


VILAVI®

**РУКОВОДСТВО
ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ
ФИРМЕННОГО
СТИЛЯ**

10 ОКТЯБРЯ 2018

Это руководство определяет общие принципы, на которых построена айдентика компании VILAVI. Оно задаёт направления и границы, но не представляет собой набор жёстких правил. Поэтому во всех случаях, не обозначенных отдельно в этом документе, следует руководствоваться существующими общими принципами, вкусом и здравым смыслом. К руководству прилагается каталог с файлами. Иконкой  обозначается место файла в каталоге.

VILAVI®

РУКОВОДСТВО ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

10 ОКТЯБРЯ 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

1.- ЭЛЕМЕНТЫ ВИЗУАЛЬНОГО ЯЗЫКА

1. -Логотип	2
2.-Цвета	3
3.-Шрифты	4
4.-Паттерн	5
5.-Бренд-мотив (Текстуры)	6
6.-Шейпы	7

2.- ПРАВИЛА РАБОТЫ С ЭЛЕМЕНТАМИ

1. -Правила работы с логотипом	8
2.-Цветовые комбинации используемые в работе с логотипом	9
3.-Правила работы с графикой	10
4.-Правила работы с текстурами	11

3.- ИНСТРУМЕНТЫ

1. -Офис	12
2.-Визитки	13
3.-Бейдж	14
4.-Стикер	15

1.1 - ЛОГОТИП

□ /Logotypes

Классический логотип VILAVI был переработан в соответствии с новым позиционированием компании в 2018 году.

Обновленный логотип представляет собой комбинацию современного начертания и петроглифа, обозначающего солнце.

Ниже представлены две версии логотипа: стандартная и версия для размещения на ограниченном по вертикали пространстве (здесь и далее - горизонтальная версия логотипа).

Правила работы с логотипом и его вариантами рассматриваются в разделе «Правила работы с логотипом» (стр. 5)

Основная версия логотипа.



Горизонтальная версия логотипа.



1.2 - ЦВЕТА

Визуальный язык построен не на вариации цветов и их сочетаний, а на использовании текстур природных материалов. (см. раздел «Текстуры» стр.6).

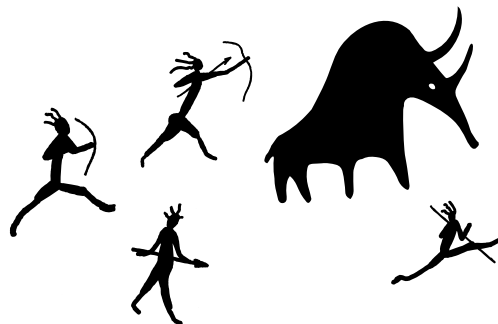
Поэтому цветового разнообразия не представлено. Чёрный цвет принят за основу. Важно понимать, что это не только чистый черный, но и текстуры с превалированием черного цвета (черный мрамор, камень).

Фоновым цветом выступает серый (15% чёрного) и его градации до белого цвета (от 15% до 0% чёрного).

Зелёный, как цвет выделения, представлен исключительно для полноты инструментария. Использование этого цвета должно быть целесообразно, и не вызывать потерю идентичности.

ЧЁРНЫЙ

Основной цвет типографики и инфографики.



ГРАДАЦИИ СЕРОГО/БЕЛЫЙ

Вспомогательный цвет. Используется в логотипах и паттернах. Выступает в роли фонового заполнителя в случае белого фона.

В зависимости от задачи следует использовать градации серого (15%-0% чёрного), либо белый цвет.



ЗЕЛЁНЫЙ

Цвет выделения. Используется на сайтах и, по необходимости, в полиграфии. Следует избегать доминирования данного цвета в макетах. Использовать в случаях, когда необходимо выделить часть информации или элемент «call to action» (прим. - кнопки сайта).

RGB: 166 199 29 #A6C912
CMYK: 44% 0% 98% 0%



1.3 - ШРИФТЫ

□ /Fonts

В продолжение общей концепции был подобран соответствующий шрифт. Его геометрическая строгость уживается с неожиданно мягкими деталями в некоторых знаках, формы шрифта открыты и ясны. 16 начертаний, поддержка всех западноевропейских языков (5 кодировок), ряд обязательных OpenType функций, кириллические и латинские лигатуры, математические знаки — это лишь часть арсенала Геометрии. Шрифт — один из победителей конкурса Граншан в номинации «Кириллические текстовые шрифты».

Гарнитура шрифта включает 16 начертаний.

