

TEN GROUP BRAND IDENTITY GUIDELINE

РУКОВОДСТВО
ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ
СТИЛЯ БРЕНДА
ГРУППЫ «ТЭН»



ТЭН
ГРУППА

CONTENTS

СОДЕРЖАНИЕ

2

I. ЛОГОТИП

- графика лого [русский]
- графика лого [английский]
- построение логотипа
- построение знака
- упрощённое построение
- защитное поле логотипа
- масштабирование логотипа
- цветовые решения
- палитра бренда
- размещение в фоновой среде
- недопустимое использование

II. СТИЛЕОБРАЗУЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ

- обзор констант и принципов
- фирменные элементы

III. ШРИФТОВЫЕ ГАРНИТУРЫ

- гарнитура для дизайна
- гарнитура для документов
- правила применения шрифтов





I. LOGOTYPE

ЛОГОТИП

4

- графика лого [русский]
- графика лого [английский]
- построение логотипа
- построение знака
- упрощённое построение
- защитное поле логотипа
- масштабирование логотипа
- цветовые решения
- палитра бренда
- размещение в фоновой среде
- недопустимое использование

Ценности компании
метафорично отображены
в форме фирменного знака —
пирамиде. Справа представлено
фирменное начертание логотипа
на русском языке, сверстанное
в горизонтальном блоке.

ТЭН
ГРУППА



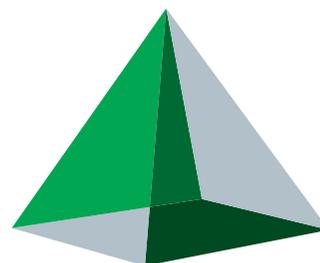
LOGO RUS

ГРАФИКА ЛОГО / РУССКИЙ / ГОРИЗОНТАЛЬ



GUIDELINE

5



ТЭН
ГРУППА

Ценности компании метафорично отображены в форме фирменного знака — пирамиде. Справа представлено фирменное начертание логотипа на русском языке, сверстанное в горизонтальном блоке.

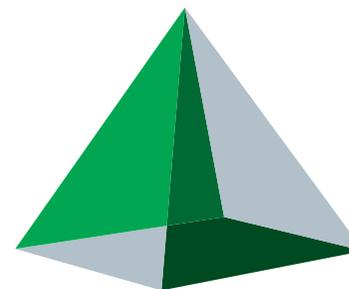
LOGO RUS

ГРАФИКА ЛОГО / РУССКИЙ / ВЕРТИКАЛЬ



GUIDELINE

6



ТЭН
ГРУППА

При определённых условиях (н-р, вертикальный формат маркетинговых материалов) логотип может размещаться в виде вертикального блока. Справа представлено фирменное начертание логотипа на русском языке в вертикальном блоке.

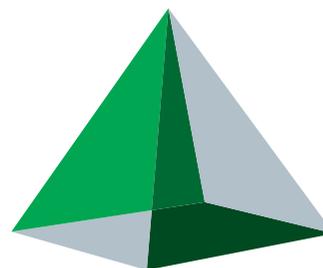
LOGO ENG

ГРАФИКА ЛОГО / АНГЛИЙСКИЙ / ГОРИЗОНТАЛЬ



GUIDELINE

7



TEN
GROUP

На данной странице
представлено фирменное
начертание логотипа
на английском языке
в горизонтальном блоке.

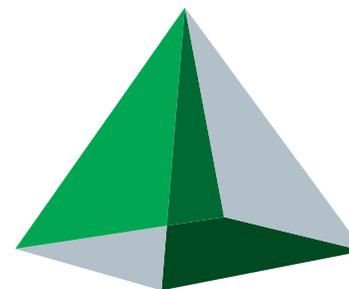
LOGO ENG

ГРАФИКА ЛОГО / АНГЛИЙСКИЙ / ВЕРТИКАЛЬ

8



GUIDELINE



TEN
GROUP

На данной странице
представлено фирменное
начертание логотипа
на английском языке
в вертикальном блоке.

LOGO CONSTRUCTION

ПОСТРОЕНИЕ ЛОГОТИПА. ГОРИЗОНТАЛЬ



GUIDELINE

9



Построение основано на константе x — квадрате, сторона которого равна толщине вертикального штриха буквы Н.

