

MITTE

**Краткое
руководство
по применению
констант
бренда**

SH[®]

2018

1

Логотип

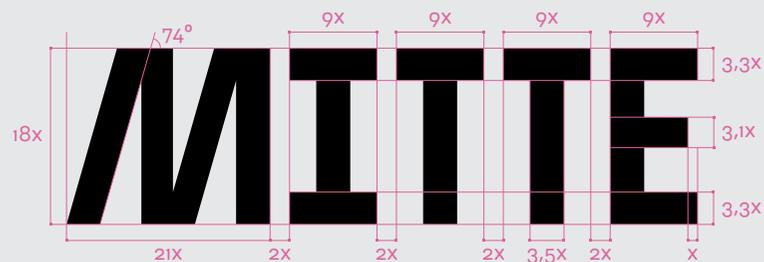
ОСНОВНАЯ ВЕРСИЯ
ПОСТРОЕНИЕ
ОХРАННОЕ ПОЛЕ
МИНИМАЛЬНЫЙ РАЗМЕР
РАЗРЕШЕННЫЕ ФОНЫ
ЗАПРЕЩЕННЫЕ ПРИЕМЫ
СОКРАЩЕННАЯ ВЕРСИЯ

ОСНОВНАЯ ВЕРСИЯ

Построение. Логотип MITTE представляет собой уникальное шрифтовое начертание, основанное на пропорциях архитектуры проекта. Элементы логотипа находятся в строгой взаимосвязи, поэтому следует всегда использовать оригинальный векторный файл.

Охранное поле. Для обеспечения наилучшей считываемости вокруг логотипа всегда следует оставлять свободное от любой графики пространство. Размер охранного поля равен размеру буквы «М».

Минимальная высота логотипа при воспроизведении на печати равна 3 мм.



Построение

MITTE 3MM

Минимальный размер



Охранное поле

РАЗРЕШЕННЫЕ ФОНЫ

Основной версией является логотип черного цвета на фирменном светло-сером или белом фоне.

Дополнительно возможно использовать черный логотип на фирменном желтом фоне или желтый логотип на черном фоне. Также возможно использование инверсии—белого логотипа на черном фоне. Такие версии уместны при воспроизведении методом шелкографии, гравировки и в сувенирной продукции.

MITTE

MITTE

[Основные версии](#)

MITTE

MITTE

MITTE

[Дополнительные версии](#)

ЗАПРЕЩЕННЫЕ ПРИЕМЫ

Для сохранения узнаваемости бренда следует всегда использовать оригинальный векторный файл без изменений.

Запрещается:

- 1 перекрашивать логотип в нефирменные цвета;
- 2 использовать градиент;
- 3 наклонять и поворачивать логотип;
- 4 применять тень и эффекты;
- 5 непропорционально изменять размер;
- 6 изменять толщину букв и применять обводки;
- 7 использовать наборный шрифт вместо логотипа;
- 8 использовать на нефирменном фоне;
- 9 нарушать охранное поле и использовать неконтрастный фон, затрудняющий считывание.

1
MITTE

2
MITTE

3
MITTE

4
MITTE

5
MITTE

6
MITTE

7
MITTE

8
MITTE

9
MITTE

ЗНАК

Сокращенная версия логотипа представляет собой начальную букву «М» и может применяться в тех случаях, когда использование полной версии невозможно, либо затруднено в связи с ограниченной площадью.

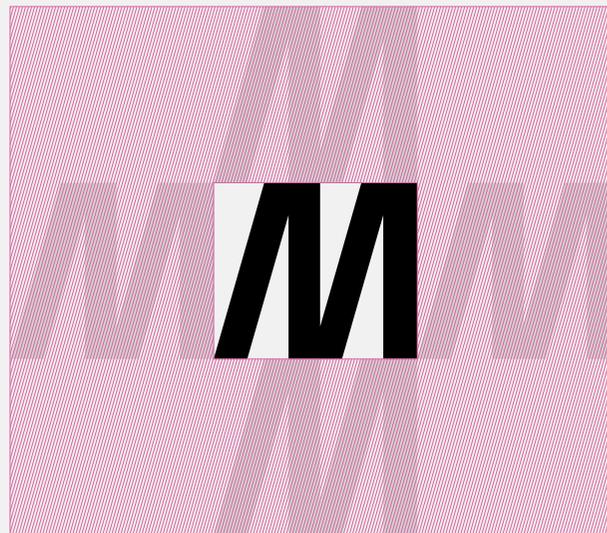
! Знак не может заменять собой основную версию логотипа во внешних коммуникациях.

Охранное поле. Для обеспечения наилучшей считываемости вокруг знака всегда следует оставлять свободное от любой графики пространство. Размер охранного поля равен размеру буквы «М».

Минимальная высота знака при воспроизведении на печати равна 3 мм.

Основной версией является знак черного цвета на светло-сером фоне.

Дополнительно возможно использовать черный знак на фирменном желтом фоне или желтый знак на черном фоне. Также возможно использование инверсии—белого логотипа на черном фоне. Такие версии уместны при воспроизведении методом шелкографии, гравировки и в сувенирной продукции.



