



Руководство по использованию
фирменного стиля торговой сети
«Пятёрочка»

Версия 3.4 (29.01.2026)

Содержание

Идеология бренда

История бренда	4
Предпосылки	5
Стратегия бренда-лидера	6
Пирамида бренда	8
Целевая аудитория	10
Основы концепции	14
Стратегический слоган бренда «Пятёрочка» выручает!»	15
«Пятёрочка» в конкурентном окружении	16

Элементы стиля

Логотип	18
Фирменные цвета	24
Шрифт	25
Слоган	27
«Пятёрочка с заботой»	30

Общие правила коммуникации

Общие правила коммуникации	32
Принципы текстовой коммуникации	33
Tone of Voice — коммуникация в соцсетях	35

Носители стиля

Паттерн	38
Фотостиль	41
Ценники	45
Плакаты	46
Билборд 6 x 3	48
Ситилайт 1,2 x 1,8	49
Ресайзы макетов	50

ООН с ценой «Центр низких цен»	51
Карта «X5 Клуб»	52
Электронные наклейки	56
Фирменные знаки	57
Фирменный знак СТМ	58
Фирменный знак на уникальных продуктах	59
Фирменный знак для рекламных макетов	60
Фирменный знак для акций трейд-маркетинга	62

Креативный KV

Креативный KV	64
Иконки механики	70

Реклама на ТВ

Использование джигла, логошота и слогана компаний	72
Составные элементы логошота	73
Общие правила использования логошота	74
Общие правила интеграции элементов логошота в ролик	75
Базовая анимация логошота	76
Анимация логошота (в связке с пекшотом)	77
Фирменная сумка бренда	78

Визуальный стиль SMM

Цвета и шрифт	80
Фотостиль	81
Паттерн. Основные правила	82
Стилеобразующие элементы	83
Заголовки	84
Скидки и промо	85

Использование объёмных 3D-объектов	86
Фон, подчёркивающий вкус	87
Альтернативная типографика	88
Интеграция брендового паттерна	89
Построение ко-брендингового лого	90
Объёмные изображения	91
Стиль с размытием	92
Примеры визуалов для оформления соцсетей	93
Мемы как форма коммуникации с аудиторией	94
Недопустимые варианты использования	96
Принципы текстовой коммуникации	97

Доставка

Логотип	99
Основные элементы стиля	102
Персонаж	103
Конструктор макетов	104
Фон	107
Слоган	108
Носители Instore	112
Библиотека элементов для Performance digital	113

Акционные носители в магазине

Правила размещения координаты на POS- материалах	118
Сокращённые названия категорий	119
Стопперы	120
Шелфтокер	121
Шелфбаннеры	122
Мобайл	123
Топпер на кассу	124

Плакат на внутреннюю входную дверь	125
Напольный стикер	126
Плакат А1	127
Наклейка на кассу	128
Кассовый разделитель	129
Ролл-ап	130
Промостойка	131

Форма персонала

Процессы в магазине	133
Виды одежды	134
Бейдж	137

Деловая документация

Фирменный бланк	139
Фирменный конверт DL и папка	140
Визитка	141

Шаблон презентации

Шаблон презентации Power Point	143
--------------------------------------	-----

Идеология бренда



Идеология бренда 

История бренда

«Пятёрочка» — российская сеть продовольственных магазинов у дома в составе компании X5. Первый магазин торговой сети открылся в 1999 году в Санкт-Петербурге. В 2001 году она вышла на московский рынок. В настоящее время объединяет более 20 тысяч магазинов по всей России.

«Пятёрочка» прошла большой путь трансформации — от «одного из магазинов у дома» до бесспорного лидера категории. Внедрена новая концепция магазинов, изменены правила взаимодействия с гостями. Сегодня бренд стабильно с отрывом опережает по знанию, посещению и лояльности всех ближайших конкурентов, лучше всех привлекает и удерживает покупателей.

Бренд «Пятёрочка» обладает невероятно сильным капиталом и самой большой лояльной базой гостей. Это действительно один из любимых брендов страны.



Идеология бренда 

Предпосылки

В новой экономической реальности люди все чаще ищут выгодные решения. Меняются потребительские привычки, тщательно планируется бюджет. И многим приходится идти на компромисс – мириться с неухоженностью и неудобным расположением хард-дискаунтеров ради самых низких цен, снижать запросы по свежести и качеству ежедневных покупок.

Мы слышим своих гостей, с уважением относимся к их потребностям и готовы предложить самые низкие цены среди магазинов у дома, не снижая привычный уровень удобства, работая над улучшением качества, продолжая заботиться о сообществе.

«Пятёрочка» стремится всегда оправдывать ожидания своих гостей!



Идеология бренда 

Стратегия бренда-лидера

Стратегия бренда-лидера: быть первым по наиболее востребованным атрибутам категории, удерживать за собой дифференцирующие преимущества, укреплять лояльность гостей.



Цены — приоритет № 1, «первый после хард-дискаунтеров»



Ассортимент — приоритет № 2, влияет на выбор, формирует лояльность и отличает от хард-дискаунтеров



Атмосфера — отличает от хард-дискаунтеров, влияет на лояльность



Удобство и забота о сообществе — уже часть бренда

Идеология бренда 

«Пятёрочка» вчера

Выручит в трудную минуту, но большего ожидать не приходится

- Близко, рядом с домом
- Низкие цены
- Достаточно широкий ассортимент



«Пятёрочка» сегодня

Лучше многих в удобстве и заботе, но уступает конкурентам по восприятию цены

- Удобное расположение
- Привлекательный дизайн
- Привлекательные условия по карте лояльности
- Поддерживает социальные и благотворительные инициативы



«Пятёрочка» завтра

Самый выгодный, удобный, свежий и заботливый магазин у дома

- Самые выгодные покупки: низкие цены (ниже- только в хард-дискаунтерах), лучшая программа лояльности, выгодные скидки и акции
- Обеспечивает привычный уровень комфорта покупок



Пирамида бренда

Целевая аудитория

Сохранить и нарастить:

- Экономные зрелые
- Экономная молодёжь
- Взрослые с вредными привычками
- Старшие

Аудитория роста:

- Взрослые с маленькими детьми
- Состоятельная молодёжь
- Состоятельные зрелые

Инсайт

Мы привыкли к тому, что чем больше услуг, тем выше цена. А как хотелось бы, чтобы способ «купить еду» в одном шаге или клике вписывался в мой образ жизни, соответствовал современным требованиям и сэкономил мой бюджет



Цветовое кодирование

Принцип цветового кодирования рекламных коммуникаций, три базовых элемента бренда (форма и цвет)



свежесть
и новинки

низкие
цены

сервисы
магазина

Целевая аудитория. Персоны



Целевая аудитория. Персоны

Скачать 



**Экономная
молодежь**



**Состоятельная
молодёжь**



**Взрослые
с вредными
привычками**



**Взрослые
с детьми
до 3 лет**



**Экономные
зрелые**



**Состоятельные
зрелые**



Старшие

Поведение:

Активные и спонтанные. Им не хватает времени готовить, поэтому используют любую возможность избежать этого, часто перекусывают на ходу.

Активные и современные, любят комфорт и новый опыт. Ценят скорость и удобство во всем.

Преимущественно мужчины, много работают, в магазин ходят, чтобы побаловать себя, тратят на продукты большую часть бюджета.

Очень заняты воспитанием детей, всегда не хватает времени, в том числе на походы в магазин.

Хранители очага, заботятся о семье и домашних питомцах, любят готовить. Ответственные, дисциплинированные, расчётливые.

Современные и инновационные, не экономят, для них важно качество, новый опыт и впечатления.

Обладают очень ограниченным бюджетом, поэтому вынуждены сильно экономить.

Как совершают покупки:

Экономят и обращают внимание на цену. Делают небольшие импульсные покупки: снеки и напитки для перекуса, готовые блюда/выпечку, полуфабрикаты, фаст-фуд, еду на вынос.

Ценят свое время и комфорт, важно купить все в одном магазине недалеко от дома. Предпочитают готовые блюда и перекус, не экономят.

Ходят в магазин очень часто. Чаще всего покупают сигареты, алкоголь и сопутствующие товары. Любят новинки. Для них очень важна скорость покупки.

Экономят, выбирают выгодные предложения. Ходят в магазин редко, закупаются. Отдают предпочтение покупкам онлайн. Часто ходят в магазин с детьми.

Сильно экономят, покупают самые дешевые позиции. Планируют, следят за скидками, сравнивают цены.

Не экономят, покупают много, пробуют новинки, ценят широту ассортимента и любят сам процесс покупок. Часто покупают онлайн. Любят готовить.

Поход в магазин — важное событие дня. Проводят там много времени, любят внимание со стороны персонала, экономят и следят за ценами. При этом ценят качество продуктов.

Зачем ходят в «Пятёрочку»:

Быстро и дешево перекусить налету, а заодно и купить необходимые продукты домой.

Быстро, удобно и вкусно перекусить. Важна широта ассортимента и качество продуктов. Предпочитают КСО.

Ходят в Пятёрочку чаще всех, покупают сигареты и алкоголь, в основном пиво и закуски.

Ходят в Пятёрочку за продуктами для детей, следят за ценой, качеством и свежестью продуктов. Активно пользуются доставкой.

Ходят в пятёрочку часто за большой корзиной, чтобы вкусно и много готовить дома. Важно выгодно и удобно купить все необходимое.

Ходят в Пятёрочку за большими покупками, не экономят и ценят широкий ассортимент. Пользуются доставкой и КСО.

В Пятёрочку ходят за небольшими целевыми покупками, выбирают самое выгодное по соотношению цена – качество.

18-36 лет

18-36 лет

26-46 лет

26-46 лет

37-65 лет

37-65 лет

56+ лет

Ценности бренда определяют его характер и тональность коммуникации

Наши ценности

Уважение к человеку

Доверие и забота

Простота и искренность

Развитие

Наш характер

Близкий, свой

Надёжный, ответственный

Открытый, практичный

Технологичный

Говорим с каждым на его языке

Мы выполняем обещания и коммуницируем только то, что можем сделать

Мы делаем сложное простым. Рассказываем о сложном простым языком. Объясняем, зачем это нужно лично вам.

Наши технологии упрощают жизнь, а не удорожают покупку.

Тональность бренда отражает его миссию и ценностное предложение

Демократичная

В «Пятёрочке» каждый может быть самым собой, потому что свежие продукты по доступным ценам нужны и бабушке-пенсионерке, и известному актёру

Настоящая

Мы понимаем наших покупателей и любим их. Мы показываем их так, чтобы и вы полюбили их, несмотря на то, что они неидеальны

Как мы используем селебрити

Мы используем селебрити **в его человеческой ипостаси, в качестве частного лица**, который делает покупки в «Пятёрочке» наравне с другими людьми

Как мы используем юмор

Наш юмор никого не обижает. Если в демонстрируемой ситуации герой совершает какое-либо действие, которое может быть истолковано, как негативное, **мы показываем его так, чтобы в итоге герой всё равно вызывал симпатию**

Заботливая

Нам не всё равно. Нам искренне небезразлично, как наши покупатели чувствуют себя у нас. Наш персонал дружелюбен – это проявляется в эмоциях в моменты взаимодействия с покупателями. Наш **персонал всегда внимателен** – это проявляется в действиях заботы, которые не прописаны в скрипте, а совершаются сотрудником по воле души

Современная

Мы — магазин, **наполненный технологиями**, и у нас ими легко и просто пользоваться всем, от студентов до людей пенсионного возраста



ОСНОВЫ КОНЦЕПЦИИ

Направления работы и развития, в которых компания ни при каких условиях не может идти на компромиссы



Все нужные товары с лучшей экономией и качеством

Мы видим, как наши гости стали рационально относиться к бюджету на покупки, тщательно планировать и оптимизировать траты. И мы хотим дать возможность сохранить привычный образ жизни, предлагая действительно низкие цены и стабильное качество.

«Пятёрочка» стремится стать самым выгодным магазином у дома, в котором есть все нужные гостям товары. И выгода здесь реальная: наши гости могут не остерегаться «ловушек» некорректных ценников, путаницы с ценами на кассе, исправленных сроков годности.

«Пятёрочка» уже много сделала, чтобы предлагать свежие и качественные продукты в своих магазинах. Свежесть и качество формируют лояльность гостей, поэтому важно укреплять позиции в этом направлении.



Сохранение привычного уровня комфорта покупок

Низкие цены не являются поводом снизить уровень сервиса, стать менее дружелюбными. Гость по-прежнему ценен для нас, мы поддерживаем чистоту и порядок в магазинах, чтобы сделать процесс покупок комфортным.

«Пятёрочка» остаётся удобной во всех смыслах и на всех этапах совершения покупки: мы заранее продумали все действия покупателя до, во время и после покупки, и будем улучшать их насколько возможно, как в магазине, так и в доставке.



Забота о сообществе

«Пятёрочка» отличается от других продуктовых магазинов заботой о людях, поддержкой социальных и благотворительных инициатив. Мы работаем ради наших гостей и местного сообщества, видим реальные проблемы и не остаемся в стороне. И хотим дальше улучшать мир вокруг нас, не забывая о каждом человеке.

Стратегический слоган бренда «Пятёрочка» выручает!»

Уважение к гостям, доверие и забота – ключевые ценности бренда. Мы рядом со своими гостями, встречаем их каждый день, слушаем и слышим их. И готовы постоянно поддерживать в самых важных ситуациях.

- Когда гостям нужно собрать свою корзину по самой низкой цене (ЦЕНА)
- Когда нет возможности тратить на покупки больше 30 минут или нет возможности сходить в магазин (УДОБСТВО)
- Когда хочется просто находить все нужные товары (АССОРТИМЕНТ)
- Когда хочется экономить в приятной обстановке (АТМОСФЕРА)



«Пятёрочка» выручает!» имеет широкий смысл. В этой фразе – и деятельное участие в больших социальных проектах, таких как забота о решении проблемы голода и готовность выручить каждого гостя практическими советами, маленькими хитростями (например, как приготовить интересное блюдо или накормить семью в рамках определенной (небольшой) суммы денег).

«Пятёрочка» в конкурентном окружении



Хард-дискаунтеры

Светофор
Монетка
Чижик

Дискаунтеры

Магнит у дома
Дикси

Супермаркеты

Перекресток
Лента

Специалисты

ВкусВилл
К&Б

Гипермаркеты

Ашан
Глобус

Маркетплейсы

ЯндексЕда, Яндекс
Маркет, Delivery
Club, Купер, Само-
кат, Ozon Fresh

Самые выгодные покупки

Незначительно дороже по базовой корзине
Интересные / выгодные промо и акции на бренды
Программа лояльности и CVM

Ценовое лидерство по базовой корзине
Лучшая программа лояльности и CVM

Ценовое лидерство в базовом ассортименте

Ценовое лидерство в пересекающемся ассортименте

Ценовое лидерство в базовом ассортименте

Ценовое лидерство VS агрегаторы доставки

Свежие и качественные продукты

Качество ФРОВ на уровне супермаркетов и гипермаркетов

Просто найти все нужные товары

В 1,5 раза больше потребностей, есть товары СЦС и ВЦС
Наличие ключевых брендов с привычным качеством

Не уступаем, паритет

Можем уступить

Лучше в базовом ассортименте
Можем уступить в спец категориях

Можем уступить

Шире «Самоката»
Не конкурируем с маркетплейсами

В магазине приятная атмосфера

Лучше

Лучше

Можем уступить

Паритет

Паритет

-

Удобство, экономящее время и силы

Лучше (ближе, быстрее)

Лучшая обратная связь
Более высокая скорость обслуживания (КСО)
Лидерство по клиентоориентированности

Лучше (ближе, быстрее)

Лучше (ближе, быстрее)

Лучше (ближе, быстрее)

Не конкурируем с «Самокатом»
В паритете с ключевыми конкурентами (за 30 минут)

Забота о сообществе

Лучше многих

Элементы стиля



Элементы стиля 

Логотип

Фирменный знак

Фирменный знак бренда «Пятёрочка» представляет собой цифру 5, вписанную в окружность фирменного красного цвета. Верхний горизонтальный штрих цифры выполнен в форме листа зелёного цвета. Обводка белого цвета является неотъемлемым элементом знака.

Фирменный знак может быть размещён либо на белом, либо на фирменном зелёном фоне (предпочтительный вариант).

Фирменный знак может использоваться как самостоятельно, так и в составе фирменного блока.



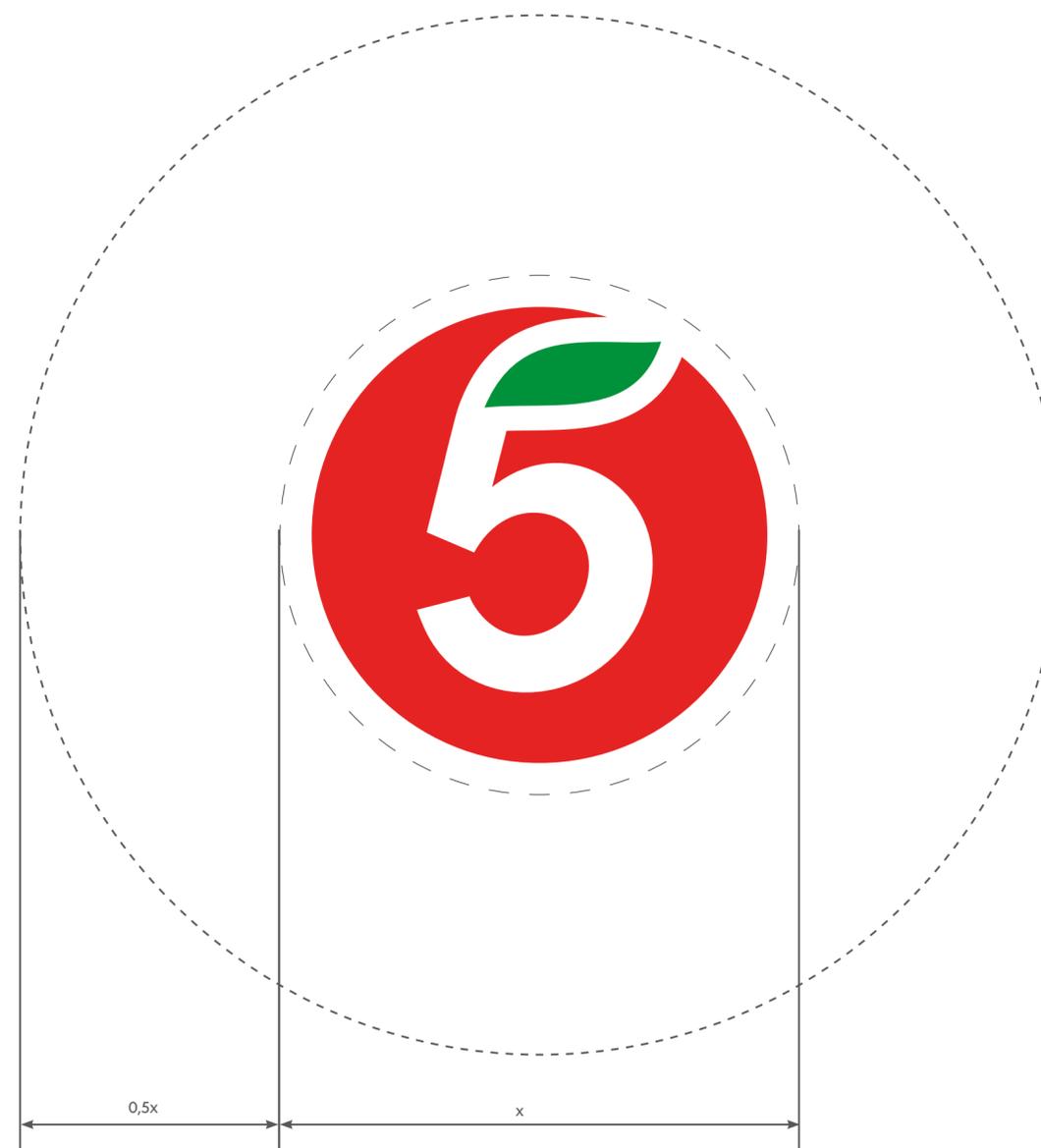
Логотип

Охранное поле фирменного знака

Охранное поле — это воображаемый круг вокруг всей графической конструкции фирменного знака, в пределах которого не допускается размещение каких-либо иных элементов дизайна, кроме равномерного фона фирменного красного, белого или любого другого допустимого цвета.

Охранное поле необходимо для полноценного восприятия фирменного знака, создания визуального акцента и сосредоточения внимания на важнейшем элементе идентификации компании.

Минимальное Охранное поле фирменного знака определяется величиной диаметра знака.



Элементы стиля 

Логотип

Основная горизонтальная версия фирменного блока

Фирменный блок состоит из фирменного знака и названия бренда «Пятёрочка». Фирменный блок может быть размещён либо на белом, либо на фирменном зелёном фоне (предпочтительный вариант). Горизонтальная версия фирменного блока является основной и может быть использована для самого широкого спектра носителей идентификации — от вывесок до визитных карточек.

Вертикальная версия фирменного блока

Является дополнительной и используется в дизайне промоматериалов, униформы персонала, сувенирной продукции и т. п.

Внимание!

Версии на белом и цветном фоне отличаются расстоянием между знаком и текстовым блоком. В первом варианте расстояние скомпенсировано за счёт того, что белая обводка знака сливается с фоном.



Пятёрочка



Пятёрочка

Логотип

Охранное поле фирменного блока

Охранное поле горизонтальной версии фирменного блока не должно быть меньше двойного размера буквы «т» в слове «Пятёрочка».

Пропорции фирменного блока

Пропорции логотипа рассчитываются, исходя из диаметра фирменного знака. Общая композиция, а также взаимное расположение и пропорции составляющих её элементов не допускают изменений и искажений.

Внимание!

Установленная величина свободного поля знака не учитывается при определении величины свободного поля горизонтальной версии фирменного блока.

Версии на белом и цветном фоне отличаются расстоянием между знаком и текстовым блоком. В первом варианте расстояние компенсировано за счёт того, что белая обводка знака сливается с фоном.



Элементы стиля 

Логотип

Полноцветные версии фирменного блока

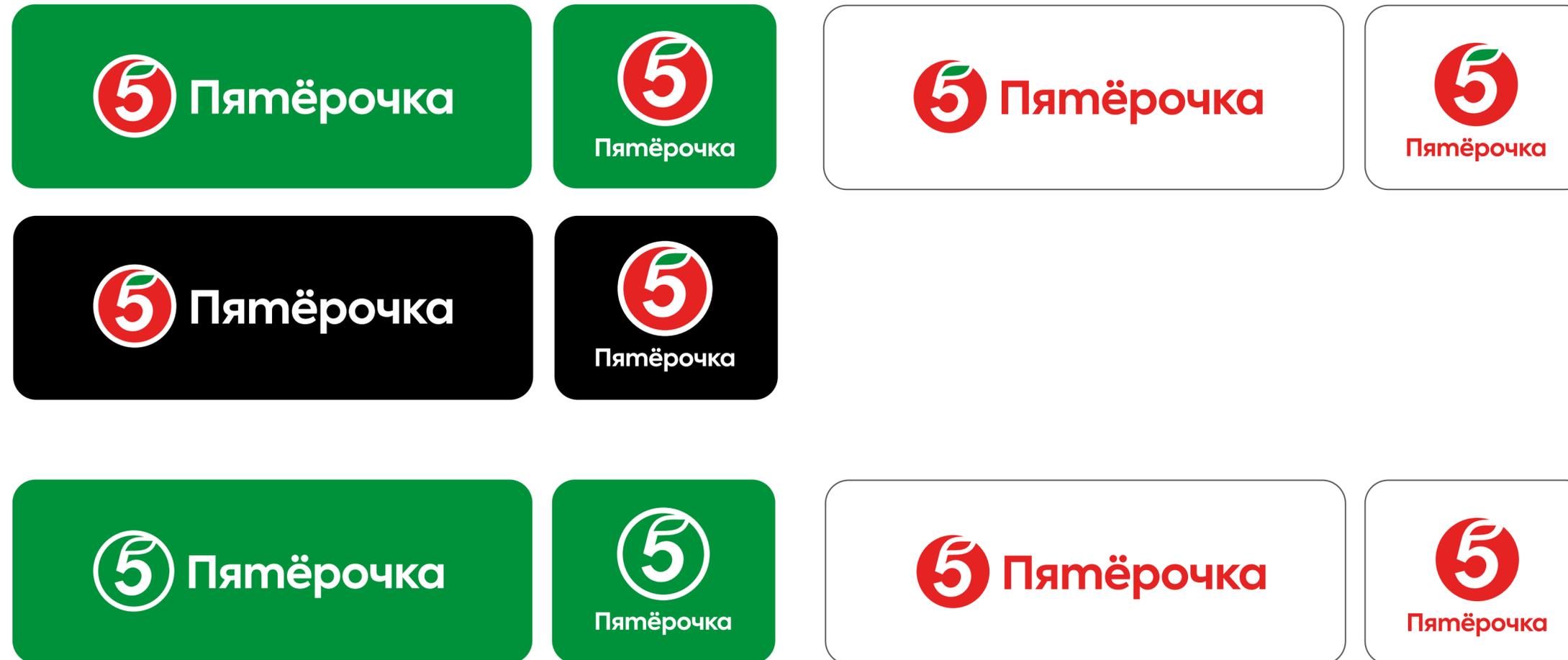
Допускается использование логотипа на фоне 3 цветов: зелёного, белого и чёрного

Одноцветные версии фирменного блока

Некоторые технологии печати не позволяют качественно воспроизводить многоцветные версии фирменного блока либо не допускают применения нескольких цветов. Для таких ситуаций разработаны специальные упрощённые версии, в которых применена только одна или две краски.

Внимание!

На плашках каждого из фирменных цветов используется четко выстроенная геометрическая композиция. Не допускается изменение пропорций элементов логотипа.



ЛОГОТИП

Недопустимые варианты использования фирменного блока

Знак и различные варианты фирменного блока сети магазинов «Пятёрочка» могут использоваться только в описанных выше вариантах компоновки и цветовых решений

- Не допускается использовать текстовую часть как самостоятельный объект
- Не допускается изменение цветовой гаммы знака или фирменного блока
- Не допускается изменение начертания текстовой части фирменного блока или рисунка знака
- Не допускается изменение композиционного решения фирменного блока, пропорций и взаимного расположения элементов, а также искажение формы фирменного блока или знака
- Не допускается применять к логотипу или отдельным его частям какие-либо специальные эффекты, контурную обводку и т. п.
- Не допускается размещать логотип на пёстром фоне или на фоне не фирменного цвета



Фирменные цвета

Основные цвета

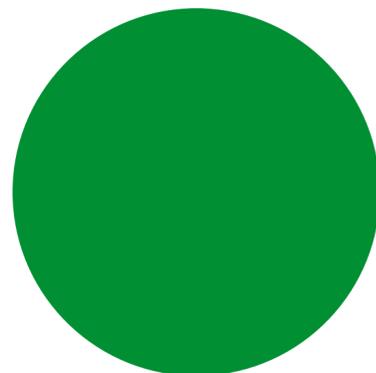
Зелёный — важнейший цвет в коммуникации сети магазинов «Пятёрочка».

Этот цвет используется как основной цвет фона для логотипа компании, а также как основной цвет фона различных рекламных и промоматериалов, сувенирной продукции, части деловой документации и т. д.

