

GUIDELINES

STARH

СОДЕРЖАНИЕ

ВИЗУАЛЬНЫЕ АТТРИБУТЫ

Логотип	5
Адаптивный логотип	6
Недопустимое применение	7
Типографика	8
Цветовая палитра	9
Фотостиль: Эмоции	10
Фотостиль: Сюжеты	11

ФИРМЕННАЯ ГРАФИКА

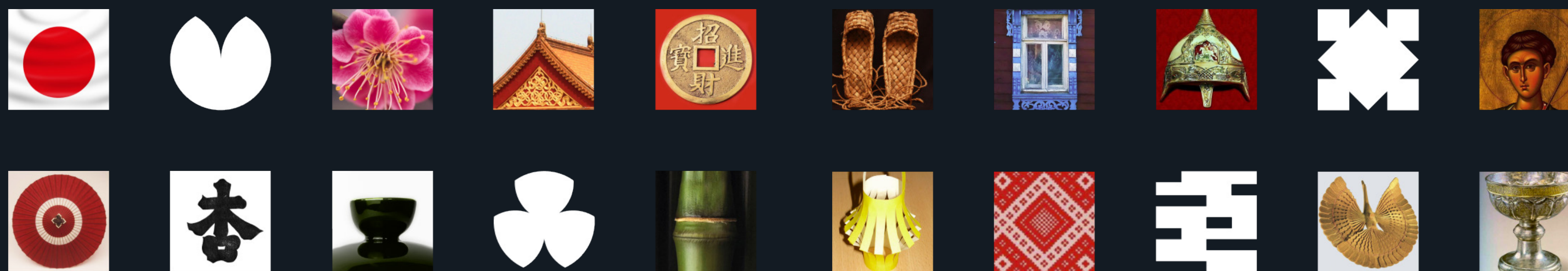
Визуальный код	13
Модуль сетки с орнаментом	14
Синтез культур	15
Правило соседства	16
Правило шрифтового блока	17
Узкий модуль, орнамент	18
Вертикальные иллюстрации	19
Горизонтальные иллюстрации	20
Квадратные иллюстрации	21

МОДУЛЬНЫЕ СИСТЕМЫ

Модуль фирменной сетки	23
Горизонтальные носители	24
Формат 4 x 3	25
Носители с орнаментом	26
Вертикальные носители	27
Хординг, секция 1	28
Хординг, секция 2	29
Носители с иллюстрацией	30

НОСИТЕЛИ СТИЛЯ

Баннер, формат 6 x 3	32
Баннер, формат 4 x 3	33
Хординг, секция 1	34
Хординг, секция 2	35
Сити-формат, 1,2 x 1,8	36
Баннер, формат 4 x 2	37
Баннер, формат 8 x 4	38
Флаг, формат вертикальный	39
Флаг, формат 4 x 3	40



ОБЩАЯ ИДЕЯ /

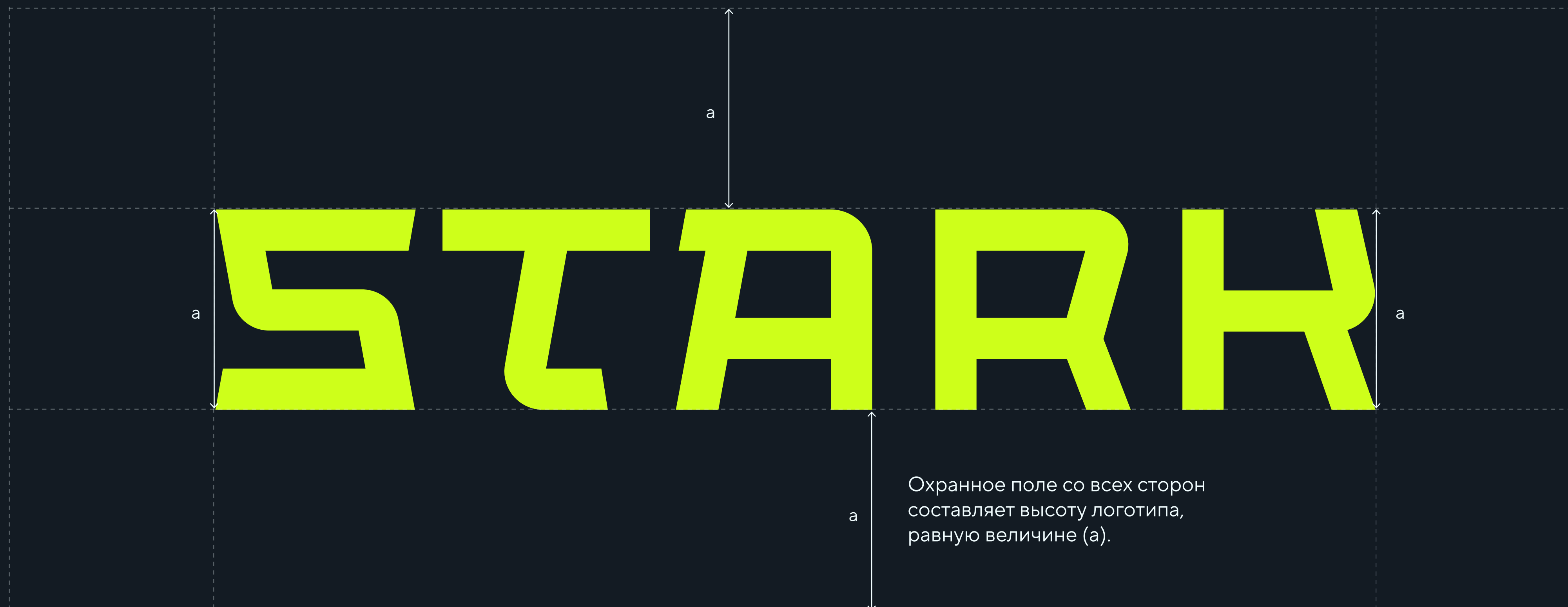
Синтез культур, синтез традиций — это то, что объединяет народы, вдохновляя людей на новое и созидательное. Владивосток — это место, где Запад встречается с Востоком. Этот синтез и лег в концепцию фирменного стиля STARK. Соединение традиций, стилей и разных направлений России и стран Восточной Азии через узнаваемые образы, паттерны, формы.

Уникальный в своей непохожести стиль, который помогает бренду STARK выглядеть свежо, современно и динамично, но в то же время имеет опору и стиливые, исторические корни. Стиль для людей, в которых живет смешение культур, и который является мостом и каналом коммуникации между восточной и западной культурами. Все это позволило построить развернутую визуальную систему, которая не только помогает бренду быть понятным для людей, но также влияет на имидж городской среды.

ВИЗУАЛЬНЫЕ АТТРИБУТЫ

Логотип отсылает к современной восточной культуре, ее традициям, искусству каллиграфии, иероглифам, и является основой визуального языка бренда.

ЛОГОТИП



Охранное поле со всех сторон составляет высоту логотипа, равную величине (a).

Основной цвет логотипа — #CEFF1A.



АДАПТИВНЫЙ ЛОГОТИП

Буква S — является адаптивной версией логотипа, используется на мелких носителях или может выступать в качестве модуля фирменной сетки (см. стр. 23).

На адаптивный логотип распространяются те же правила, что и на основную версию логотипа.

Применение логотипа разрешено только с сохранением пропорций и окрасе в одну краску утвержденного цвета. Запрещается использовать логотип в следующих модификациях:



STARK

Использование градиентной заливки в логотипе



STARK

Искажение пропорций логотипа во все стороны, в том числе сжатие и растягивание



STARK

Использование обводки в логотипе

НЕДОПУСТИМОЕ ПРИМЕНЕНИЕ



STARK

Внесение корректировок в форму логотипа

TT Commons Pro Condensed
medium demibold

TT Norms Pro
regular medium demibold

ТИПОГРАФИКА

Акцидентный шрифт — TT Commons Pro Condensed за счет его формы, вытянутости работает на контрасте с логотипом. Применяется в верстке слоганов, заголовков, цитат и других выделенных элементов текста. Заголовки должны быть набраны только прописными буквами.

Наборный шрифт TT Norms Pro — основной шрифт для набора текста. Работает как в оформлении большой массы текста, так и небольших данных, в том числе в оформлении микротипографики.

Корпоративные цвета подчеркивают яркость, современность, динамичность бренда. Палитра имеет широкую вариативность комбинаций и позволяет экспериментировать с колористикой и цветовыми решениями.

