



Руководство по использованию фирменного стиля торговой сети «Пятёрочка»

Версия 1.2 (23.03.2022)

Содержание

Идеология бренда

История.....	4
Масштаб задачи.....	6
Якоря концепции.....	9
Пирамида бренда.....	10
Концепция запуска.....	11
Аудитория бренда.....	12

Элементы стиля

Фирменный знак.....	19
Свободное поле фирменного знака.....	20
Основные версии фирменного блока.....	21
Пропорции фирменного блока.....	22
Свободное поле фирменного блока.....	23
Полноцветные версии фирменного блока.....	24
Одноцветные версии фирменного блока.....	25
Недопустимое использования блока.....	26
Фирменные цвета.....	27
Основной фирменный шрифт.....	28
Основной слоган.....	30
Короткая версия слогана.....	35
Имиджевый слоган.....	37
Логотип Детский клуб.....	39
Логотип Барный клуб.....	40
Логотип МШБП.....	41
Общие правила коммуникации.....	42

Носители стиля

Фирменный паттерн.....	44
Фотостиль. Имиджевые фото.....	47
Фотостиль. Промо фото.....	48
Ценники.....	49
Стопперы.....	50

Имиджевые плакаты.....	53
Маркетинговые плакаты	54
Промоплакаты	55
Билборд имиджевый 6х3.....	56
Билборд 6х3. Акция «1+1».....	61
Билборд 6х3. Акция «Скидка».....	62
Билборд 6х3. Акция «Топ-цена».....	63
Суперсайз 12х4.....	64
Сити борд 3,7х2,7.....	65
Ситилайт 1,2х1,8. Акция «1+1»	66
Ситилайт 1,2х1,8. Акция «Скидка»	67
Ситилайт 1,2х1,8. Акция «Топ-цена»	68
Ситилайт 1,4х3.....	69
Интеграция доставки в ООН	70
Промо-каталог.....	71
Карта лояльности.....	72

Digital

ТВ-ролик. Промо	74
ТВ-ролик. Новинка/акция	75
КВ Акция	76
КВ Федеральная акция.....	77
SMM-макеты	78
ООН.....	79

Визуальный стиль SMM

Основные правила разработки.....	81
Пропорция 1:1	82
Пропорция 4:5	83
Пропорция 9:16	84
Пропорция 16:9	85
Фотоизображения продуктов.....	88
Фотоизображения людей.....	89
Фотоизображения предметов.....	90

Типографические заставки.....	91
Видео заставки.....	92
Рецептурные заставки.....	93

Акционные носители

Правила размещения координат	95
Стоперы	97
Шелфлента.....	98
Шелфтокер.....	99
Шелфбанер.....	100
Мобайл.....	101
Топер.....	102
Наклейка на дверь.....	103
Прайсшина вертикальная.....	104
Прайсшина горизонтальная	105
Кассовый разделитель.....	106
Роллап.....	107
Промостойка.....	109
Плакат А1.....	110
Модуль в каталог	111
Банеры на сайт.....	112
Банеры в приложение	119

Библиотека базовых элементов

Основные элементы стиля.....	133
Карта лояльности.....	134
Фирменный паттерн.....	135
Фирменные плашки.....	136
Примеры недопустимого использования.....	138

Совместные акции

Фирменные плашки.....	140
Акции с упоминанием бренда	143
Акции с поддержкой бренда	145

Акции лояльности бренда	147
ТВ Ролик.....	149
Промо-каталог.....	151
Фирменная сумка.....	152

Реклама на ТВ

Общие правила	154
Имиджевые кампании	155
Кампании с поставщиками	156
Промо кампании.....	157

Форма сотрудников

Форма для директора магазина.....	161
Форма для сотрудников торгового зала.....	162
Форма для стажёра	163
Куртка для дебаркадера	164
Дресс-код	165
Бейдж.....	166

Корпоративные материалы

Фирменный бланк.....	168
Фирменный конверт DL.....	169
Фирменная папка.....	170
Визитка.....	171

Презентация Power Point

Основная страница и элементы.....	173
-----------------------------------	-----

Идеология бренда



Идеология бренда 

История бренда

«Пятёрочка» — российская сеть продовольственных «магазинов у дома» в составе компании X5 Retail Group. Первый магазин торговой сети открылся в 1999 году в Санкт-Петербурге. В 2001 году она вышла на московский рынок.

В настоящее время объединяет более 18 тысяч магазинов по всей России.



Предпосылки

Отсутствие доверия — главная особенность восприятия российского ритейла как индустрии

В процессе покупки российский покупатель находится в перманентном напряжении. Каждую минуту он стоит на страже своих интересов и готов к посягательству на них. Он ждёт от ритейлера подвоха, обмана, недостоверной информации на ценниках и чеках, низкого качества продукции, «перебитых» сроков годности и других нарушений. Отношения с ритейлом больше похожи не на сотрудничество, а на борьбу, которая строится по принципу «кто кого».

В российском ритейле сложилась парадоксальная ситуация

С одной стороны, магазинов и форматов торговли множество. С другой стороны, многие из них предлагают одинаково невысокое качество продукции и сервисов. С одной стороны, в продаже есть всё.

С другой стороны, практически в каждой категории не хватает глубины ассортимента и продуктов хорошего качества.



Идеология бренда ↑

Масштаб задачи

Определение пустующей ниши и новое позиционирование приводят нас к вопросу о поиске «смысла жизни бренда»

Для чего существует «Пятёрочка»?

Сможем ли мы увидеть высшую цель за очевидной бизнес-моделью?

Как «Пятёрочка» может изменить историю российского ритейла?

Амбициозная задача бренда «Пятёрочка» — заслужить подлинное доверие потребителей

«Пятёрочка» станет первой федеральной сетью, которой покупатели доверяют.

Это грандиозная цель, её очень тяжело достичь, но она, вне всяких сомнений, того стоит.



Идеология бренда 

«Пятёрочка» вчера

Выручит в трудную минуту,
но большего ожидать
не приходится

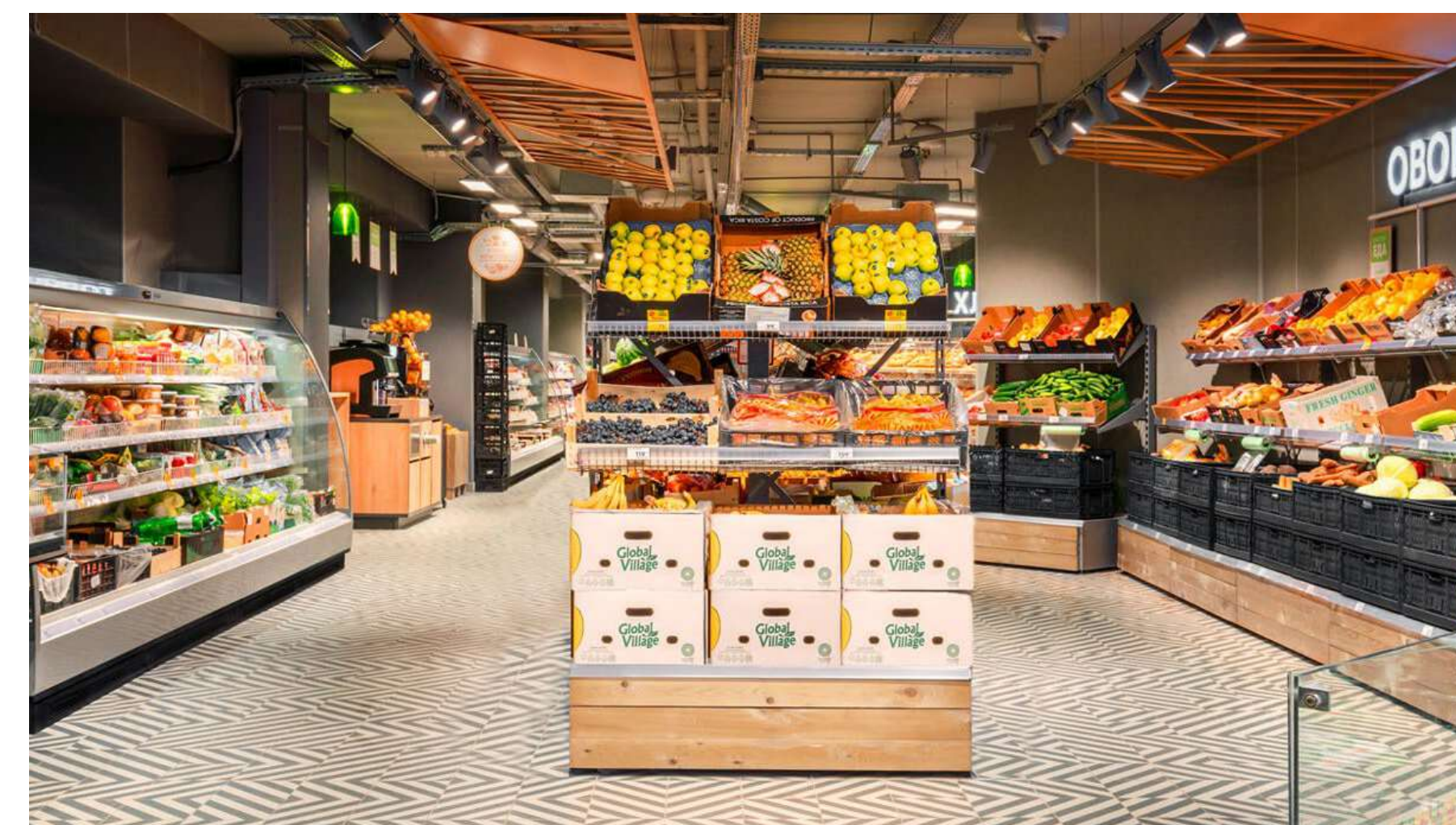
- Близко, рядом с домом
- Низкие цены
- Достаточно широкий ассортимент



«Пятёрочка» сегодня

Новый стандарт продуктового
ритейла

- Магазин, которому я доверяю
- Место притяжения в районе
- Магазин с низкими ценами
- Достаточно большой и при этом постоянно расширяющийся ассортимент



Заслужить доверие

Сделать ежедневный шопинг клиенто-центричным. Это означает, что «Пятёрочка» бросает все силы на борьбу с недоверием покупателей и со всей ответственностью устанавливает новый стандарт продуктового ритейла. Каждый покупатель «Пятёрочки» должен чувствовать себя ценным, способным влиять на свои взаимоотношения с брендом. «Пятёрочка» прислушивается к покупателям, их мнение важно и значимо.

Дать чуть больше. Это означает дать дополнительную ценность, оставаясь доступными. Дать больше эмоций, вдохновения, ощущения качества.

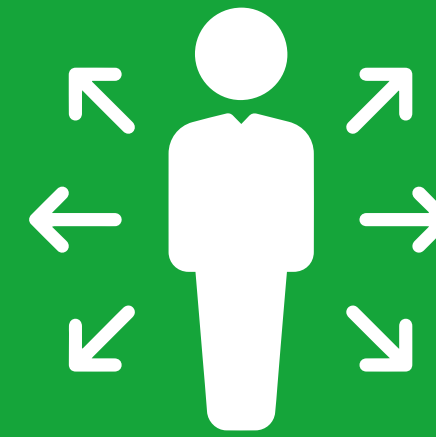
Подходящий всем. Мы имеем в виду «всех» в буквальном смысле. В ДНК бренда «Пятёрочка» изначально заложено, что даже люди с самым низким доходом могут найти для себя что-нибудь в магазине. Но значительная часть покупателей с более высоким доходом избегает покупок в «Пятёрочке». Мы хотим объединить людей, соответствовать их ожиданиям от хорошего магазина для ежедневных покупок.

Забота о сообществе. Объединяет предыдущие тезисы. Проявлять заботу не только в словах, но и в делах. Это и про благотворительность, и про приятный процесс покупок, и про помощь местному населению, и про организацию локальных мероприятий, и про множество других способов проявить заботу.

Клиенто-ориентированность



Больше возможностей



Подходящий всем



Забота о сообществе



Якоря концепции

Якоря концепции — это направления работы и развития, в которых компания ни при каких условиях не может идти на компромиссы

Лидер в удобстве. Удобный во всех смыслах и на всех этапах совершения покупок магазин. Мы заранее продумали все действия покупателя до, во время и после покупки, и сделали их насколько возможно комфортными. В ассортименте «Пятёрочка» должна постоянно работать над повышением качества жизни покупателей, предлагая новые удобные решения по приемлемым ценам.

Свежесть и качество. Для воплощения этого якоря недостаточно найти и предлагать свежие продукты отменного качества. Главная задача – изменить представление покупателя и создать доверие продуктам, которые предлагает магазин.

Забота о сообществе. Как в глобальном смысле, так и в местном. Доказать, что бренд «Пятёрочка» отличается от всех остальных, потому что нам не все равно. Мы хотим помогать и делать лучше мир вокруг нас, не забывая о каждом человеке.

Якоря концепции — это преимущества, помогающие бренду позитивно отличаться от конкурентов в глазах покупателей

Низкие цены. Этот якорь тоже имеет непосредственное отношение к доверию. Ценовое распределение в ритейле часто вызывает у покупателей дискомфорт, не говоря о регулярных ошибках в ценниках на полках, путанице в системе и прочих неурядицах. «Пятёрочка» приложит все усилия, чтобы изменить это. Больше никаких ошибок. Наши покупатели должны быть уверены, что в «Пятёрочке» они могут расслабиться и не остерегаться ловушек.



Пирамида бренда

Целевая аудитория

Ядро
Женщины 25—45 в том числе с детьми
Пенсионеры
Молодёжь 16—24

Перспективная
Аудитория гипермаркетов ж/м 25—44
Экономные зрелые ж/м 46—60

Инсайт

Магазин для ежедневных покупок должен быть таким, где я чувствую внимание и уважение, поход в который доставляет мне радость и делает мою жизнь лучше.



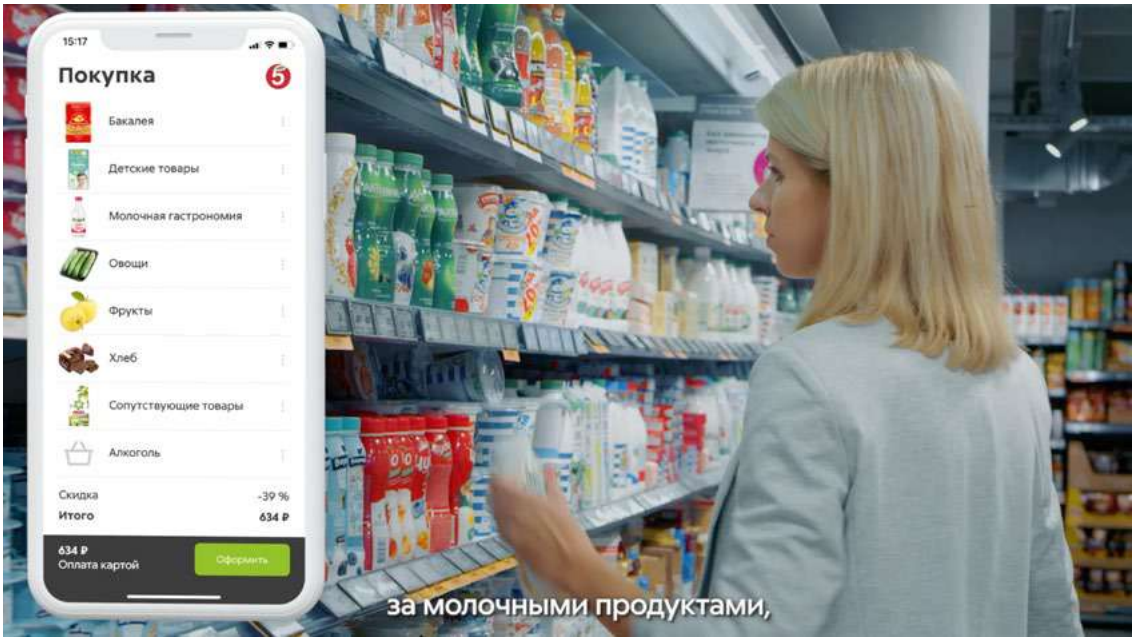
Скачать 



Концепция запуска

Ждём в гости каждый день!

«Пятёрочка» зовёт всех в гости на свежие продукты, новые впечатления, человеческое внимание и заботу, меняя тем самым правила взаимоотношений со своими покупателями.



[Скачать !\[\]\(d66ff64371a51729ac8c1cdaa685ba6f_img.jpg\)](#)



Аудитория бренда. Женщины

**С невысоким доходом,
делающие покупки
для семьи и детей**

Ключевые характеристики

- Они работают и ведут домашнее хозяйство
- Они отвечают за покупки FMCG и распоряжаются бюджетом на них
- Вынуждены экономить и подходить к покупкам рационально
- Следят за акциями и стараются покупать по скидкам
- Переключаются между несколькими магазинами в округе

Инсайт

Я всегда стараюсь убить двух зайцев — купить лучшие продукты и по максимально низкой цене. Для этого мне нужно обойти несколько магазинов, а хотелось бы, чтобы всё это можно было купить в одном



Задача: сделать «Пятёрочку»
если не единственным магазином,
то магазином первого
выбора — того, с которого
они начинают покупки

Аудитория бренда. Пенсионеры

Ключевые характеристики

- Имеют очень ограниченный бюджет и привычку его экономить
- Даже при ограниченном бюджете считают важным делать покупки для внуков
- С большим трудом идут на риск покупки чего-то нового
- Больше всего ценят постоянство как в ценах, так и в обустройстве зала

Инсайт

Я хожу в «Пятёрочку», и меня всё устраивает, больших ожиданий у меня нет. Буду продолжать сюда ходить, пока меня будут устраивать цены



Задача: поддерживать их лояльность и стать магазином первого выбора не только с точки зрения низких цен, но и с точки зрения приятного покупательского опыта, который они люди не могут получить у конкурентов

Аудитория бренда. Экономные зрелые

Ключевые характеристики

- Имеют ограниченный бюджет и установившуюся привычку его экономить
- Перед тем, как совершить покупку, сравнивают цены в разных магазинах
- Готовы обойти несколько магазинов в поисках лучшей цены
- Самые активные покупатели по акциям и скидкам

Инсайт

У меня есть несколько магазинов, в которые я хожу регулярно, и «Пятёрочка» среди них. Во всех этих магазинах практически постоянно есть скидки на отдельные товары и различные акции. Где будет больше скидка в этот раз, туда я и пойду.



Задача: стать магазином первого выбора не только с точки зрения акций, скидок и низких цен, но и с точки зрения приятного покупательского опыта, который они люди не могут получить у конкурентов

Аудитория бренда. Молодёжь 16—24

Ключевые характеристики

- Как правило, имеют ограниченный бюджет
- Посещают «Пятёрочку» по привычке, поскольку сюда же за покупками приходят их родители
- Бывают в разных магазинах и имеют возможность сравнивать, зачастую не в пользу «Пятёрочки»
- Имеют проблемы со старым стереотипом «Пятёрочка — магазин для бедных пенсионеров»

Инсайт

Я хожу в «Пятёрочку» только потому, что она рядом и, в основном, за тем, что там стоит дешевле, чем в других местах. Это скучный и несовременный магазин



Задача: привести этих людей в магазин, чтобы они увидели, что магазин кардинальным образом изменился и начал отвечать их запросам

Аудитория бренда. Посетители гипермаркетов

Более высокодоходная аудитория

Ключевые характеристики

- Для многих поездка в гипермаркет — приятное семейное времяпрепровождение
- Но поездка в гипермаркет связана с тратой времени и денег на бензин
- Еженедельные закупки в гипермаркете, с одной стороны, помогают контролировать бюджет, а с другой всегда приводят к лишним тратам на импульсные покупки
- Гипермаркет — синоним широкого ассортимента и низких цен
- Многие в течение недели всё равно совершают покупки у дома, чтобы докупить недостающее или закончившееся

Инсайт

Я предпочитаю закупаться раз в неделю всем сразу. Так у меня всё под контролем. Я экономлю время и деньги



Задача: показать, что «Пятёрочка» меняется, и потребности в товарах и качестве торгового зала, за удовлетворением которых нужно было ехать далеко, теперь можно удовлетворить рядом с домом, сэкономив и деньги, и время

Задачи бренда

Удержать и нарастить

Ходят в «Пятёрочку» чаще, чем в другие магазины, потому что она ближе всего и она по большому счёту их устраивает

- Женщины 25—45 в том числе с детьми
- Пенсионеры

Сохраняя преимущество в ценах, показать новые преимущества до того, как они начнут искать их у конкурентов

Привлечь: Аудитория роста

Ходят в «Пятёрочку» только по необходимости или не ходят совсем, потому что она не отвечает их запросам по качеству, ассортименту и самоощущению

- Экономные зрелые 45—60
- Аудитория гипермаркетов ж/м 25—44
- Молодёжь 16—24

Открыть клиентам «Пятёрочку» с новой, неожиданной для них стороны, и выиграть как удобный и достойный магазин



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

Свободное поле фирменного знака

Свободное 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.

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

Минимальное свободное поле фирменного знака определяется величиной диаметра знака.



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.



Логотип

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!
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

Свободное поле фирменного блока

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

Внимание!

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



Элементы стиля 

Логотип

Полноцветные версии фирменного блока

Допускается использование логотипа
на фонах 5 цветов: белого, зелёного,
красного чёрного и серого.

Внимание!

На плашках каждого из фирмен-
ных цветов используются четко вы-
строенная геометрическая компо-
зиция. Недопускается изменение
пропорций элементов логотипа.



Скачать 

Логотип

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 применены только одна или две краски.

Внимание!

На плашках каждого из фирменных цветов используются четко выстроенная геометрическая композиция. Недопускается 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, контурные обводки и т. п.
- Не допускается размещать логотип на пёстром фоне или на фоне не фирменного цвета.

~~Пятёрочка~~

~~ Пятёрочка~~

~~ Пятёрочка~~

~~Пятёрочка~~

~~ Пятёрочка~~

~~ Пятёрочка~~

~~ Пятёрочка~~

~~Пятёрочка ~~

~~ Пятёрочка~~

~~ Пятёрочка~~

~~Пятёрочка~~

~~~~

~~~~

~~Пятёрочка~~

~~ Пятёрочка~~

~~ Пятёрочка~~

~~ Пятёрочка~~

~~ Пятёрочка~~

~~ Пятёрочка~~

~~ Пятёрочка~~

~~Пятёрочка~~

Фирменные цвета

Основные цвета

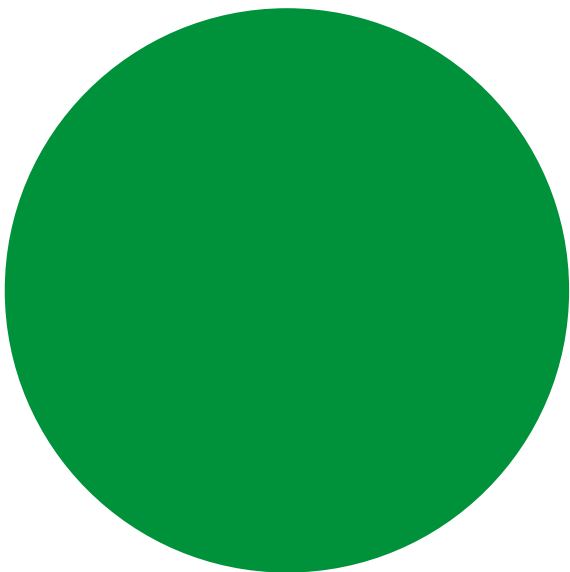
Зелёный — важнейший цвет в коммуникации сети магазинов «Пятёрочка».

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.

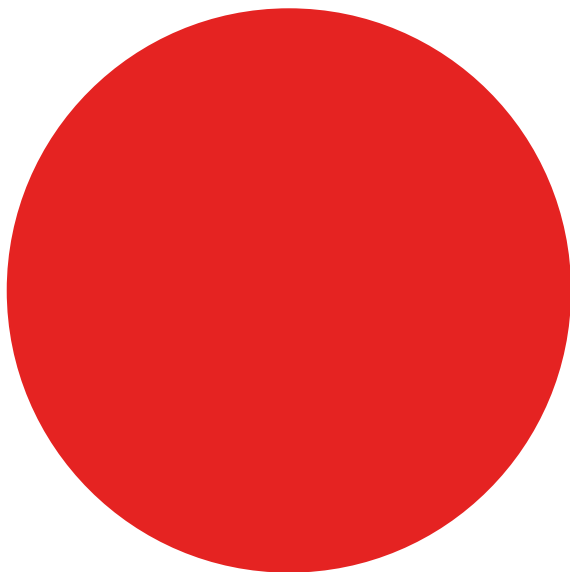
Кроме зелёного цвета в идентификации бренда «Пятёрочка» используются красный и серый цвета, которые применяются в логотипе сети, фирменной графике и интерьере.

Дополнительные цвета

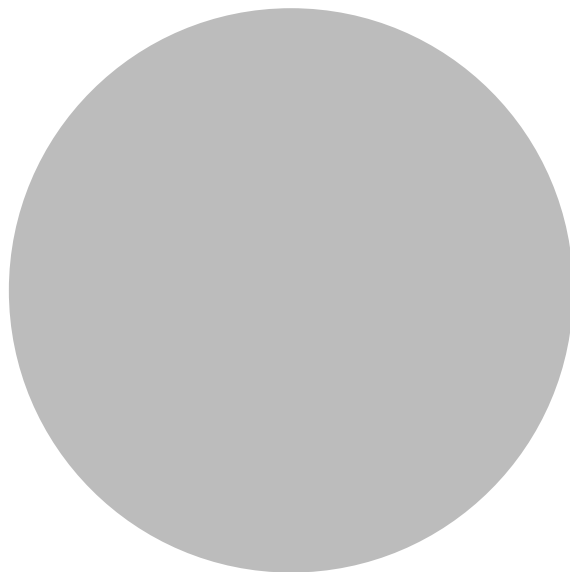
Эти цвета могут также применяться при разработке дизайна униформы, различной рекламной и промодукции, для набора заголовков, слоганов, создания акцентов в текстовом наборе и т. п.



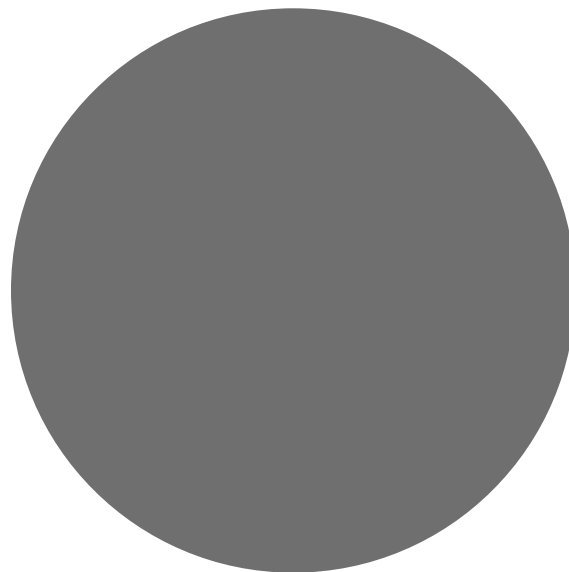
WEB	#00923a
RGB	0-143-50
CMYK	85-16-100-0
Pantone	355 C
RAL	6037
ORACAL	8500-062
ORACAL 551	491



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



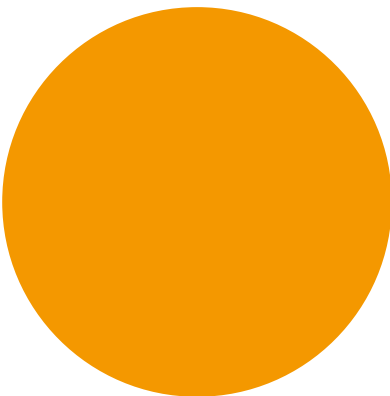
WEB	#b2b2b2
RGB	178-178-178
CMYK	0-0-0-35
Pantone	421 C
RAL	7038
ORACAL	_____
ORACAL 551	_____



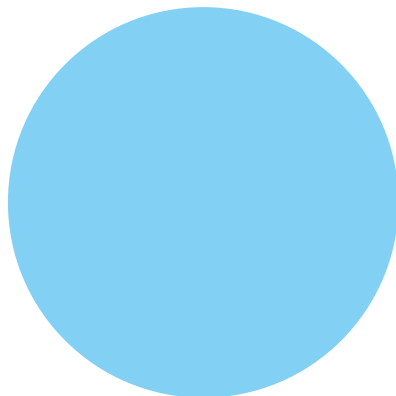
WEB	#878786
RGB	135-135-135
CMYK	0-0-0-70
Pantone	424 C
RAL	7037
ORACAL	_____
ORACAL 551	_____



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	



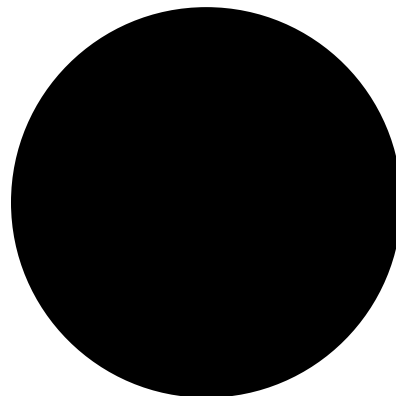
WEB	#ffad26
RGB	255-173-38
CMYK	0-37-94-0
Pantone	123 C
RAL	1028
Oracal	021
Оранжево-жёлтый цвет — основной цвет промоакций	



WEB	#66CCFF
RGB	102-204-255
CMYK	50-0-0-0
Pantone	292 C
Используется в сервисных коммуникациях	



WEB	#ededed
RGB	237-237-237
CMYK	0-0-0-10
Pantone	Cool Gray 1 C
Используется для плашек под ценник	



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

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.

5ka Sans Design Thin

5ka Sans Design Regular

5ka Sans Design Black

5ka Sans Compressed Regular

5ka Sans Ultra

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

Слоган

Скачать 

Основной слоган

Основной слоган бренда «Пятёрочка» состоит из фирменного знака и фразы «Ждём в гости каждый день!»

Допускается использование логотипа на фонах 5 цветов: белого, зелёного, красного чёрного и серого.

Основной слоган может быть использован для широкого спектра носителей идентификации.

Внимание!

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



Слоган

Пропорции основного слогана

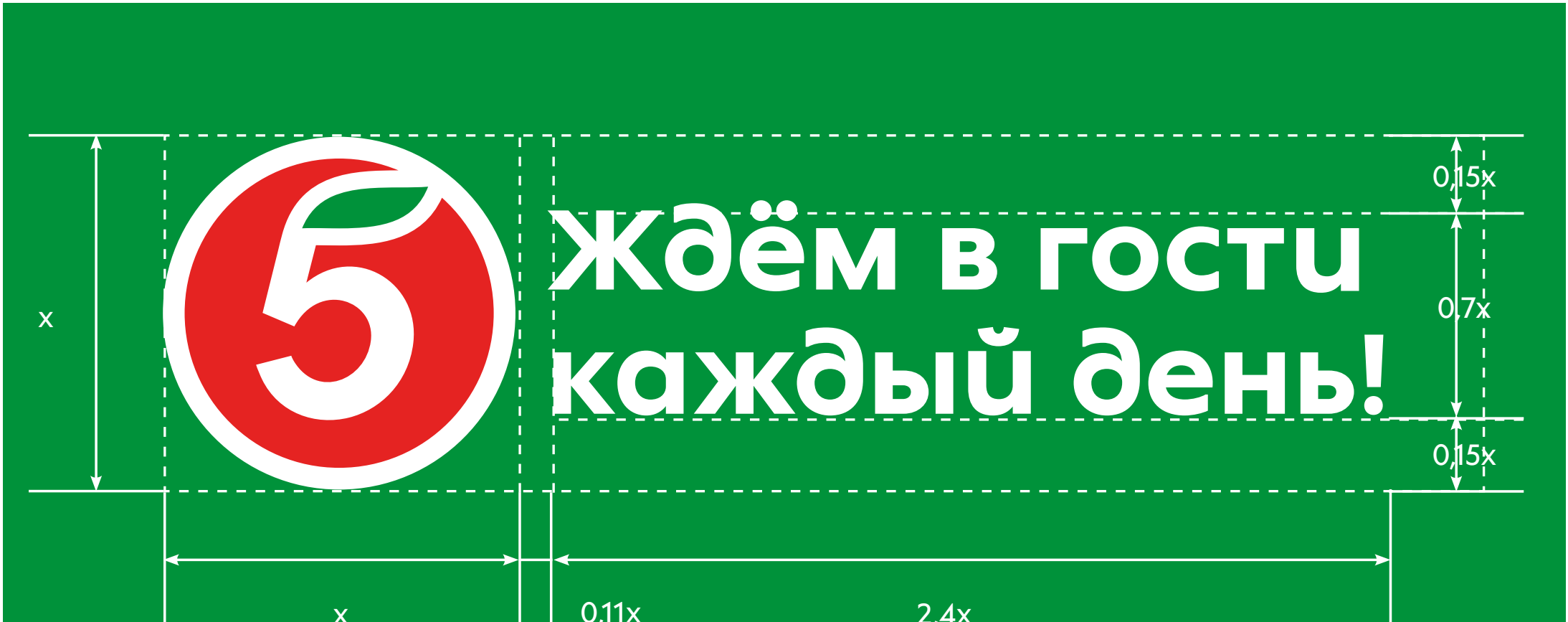
Пропорции слогана рассчитываются, исходя из диаметра фирменного знака.

Общая композиция, а также взаимное расположение и пропорции составляющих её элементов 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!

Изменение цвета текстовой части слогана недопустимо. Схема построения слогана показана здесь в качестве эталона для проверки полученных материалов и результатов работы подрядчиков. В работе рекомендуется использовать только приложенные к настоящему руководству векторные файлы.



Элементы стиля 

Слоган

Свободное поле основного слогана

Свободное поле основного слогана не должно быть меньше двойного размера буквы «м» в слове «Ждём».



Элементы стиля 

Слоган

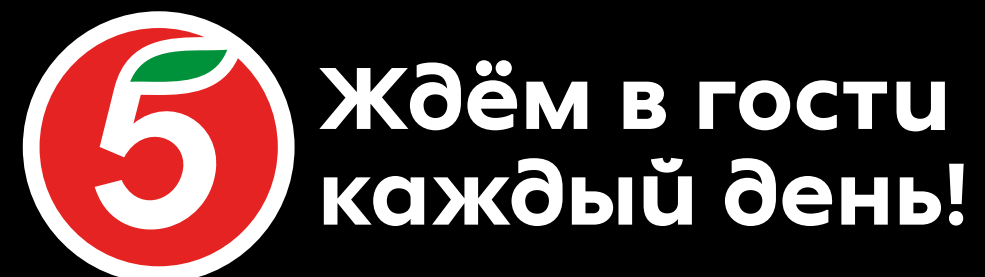
Полноцветные версии основного слогана

Допускается использование слогана
на фонах основных и дополнительных
фирменных цветов.

Внимание!

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

Данная вариация буквы д и буквы и используется только в слогане в остальных текстах используется обычное начертание.



Элементы стиля 

Слоган

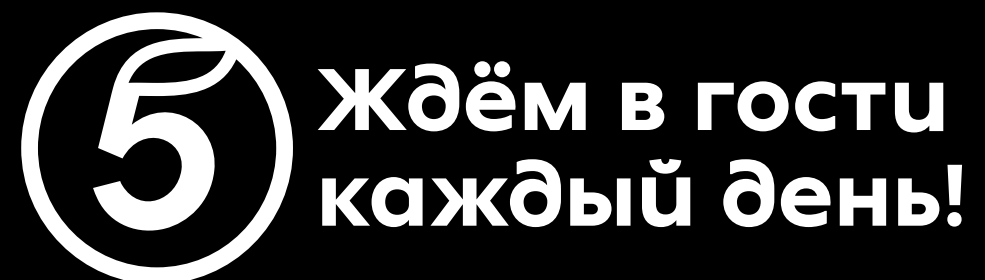
Одноцветные версии основного слогана

Допускается использование слогана
на фонах основных и дополнительных
фирменных цветов.

Внимание!

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

Данная вариация буквы д и буквы и используется только в слогане в остальных текстах используется обычное начертание.



Слоган

Короткая версия

Укороченный слоган бренда «Пятёрочка» состоит из фирменного знака и фразы «Ждём в гости!»

Допускается использование слогана на фонах 5 цветов: белого, зелёного, красного чёрного и серого.

Может быть использован для имиджевых плакатов и билбордов.

Данная вариация слогана используется только если для основной версии нет места.

Внимание!

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

Данная вариация буквы д и буквы и используется только в слогане в остальных текстах используется обычное начертание.



Слоган

Фирменный слоган написание в одну строку

Фирменный слоган бренда «Пятёрочка» может иметь вариант написания в одну строку, в тех случаях когда стандартное написание невозможно из-за пропорций макета.

Цветовые вариации использования слогана аналогичны вышеописанным стандартным версиям.



Слоган

Имиджевый слоган

Имиджевый слоган бренда «Пятёрочка» состоит из фирменного знака и фразы. Допускается использование слогана на фонах 5 цветов: белого, зелёного, красного, чёрного и серого.



**Ждём в гости
на доброе утро!**



**Ждём в гости
на сочный день!**



**Ждём в гости
на свежие идеи!**

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, контурные обводки и т. п.
- Не допускается размещать логотип и слоган на пёстром фоне или на фоне не фирменного цвета.

 **Ждём в гости
каждый день!**

 **Ждём в гости
каждый день!**

 **ЖДЕМ В ГОСТИ
КАЖДЫЙ ДЕНЬ!**

 **Ждём в гости
каждый день!**

 **Ждём в гости
каждый день!**

 **Ждём в гости
каждый день!**


**Ждём в гости
каждый день!**

Ждём в гости

каждый день!

 **Ждём в гости
каждый день!**

 **Ждём в гости
каждый день!**

Элементы стиля 

Детский клуб

Скачать 

Фирменный знак представляет собой логотип бренда «Пятёрочка», вписанный в сердце фирменного красного цвета. В центральной части логотипа присутствует текстово-графическая композиция Детский клуб со стилизованным смайлом. Обводка белого цвета является неотъемлемым элементом знака.

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

Фирменный знак может использоваться во всех рекламных макетах категории детских товаров.



Элементы стиля 

Барный клуб

Фирменный знак представляет собой минималистичную виноградную гроздь, состоящую из трёх кругов фиолетового цвета. Верхний горизонтальный штрих выполнен в форме листа зелёного цвета и является прямой отсылкой к главному фирменному знаку. В нижней части логотипа присутствует текстовый подстрочник «Барный клуб», выполненный фирменный шрифтом.

Фирменный знак может быть размещён либо на белом, либо на чёрном фоне.

Фирменный знак может использоваться во всех рекламных макетах алкогольной категории.

Скачать 



Элементы стиля 

Маленький шаг большая польза!

Фирменный знак представляет собой текстово-графическую композицию из логотипа бренда «Пятёрочка», листьев и слогана «Маленький шаг большая польза», обрамлённый стрелочками, узнаваемым обозначением вторичной переработки.

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

Фирменный знак может использоваться во всех экопроектах бренда.

[Скачать](#) 

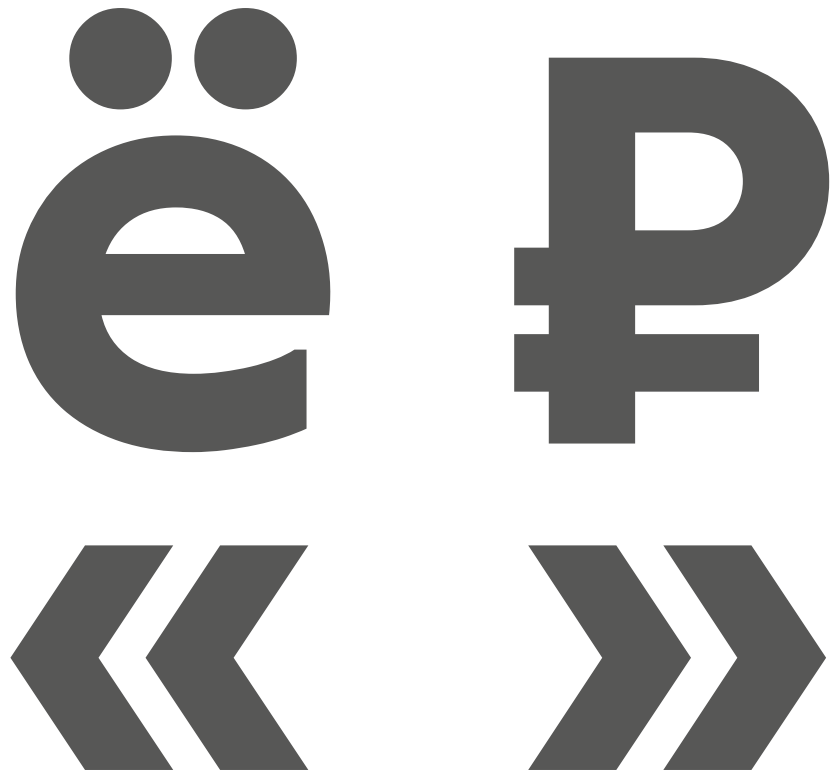


Общие правила коммуникации

Общие правила коммуникации

- В текстах «Пятёрочка» пишется только с ё и в «типографских кавычках», ё вообще используем везде, где нужно: не забываем про всё/ещё/найдёте и так далее, также кавычки везде ставим только «типографические».
- Выручай-карта — только с прописной буквы, без кавычек, через дефис.
- 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 дозировано).
- Наш центральный слоган «Ждём в гости каждый день» — если мы хотим добавлять к нему УТП, используем предлог на, например: «Ждём в гости каждый день на свеже сваренный кофе».
- 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 Выручай-карт.
- Соблюдаем единство обращений: если (в редких случаях) в слогане коммуникация возможна только на «ты», то поддерживаем эту линию дальше, но предпочтительнее «вы».
- Мы ограничиваем посыл «низких цен» и «экономии», переводим в посыл «выгоды» и «заботы».
- Баллы называем только баллами — не бонусы, не рубли, без сокращений до б.
- Следим за правильностью сокращений: г, шт.
- Всегда используем знак рубля «₽». Никаких «руб.», «р.», рублей». Только «₽». Кроме того, перед знаком «₽» используется тонкая шпация (узкий пробел).

- 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/email	все	вы
Тик-Ток	все	ты
SMM	по умолчанию от бренда	вы
все	партнерская кампания	вы
Исключения:		
все	внутренние акции, направленные на молодую ЦА (Стиратели/Начивки/Бравлы)	ты
все	акции партнеров на ЦА 15-25 (рассматривается индивидуально)	ты

Носители стиля



Паттерн

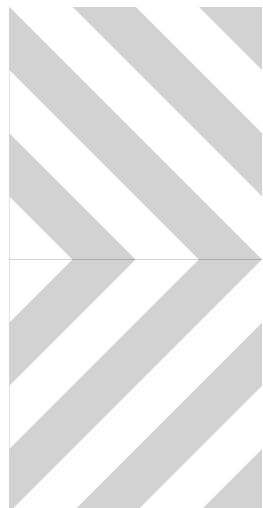
[Скачать](#) 

Фирменный паттерн

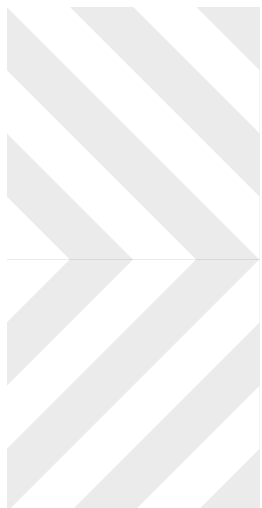
Паттерн, создающийся напольной плиткой, становится основополагающим элементом всех носителей.

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

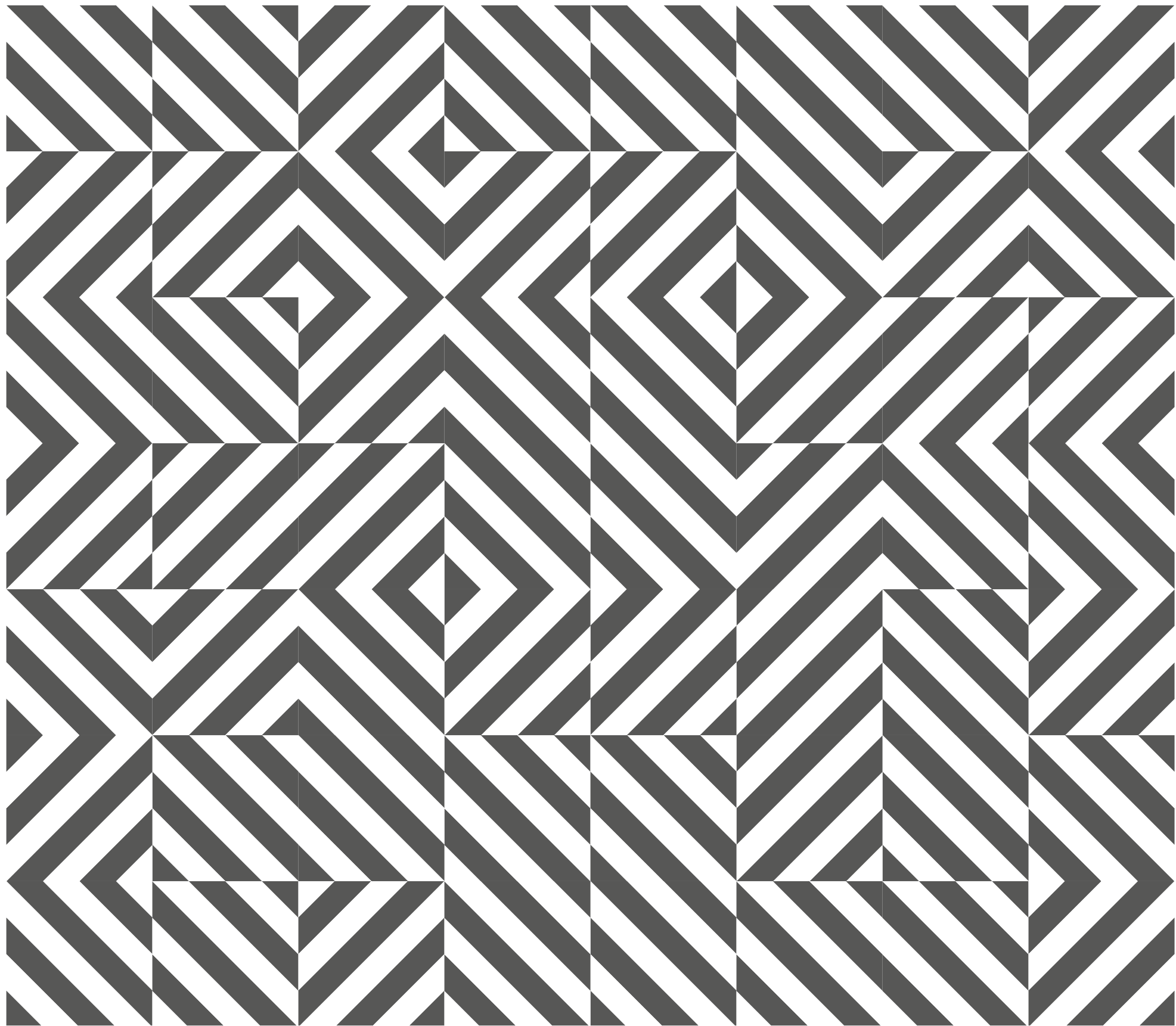
В различных макетах, отличается контрастность паттерна. В макетах наружной рекламы — Black 18%, в макетах используемых внутри магазина — Black 8%



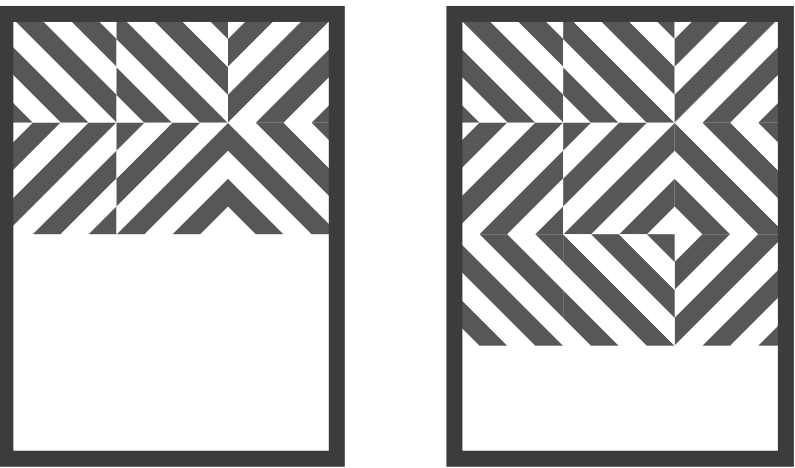
Black 18%
Наружная коммуникация



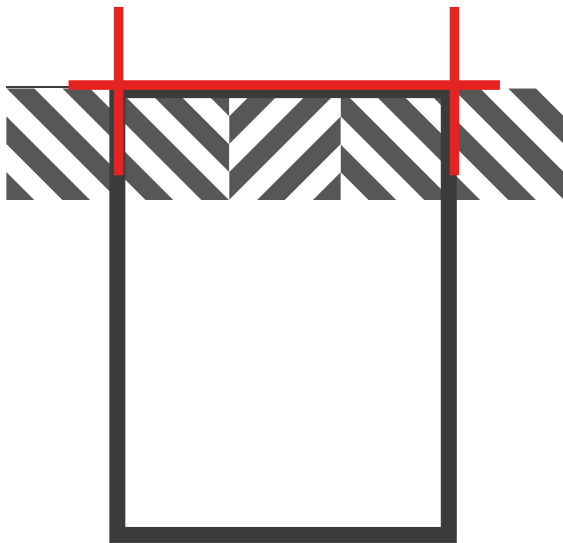
Black 8%
Коммуникация внутри магазина



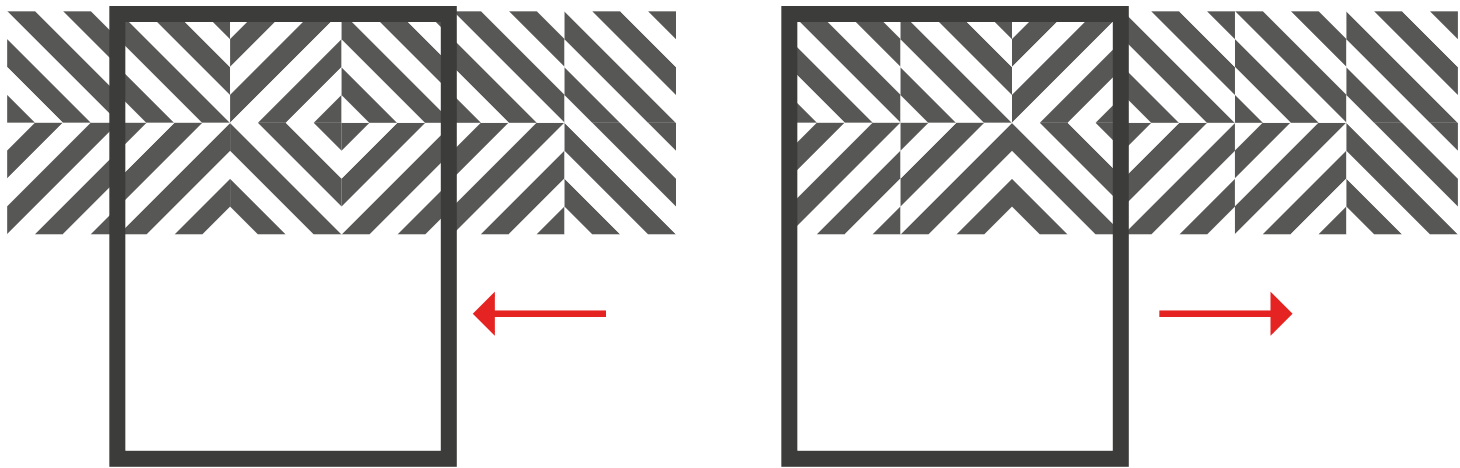
Правила сборки паттерна



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

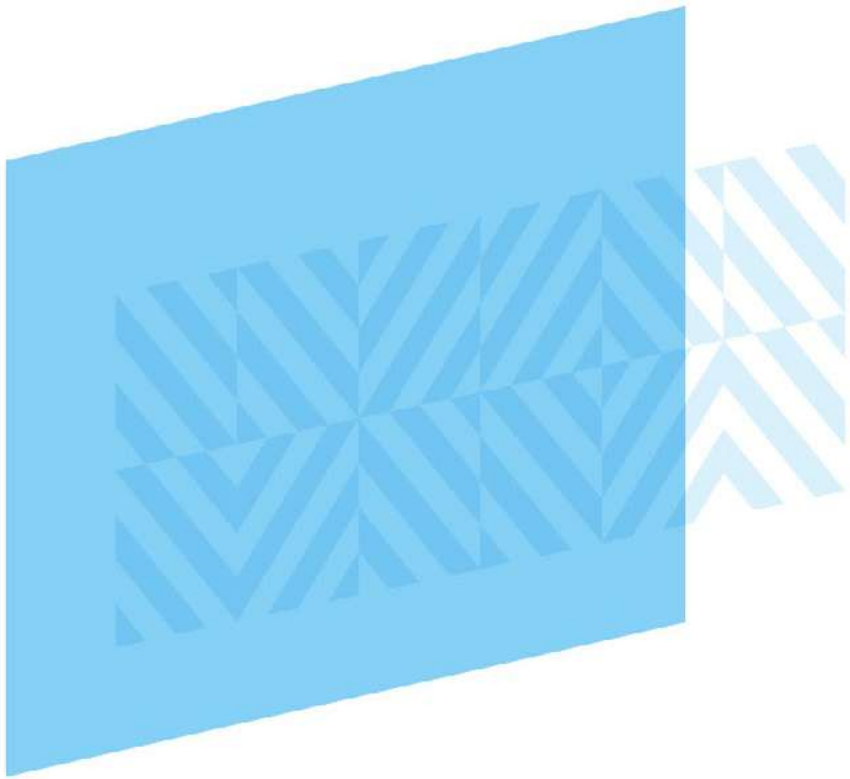
Паттерн

[Скачать](#) 

Правила наложения на фон

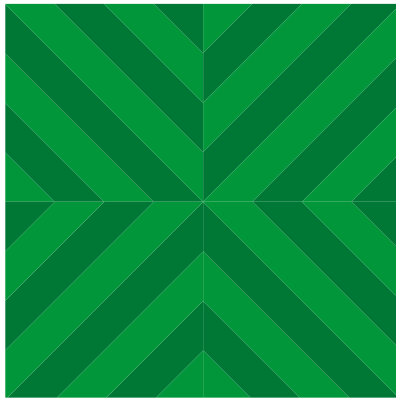
Фирменный паттерн накладывается на белый фон, прозрачность 8%, тип наложения Multiply

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

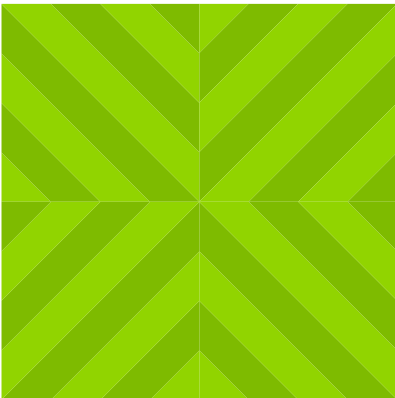


Если есть техническая необходимость печати паттерна цветами Pantone (например, при производстве сувенирной продукции), следует использовать указанные цвета:

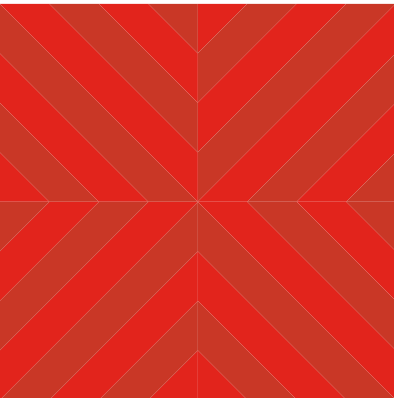
Паттерн – цвета (Pantone)



