



GUIDELINE

ВВЕДЕНИЕ

В руководстве по использованию средств визуальной идентификации собраны все элементы, из которых состоит фирменный стиль, а также изложены правила использования указанных элементов на различных объектах — носителях визуальной информации.

Соблюдение стандартов руководства позволяет значительно увеличить эффективность работы по созданию узнаваемости бренда и сохранению его идентичности.

СОДЕРЖАНИЕ

1 LOGOTYPE

- 5 ЛОГОТИП
- 6 ЛОГОТИП. ПОСТРОЕНИЕ
- 7 ОХРАННОЕ ПОЛЕ
- 8 ДОПУСТИМОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ
- 9 НЕДОПУСТИМОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ
- 10 ПРИМЕНЕНИЕ НА ФОТОКОНТЕНТЕ
- 11 ЛОГОБЛОК ПРОЕКТА
- 12 ЛОГОБЛОК ПРОЕКТА. ПОСТРОЕНИЕ

2 IDENTITY

- 14 ФИРМЕННЫЙ ШРИФТ
- 15 ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА
- 16 ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА ПРОЕКТОВ
- 17 ПРИМЕРЫ ЦВЕТОВЫХ РЕШЕНИЙ ПРОЕКТОВ
- 18 ГРАФИЧЕСКИЙ ЭЛЕМЕНТ
- 19 ПАТТЕРН
- 20 ПЛАШКА
- 21 ФОТОКОНТЕНТ В ГРАФИЧЕСКОМ ЭЛЕМЕНТЕ
- 22 ФОТОКОНТЕНТ
- 24 СЕТКА

3 MEDIUMS

- 28 ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА
- 29 ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА. СЕТКА
- 30 ФИРМЕННЫЙ БЛАНК. СЕТКА
- 31 РУЧКА
- 32 БУКЛЕТ. ОБЛОЖКА
- 33 БУКЛЕТ. ВЕРСТКА
- 34 ЗАБОР
- 40 НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА 6X3
- 41 КОМПЛИМЕНТ

I.

LOGOTYPE

ЛОГОТИП

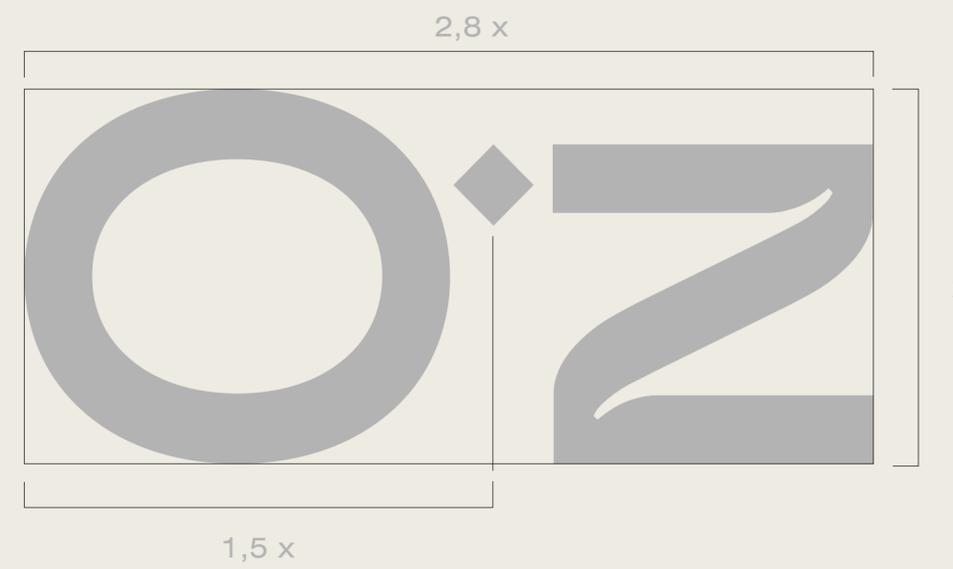
Логотип является основополагающим элементом фирменного стиля.

Шрифтовое написание логотипа является уникальным и разработано специально для бренда O'Z. Возможно использование черно-белой и инвертированной версии.



ЛОГОТИП. ПОСТРОЕНИЕ

При построении логотипа за модуль «х»
взята величина, равная высоте буквы «Z».



ОХРАННОЕ ПОЛЕ

Охранное поле определяет минимальное расстояние от логотипа до других элементов макета или его границ.

Охранное поле строится на основе высоты и ширины буквы «О».

Не допускается размещение любого вида контента в охранном поле логотипа.

Минимальные размеры логотипа по высоте: 15 px для цифровых носителей, 30 mm для физических носителей.

15 px 30 mm 

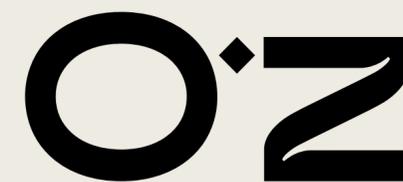


ДОПУСТИМОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ

Цветная версия логотипа является основной и рекомендуется к использованию в случае размещения логотипа на однотонном светлом или черном фоне.

Также логотип можно размещать на фирменном желтом фоне. Монохромная версия логотипа допускается, но исключительно на фирменных цветах.

Если использование цветной версии логотипа невозможно (например, при использовании печати на ч/б принтере), используется монохромная версия.



НЕДОПУСТИМОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ

Запрещается:

- 1 Размещение логотипа на фоне, аналогичном цвету элементов логотипа
- 2 Размещение логотипа на не контрастном фоне.
- 3 Размещение на других цветах фона, кроме фирменных
- 4 Написание логотипа другим шрифтом
- 5 Изменение цвета элементов логотипа
- 6 Деформация пропорций логотипа по горизонтали и вертикали



ПРИМЕНЕНИЕ НА ФОТОКОНТЕНТЕ

При использовании фотоконтента необходимо размещать логотип на контрастном фоне, сохраняя его читаемость.



