Руководство по использованию фирменного стиля

AQUARIUS Руководство по использованию фирменного стиля О Базовые составляющие фирменного стиля О

Содержание

AQUARIUS	Руководство по испо.	Руководство по использованию фирменного стиля		
	1.1	Редизайн логотипа →	04	
	1.2	Графический знак ->	05	
	1.0		14	

Базовые составляющие фирменного стиля

AQUARIUS

1.0 / Базовые составляющие фирменного стиля 🛧

1.1 / Редизайн логотипа

стр. 04

Редизайн логотипа



Старая версия



Новая версия

AGUARIUS



#005869

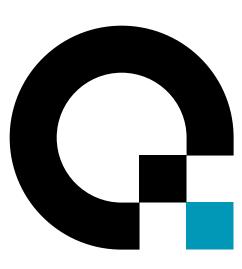
#0098b6

AQUARIUS 1.0 / Базовые составляющие фирменного стиля ↑ 1.2 / Графический знак стр. 05

Графический знак

Графический знак Aquarius представляет собой стилизованную литеру Q с цифровым эффектом. Этот эффект воплощён в четырёх пикселях, расположенных в нижней правой части символа. Пиксели символизируют современные цифровые технологии и отражают современную позицию компании «Аквариус» на IT-рынке, подчёркивая её роль как разработчика, производителя, вендора и сервисной компании.

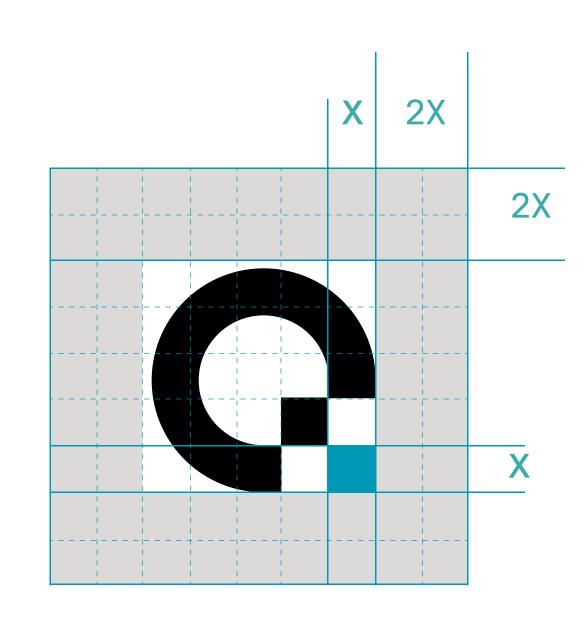
Графический знак может использоваться отдельно от логотипа, при этом не может являться единственным элементом идентификации в макете. Например, на лицевой стороне визитки может быть использована полная версия логотипа, а на обороте только знак.



Сетка построения и охранное поле

Графический знак Aquarius разработан с применением модульной сетки, где каждый пиксель обозначается как (х). Особое внимание уделяется охранному полю знака, которое выделено серым цветом и имеет размер 2х. Охранная зона является важным элементом в дизайне, представляя собой область вокруг графического элемента, внутри которой не должны пересекаться другие элементы макета или значимые части фонового изображения, когда графический знак используется как отдельный элемент.

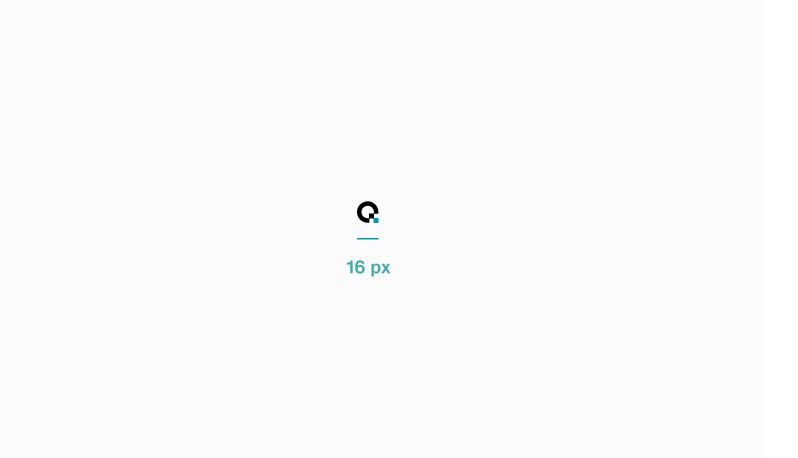
Такая структура придает графическому знаку Aquarius чёткость и визуальную целостность, способствуя его узнаваемости. Охранное поле не только предотвращает возможные визуальные интерференции, но и играет важную роль в поддержании единого стиля и брендовой идентичности. В результате создаётся устойчивый и профессиональный образ, способный эффективно передавать ценности и характер бренда в визуальной форме.

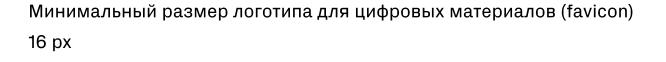


Минимальный размер графического знака

Для обеспечения чёткости нашего логотипа мы рекомендуем минимальные размеры для печати и цифровых материалов.

Рекомендуемый минимальный размер для печати — 5 мм, а для цифровых материалов — 16 рх.





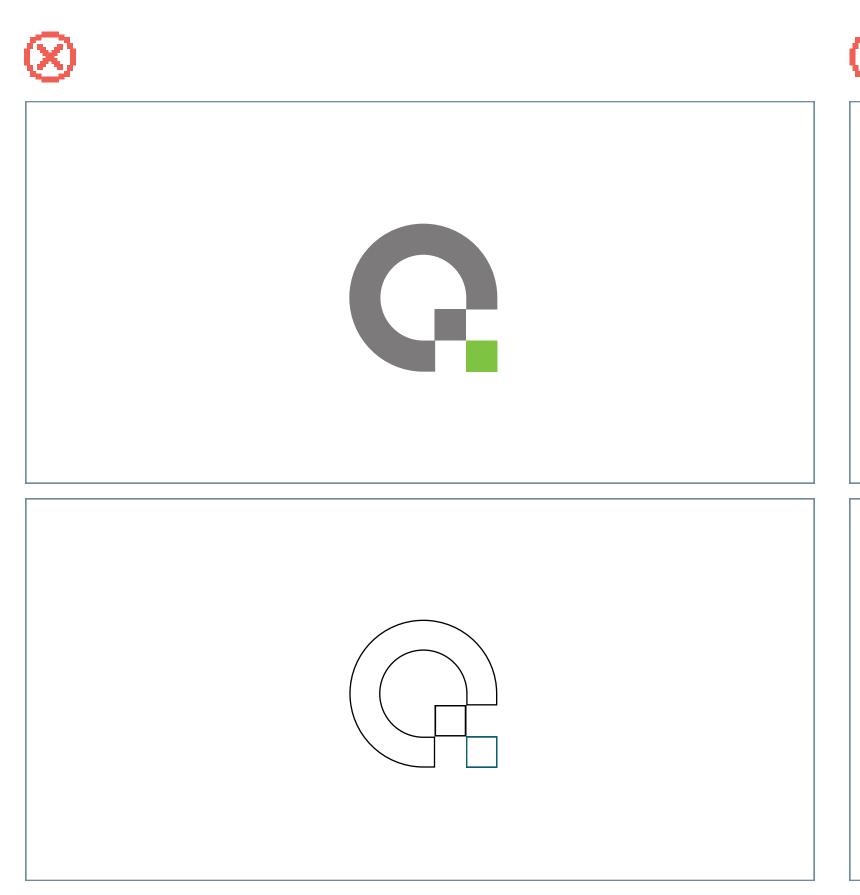


Минимальный размер логотипа для печати (брендирование ручки) 6 мм

Некорректное использование графического знака

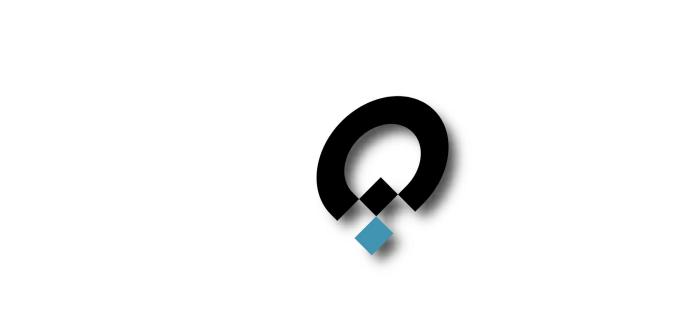
Рекомендуем вам ознакомиться с правильным способом использования нашего логотипа. Вам не следует вносить изменения, изменять цвета или как-либо модифицировать графический знак.

- Графический знак не окрашивается ни в какие другие цвета, кроме регламентированных.
- Графический знак не используется в контурном варианте.
- Запрещено менять пропорции и положение элементов в графическом знаке друг относительно друга.
- Запрещено вращение / искажение / применение эффектов слоёв графического знака.









Цветовые схемы графического знака

Графический знак существует в строго ограниченном количестве цветовых вариаций.

Основной — в фирменном полноцветом варианте. Инвертные — в белом цвете на фоне.

Дополнительные — если особенности печати или дизайн макета не позволяют воспроизвести полноцветную версию, знак может быть окрашен в дополнительный Aquarius Dark Blue или Aquarius Black цвета.



Основной полноцветный вариант

Инвертные варианты

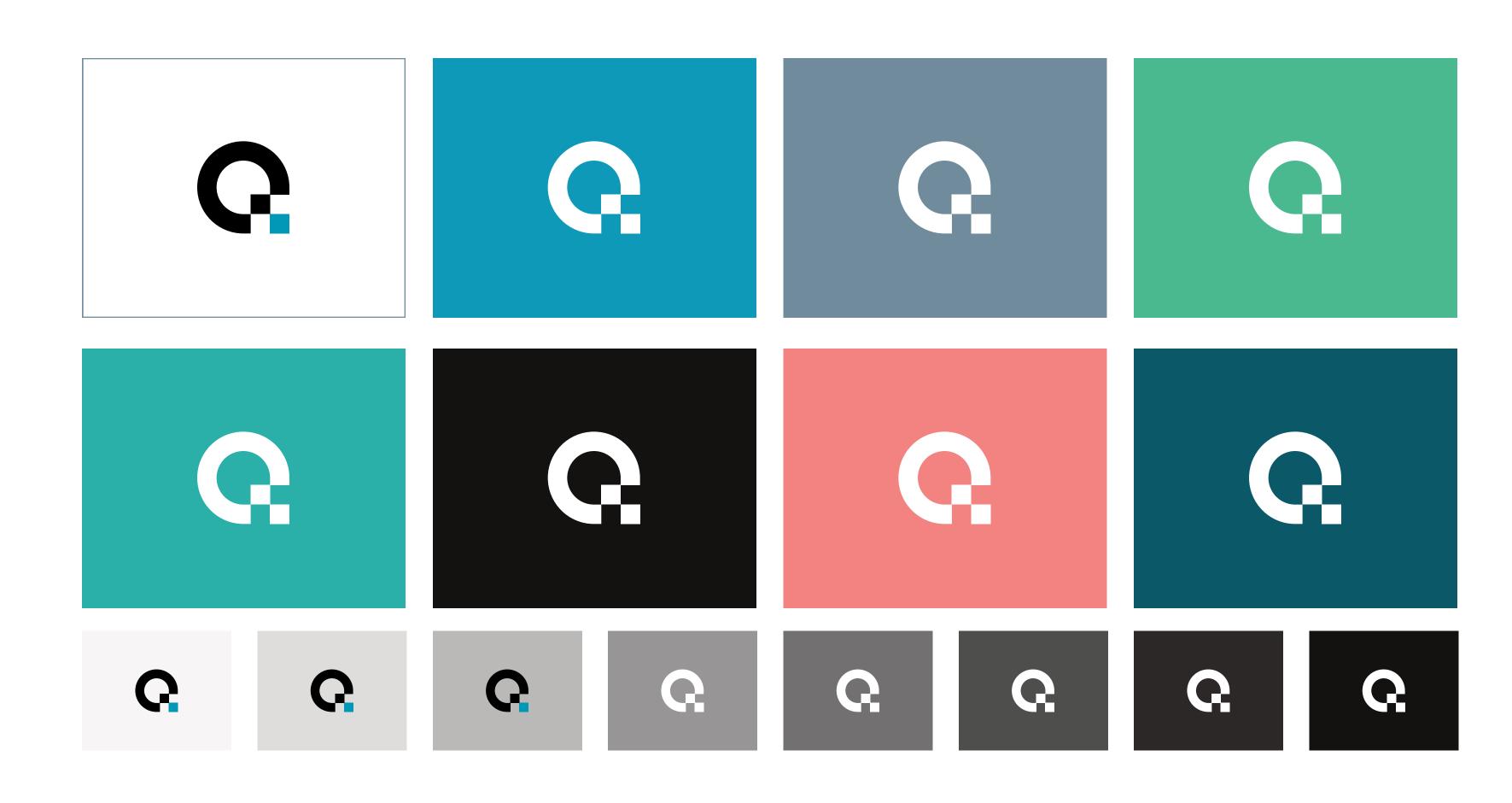
Дополнительные варианты

Графический знак на фоне

Цветные фоны, на которых воспроизводится графический знак, также регламентированы: в качестве фоновых цветов могут использоваться все фирменные цвета Aquarius.

