

*Базовые правила
использования логотипа*

**ЕСО
ТАХІ**



Основная версия

Основная версия логотипа —
градиентная, представлена
в двух вариантах, двустрочной
и однострочной.

Версии следует выбирать исходя
из органичности восприятия на
носителях различных форматов.



В руководстве не приложены файлы логотипов, поскольку лучший способ
получить нужную версию — открыть подходящую страницу руководства
в графическом редакторе и скопировать логотип из него.

Хорошо



Идеально!

«Воздух» (защитное поле)

Для того, чтобы логотип не выглядел «зажатым», не следует располагать прочие графические элементы (тексты, акцентные элементы изображений) слишком близко к нему, а также не следует располагать логотип слишком близко к краям носителя.

Жизненно необходимое защитное поле не должно быть меньше, чем толщина буквы «I» по периметру логотипа.

Достаточное поле — ширина буквы «C» по периметру.

Идеальное — сумма толщины «I» и ширины «C».



«Голодный» минимум



Изменение геометрии логотипа

В общем и целом правило формулируется просто: нельзя изменять логотип непропорционально и крутить под любыми углами, кроме прямого.

В частности, нельзя растягивать или сжимать логотип лишь по одной из координат, использовать outline-версию, выстраивать буквы в вертикальный столбик, менять пропорции отдельных составляющих.

ECO TAXI

ECO TAXI

ECO TAXI

ECO TAXI

ECO TAXI

ECO TAXI

X ECO TAXI

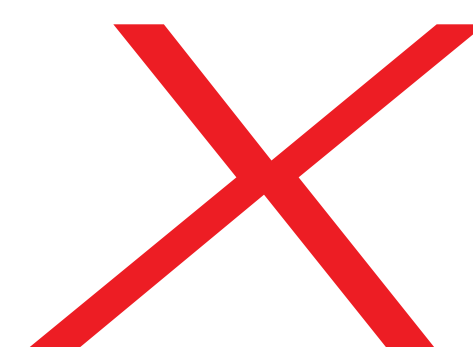
ECO TAXI

*Упрощенная
версия
ЛОГОТИПА*

При определенном способе воспроизведения, например печати на авторучках, мелкой вышивке, или просто необходимости напечатать логотип небольшого формата, элемент внутри буквы «О» может стать нечетким, «затечь».

Во избежание этого в случаях, когда высота двустрочного логотипа меньше 1 см, а однострочного — меньше 5 мм, следует использовать версию с упрощенной буквой «О», а в определенных ситуациях — дополнительно отказаться от градиента.

**ECO
TAXI**





Иконки мобильных приложений

*Во всех возможных случаях
следует использовать двустрочный
градиентный логотип на белом фоне.*

*В случае оформления мобильных
приложений и, в частности, создания
их иконок, правило действует
аналогично, однако допускается
инверсия (градиентный фон и белый
логотип).*

*Важно не нарушать пропорции и не
делать логотип крупнее, чем 85%
от площади иконки, поскольку это
нарушает баланс «графика-воздух».*







Основная цветовая палитра

Оттенки зеленого цвета, присутствующие в градиенте, могут использоваться в любом сочетании и любой последовательности, основной критерий — сохранение контраста и читаемости.

Из градиента выделяются два «монолитных» цвета — зеленый и салатовый, к ним добавляются черный и белый, еще одним дополнительным цветом служит серый (60% черного).

На образцах указаны значения цветов в моделях HSB (для интернета) и CMYK (для полиграфии).





Супер!

Логотип на цветном фоне

Допускается любое «перекрещивание» цветов логотипа и фона в рамках обозначенной выше палитры, включая черный, серый и белый цвета.

Приоритет как и прежде остается за сохранением контрастности и читаемости.



Тожe неплохо.

