



Руководство по использованию айдентики Apple

для партнёров по поставкам
и сертифицированных
специалистов Apple

Айдентика Apple — это подтверждение подлинности и гарантия превосходного качества. Если вы имеете статус или сертификат в своей сфере деятельности, вы также представляете Apple. Следуя этому руководству, вы сможете воспользоваться всеми преимуществами бренда Apple и внести свой вклад в его укрепление.

Требования Apple

Фирменные знаки и графические элементы Apple, упомянутые в этом руководстве, могут использоваться только действующими партнёрами по поставкам Apple, подписавшими Соглашение Apple Authorized Reseller, а также лицами, имеющими действующий сертификат Apple. Партнёры по поставкам и сертифицированные специалисты Apple должны следовать изложенным здесь правилам при любом публичном указании своей связи с Apple.

Apple оставляет за собой право в любой момент отозвать разрешение на использование фирменного знака Apple, если такое использование противоречит этим рекомендациям или по другой причине признано недопустимым компанией Apple. Фирменные знаки Apple запрещено использовать в связи с любыми сообщениями, которые не соответствуют критериям, изложенным в Соглашении Apple Authorized Reseller или в Соглашении о сертификации Apple.

Партнёры по поставкам Apple и Сертифицированные специалисты Apple должны следовать изложенным здесь рекомендациям, даже если они противоречат Руководству по использованию товарных знаков и авторских прав Apple, размещённому по адресу www.apple.com/legal/intellectual-property/guidelinesfor3rdparties.html (на английском языке).

Содержание

Apple Sales Web

5 Apple Sales Web

Использование фирменных знаков Apple

- 7 Фирменные знаки Apple
- 9 Выбор конфигурации
- 10 Цвет фирменного знака
- 11 Минимальное свободное пространство и минимальный размер
- 12 Типографика
- 13 Как избежать ошибок при использовании фирменных знаков
- 14 Размещение нескольких статусов Apple
- 15 Как избежать ошибок при размещении нескольких статусов Apple
- 16 Использование фирменных знаков Apple в заголовках
- 17 Как избежать ошибок при оформлении заголовков
- 18 Веб-сайты реселлеров
- 20 Фирменные знаки в электронной почте
- 21 Социальные сети
- 22 Электронные книги
- 23 Реклама
- 24 Мероприятия
- 25 Автомобили
- 26 Сувенирная продукция
- 27 Футболки
- 28 Пакеты для покупок
- 29 Канцелярская продукция

Сертифицированные специалисты Apple

- 31 Сертифицированные специалисты Apple

Использование материалов Apple

- 33 Использование материалов Apple
- 35 Обновление материалов Apple
- 36 Как избежать ошибок при использовании фотографий продукции Apple

Айдентика магазина реселлера

- 38 Айдентика магазина реселлера
- 39 Рекомендации по наименованиям и айдентике
- 40 Наружное оформление: фирменный знак Apple

- 41 Наружное оформление: верхняя часть фасада
- 42 Наружное оформление: выбор и размер фирменного знака
- 43 Наружное оформление: размещение фирменных знаков
- 44 Наружное оформление: как избежать ошибок
- 45 Наружное оформление: размещение фирменного знака на уровне глаз
- 46 Наружное оформление: наклейки на стекло
- 47 Наружное оформление: подсветка вывесок
- 48 Наружное оформление: специализированная зона обслуживания
- 49 Наружное оформление: знаки, не соответствующие правилам
- 50 Наружное оформление: витрины магазинов
- 51 Оформление интерьера: дизайн и материал стеллажей
- 52 Оформление интерьера: как избежать ошибок при оформлении стеллажей
- 53 Оформление интерьера: как избежать ошибок при оформлении стеллажей — продолжение
- 54 Оформление интерьера: рекламные материалы
- 56 Оформление интерьера: вывески в мультибрендовых магазинах
- 57 Оформление интерьера: фирменные знаки для мультибрендовых магазинов
- 58 Оформление интерьера: таблички
- 59 Оформление интерьера: баннеры

Руководство редактора

- 61 Использование статуса Apple в тексте
- 62 Использование локализованного статуса Apple в тексте
- 63 Использование названий продуктов Apple

Товарные знаки Apple и сведения об авторских правах

- 65 Использование товарных знаков Apple
- 66 Символы товарных знаков и сведения об авторских правах

Дополнительная информация

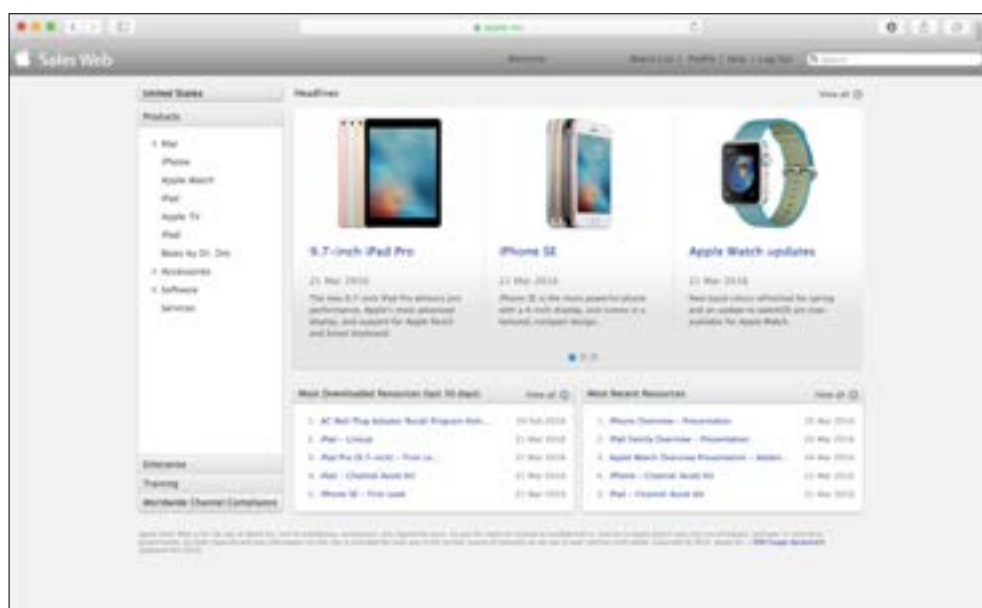
- 68 Дополнительная информация

Apple Sales Web

Apple Sales Web

На портале Apple Sales Web (ASW) доступны маркетинговые материалы, спецификации, ответы на часто задаваемые вопросы, артикулы изделий, информация о ценах, презентации, видеоролики о продукции, фотографии и многое другое. За дополнительной информацией об ASW обращайтесь к местному представителю Apple.

- Чтобы зарегистрироваться и получить доступ, зайдите на сайт <http://portal.apple.com> и нажмите кнопку Sign Up (Зарегистрироваться).
- После создания учётной записи вы сможете войти в систему ASW по адресу asw.apple.com.
- Если вам нужна помощь по работе с системой, зайдите на страницу General Help (Общая справка).
- Чтобы найти конкретную информацию на портале ASW, воспользуйтесь поиском. Например, поиск по ключевым словам signature или corporate identity даст вам информацию о том, как реселлеры должны использовать айдентiku Apple, а также ссылки на файлы с изображением фирменных знаков.



Использование фирменных знаков Apple

Фирменные знаки Apple

Фирменный знак — это сочетание логотипа Apple и текста, оформленного определённым образом (например, наименования «Авторизованный реселлер», набранного определённым шрифтом). Использование фирменного знака указывает на вашу связь с Apple. Следите за тем, чтобы используемый вами знак соответствовал вашим договорным отношениям с Apple.

Партнёры по поставкам и сертифицированные специалисты не имеют права использовать логотип Apple без сопровождающего текста.

Соответствующие фирменные знаки могут использоваться в рекламе, на веб-сайтах, в оформлении магазинов, на канцелярской продукции и других объектах при условии, что характер отношений с Apple не скрывается и не искажается. Фирменный знак Apple всегда должен быть меньше, чем айдентика вашей компании или магазина. Его следует размещать так, чтобы было очевидно его второстепенное положение по отношению к вашим собственным фирменным знакам. Запрещается использовать фирменный знак Apple вместо опознавательных знаков компании или магазина.

Рекомендуется размещать не более одного фирменного знака Apple на каждой странице или рекламной поверхности, где демонстрируются продукты Apple. Кроме того, там должна быть размещена айдентика реселлера. Если вы имеете право использовать разные фирменные знаки Apple, выбирайте тот знак, который наиболее точно соответствует контенту. Например, Apple Authorized Reseller может одновременно являться Apple Authorized Education Reseller и Apple Authorized Service Provider. Если информация предназначена для сферы образования, используйте только знак Authorized Education Reseller. Если речь идёт о возможностях обучения, используйте только знак Authorized Service Provider. Если вы перечисляете несколько статусов Apple на веб-странице с описанием возможностей вашей компании, следуйте соответствующим рекомендациям. См. раздел «Размещение нескольких статусов Apple» на стр. 14.

Фирменные знаки Apple

Варианты конфигурации фирменных знаков Apple

Основные варианты конфигурации фирменных знаков Apple показаны ниже. В своих материалах используйте только эти одобренные варианты. Графические файлы фирменных знаков доступны на портале ASW. Не вносите изменений в готовые изображения.



Authorized Reseller

Горизонтальный вариант фирменного знака



**Authorized
Reseller**

Вертикальный вариант фирменного знака



Certified Associate

Mac Integration 10.11

Подтверждение сертификации с описанием

Сертификаты Apple выдаются не компаниям, а физическим лицам. См. раздел «Сертифицированные специалисты Apple» на стр. 31. Некоторые сертификаты включают описание более мелким шрифтом. Используйте только графические файлы, предоставленные Apple.

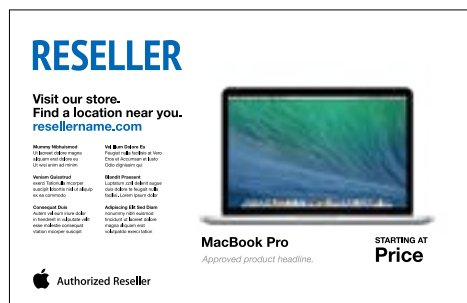


正規取扱店

В некоторых регионах из-за большой длины перевода доступны лишь определённые конфигурации локализованных фирменных знаков Apple.

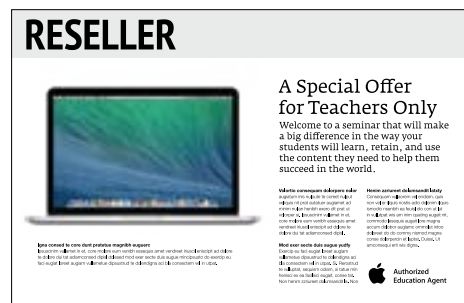
Выбор конфигурации

Выбор конфигурации фирменного знака зависит от вашего макета. Горизонтальный вариант фирменного знака используется в рекламных объявлениях, вытянутых по горизонтали. Вертикальный вариант фирменного знака более компактный. Его можно использовать там, где мало места по вертикали и по горизонтали. На вывесках магазинов следует использовать только вертикальный вариант фирменного знака. См. раздел «Айдентика магазина реселлера» на стр. 38–59.



Горизонтальный вариант фирменного знака

В этом варианте наименование и логотип Apple читаются чётко даже при небольшом размере. Такой вариант идеально подходит для объектов, вытянутых по горизонтали.



Вертикальный вариант фирменного знака

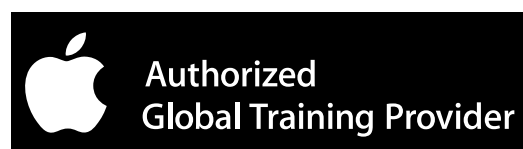
В некоторых макетах бывает мало свободного пространства. Вертикальный фирменный знак — это компактная конфигурация, которая уместается в ограниченном пространстве.

Цвет фирменного знака

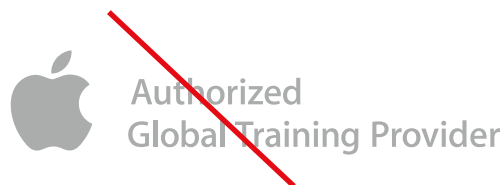
Фирменный знак Apple может быть только одного из двух цветов: полностью чёрным или полностью белым. Размещая знак на чёрном или цветном фоне, используйте белый вариант, выделяющийся из цвета фона. Запрещено размещать фирменные знаки Apple на фоне изображения, загромождённого деталями, или на фоне узора.



Полностью чёрный фирменный знак



Полностью белый фирменный знак



Как избежать ошибок

Реселлеры могут указывать свой статус, предоставленный Apple, только в полностью чёрном или полностью белом варианте. Логотип Apple серого цвета используется только компанией Apple и может присутствовать на материалах, предоставляемых компанией Apple. Никогда не используйте фирменный знак серого цвета.

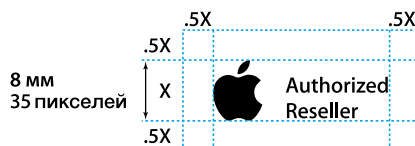
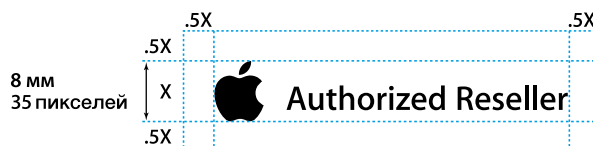
Минимальное свободное пространство и минимальный размер

Минимальное свободное пространство

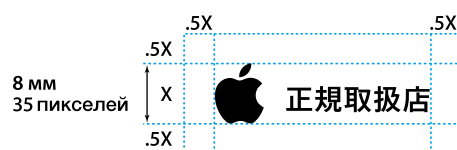
Вокруг фирменного знака должно быть свободное пространство шириной не менее половины высоты логотипа Apple (от верхней точки листа до нижнего края). Для наибольшей эффективности рекомендуется оставлять ещё больше свободного пространства. Фотографии, текст и другие элементы не должны заходить на минимальную полосу свободного пространства.

