

Руководство по корпоративному дизайну



УПС ВСЕМИРНЫЙ
ПОЧТОВЫЙ
СОЮЗ



Версия: Март 2020 г.

Содержание

1. Основные элементы	4
2. Бланочная продукция	7
3. Цифровые медиа	9
4. Информационные указатели	11
5. Листовки, плакаты и стенды	13
6. Рекламная продукция	15
7. Специальные приложения	16

Введение

Всемирный почтовый союз (ВПС) ввел в использование новый коллективный товарный знак PosTransfer для увеличения узнаваемости почтовых операторов на рынке электронных почтовых платежей. Товарный знак призван помочь завоевать признание клиентов во всем мире и принадлежит исключительно ВПС. В настоящем руководстве подробно излагается, как может практически использоваться товарный знак для маркетинговых и коммуникационных целей.

Члены группы Postransfer ВПС имеют право использовать коллективный знак при условии соблюдения соответствующих нормативных и договорных требований, устанавливаемых ВПС. За более подробной информацией просим обращаться в Программу по развитию почтовых финансовых услуг ВПС по адресу pfs@upu.int.

О Всемирном почтовом союзе

ВПС – это межправительственная организация, насчитывающая 192 страны-члена и уполномоченная обеспечивать всеобщий доступ к недорогим и качественным государственным почтовым услугам. Основанный в 1874, ВПС является второй старейшей международной организацией и членом семьи Организации Объединенных Наций.

Глобальная почтовая сеть – это сложная инфраструктура, благодаря которой основные государственные услуги предоставляются миллионам гражданам и коммерческим предприятиям. Она позволяет почтовому сектору играть важную роль в стимулировании социального и экономического развития стран.

Почтовые операторы также предоставляют финансовые и логистические услуги, включая услуги электронной коммерции бесчисленному числу клиентов, удовлетворяя их растущие потребности.

Сегодня почтовые службы всего мира ежегодно обрабатывают и доставляют порядка 327,4 миллиарда писем и 7,4 миллиарда посылок, используя всемирную сеть, взаимосвязанную с помощью новейших технологий и процессов, за техническое обслуживание которой отвечают 5,4 миллиона человек штатного персонала. Насчитывающая около 680 000 учреждений, данная инфраструктура образует самую большую физическую сеть в мире.

1. Основные элементы

Логотип

Логотип всегда должен включать в себя эмблему PosTransfer и ее полное название в соответствии с условиями регистрации товарного знака.

Цветная версия

По возможности следует использовать цветную версию логотипа, как показано.

4 цвета CMYK (палитра голубой-сиреневый-желтый-черный)



2 цвета системы Pantone



Правила орфографии

При упоминании коллективного знака по названию в основной части текста, следует писать 'PosTransfer'. Если название продукта написано маленькими прописными буквами, следует писать **PosTRANSFER**

При использовании прописных и строчных букв, буква T пишется как заглавная. Может быть использован любой тип шрифта.

Использование черного

Линейный логотип, использование черного.
Для использования только на светлом фоне.

1 цветное штриховое оформление



Негативное использование

Линейный логотип, негативное использование.
При использовании только на темном фоне.
По возможности логотип белого цвета следует использовать только на голубом или черном фоне.

1 цветное штриховое оформление белым



Ширина

Минимальная ширина логотипа (например, для А6 или визитных карточек) - 9.5 мм.



Минимальный зазор

Для логотипа был определен минимальный зазор, которого надлежит придерживаться (охранное поле) ($X = \frac{1}{2}$ высота эмблемы).



Пример:

ваш Логотип



Цвета

Основные базовые цвета – синий и оранжевый. Везде, где это возможно, данные цвета следует использовать в качестве элементов дизайна для усиления стандартного внешнего вида логотипа.



