



Vprok.ru
Перекрёсток

Визуальные элементы бренда

Описание основных
визуальных элементов бренда
2021 год

В основе визуального стиля Vprok.ru лежат несколько базовых элементов: логотип, цвета, шрифт.

В данном кратком руководстве фирменного стиля описаны основные визуальные элементы бренда. Документ позволит следить за соблюдением выработанных визуальных стандартов бренда. Изложенные здесь правила помогут дизайнерам и полиграфистам сделать работу корректно и качественно.

Содержание

Логотип Vprok.ru Перекрёсток	3
Логотип. Свободное пространство	4
Логотип. Цветовые решения	5
Логотип. Черно-белые решения	7
Фирменная цветовая гамма	8
Фирменный шрифт	9
Значок аватарки и фавикон	10
Визуальная архитектура. Суббренды	11
Визуальное партнерство. Кобрендинг	12
Написание названий бренда в текстах	16

Логотип Vprok.ru Перекрёсток.



Графический
знак.

Уникальное шрифтовое написание
Vprok.ru и Перекрёсток.

Логотип Vprok.ru Перекрёсток

Главным визуальным элементом идентификации бренда «Vprok.ru Перекрёсток» является логотип. Логотип — это оригинальная композиция, состоящая из трех элементов: графического знака, уникального шрифтового написания Vprok.ru и написания Перекрёсток.

Графический знак

Графический знак имеет форму квадрата с округлыми углами. В квадрат оригинально вписан графический элемент «клевер» (графический знак бренда «Перекрёсток»). «Клевер» внутри квадрата имеет оригинальную композицию и кадрирование.

Уникальное шрифтовое написание

Шрифтовые написания Vprok.ru и Перекрёсток базируются на фирменном шрифте Gilroy (начертание Bold), имеют набор в две строки, равные по ширине.

Логотип имеет горизонтальную композицию, расположение элементов и исполнен в одном цвете — темный графит.



▲
Свободное пространство логотипа обозначено светло-серым полем. Область охранного периметра логотипа равна высоте заглавной буквы уникального шрифтового написания Перекрёсток (на схеме обозначено «X»).



▲
Минимальный размер логотипа ограничен высотой 4 мм для воспроизведения на физическом носителе (печать, нанесение).



▲
Минимальный размер логотипа и графического знака ограничен высотой 16 px для демонстрации на экране или digital-среде.

Логотип. Свободное пространство

Свободное пространство

Свободное пространство логотипа — это невидимое поле, внутрь которого не должны заходить никакие другие элементы дизайна макета (графика, фотографии, иллюстрации и прочие элементы).

При разработке рекламных макетов и носителей визуального стиля важно обеспечить комфортное восприятие логотипа. Если используется неоднородная заливка (неоднородный фон или фото) под логотипом, важно, чтобы фоновое изображение было максимально нейтральным и не перебивало восприятие логотипа.

Минимальный размер использования логотипа

В использовании логотипа при разработке рекламных макетов и носителей визуального стиля существуют ограничения, касающиеся масштаба воспроизведения. Логотип имеет ограничения воспроизведения: существует минимальный размер. Это обусловлено тем, что воспроизведение логотипа меньших размеров не способно обеспечить его комфортное восприятие.

Минимальный размер логотипа ограничен высотой 4 мм для воспроизведения на физическом носителе (печать, нанесение) и высотой 16 px для демонстрации на экране или digital-среде.



Логотип на белом фоне.



Основное цветовое решение в рекламных коммуникациях — логотип на светло-зеленом (лайм) фоне.



Логотип на ярко-зеленом фоне.



Цветная инверсия, логотип на графитовом фоне.

Логотип. Цветовые решения

В визуальном стиле и в оформлении носителей бренда «Vprok.ru Перекрёсток» возможно использование четырех цветных версий логотипа.

Логотип на белом фоне

Данное цветовое решение применяется в большинстве случаев при разработке носителей визуального стиля. Активно используется в документах и digital-среде. Допустимо использование логотипа на светло-сером фоне.