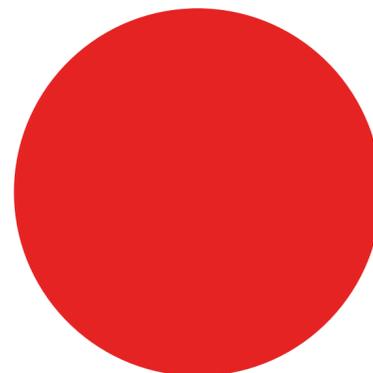
Кроме зелёного цвета в идентификации бренда «Пятёрочка» используются красный и серый цвета, которые применяются в логотипе сети, фирменной графике и интерьере.

Дополнительные цвета

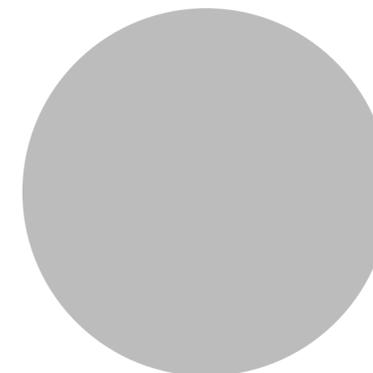
Эти цвета могут также применяться при разработке дизайна униформы, различной рекламной и промоматериалов, для набора заголовков, слоганов, создания акцентов в текстовом наборе и т. п.



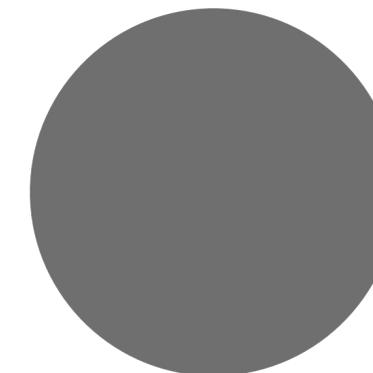
WEB #00923a
RGB 0-143-50
CMYK 85-16-100-0
Pantone 355 C
RAL 6037
ORACAL 8500-062
ORACAL 551 491



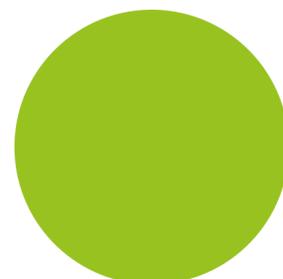
WEB #e52322
RGB 235-35-22
CMYK 0-95-90-0
Pantone 485 C
RAL 3028
ORACAL 8500-032
ORACAL 551 303



WEB #b2b2b2
RGB 178-178-178
CMYK 0-0-0-35
Pantone 421 C
RAL 7038
ORACAL 074 M

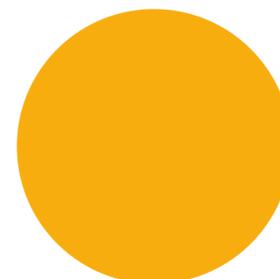


WEB #878786
RGB 135-135-135
CMYK 0-0-0-70
Pantone 424 C
RAL 7037
ORACAL 071 M



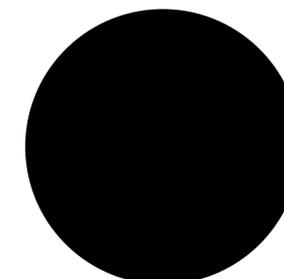
WEB #98c21f
RGB 152-194-31
CMYK 50-0-100-0
Pantone 375 C
RAL 6018

Используется в макетах эко-инициатив, ЗОЖ, на открытиях магазинов и в других случаях в дополнение к основному зелёному для передачи свежести



WEB #ffad26
RGB 255-173-38
CMYK 0-37-94-0
Pantone 123 C
RAL 1028
Oracal 021

Жёлтый цвет промо для коммуникации внутри магазинов



WEB #333333
RGB 29-29-27
CMYK 0-0-0-100
Pantone Black 3C

Используется в ч/б версиях

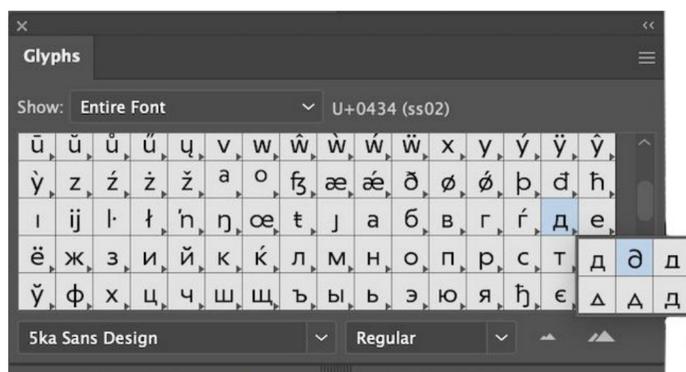
Шрифт

Скачать 

Основной фирменный шрифт

5ka Sans Design — основной шрифт бренда, используемый для набора любых текстов и заголовков.

Для набора основного текста рекомендуется применять начертание Regular, а для заголовков, слоганов, вывесок и т. п. — начертание Black. Для набора юридической информации в дисклеймере — Thin.



Внимание!

Если в заголовках используются строчные буквы «д», «и», «й» и «у», нужно менять их на альтернативные глифы внутри шрифта 5ka Sans

5ka Sans Design Thin

5ka Sans Design Regular

5ka Sans Design Black

5ka Sans Compressed Regular

5ka Sans Ultra

д → **ḁ** **и** → **ı**
у → **ı** **й** → **ı̇**

Скидка



Скиḁка

Покупайте



Покупайте

Элементы стиля 

Шрифт

Дополнительный шрифт

В случае если использование фирменного шрифта невозможно (например, во время вёрстки интернет-сайта или электронной презентации), допускается использование шрифта Arial.

Arial Regular

Arial Bold

Элементы стиля 

Слоган

Правила использования



**Пятёрочка
выручает!**

В макетах используется «полный» слоган:

- Промо-рамка (продуктовые макеты)
- Все другие макеты, в которых транслируются «Низкие цены» и выгодные акции.



выручает!

В макетах используется «укороченный» слоган:

- все другие макеты «Пятёрочки» в макетах web-версии.

**В макетах рассылки собственного бренда «Пятёрочка»
используется «укороченный» слоган**

Слоган

Основной слоган. Горизонтальная версия и вертикальная версия

Основной слоган бренда «Пятёрочка» состоит из фирменного знака и слова «выручает!» или фразы «Пятёрочка выручает!», в зависимости от коммуникации. Допускается использование слогана на фоне 5 цветов: белом, зелёном, красном, чёрном и сером. Пропорции слогана рассчитываются, исходя из диаметра фирменного знака. Общая композиция, а также взаимное расположение и пропорции составляющих элементов слогана не допускают изменений и искажений. Версии на белом и цветном фоне отличаются расстоянием между знаком и текстовым блоком. В первом варианте расстояние скомпенсировано за счёт того, что белая обводка знака сливается с фоном.

Внимание!

Слоган «выручает!» используется для маркетинговых акций и МНА без ценового предложения.

Слоган «Пятёрочка выручает!» используется для ценового промо.



Слоган

Недопустимые варианты использования слогана

Знак и различные варианты слогана сети магазинов «Пятёрочка» могут использоваться только в описанных выше вариантах компоновки и цветовых решений

- Не допускается изменение цветовой гаммы знака или слогана
- Не допускается изменение начертания текстовой части слогана или рисунка знака
- Не допускается изменение композиционного решения фирменного блока, пропорций и взаимного расположения элементов, а также искажение формы слогана или знака
- Не допускается применять к логотипу или отдельным его частям какие-либо специальные эффекты, контурную обводку и т. п.
- Не допускается размещать логотип и слоган на пёстром фоне или на фоне не фирменного цвета



выручает!



**Пятёрочка
выручает!**



выручает!



выручает!



**Пятёрочка
выручает!**



выручает!



выручает!



ВЫРУЧАЕТ!

Элементы стиля 

Логотип

Логотип «Пятёрочка с заботой» состоит из знака, цифры «5» с зеленым горизонтальным штрихом в форме листа, вписанной в окружность фирменного красного цвета с белой обводкой, фирменного написания «Пятёрочка», написания «с заботой» и знака в виде сердца.

Логотип может быть размещён либо на белом, либо на фирменном зелёном фоне.

Скачать 



Общие правила коммуникации



Общие правила коммуникации

- В текстах «Пятёрочка» пишется только с «ё» и в «типографских кавычках», «ё» используем везде, где нужно: не забываем про «всё», «ещё», «найдёте» и так далее, также кавычки везде ставим только «типографские»
- Карта «X5 Клуба» — только с прописной буквы, в кавычках
- Обращаемся на «вы» к аудитории и гостям, но «вы» пишем со строчной буквы
- Мы называем людей только гостями, не клиентами или покупателями
- Мы не используем КАПСЛОК и не перегружаем текст восклицательными знаками или многоточиями (используем дозированно)
- Наш центральный слоган — «Пятёрочка» выручает!» Если мы хотим добавлять к нему УТП, используем в отрыве от фирменного написания слогана, отдельной фразой, например: «Пятёрочка» выручает подарками!»
- Мы транслируем линию заботы во всех коммуникациях: с заботой о каждом госте и сотруднике
- Говорим уважительно, но легко, без формализма
- Во всех случаях, когда это возможно, персонализируем коммуникации: добавляем имена гостей, номера карт «X5 Клуба»
- Соблюдаем единство обращения: если (в редких случаях) в слогане коммуникация возможна только на «ты», то поддерживаем эту линию дальше, но предпочтительнее — «вы»
- Основной коммуникационный посыл — «низкие цены» и «выгоды», а также «заботы».
- Баллы называем только баллами — не апельсинками, не бонусами, не рублями, без сокращений до «б.» и прочих.
- Следим за правильностью сокращений: г, шт.
- Всегда используем знак рубля «₽». Никаких «руб.», «р.», «рублей». Только «₽». Кроме того, перед знаком «₽» используется тонкая шпация (узкий пробел).
- Дата (период акции) на макетах всегда указывается в формате: «Число–Число месяц», когда даты в рамках одного календарного месяца, и «Число месяц — число месяц» в случае, если месяцы разные. Никаких предлогов «с» и «до» и указания года, год указывается в дисклеймере. Например: 1 января — 31 декабря, 1–7 января.

- Кешбэк — пишется только так и никак иначе, прочие спорные слова — только в соответствии с установленной языковой нормой. Несмотря на закреплённые в словарях «кеш» и «флешбэк», многие писали (и продолжают писать) «кэшбэк», «кэшбек» и даже «кешбек». Но теперь такие варианты официально признаны ошибочными: в «Русском орфографическом словаре РАН» зафиксировали написание «кешбэк».



Канал	Тип кампании	Коммуникация
все	по умолчанию от бренда	вы
SMS/Viber/e-mail	все	вы
Тик-Ток	все	ты
SMM	по умолчанию от бренда	вы
все	партнёрская кампания	вы
Исключения:		
все	внутренние акции, направленные на молодую ЦА (Стиратели/Начивки/Бравлы)	ты
все	акции партнёров на ЦА 15-25 (рассматривается индивидуально)	ты

Принципы текстовой коммуникации

Принципы текстовой коммуникации

- **Мы говорим честно**

Признаем ошибки и проблемы, открыто показываем то, что происходит в компании. Не боимся извиниться, если что-то произошло.

Не наш стиль: отмолчаться и прислать отписку. Наш стиль: из-за технической ошибки мы не смогли начислить вам баллы, разбираемся в ситуации и стараемся вернуться к вам с результатом как можно скорее.

- **Мы говорим понятно**

У наших коммуникаций не должно быть двойных толкований. Если у предложения есть условия, мы доносим их максимально простым языком.

Не наш стиль: миллион уже у вас, дарим подарки каждому. Наш стиль: миллион каждую неделю — чтобы участвовать в розыгрыше, загрузите чек на сумму от 200 рублей.

- **Мы говорим интересно**

Используем правило первых 5 секунд, чтобы сразу увлечь, заинтересовать и донести до гостя всю информацию.

Не наш стиль: в рамках весенней кампании мы предлагаем посетителям магазина принять участие в стимулирующем розыгрыше, проводимом с 16 марта до 16 апреля на территории всех магазинов сети.

Наш стиль: пора на дачу — призы в придачу! С 16 марта по 16 апреля приходите в «Пятёрочку», покупайте на сумму от 200 рублей и регистрируйте чеки.

- **Мы говорим по-человечески**

Мы не давим терминами, не говорим как роботы, не используем наши внутренние «словечки» и маркетинговые клише, мы рассказываем истории, понятные каждому, говорим так, как с человеком общаются в реальной жизни.

Не наш стиль: гибкая система скидок на продукцию от ведущих производителей позволяет обеспечивать индивидуальный подход.

Наш стиль: мы хотим, чтобы каждая ваша покупка была выгодной, поэтому предлагаем скидку на любимые продукты.

- **Мы говорим уважительно**

Мы уважаем свою аудиторию вне зависимости от возраста и социального статуса. Даже в молодёжных коммуникациях на «ты» мы не позволяем себе панибратства, сомнительных шуток и использования сленга.

Не наш стиль: не будь лузером, не упусти крутой мерч. Наш стиль: добавь яркости в каждый день- выиграй стильную коллекцию уличной одежды.

- **Мы говорим осмысленно**

Мы разбираемся в том, о чем говорим. Наши рецепты проверены и точны, наши описания дают полную информацию. Мы сами чётко понимаем все механики акций и знаем каждый свой товар, поэтому можем передать свои знания гостю.

Не наш стиль: состав уточните у производителя. Наш стиль: да, в составе этого печенья есть лактоза, но мы можем посоветовать вам вот эти варианты — в них лактозы нет, а вкус высоко оценили пользователи нашего приложения.

Запрещены креативы на «Пятёрочку»

в которых «Пятёрочка» отождествляет оценку: отдых/перекус/цены и так далее «на Пятёрочку». Это уменьшает считывание бренда, снижает ценность бренда в коммуникации, тяжело в визуальном и текстовом оформлении, а также многократно использовалось ранее.

Принципы текстовой коммуникации

Общение в социальных сетях

Для наших гостей мы не семья, не обслуживающий персонал, не бюрократическая организация.

Мы друзья, эксперты, которым доверяют, помощники, готовые подсказать и прийти на помощь.

Поэтому мы не используем классический «рекламный» язык. У нас есть свой собственный стиль: расслабленный, современный, с лёгким юмором. Говорим эмоционально и открыто.

Остроумные и современные, мы всегда на одной волне с подписчиками. Но не забываем о взаимоуважении.

Как эксперты, мы на 100 % разбираемся в том, что делаем, и с удовольствием делимся интересными фактами. В своём собственном стиле: мы любим игру слов и умный юмор.

Всегда на связи, мы готовы помочь советом или делом, ответить на любой сложный вопрос.

Стоп-слова

- «Лучший» и «самый»
- Сложные слова, имеющие простые синонимы
- Уменьшительно-ласкательные

Стоп-темы

Религия.

Мы можем говорить о популярных праздниках, но не употреблять религиозную терминологию. «Масленица» и «пост» — подходят, а вот «Седмица» и «разговение» — уже нет.

Политика.

Мы не поднимаем политические темы, не говорим о границах, не транслируем своё мнение о политических и экономических процессах, ситуации в обществе.

Конфликтные темы.

Мы знаем о темах, которые вызывают жаркие споры и дискуссии, — от детского питания до вакцинации. Поэтому избегаем упоминать о них в своих коммуникациях, чтобы с уважением принимать позицию каждого гостя.

Принципы текстовой коммуникации

Язык коммуникации

как именно мы говорим?

ТОН: человечный, дружеский, заботливый.

СТИЛЬ: простой, нейтральный, вежливый.

МАНЕРА: открытая, активная, но подстраивающаяся под настроение.

Tone of Voice — коммуникация в соцсетях бренда

Контекст

Брендам важно придерживаться живой, яркой и открытой коммуникации с пользователями, чтобы выделиться среди огромного потока информации и общаться на языке соцсетей. Так аудитория не просто будет видеть публикации в канале, но и общаться, реагировать на контент получать позитивные эмоции.

Цель

Важно не просто писать о себе и доносить новую информацию до аудитории. Задача — при помощи TOV убрать границу между «Пятёрочкой» и аудиторией.

Описание

Бренд как близкий друг. Яркий, смешной и харизматичный. Первые несколько слов — ты уже не можешь оторваться от истории с улыбкой на все лицо. После встречи и общения с таким другом — всегда в хорошем настроении.

Внимание!

При эмоциональной окраске и CVP про низкие цены, мы не упускаем рациональные УТП каждого продукта — натуральность, питательность, яркий вкус и т. д.

Продукт

Рассказывая о продукте, мы также делаем это максимально ярко. Задача — не просто рассказать о еде, но и вызвать вкусовые эмоции во время прочтения поста.

«Пятёрочка» ДА

- Житейская в позитивном смысле этого слова
- Мы говорим со всеми на их языке, на «ты» с молодежью, на «Вы» со всеми остальными. Но всегда с уважением и без панибратства
- С доброжелательной улыбкой

«Пятёрочка» НЕТ

- Не пафосная
- Не ржущая, без гэгов, без жаргонизмов
- Не «тычет»
- Не смеётся над людьми



Tone of Voice — коммуникация в соцсетях бренда

Основные элементы коммуникации

- Юмор, остроумие — пользователь должен улыбаться
- Лёгкий и живой слог — текст, который не хочется пропустить
- Истории и повествование — то, что вовлекает и добавляет живости контенту
- Захватывающее начало — кликбейтное привлекающее начало
- Неожиданная развязка — запомнится и вызовет эмоции

Профиль коммуникации

Оптимист	Нейтральный	Пессимист
Смешной	Нейтральный	Серьезный
Живой	Нейтральный	Профессиональный
Вдохновляющий	Нейтральный	Продуктоцентричный
Эмоциональный	Нейтральный	Информативный
Честный	Нейтральный	Формальный

Носители стиля



Паттерн

Фирменный паттерн

Паттерн, становится основополагающим элементом всех носителей.

Для различных материалов используются различные вариации и пропорции размещения фирменного паттерна.

В различных макетах, отличается контрастность паттерна. В макетах наружной рекламы — Black 18 %, в макетах, используемых внутри магазина, — Black 8 %



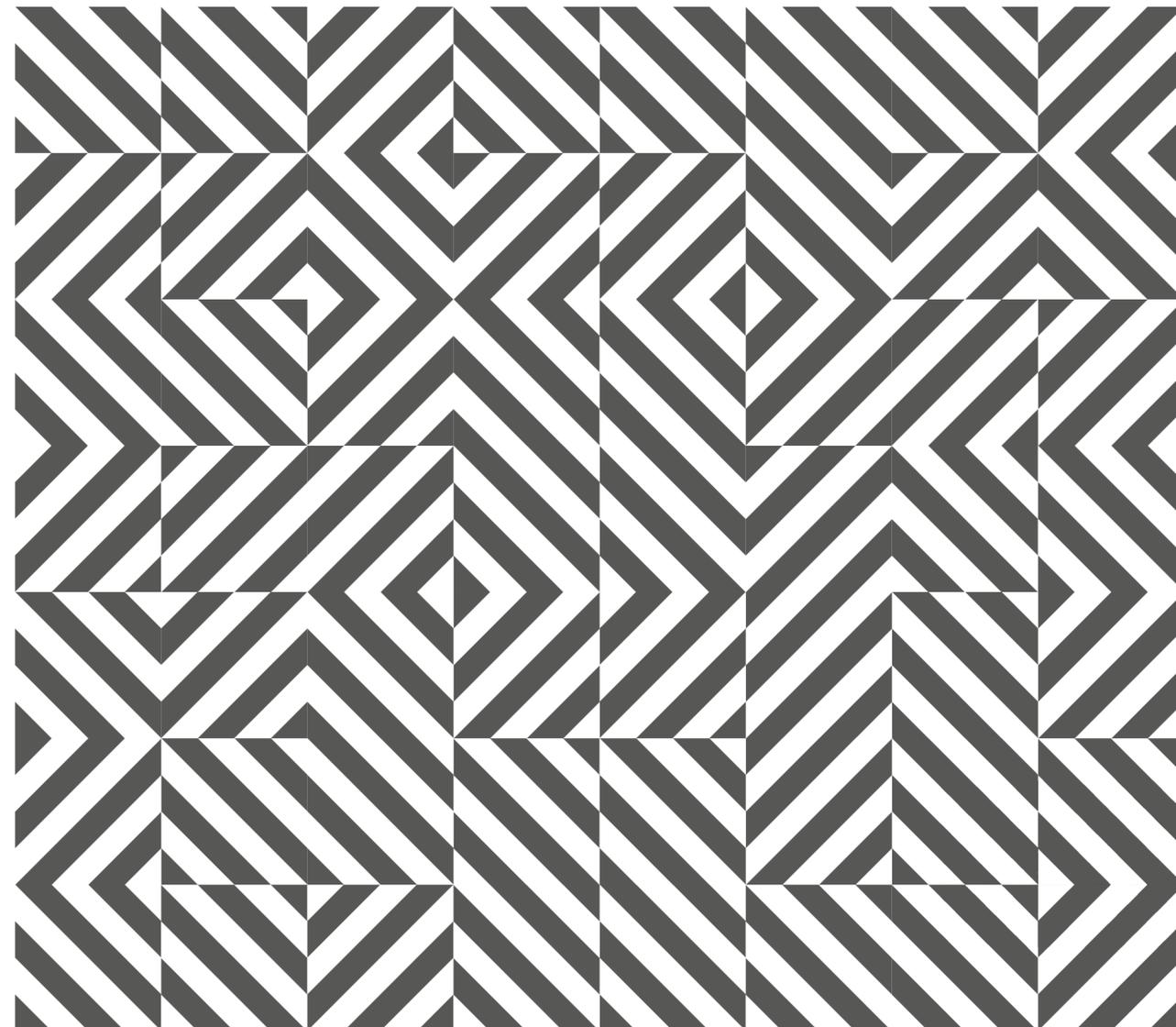
Black 18 %
Наружная
коммуникация



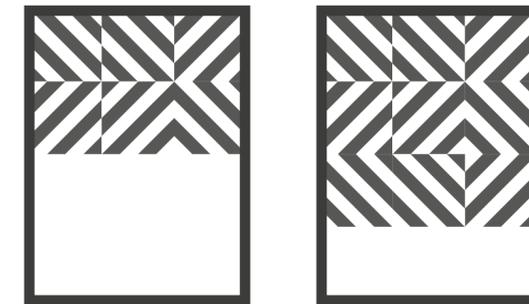
Black 8 %
Коммуникация
внутри магазина

Внимание!

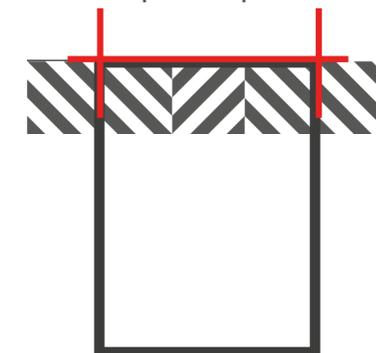
Паттерн можно применять только в партнёрских акциях с «Пятёрочкой». Если по механике акция поставщика, паттерн не применяется.



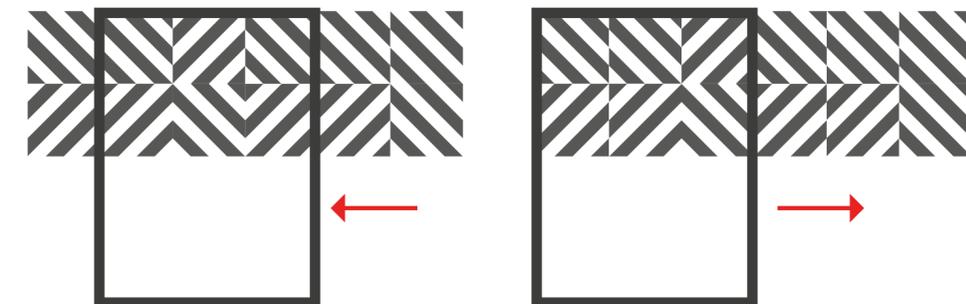
Правила сборки паттерна



может быть 1, 2 и 3 строки в — зависимости от размеров макета



масштабируем паттерн без обреза квадрата



паттерн не должен повторяться на носителях одинакового размера, шаг смещения равен ровному квадрату

Носители стиля 

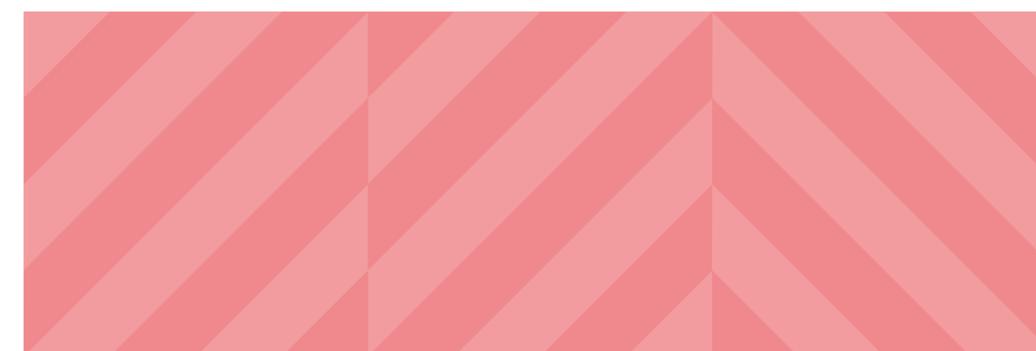
Паттерн

[Скачать](#) 

Правила наложения на фон

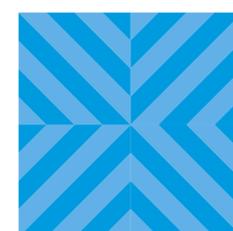
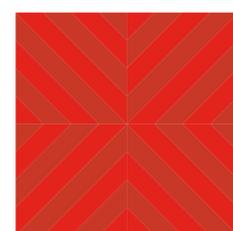
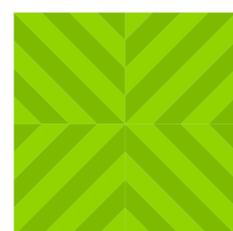
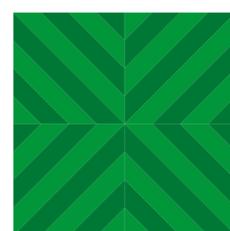
Фирменный паттерн накладывается на белый фон, прозрачность — 8 %, тип наложения — Multiply.

При использовании цветных плашек цвет паттерна красится в аналогичный фону цвет и накладывается режимом Multiply с интенсивностью 30 %.



