



Руководство по использованию фирменного стиля

Фирменный блок

Построение

Логотип является ключевой частью идентичности бренда и представляет собой сочетание уникального шрифтового написания «сбп» и знака. Фирменный блок используется в фирменных носителях компании, рекламной и сувенирной продукции. Фирменный блок разрешается применять только

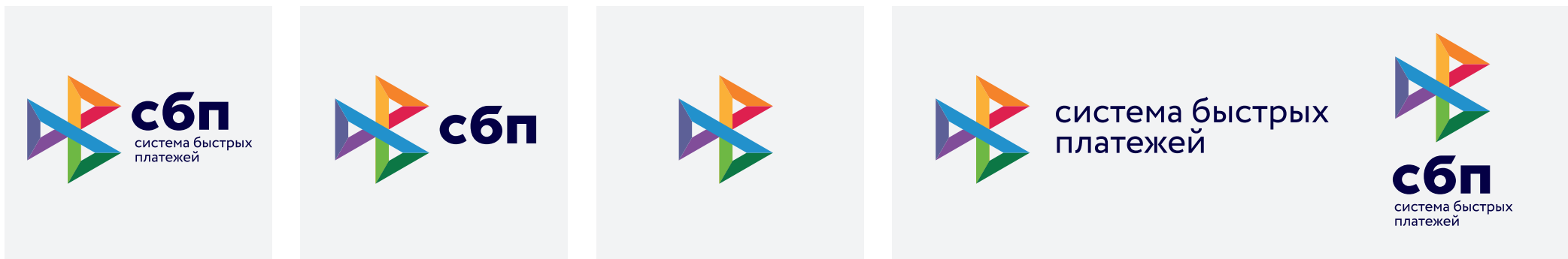
из оригинальных файлов. Описание правил использования фирменного блока дано далее в Брендбуке.

В основе знака заложены три равносторонних треугольника, которые переплетаются между собой и образуют единую бесконечную систему.



Компоновки и их использование

Горизонтальная компоновка является основной версией логотипа. Дополнительными версиями логотипа являются вертикальная компоновка и логотип без аббревиатуры.



Основные версии логотипа

Внешние коммуникации

В случае когда логотип используется в среде или в партнерских коммуникациях

Наклейки для обозначения мест приема, на банкоматах и прикассовых зонах среди логотипов конкурентов, деловая документация, кобрендинг (баннеры партнеров)

Внутренние коммуникации

В случае когда есть сопроводительный текст про «Систему быстрых платежей».

Имиджевые коммуникации, носители с ограничением печати по размеру (ручка)

Внутренние площадки

В случае когда есть автоматическая подпись с описанием бренда к знаку.

Аватарки в социальных сетях, фавикон, кнопка приложения, сувенирная продукция

Нестандартные ситуации

В случае когда есть ограничения формата.

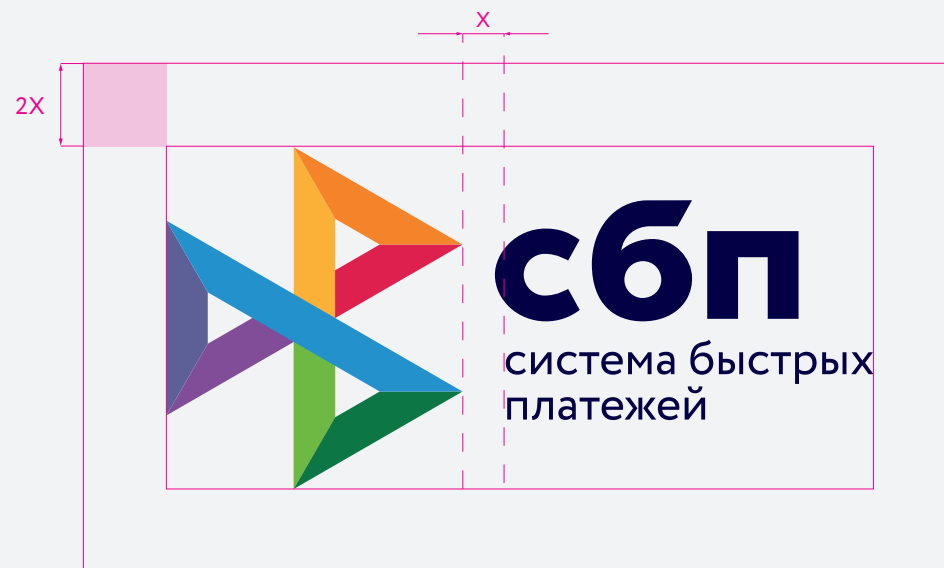
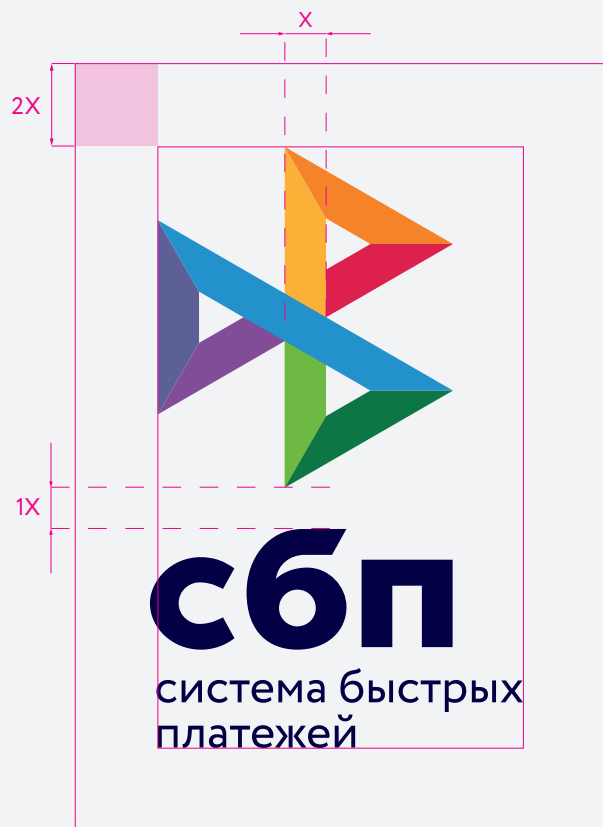
Охранное поле и минимальный размер

Вокруг фирменного блока всегда должно быть свободное пространство — охранное поле.

Минимально допустимое свободное пространство вокруг фирменного блока (слева, справа, сверху и снизу) равна — $2X$, где X — это толщина штриха знака.

Минимальный размер фирменного блока с дескриптором равен 15 мм по высоте. В случае когда допустимый размер печати меньше чем 15 мм, используется логотип без дескриптора.

Минимальный размер фирменного блока без дескриптора равен 7 мм по высоте.



Минимальный
размер

7 мм



Минимальный
размер с дескриптором

15 мм



Цветовое решение

Основные типы размещения фирменного блока на допустимых фонах приведены примерами на этой странице.

- 1 Основная версия логотипа**
Используется на следующих фонах:
белый, светло-бежевый и темно-синий.

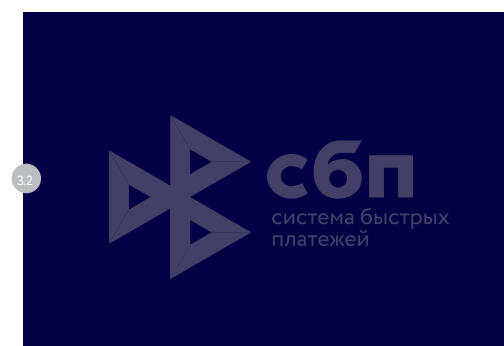
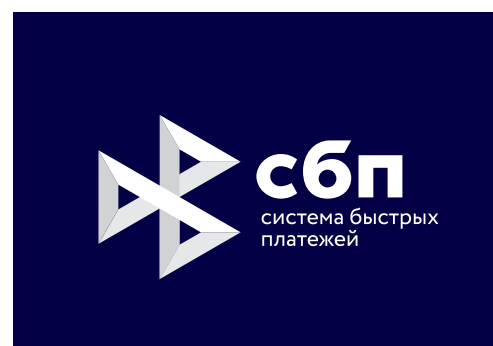
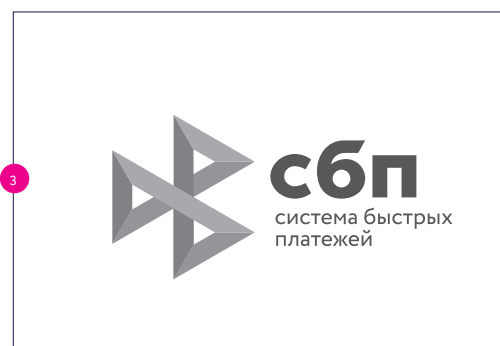
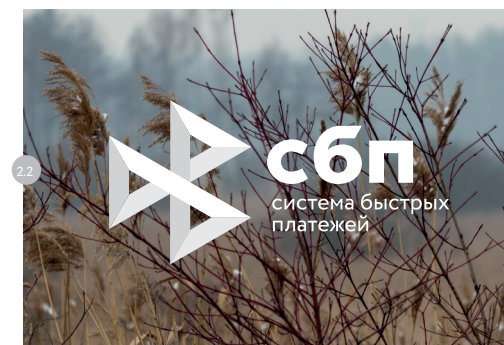
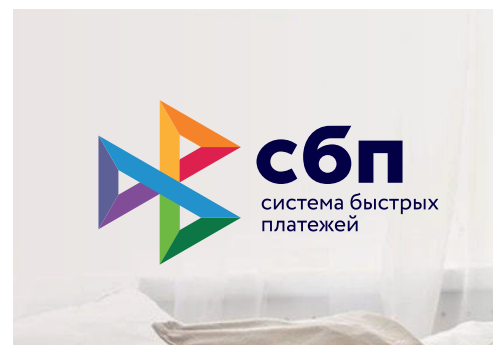
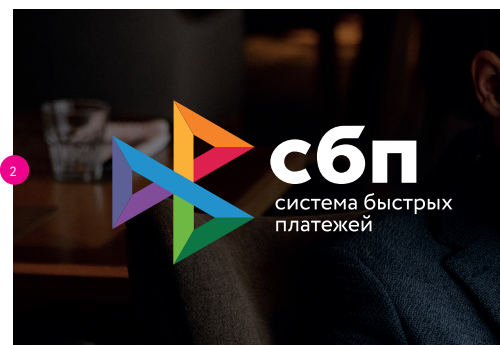
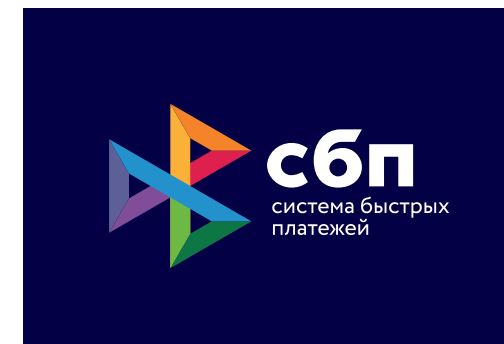
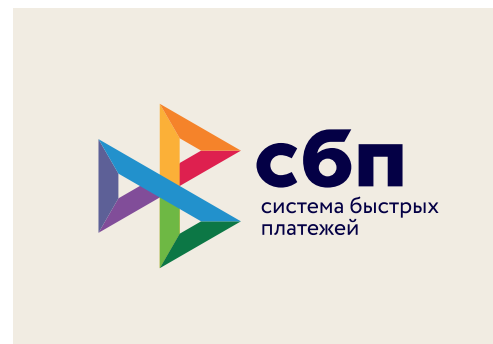
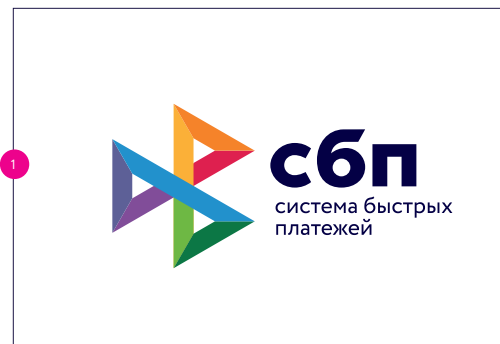
- 2 Основная версия логотипа на фотографиях**
Использование основной версии логотипа допускается на темном или светлом однородном фоне.

- 2.2** В случае, когда фон не однородный, используется монохромная версия логотипа.

Если размер логотипа, по высоте меньше чем 15 ММ, то логотип используется без дескриптора

- 3 Монохромная версия логотипа**
Используется при печати, ограниченной красками.

- 3.2** Альтернативная версия логотипа допустима при нанесении логотипа — методом тиснения. Используется при брендировании сувенирной и канцелярской продукции