Минимальный размер

Фирменный знак минимального размера должен использоваться только в макетах с очень ограниченным пространством. Всегда используйте более крупный знак, если есть возможность. Фирменный знак Apple всегда должен быть меньше айдентики вашего магазина или компании.



Для всех фирменных знаков Apple минимальный размер определяется высотой логотипа Apple: не менее 8 мм в печатных материалах и не менее 35 пикселей на экране. Всегда оставляйте минимальное свободное пространство, как показано на примере.

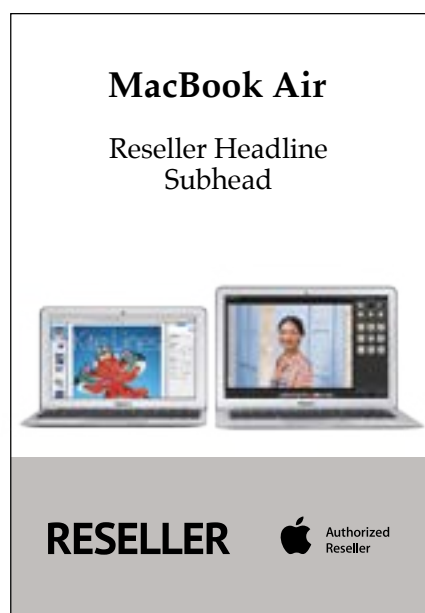


В регионах, где отсутствуют локализованные горизонтальные фирменные знаки Apple, можно использовать вертикальные при соблюдении тех же требований к свободному пространству.

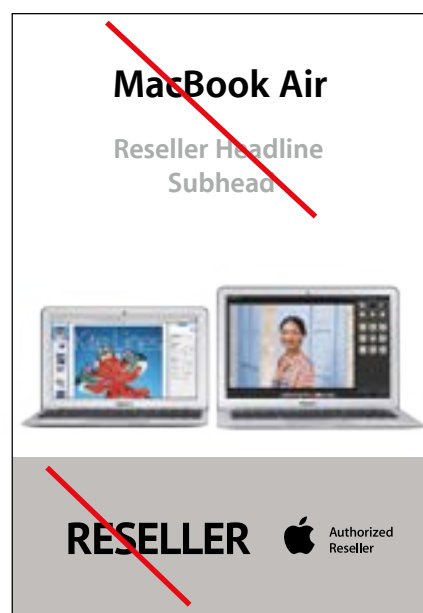
Типографика

Корпоративный шрифт Apple

В маркетинговых материалах компания Apple использует модифицированную версию шрифта Myriad под названием Myriad Set Pro. Шрифт Myriad Set Pro должен использоваться только в маркетинговых материалах и презентациях, предоставленных вам Apple. Его нельзя использовать в ваших собственных маркетинговых материалах и презентациях, а также в материалах третьих сторон. Запрещается имитировать типографику Apple, используя любую другую версию шрифта Myriad.



В сообщениях, связанных с Apple, и в оформлении витрин в магазине используйте шрифты, принятые в вашей компании. Подчёркивание бренда вашей компании формирует у покупателя более сильное впечатление и помогает избежать путаницы.



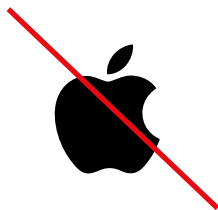
Запрещается имитировать типографский стиль материалов Apple.

Как избежать ошибок при использовании фирменных знаков

Не допускается вносить какие-либо изменения в фирменный знак Apple. Всегда используйте целиком файлы изображений, предоставленные Apple.

Избегайте следующих распространённых ошибок:

- Никогда не используйте в своих материалах логотип Apple без сопровождающего текста.
- Не удаляйте логотип Apple из фирменного знака и не меняйте соотношение элементов.
- Не меняйте шрифт и расстояние между буквами.
- Не включайте фирменный знак Apple в айдентику вашей компании.
- Не создавайте новых знаков, сочетающих в себе логотип Apple с названием вашей компании.
- Не используйте для фирменного знака никаких цветов, кроме чёрного и белого.
- Не используйте трёхмерные варианты логотипа.
- Не поворачивайте и не анимируйте фирменный знак Apple, не делайте весь знак или любые его элементы трёхмерными.
- Не добавляйте специальные эффекты, такие как тени, отражения или мерцание.



Не используйте логотип Apple без сопровождающего текста в материалах партнёра по торговому каналу, в том числе на веб-страницах.



Никогда не используйте фирменный знак Apple для создания декоративных рамок или узоров.



Не меняйте пропорции и соотношение элементов. Не размещайте символ зарегистрированного товарного знака рядом с логотипом Apple.



Promotion Headline
Subhead

Не связывайте фирменный знак Apple с фирменным стилем вашей компании, помещая знак внутрь объекта или на фон, которые являются частью вашего бренда.



Не меняйте цвет фирменного знака.

Размещение нескольких статусов Apple

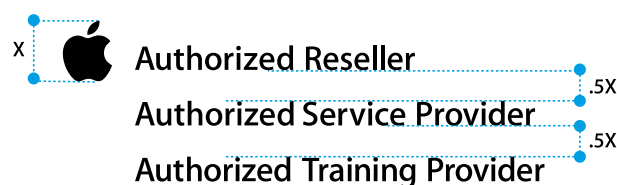
Если у вашей компании есть несколько статусов, присвоенных Apple, вы можете разместить их на веб-странице компании, где описаны возможности вашего бизнеса. Например, на вашем сайте может быть страница «О компании» или «Обзор» с информацией обо всех услугах, предлагаемых вашим магазином. На этой странице можно разместить несколько статусов Apple. Не размещайте несколько статусов в рекламе продуктов.

Не размещайте несколько логотипов Apple на одной странице. Вместо этого разместите несколько статусов с текстом соответствующих фирменных знаков, следуя макетам, приведённым ниже. Используйте только графические файлы, предоставленные Apple. Текст из фирменного знака может быть отделён от логотипа Apple и использован для размещения дополнительных статусов, но только в случае такого их размещения, как показано ниже.

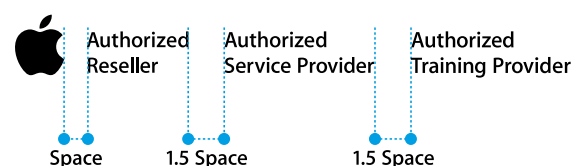
Никогда не размещайте несколько статусов в рекламных материалах. Указывайте только один статус — тот, который наиболее точно соответствует сообщению. Например, Apple Authorized Reseller может одновременно являться Apple Authorized Education Reseller и Apple Authorized Service Provider. Если информация предназначена для сферы образования, используйте только знак Apple Authorized Education Reseller. Если речь идёт о возможностях обучения, используйте только знак Apple Authorized Service Provider.



Размещение нескольких статусов с использованием вертикального макета.



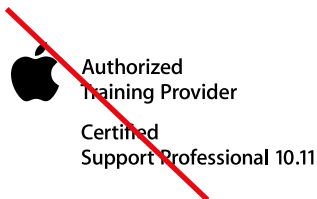
Размещение нескольких статусов с использованием горизонтального макета.



Альтернативный вариант: вертикальные знаки с выравниванием по горизонтали.

Как избежать ошибок при размещении нескольких статусов

При размещении нескольких статусов Apple избегайте следующих распространённых ошибок. Не размещайте несколько фирменных знаков один над другим или рядом друг с другом. Логотип Apple не должен повторяться в каждом знаке. Всегда сочетайте фирменные знаки одинаковой конфигурации. Не путайте статусы, присваиваемые компаниям, и сертификаты, которые выдаются физическим лицам. См. раздел «Сертифицированные специалисты Apple» на стр. 31. Не объединяйте сертификаты со статусами.



Не ставьте в один ряд статусы компании и личные сертификаты. Сертификаты выдаются не компаниям, а физическим лицам.



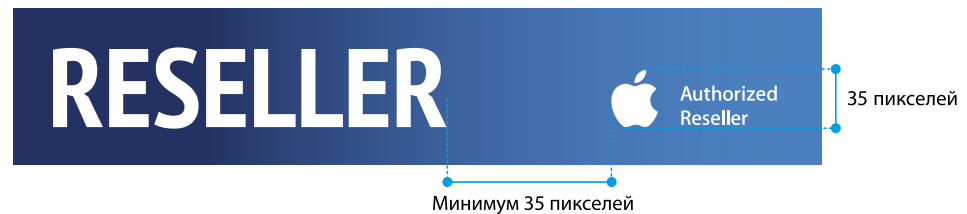
Не размещайте несколько фирменных знаков один над другим или рядом друг с другом.



Не сочетайте вертикальные варианты фирменных знаков с горизонтальными. Сочетайте только знаки с одинаковой конфигурацией.

Использование фирменных знаков Apple в заголовках

В заголовках веб-сайтов и сообщений электронной почты используйте вертикальный вариант фирменного знака Apple. Рекомендованный размер — 35 пикселей в высоту. Минимальное расстояние между айдентикой реселлера и фирменным знаком Apple — 35 пикселей, как показано ниже. Используйте только один фирменный знак на странице или в заголовке.



Используйте вертикальный вариант знака высотой 35 пикселей.



Достаточное свободное пространство позволяет выделить фирменный знак Apple.



Фирменный знак можно поместить в область контента.



В регионах, где отсутствуют локализованные горизонтальные фирменные знаки Apple, для вывесок можно использовать вертикальные.

Как избежать ошибок при оформлении заголовков



Не используйте для вывесок горизонтальный вариант фирменного знака (кроме регионов, для которых вертикальный вариант отсутствует).



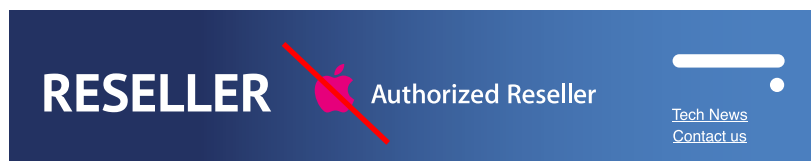
Не используйте другие варианты конфигурации.



Не размещайте фирменный знак Apple на первом месте. Он должен следовать за опознавательным знаком реселлера.



Не используйте логотип Apple отдельно. Всегда используйте полный фирменный знак Apple.



Не добавляйте цвета в любые элементы фирменного знака Apple. Знак должен быть полностью чёрным или полностью белым.

Веб-сайты реселлеров

Ваш веб-сайт должен быть выдержан в собственном стиле и не должен копировать сайт Apple (www.apple.com). Утверждённая информация о продукции и маркетинговые инструменты для реселлеров предоставляются на сайте ASW.

Не используйте изображения и другие графические элементы, взятые с сайта www.apple.com. К защищённым изображениям и графическим элементам, используемым на сайте Apple, относятся, помимо прочего, таблицы стилей CSS, кнопки «Купить», фоновые изображения, фотографии с иллюстрациями образа жизни, значки и изображения продуктов, а также навигационные элементы, в особенности те, которые включают эффекты оформления, тесно связанные с присутствием Apple в интернете и являющиеся интеллектуальной собственностью Apple. Не переносите и не имитируйте изображения и эффекты с сайта www.apple.com. Не используйте на своём сайте шрифт Myriad Set Pro — он принадлежит Apple. См. раздел «Типографика» на стр. 12.

Веб-сайты реселлеров

Размещение фирменного знака Apple на вашем веб-сайте

Фирменный знак Apple можно размещать в заголовках веб-страниц. Знак не должен перевешивать айдентику реселлера по размеру или местоположению. См. раздел «Использование фирменных знаков Apple в заголовках» на стр. 16. Отделяйте фирменный знак от айдентику реселлера. Фирменный знак должен соответствовать стандартам цвета, размера, свободного пространства и другим графическим стандартам, изложенным в этом руководстве.

