

BRAND GUIDELINE



О нас

Национальный лидер, сильный глобальный бренд в нише пивных ресторанов, который создал современную культуру потребления пива и поставил её на мировую карту.

Содержание

1. Логотип 4
2. Цветовая палитра 7
3. Запрещенные варианты использования 10
4. Типографика 13
5. Визуальный контент, стандарты макетов 17

1. **Логотип** графическое решение



Основное начертание

·THIS IS **ПИВБАР**·

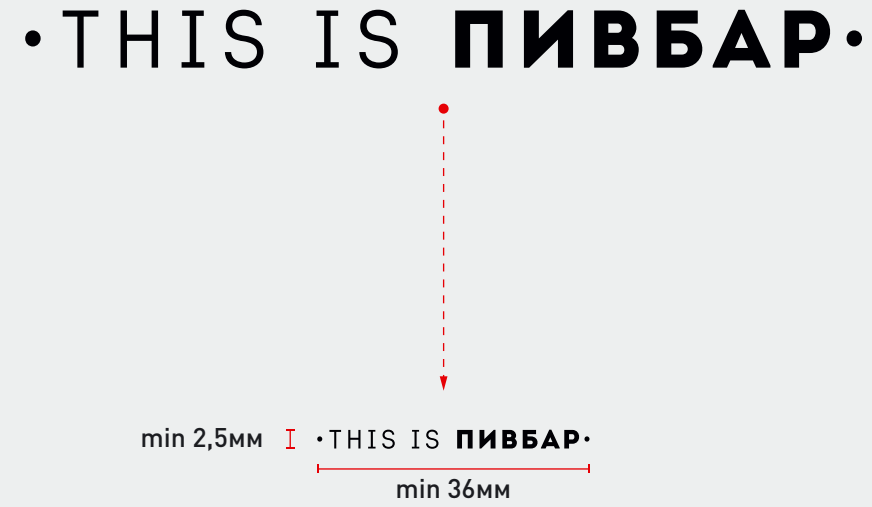
Дополнительное начертание

Логотип **This is ПИВБАР** состоит из минималистичного сочетания шрифта и круга, являющегося одним из основных идентификаторов визуальной системы. Допускается 2 типа начертания логотипа: основное и дополнительное. Основное начертание рекомендуется для брендирования ключевых носителей. В тех случаях, когда плоскость нанесения подразумевает использование горизонтального размещения, допускается применение дополнительного начертания. Необходимо соблюдать стабильность всех элементов логотипа, как текстовых, так и графических. Изменение каких-либо элементов логотипа не допускается.

