

Версия 1.2



# Guidebook

Руководство по использованию  
визуальной идентичности

НИКС

# Guidebook

это ключевой документ, объединяющий правила и принципы, касающиеся визуальных коммуникаций бренда. Соблюдая рекомендации, изложенные в данном документе, вы сможете поддерживать целостный и запоминающийся образ, ведь постоянство — это ключ к доверию. Мы искренне надеемся, что данное руководство поможет вам управлять коммуникациями правильно и легко.

# Содержание

## 1.0 Позиционирование бренда

1.1	Архитектура бренда	04
1.2	Архитектура коммуникации	06
1.3	Семантический дифференциал	07
1.4	Обещание бренда	08
1.5	Пирамида бренда	09
1.6	Самообъяснение покупки	10
1.7	Раскрытие характера	11
1.8	Герой, олицетворяющий бренд	12

## 2.0 Базовые элементы

2.1	Семантика логотипа и стиля	14
2.2	Логотип	15
2.3	Знак и логоблок	16
2.4	Построение и охранное поле	17
2.5	Н-модуль	18
2.6	Комбинирование использование	21
2.7	Логоблоки саббрендов	23
2.8	Воспроизведение на фоне	25

2.9	Кобрендинг	27
2.10	Ограничения логотипа	28
2.11	Фирменная палитра	29
2.12	Пропорции цвета	30
2.13	Шрифт и типографика	31
2.14	Пиктографика	36
2.15	Фотостиль	37

## 3.0 Носители стиля

3.1	Модульная сетка	46
3.2	Визитка	49
3.3	Бланк	50
3.4	Папка	51
3.5	Конверты	53
3.6	Ручки	55
3.7	Блокноты	56
3.8	Ежедневники	57
3.9	Пакеты подарочные	58
3.10	Пакеты пластиковые	59

3.11	Плакаты и листовки	60
3.12	Outdoor, 6000×3000	61
3.13	Грамота	66
3.14	Поздравительный адрес	67
3.15	резентация	68
3.16	Календарь	69
3.17	Подпись в почте	70
3.18	USB Flash	71
3.19	Кружка	72
3.20	Брелоки	73
3.21	Значки	73
3.22	Дождевик	74

## Офисы 75

4.1	Входная группа и вывески	76
4.2	Стилевое решение интерьера	83
4.3	Платок	89
4.4	Каска	90

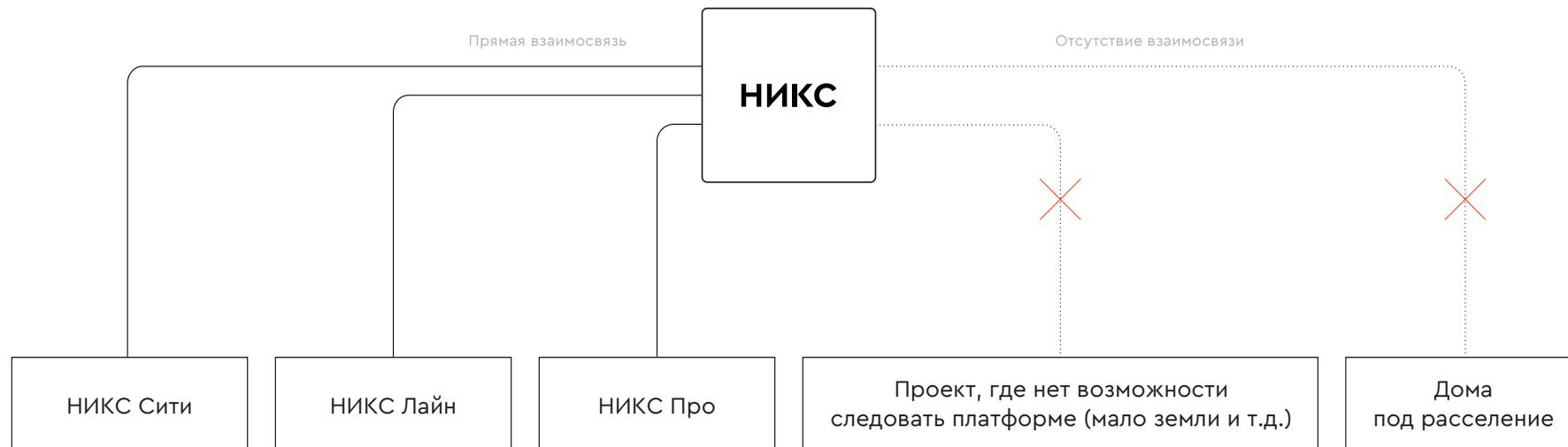


# Позиционирование бренда

Позиционирование бренда — это его сообщение миру. Это идея, вокруг которой строятся все остальные элементы бренда — имя, логотип и фирменный стиль, рекламные коммуникации.

# 1.0

## 1.1 Архитектура бренда



	Бренд застройщика	Бренды линеек	Бренды прочих объектов
Ценности	+		+
Суть	+		+
Нейминг	+	+	+
Айдентика	+	+ дополнительные элементы	+
Характер	+		+
Торговое предложение		+	+
Стилистика	+		
Философия проекта	+		+

## 1.2 Архитектура коммуникации

Носитель	Тип коммуникации	Бренд	Слоган	Сообщение
Outdoor, digital	Имиджевая реклама	НИКС	Обновляться просто вместе с НИКС	—
	Продуктовая	Линейка + НИКС	Знаешь, на что рассчитывать	RTB линейки
	Акционная	Линейка + НИКС	Обновляться просто	Акция, указание локации
Демо-квартиры	Продуктовая	Линейка	—	Перечень набора гарантированных удобств в линейке
Буклет, сайт материнский	Имиджевая и продуктовая	НИКС + Линейка	Обновляться просто вместе с НИКС, потому что знаешь, на что рассчитывать	Перечень RTB для каждой линейки
Буклет линейки	Продуктовая	Линейка + НИКС	Знаешь, на что рассчитывать	RTB линейки

### 1.3 Семантический дифференциал



Традиционные

Новаторы

НИКС

## 1.4

## Обещание бренда

**Обновляться просто,  
потому что знаешь,  
на что рассчитывать!**



## 1.5

### Пирамида бренда

Архетип:  
Славный Малый



## 1.6 Самообъяснение покупки

Покупка новой квартиры... Часто это не просто увеличение площади или смена района. Для кого-то это начало нового пути, а для кого-то новый импульс продолжать начатое. Зная это, мы создаем не просто жилые комплексы, а набор возможностей к обновлению жизни.

Мы искренне рады, когда видим, как у наших покупателей менфяется жизнь в лучшую сторону. Кто-то обзавёлся новым увлекательным хобби, другой смог и наконец-то начал бегать по утрам и привел себя в форму, у кого-то родились прекрасные малыши.

Решиться на покупку и сделать выбор гораздо проще, когда знаешь на что рассчитывать.

У **НИКС** есть несколько линеек жилых комплексов для разного кошелька, и в каждой из них вы получите определенный гарантированный набор удобств.

Закрытый безопасный двор с игровыми площадками для детей разного возраста, лаунж зоны для родителей, зоны для выгула и дрессировки собак, ландшафтное озеленение, колясочные и келлеры в каждом подъезде, соседский центр — всё призвано дать новый импульс вашей интересной насыщенной жизни.

Обновляться просто вместе с **НИКС**, потому что знаешь, на что рассчитывать!

## 1.7 Раскрытие характера

Да		Нет
Отвечает за свои слова, несет ответственность за свои дела	<b>Ответственный</b>	Слишком серьезный
Внутренняя свобода, think out of box, не загнанный в рамки, независимый	<b>Свободомыслящий</b>	Нигилист, против всех и т.д.
Легко решается на новое, не строит проблему	<b>Легкий</b>	Ветреный, необязательный, игривый
Внушает уверенность в светлом и хорошем завтрашнем дне	<b>Оптимистичный</b>	Беззаботный
Предприимчивый, любит заниматься своим делом	<b>Деятельный</b>	Работает, не поднимая головы и не оглядываясь по сторонам

## 1.8

## Герой, олицетворяющий бренд

## Михаил Пореченков

Живет с обнаженной душой.

«Он задорный, мощный, взрослый, красивый мужчина. От Мишки огромнейшая энергия. С ним не тяжело быть рядом. Любое общение, любая встреча. Есть люди, которые притягивают к себе, вот он один из тех».

«Если делаешь что-то без удовольствия, никогда ничего хорошего не получится».  
М. Пореченков





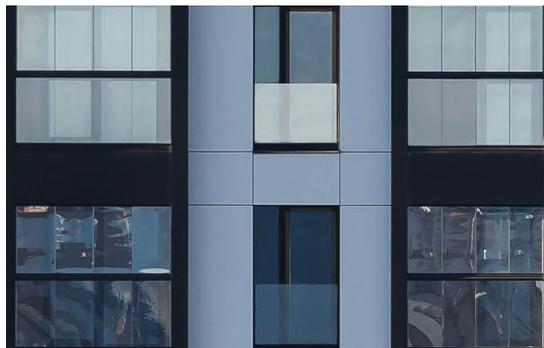
# Базовые элементы

Глава описывает константы визуальной идентичности бренда и правила их использования. Все коммуникации и макеты, описанные в следующих главах, строятся на основе этих элементов и правил.

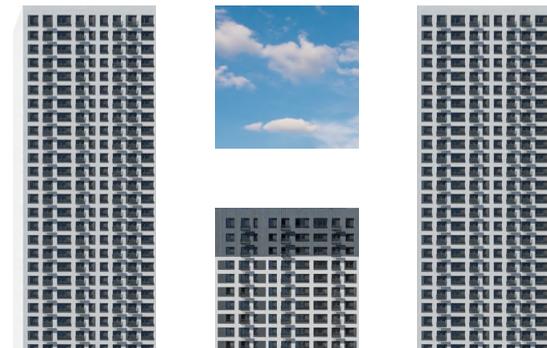
# 2.0

## 2.1 Семантика логотипа и стиля

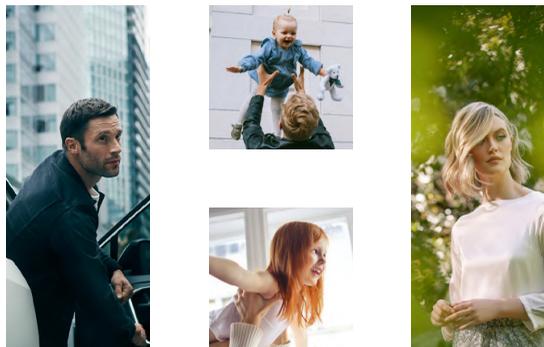
Визуальная стилистика **НИКС** поддерживает идею простоты и ясности — в знаке нашли свое отражение и эстетика строительных материалов, и отражение сути девелопмента (комплексное развитие и объемы застройки), и объединение жителей с помощью продукта **НИКС**.



Материалы



Девелопмент



Аудитория



Продукт для аудитории

## 2.2 Логотип

Наш логотип представляет собой начертание **НИКС** специальным шрифтом.

Логотип — важный элемент идентичности, его фирменное начертание используется в большей части корпоративных материалов. Необходимо соблюдать неизменность логотипа и не допускать его модификации.

# НИКС

Логотип

⚠ Используйте исходные векторные файлы, прилагаемые к руководству, без изменений.

⬇ [Скачать файлы](#)

## 2.3 Знак и логоблок

Знак представляет собой стилизованную, выстроенную из блоков литеру Н.

Знак с логотипом могут работать как в логоблоке так и самостоятельно. Так же самостоятельно используется контрформа знака — узнаваемая литера Н (Н-модуль) как **стилеобразующий элемент** (п. 2.XX).

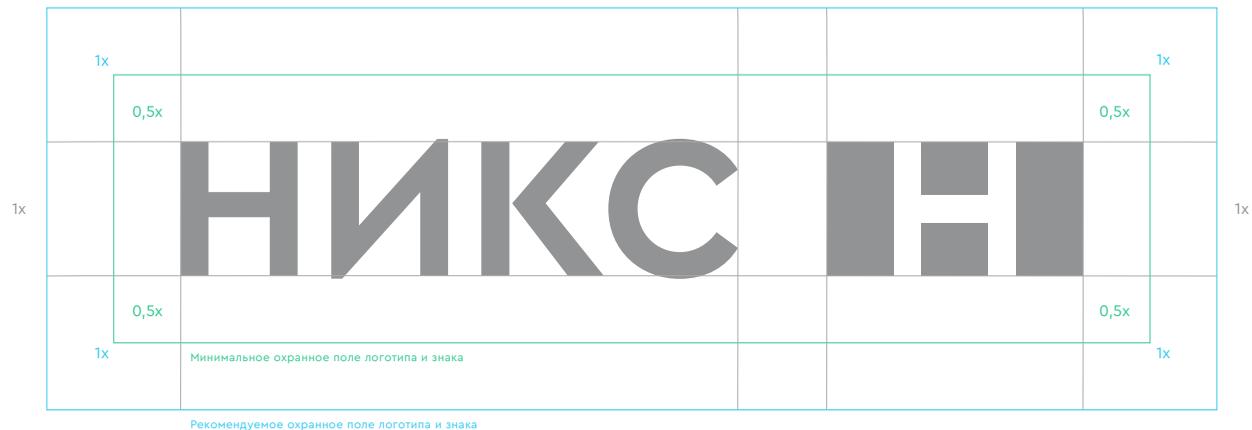


Логоблок

## 2.4 Построение и охрannое поле

Чтобы логотип был более заметен и удобочитаем, вокруг него всегда должно быть охрannое поле — это минимальное пространство вокруг логотипа, в которое не должны попадать посторонние элементы. Оно обязательно. Пространства может быть больше, но не меньше.

