



БРЕНДБУК

Руководство по использованию
логотипа и фирменного стиля





Это руководство содержит основные элементы бренда. Оно определяет принципы использования типографики, цветовые сочетания, стилистические элементы и другие материалы для бренда.

ЛОГОТИП	04
---------	----

ШРИФТ	13
-------	----

ЦВЕТА	18
-------	----

СТИЛЕОБРАЗУЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ	22
--------------------------	----

КОРПОРАТИВНЫЕ МАТЕРИАЛЫ	28
-------------------------	----

Описание концепции	1.1
Основная версия	1.2
Монохромная версия	1.3
Построение	1.4
Охранное поле	1.5
Дополнительные версии	1.6
Варианты представления	1.7
Недопустимое использование	1.8



Логотип — важнейший элемент идентификации бренда, который мы используем повсеместно. Важно применять его правильно и последовательно. На следующих страницах руководства вы найдете больше информации о вариантах логотипа.

**БУСТ****BOOST**

В новом логотипе сохранены ключевые элементы старого логотипа, но были внесены ряд изменений, чтобы сделать его более современным и актуальным. Пропорции стали более компактными, что придало логотипу лаконичность и выразительность.

Угловатые элементы в логотипе символизируют энергию и бодрость, которые дарит чашка кофе, заряжая на весь день. Этот элемент не только подчёркивает связь между брендом и кофе, но и создаёт ощущение динамики и движения.



Основной цветной, версия на русском



Основной цветной, версия на русском, инверсия



Основной цветной, версия на английском, инверсия



Основной цветной, версия на английском



Черный монохром

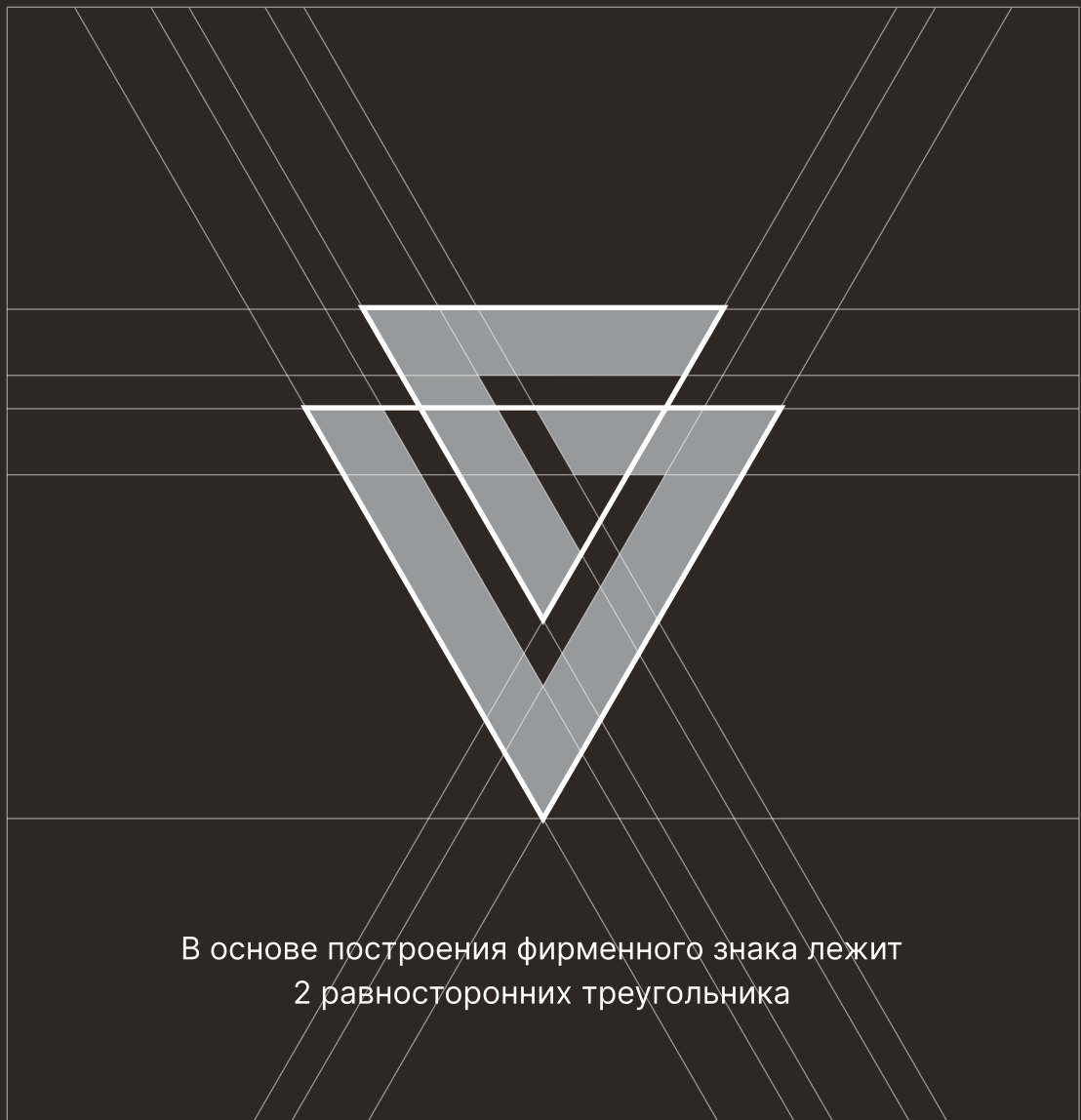


Белый монохром



Цветной монохром (только в рамках фирменных цветов)

Для английской версии логотипа,
цветовые решения идентичны.



Охранное поле — это минимальное расстояние до ближайших объектов, которое следует соблюдать для сохранения читаемости и узнаваемости логотипа.



Минимальное охранное поле примерно строится указанному по размерам «Х».



Отдельно знак

Дополнительные версии используются там, где основная версия не может быть воссоздана из-за размера или где дополнительная версия визуально более привлекательна.

РОБУСТ
ROBOOST

Отдельно шрифт



Основной цветной



Основной цветной с инверсией черного



Белый монохром



Черный монохром



Цветной монохром



Контраст фона и логотипа

Цветная версия логотипа считается основной. Все дополнительные цветовые варианты должны использоваться тогда, когда применение полноцветной версии логотипа невозможно или где дополнительные цветовые варианты визуально более привлекательны. При добавлении дополнительных цветов или фоновых изображений следует использовать черно-белые версии. Эти правила также применяются для дополнительных вариантов логотипа (только знак, только шрифт, английская версия). Важно учесть контраст между логотипом и фоном.



Непропорциональное масштабирование



Перекрашивание элементов логотипа



Перекомпоновка логотипа



Недостаточный контраст между фоном и логотипом



Изменение шрифта



Добавление теней и эффектов

Вот несколько примеров неправильного оформления логотипа. Пожалуйста, всегда следите за тем, чтобы придерживаться правил из этого руководства. Эти правила также применяются для дополнительных вариантов логотипа (только знак, только шрифт, английская версия).

RoadRadio	2.1
Применение RoadRadio	2.2
Inter	2.3
Применение Inter	2.4



Фирменный шрифт – это шрифт, который используется компанией для оформления своих визуальных материалов. Он является важным элементом фирменного стиля и помогает создать узнаваемость бренда. Фирменный шрифт должен быть легко читаемым, эстетически привлекательным и соответствовать общей концепции бренда.

ROADRADIO

для заголовков и подзаголовков

RoadRadio — это мощный и выразительный шрифт, который способен придать уникальность любому дизайну. Его чёткие и сильные линии делают его идеальным выбором для создания заголовков, флаеров, вывесок и других материалов, где необходимо передать ясное и запоминающееся сообщение.

Кстати, в логотипе RoadRadio используется начертаний Bold.

REGULAR BOLD

**ВАШ
ИДЕАЛЬНЫЙ
КОФЕ**

Пример заголовка, RoadRadio Bold

**ПОПРОБУЙТЕ ВКУС, КОТОРЫЙ
ВДОХНОВЛЯЕТ!**

Пример подзаголовка, RoadRadio Regular

Inter

для наборного текста

Гарнитура Inter — это современный и элегантный шрифт, подходящий для корпоративных материалов, печатной продукции и веб-дизайна. Она универсальна: хорошо смотрится в текстах разного размера и поддерживает разные языки и алфавиты. Inter остаётся актуальной благодаря классическому дизайну и функциональности.

Данный шрифт является основным шрифтом, используемым для набора текста в материалах компании. Он обладает высоким уровнем читаемости и отлично подходит для длинных текстов, обеспечивая комфорт для глаз читателя.