LOGO CONSTRUCTION

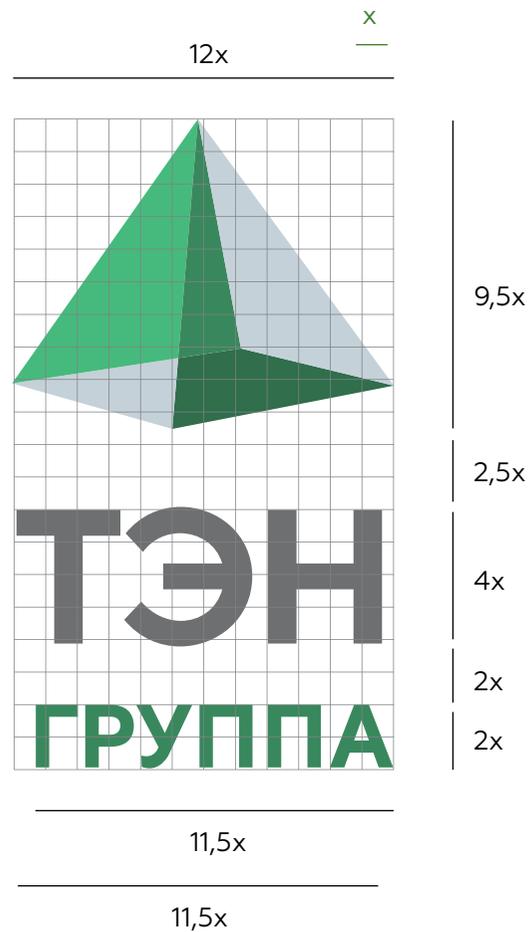
ПОСТРОЕНИЕ ЛОГОТИПА. ВЕРТИКАЛЬ

10

Построение основано на константе x — квадрате, сторона которого равна толщине вертикального штриха буквы Н.



GUIDELINE

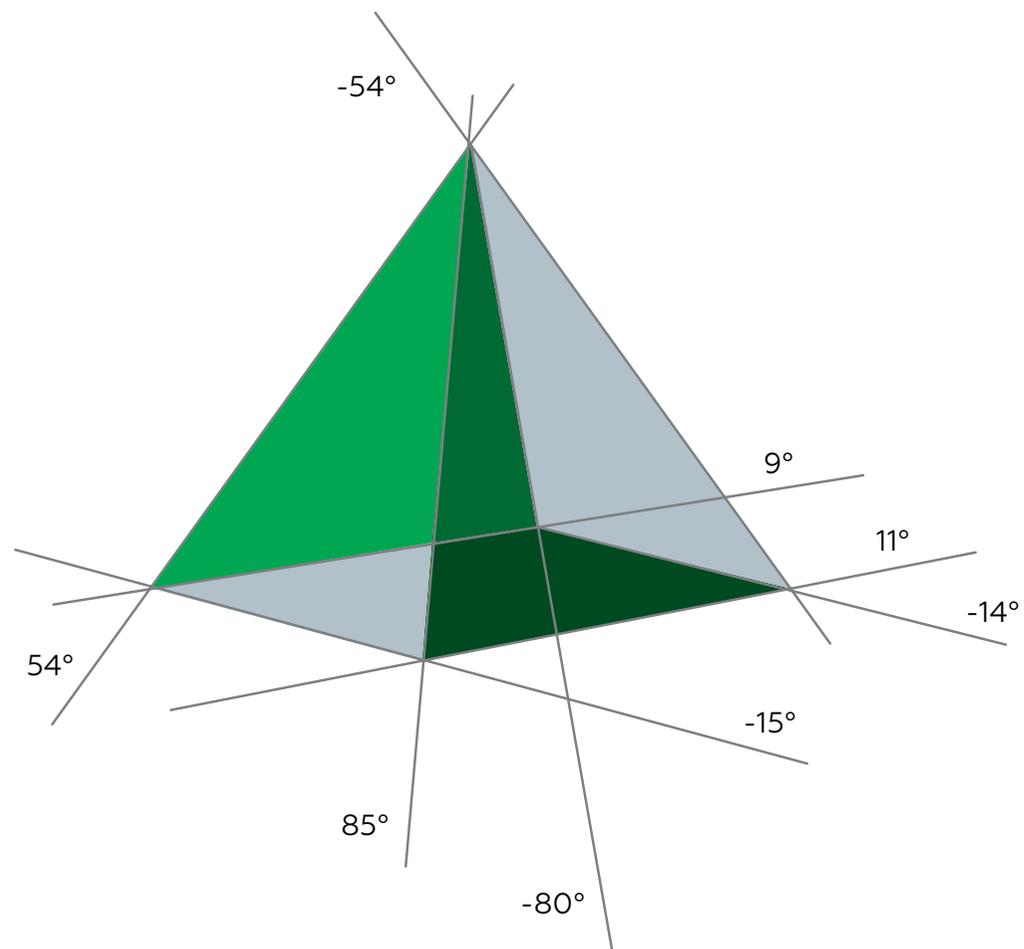


LABEL CONSTRUCTION

ПОСТРОЕНИЕ ФИРМЕННОГО ЗНАКА



11



Фирменный знак логотипа — прозрачная пирамида — строится на пересечении прямых под разными углами.