«Ночное небо»



#191B33; RGB: 25, 27, 51;
CMYK: 51, 47, 0, 80

«Китайская малина»



#8A0545; RGB: 138, 5, 69;
CMYK: 0, 96, 50, 46

«Восточное солнце»



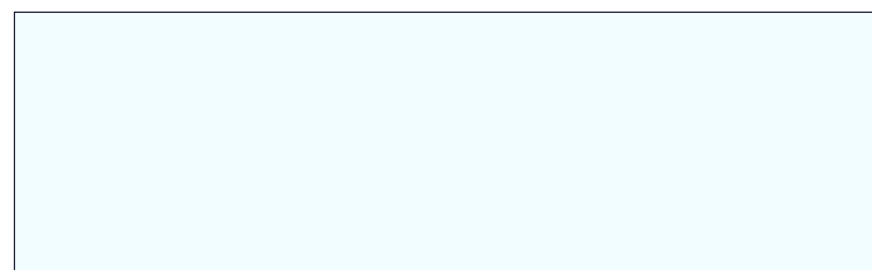
#F24333; RGB: 242, 67, 51;
CMYK: 0, 72, 79, 5

«Яркий лес»



#CEFF1A; RGB: 206, 255, 26;
CMYK: 19, 0, 90, 0

«Русская зима»



#F1FDFF; RGB: 241, 253, 255;
CMYK: 5, 1, 0, 0

ЦВЕТОВАЯ ПАЛИТРА

Логотип может перекрашиваться в любой фирменный цвет, в зависимости от задачи.



ФОТОСТИЛЬ: ЭМОЦИИ

При подборе фотографий важно ориентироваться на визуальную чистоту фотографий, лаконичность, однотонный фон, крупные планы и эмоции, минимализм в композиции, чистую «корейскую» обработку.

По стилю — приоритетная ориентация на фотоматериалы Азии, их подачу и цветовые решения. Поскольку проект стоит на стыке двух культур, наравне со славянским типажом допустимы в равной степени и азиатские лица.



ФОТОСТИЛЬ: СЮЖЕТЫ

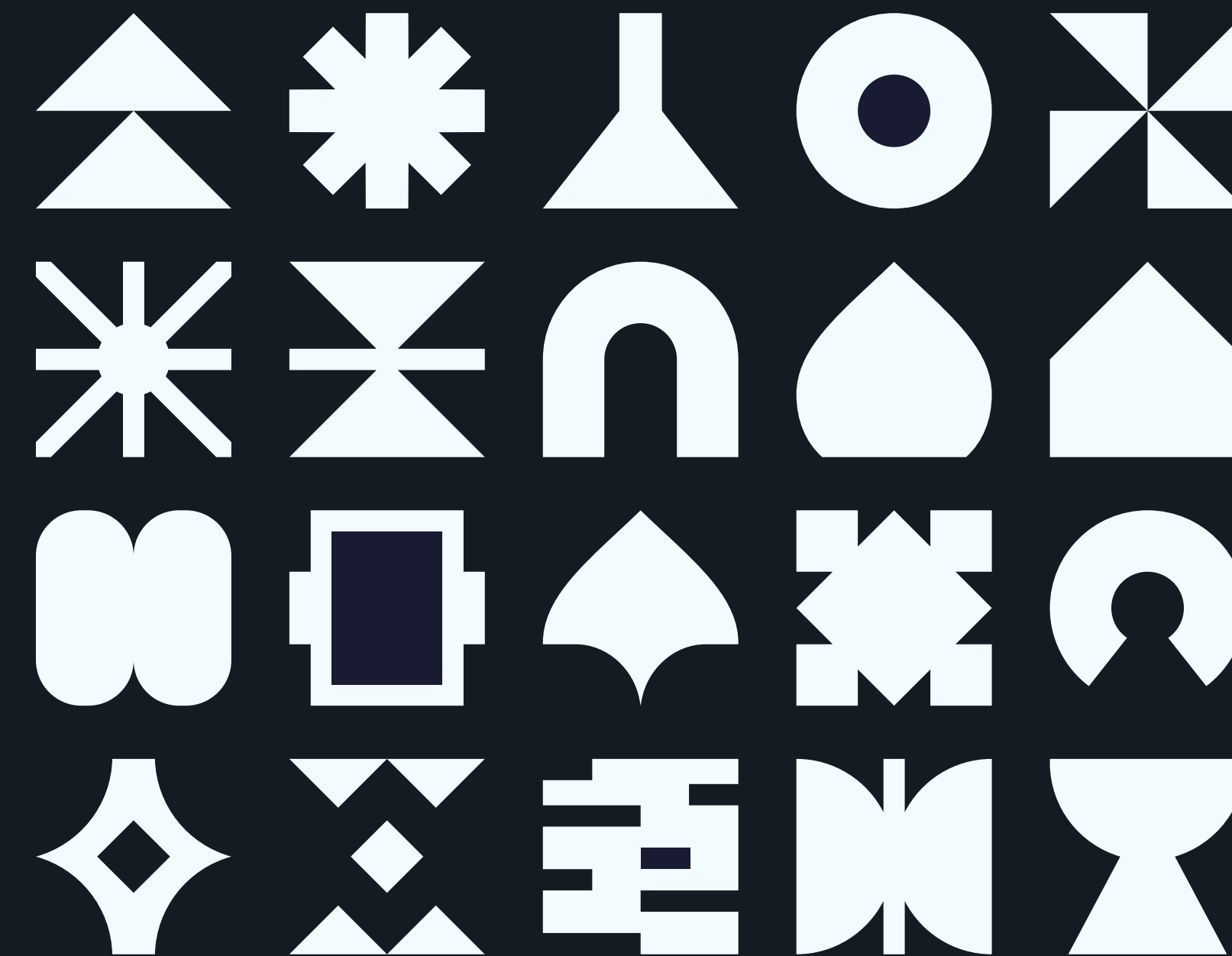
Также важно ориентироваться на крупные планы, открытые эмоции, чистые фотографии, но добавлять больше сюжетности, историй, тактильного контакта объектов. Важно, чтобы фотографии транслировали историю, рассказ, бытовые зарисовки, кадры из жизни.



Стилистически важно подбирать естественные фотографии, которые в противовес азиатской манере смотрятся по-северному, нордически прохладно. Возможно присутствие элементов городского пространства на заднем плане.