Regular **Bold**

КОФЕ: НАПИТОК, КОТОРЫЙ
ВДОХНОВЛЯЕТ

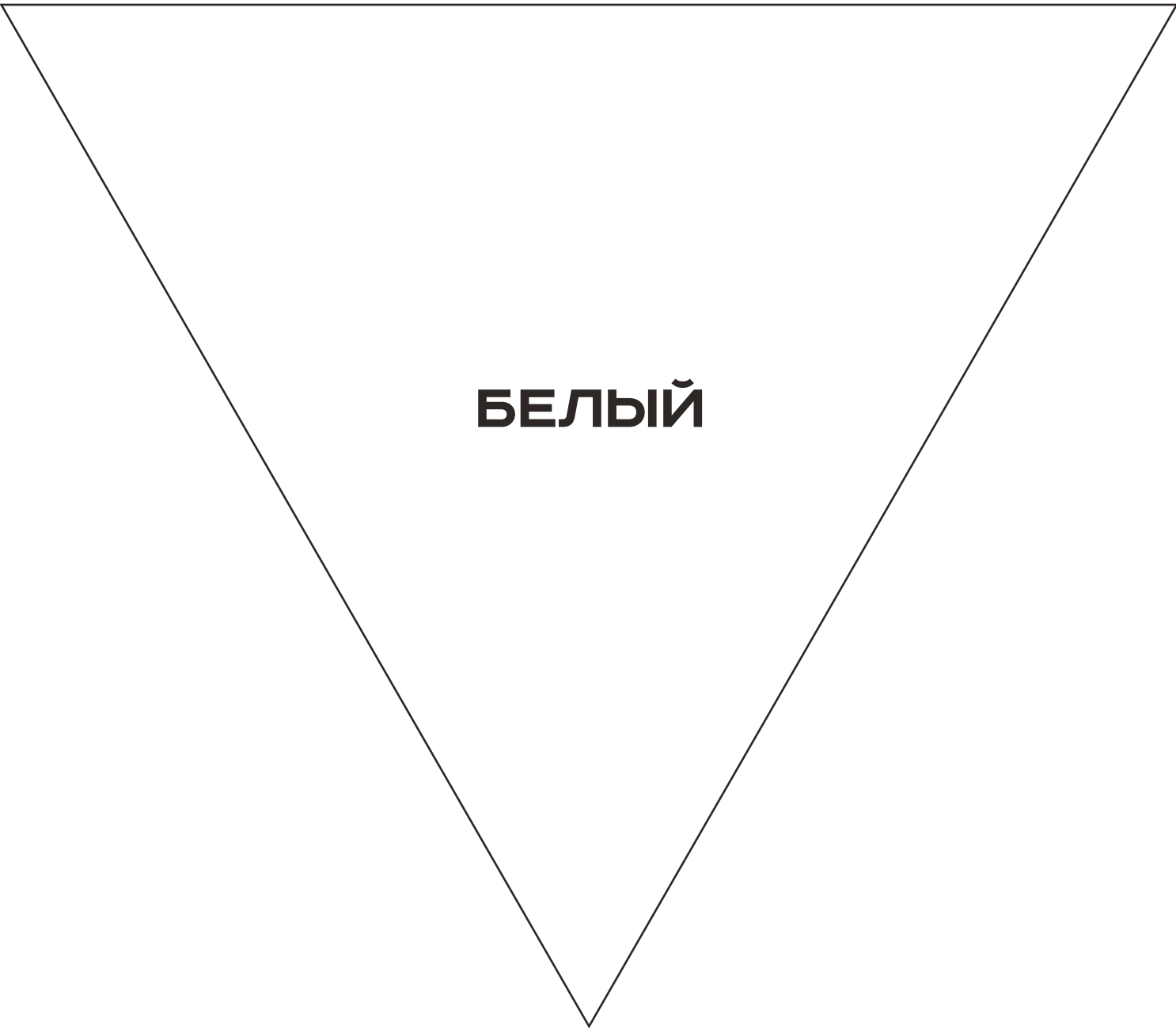
Кофе — это не просто напиток, это целый мир вкусов и ароматов. Он способен пробудить чувства, зарядить энергией и подарить моменты наслаждения.

Пример текстового блока с подзаголовком

Основные	3.1
Дополнительные	3.2
Цветовые схемы	3.3



Фирменные цвета — это основные цвета, оттенки и их сочетания, которые используются компанией, брендом или организацией для оформления своих визуальных материалов (логотипа, сайта, упаковки, рекламных материалов и т.д.). Они служат для идентификации бренда, выделения его на рынке и создания узнаваемого образа в глазах потребителей.



HEX: #FFFFFF
RGB: RGB (255, 255, 255)
CMYK: C0% M0% Y0% K0%
Pantone: White C



HEX: #2D2926
RGB: RGB (45, 41, 38)
CMYK: C63% M62% Y59% K94%
Pantone: Black C



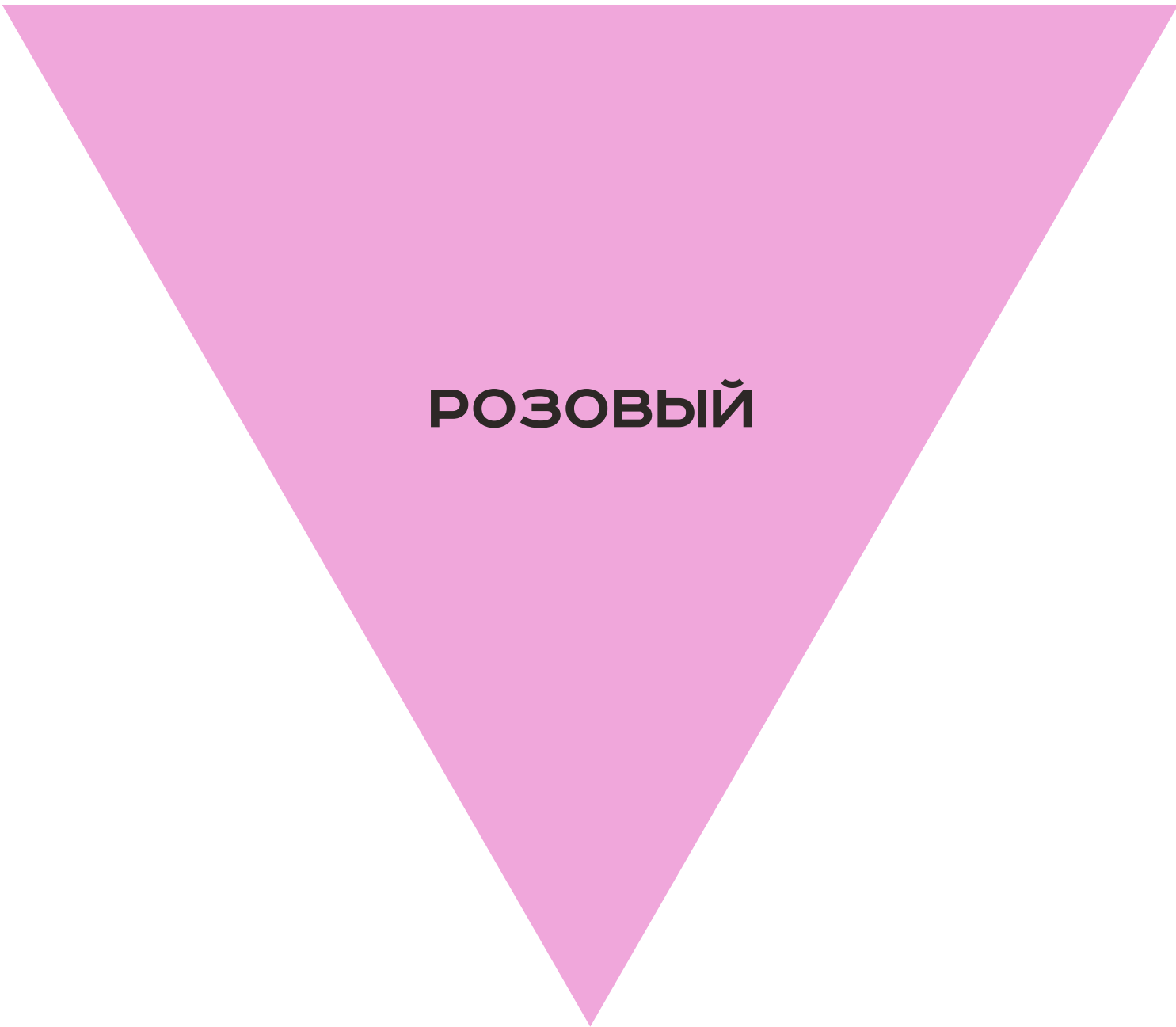
HEX: #7ACC00
RGB: RGB (122, 204, 0)
CMYK: C49% M0% Y100% K0%
Pantone: 2286 C