Его минимальный размер **0,5x** равен половине высоты **знака**, оптимальный размер **1x** равняется высоте **знака** (без учета оптических компенсаций логотипа) по вертикали и по горизонтали.



Минимальный высота логоблока 3 мм

НИКС | 3 мм

Минимальная высота знака

| 16 px

## 2.5

## Н-модуль. Стилеобразующий элемент

Н-модуль — это стилеобразующий приём, он представляет собой контрформу фирменного знака. Цель его использования — репрезентовать фирменную стилистику даже там, где нет других элементов визуальных коммуникаций. За счет простоты модуль очень легко воспроизводить и на носителях, и в среде.

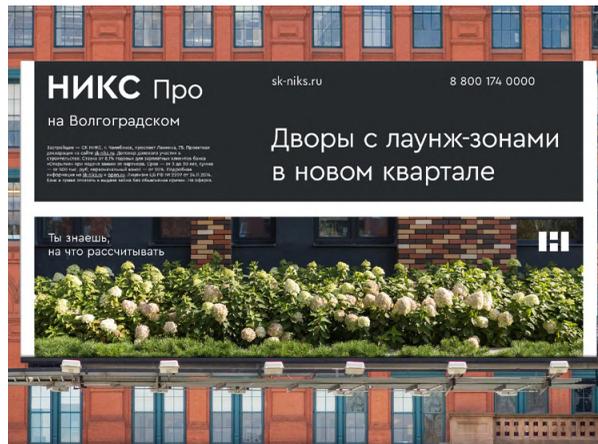


Контрформа  
знака

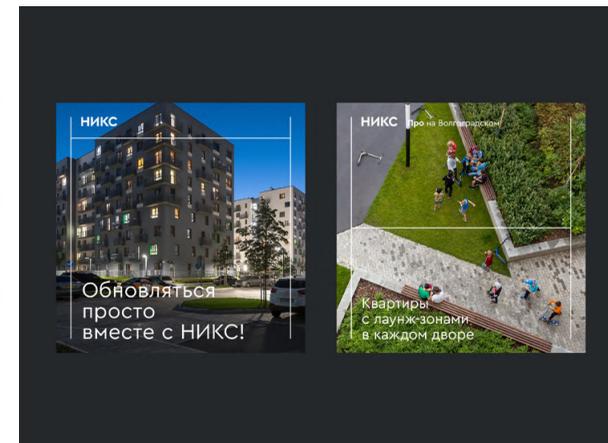


Использование модуля бывает двух типов — явный и дополнительный. Там где позволяет формат и контент стоит использовать явный тип. Там где необходимо сместить акцент, но при этом важно сохранить следует использовать дополнительный тип. В каждом из типов модуль динамический и может подстраиваться под контент, при этом важно соблюдать соразмерность использования знака и логотипа.

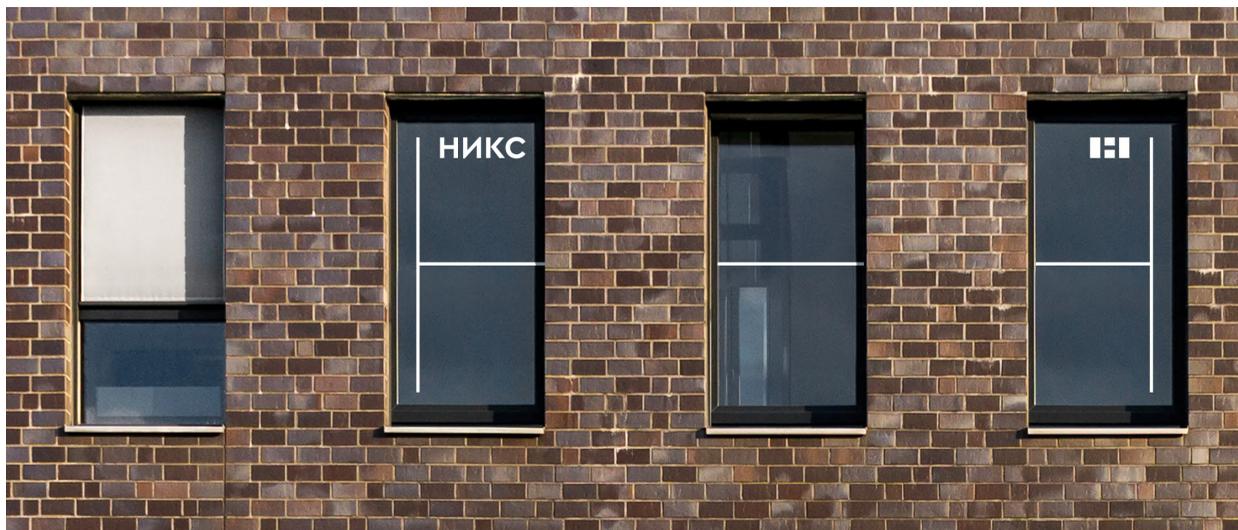
Явный тип



Дополнительный тип



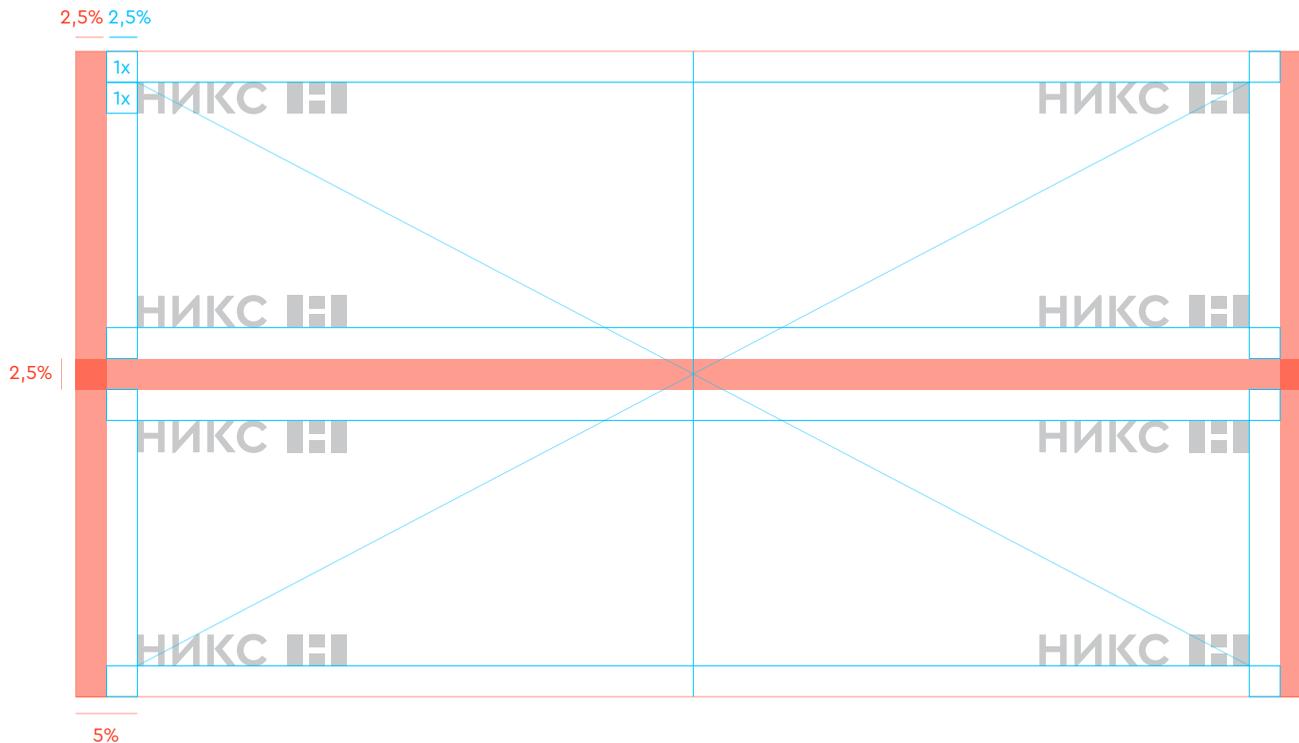
Дополнительным типом можно считать так же решения, в которых модуль является единственным фирменным элементом. За счет простоты образ можно находить во многих геометрических формах или гибко использовать.



## 2.6 Комбинирование использование

Совместное использование знака, логотипа и Н-модуля.

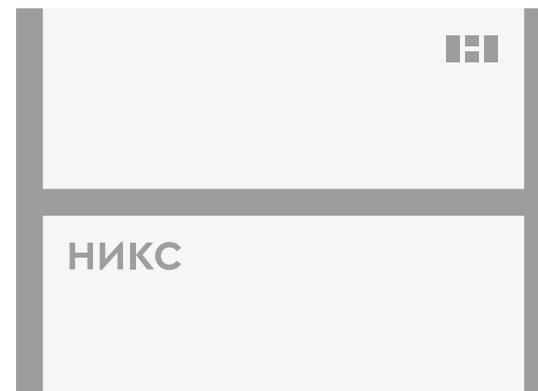
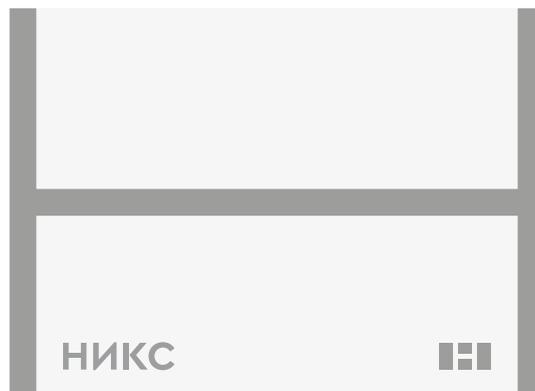
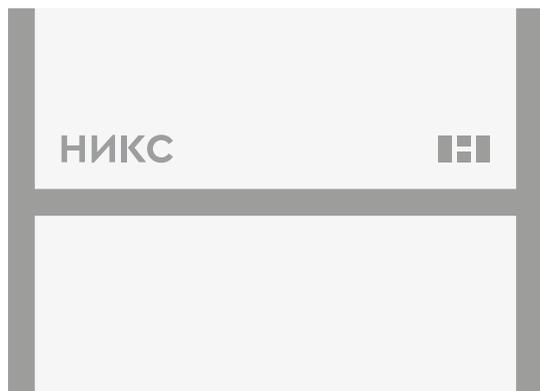
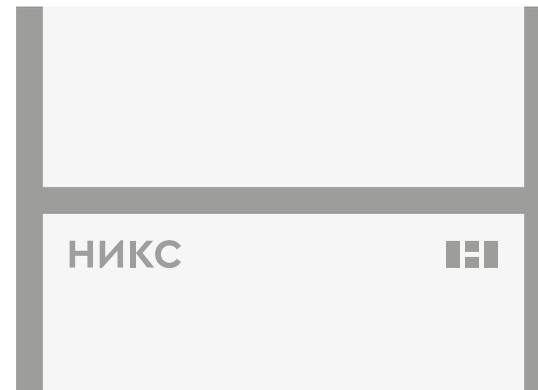
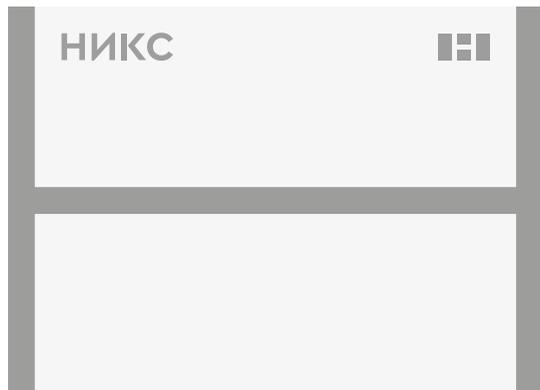
На схеме отмечены возможные места расположения знака и логотипа, минимальные пропорции и соразмерность элементов в зависимости от формата. Размер модуля, полей, логоблока может варьироваться в большую сторону на усмотрение дизайнера в зависимости от формата. Рекомендуется сохранять пропорции элементов. Важно соблюдать охранные поля логоблока.