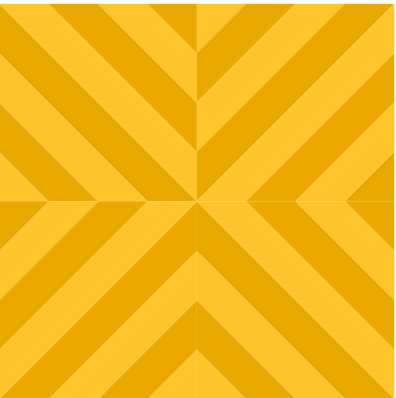
● 355 C
● 356 C



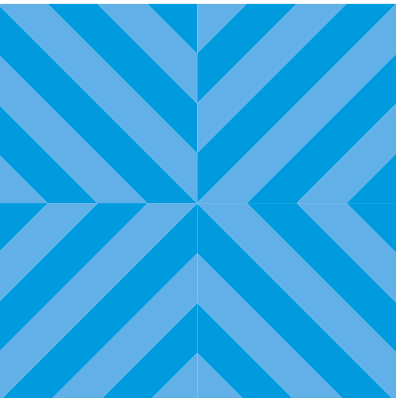
● 375 C
● 376 C



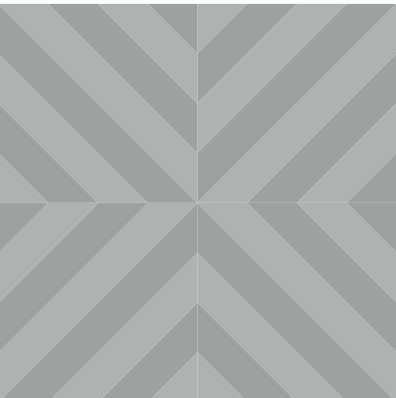
● 485 C
● 7626 C



● 123 C
● 124 C



● 292 C
● 2925 C



● 421 C
● 422 C

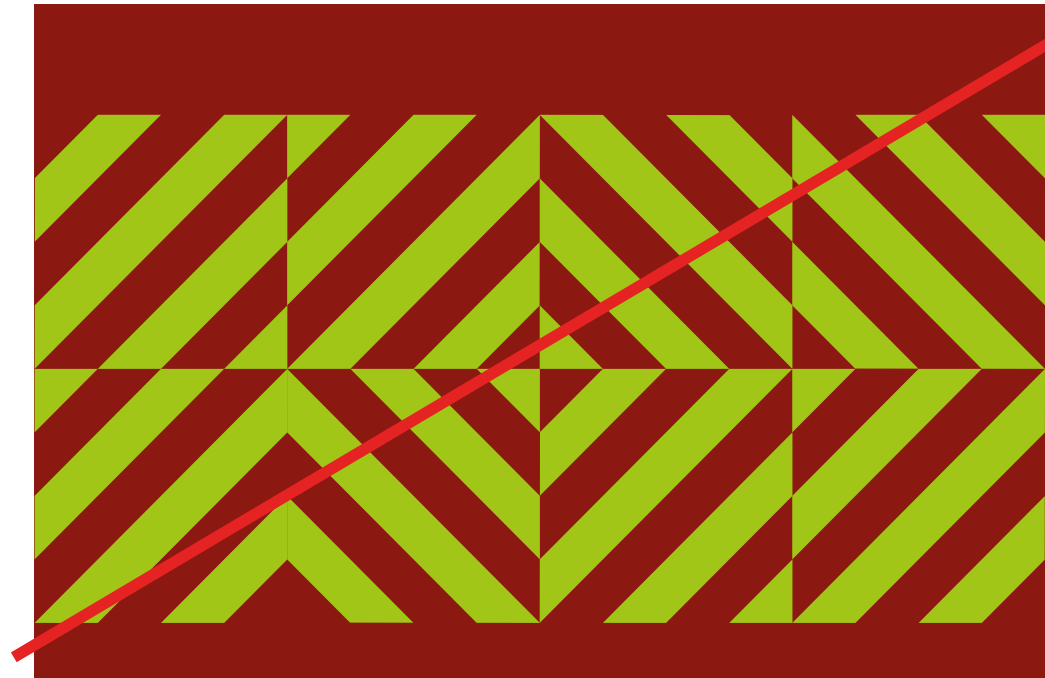


● 424 C
● 425 C

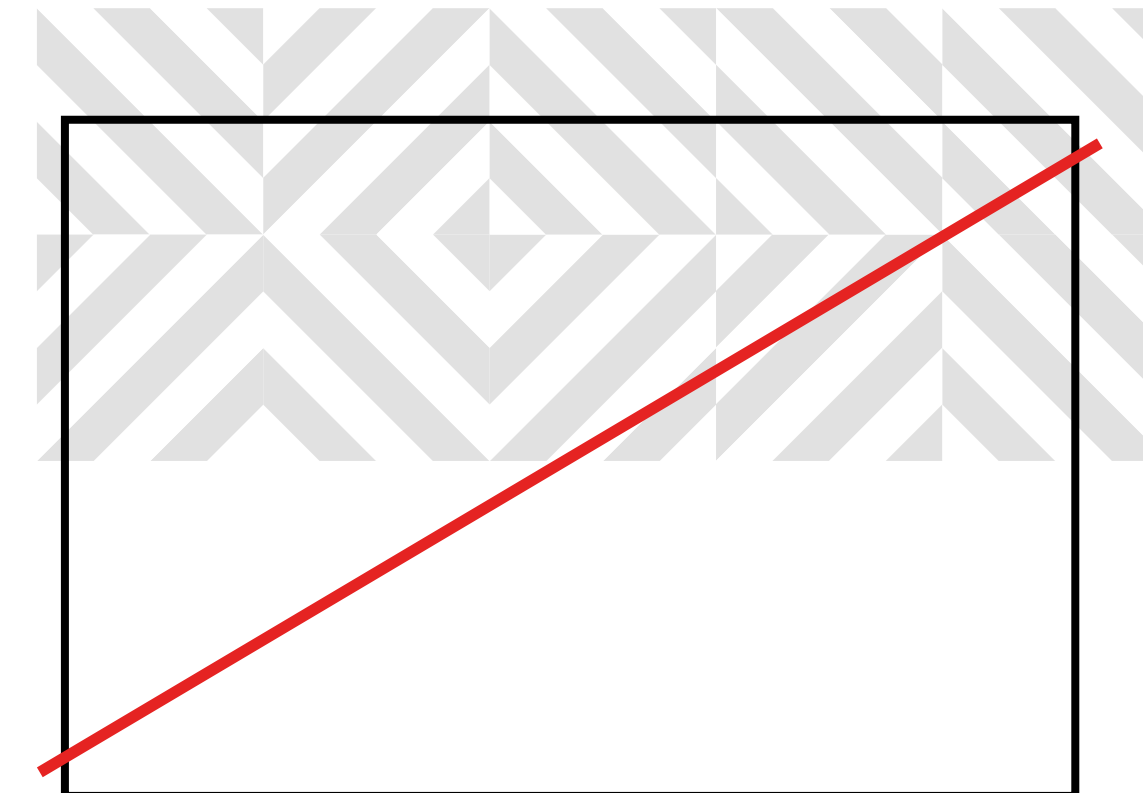
Паттерн

Примеры недопустимого использования

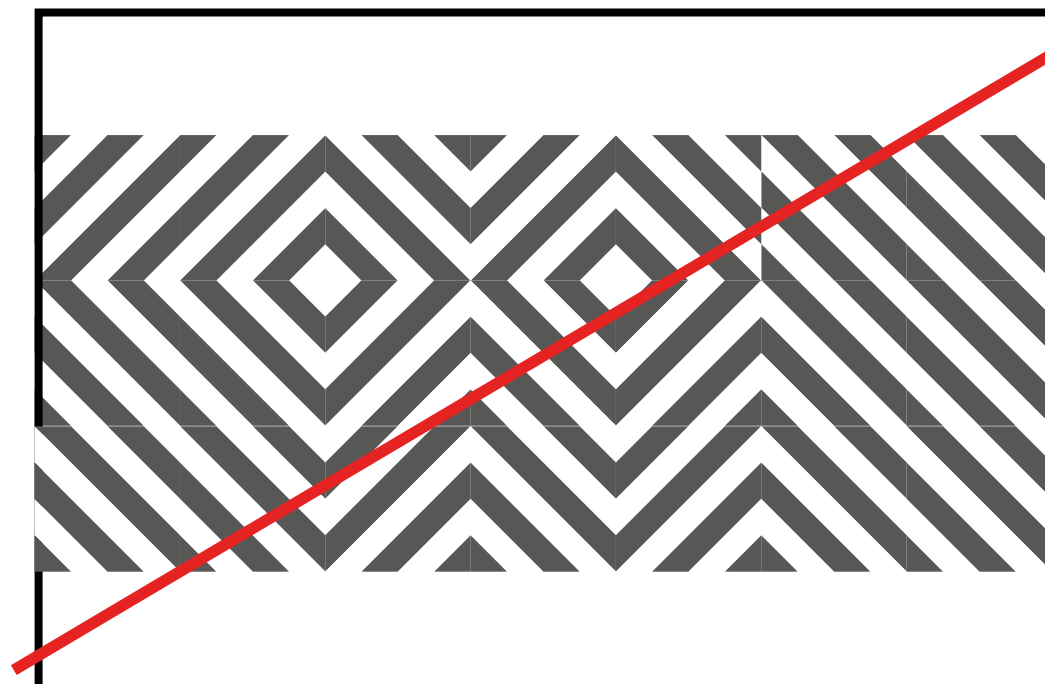
1. Несоответствующие друг другу по цвету подложка и паттерн
2. Поломка композиции и гармонии вследствие зарезания паттерна или неравномерного расположения на макете
3. Чрезмерное повторение направления паттерна, игнорирование изначальной хаотичности
4. Значительно увеличенная или уменьшенная контрастность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



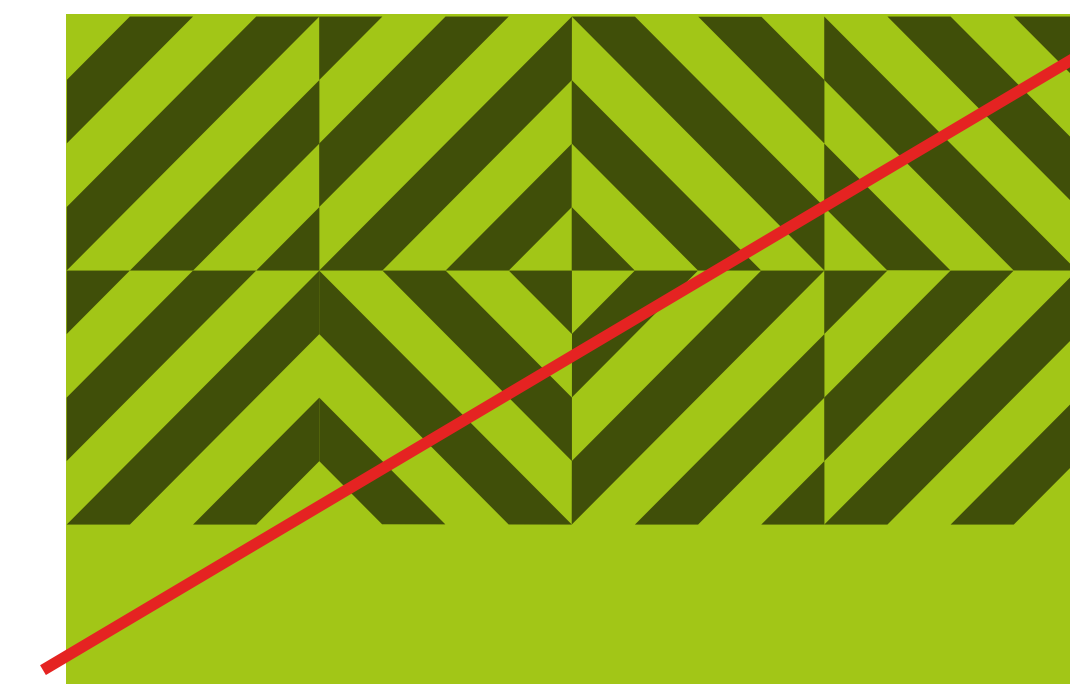
1. Цвет



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 людей, но подбор должен быть крайне аккуратным, важна эмоциональная составляющая. По внешнему виду люди, используемые в макетах, 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

Промо

Продукция в бутылках — ровно сбоку, без подъема камеры

Бакаллея 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 2—3 штуки, подъём камеры 60°

Внимание!
Тени не используются!



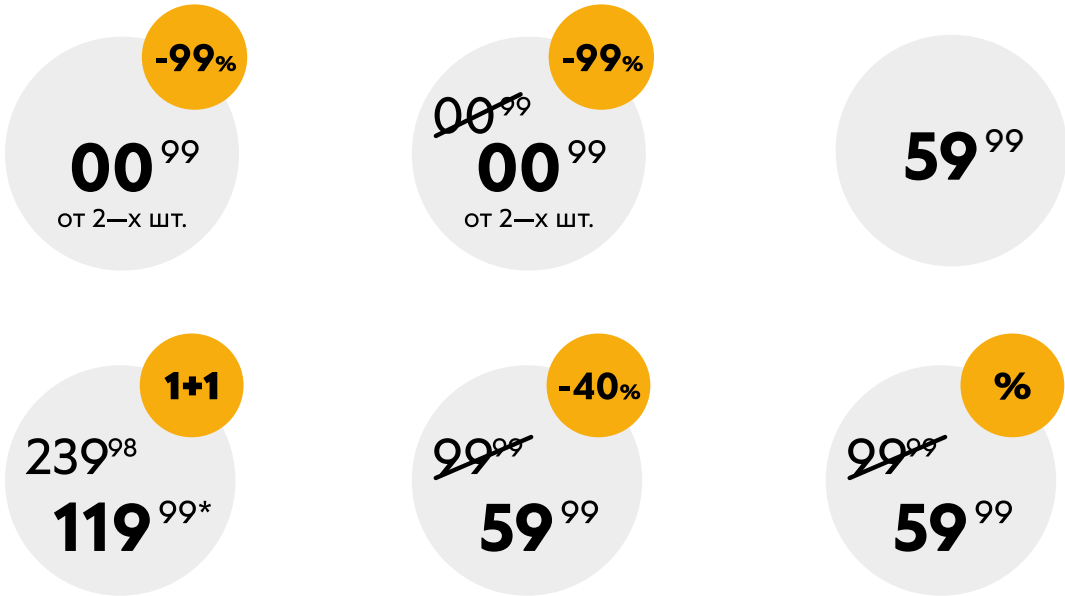
Ценники

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

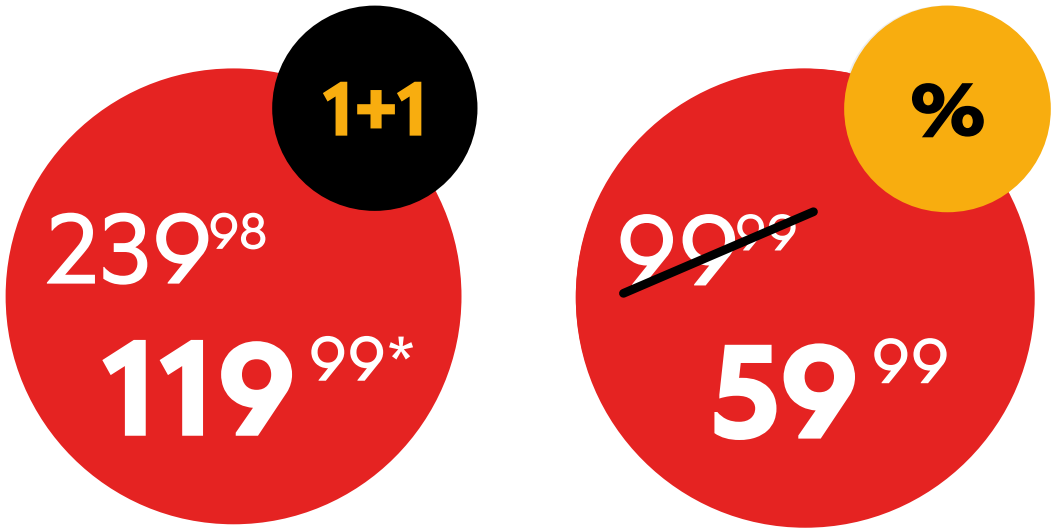
Скачать 



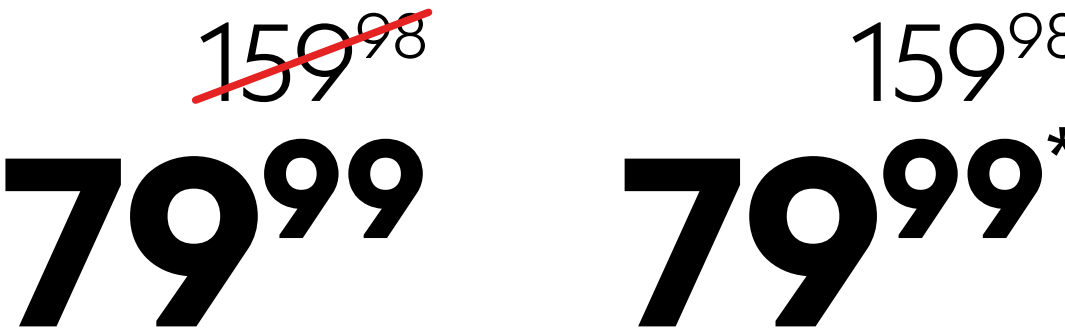
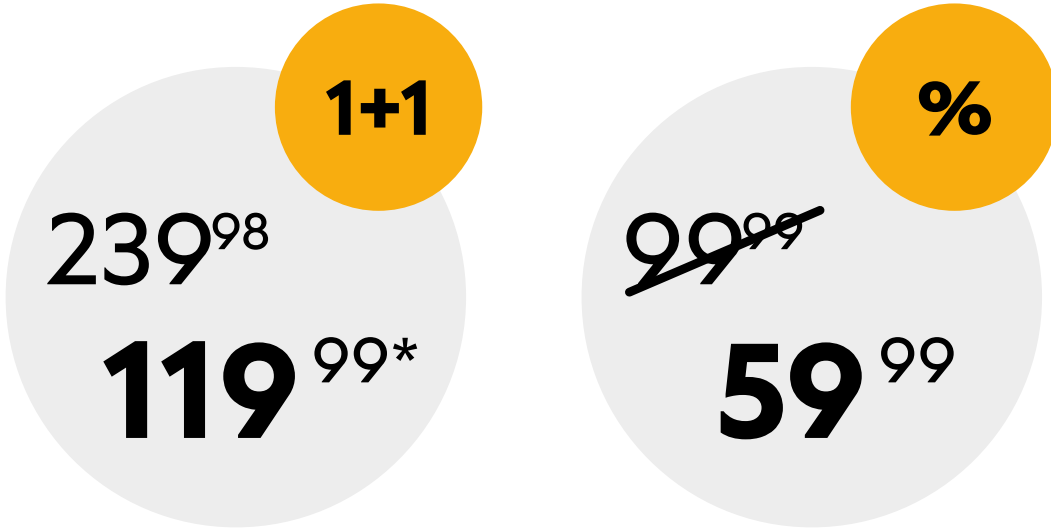
Дополнительные ценники каталога



Основные ценники Промо (каталоги, листовки)



Хайлайт



1+1 / Неудовольствованные товары / Фрукты и овощи



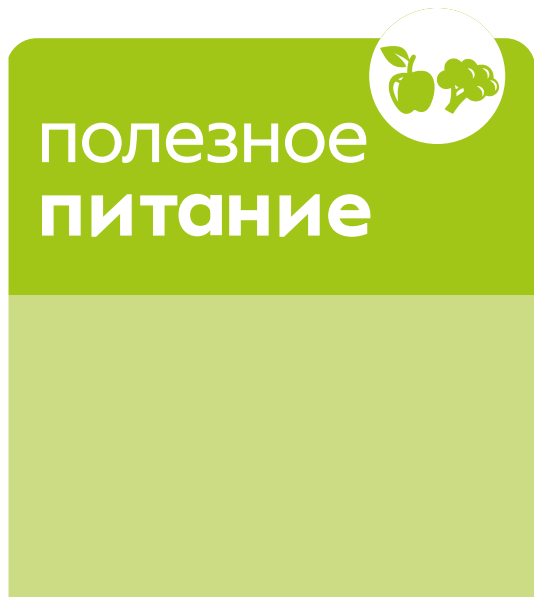
Плакаты Промо

Стопперы

[Скачать](#) 

Пластиковые стопперы

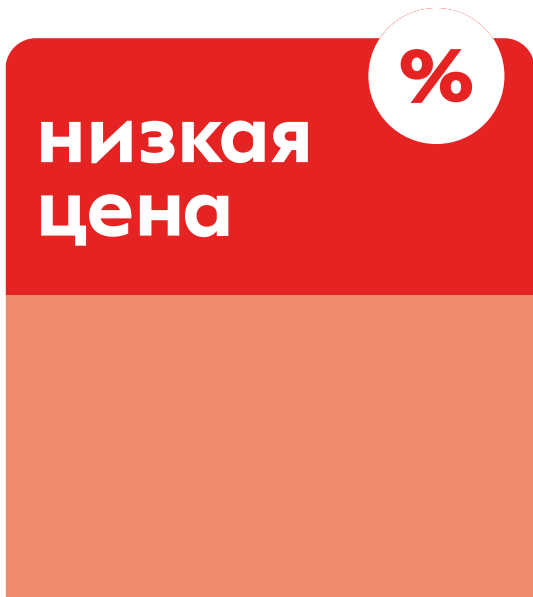
Нижняя часть стоппера полупрозрачная, стандартные стопперы вставляются в ценникодержатель перед ценником, окрашивая его в нужный цвет.



Товары ЗОЖ



Промо



Низкая цена в категории



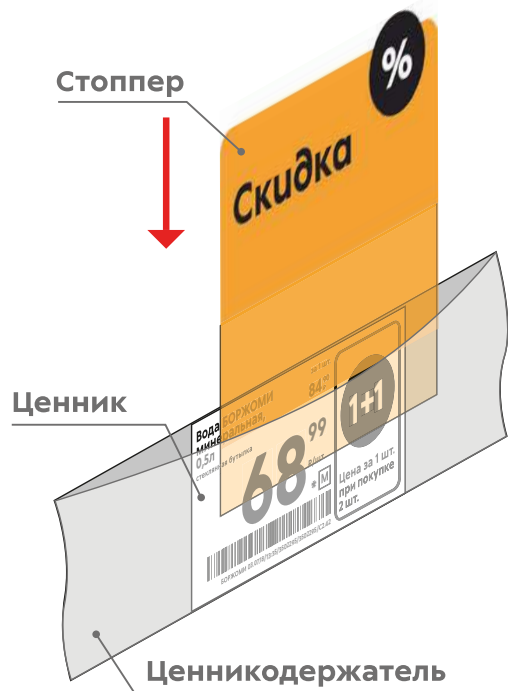
Продукция Халяль



Выбор гостей



Вставить белый ценник в ценникодержатель



Перед ценником вставить стоппер



Правильно: стоппер перед ценником



Результат: белый ценник становится цветным

Стопперы

Скачать 

Пластиковые стопперы

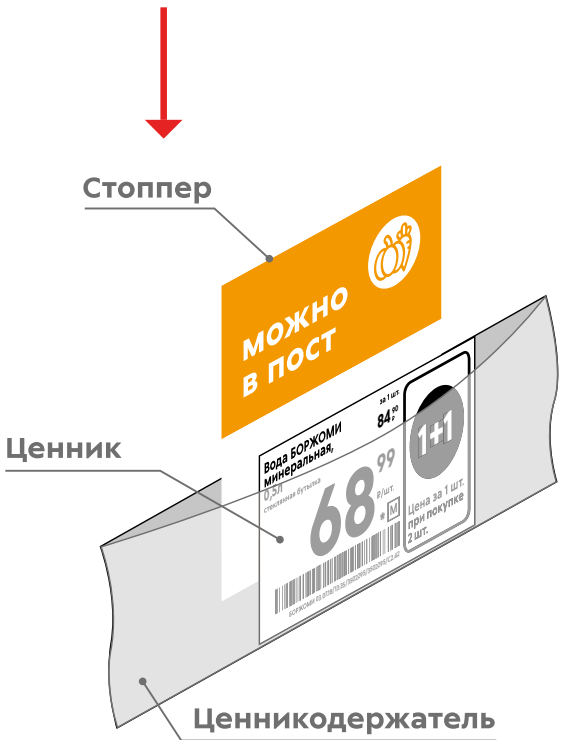
Бумажные стопперы используются на коротких, временных акциях. Ставятся в ценникодержатель, за ценником. Нижняя половина стоппера всегда белая.



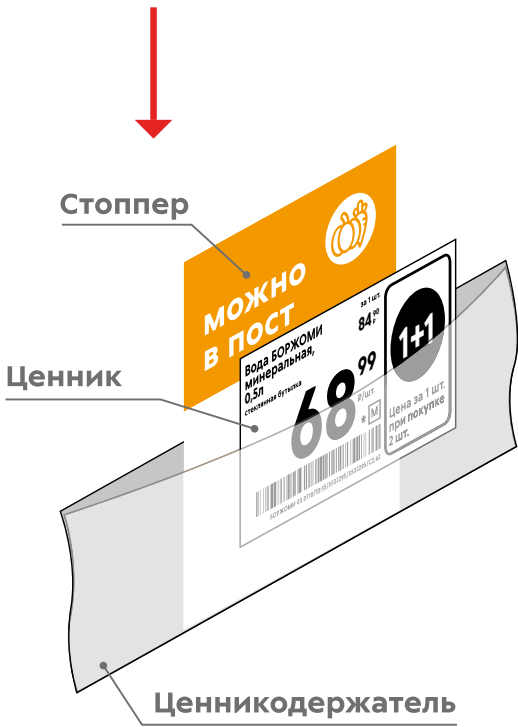
Товар без наценки



Постные товары



За уже стоящим ценником поставить стоппер



Вставить стоппер, затем перед ним — ценник



Результат

Стопперы

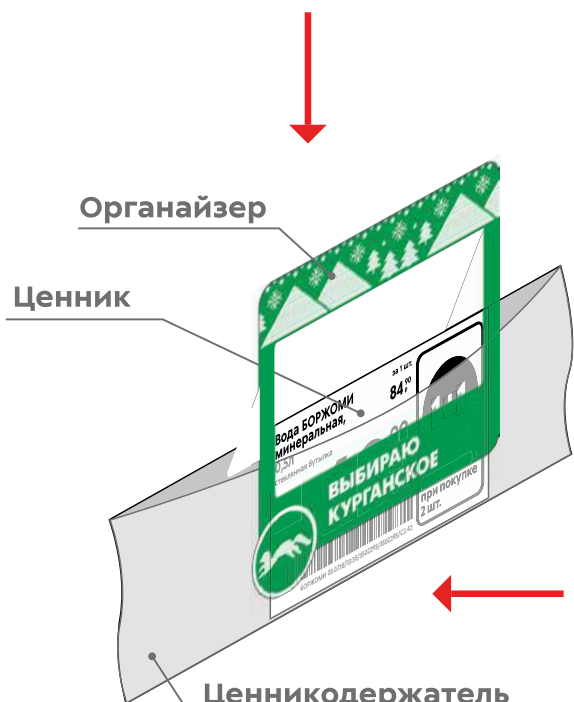
[Скачать](#) 

Стопперы локальные товары

Представляет собой рамку вокруг ценника. Стоппер крепится в ценникодержатель центральной частью за основным ценником. Центральная часть стоппера всегда белая.



Вставить белый ценник в ценникодержатель



Отогнуть вырез органайзера и вставить за ценником



Правильно: лист выреза органайзера вставляется за ценником



Результат: ценник становится в рамке органайзера

Плакаты

[Скачать](#) 

Имиджевые плакаты

Имиджевые плакаты располагаются в черных двусторонних рамках в сторону улицы, если такие имеются.

Плакаты могут дублироваться внутри магазина, при наличии свободного места.

В обратную сторону рамки (внутри торгового зала) располагаются маркетинговые или промоплакаты.



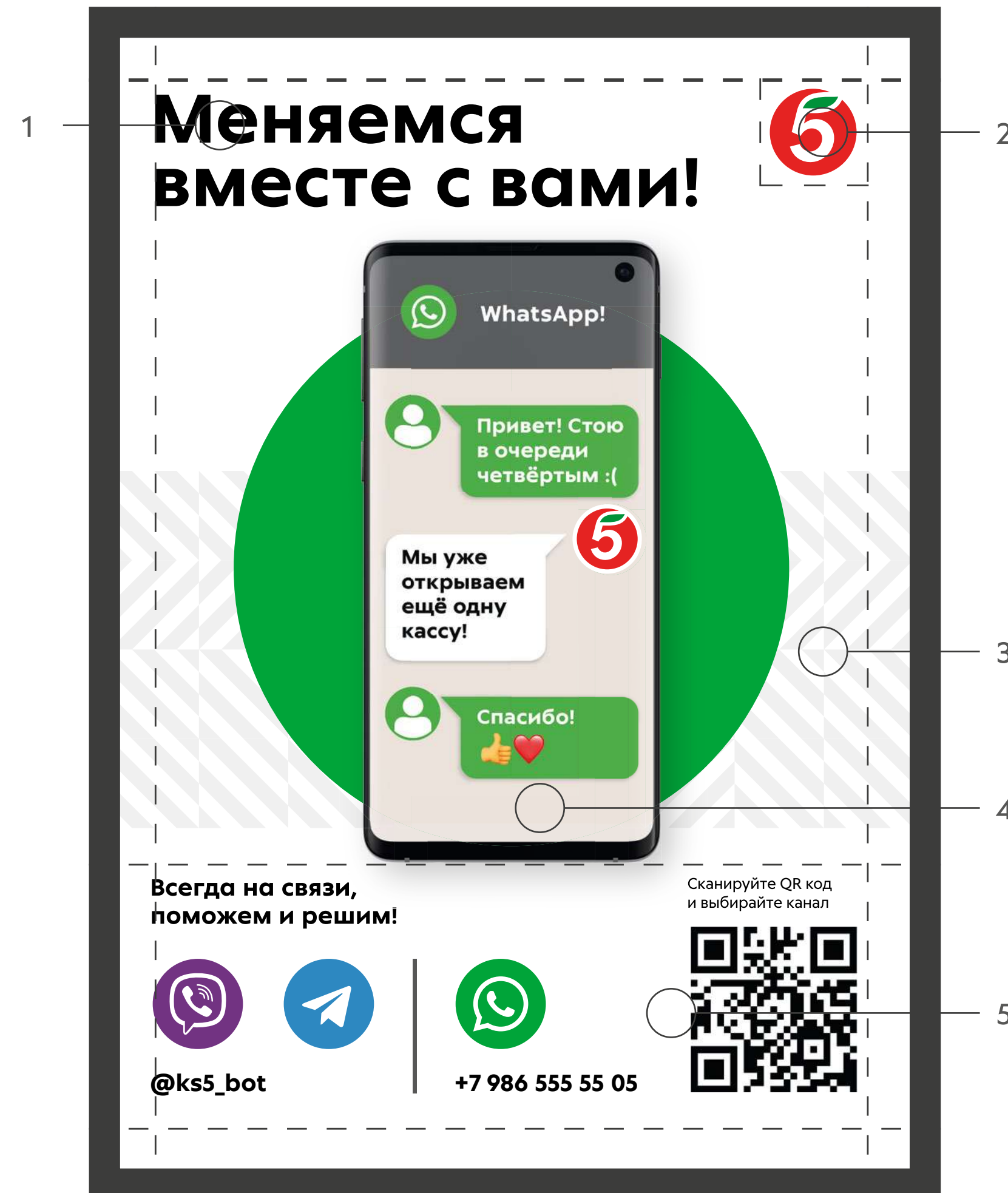
Примечание: при наличии в магазине дополнительных свободных мест (в витринах и окнах, входных группах, свободных стенах), обязательно продублировать имиджевые плакаты

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. Слоган
2. Фирменный знак
3. Фирменный паттерн
4. Круг с основным графическим элементом
5. Механика акции, уточняющая информация.



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 закассовую зону, в случае отсутствия места в ТЗ
 - при наличии пустой глухой стены на входной группе.

Постеры с промо размещаются у кассы.



Постер A1 (841 × 594 мм)

1. Наименование акции
2. Расшифровка
3. Логотип
4. Фирменный паттерн
5. Срок акции
6. Блок товаров с ценами и наименованиями
7. Дисклеймер



Постер A4 (210x297 мм)



Разделитель на кассу (297x280 мм)

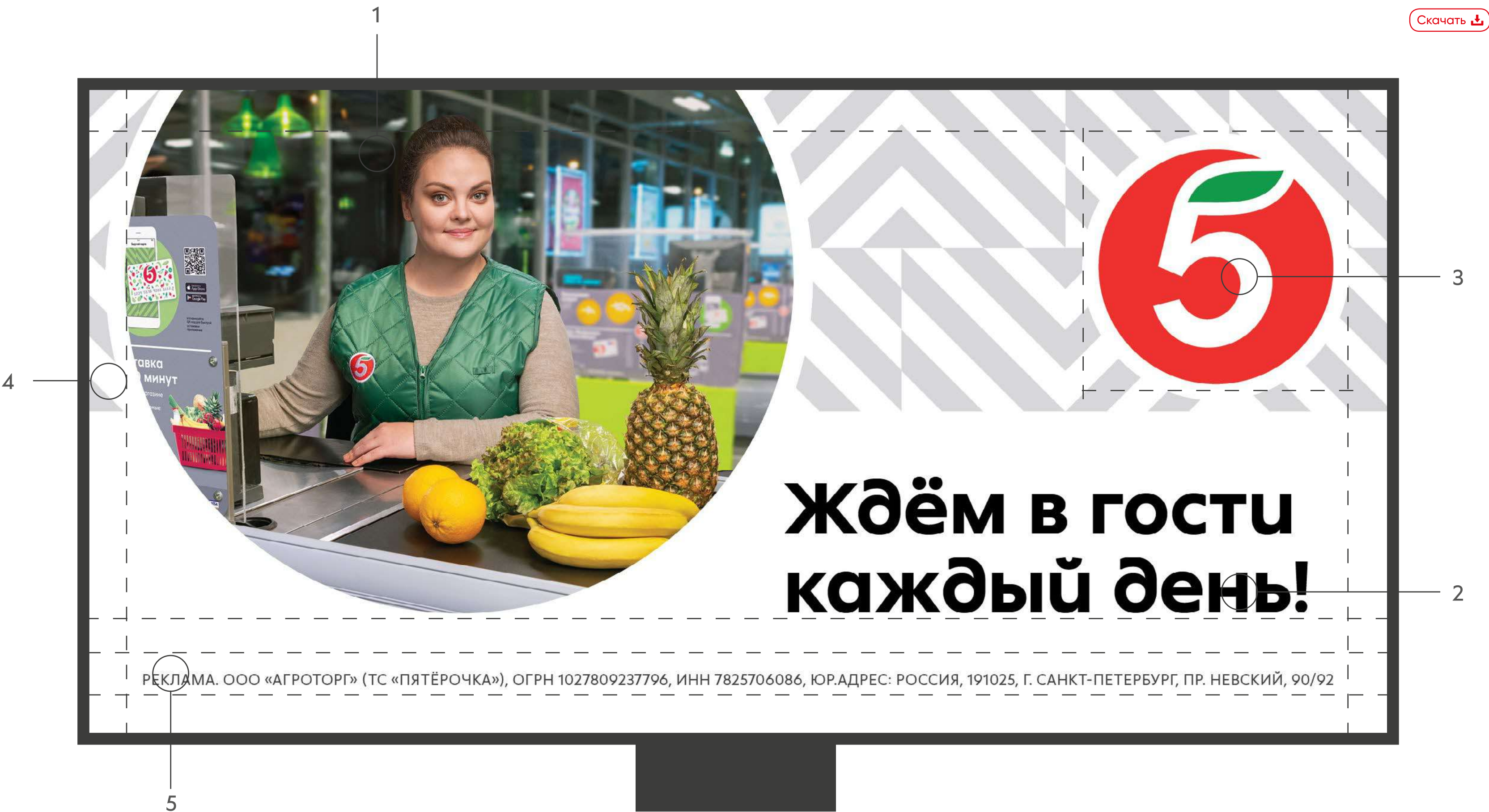


Билборд 6х3

[Скачать](#) 

Имиджевый билборд

В правом верхнем углу имиджевого билборда располагается крупный фирменный знак бренда, под ним расположен имиджевый слоган. На фоне в верхней части билборда располагается фирменный паттерн. В нижней части по всей ширине мелким шрифтом располагается юридическая информация.



Внимание!

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

- 1. Имиджевая фотография
- 2. Слоган
- 3. Логотип
- 4. Фирменный паттерн
- 5. Дисклеймер

Билборд 6х3

Скачать

Имиджевый билборд «Скидка»

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 эмоциональное изображение, под ним имиджевый слоган. Центральную часть макета занимает изображение продукта с механикой. На фоне в верхней части билборда располагается фирменный паттерн. В нижней части по всей ширине мелким шрифтом располагается юридическая информация.



Внимание!

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

- 1. Имиджевая фотография
- 2. Фото товара
- 3. Пересечение товара и наименования акции
- 4. Слоган

- 5. Срок акции
- 6. Логотип
- 7. Цена товара без скидки
- 8. Описание товара

- 9. Цена товара с учётом скидки
- 10. Дисклеймер
- 11. Фирменный паттерн
- 12. Наименование акции

Билборд 6x3

Имиджевый билборд Акция «1+1»

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 эмоциональное изображение, под ним имиджевый слоган. Центральную часть макета занимает изображение продукта с механикой. На фоне в верхней части билборда располагается фирменный паттерн. В нижней части по всей ширине мелким шрифтом располагается юридическая информация.

Для данной акции изображения 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. Имиджевая фотография | 5. Срок акции | 9. Цена одного товара без скидки |
| 2. Слоган | 6. Логотип | 10. Цена одного с учётом скидки |
| 3. Фото товара | 7. Описание товара | 11. Дисклеймер |
| 4. Пересечение товара и имеджевого изображения | 8. Информация под звёздочкой | 12. Фирменный паттерн |
| | | 13. Тип акции |

Скачать

Билборд 6x3

Имиджевый билборд «Топ-цена»

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 эмоциональное изображение, под ним имиджевый слоган. Центральную часть макета занимает изображение продукта с механикой. На фоне в верхней части билборда располагается фирменный паттерн. В нижней части по всей ширине мелким шрифтом располагается юридическая информация.



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

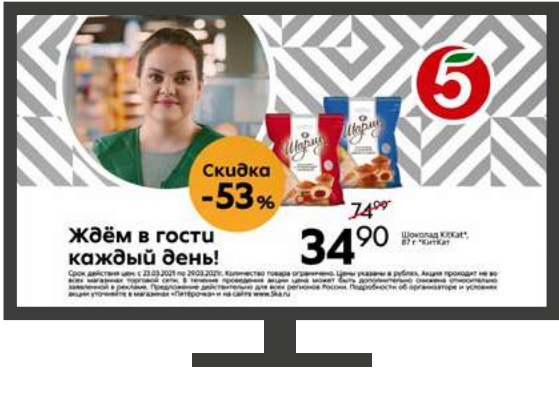
1. Имиджевая фотография
2. Фото товара
3. Пересечение товара и наименования акции
4. Слоган
5. Срок акции
6. Логотип
7. Цена товара без скидки
8. Описание товара
9. Цена товара с учётом скидки
10. Дисклеймер
11. Фирменный паттерн
12. Наименование акции

Носители стиля 

Билборды

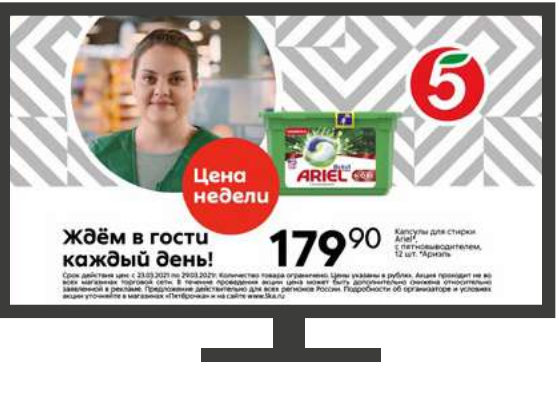
Имиджевые изображения

Имиджевое изображение в полукруге на билборде выбирается в зависимости от категории товара.



Выпечка, торты, печенье, пирожные и тд.
ТВ ролик: Звук: Ждём в гости на то, что вы любите!

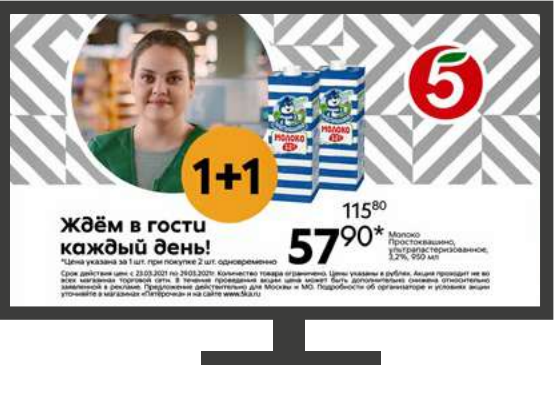
Товары для животных
ТВ ролик:Звук: Ждём в гости на то, что любит ваш питомец!



Сопутствующие товары (бытовая химия, косметика, средства гигиены и тп.)
ТВ ролик: Звук: Ждём в гости на самое необходимое!

Бакалея: соусы, консервы, крупы, мука и тп.
ТВ ролик: Звук: Ждём в гости на то, что вы любите!

Фрукты, овощи, соки
ТВ ролик: Звук: Ждём в гости на то, что вы любите!



Все продовольственные товары кроме выпечки и бакалеи (молочка, колбасы, мясо, заморозка, рыба и тп.)
ТВ ролик: Звук: Ждём в гости на то, что вы любите!

Детское питание, детские йогурты
ТВ ролик: Звук: Ждём в гости на то, что любят ваши дети!

Фрукты, овощи, соки
ТВ ролик: Звук: Ждём в гости на то, что вы любите!

Билборд 6х3

[Скачать](#)

Акция «1+1»

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. В нижней части по всей ширине мелким шрифтом располагается юридическая информация.

Для данной акции изображения 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. Наименование акции
- 2. Слоган
- 3. Фото товара
- 4. Пересечение товара и наименования акции

- 5. Срок акции
- 6. Логотип
- 7. Описание товара
- 8. Информация под звёздочкой

- 9. Цена одного товара без скидки
- 10. Цена одного товара с учётом скидки
- 11. Дисклеймер
- 12. Фирменный паттерн

Билборд 6х3

Акция «Скидка»

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. В нижней части по всей ширине мелким шрифтом располагается юридическая информация.

Скачать



Внимание!

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

- | | | |
|--|---------------------------|--------------------------------|
| 1. Наименование акции | 5. Срок акции | 8. Описание товара |
| 2. Фото товара | 6. Логотип | 9. Цена товара с учётом скидки |
| 3. Пересечение товара и наименования акции | 7. Цена товара без скидки | 10. Дисклеймер |
| 4. Слоган | | 11. Фирменный паттерн |

Билборд 6x3

Акция «Топ-цена»

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. В нижней части по всей ширине мелким шрифтом располагается юридическая информация.



Внимание!

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

- | | | |
|--|---------------------------|--------------------------------|
| 1. Наименование акции | 5. Срок акции | 8. Описание товара |
| 2. Фото товара | 6. Логотип | 9. Цена товара с учётом скидки |
| 3. Пересечение товара и наименования акции | 7. Цена товара без скидки | 10. Дисплеймер |
| 4. Слоган | | 11. Фирменный паттерн |

Скачать 

Суперсайз 12x4

Скачать 

Пример расположения описанных пра-
вил размещения основных графических
элементов на нестандартном носителе.

Скидка
-25%

Ждём в гости
каждый день!

СРОК ПРОВЕДЕНИЯ АКЦИИ С 21 ПО 27 АПРЕЛЯ 2020 ГОДА. ОРГАНИЗАТОР АКЦИИ ООО «АТРОТОРЪ». ПРИ ЕДИНОВРЕМЕННОЙ ПОКУПКЕ 2-Х ИЛИ 4-Х ЕД. ОДНОГО ТОВАРА, ОТМЕЧЕННОГО СПЕЦИАЛЬНЫМ ЦЕННИКОМ, НА ВСЕ ПОЗИЦИИ ПРЕДОСТАВЛЯЕТСЯ СКИДКА 50% СОГЛАСНО МЕХАНИКЕ, УКАЗАННОЙ НА ЦЕННИКЕ. КОЛИЧЕСТВО ТОВАРОВ ОГРАНИЧЕНО. НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ПУБЛИЧНОЙ ОФЕРТОЙ. АКЦИЯ ПРОХОДИТ ВО ВСЕХ МАГАЗИНАХ ТОРГОВОЙ СЕТИ. ВСЕ ПОДРОБНОСТИ В МАГАЗИНАХ «ПЯТЕРОЧКА» И НА САЙТЕ WWW.SKA.RU. РЕКЛАМА

1 — 31 июля



89⁹⁸

44⁹⁹

Соки и нектары
Сады Придонья,
в ассортименте, 1 л



Цена
недели

Ждём в гости
каждый день!

СРОК ПРОВЕДЕНИЯ АКЦИИ С 21 ПО 27 АПРЕЛЯ 2020 ГОДА. ОРГАНИЗАТОР АКЦИИ ООО «АТРОТОРЪ». ПРИ ЕДИНОВРЕМЕННОЙ ПОКУПКЕ 2-Х ИЛИ 4-Х ЕД. ОДНОГО ТОВАРА, ОТМЕЧЕННОГО СПЕЦИАЛЬНЫМ ЦЕННИКОМ, НА ВСЕ ПОЗИЦИИ ПРЕДОСТАВЛЯЕТСЯ СКИДКА 50% СОГЛАСНО МЕХАНИКЕ, УКАЗАННОЙ НА ЦЕННИКЕ. КОЛИЧЕСТВО ТОВАРОВ ОГРАНИЧЕНО. НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ПУБЛИЧНОЙ ОФЕРТОЙ. АКЦИЯ ПРОХОДИТ ВО ВСЕХ МАГАЗИНАХ ТОРГОВОЙ СЕТИ. ВСЕ ПОДРОБНОСТИ В МАГАЗИНАХ «ПЯТЕРОЧКА» И НА САЙТЕ WWW.SKA.RU. РЕКЛАМА

1 — 31 июля



89⁹⁸

44⁹⁹

Соки и нектары
Сады Придонья,
в ассортименте, 1 л



1+1

Ждём в гости
каждый день!

СРОК ПРОВЕДЕНИЯ АКЦИИ С 21 ПО 27 АПРЕЛЯ 2020 ГОДА. ОРГАНИЗАТОР АКЦИИ ООО «АТРОТОРЪ». ПРИ ЕДИНОВРЕМЕННОЙ ПОКУПКЕ 2-Х ИЛИ 4-Х ЕД. ОДНОГО ТОВАРА, ОТМЕЧЕННОГО СПЕЦИАЛЬНЫМ ЦЕННИКОМ, НА ВСЕ ПОЗИЦИИ ПРЕДОСТАВЛЯЕТСЯ СКИДКА 50% СОГЛАСНО МЕХАНИКЕ, УКАЗАННОЙ НА ЦЕННИКЕ. КОЛИЧЕСТВО ТОВАРОВ ОГРАНИЧЕНО. НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ПУБЛИЧНОЙ ОФЕРТОЙ. АКЦИЯ ПРОХОДИТ ВО ВСЕХ МАГАЗИНАХ ТОРГОВОЙ СЕТИ. ВСЕ ПОДРОБНОСТИ В МАГАЗИНАХ «ПЯТЕРОЧКА» И НА САЙТЕ WWW.SKA.RU. РЕКЛАМА

1 — 31 июля



89⁹⁸

44^{99*}

Соки и нектары
Сады Придонья,
в ассортименте, 1 л
*цена за 1 шт. при
покупке 2-х шт.
одновременно.



Носители стиля 

Ситиборд 3,7х2,7

Пример расположения описанных правил размещения основных графических элементов на нестандартном носителе.

Скачать 

1 — 31 июля



1+1



Ждём в гости каждый день!

89⁹⁸

44⁹⁹*

Соки и нектары Сады Придонья, в ассортименте, 1 л

*цена за 1 шт. при покупке 2-х шт. одновременно.

СРОК ПРОВЕДЕНИЯ АКЦИИ С 21 ПО 27 АПРЕЛЯ 2020 ГОДА. ОРГАНИЗАТОР АКЦИИ ООО «АГРОТОРГ». ПРИ ЕДИНОВРЕМЕННОЙ ПОКУПКЕ 2-Х ИЛИ 4-Х ЕД. ОДНОГО ТОВАРА, ОТМЕЧЕННОГО СПЕЦИАЛЬНЫМ ЦЕННИКОМ, НА ВСЕ ПОЗИЦИИ ПРЕДОСТАВЛЯЕТСЯ СКИДКА 50% СОГЛАСНО МЕХАНИКИ, УКАЗАННОЙ НА ЦЕННИКЕ. КОЛИЧЕСТВО ТОВАРОВ ОГРАНИЧЕНО, НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ПУБЛИЧНОЙ ОФЕРТОЙ. АКЦИЯ ПРОХОДИТ ВО ВСЕХ МАГАЗИНАХ ТОРГОВОЙ СЕТИ. ВСЕ ПОДРОБНОСТИ В МАГАЗИНАХ «ПЯТЁРОЧКА» И НА САЙТЕ WWW.SKA.RU. РЕКЛАМА

1 — 31 июля



Скидка -25%



Ждём в гости каждый день!

105⁹⁹

89⁹⁹

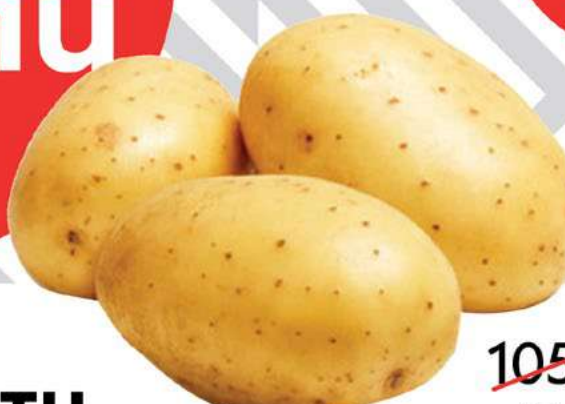
Фарш Классический, из свинины, Атяшево, 400 г

СРОК ПРОВЕДЕНИЯ АКЦИИ С 21 ПО 27 АПРЕЛЯ 2020 ГОДА. ОРГАНИЗАТОР АКЦИИ ООО «АГРОТОРГ». ПРИ ЕДИНОВРЕМЕННОЙ ПОКУПКЕ 2-Х ИЛИ 4-Х ЕД. ОДНОГО ТОВАРА, ОТМЕЧЕННОГО СПЕЦИАЛЬНЫМ ЦЕННИКОМ, НА ВСЕ ПОЗИЦИИ ПРЕДОСТАВЛЯЕТСЯ СКИДКА 50% СОГЛАСНО МЕХАНИКИ, УКАЗАННОЙ НА ЦЕННИКЕ. КОЛИЧЕСТВО ТОВАРОВ ОГРАНИЧЕНО, НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ПУБЛИЧНОЙ ОФЕРТОЙ. АКЦИЯ ПРОХОДИТ ВО ВСЕХ МАГАЗИНАХ ТОРГОВОЙ СЕТИ. ВСЕ ПОДРОБНОСТИ В МАГАЗИНАХ «ПЯТЁРОЧКА» И НА САЙТЕ WWW.SKA.RU. РЕКЛАМА

1 — 31 июля



Цена недели



Ждём в гости каждый день!

105⁹⁹

89⁹⁹

Фарш Классический, из свинины, Атяшево, 400 г

ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЕЙСТВУЕТ В ПЕРИОД ПРОВЕДЕНИЯ АКЦИИ — С 16 ПО 22 МАРТА 2021 Г. КОЛИЧЕСТВО ТОВАРА ОГРАНИЧЕНО. АКЦИЯ ПРОХОДИТ НЕ ВО ВСЕХ МАГАЗИНАХ ТОРГОВОЙ СЕТИ. ИЗОБРАЖЕНИЕ ТОВАРОВ МОЖЕТ ОТЛИЧАТЬСЯ ОТ ПРЕДСТАВЛЕННЫХ В МАГАЗИНАХ «ПЯТЁРОЧКА». ИНФОРМАЦИЮ ОБ АССОРТИМЕНТЕ (РАЗНОВИДНОСТЯХ ВКУСОВ) ТОВАРОВ, УЧАСТВУЮЩИХ В АКЦИИ, УТОЧНЯЙТЕ В МАГАЗИНАХ. ВСЕ ЦЕНЫ УКАЗАНЫ В РУБЛЯХ. ПОДРОБНОСТИ — В МАГАЗИНАХ «ПЯТЁРОЧКА» И НА САЙТЕ WWW.SKA.RU. РЕКЛАМА

Ситилайт 1,2x1,8

Акция «1+1»

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. В нижней части по всей ширине мелким шрифтом располагается юридическая информация.

Для данной акции изображения 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. Наименование акции

[Скачать](#) 

2. Слоган

3. Фото товара

4. Пересечение товара и наименования акции

5. Логотип

6. Срок акции

7. Цена одного товара без скидки

8. Цена одного товара с учётом скидки

9. Описание товара

10. Информация под звёздочкой

11. Дисклеймер

12. Фирменный паттерн

Ситилайт 1,2x1,8

Акция «Скидка»

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. В нижней части по всей ширине мелким шрифтом располагается юридическая информация.

Внимание!

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



1. Наименование акции

2. Фото товара

3. Пересечение товара и наименования акции

4. Логотип

5. Срок акции

6. Цена товара без скидки

7. Цена товара с учётом скидки

8. Описание товара

9. Дисклеймер

10. Слоган

11. Фирменный паттерн

[Скачать](#) 

Ситилайт 1,2x1,8

Акция «Топ-цена»

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. В нижней части по всей ширине мелким шрифтом располагается юридическая информация.

Внимание!

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



Скачать 

Ситилайт 1,4x3

[Скачать](#) 

Пример расположения описанных правил размещения основных графических элементов на нестандартном носителе.

1+1



11 – 17 августа



89⁹⁸

44⁹⁹

Соки и нектары
Сады Придонья,
в ассортименте, 1 л

Ждём в гости каждый день!

*Цена указана за 1 шт. при покупке 2-х шт. одновременно.

СРОК ПРОВЕДЕНИЯ АКЦИИ С 17 ПО 30 НОЯБРЯ 2020 ГОДА. КОЛИЧЕСТВО ТОВАРОВ ОГРАНИЧЕНО, НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ПУБЛИЧНОЙ ОФЕРТОЙ. АКЦИЯ ПРОХОДИТ НЕ ВО ВСЕХ МАГАЗИНАХ ТОРГОВОЙ СЕТИ. ТОВАРЫ, ПОДЛЕЖАЩИЕ ОБЯЗАТЕЛЬНОЙ СЕРТИФИКАЦИИ ИЛИ ИНОМУ ОБЯЗАТЕЛЬНОМУ ПОДТВЕРЖДЕНИЮ СООТВЕТСТВИЯ ТРЕБОВАНИЯМ ТЕХНИЧЕСКИХ РЕГЛАМЕНТОВ, ИМЕЮТ НЕОБХОДИМЫЕ ПОДТВЕРЖДАЮЩИЕ ДОКУМЕНТЫ. ИЗОБРАЖЕНИЕ ТОВАРОВ МОЖЕТ ОТЛИЧАТЬСЯ ОТ ПРЕДСТАВЛЕННЫХ В МАГАЗИНАХ «ПЯТЁРОЧКА».

Скидка
-25%



11 – 17 августа



89⁹⁸

44⁹⁹

Соки и нектары
Сады Придонья,
в ассортименте, 1 л

Ждём в гости каждый день!