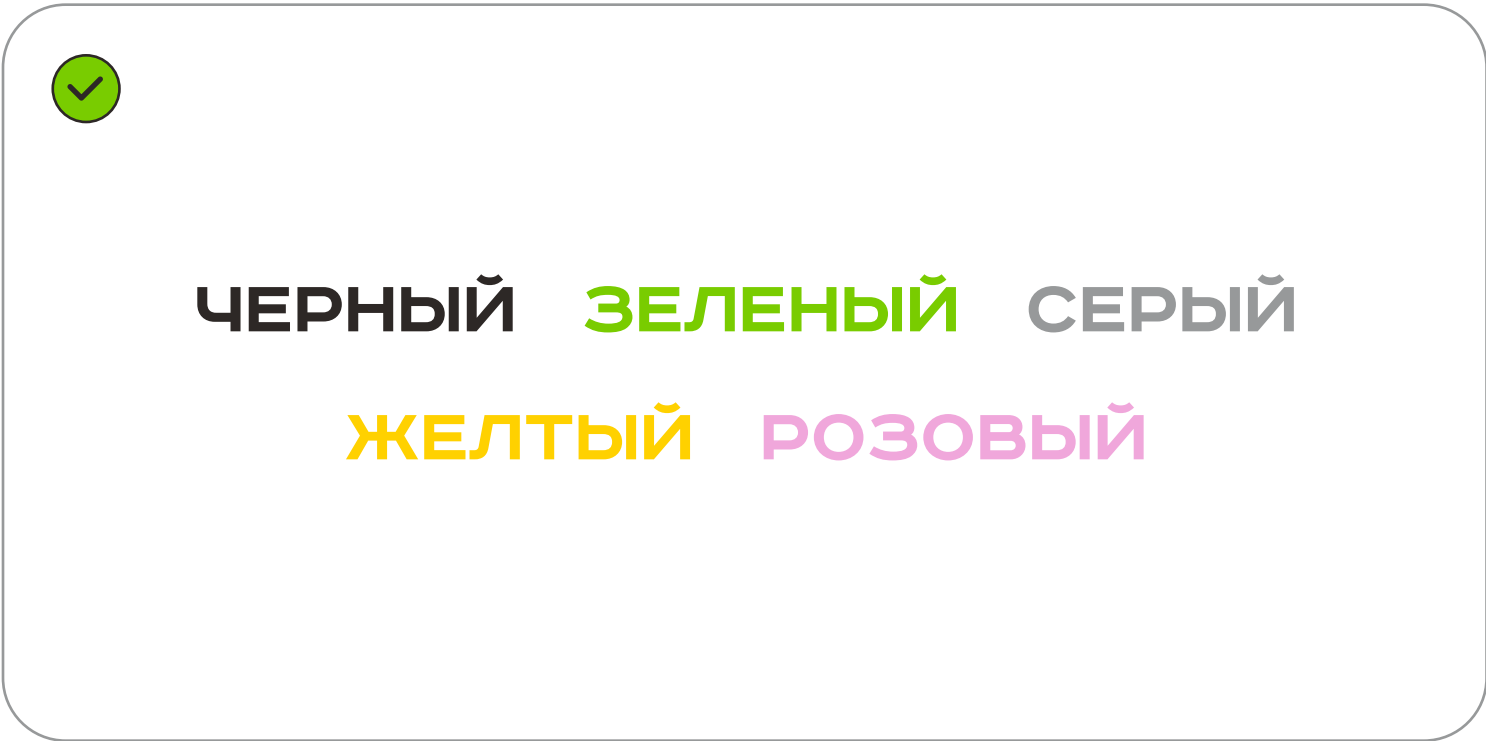
HEX: #97999B
RGB: RGB (151, 153, 155)
CMYK: C38% M29% Y24% K5%
Pantone: Cool Gray 7 C



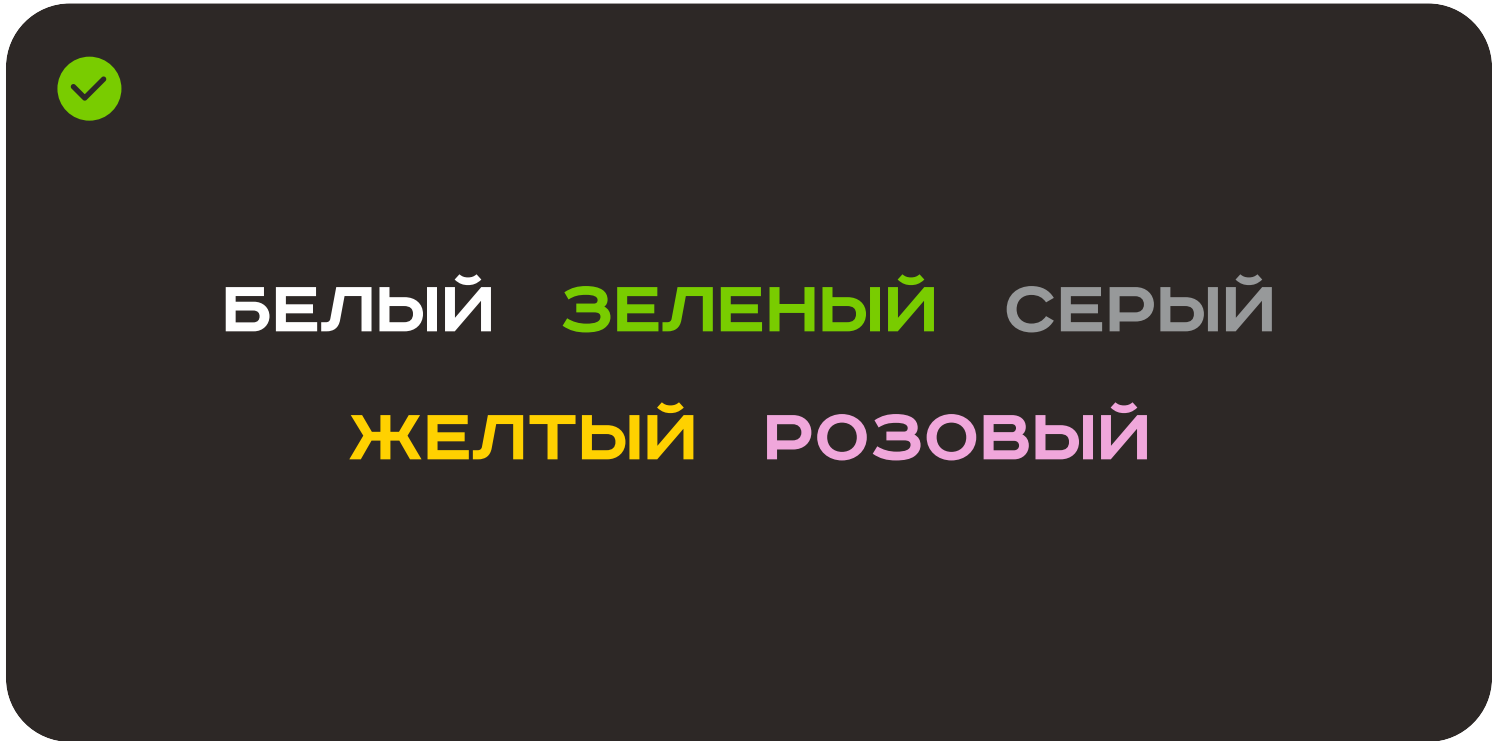
HEX: #FFD100
RGB: RGB (255, 209, 0)
CMYK: C0% M5% Y100% K0%
Pantone: 109 C



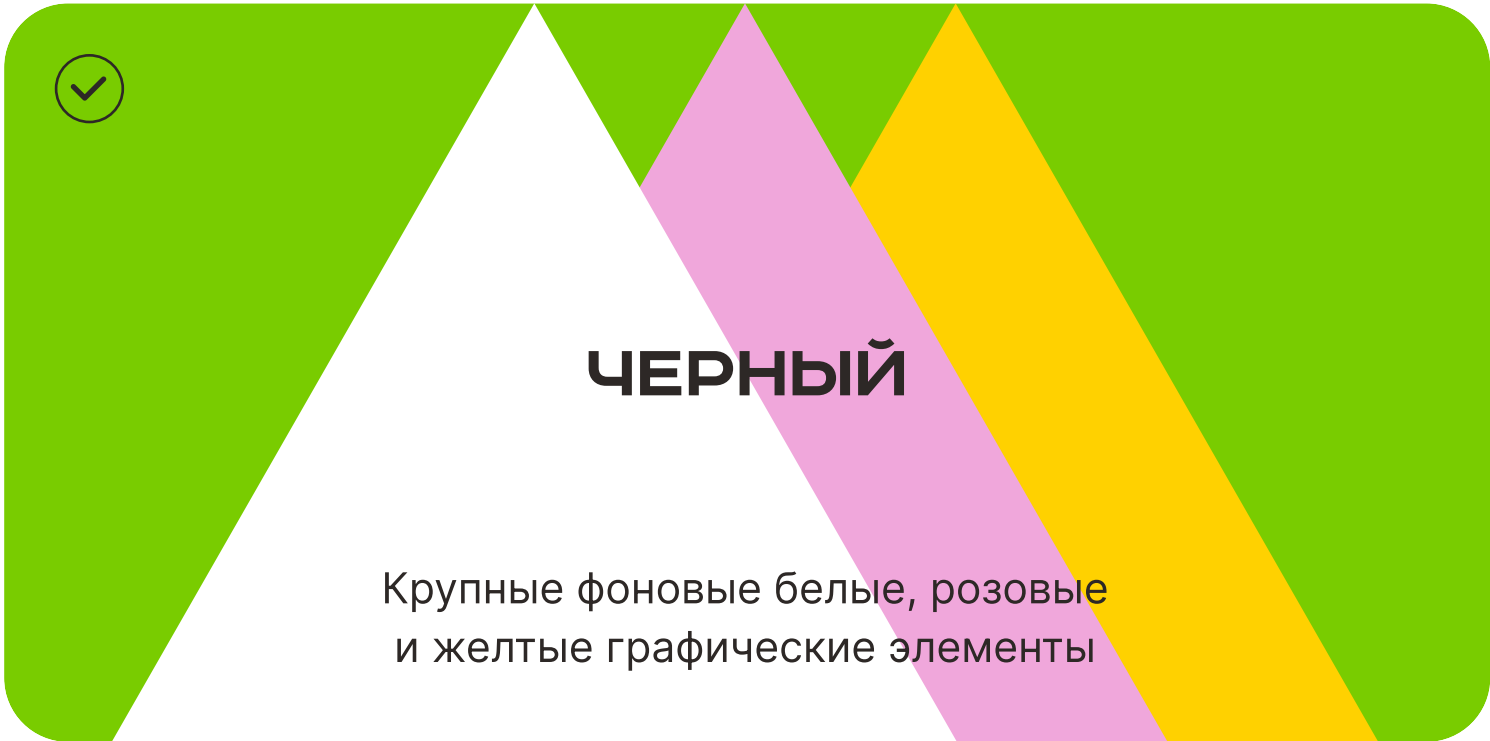
HEX: #F1A7DC
RGB: RGB (241, 167, 220)
CMYK: C5% M38% Y0% K0%
Pantone: 236 C