ЛОГОБЛОК ПРОЕКТА

Логоблок проекта состоит из логотипа зонтичного бренда O'Z и шрифтового наименования проекта.

Для шрифтового наименования используется только фирменный шрифт Mint Grotesk.

Логоблок проекта выполняется в двух фирменных цветах, при необходимости используется инверсия.

Логоблок используется только в горизонтальной ориентации.

WWW.FUTUREFONTS.XYZ/LOVELETTERS/MINT-GROTESK



O'Z MAHAL

ЛОГОБЛОК ПРОЕКТА. ПОСТРОЕНИЕ

При добавлении наименования проекта отступ от основного логотипа равен размеру ромба. Наименование выравнивается по высоте буквы «Z».





II.

IDENTITY

ФИРМЕННЫЙ ШРИФТ

Фирменным шрифтом бренда является HeliosExt. Используются два начертания — Regular и Bold.

При необходимости палитра начертаний может быть расширена. При отсутствии возможности использовать фирменный шрифт рекомендуется использовать системный шрифт Verdana.

WWW.PARATYPE.RU/FONTS/TM/HELIOS

ШРИФТ

Helios

НАЧЕРТАНИЯ

HeliosExt Regular
HELIOSEXT BOLD

СИСТЕМНЫЙ ШРИФТ

Verdana

ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА

Фирменная палитра представлена тремя цветами: Gold Yellow, Deep Black, Warm Grey.

Deep Black — определяющий цвет бренда, он должен присутствовать на большинстве носителей фирменного стиля.

Gold Yellow — акцентный цвет, используемый для апострофа в логотипе. Также рекомендуется использовать его для выделения визуальных акцентов на носителях.

Warm Grey — дополнительный цвет, работающий в паре с двумя основными цветами.

DEEP
BLACK

RGB 0 0 0
CMYK 0 0 0 100
#000000
Pantone Black C

WARM
GREY

RGB 237 235 226
CMYK 9 6 13 0
#edebe1
Pantone 11-4801TCX

GOLD
YELLOW

RGB 255 183 0
CMYK 0 32 93 0
#fab517
Pantone 7549 C

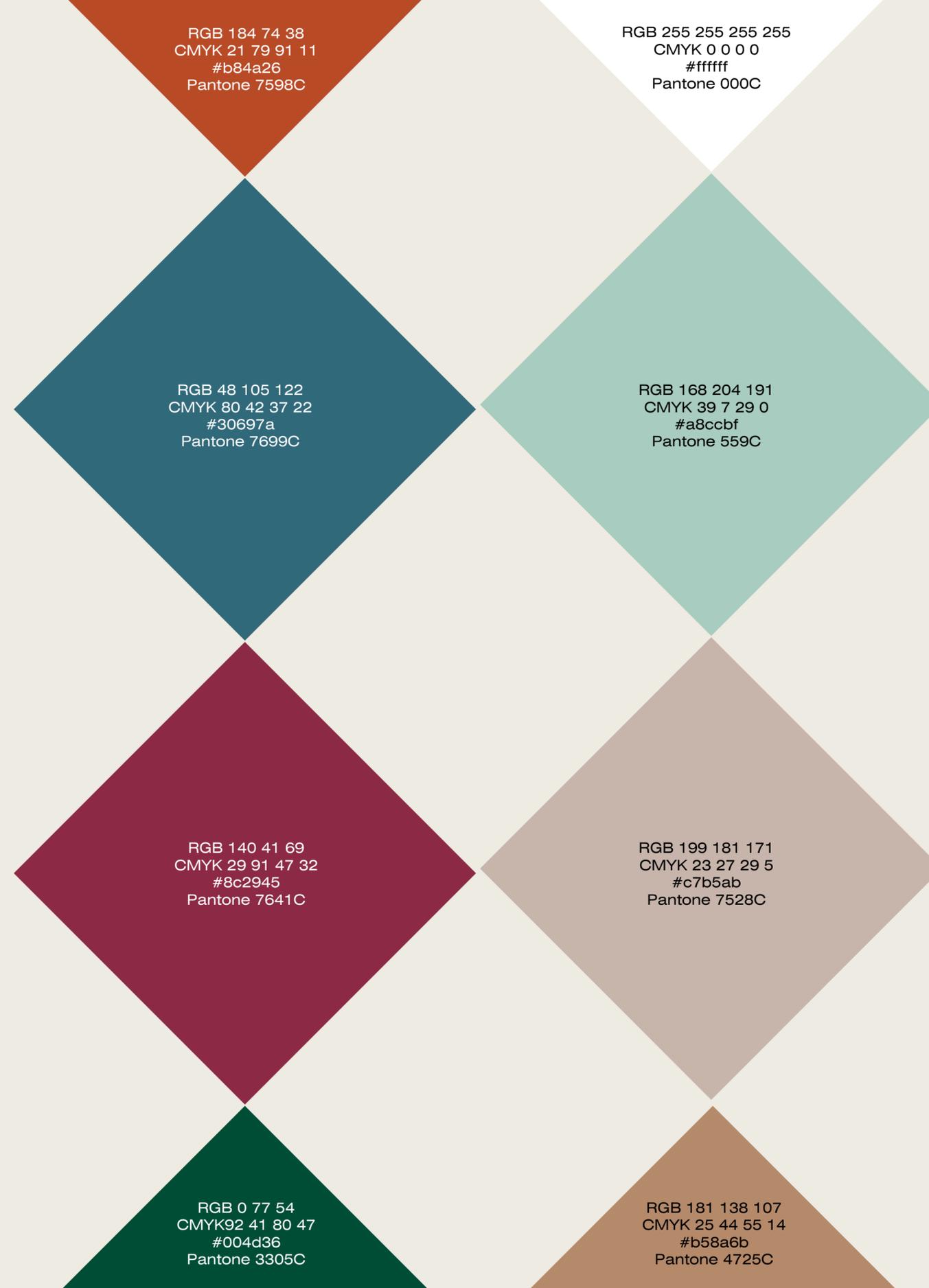
ФИРМЕННЫЕ ЦВЕТА ПРОЕКТОВ

Рекомендованная гамма для линейки проектов.

