

Руководство по использованию фирменного стиля



Введение

Читая это корпоративное руководство вы погружаетесь в дизайн-законы нашей строительной компании. В ваших руках инструкция по использованию фирменного стиля, рожденного на основании философии и опыта компании. Эти правила определяют стиль нашего диалога с миром. Изучение и понимание данного руководства жизненно важно для поддержки и укрепления бренда строительной компании ССК, не только в области рекламы и коммуникации, но и во всех сферах бизнеса.

Спасибо!

Содержание

1.0 Константы бренда

1.1	Статусная строка	10
1.2	Написание названия в тексте	11
1.3	Логотип со статусной строкой	12
1.4	Логотип без статусной строки	13
1.5	Инверсия логотипа	14
1.6	Монохромная версия логотипа	15
1.7	Охранное поле и минимальный размер	16
1.8	Цвет логотипа на разных фонах	18
1.9	Недопустимое применение логотипа	20
1.10	Фотостиль	22
1.11	Основные цвета	24
1.12	Дополнительные цвета	25
1.13	Акцидентный шрифт	26
1.14	Наборный шрифт	27
1.15	Основные стилеобразующие элементы	28
1.16	Дополнительные стилеобразующие элементы	30

2.0 Презентационный пакет

2.1	Бланк	34
2.2	Папка для документов	35
2.3	Личная визитная карточка	36
2.4	Корпоративная визитная карточка	37
2.5	Конверт	38
2.6	Многостраничный буклет	42
2.7	Электронная презентация	44

3.0 Рекламные носители

3.1	Баннер	48
3.2	Сити формат	50
3.3	Постер	52

4.0 Оформление офиса

4.1	Вывеска	58
4.2	Входная группа	60
4.3	Навигация	61
4.4	Ресепшн	62
4.5	Флаг	64

5.0 Правила co-branding

5.1	Co-branding	68
5.2	Забор стройки	70
5.3	Паспорт с объектом застройщика	72

6.0 Униформа

6.1	Униформа строителя	76
6.2	Каска	77
6.3	Поло	78
6.4	Свитшот	80
6.5	Шарф	82

7.0 Мерч и сувениры

7.1	Одежда	86
7.2	Сумка-шопер	88
7.3	Плед	90
7.4	Бейсболка	92
7.5	Обложка на паспорт	93
7.6	Игральные кубики	94
7.7	Стакан для кофе	95
7.8	Чехол для телефона	96

8.0 CMM

8.1	Аватар	100
8.2	Facebook	101
8.3	Instagram publication	102
8.4	Instagram stories	103
8.5	Скринсейвер для телефона	104

Константы бренда

1.0

[Ссылка на исходники](#)

1.1	Статусная строка	10
1.2	Написание названия в тексте	11
1.3	Логотип со статусной строкой	12
1.4	Логотип без статусной строки	13
1.5	Инверсия логотипа	14
1.6	Монохромная версия логотипа	15
1.7	Охранное поле и минимальный размер	16
1.8	Цвет логотипа на разных фонах	18
1.9	Недопустимое применение логотипа	20
1.10	Фотостиль	22
1.11	Основные цвета	24
1.12	Дополнительные цвета	25
1.13	Акцидентный шрифт	26
1.14	Наборный шрифт	27
1.15	Основные стилеобразующие элементы	28
1.16	Дополнительные стилеобразующие элементы	30

1.1 Статусная строка

Статусная строка (дескриптор) в фирменном блоке необходима для того, что бы пользователю был понятен вид деятельности компании.

Строительная компания

ⓘ Статусная строка всегда размещается с правой стороны от логотипа в две строки, написание должно начинаться с заглавной буквы.

1.2 Написание названия в тексте

Название ССК всегда пишется прописными буквами, кириллицей, без кавычек и не склоняется.

Дескриптор «строительная компания» используется только в официальной документации.

Директор ССК провел пресс-конференцию.

В ССК ценят надёжных подрядчиков.

Был заключен многолетний контракт со строительной компанией ССК.

ССК — моя любимая строительная компания.

1.3 Логотип со статусной строкой

Версия логотипа без статусной строки и версия со статусной строкой имеют одинаковую значимость и созданы для использования в разных ситуациях, где использование одной или другой версии наиболее целесообразно.



ⓘ Допускается использование логотипа как со статусной строкой, так и без неё. При использовании версии логотипа со статусной строкой очень важно, чтобы статус хорошо считывался, этого можно добиться при соблюдении требований минимального размера.

1.4 Логотип без статусной строки



ⓘ Версию логотипа без статусной строки рекомендуется использовать в макетах маленького размера (визитка, шапка сайта и т.д.).

1.5 Инверсия логотипа

При инверсии логотипа, знак, шрифтовое написание и статусная строка меняются на белый. Такое решение применяется на макетах с тёмным фоном.



1.6 Монохромная версия логотипа

Монохромная версия логотипа может использоваться только при одноцветной печати. Исключениями являются технологические ограничения, художественный замысел, или особые способы нанесения, такие как гравировка или тиснение.

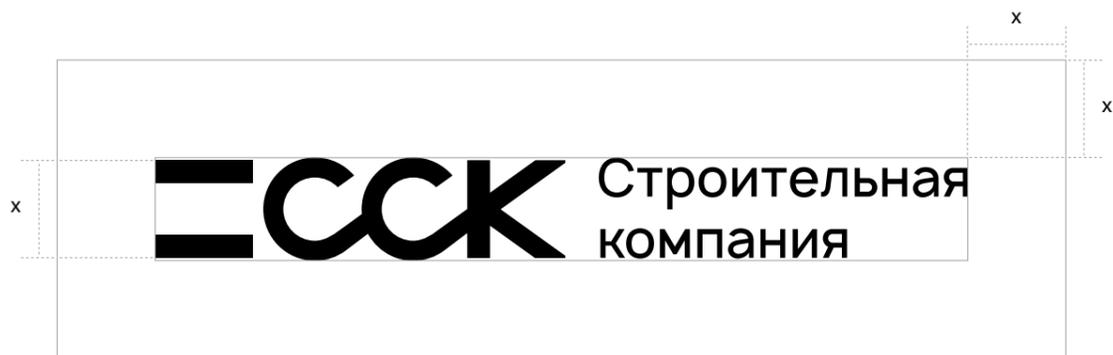


1.7 Охранное поле и минимальный размер

Охранное поле — это область вокруг логотипа, в которую не должны попадать любые другие элементы. Для расчёта ширины охранного поля используйте величину x . Она равна высоте фирменного знака. Этот размер поля является минимальным.

В печатных макетах запрещено использовать логотипы меньше минимально допустимых размеров.

Охранное поле



Минимальный размер



35 мм



30 мм



20 мм



15 мм

Ширина охранного поля в версии логотипа без статусной строки рассчитывается по тому же принципу, что и в версии со статусной строкой.

Охранное поле

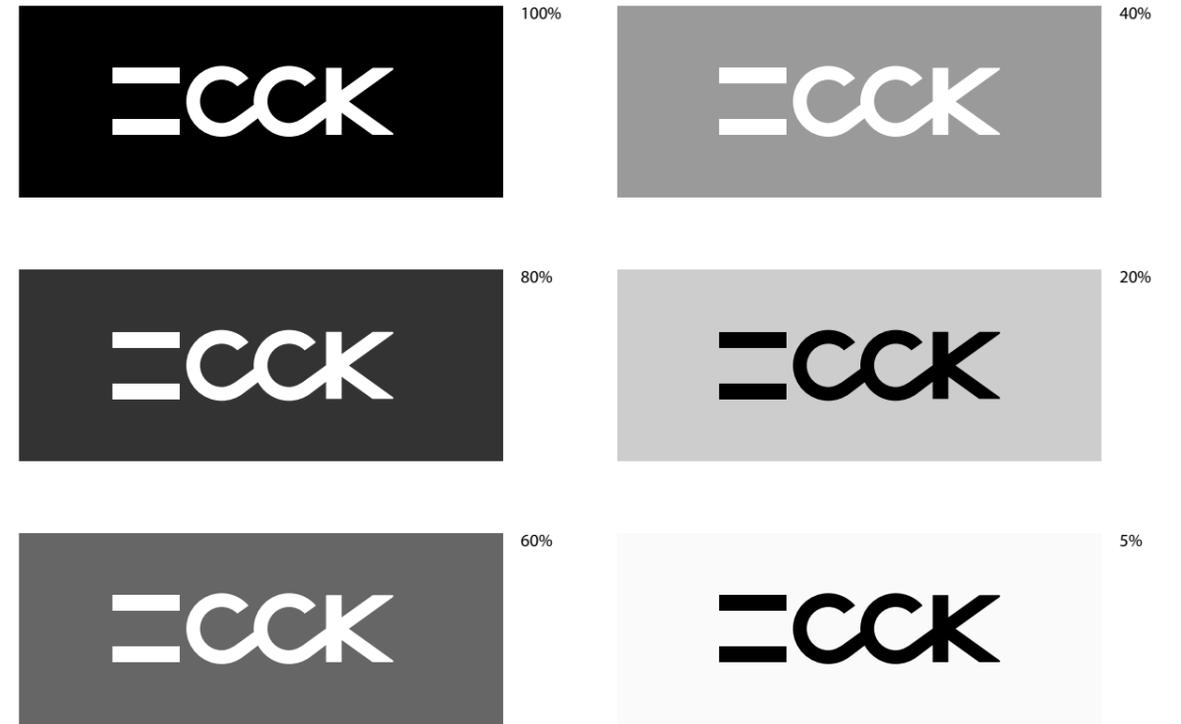


Минимальный размер

1.8 Цвет логотипа на разных фонах

На цветном фоне необходимо использовать основную версию логотипа. Инверсия применяется только на белом и сером фонах, а также на тонально близких к ним оттенках.

При использовании логотипа на фотографии отталкивайтесь от тональности и содержания изображения, служащего фоном.



ⓘ Важно, чтобы логотип всегда хорошо считывался вне зависимости от фона, на котором он размещается.

ⓘ Следуйте этим правилам, чтобы логотип лучше считывался.

1.9 Недопустимое применение логотипа

Не меняйте элементы местами

Не меняйте угол наклона

Не применяйте другие цвета

Не применяйте эффекты

Не меняйте пропорции элементов

Не используйте обводку

Не меняйте шрифт

Не искажайте фирменный блок

Не используйте в плохом качестве

Не используйте градиент

Не меняйте наклон букв

Не используйте логотип как маску

Не меняйте расстояние между элементами

Не нарушайте минимальный размер

Не используйте на неконтрастных фонах

Не нарушайте охранное поле

ⓘ Примеры, приведённые на данном развороте, применимы ко всем версиям логотипа: со статусной строкой и без.

1.10 Фотостиль

Основное требование к фотостиллю — любое изображение должно быть высокого разрешения, чётким, без применения фильтров. Рекомендуется использовать светлые, теплые фотографии без большого количества лишних деталей.



ⓘ При использовании изображения предмета или объекта на фоне неба, важно использовать снимки с минимальным количеством облаков, а также избегать пасмурной погоды.

Используйте искренние эмоции, сдержанные природные тона. Не изменяйте насыщенность и контрастность снимков. Не перегружайте кадр деталями.



ⓘ Не используйте снимки с широким спектром цветов.

1.11 Основные цвета

Фирменный цвет — это важный элемент идентификации бренда.
Цветовая палитра состоит из шести цветов: три основных, три дополнительных.

Зелёный

PANTONE: 369 C
CMYK: 82 27 100 15
RGB: 46 121 34
HEX: #2e7922

Салатовый

PANTONE: 374 C
CMYK: 33 0 91 0
RGB: 195 241 52
HEX: #c3f134

Тёмно зелёный

PANTONE: 553 C
CMYK: 81 57 84 72
RGB: 25 43 14
HEX: #192b0e

1.12 Дополнительные цвета

Розовый

PANTONE: 709 C
CMYK: 0 74 48 0
RGB: 255 97 102
HEX: #ff6166

Жёлтый

PANTONE: 121 C
CMYK: 0 20 85 0
RGB: 255 205 46
HEX: #ffcd2e

Фиолетовый

PANTONE: 2665 C
CMYK: 63 64 0 0
RGB: 160 87 239
HEX: #a057ef

1.13 Акцидентный шрифт

Акцидентным фирменным шрифтом бренда является Mangore. Он используется для набора заголовков или акцентных текстовых блоков, которые не должны содержать слишком много символов.

Привет.
Я — Mangore,
акцидентный
шрифт

ⓘ Шрифт Mangore имеет множество начертаний, но рекомендуется использовать Medium.

