

Бренд-платформа и руководство
по использованию элементов
фирменного стиля

KAZAKOV
Grand Loft

Содержание

1. ЛОГОТИП	2	4. ДИЗАЙН СИСТЕМА	17
1.1 Логотип	3	4.1 Общие принцип	18
1.3 Модульная сетка, охранное поле	4	4.2 Правила посторения макетов	19
1.4 Линии привязок	5		
1.5 Расположение на фоне	6	5. ГРАФИКА	25
1.6 Минимальные размеры	7	5.1 Паттерн	26
1.7 Недопустимые варианты использования	8	2.2 Дополнительные цвета	27
2. ЦВЕТ	10		
2.1 Основные цвета	11		
3. ТИПОГРАФИКА	12		
3.1 Шрифт	13		
3.2 Альтернативная гарнитура	14		
3.2 Правила оформления текстов	15		

1. Логотип

KAZAKOV
Grand Loft

Логотип состоит из главного элемента – гротескной надписи **Kazakov** – и подстрочника **Grand Loft** в рукописном стиле, будто автор взял перо и своей рукой подписал произведение искусства. Обе надписи являются единым целым, используются совместно и отражают принцип дуальности за счет совмещения уверенной антиквы и формальной классики.

Для воспроизведения фирменного блока используйте только оригинальную векторную версию. Недопустимы какие-либо изменения цвета, пропорций и начертания логотипа и дескриптора.



Вертикальная композиция логотипа и дескриптора: располагается под логотипом по вертикальной оси.

Всегда следует использовать только представленные оригинальные изображения и никогда не создавать свой знак, логотип или изменять оригинальное изображение.

Для воспроизведения фирменного блока используйте только оригинальную векторную версию. Недопустимы какие-либо изменения цвета, пропорций и начертания логотипа и дескриптора.

1.3 Модульная сетка, охранное поле



Чтобы обеспечить четкость логотипа, важно располагать их внутри свободного пространства достаточных размеров.

Расстояние от зоны логотипа до других знаков, объектов не должно быть меньше, чем ширина литер G, взятой из логотипа.

1.4 Линии привязок



При конструировании дизайн-макета для выравнивания текстовых блоков, элементов дизайна или графической информации относительно фирменного блока, а также для выравнивания фирменного блока относительно сетки или края макета рекомендуется использовать линии, обозначенные на схеме.

По касательным линиям определяется размер фирменного блока, а также осуществляется измерение расстояний до объектов на макете.

1.5 Расположение на фоне



Рис. 1



Рис. 2



Рис. 3

Основными фонами для расположения фирменного блока являются белый, темно-коричневый и светло-бежевые цвета, а также тонированные изображения (рис. 1).

Допускается расположение основной вариации фирменного блока на фонах с легким оттенком цвета (оттенок бумаги, ткани, металла и т.п.) (рис. 2).

Крайне не рекомендуется использование фирменного блока на фонах, отличных от перечисленных. Если такая ситуация возникнет, то следует воспользоваться следующими правилами:

- на фонах, представляющих собой равномерно окрашенную поверхность (в том числе равномерные области фотоизображений), возможно использование одноцветной вариации логотипа. При этом следует руководствоваться критерием контрастности и в случае необходимости использовать белую инверсию (рис. 3).

1.6 Минимальные размеры

KAZAKOV
Grand Loft

Минимальные размеры для
блока с дескриптором

KAZAKOV

Минимальные размеры для
блока без дескриптора

На схеме представлены минимально допустимые размеры фирменного блока. Данные размеры обобщены. Например, при некачественных способах печати или в зависимости от свойств поверхности носителя или от контрастности фона некоторые детали фирменного блока могут отображаться некорректно, поэтому необходимо в каждом отдельном случае воспроизведения фирменного блока размером близким к минимальному следить за его читабельностью.

При размерах меньше 12 мм использование дескриптора не рекомендуется.

1.7 Недопустимые варианты использования

В данном разделе представлены наиболее грубые и распространенные ошибки, встречающиеся при использовании фирменного блока. Избегайте их и следите за правильностью использования фирменного блока подрядчиками.