Логотип на светло-зеленом (лайм) фоне

Основное цветовое решение в рекламных коммуникациях бренда. Применяется в тех случаях, когда светло-зеленый (лайм) цвет является фоновым.

Логотип на ярко-зеленом фоне

Данное цветовое решение логотипа применяется в тех случаях, когда ярко-зеленый цвет является фоновым в оформлении макетов и носителей визуального стиля. Важно отметить, что в такой версии используется белый цвет уникального шрифтового написания. Данное цветовое решение не должно стать доминирующим в визуальном стиле и должно использоваться в исключительных случаях.

Цветная инверсия, логотип на графитовом фоне

Инверсия — белый логотип на графитовом фоне. Данное цветовое решение применяется в тех случаях, когда графитовый цвет является фоновым.

Важно! Иные цветовые вариации логотипа использовать запрещено.

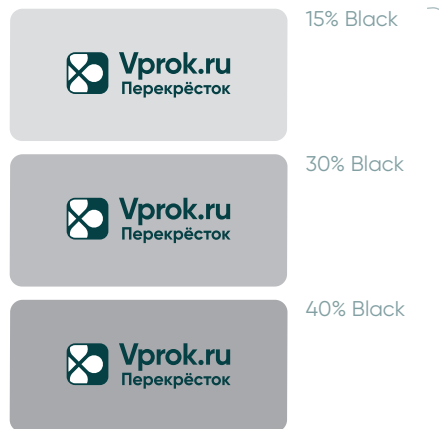


Цветная версия логотипа на светло-сером фоне. Применяется в тех случаях, когда основной тон фона находится в диапазоне от 1 до 40% Black (черного цвета).



Пример нанесения на ткань текстуры «серый меланж» (в два цвета).

Данная градация наглядно показывает принцип размещения основной версии логотипа на сером фоне разной интенсивности по тону.



Основное
цветовое
решение
логотипа.



Инверсия
логотипа.

Логотип. Цветовые решения

В исключительных случаях (например, при нанесении логотипа на сувенирную продукцию или фирменную одежду) допустимо использование цветной версии логотипа на сером фоне.

Если логотип размещается на сером фоне, в зависимости от тона (процента интенсивности черного цвета) применяется основная или инверсная версия.

Цветная версия логотипа на светло-сером фоне: данное решение применяется в тех случаях, когда основной тон фона находится в диапазоне от 1 до 40% Black (черного цвета).

Инверсный логотип на темно-сером фоне — белый логотип в один цвет, данное решение применяется в тех случаях, когда основной тон фона находится в диапазоне от 46 до 100% Black (черного цвета).

Важно! Черно-белые решения логотипа применяются только в тех случаях, когда использование цветной версии логотипа невозможно. Например, при печати документов на офисном принтере.