Вот на что следует обратить внимание при использовании фирменных знаков Apple на веб-сайте:

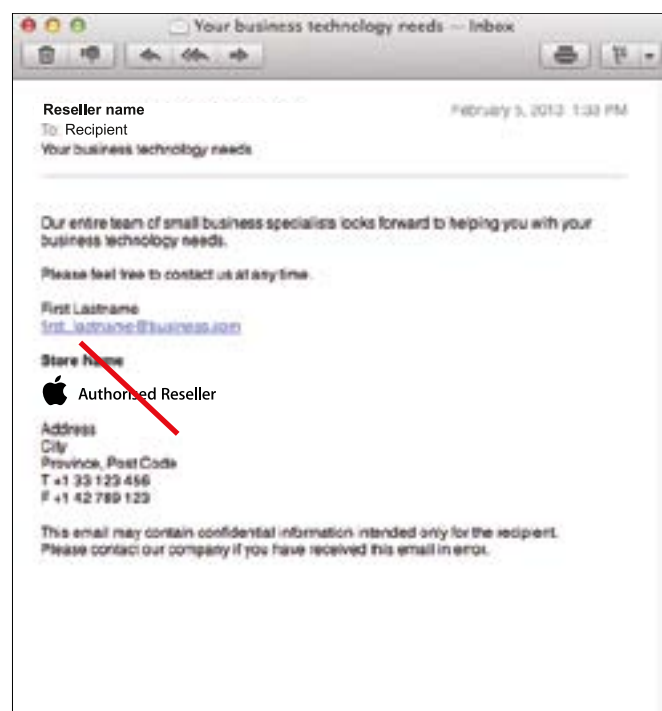
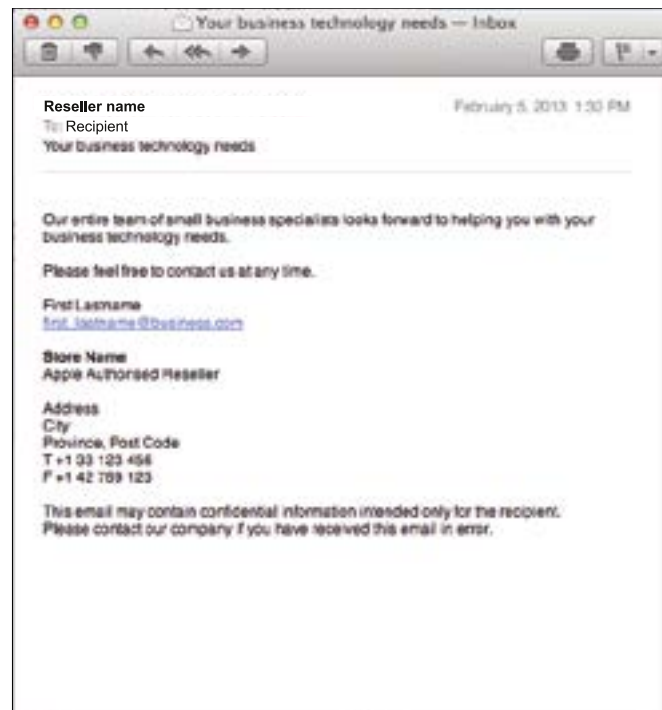
- Не размещайте знак на фоне изображения, загромождённого деталями, или на фоне узора.
- Не делайте знак полупрозрачным.
- Не поворачивайте и не анимируйте фирменный знак.
- Оставьте соответствующее свободное пространство вокруг фирменного знака. См. раздел «Минимальное свободное пространство и минимальный размер» на стр. 11.
- Не используйте логотип Apple отдельно. Всегда указывайте статус партнёра по поставкам.



Фирменный знак Apple может размещаться в заголовке или под опознавательным знаком реселлера вверху страницы. См. раздел «Использование фирменных знаков Apple в заголовках» на стр. 16.

Фирменные знаки в электронной почте

Не включайте фирменный знак Apple в подпись в конце писем. Вместо этого указывайте свой статус Apple в виде текста. Фирменный знак Apple может присутствовать в заголовках электронных почтовых рассылок вместе с айдентикой реселлера. См. раздел «Использование фирменных знаков Apple в заголовках» на стр. 16.



Социальные сети

Социальной сетью считается любая форма общения, построенная на групповом участии, комментировании и взаимодействии. Ваша страница в социальных сетях (например, в Facebook и Twitter) должна представлять вашу компанию или магазин. Не публикуйте комментарии, новости или информацию об Apple в социальных сетях. Не используйте фирменный знак Apple при общении в социальных сетях. Вместо этого указывайте свой статус Apple в тексте сообщения. Вы можете опубликовать фотографию фасада вашего магазина, на котором есть вывеска с фирменным знаком Apple.

Если вы собираетесь размещать в социальных сетях публикации о продуктах Apple, используйте только утверждённые изображения продуктов и следуйте руководству по маркетингу для реселлеров, размещённому на сайте ASW.



Фотография магазина

Фирменный знак Apple может быть виден на фотографиях вашего магазина, если он присутствует на вывеске. Не добавляйте изображение фирменного знака в фотографию магазина; он должен быть частью существующей вывески.



Authorized Training Provider

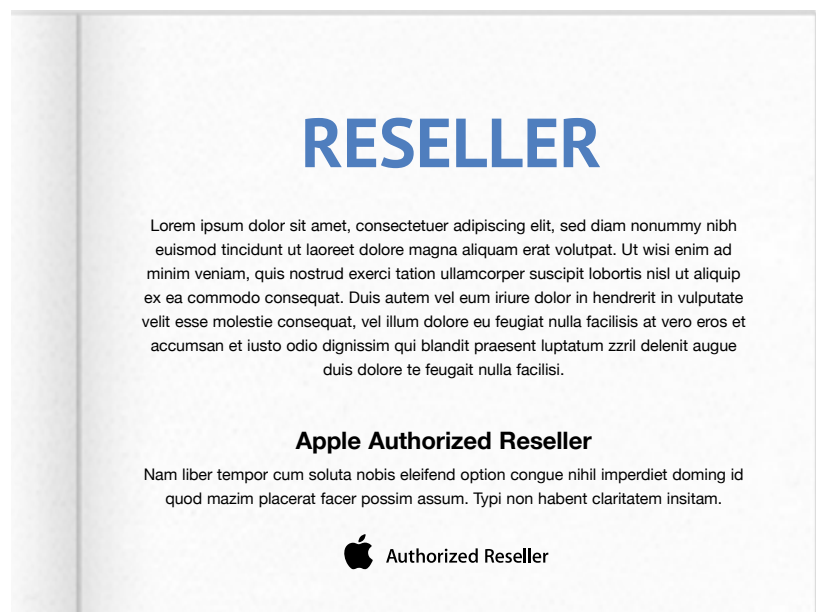


Не включайте фирменный знак Apple в основную айдентiku вашего магазина. Не используйте знак как часть своих изображений в социальных сетях.

В социальных сетях разрешается публиковать только те фотографии продуктов Apple, которые были предоставлены вам в ASW.

Электронные книги

При создании рекламного буклета реселлера с помощью iBooks Author или другого приложения для электронной публикации фирменную айдентiku Apple можно разместить на внутренней странице с описанием возможностей реселлера. Не размещайте фирменный знак Apple на каждой странице буклета.



Реклама

При подготовке рекламных материалов следуйте инструкциям, включённым в комплекты материалов по продуктам в ASW. Используйте шаблоны, графические материалы, описания продуктов и другие ресурсы, представленные на сайте ASW.

При размещении в рекламе фирменный знак Apple должен соответствовать стандартам цвета, размера, свободного пространства и другим требованиям, изложенным в этом руководстве. Если вы используете изображения нескольких продуктов Apple, не сопровождайте каждый продукт фирменным знаком. Вместо этого укажите свой статус Apple, разместив фирменный знак Apple рядом со списком или группой изображений продуктов Apple. Никогда не используйте логотип Apple отдельно, чтобы показать, что продукты произведены Apple.

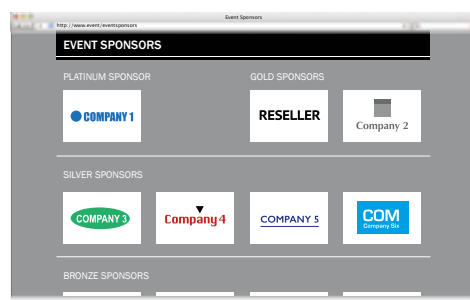
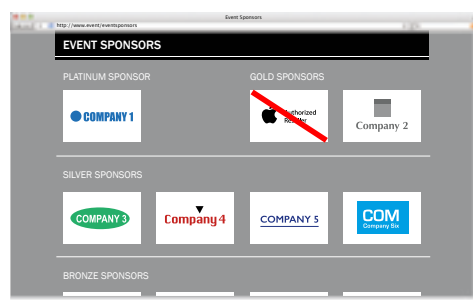
Если вы разрабатываете приложения для iOS или Mac, следуйте инструкциям Apple для разработчиков и всегда рекламируйте свои приложения отдельно от рекламы продуктов Apple. Не объединяйте рекламу своих приложений с рекламой продуктов Apple.

Рекламные материалы должны соответствовать требованиям Apple к информации о товарных знаках и авторских правах. См. раздел «Товарные знаки Apple и сведения об авторских правах» на стр. 65–66.

Мероприятия

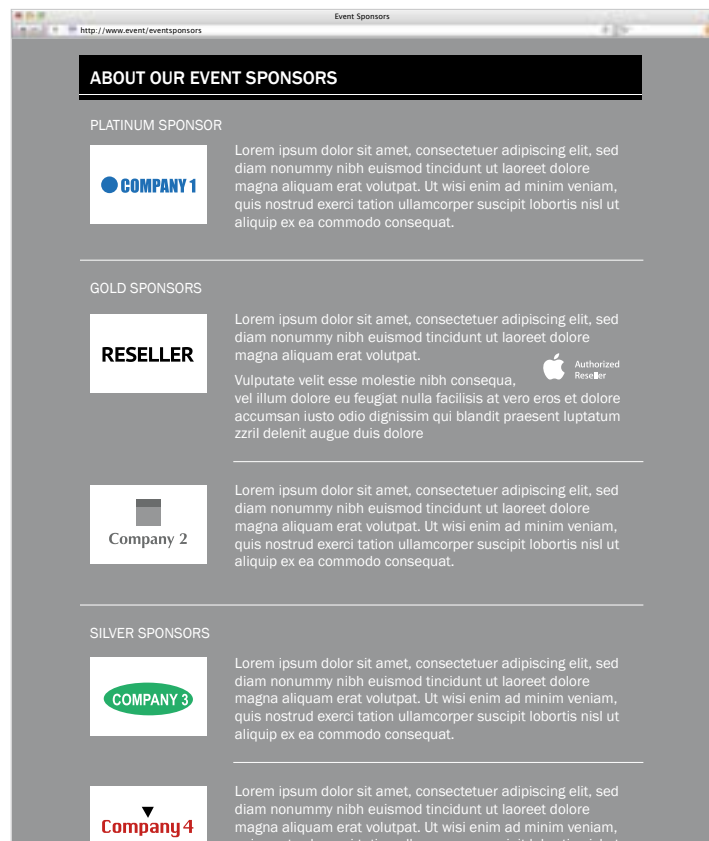
Указывая на спонсорство или участие компании в мероприятиях, используйте свою айдентику реселлера. Нельзя использовать фирменный знак Apple на баннерах, веб-страницах и в тексте с информацией о спонсорстве или участии в мероприятии — указывайте только айдентику реселлера. Фирменный знак Apple не должен присутствовать в перечне спонсоров мероприятия.

Фирменный знак Apple можно включать только в описание достижений и возможностей реселлера, например, на страницы «О спонсорах» или «О нашей компании». Фирменный знак Apple сам по себе не может находиться в перечне спонсоров, участников мероприятия или выступающих.



Как избежать ошибок

Фирменный знак Apple не может указывать на спонсорство или участие компании в мероприятии.



Описание спонсоров

Фирменный знак Apple можно разместить только в описании возможностей реселлера.

Автомобили

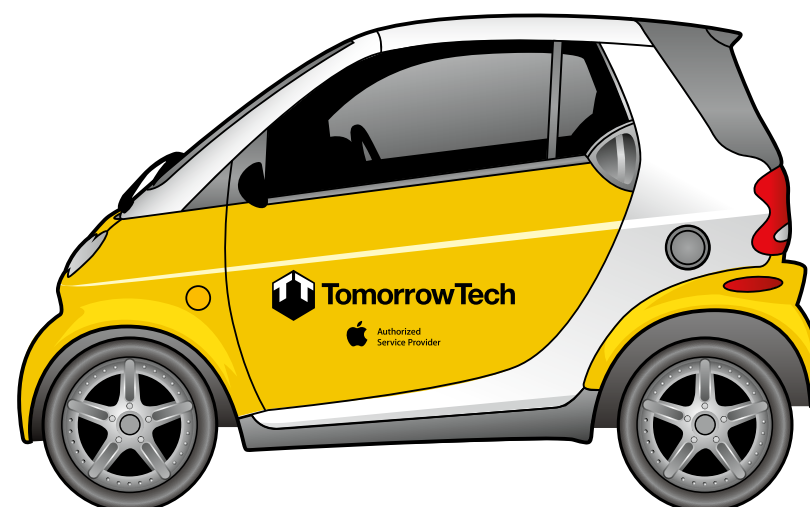
На служебных автомобилях можно размещать только знак Apple Authorized Service Provider или его региональный эквивалент. На каждой стороне автомобиля можно разместить только один знак. На каждой стороне автомобиля также должна быть размещена айдентика вашей компании. Не размещайте знак Apple Authorized Service Provider спереди или сзади автомобиля, если только это не единственное место, где представлена айдентика вашей компании.

Не размещайте знаки на личных автомобилях или автомобилях компании, используемых для транспортировки людей. Помните, что логотип Apple может указывать на то, что в автомобиле находится компьютерное оборудование, делая его более привлекательным для грабителей.

Не размещайте знак на велосипедах, передвижных киосках и других мобильных средствах продажи или доставки. Не размещайте на автомобиле только логотип Apple. На служебных автомобилях можно размещать только знак авторизованного поставщика услуг Apple или его региональный эквивалент вместе с айдентикой вашей компании.



При размещении на автомобилях знак авторизованного поставщика услуг или его региональный эквивалент должен быть в высоту не менее 40 мм и не более 80 мм. Используйте только графический файл фирменного знака, предоставленный Apple.



Сувенирная продукция

Фирменный знак Apple на всех сувенирных продуктах должен сопровождаться айдентикой вашей компании. Перед началом выпуска сувенирной продукции следует отправлять предлагаемые макеты на согласование представителю Apple. Планируя выпуск сувенирной продукции, соблюдайте следующие правила.

- На товаре не должен присутствовать только логотип Apple. Фирменный знак Apple всегда должен сопровождаться айдентикой вашей компании или магазина.
- Фирменный знак Apple и айдентика реселлера должны использоваться таким образом, чтобы не подразумевать рекомендации данного товара со стороны Apple.
- Фирменный знак Apple может присутствовать вместе с айдентикой реселлера на высококачественных брелоках, кружках, ручках, блокнотах и папках для документов.
- Apple не разрешает выпуск сувенирной продукции с фирменной символикой, которая может быть связана с азартными играми, например игральные карты, костей или фишек.
- Apple не разрешает выпуск спортивного инвентаря с фирменной символикой, например клюшек для гольфа, спортивных мячей, перчаток, ракеток или футболок для спортивных команд.
- Выпуск сувенирной продукции, косвенно связанной со спортом, например бутылок для воды или бейсболок, допускается в ограниченных количествах.