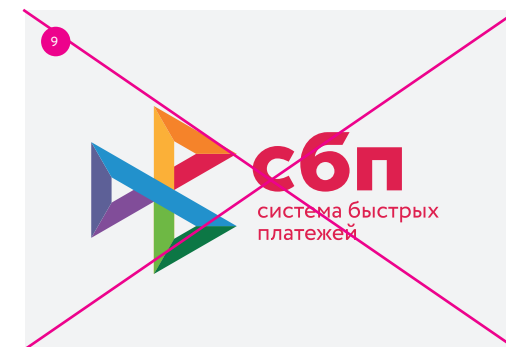
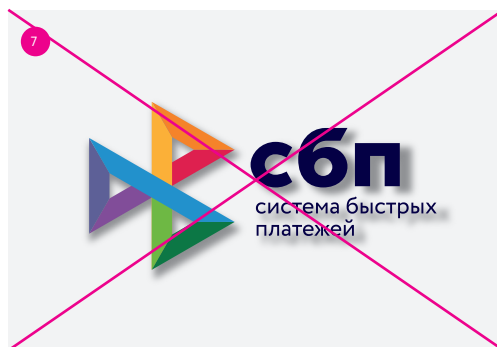
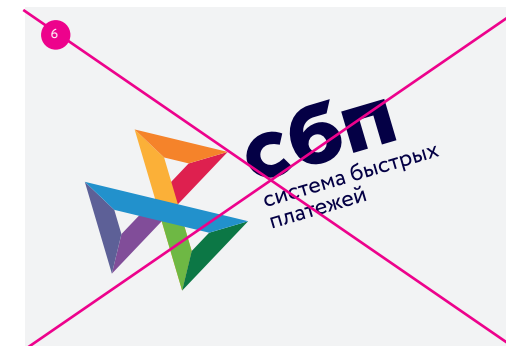
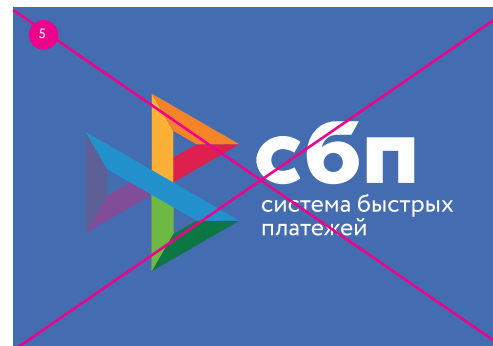
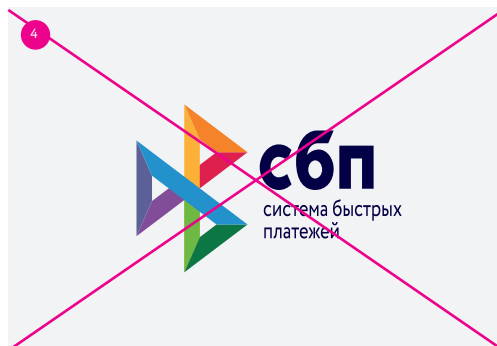
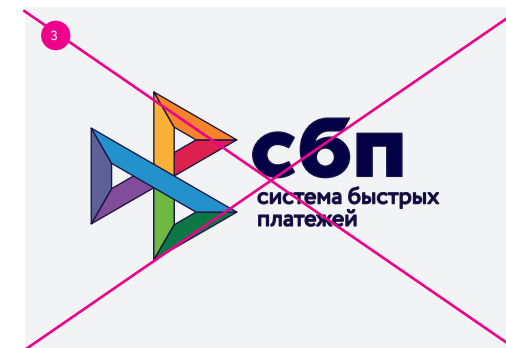
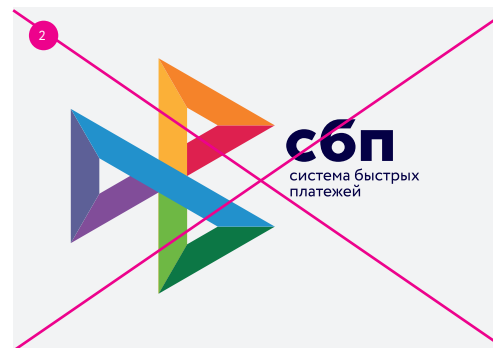
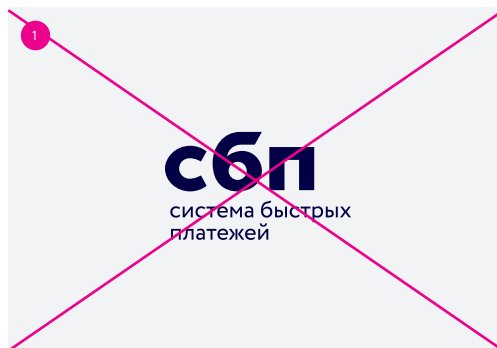


Некорректное использование

Возможные ошибки некорректного использования логотипа
приведены примерами на этой странице.

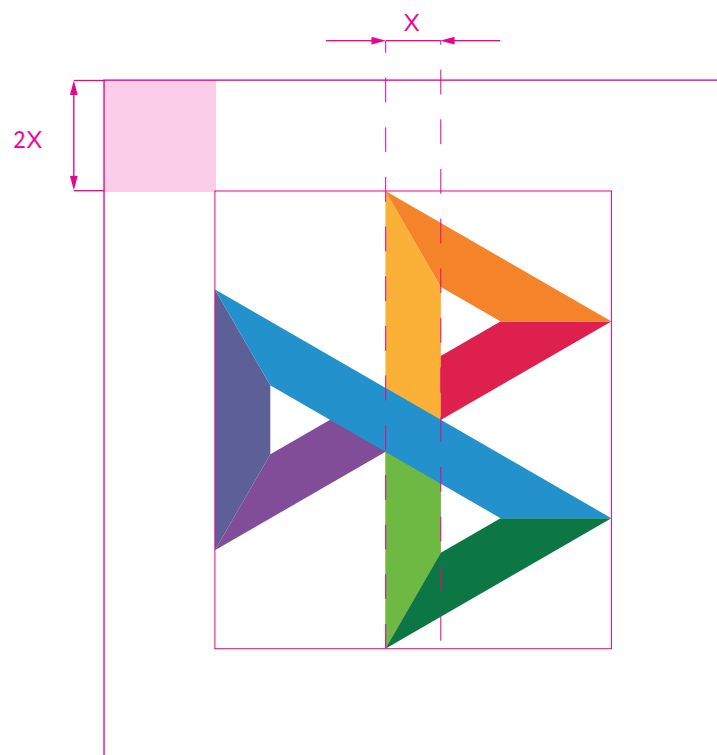
С фирменным блоком запрещается производить следующие действия:

- 1 Использовать без знака
- 2 Менять пропорции знака и написания
- 3 Использовать обводку
- 4 Непропорционально трансформировать логотип
- 5 Использовать в фирменных носителях фон не фирменного цвета
- 6 Поворачивать логотип
- 7 Применять эффекты
- 8 Размещать основную версию логотипа с дескриптором, при размере меньше чем 15 ММ по высоте, поверх фотографии с неоднородным фоном
- 9 Менять фирменные цвета в логотипе

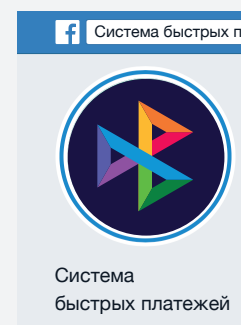


Знак и его использование

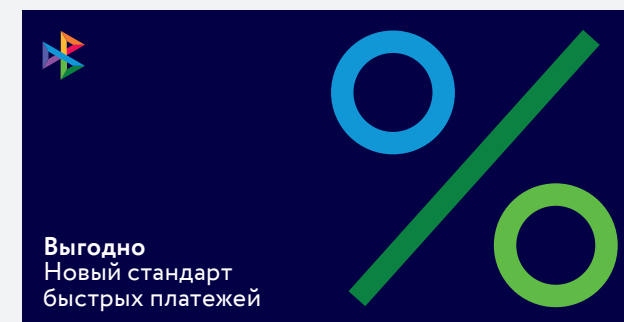
Фирменный знак используется без аббревиатуры и дескриптора в случаях, когда есть автоматическая подпись к знаку или потребитель находится на сайте или на странице в социальных сетях. Случаи использования продемонстрированы на странице ниже.



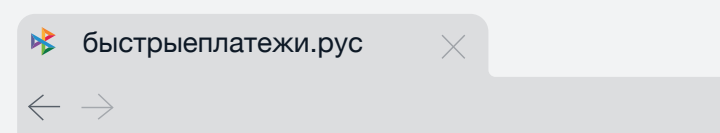
Facebook



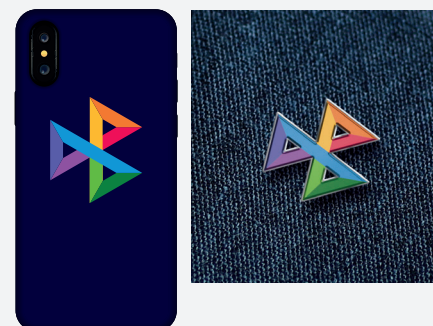
Внутренние публикации



Фавикон



Сувенирная продукция



Кнопка приложения



Фирменные цвета

Основная палитра

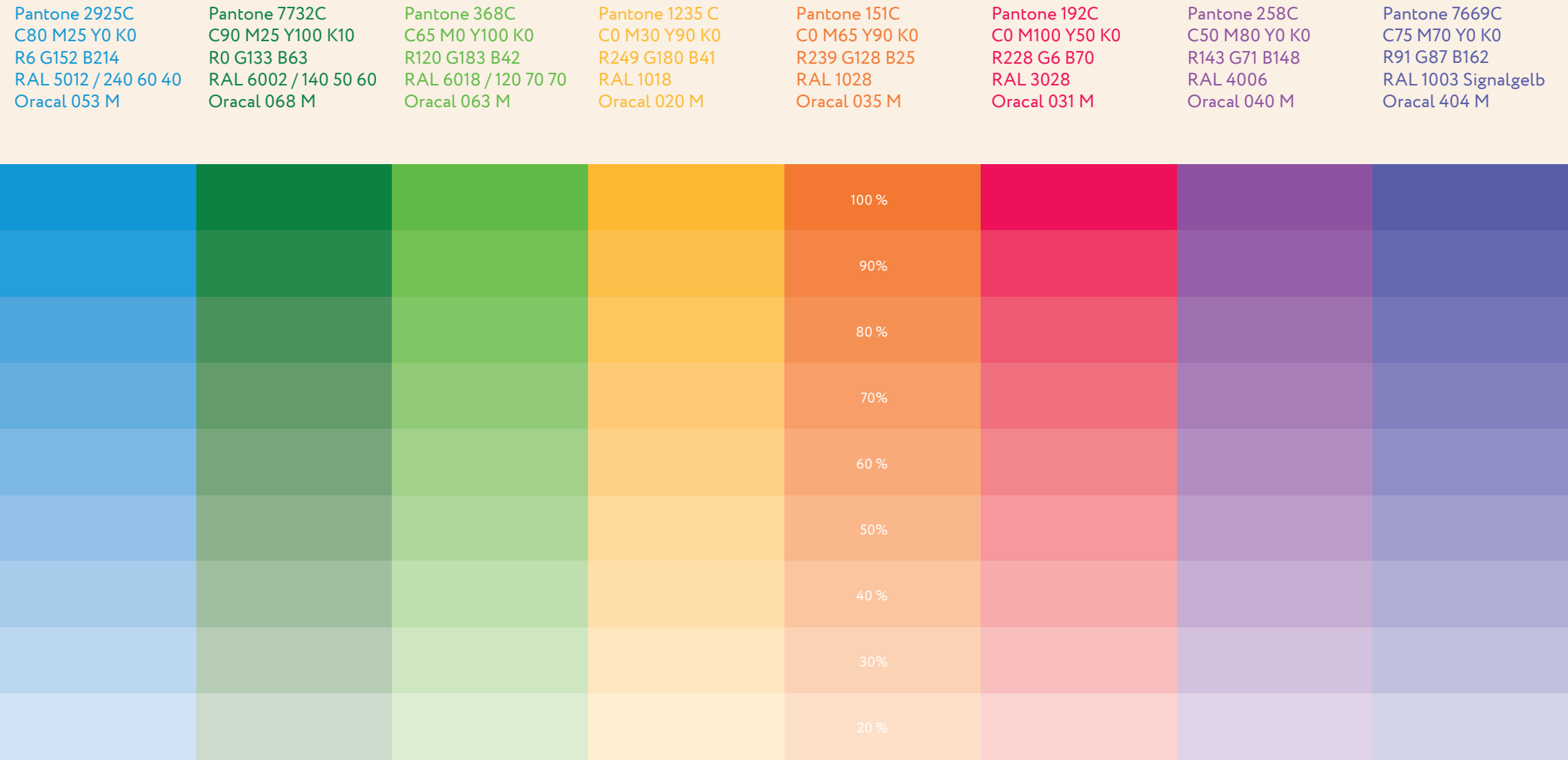
На этой странице представлены спецификации фирменных цветов для основных цветовых моделей. Наиболее предпочтительным способом печати является печать красками Pantone, при невозможности печати этими красками можно использовать четырехкрасочную печать (CMYK). Для случаев

экранного воспроизведения цветов применяется цветовая система RGB. Темно-синий и светло-бежевые цвета используются для фоновых заливок. Восемь цветов которые используются в знаке, так же применяются в фирменной графике.

Pantone 2925C C80 M25 Y0 K0 R6 G152 B214 RAL 5012 / 240 60 40 Oracal 053 M	Pantone 7732C C90 M25 Y100 K10 R0 G133 B63 RAL 6002 / 140 50 60 Oracal 068 M	Pantone 368C C65 M0 Y100 K0 R120 G183 B42 RAL 6018 / 120 70 70 Oracal 063 M	Pantone 1235 C C0 M30 Y90 K0 R249 G180 B41 RAL 1018 Oracal 020 M	Pantone 151C C0 M65 Y90 K0 R239 G128 B25 RAL 1028 Oracal 035 M	Pantone 192C C0 M100 Y50 K0 R228 G6 B70 RAL 3028 Oracal 031 M	Pantone 258C C50 M80 Y0 K0 R143 G71 B148 RAL 4006 Oracal 040 M	Pantone 7669C C75 M70 Y0 K0 R91 G87 B162 RAL 1003 Signalgelb Oracal 404 M
Pantone 2765C C100 M100 Y0 K65 R29 G19 B70 RAL 5022 Oracal 518 M	Pantone 7500C (30%) C5 M5 Y10 K0 R245 G241 B232 RAL 1013 Oracal 832 M						

Дополнительная палитра

На этой странице представлена дополнительная палитра оттенков фирменных цветов. Шаг градации оттенков между собой равен 10%. Используется во внутренних презентациях (графики, диаграммы, шмуцтитул).



Типографика

Основной шрифт

Шрифты являются важным элементом фирменного стиля. Для оформления текстов в коммуникациях применяется шрифт Circe в начертаниях Light, Regular и Bold. Их систематическое использование способствует повышению узнаваемости бренда. Применяются в рекламных коммуникациях,

фирменной продукции, в упаковке и на самой продукции канцелярских товаров.

Circe Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
1234567890 1234567890 ¼½¾!“§\$*%&/«()±×÷π≈=?@

Circe Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
1234567890 1234567890 ¼½¾!“§\$*%&/«()±×÷π≈=?@

Circe Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
1234567890 1234567890 ¼½¾!“§\$*%&/«()±×÷π≈=?@

Акцидентный набор

Акцидентный набор используется при оформлении публикаций в социальных сетях, когда необходимо выделить одно ключевое сообщение. Сообщение должно быть минимум в две строки, максимум в четыре. Каждая строка окрашивается в фирменный цвет. Для одного сообщения используются рядом

стоящие цвета из фирменной палитры. Цвет фона может быть только темно-синим или светло-бежевым.