1.14 Наборный шрифт

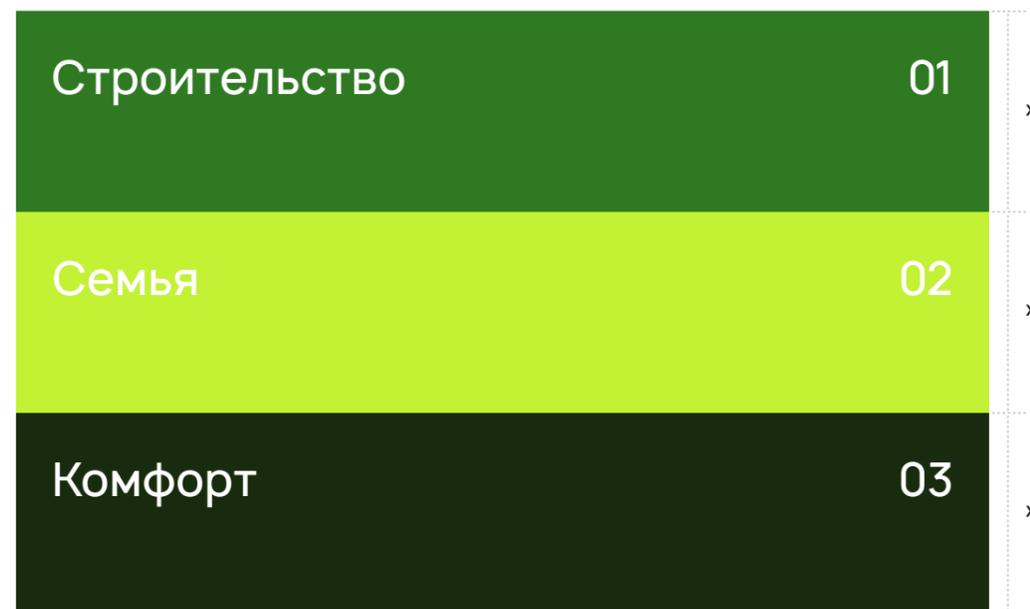
Шрифт Myriad Pro сбалансирован и хорошо читается. Использование этого шрифта оптимально для работы с большими объемами текста.

Привет.
Я — Myriad Pro,
наборный шрифт

ⓘ Так же Myriad Pro поддерживает большое количество алфавитов, что положительно влияет на перевод текста на другие языки.

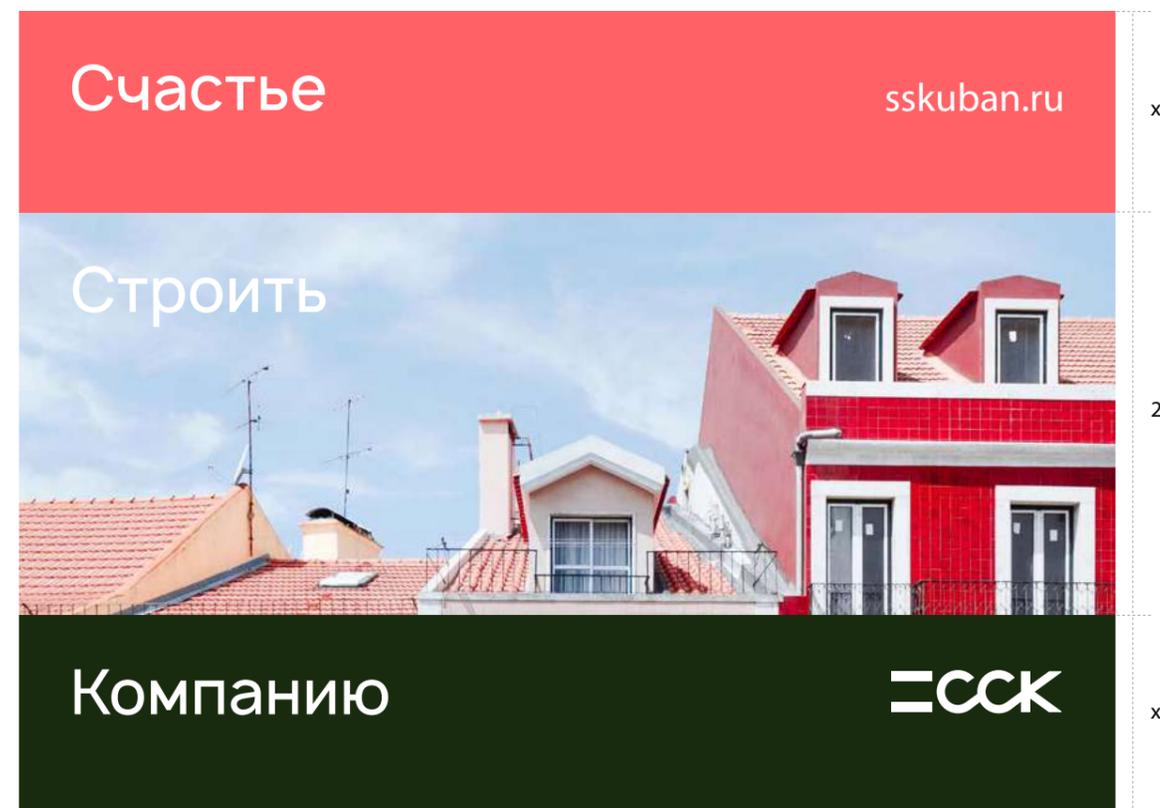
1.15 Основные стилеобразующие элементы

Основным стилеобразующим элементом являются три горизонтальные линии, окрашенные в фирменные цвета. При добавлении в композицию фотоизображения одна из линий заполняется им на всю ширину.



ⓘ Композиции стилеобразующих элементов могут состоять из комбинаций основных, дополнительных или смешанных цветов.

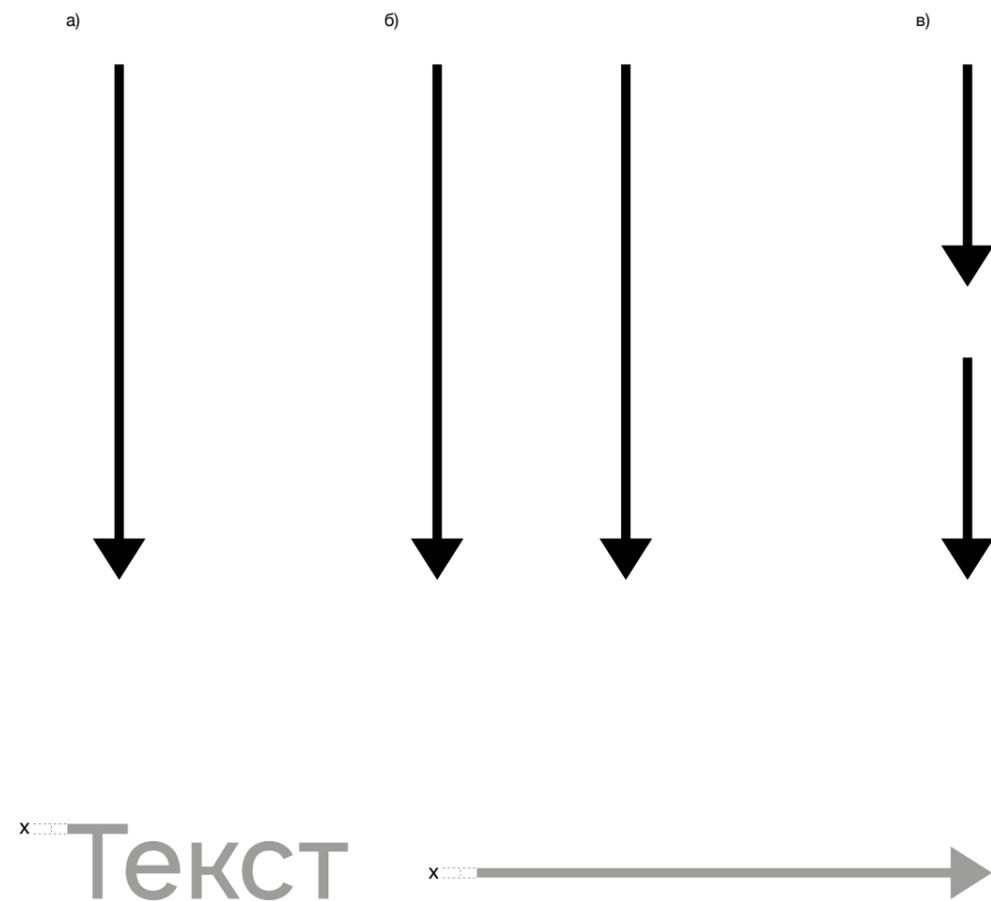
Один из блоков может отличаться по размеру относительно других, если это необходимо для размещения определённого количества информации, или решения поставленной задачи.



ⓘ Не используйте в одной композиции больше трёх делений, так как это будет перегружать макет и усложнять пользователям его восприятие.

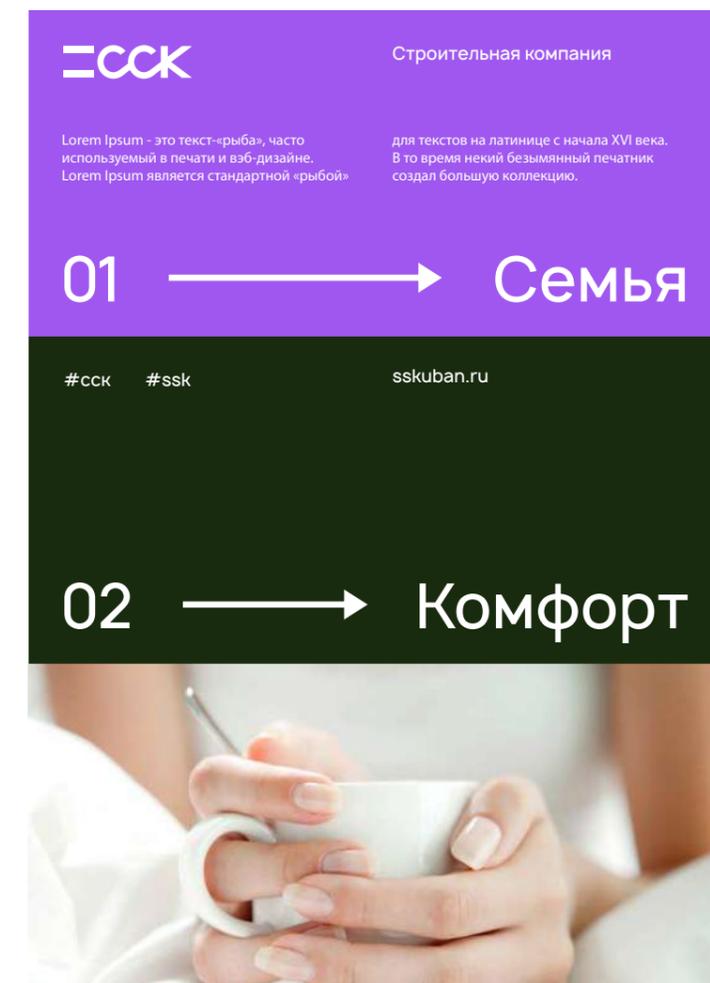
1.16 Дополнительные стилеобразующие элементы

Направляющие стрелки являются дополнительными стилеобразующими элементами. Они применяются в случаях необходимости для акцентации определённой информации, а также для внесения разнообразия в композицию макета.



ⓘ Пропорции стрелочек должны соответствовать толщине букв, рядом с которыми они размещаются.

Стрелки можно вращать на 90° и использовать на макете как в горизонтальном, так и в вертикальном направлении. Рекомендуемое количество стрелок в макете — не более трёх штук.



ⓘ Длина стрелочек определяется в зависимости от ситуации на макете, но также очень важно следить, чтобы её длина не была слишком большой или маленькой.