ФИРМЕННАЯ ГРАФИКА

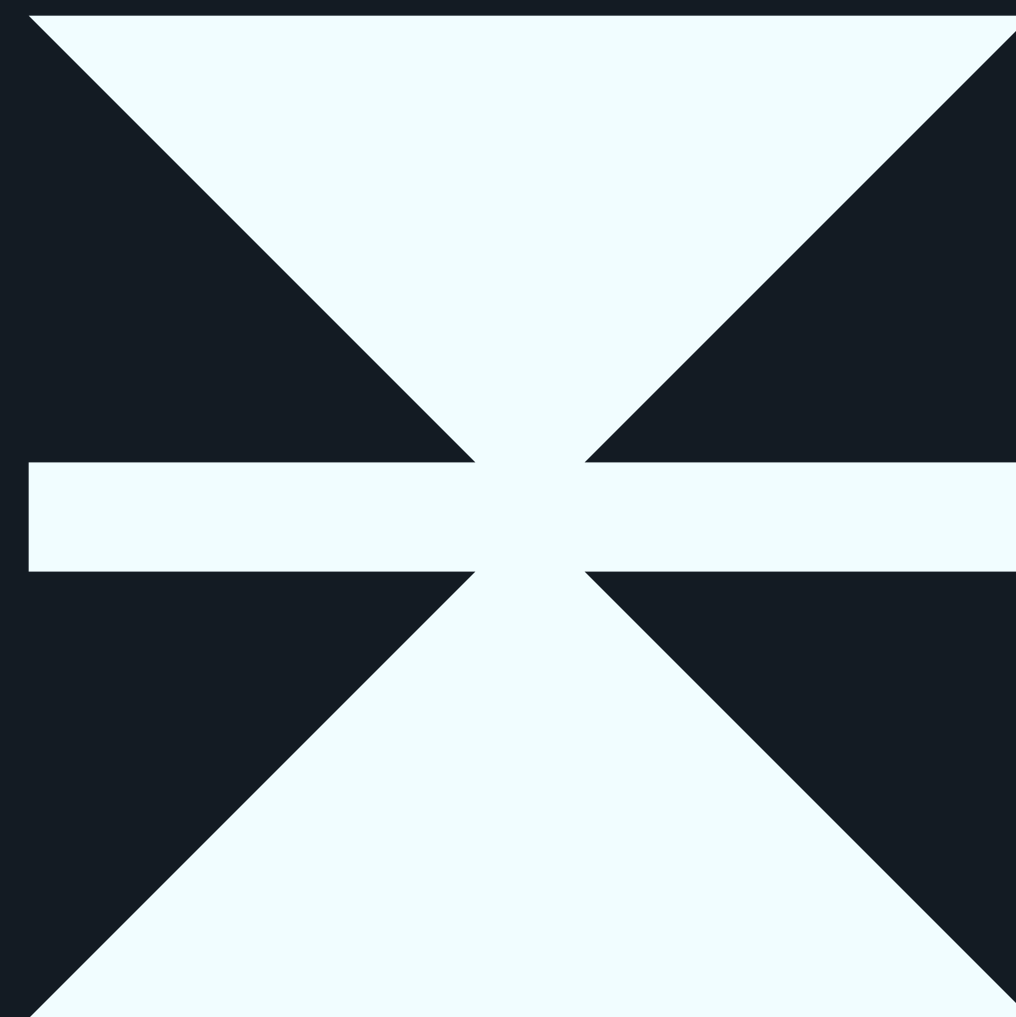
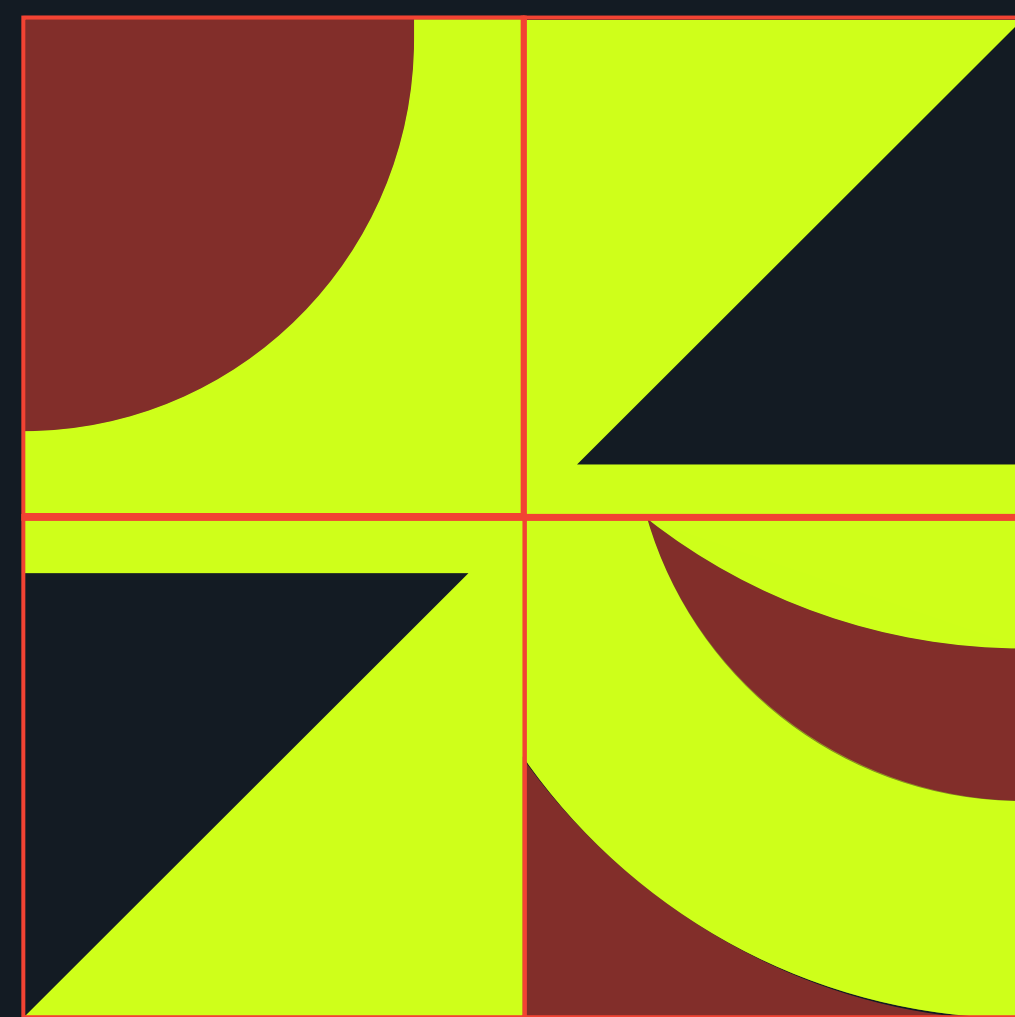
ВИЗУАЛЬНЫЙ КОД



Основа фирменного стиля бренда — орнамент, который позволяет модульно построить визуальные материалы, при этом допускает возможность экспериментировать в рамках сетки и заданных правил.

Как восточные, так и русские мотивы нашли отражение в очень простых формах, но визуально узнаваемых и понятных аудитории. В зависимости от цели и смысла конкретного носителя орнамент может усилить эффект и дополнить историю.

МОДУЛЬ СЕТКИ С ОРНАМЕНТОМ



Совмещение двух форм дает не только новый образ, но и новый орнамент. Таким образом, создан не только единичный паттерн, но и сетка орнаментов в большем количестве.

Полученная фигура, как и родительские фигуры, обязательно вписывается в квадрат и является модулем сетки с орнаментом. Детально ее расположение на носителе показано в разделе «Модульные системы».

СИНТЕЗ КУЛЬТУР



Объединенные орнаменты также являются самостоятельными элементами, которые применяются в работе над носителями. Они могут быть вписаны в общую композицию и быть акцентом к контенту другого типа.

ПРАВИЛО СОСЕДСТВА

Элементы между собой подчинены внутренней сетке орнаментов. Орнамент из простых модулей выстраивается последовательно блок за блоком одинакового размера.

Когда орнамент преобразуется в иллюстрацию, он может иметь различный масштаб модуля. При этом модификация и масштабирование каждого из элементов позволяет выходить за пределы установленных параметров в некоторых носителях и занимать большую площадь, создавая контраст между элементами. Это позволяет получать более динамичный и композиционно яркий результат.