Бесплатные переводы
в другие банки
по номеру телефона



Несколько
секунд —
и деньги
у получателя

Бесплатно
в другие банки
по всей России

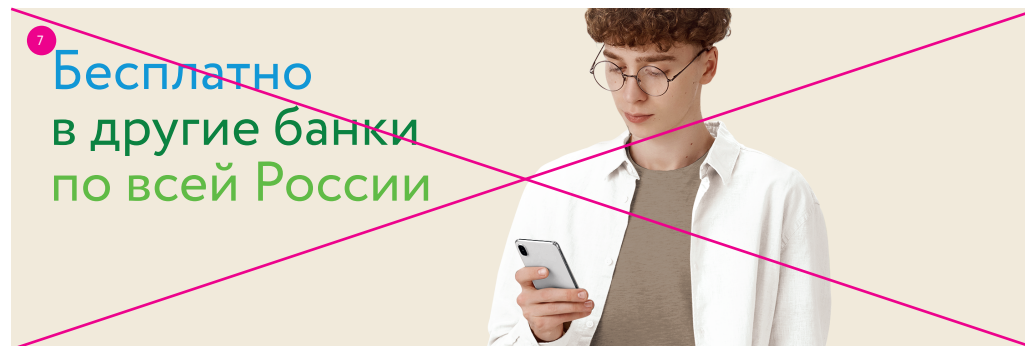
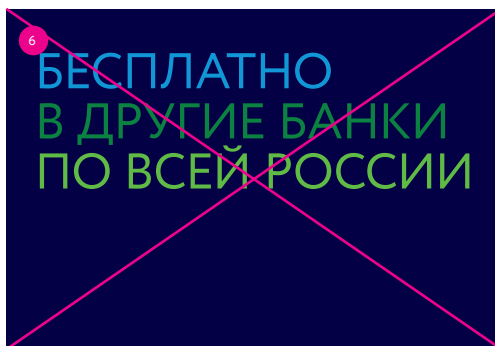
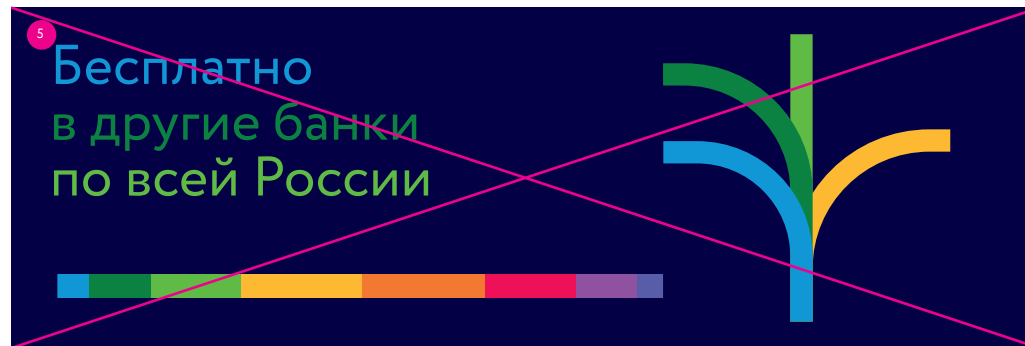
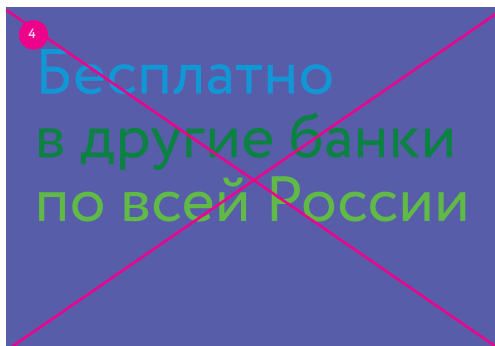
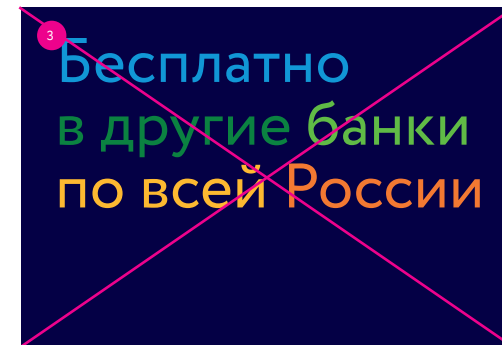
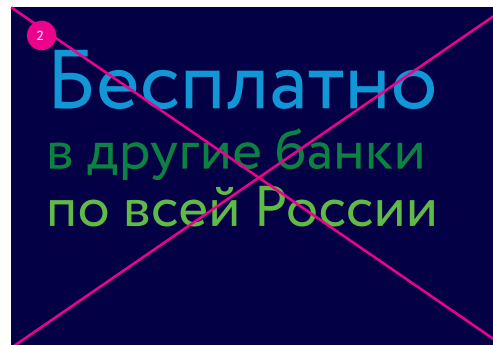
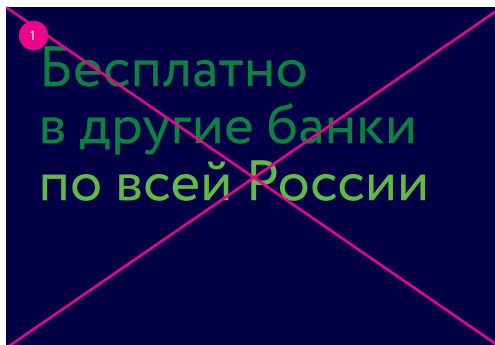
Новый стандарт
быстрых платежей

Некорректное использование

Возможные ошибки некорректного использования акцидентной типографики приведены примерами на этой странице.

С акцидентным набором запрещается производить следующие действия:

- 1 Окрашивать две строки в один цвет
- 2 Использовать в одном блоке разные размеры шрифта
- 3 Окрашивать каждое слово
- 4 При окрашивании фона использовать цвета из палитры фирменной графики
- 5 На одном макете совместно использовать акцидентную типографику и элементы фирменной графики
- 6 Набирать сообщения с заглавных букв
- 7 На одном макете совместно использовать фирменный фотостиль и акцидентную типографику



Системный шрифт

Системный шрифт Verdana используется при невозможности применения основного фирменного шрифта, например, при оформлении бланка или презентаций MS PowerPoint. Во всех остальных случаях применяется фирменная гарнитура Circe.

Verdana Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
1234567890 1234567890 ¼ ½ ¾ ! " \$ % & / « () ± × ÷ π ≈ = ? @

Verdana Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
1234567890 1234567890 ¼ ½ ¾ ! " \$ % & / « () ± × ÷ π ≈ = ? @

Verdana Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
1234567890 1234567890 ¼ ½ ¾ ! " \$ % & / « () ± × ÷ π ≈ = ? @

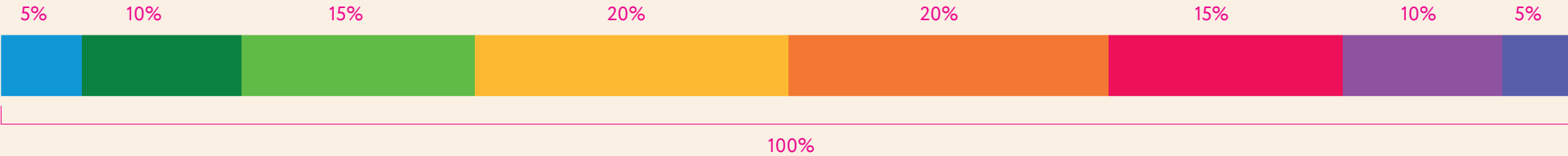
Verdana Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
1234567890 1234567890 ¼ ½ ¾ ! " \$ % & / « () ± × ÷ π ≈ = ? @

Элементы стиля

Графика. Фирменная цветная полоска

Фирменная цветная полоска ключевой элемент стиля.
Используется при оформлении рекламных коммуникаций
(публикаций в социальных сетях) совместно с имиджевым
фотостилем. Процентное соотношение цветов между собой
прописано ниже на странице и не подлежит изменению.



Графика

Фирменная графика используется при оформлении рекламных коммуникаций (публикаций в социальных сетях). Пиктограммы должны быть простыми, понятными и желательно в основе иметь квадратную композицию. Графика строится из цветных, геометричных моноширинных линий. Для одной

пиктограммы используются рядом стоящие цвета из фирменной палитры.

В одной пиктограмме должно быть использовано минимум три цвета, максимум четыре. Цвет фона может быть только темно-синим или светло-бежевым.

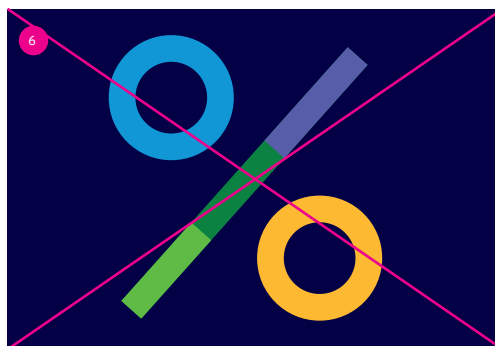
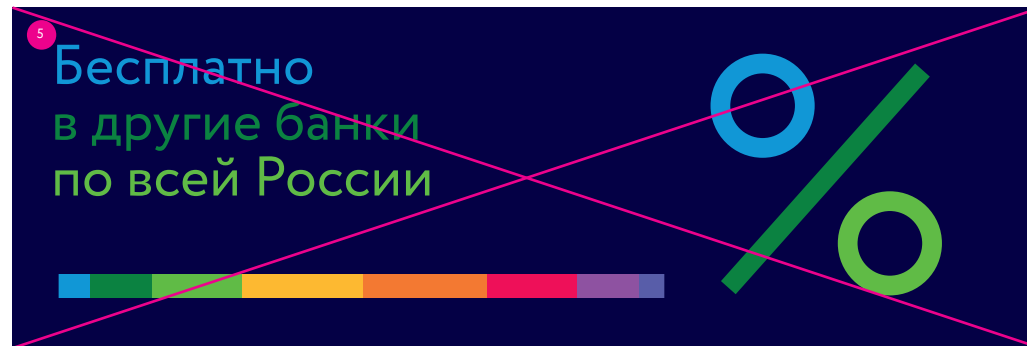
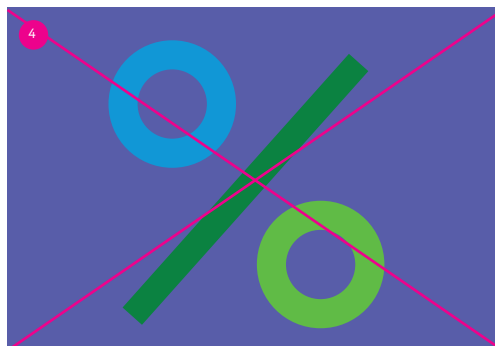
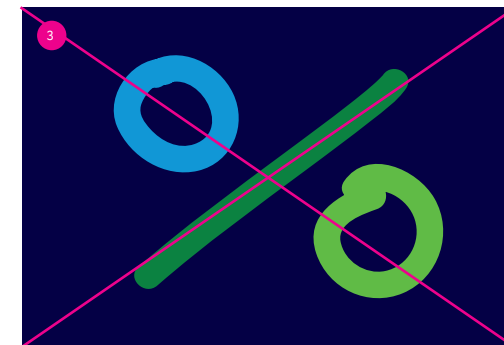
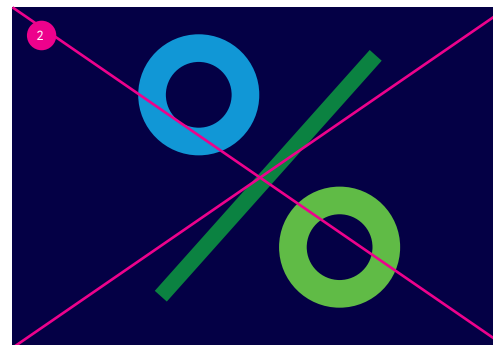
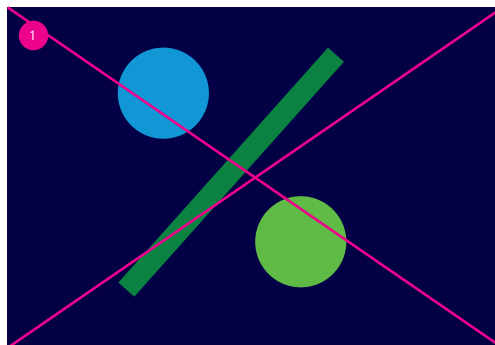


Некорректное использование

Возможные ошибки некорректного использования фирменной графики приведены примерами на этой странице.

С фирменной графикой запрещается производить следующие действия:

- 1 Использовать заливку
- 2 Использовать разную толщину линий
- 3 Использовать ручную графику
- 4 При окрашивании фона использовать цвета из палитры фирменной графики
- 5 На одном макете совместно использовать акцидентную типографику и элементы фирменной графики
- 6 Использовать более 4 цветов
- 7 На одном макете совместно использовать фирменный фотостиль и фирменную графику



Фотостиль

Имидж

Простота и чистота — это ощущения, которые должны исходить от имиджевого фотостиля. Вырезанные по краю фотографии людей на светло-бежевом фоне — основной прием фотостиля.

Общим требованием для всех фотостилей является высокое качество снимков: не меньше 300dpi при печати. Фотографии должны иметь хорошую резкость.

Сюжет

Сюжетом съемки являются взаимодействие людей и мобильного устройства (iphone, ipad). Модели смотрят в кадр или их взгляд направлен на мобильное устройство.

Эмоции

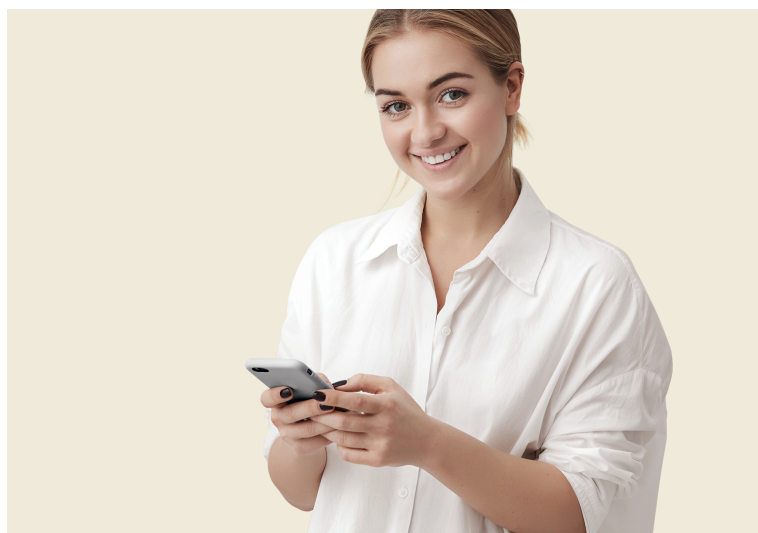
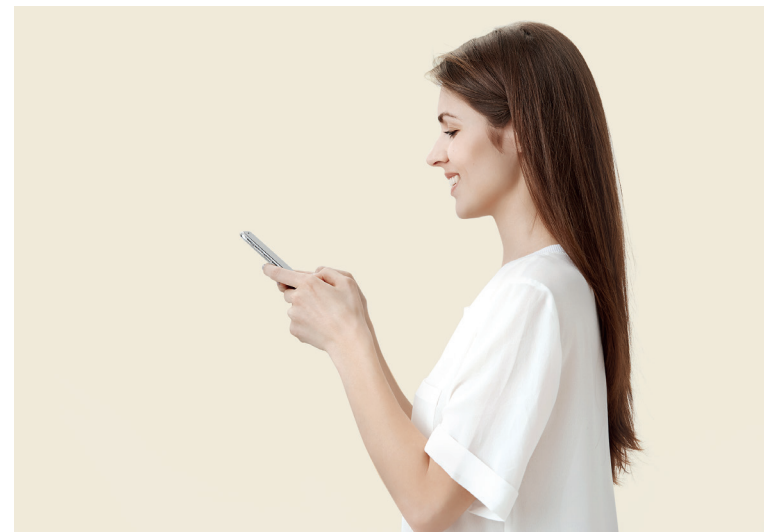
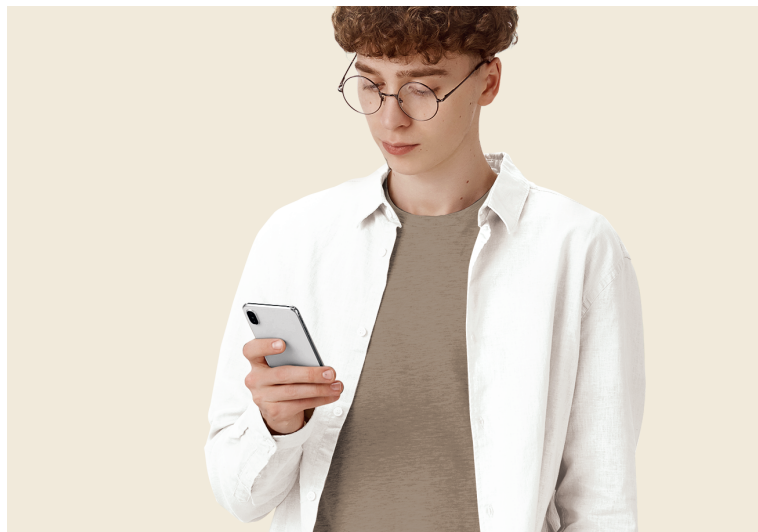
Модели должны выглядеть позитивно, натурально и оптимистично. Позы не должны быть постановочными.