*Цена указана за 1 шт. при покупке 2-х шт. одновременно.

СРОК ПРОВЕДЕНИЯ АКЦИИ С 17 ПО 30 НОЯБРЯ 2020 ГОДА. КОЛИЧЕСТВО ТОВАРОВ ОГРАНИЧЕНО, НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ПУБЛИЧНОЙ ОФЕРТОЙ. АКЦИЯ ПРОХОДИТ НЕ ВО ВСЕХ МАГАЗИНАХ ТОРГОВОЙ СЕТИ. ТОВАРЫ, ПОДЛЕЖАЩИЕ ОБЯЗАТЕЛЬНОЙ СЕРТИФИКАЦИИ ИЛИ ИНОМУ ОБЯЗАТЕЛЬНОМУ ПОДТВЕРЖДЕНИЮ СООТВЕТСТВИЯ ТРЕБОВАНИЯМ ТЕХНИЧЕСКИХ РЕГЛАМЕНТОВ, ИМЕЮТ НЕОБХОДИМЫЕ ПОДТВЕРЖДАЮЩИЕ ДОКУМЕНТЫ. ИЗОБРАЖЕНИЕ ТОВАРОВ МОЖЕТ ОТЛИЧАТЬСЯ ОТ ПРЕДСТАВЛЕННЫХ В МАГАЗИНАХ «ПЯТЁРОЧКА».

Цена
недели



11 – 17 августа



89⁹⁸

44⁹⁹

Соки и нектары
Сады Придонья,
в ассортименте, 1 л

Ждём в гости каждый день!

*Цена указана за 1 шт. при покупке 2-х шт. одновременно.

СРОК ПРОВЕДЕНИЯ АКЦИИ С 17 ПО 30 НОЯБРЯ 2020 ГОДА. КОЛИЧЕСТВО ТОВАРОВ ОГРАНИЧЕНО, НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ПУБЛИЧНОЙ ОФЕРТОЙ. АКЦИЯ ПРОХОДИТ НЕ ВО ВСЕХ МАГАЗИНАХ ТОРГОВОЙ СЕТИ. ТОВАРЫ, ПОДЛЕЖАЩИЕ ОБЯЗАТЕЛЬНОЙ СЕРТИФИКАЦИИ ИЛИ ИНОМУ ОБЯЗАТЕЛЬНОМУ ПОДТВЕРЖДЕНИЮ СООТВЕТСТВИЯ ТРЕБОВАНИЯМ ТЕХНИЧЕСКИХ РЕГЛАМЕНТОВ, ИМЕЮТ НЕОБХОДИМЫЕ ПОДТВЕРЖДАЮЩИЕ ДОКУМЕНТЫ. ИЗОБРАЖЕНИЕ ТОВАРОВ МОЖЕТ ОТЛИЧАТЬСЯ ОТ ПРЕДСТАВЛЕННЫХ В МАГАЗИНАХ «ПЯТЁРОЧКА».

69

ООН с интеграцией доставки

Скачать 

В акционные макеты наружной рекламы, в левый нижний угол, добавляется фирменный блок Доставки для тех областей, где доступен сервис Доставки.

Цена недели

Ждём в гости!

+ доставка 45 минут

16 — 22 мая



105⁹⁹

89⁹⁹

Фарш Классический, из свинины, Атышево, 400 г



18+

Предложение действует в период проведения акции — с 16 по 22 мая 2021 г. Количество товара ограничено. Акция проходит не во всех магазинах торговой сети. Исключение товаров может отличаться от представленных в магазинах «Пятерочка». Информацию об ассортименте уточняйте у кассовых товаров, участвующих в акции, уточняйте в магазинах. Все цены указаны в рублях. Подорожисты — в магазинах «Пятерочка» и на сайте www.5ka.ru. Продажа ООО «Агроторг» (ТС «Пятерочка»), ОГРН 1027809237796, ИНН 7825706086, Юр. адрес: Россия, 191025, г. Санкт-Петербург, Невский пр-т, 90/92. Сервис по доставке товаров из магазинов «Пятерочка» предоставляется ООО «Доставушка» (ОГРН 1173443016911, г. Казань, ул. Мулланура Вахитова, д. 8, пом. 111. 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». Реклама.

Скидка -25%

Ждём в гости!

+ доставка 45 минут

16 — 22 мая



105⁹⁹

89⁹⁹

Фарш Классический, из свинины, Атышево, 400 г



18+

Предложение действует в период проведения акции — с 16 по 22 мая 2021 г. Количество товара ограничено. Акция проходит не во всех магазинах торговой сети. Исключение товаров может отличаться от представленных в магазинах «Пятерочка». Информацию об ассортименте уточняйте у кассовых товаров, участвующих в акции, уточняйте в магазинах. Все цены указаны в рублях. Подорожисты — в магазинах «Пятерочка» и на сайте www.5ka.ru. Продажа ООО «Агроторг» (ТС «Пятерочка»), ОГРН 1027809237796, ИНН 7825706086, Юр. адрес: Россия, 191025, г. Санкт-Петербург, Невский пр-т, 90/92. Сервис по доставке товаров из магазинов «Пятерочка» предоставляется ООО «Доставушка» (ОГРН 1173443016911, г. Казань, ул. Мулланура Вахитова, д. 8, пом. 111. 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». Реклама.

1+1

Ждём в гости!

+ доставка 45 минут

16 — 22 мая



89⁹⁸

44^{99*}

Соки и нектары Сады Придонья, в ассортименте, 1 л *цена за 1 шт. при покупке 2-х шт. одновременно.



18+

Срок проведения акции с 16 по 22 мая 2021 года. Организатор акции ООО «Агроторг». При единовременной покупке 2-х или 4-х ед. одного товара, отмеченного специальным ценником, на все позиции предоставляется скидка 50% согласно механизму, указанной на ценнике. Количество товаров ограничено. Не действует на товары, участвующие в акции. Акция проходит не во всех магазинах торговой сети. Исключение товаров может отличаться от представленных в магазинах «Пятерочка». Информацию об ассортименте уточняйте у кассовых товаров, участвующих в акции, уточняйте в магазинах. Все цены указаны в рублях. Подорожисты — в магазинах «Пятерочка» и на сайте www.5ka.ru. Продажа ООО «Агроторг» (ТС «Пятерочка»), ОГРН 1027809237796, ИНН 7825706086, Юр. адрес: Россия, 191025, г. Санкт-Петербург, Невский пр-т, 90/92. Сервис по доставке товаров из магазинов «Пятерочка» предоставляется ООО «Доставушка» (ОГРН 1173443016911, г. Казань, ул. Мулланура Вахитова, д. 8, пом. 111. 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». Реклама.

1+1

Ждём в гости каждый день!

+ доставка 45 минут

16 — 22 мая



89⁹⁸

44^{99*}

Соки и нектары Сады Придонья, в ассортименте, 1 л *Цена указана за 1 шт. при покупке 2-х шт. одновременно.



18+

Срок проведения акции с 16 по 22 мая 2021 года. Организатор акции ООО «Агроторг». При единовременной покупке 2-х или 4-х ед. одного товара, отмеченного специальным ценником, на все позиции предоставляется скидка 50% согласно механизму, указанной на ценнике. Количество товаров ограничено. Не является публичной офертой. Акция проходит не во всех магазинах торговой сети. Все подробности в магазинах «Пятерочка» и на сайте www.5ka.ru. Продажа ООО «Агроторг» (ТС «Пятерочка»), ОГРН 1027809237796, ИНН 7825706086, Юр. адрес: Россия, 191025, г. Санкт-Петербург, Невский пр-т, 90/92. Сервис по доставке товаров из магазинов «Пятерочка» предоставляется ООО «Доставушка» (ОГРН 1173443016911, г. Казань, ул. Мулланура Вахитова, д. 8, пом. 111. 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». Реклама.

Цена недели

Ждём в гости!

+ доставка 45 минут

16 — 22 мая



105⁹⁹

89⁹⁹

Фарш Классический, из свинины, Атышево, 400 г



18+

Предложение действует в период проведения акции — с 16 по 22 мая 2021 г. Количество товара ограничено. Акция проходит не во всех магазинах торговой сети. Исключение товаров может отличаться от представленных в магазинах «Пятерочка». Информацию об ассортименте уточняйте у кассовых товаров, участвующих в акции, уточняйте в магазинах. Все цены указаны в рублях. Подорожисты — в магазинах «Пятерочка» и на сайте www.5ka.ru. Продажа ООО «Агроторг» (ТС «Пятерочка»), ОГРН 1027809237796, ИНН 7825706086, Юр. адрес: Россия, 191025, г. Санкт-Петербург, Невский пр-т, 90/92. Сервис по доставке товаров из магазинов «Пятерочка» предоставляется ООО «Доставушка» (ОГРН 1173443016911, г. Казань, ул. Мулланура Вахитова, д. 8, пом. 111. 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». Реклама.

Носители стиля 

Промо-каталог

У еженедельного Промо-каталога существует две версии:

- Используемая на постоянной основе
- Версия с акцией федерального значения

В случае с федеральной акцией под нее оформляются хайлайты и обложка каталога

В промо-каталогах задана жесткая сетка по вёрстке, необходимо следовать указаниям, приложенным к исходному файлу-шаблону.

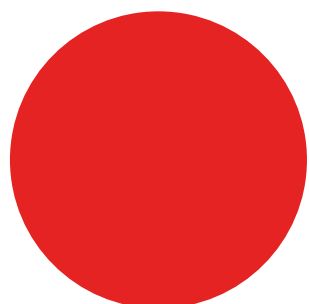


Внимание!
Объекты на макете необходимо располагать строго в соответствии с приложенным к настоящему руководству файлом-шаблоном.

Носители стиля 

Карта лояльности

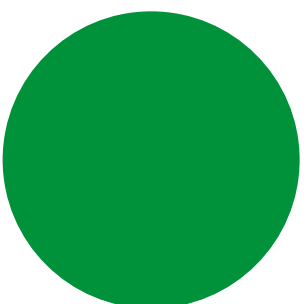
Правила использования Выручай-карты.
Основные варианты размещения объек-
тов и допустимые цвета.



CMYK 0 95 90 0
RGB 235 35 22
Pantone 485 C



CMYK 50 0 100 0
RGB 138 198 64
Pantone 375 C



CMYK 85 16 100 0
RGB 0 143 50
Pantone 355 C



В случае если карта стоит на зеленом фоне, что надо добавлять под нее белый круг

Внимание!
Минимализированная версия кар-
ты используется только в качестве
иконки или булита.



Полноразмерная версия карты
Карта под углом (~9°)



Горизонтальное размещение



Уменьшенная карты
(до 4 см)



Минимализированный
размер карты (от 4 до 1 см)

[Скачать](#) 



Вертикальное размещение



Digital



ТВ ролик с упоминанием нашего лого/бренда (проморолики)

Основные правила разработки макетов

- Паритет с логотипом бренда
- Использование нашего ценника для анонса стоимости товара
- Использование логотипов 2-х форматов: шайба и/или шайба + надпись
- Обязательно цветной логотип
- Соблюдение технических зон при размещении
- Размещение логотипа «Пятёрочка» в правом углу
- Кол-во кеглей — не больше 4х



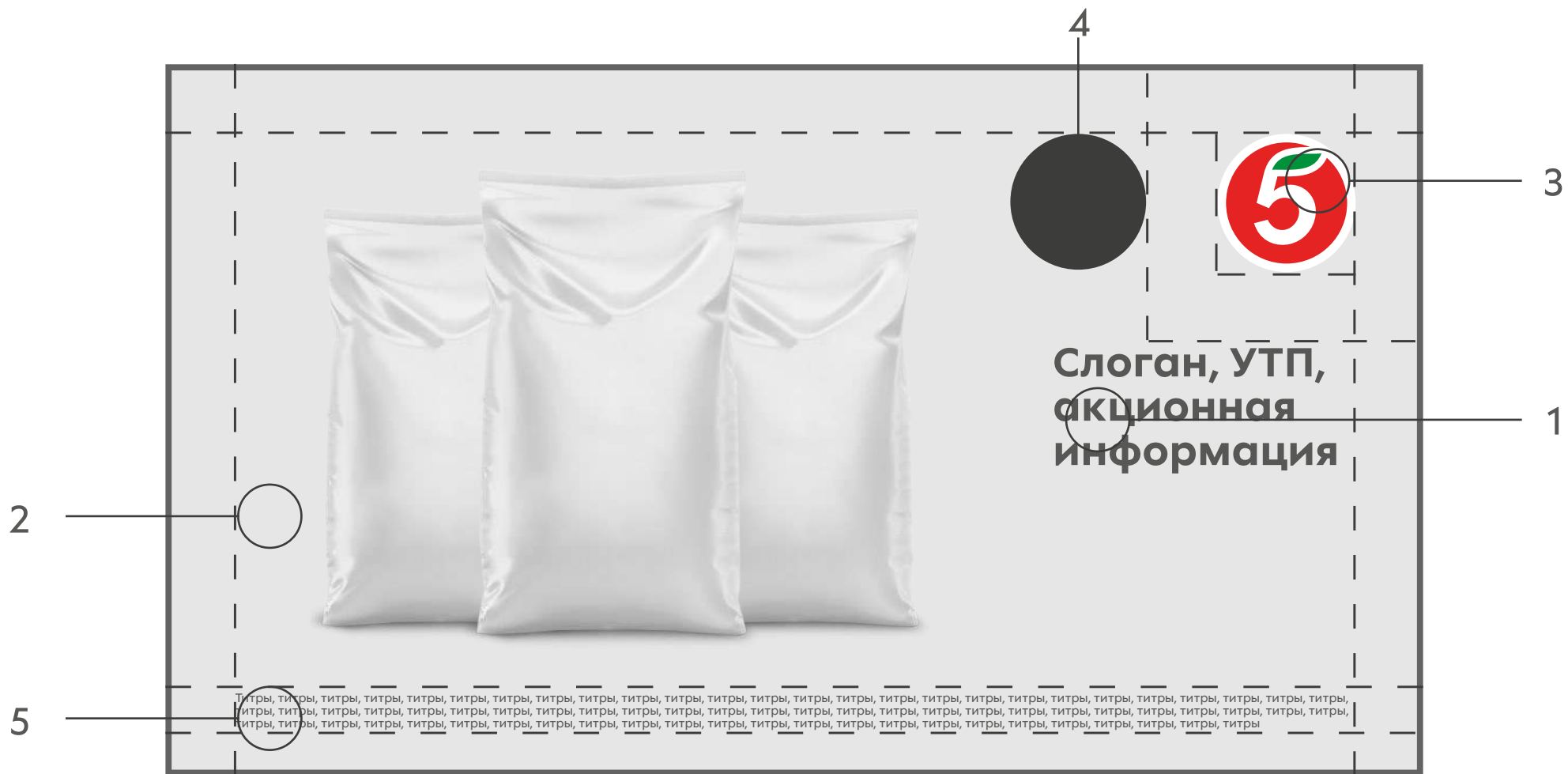
1. Наименование акции
2. Фото товара
3. Логотип
4. Срок акции
5. Цена одного товара без скидки
6. Цена одного товара с учётом скидки
7. Описание товара
8. Дисклеймер
9. Защитное поле логотипа 0,3х

Внимание!
Защитное поле фирменного знака 0,3-0,5х.
Размер фирменного знак по отношению к макету 10-15%

OLV/TB ролик с интеграцией лого и механики — для анонса новинки товара/акции со звездой/ федеральные кампании

Основные правила разработки макетов

- Интеграция логотипа в пекшот
- Паритет с логотипом бренда
- Хрон равный по ролику (если размещаем мы <40% другого бренда)
- Использование логотипов 2-х форматов: шайба и/или шайба + надпись
- Обязательно цветной логотип
- Соблюдение технических зон при размещении
- Кол-во кеглей — не больше 4х



1. Наименование акции
2. Фото товара
3. Логотип
4. Лототип партнёра
5. Дисклеймер

Внимание!
Защитное поле фирменного знака 0,3-0,5х.
Размер фирменного знак по отношению к макету 10-15%

КВ акции с упоминанием бренда «Пятёрочка»

Основные правила разработки макетов

- Паритет с логотипом другого бренда
- Использование логотипов 2-х форматов: шайба и/или шайба + надпись
- Соблюдение технических зон макета и сохранение «воздуха»
- Использование изображения ВК по гайдам
- Кол-во кеглей — не больше 4х



- 1. Наименование акции
- 2. Фото товара
- 3. Логотип Пятерочка
- 4. Сроки акции
- 5. Дисклеймер

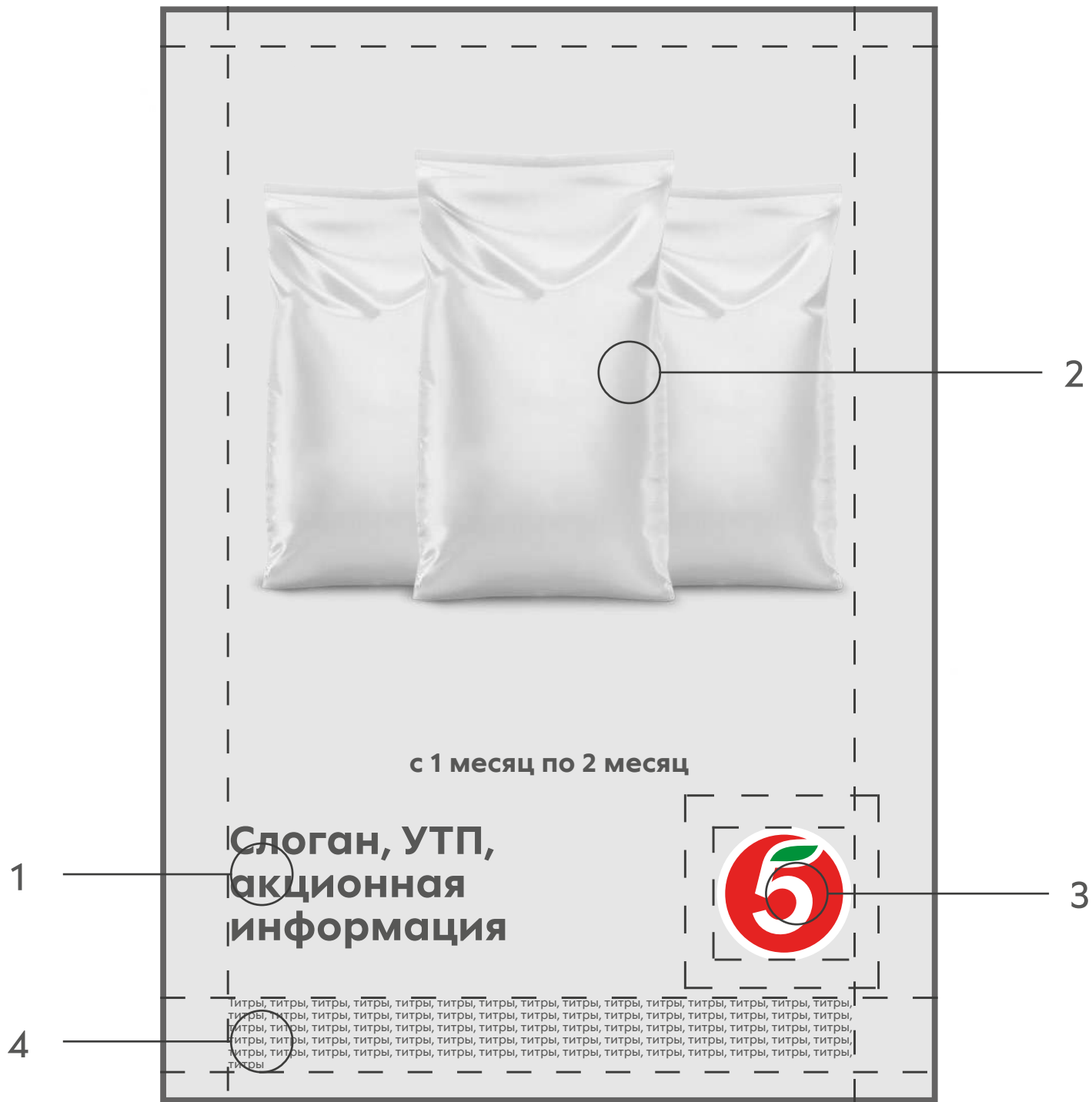
Внимание!
Защитное поле фирменного знака 0,3-0,5х.
Размер фирменного знак по отношению к макету 10-15%

КВ федеральных акций

Основные правила разработки макетов

- Интеграция логотипа в лого акции
- Интеграция фирменных цветов «Пятёрочки» в макет
- Паритет с логотипом 2го бренда
- Логотипы либо равны по размеру, либо превалирует логотип «Пятёрочки», как место продажи
- Использование цветного логотипа
- Визуальное изображение Выручай-карты (под наклоном). Компоновка механики про баллы не изменна и соответствует гайдбуку «Пятёрочки»
- Соблюдение технических зон при размещении
- Шрифты — использование фирменных шрифтов «Пятёрочки» и не больше 4х кеглей

Внимание!
Защитное поле фирменного знака 0,3-0,5х.
Размер фирменного знак по отношению к макету 10-15%



SMM – макеты/публикации/ Stories

Основные правила разработки макетов

- Интеграция лого в макет/фото или ролик
- Паритет с логотипом другого бренда
- Кол-во кеглей шрифтов — не больше 4х
- Использование логотипов 2-х форматов: шайба и шайба + надпись
- Обязательно использование цветного логотипа
- Соблюдение технических зон экран при размещении
- Использование цветов бренда «Пятёрочка»



1. Наименование акции
2. Фото товара
3. Логотип
4. Дисклеймер

Внимание!
Защитное поле фирменного знака 0,3-0,5х.
Размер фирменного знак по отношению к макету 10-15%

Основные правила
разработки макетов

- Яркий акцент на брендинг 10-15%
- Интеграция логотипа в лого акции
- Паритет с логотипом 2го бренда
- Обязательно цветной логотип
- Логотип — без дополнительной обводки, подложки и тд
- Визуальное изображение Выручай-карты под наклоном
- Соблюдение технических зон
- Кол-во кеглей — не больше 4х



1. Наименование акции
2. Фото товара
3. Логотип
4. Лототип партнёра
5. Дисклеймер

Внимание!

Защитное поле фирменного знака 0,3-0,5х.
Размер фирменного знак по отношению к макету 10-15%

Визуальный стиль SMM



SMM / Визуальный стиль

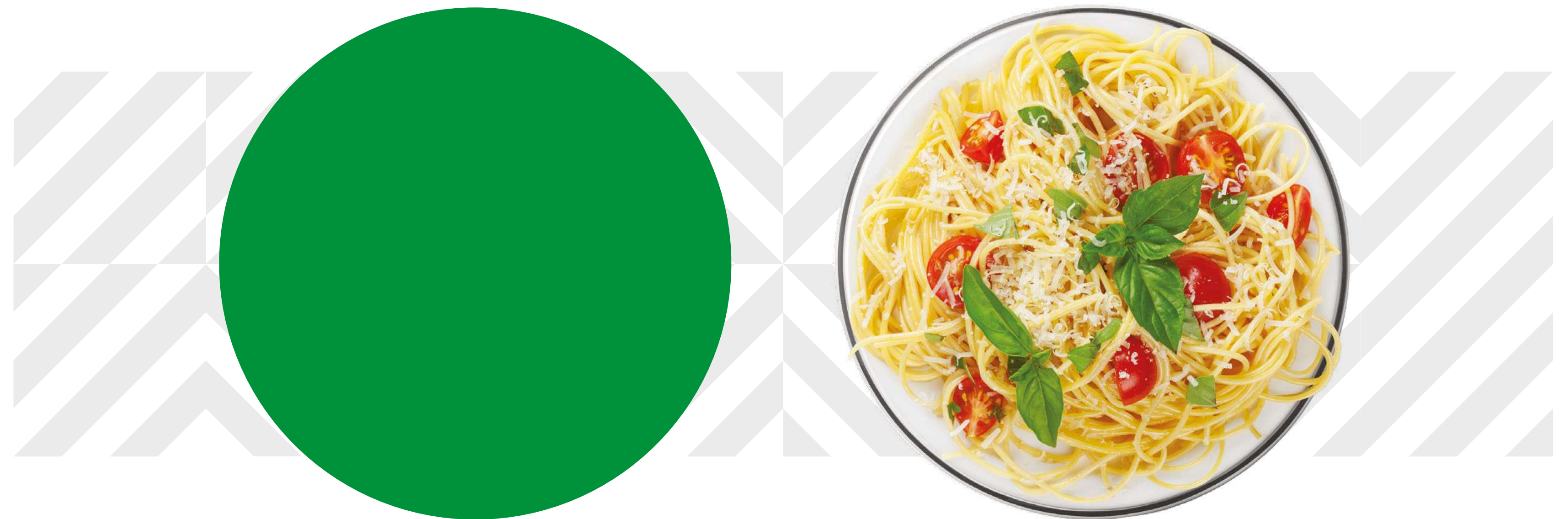
Основные правила разработки макетов

Круг — основная стилеобразующая форма бренда, символизирует цельность, единство и объединение. Новая ключевая коммуникация бренда «Ждём в гости каждый день», где главный символ гостей — накрытый стол. В этом направлении фирменный знак берет на себя новый смысл, становясь олицетворением тарелки на гостеприимном столе.

Новый графический элемент — фирменный паттерн, дополнительно формирует узнаваемость бренда. Используемый в фонах, под логотипом и другими элементами стиля, паттерн имитирует поверхность стола, покрытого орнаментальной скатертью. Все эти метафоры могут стать вспомогательным инструментом для осознанного понимания бренда и работы с его обновленным фирменным стилем.

Задача сохранить яркий, понятный и узнаваемый графический язык позиционирования бренда.

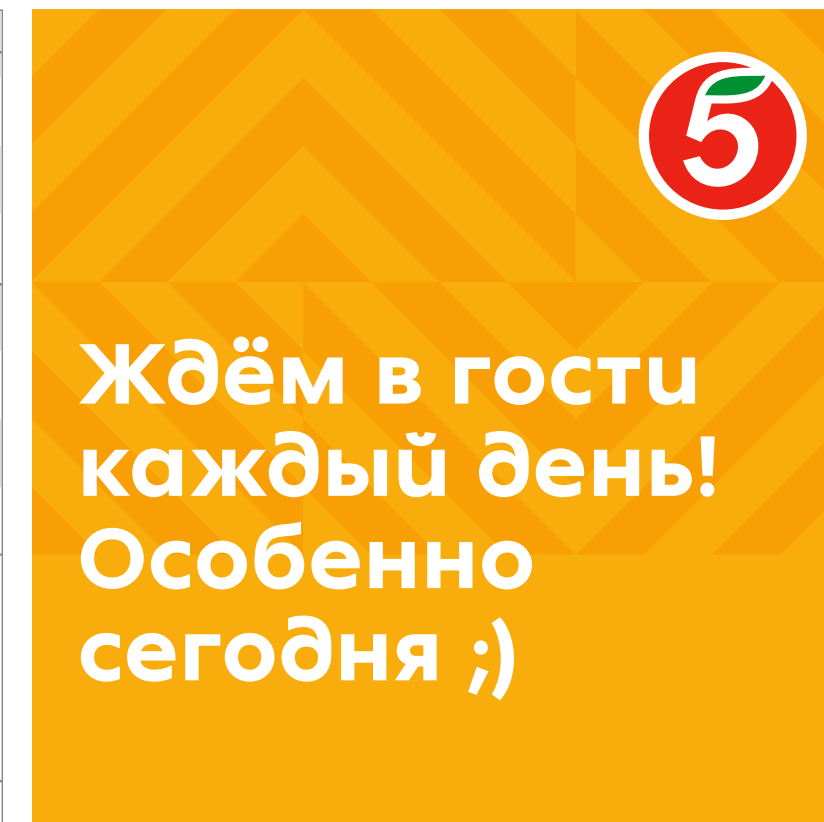
Дальше описаны подробные примеры взаимодействия графических элементов, их связи и коммуникации.



SMM / Визуальный стиль

Пропорция 1:1

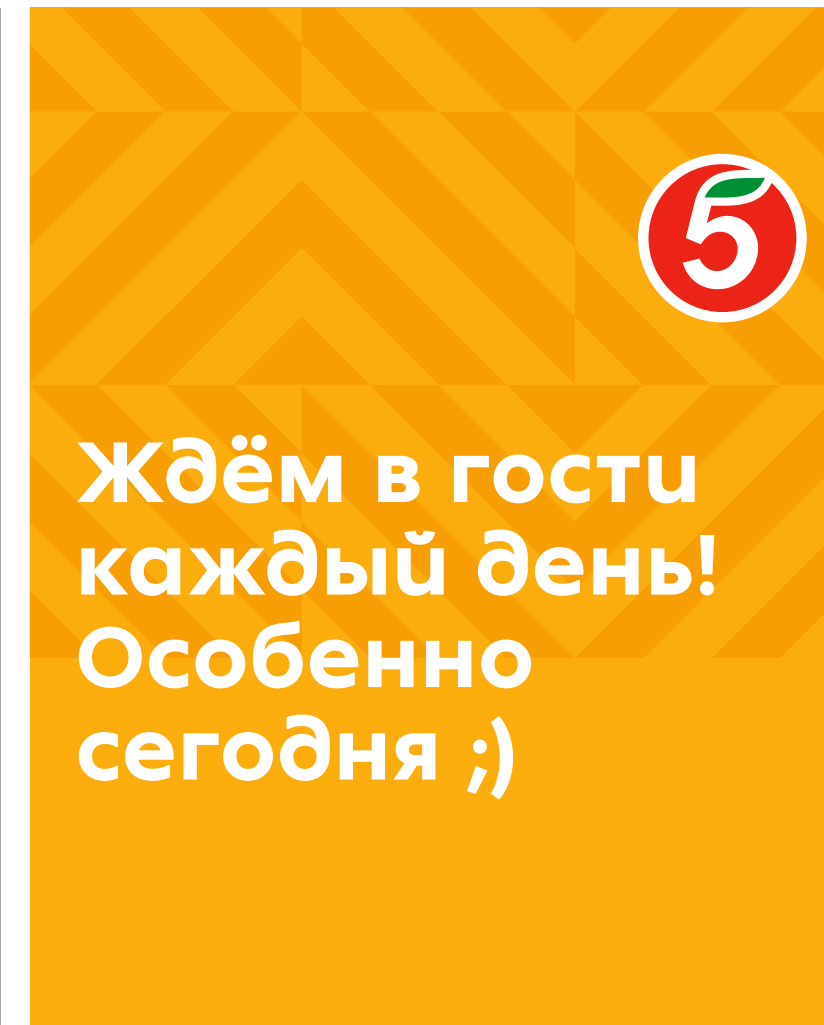
Соотношение сторон выбирается в зависимости от площадки и формата публикации. 1:1 – Инстаграм, Вконтакте, Facebook



SMM / Визуальный стиль

Пропорция 4:5

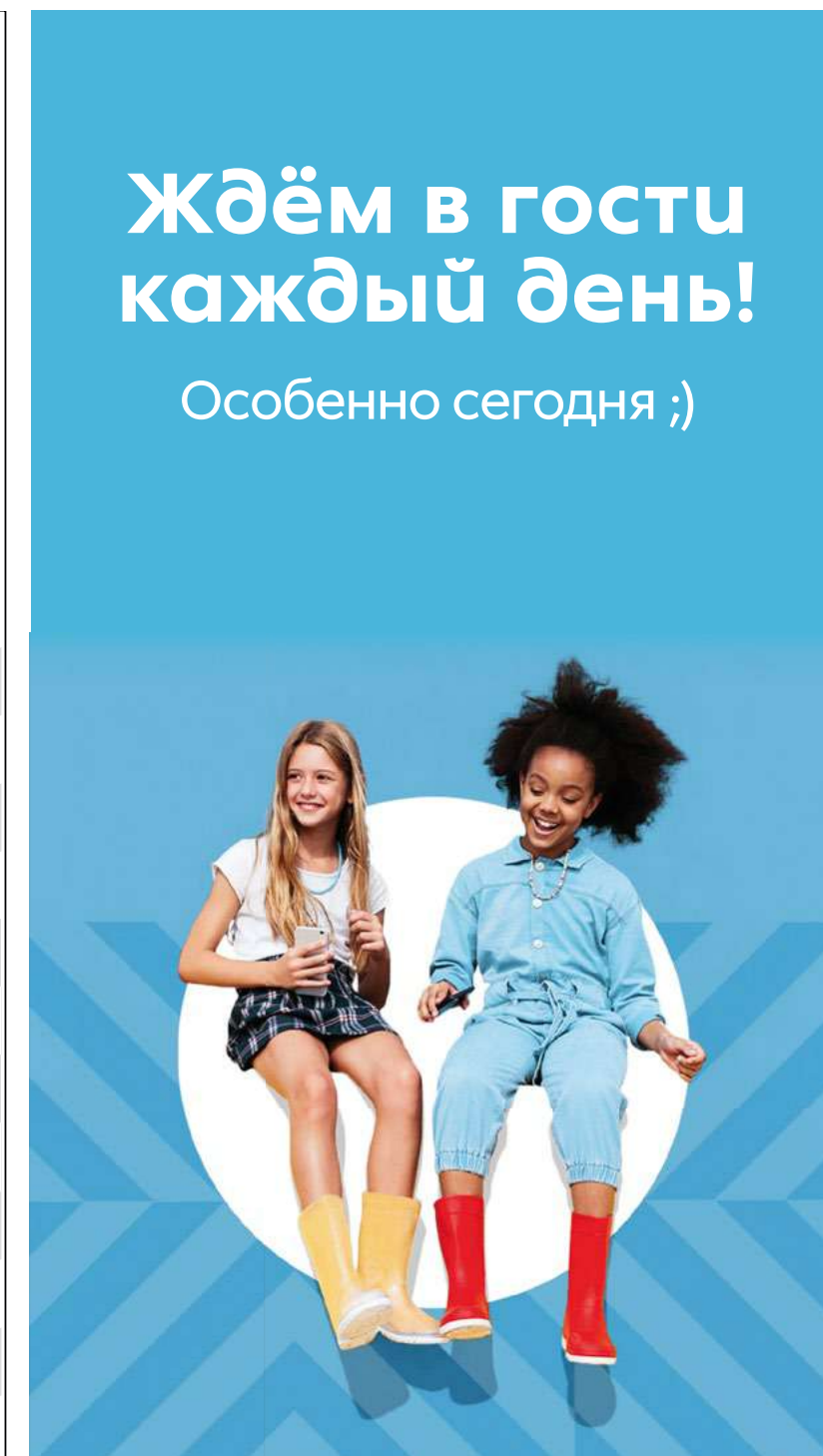
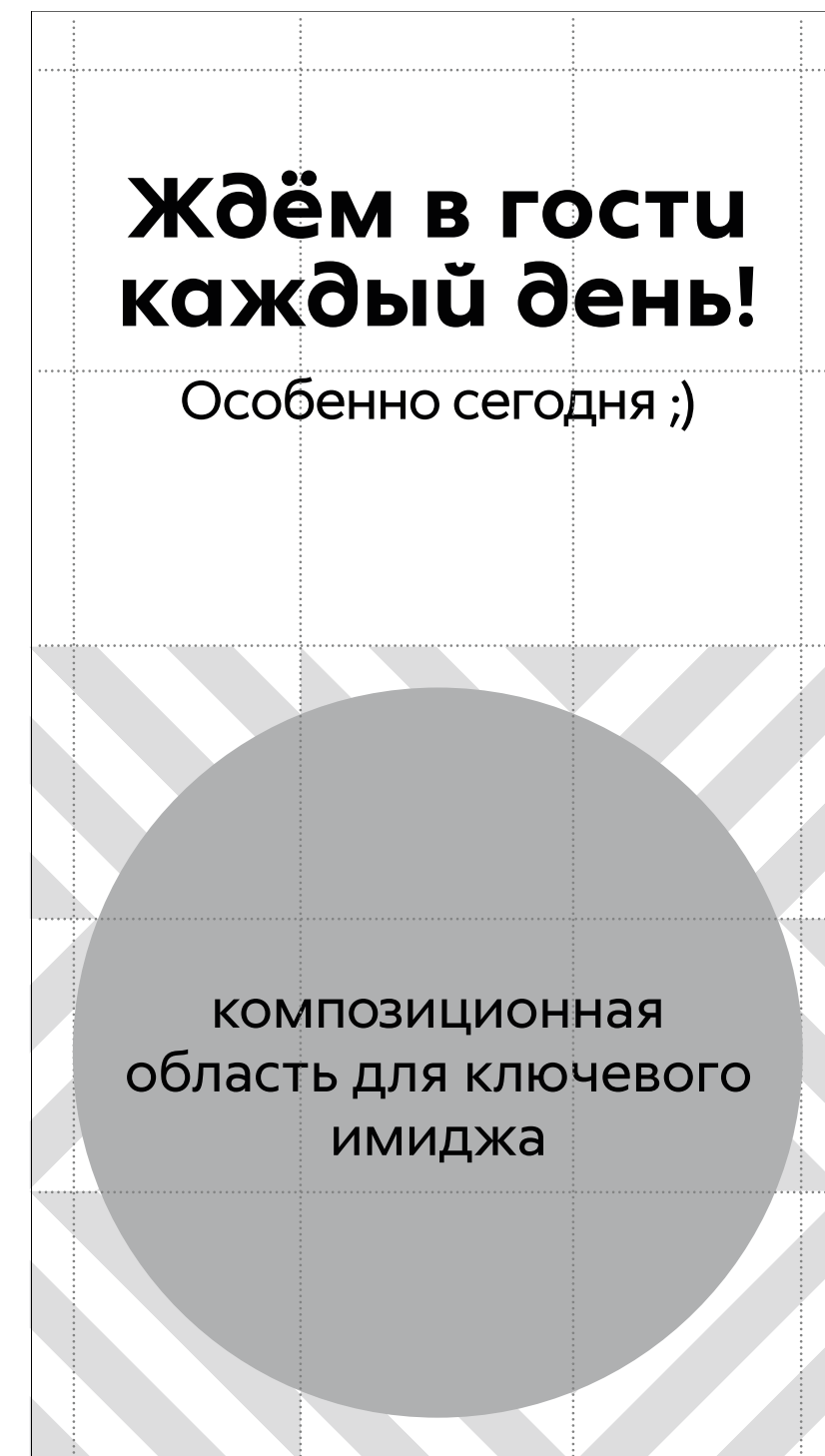
Соотношение сторон выбирается в зависимости от площадки и формата публикации. 4:5 – Инстаграм, Facebook



SMM / Визуальный стиль

Пропорция 9:16

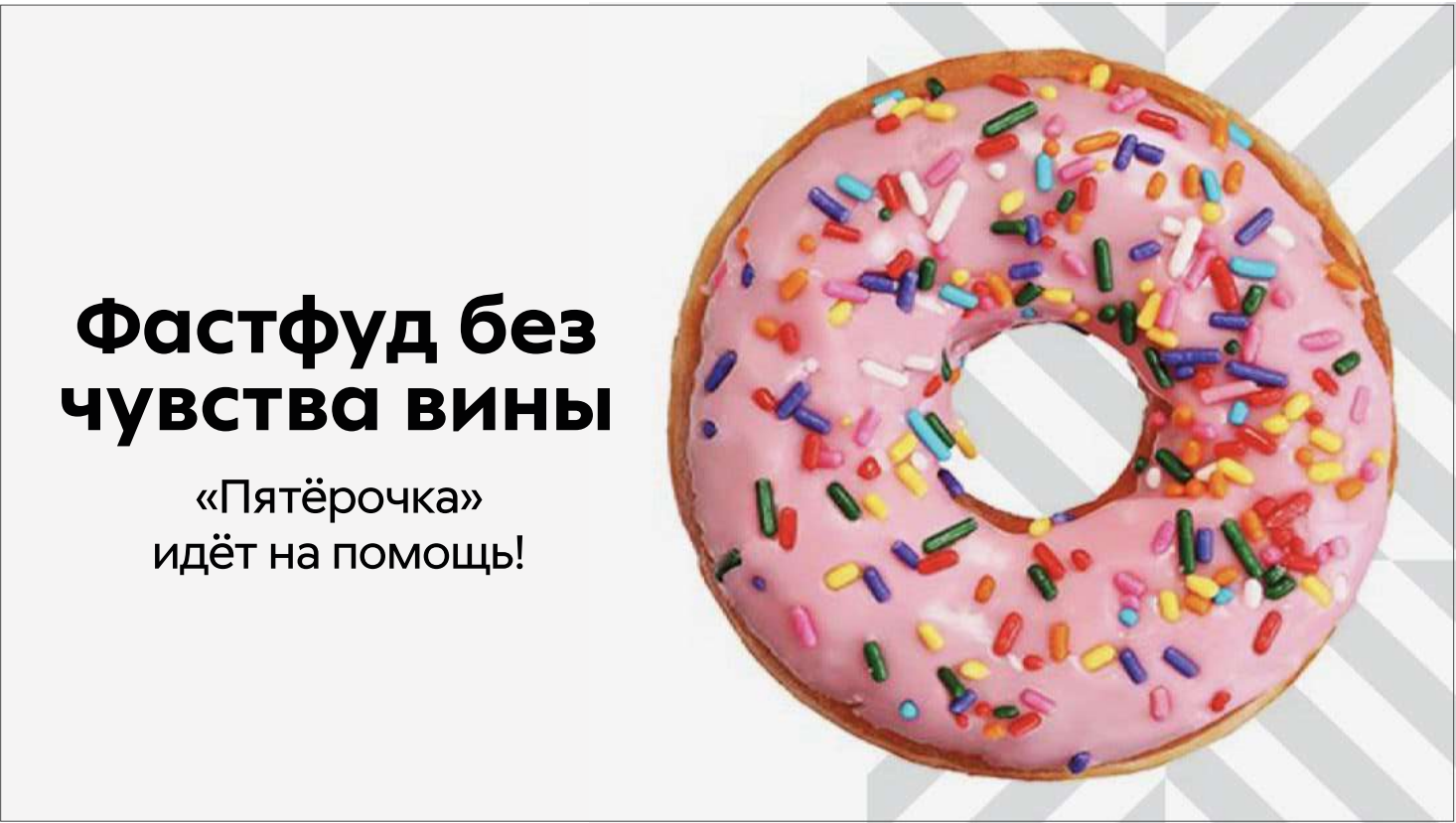
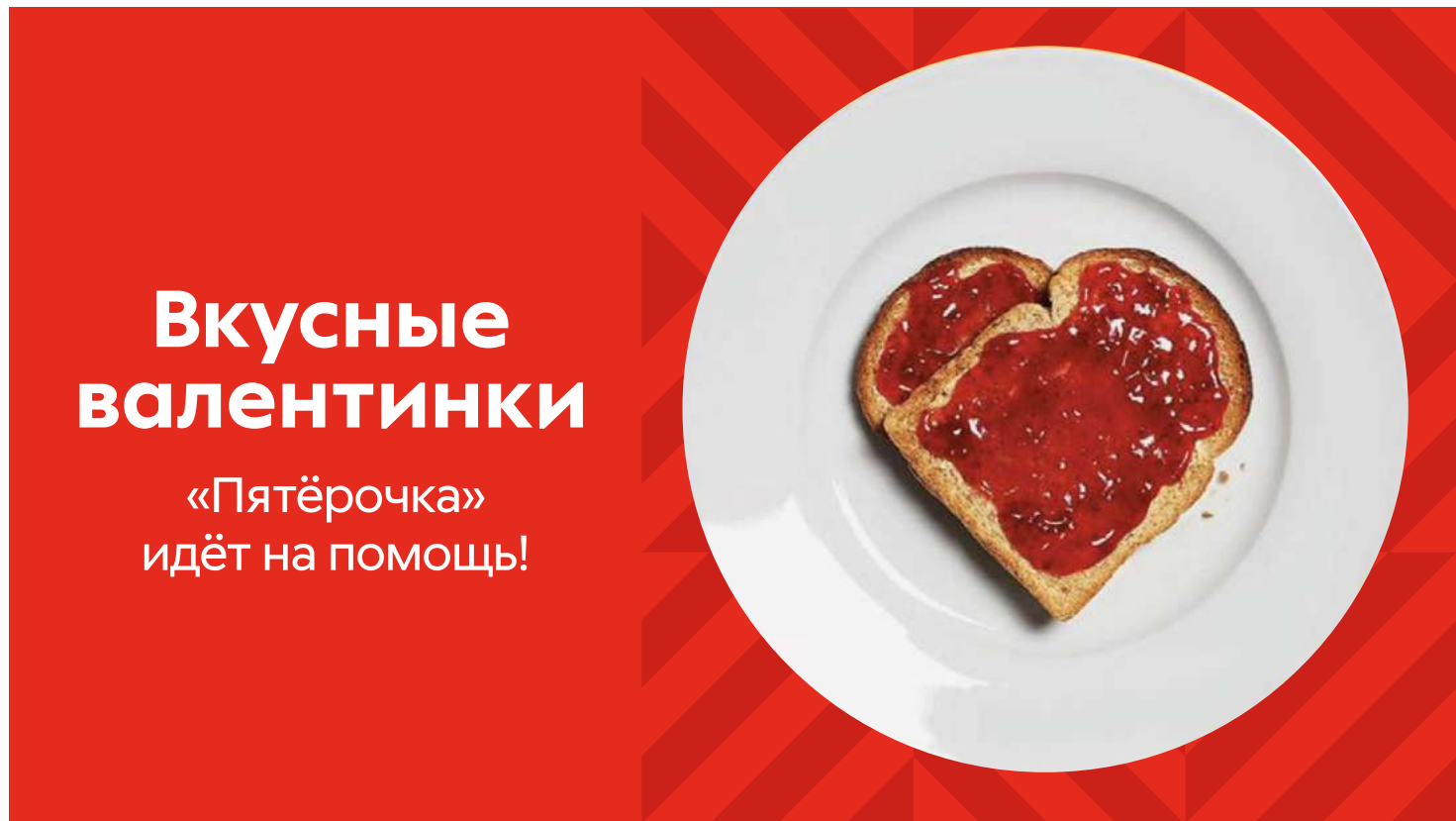
Соотношение сторон выбирается в зависимости от площадки и формата публикации. 9:16 – stories Инстаграм, Вконтакте, Facebook



SMM / Визуальный стиль

Пропорция 16:9

Соотношение сторон выбирается в зависимости от площадки и формата публикации. 16:9 – Одноклассники, Вконтакте, Facebook, обложки видео Instagram



SMM / Визуальный стиль



SMM / Визуальный стиль

Основные правила разработки макетов

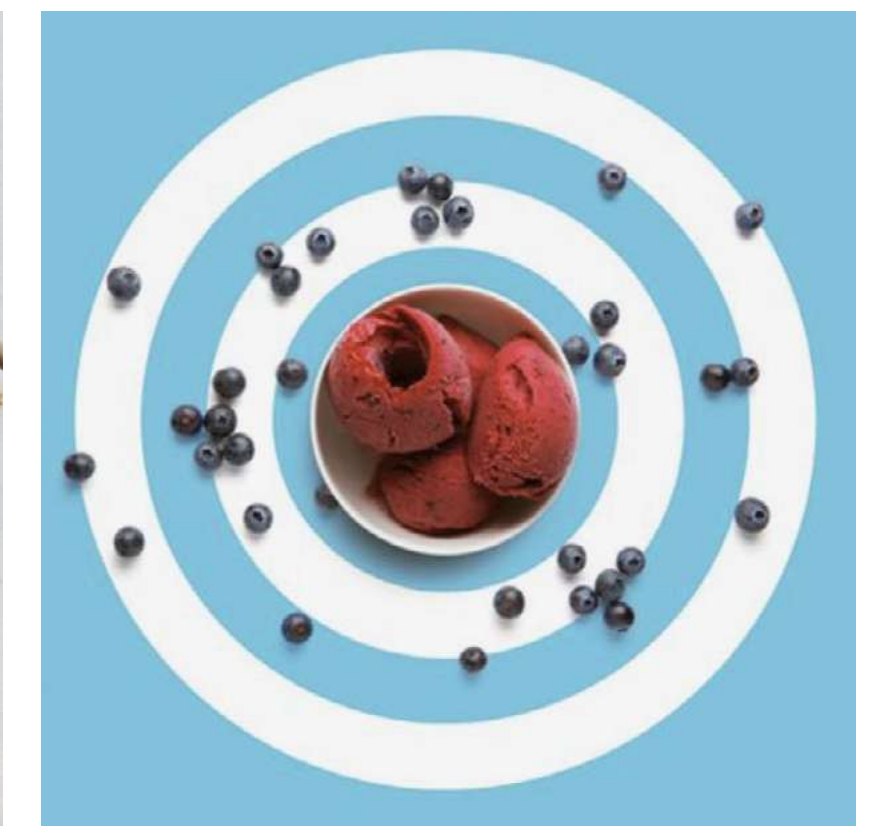
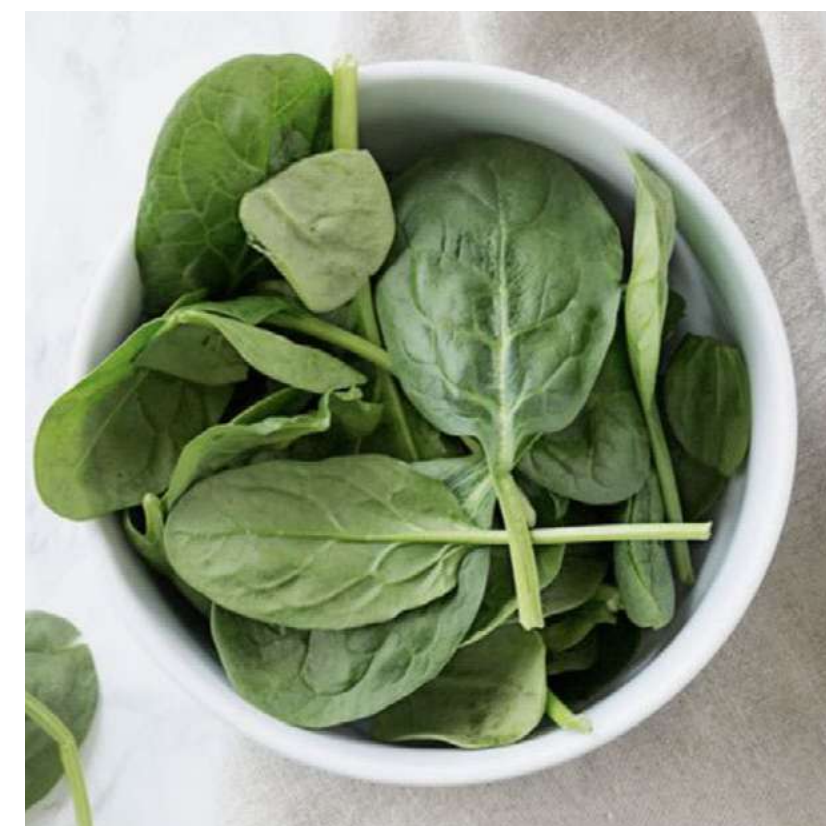
Пример многофункциональной сетки, формирующей общую сквозную верстку макетов для различных акций и рекламных кампаний.



SMM / Визуальный стиль

Фотоизображения продуктов и блюд

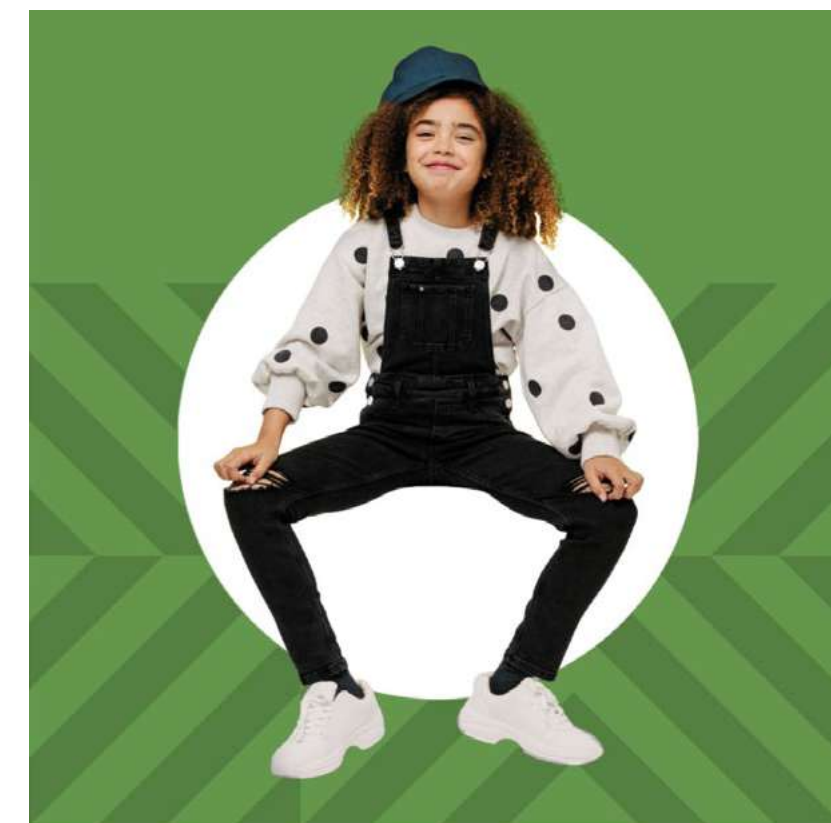
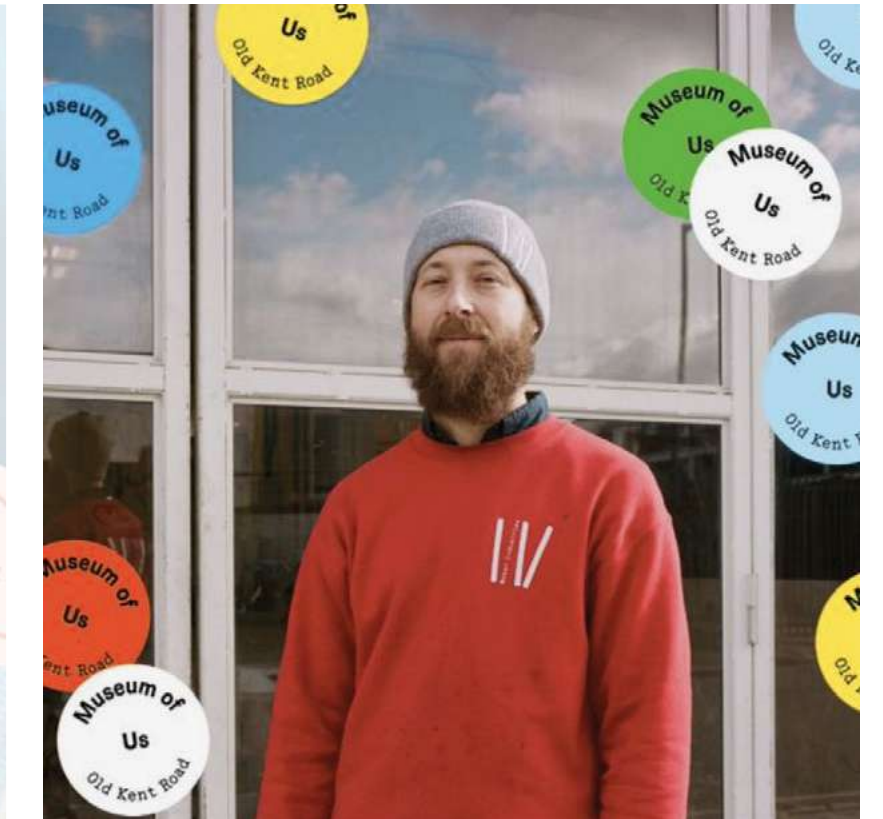
Основной элемент макетов должен повторять очертания круга, в одинаковых макетах все круги должны быть одинакового диаметра. Фон должен быть чистым, возможно добавление фирменного паттерна.



SMM / Визуальный стиль

Фотоизображения людей

Данный вид коммуникации состоит из яркого фона и центрального элемента, заточенного в форме круга, может быть использован фирменный паттерн.