При использовании знака на оттенках серого важно следить за контрастом, знак не используется на сближенных по тону цветах.

На оттенках серого может применяться как основная, так и инвертная (белая) версия знака, при этом соблюдается принцип контраста.



стр. 10

Графический знак на фотофоне

Графический знак может быть использован на фотои видеофонах. Для его использования фоновое изображение должно отвечать следующим характеристикам: однородный фон, который не будет создавать визуальную рябь под знаком; желательно, чтобы область, на которой будет расположен знак, была серых или зелёных оттенков.

Выбор цветовой схемы знака: знак используется только в основной или инвертной (белой) версии. При выборе цвета важно соблюдать принцип контраста по отношению к фону.

На серых оттенках приветствуется использование основного варианта, на любых других — белого.





1.2 / Графический знак





Некорректное использование знака на фотофонах

Графический знак не является самодостаточным элементом идентификации, и в пределах одного носителя всегда должен присутствовать логотип. Например, лицевая сторона визитки — логотип, оборот — графический знак.

- Запрещается использовать знак на дробном, сближенном по тону фоне.
- При наложении знака на фотоизображение он не должен заходить на значимые части изображения.
- Знак не используется на однотонных цветных фонах, за исключением тех случаев, которые предусмотрены фирменной цветовой гаммой.
- Знак не окрашивается в любые другие цвета, кроме регламентированных.
- Не используется контурная обводка знака.











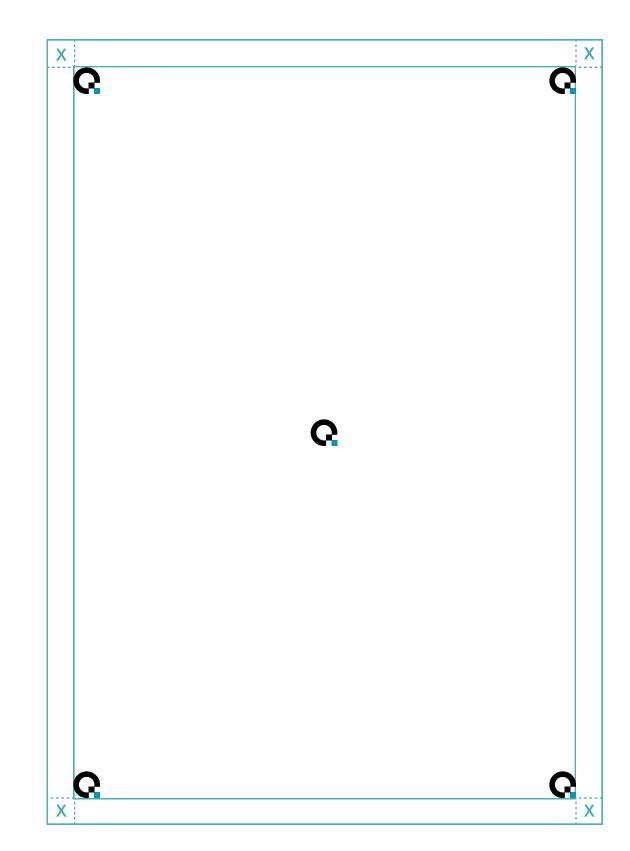


Расположение знака

При позиционировании графического знака есть различные варианты, обеспечивающие гибкость при различных видах компоновки.

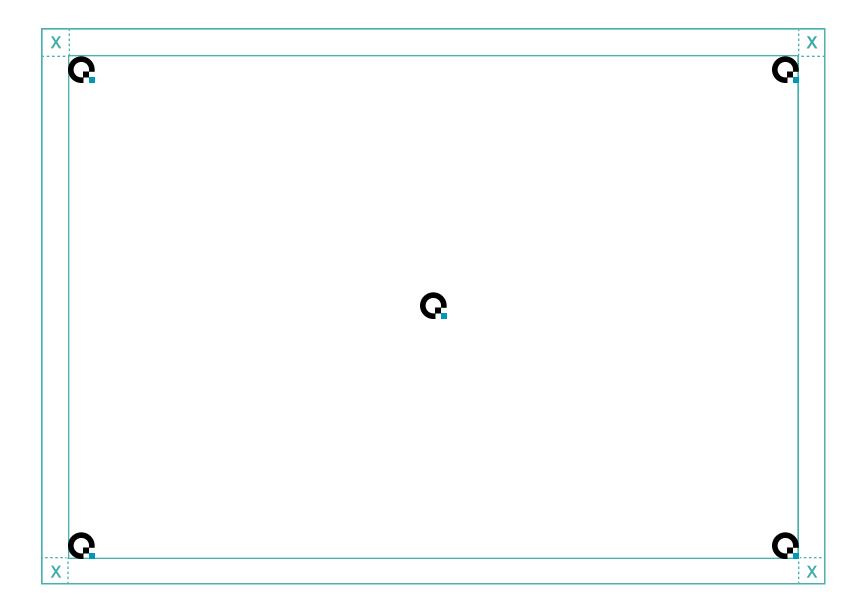
Отступ от края листа равняется X — это размер графического знака.

Размер фирменного блока зависит только от масштаба макета. От ориентации листа фирменный блок размер не меняет. Минимальный размер логотипа — 43,5 мм по ширине.



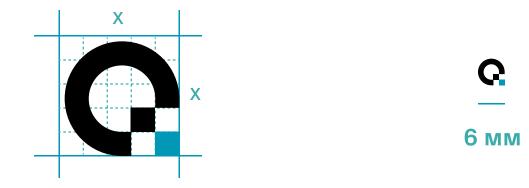
Возможное расположение знака при вертикальном формате.

Применимо к любым форматам — A4, A3, A2, A1



Расположение знака при горизонтальном формате.

Применимо к любым форматам — А4, А3, А2, А1



Логотип

Логотип Aquarius состоит из уникального написания гротеском латинскими буквами, сопровождаемого графическим знаком Q.



Логотип

Логотип Aquarius состоит из уникального написания гротеском кириллическими буквами, сопровождаемого графическим знаком Q.

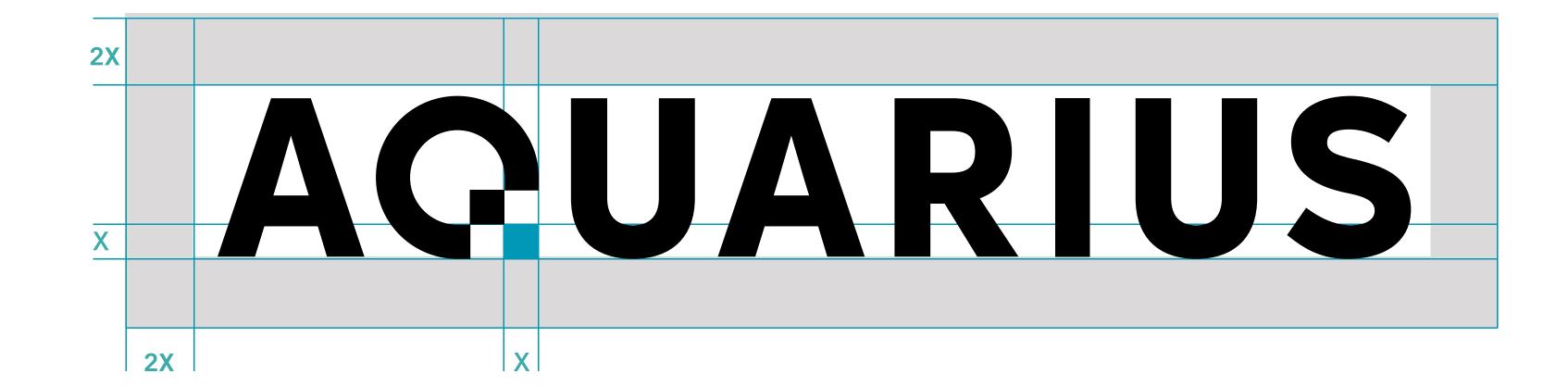


Охранное поле логотипа

AQUARIUS

Логотип Aquarius так же, как и графический знак, разработан с применением модульной сетки, где каждый пиксель обозначается как (х). Особое внимание уделяется охранному полю логотипа, которое выделено серым цветом и имеет размер 2х. Охранная зона является важным элементом в дизайне, представляя собой область вокруг логотипа, внутри которой не должны пересекаться другие элементы макета или значимые части фонового изображения, когда логотип используется как отдельный элемент.

Такая структура придает логотипу Aquarius чёткость и визуальную целостность, способствуя его узнаваемости. Охранное поле не только предотвращает возможные визуальные интерференции, но и играет важную роль в поддержании единого стиля и брендовой идентичности. В результате создается устойчивый и профессиональный образ, способный эффективно передавать ценности и характер бренда в визуальной форме.



AQUARIUS 1.0 / Базовые составляющие фирменного стиля ↑ 1.3 / Логотип стр. 17

Минимальный размер логотипа

Для обеспечения чёткости воспроизведения нашего логотипа мы рекомендуем минимальные размеры логотипа для печати и цифровых материалов.

Рекомендуемый минимальный размер для печати — 43,5 мм, а для цифровых материалов — 116 рх.

AQUARIUS

116 px

AQUARIUS

43.5 мм

Минимальный размер логотипа для цифровых материалов (web-баннер) 116 рх Минимальный размер логотипа для печати (визитная карточка) 43,5 мм

Некорректное использование логотипа

Рекомендуем вам ознакомиться с правильным способом использования нашего логотипа. Вам не следует вносить изменения или как-либо модифицировать логотип.

- Логотип не окрашивается ни в какие другие цвета, кроме регламентированных.
- Логотип не используется в контурном варианте.
- Запрещено менять пропорции и положение элементов
- Запрещено вращение/искажение/применение эффектов слоёв логотипа.









AGUARIUS

AQUARIUS

Цветовые схемы логотипа

AQUARIUS

Логотип существует в строго ограниченном количестве цветовых вариаций.

Основной — в фирменном полноцветном варианте. Инвертный — в белом цвете на фоне.

Дополнительные — если особенности печати или дизайн макета не позволяют воспроизвести полноцветную версию, логотип может быть окрашен в дополнительный Aquarius Dark Blue или Aquarius Black цвета.

AQUARIUS

AQUARIUS

AQUARIUS

AQUARIUS

AQUARIUS

Основной полноцветный вариант

Инвертные варианты

Дополнительные варианты

Логотип на фоне

Цветные фоны, на которых воспроизводится логотип, также регламентированы: в качестве фоновых цветов могут использоваться все фирменные цвета Aquarius.

При использовании логотипа на оттенках серого важно следить за контрастом, логотип не используется на сближенных по тону цветах.

На оттенках серого может применяться как основная, так и инвертная (белая) версия логотипа, при этом соблюдается принцип контраста.

