

LOVE MEBRANDING

LOVEMEDO — брендинговое агентство
с умным подходом к творчеству



+7(3822) 230-370
privet@lvmd.ru, www.lvmd.ru

Руководство по использованию
фирменного стиля бренда «Миниполис»

29.05.2019

Что это такое?

Наше руководство — это подробная инструкция по использованию элементов фирменного стиля.

Эти рекомендации пригодятся при решении оформительских и дизайнерских задач. Документ поможет сотрудникам компании, дизайнерам и полиграфистам соблюдать принятые стандарты фирменного стиля.

Соблюдение этих правил обеспечит единство стиля компании и сохранит его узнаваемость.

Содержание

Логотип и его строение	9
Фирменное написание и знак.....	11
Монохромный вариант.....	13
Инверсия.....	14
Охранное поле.....	15
Минимальный размер.....	16
Запрещённые приёмы.....	17
Взаимодействие с фоном.....	18
Шрифт.....	19
Цветовая палитра.....	20
Фирменная графика	21
Запрещённые приёмы.....	33
Взаимодействие с фоном.....	34
Работа с графикой.....	35
Размер элементов.....	36
Количество элементов.....	38
Взаимодействие с другими элементами.....	39
В рекламных материалах.....	40
В digital-среде.....	41
Примеры точек контакта	



Подстрочник и слоган

Коммуникативная стратегия зонтичного бренда «Миниполис» работает в рамках единой креативной рамки, в которую входят подстрочник и слоган.

Подстрочник: Город внутри

Идейное наполнение:

Миниполис — это город внутри тебя. Это город внутри большого города. Это образ идеального места, который каждый из нас всю жизнь лелеет где-то глубоко внутри. И достигая этого идеального места, мы наконец-то попадаем в зону комфорта, где всё удобно и приятно, где всё устроено с любовью и заботой.

Динамический слоган: Всё, как ты любишь — и...

Первая, неизменная часть слогана подчёркивает эмоциональную связь с аудиторией, демонстрирует, что бренд не просто просчитывает потребности клиентов, а способен к настоящей эмпатии и заботе.

Вторая часть слогана меняется в зависимости от задачи.

Это могут быть УТП продукта:

Всё, как ты любишь — и просторная ванная.

Всё, как ты любишь — и высокие потолки.

Эмоциональные тезисы, посвящённые социальной концепции миниполиса:

Всё, как ты любишь — и добрые соседи.

Мотивационные тезисы в корпоративных заставках для рабочего стола, в презентациях и внутренней полиграфии:

Всё, как ты любишь — и команда профессионалов.

Всё, как ты любишь — и амбициозные задачи.

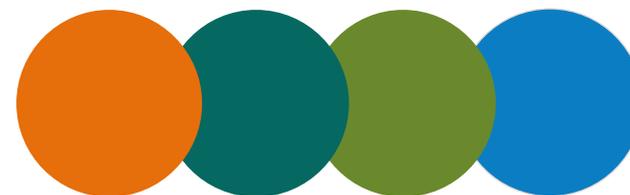
Система визуальной идентификации

Образуется из нескольких базовых элементов:

- логотип,
- цвета,
- шрифт,
- фирменная графика.



Логотип



Цвета

Proxima Nova

Шрифт



Фирменная графика



Логотип

Логотип — ключевой элемент системы идентификации компании.

Масштабировать логотип можно только при условии сохранения пропорций.

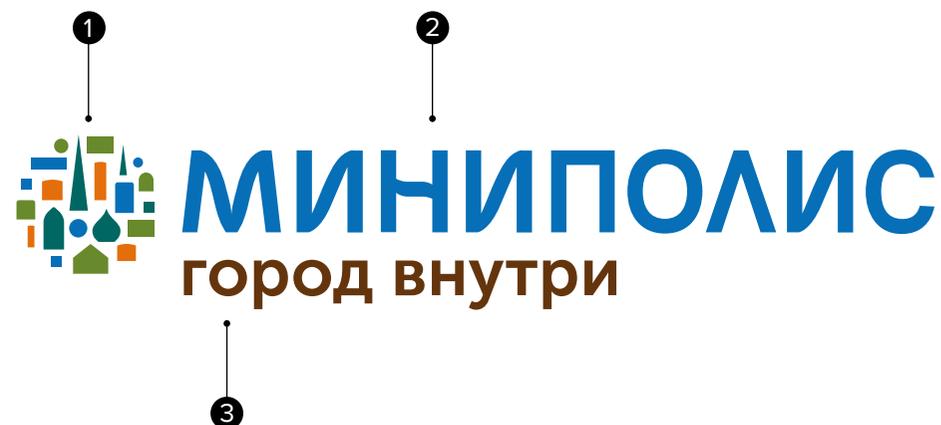


*Основная версия логотипа
в двух цветовых вариациях*

Строение

Логотип состоит из трёх элементов:

1. фирменный знак,
2. фирменное написание,
3. статусная строка.



*Сокращённая версия логотипа
в двух цветовых вариациях*

МИНИПОЛИС

Фирменное написание

Уникальное написание — основа логотипа.
Его пластика передаёт лёгкий намёк на традиционный русский стиль

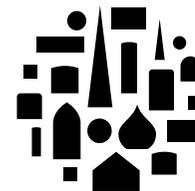
Фирменное написание не может использоваться отдельно от остальных версий логотипа

Фирменный знак

В фирменный знак логотипа «Миниполис» интегрирован логотип «Сити XXI век».

Фирменный знак может использоваться отдельно от остальных версий логотипа.





Монохромный вариант

Существует монохромная версия логотипа. Она подходит для деловой документации и для случаев, когда использовать цветной вариант технически невозможно.

Инверсия

Инвертированная версия логотипа подходит для цветного фона и для случаев, когда использовать полноцветный вариант технически невозможно.





Охранное поле

Охранное поле логотипа не даёт ему визуально смешаться с другими элементами дизайна. Для полных версий логотипа охранное поле равно высоте буквы М из написания. Для фирменного знака оно равно половине радиуса описанной окружности. Размещать в этом пространстве графические элементы, изображения или текст запрещено. На схеме границы поля обозначены пунктиром. Контур невидимый и не отображается при печати.



На схеме указано минимальное расстояние. Его можно увеличивать, но нельзя уменьшать.

Минимальный размер

Минимальный размер логотипа для печатных носителей и цифровой среды. Размеры указаны без учёта охранного поля.



минимальная ширина
25 мм | 125 px



минимальная ширина
20 мм | 115 px



минимальная высота
3 мм | 20 px

Запрещённые приёмы

Некоторые операции с логотипом могут значительно исказить его, сделать неузнаваемым или нечитаемым. Не применяйте их.