Охранное поле



Минимальный размер

Дополнительные версии

М

М

М

2

Цветовая палитра

ОСНОВНЫЕ И ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ
ЦВЕТА

ОСНОВНЫЕ И ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ЦВЕТА

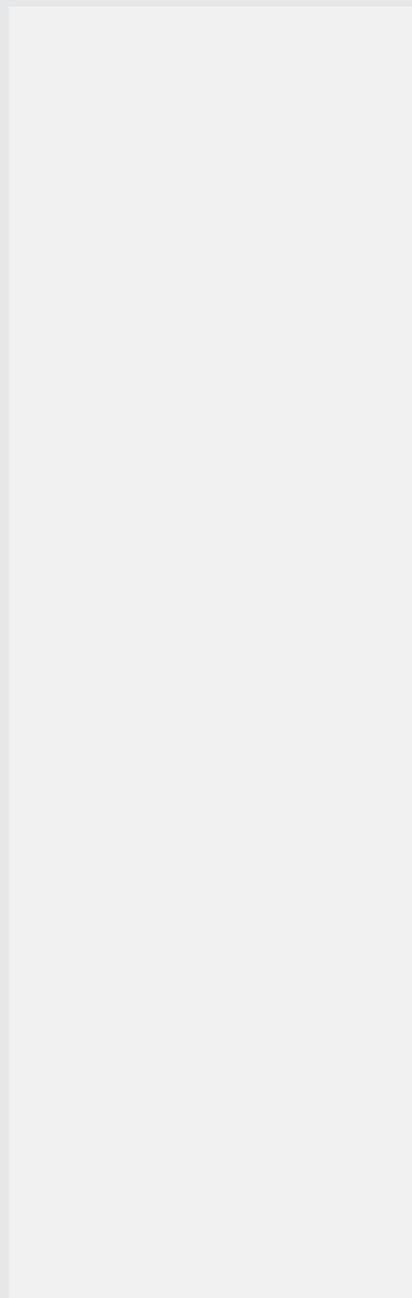
Основная палитра включает в себя три цвета: светло-серый, желтый и черный.

Светло-серый используется как основной фон во всех коммуникациях. Макет должен в целом восприниматься как светлый.

Черный является основным цветом логотипа и текста.

Желтый цвет используется для фирменной графики, цветовых акцентов в фотографии и тексте.

Дополнительные цвета—красный и синий—применяются только во внутренних коммуникациях и многостраничных изданиях и не могут использоваться вместо основных цветов.



CMYK — 0 0 0 5
RGB — 241 242 242



PANTONE — 7404 U
CMYK — 0 20 85 0
RGB — 255 204 64



PANTONE — Black 6 U
CMYK — 0 0 0 100
RGB — 0 0 0



PANTONE — 186 U
CMYK — 0 90 80 15
RGB — 207 55 52



PANTONE — 2388 U
CMYK — 90 85 0 15
RGB — 52 60 138

3

Фирменные шрифты

ОСНОВНЫЕ ШРИФТЫ
ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ШРИФТЫ

ОСНОВНЫЕ ШРИФТЫ

Основной гарнитурой является Brutal Type от Brownfox. Это шрифтовое семейство наилучшим образом отвечает характеру бренда, поэтому во всех внешних коммуникациях следует использовать именно эти шрифты.

Brutal Type Regular используется для набора основного текста.

Brutal Type Medium применяется в заголовках и для акцентов в основном тексте.

Brutal Type Bold может служить в качестве заголовка при сложноструктурированной верстке, когда начертание Medium выполняет роль подзаголовка.

[Brutal Type Regular](#)

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз Ии Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп
Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя
1234567890§±!@£\$%^&*()+=

[Brutal Type Medium](#)

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз Ии Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп
Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя
1234567890§±!@£\$%^&*()+=

[Brutal Type Bold](#)

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз Ии Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп
Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя
1234567890§±!@£\$%^&*()+=

АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ШРИФТЫ

Альтернативная гарнитура Roboto используется в тех случаях, когда использование основных шрифтов невозможно или их применение ограничено. Например, в текстовых документах офисных программ MS Office.

Скачать шрифт Roboto можно бесплатно по ссылке:

<https://fonts.google.com/specimen/Roboto>

! Альтернативные шрифты не могут быть использованы вместо основных во внешних коммуникациях бренда.

Roboto Regular

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз Ии Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп
Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя
1234567890\$±!@£\$%^&*()+=

Roboto Medium

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз Ии Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп
Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя
1234567890\$±!@£\$%^&*()+=

Roboto Bold

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз Ии Йй Кк Лл Мм Нн Оо Пп
Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъъ Ыы Ьь Ээ Юю Яя
1234567890\$±!@£\$%^&*()+=

4

Фирменная графика

ГРАФИЧЕСКИЙ ЭЛЕМЕНТ
ПРИНЦИПЫ КАДРИРОВАНИЯ

ГРАФИЧЕСКИЙ ЭЛЕМЕНТ

Основная версия. В качестве фирменного графического элемента используется цветное пятно, представляющее собой упрощенные очертания района Митте в Берлине.

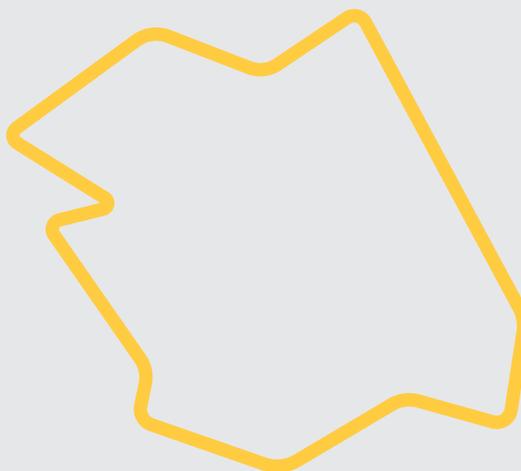
Дополнительно может использоваться контурная версия графического элемента, которая не может быть использована вместо основной.

Сокращенная версия логотипа может быть использована вместе с фирменным графическим элементом в качестве значка или в сувенирной продукции.

