



Vprok.ru – визуальные элементы бренда

Описание основных визуальных атрибутов бренда 2021 год

В основе визуального стиля Vprok.ru лежат несколько базовых элементов: логотип, цвета, шрифт.

В данном, кратком руководстве фирменного стиля, описаны основные визуальные элементы бренда. Документ позволит следить за соблюдением выработанных визуальных стандартов бренда. Изложенные здесь правила помогут дизайнерам и полиграфистам сделать работу корректно и качественно.

Содержание

Логотип Vprok.ru	3
Логотип. Свободное пространство	4
Логотип. Цветовые решения	5
Логотип. Черно-белые решения	7
Фирменная цветовая гамма	8
Фирменный шрифт	9
Арр-иконка, аватарка, фавикон	10
Визуальная архитектура. Суббренды	11
Визуальное партнёрство. Кобрендинг	12
Написание названий бренда в текстах	10

Логотип Vprok.ru



Графический знак.

Уникальное шрифтовое написание Vprok.ru и Перекрёсток.

Логотип Vprok.ru

Главным визуальным элементом идентификации бренда Vprok.ru является логотип. Логотип — это оригинальная композиция состоящая из трех элементов: графического знака, уникального шрифтового написания Vprok.ru и написания Перекрёсток.

Графический знак

Графический знак имеет форму квадрата с округлыми углами. В квадрат оригинально вписан графический элемент клевер (графический знак бренда «Перекрёсток»). Клевер внутри квадрата имеет оригинальную композицию и кадрирование.

Уникальное шрифтовое написание

Шрифтовые написания Vprok.ru и Перекрёсток базируются на фирменном шрифте Gilroy (начертание Bold), имеют набор в две строки равные по ширине.

Логотип имеет горизонтальную композицию расположение элементов и исполнен в одном цвете — темный графит.





Свободное пространство логотипа обозначено светло-серым полем. Область охранного периметра логотипа равна высоте заглавной буквы уникального шрифтового написания Перекрёсток (на схеме обозначено «Х»).









Минимальный размер логотипа ограничен высотой 4 мм для воспроизведения на физическом носителе (печать, нанесение).

A.

Минимальный размер логотипа и графического знака ограничен высотой 16 рх для демонстрации на экране или digital-cpege.

Логотип. Свободное пространство

Свободное пространство

Свободное пространство логотипа — это невидимое поле, внутрь которого не должны заходить никакие другие элементы дизайна макета (графика, фотографии, иллюстрации и прочие элементы).

При разработке рекламных макетов и носителей визуального стиля важно обеспечить комфортное восприятие логотипа. Если используется неоднородная заливка (неоднородный фон или фото) под логотипом, важно чтобы фоновое изображение было максимально нейтральными и не перебивало восприятие логотипа.

Минимальный размер использования логотипа

В использовании логотипа при разработке рекламных макетов и носителей визуального стиля существуют ограничения, касающиеся масштаба воспроизведения. Логотип имеет ограничения воспроизведения: существует минимальный размер. Это обусловлено тем, что воспроизведение логотипа меньших размеров не способно обеспечить его комфортное восприятие.

Минимальный размер логотипа ограничен высотой 4 мм для воспроизведения на физическом носителе (печать, нанесение) и высотой 16 рх для демонстрации на экране или digital-cpege.



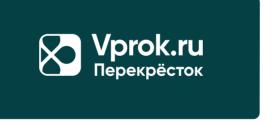
Логотип на белом фоне.



Основное цветовое решение в рекламных коммуникациях — логотип на светло-зелёном (лайм) фоне.



Логотип на ярко-зелёном фоне.



Цветная инверсия, логотип на графитовом фоне.

Логотип. Цветовые решения

В визуальном стиле и в оформлении носителей бренда Vprok.ru возможно использование четырех цветных версий логотипа.

Логотип на белом фоне

Данное цветовое решение применяется в большинстве случаев при разработке носителей визуального стиля. Активно используется в документах и digital-среде. Допустимо использование логотипа на светло-сером фоне.

Логотип на светло-зелёном (лайм) фоне

Основное цветовое решение в рекламных коммуникациях бренда. Применяется в тех случаях, когда светло-зелёный (лайм) цвет является фоновым.