Изменение строения



Поворот



Искажение пропорций



Визуальные эффекты

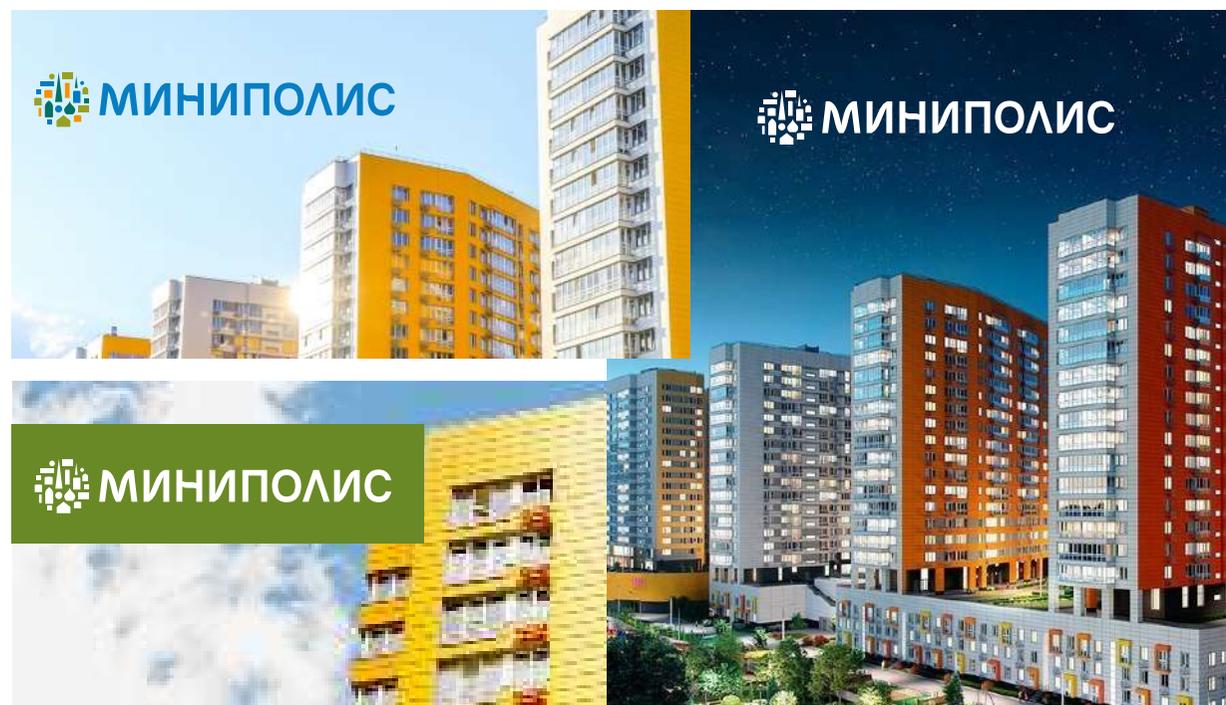


Изменение цвета

Взаимодействие с фоном

Если логотип нужно разместить на фоне, отличном от белого (например, на фотографии или цветном материале), руководствуйтесь следующими правилами.

- Размещайте логотип только на контрастном фоне.
- Если под логотипом однородный светлый участок фотографии, используйте цветную версию логотипа.
- Если фон однородный, но тёмный, используйте инвертированный вариант.
- Если фон неоднородный или неконтрастный — используйте плашку.



Proxima Nova 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

Proxima Nova Light

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

Фирменный шрифт

Основной шрифт — Proxima Nova — современный и изысканно простой. Он прекрасно подойдет для стиля миниполиса.

Используйте Proxima Nova Light для основного текста, Proxima Nova Bold — для заголовков, названий разделов и прочих акцидентных блоков.

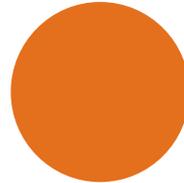
Купить шрифт можно по ссылке:

<https://www.paratype.ru/fonts/ms/proxima-nova>

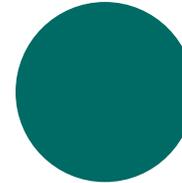
Фирменный цвет

Основная фирменная палитра — сочетание изумрудного, синего, зелёного и ярко-оранжевого.

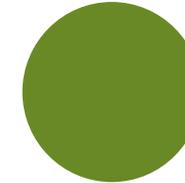
Дополнительные цвета — чёрный, белый, коричневый и сиреневый, они обеспечивают выразительность основной палитры.



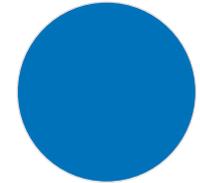
RGB: 228/112/29
CMYK: 0/65/100/5
HEX: #e4701D
Pantone: Solid Coated 158 C



RGB: 0/106/100
CMYK: 100/0/50/45
HEX: #006A64
Pantone: Solid Coated 328 C



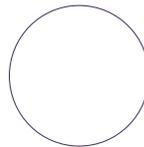
RGB: 105/137/38
CMYK: 50/0/100/40
HEX: #698926
Pantone: Solid Coated 576C



RGB: 0/114/186
CMYK: 100/45/0/0
HEX: #0072BA
Pantone: Szzolid Coated 641 C



Обязательно проведите цветопробу перед тем, как печатать весь тираж фирменной продукции



RGB: 255/255/255
CMYK: 0/0/0/0
HEX: #f2f2f2
Pantone: White



RGB: 5/0/0
CMYK: 50/50/50/100
HEX: #050000
Pantone: Black 6C



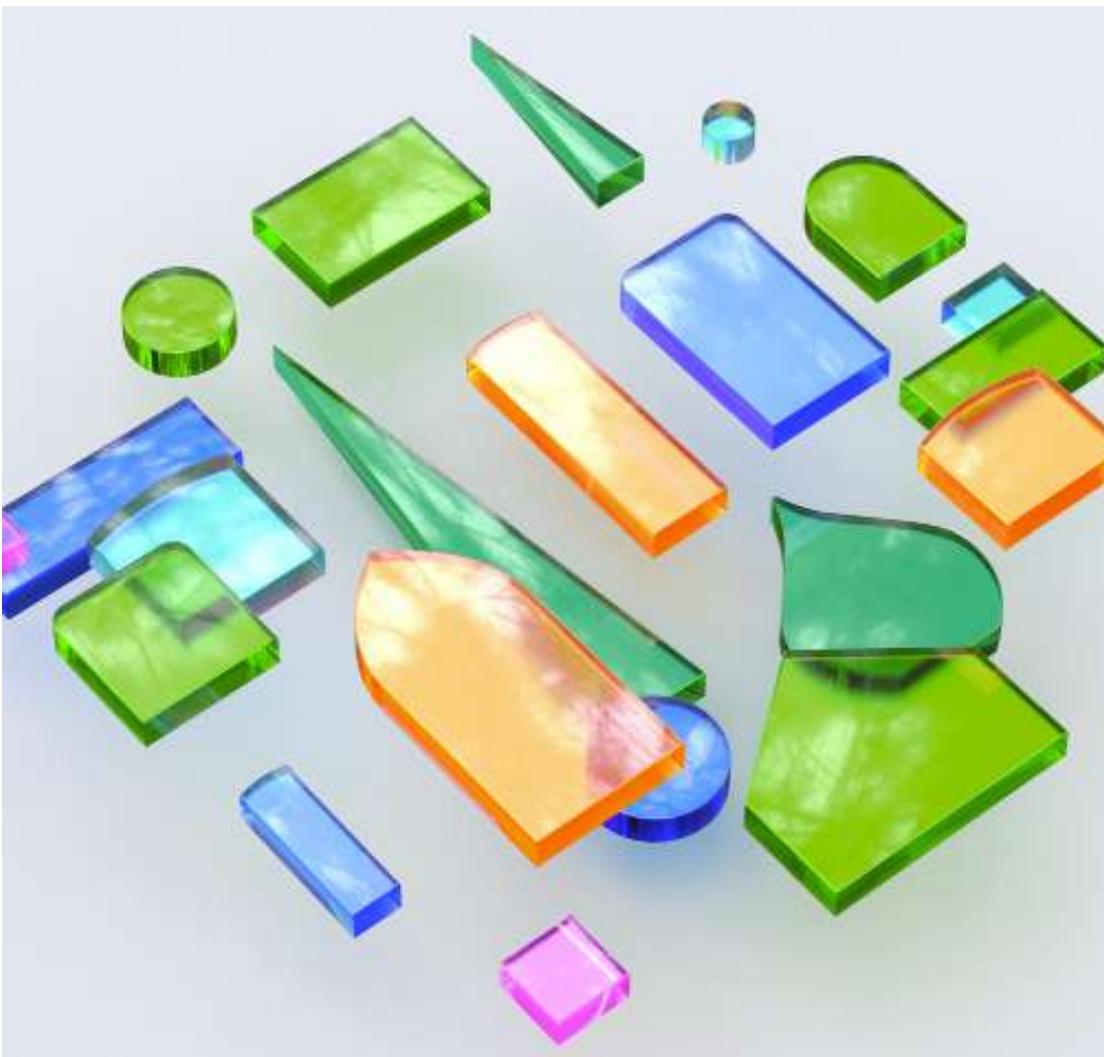
RGB: 0/102/204
CMYK: 86/61/0/0
HEX: #663300
Pantone: Solid Coated 483 C



RGB: 194/64/169
CMYK: 36/82/0/0
HEX: #c240a9
Pantone: Solid Coated 2375 C



RGB: 1/176/197
CMYK: 74/4/23/0
HEX: #01b0c5
Pantone: Solid Coated 3125 C



Фирменная графика

Элементы логотипа приобретают объём и становятся основой фирменной графики. Эти элементы превращаются в части конструктора, из которого можно собрать оформление для любых коммуникационных материалов.