KAZAKOV
Grand Loft

KAZAKOV
Grand Loft

KAZAKOV
Grand Loft

1. Не допускается нарушение правила «охранного поля» фирменного блока

2. Не допускается использование других шрифтов в фирменном блоке

3. Не допускается искажение пропорций фирменного блока или его отдельных элементов

KAZAKOV
Grand Loft

KAZAKOV
Grand Loft

KAZAKOV
Grand Loft

4. Не допускается некорректная пикселизация фирменного блока

5. Не допускается поворачивать фирменный блок

6. Не допускается изменение насыщенности цветов или применение эффекта прозрачности

KAZAKOV
Grand Loft

KAZAKOV
Grand Loft

KAZAKOV
Grand Loft

7. Не допускается изменение местоположения элементов в фирменном блоке

8. Не допускается расположение фирменного блока на неконтрастном фоне

9. Не допускается применение эффекта тени

2. Цвет

2.1 Основные цвета

Pantone	—
CMYK	48 65 66 62
RGB	50 27 23

Основные цвета

Pantone	—
CMYK	0 0 0 0
RGB	0 0 100
	#000000

Основные цвета

Pantone	—
CMYK	15 11 14 1
RGB	214 211 199
	#d6d3c7

Background

Pantone	—
CMYK	48 65 66 62
RGB	50 27 23
	#321b17

Background

Pantone	—
CMYK	4 3 2 0
RGB	245 244 244
	#f5f4f4

Дополнительные
цвета

Pantone	—
CMYK	24 43 58 10
RGB	174 119 77
	#ae774d

Дополнительные
цвета

3. Типографика

3.1 Шрифт

В качестве основных фирменных шрифтов бренда «Kazakov» используется 2 шрифта **Kazimir Light** и **Helvetica**. Оба шрифта используются совместно и отражают принцип дуальности бренда

Шрифты можно использовать на веб-сервере.

Kazimir Light — Шрифт Kazimir — статичная контрастная антиква с пятью начертаниями различной насыщенности от светлого до жирного с курсивами в каждом. У шрифта слегка зауженные пропорции, длинные выносные элементы и активная модуляция штрихов, близкая к ритмике переходных антикв.

Helvetica — Гельветика (лат. Helvetica) — семейство шрифтов класса неогротеск, относящийся к стилю шрифтов без засечек. Используется в качестве заголовков и абзачного текста. Шрифт одинаково хорошо читается как на печатных, так и на цифровых материалах.

Kazimir Light

Light

Helvetica

Light

Regular

Bold

Роскошные апартаменты

Сайт рыба текст поможет дизайнеру, верстальщику, вебмастеру сгенерировать несколько абзацев более менее осмысленного текста рыбы на русском языке, а начинающему оратору отточить навык публичных выступлений в домашних условиях.

Kazimir Light

Для заголовков и выделения важных по смыслу частей текста используется – **Kazimir Light**

Helvetica

Для основных и дополнительных тестов используется среднее начертание шрифта – **Helvetica**

3.2 Правила оформления текстов

Заголовок

Regular

50/56 pt

Заголовок первого уровня

Подзаголовок

Regular

30/36 pt

Заголовок второго уровня

Текст

Regular / Bold

12/14 pt

Это стиль основного текста, он применяется для набора во всех корпоративных и рекламных материалах, деловой документации и используется для набора основного текста сообщения.

Жирное начертание используется для выделений в тексте.

1 Нумерованный пункт списка номер один

2 Нумерованный пункт списка номер два

3 Нумерованный пункт списка номер три

• Пункт списка номер один

• Пункт списка номер два

• Пункт списка номер три

Сноска

Regular

10/13.5 pt

Сноска используется для разъяснения какого-либо термина (технического и т.д.) или пояснения фрагмента текста либо смысла отдельной фразы.