1. **Логотип** масштабирование



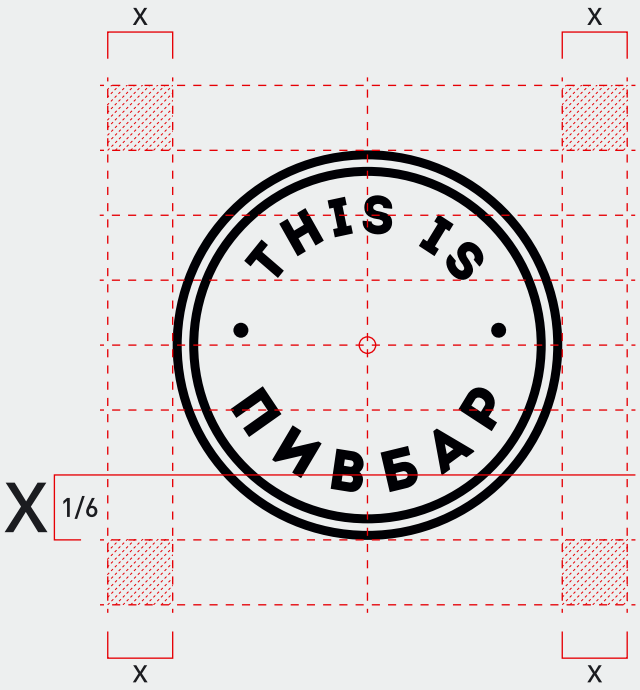
Основное начертание



Дополнительное начертание

Во избежание проблем с пропечатываемостью символов в логотипе, следует учитывать рекомендации по минимальному размеру.
Минимальный диаметр основного начертания логотипа, допустимый для нанесения - 12мм.
Минимальная длина дополнительного начертания логотипа, допустимая для нанесения - 36мм.
При масштабировании обоих вариантов начертания логотипа запрещается искажение формы и пропорций.
Нет ограничений по максимальному размеру начертания логотипа.

1. **Логотип** охранное поле





Для максимальной видимости, логотип должен всегда располагаться с соблюдением минимальной области свободного пространства вокруг логотипа. Эта область должна быть свободна от любых графических элементов.
Для основного начертания логотипа, ширина охранного поля равна 1/6 диаметра логотипа (X) и должна быть соблюдена со всех сторон логотипа. Это правило относится ко всем носителям логотипа.
Для дополнительного начертания логотипа, ширина охранного поля равна высоте логотипа (Y) и должна быть соблюдена со всех сторон логотипа. Это правило относится ко всем носителям логотипа.
Минимальная зона свободного пространства не является рекомендуемой. По возможности следует давать логотипу "больше воздуха", используя минимальное количество свободного пространства только в случае компоновки в небольшую плоскость.

2. Цветовая палитра черно-белые цвета



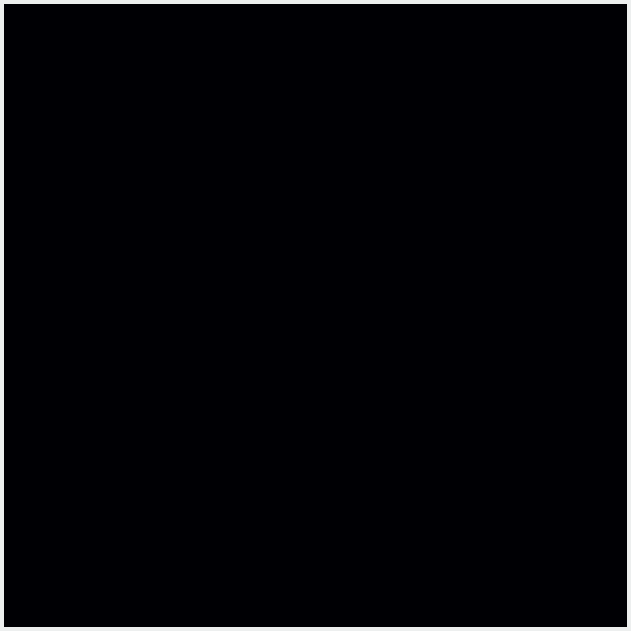
·THIS IS **ПИВБАР**·



·THIS IS **ПИВБАР**·

На монохромном фоне рекомендуется использовать черно-белую инверсию как для основного, так и для дополнительного начертания логотипа.
Использование такого цветового решения является приоритетным для любых носителей логотипа.

2. **Цветовая палитра** фирменные цвета



CMYK	60/50/50/100
RGB	0/0/0
HEX#	000000
RAL	9005
Pantone	Black 6 C
ORACAL 641	070