SMM / Визуальный стиль

Фотоизображения предметов

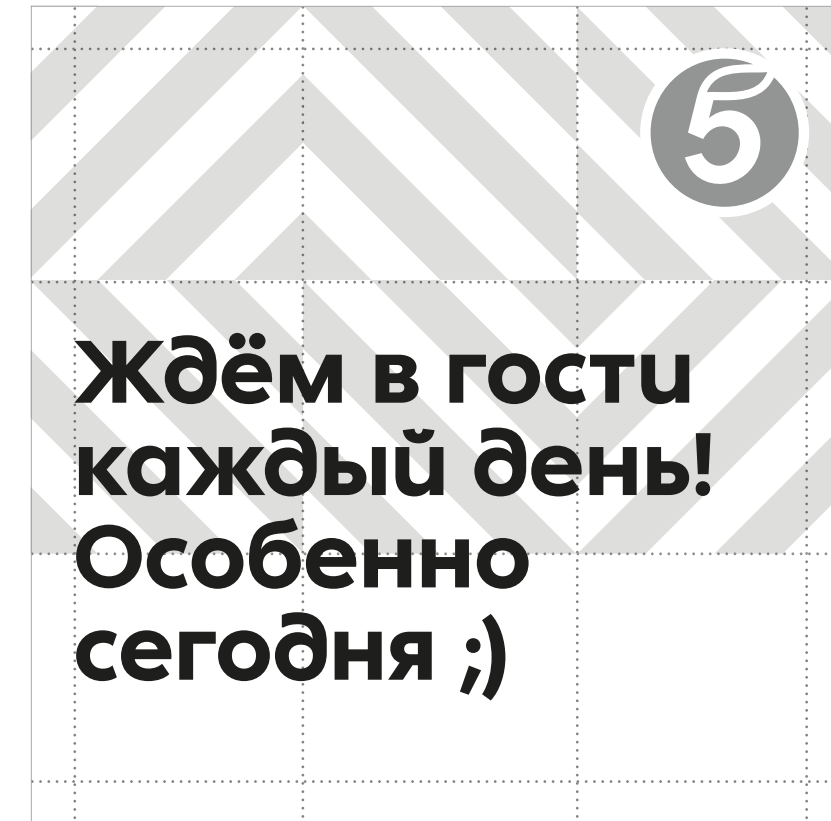
В макетах используется яркий чистый фон, с фирменным паттерном или без него и центрального элемента, заключенного визуально в форму круга.



SMM / Визуальный стиль

Типографические заставки

В макетах используется паттерн на фоне, фирменный знак, одноцветный фон, крупная типографическая надпись не более 4-5 строк, также возможно использование графического элемента или фотографии, подобранной в соответствии с правилами.



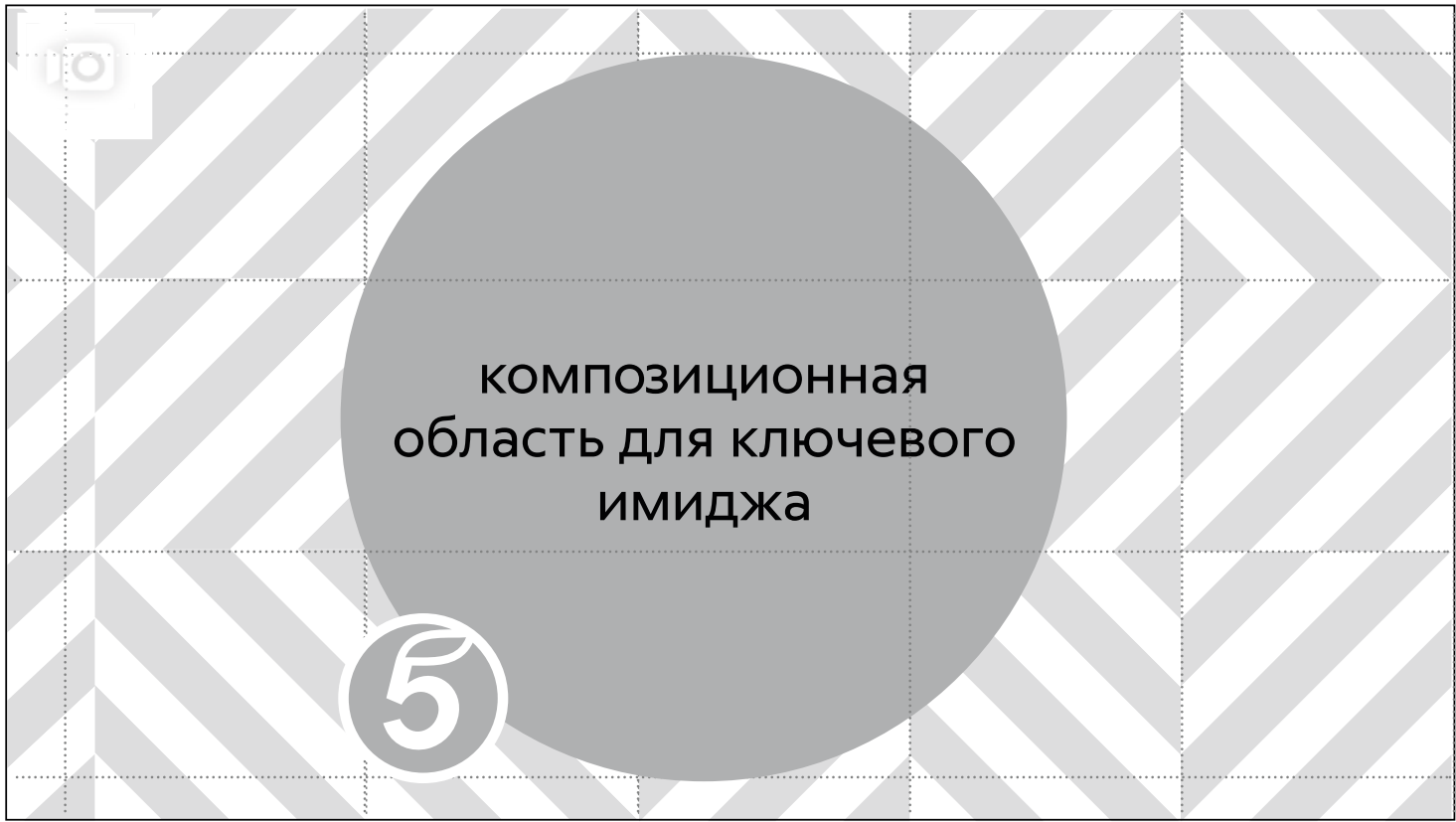
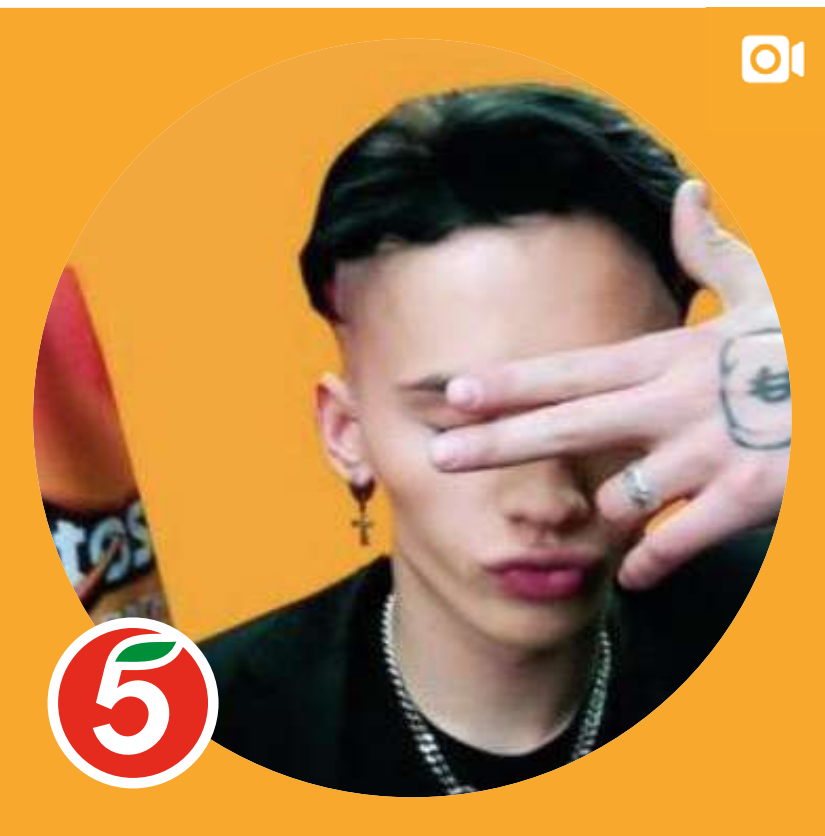
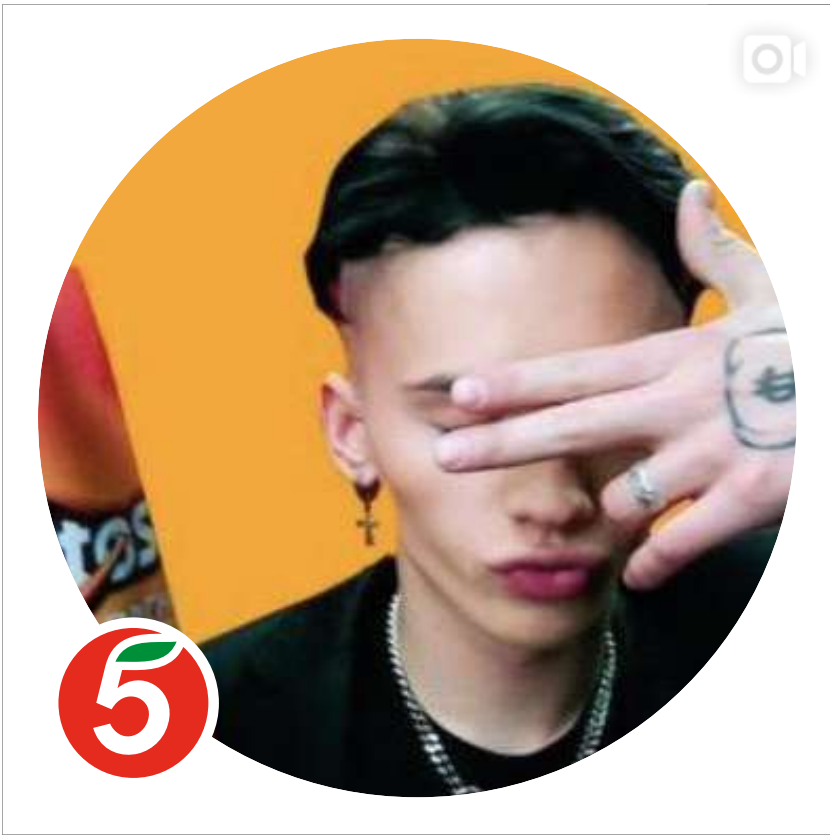
SMM / Визуальный стиль

Видео заставки

В макетах используется фирменный знак, одноцветный фон, элемент круга, в который вписан кадр из видео



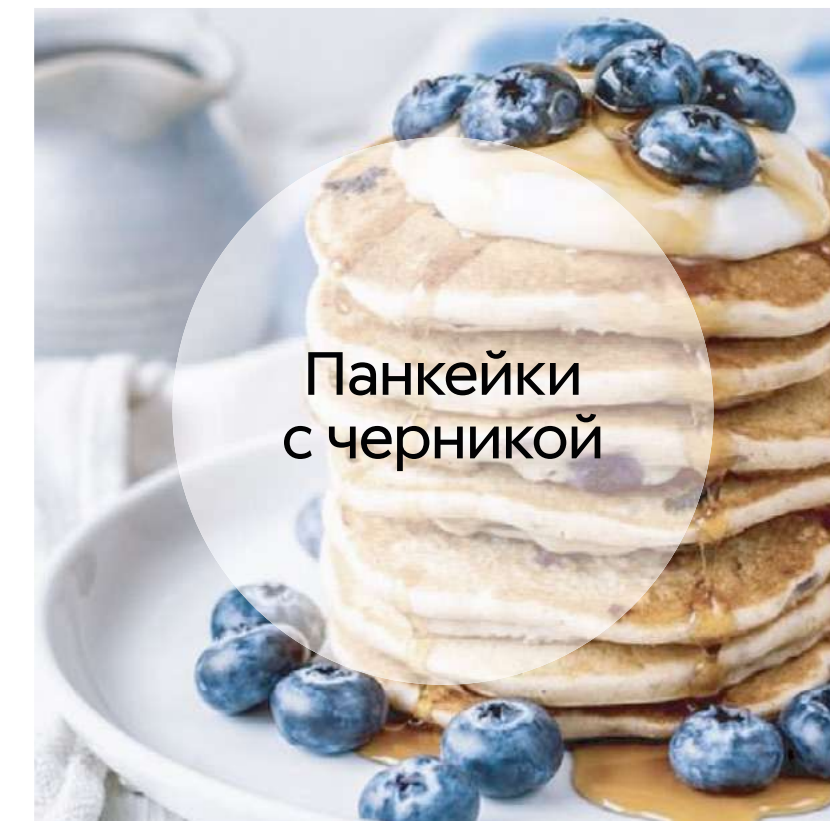
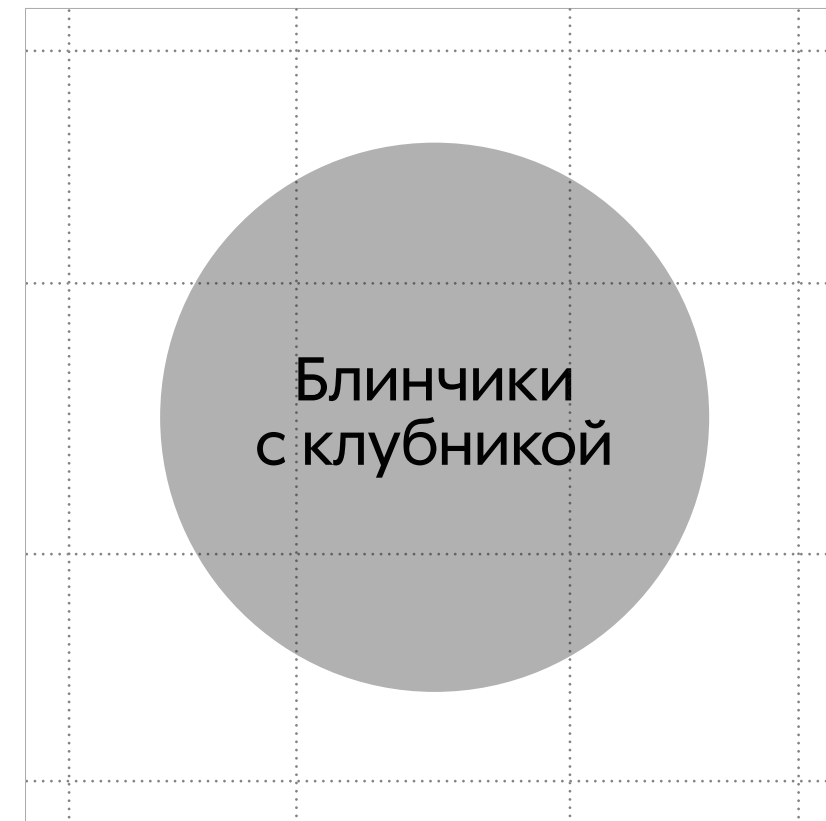
1:1



16:9

SMM / Визуальный стиль

Рецептурные заставки



АКЦИОННЫЕ НОСИТЕЛИ



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).

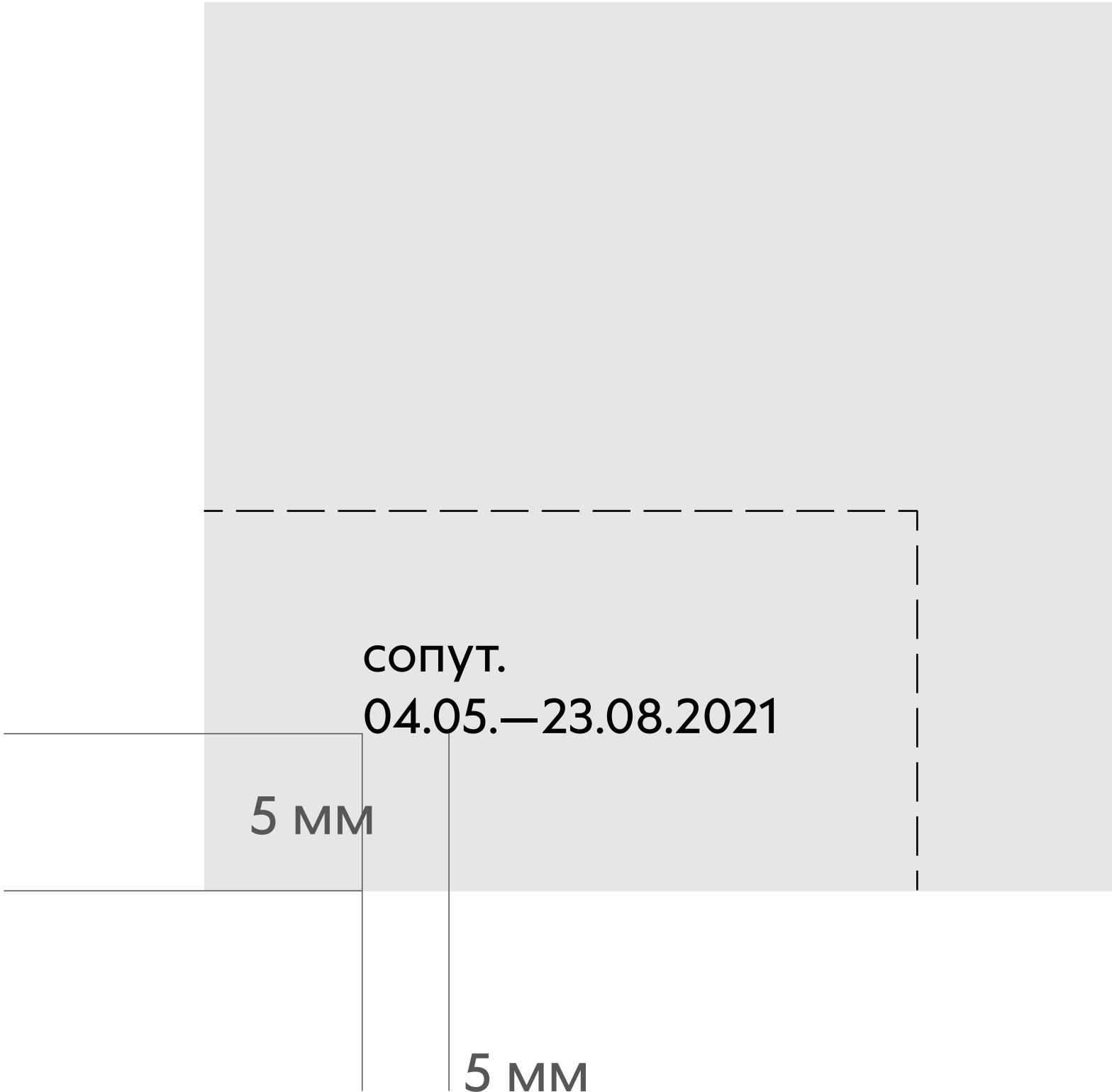
размер шрифта — 6 pt

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.



Сокращенные названия категорий, для указаний в координате

Входная группа	вход	БАД	бакалея	Детская Гигиена рта	дет.сопут	Торты, пирожные свежие	свеж.торт	Рыбная кулинария		Винный напиток игристый	алко
Линия касс/касса	касса	Сухие завтраки, мюсли		Детские средства гигиены		Корма для кошек	корм	Корма для собак		пиво	
Закассовая зона	закасса	Орехи		Конструкторы	дет.тов	Масложировые продукты		молочка	Гигиена рта	гигиена	
КСО	КСО	Питание для спортсменов		Детские смеси	дет.пит	Десерты	Средства личной гигиены		быт		
Фасад	фасад	Семечки		Детские соки, чай, вода		Прочее детское питание	Сливки	Кухонная посуда		одежда	
Прайсшина	ПШ	Варенье, мёд		Детские консервированные смеси	дет.пит.хо	Соврем.кисломолочная продукция	Лампы накаливания	быт.хим	Ликёро-водочные		
Торговый зал	торг.зал	Концентраты		Детские молочные продукты	диабет	Традиц.кисломолочная продукция	Головные уборы и аксессуары		сопутка	Слабоалкогольные напитки	
Напитки, квас, тоник	газ.напит	Сухофрукты		Бакалея диабетическая		Молоко	Молоко			Нижнее бельё	уборка
Вода	вода	Сухие компоненты и смеси (Food)		Кондитерка диабетическая	заморозк	Сыры	Чулочно-носочные изделия				
Соки, нектары	сок	Крупы и зерновые		Замороженные торты, пирожные		Яйцо	Галантерейные аксессуары				
Изделия сдобные СП	хлеб.сп	Мука	Мороженое	мясн.гастр		Кожгалантерея					
Изделия слоеные СП		Сахар	Замороженная плодовоовощная продукция			Инсектициды					
Кексы, печенье СП		Соль	Замороженные полуфабрикаты			Средства для ухода за бельем и одеждой					
Хлеб зерновой СП		Уксус	Копчености из говядины			Средства ухода за обувью					
Хлеб пшеничный СП	хлеб	Консервы рыбные	Копчености из мяса птицы	мясо		Ароматизаторы					
Хлеб ржано-пшеничный СП		Консервы мясные	Копчености из свинины			птица	Целлюлозная и ватная продукция				
Хлеб этнический СП		Консервы овощные	Мясо и П/Ф охлажденные	овощ	Упаковочные материалы (Food)						
Пирог		хлеб.свж	Консервы фруктовые, ягодные		Фарш	фрукт	Средства для волос				
Хлеб прочий	Кофе, какао, шоколад		Птица и П/Ф охлажденные	ягод	Средства для душа						
Хлеб пшеничный	Масло растительное		Пикник			Декоративная косметика, туалет вода.					
Хлеб ржаной	Макаронные изделия		Овощи/Трибы			Крема и товары для красоты					
Сухарные изделия	Продукция быстрого приготовления	Овощи/Зелень			Средства для бритья						
Бараночные изделия	Соусы	Фрукты/Экзотика			Моющие,чистящие средства						
Собственное производство (Хлебные изд.)	специи	Фрукты/Ягоды			Хозяйственные принадлежности						

УИЗ

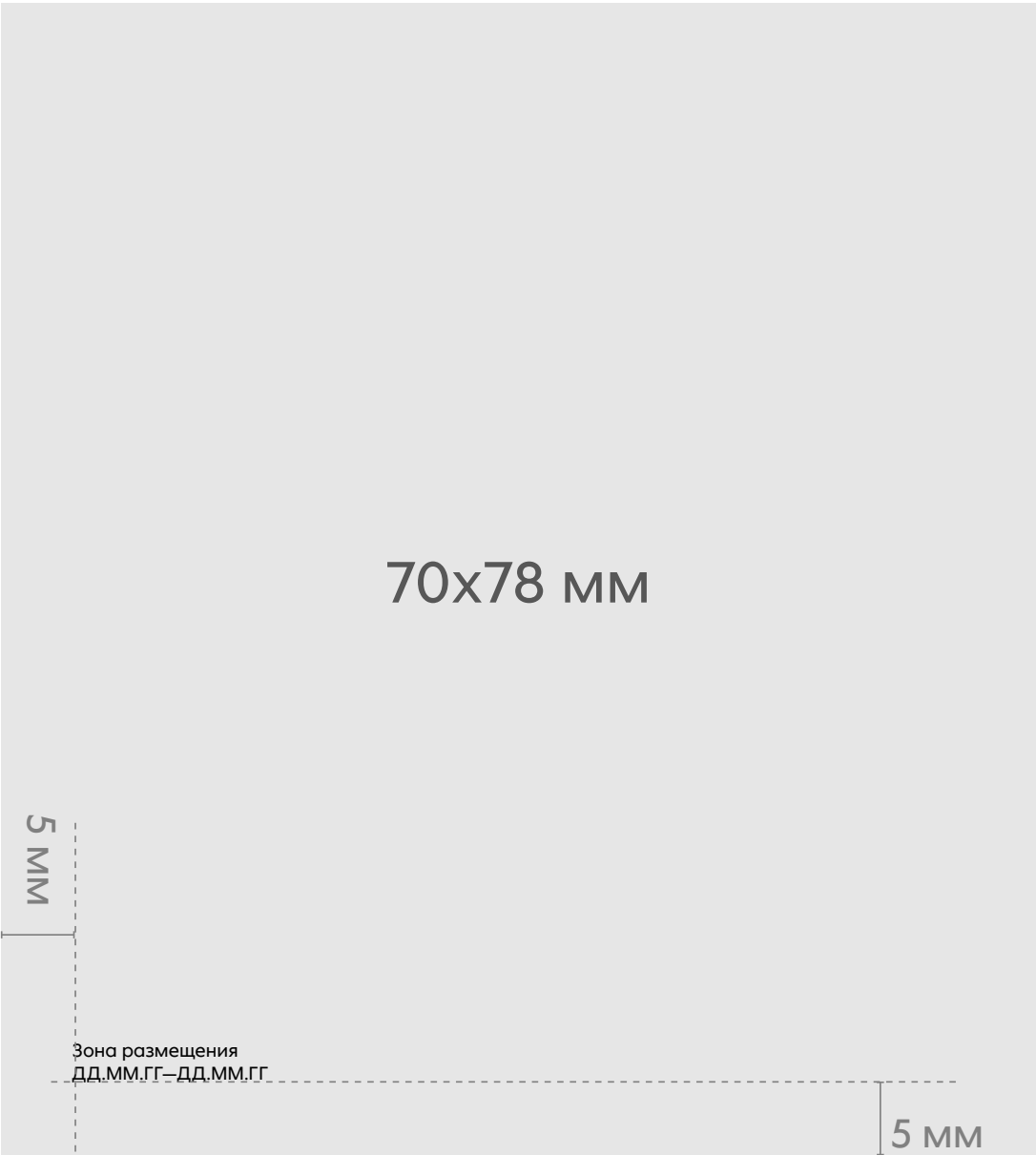
Обозначение на POSm

Стопперы

Скачать 

70x78 мм

Стоппер может быть прямоугольной формы или с вырубкой.
В случае вырубки общие габариты не должны превышать размер 70x78



Схема



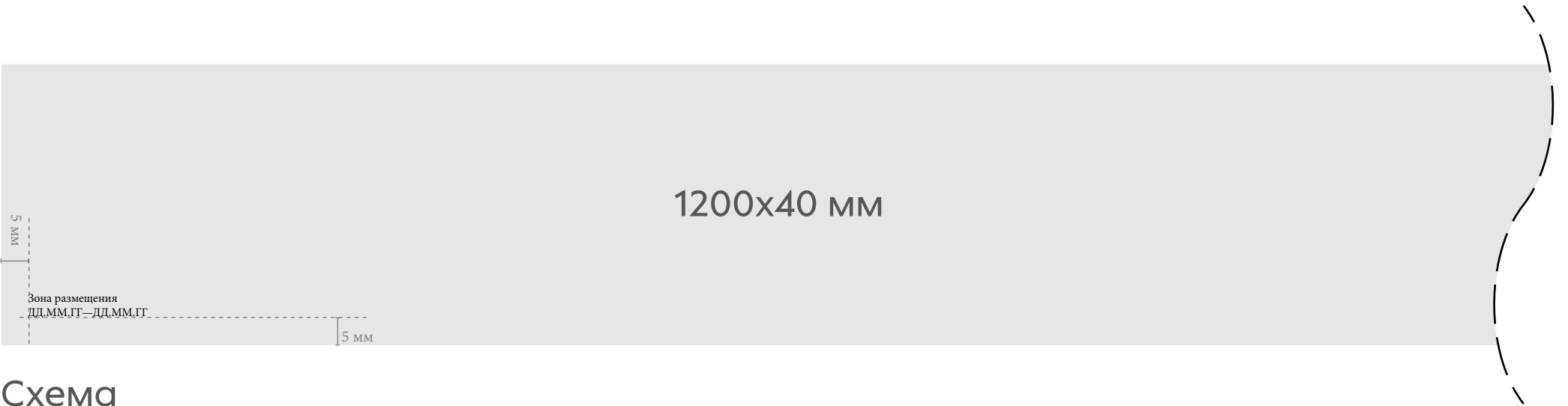
Пример

Шелфлента

Скачать 

1200x40 мм

Шелфлента размещается
в ценникодержатель на всю ширину
стеллажа.



Схема



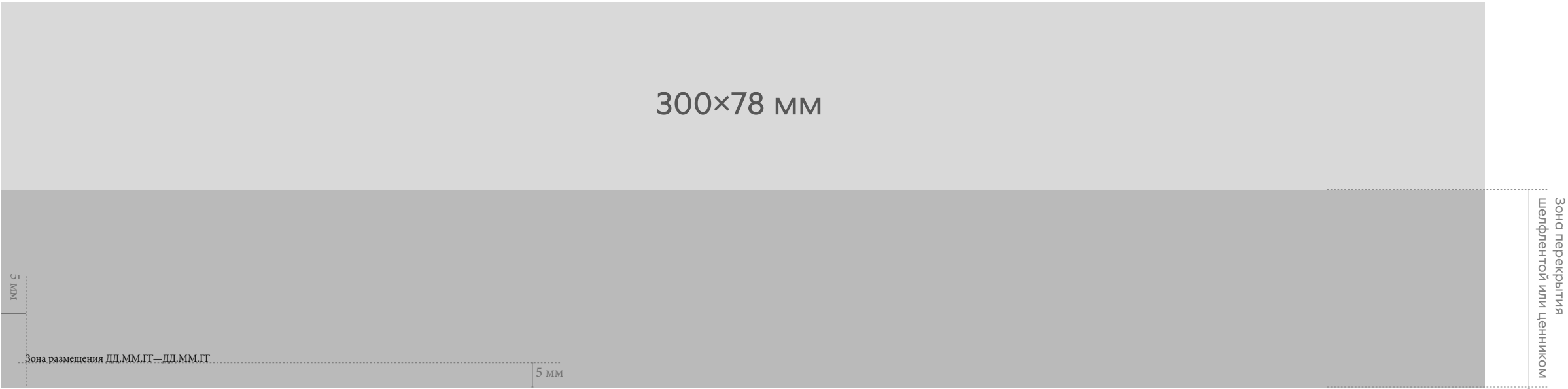
Пример

Шелфтокер

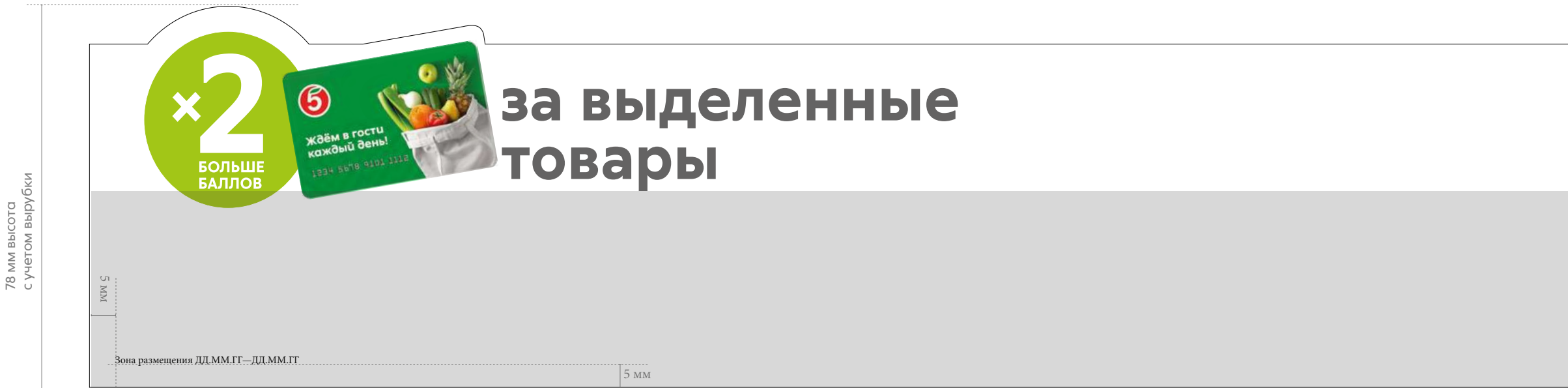
Скачать 

300×78 мм

Шелфтокер может быть прямоугольной формы или с вырубкой.
В случае вырубки общие габариты не должны превышать размер 300x78



Схема



Пример

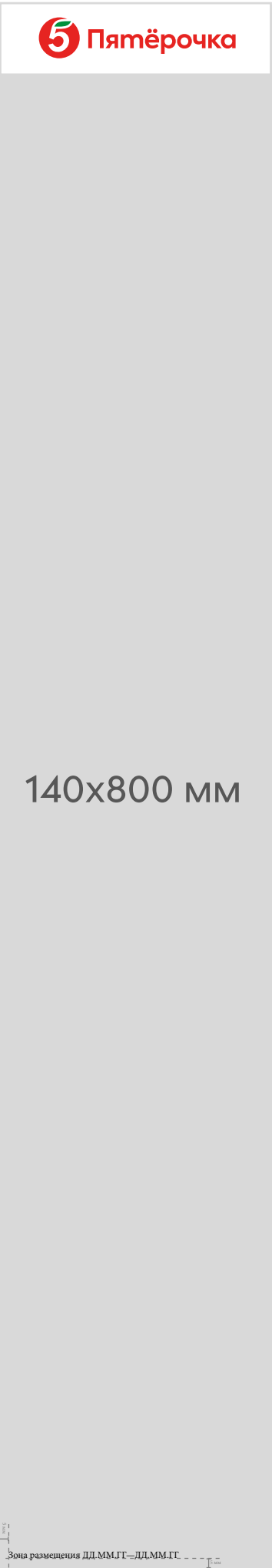
Шелфбанеры

Скачать

140x400 мм или 140x800 мм

Шелфбанер может быть прямоугольной формы или с вырубкой.
В случае вырубки общие габариты не должны превышать размер 140x400 или 140x800 мм

Внимание!
Блок логотипа всегда фиксирован и находится в верхней части макета, под ним расположена зона под акционный макет. Шелфбанеры могут быть двух размеров 140x400 мм и 140x800 мм



Схема



Пример



Мобайл

Скачать 

A2 (горизонтальный) или Ø 500 мм

Мобайл может быть прямоугольной формы A2 (горизонтальной), круглой Ø 500 мм или с вырубкой. В случае вырубки общие габариты не должны превышать размера 594x420.

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.

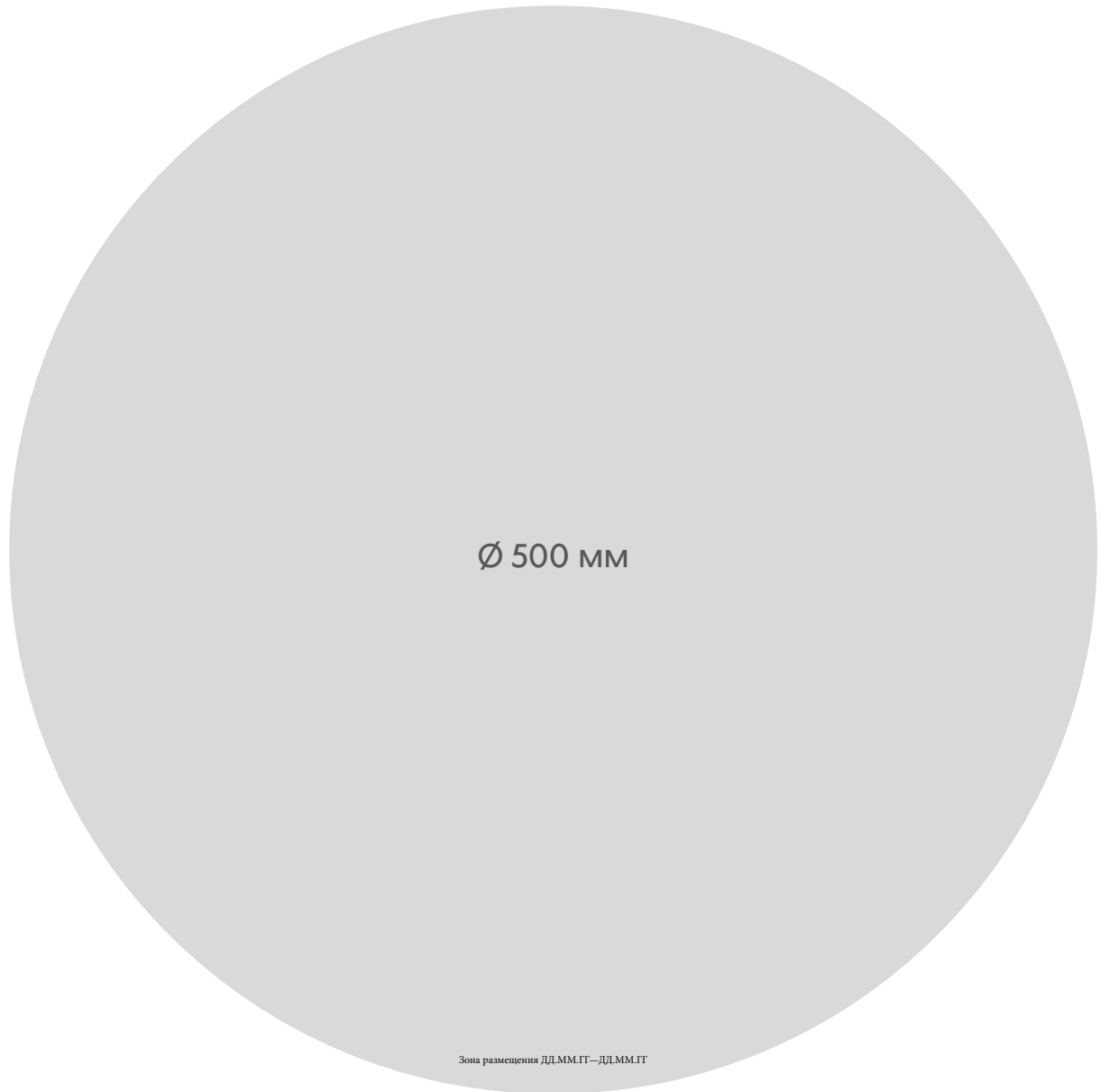


Схема 1

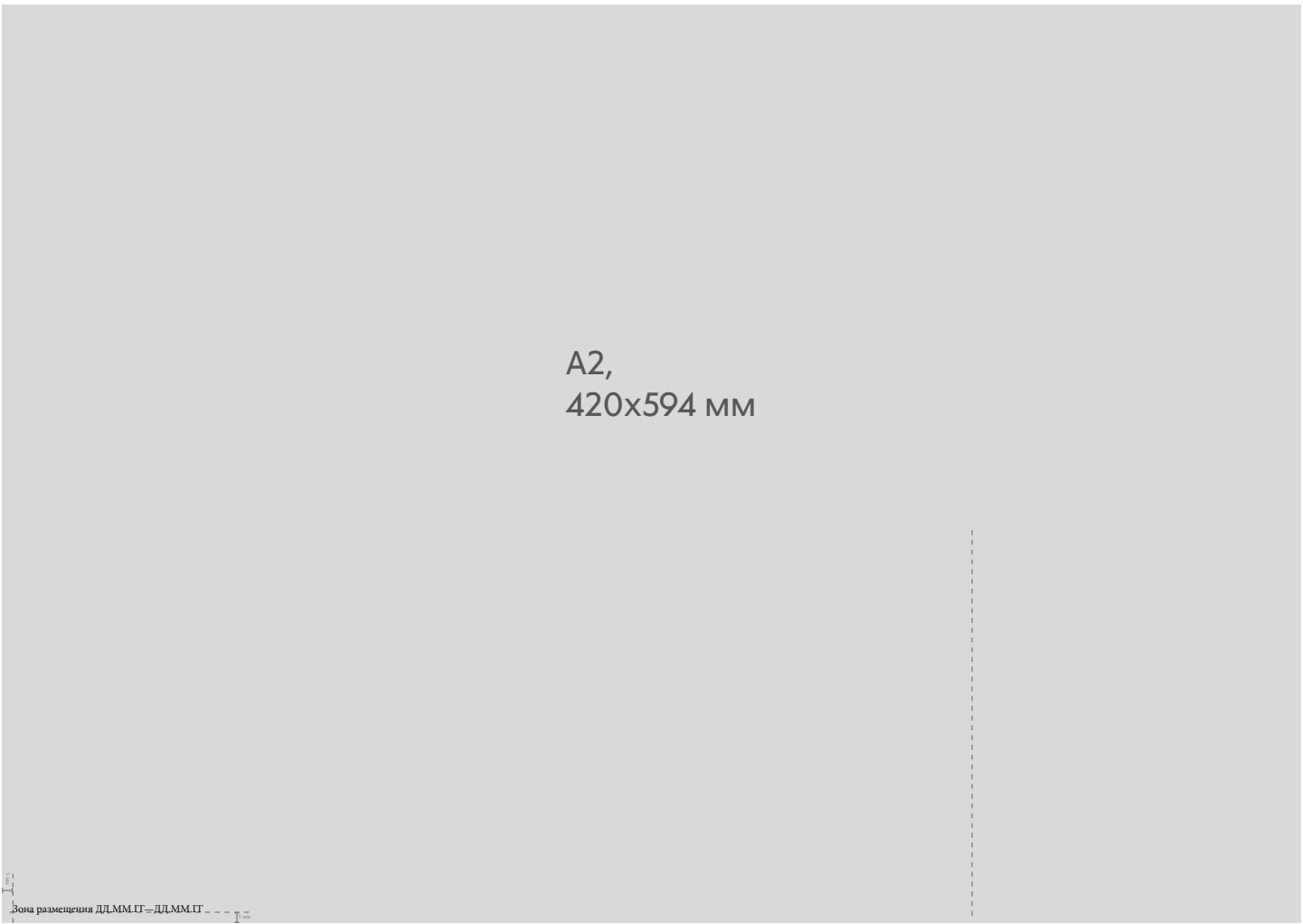
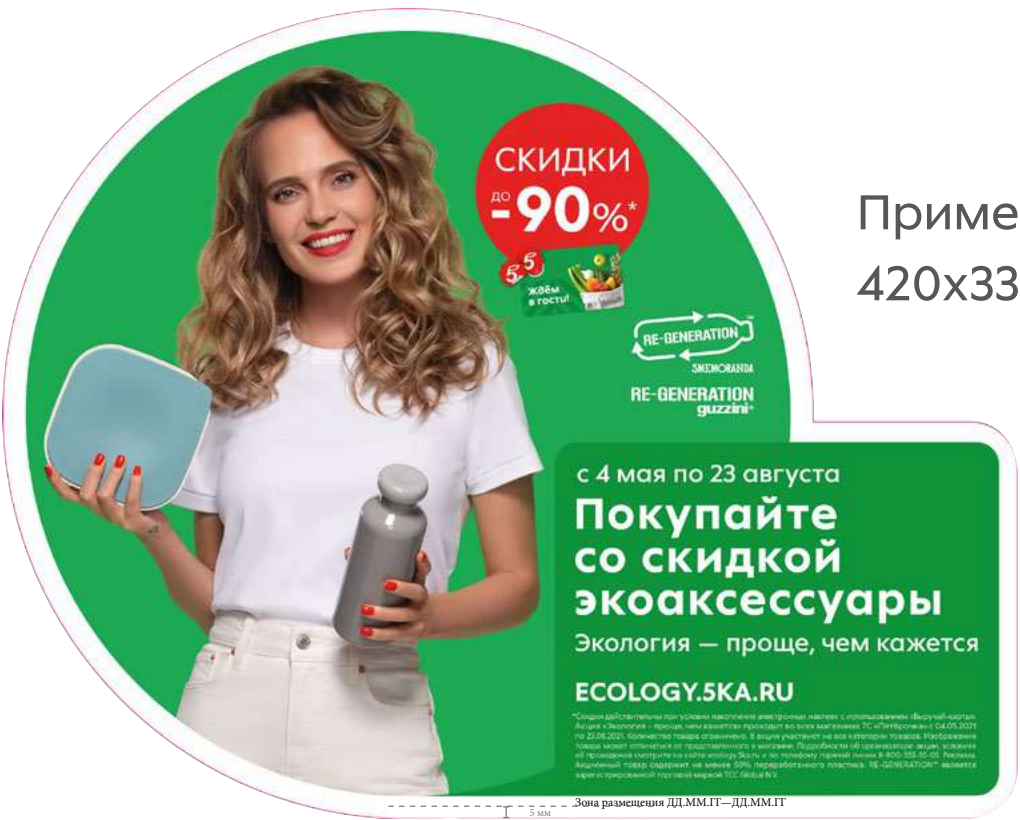


Схема 2



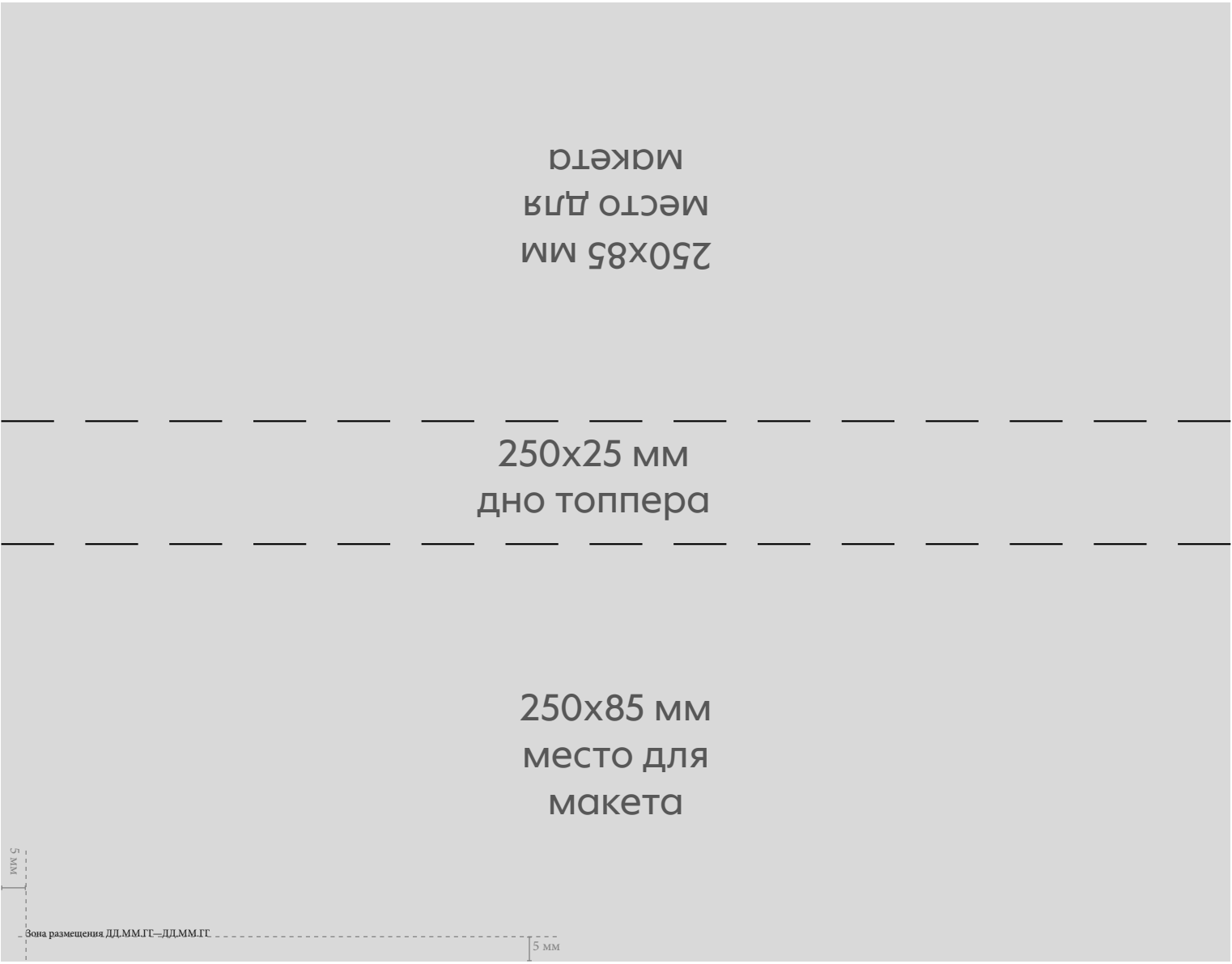
Пример
420x335 мм

Топпер на кассу

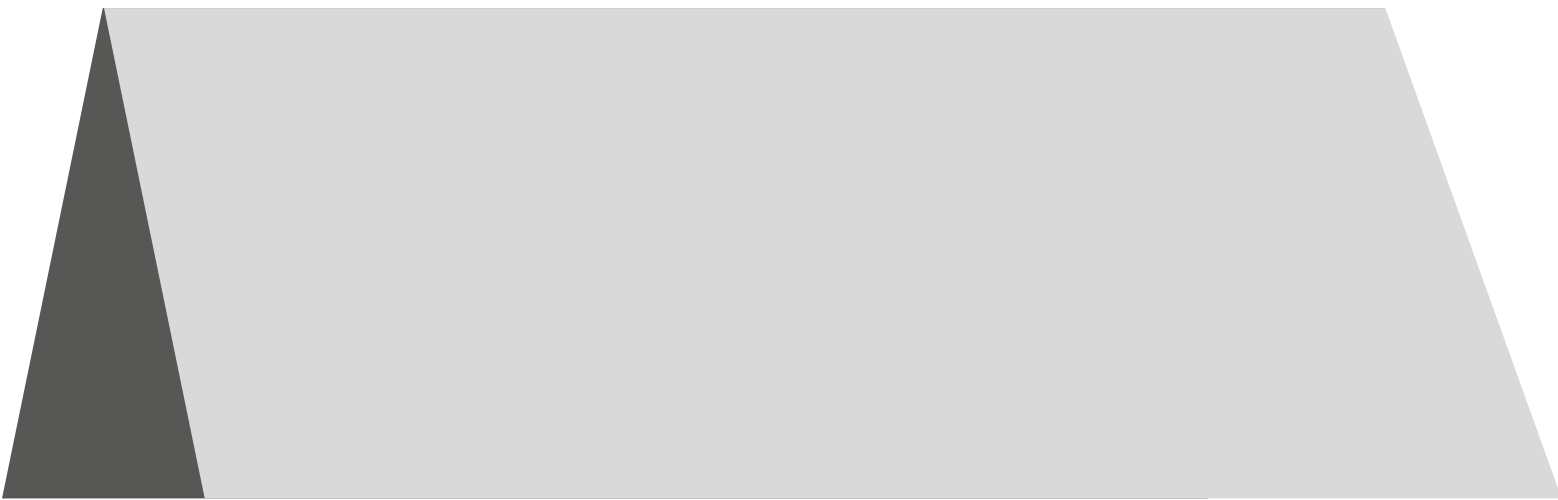
250x85 мм

Топпер может быть прямоугольной формы или с вырубкой. В случае вырубки общие габариты не должны превышать размер 250x85 мм

Скачать 



Весь размер топпера 250x195 мм



в сложенном виде



Пример

Наклейка на дверь

Скачать 

A2 (горизонтальный) или Ø 500 мм

Мобайл может быть прямоугольной формы А3 (горизонтальной), круглой Ø 500 мм или с вырубкой.
В случае вырубки общие габариты не должны превышать размера 420x297.

Для круглого мобайла размещаем координату снизу по центру, как на схеме 2. Для нестандартной формы размещаем на возможном близком расстоянии от левого нижнего края, как показано на примере, выравниваем по текстовому блоку.



Схема 1

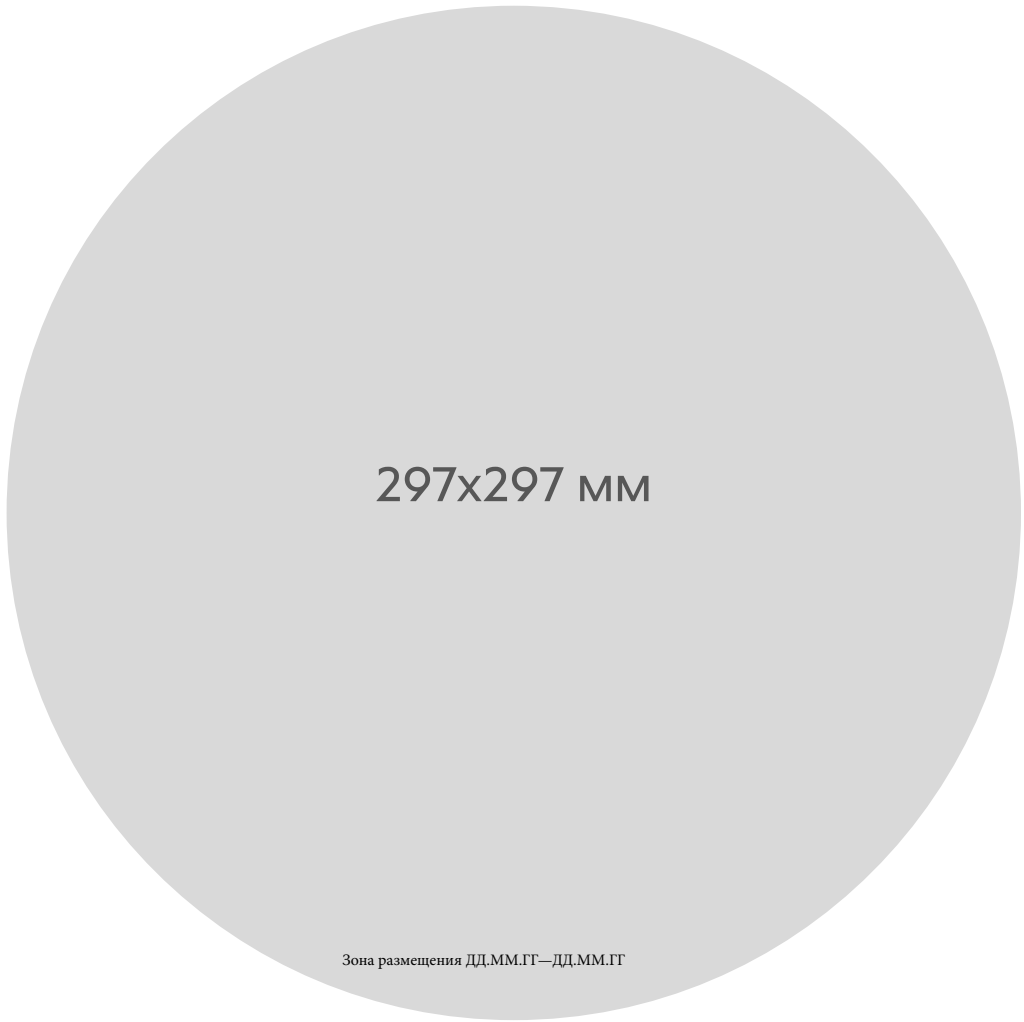


Схема 2



Пример
372x297 мм

Прайсшина вертикальная

Скачать 

A4 вертикальная (210x297 мм)

Стандартное размещение координаты.