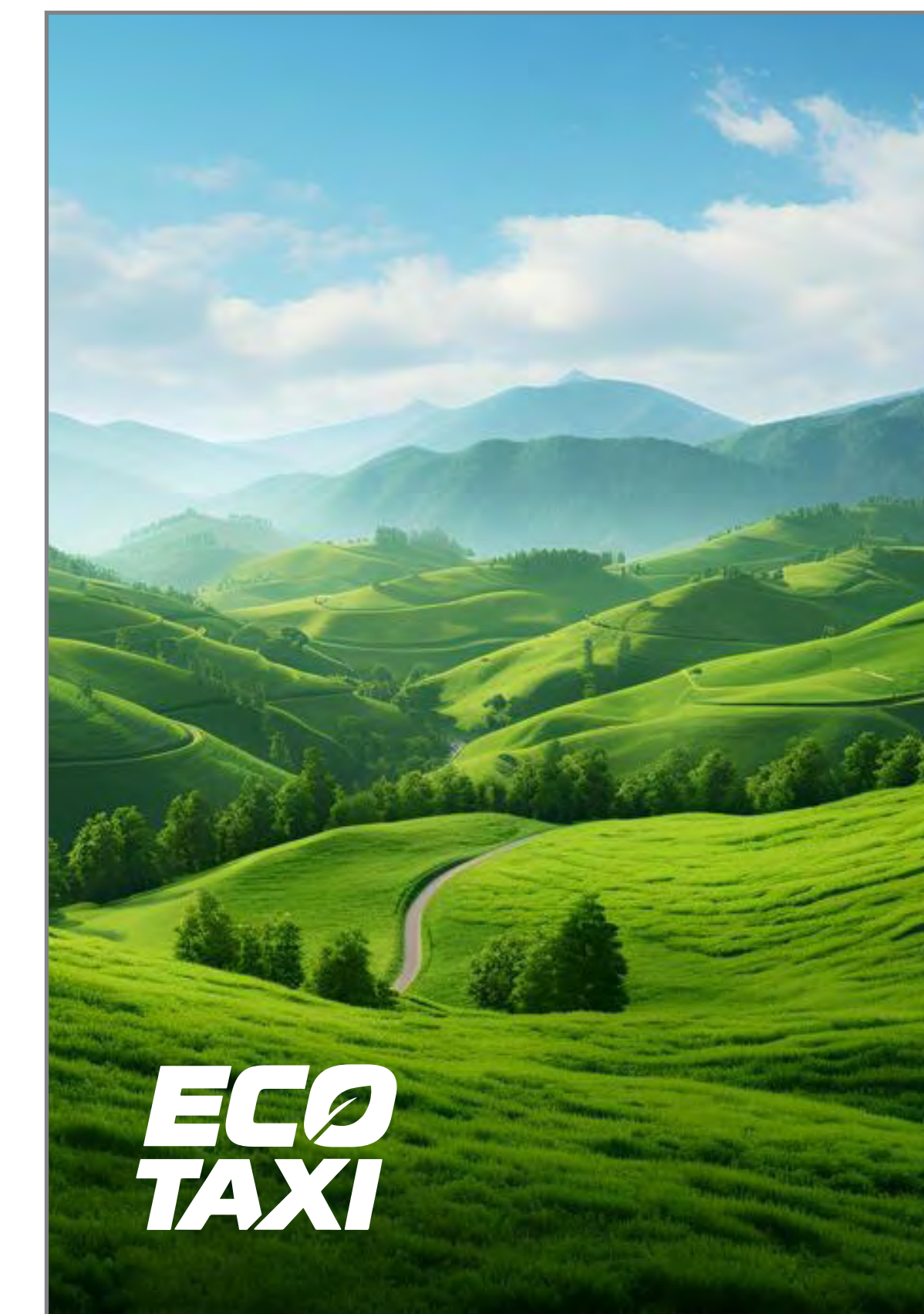
Логотип на фото- фонах

В общем и целом рекомендуется «подкладывать» под логотип плашку одного из фирменных цветов (включая белый).

Однако, если фон не пестрый, без большого количества деталей (ясное небо, асфальт) — можно использовать наиболее контрастный относительно фона вариант логотипа без подкладывания плашки.



ОК



Тоже ОК :)



Цвета логотипа и фона

Тремя словами —
«нельзя делать некрасиво».

Чуть длинее: нужно всеми способами
избегать случаев, когда логотип
плохо читается и когда используются
«совсем не фирменные» цвета.

Следует избегать также
использования outline-версии логотипа
(однако, если ситуация требует
использования только outline-версию,
нужно брать за основу упрощенную,
«без листика»).



Thanks!

Alexandr Glazunov