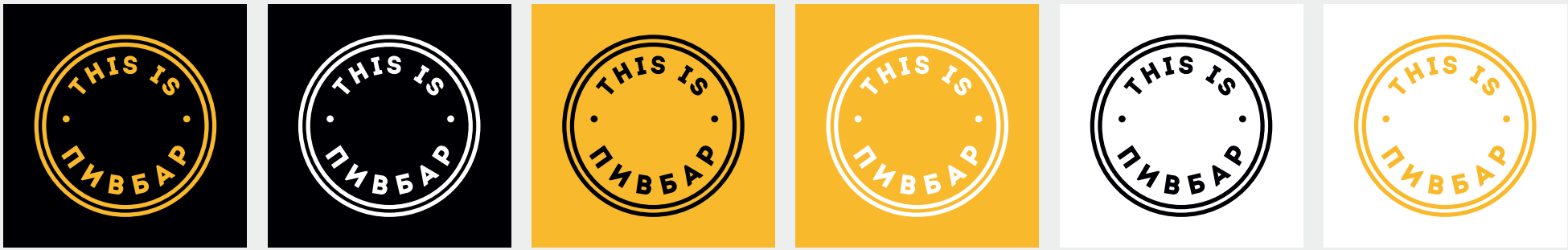


CMYK	0/30/85/0
RGB	249/184/42
HEX#	f9b82a
RAL	1021
Pantone	1365C
ORACAL 641	021

CMYK	0/0/0/0
RGB	255/255/255
HEX#	ffffff
RAL	9010
Pantone	
ORACAL 641	010

Цвет является мощным средством идентификации бренда.
Последовательное использование фирменных цветов повысит узнаваемость и отстроит бренд от конкурентов.
Выше приведены три основных фирменных цвета и их параметры в различных цветовых схемах.

2. Цветовая палитра расположение на плашках







Выше приведены основные допустимые варианты расположения основного и дополнительного начертания логотипа на плашках.

3. Запрещенное использование основное начертание



сжатие,
растягивание



смещение
элементов



обводка



переворачивание



градиентная
заливка



добавление
внутренней и внешней
тени / свечения



контрастное
дублирование



обрезание



использование
некорпоративных
цветов



добавление
лишних элементов



размещение на ярком котрастном фоне



эффект прозрачности

Поскольку логотип создает первичное визуальное представление о бренде, его целостность должна соблюдаться на всех носителях.
Запрещено растягивать логотип и искажать его пропорции.
Изменение любого графического элемента логотипа ослабит его влияние и отвлечет внимание от последовательного восприятия бренда.
Иллюстрации сверху описывают некоторые из наиболее распространенных ошибок ненадлежащего использования логотипа.

3. Запрещенное использование дополнительное начертание

·THIS IS ПИВБАР·

сжатие, растягивание

·THIS IS ПИВБАР·

обводка

·THIS IS ПИВБАР·

переворачивание

·THIS IS ПИВБАР·

градиентная заливка

·THIS IS ПИВБАР·

контрастное дублирование

·THIS IS ПИВБАР·

обрезание

·THIS IS ПИВБАР·

использование некорпоративных цветов

THIS IS
·ПИВБАР·

изменение компановки



размещение на ярком котрастном фоне



эффект прозрачности

Те же правила распространяются и на использование дополнительного начертания логотипа.

3. Запрещенное использование исключения











круглая наклейка,
логотип без охранного поля



магнит,
логотип по окружности

•THIS IS **ПИВБАР**•
НА ХАРЬКОВСКОМ

в случае необходимости указать конкретный ресторан,
допускается располагать его близко к логотипу, без учета охранного поля

Допускается отклонения от правил использования логотипа, описанных на стр. 10-11, если логотип является частью дизайна.

4. Типографика фирменные шрифты

Intro Regular

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ1234567890

Intro Cond Alt

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ1234567890

DIN Pro Medium

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ1234567890
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя

DIN Pro Bold

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ1234567890
абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя

Фирменные шрифты логотипа **Intro Regular** и **Intro Cond Alt**. Современные, гибкие и легко считываемые, они подходят для широкого спектра всех визуальных коммуникаций.
В качестве дополнительных шрифтов используются **DIN Pro Medium** и **DIN Pro Bold**.
Несколько уровней типографской иерархии позволяют отделить основное коммуникационное сообщение от дополнительной информации.