Одежда

Модели должны быть одеты в современную и неброскую повседневную одежду, белого и бежевого оттенка.

Освещение

Освещение и оттенок кожи моделей должен быть дневным и мягким.



Цветовая гамма
имиджевого фотостиля

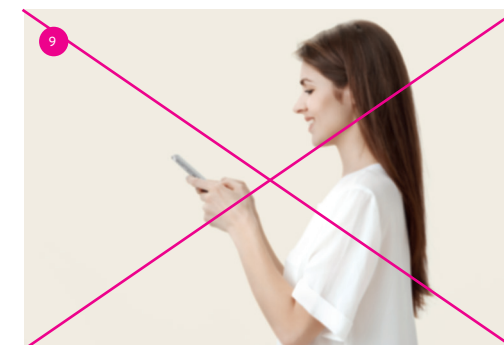
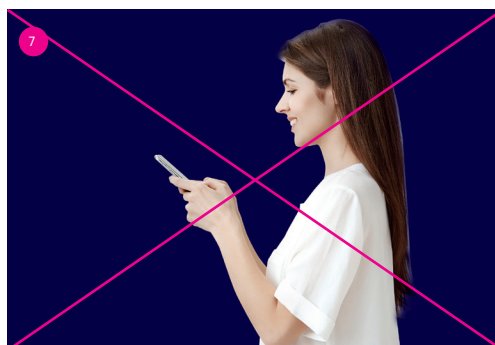


Некорректное использование

Возможные ошибки некорректного использования фотографий приведены примерами на этой странице.

С фирменным фотостилем запрещается производить следующие действия:

- 1 Модель без обработки и цветокоррекции одежды
- 2 Изображения с высоким контрастом и насыщенностью
- 3 Совмещать графику и фотостиль
- 4 Одежда не фирменных цветов
- 5 Монохромное изображение модели
- 6 Одежда с каким либо принтом
- 7 Темно-синий цвет фона
- 8 Полноцветное изображение в среде
- 9 Использование изображения плохого качества



Предметная съемка

Простота и чистота — это ощущения, которые должны исходить от продуктового фотостиля. Вырезанные по краю фотографии предметов (iphone) и кадрированные руки на светло-бежевом фоне — основной прием фотостиля.

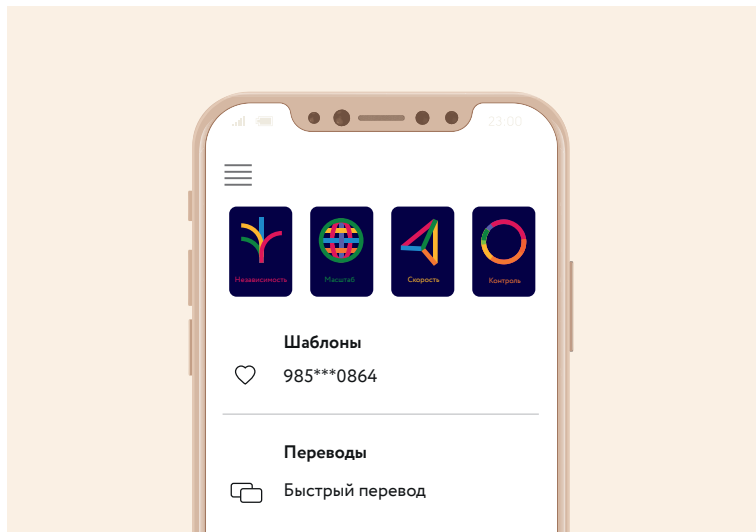
Общим требованием для всех фотостилей является высокое качество снимков: не меньше 300dpi при печати. Фотографии должны иметь хорошую резкость.

Сюжет

Сюжетом съемки являются предмет (мобильное устройство) или взаимодействие людей с продуктом (рука держит телефон).

Освещение

Освещение и оттенок кожи моделей должен быть дневным и мягким.



Цветовая гамма
предметного фотостиля

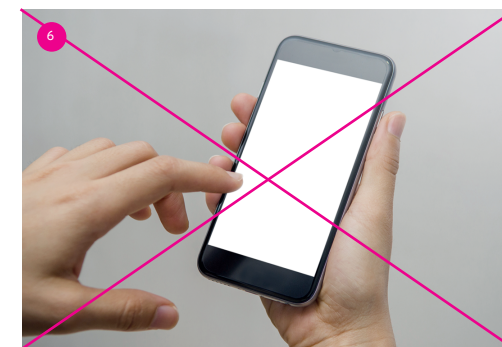
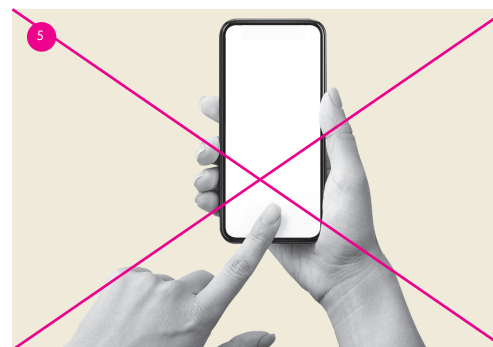
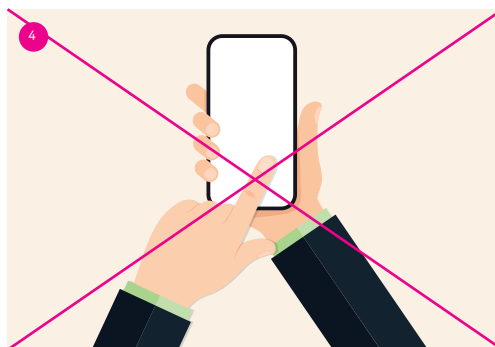
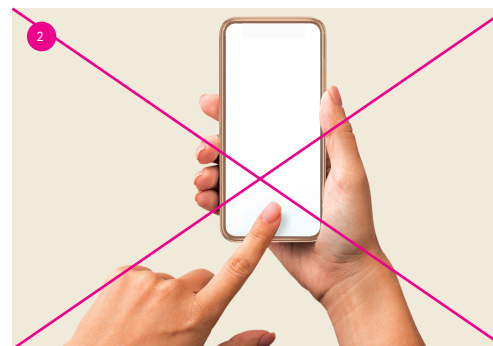


Некорректное использование

Возможные ошибки некорректного использования фотографий предметов приведены примерами на этой странице.

С фотографиями предметов запрещается производить следующие действия:

- 1 Предмет и руки без обработки и цвето-коррекции
- 2 Изображения с высоким контрастом и насыщенностью
- 3 Совмещать графику и фотостиль
- 4 Использовать векторную стилистику
- 5 Монохромное изображение
- 6 Использовать не фронтальный ракурсы
- 7 Темно-синий цвет фона
- 8 Полноцветное изображение в среде
- 9 Использование изображения плохого качества



Кобрендинг

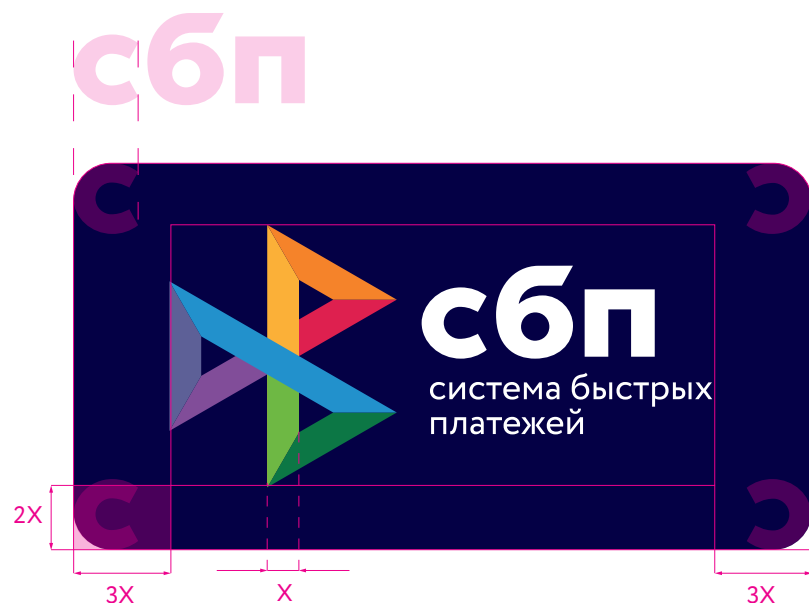
Фирменная плашка. Основная версия

Логотип «сбп» в фирменной плашке используется во всех партнерских рекламных коммуникациях. Минимальное внутреннее пространство от логотипа до края плашки равно охранному полю. Радиус скруглений плашки равен контуру буквы «с». Версия темной плашки используется на светлом фоне, версия

на белой плашке используется на темных фонах. Фирменная плашка «сбп» всегда используется в связке с текстовым блоком сообщения.

Минимальное расстояние от края текстового блока до плашки равно половине высоты фирменной плашки.

Построение



На светлом фоне

**Бесплатные переводы
в другие банки
по номеру телефона**



На темном фоне

**Бесплатные переводы
в другие банки
по номеру телефона**



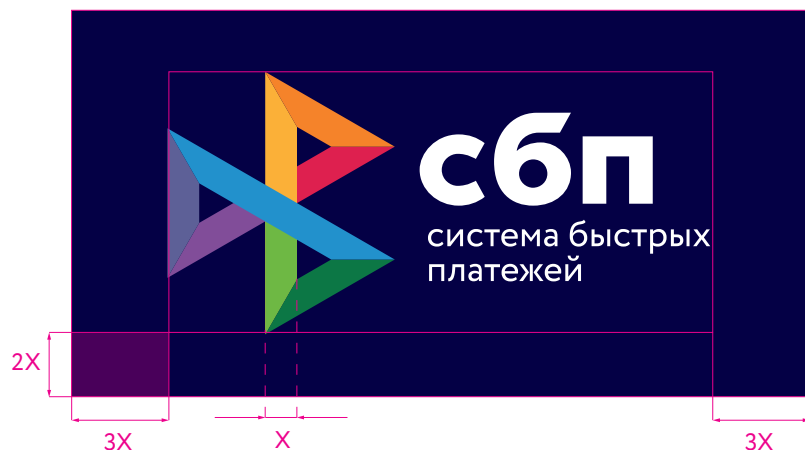
Фирменная плашка. Дополнительная версия

Логотип «сбп» в фирменной плашке используется во всех партнерских рекламных коммуникациях. Минимальное внутреннее пространство от логотипа до края плашки равно охранному полю. Углы плашки используются без скруглений. Версия темной плашки используется на светлом фоне, версия

на белой плашке используется на темных фонах. Фирменная плашка «сбп» всегда используется в связке с текстовым блоком сообщения.

Минимальное расстояние от края текстового блока до плашки равно половине высоты фирменной плашки.

Построение



На светлом фоне

**Бесплатные переводы
в другие банки
по номеру телефона**



На темном фоне

**Бесплатные переводы
в другие банки
по номеру телефона**



Сайт. Баннер партнера

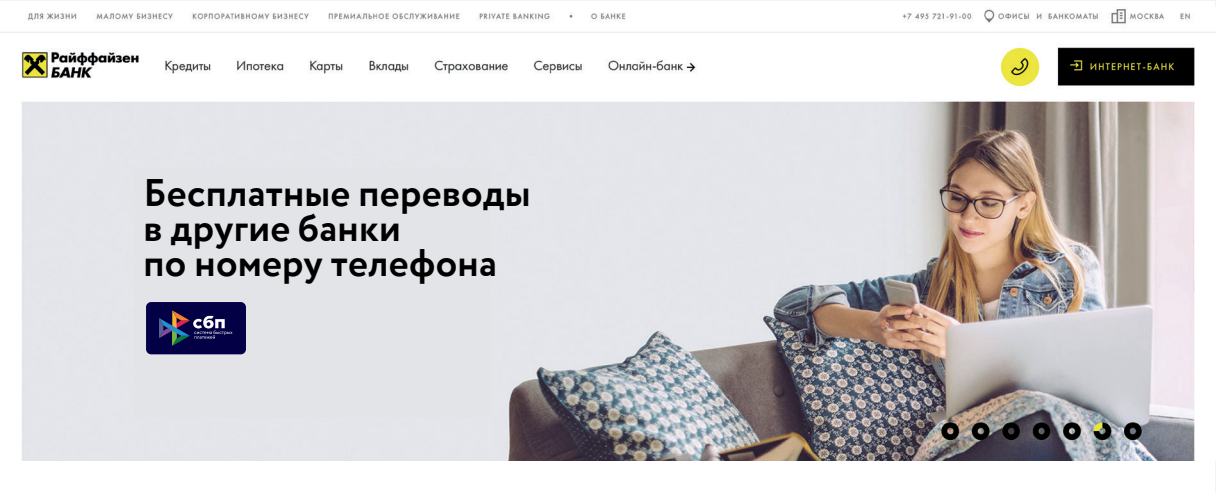
Основная версия

Расположение текстового блока в связке с логотипом «сбп» в фирменной плашке на баннере партнера Райффайзен БАНК.

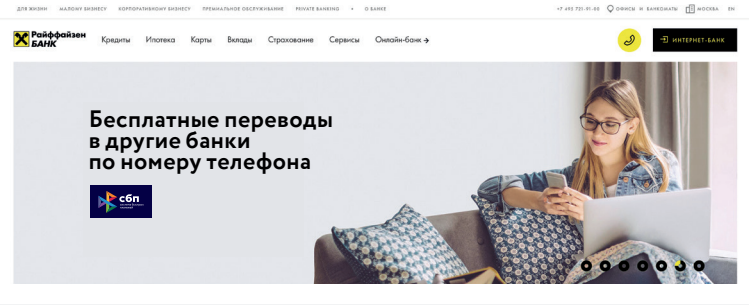
Дополнительные версии

Расположение текстового блока в связке с логотипом «сбп» в фирменной плашке без скругленных углов и логотипом «сбп» без фирменной плашки на баннере партнера Райффайзен БАНК.