AQUARIUS AQUARIUS AQUARIUS AQUARIUS AQUARIUS AQUARIUS **AQUARIUS AQUARIUS AQUARIUS AQUARIUS AQUARIUS AQUARIUS AQUARIUS AQUARIUS AQUARIUS AQUARIUS**

стр. 20

Логотип на фотофоне

AQUARIUS

Логотип может быть использован на фото- и видеофонах. Для его использования фоновое изображение должно отвечать следующим характеристикам:

однородный фон, который не будет создавать визуальную рябь под логотипом;

желательно, чтобы область, на которой будет расположен логотип, была серых или зеленых оттенков.

Выбор цветовой схемы логотипа: используется только в основной или инвертной (белой) версии. При выборе цвета важно соблюдать принцип контраста по отношению к фону.

На серых оттенках приветствуется использование основного варианта, на любых других — белого.





стр. 21



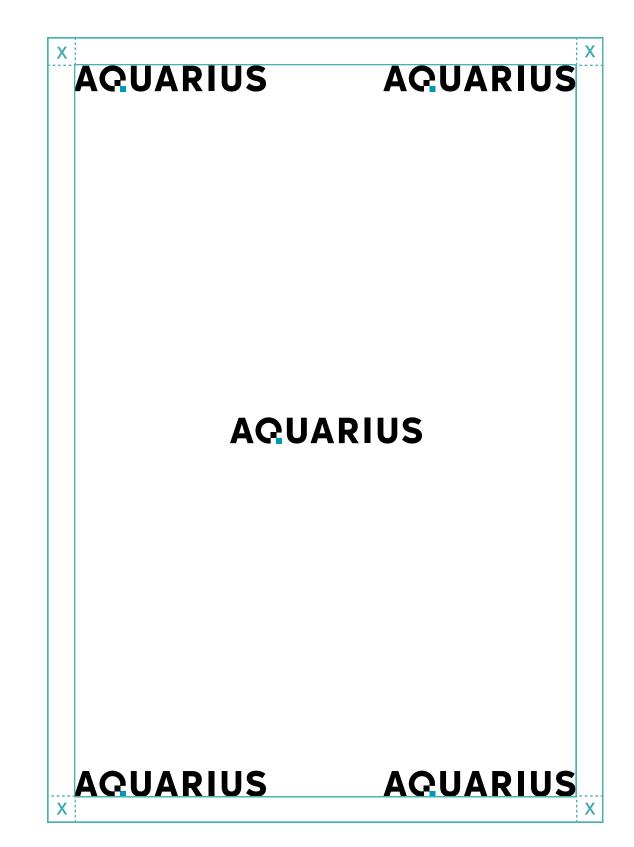


Расположение логотипа

При позиционировании логотипа есть различные варианты, обеспечивающие гибкость при различных видах компоновки.

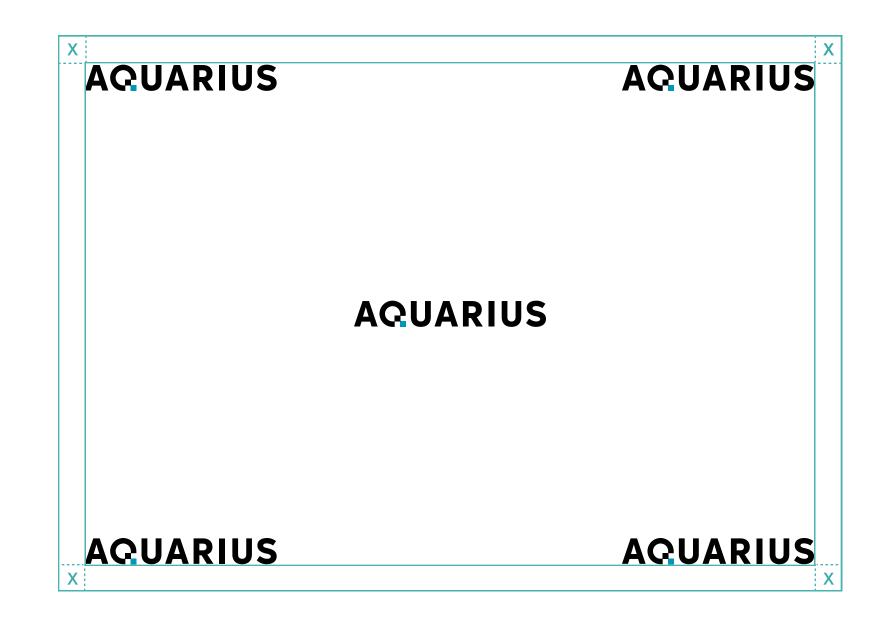
Отступ от края листа равняется X — это размер графического знака.

Размер фирменного блока зависит только от масштаба макета. От ориентации листа фирменный блок размер не меняет. Минимальный размер логотипа — 43,5 мм по ширине.



Возможное расположение логотипа при вертикальном формате.

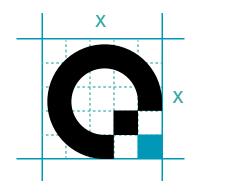
Применимо к любым форматам — A4, A3, A2, A1



стр. 22

Расположение логотипа при горизонтальном формате.

Применимо к любым форматам — А4, А3, А2, А1



AQUARIUS

43.5 мм

AQUARIUS Руководство по использованию фирменного стиля 2.1 Основной корпоративный шрифт → 24 2.2 Гарнитура шрифта, примеры использования → 25 2.3 Системный шрифт → 26

Шрифты и типографика

AQUARIUS 2.1 / Основной корпоративный шрифт стр. 24

Основной корпоративный шрифт

Корпоративные шрифты являются важным элементом фирменного стиля. Их систематическое использование способствует повышению узнаваемости бренда. Применяются в рекламной и другой фирменной продукции.

В качестве фирменного шрифта разработана гарнитура Aquarius font. Этот шрифт необходимо использовать при разработке рекламных материалов.

Aquarius font

авсоеfghijklmnopqrstuvwxyz авсфебријкlmnopqrstuvwxyz АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя 0123456789!«#\$%& '()*+,-,—,./@?>=<;:[\]{}~»No



Гарнитура шрифта, примеры использования

Корпоративный шрифт Aquarius font представлен в трёх начертаниях, что обеспечивает гибкость для любых требований.

(nav)

Light — используется как для акцентов, цитат, кнопок, выдержек и дескрипторов, так и для основных текстов.

(p1)

Regular — хорошо подходит для основного текста.

(h)

Bold — обеспечивает выразительность заголовков и подзаголовков в коммуникациях, делая их яркими и выделяющимися.

Aquarius font

Bold



60pt кегль 75pt интерлиньяж -25 трекинг оптический кернин

h4

28pt кегль 35pt интерлиньяж -25 трекинг оптический кернинг

Вызовы в мире ИТ

Системы хранения данных

Система хранения данных Aquarius Array FS440

Aquarius font

Regular

p1

18рт кегль
27рt интерлиньяж
-10 трекинг
оптический кернині

оптический кернинг

4 12pt кегль 18pt интер -10 трекин Сегодня IT-мир меняется со скоростью света. Всё вокруг ломается и преображается, старые правила игры забыты.

Задача «Аквариуса» — стать для наших заказчиков «островком стабильности» в эпоху неопределенности, надёжной опорой в изменчивом мире — тем, к кому обращаются за ответами на самые сложные вопросы.

Мы полны решимости помочь нашим заказчикам и партнёрам принять вызовы цифровой революции и показать им, что сегодняшняя ситуация — не только испытание, но и возможность для чего-то совершенно нового.

Aquarius font

Light

nav

20pt кегль 20pt интерлиньяж 25 трекинг оптический кернинг

20pt кегль 20pt интерлиньяж 0 трекинг оптический кернинг КАТАЛОГ ПРОДУКЦИИ

Скачать

Купить

AQUARIUS 2.3 / Системный шрифт стр. 26

Гарнитура шрифта, примеры использования

Если использование фирменной гарнитуры Aquarius font по техническим причинам невозможно (например, в приложении, презентации PowerPoint, документе Word), то используйте шрифты Arial — они предустановлены во всех операционных системах.

Используемые начертания гарнитуры Arial Regular, **Bold**.

Arial Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz AБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя 0123456789!«#\$%& '()*+,-,—,./@?>=<;:[\]{}~»No

Arial Bold

АВСDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ абвгдеёжзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя 0123456789!«#\$%& '()*+,-,—,./@?>=<;:[\]{}~»No

AQUARIUS

3.1	Печатные материалы →	28
3.2	Электронная презентация →	29
3.3	Web-баннер →	30
3.4	Выставочные конструкции ->	31
3.5	Деловая документация →	35
3.6	Сувенирная продукция ->	36

Руководство по использованию фирменного стиля

Базовая визуальная айдентика

AQUARIUS 3.1 / Печатные материалы стр. 28

Печатные материалы

При размещении логотипа и других элементов в печатных макетах, следуйте указаниям, представленным в разделе 5.3 «Логотип» — «Расположение Логотипа».

Допустимо использование полноформатного изображения для макетов, в таком случае правила размещения остаются неизменными, как и принципы использования пикселя.







AQUARIUS 3.2 / Электронная презентация стр. 29

Электронная презентация

Формат PowerPoint презентаций — широкоэкранный 16:9.

Оформление графических элементов и текстовой информации рекомендуется в рамках фирменной цветовой палитры (модель RGB).

Для оформления текстовой информации электронной презентации можно использовать как основной корпоративный шрифт Aquarius font, так и системную гарнитуру Arial.







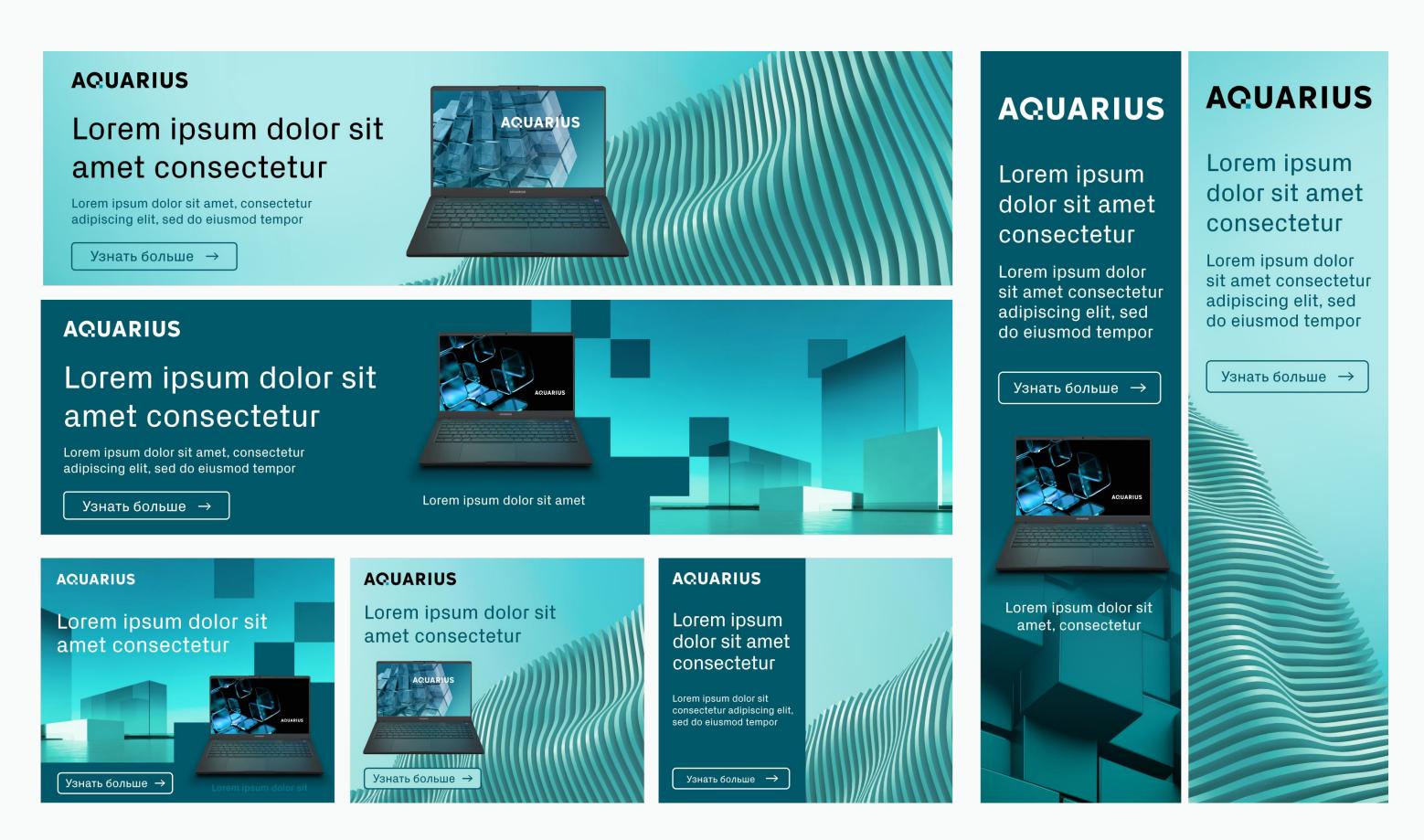


AQUARIUS 3.3 / Web-баннер стр. 30

Web-баннер

При размещении логотипа и других элементов в макетах баннера следуйте указаниям, представленным в разделе 5.3 «Логотип» — «Расположение логотипа».