GEOMETRIA THIN
GEOMETRIA EXTRA LIGHT
GEOMETRIA LIGHT
GEOMETRIA REGULAR
GEOMETRIA MEDIUM
GEOMETRIA BOLD
GEOMETRIA EXTRA BOLD
GEOMETRIA HEAVY

GEOMETRIA

В продолжение общей концепции был подобран соответствующий шрифт. Его геометрическая строгость уживается с неожиданно мягкими деталями в некоторых знаках, формы шрифта открыты и ясны. 16 начертаний, поддержка всех западноевропейских языков (5 кодировок), ряд обязательных OpenType функций, кириллические и латинские лигатуры, математические знаки — это лишь часть арсенала Геометрии. Шрифт — один из победителей конкурса Граншан в номинации «Кириллические текстовые шрифты».

В продолжение общей концепции был подобран соответствующий шрифт. Его геометрическая строгость уживается с неожиданно мягкими деталями в некоторых знаках, формы шрифта открыты и ясны. 16 начертаний, поддержка всех западноевропейских языков (5 кодировок), ряд обязательных OpenType функций, кириллические и латинские лигатуры, математические знаки — это лишь часть арсенала Геометрии. Шрифт — один из победителей конкурса Граншан в номинации «Кириллические текстовые шрифты».

В продолжение общей концепции был подобран соответствующий шрифт. Его геометрическая строгость уживается с неожиданно мягкими деталями в некоторых знаках, формы шрифта открыты и ясны. 16 начертаний, поддержка всех западноевропейских языков (5 кодировок), ряд обязательных OpenType функций, кириллические и латинские лигатуры, математические знаки — это лишь часть арсенала Геометрии. Шрифт — один из победителей конкурса Граншан в номинации «Кириллические текстовые шрифты».

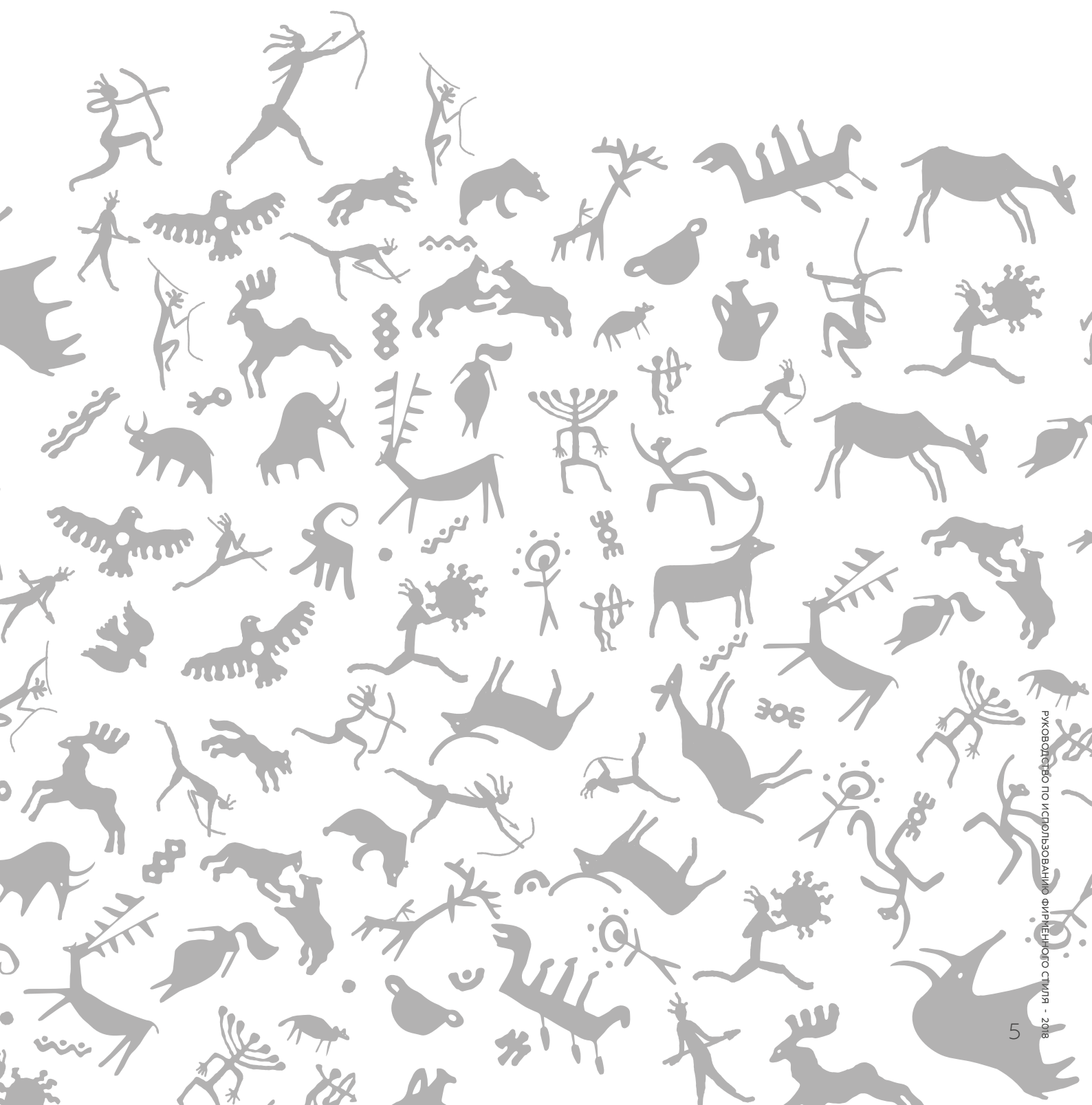
В продолжение общей концепции был подобран соответствующий шрифт. Его геометрическая строгость уживается с неожиданно мягкими деталями в некоторых знаках, формы шрифта открыты и ясны. 16 начертаний, поддержка всех западноевропейских языков (5 кодировок), ряд обязательных OpenType функций, кириллические и латинские лигатуры, математические знаки — это лишь часть арсенала Геометрии. Шрифт — один из победителей конкурса Граншан в номинации «Кириллические текстовые шрифты».