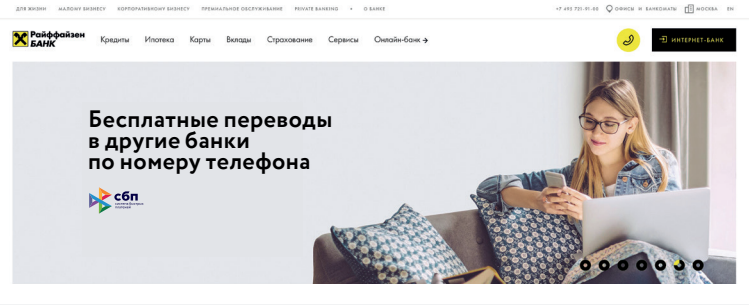
Основной
вариант
использования
логотипа



Дополнительные
варианты
использования
логотипа



вариант логотипа в плашке
без скругленных углов



вариант логотипа
без плашки

Банкомат. Баннер партнера

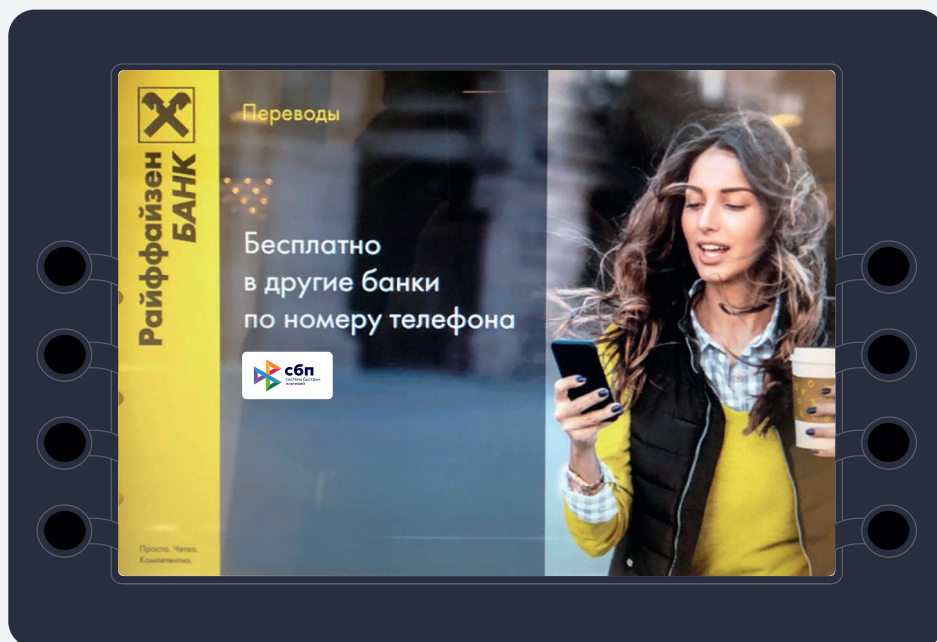
Основная версия

Расположение текстового блока в связке с логотипом «сбп»
в фирменной плашке на баннере партнера Райффайзен БАНК.

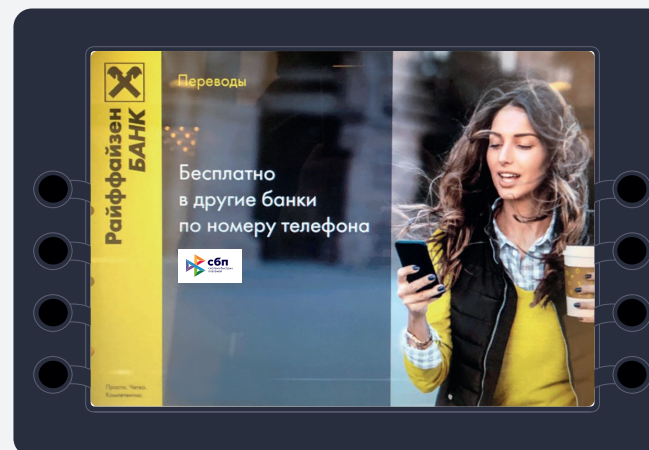
Дополнительные версии

Расположение текстового блока в связке с логотипом «сбп»
в фирменной плашке без скругленных углов и логотипом «сбп»
без фирменной плашки на баннере партнера Райффайзен БАНК.

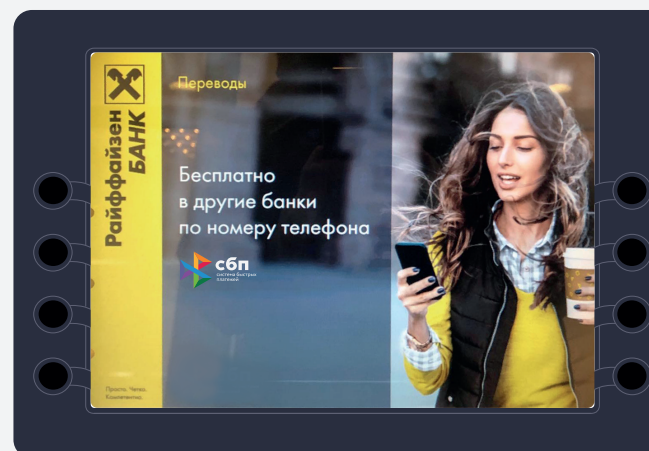
Основной вариант использования логотипа



Дополнительный вариант использования логотипа



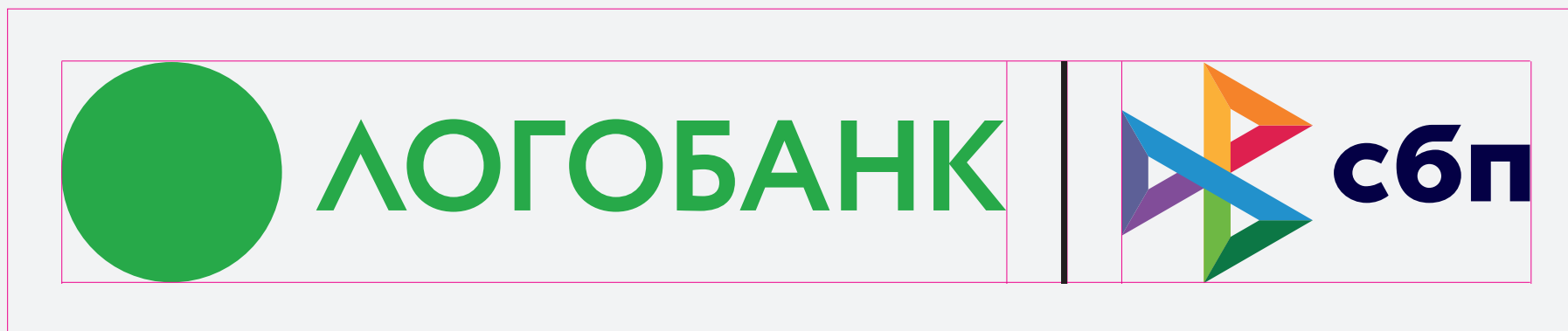
вариант логотипа
в плашке
без скругленных
углов



вариант логотипа
без плашки

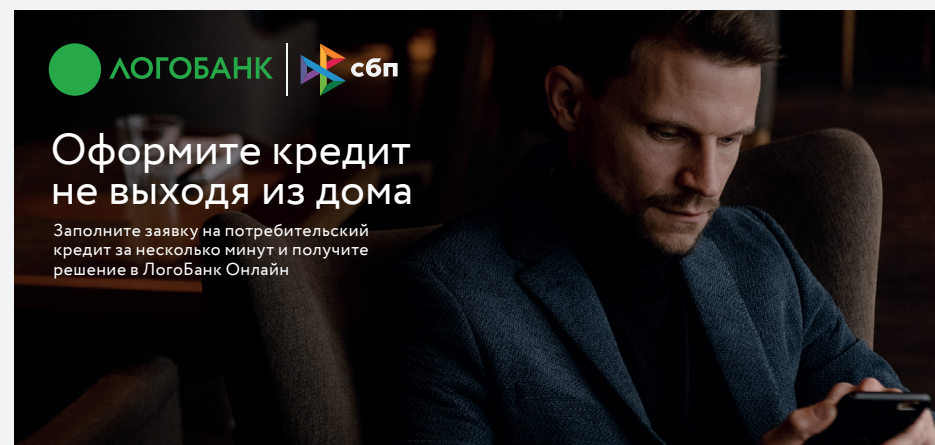
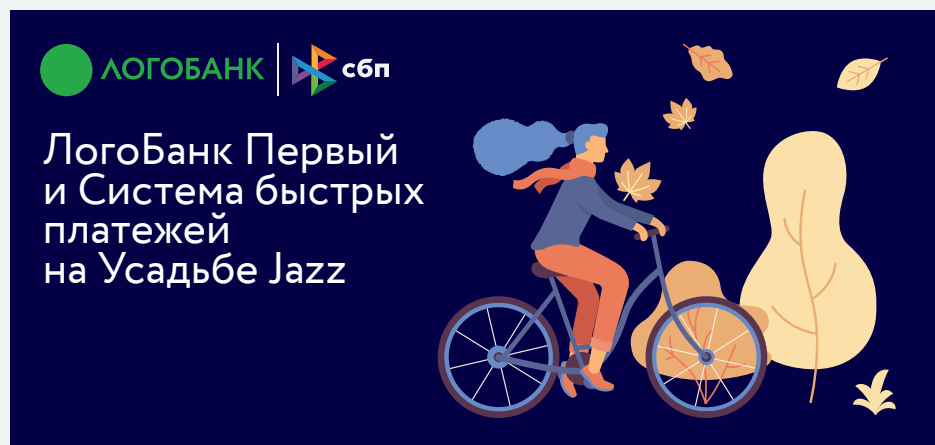
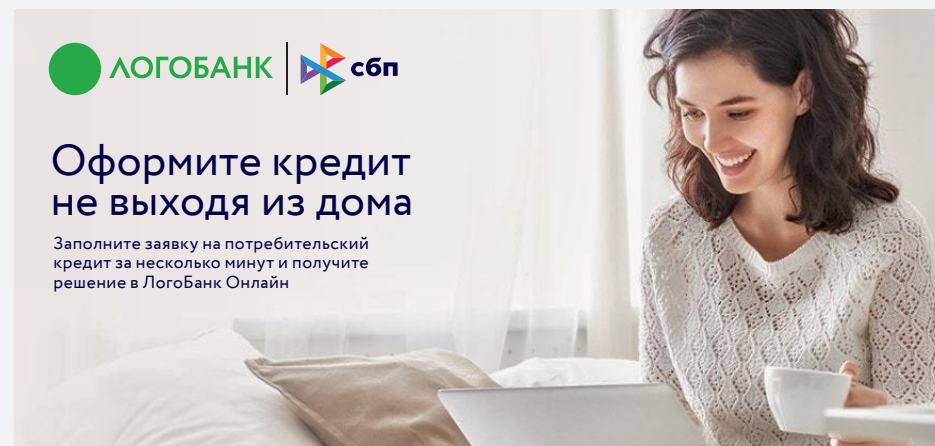
Компоновка логотипов

В случае, когда оба партнера имеют равные права, в рекламных коммуникациях используется вариант линейной компоновки логотипов. Слева направо: Логотип партнера, вертикальный слэш и логотип «сбп». Расстояние логотипа от вертикального слэша равно охранному полю. Высота слэша равна высоте знака. Цвет слэша нейтрального цвета — черный.



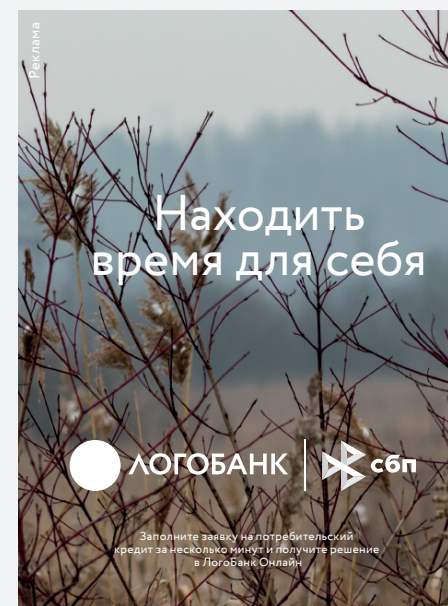
Совместный баннер

На этой странице представлены примеры расположения логотипов на макетах в случае с разными фонами. На светлых фонах используется логотип с темно-синим начертанием, на темных фонах используется с белым начертанием.



Исключение

На этой странице представлен пример расположения логотипов в один цвет, на макетах в случае с неоднородным, дробным фоном.



Рекламные коммуникации

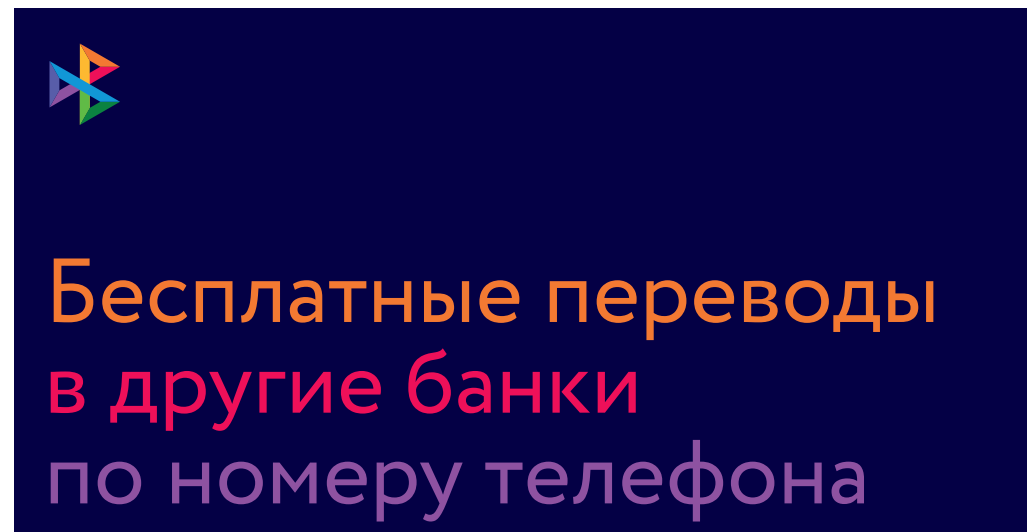
Типы визуальных коммуникаций

Рекламные коммуникации делятся на два типа: имиджевые и продуктовые. **Имиджевые** коммуникации транслируют суть бренда и новый подход в системе быстрых платежей. **Продуктовые** коммуникации транслируют ключевые атрибуты бренда.