4. **Типографика** фирменные шрифты в логотипе

Intro Regular трекинг +80



Intro Regular трекинг +180

Основное начертание

Intro Cond Alt (набирать CAPSом) трекинг +180



Intro Regular трекинг +80

Дополнительное начертание

Использование Трекинга (межбуквенных интервалов) в написании логотипа.

ЗАГОЛОВОК

Intro Regular

ПОДЗАГОЛОВОК, ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ СООБЩЕНИЕ

Intro Cond Alt

**Текст сообщения, раскрывающий его суть и значение.
Такое соотношение построения текста рекомендуется использовать
в печатных материалах для внешнего и внутреннего пользования, digital и пр.**

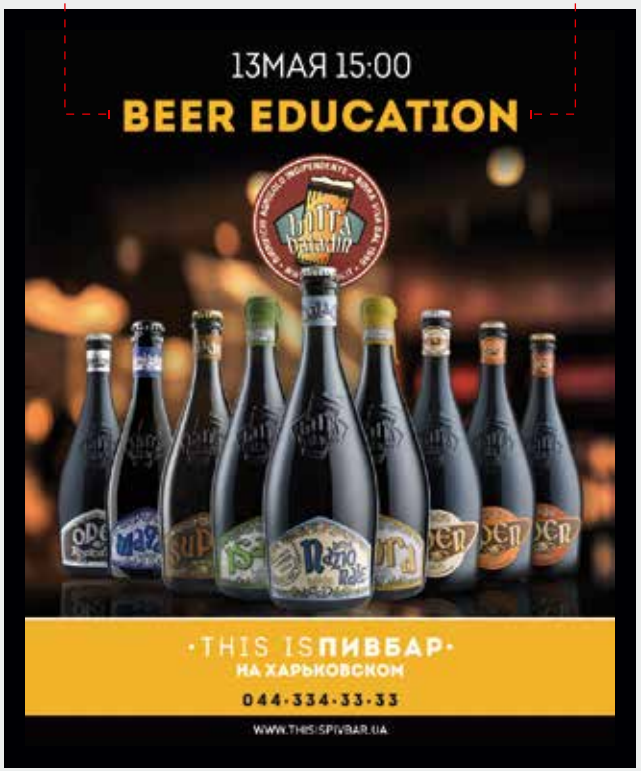
DIN Pro Medium

Для ключевого коммуникационного сообщения рекомендуется использование основного шрифта **Intro Regular**. Для дополнительного сообщения рекомендуется использование основного шрифта **Intro Cond Alt**, который следует печатать заглавными буквами. Для текста сообщения, раскрывающего его суть и значение рекомендуется использование дополнительных шрифтов семейства **DIN Pro, DIN Pro Medium** или **DIN Pro Bold**.