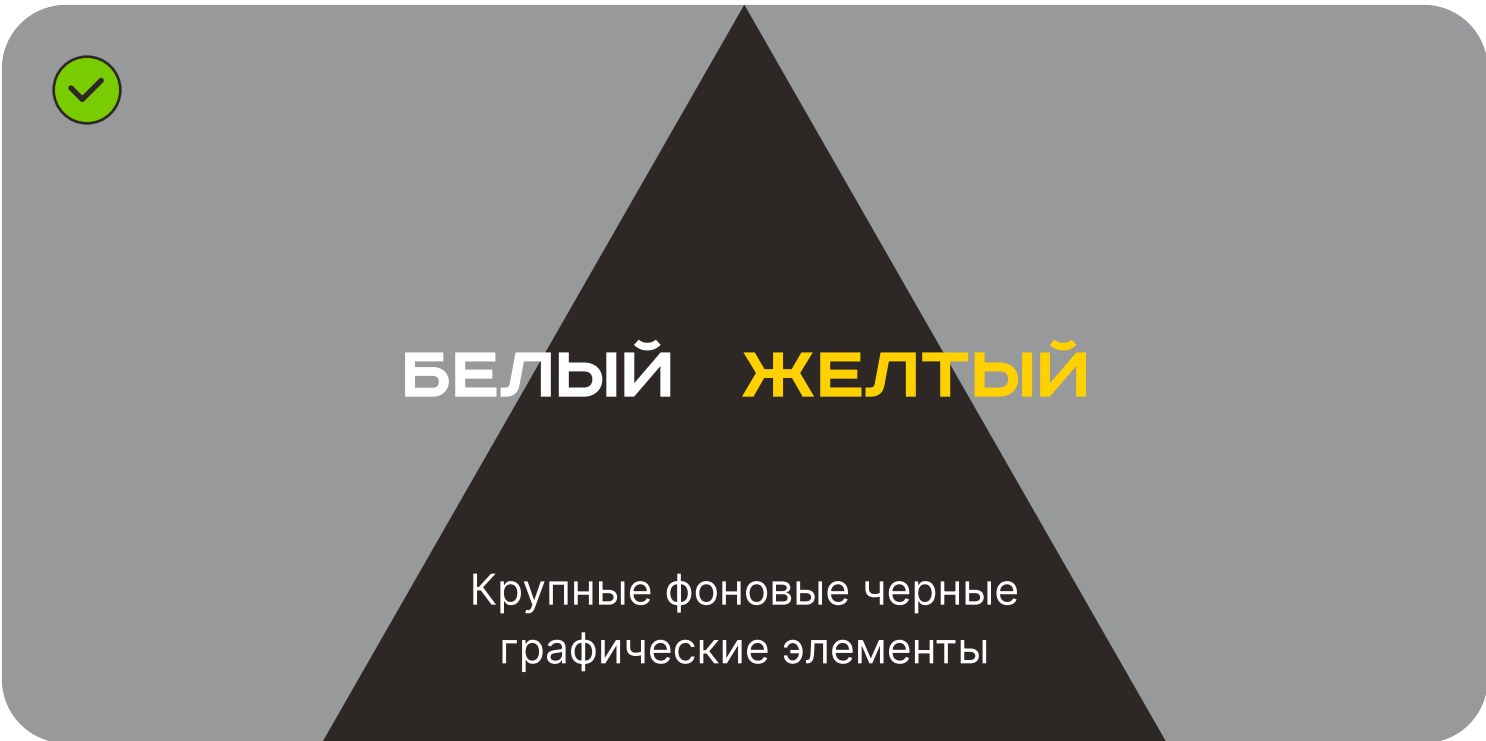
На белом



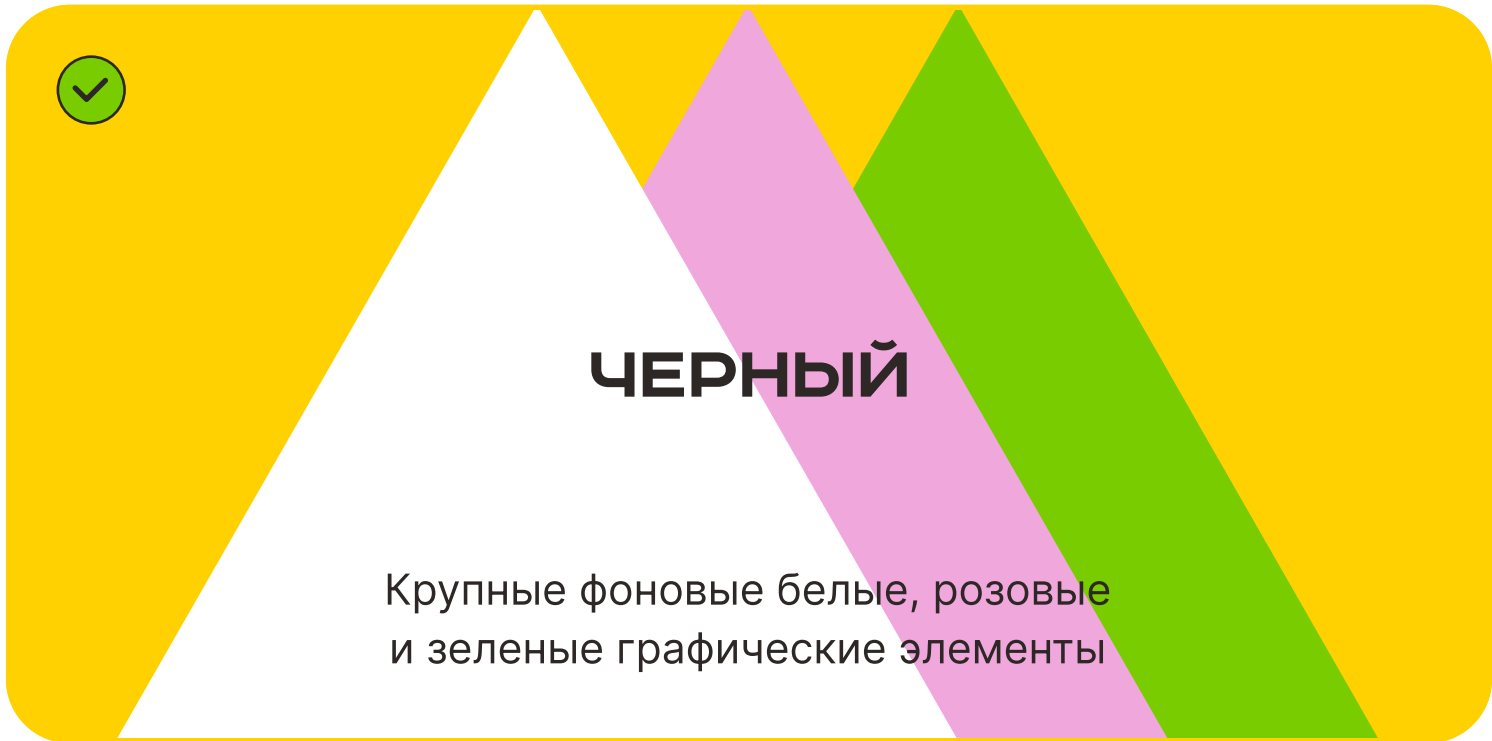
На черном



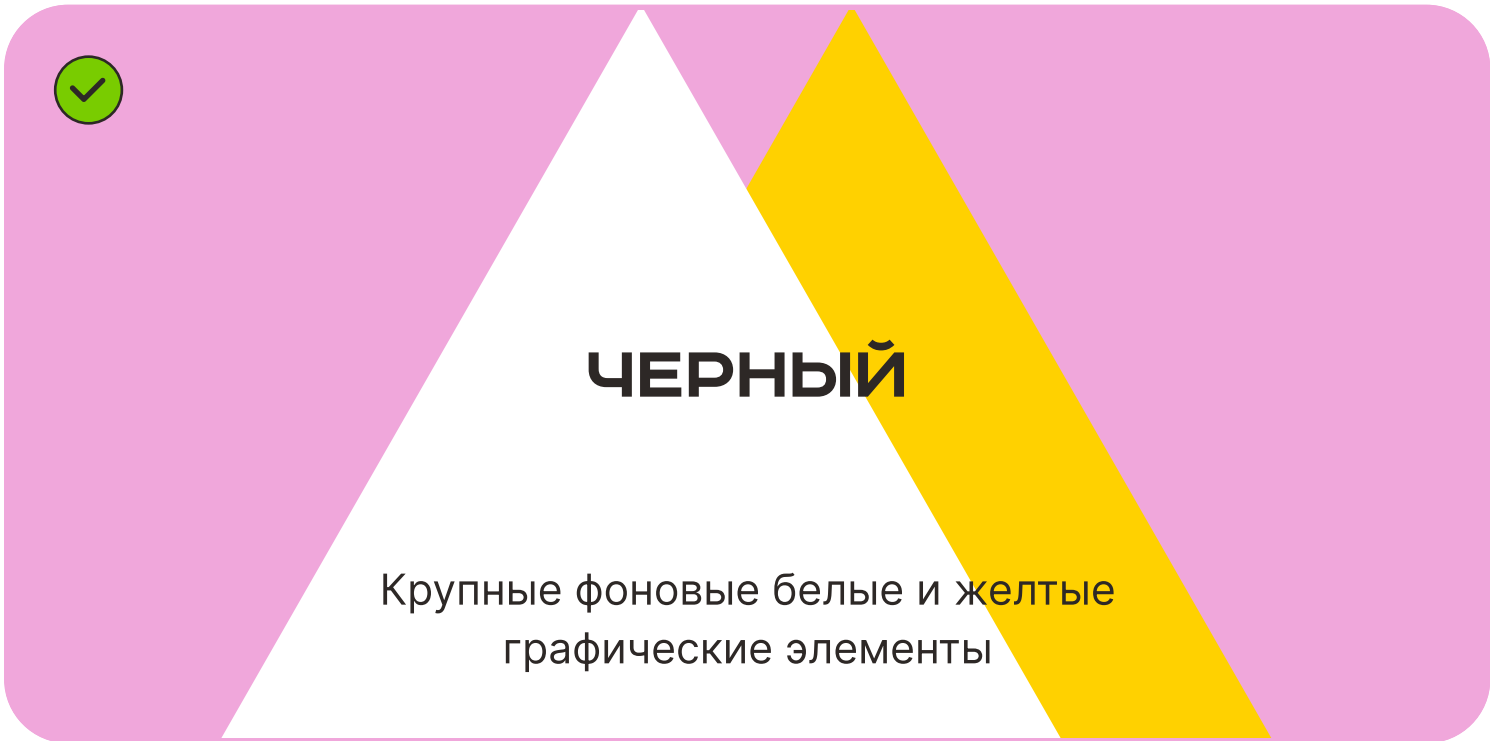
На зеленом



На сером



На желтом



На розовом

Вот цветовые схемы, успешно сочетающиеся с палитрой бренда. Заметьте, что порядок данных слоев (фон и текст(или иная форма графики)) играет роль и не должен меняться местами.

Паттерн	4.1
Примеры паттерна	4.2
Форма	4.3
Пример использования формы	4.4

Стилеобразующие элементы — это основные визуальные составляющие бренда, которые формируют его узнаваемый стиль и идентичность, которые