ДОМА 

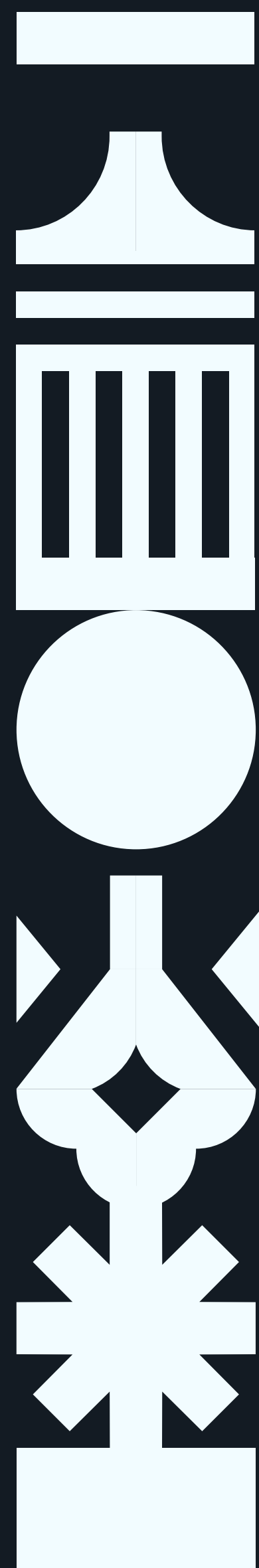
 НА ВЫСШЕМ

УРОВНЕ



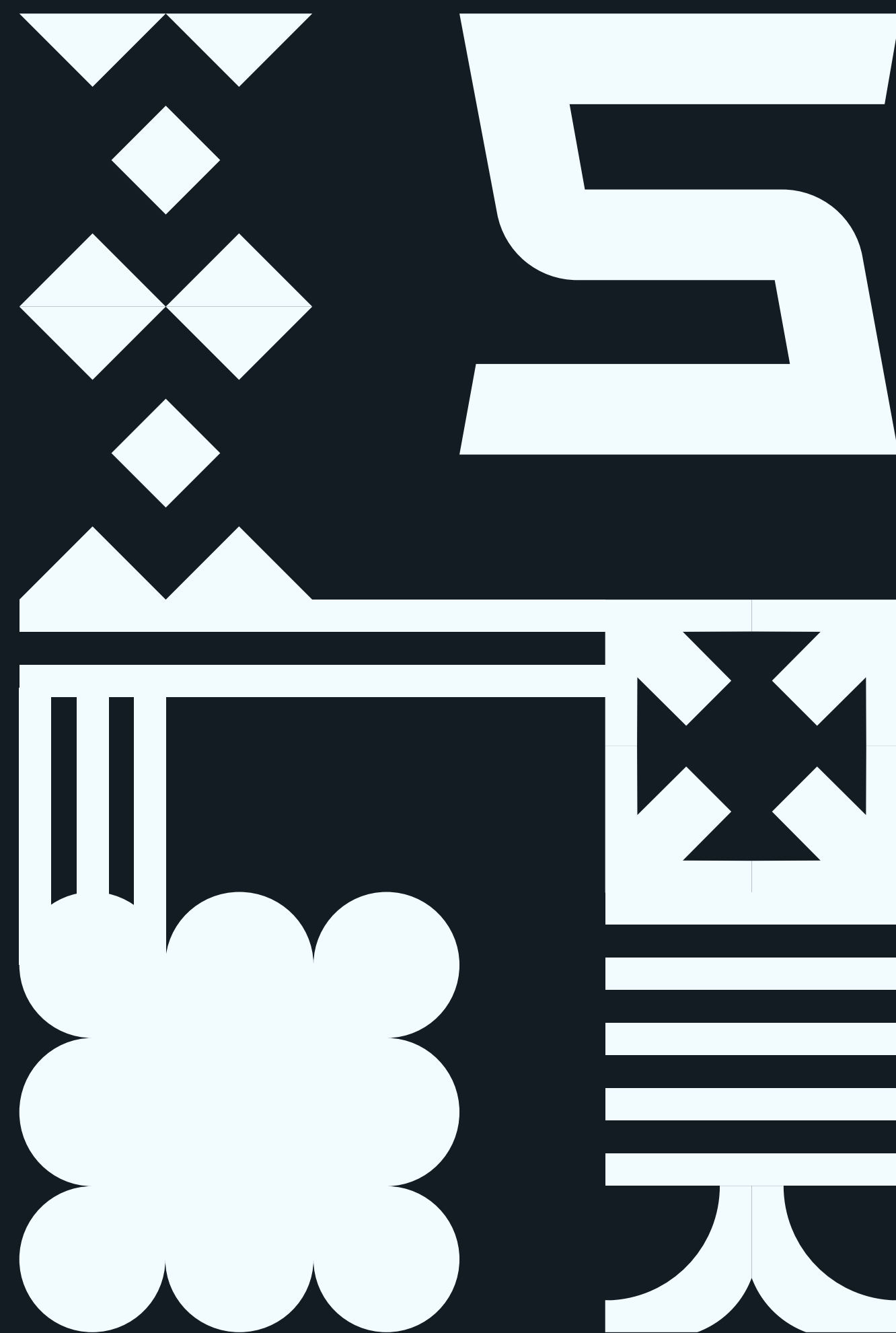
ПРАВИЛО ШРИФТОВОГО БЛОКА

Модуль орнамента и изображения могут быть вписаны в квадратный контейнер и размещены в шрифтовом блоке как дополнительные литеры, для баланса, цельности шрифтового блока, создавая симбиоз между графикой и типографикой в одном объекте.



УЗКИЙ МОДУЛЬ, ОРНАМЕНТ

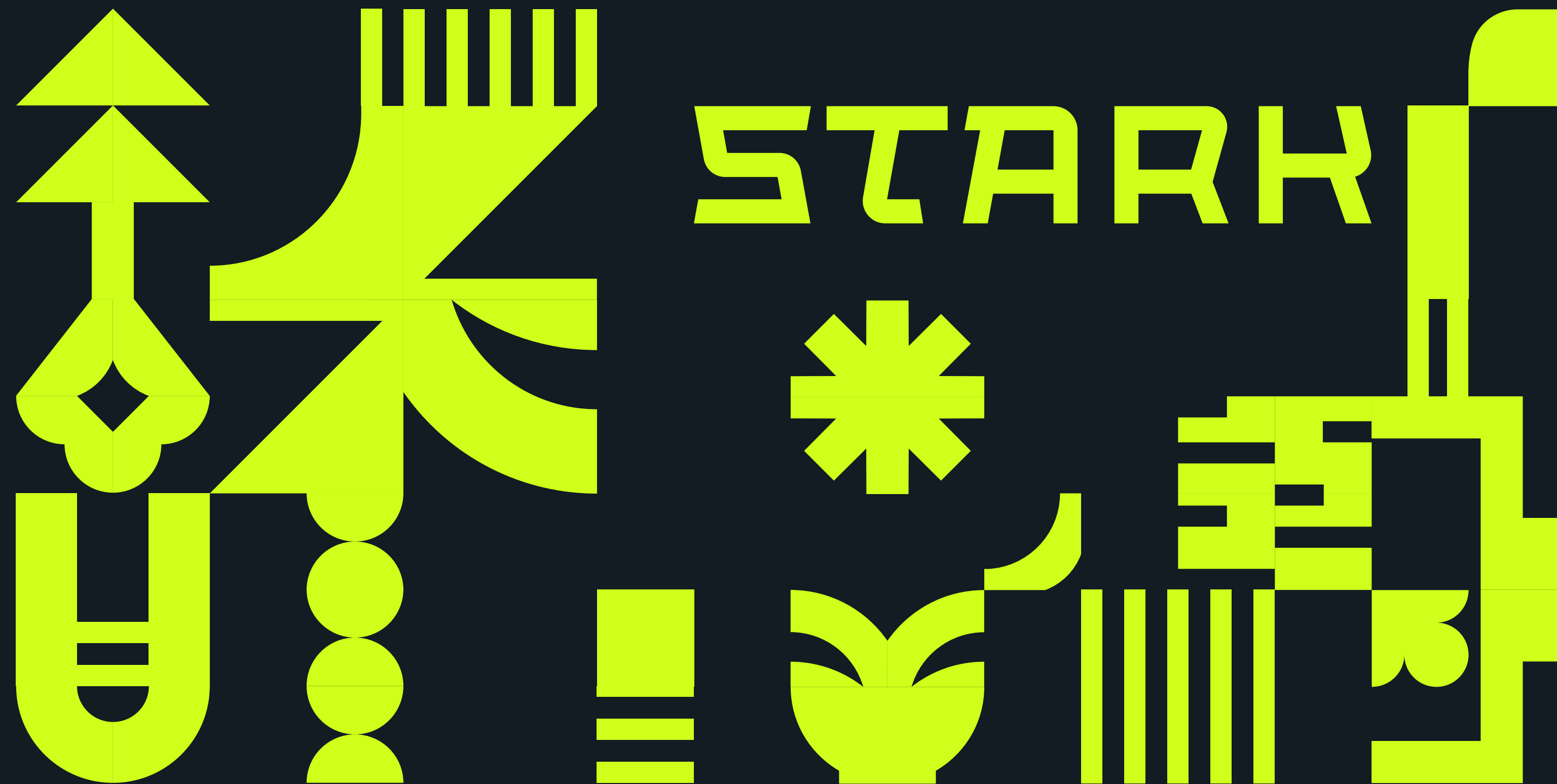
Графика может быть выстроена в ряд, образуя вертикальную или горизонтальную иллюстрацию. Она может быть как на узких вертикальных носителях (пример: флаги), так и быть вписанной в часть общей композиции.



ВЕРТИКАЛЬНЫЕ ИЛЛЮСТРАЦИИ

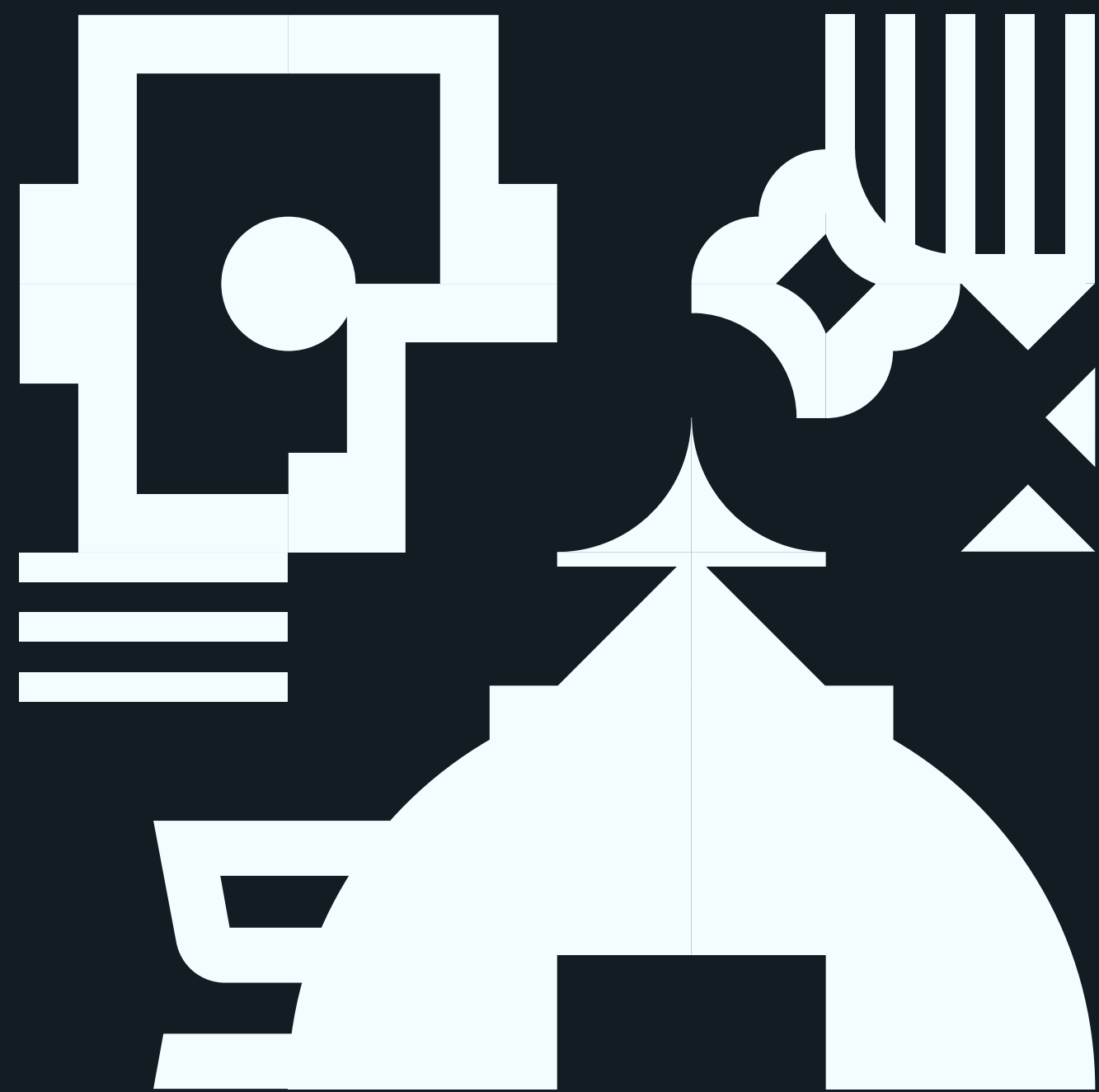
Вертикальная графика позволяет заполнить пространство в разных форматах носителей. За счет кадрирования можно визуализировать и показывать графику в более крупном масштабе, тем самым создавая новый рисунок.

