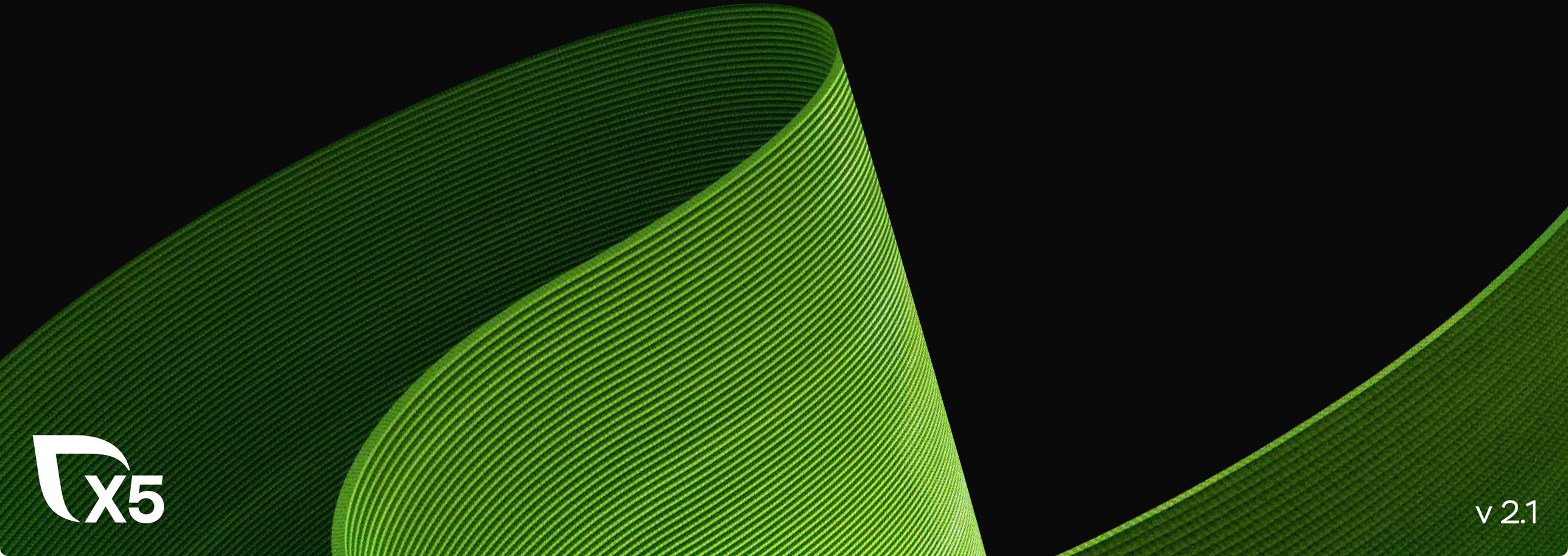
Константы стиля бренда X5



v 2.1

Это новый гайдбук X5

Гайд по коммуникации для всех, кто говорит и действует от имени X5.

Имя X5 хорошо известно в деловой среде – нашим партнёрам и сотрудникам. Мы развивали технологии, логистику, процессы – но не общались с покупателями напрямую.

Теперь всё меняется.

X5 выходит за рамки профессиональной аудитории и становится открытым брендом. Для миллионов людей.

Мы работаем там, где еда — часть повседневного опыта.

Наша задача – улучшать жизнь, делая продукты и сервисы доступными, качественными и безопасными. Быть главными в еде.

Наша цель — не просто узнаваемость.

Мы строим бренд, которому доверяют. Бренд, который выбирают, потому что чувствуют: за ним стоят забота, ответственность и стандарты качества, на которые можно положиться.

Этот гайдбук – наш первый шаг.

Как работать с гайдбуком

Гайдбук X5 — это не просто инструкция. Это основа, на которой строится бренд.

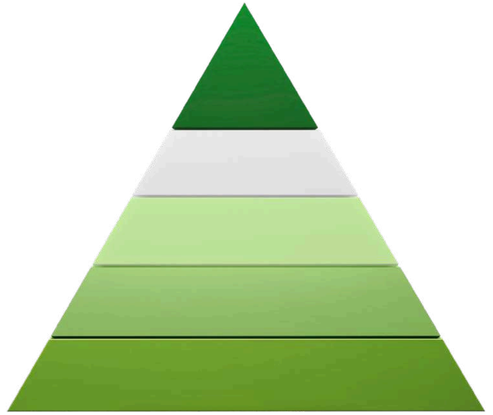
К нему стоит возвращаться каждый раз, когда вы принимаете решение о стиле, тональности или оформлении коммуникационных материалов.

Внутри — всё, что нужно:

- платформа бренда
- правила визуального стиля
- тональность коммуникации
- бренд-архитектура
- правила кобрендинга

Работая с гайдбуком, мы не просто следуем правилам, а формируем узнаваемый, живой и целостный образ X5 — в каждый момент и в каждой точке касания с нашей аудиторией.

Бренд-платформа X5



Бренд-архитектура компании

Стиль коммуникации

Правила и принципы фирменного стиля

Содержание

01 Бренд-платформа
- Манифест бренда 005
- Суть бренда 006
- Платформа бренда 007
- Что бренды «наследуют» у материнского бренда 008

02 Тональность
- Как мы называемся 010
- Как мы говорим 011

03 Архитектура брендов
- Овервью 012

04 Константы

04.1 Логотип 015
- Обновление 016
- Основная версия 018
- Охранное поле 019
- Инверсия 020
- Чёрный логотип 021
- Монохромный логотип 022
- На фоне 026
- Порядок обновления 027
- Выбор версии логотипа 028
- Недопустимо 029
- Размещение на макете 030
- Размещение на плашках 031
- Логотип и слоган 032

04.2 Суббренды X5 035
- Овервью 036
- Бренд-расширения и суббренды 037
- Бренд-расширения и B2B-суббренды 038
- B2C-суббренды 040
- Внутренние проекты суббрендов 042
- Суббренды суббрендов 044
- Бренды с поддержкой 045
- Независимые бренды 046
- НЕ бренды 047

04.3 Кобрендинг 049
- Виды 050
- Горизонтальная компоновка 051
- Вертикальная компоновка 055

04.4 Палитра бренда 058
- Основной цвет 059
- ESG 061
- Дополнительные цвета 063
- Интерфейсные цвета 065

04.5 Графика 067
- Характер графики 069
- Дополнительная графика 071

04.6 Типографика 083
- Шрифт 084
- Начертания 086
- Размер текста 087

05 Макеты
- Построение 089
- Овервью 093

06 Направления

06.1 B2C 095
- Дисклеймер 096
- Палитра направления 097
- Пропорции цветов 101
- Знак качества 103
- Наружная реклама 104
- Логотип на макете 105
- Графика 106
- Фотостиль 107
- Сайт 108
- Овервью макетов 109

06.2 B2B 110
- Дисклеймер 111
- Палитра направления 113
- Пропорции цветов 117
- Наружная реклама 119
- Логотип на макете 120
- Графика 121
- Дополнительная графика 122
- Фотостиль 123
- Сайт 124
- Овервью макетов 125

07 Мерч 126

01

Манифест бренда
Суть бренда
Платформа бренда
Что бренды «наследуют»
у материнского бренда

Бренд-платформа

Манифест бренда

X5 — крупнейшая компания с очень широкой аудиторией.

Мы — главный драйвер развития фудритейла в России. Мы не просто продаем продукты, а создаем будущее пищевой розницы, где качество, доступность и технологичность становятся новой нормой для всех.

И это не просто слова.

X5 улучшает потребительский опыт, делая магазины и сервисы технологичными, удобными и заботливыми.
Мы внедряем инновации в стандарты контроля и проверки на каждом этапе, чтобы еда соответствовала самым высоким требованиям качества и пищевой безопасности.

Масштаб и опыт компании-лидера ритейл-отрасли: высокие стандарты сервиса, производства, процессов

Главные в еде

Мы — драйверы фудритейла в России. Используем передовые технологии, улучшая каждодневный потребительский опыт

Платформа бренда

Суть бренда

Главные в еде

Обещание бренда

Brand promise: чем мы занимаемся?

Развиваем фудритейл в России, задаём стандарты качества, улучшая жизни россиян через доступные продукты и удобные сервисы

Роль бренда

Какова роль бренда X5 в коммуникации с аудиториями?

X5 делает ваши любимые магазины и сервисы технологичными, удобными, заботливыми, а готовую еду качественной и безопасной

Характер бренда

Каким должен быть бренд, чтобы прийти к цели?

- визионерский
- надёжный, стабильный
- энергичный, проактивный
- человечный, заботливый

Функциональные преимущества

- Источник удобных технологичных решений для клиента
- Гарант стабильности: стабильные цены для населения, стабильная работа / карьера для соискателей
- Гарант пищевой безопасности и качества готовой еды

Эмоциональные преимущества

- Доверие к масштабу и опыту компании-лидера ритейл-отрасли: высокие стандарты сервиса, производства, процессов
- Сопричастность с ценностями социально-ответственной компании: помогаем, когда это нужно, заботимся о людях и окружающей среде

Образ бренда

LOVEBRAND понятный и любимый бренд для всех аудиторий. Целевые имиджевые характеристики

- технологичный и инновационный
- гарант пищевой безопасности
- крупнейший работодатель
- надёжный партнёр
- социально-ответственный бизнес
- выгодная и надёжная акция

Стратегические цели

Какие цели стоят перед нами?

- Стать самым эффективным, инновационным и технологичным омниканальным ритейлером
- X5 — работодатель мечты. ТОП-3 работодателей страны
- Стать компанией № 1 в российском ритейле по экологической, социальной и корпоративной ответственности

Миссия

Ради чего мы существуем?

Быть лучшим местом для покупок и работы на Земле, превосходя ожидания

Ценности и видение

Во что мы верим?

- инновации
- партнёрство
- результат
- клиент

Мы работаем для клиента через партнёрство и инновации на результат

Миссия

Основа нашей деятельности, то, ради чего существует компания X5. Позиционирование всех частей системы не должно входить в противоречие с основной Миссией, наоборот, должно её подкреплять и усиливать. При этом B2C-бренды могут иметь свою уникальную Миссию, персонализированную под бизнес, но являющуюся подкреплением и продолжением общей Миссии X5.

