

ЭРМИТАЖ

Это документ, объединяющий правила и принципы, касающиеся визуальных коммуникаций бренда. Соблюдая рекомендации, изложенные в данном документе, вы сможете поддерживать целостный и запоминающийся образ. Мы искренне надеемся, что данное руководство поможет вам управлять коммуникациями правильно и легко.

Содержание

1.0 Константы бренда

1.1	Слоган	5
1.2	Фирменный блок	6
1.3	Фирменный блок без статусной строки	7
1.4	Горизонтальная версия фирменного блока	8
1.5	Фирменный знак и логотип	9
1.6	Инверсия и монохромная версия фирменного блока	10
1.7	Охранное поле фирменного блока и логотипа	11

2.0 Применение стиля

2.1	Фирменный цвета	13
2.2	Акцидентный шрифт	14
2.3	Наборный шрифт	15
2.4	Графические элементы	16

3.0 Применение стиля

3.1	Забор стройки	21
3.2	Баннер 3x6	22
3.3	Сити баннер	24
3.4	Stories	25
3.5	Пример публикаций в соцсетях	26
3.6	Фасад	27
3.7	Арт объект	28
3.8	Навигация	29
3.9	Табличка	30
3.10	Папка	31
3.11	Буклет	32
3.12	Пакет	33
3.13	Блокнот и ручка	35
3.14	Флаги	36
3.15	Авто	37

0.1

Константы бренда

1.1 Слоган

Слоган «Коллекция лучшего» отражает главную миссию бренда — соединив собственный и мировой опыт гостеприимства мы создали новую философию жизни, приблизив к человеку всё, что ему необходимо.

КОЛЛЕКЦИЯ ЛУЧШЕГО

1.2 Фирменный блок

Версия фирменного блока с дескриптором и художественным слоганом имеют одинаковую значимость и используются под определённые задачи.

Версия с дескриптором



Версия с художественным слоганом



1.3 Фирменный блок без статусной строки

Версию логотипа без статусной строки рекомендуется использовать в макетах маленького размера (визитка, шапка сайта и т.д.).



1.4 Горизонтальная версия фирменного блока

Версия для случаев в которых необходимо использовать логотип в горизонтальной композиции.



ЭРМИТАЖ
КУЛЬТУРНЫЙ КВАРТАЛ

1.5 Фирменный знак и логотип

В некоторых случаях, например на внутренних продуктах и носителях, где не нужно полное упоминание бренда, допускается использование фирменного знака без текстового написания. Также допускается использование логотипа без фирменного знака.



ЭРМИТАЖ

1.6 Инверсия и монохромная версия фирменного блока



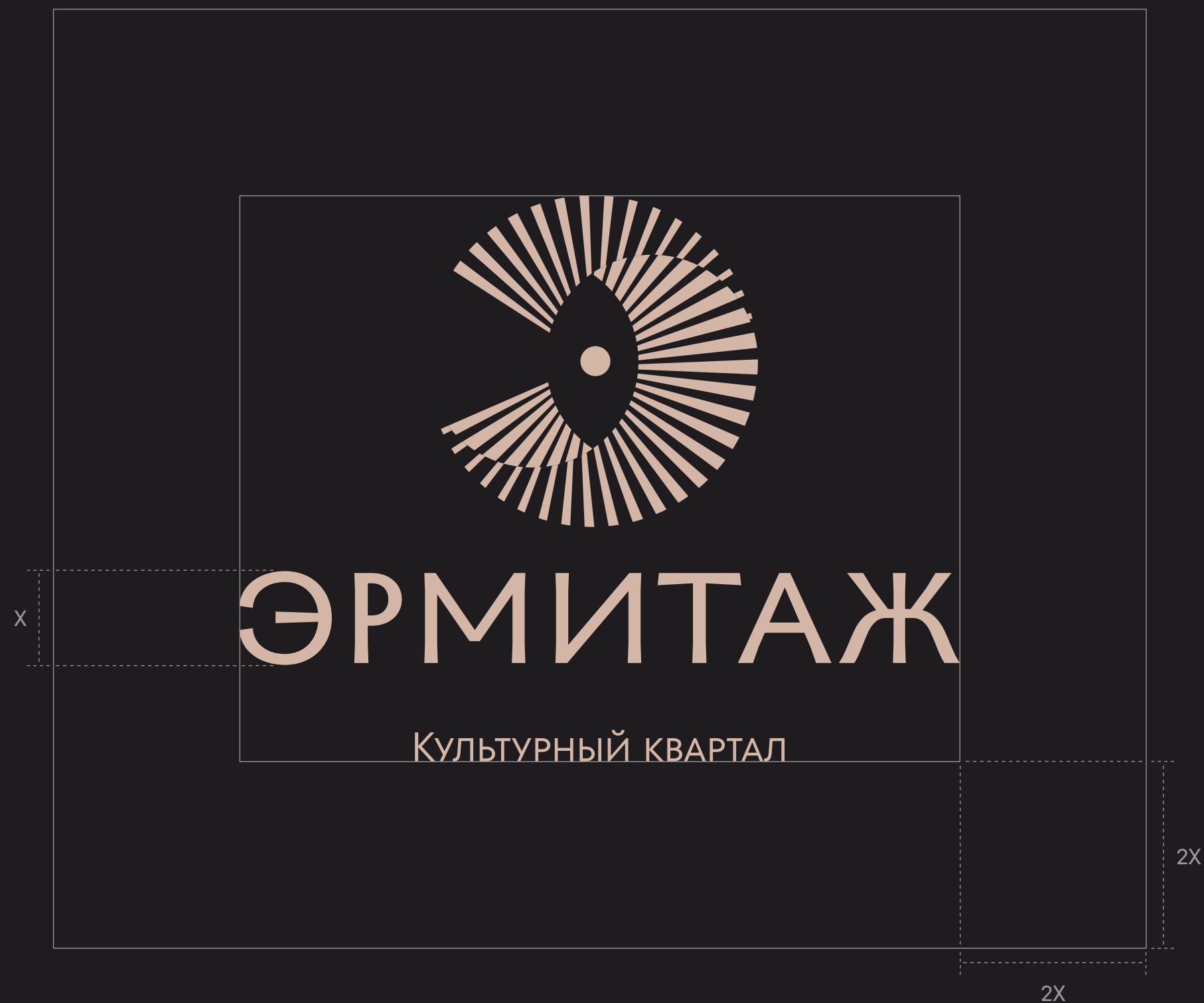
При инверсии логотипа знак, шрифтовое написание и статусная строка меняются на белый. Такое решение применяется на макетах с тёмным фоном.

