

Жилой квартал
«Равновесие»

Руководство по использованию
фирменного стиля



О руководстве





В основе фирменного стиля лежит несколько базовых элементов: логотип, знак, шрифт, цвет, и дополнительные стилеобразующие элементы.

Данное руководство – это инструкция по использованию элементов айдентики, свод правил и примеров.

Руководство позволяет следить за соблюдением выработанных стандартов, с которыми будут иметь дело сотрудники компании, дизайнеры и полиграфисты.

Соблюдение правил, регламентируемых данным руководством, поможет сделать работу корректно и качественно.

Сокращения и символы

-  Номер позиции графического элемента
-  Допустимое начертание
-  Недопустимое начертание
-  Обратите внимание

Часть 1

Базовые элементы стиля

Раздел 1
Раздел 2
Раздел 3
Раздел 4

Логотип
Фирменный цвет
Фирменный шрифт
Фирменный паттерн

Раздел 1

Логотип

- 1.1.1 Основное начертание логотипа
- 1.1.2 Элементы логотипа
- 1.1.3 Пропорции логотипа
- 1.1.4 Дополнительное горизонтальное начертание логотипа
- 1.1.5 Упрощённое начертание логотипа
- 1.1.6 Дополнительное начертание «Знак»
- 1.1.7 Ультра-горизонтальная композиция логотипа
- 1.1.8 Вертикальная композиция логотипа
- 1.1.9 Ультра-вертикальная композиция логотипа
- 1.1.10 Охранное поле логотипа
- 1.1.11 Минимальный размер логотипа
- 1.1.12 Недопустимые начертания логотипа

1.1.1

Основное начертание логотипа

Логотип является основным стилеобразующим элементом бренда и имеет уникальное графическое начертание. Правильное использование логотипа позволяет добиться наиболее эффективного воздействия, а также единообразия и узнаваемости в фирменной документации, рекламных материалах, презентационной и сувенирной продукции.

Основное начертание логотипа является приоритетным для использования на большинстве фирменных носителей.



Всегда используйте утвержденную цифровую версию логотипа, не пытайтесь создавать свою собственную.

1.1.2

Элементы логотипа

Логотип состоит из трёх основных элементов:

1. Знак «Качающийся лист»
2. Шрифтовое начертание «Равновесие»
3. Принейм «Жилой квартал»



1.1.3

Пропорции логотипа

Логотип строится по чётким графическим принципам. За единицу сетки построения (a) взята высота строчной буквы шрифтового начертания.

Пропорции:

Логотип – $12 \times 5,5$

Шрифтовое начертание – 12×1

Знак – 4×2

Принейм – $7 \times 0,5$



1.1.4

Дополнительное горизонтальное начертание логотипа

Горизонтальное начертание логотипа является дополнительным и применяется на носителях с горизонтальной ориентацией (баннер, лента и др.) А так же в тех случаях, когда основное начертание использовать невозможно

В горизонтальной версии логотипа знак располагается слева от шрифтового начертания, а принеим справа



Данное начертание не является основным,
используется в исключительных случаях

1.1.5

Упрощённое начертание логотипа

На носителях малых форм допускается
использование логотипа без принейма.



Данное начертание не является основным,
используется в исключительных случаях

1.1.6

Дополнительное начертание «Знак»

На презентационной и сувенирной
продукции допускается использование
знака отдельно от шрифтового начертания



Данное начертание не является основным,
используется в исключительных случаях

1.1.7

Ультра-горизонтальная композиция логотипа

Для брендинга поверхностей с горизонтальной ориентацией допускается разделение знака и шрифтового начертания, при этом знак может находиться, как справа, так и слева

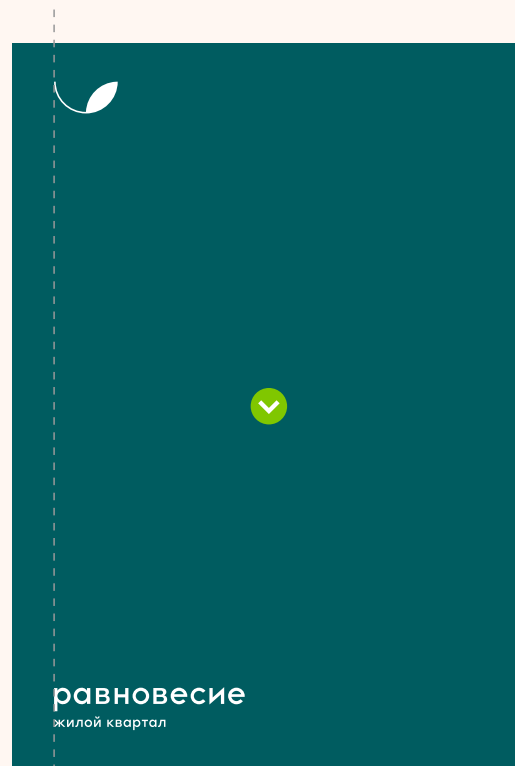
При таком использовании знак и шрифтовое начертание разносятся по противоположным краям носителя. Все элементы выравниваются по горизонтальной оси плоскости носителя



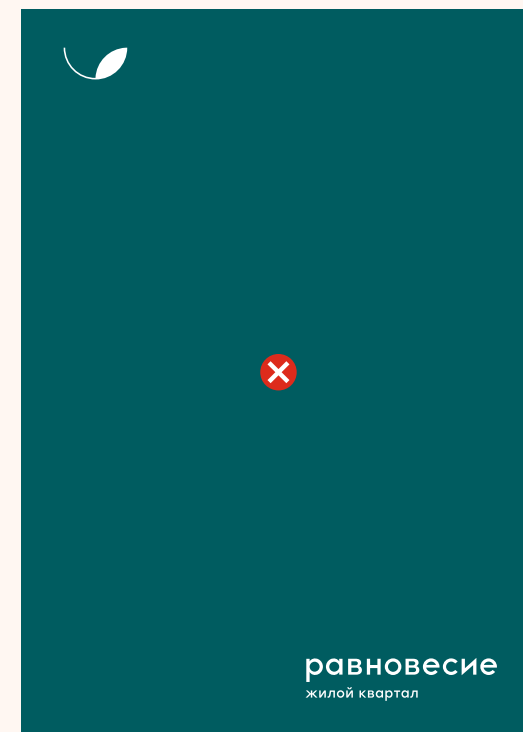
1.1.8

Вертикальная композиция логотипа

Допускается разносить знак и шрифтовое начертание по вертикали. Они располагаются на противоположных краях фирменного носителя, при этом знак находится всегда в верхней части. Все элементы выравниваются по левой стороне.