Если есть техническая необходимость печати паттерна цветами Pantone (например, при производстве сувенирной продукции), следует использовать указанные цвета:

Паттерн – цвета (Pantone)



 355 C
 356 C

 375 C
 376 C

 485 C
 7626 C

 123 C
 124 C

 122 C
 123C

 292 C
 2925 C

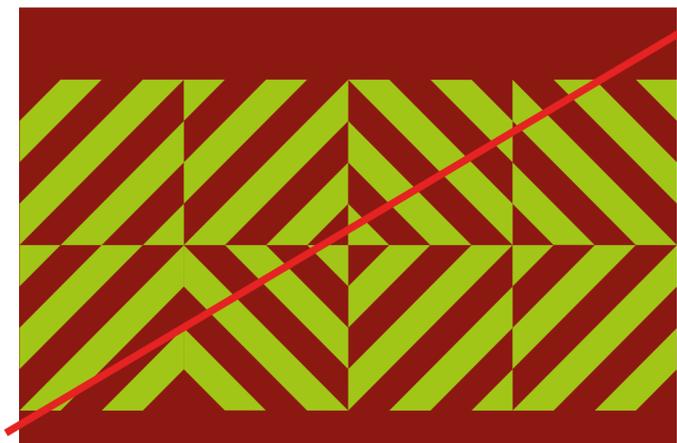
 421 C
 422 C

 424 C
 425 C

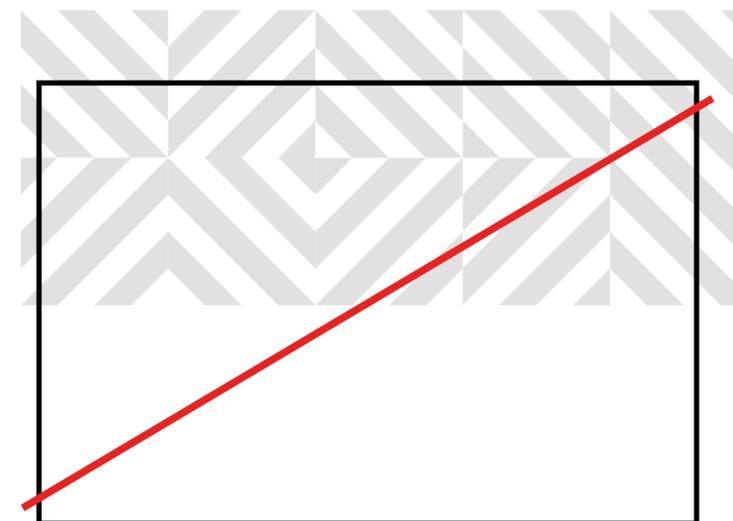
Паттерн

Примеры недопустимого использования

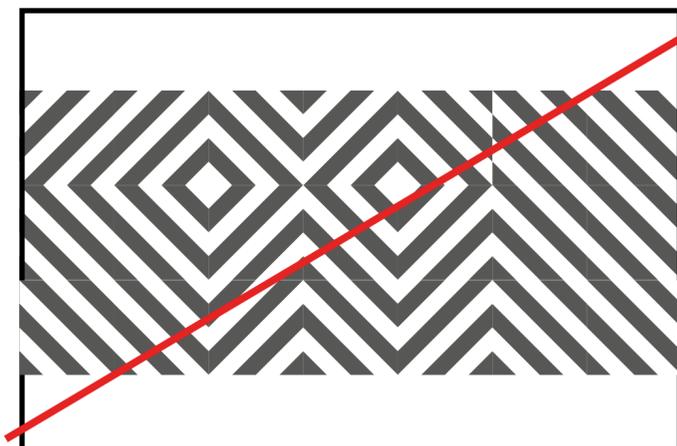
1. Не соответствующие друг другу по цвету подложка и паттерн
2. Поломка композиции и гармонии вследствие зарезания паттерна или неравномерного расположения на макете
3. Чрезмерное повторение направления паттерна, игнорирование изначальной хаотичности
4. Значительно увеличенная или уменьшенная контрастность паттерна по отношению к основному фону



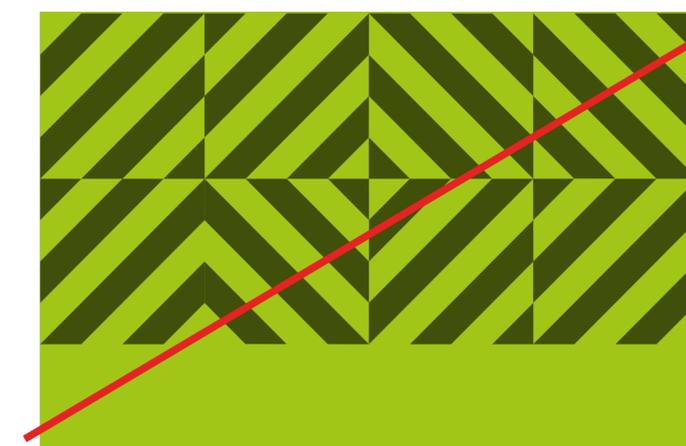
1. Цвет



2. Кадрирование



3. Повтор



4. Контраст

Носители стиля 

ФОТОСТИЛЬ

Имиджевые изображения

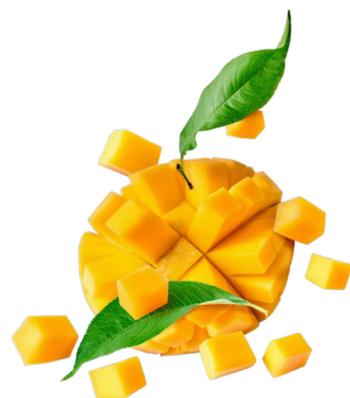
В статичных изображениях преимущественно используется вид сверху. Если объект плохо узнается сверху, возможно допущение изменения угла обзора.

В динамичных изображениях составные части композиции должны иметь одинаковое освещение, продукты незначительно перекрываются друг другом, не должно быть мелких деталей, все элементы композиции должны быть в фокусе, без размытия.

Также возможно использование образов людей, но подбор должен быть крайне аккуратным, важна эмоциональная составляющая. По внешнему виду люди, должны соответствовать аудитории бренда и не иметь ярко выраженной национальной принадлежности. Объекты, одежда или фоны должны перекликаться с цветами бренда

Внимание!

Композиция выстраивается с единой световой схемой. На фотографии моделируется максимально естественная тень, ее направление и глубина создаются, исходя из источника (или источников) освещения.



Носители стиля

Фотостиль. Люди

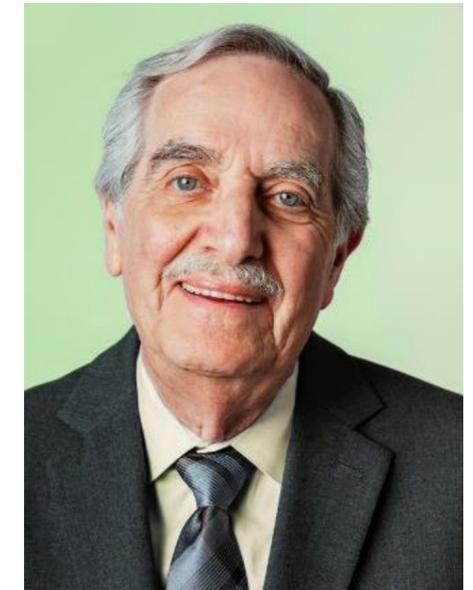
Мы

Нормальные. Естественные. Люди в которых можно узнать своих родственников и друзей.

Мужчины с неидеальной укладкой.

Женщины без яркой косметики или совсем без нее. Выражения лица непринужденные. Взгляд не пристальный или отстраненный.

Характер фото скорее документальный, портретный.



Не мы

Яркие, наигранные, карикатурные. Постановочные. Пытающиеся понравиться. С броскими деталями.

Женщины с активным макияжем.

Мужчины только что из барбершопа.



Носители стиля

Фотостиль. Позы

Мы

Расслабленные. Не обращающие внимание на камеру. Будто пойманы в момент своей обыденности.

Предметы не демонстрируются.

При этом хорошо видны в моменте их использования.

Действия без принуждения и гиперактивности.

Естественны и натуральны.



Не мы

Позирующие.

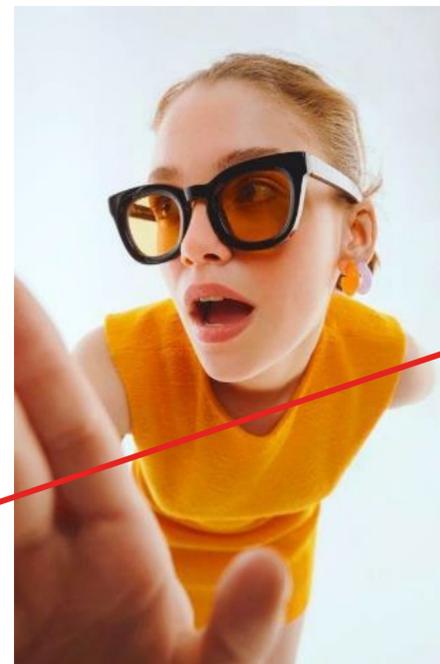
Работающие на камеру.

С напряжением в теле.

Предметы ярко демонстрируются.

Находятся вне своего естественного применения.

Действия активны и призывающи.



Носители стиля 

Фотостиль. Продукты

Промо

Продукция в бутылках — ракурс фронтальный, без подъема камеры

Бакалея в банках — подъём 5–10° над банкой, должны быть видны 2 грани, для демонстрации объёма

Товары в коробках — должны быть видны 3 грани, для демонстрации объёма

Продукция в отражающей свет упаковке — вид фронтальный, без бликов

Салаты в лотках круглой формы — подъём камеры 60°

Салаты в лотках прямоугольной формы — фронтально с поворотом упаковки на 20°

Мясная гастрономия в лотке — фронтальная съёмка

Торты — съёмка без упаковки, подъём камеры 60°

Пирожные — съёмка без упаковки, композиция их нескольких штук, подъём камеры 60°

Внимание!

Тени не используются!



Носители стиля 

Ценники

Каждая акция и каждый носитель имеют свой собственный ценник. Являясь неотъемлемой частью макета, ценник даёт дополнительную подсказку о механике акции.



WEB #ededed
RGB 237-237-237
CMYK 0-0-0-10
Pantone Cool Gray 1 C

Используется для плашек под ценник

[Скачать](#) 

ООН и плакаты

1+1
999⁹⁹
999⁹⁹ 

Цена недели
999⁹⁹
999⁹⁹ 

-38%
999⁹⁹
999⁹⁹ 

-38% от 2 шт.
999⁹⁹
999⁹⁹ 

Стандартное промо

999⁹⁹ 

от **999⁹⁹** 

Промо доставки

Горячее комбо
999⁹⁹
999⁹⁹ 

Горячее комбо
от **999⁹⁹** 

Промо с готовой едой

Выгодно
999⁹⁹

Центр низких цен

Листовки на открытие магазинов



Дополнительные значки

-25% 

~~999⁹⁹~~
74⁹⁹

-25%

~~999⁹⁹~~
74⁹⁹

Хайлайт

1+1

89⁹⁸
44^{99}**

-15%

45⁹⁹
38⁹⁹

-55%

169⁹⁹
за 1 шт.

~~939⁹⁹~~
419⁹⁹ от 3 шт.

Плакаты Промо

Плакаты

Скачать

Промоплакаты

Плакаты с промопредложением размещаются внутри торгового зала на доступных поверхностях по ходу движения покупателей.

Места размещения:

- Внутри ТЗ (приоритетно) на свободных стенах
- В закассовый зоне, в случае отсутствия места в ТЗ
- При наличии пустой глухой стены — на входной группе

Постеры с промо размещаются у кассы.



Постер А1 (841 × 594 мм)



1. Наименование акции

2. Расшифровка

3. Логотип

4. Срок акции

5. Блок товаров с ценами и наименованиями

6. Дисклеймер



Разделитель на кассу (297 × 280 мм)



Скидка на кассе А4

Плакаты

Скачать 

Маркетинговые плакаты

Маркетинговые плакаты про сервисы магазина, про акции для семей с детьми и пенсионеров располагаются внутри магазина в черных рамках.

Места размещения

- В закассовой зоне
- Над барным столиком при наличии места на стене
- На входной группе при наличии пустой глухой стены

1

2

3

4

1. Слоган
2. Фирменный знак
3. Фирменный паттерн
4. Основная текстовая либо графическая информация

1. Слоган

2. Фирменный знак

3. Фирменный паттерн

4. Основная текстовая либо графическая информация

1. Слоган

2. Фирменный знак

3. Фирменный паттерн

4. Основная текстовая либо графическая информация

Носители стиля

Билборд 6 x 3

В правом верхнем углу имиджевого билборда располагается крупный фирменный знак бренда, под ним расположена акционная цена на товар, в левой половине в полукруге располагается крупное обозначение механики акции, под ним — имиджевый слоган. Центральную часть макета занимает изображение продукта. На фоне в верхней части билборда располагается фирменный паттерн. Юридическая информация располагается в нижней части макета по всей ширине, учитывая четкие требования к минимальному размеру шрифта на всех носителях

Если речь идет об акции «1+1» или «Скидка от...», то изображение товара всегда задваивается либо показывается два товара из линейки вкусов.

Внимание!

Объекты на макете необходимо располагать строго в соответствии с приложенным к настоящему руководству файлом-шаблоном.



Скачать

1. Цена
2. Фото товара
3. Логотип
4. Срок акции
5. Дисклеймер
6. Фирменный паттерн
7. Описание товара



Носители стиля 

Ситилайт 1,2 x 1,8

В правом верхнем углу имиджевого ситилайта располагается крупный фирменный знак бренда, под ним расположена акционная цена на товар, в левой половине в полукруге располагается крупное обозначение механики акции, под ним — имиджевый слоган. Центральную часть макета занимает изображение продукта. На фоне в верхней части билборда располагается фирменный паттерн. Юридическая информация располагается в нижней части макета по всей ширине, учитывая четкие требования к минимальному размеру шрифта на всех носителях

Для данной акции изображение товара всегда задваивается, либо показывается два товара из линейки вкусов.

Внимание!

Объекты на макете необходимо располагать строго в соответствии с приложенным к настоящему руководству файлом-шаблоном.



1. Цена
2. Фото товара
3. Логотип
4. Срок акции
5. Дисклеймер
6. Фирменный паттерн
7. Описание товара



Скачать 

Носители стиля 

Ресайзы макетов

Пример расположения описанных правил размещения основных графических элементов на нестандартном носителе

Скачать 



Суперсайз 12x3



Ситиборд 3,7x2,8



Ситилайт 1,4x3

Носители стиля 

ООН с ценой «Центр низких цен»

Скачать 

Данные макеты имеют аналогичную структуру в правом верхнем углу имиджевого билборда располагается крупный фирменный знак бренда, под ним расположена акционная цена на товар, в левой половине в полукруге располагается крупное обозначение механики акции, Центральную часть макета занимает изображение продукта. На фоне в верхней части билборда располагается фирменный паттерн. Юридическая информация располагается в нижней части макета по всей ширине, учитывая четкие требования к минимальному размеру шрифта на всех носителях



Внимание!

Данный ценник используется только на макетах «Центр низких цен»



ЦЕНТР НИЗКИХ ЦЕН

Пятёрочка выручает!

Выгодно 999⁹⁹

Фарш фермерский, Слово мясника, 400 г

31 января — 6 февраля

ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЕЙСТВУЕТ С 03.09.24 ПО 09.09.2024. ТОВАРЫ С НИЗКОЙ ЦЕНОЙ ВЫДЕЛЕНЫ СПЕЦИАЛЬНЫМ СТОППЕРОМ И ЦЕННИКОМ «ВЫГОДНО». КОЛИЧЕСТВО ТОВАРА ОГРАНИЧЕНО. ЦЕНЫ УКАЗАНЫ В РУБЛЯХ. ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЕЙСТВУЕТ НЕ ВО ВСЕХ МАГАЗИНАХ ТОРГОВОЙ СЕТИ. ПРОДАВЕЦ ООО «АГРОТОРГ», ОГРН 1027809237796, Г. САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, НЕВСКИЙ ПР-КТ, Д. 90 / 92. ПОДРОБНОСТИ – В МОБИЛЬНОМ ПРИЛОЖЕНИИ «ПЯТЁРОЧКА». РЕКЛАМА.



ЦЕНТР НИЗКИХ ЦЕН

Пятёрочка выручает!

Выгодно 999⁹⁹

Фарш фермерский, Слово мясника, 400 г

31 января — 6 февраля

ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЕЙСТВУЕТ С 03.09.24 ПО 09.09.2024. ТОВАРЫ С НИЗКОЙ ЦЕНОЙ ВЫДЕЛЕНЫ СПЕЦИАЛЬНЫМ СТОППЕРОМ И ЦЕННИКОМ «ВЫГОДНО». КОЛИЧЕСТВО ТОВАРА ОГРАНИЧЕНО. ЦЕНЫ УКАЗАНЫ В РУБЛЯХ. ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЕЙСТВУЕТ НЕ ВО ВСЕХ МАГАЗИНАХ ТОРГОВОЙ СЕТИ. ПРОДАВЕЦ ООО «АГРОТОРГ», ОГРН 1027809237796, Г. САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, НЕВСКИЙ ПР-КТ, Д. 90 / 92. ПОДРОБНОСТИ – В МОБИЛЬНОМ ПРИЛОЖЕНИИ «ПЯТЁРОЧКА». РЕКЛАМА.



ЦЕНТР НИЗКИХ ЦЕН

Пятёрочка выручает!

Выгодно 999^{99Р}

Фарш фермерский, Слово мясника, 400 г

31 января — 6 февраля

ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЕЙСТВУЕТ С 03.09.24 ПО 09.09.2024. ТОВАРЫ С НИЗКОЙ ЦЕНОЙ ВЫДЕЛЕНЫ СПЕЦИАЛЬНЫМ СТОППЕРОМ И ЦЕННИКОМ «ВЫГОДНО». КОЛИЧЕСТВО ТОВАРА ОГРАНИЧЕНО. ЦЕНЫ УКАЗАНЫ В РУБЛЯХ. ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЕЙСТВУЕТ НЕ ВО ВСЕХ МАГАЗИНАХ ТОРГОВОЙ СЕТИ. ПРОДАВЕЦ ООО «АГРОТОРГ», ОГРН 1027809237796, Г. САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, НЕВСКИЙ ПР-КТ, Д. 90 / 92. ПОДРОБНОСТИ – В МОБИЛЬНОМ ПРИЛОЖЕНИИ «ПЯТЁРОЧКА». РЕКЛАМА.

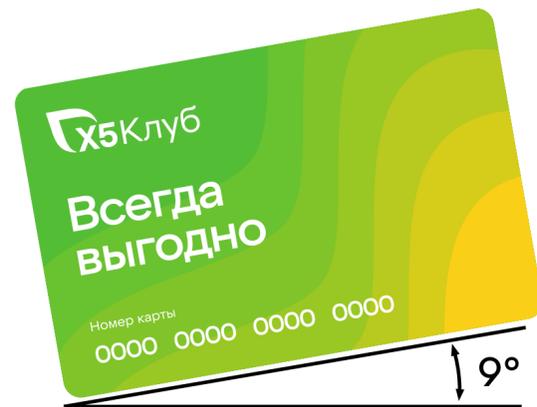
Носители стиля 

Карта «X5 Клуба»

Преимущественно использование карты из приложения с QR-кодом внутри телефона.

Остальные варианты карт используются второстепенно.

В рамках рекламных кампаний и в наружной рекламе может использоваться вариант карты с крупным логотипом и жирным начертанием «Клуб».



Полноразмерная версия карты
Карта под углом (~9°) (от 7 см)



Уменьшенная версия карты
(от 4 до 7 см)

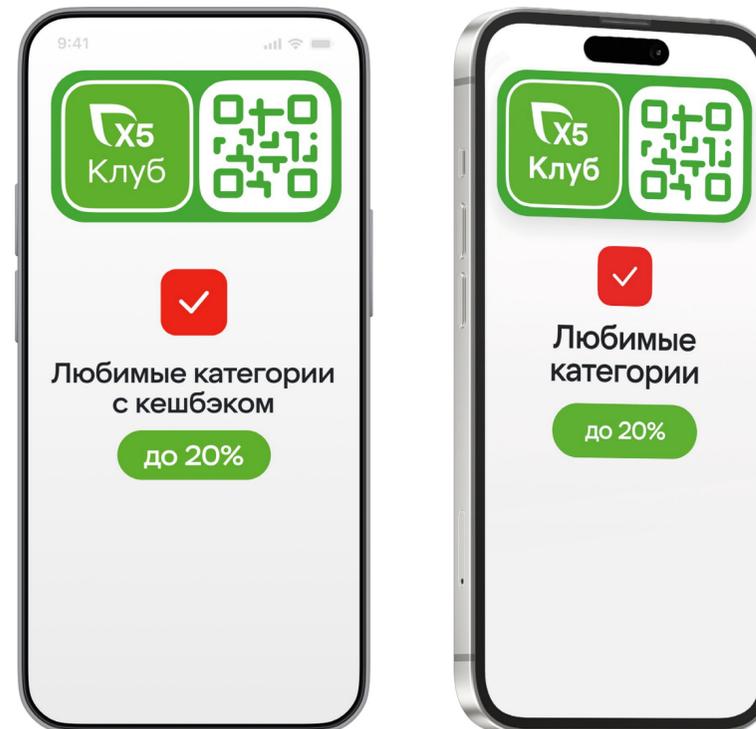


Иконка для использования в интерфейсах и ценниках
Минимальный размер (от 1 до 4 см)

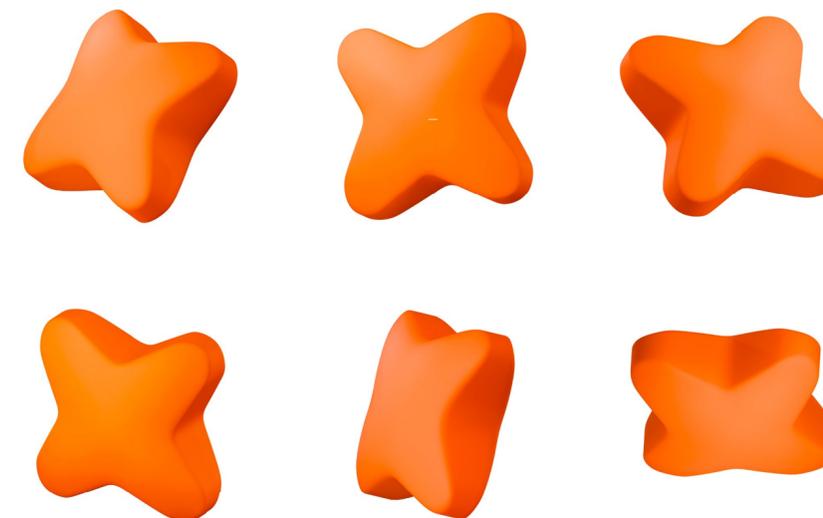
Во всех материалах используется единый мокап телефона.

Не допускается наложение посторонних элементов на экран, имитирующих физические компоненты телефона: камера, разговорный динамик, чёлка и пр.

По запросу доступны версии телефона в голубом и зелёном чехле.



Может использоваться зеркальная вариация расположения телефона.
Телефон всегда кадрируется, точная линия определяется по макету.



В макетах может быть использованы маскоты.

Внимание!

Минимальный размер карты используется только в качестве иконки или буллета.

Носители стиля 

Баллы «Х5 Клуба»

На этой странице описаны правила для работы с баллами «Х5 Клуба».

Прочитать весь брендбук можно, перейдя по ссылке в правом верхнем углу.

Допустимо применение монохромной версии на фоне. По умолчанию, цвет фона несёт функцию обозначения вида получаемого кешбэка или типа операции.

Для всех материалов допустимо использовать только утверждённые цвета фонов.

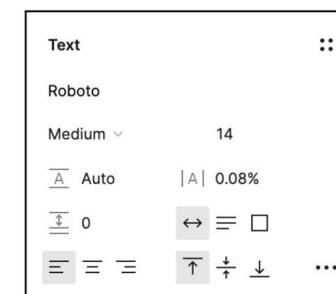
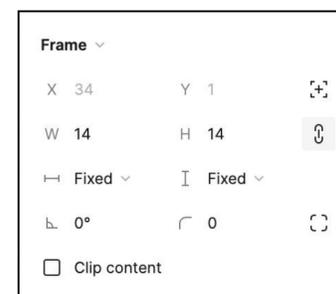
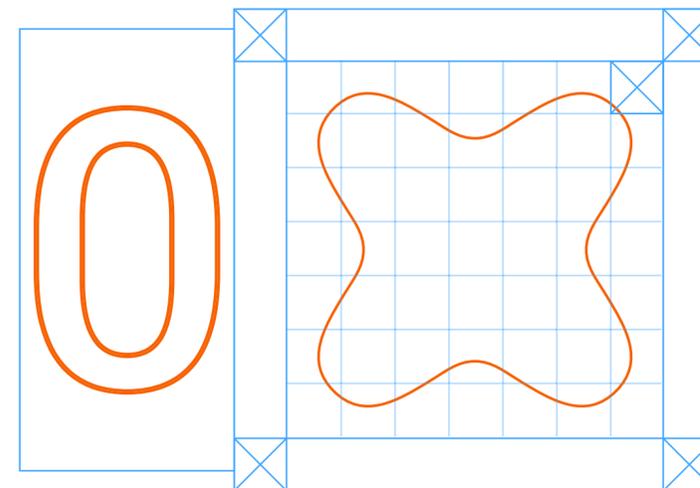
[Скачать](#) 

+200 



За основу охранного поля баллов взят модуль, равный 1/7 высоты знака.

Размер балла по вертикали должен соответствовать кеглю шрифта рядом с ним. Минимальный размер знака — 12 px.



Подарочный сертификат

Скачать

Денежный сертификат (пластиковый или электронный) – это новый способ оплаты товаров в магазинах сети «Пятёрочка»
Денежные подарочные сертификаты применимы во всех магазинах ТС5, кроме магазинов обратного франчайзинга. В МП/доставке не применимы

Оптовые пластиковые сертификаты

- Номер сертификата из 8 или 14 цифр, цвет – зеленый
- При использовании лучше убирать номинал



Оптовые электронные сертификаты



Макет карты



Макет сертификата, который получит клиент

ВАЖНО: Дизайн оптовых электронных сертификатов - может быть разным. Контрагенты (юр. лица), которые купили сертификаты у «Пятёрочки», могут продавать сертификаты со своим дизайном.

Розничные пластиковые сертификаты



Розничные электронные сертификаты



Носители стиля 

Электронные наклейки

Скачать 

Используются в мобильном приложении и на носителях, призывающих собирать наклейки для покупки акционных товаров со скидкой.



28 мая — 26 августа

Время стильных обновлений!

Копите наклейки,
покупайте полотенца от



200₽=1 



ОРГАНИЗАТОР АКЦИИ ООО «АГРОТОРГ». *СКИДКИ ДЕЙСТВИТЕЛЬНЫ ПРИ УСЛОВИИ НАКОПЛЕНИЯ ЭЛЕКТРОННЫХ НАКЛЕЕК С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ КАРТЫ ЛОЯЛЬНОСТИ «Х5 КЛУБА», СОГЛАСНО ПРАВИЛАМ АКЦИИ. АКЦИЯ «ТЕКСТИЛЬ» ПРОХОДИТ ВО ВСЕХ МАГАЗИНАХ ТС «ПЯТЁРОЧКА» С 28.05.2024 ПО 26.08.2024. КОЛИЧЕСТВО ТОВАРА ОГРАНИЧЕНО. В АКЦИИ УЧАСТВУЮТ НЕ ВСЕ КАТЕГОРИИ ТОВАРОВ. ИЗОБРАЖЕНИЕ ТОВАРА МОЖЕТ НЕЗНАЧИТЕЛЬНО ОТЛИЧАТЬСЯ ОТ ПРЕДСТАВЛЕННОГО В МАГАЗИНЕ. ВСЕ ТОВАРЫ СЕРТИФИЦИРОВАНЫ. ИНФОРМАЦИЯ ОБ ОРГАНИЗАТОРЕ АКЦИИ, ПРАВИЛАХ И СРОКАХ ЕЕ ПРОВЕДЕНИЯ, СМОТРИТЕ НА STYLE.5KA.RU. **ПРАВООБЛАДАТЕЛЬ ТОВАРНОГО ЗНАКА «CASSERA CASA» - COTONFISIO ZAMBAITI S.P.A., ИТАЛИЯ, ИЗГОТОВИТЕЛЬ ТОВАРА - JAKALA S.P.A. S.B., МИЛАН, ИТАЛИЯ. МЕСТО ПРОИЗВОДСТВА - ТУРЦИЯ. РЕКЛАМА.