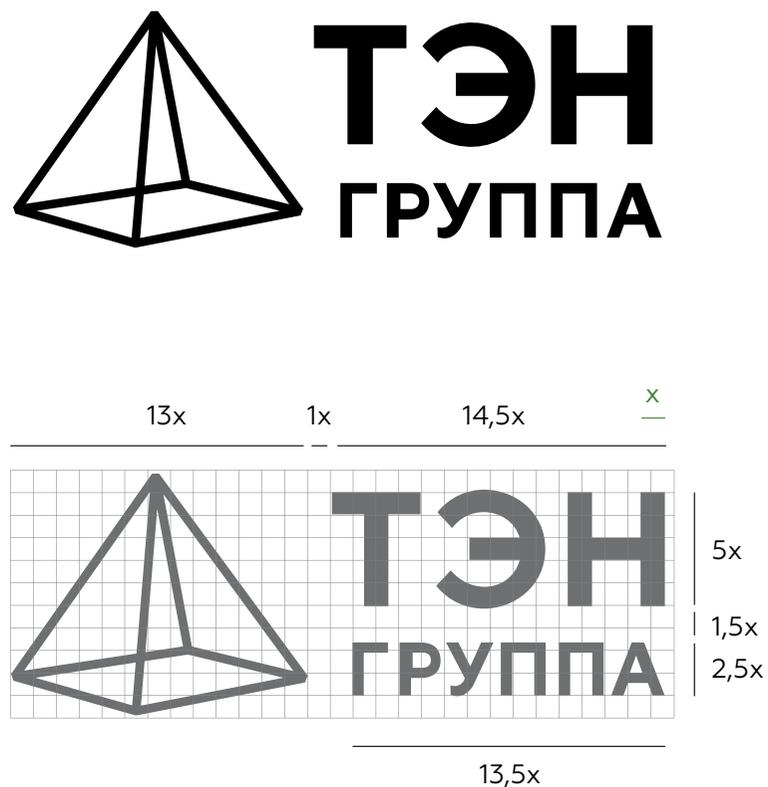
SIMPLIFIED LOGO CONSTRUCTION

УПРОЩЁННОЕ ПОСТРОЕНИЕ. ГОРИЗОНТАЛЬ



12

Упрощённый логотип предусмотрен только для использования в малых масштабах. Этот вариант логотипа позволяет сохранить читабельность и выразительность знака там, где размещение полномасштабного логотипа затруднено. Подробнее о масштабировании логотипа — на стр. 22-23. Построение основано на константе x — квадрате, сторона которого равна толщине вертикального штриха буквы Н.



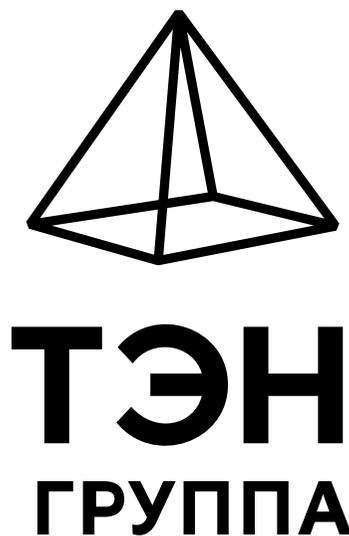
SIMPLIFIED LOGO CONSTRUCTION

УПРОЩЁННОЕ ПОСТРОЕНИЕ. ВЕРТИКАЛЬ



GUIDELINE

13



Построение вертикального упрощённого логотипа также основано на константе x — квадрате, сторона которого равна толщине вертикального штриха буквы Н.