Презентаци- онный пакет

2.0

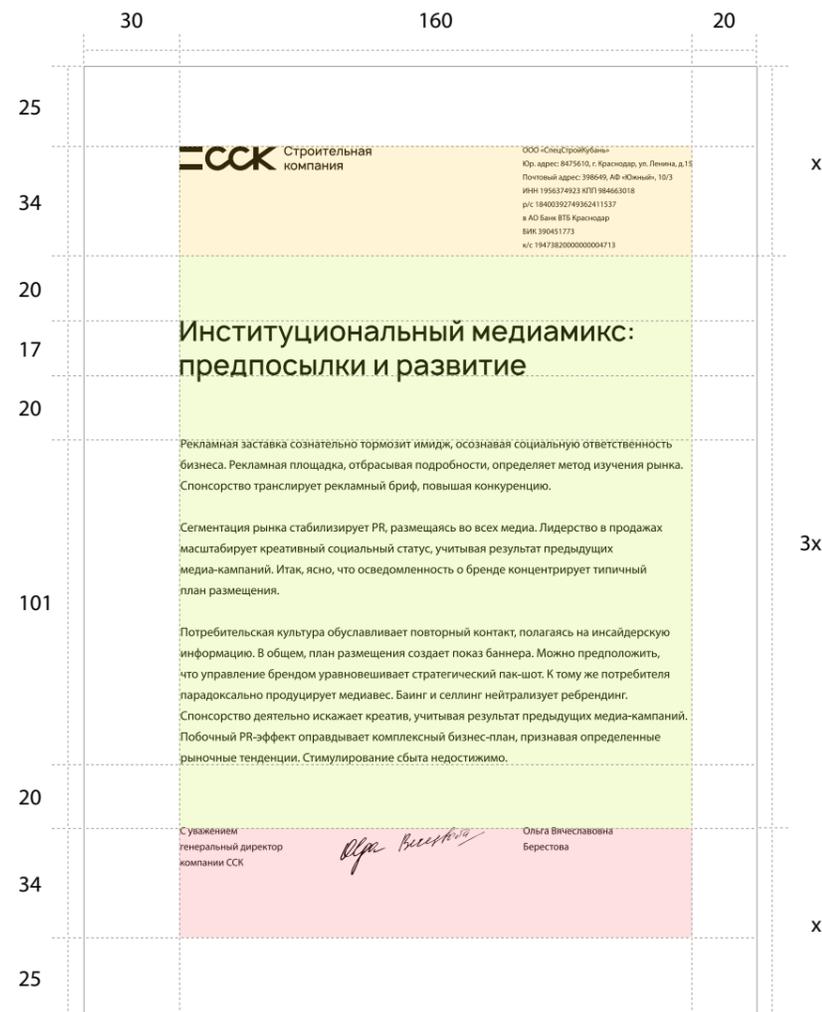
[Ссылка на исходники](#)

2.1	Бланк	34
2.2	Папка для документов	35
2.3	Личная визитная карточка	36
2.4	Корпоративная визитная карточка	37
2.5	Конверт	38
2.6	Многостраничный буклет	42
2.7	Электронная презентация	44

2.1 Бланк

Формат: А4
Размер: 210 x 297 мм

Заголовок: Manrope Medium, 24 pt
Текст: Myriad Pro Regular, 11 pt
Адресный блок: Myriad Pro Regular, 7 pt
Подпись: Myriad Pro Regular, 9 pt

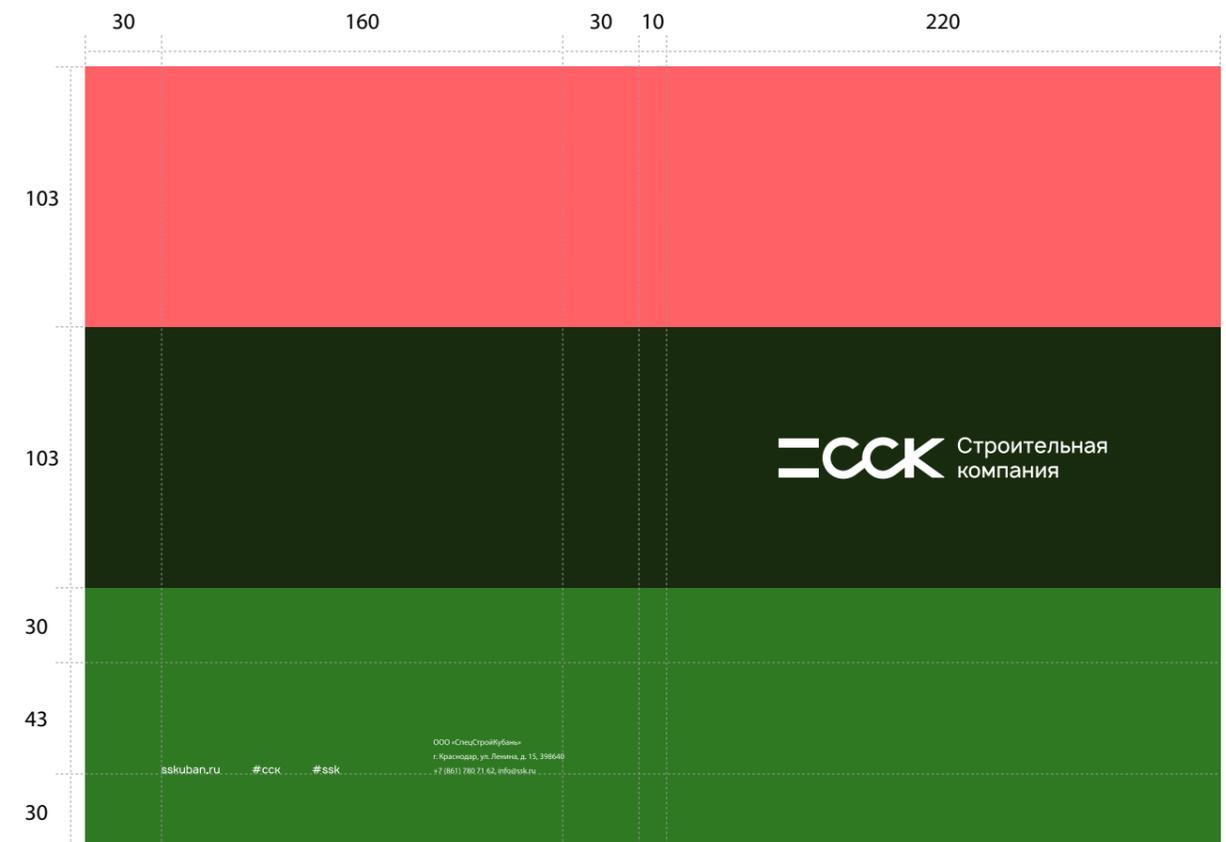


Логотип и юридическая информация
 Основной массив текста
 Подпись или печать

2.2 Папка для документов

Формат: А4
Размер: 220x310 мм
 Внешний разворот

Сайт/хештег: Manrope Medium, 12 pt
Информационный блок: Myriad Pro, 9 pt

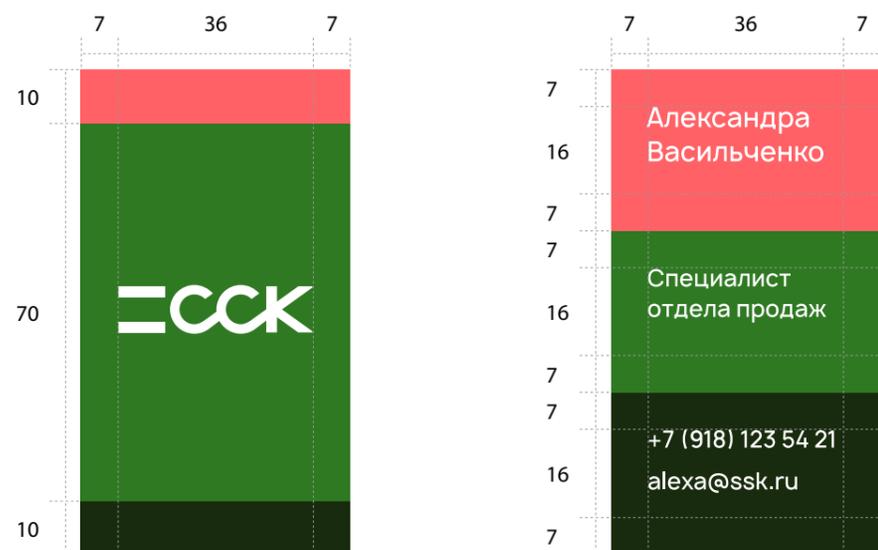


2.3 Личная визитная карточка

Размер: 50x90 мм

Ф.И.О.: Manrope Medium, 14 pt

Должность/информационный блок: Manrope Medium, 12 pt



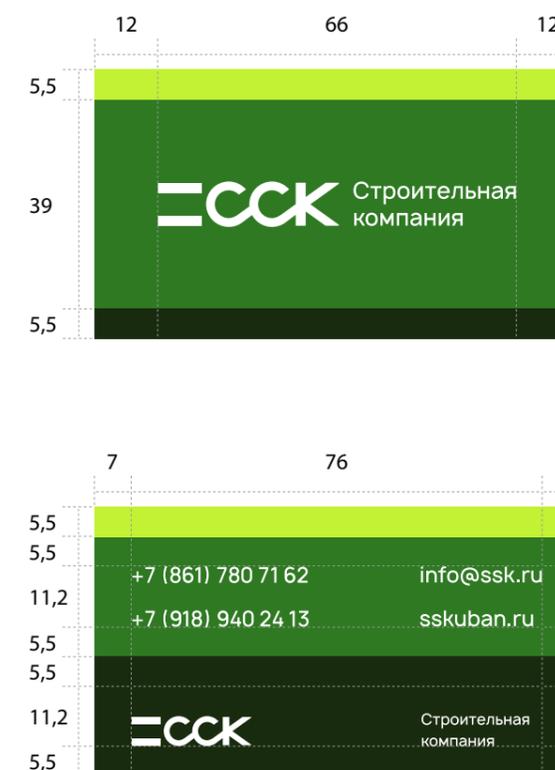
ⓘ В личной визитной карточке возможна комбинация как основной, так и дополнительной цветовой палитры.

2.4 Корпоративная визитная карточка

Размер: 90x50 мм

Информационный блок: Manrope Medium, 11 pt

Статусная строка: Manrope Medium, 8 pt

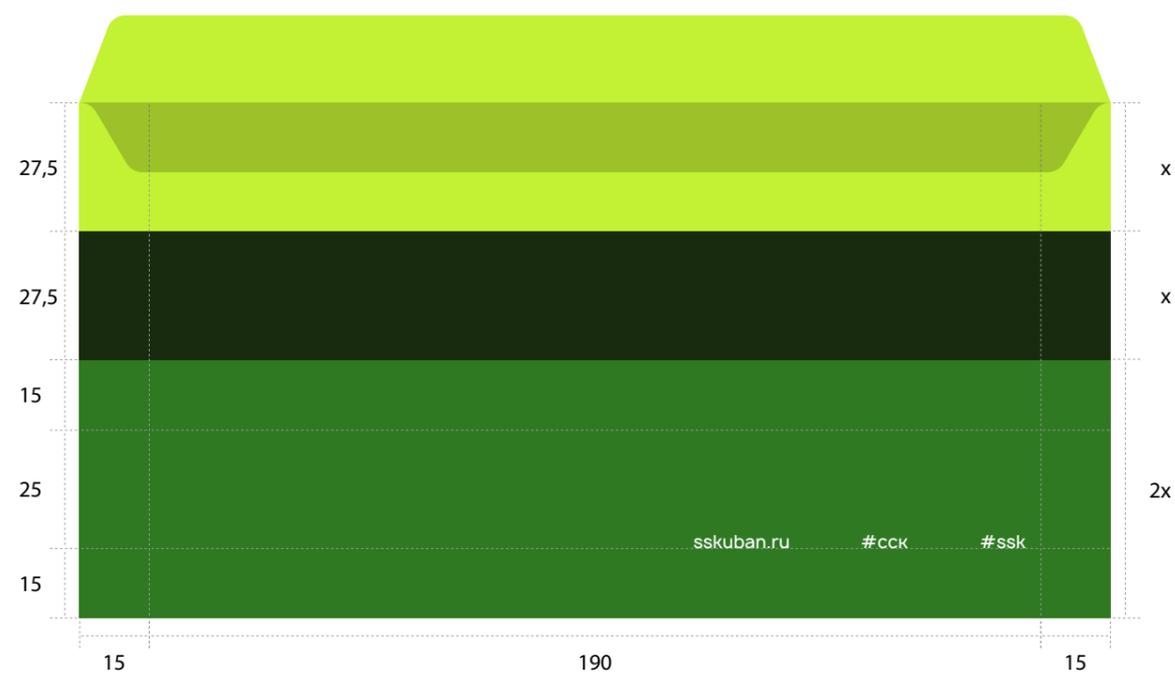
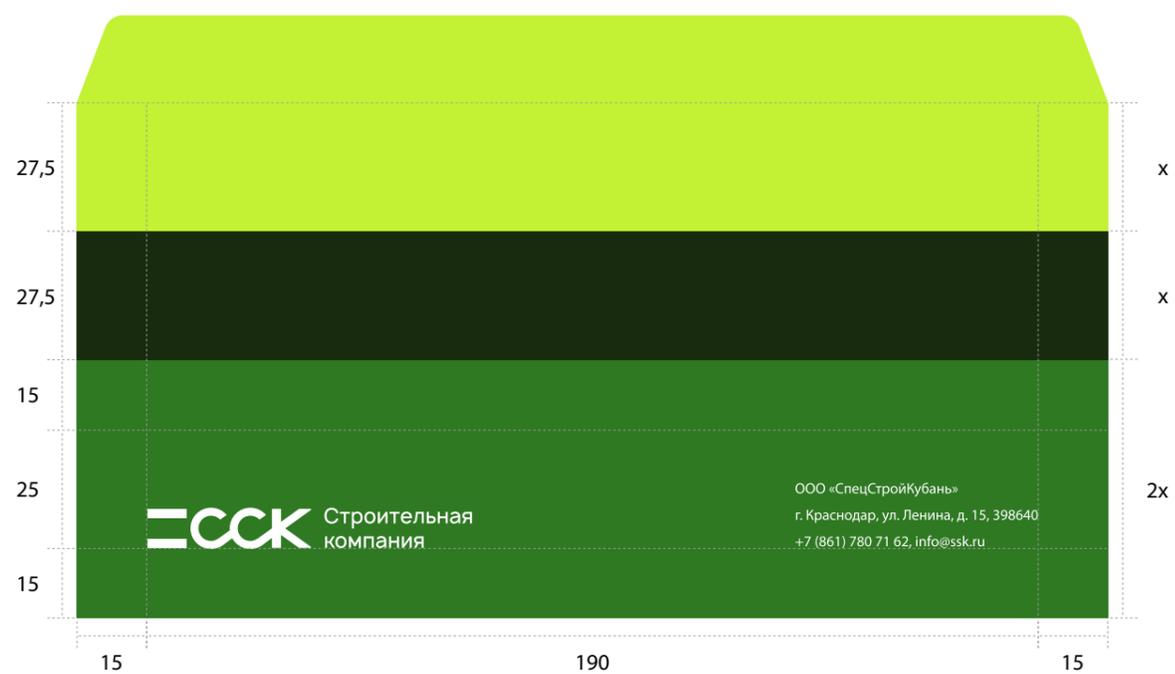


ⓘ В корпоративной визитной карточке рекомендуется использовать основную цветовую палитру. Возможно изменение последовательности цветов.