Каждый элемент показан с четырёх ракурсов. Это делает стиль очень гибким.



Четыре ракурса. Цвет элемента —
оранжевый — зафиксирован
и не может меняться.



Четыре ракурса. Цвет элемента —
зелёный — зафиксирован и не может
меняться.



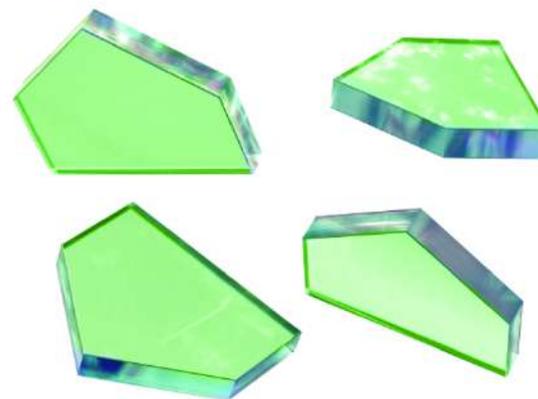
Четыре ракурса. Цвет элемента — зелёный — зафиксирован и не может меняться.



Четыре ракурса. Цвет элемента — бирюзовый — зафиксирован и не может меняться.



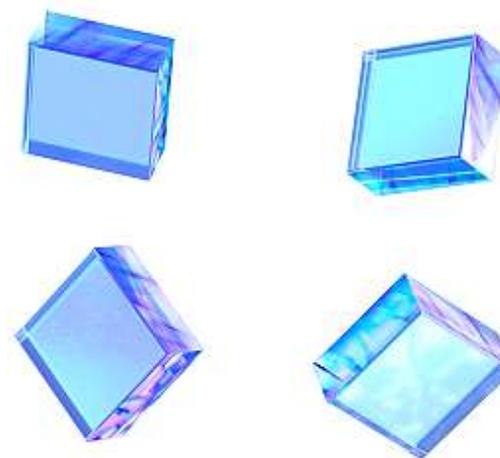
Четыре ракурса. Цвет элемента — бирюзовый — зафиксирован и не может меняться.



Четыре ракурса. Цвет элемента — зелёный — зафиксирован и не может меняться.



Четыре ракурса. Цвет элемента — сиреневый — зафиксирован и не может меняться.



Четыре ракурса. Цвет элемента — бирюзовый — зафиксирован и не может меняться.



Четыре ракурса. Цвет элемента — зелёный — зафиксирован и не может меняться.



Четыре ракурса. Цвет элемента — оранжевый — зафиксирован и не может меняться.



Четыре ракурса. Цвет элемента — зелёный — зафиксирован и не может меняться.



Четыре ракурса. Цвет элемента — синий — зафиксирован и не может меняться.



Четыре ракурса. Цвет элемента — синий — зафиксирован и не может меняться.



Четыре ракурса. Цвет элемента — оранжевый — зафиксирован и не может меняться.



Четыре ракурса. Цвет элемента — изумрудный — зафиксирован и не может меняться.



Четыре ракурса. Цвет элемента — синий — зафиксирован и не может меняться.



Четыре ракурса. Цвет элемента — изумрудный — зафиксирован и не может меняться.

Фирменная графика

Элементы логотипа трансформируются в 3D-элементы. 3D-формат позволяет сделать систему визуального языка гибкой и вариативной, добавляет возможность анимирования, а также оптимально соответствует основному каналу коммуникации бренда — он-лайн-пространству.

В фирменной 3D-графике используется богатая текстура прозрачного стекла: лучи света проходят через изящные разноцветные элементы, наполняя их бликами и отражениями.

Основные цвета 3D-графики повторяют тона соответствующих элементов в логотипе бренда. Помимо основных цветов в 3D-графике используются дополнительные цвета и оттенки.

Сверкающие стеклянные элементы разной формы и разного цвета, наполненные игрой света, передают идею Миниполиса как многогранного бренда, объединяющего в себе множество свойств и черт.

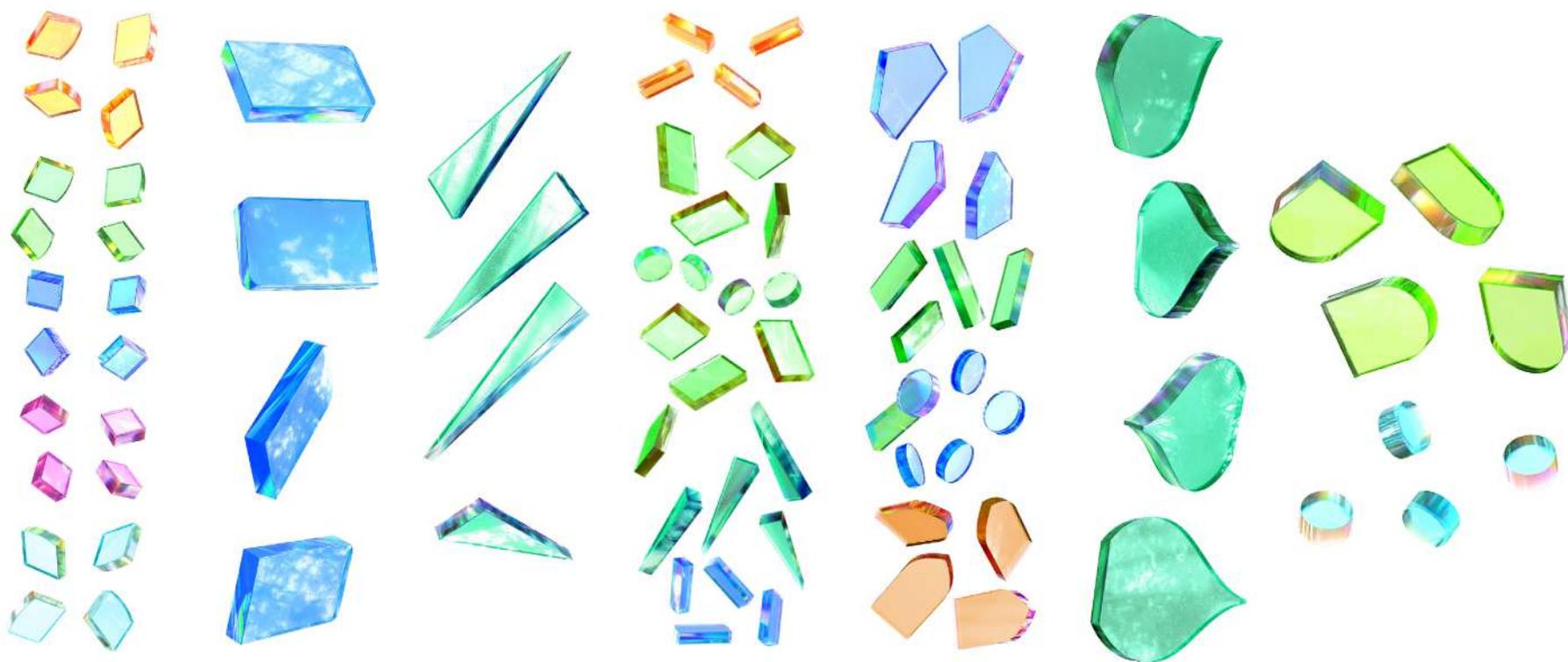
Превращение привычных форм логотипа в объёмные стеклянные элементы отражает комплексный подход бренда, сочетание инновационных методов и опору на традиции.



