

Руководство по использованию фирменного стиля

Содержание

1. Материнский бренд

1.1. Логоблок. Построение	4
1.2. Знак. Построение	5
1.3. Цветная версия. Допустимые фоны	6
1.4. Монохромная версия. Допустимые фоны	7
1.5. Запрещённые варианты использования на фонах	8
1.6. Охранное поле. Допустимые размеры	9
1.7. Цветовая палитра	10

2. Общие константы и правила для всех уровней

2.1. Размещение на макетах	12
2.2. Фирменный элемент	13
2.3. Пиктограммы	15
2.4. Фотостиль	16
2.5. Основной фирменный шрифт	18
2.6. Дополнительный фирменный шрифт	19
2.7. Правила вёрстки вертикальных макетов	20
2.8. Правила вёрстки горизонтальных макетов	24

1. МАТЕРИНСКИЙ БРЕНД

- 1.1. Логоблок. Построение
- 1.2. Знак. Построение
- 1.3. Цветная версия. Допустимые фоны
- 1.4. Монохромная версия. Допустимые фоны
- 1.5. Запрещённые варианты использования на фонах
- 1.6. Охранное поле. Допустимые размеры
- 1.7. Цветовая палитра

1. Материнский бренд

1.1. Логоблок. Построение

Для логоблока предусмотрена только горизонтальная компоновка.

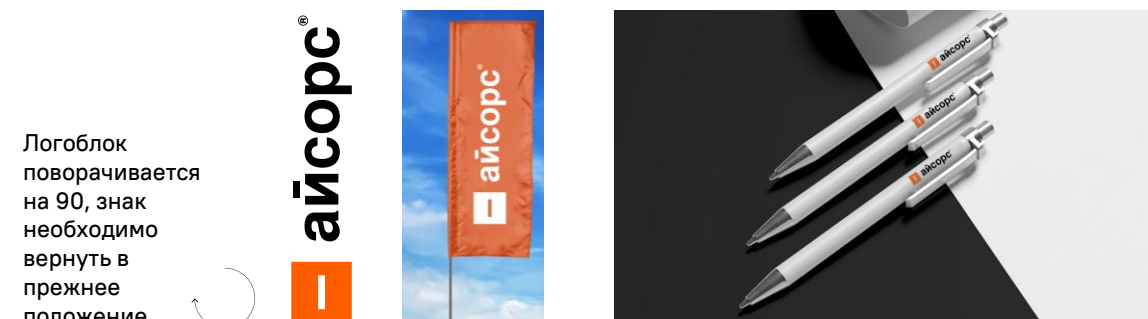
Основная версия логоблока состоит из 3-х базовых элементов: фирменного знака, логотипа и знака правовой охраны товарного знака.

Дополнительная версия состоит из 5-ти базовых элементов: фирменного знака, логотипа, дескриптора, разделительной линии и знака правовой охраны товарного знака.

Логоблок строится с соблюдением отступов. X — толщина линии ключевого элемента. Расстояние между фирменным знаком и логотипом — 3X. Между логотипом и разделительной линией, разделительной линией и дескриптором — 4X. Знак правовой охраны товарного знака размещается на расстоянии 1X справа от логотипа и выравнивается с отступом X от верхней границы логотипа. Ширина ® — 1,5X.

При малой площади размещения используется версия без дескриптора. При площади, достаточной для размещения читабельного дескриптора, используется версия с дескриптором. **Исключение:** площадь при использовании версии с дескриптором предполагает уменьшение логоблока и он становится меньше размещённых рядом.

Вертикальная компоновка логоблока используется **только для размещения на флагах**. Создается путём поворота на 90 градусов.



Важно: фирменный знак не поворачивается, так как при повороте может изменить смысловое значение, потерять узнаваемость.

Важно: при малой площади размещения используется версия без дескриптора.

1. Материнский бренд

1.2. Знак. Построение

Лаконичный и современный фирменный знак является основой визуальной идентификации бренда и состоит из двух элементов:

1. квадрата, символизирующего интегральную/платформенную сущность Айсорс;
2. элемента I, одновременно ассоциирующегося с первой буквой названия бренда и наглядно выражающего его лидерские амбиции.

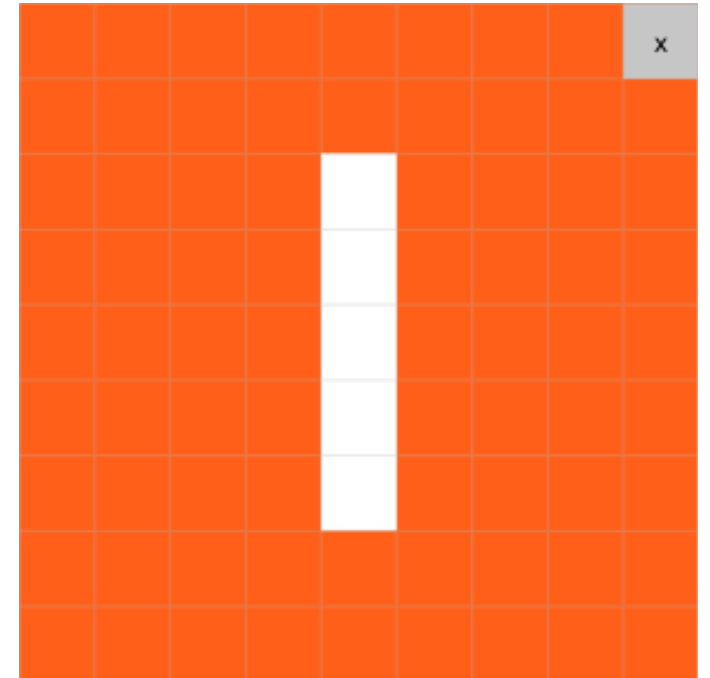
Знак строится по сетке, где 1 клетка — X.

Размер всего знака - 9×9X.

Ширина ключевого элемента I — X.

Высота ключевого элемента I — 5X.

Элемент I располагается посередине квадрата с равными отступами сверху/снизу, слева/справа.