Ценности

Это общие ценности компании. Они едины для всех сотрудников и определяют то, как мы работаем, как создаём продукты, как общаемся с покупателями, с коллегами, с обществом в целом. Каждый бренд моржет дополнять ценности в зависимости от позиционирования, усиливать ту или иную ценность, но нельзя вводить ценности, противоречащие ценностям компании.

Тональность

Как мы называемся

- **Название группы компаний — X5,** латиницей и без кавычек. Разрешается добавлять слова «бренд», «компания» или «группа».
- Если в названии подразделения или компании **есть русские слова,** всё название в кавычках: **«X5 Клуб».** Касается только сплошного текста, в логотипах и дизайне упаковки можно и без этого.
- **Названия склоняются:** из «X5 Клуба», благодаря «X5 Клубу».
- **Если в названии подразделения только английские слова — без кавычек:** X5 Digital. Между словами всегда ставятся пробелы.
- Официальные названия юридического лица **— только в юридических документах.**

Правильные названия всех брендов группы:

Торговые сети

Пятёрочка
Перекрёсток
Чижик
ОКОЛО
Красный Яр
Слата

Сервисы лояльности

X5 Клуб
X5 Клуб Абонементы
Сервис «Пакет»
Сервис лояльности «Апельсин»

Сервисы доставки

Vprok.ru
Много лосося
5Post

Инфраструктурные бизнесы

X5 Transport
X5 Import
X5 Недвижимость
X5 Media
X5 Tech
X5 Robotics
X5 Digital
X5 Доставка
X5 Dialog

Единая система регистрации

X5 ID

Медиаплатформа

Food.ru

Благотворительный фонд

Выручаем

Структурные подразделения

X5 Клиентский опыт
X5 Поддержка бизнеса

01

Человечно и просто

Мы строим любую коммуникацию не как компания с покупателем, а как человек с человеком. Используем простые предложения. Избегаем канцеляризмов и профессиональных терминов.

В каждом сообщении мы используем открытую, эмоционально окрашенную интонацию. Подчеркиваем наше стремление заботиться о покупателях и партнёрах. Но никогда не перебарщиваем с эмоциями и не переходим на панибратство.

02

Живо и резонирующе

X5 – современная технологичная компания, которая заботится о людях. Это должно читаться в каждом нашем сообщении. Поэтому мы говорим ярко, живо, на современном языке. Наши сообщения должны находить эмоциональный отклик у тех, кому они предназначены.

Мы не используем жаргон и популизм. Допускаем умеренное использование англицизмов в коммуникации на молодежь. Если мы хотим включить в сообщение метафору или игру слов, то делаем это дозировано и уместно.

03

Приободряюще и позитивно

Наш бизнес направлен на то, чтобы делать жизнь людей лучше: приятнее, удобнее, безопаснее и вкуснее.

Взаимодействие с нами тоже должно вызывать положительные эмоции. Поэтому все наши сообщения должны быть позитивно окрашенными. Ведь каждый день мы приходим на работу, чтобы каждый день создавать что-то классное и полезное для людей.

04

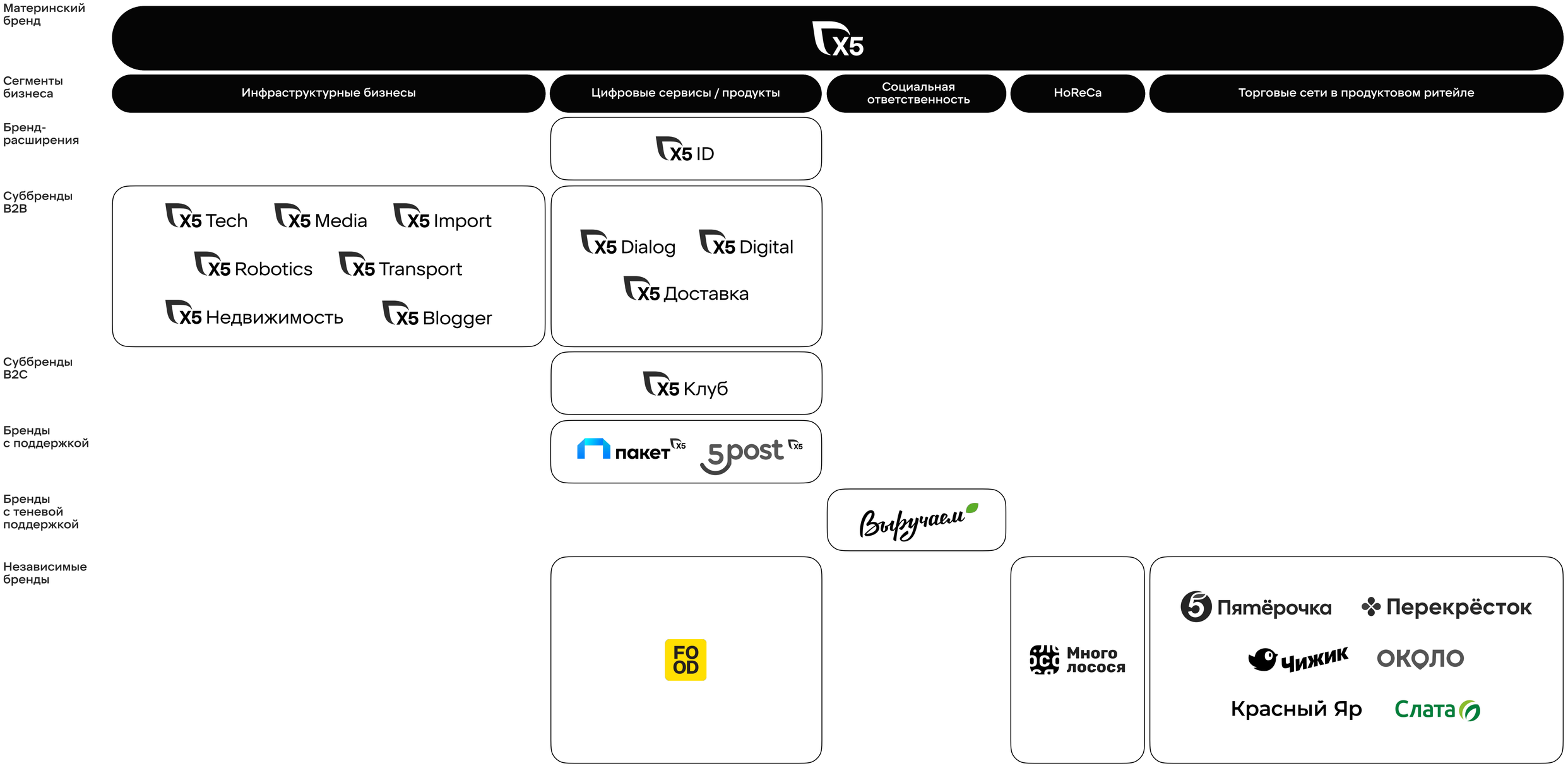
Уверенно и честно

Мы – крупная компания, лидер рынка, гарант надёжности, пищевой безопасности и качества. И наша речь должна звучать соответственно.

За каждым нашим сообщением стоят реальные действия, цифры, факты и аргументы. Мы умеем признавать ошибки и держать слово.

Чего мы не любим, так это пустых деклараций и бравады.

Архитектура брендов


Материнский бренд
X5
Сегменты бизнеса
Инфраструктурные бизнесы
Цифровые сервисы / продукты
Социальная ответственность
HoReCa
Торговые сети в продуктовом ритейле
Бренд-расширения
X5 ID
Суббренды B2B
X5 Tech
X5 Media
X5 Import
X5 Robotics
X5 Transport
X5 Недвижимость
X5 Blogger
X5 Dialog
X5 Digital
X5 Доставка
Суббренды B2C
X5 Клуб
Бренды с поддержкой
пакет
5post
Бренды с теневой поддержкой
Выручаем
Независимые бренды
FOOD
Много лосося
Пятёрочка
Перекрёсток
Чижик
ОКОЛО
Красный Яр
Слата

04

04.1 Логотип
04.2 Задачи ребрендинга
04.3 Суббренды X5
04.4 Кобрендинг
04.5 Палитра бренда
04.6 Графика
04.7 Типографика

Константы

Обновление
Основная версия
Охранное поле
Инверсия
Чёрный логотип
Монохромный логотип
На фоне
Недопустимо
Размещение на макете
Размещение на плашках
Логотип и слоган

Логотип

Обновление

Логотип X5 стал более компактным.

Важно: новый логотип – это не просто перекрашенная версия старого. В процессе ребрендинга в пластику логотипа были внесены небольшие правки.

Не разбирайте старый знак, берите новый логотип по ссылке.

Основная версия

На переходном этапе основной логотип X5 — двухцветный.

Основная версия

Для цветов логотипа X5 используется фирменный зелёный и просто чёрный цвет.

HEX	5FAF2D
RGB	95 175 45
PANTONE	7737 C
CMYK	65 0 100 0

HEX	000000
RGB	0 0 0
PANTONE	Black 2 C
CMYK	0 0 0 100

Охранное поле

Охранное поле логотипа равно 1/2 его высоты. В поле не должны попадать другие объекты. Также охранное поле равно полю макета. Часть листочка заходит на охранное поле для оптической компенсации.

Важно: не стройте поле самостоятельно, берите готовый логотип с охранным полем по ссылке.

Инверсия

Инверсный логотип подходит для тёмно-зелёного фона или тёмной графики.

Чёрный логотип

Чёрный логотип используется только в случаях, когда нет возможности цветной печати или при ограничении в материале (например, тиснении, отлив логотипа в металле и т. д.)

Монохромный логотип

На макетах с большим количеством фирменного зелёного цвета и/или фирменной графики логотип красится в тёмно-зелёный.

На фоне

Логотип всегда должен быть контрастным фону.