Логотип может быть окрашен в один из фирменных цветов, если это необходимо для достижения наилучшего эффекта.



1.7 Охранное поле фирменного блока и логотипа

Охранное поле — это область вокруг фирменного блока, в которую не должны попадать другие элементы. Для расчёта ширины охранного поля используйте минимальный размер - величину X. Она равна высоте буквы «Э».



0.2

Стилеобразующие элементы

2.1 Фирменные цвета

Фирменный цвет — это важный элемент идентификации бренда.
Цветовая палитра состоит из двух цветов.

CMYK: 76 70 58 79
RGB: 30 28 31
PANTONE: Black 7 C
HEX: 1e1c1f

CMYK: 18 30 33 0
RGB: 211 182 165
PANTONE: 720 C
HEX: d3b6a5

2.2 Акцидентный шрифт

Акцидентным фирменным шрифтом бренда является TT Ricordi Allegria. Он используется для набора заголовков или акцентных текстовых блоков, которые не должны содержать слишком много символов.

ПРИВЕТ.
Я — TT RICORDI ALLEGRIA,
АКЦИДЕНТНЫЙ
ШРИФТ

2.3 Наборный шрифт

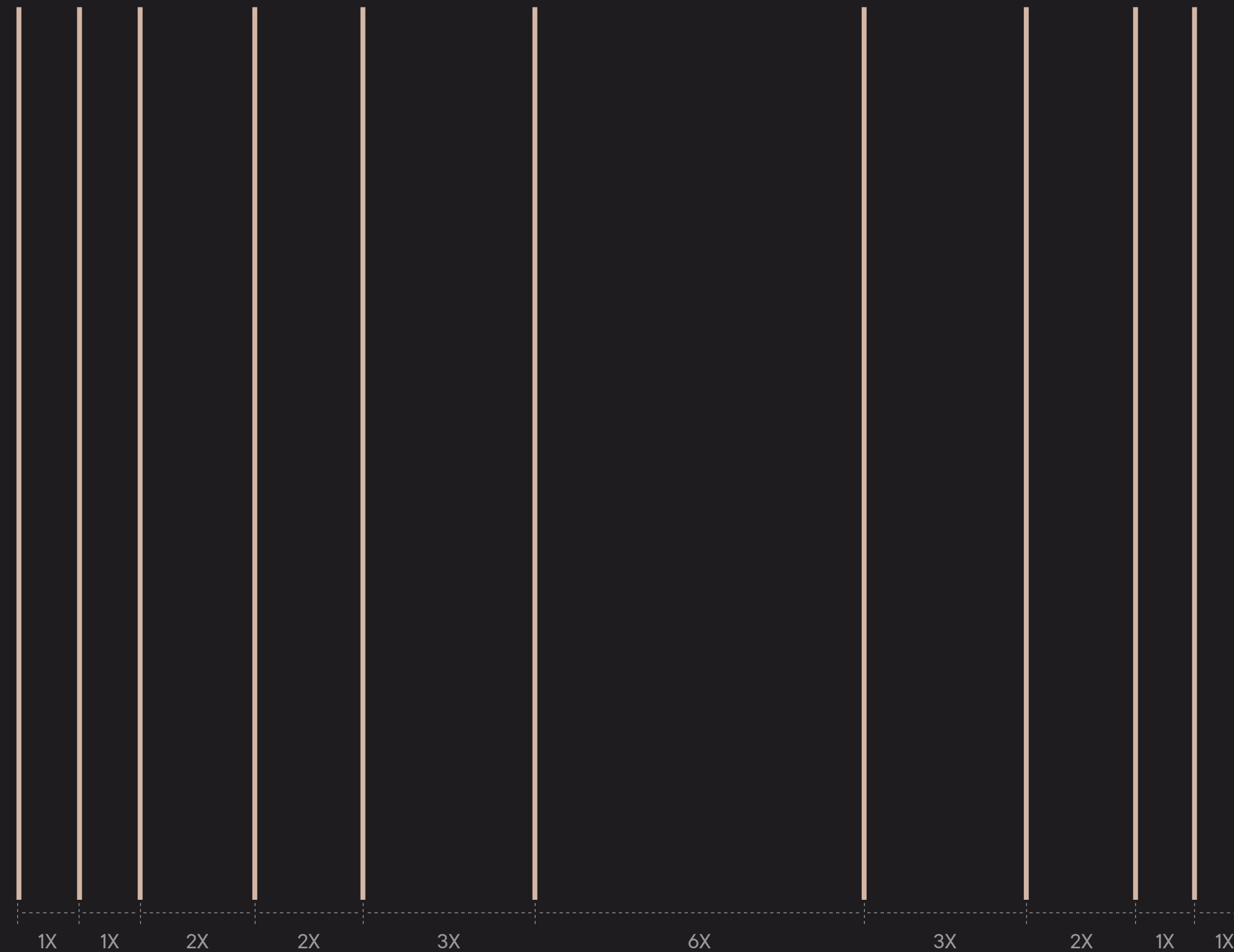
Шрифт TT Commons сбалансирован и хорошо читается. Использование этого шрифта оптимально для работы с большими объемами текста.

Так же TT Commons поддерживает большое количество алфавитов, что положительно влияет на перевод текста на другие языки.

