



Руководство  
по использованию  
фирменного стиля  
«Стратегия»



**Стратегия**

# Содержание

## 01/Логотип 3

Основная версия .....	4
Дополнительные версии.....	5
Цветовые вариации .....	6
Хроматическая гамма .....	7
Использование на фонах.....	8
Охранные поля.....	9
Расположение на формате.....	10
Недопустимое использование .....	11

## 02/Фирменные элементы 12

Шрифты .....	13
Шрифтовая иерархия .....	14
Цвета.....	15
Сочетания цветов .....	16
Фотоконтент .....	17
Паттерн .....	18

## 03/Носители 19

Кепка .....	20
Термокружка и худи.....	21
Сертификат .....	22
Носки .....	23
Стикеры.....	24
Шопер.....	25
Визитная карта .....	26
Стена .....	27

# ЛОГОТИП

Основная версия

Дополнительные версии

Цветовые вариации

Хроматическая гамма

Использование на фонах

Охранные поля

Расположение на формате

Недопустимое использование

## 01/Логотип Основная версия

Логотип – это графическое изображение, которое служит «лицом» или визитной карточкой компании. Он выражает основное направление деятельности компании, её ценность и ключевые характеристики создаваемого бренда. Символизирует определенную концепцию, разрабатывается для легкой узнаваемости бренда, привлечения внимания и отличия от конкурентов.



# Стратегия



---

Горизонтальная версия



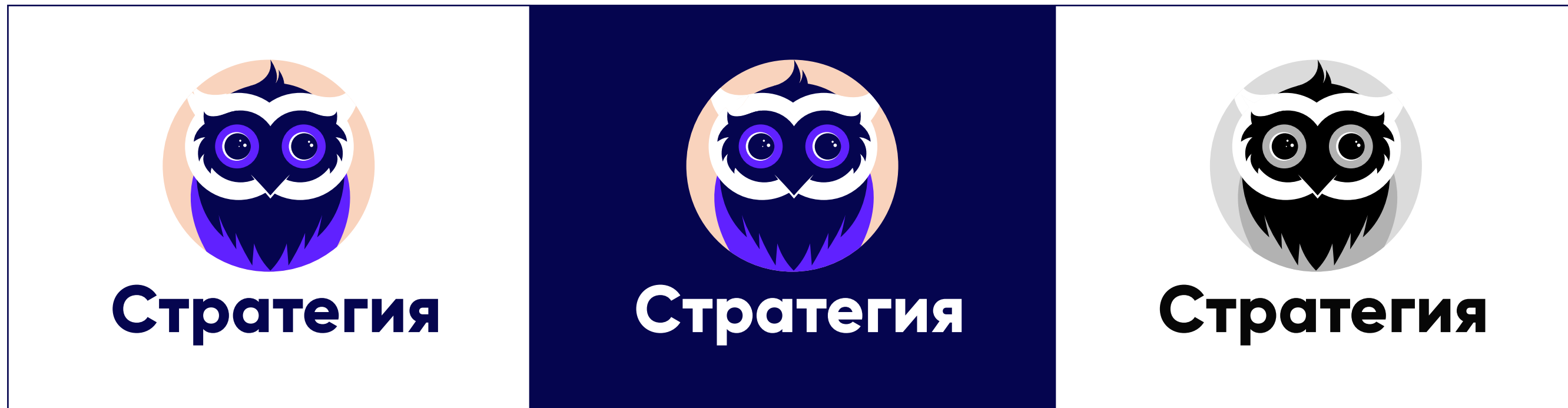
---

Знак



---

Английская версия



## 01/Логотип Хроматическая гамма

В условиях ограничений печати или цветовосприятия (н-р, версия сайта для слабовидящих) используются максимально контрастные сочетания логотипа и фона: черный на белом, белый на черном. При необходимости размещения логотипа на сером фоне, берется наиболее выигрышная (контрастная) версия.