4. **Типографика** рекомендации

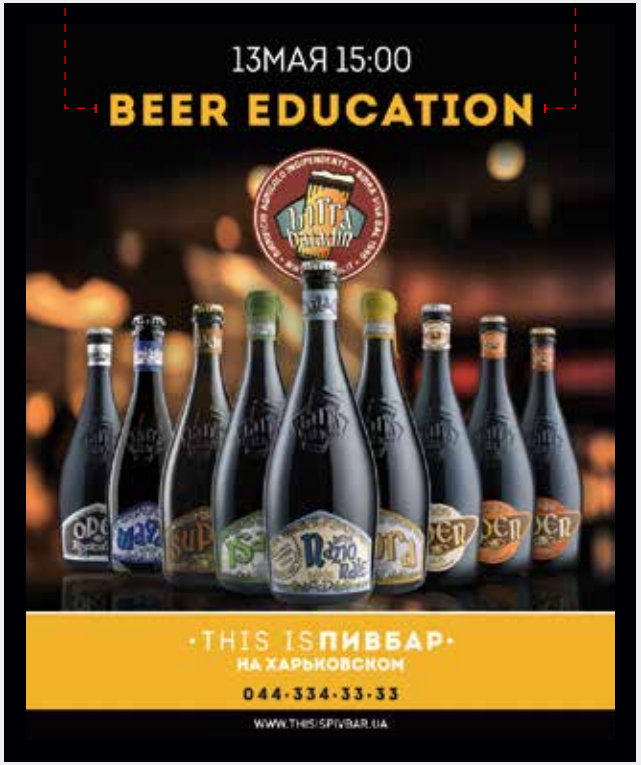
ЗАГОЛОВОК

трекинг 0



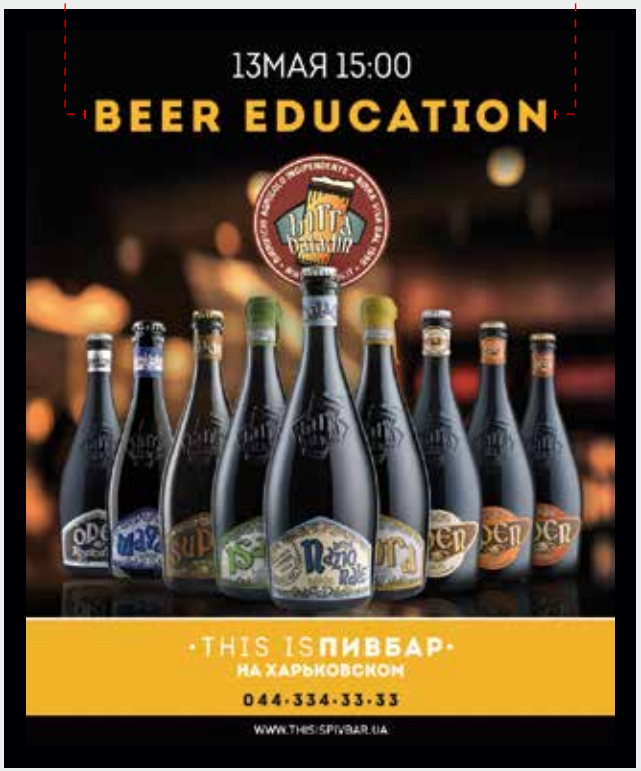
ЗАГОЛОВОК

трекинг +50

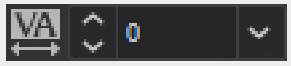


ЗАГОЛОВОК

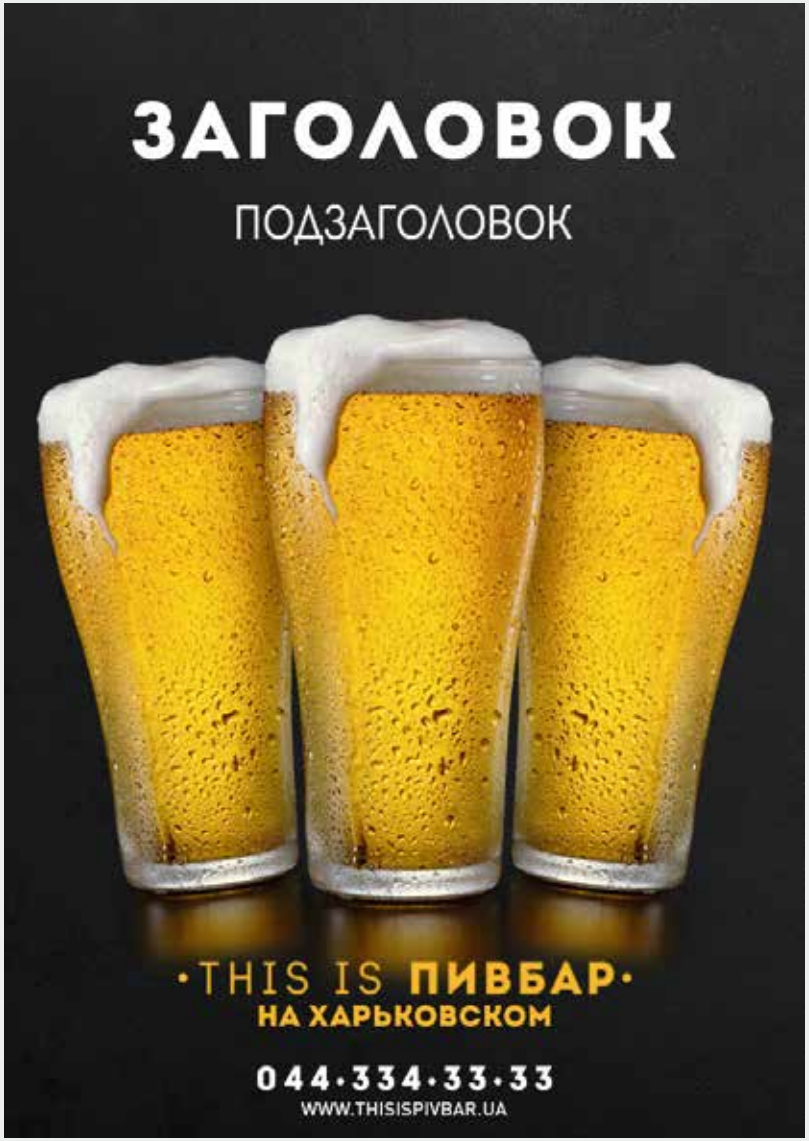
трекинг +100



Для написания заголовков, в некоторых случаях, рекомендуется увеличивать трекинг (межбуквенный интервал) до +100 (оптимальное значение +80), это позволит сделать главные коммуникационные сообщения более размашистыми и легче считываемыми.
Данная рекомендация не является обязательной к использованию, но может применятся в отдельных случаях.



5. Визуальный контент, стандарты макетов входная группа



Информационный плакат

Размер	585x830мм
Ориентация	вертикальная
Макет	1:1 (без вылетов)
Разрешение	150-300dpi
Цветовая модель	CMYK
Формат	tiff, pdf
Бумага	Lomond глянец 200 г/м2
Тираж	2шт. для каждого ресторана



Атрибуты, обязательные для размещения:
Логотип, номер телефона, адрес web сайта.