Линия выравнивания



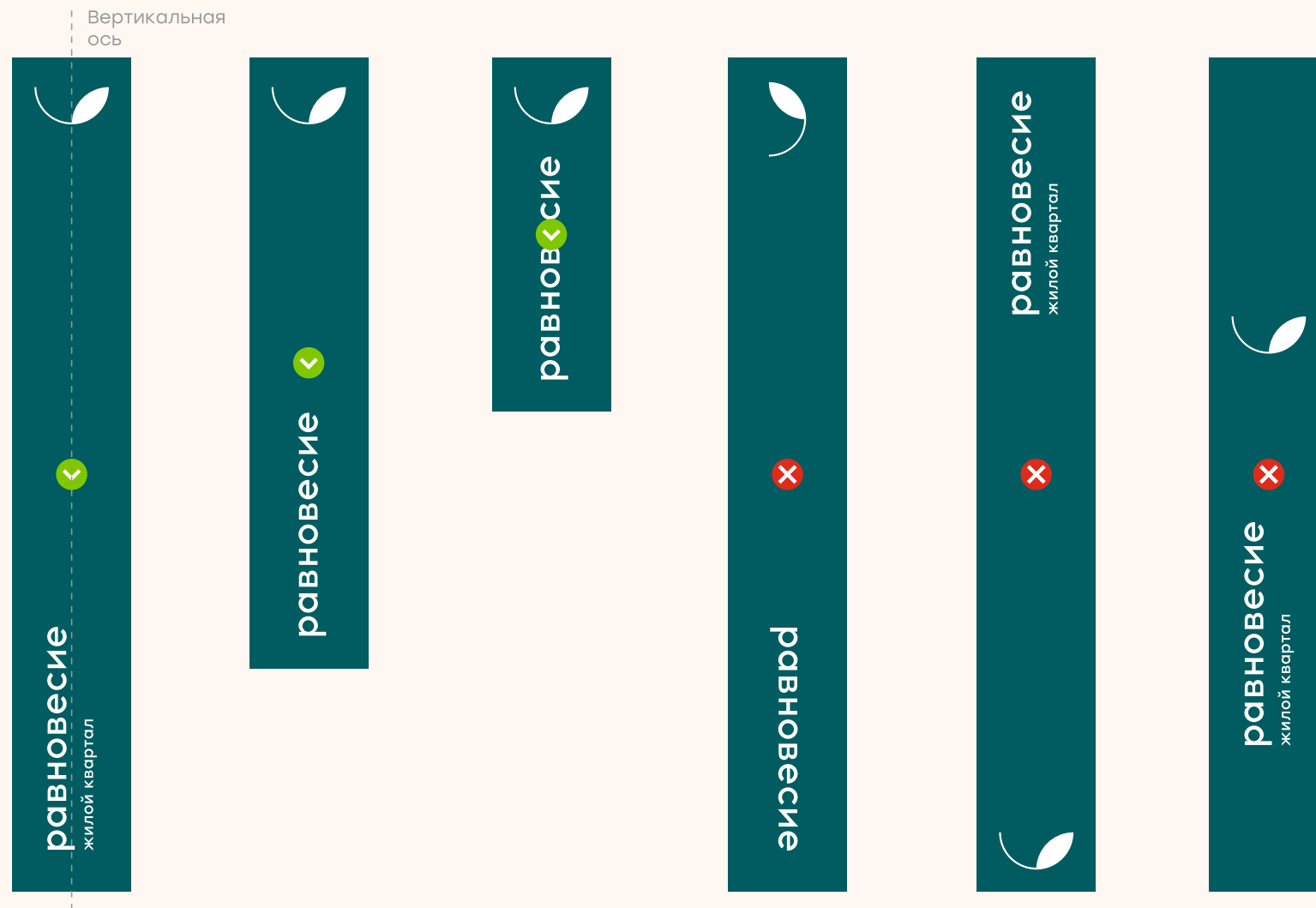
1.1.9

Ультро-вертикальная композиция логотипа

При расположении логотипа на вертикально ориентированных носителях (кронштейн-панели, флаги, ленты) шрифтовое начертание поворачивается на 90° против часовой стрелки, знак остаётся в прежней ориентации.

Допускается разносить элементы и располагать их на противоположных краях фирменного носителя, при этом знак всегда находится в верхней части.

Все элементы выравниваются по центру вертикальной оси.

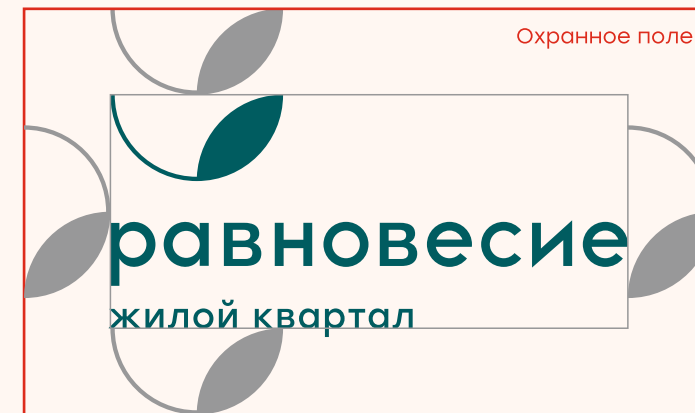


1.1.10

Охранное поле логотипа

Следует соблюдать свободное поле вокруг логотипа, оставляя его незаполненным. Это обеспечит наилучшее визуальное восприятие, максимальное воздействие и узнаваемость

Отступ охранного поля со всех сторон логотипа равен высоте знака (2a)



Охранное поле не является элементом логотипа и не требует графического выделения

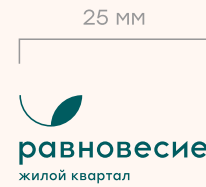
Соблюдение охранного поля обязательно во всех случаях использования логотипа

1.1.11

Минимальный размер логотипа

Логотип должен хорошо читаться и быть узнаваемым на носителях малого размера и небольших форматах, поэтому предусмотрены его минимально допустимые размеры:

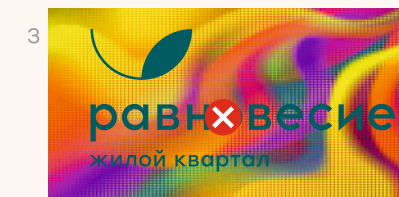
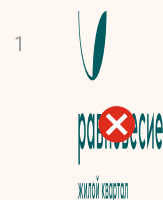
1. Основное начертание – 25 мм
2. Упрощённое начертание – 15 мм
3. Начертание «Знак» – 10 мм



1.1.12

Недопустимые начертания логотипа

1. Искажение (сжатие или расширение) пропорций логотипа
2. Заполнение пространство логотипа различными чужеродными элементами
3. Расположение знака без фирменной плашки на пестром цветном фоне, затрудняющем его прочтение
4. Поворот логотипа на произвольный угол
5. Изменение цветового начертания логотипа
6. Нарушение композиции
7. Применение различных эффектов, затрудняющих прочтение логотипа.
8. Использование других шрифтов в шрифтовом начертании логотипа.