Наклейки в макетах можно пере-
ворачивать и пересекать между
собой.

Фирменные знаки сети



Знаки для размещения на материалах СТМ

Предназначены для коммуникаций в рекламных материалах и на упаковке собственных торговых марок.



Знак для размещения на уникальных продуктах от поставщика, произведенных для «Пятёрочки»

Используются на упаковках товаров под брендами производителя, которые можно купить только и исключительно в магазинах «Пятёрочка». Эти торговые марки не принадлежат «Пятёрочке».



Знак для размещения на рекламных материалах поставщиков «Пятёрочки» с подсказкой купить товар в магазинах или заказать в доставке.

Используются на рекламных материалах, коммуницирующих снижение цены, механику N+M, возможность для покупателей купить данный товар в «Пятёрочке».

Используется только для макетов вне магазина



Знак для размещения на рекламных материалах маркетинговых акций, направленных на конечного покупателя «Пятёрочки».

Предназначены для использования на любых рекламных материалах и инструментах (POSM, ДТО, медийной, диджитал и любой другой рекламе) в эксклюзивных маркетинговых акциях, проводимых поставщиком только в «Пятёрочке», направленных на конечного покупателя. Нанесение данного знака является обязательным при проведении эксклюзивных маркетинговых акций.

Фирменный знак СТМ

[Скачать !\[\]\(f751fb5266fcde85b8e494ae0908d01e_img.jpg\)](#)

Фирменные знаки для размещения на материалах СТМ

«Знак с логотипом сети «Пятёрочка» ставится на упаковку СТМ, а также на рекламные материалы ТМ, имеющих признак «с поддержкой сети». Знак с галочкой – только на рекламные материалы. Размещение знака производится только при согласовании с бренд-менеджером СТМ центрального офиса.

«Хвостик» знака может быть направлен в любую сторону, на усмотрение бренд-менеджера СТМ. При необходимости, в каждом отдельном случае бренд-менеджер СТМ берёт на себя согласование макета с юридическим департаментом.

Рекомендовано, что фирменный знак должен занимать 3% площади макета.

ВАЖНО: знаки про эксклюзивность товара предназначены только для коммуникаций СТМ, сторонним брендам и поставщикам использовать их на упаковке и в рекламе запрещено.

Знак размещается на упаковке СТМ и в рекламных материалах



Примеры



Знак размещается в рекламных материалах СТМ



ВАЖНО: цвет значка/цветовое кодирование (монохром, в двух цветах) зависит от типа, цвета фона, дизайна носителя. Допустимо использовать только цветовое кодирование из перечня на слайде. При размещении значка на упаковке необходимо руководствоваться принципом контрастности

Фирменные знаки на уникальных продуктах от поставщика

Фирменный знак для размещения на уникальных продуктах от поставщика, произведенных специально для «Пятёрочки»

Используются на упаковках товаров под брендами производителя, которые разработаны специально для «Пятёрочки». Данные продукты можно купить только в магазинах «Пятёрочка», а не в других сетях. По умолчанию к размещению рекомендован знак фирменного красного цвета. Зеленый цвет выбирается в случае, когда красный клейм сливается с фоном упаковки или рекламного макета. Размещение знака производится только при согласовании с руководителем отдела дизайна ТС5.

В каждом отдельном случае КМ КД берёт на себя согласование макета с юридическим департаментом.

ВАЖНО: знаки про уникальность товара предназначены только для коммуникаций на продуктах от поставщика, произведенных специально для «Пятёрочки». Если продукт не подходит под данное определение, использовать эти знаки на его упаковке или в рекламе запрещено.



Примеры



Носители стиля 

Фирменный знак для рекламных макетов поставщиков

Скачать 

Знак для размещения на рекламных материалах поставщиков «Пятёрочки».

Используются на рекламных материалах, коммуницирующих снижение цены, механику N+M, возможность для покупателей купить данный товар в «Пятёрочке».

Белый или зелёный вариант выбирается в зависимости от общего фона макета и должен быть контрастен к нему. Задача знака быть подсказкой, где купить рекламируемый товар.

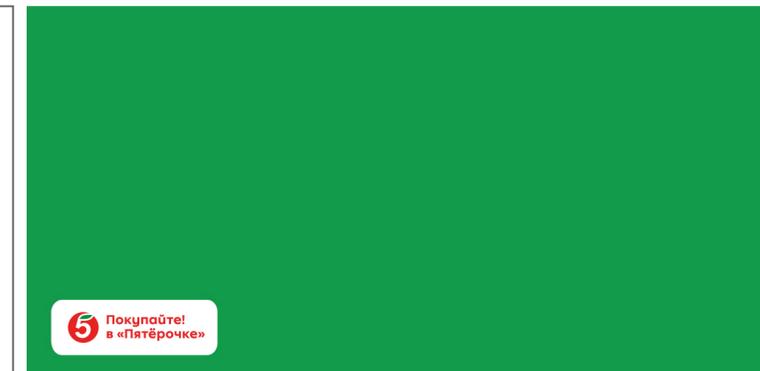
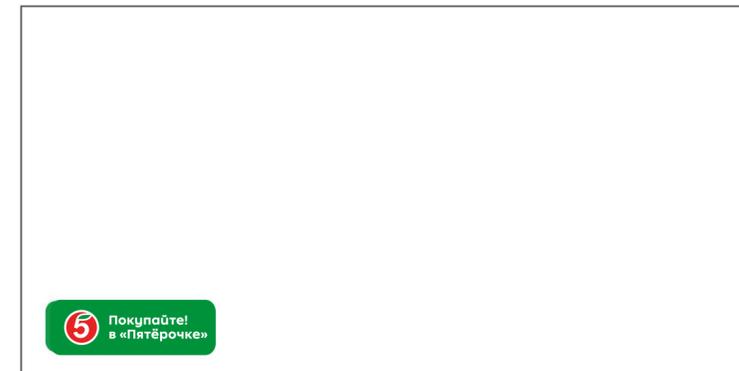
Фирменный знак должен занимать 3% площади макета. Обрамлять знак дисплеймером запрещено

Внимание!

Знаки предназначены только для коммуникаций поставщиков «Пятёрочки»

На макетах не должно быть ни какой механики

Нельзя использовать на макетах внутри магазина



Примеры



Носители стиля 

Фирменный знак для рекламных макетов поставщиков с доставкой

Скачать 

Знак для размещения на рекламных материалах поставщиков «Пятёрочки».

Используются на рекламных материалах, коммуницирующих снижение цены, механику N+M, возможность для покупателей купить данный товар в «Пятёрочке».

Белый или зелёный вариант выбирается в зависимости от общего фона макета и должен быть контрастен к нему. Задача знака быть подсказкой, где купить рекламируемый товар.

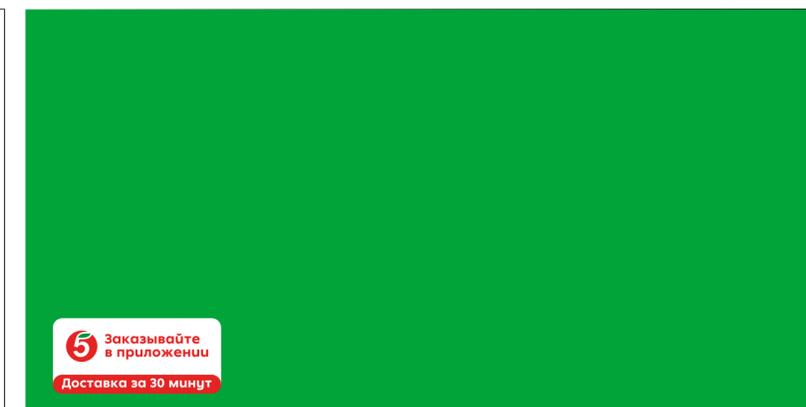
Фирменный знак должен занимать 3% площади макета. Обрамлять знак дисплеймером запрещено

Внимание!

Знаки предназначены только для коммуникаций поставщиков «Пятёрочки»

На макетах не должно быть ни какой механики

Нельзя использовать на макетах внутри магазина



Примеры



Носители стиля 

Фирменный знак для акций трейд-маркетинга

Скачать 

Знак для размещения на рекламных материалах маркетинговых акций, направленных на конечного покупателя «Пятёрочки».

Предназначены для использования на любых рекламных материалах и инструментах (POSM, ДТО, медийной, диджитал и любой другой рекламе) в эксклюзивных маркетинговых акциях, проводимых поставщиком, направленных на конечного покупателя.

Нанесение данного знака является обязательным при проведении эксклюзивных маркетинговых акций.

Фирменный знак должен занимать 3% площади макета. Обрамлять знак дисплеймером запрещено. Цвет фона знака выбирается в зависимости от общего фона макета и должен быть контрастен к нему.

Внимание!

На макетах используемых во внешней коммуникации обязательно использование фирменного знака бренда «Пятёрочка»

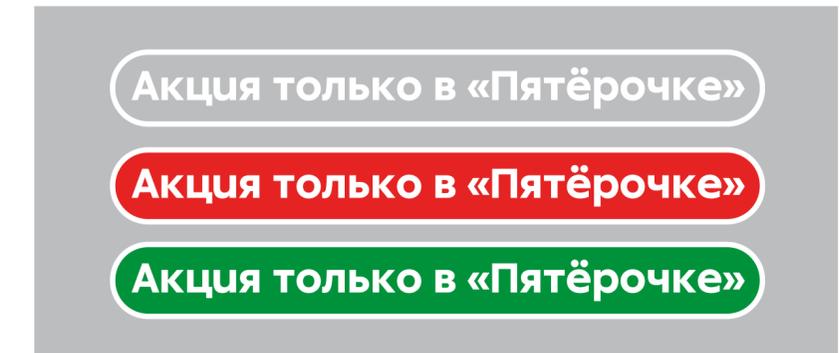
Знак для внешних коммуникаций



Пример на носителях внешней коммуникации



Знак для внутренних носителей внутри магазина



Пример на носителях внутренней коммуникации



Креативный Key Visual (KV)



Креативный Key Visual

Основные правила разработки макетов:

Коммуникация в макете делится на три категории:

1. Брендинговая:

- 1.1. Логотип (шайба + выручает!)
На тёмном фоне — белая надпись, на светлом — чёрная
- 1.2. Фирменный паттерн

2. Ключевое изображение акции

Может располагаться как в круге, так и без него. Может служить фоном

3. Информация об акции:

- 3.1. Лайн. Шрифт 5ka Sans Design начертанием Ultra или Black.
- 3.2. Механика иллюстрируется фирменными иконками
- 3.3. Изображение призов
- 3.4. УТП в жёлтом круге
- 3.5. Сайт
- 3.6. Дата проведения акции
- 3.7. QR

Приблизительная иерархия информации на макете:

Заголовок ■ — 40%

Основное изображение ● — 30%

Уникальное торговое предложение ◆ — 20%

Механика ■ — 10%



Креативный Key Visual

Основные правила разработки макетов:

Коммуникация в макете делится на три категории:

1. Брендинговая:

- 1.1. Логотип (шайба + выручает!)
На тёмном фоне — белая надпись, на светлом — чёрная
- 1.2. Фирменный паттерн

2. Ключевое изображение акции

Может располагаться как в круге, так и без него. Может служить фоном

3. Информация об акции:

- 3.1. Лайн. Шрифт 5ka Sans Design начертанием Ultra или Black.
- 3.2. Механика иллюстрируется фирменными иконками
- 3.3. Изображение призов
- 3.4. УТП в жёлтом круге
- 3.5. Сайт
- 3.6. Дата проведения акции
- 3.7. QR

Приблизительная иерархия информации на макете:

Заголовок ■ — 40%

Основное изображение ● — 30%

Уникальное торговое предложение ◆ — 20%

Механика ■ — 10%



Правила сборки горизонтального макета

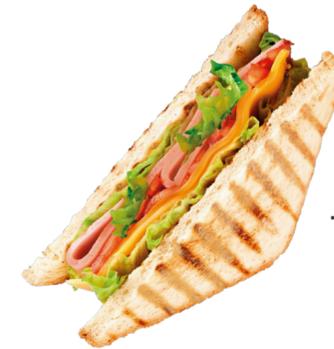
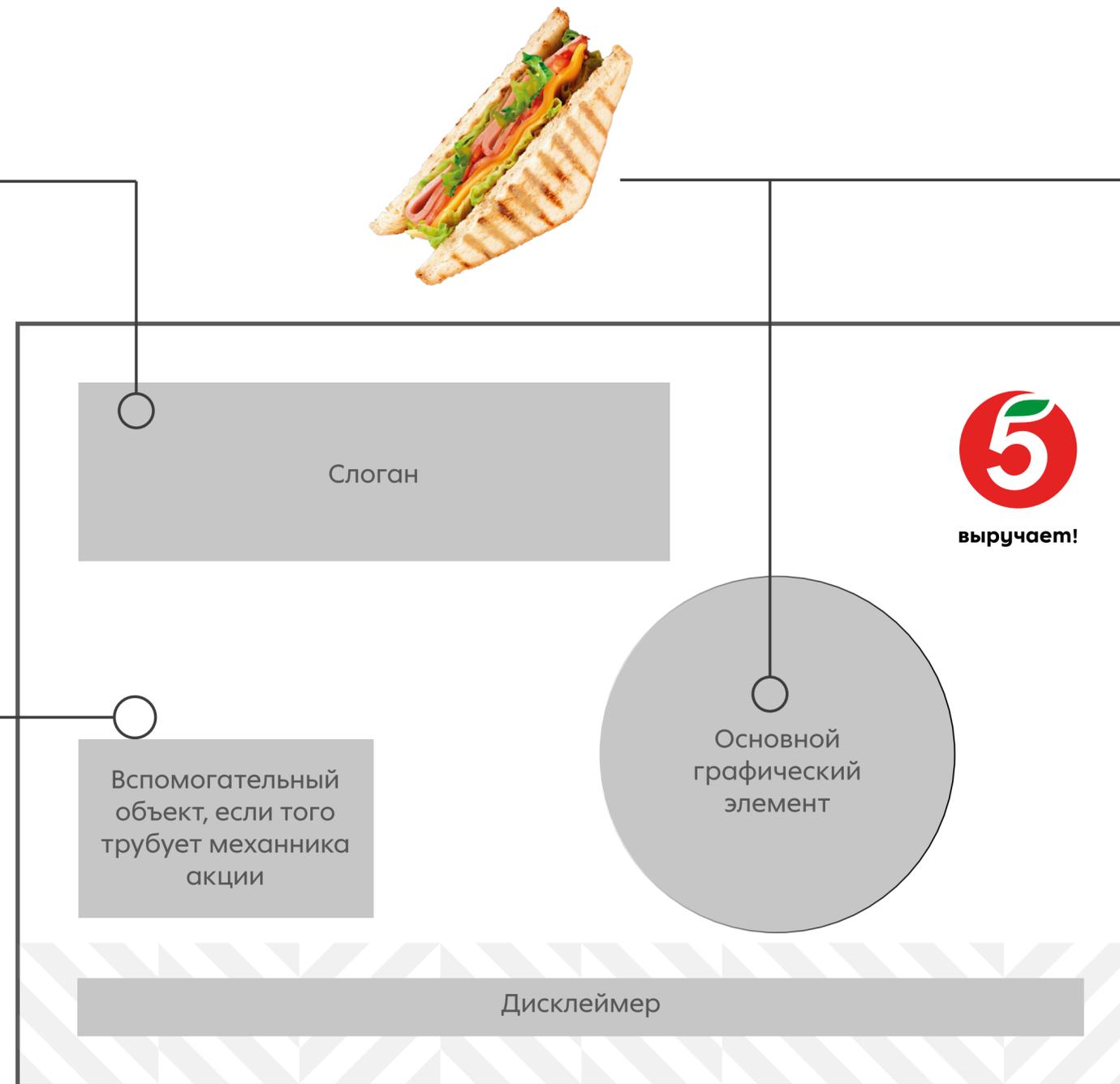
**Заголовок
в две строки**

**Заголовок
в две строки**



Внимание!

Важно соблюдать пропорций ключевых элементов брендинга. При необходимости, возможны иные варианты структуры.



Правила сборки вертикального макета

**Заголовок
в две строки**

**Заголовок
в две строки**



Внимание!

Важно соблюдать пропорций ключевых элементов брендинга. При необходимости, возможны иные варианты структуры.



Заголовок в баблах

Заголовок в баблах имеет определенные правила использования. Отступы от края бабла до букв должны быть равны ширине одного строчного символа.

Интрельяж также должен быть равен одному строчному символу по высоте.

При необходимости использования подстрочника, необходимо придерживаться аналогичной логики построения как и в основном заголовке, соотношение размеров баблов основного заголовка и подстрочника 1/2

Внимание!

В макетах, в заголовках допустимо использовать максимум три строки.

Заголовок

Заголовок
в две строки

Заголовок
в две строки

Подстрочник

Креативный Key Visual (KV) 

Иконки механики

Фирменные иконки рекомендуется использовать в механике для поддержания графической стилистики.

Текст механики может быть снизу или справа от иконки.

При необходимости создания новой иконки, опираемся на стилистику предоставленных.



Покупайте
на любую сумму



Регистрируйте
чеки



Выигрывайте
призы



Больше подарков
в приложении

Скачать 

20 марта – 23 апреля

**Циклон
весенних
призов**

 **выручает!**



 Покупайте
на любую
сумму

 Регистрируйте
чеки суммарно
на **1100₽** в неделю

 Выигрывайте
призы


actions.5ka.ru

Общий срок проведения акции — с 20.03.2023 г. по 15.06.2023 г. Период совершения покупок с 20.03.2023 по 23.04.2023 г. Период регистрации чеков для участия в акции с 20.03.2023 по 25.04.2023 г. Внешний вид призов может отличаться от изображения в рекламных материалах. Для участия в розыгрыше ценных призов обязательно дальнейшая регистрация чеков на сайте акции в соответствии с правилами акции. Информацию об организаторе акции, условиях участия, правилах проведения, призах, их количестве, сроках, месте и порядке их получения узнавайте на сайте actions.5ka.ru. Реклама.

Реклама на ТВ



Использование джингла, логошота и слогана компании

Термины:

Джингл — это короткая законченная музыкальная фраза в вокальном исполнении, которая используется в единственном утвержденном варианте.

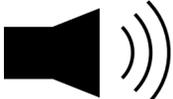
Основная версия джингла — джингл, в котором пропеваётся фраза «Пятёрочка» выручает!».

Звуки кассы — это музыкальная фраза из коротких звуков сканера на кассе.

Логошот/brand signature — анимированный логотип «Пятёрочка» и подпись бренда «Пятёрочка» выручает!» на зелёном фоне.

Размещение продуктов, других изображений и символов недопустимо.

Материалы:

Джингл «Пятёрочка» выручает!»:  

Звуки кассы:  

Реклама на ТВ 

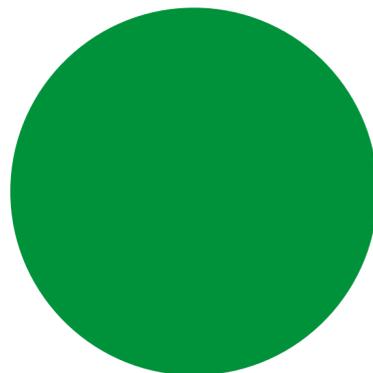
Составные элементы логошота

Логошот бренда состоит из следующих элементов

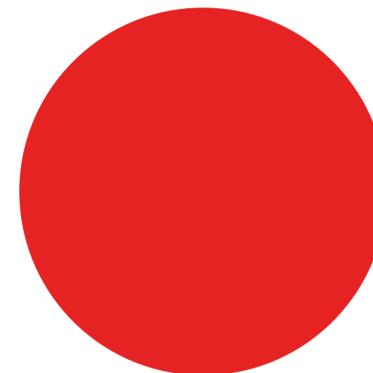
Логоблок — неразрывная связка логотипа «Пятёрочка» со слоганом



Цвет фона. Не меняется независимо от кампании



WEB #00923a
RGB 0-143-50



WEB #e52322
RGB 235-35-22

Джингл — музыкальная часть логошота — 2 сек. 

Общие правила использования логошота

Во всех кампаниях и во всех хронометражах используется всегда единая версия джингла и логошота, кроме исключительных случаев, где логошот не предусмотрен.

Хронометраж	Формат	Правила
10"—30" секунд	TV/OLV Имидж	Джингл и логошот рекомендуется использовать после пекшота
7"—10" секунд	TV/OLV Имидж	Джингл и логошот рекомендуется использовать после пекшота
5"	TV/OLV Имидж	Джингл и логошот не используются
5"	TV/OLV Продукт	Джингл и логошот используются после продуктовой части
15"— и больше	Радио	Джингл рекомендуется использовать после информационной или игровой части ролика, но перед лигалом.

Общие правила интеграции элементов логошота в ролик

На последних секундах TV, OLV всегда (кроме форматов, в которых логошот не предусмотрен) используется анимированное изображение логошота.

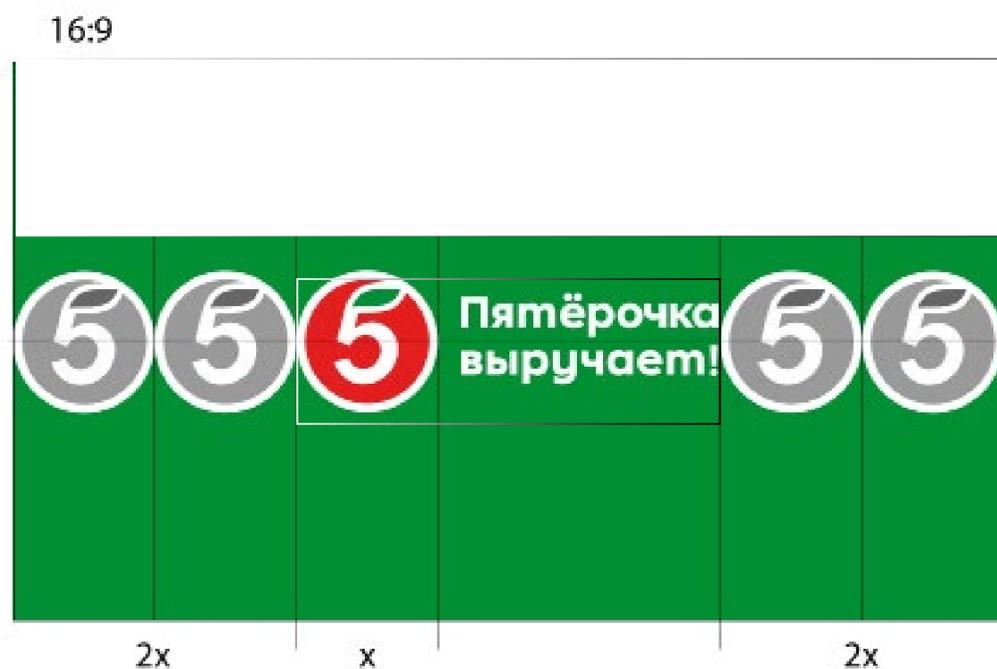
Логошот бренда всегда располагается в центре кадра на зелёном фоне и никогда не используется с другим цветом фона и поверх изображений.

16:9 горизонтальный — отступ от левой и правой границ экрана равен $2x$, где « x » равен диаметру лого.

2,35:1 — отступ от левой и правой границ экрана равен $2x$.

16:9 вертикальный — отступ от верхней и нижней границы экрана равен $3x$.

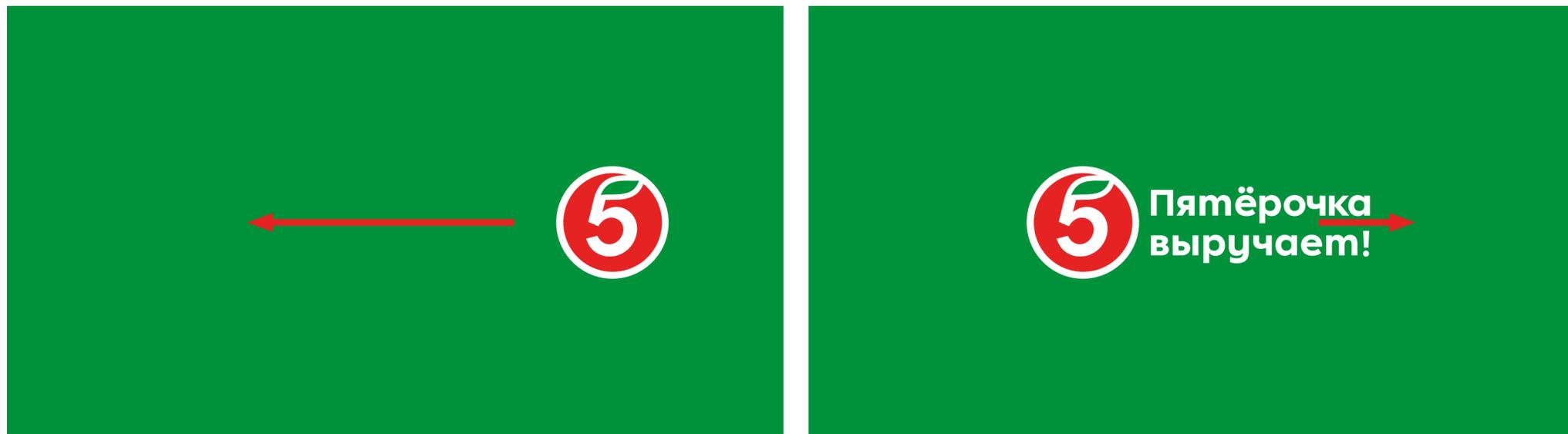
Относительно других частей экрана логошот всегда находится по центру.



Базовая анимация логошота

В роликах любого формата и назначения (за исключением тех форматов, где логошот не предусмотрен) используется базовая анимация логошота.

Логотип с правого края кадра отъезжает влево, открывая слоган «Пятёрочка выручает».