Каждый проект идентифицируется собственным цветом из предложенной линейки.

Логотип O'Z остается неизменным, меняется только цвет названия проекта.

Pantone подбираются по вееру, максимально близко к цифровым значениям CMYK и RGB.



ПРИМЕРЫ ЦВЕТОВЫХ РЕШЕНИЙ ПРОЕКТОВ

Каждый проект идентифицируется
собственным фирменным цветом.

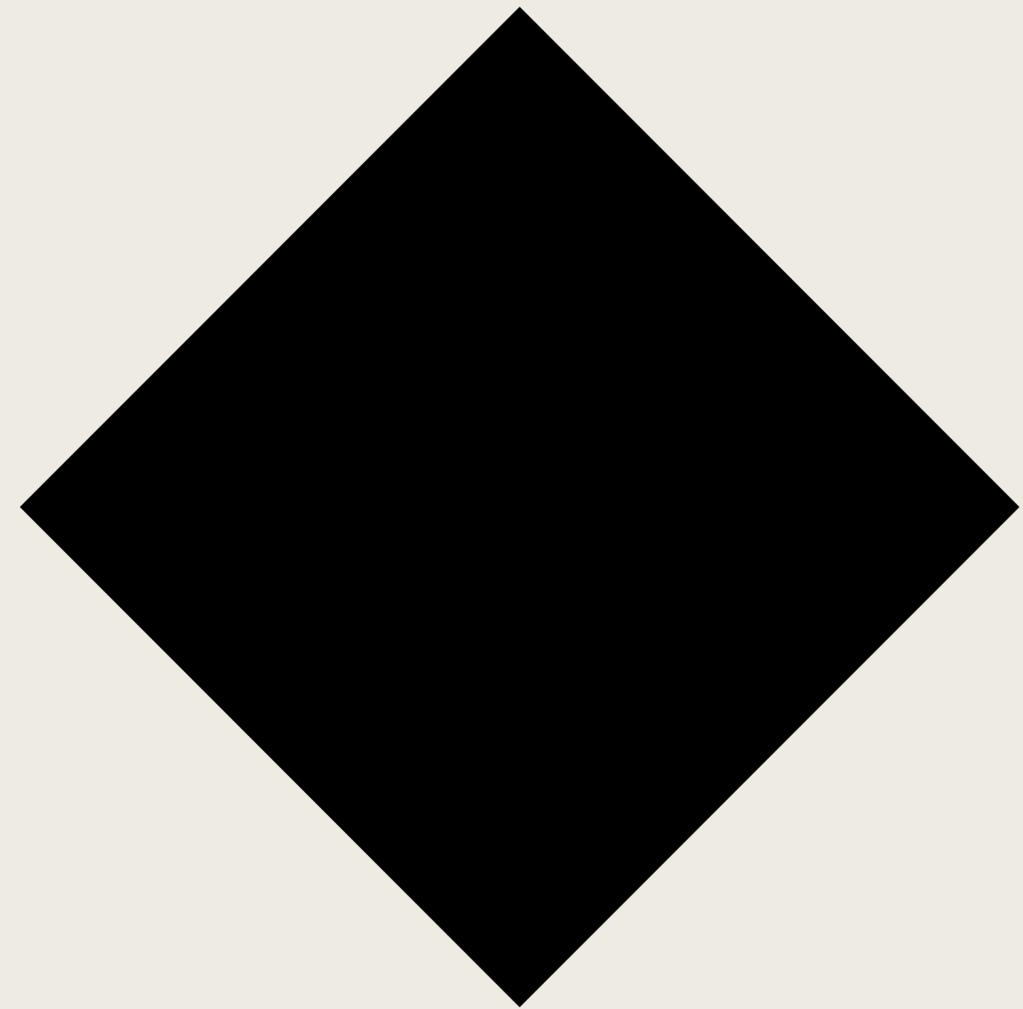
OZBOTANICA

OZMAHAL

OZON

ГРАФИЧЕСКИЙ ЭЛЕМЕНТ

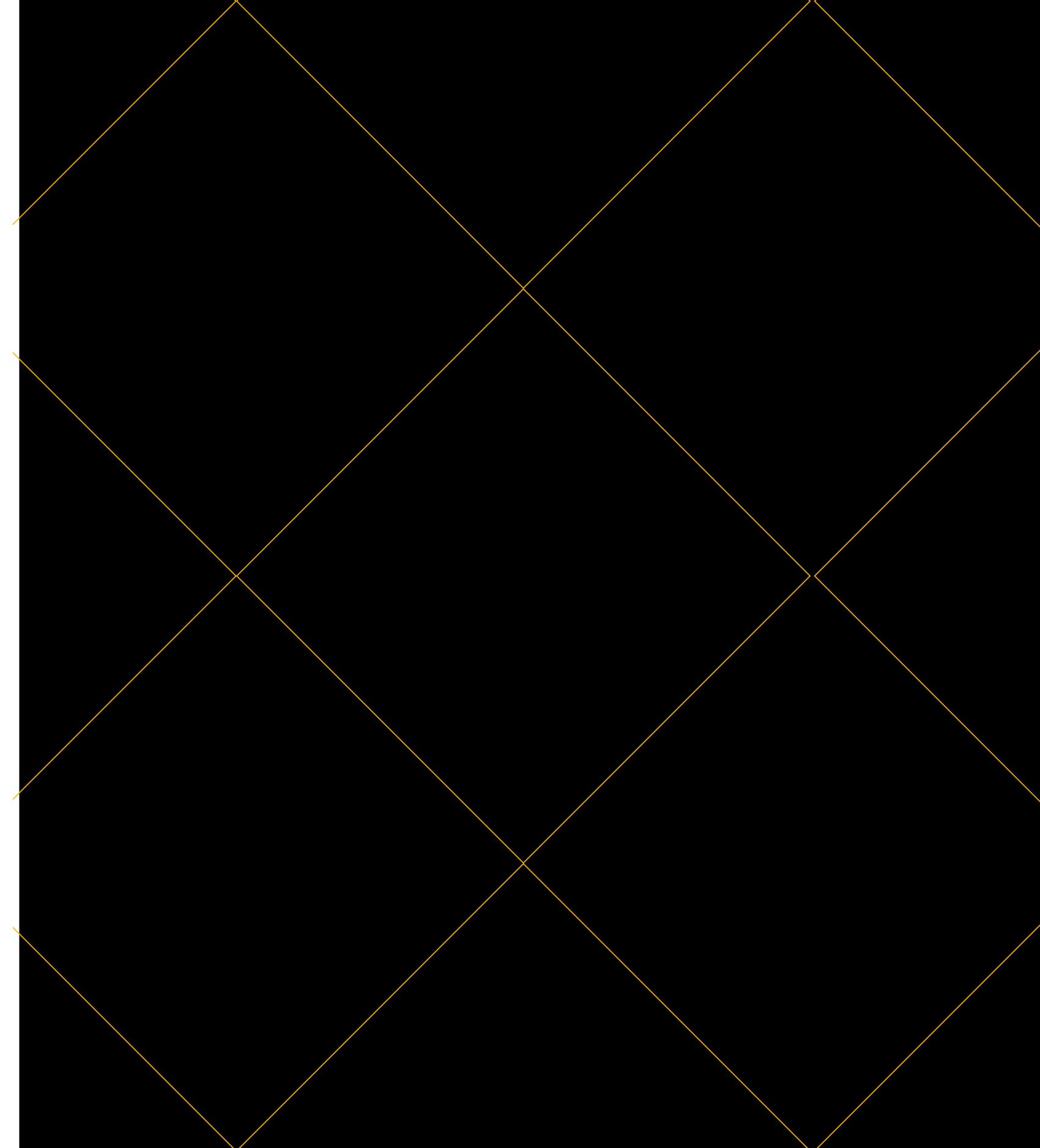
