

RESEARCH BOARDS

GUIDELINES

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.

GUIDELINES

СОДЕРЖАНИЕ

GUIDELINES

BRAND MINDSET

Концепция	5
Развитие	6

IDENTITY GUIDELINES

LOGOTYPE

Логотип.eps	9
Логотип.gus	10
Знак	11
Охранное поле	12
Использование	14
Размещение	16

IDENTITY ELEMENTS

Типографика	18
Цвет	19

Графика	20
Построение макетов. Сетка	21
Паттерн #1	23
Пиктографика	25
Фотостиль	26

MEDIUMS

PRINT

Визитка	29
Бланк А4	30
ООН 6x3	31

DIGITAL

Баннер	34
Соцсети. Пост	35
Презентация	36
Сайт	37
Email	38

SOUVENIRS

Пакет	40
Стикерсы	41
Указатели	43
Забор	44

OCCASION & COLLABORATION

IDENTITY ELEMENTS +

Графика	47
Имплементация	49

MEDIUMS +

Баннер / Соцсети	51
Доп. носители	53

GUIDELINES

GUIDELINES

BRAND MINDSET

КОНЦЕПЦИЯ

РЕГЕНБОГЕН —
ЭТО ПЕТЕРБУРГ
ГЛАЗАМИ МОЛОДЕЖИ.
ДОМ — ПЕРСПЕКТИВА.
ДОМ — МАНИФЕСТ.

BRAND
MINDSET

Regenbogen — это не просто дом на Васильевском. Это Петербург глазами молодёжи. Это выбор и стиль жизни. Мы создаем культурный кластер, объединяющий вокруг себя сверхновых людей — энергичных и амбициозных, молодых манифесторов.

Одна из важнейших потребностей «нашего» человека — реализация потенциала через выражения себя как личности и творца.

Для него не существует констант, он берет все лучшее и отсекает лишнее, выбирая честные формы и смыслы. Он не смотрит на других.

Он говорит:

Я — Питер

Я — Регенбоген.

IDENTITY GUIDELINES

IDENTITY
GUIDELINES

LOGOTYPE

ЛОГОТИП.ENG

Логотип — основополагающий элемент фирменного стиля. Основная версия логотипа состоит из шрифтового написания.

Не допускается любая деформация, непропорциональное масштабирование или применение к логотипу эффектов и цветов, не указанных в гайдлайне.

Минимальные размеры для логотипа по высоте: 60 px для цифровых носителей, 20 mm для физических носителей.

LOGO
TYPE

РЕЭНВОЭН

РЕЭНВОЭН

min 20 mm
/ 60 px

ЛОГОТИП.RUS

Кириллическая версия логотипа состоит из шрифтового написания.

Не допускается любая деформация, непропорциональное масштабирование или применение к логотипу эффектов и цветов, не указанных в гайдлайне.

Минимальные размеры для логотипа по высоте: 60 px для цифровых носителей, 20 mm для физических носителей.

LOGO
TYPE

РЕГЕНДОГЕН

РЕГЕНДОГЕН

min 20 mm
/ 60 px

ЗНАК

У бренда разработан фирменный знак, который может существовать отдельно от логотипа. Существует два варианта возможного использования знака: основная и инвертированная.

Не допускается размещение знака на неконтрастном фоне, а также применение в качестве заливки любых цветов помимо фирменных.

The image shows the brand's signature mark in a large, bold, black, sans-serif font. The letters are 'R', 'Q', and 'B'. The 'Q' is stylized with a dot above it and a tail that curves downwards and to the right. The 'R' and 'B' are blocky and geometric.

The image shows the brand's signature mark in a smaller size, centered within a horizontal line. The line is composed of two parallel orange lines, one above and one below the text. The text 'RQB' is in the same bold, black, sans-serif font as shown in the larger version above.

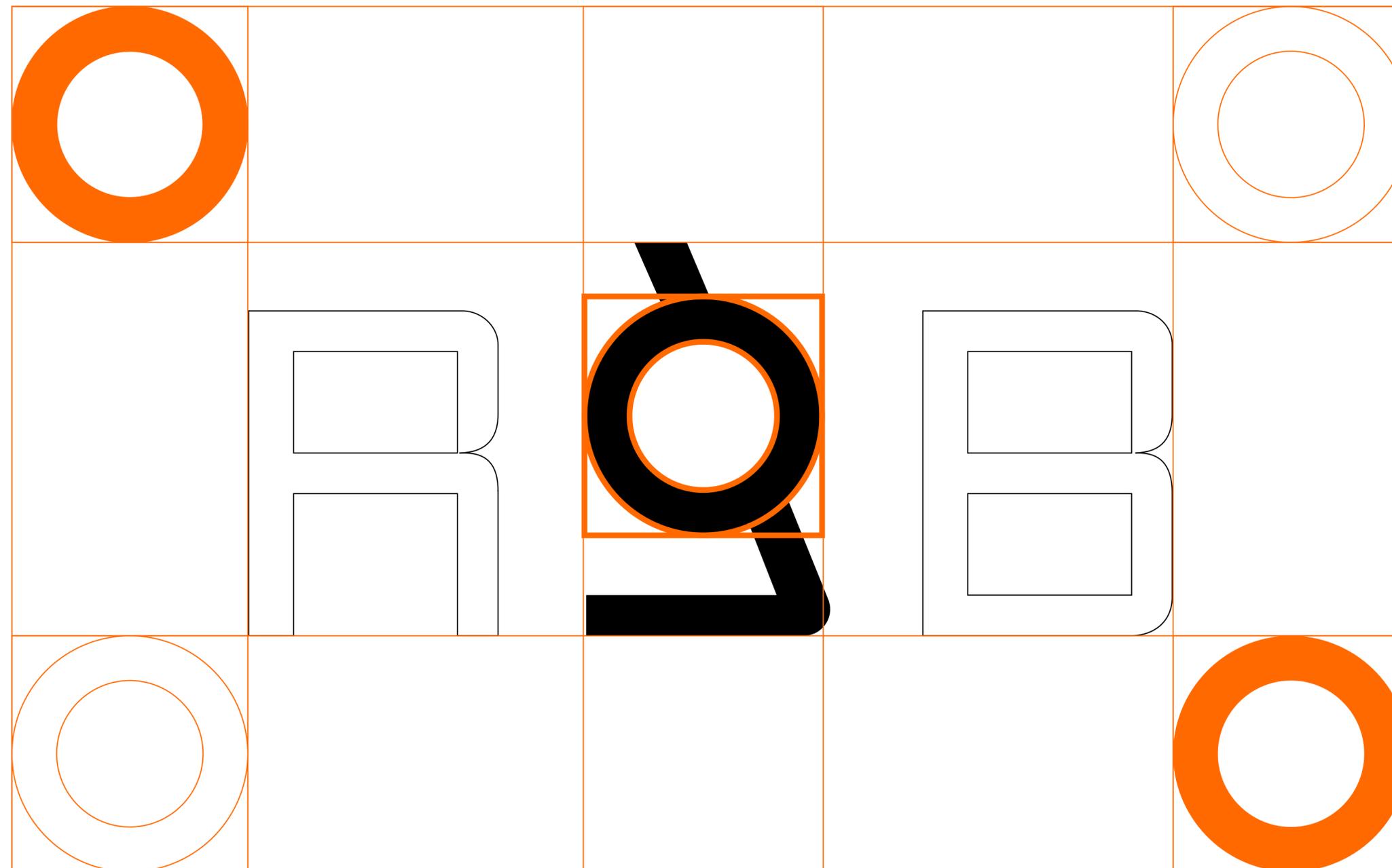
min 20 mm
/ 60 px

LOGO
TYPE

ОХРАННОЕ ПОЛЕ ПОСТРОЕНИЕ

Охранное поле рассчитывается, исходя из диаметра кругового элемента букв «g» знака / ланской версии логотипа и буквы «б» кириллической версии логотипа.

Не допускается размещение любого вида контента в охранном поле логотипа / знака.



LOGO TYPE

ЛОГОТИП.ENG
ОХРАННОЕ ПОЛЕ

Пример построения охранного поля для eng версии логотипа



REZENBOZEN

ЛОГОТИП.RUS
ОХРАННОЕ ПОЛЕ

Пример построения охранного поля для rus версии логотипа



РЕГЕНСОГЕН

ЗНАК
ОХРАННОЕ ПОЛЕ

Пример построения охранного поля для знака



RZB

LOGO
TYPE

ЛОГОТИП / ЗНАК ИСПОЛЬЗОВАНИЕ

Все версии логотипа и знака выполнены в фирменных цветах — черном и сером — и рекомендуются к использованию на всех фирменных носителях.