LOGO SAFE AREA

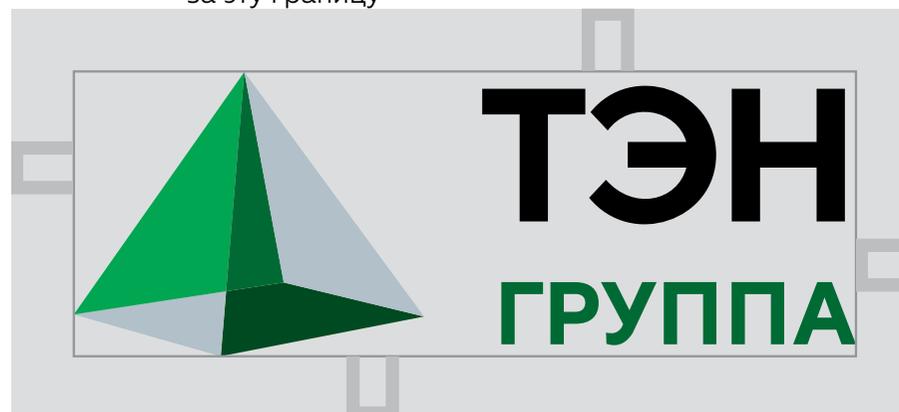
ЗАЩИТНОЕ ПОЛЕ ЛОГОТИПА. ГОРИЗОНТАЛЬ



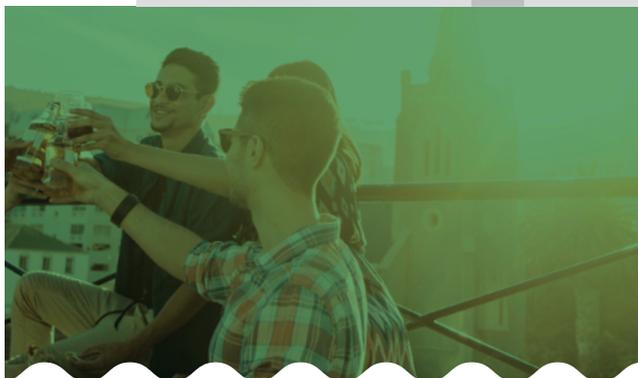
14

Защитное поле логотипа — условный прямоугольник, выходящий за границы знака. Он обозначает зону, которая должна оставаться чистой от посторонних объектов при заверстывании графики и текста вокруг логотипа. Защитное пространство логотипа Группы ТЭН — отступ от крайних точек знака, равный высоте буквы П. Графические и текстовые объекты следует располагать не ближе этой зоны для сохранения целостности восприятия логотипа.

графика и текст
не должны заходить
за эту границу



графика и текст
не должны заходить
за эту границу



LOGO SAFE AREA

ЗАЩИТНОЕ ПОЛЕ ЛОГОТИПА. ВЕРТИКАЛЬ

15

Защитное пространство вертикального логотипа Группы ТЭН — отступ от крайних точек знака, также равный высоте буквы П. Графические и текстовые объекты следует располагать не ближе этой зоны для сохранения целостности восприятия логотипа.

графика и текст
не должны заходить
за эту границу



графика и текст
не должны заходить
за эту границу



LOGO SCALING

МАСШТАБИРОВАНИЕ ЛОГОТИПА. ГОРИЗОНТАЛЬ



16

Оптимальный размер для размещения горизонтального логотипа на печатном листе формата А4 — 35 мм. Начертание не меняется при масштабировании до 25 мм / 100 px по ширине — это минимальный допустимый размер логотипа. Если требуется разместить логотип меньше этого размера, следует использовать упрощённую версию (стр. 18). Минимальный допустимый размер по ширине для упрощённого лого: 15 мм / 60 px.



