

## ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ КАФЕ «АНГКОР БАР»

*Аннотация: Работа посвящена разработке рекламно-графического комплекса для тематического кафе «Ангкор бар». Проведен сравнительный анализ конкурентов, создано и обосновано композиционное решение логотипа. Рассмотрены основные этапы разработки атрибутов фирменного стиля, обсуждены вопросы установки наружной рекламы в городской среде.*

*Ключевые слова: атрибуты, фирменный стиль, логотип, композиция, рекламно-графический комплекс, наружная реклама, городская среда.*

**Постановка проблемы.** Существующие в г. Таганроге бары в основном не имеют тематическую направленность, хотя это было бы достаточно интересным и необычным. Особенно если создать бар с тематической организацией не только внешнего оформления, но и процессом обслуживания. Азия и азиатские страны на данный момент пользуются большим интересом у туристов, как в плане пассивного отдыха, так и в области изучения культуры.

Буддизм, индуизм, ведическая культура пользуется невероятной популярностью. Поэтому в качестве тематики для бара была выбрана королевство Камбоджа. Название бара «Ангкор бар» посвящено известному буддистскому храмовому комплексу Ангкор ват (рис.1).



Рис.1. Храм Ангкор Ват, г. Сиам-Риап

Храмовый комплекс Ангкор - это прекрасная архитектура, скульптура, оформление стен храма [1]. Предполагается познакомить наших

соотечественников с такой прекрасной страной, с её неповторимой культурой и менталитетом, как Камбоджа.

**Анализ последних исследований.** Идея графической идентификации существующих интерьеров, создающих определенный художественный образ, заложена в работах Головлевой Е. Л., Дзикевич С.А, Рунге В.Ф., Сеньковского В.В. и др. [2,3,4]. В привязке к г.Таганрогу и выбранной теме исследования эти публикации можно рассматривать как базовые.

**Формулировка целей статьи.** Разработать рекламно-графический комплекс тематического бара в стиле королевства Камбоджи с рекомендациями дальнейшего воплощения идей в интерьере.

**Основная часть.** Рассмотрим элементы графической идентификации некоторых существующих на рынке тематических баров г.Таганрога: «Крик», «Бир Хаус» и «Малибу». Логотип караоке-бара «Крик» кажется более собранным, лаконичным, простым и будет достаточно узнаваема на рынке конкурентов. Рассматривая логотип бара «Бир Хаус», необходимо отметить неуместное использование градиентной заливки. Написание разными шрифтами тоже мешает целостному восприятию, слишком много деталей. Логотип бара «Малибу» кажется достаточно удачным, шрифтовое сочетание с графическими элементами подобраны достаточно грамотно, цветовое решение очень скучное. В целом логотип достаточно интересный и узнаваемый.

Из рассмотренных логотипов некоторые являются незаконченными, недоработанными, что совсем не вызывает положительных эмоций. Логотип должен быть простым и запоминающимся. В сравнительном анализе логотипов конкурентов выявлено лишь общее стремление поддержать название бара графическими элементами, не создавая при этом отдельной графической составляющей логотипа. Необходимо заявить о тематическом баре «Ангкор бар», вывести его на областной уровень и развивать новые возможности, привлекая клиентов, с помощью созданного рекламно-графического комплекса.

На данный момент существует немалое количество баров с разной направленностью. В связи с этим появилась необходимость сформировать новый имидж бара. Не только создать позитивную установку к бару и его

деятельности, но и выделить его из ряда других, смежных или идентичных, показать преимущества бара.



*Рис.2. Поисковые варианты логотипа*

Логотип бара должен соответствовать нескольким критериям [2]: простота и понятность; индивидуальность и оригинальность; адекватность; функциональность; звучность и легкость произношения. Исходя из выше перечисленного, были предложены следующие варианты логотипа, которые представлены на рис.2. Приведенные варианты логотипов отображают суть выбранной темы. Для шрифтовой составляющей логотипа был выбран шрифт на основе знаков санскрита.

В поисковых вариантах логотипа использовано также изображение статуи Будды. В качестве итогового был выбран вариант, представленный на рис.3.



*Рис.3. Основной вариант логотипа и модульная сетка*

Подбор фирменных цветов осуществляется в процессе создания логотипа, ведь именно он задает общую стилистику фирменного стиля и является ключевым фактором. В качестве фирменных цветов были выбраны теплые цвета, так как они обладают значительной энергетикой, чувственностью и внушают позитивный настрой. Оранжевый (C:0 M:20 Y:100 K:0) - очень

динамичный и энергичный цвет. Этот цвет символизирует энергию, радость, теплоту, смелость, а по качеству – это излучающий, теплый, взволнованный цвет [3]. Фирменным шрифтом был выбран DS Izmir в нормальном написании, дополнительным шрифтом выбран Century Gothic.