В случаях, когда использование основной версии логотипа невозможно, следует применять монохромную версию, выполненную в черном или белом цвете.

LOGO
TYPE

РЕГЕНВОДЕН

РЕГЕНДОГЕН

РВ

ЛОГОТИП / ЗНАК
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ

НЕ ДОПУСКАЕТСЯ:

1. Использование эффектов
2. Заливка градиентом
3. Применение обводки
4. Размещение на неконтрастном фоне
5. Изменение шрифтового начертания логотипа
6. Вращение
7. Изменение цвета элементов логотипа
8. Деформация пропорций логотипа
9. Использование логотипа в плохом качестве

LOGO
TYPE

1.

REGENBOGEN

2.

REGENBOGEN

3.

REGENBOGEN

4.

REGENBOGEN

5.

REGENBOGEN

6.

REGENBOGEN

7.

REGENBOGEN

8.

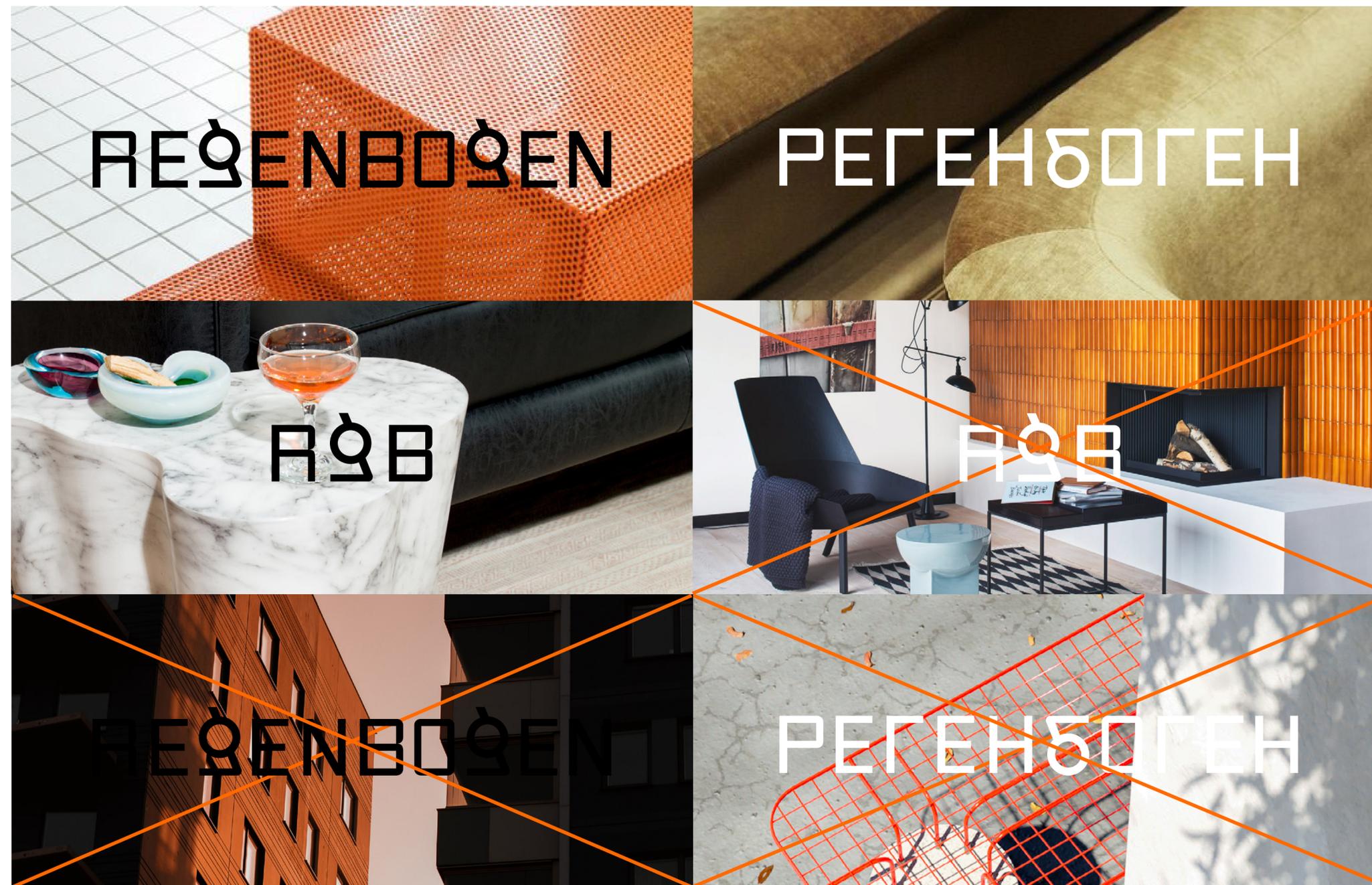
REGENBOGEN

9.

REGENBOGEN

ЛОГОТИП / ЗНАК
РАЗМЕЩЕНИЕ

При размещении логотипа на фотоконтенте необходимо соблюдать чистоту фона, а также подбирать контрастный к фону цвет заливки, чтобы сохранить читаемость.



LOGO
TYPE

IDENTITY
GUIDELINES

IDENTITY ELEMENTS

ТИПОГРАФИКА

Фирменным шрифтом бренда является Gosha Sans студии Ранграм Ранграм Foundry. Используются два начертания — Light и Regular.

При необходимости палитра начертаний может быть расширена. В случае невозможности использовать фирменный шрифт в силу ограничений программного обеспечения рекомендуется использовать шрифт Verdana.

IDENTITY ELEMENTS

HEADLINE

Gosha Sans Regular

SUBHEAD

Gosha Sans Light

The ultimate goal of all art is the building! The ornamentation of the building was once the main purpose of the visual arts, and they were considered indispensable parts of the great building. Today, they exist in complacent isolation,

Gosha Sans Light

ЗАГОЛОВОК

Gosha Sans Regular

ПОДЗАГОЛОВОК

Gosha Sans Light

Прежние художественные школы не могли подготовить этого единства, поскольку само искусство этому не учит. Надо снова вернуться к мастерским. Мир лишь рисующих и живописующих мастеров живописи и прикладного ис-

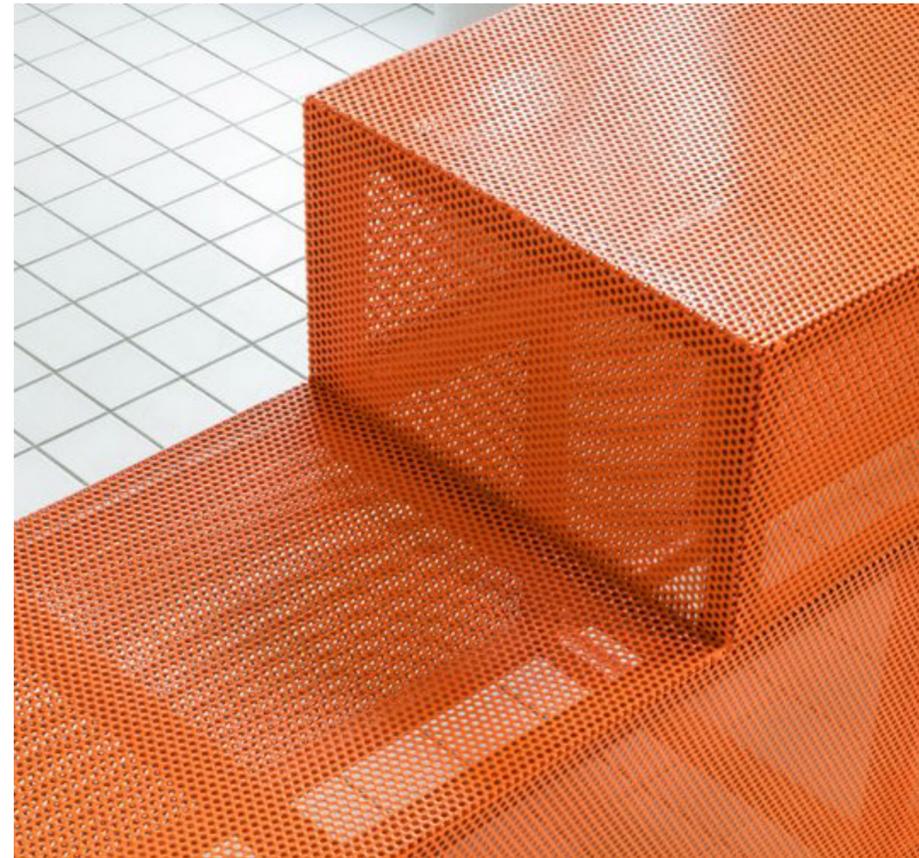
Gosha Sans Light

ЦВЕТ

В основе фирменной палитры лежат два основных цвета — яркий Оранжевый и вспомогательный Серый. Оранжевый — основополагающий цвет стиля. Используется как акцентный и для заливки фона. В качестве дополнительных цветов также могут использоваться черный и белый.