1. Материнский бренд

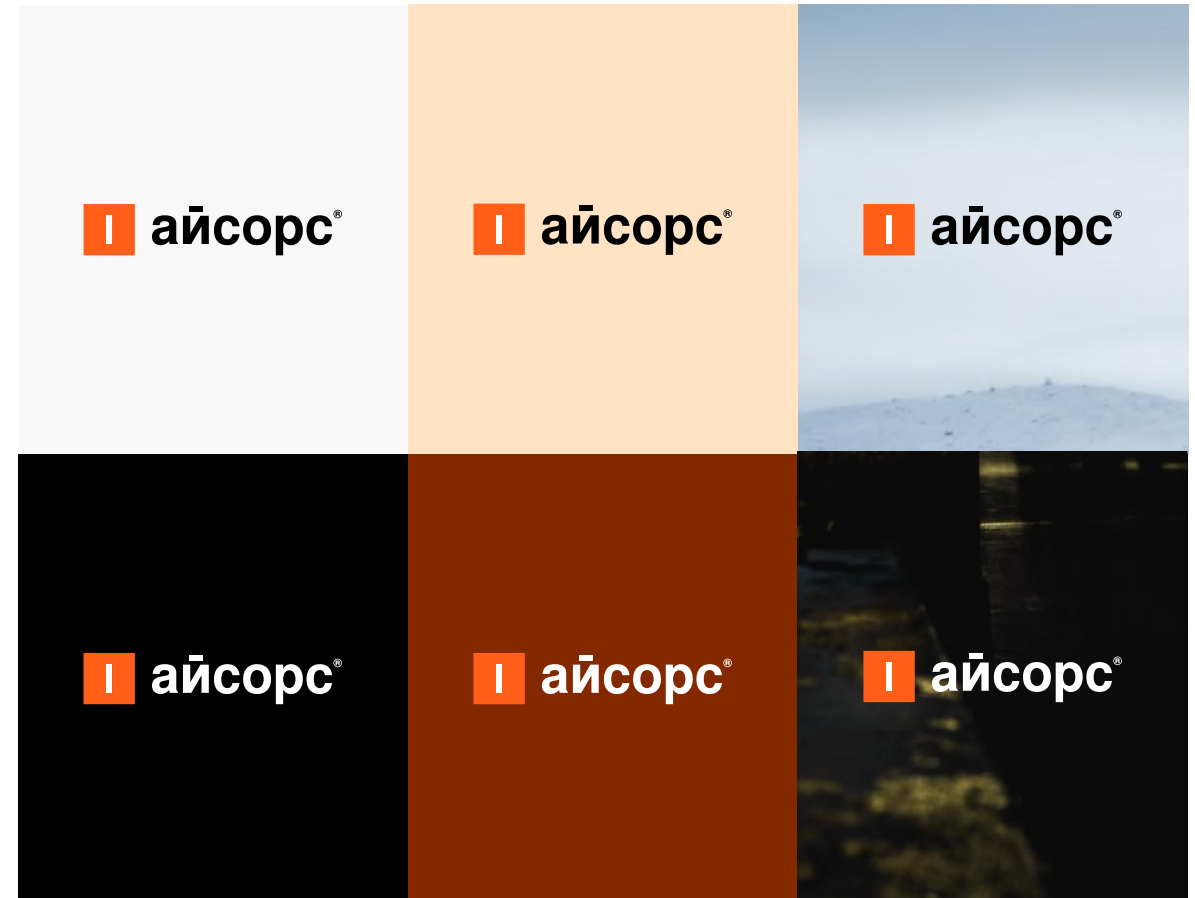
1.3. Цветная версия. Допустимые фоны

Цветная версия логоблока существует в двух вариантах: цветной знак и шрифтовая часть белого цвета/цветной знак и шрифтовая часть чёрного цвета.

Цветная версия логоблока со шрифтовой частью чёрного цвета используется на белом фоне, светлых оттенках фирменных цветов и на светлых равномерных фотофонах фирменных или нейтральных оттенков без лишней детализации.

Цветная версия логоблока с белой шрифтовой частью используется на чёрном фоне, тёмных оттенках фирменных цветов, а также на тёмных равномерных фотофонах фирменных или нейтральных оттенков без лишней детализации.

Необходимо размещать логоблок только на контрастных фонах.



1. Материнский бренд

1.4. Монохромная версия. Допустимые фоны

Монохромная версия логоблока существует в двух вариантах: полностью белый логоблок/полностью чёрный логоблок.

Полностью белая версия логоблока используется:

1. на фонах фирменных цветов и их оттенках, неконтрастных цветной версии логоблока;
2. на фонах нефирменных цветов и градиентах;
3. на фотофонах нефирменных оттенков со средней детализацией;
4. при ч/б печати.

Монохромную чёрную версию логоблока рекомендуется использовать только при технических ограничениях (например, ч/б печать).

При использовании монохромной версии логоблока элемент I всегда имеет цвет, идентичный фону.

Монохромная версия логоблока может быть использована на металлизированной палитре.

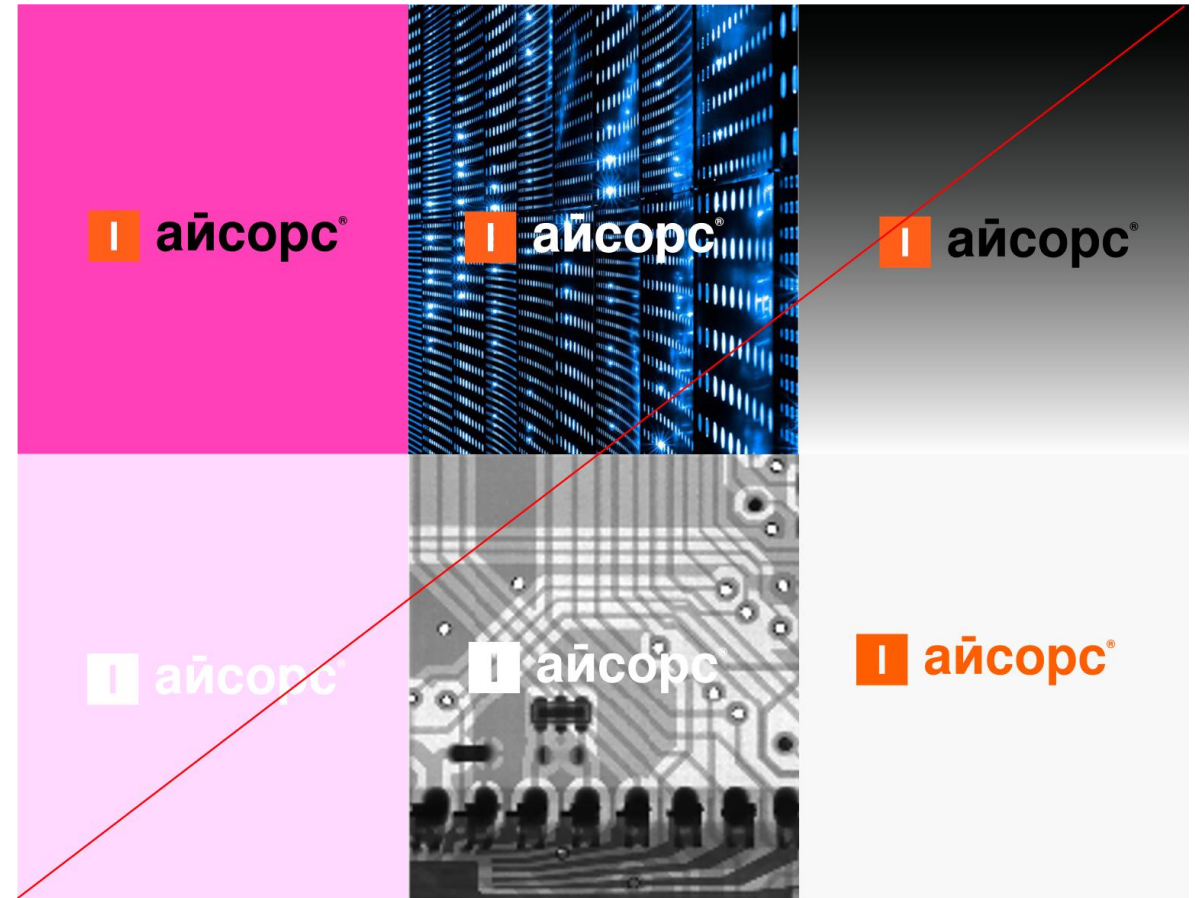


1. Материнский бренд

1.5. Запрещённые варианты использования на фонах

Запрещается:

1. размещение цветной версии логоблока на недостаточно контрастных фонах и фонах, отличных от фирменных цветов и их оттенков;
2. размещение цветной версии логоблока на излишне детализированных фотоизображениях нефирменных оттенков;
3. размещение цветной версии логоблока на градиенте;
4. размещение монохромного логоблока на недостаточно контрастных фонах;
5. размещение монохромного логоблока на излишне детализированных изображениях;
6. окрашивание монохромного логоблока в какой-либо цвет, кроме белого или чёрного.



1. Материнский бренд

1.6. Охранное поле. Допустимые размеры

Минимальным допустимым расстоянием от логоблока до других изобразительных или текстовых элементов, а также до границ макета является квадрат. Квадрат выстраивается от ключевого элемента I.

Высота ключевого элемента I всегда 5X. Высота и ширина квадрата охранного поля – 5X.

Не допускается размещение графических или текстовых элементов внутри охранного поля.

Для лучшей читаемости логоблока необходимо соблюдать его минимально допустимые размеры.

Все размеры прописаны в мм и px для удобства применения в печати и digital-среде.

Максимальные размеры логоблоков могут меняться в зависимости от конкретного носителя и ограничиваются только необходимостью соблюдать охранное поле при размещении логоблока на макете.

Минимальная высота

логоблока без дескриптора – 5 px / 16 mm
логоблока с дескриптором – 20 px / 10 mm



1. Материнский бренд

1.7. Цветовая палитра

Фирменные цвета используются в цветной версии логоблока и могут применяться для всех носителей бренда.

Черный и белый цвета выступают вспомогательными.

Коды для печати: PANTONE и CMYK.

Коды для экранов: RGB.

Цвета для интерьера и экстерьера: RAL.

Коды для digital-каналов: WEB.

Основной цвет

RGB 255 / 95 / 25
CMYK 0 / 73 / 90 / 0
PANTONE 165 C
RAL: 2004
WEB: #ff5f19

Фоновый и дополнительный

RGB: 0 / 0 / 0
CMYK: 50 / 50 / 50 / 100
PANTONE: Black
RAL: 9005
WEB: #000000

Фоновый и дополнительный

RGB: 255 / 255 / 255
CMYK: 0 / 0 / 0 / 0
PANTONE: 000C White
RAL: 9003
WEB: #ffffff

2. ОБЩИЕ КОНСТАНТЫ И ПРАВИЛА

- 2.1. Размещение на макетах
- 2.2. Фирменный элемент
- 2.3. Пиктограммы
- 2.4. Фотостиль
- 2.5. Основной фирменный шрифт
- 2.6. Дополнительный фирменный шрифт
- 2.7. Правила вёрстки вертикальных макетов
- 2.8. Правила вёрстки горизонтальных макетов

2. Общие константы и правила для всех уровней

2.1. Размещение на макетах

Логоблок может располагаться как в верхней, так и в нижней части макета. При этом он может быть ориентирован с левой стороны или по центру макета. Ориентация по правой стороне макета нежелательна.

Минимальное расстояние от края макета равно охранному полю. Допускается увеличение этого расстояния, уменьшение — недопустимо.

Данное правило не распространяется на шаблон корпоративной презентации Айсорс, в нём действуют правила, установленные шаблоном для удобства пользователей.



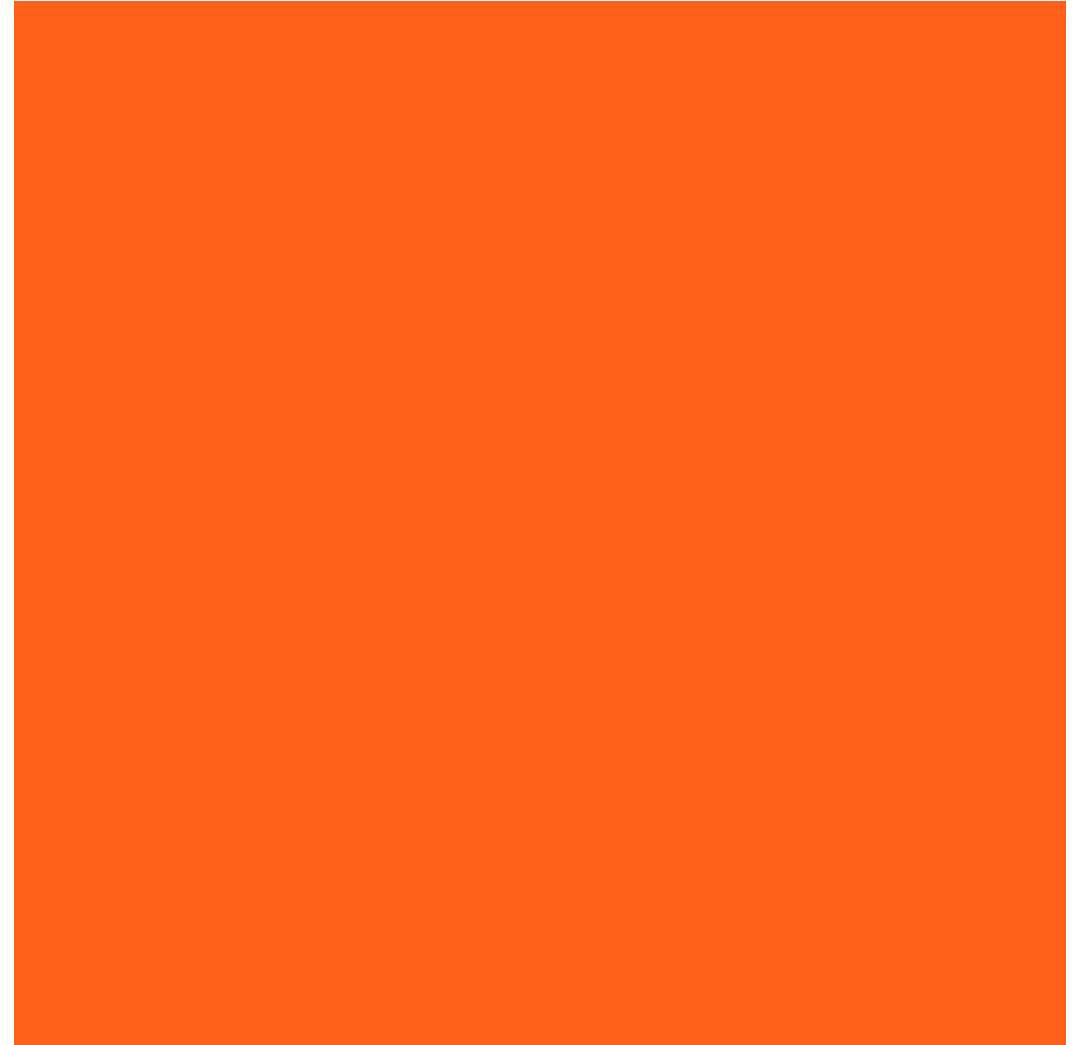
2. Общие константы и правила для всех уровней