3.2 Общие принципы

Формирование
ощущения
от бренда

Не использовать текст
на светлых фонах

Формирование
ощущения
от бренда

Не выравнивать текст
по правому краю

Формирование
ощущения
от бренда

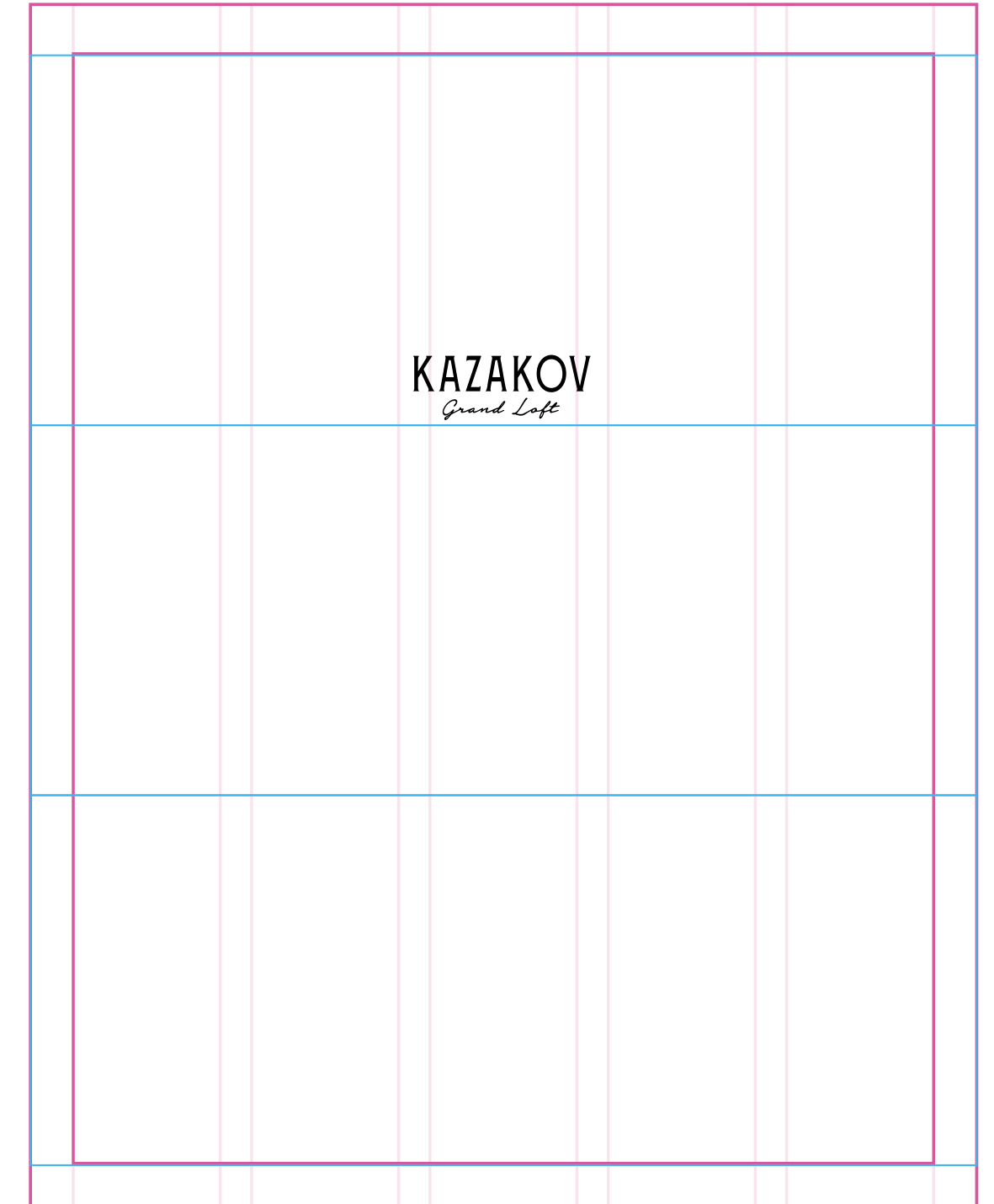
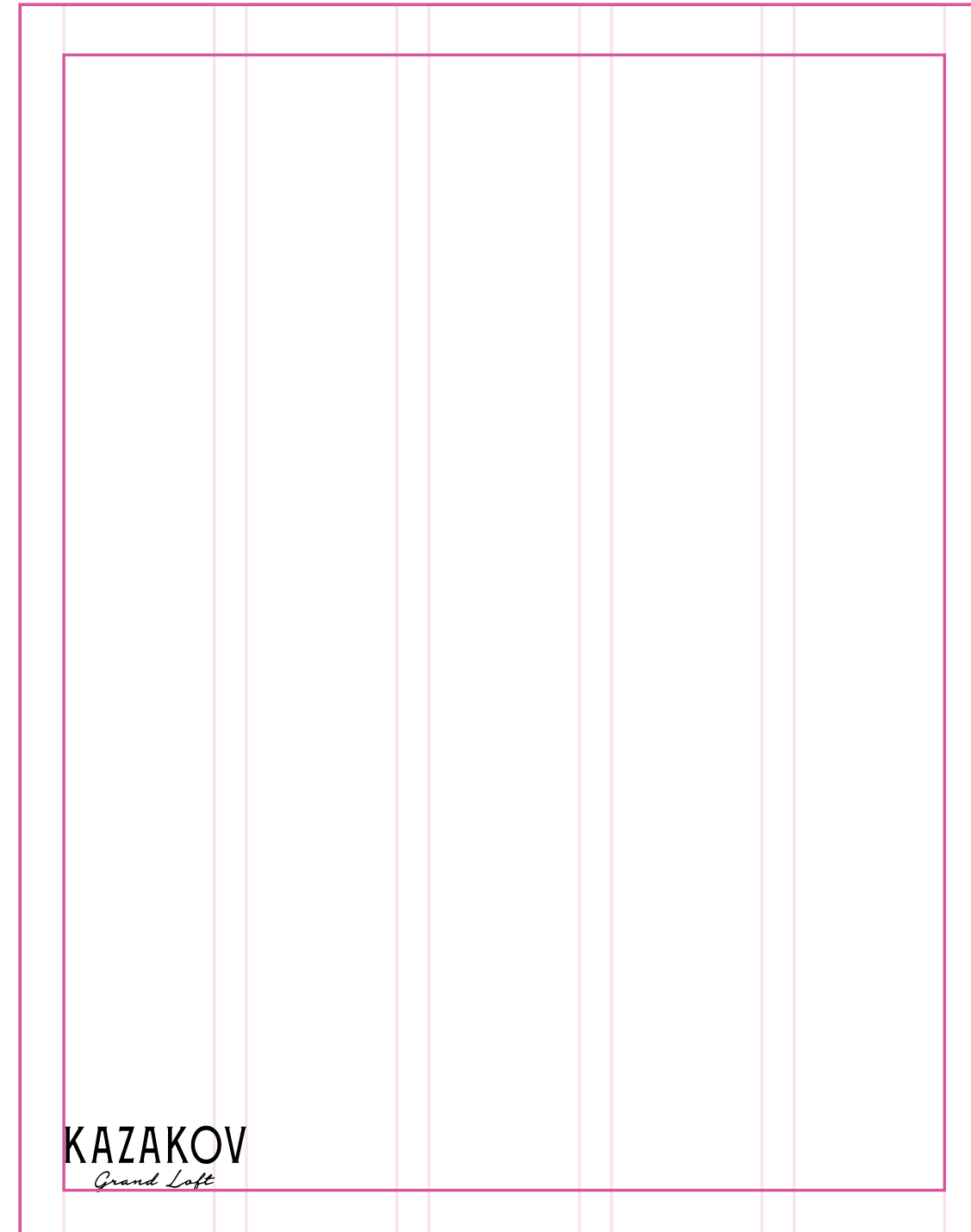