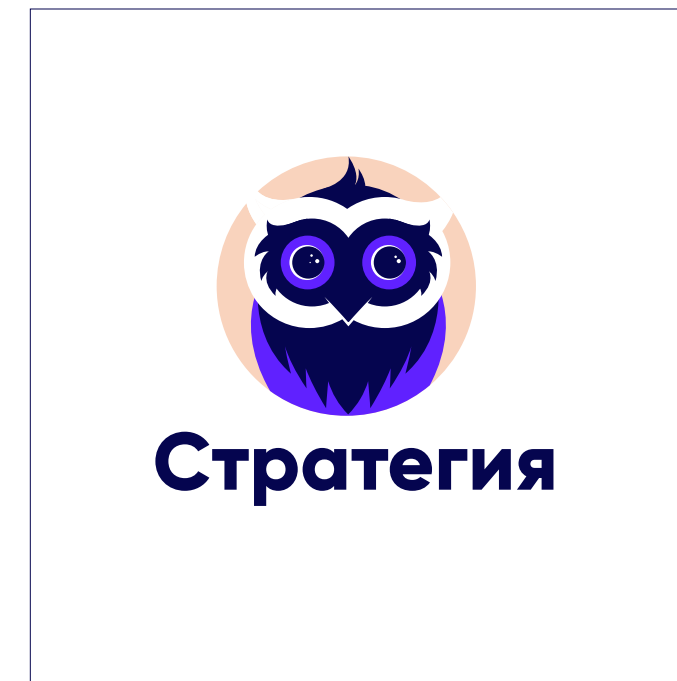
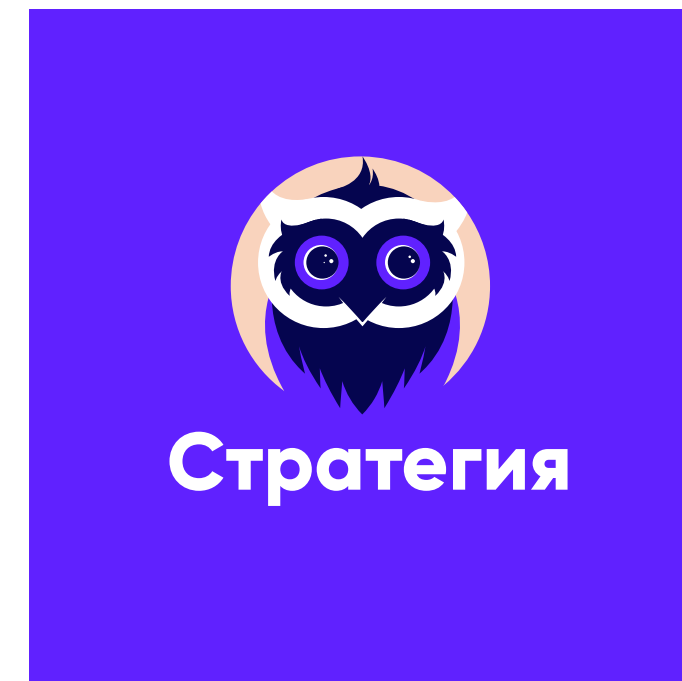
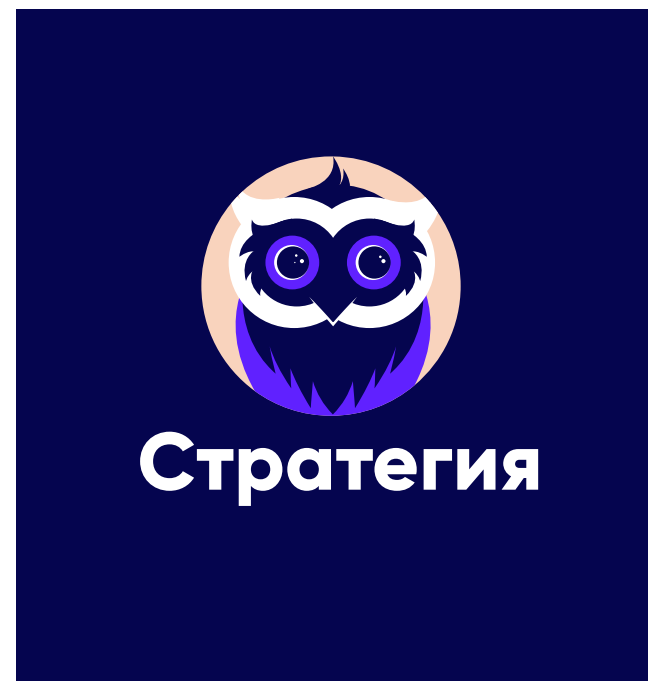
В условиях офсетной печати для черной версии не рекомендуется использовать составной черный, лучше — один канал — key color (0, 0, 0, 100)



## 01/Логотип    Использование на фонах

Рекомендуется использовать фоны фирменных цветов, но иногда такой возможности нет: фотографии, фоны партнеров, нестандартные носители (н-р, автомобиль не фирменного цвета). В таких случаях стоит подбирать цвет логотипа так, чтобы он был контрастным. Фирменный для светлых, близких к серому фонов и белый для остальных: темных и ярких. В крайнем случае может использоваться логотип черного цвета.

На фотографиях логотип стоит располагать на монотонном фоне. Здесь логотип также должен быть контрастным. Можно использовать полупрозрачную либо однотонную подложку.