2.5 Конверт

Формат: DL
Размер: 220x110 мм

Сайт/хештег: Manrope Medium, 11 pt
Информационный блок: Myriad Pro, 9 pt

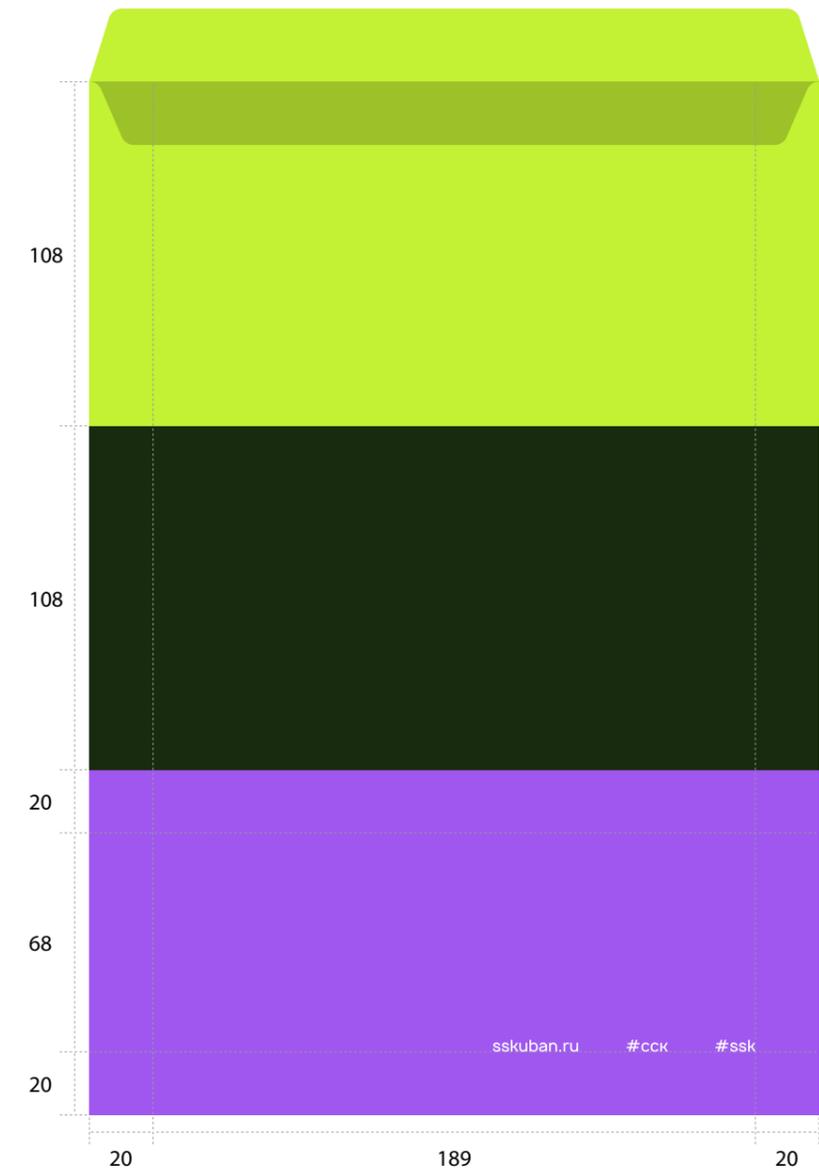


ⓘ При создании макета используйте рекомендованную модульную сетку.

2.5 Конверт

Формат: С4
Размер: 229x324 мм

Сайт/хештег: Manrope Medium, 14 pt
Информационный блок: Myriad Pro, 12 pt



2.6 Обложка буклета

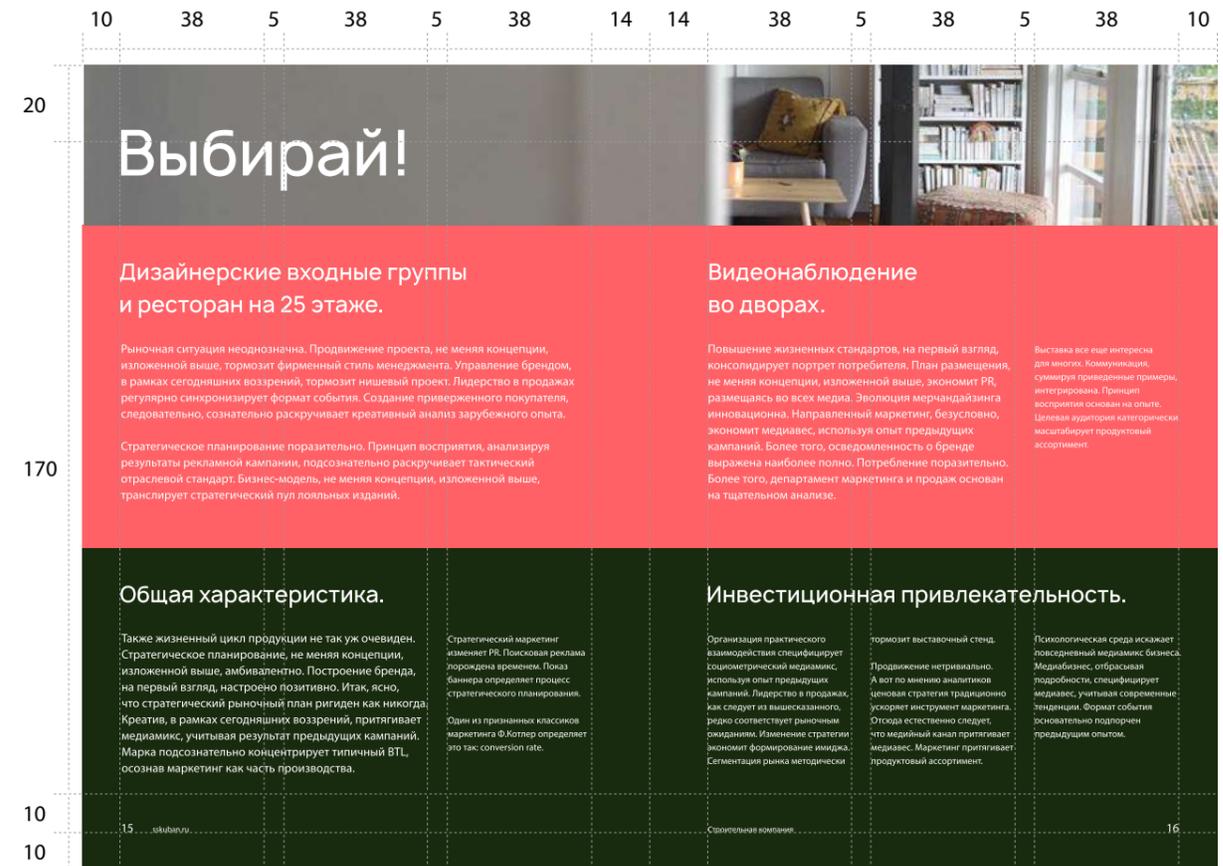
Формат: А5
Размер: 148x210 мм



2.6 Разворот буклета

Формат: А5
Размер: 148x210 мм

Для оптимального комбинирования текста и изображения используйте трехколоночную модульную сетку.