Возможные варианты сочетания модуля, логотипа и знака

Примеры возможных вариантов  
комбинированного использования  
знака, логотипа и Н-модуля.

[Подробнее — в части 3  
данного руководства](#)



## 2.7 Логоблоки саббрендов

Логоблок саббренда представляет из себя комбинацию основного логотипа **НИКС**, название линейки и дескриптор, с обозначением локации.

Логоблоки подчинены тем же правилам использования и соблюдения охранных полей.

⚠ Используйте исходные векторные файлы, прилагаемые к руководству.

⬇ [Скачать файлы](#)

# НИКС Лайн

на Айвазовского

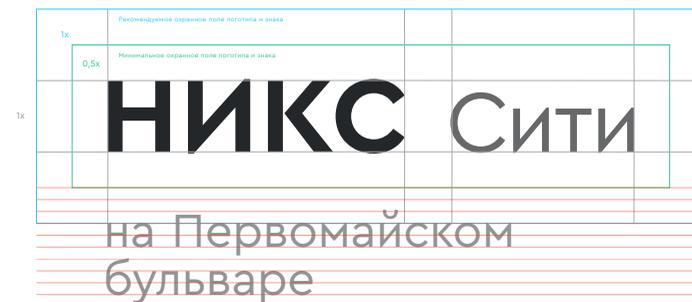
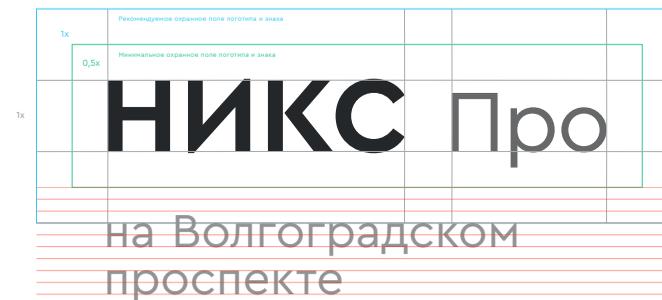
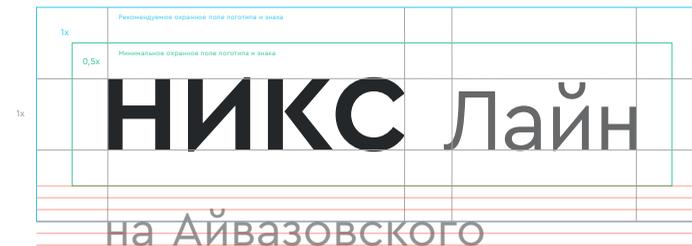
# НИКС Про

на Волгоградском  
проспекте

# НИКС СИТИ

на Первомайском  
бульваре

Логоблоки саббрендов подчинены тем же правилам использования и соблюдения охранных полей.



## 2.8

## Воспроизведение логотипа на фоне

При работе с цветом придерживайтесь данной палитры и баланса контраста.

**НИКС**

Серая версия. Применяется в местах, где нужно нивелировать значимость логотипа.

**НИКС**

**НИКС** Лайн

на Айвазовского

**НИКС** Сити

на Первомайском  
бульваре

**НИКС** Про

на Волгоградском  
проспекте

**НИКС**

**НИКС** Лайн

на Айвазовского

**НИКС** Сити

на Первомайском  
бульваре

**НИКС** Про

на Волгоградском  
проспекте

**НИКС**

**НИКС** Лайн

на Айвазовского

**НИКС** Про

на Волгоградском  
проспекте

**НИКС**

**НИКС** Сити

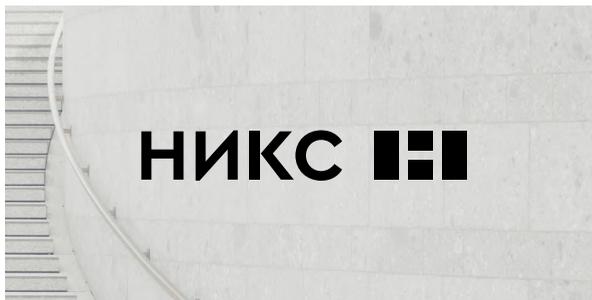
на Первомайском  
бульваре

При использовании логотипа на фотографическом фоне необходимо обязательно сохранять вокруг него охранное поле — в него не должны попадать ключевые объекты изображения.

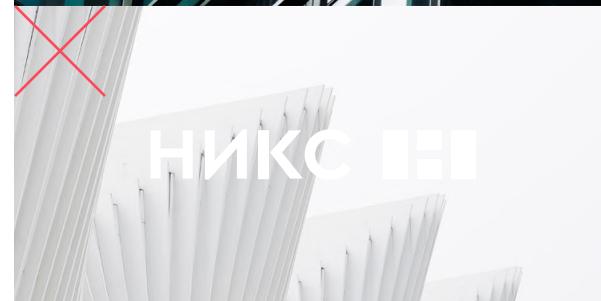
Обязательным критерием является сохранение максимальной контрастности между фоном и логотипом. Логотип следует размещать на однородной части изображения и стараться избегать излишне пестрых частей фотографических фонов, мешающих прочтению логотипа.



Корректное воспроизведение



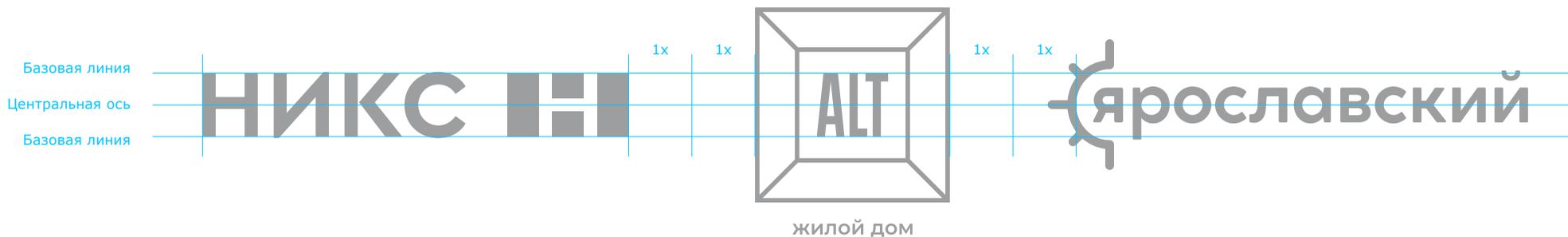
Некорректное воспроизведение



## 2.9 Воспроизведение с логотипами партнеров

При воспроизведении логотипа **НИКС** с логотипами партнеров, проектов и т. п. следует придерживаться размерности заданной охранной полем: расстояние между логотипами — двукратный размер рекомендуемого охранного поля, выравнивание горизонтальных логотипов — по базовым линиям, выравнивание вертикальных (так же квадратных

и пропорционально близких к ним) версий логотипов — по центральной оси логотипа **НИКС**. Соразмерность вертикальных (и квадратных) версий логотипов подбирается так же согласно пропорциям охранного поля. При этом учитывайте общую рекомендацию — размеры логотипов по возможности должны быть сбалансированными по графической массе.



## 2.8

## Ограничения логотипа

НЕ ИЗМЕНЯЙТЕ РАЗМЕРЫ ОТДЕЛЬНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ ЛОГОТИПА.

НЕ ИЗМЕНЯЙТЕ ЦВЕТОВУЮ СХЕМУ.

НЕ РАЗМЕЩАЙТЕ ЛОГОТИП НА ПЕРЕГРУЖЕННЫХ КОНТРАСТНЫХ ФОНАХ.

НЕ ИСПОЛЬЗУЙТЕ ОТЛИЧНЫЕ ОТ ФИРМЕННЫХ ШРИФТЫ.

НЕ ИСПОЛЬЗУЙТЕ ОТЛИЧНЫЕ ОТ ФИРМЕННЫХ ЦВЕТА.

НЕ ПРИМЕНЯЙТЕ ГРАДИЕНТНЫЕ ЗАЛИВКИ.

НЕ ПРИМЕНЯЙТЕ ВИЗУАЛЬНЫЕ ЭФФЕКТЫ.

НЕ ПРИМЕНЯЙТЕ ОБВОДКУ.

НЕ ТРАНСФОРМИРУЙТЕ ФОРМУ ЛОГОТИПА, ЕГО ЭЛЕМЕНТОВ  
И ИСПОЛЬЗУЙТЕ ТОЛЬКО ИСХОДНЫЕ ФАЙЛЫ ПРИ РАБОТЕ.

## 2.9

## Фирменная палитра

Фирменная палитра состоит из трёх цветов — белого, графитового серого (и его градаций) и темного зелёного.

Цвет наследует знакомую пользователям цветовую схему бренда и поддерживает градацию между новыми и существующими продуктами. Эти цвета стоит использовать в подавляющем большинстве случаев. Для наиболее точного воспроизведения цвета соблюдайте описанные параметры.

Чёрный цвет используется как замена графитовому серому в деловом документообороте. На большей массе носителей рекомендуется использовать основные фирменные цвета.

# White

Pantone	Pantone White
RGB	255; 255; 255
CMYK	0; 0; 0; 0
HEX	FFFFFF

# Graphite Gray

Pantone	426
RGB	36; 39; 42
CMYK	76; 64; 58; 72
CMYK (текст)	0; 0; 0; 100
HEX	24272A

90% 80% 70% 60% 50% 40% 30% 20% 10%

# Ambient Blue

Pantone	306
RGB	0; 187; 238
CMYK	80; 0; 7; 0
HEX	00BBEE

# Light Gold

Pantone	7502
RGB	215; 183; 135
CMYK	20; 25; 50; 5
HEX	D7B787

## Пропорции цвета

Основа цветового ощущения бренда — сдержанная лаконичная гамма, дополненная цветовыми акцентами.

При этом зелёный — акцидентный цвет, он используется как фирменный маркер и раскрывается в деталях, уступая первенство белому фоновому. В таблице показаны примерные пропорции цвета в коммуникации. Хотя данные величины в большей степени абстрактны, стоит придерживаться указанного соотношения.

40%

20%

20%

20%

## 2.10

## Шрифт и типографика

Cera Pro — основной фирменный шрифт, используется для акцентов, заголовков первого уровня, копирайтов и основных сообщений.

# Cera Pro™

Regular Medium **Bold**

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛ  
МНОПРСТУФХЦЧ  
ШЩЪЫЬЭЮЯ

ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
WXYZ

1234567890  
!@№?.\$₽©—

абвгдеёжзийкл  
мнопрстуфхцч  
шщъыьэюя

abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz

[Скачать файлы](#)

[Подробнее о лицензии и приобретении](#)

**Verdana** — дополнительный шрифт, используется в качестве системного, когда воспроизведение фирменных гарнитур невозможно. Например, при работе с документами в программах пакета Microsoft Office.

# Verdana

Regular **Bold**

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛ  
 МНОПРСТУФХЦЧ  
 ШЩЪЫЬЭЮЯ

ABCDEFGHIJKL  
 MNOPQRSTUVWXYZ  
 WXYZ

1234567890  
 !No?\$&§©—

абвгдеёжзийкл  
 мнопрстуфхцч  
 шщъыьэюя

abcdefghijklm  
 nopqrstuvwxyz

Соподчинение стилей:

Cera Pro Medium

# Заголовок или ключевая информация в несколько строк

Cera Pro Regular  
Cera Pro Medium

Большие объемы текста, табличные данные — информация предназначенная для продолжительного чтения. Обычно размерность кегля в 2,5–4 раза меньше, чем у подзаголовков. Начертание **Medium** — для незначительных акцентов в тексте.

Cera Pro Bold  
Cera Pro Medium

**+139%**

Medium

Bold

Medium

**124 990 ₹**

Bold

В фактоидах и акцентах для дополнительной выразительности может использоваться комбинация начертаний — основной текст Cera Pro Bold, математические и знаки пунктуации Cera Pro Medium

Базовые правила оформления текста:

### Выравнивание текста

Рекомендуется верстать текст с выравниванием по левому краю (**align left**) либо, в случае большого объёма текста (например в делопроизводстве), по ширине формата (**justify with last line aligned left**).



**Vel dolorem iuscing feugiam conullamet. Qaui euguer am, con henibh eugait ver in henisi.**



**Vel dolorem iuscing feugiam conullamet. Qaui euguer am, conhenibh eugait ver in henisi. Bla-orpe wisci riustie mod duis estrud moloborero commolore.**

Выравнивание по центральной оси применяется исключительно в акциденции, например, на сайте или соц. сетях.



**Vel dolorem iuscing feugiam conullamet.**

Выравнивание по правому краю не применяется никогда в основном тексте и может использоваться только для сносок.




---

Vel dolorem iuscing feugiam conullamet. Qaui euguer am, con henibh eugait ver in henisi.

### Перенос слов

На строчке не могут остаться: инициалы, предлоги, цифры года, цифры без обозначения системы измерения. На строчке должно оставаться длинное тире.

