



РУКОВОДСТВО
ПО ФИРМЕННОМУ
СТИЛЮ



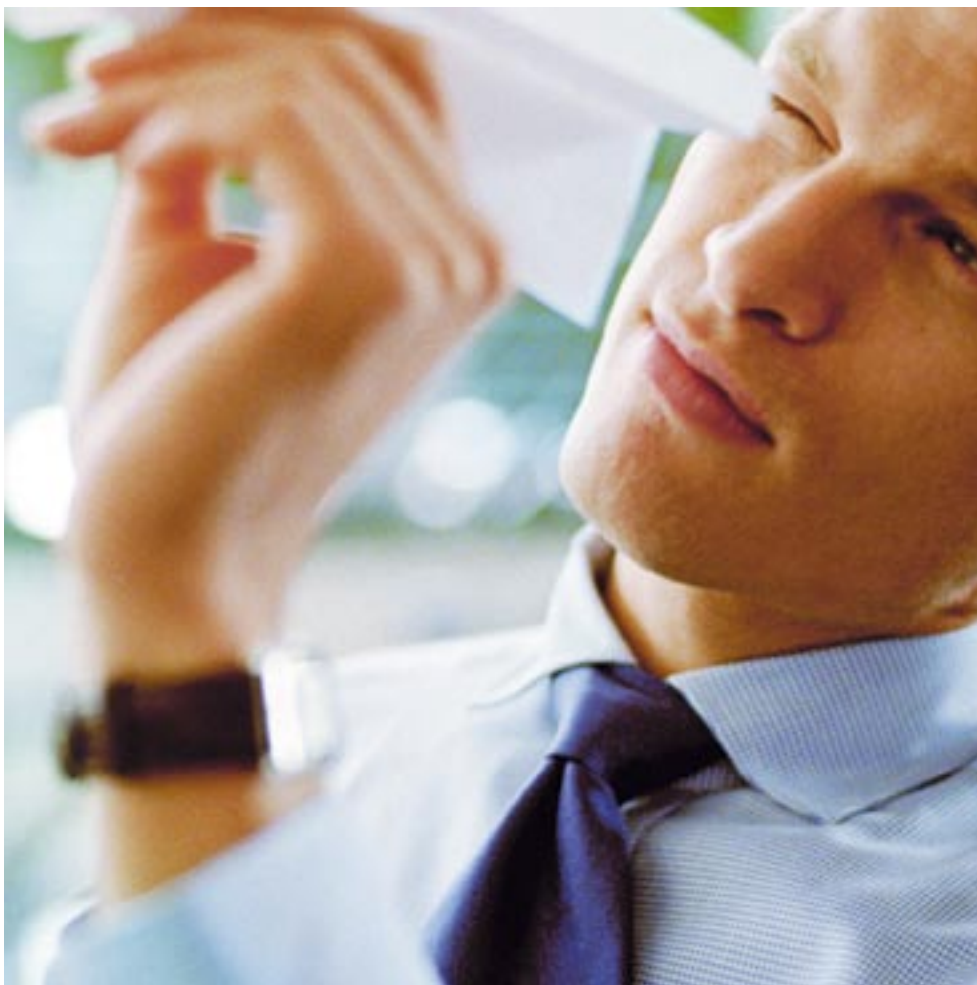
ВВЕДЕНИЕ

ГЛОТОК СВЕЖЕГО ВОЗДУХА

На рынке, где один из доминантных признаков – управление государством, внутринациональные перевозки и более чем 250 региональных авиалиний, авиакомпания S7 – успешная, частная компания и ведущий «внутренний курьер».

Только Сибирь S7 может обоснованно утверждать, что стремится предложить пассажирам качественное обслуживание и свежую альтернативу – противоядие к установленным путешествиям самолётом в России.





КТО МЫ И КЕМ ХОТИМ СТАТЬ?

На рынке, с пятеркой авиакомпаний-лидеров и наличием 200 небольших местных и региональных авиаперевозчиков, авиакомпания S7 airlines является одной из ведущих российских авиакомпаний.

S7 airlines – это успешно и быстро развивающаяся компания. Сильная команда обладает современным подходом к бизнесу, стремлением к переменам и решимостью заимствовать и учиться на опыте лучших авиакомпаний мира.

Наша компания имеет разветвленную сеть внутренних маршрутов и активно развивается на международных воздушных линиях. Мы работаем в трех основных транзитных аэропортах, являющихся основой нашей маршрутной сети.

Мы - сетевая компания с качественным уровнем сервиса на борту самолета и в аэропорту. Мы предоставляем нашим пассажирам удобное расписание и выгодные тарифы.



Мы не стремимся стать авиакомпанией для определенного типа пассажиров. Наши услуги рассчитаны на широкий круг потребителей, поэтому выделить какой-либо конкретный тип пассажира и сосредоточиться на нем мы не можем.

Для нас все пассажиры одинаково важны и равны. Каждый из них находит для себя свою выгоду в наших услугах: молодежь и студенты ценят наши специальные акции, для бизнесменов важны удобные стыковки и широкая маршрутная сеть, командировочным пассажирам мы предоставляем удобное расписание, семьям, летящим на отдых, трансфертные тарифы и упрощенную обработку багажа.

Тем не менее, мы понимаем, что охватить все категории населения мы не можем. Например, VIP-перевозки, которые зачастую пугают с перелетами бизнес-класса, не являются нашим приоритетом. Также как и социально-ориентированные перевозки. Однако мы рады всем пассажирам, выбравшим нашу авиакомпанию.



Одним из приоритетов развития для нас является повышение эффективности деятельности компании и оптимизация операционных издержек. Эти приоритеты обеспечивают стабильную деятельность компании и являются фундаментом для повышения конкурентоспособности.

За последние годы мы стали ведущей авиакомпанией на рынке внутренних перевозок в России. Мы прошли непростой путь от небольшой региональной авиакомпании, базирующейся в Новосибирске, до общедоверительного авиаперевозчика, обладающего самой крупной маршрутной сетью на внутренних воздушных линиях.

Несколько лет подряд мы развивались гораздо быстрее конкурентов. Однако сегодня рынок уже не позволяет поддерживать такие темпы роста. Конкуренция между ведущими авиаперевозчиками в обозримом будущем будет только усиливаться. Рост объема рынка авиаперевозок, судя по всему, в ближайшие годы стабилизируется. В этих условиях наша **ДОЛГОСРОЧНА СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ЦЕЛЬ** – планомерно наращивать свою долю на рынке авиаперевозок, соблюдая баланс между увеличением нашей доли и доходностью и эффективностью компании.



КАК МЫ ДОБЬЕМСЯ УСПЕХА

Для того чтобы наращивать долю на рынке, нам необходимо обладать целым рядом конкурентных преимуществ.

В нынешних условиях российские авиакомпании не могут похвастаться существенными конкурентными отличиями. Любые нововведения рано или поздно копируются конкурентами.

Мы работаем на высококонкурентном рынке и в основном боремся с другими авиакомпаниями за одного и того же пассажира.

Авиаперевозки до сих пор остаются для большинства населения малодоступным видом транспорта. Сегодня средний тариф сравним со средней зарплатой.

Таким образом, для большинства пассажиров основным фактором при выборе перевозки является цена, так как в остальном российские авиакомпании мало отличаются друг от друга.

В этих условиях предложение перевозки по конкурентной цене является неотъемлемым фактом



для выживания и процветания. Однако предложение цены, сравнимой с ценой конкурента, не может обеспечить долгосрочного успеха. Неценовая конкуренция за пассажира становится в обозримом будущем залогом успеха на рынке. Именно с помощью неценовой конкуренции мы рассчитываем достичь нашей долгосрочной стратегической цели.

С помощью неценовой конкуренции мы должны задать высокую и труднодостижимую планку для наших конкурентов. На их фоне мы должны выделяться, как уникальная компания со своим неповторимым лицом. Это позволит сформировать S7 airlines широкий круг лояльных пассажиров, которые могут стать нашим главным активом и самой эффективной рекламой.

Мы хотим, чтобы нас воспринимали, как наиболее удобную, доступную, практичную, яркую и надежную компанию – естественный выбор пассажиров.

Мы хотим, чтобы перелеты по России ассоциировались с S7 airlines. Мы хотим стать эталоном современной авиакомпании для российских пассажиров.

Мы хотим, чтобы все в S7 airlines были едины в этих целях и гордились нашей компанией и своей работой.

Именно это называется брендом S7, и мы будем такой компанией.

ХАРАКТЕРИСТИКИ БРЕНДА S7

Задача стать особенной компанией является трудоемкой в такой же степени, в какой и амбициозной. Поэтому нам придется пройти через ряд изменений, которые затронут как работу внутри компании, так и наш внешний облик.

Для того, чтобы стать внутренне и внешне сильным брендом мы должны успешно решить ряд важных задач:

- Сохранить лидерские позиции, постоянно повышая конкурентоспособность нашего продукта и наших услуг.
- Стать лидерами по эффективности среди российских авиакомпаний, постоянно стремиться оптимизировать свою деятельность, направляя прибыль на развитие бизнеса и на повышение уровня благосостояния всех сотрудников компании.

Мы хотим стать компанией, непохожей ни на одну авиакомпанию в России. Наши пассажиры должны узнать и почувствовать на себе, что мы изменились и эволюционировали в новую компанию, где каждый

шаг направлен на удовлетворение различных рациональных и эмоциональных потребностей клиента.

Бренд S7 - это сумма впечатлений, которые должны оставаться у пассажиров после полета с нами.

Эти впечатления можно разделить на рациональные и эмоциональные. Такая классификация дает нам возможность сегментировать работу по удовлетворению потребности пассажиров.

Рациональные впечатления это «Доступная авиакомпания» и «Практичная авиакомпания». Эмоциональные - «Приветливая авиакомпания» и «Яркая авиакомпания».

«Надежная авиакомпания» является сочетанием рациональных и эмоциональных впечатлений и является основной для имиджа нашего бренда.

Авиакомпания S7 airlines:

ДОСТУПНАЯ

ПРИВЕТЛИВАЯ

ПРАКТИЧНАЯ

ЯРКАЯ

НАДЕЖНАЯ

- ЭМОЦИОНАЛЬНОСТЬ
- РАЦИОНАЛЬНОСТЬ



ВПЕЧАТЛЕНИЕ

Что наш пассажир должен видеть и чувствовать, чтобы у него создалось данное впечатление...

Что мы внутри компании должны делать, чтобы у пассажира создалось данное впечатление...

ДОСТУПНАЯ

Доступность наших услуг должна выражаться не только в цене, но и в физической доступности перевозок и продаж.

Электронные продажи, простые и разнообразные тарифы, электронные билетные терминалы, наличие магазина на борту, Наличие представительств во всех пунктах полетов, информационная открытость, расширение сети дистрибуции, наличие множественных форм оплаты билетов.

Инновационная программа развития перевозок.

Информационная доступность всех правил по обслуживанию пассажиров, проверка знания этих правил и их соблюдение работниками на регулярной основе.

ПРАКТИЧНАЯ

Практичность наших услуг должна выражаться в их высокой потребительской полезности

Стандартное, узнаваемое оформление всех офисов, «автоматические очереди». Дополнительные услуги при Покупки перевозки аренда автомобиля, бронирование гостиниц, заказ такси с борта самолета, возможность подбора дополнительных услуг в аэропорту и на борту. (Данные услуги предоставляются через наших надежных партнеров.) Программа для лояльных пассажиров.

Четкие стандарты и сроки обслуживания.

Продуманная система мотивации персонала и контроля. Наличие программы по развитию персонала (функция HR).

ПРИВЕТЛИВАЯ

Приветливость должна присутствовать на всех этапах взаимодействия с пассажиром

Дружелюбный сервис на борту, во всех аэропортах, представительствах и кассах, ощущение возможности оперативно получить помощь у любого сотрудника компании, «здоровое» борТПитание, удобный и профессиональный колл-центр, симпатичная реклама, удобный и функциональный вебсайт, приятная музыка на борту.

Тестирование новых технологий на борту.

Обучение новым стандартам всех сотрудников, контактирующих с клиентами: кассиров, бортпроводников, представителей, операторов колл-центра.

Наличие развитой системы внутрикорпоративных коммуникаций, позволяющей оперативно принимать решения разного уровня.

ЯРКАЯ

Мы должны быть яркими везде, где это уместно

Билеты на концерты, спектакли и т.д., развлекательные системы, игры для детей, библиотека, конкурсы и лотереи (все это на борту), Fashion TV в офисах, оригинальные конкурсы и промо-акции, яркая сувенирная продукция, запоминающейся внешний вид.

Креативный подход.

Изюминка в каждом стандарте.

НАДЕЖНАЯ

Надежность должна ощущаться на борту и в аэропорту

Пунктуальность, чистота и ухоженность самолетов, неизношенное оборудование салонов, уверенная и приветливая речь КВС и бортпроводников.

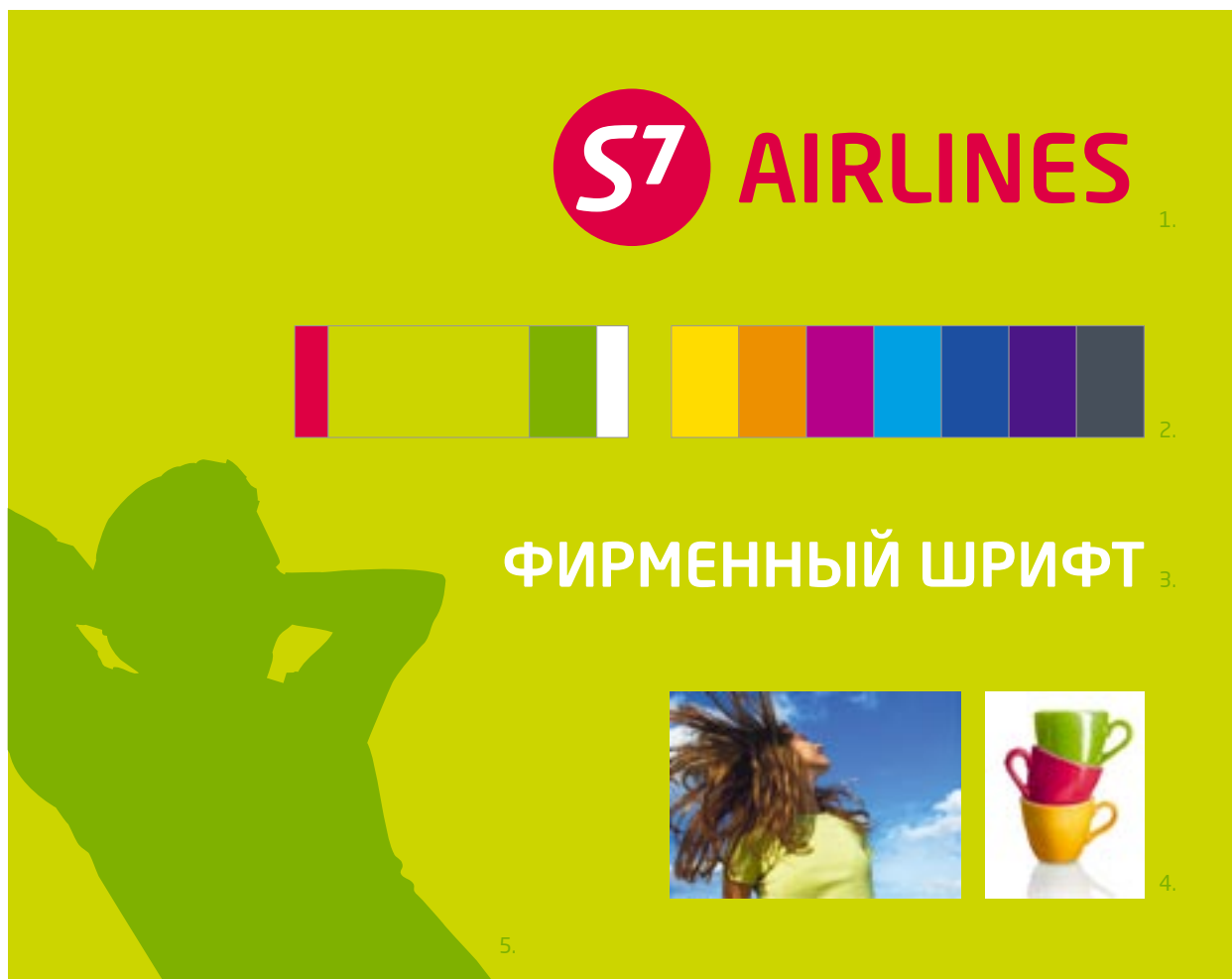
Отсутствие сбоев внутри компании.

Четкие инструкции и правила.

Заблаговременное планирование, дисциплина и следование утвержденным правилам и стандартам.



ОСНОВНЫЕ КОНСТАНТЫ
ФИРМЕННОГО СТИЛЯ



ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ОСНОВНЫХ КОНСТАНТ/СЕРДЦЕ БРЕНДА

Основой фирменного стиля авиакомпании S7 airlines являются пять базовых элементов, которые используются в большинстве коммуникативных материалов. Это:

1. Фирменный блок, состоящий из знака S7 и логотипа airlines.
2. Фирменные цвета - основные и дополнительные.
3. Фирменные шрифты.
4. Фотоизображения - цветные и репортажные.
5. Стилеобразующие элементы - силуэты.

Настоящий раздел посвящен правилам использования этих элементов и другим основным принципам.



ФИРМЕННЫЙ ЗНАК

Знак S7 является главной визуальной константой фирменного стиля и одним из основных визуальных идентификаторов бренда.

Основной вид начертания – красный круг на светло-зеленом или белом фоне. Дополнительный вид начертания – выворотный на дополнительных цветах.

Знак S7 используется в таком виде на тех рекламных носителях, где нет места для фирменного блока с логотипом Airlines, либо там, где упоминание названия авиакомпании не требуется.



ФИРМЕННЫЙ БЛОК

Основной вид фирменного блока состоит из торговой марки S7 и стилизованного начертания названия Airlines. Это основной вид компоновки. Дополнительные компоновки фирменного блока представляют собой сочетания торговой марки, названия, слогана и (или) Интернет-адреса.

Допускается применение только цифровой версии фирменного блока.



ВИДЫ ФИРМЕННОГО БЛОКА

В различных рекламных и коммуникационных материалах могут использоваться различные виды фирменного блока.

Фирменный знак используется в случаях, когда клиент точно понимает, что имеет дело с авиакомпанией: на регистрации, в бортовом журнале, авиабилетах и посадочных талонах, материалах для персонала.

Применение других видов фирменного блока (с использованием корпоративного слогана как в русском, так и в английском написании, фирменный блок с Интернет-адресом компании) диктуется особенностями макета и задачей рекламного сообщения.

Пропорции и расположение элементов фирменного блока строго фиксированы, их изменение недопустимо. Для воспроизведения фирменного блока следует использовать только оригинальную электронную версию.

Свобода выбирать



Freedom to choose



www.s7.ru



ВИДЫ ФИРМЕННОГО БЛОКА

На рисунках показаны возможные компоновки фирменного блока с использованием слогана и Интернет-адреса. Их применение диктуется особенностями макета и задачей рекламного сообщения.

Фирменный блок с Интернет-адресом применяется в случае, когда корпоративный слоган уже присутствует в макете.

Приведенные на странице варианты рекомендуются для применения в наружной рекламе, в макетах, не предполагающих наличие мелких деталей, а также в макетах формата менее А5.

Свобода выбирать



Freedom to choose



www.s7.ru



www.s7.ru



ВИДЫ ФИРМЕННОГО БЛОКА

На рисунках показаны возможные компоновки слогана, Интернет-адреса и фирменного блока. Их применение диктуется особенностями макета и задачей рекламного сообщения.

Приведенные примеры применяются в основном в рекламе в прессе и печатной рекламе.

Пропорции и расположение элементов фирменного блока строго фиксированы, их изменение недопустимо. Для воспроизведения фирменного блока следует использовать только оригинальную электронную версию.

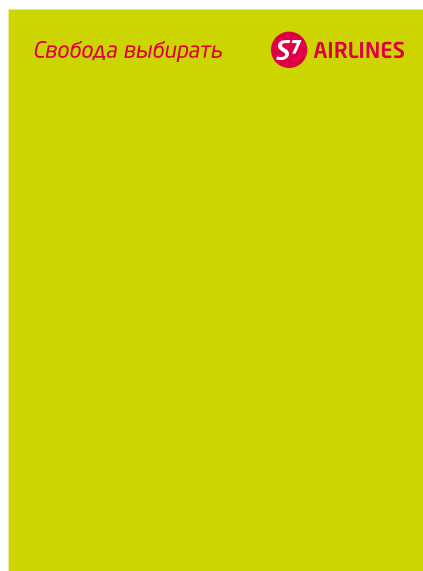


ВИДЫ ФИРМЕННОГО БЛОКА

В случае, когда невозможно использовать основную, горизонтальную компоновку фирменного блока S7 Airlines, можно использовать фирменный блок в вертикальной компоновке. Использование данной компоновки является исключением и допустимо только в случае органиченности ширины рекламного поля.

При вертикальной компоновке слоган и адрес Интернет-сайта располагаются центрально симметрично относительно знака.

Пропорции и расположение элементов фирменного блока строго фиксированы, их изменение недопустимо. Для воспроизведения фирменного блока следует использовать только оригинальную электронную версию.



ПРАВИЛА КОМПОНОВКИ ЭЛЕМЕНТОВ ФИРМЕННОГО БЛОКА

Фирменный блок может состоять из нескольких элементов, например, из написания S7 airlines и web-адреса компании.

В данном случае показан пример горизонтальной компоновки фирменного блока с использованием корпоративного слогана.

В рекламоносителях применяют определенные компоновки слогана и фирменного блока. Минимальные расстояния фирменного блока от краев рекламного макета строго регламентированы.

Расположение слогана и надписи S7 airlines привязано соответственно к левому и правому краям макета.

Расстояние N между корпоративным слоганом и S7 airlines не определено жестко, а зависит от горизонтального размера макета или от ширины светло-зеленой плашки, в случае ее использования.

Горизонтальный фирменный блок с использованием web-адреса компоновывается аналогично.

КОМПОЗИЦИОННЫЕ ПРИВЯЗКИ В ФИРМЕННОМ БЛОКЕ

Горизонтальные и вертикальные привязки в фирменном блоке позволяют компоновать текст, изображения и иные визуальные элементы относительно торговой марки и логотипа Airlines.

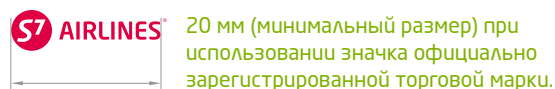




Точное определение размера фирменного блока S7 airlines



10 мм
(минимальный размер)



20 мм (минимальный размер) при
использовании значка официально
зарегистрированной торговой марки.

РАЗМЕРЫ ФИРМЕННОГО БЛОКА

Чтобы определить размер фирменного блока, следует измерить его габаритную ширину, как это показано на рисунке. Электронный файл содержит фирменный блок в векторном виде, позволяющий его увеличивать и уменьшать. Он не имеет максимального размера, но его минимальный размер ограничен, как показано на рисунке. В шаблон встроена измерительная шкала, с помощью которой логотип легко измерить. На печати шкала не видна.

Всегда проверяйте пропорциональность масштаба логотипа, чтобы убедиться в отсутствии каких-либо искажений.

МИНИМАЛЬНЫЕ РАЗМЕРЫ

Для каждого варианта фирменного блока существуют установленные минимальные размеры: 10 мм для логотипа без значка официально зарегистрированной торговой марки и 20 мм для логотипа со значком официально зарегистрированной торговой марки.

Эти размеры были установлены с целью обеспечения максимальной четкости всех элементов логотипов малых размеров.



МИНИМАЛЬНОЕ СВОБОДНОЕ ПОЛЕ

Чтобы фирменный блок S7 airlines был заметным и хорошо читаемым, следует оставлять вокруг него свободное пространство, не содержащее ни текста, ни изображений. На рисунке приведен минимальный размер свободного пространства вокруг фирменного блока (прямоугольная рамка вокруг фирменного блока). Контур рамки не печатается.

Размер этого свободного пространства определяется как установленный процент от размера знака S7. Такая площадь является минимально допустимой, и при возможности ее следует увеличивать.

Примечание:

электронная версия фирменного блока содержит встроенное обрамление свободным пространством для облегчения позиционирования. Контур рамки не печатается.

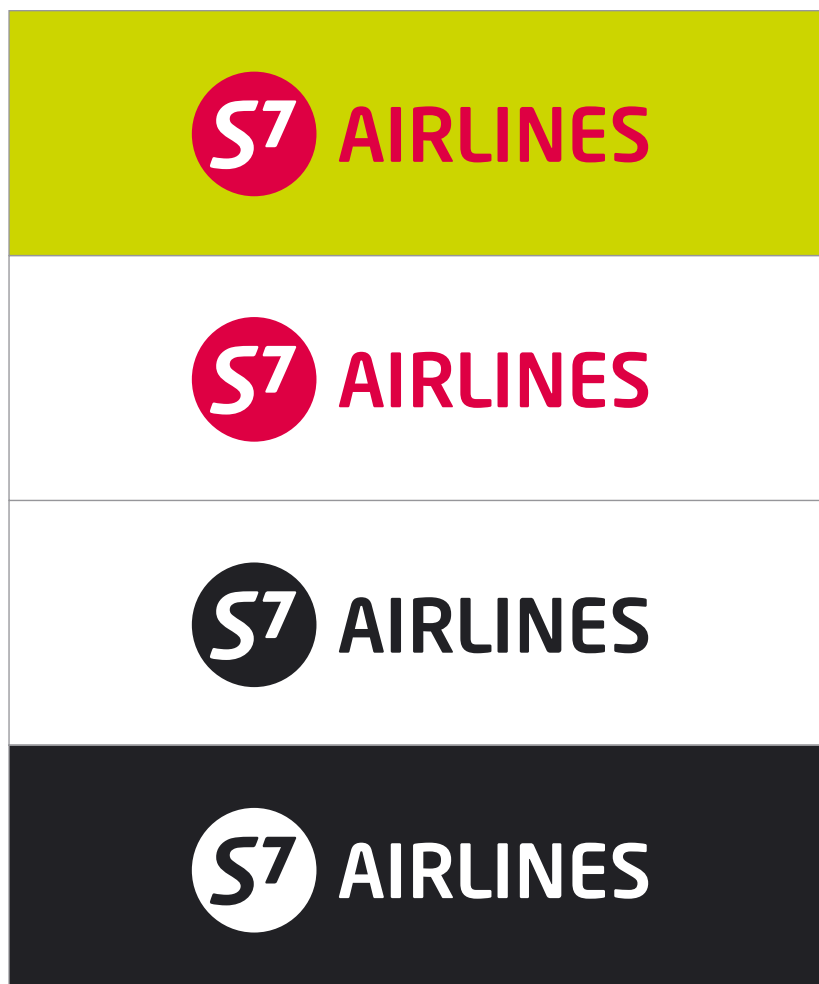


ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ФИРМЕННОГО БЛОКА

Существуют две предпочтительных позиции фирменного блока на листе, плашке, рекламном поле: справа сверху и справа внизу.

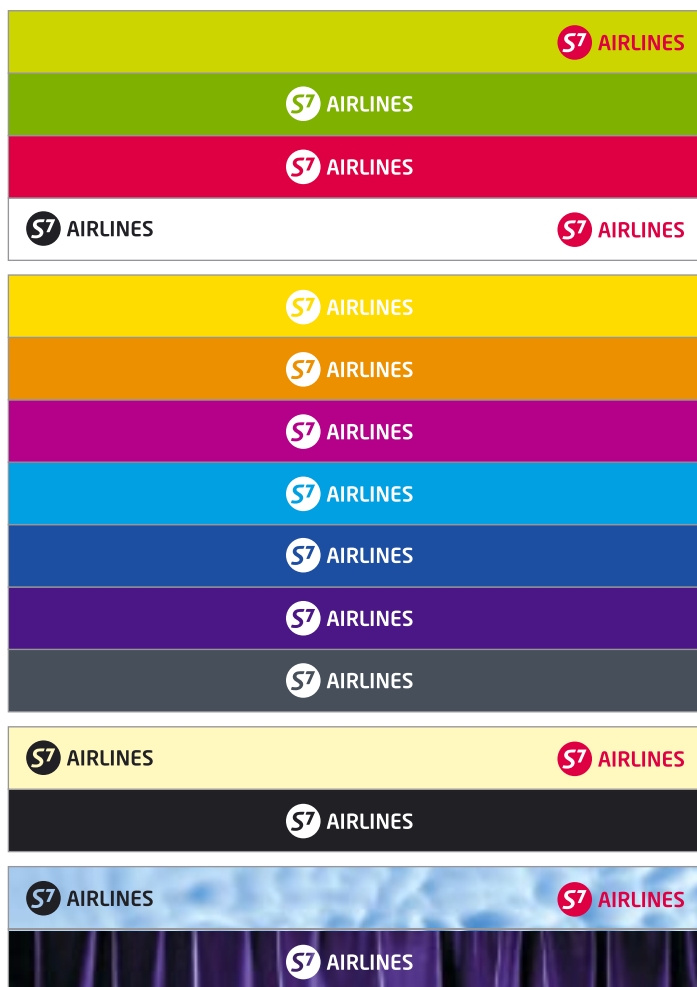
При размещении логотипа всегда старайтесь увеличить окружающее его свободное пространство. Следует оставлять дополнительно 60% размера символа S7 выше и ниже свободного пространства и 50% справа. Вместе со свободным пространством это дает размер одного символа S7 выше, ниже и правее фирменного блока S7 airlines.

Если пространство жестко ограничено, при размещении логотипа в левом верхнем или нижнем углу используйте минимальное свободное пространство.



ЦВЕТОВЫЕ РЕШЕНИЯ ФИРМЕННОГО БЛОКА

Фирменный блок S7 airlines имеет три основных цветовых решения: цветной, черно-белый и выворотный, каждое из которых используется в сочетании с определенным фоном, как показано на рисунке. Как правило, используется цветной фирменный блок S7 airlines, но, когда отсутствует возможность цветной печати, следует использовать черно-белую или выворотную версию.



Основные фирменные цвета

Дополнительные фирменные цвета

Светлый фон

Темный фон

Светлый фотографический фон

Темный фотографический фон

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РАЗЛИЧНЫХ ФОНОВ

По возможности следует размещать фирменный блок на общем ярко-зеленом фоне (Pantone № 382). Ярко-зеленый является главным среди основных фирменных цветов (пункт 2.3.), он помогает идентифицировать бренд S7. На рисунках показаны все разрешенные цветовые решения с использованием различных фонов. Цветной фон для фирменного блока должен быть ровным по тону и достаточно контрастным, чтобы блок был всегда четко виден. Это правило особенно важно соблюдать при использовании фотографического фона.

Примечание:

Светлый фон определяется как тональный эквивалент оттенка черного в диапазоне интенсивности 0-40%. Темный фон определяется как тональный эквивалент оттенка черного в диапазоне интенсивности 40-100%.



НЕДОПУСТИМЫЕ ВАРИАНТЫ

На рисунке показаны некоторые примеры неправильного использования фирменного блока S7 airlines.

Фирменный блок следует всегда воспроизводить с шаблонов. Его ни в коем случае не следует видоизменять по форме, цвету или как-либо еще. Пожалуйста, обеспечьте правильное использование фирменного блока S7 airlines.

Не допускайте изменения размеров или положения элементов.

НЕ ИСПОЛЬЗУЙТЕ ПОСТОРОННИЕ ЦВЕТА.

НЕ ДОБАВЛЯЙТЕ НИКАКИХ ЭФФЕКТОВ.

НЕ ДОПУСКАЙТЕ НИКАКИХ ИЗМЕНЕНИЙ НАПИСАНИЯ НАЗВАНИЯ.

НЕ ЗАПОЛНЯЙТЕ ЛОГОТИП ИЗОБРАЖЕНИЕМ.

НЕ ВРАЩАЙТЕ И НЕ ДУБЛИРУЙТЕ ЛОГОТИП.

НЕ ДОПУСКАЙТЕ НИКАКИХ ДЕФОРМАЦИЙ ЛОГОТИПА.



ОСНОВНЫЕ ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА

Бренд S7 имеет в качестве основной палитру фирменных цветов: вишнево-красный, ярко-зеленый, темно-зеленый и белый. Эти цвета основной палитры способствуют идентификации бренда.

ВИШНЕВО-КРАСНЫЙ

Вишнево-красный Pantone №199 является стандартным цветом фирменного блока S7. При использовании этого цвета для других объектов его не следует активно использовать, но применять лишь в качестве функционального цвета, для выделения небольших участков, ключевых слов, графических изображений, правил, и т.п. Не следует применять этот цвет для выделения больших фрагментов текста или участков фона. За счет ограниченного использования вишнево-красного цвета можно добиться его большей выразительности. Вишнево-красный дает хороший эффект на ярко-зеленом Pantone № 382 или белом фоне.

ЯРКО-ЗЕЛЕНЫЙ

Ярко-зеленый является главным среди основных фирменных цветов. Он используется для идентификации бренда. Ярко-зеленый Pantone № 382 применяется чаще других цветов и часто служит фоном для фирменного блока S7 airlines. Ярко-зеленый может использоваться для больших участков фона и других графических изображений. Использование белого малоформатного текста на ярко-зеленом фоне (и наоборот) следует свести к минимуму.

ТЕМНО-ЗЕЛЕНЫЙ

Темно-зеленый Pantone № 369 является одним из основных фирменных цветов, он используется в меньшей степени, чем ярко-зеленый. Этот цвет темнее, чем ярко-зеленый и поэтому он хорошо контрастирует с ярко-зеленым в таких элементах

как шрифт, графика и силуэты. В отличие от ярко-зеленого, он не используется для больших фоновых площадей.

БЕЛЫЙ

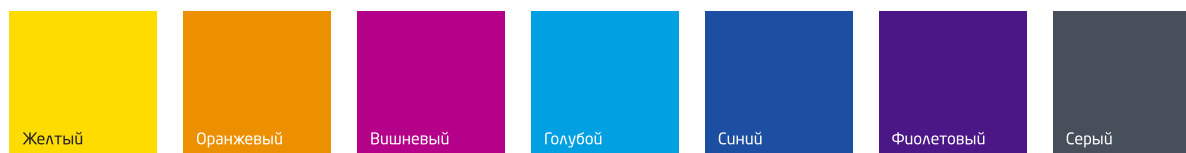
Белый цвет используется главным образом для фона или для текста. В тексте и графике белый применяется экономно, в небольших количествах для выделения отдельных фрагментов.

ЦВЕТОВОЙ БАЛАНС

При совместном использовании основных цветов следует стремиться к соблюдению их баланса, как показано на рисунке.

ОТТЕНКИ

Не рекомендуется использовать оттенки фирменных цветов.



ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ЦВЕТА

Палитра дополнительных фирменных цветов используется для придания большей яркости и выразительности рекламным и коммуникационным материалам.

Дополнительные цвета применяются в виде цветowych плашек и небольших фрагментов текста и графики. Одновременно можно использовать не больше двух дополнительных цветов, чтобы избежать пестроты.

Дополнительные цвета используются в соответствии с принципом «внешний/внутренний», приведенным в разделе 3, когда изменяется баланс между основными и дополнительными цветами.

ОТТЕНКИ

Не рекомендуется использовать оттенки дополнительных фирменных цветов.

ЦВЕТОВАЯ ШКАЛА



Совместное использование основных и дополнительных цветов

На рисунке показан баланс основных и дополнительных цветов, когда они используются вместе. Вместо вишневого цвета здесь может быть любой из дополнительных цветов. Дополнительные цвета используются в меньших масштабах по отношению к основным цветам.

ЦВЕТА	Pantone® C/U	Process (Coated)	Process (Uncoated)	RGB	Hex	Akzo Noble	RAL	NCS
● Вишнево-красный	Pantone 199C/185U	C:0M:100Y:62K:0	C:0 M:91 Y:76 K:0	R:214G:28B:56	D61C38	069288	020-50-58	S1070-R
● Ярко-зеленый	Pantone 382C/389U	C:29M:0 Y:100K:0	C:20 M:0 Y:85 K:0	R:186G:212B:5	BAD405	702626	100-80-80	S0575-G60Y
● Темно-зеленый	Pantone 369C/376U	C:59M:0 Y:100K:7	C:50M:0 Y:100K:0	R:79G:168B:0	4FA800	057909	120-60-63	S 1080-G30Y
○ Белый	-	C:0 M:0 Y:0 K:0	Как с покрытием	R:0G:0B:20	FFFFFF	702435	000	000
● Желтый	Pantone 109C/108U	C:0M:10Y:100K:0	C:0M:6Y:95K:0	R:247G:212B:23	F7D417	-	-	-
● Оранжевый	Pantone 144C/U	C:0M:48Y:100K:0	Как с покрытием	R:222G:135B:3	DE8703	-	-	-
● Вишневый	Pantone 2395C/U	C:27M:95Y:0K:0	Как с покрытием	R:196G:0B:143	C4008F	-	-	-
● Голубой	Pantone 2995C/306U	C:90 M:11 Y:0 K:0	C:75 M:0 Y:7 K:0	R:0G:166B:222	00A6DE	-	-	-
● Синий	Pantone 2728C/293U	C:96M:69Y:0K:0	C:100M:57 Y:0K:2	R:51G:66B:181	3342B5	-	-	-
● Фиолетовый	Pantone 267C/U	C:89M:100 Y:0 K:0	Как с покрытием	R:89G:23 B:138	5917 A8	-	-	-
● Серый	Pantone 432C/U	C:23 M:2 Y:0 K:77	Как с покрытием	R:66 G:74 B:82	424A52	-	-	-

СОСТАВ ФИРМЕННЫХ ЦВЕТОВ

На рисунке показан рекомендуемый состав цветов в соответствии с типом печати. Данный состав является ориентировочным и может быть отрегулирован в зависимости от типа бумаги, различных способов печати и т.п. с целью соблюдения более точного соответствия эталонам цвета Pantone coated. Цвета по RGB приводятся для веб-дизайнеров, а Hex – для веб-программистов. При воспроизведении фирменных цветов следует

ориентироваться на цвета Pantone. Следует учитывать, что цвета Pantone coated (для бумаги с покрытием) отличаются от аналогичных цветов для бумаги без покрытия, то же самое относится к печати СМΥК.



СИЛУЭТЫ

В качестве отличительного признака бренда «S7» используются силуэты.

Мы используем главным образом силуэты людей или людей и объектов.

На рисунке показаны три основных вида силуэтов:

1. Люди путешествуют - общий план.
2. Люди, крупный план - срезано.
3. Люди и объекты, крупный план - срезано.

Силуэты, изображенные на этой странице, существуют в виде электронных векторных файлов. Каждый силуэт следует воспроизводить, не видоизменяя, используя исходный файл.

В дополнение к существующему исходному набору могут быть созданы новые силуэты. Каждый новый силуэт должен изображать людей или людей и объекты и соответствовать стилю и рисунку базового набора. Силуэты должны быть достаточно детальными для их значительного увеличения.





ПРИНЦИПЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СИЛУЭТОВ

При использовании силуэтов в оформлении любых материалов следует соблюдать ряд основных правил и принципов. Существует два варианта размещения силуэта:

1. На плашке того же цвета, что и силуэт.
2. Обрезанным как минимум с одной стороны (если требуется, силуэт можно обрезать больше, чем с одной стороны).

В идеальном варианте оформления в одном материале следует применять только один силуэт, при этом силуэт может изображать как одного человека, так и группу людей.

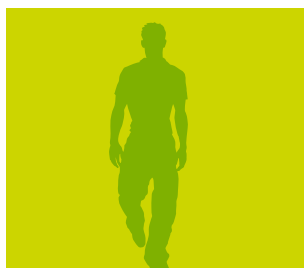
В материале силуэту может быть отведена либо большая, либо малая площадь



увеличенные



уменьшенные



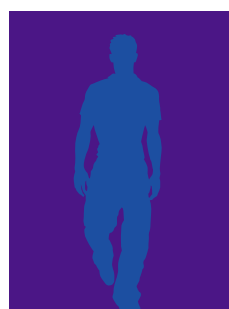
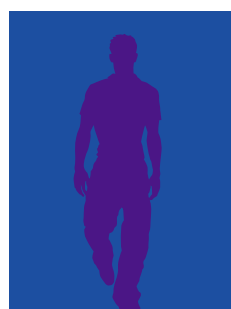
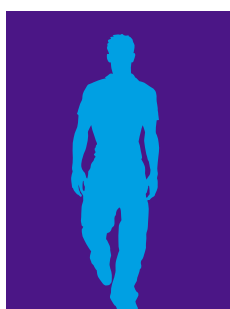
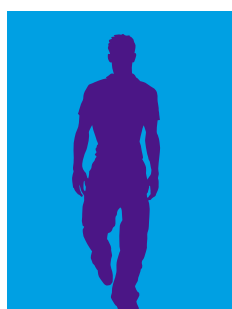
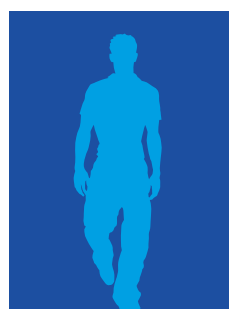
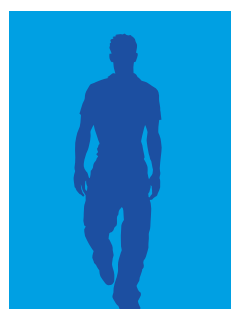
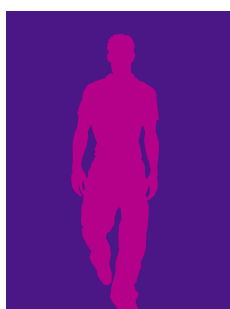
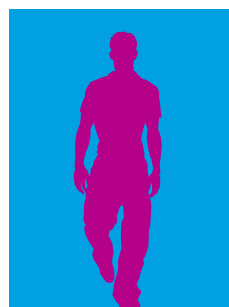
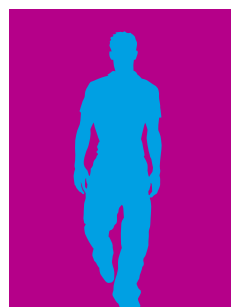
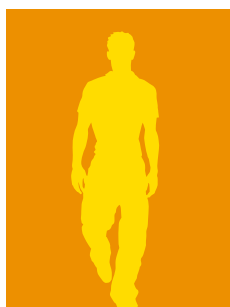
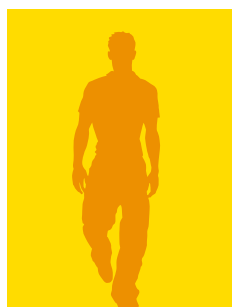
отраженные
горизонтально



основные цвета



дополнительные цвета



СИЛУЭТЫ: ЦВЕТОВЫЕ РЕШЕНИЯ

Силуэт должен быть окрашен в соответствии с цветовыми решениями, показанными на этой странице. Использование каких-либо других сочетаний цветов не допускается.