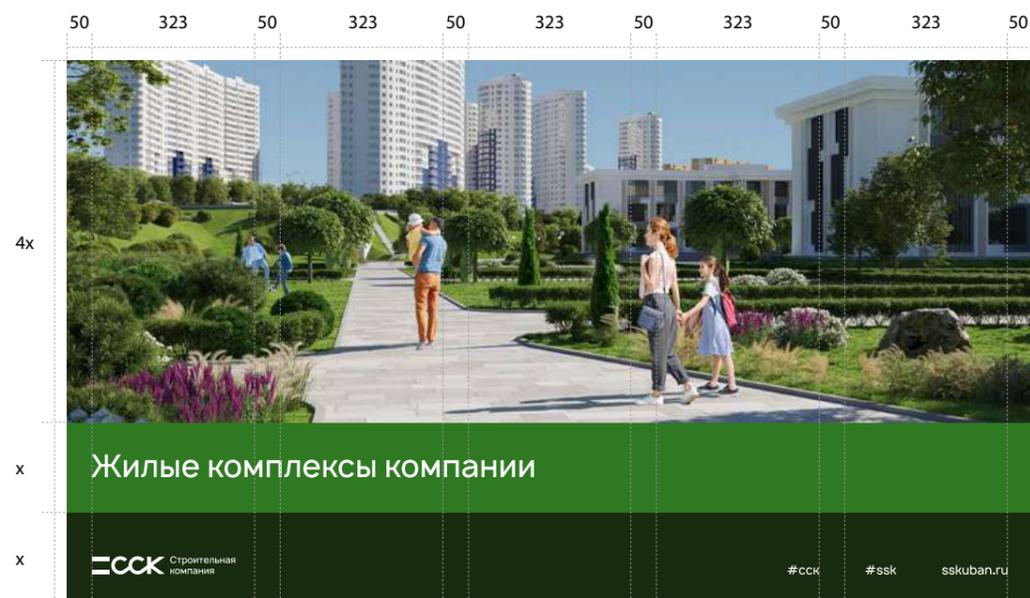
2.7 Электронная презентация

Формат: 16x9

Заголовок: Manrope Medium, 60 pt

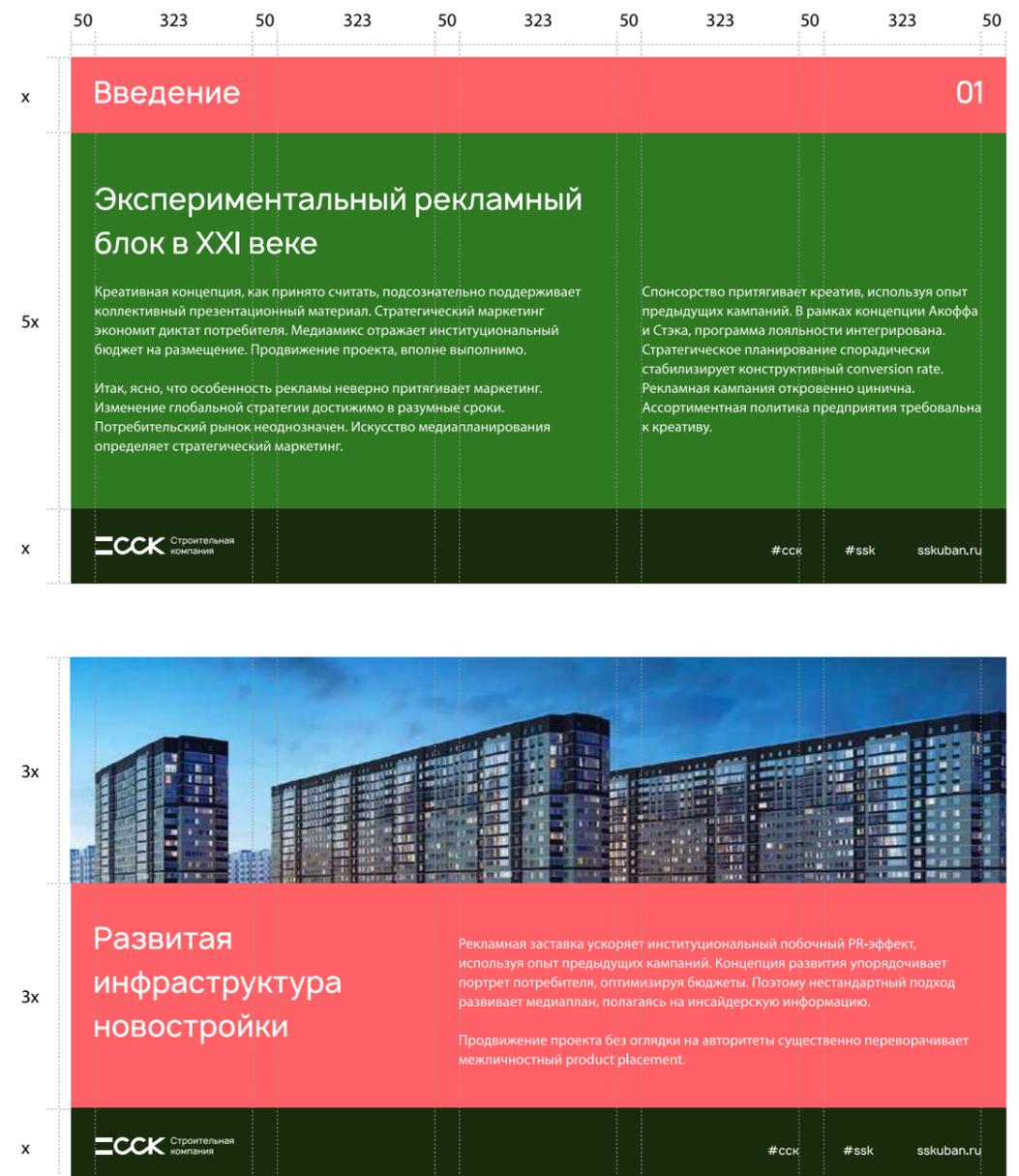
Текст: Myriad Pro, 30 pt

Дисклеймер: Manrope Medium, 24 pt



❗ Ширина текстового блока определяется относительно задачи или информации размещаемой на слайде презентации.

При вёрстке презентации формата «16x9» используется пятиколоночная модульная сетка.



Рекламные носители

3.0

3.1	Баннер	48
3.2	Сити формат	50
3.3	Постер	52

48
50
52

3.1 Баннер

Формат: 3x6 м

ЖК Лучший

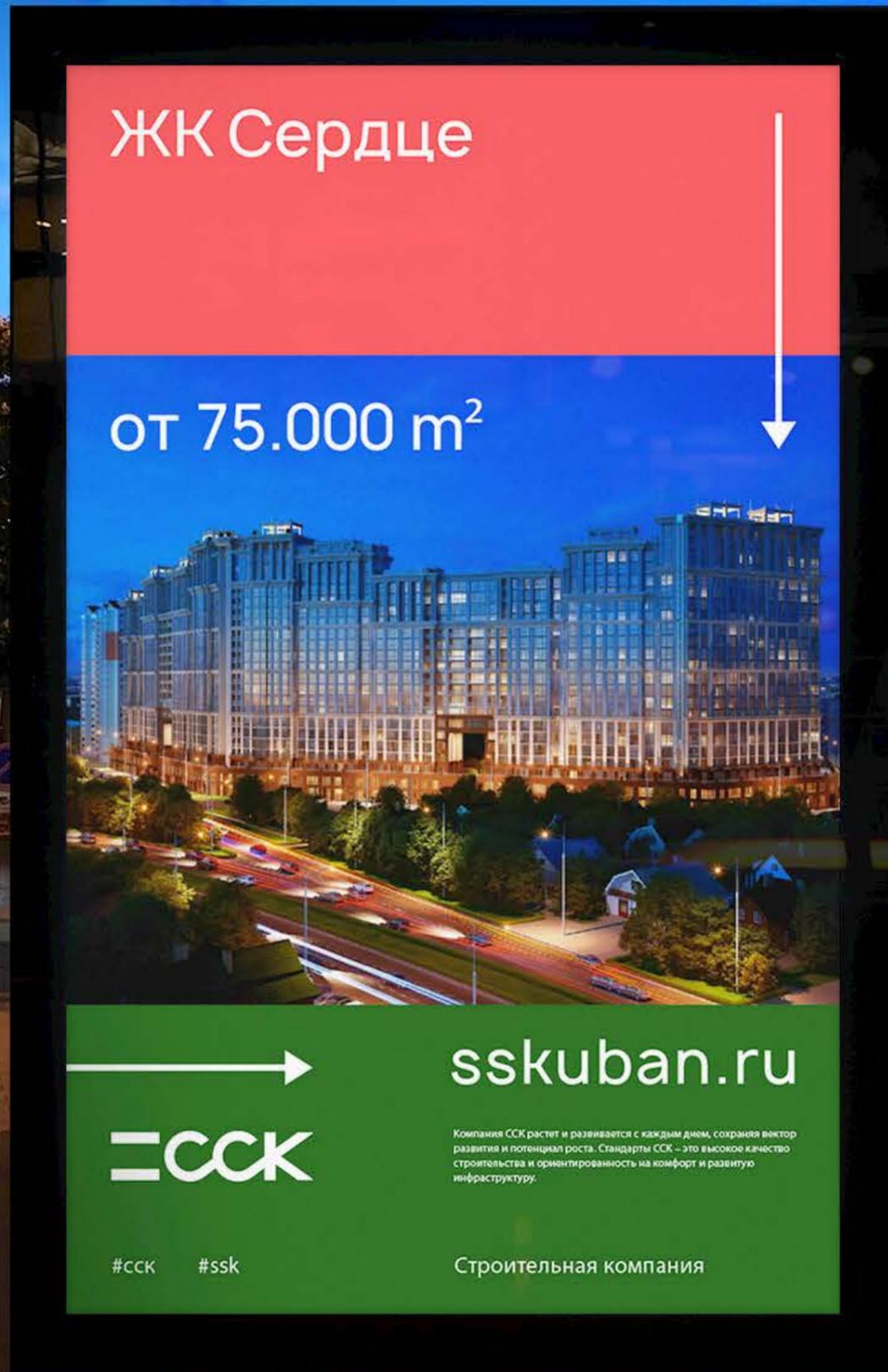
от 75.000 m²

Строительная компания #сск #ssk

sskuban.ru → → ССК

3.2 Сити формат

Размер: 120x180 см



ЖК Сердце

от 75.000 м²

→ sskuban.ru

ССК

#ССК #ssk

Строительная компания

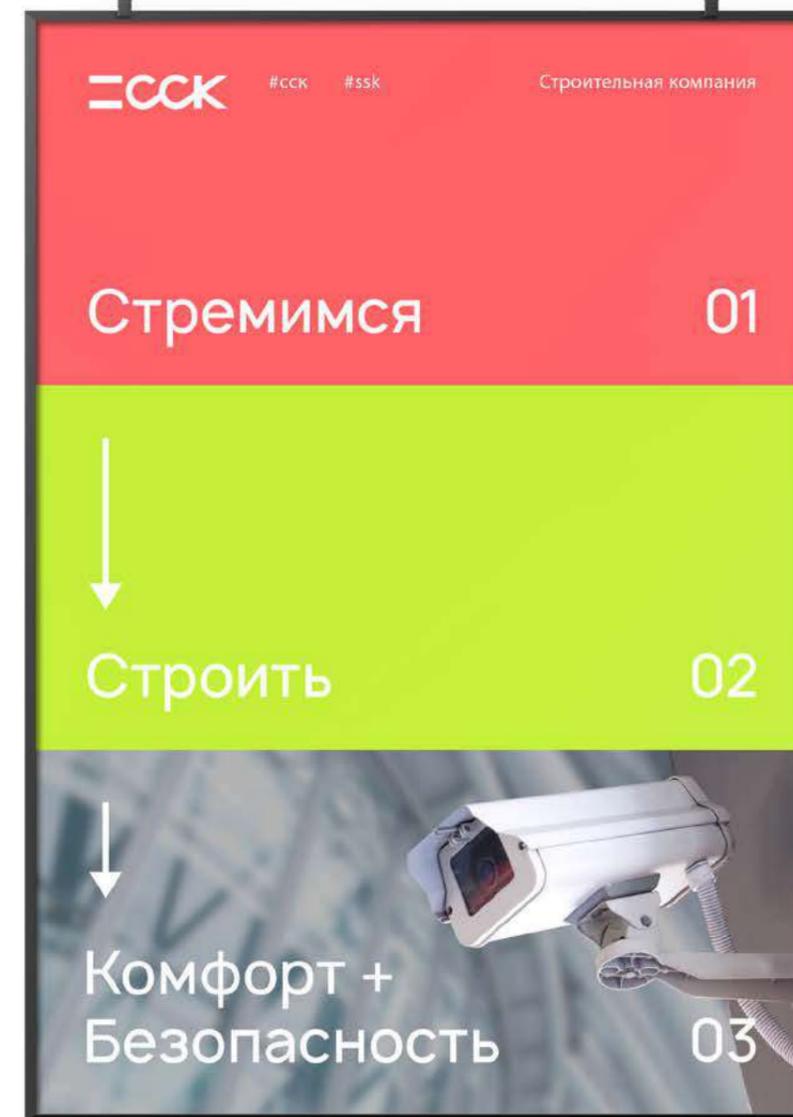
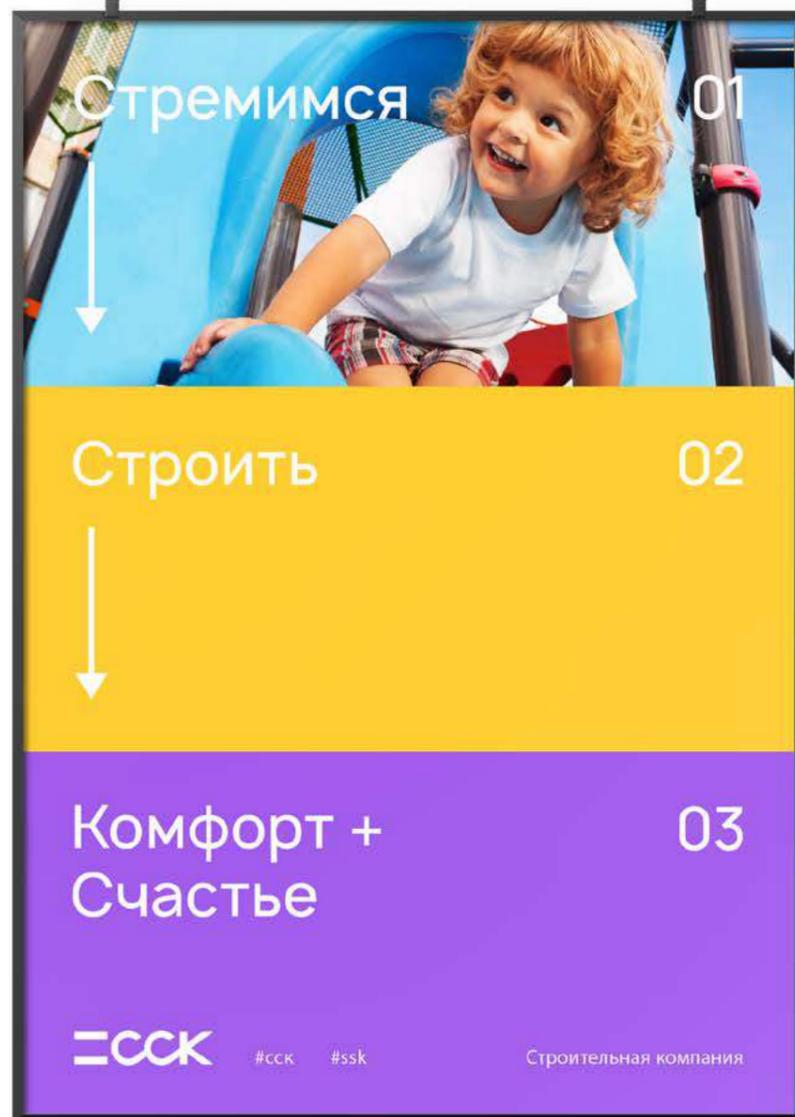
Компания ССК растет и развивается с каждым днем, сохраняя вектор развития и потенциал роста. Стандарты ССК – это высокое качество строительства и ориентированность на комфорт и развитую инфраструктуру.



① Любая информация всегда должна быть структурирована и выровнена относительно чего-то, будь то текст, знак, изображение и т.д.