Фирменная сувенирная продукция, одобренная Apple, может распространяться на мероприятиях стратегической важности, таких как открытие магазинов или крупные торговые выставки, для демонстрации связи вашей компании с Apple.

Рекламную продукцию, на которой присутствует фирменный знак Apple, нельзя продавать в вашем магазине или от лица вашей компании, а также перепродавать третьим сторонам. Партнёры Apple по поставкам и их сотрудники не имеют права продавать сувенирную продукцию с фирменным знаком Apple.



Фирменный знак Apple на всех сувенирных продуктах независимо от их размера должен сопровождаться айдентикой вашей компании. Соблюдайте требования к минимальному размеру, изложенные на стр. 11. Если фирменный знак Apple и айдентика вашей компании не умещаются одновременно на сувенирном продукте, не используйте фирменный знак Apple.



Футболки

На футболке может размещаться один фирменный знак Apple вместе с айдентикой вашей компании или магазина. Фирменный знак можно разместить на спине или рукаве; он должен быть менее заметным, чем название или логотип вашего магазина. Используйте только один знак.

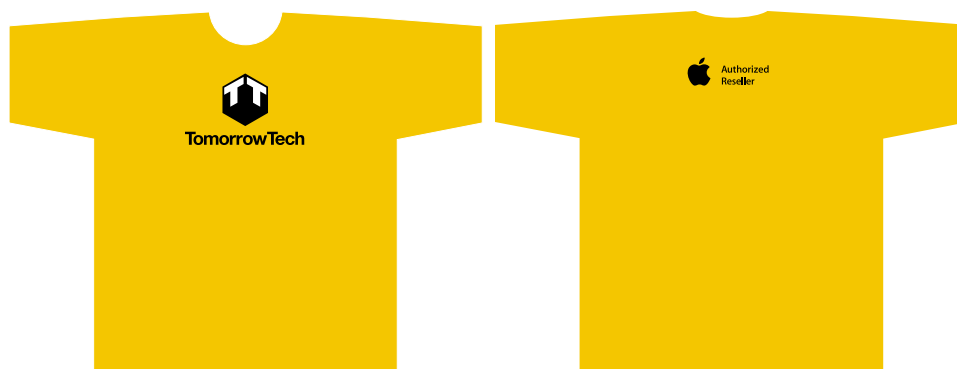
Прежде чем приступить к выпуску футболок, следует отправить предлагаемый макет на согласование представителю Apple.

Футболки, на которых присутствует фирменный знак Apple, нельзя использовать в качестве сувенирной продукции. Такие футболки предназначены только для сотрудников компании-реселлера. Сотрудники могут носить их во время работы в магазине, при проведении семинаров Apple, а также во время выставок и других профессиональных мероприятий.

Фирменный знак Apple может быть нанесён методом трафаретной печати. Он должен быть полностью чёрным или полностью белым. Избегайте использования вышивки, поскольку при некорректном исполнении логотип может выглядеть искажённым. Обязательно проверяйте образцы продукции для контроля качества и читаемости текста. Следуйте графическим стандартам, изложенным в разделе «Использование фирменных знаков Apple» на стр. 7–29.



Айдентика реселлера на груди, фирменный знак Apple на рукаве



Айдентика реселлера на груди, фирменный знак Apple на спине

Пакеты для покупок

На пакете для покупок вместе с айдентикой вашего магазина можно разместить один фирменный знак Apple. Фирменный знак должен находиться на передней стороне пакета под символикой вашей компании, а его размер не должен превышать 50% высоты прописных букв в логотипе реселлера. Не размещайте фирменный знак слишком низко: он должен быть виден, даже если опустить пакет.

Прежде чем приступить к выпуску пакетов для покупок, следует отправить предлагаемый макет на согласование представителю Apple.



Айдентика реселлера и фирменный знак Apple под ней

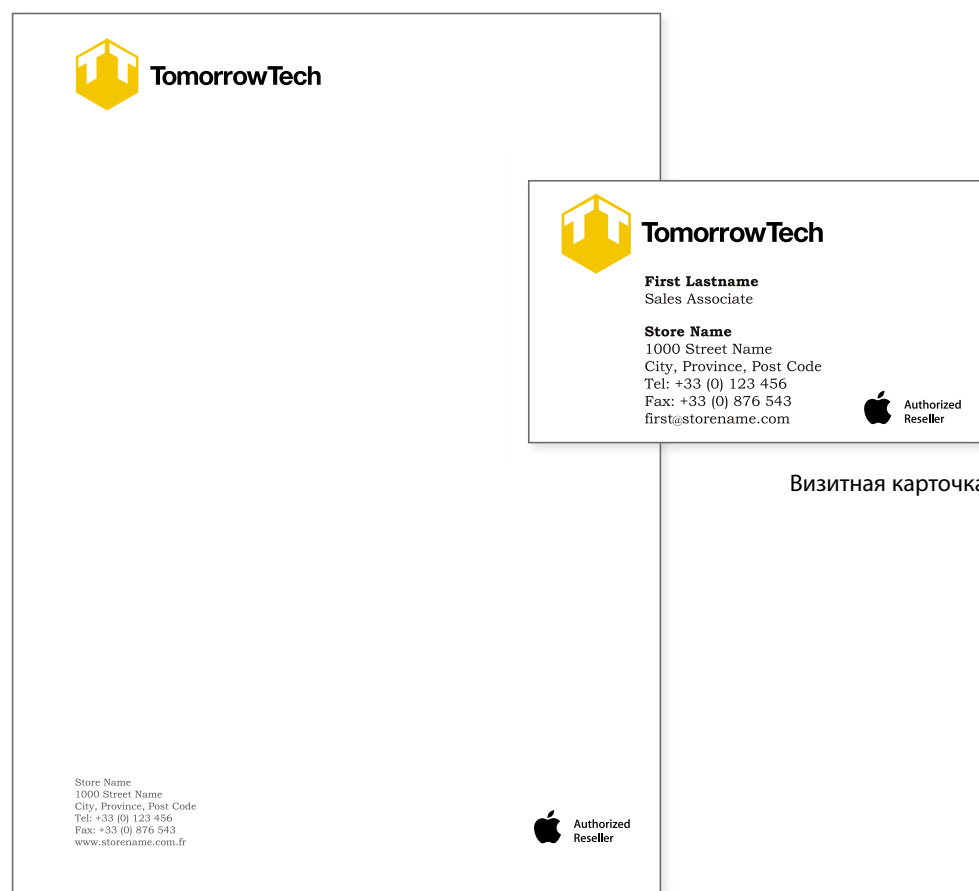
Канцелярская продукция

Фирменный знак Apple может присутствовать на печатной продукции, включая бланки писем, визитные карточки, блокноты и папки для бумаг. Фирменный знак Apple нельзя печатать на конвертах. Знак должен сопровождаться айдентикой вашей компании или магазина и не должен заменять их. Следуйте графическим стандартам, изложенным в разделе «Использование фирменных знаков Apple» на стр. 7–29.

Знак должен быть меньше айдентики вашей компании или магазина. Ориентировочное правило: высота фирменного знака Apple не должна превышать половины высоты айдентики вашего магазина, но быть не менее **минимального** размера, указанного на стр. 11. Знак должен размещаться в макетах на второстепенной позиции, например, у нижнего края объекта.

Не имитируйте типографику Apple, используя шрифт Myriad. Используйте только собственные шрифты и стили оформления макетов вашей компании.

На канцелярских принадлежностях не может присутствовать только логотип Apple. Фирменный знак Apple всегда должен сопровождаться айдентикой вашей компании или магазина.



Бланк письма

Визитная карточка

Сертифицированные специалисты Apple

Сертифицированные специалисты Apple

Сертификаты выдаются физическим лицам, а не компаниям или организациям. Использование знака сертификации Apple указывает на то, что знания и навыки человека проверены и подтверждены Apple. Знаки сертификации могут использоваться только в оформлении объектов, относящихся к конкретному человеку, таких как визитные карточки, бейджи и резюме.

Если сертифицированный специалист работает в какой-либо компании, его знак сертификации Apple не может использоваться в оформлении объектов, относящихся к компании, включая рекламные материалы, брошюры и информацию в интернете. Вместо этого компания может упоминать в тексте о сертификатах своих сотрудников, например: «У нас работают сертифицированные технические специалисты по обслуживанию и ремонту продукции Apple». Правильно указывайте сертификацию специалистов.

Иногда компании создают веб-страницы, новостные бюллетени и другие материалы, в которых публикуют биографии сотрудников с указанием их сертификатов. В таких материалах может использоваться знак сертификации Apple.



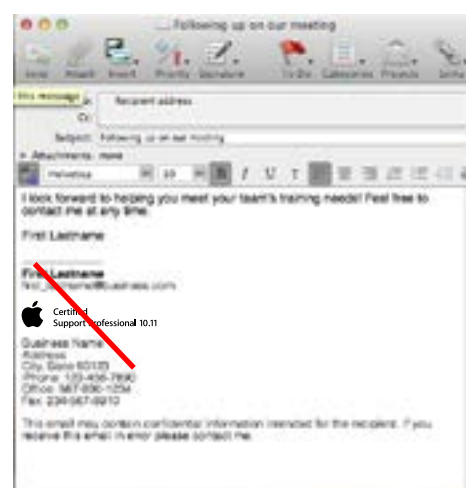
Визитная карточка

Знаки сертификации выдаются конкретным лицам и могут использоваться только в материалах, относящихся к этим лицам, например, в визитных карточках. Не используйте знаки сертификации для представления компании. Правильно выбирайте знак сертификации Apple. Если вам нужно указать несколько сертификатов, см. раздел «Размещение нескольких статусов Apple» на стр. 14.



Электронная почта

Указывать сертификацию Apple в конце электронных писем можно только в форме текста.



Не включайте знак сертификации Apple в подпись в конце писем.

Использование материалов Apple

Использование материалов Apple

Полную информацию об использовании материалов Apple можно найти в комплектах материалов на сайте ASW.

Фотографии продуктов Apple

Все особенности фотографий продукции Apple — от кадрирования и композиции до освещения и угла съёмки — тщательно контролируются Apple. Используйте только актуальные фотографии продуктов, предназначенные для реселлеров Apple. Они доступны на сайте ASW. Не используйте фотографии Apple, иллюстрирующие образ жизни, и другие фотографии рекламного характера. Никогда не загружайте и не копируйте изображения с веб-сайта Apple (www.apple.com) и не используйте фотографии для прессы с сайта www.apple.com/pr.

Реселлерам запрещено использовать свои собственные фотографии продуктов Apple в материалах для покупателей, в том числе в рекламе и материалах для прессы. Используйте только фотографии, предоставленные Apple в составе комплектов материалов по продуктам.

Использование фотографий продуктов Apple

При использовании фотографий продуктов Apple соблюдайте следующие правила.

- Используйте только фотографии, доступные на сайте ASW.
- Не изменяйте фотографии продуктов Apple, не добавляйте на них текст, объявления и другие графические объекты.
- Не анимируйте фотографии продуктов Apple и не применяйте к ним эффекты коррекции.
- Используйте только снимки экрана, предоставленные Apple; не изменяйте их и не создавайте собственных снимков экрана.
- Не размещайте фотографии продуктов Apple на фоне изображений, загромождённых деталями, и на фоне узоров.

Размер и разрешение изображений

Разрешение материалов, предоставленных Apple, недостаточно для их использования в крупноформатной печати, например для больших плакатов, оформления витрин или настенной графики (в таких случаях обычно требуются фотографии высотой более 50 сантиметров). Материалы Apple предназначены для использования в исходном размере. Обычно их можно увеличить или уменьшить не более чем на 10%, иначе будет нарушено разрешение. Всегда внимательно проверяйте изображения Apple, чтобы убедиться, что в ваших материалах они правильно отображаются в высоком разрешении. Для получения изображений высокого разрешения, которые можно использовать в крупноформатных материалах, обращайтесь к местному представителю Apple.

Использование материалов Apple

Рекламные сообщения

Вы можете использовать рекламные сообщения Apple, включённые в комплекты материалов по продуктам на сайте ASW. Если текст, предоставленный Apple, является частью комплекта материалов Apple, не вносите в него никаких изменений.

Вы можете разработать собственные рекламные сообщения, соответствующие особенностям вашего бизнеса. Используйте тон и стиль сообщений, свойственные вашей компании. Не пытайтесь подражать Apple.

Обновление материалов Apple

Не используйте устаревшую графику. Apple требует от вас соблюдать новейшие графические стандарты и использовать актуальную версию рекламных материалов Apple, доступную на сайте ASW. Кроме того, использование устаревших изображений может создать у покупателей впечатление, что вы продаёте устаревшие продукты. В розничной торговле широко известен тот факт, что обновление оформления магазина увеличивает объёмы продаж.

Не вносите никаких изменений в фотографии продуктов Apple. Не удаляйте фрагменты фотографий и не используйте обрезанные фотографии продуктов Apple (за исключением тех случаев, когда они предоставлены Apple).

Образ Apple как компании, смотрящей в будущее, зависит от регулярного обновления продуктов и материалов. Например, Apple уже не использует «стеклянный» логотип, шрифт Garamond и радужный логотип Apple — от них отказались более 15 лет назад.

Не используйте устаревшие изображения в вашем магазине. Не дарите и не продавайте устаревшие изображения. Реселлеры не имеют права передавать, дарить или продавать материалы Apple любым физическим лицам, компаниям или организациям.

Если у вас возникнут вопросы, обращайтесь к своему представителю Apple.

Как избежать ошибок при использовании фотографий продукции Apple



Текст

Не размещайте текст или графические объекты поверх фотографий продуктов Apple.