Основным графическим элементом является ромб. Графический элемент может быть залит цветом или являться контейнером для изображения.



ПАТТЕРН

Паттерн образуется из фирменного графического элемента. В паттерне используется фирменный желтый цвет.

Пример: минимальная высота ячейки 50 мм для формата А4.



ПЛАШКА

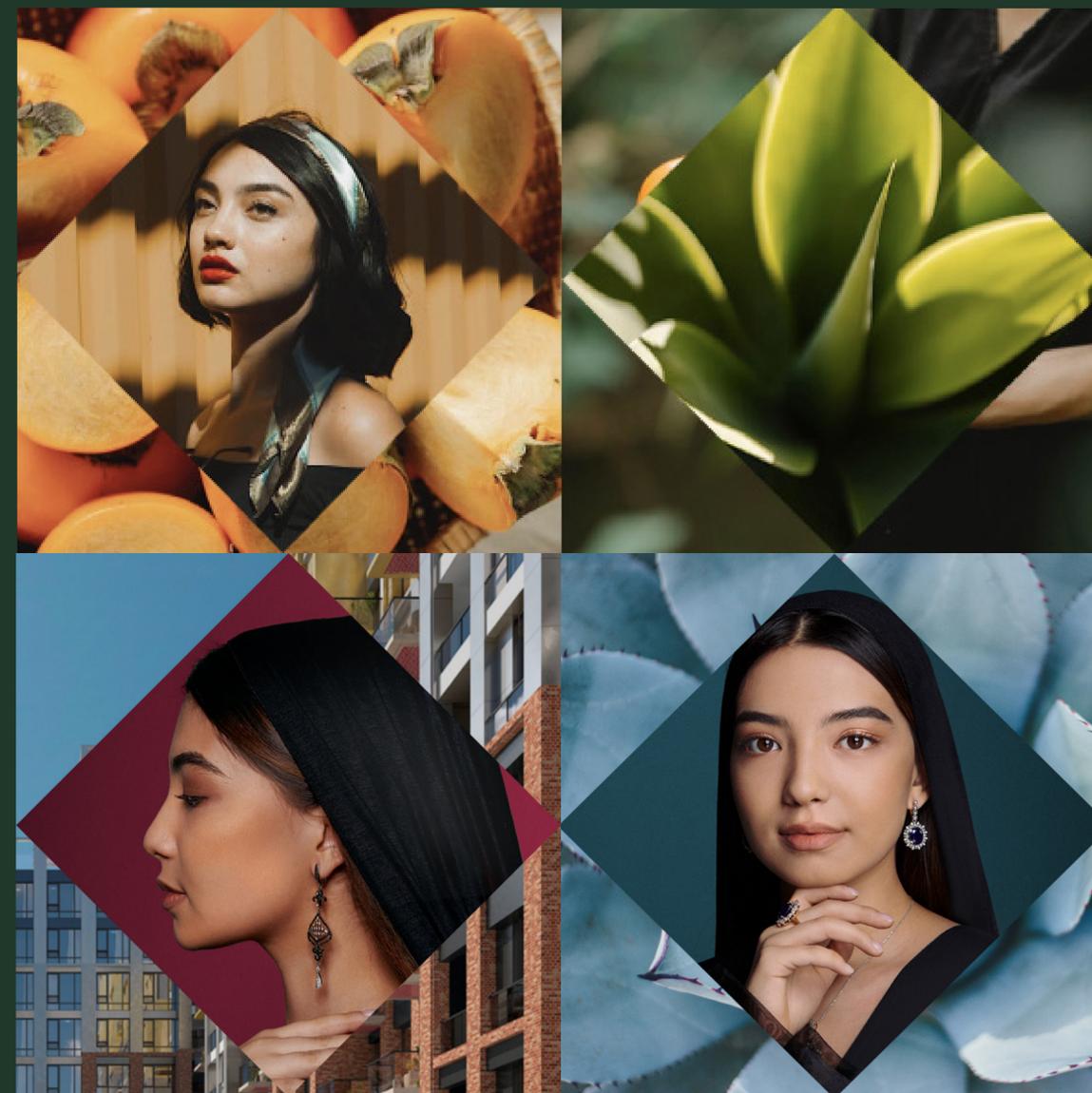
Плашка строится из фирменного элемента.
Является акцидентным элементом
и окрашивается в фирменные цвета.
На ней располагается важная текстовая
информация.