Правильно:

**Крикну —  
а в ответ тишина.**

Неправильно:

**Крикну  
— а в ответ  
тишина.**

**Осталось всего  
12 метров.**

**Осталось всего 12  
метров.**

### Абзац

Начало абзаца или новая смысловая группа всегда отбиваются пробелом между строк. Не рекомендуется верстать текст единым блоком, это затрудняет логическое восприятие информации.

**Vel dolorem iuscing feugiam conullamet. Wisci blaorpe riustie modduis estrud moloborero commolore.**



**Qaui euguer am, con henibh eugait ver in henisi. Wisci blaorpe riustie mod duis estrud moloborero commolore.**

Базовые правила оформления текста:

Дефис, минус и тире

- **дефис;**
- **минус или короткое тире (в Windows Alt-0150, в Mac OS Alt-hyphen);**
- **тире (в Windows Alt-0151, в Mac OS Alt-Shift-hyphen).**

Дефис (**hyphen**) употребляется в словах и словосочетаниях русского языка:

- для присоединения частиц (кто-либо, где-то);
- для присоединения префиксов (во-первых, по-русски);
- для разделения сложных слов (физико-математический, иссиня-черный);
- в качестве знака сокращения (кач-во, физ-ра);
- в словосочетаниях (бизнес-ланч, интернет-кафе);
- в качестве знака переноса и т.д.

Дефис не отбивается пробелами от соединяемых частей.

Знак минуса или короткое тире (**en-dash**) употребляется в математических формулах ( $5+1-2=4$ ). В качестве интервала значений или диапазона (1975–83 гг., 30–40 грамм) тире пробелами не отбивается.

Знак тире употребляется:

- для связи слов в предложении (А гений и злодейство — две вещи несовместные.);
- для выделения прямой речи (— Идём, холодно, — сказал Макаров и угрюмо спросил: — Что молчишь?).

### Кавычки

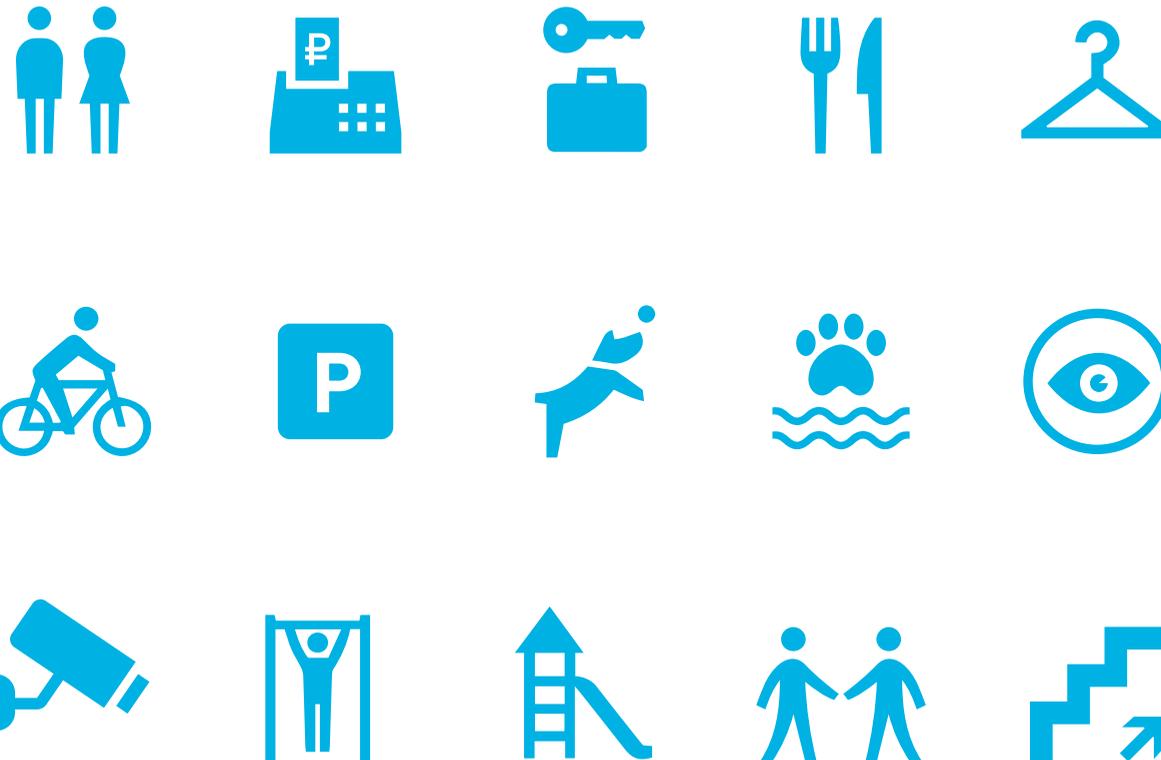
В русских текстах используются «елочки» (в Windows Alt-0171, Alt-0187 или Alt+, Alt-Shift+ в Mac OS). "Лапки" используются в текстах на английском и «в случаях "цитата в цитате"».

## 2.11

## Пиктографика

Еще одним элементом, объединяющим коммуникации бренда, является фирменная пиктографика. В сочетании с фирменным шрифтом она может использоваться в навигации, диджитал-носителях, веб-интерфейсах и т.д.

Все пиктограммы выстроены по сетке с квадратным модулем размером 24×24.



## 2.12

**Фотостиль**

Рекомендуются к использованию фотографии релевантные целевой аудитории бренда и архетипу **Славного малого** — живые, не «стоковые» фотоизображения людей в естественной среде с настоящими ненаигранными эмоциями. В фотоимиджах лучше показывать сообщества людей: пары, семьи, родителей с детьми, друзей, соседей. При использовании одиночных персонажей, на изображении должно присутствовать достаточное количество окружения и среды, позволяющих однозначно связывать смысл с продуктом НИКС (интерьеры, дворы, игровые площадки, экстерьеры объектов, элементы благоустройства и т.п.). Стоит придерживаться единой цветовой и светокоррекции.

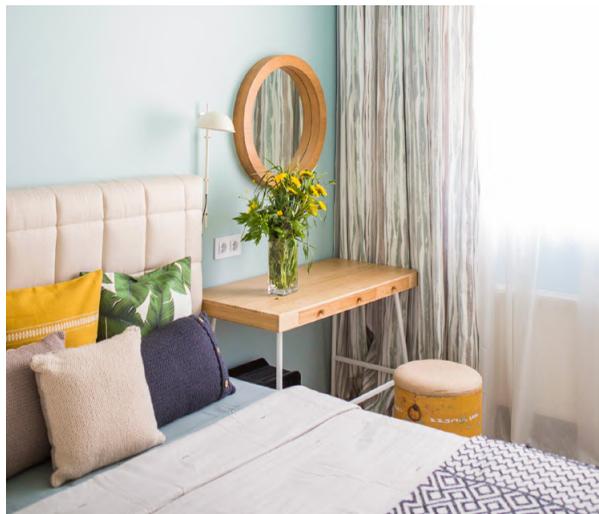
Следует стараться избегать малоконтрастных, неестественных, статичных изображений. Идеальным источником фотоматериалов могут быть специально проведённые сессии с профессиональным фотографом.

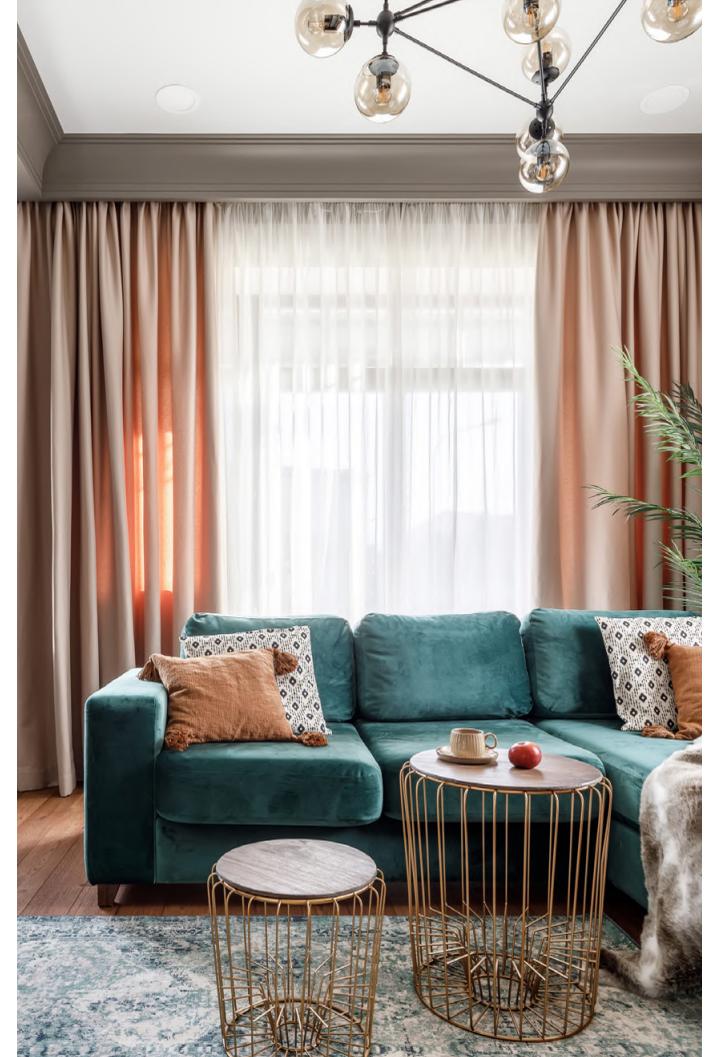
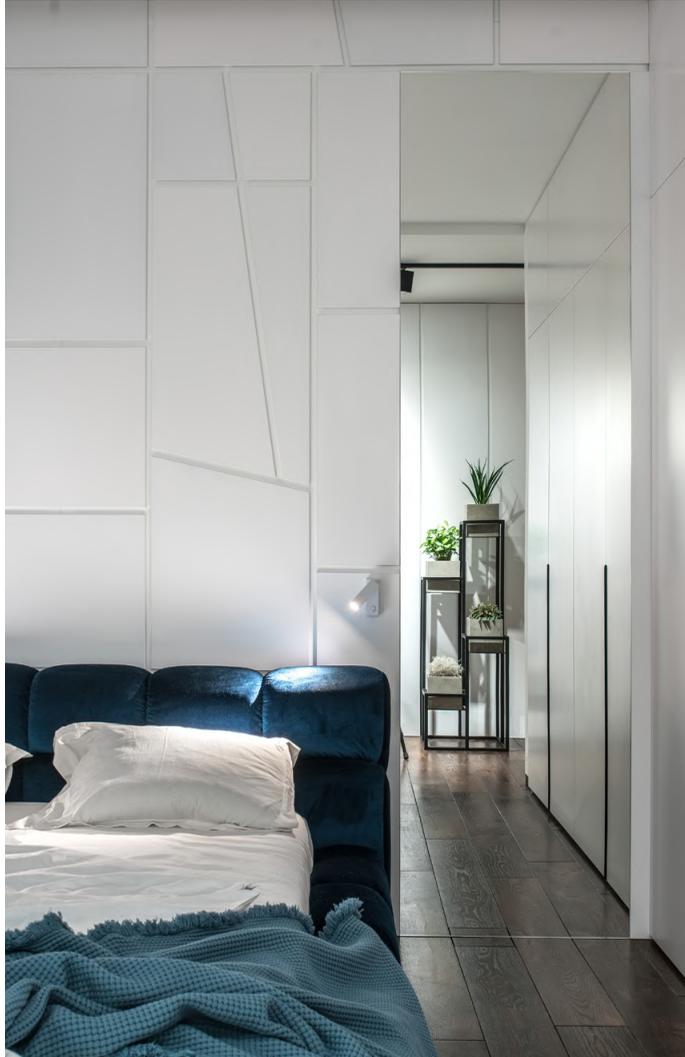

[Посмотреть примеры](#)



При использовании изображений интерьеров старайтесь использовать реальные пространства (в крайнем случае 3D-рендеры; при этом они должны быть максимально реалистичны).

Рекомендуется отходить от классических канонов сдержанной архитектурной фотографии и снимайте более «жилые» интерьеры с мягким светом и живой «неидеальностью» обстановки.





Предпочтительно используйте реальные изображения объектов (в случае 3D-рендеров они должны быть максимально реалистичны).

И в фотографиях, и в рендерах лучше выбирайте точку съемки, находящуюся на линии глаз человека, чтобы потребитель видел ваши дома глазами обычного человека.





Следует избегать слишком ярких и не естественных, откровенно стоковых фотоматериалов, неуместного юмора. Недопустимо использовать любительские фотографии, сделанные при плохом освещении на слабую оптику и фотографии низкого разрешения. Недопустимо использовать грубо обтравленные фотографии с подложенными тенями и коллажи.