Пример фирменной 3D-графики, выполненной в основных фирменных цветах: синем, зелёном, оранжевом и изумрудном.



Примеры фирменной 3D-графики, выполненной в дополнительных фирменных цветах — сиреновом и бирюзовом.



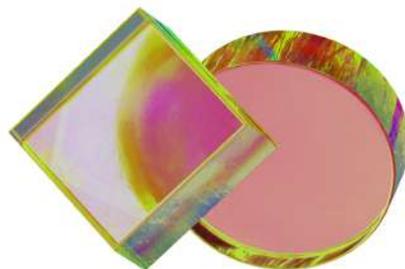
Большой набор изображений высокого разрешения подходит и для печатных носителей, и для цифровой среды.



Не создавайте новые версии стеклянных элементов — чем больше форм, тем меньше узнаваемость.

Запрещённые приёмы

Некоторые операции с элементами фирменной графики могут значительно исказить её, сделать неузнаваемой или невыразительной. Не применяйте их.



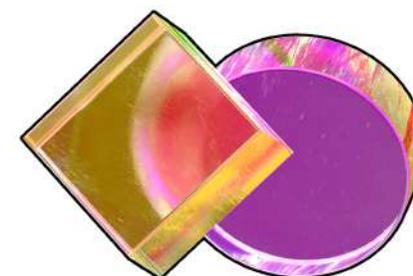
Изменение цвета*



Визуальные эффекты



Искажение пропорций



Использование обводок

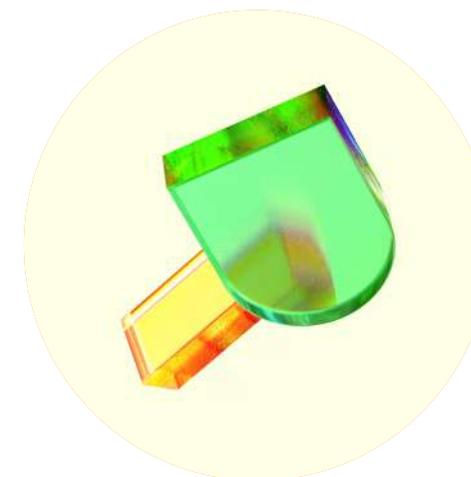
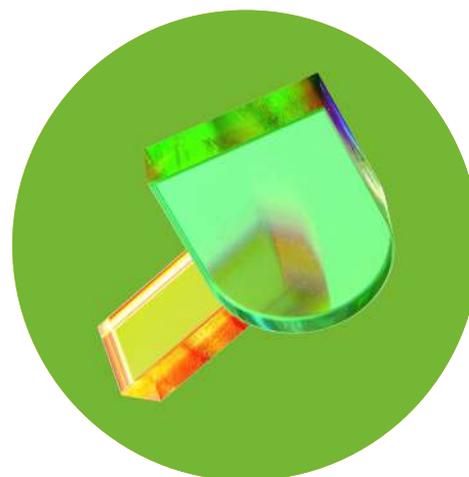
* Цвет отдельных элементов может быть изменён, но должен оставаться в рамках фирменной цветовой палитры.

Взаимодействие с фоном

Размещать стеклянные элементы можно на любом фоне, однако есть некоторые нюансы, которые следует учитывать при создании макетов.

Предпочтительный фон — белый, однако в особых случаях для большей выразительности допускается располагать элементы на фоне любого цвета.

При взаимодействии с фотографиями наложение стёклышек на сложные детализированные участки фотографий допускается, но злоупотреблять этим не следует.



Работа с графикой

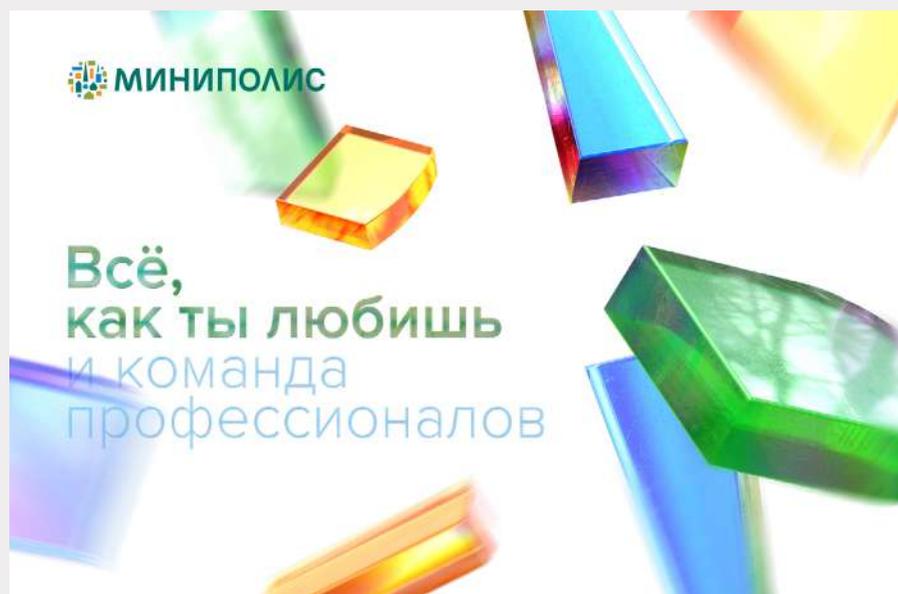
Для полной передачи многогранности свечений и эффектов прозрачности рекомендуется использовать фирменную графику на диджитал-носителях.

Возможно несколько ситуаций использования элементов графики на фирменных носителях:

- имиджевые и сувенирные материалы,
- рекламные материалы.

На носителях первой группы рекомендуется использовать большое количество стеклянных элементов на белом или цветном фоне.

Для создания более динамичных композиций используется эффект **Motion blur** (в Adobe Photoshop — Filter → Blur → Motion Blur). Количество элементов с таким эффектом должно составлять не больше **40%** от общего числа.





Размер элементов

При создании новых макетов с использованием фирменной графики следует тщательно следить за количеством и размером стеклянных элементов.

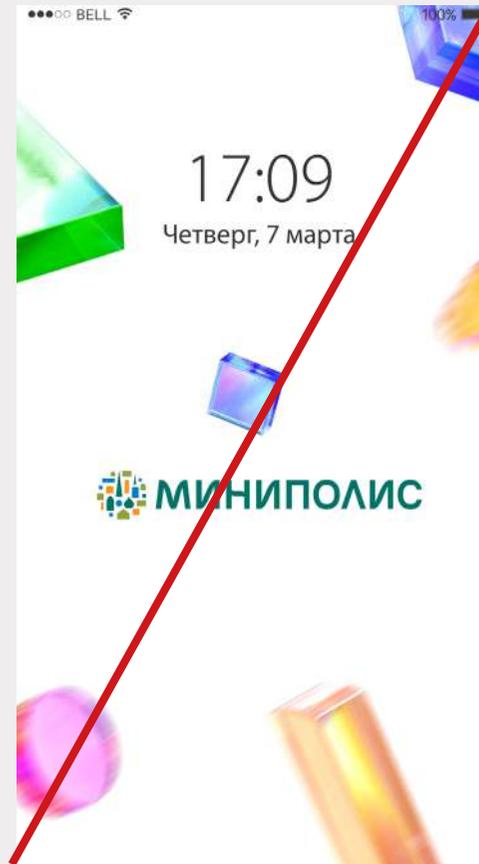
Размер стёкол может составлять **20–40%** от размера большей стороны носителя. Так фирменная графика не будет отвлекать от текста или логотипа.

