменный паттерн применяется для насыщения фирменными элементами рекламных материалов для узнаваемости бренда и заполнения пустого пространства в макетах.



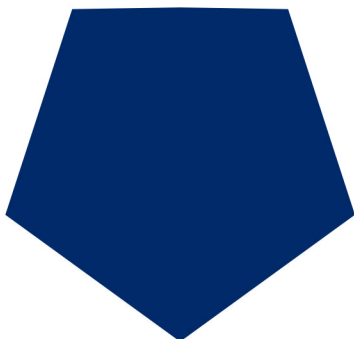
3. Фирменные цвета



CMYK: 0 100 85 0

RGB: 243 5 50

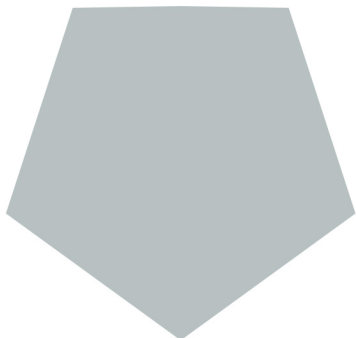
HEX: #f30532



CMYK: 100 91 30 22

RGB: 0 42 105

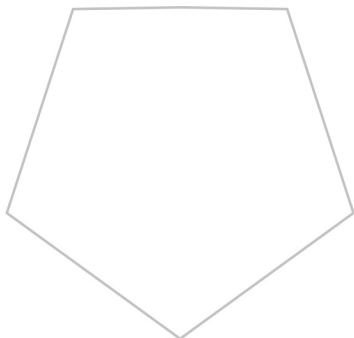
HEX: #002a69



CMYK: 28 17 20 0

RGB: 184 193 193

HEX: #b8c1c1



CMYK: 0 0 0 0

RGB: 255 255 255

HEX: #ffffff

3.1. Допустимые цветовые комбинации логотипа и фона



Наиболее предпочтительное сочетание – логотип на фоне фирменных красного, синего и белого цветов. Размещение логотипа на фонах других цветов **не рекомендуется**, так как это будет препятствовать узнаваемости бренда. Логотип на черном фоне используется при ч/б печати и в любом другом нанесении одним цветом.

4.1 Дополнительный шрифт

Дополнительный шрифт **Arial**, применяется в документообороте и для других нужд при невозможности использования фирменных шрифтов.

Arial

Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя

1234567890 !@#\$%^&*()-=_+<>?:;» ‘

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя

1234567890 !@#\$%^&*()-=_+<>?:;» ‘

5. Примеры использования фирменного стиля



Баннер

Размер: 19X0,95 м.



Рекламный баннер

Размер: 6X3 м.



Баннер сити-формат



Билет на матч

Материалы: матовая бумага плотностью не менее 300 г/м², офсетная или цифровая печать.

Поле для логотипа спонсора. Логотип должен быть отчетливо виден на фоне, который применяется в макете билета. Если цвет логотипа спонсора совпадает с цветом фона билета, то логотип спонсора должен иметь белую обводку или помещен в белое поле.



Футбольный клуб «СКА Хабаровск» ул. Советская, 32, г.Хабаровск, 680000. Тел.: (4212) 21-30-99, факс: (4212) 21-30-88, www.fcska.ru

№ _____
« ____ » _____ 2016 г.

Генеральному директору
ООО «Рассвет»
Милославскому П.Н.
ул. Ленинградская, 45,
Хабаровск, 680030

Уважаемый Павел Николаевич!

При составлении текста основную просьбу можно предварить преамбулой, в которой необходимо кратко изложить причины обращения к адресату. Если образец содержит несколько прошений, допустимо применить формулировки вида: «Также прошу», «Одновременно с вышеизложенной просьбой обращаюсь к Вам». Каждый новый вопрос для рассмотрения необходимо изложить в отдельном абзаце. По правилам деловой переписки, ответ на комплексный запрос может быть отправлен одним письмом, с комментариями по каждой просьбе. Такой вид переписки сокращает объемы документооборота и временные затраты на прочтение и обработку входящей документации.

В том случае, когда характер корреспонденции допускает обозначение временного промежутка для рассмотрения просьбы и получения результата, в тексте письма необходимо корректно выразить желание о получении ответа в установленный срок.

В обязательном порядке деловое письмо должно содержать контакты отправителя. Эти данные указываются для того, чтобы в случае необходимости у получателя письма была возможность связаться с отправителем просьбы напрямую.

С уважением,
Максим Андреевич Семин

Фирменный бланк



**Пропуск сотрудника
клуба**

Обрезной формат: 90x130 мм.
Материалы: ламинированная
бумага плотностью не менее
300 г/м2, офсетная или
цифровая печать.



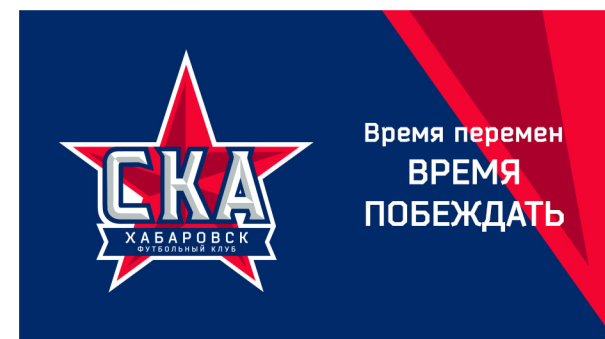
Визитная карточка

Обрезной формат: 90x50 мм.
Материалы: матовая бумага
плотностью не менее 300 г/м²,
офсетная или цифровая печать.