На рисунке показаны определенные сочетания цветов, которые могут быть использованы в цветовых решениях фона и силуэта при оформлении материалов.

Из основных цветов могут быть использованы только ярко-зеленый Pantone № 382 для фона и темно-зеленый Pantone № 369 для силуэта. Вишнево-красный цвет использовать не следует.

Определенные комбинации дополнительных цветов, которые разрешено использовать в цветовых решениях фона и силуэта, показаны на рисунке. Не допускается никаких других сочетаний дополнительных цветов.

Дополнительные цвета используются в парах, при этом каждая пара создает два цветовых решения.



СИЛУЭТЫ: НЕДОПУСТИМЫЕ ВАРИАНТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

Силуэты, применяемые в графическом оформлении бренда S7 Airlines следует использовать в соответствии со сформулированными ранее правилами.

На данной странице даны примеры неправильного использования силуэтов.

НЕДОПУСТИМО:

использовать иные, кроме регламентированных, сочетаний цветов фона и силуэта (1-4); осуществлять инверсию цвета в использовании зеленых силуэтов – силуэты могут быть только темно-зелеными и располагаться на светло-зеленом фоне, но не наоборот (4); переворачивать силуэт (5); использовать эффекты в окраске силуэтов (6); воспроизводить силуэт в виде контурного изображения (7); совмещать разные шаблоны силуэтов (8); заполнять силуэт шрифтом (9); как-либо искажать шаблон силуэта (10); дополнять силуэт искусственными дополнениями (11); создавать орнамент их повторяющихся изображений (12).

Neo Sans Cyr

ФИРМЕННЫЕ ШРИФТЫ

Для повышения узнаваемости бренда S7 принят единый фирменный шрифт Neo Sans. Он представляет собой современный шрифт без засечек, четкий и удобочитаемый. Для шрифта Neo Sans характерны гладкие, плавно закругленные формы с низким уровнем контраста, а также использование ряда уникальных деталей, что делает этот шрифт своеобразным и современным. Выбор этого шрифта был определен не только эстетическими соображениями, но и жесткими техническими требованиями.

Этот шрифт используется для всех рекламных и коммуникационных материалов.

Neo Sans Cyr Light Regular

abcdefghijklmnopqrstvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNORSTUVWXYZ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхчцшщъььёя
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЧЦШЩЪЬЬЭЮЯ
1234567890.,:;!-%&*

Neo Sans Cyr Regular

abcdefghijklmnopqrstvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNORSTUVWXYZ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхчцшщъььёя
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЧЦШЩЪЬЬЭЮЯ
1234567890.,:;!-%&*

Neo Sans Cyr Medium Regular

abcdefghijklmnopqrstvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNORSTUVWXYZ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхчцшщъььёя
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЧЦШЩЪЬЬЭЮЯ
1234567890.,:;!-%&*

Neo Sans Cyr Light Italic

*abcdefghijklmnopqrstvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNORSTUVWXYZ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхчцшщъььёя
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЧЦШЩЪЬЬЭЮЯ
1234567890.,:;!-%&**

Neo Sans Cyr Italic

*abcdefghijklmnopqrstvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNORSTUVWXYZ
абвгдеёжзийклмнопрстуфхчцшщъььёя
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЧЦШЩЪЬЬЭЮЯ
1234567890.,:;!-%&**

КИРИЛЛИЧЕСКИЕ И АНГЛИЙСКИЕ ШРИФТЫ

Шрифт Neo Sans в английской версии представлен несколькими начертаниями в форматах для Macintosh и PC. Это Neo Sans светлый, обычный, средний и жирный, а также курсивы для каждого из этих начертаний.

В кириллической версии используется светлый, обычный, средний и жирный шрифты, а также 2 варианта курсива.

ВЗГЛЯНИ НА МИР ПО НОВОМУ!

На рынке, характеризующемся доминированием пятерки авиакомпаний-лидеров и наличием 200 небольших местных и региональных авиаперевозчиков, авиакомпания «S7» является одной из ведущих российских авиакомпаний

«S7» – это успешно и быстро развивающаяся компания. Сильная команда обладает современным подходом к бизнесу, стремлением к переменам и решимостью защищать и учиться на опыте лучших авиакомпаний мира.

Наша компания имеет разветвленную сеть внутренних маршрутов и активно развивается на международных воздушных линиях. Мы работаем в трех основных транзитных аэропортах, являющихся основой нашей маршрутной сети.

Мы – сетевая компания с качественным уровнем сервиса на борту самолета и в аэропорту. Мы предоставляем нашим пассажирам качественный сервис, удобное расписание и выгодные тарифы.

Мы не стремимся стать авиакомпанией для определенного типа пассажиров, широкий круг потребителей, поэтому выделять какой-либо конкретный тип пассажира и сосредоточиться на нем мы не можем.

Для нас все пассажиры одинаково важны и равны. Каждая категория пассажиров находит для себя свою выгоду в наших услугах: молодежь, в том числе и студенты, ценят наши специальные акции; для бизнесменов важны удобные стыковки и наша широкая маршрутная сеть; командировочным пассажирам мы предоставляем удобное расписание, сервис, летящим на отдых, трансферные тарифы и упрощенную обработку багажа.

Тем не менее, мы понимаем, что охватить все категории населения мы не можем. Например, VIP-перевозки, которые зачастую пугают с перелетами бизнес-класса, не являются нашим приоритетом. Также как и социально-ориентированные перевозки. Однако мы рады всем пассажирам, выбравшим нашу авиакомпанию.

Одним из приоритетов развития для нас является повышение эффективности деятельности компании и оптимизация операционных издержек. Эти приоритеты обеспечивают стабильную деятельность компании и являются фундаментом для повышения конкурентоспособности.

За последние годы мы стали ведущей авиакомпанией на рынке внутренних перевозок в России. Мы прошли непростой путь от небольшой региональной авиакомпании, базировавшейся в Новосибирске, до общефедерального авиаперевозчика, обладающего самой крупной маршрутной сетью на внутренних

воздушных линиях. Несколько лет подряд мы развивались гораздо быстрее конкурентов. Однако сегодня рынок уже не позволяет поддерживать такие темпы роста. Конкуренция между ведущими авиаперевозчиками в обозримом будущем будет только усиливаться. Рост объема рынка авиаперевозок, судя по всему, в ближайшие годы стабилизируется.

ДОЛГОСРОЧНАЯ СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ЦЕЛЬ
В этих условиях наша цель – планомерно наращивать свою долю на рынке авиаперевозок, соблюдая баланс между увеличением нашей доли и доходностью и эффективностью компании. На рынке, характеризующемся доминированием пятерки авиакомпаний-лидеров и наличием 200 небольших местных и региональных авиаперевозчиков, авиакомпания «S7» является одной из ведущих российских авиакомпаний.

«S7» – это успешно и быстро развивающаяся компания. Сильная команда обладает современным подходом к бизнесу, стремлением к переменам и решимостью защищать и учиться на опыте лучших авиакомпаний мира.

Наша компания имеет разветвленную сеть внутренних маршрутов и активно развивается на международных воздушных линиях. Мы работаем в трех основных транзитных аэропортах, являющихся основой нашей маршрутной сети.

Мы – сетевая компания с качественным уровнем сервиса на борту самолета и в аэропорту.

Мы предоставляем нашим пассажирам качественный сервис, удобное расписание и выгодные тарифы.

Мы не стремимся стать авиакомпанией для определенного типа пассажиров. Наши услуги рассчитаны на широкий круг потребителей, поэтому выделять какой-либо конкретный тип пассажира и сосредоточиться на нем мы не можем.

Для нас все пассажиры одинаково важны и равны. Каждая категория пассажиров находит для себя свою выгоду в наших услугах: молодежь, в том числе и студенты, ценят наши специальные акции; для бизнесменов важны удобные стыковки и наша широкая маршрутная сеть; командировочным пассажирам мы предоставляем удобное расписание, сервис, летящим на

Neo Sans Cyr Medium Regular – крупные заголовки, все заглавные буквы.

Neo Sans Cyr Regular – второстепенные заголовки.

Neo Sans Cyr Medium Regular – подзаголовок, все заглавные (с предшествующим пробелом в одну строку).

Neo Sans Cyr Regular – основной текст.

Neo Sans Cyr Regular – номера страниц.

ШРИФТОВОЕ ОФОРМЛЕНИЕ: ИЕРАРХИЯ ШРИФТОВ

Главным критерием при выборе шрифта Neo Sans является удобочитаемость. Заголовки набираются заглавными буквами с небольшой разрядкой; исключение составляют подзаголовки, набираемые заглавными и строчными буквами. Основной особенностью шрифтового оформления, характерного для бренда S7, является набор заголовков заглавными буквами. Такое оформление должно использоваться при оформлении заголовков во всех материалах.

Основной текст обычно набирается из расчета 8-12 слов на строку для удобства чтения. В основном тексте не применяются дополнительные пробелы между буквами. При наборе основного текста используются заглавные и строчные буквы, интервал между абзацами составляет половину строки. Курсив в основном тексте используется для выделения отдельных слов или фраз. Разнообразие используемых в одном тексте вариантов плотности и размеров шрифта должно быть сведено к минимуму. Текст служит для передачи авторской мысли, а не для украшения.

При наборе и использовании текста следует руководствоваться правилом главенства функции над формой.

ШРИФТОВОЕ ОФОРМЛЕНИЕ: СТИЛИ ШРИФТОВ

СТИЛЬ ПЕЧАТИ БРЕНДА S7

Важен не только сам корпоративный шрифт, но и то, как он набран. Характерный и устойчивый стиль печати, отличающий бренд S7, может быть достигнут за счет систематического применения следующих принципов шрифтового оформления.

ПРИ НАБОРЕ ВСЕГДА:

1. Выделяйте крупные заголовки шрифтом Neo Sans Sug Medium, используя только заглавные буквы (с легкой разрядкой).
2. Набирайте основной текст, используя заглавные и строчные буквы (если не указано иначе).
3. Для выделения используйте курсив, а не более плотные варианты шрифта (особенно в основном тексте).
4. Выравнивайте основной текст по левому краю (при наборе с выравниванием по левому краю не должно быть деления слов для переноса), используйте ручное форматирование текста для достижения лучших результатов.
5. При возможности используйте больше свободного пространства для обрамления текста.
6. Делайте интервал между абзацами в половину

строки, если позволяет место (предпочтительнее красной строки).

7. Делайте большое расстояние между строками.
8. Сводите пунктуацию к минимуму.
9. Следите за расстояниями между символами.
10. При возможности соблюдайте оптимальную норму 8-12 слов на строку.
11. Используйте настоящие одинарные и двойные кавычки (""), а не символы для обозначения футов и дюймов (',").
12. Используйте знак короткого тире (-), а не дефиса (-).
13. По возможности используйте висячую пунктуацию
14. Работайте с текстом точно и тщательно.

НИКОГДА НЕ СЛЕДУЕТ:

1. Набирать Текст, Начиная Каждое Слово С Заглавной Буквы, Как Это Показано Здесь.
2. набирать текст **одними строчными буквами.**
3. Выравнивать текст по правому и левому краю **одновременно, как показано**
з д е с ь .
4. Применять шрифт, который был изменен, искусственно **уплотнен,**

растянут или как-либо искажен.

5. Применять шрифт, который использует такие специальные эффекты **как тень, контур или подчеркивание** (если подчеркивание не служит для обозначения гиперссылки), и т.д.
6. Делать **избыточные** или **уменьшенные промежутки** между символами.
7. Заполнять шрифтом все свободное пространство страницы.
8. Пользоваться какими-либо **шрифтами**, кроме фирменных шрифтов, указанных в настоящем руководстве.

Соблюдение этих простых принципов позволит добиться устойчивого стиля оформления всех материалов и будет способствовать узнаваемости бренда S7.



РАЗНОЦВЕТНЫЕ ПОЛОСЫ

Одним из стилеобразующих элементов в оформлении помещений аэропорта и офисов продаж является применение в определенной последовательности горизонтальных полос фирменных цветов.

Последовательность полос (сверху вниз) фирменных цветов S7:

Темно-зеленый – Pantone 369C

Синий – Pantone 2728C

Голубой – Pantone 2995C

Вишневый – Pantone 2395C

Желтый – Pantone 109C

Оранжевый – Pantone 144C

Красный – Pantone 199C.

Горизонтальные полосы располагаются внизу носителя в сочетании с плашкой темно-зеленого цвета.

Стилеобразующий элемент в виде вертикальных полос в заданной последовательности (слева направо) применяется на боковых торцах носителя.



Разноцветные объекты



Репортажное изображение

ФОТОСТИЛЬ

Характерной чертой бренда «S7» является предпочтение фотоизображений иллюстрациям. Фотография передает мир более реалистично. Это важно, т.к. помогает создавать профессиональный, дружелюбный, безопасный и надежный образ бренда.

Фотостиль предполагает использование изображений двух различных типов: разноцветные объекты и репортажные снимки.



РАЗНОЦВЕТНЫЕ ОБЪЕКТЫ

Разноцветные объекты представляют собой группы сходных предметов разных ярких цветов, помещенных на белом фоне.

Они используются как иллюстрация к идее «взгляни на мир по-новому» и составляют эффектный контраст с основной палитрой фирменных цветов, в которой преобладают оттенки зеленого.

Разноцветные объекты привносят в бренд S7 элемент человечности и юмора. Уместность их использования определяется в соответствии с принципом «внешний/внутренний».

По возможности следует стремиться к тому, чтобы цвета объектов соответствовали палитре дополнительных цветов «S7», однако, они должны быть естественными и не выглядеть искусственно усиленными.

Желательно, чтобы один из цветных объектов группы отличался какой-либо необычной и «теплой» деталью, такой как, например, лимонный ломтик на бокале. Такая деталь придаст изображению характер,





индивидуальность, сделает его человечным и скажет о том, что здесь действительно уделяют внимание деталям. Многоцветные изображения простых, реальных объектов следует снимать на белом, глянцевом фоне для создания на объектах нежного блика.

Объекты должны быть не только яркими по цвету, но и хорошо освещенными, чтобы изображения получались яркими и четкими с выраженным эффектом трехмерного пространства.

Следует избегать использования слишком большого числа разноцветных объектов в пределах одного материала.



РЕПОРТАЖНЫЕ СЪЕМКИ

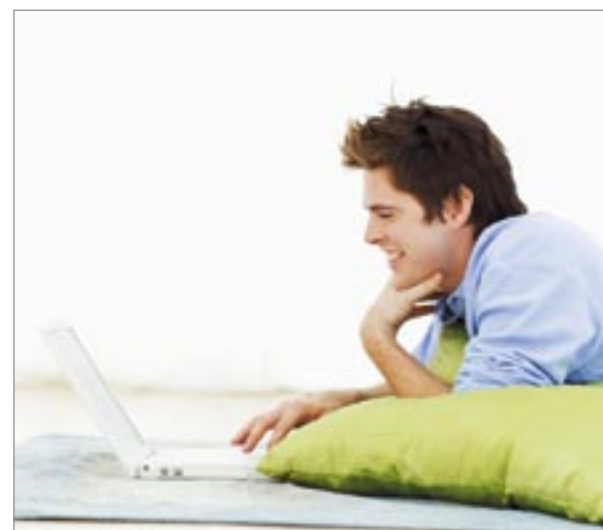
Репортажные изображения обычно представляют собой как бы случайные фотографии, на которых запечатлены обычные люди. Изображение на фотографии должно быть правдоподобным, а не инсценированным или постановочным.

Снимки должны быть легко воспринимаемыми и простыми по композиции. Так они создадут дружескую, беззаботную и свободную атмосферу.

Цвет изображений должен быть ярким и живым, кожа людей - иметь теплые тона. Угол съемки должен соответствовать обычному углу зрения человека, без чрезмерной перспективы.

Фотографии могут быть скадрированы неожиданно и нетрадиционно, усиливая впечатление случайности снимка. Объект должен быть идеально в сфокусирован, при этом фоновые детали могут быть нерезкими, и допускается, когда это уместно, легкая смазанность фона, характерная для съемки в движении.

Фотографии должны оставлять общее впечатление свежести, спонтанности и энергии; они должны удивлять и быть правдивыми и реалистичными.





КОНЦЕПЦИЯ ВНЕШНЕЙ И ВНУТРЕННЕЙ КОММУНИКАЦИИ

Принцип «внешний/внутренний» определяет концепцию оформления корпоративных и рекламных материалов.

Внешний

За пределами территории S7 airlines в материалах, относящихся к компании, используется основная палитра цветов: вишнёво-красный, ярко-зелёный, темно-зелёный и белый, а также силуэты. Все эти элементы применяются вне территории S7 airlines. Внутри таких материалов могут использоваться дополнительные цвета, но в очень небольшом объёме.

Внутренний

На территории S7 airlines, например, на борту самолета или в зале ожидания в материалах используется большей частью дополнительная цветовая палитра. На обложке используются только дополнительные цвета, в то время как на внутренних страницах используются и дополнительные цвета и, если необходимо, основные. На каждой конкретной странице в основном используется один из дополнительных цветов. Однако, рассматривая материал в целом, мы получаем эффект многоцветности.



МАНЕРА ОБЩЕНИЯ

МАНЕРА ОБЩЕНИЯ

Слова, которые мы используем, когда пишем и говорим, являются одним из самых главных элементов восприятия нас окружающими. Выбор речевой тональности наиболее ощутимо проявляет наше отношение к людям.

Это справедливо не только в отношении серьезных презентационных материалов, таких как корпоративный буклет или годовой отчет, но и в отношении простого письма или уведомления, любого другого вида общения.

Для бренда S7 характерны надежность, уверенность и внимание к клиентам, и наша речь должна отражать это.

ЯЗЫК БРЕНДА S7

Речь представителя компании S7 airlines должна быть:

1. Понятной, простой, прямой, но ни в коем случае не равнодушной.
2. Уверенной, но без самоуверенности и высокомерия.
3. Немногословной, но не бесстрастной.
4. С элементом личного участия, простой и по возможности без специальных терминов.

Представитель компании S7 airlines должен разговаривать в спокойной, сдержанной, и непринужденной манере, но авторитетно и уверенно, используя слова, в которых содержится спокойная сила.

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ

Манера общения позволяет выстроить более близкие отношения с нашими клиентами. Использование неясного, излишне формального, усложненного или безличного языка подрывает такие отношения, что в свою очередь наносит ущерб бренду.

Чтобы лучше это понять, сравните разные способы выражения одной и той же мысли:

«Я был рад узнать из вашего недавнего телефонного звонка в наш отдел обслуживания клиентов, что вы решили воспользоваться нашими услугами».

«Я рад, что вы по-прежнему пользуетесь нашими услугами. Спасибо за звонок».

«Встреча будет запланирована».

«Я договорюсь для вас о встрече».

«Ваш заказ будет оформлен».

«Мы вышлем ваш заказ в течение двух ближайших дней».

«Нами был создан ряд продуктов высокой конкурентной способности».

«Вы убедитесь, что наши цены вполне конкурентоспособны».

КАК ПИСАТЬ ЛУЧШЕ



Хорошо писать – это трудная работа. Легче писать сложно, чем просто. Соблюдение следующих правил поможет вам писать лучше:

1. Выражайте свои мысли конструктивно и прямо.
2. Редактируйте, переписывайте, редактируйте, переписывайте, редактируйте, переписывайте.
3. Пишите так, как говорите.
4. Используйте «я» и «мы», чтобы сделать сообщение более личным.
5. Никогда не используйте длинное слово, когда можно обойтись коротким.
6. Пишите короткими предложениями. Используйте длинные предложения только когда это абсолютно необходимо.
7. Выбирайте существительные и глаголы, а не прилагательные и наречия.
8. Используйте термины последовательно.
9. Прочитывайте написанное вслух. Если мысли выражены логично и на слух правильны, то, возможно, они справедливы.
10. Сделайте написанное интересным, высказывая важную мысль через каждые 6-8 слов.

11. Избегайте чрезмерного использования жаргона или технической терминологии.
12. Привлеките кого-нибудь, не имеющего отношения к написанному, чтобы оценить и вычитать текст.
13. Для подготовки сообщений высокого уровня пользуйтесь услугами профессиональных копирайтеров.
14. Снова отредактируйте написанное.

Чтобы лучше понять, что мы имеем в виду, сравните приводимые ниже примеры того, как по-разному может быть выражена одна и та же мысль (как письменно, так и устно):

утилизировать - использовать

содействовать - помогать

по получении - когда я получу

приступить к чему-либо - начинать что-либо

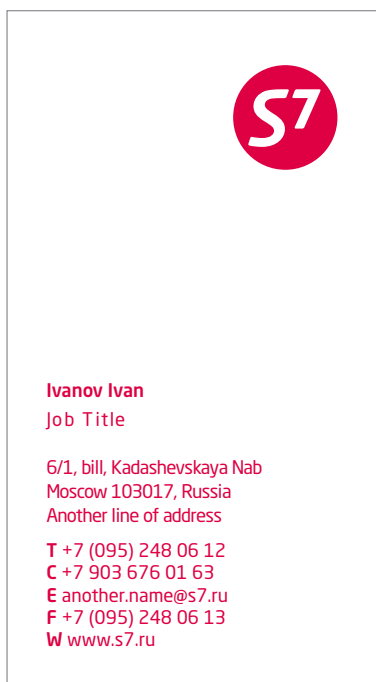
в отношении - о, об

позволить - разрешить

завершить - закончить



ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ В
ДОКУМЕНТООБОРОТЕ

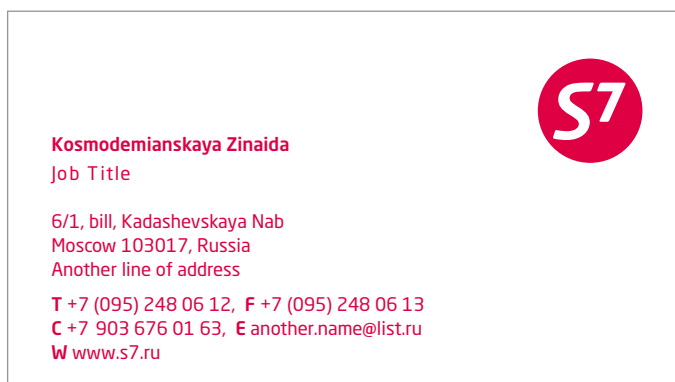


ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА (ВЕРТИКАЛЬНАЯ)

Размер 90x50 мм
Шрифт NeoSans, 7 pt.
Имя и фамилия – NeoSansMedium.
Адрес – NeoSans.
Должность – NeoSans.
Pantone 199, Pantone 382, Pantone 369.

Силуэты на обороте визитной карточки могут при необходимости меняться, но должны соответствовать требованиям к силуэтам, изложенным в разделе 2.4.

Силуэты на оборотной стороне - максимально разнообразны.



ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА (ГОРИЗОНТАЛЬНАЯ)

Размер 90x50 мм
Шрифт NeoSans, 7 pt.
Имя и фамилия – NeoSansMedium.
Адрес – NeoSans.
Должность – NeoSans.
Pantone 199, Pantone 382, Pantone 369.

Силуэты на обороте визитной карточки могут при необходимости меняться, но должны соответствовать требованиям к силуэтам, изложенным в разделе 2.4.

Силуэты на оборотной стороне - максимально разнообразны.





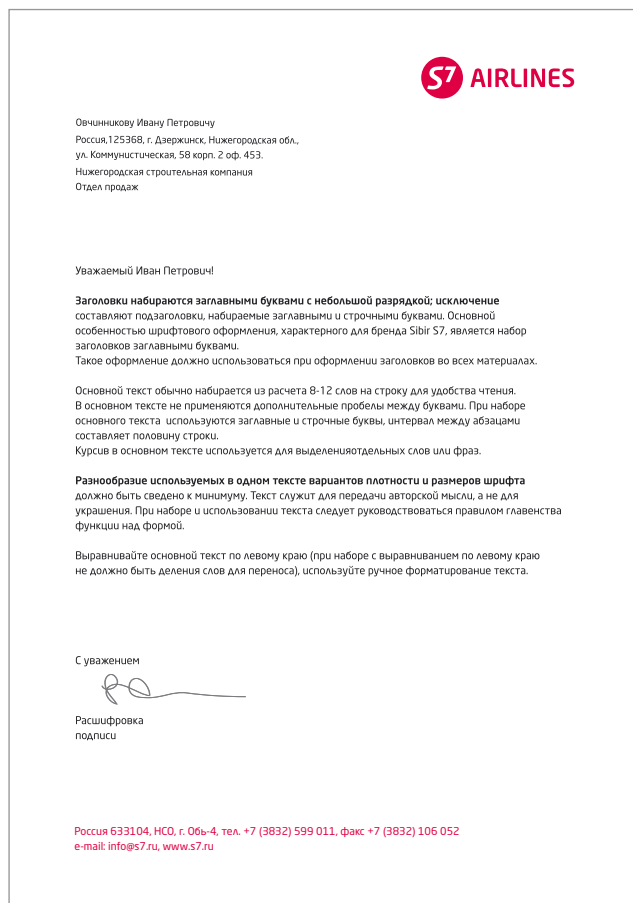
ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА (ВАРИАНТЫ ОБОРОТА)

Силуэты на обороте визитной карточки могут меняться в зависимости от профессиональной принадлежности специалистов компании. Все силуэты должны соответствовать требованиям, изложенным в разделе 2.4.



ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА (ВАРИАНТЫ ОБОРОТА)

Силуэты на обороте визитной карточки могут меняться в зависимости от профессиональной принадлежности специалистов компании. Все силуэты должны соответствовать требованиям, изложенным в разделе 2.4.



БЛАНК ПИСЬМА

Формат А4. Английский и русский варианты.
 Поле набора - 170x200 мм.
 Основной текст - фирменный шрифт NeoSans 10 pt.
 В левом верхнем углу может размещаться адрес, если письмо вкладывается в конверт "евро" с окошком.

При работе с шаблонами в программе Microsoft Word используются следующие стили:
S7_theme - короткий заголовок первого уровня,
S7_header - более длинный заголовок второго уровня,
S7_text - основной текст в документе,
S7_list - маркированный список,
S7_accent - смысловые выделения в тексте,
S7_ObjectName - подписи под таблицами, графиками, рисунками.

Все имеющиеся и создаваемые стили основаны на шрифте Verdana. При использовании в оформлении темно-зеленого цвета надо применять цвет в модели RGB: (69, 178, 0).



КОНВЕРТ С4

Формат 325x228 мм.

Конверт ярко-зеленого фирменного цвета.

Адресное окошко в левом верхнем углу предназначено для контактов адресата, координаты адресанта указываются в левом нижнем углу с левой выключкой вишнево-красным фирменным цветом.

Фирменный блок на конверте обязателен. Размещается в правом нижнем углу.



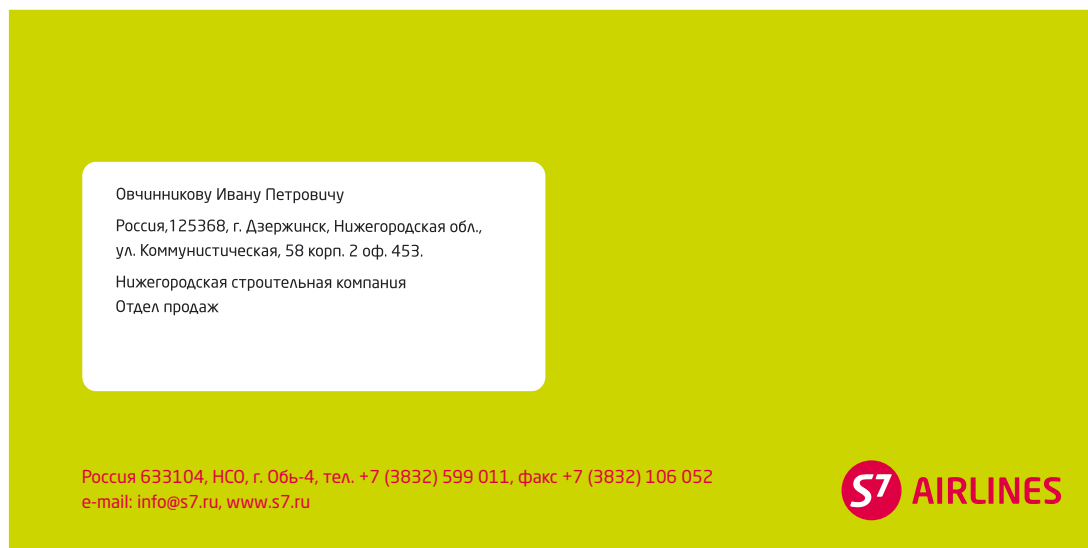
КОНВЕРТ C5

Формат 228x162 мм.

Конверт ярко-зеленого фирменного цвета.

Адресное окошко в левом верхнем углу предназначено для контактов адресата, координаты адресанта указываются в левом нижнем углу с левой выключкой вишнево-красным фирменным цветом.

Фирменный блок на конверте обязателен. Размещается в правом нижнем углу.



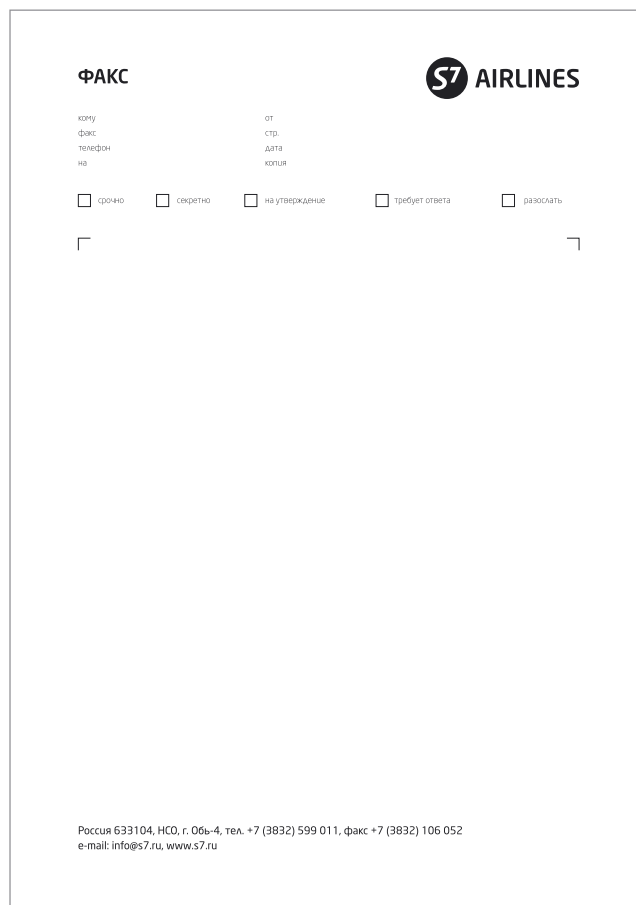
КОНВЕРТ ЕВРО 220X110ММ (Е65)

Формат 220x110 мм.

Конверт ярко-зеленого фирменного цвета.

Адресное окошко в левом верхнем углу предназначено для контактов адресата, координаты адресанта указываются в левом нижнем углу с левой выключкой вишнево-красным фирменным цветом.

Фирменный блок на конверте обязателен. Размещается в правом нижнем углу.



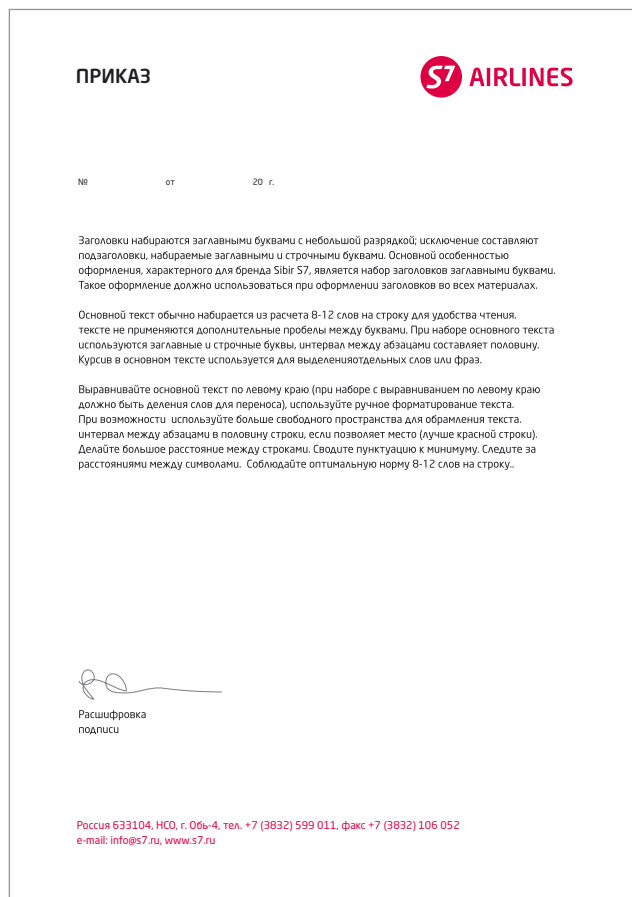
ФАКС-БЛАНК

Факс бланк черно-белый. Поле набора текста 170x200 мм.

Местоположение логотипа - правый верхний угол в соответствии с правилами минимального свободного поля.

При работе с шаблонами в программе Microsoft Word используются следующие стили:
 S7_theme - короткий заголовок первого уровня,
 S7_header - более длинный заголовок второго уровня,
 S7_text - основной текст в документе,
 S7_list - маркированный список,
 S7_accent - смысловые выделения в тексте,
 S7_ObjectName - подписи под таблицами, графиками, рисунками.

Все имеющиеся и создаваемые стили основаны на шрифте Verdana. При использовании в оформлении темно-зеленого цвета надо применять цвет в модели RGB: (69, 178, 0).



БЛАНК ПРИКАЗА

Формат А4.

Расположение логотипа - правый верхний угол.
Адресный блок располагается внизу.

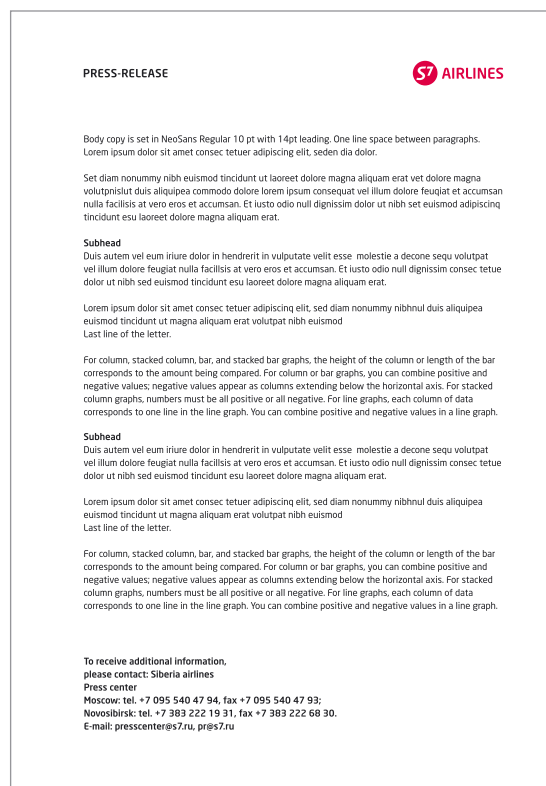
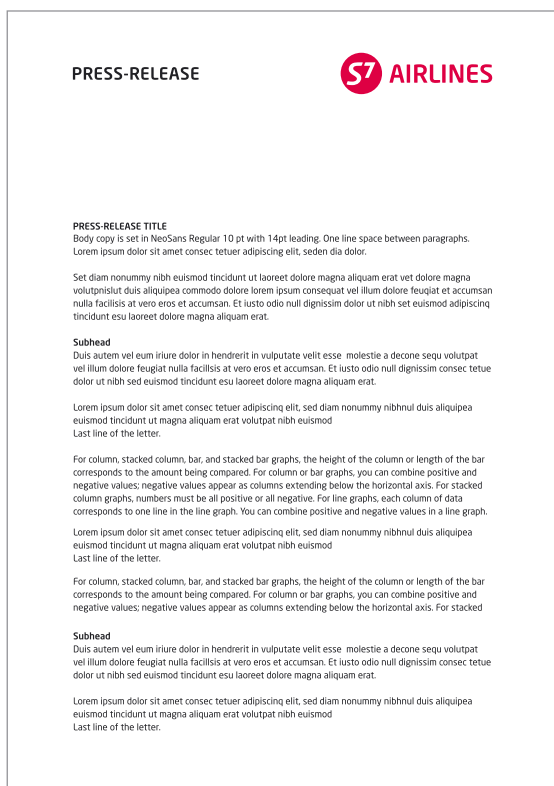
Заголовок – шрифт NeoSans Medium 18 pt.

Адресный блок - шрифт NeoSans 10 pt.

Основной текст - шрифт NeoSans 10 pt.

Рекомендуется использовать электронную версию макета. Поле набора текста задано размерами (170x200 мм).

Параметры заголовков и подзаголовков регламентированы.



БЛАНК ПРЕСС-РЕЛИЗА

Формат А4.

Расположение логотипа - правый верхний угол.

Адресный блок располагается в конце документа.

Основной текст - шрифт NeoSans 10 pt. Рекомендуется использовать электронную версию макета. Поле набора текста - 170x200 мм.

При работе с шаблонами в программе Microsoft Word используются следующие стили:

S7_theme - короткий заголовок первого уровня,

S7_header - более длинный заголовок второго уровня,


S7_text - основной текст в документе,

S7_list - маркированный список,

S7_accent - смысловые выделения в тексте.

S7_ObjectName - подписи под таблицами, графиками, рисунками

Все имеющиеся и создаваемые стили основаны на шрифте Verdana. При использовании в оформлении темно-зеленого цвета надо применять цвет в модели RGB: (69, 178, 0).


СЛУЖЕБНАЯ ЗАПИСКА 

Кому _____ от _____ 20__ г.
от кого _____

Заголовки набираются заглавными буквами с небольшой разрядкой; исключение составляют подзаголовки, набираемые заглавными и строчными буквами. Основной особенностью шрифтового оформления, характерного для бренда Sibir S7, является набор заголовков заглавными буквами. Такое оформление должно использоваться при оформлении заголовков во всех материалах.

Основной текст обычно набирается из расчета 8-12 слов на строку для удобства чтения. В основном тексте не применяются дополнительные пробелы между буквами. При наборе основного текста используются заглавные и строчные буквы, интервал между абзацами составляет половину строки. Курсив в основном тексте используется для выделения отдельных слов или фраз.

Выравнивайте основной текст по левому краю (при наборе с выравниванием по левому краю не должно быть деления слов для переноса), используйте ручное форматирование текста. При возможности используйте больше свободного пространства для оформления текста. Делайте интервал между абзацами в половину строки, если позволяет место (лучше красной строки). Делайте большое расстояние между строками. Сводите пунктуацию к минимуму. Следите за расстояниями между символами. Соблюдайте оптимальную норму 8-12 слов на строку.


Расшифровка
подписи

Россия 633104, НСО, г. Обь-4, тел. +7 (3832) 599 011, факс +7 (3832) 106 052
e-mail: info@s7.ru, www.s7.ru

БЛАНК СЛУЖЕБНОЙ ЗАПИСКИ

Формат А4.

Расположение логотипа - правый верхний угол.


Адресный блок располагается внизу.

Основной текст - шрифт NeoSans 10 pt. Рекомендуется использовать электронную версию макета. Поле набора текста задано размерами (170x200 мм).

При работе с шаблонами в программе Microsoft Word используются следующие стили:

S7_theme - короткий заголовок первого уровня,
S7_header - более длинный заголовок второго уровня,
S7_text - основной текст в документе,
S7_list - маркированный список,
S7_accent - смысловые выделения в тексте,
S7_ObjectName - подписи под таблицами, графиками, рисунками.

Все имеющиеся и создаваемые стили основаны на шрифте Verdana. При использовании в оформлении темно-зеленого цвета надо применять цвет в модели RGB: (69, 178, 0).



Доверенность выдана: курьер Иванов Петр Сергеевич
 Паспорт: серия 81 02 № 352823
 кем выдан: Октябрьским ОВД г.Улан-Удэ
 Дата выдачи: 04 Июня 2002 г.
 На получение от ООО "Бизнес Гранд"
 материальных ценностей

ПЕРЕЧЕНЬ ТОВАРНО-МАТЕРИАЛЬНЫХ ЦЕННОСТЕЙ, ПОДЛЕЖАЩИХ ПОЛУЧЕНИЮ

№ п/п	Наименование	Ед. изм.	Количество (прописью)
1	Ключи, подставки		

Подпись лица, получившего доверенность _____ удостоверяем.

Руководитель предприятия _____

М.П. _____

Главный бухгалтер _____


Россия 633104, НСО, г. Обь-4, тел. +7 (3832) 599 011, факс +7 (3832) 106 052
 e-mail: info@s7.ru, www.s7.ru

БЛАНК ДОВЕРЕННОСТИ

Формат А4.

Расположение логотипа - правый верхний угол.
 Адресный блок располагается внизу.

Регламентируется только расположение логотипа и адресного блока. Содержимое и расположение данных документа определяется бухгалтерскими программами.