При использовании фирменной графики важно чередовать типоразмер и форму элементов.

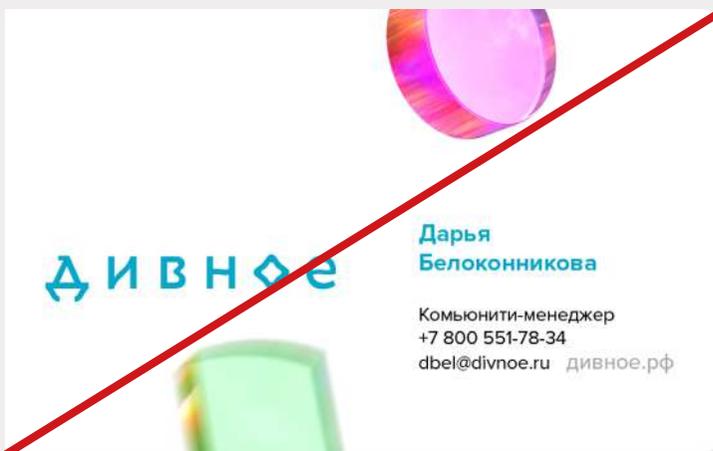
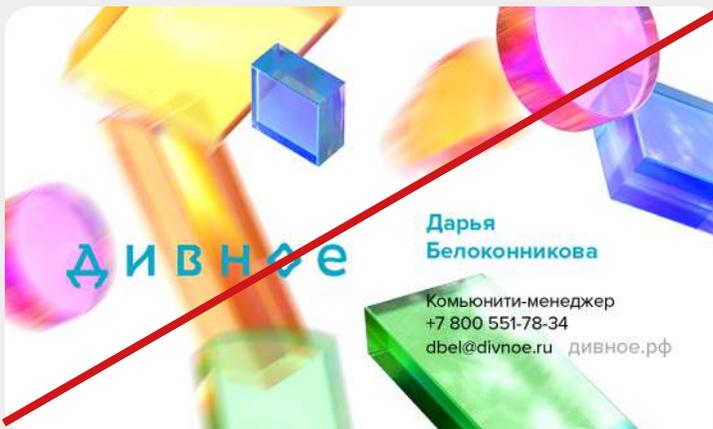
Старайтесь использовать разные по цвету стеклянные элементы. Использование элементов в одном цвете сделает макет визуально монотонным и плоским.



Не делайте стеклянные элементы слишком крупными, так может получиться тяжёлая, трудночитаемая композиция.



Не делайте стеклянные элементы слишком мелкими, в таком случае композиция становится неуверенной, внимание рассеивается.



Количество элементов

Количество элементов определяется форматом носителя, его размером и объёмом информации: текста, фотографий, иллюстраций.

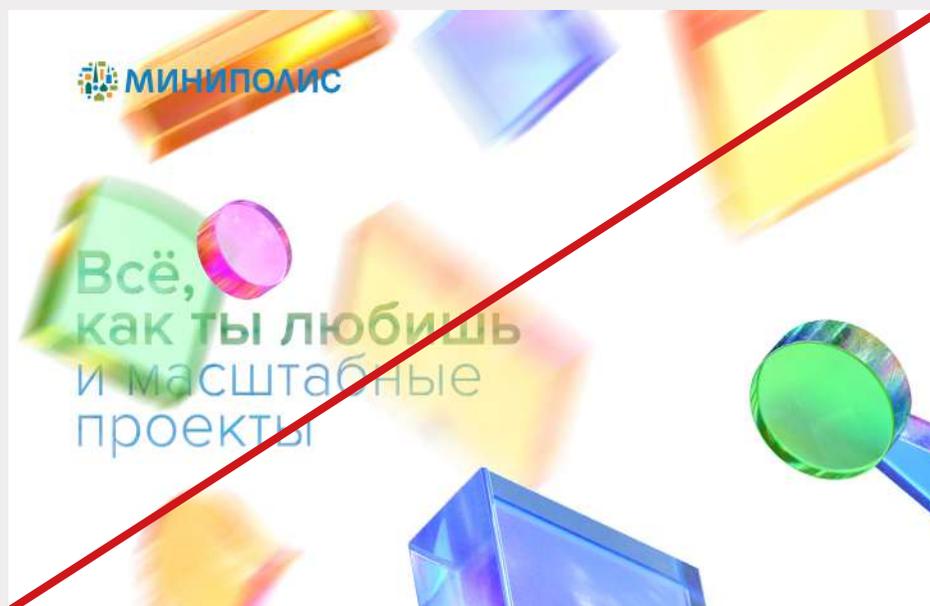
Важно не перегружать макет большим количеством графики, чтобы не размывалась польза от остальных элементов: текста и фотоматериала.

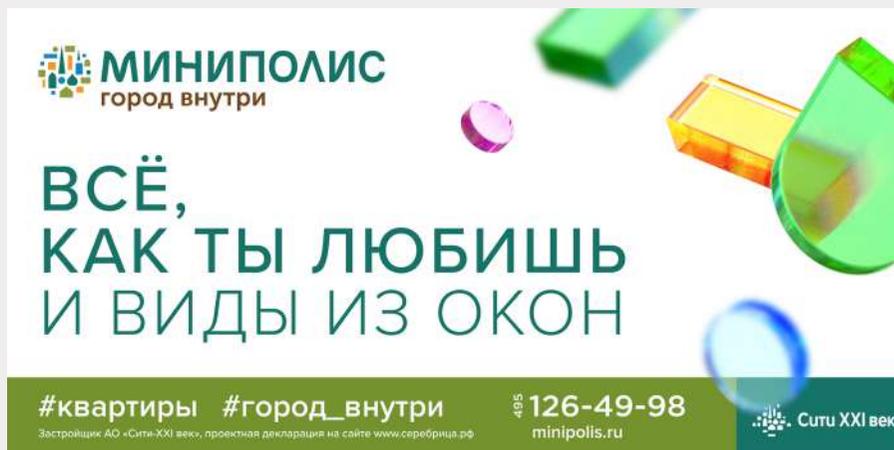
Не стоит также использовать слишком мало стёкол. В таком случае они будут восприниматься не как фирменный элемент, а небрежная случайность.

Взаимодействие с другими элементами

На макетах фирменные стёкла могут накладываться на другие элементы: логотип, текст, фотографии, иллюстрации.

Не стоит злоупотреблять этой возможностью. Из-за многочисленных наложений могут возникнуть проблемы считывания главной информации.





В рекламных материалах

Макеты широкоформатных баннеров складываются из определённых элементов, которые образуют сбалансированную систему.

В левой части располагается логотип и главное сообщение, внизу на плашке — контактная информация. В правой части располагаются **1–2 крупных стеклянных элемента**, оставшееся пространство аккуратно заполняется ещё **1–3 элементами поменьше**. Чтобы создать ощущение глубины, часть из них размываются. Один из элементов может немного заходить на адресную строку, но он не должен закрывать ключевую информацию и тоже должен быть размытым.

Для макетов с фотографиями действуют те же правила. Стеклянных элементов здесь должно быть **не больше 4**.