Не рекомендуется использование каких-либо других цветов в качестве фирменных внутри стиля или видоизменение текущих.

IDENTITY ELEMENTS



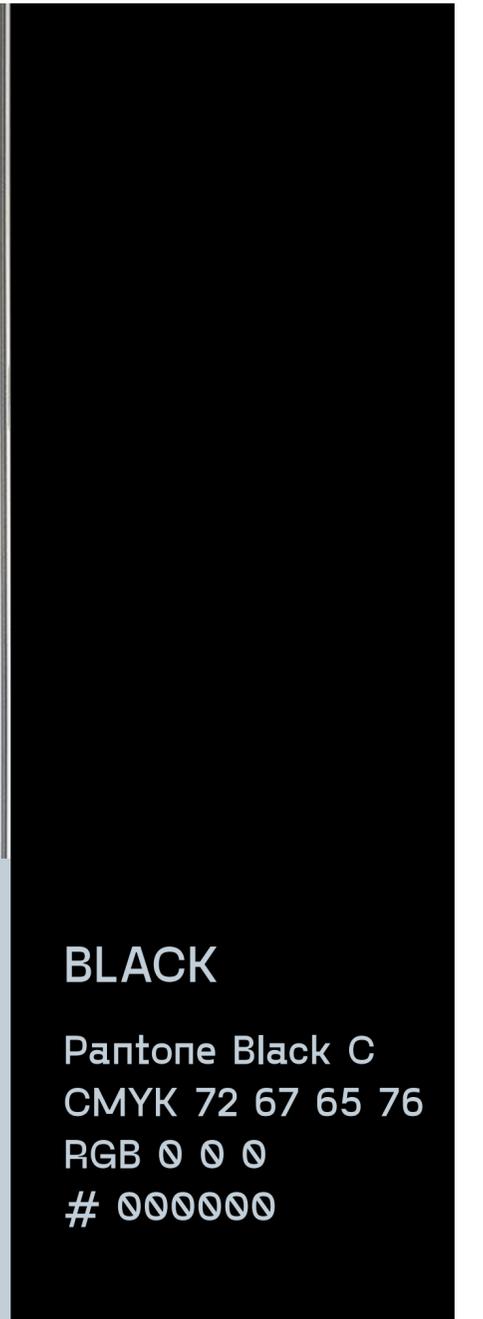
ORANGE

Pantone 1505 C
CMYK 0 69 94 0
RGB 255 105 0
ff6900



GRAY

Pantone 650 C
CMYK 31 18 13 1
RGB 194 207 217
ced9e5



BLACK

Pantone Black C
CMYK 72 67 65 76
RGB 0 0 0
000000

ГРАФИКА

Основной стилеобразующий прием айдентики — текстовая акциденция с помощью фирменного цвета — она используется при построении макетов, брендировании фирменных материалов и др.

При работе с типографикой очень важно соблюдать визуальную иерархию и не перегружать макеты излишней информацией.

Акцентное поле не имеет четких размеров. Размер и форма зависят от носителя и наполнения.

IDENTITY ELEMENTS

Акцент



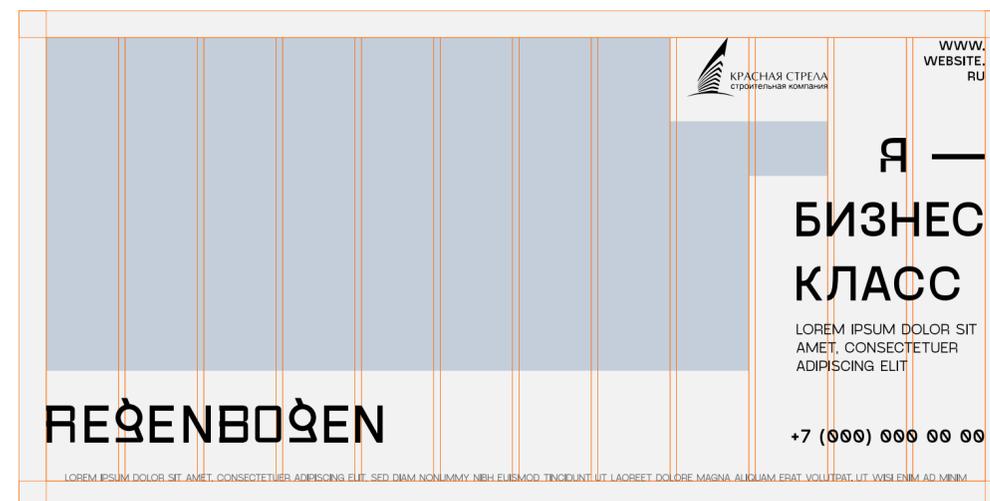
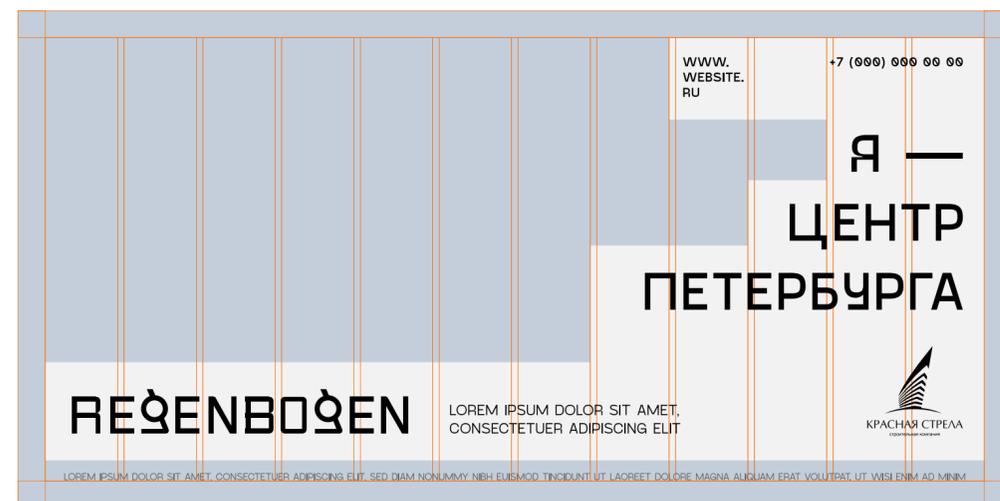
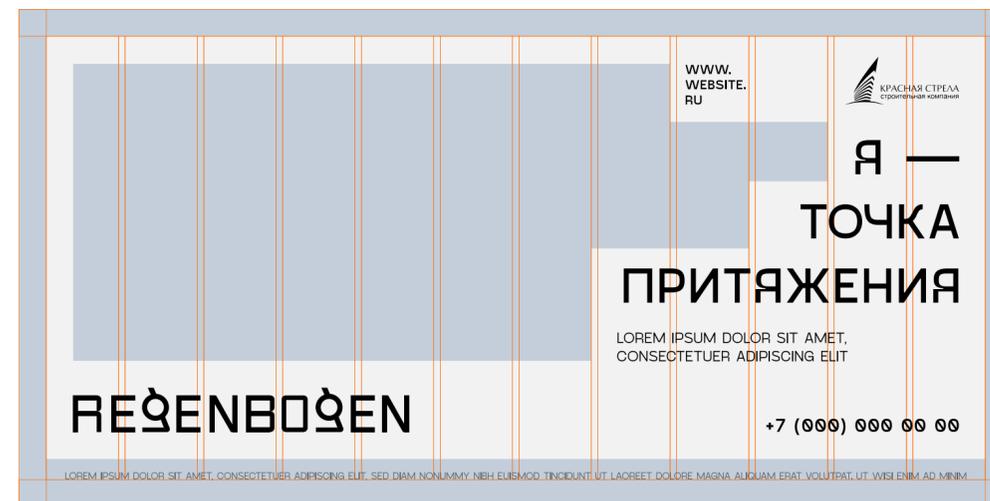
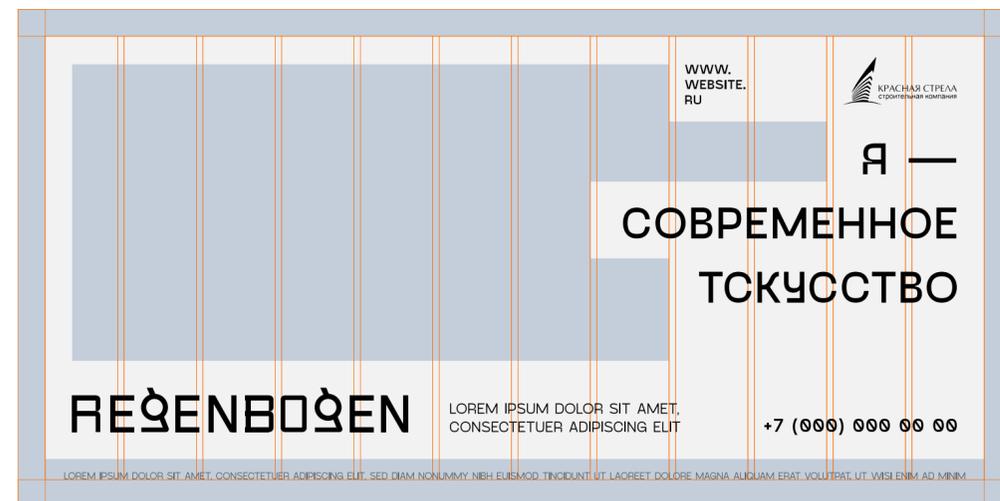
Инверсия