50 мм / 300 px



35 мм / 200 px



25 мм / 100 px



20 мм / 80 px



15 мм / 60 px **минимально допустимый размер**

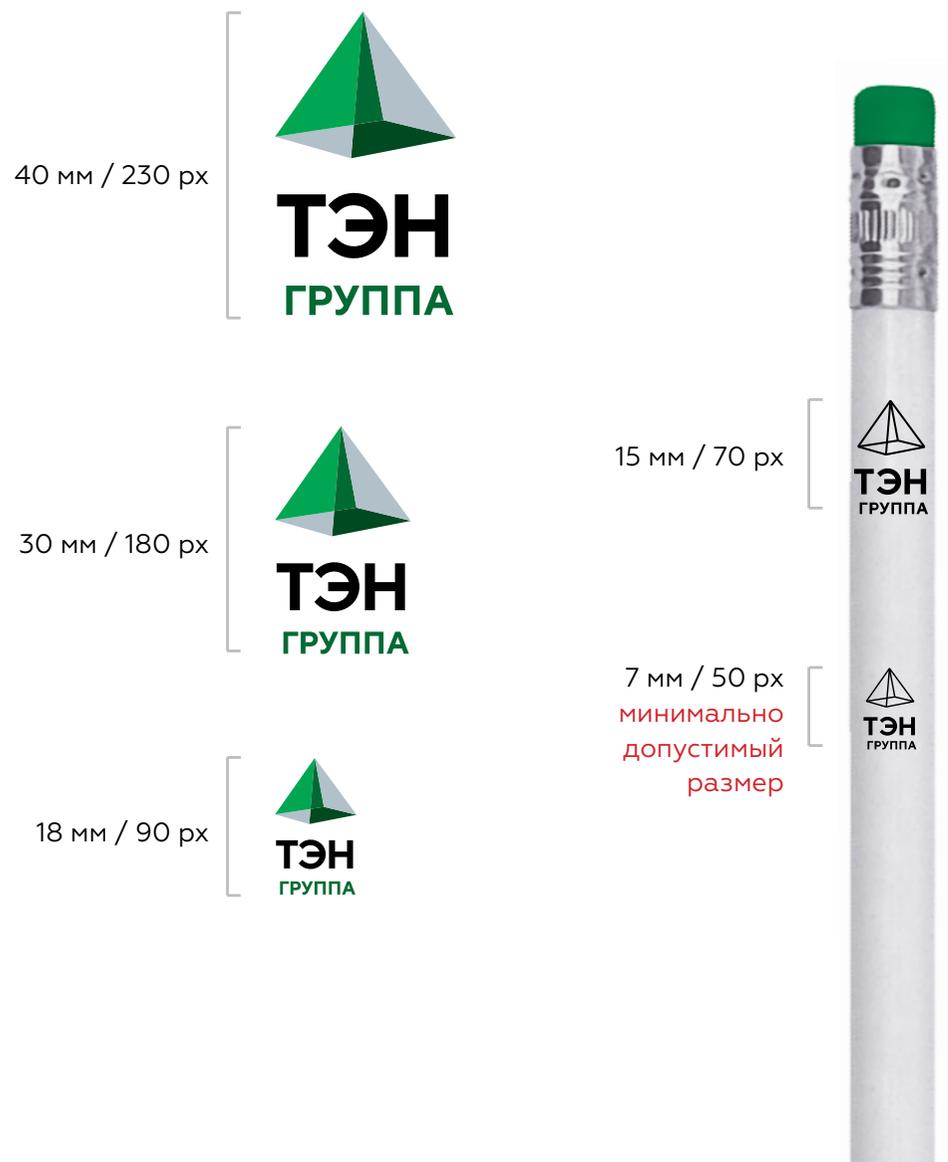
LOGO SCALING

МАСШТАБИРОВАНИЕ ЛОГОТИПА. ВЕРТИКАЛЬ



17

Оптимальный размер для размещения вертикального логотипа на печатном листе формата А4 — 30 мм. Начертание не меняется при масштабировании до 18 мм / 90 px по высоте — это минимальный допустимый размер логотипа. Если требуется разместить логотип меньше этого размера, следует использовать упрощённую версию (стр. 19). Минимальный допустимый размер по высоте для упрощённого лого: 7 мм/50px.



COLOR ASSIGNMENT

ЦВЕТОВЫЕ РЕШЕНИЯ. ГОРИЗОНТАЛЬ



GUIDELINE

18



Гайдлайном предусмотрено три цветовых решения логотипа для размещения на однотонных заливках:

- цветной на белом
- белый на зелёном и чёрном
- чёрный на светло-зелёном и белом

COLOR ASSIGNMENT

ЦВЕТОВЫЕ РЕШЕНИЯ. ВЕРТИКАЛЬ

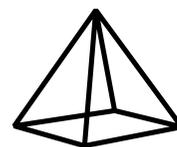
19



ТЭН
ГРУППА



ТЭН
ГРУППА



ТЭН
ГРУППА



ТЭН
ГРУППА

Гайдлайном предусмотрено три цветовых решения логотипа для размещения на однотонных заливках:

- цветной на белом
- белый на зелёном и чёрном
- чёрный на светло-зелёном и белом



GUIDELINE

COLOR PALETTE OF BRAND

ПАЛИТРА БРЕНДА. СМУК

20

Модель СМУК используется в полиграфии для стандартной триадной печати.

Палитра бренда состоит из 4 оттенков зелёного, а также чёрного и белого цвета. Процентное соотношение цветов при использовании палитры показано на этой странице в виде соотношения масштабов цветных зон.