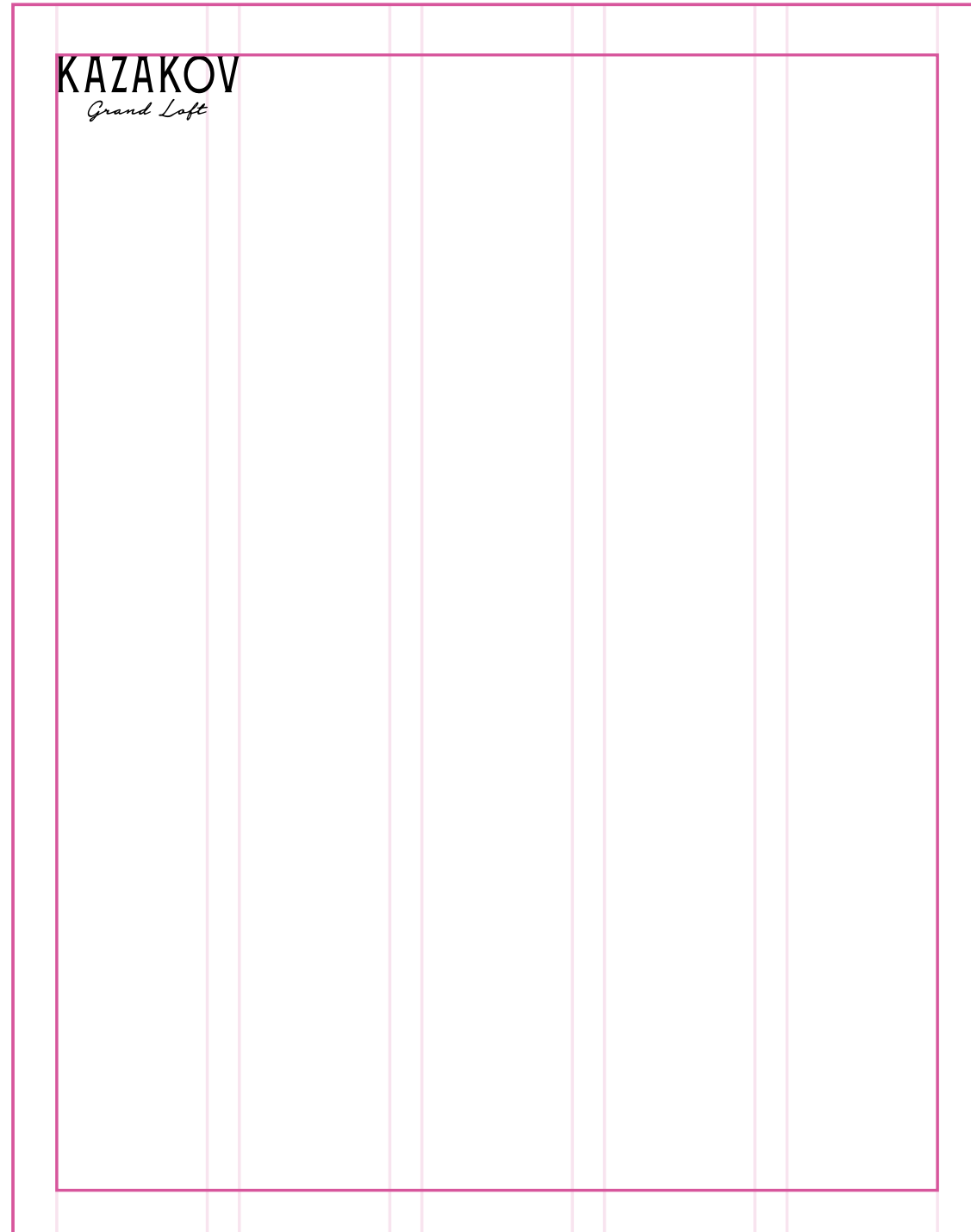
Не использовать никакие
виды подчеркиваний,
буллитов, выделений
в тексте. Только текст на
белом фоне, либо на
фирменных цветах