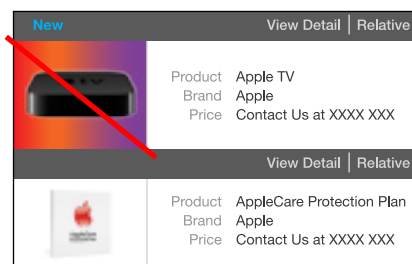
Фон

Не размещайте фотографии продуктов Apple на фоне, загромождённом деталями, или на многоцветном фоне.



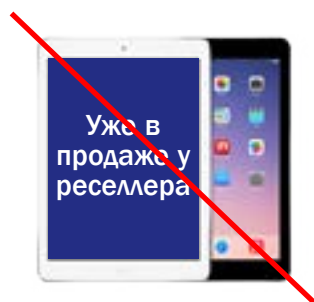
Объявления

Не размещайте объявления на изображениях продуктов Apple. Подобные элементы можно использовать вокруг фотографий продуктов или в тексте описания. Не перекрывайте изображения продуктов Apple.



Размещение нескольких фотографий

Если вы размещаете несколько фотографий (например, в списках продуктов), используйте однотонный белый или чёрный фон, чтобы покупатель более чётко видел продукты.



Снимки экрана

Никогда не заменяйте снимки экрана, включённые в комплекты рекламных материалов Apple. Используйте фотографии продуктов Apple с предоставленными снимками экрана. Если вы разрабатываете приложения для iOS или Mac, не используйте изображения собственных приложений в рекламе продуктов Apple. Следуйте указаниям, которые компания Apple подготовила для разработчиков, и рекламируйте свои приложения отдельно от продуктов Apple.



Размер и разрешение изображений

Используйте изображения такого размера, чтобы они отображались чётко и с высоким разрешением. Выше показано, как искажается изображение, если выбран слишком большой размер, не соответствующий разрешению цифровой фотографии.

Айдентика магазина реселлера

Айдентика магазина реселлера

Товарные знаки и фирменные элементы оформления Apple включают термины и элементы, разработанные для использования в розничных магазинах Apple Store и в программах бренда Apple. Эта интеллектуальная собственность Apple способствует поддержанию фирменного стиля Apple в розничных магазинах.

Будучи партнёром по поставкам Apple, вы отвечаете за создание высококачественного торгового окружения, соответствующего продукции Apple, которую вы продаёте. Создание собственного стиля, легко отличимого от стиля Apple, поможет укрепить ваш бизнес, поскольку покупатели будут ассоциировать свой опыт посещения магазина с вашей компанией.

Не пытайтесь имитировать фирменный стиль розничных магазинов Apple Store или программ бренда Apple. Покупателям должно быть понятно, что ваш магазин — независимый партнёр по поставкам.

Следуя рекомендациям в этом разделе, вы научитесь разрабатывать интерьер и наружное оформление магазинов, а также выбирать наименования, легко отличимые от собственного фирменного стиля Apple.

Рекомендации по наименованиям и айдентике

Товарные знаки и фирменные элементы оформления Apple нельзя использовать в названиях магазинов и компаний-партнёров, веб-сайтов и услуг, а также в социальных сетях и на вывесках. Вот несколько примеров:

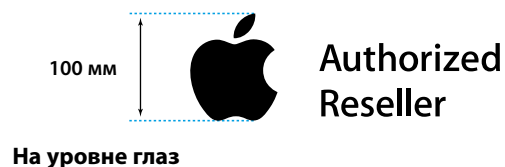
- Названия магазинов и компаний, являющихся партнёрами по поставкам, не могут содержать слова *Apple*, *Mac*, *iPad*, *iPhone*, *iPod*, *Pod* и любые другие товарные знаки Apple (за исключением случаев, когда на это получено явное разрешение в рамках отдельной лицензии).
- В помещениях партнёров по поставкам не могут использоваться фирменные знаки Apple, термины, связанные с фирменными знаками Apple, и товарные названия, разработанные специально для розничных магазинов Apple, включая следующие:
 - *Apple* в сочетании с *Camp* (Apple Camp)
 - *Apple* в сочетании с *Genius* (Apple Genius)
 - Genius Bar
 - *Mac* в сочетании с *Genius* (Mac Genius)
 - One to One
 - Personal Shopping
- В логотипах магазинов партнёров и рекламных программ запрещено использовать логотип Apple и любые элементы дизайна, содержащие изображения яблока или отделённого листа.

Наружное оформление: фирменный знак Apple

В наружном оформлении используйте только вертикальный вариант фирменного знака Apple (кроме регионов, для которых вертикальный вариант отсутствует). Знак должен быть полностью чёрным или полностью белым.

В вывесках над входом и на витринах размер вертикального фирменного знака должен составлять 50% от высоты прописных букв в логотипе реселлера, от 100 мм до 400 мм. Если фирменный знак находится в нижней части фасада магазина на уровне глаз, его высота должна составлять 100 мм. Требования к размеру фирменного знака обеспечивают наилучшую видимость на различных фасадах. Не используйте другие конфигурации и размеры для наружного оформления магазинов.

Если наружное оформление вашего магазина не соответствует этим требованиям к размеру знака, запланируйте приведение его в соответствие с требованиями при ближайшем обновлении фасада.



В регионах, где отсутствуют локализованные вертикальные фирменные знаки Apple, для наружного оформления магазинов можно использовать горизонтальные.

Наружное оформление: требования

Материалы

Фасад магазина — это первое, что видит покупатель. Это лицо вашего магазина. Если у вас есть возможность выбора, выбирайте материалы, соответствующие вашему фирменному стилю. Не пытайтесь имитировать оформление магазинов Apple Store. **Избегайте использования на фасаде элементов из нержавеющей стали.** Нержавеющая сталь — элемент фирменного оформления магазинов Apple Store.

Цвет

Если у вас есть возможность выбрать цвет фасада, выбирайте цвет вашего фирменного стиля. Примечание: чёрный фасад характерен только для магазинов Apple Premium Reseller.

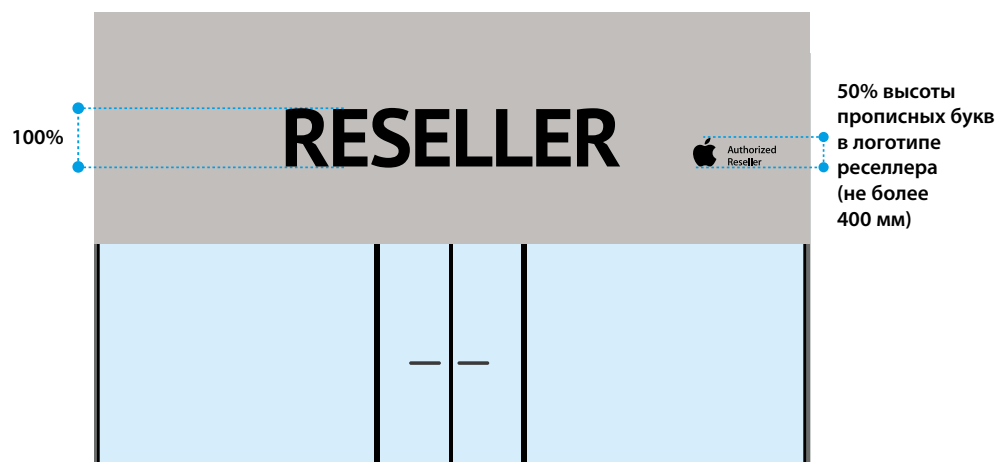
Расположение

Размещайте свой логотип реселлера или магазина по центру относительно всей ширины фасада магазина.

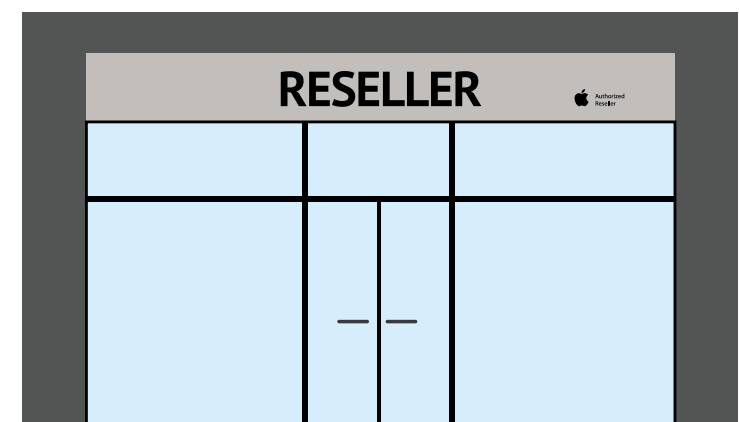
Фирменный знак Apple

При размещении фирменного знака Apple на фасаде магазина соблюдайте следующие правила:

- Разместите один знак в правой части лицевой витрины или фасада.
Не размещайте несколько фирменных знаков на одном фасаде.
Не размещайте фирменный знак выше логотипа вашего магазина.
- Знак должен быть полностью чёрным или полностью белым. Не используйте другие цвета и цветные материалы.
- Соблюдайте требования к свободному пространству, приведённые на стр. 11.
- Размер вертикального фирменного знака должен составлять 50% от высоты прописных букв в логотипе реселлера и находиться в пределах от 100 мм до 400 мм.
- Никогда не используйте на фасаде логотип Apple без сопровождающего текста.



Наружное оформление: выбор и размер фирменного знака



Выбор фирменного знака

Укажите свой основной статус Apple. Используйте только один знак. Например, если ваша компания имеет только статус Apple Authorized Service Provider, его можно указать на наружном фасаде.



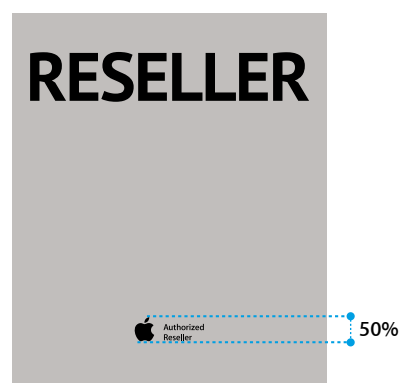
Минимальное расстояние

Для стандартных фасадов минимальное расстояние между айдентикой реселлера и фирменным знаком Apple составляет 2 метра.



Короткие витрины

Для коротких витрин минимальное расстояние между айдентикой реселлера и фирменным знаком Apple составляет 2 метра.



Вертикальные витрины

Используйте фирменный знак Apple высотой в 50% от логотипа реселлера независимо от конфигурации витрины.



В регионах, где отсутствуют вертикальные фирменные знаки Apple, можно использовать горизонтальные знаки высотой в 50% от логотипа реселлера.

Наружное оформление: размещение фирменных знаков



Предпочтительный вариант — вертикальный знак

Выравнивание по базовой линии.



Альтернативный вариант — вертикальный знак

Выравнивание по центру.



Предпочтительный вариант — горизонтальный фирменный знак для регионов, где отсутствует вертикальный.

Выравнивание по базовой линии.

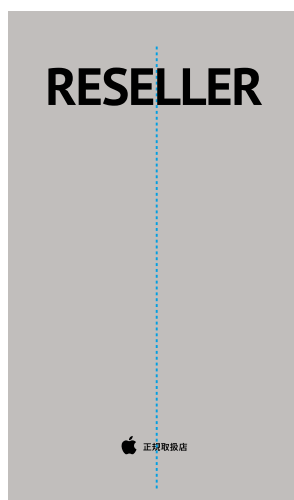


Альтернативный вариант — горизонтальный фирменный знак для регионов, где отсутствует вертикальный.

Выравнивание по центру.

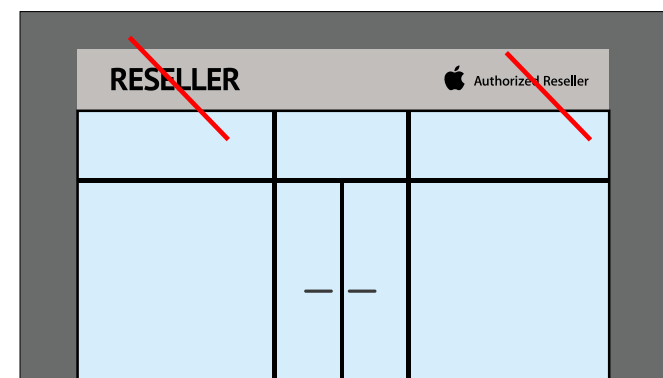


**Предпочтительное
вертикальное выравнивание**
Выравнивание по левому краю.



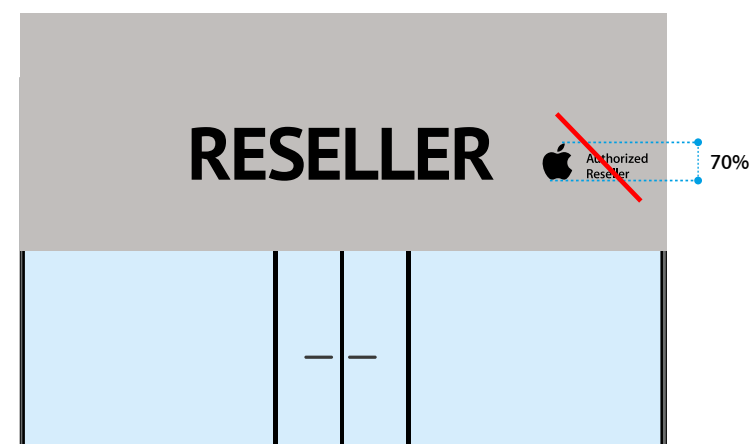
**Альтернативное вертикальное
выравнивание**
Выравнивание по центру.