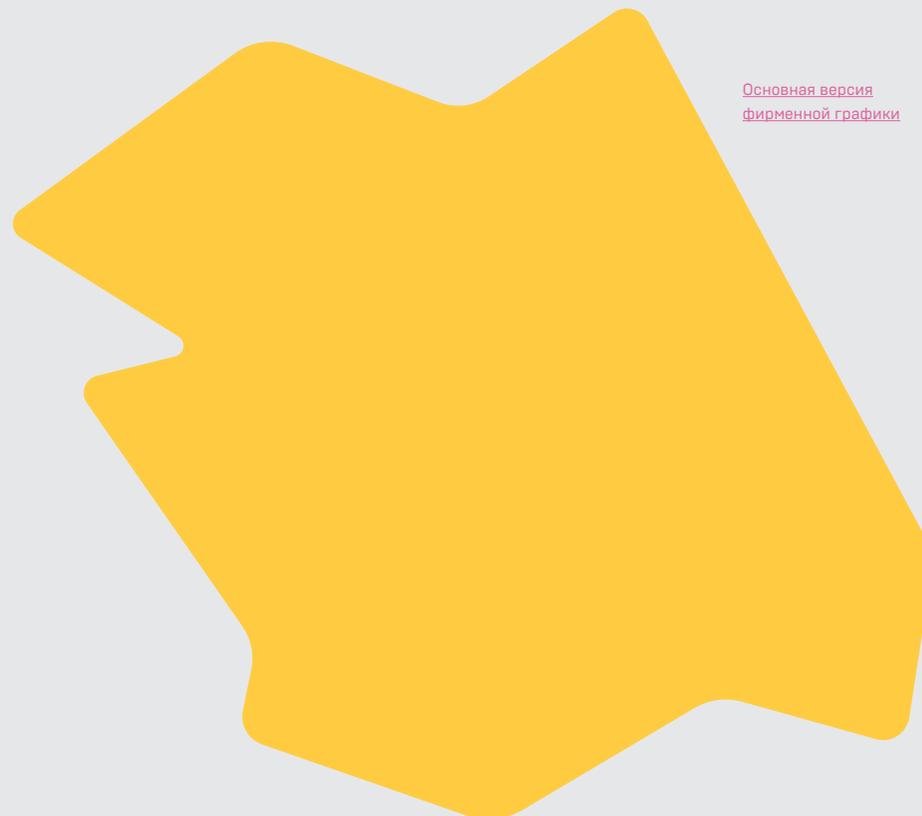
[Совместное использование знака и фирменной графики](#)



[Дополнительная версия фирменной графики](#)



[Основная версия фирменной графики](#)



[Границы района Mitte в Берлине](#)



ПРИНЦИПЫ КАДРИРОВАНИЯ

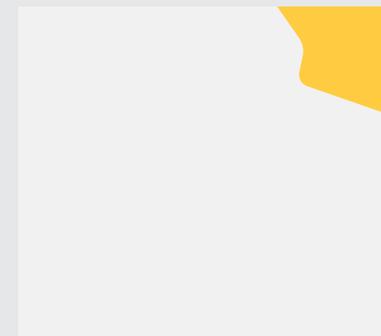
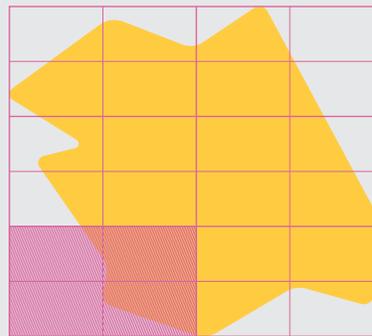
Фирменный графический элемент не может использоваться на носителе в полный размер и всегда кадрируется. Степень кадрирования зависит от носителя и объема текстовой информации.

Размер элемента варьируется от $1/6$ части до $1/2$. В рамках этих пропорций выбирается любая, наиболее уместная часть.

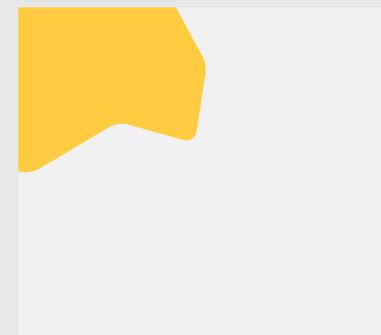
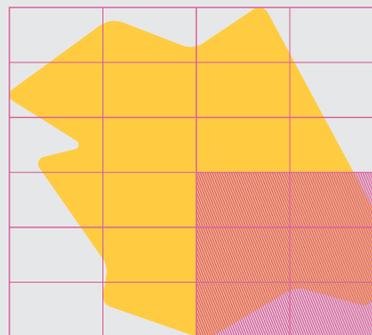
! Вращать фирменный элемент запрещается.