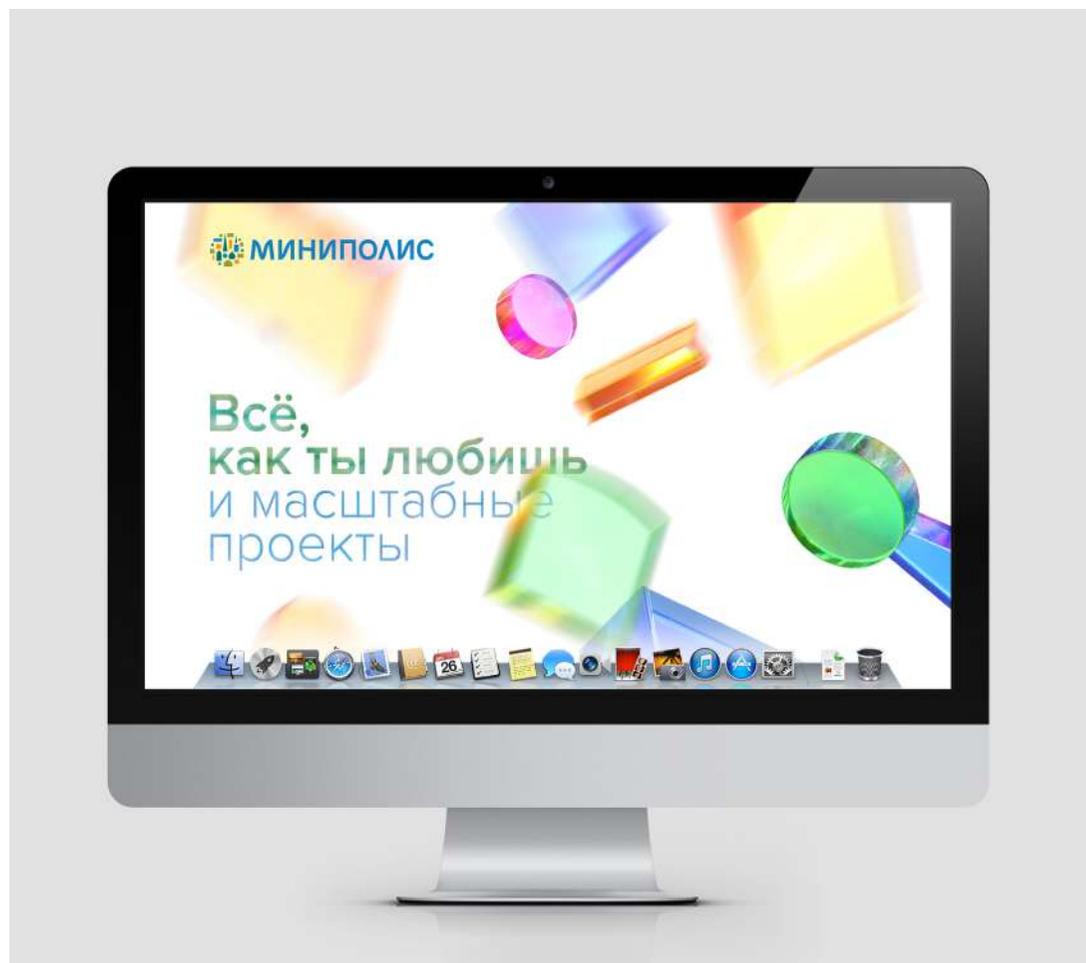
В digital-среде

Для интернет-баннеров используется **не более трёх** элементов — это оправдано небольшим размером макетов, включающих рендер, стеклянные элементы и рекламное сообщение.

Фирменная графика может играть роль разделителя между рендером и белым полем.

В digital-среде на носителях небольшого размера логотип всегда располагается на плашке одного из фирменных цветов.