Данный перечень неправильного использования не является полным. Важно помнить, что любые варианты логотипа, отличные от приведенных в данном руководстве являются недопустимыми. Используйте только утверждённые цифровые версии логотипа

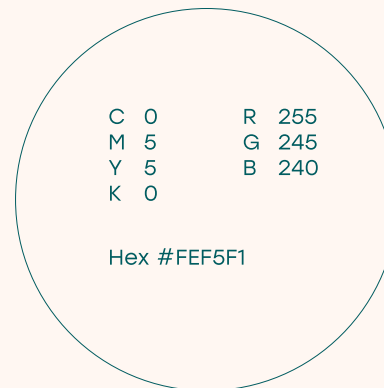
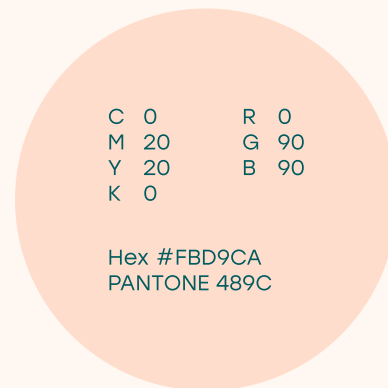
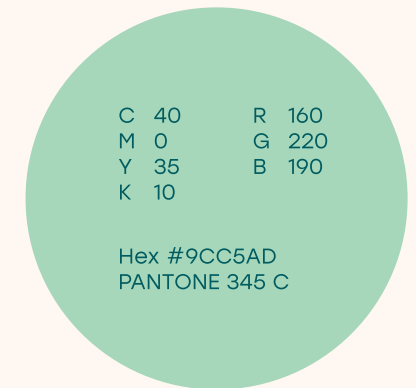
Раздел 2

Фирменный цвет

- 1.2.1 Фирменный цвет
- 1.2.2 Цветовые начертания логотипа
- 1.2.3 Цветовая стилистика графики
на примере планировок
- 1.2.4 Цветовая стилистика фотоизображений

1.2.1

Фирменный цвет



1.2.2

Цветовые начертания логотипа

Используйте регламентированные
цветовые начертания логотипа.



Основное одноцветное
начертание на светлом фоне



Основное одноцветное начертание
на фирменном зелёном фоне



Дополнительное двуцветное начертание
на фирменном зелёном фоне



Одноцветное начертание
с повышенной контрастностью
на светлом фоне



Одноцветное начертание
с повышенной контрастностью
на тёмном фоне

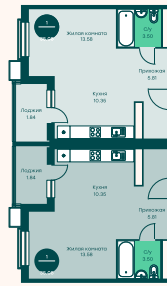
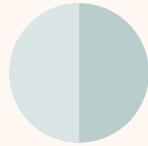


Недопустимое
цветовое
начертание

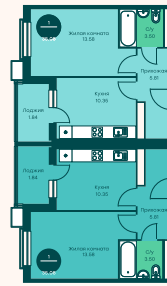
1.2.3

Цветовая стилистика графики на примере планировок

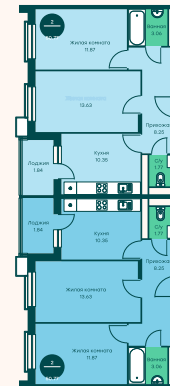
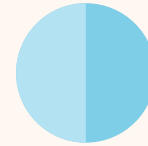
Студия



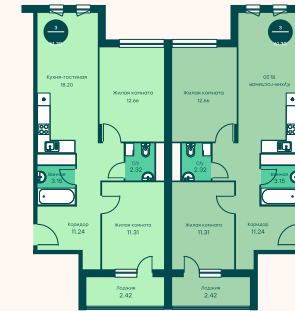
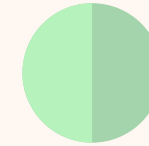
1-комнатная



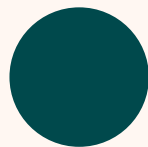
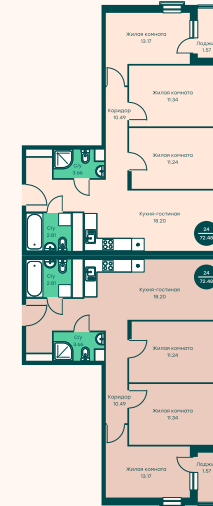
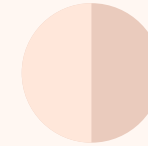
2-комнатная



3-комнатная



4-комнатная



Контуры,
тексты



Ванные,
сан. узлы

1.2.4

Цветовая стилистика фотоизображений

При выборе фотоизображений отдавайте предпочтение снимкам с мягкими сдержанными тонами, преобладание светлого фона. Акцентные объекты близкие по цвету фирменному зелёному.

В сюжетах природные мотивы. Присутствие живых растений в интерьерах и экстерьерах.