Заказчик: ООО "ABC"
Плательщик: ООО "ABC"

№	Наименование товара	Единица измерения	Количество	Цена	Сумма
1	Оплата услуг	шт	1	381-36	381-36
				Итого:	381-36
				Итого НДС:	63-54
				Всего к оплате:	450-00

Всего наименований 1, на сумму 450 у.е.
Четыреста пятьдесят рублей 00 копеек

Руководитель предприятия _____

Главный бухгалтер _____

Россия 633104, НСО, г. Обь-4, тел. +7 (3832) 599 011, факс +7 (3832) 106 052
e-mail: info@s7.ru, www.s7.ru

БЛАНК СЧЕТА

Формат А4.

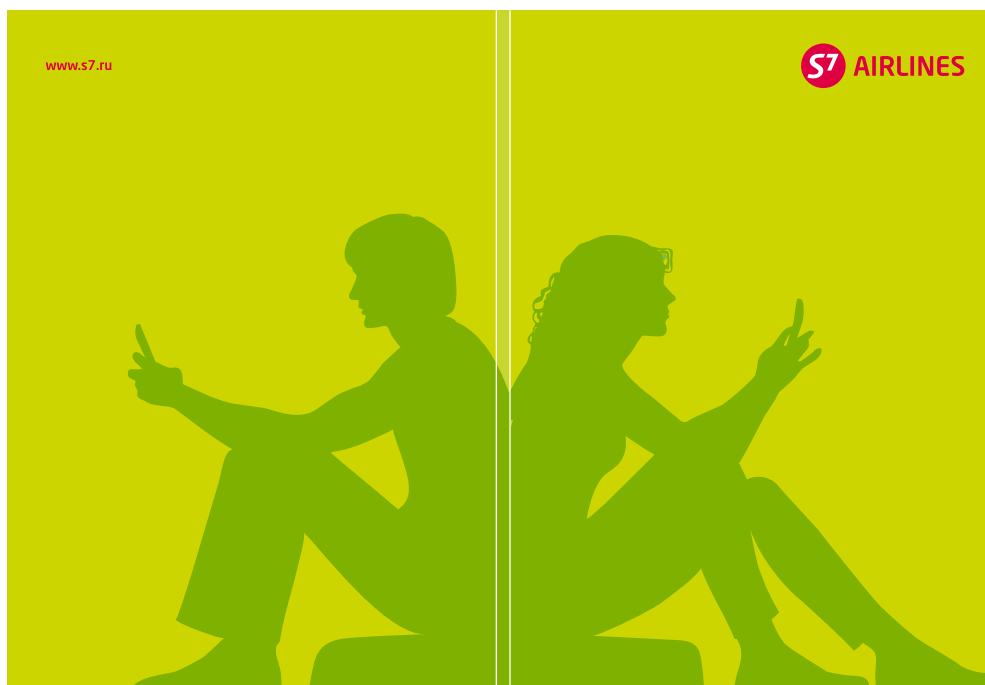
Расположение логотипа - правый верхний угол.
Адресный блок располагается внизу.

Регламентируется только расположение логотипа и адресного блока. Содержимое и расположение данных документа определяется бухгалтерскими программами.

ПАПКА ДЛЯ БУМАГ

Размер 220x305 мм.

Оформляется в основных фирменных цветах с размещением слоганов и/или фирменного блока.



БЛОКНОТ ФОРМАТА А4

Формат А4.

Оформляется в основных фирменных цветах с размещением слоганов и/или фирменного блока.



БУМАГА ДЛЯ ЗАПИСЕЙ

Формат 90x90 мм.

Оформляется в основных фирменных цветах с размещением слоганов и/или фирменного блока.



ПОЗДРАВИТЕЛЬНАЯ ОТКРЫТКА

Конверт для открытки решен в концепции outside.

Открытка выполнена в концепции inside, с использованием многоцветных объектов.



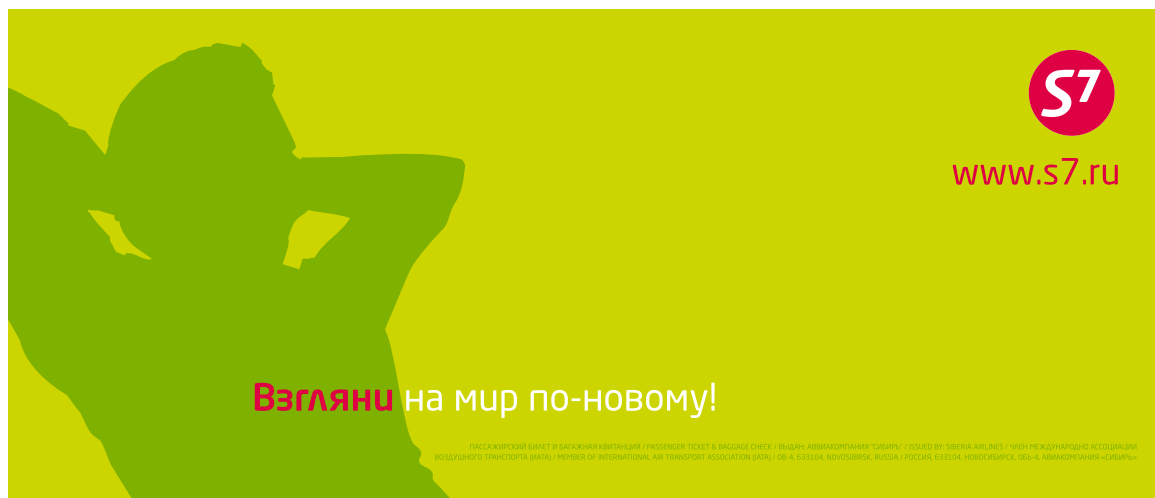


ПАССАЖИРСКАЯ
ДОКУМЕНТАЦИЯ

БИЛЕТ

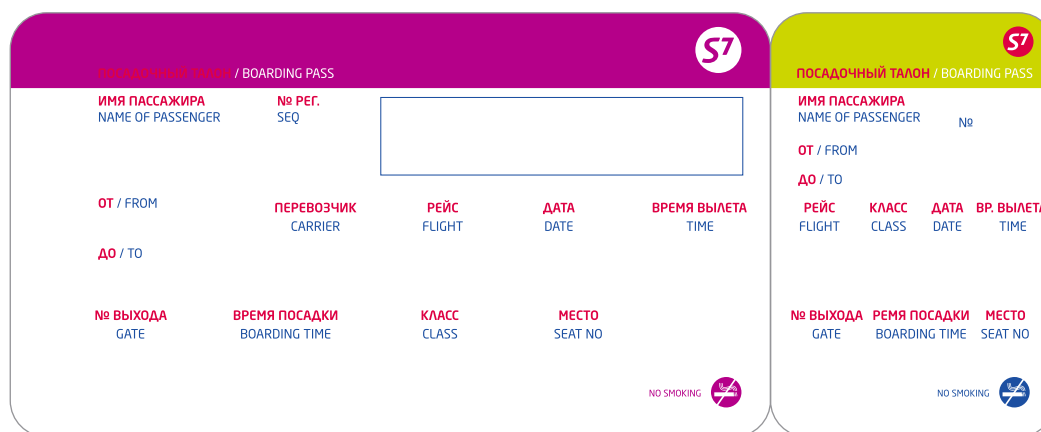
Размер 210x100 мм.

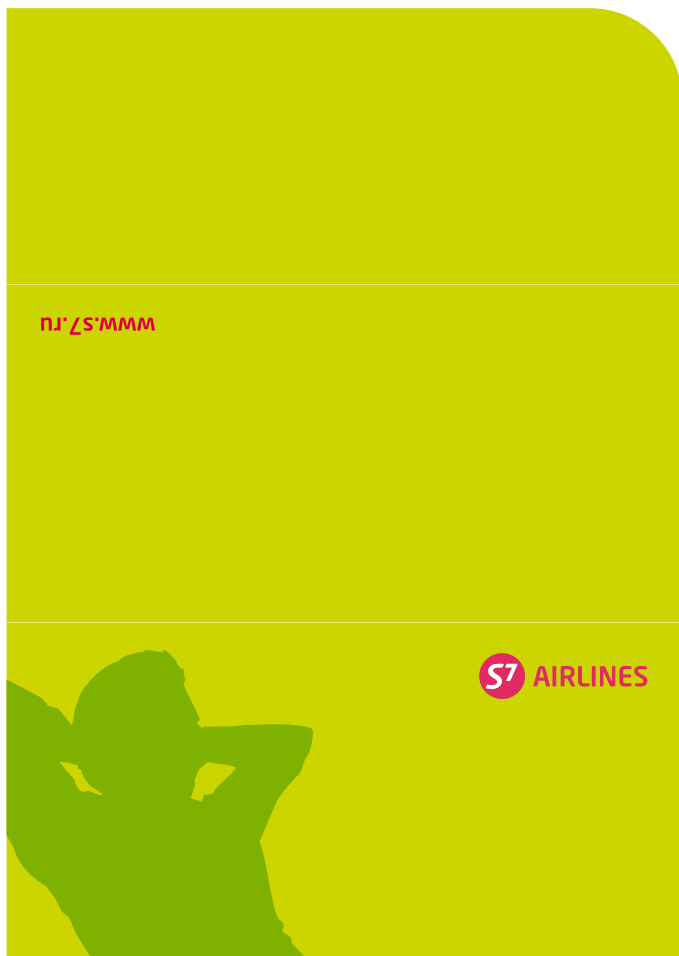
Решен в концепции outside с использованием основных фирменных цветов и силуэтов.



ПОСАДОЧНЫЙ ТАЛОН И БАГАЖНАЯ КВИТАНЦИЯ

Посадочный талон и багажная квитанция решены по принципу inside с использованием дополнительных фирменных цветов (Pantone 199, Pantone 382, Pantone 369, Pantone 267).





КОНВЕРТ ДЛЯ ПРОЕЗДНЫХ ДОКУМЕНТОВ

Размер 220x110 мм.

Решен в концепции outside с использованием основных фирменных цветов и силуэтов.



РАСПИСАНИЕ

Расписание решено в концепции outside с использованием основных фирменных цветов и силуэтов.

Все тексты выровнены влево.

РАСПИСАНИЕ ПОЛЕТОВ 						
From Анапа/Anapa (AAQ) UTC+030 0						
Москва/Moscow (DME)						
1Mar	1234567	14.45	17.15	S71122	Nonstop	
From Баку/Baku (GYD) UTC+040 0						
Москва/Moscow (DME)						
-	25Dec	-234-67	17.00	19.00	S73356	Nonstop
26Dec	30Dec	12345--	17.00	19.00	S73356	Nonstop
3Jan	7Mar	-234-67	17.00	19.00	S73356	Nonstop
9Mar	-	-234-67	17.00	19.00	S73356	Nonstop
Новосибирск/Novosibirsk (OVB)						
6Nov	-	-----7	12.30	18.40	S73300	Nonstop
From Бангкок/Bangkok (BKK) UTC+0700						
Москва/Moscow (DME)						
-	1--5--	13.05	19.00	S7870	Nonstop	
Новосибирск/Novosibirsk (OVB)						
-	-	-4---	13.05	20.30	S7860	Nonstop
From Барнаул/Barnaul (BAX) UTC+060 0						
Москва/Moscow (DME)						
-	30Dec	1234567	08.40	09.50	S7218	Nonstop
2Jan	7Mar	1234567	08.40	09.50	S7218	Nonstop
9Mar	-	1234567	08.40	09.50	S7218	Nonstop
From Владивосток/Vladivostok (VVO) UTC+100 0						
Иркутск/Irkutsk (IKT)						
-	1--5--	11.15	13.25	S73274	Nonstop	
Новосибирск/Novosibirsk (OVB)						
-	-	1--5--	11.15	16.05	S73274	1 stop
-	-	-----7	16.00	17.40	S73272	Nonstop
-	-	-----4	21.00	22.40	S73272	Nonstop
Петропавловск-Камчатский/Petrozavlovsk-Kamchatstky (PKO)						
-	-	-3--6-	11.15	16.35	S73271	Nonstop
From Владикавказ/Vladikavkaz (OGZ) UTC+030 0						
Москва/Moscow (DME)						
-	1234567	16.00	18.20	S7882	Nonstop	
From Волгоград/Volgorad (VOG) UTC+0300						
Москва/Moscow (DME)						
-	-	1234567	17.30	19.05	S71166	Nonstop
From Ганновер/Hannover (HAJ) UTC+010 0						
Москва/Moscow (DME)						
6Nov	-	-----7	14.25	19.10	S7894	Nonstop
Новосибирск/Novosibirsk (OVB)						
-	24Dec	-----6-	17.40	05.00+	S7856	Nonstop
7Jan	14Jan	-----6-	17.40	05.00+	S7856	Nonstop
From Дубай/Dubai (DXB) UTC+040 0						
Москва/Moscow (DME)						
-	-	-2--5--	18.50	22.55	S7868	Nonstop
-	-	-2-----	20.00	00.05+	S7862	Nonstop
-	-	-----5-	21.00	01.05+	S7862	Nonstop
Новосибирск/Novosibirsk (OVB)						
-	-	-2-----	13.20	21.00	S7866	Nonstop
From Душанбе/Dushanbe (DYU) UTC+050 0						
Новосибирск/Novosibirsk (OVB)						
-	-	-----5-	01.30	05.40	S73296	Nonstop
From Дюссельдорф/Dusseldorf (DUS) UTC+010 0						
Москва/Moscow (DME)						
-	-	-----6-	14.25	19.35	S7892	Nonstop
From Ереван/Yerevan (EVN) UTC+040 0						
Москва/Moscow (DME)						
-	-	1234567	17.10	18.55	S7906	Nonstop
Новосибирск/Novosibirsk (OVB)						
-	-	-4---	12.30	19.00	S73326	Nonstop
-	-	1-----	22.30	05.00+	S73326	Nonstop

РАСПИСАНИЕ ПОЛЕТОВ 							
From Иркутск/Irkutsk (IKT) UTC+0800							
Владивосток/Vladivostok (VVO)							
Москва/Moscow (DME)							
-	1--5--	09.35	09.30	S73273	Nonstop		
2Jan	-	31Dec	1234567	09.15	10.15	S7777	Nonstop
Новосибирск/Novosibirsk (OVB)							
-	-	1--5--	15.40	16.05	S73274	Nonstop	
Пекин/Beijing (PEK)							
-	-	-2--5--	21.00	23.30	S7509	Nonstop	
Ташкент/Tashkent (TAS)							
-	-	26Dec	1-----	11.30	13.15	S7771	Nonstop
Шеньян/Shenyang (SHE)							
-	-	25Dec	-----7	09.10	12.00	S7505	Nonstop
29Dec	5Jan	-----4---	09.10	12.00	S7505	Nonstop	
8Jan	15Jan	-----4--7	09.10	12.00	S7505	Nonstop	
22Jan	-	-----7	09.10	12.00	S7505	Nonstop	
From Казань/Kazan (KZN) UTC+0300							
Москва/Moscow (DME)							
-	-	1234567	09.50	11.15	S7005	Nonstop	
-	-	1234567	21.35	23.05	S7025	Nonstop	
From Кемерово/Kemerovo (KEJ) UTC+070 0							
Москва/Moscow (DME)							
-	31Dec	1234567	08.55	09.20	S7172	Nonstop	
2Jan	7Mar	1234567	08.55	09.20	S7172	Nonstop	
9Mar	-	1234567	08.55	09.20	S7172	Nonstop	
From Киев/Kiev (KBP) UTC+020 0							
Москва/Moscow (DME)							
-	-	12345--	20.50	23.15	S7160	Nonstop	
From Краснодар/Krasnodar (KRR) UTC+0300							
Москва/Moscow (DME)							
2Jan	-	30Dec	1234567	16.50	18.50	S71146	Nonstop
Москва/Moscow (DME)							
-	-	1234567	16.50	18.50	S71146	Nonstop	
From Кутаиси/Kutaisi (KUT) UTC+030 0							
Москва/Moscow (DME)							
-	-	-----7	16.25	19.05	S7958	Nonstop	
From Магнитогорск/Magnitogorsk (MQF) UTC+050 0							
Москва/Moscow (DME)							
-	6Nov	1234567	08.30	09.05	S7011	Nonstop	
7Nov	31Dec	1234567	08.30	09.05	S7011	Nonstop	
3Jan	-	1234567	08.30	09.05	S7011	Nonstop	
From Махачкала/Makhachkala (MCX) UTC+030 0							
Москва/Moscow (DME)							
-	30Dec	1-3-5-7	17.00	19.30	S7884	Nonstop	
4Jan	6Mar	1-3-5-7	17.00	19.30	S7884	Nonstop	
10Mar	-	1-3-5-7	17.00	19.30	S7884	Nonstop	
From Минеральные Воды/Mineralnye Vody (MRV) UTC+030 0							
Москва/Moscow (DME)							
-	25Dec	-----67	13.50	16.00	S71216	Nonstop	
30Dec	7Jan	1-3456-	13.50	16.00	S71216	Nonstop	
14Jan	21Jan	-----6-	13.50	16.00	S71216	Nonstop	
22Jan	-	-----67	13.50	16.00	S71216	Nonstop	
1Jan	30Dec	1234567	16.30	18.40	S71214	Nonstop	
1Jan	-	1234567	16.30	18.40	S71214	Nonstop	
From Москва/Moscow (DME) UTC+0300							
Анапа/Anapa (AAQ)							
1Mar	-	1234567	11.25	13.45	S71121	Nonstop	
Баку/Baku (GYD)							
-	25Dec	-234-67	11.45	15.30	S73355	Nonstop	
26Dec	30Dec	12345--	11.45	15.30	S73355	Nonstop	
3Jan	7Mar	-234-67	11.45	15.30	S73355	Nonstop	
9Mar	-	-234-67	11.45	15.30	S73355	Nonstop	

РАСПИСАНИЕ – ТЕКСТОВАЯ ЧАСТЬ

Расписание решено в концепции outside с использованием основных фирменных цветов.

Все тексты выровнены влево.

КАРТА ПОСТОЯННОГО КЛИЕНТА

Карта постоянного клиента решена в концепции outside с использованием основных фирменных цветов.

Все тексты выровнены влево.



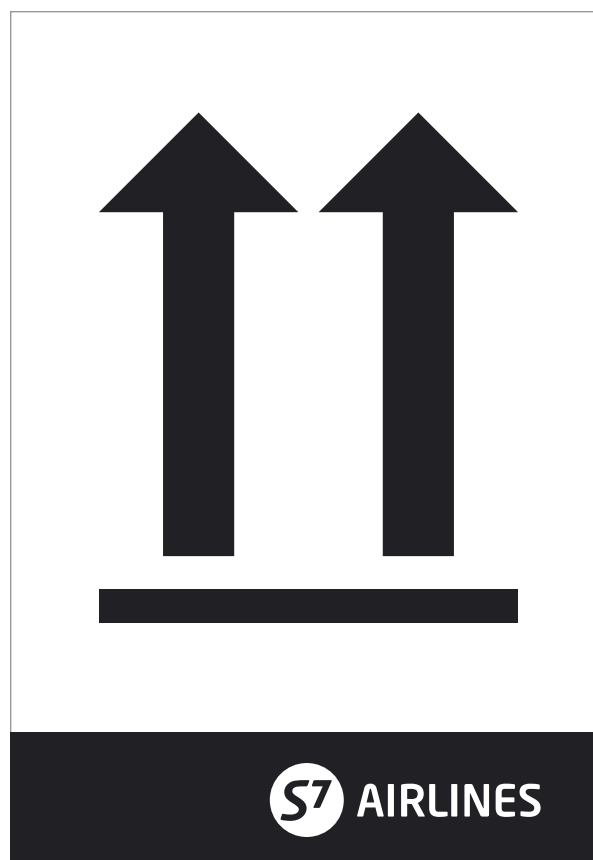


ПЕРЕВОЗОЧНЫЕ И
БАГАЖНЫЕ ДОКУМЕНТЫ

НАКЛЕЙКА НА ГРУЗ

Цвета: Pantone 199 и 382. Бумага самоклеящаяся, глянцевая. Возможно использование фирменного блока (знак и логотип) или только знака.

CARGO			
AWB № / Номер грузовой авианакладной			
421-			
Всего мест в партии / Total № of Pieces		Вес данного места / Weight of this Piece	
Аэропорт вылета / A/P of Departure		Аэропорт назначения / Destination	
OVB/Novosibirsk			
Пункт трансфера / Transfer Station			
▶ 1 st		▶ 2 nd	



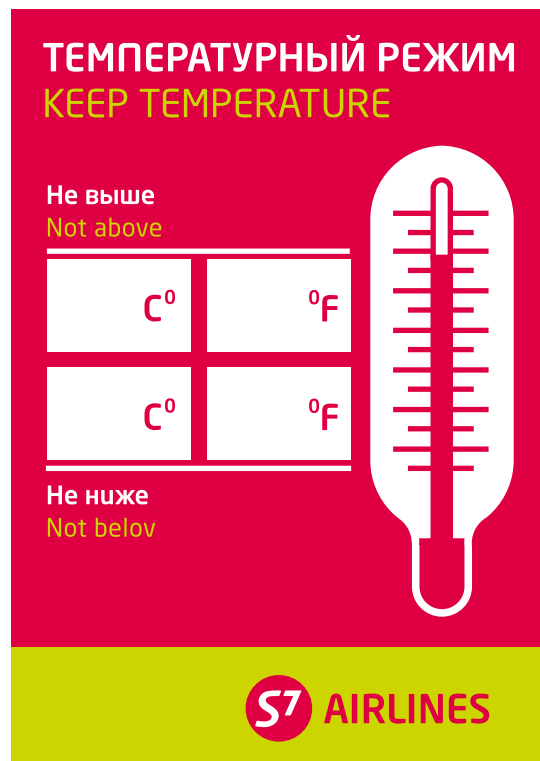
«ХРУПКОЕ», «НЕ КАНТОВАТЬ»

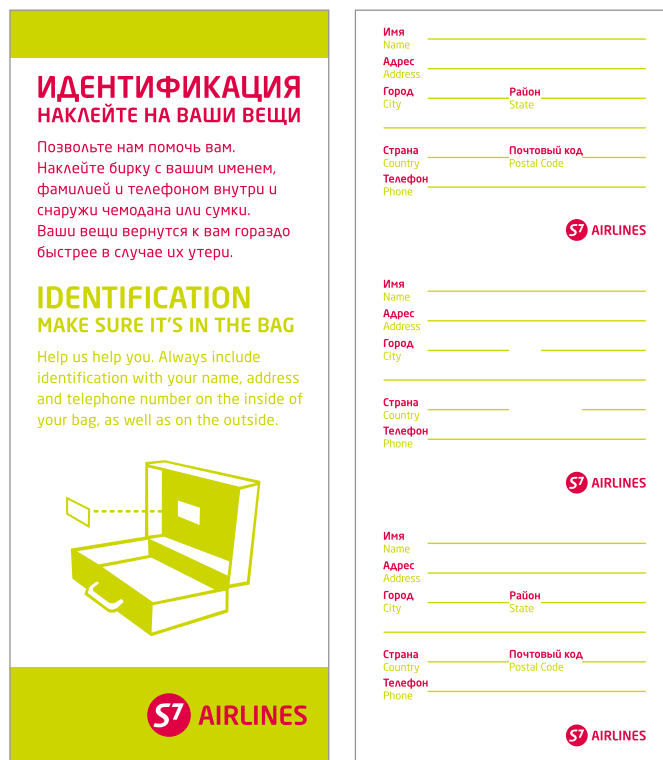
«Хрупкое» - цвета: Pantone 199 и 382. Бумага самоклеящаяся, глянцевая. Возможно использование фирменного блока (знак и логотип) или только знака.

«Не кантовать» - цвета: Pantone 199, 382 и черный. Бумага самоклеящаяся, глянцевая. Возможна печать одной черной краской. В этом случае используется черно-белый вариант фирменного блока.

«ТЕМПЕРАТУРНЫЙ РЕЖИМ»

Цвета: Pantone 199 и 382. Бумага самоклеящаяся, глянцевая. Возможно использование фирменного блока (знак и логотип) или только знака.





«ИДЕНТИФИКАЦИЯ»

Цвета: Pantone 199 и 382. Бумага самоклеящаяся, глянцевая. Возможно использование фирменного блока (знак и логотип) или только знака.



«ТРАНСФЕР»

Цвета: фирменный желтый цвет Pantone 109 и черный. Бумага самоклеящаяся, глянцевая. Возможно использование фирменного блока (знак и логотип) или только знака. В силу традиционного использования желтого цвета в трансферных документах, на наклейках применяется черно-белый вариант знака и логотипа.

«ПРОДУКТЫ» И «ЖИВОТНЫЕ»

Цвет: Pantone 199 и 382. Бумага самоклеющаяся, глянцевая. Возможно использование фирменного блока (знак и логотип) или только знака.

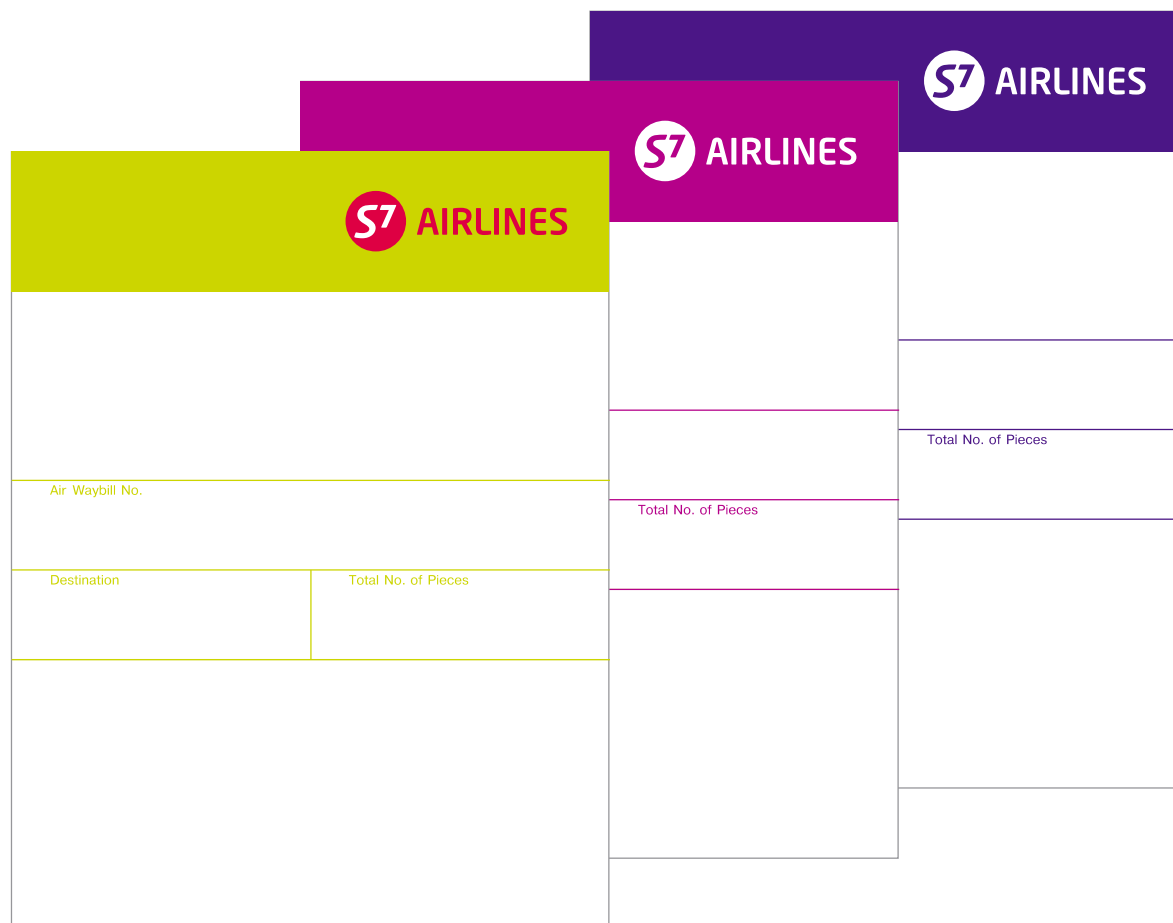




БИРКИ БАГАЖНЫЕ

Цвет: Pantone 199 и 382.

Возможно использование дополнительной цветовой гаммы для наклеек без указания рейса. Бумага самоклеющаяся, глянцевая.



PRIORITY BAGGAGE

Цвет: Pantone 199 и 382. Бумага самоклеящаяся, глянцевая. Возможно использование фирменного блока (знак и логотип) или только знака. В дополнение к основной наклейке могут использоваться наклейки других цветов (дополнительные фирменные цвета).



РУЧНАЯ КЛАДЬ

Цвет: Pantone 199 и 382. Бумага самоклеящаяся, глянцевая. Возможно использование фирменного блока (знак и логотип) или только знака.



**ПЕРЕДАТОЧНЫЙ МАНИФЕСТ
FLIGHT INTERRUPTION MANIFEST**


S7 AIRLINES

Reouted from: (Forwarding Carrier) Повторный маршрут из: (отправляющий перевозчик)				Reouted to: (Receiving Carrier) Повторный маршрут в: (получающий перевозчик)				Reouted to: (2nd Receiving Carrier) Повторный маршрут в: (второй получающий перевозчик)							
Авиакомпания	Flight/Рейс	Date / Дата	Place of Interruption Место прерывания рейса (где прерывается рейс)	Авиакомпания	Flight/Рейс	Date / Дата	From/Из	To/В	Авиакомпания	Flight/Рейс	Date / Дата	From/Из	To/В		
No.	Passengers Name Имя пассажира	Ticket Number / Номер билета		Form and Serial Number Номер бланка и серии		Fare Basis and Passenger Type Code Базис тарифа и код пассажира		Cabin Class: Класс каюты							
		CSP	Авиакомпания	Form	Serial	ET			New Flight 1 Новый рейс 1	New Flight 2 Новый рейс 2					
1															
2															
3															
4															
5															
6															
7															
8															
9															
10															
11															
12															
13															
14															
15															
16															
17															
18															
19															
20															
21															
22															
23															
24															
25															
Excess Baggage / Сверхнормативный багаж										EWI Сумма штрафа	ECP Сумма штрафа				
Reason for Issuance / Основания к выдаче										DIVERSION BY (CARRIER CODE) КОДЕМ-НЕНО (КОД ПЕРЕВОЗЧИКА)			Total number of passengers Общее число пассажиров		
CXLD отмена рейса		DLTD продление рейса		OVBLD переворот на рейсе		MSCNX отсутствие									
For accounting purpose only: Только для целей отчетности:															
The receiving carrier agrees to transport the listed passengers (irrespective of class, service or routing) at no additional charge to the forwarding carrier (IATA Resolution 735). Billing and settlement of the coupons listed shall be in accordance with the provisions of the IATA Revenue Accounting Manual (RAM).										Получающий перевозчик соглашается перевезти указанных в списке пассажиров (независимо от класса, услуг или маршрута) без дополнительной оплаты отправляющему перевозчику.			Возвращение билета (ТБД). Оформление рейса и расчет по билетам и сервисным купонам производится в соответствии с условиями Руководства ИАТА по Тарифу, Дисконту (РАМ).		
Validator, name and/or ID of the FIM issuing agent Валидатор, имя и/или ID ФИМ выдающего агента															

ПЕРЕДАТОЧНЫЙ МАНИФЕСТ

Цвет: Pantone 199 и 382. Бумага самоклеющаяся, глянцевая. Возможно использование фирменного блока или только знака.

ГРУЗОВАЯ ВЕДОМОСТЬ
CARGO MANIFEST



OPERATOR: _____

AIRCRAFT: _____ FLIGHT: _____ DATE: _____

FROM: _____ (PLACE) TO: _____ (PLACE)

AIR WAYBILL NUMBER	NR OF PACKAGES	NATURE OF GOODS	GROSS WEIGHT	DESTINAT.	FOR OFFICIAL USE ONLY	REMARK

PREPARED BY _____ PAGE _____

ГРУЗОВАЯ ВЕДОМОСТЬ

Цвет: Pantone 199 и 382. Бумага самокопирующаяся. Рекомендуется использовать самокопирующиеся бланки только белого цвета.

Возможно использование фирменного блока (знак и логотип) или только знака.

СВОДНАЯ ЗАГРУЗОЧНАЯ ВЕДОМОСТЬ
LOADSHEET & LOADMESSAGE

S7 AIRLINES
Passenger aircraft
all weights in kilos

Priority Address(es) _____

Originator _____ Recharge/Date/Time _____ Initials _____

Flight _____ A/C Reg. _____ Version _____ Crew _____ Date _____

BASIC WEIGHT		MAXIMUM WEIGHTS FOR	ZERO FUEL	TAKE-OFF	LANDING
Crew		Take-off Fuel		Trip Fuel	
Passenger		ALLOWED WEIGHT FOR TAKE-OFF (lowest of a, b or c)			
DRY OPERATING WEIGHT		Operating Weight			
Take-off Fuel		ALLOWED TRAFFIC LOAD			
OPERATING WEIGHT					

Dest	No. of Passengers				Cab. Bag	Total	Distribution Weight						Pcs	Remarks	
	M	A/F	CH	INF			1	2	3	4	5	6			

Total Passenger Weight + Allowed Traffic Load = TOTAL TRAFFIC LOAD

Dry Operating Weight + UNDERLOAD BEFORE LMC = ZERO FUEL WEIGHT

Take-off Fuel + ZERO FUEL WEIGHT = TAKE-OFF WEIGHT

Trip Fuel + TAKE-OFF WEIGHT = LANDING WEIGHT

LMC Total +/-

Balance and Seating Conditions
B.I. _____ %
T.O. _____ %
L. _____ %
Z.F. _____ %
FWD _____ CNT _____ AFT _____

Total Passengers _____

Prepared by: _____ Approved by: _____

Notes _____

СВОДНАЯ ЗАГРУЗОЧНАЯ ВЕДОМОСТЬ

Цвет: Pantone 199 и 382. Бумага самоклеющаяся, глянцевая. Рекомендуется использовать самокопирующиеся бланки только белого цвета.

Возможно использование фирменного блока (знак и логотип) или только знака.



ATL – ПРЯМАЯ РЕКЛАМА



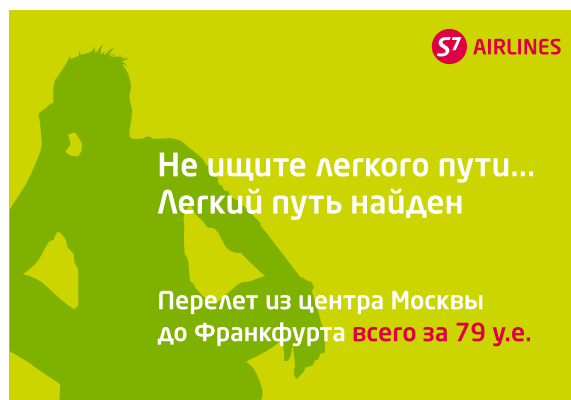
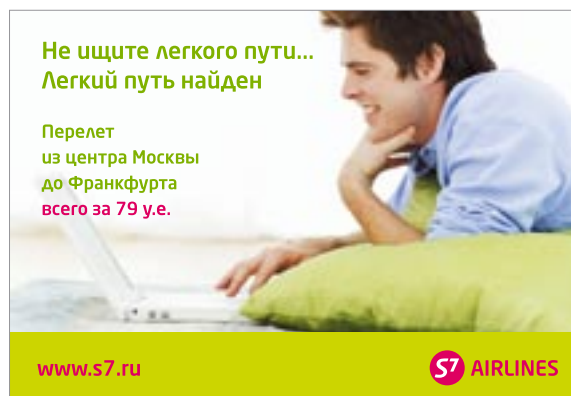
КОНЦЕПЦИЯ ВНЕШНЕЙ И ВНУТРЕННЕЙ КОММУНИКАЦИИ

В оформлении рекламных материалов применим принцип «внешний/внутренний». В ATL-рекламе используется преимущественно концепция внешней коммуникации. Соответственно, за пределами компании в рекламных материалах используется основная палитра цветов: вишнево-красный, ярко-зелёный, темно-зелёный и белый.

В соответствии с правилами использования применяются силуэты. Внутри многостраничных рекламных материалов могут использоваться дополнительные цвета, но в незначительном объёме.

В соответствии с принципом внутренней коммуникации на территории S7 airlines (например, на борту самолета или в зале ожидания) в рекламных материалах используется большей частью дополнительная цветовая палитра.

Рассматривая материал в целом, мы получаем эффект многоцветности. Эффект достигается благодаря фотостиллю компании – применению изображений многоцветных объектов.



ОБЩИЕ ПРАВИЛА

Для всех видов ATL-рекламы применяются общие принципы компоновки макетов.

Для рекламного материала используются равнозначно как фотоизображения (двух видов: репортажные фотографии и разноцветные объекты), так и силуэты. Фотоизображения должны соответствовать фотостиллю.

Силуэты берутся из банка силуэтов или разрабатываются отдельно в соответствии с идеей рекламного сообщения и правилами создания силуэтов.

Силуэты могут располагаться как с правой, так и с левой стороны макета, в зависимости от общей композиции и вида силуэта. Т.е. их расположение диктуется соображениями дизайна и стилистики композиции. Предпочтительно, чтобы движения и поворот головы силуэтов были обращены слева направо.

В макетах с фотоизображениями расположение изображений людей и компоновка текстов подчиняются этим же правилам.



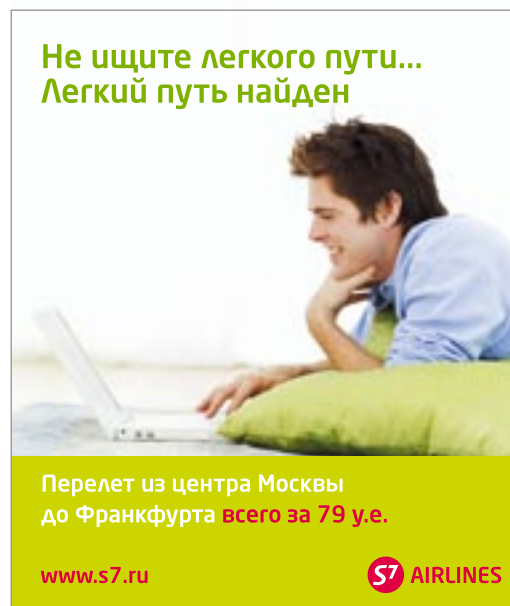
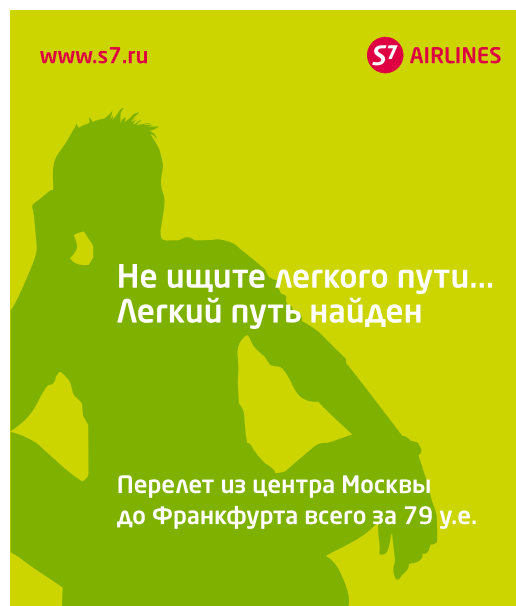
ОБЩИЕ ПРАВИЛА

Отличительным признаком бренда S7 в ATL-рекламе являются 2 принципа расположения логотипа: на плашке или же на основном рекламном поле (в случае применения темно-зеленой плашки).

Положение логотипа или соответствующего фирменного блока – с правой стороны сверху или внизу макета. Применительно к макету с фотоизображением логотип всегда располагается в правом нижнем углу на плашке ярко-зеленого цвета. В случае использования силуэтов логотип помещается на плашке ярко-зеленого цвета в правый угол.

В зависимости от макета могут использоваться фирменный блок с корпоративным слоганом и фирменный блок с web-адресом. Во всех случаях обязательно придерживаться требований к минимальному свободному полю вокруг фирменного блока и располагать его в соответствии с видами компоновки фирменного блока (пункты 2.2.4).





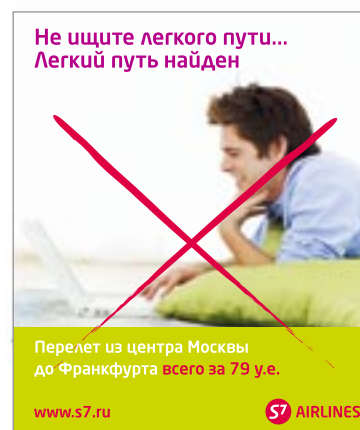
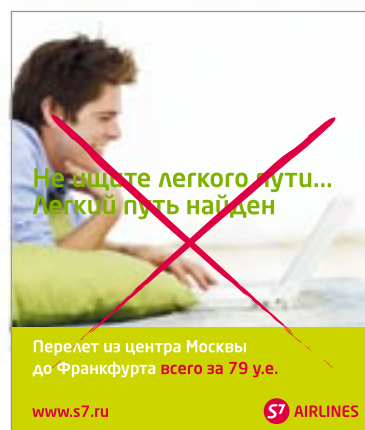
ОБЩИЕ ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕКСТА

Поверх фотоизображения или силуэта могут быть размещены рекламный слоган и текст. Текст может «заходить» на изображение, но не перекрывать его полностью.

Рекламный текст набирается фирменным шрифтом NeoSans, всегда - с выключкой влево в соответствии с правилами применения шрифта. Заголовки оформляются по правилам шрифтового оформления заголовков.

Кегль набора слогана должен быть больше кегля набора текстового сообщения минимально на 2 pt. Минимальный кегль набора информационного текста - 7 pt. Максимальное количество слов в строке для удобства чтения - примерно 8 слов на строку.

Цвет шрифта на темно-зеленой плашке - белый. На ярко-зеленой плашке белый шрифт также предпочтителен, но допустим и красный цвет для смыслового выделения.