Имиджевые коммуникации

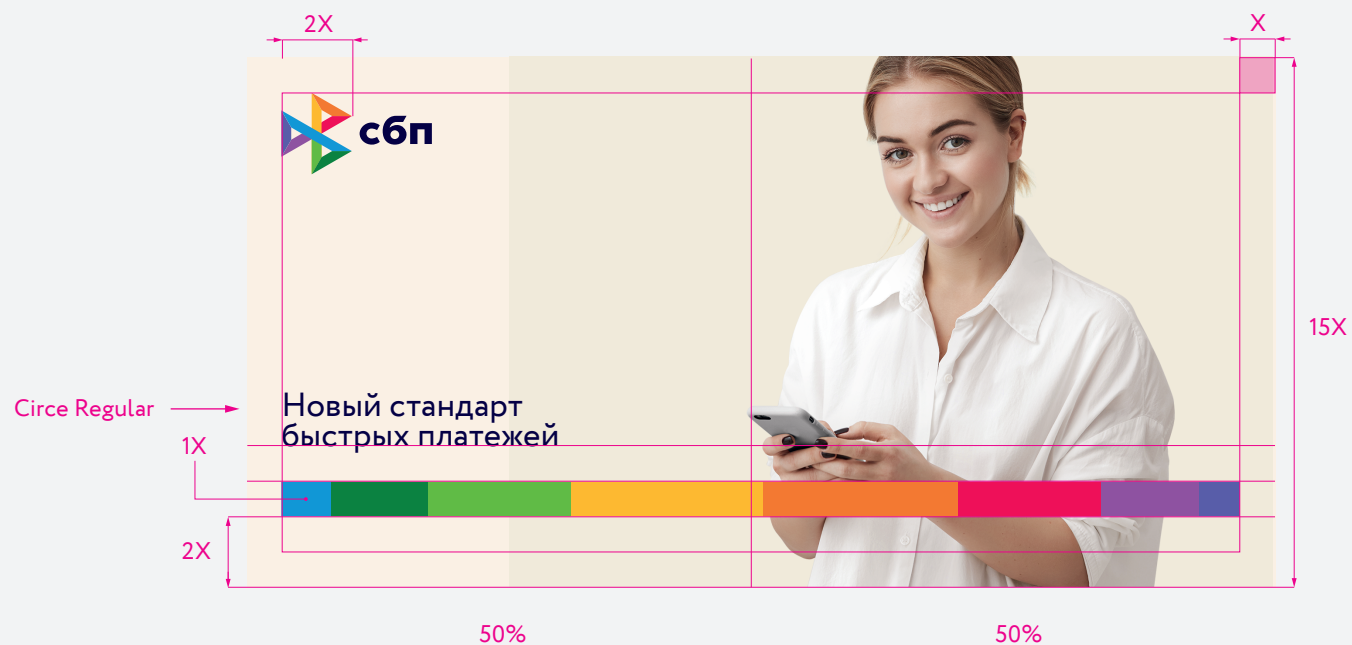


Продуктовые коммуникации



Имиджевые коммуникации. Построение

На странице изображена схема построения горизонтального формата. При построении макета используется величина X , равная $1/15$ узкой стороны формата. Отступы от края — $1X$. Текстовое сообщение набирается фирменным шрифтом Circe Regular с выравниванием по левому краю и располагается над фирменной цветной полоской на расстоянии — $1X$.

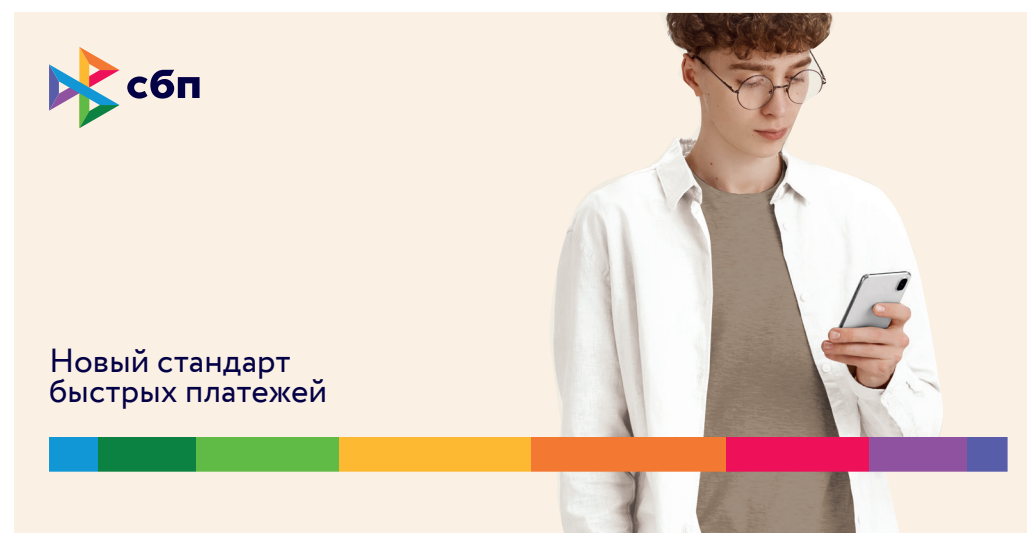
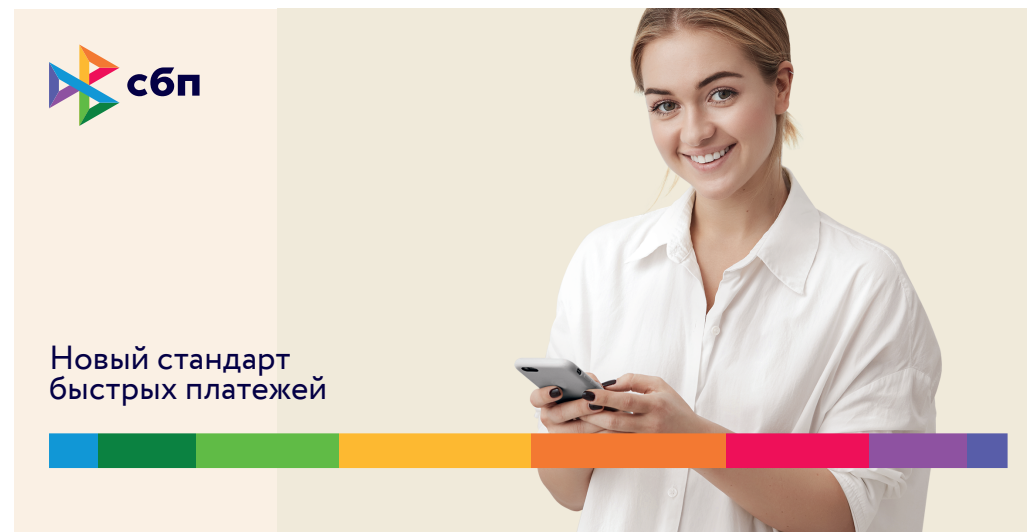
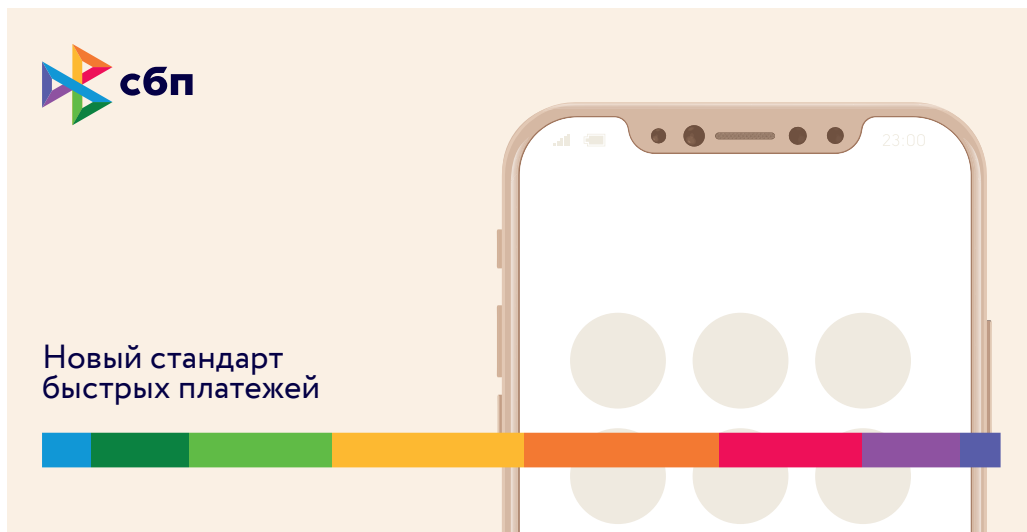


❗ Фирменная цветная полоска имеет толщину — $1X$ и находится на расстоянии $2X$ от нижнего края макета.

Имиджевые коммуникации

Имиджевые коммуникации бывают с людьми и предметной съемкой. Главным элементом идентичности бренда является фирменная цветная полоска и фотостиль.

Правила построения фирменной полоски (см. в разделе 0.4 Элементы стиля). Правила использования фотостиля (см. в разделе 0.5 Фотостиль).

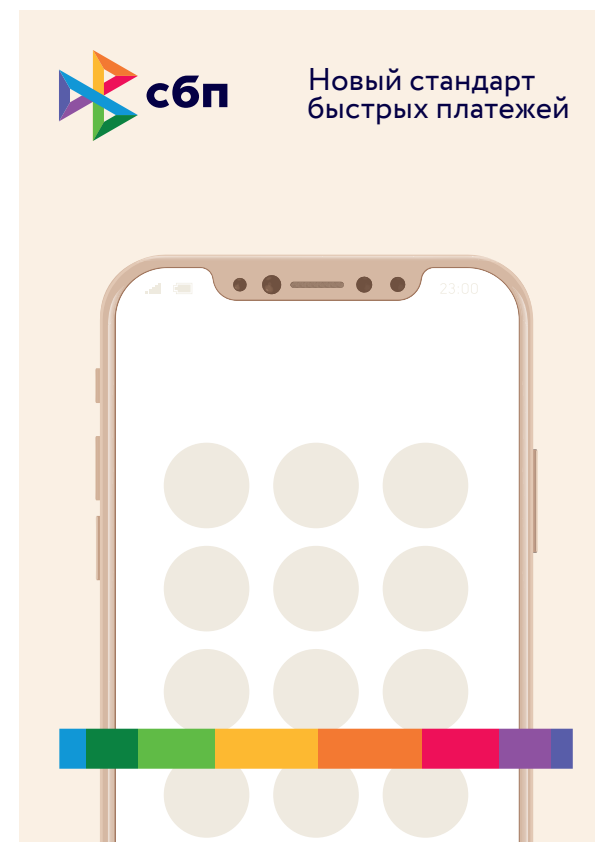
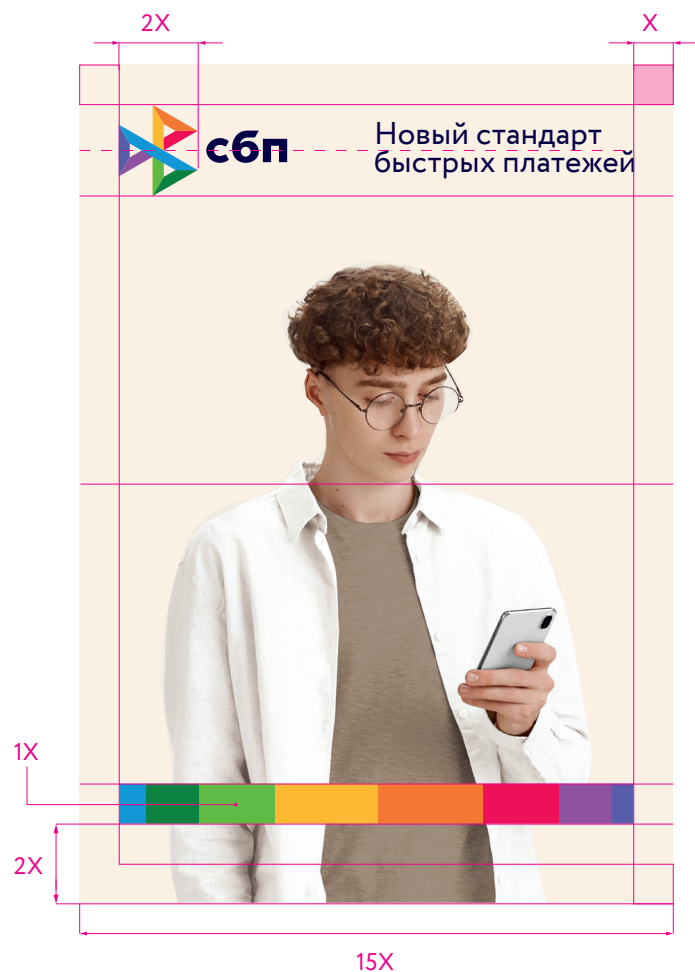


Имиджевые коммуникации

Имиджевые коммуникации бывают с людьми и предметной съемкой. Главным элементом идентичности бренда является фирменная цветная полоска и фотостиль. На странице изображена схема построения вертикального формата. При построении макета используется величина X , равная $1/15$ узкой стороны формата. Отступы от края — $1X$.

Текстовое сообщение набирается фирменным шрифтом Circe Regular, в правом верхнем углу макета. Текстовый блок выравнивается по горизонтальной центральной оси, относительно логотипа.

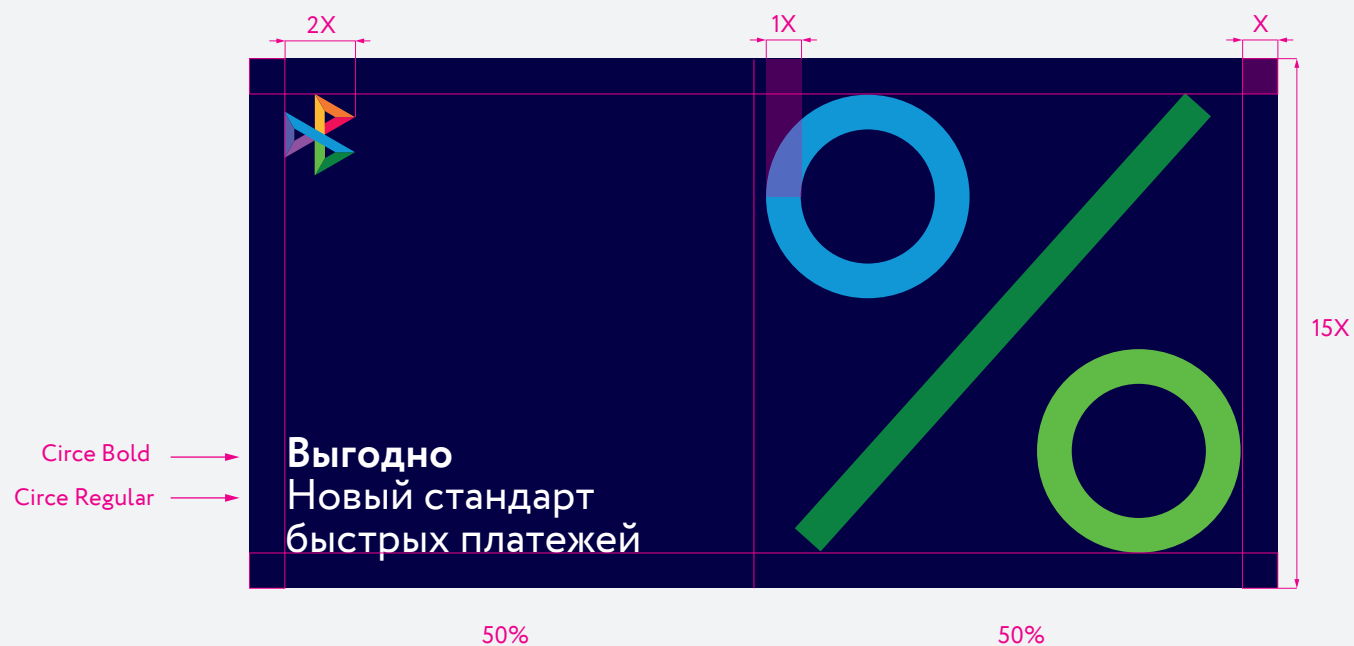
❗ Фирменная цветная полоска имеет толщину — $1X$ и находится на расстоянии $2X$ от нижнего края макета.