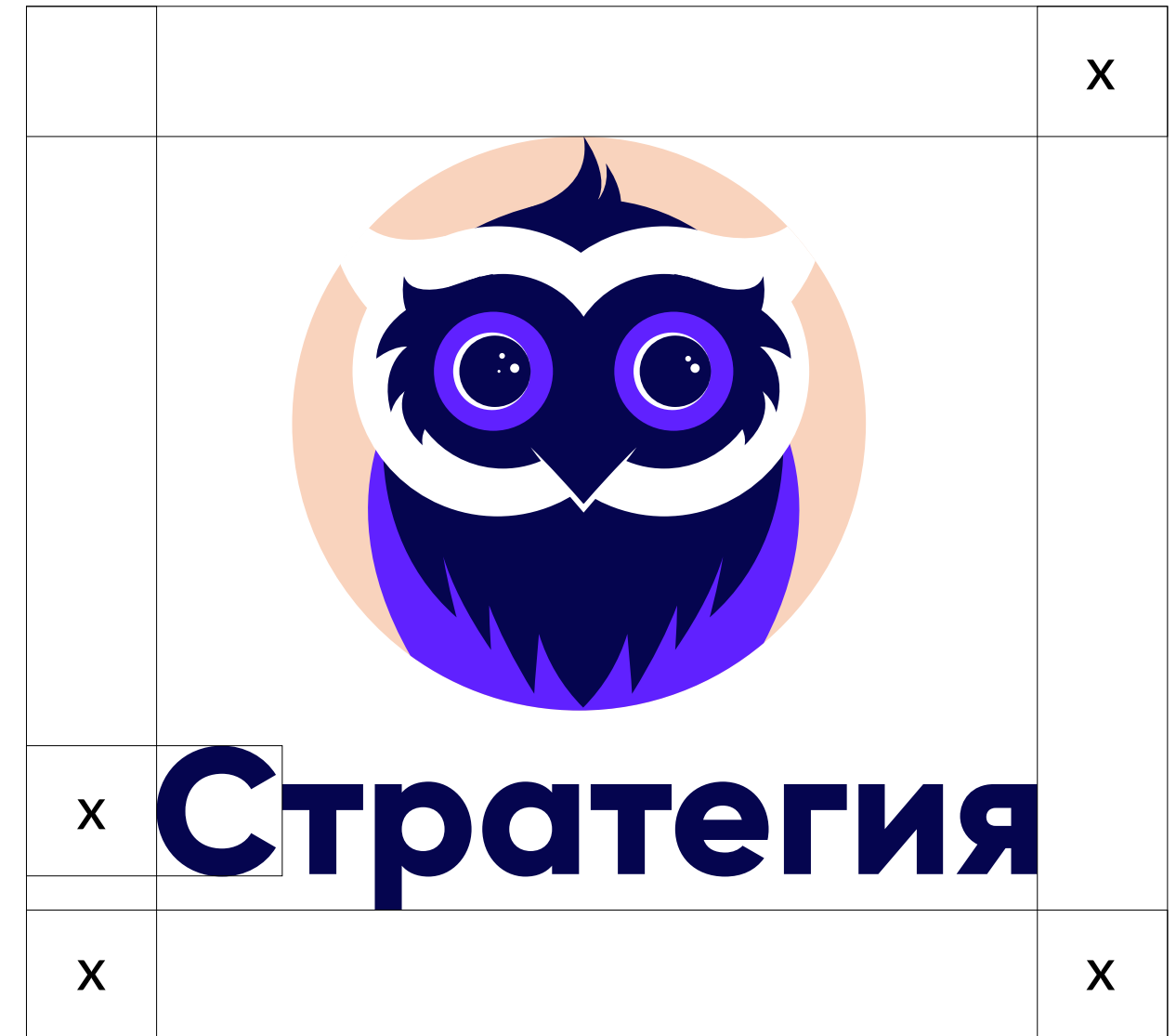


01/Логотип Охранные поля

$$C = x$$

Охранное поле помогает правильно размещать логотип на носителях. В охранное поле не должны попадать никакие посторонние объекты, тексты и фотографии, иначе они будут визуальнo «связаны» с логотипом и нарушат его целостность.

Для упрощения восприятия, в качестве минимальных охранных полей берется высота буквы. Это поможет соблюсти охранное поле даже на глаз.



## 01/Логотип Расположение на формате

Важно располагать логотип и фир. элементы так, чтобы они легко считывались и дополняли макет. Одни и те же элементы могут выступать в роли главных (акцентных) и вспомогательных.

Логотип стоит располагать по краям макетов, если присутствует другой контент. В центре расположения логотипа допускается только в том случае, если они — основной объект макета (н-р, аватар для соц. сети).

Размер логотипа по ширине варьируется от четверти ширины формата до половины. Это зависит от задачи (нужно продемонстрировать логотип / нет, должен быть акцент на логотипе / нет) и от размера формата: чем он больше, тем меньше может быть лого (н-р, на билборде он будет хорошо смотреться и в 1/4, и в 1/2).