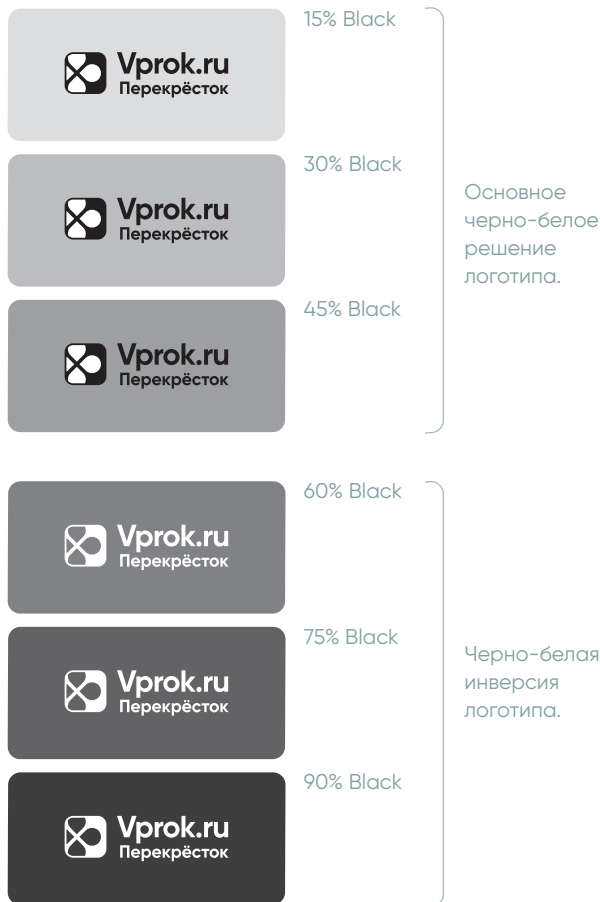


Основное черно-белое решение —
черный логотип на белом фоне.



Черно-белая инверсия, белый логотип
на черном фоне.

Данная градация наглядно показывает принцип
размещения черно-белого логотипа на сером фоне
разной интенсивности по тону.



Логотип. Черно-белые решения

В визуальном стиле и в оформлении носителей бренда
«Vprok.ru Перекрёсток» возможно использование двух
черно-белых версий логотипа.

Черный логотип на белом фоне

Данное решение применяется в тех случаях, когда
использование цветной версии логотипа невозможно
(например, при печати документов на офисном
принтере).

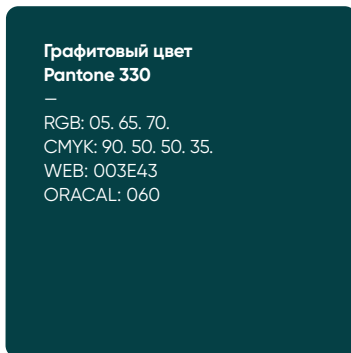
Белый логотип на черном фоне

Данное решение применяется в тех случаях, когда
использование цветной версии невозможно, а черный
цвет является фоном для размещения логотипа.

В случае, если логотип размещается на сером фоне,
в зависимости от тона (процента интенсивности черно-
го цвета) применяется основная или инверсная версия
логотипа.

Черный логотип на светло-сером фоне: данное решение
применяется в тех случаях, когда основной тон фона на-
ходится в диапазоне от 0 до 45% Black (черного цвета).

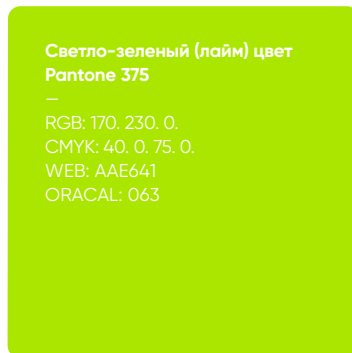
Инверсный логотип на темно-сером фоне: данное ре-
шение применяется в тех случаях, когда основной тон
фона находится в диапазоне от 46 до 100% Black (черного
цвета).



Графитовый цвет
Pantone 330

—

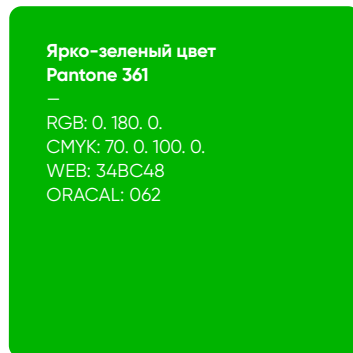
RGB: 05. 65. 70.
CMYK: 90. 50. 50. 35.
WEB: 003E43
ORACAL: 060



Светло-зеленый (лайм) цвет
Pantone 375

—

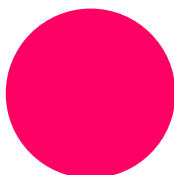
RGB: 170. 230. 0.
CMYK: 40. 0. 75. 0.
WEB: AAE641
ORACAL: 063



Ярко-зеленый цвет
Pantone 361

—

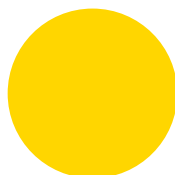
RGB: 0. 180. 0.
CMYK: 70. 0. 100. 0.
WEB: 34BC48
ORACAL: 062



