



ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА

Автор: доцент кафедры культурологии и дизайна, к.филос.наук
Булатова А.В.

ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА

— набор предпочтительных цветов, для использования в оформлении продукции, упаковки продукции, бланков компании, рекламы компании. Классический подход рекомендует использовать два цвета. Но в последнее время популярны множественные цвета в фирменном стиле или даже градиентные переходы от одного к другому цвету.



**Уральский
федеральный
университет**

имени первого Президента
России Б.Н.Ельцина

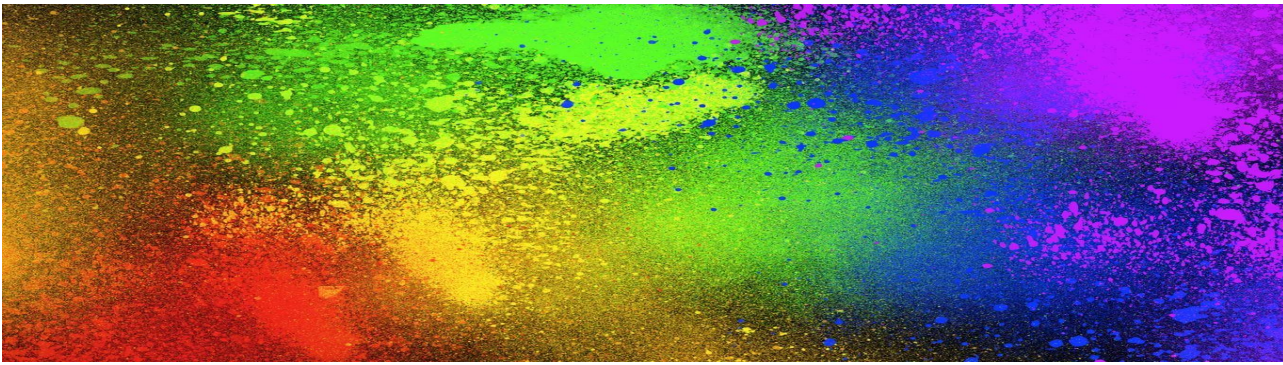
ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА



В соответствии с психологией цветового восприятия цвета имеют определенное психологическое воздействие: например, фиолетовый возбуждает мыслительную деятельность, некоторые оттенки синего и голубого имеют успокаивающий эффект, зеленый релаксирует и восстанавливает силы, красный и яркожелтый привлекают внимание и стимулируют активность, спокойный оранжевый символизирует простоту и доступность, нежно-розовый ассоциируется с юностью и безмятежностью, а белый рождает ощущение свежести и чистоты и т. д.

ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА

- Цвет делает элементы фирменного стиля более привлекательными, запоминающимися, весело увеличивая их воздейственный потенциал при продвижении. В качестве наиболее известных примеров успешного использования фирменных цветов можно назвать: красно-белые цвета «Кока-Колы», красно-желтые «Макдоналдса», желтозолотистые «Кодака», черно-желтые «Билайна».



ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА

Традиционно к премиальным цветам относятся белый, черный и серый (иногда коричневый) для премиального сегмента.



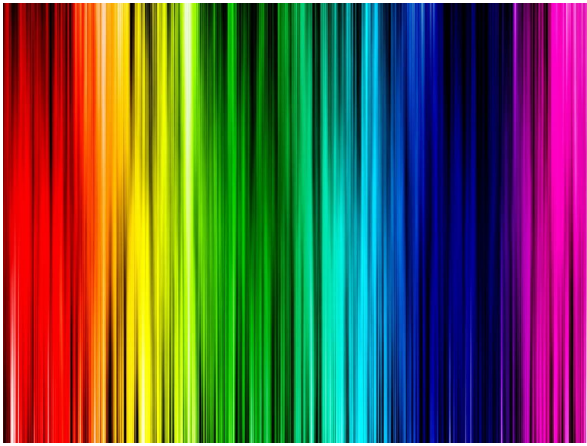
ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА

- Для ситуаций, когда при продвижении нужно экстренно привлечь внимание к чему-то новому, существует красный цвет, который при восприятии зрительным анализатором проходит без искажения. Красный олицетворяет не только агрессию, но и страсть, активность, а потому эффективно подходит для краткосрочных акций, для «проталкивания» товара в сознание потребителей.