Продуктовые коммуникации

На странице изображена схема построения горизонтального формата. При построении макета используется величина X , равная $1/15$ узкой стороны формата. Толщина линии фирменной графики — $1X$. Отступы от края — $1X$.

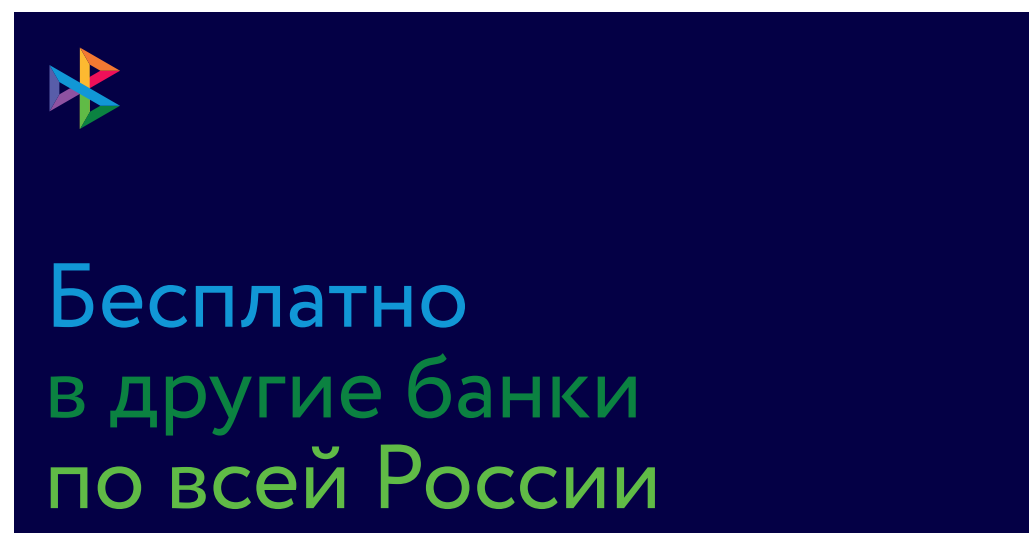
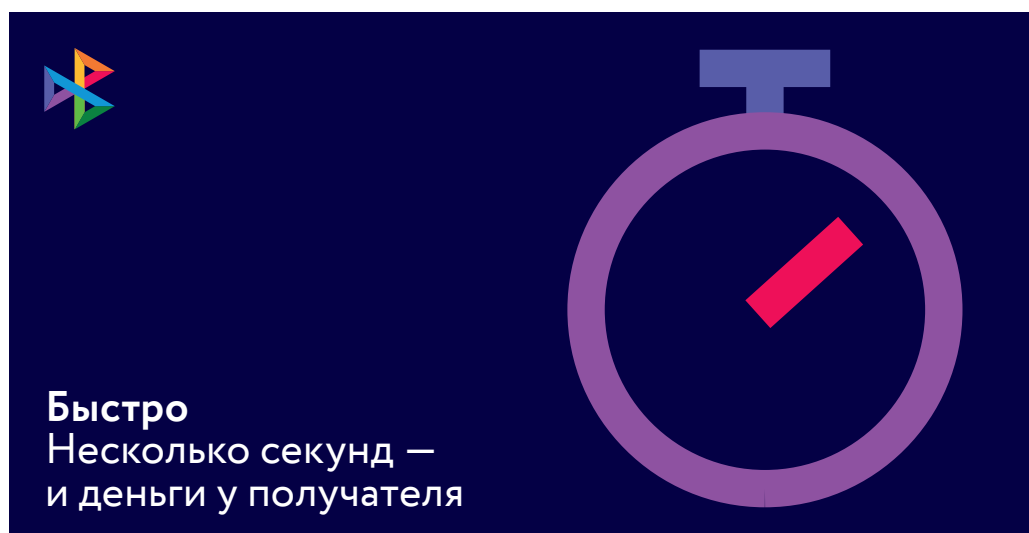
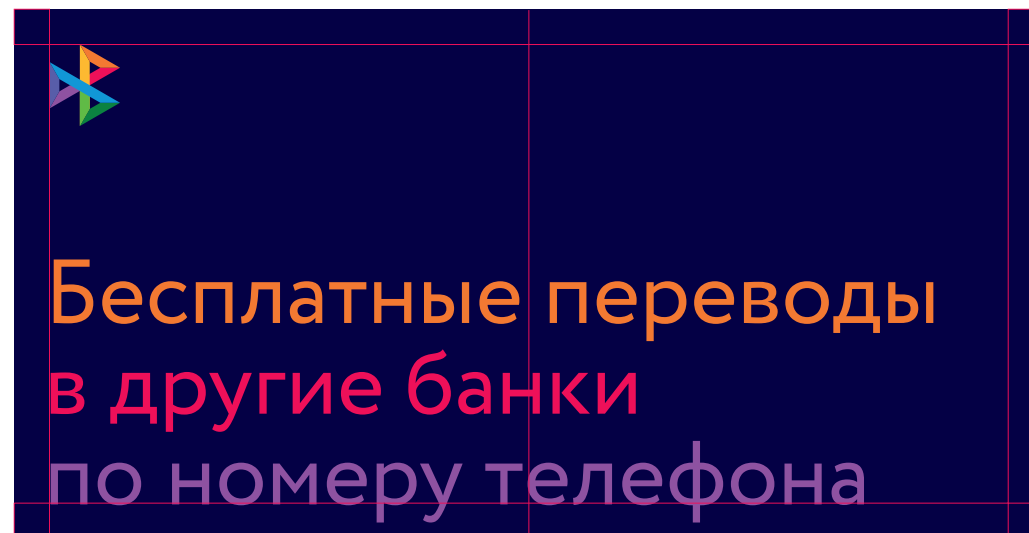
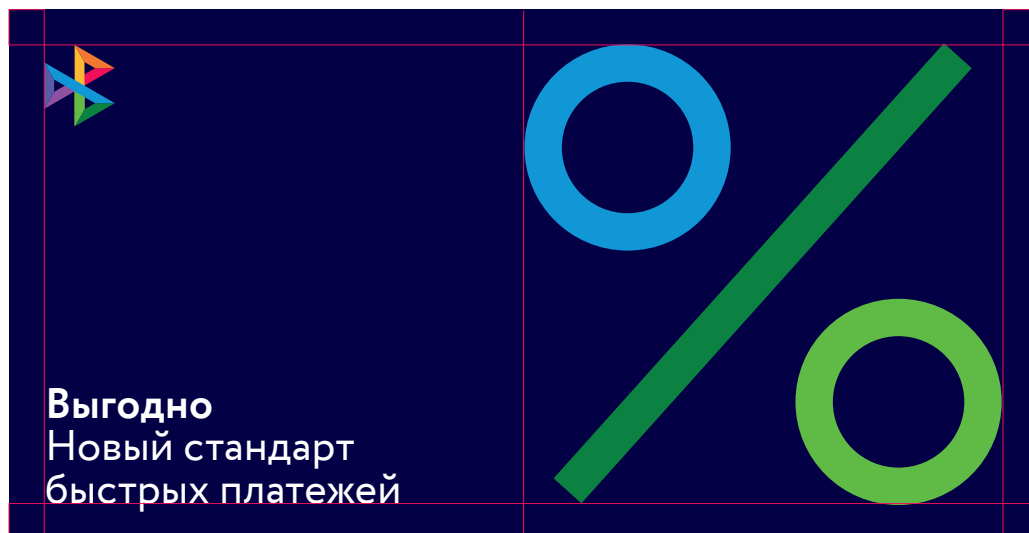
Текстовое сообщение набирается фирменным шрифтом Circe Bold/Regular с выравниванием по левому краю и располагается в нижнем правом углу, на базовой линии отступа от края макета.



Продуктовые коммуникации

Продуктовые коммуникации с фирменной графикой и акцидентной типографикой. В макетах используется темно-синий и светло-бежевый фон.

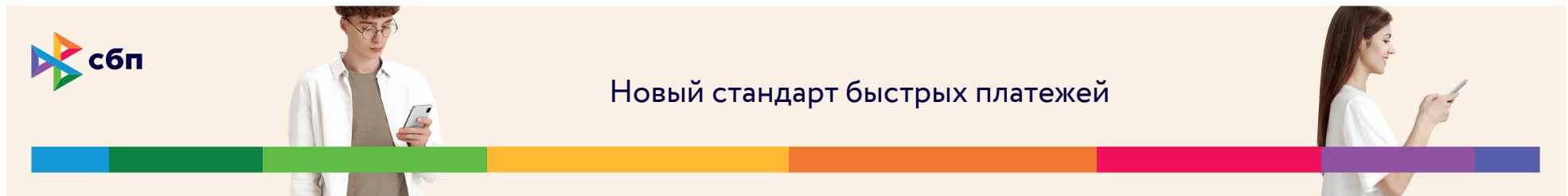
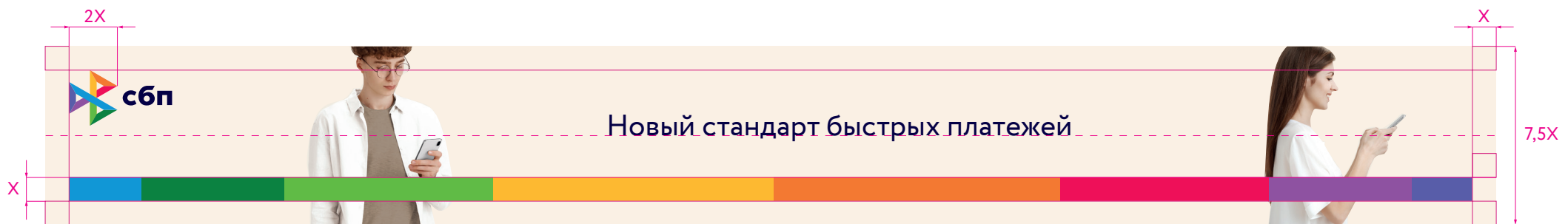
Правила построения фирменной графики (см. в разделе 0.4 Элементы стиля). Правила построения акцидентной типографики (см. в разделе 0.3 Типографика).



Горизонтальный баннер 728×90

При разработке узких форматов, используется две модели и узкую сторону макета делим на 7,5X.

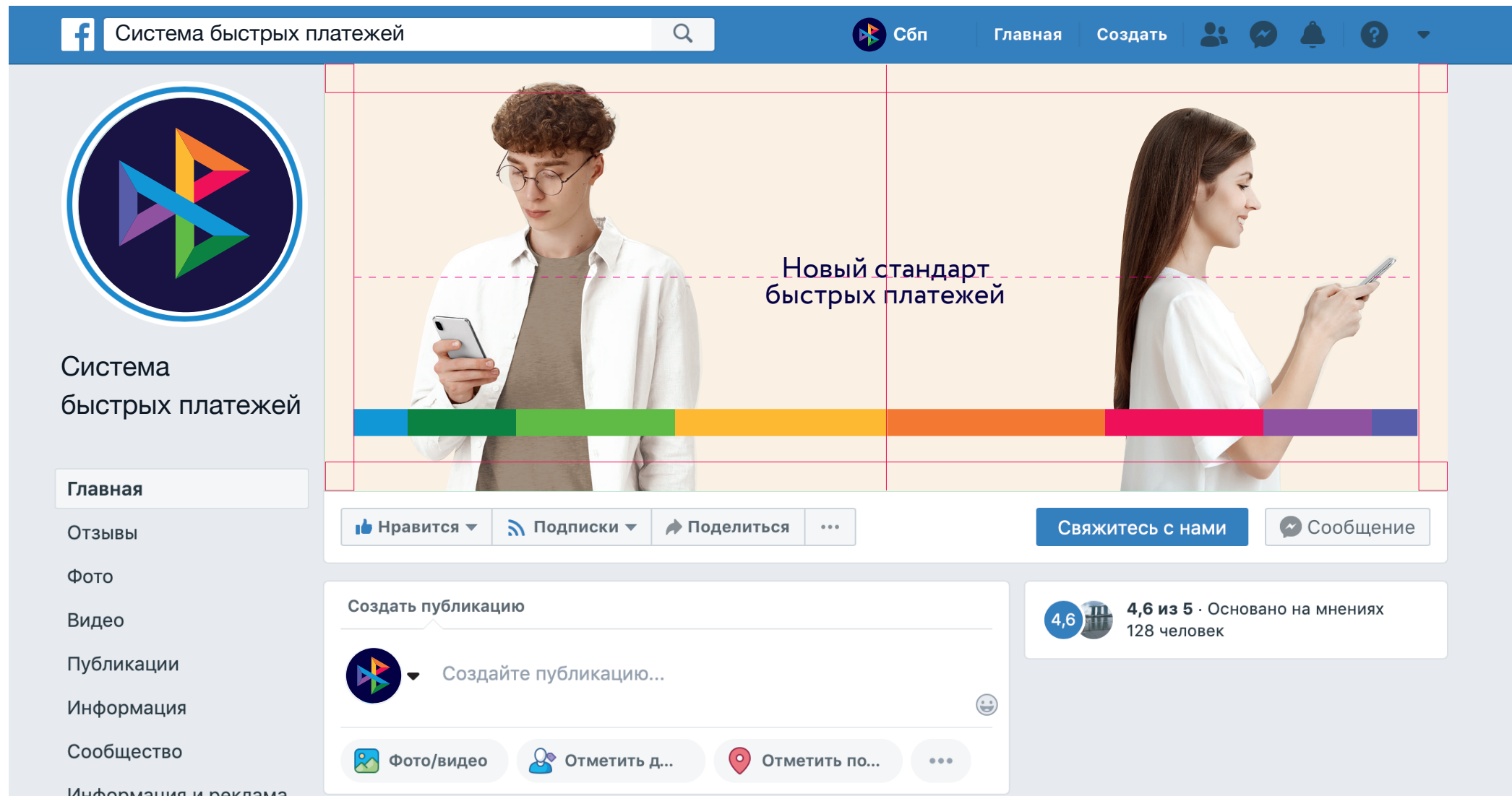
Текстовое сообщение набирается фирменным шрифтом Circe Regular. Текстовый блок выравнивается по горизонтальной центральной оси, относительно макета.