Привет.
Я — TT Commons,
наборный шрифт

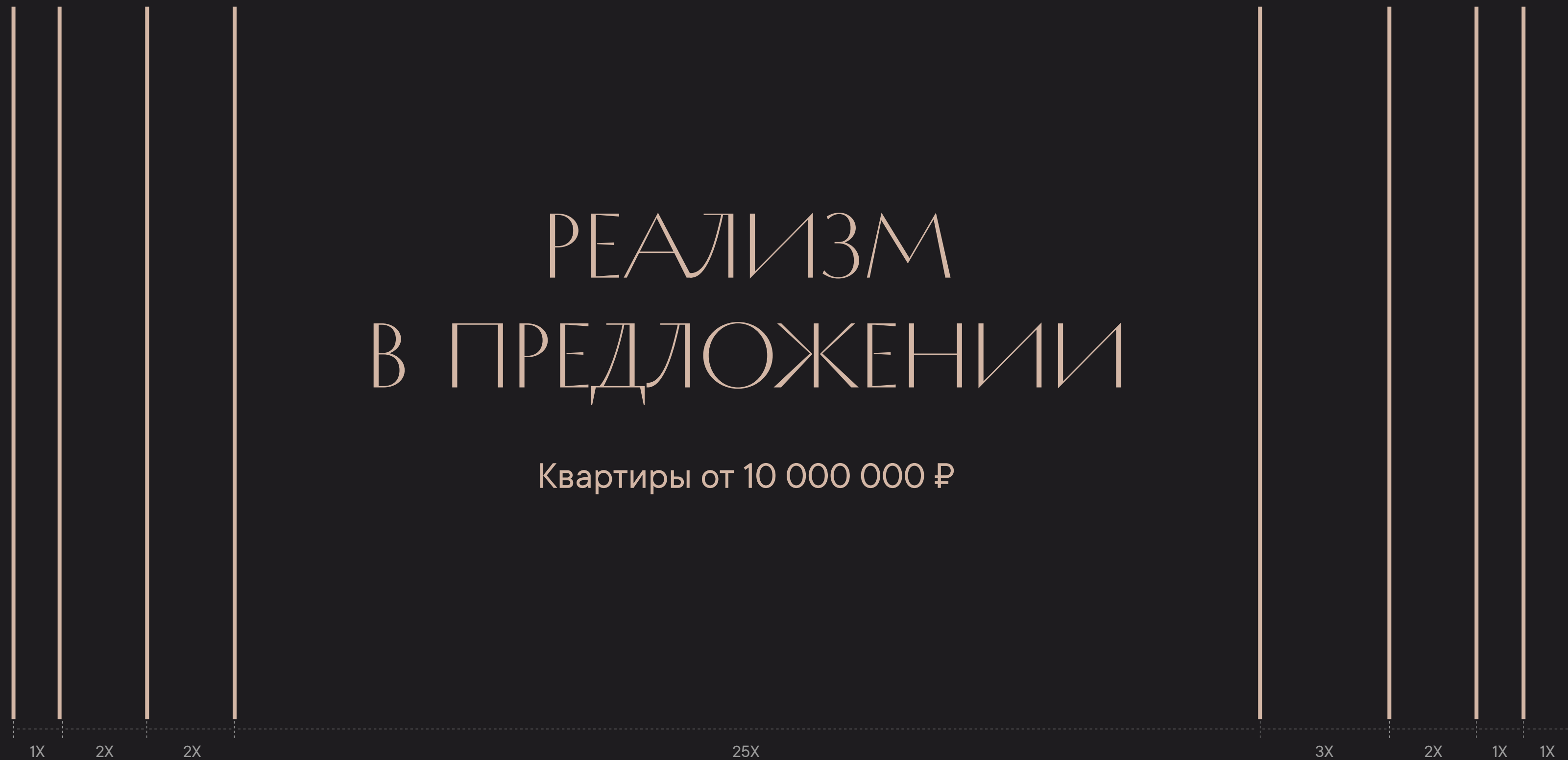
2.4 Графические элементы

Основными графическими элементами являются вертикальные линии, расположенные на разных расстояниях друг от друга. Важной составляющей является то, что каждая последующая линия размещается дальше от предыдущей.



2.4 Графические элементы

Между линиями могут возникать более крупные расстояния, в которых помещается рекламная информация.



2.4 Графические элементы

Помимо рекламной информации в расстояния могут помещаться и изображения. Обратите внимание, что от краёв изображения расстояния между линиями могут снова идти на увеличение.



2.4 Графические элементы

На рекламных макетах можно сочетать изображения с рекламным сообщением.