Основные принципы:
Экологичность
Гармония
Баланс
Лёгкость



Раздел 3

Фирменный шрифт

1.3

Фирменный шрифт

В качестве фирменного наборного шрифта
используйте гарнитуру Stolzl

Stolzl Book
Stolzl
Stolzl Medium
Stolzl Bold

Раздел 4

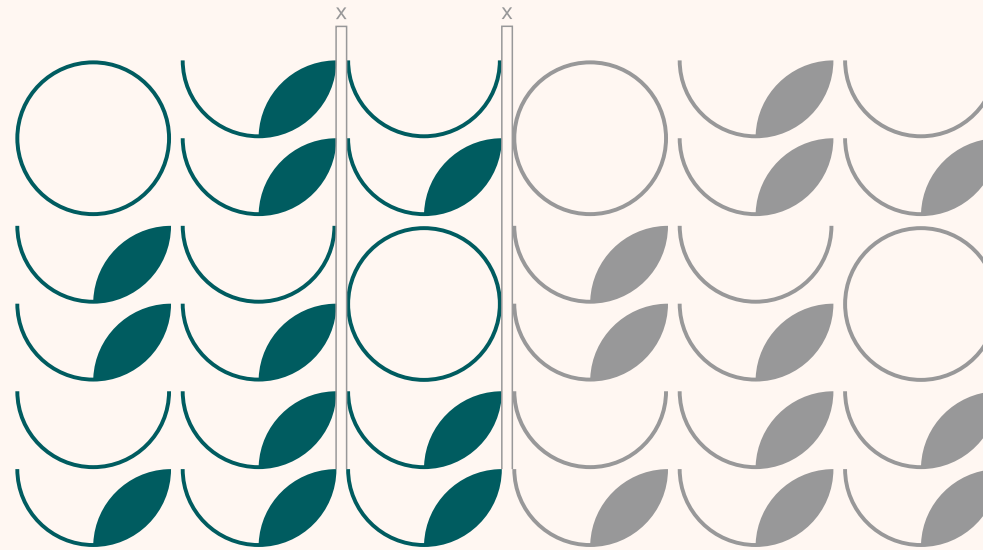
Фирменный паттерн

- 1.4.1 Фирменный паттерн
- 1.4.2 Цветовые начертания фирменного паттерна
- 1.4.3 Фирменный паттерн. Примеры

1.4.1

Фирменный паттерн

Фирменный паттерн создаётся при помощи дублирования основного сегмента по вертикали и по горизонтали. Расстояние между сегментами равно расстоянию между элементами паттерна.