вместе создают целостный образ бренда в глазах потребителей. Стилеобразующие элементы помогают выделить бренд среди конкурентов, делают его запоминающимся и устойчивым к изменениям на рынке. Они являются основой для создания всех маркетинговых материалов, дизайна продуктов и коммуникации с клиентами.



СТИЛЕОБРАЗУЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ

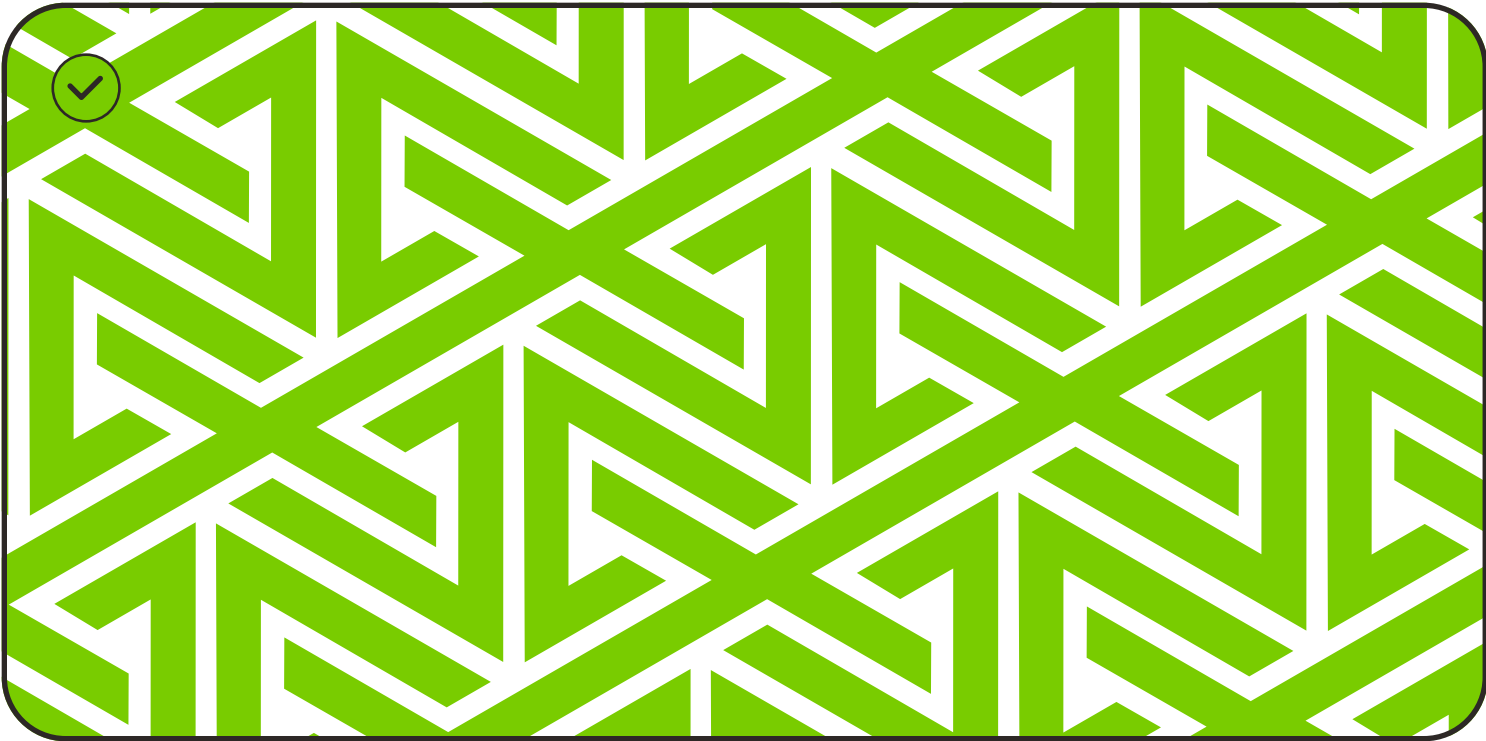


Узоры (Паттерны) — это визуальные элементы, которые усиливают идентичность и придают отличительный штрих к коммуникационным и брендинговым материалам.