С М У К
0-0-0-0



GUIDELINE

С М У К
95-95-45-95

С М У К
100-20-100-60

С М У К
100-0-100-0

С М У К
10-0-0-25

С М У К
100-10-100-40

COLOR PALETTE OF BRAND

ПАЛИТРА БРЕНДА. RGB

21

Аддитивная цветовая модель RGB служит для вывода изображения на экраны мониторов и другие электронные устройства.

Палитра бренда состоит из 4 оттенков зелёного, а также чёрного и белого цвета. Процентное соотношение цветов при использовании палитры показано на этой странице в виде соотношения масштабов цветных зон.

R G B
255-255-255
#ffffff

R G B
0-0-0
#000000

R G B
0-75-33
#004b21

R G B
0-166-81
#00a651

R G B
177-192-201
#b1c0c9

R G B
0-106-51
#006a33



GUIDELINE

COLOR PALETTE OF BRAND

ПАЛИТРА БРЕНДА. PANTONE

22

Палитра плашечных цветов Pantone применяется, когда возможностей базовой для полиграфии цветовой модели CMYK недостаточно.

Палитра бренда состоит из 4 оттенков зелёного, а также чёрного и белого цвета. Процентное соотношение цветов при использовании палитры показано на этой странице в виде соотношения масштабов цветных зон.

Pantone
White



GUIDELINE

Pantone
Black 6 C

Pantone
343 C

Pantone
347 C

Pantone
428 C

Pantone
3425 C

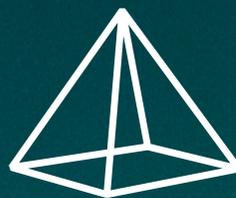
PLACEMENT ON BACKGROUND

РАЗМЕЩЕНИЕ В ФОНОВОЙ СРЕДЕ: ТЁМНЫЙ ФОН С ДЕТАЛЯМИ



GUIDELINE

23



ТЭН
ГРУППА

На тёмных фонах с контрастными деталями следует использовать лого в белом цвете. Размещайте в тех участках изображения, где тон наиболее ровный. Для этого перемещайте фон или предусмотрите соответствующий участок на изображении. Не размещайте логотип на стыках контрастных деталей, орнаментах и линиях.

PLACEMENT ON BACKGROUND

РАЗМЕЩЕНИЕ В ФОНОВОЙ СРЕДЕ: ТЁМНЫЙ ОДНОРОДНЫЙ ФОН

24

На тёмных неконтрастных фонах следует использовать лого в белом цвете. Размещайте в любых участках изображения, соблюдая защитное поле логотипа при размещении у краёв.



GUIDELINE



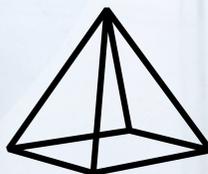
ТЭН
ГРУППА

PLACEMENT ON BACKGROUND

РАЗМЕЩЕНИЕ В ФОНОВОЙ СРЕДЕ: СВЕТЛЫЙ ФОН С ДЕТАЛЯМИ

25

На светлых фонах с контрастными деталями следует использовать лого в чёрном варианте. Размещайте в тех участках изображения, где тон наиболее ровный. Для этого перемещайте фон или предусмотрите соответствующий участок на изображении.



ТЭН
ГРУППА



GUIDELINE

PLACEMENT ON BACKGROUND

РАЗМЕЩЕНИЕ В ФОНОВОЙ СРЕДЕ: СВЕТЛЫЙ ОДНОРОДНЫЙ ФОН



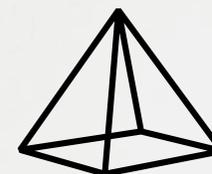
GUIDELINE

26



ТЭН
ГРУППА

На светлых неконтрастных фонах можно использовать лого в цветном и чёрном варианте. Размещайте в любых участках изображения, соблюдая защитное поле логотипа при размещении у краёв.



ТЭН
ГРУППА



INVALID USES OF LOGO

НЕДОПУСТИМОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГОТИПА

27



Нельзя масштабировать и перемещать относительно друг друга элементы лого



Нельзя использовать цвета, отличные от палитры бренда



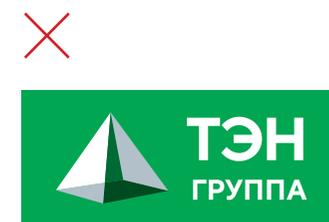
Нельзя использовать название отдельно от эмблемы



Нельзя заливать чёрным цветом текстовую часть логотипа целиком



Нельзя заливать чёрную/белую версию логотипа каким-либо другим цветом



Нельзя размещать цветной логотип на плашке и инвертировать его элементы

На странице приведены примеры недопустимого использования логотипа. Эти правила необходимо соблюдать для сохранения целостности восприятия бренда.