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



Схема



Пример

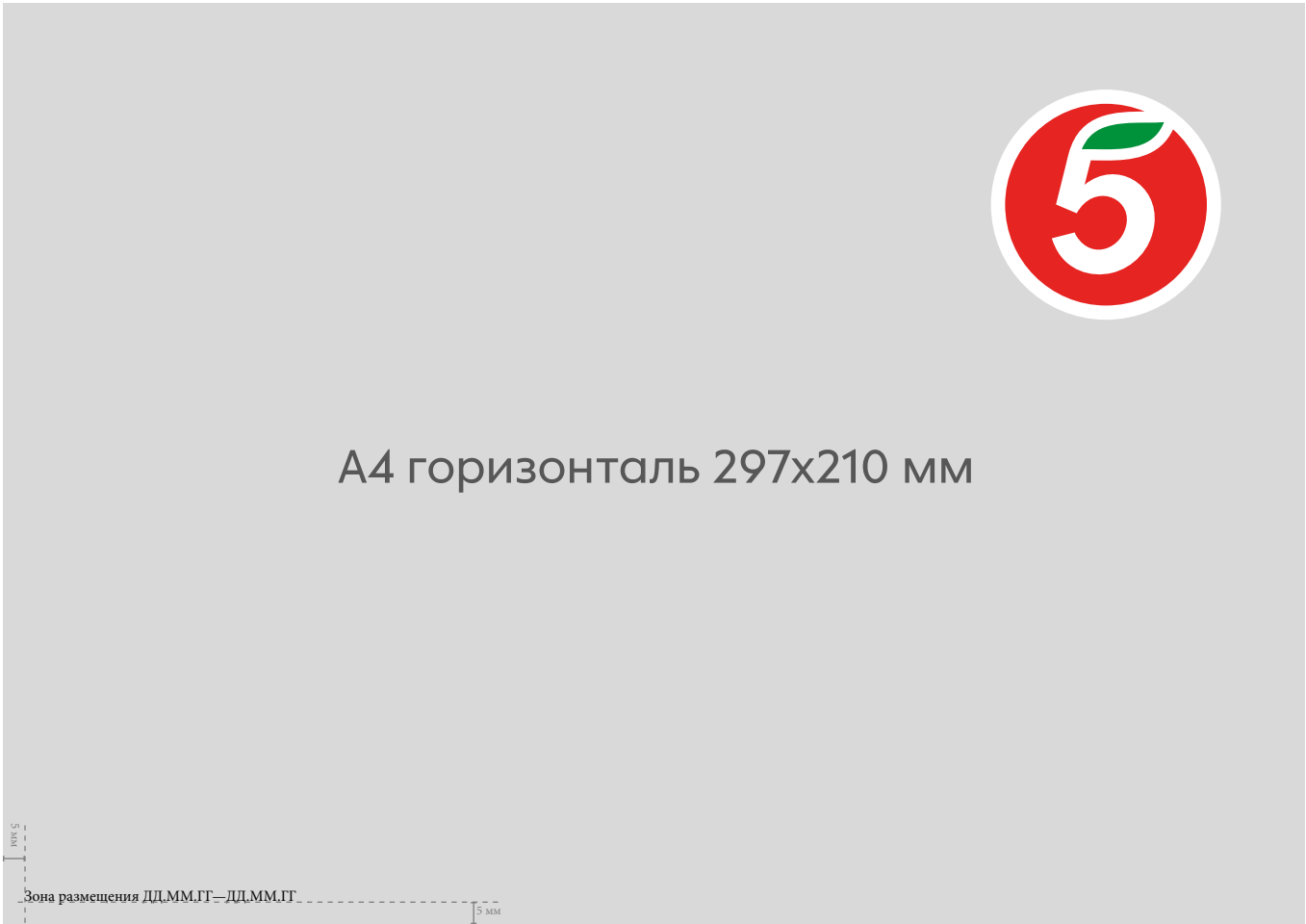
Прайсшина горизонтальная, наклейка на кассу

[Скачать](#) 

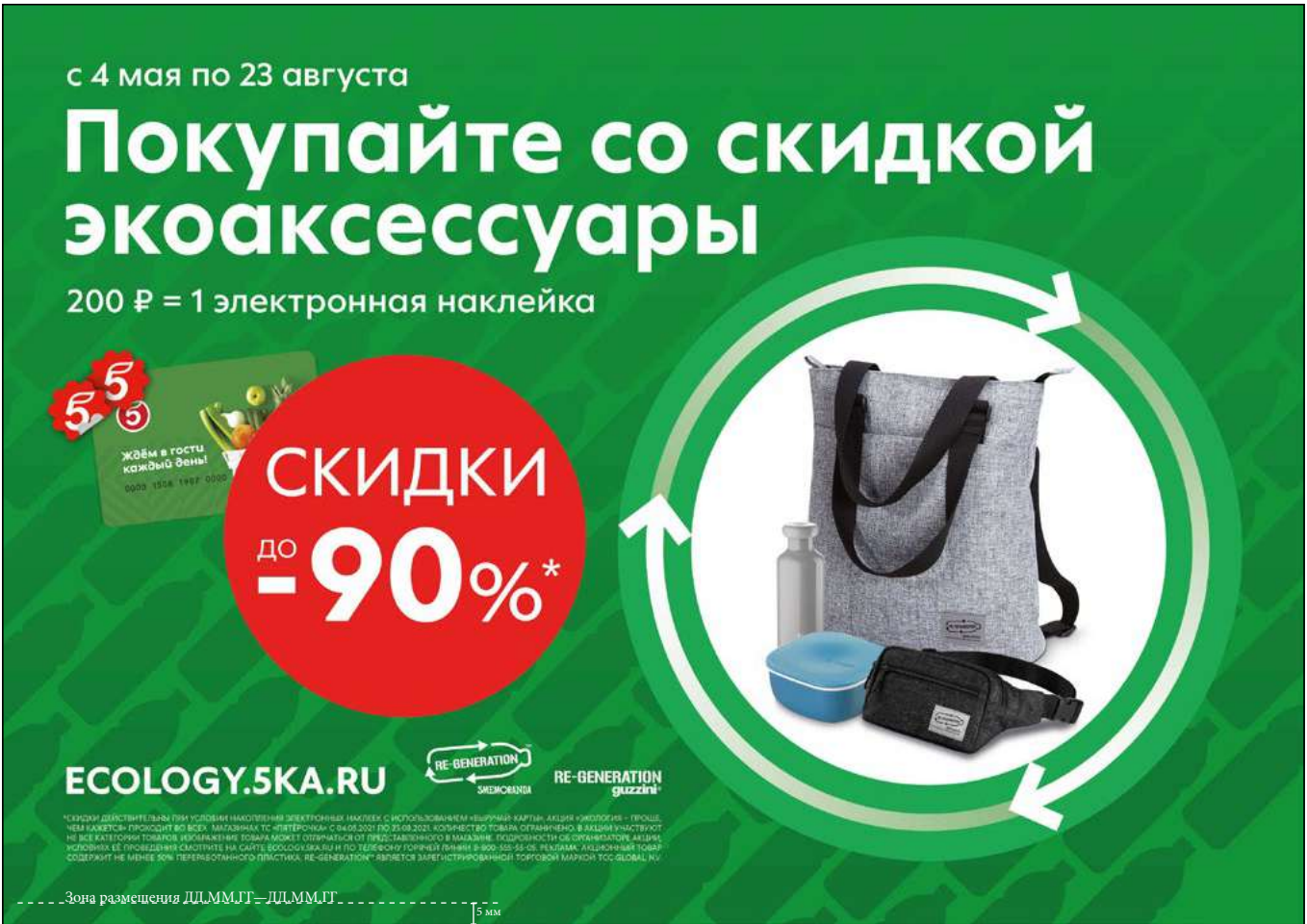
A4 горизонтальная (297x210 мм)

Во всех возможных случаях размещение координаты стандартное, например, обычный постер или прайсшина.

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



Схема



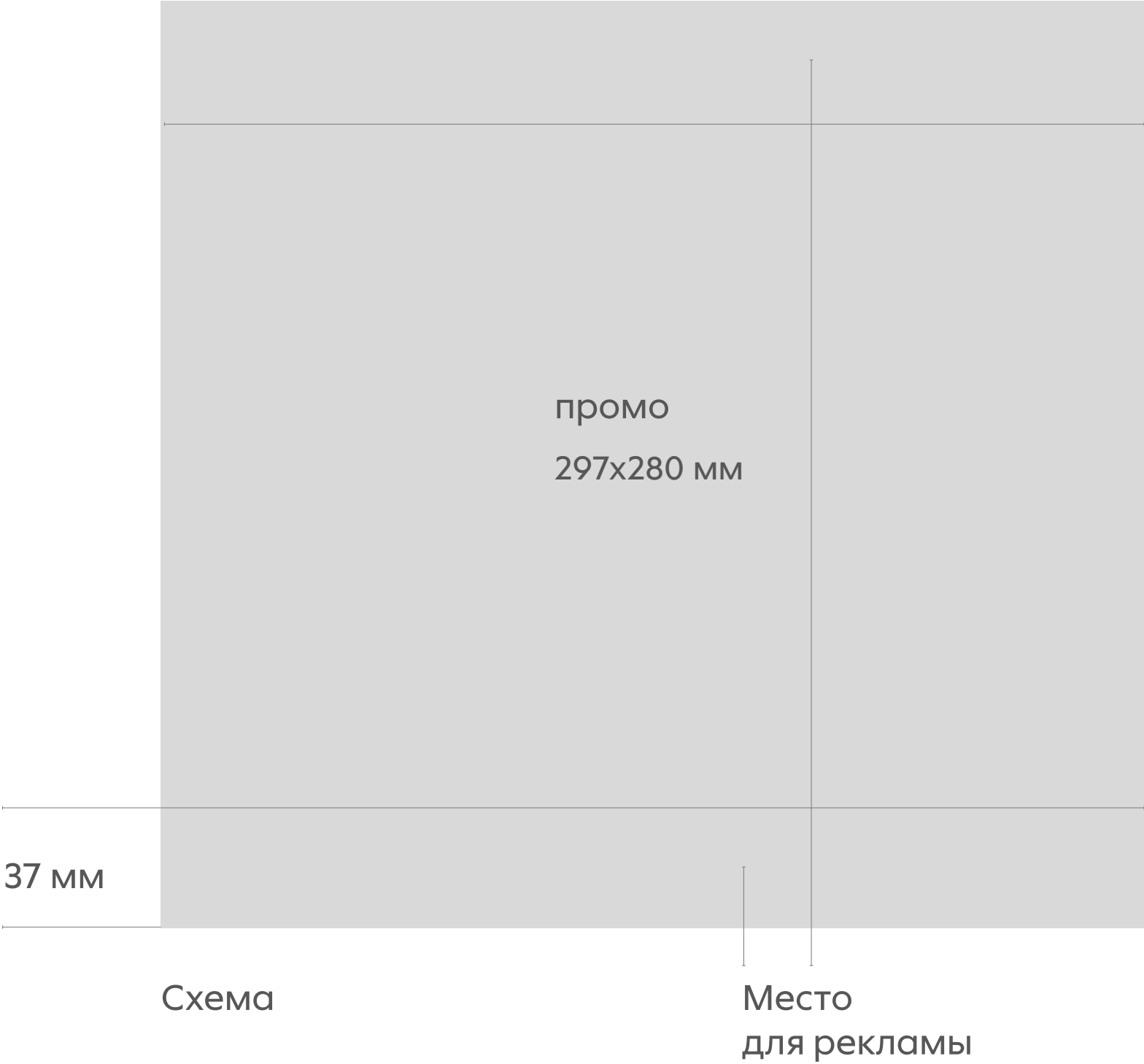
Пример 1

Кассовый разделитель

[Скачать](#) 

297x37 мм

Реклама на кассовом разделителе размещается в нижней части конструкции.



Пример 1

Роллап

850x2000 мм

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

размер шрифта — 8 pt

Скачать



Акционные носители

Топер на КСО

500×350 mm

Топер может быть прямоугольной формы или с вырубкой.

В случае вырубki общие габариты
не должны превышать размер 500х350



Схема



Пример

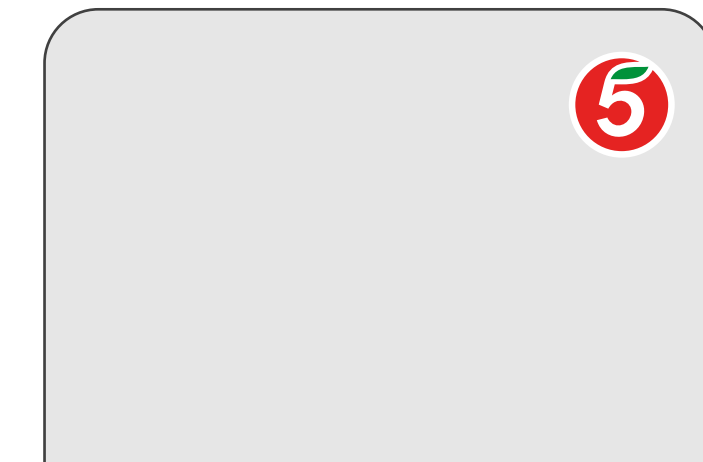
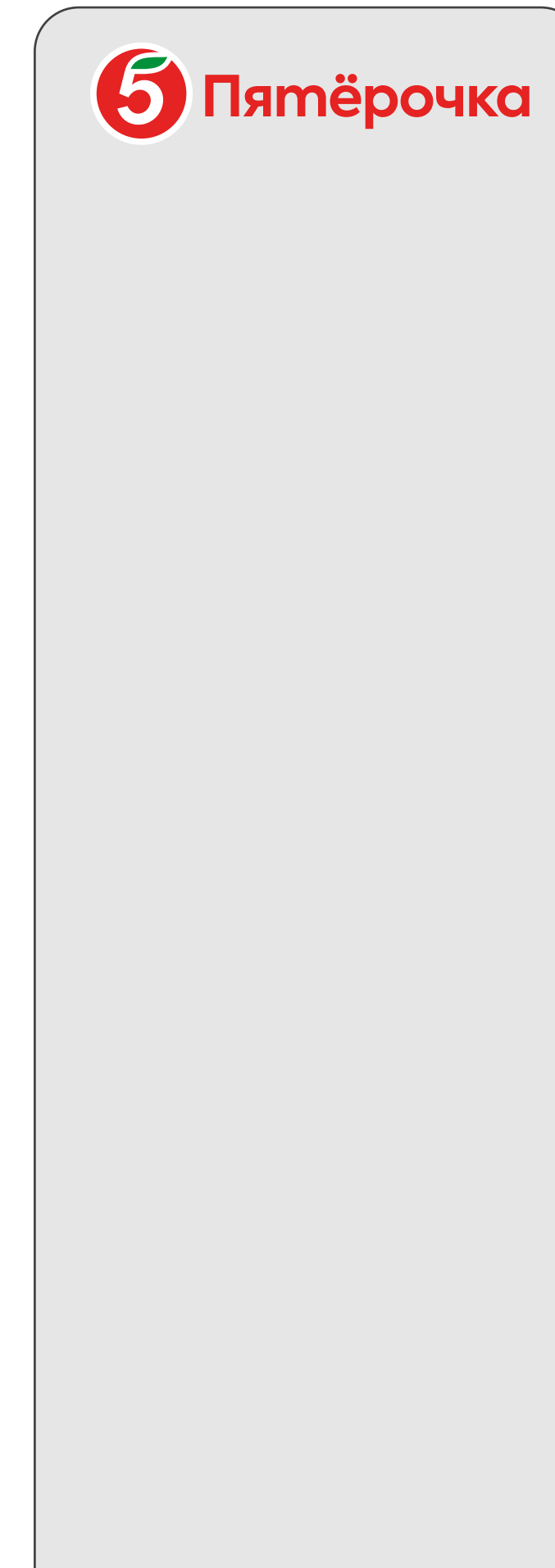
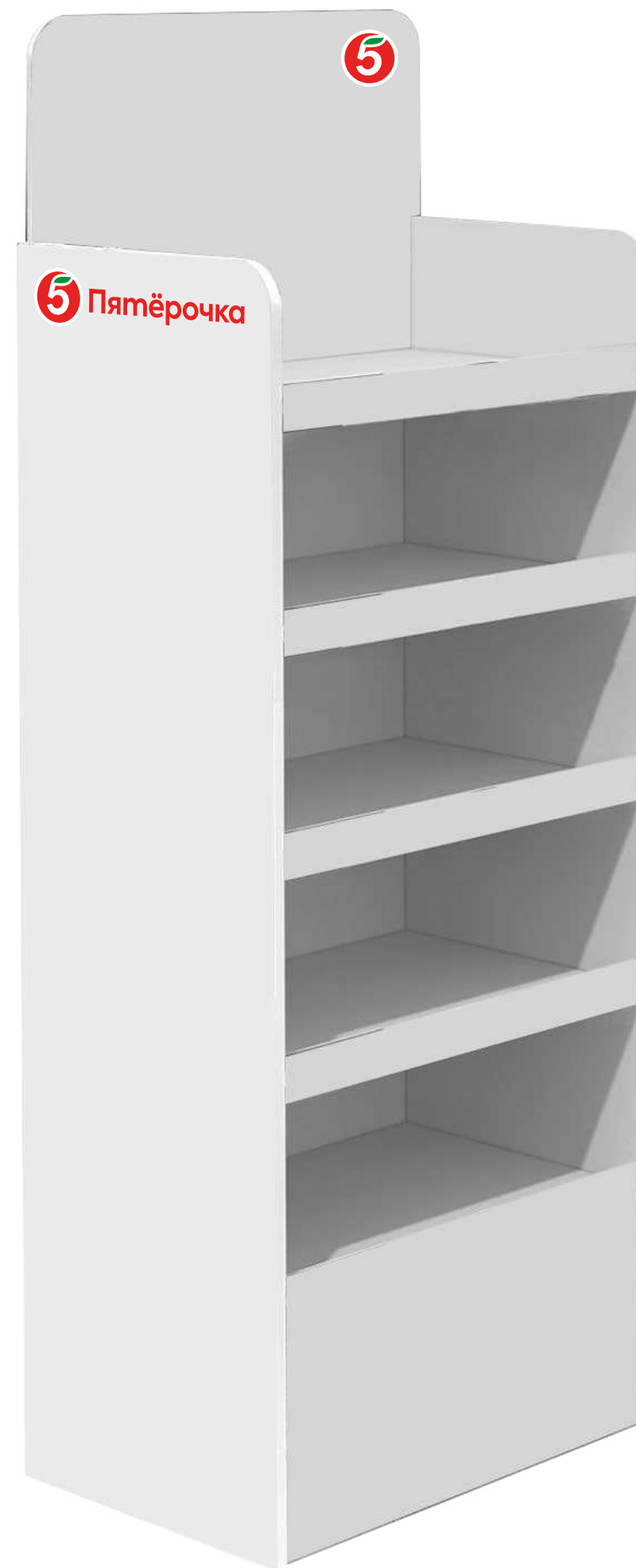
Скачать 

Акционные носители 

Промостойка

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

В случае расположения Выручай-карты: условия акции размещаются на плашке.



Внимание!

На топерах и боковых торцах стойки, обязательно размещение фирменного знака или логотипа, обязательно ориентируясь на правила свободного поля вокруг каждого из них.

Акционные носители 

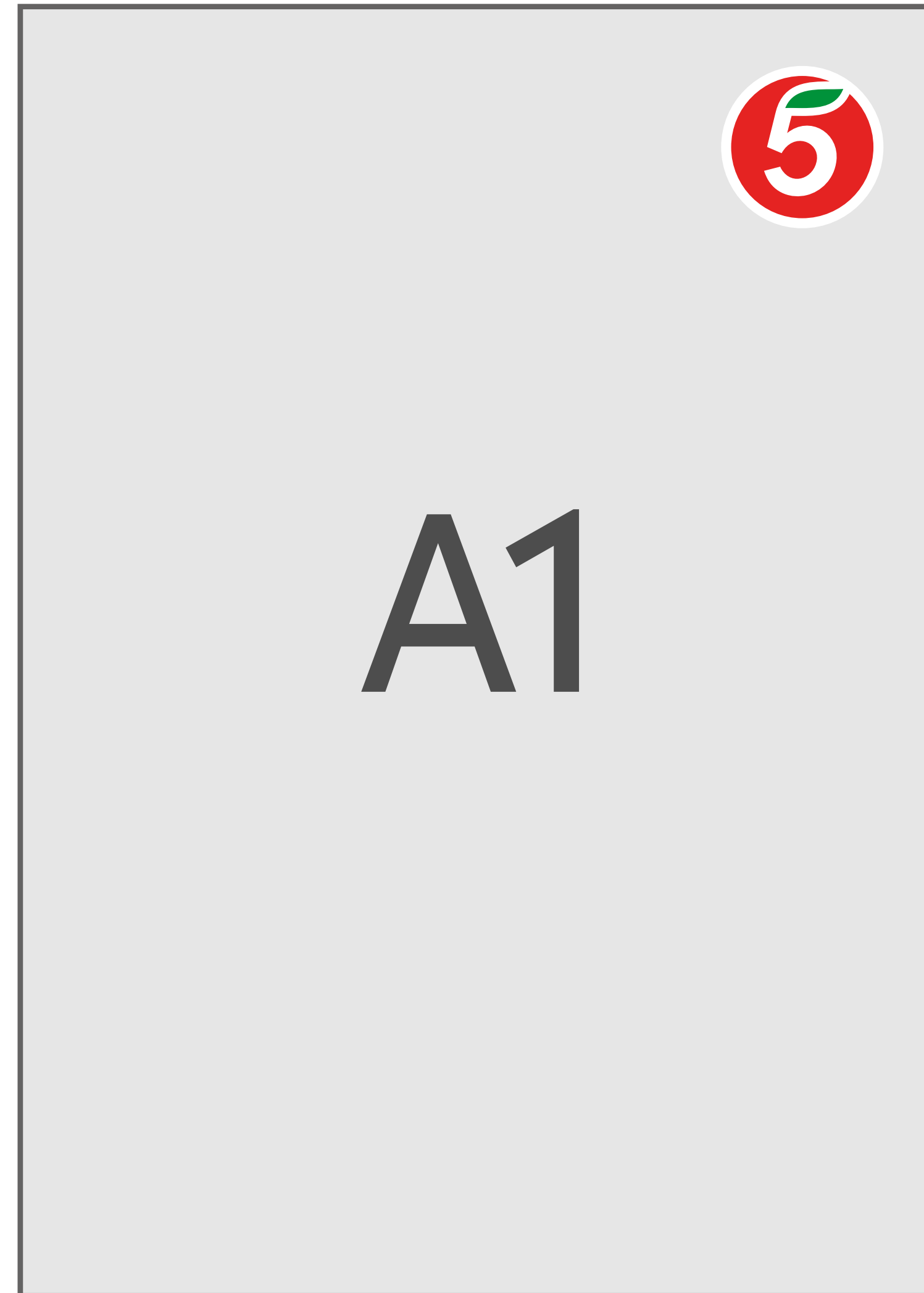
Плакат A1

A1 (594x841 мм)

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

В случае расположения Выручай-карты: условия акции размещаются на плашке.

Скачать 



Модуль в каталог

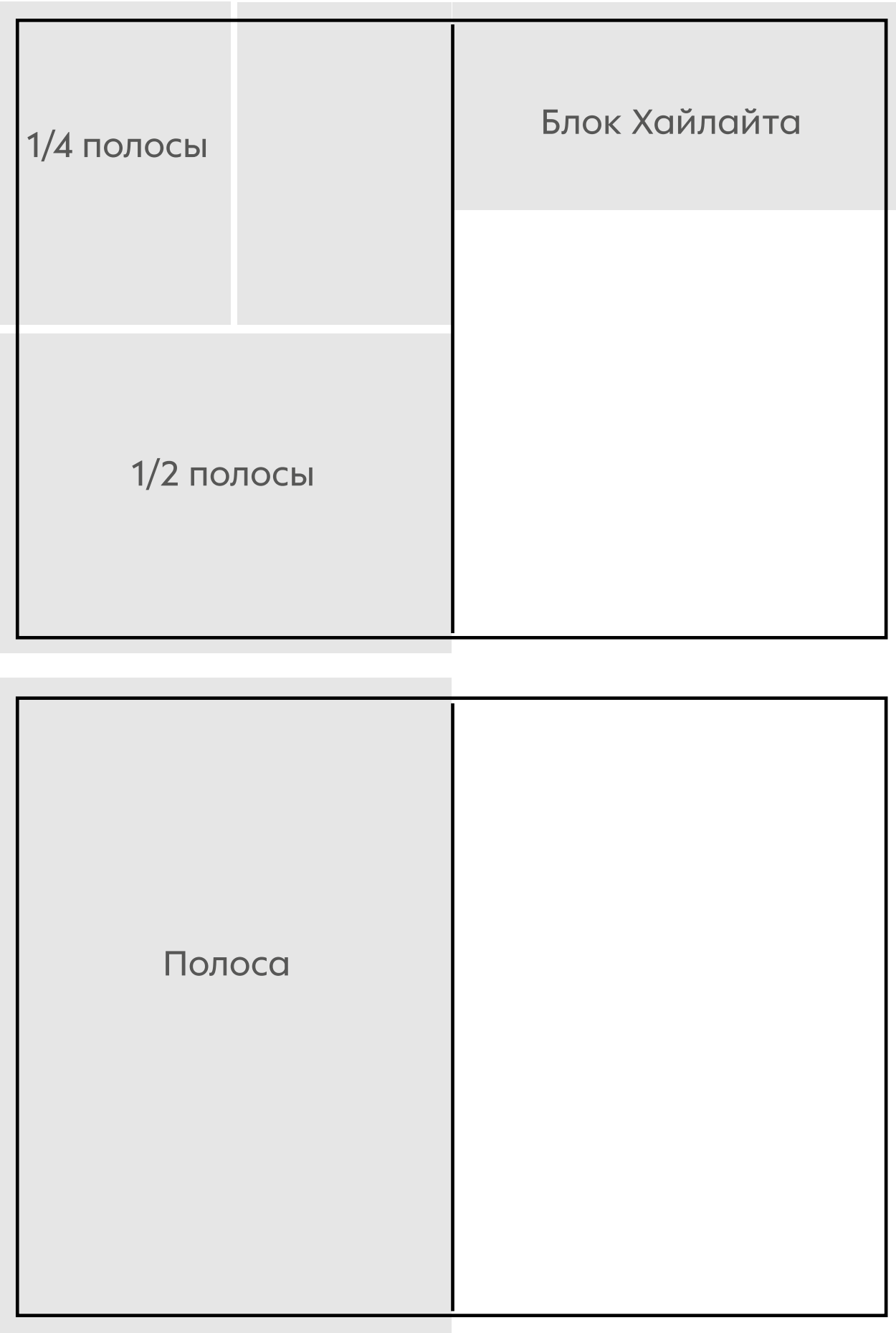
В случае расположения Выручай-карты: условия акции размещаются — на плашке.

Регулярный каталог:
Полоса — 195x270 мм
1/2 полосы — 190x133,5 мм
1/4 полосы — 96x133,5 мм
Хайлайт — 190x84 мм

Сезонный каталог:
Полоса — 200x138 мм
1/2 полосы — 98,5x138 мм
1/4 полосы — 98,5x67,5 мм

Внимание!
Дополнительные припуски
в регулярном каталоге — 5 мм
Сезонный каталог — 1 к 1,
без припусков

Регулярный каталог



Сезонный каталог

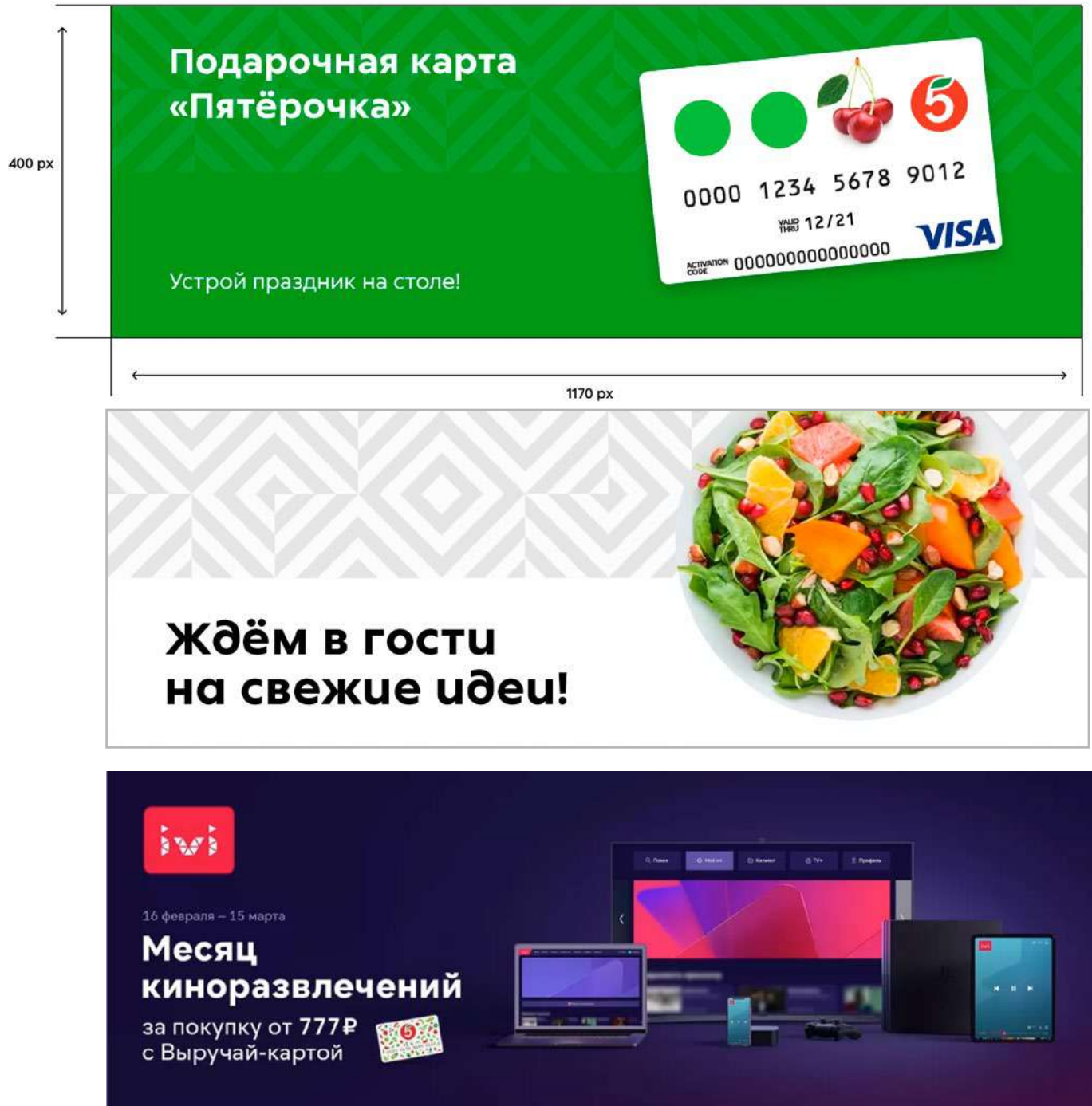


Баннеры на главной странице в карусель

- Баннер состоит из фотографий товаров или изображения (иллюстрации), отражающих тематику баннера
- Можно использовать градиент и на- следовать элементы фирменного стиля
- Изображение должно быть качествен- ным и чётким
- Изображение не должно иметь прозрачный фон
- Графика и фотографии должны иметь отношение к продукту

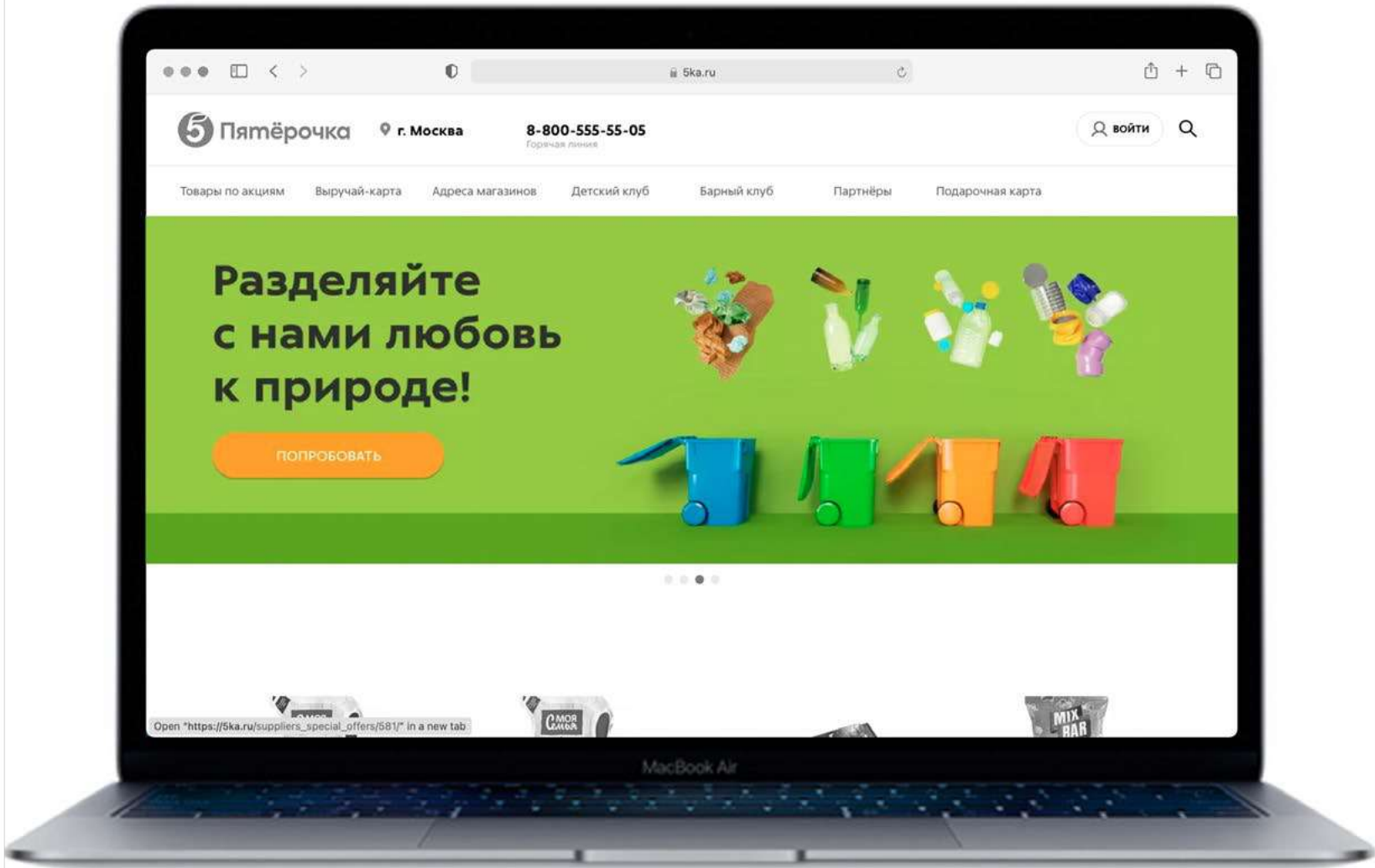
Размер 1170x400 px
Формат JPG
Вес не более 500 Кб
Изображения должны быть опти- мизированы через tinypng
Подготовить к баннеру UI Kit, в ко- тором указано расстояние от гра- ниц фрейма до контента, шрифт, его размер и начертание. Указать размеры изображений и их отступы от границ фрейма.
Изображение должно иметь прямые углы (без скруглений)

Пример



Типографика

- Если не используется шрифт партнёра, то используем **5ка Sans Design**
- Текст должен быть контрастным и легко читаемым
- При использовании заголовка допустимо использовать **~30 символов (до 3-х строчек)**
- Дополнительное описание должно быть **~50 символов (не более 2-3х строчек)**
- Заголовок и основной текст должны иметь разный размер и отличаться контрастностью
- **Не использовать курсивные, рукописные и декоративные шрифты**

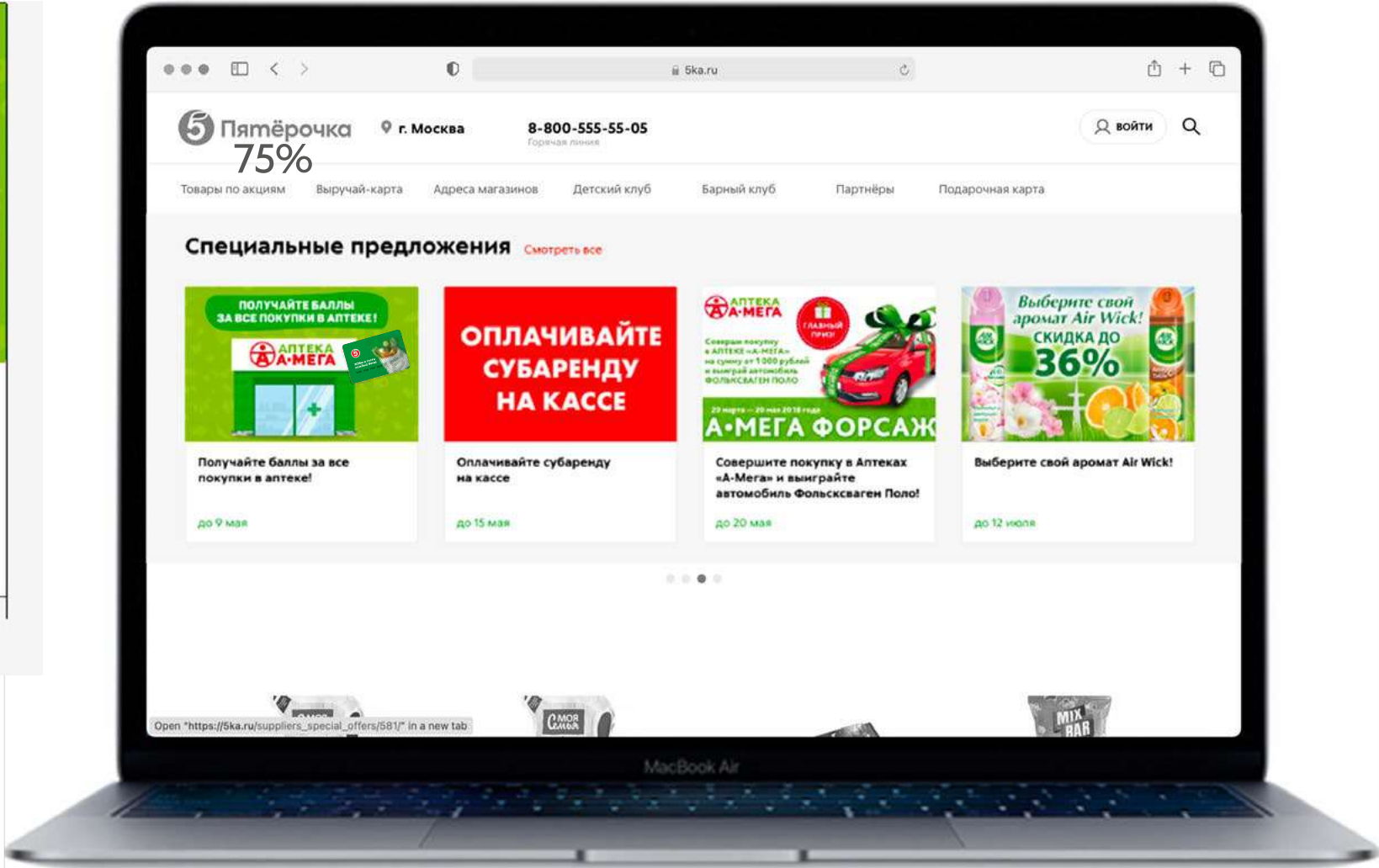
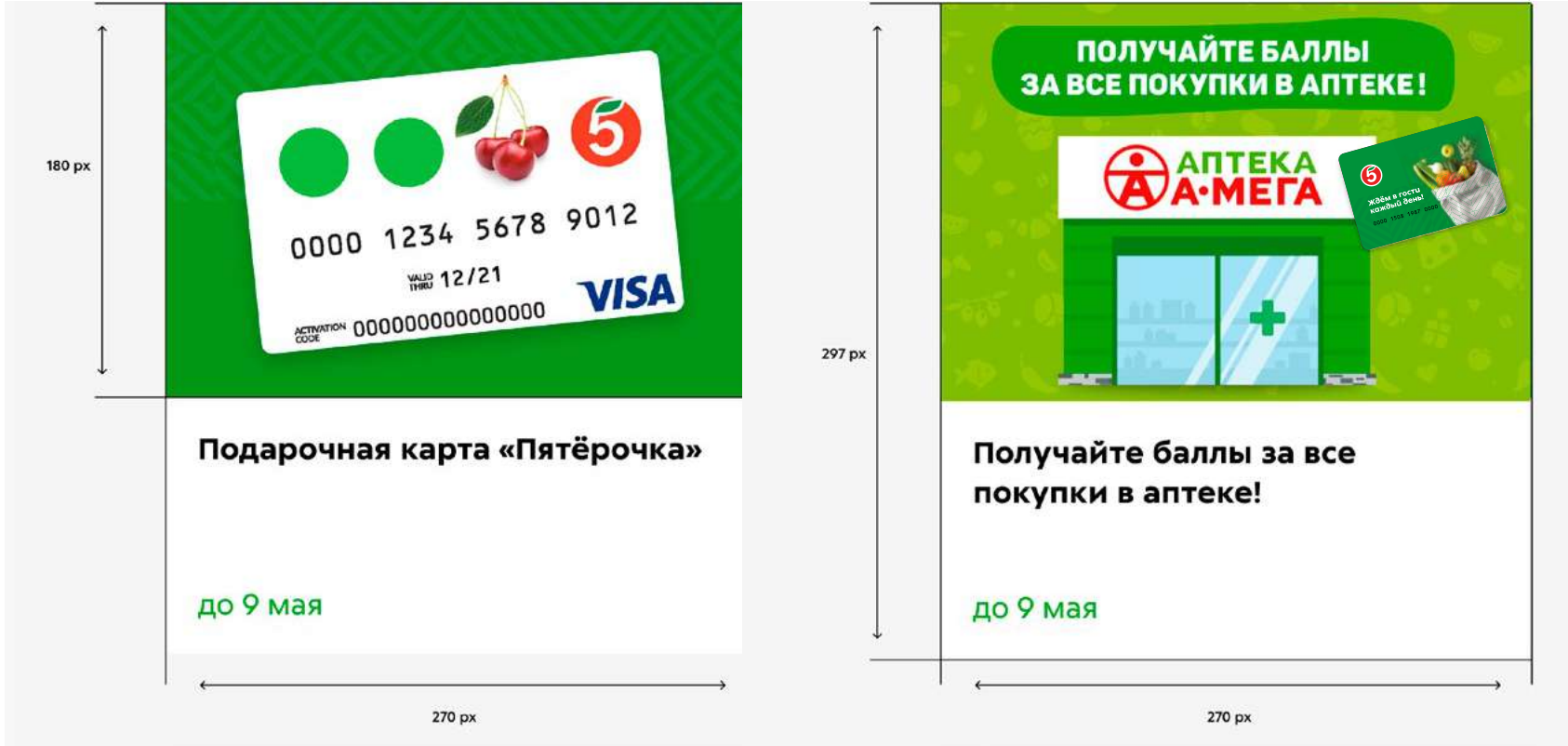


- Если используется кнопка СТА, то она должна наследовать цвета брендбука
- Стараться использовать цветной фон или цветные шейпы
- Если у компании заказчика есть свой гайд, придерживаемся его
- Баннер должен быть визуально не перегруженный, соблюдаем простоту и композицию
- Не делать из баннера коллаж. Не добавляйте на него картинки с огромным количеством мелких деталей.

Баннер на главной странице в специальные предложения

- Баннер состоит из фотографий товаров или изображения (иллюстрации), отражающих тематику баннера
- Можно использовать градиент и на- следовать элементы фирменного стиля
- Изображение должно быть качествен- ным и чётким
- Изображение не должно иметь про- зрачный фон
- Графика и фотографии должны иметь отношение к продукту
- Стараться использовать цветной фон или цветные шейпы

Пример



- Если у компании заказчика есть свой гайд, придерживаемся его
- Если у компании заказчика нет своего гайда, используем гайд «Пятёрочки»
- Баннер должен быть визуально не перегруженный, соблюдаем простоту и композицию
- Не делать из баннера коллаж. Не добавляйте на него картинки с огромным количеством мелких деталей.

Типографика

- В нижнем блоке **5ka Sans Design Black 14/18**
- Дескриптор в нижнем блоке **5ka Sans Design Regular 14/22 (цвет 28A62A)**
- Отступы от границ в нижнем блоке **15 пикс**
- Текст должен быть контрастным и легко читаемым
- При использовании заголовка в верхнем блоке баннера допустимо использовать **до 30 символов (до 2-х строчек)**
- При использовании заголовка в нижнем блоке баннера, допустимо использовать **до 50 символов (до 4-х строчек)**
- Если не используется шрифт партнёра, то используем **5ka Sans Design**
- **Не использовать курсивные, рукописные и декоративные шрифты**

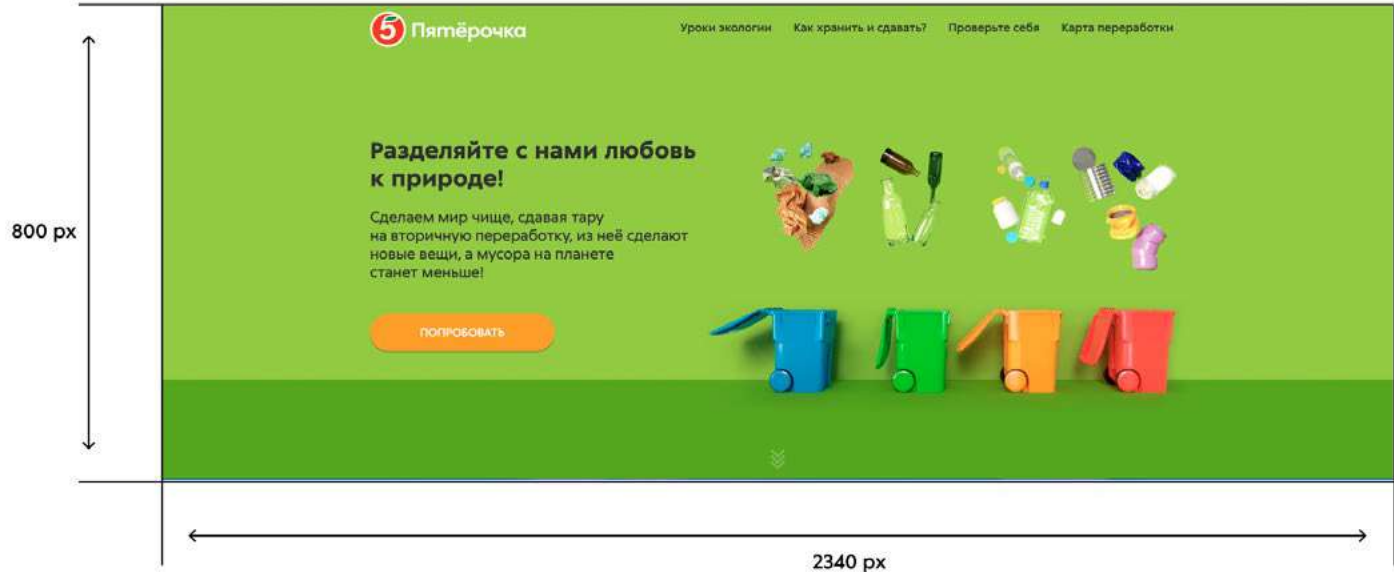
Размер 270x297 px
Формат JPG
Вес не более 300 Кб
Изображения должны быть оптимизировано через tinypng
Изображение должно иметь прямые углы (без скруглений)

Баннер из карусели (по клику)

- Изображение должно быть выровнено по всей ширине экрана
- Контент баннера не должен выходить за рамки контейнера
- Баннер состоит из фотографий товаров или изображения (иллюстрации), отражающих тематику баннера
- Можно использовать градиент и наследовать элементы фирменного стиля
- Изображение должно быть качественным и чётким
- Изображение не должно иметь прозрачный фон

Размер 2340x800 px
Формат JPG
Вес не более 500 Кб
Подготовить к баннеру UI Kit, в котором указано расстояние от границ фрейма до контента, шрифт, его размер и начертание. Указать размеры изображений и их отступы от границ фрейма. Изображение должно иметь прямые углы (без скруглений)

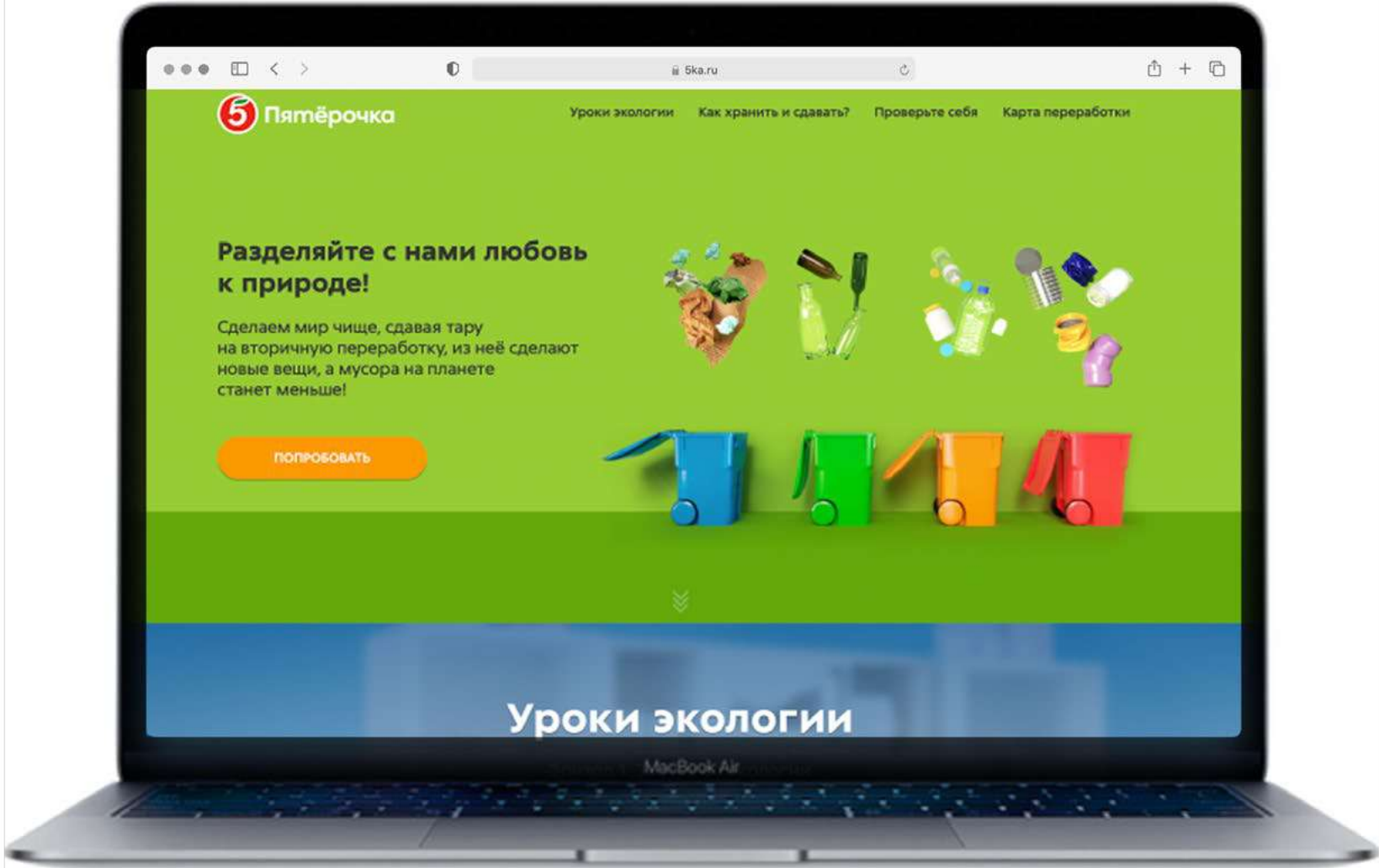
Пример



- Графика и фотографии должны иметь отношение к продукту
- Если используется кнопка СТА, то она должна быть контрастна фоновому изображению и ее параметры должны быть указаны в UI Kit
- Стараться использовать цветной фон или цветные шейпы
- Если у компании заказчика есть свой гайд, придерживаемся его
- Если у компании заказчика нет своего гайда, используем гайд «Пятёрочки»
- Баннер должен быть визуально не перегруженный, соблюдаем простоту и композицию
- Не делать из баннера коллаж. Не добавляйте на него картинки с огромным количеством мелких деталей.