Наружное оформление: как избежать ошибок



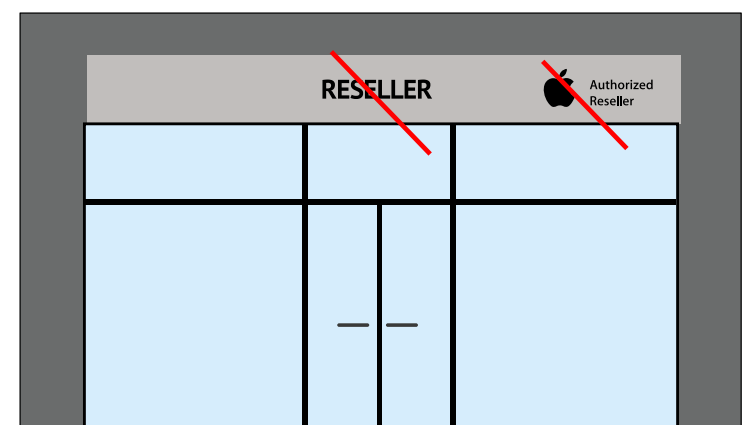
Как избежать ошибок

Располагайте айдентику реселлера над главным входом. Не используйте горизонтальный вариант фирменного знака Apple (кроме регионов, для которых вертикальный вариант отсутствует).



Как избежать ошибок

Размер фирменного знака Apple должен составлять 50% от высоты прописных букв в логотипе реселлера. Высота фирменного знака должна находиться в пределах от 100 мм до 400 мм.



Как избежать ошибок

Фирменный знак Apple по размеру не должен быть больше айдентики реселлера.

Наружное оформление: размещение фирменного знака на уровне глаз

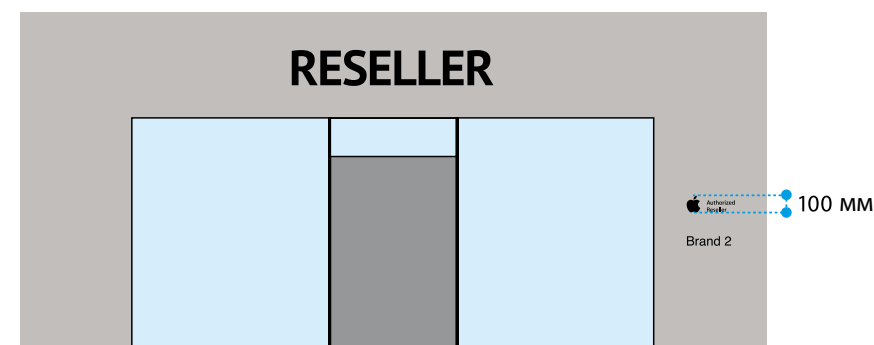
Расположение

Фирменный знак Apple может размещаться в нижней части фасада приблизительно на уровне глаз. Не размещайте знак ниже уровня глаз. При размещении фирменного знака Apple в нижней части фасада используйте знак с логотипом Apple высотой 100 мм.

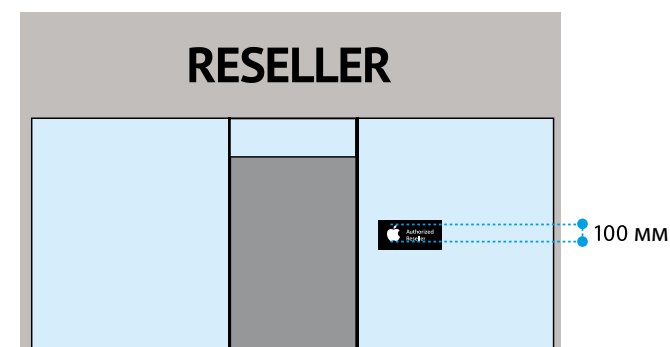
Фирменный знак Apple

При размещении фирменного знака Apple в нижней части фасада магазина соблюдайте следующие правила:

- Не размещайте фирменный знак ниже уровня глаз.
- Знак должен быть полностью чёрным или полностью белым. Не используйте другие цвета и цветные материалы.
- Независимо от размеров здания и размеров логотипа вашей компании фирменный знак Apple, расположенный на уровне глаз, может использоваться в единственном размере: с логотипом Apple высотой 100 мм.
- Если на фасаде присутствуют изображения других брендов, разместите фирменный знак Apple рядом с ними.
- Никогда не используйте на фасаде логотип Apple без сопровождающего текста.



Размещая фирменный знак Apple на уровне глаз, используйте вертикальный макет с логотипом Apple высотой 100 мм. В регионах, где отсутствуют вертикальные фирменные знаки Apple, можно использовать горизонтальные знаки высотой 100 мм. Если на фасаде присутствуют изображения других брендов, разместите фирменный знак Apple рядом с ними. Независимо от размеров логотипов других брендов фирменный знак Apple должен иметь высоту 100 мм.



Высота логотипа Apple, используемого для наклеек на стекло, должна составлять 100 мм. См. раздел «Наружное оформление: наклейки на стекло» на стр. 46.

Наружное оформление: наклейки на стекло

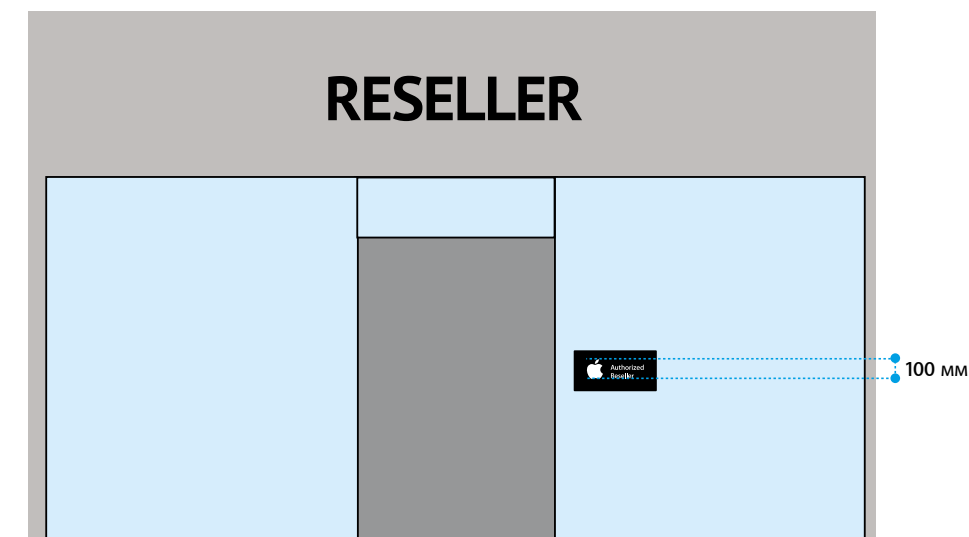
Фирменный знак Apple может использоваться в виде наклейки на окно или дверь, чтобы чётко указывать покупателям, входящим в магазин, вашу связь с Apple. Используйте только одну наклейку на каждой двери или на каждом входе. Разместите наклейку на внутренней поверхности витрины или стеклянной двери. Не размещайте наклейки Apple на текстурном, тонированном или матовом стекле.

Как избежать загромождённости.

Наклейка Apple не должна быть скрыта другими изображениями, наклейками или прочими объектами. Максимальную заметность обеспечивает наклейка, выполненная в виде белого фирменного знака на чёрном фоне и помещённая на уровне глаз, как показано ниже. Изготовьте наклейки на стекло, используя спецификации, представленные на сайте ASW, или изображения, предоставляемые компанией Apple в некоторых регионах.



Наклейка на стекло



Наклейка на стекло с логотипом Apple высотой 100 мм.

Наружное оформление: подсветка вывесок

Фирменный знак Apple может быть подсвечен изнутри, если он является частью фасада, включающего внутреннюю подсветку айдентики реселлера. Знак должен равномерно подсвечиваться нейтральным белым светом. Фирменный знак может иметь наружную подсветку, если айдентика реселлера также подсвечивается снаружи. Не используйте цветную подсветку или фильтры для создания световых эффектов на изображении фирменного знака.



День



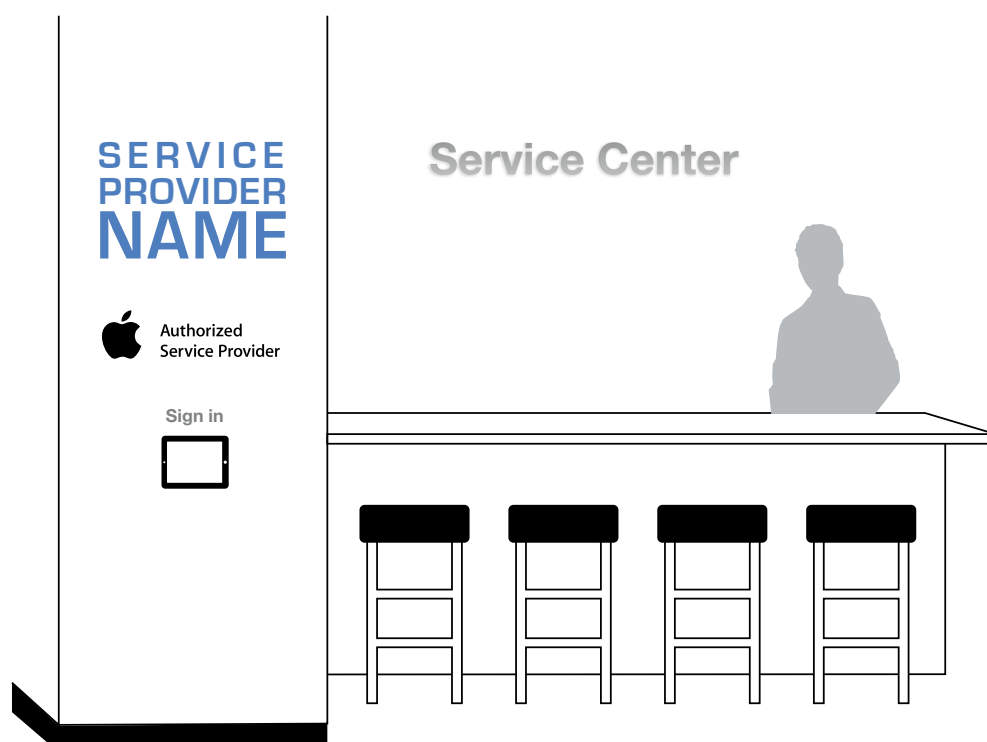
Ночь

Фирменный знак может подсвечиваться только одновременно с айдентикой реселлера. Всегда подсвечивайте знак полностью. Нельзя подсвечивать только логотип Apple, оставив в тени сопровождающий текст с указанием статуса авторизованного реселлера или другого статуса вашей компании.

Примечание. Показанная здесь вывеска приводится исключительно в целях демонстрации. Приведённые здесь правила подсветки применяются к фасадам любого типа и цвета.

Наружное оформление: специализированная зона обслуживания

Если в магазине имеется специализированная зона обслуживания, статус Apple Authorized Service Provider можно указать возле её входа. При этом необходимо также продемонстрировать айдентiku поставщика услуг. Статус должен быть указан под айдентикой поставщика услуг и быть меньше по размеру. Знак должен соответствовать графическим стандартам, изложенным в этом руководстве.



Наружное оформление: знаки, не соответствующие правилам

Иногда наружные вывески требуют адаптации для местных строительных норм или не соответствуют стандартам оформления фасадов. Вот несколько примеров, которые могут потребовать отступления от правил оформления вывесок.

- Строительные нормы могут ограничивать использование вывесок для сохранения облика исторических зданий.
- В исторических торговых районах могут быть запрещены определённые типы вывесок.
- В торговой зоне могут действовать правила оформления, требующие от всех магазинов соблюдения определённого стиля, цвета или материала вывесок.
- В зданиях с несколькими арендаторами может требоваться соблюдение общего стиля здания.
- Здание может иметь необычную форму.
- Пространство, предусмотренное для основной вывески, может иметь необычный размер или форму.
- Вывеска может быть заслонена.
- Основной поток пешеходов или машин может сделать вывеску трудно заметной.

Если у вас есть вопросы по размещению вывески, не соответствующей стандартам, обратитесь за помощью к своему представителю Apple. Приложите описание местонахождения вывески и список требований, которые необходимо соблюсти. Предоставьте максимально полное описание, включая чертежи и фотографии предполагаемого места размещения вывески.

Обязательно получите все необходимые разрешения в местных строительных органах, прежде чем приступать к монтажу.

Наружное оформление: витрины магазинов

При планировании оформления витрин магазина, в том числе при подготовке плакатов, следуйте инструкциям в комплектах материалов по продуктам на сайте ASW. Не создавайте масштабных макетов продукции Apple и изображений, основанных на форме продуктов Apple. Не оформляйте плазменные панели в стиле продуктов Apple. Используйте только материалы Apple, размещённые на сайте ASW и предназначенные для оформления витрин.



Оформление интерьера: дизайн и материал стеллажей

Планируя и разрабатывая систему креплений для витрин, выбирайте формы, материалы и цвета, соответствующие фирменному стилю вашего магазина. Не используйте стеллажи, имитирующие фирменный стиль розничных магазинов Apple.

Дизайн стеллажей

Используйте стеллажи, к которым покупателям будет удобно подходить. Убедитесь, что имеется достаточно пространства для свободного размещения продуктов. Продумайте план прокладки электрических кабелей. Провода, в беспорядке лежащие вокруг витрин с товарами, отвлекают покупателей. Учитывайте поток и направление движения покупателей по магазину. Оставьте достаточно места, чтобы несколько покупателей могли свободно стоять у витрины, не мешая движению окружающих. Избегайте ненужных декоративных элементов.