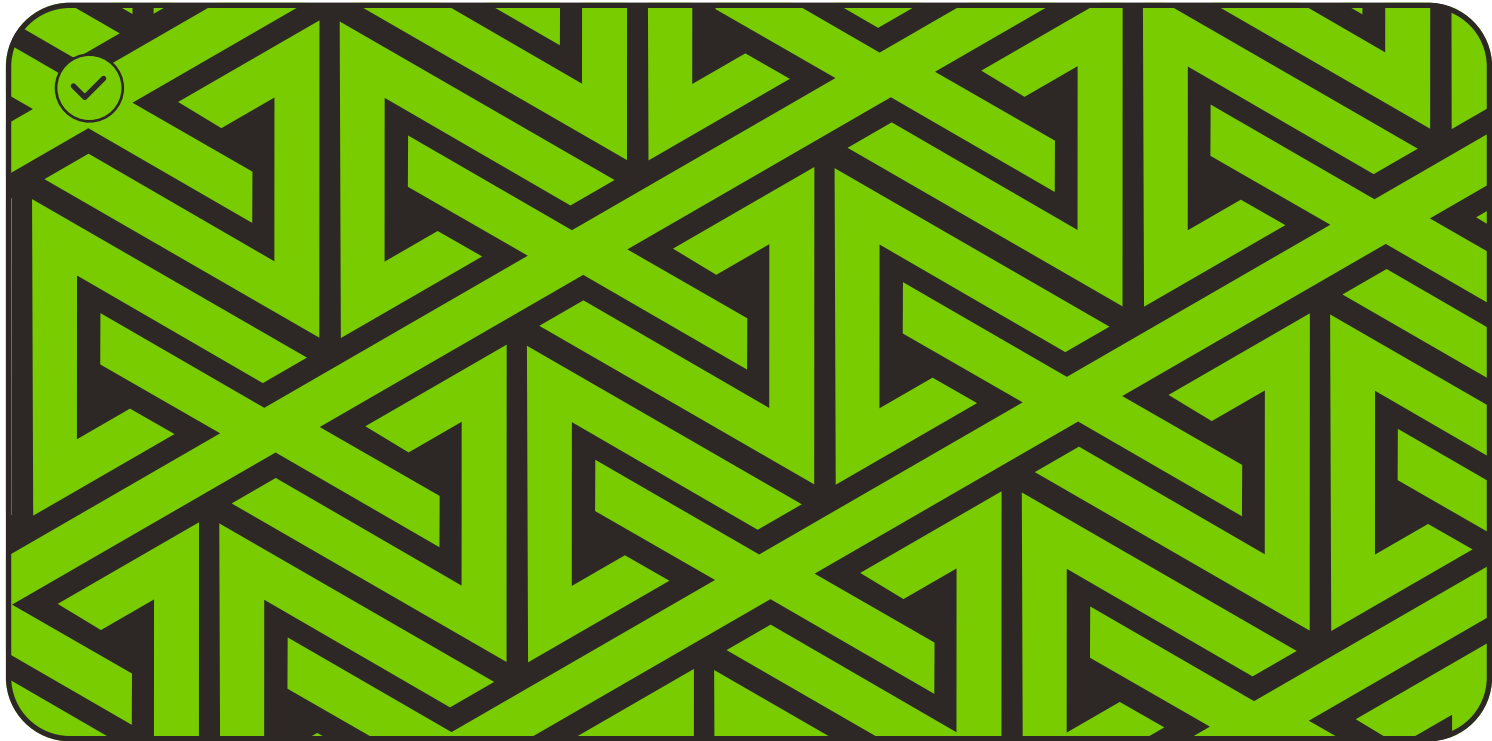
Этот паттерн был разработан на основе повторяющегося фирменного знака. Он сохраняет преемственность и дополняет общий стиль бренда, делая его легко узнаваемым и запоминающимся.

Паттерн может быть одной прямой линией, например для обрамления стаканчика кофе, либо размноженным в несколько линий, повернутых на 30° для придания большей динамики и «бустости».