ФОТОКОНТЕНТ В ГРАФИЧЕСКОМ ЭЛЕМЕНТЕ

Графический элемент может
являться контейнером для фотоконтента.
На переднем плане рекомендуется
использовать фото на однородной подложке.
Для заднего плана рекомендуется подбирать
контрастное макро-изображение.

Также допускается инверсный подход
при расположении пар фотографий.

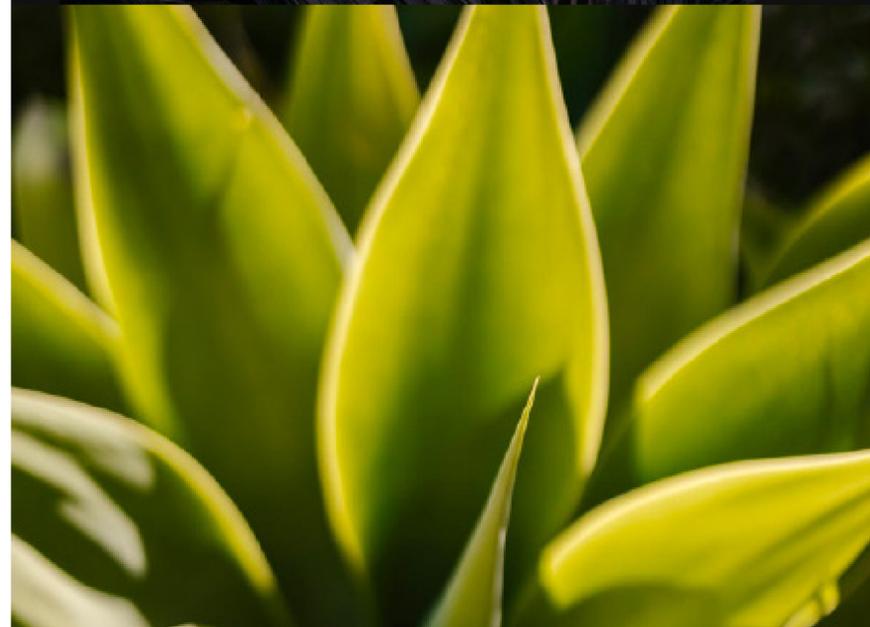


ФОТОСТИЛЬ

Для сохранения единого образа бренда рекомендуется придерживаться определённого стиля в фотоконтенте как при использовании стоков, так и при организации фирменной съёмки.

При подборе фотоконтента следует отдавать предпочтение изображениям в цветовом коде фирменной палитры, с однородным чистым темным или светлым фоном. Рекомендуется избегать насыщенных шумных изображений с мелкими деталями.

Рекомендуется использование lifestyle фотографий для передачи самобытного колорита места.



ФОТОСТИЛЬ

В изображениях могут присутствовать и другие цвета, но важно соблюдать гармонию.

Рекомендуется выбирать мягкие по тону фотографии, преимущественно в теплом цветовом спектре. Основные критерии — «воздушность» и чистота изображения.