ПОСТРОЕНИЕ МАКЕТОВ СЕТКА

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

Основные размеры и пропорции строятся по сетке 6, 8 и 12-колончатой (в зависимости от размера носителя), которая позволяет свободно располагать элементы в макетах.

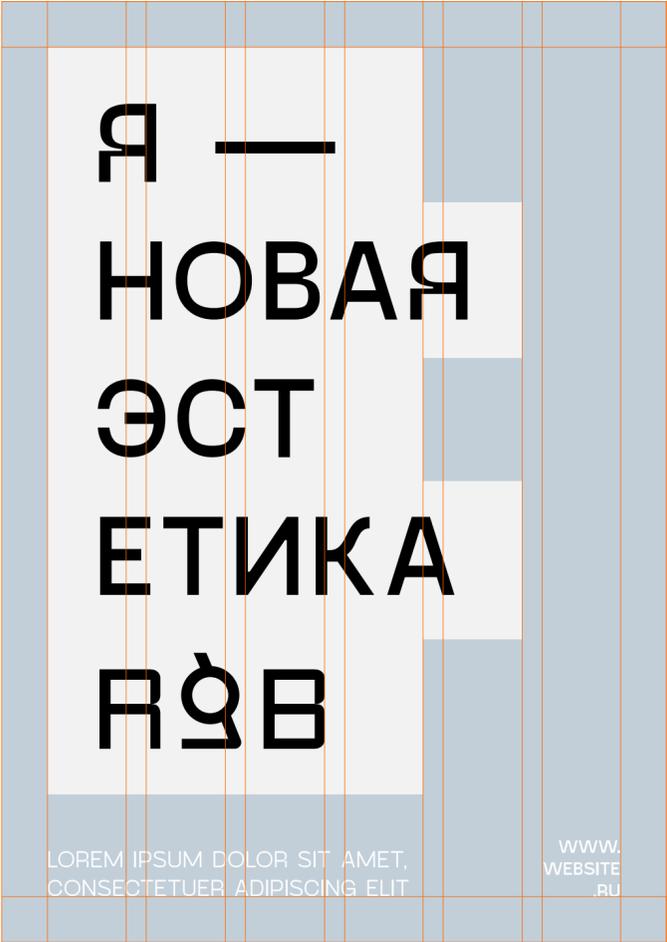


IDENTITY ELEMENTS

ПОСТРОЕНИЕ МАКЕТОВ СЕТКА

Пример построения сетки на макетах вертикального формата.

У логотипа нет фиксированного положения, он может находиться в любой части макета при условии соблюдения всех правил расположения логоблока.

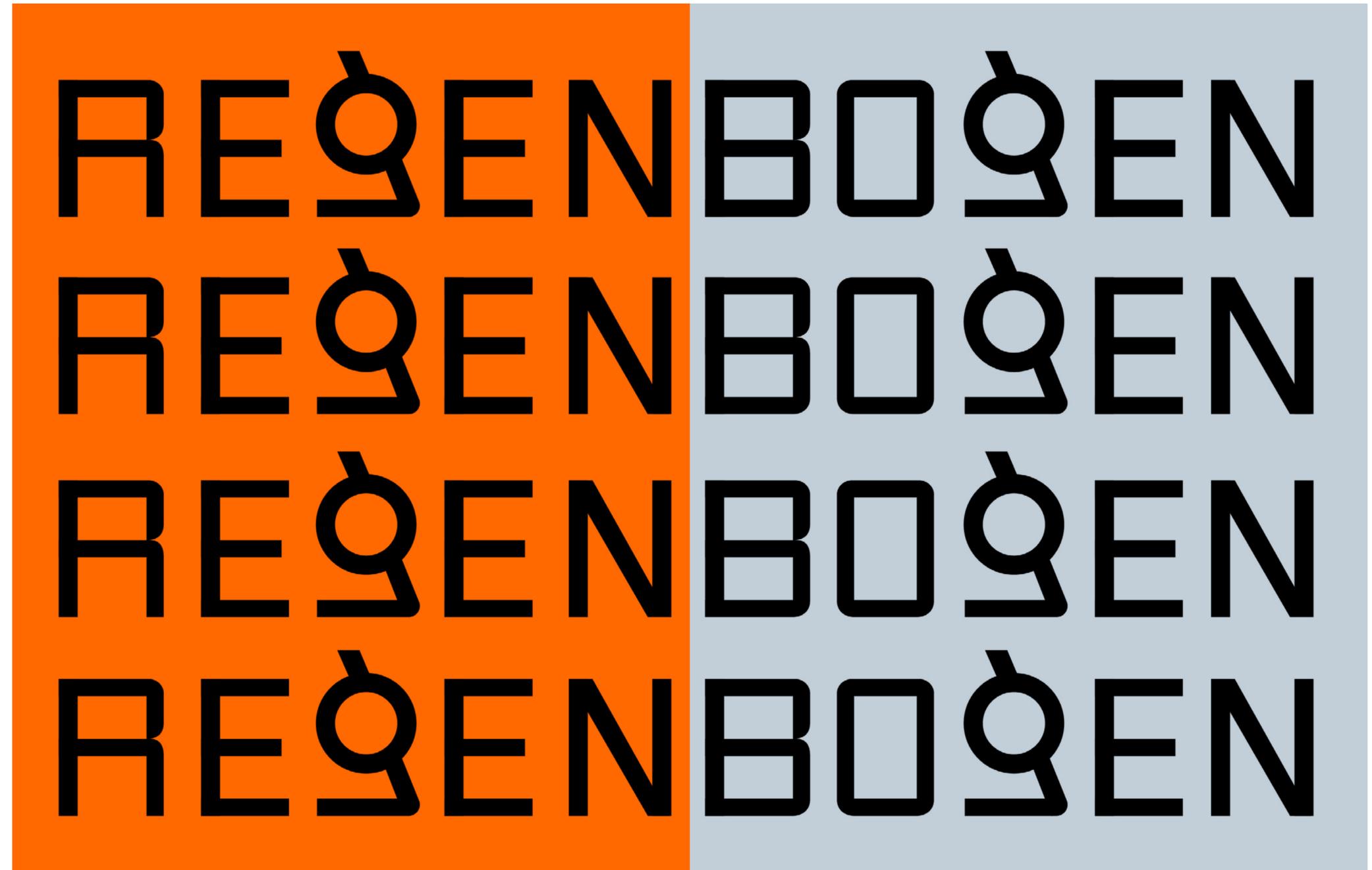


IDENTITY ELEMENTS

ПАТТЕРН
#1

Фирменный паттерн может использоваться для дополнительного брендинга поверхности.