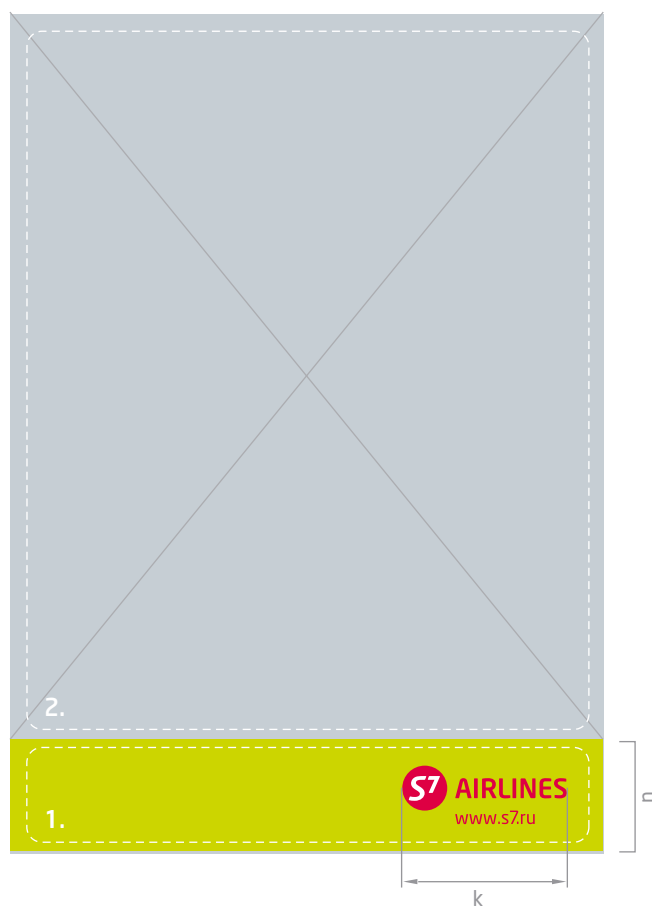


ОБЩИЕ ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕКСТА

Размеры силуэтов и их компоновка со слоганами и текстом выбираются, исходя из оптимальных композиционных решений. Выбор того или иного силуэта, размещение слогана и текста в макете остается на предусмотренное дизайнером. Заранее можно лишь предостеречь от неправильных вариантов взаимного расположения:

1. нельзя размещать текст поверх силуэта так, чтобы он частично или полностью перекрывал силуэт,
2. нельзя размещать текст на неоднородном, пестром фоне,
3. нельзя использовать нерегламентированные цвета для написания сообщения.

Для светлого однородного фона используется исключительно фирменные цвета красный и темно-зеленый, а также выворотка. Для темного однородного фона текст набирается вывороткой.

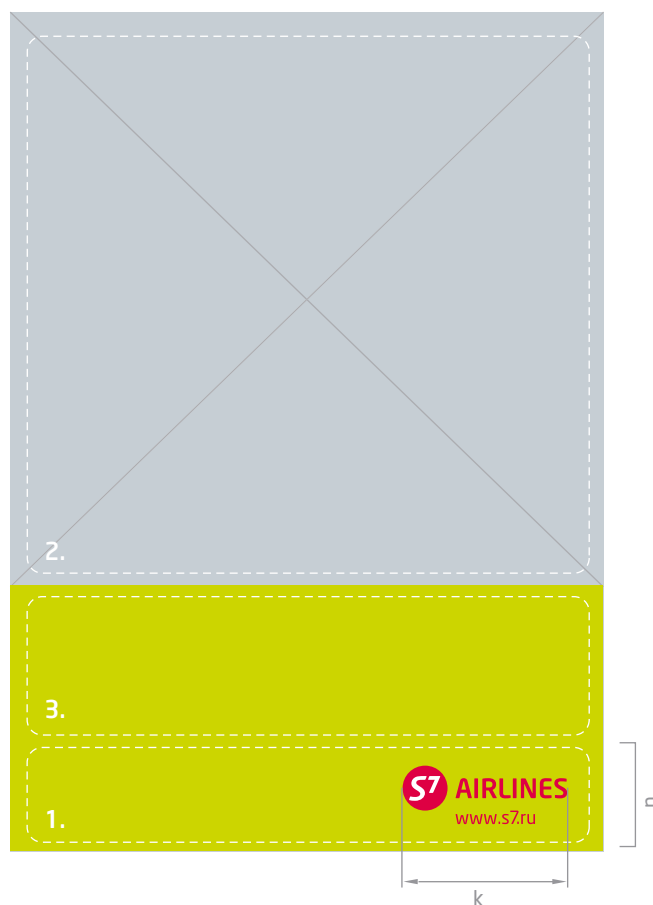


ПРАВИЛА ДЛЯ ВЕРТИКАЛЬНОЙ КОМПОНОВКИ

Вертикальные макеты с фотоизображениями могут быть двух типов: с дополнительной текстовой информацией и без нее..

На рисунке слева показан макет без дополнительной текстовой информации. Макет состоит из поля фирменного блока (1) и поля для изображения, информационного сообщения и слогана (2). Для выбора размеров полей действуют следующие правила: n - высота поля 1, задается размером фирменного блока, включая минимальное свободное пространство и должна составлять 10 - 20% от высоты макета.

При определении соотношения ширины макета и размера фирменного блока необходимо следить за тем, чтобы горизонтальный размер фирменного блока k составлял 20 - 40% от ширины макета.



ПРАВИЛА ДЛЯ ВЕРТИКАЛЬНОЙ КОМПОНОВКИ

На рисунке слева показан макет с дополнительной текстовой информацией или рекламным слоганом. В этом случае макет состоит из поля фирменного блока (1), поля изображения, информационного текстового сообщения, рекламного или корпоративного слогана (2) и поля дополнительной информации (3).

Для выбора размеров полей следует руководствоваться следующими правилами: n - высота поля 1, задается размером фирменного блока, включая минимальное свободное пространство и блоком текстового сообщения. Эта величина не должна превышать 40% от высоты макета.

При определении соотношения ширины макета и размера фирменного блока необходимо следить за тем, чтобы горизонтальный размер фирменного блока также составлял 10 - 20% от ширины макета.

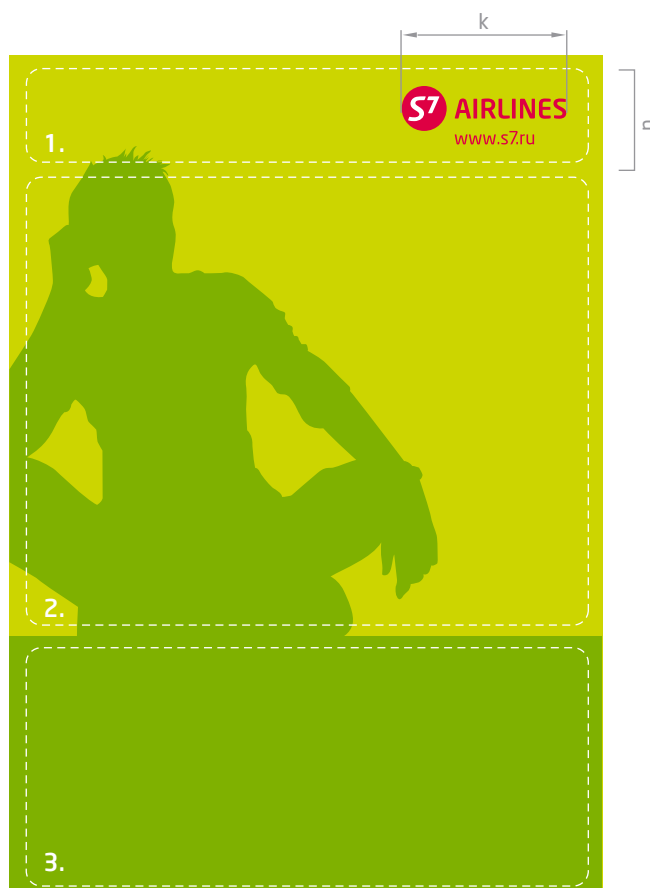


ПРАВИЛА ДЛЯ ВЕРТИКАЛЬНОЙ КОМПОНОВКИ

Вертикальные макеты с силуэтами могут быть двух типов: с дополнительной текстовой информацией и без нее..

На рисунке слева показан макет без дополнительной текстовой информации. Макет состоит из поля фирменного блока (1) и поля для изображения, информационного сообщения и слогана (2). Для выбора размеров полей действуют следующие правила: n - высота поля 1, задается размером фирменного блока, включая минимальное свободное пространство и должна составлять 10 - 20% от высоты макета.

При определении соотношения ширины макета и размера фирменного блока необходимо следить за тем, чтобы горизонтальный размер фирменного блока составлял 20 - 40% от ширины макета.



ПРАВИЛА ДЛЯ ВЕРТИКАЛЬНОЙ КОМПОНОВКИ

На рисунке слева показан макет с дополнительной текстовой информацией или рекламным слоганом. В этом случае макет состоит из поля фирменного блока (1), поля изображения, информационного текстового сообщения, рекламного или корпоративного слогана (2) и поля дополнительной информации (3).

Для выбора размеров полей следует руководствоваться следующими правилами: n - высота поля 1, задается размером фирменного блока, включая минимальное свободное пространство и не должна превышать 10-20% от высоты макета. Поле дополнительной информации (3) определяется количеством текста, но не должно превышать 30% от высоты макета.

При определении соотношения ширины макета и размера фирменного блока необходимо следить за тем, чтобы горизонтальный размер фирменного блока составлял 20-40% от ширины макета.

ПРАВИЛА ДЛЯ ГОРИЗОНТАЛЬНОЙ КОМПОНОВКИ

Горизонтальные макеты с фотоизображениями могут быть двух типов: с дополнительной текстовой информацией и без нее..

На рисунке слева показан макет без дополнительной текстовой информации. Макет состоит из поля фирменного блока (1) и поля для изображения, информационного сообщения и слогана (2). Для выбора размеров полей действуют следующие правила: n - высота поля 1, задается размером фирменного блока, включая минимальное свободное пространство и должна составлять 10 - 20% от высоты макета.

При определении соотношения ширины макета и размера фирменного блока необходимо следить за тем, чтобы горизонтальный размер фирменного блока k также составлял 10 - 20% от ширины макета.



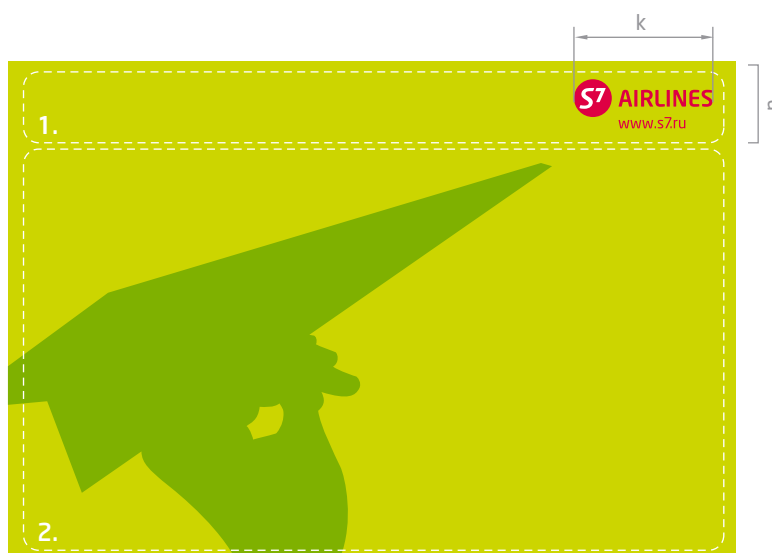
ПРАВИЛА ДЛЯ ГОРИЗОНТАЛЬНОЙ КОМПОНОВКИ

На рисунке слева показан макет с дополнительной текстовой информацией или рекламным слоганом. В этом случае макет состоит из поля фирменного блока (1), поля изображения, информационного текстового сообщения, рекламного или корпоративного слогана (2) и поля дополнительной информации (3).

Для выбора размеров полей следует руководствоваться следующими правилами: n - высота поля 1, задается размером фирменного блока, включая минимальное свободное пространство и блоком текстового сообщения. Эта величина не должна превышать 40% от высоты макета.

При определении соотношения ширины макета и размера фирменного блока необходимо следить за тем, чтобы горизонтальный размер фирменного блока k также составлял 10 - 20% от ширины макета.



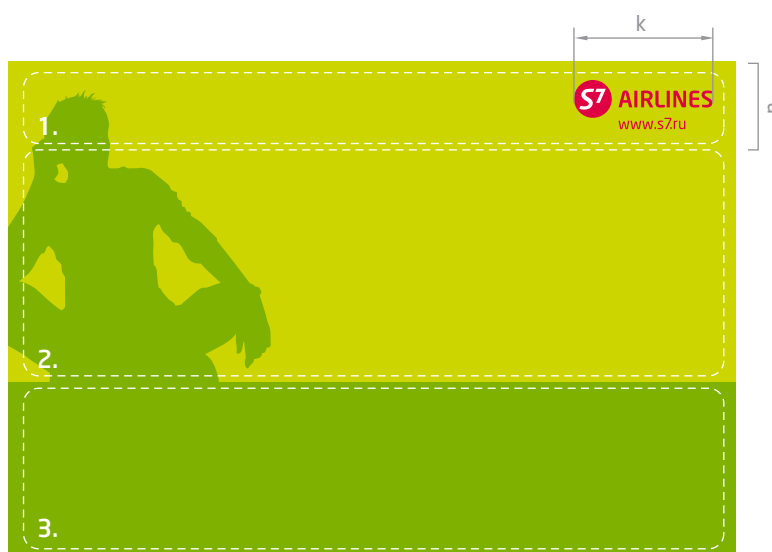


ПРАВИЛА ДЛЯ ГОРИЗОНТАЛЬНОЙ КОМПОНОВКИ

Горизонтальные макеты с силуэтами могут быть двух типов: с дополнительной текстовой информацией и без нее..

На рисунке слева показан макет без дополнительной текстовой информации. Макет состоит из поля фирменного блока (1) и поля для изображения, информационного сообщения и слогана (2). Для выбора размеров полей действуют следующие правила: n - высота поля 1, задается размером фирменного блока, включая минимальное свободное пространство и должна составлять 10 - 20% от высоты макета.

При определении соотношения ширины макета и размера фирменного блока необходимо следить за тем, чтобы горизонтальный размер фирменного блока составлял также 10 - 20% от ширины макета.



ПРАВИЛА ДЛЯ ГОРИЗОНТАЛЬНОЙ КОМПОНОВКИ

На рисунке слева показан макет с дополнительной текстовой информацией или рекламным слоганом. В этом случае макет состоит из поля фирменного блока (1), поля изображения, информационного текстового сообщения, рекламного или корпоративного слогана (2) и поля дополнительной информации (3).

Для выбора размеров полей следует руководствоваться следующими правилами: n - высота поля 1, задается размером фирменного блока, включая минимальное свободное пространство и не должна превышать 10-20% от высоты макета. Поле дополнительной информации (3) определяется количеством текста, но не должно превышать 30% от высоты макета.

При определении соотношения ширины макета и размера фирменного блока необходимо следить за тем, чтобы горизонтальный размер фирменного блока также составлял 10-20% от ширины макета.



ОБЩИЕ ПРАВИЛА ИМИДЖЕВОЙ РЕКЛАМЫ

В имиджевой рекламе поля для фирменного блока и информационного сообщения занимают 30-40% общего рекламного поля.

Соответственно, поле для фотоизображения или силуэта занимает оставшиеся 60-70%. Не рекомендуется изменять данные пропорции. Силуэт или фотоизображение должны занимать не менее 60% рекламной площади.

Макет строится по правилам создания рекламных макетов. Необходимые акценты в информационном сообщении выполняются сочетанием белого и красного цветов шрифта на темно-зеленой (для силуэтов) или ярко-зеленой (для фотоизображений) плашках.

Любой текстовый блок в макетах имиджевой рекламы выносится на нижнюю плашку. На поле фотоизображения или силуэта может располагаться только корпоративный слоган.



ПОЛОСА A4

В качестве изображений для имиджевых рекламных полос могут использоваться фотоизображения, как репортажные фотографии, так и изображения разноцветных объектов.

Логотип, корпоративный слоган и информация о рекламодателе располагаются на нижней плашке ярко-зеленого цвета.

Рекламный текст размещается на этой же плашке вывороткой с выключкой влево. Если текст большой, он может располагаться в двух столбцах.

Поле под изображение должно занимать не менее 60% общей площади полосы.

В макете используется фирменный шрифт NeoSans в соответствии с правилами применения шрифта.



ПОЛОСА A4

В качестве изображений для имиджевых рекламных полос могут использоваться силуэты. В этом случае логотип или фирменный блок с использованием слогана или web-адреса компании располагаются на плашке ярко-зеленого цвета.

Рекламный текст размещается на нижней плашке темно-зеленого цвета вывороткой с выключкой влево. Если текст большой, он может располагаться в двух столбцах.

Поле под изображение должно занимать не менее 60% общей площади полосы.

В макете используется фирменный шрифт NeoSans в соответствии с правилами применения шрифта.

Свобода выбирать



На рынке, характеризующемся доминированием пятерки авиакомпаний-лидеров и наличием 200 небольших местных и региональных авиапредприятий, авиакомпания «S7» является одной из ведущих российских авиакомпаний.

«S7» – это успешно и быстро развивающаяся компания. Сильная команда обладает современным подходом к бизнесу, стремлением к переменам и решимостью заимствовать и учиться на опыте лучших авиакомпаний мира.

Наша компания имеет разветвленную сеть внутренних маршрутов и активно развивается на международных воздушных линиях. Мы работаем в трех основных транзитных аэропортах, являющихся основой нашей маршрутной сети.

Мы – сетевая компания с качественным уровнем сервиса на борту самолета и в аэропорту. Мы предоставляем нашим пассажирам качественный сервис, удобное расписание и выгодные тарифы. Мы не стремимся стать авиакомпанией для

S7 AIRLINES
www.s7.ru

РАЗВОРОТ АЗ

Для рекламного разворота в прессе используются как репортажные фотографии, так и изображения разноцветных объектов. Фирменный блок в этом случае располагается на нижней плашке ярко-зеленого цвета в соответствии с видами компоновки фирменного блока (пункт 2.2.4).

Рекламный текст размещается на этой же плашке вывороткой с выключкой влево. Если текст большой, он может располагаться в нескольких столбцах, но не «заходить» на линию сгиба. Корпоративный слоган помещается на поле фотоизображения по верхнему краю с выключкой влево.

Поле под изображение должно занимать не менее 60% общей площади разворота.

В макете используется фирменный шрифт NeoSans в соответствии с правилами применения шрифта.



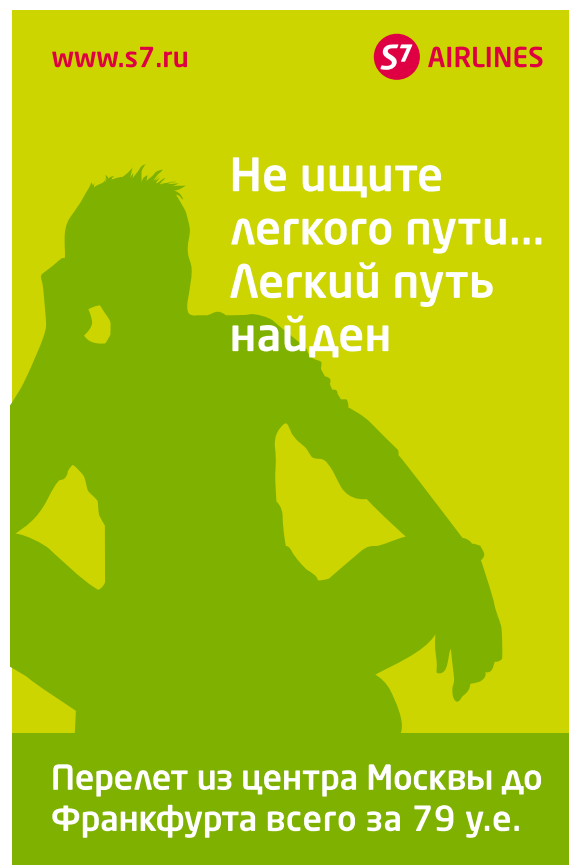
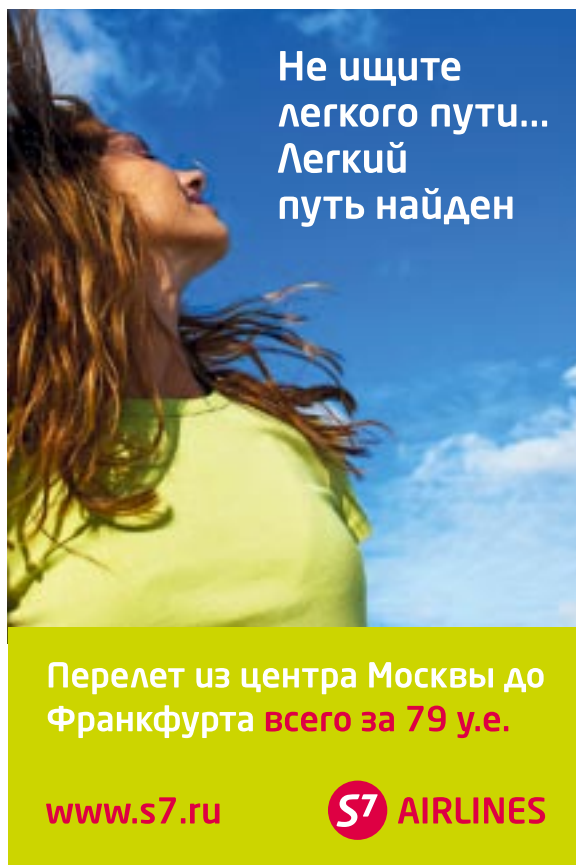
РАЗВОРОТ АЗ

В случае использования в рекламном макете силуэтов фирменный блок размещается на плашке ярко-зеленого цвета в правый верхний угол в соответствии с видами компоновки фирменного блока (пункт 2.2.4.).

Корпоративный слоган размещается на том же поле по верхнему краю с выключкой влево. Рекламный слоган и текст располагаются на нижней плашке темно-зеленого цвета вывороткой с выключкой влево, как то показано на макете. Если текст большой, он может располагаться в нескольких столбцах, но не “заходить” на линию сгиба.

Поле под изображение должно занимать не менее 60% общей площади разворота.

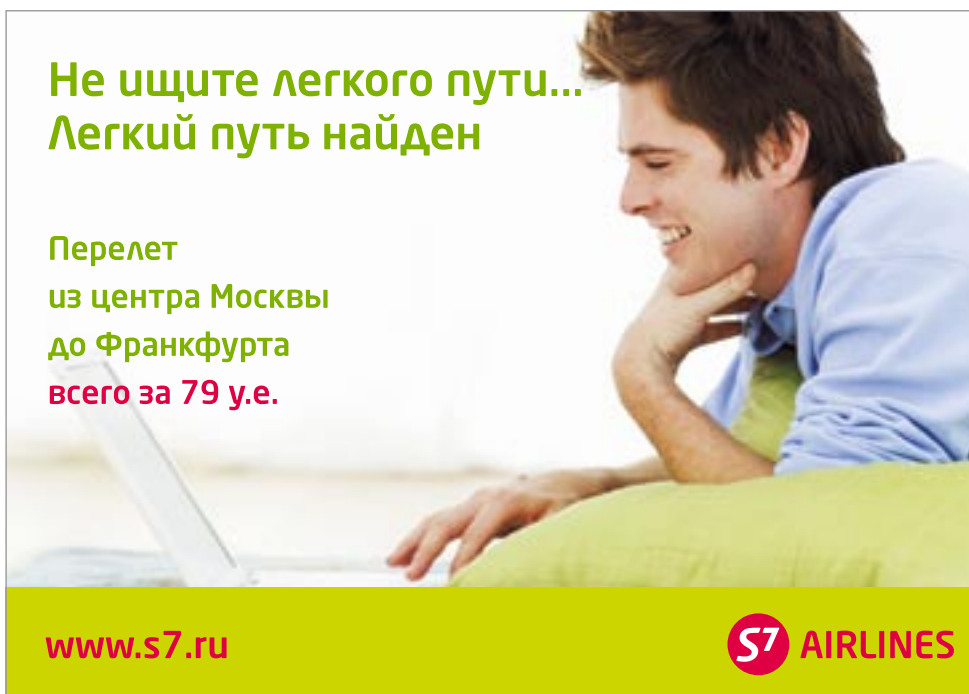
В макете используется фирменный шрифт NeoSans в соответствии с правилами применения шрифта.



ОБЩИЕ ПРАВИЛА ПРОДУКТОВОЙ РЕКЛАМЫ

В продуктовой рекламе поля для фирменного блока и информационного сообщения занимают 30-40% общего рекламного поля. Соответственно, поле для фотоизображения или силуэта занимает оставшиеся 60-70%. Силуэт или фотоизображение должны занимать не менее 60% рекламной площади. Не рекомендуется изменять данные пропорции.

Макет строится по правилам создания рекламных макетов. Необходимые акценты в информационном сообщении выполняются сочетанием белого и красного цветов шрифта на темно-зеленой (для силуэтов) или ярко-зеленой (для фотоизображений) плашках.



**Не ищите легкого пути...
Легкий путь найден**

**Перелет
из центра Москвы
до Франкфурта
всего за 79 у.е.**

www.s7.ru

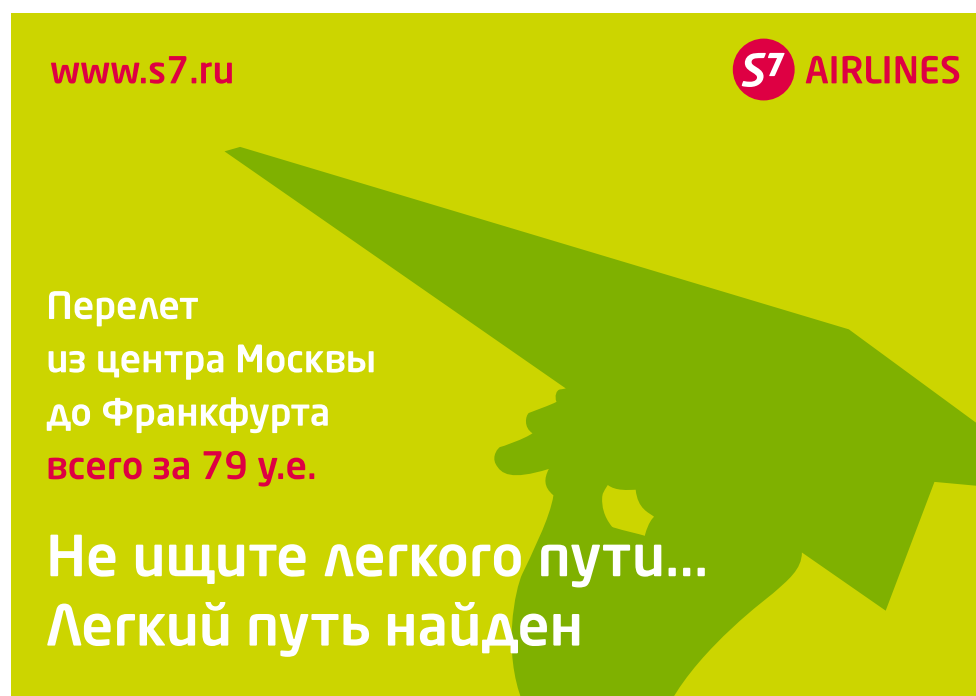
S7 AIRLINES

ПОЛОСА А5 (горизонтальная)

В качестве изображений для продуктовой рекламы могут использоваться репортажные снимки. Логотип или фирменный блок с использованием слогана или web-адреса компании располагаются на нижней плашке ярко-зеленого цвета.

Рекламное сообщение располагается на поле фотографии в зависимости от его композиции, на однородном фоне. Текст набирается фирменным ярко-зеленым цветом или вывороткой. Смысловые акценты допустимо расставлять с помощью применения фирменного ярко-вишневого цвета.

В макете используется фирменный шрифт NeoSans в соответствии с правилами применения шрифта.



ПОЛОСА А5 (горизонтальная)

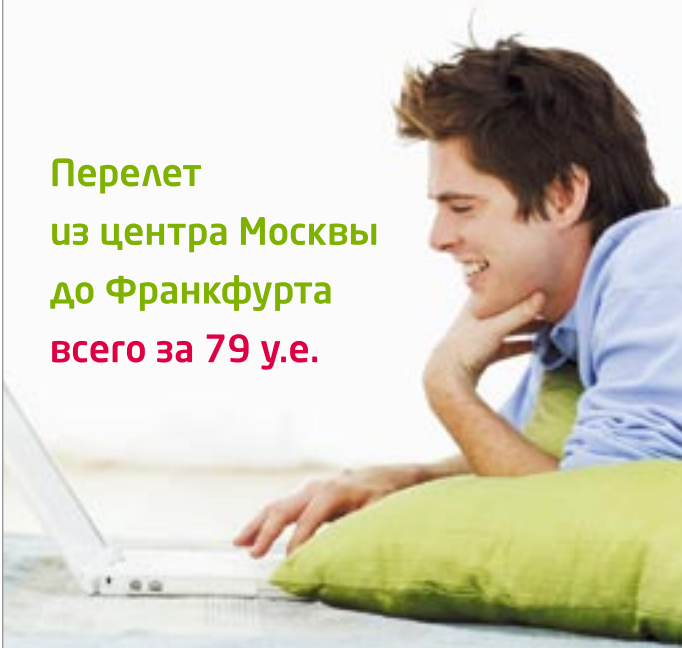
В качестве изображений для продуктовой рекламы могут использоваться силуэты. В этом случае логотип или фирменный блок размещается в правом верхнем углу макета, информация о компании – в левом верхнем.

Рекламный текст размещается на основном поле в соответствии с общими правилами прямой рекламы, рекламный слоган – ниже и выделяется шрифтом. Рекламный слоган и текст выключены влево.

В макете используется фирменный шрифт NeoSans в соответствии с правилами применения шрифта.

**Не ищите легкого пути...
Легкий путь найден**

**Перелет
из центра Москвы
до Франкфурта
всего за 79 у.е.**



www.s7.ru **S7 AIRLINES**

ПОЛОСА А5 (вертикальная)

В качестве изображений для продуктовой рекламы могут использоваться репортажные снимки. Логотип, корпоративный слоган и информация о рекламодателе располагаются на нижней плашке ярко-зеленого цвета.

Фирменный блок располагается справа, любая другая информация о рекламодателе - слева. Рекламное сообщение располагается в зависимости от композиции фотоизображения, на однородном фоне.

В макете используется фирменный шрифт NeoSans в соответствии с правилами применения шрифта.

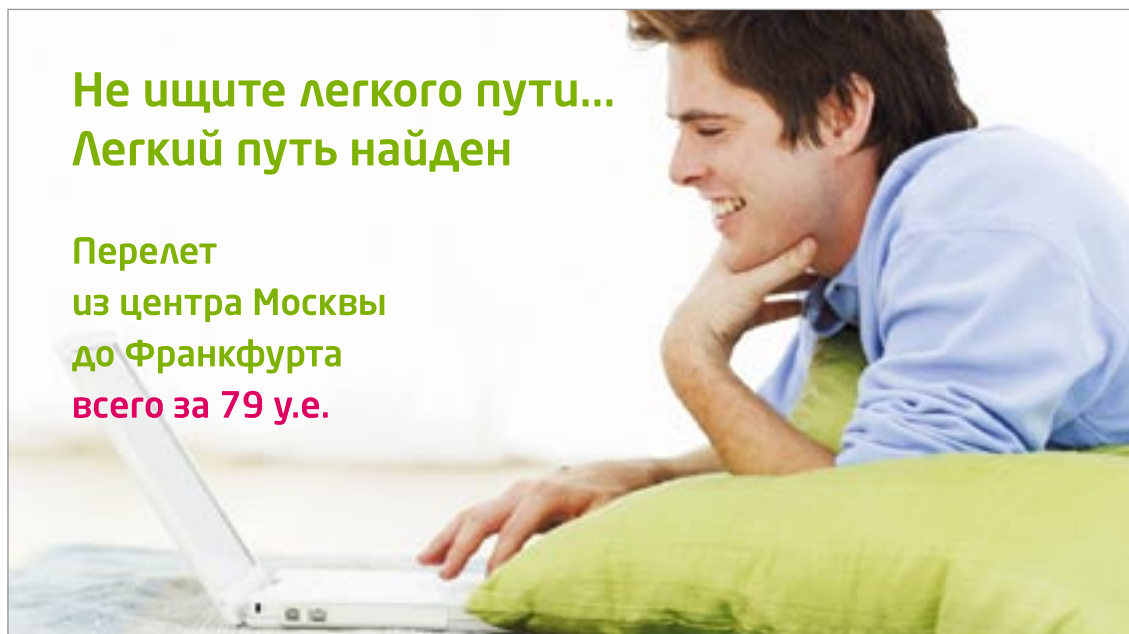


ПОЛОСА А5 (вертикальная)

В случае использования силуэтов фирменный блок размещается в правом верхнем углу макета, информация о компании - в левом верхнем.

Рекламный текст размещается на основном поле в соответствии с общими правилами прямой рекламы, рекламный слоган - ниже и выделяется шрифтом. Рекламный слоган и текст выключены влево.

В макете используется фирменный шрифт NeoSans в соответствии с правилами применения шрифта.



**Не ищите легкого пути...
Легкий путь найден**

**Перелет
из центра Москвы
до Франкфурта
всего за 79 у.е.**

www.s7.ru

S7 AIRLINES

МОДУЛЬ 255X176 ММ

В качестве изображений на продуктовой рекламе могут использоваться репортажные снимки. Логотип, корпоративный слоган и информация о рекламодателе располагаются на нижней плашке ярко-зеленого цвета.

Фирменный блок со слоганом располагаются справа, другая информация о рекламодателе - слева. Рекламное сообщение располагается в зависимости от композиции фотоизображения, на однородном фоне.

В макете используется фирменный шрифт NeoSans в соответствии с правилами применения шрифта.



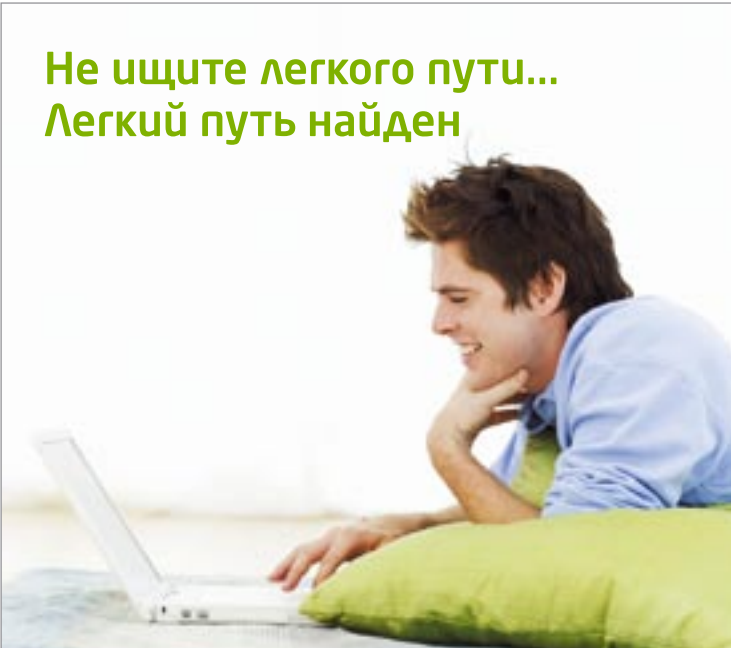
МОДУЛЬ 255X176 ММ

В случае использования силуэтов фирменный блок размещается в правом верхнем углу макета, информация о компании – в левом верхнем.

Рекламный текст и слоган размещаются на основном поле в соответствии с общими правилами прямой рекламы. Рекламный слоган и текст выключены влево.


В макете используется фирменный шрифт NeoSans в соответствии с правилами применения шрифта.

**Не ищите легкого пути...
Легкий путь найден**



Перелет из центра Москвы
до Франкфурта **всего за 79 у.е.**

www.s7.ru

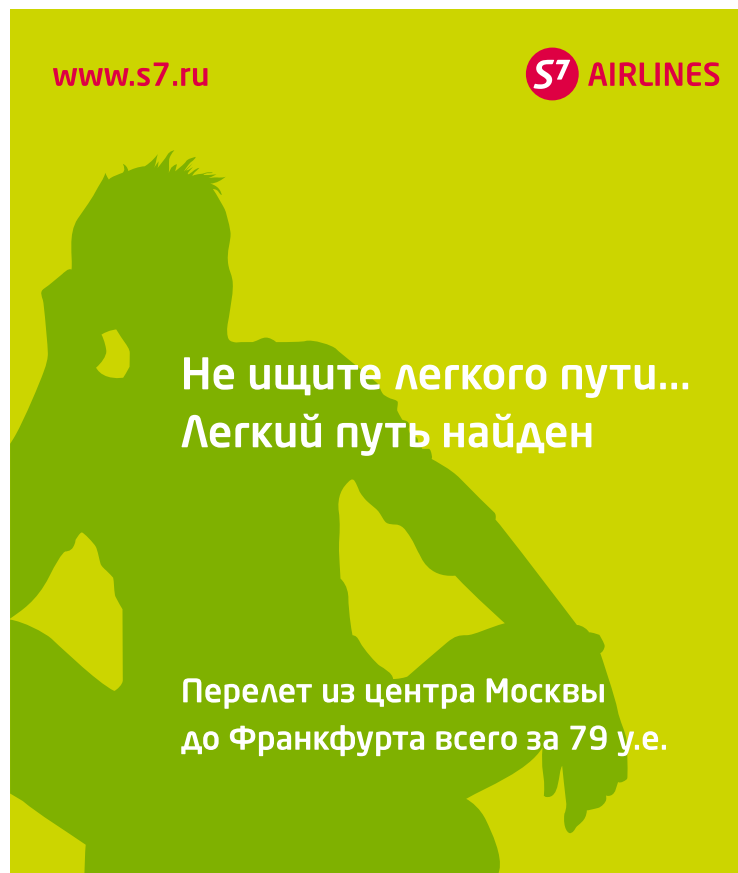


МОДУЛЬ 126X148 ММ

В случае использования репортажных снимков фирменный блок размещается на нижней плашке ярко-зеленого цвета в правом углу, информация о компании - в левом.

Рекламное сообщение и рекламный слоган располагаются в зависимости от композиции фотоизображения, на однородном фоне. Рекламный текст и слоган размещаются на основном поле в соответствии с общими правилами прямой рекламы. Рекламный слоган и текст выключены влево.

В макете используется фирменный шрифт NeoSans в соответствии с правилами применения шрифта.



МОДУЛЬ 126X148 ММ

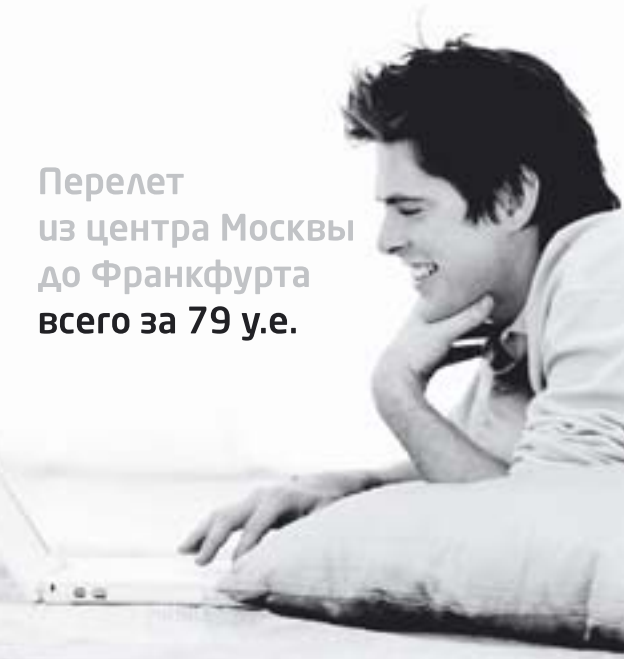
В случае использования силуэтов фирменный блок размещается в правом верхнем углу макета, информация о компании – в левом верхнем.


Рекламный текст и слоган размещается на основном поле в соответствии с общими правилами прямой рекламы. Рекламный слоган и текст выключены влево.

В макете используется фирменный шрифт NeoSans в соответствии с правилами применения шрифта.

Не ищите легкого пути...
Легкий путь найден

Перелет
из центра Москвы
до Франкфурта
всего за 79 у.е.



www.s7.ru 

ОБЩИЕ ПРАВИЛА РЕКЛАМЫ В Ч/Б ИЗДАНИЯХ

Рекламные макеты в черно-белых изданиях компонуются по тем же принципам, что и полноцветные.

Фирменные цвета передаются с помощью оттенков серого:

- ярко-зеленый Pantone 382 - белый
- темно-зеленый Pantone 369 - серый 30% от черного
- вишнево-красный Pantone 199 - 100% черного.

В случае использования репортажных снимков логотип, корпоративный слоган и информация о рекламодателе располагаются на нижней плашке. Фирменный блок располагается справа, любая другая информация о рекламодателе - слева.

Рекламное сообщение располагается в зависимости от композиции фотоизображения, на однородном фоне.

В макете используется фирменный шрифт NeoSans в соответствии с правилами применения шрифта.



ОБЩИЕ ПРАВИЛА РЕКЛАМЫ В Ч/Б ИЗДАНИЯХ

Рекламные макеты в черно-белых изданиях компонуются по тем же принципам, что и полноцветные.

Фирменные цвета передаются с помощью оттенков серого:

- ярко-зеленый Pantone 382 - белый
- темно-зеленый Pantone 369 - серый 30% от черного
- вишнево-красный Pantone 199 - 100% черного.

В случае использования силуэтов логотип, корпоративный слоган и информация о рекламодателе располагаются наверху на белом фоне. Фирменный блок располагается справа, любая другая информация о рекламодателе - слева.

Рекламное сообщение располагается на нижней серой плашке.

В макете используется фирменный шрифт NeoSans в соответствии с правилами применения шрифта.