PosTransfer синий

CMJK
100|70|0|0
RVB
0|8|158
HEX
#004dff



PosTransfer синий

Система Pantone
Reflex Blue



PosTransfer оранжевый

CMJN
0|45|90|0
RVB
34.5|85|96
HEX
#0a0602



PosTransfer оранжевый

Система Pantone
1235C



Valais/Wallis Promotion
Herr Bruno Huggler
Rue Pre-Vieuri 6
Postfach 1469
1951 Sion

Subject

Dear Mr. Miller

But I must explain to you how all this mistaken idea of denou-
sure and praising pain was born and I will give you a complete a-
of the system, and expound the actual teachings of the great exp-
the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, a-
kes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those
who do not know how to pursue pleasure rationally encounter conse-
quences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves
or pursues that are extremely painful. To take a trivial example, which of us ever
because occasionally circumstances occur in which toil and pain can pro-
cure him some great pleasure. Undertakes laborious physical exercise, except to obtain some advantage
from it? But who has any right to find fault with a man who chooses to
enjoy a pleasure that has no annoying consequences, or one who avoids
a pain that produces no resultant pleasure?

Best regards
Universal Postal Union

Ms. Fella Rabbahi



Henry Example

T +41 44 853 40 57
M +41 78 897 80 33
henry.example@upu.int

Postal Service A
Washington street 4
9402 Phnom Penh
CAMBODIA



Postal Service A
Example Byline

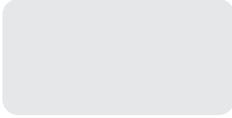
Washington street 4
PO Box 312
9402 Phnom Penh
CAMBODIA

2. Бланочная продукция

Фирменный бланк

	Postal Service A Example Byline	Washington street 4 PO Box 312 9402 Phnom Penh CAMBODIA
Valais/Wallis Promotion Mr. Tom Miller Rue Pré Fleuri 6 Postfach 1469 1951 Sion		
Subject		
Dear Mr. Miller		
But I must explain to you how all this mistaken idea of denouncing pleasure and praising pain was born and I will give you a complete account of the system, and expound the actual teachings of the great explorer of the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, dislikes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know how to pursue pleasure rationally encounter consequences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves or pursues or desires to obtain pain of itself, because it is pain, but because occasionally circumstances occur in which toil and pain can procure him some great pleasure. To take a trivial example, which of us ever undertakes laborious physical exercise, except to obtain some advantage from it? But who has any right to find fault with a man who chooses to enjoy a pleasure that has no annoying consequences, or one who avoids a pain that produces no resultant pleasure?		
Best regards Universal Postal Union		
Ms. Hanna Example		

Конверт С6/5

	Postal Service A Example Byline	Washington street 4 PO Box 312 9402 Phnom Penh CAMBODIA
		

Визитные карточки

	Service postal A Washington street 4 9402 Phnom Penh CAMBODGE
Bertrand Exemple	
T +41 44 853 40 57 M +41 78 897 80 33 bertrand.exemple@upu.int	





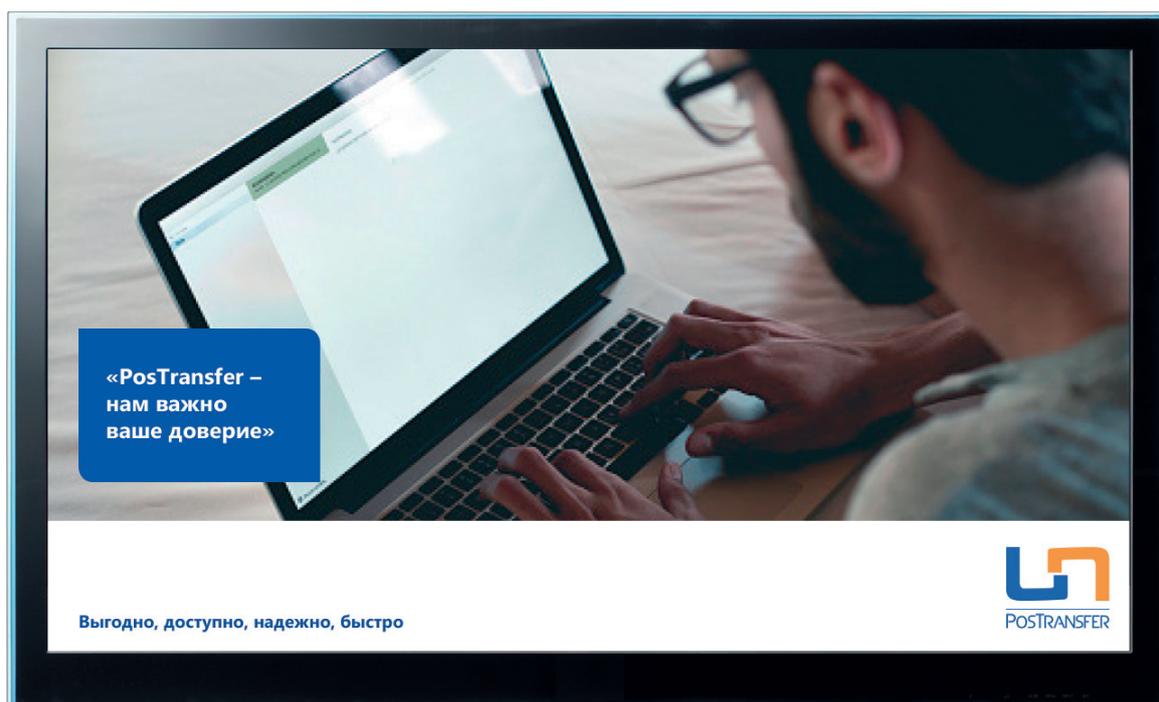

POSTTRANSFER

3. Цифровые медиа

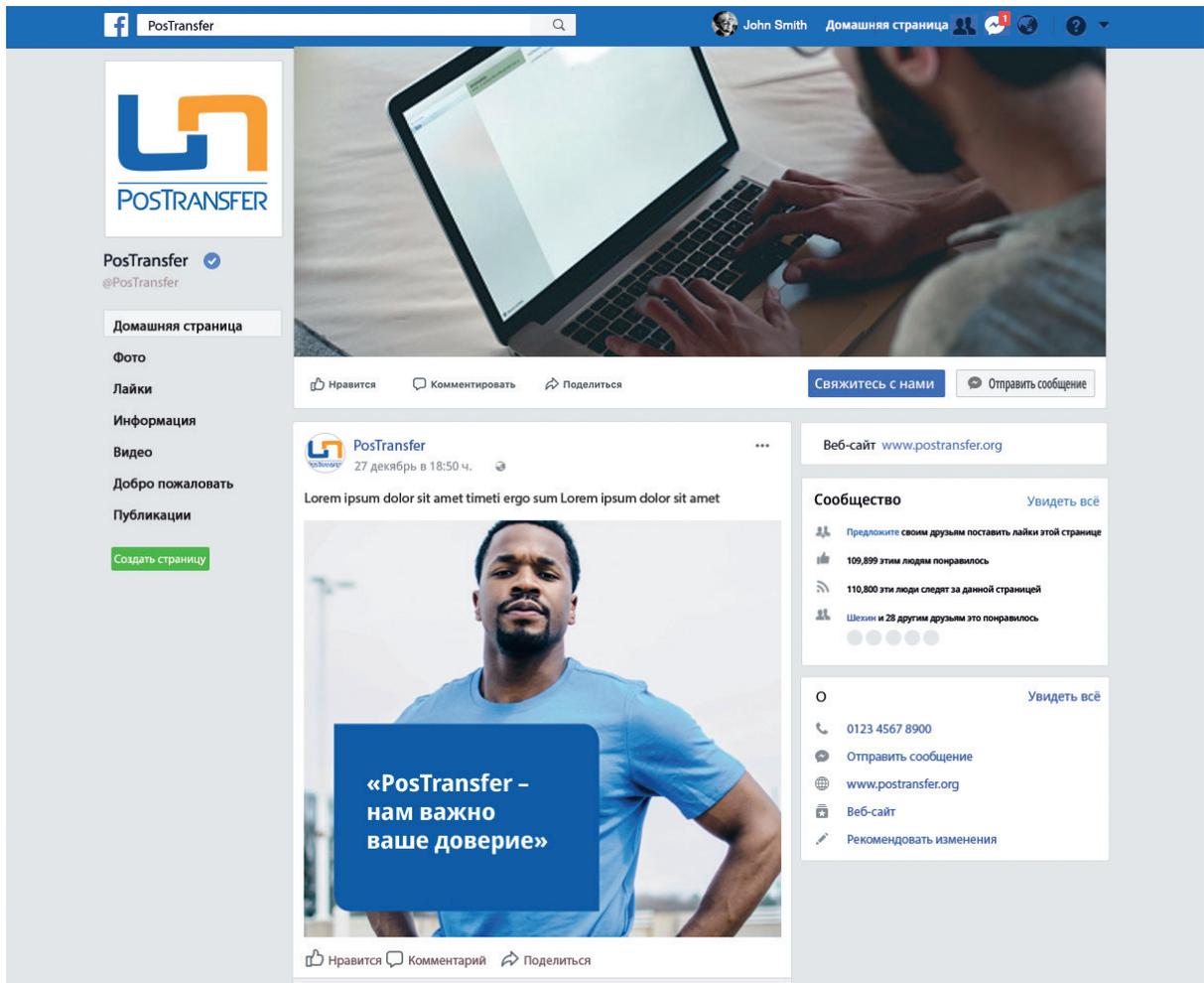
Примеры применения логотипа в приложениях и заставках на экран



Цифровой дисплей экрана

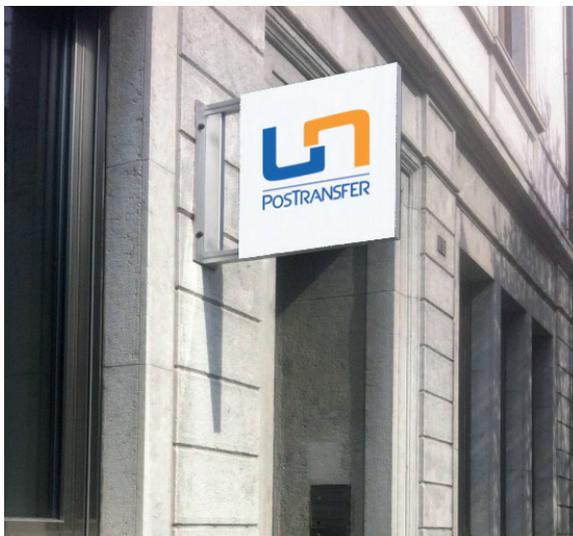


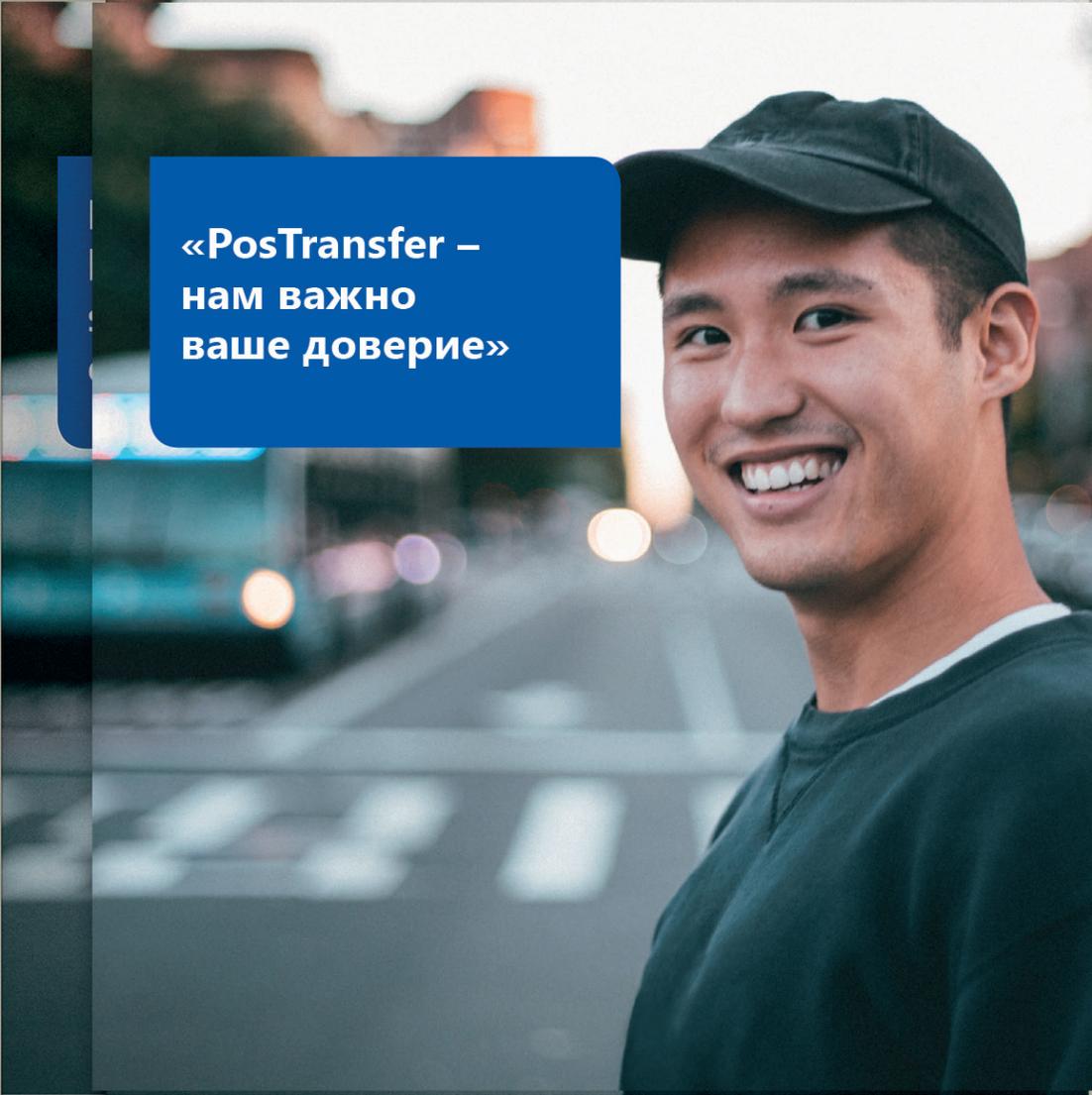
Примеры размещения
в социальных сетях



4. Информационные указатели

Примеры использования на информационных указателях





**«PosTransfer –
нам важно
ваше доверие»**

Только для

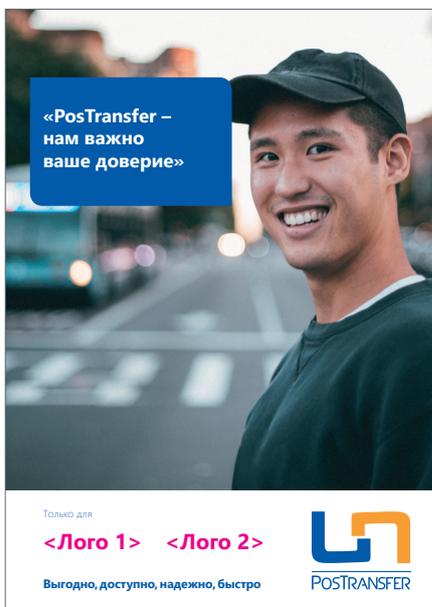
<Лого 1> <Лого 2>

Выгодно, доступно, надежно, быстро

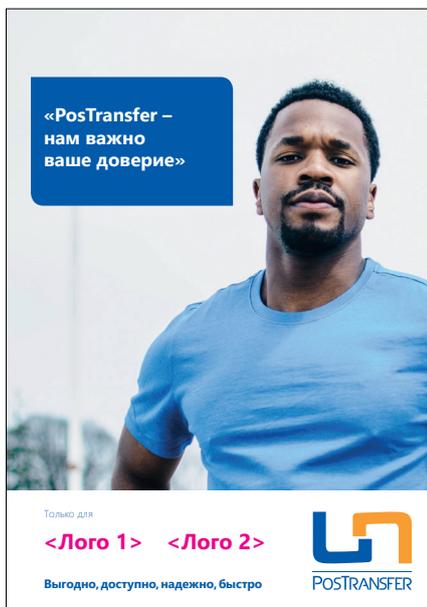


5. Листовки, плакаты и стенды

Образец листовки

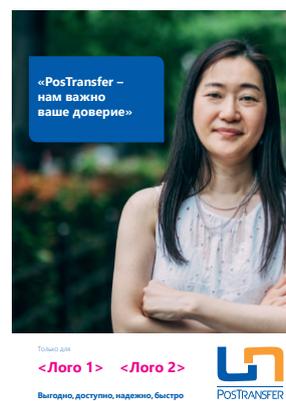
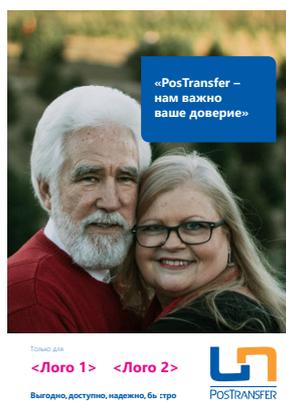
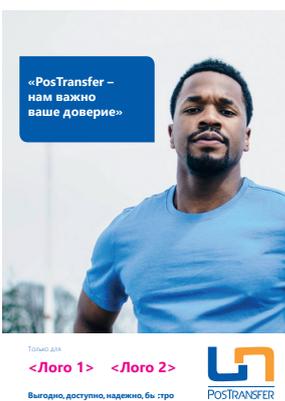


Перед брошюрой



На обороте брошюры PosTransfer

Примеры плаката



Образец стенда

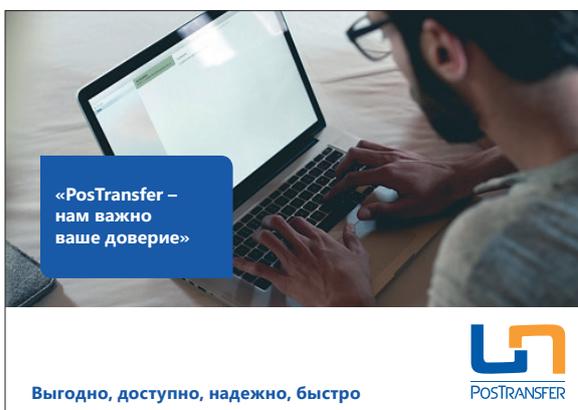


6. Рекламная продукция

Продаваемые материалы



Почтовая открытка A6



7. Специальные приложения

Образец кредитной карты



Минимальный размер логотипа
11.5 мм x 9.5 мм

Фон (предлагаемый)
Узор (линии) PosTransfer синий
и оранжевый.

Контакты

Программа «Почтовые финансовые услуги»
Всемирный почтовый союз
PO Box 312
3000 Берн 15
ШВЕЙЦАРИЯ

Электронная почта: pfs@upu.int
Телефон: +41 31 350 31 11

Авторское право: Всемирный почтовый союз, все права защищены
Дата выпуска: март 2020 г.



ВПС | ВСЕМИРНЫЙ
ПОЧТОВЫЙ
СОЮЗ