Для подбора фотографий можно воспользоваться следующими ресурсами:

[PEXELS.COM](https://www.pexels.com)

[PICJUMBO.COM](https://www.picjumbo.com)

[PIKWIZARD.COM](https://www.pikwizard.com)

[UNSPLASH.COM](https://unsplash.com)

[RAWPIXEL.COM](https://www.rawpixel.com)

[RESHOT.COM](https://www.reshot.com)

[PIXABAY.COM](https://www.pixabay.com)

[SKITTERPHOTO.COM](https://www.skitterphoto.com)

[PICOGRAPHY.CO](https://www.picography.co)

[BURST.SHOPIFY.COM](https://www.burst.shopify.com)

[FREESTOCKS.ORG](https://www.freestocks.org)

[CANVA.COM](https://www.canva.com)

[STOCKSNAP.IO](https://www.stocksnap.io)

[ISOREPUBLIC.COM](https://www.isorepublic.com)

[FREEPHOTOS.CC](https://www.freephotos.cc)



# Носители СТИЛЯ

Глава описывает примеры и приёмы которые следует использовать для оформления носителей коммуникаций.

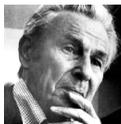
# 3.0

## 3.1 Модульная сетка

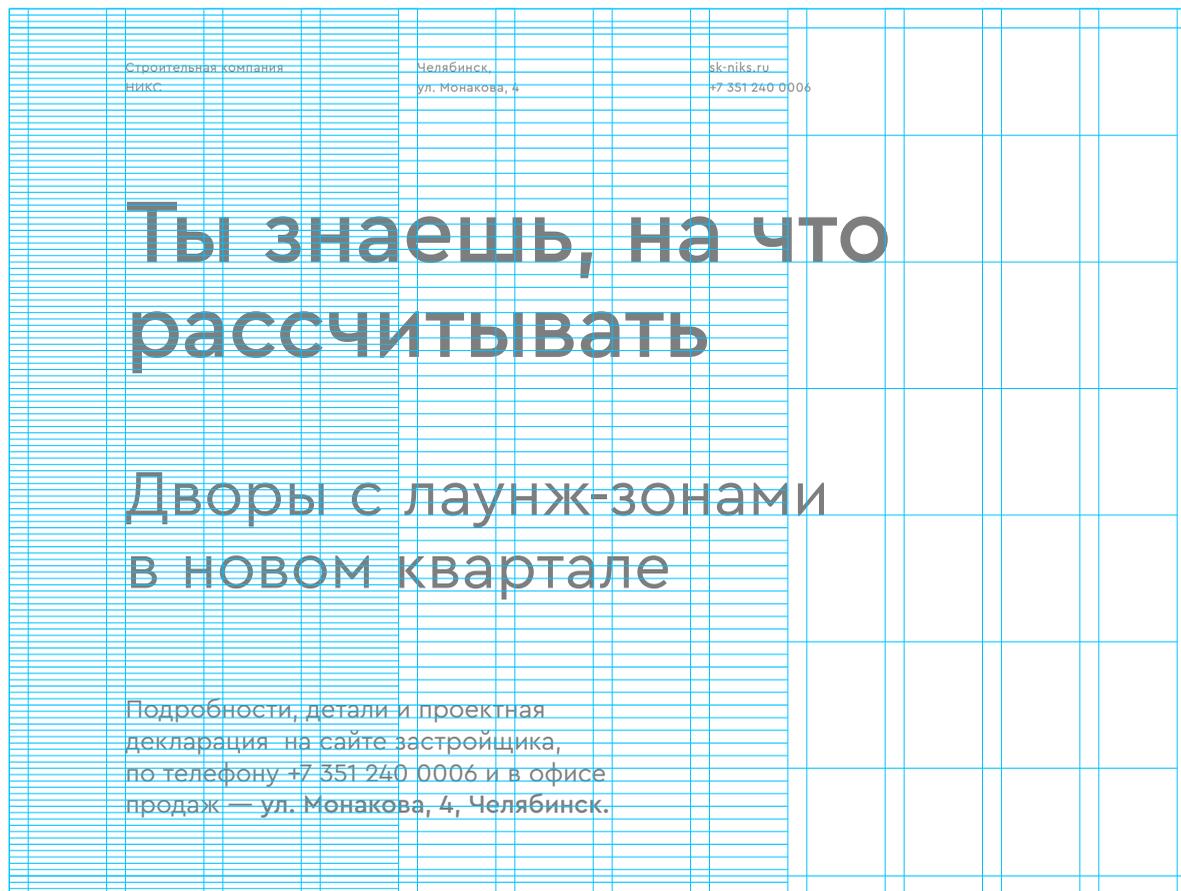
Модульная сетка — система вертикалей и горизонталей, образующих каркас макета. По направляющим модульной сетки выравниваются все элементы, как графические, так и текстовые. Эта система упростит и ускорит художественное конструирование, позволит сформировать единый узнаваемый визуальный язык бренда, позволит по единым правилам работать со статичными и динамичными композициями.

Высота модуля — шрифтового знака является базовой единицей сетки. Минимальные поля макета равняются размеру охранного поля логотипа.

Эти принципы применяются и для цифровых, и для офлайн-носителей.



Полезно: Йозеф Мюллер-Брокман  
«Модульные системы в графическом дизайне»



Пропорции сетки подбираются из размера минимального текстового стиля на макете (в данном случае 1x). Межколонники и поля подбираются кратно размеру интерлиньяжа, минимальное поле — 3x.

Размерность стилей, используемых в материалах описанных в данном руководстве, можно посмотреть на следующей странице. Дополнительным примером служат мастер-файлы макетов, прикрепленных к данному руководству.



Размерность стилей демонстрирует принцип кратности и показана для примера

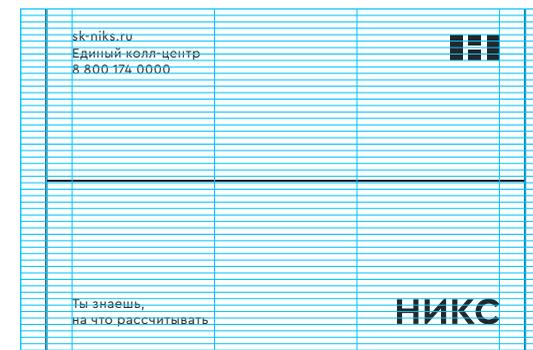
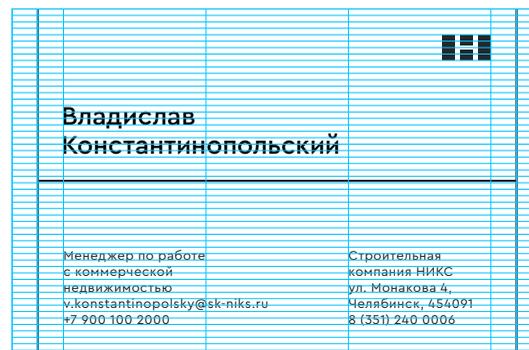
Пример соразмерность стилей показана в таблице. Для большего удобства в работе следует использовать готовые мастер-макеты носителей, прилагаемые к руководству.

Размер	Коэффициент
6 pt	× 1
9 pt	× 1,5
12 pt	× 2
18 pt	× 3
24 pt	× 4
30 pt	× 5
42 pt	× 7
60 pt	× 10
72 pt	× 12

Cera Pro

## 3.2 Визитка

Формат 85x55 мм, возможна  
выборочная лакировка логотипа  
и знака на оборотной стороне.



## 3.3

## Бланк

Формат А4,  
монохромная печать

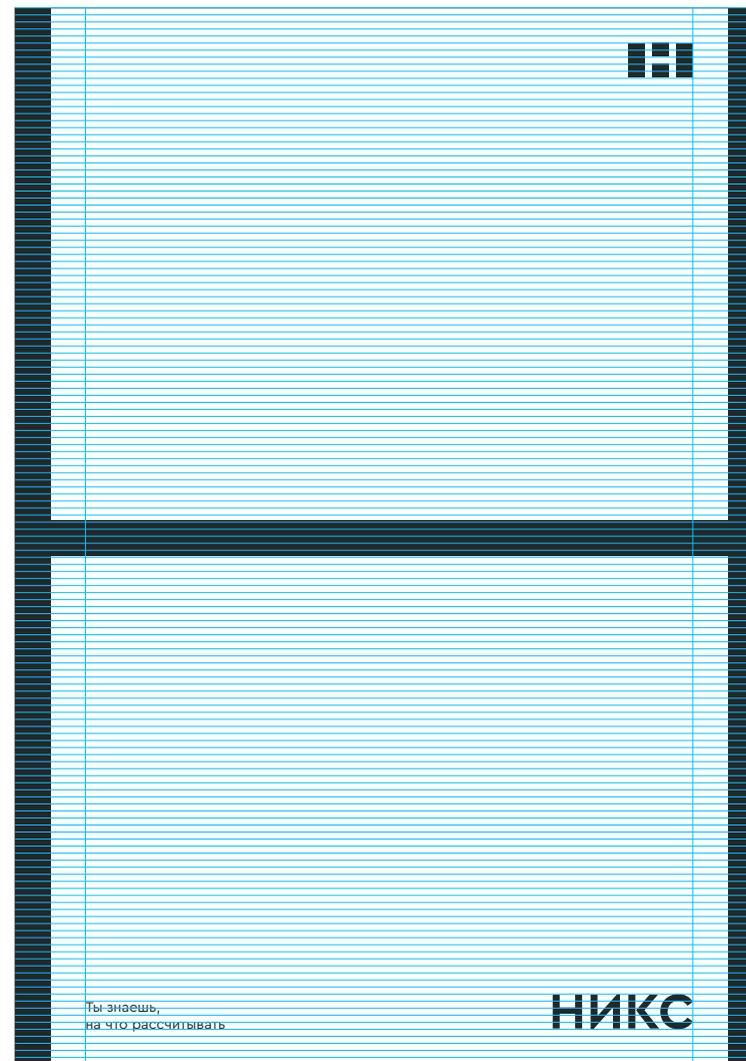
<b>НИКС</b>		
ООО Специализированный застройщик «Первый квартал»		Всем заинтересованным лицам
ИНН 74-8274336 КПП 74-48-01001 ОГРН 1187456042806. ул.с. 10090000 в Челябинском отделеции № 000 в ПАО Сбербанк, к/с 00000000 БИК 000000 454100, Челябинск, Андшина, 10, нежилое помещение 10		
<b>Письмо об объекте рекламирования</b>		
Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo. Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi nesciunt. Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptatem. Ut enim ad minima veniam, quis nostrum exercitationem ullam corporis suscipit laboriosam, nisi ut aliquid ex ea commodi consequatur.		
Директор ООО СЗ «Первый квартал»		_____ / Маркелов А. О. /



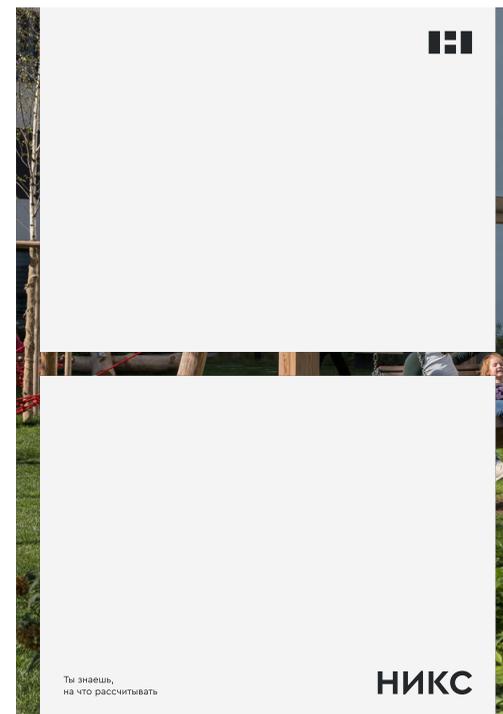
## 3.4

### Папка

Формат 220x310 мм, возможна  
выборочная лакировка логотипа.