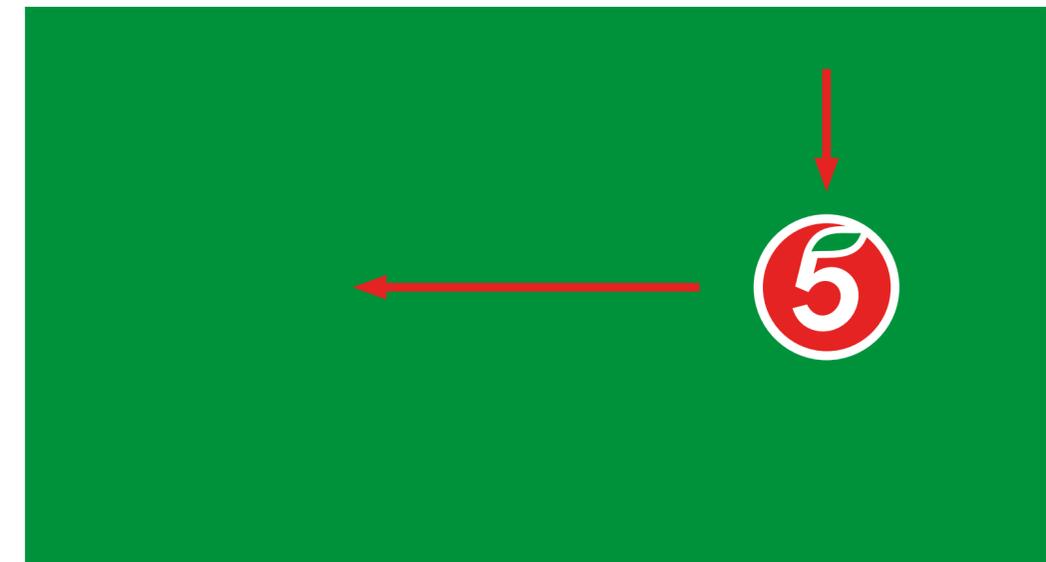


Анимация логошота (в связке с пекшотом)

В роликах продуктового формата 5–10'' и имиджевого формата любого хронометража, кроме 5'' и менее, для связки пекшота и логошота используется дополнительная анимация.

В этом случае логотип с пекшотного кадра (справа сверху) съезжает вниз до центральной оси, двигается по ней влево, открывая слоган «Пятёрочка выручает!».

Исключение составляют те ролики, где кадр перед логошотом окрашен не в зелёный цвет. Также исключение составляют те ролики, где размер шайбы лого на кадре перед логошотом имеет другой размер. В этом случае используется базовая анимация логошота.



Реклама на ТВ 

Фирменная сумка бренда

Фирменная брендированная сумка «Пятёрочка» должна быть выполнена из плотной, качественной, натуральной и неокрашенной в массе ткани, с ярким печатным принтом логотипа — фирменного знака.

При использовании фирменной сумки в съёмках необходимо следить за полнотой её объёма, форма не должна заламываться, искажая силуэт логотипа.

Продукты для наполнения сумки не должны быть брендированы сторонними логотипами производителей, если это не предусмотрено концепцией съёмки.

В формировании продуктовой композиции могут быть использованы продукты, не требующие доп. упаковки (хлеб, яблоки, бананы, зелень...), либо продукты СТМ. Данные условия формируются поставленной задачей перед предстоящей съёмкой.

Условная визуализация пропорций и брендинга фирменной сумки «Пятёрочка».



Примеры фотосъёмки фирменной сумки в интерьерной композиции в компоновке с продуктами.



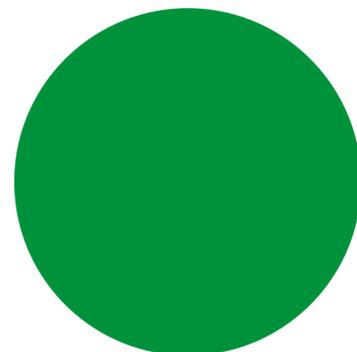
Визуальный стиль SMM



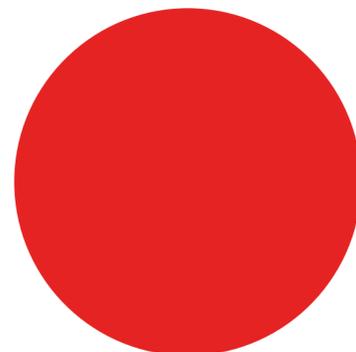
Цвета и шрифт

В социальных сетях можем использовать все цвета из фирменной палитры, кроме серого, тёмно-серого, чёрного и бордового.

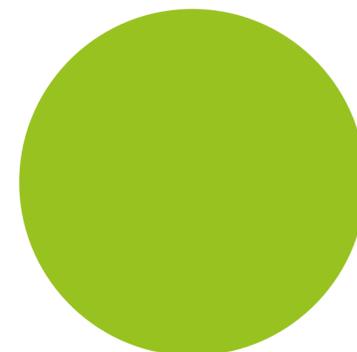
При этом основным цветом является зелёный.



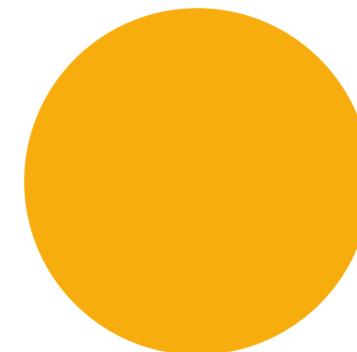
WEB #00923a
RGB 0-143-50
CMYK 85-16-100-0
Pantone 355 C
RAL 6037
ORACAL 8500-062
ORACAL 551 491



WEB #e52322
RGB 235-35-22
CMYK 0-95-90-0
Pantone 485 C
RAL 3028
ORACAL 8500-032
ORACAL 551 303



WEB #98c21f
RGB 152-194-31
CMYK 50-0-100-0
Pantone 375 C
RAL 6018



WEB #ffad26
RGB 255-173-38
CMYK 0-37-94-0
Pantone 123 C
RAL 1028
Oracal 021

5ka Sans Design — основной шрифт бренда, используемый для набора любых текстов и заголовков.

Для набора основного текста рекомендуется применять начертание Regular, а для заголовков, слоганов, вывесок и т. п. — начертание Black.

Основные правила:

1. Не делать текст из прописных букв
2. Шрифт может быть любой толщины, кроме Thin и Ultra
3. Не использовать белый шрифт на голубом фоне (нечитаемо) (исключение — крупные заголовки в начертании SemiBold или Bold)
4. В тексте можно использовать несколько начертаний, расставляя акценты и выделяя более толстым важные моменты (например название акции, название бренда, даты, стоимость, акцентные слова, такие как: “выигрывайте”, “участвуйте” и тп)

5ka Sans Design Thin

5ka Sans Design Regular

5ka Sans Design Black

Визуальный стиль SMM 

Фотостиль SMM

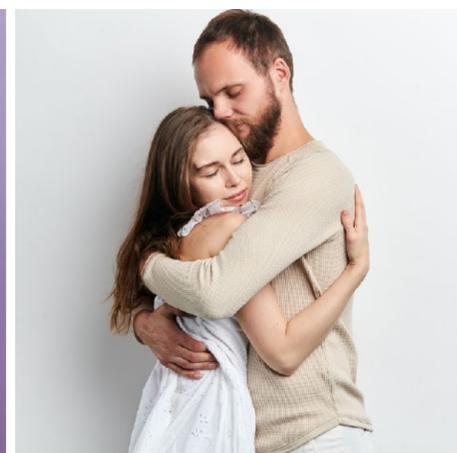
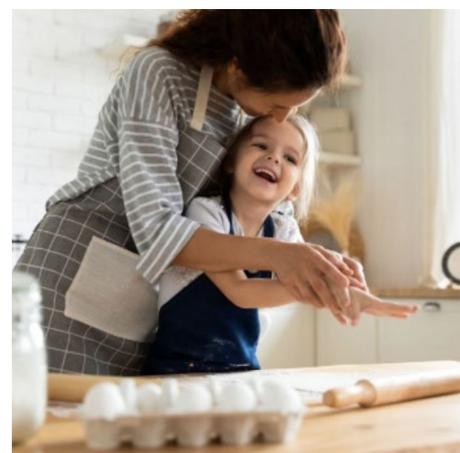
Продукты питания всегда показываем живыми фотографиями, остальные элементы визуала могут быть графичными, либо 3D-объектами.

Преимущественно используется вид сверху. Если объект плохо узнается сверху, возможно допущение изменения угла обзора. Фотографии должны быть качественными и яркими, с минимальным количеством деталей.

При подборе фотографий людей нужно руководствоваться эмоциональной составляющей, они должны олицетворять нужную эмоцию.

Люди на макетах должны соответствовать аудитории бренда и не иметь ярко выраженной национальной принадлежности.

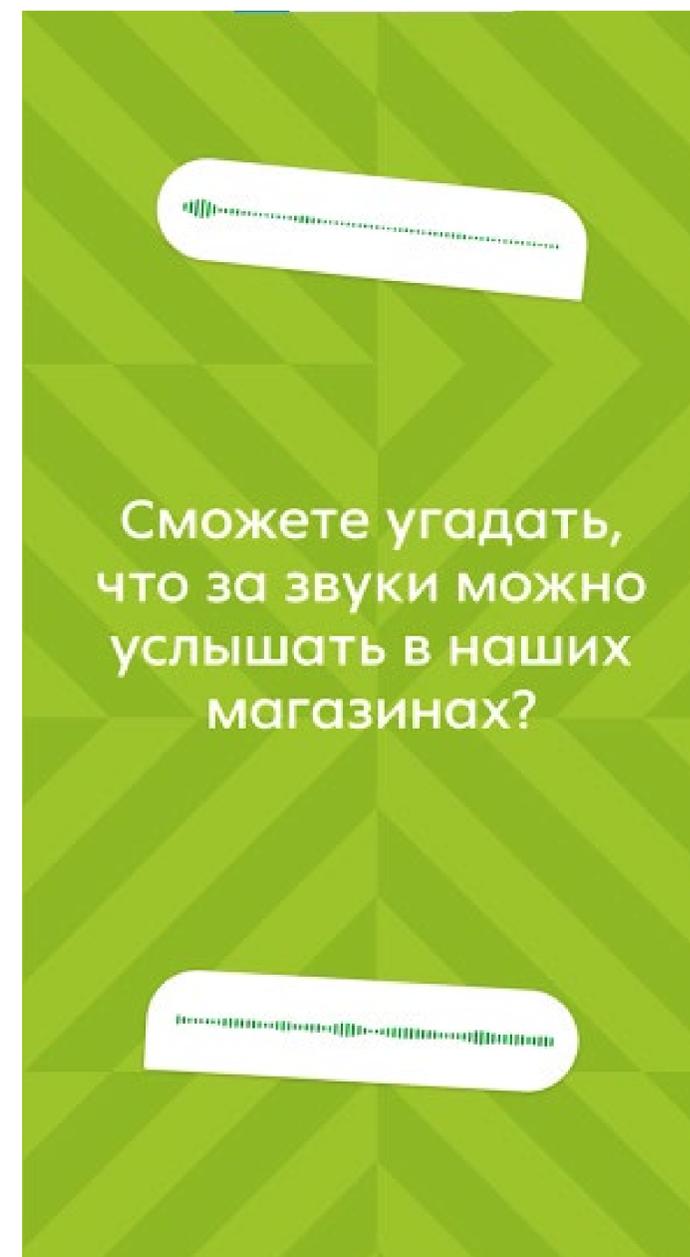
Объекты, одежда или фоны должны перекликаться с цветами бренда или органично смотреться с ними.



Паттерн

Основные правила использования:

- Паттерн не обрезается (обязательно размещение ровных квадратов).
- Если сверху паттерна используются текстуры, наложения и т. д., то увеличиваем прозрачность паттерна.
- Паттерн является основополагающим элементом всех носителей.
- Фирменный паттерн накладывается на белый фон, прозрачность — 8%, тип наложения — Multiply.
- При использовании цветных плашек цвет паттерна красится в аналогичный фону цвет и накладывается режимом Multiply с интенсивностью 30%.



Стилеобразующие элементы

Заголовок



Баблы

Для лайнов
Для выделения текста

Паттерн

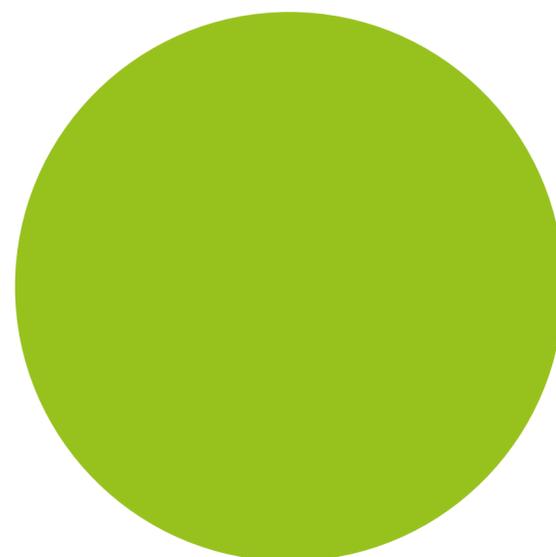
Для фона
Для интеграции в визуалах

Плашки

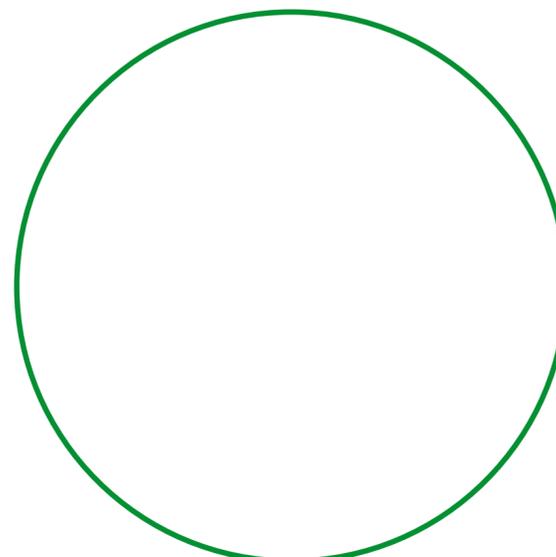
Для дат
Для акций

Баблы

Для лайнов
Для выделения текста



С заливкой



Контурный



Основа для фотографии

Заголовки

Digital-бабл является универсальным способом размещения лайна.

Применяется для усиления акцента.

Заголовок

**Заголовок
в 2 строки**

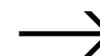
Руководствуемся следующими правилами:

- Для упрощения восприятия размещаем баблы ровно по горизонтали.
- Цвет бабла и текста на нём всегда должно быть контрастным и легко читаемым.
- На белых заголовках можно использовать несколько цветов текста для расставления акцентов.
- Форма, закругления и отступ должны быть идентичными в каждом заголовке.
- Для заголовка в бабле можно взять любой шрифт из гарнитуры 5ka Sans Design, кроме Ultra и Thin.
- Начертание шрифта в бабле должен быть одной толщины.
- Буквы «и», «й», «д», «у» меняются на скругленные.



д у и й

Не верно



д у и й

Верно

Визуальный стиль SMM ↑

Скидки и промо

Основные правила использования:

На визуалах с акциями используем жёлтые бабблы и жёлтые ценники, либо ценники в красном/сером круге.

Скачать ↓



Внимание!

Цена на акционный товар располагается в левом нижнем углу визуала.

Визуальный стиль SMM ↑

Использование объёмных 3D-объектов

С целью освежить стиль визуалов в KV используем работу с 3D-объектами.

В сценах с 3D- и псевдо-3D-объектами предлагаем использовать брендовый паттерн, а также массивные лайны.



Визуальный стиль SMM 

Фон, подчёркивающий вкус

В продукции собственной торговой марки очень важно подчеркнуть её состав и полезные качества.



Визуальный стиль SMM 

Альтернативная типографика

Управляем вниманием с использованием типографики.

Создаём «кричащие» заголовки в случаях, когда текст является основным элементом композиции.

Для того чтобы текст не перетягивал внимание от продуктов в центре композиции, помещаем его за объекты. Данный заголовок возможен, только если длина лайна небольшая (1–2 коротких слова).

Цвет заголовка должен быть контрастным фону.



Визуальный стиль SMM ↑

Интеграция брендового паттерна

Добавляем узнаваемости визуалам, вшивая брендовые элементы в окружающую среду.

Создаём изображения с прицелом на фотореалистичность, при этом добавляя в окружающий интерьер (в данном случае на обои и полотенца) элементы брендового стиля.

Скачать ↓



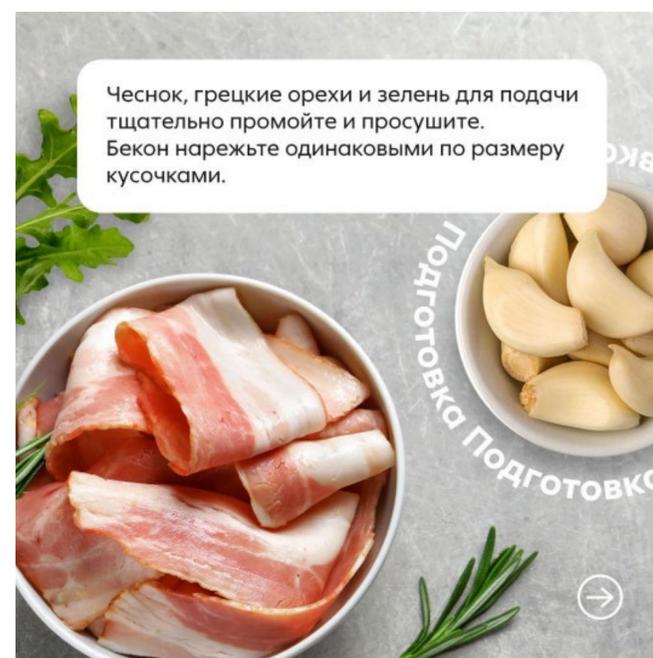
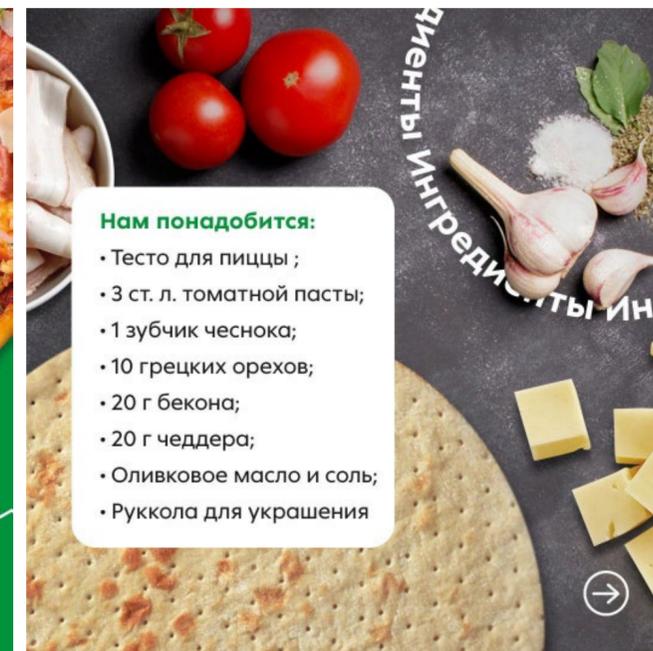
Внимание!

Красный полукруг с обозначение механики акции всегда располагается в верхнем левом углу макета.

Построение ко-брендингового лого

Руководствуемся следующими правилами:

- Используемые фотографии должны быть качественными и яркими
- Размер текста, заголовков и декоративных элементов должен быть одинаковым на всех карточках
- Любой текст или заголовок должен хорошо читаться
- Фоновый цвет можно использовать разный, но исключительно из брендбука
- Логотип кобрендинга размещать всегда в верхнем левом углу



Визуальный стиль SMM 

Объёмные изображения

Объёмные изображения применяются при работе с коллекционными промо-кампаниями и при привлечении более молодой аудитории.

Для придания глубины изображениям используем тени и эффект размытия.

Данные эффекты не применяются к продуктовым упаковкам, имеющим логотипы и лейблы.



Скачать 

Визуальный стиль SMM ↑

Стиль с размытием

Эффект размытия используют для того, чтобы подчеркнуть какие-либо детали изображения и сфокусировать внимание на конкретном аспекте визуала.

Для этого используем сильное размытие, размытие в движении и наезд объектов друг на друга.



Внимание!

Недопустимо использовать подобные приёмы в случае работы с продуктовыми изображениями и этикетками, так как это может вызвать визуальный шум и сместить акцент с продукта.

Скачать ↓

Примеры визуалов для оформления соцсетей

Скачать ↓

Баннеры, отражающие CVP бренда.

Референсы для фуд-съёмки «вид сверху»



Мемы как форма коммуникации с аудиторией

Скачать ↓

Основная задача мемов — формирование Price Perception.

Поддержка СТМ, РК, «Доставки». Рост лояльности аудитории.



Для мемов, приуроченных к акциям, используем чёрно-оранжевую гамму как отсылку к жёлтым ценникам в магазине. Стиль текста делаем простым, без обводок и теней. Во всех макетах логотип размещаем в левом нижнем углу.

Примеры ресайзинга рекламных макетов

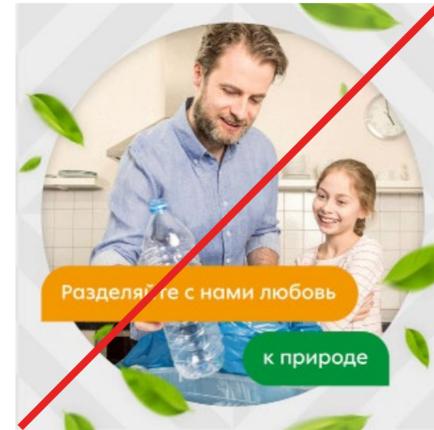
Общие правила

- Соблюдение всех вышеперечисленных требований по работе с фирменными цветами, паттерном и типографикой.
- Компоновка ключевого изображения в круге либо поверх круга.
- Предпочтительное расположение партнёрских логотипов — в верхних углах макета
- При использовании в макете фирменной шайбы бренда она всегда располагается в верхнем правом углу.

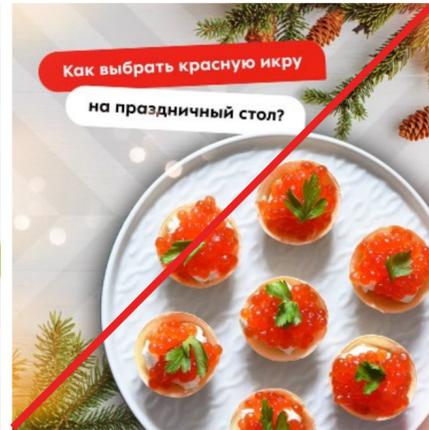


Недопустимые варианты использования

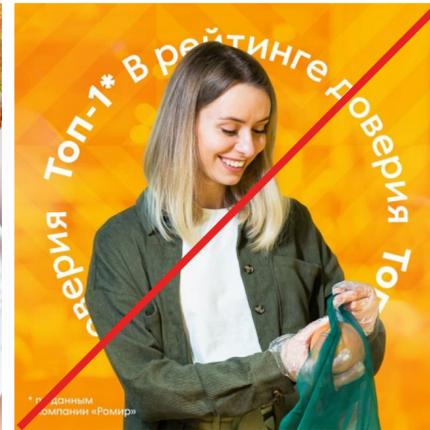
- Не добавляем на макет лого «Пятёрочка»
- Не формируем из еды фигурки
- Не перекрываем лого партнёров
- В постах с Food.ru придерживаемся расположения лого слева вверху (ко-брендинг)
- Продуктовая корзина всегда красного цвета
- Используем только новую карту «X5 Клуба»
- Используем только цвета из Бренд-бука при подготовке материалов, даже если это пост с партнёром
- Не перегружаем посты (не используем блики, различные наложения)
- Избегаем повторения постов (не повторяем одно и то же расположение)
- Используем только 2D-графику, 3D используем только когда уместно.



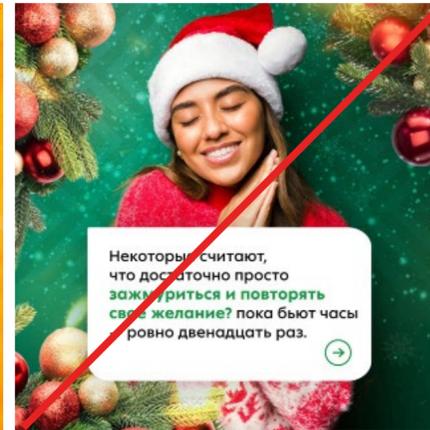
Одна фраза разделена на 2 заголовка-бабла



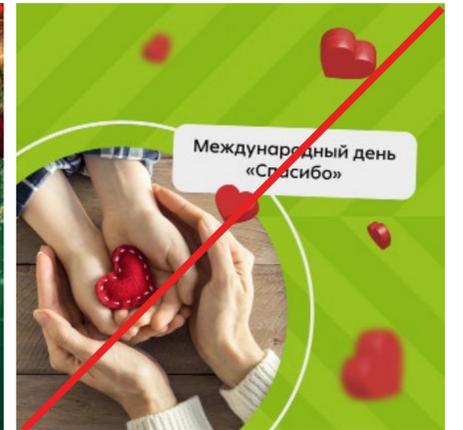
Неровные баблы



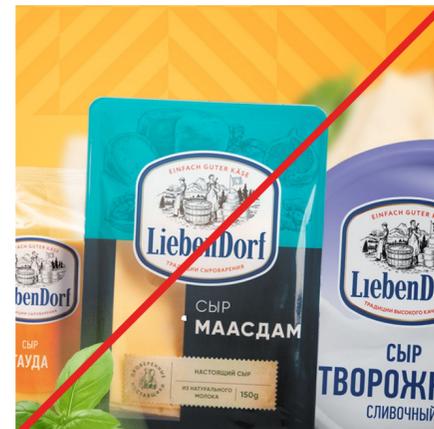
Заголовок по кругу перекрывается и становится нечитаемым + на фоне текстура которая добавляет визуалу шума



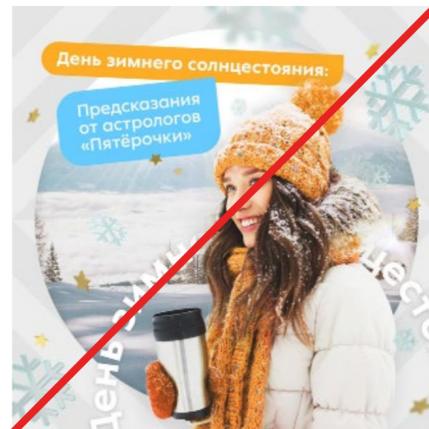
Перегруз по деталям. Не самая удачная фотография девушки из-за оттенка кожи



Бабл неправильной формы, неуместные 3D-объекты



Визуальный шум, смещан акцент с продукта



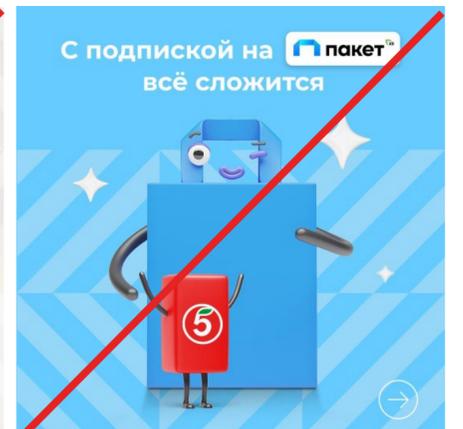
Неровные баблы, больше кол-во лишних деталей которые создают шум



Неровный бабл, больше кол-во лишних деталей которые создают шум



Неуместная подложка и тень под заголовком



Неправильно сделанный паттерн

Принципы текстовой коммуникации

Контекст «Язык соц-сетей»

Брендам важно придерживаться живой, яркой и открытой коммуникации с пользователями, чтобы выделиться среди огромного потока информации и общаться на языке соцсетей.

Цель — Сократить дистанцию

Важно не просто писать о себе и доносить новую информацию до аудитории. Задача — при помощи TOV сократить границу между «Пятёрочкой» и аудиторией.

Подход «Юмор + CVP»

1. Сразу привлекаем внимание аудитории — юмор, вопросы, инфоповоды.
2. Акцент на выгоду.
3. Максимум информации в ёмком формате.