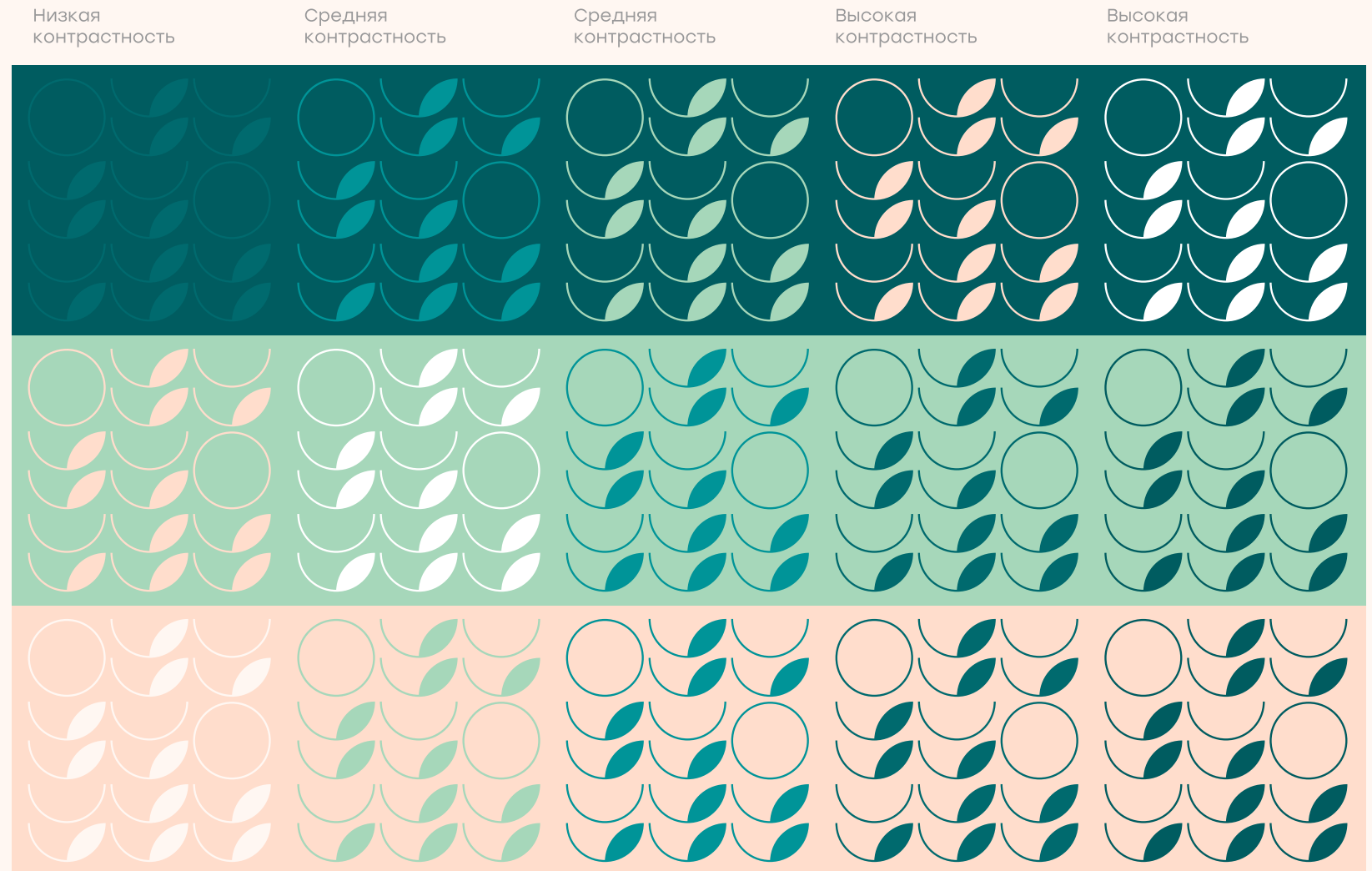


Сегмент фирменного паттерна

1.4.2

Цветовые начертания фирменного паттерна

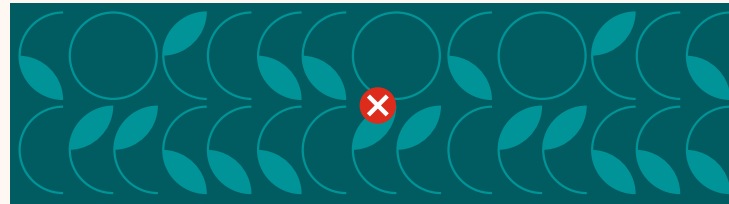
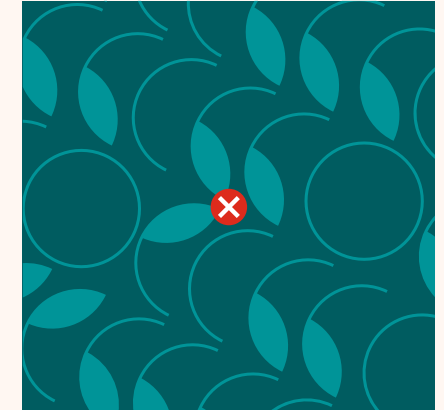
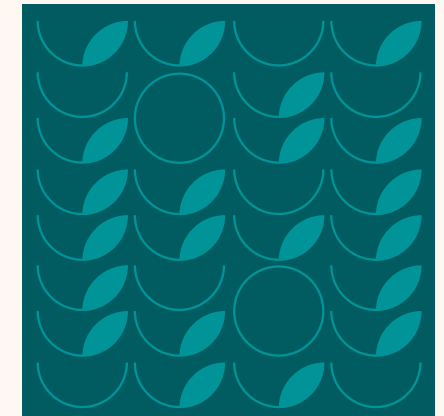
Фирменный паттерн может использоваться, как в качестве вспомогательного фонового элемента, так и в качестве основного акцентного. Для этого предусмотрено несколько цветовых комбинаций



1.4.3

Фирменный паттерн. Примеры

Примеры построения фирменного паттерна на различных форматах.



Не допускается поворот сегмента паттерна на 90°, а так же на произвольный угол

Часть 2

Деловая документация

- 2.1 Визитка
- 2.2 Папка-фолдер

2.1

Визитка

Используйте готовые шаблоны визитных карточек.

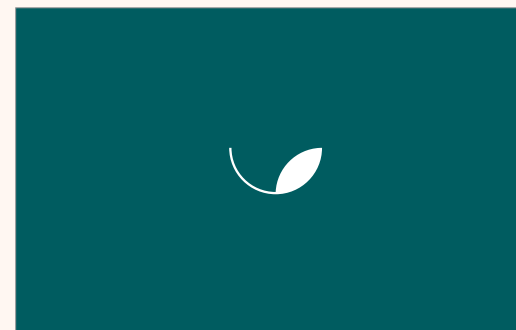
Персональная визитка
Формат – 86x54
Тонированный в массу матовый картон
Печать – шелкография 1+1

Корпоративная визитка
Формат – 86x54
Белый матовый картон
Печать – цифровая или офсетная 4+4

Лицевая сторона

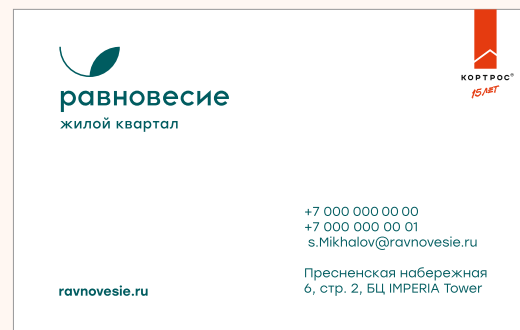


Рубашка



Персональная визитка

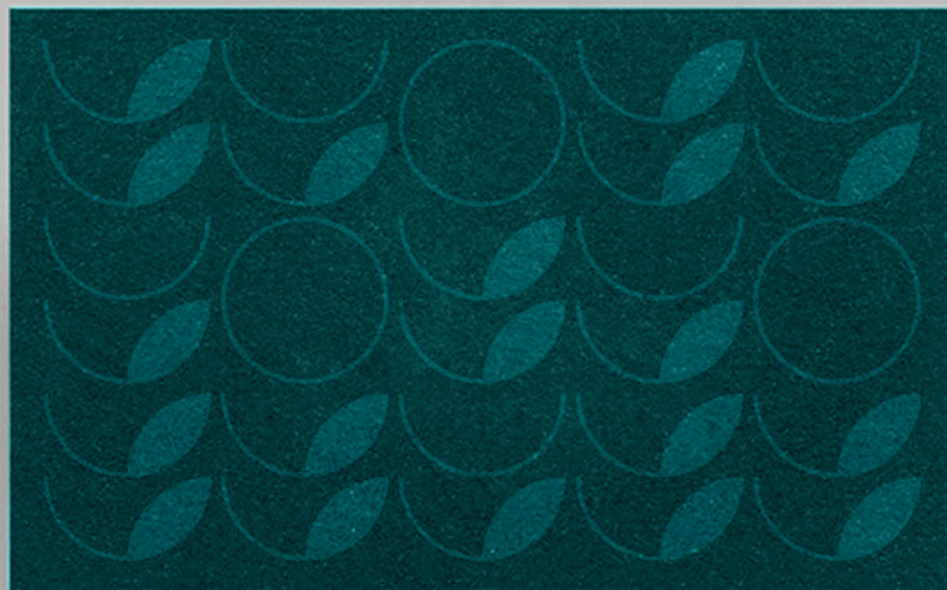
Лицевая сторона



Рубашка



Корпоративная визитка



равновесие

жилой квартал

ravnovesie.ru



КОРТРОС®
15 ЛЕТ

Сергей Михайлов
менеджер проекта

+7 000 000 00 00
+7 000 000 00 01
s.Mikhailov@ravnovesie.ru

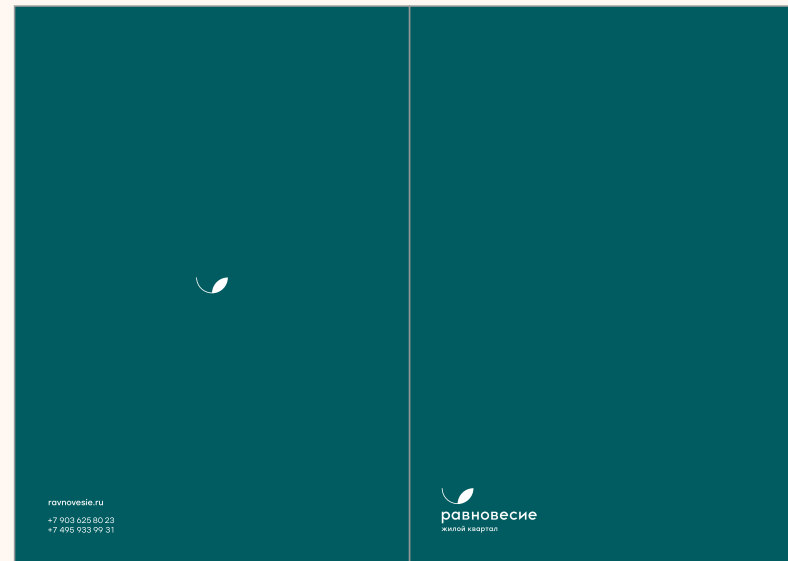
Пресненская набережная
6, стр. 2, БЦ IMPERIA Tower

2.2

Фирменная Папка-фолдер

Используйте готовый шаблон фирменной папки-фолдера. Форма вырубki условная.