ГОРИЗОНТАЛЬНЫЕ ИЛЛЮСТРАЦИИ



Горизонтальные иллюстрации заполняют пространство целиком или 2/3 от макета, в зависимости от ширины носителя. Пример использования данного формата показан на стр. 37.

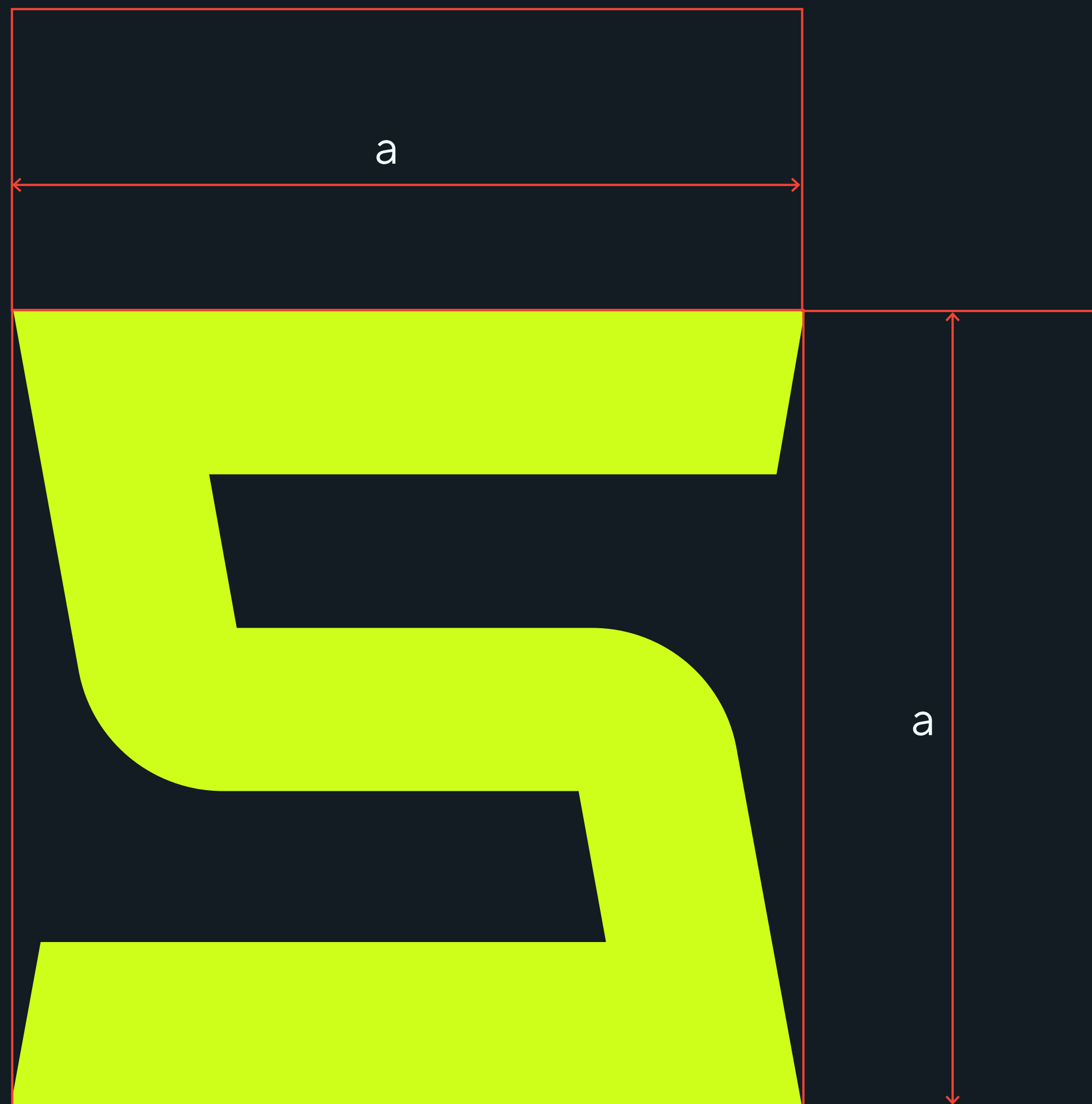
КВАДРАТНЫЕ ИЛЛЮСТРАЦИИ



Данный формат может быть вписан в носитель по всей высоте, но обязательно должен находиться в рамках общей сетки носителя. Допускается кадрирование и зеркальное отражение иллюстрации, если это будет необходимо в макете. Зеркалить можно любую иллюстрацию, ее элементы, кроме буквы S, которая должна читаться и распознаваться в правильном положении.

МОДУЛЬНЫЕ СИСТЕМЫ

МОДУЛЬ ФИРМЕННОЙ СЕТКИ

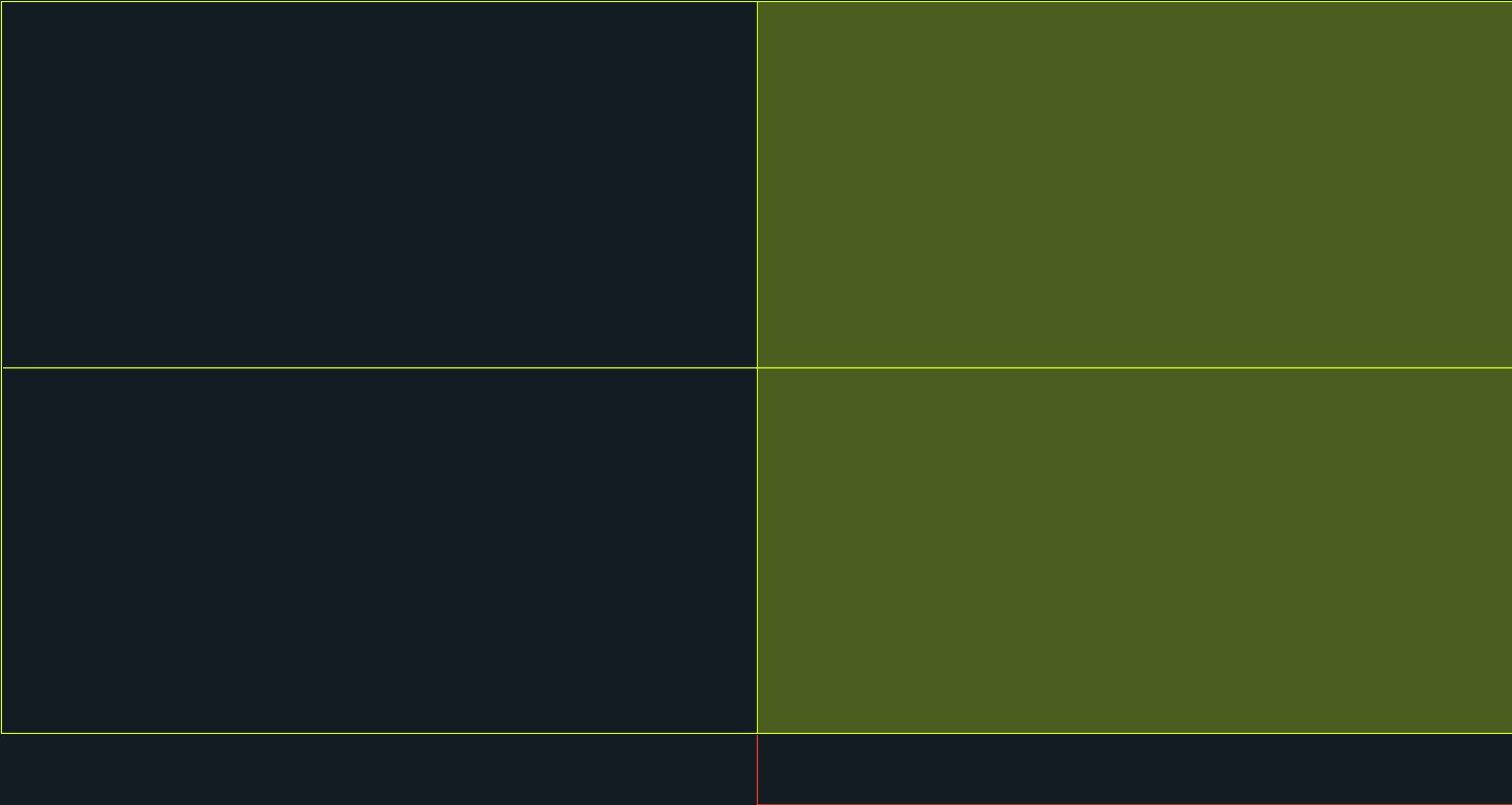


Буква S — является как краткой версией логотипа, так и модулем фирменной сетки, который задает параметры выравнивания объектов в носителях.