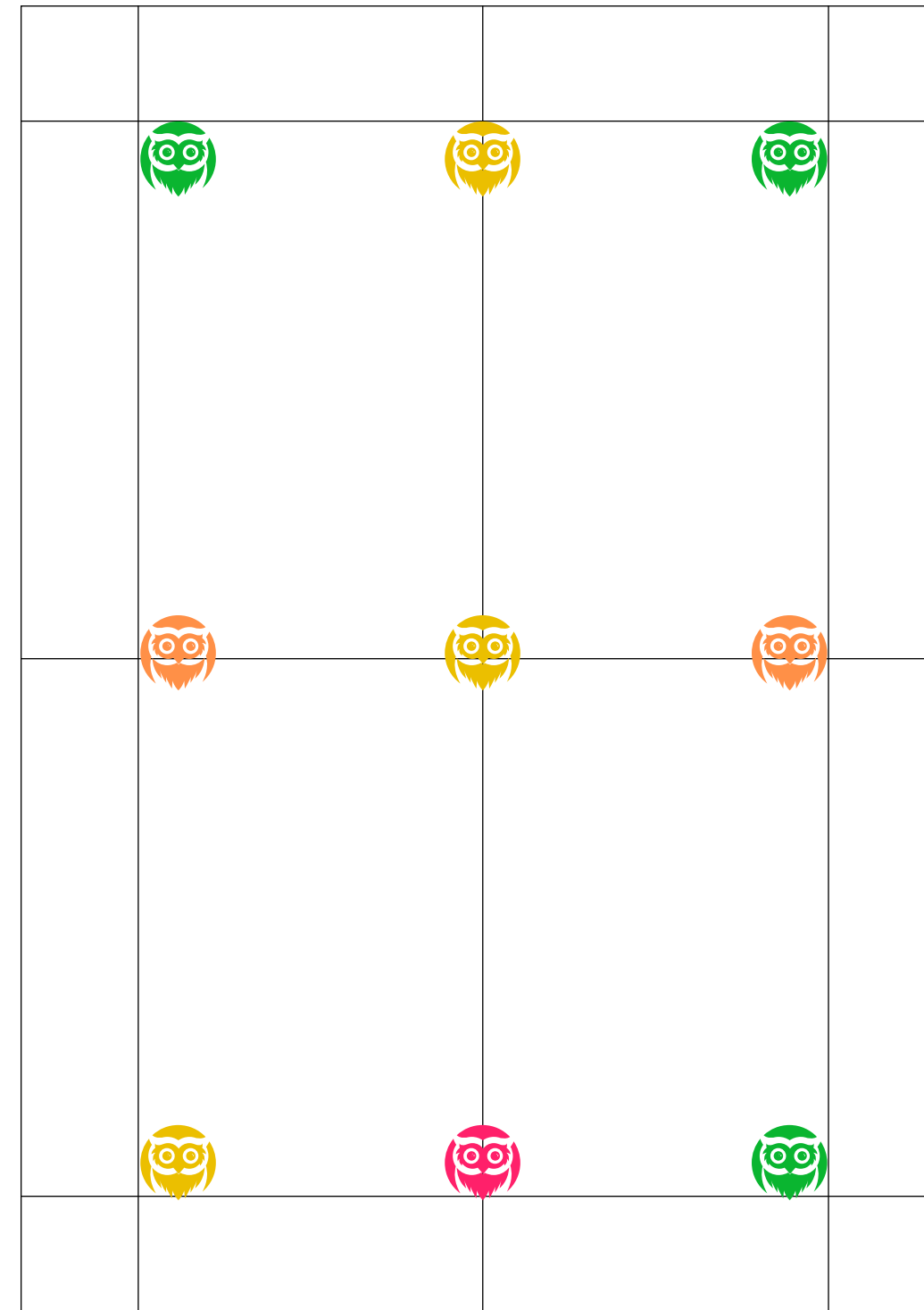
На схеме показаны разные степени разумности использования логотипа:

Отличное место

Все хорошо, это допустимо

Могут быть трудности

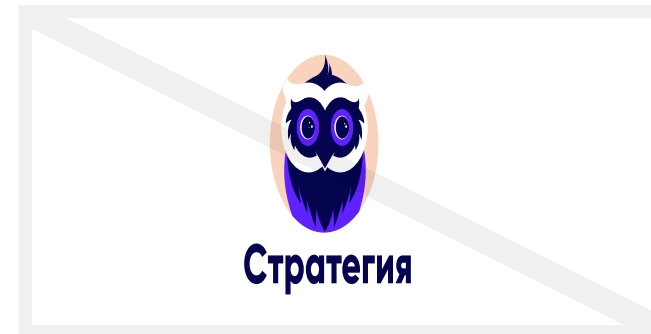
Не допустимо



## 01/Логотип Недопустимое использование

Крайне важно всегда правильно и последовательно изображать фирменный знак и логотип

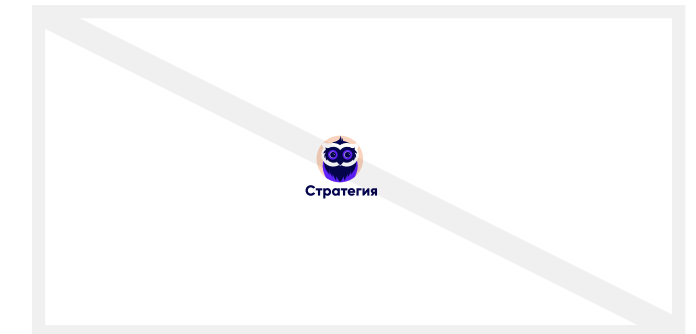
Приведенные примеры иллюстрируют проблемные ситуации, которых необходимо избегать при использовании знака. Эти примеры не являются исчерпывающим перечнем неправильных вариантов использования, но они дают представление о том, как нельзя изображать знак



Непропорциональное масштабирование



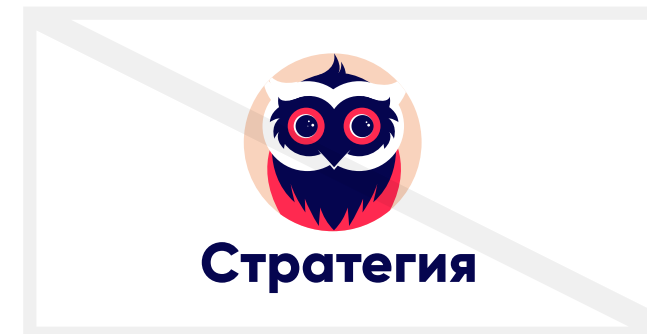
Изменение взаимного расположения элементов



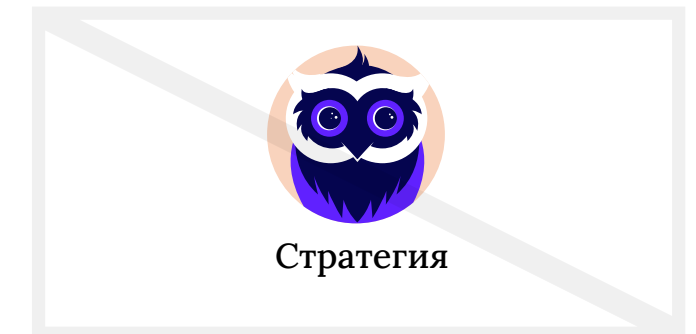
Использование логотипа в пропорциях, влияющих на читаемость