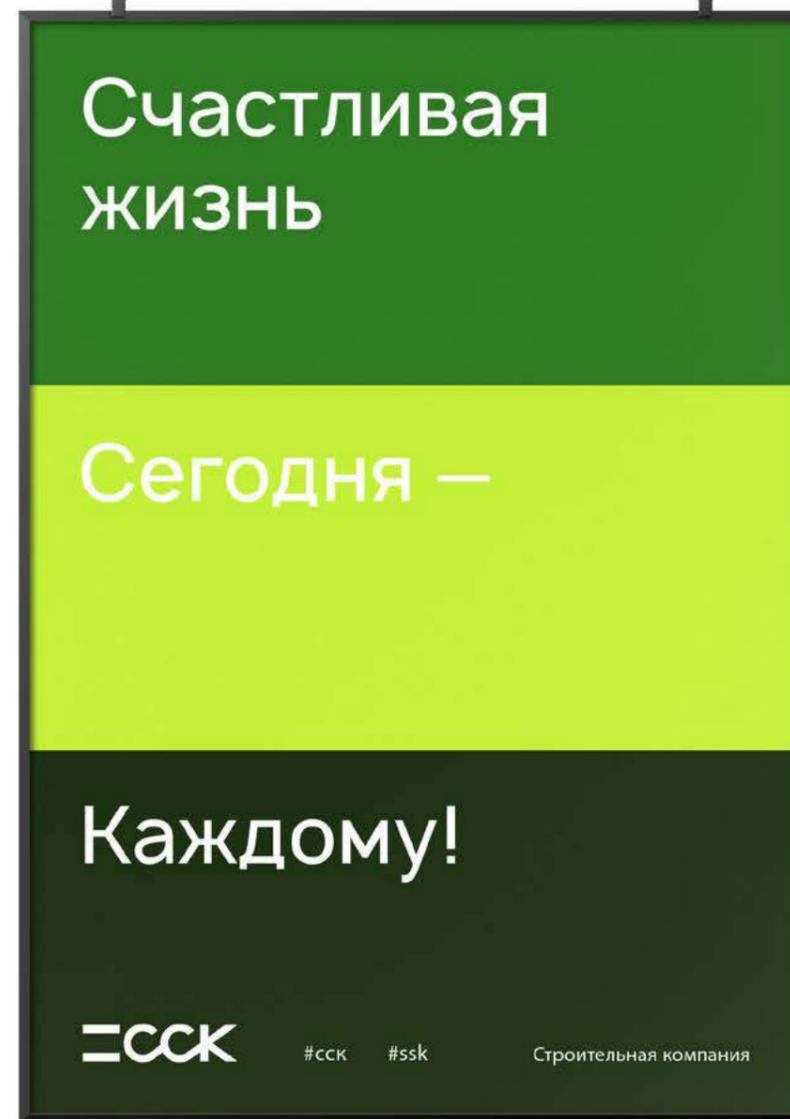
3.3 Постер

Формат: А1



3.3 Постер

Формат: А1



Оформление офиса

4.0

4.1	Вывеска	58
4.2	Входная группа	60
4.3	Навигация	61
4.4	Ресепшн	62
4.5	Флаги	64

4.1 Вывеска

Ширина вывески зависит от фасада, и может растягиваться по горизонтали без ограничений. Логотип всегда выравнивается по левому краю вывески, дескриптор - по правому.



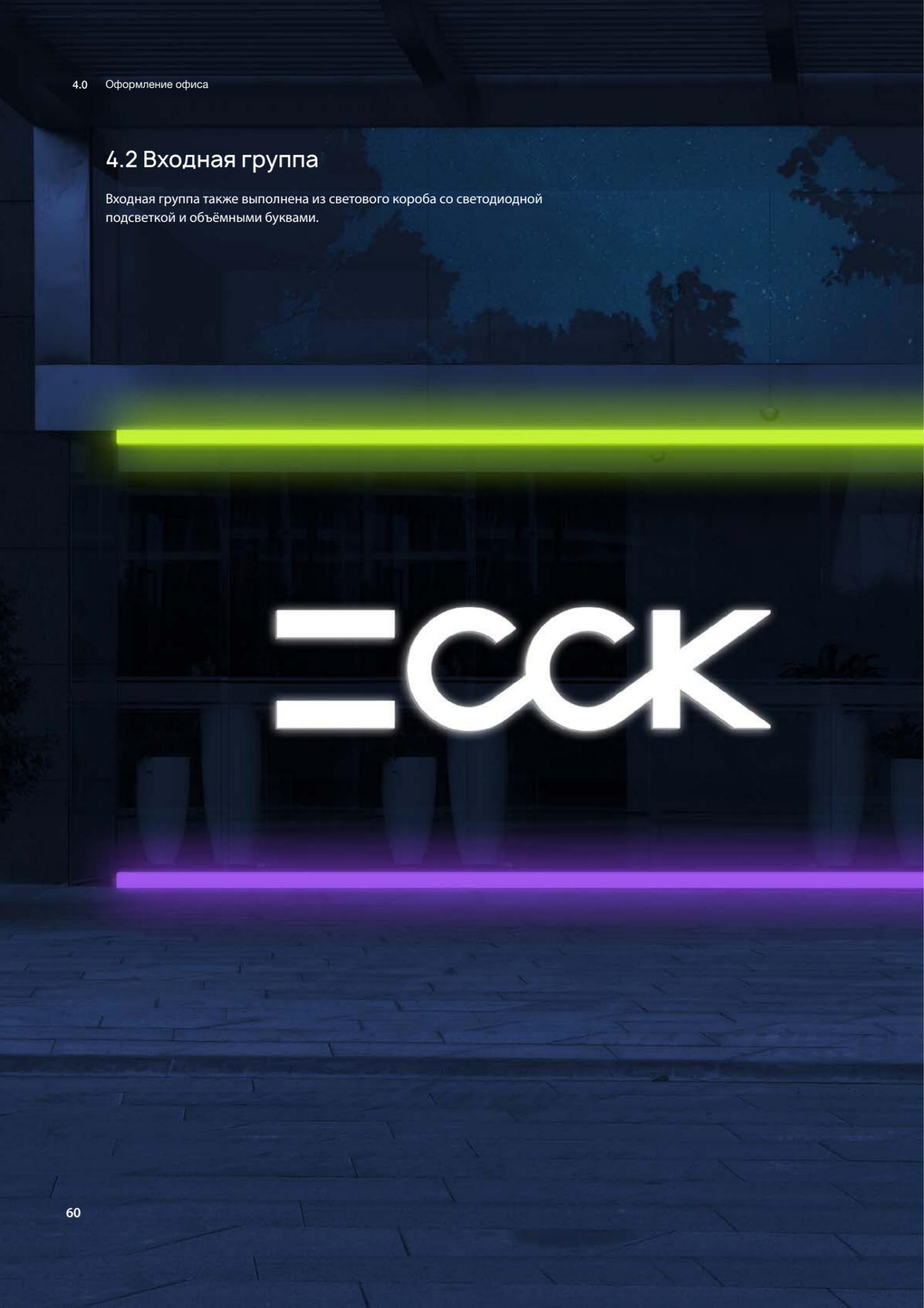
ⓘ При изготовлении вывески стоит использовать световой короб со светодиодной подсветкой и объёмными буквами.



ⓘ Внешний вид офиса – отличительный знак компании. Офисное помещение всем своим видом должно говорить о значительности и престижности расположенной в нём организации.

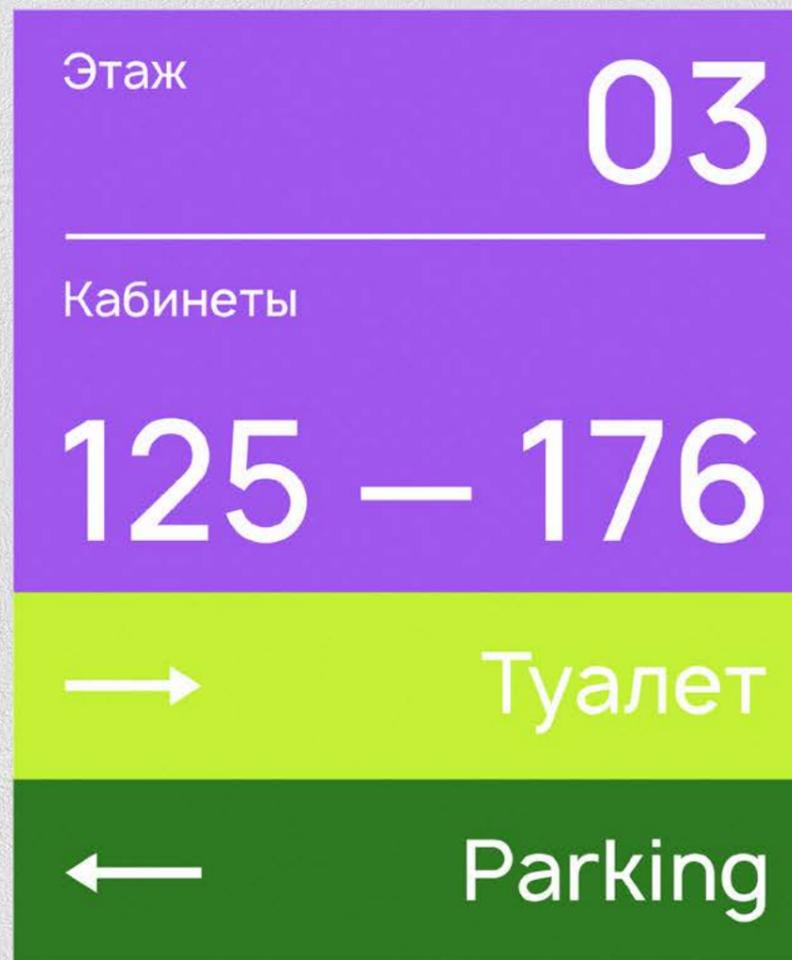
4.2 Входная группа

Входная группа также выполнена из светового короба со светодиодной подсветкой и объёмными буквами.



ССЖ

4.3 Навигация



4.4 Ресепшн



ССК

Строительная компания

ⓘ На макете продемонстрирована реализация логотипа при помощи хромированного металла.