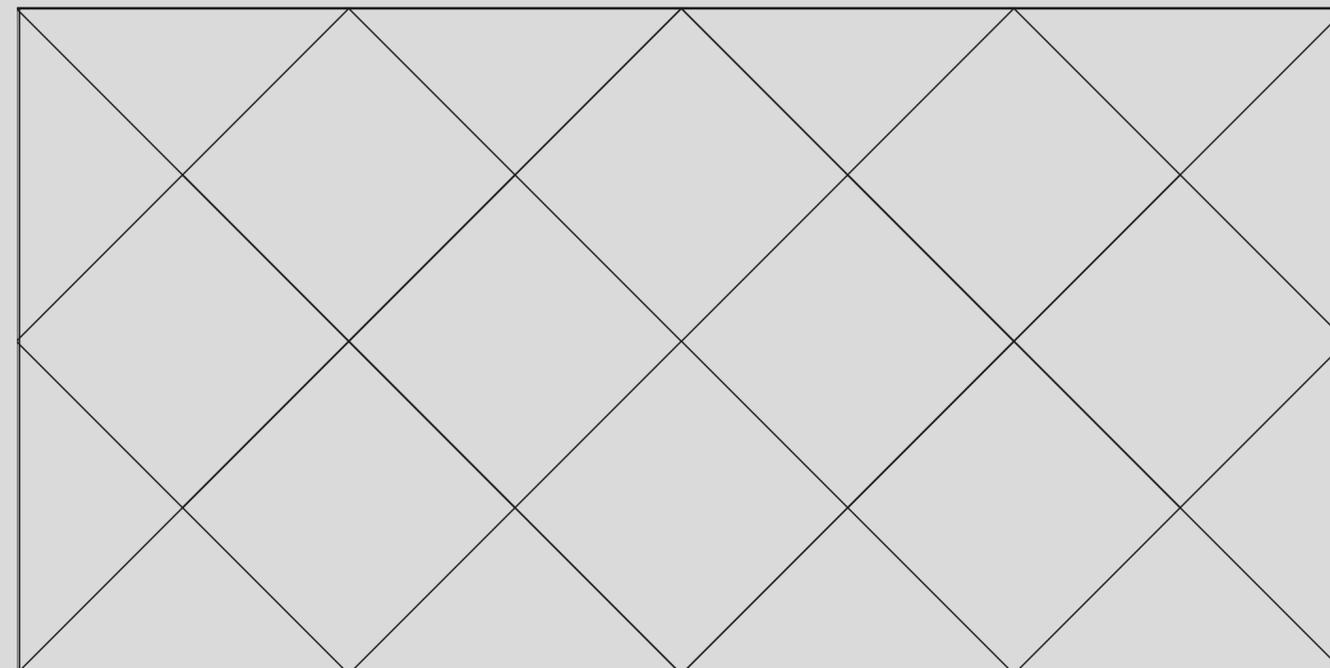


ПОСТРОЕНИЕ МАКЕТОВ. СЕТКА

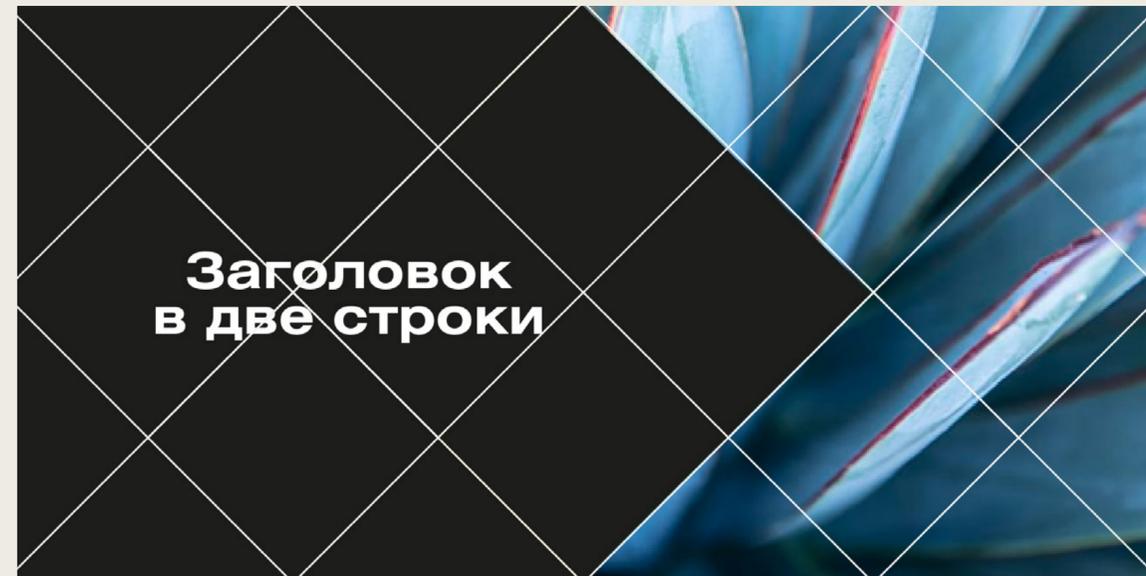
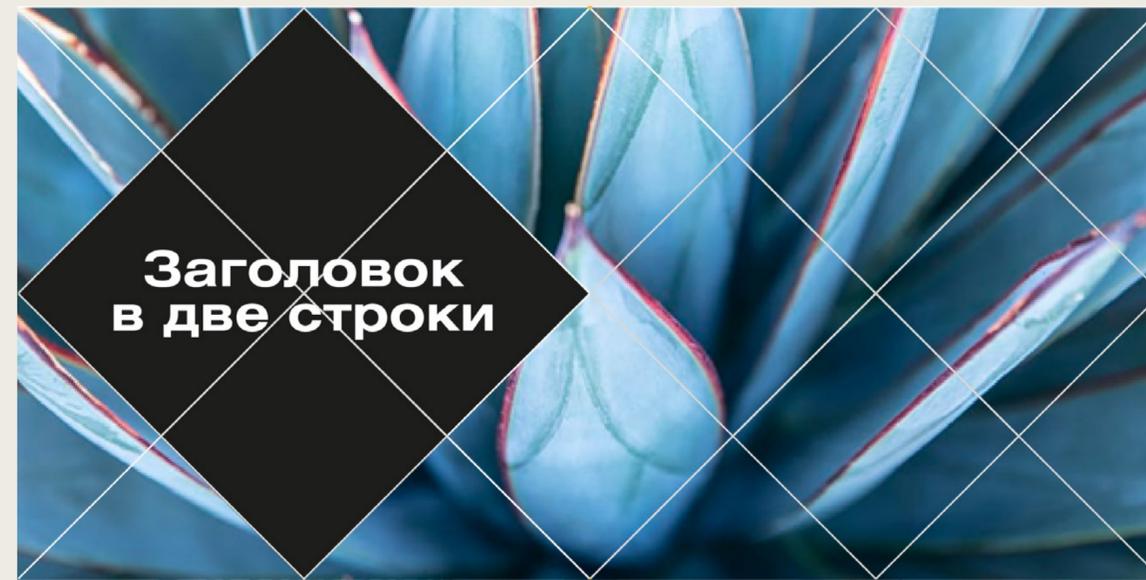
Все фирменные макеты строятся по определённым правилам, которые важно соблюдать при работе с композицией.

Модульная сетка строится на основе фирменного элемента — ромба.

Логоблок и типографика располагаются строго по середине ромба либо на центральной горизонтальной оси сетки.



ПОСТРОЕНИЕ МАКЕТОВ. СЕТКА
ГОРИЗОНТАЛЬ



ПОСТРОЕНИЕ МАКЕТОВ. СЕТКА.
ВЕРТИКАЛЬ



III.

MEDIUMS

ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА

Визитная карточка квадратного формата.
Размер: 50 x 50 мм.

Рекомендуется печать на дизайнерской
бумаге технологией высокой печати.



ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА.
СЕТКА

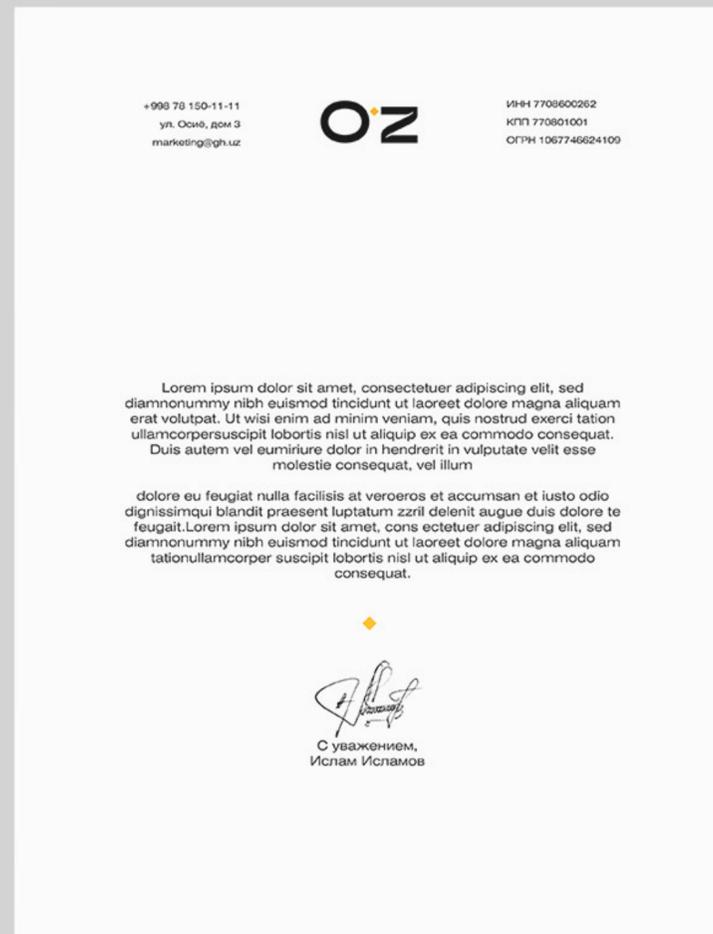


ФИРМЕННЫЙ БЛАНК, ФИРМЕННАЯ ПАПКА А4

В фирменном бланке текст письма ставится
с выключкой по центру.

Кегль основного текста 11 pt

Кегль дополнительного текста 9 pt



РУЧКА

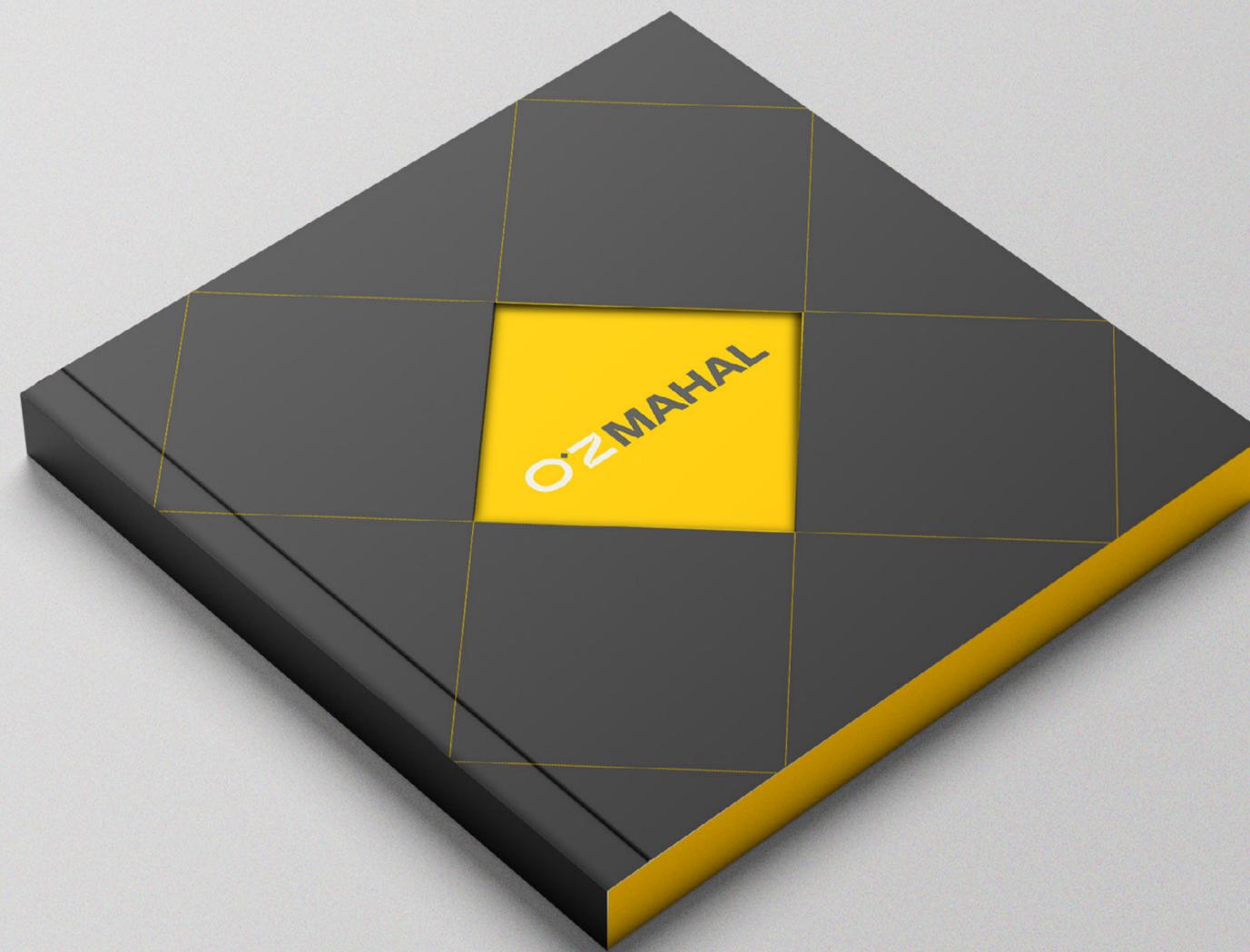
Фирменная ручка может брендироваться сообщением или паттерном.