Поворот элементов относительно друг друга



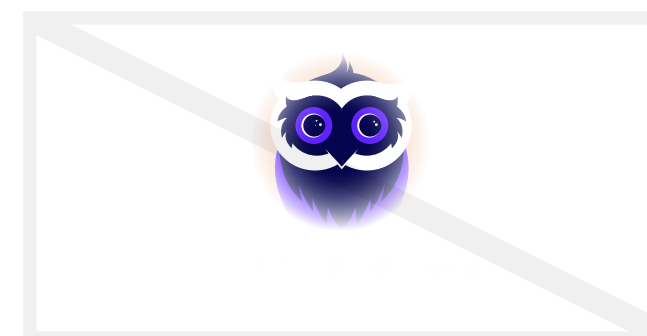
Использование недопустимых цветов



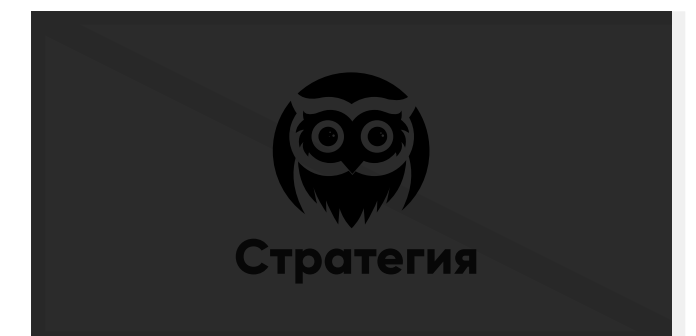
Изменение шрифтового написания



Нарушение охранного поля



Применение визуальных эффектов



Использование неконтрастного фона

# Фирменные элементы

Шрифты

Шрифтовая иерархия

Цвета

Сочетание цветов

Фотоконтент

Паттерн

## 02/Фирменные элементы Шрифты

При визуальной организации информации в прессе, презентациях, на интернет-страницах выбор шрифта имеет большое значение. Его легкая читаемость и ассоциативность с предметом сообщения обеспечивает качественное восприятие информации, а также ее запоминаемость.

**MONTERRAT  
SemiBold**

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ  
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя  
1234567890(),.?!

MONTERRAT  
Medium

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ  
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя  
1234567890(),.?!

MONTERRAT  
Regular

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ  
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя  
1234567890(),.?!

⚠ В случаях, когда использование фирменного шрифта невозможно (например, бланк или презентация), допускается использование шрифта Arial.

Одним из наиболее важных методов для эффективной передачи содержания является использование шрифтовой иерархии.

Она представляет собой систему организации данных, которая устанавливает порядок их важности, что позволяет пользователю найти то, что ему нужно.

При верстке допускается использовать разные цвета для разных типов текста: заголовки, текст, сноски. Такое разделение позволяет проще ориентироваться в пространстве формата, главное, не испортить макет пестротой. Не рекомендуется использовать больше 2–3 цветов для текста на одной странице.

Montserrat Semibold    Size: 350–500%

Montserrat Medium    Size: 150–250%

Montserrat Regular    Size: 100%

Montserrat Regular    Size: 80%

# Заголовок H1

## Подзаголовок H2

Основной текст

Сноска

⚠ Шрифтовая иерархия при необходимости может быть дополнена дизайнером.

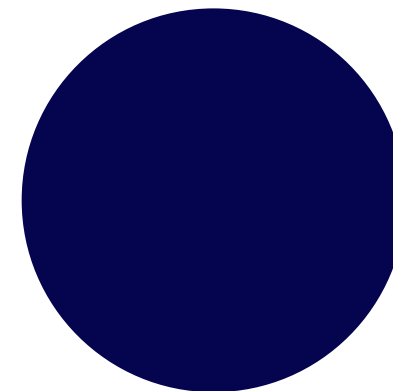
## 02/Фирменные элементы Цвета

Фирменные цвета используются в стилибразующих элементах. В таблице показаны цвета в различных цветовых схемах:

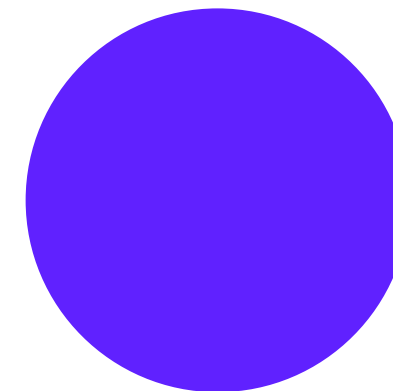
RGB и HEX — для отображения фирменных цветов на экране.

CMYK — для полноцветной печати.

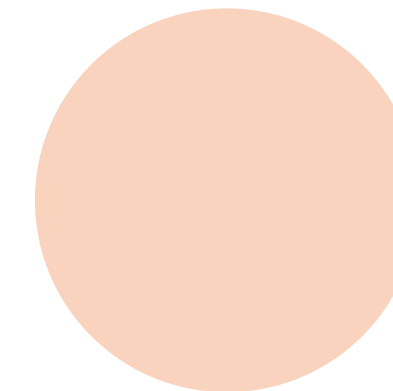
Pantone — для печати смесевыми красками.