Малиновый
Pantone Rubine Red

—

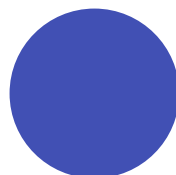
RGB: 255. 0. 100.
CMYK: 0. 95. 35. 0.
WEB: FF0064
ORACAL: 041



Желтый
Pantone 123

—

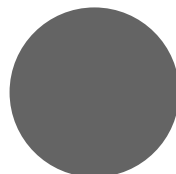
RGB: 255. 215. 0.
CMYK: 0. 15. 95. 0.
WEB: FFD600
ORACAL: 022



Синий
Pantone 285

—

RGB: 65. 80. 180.
CMYK: 85. 70. 0. 0.
WEB: 4150B4
ORACAL: 051



Серый
Pantone Cool Grey 8

—

RGB: 100. 100. 100.
CMYK: 0. 0. 0. 65.
WEB: 646464
ORACAL: 074

Цвета
суббрендов.

Фирменная цветовая гамма

Фирменный цвет является важным отличительным элементом идентификации любого бренда. Основными фирменными цветами бренда «Vprok.ru Перекрёсток» являются: графитовый, светло-зеленый (лайм) и ярко-зеленый. Подробные характеристики основных фирменных цветов представлены на данной странице.

Графитовый (цвет логотипа)

Основной фирменный цвет, цвет логотипа. Используется для полиграфической печати в режимах Spot (Pantone) и CMYK, digital-среде, рекламных макетах, оформлении носителей визуального стиля.

Светло-зеленый (лайм) цвет

Основной цвет, используемый в рекламных коммуникациях в качестве цвета фона. Применяется для полиграфической печати в режимах Spot (Pantone) и CMYK, digital-среде, рекламных макетах, оформлении носителей визуального стиля.

Ярко-зеленый цвет

Фирменный акцентный цвет. Данный цвет не должен стать доминирующим в визуальном стиле и должен использоваться в исключительных случаях.

Характеристики дополнительных четырех фирменных цветов представлены на данной странице.

Gilroy Light

Съешь ещё этих мягких
французских булок,
да выпей чаю.

Gilroy Regular

Съешь ещё этих мягких
французских булок,
да выпей чаю.

Gilroy Bold

**Съешь ещё этих мягких
французских булок,
да выпей чаю.**

Gilroy Black

**Съешь ещё этих мягких
французских булок,
да выпей чаю.**

Gilroy Light Italic

*Съешь ещё этих мягких
французских булок,
да выпей чаю.*

Gilroy Regular Italic

*Съешь ещё этих мягких
французских булок,
да выпей чаю.*

Gilroy Bold Italic

***Съешь ещё этих мягких
французских булок,
да выпей чаю.***

Gilroy Black Italic

***Съешь ещё этих мягких
французских булок,
да выпей чаю.***

Фирменный шрифт

Визуальный стиль бренда «Vprok.ru Перекрёсток» предполагает использование шрифтовой гарнитуры Gilroy.

Гарнитура Gilroy в начертаниях: Light, Regular, Bold и Black используется как для набора основного текста, так и для акциденции — выделения главного. Например, данным шрифтом должны оформляться все рекламные и информационные тексты бренда, заголовки, слоганы, цитаты, меню и другие надписи.

Важно! Использование иных шрифтов и начертаний при создании носителей визуального стиля и рекламных макетов запрещено.



▲
Изображение
аватарки круглой
формы.



▲
Изображение
аватарки квадратной
формы.



▲
Фавикон имеет
форму квадрата
и минимальный размер —
16x16 px.

Значок аватарки и фавикон

Значок аватарки

Значок аватарки может быть круглой или квадратной формы. В изображении аватарок используется часть графического элемента «клевер».

Фавикон

Фавикон (favicon) — визуальная иконка страницы в браузере. Имеет минимальный размер — 16x16 px.



Основной логотип –
мастер-бренд.



Логотипы отдельных
направлений –
суббренды.