Данные макеты являются лишь рекомендованными примерами использования, но не обязательны для применения.



Пример расположения элементов при горизонтальном формате баннера

Пример расположения элементов при вертикальном формате баннера

AQUARIUS 3.4 / Выставочные конструкции стр. 31

Ролл-ап

При размещении логотипа и других элементов в печатных макетах, следуйте указаниям, представленным в разделе 5.3 «Логотип» — «Расположение Логотипа».



Стойка для печатных материалов

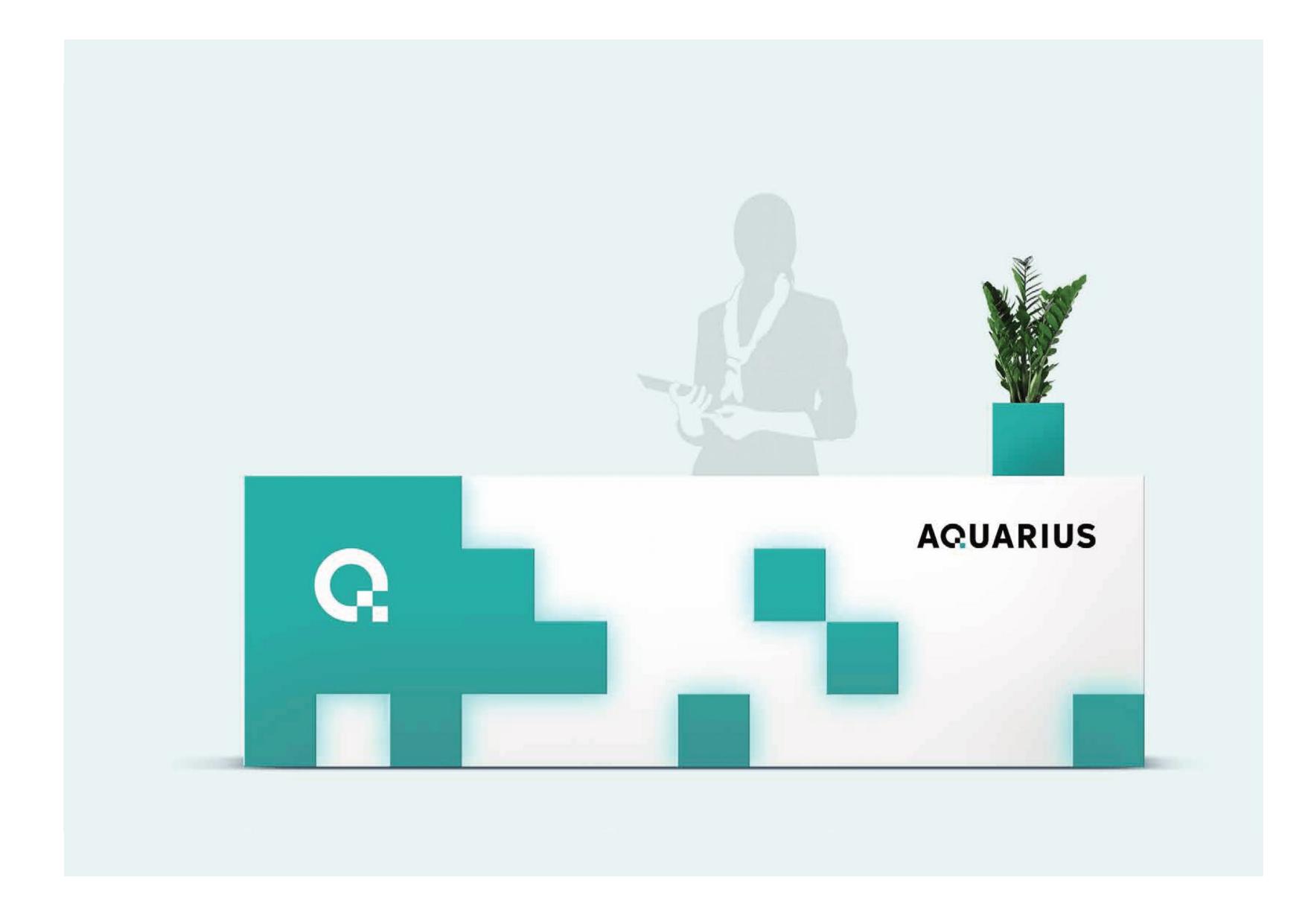
При размещении логотипа и других элементов в печатных макетах, следуйте указаниям, представленным в разделе 5.3 «Логотип» — «Расположение Логотипа».



AQUARIUS 3.4 / Выставочные конструкции стр. 33

Ресепшн

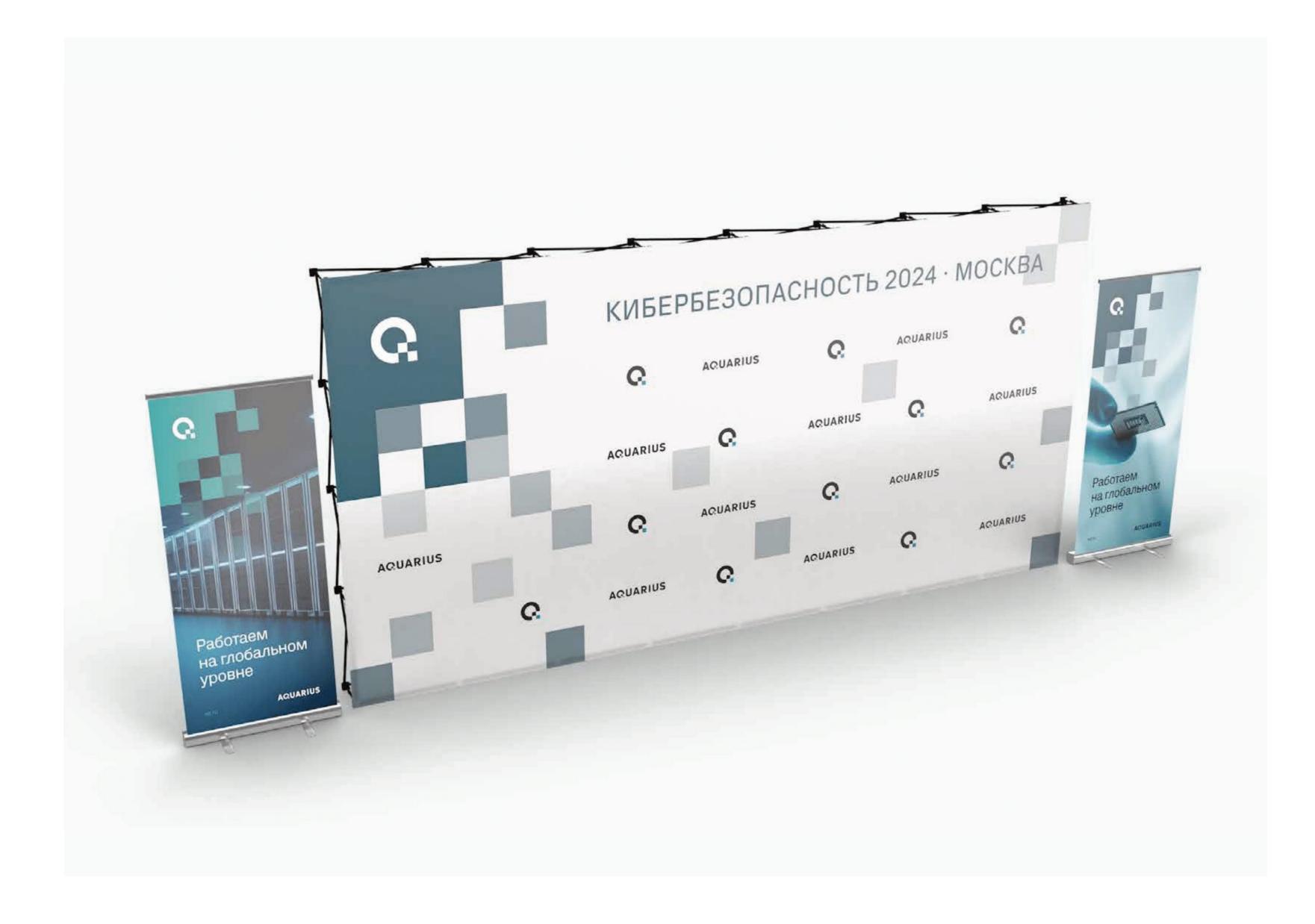
При размещении логотипа и других элементов в печатных макетах, следуйте указаниям, представленным в разделе 5.3 «Логотип» — «Расположение Логотипа».



AQUARIUS 3.4 / Выставочные конструкции стр. 34

Пресс волл

При размещении логотипа и других элементов в печатных макетах, следуйте указаниям, представленным в разделе 5.3 «Логотип» — «Расположение Логотипа».



AQUARIUS 3.5 / Деловая документация стр. 35

Бейдж и лента

При размещении логотипа и других элементов в печатных макетах, следуйте указаниям, представленным в разделе 5.3 «Логотип» — «Расположение Логотипа».

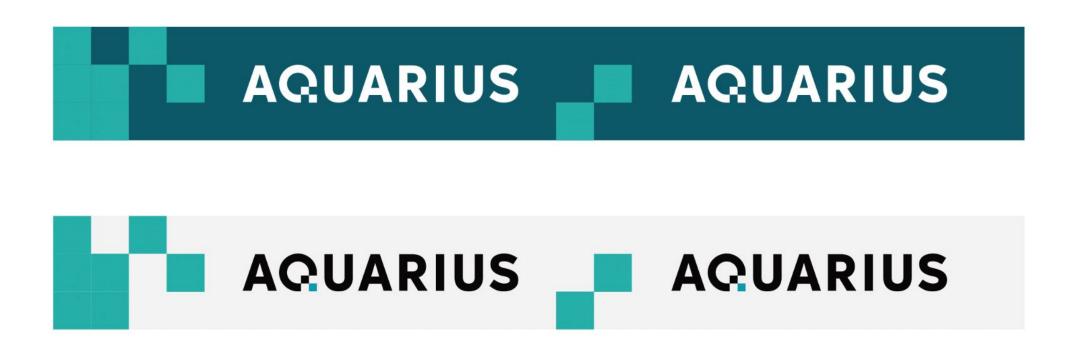
Рекомендации по производству:

Бейдж: Белый матовый пластик

Лента: цветная тесьма

Способ печати: Шелкография





AQUARIUS 3.6 / Сувенирная продукция стр. 36

Сувенирная
продукция

Рекомендации

При разработке сувенирной продукции важно учитывать не только рекомендации и правила по использованию бренда, но и тренды в различных отраслях.

Сувениры должны быть не просто «с логотипом», они должны нести ценность для получателя, то самое впечатление, которое останется у него после получения и использования брендированной продукции.

Она должна производить неофициальное и яркое впечатление.

Сувенирная продукция

Данные макеты являются лишь рекомендованными примерами использования, но не обязательны для применения.



Сувенирная продукция

Данные макеты являются лишь рекомендованными примерами использования, но не обязательны для применения.



Сувенирная продукция

Данные макеты являются лишь рекомендованными примерами использования, но не обязательны для применения.