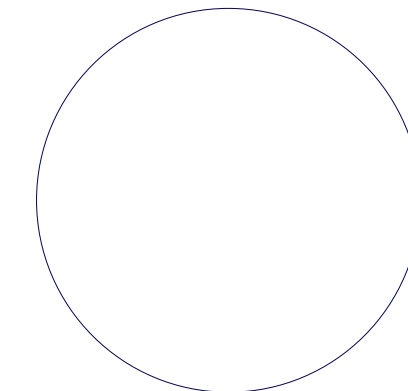
RGB 5/5/79  
HEX #05054F  
CMYK 95/100/30/35  
PAN PANTONE 2766 C



RGB 96/33/255  
HEX #6021FF  
CMYK 75/80/0/0  
PAN PANTONE 2366 C



RGB 249/211/189  
HEX #F9D3BD  
CMYK 0/20/20/0  
PAN PANTONE 712 C

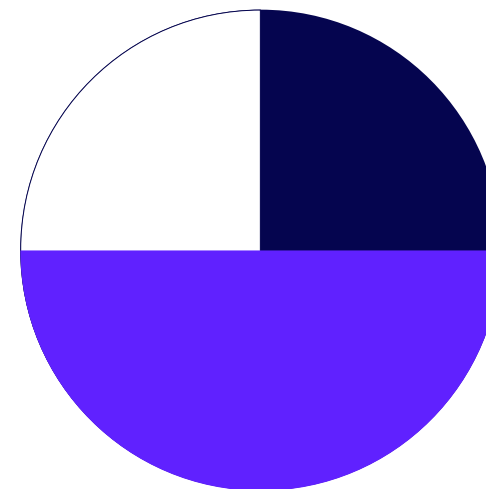
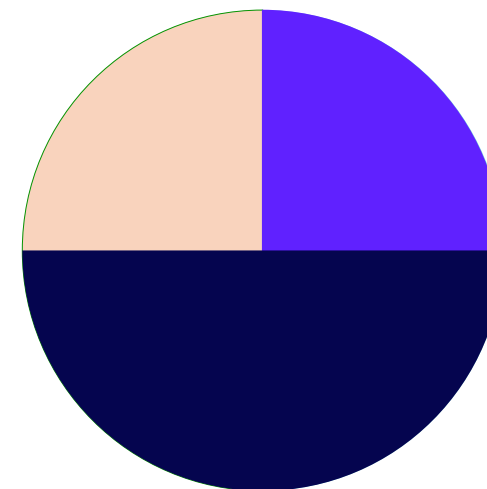
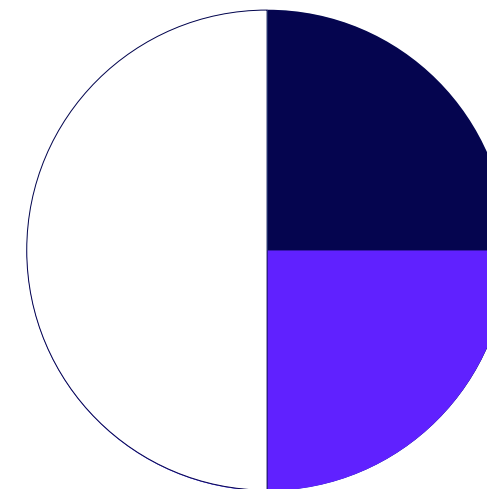
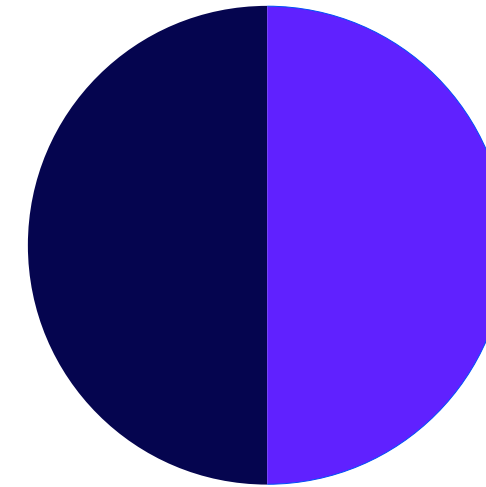
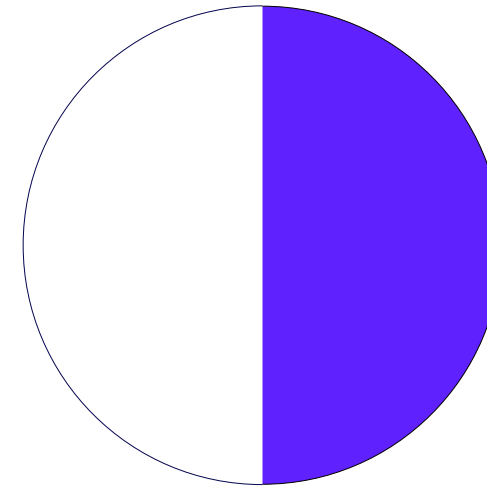
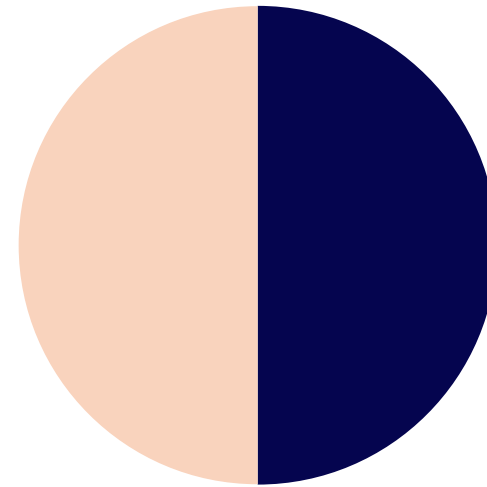


RGB 255/255/255  
HEX #FFFFFF  
CMYK 0/0/0/0  
PAN PANTONE WHITE

⚠ Палитра цветов может быть расширена при необходимости. При печати носителей мы рекомендуем делать цветопробу, так как финальный результат может отличаться от макета на экране.