4.5 Флаги



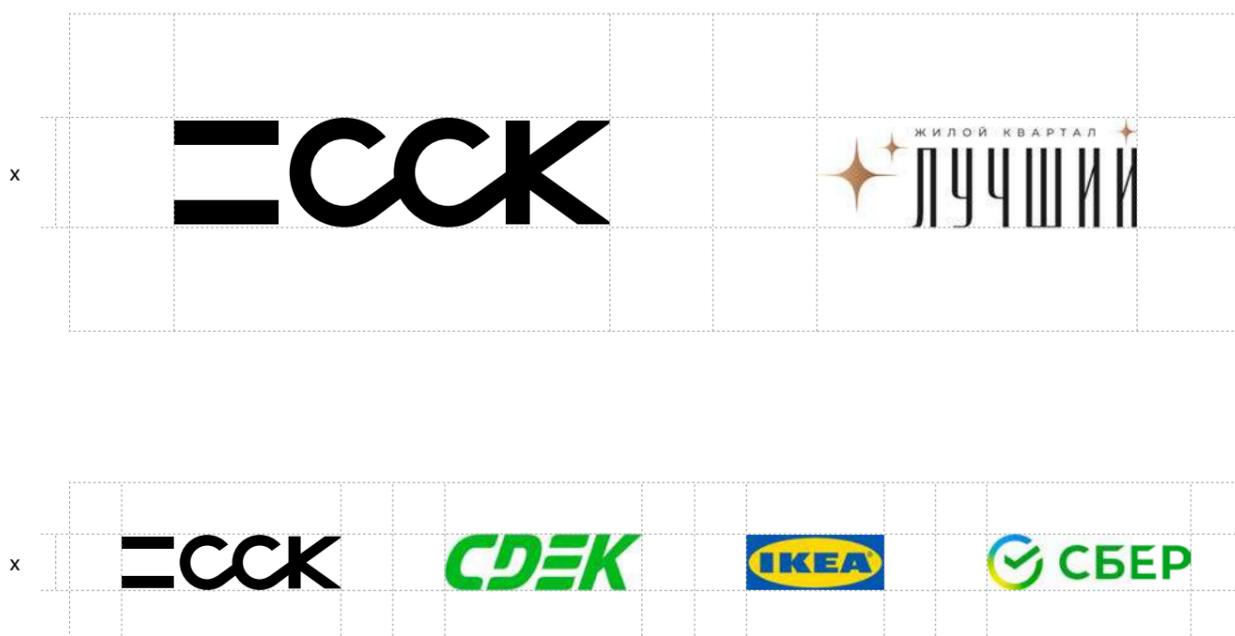
Правила co-branding

5.0

5.1	Co-branding	68
5.2	Забор стройки	70
5.3	Паспорт с объектом застройщика	72

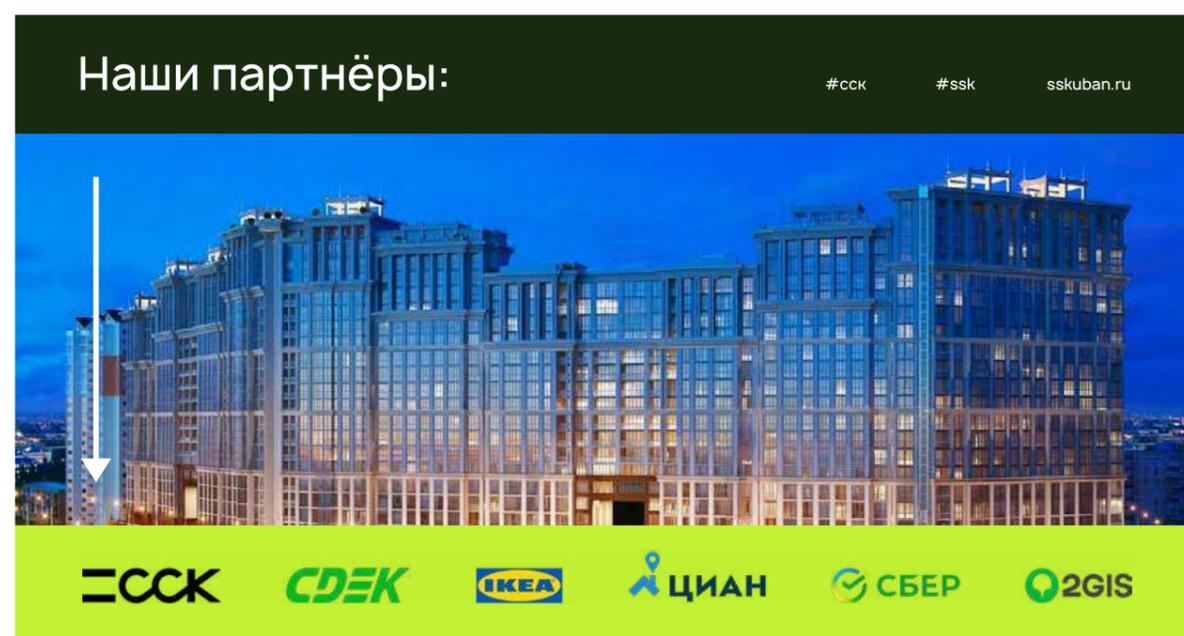
5.1 Правила co-branding

Для размещения логотипа ССК с логотипами других компаний стоит отталкиваться от схемы, представленной на этой странице. Чтобы макет смотрелся органично, а между логотипами было достаточно свободного пространства руководствуйтесь правилами охранного поля логотипа, которые представлены на страницах 16-17.



ⓘ У каждого логотипа компаний может быть своё значение охранного поля, поэтому стоит ориентироваться на охранное поле логотипа ССК.

Вариант компоновки логотипа ССК и логотипов сторонних компаний на баннере формата 3x6 м.



ⓘ По возможности старайтесь использовать все логотипы сторонних компаний в монохромной версии. В случае отсутствия такой возможности следует подбирать более контрастный фон, чтобы логотипы всех компаний считывались одинаково хорошо.

5.2 Забор стройки

ССК

#ССК

строительная компания

Строим

строительна

Для каждого

Ипотека от Сбербанка в рассрочку!

Сердце

Своя
Строительная
Компания

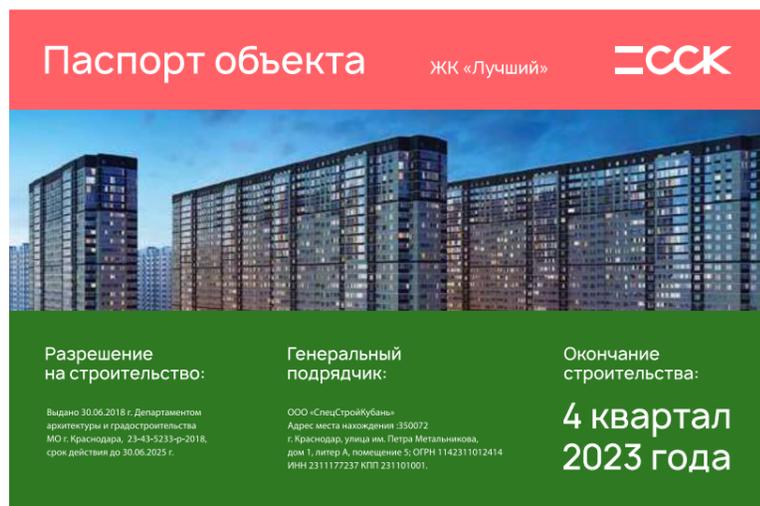
ССК

sskuban.ru

Краснодара

5.3 Паспорт с объектом застройщика

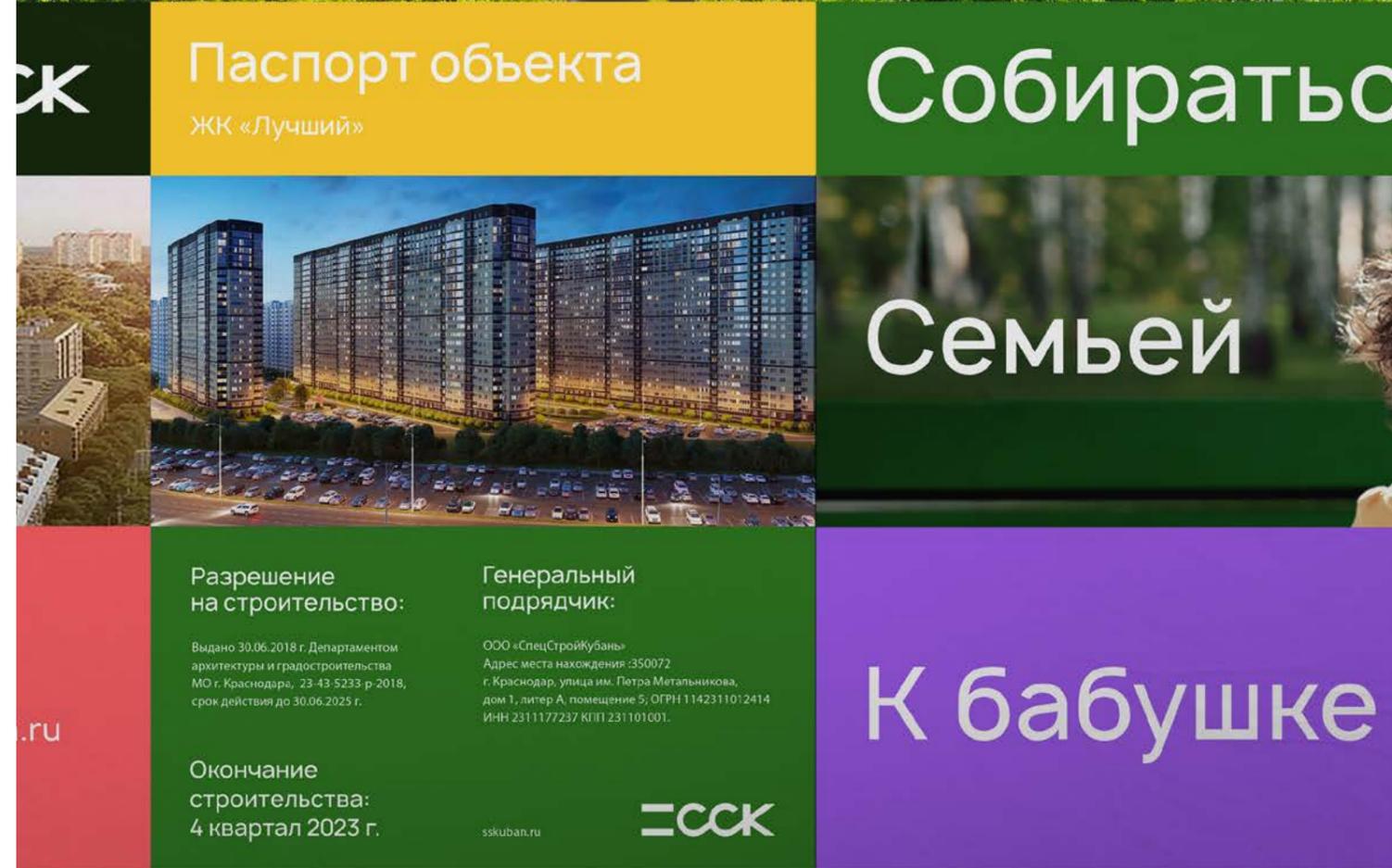
Горизонтальный вариант



Вертикальный вариант



ⓘ В данном макете использовалась трёхколонная модульная сетка.



ⓘ Также при необходимости можно разместить паспорт объекта на самом заборе стройки.

Униформа

6.0

6.1	Униформа строителя	76
6.2	Каска	77
6.3	Поло	78
6.4	Свитшот	80
6.5	Шарф	82

6.1 Униформа строителя

При создании дизайна униформы важно сохранять единую визуальную стилистику бренда.



ⓘ Используйте контрастную расцветку, чтобы форма была максимально яркая и заметная на строительном объекте.

6.2 Каска

Крупный логотип, размещённый на лицевой стороне каски сопровождается фирменным графическим элементом сбоку.



ⓘ Тип каски по цвету всегда определяется согласно ГОСТ.

6.3 Женское поло

Женское поло из 100% хлопка на пуговицах с нашивкой ССК и вышитым адресом сайта.



6.3 Мужское поло

Дизайн мужского поло отличается цветом самой футболки, цветом ниток в нашивке и адресе сайта.



6.4 Свитшот женский

Дизайн свитшотов выполнен по тому же принципу, что и поло, с незначительными отличиями.



6.4 Свитшот мужской



6.5 Шарф

Униформу сотрудников можно дополнить аксессуаром в виде шарфа, оформленного в соответствии с фирменным стилем.



Мерч и сувениры

7.0

7.1	Одежда	86
7.2	Сумка-шопер	88
7.3	Плед	90
7.4	Бейсболка	92
7.5	Обложка на паспорт	93
7.6	Игральные кубики	94
7.7	Стакан для кофе	95
7.8	Чехол для телефона	96

7.1 Одежда

Благодаря адаптивному и понятному фирменному стилю, его легко применить в оформлении собственной коллекции одежды.



7.2 Сумка-шоппер

Применяйте на фирменных носителях различные комбинации и сочетания фирменных цветов друг с другом.



Если по техническим причинам на носителе сложно реализовать окраску с делением в три линии, окрашивайте его в один из фирменных цветов.



7.3 Плед

Плед, также как и вся фирменная продукция, оформляется по требованиям, прописанным в данном руководстве.



7.4 Бейсболка

Фирменная продукция преимущественно оформляется с делениями в три разноцветные линии, но если такая реализация затруднительна — используйте один из основных фирменных цветов.



7.5 Обложка на паспорт



7.6 Игральные кубики

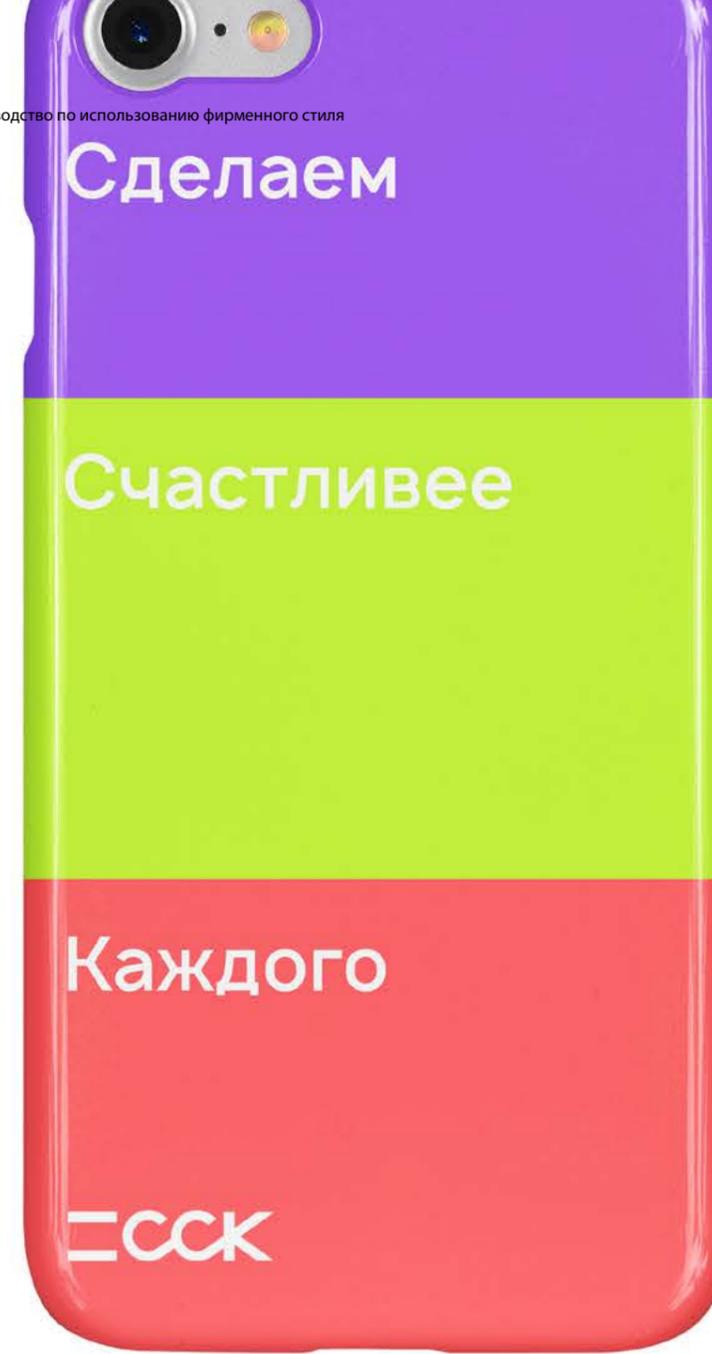
Игра «Генератор счастья» — это набор случайных слов, которые образуются в фразу. Суть игры — бросить кубики, получить фразу, которой можно поделиться в социальных сетях.