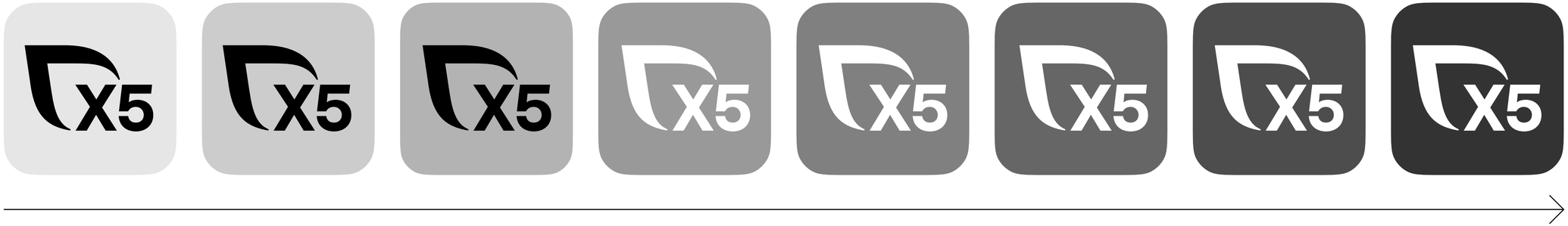
На фоне

На зелёных оттенках логотип монохромный: тёмно-зелёный на светлых фонах, белый — на тёмных.

На новых непривычных фонах двухцветный логотип позволяет сохранить преемственность и узнаваемость.

На фоне

Логотип всегда должен быть контрастным фону.



В спорных ситуациях выбирайте более контрастный вариант

Логотип

На фоне

На макетах с большим количеством фирменного зелёного цвета и/или фирменной графики логотип красится в тёмно-зелёный. Макеты в новых цветах сложнее ассоциировать с X5, на них логотип двухцветный.

Меньше фирменного зелёного

Больше зелёного и фирменной графики

Порядок обновления

Переход к монохромному логотипу осуществляется постепенно, чтобы сохранить узнаваемость бренда X5 на каждом этапе. Если ваш кейс не вписывается в эти шаги, проконсультируйтесь с brand@x5.ru.

1 шаг

Новые цвета

Новые пастельные фоновые цвета — первое заметное изменение стиля X5, отправная точка к новому образу компании.

2 шаг

Новая графика

К новым цветам добавляются графические элементы: лента и вспомогательная 3d-графика. Они помогают расширить бренд-инструментарий и разнообразить визуал.

3 шаг

Логотип X5

После формирования устойчивых ассоциаций с новым стилем, логотип X5 заменяется на монохромный на всех носителях.

4 шаг

Кобрендинговый блок

Саббренды переходят к монохромному логотипу в первую очередь в кобрендинговых блоках: так узнаваемость подкрепляется материнским брендом.

5 шаг

Полный переход

После формирования устойчивых ассоциаций с новым стилем, саббренды заменяют логотип на монохромный на всех носителях.

Выбор версии логотипа

В партнёрских коммуникациях цветовая версия логотипа соответствует цветовому пространству и версии логотипов партнёров.

Недопустимо

перекрашивать логотип
или его части

красить логотип
в нефирменные цвета

менять гарнитуру
в логотипе, даже
на фирменный шрифт

использовать части
логотипа по отдельности

менять пропорции частей
логотипа по отдельности

размещать логотип
под углом

искажать пропорции
логотипа

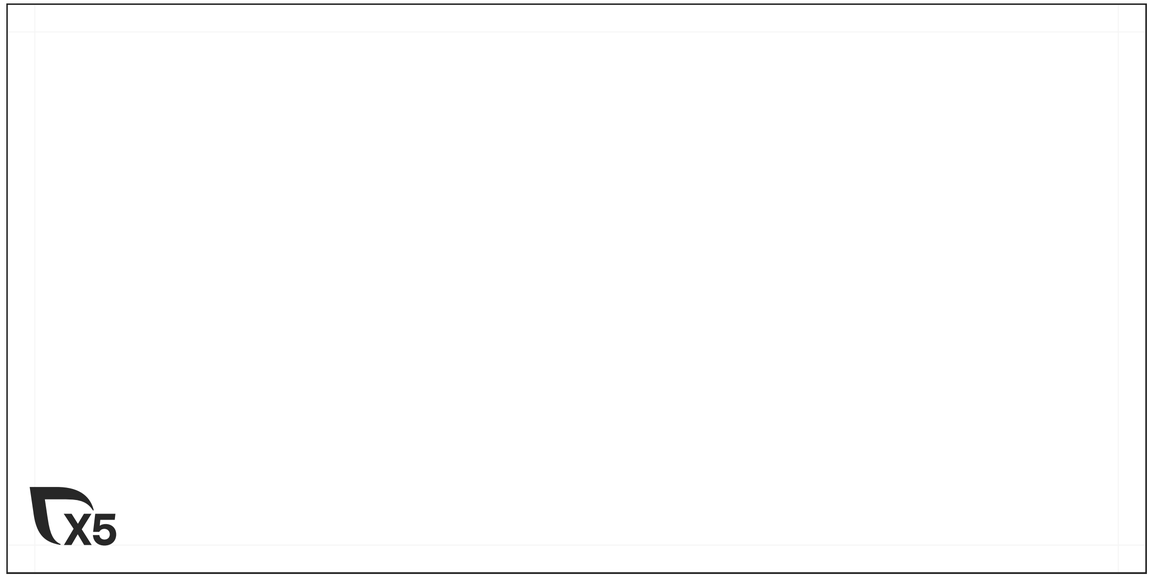
применять к логотипу тень,
обводку или другие эффекты,
не предусмотренные
руководством

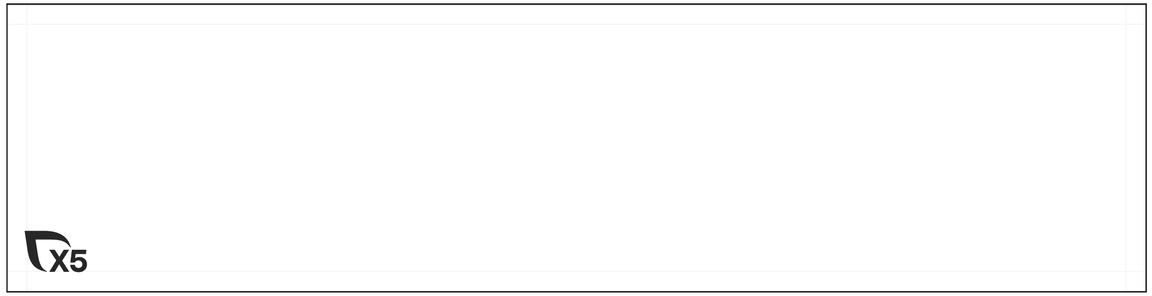
использовать логотип
как маску

использовать чёрную
версию логотипа
при цветной печати

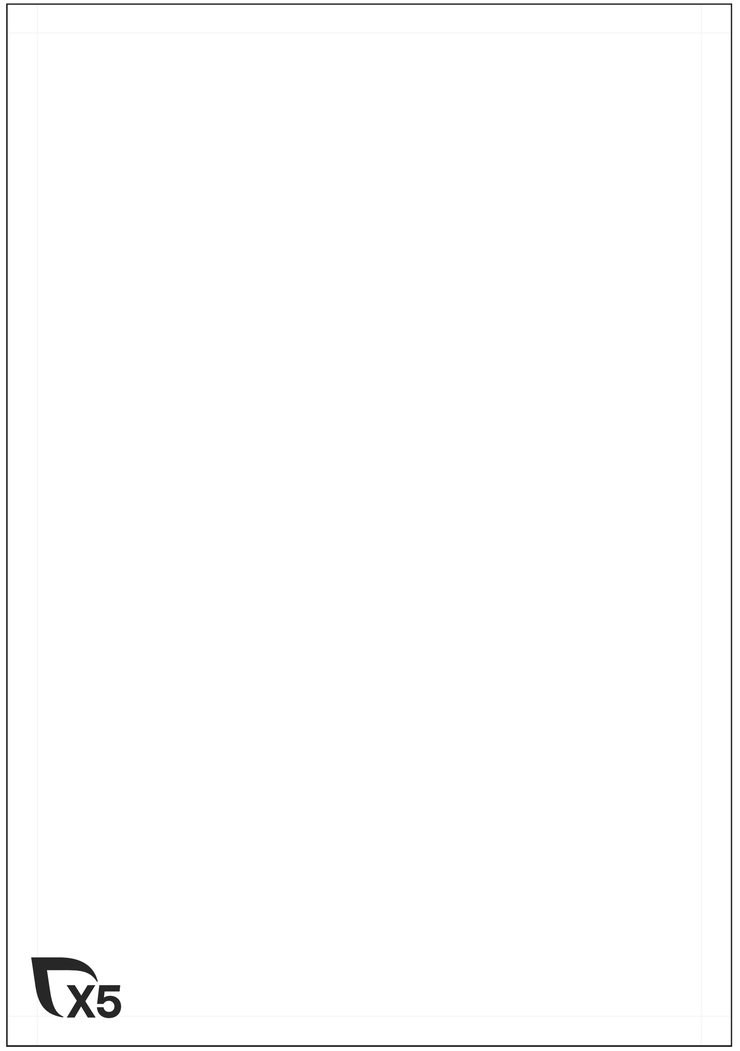
Размещение на макете

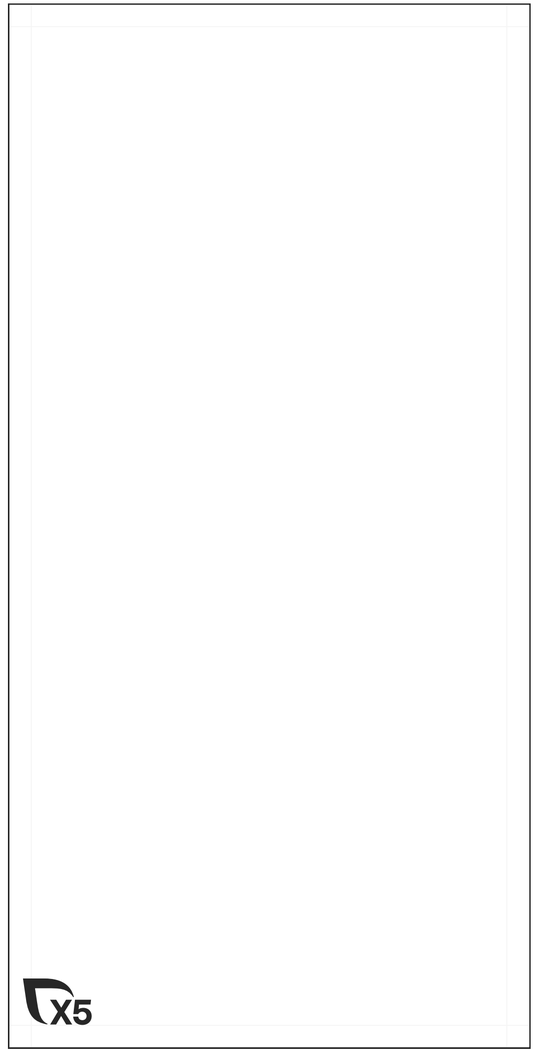
По общему правилу логотип ставится в нижний левый угол макета.