ФОРМИРОВАНИЕ
ОЩУЩЕНИЯ
ОТ БРЕНДА

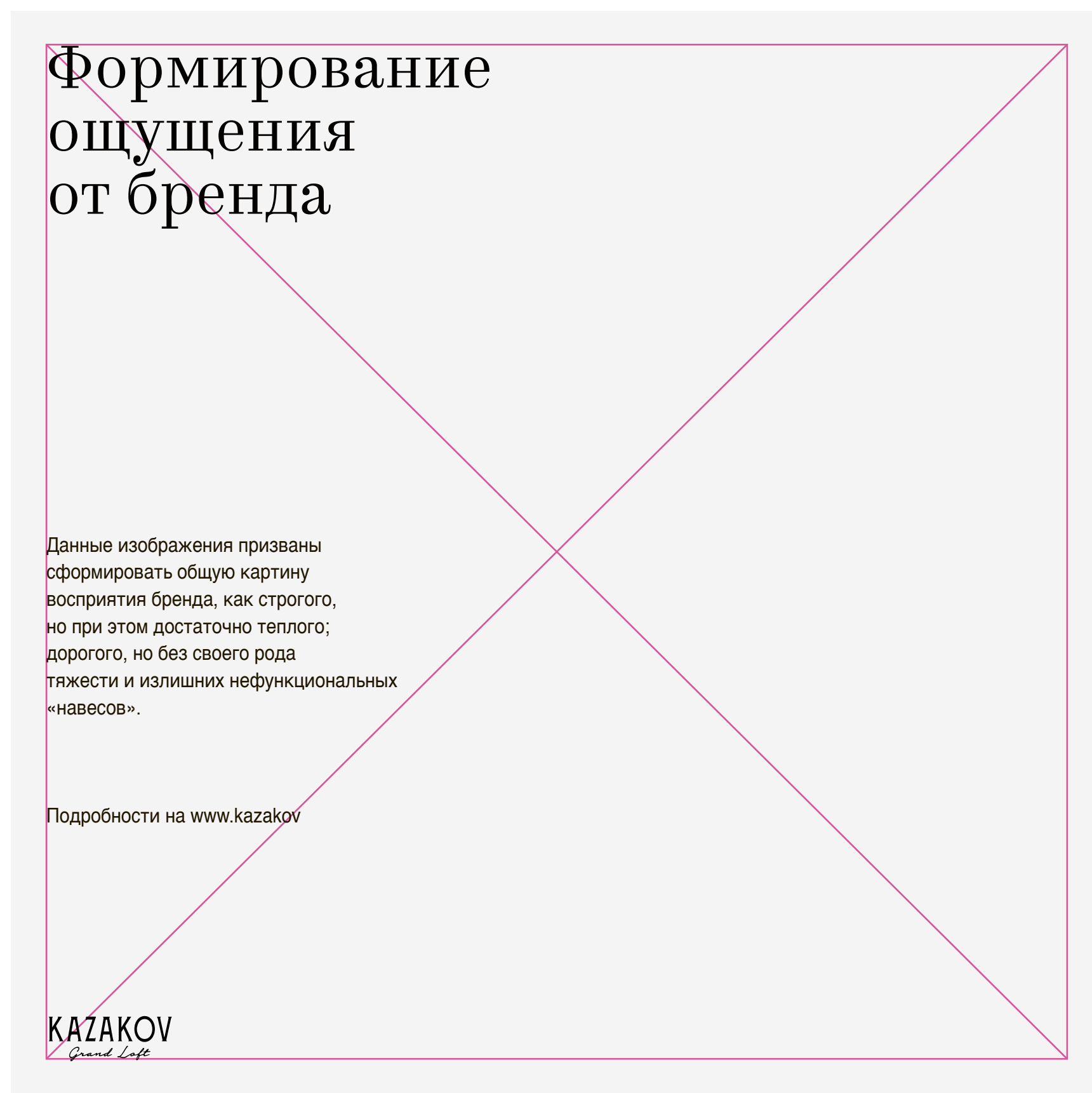
Не использовать текст,
набранный только строчными
буквами

4. Дизайн система

4.1 Общие принципы



4.1 Квадратный формат



При создании макетов квадратного формата применяется к макетам, содержащим фотографию и текст. Рекомендуется использовать для партнерских материалов.