Цепляем внимание аудитории

1. Отсылки к шуткам и мемам

А вы случайно не подарки из «Пятёрочки»? Тогда почему о вас все мечтают? 🤔

2. Обыгрываем инфоповоды и праздники

Готовимся к Масленице со скоростью 1 400 блинчиков в час 🥞

3. Отсылки к известным шоу, фильмам, героям

Сектор «скидки» на барабане. Ваш любимый. Товары по акции на 21 — 27 февраля:

Акцент на выгоду (Price Perception)

1. Подсвечиваем скидки и акции

 Макароны «Шебекинские» — 33%.
 Чипсы Lay's — цена недели 107,99 р.

2. Говорим про низкие цены

Разбудите нас среди ночи, и мы скажем, что в «Пятёрочке» каждый день низкие цены. Зацените:

 Чай Ahmad Tea «Классический» — 249,99 рублей.
 Майонез Mr.Ricco — 89,99 рублей.

Подаём информацию ёмко

1. Чёткая структура поста, акцент на информацию, важную пользователям

Созрели скидки на 21 — 27 марта, ловите!

 Молочный шоколад Milka — 23%.
 Туалетная бумага Familia Plus — 35%.
 Гранатовый сок Soko Grande — 28%.
 Шампунь Syoss — 32%.

«Пятёрочка» выручает! Ставьте , если выдвигаетесь за урожаем.

ДОСТАВКА



Доставка 

Логотип

Основная горизонтальная версия

Состоит из фирменного знака и слова «Доставка», логотип может быть размещён либо на белом, либо на фирменном зелёном фоне (предпочтительный вариант).

Горизонтальная версия является основной и может быть использована для самого широкого спектра носителей идентификации.

Вертикальная версия

Является дополнительной и используется в дизайне промоматериалов, униформы персонала, сувенирной продукции и т. п.

Внимание!

Версии на белом и цветном фоне отличаются расстоянием между знаком и текстовым блоком. В первом варианте расстояние скомпенсировано за счёт того, что белая обводка знака сливается с фоном.

Скачать 



Доставка 

Логотип

Охранное поле фирменного блока

Охранное поле горизонтальной версии фирменного блока не должно быть меньше двойного размера буквы «т» в слове «Доставка».

Внимание!

Установленная величина свободного поля знака не учитывается при определении величины свободного поля горизонтальной версии фирменного блока.

Скачать 



Правило выбора логотипа для макета



Доставка

Логотип **Доставки** используется в макетах, когда коммуникация идёт только про доставку, включает промокоды, транслирование УТП времени доставки, акционные механики, действующие только при онлайн-заказе.



Пятёрочка выручает!

Логотип «**Пятёрочки**» со **слоганом** используется в макетах, когда наряду с доставкой есть коммуникация промо от лица «Пятёрочки»: скидки, низкие цены, выгодные акции

Логотип со **слоганом** «**Пятёрочка выручает**» используется в промо-рамках (продуктовые макеты) и всех других макетах, в которых транслируются «Низкие цены» и выгодные акции.



выручает!

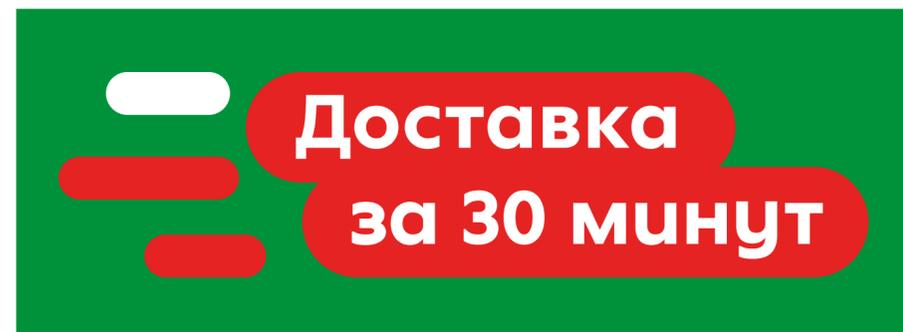
Логотип «**Пятёрочки**» с «**выручает**» используется во всех других макетах «Пятёрочки», в макетах web-версии

Основные элементы стиля

Основными элементами доставки являются

- Персонаж-курьер
- Телефон с приложением
- Блок «доставка от 30 минут»
- QR-код на красной плашке
- Блок с промокодом
- Фирменный паттерн

Во всех KB по доставке рекомендуется сохранять эти блоки в исходном виде для общей узнаваемости.



Персонаж. Варианты

Скачать 

Для макета из конструктора можно выбрать один из шести образов-персонажей:

- телефон с приложением
- курьер в облаках
- курьер на мопеде
- курьер на моркови
- курьер с телефоном
- курьер с телефоном в круге

Облачка и кустарники вокруг курьера и продукты вокруг телефона могут меняться/убираться при необходимости.

Телефон с приложением



Курьер в облаках



Курьер на мопеде



Курьер с пальцем «Класс!»



Курьер Новый год/зима



Курьер с телефоном



Курьер с телефоном



Курьер в футболке



Доставка 

Доставка. Конструктор макетов

Макет-конструктор собирается с фоном в фирменном зелёном цвете и паттерном в верхней части.

В правом верхнем углу макета располагается крупный фирменный знак бренда и слово «Доставка».

В макете обязательно присутствуют 6 элементов.

Во всех макетах «Доставки» рекомендуется сохранять эти элементы в исходном виде для общей узнаваемости.

Дисклеймер всегда размещается под изображением (не сбоку) — по ширине макета.



1. Логотип
2. Ключевое изображение - персонаж.
3. Слоган
4. Фирменный паттерн
5. Информация о промокоде и/или QR
6. Дисклеймер

Правила сборки горизонтального макета

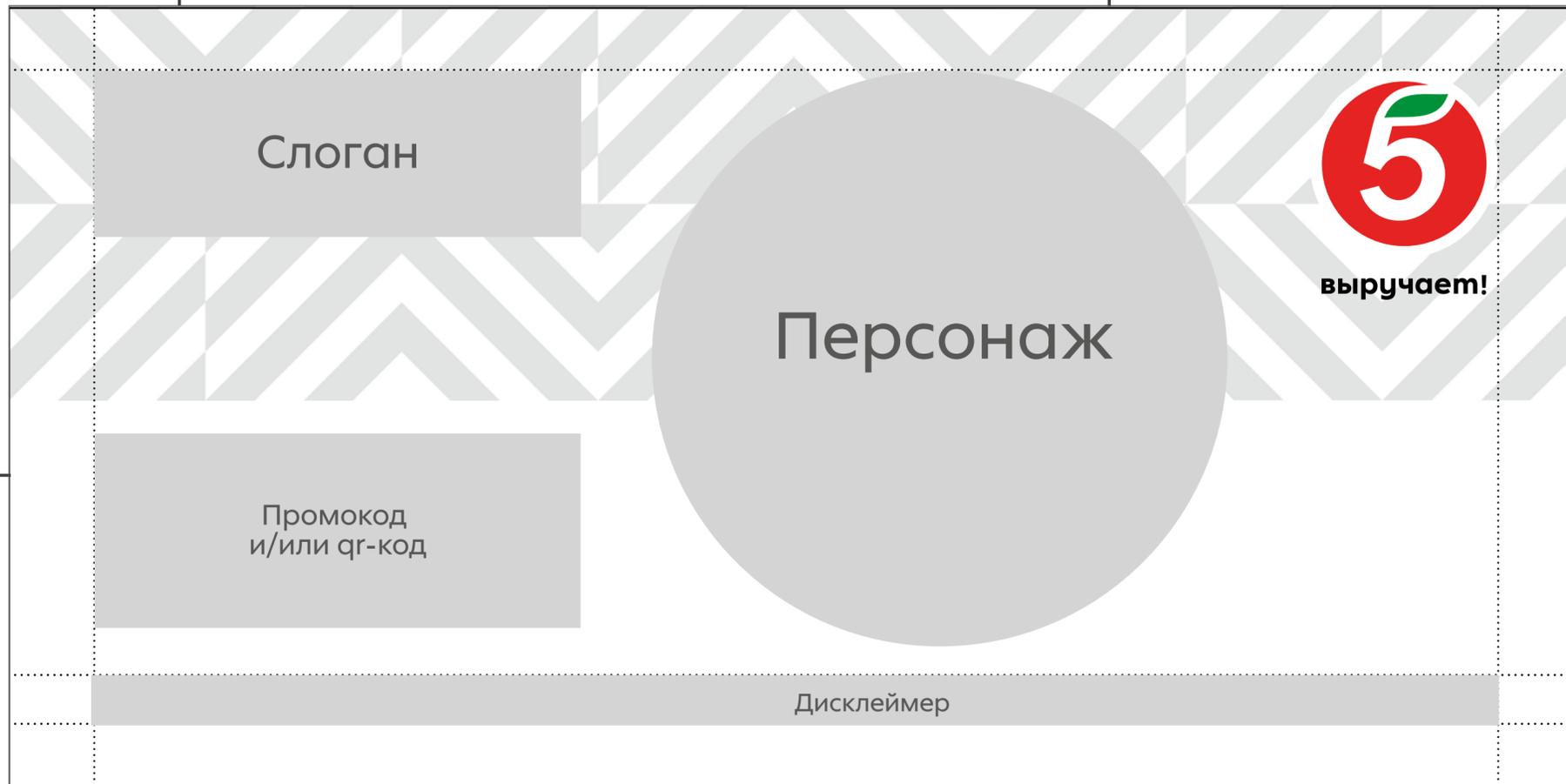
**Доставка
за 30 минут**

**Доставка
за 30 минут**

на первый заказ по коду
КОНСТРУКТОР
-25%

на первый заказ по коду
КОНСТРУКТОР
-25% 

на первый заказ по коду
КОНСТРУКТОР
-25% 



Доставка 

Правила сборки вертикального макета

**Доставка
за 30 минут**

**Доставка
за 30 минут**

на первый заказ по коду
КОНСТРУКТОР
-25%

на первый заказ по коду
КОНСТРУКТОР
-25% 

на первый заказ по коду
КОНСТРУКТОР
-25% 



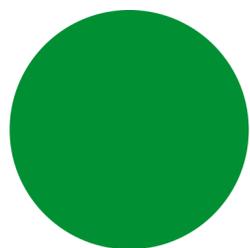
Доставка 

Фон

По умолчанию всегда используется зелёный фон с паттерном вверху. Белый — только в случаях, когда зеленый невозможен.

Размещение паттерна (контрастность):

- в макетах наружной рекламы — Black 18%
- в инстор и диджитал макетах паттерн красится в аналогичный фону цвет и накладывается режимом Multiply с интенсивностью 30%



WEB #00923a
RGB 0-143-50
CMYK 85-16-100-0
Pantone 355 C
RAL 6037
ORACAL 8500-062
ORACAL 551 491



Зелёный фон



Белый фон

Доставка 

Слоган. Варианты

Предусмотрено два варианта расположения слогана в макете

- крупный текст на фоне с паттерном
- текст в красных бабблах

В зависимости от коммуникации для макета можно выбрать один из следующих слоганов:

- Доставка от 30 минут
- Доставка продуктов от 30 минут
- Доставка продуктов домой от 30 минут
- Доставим продукты домой
- Продукты от 30 минут
- Доставка продуктов в __ (город)
- Быстрая доставка продуктов
- Доставляем продукты из «Пятёрочки»

Важно:

если в заголовке нет информации, что доставка от 30 минут — то блок про доставку от 30 минут размещается слева от юридического дисклеймера.

В слогане на зелёном фоне используем шрифт 5ka Sans Design начертанием Ultra. В слогане в бабблах используем шрифт 5ka Sans Design Black.

Буквы «и», «д», «у» меняются на скругленные.



слоган на фоне



слоган в бабблах

Промокод, QR-код. Варианты

Есть несколько готовых вариантов использования промокода и QR в зависимости от их наличия.

В макетах для наружной рекламы – билбордах – рекомендуется уточнять необходимость использования и возможность считывания QR-кода.

1. Если в макете есть промокода и QR, они всегда объединяются единой плашкой:



а) на красной плашке, когда слоган в макете стоит на фоне

2. Когда в макете нет QR, промокод размещается:



а) на красной плашке, если слоган в макете стоит на фоне

3. QR без промокода в макете всегда используется с красной обводкой



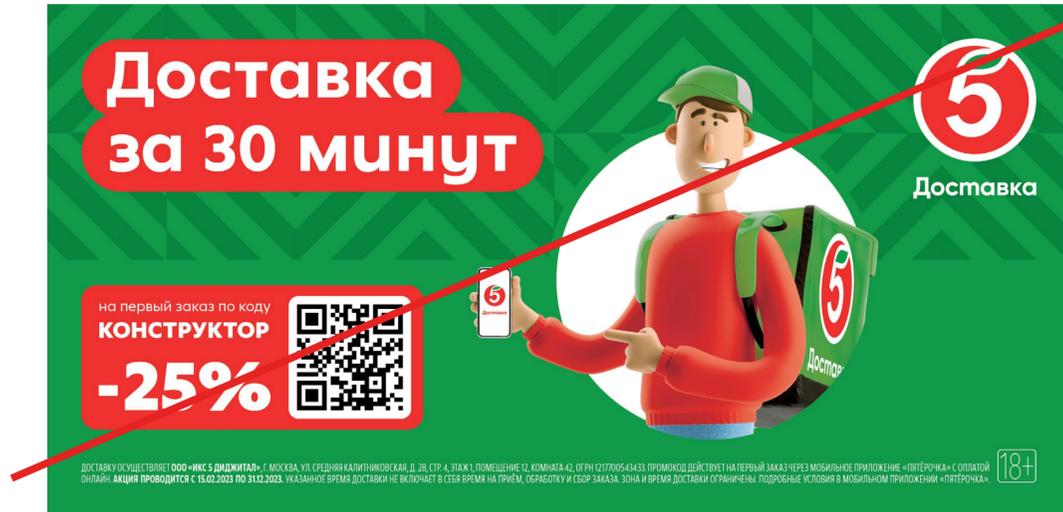
б) на белой плашке, когда слоган в макете стоит в бабблах



б) без плашки, если слоган в макете стоит в бабблах

Недопустимые варианты использования

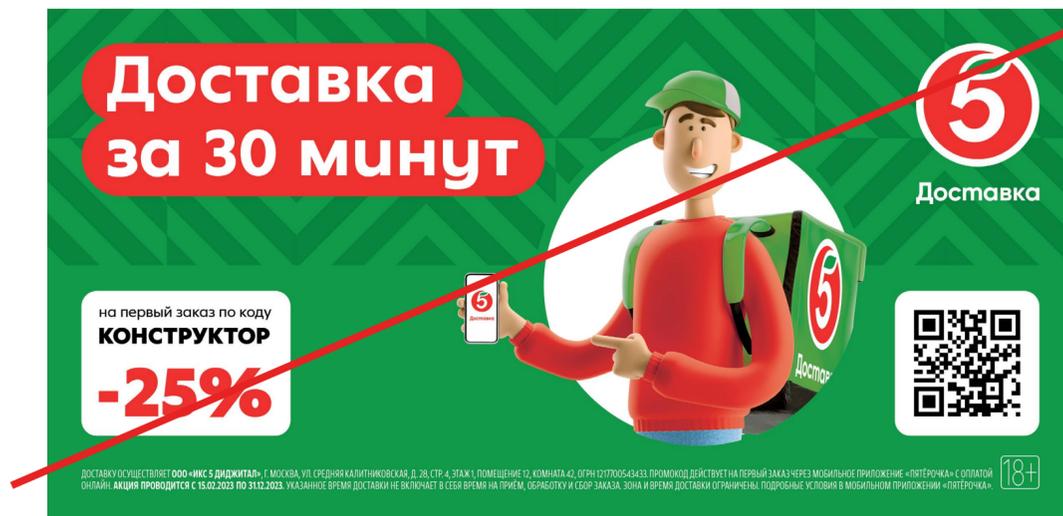
1. Не используем два и более вариантов на красных плашках (в том числе в баб-блах)
2. Не используем одновременно двух персонажей в макете
3. Нельзя размещать промокод + QR вне единого блока
4. Не используем в одном макете промо и Доставку
5. Недопустимо написание юридического дисклеймера в вертикальном формате



Два элемента на красных плашках



Два персонажа в одном макете. Лигал в вертикальном формате



QR и промокод вне единого блока



Использование в одном макете промо и Доставку

Примеры макетов на основе конструктора

Скачать ↓

Доставка продуктов за 30 минут

на первый заказ по коду **КОНСТРУКТОР** **-25%**

5 выручает!

Доставку осуществляет ООО «ИКС 5 ДИДЖИТАЛ», г. Москва, ул. Средняя Калитниковская, д. 28, стр. 4, этаж 1, помещение 12, комната 42, ОГРН 1217700543433. Промокод действует на первый заказ через мобильное приложение «Пятерочка» с оплатой онлайн. Акция проводится с 15.02.2023 по 31.12.2023. Указанное время доставки не включает в себя время на прием, обработку и сбор заказа. Зона и время доставки ограничены. Подробные условия в мобильном приложении «Пятерочка».

Доставка продуктов домой за 30 минут

на первый заказ по коду **КОНСТРУКТОР** **-25%**

5 выручает!

Доставку осуществляет ООО «ИКС 5 ДИДЖИТАЛ», г. Москва, ул. Средняя Калитниковская, д. 28, стр. 4, этаж 1, помещение 12, комната 42, ОГРН 1217700543433. Промокод действует на первый заказ через мобильное приложение «Пятерочка» с оплатой онлайн. Акция проводится с 15.02.2023 по 31.12.2023. Указанное время доставки не включает в себя время на прием, обработку и сбор заказа. Зона и время доставки ограничены. Подробные условия в мобильном приложении «Пятерочка».

Быстрая доставка продуктов

на первый заказ по коду **КОНСТРУКТОР** **-25%**

Доставка за 30 минут

5 выручает!

Доставку осуществляет ООО «ИКС 5 ДИДЖИТАЛ», г. Москва, ул. Средняя Калитниковская, д. 28, стр. 4, этаж 1, помещение 12, комната 42, ОГРН 1217700543433. Промокод действует на первый заказ через мобильное приложение «Пятерочка» с оплатой онлайн. Акция проводится с 15.02.2023 по 31.12.2023. Указанное время доставки не включает в себя время на прием, обработку и сбор заказа. Зона и время доставки ограничены. Подробные условия в мобильном приложении «Пятерочка».

Доставка за 30 минут

на первый заказ по коду **КОНСТРУКТОР** **-25%**

5 выручает!

Доставку осуществляет ООО «ИКС 5 ДИДЖИТАЛ», г. Москва, ул. Средняя Калитниковская, д. 28, стр. 4, этаж 1, помещение 12, комната 42, ОГРН 1217700543433. Промокод действует на первый заказ через мобильное приложение «Пятерочка» с оплатой онлайн. Акция проводится с 15.02.2023 по 31.12.2023. Указанное время доставки не включает в себя время на прием, обработку и сбор заказа. Зона и время доставки ограничены. Подробные условия в мобильном приложении «Пятерочка».

Доставка за 30 минут

-25% на первый заказ по коду **КОНСТРУКТОР**

5 выручает!

Доставку осуществляет ООО «ИКС 5 ДИДЖИТАЛ», г. Москва, ул. Средняя Калитниковская, д. 28, стр. 4, этаж 1, помещение 12, комната 42, ОГРН 1217700543433. Промокод действует на первый заказ через мобильное приложение «Пятерочка» с оплатой онлайн. Акция проводится с 15.02.2023 по 31.12.2023. Указанное время доставки не включает в себя время на прием, обработку и сбор заказа. Зона и время доставки ограничены. Подробные условия в мобильном приложении «Пятерочка».

Быстрая доставка продуктов

на первый заказ по коду **КОНСТРУКТОР** **-25%**

Доставка за 30 минут

5 выручает!

Доставку осуществляет ООО «ИКС 5 ДИДЖИТАЛ», г. Москва, ул. Средняя Калитниковская, д. 28, стр. 4, этаж 1, помещение 12, комната 42, ОГРН 1217700543433. Промокод действует на первый заказ через мобильное приложение «Пятерочка» с оплатой онлайн. Акция проводится с 15.02.2023 по 31.12.2023. Указанное время доставки не включает в себя время на прием, обработку и сбор заказа. Зона и время доставки ограничены. Подробные условия в мобильном приложении «Пятерочка».

Доставка ↑

Носители Instore

Скачать ↓

Для рекламы внутри магазина используется КВ доставки на красном фоне с изображением героя-курьера.

Все носители внутри магазина прописаны по размещению в руководстве по оформлению магазинов. Каждый носитель имеет свой уникальный QR-код.

По умолчанию в коммуникациях внутри магазина на макетах используется слоган «Пятёрочка» выручает».



Ролл-ап (850 × 2000 мм)



Плакат А1 в рамку (594 × 841 мм)



Наклейка на входную дверь (d = 120 мм)



Наклейка на упаковочный стол 123 × 250 мм)



Наклейка в зоне отдыха (кафе) (200 × 100 мм)



Плакат А4 в рамку (210 × 297 мм)



Мобайл (420 × 420 мм)



Баннер на фасад (5000 × 1000 мм)

Доставка 

Библиотека элементов для Performance digital

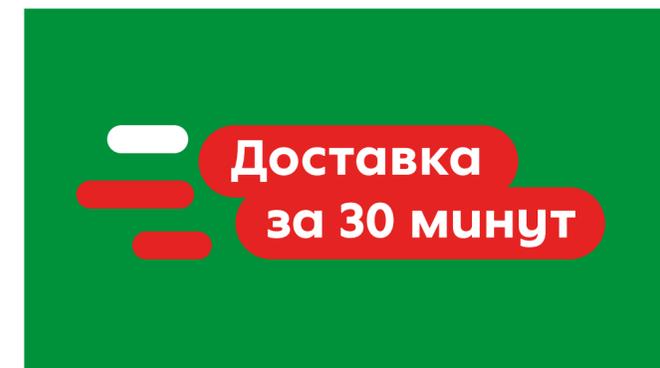
Макеты для перфоманс-маркетинга доставки разрабатываются по общим правилам конструктора.

На этой странице для удобства собраны все основные элементы, подготовленные для digital

Figma  Скачать 



Доставка за 30 минут



Доставка за 30 минут

1+1
999⁹⁹
999⁹⁹ 

на первый заказ по коду
DIGITAL2023
-25%



Закажите продукты домой



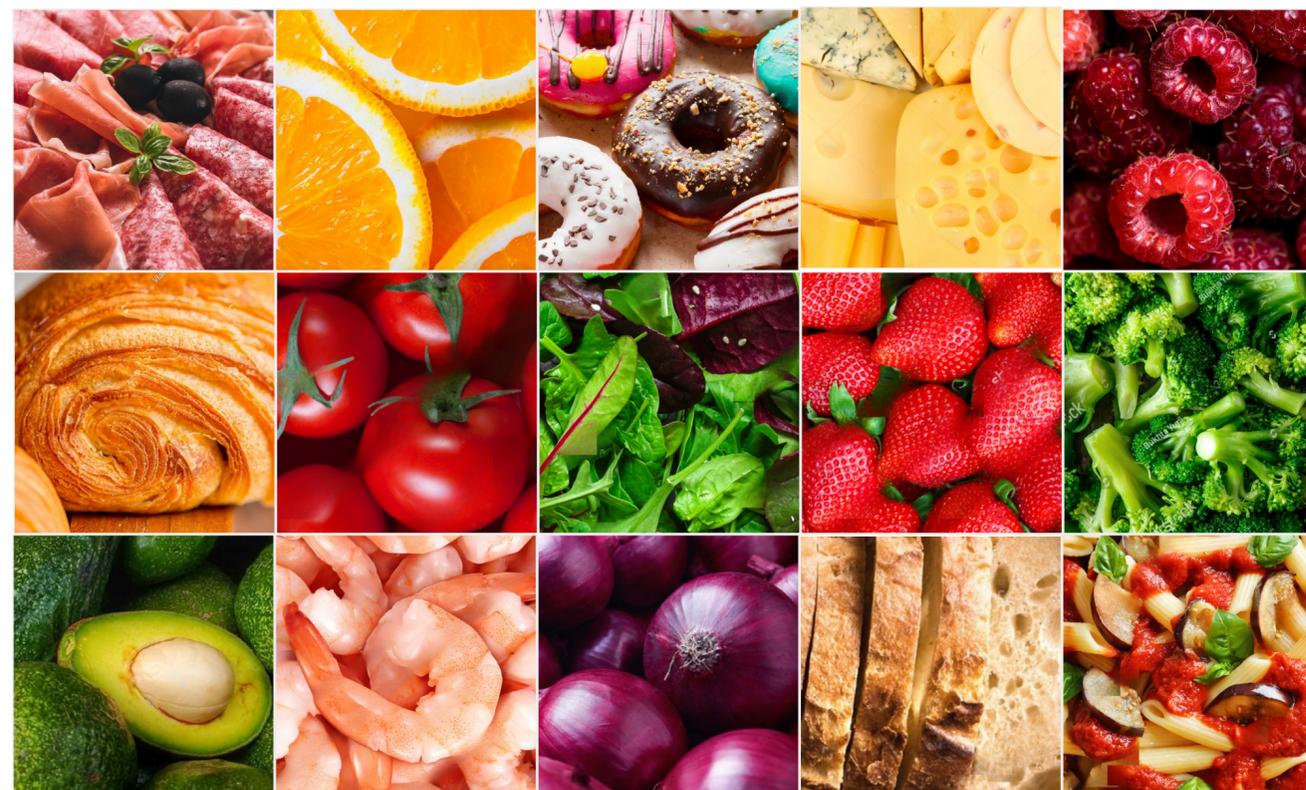
на первый заказ по коду
DIGITAL2023
-25%

Доставка 

Фоны для Performance digital

- Однотонный фон может быть любым из предложенных пяти вариантов.
- Фирменный паттерн накладывается на белый фон, прозрачность — 8 %, тип наложения — Multiply. При использовании цветных плашек цвет паттерна красится в аналогичный фону цвет и накладывается режимом Multiply с интенсивностью 30 %.
- Фото должны быть свежими, яркими, аппетитными без перебора с элементами.

WEB #ffffff RGB 255-255-255	WEB #e52322 RGB 235-35-22	WEB #98c21f RGB 152-194-31	WEB #00923a RGB 0-143-50	WEB #ffad26 RGB 255-173-38
--------------------------------	------------------------------	-------------------------------	-----------------------------	-------------------------------



Примеры креативов в ротации

 Пятерочка: доставка продуктов
Реклама · 3+

Сочные фрукты, свежие овощи и другие любимые продукты готовы к заказу в приложении Пятерочка. Промокод 20DOSTAVKA



Доставка за 30 минут

Установить Приложение [Заказать](#)

 Пятерочка: доставка продуктов
Реклама · 3+

Сочные фрукты, свежие овощи и другие любимые продукты готовы к заказу в приложении Пятерочка. Промокод 20DOSTAVKA



на первый заказ по коду **DIGITAL2023**
-25%

Установить Приложение [Заказать](#)

 Пятерочка: доставка продуктов
Реклама · 3+

Сочные фрукты, свежие овощи и другие любимые продукты готовы к заказу в приложении Пятерочка. Промокод 20DOSTAVKA



1+1
999⁹⁹ 

Установить Приложение [Заказать](#)

 Пятерочка: доставка продуктов
Реклама · 3+

Сочные фрукты, свежие овощи и другие любимые продукты готовы к заказу в приложении Пятерочка. Промокод 20DOSTAVKA



Закажите продукты домой

Установить Приложение [Заказать](#)

Доставка 

Пример пакшота видеоформата



The banner features a green background with a white zigzag pattern. In the top right corner is the logo for '5' (a red circle with a white number 5 and a green leaf) and the text 'выручает!' (helps!). The main message 'Доставка за 30 минут' (Delivery in 30 minutes) is written in large white letters on a red background. At the bottom, there is a small text block with legal information and a '18+' age restriction icon.