2.2. Фирменный элемент

Основа всей айдентики — квадрат.
Квадрат является главным фирменным
элементом бренда.

На основе квадрата строится модульная сетка.
Квадрат растягивается в прямоугольник и
служит плашкой в макетах.

Квадрат и прямоугольник используются
как контейнер для фотографий.



2. Общие константы и правила для всех уровней

2.2. Фирменный элемент

Графический фирменный элемент — прямоугольник. Он окрашивается в цвет материнского бренда.

Прямоугольник растягивается в края макета и всегда располагается снизу. Логоблок располагается поверх прямоугольника. При этом он может быть ориентирован только слева, с обязательным сохранением охранного поля.

Логоблок материнского бренда на цветной плашке всегда только монохромный белый. Центральный элемент фирменного знака всегда окрашивается в цвет плашки материнского бренда.



2. Общие константы и правила для всех уровней

2.3. Пиктограммы

Фирменные пиктограммы всегда размещаются в квадрате, отсылая к образу фирменного знака. Пиктограммы контурные, не содержат залитых элементов.

Пиктограммы могут размещаться на фоне фирменного оранжевого цвета и окрашиваться в белый цвет, либо, наоборот, окрашиваться в фирменный оранжевый цвет и размещаться на белом фоне.

Пиктограммы строятся по сетке, где 1 клетка — X . Толщина обводки в пиктограммах — X . Расстояние между линиями в пиктограммах рекомендуется делать не менее X . В крайних случаях допускается оставлять между линиями расстояние $1/2X$. Необходимо следить за тем, чтобы все пиктограммы были примерно одинаковыми по массе.

Для прорисовки пиктограмм используется более мелкая сетка $23X \times 23X$.



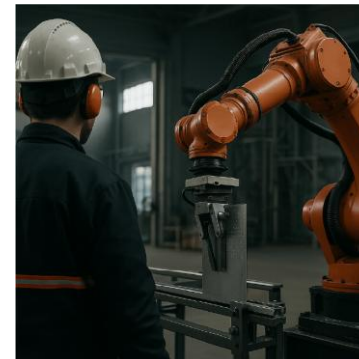
2. Общие константы и правила для всех уровней

2.4. Фотостиль

Слайд содержит примеры фотоизображений, рекомендованных к использованию во всех рекламных материалах бренда.

Рекомендуется:

- фотографии должны быть чистыми, минималистичными и архитектурно выверенными;
- репортажные и разноплановые кадры не используются;
- акцент на форму, ритм и масштаб;
- чёткая композиция, продуманная геометрия и перспектива;
- минимализм, отсутствие визуального шума;
- спокойные, нейтральные тона и ровное освещение;
- фотостиль должен подчеркивать технологичность, зрелость и системность бренда.



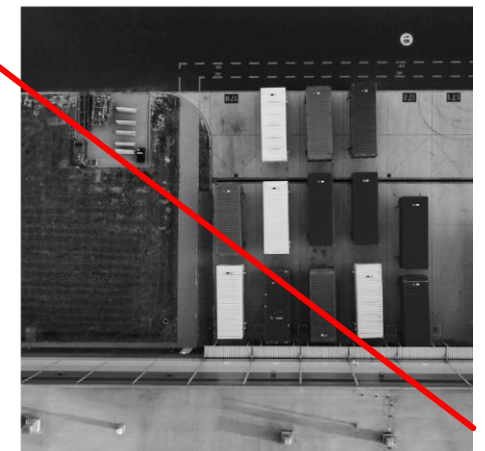
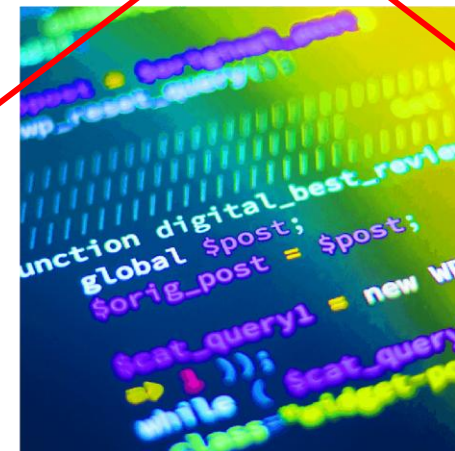
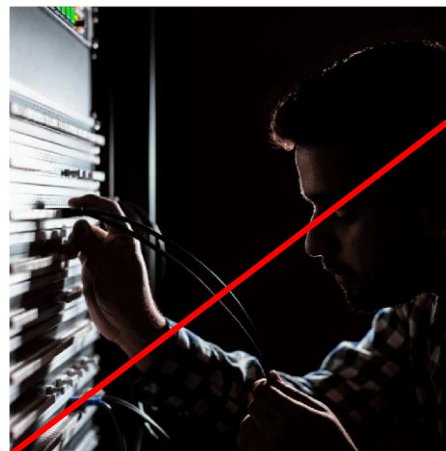
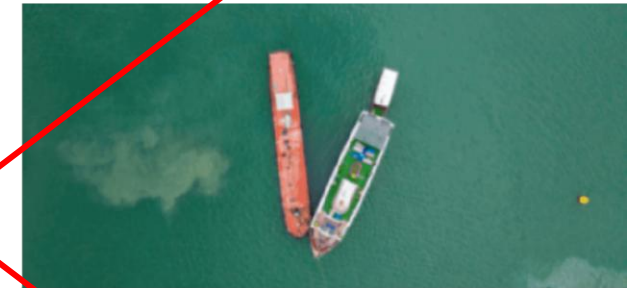
2. Общие константы и правила для всех уровней

2.4. Фотостиль

Слайд содержит примеры фотоизображений, не рекомендованных к использованию во всех рекламных материалах бренда.