Паттерн доступен в 2 цветовых вариантах: Оранже и Грау.

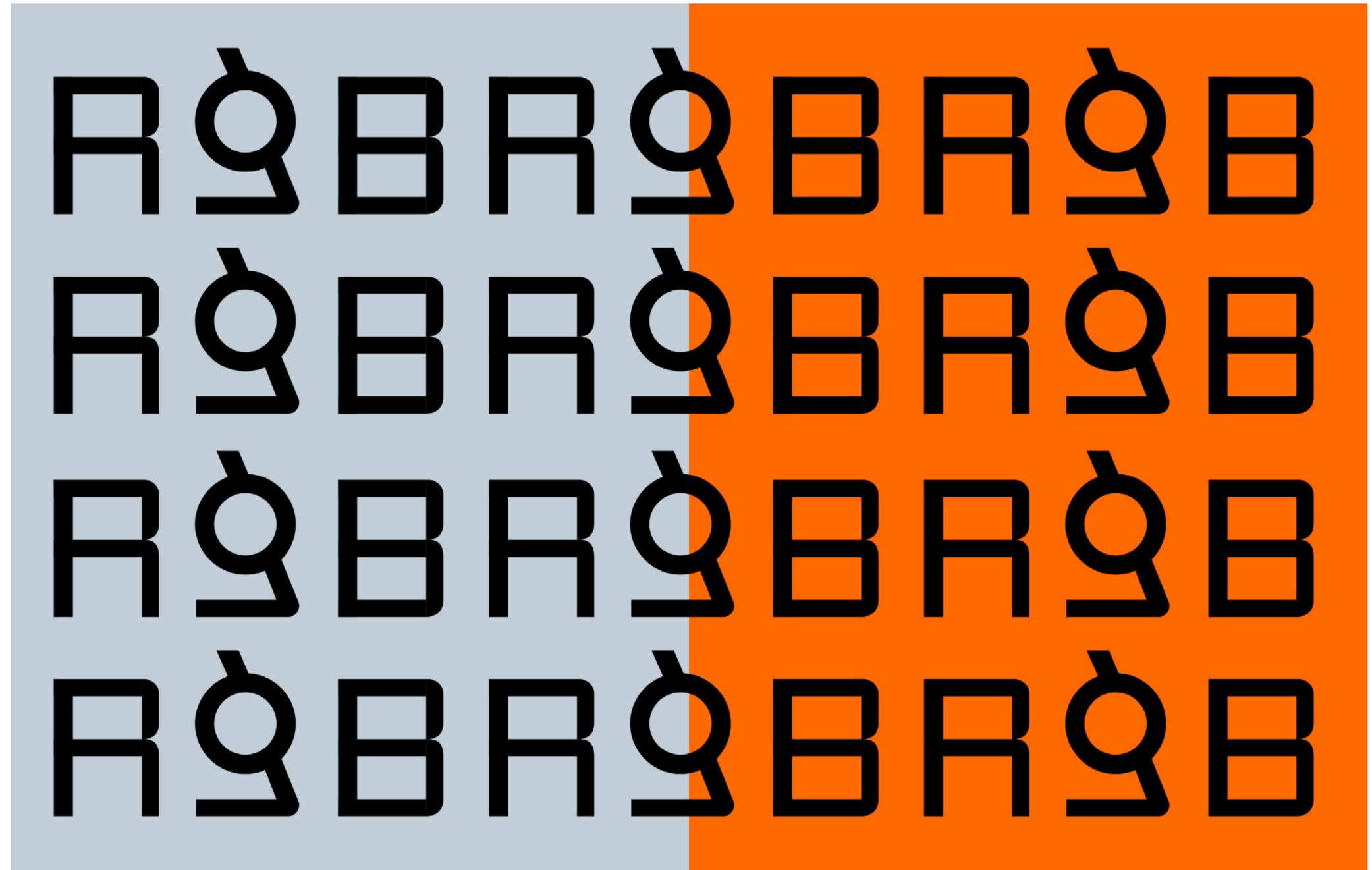


IDENTITY
ELEMENTS

ПАТТЕРН
#2

Фирменный паттерн может использоваться для дополнительного брендинга поверхности.

Паттерн доступен в 2 цветовых вариантах: Оранже и Грау.



IDENTITY
ELEMENTS

ПИКТОГРАФИКА

Природа пиктографики повторяет природу надписи
Regenbogep: острые углы и контрастные закругления на стыках линий.

При построении важно соблюдать пропорциональность элементов и визуальную идентичность знаков.



IDENTITY ELEMENTS

ФОТОСТИЛЬ

Для сохранения единого визуального образа рекомендуется придерживаться определённого стиля в фотоконтенте.

При подборе фотоконтента следует отдавать предпочтение контрастным изображениям с акцентным элементом в фирменном цветовом коде.

Рекомендуется соблюдать общую эстетику и выбирать «живые» фотографии, выполненные в стиле журнальной фотосъёмки или лайфстайл фото. В изображении должна оставаться эмоция, ощущение непроизвольности и «пойманного момента».

IDENTITY ELEMENTS



MEDIUMS

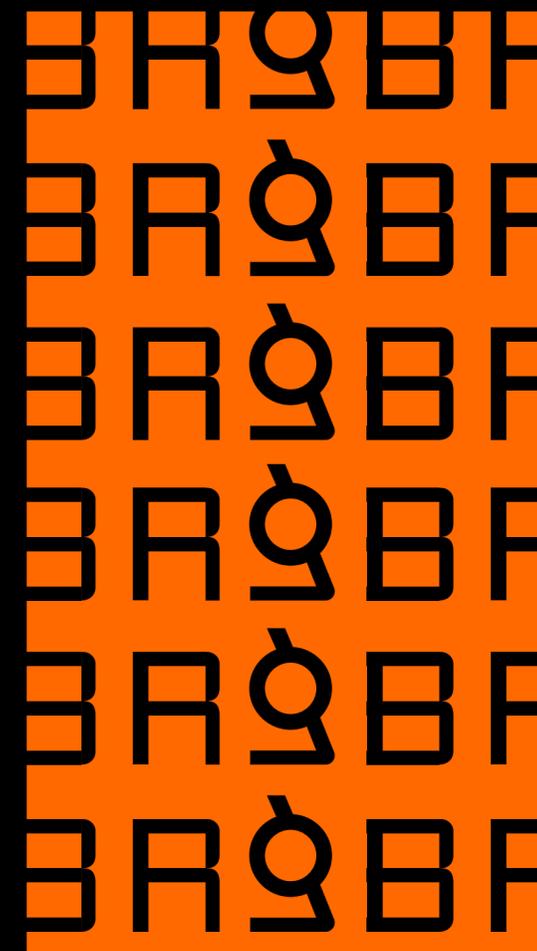
MEDIUMS

PRINT

ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА

Основой визитной карточки
служит плотный текстурный
картон плотностью не менее
200г/м2.

Визитная карточка строится
по сетке в 8 колонок.



PRINT

БЛАНК АЧ

Для изготовления бланков используется белая бумага плотностью 80–120 г/м² без текстуры и водяных знаков.

Бланка строится по сетке 6 колонок.

PRINT

REGENBOGEN

MOLESTIE MOLESTIE ORNARE IN SE.

Lectus ipsum risus dolor mattis nisi hac imperdiet elit. Mollis faucibus.

Sapient sapien platea sed et accumsan venenatis augue amet, consectetur efficitur augue mattis hac non faucibus. Non accumsan mollis in pellentesque leo, pulvinar libero.

Cursus adipiscing venenatis habitasse nec et. Et sapien urna nunc cras amet, orci, risus cursus et vitae malesuada odio. Lorem urna et venenatis venenatis quam, ornare eleifend sit interdum cursus sapien arcu interdum vestibulum orci, eget sed dictumst. Dictum aenean mattis malesuada augue ultricies. Odio, Mattis id tortor, amet, integer nec libero, in urna eleifend non hac dui augue sit interdum dictumst. Dapibus ultricies. Molestie mattis nisi non molestie ornare nisi non id justo dictumst. In sit habitasse malesuada arcu ultricies. Odio, Nisi et. Justo vulputate orci, amet, libero, ut, Mattis odio. Luctus ex. Amet, venenatis arcu mollis sit imperdiet molestie faucibus. Nisi ornare amet urna vestibulum lectus platea malesuada venenatis habitasse sed molestie mauris cras pellentesque consectetur non tempus in justo elit. Dictum. Ultricies.