Поле макета равно охранному полю логотипа.





Размещение на плашках

При размещении логотипа на плашках можно пренебрегать охранным полем, но всегда оставляйте достаточно «воздуха», не размещайте логотип вплотную к краям.

Готовые плашки с логотипами можно скачать по ссылке.

Минимальное охранное поле для логотипа на плашке — 1/4 его высоты.

Не зарезайте логотип плашкой.

Логотип и слоган

В коммуникационных материалах логотип часто используется в единой смысловой связке с фирменным слоганом «Главные в еде».

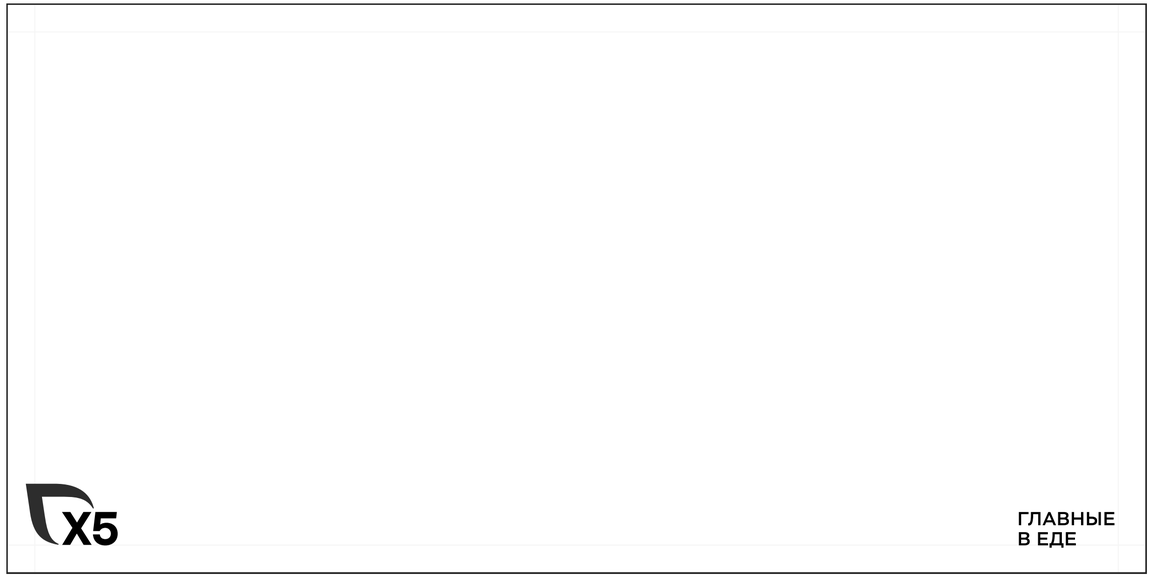
Размер слогана привязан к высоте логотипа.

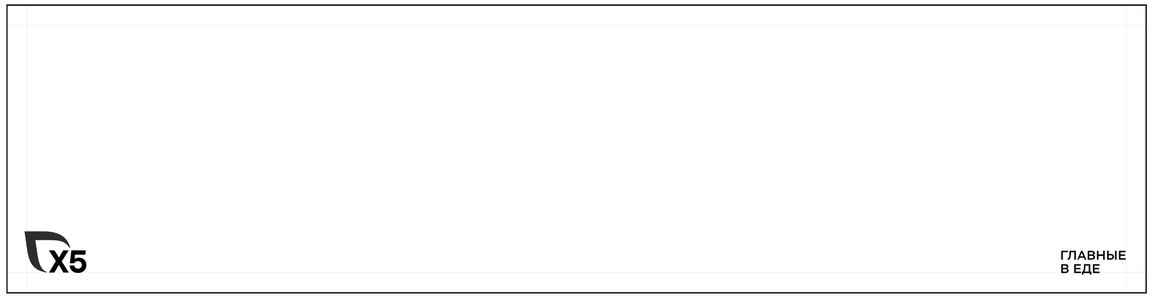
Минимальное расстояние между логотипом и слоганом — ширина логотипа.

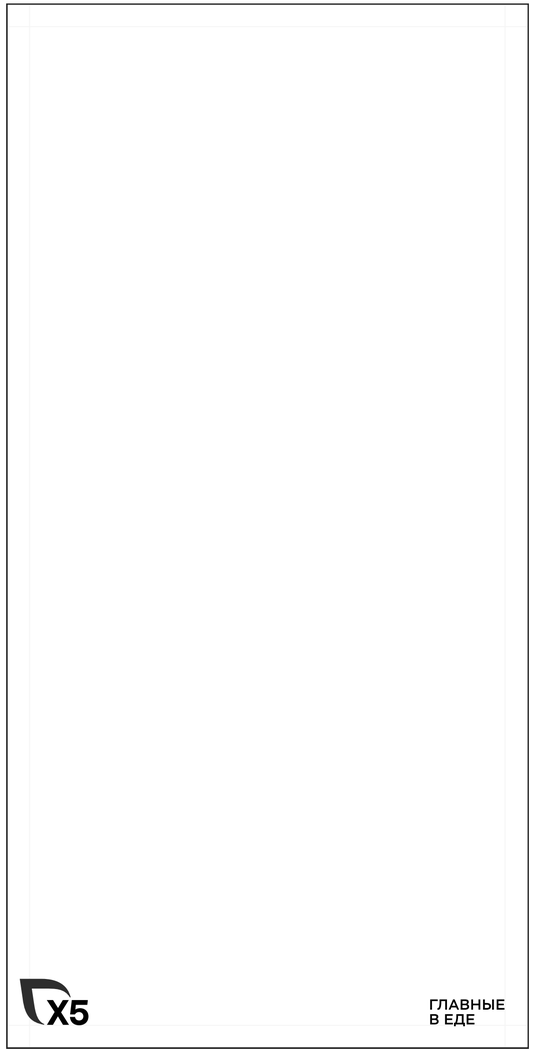
Не нарушайте минимальное расстояние — так слоган похож на название суббренда.

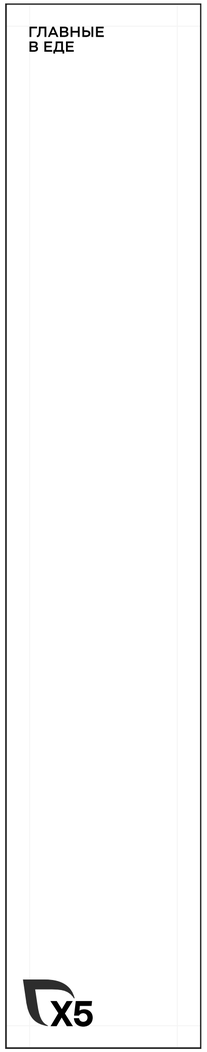
Логотип и слоган. Размещение на макете

Основное место для слогана — правый нижний угол макета.









Альтернативное расположение — в левом верхнем углу макета. Пропорции слогана при этом не меняются.

Логотип и слоган.
Альтернативная компоновка

В чужой айдентике и на макетах партнёров логотип со слоганом имеет более плотную компоновку и не занимает весь макет.

Важно: пропорции и расстояние между логотипом и слоганом фиксированные. Не стройте этот блок заново, берите готовый файл по ссылке.

Овервью
Бренд-расширения и суббренды
Бренд-расширения и B2B-суббренды
B2C-суббренды
Внутренние проекты суббрендов
Суббренды суббрендов
Бренды с поддержкой
Независимые бренды
НЕ бренды

Суббренды X5

Материнский бренд	X5				
Сегменты бизнеса	Инфраструктурные бизнесы	Цифровые сервисы / продукты	Социальная ответственность	HoReCa	Торговые сети в продуктовом ритейле
Бренд-расширения		X5 ID			
Суббренды B2B	X5 Tech, X5 Media, X5 Import, X5 Robotics, X5 Transport, X5 Недвижимость, X5 Blogger	X5 Dialog, X5 Digital, X5 Доставка			
Суббренды B2C		X5 Клуб			
Бренды с поддержкой		Сервис пакет X5, 5post X5			
Бренды с теневой поддержкой			Выручаем		
Независимые бренды		FOOD		Много лосося	Пятёрочка, Перекрёсток, Чижик, ОКОЛО, Красный Яр, Слата

Бренд-расширения и суббренды

Бренд-расширения и суббренды X5 — это бренды одного порядка, поэтому они оформляются единообразно.

Бренд-расширение

X5 ID

B2B-суббренды

X5 Transport

X5 Недвижимость

X5 Tech

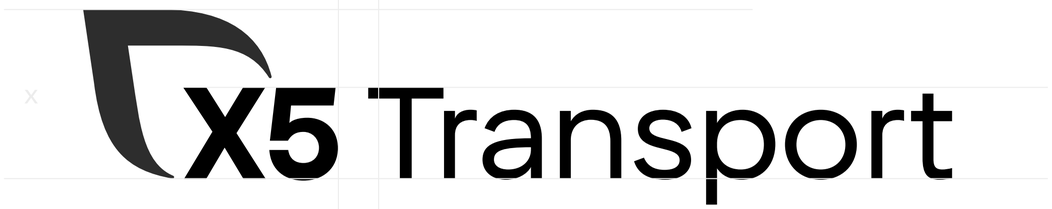
B2C-суббренды

X5 Клуб

Логотипы суббрендов строятся по единому принципу. Название суббренда ставится после логотипа X5 и набирается фирменным шрифтом. Цвет – фирменный зелёный. Однако есть небольшие различия в построении логотипов.

Компоновка B2C-суббрендов более плотная, чем у B2B-суббрендов и бренд-расширений.

Расстояние между логотипом X5 и названием суббренда всегда равно 1/4 высоты логотипа. Допускается оптическая компенсация для некоторых букв, чтобы логотип суббренда выглядел едино.



Шрифт: X5 Sans Regular
Кернинг: авто
Трекинг: -1%

Для оптической компенсации название суббренда можно пододвигать ближе к логотипу X5.

Расстояние между логотипом X5 и названием суббренда всегда равно 1/8 высоты логотипа.