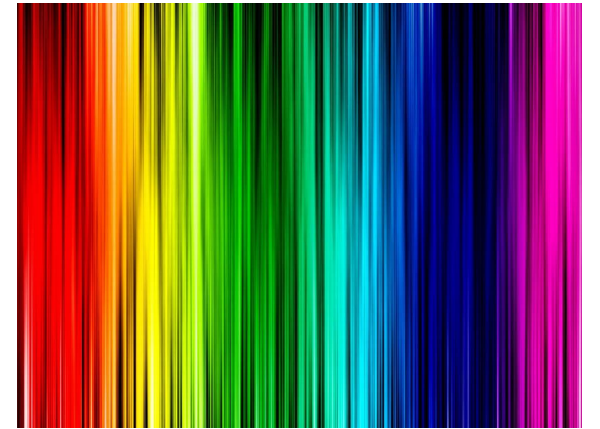
ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА

- Есть также так называемые компенсаторные цвета, обеспечивающие разрядку эмоционального напряжения, — специфичные для каждой половозрастной группы.

Например, нежно-лиловый считается компенсаторным для женщин любого возраста.



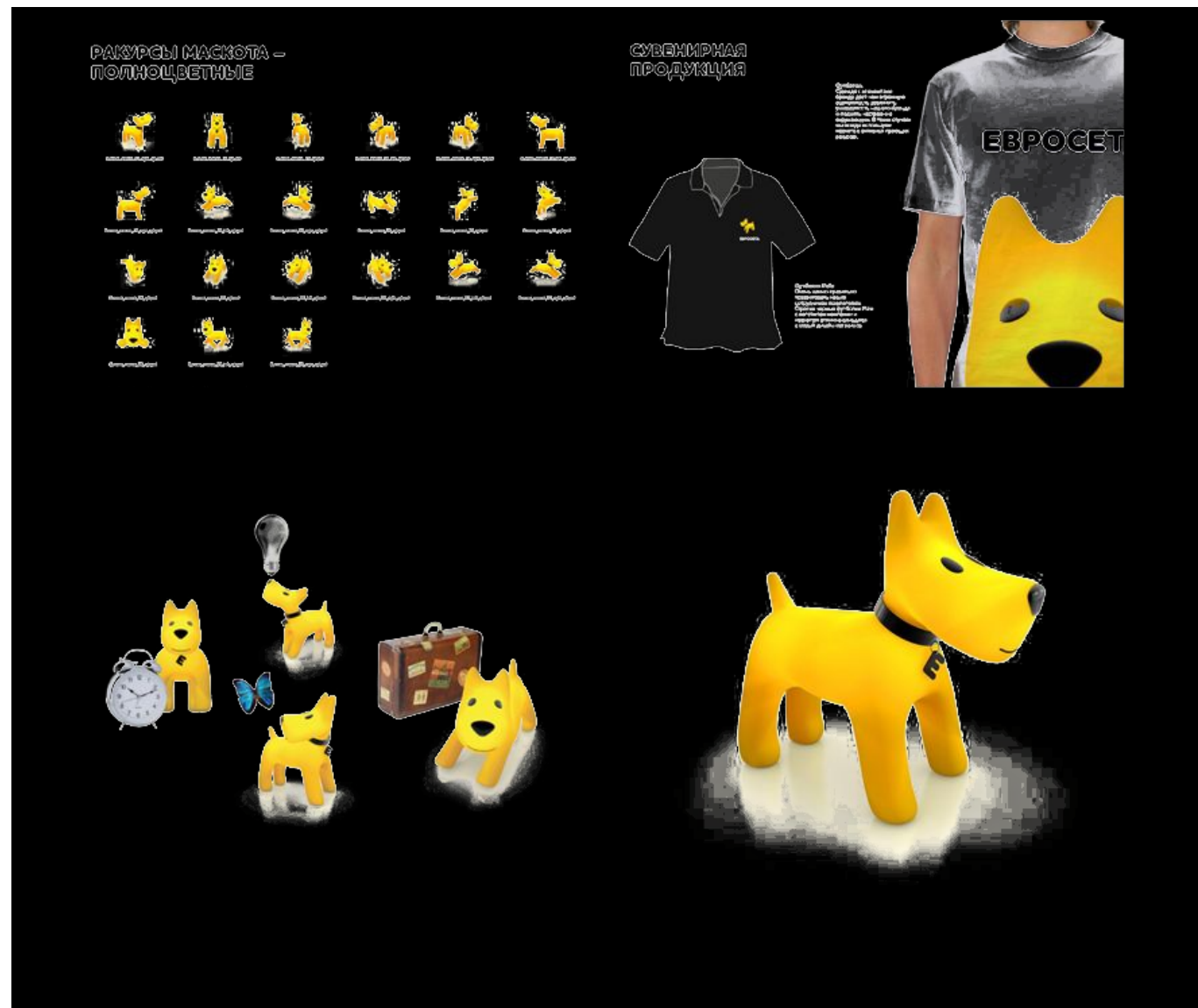
ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА



Фирменный цвет может иметь правовую защиту в случае регистрации товарного знака и это вполне оправдано, поскольку, скажем, цвета бренда идентифицировались потребителями (респондентами фокус-группового исследования) как фирменные, даже при предъявлении им фрагментов упаковки. Интересно, что если товарный знак заявлен в цветном исполнении, то он будет защищен только в этом цвете. При регистрации товарного знака в черно-белом варианте он имеет защиту при воспроизведении в любом цвете.

ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА

Цвета являются важным элементом в фирменном стиле, они хороши тем, что видны издалека, в отличии от того же логотипа





ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА

Основная цветовая палитра

Цвет	PANTONE	CMYK	RGB
Темно-зеленый	PMS 349	100.0.91.42	0.112.60
Зеленый	PMS 363	68.0.100.24	67.150.57
Светло-зеленый	PMS 368	56.0.99.0	125.194.68

- Фирменные цвета Сбербанка

ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА

Цвет создает эмоцию и настроение, вызывает большую запоминаемость и узнаваемость.

При этом, если вы хотите использовать больше одного цвета или оттенка, стоит воспользоваться сервисом Colourlovers. Здесь вы легко подберете гармоничное цветовое сочетание.

Сила цвета

«ФИНАНСЫ»

Как бренды используют психологию восприятия цвета, чтобы манипулировать нами








фиолетовый	роскошь и каприз	Milka
синий	спокойствие и логика	facebook
зеленый	польза и экологичность	STARBUCKS COFFEE
желтый	веселье и дружелюбие	McDonald's
оранжевый	игривость и комфорт	В
красный	сила и страсть	Coca-Cola
розовый	сладость и сексуальность	VICTORIA'S SECRET
коричневый	тепло и надежность	ups
черный	эсклюзив и гламур	CHANEL

ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА

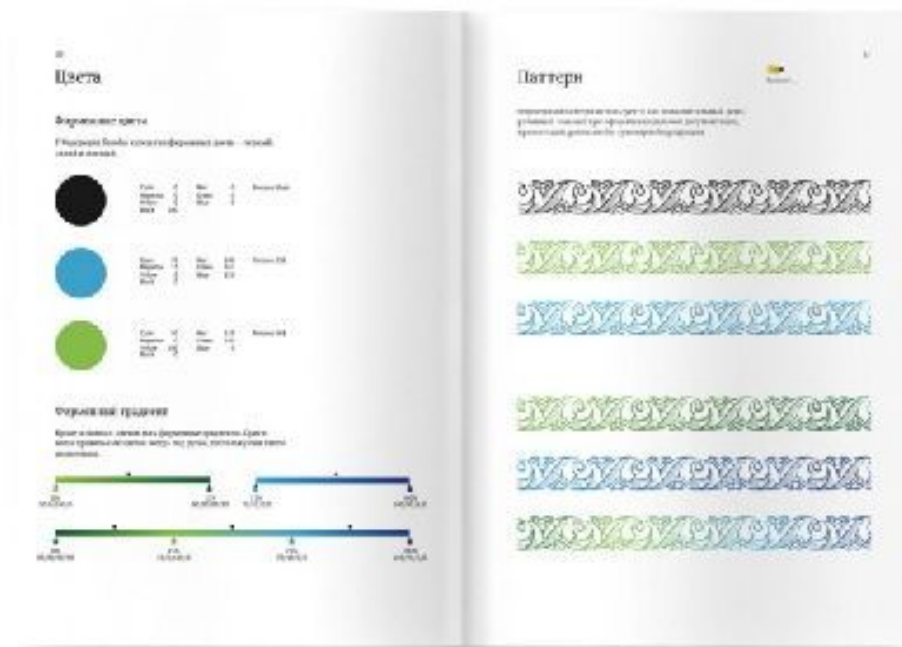
В брендбуке подробно описываются цвета (основные и дополнительные), градиенты, паттерны и способы применения их

Фирменный цвет

Фирменный цвет, как и логотип, является отличительным элементом, позволяющим идентифицировать компанию.