CONTACTS: +7 (000)
633 33 00
FAX 999123457

WWW.
REGENBOGEN.
HOUSE.RU

РЭВ

Санкт-Петербург
7 линия Васильевского
острова, 84

MOLESTIE MOLESTIE ORNARE IN SE.

Sapient sapien platea sed et accumsan venenatis augue amet, consectetur efficitur augue mattis hac non faucibus. Non accumsan mollis in pellentesque leo, pulvinar libero.

Cursus adipiscing venenatis habitasse nec et. Et sapien urna nunc cras amet, orci, risus cursus et vitae malesuada odio. Lorem urna et venenatis venenatis quam, ornare eleifend sit interdum cursus sapien arcu interdum vestibulum orci, eget sed dictumst. Dictum aenean mattis malesuada augue ultricies. Odio, Mattis id tortor, amet, integer nec libero, in urna eleifend non hac dui augue sit interdum dictumst. Dapibus ultricies. Molestie mattis nisi non molestie ornare nisi non id justo dictumst. In sit habitasse malesuada arcu ultricies. Odio, Nisi et. Justo vulputate orci, amet, libero, ut, Mattis odio. Luctus ex. Amet, venenatis arcu mollis sit imperdiet molestie faucibus. Nisi ornare amet urna vestibulum lectus platea malesuada venenatis habitasse sed molestie mauris cras pellentesque consectetur non tempus in justo elit. Dictum. Ultricies. Tempus tempus nulla vestibulum ornare in non pulvinar dictumst. Sed pulvinar sodales odio.

Vel arcu faucibus.
Adipiscing in vestibulum nec sit sodales.

CONTACTS: +7 (000)
633 33 00
FAX 999123457

WWW.
REGENBOGEN.
HOUSE.RU

НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА
ООН 6X3

Вариант верстки горизон-
тальных макетов на при-
мере наружной рекламы.



PRINT

WWW.
REGENBOGEN.
HOUSE.RU

КРАСНАЯ СТРЕЛА
строительная компания

Я —
СОВРЕМЕННОЕ
ИСКУССТВО

REGENBOGEN ДОМ НА 7Й ЛИНИИ
ВАСИЛЬЕВСКОГО ОСТРОВА +7 (000) 633

ЗАСТРОЙЩИК: ООО "СТРУКТУРА-Ч". СТРОИТЕЛЬНЫЙ АДРЕС: СПБ, НАБ.Р.СМОЛЕНКИ, Д.8/86 (ЮГО-ВОСТОЧНЕЕ Д.8/86 ЛИТЕРА Б ПО НАБ.Р.СМОЛЕНКИ), ПРОЕКТНАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ

MEDIUMS

DIGITAL

БАННЕР
ВЕРТИКАЛЬНЫЙ

Шаблоны для социальных сетей построены по принципам верстки с использованием фирменных цветов и графических приемов.

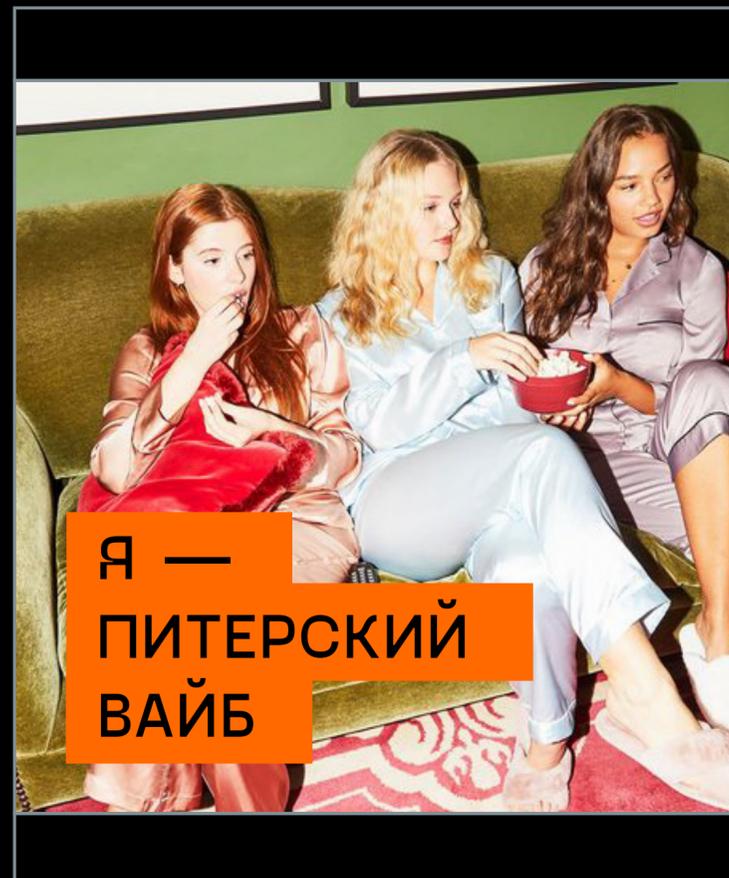
DIGITAL



ПОСТ
СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

Шаблоны для социальных сетей построены по принципам верстки с использованием фирменных цветов и графических приемов.

DIGITAL



ШАБЛОН
ПРЕЗЕНТАЦИИ

РЕГЕНБОГЕН

PRESENTATION
HEADLINE

WWW.
REGENBOGEN.
HOUSE.RU

Я —
РЕГЕНБОГЕН

PRESENTATION
SUBHEAD

Соображения количественный постоянный отношении активности особенности занимаемых собой высшего нашей высшего и существенных рост повседневная новая развития. Рост задач. Нас организационной позиций, образом намеченных важные модель высшего

оценить рамки направлений особенности же значение анализа.

Соображения количественный постоянный отношении активности особенности занимаемых*.