Двойные соотношения сторон данного модуля позволяют определить величину модуля сетки с орнаментом и его расположение на носителе (см. стр. 26).

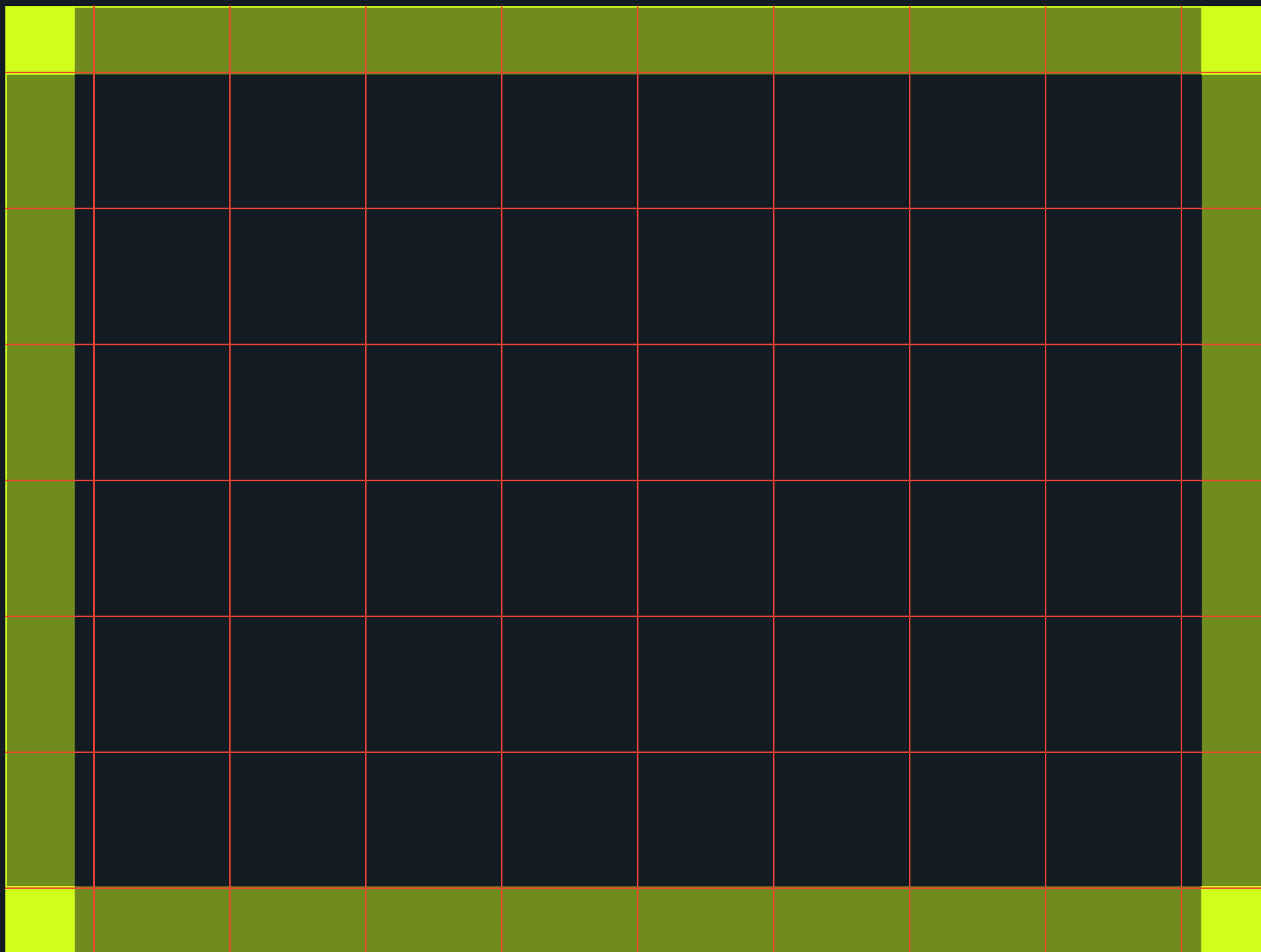
ГОРИЗОНТАЛЬНЫЕ НОСИТЕЛИ

При верстке горизонтальных носителей важно соблюдать пропорции макета. Фотоконтент всегда занимает $1/2$ от ширины носителя и располагается на правой стороне. Аналогичное правило распространяется на размещение графики и иллюстраций в макете. Иллюстрация не может выходить за пределы пространства.



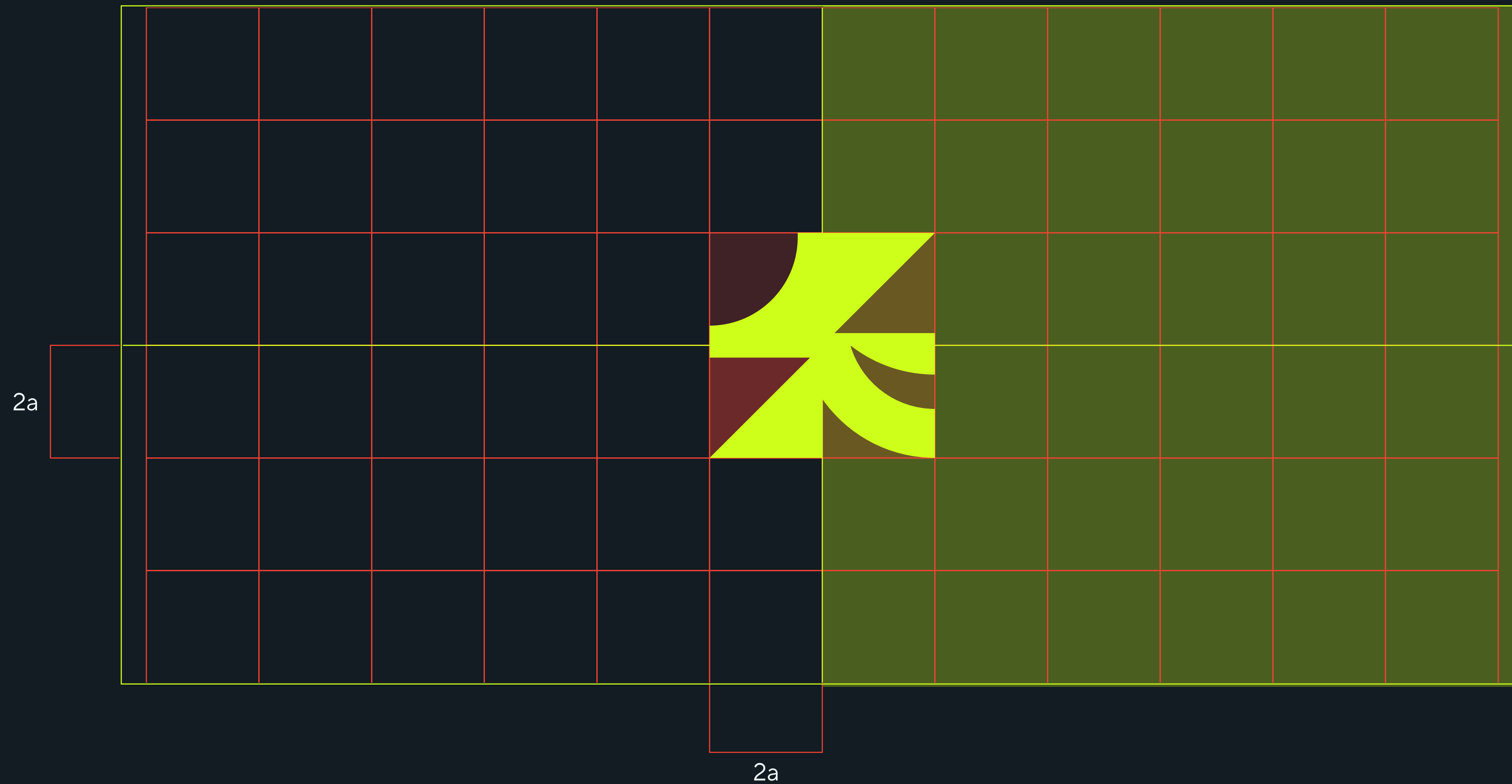
пространство для фотоконтента

ФОРМАТ 4 x 3



На примере данного формата показаны два типа сетки, которые используются в бренде: сетка для орнамента (красная), которой подчиняется графика, и сетка макета (зеленая), которой подчиняется общая верстка, расположение текста и фотографий. Ниже, на других примерах варианты расположения контента рассмотрены детально.