На основе разработанного логотипа был создан полный набор деловой документации: визитки, бланки, конверты, ручки, папка для документов в соответствии с общепринятыми рекомендациями по созданию фирменного стиля [4]. Предложена упаковка, выполненная в фирменной колористике. Фирменный пакет – это возможность рассказать о компании как можно большему количеству людей. Фирменная майка - это также универсальное средство рекламы. Фирменный фартук - это неотъемлемый атрибут любого заведения барного или ресторанного типа. С его помощью еще раз подчеркивается общая стилистика и направленность заведения. Фартук выполнен в фирменных цветах.

Фирменные таблички на уборные - важный момент элемент в образе любого заведения. Это является эксклюзивным дополнением образа. В разработанном варианте это деревянные таблички, с образами мужчины и женщины, изготовленные с помощью резки по дереву.

Фирменная резервная табличка - является одной из важных элементов в образе заведения. Всегда интересно видеть на столах что-то необычное, что можно посмотреть и запомнить. Табличка выполнена в форме танцующей фигуры, это достаточно распространенный образ в азиатской культуре, так называемая «танцующая амфора».

Фирменная подставка под салфетки - также весьма важный и интересный элемент в оформлении стола, она будет выполнена из дерева. Меню для бара должно быть простым, удобным и практичным, каким оно и является. Его легко читать, приятно держать в руках. Фирменный календарь – необходимое дополнение для полного объема сувенирной продукции. Календарь выполнен в фирменном стиле, размер 30x25см, перекидной. Его оригинальность заключается в том, что в нем использованы фотографии из личного архива авторов. Весь фон сделан черно-белым варианте, только люди и некоторые

элементы оставлены в цветном варианте. Это сделано для того, чтобы подчеркнуть и сделать акцент именно на людях, их открытости и доброте. Наружная реклама – важное средство донесения информации до клиента. Наружные вывески и билборды всегда привлекают внимание и повышают интерес клиентов (рис.4, 5).



*Рис.4. Билборд с рекламой бара*



*Рис.5. Фасад здания с вывеской бара*



*Рис.6. Визуализации трёхмерной модели интерьера бара*

В поддержку основной части работы, была разработана трёхмерная модель внутреннего помещения для бара и продумано оформление стола (рис.6).

**Выводы.** В предложенной работе был разработан рекламно-графический комплекс для тематического кафе «Ангкор бар». Основная задача проекта состояла в разработке изобразительного ряда, помогающего узнавать бар на рынке конкурентов с помощью оригинального дизайна продукции и атмосферы внутри бара.

### **Литература.**

1. Камбоджа - исторический сайт [Электронный ресурс] / Режим доступа к сайту: <http://allcambodia.ru/istoriya-cambodia.html>. /– заголовок с экрана.
2. Головлева Е. Л. Основы рекламы. / Е.Л. Головлева. - М.: Московский Гуманитарный институт. 2005. - 128с.
3. Дзикевич С.А. Эстетика рекламы. - М.: Гардарики. 2004. - 232с.
4. Рунге В.Ф., Сеньковский В.В. Основы теории методологии дизайна. - М.: МЗ-Пресс. 2003. - 253с.

### Анотація

**Аббасов І.Б., Гривцов В.В., Моїсеева Е.Д. Фірмовий стиль кафе «Ангкор бар».** Робота присвячена розробці рекламно-графічного комплексу для тематичного кафе «Ангкор бар». Проведено порівняльний аналіз кафе - конкурентів, створено композиційне рішення логотипу. Розглянуто основні етапи розробки атрибутів фірмового стилю, обговорені питання установки зовнішньої реклами в міському середовищі.

Ключові слова: фірмовий стиль, логотип, композиція, рекламно-графічний комплекс, зовнішня реклама.

### Abstract

**Abbasov I.B., Grivtsov V.V., Moiseeva E.D. Corporated identity café «Anggkor bar».** The work is dedicated to the design advertising and graphic complex for a theme café «Angkor bar». A comparative analysis of competitors, created and grounded composite decision logo. The main stages of the development of corporate identity attributes, discussed the installation of outdoor advertising in the urban environment.

Keywords: corporate identity, logo, kompozitsiya, advertising and graphic complex, outdoor.