**Не ищите легкого пути...
Легкий путь найден**

**Перелет из центра Москвы
до Франкfurта всего за 79 у.е.**

С 15 июня 2005 г. временно приостанавливается регистрация новых участников бонусной программы, а также прекращается начисление баллов на счета действующих участников за полеты, совершенные после 15 июня 2005 г. В целях повышения качества оказываемых пассажирам услуг авиакомпания «Сибирь» планирует модернизацию бонусной программы для частолетающих пассажиров «Sky 7», что подразумевает полное программное и техническое переоснащение. Существенно обновленная программа позволит при значительном повышении удобства и привлекательности оперативно начислять премиальные баллы и полностью исключить ошибки при зачислении их на счет участника. На период модернизации программы для уже зарегистрированных. Если количества баллов не достаточно для выписки премиального билета или повышения класса обслуживания, участники программы могут использовать имеющиеся баллы для получения скидки при покупке билета в период с 01 октября 2005 по 15 декабря 2005г. Выражаем надежду, что все пассажиры авиакомпании «Сибирь», желающие стать участниками программы поощрения, с пониманием отнесутся к данному решению. Будем рады видеть Вас среди членов клуба частолетающих пассажиров авиакомпании «Сибирь» уже новой программы. По всем вопросам участники программы могут обращаться в офисы авиакомпании «Сибирь», по телефону 8-800-200-00 07 (звонок по России бесплатный)

МОДУЛЬ 254X355 ММ

Создается по общим принципам рекламы в ч/б изданиях. Фирменный блок размещается в правом верхнем углу макета. Основное поле рекламного сообщения оформляется с помощью фотоизображений или силуэтов.

Поверх на относительно однородном фоне с выключкой влево может быть размещен рекламный слоган. Рекламный слоган и/или информационный текст могут также присутствовать на нижней плашке с выключкой влево. Текст при необходимости разбивается в несколько колонок.

В макете используется фирменный шрифт NeoSans в соответствии с правилами применения шрифта.

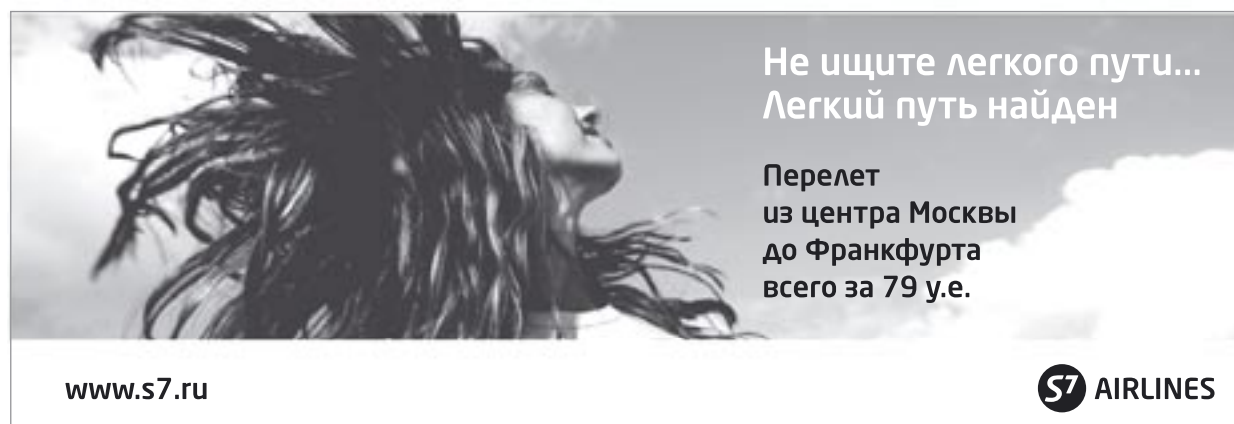


МОДУЛЬ 125X176 ММ

Создается по общим принципам рекламы в ч/б изданиях. Фирменный блок размещается в правом верхнем углу макета. Основное поле рекламного сообщения оформляется с помощью фотоизображений или силуэтов.

Поверх на относительно однородном фоне с выключкой влево может быть размещен рекламный слоган. Рекламный слоган и/или информационный текст могут также присутствовать на нижней плашке с выключкой влево. Текст при необходимости разбивается в несколько колонок.

В макете используется фирменный шрифт NeoSans в соответствии с правилами применения шрифта.



МОДУЛЬ 254X86 ММ

Создается по общим принципам рекламы в ч/б изданиях. Фирменный блок размещается в правом верхнем углу макета. Основное поле рекламного сообщения оформляется с помощью фотоизображений или силуэтов.

Поверх на относительно однородном фоне с выключкой влево может быть размещен рекламный слоган. Рекламный слоган и/или информационный текст могут также присутствовать на нижней плашке с выключкой влево. Текст при необходимости разбивается в несколько колонок.

В макете используется фирменный шрифт NeoSans в соответствии с правилами применения шрифта.

ОБЩИЕ ПРАВИЛА НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ

Для наружной рекламы применяются те же принципы компоновки макетов, что и для ATL-рекламы в прессе. В макете применяются равнозначно фотоизображения двух видов - фотографии и цветные объекты, а также силуэты.

Общее поле рекламного сообщения включает:

- 1 - поле фирменного блока
- 2 - поле изображения и информационного текстового сообщения (может содержать рекламный или корпоративный слоган).

В наружной рекламе фирменный блок S7 tour используется без нижней строки, плохо читаемой на большом формате. Корпоративный слоган или же web-адрес компании выносятся отдельно. Во всех случаях обязательно придерживаться требований к минимальному свободному полю вокруг фирменного блока и располагать его в соответствии с видами компоновки (пункты 1.1.4-1.1.5).





ОБЩИЕ ПРАВИЛА НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ

В случае, если ширина макета превосходит высоту больше чем в 2 раза, используется «боковой блок» - плашка ярко-зеленого цвета, располагаемая с правой стороны рекламного макета. В остальном макет компоуется в соответствии с общими правилами прямой рекламы.

Общее поле рекламного сообщения в этом случае включает:

- 1 - поле фирменного блока
- 2-3 - поле информационного тестового сообщения (может содержать рекламный или корпоративный слоган)
- 3 - место для изображения

Величина n составляет 10-20% от ширины макета.

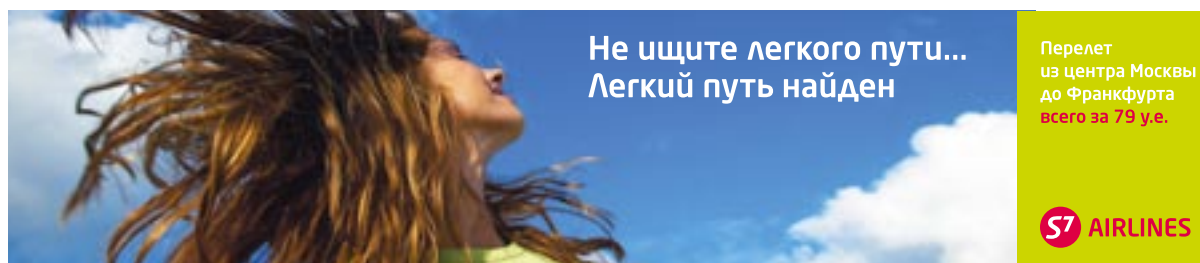


АРКА

Для арки применяется «боковой блок». Логотип, информация о рекламодателе и текстовый блок располагаются на плашке в соответствии с правилами горизонтальной компоновки.

Поле рекламного изображения располагается слева, на нем на однородном фоне размещаются рекламный слоган и основной текст с выключкой влево. В качестве рекламного изображения может быть использована репортажная фотография.

В макете используется фирменный шрифт NeoSans в соответствии с правилами применения шрифта.





АРКА

В случае использования в рекламном макете силуэтов логотип размещается на однородном ярко-зеленого цвета поле в правом верхнем углу. Рекламный или корпоративный слоган – в правом нижнем.

На поле рекламного изображения располагается основной текст с выключкой влево.

В макете используется фирменный шрифт NeoSans в соответствии с правилами применения шрифта.





СУПЕРСАЙТ

В качестве рекламного изображения может быть использована репортажная фотография. В этом случае логотип, информация о рекламодателе и текстовый блок располагаются на плашке в соответствии с правилами горизонтальной компоновки.

Поле рекламного изображения располагается вверху, на нем на однородном фоне размещаются, если необходимо, рекламный слоган и основной текст с выключкой влево.

В макете используется фирменный шрифт NeoSans в соответствии с правилами применения шрифта.





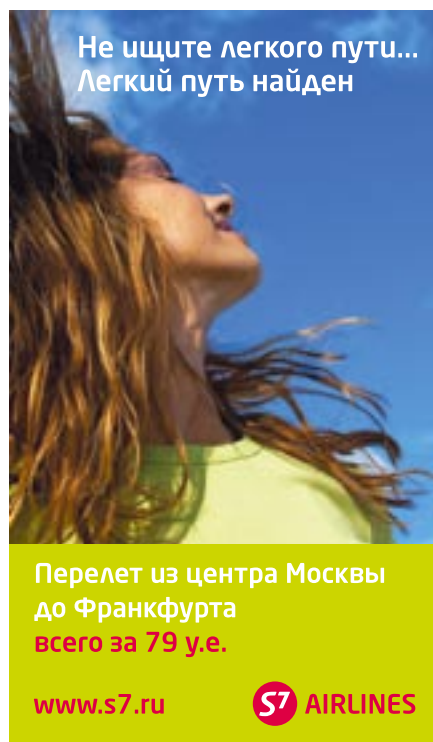
СУПЕРСАЙТ

В случае использования в рекламном макете силуэтов логотип размещается на однородном ярко-зеленого цвета поле в правом верхнем углу. Рекламный или корпоративный слоган – в правом нижнем.

На поле рекламного изображения располагается основной текст с выключкой влево.

В макете используется фирменный шрифт NeoSans в соответствии с правилами применения шрифта.





БРАНДМАУЭР

Создается по принципу вертикальной компоновки в соответствии с общими правилами наружной рекламы.

Могут быть применены фотоизображения. На нижней плашке ярко-зеленого цвета располагаются логотип, информация о рекламодателе и текстовый блок.

Слоган размещается на основном рекламном поле на однородном фоне с выключкой влево.

В макете используется фирменный шрифт NeoSans в соответствии с правилами применения шрифта.

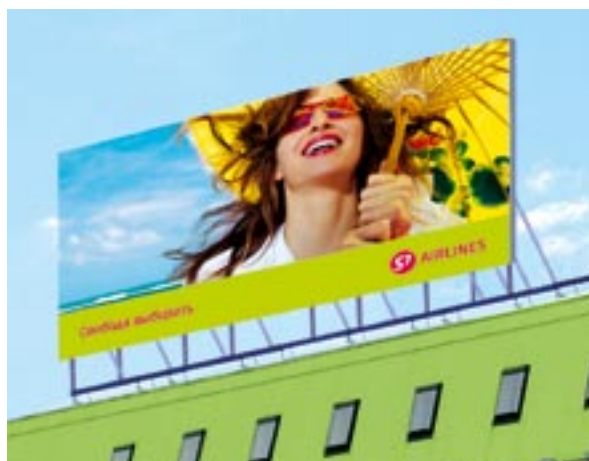


БРАНДМАУЭР

Создается по принципу вертикальной компоновки в соответствии с общими правилами наружной рекламы.

Могут быть применены силуэты. В этом случае текстовый блок размещается на нижней плашке, логотип – в правом верхнем углу, рекламный слоган – на плашке ярко-зеленого цвета с выключкой влево.

В макете используется фирменный шрифт NeoSans в соответствии с правилами применения шрифта.



КРЫШНАЯ ПАНЕЛЬ

Создается по принципу горизонтальной компоновки в соответствии с общими правилами наружной рекламы.

В качестве рекламного изображения могут быть использованы репортажные фотоизображения. В этом случае логотип, информация о рекламодателе и текстовый блок располагаются на плашке в соответствии с правилами горизонтальной компоновки.

Поле рекламного изображения располагается сверху, на нем на однородном фоне размещаются, если необходимо, рекламный слоган и основной текст с выключкой влево.

В макете используется фирменный шрифт NeoSans в соответствии с правилами применения шрифта.



ПАНЕЛЬ-КРОНШТЕЙН

Создается по принципу вертикальной компоновки в соответствии с общими правилами наружной рекламы.

Могут быть использованы репортажные фотоизображения. В этом случае логотип размещается на нижней плашке ярко-зеленого цвета в правом нижнем углу. Слоган - на основном рекламном поле с выключкой влево на относительно однородном фоне.

В макете используется фирменный шрифт NeoSans в соответствии с правилами применения шрифта.

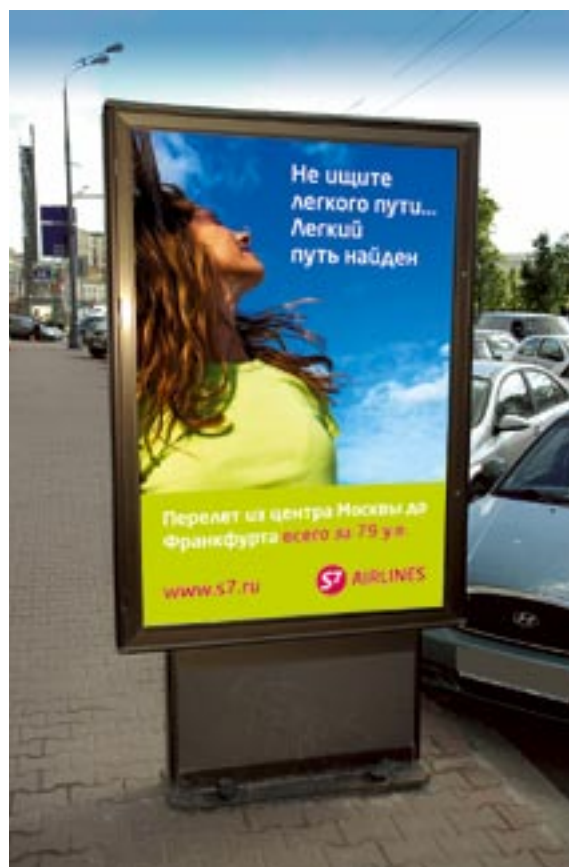
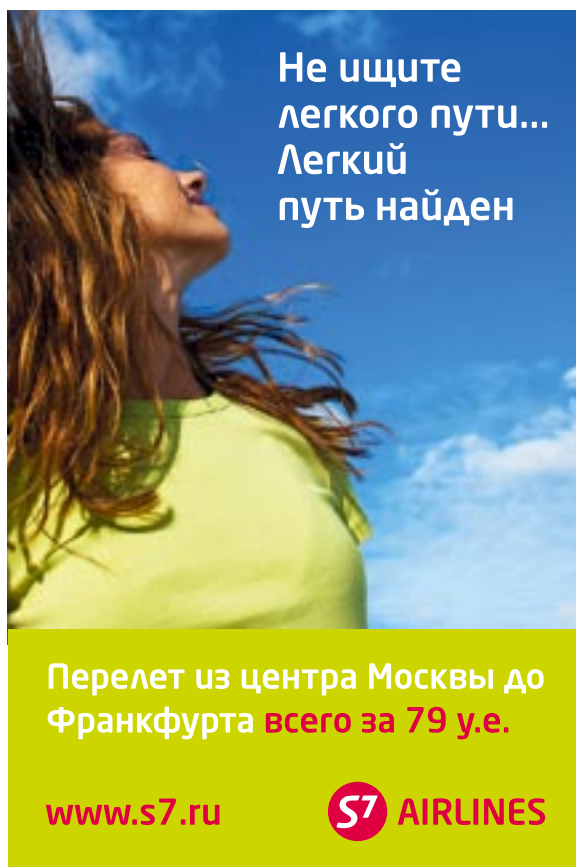


ПАНЕЛЬ-КРОНШТЕЙН

Создается по принципу вертикальной компоновки в соответствии с общими правилами наружной рекламы.

Панель-кронштейн с использованием силуэтов оформляется с помощью принципа "внешний". В этом случае логотип выносится в правый верхний угол и размещается на плашке ярко-зеленого цвета. Слоган располагается на нижней плашке.

В макете используется фирменный шрифт NeoSans в соответствии с правилами применения шрифта.



СИТИ-ФОРМАТ 1,8Х1,2М

Создается по принципу вертикальной компоновки в соответствии с общими правилами наружной рекламы.

Могут быть применены репортажные фотоизображения. На нижней плашке ярко-зеленого цвета располагаются логотип, информация о рекламодателе и текстовый блок. Слоган размещается на основном рекламном поле на однородном фоне с выключкой влево.

В макете используется фирменный шрифт NeoSans в соответствии с правилами применения шрифта.



СИТИ-ФОРМАТ 1,8Х1,2М

Создается по принципу вертикальной компоновки в соответствии с общими правилами наружной рекламы.

Сити-формат с применением силуэтов оформляется по принципу "внешний". В этом случае текстовый блок размещается на нижней плашке, логотип – в правом верхнем углу, рекламный слоган – на плашке ярко-зеленого цвета с выключкой влево.

В макете используется фирменный шрифт NeoSans в соответствии с правилами применения шрифта.



ЩИТЫ 6Х3М

Создается по принципу горизонтальной компоновки в соответствии с общими правилами наружной рекламы.

Могут быть использованы репортажные фото-изображения. В этом случае логотип размещается на нижней плашке ярко-зеленого цвета в правом нижнем углу. Слоган - на поле основном рекламном поле с выключкой влево на относительно однородном фоне.

В макете используется фирменный шрифт NeoSans в соответствии с правилами применения шрифта.





ЩИТЫ 6X3М

Щиты с применением силуэтов оформляются по принципу "внешний".

В этом случае логотип размещается на однородном ярко-зеленого цвета поле в правом верхнем углу. Рекламный или корпоративный слоган - в правом нижнем. На поле рекламного изображения располагается основной текст с выключкой влево.

В макете используется фирменный шрифт NeoSans в соответствии с правилами применения шрифта.

www.s7.ru

Легкий путь найден

S7 AIRLINES

www.s7.ru

Из Москвы до Франкфурта всего за 79 у.е.

S7 AIRLINES

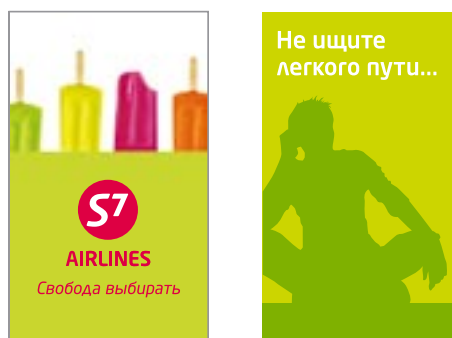


ПЕРЕТЯЖКА

Перетяжка оформляется по принципу “внешний”.

Макет выполняется на плашке ярко-зеленого цвета. Основное рекламное сообщение располагается по центру в выворотном исполнении, логотип компании – справа, корпоративный слоган – слева.

В макете используется фирменный шрифт NeoSans в соответствии с правилами применения шрифта.



Перелет из центра Москвы
до Франкфурта **всего за 79 у.е.**

Свобода выбирать

S7 AIRLINES

ОБЩИЕ ПРАВИЛА ДЛЯ ИНТЕРНЕТ РЕКЛАМЫ

Для ATL-рекламы в сети Интернет есть ряд общих рекомендаций.

В Сети используются баннеры, преимущественно анимационные flash-баннеры. В соответствии с принципом “внешний/внутренний” Интернет реклама оформляется в основных фирменных цветах, используются темно-зеленые силуэты или фотоизображения, в том числе разноцветных объектов.

На баннерах небольшого формата располагаются только основные константы фирменного стиля и имиджевый слоган. Если позволяет место, применяются фотоизображения multicolor или силуэты.

Правила компоновки аналогичны общим правилам компоновки рекламных макетов в ATL. Вся Интернет-реклама должна соответствовать основным характеристикам S7 Airlines - приветливая, яркая, надежная и пр.



ИМИДЖЕВАЯ РЕКЛАМА

Имиджевая реклама в Интернет на примере использования силуэтов.

Сюжеты, выбираемые для flash-баннеров, должны быть максимально простыми и запоминающимися. В случае применения силуэтов, вся flash-анимация прорисовывается на плашке ярко-зеленого фирменного цвета.

Фирменный блок размещается в соответствии с требованиями к минимальному свободному полю и видами компоновки фирменного блока (пункты 2.2.3 - 2.2.4). В Интернет - рекламе допустимо размещение логотипа компании по центру макета.

Имиджевый слоган и любой рекламный текст выключены влево. Если размещаемый информационный текст объемный, рекомендуется разбивать его на короткие фразы.



ИМИДЖЕВАЯ РЕКЛАМА

Имиджевая реклама в Интернет на примере использования разноцветных объектов.

В случае применения фотоизображений flash-анимация выстраивается по принципу "внешний/внутренний": заглавный кадр оформляется в основных фирменных цветах, все последующие содержат, например, цветные объекты. Flash-баннер состоит из нескольких кадров. Высота ярко-зеленой плашки на этих кадрах должна быть одинакова.

Фирменный блок размещается в соответствии с требованиями к минимальному свободному полю и видами компоновки фирменного блока (пункты 1.1.4-1.1.5). В Интернет - рекламе можно использовать центрально ориентированный фирменный блок.

Имиджевый слоган и рекламный текст выключены влево или по центру (в случае применения центрально ориентированного фирменного блока). Если размещаемый информационный текст объемный, рекомендуется разбивать его на короткие фразы.

Используется фирменный шрифт NeoSans в соответствии с правилами применения шрифта.

Не ищите легкого пути...

Легкий путь найден

Перелет из центра Москвы
до Франкфурта **всего за 79 у.е.**

Свобода выбирать



ПРОДУКТОВАЯ РЕКЛАМА

Продуктовая реклама на примере формата 468x60.
В продуктовой рекламе применяются все три вида изображения: фотографии, цветные объекты, силуэты.

Фирменный блок размещается в соответствии с требованиями к минимальному свободному полю и видами компоновки фирменного блока (пункты 2.2.3 - 2.2.4). В Интернет - рекламе допустимо центрально ориентированный фирменный блок.

Рекламный слоган и любой рекламный текст выключены влево. Если размещаемый информационный текст длинный, рекомендуется разбивать его на короткие фразы. Цвет шрифта - белый, возможно применения фирменного красного для смыслового выделения.

Используется фирменный шрифт NeoSans в соответствии с правилами применения шрифта.



ПРОДУКТОВАЯ РЕКЛАМА

Продуктовая реклама на примере формата 240x400. В продуктовой рекламе применяются все три вида изображения: фотографии, цветные объекты, силуэты.

Фирменный блок размещается в соответствии с требованиями к минимальному свободному полю и видами компоновки фирменного блока (пункты 1.1.4 - 1.1.5). В Интернет - рекламе допустим центрально ориентированный фирменный блок.

Рекламный слоган и любой рекламный текст выключены влево. Если размещаемый информационный текст длинный, рекомендуется разбивать его на короткие фразы. Цвет шрифта - белый, возможно применения фирменного красного для смыслового выделения.

Используется фирменный шрифт NeoSans в соответствии с правилами применения шрифта.



САЙТ

Интернет-сайт S7 исполняется в фирменных цветах. Соотношение основных и дополнительных цветов задано цветовой шкалой (пункт 1.2.3). Все оформление сайта строится на принципе "внешний/внутренний": на заглавных страницах преобладает фирменный ярко-зеленый цвет, на заглавной и вложенных страницах применяются разноцветные объекты.

На всех страницах сайта дублируется "шапка" интернет-ресурса S7. На "шапке" ярко-зеленого цвета размещается центрально-ориентированный фирменный блок, силуэты (с возможностью flash - анимации) и корпоративный слоган (вывороткой).

Вся содержащаяся информация набирается фирменным шрифтом с выключкой влево. Смысловое выделение подзаголовков, а также в тексте осуществляется с помощью кегля набора и выделения цветом.

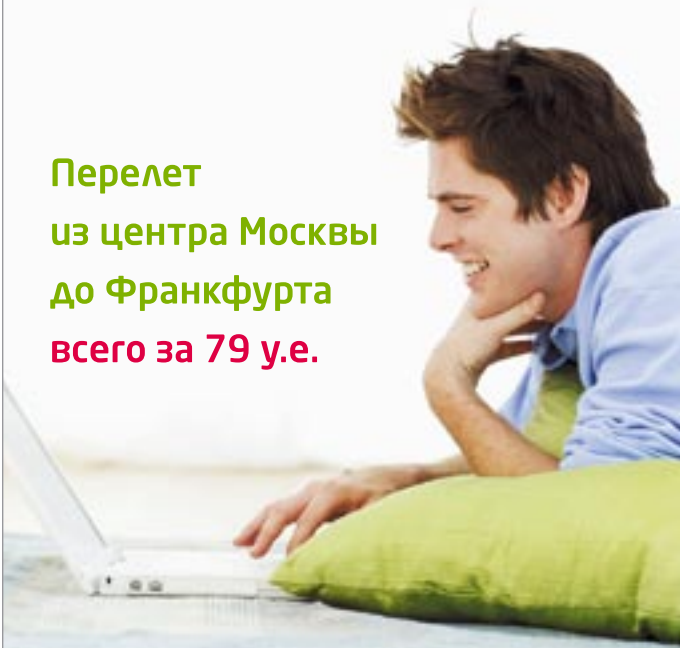
Для заголовков, разделов меню используется фирменный шрифт NeoSans в соответствии с правилами применения шрифта. Шрифт наборный - системный без засечек.



ПЕЧАТНАЯ РЕКЛАМА

**Не ищите легкого пути...
Легкий путь найден**

**Перелет
из центра Москвы
до Франкфурта
всего за 79 у.е.**



www.s7.ru **S7 AIRLINES**

ЛИСТОВКА А4

В случае использования репортажных снимков фирменный блок размещается на нижней плашке ярко-зеленого цвета в правом углу, информация о компании - в левом.

Рекламное сообщение и рекламный слоган располагаются в зависимости от композиции фотоизображения, на однородном фоне с выключкой влево.

В макете используется фирменный шрифт NeoSans в соответствии с правилами применения шрифта.



ЛИСТОВКА А4

В случае использования силуэтов фирменный блок размещается в правом верхнем углу макета, информация о компании – в левом верхнем.

Рекламный текст и слоган размещается на основном поле в соответствии с общими правилами прямой рекламы. Рекламный слоган и текст выключены влево.

В макете используется фирменный шрифт NeoSans в соответствии с правилами применения шрифта.



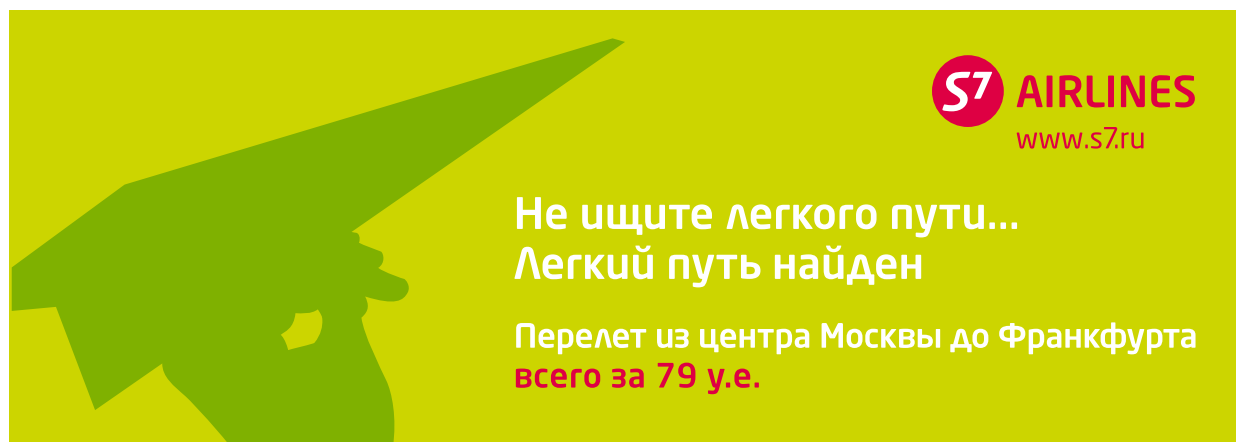
БУКЛЕТ А6

Макет разрабатывается в соответствии с общими правилами ATL-рекламы, руководствуясь принципом «внутренний/внешний».

В макете обложки применяется принцип outside - плашка ярко-зеленого цвета с темно-зелеными силуэтами. Логотип или фирменный блок компании размещается в правом верхнем углу. Обязательно придерживаться требований к минимальному свободному полю вокруг фирменного блока. Текст на обложке - с выключкой влево. Цвет шрифта – белый, для смыслового подчеркивания возможно сочетание с красным цветом.

В оформлении внутренних страниц используются фотоизображения, располагающиеся как под обрез, так и внутри полос. Рекомендовано применение плашек дополнительных фирменных цветов для заголовков и других выделений в тексте. На цветных плашках текст размещается вывороткой. Заголовки, подзаголовки и другие выделения могут выполняться шрифтом дополнительных фирменных цветов.

В макете используется фирменный шрифт NeoSans в соответствии с правилами применения шрифта.



ЛИСТОВКА-ВКЛАДЫШ

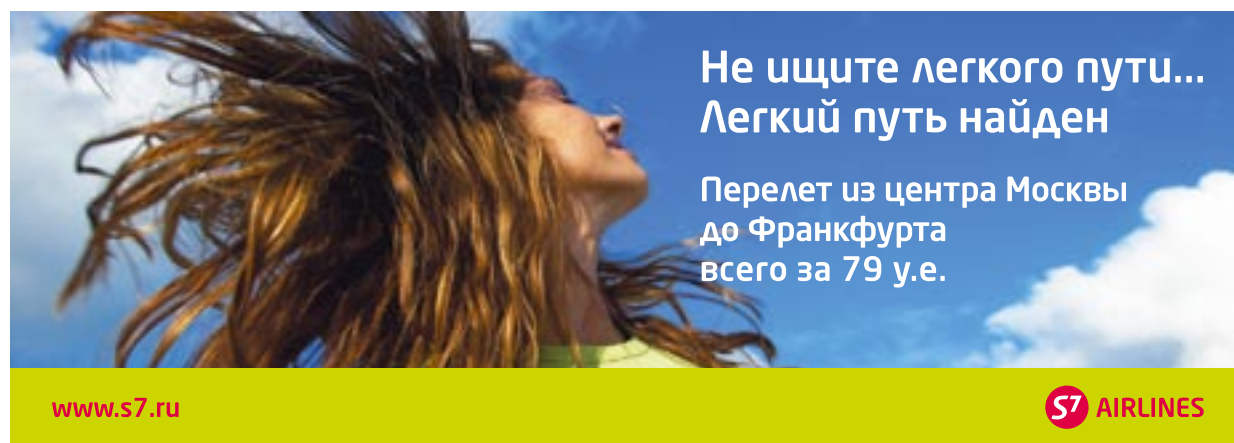
Формат 297x106 мм.

Макет разрабатывается в соответствии с общими правилами ATL рекламы.

В случае применения силуэтов фирменный блок размещается в правом верхнем углу макета, информация о компании – в левом верхнем.

Рекламный текст размещается на основном поле в соответствии с общими правилами прямой рекламы, рекламный слоган - ниже и выделяется шрифтом. Рекламный слоган и текст выключены влево.

В макете используется фирменный шрифт NeoSans в соответствии с правилами применения шрифта.



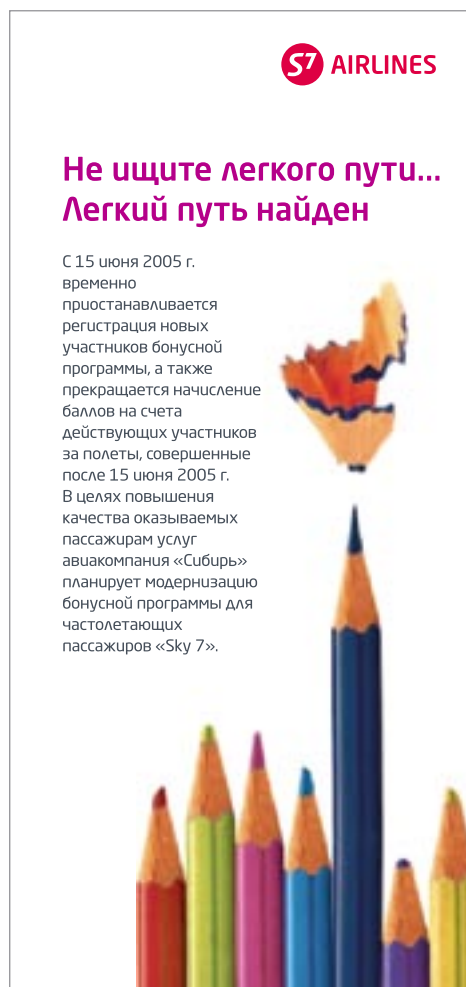
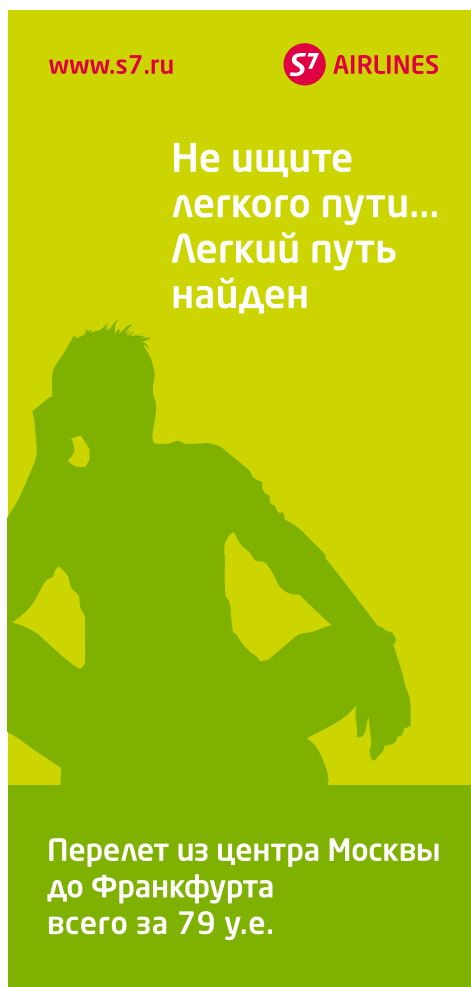
ЛИСТОВКА-ВКЛАДЫШ

Формат 297x106 мм.

Макет разрабатывается в соответствии с общими правилами ATL-рекламы.

В качестве изображений для продуктовой рекламы используются репортажные снимки. Логотип, корпоративный слоган и информация о рекламодателе располагаются на нижней плашке ярко-зеленого цвета. Фирменный блок располагается справа, любая другая информация о рекламодателе – слева. Рекламное сообщение располагается в зависимости от композиции фотоизображения, на однородном фоне.

В макете используется фирменный шрифт NeoSans в соответствии с правилами применения шрифта.



ФЛАЕР

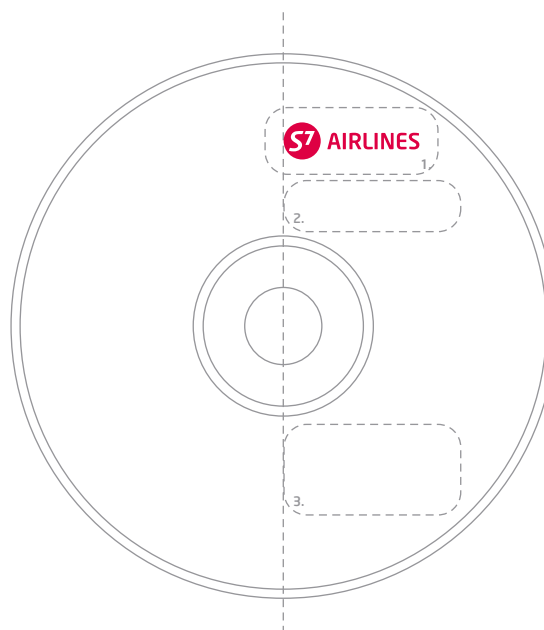
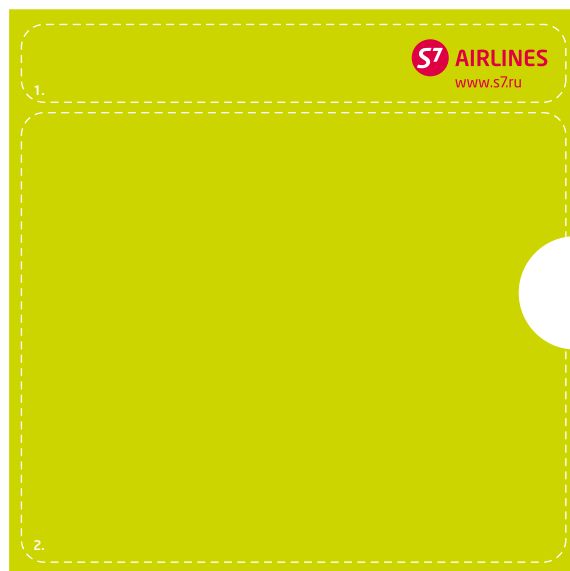
Макет разрабатывается в соответствии с общими правилами ATL-рекламы, руководствуясь принципом «внутренний/внешний».

На лицевой стороне применяются темно-зеленые силуэты.

Логотип размещается в правом верхнем углу макета, информация о компании - в левом верхнем. Рекламный текст и слоган размещается на основном поле в соответствии с общими правилами прямой рекламы. Рекламный слоган и текст выключены влево.

На обороте флаера аналогично обложке в правом верхнем углу размещается логотип. В макете могут быть используются фотоизображения. На основном поле поверх фотоизображений на однородном фоне с выключкой влево размещается основной текст.

В макете используется фирменный шрифт NeoSans в соответствии с правилами применения шрифта.



ОФОРМЛЕНИЕ CD

CD-диск оформляется в соответствии с общими правилами ATL-рекламы, принципом вертикальной компоновки и принципом «внутренний/внешний». Обложка CD оформляется с помощью силуэтов, в основных фирменных цветах.

На печатную поверхность самого диска наносятся изображения разноцветных объектов. Их выбор осуществляется в соответствии с требованиями к фотостилью.

Макет обложки:

- 1 - поле фирменного блока,
- 2 - поле для силуэтов и текста.

Макет CD:

- 1 - поле фирменного блока или логотипа,
- 2 - поле для слогана,
- 3 - поле для текстового сообщения и дополнительной информации.



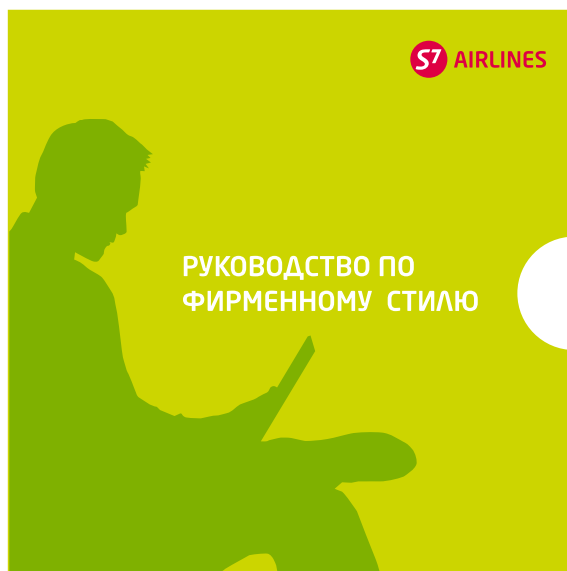
ОФОРМЛЕНИЕ CD

В макете обложки применяется плашка ярко-зеленого цвета.

Логотип или фирменный блок компании размещается в правом верхнем углу. Обязательно придерживаться требований к минимальному свободному полю вокруг фирменного блока и располагать его в соответствии с видами компоновки фирменного блока (пункты 2.2.3 - 2.2.4).

Текст на обложке - с выключкой влево. Цвет шрифта - белый, для смыслового подчеркивания возможно сочетание с красным цветом.

На самом CD размещаются разноцветные объекты на белом фоне.



ОФОРМЛЕНИЕ CD

В макете обложки применяется плашка ярко-зеленого цвета. На ней размещается темно-зеленый силуэт.

Логотип или фирменный блок компании размещается в правом верхнем углу. Обязательно придерживаться требований к минимальному свободному полю вокруг фирменного блока и располагать его в соответствии с видами компоновки фирменного блока (пункты 2.2.3 - 2.2.4).

Текст на обложке - с выключкой влево. Цвет шрифта - белый, для смыслового подчеркивания возможно сочетание с красным цветом.

На самом CD размещаются разноцветные объекты на белом фоне.



BTL

ОФОРМЛЕНИЕ ТРАНСПОРТА

Оформление транспорта выполнено в концепции «внешний». Силуэты располагаются на плашке темно-зеленого цвета. Силуэты могут располагаться как на бортах транспорта, так и заходить на стекла. Силуэты на разных бортах транспорта отличны друг от друга.





ОФОРМЛЕНИЕ МОБИЛЬНОГО ВЫСТАВОЧНОГО СТЕНДА

В оформлении мобильного выставочного стенда используется принцип «внешний/внутренний». Расположение логотипа и корпоративного слогана выполняется в соответствии с правилами создания рекламных макетов.

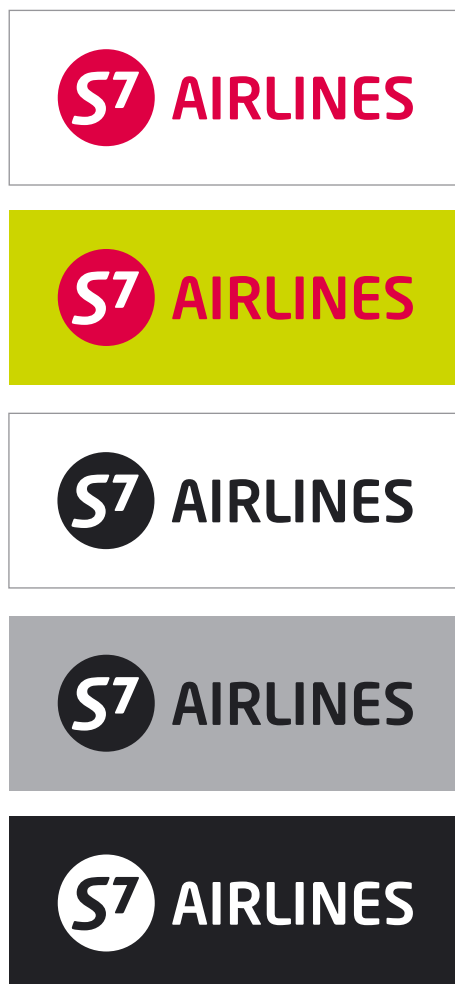
Обязательно выполнение требований к минимальному допустимому свободному полю.