[Скачать файлы](#)

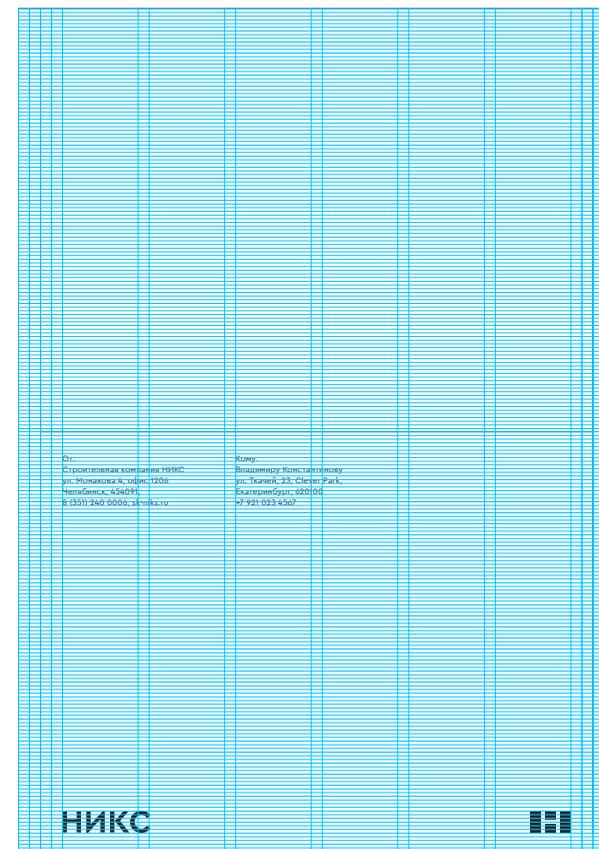
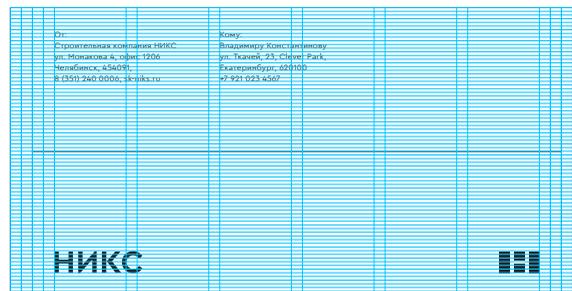
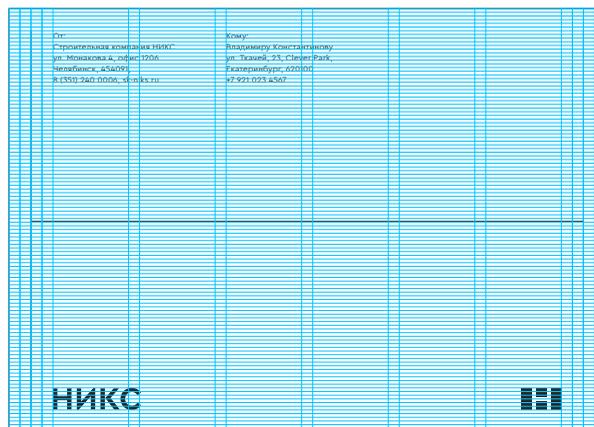


Фирменный голубой цвет допустимо заменять на цветной картон без выраженной текстуры максимально близкого оттенка, например, [Favini Burano 55](#)

### 3.5

## Конверты

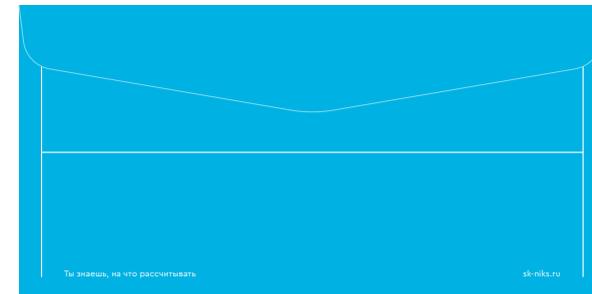
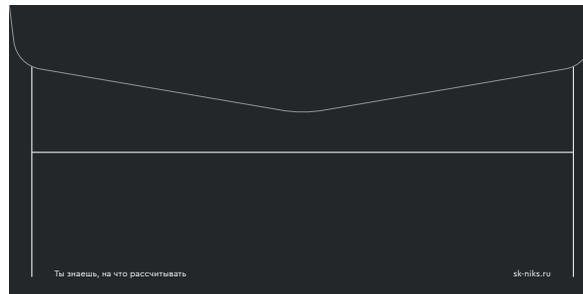
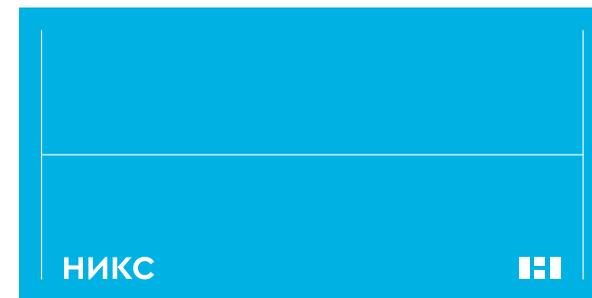
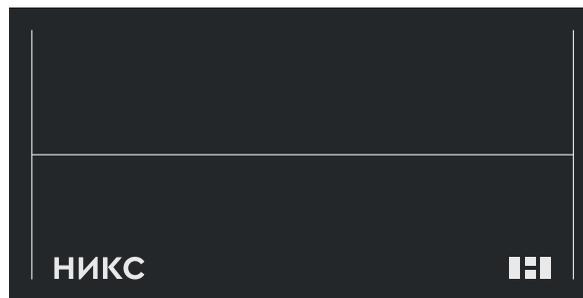
Форматы DL, C4, C5.  
Монохромная печать.



Подарочные конверты формата DL. Фирменные цвета допустимо заменять на цветной картон без выраженной текстуры максимально близкого оттенка.



— [Favini](#)  
[Burano 55](#)



\* У поставщиков бумаги можно найти готовые конверты самых распространенных форматов

## 3.6

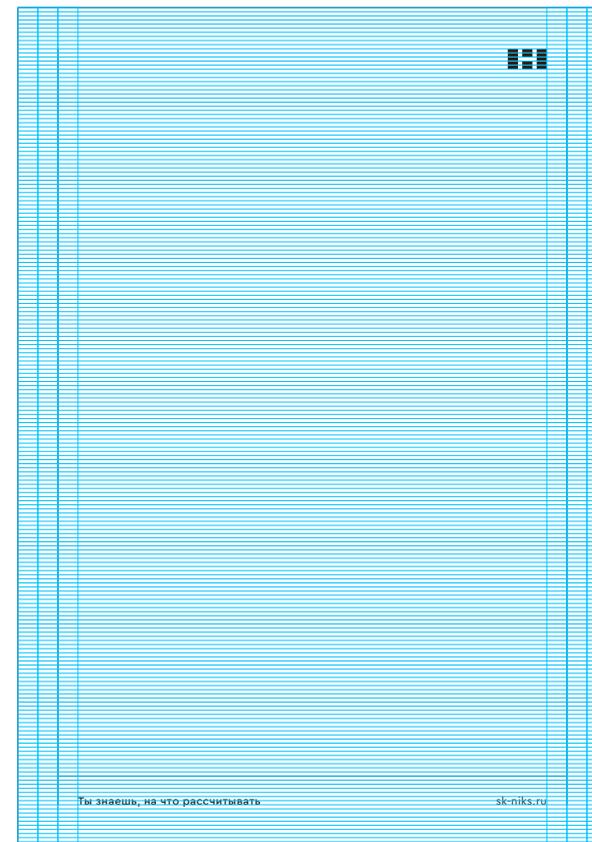
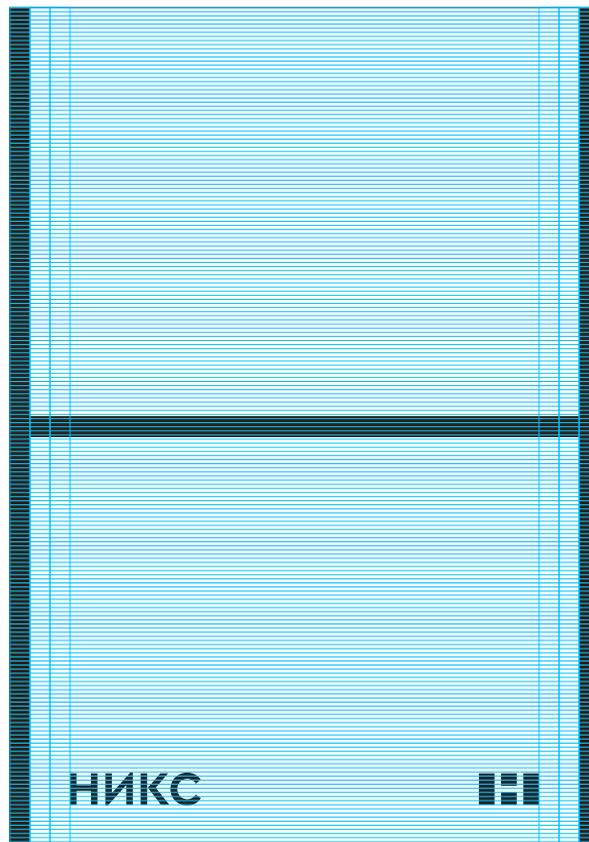
### Ручки

Пластиковая ручка белого цвета  
или ручка из светлого металла  
с лазерной гравировкой



## 3.7

## Блокноты

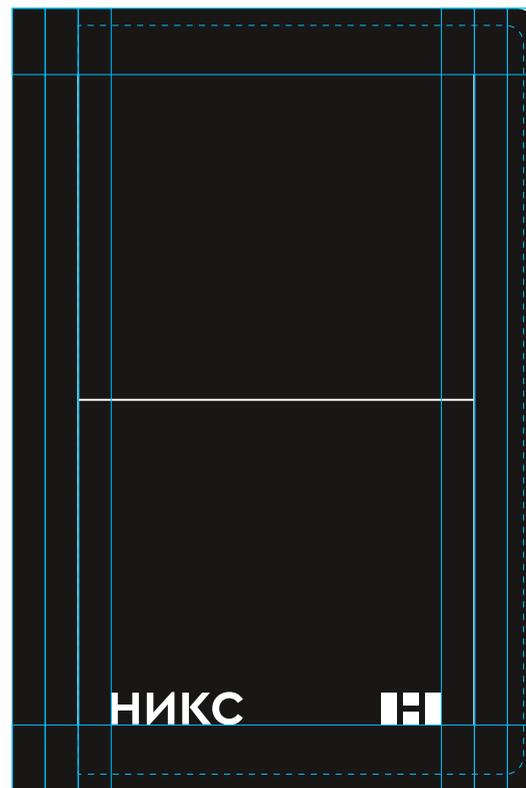


## 3.8 Ежедневники

Мягкая обложка без выраженной текстуры. Монохромные или с использованием фирменных цветов как на примере:

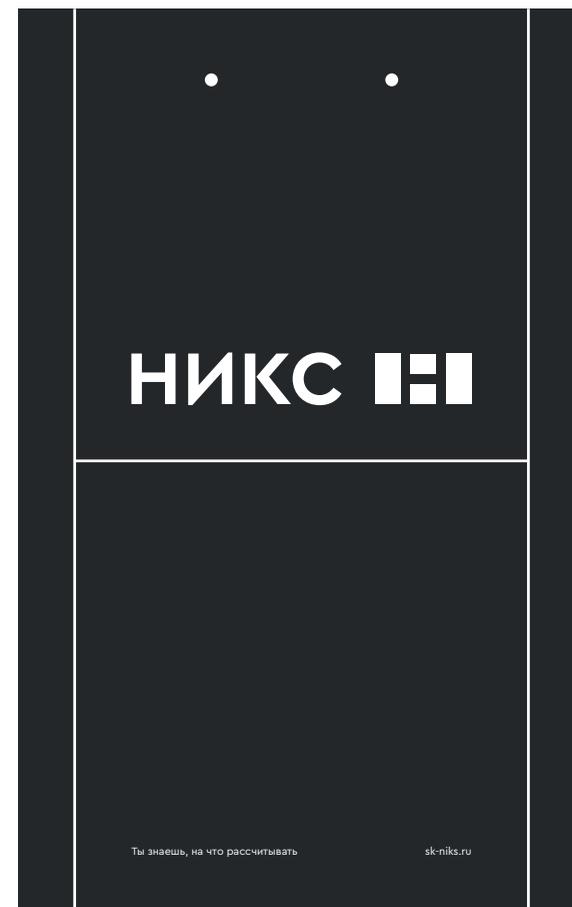
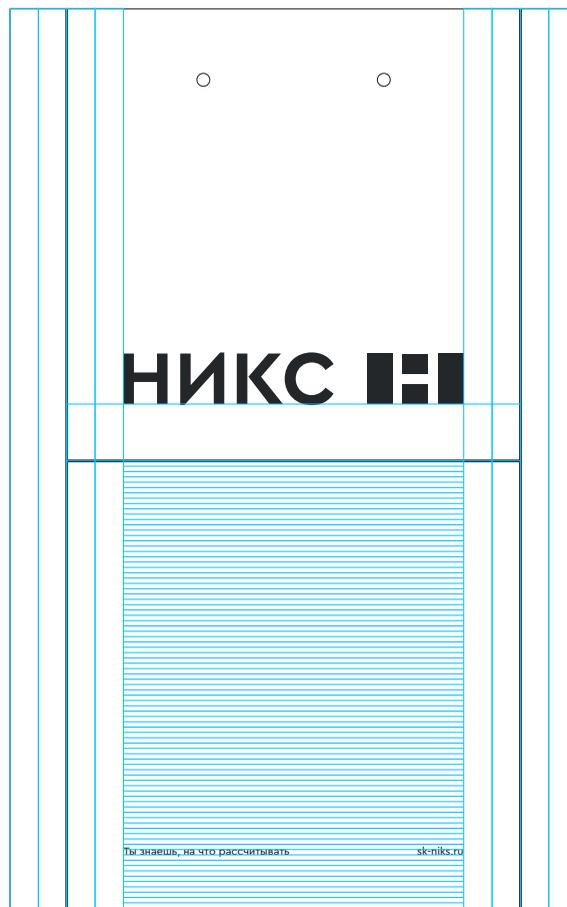


[Portobello Trend Sky, 145x210](#)



### 3.9 Пакеты подарочные

На бумажных пакетах возможно использовать конгрев логоблока, его выборочное лакирование, матовую ламинацию логоблока или пакета целиком.