Если мероприятие проводится в каком-то отдельном заведении, необходимо указать в каком, пример: **•THIS IS ПИВБАР• НА ХАРЬКОВСКОМ**

Плакат с анонсом мероприятий, нового меню, концертов, праздников и т.п. Крепится на стеклянную поверхность входных дверей.

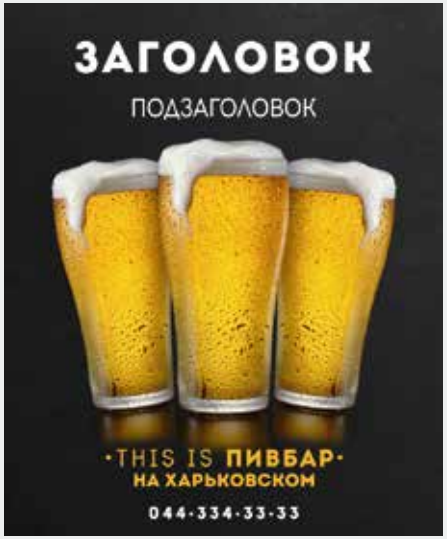
5. Визуальный контент, стандарты макетов web site





Банер-слайдер для главной Web-страницы

Размер	2050x811px
Ориентация	горизонтальная
Разрешение	72-300dpi
Цветовая модель	RGB
Формат	jpg





Банер-слайдер для мобильной версии Web-страницы

Размер	800x973px
Ориентация	вертикальная
Разрешение	72-300dpi
Цветовая модель	RGB
Формат	jpg

Атрибуты, обязательные для размещения:
Логотип, номер телефона.
Если мероприятие проводится в каком-то отдельном заведении, необходимо указать в каком, пример: **•THIS IS ПИВБАР• НА ХАРЬКОВСКОМ**

Банер-слайдер с анонсом мероприятий, нового меню, концертов, праздников и т.п. Для размещения на Web странице.