1.4 - ПАТТЕРН

□ /Pattern

Основной мотив компании VILAVI доносится через использование паттерна с изображениями петроглифов выполненных в стилизации.

Из элементов паттерна собираются сюжеты и ситуации, используемые в оформлении полиграфических и digital - материалов.



1.5

БРЕНД-МОТИВ

ТЕКСТУРЫ

□ /Textures

Текстуры выступают в роли бренд-мотива и наряду с петтерном являются основой визуального языка.

Используются для передачи общей идеи, метафоры бренда, на всех видах носителей, помогает графически «насытить» рекламные макеты и другие носители фирменного стиля.

Текстуры используются как на фоне, так и в оформлении отдельных элементов, например солнце логотипа используется в золотой текстуре в ряде материалов.

КАМЕНЬ/МРАМОР

Текстуры черного камня и мрамора используются как основа в графических материалах.

ЗОЛОТО/МЕДЬ

Текстурой золота выделяются формы и некоторые элементы. Также текстура работает на фоне, в этом случае необходимо обеспечить читаемость информации.

ЯНТАРЬ

Текстурой янтаря выделяются некоторые элементы. Также текстура работает на фоне, в этом случае необходимо обеспечить читаемость информации.

1.6 - ШЕЙПЫ

Шейпы используются для придания «объёмности» макетам в полиграфии и digital.

Представляют из себя четырёх-угольник или треугольник с нанесённой текстурой.

Количество и вид шейпов подбирается в зависимости от задачи. Использование шейпов придает макетам современный вид и визуально обогащает и подчёркивает содержание.

Важно чувствовать графическое напряжение макета, управлять им с помощью шейпов, и не перегружать макеты.

2.1 - ПРАВИЛА РАБОТЫ С ЛОГОТИПОМ

Существуют только две версии логотипа, представленные на стр.2 (Здесь имеется в виду взаимное расположение элементов логотипа, но не цвет или текстуры). Изменение взаимное расположение элементов логотипа будет считаться нарушением данного руководства.

В логотип нельзя добавлять новые элементы или менять форму или пропорции существующих.

У логотипа существует охранное поле, нарушать которое не желательно.

В одном макете или материале нежелательно одновременное использование разных воплощений логотипа (прим. с золотой текстурой и с текстурой янтаря).

Логотип состоит из двух частей: Шрифтовой логотип VILAVI и фоновый элемент в виде петроглифа обозначающего солнце.

Шрифтовая часть:

Может использоваться без петроглифа как логотип.

Выполняется только в двух цветах: черном или белом, в зависимости от задачи.

Допустимо применение тени под шрифтовой частью в случае белого цвета начертания (цвет тени черный, смещение не более 2%, размер не более 2% от размера логотипа).

Фоновый элемент:

Может использоваться без шрифтовой части только как элемент оформления.

Петроглиф используется в двух масштабах в отношении к шрифтовой части. (Основная и горизонтальная версия).