AQUARIUS CONTRACTOR CO

4.1	Фирменные цвета →	41
4.2	Коэффициент использования цветов 🗦	45
4.3	Цветовой контраст <i>→</i>	47
4.4	Цветовой код по направлениям целевой аудитории <i>→</i>	48
4.5	Использование цветового кода с заказчиками <i>→</i>	49
4.6	Использование цветового кода с партнёрами <i>→</i>	53
4.7	Использование цветового кода во внутренних коммуникациях <i>→</i>	57
4.8	Использование цветового кода HR-бренда →	61

Фирменные цвета

Руководство по использованию фирменного стиля

AQUARIUS 4.0 / Фирменные цвета 🛧 4.1 / Фирменные цвета стр. 41

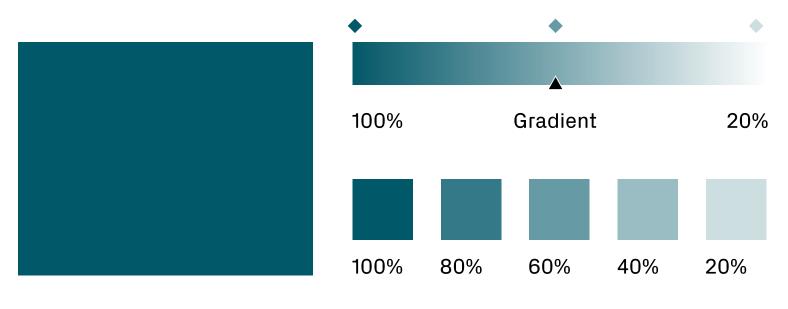
Фирменные цвета

Фирменные цвета и соответствующие им цифровые значения являются неотъемлемым элементом фирменного стиля и не подлежат искажению.

Основные цвета.

Используются во всех корпоративных и рекламных материалах.

Основные фирменные цвета:



Color Codes Pantone 7708 C

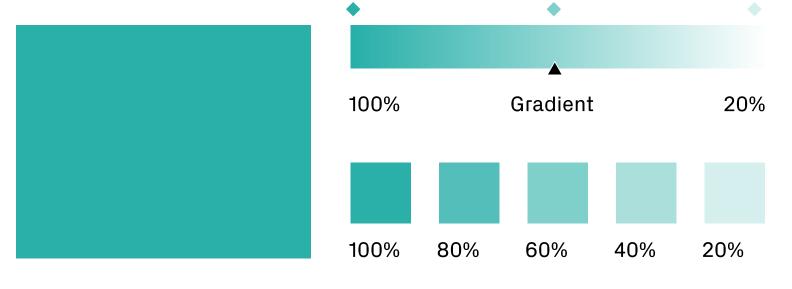
C93 M54 Y45 K23 CMYK:

RGB: R0 G88 B105 #005869 Web:

20% 100% Gradient 100% 80% 60% 20% Color Codes Pantone 446 C

C69 M0 Y58 K0 CMYK: R67 G187 B144 RGB:

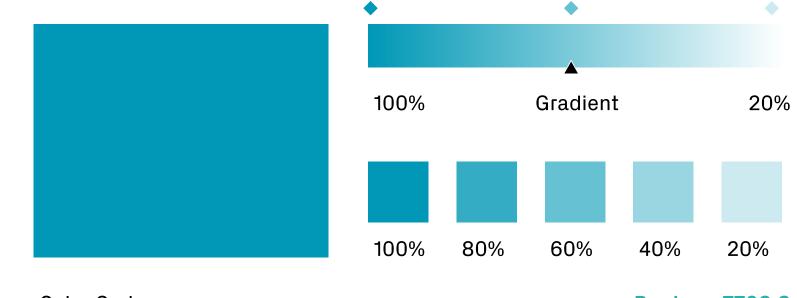
#43bb90 Web:



Pantone 7708 C Color Codes

CMYK: C74 M7 Y39 K0 RGB: R42 G175 B169

Web: #2aafa9



Pantone 7708 C Color Codes

C80 M23 Y22 K0 RGB: R0 G152 B182

#0098b6 Web:

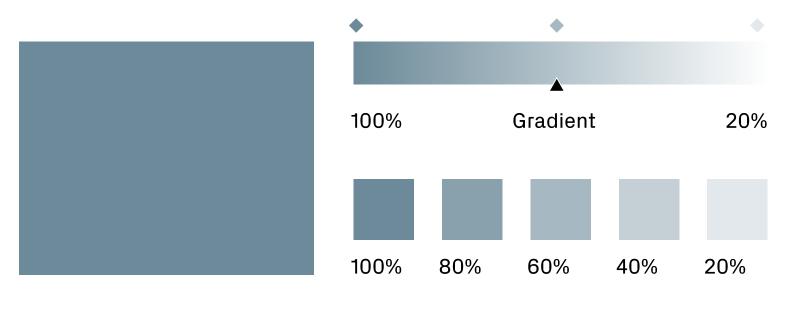
4.1 / Фирменные цвета **AQUARIUS** 4.0 / Фирменные цвета 🛧 стр. 42

Дополнительные фирменные цвета

Включая полутона основных цветов, используются в оформлении инфографики, таблиц и схем.

Использование других цветов, не прописанных в брендбуке, не рекомендуется, чтобы не нарушать общую стилистику бренда.

Основные фирменные цвета:

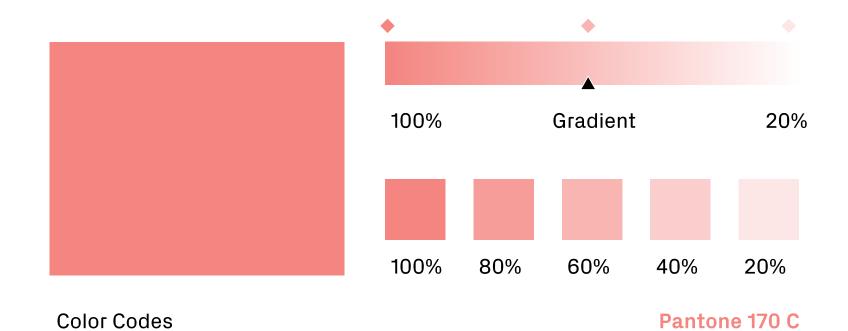


Color Codes Pantone 5425 C

C62 M37 Y32 K2 CMYK:

R108 G138 B153 RGB:

#6c8a99 Web:

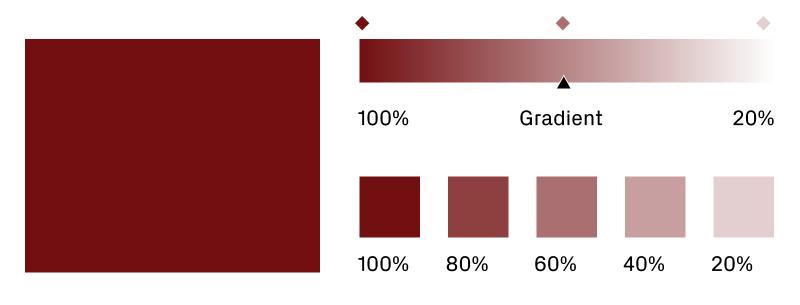


CO M60 Y41 K0 CMYK:

R224 G133 B128 RGB:

#f48580 Web:

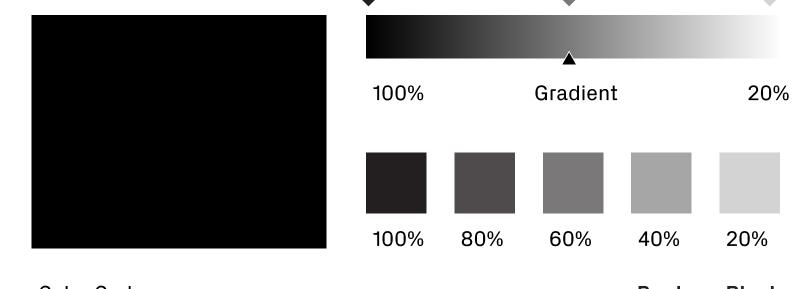
Color Codes



Pantone 1815 C Color Codes

CMYK: C31 M100 Y100 K45

RGB: R114 G15 B17 #720f11 Web:



Color Codes **Pantone Black**

CO MO YO K100

RGB: R35 G31 B32

#231f20 Web:

AQUARIUS 4.1 / Фирменные цвета стр. 43

Color Codes

RGB:

Web:

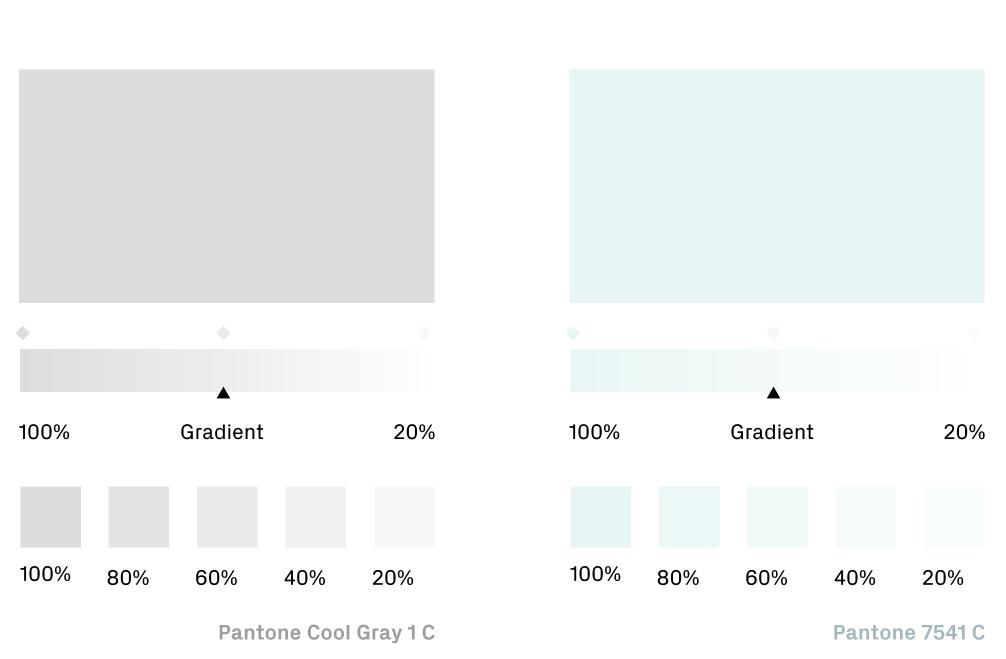
CMYK: C7 M0 Y3 K0

#e8f5f5

R232 G245 B245

Нейтральные цвета

В рамках цветовой палитры для бренда собраны нейтральные оттенки, использование которых рекомендовано в Web-пространстве.