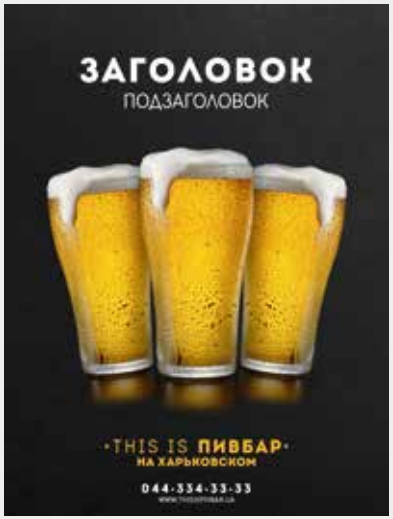
5. Визуальный контент, стандарты макетов digital



Банер в Facebook

(обычные рекламные материалы)

Размер · · · · · · · · · · · · 1200x900px
Ориентация · · · · · · горизонтальная
Разрешение · · · · · · · · · 72-300dpi
Цветовая модель · · · · · · · · · RGB
Формат · · · · · · · · · · · · · · · · jpg



Банер №2 в Facebook

(Мероприятия, Праздники, Недели Меню / Культур и т.п.)

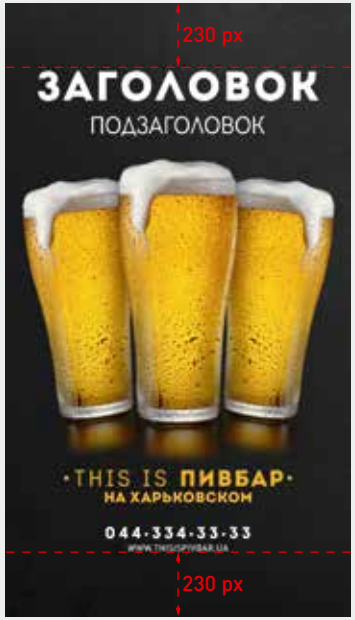
Размер · · · · · · · · · · · 1200x1600px
Ориентация · · · · · · · вертикальная
Разрешение · · · · · · · · · 72-300dpi
Цветовая модель · · · · · · · · · RGB
Формат · · · · · · · · · · · · · · · · jpg

Атрибуты, обязательные для размещения:
Логотип, номер телефона, адрес web сайта.
Если мероприятие проводится в каком-то отдельном заведении,
необходимо указать в каком, пример: **•THIS IS ПИВБАР• НА ХАРЬКОВСКОМ**



Банер в Instagram

Размер · · · · · · · · · · · 1080x1080px
Ориентация · · · · · · равностороняя
Разрешение · · · · · · · · · 72-300dpi
Цветовая модель · · · · · · · · · RGB
Формат · · · · · · · · · · · · · · · · jpg



Банер для Facebook Stories

Размер · · · · · · · · · · · 1080x1920px
Ориентация · · · · · · вертикальная
Разрешение · · · · · · · · · 72-300dpi
Цветовая модель · · · · · · · · · RGB
Формат · · · · · · · · · · · · · · · · jpg
Важные элементы не должны
находиться ближе чем 230px
от верхнего и нижнего края макета

Банеры с анонсом мероприятий, нового меню, концертов, праздников и т.п. для размещения в социальных сетях.
Следует помнить, что Facebook может уменьшить охват рекламной публикации из-за количества текстовой информации превышающее 20% и такая публикация будет показана меньшему количеству публики. Проверить макет на количество текста в публикации можно с помощью специального сервиса по адресу: www.facebook.com/ads/tools/text_overlay

5. Визуальный контент, стандарты макетов пример









Пример реализованой рекламной компании “Недели утиного меню”



•THIS IS **ПИВБАР**•

2019