0.3

Применение СТИЛЯ

3.1 Забор стройки



СИМВОЛИЗМ
XXI ВЕКА

HERMITAGE-RESIDENCE.RU

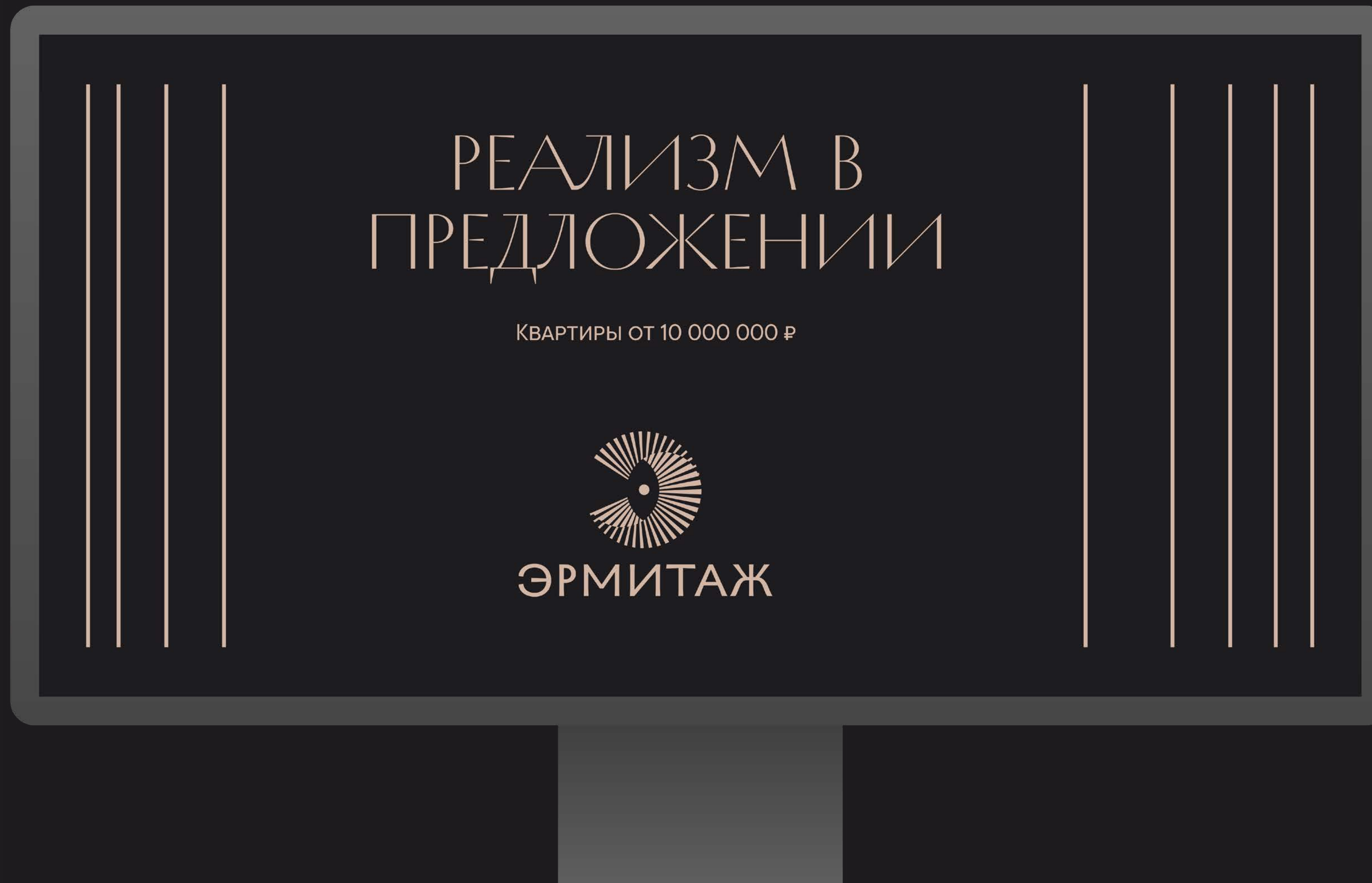


ЭРМИТАЖ