Доставка
за 30 минут

выручает!

ДОСТАВКУ ОСУЩЕСТВЛЯЕТ ООО «ИКС 5 ДИДЖИТАЛ», Г. МОСКВА, УЛ. СРЕДНЯЯ КАЛИТНИКОВСКАЯ, Д. 28, СТ. 4, ЭТАЖ 1, ПОМЕЩЕНИЕ 12, КОМНАТА 42, ОГРН 1217700543433. ПРОМОКОД ДЕЙСТВУЕТ НА ПЕРВЫЙ ЗАКАЗ ЧЕРЕЗ МОБИЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ «ПЯТЁРОЧКА» С ОПЛАТОЙ ОНЛАЙН. АКЦИЯ ПРОВОДИТСЯ С 15.02.2023 ПО 31.12.2023. УКАЗАННОЕ ВРЕМЯ ДОСТАВКИ НЕ ВКЛЮЧАЕТ В СЕБЯ ВРЕМЯ НА ПРИЁМ, ОБРАБОТКУ И СБОР ЗАКАЗА. ЗОНА И ВРЕМЯ ДОСТАВКИ ОГРАНИЧЕНЫ. ПОДРОБНЫЕ УСЛОВИЯ В МОБИЛЬНОМ ПРИЛОЖЕНИИ «ПЯТЁРОЧКА».

18+

Акционные носители в магазине





Правила размещения координаты на POS-материалах

В POS-материалах, размещаемых в торговом зале, должна присутствовать координата, информирующая о зоне и сроках размещения. Координата размещается в одном месте, единым шрифтом (размер, цвет, начертание).

Размер шрифта — 6 pt

Шрифт — 5ka Sans Design начертанием Regular

Цвет — 100 % Black. В случае выворотки — чистый белый

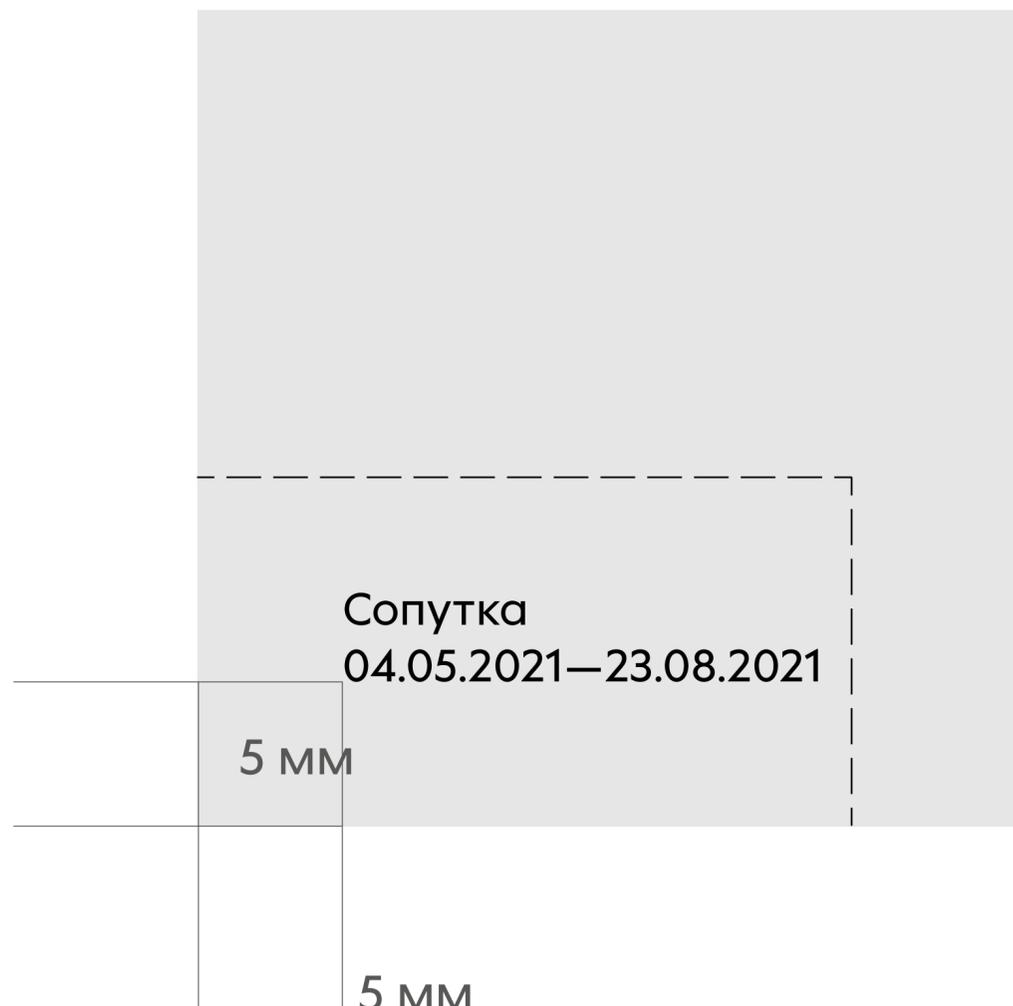
Место размещения — нижний левый угол

Минимальный отступ — 5 мм слева, 5 мм снизу

Внимание!

Если координата плохо читается на макете, то шрифт необходимо увеличить.

Координата размещается на всех подменных рекламных материалах. Постоянные носители (по руководству) размещаются без неё.





Сокращенные названия категорий, для указаний в координате

Фасад	Фасад	
Тамбур	Тамбур	
	Стелла	
	Инф. Стенд	
Вход в торговый зал	Вход	
Прайшшина	ПШ	
Торговый зал	Торг. зал	
Касса	Касса	
	Прикасса	
	КСО	
Закассовая зона	Закасса	
Зона выхода	Выход	
Молоко (сухая полка)	Молоко	
Молоко ХО	Молоко ХО	
Молочная гастрономия	Молочка	
		Масложировые продукты
	Масло	
	Майонез	
	Десерты	
	Сливки	
Кисломолочная продукция	Кисл. мол.	
Сыр	Сыр	
Яйцо	Яйцо	
Мясная гастрономия	Мясн. гастр.	
		Деликатесы
		Колбасные изделия
		Копчёности из говядины
		Копчёности из мяса птицы
		Копчёности из свинины
Мясо	Мясо	

Птица и п/ф охлаждённые	Птица	
Рыбная гастрономия	Рыбн. гастр.	
		Икра
		Крабовые палочки и мясо охлаждённые
		Пресервы
		Рыба вяленая, сушёная
		Рыба копчёная
		Рыба солёная
		Рыбная кулинария
Заморозка	Заморозка	
		Замороженные торты, пирожные
Мороженое	Мороженое	
Замороженная плодовоовощная продукция	Заморозка	
		Замороженные полуфабрикаты
		Замороженное мясо и субпродукты
		Замороженные морепродукты
		Замороженное мясо птицы
		Рыба замороженная
		Замороженное мясо птицы
Готовая еда	Гот. еда	
ФРОВ	ФРОВ	
Овощи/Фрукты/Ягоды		
Прайшшина ФРОВ	ПШ ФРОВ	
ФРОВ ХО	ФРОВ ХО	
Чай	Чай	
Кофе, какао, гор. шоколад	Кофе	
Бакалея	Бакалея	
		БАД
		Сухие завтраки, мюсли
		Орехи
		Питание для спортсменов

Семенчи	Бакалея	
Варенье, мёд		
Концентраты		
Сухофрукты		
Сухие компоненты и смеси (Food)		
Крупы и зерновые		
Мука		
Сахар		
Соль		
Уксус		
Макаронны	Макаронны	
Макаронные изделия		
Продукция быстрого приготовления		
Консервы	Консервы	
Растительное масло	Раст. масло	
Соусы	Соусы	
Специи	Специи	
Диабетическая продукция	Диабет.	
Кондитерка	Кондитерка	
		Восточные сладости, халва
		Зефир, мармелад, пастила
		Вафли
		Печенье, крекер
		Кексы, рулеты
		Пряники
		Конфеты
		Шоколад, батончики
		Шоколадные пасты
Жевательная резинка		
Свежие торты	Свеж. торт	

Детское питание	Дет. питание	
Детские товары/сопутка	Детство	
		Дет. моющие, чистящие средства
		Дет. ср-ва для белья и одежды
		Детская гигиена рта
		Детские средства гигиены
		Конструкторы
Хлеб	Хлеб	
		Пироги, изделия сдобные
		Хлеб прочий
		Хлеб пшеничный
		Хлеб ржаной
Хлеб. СП	Хлеб. СП	
		Сухоарные изделия
		Бараночные изделия
Пекарня/Выпечка (СП)	Хлеб. СП	
Изделия сдобные СП		
Изделия слоёные СП		
Кексы, печенье СП		
Хлеб зерновой СП		
Хлеб пшеничный СП		
Хлеб ржано-пшеничный СП		
Хлеб этнический СП		
Собственное производство (Хлебные изд.)		
Чипсы/Снеки	Чипсы	
Газированные напитки, квас, тоник	Газ. напит.	
Энергетики	Энергетик	
Негазированные напитки/холодный чай	Негаз. напиток.	
Вода	Вода	
Соки, нектары	Сок	
Пиво	Пиво	

Алкоголь	Алко		
Вино безалкогольное	Вино		
		Вино креплёное	
		Вино плодовое	
		Шампанское	
		Вермуты	
		Винный напиток игристый	
		Вино игристое	
		Вино тихое	
		Водка	Алко
		Коньяк и коньячные напитки	Алко
Ликёро-водочные	Алко		
Слабоалкогольные напитки	Алко		
Корм для животных	Корм		
Уход	Уход		
		Средства для волос	
		Средства для душа	
		Декоративная косметика, туал. вода.	
		Кремы и товары для красоты	
		Средства для бритья	
Гигиена	Гигиена		
		Средства личной гигиены	
		Гигиена рта	
Бытовая химия	Быт. химия		
		Инсектициды	
		Средства для ухода за бельём и одеждой	
		Средства для ухода за обувью	
		Ароматизаторы	
Уборка	Уборка		
		Моющие,чистящие средства	

Хозяйственные принадлежности	Уборка		
Сопутка	Сопутка		
		Целлюлозная и ватная продукция	
		Упаковочные материалы (Food)	
Сетки/Промо-стеллаж	Сетки/корзины		
Стойки/доп. места продаж	Стойка/ДТО		
Одежда	В соответствии с названием и зоной размещения		
		Головные уборы и аксессуары	Аксессуары
		Нижнее бельё	Бельё
Чулочно-носочные изделия	Носки		
Всё для дома	Быт		
Кухонная посуда	В соответствии с названием и зоной размещения		
		Лампы накаливания	
Закасса упаковочный стол	Закасса уп. стол		

При отсутствии зоны в классификаторе – уточнить наименование у отдела операционного маркетинга



УИЗ



Обозначение на POSm



Мобайл

Скачать

A2 (горизонтальный) или Ø 500 мм

Мобайл может быть прямоугольной формы A2 (горизонтальный), круглой Ø 500 мм или с вырубкой.

В случае вырубki общие габариты не должны превышать размер 594 x 420.

Для круглого мобайла размещаем координату снизу по центру, как на схеме 1. Для нестандартной формы размещаем на возможном близком расстоянии от левого нижнего края, как показано на примере, выравниваем по текстовому блоку.

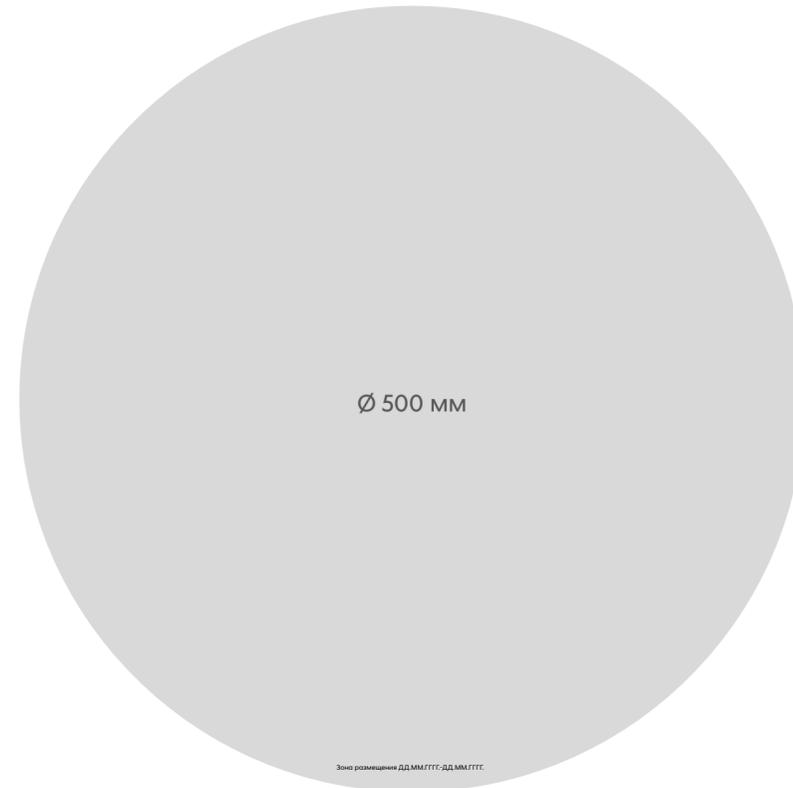


Схема 1

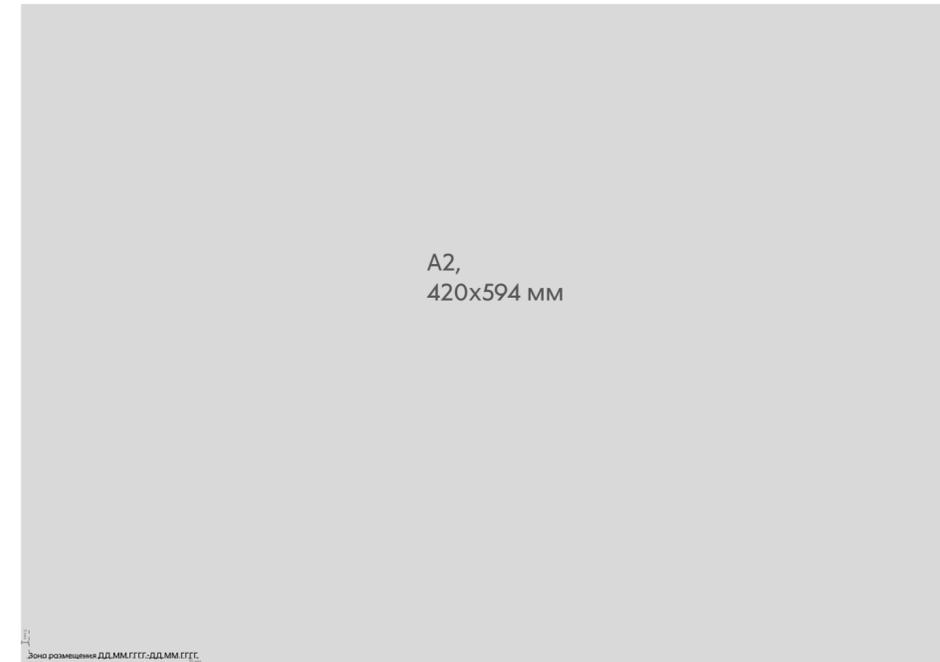
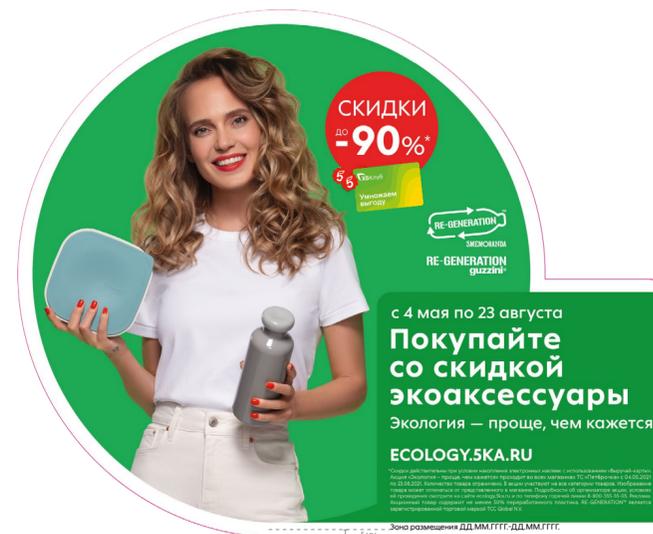


Схема 2



Пример

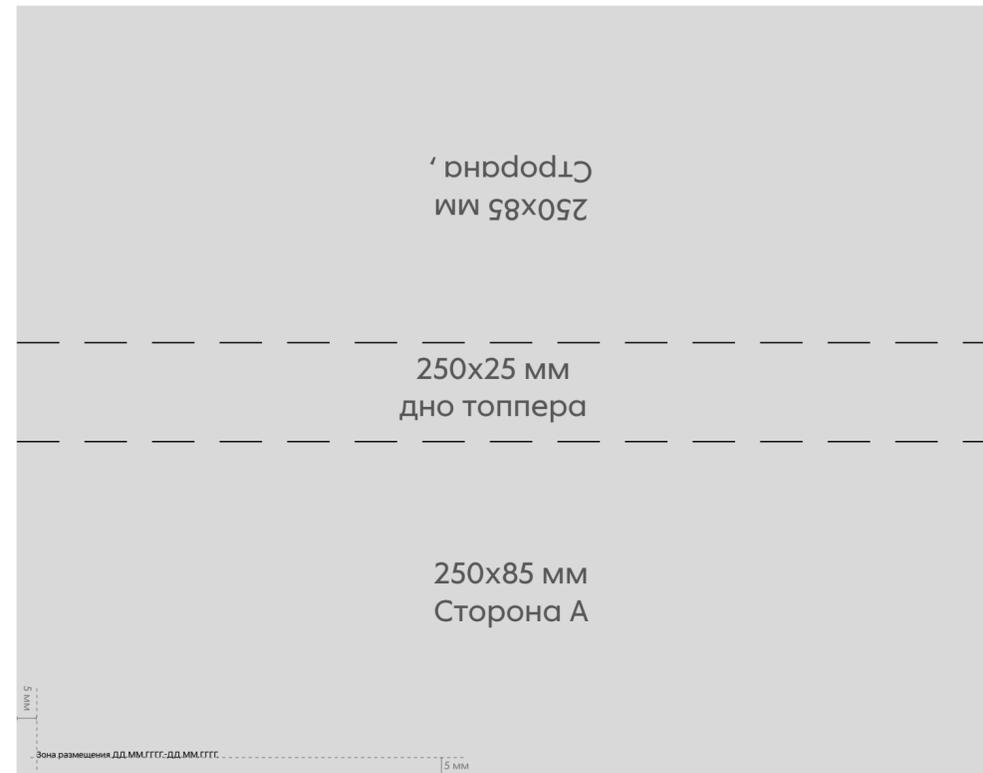
Акционные носители



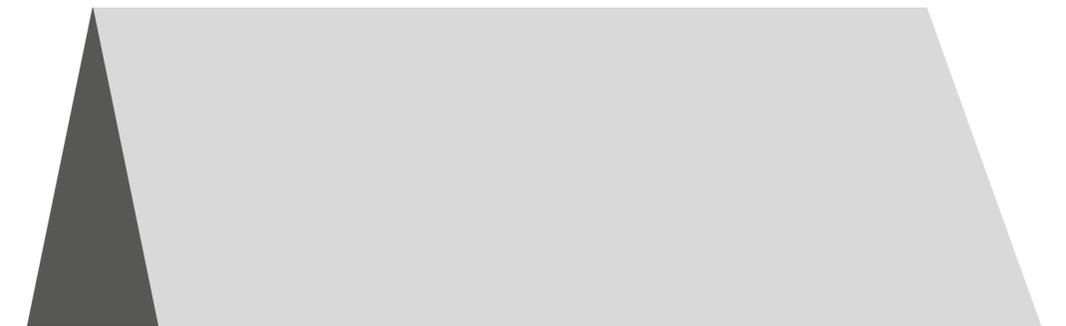
Топпер на кассу

250x85 мм

Топпер может быть прямоугольной формы или с вырубкой. В случае вырубки общие габариты не должны превышать размер 250 x 85 мм.



Весь размер топпера — 250 x 195 мм



В сложенном виде

Скачать



Пример



Плакат на внутреннюю входную дверь

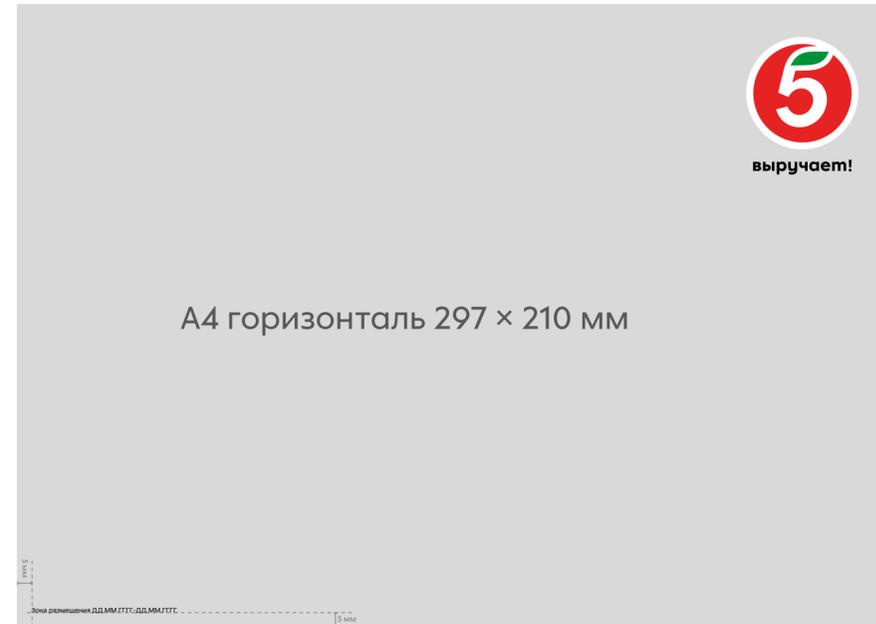
Скачать

A4 горизонтальный

Вырубка не допускается.

Размещается в карманах на внутренних дверях тамбура.

Размещение координаты слева должно быть выровнено с текстовым блоком (минимум 5 мм от обрезного края), снизу отступ стандартный — 5 мм.



Схема



Пример 1

Акционные носители



Напольный стикер

Вырубка не допускается.

Размещение координаты слева должно быть выровнено с текстовым блоком (минимум 5 мм от обрезного края), снизу отступ стандартный — 5 мм.



Схема



Пример 1

Скачать

Внимание!

Макт не должен превышать размер: 600 x 400 мм

Акционные носители



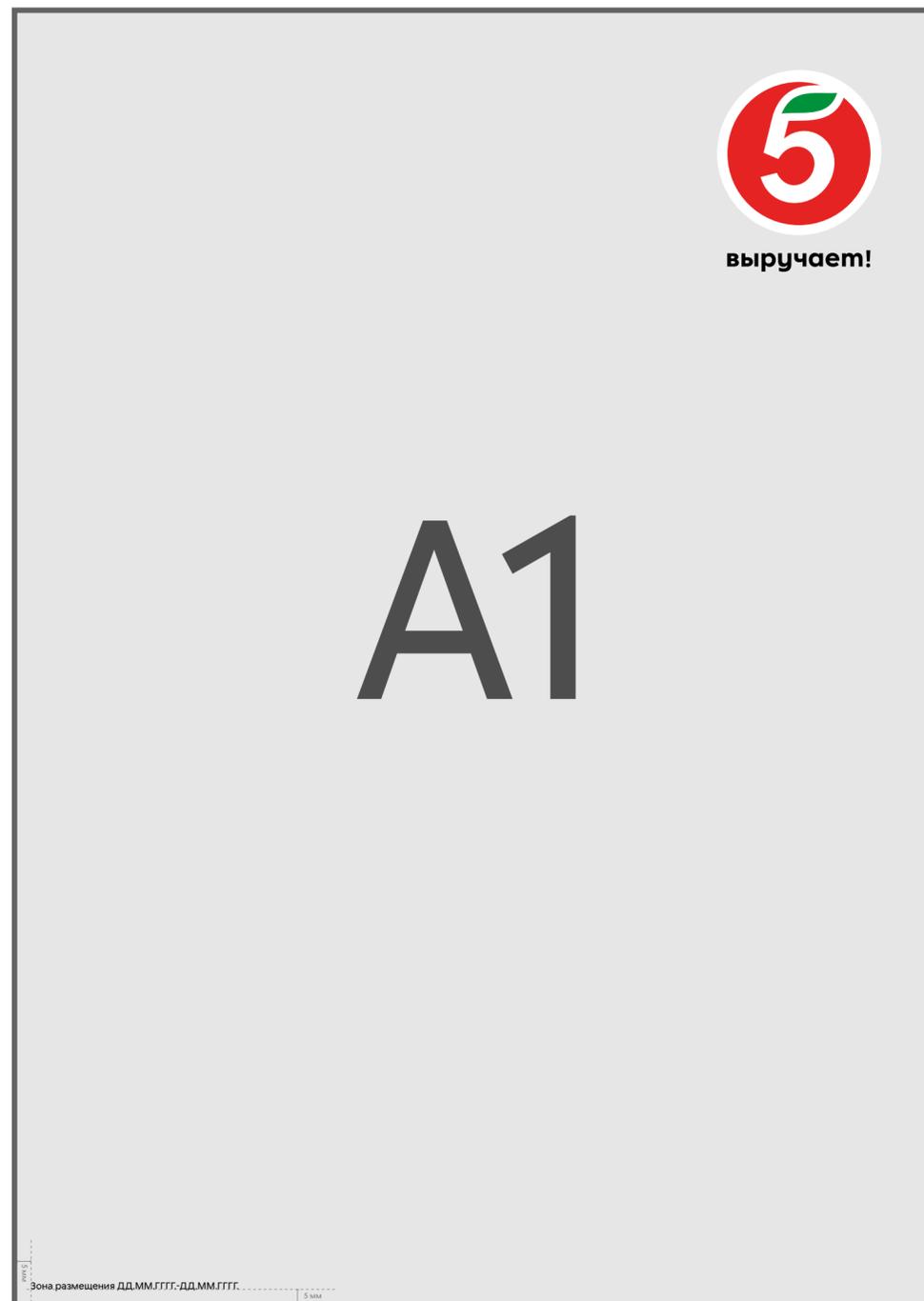
Плакат А1

А1 (594 x 841 мм)

Логотип «Пятёрочка» использовать по брендбуку, размещать в верхнем правом углу плаката.

Размер шрифта — 10 pt.