Лицевая сторона



Внутренняя сторона





ravnovesie.ru



равновесие
жилой квартал




равновесие

Часть 3

Рекламные материалы

- 3.1 Наружная реклама
- 3.2 Брендирование строительного ограждения. Четыре секции
- 3.3 Вывеска

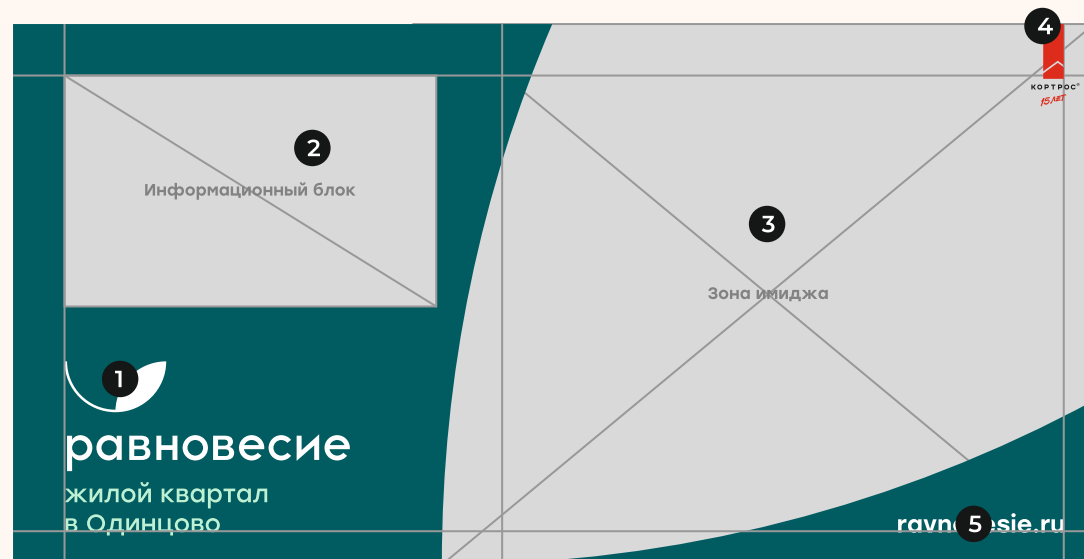
3.1.1

Наружная реклама

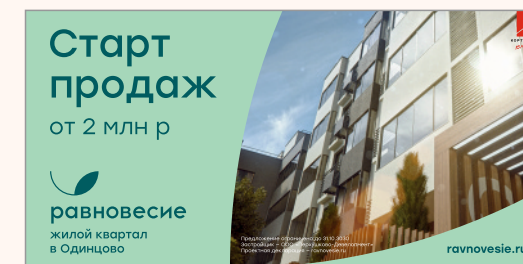
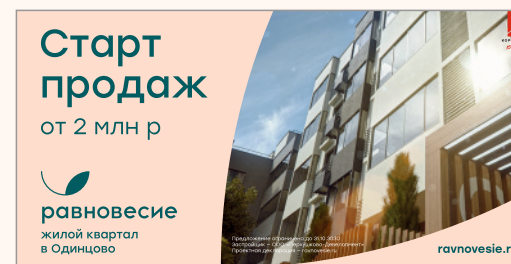
Шаблон наружной рекламы 6х3 с зоной KV – 50%

1. Логотип и имиджевый блок
 2. Информационный блок
 3. Зона KV
 4. Логотип «Кортрос – 15 лет»
 5. Адрес сайта
- Юридический блок размещается в свободной зоне макета на фоне обеспечивающем корректную читабельность.

Шаблон



Примеры допустимых
цветовых решений



Пример вёрстки



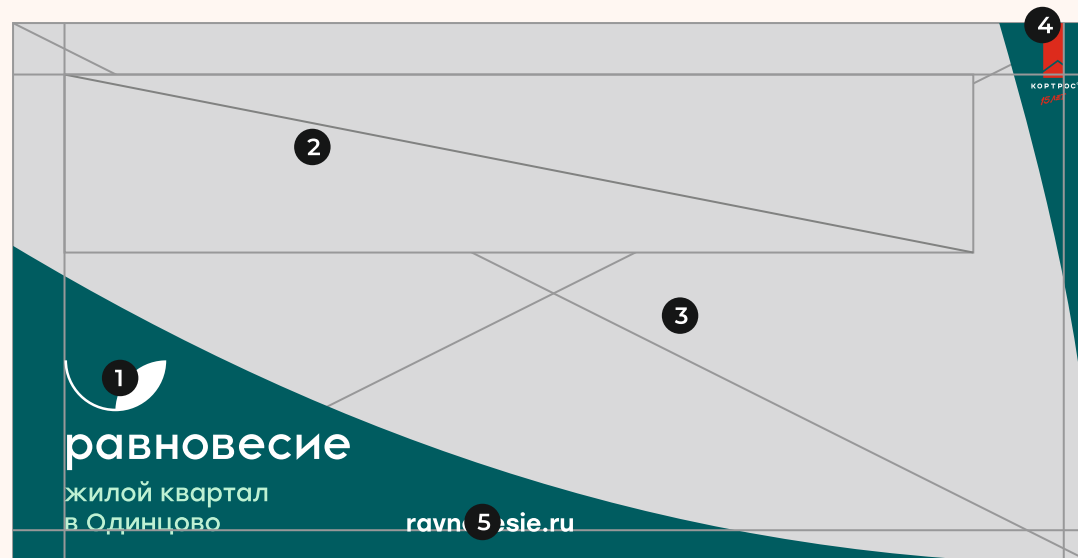
3.1.2

Наружная реклама

Шаблон наружной рекламы 6х3 с зоной KV – 80%

1. Логотип и имиджевый блок
 2. Информационный блок
 3. Зона KV
 4. Логотип «Кортрос – 15 лет»
 5. Адрес сайта
- Юридический блок размещается в свободной зоне макета на фоне обеспечивающем корректную читабельность.