3.2 Баннер 3x6 м



3.2 Баннер 3x6 м



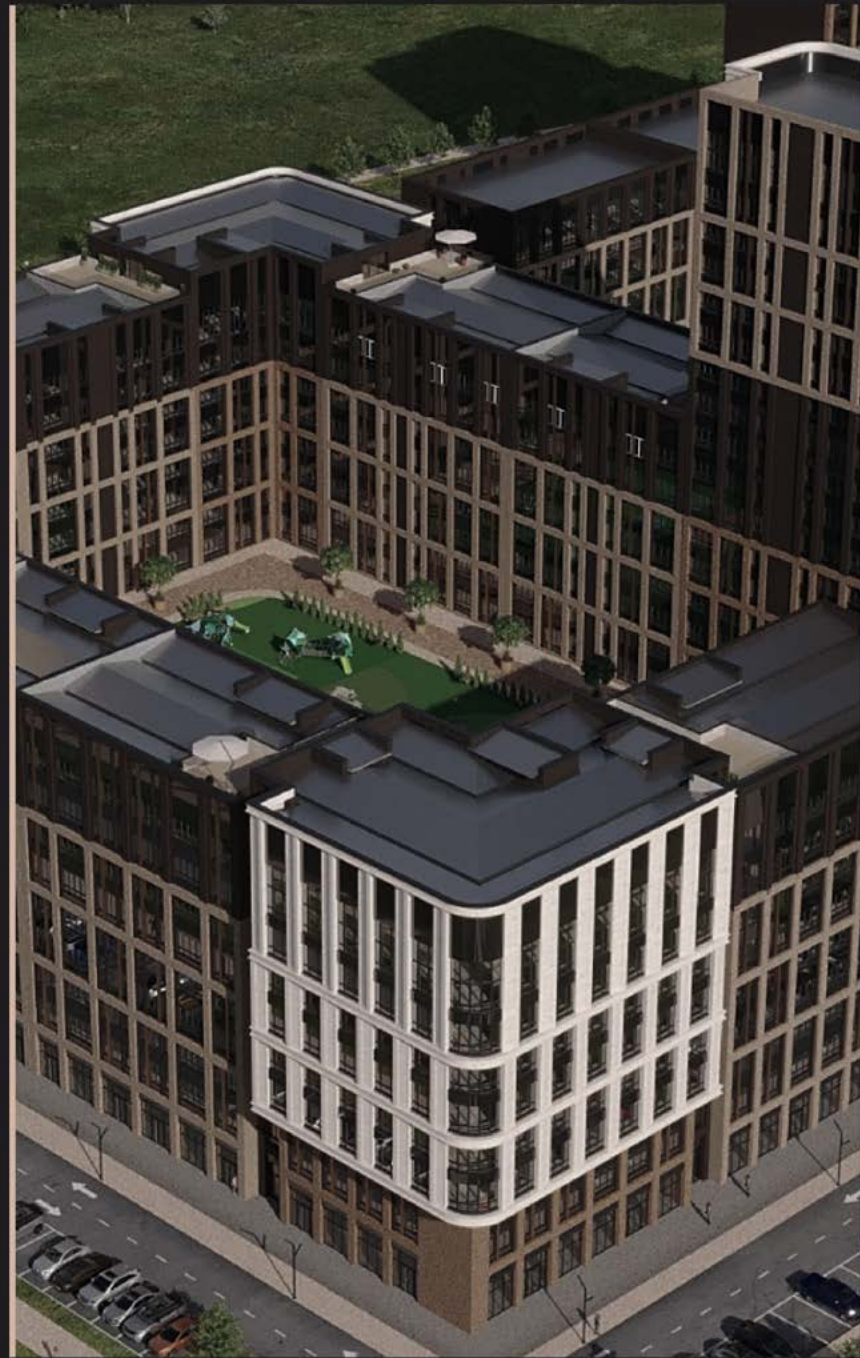
3.3 Сити баннер



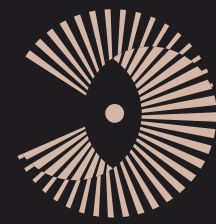
3.4 Stories