Логотип на ярко-зелёном фоне

Данное цветовое решение логотипа применяется в тех случаях, когда ярко-зелёный цвет является фоновым в оформлении макетов и носителей визуального стиля. Важно отметить, что в такой версии используется белый цвет уникального шрифтового написания. Данное цветовое решение не должно стать доминирующим в визуальном стиле и должно использоваться в исключительных случаях.

Цветная инверсия, логотип на графитовом фоне

Инверсия — белый логотип на графитовом фоне. Данное цветовое решение применяется в тех случаях, когда графитовый цвет является фоновым.

Важно! Иные цветовые вариации логотипа использовать запрещено.

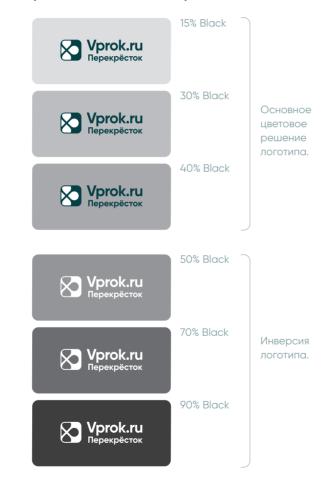


Цветная версия логотипа на светло-сером фоне. Применяется в тех случаях, когда основной тон фона находится в диапазоне от 1% до 40% Black (чёрного цвета).



Пример нанесения на ткань текстуры серый меланж (в два цвета).

Данная градация наглядно показывает принцип размещения основной версии логотипа на сером фоне разной интенсивности по тону.



Логотип. Цветовые решения

В исключительных случаях (например при нанесении логотипа на сувенирную продукцию или фирменную одежду) допустимо использования цветной версии логотипа на сером фоне.

Если логотип размещается на сером фоне, в зависимости от тона (процента интенсивности черного цвета) применяется основная или инверсная версия.

Цветная версия логотипа на светло-сером фоне: данное решение применяется в тех случаях, когда основной тон фона находится в диапазоне от 1% до 40% Black (черного цвета).

Инверсный логотип на темно-сером фоне — белый логотип в один цвет, данное решение применяется в тех случаях, когда основной тон фона находится в диапазоне от 46% до 100% Black (черного цвета).

Важно! Черно-белые решения логотипа применяются только в тех случаях, когда применение цветной версии логотипа невозможно. Например при печати документов на офисном принтере.

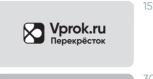


Основное черно-белое решение черный логотип на белом фоне.



Черно-белая инверсия, белый логотип на черном фоне.

Данная градация наглядно показывает принцип размещения черно-белого логотипа на сером фоне разной интенсивности по тону.



15% Black



30% Black

Основное черно-белое решение логотипа.



45% Black



60% Black



75% Black



логотипа.

Черно-белая

инверсия



90% Black

Логотип. Черно-белые решения

В визуальном стиле и в оформлении носителей бренда Vprok.ru возможно использование двух черно-белых версий логотипа.

Черный логотип на белом фоне

Данное решение применяется в тех случаях, когда применение цветной версии логотипа невозможно (например при печати документов на офисном принтере).

Белый логотип на черном фоне

Данное решение применяется в тех случаях, когда применение цветной версии невозможно, а черный цвет является фоном для размещения логотипа.

В случае, если логотип размещается на сером фоне, в зависимости от тона (процента интенсивности черного цвета) применяется основная или инверсная версия логотипа.

Черный логотип на светло-сером фоне: данное решение применяется в тех случаях, когда основной тон фона находится в диапазоне от 0% до 45% Black (чёрного цвета).

Инверсный логотип на темно-сером фоне: данное решение применяется в тех случаях, когда основной тон фона находится в диапазоне от 46% до 100% Black (чёрного цвета).