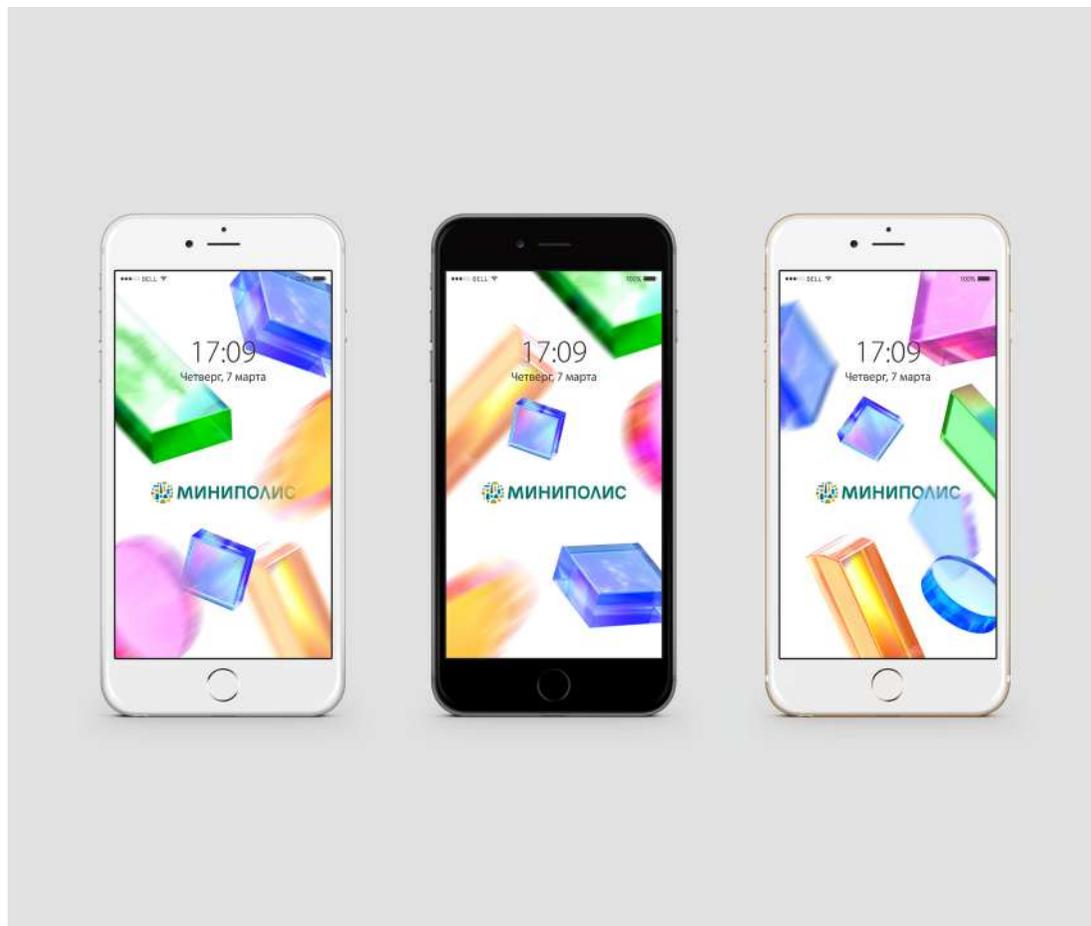
Примеры точек контакта

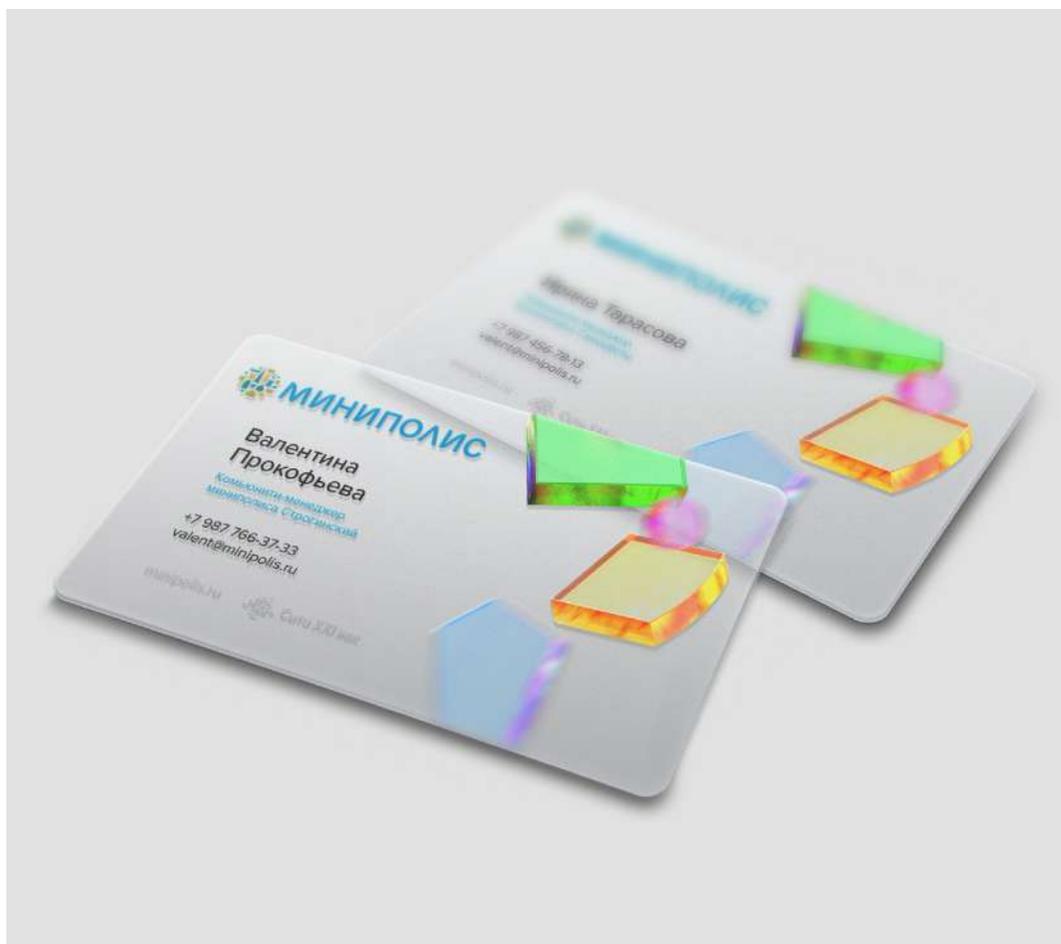
Заставка на рабочий стол

Мотивирующие надписи, в которых имитируется цветное стекло. Первая часть фразы — «Всё, как ты любишь», а вторая посвящена работе в компании «Сити XXI век».

Заставка на телефон

Аналогичный приём используется
в заставках на телефон.





Визитки существующих МИНИПОЛИСОВ

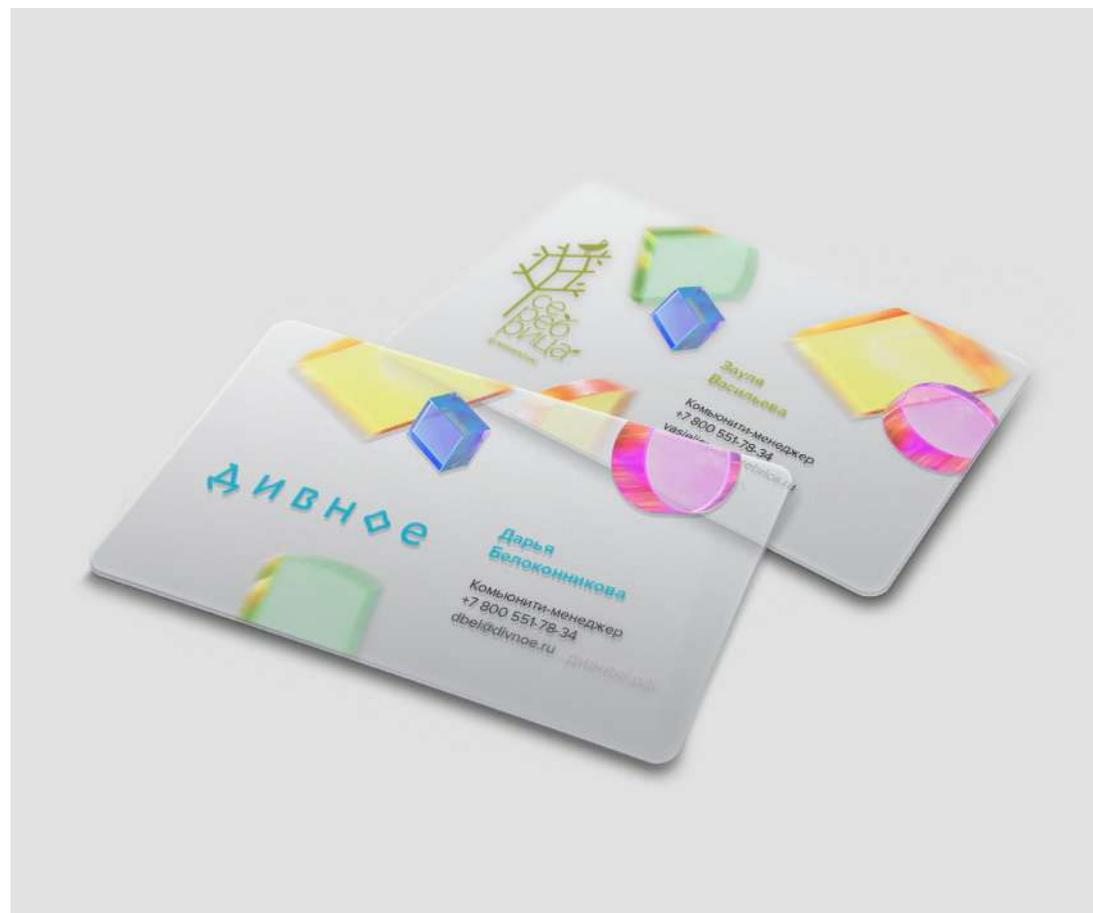
Размер: 90×50 мм.

Способ изготовления: УФ-печать на прозрачном пластике.

Визитки НОВЫХ МИНИПОЛИСОВ

Размер: 90×50 мм.

Способ изготовления: УФ-печать на прозрачном пластике.





Кружка

Материал: стекло.

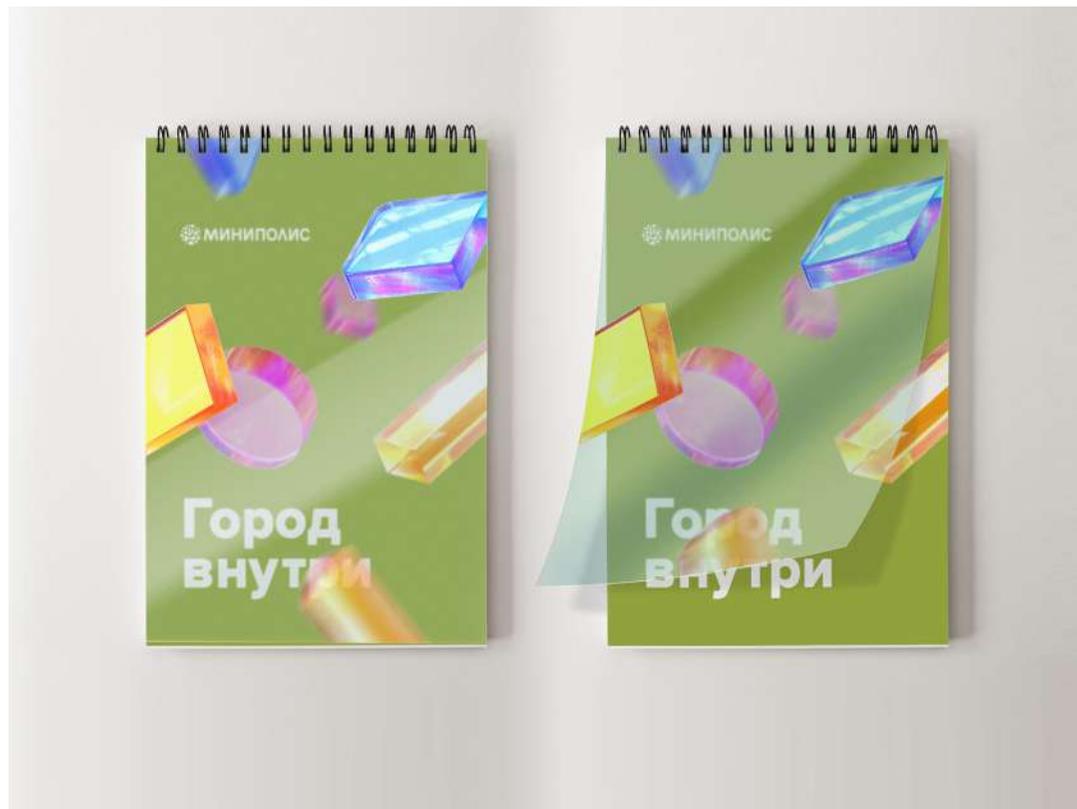
Способ изготовления: сублимационная печать.