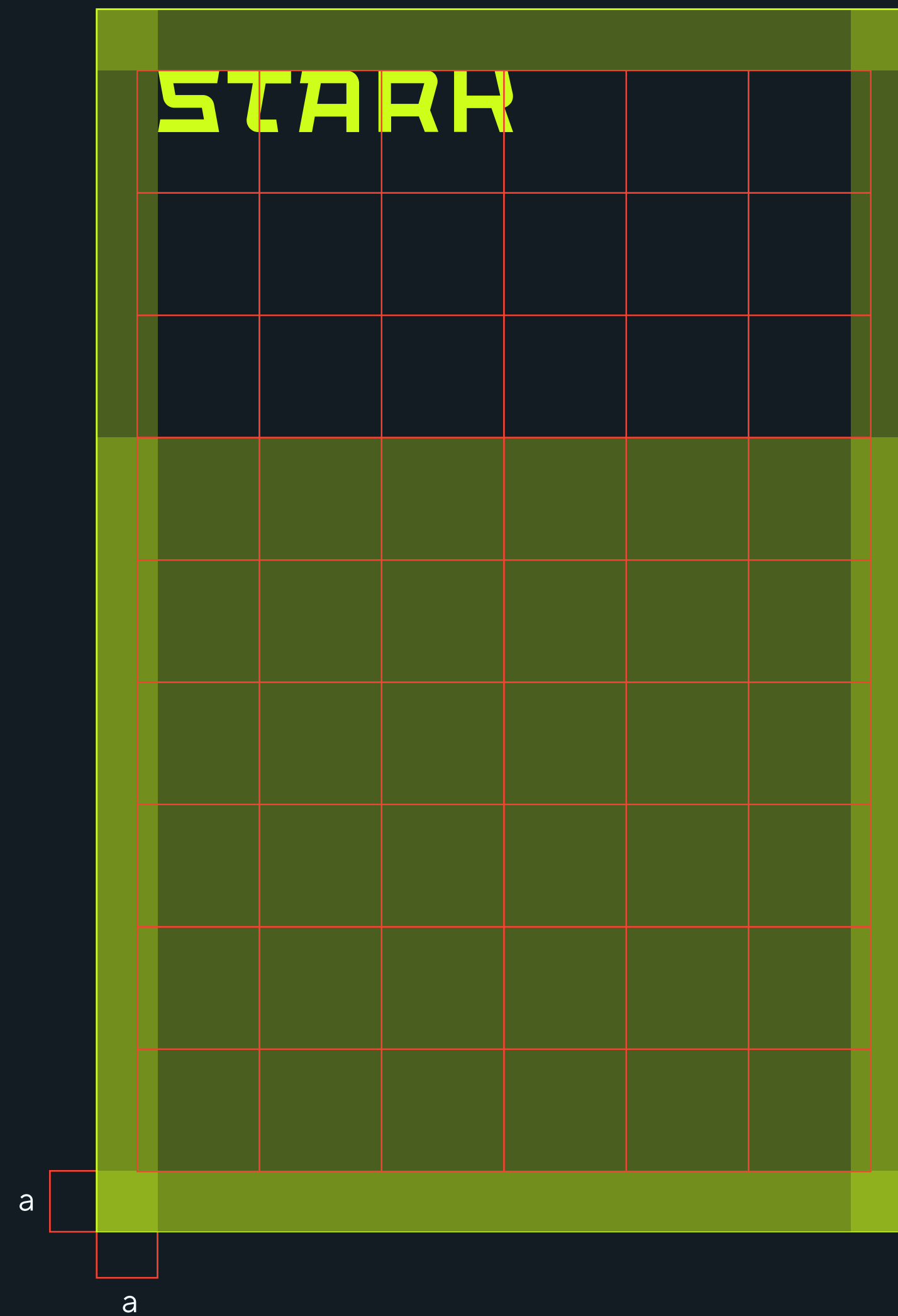
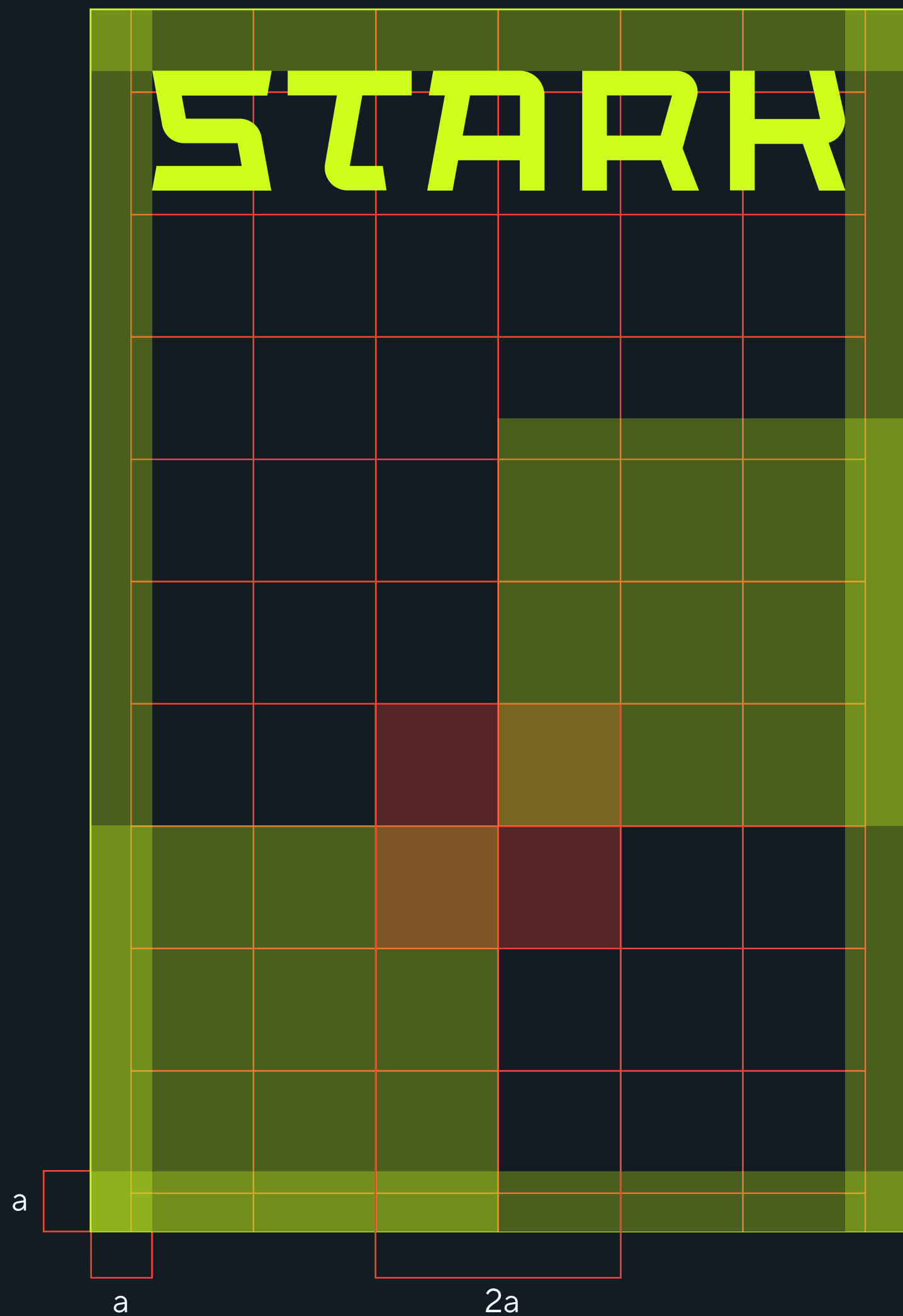
НОСИТЕЛИ С ОРНАМЕНТОМ



Единица орнамента должна располагаться строго посередине макета и равняться двум модулям фирменной сетки по высоте и ширине (2a). О модуле фирменной сетки — см. стр. 23.

Поля текстовой информации и фотоконтента всегда соединяет модуль орнамента.