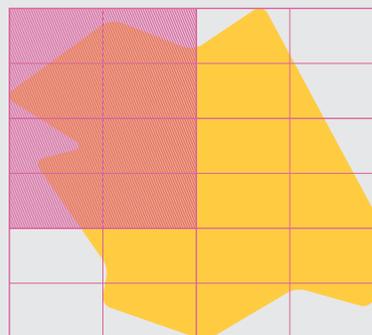
1/6



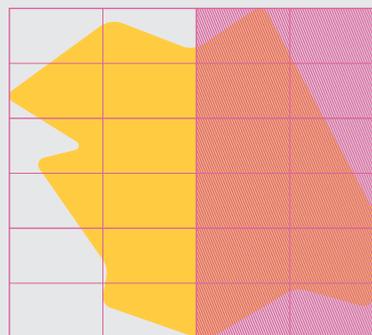
1/4



1/3



1/2



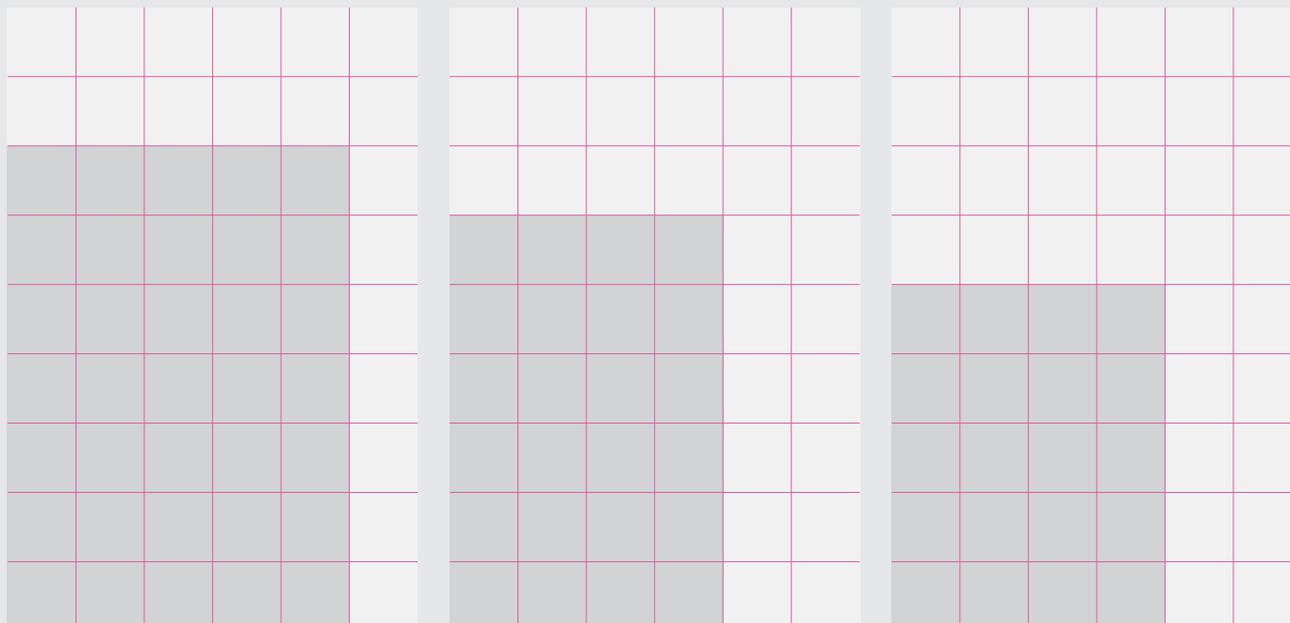
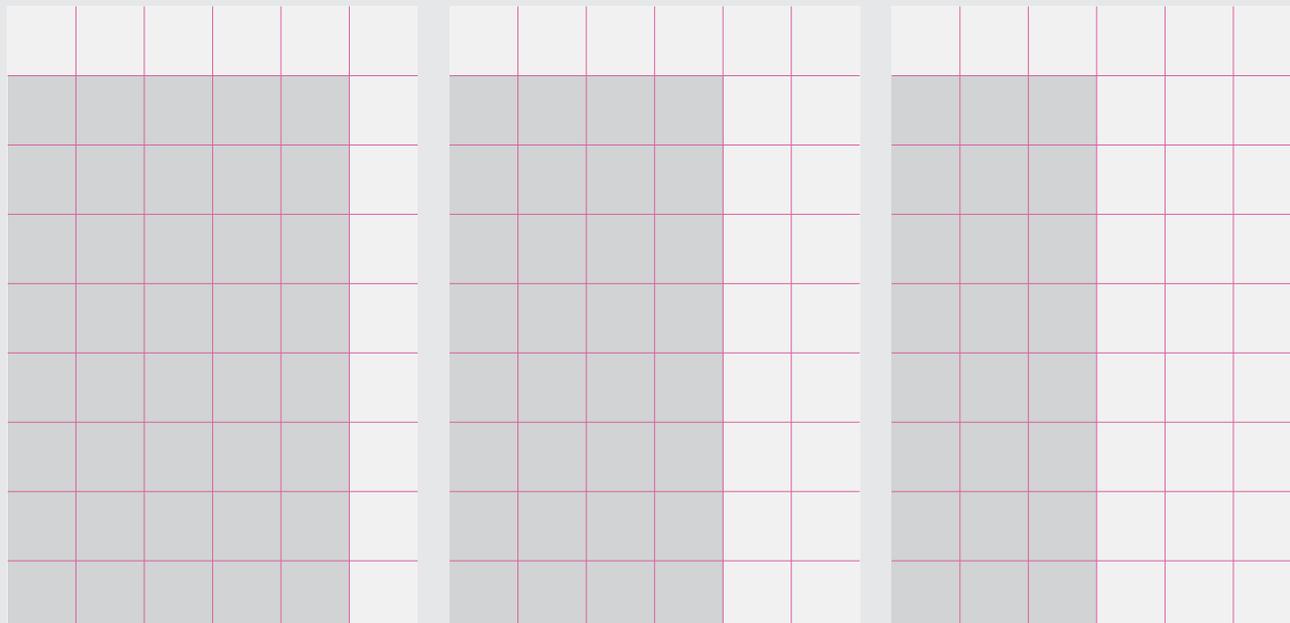
5

Принципы верстки

ПРОДУКТОВЫЙ МАКЕТ 2:3
ПЛОЩАДЬ, ЗАНИМАЕМАЯ ГРАФИКОЙ
НАПОЛНЕНИЕ МАКЕТА 2:3
ПРОДУКТОВЫЙ МАКЕТ 2:1
НАПОЛНЕНИЕ МАКЕТА 2:1
НАПОЛНЕНИЕ МАКЕТА 1:1
ИМИДЖЕВЫЙ МАКЕТ
ВНУТРЕННИЕ КОММУНИКАЦИИ
АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ МАКЕТЫ

ПРОДУКТОВЫЙ МАКЕТ 2:3

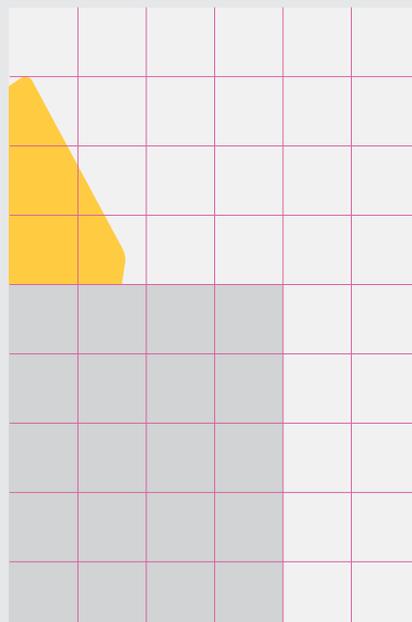
Создание макета строится по принципу наслаивания изображения на основной фон. Пропорции изображения определяются коммуникационной целью носителя и объемом текстовой информации. Кадрирование выполняется кратно шагу модульной сетки. Данные схемы иллюстрируют принципы верстки, которые могут быть переложены на носители других форматов.



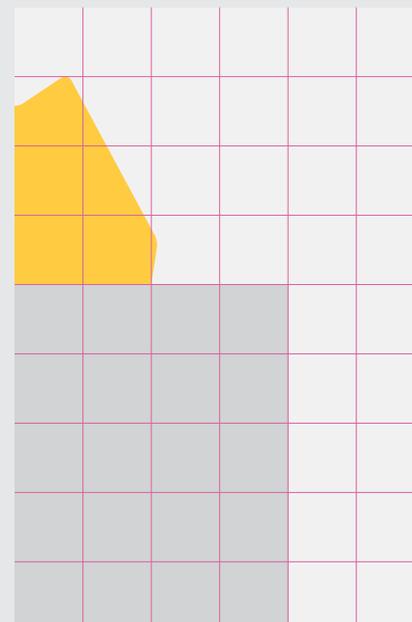
ПЛОЩАДЬ, ЗАНИМАЕМАЯ ГРАФИКОЙ

Фирменный графический элемент может занимать от 5% до 15% площади всего макета. Данный принцип следует применять при построении макетов любого формата. Исключение составляют имиджевые коммуникации, о которых будет сказано в соответствующем разделе.