Запрещается:

- использование фотографий людей, транслирующих негативные, грустные, утрированные и неестественные эмоции;
- использование тонированных цветом фотографий, а также специальных эффектов (ч/б, сепия и т.д.);
- использование нечётких фотоизображений;
- использование тёмных, недостаточно освещённых, а также пересвеченных или изображений с излишним контрастом;
- использование фотоизображений, транслирующих негативные образы и сюжеты;
- использование фотографий со слишком яркими, кричащими цветами.



2. Общие константы и правила для всех уровней

2.5. Основной фирменный шрифт

Фирменный шрифт для заголовков,
в логоблоках в рамках фирменного стиля — TeX
Gyre Heros Bold.

Фирменный шрифт для наборного текста
в рамках фирменного стиля — PT Root UI.

Шрифт TeX Gyre Heros распространяется
по лицензии GUST Font License (GFL).
Шрифт могут использовать все сотрудники
без приобретения лицензии.

Шрифт PT Root UI имеет открытую
лицензию SIL Open Font License версии 1.1.
Шрифт могут использовать все сотрудники
без приобретения лицензии.

TeX Gyre Heros Bold

**АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОП
абвгдеёжзийклмноп
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890**

PT Root UI Bold

**АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОП
абвгдеёжзийклмноп
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890**

PT Root UI Medium

**АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОП
абвгдеёжзийклмноп
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890**

PT Root UI Light

**АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОП
абвгдеёжзийклмноп
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890**

2. Общие константы и правила для всех уровней

2.6. Дополнительный фирменный шрифт

Дополнительный фирменный шрифт для заголовков в рамках фирменного стиля — Mulish Bold.

Дополнительный фирменный шрифт для наборного текста в рамках фирменного стиля — Mulish Medium и SemiBold.

Шрифт поддерживает кириллицу и латиницу, сочетается по стилю с основным корпоративным шрифтом. Может использоваться для создания презентаций, документов и графики.

Дополнительный фирменный шрифт имеет открытую лицензию SIL Open Font License версии 1.1. Шрифт могут использовать все сотрудники без приобретения лицензии.

Логика использования шрифтов не распространяется на корпоративный шаблон презентаций. Для корректного открытия документов в rptx во всех документах (с сохранением фирменной вёрстки) допустимо использование предустановленного шрифта Arial.

Mulish Bold

**АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОП
абвгдеёжзийклмноп
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890**

Mulish Medium

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОП
абвгдеёжзийклмноп
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Mulish SemiBold

**АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОП
абвгдеёжзийклмноп
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890**

2. Общие константы и правила для всех уровней

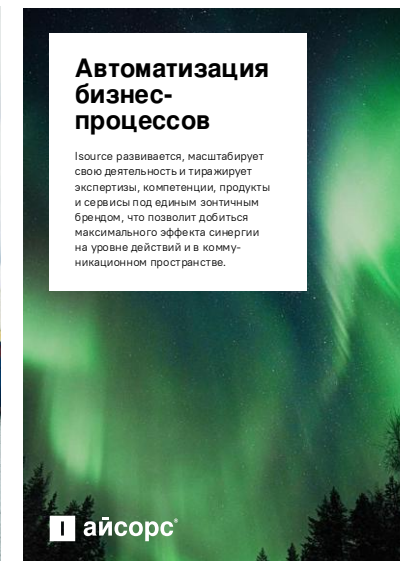
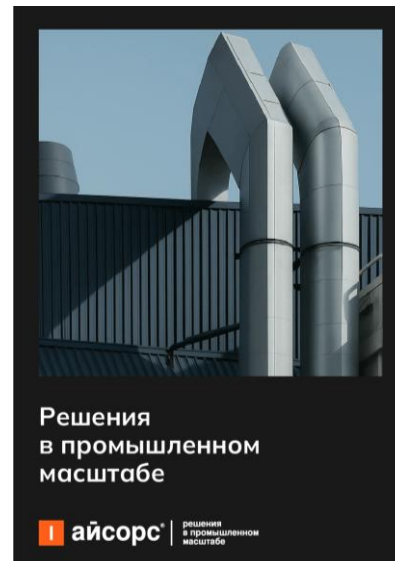
2.7. Правила вёрстки вертикальных макетов

Рекомендуется располагать на одном макете только один логоблок.

При вёрстке макетов для заголовков могут использоваться как основной фирменный шрифт TeX Gyre Heros (Bold), так и дополнительный Mulish (Bold).

Для наборного текста – PT Root UI (Bold, Medium, Light) и Mulish (Medium, SemiBold).

Логика использования цветного и монохромного логоблока определена на слайдах 6-7.



2. Общие константы и правила для всех уровней

2.7. Правила вёрстки вертикальных макетов с изображением в контейнере

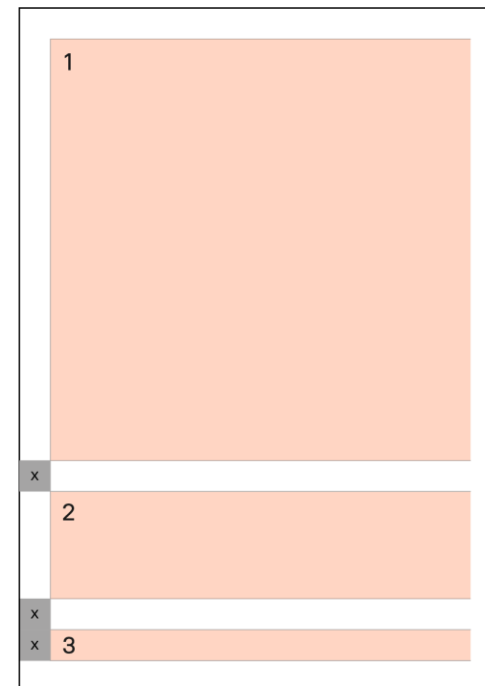
При использовании изображения в контейнере для создания модульной сетки вертикального макета необходимо поделить высоту макета на 22 равные горизонтальные X части.

Высота X — размер полей.

Рабочая область макета делится на три части:

1. квадратная плашка для изображения, размещается в верхней части макета;
2. поле для текстового блока;
3. поле для логоблока.

Плашка не используется, когда макет имеет изображение в контейнере квадрата и белый фон.



Решения
в промышленном
масштабе

 айсорс® | решения
в промышленном
масштабе

2. Общие константы и правила для всех уровней

2.7. Правила вёрстки вертикальных макетов без изображения в контейнере

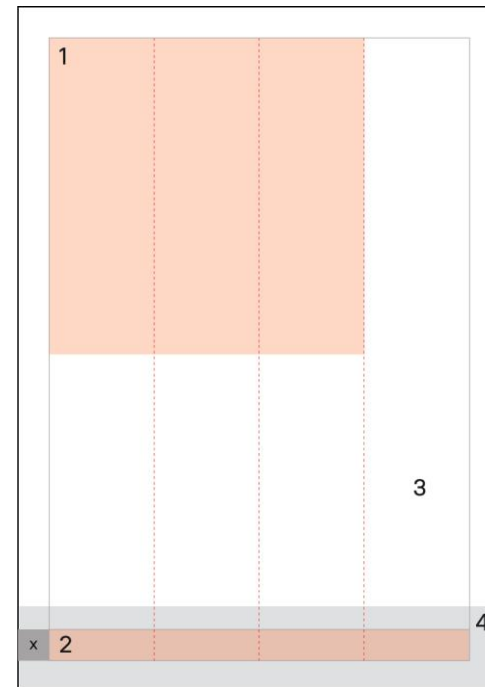
Для создания модульной сетки вертикального макета необходимо поделить высоту макета на 22 равные горизонтальные X части. Высота X — размер полей.