Визуальная архитектура. Суббренды

Архитектура бренда «Vprok.ru Перекрёсток», помимо мастер-бренда, имеет два суббренда – «Vprok.ru Перекрёсток Зоотовары» и «Vprok.ru Перекрёсток Для бизнеса».

Суббренд «Vprok.ru Перекрёсток Зоотовары» – это отдельная товарная категория (товары для животных). «Vprok.ru Перекрёсток Для бизнеса» – отдельное направление бизнеса, работа с корпоративными клиентами.

Суббренды имеют оригинальные наименования, свой логотип и отличительный цвет. Наименования суббрендов в текстах выделяются кавычками и не склоняются.



1. Размещение логотипа Vprok.ru Перекрёсток на рекламном макете.

**Сочные стейки «Мираторг»
со скидкой 120₽ только
на Vprok.ru**

2. Обозначение партнера текстом в рекламном сообщении.



3. Размещение кобрендингового блока в рекламном сообщении.

Визуальное партнерство. Кобрендинг

В контексте рекламных коммуникаций (в рекламных сообщениях и рекламных макетах) допустимо применение трех способов обозначения партнерства бренда с брендом «Vprok.ru Перекрёсток».

1. Размещение логотипа на рекламном макете

Размещение логотипа Vprok.ru Перекрёсток в рекламном макете партнера необходимо осуществлять корректно, в соответствии со всеми рекомендациями данного руководства.

2. Обозначение партнера текстом

Если рекламное сообщение не позволяет корректно разместить логотип Vprok.ru Перекрёсток на макете, в таком случае информацию о партнерстве необходимо обозначить текстом.

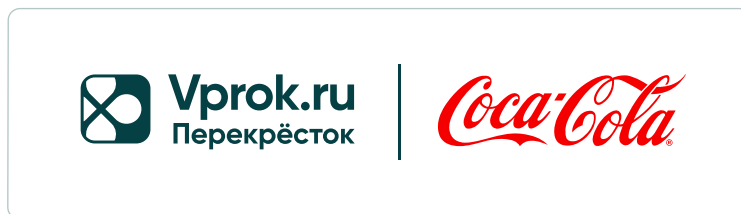
3. Размещение кобрендингового блока

В определенных случаях важно визуально обозначить партнерские отношения двух брендов. Тогда используется кобрендинговый лого-блок.



Схема формирования партнерского (спонсорского) блока.

▲
Габариты партнерского логотипа не должны превышать размеры логотипа Vprok.ru Перекрёсток по высоте и ширине. Они должны быть визуально равнозначны.



Пример партнерского (спонсорского) блока.

Визуальное партнерство. Кобрендинг

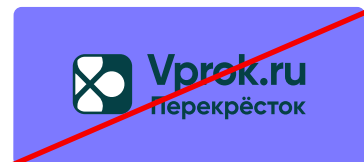
Кобрендинг и спонсоринг — композиция логотипа Vprok.ru Перекрёсток и логотипа партнера, разделенная вертикальной чертой.

Такое решение используется на носителях, в рекламных коммуникациях и совместных мероприятиях в рамках спонсорских и партнерских соглашений.

Пример фоновых цветов
с интенсивностью меньше 25%.
Размещение логотипа на таком
фоне допустимо.



Пример фоновых цветов
с интенсивностью выше 25%.
Размещение логотипа на таком
фоне недопустимо.



Визуальное партнерство. Кобрендинг

Размещение логотипа Vprok.ru Перекрёсток на рекламных макетах партнеров необходимо осуществлять корректно, в соответствии со всеми рекомендациями данного руководства. В большинстве случаев рекламные макеты партнеров имеют визуальное решение, предполагающее использование интенсивного цвета фона, фотографии или фоновой графики.

Для того чтобы обеспечить корректное восприятие логотипа на цветном фоне, не входящем в состав фирменных цветов, важно, чтобы интенсивность цвета (цветовой тон) не превышала 25% (за 100% принимаем черный цвет). Если же интенсивность фоновой цвета выше 25%, логотип Vprok.ru на таком размещать запрещено.