Визитная карточка (вертикальная)

Обрезной формат: 50x90 мм.
Материалы: матовая бумага
плотностью не менее 300 г/м²,
офсетная или цифровая печать.



Слоган на визитной карточке

5.1. Правила использования элементов фирменного стиля при разработке сопутствующей и сувенирной продукции

Основным правилом при использовании элементов фирменного стиля в изготовлении необходимой продукции является невозможность самостоятельного изменения геометрической формы, пропорций частей логотипа, фирменных цветов и шрифтов, используемых в эмблеме клуба. Логотип должен иметь первостепенное значение по отношению к другим элементам в компоновке дизайна макетов. Логотип и фирменный паттерн могут быть только фирменных цветов. Нанесение логотипа на фон не фирменных цветов, допускается только в варианте с **обводкой серого цвета**¹. Написание названия «СКА»² и **графического элемента «звезда»**³ отдельно от других частей логотипа — допускается, если это необходимо⁴.

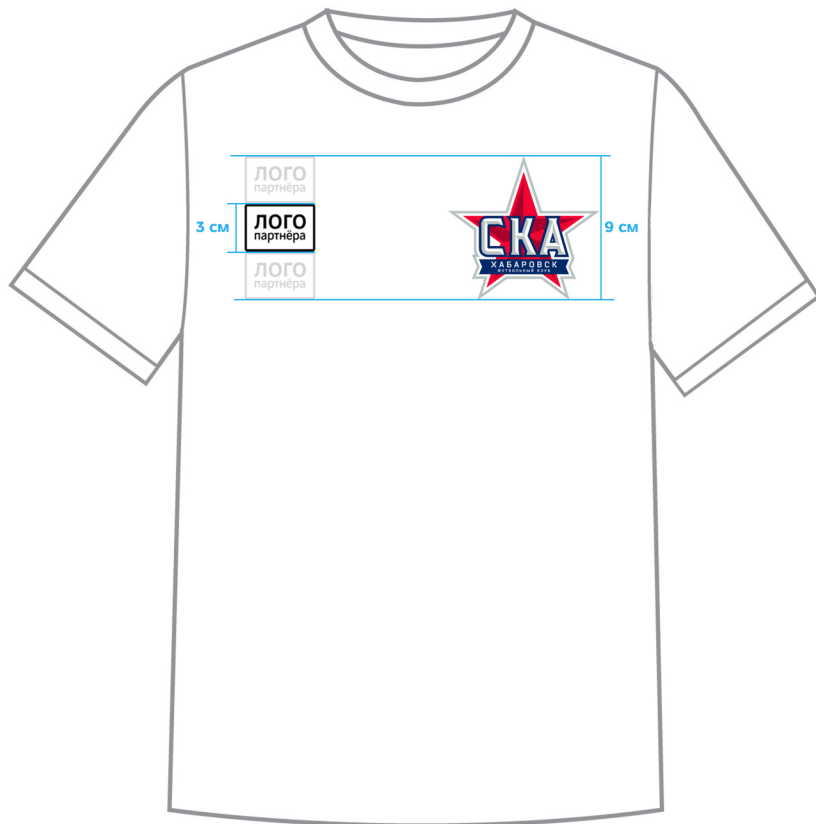
Рекомендуется использовать только фирменные **шрифты**⁴ в сочетании с логотипом и его элементами.

Производитель рекламной, сувенирной и другой продукции может предлагать для согласования свои варианты компоновки макетов, исходя из требований и возможностей своего производства, согласно данному руководству по использованию фирменного стиля.



5.2. Размещение элементов фирменного стиля.

Рекомендуется размещать логотип клуба большим по размеру, чем другие логотипы в макете.



Рекомендуется оставлять свободные поля вокруг логотипа клуба и его элементов.



6. Недопустимое использование элементов фирменного стиля

Для формирования клубной идентификации и узнаваемости бренда, следует избегать:

1. Изменений пропорций элементов логотипа, разделения на части и недопустимой компоновки элементов.



2. Искажений формы.



4. Изменений цвета элементов логотипа.



5. Изменения цвета монохромного логотипа на цвет не входящий в состав фирменных цветов.



6. Сочетания вариантов изображения логотипов.



8. Наложения на логотип других элементов компоновки.



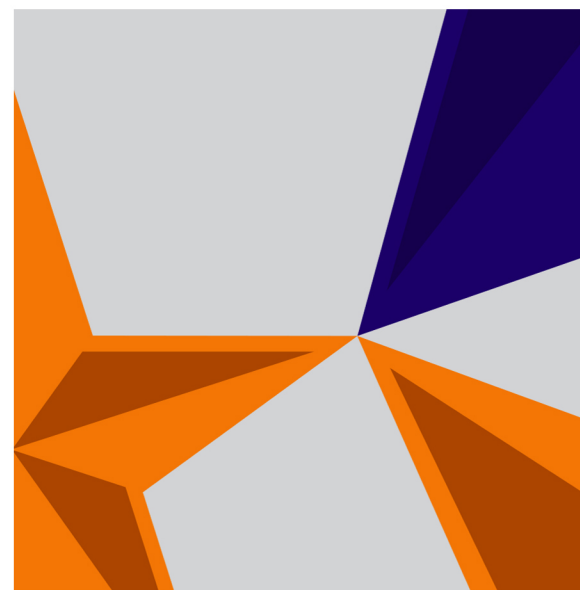
7. Сочетания логотипа с неприемлемым фоном.



9. Слишком мелкого изображения логотипа по отношению к другим элементам компоновки.



10. Изменения цветов фирменного паттерна.





Хабаровск
2016