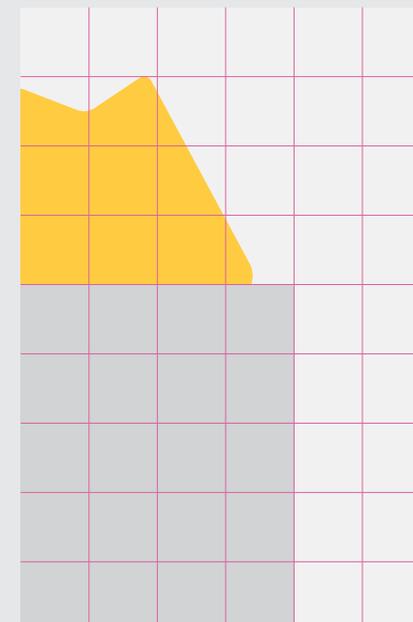
5%



10%



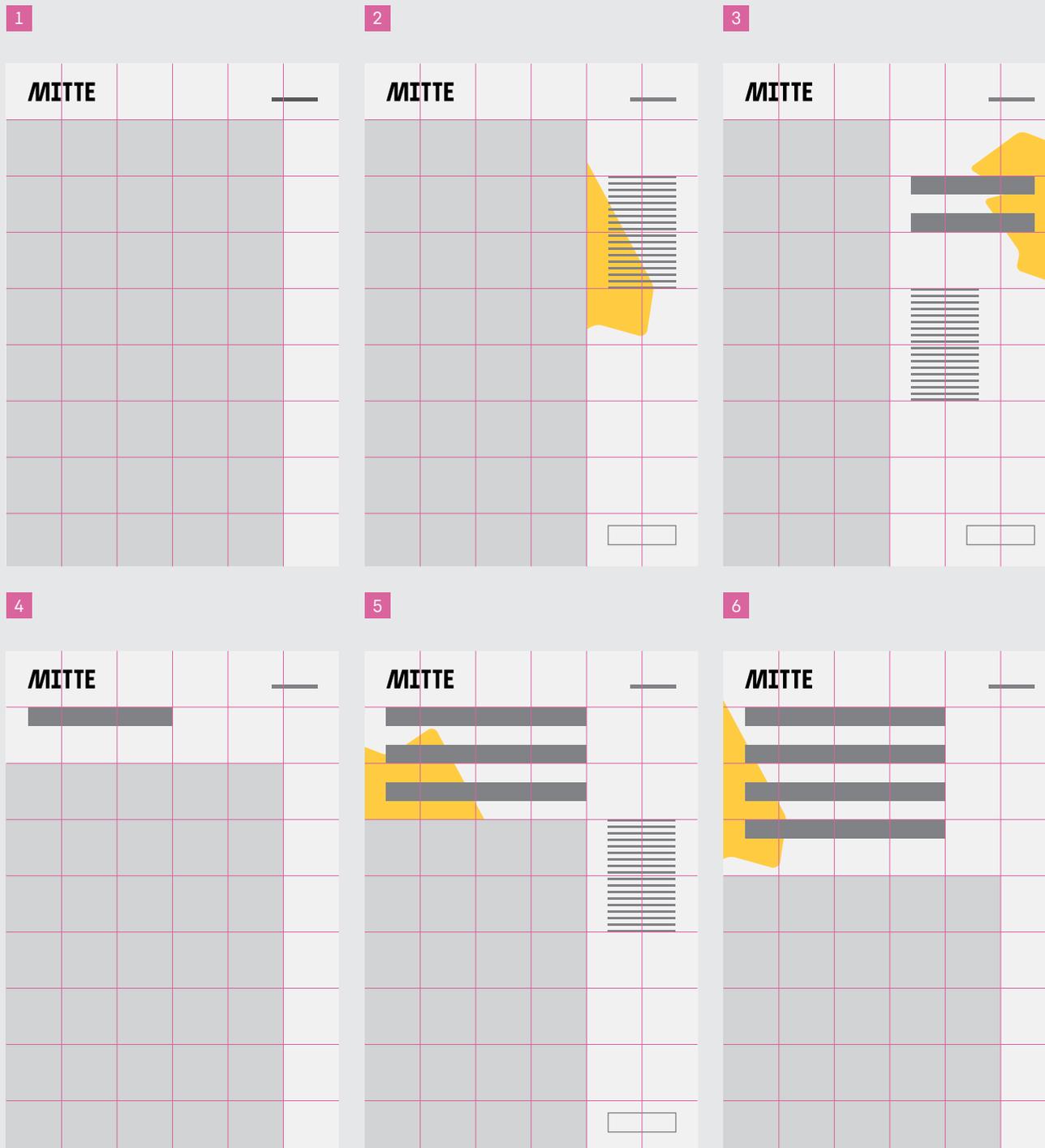
15%



НАПОЛНЕНИЕ МАКЕТА 2:3

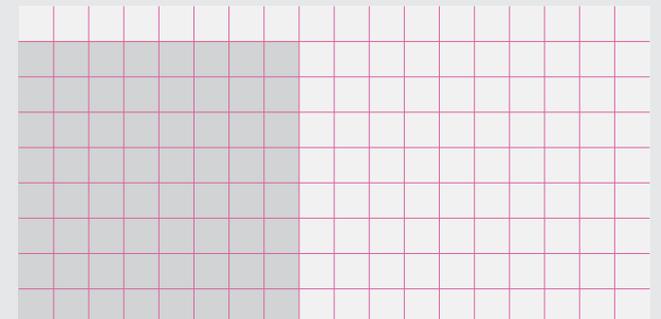
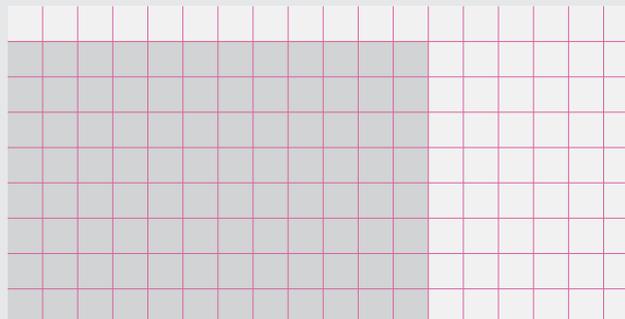
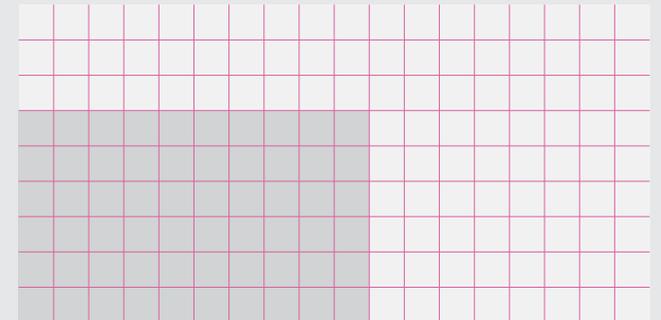
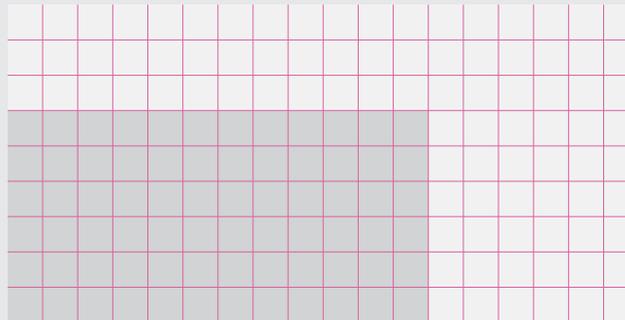
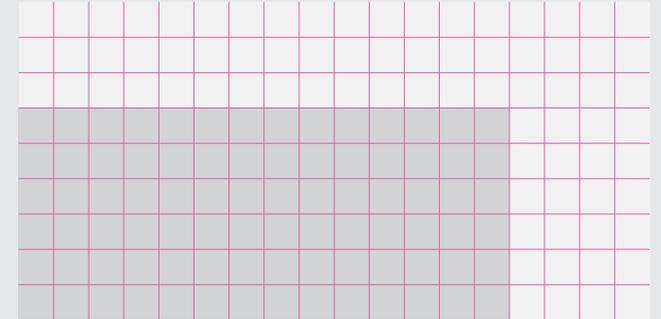
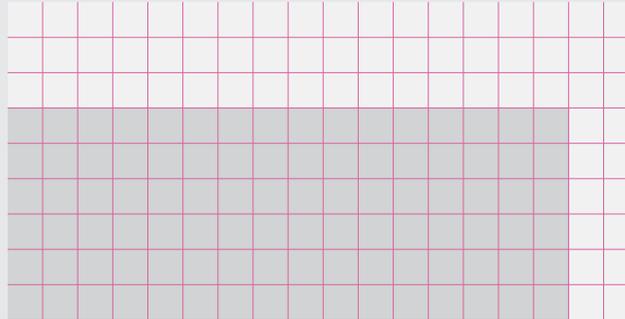
В продуктовых макетах логотип размещается в левом верхнем углу с соблюдением охранного поля. В макетах для внешних коммуникаций следует использовать фирменную графику. Во внутренних коммуникациях можно отказаться от использования графики. На данной странице приводятся примеры компоновочных схем, которые при необходимости можно комбинировать между собой.

- 1 Схема макета для внутренних коммуникаций, содержащая только фотоизображение и адрес сайта;
- 2 схема макета для внешних коммуникаций с небольшим текстовым блоком и местом для логотипа девелопера;
- 3 схема макета для внешних коммуникаций с коротким заголовком (не более двух строк), небольшим текстовым описанием и местом для логотипа девелопера. Вытянутый формат изображения подходит в случаях, когда нужно показать часть изображаемого объекта;
- 4 схема макета для внутренних коммуникаций с крупным изображением и коротким заголовком (не более одной строки);