Типографика

- Если не используется шрифт партнёра, то используем **5ka Sans Design**
- Текст должен быть контрастным и легко читаемым
- При использовании заголовка допустимо использовать **не более 30 символов (до 2-х строчек)**
- Дополнительное описание должно быть **не более 50 символов (не более 3-4х строчек)**
- Заголовок и основной текст должны иметь разный размер и отличаться контрастностью
- **Не использовать курсивные, рукописные и декоративные шрифты**

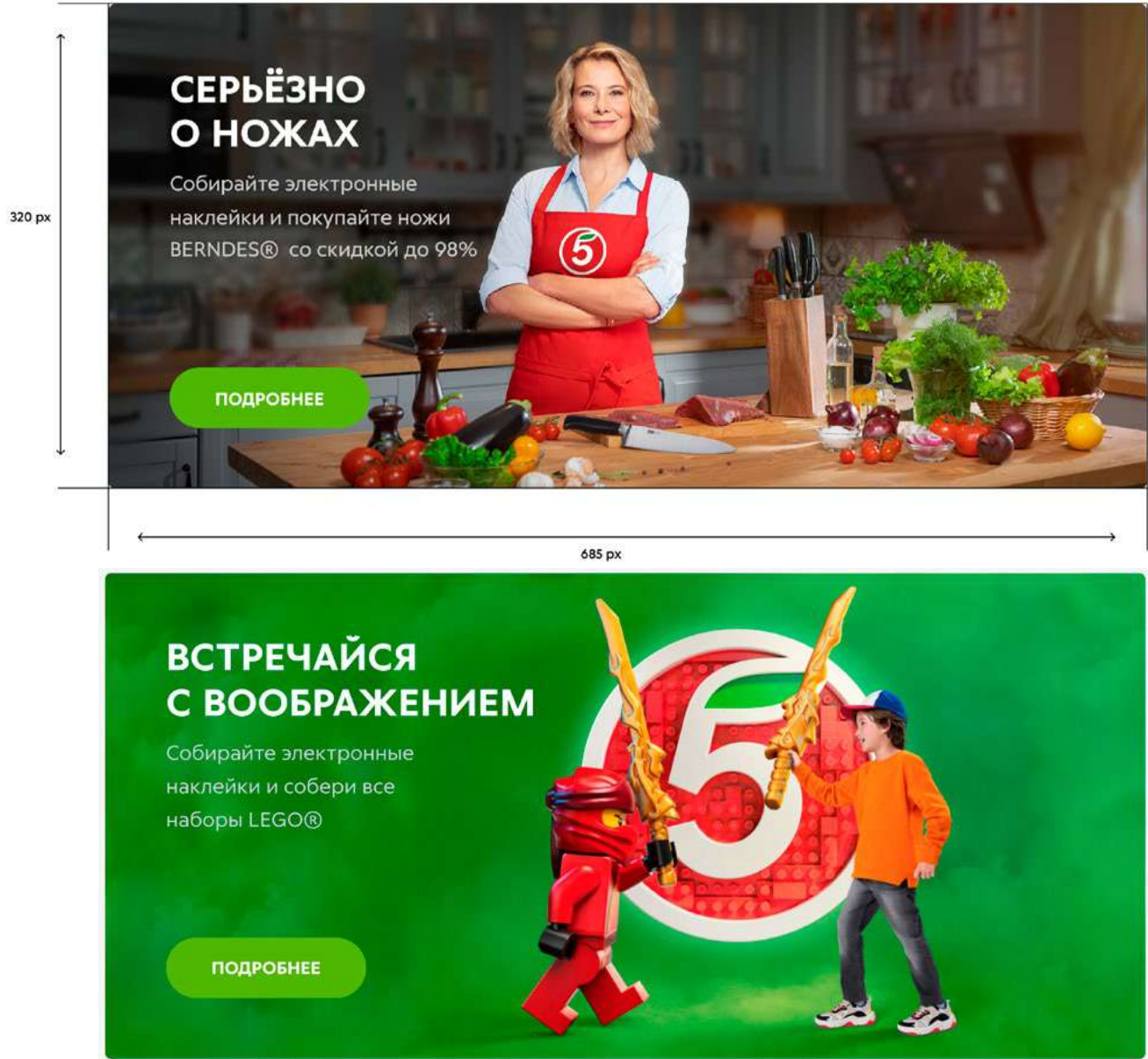


Баннер в ЛК на главной

- Баннер состоит из фотографий товаров или изображения (иллюстрации), отражающих тематику баннера
- Можно использовать градиент и наследовать элементы фирменного стиля
- Изображение должно быть качественным и четким
- Изображение не должно иметь прозрачный фон
- Графика и фотографии должны иметь отношение к продукту
- Если используется кнопка СТА, то она должна наследовать цвета брендбука
- Отступы внутри кнопки: По горизонтали 30пикс, по вертикали 13 пикс (скругление 100) Шрифт: 5ka Sans Design Black 12/16 UPPERCASE

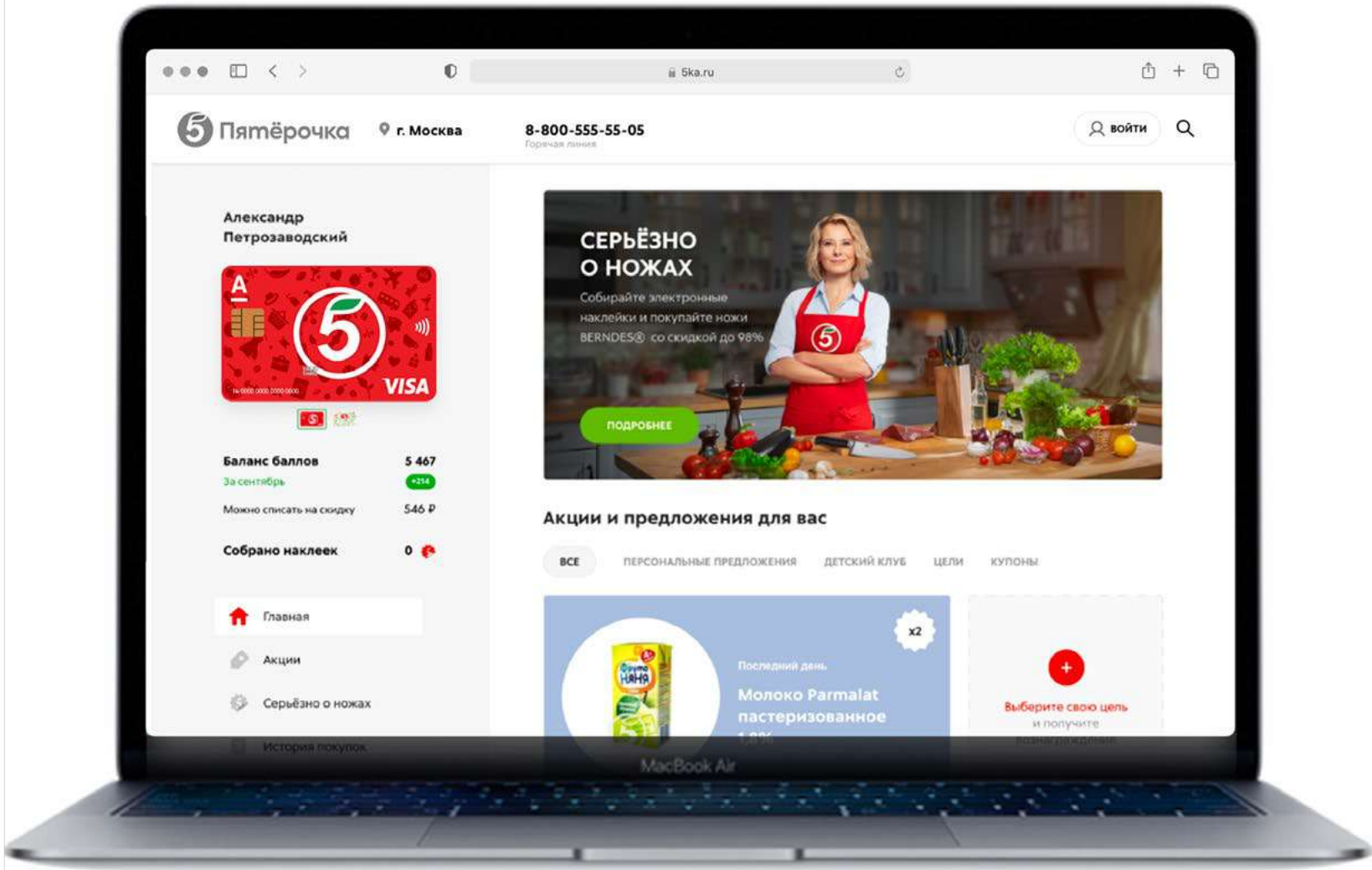
Размер 685x320 px
Формат JPG
Вес не более 500 Кб
Изображения должны быть оптимизированы через tinypng
Изображение должно иметь прямые углы (без скруглений)

Пример



Типографика

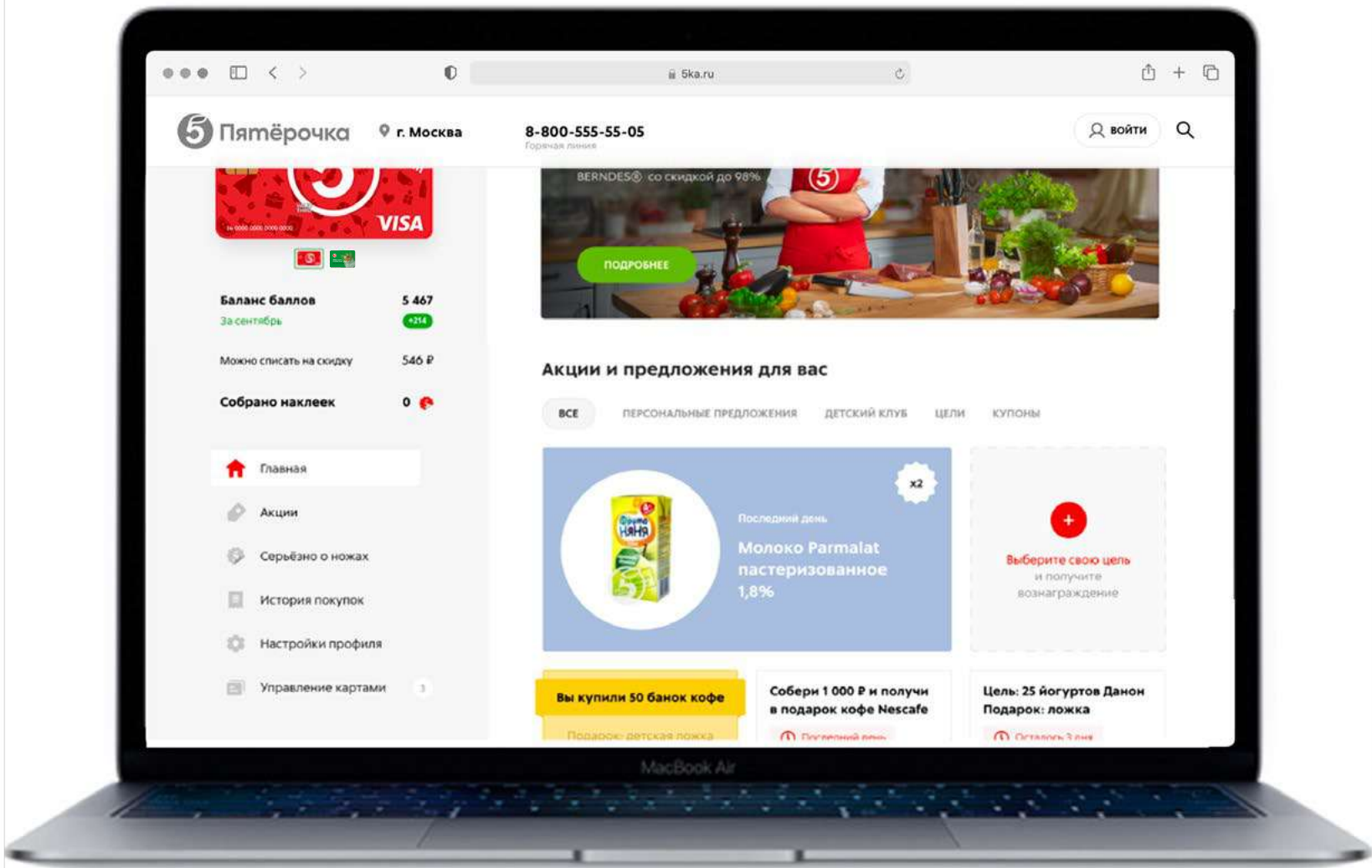
- Отступ от границ фрейма **40пикс**
- Заголовок **5ka Sans Design Black 26/30**
- Дескриптор **5ka Sans Design Regular 14/22**
- Отступ от заголовка до дескриптора **10 пикс**
- Текст должен быть контрастным и легко читаемым
- При использовании заголовка допустимо использовать **~30 символов (до 2-х строчек)**
- Дополнительное описание должно быть **~50 символов (не более 3х строчек)**
- Заголовок и основной текст должны иметь разный размер и отличаться контрастностью
- **Не использовать курсивные, рукописные и декоративные шрифты**



- Если у компании заказчика есть свой гайд, придерживаемся его
- Если у компании заказчика нет своего гайда, используем гайд «Пятёрочки»
- Баннер должен быть визуально не перегруженный, соблюдаем простоту и композицию
- Не делать из баннера коллаж. Не добавляйте на него картинки с огромным количеством мелких деталей.

Баннер в ЛК на главной (маленький)

- Баннер состоит из фотографий товаров или изображения (иллюстрации), отражающих тематику баннера.
- Можно использовать градиент и наследовать элементы фирменного стиля
- Изображение должно быть качественным и чётким
- Изображение не должно иметь прозрачный фон
- Графика и фотографии должны иметь отношение к продукту



Размер 450x224 px
Формат JPG
Вес не более 300 Кб
Изображения должны быть оптимизированы через tinypng
Подготовить к баннеру UI Kit, в котором указано расстояние от границ фрейма до контента, шрифт, его размер и начертание. Указать размеры изображений и их отступы от границ фрейма.
Изображение должно иметь прямые углы (без скруглений)

- Если используется кнопка СТА, то она должна наследовать цвета брендбука
- Стараться использовать цветной фон или цветные шейпы
- Если у компании заказчика есть свой гайд, придерживаемся его
- Если у компании заказчика нет своего гайда, используем гайд «Пятёрочки»
- Баннер должен быть визуально не перегруженный, соблюдаем простоту и композицию
- Не делать из баннера коллаж. Не добавляйте на него картинки с огромным количеством мелких деталей.

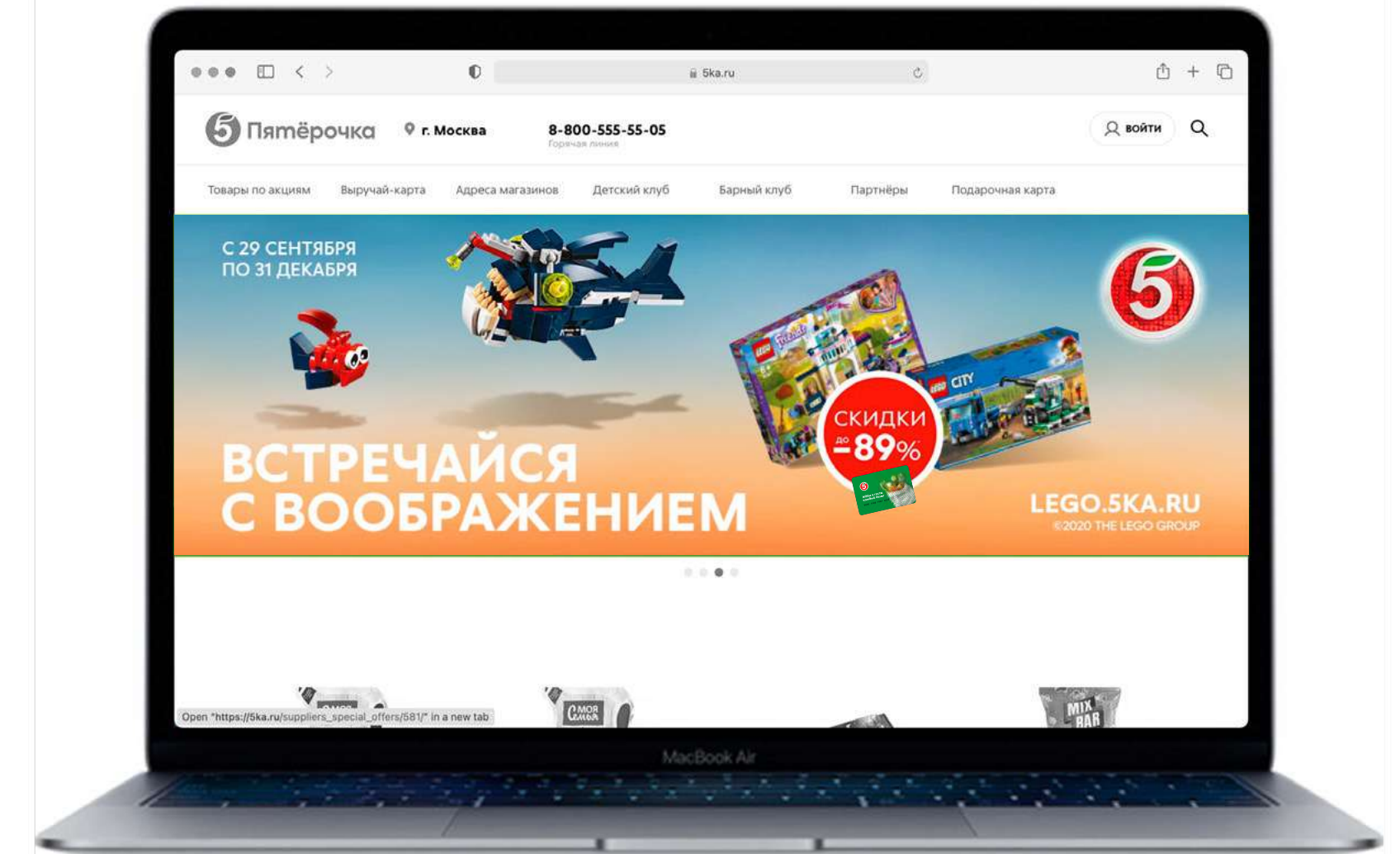
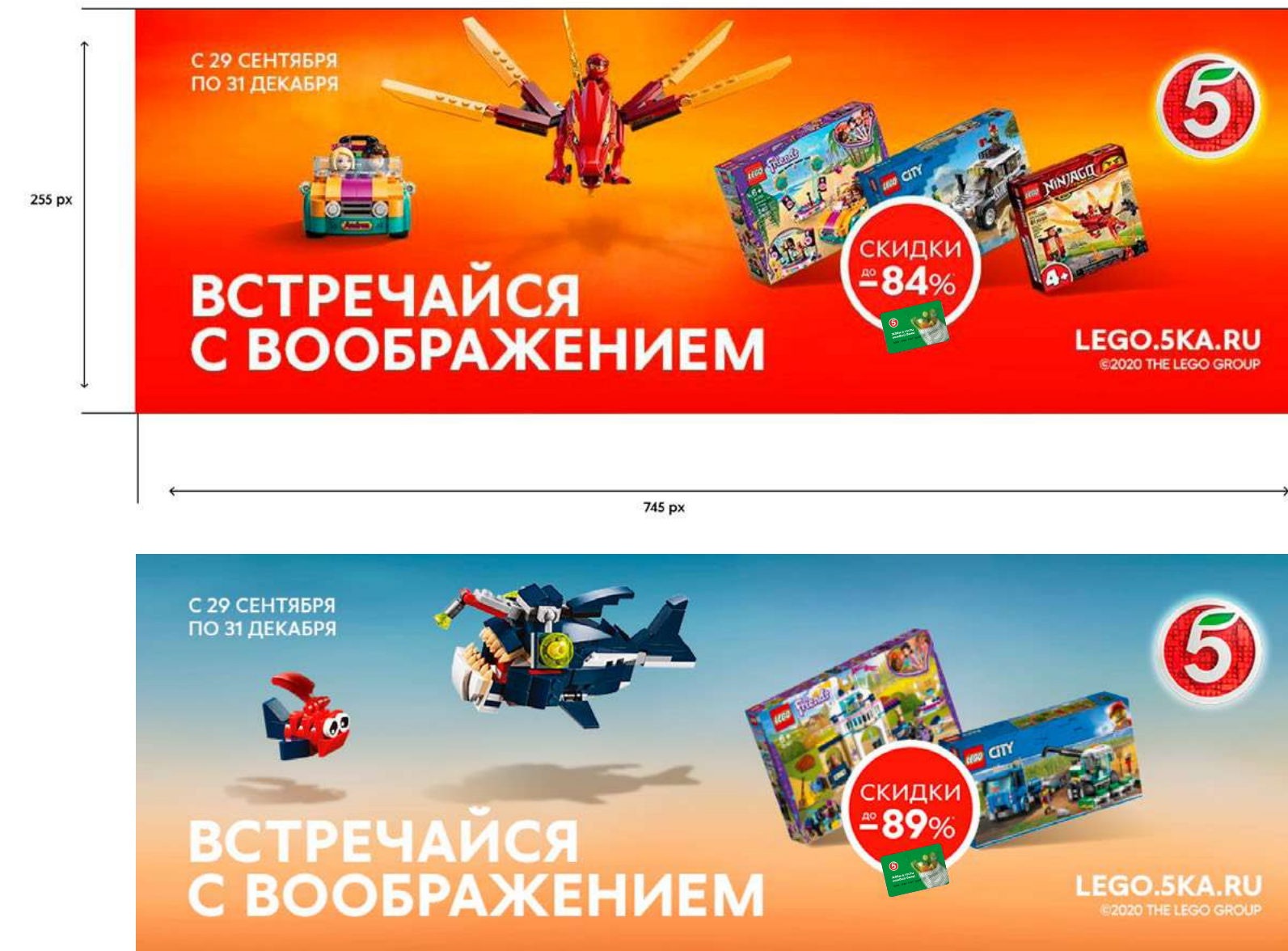
Типографика

- Если не используется шрифт партнёра, то используем **5ka Sans Design**
- Текст должен быть контрастным и легко читаемым
- При использовании заголовка допустимо использовать **не более 30 символов (до 3-х строчек)**
- Дополнительное описание должно быть не более **50 символов (не более 2-3х строчек)**
- Заголовок и основной текст должны иметь разный размер и отличаться контрастностью
- **Не использовать курсивные, рукописные и декоративные шрифты**

Баннер в ЛК вторичный

- Баннер состоит из фотографий товаров или изображения (иллюстрации), отражающих тематику баннера
- Можно использовать градиент и наследовать элементы фирменного стиля
- Изображение должно быть качественным и четким
- Изображение не должно иметь прозрачный фон
- Графика и фотографии должны иметь отношение к продукту
- Если используется кнопка СТА, то она должна наследовать цвета брендбука
- Стараться использовать цветной фон или цветные шейпы

Пример



- Если у компании заказчика есть свой гайд, придерживаемся его
- Баннер должен быть визуально не перегруженный, соблюдаем простоту и композицию
- Не делать из баннера коллаж. Не добавляйте на него картинки с огромным количеством мелких деталей.

Типографика

- Если не используется шрифт партнёра, то используем **5ka Sans Design**
- Текст должен быть контрастным и легко читаемым
- При использовании заголовка допустимо использовать **не более 30 символов (до 3-х строчек)**
- Дополнительное описание должно быть **не более 50 символов (не более 2-3х строчек)**
- Заголовок и основной текст должны иметь разный размер и отличаться контрастностью
- **Не использовать курсивные, рукописные и декоративные шрифты**

Размер 745x255 px
Формат JPG
Вес не более 500 Кб
Изображения должны быть оптимизированы через tinypng
Изображение должно иметь прямые углы (без скруглений)

Баннеры для адаптива

Пример



320x280



320x240

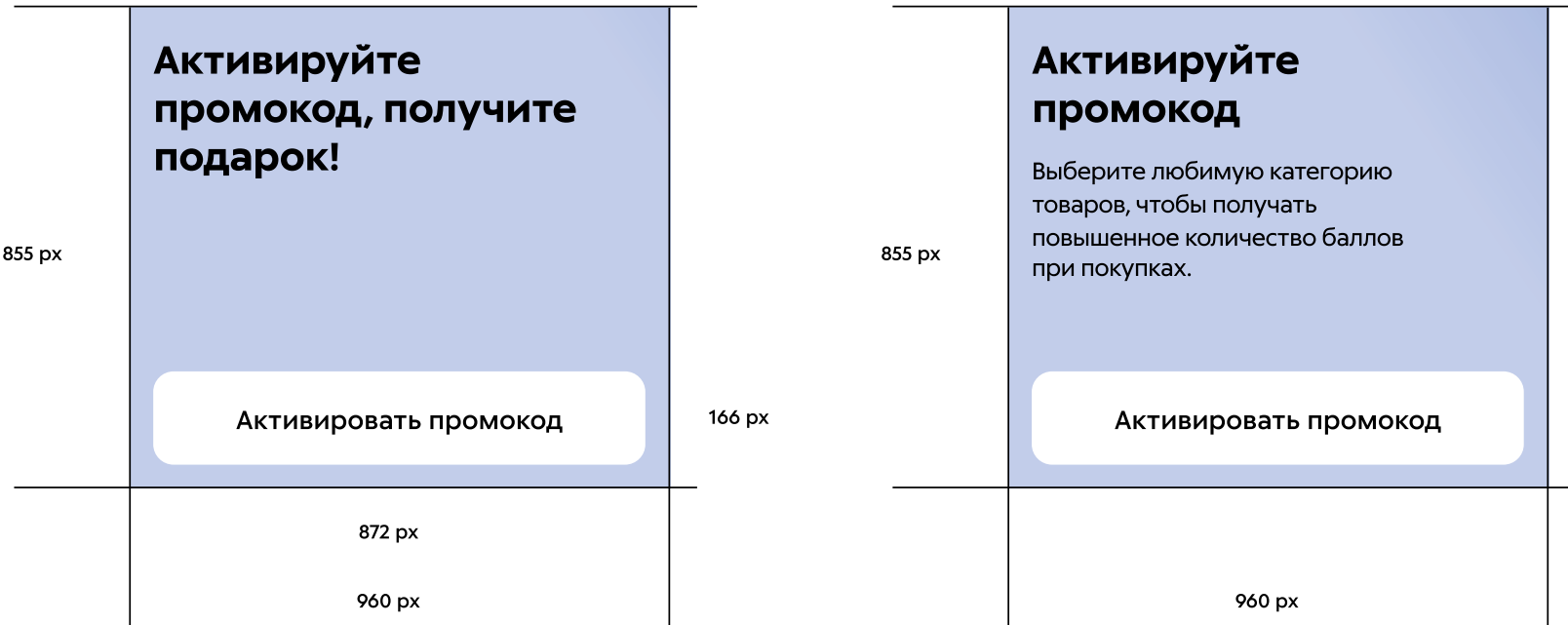


320x110

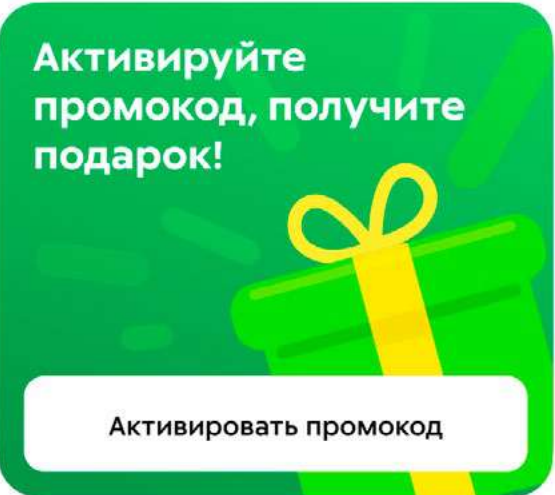
Приложение. Баннеры на главной странице в карусель

- Баннер показывается на главном экране приложения. На баннере размещаются текст и кнопка
- Состоит из фотографий товаров или изображения (иллюстрации), отражающих тематику баннера,и одноцветного бэкграунда (градиент). **Они не должны содержать в себе типографику**
- Не используем логотип
- Все тексты на баннере размещаются в самом приложении **автоматически**
- Кнопка на баннере размещаются в самом приложении **автоматически (872x960)**

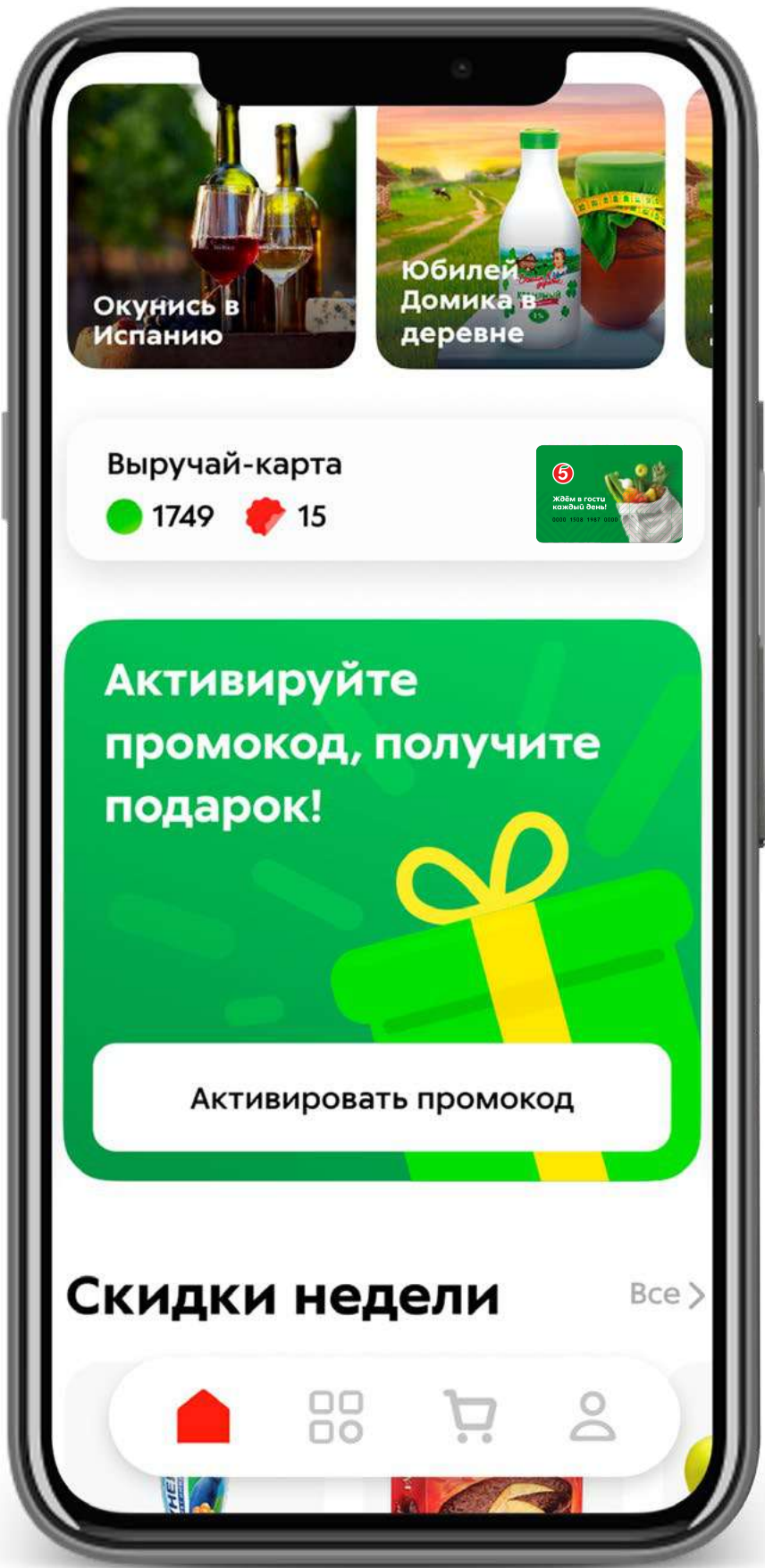
Размер 960 x 855
Формат jpg/png/svg
Вес не более 250 кб.
Изображения должны быть оптимизированы через tinypng
Изображение должно иметь прямые углы (без скруглений)



Пример



- Используется только заголовок
- Используются яркий фон и простая иллюстрация (цвета не спорят друг с другом)
- При использовании только заголовка допустимо использовать **~40 символов (до 3-х строчек)**
- При использовании дополнительного описания, заголовок должен быть **~28 символов (не более 2-х строчек)**.
- Описание должно быть **~80 символов (не более 4-х строчек)**

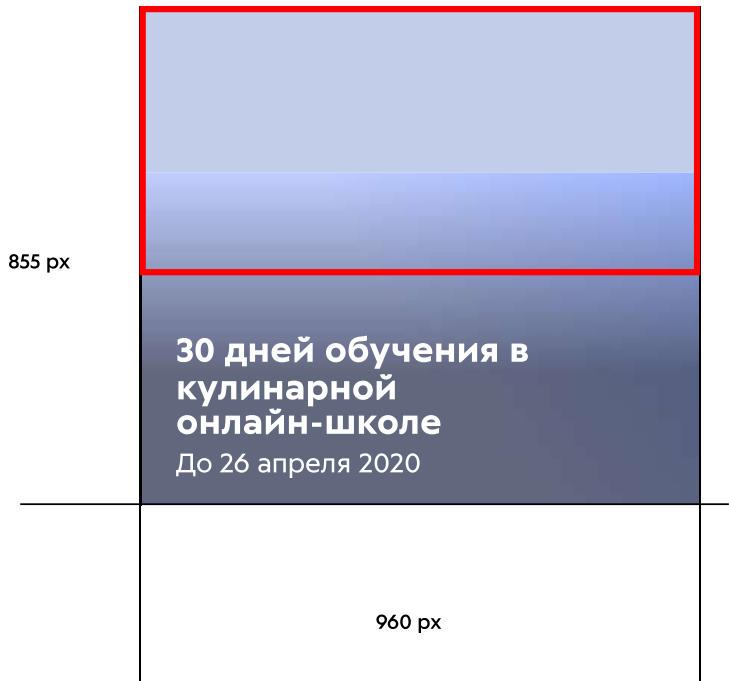


- Всегда использовать цветной фон
- Баннер визуально должен быть не перегруженный
- Если у компании заказчика есть свой гайд, придерживаемся его

Приложение. Персональные предложения на главной странице в карусель

- Персональные предложения размещаются на главном экране приложения.
- Состоит из фотографий товаров или изображения (иллюстрации), отражающих тематику баннера, и одноцветного бэкграунда (градиент). **Они не должны содержать в себе типографику**
- Допустимо использование логотипа **в верхней (красной) зоне (960x427)**
- Все тексты на макетах размещаются в самом приложении **автоматически (примерно 40 символов, направляется дополнительно инициатором акции). Занимают не более 3-х строк**

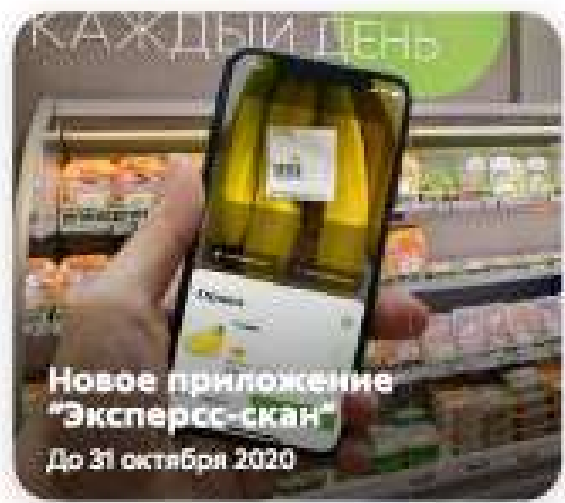
Размер 960 x 855
Формат jpg/png/svg
Вес не более 250 кб.
Изображения должны быть оптимизированы через tinypng
Изображение должно иметь прямые углы (без скруглений)



Зона без градиента
285 px

Область градиента
(накладывается сверху изображения)
в самом приложении

Пример



- Лучше всегда использовать фото
- Текст необходимо уместить полностью и убедиться в этом после публикации
- На фон **накладывается полупрозрачный градиент (960x470)**. Зона без градиента (960x285) это нужно учитывать
- Если используется иллюстрация, то ее лучше делать на цветном фоне
- Если у компании заказчика есть свой гайд, придерживаемся его

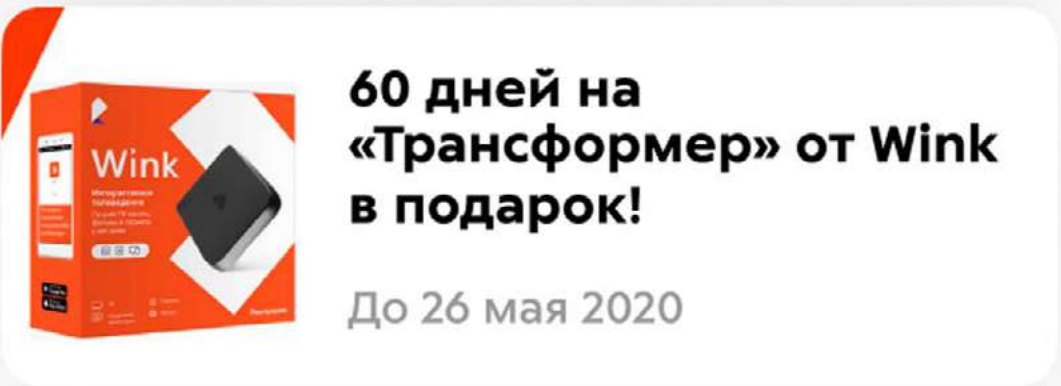
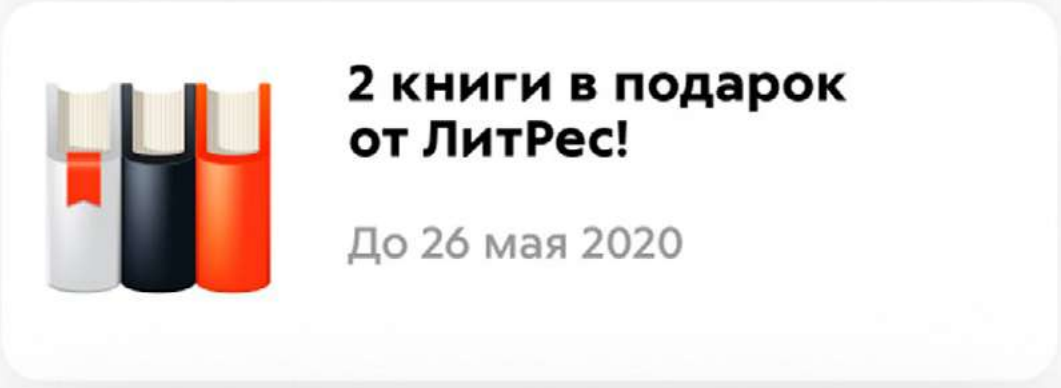
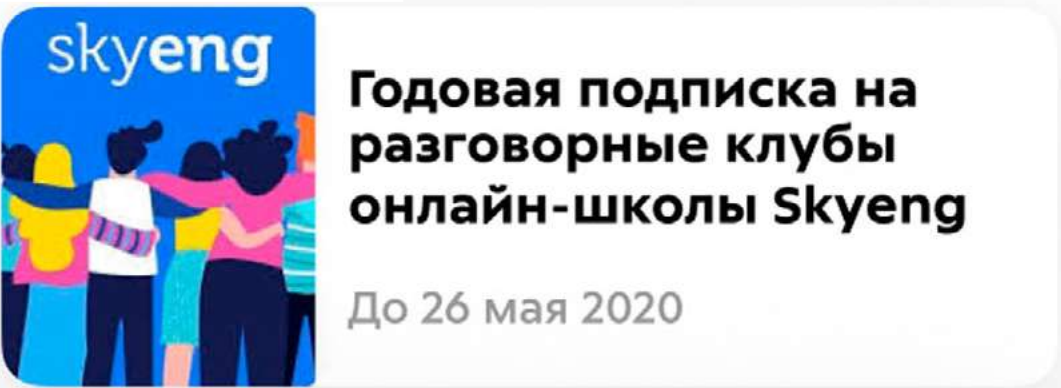


- Баннер визуально должен быть не перегруженный
- При разработке баннеров брать во внимание градиент, посмотреть как будет смотреться баннер с ним

Приложение. Персональные предложения в чеке

- Персональные предложения размещаются на экране чека
- Состоит из фотографий товаров или изображения (иллюстрации), отражающих тематику баннера, и одноцветного бэкграунда (градиент). Они не должны содержать в себе типографику
- Допустимо использование логотипа
- Все тексты на макетах размещаются в самом приложении **автоматически (примерно 40 символов направляется дополнительно инициатором акции). Занимают не более 3-х строк**

Размер 285 x 345
Формат jpg/png/svg
Вес не более 150 кб.
Изображения должны быть оптимизированы через tinypng
Изображение должно иметь прямые углы (без скруглений)



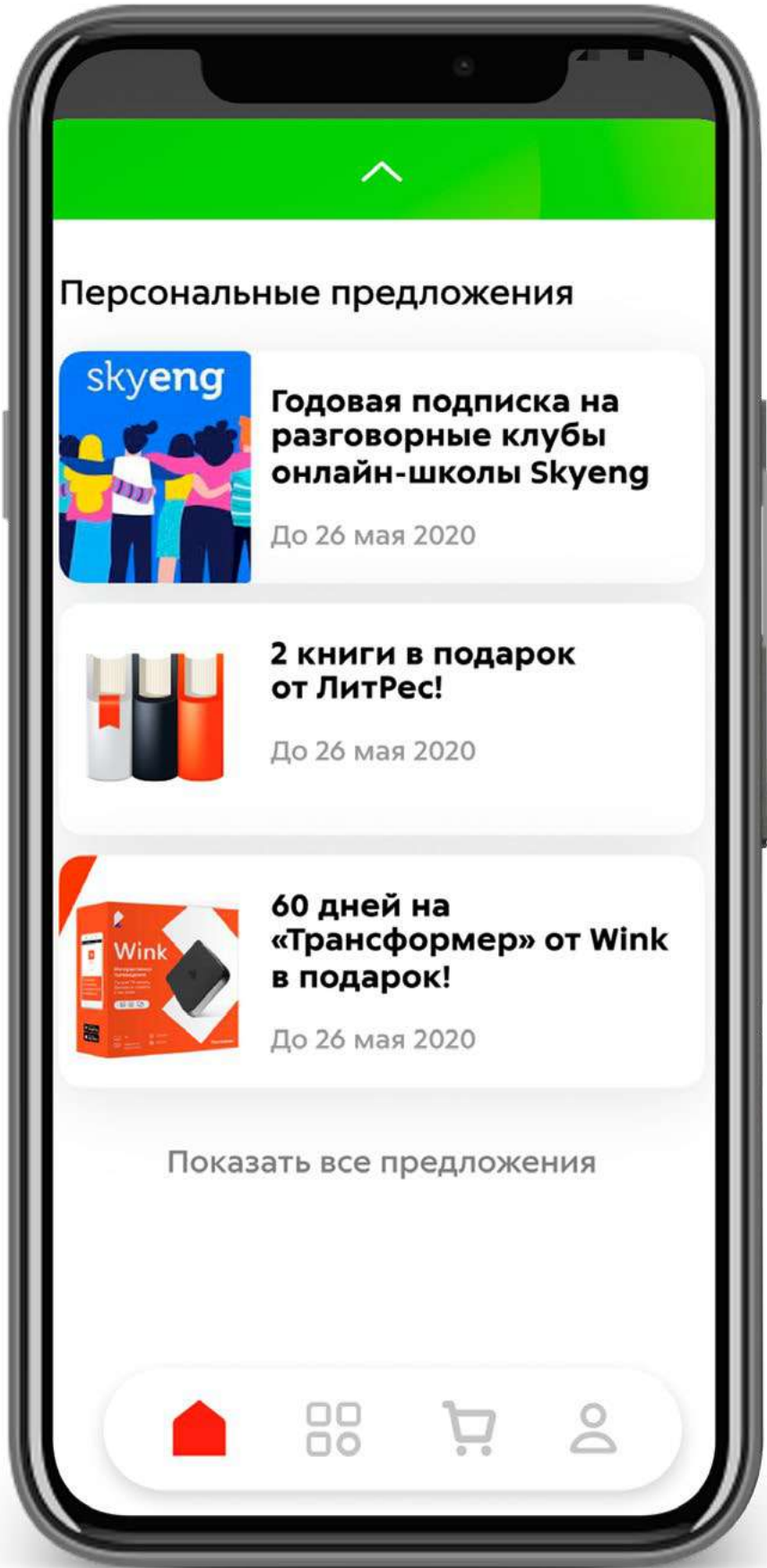
Пример

Использование логотипа

Можно использовать визуально узнаваемые иллюстрации бренда

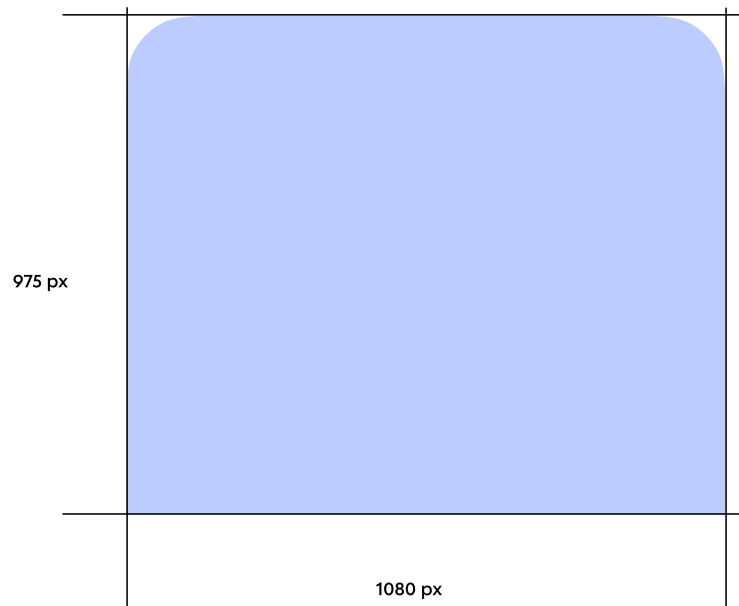
Использование фотографии

- Если используется иллюстрация, то её лучше делать на цветном фоне
- Если у компании заказчика есть свой гайд, придерживаемся его
- Баннер визуально должен быть не перегруженный, из-за маленького размера
- Можно располагать только логотип

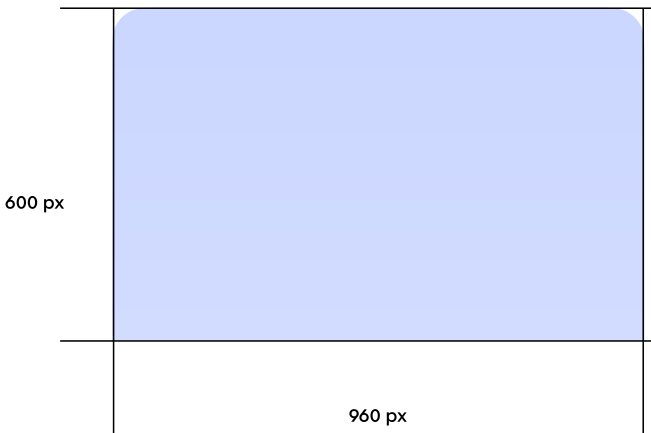


Приложение. Цели

- Изображение отображается в двух размерах: 1080x975 и 960x600
- Для загрузки предоставляется **одно изображение (1080x975)**
- Изображения должны приемлемо кадрироваться в заданные форматы отображения
- Состоит из фотографий товаров, отражающих тематику цели. Они не должны содержать в себе типографику



Подробное отображение цели



Цель на главном экране

Правила выравнивания картинки в карточках целей



Маска, куда помещается изображение



Исходная фотография

Пример выравнивания квадратной картинки ↓



Пример выравнивания горизонтальной картинки ↓

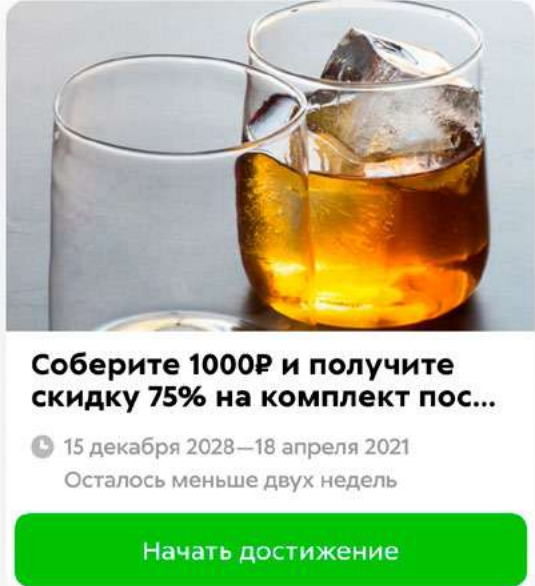


Пример выравнивания вертикальной картинки ↓



- Используется качественная фотография, отражающая цель
- Может быть несколько фотографий в галерее

Пример



- Используется качественная фотография, [отражающая цель]

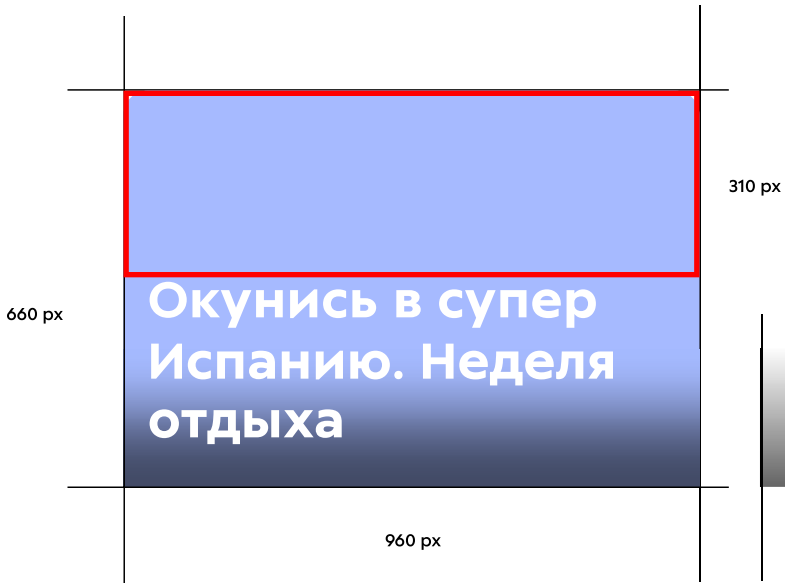


Размер 1080 x 975
Формат jpg/png/svg
Вес не более 500кб.
Изображения должны быть оптимизированы через tinypng
Изображение должно иметь прямые углы (без скруглений)

Приложение. Коллекции

- Для коллекций используются несколько изображений
- Состоит из фотографий товаров, отражающих тематику коллекций. Они не должны содержать в себе типографику
- Все тексты на макетах размещаются в самом приложении **автоматически (примерно 35 символов, направляется дополнительно инициатором акции). Занимает не более 3-х строк**
- Допустимо использование логотипа **в красной зоне (960x310)**
- На фон **накладывается полупрозрачный градиент (960x230)**. Зона без градиента (960x430) это нужно учитывать и не располагать важные детали внизу изображения

Размер 960 x 660
Формат jpg/png
Вес не более 300 кб.
Изображения должны быть оптимизированы через tinypng
Изображение должно иметь прямые углы (без скруглений)



Пример



- Коллекция в каталоге 2-ого уровня
- Композиция в фотографии расположена справа, тем самым дает равновесие с текстом (нужно так же это учитывать)

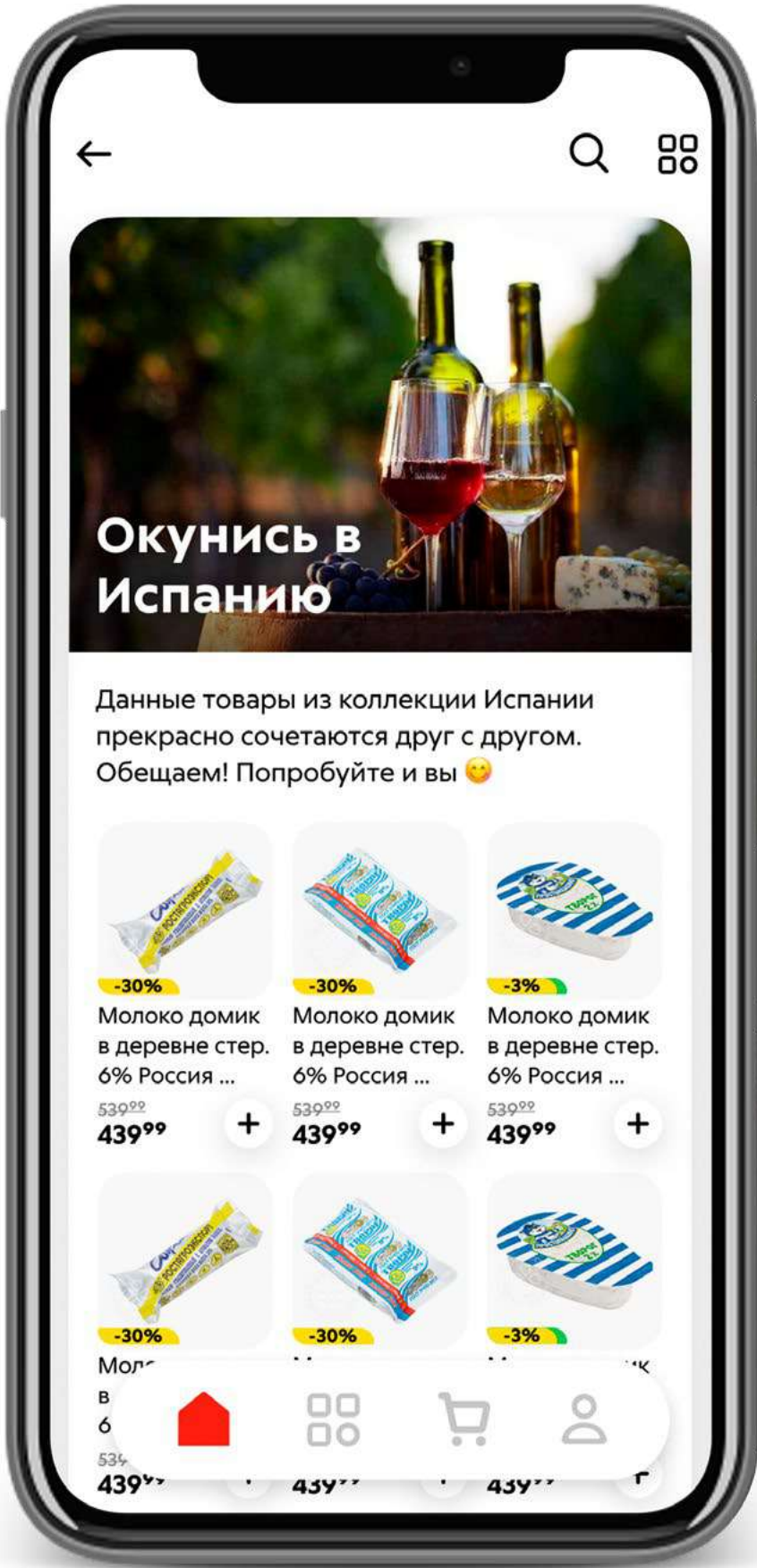


- Коллекция в каталоге 1-ого уровня

- Изображения должны приемлемо кадрироваться в заданные форматы отображения
- Не размещать важную информацию по краям и в нижней части изображения
- При разработке баннеров брать во внимание градиент, посмотреть, как будет смотреться баннер с ним
- Не использовать светящиеся элементы внизу фотографии, потому что текст будет плохо читаться



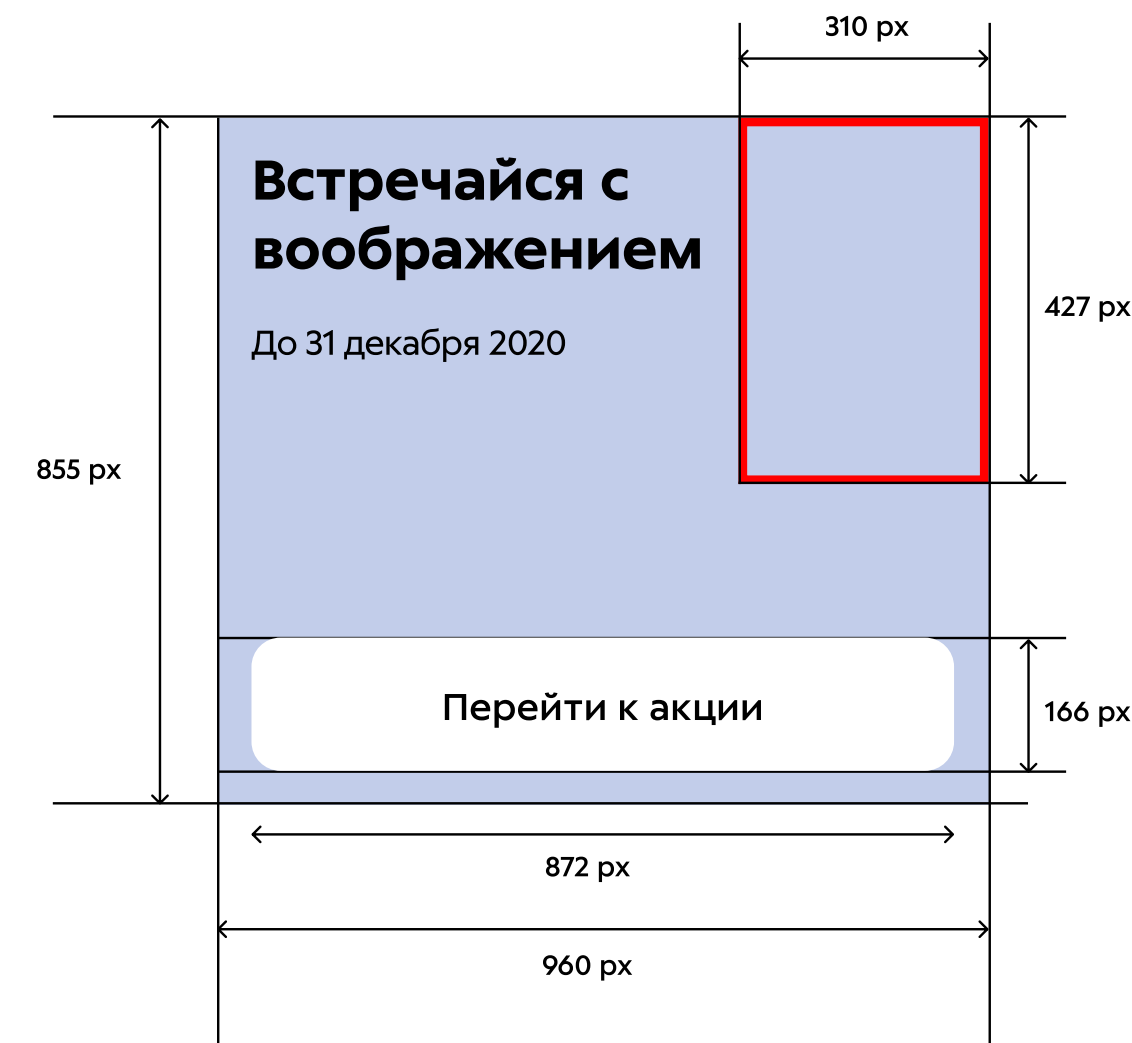
Правила выравнивания картинки в карточках целей