ПРАВИЛА СОБРЕНДИНГА

Пример собрендинга с рядом авиакомпаний при оформлении рекламно-информационной панели. Фирменный блок располагается на светло-зеленом (Pantone 382) фоне и исполняется фирменным цветом Pantone 199.

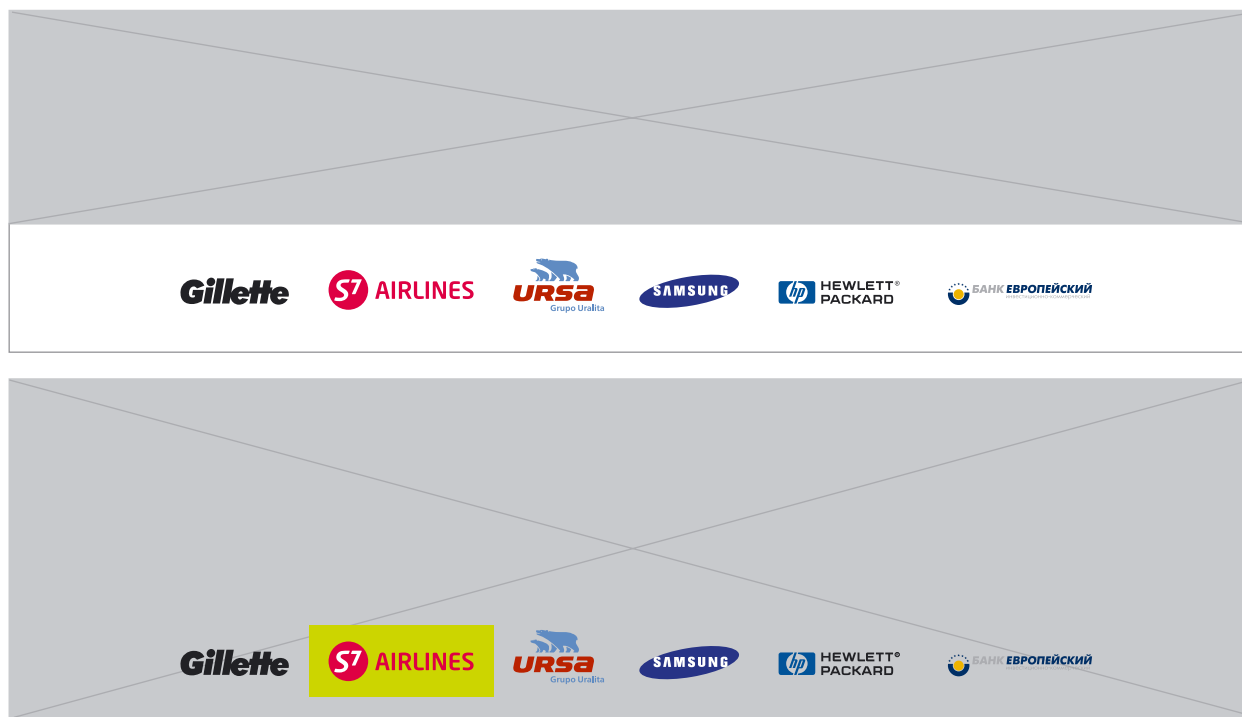
Необходимо следить за тем, чтобы фирменный блок по весу был приблизительно равен другим логотипам, а также соблюдать минимально допустимое пространство вокруг фирменного блока.



ПРАВИЛА СПОНСОРИНГА

При совместном использовании в спонсорских программах фирменного блока S7 Airlines с логотипами или фирменными блоками сторонних компаний следует по возможности использовать цветное (Pantone 199 или его аналог по шкале CMYK) и черно-белое изображение логотипов для цветного и черно-белого макетов соответственно.

В случае, когда логотипы спонсоров расположены не на белом фоне (например, на изображении), следует использовать изображение логотипа на плашке ярко-зеленого цвета.

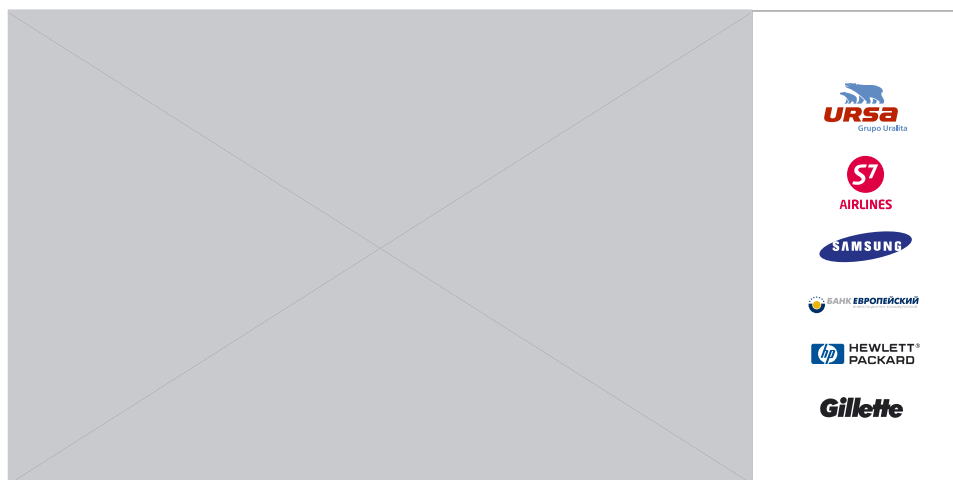


ПРАВИЛА СПОНСОРИНГА

Когда фирменный блок S7 Airlines расположен среди логотипов сторонних компаний следует увеличить минимальное допустимое свободное пространство вокруг логотипа.

На рисунках показаны минимальные свободные поля вокруг логотипа в случае его расположения на белом фоне и на ярко-зеленой плашке.

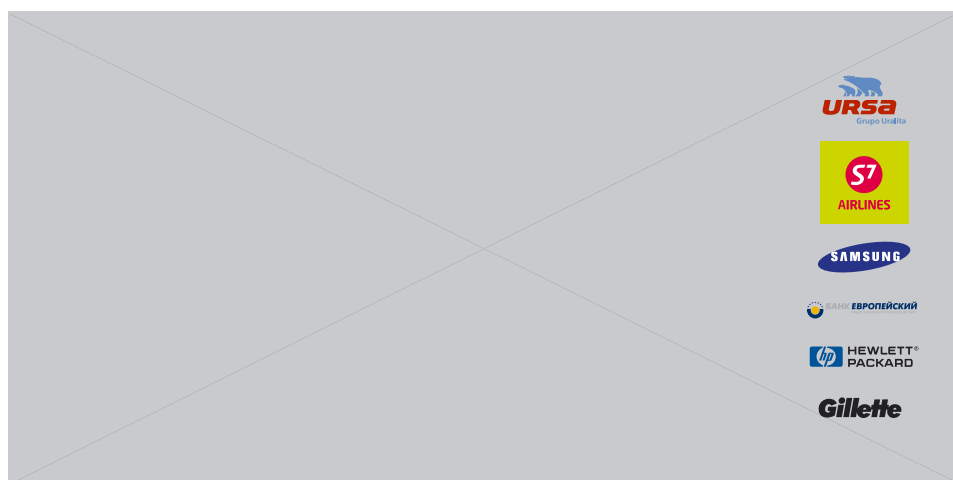


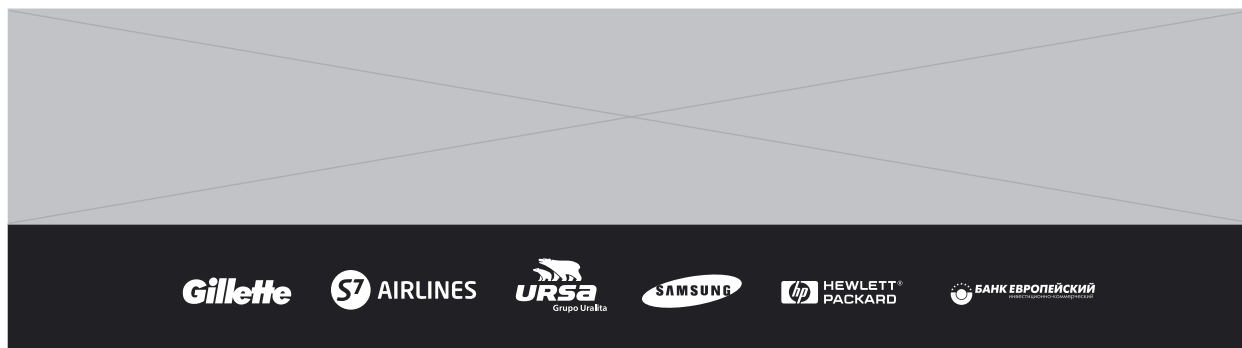


ПРАВИЛА СПОНСОРИНГА

Когда блок логотипов спонсоров располагается на вертикальном вытянутом поле, следует использовать вертикальную компоновку фирменного блока. Требования к цветам логотипа здесь такие же, как и для горизонтальной компоновки.

На рисунках показаны минимальные свободные поля вокруг логотипа в случае его расположения на белом фоне и на ярко-зеленой плашке.





ПРАВИЛА СПОНСОРИНГА

При совместном использовании в спонсорских программах на черно-белых макетах фирменного блока S7 Airlines с логотипами или фирменными блоками сторонних компаний следует по возможности использовать черно-белое изображение логотипа.

В случае, когда логотипы спонсоров расположены не на белом фоне (например, на изображении), следует использовать изображение логотипа на плашке серого цвета 40% Black.

В случае, когда логотипы спонсоров расположены на плашке черного цвета, следует использовать выворотное изображение логотипа.



НЕДОПУСТИМЫЕ ВАРИАНТЫ РАСПОЛОЖЕНИЯ ЛОГОТИПА В СПОНСОРСКОМ БЛОКЕ

Недопустимо уменьшение минимального свободного поля вокруг логотипа.

Недопустимо расположение логотипа на изображении иначе, чем на плашке ярко-зеленого цвета.

Недопустимо расположение логотипа на плашках других цветов.



ОБСЛУЖИВАНИЕ
ПАССАЖИРОВ В
АЭРОПОРТУ

ГЛОТОК СВЕЖЕГО ВОЗДУХА

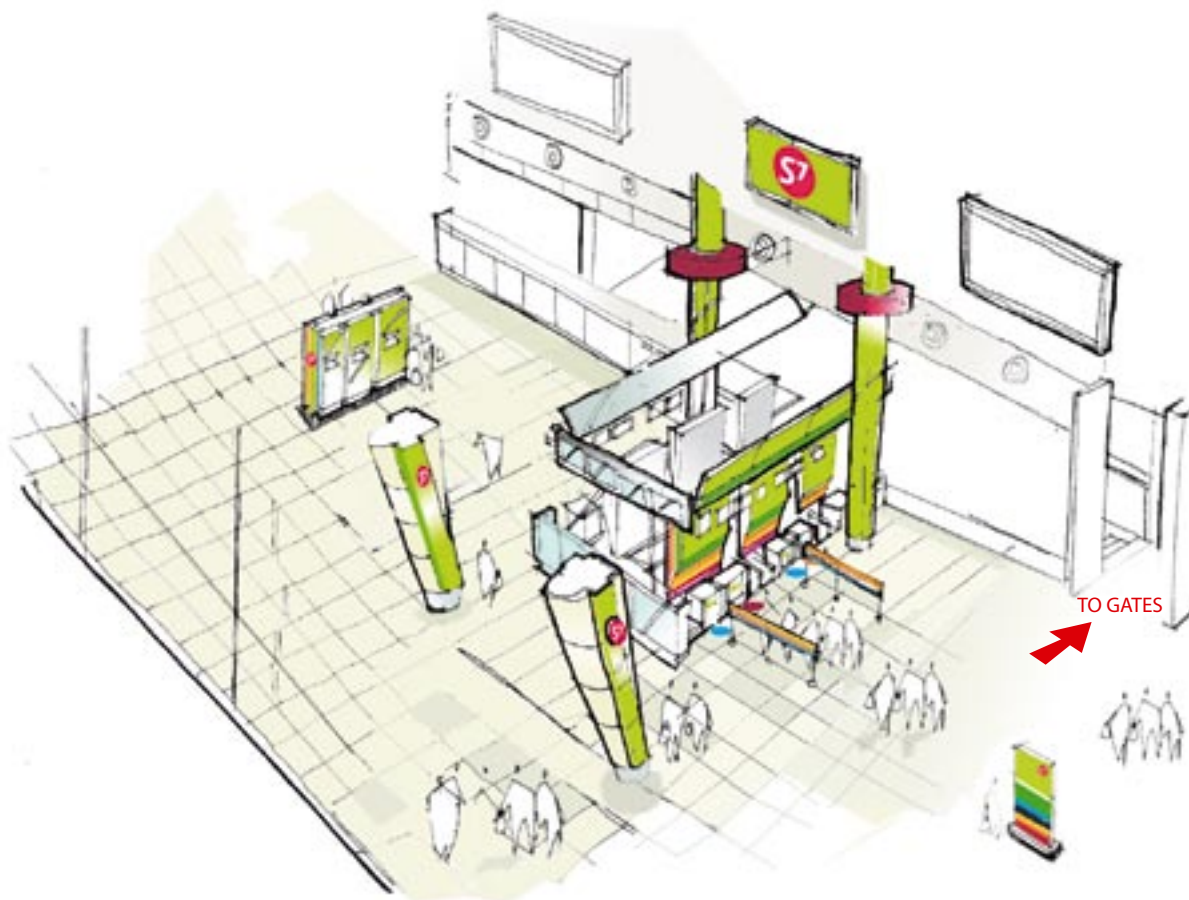
На рынке, где один из доминантных признаков – управление государством, внутринациональные перевозки и присутствие более чем 250 региональных авиалиний, компания S7 – успешная частная компания и ведущий «внутренний курьер».

Только Сибирь S7 может обоснованно утверждать, что стремится предложить пассажирам качественное обслуживание и свежую альтернативу – авиапутешествия по России и за её пределами.

Это так, потому что S7 – это сплоченная команда, амбиции, новые перспективы, опыт лучших авиалиний международного класса. Это своеобразный «двигатель», чтобы удивлять, создавать образ яркой, современной и динамичной марки авиалинии.

Сибирь S7 стремится понимать желания своих пассажиров и, исходя из этого, – менять свою организацию. Именно это позволяет компании «S7» предоставить для пассажиров возможность интересного, вдохновляющего путешествия.





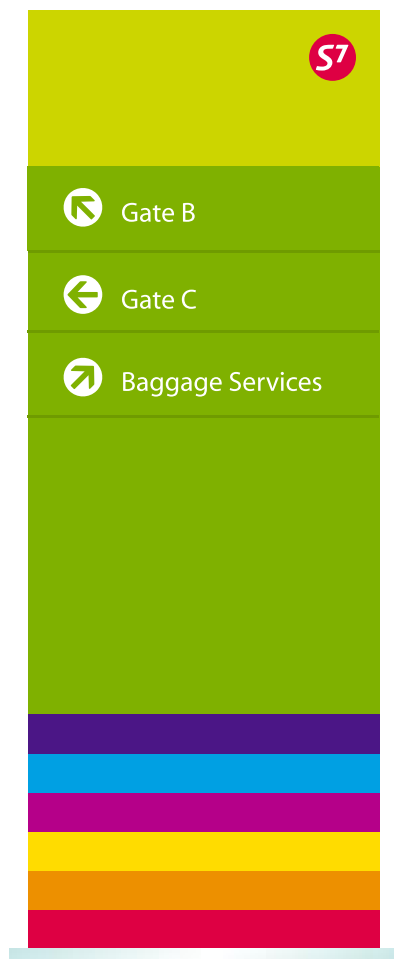
«ОСТРОВ» – СТОЙКА РЕГИСТРАЦИИ

Стойка регистрации в аэропорту оформляется в фирменных цветах S7.

Наклонные опорные колонны отделяются с помощью металлических листов, окрашенных в фирменный ярко-зеленый цвет, на них наносится объемный логотип «S7». Вокруг прямых опорных колонн сверху устанавливаются объемные круговые детали ярко-вишневого цвета со встроенной подсветкой. В любом случае в оформлении должно соблюдаться соотношение основных фирменных цветов.

На стене над стойкой регистрации размещаются информационные световые короба (один или несколько).

На прилегающей к стойке регистрации территории, на полу устанавливается Указатель.



УКАЗАТЕЛЬ

В здании аэропорта устанавливается напольный указатель. Он представляет собой вертикальный стенд в человеческий рост.

На плашке ярко-зеленого цвета в правом верхнем углу размещается логотип компании, основное информационное поле темно-зеленого фирменного цвета содержит указатель. Внизу указателя до самого пола размещаются разноцветные полосы. Очень важно соблюдать их определенную последовательность (раздел «Стилеобразующие элементы»).



МОНИТОРЫ

Заставка на мониторах, размещаемых на территории аэропорта, оформляется в фирменных цветах S7.

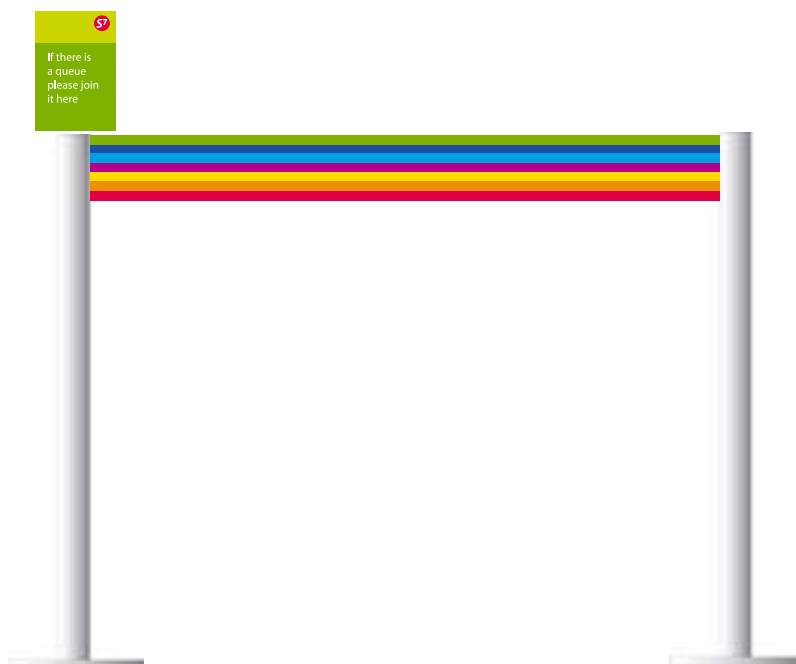
На экране монитора может размещаться информация о номере рейса. В этом случае применяется плашка ярко-зеленого цвета, в правом верхнем углу размещается логотип компании. Основное информационное поле темно-зеленого фирменного цвета содержит информацию о рейсе. Номер рейса, направление полета и пр. набирается фирменным шрифтом вывороткой.

Номер стойки, к которой необходимо пройти пассажиру, набирается также вывороткой на темно-зеленом поле.

ЗАГРАДИТЕЛЬНЫЕ ТЕНС-БАРЬЕРЫ

Тенс-барьеры применяются в здании аэропорта или в точках продаж с целью выделения очереди в организованный поток.

На левую стойку крайнего тенс-барьера крепится панель, в которую вставляется карточка с обращением к пассажирам. Между стойками тенс-барьера при необходимости натягивается заграждающая проход лента. Она оформляется с помощью горизонтальных разноцветных линий (раздел «Стилеобразующие элементы»).





ВХОД В БИЗНЕС ЗАЛ

Оформление входа в бизнес зал подчиняется принципу «внешний/внутренний».

Над входом на ярко-зеленом фоне с левой выключкой размещается надпись «Zone» вывороткой и логотип компании.

ИНТЕРЬЕР БИЗНЕС ЗАЛА

Оформление бизнес зала подчиняется принципу «внешний/внутренний».

Предметы бизнес-зала, например, стулья или кресла, должны быть выдержаны в концепции разноцветных объектов.



ОБЩИЙ ВИД БИЗНЕС ЗАЛА

Оформление бизнес зала подчиняется принципу «внешний/внутренний».

Этот же принцип оформления применяется к различным зонам бизнес зала, к оформлению стен и ковровых покрытий.

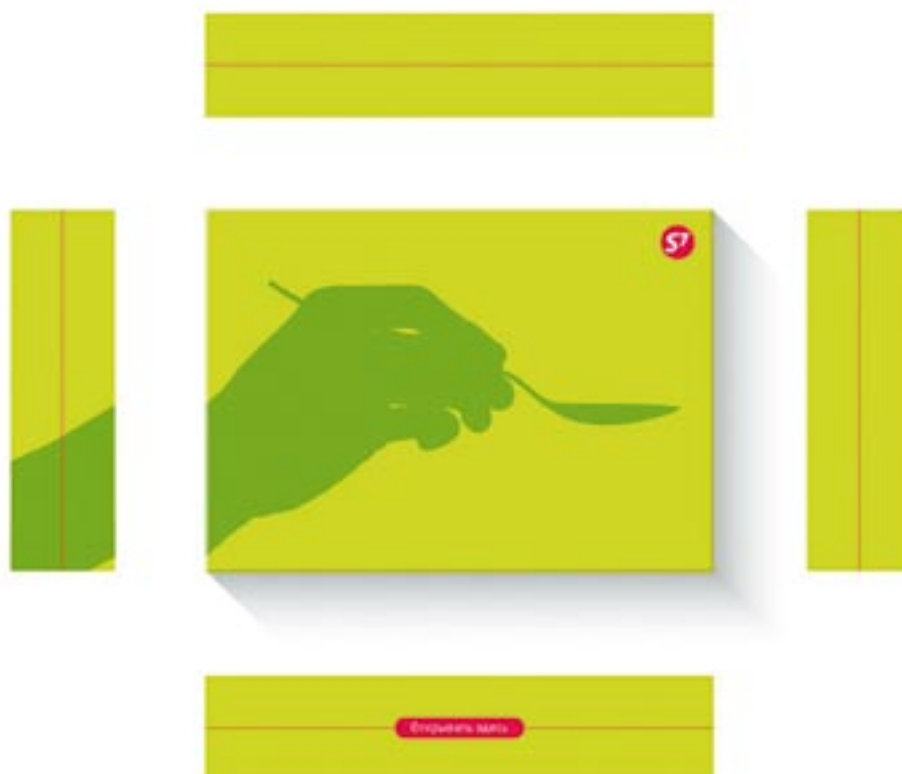




**МАТЕРИАЛЫ ПО ОБСЛУЖИВАНИЮ
ПАССАЖИРОВ В САМОЛЁТЕ**

ЛАНЧ-БОКС

Ланч-бокс изготавливается в соответствии с концепцией “внутренний” с использованием объектов multicolor. Упаковка оформляется с помощью дополнительных фирменных цветов.



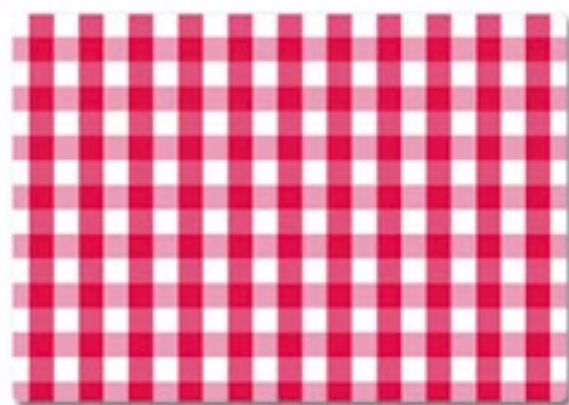


ЛАНЧ-БОКС

Ланч-бокс изготавливается в соответствии с концепцией “внутренний” с использованием объектов multicolor. Упаковка оформляется с помощью дополнительных фирменных цветов.

ЛАНЧ-БОКС

Ланч-бокс изготавливается в соответствии с концепцией “внутренний” с использованием объектов multicolor. Упаковка оформляется с помощью дополнительных фирменных цветов.

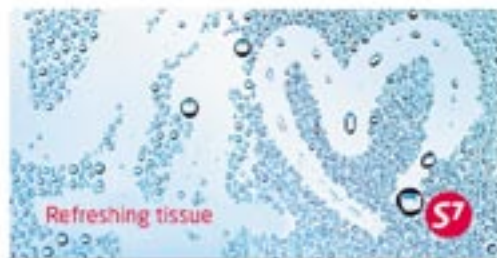


УПАКОВКА ДЛЯ СТОЛОВЫХ ПРИБОРОВ (ЭКОНОМ-КЛАСС)

Упаковка изготавливается в соответствии с принципом “внутренний” с помощью объектов multicolor и дополнительных фирменных цветов.

Упаковка изготавливается из одностороннего картона, печать офсетная б+0, СМУК+Pantone 2395 (вишневый)+Pantone 144 (оранжевый).





КОМПЛЕКТЫ ДЛЯ ЕДЫ

Макеты сделаны в концепции «внутренний». Визуальное решение макетов основано на использовании фотографий разноцветных объектов (используются основные и дополнительные цвета). При создании макета необходимо руководствоваться правилами использования разноцветных объектов (п. 2.6.1.).

Используемый шрифт - NeoSans. Цвет шрифта - из палитры фирменных цветов. Упаковка глянцевая или матовая, мягкая. Печать офсетная 4+0.

Пакетик для кетчупа
Размер упаковки - 6х3,5см.

Пакетик для горчицы
Размер упаковки - 6х3,5см.

Пакетик для сахара
Размер упаковки - 8х1,5см.

Пакетик для майонеза
Размер упаковки - 6х3,5см.

Пакетик для перца
Размер упаковки - 6х3,5см.

Пакетик для соли
Размер упаковки - 6х3,5см.



КОМПЛЕКТЫ ДЛЯ ЕДЫ

Макеты сделаны в концепции «внутренний». Визуальное решение макетов основано на использовании фотографий разноцветных объектов (используются основные и дополнительные цвета). При создании макета необходимо руководствоваться правилами использования разноцветных объектов (п. 2.6.1.).

Упаковка для зубочистки

Используемый шрифт - NeoSans. Цвет шрифта - из палитры фирменных цветов. Размер упаковки - 8x1,5см. Упаковка глянцевая или матовая, мягкая. Печать офсетная 4+0.

Упаковка для увлажняющей салфетки

Используемый шрифт - NeoSans. Цвет шрифта - из палитры фирменных цветов. Размер упаковки - 6x8см. Упаковка матовая. Материал упаковки - четырехшовная фольга. Материал изготовления - нетканый материал. Печать офсетная 4+0.

ИНСТРУКЦИЯ ПО БЕЗОПАСНОСТИ

В некоторых рекламных материалах могут быть использованы иные принципы оформления, не только фотоизображения и силуэты.

Иллюстрации для инструкции по безопасности выполняются в стиле свободной графики и должны соответствовать цветовым решениям по принципу «внешний» для обложки и «внутренний» для внутренних полос.

Для инструкции создан принцип разноцветных окошек, в которых отражены рисунки - схемы. Фон разноцветных окошек соответствует дополнительным фирменным цветам.

Инструкция верстается в соответствии с требованиями к типографике. Используется фирменный шрифт NeoSans по правилам применения шрифта.

АВАРИЙНЫЕ ВЫХОДЫ/ EMERGENCY EXITS



A

EXIT

B

EXIT

В случае аварийного покидания самолета пользуйтесь основными и аварийными выходами, расположенными в передней, средней и задней частях самолета слева и справа по борту.

In case of emergency evacuation use the emergency exits marked by signs on both sides in the front, middle and rear parts of the plane.












Внимание пассажиров, сидящих рядом с аварийным выходом на крыле!
В аварийной ситуации от Вас может потребоваться помощь экипажа при открытии аварийного выхода. Вам предлагается ознакомиться с порядком действий по его открытию. Если вы моложе 18 лет или имеете иные причины по которым не можете его открыть (вес более 45 кг) уведомите, пожалуйста, об этом бортпроводника.

To attention of passengers seating near the emergency over wing exit!
In case of emergency the crew may need your help to open it! Please pay attention to the steps you should take to open the hatch. If you under 18 or have some other reasons preventing you from opening it please notify the cabin crew.

АВАРИЙНЫЕ ВЫХОДЫ/ EMERGENCY EXITS

















S7 ИНСТРУКЦИЯ ПО БЕЗОПАСНОСТИ
SAFETY INSTRUCTIONS
BOEING 737-500

Наш самолет имеет современное и надежное оборудование, гарантирующее спокойный и многочасовой полет. Маловероятно, что выходя на самолет, вам понадобится аварийно-спасательное оборудование. Однако в соответствии с международными требованиями вам предлагается ознакомиться с его использованием. Вам необходимо выполнять все указания бортпроводников и экипажа, а также световых электротабло.

Our plane has modern and reliable equipment that guarantees comfortable long distance flights. It is very unlikely that you will have to use it. However, in accordance with international requirements you must be acquainted with its usage. You should follow all instructions given by the cabin crew and the signs.

PLEASE DON'T TAKE THIS CARD FROM THE PLANE


ИНСТРУКЦИЯ ПО БЕЗОПАСНОСТИ

В некоторых рекламных материалах могут быть использованы иные принципы оформления, не только фотозображения и силуэты.

Иллюстрации выполняются в стиле свободной графики и должны соответствовать цветовым решениям по принципу «внешний» для обложки и «внутренний» для внутренних полос.

Инструкция верстается в соответствии с требованиями к типографике. Используется фирменный шрифт NeoSans по правилам применения шрифта.

ВЗЛЕТ И ПОСАДКА / TAKE OFF AND LANDING



Приведите спинки кресел и столики индивидуального пользования в вертикальное положение, откройте шторки на иллюминаторах и застегните ремни безопасности. Ваши ручные клады, багаж уложены под сиденьем впереди вашего кресла. Отключите мобильные телефоны, не пользуйтесь фото и видеокамерами, а также другими видами электронной техники в течение полета.

Please return your seat backs and tables to the upright position, open your window blinds (shades) and fasten your seat belts. May we remind you that safety regulations require that all carry-on baggage be stowed under the seat in front of you. Would you be so kind as to switch off your mobile phones and avoid using laptop computers, photo and video cameras and other types of portable electronic devices. They can interfere with the aircraft's electronic system.

Багажные полки предназначены только для легких предметов, ручной клади, верхней одежды, головных уборов.

The enclosed overhead compartments are for light goods, for hats and coats only.


Чтобы застегнуть ремни, вставьте металлический наконечник в замок. Чтобы расстегнуть ремень, потяните крышку замка вверх. Ремни безопасности должны быть застегнуты на время взлета, посадки и даже по требованию экипажа.

To fasten your seat belts insert the tongue into the buckle. To unfasten your seat belt, open the flap. You should fasten your seat belt tightly while taking off, descending and when the crew order you to do so.

Возьмите ребенка на руки, но не пристегивайте его.

Take your baby in your arms, but do not fasten him (her), please.

АВАРИЙНЫЕ СИТУАЦИИ / EMERGENCY CASE



В СЛУЧАЕ АВАРИЙНОЙ ПОСАДКИ ВЫ ДОЛЖНЫ ВЫПОЛНИТЬ СЛЕДУЮЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ:

- снять очки, зубные протезы, вынуть из кармана острые предметы, авторучки, зажигалки;
- снять обувь на высоких каблуках;
- расстегнуть воротник и ослабить галстук, а также тесную и стесняющую одежду;
- в случае аварийной посадки на воду надеть спасательный жилет и не надвывать его в самолете;
- приготовить мягкие вещи для защиты головы от удара при вынужденной посадке;
- постычь в вертикальное положение спинку кресла и проветрить, застегнуть на ремни безопасности;

По команде: «СГРУБИРИТЕСЬ!» вы должны:

- наклониться вперед, голову накрыть мягкой вещью, положить голову на руки, которыми накрывает обхватывает коленки;
- оставаться в этой позе до полной остановки самолета.

BEFORE EMERGENCY LANDING YOU WILL HAVE TO FOLLOW OUR INSTRUCTIONS:


- remove glasses, dentures, remove sharp objects, pens, knives, lighters;
- take off high-heeled shoes;
- loosen tie and collar, light clothes;
- put on the life-jackets over your head but do not inflate the life-jacket inside the cabin;
- prepare soft things for the protection of your head in case of impact;
- put your seat to the upright position and check that seat-belts are fastened;

When you hear the command: "BRACE FOR IMPACT" you must:


- lean forward, cover your head with soft things, put your head on your knees;
- grasp your knees;
- remain in this position until the complete stop of the plane.

В случае задымления необходимо опуститься ниже зоны задымления и ползти в сторону основных или аварийных выходов. Всплывающий дымовый экран помогает указывать направление к выходу.

The escape path lighting along the aisles directs you to the emergency exits.




АВАРИЙНЫЕ СИТУАЦИИ / EMERGENCY CASE



Ваш кислородный маска находится на панели над Вами. В случае разгерметизации кабины она выдвигается автоматически. Потяните за маску. Голосно прокричите маску к носу и рту, полностью закрыв нос и рот. Зафиксируйте маску. Если Вы путешествуете с ребенком, обхватите ребенка мягкой одеждой, затем наденьте маску на его голову. Если вы путешествуете с младенцем, то вы можете не слышать.

Your oxygen mask is located in the unit above your seat. If necessary, it will fall automatically. Pull the mask forward and place the mask over your mouth and nose and breathe normally. If you are traveling with a child, adjust your own mask first. Please, breath through the mask until you are advised to remove them.



Ваш спасательный жилет находится под креслом. Наденьте жилет через голову. Протяните ремни носом, зафиксируйте: лев, выключите. Чтобы надуть жилет, дерните за красные кольца. Подуть жилет можно через картонный поддуватель. Лампочка выключается автоматически при попадании в воду. Не надуйте жилет в салоне самолета.

Your life-jacket is located under your seat. Pull the life-jacket over your head. Fit your jacket with the tapes around your waist. The jacket is inflated automatically by pulling the red tags. It can be inflated by blowing into these tubes. If necessary use the call whistle. To turn on the emergency light in water pull the cord. The lamp lights on in water. Do NOT inflate your life-jacket inside the plane.



МЕНЮ (БИЗНЕС-КЛАСС)

Макет разрабатывается, руководствуясь принципом «внутренний».

На обложке используются многоцветные объекты. Печать офсетная, 4+4. При возможности, плохо воспроизводимые смесевыми красками цвета (оранжевый, фиолетовый) следует печатать красками Pantone.

ИНТЕРЬЕР САЛОНА ЭКОНОМ КЛАССА

Салон самолета эконом класса оформляется с помощью дополнительных фирменных цветов S7 и принципа multicolor.

В эконом классе предусмотрены пледы светло-зеленого фирменного цвета. Цвет коврового покрытия должен быть приближен к фирменному ярко-зеленому Pantone 382C.



КРЕСЛА В ЭКОНОМ-КЛАССЕ

Кресла для пассажиров салонов эконом-класса оформляются, как показано на макете.



1. Подголовники. Могут быть 5 дополнительных фирменных цветов (п.11.8.4). На подголовники наносятся силуэты соответствующего оттенка.

2. Ткань на кресла (п.11.8.3).

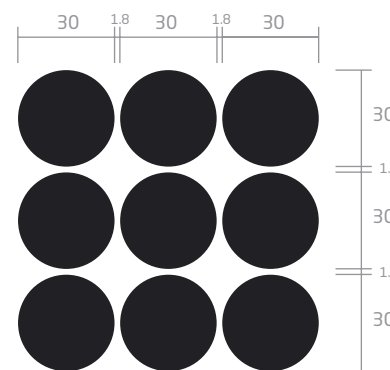
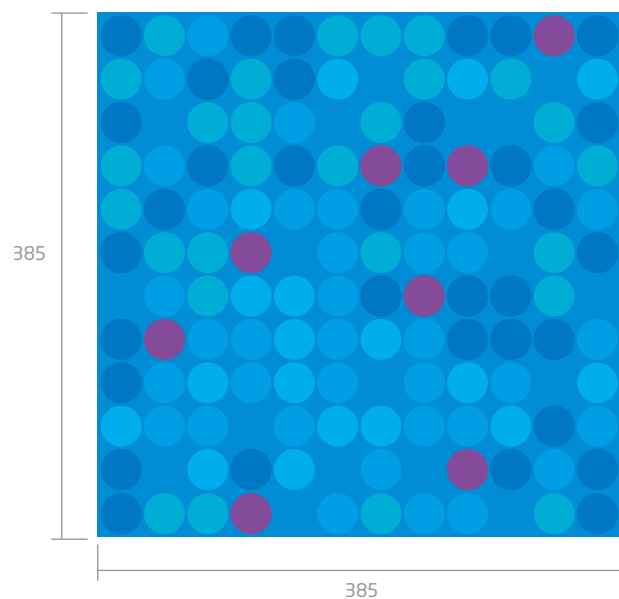
3. Подлокотники. Цвет материала должен соответствовать PMS 185и.

4. Ремни безопасности. Цвет материала должен соответствовать PMS 185и.

5. Ковровое покрытие (п.11.10.1).

6. Откидной столик. Цвет материала должен соответствовать PMS 2995и.

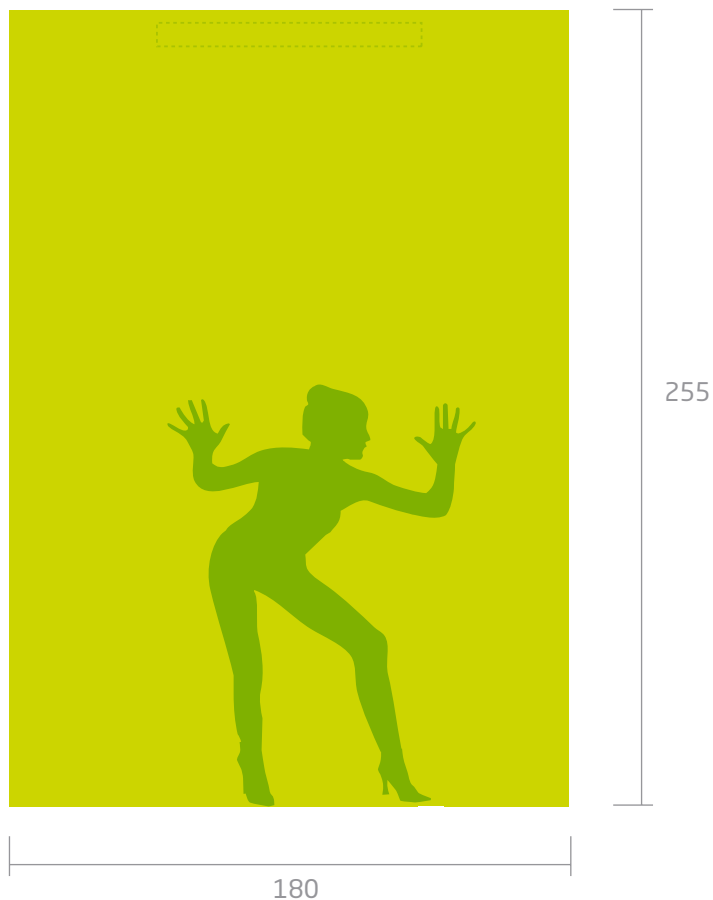
7. «Карман». Цвет материала (нейлон) должен соответствовать PMS 2995и.



ТКАНЬ ДЛЯ ОБШИВКИ КРЕСЕЛ В ЭКОНОМ-КЛАССЕ

Для обшивки кресел эконом-класса используется ткань с узором в виде упорядоченных кругов с пропусками, как показано на макете. Круги различных оттенков - их цвет должен соответствовать PMS Process Blue u, PMS 293u, PMS 247u, PMS 311u.

Для создания такой ткани возможно создать подобный узор в квадрате размером 385x385 мм и продублировать его.



ПОДГОЛОВНИК

Подголовники размера 180x255 мм используются в салонах эконом-класса. Их цвет строго регламентирован - они бывают пяти цветов, соответствующих дополнительным фирменным цветам S7.

По форме такие подголовники - правильный прямоугольник, прямые углы. Края загнуты, 5 мм от края, цвет нити соответствует цвету ткани.

Крепится к креслу с помощью застежки - липучки.
Ткань - хлопок.

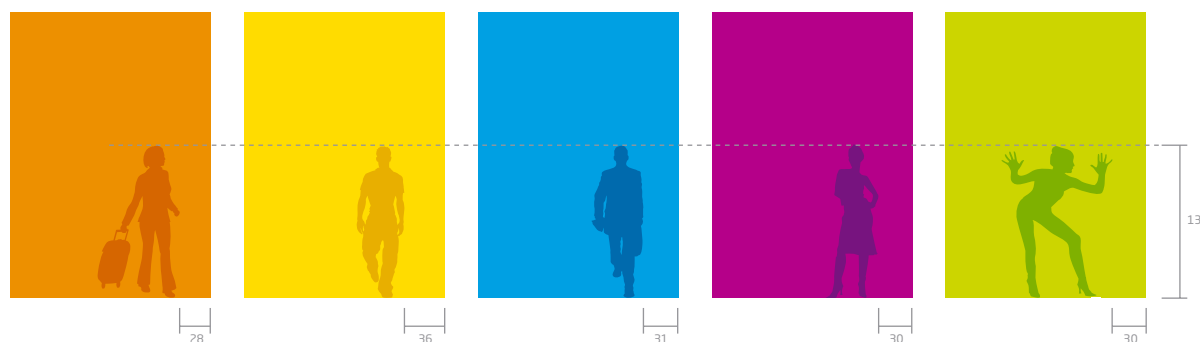
На подголовниках в эконом-классе размещаются обрезанные ростовые силуэты, на несколько тонов темнее цвета ткани. Их применение должно соответствовать правилам использования силуэтов.