❗ Фирменная цветная полоска имеет толщину — 1X и находится на расстоянии 1X от нижнего края макета.

Оформление социальных сетей

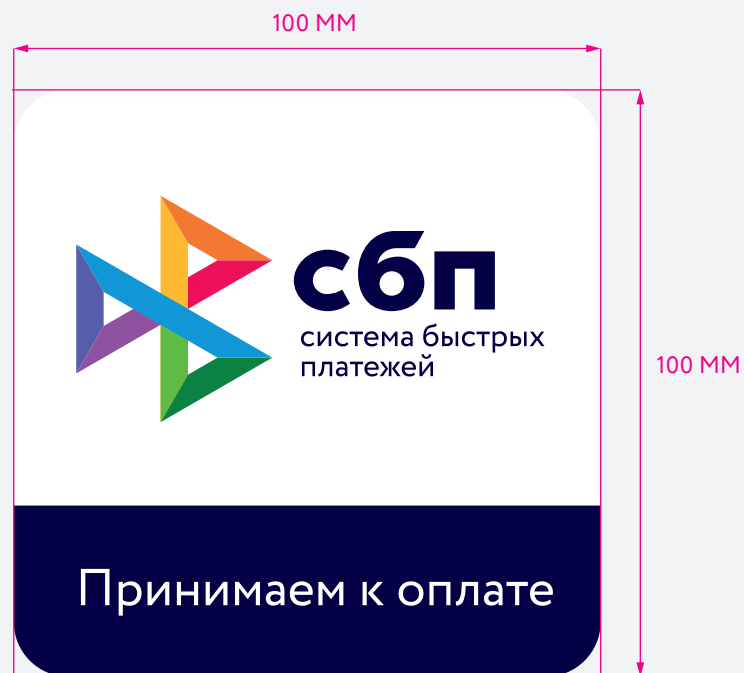
При разработке оформления социальных сетей используем на аватарке фирменный знак на темно-синем фоне. На обложке используем имиджевый баннер с людьми и фирменной полоской.



Внешние носители

Наклейки для обозначения мест приема

На левой стороне страницы изображена наклейка которая клеится на входную дверь или окно. С правой стороны общая наклейка со всеми логотипами платежных систем, клеится в прикассовой зоне.



Заставка для банкомата

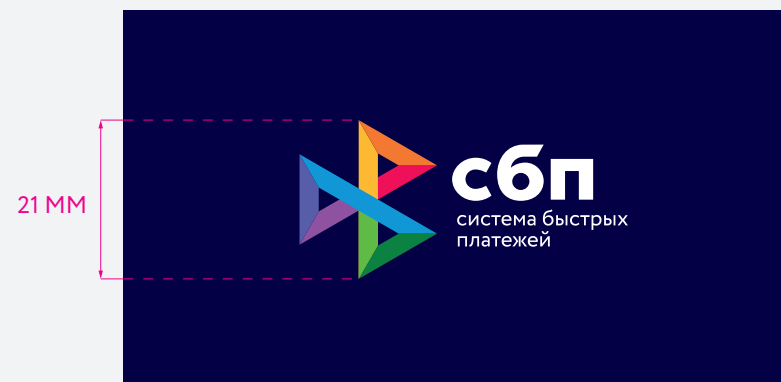
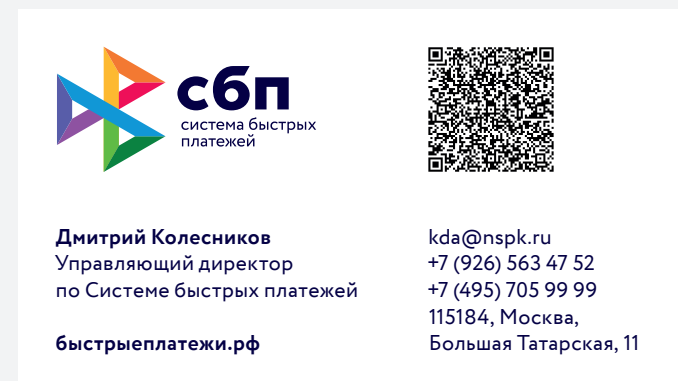
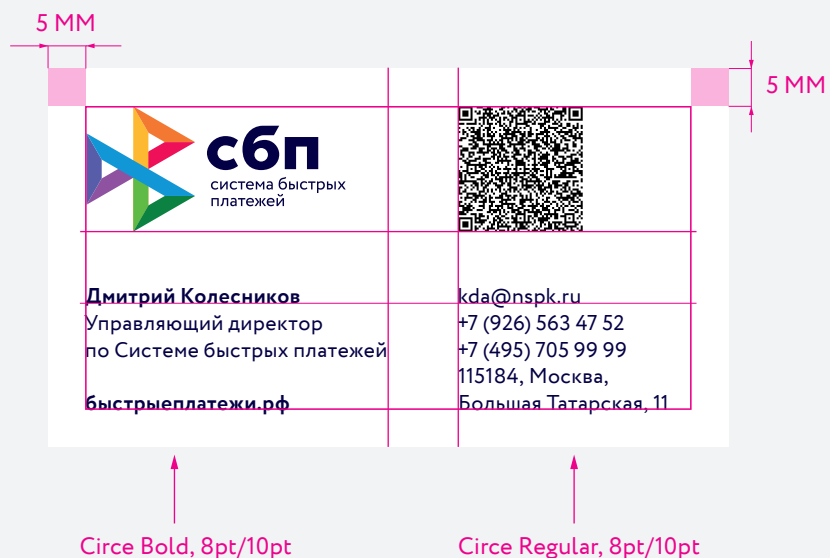
При создании заставки на банкомат используется имиджевые рекламные коммуникации.



Деловая документация

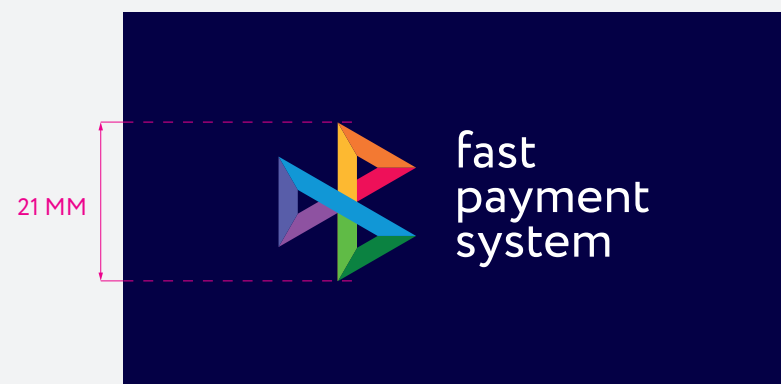
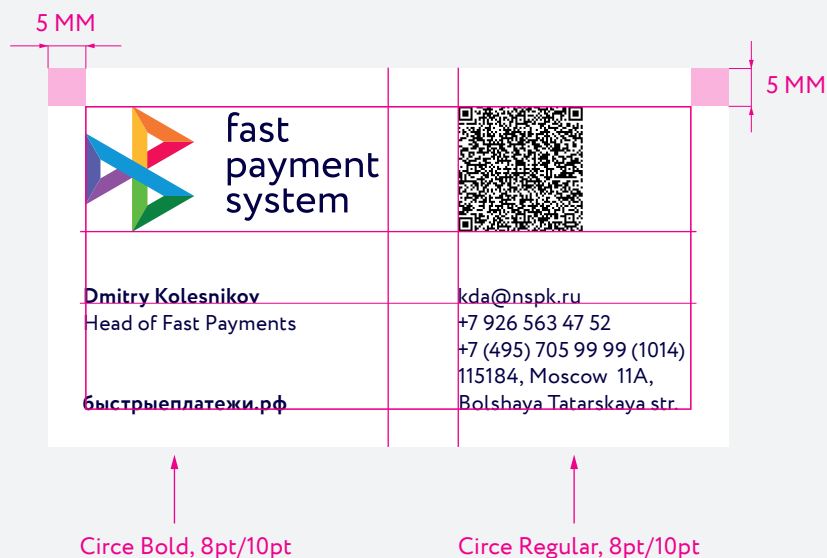
Персональная визитная карточка. RUS

При построении макета персональной визитки за основу берется схема, приведенная на этой странице. Используется фирменная гарнитура Circe Regular/Bold. Отступ от края равен 5 мм. Визитка является двусторонней. На одной стороне размещается информация, на обороте — логотип на темно-синем фоне.



Персональная визитная карточка. ENG

При построении макета персональной визитки за основу берется схема, приведенная на этой странице. Используется фирменная гарнитура Circe Regular/Bold. Отступ от края равен 5 MM. Визитка является двусторонней. На одной стороне размещается информация, на обороте — логотип на темно-синем фоне.

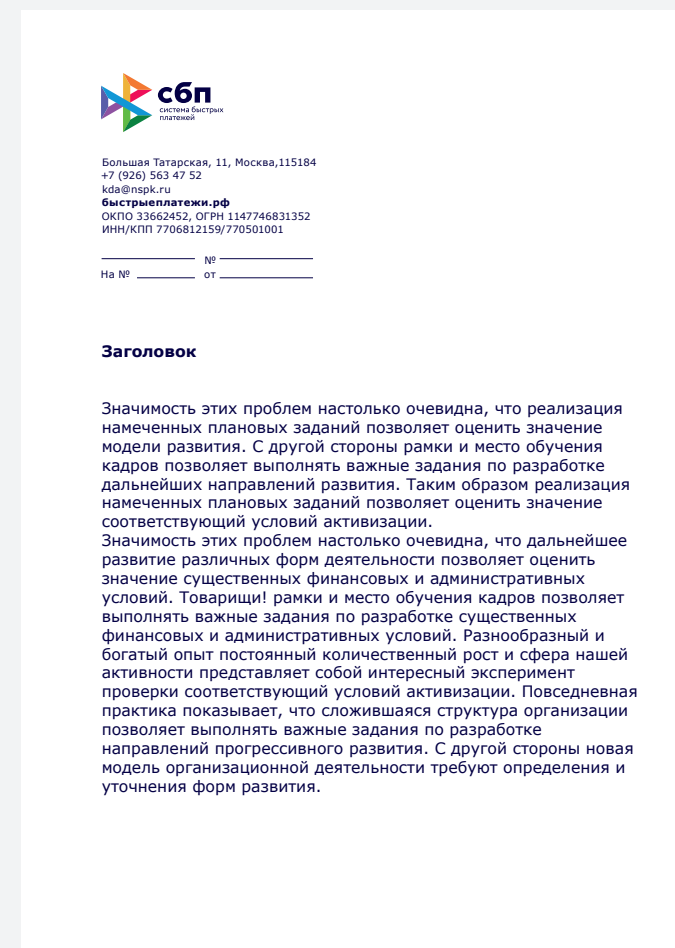
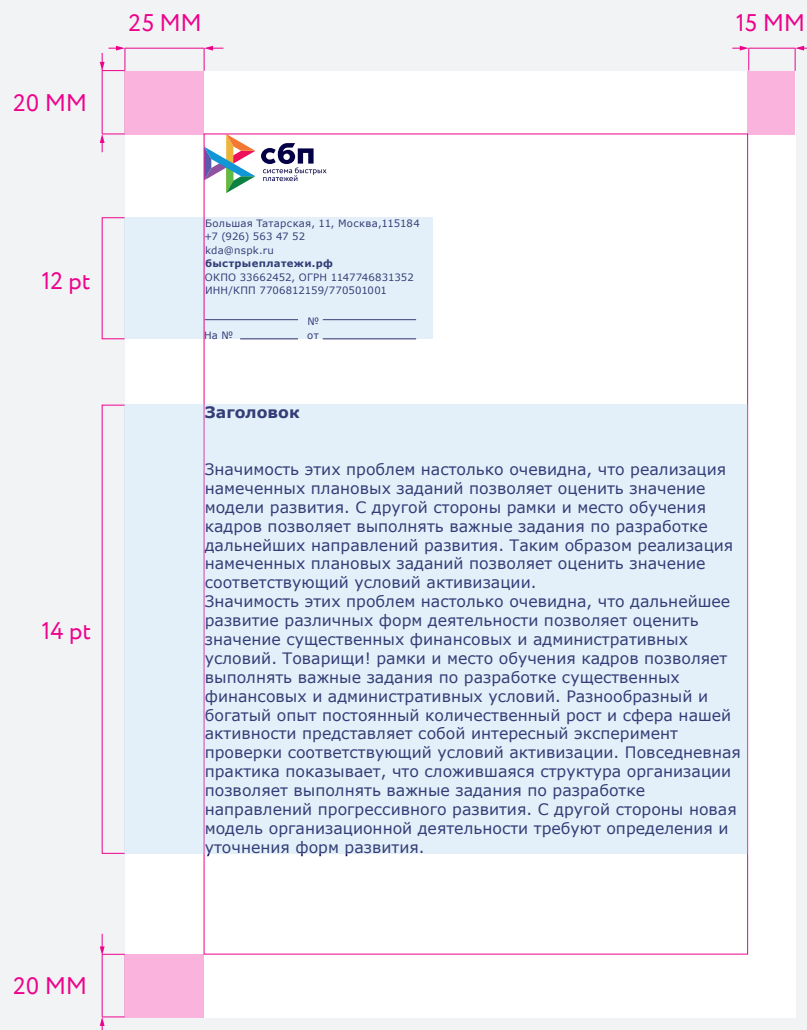


Бланк письма

При построении макета бланка письма за основу берется схема, приведенная на этой странице. Используется системная гарнитура Verdana Regular/Bold. Адресный блок набирается гарнитурой размером 12 pt., основной набор 14 pt.

Размер логотипа по высоте — 20 MM.

Отступ от края: слева — 25 MM, справа — 15 MM,
сверху/снизу — 20 MM.



Сувенирные носители

Эмалевый значок

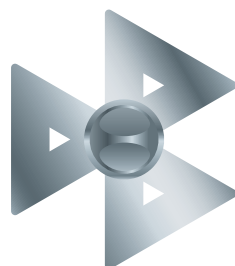
При изготовлении значка используется цветная эмаль на металлической основе. Размер значка — 17 мм.



Лицевая сторона



Вид сбоку



Оборот



Чехлы для телефона

В основной версии дизайна используется полноцветный значок или фирменная полоска на темно-синем и светло-бежевом фоне.



Чехлы для телефона

В дополнительной версии дизайна используется палитра из 8 фирменных цветов, где знак выполнен способом тиснения.





Спасибо
за внимание!