Рабочая область макета делится на четыре части:

1. поле для текстового блока;
2. поле для логоблока;
3. фоновое изображение;
4. расположение плашки (высота равна $2,5X$).

При использовании плашки логоблок окрашивается в белый цвет, а плашка в цвет бренда. Чтобы определить размер области для текстового блока, необходимо поделить макет внутри полей на 4 равные вертикальные части.

Плашка используется, когда фоном выступает изображение. Альтернативно возможно размещение логоблока в левом нижнем углу на макетах без плашки. Логика использования цветной и монохромной версий определена на слайдах 6-7.



2. Общие константы и правила для всех уровней

2.7. Правила вёрстки вертикальных макетов без изображения в контейнере

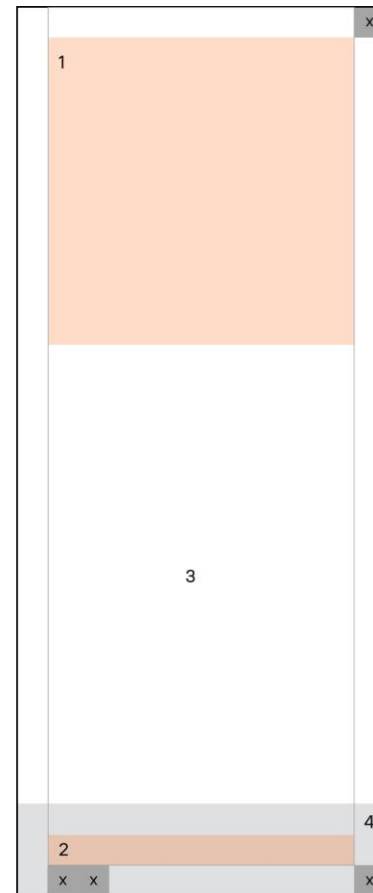
Для создания модульной сетки
вертикального макета необходимо поделить
высоту макета на 22 равные
горизонтальные X части.

Высота X – размер полей.

Рабочая область макета делится на четыре
части:

1. максимальное поле для текстового блока;
2. поле для логоблока;
3. фоновое изображение;
4. расположение плашки (высота равна 3X).

Плашка используется в случае, когда фоном
выступает изображение. Альтернативно
возможно размещение логоблока в левом
нижнем углу на макетах без плашки. Логика
использования цветной и монохромной
версий определена на слайдах 6-7.



2. Общие константы и правила для всех уровней

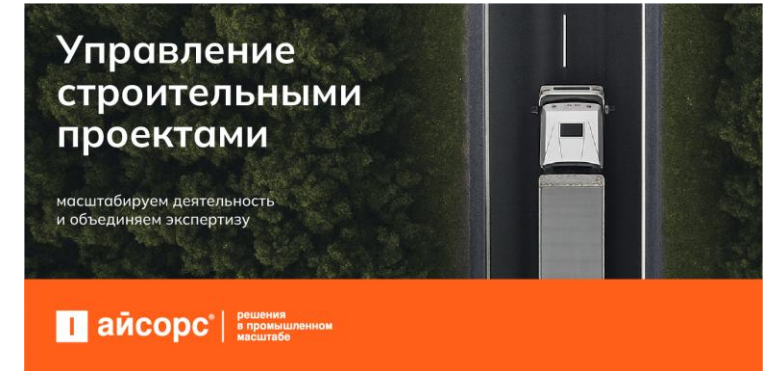
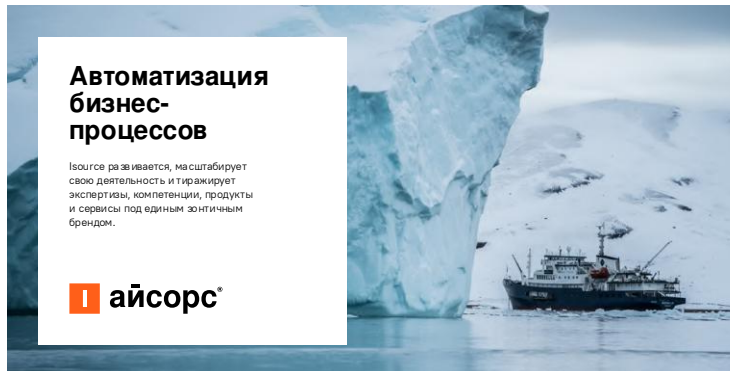
2.8. Правила вёрстки горизонтальных макетов

Рекомендуется располагать на одном макете только один логоблок.

При вёрстке макетов для заголовков могут использоваться как основной фирменный шрифт TeX Gyre Heros (Bold), так и дополнительный Mulish (Bold).

Для наборного текста — PT Root UI (Bold, Medium, Light) и Mulish (Medium, SemiBold).

Логика использования цветного и монохромного логоблока определена на слайдах 6-7.