Правильные сочетания цветов задают определенное настроение макету. С помощью цветов можно распределять акценты и направлять внимание зрителя.

Важно не создать визуальный шум и не испортить носитель, сделать его нечитаемым, плохим сочетанием. Цвета должны быть контрастными и сочетаемыми, в идеальном случае один цвет становится акцентным. Особенно это нужно учитывать при пересечении цветов и наложении их друг на друга.





## 02/Фирменные элементы Фотоконтент

В процессе внедрения дизайна вам понадобятся качественные фотографии. Их можно использовать на сайте, в Instagram или в рекламе.

При возможности, лучше делать собственные фото: устраивать тематические фотосессии, приглашать профессиональных моделей. При отсутствии такой возможности фотографии можно покупать или скачивать на бесплатных фотостоках, например, этих:

[unsplash.com](https://unsplash.com)  
[pixabay.com](https://pixabay.com)  
[stockvault.net](https://stockvault.net)  
[pexels.com](https://pexels.com)  
[picjumbo.com](https://picjumbo.com)  
[foter.com](https://foter.com)  
[stocksnap.io](https://stocksnap.io)  
[splitshire.com](https://splitshire.com)

[designerspics.com](https://designerspics.com)  
[lifeofpix.com](https://lifeofpix.com)  
[isorepublic.com](https://isorepublic.com)  
[thestocks.im](https://thestocks.im)  
[kaboompics.com](https://kaboompics.com)  
[picography.co](https://picography.co)  
[freestockimages.ru](https://freestockimages.ru)  
[gratisography.com](https://gratisography.com)



## 02/Фирменные элементы Паттерн

Паттерны считаются не просто абстрактными орнаментами, а весьма полезными инструментами, которые активно используются при разработке фирменного стиля. Они имеют целый ряд важных функций, в частности: уникальный узор поможет вашей корпоративной символике ярко выделиться на рынке, сделает ее более заметной и узнаваемой.