3.5 Пример публикаций в соцсети



КОЛЛЕКЦИЯ
ЛУЧШЕГО



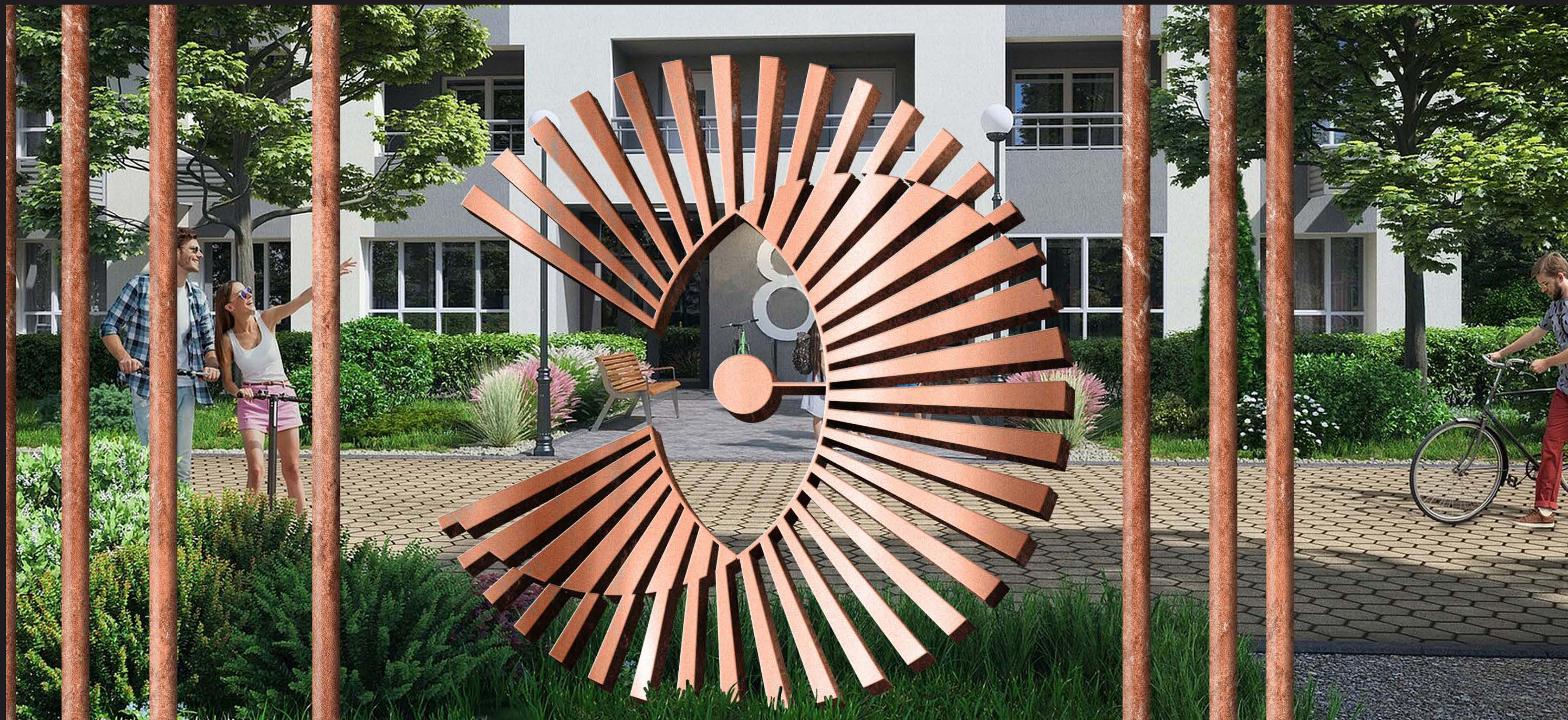
ЭРМИТАЖ



3.6 Фасад