Color Codes

CMYK: C7 M0 Y3 K0 RGB: R232 G245 B245

Web: #e8f5f5

Color Codes

100%

CMYK: C21 M16 Y2 K0 RGB: R197 G203 B227

Gradient

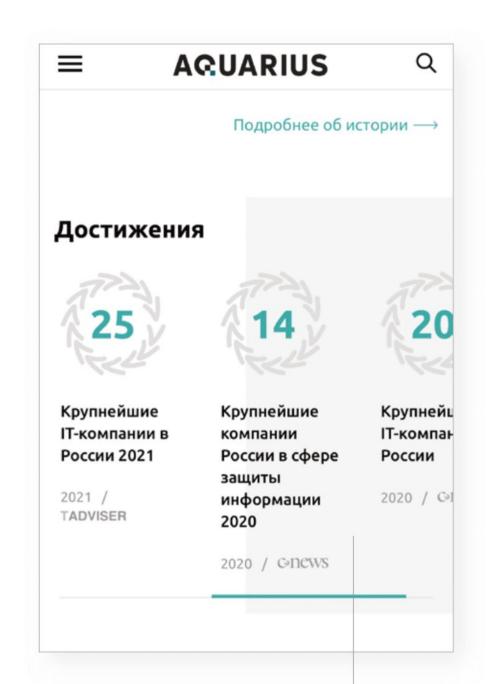
20%

20%

Pantone 7450 C

Web: #c5cae2

Примеры использования нейтральных цветов







AQUARIUS 4.2 / Коэффициент использования цветов стр. 45

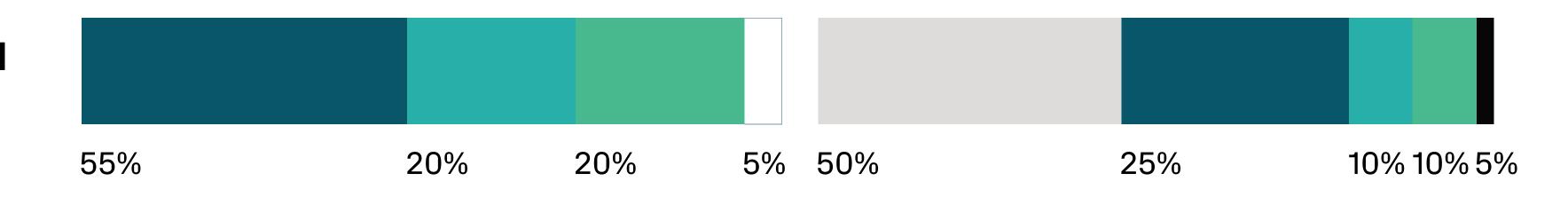
Коэффициент использования цветов



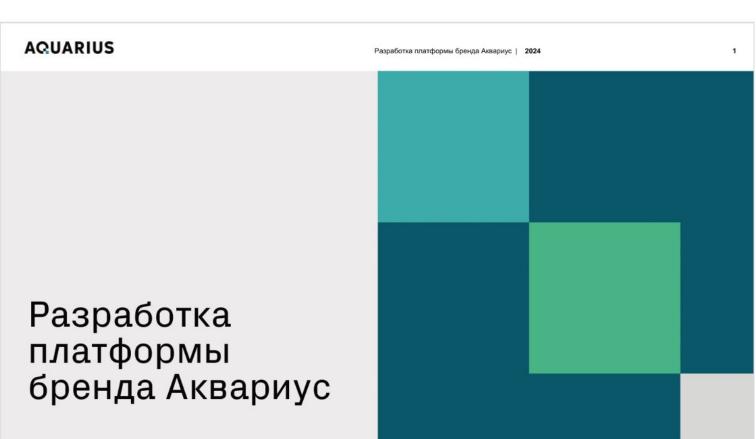
85%

AQUARIUS 4.2 / Коэффициент использования цветов стр. 46

Примеры использования коэффицента цвета в коммуникациях







AQUARIUS 4.3 / Цветовой контраст crp. 47

Специальные возможности цветового контраста

Контраст — это разница между различными элементами изображения, которая делает их более заметными и выразительными. Контраст может быть изобразительным или смысловым.

Первый подразумевает визуальную разницу между элементами по цвету, тону, форме, размеру, текстуре и т. д. Второй — разницу между элементами по смыслу, настроению, эмоциям, идее и т. д.



Не рекомендуется использовать цвета шрифтов на плашках с малой контрастностью, нужно придерживаться утверждённых схем в брендбуке



AQUARIUS

AQUARIUS

AQUARIUS

AQUARIUS ЗАКАЗЧИКАМ

AQUARIUS ЗАКАЗЧИКАМ

AQUARIUS ПАРТНЁРЫ

AQUARIUS ПАРТНЁРЫ

AQUARIUS ПАРТНЁРЫ

AQUARIUS ВНУТРЕННИЕ КОММУНИКАЦИИ

AQUARIUS ВНУТРЕННИЕ КОММУНИКАЦИИ

AQUARIUS ВНУТРЕННИЕ КОММУНИКАЦИИ

AQUARIUS HR-БРЕНД

AQUARIUS HR-БРЕНД



AQUARIUS

AOUARIUS

AQUARIUS

AQUARIUS 3AKA34NKAN

AQUARIUS ЗАКАЗЧИКАМ

AQUARIUS 3AKA34NKAM

ΔΟΙΙΔΡΙΙΙς ΠΔΡΤΗΕΡΑΙ

AQUARIUS ПАРТНЁРЫ

AOUARIUS ПАРТНЕРЫ

AQUARIUS ВНУТРЕННИЕ КОММУНИКАЦИИ

AQUARIUS ВНУТРЕННИЕ КОММУНИКАЦИИ

AQUARIUS ВНУТРЕННИЕ КОММУНИКАЦИИ

AQUARIUS HR-БРЕНД

AQUARIUS HR-БРЕНД

AQUARIUS HR-БРЕНД

Цвет вызывает эмоциональный отклик, который связывает заказчика и потенциальных партнёров с брендом. Грамотно подобранные цветовые решения привлекают внимание и помогают быстрее запомнить бренд.

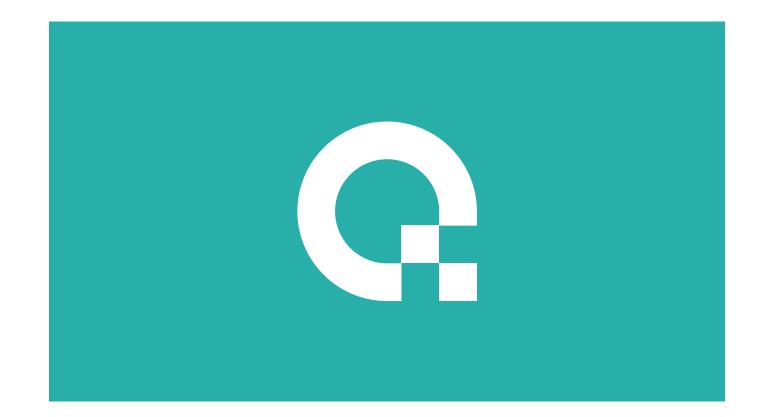
В данном блоке описаны цвета, которые мы ассоциируем со своей целевой аудиторией в разных направлениях.

Мы рекомендуем их использование для поддержания общей стилистики рекламных материалов по разным направлениям.

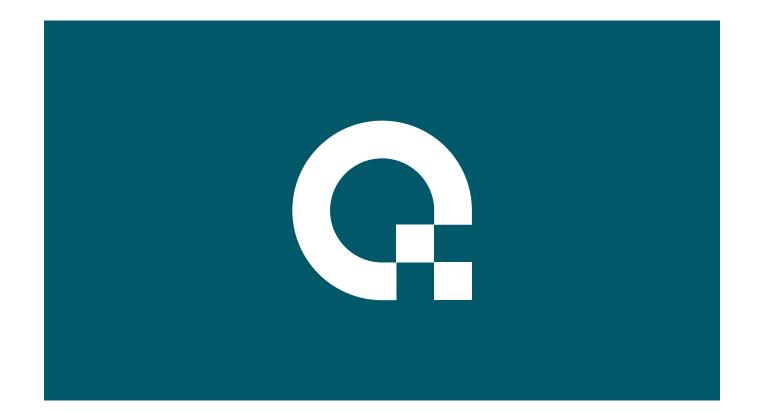
Основная фирменная цветовая палитра служит главным инструментом при создании визуалов бренда, а эти цвета необходимы для расставления акцентов в направлениях с помощью специальных цветовых кодов для аудиторий.

Цветовой код для целевой аудитории

ЗАКАЗЧИКИ

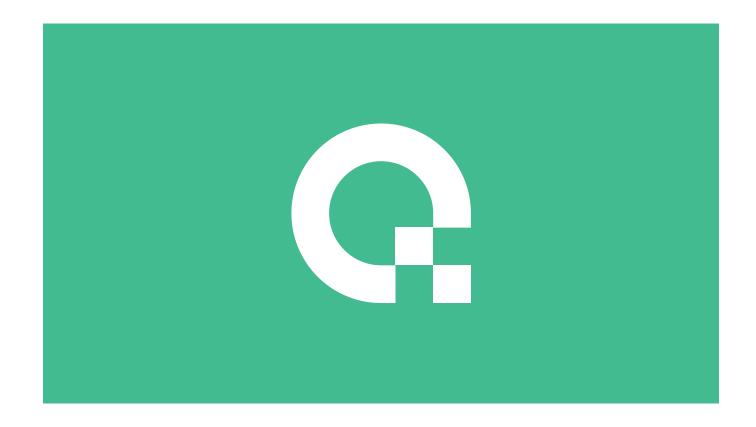


Цветовой код для целевой аудитории ВНУТРЕННИЕ КОММУНИКАЦИИ



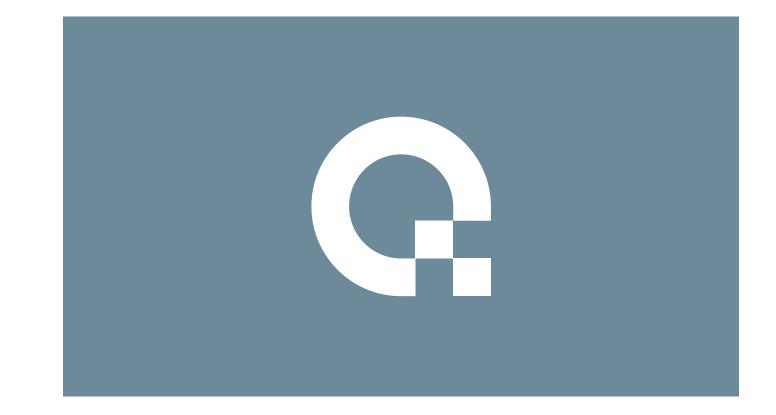
Цветовой код для целевой аудитории

ПАРТНЁРЫ



Цветовой код для целевой аудитории

HR-БРЕНД



Для заказчиков мы выбрали цвет «Аквамарин Крайола», цвет ассоциируется со спокойствием, безмятежностью, умиротворением, внутренней мудростью. Аквамарин это один из цветов морской волны, также оттенок даёт почувствовать себя собранным, идущим в правильном направлении.

Он воспринимается человеком позитивно, ассоциируется с покоем, роскошью, грацией, прохладой, чистотой, легкостью.



В графическом знаке пиксель, который покрашен в основной цвет бренда, не окрашивается ни в какие другие цвета, кроме регламентированного

Цветовой код для целевой аудитории

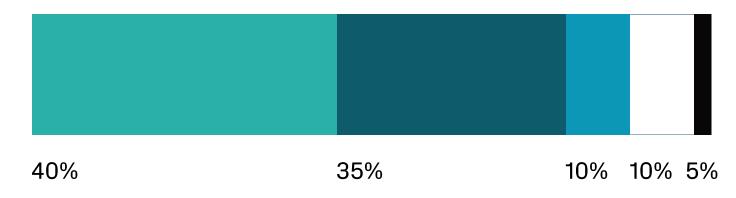


CMYK: C74 M7 Y39 K0

RGB: R42 G175 B169

#2aafa9 Web:

Рекомендованная шкала цветов в разработке рекламных материалов











Pantone 7472 C

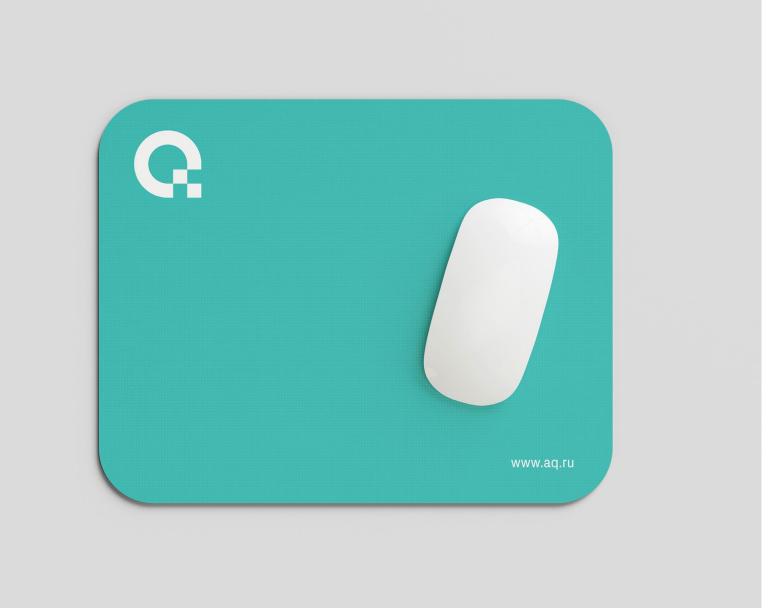


Здесь мы показали рекомендуемые варианты брендирования сувенирной продукции для заказчиков.