БУКЛЕТ. ОБЛОЖКА

Рекомендуется использовать квадратный формат буклета.

Обложка с вырубкой и тиснением линий паттерна.



БУКЛЕТ. ВЕРСТКА

Верстка буклета основывается на ромбовидной сетке. Ромб может быть использован и в качестве контейнера для изображений, и как дополнительный элемент оформления.



ЗАБОР. ОПЦИЯ 1

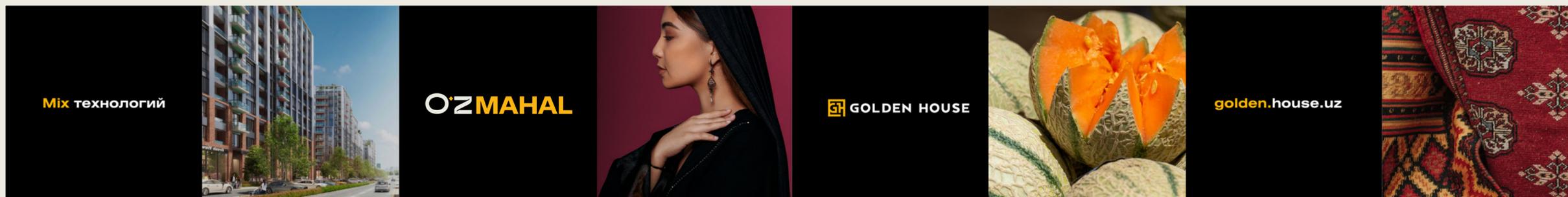
Забор на 4 и 8 секций строится по фирменной сетке.

Секция делится на две равные части, одна из них содержит фотоконтент, другая – логоблок и текст.

Фотоконтент и логоблок (или текстовый блок) чередуются.



ЗАБОР. 4 СЕКЦИИ ОПЦИЯ 1



ЗАБОР. ОПЦИЯ 2

Забор на 4 и 8 секций строится по фирменной сетке.
На каждой секции размещается фотоконтент. В центре секции располагается фирменный элемент, на котором размещен логоблок или текстовый блок.



ЗАБОР. 4 СЕКЦИИ ОПЦИЯ 2

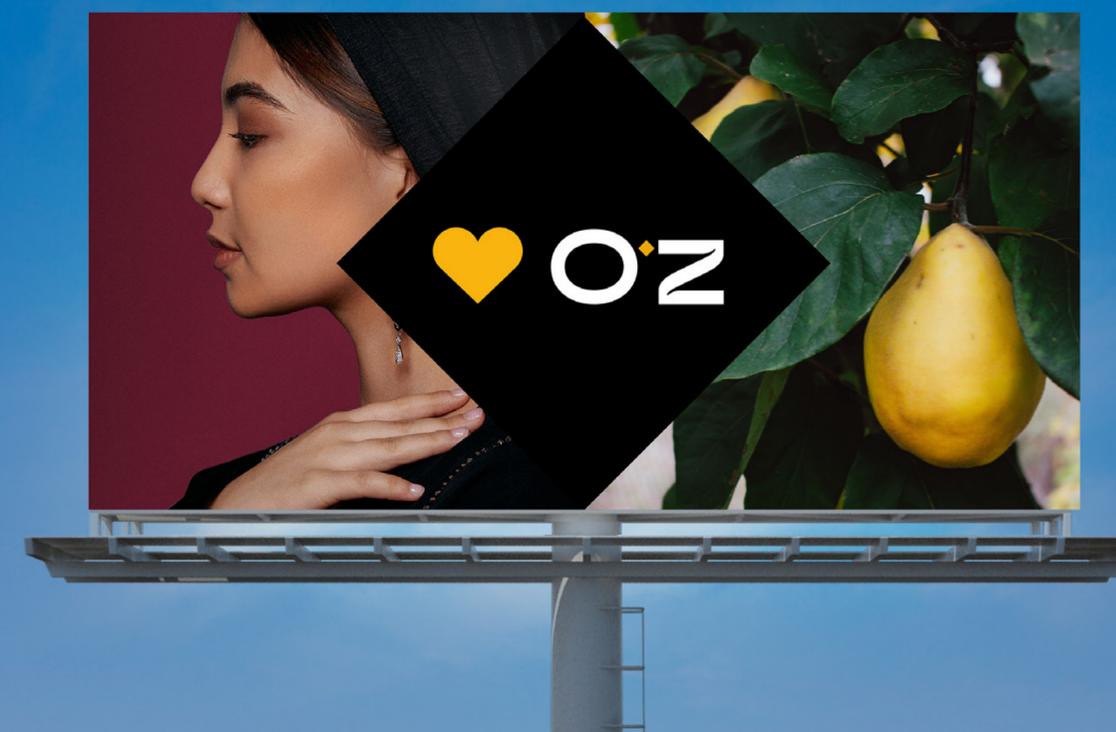


ЗАБОР. 8 СЕКЦИЙ ОПЦИЯ 2



НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА 6X3

Макеты создаются по фирменной сетке.
Используются архитектурные рендеры,
изображения природы и людей.
Логотип и тексты размещаются на ромбовидной
плашке.



КОМПЛИМЕНТ

В качестве подарка рекомендуется использовать национальные сувениры. Например, набор из 2-х или 3-х тарелок с брендированием.





SmartHeart®
Creating
High-Impact Brands