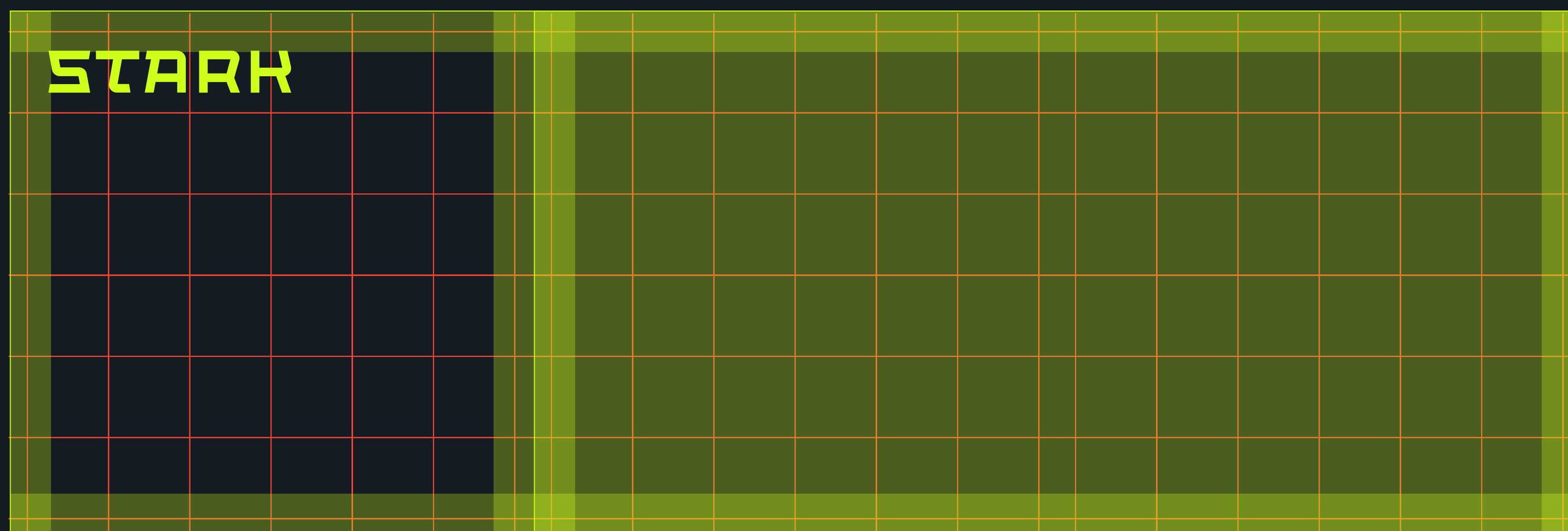
ВЕРТИКАЛЬНЫЕ НОСИТЕЛИ



На примере формата 1,2 x 1,8, показаны два варианта оформления, как с фотоконтентом и графикой, так и только с фотоконтентом. Графика всегда располагается по центру, величиной $2a$, в то время как фотоконтент может располагаться в двух масштабах и положениях на макете.

Логотип на носителях может занимать всю допустимую ширину и быть выровнен по левому краю.

ХОРДИНГ, СЕКЦИЯ 1



Фотоконтент размещается с правой стороны и занимает $2/3$ от ширины всего макета. Размещение графики возможно как внутри поля фотоконтента, единой иллюстрацией, так и орнаментами, расположенными по сетке.

Верстка текстовой информации и расположение логотипа происходят с учетом количества и объема данных и баланса композиции.

ХОРДИНГ, СЕКЦИЯ 2



Секция хординга предполагает размещение информации, текста и логотипа посередине, а фотоконтент (графика) размещены по краям. Размер внутреннего пространства всегда равен высоте хординга, таким образом образуя квадратный фрейм.

НОСИТЕЛИ С ИЛЛЮСТРАЦИЕЙ



Носители с полным размещением паттерна по всем сторонам не регламентируются соблюдением сетки, так как изображение может быть как крупного, так и мелкого масштаба, и сетка при этом может изменяться в пропорциях.

НОСИТЕЛИ СТИЛЯ

БАННЕР, ФОРМАТ 6x3



Это пример креативной рамки, где используются фотоконтент и текстовая информация. Соединением является модуль орнамента, подробнее о правилах построения сетки смотрите на странице 25.



БАННЕР, ФОРМАТ 4x3

Верхняя часть занимает 1/3 от высоты всего макета, графика выстроена в произвольном порядке, но в рамках сетки и правил размещения. Это позволяет достичь эффекта наложения и сложности композиции.

ХОРДИНГ, СЕКЦИЯ 1

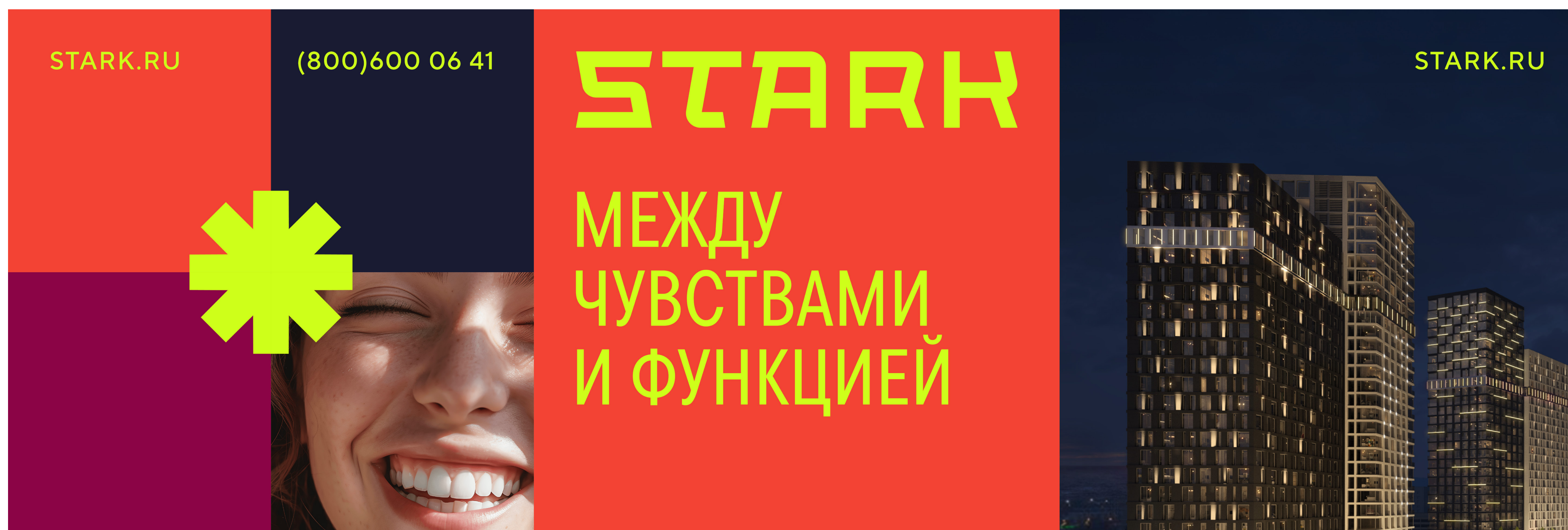
Логотип размещен в рамках всего пространства второго блока в макете, фотоконтент занимает пространство второго и третьего блоков макета хординга.



Орнаменты являются связующими элементами, объединяющими две разноформатные половины макета.

У границ секции располагается модуль орнамента (если это не противоречит правилу верстки). Таким образом хординг становится непрерывным и соединяющимся макетом.

ХОРДИНГ, СЕКЦИЯ 2



Каждая часть может разбиваться на минифреймы, тем самым позволяя сделать еще более наполненный дизайн носителя.

Разбивка на блоки позволяет соединить разные типы контента воедино, образуя графический пазл, и более широко доносить УТП бренда.



СИТИ-ФОРМАТ, 1,2x1,8

На примерах показаны варианты сетки вертикальных носителей, см. стр. 27. В макетах может присутствовать иллюстрация, (в том числе в кадрированном виде), фотоконтент, а также плашечное оформление в рамках цветовой палитры бренда.

БАННЕР, ФОРМАТ 4x2



Пример показывает, как горизонтальная иллюстрация живет в пространстве макета и размещена в масштабе 1:1. Макет не подчинен строго сетке носителей, так как есть разнокалиберные элементы, но они все подчинены правилу соседства и образуют гармоничную композицию.

БАННЕР, ФОРМАТ 8x4



Это – имиджевый носитель, и здесь применено правило расположения фотоконтента, который занимает 1/2 от ширины всего макета. Но вместо контента размещена иллюстрация, наглядно показывающая, как это может работать при замене типа контента. Нет обязательного условия, что может присутствовать только фотоконтент.



Использование паттерна
возможно на вертикальных
флагах и вытяжках.



ФЛАГ, ФОРМАТ ВЕРТИКАЛЬНЫЙ

Вертикальные флаги могут
быть как единичными полотнами,
так и серией, с разными цветовыми
модификациями, ритмом рисунка.

ФЛАГ, ФОРМАТ 4x3



Иллюстрация и графика расположены внутри пространства без четкого подчинения сетке, поскольку масштаб графики может быть как мелкий, так и крупный. Здесь есть широкое поле для экспериментов и получения разных по массе результатов.