- 5 схема макета для внешних коммуникаций, содержащая заголовок средней длины (две-три строки), текстовый блок и место для логотипа девелопера. Баланс между фотоизображением, заголовком и текстом делает данную схему наиболее универсальным инструментом;
- 6 схема макета с длинным заголовком (три-четыре строки) и квадратным фотоизображением. Подходит в случаях необходимости использования длинного заголовка, но без общей перегруженности макета.



ПРОДУКТОВЫЙ МАКЕТ 2:1

Создание макета строится по такому же принципу наслаивания изображения на основной фон как и в других форматах. Пропорции изображения определяются коммуникационной целью носителя и объемом текстовой информации. Кадрирование выполняется кратно шагу модульной сетки. Данные схемы иллюстрируют принципы верстки, которые могут быть переложены на носители других форматов.

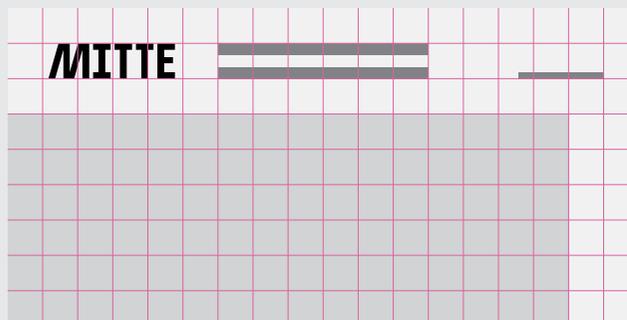


НАПОЛНЕНИЕ МАКЕТА 2:1

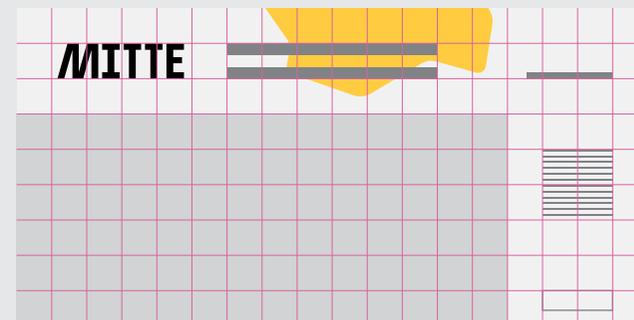
В продуктовых макетах логотип размещается в левом верхнем углу с соблюдением охранного поля. В макетах для внешних коммуникаций следует использовать фирменную графику. Во внутренних коммуникациях можно отказаться от использования графики. На данной странице приводятся примеры компоновочных схем, которые при необходимости можно комбинировать между собой.