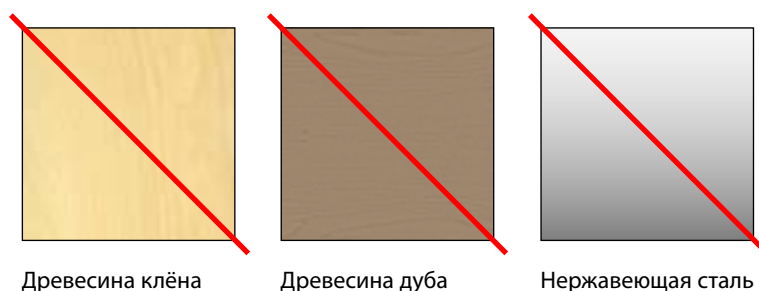
Помимо материалов, перечисленных ниже, партнёрам по поставкам нельзя использовать следующее:

- Горизонтальные прозрачные графические панели с задней подсветкой.
- Лестницы из стекла или прозрачных материалов.

Материалы

Выбирайте прочные и простые в обслуживании материалы. Продукция Apple хорошо смотрится на гладких твёрдых поверхностях. Не копируйте материалы, используемые при оформлении стеллажей Apple.

Избегайте использования следующих материалов:



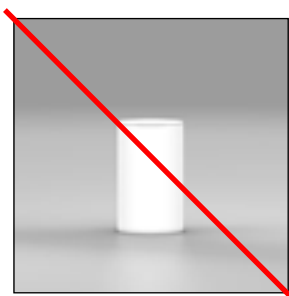
Цвет

Цвет стеллажей должен соответствовать общему стилю вашего магазина и уникальной торговой среде, созданной в нём. Как правило, продукты Apple хорошо смотрятся на белом фоне, который не отвлекает внимание от самих продуктов. По возможности используйте белые выставочные поверхности для размещения продукции. Цвет поверхностей не должен мешать восприятию продуктов Apple.

Оформление интерьера: как избежать ошибок при оформлении стеллажей

Фирменный стиль Apple представлен в розничных магазинах Apple Store, в магазинах реселлеров Apple Premium Reseller, в магазинах Apple Shop и других сетевых программах Apple. Партнёры по поставкам не могут использовать формы стеллажей, разработанные специально для этих программ Apple. Копировать элементы стеллажных систем, используемые в магазинах Apple Premium Reseller (см. ниже), в магазинах партнёров по поставкам нельзя.

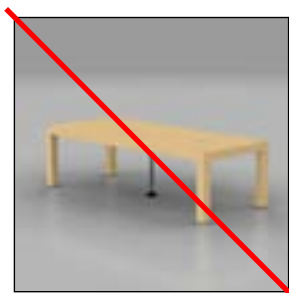
Не используйте следующие фирменные элементы Apple:



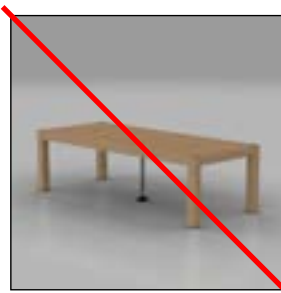
Круглый стол белого цвета



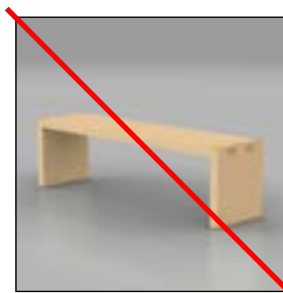
Дубовый паркет с тонким рисунком



Стол в стиле Parsons из натурального клёна



Стол в стиле Parsons из дуба



Стол из натурального клёна для демонстрации товаров



Модульная стойка чёрного цвета и цвета клёна

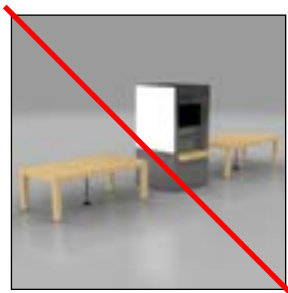


Модульный стол чёрного цвета и цвета клёна

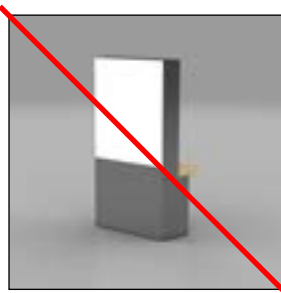


Информационная стойка из клёна с чёрными табуретами

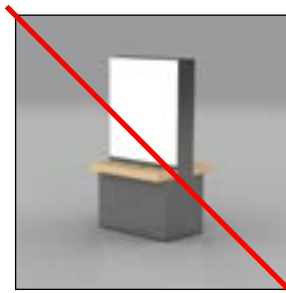
Оформление интерьера: как избежать ошибок при оформлении стеллажей — продолжение



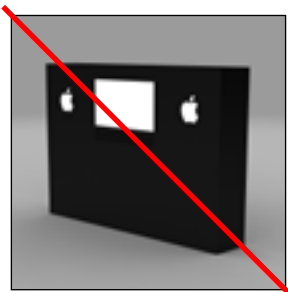
Модульные отдельно
стоящие стеллажи из клёна
и нержавеющей стали



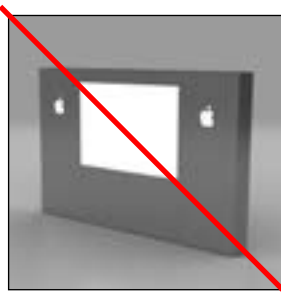
Отдельно стоящий стеллаж
из клёна и нержавеющей
стали



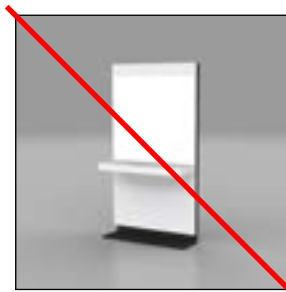
Отдельно стоящий стеллаж
из клёна и нержавеющей
стали



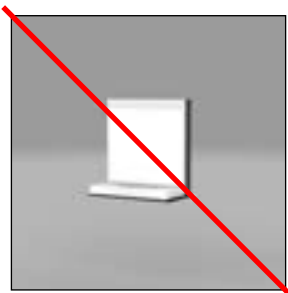
Фирменная панель
чёрного цвета



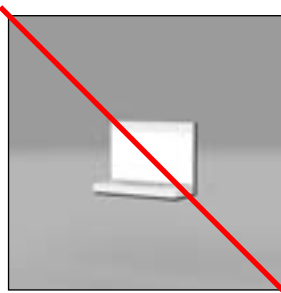
Фирменная панель из
нержавеющей стали



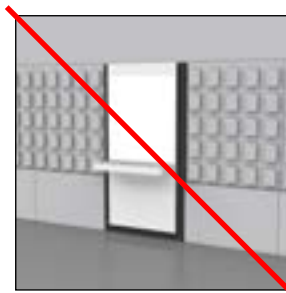
Белый металлический
торцевой модуль стойки
со сплошной полкой



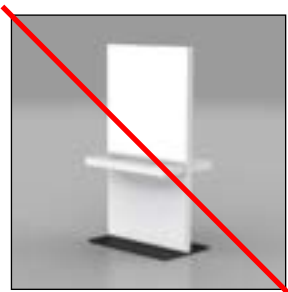
Белая металлическая
модульная стойка с топпером
и сплошной полкой



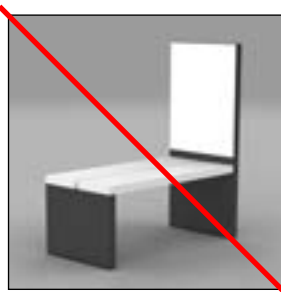
Белый металлический
выставочный торцевой
модуль со сплошной полкой



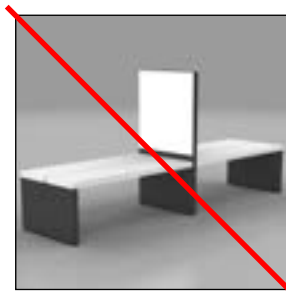
Белая металлическая
консоль со сплошной
полкой



Белый металлический
отдельно стоящий стеллаж
со сплошной полкой



Стол белого и серого
цветов со сплошной
полкой



Отдельно стоящий стеллаж
белого и серого цветов
со сплошной полкой

Оформление интерьера: рекламные материалы

Материалы для точек продаж, подготовленные Apple

Apple предоставляет партнёрам по поставкам разнообразные материалы для точек продаж. Такие материалы могут включать баннеры, плакаты, брошюры и другую рекламную продукцию. Используйте материалы в том виде, в котором они предоставлены. Не вносите никаких изменений. Не используйте дизайн или текстовые элементы из этих материалов в ваших собственных рекламных материалах. Не копируйте макет рекламных материалов Apple при создании ваших собственных материалов. Никогда не используйте изображения или макеты с веб-сайта Apple (www.apple.com/ru).

При выпуске нового продукта партнёр обязан самостоятельно удалить предыдущие продукты и устаревшие рекламные материалы из торговой зоны. Не используйте устаревшую графику. См. раздел «Обновление материалов Apple» на стр. 35.

Логотип Apple может использоваться без сопровождающего текста, только если он предоставлен Apple в составе рекламных материалов Apple для точек продаж. Не добавляйте фирменные знаки в материалы для точек продаж, если в них уже содержится логотип Apple. В каждом отдельном рекламном материале может быть только один логотип Apple.

Никогда не размещайте логотип Apple в своих собственных рекламных материалах. Вместо этого используйте свой фирменный знак торгового партнёра Apple.

В некоторых регионах Apple предоставляет специализированные выставочные стеллажи. Эти стеллажи предназначены только для демонстрации определённых продуктов Apple. Выставлять продукцию других компаний на специализированных стеллажах Apple запрещено. Единственным исключением могут являться аксессуары сторонних производителей, предназначенные для использования с демонстрируемым продуктом Apple.

Плакаты в магазинах

Плакаты, созданные партнёром по поставкам, должны фокусироваться на айдентике реселлера и разъяснять преимущества его предложений. Плакаты, предоставляемые компанией Apple, можно использовать во внутреннем оформлении магазина, но только таким образом, чтобы их нельзя было принять за графические материалы реселлера. Предоставляемые компанией Apple плакаты можно размещать рядом с материалами реселлера, но нельзя использовать в качестве их части.

Оформление интерьера: рекламные материалы

Презентация продукции


Рекомендации по презентации и выкладке продукции, доступные на сайте ASW, содержат информацию по оформлению витрин и стендов. Чтобы дополнить выкладку продукции, реселлеры могут создавать собственные таблички с описанием продуктов и ценники для точек продаж, используя комплекты материалов по продуктам, доступные на сайте ASW.



Оформление интерьера: вывески в мультибрендовых магазинах


Некоторые торговые площади партнёров по поставкам организованы в мультибрендовых магазинах, где все продукты разных брендов размещены в собственных зонах торгового зала. Обычно такие зоны обозначаются вывесками одного размера с названиями брендов. Для вывесок в мультибрендовых магазинах разработаны специальные фирменные знаки. См. раздел «Оформление интерьера: фирменные знаки для мультибрендовых магазинов» на стр. 57.

Используйте только один такой знак в ряду прочих. Используйте знак с логотипом Apple высотой 200 мм (в верхних вывесках) или 100 мм (при расположении на уровне глаз или ниже). Знак должен быть изготовлен из тех же материалов, что и вывески других представленных брендов. Фирменный знак Apple не должен выделяться в ряду других брендов. Например, нельзя подсвечивать фирменный знак Apple, если другие бренды не подсвечены.

Brand 1		Brand 2

Верхние вывески

В верхних вывесках используйте фирменный знак для мультибрендовых магазинов с логотипом Apple высотой 200 мм.

Brand 1		Brand 2

На уровне глаз или ниже

Если вывеска с названием бренда располагается на уровне глаз или ниже, используйте фирменный знак для мультибрендовых магазинов с логотипом Apple высотой 100 мм.

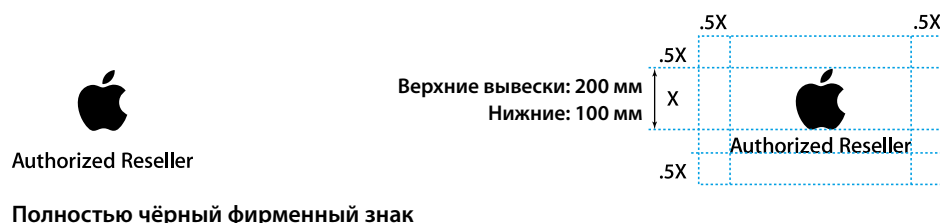
Оформление интерьера: фирменные знаки для мультибрендовых магазинов

Особый фирменный знак Apple специально разработан только для мультибрендовых магазинов. **Никогда не используйте этот вариант фирменного знака Apple для других рекламных материалов. Он предназначен только для оформления витрин и стоек в мультибрендовых магазинах.** Не используйте этот вариант знака в монобрендовых залах или в магазинах, где продукция упорядочена по категориям, а не по брендам.

Не используйте логотип Apple отдельно. Всегда указывайте статус реселлера в составе фирменного знака.

Знак должен быть полностью чёрным или полностью белым. Никогда не размещайте знак на фоне изображения, загромождённого деталями, или на фоне узора.

Если у вас возникли вопросы по оформлению мультибрендовых магазинов, обращайтесь к своему представителю Apple.