Элемент окрашивается в серый цвет (стандартный вариант 18% чёрного) или покрывается текстурой золота (или янтаря при необходимости).

Недопустимо использование текстур камня или мрамора в силу не стыковки с семантикой знака.



■ - Охранное поле

2.2 - ЦВЕТОВЫЕ КОМБИНАЦИИ ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В РАБОТЕ С ЛОГОТИПОМ

Представлены варианты стандартных ситуаций взаимодействия логотипа с цветами и текстурами. В сущности, любая ситуация может рассматриваться через представленные правила.

Текстура золота для логотипа представлена как в растровом, так и в векторных форматах. Предпочтительно, однако, использовать растровый формат, если это возможно. В векторном изображении текстура теряет свой естественный вид.



Белый фон

Стандартный логотип и логотип с золотым элементом используются на белом фоне.



Фон с золотой текстурой

Шрифтовой элемент используется с тенью или без неё.

Только на золотой текстуре применяется чёрный фоновый элемент.
Заливка солнца: Чёрный
Прозрачность: 70%
Режим смешивания: Умножение



Фон с текстурой камня

Шрифтовой элемент используется с тенью или без неё.

Элемент солнца используется в белом цвете, (прозрачность выбирается для лучшей считываемости логотипа) или с золотой текстурой. Так же вместо золота можно использовать янтарь.

2.3- ПРАВИЛА РАБОТЫ С ГРАФИКОЙ

Кроме паттерна петроглифы используются как отдельная единица языка.

В данном случае описать четкие правила использования не представляется возможным, однако для целостности образа следует придерживаться нижеописанных приёмов.

Сюжеты:

Основной сценарий использования иллюстраций заключается в составлении осмысленных сюжетов, однако это скорее опция, чем условие.

Цвета и текстуры:

Графика используется в оттенках серого(или в белом цвете, как в первом примере) под текстом и в текстуре золота, янтаря или в белом цвете на фоне темных текстур камня или мрамора.

Стилизация:

В визуалах графика создается с упором на реализм. Т.е. важно передать, что петроглифы нанесены на камень, если используется белая краска. Или обозначить залегание янтаря под камнем, как в последнем примере.



Продукты **Tayga8** относятся к категории **SuperFood Complex** – максимально полезные продукты питания, объединяющие в себе силу нескольких суперфудов (натуральных продуктов, содержащих необычайно высокую концентрацию полезных веществ).

Это максимальная польза в минимальном объеме. Это натуральные продукты питания, содержащие максимум полезных веществ, которые невозможно получить из обычных продуктов.

Это отличное дополнение к рациону для тех, кто стремится быть еще здоровее, еще энергичней, еще успешней.



2.4 - ПРАВИЛА РАБОТЫ С ТЕКСТУРАМИ

Текстуры применяются в создании CGI визуалов для маркетинговых материалов в полиграфии и диджитал.

Основным правилом использования текстур является естественность и логичность визуализации.

Пример «естественности визуализации»:

Мрамор и камень как основная текстура, золото или янтарь как текстура элементов. В данном случае логика использования строится на том, что золото или янтарь залегают под камнем.

ВЕРНОЕ ПРИМЕНЕНИЕ

Янтарь в данном примере залегают под камнем. Данный сценарий логичен и легко считывается.

ОШИБОЧНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ

Камень встроенный в текстуру янтаря смотрится инородным. Хороший пример «неестественного» использования текстур.

3.1 - ОФИС

Для входной группы подразумевается материалистичный стиль вывески. Световой логотип на чёрном фоне. Светлый интерьер шоу-рума дополняется изображениями петроглифов.



ВИЗИТКИ

Как элемент внутренней коммуникации в HR бренд интегрирована систем аватаров в стиле петроглифов. Каждый может выбрать аватар себе по духу. Подразумевается персонализация визитных карт, однако структура остаётся неизменной.



3.2 - БЕЙДЖ

Бейдж - пример взаимодействия текстур и шейпов. Подразумевается персонализация за счет изменения расположения элементов и применения разных текстур.



3.4 - СТИКЕРЫ

Стикерами предназначены для как брендинга различных носителей фирменного стиля, так и геймификации опыта потребителя. Стикеры представлены формфакторах для наклейки на небольшие объекты и для наклейки на транспорт.



Руководство обновляется «в реальном времени».
Версия руководства обозначается как дата его
создания в конце названия документа.
В случае возникновения вопросов следует обра-
титься по адресу:

bochkarevco@gmail.com
Бочкарёв Алексей
Арт-директор агентства Weisswater



weisswater.com