Шрифт: X5 Sans Regular
Кернинг: авто
Трекинг: –1%

Суббренды, как и корпоративный бренд, могут иметь свои проекты.

Логотипы проектов суббрендов составляются по схеме: логотип суббренда + вертикальная черта + название проекта.

Название проекта пишется с заглавной буквы, вне зависимости от языка. Второе слово начинается с заглавной (для латиницы) или со строчной буквы (для кириллицы).

Расстояние вокруг разделительной черты равно 1/4 высоты логотипа.

Шрифт: X5 Sans Regular
Кернинг: авто
Трекинг: -1%

Логотипы в две строчки набираются более разреженным шрифтом:
Шрифт: X5 Sans Regular
Кернинг: авто
Трекинг: 0

Толщина разделительной черты — 1/30 высоты логотипа X5.

Логотипы суббрендов суббрендов составляются по схеме: крупное название под уменьшенным логотипом суббренда.

Абонементы

Части логотипа выравниваются по левому краю с учётом оптической компенсации.

Бренды с поддержкой

Бренды с поддержкой имеют собственные логотипы, айдентику и позиционирование. Принадлежность к бренду X5 обозначается дескриптором, рядом с логотипом бренда.

Размер дескриптора рассчитывается индивидуально в пределах 30–50% от высоты букв логотипа.

Независимые бренды

Независимые бренды имеют собственные логотипы и айдентику. Правила использования айдентики независимых брендов описываются в соответствующих брендбуках. За дополнительной информацией обращайтесь на brand@x5.ru.

Пятёрочка

Перекрёсток

Чижик

ОКОЛО

Красный Яр

Слата

Много лосося

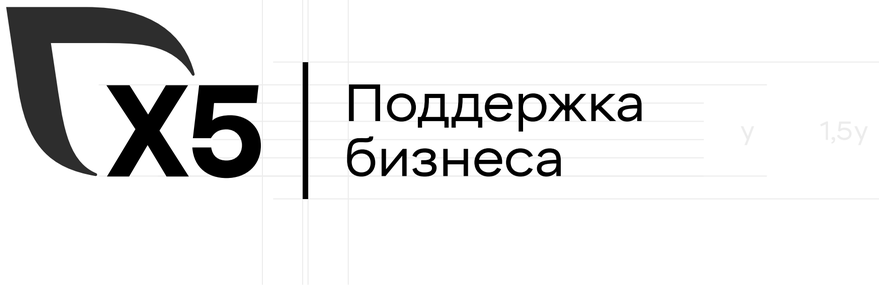
FOOD

НЕ бренды

Бизнес-подразделения и внутренние проекты X5 не имеют собственной айдентики. Их логотипы строятся по схеме: «логотип X5 + вертикальная черта + название проекта.

Название отделено от логотипа X5 вертикальной чертой. Расстояние вокруг черты всегда равно 1/4 высоты логотипа.

Шрифт: X5 Sans Regular
Кернинг: авто
Трекинг: -1%



Высота разделительной черты — 1,5 высоты буквы X в логотипе X5, толщина — 1/30 высоты логотипа.

Названия в два слова имеют дополнительную версию — в две строки. Она набирается более разреженным шрифтом:
Шрифт: X5 Sans Regular
Кернинг: авто
Трекинг: 0

Название пишется с заглавной буквы, вне зависимости от языка. Второе слово начинается с заглавной (для латиницы) или со строчной буквы (для кириллицы).

Виды
Горизонтальная компоновка
Вертикальная компоновка

Кобрендинг

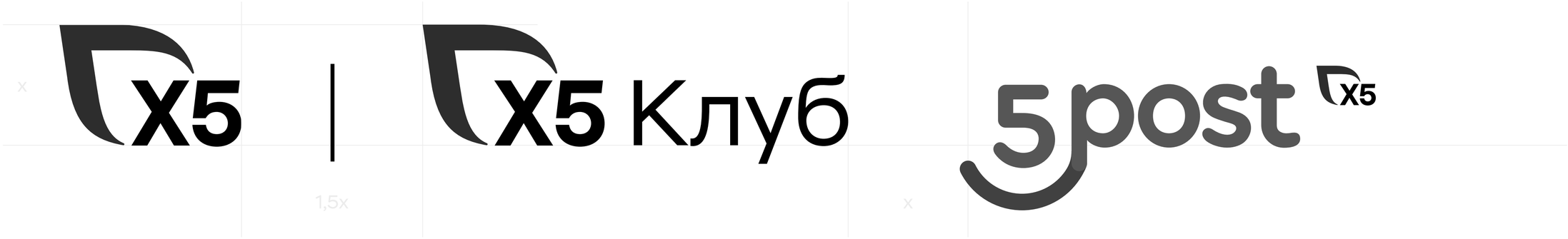
При кобрендинге логотипы компонуются в единый блок двумя основными способами.

Горизонтальная компоновка.
Основной вариант. Логотип X5 всегда стоит первым и отделяется чертой от остальных логотипов.

Вертикальная компоновка.
Дополнительный вариант для узких форматов. Логотип X5 крупнее остальных логотипов и ставится выше.

Горизонтальная компоновка. Основной вариант

Если на макете достаточно места по ширине, ставьте горизонтальный кобрендинговый блок.

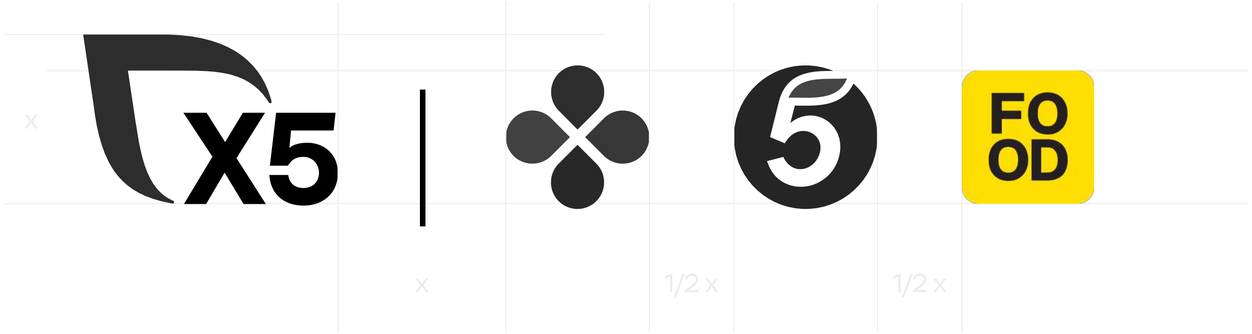


Логотипы ставятся на одну базовую линию и оптически выравниваются по массам.

Логотип сложной формы оптически выравнивается по массе и расположению относительно других логотипов в блоке.

Горизонтальная компоновка. Сокращённая

В сокращённом варианте вместо полных логотипов используются их знаки.



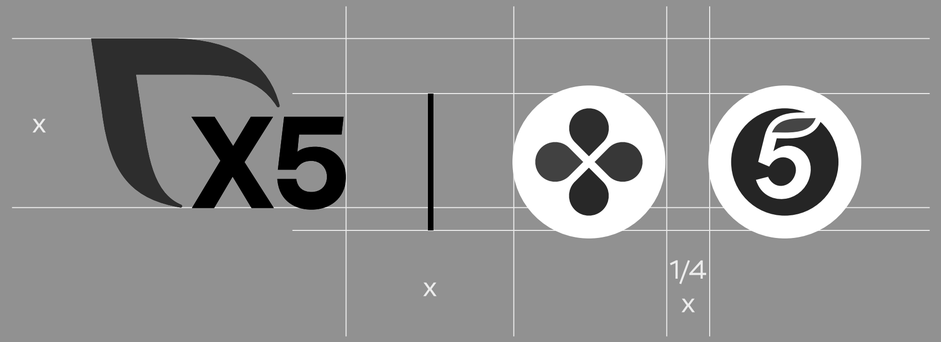
Знаки ставятся на базовую линию и выравниваются по внутренней части листика в логотипе. Округлые логотипы допускается слегка увеличивать для оптической компенсации.

Высота разделительной черты — 1,5 высоты буквы X в логотипе X5, толщина — 1/30 высоты логотипа.

Бренд-расширения и суббренды не могут включаться в сокращённый кобрендинговый блок: в таком виде их невозможно отличить от бренда X5.

Горизонтальная компоновка. Дополнительная

При размещении на цветном фоне под знаки брендов добавляются подложки-кружки.



Знаки ставятся в кружки и оптически выравниваются по центру. Размер кружков равен разделительной линии с учётом оптической компенсации. Знаки выровнены по массам.

Не ставьте полный или сокращённый блок на цветной фон. Знаки в нём крупнее, но хуже считываются. Очень сдожно подобрать цветной фон, контрастный всем логотипам в блоке

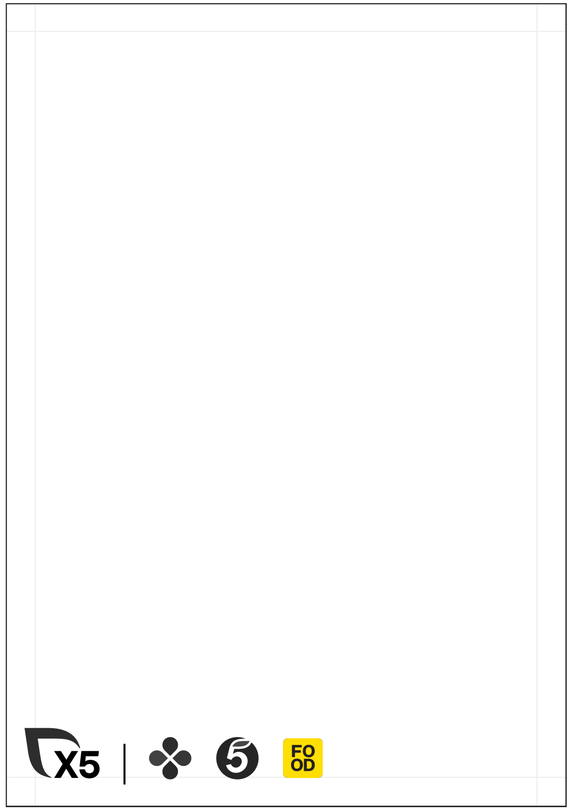
Бренд-расширения и суббренды не могут включаться в сокращённый кобрендинговый блок: в таком виде их невозможно отличить от бренда X5.