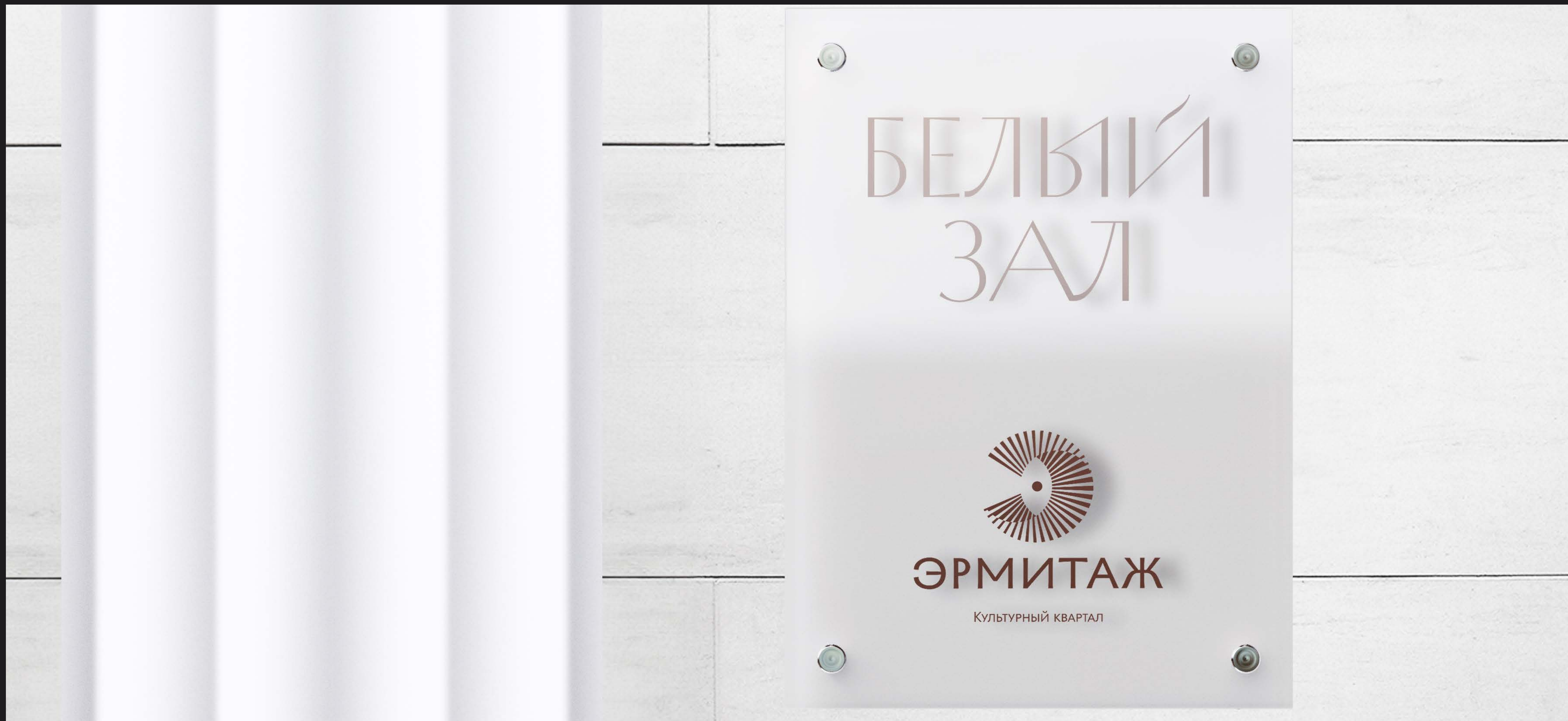
3.7 Арт объект



3.8 Навигация



3.9 Табличка



3.11 Буклет



3.12 Пакет



3.12 Пакет



3.13 Блокнот и ручка