Пример размещения логотипа Vprok.ru Перекрёсток в графической плашке белого и лаймового цветов на фоне цвета, не входящего в палитру фирменных.



Пример размещения логотипа Vprok.ru Перекрёсток в графической плашке белого и лаймового цветов на фоне фотографии.

Визуальное партнерство. Кобрендинг

В случае, когда интенсивность цвета фона макета превышает 25%, а его визуальная организация не предусматривает возможности разметить логотип Vprok.ru Перекрёсток на белом фоне, логотип Vprok.ru Перекрёсток необходимо размещать на плашке белого или светло-зеленого (лайм) цвета. Такое решение обеспечит корректное восприятие логотипа Vprok.ru Перекрёсток в контексте рекламного макета партнера.

Правильное написание наименования
бренда в текстах.

**Продукты доставит
Vprok.ru Перекрёсток**

**Важно! Запрещено использовать в качестве
названия Vprok.ru без слова Перекрёсток.
На текущем этапе ребрендинга это грозит
штрафом для компании.**

Правильное написание
домена в текстах.

**Товары по рублю
на Vprok.ru**

Правильное произношение наименования
бренда в рекламных коммуникациях.

**Продукты доставит
впрок (точка) ру
Перекрёсток**

Правильное произношение домена
в рекламных коммуникациях.

**Товары по рублю
на впрок (точка) ру**

Написание названий бренда в текстах

Важно при упоминании названия корректно и правильно
писать в текстах и произносить наименование бренда.

Наименование бренда «**Vprok.ru Перекрёсток**» всегда
пишется и произносится в два слова (Vprok.ru и Пере-
крёсток). Первое слово Vprok.ru пишется как доменное
имя, всегда с заглавной буквы, написание латинскими
буквами. Слово Перекрёсток в текстах пишется с заглав-
ной буквы, обязательно используется буква «ё». Никогда
не используются кавычки и иные символы для выделения
полного названия в текстах.

**Важно! Запрещено использовать в качестве названия
Vprok.ru без слова Перекрёсток. На текущем этапе
ребрендинга это грозит штрафом для компании.**

При произношении наименования, используется
транслитерация (с англ. на русский) — **Впрок (точка) ру
Перекрёсток**. При этом всегда необходимо произносить
слово «точка» — это обязательный элемент произношения
названия.

Правильное произношение наименования мобильного приложения.

Применяется только в разговорной речи.

**Закажите
в приложении
впрок (точка) ру**

Правильное написание и произношение наименования мобильного приложения.

Применяется только в текстах.

**Закажите
в приложении
«Перекрёсток Впрок»**

**Онлайн-гипермаркет
«Vprok.ru Перекрёсток»**

Онлайн-гипермаркет «Vprok.ru Перекрёсток» — правильное написание позиционирующей формулировки бренда.

Написание названий бренда в текстах

В случае, когда речь идет о мобильном приложении, в разговорной речи правильно произносить: **Приложение Впрок (точка) ру**. В текстах и произношении написанного текста: **Приложение «Перекрёсток Впрок»** — как пишется, так и произносится.

Наименования «Vprok.ru Перекрёсток» и «Перекрёсток Впрок» в текстах выделяются кавычками в том случае, если перед названием идет уточняющая формулировка. Например: **приложение «Перекрёсток Впрок», бренд «Vprok.ru Перекрёсток»** и так далее.

Важно учесть!

Онлайн-гипермаркет «Vprok.ru Перекрёсток» — правильное написание позиционирующей формулировки бренда. Иные формулировки, такие как: **онлайн-супермаркет, онлайн-магазин и прочие использовать запрещено!**

Позиционирующая формулировка **Онлайн-гипермаркет «Vprok.ru Перекрёсток»** не рекомендуется для использования в устной речи, т.к. она достаточно трудно воспринимается на слух, несмотря на верный посыл. Данная формулировка рекомендуется для использования в пресс-релизах, статьях, юридических текстах и т.п.



Визуальные элементы бренда
2021 год