Блокнот

Формат: А5.

Поверх обложки располагается тонкий пластиковый слой с разлетающимися стеклянными элементами.

Способ изготовления: УФ-печать на прозрачном пластике. Цифровая или офсетная печать обложки.





Блокнот

Формат: А5.

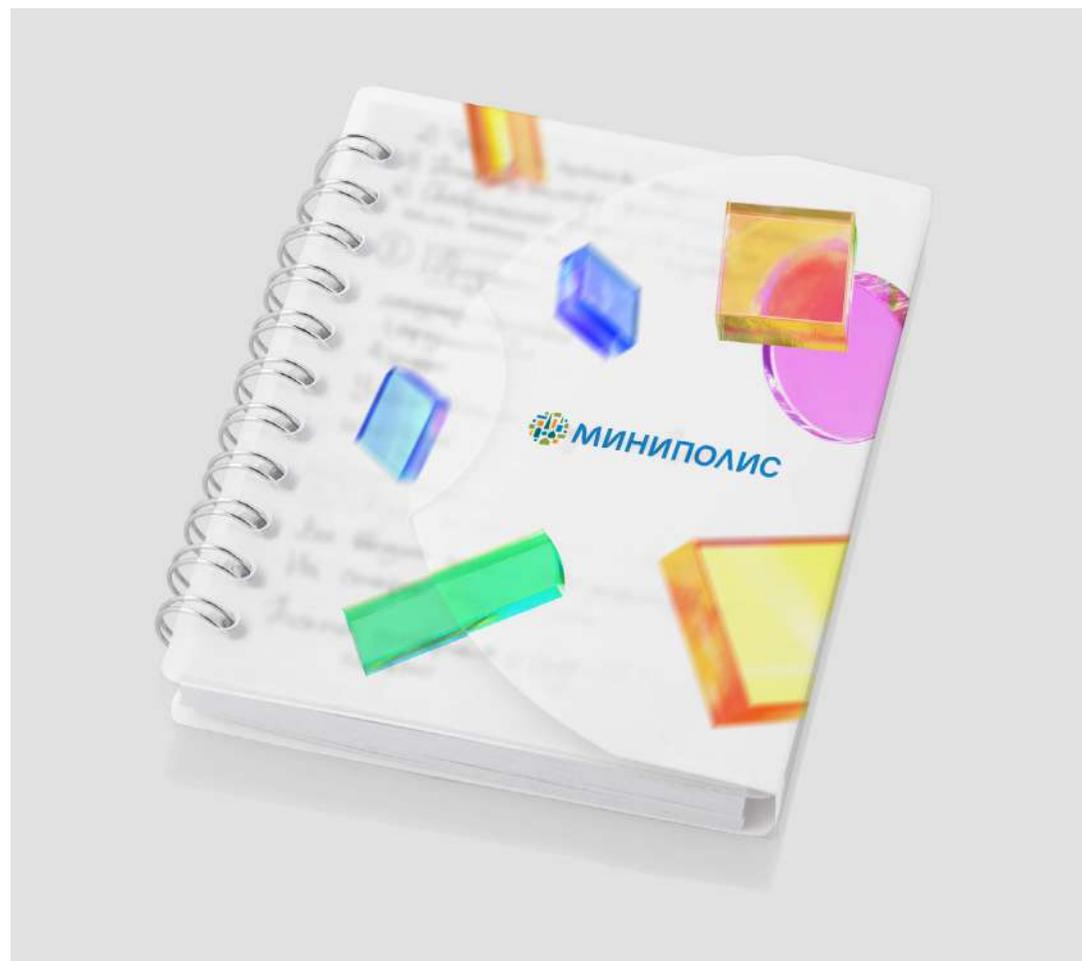
Поверх обложки располагается тонкий пластиковый слой с разлетающимися стеклянными элементами.

Способ изготовления: УФ-печать на прозрачном пластике. Цифровая или офсетная печать обложки.

Блокнот

Формат: А7.

Способ изготовления: УФ-печать на прозрачном пластике. Цифровая или офсетная печать внутреннего блока.





Папка

Формат: А4.

Способ изготовления: УФ-печать на прозрачном пластике.

Стикеры

Материал: самоклеющаяся бумага.

Способ изготовления: цифровая печать.





Пластиковый пакет Ручки

Материал: полиэтилен для пакетов, пластик для ручек.

Способ нанесения на пакеты: флексография.

Способ нанесения на ручки: тампопечать.

Футболки Сумка

Материал: хлопок.

Способ изготовления: полноцветная печать по текстилю.





Электронная презентация

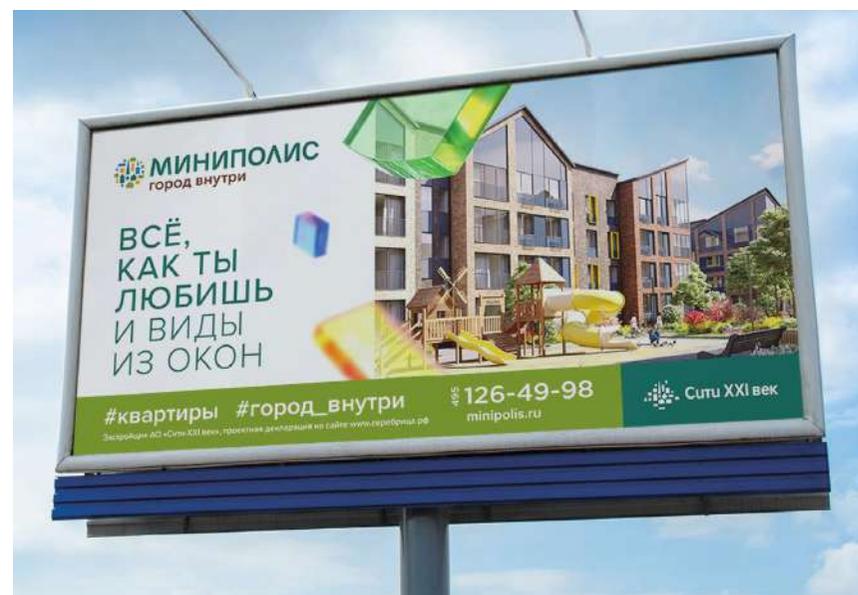
Шаблон презентации содержит шесть типов слайдов: вступительный, разделительный, заключительный, слайд с фотографией и текстом, текстовый слайд, слайд с графиком. Это достаточный набор, чтобы оформить презентации в будущем. Не рекомендуем использовать декоративные элементы в слайдах с большим количеством графики — например, на слайдах с диаграммой.

Баннер

Размер: 6×3 м.

Материал: баннерная ткань.

Способ изготовления: широкоформатная или интерьерная печать.





Спасибо **LVMD**

+7(3822) **230-370**
privet@lvmd.ru, www.lvmd.ru