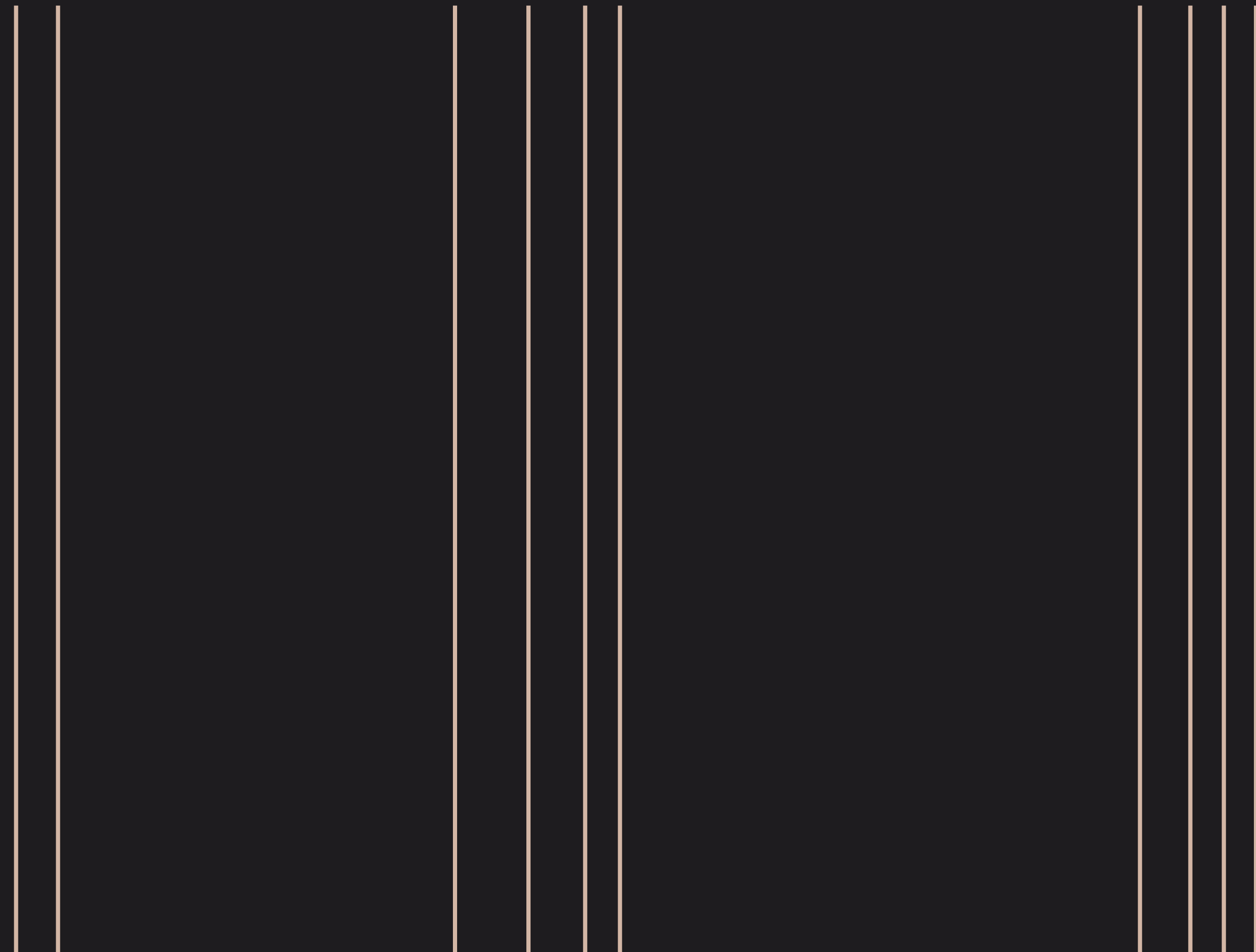
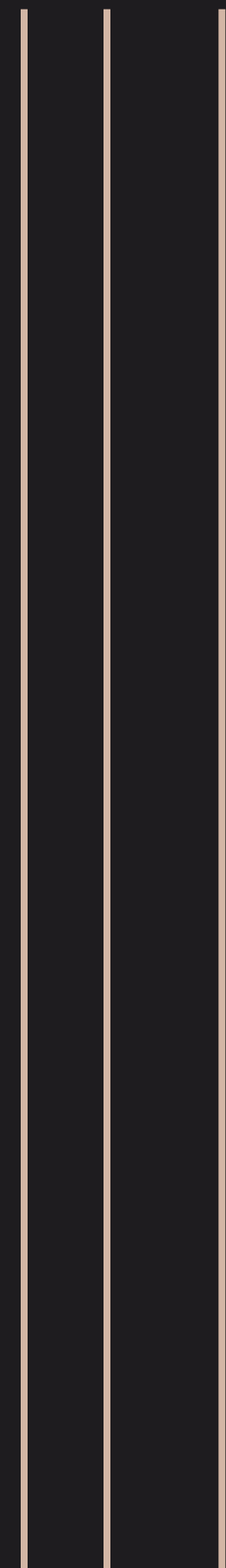


3.14 Флаги



3.15 Автомобиль





WAGON-WAGON
CREATIVE TEAM

ЭРМИТАЖ