- 1 Схема макета для внутренних коммуникаций, содержащая крупное фотоизображение, короткий заголовок и адрес сайта;
- 2 схема макета для внешних коммуникаций с коротким заголовком, небольшим текстовым блоком и местом для логотипа девелопера;
- 3 схема макета для внешних коммуникаций с коротким заголовком (не более четырех строк), небольшим текстовым блоком и местом для логотипа девелопера;
- 4 схема макета для внешних коммуникаций с более длинным заголовком (не более пяти строк);
- 5 схема макета для внешних коммуникаций крупным фотоизображением, содержащая короткий заголовок (две-три строки), небольшой текстовый блок и место для логотипа девелопера. Данная схема подходит в случаях, когда необходимо создать акцент на фотоизображении;
- 6 схема макета с длинным заголовком (три-четыре строки) и квадратным фотоизображением. Баланс между фотоизображением и текстовой информацией делает данный вариант универсальным инструментом.

1



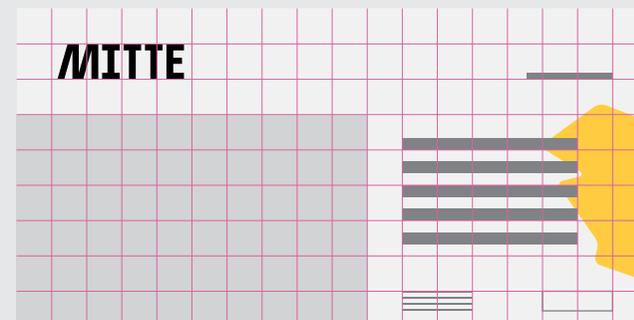
2



3



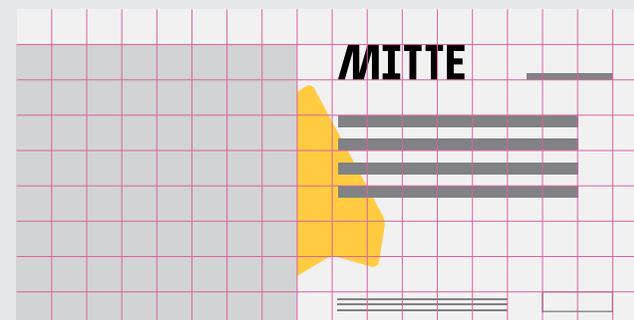
4



5



6

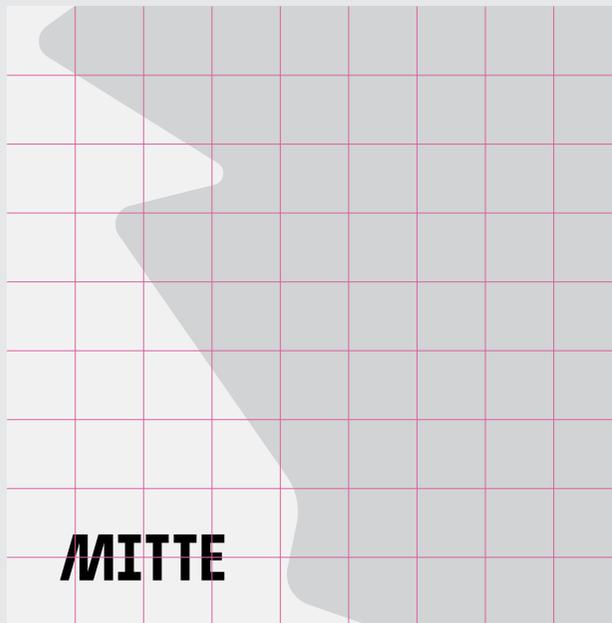


НАПОЛНЕНИЕ МАКЕТА 1:1

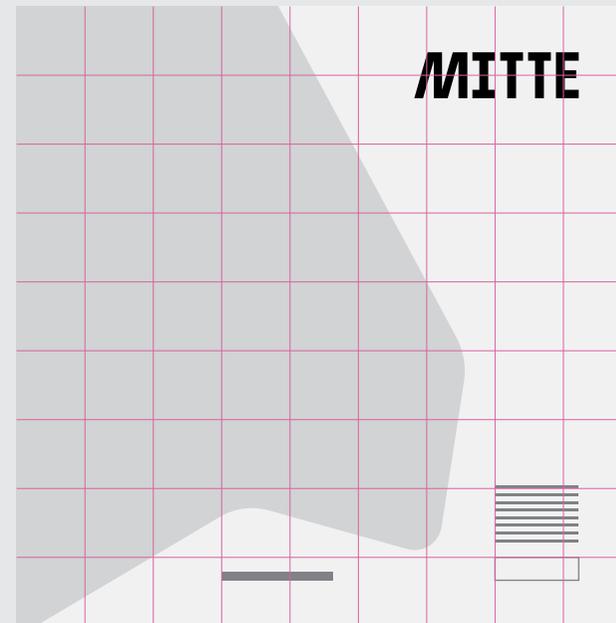
Фирменная графика может выступать в качестве контейнера для фотоизображения. В этом случае дополнительное использование графики желтого цвета не требуется. Комбинация такого типа носителей и носителей с графикой создает ритм, запоминаемость бренда и не надоедает зрителю. Поскольку сложная форма графики не имеет ровного контура, логотип для удобства может размещаться в любом подходящем углу с соблюдением охранного поля.