II. STYLE ELEMENTS

СТИЛЕОБРАЗУЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ

28

- обзор констант и принципов
- фирменные элементы

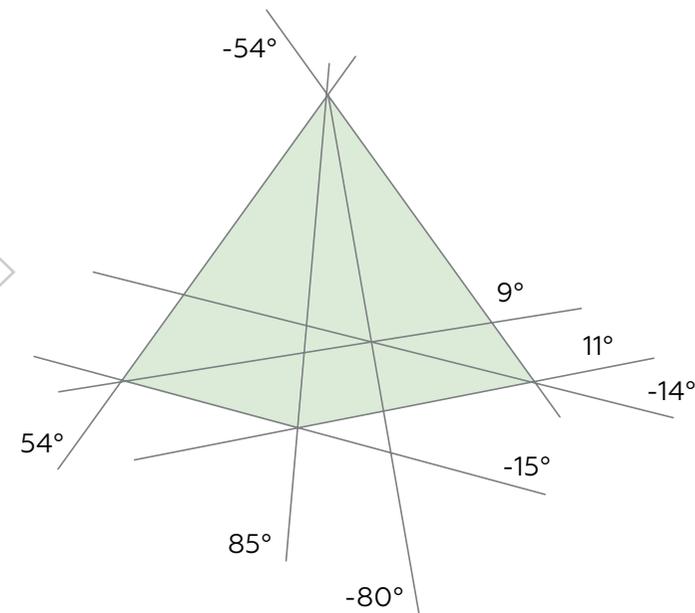


BRAND STYLE PRINCIPLES

ОБЗОР КОНСТАНТ И ПРИНЦИПОВ. ГРАФИКА

29

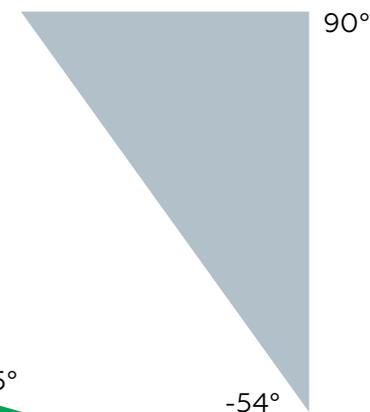
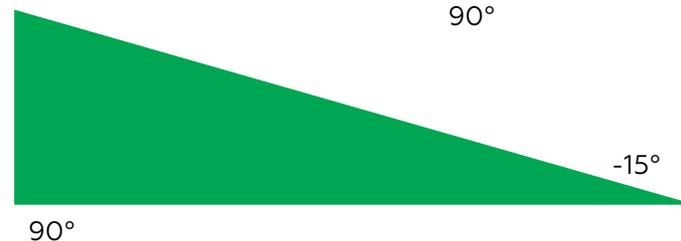
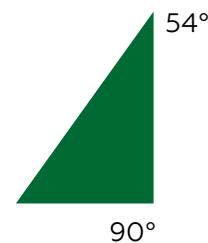
УГЛЫ
ФИРМЕННОГО
ЗНАКА



Основной выразительный элемент бренда Группы «ТЭН» — треугольные полигоны с плашечной заливкой цветами фирменной палитры.

Построение треугольников по формуле: прямой угол (90°) + один из острых углов пирамиды — фирменного знака логотипа.

ПРИМЕРЫ
ПОЛИГОНОВ



BRAND STYLE PRINCIPLES

ОБЗОР КОНСТАНТ И ПРИНЦИПОВ. ГРАФИКА



GUIDELINE

30

Относительно друг друга полигоны могут располагаться под разными углами и накладываться друг на друга, создавая уникальный геометрический узор.

Полигоны можно использовать в качестве подложки для размещения текста или как контейнер для изображений.



24 YEARS

на рынке коммерческой
и жилой недвижимости
Москвы

BRAND STYLE PRINCIPLES

ОБЗОР КОНСТАНТ И ПРИНЦИПОВ. ФОТО

31

Фотоиллюстрации следует подбирать под цветовую гамму бренда. Детали изображений с оттенками синего рекомендуется переводить в оттенки травяного зелёного.

Также допустимо тонировать изображение тёмно-зелёным цветом для создания плотных фотоподложек для размещения поверх текста.