<p>PANTONE S225-2 CVS</p>  <p>C M Y K 100 15 0 0</p> <p>Используется в логотипе и при оформлении фирменной документации</p>	<p>PANTONE S290-1 CVS</p>  <p>C M Y K 60 0 100 0</p> <p>Используется при оформлении фирменной документации</p>	<p>90% Black</p>  <p>C M Y K 0 0 0 90</p> <p>Используется в надписи логотипа и текстовых блоках</p>	<p>PANTONE S18-3 CVS</p>  <p>C M Y K 0 25 95 0</p> <p>Используется во вспомогательном варианте логотипа</p>	<p>PANTONE S160-1 CVS</p>  <p>C M Y K 40 100 0 0</p> <p>Используется во вспомогательном варианте логотипа</p>
<p>PANTONE S232 -7 CVS</p>  <p>C M Y K 25 0 0 0</p> <p>Градиент используется при оформлении фирменной документации</p>	<p>White</p> <p>C M Y K 0 0 0 0</p>	<p>PANTONE S225-2 CVS</p>  <p>C M Y K 100 15 0 0</p>	<p>PANTONE S232 -7 CVS</p> <p>C M Y K 25 0 0 0</p>	<p>PANTONE S225-2 CVS</p> <p>C M Y K 100 15 0 0</p>

Разработка фирменного стиля - InterLabs, 2009



ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА



блок описания фирменных цветов должен включать:

- Определение фирменного цвета.
- Определение дополнительных цветов.
- Определение комбинаций цветов.
- Определение использования комбинаций цветов с логотипом.

Каждый цвет должен быть описан в следующих цветовых моделях:

- RGB (экран компьютера)
- CMYK (полиграфия)
- Pantone (наиболее точное)

Фирменные цвета (CMYK)

						
0 0 0 90	70 65 10 15	0 70 85 0	80 0 90 0	65 45 35 30	75 25 5 5	0 35 100 0

Pantone



Фирменные цвета (RGB)

						
50 50 50	90 90 140	255 115 65	30 180 85	85 100 115	50 150 200	250 180 25

ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА

СМУК

Это базовые цвета полиграфии, смесь которых дает все остальные цвета палитры (Magenta, Yellow, Cyan, black). Это названия цветов «пурпурный», «желтый» и «голубой». Если к ним добавить еще и черный, то разнообразные смеси этих цветов между собой как раз и будут той цветовой гаммой, которую способен различать человеческий глаз.

По первым буквам этих цветов и названа цветовая модель СМУК.

RGB

Это цветовая модель, которая также создана по первым буквам названий цветов Red – красный, Green – зеленый, Blue – синий. Для того, чтобы вывести цвет на экран компьютера, телевизора или другого электронного устройства, дизайнеры-полиграфисты пользуются этими цветами. На экране или мониторе мы видим пиксели – крошечные двумерные элементы матрицы, которые формируют изображение. Они выглядят светящимися точками, которые человеческий глаз воспринимает в общем как определенный цвет.

Pantone, или Пантон

Это определенный цвет, созданный с помощью смеси нескольких цветов и имеющий свой собственный номер по классификации Pantone Matching System. Назвав номер пантона, вы можете быть уверена на 100%, что получите то, что заказали, потому что во всем мире признана классификация цветов института Pantone. Для каждого цвета пантона указано, каково процентное соотношение базовых цветов СМУК следует взять, чтобы получить именно этот цвет или оттенок.

Выбрать нужный пантон можно по каталогу, который обязательно присутствует в каждой типографии.

ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА СЕРВИСЫ

- про цвета, конвертер цвета <https://colorscheme.ru/pantone-colors.html>
- Обзор цветowych сервисов
www.logowiks.com/25-servisov-po-rabote-s-cvetom/