# Носители

Кепка

Термокружка и худи

Сертификат

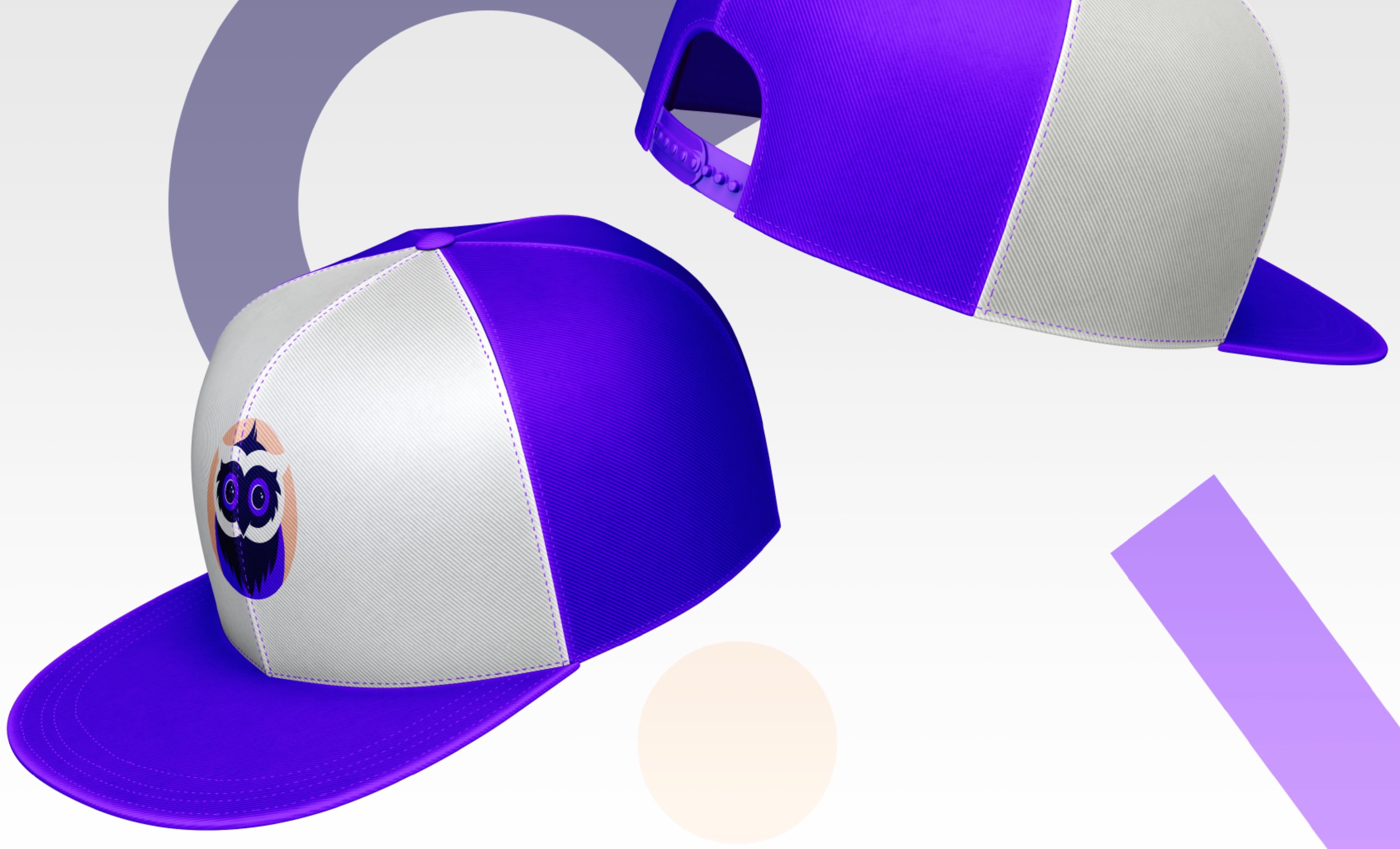
Носки

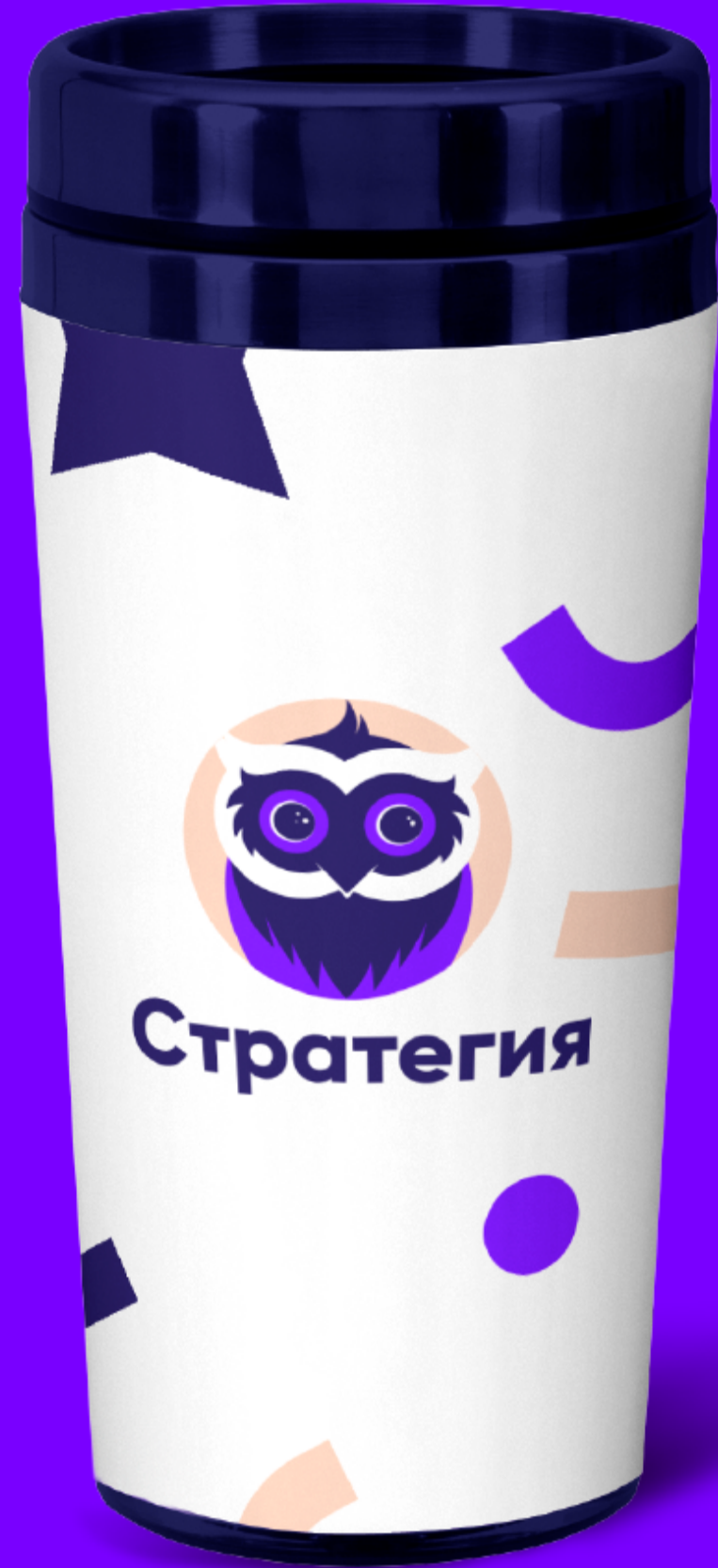
Стикеры

Шопер

Визитная карта

Стена







Стратегия

# СЕРТИФИКАТ

выдан

**Голубевой Анне**

за активное участие  
в жизни проекта



Стратегия

# СЕРТИФИКАТ

выдан

**Голубевой Анне**

за активное участие  
в жизни проекта









Никита Кри  
SMM

Стратегия

КОГДА  
УЧИТЬСЯ  
В УДОВОЛЬСТВИЕ!



Стратегия



[logomachine.ru](http://logomachine.ru)

8 800 777 04 75