Графитовый цвет Pantone 330

_

RGB: 05. 65. 70. CMYK: 90. 50. 50. 35. WEB: 003E43 ORACAL: 060

Светло-зеленый (лайм) цвет Pantone 375

RGB: 170. 230. 0. CMYK: 40. 0. 75. 0 WEB: AAE641 ORACAL: 063

Ярко-зеленый цвет Pantone 361

_

RGB: 0. 180. 0. CMYK: 70. 0. 100. 0. WEB: 34BC48 ORACAL: 062



Малиновый Pantone Rubine Red

RGB: 255. 0. 100. CMYK: 0. 95. 35. 0. WEB: FF0064 ORACAL: 041



Желтый Pantone 123

RGB: 255. 215. 0. CMYK: 0. 15. 95. 0. WEB: FFD600 ORACAL: 022



Синий Pantone 285

RGB: 65. 80. 180. CMYK: 85. 70. 0. 0. WEB: 4150B4 ORACAL: 051



Цвета суббрендов

Фирменная цветовая гамма

Фирменный цвет является важным отличительным элементом идентификации любого бренда. Основными фирменными цветами бренда Vprok.ru являются: графитовый, светло-зеленый (лайм) и ярко-зеленый. Подробные характеристики основных фирменных цветов представлены на данной странице.

Графитовый (цвет логотипа)

Основной фирменный цвет, цвет логотипа. Используется для полиграфической печати в режимах Spot (Pantone) и CMYK, digital-среде, рекламных макетах, оформлении носителей визуального стиля.

Светло-зеленый (лайм) цвет

Основной цвет используемый в рекламных коммуникациях, в качестве цвета фона. Используется для полиграфической печати в режимах Spot (Pantone) и CMYK, digital-среде, рекламных макетах, оформлении носителей визуального стиля.

Ярко-зеленый цвет

Фирменный акцентный цвет. Данный цвет не должен стать доминирующим в визуальном стиле и должен использоваться в исключительных случаях.

Характеристики дополнительных 4-х фирменных цветов представлены на данной странице.

Gilroy Light

Съешь ещё этих мягких французских булок, да выпей чаю.

Gilroy Regular

Съешь ещё этих мягких французских булок, да выпей чаю.

Gilroy Bold

Съешь ещё этих мягких французских булок, да выпей чаю.

Gilroy Black

Съешь ещё этих мягких французских булок, да выпей чаю.

Gilroy Light Italic

Съешь ещё этих мягких французских булок, да выпей чаю.

Gilroy Regular Italic

Съешь ещё этих мягких французских булок, да выпей чаю.

Gilroy Bold Italic

Съешь ещё этих мягких французских булок, да выпей чаю.

Gilroy Black Italic

Съешь ещё этих мягких французских булок, да выпей чаю.

Фирменный шрифт

Визуальный стиль бренда Vprok.ru предполагает использование шрифтовой гарнитуры Gilroy.

Гарнитура Gilroy в начертаниях: Light, Regular, Bold и Black используется как для набора основного текста, так и для акциденции — выделения главного. Например, данным шрифтом должны оформляться все рекламные и информационные тексты бренда, заголовки, слоганы, цитаты, меню и другие надписи.

Важно! Использование иных шрифтов и начертаний при создании носителей визуального стиля и рекламных макетов — запрещено.



•

Иконка приложения Vprok.ru



. .

Изображение автарка круглой формы.



.

Изображение автарка формы квадрата.



.

Фавикон имеет форму квадрата и минимальный размер — 16х16 рх.

Арр-иконка, аватарка, фавикон

Иконка приложения

В иконке приложения Vprok.ru используется часть графического элемента клевер и подпись «Впрок» на графитовом фоне.

Значок аватарка

Значок аватарки может быть круглой или квадратной формы. В изображении аватрок используется часть графического элемента клевер.

Фавикон

Фавикон (favicon) — визуальная иконка страницы в браузере. Имеет минимальный размер 16х16 рх.



мастер-бренд.



суббренды.



Визуальная архитектура. Суббренды

Архитектура бренда Vprok.ru, помимо мастер-бренда, имеет два суббренда: «Vprok.ru Зоотовары» и «Vprok.ru Для бизнеса».

Суббренд «Vprok.ru Зоотовары» — это отдельная товарная категория (товары для животных). «Vprok.ru Для бизнеса» — отдельное направление бизнеса, работа с корпоративными клиентами.

Суббренды имеют оригинальные наименования, свой логотип и отличительный цвет. Наименования суббрендов в текстах выделяются кавычками и не склоняются.



1. Размещение логотипа Vprok.ru на рекламном макете.

Сочные стейки «Мираторг» со скидкой 120₽ только на Vprok.ru

2. Обозначение партнера текстом в рекламном сообщении.





3. Размещение кобрендингового блока в рекламном сообщении.