Шаблон



Примеры допустимых
цветовых решений



Пример вёрстки



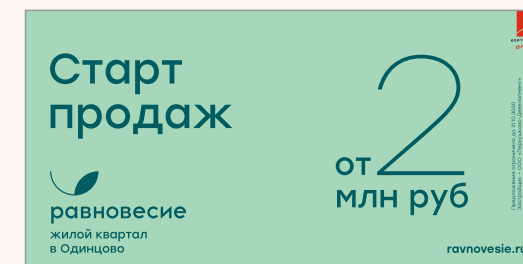
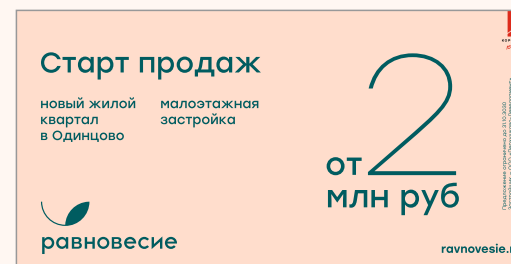
3.1.3

Наружная реклама

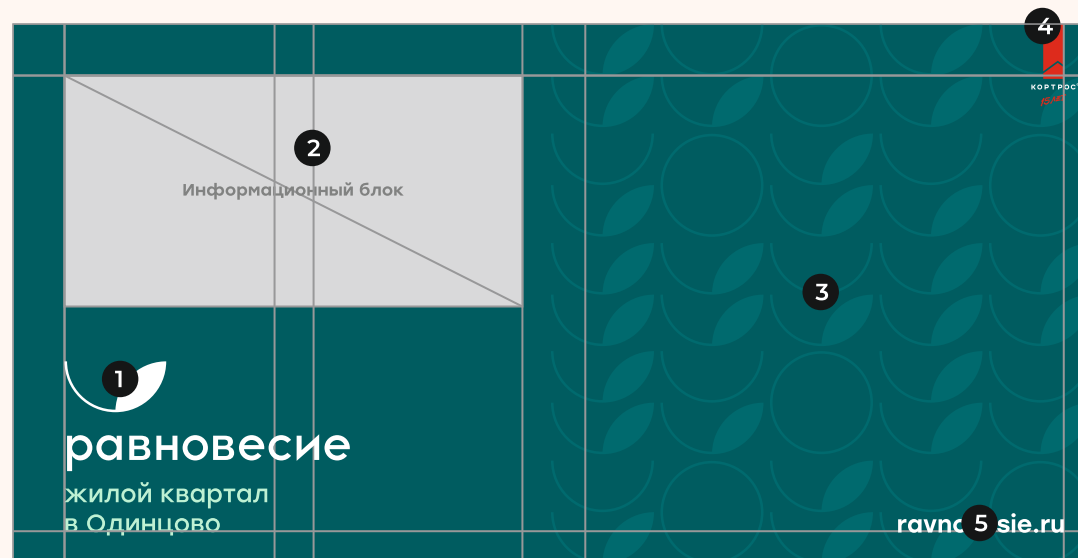
Шаблон наружной рекламы 6x3 без KV

1. Логотип и имиджевый блок
 2. Информационный блок
 3. Паттерн, имиджевая зона
 4. Логотип «Кортрос – 15 лет»
 5. Адрес сайта
- Юридический блок размещается в свободной зоне макета на фоне обеспечивающем корректную читабельность.