Цветовой код для целевой аудитории







AQUARIUS 4.5 / Использование цветового кода с заказчиками

Использование фотографий

Для заказчиков необходимо использовать футуристические изображения и фотографии.

Допускается использование генерации изображений нейросетями, чтобы создать уникальные и инновационные образы. Например, можно использовать изображения роботов, футуристических ландшафтов, абстракции, различные 3D-модели (см. руководство по 3D-стилистике). Такие изображения могут подчеркнуть важность инноваций и технологического прогресса для компании.

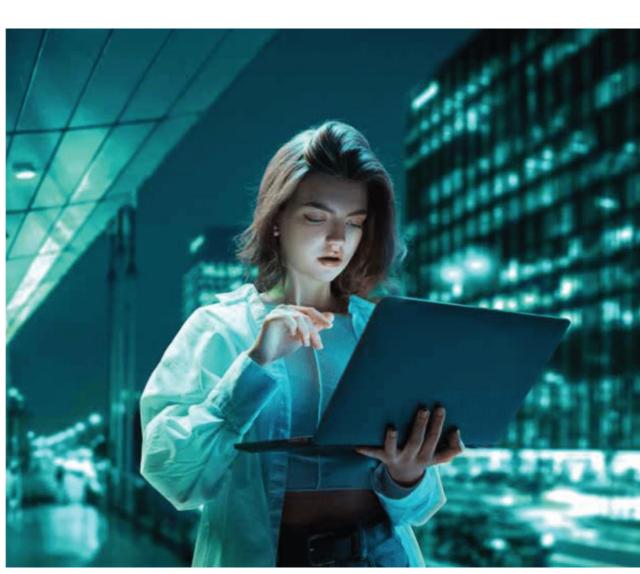
Также можно использовать изображения людей в современной одежде и с гаджетами, чтобы подчеркнуть связь с современными технологиями и трендами.



- Правильное кадрирование
- Удаление лишних предметов из кадра
- Рекомендуется выводить общий фон к цветовому коду

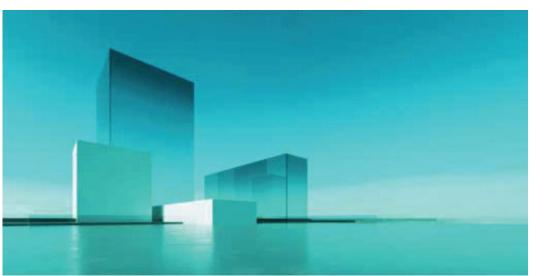


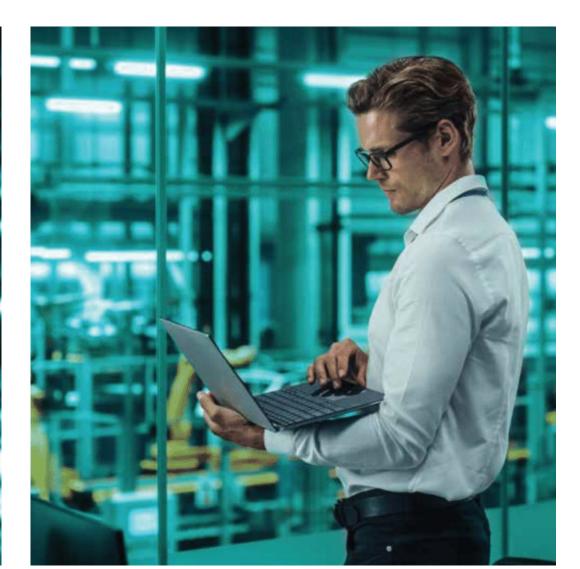






стр. 51





AQUARIUS 4.5 / Использование цветового кода с заказчиками стр. 52

Использование фотографий



- В коммуникации с заказчиками следует избегать ненужных образов канцелярии и офисного быта
- Также не следует использовать изображения фиктивного программного кода
- Не допускается использование вычурной графики и постановочных фото

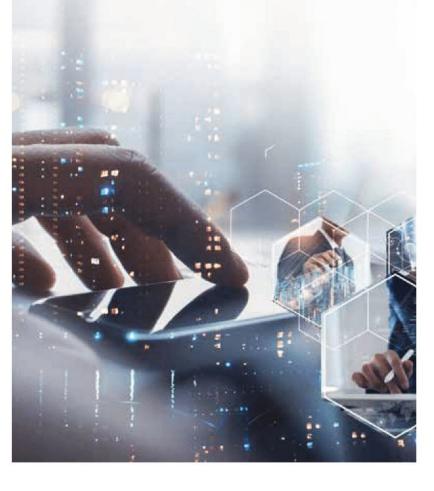


- Неестественный вывод резкости на фото
- Переизбыток ретуши на лице человека в кадре
- Наличие световых бликов в кадре, засветов
- Использование эффекта двойной экспозиции

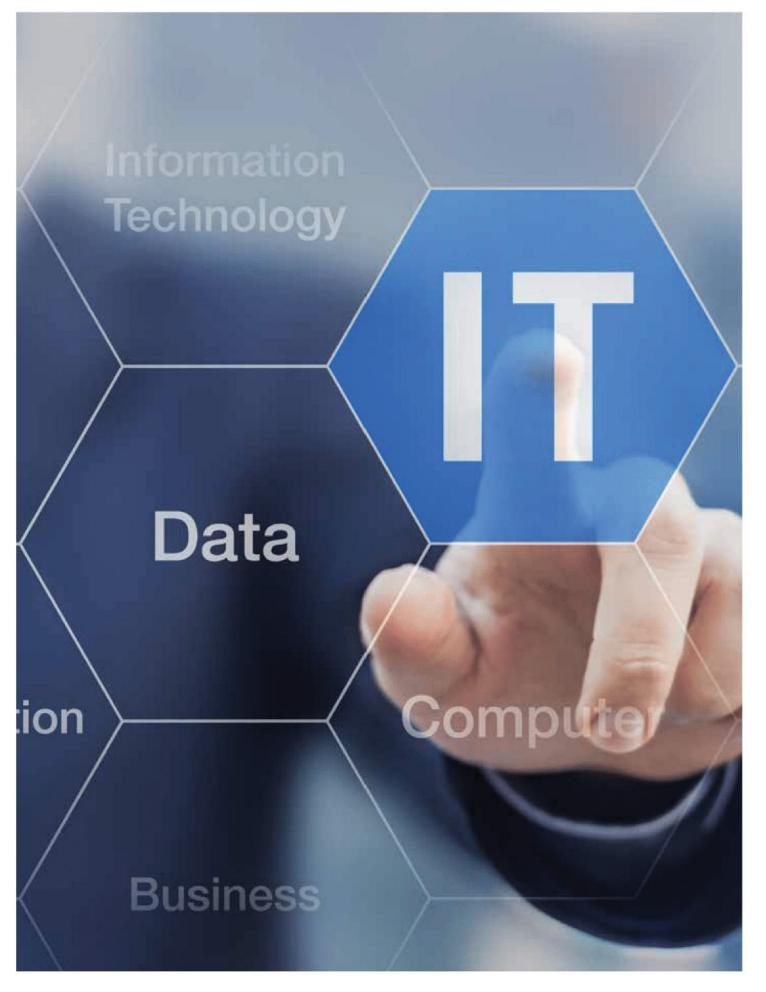












Для партнёров мы выбрали мятный цвет.
Мятный и ментоловый цвета, близкие по цвету
и по зрительному восприятию, идут рука об руку.
Оттенок ближе к зелёному цвету, нежели к голубому.
Искусственно выведенный и современный, в отличие от бирюзового, например.

Мятный цвет можно также описать как светлые оттенки бирюзы с зелёным подтоном. Бодрящие, освежающие свойства действуют на психику успокаивающе: это прохладный бриз в тропическом климате; лёгкие, ласкающие волны прозрачной воды; вкусный, охлаждающий, утоляющий жажду коктейль — всё это говорит об отдыхе, расслаблении, спокойствии и умиротворении.

8

В графическом знаке пиксель, который покрашен в основной цвет бренда, не окрашивается ни в какие другие цвета, кроме регламентированного

Цветовой код для целевой аудитории

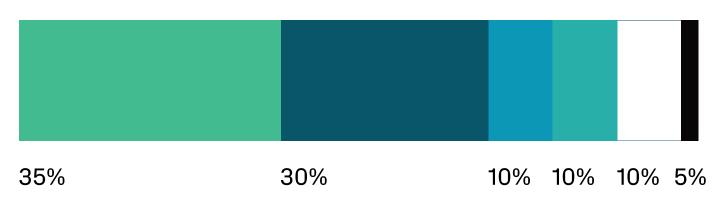


CMYK: C69 M0 Y58 K0

RGB: R67 G187 B144

Web: #43bb90

Рекомендованная шкала цветов в разработке рекламных материалов



ПАРТНЁРЫ —





Pantone 346 C



Здесь мы показали рекомендуемые варианты брендирования сувенирной продукции для партнёров. Цветовой код для целевой аудитории







AQUARIUS 4.6 / Использование цветового кода с партнёрами

Использование фотографий

Для партнёров также необходимо выдерживать цветовую гамму, а в качестве изображений использовать как фотографии технологических элементов, так и фотографии людей, которые используют эти элементы в работе.

Также можно использовать изображения, связанные с инновациями и новыми технологиями. Цветовая гамма может быть более яркой и насыщенной, чтобы подчеркнуть динамичность и современность бренда.

Для обучающих материалов рекомендуется использовать 2D-иллюстрации (см. руководство по 2D-стилистике).



- Правильное кадрирование
- Удаление лишних предметов из кадра
- Рекомендуется выводить общий фон к цветовому коду этой целевой аудитории

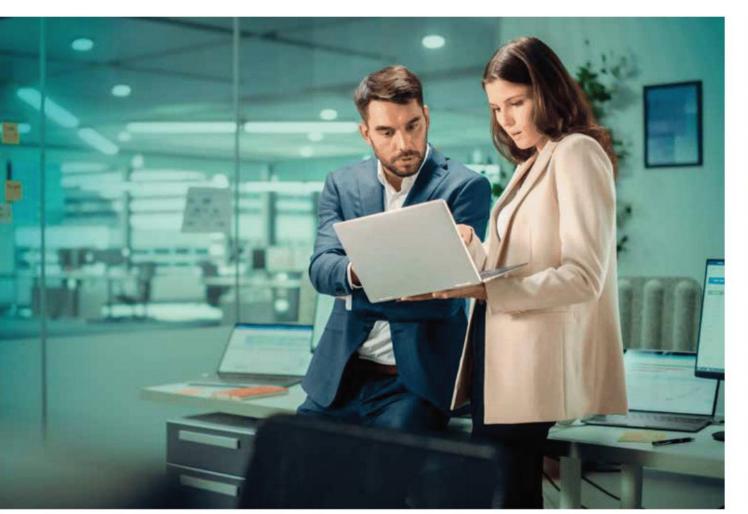
















стр. 55

Использование фотографий

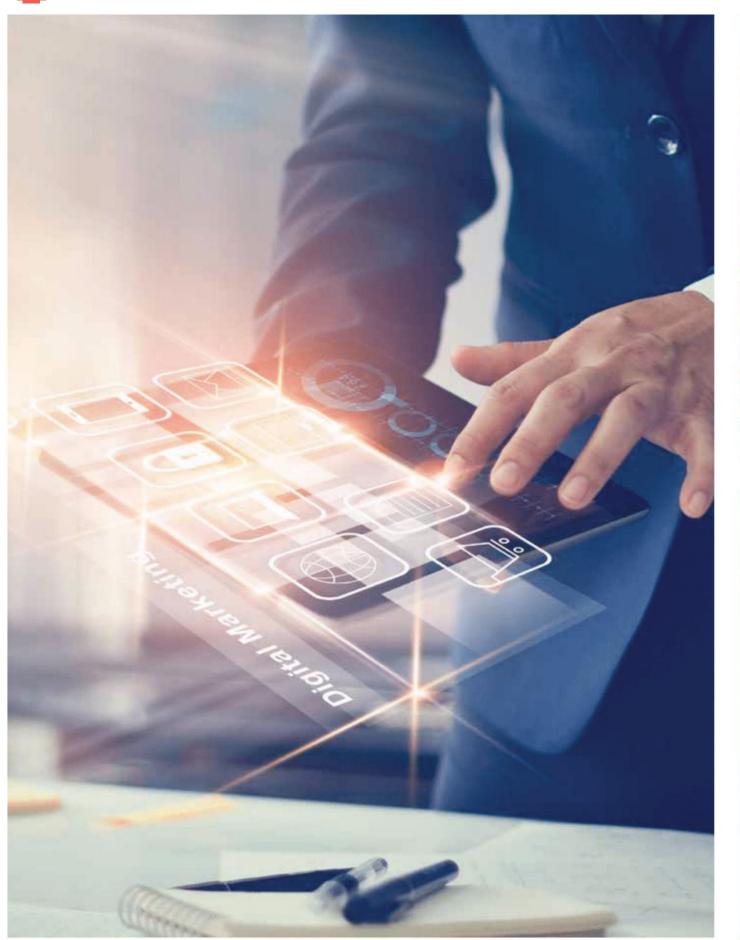


- Не рекомендуется использование постановочных фото, размытых и нечётких изображений
- Нельзя использовать клишированные образы, такие как рукопожатие обезличенных лиц. Бренд имеет открытое лицо, партнёры должны видеть тех, с кем они сотрудничают
- Нельзя использовать плоскую, невыразительную графику