### 3.10 Пакеты пластиковые

На пластиковых пакетах  
возможно использовать  
матовую ламинацию логоблока  
или пакета целиком.





## 3.12

## Outdoor, 6000×3000

При верстке печатных материалов стоит опираться на единые правила модульной сетки.

**НИКС Лайн**  
на Айвазовской набережной

sk-niks.ru 8 800 174 0000

**6,5%** Выгодные условия ипотеки для молодых семей

Застройщик — СК НИКС, г. Челябинск, проспект Ленина, 75. Проектная декларация на сайте [sk-niks.ru](http://sk-niks.ru). Договор долевого участия в строительстве. Ставка от 8,1% годовых для зарплатных клиентов банка. «Открытие» при подаче заявки от партнера. Срок — от 3 до 30 лет, сумма — от 500 тыс. руб; первоначальный взнос — от 20%. Подробная информация на [sk-niks.ru](http://sk-niks.ru) и [openid.ru](http://openid.ru). Лицензия ЦБ РФ № 2209 от 24.11.2014. Банк в праве отказать в выдаче займа без объяснения причин. Не оферта.

Ты знаешь,  
на что рассчитывать

\* Материалы рекомендательного характера. Композиция может варьироваться от конкретного креативного сообщения.



Скачать файлы

**НИКС**

sk-niks.ru

8 800 174 0000

Вместе с нами  
обновляться просто

Ты знаешь,  
на что рассчитывать



Застройщик — СК НИКС, г. Челябинск, проспект Ленина, 75. Проектная декларация на сайте sk-niks.ru. Договор долевого участия в строительстве. Ставка от 8,1% годовых для зарплатных клиентов банка «Открытие» при подаче заявки от партнера. Срок — от 3 до 30 лет, сумма — от 500 тыс. руб; первоначальный взнос — от 20%. Подробная информация на sk-niks.ru и oran.ru. Лицензия ЦБ РФ № 2209 от 24.11.2014. Банк в праве отказать в выдаче займа без объяснения причин. Не оферта.

# НИКС Сити

на Первомайском

Застройщик — СК НИКС, г. Челябинск, проспект Ленина, 75. Проектная декларация на сайте [sk-niks.ru](http://sk-niks.ru). Договор долевого участия в строительстве. Ставка от 8,1% годовых для зарплатных клиентов банка «Открытие» при подаче заявки от партнера. Срок — от 3 до 30 лет, сумма — от 500 тыс. руб; первоначальный взнос — от 20%. Подробная информация на [sk-niks.ru](http://sk-niks.ru) и [open.ru](http://open.ru). Лицензия ЦБ РФ № 2209 от 24.11.2014. Банк в праве отказать в выдаче займа без объяснения причин. Не оферта.

[sk-niks.ru](http://sk-niks.ru)

8 800 174 0000

## Вместе с нами обновляться просто



Ты знаешь,  
на что рассчитывать



# НИКС Лайн

на Айвазовского

Застройщик — СК НИКС, г. Челябинск, проспект Ленина, 75. Проектная декларация на сайте [sk-niks.ru](http://sk-niks.ru). Договор долевого участия в строительстве. Ставка от 8,1% годовых для зарплатных клиентов банка «Открытие» при подаче заявки от партнера. Срок — от 3 до 30 лет, сумма — от 500 тыс. руб; первоначальный взнос — от 20%. Подробная информация на [sk-niks.ru](http://sk-niks.ru) и [oren.ru](http://oren.ru). Лицензия ЦБ РФ № 2209 от 24.11.2014. Банк в праве отказать в выдаче займа без объяснения причин. Не оферта.

[sk-niks.ru](http://sk-niks.ru)

8 800 174 0000

# 6,5%

Выгодные условия  
ипотеки для молодых  
семей

Ты знаешь,  
на что рассчитывать



# НИКС Про

на Волгоградском

sk-niks.ru

8 800 174 0000

Застройщик — СК НИКС, г. Челябинск, проспект Ленина, 75. Проектная декларация на сайте [sk-niks.ru](http://sk-niks.ru). Договор долевого участия в строительстве. Ставка от 8,1% годовых для зарплатных клиентов банка «Открытие» при подаче заявки от партнера. Срок — от 3 до 30 лет, сумма — от 500 тыс. руб; первоначальный взнос — от 20%. Подробная информация на [sk-niks.ru](http://sk-niks.ru) и [oren.ru](http://oren.ru). Лицензия ЦБ РФ № 2209 от 24.11.2014. Банк в праве отказать в выдаче займа без объяснения причин. Не оферта.

## Дворы с лаунж-зонами в новом квартале

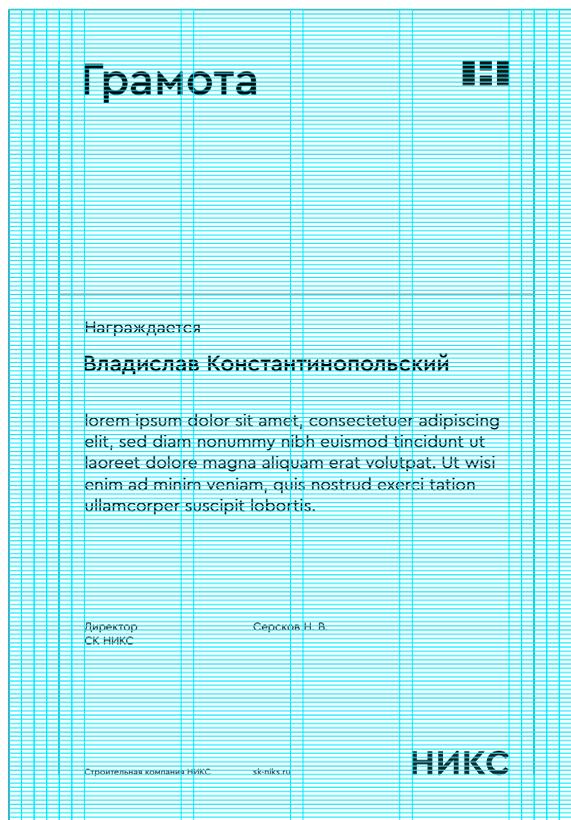
Ты знаешь,  
на что рассчитывать



## 3.13

## Грамота

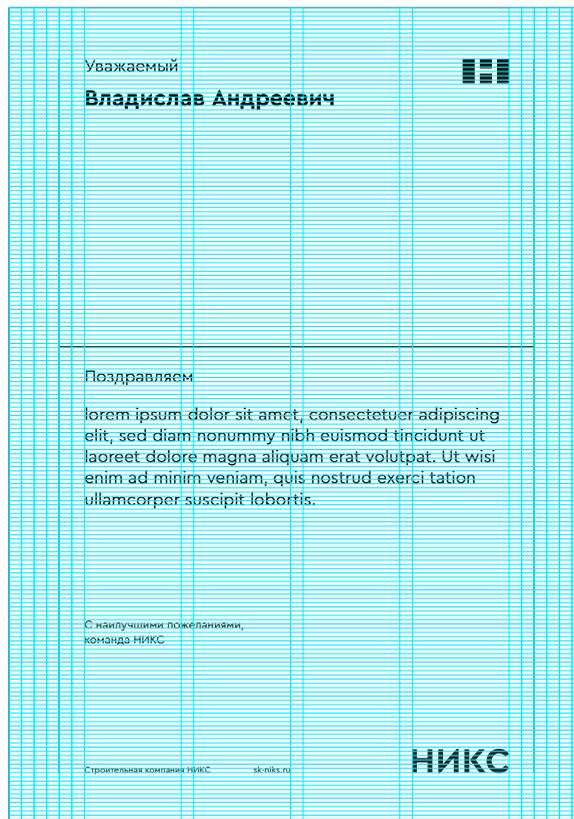
Формат А4,  
монохромная печать



Скачать файлы

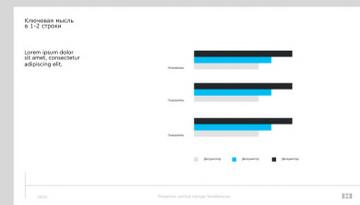
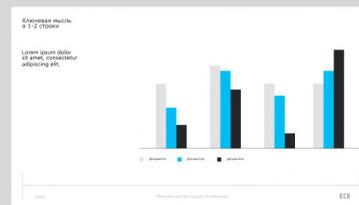
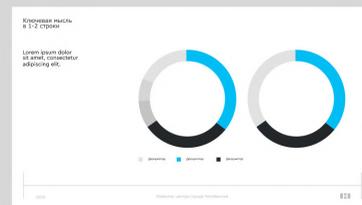
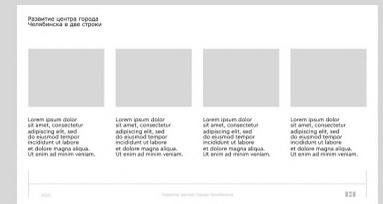
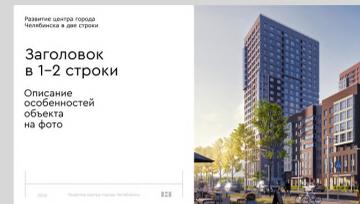
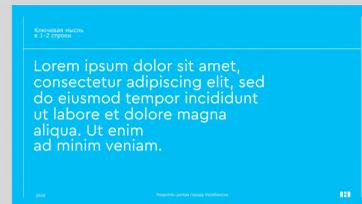
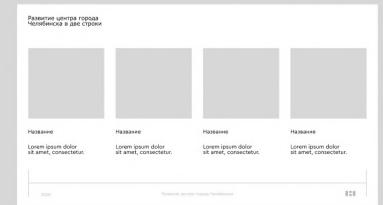
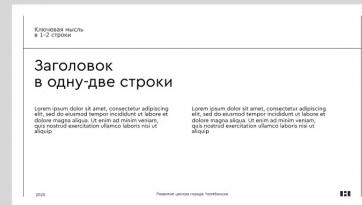
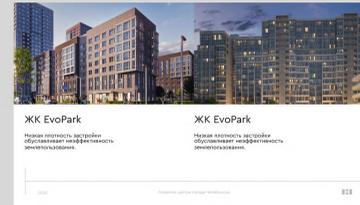
### 3.14 Поздравительный адрес

Формат А4,  
монохромная печать



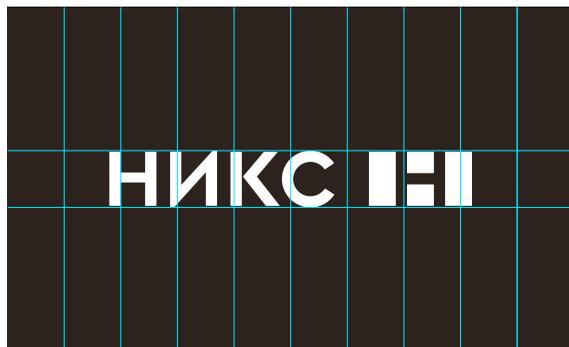
## 3.15

## Презентация



## 3.16 Календарь

Обложка / шапка



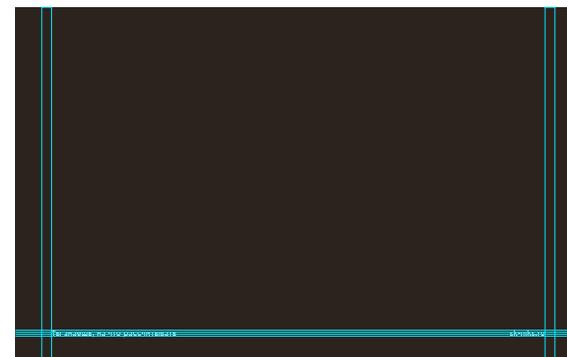
Для шапки и подложки можно использовать тонированный в массу картон (полностью окрашенный) фирменных цветов ([например](#))