- На всю плоскость макета расположена **Фотография**
- Для того, чтобы текст и логотипы были читаемы, фотография тонируется черной маской, от 30 до 60% Black в зависимости от светлоты фотографии
- Логотип и текстовый блок располагаются на макете с одинаковым отступом от края по периметру (около 10% от ширины макета)
- Текст сверстан согласно логике повествования: заголовок крупно, мельче поясняющий текст, еще мельче – дополнительная информация
Логотип – в углу макета.
- Весь текст набран Фирменным шрифтом

4.1 Вертикальный формат



При создании макетов вертикального формата применяется к макетам, содержащим фотографию и текст. Рекомендуется использовать для партнерских материалов.

- 50% макета отводятся под фотографию, которая расположена «навывлет», без рамок и отступов от края макета
- Другие 50% макета отводятся плашке фирменного цвета с текстом и логотипом
- Логотип и текстовый блок располагаются на макете с одинаковым отступом от края по периметру (около 10% от ширины макета)
- Заголовок в текстовом блоке всегда расположен сверху, Логотип – снизу
- Текст сверстан согласно логике повествования: заголовок крупно, мельче поясняющий текст, еще мельче – дополнительная информация
- Весь текст набран Фирменным шрифтом
- В зависимости от вида макета, например, на ситиформате порядок блоков может меняться: фотография располагается снизу, блок с Логотипом и текстом – сверху.

4.1 Горизонтальный формат

Формирование ощущения от бренда

Данные изображения призваны сформировать общую картину восприятия бренда, как строгого, но при этом достаточно теплого; дорогого, но без своего рода тяжести и излишних нефункциональных «навесов».

KAZAKOV
Grand Loft

При создании макетов горизонтального формата применяется к макетам, содержащим фотографию и текст. Рекомендуется использовать для партнерских материалов.

- На всю плоскость макета расположена **Фотография**
- Для того, чтобы текст и логотипы были читаемы, фотография тонируется черной маской, от 30 до 60% Black в зависимости от светлоты фотографии
- Логотип и текстовый блок располагаются на макете с одинаковым отступом от края по периметру (около 10% от ширины макета)
- Текст сверстан согласно логике повествования: заголовок крупно, мельче поясняющий текст, еще мельче — дополнительная информация
- Весь текст набран Фирменным шрифтом, Логотип — в углу макета.
- В зависимости от вида макета, порядок блоков может меняться: как правой части макета, так и левой.

4.1 Примеры квадратного макета



Размер заголовка и поясняющего текста может меняться, в зависимости от длины сообщения, при этом заголовок нужно делать максимально крупным. Фотографии рекомендуется подбирать в соответствии с требованиями по фотостиллю.

4.1 Примеры вертикального макета

Данный макет создан по Принципу №3. Размер заголовка и поясняющего текста может меняться, в зависимости от длины сообщения, при этом заголовок нужно делать максимально крупным. Фотографии рекомендуется подбирать в соответствии с требованиями по фотостиллю.



01

Формирование ощущения от бренда

Данные изображения призваны сформировать общую картину восприятия бренда, как строгого, но при этом достаточно теплого; дорогого, но без своего рода тяжести и излишних нефункциональных «навесов».