- Неестественный вывод резкости на фото
- Переизбыток ретуши на лице человека в кадре
- Наличие световых бликов в кадре, засветов
- Использование эффекта двойной экспозиции













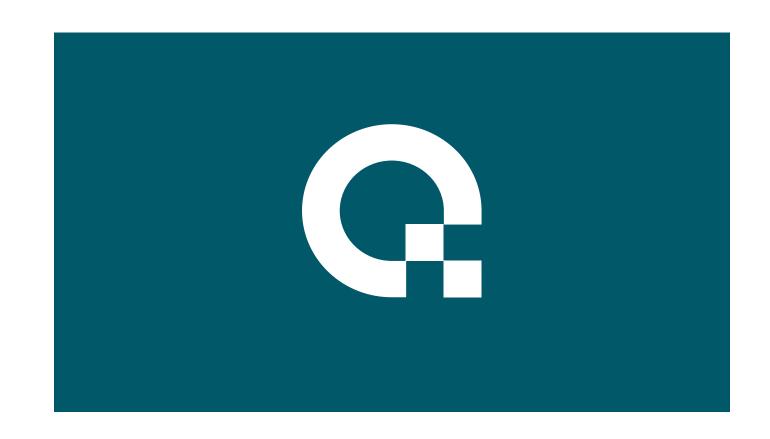


Для внутренних коммуникаций мы выбрали лазурно-синий цвет, цвет ассоциируется со стабильностью, с твёрдо принятыми решениями, с масштабностью, с глобальными действиями и стратегическими решениями.



В графическом знаке пиксель, который покрашен в основной цвет бренда, не окрашивается ни в какие другие цвета, кроме регламентированного

Цветовой код для целевой аудитории

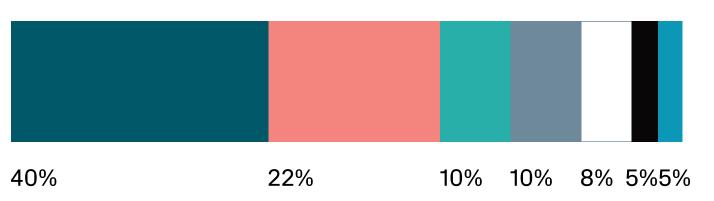


CMYK: C93 M54 Y45 K23

RGB: R0 G88 B105

Web: #005869

Рекомендованная шкала цветов в разработке рекламных материалов



ВНУТРЕННИЕ КОММУНИКАЦИИ —







Pantone 7708 C



Здесь мы показали рекомендуемые варианты брендирования сувенирной продукции для внутренних коммуникаций.

Цветовой код для целевой аудитории

ВНУТРЕННИЕ КОММУНИКАЦИИ —







Использование фотографий

Для внутренних коммуникаций помимо технологических элементов можно использовать дополнительные образы: пазл, канцелярия, гаджеты и прочее.

Например, изображение пазла может символизировать взаимодействие между различными отделами и сотрудниками, которые вместе создают целостную картину компании (см. руководство по 2D-стилистике).

Изображение канцелярии может напомнить о важности документооборота и точности в работе.



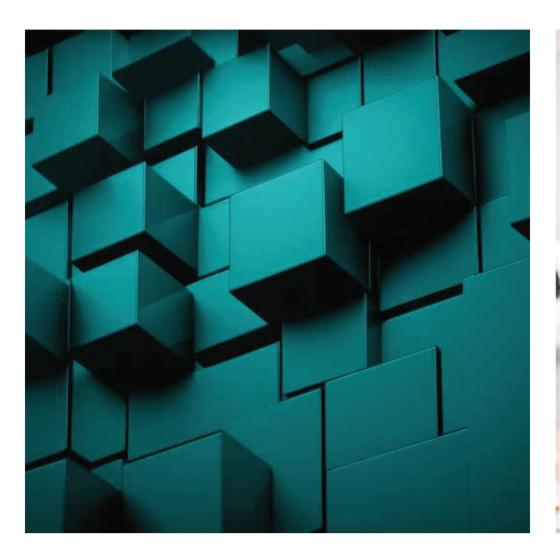
AQUARIUS

- Правильное кадрирование
- Удаление лишних предметов из кадра
- Рекомендуется выводить общий фон к цветовому коду этой целевой аудитории













Использование фотографий



- Не рекомендуется использовать старомодные изображения и графику
- Следует воздержаться от стоковых изображений фальшивых сотрудников
- Общие планы не должны выглядеть как тайная съёмка
- В использовании 2D-графики необходимо придерживаться современных тенденций
- Также нельзя использовать навязчивые и многократно воспроизведенные в других местах визуальные образы



- Неестественный вывод резкости на фото
- Переизбыток ретуши на лице человека в кадре
- Наличие световых бликов в кадре, засветов
- Использование эффекта двойной экспозиции













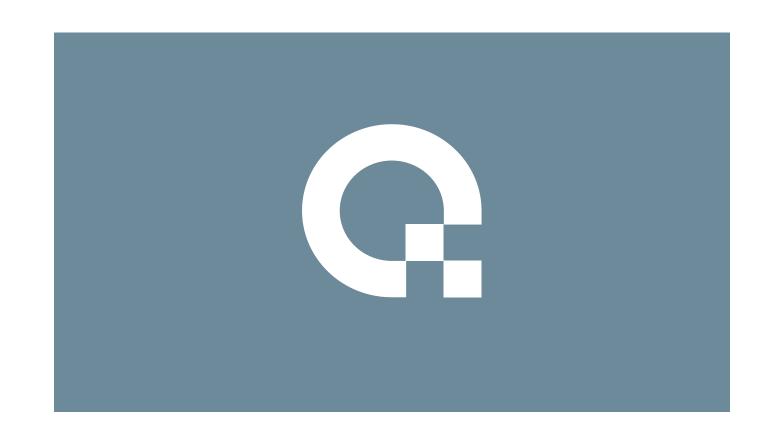
Для HR-бренда мы выбрали светлый аспидно-серый цвет. Серый цвет является одним из самых универсальных и многозначных цветов в психологии. Этот цвет часто ассоциируется с нейтральностью, сдержанностью и пассивностью, однако его значение и воздействие на человека зависят от контекста и культурных особенностей.

Серый часто воспринимается как цвет, вызывающий чувство нейтральности и спокойствия. Это объясняется тем, что серый не является агрессивным или ярким цветом и может создавать ощущение умиротворения и стабильности.



В графическом знаке пиксель, который покрашен в основной цвет бренда, не окрашивается ни в какие другие цвета, кроме регламентированного

Цветовой код для целевой аудитории

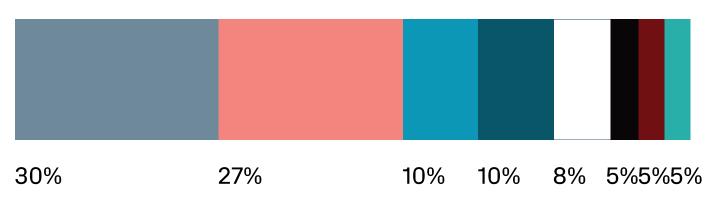


CMYK: C62 M37 Y32 K2

RGB: R108 G138 B153

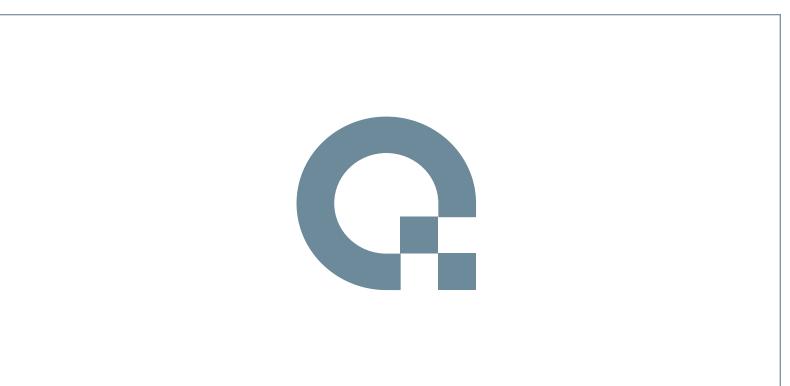
Web: #6c8a99

Рекомендованная шкала цветов в разработке рекламных материалов











Pantone 5425 C



Здесь мы показали рекомендуемые варианты брендирования сувенирной продукции для HR-бренда. Цветовой код для целевой аудитории







AQUARIUS 4,8 / Использование цветового кода HR-бренда стр. 63

Использование фотографий

Для HR-бренда в качестве визуализации лучше использовать ассоциативные фотографии и изображения, связанные с людьми (см. секцию «Фотоматериалы»). При этом важно сохранять цветовую стилистику, которая соответствует бренду.

Например, можно использовать фотографии людей на рабочих местах, во время интервью или обучения, а также изображения, связанные с командной работой и развитием карьеры. Цветовая гамма может быть светлой и приятной для глаз, чтобы создать атмосферу доверия и комфорта.

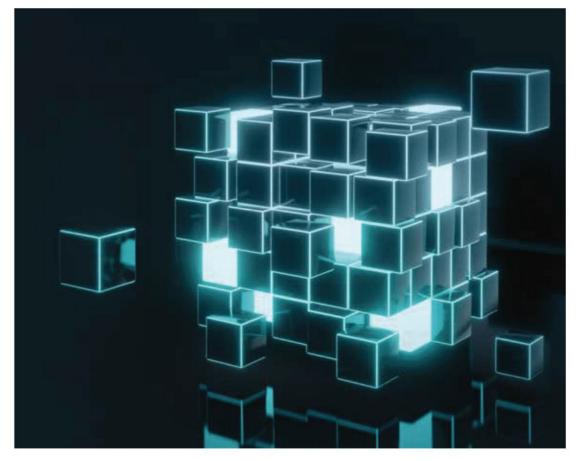
Можно использовать цвета из нейтральной палитры: белый и светло-серый. Важно помнить, что цветовая гамма должна быть сбалансированной и гармоничной, чтобы не отвлекать внимания от основного сообщения бренда.



- Правильное кадрирование
- Удаление лишних предметов из кадра
- Рекомендуется выводить общий фон к цветовому коду этой целевой аудитории













AQUARIUS 4.8 / Использование цветового кода HR-бренда стр. 64

Использование фотографий



- Для коммуникации в рамках этого направления нежелательно использование старомодных и клишированных изображений
- Вычурная графика и постановочные фотографии людей также не рекомендуются к использованию
- Все приведённые примеры создают эффект искусственности и ложности бренда в восприятии потенциальных сотрудников



- Неестественный вывод резкости на фото
- Переизбыток ретуши на лице человека в кадре
- Наличие световых бликов в кадре, засветов
- Использование эффекта двойной экспозиции











Остались вопросы? marketing@aq.ru