- 1 Схема макета, содержащая крупное фотоизображение;
- 2 схема макета с небольшим текстовым блоком и местом для логотипа девелопера;
- 3 схема макета с коротким заголовком (не более трех строк), небольшим текстовым блоком и местом для логотипа девелопера;
- 4 схема макета с коротким заголовком (не более трех строк), небольшим текстовым блоком и местом для логотипа девелопера.

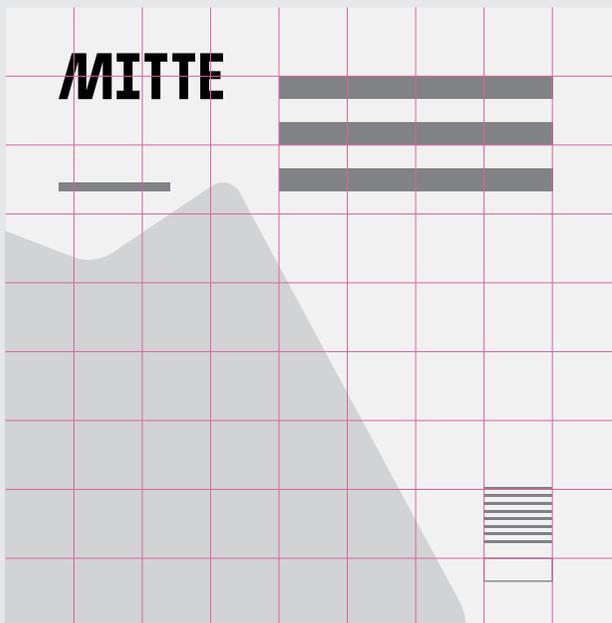
1



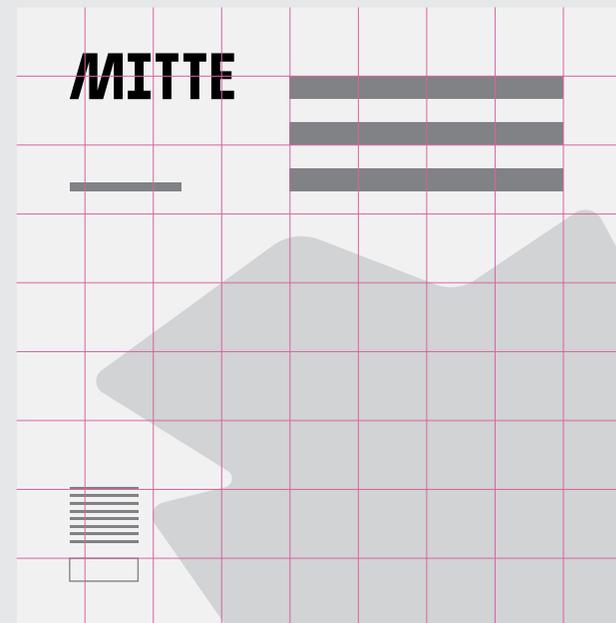
2



3



4



ИМИДЖЕВЫЙ МАКЕТ

В имиджевых коммуникациях акцент делается на сообщение, а логотип размещается в нижнем левом углу с соблюдением охранного поля. Используется только фирменная графика и типографика. Площадь, занимаемая графикой может быть существенно больше, чем в продуктовых макетах и занимает до 60% площади макета. Текст наслаивается поверх графики без ущерба для читабельности.

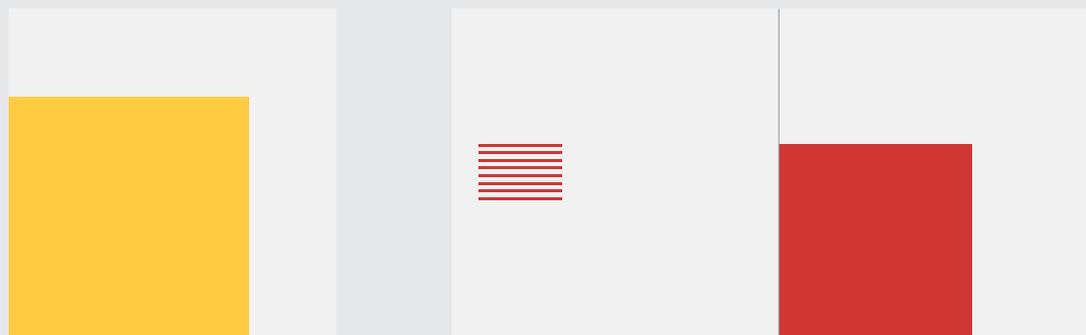


ВНУТРЕННИЕ КОММУНИКАЦИИ

Во внутренних коммуникациях возможно использование дополнительных цветов. Обязательно доминирование фирменного желтого цвета. В печатной продукции обложка должна содержать желтый цвет, а внутренние разделы допустимо разрабатывать с использованием дополнительных.



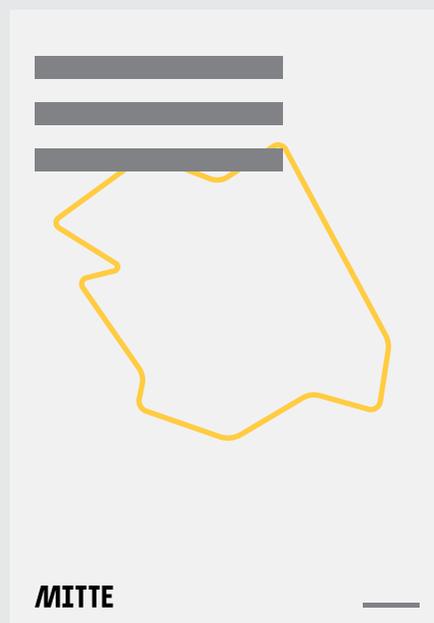
Пример схемы постеров



Пример схемы буклета

АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ МАКЕТЫ

В некоторых ситуациях фирменная графика может быть использована без кадрирования. В этих случаях она выполнена либо контуром, либо ее размер уменьшается до размера точки в сочетании с крупной типографикой. Такие макеты не могут быть использованы во внешних коммуникациях и носят либо сувенирный характер, либо работают совместно с основными видами макетов.



Спасибо за внимание



Данное руководство составлено агентством SmartHeart в 2018 году. Все права принадлежат Hutton Development. Вопросы, касающиеся использования констант бренда, вы можете направить по адресу: hello@sh.agency