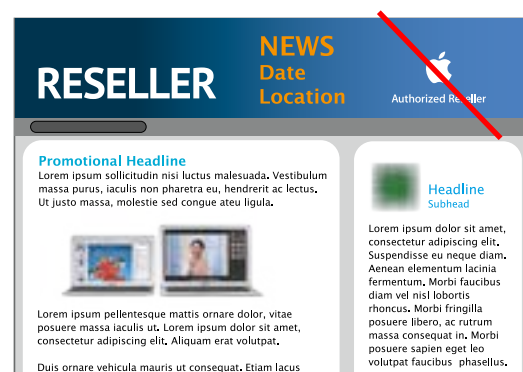


Полностью чёрный фирменный знак



Полностью белый фирменный знак

Размер и минимальное свободное пространство
Минимальное свободное пространство вокруг фирменного знака должно составлять не менее половины высоты логотипа Apple. Для наибольшей эффективности рекомендуется оставлять ещё больше свободного пространства. Графические и архитектурные элементы не должны заходить на минимальную полосу свободного пространства. Используйте в мультибрендовых магазинах знак с логотипом Apple высотой 200 мм или 100 мм. См. раздел «Оформление интерьера: вывески в мультибрендовых магазинах» на стр. 56. Не используйте фирменные знаки Apple других размеров.



Как избежать ошибок

Не используйте фирменный знак, разработанный для мультибрендовых магазинов, в любых других рекламных материалах. Он предназначен только для оформления вывесок в мультибрендовых залах.

Оформление интерьера: таблички

В розничной торговле есть принцип чёткой организации и незагромождённого пространства, чтобы покупателям проще было найти нужные витрины. Используйте таблички, только если у вас много пустого места на стенах и вы можете выделить хорошо заметный фрагмент белой стены для их размещения.

Не размещайте фирменный знак Apple внутри магазина. Никогда не используйте логотип Apple без сопровождающего текста. Вы можете разместить айдентiku своего магазина отдельно или вместе со статусом магазина, используя стиль оформления, принятый в вашей компании. Рекомендованный макет показан ниже: статус магазина указан белым цветом на горизонтальной табличке контрастного чёрного цвета под айдентикой реселлера.

Для табличек используйте стандартные материалы, такие как акрил, оргстекло или плексиглас. Если используется подсветка, она должна быть равномерной по всей поверхности таблички. Для подсветки следует использовать нейтральный белый цвет. Текст с обозначением статуса Apple можно подсветить изнутри, только если айдентика реселлера также подсвечена изнутри. Не используйте цветную подсветку и фильтры для создания световых эффектов на табличке с указанием статуса.

Внутри магазина можно разместить только одну табличку. Её нужно расположить на хорошо заметной белой стене, в стороне от витрин и рекламных плакатов.

На табличках внутри магазина можно указывать статус только в виде текста. На табличке должно присутствовать слово *Apple*. Планируя новую табличку, используйте показанный здесь рекомендованный макет: белый текст на чёрном прямоугольнике, размещённый у нижнего края таблички под айдентикой магазина. Высота чёрного прямоугольника не должна превышать 100 мм. Используйте такой же стиль оформления, как и в других материалах вашей компании. Не пытайтесь имитировать типографику Apple.



Предпочтительно — квадрат

Допустимо — прямоугольник



Не размещайте фирменные знаки Apple на табличках внутри магазина. Указывайте свой статус только в форме текста или только айдентикой магазина.

Оформление интерьера: баннеры

Для временной рекламы, например при выпуске новых продуктов, можно использовать баннеры, содержащие рекламный текст и айдентiku вашего магазина. На этих баннерах запрещается размещать фирменный знак Apple. Не используйте баннеры в качестве постоянных вывесок. Баннеры следует применять только для временных рекламных акций. Не размещайте большое количество баннеров внутри магазина. Как горизонтальные, так и вертикальные баннеры должны соответствовать изложенным здесь требованиям.



RESELLER Promotion Headline

На баннере размещается рекламный заголовок и айдентика реселлера.



RESELLER



Authorized
Reseller

Не размещайте фирменный знак Apple, если на баннере присутствует айдентика реселлера.



Authorized Reseller

Не размещайте на баннере фирменный знак Apple, даже если нет других знаков.

Руководство редактора

Использование статуса Apple в тексте

Упоминание статуса Apple в тексте

В тексте на веб-страницах, в печатных и других материалах, описывающих возможности вашей компании, можно упоминать полученный от Apple статус. В текстах и заголовках необходимо указывать рядом с вашим статусом или сертификатом название *Apple*: например, *Apple Authorized Reseller*, *Apple Authorized Service Provider* или *Apple Certified Associate*.

Все слова статусов и сертификатов должны начинаться с заглавной буквы.

Правильно

<Имя реселлера> — магазин Apple Authorized Reseller в центре города.

Неправильно

<Имя реселлера> — магазин Apple authorized reseller в центре города.

Указывайте статус или сертификат магазина тем же шрифтом и с таким же форматированием, что и окружающий текст.

Правильно

<Имя поставщика услуг> — Apple Authorized Service Provider
в деловом районе города.

Неправильно

<Имя поставщика услуг> — **Apple Authorized Service Provider**
в деловом районе города.

Указывайте свой статус полностью. Не приводите его описание в тексте.

Правильно

<Имя поставщика услуг> — Apple Authorized Service Provider, специализирующийся на комплексном обслуживании компьютеров Mac для малого бизнеса.

Неправильно

<Имя поставщика услуг> имеет авторизацию компании Apple на проведение комплексного обслуживания компьютеров Mac.

Если у вас несколько статусов Apple, название *Apple* необходимо указывать в каждом из них. Указывайте каждый статус полностью. Не сокращайте слова и не используйте аббревиатуры.

Правильно

<Имя реселлера> — Apple Authorized Reseller и Apple Authorized Service Provider.

Неправильно

<Имя реселлера> — Apple Authorized Reseller и Service Provider.

Использование локализованного статуса Apple в тексте

Ссылаясь в основном тексте и в заголовках на статус или сертификат, полученный вами от Apple, указывайте название *Apple* по-английски. Сам статус должен быть переведён на местный язык. Текст перевода должен совпадать с приведённым на локализованных фирменных знаках Apple. Не делайте перевод и не вводите новые термины самостоятельно. Например, для японского языка следует использовать текст Apple 正規取扱店, а для французского — Apple Revendeur Agréé.

Не переводите название *Apple* и другие товарные знаки Apple. *Apple* и другие товарные знаки должны отображаться только на английском языке.

Не используйте транслитерацию названия *Apple* и других товарных знаков Apple. Например, не пишите название *Apple* символами катаканы в японских надписях.

Если в языке используются заглавные и строчные буквы, регистр должен совпадать с используемым на фирменных знаках Apple.

Правильно

Apple Revendeur Agréé

Неправильно

Apple revendeur agréé

При каждом упоминании в тексте указывайте статус полностью. Не убирайте название *Apple* и не сокращайте слова.

Правильно

Apple Revendeur Agréé

Неправильно

Revendeur Agréé

ARA

Использование названий продуктов Apple

Названия продуктов Apple следует использовать точно в таком виде, как они указаны в списке товарных знаков Apple по адресу <http://www.apple.com/legal/intellectual-property/trademark/appletmlist.html>. Например, при использовании названий *iPhone*, *iPad* и *iPod touch* в заголовках или тексте первая буква *i* в этих названиях всегда должна быть строчной, вторая *P* — заглавной, а все следующие буквы — опять строчными. Слово *touch* всегда должно начинаться со строчной буквы *t*. Названия *iPhone*, *iPad* и *iPod touch* должны начинаться со строчной буквы *i*, даже если они стоят в начале предложения, абзаца или текста. *Mac* всегда начинается с заглавной буквы *M*, остальные буквы должны быть строчными. В названии *Mac mini* слово *mini* пишется строчными буквами.

Не называйте устройства Apple «смартфонами» или «планшетами». Используйте названия продуктов.

Не переводите *iPhone*, *iPad*, *iPod touch*, *Mac* и другие товарные знаки Apple. Всегда используйте товарные знаки Apple на английском языке, даже если они упоминаются в текстах на других языках. Не используйте транслитерацию или фонетическую транскрипцию товарных знаков Apple. Например, не пишите их символами катаканы в японских надписях.

Используйте в своих материалах правильные символы товарных знаков Apple и правильные сведения об авторских правах на них. См. раздел «Символы товарных знаков и сведения об авторских правах» на стр. 66.

Товарные знаки Apple и сведения об авторских правах

Использование товарных знаков Apple

Товарные знаки Apple

Товарным знаком может быть название, логотип или даже слоган — любое слово, символ или устройство, которое используется для идентификации продуктов и услуг компании, а также выделяет их среди продуктов или услуг других компаний. Поскольку товарные знаки очень важны для создания сильного бренда, они являются исключительно ценным активом. Важно, чтобы вы использовали товарные знаки Apple с осторожностью, не вводя покупателей в заблуждение относительно принадлежности и ответственности, и защищали ценность инвестиций компании Apple, сделанных в её товарные знаки.

Требования Apple

Фирменные знаки Apple, описанные в этом руководстве, не могут использоваться любым способом, который создаёт ложное представление о взаимоотношениях с Apple или может навредить престижу, ценности или репутации розничных магазинов Apple Store или самой компании Apple.

Использование товарных знаков Apple

При использовании товарных знаков Apple в заголовках или тексте всегда сохраняйте написание (включая заглавные буквы), указанное в списке товарных знаков Apple по адресу www.apple.com/legal/trademark/appletmlist.html (на английском языке). Например, при использовании названий *iPhone*, *iPad* или *iPod* первая буква *i* всегда должна быть строчной, вторая *P* — заглавной, а все следующие буквы — опять строчными. В названии *iPod touch* слово *touch* всегда должно начинаться со строчной буквы *t*. Названия *iPhone*, *iPad* и *iPod* должны начинаться со строчной буквы *i*, даже если они стоят в начале предложения, абзаца или текста. Название *Mac* не следует указывать заглавными буквами. Используйте заглавную *M*, а затем строчные буквы.

Товарные знаки Apple не переводятся

Не переводите товарные знаки Apple в заголовках, текстовых блоках и устном общении. Не переводите части товарных знаков (например, слово *pad* в названии *iPad*). Всегда используйте товарные знаки Apple на английском языке, даже если они упоминаются в тексте или устном общении на других языках. Не используйте фонетическую транскрипцию или транслитерацию товарных знаков (например, с использованием катаканы в японском языке).

Использование названия Apple

Не переводите название *Apple*. Используйте слово *Apple* на английском, даже если оно появляется в заголовках, тексте или устном общении на других языках. Официальное название компании Apple Inc. зарезервировано для юридической документации. В общении с покупателями используйте название *Apple*.

Символы товарных знаков и сведения об авторских правах

Символы товарных знаков и сведения об авторских правах

В рекламных материалах, распространяемых только на территории США, каждый товарный знак или знак обслуживания Apple должен сопровождаться соответствующим символом (™, SM или ®) при первом появлении в тексте. Примеры:

iPad®	iTunes®
iPhone®	Lightning™
iPod touch®	Mac®

Правильные варианты товарных знаков приведены в списке товарных знаков Apple Trademark List по адресу www.apple.com/legal/intellectual-property/trademark/appletmlist.html (на английском языке).

Не добавляйте символ товарного знака в фирменные знаки, предоставленные Apple.

Во всех регионах необходимо включать во все рекламные материалы сведения об авторских правах с указанием всех товарных знаков Apple, использованных в материале. Всегда указывайте название Apple и логотип Apple в начале списка. Пример:

Apple, логотип Apple, Mac, MacBook Air и MacBook Pro являются товарными знаками Apple Inc., зарегистрированными в США и других странах.

Помещайте сведения об авторских правах на товарные знаки вместе с другими официальными уведомлениями в своих материалах. С разрешения Apple в материалах, распространяемых за пределами США, можно использовать перевод официальных уведомлений и сведений об авторских правах (но не перевод товарных знаков). Никогда не переводите товарный знак Apple.

В рекламных материалах по iPhone, распространяемых на территории Японии, должна присутствовать следующая информация об авторских правах:

Товарный знак iPhone используется по лицензии Aiphone K.K.

Дополнительная информация о товарных знаках и авторских правах

Полная информация приведена в «Руководстве по товарным знакам и авторским правам» по адресу www.apple.com/legal/intellectual-property/guidelinesfor3rdparties.html (на английском языке).

Если у вас остались вопросы после изучения информации в правовом разделе веб-сайта Apple по адресу www.apple.com/ru/legal, обратитесь в Отдел товарных знаков Apple по электронной почте (appletm@apple.com). Вы получите ответ в течение недели.

Дополнительная информация

Дополнительная информация

Если вам нужна дополнительная информация или у вас есть вопросы по использованию этого руководства, обратитесь к представителю Apple или к администратору по продажам в вашем регионе.

Изображения фирменных знаков и информацию, относящуюся к рекламным материалам Apple Authorized Reseller, можно найти на сайте Apple Sales Web (ASW) по адресу asw.apple.com.

Чтобы получить дополнительную информацию о рекламе отдельных продуктов Apple, зайдите на сайт ASW и следуйте инструкциям, включённым в комплекты материалов по продуктам Apple.

Дополнительную информацию об использовании товарных знаков Apple можно найти в «Руководстве по товарным знакам и авторским правам» по адресу www.apple.com/legal/intellectual-property/guidelinesfor3rdparties.html (на английском языке).

© 2016 Apple Inc. Все права защищены. Apple, логотип Apple, Apple TV, iBooks, iPad, iPhone, iPod, iPod nano, iPod touch, iTunes, Mac, MacBook Air, MacBook Pro и OS X являются товарными знаками Apple Inc., зарегистрированными в США и других странах. Lightning является товарным знаком Apple Inc. AppleCare, Apple Store, Genius Bar и One to One являются знаками обслуживания Apple Inc., зарегистрированными в США и других странах. App Store и OS X Server Essentials являются знаками обслуживания Apple Inc. iOS является товарным знаком или зарегистрированным товарным знаком Cisco в США и других странах и используется по лицензии. Другие названия компаний и продуктов, упомянутые в этом документе, могут являться товарными знаками соответствующих компаний.

Любое заявление представителя Apple, противоречащее данному руководству, является несанкционированным, и Apple не несёт за него ответственности.