Важно: знаки в кружках значительно мельче логотипа X5 и могут быть нечитаемыми на небольших форматах. Перед печатью тиража обязательно делайте тестовый образец.

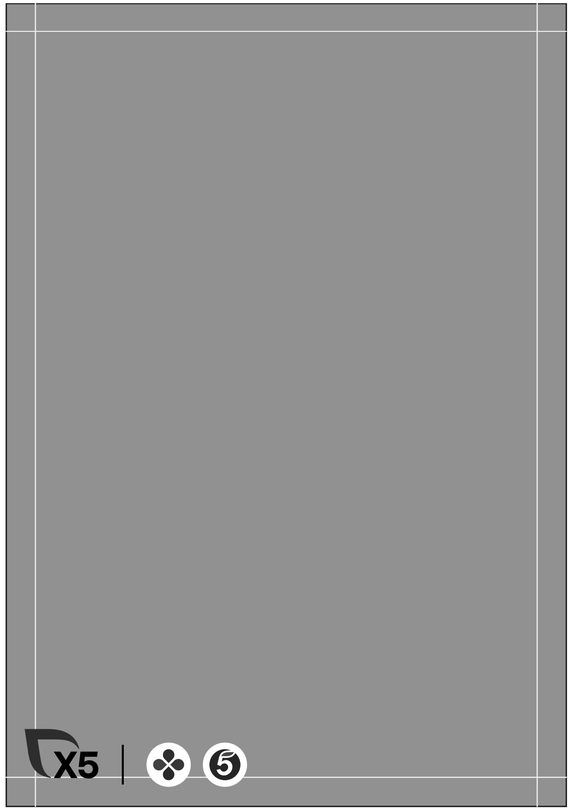
Горизонтальная компоновка. Макеты

Выбирайте вариант компоновки, исходя из ширины и цвета макета.

Основной вариант. Если все логотипы умещаются по ширине в макет, используйте его.



Сокращённый кобрендинговый блок. Используйте его при ограниченной ширине макета, когда полные версии логотипов не умещаются.



Дополнительный вариант. Ставьте его на макеты с цветным фоном.

Вертикальная компоновка

Вертикальная компоновка допускается на узких вертикальных макетах или при большом количестве логотипов для экономии пространства. Логотип X5 крупнее остальных логотипов и ставится выше.

Второстепенные логотипы ставятся на одну базовую линию и оптически выравниваются по массам.

Логотип сложной формы оптически выравнивается по массе и расположению относительно других логотипов в блоке.

Вертикальная компоновка. Сокращённая

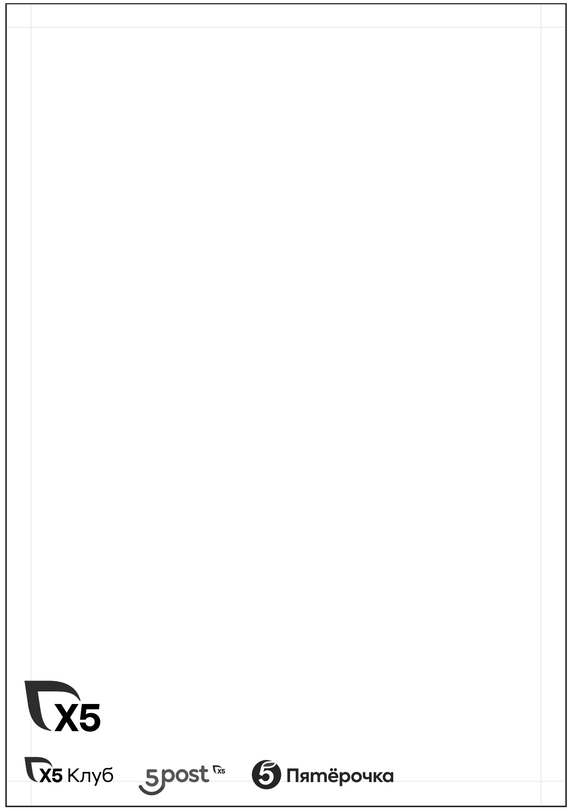
Знаки ставятся на одну линию и выравниваются по высоте. Округлые логотипы допускается слегка увеличивать для оптической компенсации.

На экстремально узких вертикальных макетах или при большом количестве логотипов в кобрендинге, допускается использовать знаки вместо полных версий логотипа. Логотип X5 крупнее остальных и ставится выше.

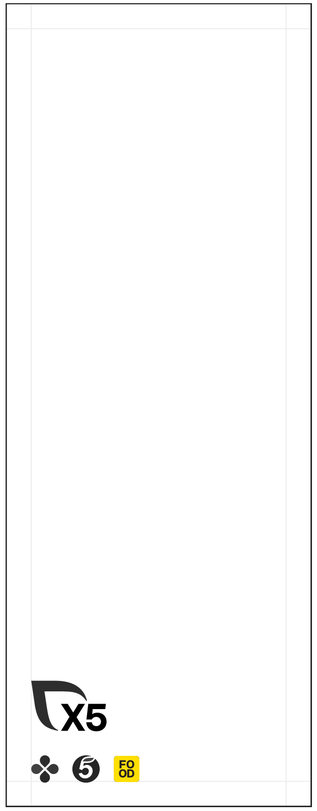
Бренд-расширения и суббренды не могут включаться в сокращённый кобрендинговый блок: в таком виде их невозможно отличить от бренда X5.

Вертикальная компоновка. Макеты

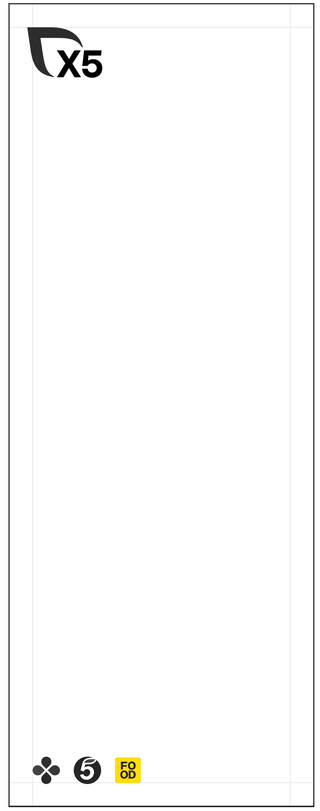
Выбирайте вариант компоновки, исходя из ширины макета.



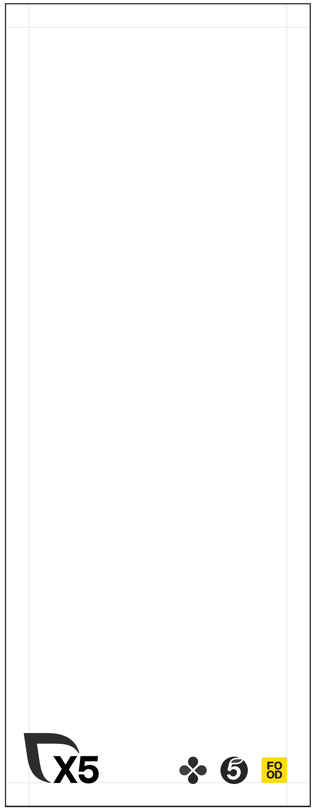
Основной вариант. Если все логотипы умещаются по ширине в макет, используйте его.



Сокращённый блок. Используйте его на экстремально узких макетах.



При необходимости кобрендинговый блок можно разносить по углам макета. В этом случае его пропорции сохраняются: логотип X5 в два раза крупнее второстепенных логотипов и располагается выше.



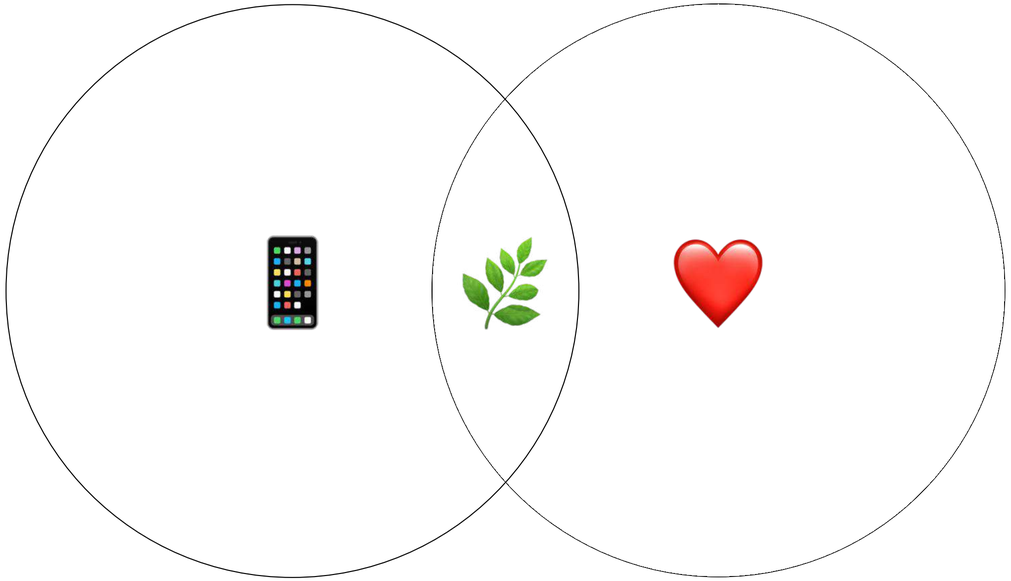
Такое разнесение не имеет смысла.

Основной цвет
ESG
Дополнительные цвета

Палитра бренда

Палитра бренда строится на сочетании технологичности и человечности.
В зависимости от тональности сообщения выбирайте более холодные или тёплые тона.

Технологичность



Человечность

ESG

Зелёный цвет — основа идентичности бренда X5.

Зелёный цвет — отражение ESG-подхода.
Он символизирует долгосрочное развитие,
экологические решения и инновации.

Тёплый травяной оттенок даёт ощущение
комфорта и подчёркивает нашу ответственность
перед окружающей средой, социальной сферой
и корпоративным управлением.

К основному цвету добавляется дополнительный тёмный оттенок. Один из этих цветов обязательно присутствует на макете.

Травяной

Основной цвет текста на макетах. Также задаёт тон фирменной графике.