Блок с сеткой

Январь January 2021							
Неделя	Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Вс
01					1	2	3
02	4	5	6	7	8	9	10
03	11	12	13	14	15	16	17
04	18	19	20	21	22	23	24
05	25	26	27	28	29	30	31

Подложка

Февраль February 2021							
Неделя	Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Вс
06	1	2	3	4	5	6	7
06	8	9	10	11	12	13	14
07	15	16	17	18	19	20	21
08	22	23	24	25	26	27	28



Скачать файлы

### 3.17 Подпись в почте

Используется шрифт  
без засечек (sans-serif),  
размер «обычный»

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

С уважением,  
Владислав Константинопольский,  
руководитель отдела продаж

Строительная компания **НИКС** |—————|  
[sk-niks.ru](http://sk-niks.ru) — +7 912 345 6789 — +7 351 240 0006



### 3.18

### USB Flash



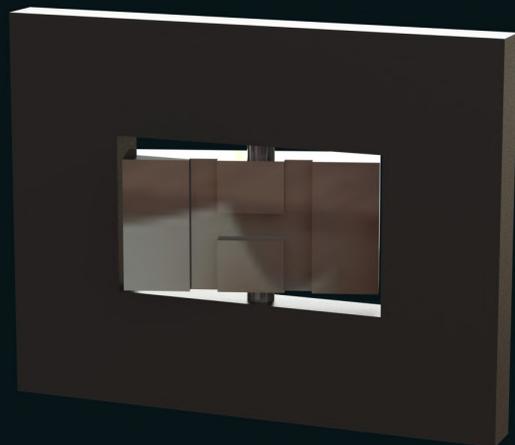
## 3.19

## Кружка



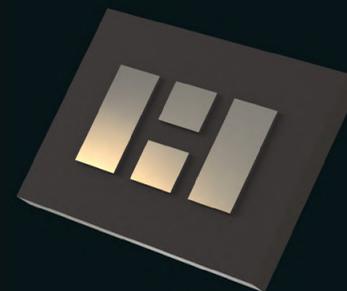
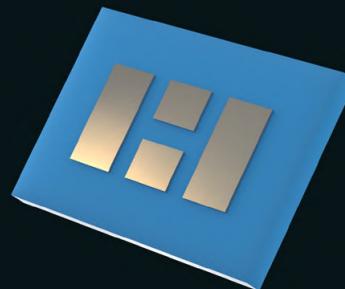
## 3.20

## Брелоки



## 3.20

## Значки



## 3.21

## Дождевик

[Скачать файлы](#)

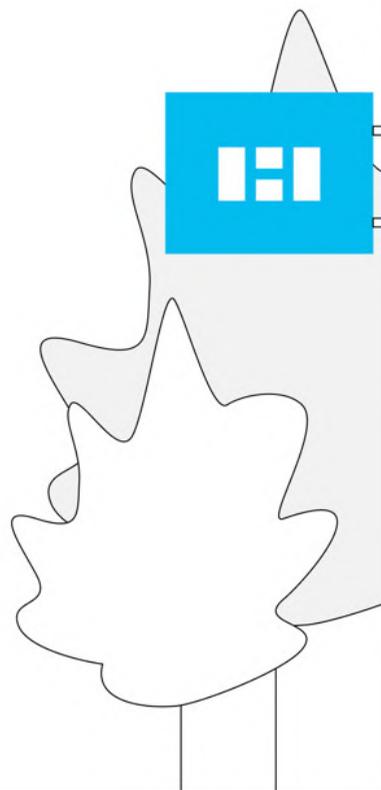


# Офисы

Глава описывает примеры и приёмы, которые следует использовать для оформления офисов компании

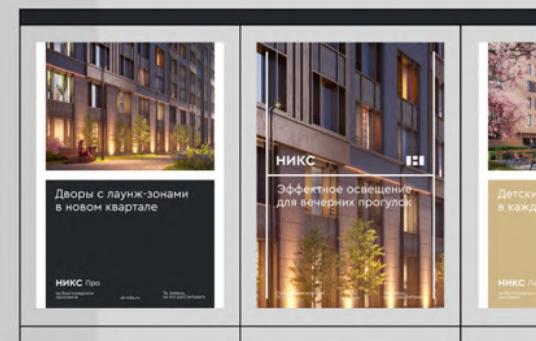
# 4.0

## 4.1 Входная группа и вывески

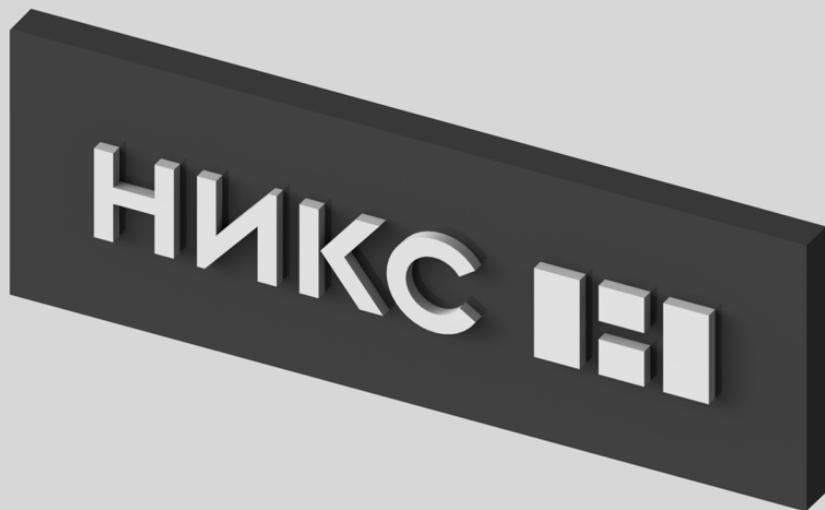


Строительная  
компания

НИКС



Световой короб или световые  
объемные буквы



# НИКС

Комбинированное  
использование логотипа  
и Н-модуля



НИКС 



 НИКС



НИКС  Строительная  
компания



[Скачать файлы](#)

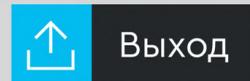
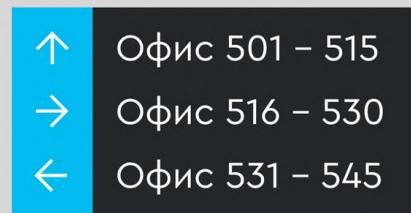
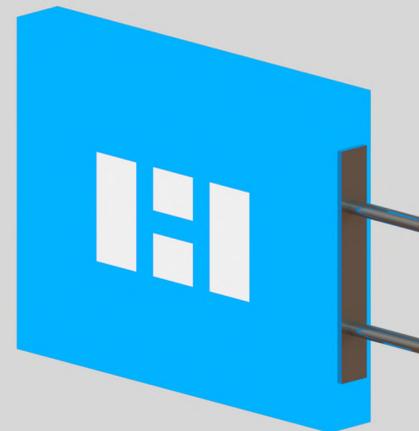
ул. Айвазовского

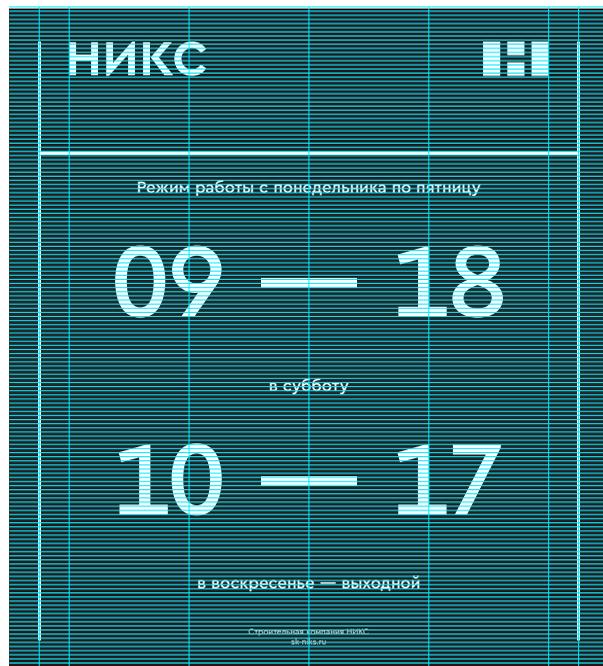
129 к. 2

← 1 подъезд

2-4 подъезд →

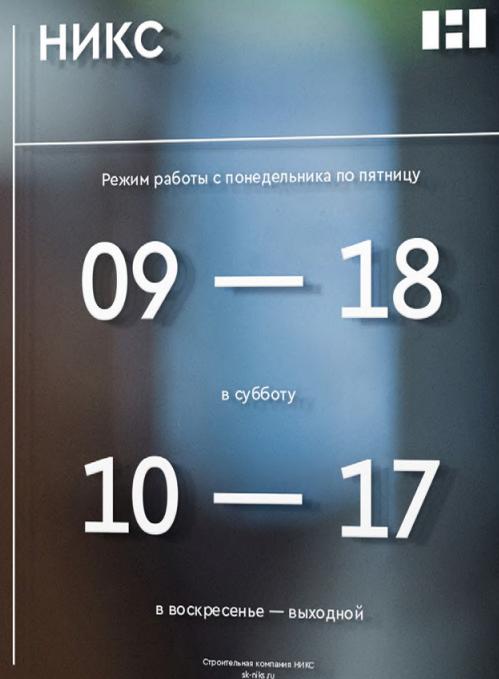
## Элементы навигации

Панель-кронштейн  
для улицыПанель-кронштейн  
для офиса



Табличка из пластика  
или композита

[Скачать файлы](#)



Аппликация пленкой  
на стекло

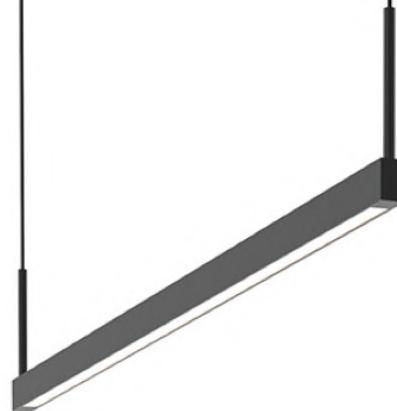
## 4.2 Стилиевое решение интерьера











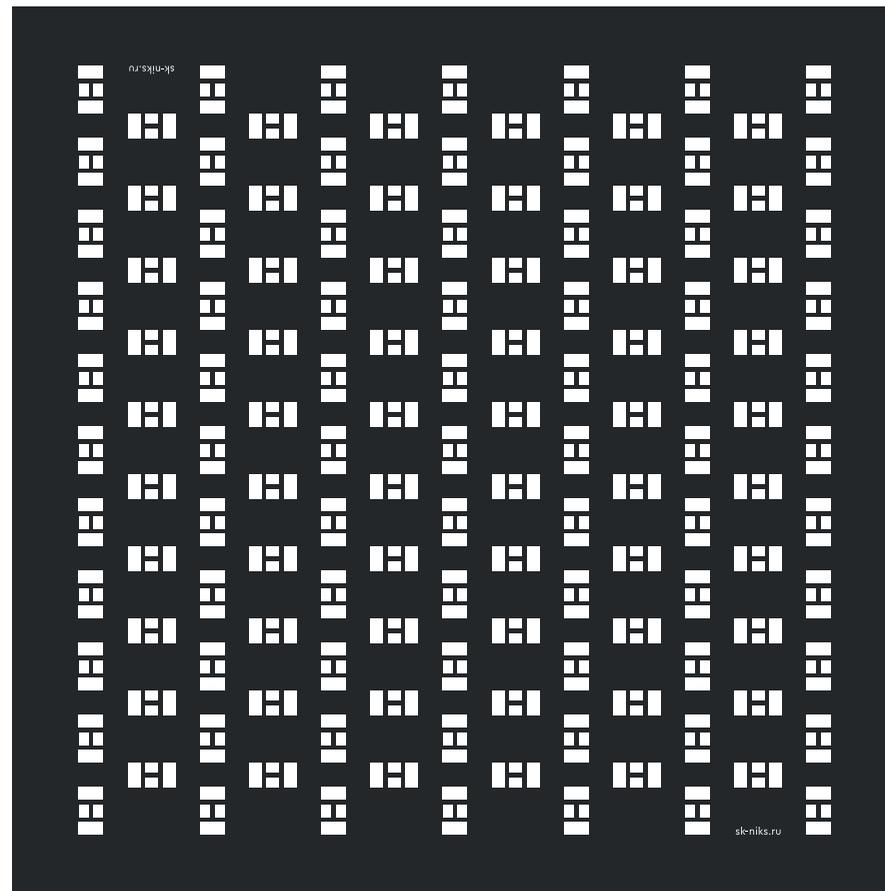


## 4.3

## Платок



Пример реализации

[Скачать файлы](#)

## 4.4

## Каска





# НИКС



## Guidebook

Версия 1.2

Проект разработан в агентстве [Fenomen](#).  
Dinnovate Group