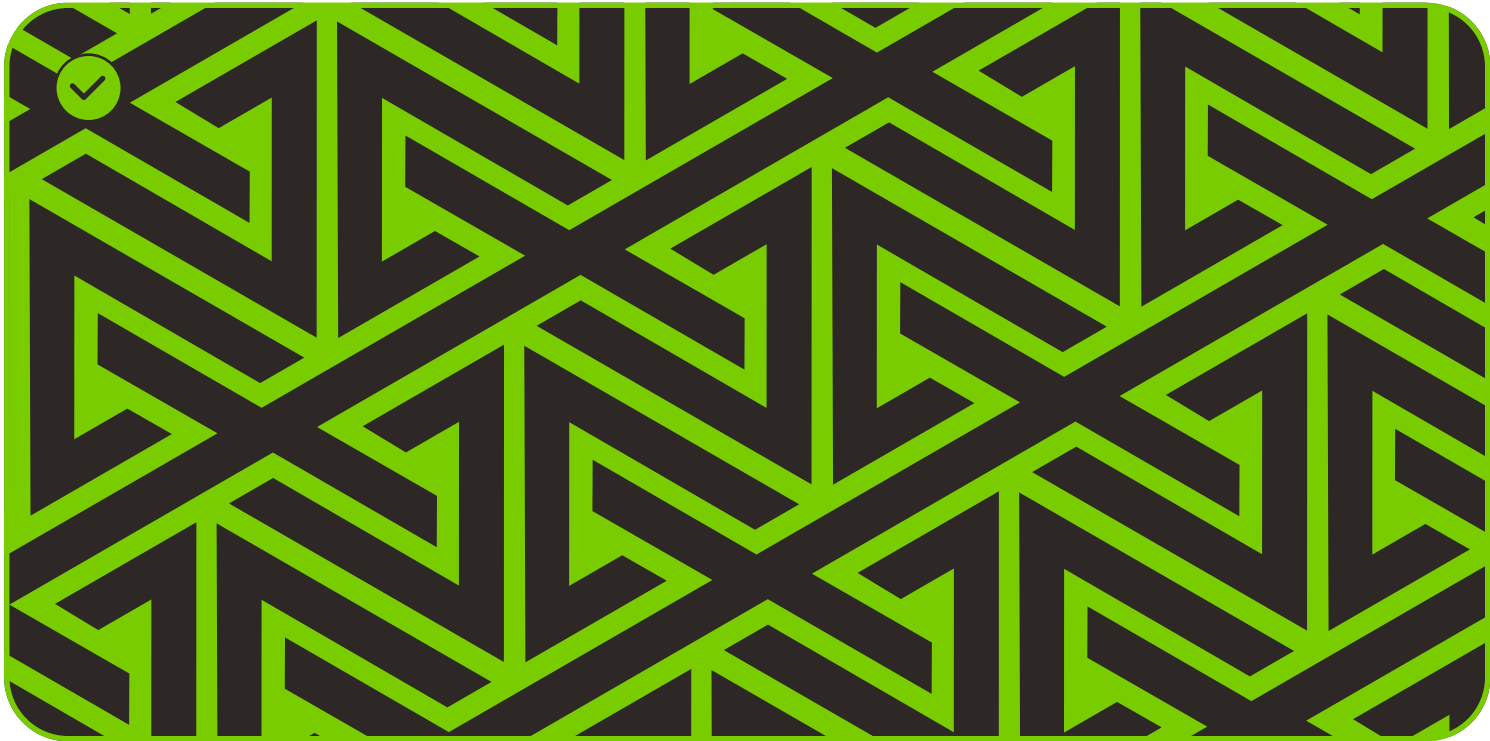




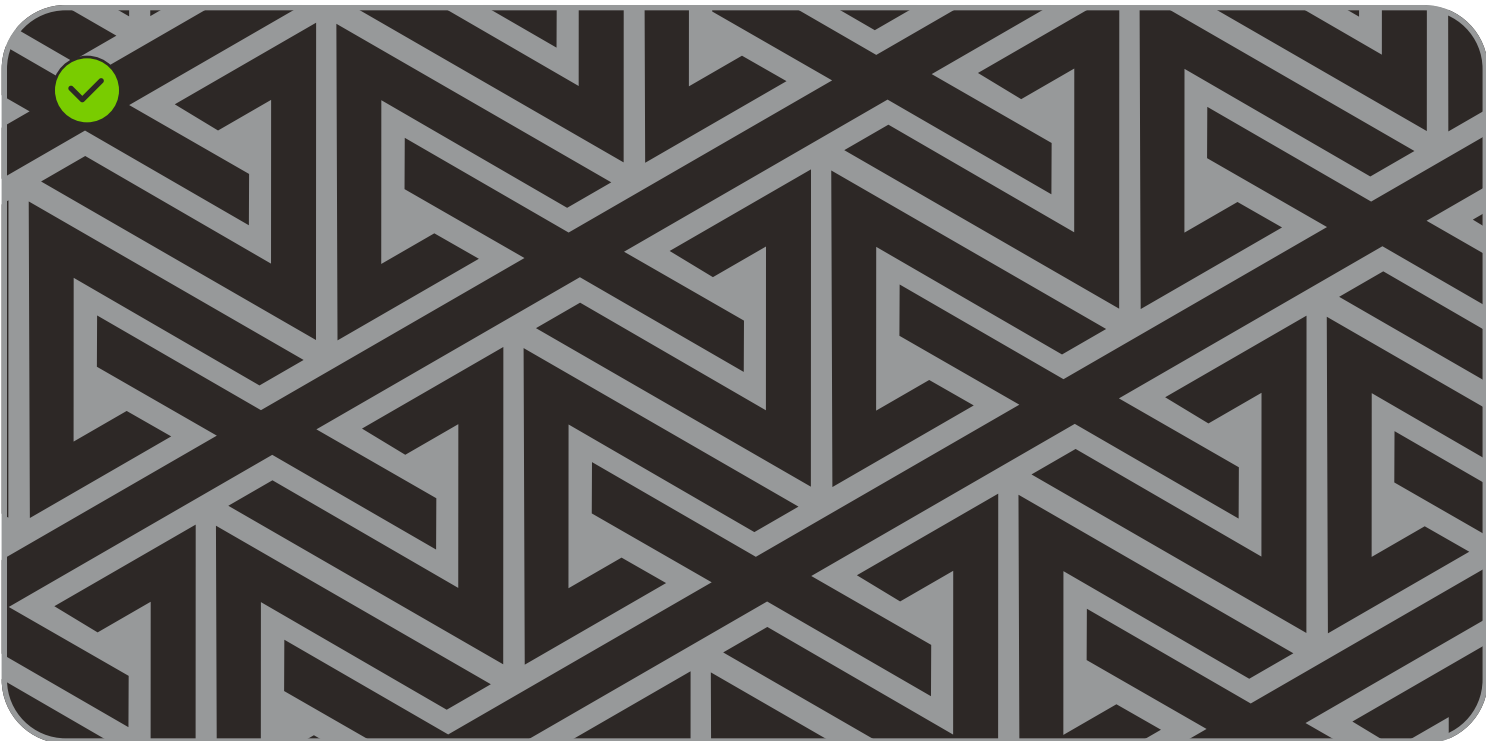
На белом



На черном



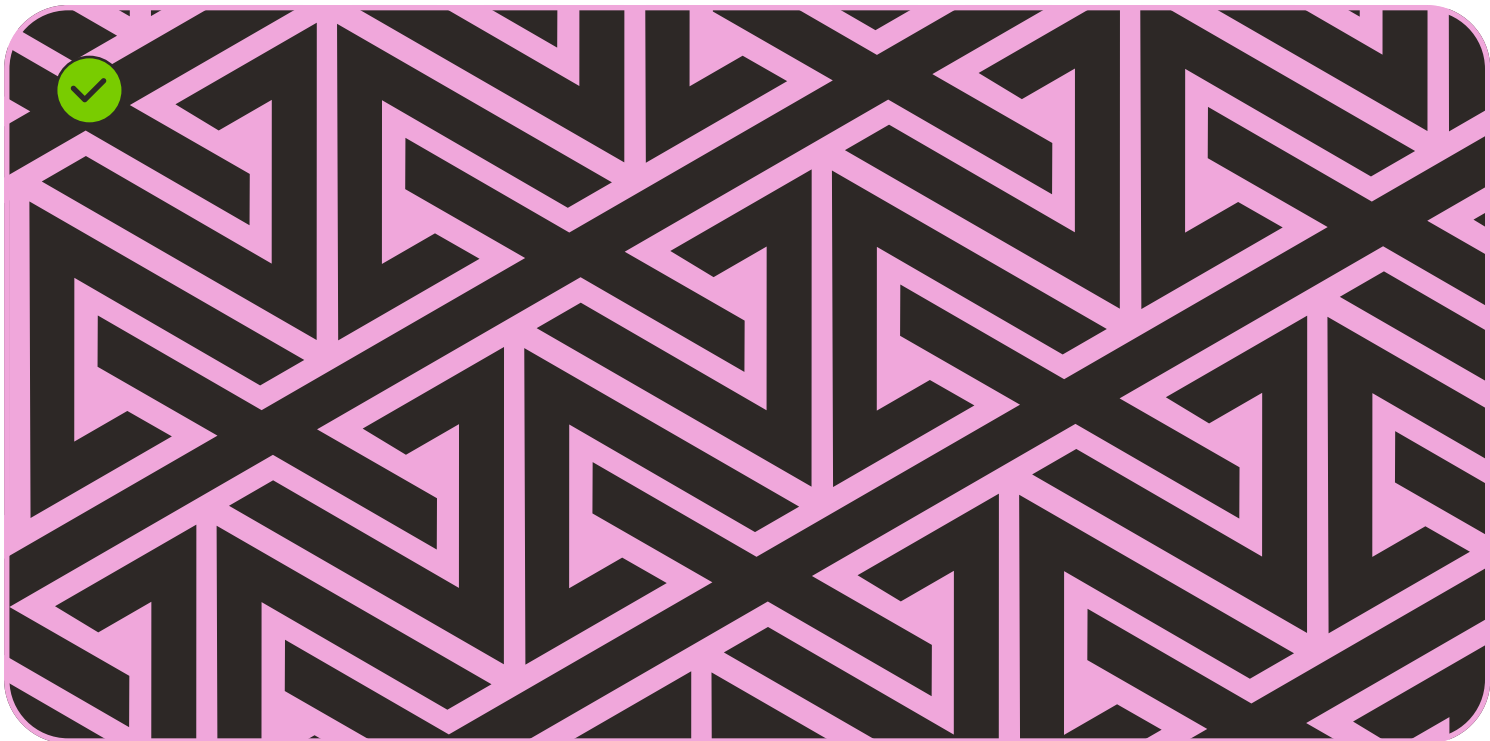
На зеленом



На сером

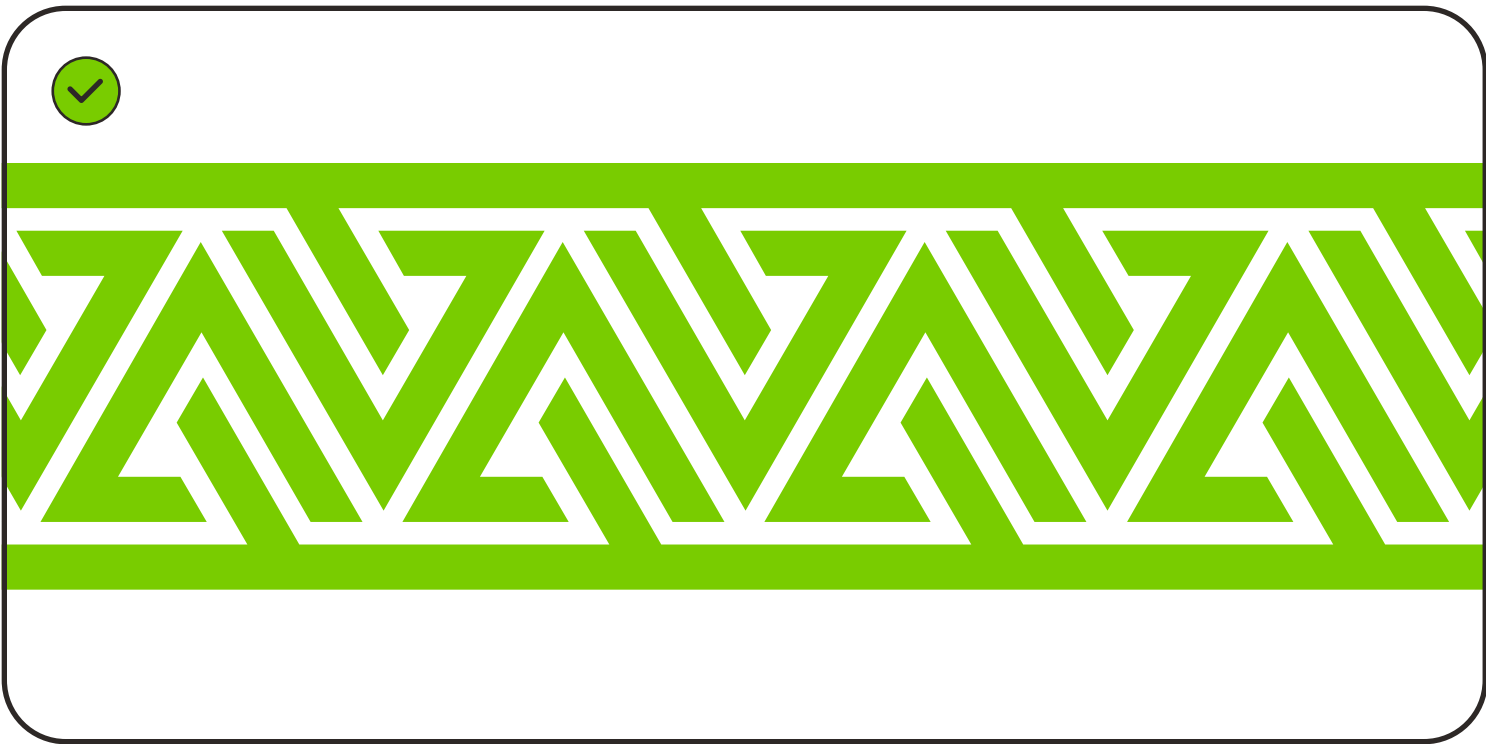


На желтом



На розовом

Цветовые решения могут быть разными, но они должны соответствовать фирменным цветам бренда. Можно использовать любую цветовую схему, описанную в пункте 3.3 этого руководства. Также важно соблюдать правила пунктов 1.7 и 1.8.