KAZAKOV
Grand Loft



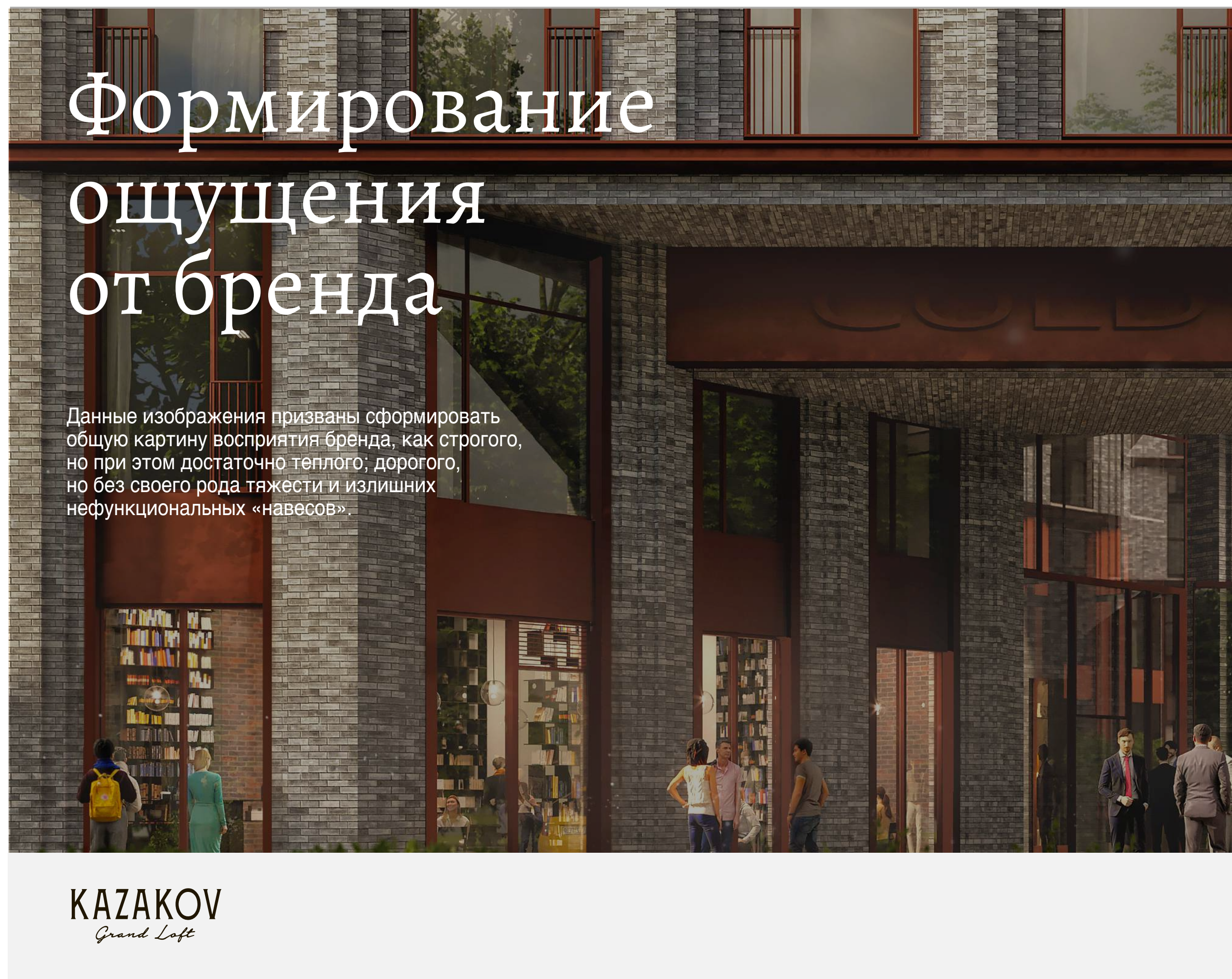
01

Формирование ощущения от бренда

Данные изображения призваны сформировать общую картину восприятия бренда, как строгого, но при этом достаточно теплого; дорогого, но без своего рода тяжести и излишних нефункциональных «навесов».

KAZAKOV
Grand Loft

4.1 Примеры горизонтального макета



Данный макет создан по Принципу №3. Размер заголовка и поясняющего текста может меняться, в зависимости от длины сообщения, при этом заголовок нужно делать максимально крупным. Фотографии рекомендуется подбирать в соответствии с требованиями по фотостилью.

5. Графика

5.1 Паттерн

Фирменный паттерн повторяет некоторые визуальные ходы с фасадов нашего здания и используется как один из бренд-элементов на носителях, требующих простой фон: форзацы буклетов, скотч, разворот конверта

Паттерн может быть использован как и на носителях, так и в рекламе.



5.2 Паттерн

Варианты использования фирменного паттерна
на основных и дополнительных цветах