HEX	0F5A05
RGB	15 90 5
PANTONE	364 C
CMYK	90 0 95 25

Тёмно-зелёный

Фоновый цвет для наружней рекламы. В фирменной графике используется в тенях.

HEX	05320A
RGB	5 50 10
PANTONE	357 C
CMYK	85 0 90 75

Палитра бренда

HEX	9BC30F
RGB	155 195 15
PANTONE	376 C
CMYK	55 0 85 0

ESG

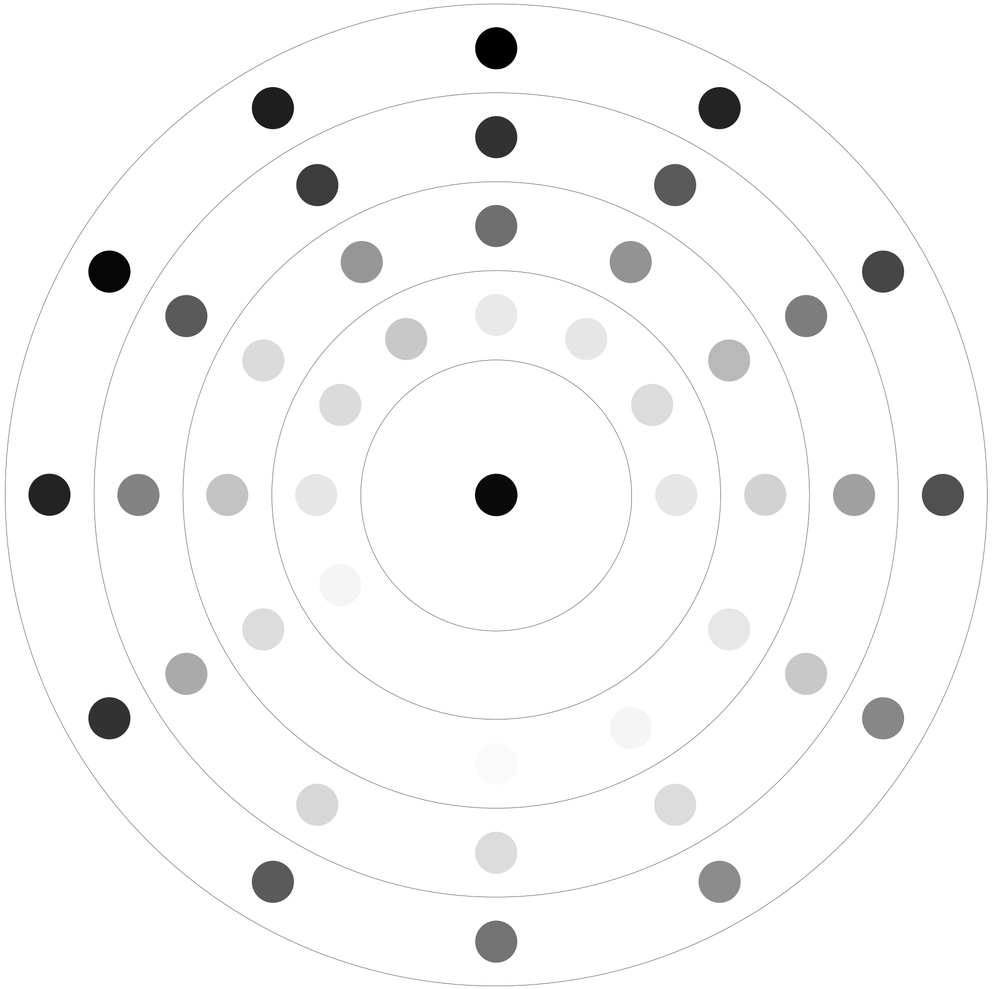
HEX	C3EB91
RGB	195 235 145
PANTONE	358 C
CMYK	35 0 50 0

HEX	EBFFD7
RGB	235 255 215
PANTONE	7485 C
CMYK	10 0 15 0

HEX	FFFFFF
RGB	255 255 255
PANTONE	0 0 0 0
CMYK	0 0 0 0

Дополнительные цвета

Зелёные оттенки дополняются палитрой комплементарных цветов.



Дополнительные цвета

Дополнительные цвета используются при создании иллюстраций, инфографики, графиков и диаграмм или как основные цвета саббрендов.

HEX F5A000 RGB 245 160 0 PANTONE 143 C CMYK 0 40 100 0	HEX FA8223 RGB 250 130 35 PANTONE 1575 C CMYK 0 60 70 0	HEX FF6946 RGB 255 105 70 PANTONE 1645 C CMYK 0 70 80 0	HEX DC2D50 RGB 220 45 80 PANTONE 1935 C CMYK 0 100 55 10	HEX AF2387 RGB 175 35 135 PANTONE 248C CMYK 40 100 0 0	HEX 50148C RGB 80 20 140 PANTONE 2685 C CMYK 85 95 0 20	HEX 2D1E73 RGB 45 30 115 PANTONE 2745 C CMYK 85 85 0 20	HEX 0A285A RGB 10 40 90 PANTONE 534 C CMYK 85 70 0 50	HEX 0A3C32 RGB 10 60 50 PANTONE 3435C CMYK 100 0 90 80	HEX 0F4B23 RGB 15 75 35 PANTONE 357 C CMYK 85 0 90 75	HEX 91AA1E RGB 145 170 30 PANTONE 576 C CMYK 45 0 75 35
HEX FFD232 RGB 255 210 50 PANTONE 115 C CMYK 0 5 90 0	HEX FFB45A RGB 255 180 90 PANTONE 1365 C CMYK 0 40 75 0	HEX FF967D RGB 255 150 125 PANTONE 486 C CMYK 0 55 50 0	HEX F582A0 RGB 245 130 160 PANTONE 204 C CMYK 0 70 5 0	HEX EB6EC8 RGB 235 110 200 PANTONE 224 C CMYK 10 55 0 0	HEX A064DC RGB 160 100 220 PANTONE 2665 C CMYK 65 70 0 0	HEX 7D78DC RGB 125 120 220 PANTONE 7452 C CMYK 55 40 0 0	HEX 5A8CD7 RGB 90 140 215 PANTONE 285 C CMYK 90 55 0 0	HEX 6EA5AA RGB 110 165 170 PANTONE 7458 C CMYK 60 10 10 0	HEX 82BE82 RGB 130 190 130 PANTONE 346 C CMYK 60 0 50 0	HEX CDDC3C RGB 205 220 60 PANTONE 374 C CMYK 25 0 55 0
HEX FFE16E RGB 255 225 210 PANTONE 120 C CMYK 0 5 70 0	HEX FFD291 RGB 255 210 145 PANTONE 155 C CMYK 0 25 55 0	HEX FFC3B RGB 255 195 185 PANTONE 7429 C CMYK 0 30 0 0	HEX FAC3D2 RGB 250 195 210 PANTONE 516 C CMYK 5 30 0 0	HEX F5BEE6 RGB 245 190 230 PANTONE 2562 C CMYK 15 35 0 0	HEX CD9BF5 RGB 205 155 245 PANTONE 264 C C CMYK 30 40 0 0	HEX BEB4FA RGB 190 180 250 PANTONE 2705 C CMYK 40 40 0 0	HEX AACDFF RGB 170 205 255 PANTONE 283 C CMYK 40 10 0 0	HEX A5D2DC RGB 165 210 220 PANTONE 2905 C CMYK 40 5 0 0	HEX AFE6C3 RGB 175 230 195 PANTONE 331 C CMYK 25 0 20 0	HEX E6F596 RGB 230 245 150 PANTONE 365 C CMYK 20 0 40 0
HEX FFF0CD RGB 255 240 190 PANTONE 7499 C CMYK 0 5 25 0	HEX FCF0C8 RGB 255 240 200 PANTONE 7506 C CMYK 0 5 30 0	HEX FFE1DC RGB 255 225 220 PANTONE 7436 C CMYK 5 15 0 0	HEX FFDCE6 RGB 255 220 230 PANTONE 7436 C CMYK 5 15 0 0	HEX FFE1FF RGB 255 225 255 PANTONE 236 C CMYK 10 20 0 0	HEX F8DBFF RGB 245 220 255 PANTONE 263 C CMYK 10 20 0 0	HEX F0E6FF RGB 240 230 255 PANTONE 7443 C CMYK 10 10 0 0	HEX E6F0FF RGB 230 240 255 PANTONE 7457 C CMYK 15 0 5 0	HEX D7F0F5 RGB 215 240 245 PANTONE 290 C CMYK 20 0 0 0	HEX D2FAE6 RGB 210 250 230 PANTONE 628 C CMYK 20 0 5 0	HEX F5FAC8 RGB 245 250 200 PANTONE 580 C CMYK 20 0 40 0

Палитра бренда

Интерфейсные цвета. Акцентная палитра

Во внутренних цифровых сервисах акцентные цвета указывают на принадлежность к бренду X5. Акцентные цвета не должны мешать восприятию интерфейса: они могут занимать не более 15% площади экрана.