ВИДЫ ПОДГОЛОВНИКИ

В салонах эконом-класса подголовники оформляются с помощью принципа inside. Для них регламентированы пять дополнительных фирменных цветов:

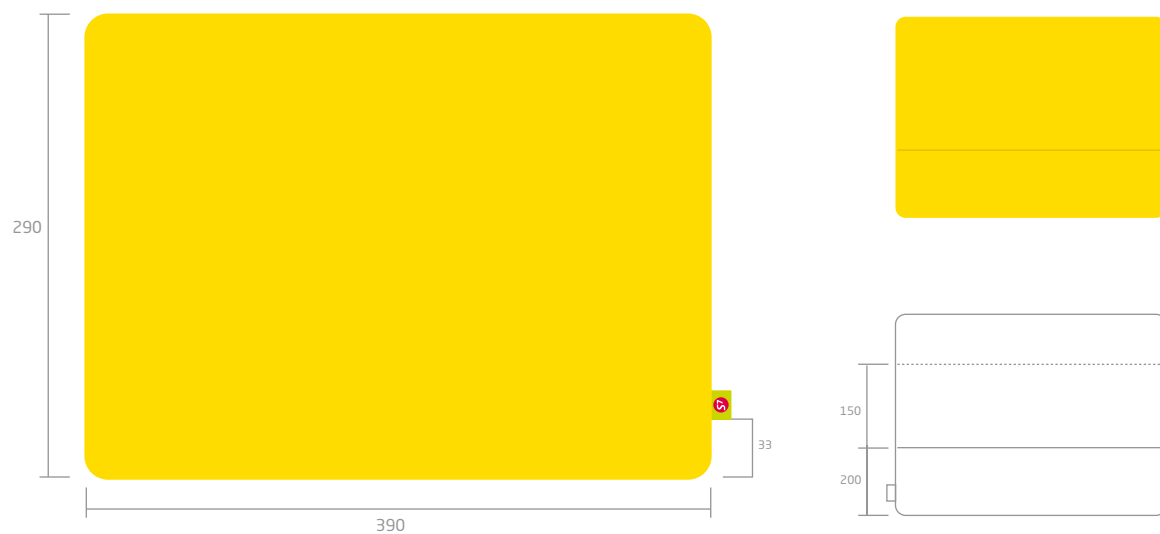
Светло и темно оранжевый - PMS 144и PMS 173и
Светло и темно желтый PMS 109и PMS 124и
Светло и темно синий PMS 2995и PMS 300и
Светло и темно бордовый PMS 2395и PMS 2617и
Светло и темно зеленый PMS 382и PMS 369и

На подголовниках в эконом-классе размещаются обрезанные ростовые силуэты, на несколько тонов темнее цвета ткани. Их применение должно соответствовать правилам использования силуэтов.



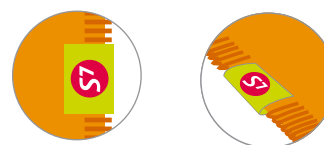
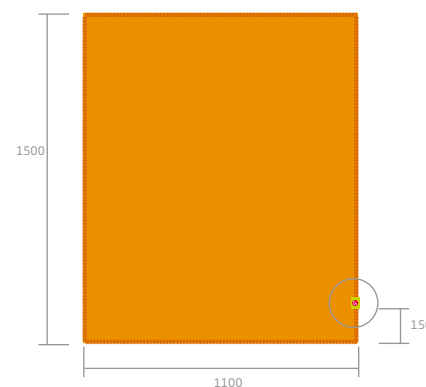
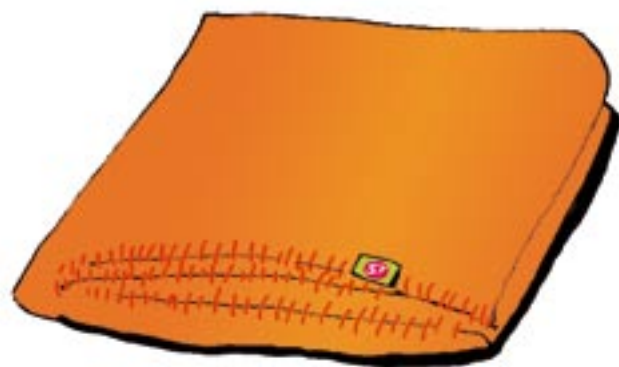
ПОДУШКА В САЛОНАХ ЭКОНОМ-КЛАССА

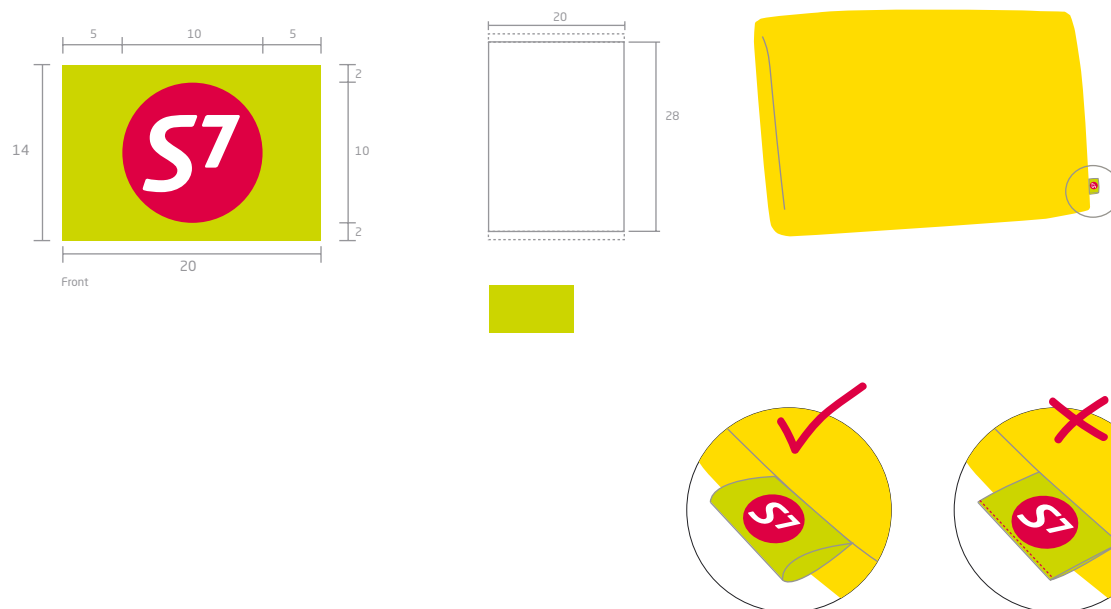
Подушка на кресло в эконом-классе - из мягкой ткани, цвет которой соответствует PMS 109и. Размер 300х220мм. Углы закруглены. На один из краев цепляется бирка ярко-зеленого фирменного цвета с логотипом S7 (п.11.8.8).



ПЛЕД В САЛОНАХ ЭКОНОМ-КЛАССА

Плед в эконом-классе - из мягкой ткани, цвет которой соответствует PMS 144и, по краям - бахрома, цвет соответствует PMS 173и. Размер пледа 1100х1500мм. На один из краев цепляется бирка ярко-зеленого фирменного цвета с логотипом S7 (п.11.8.8).





БИРКА ДЛЯ ПОДУШЕК И ПЛЕДОВ В САЛОН ЭКОНОМ-КЛАССА

Бирка представляет собой материал размером 20x14 мм, цвета, соответствующего PMS 382u, на который нанесен логотип (цвета: белый и соответствующий PMS 185u).

ИНТЕРЬЕР САЛОНА БИЗНЕС-КЛАССА

Салон самолета бизнес-класса оформляется с помощью дополнительных фирменных цветов S7 и принципа multicolor.

В бизнес классе предусмотрены пледы ярко-вишневого фирменного цвета. Цвет коврового покрытия – соответствует фирменному ярко-зеленому Pantone 382C.





КРЕСЛА В БИЗНЕС-КЛАССЕ

Кресла для пассажиров салонов бизнес-класса оформляются, как показано на макете.

1. Подголовники. Цвет материала должен соответствовать PMS 2627и (п.11.9.4).

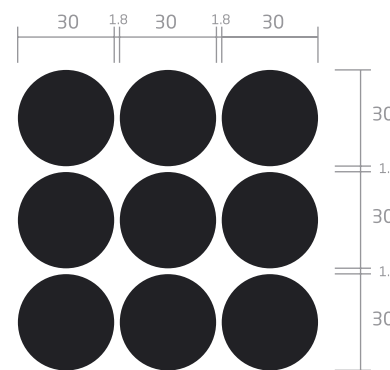
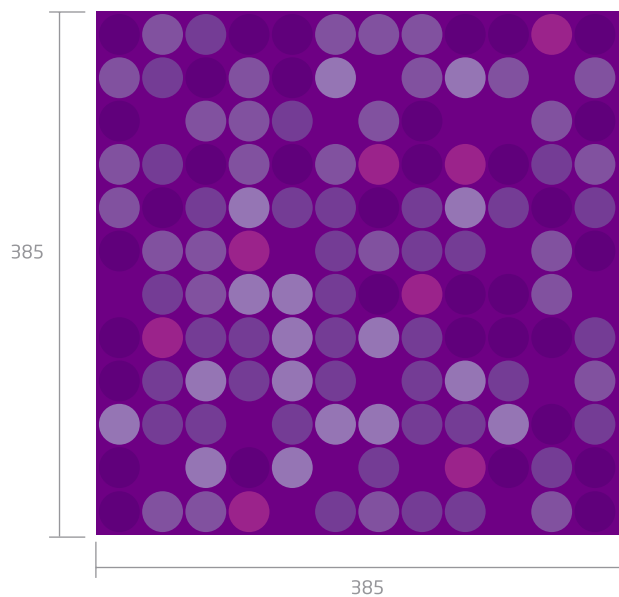
2. Ткань на кресла (п.11.9.3).

3. Подлокотники. Цвет материала должен соответствовать PMS 2627и.

4. Ремни безопасности. Цвет материала должен соответствовать PMS 185и.

5. Ковровое покрытие (п.11.10.1).

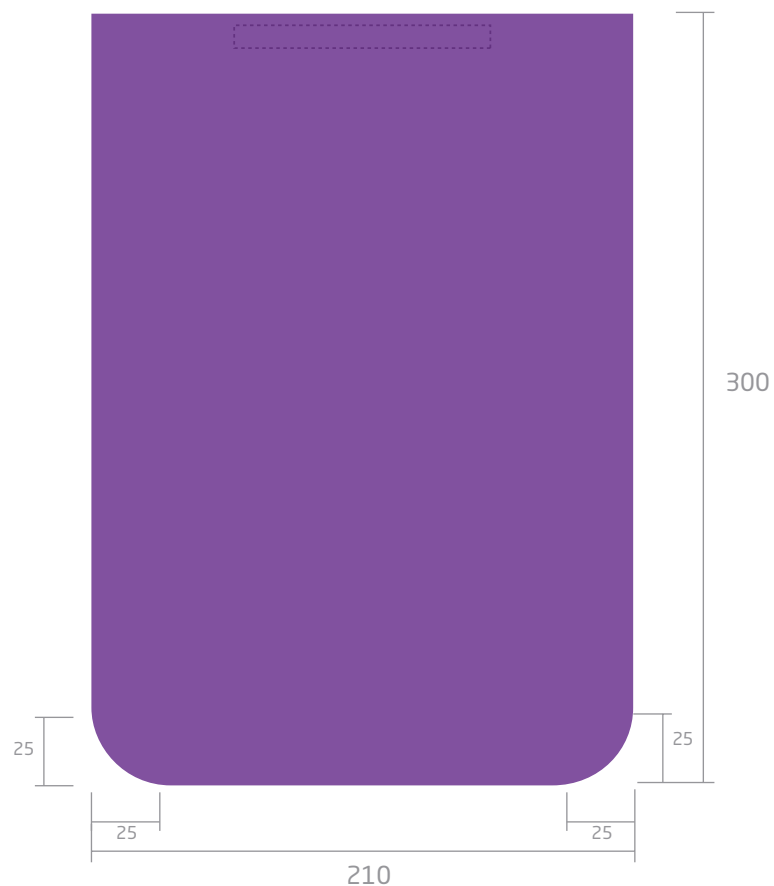
6. «Карманы» сзади кресла. Сзади кресла пассажира крепятся 2 кармана, материал тот же, что и само кресло.



ТКАНЬ ДЛЯ ОБШИВКИ КРЕСЕЛ

Для обшивки кресел бизнес-класса используется ткань с узором в виде упорядоченных кругов с пропусками, как показано на макете. Круги различных оттенков - их цвет должен соответствовать PMS 2603и, PMS 269и, PMS 247и, PMS 265и.

Для создания такой ткани возможно создать подобный узор в квадрате размером 385х385 мм и продублировать его.



ПОДГОЛОВНИКИ

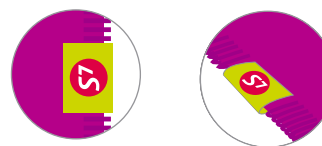
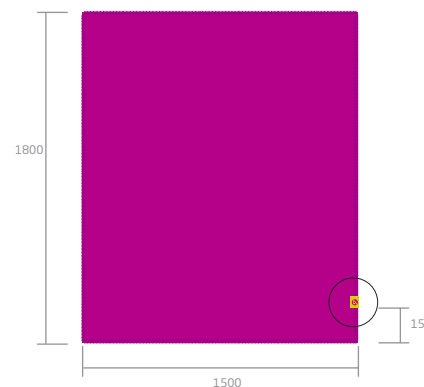
Подголовники размера 210x300 мм используются в салонах бизнес-класса. Их цвет строго регламентирован - цвет материала соответствует PMS 265и.

По форме такие подголовники - неправильный прямоугольник, углы закруглены. Края загнуты, 5 мм от края, цвет нити соответствует цвету ткани. Крепится к креслу с помощью застёжки - липучки. Ткань - хлопок.

Подголовники в салонах бизнес-класса – однотонные.

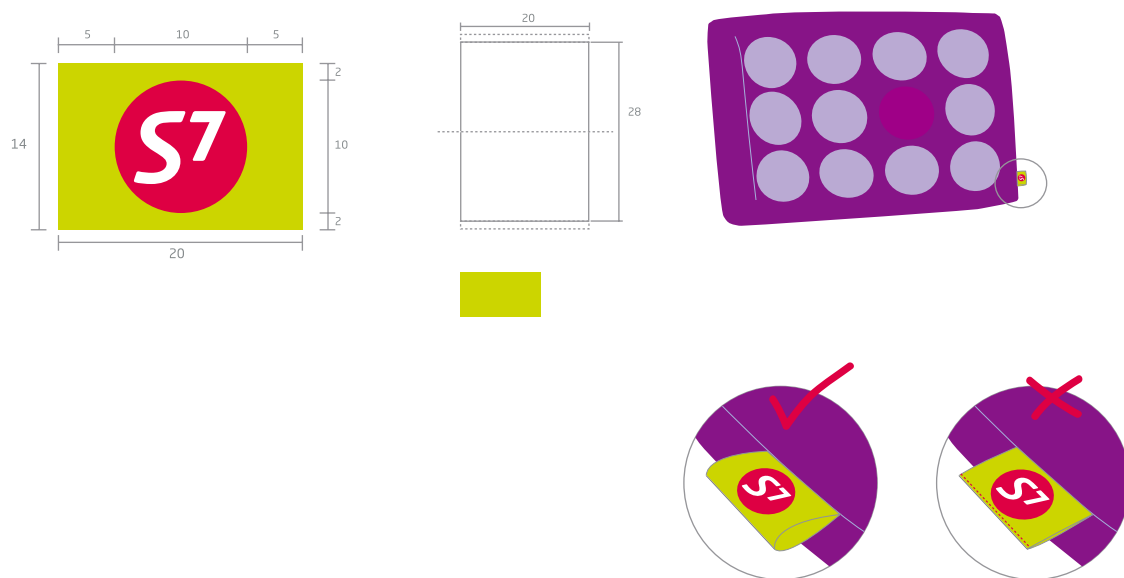
ПЛЕД В САЛОНАХ БИЗНЕС-КЛАССА

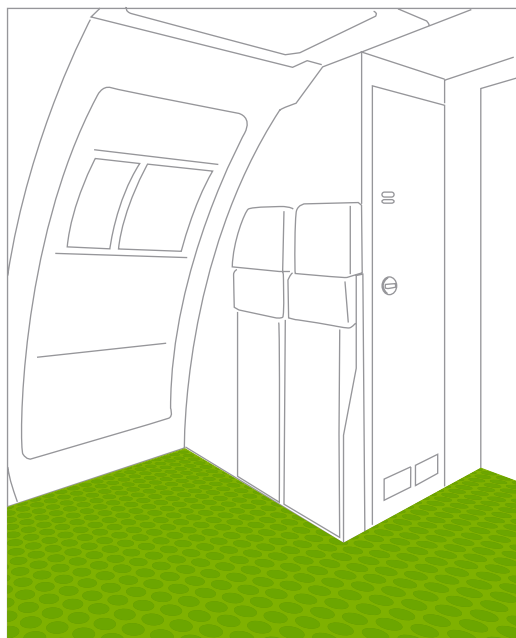
Плед в бизнес-классе - из мягкой ткани, цвет которой соответствует PMS 2395и, по краям - бахроме, цвет соответствует PMS 247и. Размер пледа 1500х1800мм. На один из краев цепляется бирка ярко-зеленого фирменного цвета с логотипом S7 (п.11.9.6).



БИРКА ДЛЯ ПОДУШЕК И ПЛЕДОВ В САЛОН БИЗНЕС-КЛАССА

Бирка представляет собой материал размером 20х14 мм, цвета, соответствующего PMS 382и, на который нанесен логотип (цвета: белый и соответствующий PMS 185и).





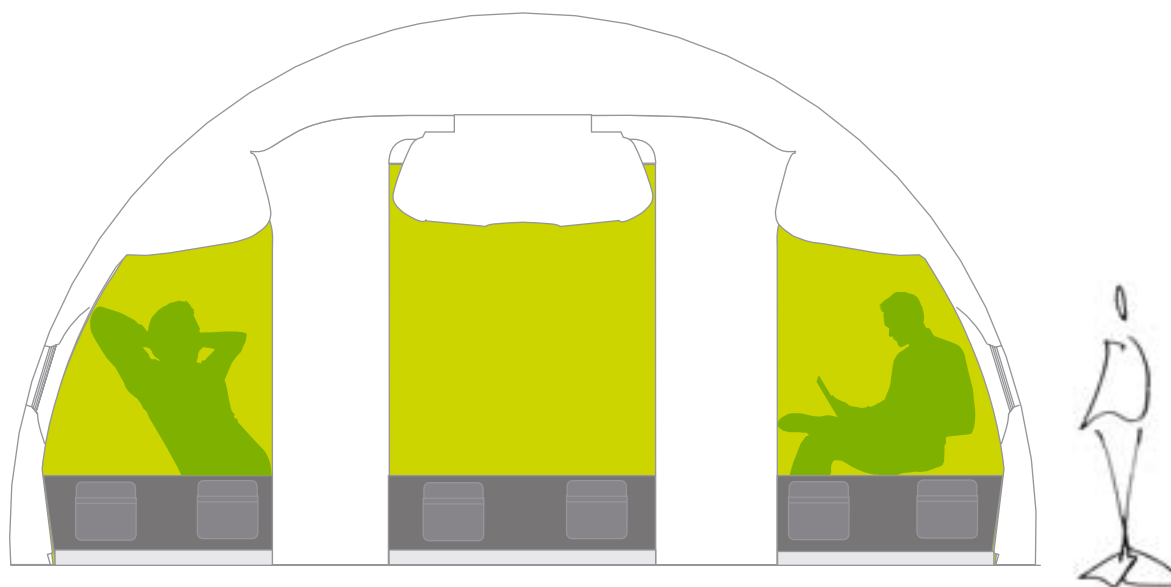
КОВРОВОЕ ПОКРЫТИЕ В САЛОНЕ САМОЛЕТА

Ковровое покрытие ярко-зеленого цвета с узором в виде упорядоченных кругов, цвет соответствует PMS 369c, как то показано на макете.

ПЕРЕБОРКИ - ОБЩИЙ ВИД

Переборки между салонами самолета от носа до кормы разделяют «каюты», бизнес- и эконом - класс. Цвет переборок соответствует Pantone 382C.

На них с помощью трафарета, в соответствии с правилами использования, размещаются силуэты. Их цвет должен соответствовать Pantone 376U.

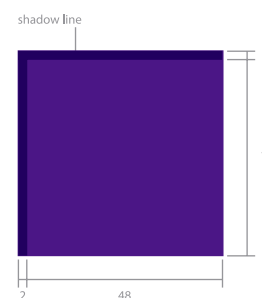
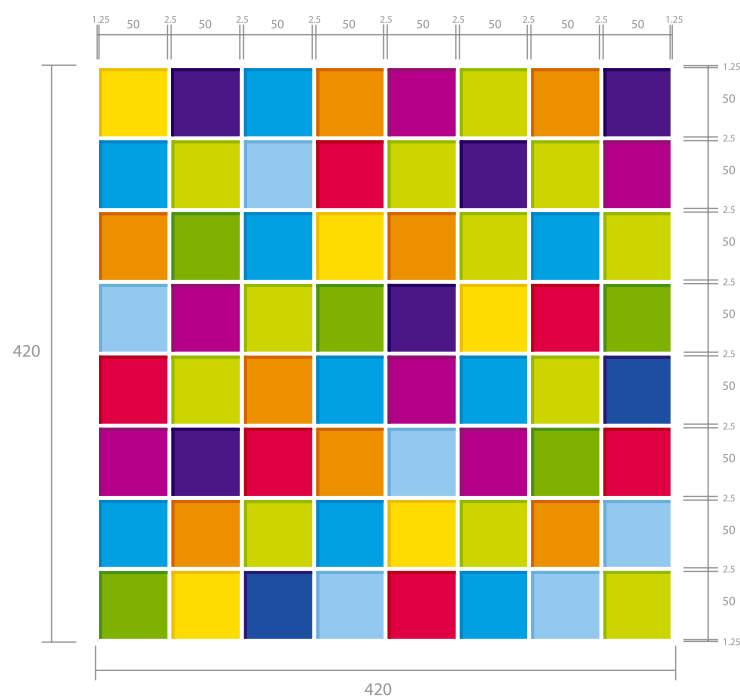




ОФОРМЛЕНИЯ ТУАЛЕТОВ НА БОРТУ САМОЛЕТА

Стены окрашиваются краской, цвет которой соответствует PMS 144c. На полу - плитка multicolor (ССЫЛКА РАЗДЕЛ!!), под зеркалом - специальная полка (ССЫЛКА НАРАЗДЕЛ).

ПОЛ В ТУАЛЕТАХ САМОЛЕТА



На пол в туалетах самолета кладется квадратная плитка основных и дополнительных фирменных цветов S7 как показано на макете.

Плитка располагается не вплотную, а с отступами в 2,5 мм (для закрепляющего вещества). По краям плитки - оттененные края.



ОФОРМЛЕНИЕ
ТОЧЕК ПРОДАЖ



КОНЦЕПЦИЯ ВНЕШНЕЙ И ВНУТРЕННЕЙ КОММУНИКАЦИИ

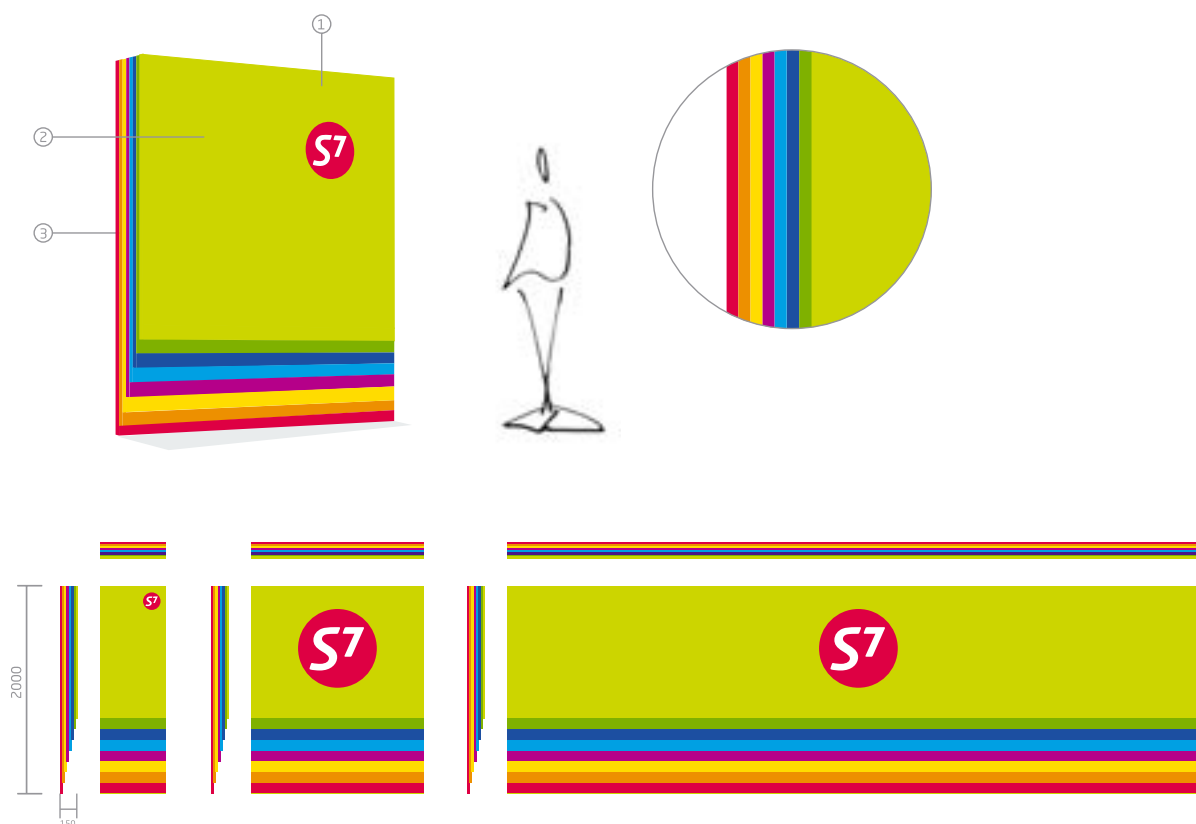
Принцип «внешний/внутренний» определяет концепцию оформления корпоративных и рекламных материалов.

Внешний

За пределами территории S7 airlines в материалах, относящихся к компании, используется основная палитра цветов: вишнёво-красный, ярко-зелёный, темно-зелёный и белый, а также силуэты. Все эти элементы применяются вне территории S7 airlines. Внутри таких материалов могут использоваться дополнительные цвета, но в очень небольшом объёме.

Внутренний

На территории S7 airlines, например, на борту самолета или в зале ожидания в материалах используется большей частью дополнительная цветовая палитра. На обложке используются только дополнительные цвета, в то время как на внутренних страницах используются и дополнительные цвета и, если необходимо, основные. На каждой конкретной странице в основном используется один из дополнительных цветов. Однако, рассматривая материал в целом, мы получаем эффект многоцветности.



ПРИНЦИП ОФОРМЛЕНИЯ СТЕНДОВ

Все стенды в здании аэропорта имеют схожий принцип оформления. Стенд – алюминиевый бокс, который состоит из нескольких панелей. Очередность панелей соответствует последовательности разноцветных полос (раздел «Стилеобразующие элементы»). На лицевую сторону наносится две панели меньшего формата: сначала панель темно-зеленая, затем – светло-зеленого цвета, на которую в свою очередь наносится логотип. Размещение логотипа – в зависимости от формата носителя.

При необходимости стенды подсвечиваются изнутри флуоресцентными трубками. Для придания яркости цветов на разноцветные панели наносится прозрачный винил.

- 1 - Лицевая панель – Pantone 382С.
- 2 - Логотип
- 3 - Боковой вид: совмещенные разноцветные акриловые панели, освещены с внутренней стороны.



ВНУТРЕННИЕ ОБОЗНАЧЕНИЯ АВИАКОМПАНИИ

Для обозначения компании применяются лайтбоксы 3 видов. В оформлении используется плашка ярко-зеленого цвета, по правому краю которой размещается логотип, и нижняя плашка темно-зеленого цвета для дополнительной информации.

1 - Алюминиевый бокс с поливинилхлоридной гибким покрытием на лицевой панели, подсвечиваемый изнутри флуоресцентными трубками. Для придания яркости зеленому Pantone 382C передняя панель покрывается прозрачным винилом.

2 - Логотип компании. Фон цвета Pantone 199C покрывается прозрачным винилом, белый цвет покрывается непрозрачным винилом.

3 - Алюминиевая плоская панель - основа лайтбокса, на которую крепится сверху алюминиевый бокс (1), а внизу может размещаться цифровое табло и/или дополнительная информация. Цвет соответствует ярко-зеленому, Pantone 382C.

4 - Панель цифровой надписи или бегущей строки.

5 - Надпись на алюминиевой панели (3) размещается с выключкой вправо, набирается фирменном шрифтом NeoSans. Для соответствия белому цвету надпись покрывается непрозрачным винилом.



ОФОРМЛЕНИЕ СТОЙКИ ПРОДАЖИ БИЛЕТОВ

Стена за стойкой продажи билетов оформляется по тем же принципам, что и стенды в здании аэропорта: это подсвеченный изнутри лайтбокс зеленого цвета с нанесением прозрачной акриловой краски и логотипа. Над стойкой располагается панель из гибкого материала с подсветкой. На прилегающую территорию устанавливается указатель и тенс-барьеры для организации очереди.



ЛОКАЛЬНЫЕ ВЫВЕСКИ

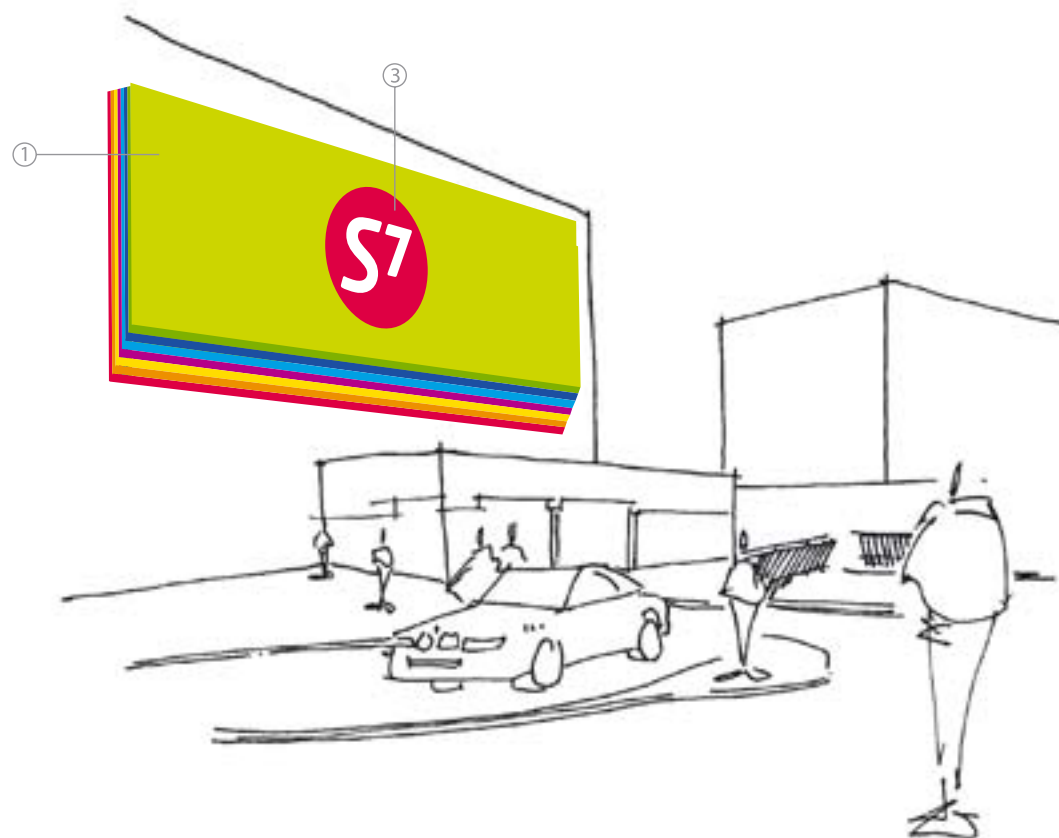
Оформляются с помощью плашек ярко-зеленого и темно-зеленого цвета.

Могут быть одно- или двухсторонними.

1. Основное поле ярко-зеленого цвета – Pantone 382С. Покрытие прозрачным винилом.

2. Надпись. Размещается с выключкой влево, набирается фирменном шрифтом NeoSans. Для соответствия белому цвету надпись покрывается непрозрачным винилом.

3. Логотип.

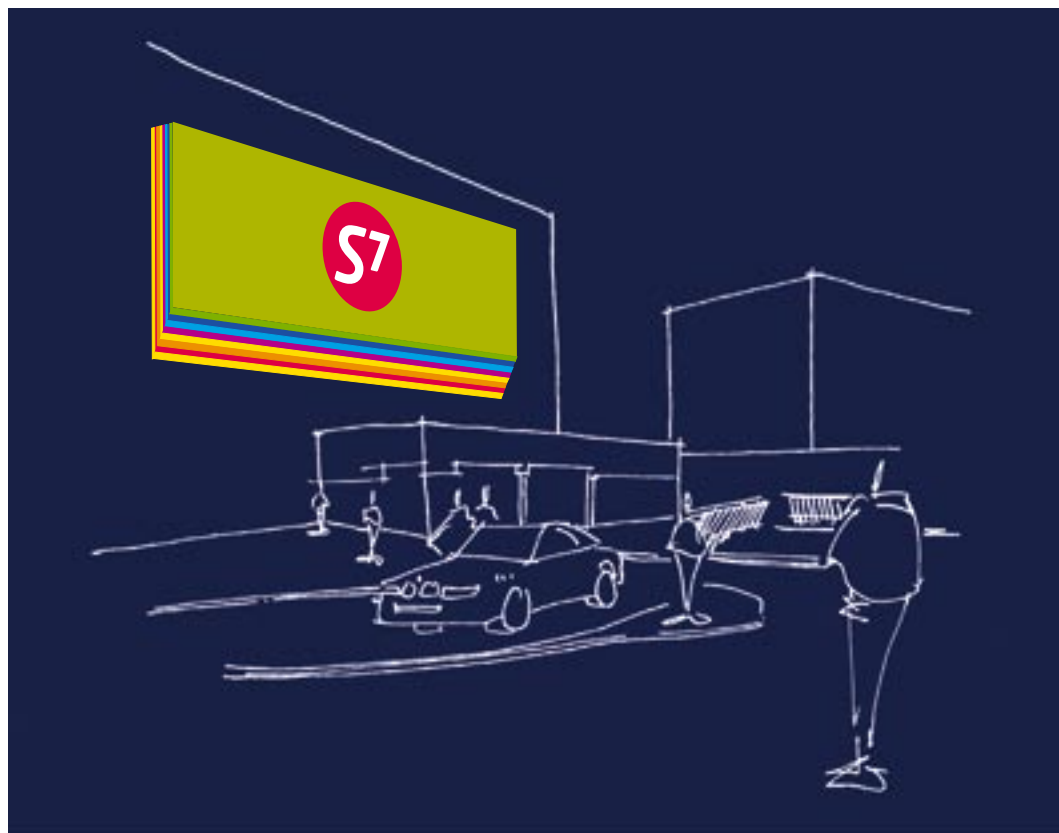


РЕКЛАМНЫЙ ЩИТ НА ЗДАНИИ

На здании, например, центрального офиса, может размещаться корпоративный щит. Оформляется по тем же правилам, что и лайтбоксы или стенды:

- 1 - Лицевая панель, ярко-зеленые Pantone 382С. Подсветка изнутри и сверху.
- 2 - Боковые совмещенные панели. Также подсвечены изнутри. Их последовательность строго регламентирована очередностью разноцветных полос (раздел «Стилеобразующие элементы»).

РЕКЛАМНЫЙ ЩИТ НА ЗДАНИИ



На здании, например, центрального офиса, может размещаться корпоративный щит. Оформляется по тем же правилам, что и лайтбоксы или стенды:

- 1 - Лицевая панель, ярко-зеленые Pantone 382C. Подсветка изнутри и сверху.
- 2 - Боковые совмещенные панели. Также подсвечены изнутри. Их последовательность строго регламентирована очередностью разноцветных полос (раздел «Стилеобразующие элементы»).



ОФОРМЛЕНИЕ ЦЕНТРАЛЬНОГО ВХОДА

1 - Алюминиевый бокс, освещенный изнутри. Размещается на стене рядом со входом. Состоит из разноцветных панелей, окрашенных в фирменные цвета S7 с помощью акриловой краски и винилового покрытия. Оформляется по тем же принципам, что и стенды.

2 - Стена цвета ярко-зеленого Pantone 382C.

3 - Алюминиевая неосвещенная панель над входом. Для покрытия используется непрозрачный винил. Оформляется по тем же принципам, что и стенды.



ТОТЕМ С ФЛАГШТОКАМИ

Применяется, к примеру, рядом со зданием учебного центра. Внешне освещен. Ночное освещение должно достигать уровня текста на стенде. Оформляется по тем же принципам, что и стенды.

- 1 - Основное поле ярко-зеленого цвета, Pantone 382C.
- 2 - Логотип, Pantone 199C со встроенной подсветкой.
- 3 - Текст, размещается с выключкой влево, набирается фирменном шрифтом NeoSans. Покрытие непрозрачным винилом.
- 4 - Разноцветные совмещенные панели. Освещены изнутри, виниловое покрытие.
- 5 - Декорированная зона вокруг тотема.
- 6 - Флажштоки. Покрытие специальным серебряным порошком. Флаги S7 оформляются в соответствии с концепцией «внешний/внутренний» – лицевая сторона флага с нанесенным логотипом – основного ярко-зеленого цвета, Pantone 382C, обратная – любого из дополнительных (на макете показаны примеры).

ОФОРМЛЕНИЕ ОФИСОВ ПРОДАЖ

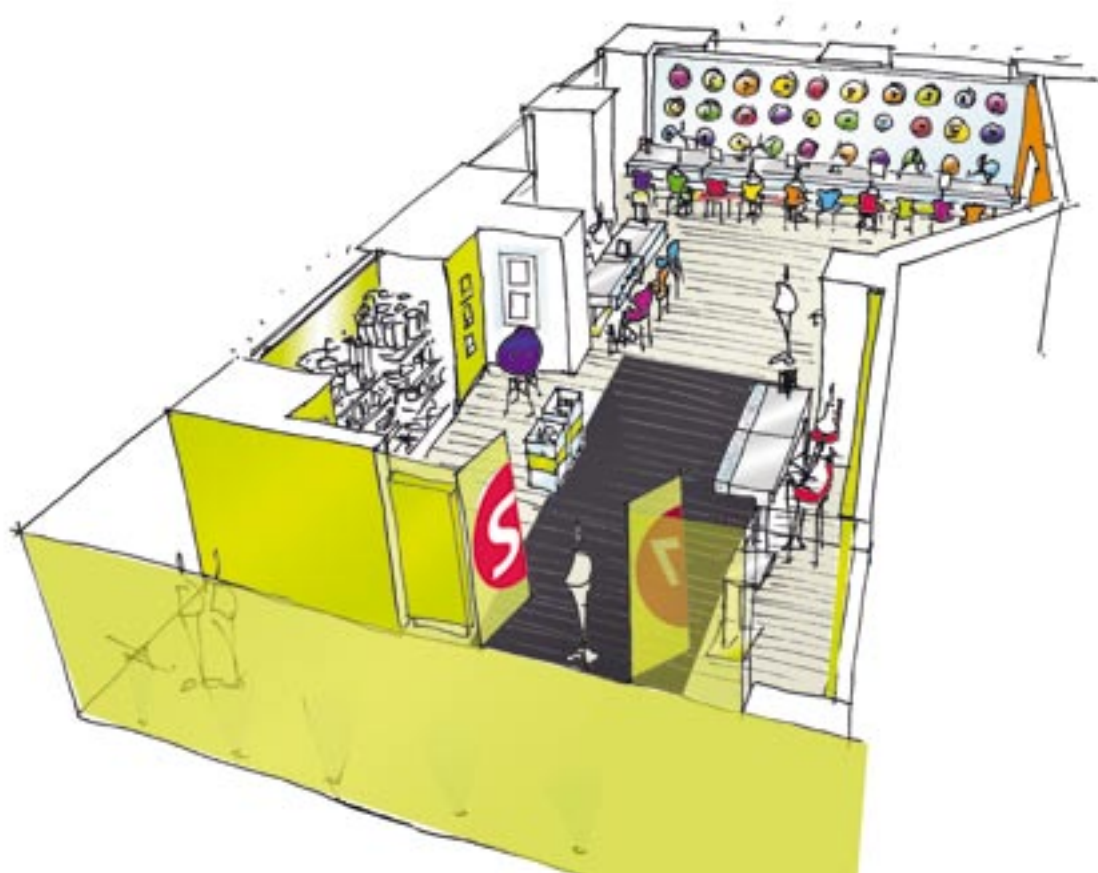


ОФИС ПРОДАЖ (ПЛАН)



Единая концепция, разработанная для центральных в городе офисов продаж – «розничная окружающая среда». Это означает, что в центральном офисе продаж пассажирам предоставляется возможность приобрести не только билет, но и сувенирную продукцию S7, товары выполненные «в духе S7».

Офис разделяется на несколько зон: при входе размещается зона продажи сувениров (по сторонам – сиденья). И уже далее – зона обслуживания клиентов или продажи билетов. Здесь (например, перед multicolor стеной) устанавливаются «коммерческие столы» для менеджеров продаж.



ОФИС ПРОДАЖ (ОБЩИЙ ВИД)

Оформление офиса продаж и все объекты интерьера подчиняются принципу «внешний/внутренний».