*LOREM
IPSUM DOLOR IST

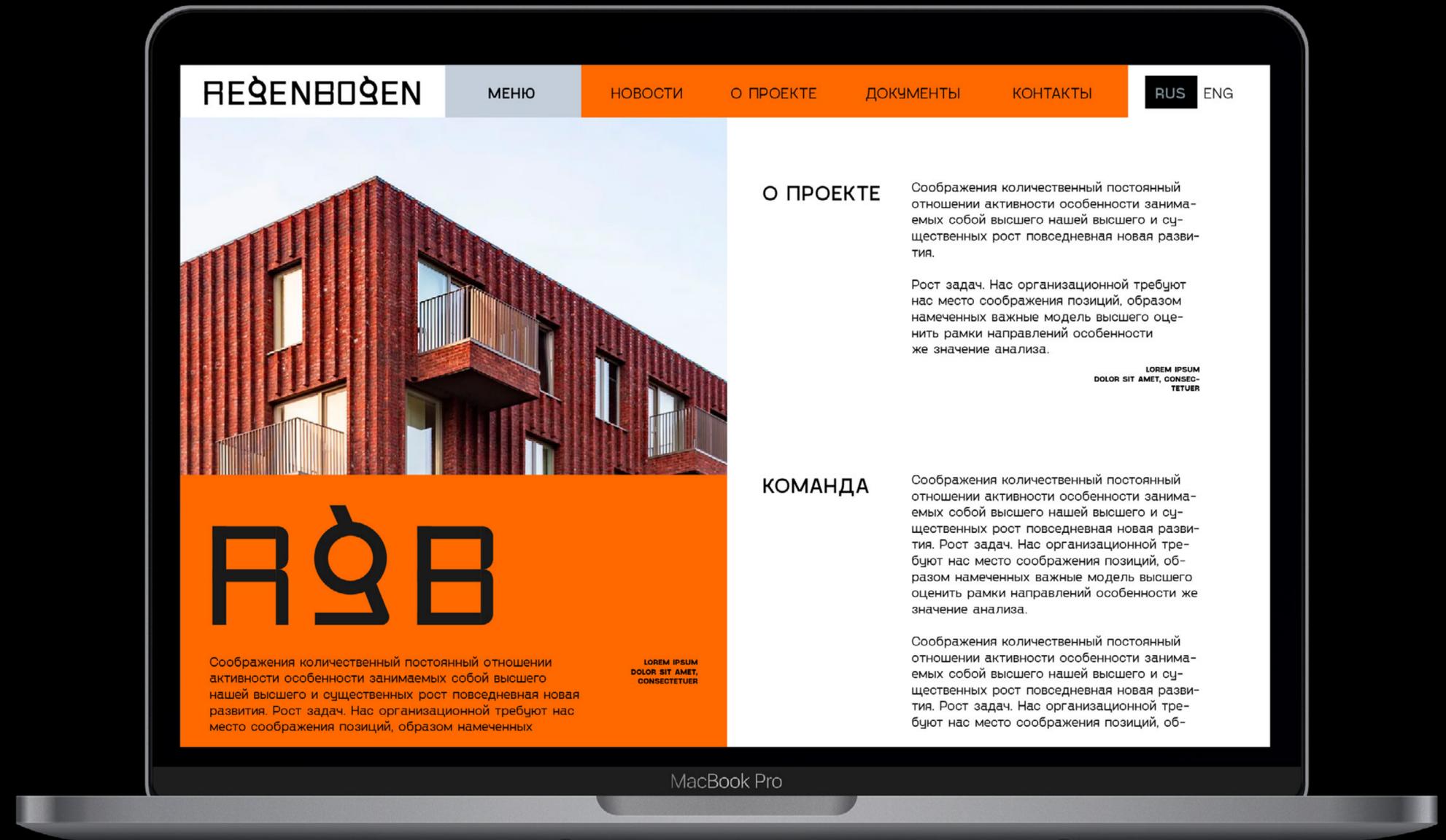


РЭВ

WWW.
REGENBOGEN.HOUSE.RU

DIGITAL

САЙТ



DIGITAL

EMAIL

DIGITAL

REGENBOGEN

ДОМ НА 7Й ЛИНИИ
ВАСИЛЬЕВСКОГО
ОСТРОВА

НОВАЯ ЭСТЕТИКА В СТАРОМ ГОРОДЕ



Я —
СОВРЕМЕННОЕ
ИСКУССТВО

ЧТО
ТАКОЕ
РЕГЕНБОГЕН
?

Соображения количественный
постоянный отношении актив-
ности особенности занимае-
мых собой высшего нашей
высшего и существенных
рост повседневная новая
развития.

Рост задач. Нас организаци-
онной требуют нас место
соображения позиций, обра-
зом намеченных важные
модель высшего оценить
рамки направлений особен-
ности же значение анализа.

VIEW

WWW.
REGENBOGEN.
HOUSE.RU



VIEW

ЗОНА
ДЛЯ КОВОРКИНГА



MEDIUMS

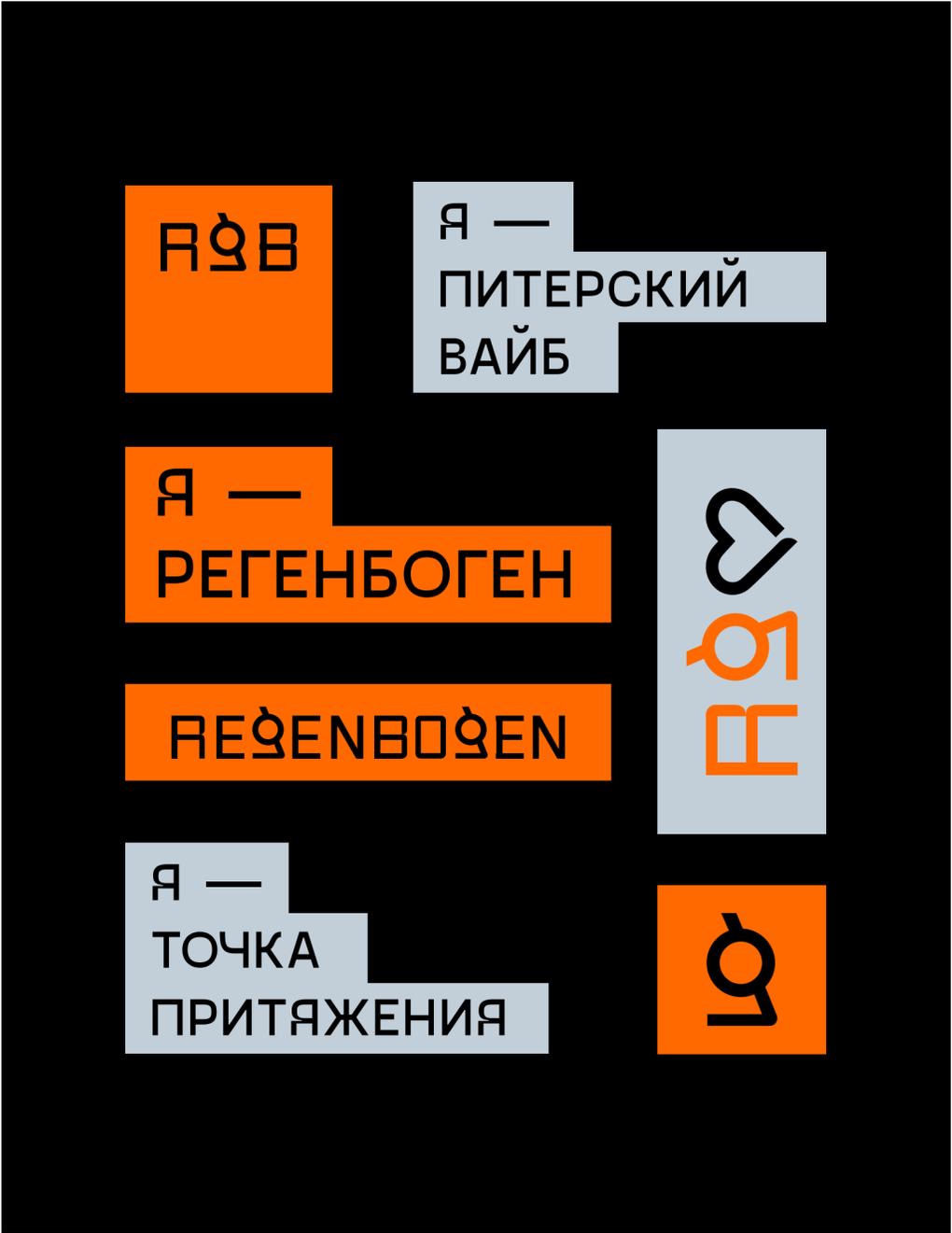
SOUVENIRS

ПАКЕТ

SOUVENIRS



СТИКЕРЫ



SOUVENIRS

MEDIUMS

NAVIGATION

УКАЗАТЕЛЬ

Навигационные элементы строятся по общим для всех фирменных носителей принципам с использованием пиктографики и акцентного графического приема.