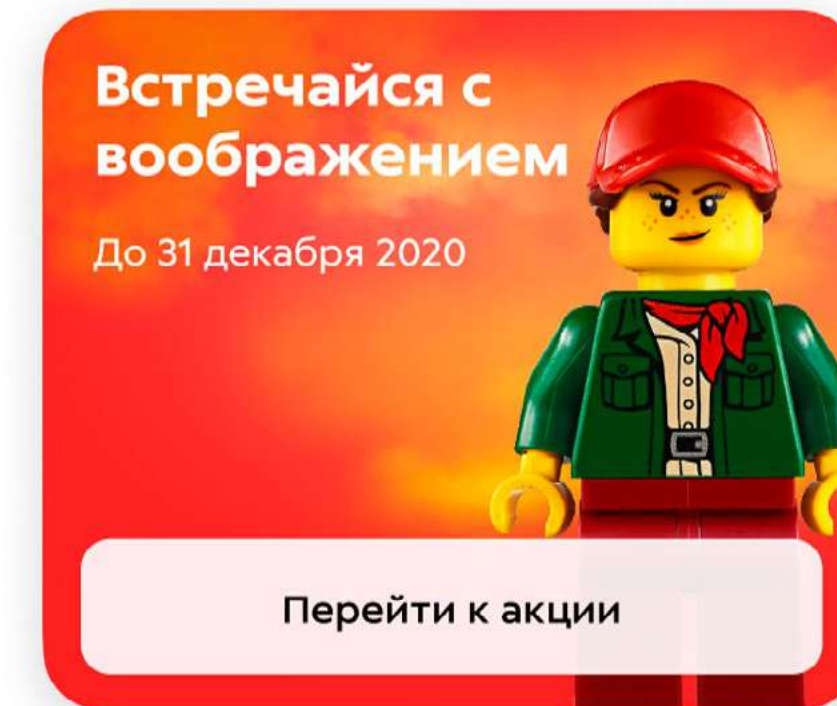
- Если на продукте используется лого, нужно учитывать, что он может быть перекрыт градиентом и текстом
- Лучше не использовать много мелких деталей, иначе коллекцию в миниатюре сложно будет распознать

Приложение. Наклеечная акция

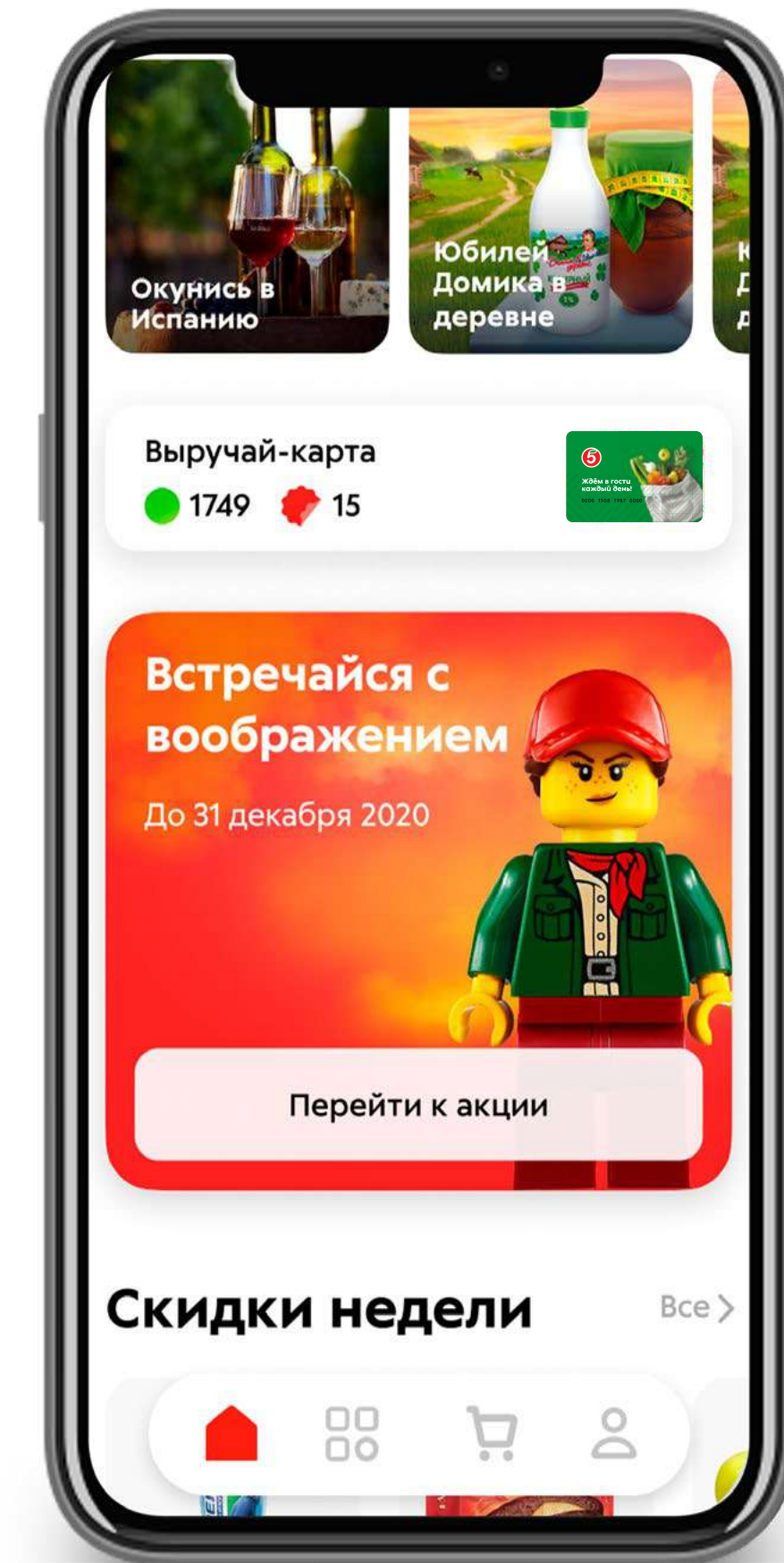
- Баннеры размещаются на главном экране приложения в карусели.
- Для загрузки предоставляется **одно изображение (960x855)**
- Состоит из фотографий товаров или изображения (иллюстрации), отражающих тематику баннера.
Они не должны содержать в себе типографику
- Допустимо использование **логотипа в верхней (красной) зоне (960x427)**
- Все тексты на макетах размещаются в самом приложении **автоматически (примерно 40 символов, направляется дополнительно инициатором акции)**. Занимает не более 3-х строк



Пример



- Текст необходимо уместить полностью и убедиться в этом после публикации
- Использовать КВ акции



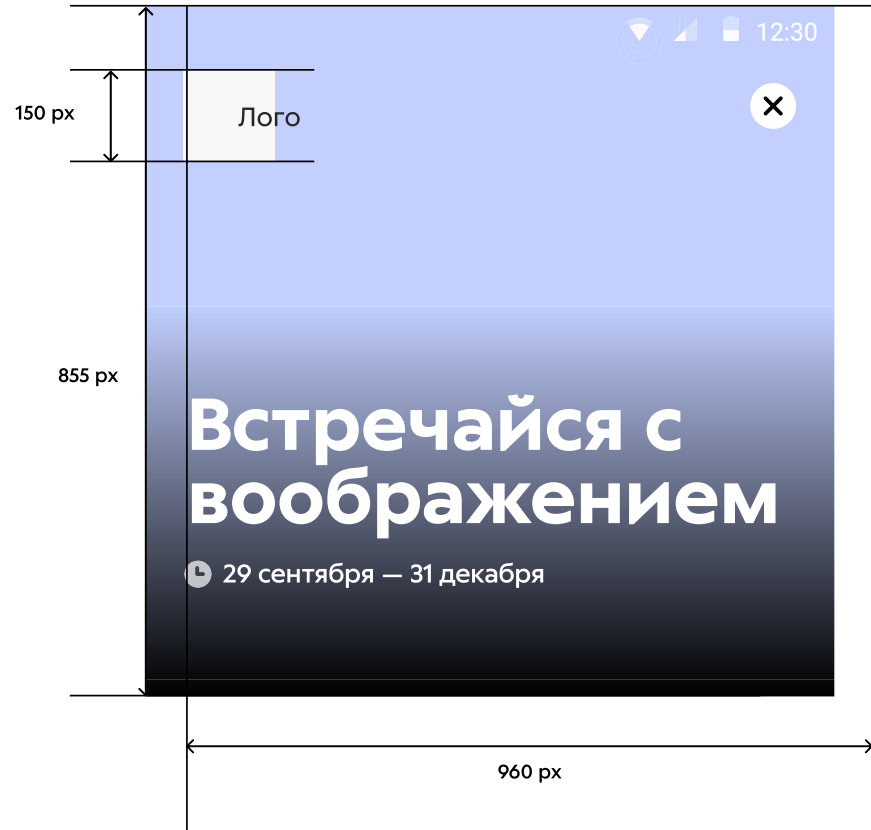
Размер 960 x 855
Формат jpg/png
Вес не более 250 кб.
Изображения должны быть оптимизированы через tinypng
Изображение должно иметь прямые углы (без скруглений)

- Кнопка на баннере размещается в самом приложении **автоматически (872x960)**
- При использовании только заголовка допустимо использовать **~40 символов (до 3-х строчек)**
- Дополнительное описание используется для сроков проведения акции
- Если используется иллюстрация, то ее лучше делать на цветном фоне
- Баннер визуально должен быть не перегруженный
- Если у компании заказчика есть свой гайд, придерживаемся его

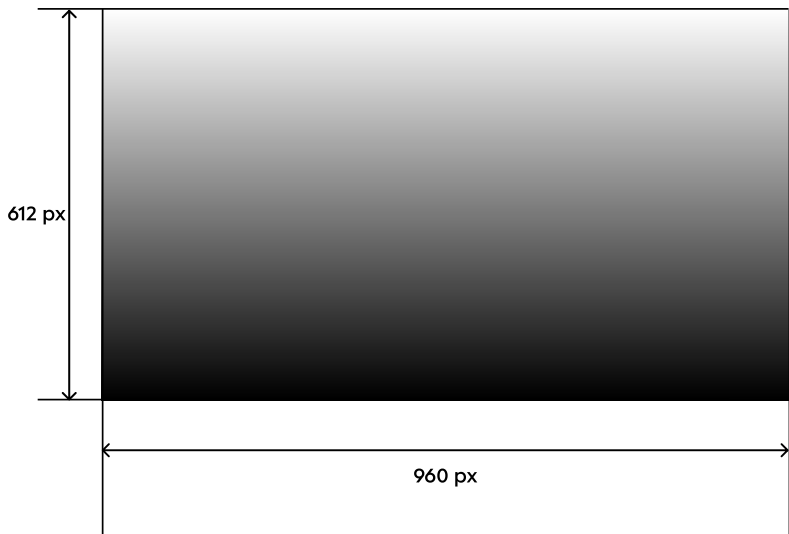
Приложение. Обложка акции

- Для загрузки предоставляется **одно изображение (1080x1065)**
- Не размещать важную информацию внизу баннера. **Присутствует градиент (960x612)**
- Состоит из фотографий товаров или изображения (иллюстрации), отражающих тематику баннера. **Они не должны содержать в себе типографику**
- Допустимо использование **логотипа (150x150)**
- Все тексты на макетах размещаются в самом приложении **автоматически (примерно 40 символов, направляется дополнительно инициатором акции)**. Занимает не более 3-х строк

Размер 1080 x 1065
Формат jpg/png
Вес не более 500 кб.
Изображения должны быть оптимизированы через tinypng
Изображение должно иметь прямые углы (без скруглений)



Пример



Область градиента (накладывается поверх изображения) в самом приложении в автоматическом режиме

- Если у компании заказчика есть свой гайд, придерживаемся его
- Баннер визуально должен быть не перегруженный
- Учитывать градиент
- Иконка закрытия вставляется в приложении автоматически



Приложение. Товары по акции

- Для загрузки предоставляется **одно изображение (960x585)**
- Состоит из реальных фотографий товаров
- Если фотография без фона, используйте белый фон

Пример



Фотография товара на фоне



Фотография товара на белом фоне

Размер 960 x 585
Формат jpg/png
Вес не более 300 кб.
Изображения должны быть
оптимизированы через tinypng
Изображение должно иметь
прямые углы (без скруглений)



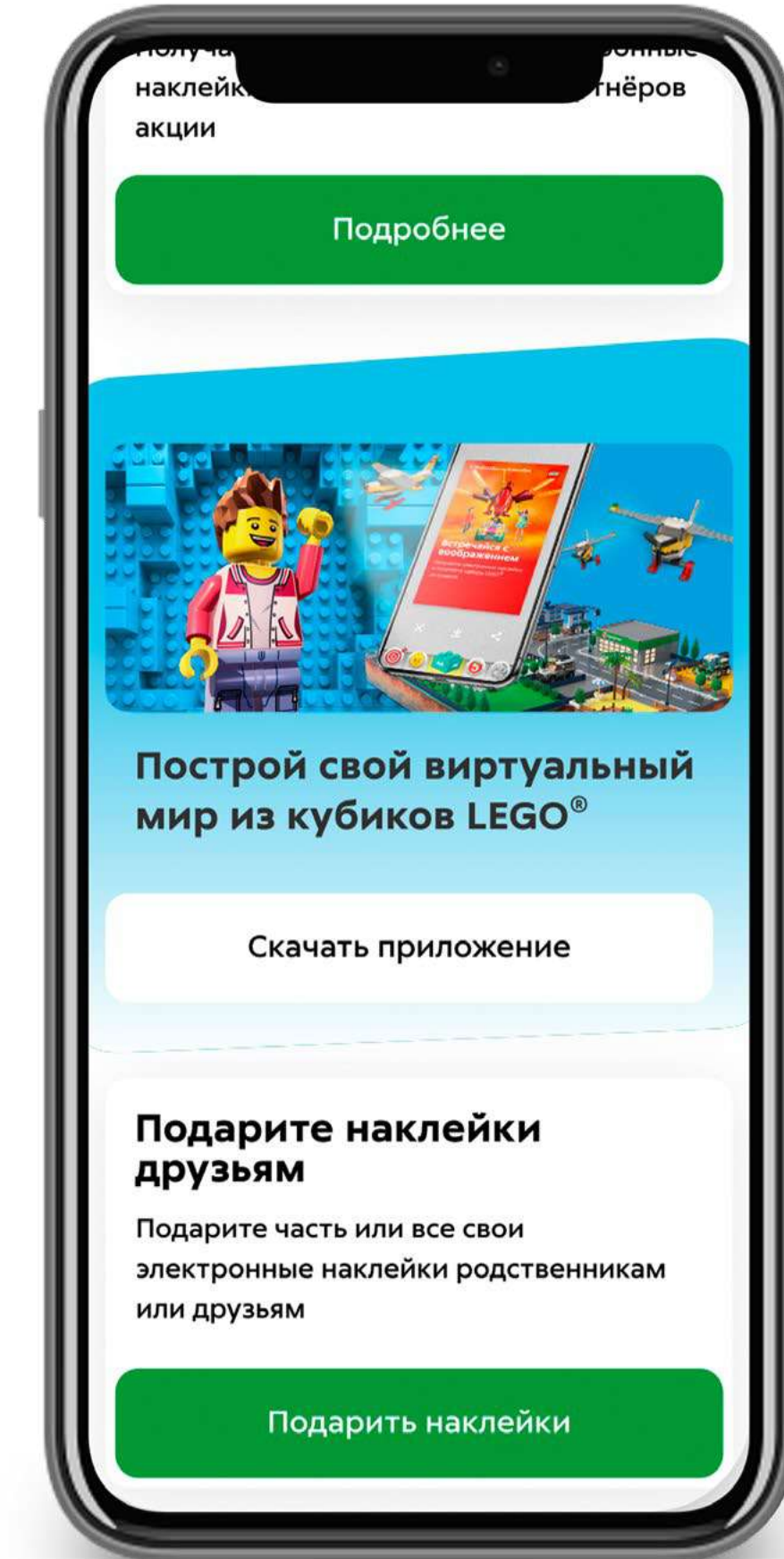
Приложение. Дополнительные вставки

- Для загрузки предоставляется **одно изображение (960x405)**
- Состоит из фотографий или изображения (иллюстрации), отражающих тематику акции. **Они не должны содержать в себе типографику**

Пример

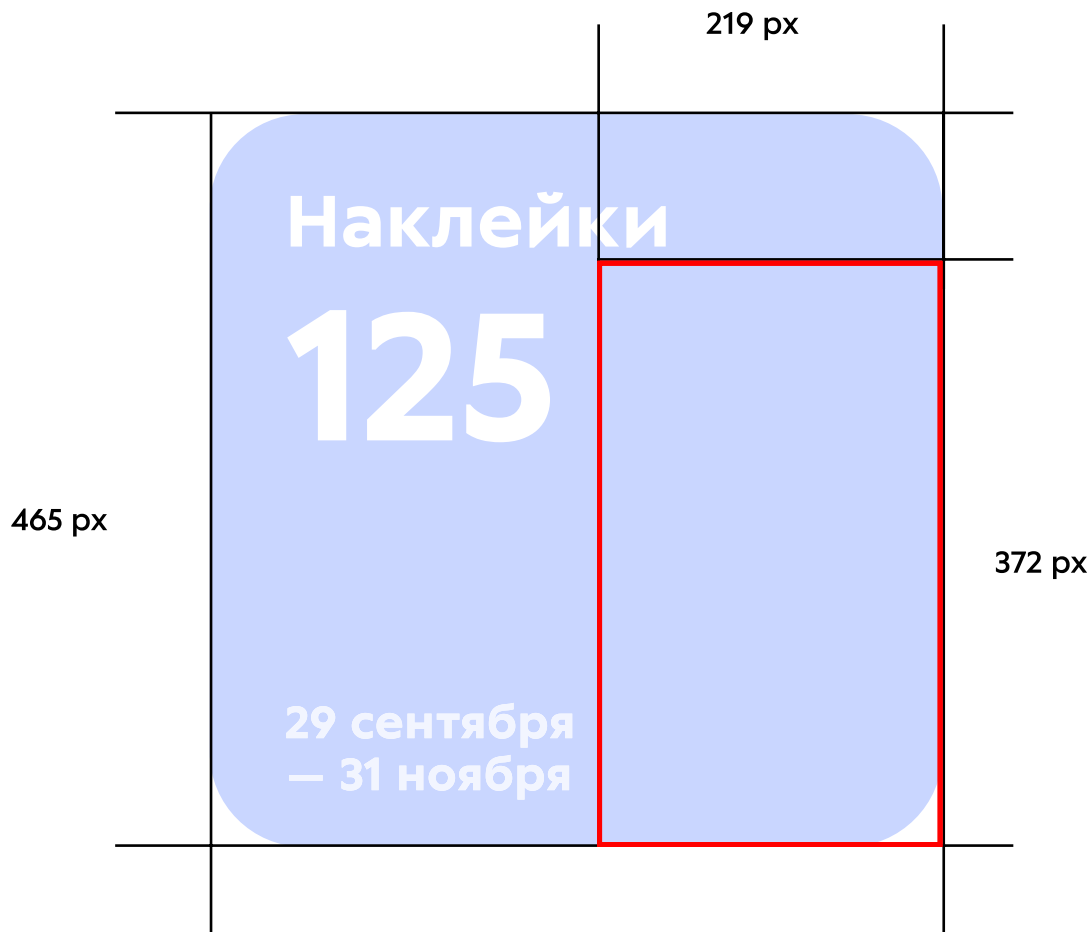


Размер 960 x 405
Формат jpg/png
Вес не более 250 кб.
Изображения должны быть
оптимизированы через tinypng
Изображение должно иметь
прямые углы (без скруглений)



Приложение. Валютная карточка

- Для загрузки предоставляется **одно изображение (465x465)**
- Состоит из фотографий товаров или изображения (иллюстрации), отражающих тематику акции. **Они не должны содержать в себе типографику**
- Изображение не должно заходить на текст. **Зона для изображения (219x372)**
- Все тексты на макетах размещаются в самом приложении **автоматически**



Размер 465 x 465
Формат jpg/png
Вес не более 150 кб.
Изображения должны быть оптимизированы через tinypng
Изображение должно иметь прямые углы (без скруглений)

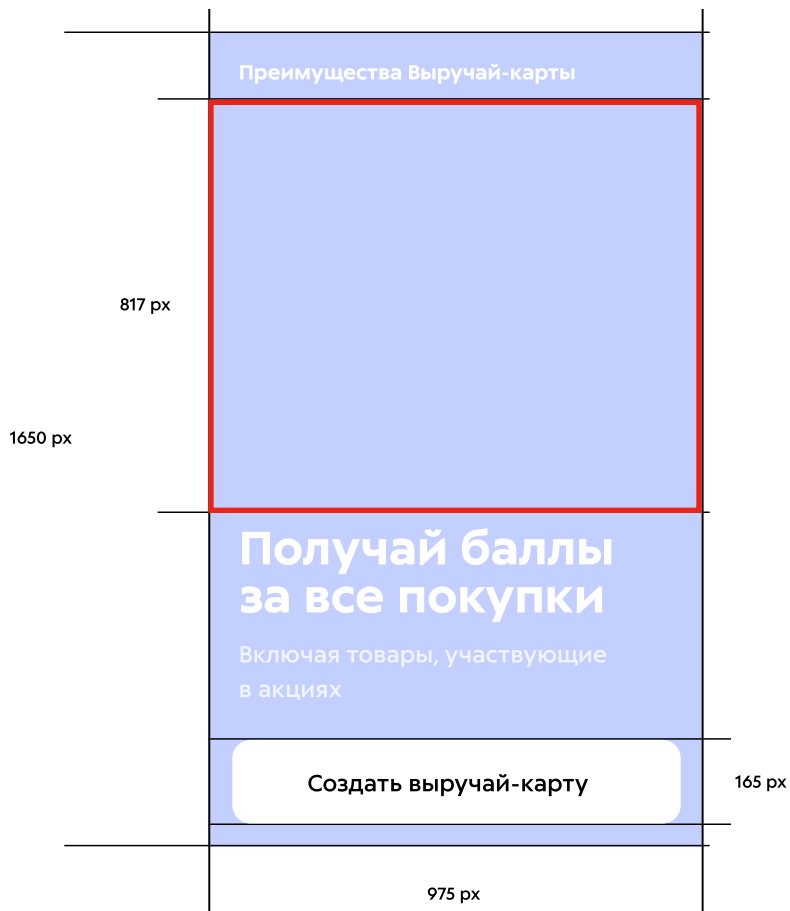
- Используйте персонажа акции
- Используйте товар, который можно приобрести



- Используйте цветной фон
- Если у компании заказчика есть свой гайд, придерживаемся его
- Визуально должен быть не перегруженный

Приложение. Баннер для неавторизованного пользователя

- Состоит из фотографий товаров или изображения (иллюстрации), отражающих тематику баннера. **Необходимо использовать изображение в красной зоне (975x817).** Они не должны содержать в себе типографику. Фон должен быть одноцветным.
- Текст в заголовке размещается в самом приложении **автоматически (примерно 40 символов, направляется дополнительно инициатором акции).** Занимает не более 3-х строк
- Текст в описании размещается в самом приложении **автоматически (примерно 60 символов, направляется дополнительно инициатором акции).** Занимает не более 2-х строк



- Если изображение не мешает тексту, его можно сделать больше красной зоны.

Пример



- Изображение немного заходит на текст. Это не мешает чтению



- Используется сложный фон в середине баннера, но внизу используется один цвет, чтобы улучшить читаемость



- Баннер в карусель для неавторизованного пользователя. Отображается при первом входе в приложение
- Используем либо близкий по тону к изображению, либо контрастный градиент для фона
- Если у компании заказчика есть свой гайд, придерживаемся его
- Баннер визуально должен быть не перегруженный

Размер 975 x 1605
Формат jpg/png/svg
Вес не более 500 кб.
Изображения должны быть оптимизированы через tinypng
Изображение должно иметь прямые углы (без скруглений)

Приложение. Баннер купонов.

- Состоит из фотографий товаров или изображения (иллюстрации), отражающих тематику купона. **Необходимо использовать изображение в красной зоне (330 x 405). Они не должны содержать в себе типографику.**
- Если используется фотография с фоном, купон должен быть белого цвета. Если используется товар без фон, допустимо использовать гранент. **Градиент ставится автоматически в самом приложении**
- Текст в купоне размещается в самом приложении **автоматически (примерно 40 символов, направляется дополнительно инициатором акции). Занимает не более 3-х строк**

Размер 330 x 405
Формат jpg/png/svg
Вес не более 250 кб.
Изображения должны быть оптимизированы через tinypng
Изображение должно иметь прямые углы (без скруглений)

Соберите 1000₽ и в подарок получите Кофе Nescafe Gold

 До 28 апреля
Осталось 3 дня



Соберите 1000₽ и в подарок получите Кофе Nescafe Gold

 До 28 апреля
Осталось 8 дней



Соберите 1000₽ и в подарок получите Кофе Nescafe Gold

 До 28 апреля
Осталось 3 дня



Соберите 500₽ и получите скидку 30% на чизбургер в Макдоналдс

 До 28 апреля
Осталось 3 дня



Пример



Электронные наклейки

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



Наклейки в макетах можно переворачивать и пересекать между собой.

Скачать 

СКИДКИ
до -90%


Ждём в гости
каждый день!
0000 1508 1987 0000

ЭЛЕКТРОННЫЕ
НАКЛЕЙКИ
ЗА КАЖДЫЕ
200₽ В ЧЕКЕ




с 26 мая по 28 сентября

СОБЕРИТЕ
КОЛЛЕКЦИЮ
ДИЗАЙНЕРСКИХ
БОКАЛОВ


BOKALY.5KA.RU

*Скидки действительны при условии накопления электронных наклеек, согласно правилам акции. Акция «Ждём со вкусом» проходит в магазинах ТС «Пятёрочка», период проведения с 26.05.2020 по 28.09.2020 включительно. Период начисления электронных наклеек с 26.05.2020 по 14.09.2020 включительно. Количество товара ограничено. В акции не участвуют табак и табачная продукция. Изображение товара может незначительно отличаться от представленного в магазине. Подробности об организаторе акции и условиях ее проведения смотрите на сайте bokaly.5ka.ru

livellara
MILANO





с 26 мая по 28 сентября

СОБЕРИТЕ
КОЛЛЕКЦИЮ
ДИЗАЙНЕРСКИХ
БОКАЛОВ


Ждём в гости
каждый день!
0000 1508 1987 0000

только с выручай-картой
200₽=1 наклейка 

СКИДКИ
до -90%


Ждём в гости
каждый день!
0000 1508 1987 0000

BOKALY.5KA.RU

*Скидки действительны при условии накопления электронных наклеек, согласно правилам акции. Акция «Ждём со вкусом» проходит в магазинах ТС «Пятёрочка», период проведения с 26.05.2020 по 28.09.2020 включительно. Период начисления электронных наклеек с 26.05.2020 по 14.09.2020 включительно. Количество товара ограничено. В акции не участвуют табак и табачная продукция. Изображение товара может незначительно отличаться от представленного в магазине. Подробности об организаторе акции и условиях ее проведения смотрите на сайте bokaly.5ka.ru

131

Библиотека базовых элементов



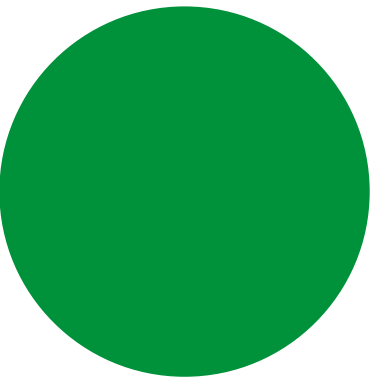
Основные элементы бренда

[Скачать !\[\]\(3dfb8d66e81160ad61421a3452093d1b_img.jpg\)](#)

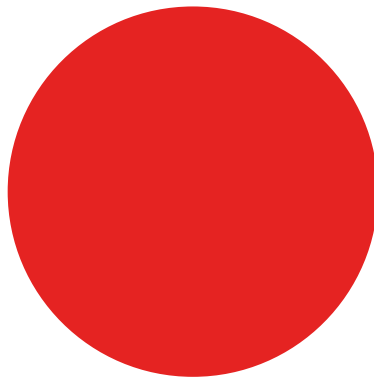
Основная горизонтальная
и вертикальная версия
фирменного блока



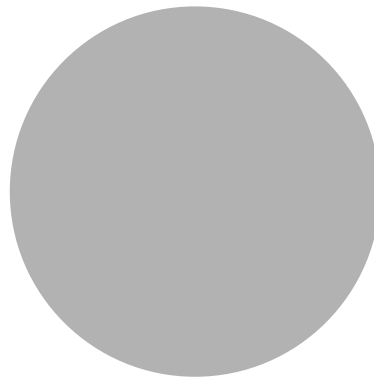
Основные цвета



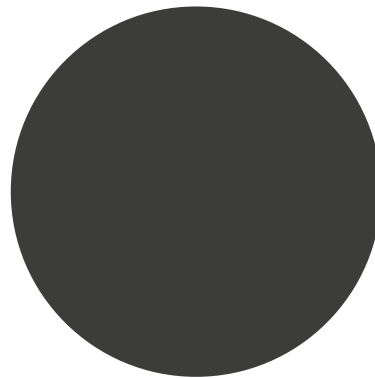
WEB	#00923a
RGB	0-143-50
CMYK	85-16-100-0



WEB	#e52322
RGB	235-35-22
CMYK	0-95-90-0



WEB	#b2b2b2
RGB	178-178-178
CMYK	0-0-0-35



WEB	#878786
RGB	135-135-135
CMYK	0-0-0-70

Основной фирменный шрифт

5ka Sans Design Thin

5ka Sans Design Regular

5ka Sans Design Black

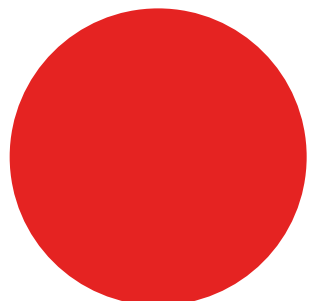
5ka Sans Compressed Regular

5ka Sans Ultra

[Скачать !\[\]\(6059a5aa8b4ca7bb793408023d6c6e42_img.jpg\)](#)

Карта лояльности

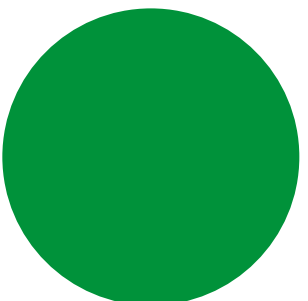
Правила использования Выручай-карты.
Основные варианты размещения объектов и допустимые цвета.



CMYK	0 95 90 0
RGB	235 35 22
Pantone	485 C



CMYK	50 0 100 0
RGB	138 198 64
Pantone	375 C



CMYK	85 16 100 0
RGB	0 143 50
Pantone	355 C



В случае если карта стоит на зелёном фоне, что надо добавлять под неё белый круг

Внимание!
Минимализированная версия карты используется только в качестве иконки или буллита.



Полноразмерная версия карты
Карта под углом (~9°)



Горизонтальное размещение



Уменьшенная карты
(до 4 см)



Минимализированный
размер карты (от 4 до 1 см)



Вертикальное размещение



Скачать

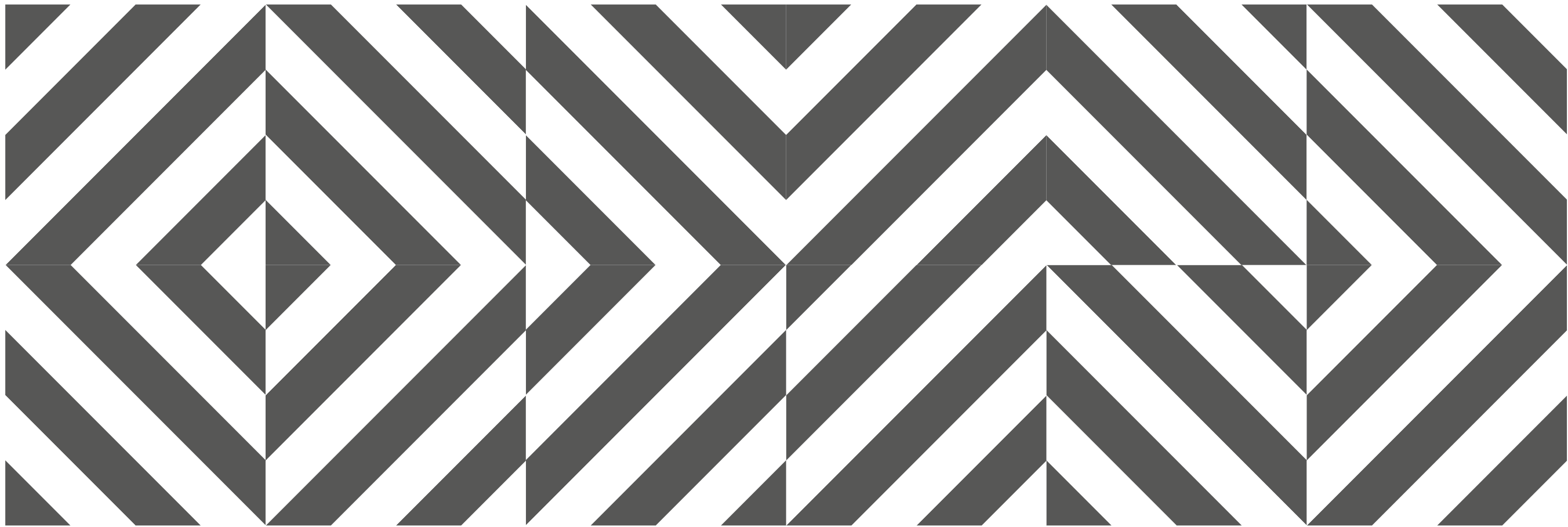
Основные элементы бренда

Скачать 

Фирменный паттерн

Паттерн, создающийся напольной плиткой, становится основополагающим элементом всех носителей. Для различных материалов используются различные вариации и пропорции размещения фирменного паттерна.

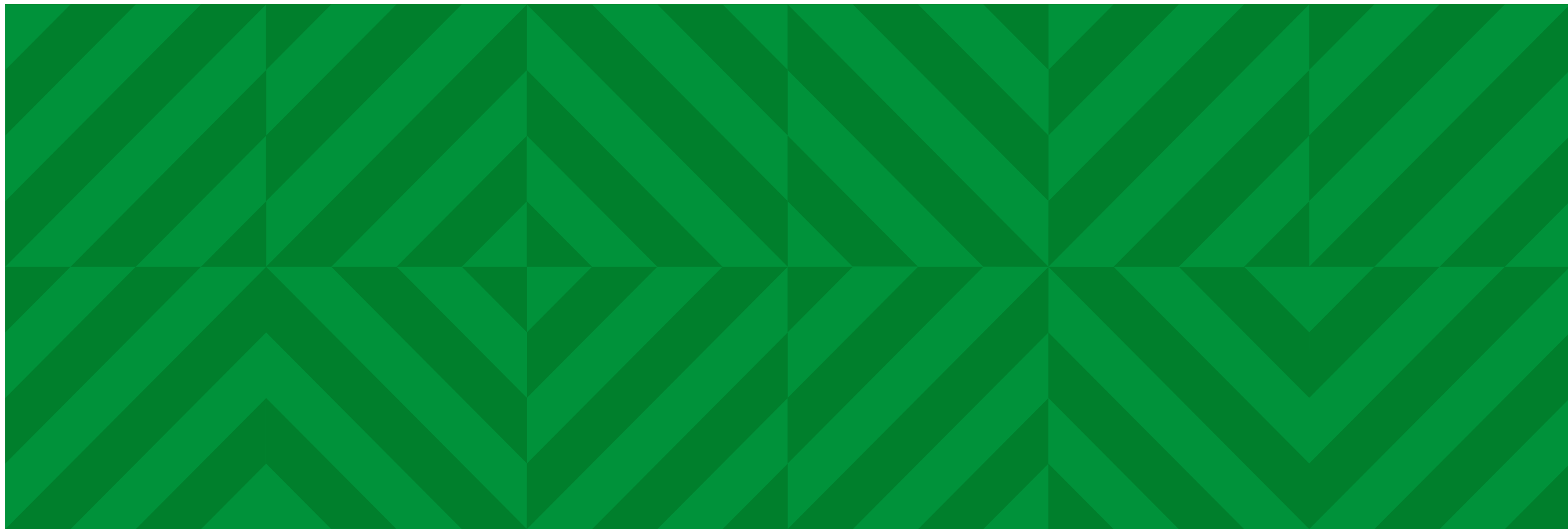
В различных макетах, отличается контрастность паттерна. В макетах наружной рекламы — Black 18%, в макетах используемых внутри магазина — Black 8%



Правила наложения на фон

Фирменный паттерн может быть наложен на разные моно фона, прозрачность 8%, тип наложения Multiply

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

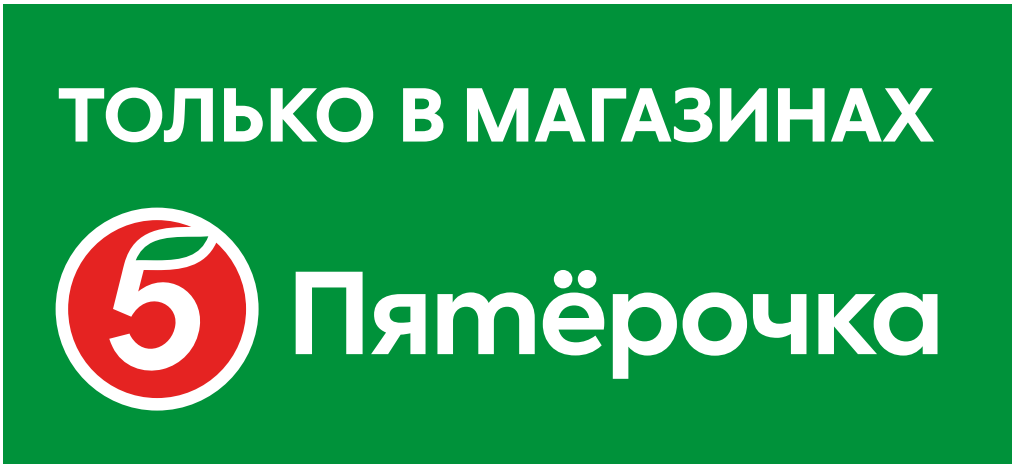


Фирменные плашки

[Скачать !\[\]\(919a2cb85b99741a73c0c31a427236a8_img.jpg\)](#)

Стикеры для размещения на упаковке или POSm

Различные готовые варианты сочетания логотипа и текстовой фразы про эксклюзивность продукта для размещения на упаковке поставщиков или рекламных макетах.



Версии, кадрирующиеся в обрез макета



Примечание: Цвет фона подложек может быть изменён на другой фирменный

Пример этикетки продукта

Логотип «Пятёрочка» использовать по брендбуку.

Варианты стикеров использовать только из представленных в руководстве.

В случае расположения Выручай-карты: условия акции размещаются на плашке.

при эксклюзивном варианте размещения продуктов в магазинах «Пятёрочка» допускается размещение фирменной плашки на упаковке



Примеры недопустимого использования фирменных элементов



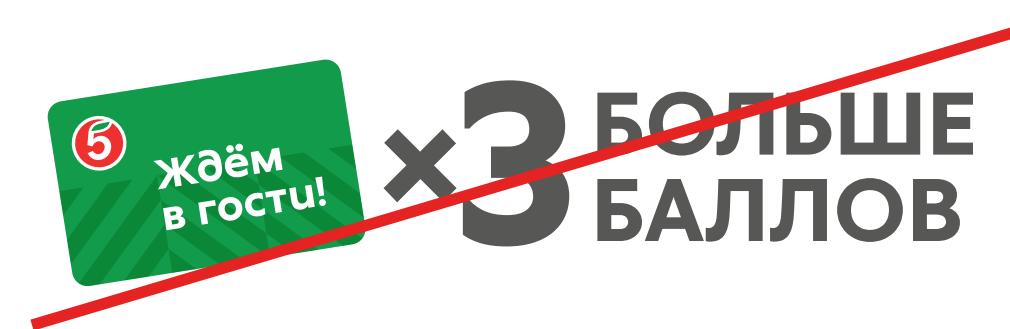
Неверно использованное цветовое решение логотипа, для тёмных фонов. Необходимо использовать инвертированный логотип или логотип на плашке.



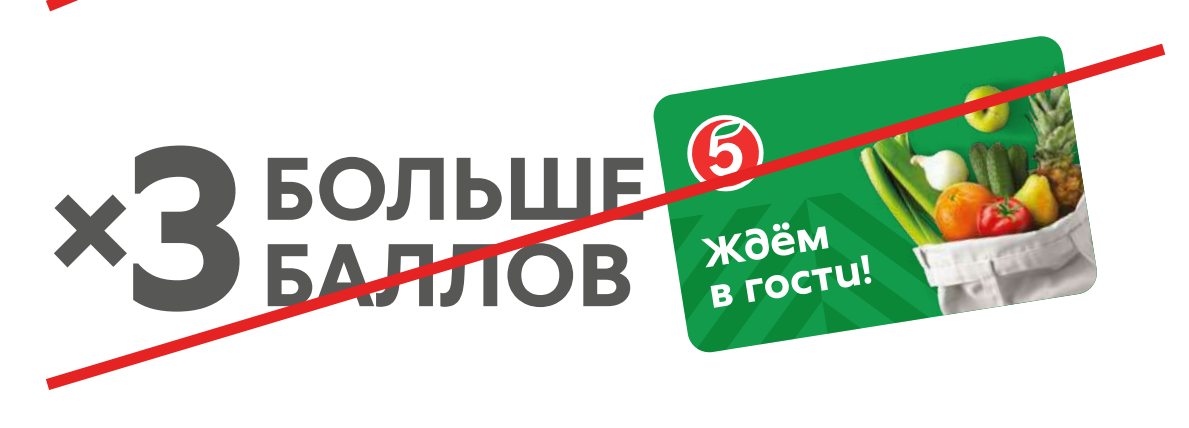
Использование устаревших вариантов логотипов, плашек и карт



Использование минимализированной версии карты вместо основной, увеличивая масштаб и пропорции



Неправильно расположение (вёрстка) блока с Выручай-картой



Совместные акции



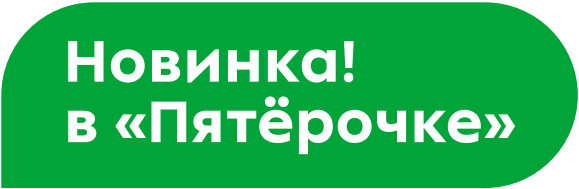
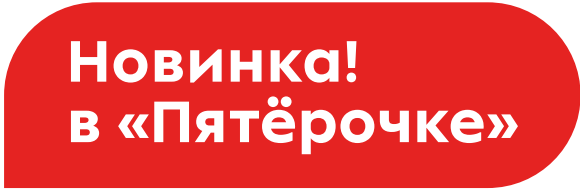
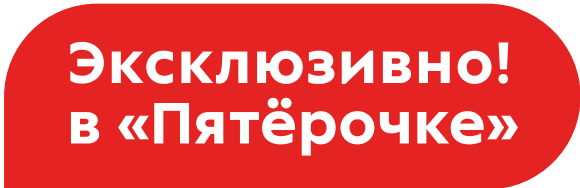
Фирменные плашки

Плашки для размещения на макетах акционных кампаний

Различные варианты сочетания логотипа и текстовой фразы про эксклюзивность продукта для размещения на рекламных макетах и упаковке поставщиков.

Примечание: Серый цвет фона под фирменной плашкой может быть изменён на любой другой фирменный фон рекламной кампании.

ВАРИАНТЫ ГОРИЗОНТАЛЬНЫХ ПЛАШЕК

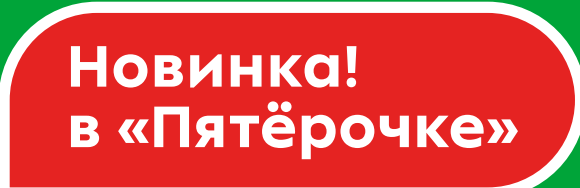


Пример использования плашки на белом фоне

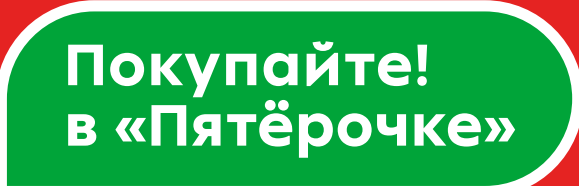
ВАРИАНТЫ КРУГЛЫХ ПЛАШЕК



Пример использования плашки на цветном нейтральном фоне



Пример использования плашки на фирменном зеленом фоне



Пример использования плашки на фирменном красном фоне

Фирменные плашки

Горизонтальные плашки для размещения на рекламных макетах акционных кампаний

Горизонтальные плашки рекомендованы для использования в брендированных акционных макетах в сочетании с крупной фирменной шайбой бренда «Пятёрочка».

Примечание: цвет круглой фирменной плашки подбирается индивидуально под колорит акционной кампании.



с 19 апреля по 19 июня
CHAMPIONS-5KA.RU



Покупайте!
в «Пятёрочке»



Экипируем
футбольные
школы вместе!**



Покупайте*  или 
и выигрывайте призы

 **×3** БАЛЛОВ ЗА НОВИНКИ
«LAY'S» ИЛИ «PEPSI»

*АКЦИЯ ПРОВОДИТСЯ В СЕТИ МАГАЗИНОВ «ПЯТЁРОЧКА» НА ТЕРРИТОРИИ РФ В ПЕРИОД С 19.04.2022 Г. ПО 31.07.2022 Г. ВКЛЮЧАЯ ПЕРИОД ВЫДАЧИ ПРИЗОВ ПОБЕДИТЕЛЯМ. ПЕРИОД СОВЕРШЕНИЯ ПОКУПОК НЕ МЕНЕЕ 1 УПАКОВКИ ЧИПСОВ «LAY'S» ЛЮБОГО ВКУСА И ВЕСА ИЛИ НЕ МЕНЕЕ 1 БАНКИ / БУТЫЛКИ НАПИТКОВ «PEPSI» ЛЮБОГО ВКУСА И ОБЪЕМА, А ТАКЖЕ РЕГИСТРАЦИИ ЧЕКОВ НА САЙТЕ WWW.CHAMPIONS-5KA.RU - С 12:00:00 19.04.2022 Г. ПО 23:59:59 19.06.2022 Г. ВКЛЮЧИТЕЛЬНО ПО МОСКОВСКОМУ ВРЕМЕНИ. ИНФОРМАЦИЮ ОБ ОРГАНИЗАТОРЕ АКЦИИ, ПРАВИЛАХ ЕЕ ПРОВЕДЕНИЯ, КОЛИЧЕСТВЕ ПРИЗОВ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ АКЦИИ, СРОКАХ, МЕСТЕ И ПОРЯДКЕ ИХ ПОЛУЧЕНИЯ СМ. НА WWW.CHAMPIONS-5KA.RU. КОЛИЧЕСТВО ПРИЗОВ АКЦИИ ОГРАНИЧЕНО. **ГОЛОСОВАНИЕ ПРОВОДИТСЯ НА САЙТЕ WWW.CHAMPIONS-5KA.RU В ПЕРИОД С 03.05.2022 Г. ПО 19.06.2022 Г. ВКЛЮЧИТЕЛЬНО. ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ГОЛОСОВАНИЯ ООО «ПЕПКО ХОЛДИНГ» ПОЖЕРТВУЕТ СПОРТИВНЫЙ ИНВЕНТАРЬ В 50 (ПЯТЬДЕСЯТ) СПОРТИВНЫХ ШКОЛ РОССИИ, ПОДАВШИХ ЗАЯВКИ НА УЧАСТИЕ В КОНКУРСЕ И НАБРАВШИХ МАКСИМАЛЬНОЕ КОЛИЧЕСТВО ГОЛОСОВ.

Покупайте!
в «Пятёрочке»



ЛОВИТЕ
ВКУСНЫЕ
ПРИВЕТЫ

 Покупайте
новинки вместе
 + 

 Выигрывайте
призы



НОВИНКИ

АКЦИЯ ПРОВОДИТСЯ В СЕТИ МАГАЗИНОВ «ПЯТЁРОЧКА» НА ТЕРРИТОРИИ РФ В ПЕРИОД С 06.07.2021 Г. ПО 30.09.2021 Г. ПЕРИОД ВЫДАЧИ ПРИЗОВ ПОБЕДИТЕЛЯМ С 06.07.2021 Г. ПО 30.09.2021 Г. ПЕРИОД РЕГИСТРАЦИИ ЧЕКОВ С 12:00:00 06.07.2021 Г. ПО 23:59:59 31.08.2021 Г. ПО МОСКОВСКОМУ ВРЕМЕНИ. В АКЦИИ УЧАСТВУЮТ ЧЕКИ ОТ ПОКУПОК ЧИПСОВ «LAY'S» И НАПИТКОВ «PEPSI». КОЛИЧЕСТВО ПРИЗОВ АКЦИИ ОГРАНИЧЕНО. ВНЕШНИЙ ВИД ПРИЗОВ МОЖЕТ ОТЛИЧАТЬСЯ ОТ ИХ ИЗОБРАЖЕНИЯ В РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛАХ АКЦИИ. ИНФОРМАЦИЮ ОБ ОРГАНИЗАТОРЕ АКЦИИ, ПРАВИЛАХ ЕЕ ПРОВЕДЕНИЯ, СПИСКЕ ПРОДУКТОВ, УЧАСТВУЮЩИХ В АКЦИИ, КОЛИЧЕСТВЕ ПРИЗОВ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ АКЦИИ, СРОКАХ, МЕСТЕ И ПОРЯДКЕ ИХ ПОЛУЧЕНИЯ СМОТРИТЕ НА WWW.VK.CC/PRIVET



Покупайте!
в «Пятёрочке»



ОТЛИЧАЙСЯ ВКУСОМ

ПОКУПАЙТЕ    

ВЫИГРЫВАЙТЕ МОДНУЮ ОДЕЖДУ

ОБЩИЙ СРОК ПРОВЕДЕНИЯ АКЦИИ – С 01.09.2021 ПО 30.12.2021 (ВКЛЮЧАЯ ПЕРИОД ВЫДАЧИ ПРИЗОВ) СРОК РЕГИСТРАЦИИ ЧЕКОВ ДЛЯ УЧАСТИЯ В АКЦИИ – С 01.09.2021 ПО 31.10.2021. ИНФОРМАЦИЮ ОБ ОРГАНИЗАТОРЕ АКЦИИ, УСЛОВИЯХ УЧАСТИЯ, ПРАВИЛАХ ПРОВЕДЕНИЯ, ПРИЗАХ, ИХ КОЛИЧЕСТВЕ, СРОКАХ, МЕСТЕ И ПОРЯДКЕ ИХ ПОЛУЧЕНИЯ УЗНАВАЙТЕ НА САЙТЕ WWW.COKE-FASHION-5KA.RU. ВНЕШНИЙ ВИД ПРОДУКТА И УПАКОВКИ МОЖЕТ ОТЛИЧАТЬСЯ ОТ ИЗОБРАЖЕНИЯ В РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛАХ. КОЛИЧЕСТВО ТОВАРА И ПРИЗОВ ОГРАНИЧЕНО. ПРОДАВЕЦ ООО «АГРОТОРГ», ОГРН 1027809237796, ИНН 7825706086, Г. САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, НЕВСКИЙ ПРОСПЕКТ Д. 90/92, EMAIL: SERVICE.CENTRE@XS.RU ТЕЛ. 8(495) 662-88-88

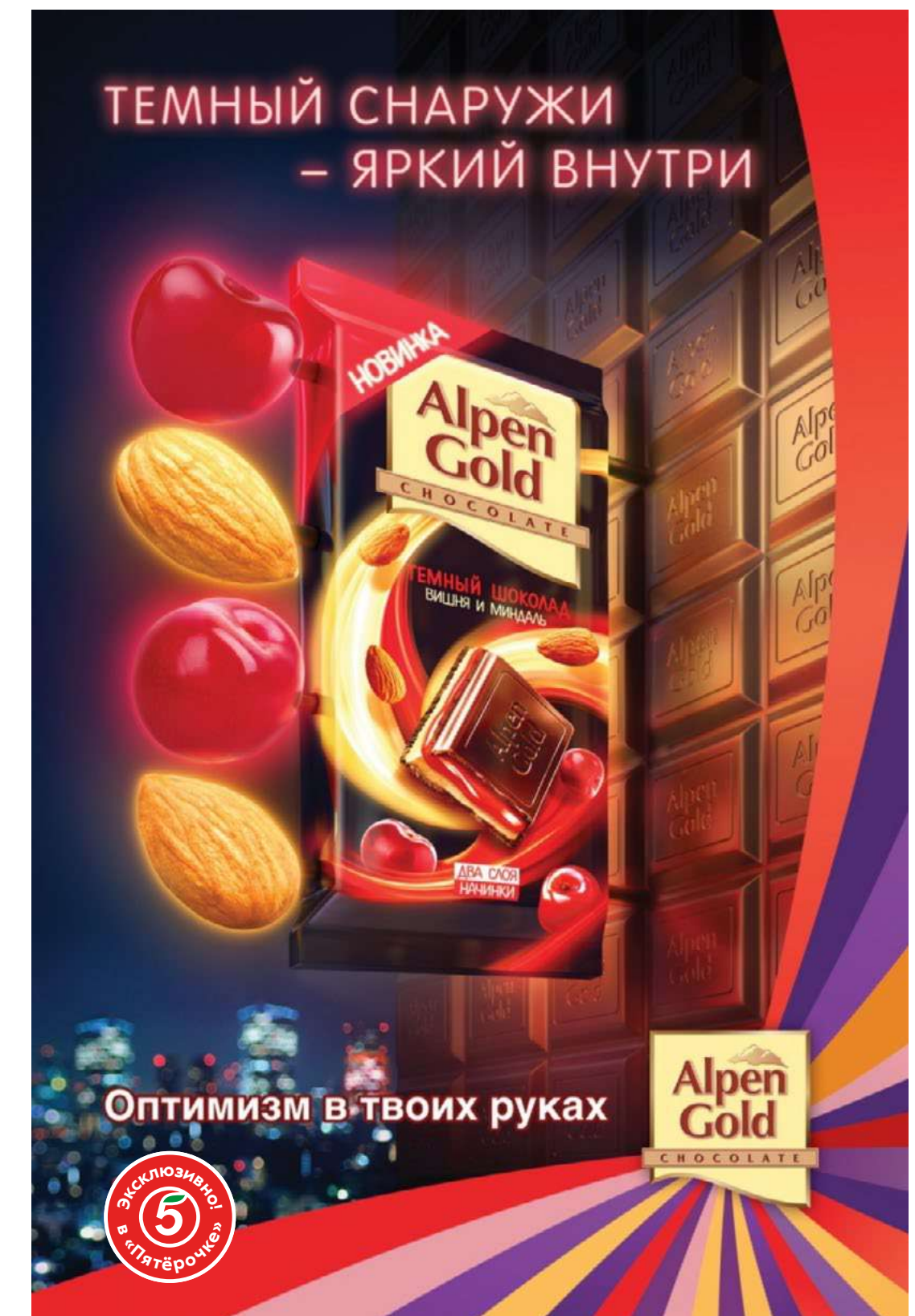
Совместные акции 

Фирменные плашки

Круглые плашки для размещения на рекламных макетах акционных кампаний

Круглые плашки рекомендованы для использования в акционных макетах партнёров, не брендированных фирменной шайбой бренда «Пятёрочка».

Примечание: цвет круглой фирменной плашки подбирается индивидуально под колорит акционной кампании.



KEY VISUAL — совместные акции с упоминанием бренда «Пятёрочка»

КВ совместной акции с упоминанием ТС5 формируется в стилистике партнёрского бренда, цветовая гамма, шрифты не привязаны к брендбуку «Пятёрочки».