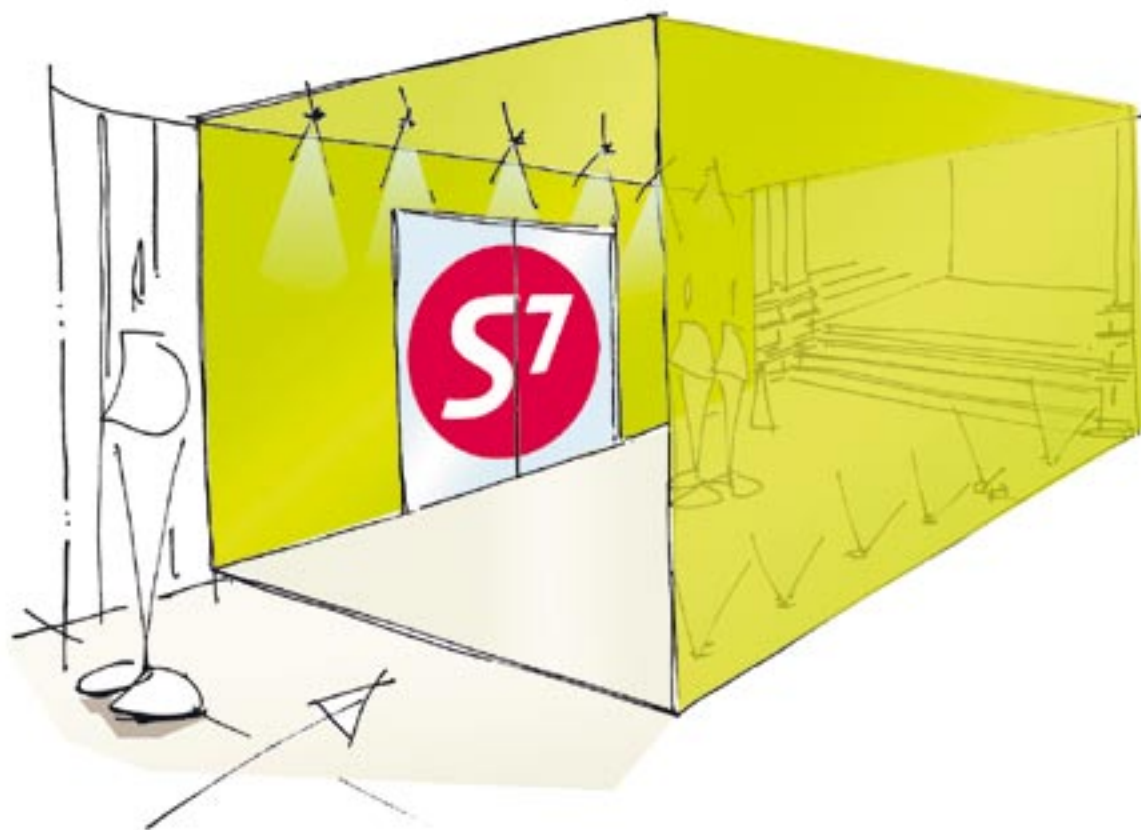
Стены, не имеющие окон, в офисе продаж окрашиваются в ярко-зеленый цвет. Только одна из них – декоративная стена, выполняется в стиле multicolor, с использованием множества разноцветных однотипных объектов. Каждая стена с окнами окрашивается в свой цвет (любой из дополнительных фирменных цветов S7).

Предметы офиса, например, стулья или кресла, должны быть выдержаны в концепции разноцветных объектов. Этот же принцип оформления можно применить к ковровым покрытиям, выделяя цветом тот или иной однотипный объект.

ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ВХОД

На входных дверях центрального входа по центру размещается логотип авиакомпании. Для нанесения используется виниловое покрытие.

Стены при центральном входе выкрашены в фирменный ярко-зеленый цвет, соответствующий Pantone 382C, и подсвечены.



ЗОНА ПРИВЕТСТВИЯ КЛИЕНТА

У входа – охрана и зона приветствия клиентов.
Цифровое табло и бегущая строка размещаются на стене за стойкой приветствия клиентов.



RETURN FLIGHTS TO MOSCOW

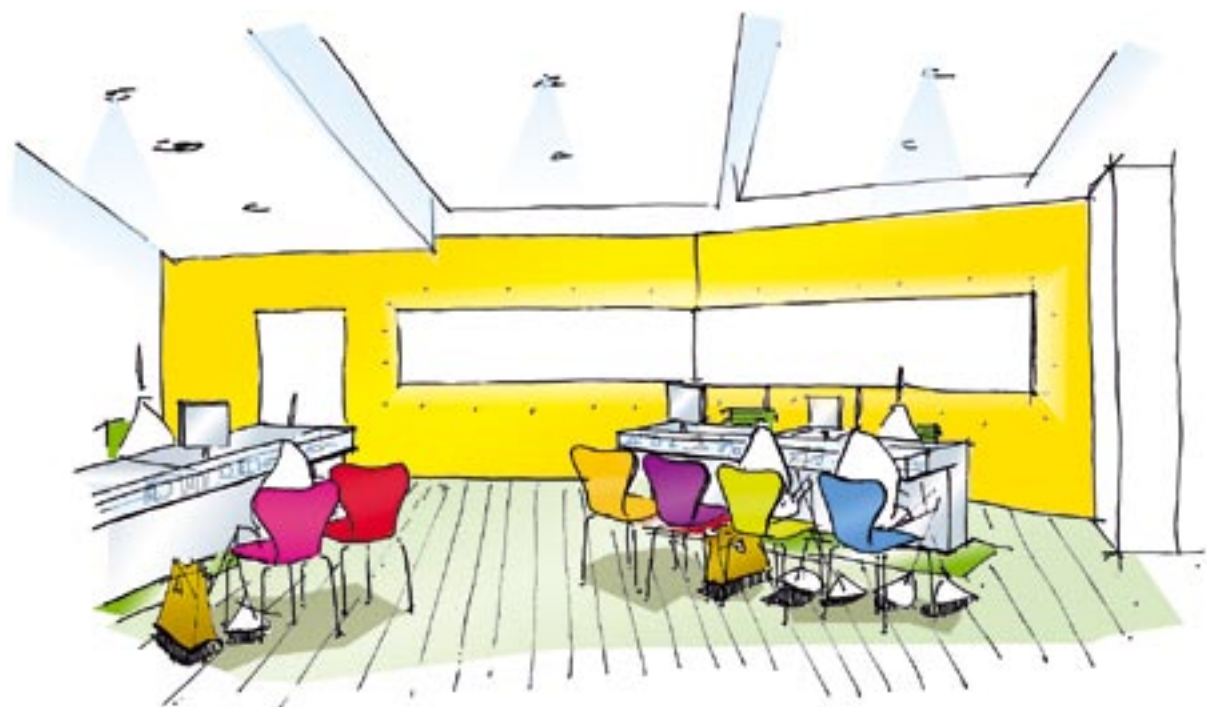


ПРОДАЖА СУВЕНИРОВ

При входе в офис продаж размещается зона продажи сувениров. Зона подсвечена сверху.

На задней стене - стеллаж с предлагаемыми сувенирами. Возможны также отдельно стоящие подставки для товаров.

У одной из стен размещается автомат продажи билетов.

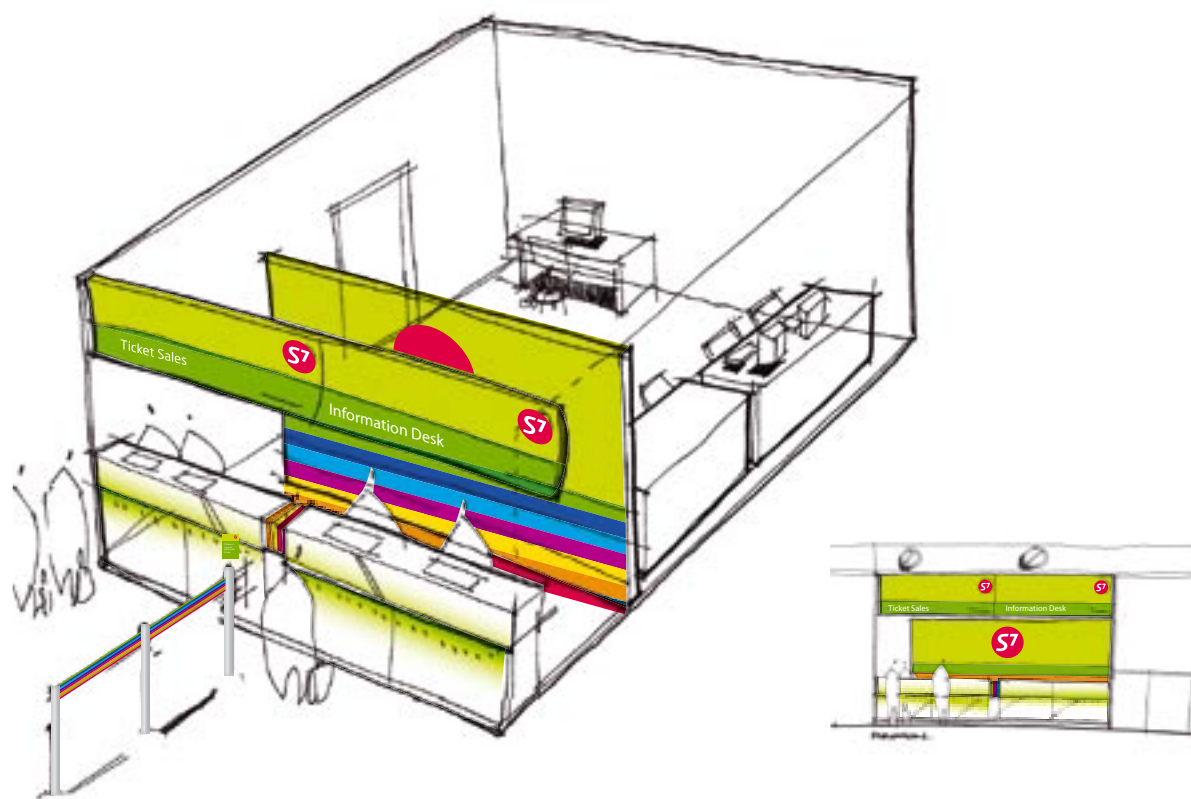


МЕСТО ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ

Зона обслуживания клиентов также оформляется по принципу «внешний/внутренний». Стены, не имеющие окон, в офисе продаж окрашиваются в ярко-зеленый цвет. Каждая стена с окнами окрашивается в свой цвет (любой из дополнительных фирменных цветов S7).

Предметы должны быть выдержаны в концепции разноцветных объектов. Этот же принцип оформления можно применить к ковровым покрытиям - выделяя цветом тот или иной однотипный объект.

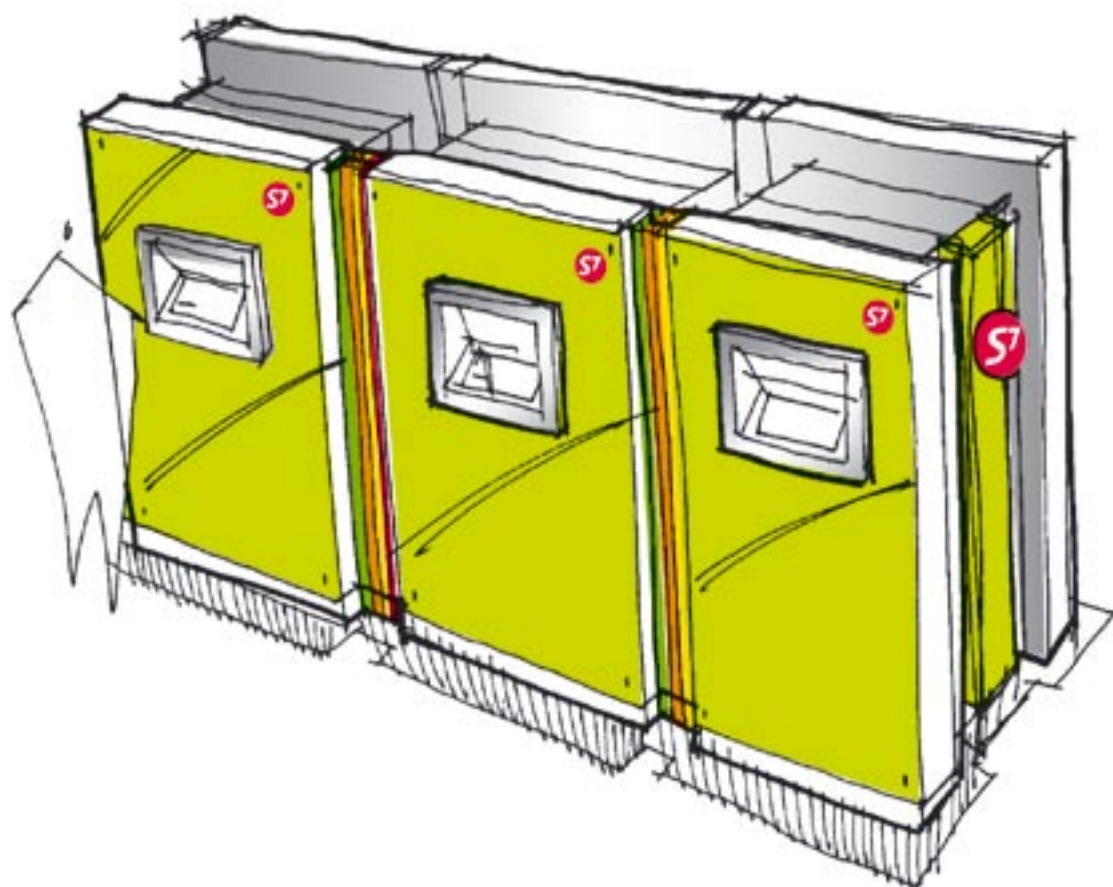
В зоне обслуживания клиентов располагается декоративная стена, выполняется в стиле multicolor, с использованием множества разноцветных однотипных объектов. Перед ней устанавливаются «коммерческие столы» - для клиентов и менеджеров по продажам.



ОФИС ПРОДАЖ В ЗДАНИИ АЭРОПОРТА

Офис продаж представляет собой стойки (зеленая подсветка) и организованную с помощью тенс-барьеров площадку перед ними. Над стойками устанавливаются подсвеченные изнутри панели, оформленные плашками ярко-зеленого и темно-зеленого фирменных цветов. На верхней плашке в верхнем правом углу размещается логотип авиакомпании. На нижней с выключкой влево вывороткой наносятся надписи «Продажа билетов» или «Информационное табло».

Разделители между стойками, а также стена за стойками оформляется в соответствии с концепцией «внешний/внутренний». Стена оформлена следующим образом: основное поле ярко-зеленого цвета с нанесенным центрально-ориентированным увеличенным логотипом, внизу — разноцветные горизонтальные полосы (раздел «Стилеобразующие элементы»).



Е-TICKET

Автомат продажи электронных билетов

Лицевая панель автомата покрывается металлическими листами ярко-зеленого цвета (металлический блеск). На лицевой панели – экран для входа в систему и покупки билетов. Экран по контуру обрамляется серебряной металлической панелью.

На лицевую панель в правый верхний угол с помощью винилового покрытия наносится логотип компании.

Логотип, но уже объемный, также наносится на боковую панель.

Автоматы разделены между собой с помощью подсвеченной изнутри панели, на которую акриловой краской нанесены разноцветные вертикальные линии.



ПЛАКАТ

В случае использования репортажных снимков фирменный блок размещается на нижней плашке ярко-зеленого цвета в правом углу, информация о компании - в левом.

Рекламное сообщение и рекламный слоган располагаются в зависимости от композиции фотоизображения, на однородном фоне с выключкой влево.



ШТЕНДЕР

В качестве рекламного изображения могут применяться фотоизображение или силуэты. Важно, чтобы силуэты соприкасались с плашкой Pantone 369 или были обрезаны снизу.

Доминирующий цвет макета - ярко-зеленый Pantone 382. Он применяется как фоновый для нижней плашки и для основного поля рекламного сообщения. Для плашки, на которой размещается информационный текстовый блок, используется темно-зеленый Pantone 369.



ДИСПЛЕЙ НАСТОЛЬНЫЙ

Дисплей изготавливается из акрилового стекла с нанесением на внутреннюю сторону материала соответствующего цвета (Pantone 199, Pantone 382).



СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ



ЕЖЕДНЕВНИК А4

Сувенирная продукция выполнена в концепции «внешний», с использованием основных фирменных цветов: Pantone 199, 382 и 369.

ЕЖЕДНЕВНИК А5

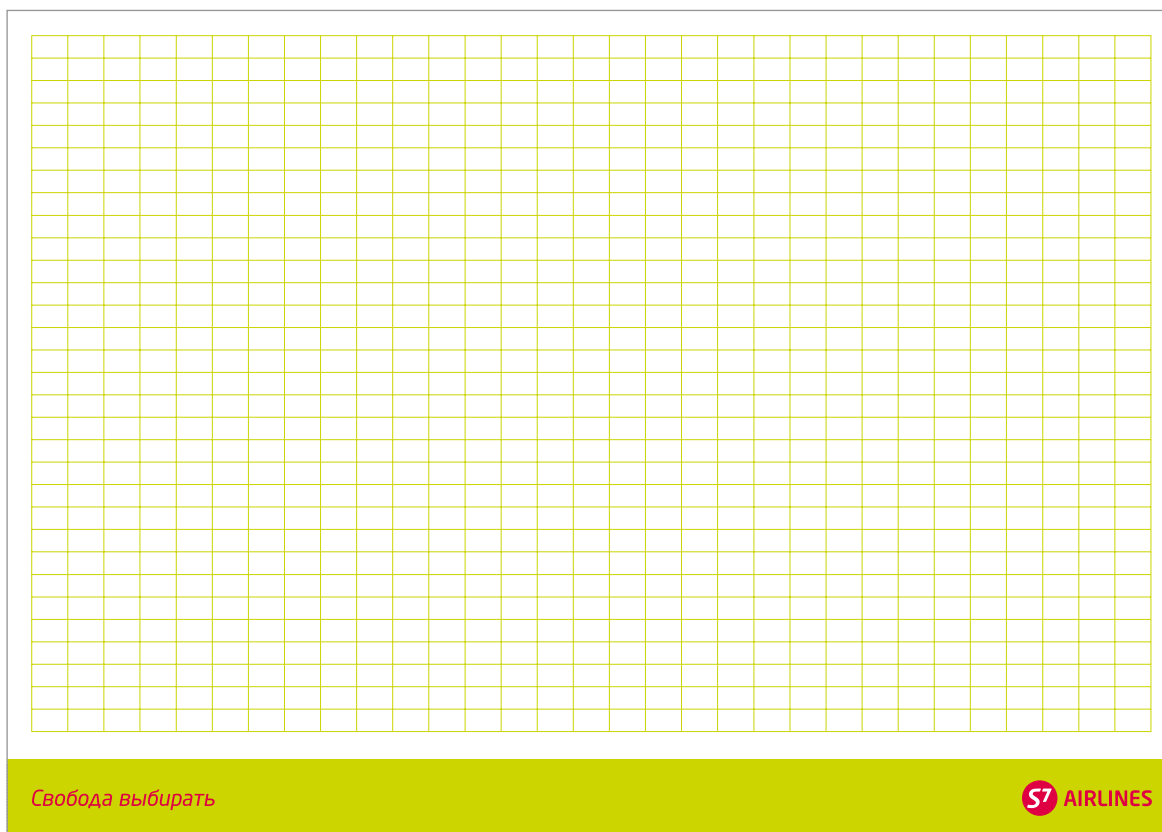
Сувенирная продукция выполнена в концепции «внешний», с использованием основных фирменных цветов: Pantone 199, 382 и 369.



ПЛАНИНГ-ЕЖЕДНЕВНИК

Сувенирная продукция выполнена в концепции «внешний», с использованием основных фирменных цветов.





НАСТОЛЬНЫЙ ПЛАНИНГ

Сувенирная продукция выполнена в концепции outside, с использованием основных фирменных цветов.

В случае готовых материалов подбирается цвет, визуально максимально приближенный к соответствующему фирменному цвету.

Рекоменованный размер настольного планинга - формат А3.



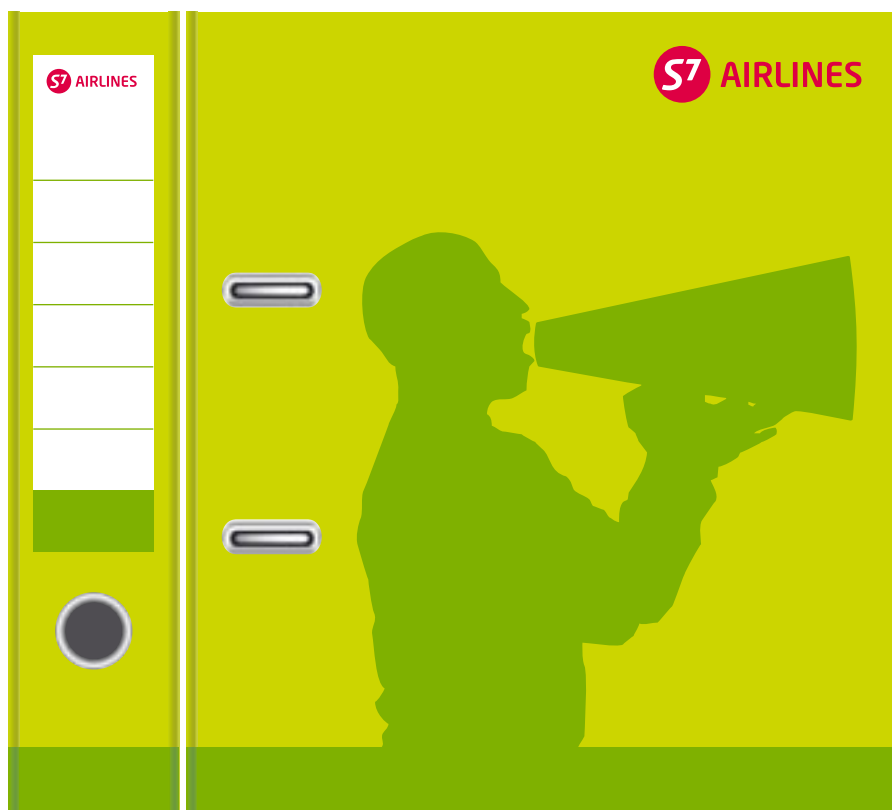
ПЛАСТИКОВАЯ ПАПКА

Сувенирная продукция выполнена в концепции «внешний», с использованием основных фирменных цветов.

Цвет папки подбирается, чтобы максимально соответствовал фирменному ярко-зеленому цвету.

ПАПКА РЕГИСТРАТОР

Суvenirная продукция выполнена в концепции «внешний», с использованием основных фирменных цветов.





ФЛАГ

Суvenirная продукция выполнена в концепции «внешний», с использованием основных фирменных цветов.

Примерные пропорции флага - 5:3.



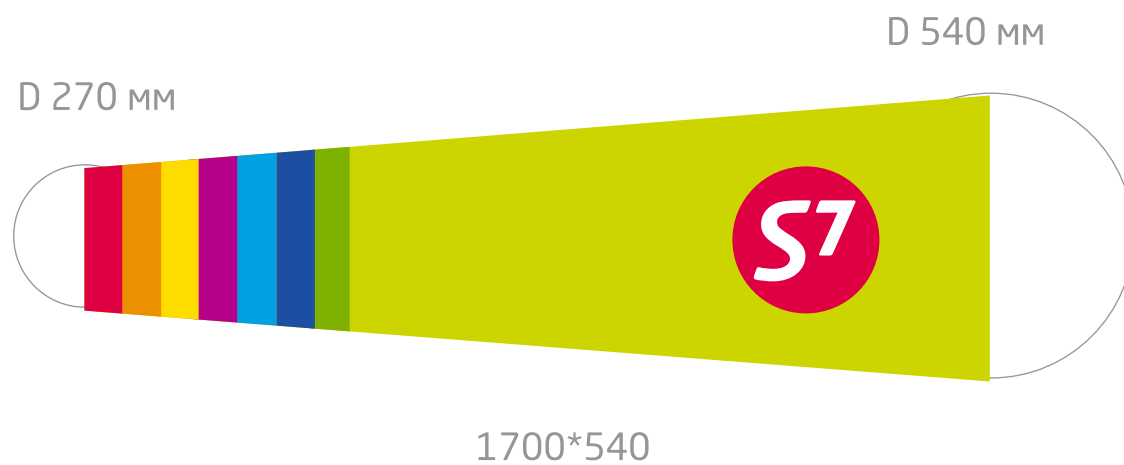
ФЛАЖОК НАСТОЛЬНЫЙ

Флаг выполнена в концепции «внешний», с использованием основных фирменных цветов: Pantone 199, 382.

Примерные пропорции настольного флажка - 5:3.

ВЫМПЕЛ

Флаг выполнена в концепции «внешний/внутренний», с использованием основных фирменных цветов.



ЗНАЧОК

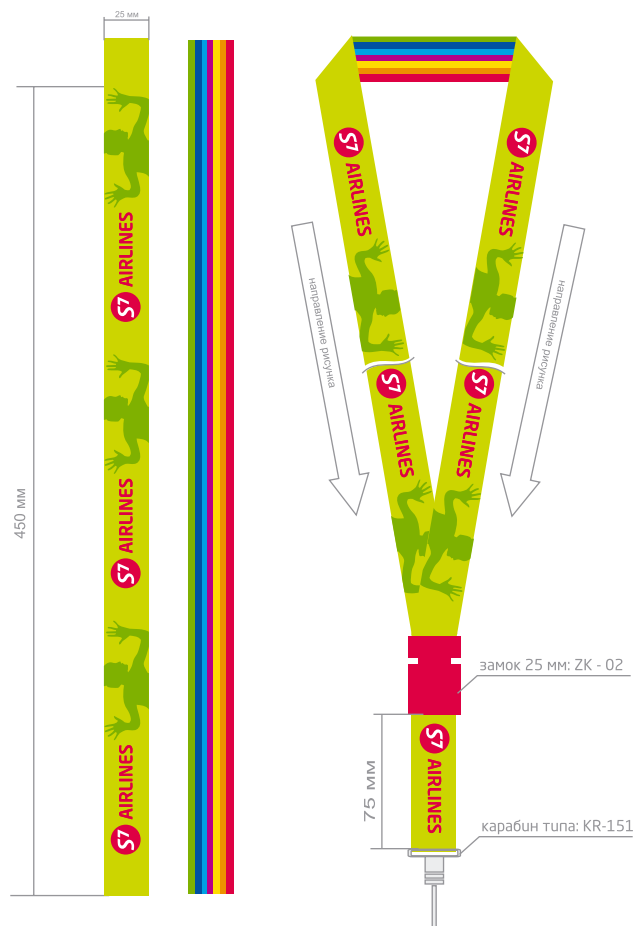
Значок представляет собой трехмерное воплощение логотипа S7.





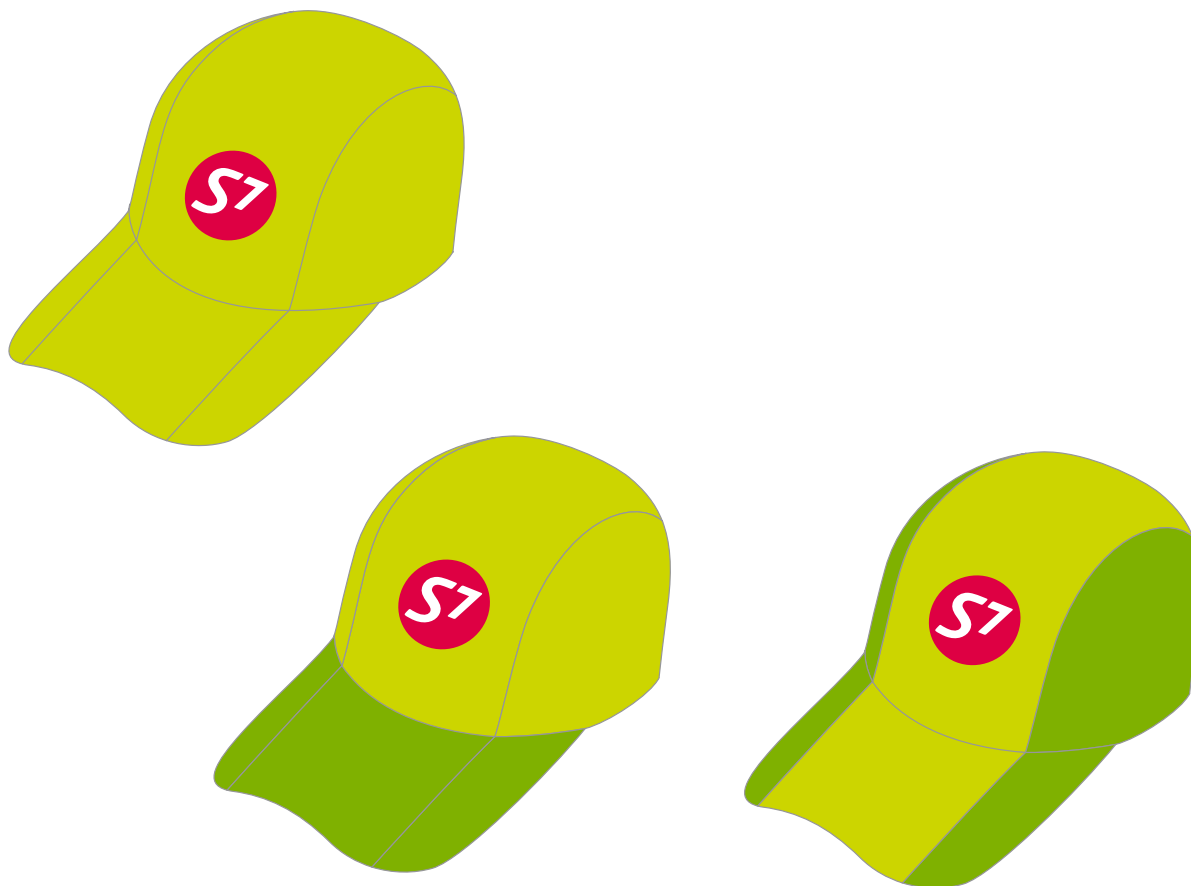
РУЧКА

Ручка подбирается из материалов цвета, визуальюно близкого фирменному ярко-зеленому и должна иметь стильную и современную форму.



ЛЕНТА ДЛЯ БЕЙДЖА

Предметы подбираются из материалов цветов, визуально близких фирменному ярко-зеленому и дополнительным цветам и должны иметь стильную и современную форму.



БЕЙСБОЛКА

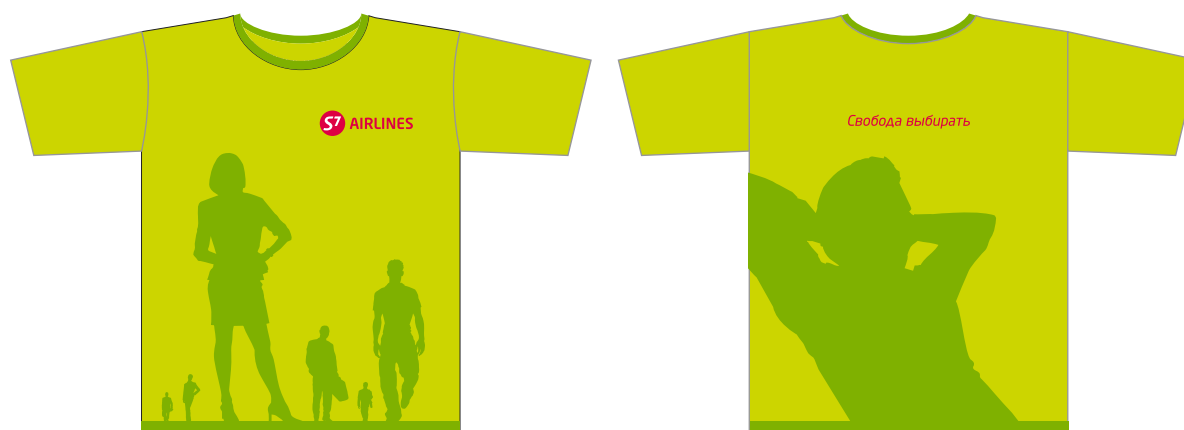
Сувенирная продукция выполнена в концепции «внешний».

В случае подбора материала цвета подбираются, чтобы максимально соответствовали фирменным зеленым цветам.

ФУТБОЛКА

Сувенирная продукция выполнена в концепции «внешний».

Изготовление футболки - индивидуальный пошив после нанесения изображения на ткань.



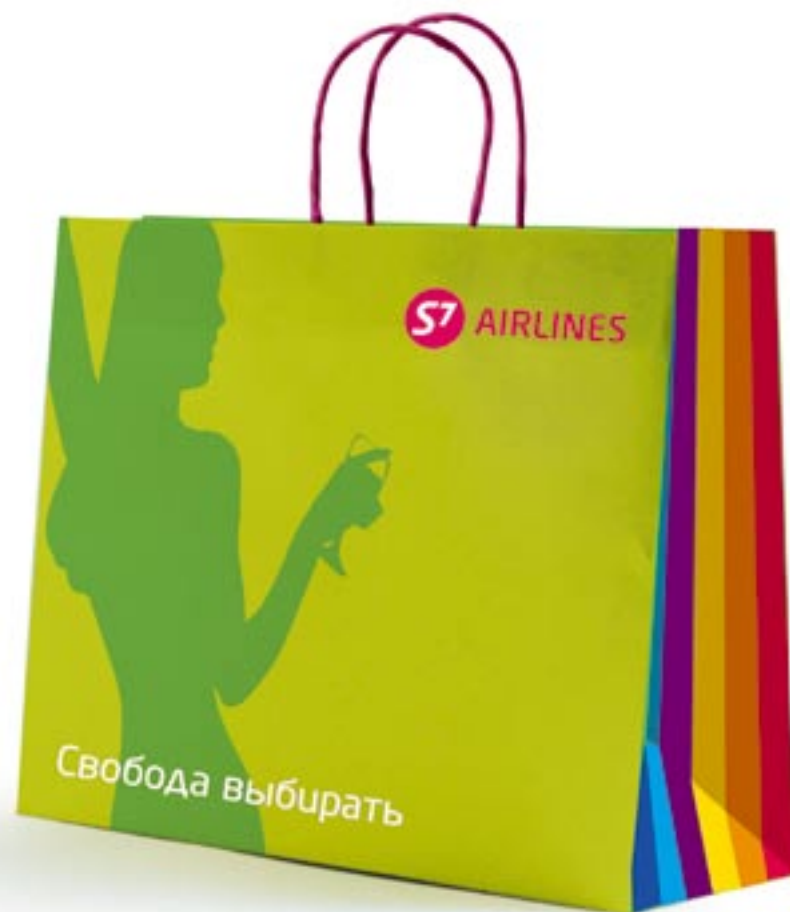


ПАКЕТ БУМАЖНЫЙ

Сувенирная продукция выполнена в концепции «внешний/внутренний».

ПАКЕТ БУМАЖНЫЙ

Сувенирная продукция выполнена в концепции «внешний/внутренний».



ПАКЕТ ПЛАСТИКОВЫЙ

Сувенирная продукция выполнена в концепции «внешний/внутренний».





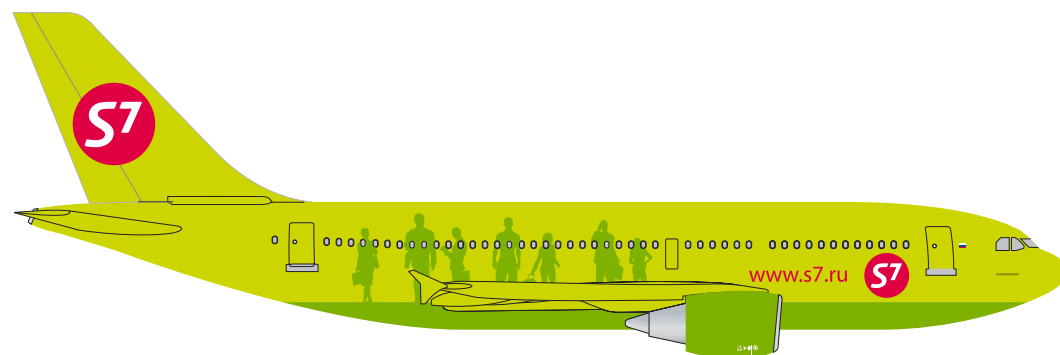
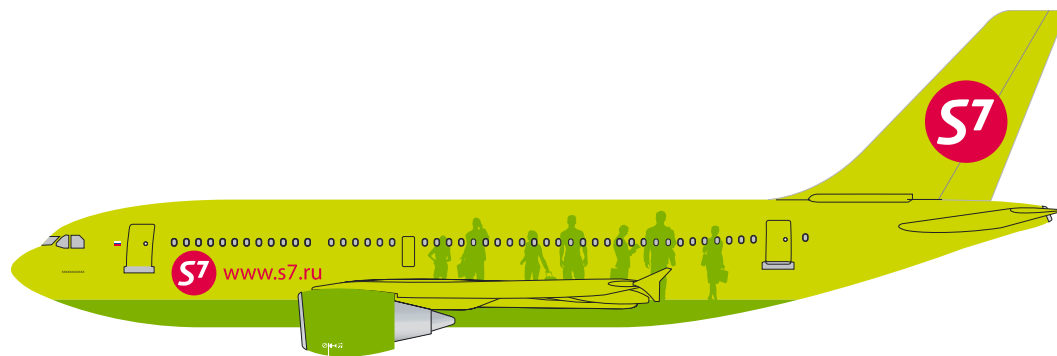
СУМКА

Сумка подбираются или шьются из материалов цвета, визуально близкого фирменному ярко-зеленому и должны иметь стильную и современную форму.

Отдельные детали (например, ручки) должны быть выполнены в фирменном вишнево-красном цвете.



ПОКРАСКА
ВОЗДУШНЫХ
СУДОВ



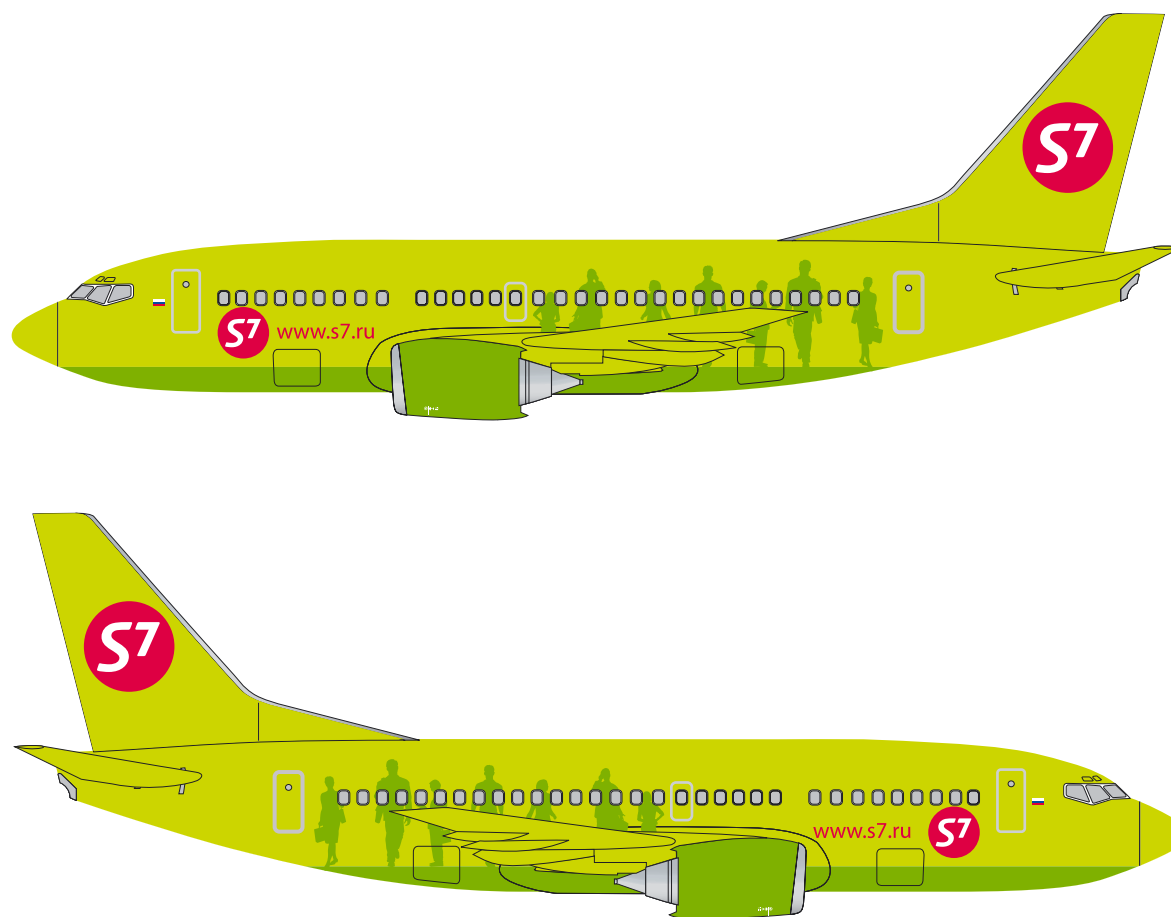
AIRBUS A310

Самолеты всех видов окрашиваются по принципу outside.

Воздушное судно, включая хвостовую часть и крылья, окрашивается в ярко-зеленый цвет. Днище самолета и турбины – в темно-зеленый. На плашке темно-зеленого цвета, упираясь в нее, размещаются силуэты в соответствии с правилами применения силуэтов.

Также с правого и левого бока самолета размещается фирменный блок с адресом, вишнево-красный фирменный цвет, и государственная символика РФ – триколор.

На хвостовой части размещается вишнево-красный логотип авиакомпании.



BOEING 737-500

Самолеты всех видов окрашиваются по принципу outside.

Воздушное судно, включая хвостовую часть и крылья, окрашивается в ярко-зеленый цвет. Днище самолета и турбины – в темно-зеленый. На плашке темно-зеленого цвета, упираясь в нее, размещаются силуэты в соответствии с правилами применения силуэтов.

Также с правого и левого бока самолета размещается фирменный блок с адресом, вишнево-красный фирменный цвет, и государственная символика РФ – триколор.

На хвостовой части размещается вишнево-красный логотип авиакомпании.



Восприятие бренда формирует прежде всего его визуальное оформление. В создании образа компании нет незначительных деталей, того, чем можно было бы пренебречь — здесь важно неукоснительное соблюдение всех визуальных констант.

Именно поэтому мы призываем Вас следовать изложенным в книге фирменного стиля инструкциям к созданию макетов. Мы верим, что Вы помогаете нам сделать образ нашей компании четким, неизменным и соответствующим всем признакам нашего бренда.

Данная книга поможет Вам следовать заданным стандартам качества и сделает бренд S7 сильным.

По всем возникающим у Вас вопросам обращайтесь:

