



# Использование логотипа компании на форме хоккейного клуба ЦСКА

### Вариант № 1

Монохромное (одноцветное) изображение фирменного блока, которое, согласно брендбуку, рекомендуется использовать для «сохранения единства концептуального и стиливого решения дизайн-макета продукции». Для нанесения логотипа используются фирменные цвета хоккейного клуба ЦСКА: красный фон, белые буквы.



ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ФИРЕННОГО СТИЛЯ

#### Монохромная печать, инверсный шрифт

Монохромное (одноцветное) изображение фирменного блока допустимо использовать в отдельных случаях:

- невозможности применения многоцветной печати;
- сохранения единства концептуального и стиливого решения дизайн-макета продукции.



«Основные элементы фирменного стиля. Монохромная печать, инверсный шрифт»

## Вариант № 2

Похожий на первый вариант — такое же монохромное (одноцветное) изображение фирменного блока — но нанесенное золотым цветом.



ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

### Монохромная печать, инверсный шрифт

Монохромное (одноцветное) изображение фирменного блока допустимо использовать в отдельных случаях:

- невозможности применения многоцветной печати;
- сохранения единства концептуального и стилового решения дизайн-макета продукции.



«Основные элементы фирменного стиля. Монохромная печать, инверсный шрифт»

### Вариант № 3

Наименее выигрышный вариант. Цветной знак с белой обводкой, белая текстовая часть. Согласно брендбукку, инверсный шрифт (Negative) в начертании логотипа применяется «в исключительных случаях, обусловленных концептуальным решением дизайн-макета с изображением символики на темном фоне».



Инверсный шрифт (Negative) в начертании логотипа применяется в исключительных случаях, обусловленных концептуальным решением дизайн-макета с изображением символики на темном фоне. При этом фирменный знак воспроизводится в соответствии с правилами его размещения на цветном фоне.

Two examples of the Rosneft logo on a dark blue background. The left example shows the logo with a white outline and the word 'РОСНЕФТЬ' in white. The right example shows the logo with a white outline and the word 'РОСНЕФТЬ' in white.

«Основные элементы фирменного стиля. Монохромная печать, инверсный шрифт»

Во всех трех случаях предлагается использовать левоориентированный блок. По мнению студии, наиболее выигрышно и хорошо как логотип «Роснефти», так и сама форма выглядят в первом варианте: белый монохромный знак и белая текстовая часть.



Остальные варианты размещения логотипа — с обводкой вокруг черной текстовой части или на дополнительных цветных плашках — специалисты студии считают менее выигрышными.



Вариант 4



Вариант 5

Ниже мы рассмотрим эти варианты и объясним, в чем недостаток каждого из них.

Проводя аналогию с упомянутым логотипом «Лукойла» на форме нижегородской команды «Торпедо», можно представить, как выглядел бы графический ход с обводкой, как на варианте №4.



Сейчас так, как на варианте №1



А стало бы так, как на варианте №4



Черные буквы с белой обводкой на темном фоне — это почти всегда плохая идея. С подобной проблемой студия сталкивалась при создании новой версии схемы метро, предназначенной для расклеивания на стеклах вагона.

Раньше там были именно буквы с обводкой, которые в тоннеле превращались в неразличимый набор символов.



Было мелко и нечитаемо

Если буквы оставить просто белыми (такими, как в надписи «Не прислоняться»), надписи будут читаться лучше и выглядеть гораздо чище.



Стало крупно и хорошо



Приведенный в качестве примера логотип «Татнефти» на форме команды «Ак Барс» — также не самый удачный вариант. Сейчас логотип размещается на фоне силуэта Казани.



Нужно ли изображать силуэт Москвы на форме ЦСКА — вопрос дискуссионный. Нам это кажется излишним. Но если расфокусировать взгляд, становится очевидно, что перед зрителем в итоге предстает та же цветная полоса с размещенным на ней темным логотипом с белой обводкой.



Темные буквы с белой обводкой на темном фоне выглядят массивнее, чем более крупные светлые буквы на том же фоне.



Во втором случае размер шрифта увеличен на 20% по сравнению с первым. То есть вместо массивной, избыточной и некрасивой обводки можно нанести более крупный логотип, который будет удачнее выглядеть и лучше считываться.

Вариант №5 — логотип на дополнительной белой полосе — нанесен на форму ЦСКА в этом сезоне.



Главная проблема этого варианта в том, что он подчеркивает недостатки логотипа вместо того, чтобы выявлять его достоинства. Дело в том, что логотип «Роснефти» отлично смотрится, если вокруг него есть пустое место, и не очень хорошо — когда его пространство ограничено прямоугольником. Текстовая часть сильно ниже знака и выровнена по нижнему краю. Из-за этого на небольшом светлом прямоугольнике весь логотип «лежит на полу», а не стоит посередине. Правый верхний угол всегда пустой. И не только на футболках. Далее показано, как выглядят два логотипа — «Роснефти» и «СОГАЗа» — на бортах хоккейной площадки.



К тому же, чаще всего, если полоса присутствует и на рукавах, и на груди, они рифмуются, повторяя как цвета, так и толщину элементов друг друга. Это можно назвать стандартом для хоккейной формы. Ниже приведены примеры формы нескольких команд НХЛ, подтверждающие это правило. Особое внимание следует обратить на декоративные полосы.



Подобные случаи встречаются и в КХЛ.



Белая полоса на форме ЦСКА не похожа ни на какой другой элемент. Когда логотип размещается на белой полосе, это влияет на остальной дизайн: полосы на рукавах должны либо также окрашиваться в белый цвет, либо отсутствовать вовсе.

В иных случаях и полоса, и сам логотип выглядят чужеродно. Сейчас белую полосу будто специально нарисовали, чтобы логотип стоял «как в брендбук». Должно же быть наоборот: форма должна диктовать свои условия логотипу спонсора, а не логотип спонсора — форме.

Если провести аналогию с вывеской на фасаде, над входом будто повесили белую пластиковую конструкцию, чтобы логотип всегда размещался на белом.



Как сделано сейчас



Как это будет  
выглядеть с белой  
плашкой

Просто буквы на фасаде всегда выглядят лучше, богаче и солиднее, чем буквы на пластиковых конструкциях.



Фасад здания до разработки «Дизайн-кода Москвы»



Тот же самый фасад после

Тот же принцип действует и в отношении формы: логотип на специальной плашке выглядит хуже, чем логотип без дополнительных элементов.

Сейчас в КХЛ логотипы спонсоров ставятся на форму как угодно, но в 9 случаях из 10 они привлекают к себе слишком много внимания, хотя должны быть просто заметными. Лишние обводки и плашки, не используемые клубом цвета — когда правил нет, можно делать так, как хочется, и это очень сильно удешевляет форму визуально.

Можно обратиться к международному опыту. В НХЛ спонсоров нет, но они есть во всех футбольных лигах. Там на форме тоже размещаются логотипы спонсоров. И если в случае с КХЛ «Газпром» размещает на форме СКА свой логотип, используя белую плашку поверх полосы, которую можно было бы просто не рисовать —



СКА (Санкт-Петербург)

— то в чемпионате Германии такой проблемы не возникает. «Газпрому» «повезло» с комплектом домашней формы команды «Шальке-04»: она синяя, и логотип на ней смотрится как на фирменном фоне.



«Шальке-04» (Германия)



Но, кроме домашнего, есть еще «гостевой» и третий комплекты. Цвет фона там уже не синий, но логотип и здесь «чувствует себя» прекрасно. Он легко перекрашивается в нужные цвета, дополняя и украшая форму, а не портя ее.



Если бы это была форма СКА, вполне возможно, логотип «Газпрома» выглядел бы так, как показано на рисунке ниже.



На обеих футболках логотип «Газпрома» одинаково заметен. Но какая из них выглядит лучше?

Рассмотрим другой пример — авиакомпания «Эмирейтс».



Она спонсирует огромное количество клубов, и компании тоже иногда «везет» с цветами основной формы команд. Например, повезло с домашней формой лондонского «Арсенала», она красно-белая. Но, как и в случае «Газпрома» и «Шальке», на остальных комплектах никому и в голову не придет перекрашивать свой логотип, делать его кричащим и бросающимся в глаза.



Домашняя форма «Арсенала»



Третья форма «Арсенала»

Посмотрим на форму других клубов с тем же самым спонсором.



формы ПСЖ



Домашняя и гостевая футболки «Милана»

Иногда клубная форма бывает белой — как, например, у мадридского «Реала». Казалось бы, можно поставить полноцветный логотип.



Как могло бы быть

Но, если использовать только цвета, которые уже присутствуют в форме, получается в несколько раз лучше.



Как на самом деле  
выглядит форма «Реала»

Следует также заметить, что компания «Эмирейтс» использует не весь логотип полностью, а только текстовую часть. Это вообще достаточно частая практика в Европе. Логотип еще одной арабской авиакомпании «Этихад» также включает в себя вязь.



Но на форме клуба «Манчестер Сити» размещается только буквенная часть. И, разумеется, цвета формы всегда являются приоритетными.



Если рассмотреть уже упоминавшуюся форму хоккейного «Торпедо», можно обратить внимание, что подобный ход в «Лукойле» уже посчитали вполне подходящим. Известно, как выглядит полный логотип «Лукойла».



Однако на форме размещается только текстовая часть. В этом случае логотип становится менее вытянутым по горизонтали и его можно ставить крупнее.



Чтобы сделать логотип настоящей частью формы, следует использовать цвета, которые присутствовали в ней изначально. Ниже приведено несколько примеров футболок крупнейших и известных во всем мире клубов в двух вариантах: как они выглядят сейчас и как бы они выглядели, если бы фирменные цвета спонсоров были важнее, чем все остальное. Для наглядности рядом размещены оригинальные полноцветные логотипы.



Гостевая футболка «Барселоны»  
(Испания)



То же самое с логотипом в оригинальной цветовой гамме



Красная футболка «Баварии»  
(Германия)



И розовый логотип «Ти-мобайл»





Сине-черная футболка «Интера»  
(Италия)



Та же самая футболка со спонсор-  
ским логотипом в оригинальных  
цветах

При этом формальных правил, из-за которых спонсоры не портят цветными логотипами формы команд, нет. Логотипы, не сочетающиеся по цвету с формой, ставить, в принципе, можно. И чаще всего чем меньше клуб, тем больше вероятность встретить на его форме выбивающийся по цвету логотип спонсора.

Ниже размещены изображения двух комплектов домашней и гостевой формы. На обоих вариантах первая футболка черно-белая, вторая — желтая. Какой из этих клубов является самым титулованным клубом Италии, а какой — простой командой с севера Британских островов, можно понять даже по внешнему виду.



«Ювентус» (Италия). Логотип «Джипа» соответствует цветам футболки



«Ньюкасл Юнайтед» (Англия). Логотип «Вонга.ком» всегда размещается на синей плашке

Иногда избыточно активные логотипы спонсоров появляются и на форме именитых команд. К примеру, «Челси» в этом году поменяла спонсора (ранее — «Самсунг») и сейчас играет в новых футболках.



Активный красный элемент не встречается в форме

Однако со следующего сезона форма изменит свой вид.



Просто белый логотип не портит форму и читается лучше

Не совсем повезло и «Манчестер Юнайтед». Сейчас их спонсором является подразделение «Шевроле». Поэтому на форме «красуется» логотип в золоте.



Не очень

Но почти наверняка в следующей итерации этот псевдотрехмерный знак исчезнет, поскольку болельщики отнеслись к такому нововведению весьма прохладно.



Хорошо

Однако даже в этом варианте текстовая часть все равно сделана белой (а не черной с белой обводкой).



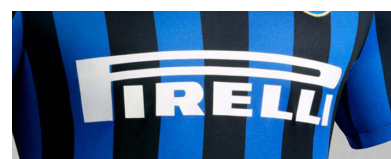
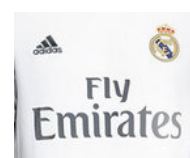
Ужасно

На предлагаемом нами варианте №1 логотип «Роснефти» нанесен на форму ЦСКА оптимальным образом. Он не вмешивается в дизайн, не перекрывает никакие элементы, использует цветовую гамму ЦСКА (и не навязывает свою) и ничего не портит — таким образом и должен располагаться спонсорский логотип на спортивной форме.



Логотип «Роснефти» на красном фоне выглядит почти так же хорошо, как и логотип ЦСКА. По мнению студии, чтобы выглядеть хорошо, красиво и уместно, логотип клуба вовсе не должен дополняться силуэтом города. И логотипу «Роснефти» это также не требуется.

На вариантах №№2 и 3 появляются дополнительные цвета, из-за которых логотип выглядит слегка чужеродно, вследствие чего форма выглядит не так солидно, как могла бы.



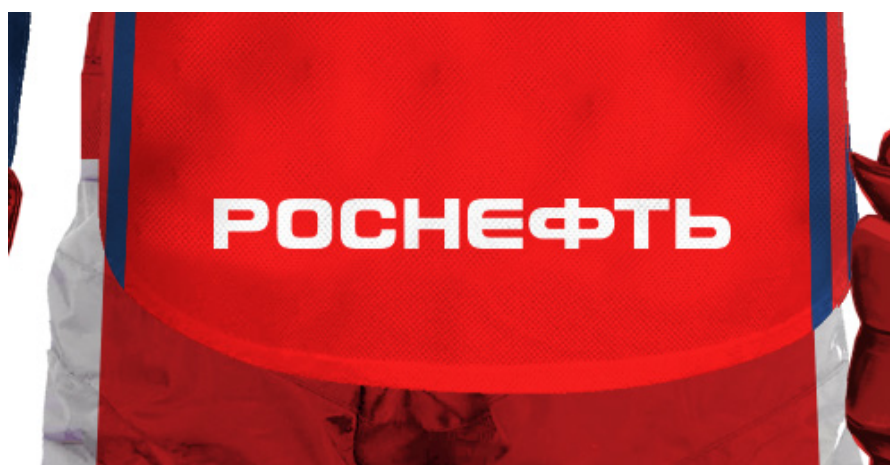
Монохромные логотипы у команд с великой историей



Полноцветные логотипы, привлекающие слишком много внимания

Улучшить вариант №1 можно только одним способом: по примеру «Лукойла», «Эмирейтс» или «Этихада» вовсе отказаться от знака. «Роснефть» — достаточно крупная, узнаваемая и известная во всем мире компания, которая может себе это позволить.

Такой вариант размещения логотипа не описан в брендбук, но форма самого титулованного хоккейного клуба в истории СССР и России — это, как нам кажется, именно тот случай, когда можно сделать исключение.



Избавившись от массивного знака, логотип станет достаточно компактным для того, чтобы можно было нарисовать полосы на груди и на рукавах (в случае если того потребует дизайн), не оглядываясь на логотип. Текстовая часть будет хорошо смотреться практически везде.