На белом



На черном



На зеленом



На сером

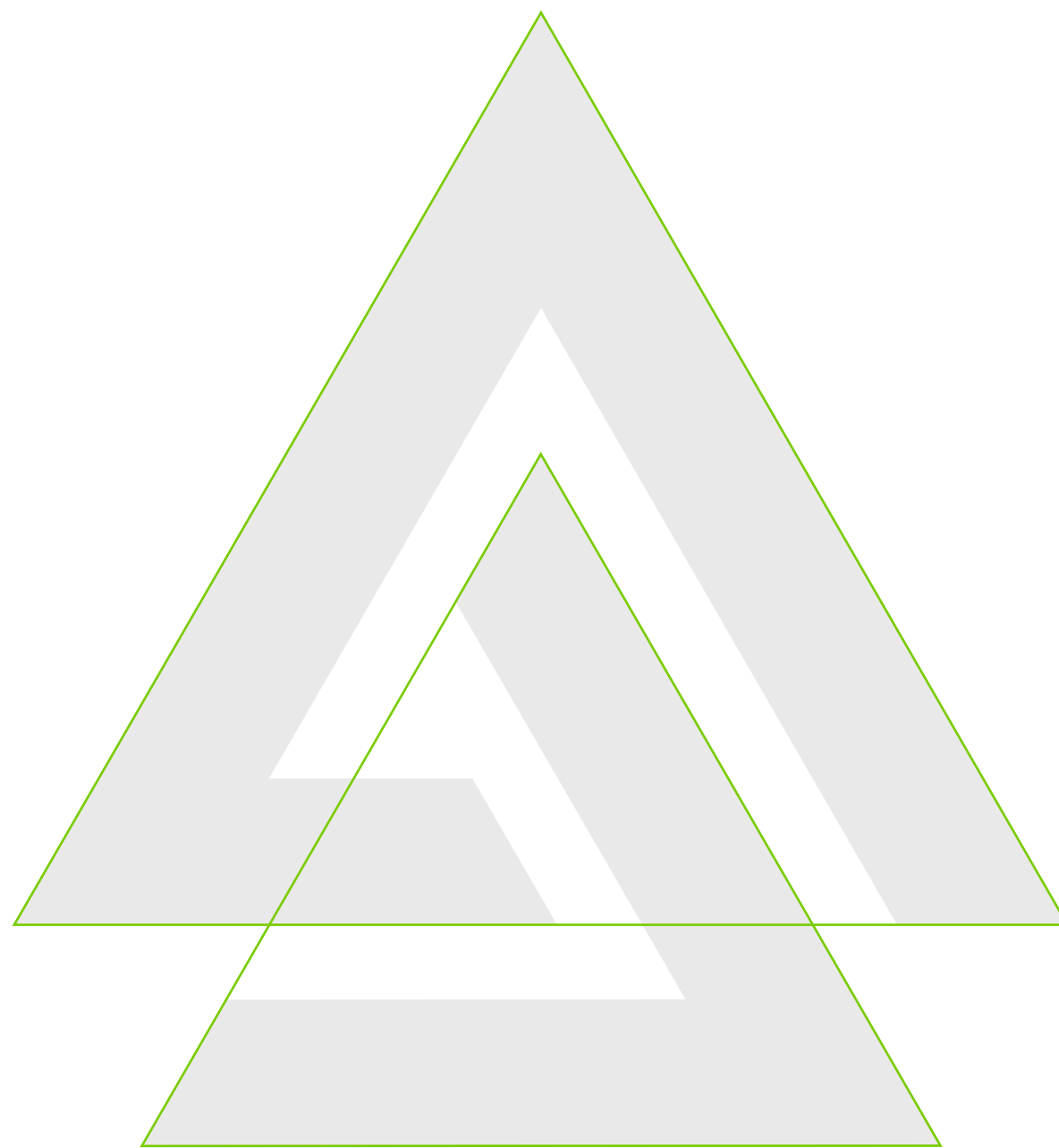


На желтом



На розовом

Цветовые решения могут быть разными, но они должны соответствовать фирменным цветам бренда. Можно использовать любую цветовую схему, описанную в пункте 3.3 этого руководства. Также важно соблюдать правила пунктов 1.7 и 1.8.



Треугольник — это не только геометрическая фигура, но и мощный стилеобразующий элемент. Его можно использовать в дизайне по-разному: например, разместить изображение внутри треугольника или использовать его как дополнение к фону.



Дополнение фона



Изображение внутри

Вот примеры того, как можно использовать форму треугольника в качестве стилеобразующего элемента.

Пачка кофе	5.1
Холдер для стаканчика кофе	5.2
Фирменный бланк	5.3
Визитка	5.4
Подарочная карта	5.5
Наклейка на стакан	5.6
Футболка	5.7

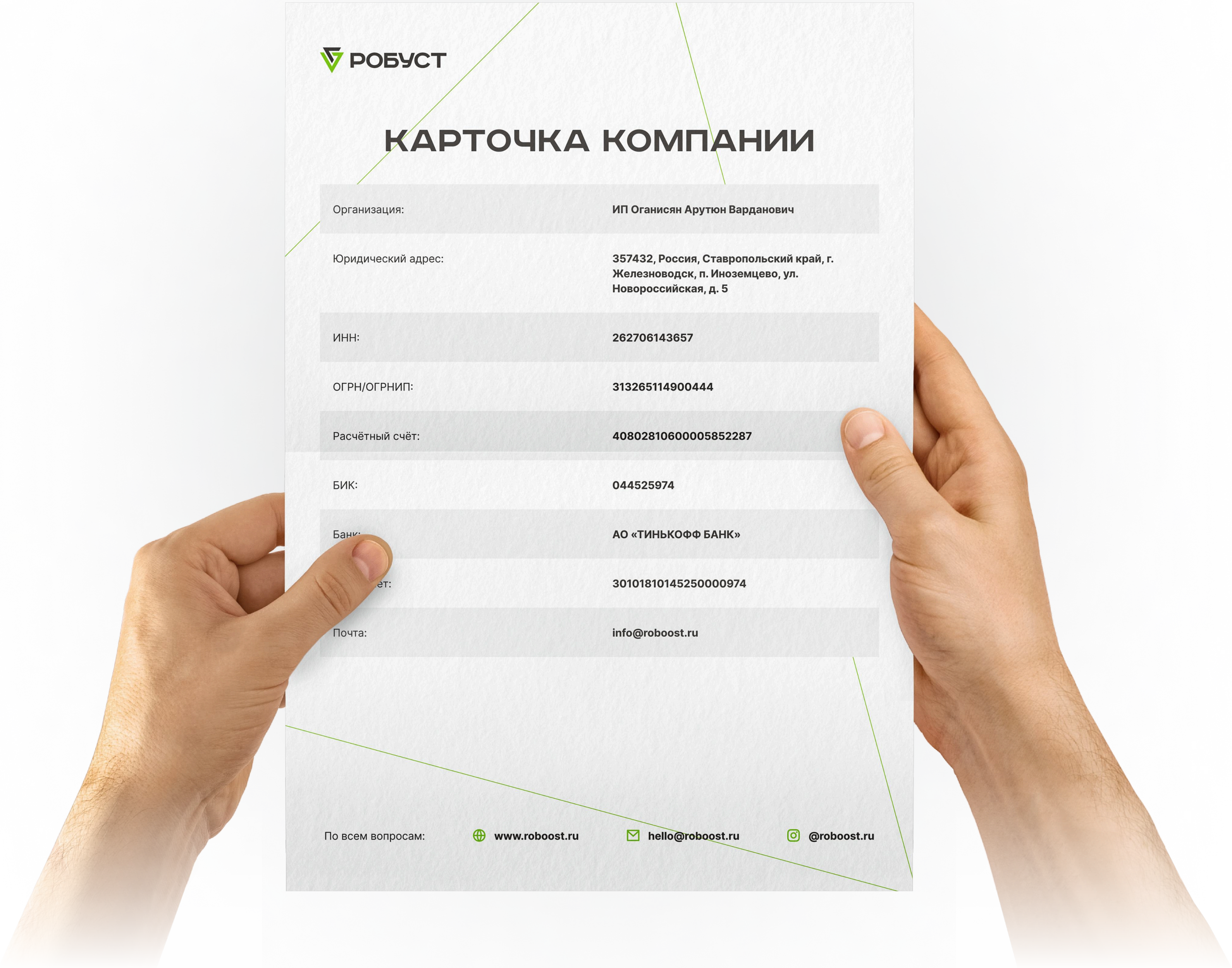
Корпоративные материалы служат связующим звеном между различными аспектами деятельности компании, обеспечивая последовательность и целостность бренда во всех каналах коммуникации с клиентами, партнёрами и сотрудниками. Они помогают создать узнаваемый и привлекательный образ компании, который способствует формированию лояльности и доверия среди целевой аудитории.

КОРПОРАТИВНЫЕ
МАТЕРИАЛЫ

04

















Руководство по использованию
логотипа и фирменного стиля