2. Общие константы и правила для всех уровней

2.8. Правила вёрстки горизонтальных макетов без контейнера

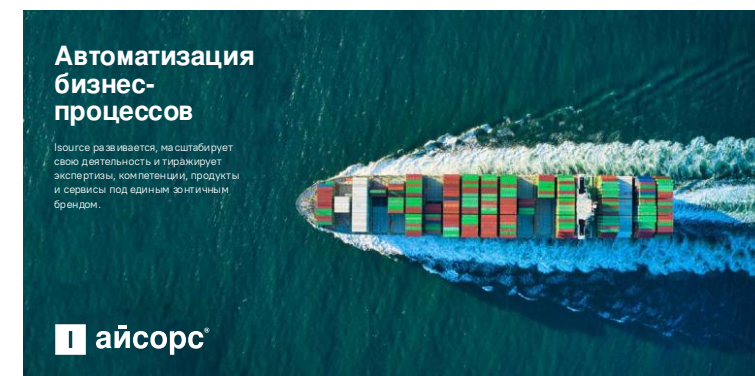
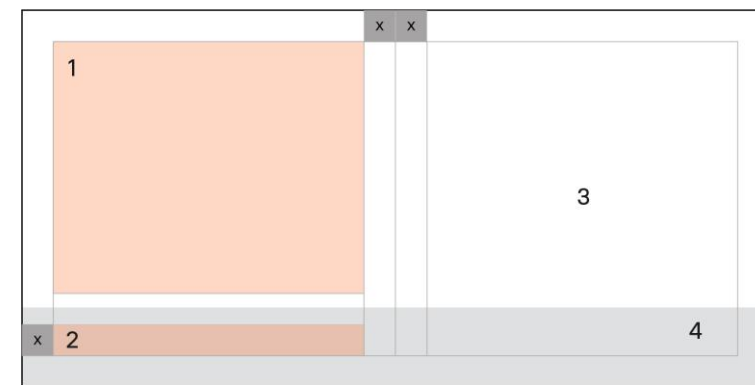
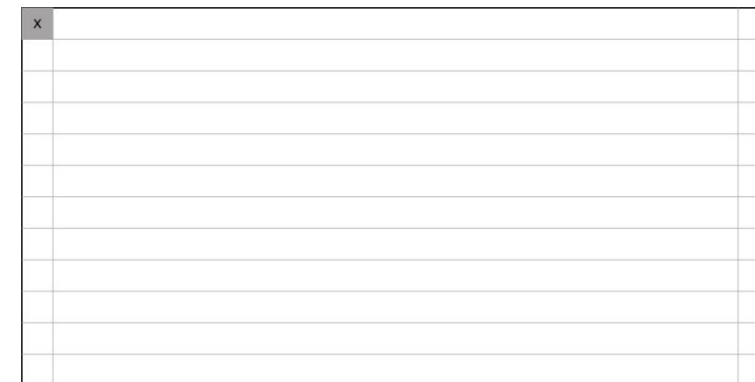
Для создания модульной сетки горизонтального макета необходимо поделить высоту макета на 12 равных горизонтальных X частей. Высота X – размер полей.

Рабочая область макета делится на четыре части:

1. поле для текстового блока;
2. поле для логоблока;
3. фоновое изображение;
4. плашка под логоблок (высота 2,5x).

При использовании плашки логоблок окрашивается в белый цвет, а плашка в цвет бренда. Чтобы определить размер области для текстового блока, необходимо поделить макет внутри полей на 4 равные вертикальные части.

Плашка используется, когда фоном выступает изображение. Альтернативно возможно размещение логоблока в левом нижнем углу на макетах без плашки. Логика использования цветной и монохромной версий определена на слайдах 6-7.



2. Общие константы и правила для всех уровней

2.8. Правила вёрстки горизонтальных макетов с изображением в контейнере

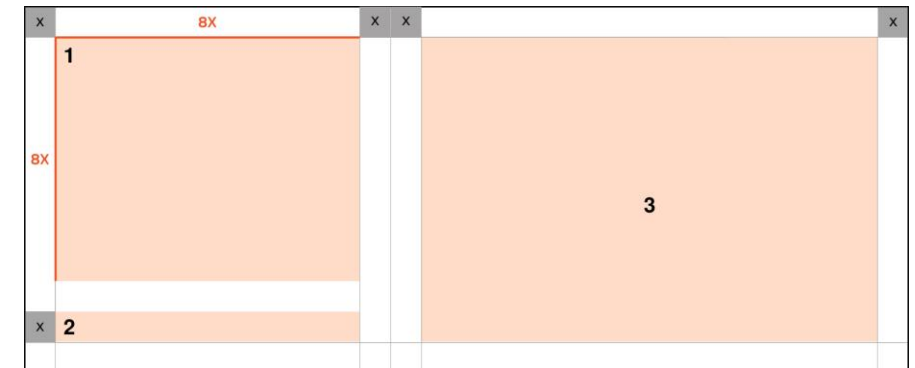
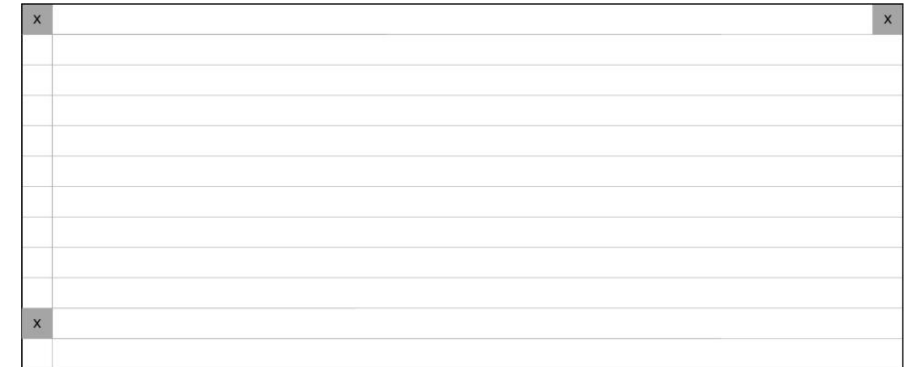
Для создания дополнительной модульной сетки горизонтального макета необходимо поделить высоту макета на 12 равных горизонтальных X частей. Высота X — размер полей.

Левая часть макета для текста и логоблока, она равна $8X \times 8X$. Оставшаяся часть с сохранением «безопасной зоны X » вокруг — остается подконтейнер для контента.

Рабочая область макета делится на три части:

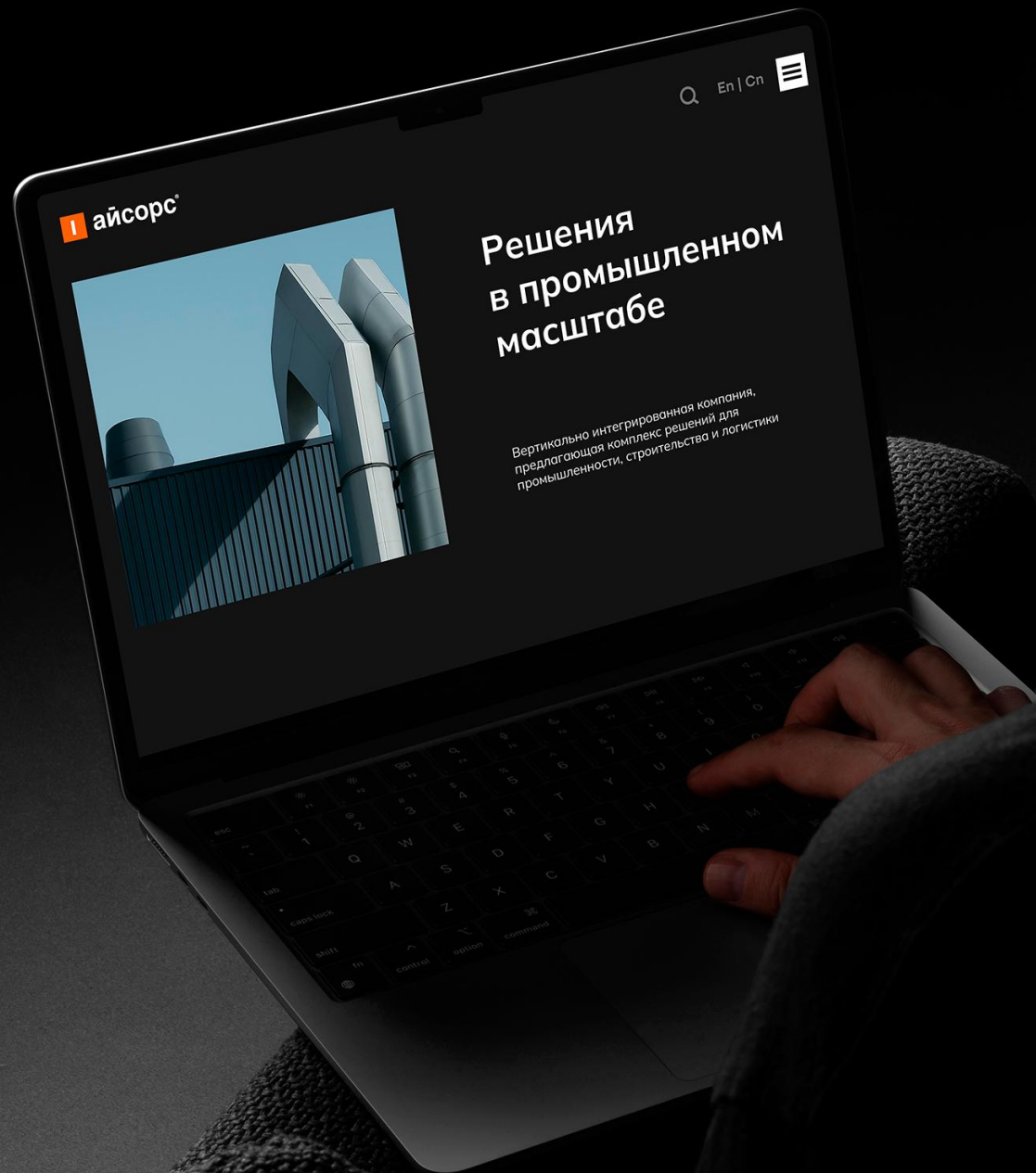
1. поле для текстового блока;
2. поле для логоблока;
3. изображение в контейнере.

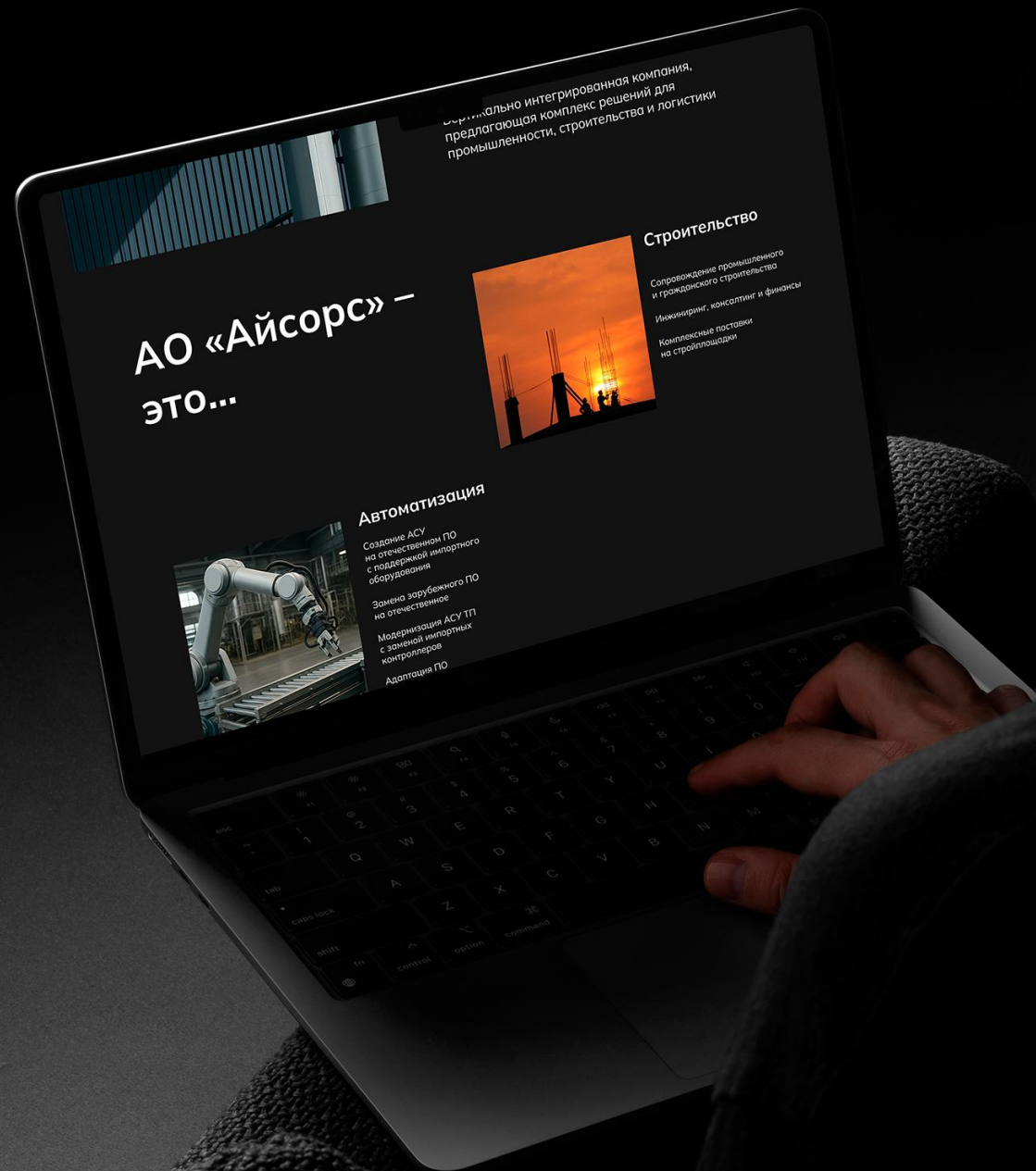
Плашка не используется, когда макет имеет изображение в контейнере квадрата и чёрный/белый фон.











Максимально интегрированная компания,
предлагающая комплекс решений для
промышленности, строительства и логистики

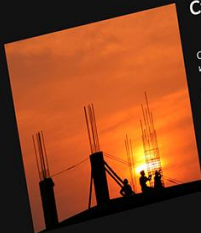
АО «Айсорс» – это...

Автоматизация



- Создание АСУ на отечественном ПО с поддержкой импортного оборудования
- Замена зарубежного ПО на отечественное
- Модернизация АСУ ТП с заменой импортных контроллеров
- Адаптация ПО

Строительство



- Сопровождение промышленного и гражданского строительства
- Инжиниринг, консалтинг и финансы
- Комплексные поставки на стройплощадки