BRAND ELEMENTS

ФИРМЕННЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ



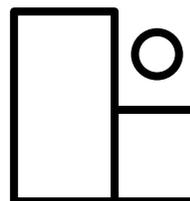
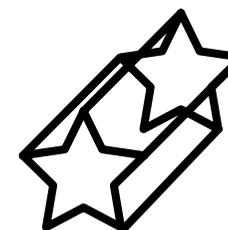
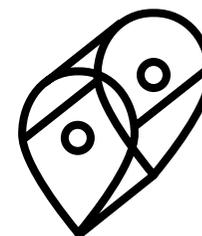
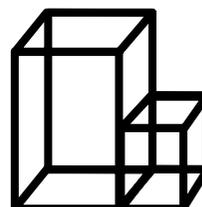
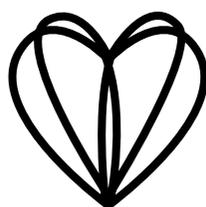
32

Фирменные иконки и стиливые элементы создаются по подобию линейного фирменного знака. Это чёрные или белые линии, изометрический объём.

В случае, когда создать объёмные иллюстрации проблематично, можно использовать плоский аналог при условии стилистического единства всего сета иконок.

На данной странице представлены примеры фирменных иконок, их линейка может быть продолжена.

Следует стремиться вписывать иконки в пропорции квадрата.



III. FONTS

ШРИФТОВЫЕ ГАРНИТУРЫ

33

- гарнитура для дизайна
- гарнитура для документов
- правила применения и сочетания шрифтов



FONTS FOR DESIGN

ГАРНИТУРА ДЛЯ ДИЗАЙНА



34

Фирменная шрифтовая гарнитура бренда — Geometria. В дизайнерских материалах из семейства данной гарнитуры следует использовать начертание Regular (обычное) и Bold (жирное). Там, где текст размещается в крупном масштабе, допустимо использование Light (облегчённое) вместо Regular. Правила сочетания шрифтов см. на стр. 43. Межбуквенное расстояние (трекинг) — по умолчанию.

BOLD

СВЕЖИЙ
СОВРЕМЕН

REGULAR

ДИНАМИЧ

LIGHT

КОНСТРУК

ДЕМОКРАТ

FONTS FOR DOCUMENTS

ГАРНИТУРА ДЛЯ ДОКУМЕНТООБОРОТА



GUIDELINE

35

Фирменная шрифтовая гарнитура бренда — Geometria. В документообороте из семейства данной гарнитуры следует использовать начертание Light (облегчённое), Regular (обычное) и Medium (средней жирности). Правила сочетания шрифтов см. на стр. 43. Межбуквенное расстояние (трекинг) — по умолчанию.

MEDIUM

ГЕОМЕТРИЯ

ФОНТ ДЛЯ

REGULAR

ПРИМЕНЕН

LIGHT

ДОКУМЕНТ

ОБОРОТЕ



I. BRAND ACCENTS

Акцидентные фразы в дизайне могут быть очень крупными, как в этом примере. Начертание Bold. Рекомендуется делать акценты из палитры фирменного зелёного, не используя чёрный цвет.

II. ГАРНИТУРА ЗАГОЛОВКОВ В ДИЗАЙНЕ — GEOMETRIA BOLD

ПОДЗАГОЛОВКИ — REGULAR

Кегль заголовков должен быть контрастным к основному тексту. Рекомендуемая разница кеглей заголовка и текста — 1:2. Например, в этом примере основной текст набран 10 пт, а заголовок — 20 пт. При технической возможности рекомендуется красить заголовки в фирменные оттенки зелёного.

III. ГАРНИТУРА ЗАГОЛОВКОВ В ДОКУМЕНТООБОРОТЕ — GEOMETRIA MEDIUM

В документообороте заголовки текстов могут быть менее контрастными, чем в дизайнерских макетах. Рекомендуется набирать заголовки одним кеглем с текстом, но верхним регистром. Допускаются чёрные заголовки.

Дополнительный текст в документах (спецификации, пометки, сноски) можно набирать меньшим кеглем, чем у основного текста. Начертание Light.

IV. Текст больших объёмов в дизайне и документообороте следует набирать гарнитурой Geometria Regular, как в этом примере. Рекомендуемый кегль основного текста для печатных материалов формата А4 — 10 пт.

По возможности избегайте вёрстку больших объёмов текста в широких текстовых блоках: фирменный стиль допускает вёрстку основного текста в формате колонок.

На странице приведены примеры вёрстки текста в фирменном стиле:

- I. Акценты в дизайне
- II. Заголовки в дизайне
- III. Тексты в документах
- IV. Основной текст (как правило, больших объёмов)

TEN GROUP
BRAND
IDENTITY
GUIDELINE

//
2 LINES

Разработано
2-lines.com