Визуальное партнёрство. Кобрендинг

В контексте рекламных коммуникаций (в рекламых сообщениях и рекламных макетах) допустимо применение трех способов обозначение партнерства бренда с брендом Vprok.ru.

1. Размещение логотипа на рекламном макете

Размещение логотипа Vprok.ru в рекламном макете партнера необходимо осуществлять корректно, в соответствии со всеми рекомендациями данного Руководства.

2. Обозначение партнера текстом

Если рекламное сообщение не позволяет корректно разместить логотип Vprok.ru на макете, в таком случае информацию о партнерстве необходимо обозначить текстом.

3. Размещение кобрендингового блока

В определенных случаях важно визуально обозначить партнерские отношения двух брендов. В таких случаях используется кобрендинговый лого-блок.



Схема формирования партнерского (спонсорского) блока.

Габариты партнерского логотипа не должны превышать размеры логотипа Vprok.ru по высоте и ширине. Они должны быть визуально равнозначны.





Пример партнерского (спонсор-

Визуальное партнёрство. Кобрендинг

Кобрендинг и спонсоринг — композиция логотипа Vprok.ru и логотипа партнера, разделенная вертикальной чертой.

Такое решение используется на носителях, в рекламных коммуникациях и совместных мероприятиях в рамках спонсорских и партнерских соглашений.

Пример фоновых цветов с интенсивностью меньше 25%. Размешение логотипа на таком фоне допустимо.





















Визуальное партнёрство. Кобрендинг

Размещение логотипа Vprok.ru на рекламных макетах партнеров необходимо осуществлять корректно, в соответствии со всеми рекомендациями данного Руководства. В большинстве случаев, рекламные макеты партнеров имеют визуальное решение, предполагающее использование интенсивного цвета фона, фотографии или фоновой графики.

Для того чтобы обеспечить корректное восприятие логотипа на цветном фоне, не входящем в состав фирменных цветов важно чтобы интенсивность цвета (цветовой тон) не превышала 25% (за 100% принимаем черный цвет). Если же интенсивность фонового цвета выше 25% логотип Vprok.ru на таком размещать запрещено.



Пример размещения логотипа Vprok.ru в графической плашке белого и лаймового цветов на фоне цвета не входящего в палитру фирменных.



Пример размещения логотипа Vprok.ru в графической плашке белого и лаймового цветов на фоне фотографии.

Визуальное партнёрство. Кобрендинг

В случае, когда интенсивность цвет фона макета превышает 25%, а его визуальная организация не предусматривает возможности разметить логотип Vprok.ru на белом фоне, в таком случае логотип Vprok.ru необходимо размещать на плашке белого или светло-зеленого (лайм) цвета. Такое решение обеспечит корректное восприятие логотипа Vprok.ru в контексте рекламного макета партнера.

Правильное написание наименования бренда в текстах.

Правильное произношение наименовани бренда в рекламных коммуникациях.

Онлайн-гипермаркет Vprok.ru от Перекрёстка

Онлайн-гипермаркет впрок (точка) ру от Перекрёстка

Товары по рублю на Vprok.ru

Товары по рублю на впрок (точка) ру

Правильное произношение (голосом) наименования мобильного приложения.

Применяется только в разговорной речи.

Правильное написание и произношение наименования мобильного приложения.

Применяется только в текстах.

Закажите в приложениии впрок (точка) ру Закажите в приложениии «Перекрёсток Впрок»

Написание названий бренда в текстах

Важно, при упоминании названия корректно и правильно писать в текстах и произносить голосом наименование бренда.

Наименование бренда **Vprok.ru** в текстах пишется как доменное имя, всегда с заглавной буквы, написание латинскими буквами. Никогда не используются кавычки и иные символы для выделения названия.

При прозношении наименования голосом, используется транслитерация (с англ. на русский) — Впрок (точка) ру. При этом, всегда необходимо произносить слово «точка» — это бязательный элемент произношения названия.

В случае, когда речь идет о мобильном приложении, в разговорной речи правильно произносить: **Приложение Впрок (точка) ру.** В текстах и произношении написанного текста: **Приложение «Перекрёсток Впрок»** — как пишется, так и произносится. Наименование бренда «Перекрёсток Впрок» в текстах выделяются кавычками, оба словаимею написание с заглавных букв и обязательно используется буква «ё».



Визуальные элементы бренда 2021 год