Скачать





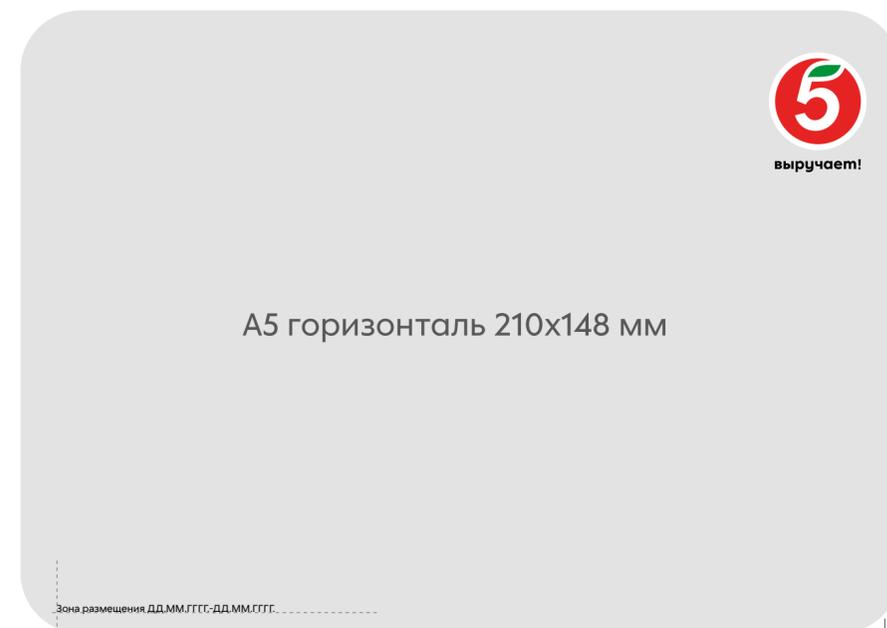
Наклейка на кассу

Скачать

A5 горизонтальная (210 x 148 мм)

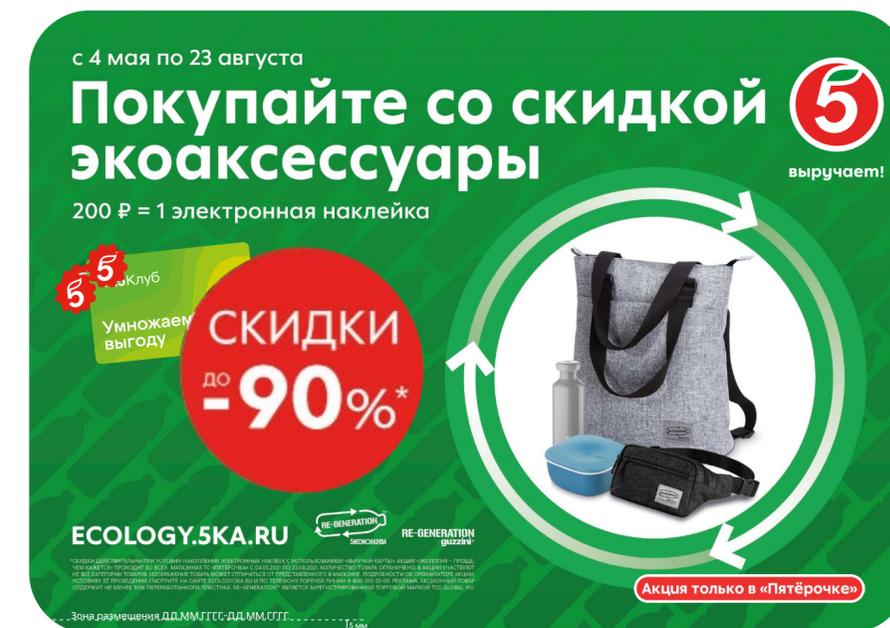
Во всех возможных случаях размещение координаты стандартное, слева должно быть выровнено с текстовым блоком (минимум 5 мм от обрезного края), снизу отступ стандартный — 5 мм.

Размер шрифта — 5 pt.



Схема

R 1 см



Пример 1

Внимание!

Фирменный знак является обязательным элементом для размещения на носителе.



Кассовый разделитель

Скачать

297 x 37 мм

Во всех возможных случаях размещение координаты стандартное, слева должно быть выровнено с текстовым блоком (минимум 5 мм от обрезного края), снизу отступ стандартный — 5 мм.

Размер шрифта — 5 pt.

37 мм	Зона размещения дополнительно информации
Линия сгиба	Страна Б Зона размещения основной информации 297x140 мм
Линия сгиба	Страна А Зона размещения основной информации 297x140 мм
Линия сгиба	Зона размещения дополнительно информации
37 мм	

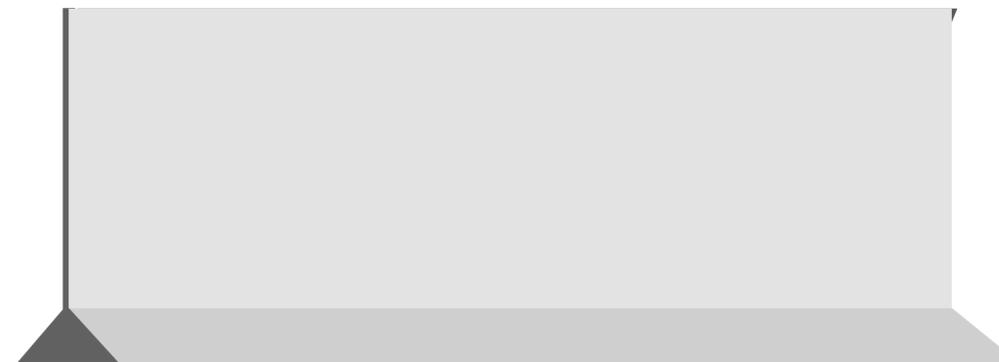
Схема



Пример 1

Внимание!

Фирменный знак является обязательным элементом для размещения на носителе.





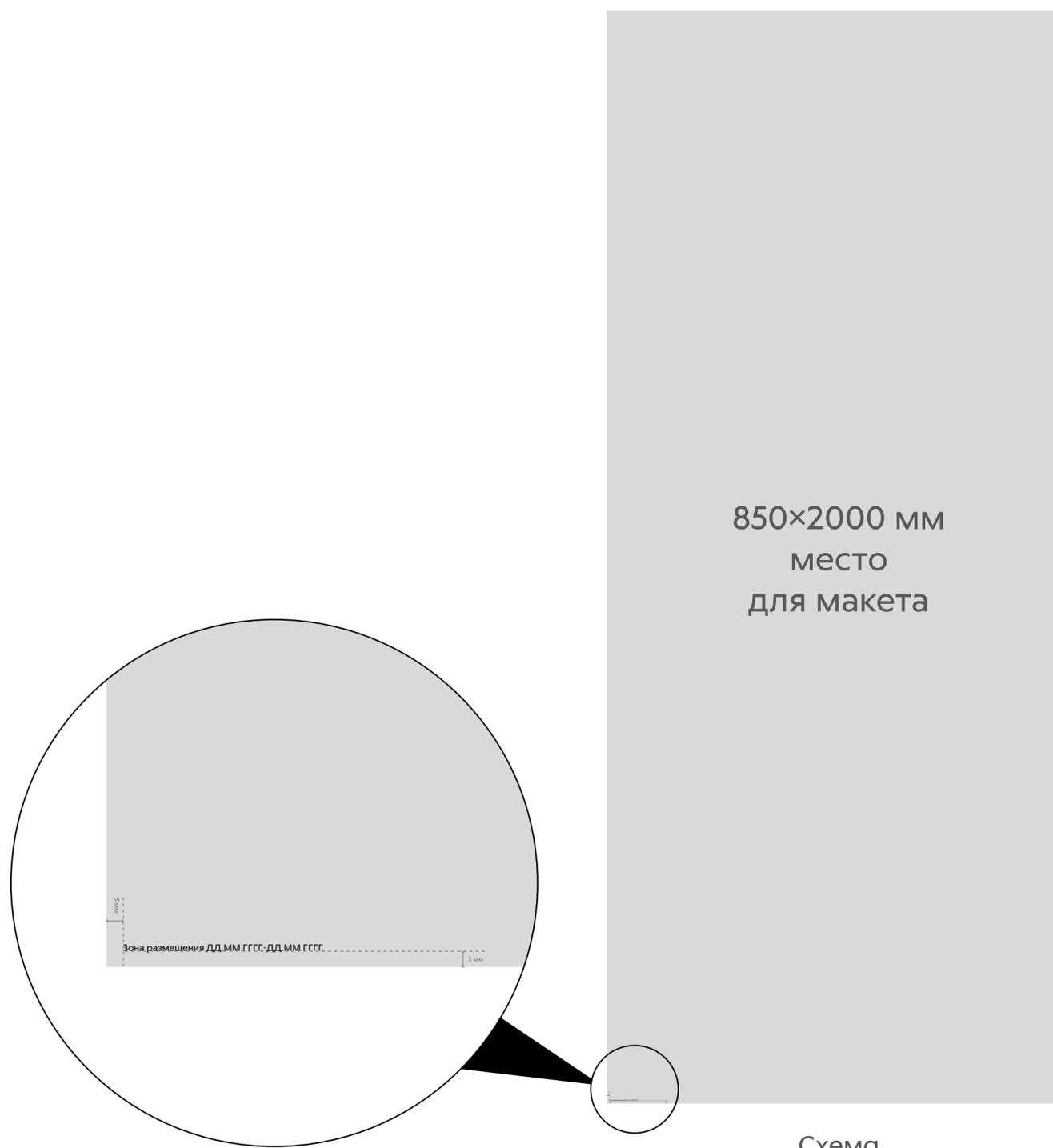
Роллап

850 x 2000 мм

Стандартное размещение координаты. Но, т. к. размер ролл-апа гораздо больше остальных носителей, координату пишем шрифтом крупнее, чем на остальных.

Размер шрифта — 15 pt.

Скачать



850×2000 мм
место
для макета

Зона размещения ДД.ММ.ГГСС-ДД.ММ.ГГСС

Схема

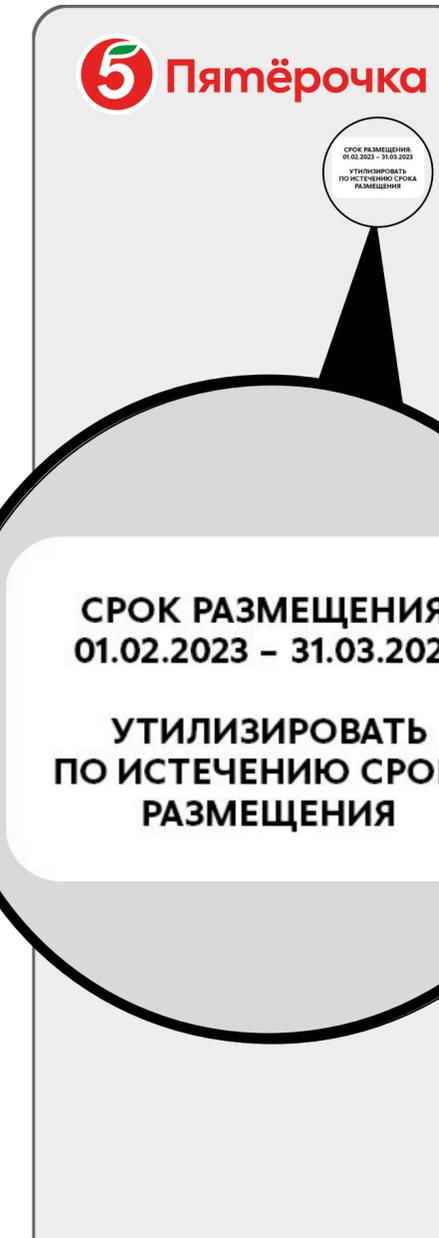
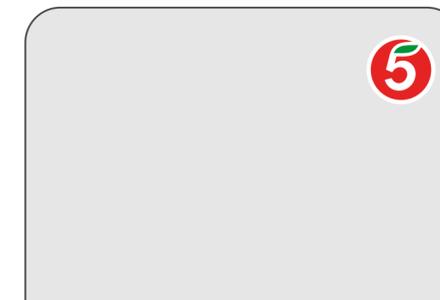
Акционные носители



Промостойка

Логотип «Пятёрочка» использовать по брендбуку, размещать в верхней части.

Скачать



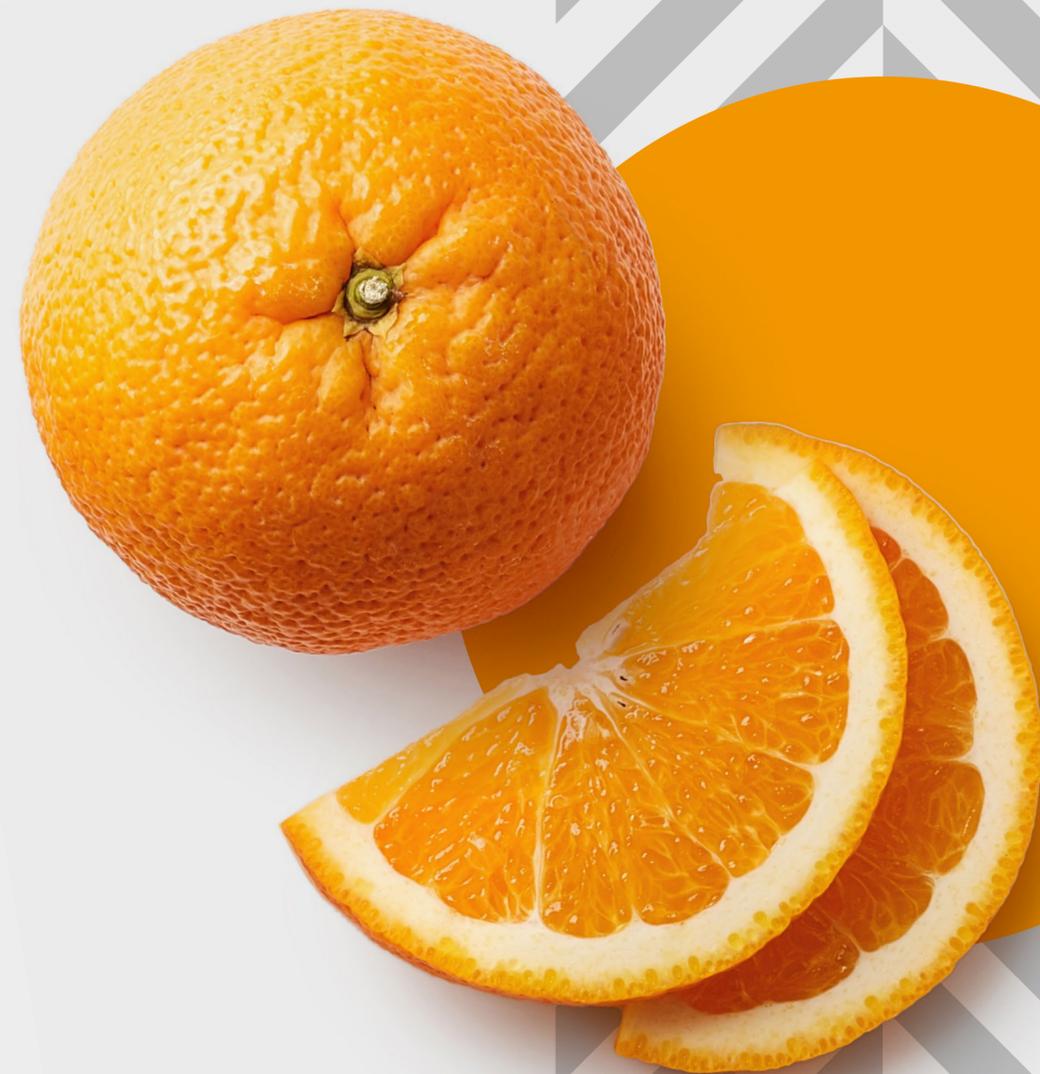
На боковую часть стойки добавляется координата о сроках размещения и утилизации

Внимание!

На топперах и боковых торцах стойки, обязательно размещение фирменного знака или логотипа, обязательно ориентируясь на правила свободного поля вокруг каждого из них, они отмечены в скачиваемом шаблоне.

Менять размеры и расположение логотипов строго запрещено.

Форма персонала



Процессы в магазине



Работа на РКУ и КСО

от +16 до +25 °C



Работа в торговом зале (выкладка товара, смена ценников, уборка и т.д.)

от +16 до +25 °C



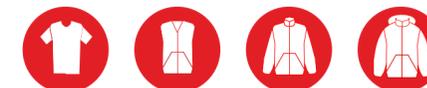
Выпекание и выкладка СП

от +16 до +25 °C



Разгрузка товара на пандусе

от -35 до +35 °C



Работа на складе

от +16 до +25 °C



Виды одежды

Директор магазина



Футболка

Элементы

1. Лицо — лого + слоган
2. Спина — слоган



Жилет

Элементы

1. Лицо — лого
2. Спина — слоган



Толстовка (флис)

Элементы

1. Лицо — лого
2. Спина — слоган



Виды одежды

Продавец/Администратор/Заместитель директора



Футболка

Элементы

1. Лицо — лого + слоган
2. Спина — слоган



Жилет

Элементы

1. Лицо — лого
2. Спина — слоган



Толстовка (флис)

Элементы

1. Лицо — лого
2. Спина — слоган



Виды одежды

Директор магазина—партнёр



Кардиган

Элементы

1. Лицо — лого + «Директор магазина-партнёр»
2. Спина — слоган

Пекарь



Фартук

Элементы

Лицо — лого + слоган

Нарукавники и шапочка



Зимняя куртка

(без элементов)



Бейдж

Форма персонала 

Бейдж

Сотрудники, взаимодействующие с покупателями, обязаны носить бейджи, на которых указывается фамилия и имя сотрудника, а также его должность.

На форме предусмотрены специальные петли для ношения бейджа на клипсе.

Бейдж с фирменными шрифтами автоматически распечатывается из ПО GK на бумаге и размещается в специальном футляре.



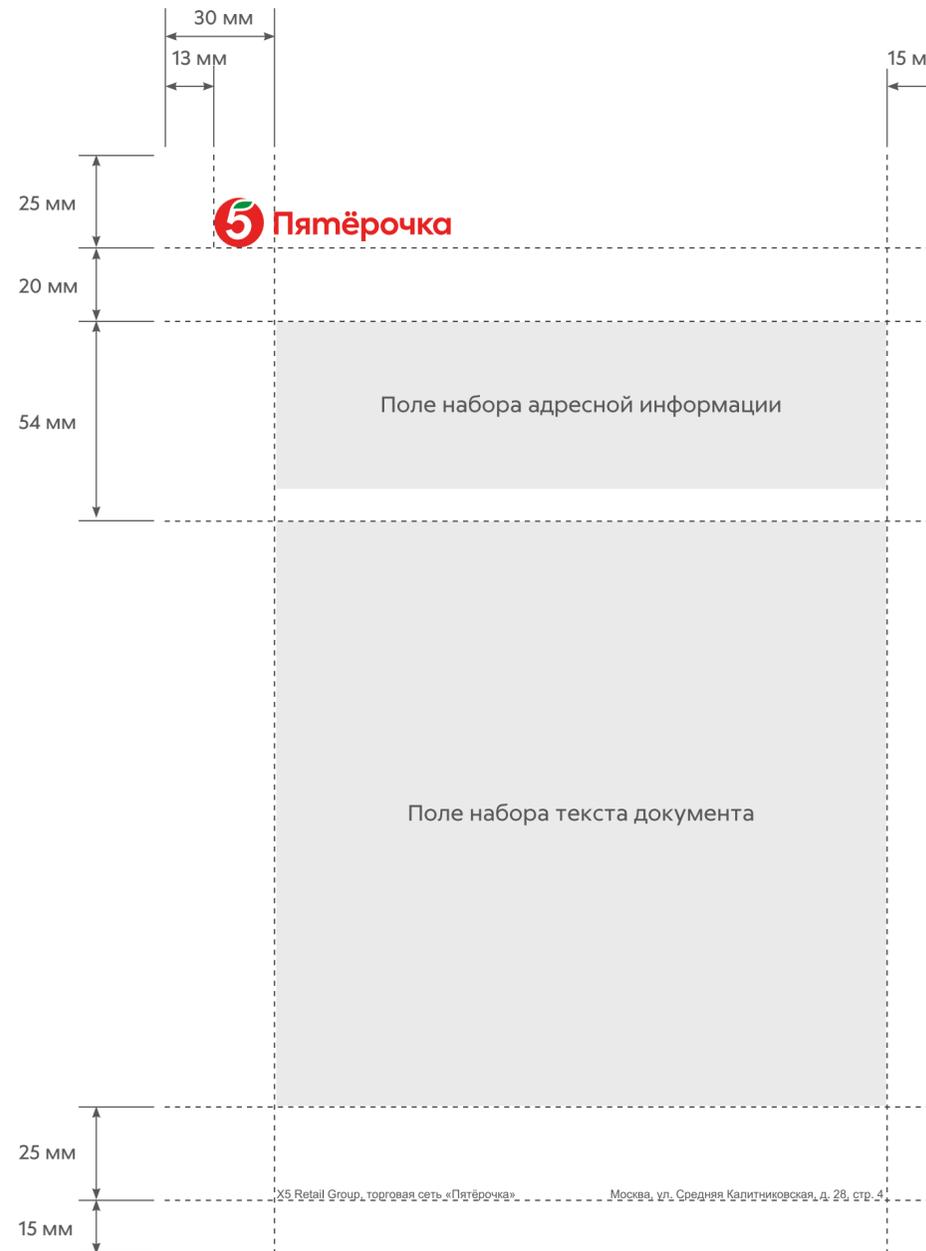
Деловая документация



Фирменный бланк

Фирменный бланк сети магазинов «Пятёрочка» печатается на белой матовой бумаге формата А4 (210 x 297 мм) плотностью 80–120 г/м².

Текст документа и адресная информация могут быть набраны только фирменным или дополнительным шрифтом с величиной кегля 10–11 pt и с выключкой по формату или влево.

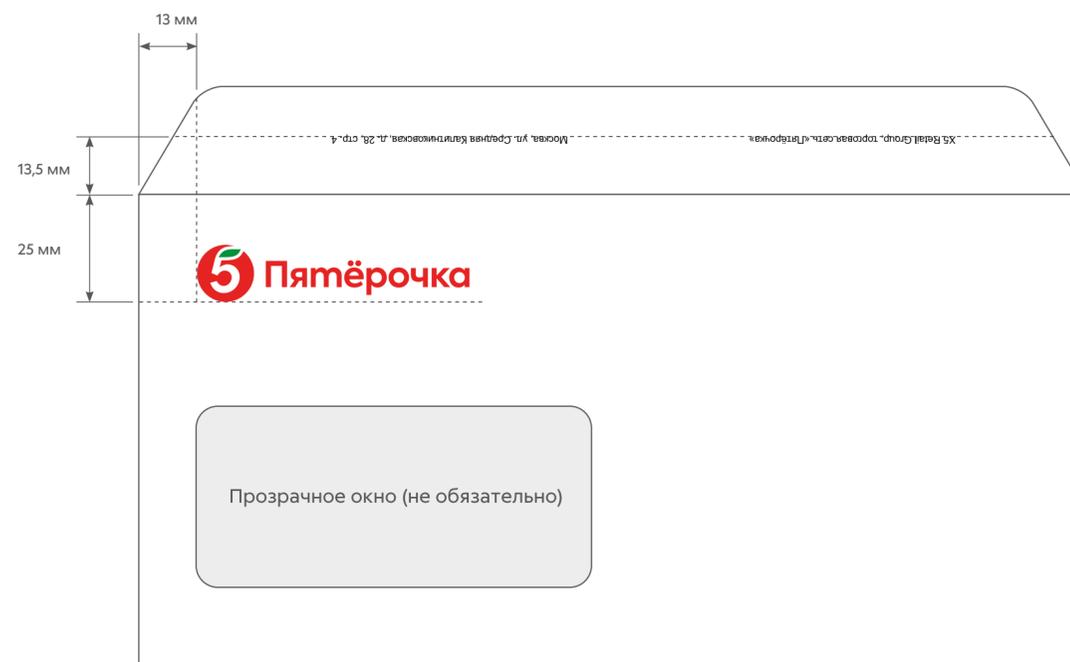


Фирменный конверт DL

Фирменные конверты формата DL (220 x 110 мм) печатаются на белой матовой бумаге плотностью 100–120 г/м².

Размеры и расположение элементов указаны на схеме.

Внутри конверт может быть окрашен в фирменный зелёный цвет.



[Скачать !\[\]\(7a49ac71034d07f19817f83a3aa9d8fb_img.jpg\)](#)

Фирменная папка

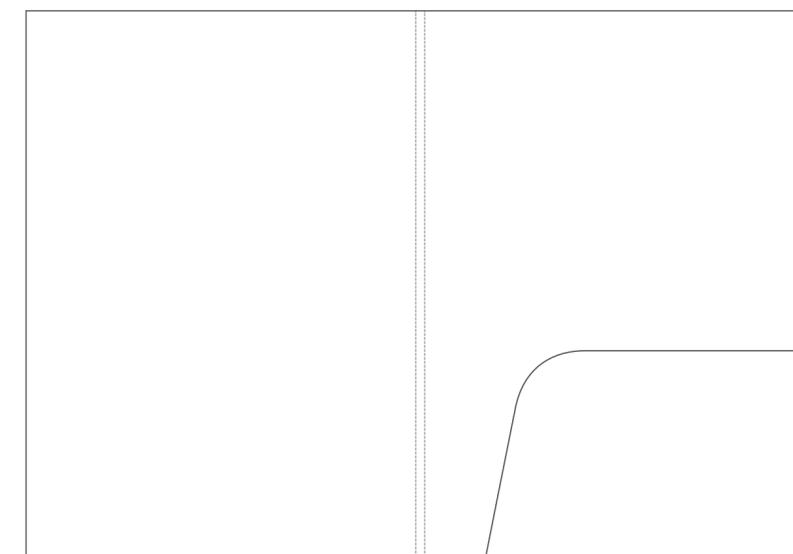
На лицевой стороне папки в центре размещается фирменный блок, в правом нижнем углу — фирменная суперграфика (дополнительный рисунок).

В левом нижнем углу внутри папки также размещается дополнительный рисунок фирменной суперграфики.

Папки формата 220 x 310 мм изготавливаются из белой мелованной бумаги или картона плотностью 300–350 г/м² с использованием офсетного или цифрового способа печати.



Внешний разворот папки



Внутренний разворот папки

[Скачать !\[\]\(b917f859b76ff0dd465098b51ce5a326_img.jpg\)](#)

Визитка

Скачать 

Шаблон визитки имеет чётко заданную структуру. Одна сторона визитки информационная, вторая, с фирменным логотипом. При верстке визитки необходимо учитывать стилистику набора каждого элемента (Ф. И. О., телефон, почта и т. п.). Визитка набирается фирменным шрифтом 5ka Sans.

1. Блок с логотипами и QR-кодом всегда фиксированный и не изменяется
2. Блок Имя-Фамилия начертание шрифта — bold и заглавными буквами, в первой строке пишется имя, вторая строка — фамилия
3. Название должности пишется в 2 строки, начертание шрифта — light
4. Блок контактов, телефон начинается с +7, без скобок, тире используется в последних двух цифрах.
5. Адресный блок в шаблоне указан для центрального офиса, при изменении адреса для регионов необходимо сохранить ту же последовательность.



Шаблон презентации



Шаблон презентации Power Point

[Скачать](#) 