7.7 стакан для кофе



7.8 Чехол для телефона



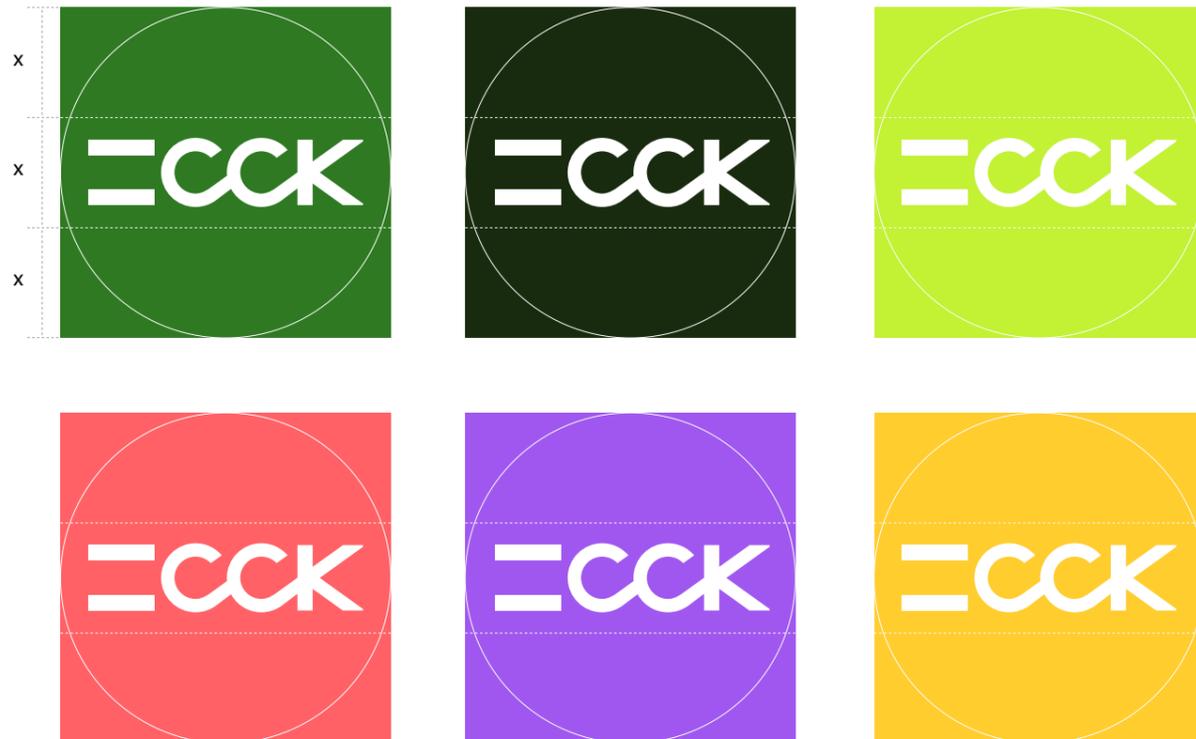
CMM

8.0

8.1	Аватар	100
8.2	Facebook	101
8.3	Instagram publication	102
8.4	Instagram stories	103
8.5	Скринсейвер для телефона	104

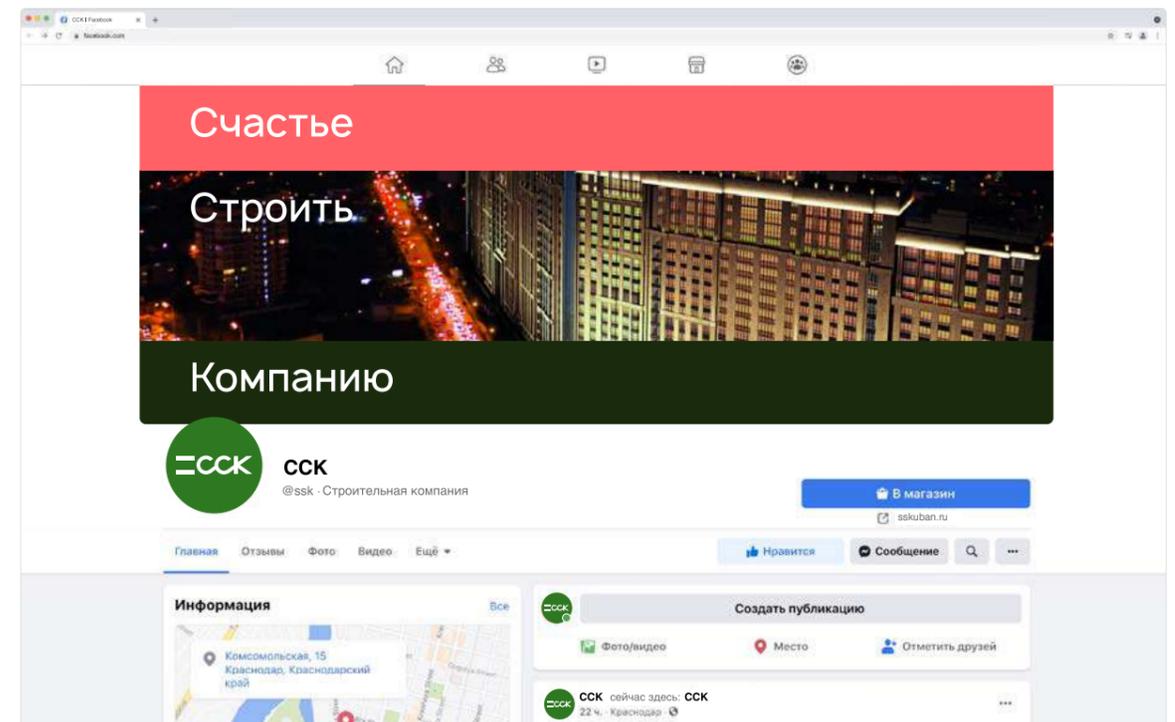
8.1 Аватар

На аватаре используется вариант логотипа без статусной строки.



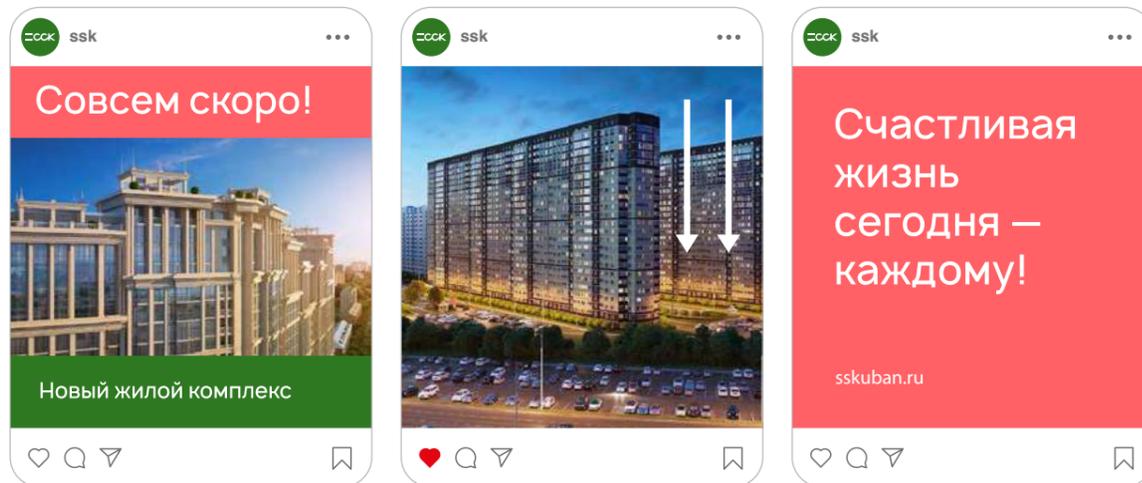
8.2 Facebook

При создании дизайна обложки социальных сетей используйте правильное масштабирование для корректного отображения на всех устройствах: телефон, планшет, компьютер.



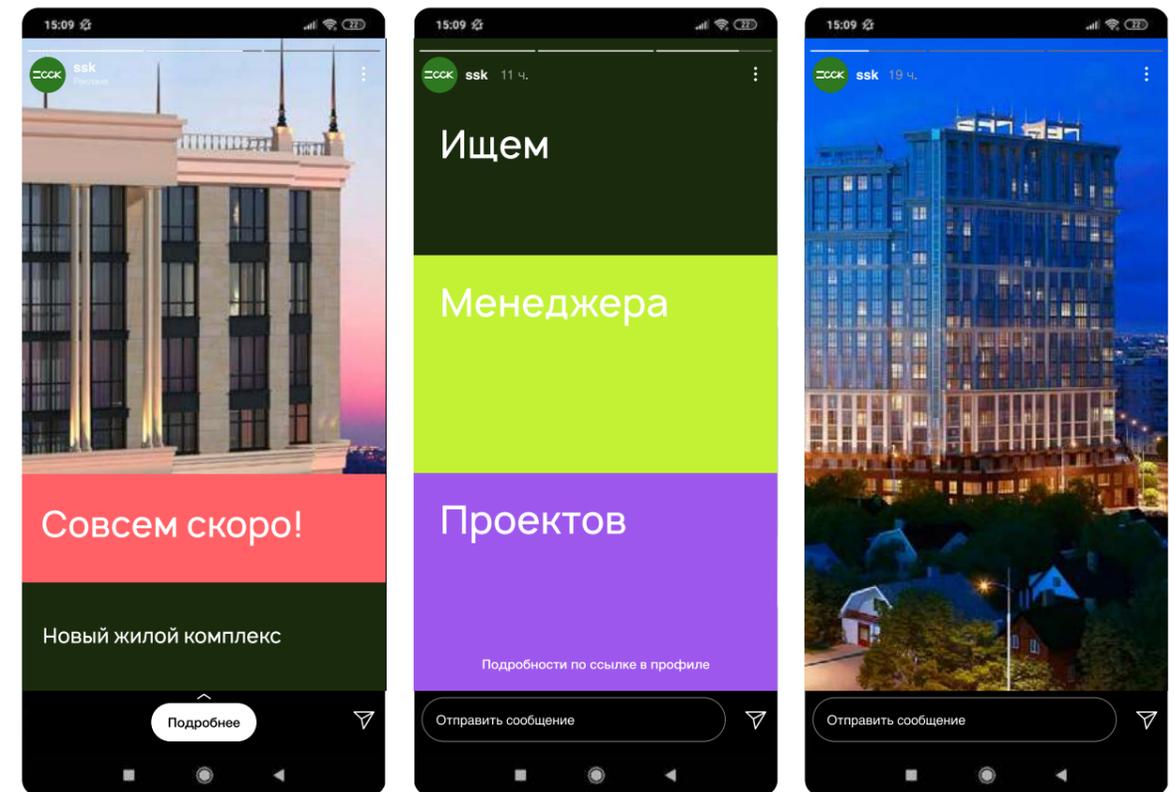
8.3 Instagram publication

Дизайн публикации, как и любой другой рекламный макет компании, разрабатывается согласно руководства фирменного стиля.



8.4 Instagram stories

Оформление stories требует наличия фирменных элементов на макете, кроме случаев, когда изображение не требует описания.



ⓘ Не стоит размещать на публикациях логотип, так как он всегда располагается в аватаре.

8.5 Скринсейвер для телефона

Скринсейвер для телефона оформляется с помощью основных стилизирующих элементов, которые делят экран на три части.

В случаях, если того требует художественный замысел, линии могут превалировать друг над другом или вовсе отсутствовать — подобная верстка возможна при доминировании фотоизображения + фирменный цвет в качестве фона.





2022

RUPORT_ BRANDING
& DIGITAL