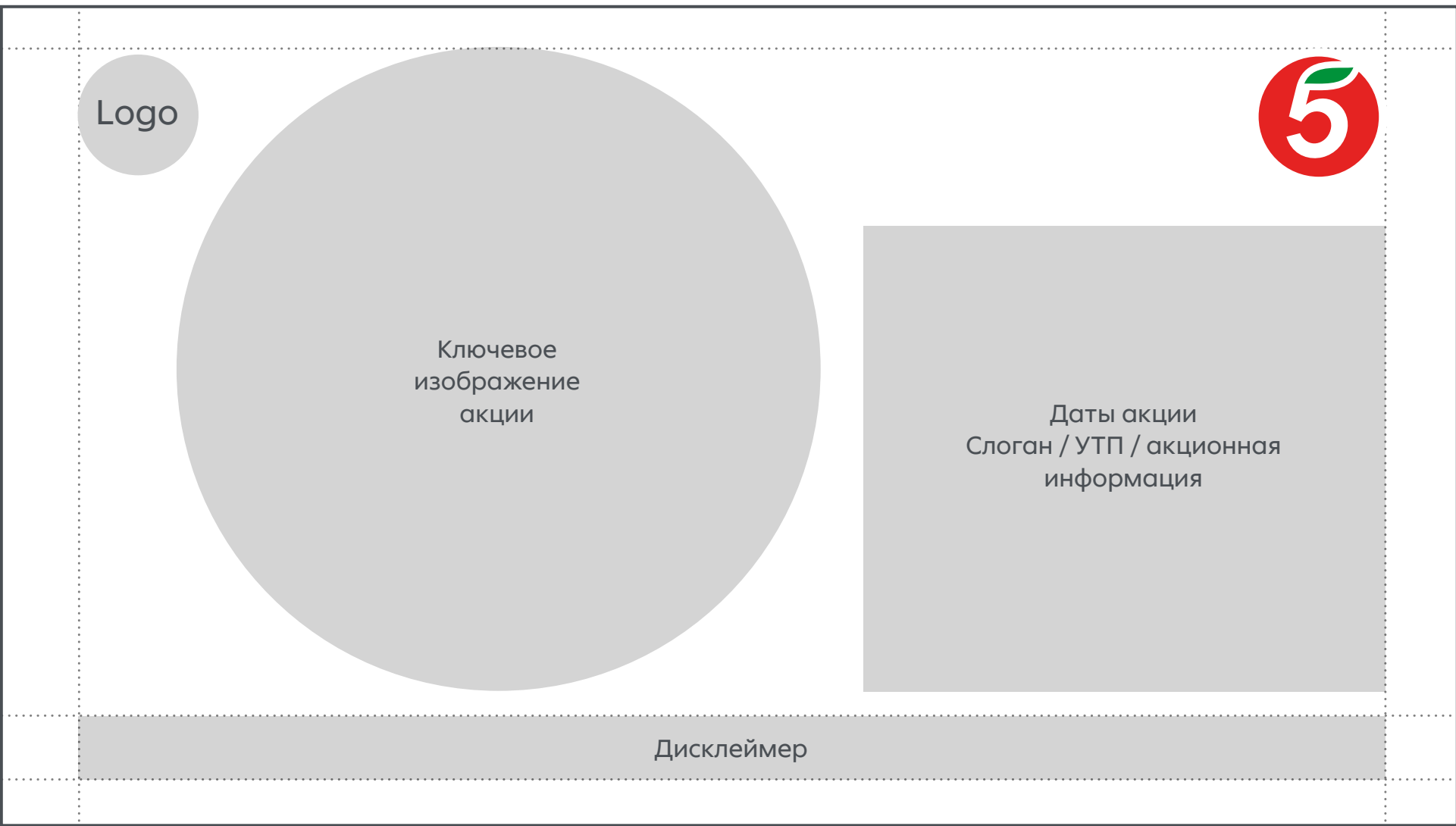
Логотип «Пятёрочки» ВСЕГДА расположен в верхнем правом углу макета! В строгом паритете с логотипом партнёра.

Ввиду высокой вариативности форм и пропорций партнёрских логотипов, данный паритет достигается исключительно соотношением зрительных масс в общей композиции макета. Если же логотип партнера по своей ширине и высоте близок логотипу «Пятёрочка», то логотипы выравниваются по центральной оси.

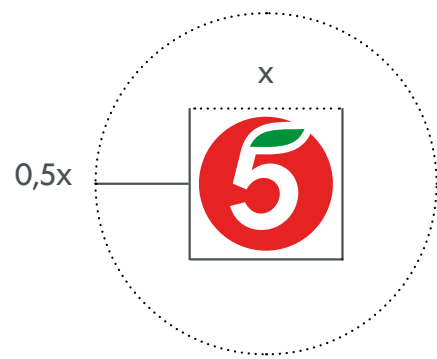
При верстке макета предпочтительно использование именно сокращенного варианта логотипа «Пятёрочка» — фирменного знака. Но в некоторых индивидуальных случаях допустимо использование полной прописной версии логотипа.

В текстах и дисклеймере допустимо использование только полного, корректного написания бренда «Пятёрочка» ТОЛЬКО через строчную «ё», с учетом читаемости используемого кегля в макете.

Рекомендованный вариант компоновки контента для вертикального и горизонтального макетов.



Обязательное соблюдение наклона Выручай-карты при её использовании в макете



Защитное поле фирменного знака = **0,5x** где **x** ширина



Совместные акции 

Сайт: совместные акции с упоминанием бренда «Пятёрочка»

Дизайн сайта совместной акции формируется на основе утверждённого КВ данной рекламной кампании и соответствует тем же требованиям по набору стилистических элементов в дизайне.

В текстах и дисклеймере допустимо использование только полного, корректного написания бренда «Пятёрочка» ТОЛЬКО через строчную «ё», с учетом читаемости используемого кегля в макете.

<https://snickers.ru/5ka>



ГЛАВНАЯПРИЗЫПРОДУКТПРАВИЛАПОБЕДИТЕЛИFAQГДЕ КУПИТЬ?



ВОЙТИ





БУДЬ

ТРУШНЕЕ

30 ЛЕТ

В ДВИЖЕНИИ

И ПОПАДИ В РЕКЛАМУ

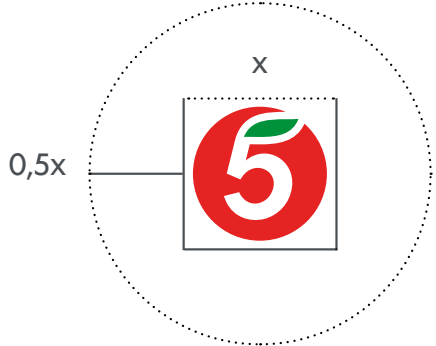
Успей принять участие с 4 по 12 сентября 2021 г.



СТАНЬ ЧАСТЬЮ ЮБИЛЕЙНОЙ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ И ПОЯВИСЬ НА ОГРОМНЫХ ЭКРАНАХ ПО ВСЕЙ СТРАНЕ



Обязательное соблюдение наклона Выручай-карты при её использовании в макете



Защитное поле фирменного знака = **0,5x** где **x** ширина

KEY VISUAL — совместные акции с поддержкой бренда «Пятёрочка»

КВ совместной акции с поддержкой TC5 должен формироваться с применением стилистики бренда «Пятёрочки», обязательно использование фирменного паттерна и шрифтов.

Логотип «Пятёрочки» ВСЕГДА расположен в верхнем правом углу макета! В паритете с логотипом партнёра или преобладая над ним. Ввиду высокой вариативности форм и пропорций партнёрских логотипов, данный паритет достигается исключительно соотношением зрительных масс в общей композиции макета. Если же логотип партнёра по своей ширине и высоте близок логотипу «Пятёрочка», то логотипы выравниваются по центральной оси. Если логотип бренда «Пятёрочки» преобладает в размере над логотипом партнёра, то их разница не должна превосходить соотношения 1:3.

При вёрстке макета используется сокращённая версия логотипа «Пятёрочка» — фирменный знак.

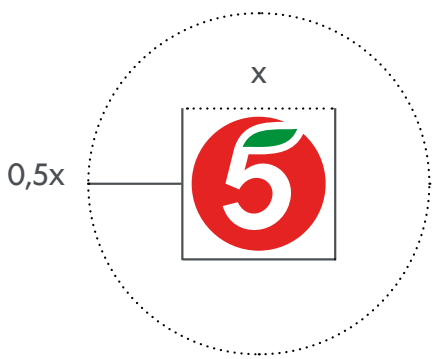
В текстах и дисклеймере допустимо использование только полного, корректного написания бренда «Пятёрочка» ТОЛЬКО через строчную «ё», с учетом читаемости используемого кегля в макете.

Рекомендованный вариант компоновки контента для вертикального и горизонтального макетов.

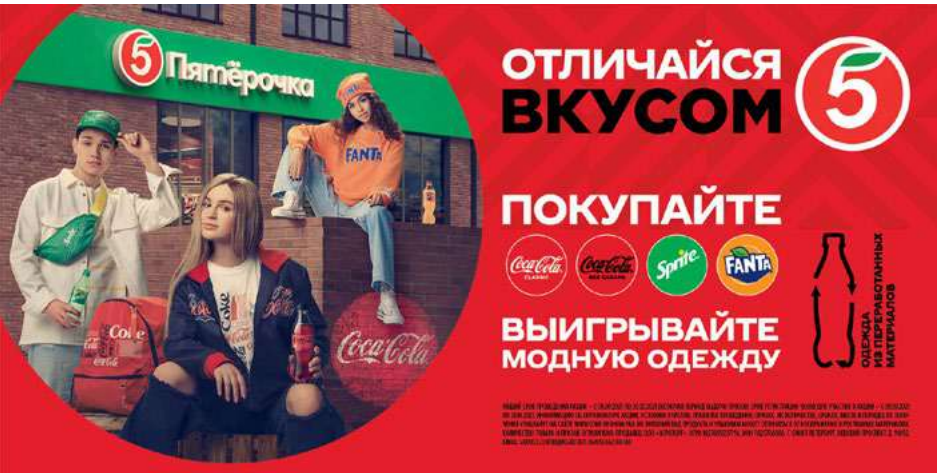
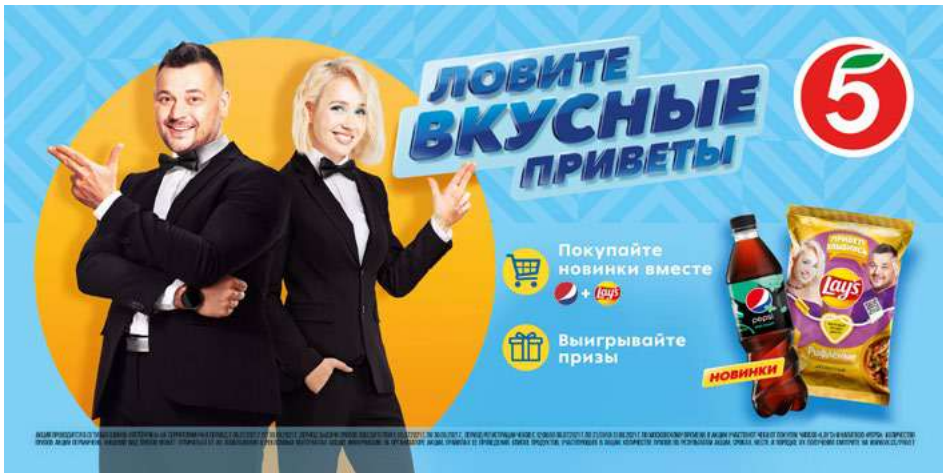
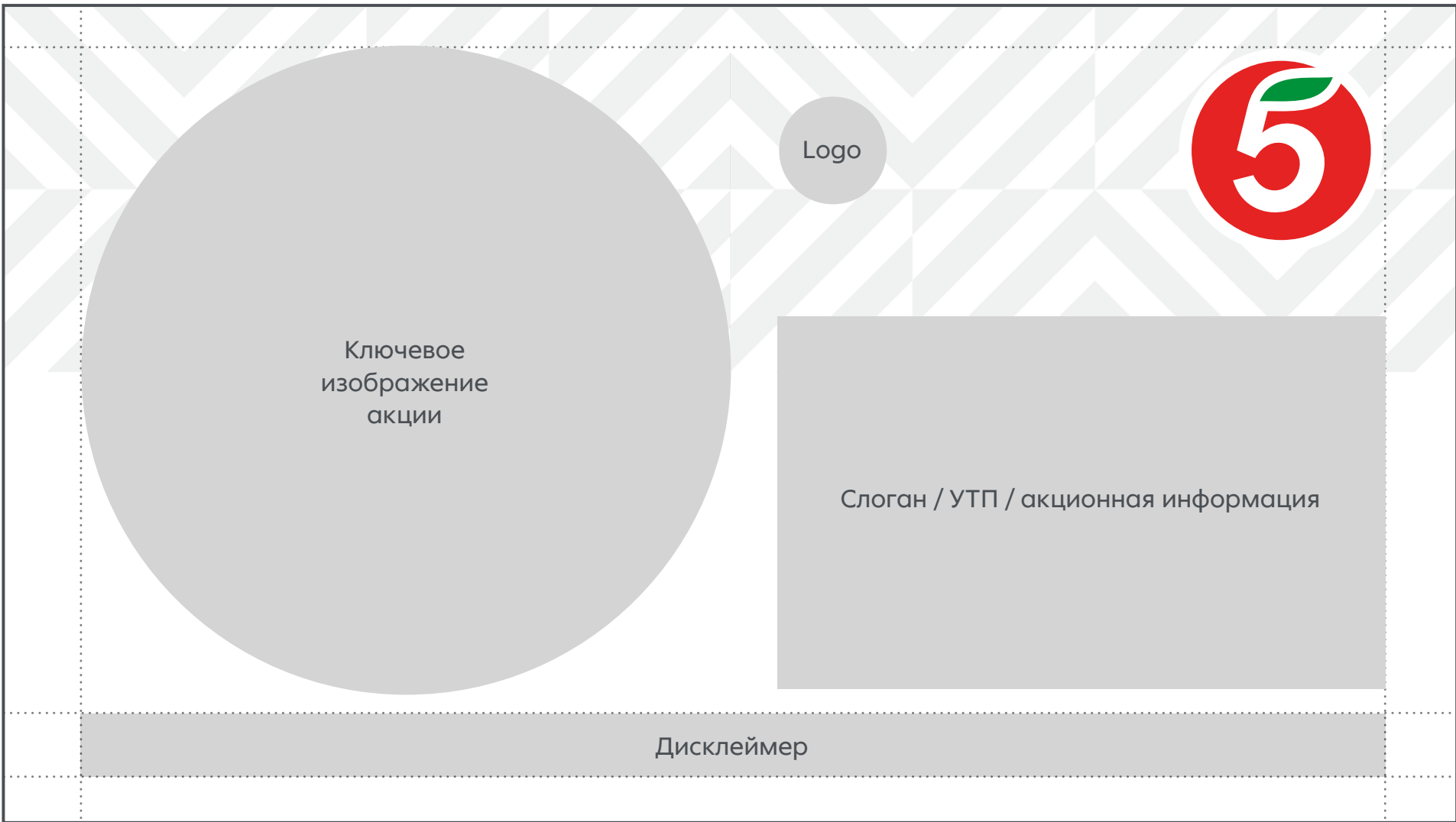


Рекомендованное использование фирменного паттерна

Обязательное соблюдение наклона Выручай-карты при её использовании в макете



Защитное поле фирменного знака = **0,5x** где **x** ширина



Совместные акции 

Сайт совместные акции с поддержкой бренда «Пятёрочка»

Дизайн сайта накопительной акции с поддержкой бренда ТС5 должен формироваться на основе утвержденного КВ данной рекламной кампании и соответствует тем же требованиям по набору стилистических элементов в дизайне.

В текстах и дисклеймере допустимо использование только полного, корректного написания бренда «Пятёрочка» ТОЛЬКО через строчную «ё», с учетом читаемости используемого кегля в макете.

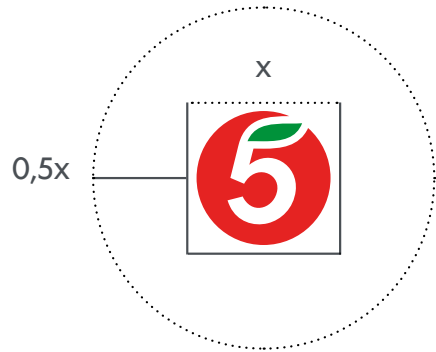
<https://coke-fashion-5ka.ru/>



Рекомендованное использование фирменного паттерна



Обязательное соблюдение наклона Выручай-карты при её использовании в макете



Защитное поле фирменного знака = 0,5x где x ширина

РАЗДЕЛЯЙ С НАМИ

ГЛАВНАЯКАК ПРИНЯТЬ УЧАСТИЕПРИЗЫВОПРОСЫ И ОТВЕТЫЛИЧНЫЙ КАБИНЕТ

ОТЛИЧАЙСЯ
ВКУСОМ

ПОКУПАЙТЕ
В «ПЯТЁРОЧКЕ»



ВЫИГРЫВАЙТЕ
МОДНУЮ ОДЕЖДУ
ИЗ ПЕРЕРАБОТАННЫХ МАТЕРИАЛОВ

ПРИНЯТЬ УЧАСТИЕ



КАК ПРИНЯТЬ УЧАСТИЕ

Выигрывайте модную одежду из переработанных материалов вместе с Coca-Cola, Fanta и Sprite!

KEY VISUAL — накопительные акции лояльности бренда «Пятёрочка»

КВ накопительной акции формируется строго с применением стилистики бренда «Пятёрочка». Обязательно использование фирменной палитры, паттерна и шрифтов в соответствии с брендбуком.

Логотип «Пятёрочка» ВСЕГДА расположен в верхнем правом углу макета! Не обязательно в паритете с логотипом партнёра, чаще преобладая над ним.

При вёрстке макета используется только сокращенная версия логотипа «Пятёрочка» — фирменный знак.

В текстах и дисклеймере допустимо использование только полного, корректного написания бренда «Пятёрочка» ТОЛЬКО через строчную «ё», с учетом читаемости используемого кегля в макете.

Рекомендованный вариант компоновки контента для вертикального и горизонтального макетов



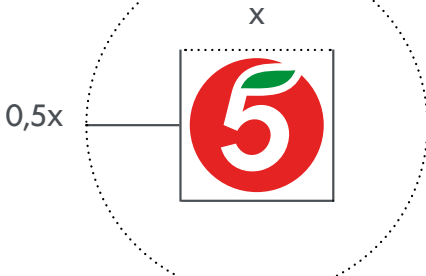
Рекомендованное использование фирменного паттерна



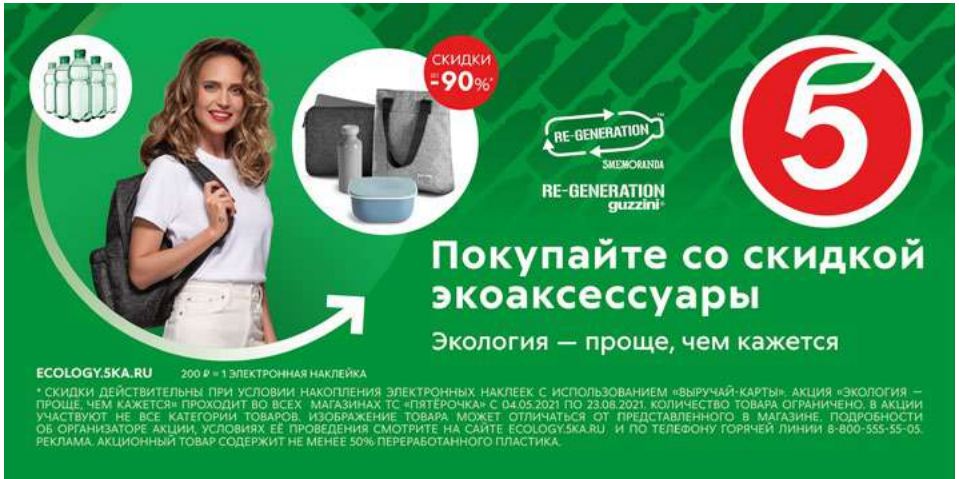
Рекомендованное использование фирменной палитры



Обязательное соблюдение наклона Выручай-карты при её использовании в макете



Защитное поле фирменного знака = **0,5x** где **x** ширина



Совместные акции ⓘ

Сайт накопительной акции лояльности бренда «Пятёрочка»

Дизайн сайта накопительной акции формируется на основе утвержденного КВ данной рекламной кампании и соответствует тем же требованиям по набору стилистических элементов в дизайне.

В текстах и дисклеймере допустимо использование только полного, корректного написания бренда «Пятёрочка» ТОЛЬКО через строчную «ё», с учетом читаемости используемого кегля в макете.

<https://ecology.5ka.ru>



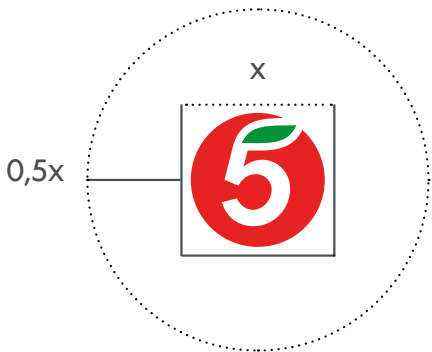
Рекомендованное использование фирменного паттерна



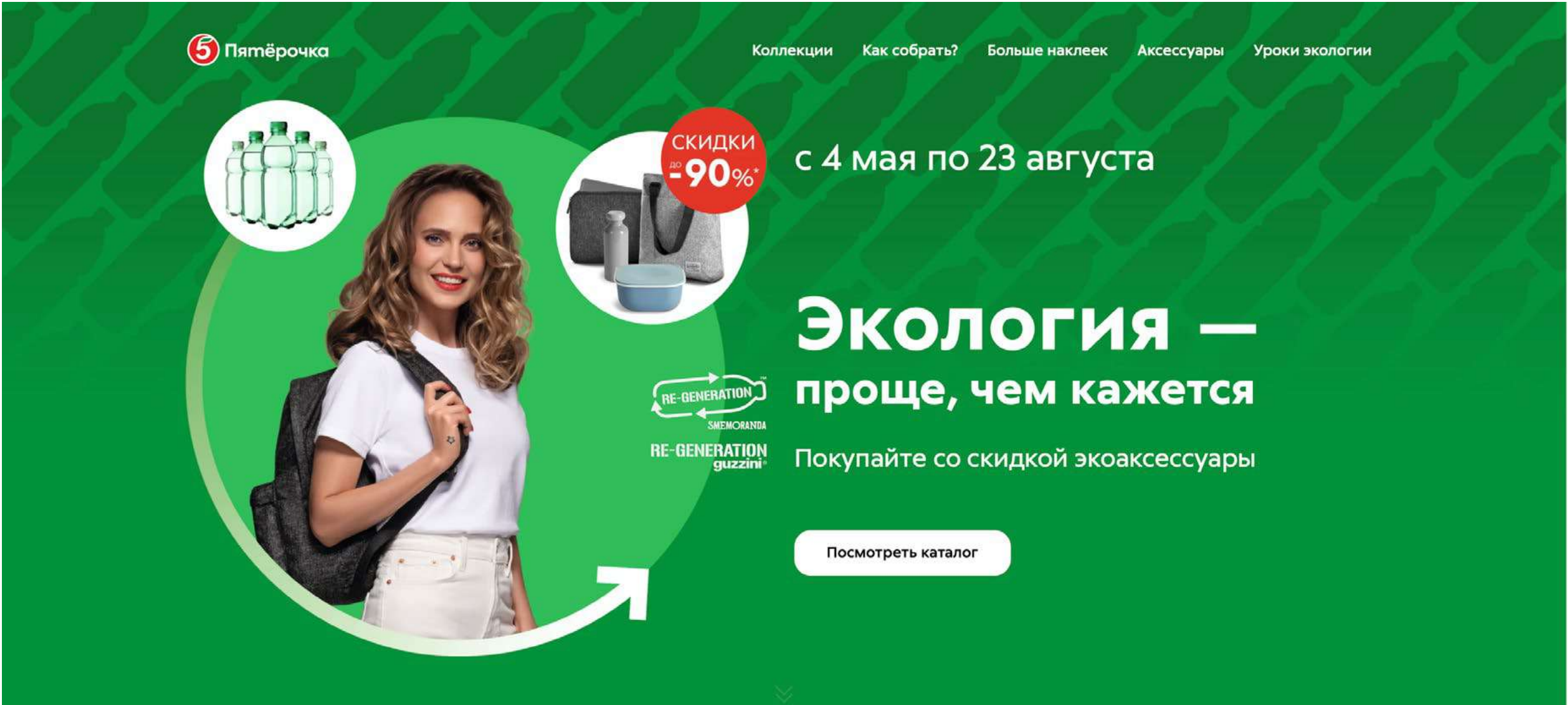
Рекомендованное использование фирменной палитры



Обязательное соблюдение наклона Выручай-карты при её использовании в макете



Защитное поле фирменного знака = **0,5x** где **x** ширина



Стильная экоколлекция

Аксессуары для экологичного образа жизни разработаны итальянскими дизайнерами, сделаны из переработанного пластика

1 / 2



ТВ-ролик промо товара

Пэкшот для проморолик формируется на основе утвержденного КВ рекламной кампании. Цветовая гамма, шрифты могут быть не привязаны к брендбуку «Пятёрочки».

В пэкшоте предпочтительно использование сокращенной версии логотипа «Пятёрочки» — фирменного знака, ВСЕГДА расположенной в верхнем правом углу макета, в паритете с логотипом партнёра.

Для анонса стоимости товара акции допустимо использование только фирменного ценника.

В текстах и дисклеймере допустимо использование только полного, корректного написания бренда «Пятёрочка» ТОЛЬКО через строчную «ё», с учетом читаемости используемого кегля в макете.

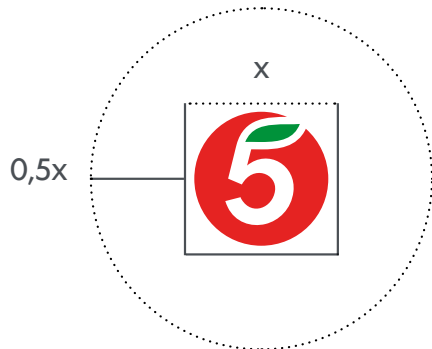
Все элементы пэкшота располагаются строго в соответствии с соблюдением технических зон экрана.



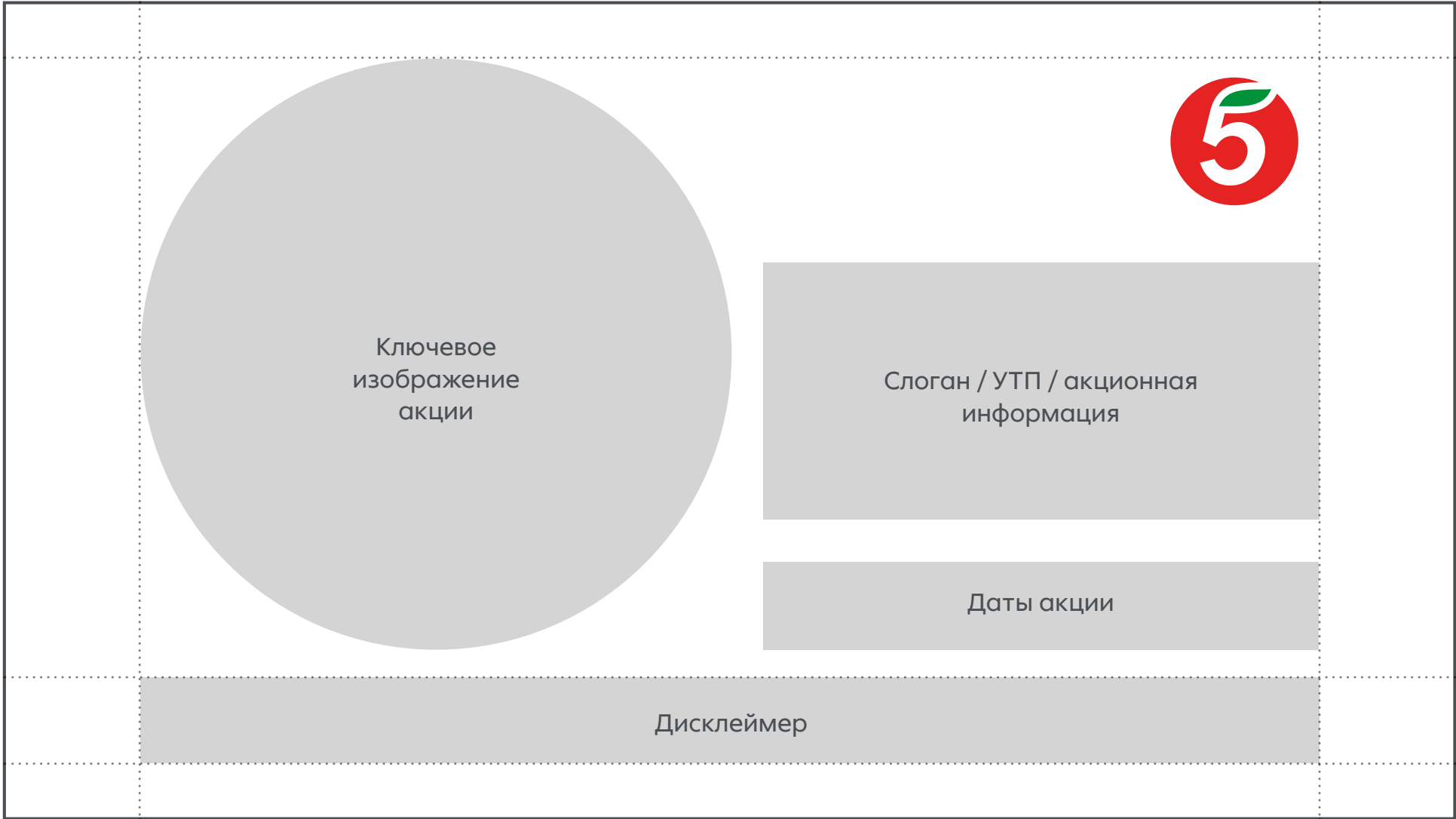
Обязательное использование фирменного ценника для анонса стоимости товара акции, подробнее см. стр. xx



Обязательное соблюдение наклона Выручай-карты при её использовании в макете



Защитное поле фирменного знака = **0,5x** где **x** ширина



Совместные акции 

ТВ-ролик Акционный

Пэкшот акционного ролика формируется на основе утвержденного КВ рекламной кампании. Цветовая гамма, шрифты могут быть не привязаны к брендбуку «Пятёрочки».

В пэкшоте предпочтительно использование сокращенной версии логотипа «Пятёрочки» — фирменного знака, ВСЕГДА расположенной в верхнем правом углу макета, в паритете с логотипом партнера.

В текстах и дисклеймере допустимо использование только полного, корректного написания бренда «Пятёрочка» ТОЛЬКО через строчную «Ё», с учетом читаемости используемого кегля в макете.

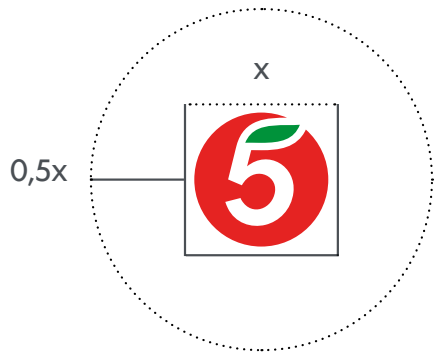
Все элементы пэкшота располагаются строго в соответствии с соблюдением технических зон экрана.



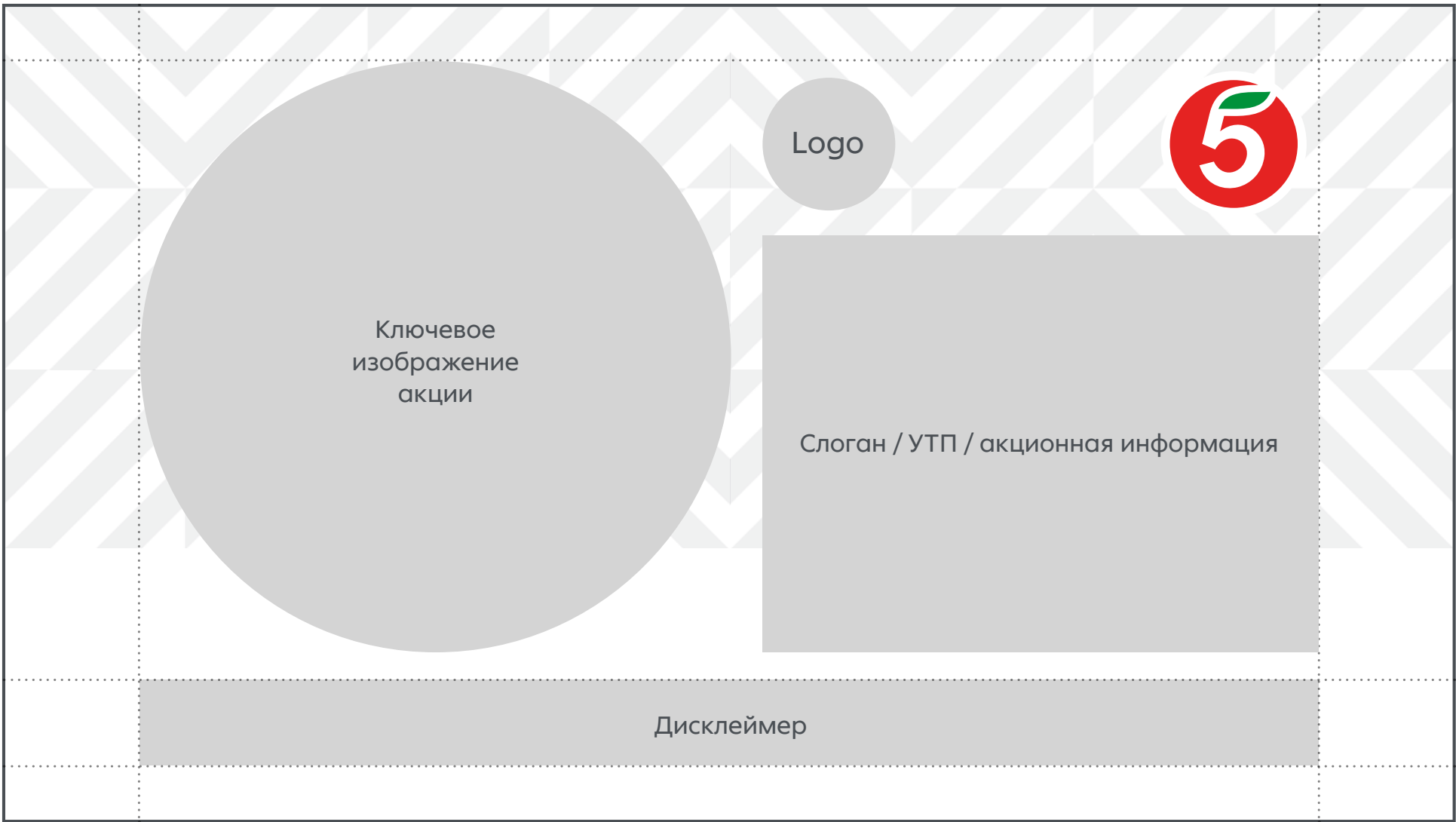
Рекомендованное использование фирменного паттерна



Обязательное соблюдение наклона Выручай-карты при её использовании в макете



Защитное поле фирменного знака = **0,5x** где **x** ширина



Совместные акции 

Промокаталог

Для партнёрских макетов, используемых в промокато­логах дополнительное размещение фирменного знака не требуется.

Пример реализованного макета без дополнительного брендинга фирменным знаком, использованного в вёрстке промокато­лога «Пятёрочка»



Совместные акции 

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 съемках необходимо следить за полнотой её объема, форма не должна заламываться, искажая силуэт логотипа.

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

В формировании продуктовой композиции могут быть использованы продукты, не требующие доп. упаковки — хлеб, яблоки, бананы, зелень..., либо продукты внутренней торговой марки «Красная цена». Данные условия формируются поставленной задачей перед предстоящей съемкой.

Условная визуализация пропорций и брендинга фирменной сумки «Пятёрочка».



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



Реклама на ТВ



Использование джингла, логошота и слогана компании

Термины:

Джингл — это короткая законченная музыкальная фраза с вокальной пропевкой.

Short version джингла — джингл, в котором пропевается фраза «Ждём в гости каждый день»

Long version джингла — версия, где перед «Ждём в гости каждый день» проговаривается «Пятёрочка!»

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

Логошот/brand signature — логотип «Пятёрочка» и подпись бренда «Ждём в гости каждый день»; размещение продуктов, других изображений и символов недопустимо.

Материалы:

Джингл «Фрукты» short version: 

Джингл «Фрукты» long version: 

Звуки кассы: 

Использование джингла, логошота и слогана компании

Общие правила

В кампаниях в конце ролика используется преимущественно Short version джингла «Фрукты» на фоне логошота.

Long version джингла «Фрукты» используется в длинных хронометражах от 30 секунд.

Материалы:

Джингл «Фрукты» short version: 

Джингл «Фрукты» long version: 

Примеры:



Пример: 



Пример: 

Реклама на ТВ 

Использование джингла, логошота и слогана компании

Опция по креативу

Если для креативной составляющей кампании важно, чтобы фразу «Ждём в гости каждый день» произносил актёр/селебрити/сотрудник, то в конце ролика звучит только *звук кассы* на фоне логошота.

Материалы:

Звуки кассы: 

Примеры:



1. Сотрудник + селебрити [Скачать !\[\]\(b93a3d1004da39ab83182d084e9be391_img.jpg\)](#)



2. Сотрудник + покупатель [Скачать !\[\]\(81fc275d0420a186abdcebe74ad0db8b_img.jpg\)](#)

Использование джингла, логошота и слогана компании

Имиджевые кампании

К имиджевым относятся все видео/аудио материалы, в которых не присутствует продукт/партнер/поставщик.

Хронометраж	Формат	Тип	Звук для скачивания
30" и более	ТВ, ОЛВ	Допустимо использование в конце Long version джингла. На экране показываем логошот.	Джингл «Фрукты» short version: 
	Радио	Short version джингла	
15" – 30"	ТВ, ОЛВ	После основного ролика звучит short version джингла. На экране показываем логошот.	Джингл «Фрукты» long version: 
	Радио		
10" и менее	ТВ, ОЛВ	*звук кассы* + на экране показываем логошот	Звуки кассы: 
	Радио	*звук кассы*	

Использование джингла, логошота и слогана компании

Имиджевые кампании

Тактический слоган — создается под конкретную задачу и отдельную рекламную кампанию; не противоречит основному слогану бренда, стратегическому.

В имиджевых кампаниях, где есть тактический слоган (например, «Говорите – сделаем!» или «Исполняем мечты!»), в конце ролика произносится он. Затем без озвучивания показываем на экране логошот «Ждём в гости каждый день» + «звуки кассы»

Хронометраж	Формат	Тип	Звук для скачивания
15" и более	ТВ, ОЛВ	Актёр/диктор/сотрудник/селебрити произносит тактический слоган. *звуки кассы* + на экране показываем логошот	Звуки кассы: 
	Радио	Актёр/диктор/сотрудник/селебрити произносит тактический слоган. *звуки кассы*	



Скачать 

Использование джингла, логошота и слогана компании

Имиджевые + промо (кампании с поставщиками)

Это имиджевые кампании с участием других брендов/поставщиков: уникальные предложения и спецпроекты, действительные только для «Пятёрочки»

Хронометраж	Формат	Тип	Звук для скачивания
30" и более	ТВ, ОЛВ	Допустимо использование в конце Long version джингла. На экране показываем логошот.	Джингл «Фрукты» short version: 
15" – 30"	ТВ, ОЛВ	После основного ролика звучит short version джингла. На экране показываем логошот. ЛИБО: Если для креативной составляющей важно, то можно использовать такой вариант: Актёр/сотрудник/селебрити произносит фразу «Ждём в гости каждый день». На фоне логошота *звук кассы* На экране показываем логошот	Джингл «Фрукты» long version: 
	Радио	Short version джингла ЛИБО: Актёр/диктор/сотрудник/селебрити произносит тактический слоган. *звуки кассы*	
10" и менее	ТВ, ОЛВ	*звук кассы* + на экране показываем логошот	Звуки кассы: 
	Радио	*звук кассы*	

Форма персонала



Форма для директора магазина

Новая униформа директора магазина состоит из поло*, толстовки и жилета фирменного серого цвета (Pantone 431 C).

Летний вариант униформы директора магазина состоит из поло фирменного серого цвета (Pantone 431 C) и брюк тёмного цвета.

В зимнее время года поло может быть заменено толстовкой фирменного серого цвета (Pantone 431 C).

В зимнее время года униформа директора может быть дополнена утеплённым жилетом фирменного серого цвета (Pantone 431 C).

Под форменную одежду разрешено надевать футболки и поло с длинными или короткими рукавами, свитшоты, джемпера и т.п. только чёрного или белого цвета, а также джинсы или брюки тёмного или чёрного цвета.

*поло доступны к заказу только для МР «Юг». Все остальные регионы надевают свою одежду в рамках разрешённого дресс-кода.



Комплект директора



Форма для сотрудников торгового зала

Новая униформа персонала торгового зала включает в себя футболку*, толстовку и жилет фирменного зелёного цвета (Pantone 369 C).

Летний вариант униформы персонала торгового зала состоит из футболок фирменного зелёного цвета (Pantone 369 C) и брюк тёмного цвета.

В зимнее время года фирменная футболка может быть заменена толстовкой фирменного зелёного цвета (Pantone 369 C).

В зимнее время года униформа сотрудников может быть дополнена утеплённым жилетом фирменного зелёного цвета (Pantone 369 C).

Под форменную одежду разрешено надевать футболки и поло с длинными или короткими рукавами, свитшоты, джемпера и т.п. только чёрного или белого цвета, а также джинсы или брюки тёмного или чёрного цвета.

*футболки доступны к заказу только для МР «Юг». Все остальные регионы надевают свою одежду в рамках разрешённого дресс-кода.



Комплект сотрудника торгового зала

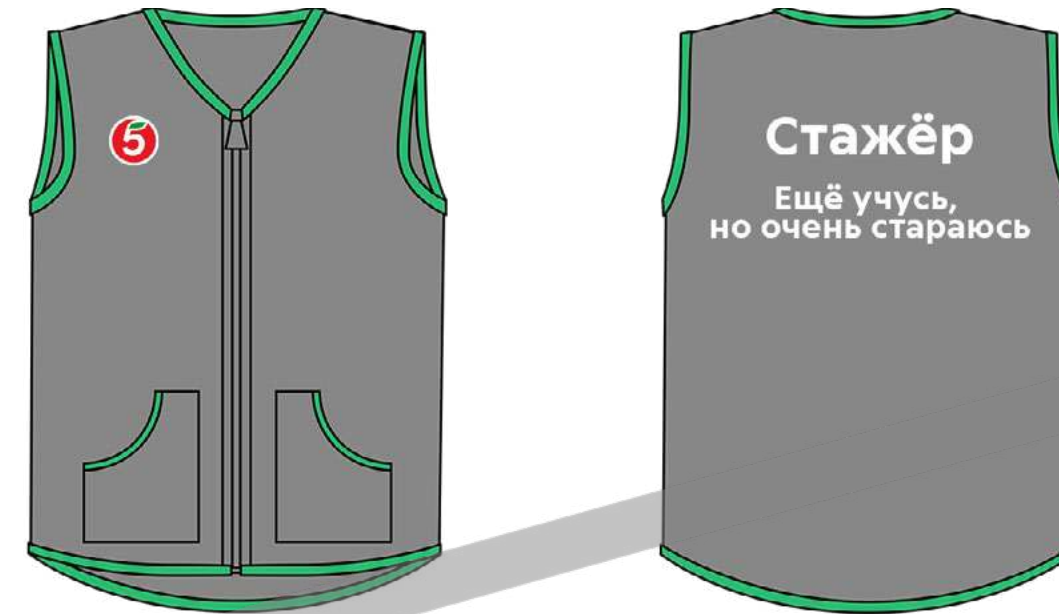


Форма персонала 

Форма для стажёра

Новая униформа стажёров состоит из легкого жилета фирменного серого цвета (Pantone 431 C) с зелёными вставками (Pantone 369 C).

Под униформу разрешено надевать футболки и поло с длинными или короткими рукавами, свитшоты, джемпера и т.п. только чёрного или белого цвета, а также джинсы или брюки тёмного или чёрного цвета.



Форма стажёра (сотрудники на испытательном сроке)



Форма персонала 

Куртка для дебаркадера

Для работы на дебаркадере предусмотрена утеплённая куртка на молнии с капюшоном фирменного серого цвета (Pantone 431 C).

На левом плече куртки размещается фирменный знак. Он может быть нанесен с помощью вышивки или шелкографии.



Дресс-код

Запрещённый тип одежды под униформой — одежда с принтами/ярких цветов и «вызывающая» одежда с глубоким декольте, разрезами и т.п.

Разрешённый низ — джинсы или брюки тёмного или чёрного цвета.

Для длинных волос допустимы следующие виды причёсок: хвост, коса, пучок или другая аккуратная причёска.

Если вы используете головной платок, он должен быть белого или чёрного цвета.



Разрешённый тип одежды

Бейдж

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

Бейджи носятся на ленте фирменного серого цвета или на клипсе. На форме предусмотрены специальные петли для ношения бейджа на клипсе. Бейджи могут быть изготовлены как из пластика, так и из бумаги. Во втором случае бейдж размещается в специальном футляре.

Все тексты на бейджах следует набирать только фирменными шрифтами.



Деловая документация

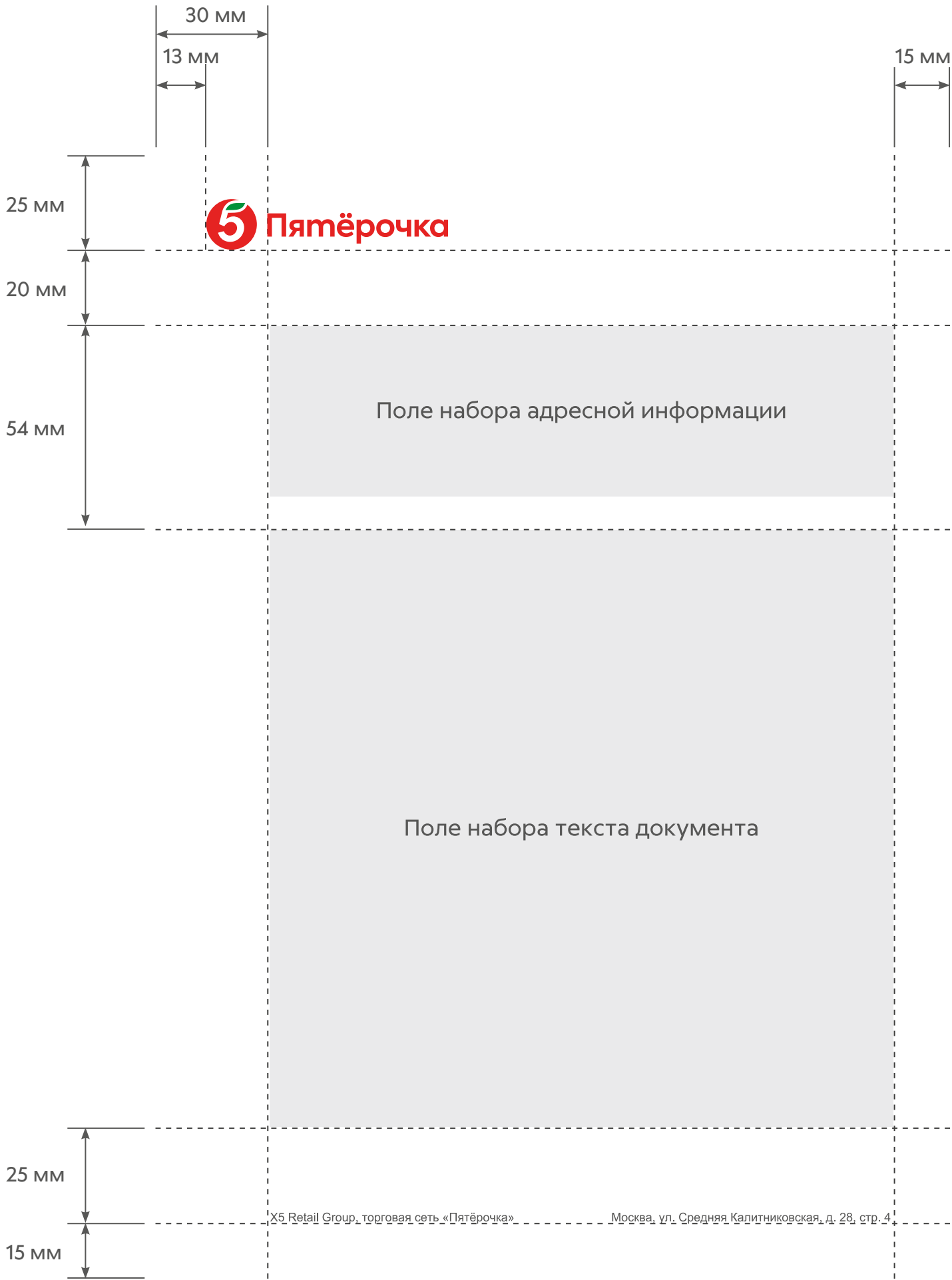


Фирменный бланк

Фирменный бланк сети магазинов «Пятёрочка» печатается на белой матовой бумаге формата А4 (210×297 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.

Скачать📄



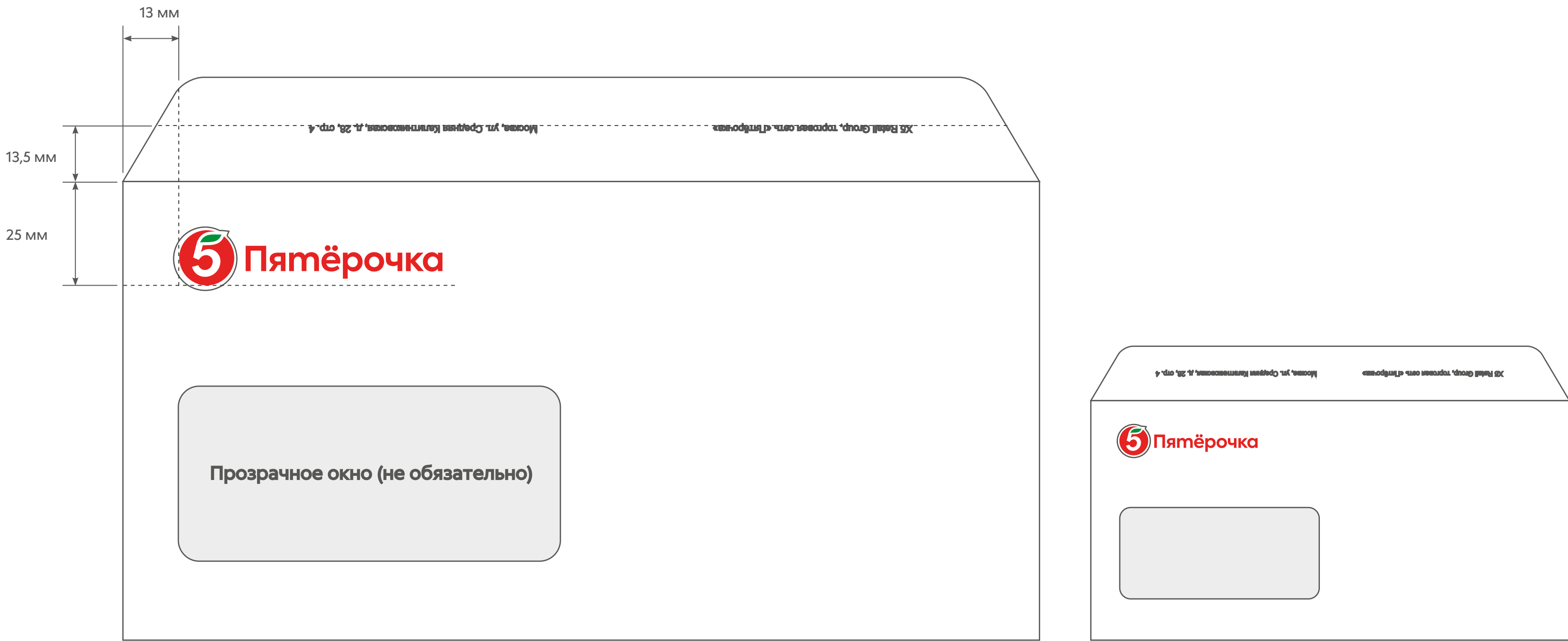
Фирменный конверт DL

Скачать 

Фирменные конверты формата DL (220×110 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.



Фирменная папка

Скачать 

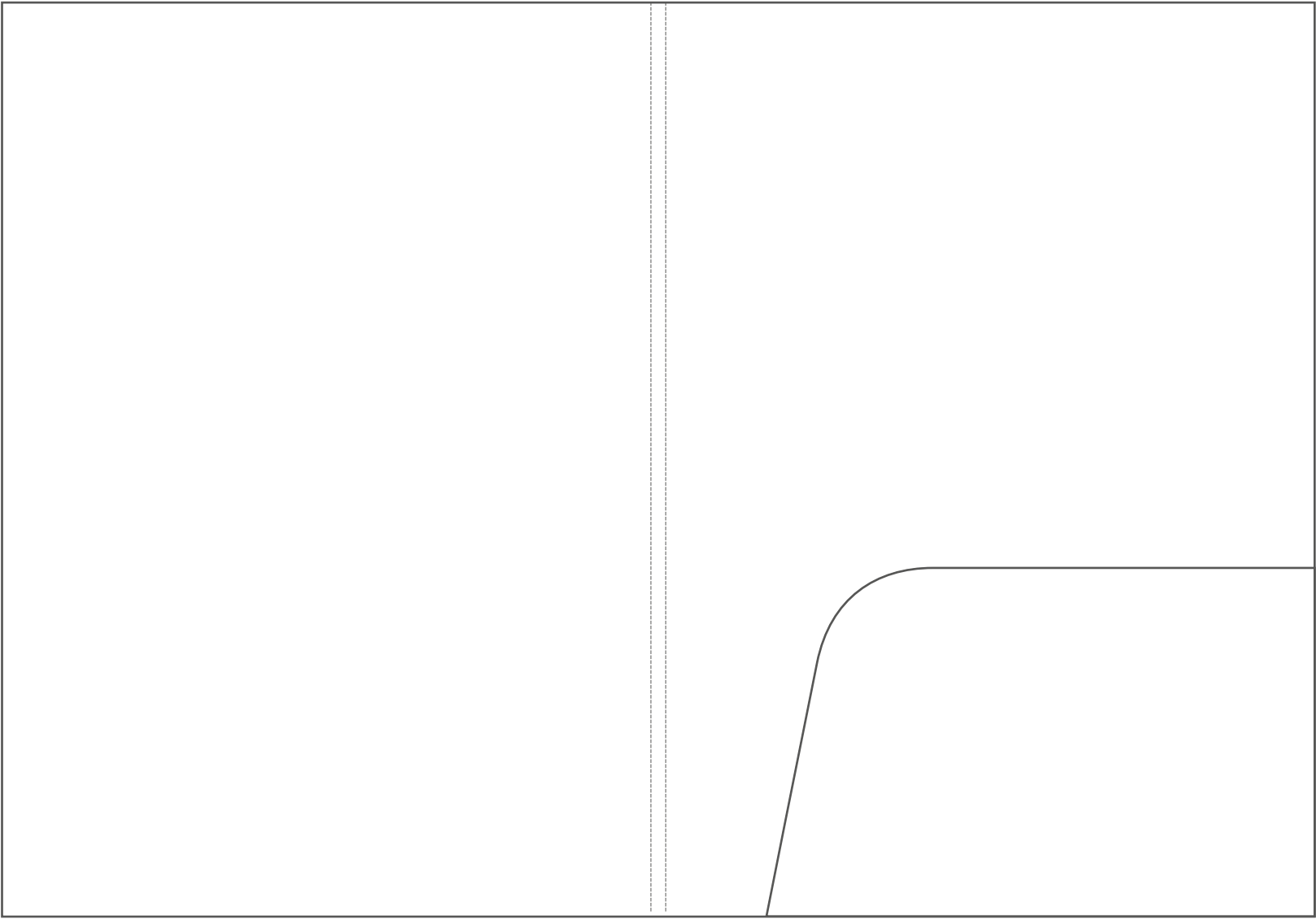
На лицевой стороне папки в центре размещается фирменный блок, в правом нижнем углу — фирменная суперграфика (дополнительный рисунок).

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

Папки формата 220×310 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

Визитка

Скачать

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

- 1. Блок с логотипами и куаркодом всегда фиксированный и не изменяется
- 2. Блок Имя-Фамилия набирается bold начертанием шрифта 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 