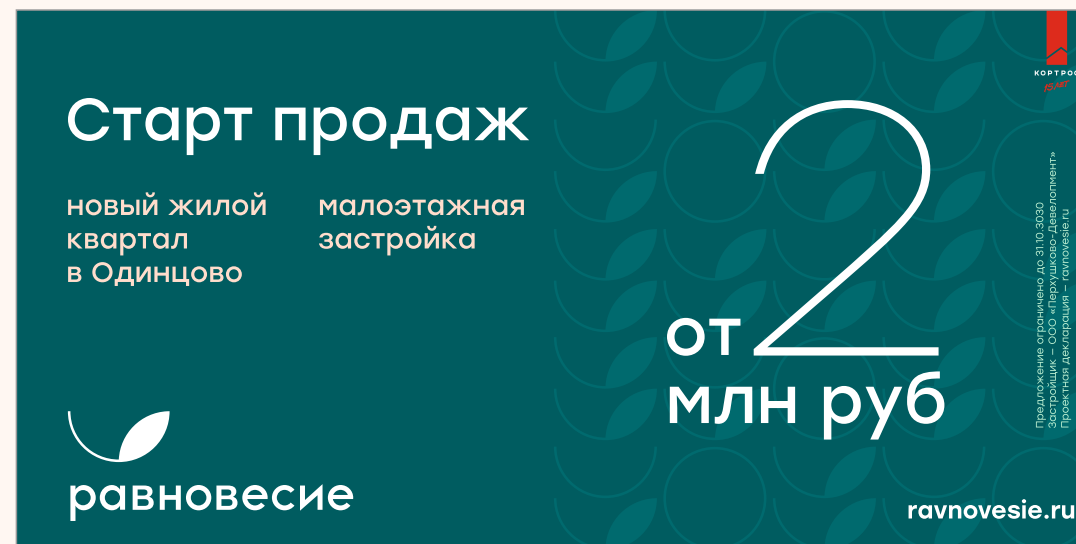
Примеры допустимых
цветовых решений



Шаблон



Пример вёрстки



3.1.4

Наружная реклама

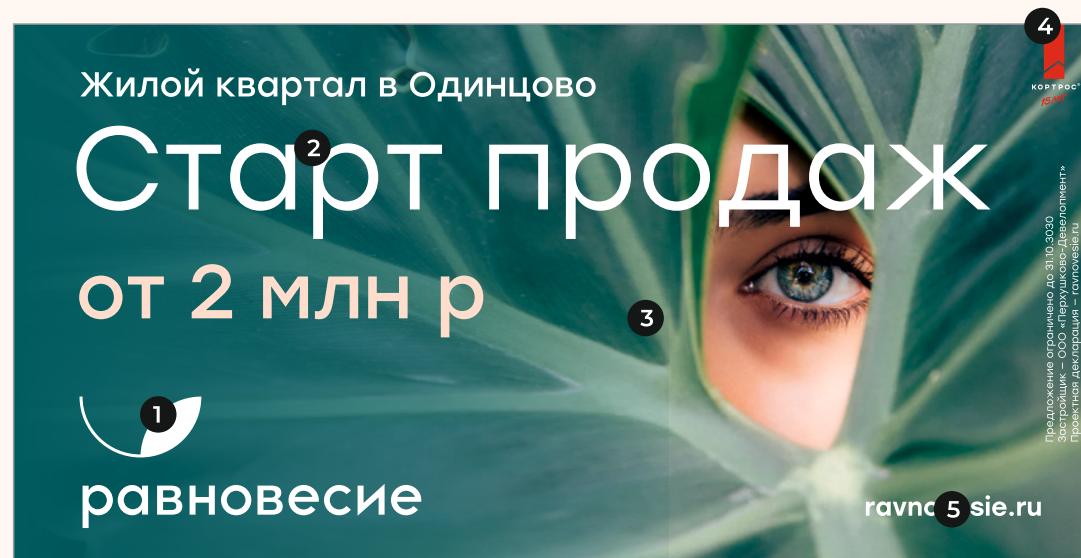
Шаблон наружной рекламы 6x3 с зоной KV – 100%

1. Логотип и имиджевый блок
2. Информационный блок
3. Паттерн, имиджевая зона
4. Логотип «Кортрос – 15 лет»
5. Адрес сайта

Юридический блок размещается в свободной зоне макета на фоне обеспечивающем корректную читабельность.

Композиция и вёрстка на усмотрение дизайнера, в зависимости от изображения KV

Пример вёрстки

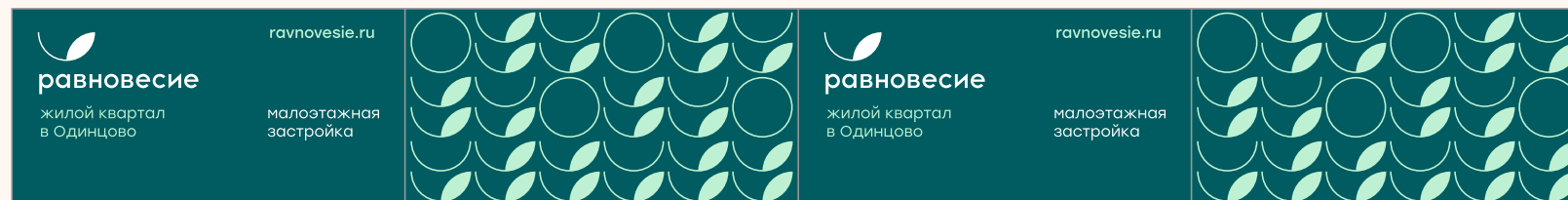


3.2.1

Брендинг строительного ограждения. Четыре секции

Тёмный фирменный фон

Без фотоизображений



С фотоизображением
на одну секцию



С одним
фотоизображением
на две секции



С двумя
фотоизображениями
на две секции

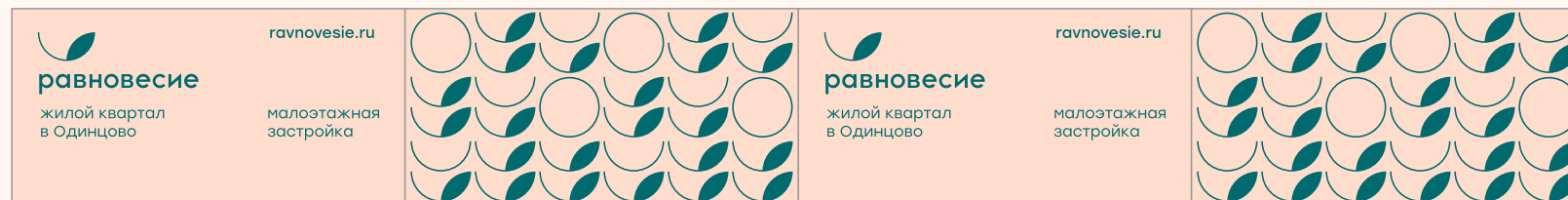


3.2.2

Брендинг строительного ограждения. Четыре секции

Бежевый фон

Без фотоизображений



С фотоизображением
на одну секцию



С одним
фотоизображением
на две секции



С двумя
фотоизображениями
на две секции

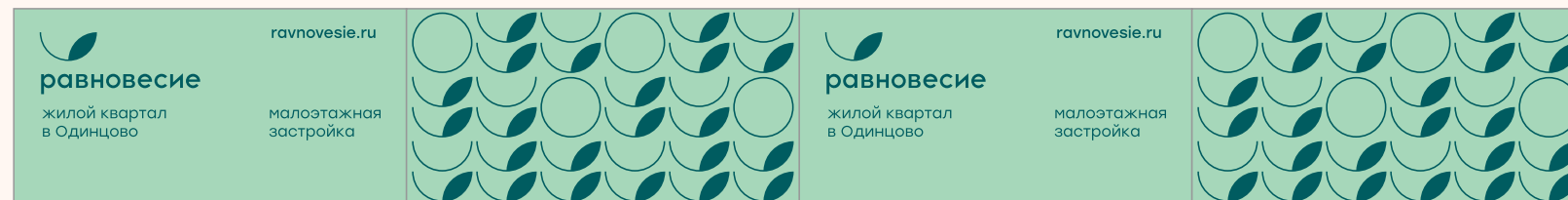


3.2.3

Брендинг строительного ограждения. Четыре секции

Мятный фон

Без фотоизображений



С фотоизображением
на одну секцию



С одним
фотоизображением
на две секции



С двумя
фотоизображениями
на две секции

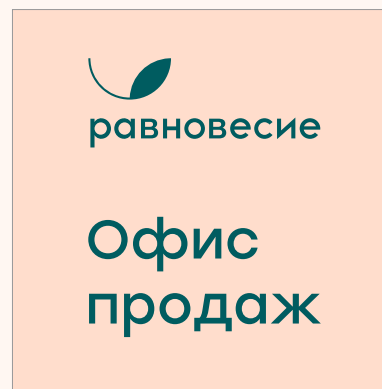


3.3

Вывеска

Пример вывески, кронштейн панели.
Квадратная форма и круглая форма.

Мятный фон



Бежевый фон



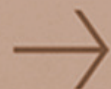
Мятный фон



равновесие

Офис
продаж

Reception





равновесие

Офис
продаж

Часть 4

Средовые
решения

Офис продаж

4.1

Офис продаж

Пример оформления интерьера



4.2

Офис продаж

Пример оформления экстерьера