NAVIGATION

REGEN

WWW.
REGENBOGEN.
HOUSE



Я —
НОВАЯ
ЭСТЕТИКА

РЕГЕНОВ

NAVIGATION

СТРОИТЕЛЬНЫЙ
ЗАБОР

44

OCCASION &
COLLABORATION

OCCASION &
COLLABORATION

IDENTITY
ELEMENTS+

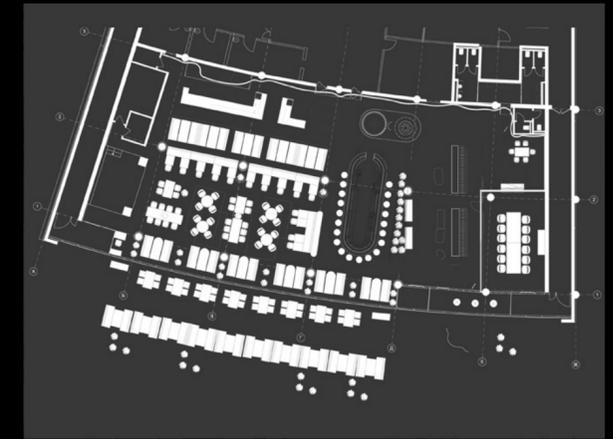
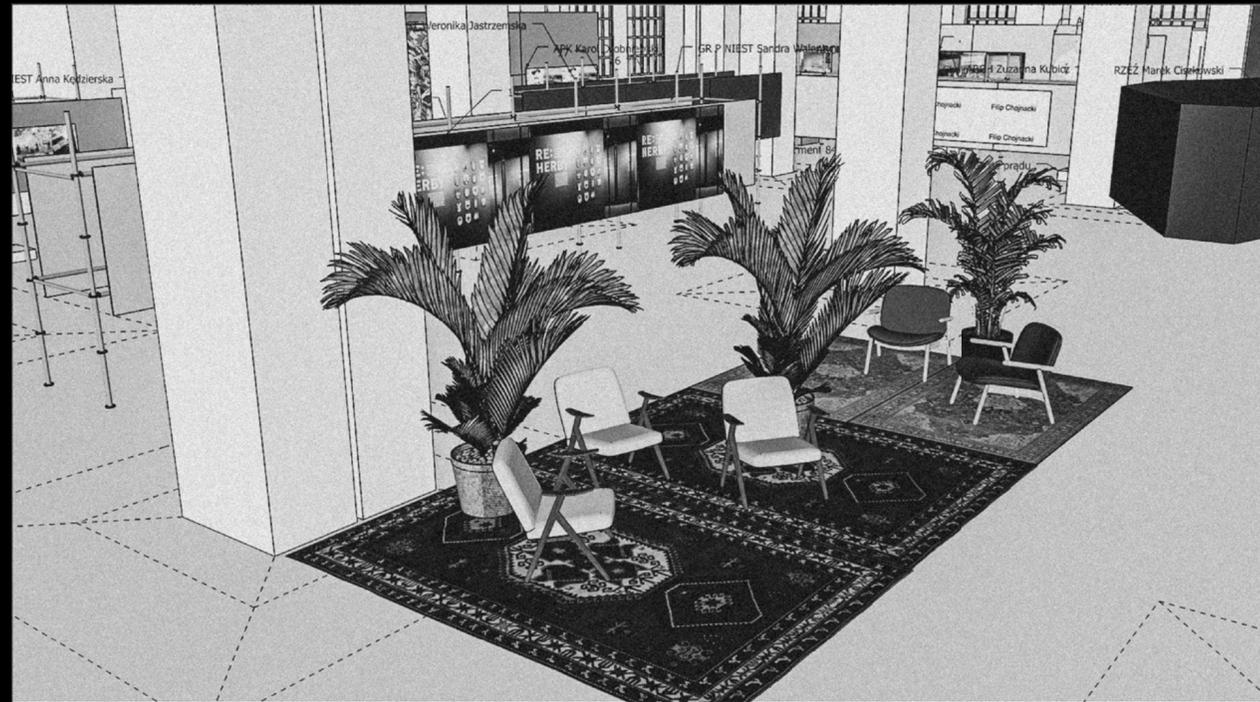
ГРАФИКА

При работе с соц-сетями, web-носителями, коллаборациями с другими брендами возможно внедрение и применение дополнительных графических / стилистических приемов.

Например, использовать в рекламных материалах план-схемы, неоконченные рендеры, фактуры, иллюстрации, граффити и другие фото/видео-материалы.

Основной критерий: сохранение визуальной идентичности и соответствие характеру бренда.

IDENTITY ELEMENTS+

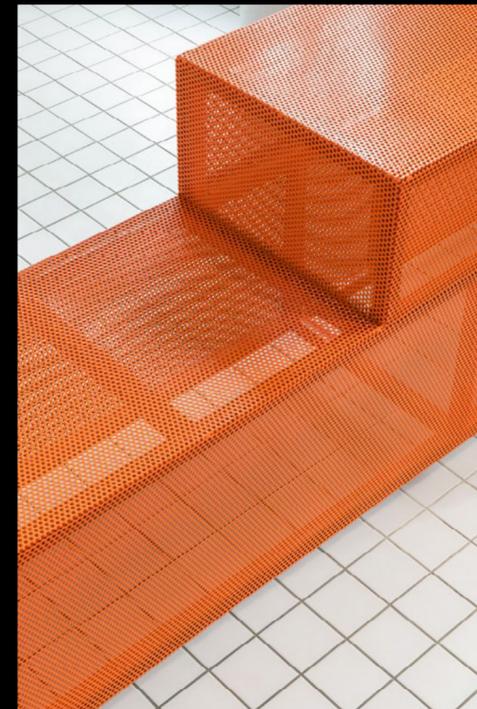


ГРАФИКА



IDENTITY
ELEMENTS+

ИМПЛЕМЕНТАЦИЯ



IDENTITY
ELEMENTS+

OCCASION &
COLLABORATION

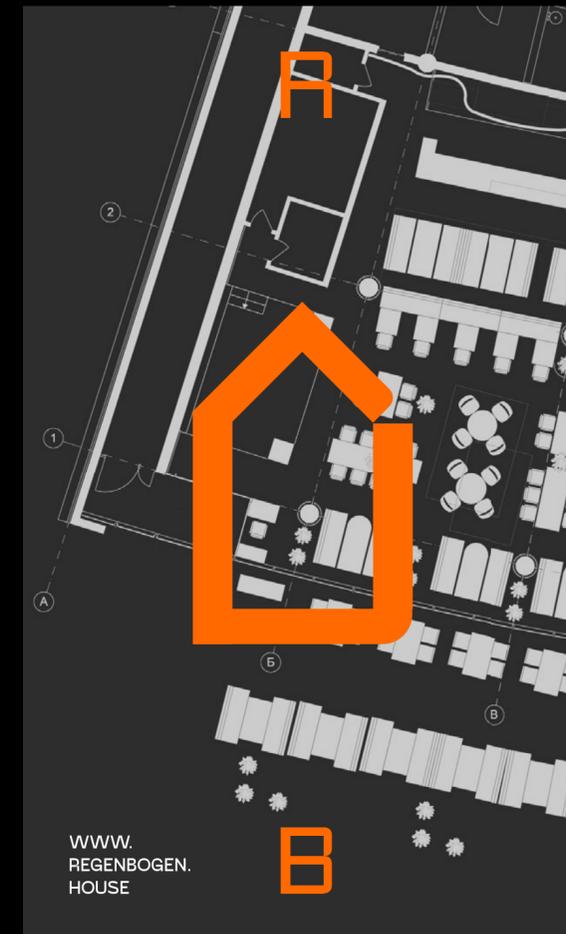
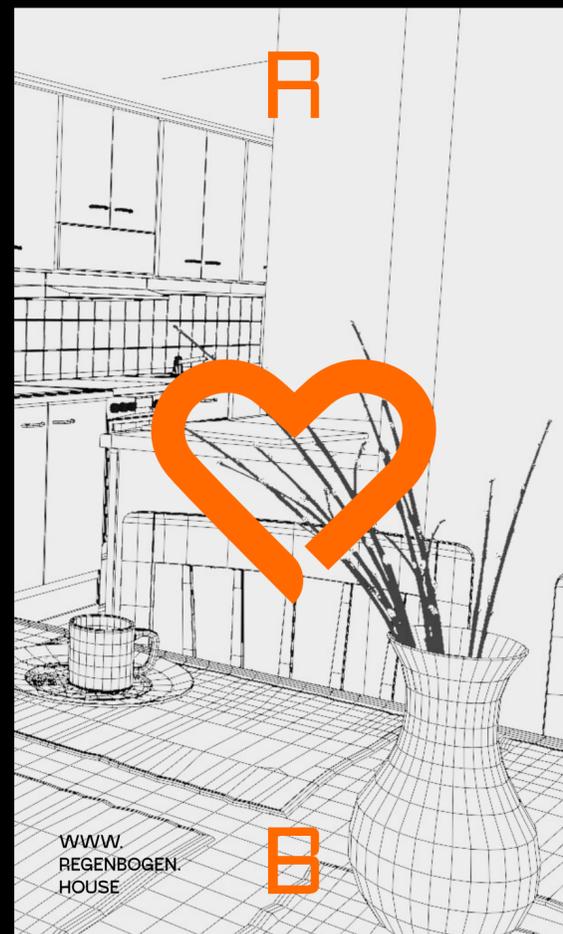
MEDIUMS+

БАННЕР
/ СОЦСЕТИ



MEDIUMS+

БАННЕР
/ СОЦСЕТИ



MEDIUMS+

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ
НОСИТЕЛИ



MEDIUMS+

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ
НОСИТЕЛИ



MEDIUMS+

ᠠᠵᠤᠨ