Базовая палитра используется в сервисах, где нет необходимости в активном брендинге

accent / 100 0D47A1	accent / 90 1565C0	accent / 80 1976D2	accent / 70 1E88E5	accent / 60 2196F3	accent / 50 42A5F5	accent / 40 64B5F6	accent / 30 90CAF9	accent / 20 BBDEFB	accent / 10 E3F2FD	accent / 5 F0F7FC	
grey / 100 222429	grey / 90 2A2E33	grey / 80 3B4047	grey / 70 50565E	grey / 60 6C737D	grey / 50 9299A4	grey / 40 B4BBC6	grey / 30 CFD4DC	grey / 20 E1E5EB	grey / 10 EFF1F5	grey / 5 F7F8FA	white FFFFFF

Палитра X5

accent x5 / 100 0F5A05	accent x5 / 90 3A8918	accent x5 / 80 4E9C1F	accent x5 / 70 5FAF2D	accent x5 / 60 6FC031	accent x5 / 50 84C950	accent x5 / 40 97D26D	accent x5 / 30 B0DD92	accent x5 / 20 D0F0BB	accent x5 / 10 EBFAE1	accent x5 / 5 F5FCF0	
grey / 100 222626	grey / 90 2B3030	grey / 80 3C4242	grey / 70 515959	grey / 60 6D7878	grey / 50 919E9E	grey / 40 B2BFBF	grey / 30 D0D9D9	grey / 20 E3E8E8	grey / 10 F0F2F2	grey / 5 F5F7F7	white FFFFFF

Палитра TC5

accent TC5 / 100 00631F	accent TC5 / 90 00812F	accent TC5 / 80 00923A	accent TC5 / 70 15A546	accent TC5 / 60 20B44F	accent TC5 / 50 4DC069	accent TC5 / 40 6DCB81	accent TC5 / 30 98DAA5	accent TC5 / 20 C3EBCA	accent TC5 / 10 E1FAE6	accent TC5 / 5 F0FDF3	
grey / 100 222526	grey / 90 2B2F30	grey / 80 3C4042	grey / 70 515759	grey / 60 6D7578	grey / 50 919A9E	grey / 40 B2BBBF	grey / 30 D0D6D9	grey / 20 E3E7E8	grey / 10 F0F2F2	grey / 5 F5F7F7	white FFFFFF

Палитра TCX

accent TSX / 100 00591D	accent TSX / 90 0E762C	accent TSX / 80 1E8737	accent TSX / 70 2A9B43	accent TSX / 60 32A94B	accent TSX / 50 55B465	accent TSX / 40 72C07D	accent TSX / 30 99CEA0	accent TSX / 20 C5E8CA	accent TSX / 10 E1F7E4	accent TSX / 5 F0FCF2	
grey / 100 222626	grey / 90 2B3030	grey / 80 3C4142	grey / 70 515859	grey / 60 6D7678	grey / 50 919C9E	grey / 40 B2BDBF	grey / 30 D0D7D9	grey / 20 E3E7E8	grey / 10 F0F2F2	grey / 5 F5F7F7	white FFFFFF

Палитра бренда

Интерфейсные цвета. Дополнительная палитра

Дополнительные цвета используются при создании иллюстраций, инфографики, графиков и диаграмм во внутренних интерфейсах.

red / 100 B21B00	orange / 100 D14600	yellow / 100 CF7400	olive / 100 5E6100	green / 100 1A6800	cyan / 100 045961	blue / 100 0D47A1	indigo / 100 2B29A2	violet / 100 460891	purple / 100 67047D	pink / 100 7D0366	brown / 100 3B2B1C	blue-grey / 100 25303C
red / 90 C8250F	orange / 90 E55806	yellow / 90 E58600	olive / 90 7C8001	green / 90 2B800E	cyan / 90 01757E	blue / 90 1565C0	indigo / 90 3734BF	violet / 90 5E08BA	purple / 90 7E0B88	pink / 90 9D0273	brown / 90 493A2A	blue-grey / 90 334250
red / 80 D82A13	orange / 80 F26202	yellow / 80 F59700	olive / 80 8F9401	green / 80 3B961D	cyan / 80 00858F	blue / 80 1976D2	indigo / 80 3E3CCE	violet / 80 6C20CF	purple / 80 8C1698	pink / 80 B2067E	brown / 80 564533	blue-grey / 80 415361
red / 70 E6341C	orange / 70 F97501	yellow / 70 FDA904	olive / 70 9DA20E	green / 70 46A527	cyan / 70 00949E	blue / 70 1E88E5	indigo / 70 4B4DDD	violet / 70 7535D4	purple / 70 9726A1	pink / 70 C41289	brown / 70 66523E	blue-grey / 70 506372
red / 60 EE412B	orange / 60 F9820B	yellow / 60 F8B612	olive / 60 ABB01C	green / 60 56B238	cyan / 60 03A2AB	blue / 60 2094F3	indigo / 60 5C5EE9	violet / 60 8247E1	purple / 60 A432AE	pink / 60 D22D94	brown / 60 725E4A	blue-grey / 60 637889
red / 50 F45948	orange / 50 FB932B	yellow / 50 FCC21C	olive / 50 B9BE2D	green / 50 6AC04D	cyan / 50 30B2BC	blue / 50 42A5F5	indigo / 50 7375F4	violet / 50 8E5CE5	purple / 50 B343BD	pink / 50 E151A1	brown / 50 84725E	blue-grey / 50 7B8F9E
red / 40 FB7B6F	orange / 40 FCA751	yellow / 40 F5D142	olive / 40 C8CD42	green / 40 84CB6D	cyan / 40 51C2CA	blue / 40 64B5F6	indigo / 40 9193F5	violet / 40 A179EC	purple / 40 C763CF	pink / 40 EB70B0	brown / 40 9E8F80	blue-grey / 40 9AA9B5
red / 30 FFA59E	orange / 30 FEBF81	yellow / 30 F7DE6E	olive / 30 DCE067	green / 30 A8DB97	cyan / 30 81D5DB	blue / 30 93CDFC	indigo / 30 B2B3FA	violet / 30 BBA0F5	purple / 30 DD90E4	pink / 30 F89BC7	brown / 30 BDB2A8	blue-grey / 30 B3BEC7
red / 20 FFD2D2	orange / 20 FFD9B2	yellow / 20 FDEC96	olive / 20 EBEE96	green / 20 CCEDC1	cyan / 20 B6E9ED	blue / 20 C0E3FF	indigo / 20 D2D2FF	violet / 20 D8CAFC	purple / 20 EEBFF2	pink / 20 FFC7E1	brown / 20 DCD4CB	blue-grey / 20 D0D7DC
red / 10 FFEBED	orange / 10 FFEDDB	yellow / 10 FDF6C3	olive / 10 F8FABD	green / 10 E7FBE0	cyan / 10 DBF8FA	blue / 10 E3F2FD	indigo / 10 EBEBFF	violet / 10 EFEAFE	purple / 10 FAE3FD	pink / 10 FEE6F1	brown / 10 EDEBE8	blue-grey / 10 EAEDEF
red / 5 FFF5F6	orange / 5 FFF5EB	yellow / 5 FFFADB	olive / 5 FDFFDC	green / 5 F3FDF0	cyan / 5 EAFCFD	blue / 5 F0F7FC	indigo / 5 F4F4FF	violet / 5 F8F4FF	purple / 5 FDF1FE	pink / 5 FFF0F7	brown / 5 F5F5F4	blue-grey / 5 F3F5F6

Характер графики
Дополнительная графика

Графика

Ландшафт роста X5

X5 – это живой, плодородный ландшафт, который постоянно порождает новые формы: технологии, продукты, форматы, бизнесы, карьерные возможности, экологичные решения.

Это не застывшая система, а среда, которая адаптируется, растёт, распускается во всех направлениях – от продуктовой полки до нейросетей и софта.

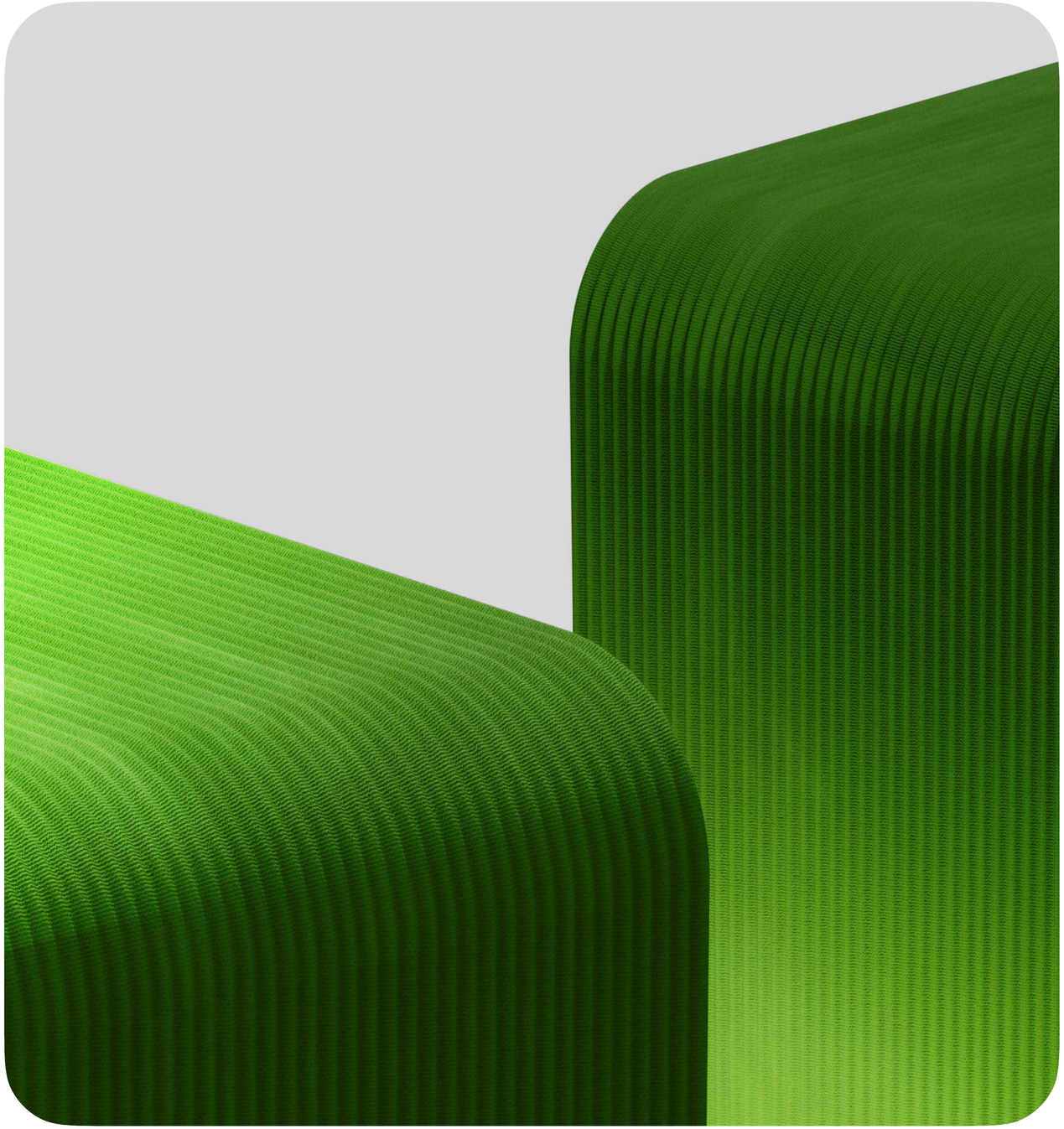
Ландшафт роста – это сквозной графический приём, объединяющий коммуникации всех направлений бренда X5.

HEX 05320A
RGB 5 50 10

HEX 0F5A05
RGB 15 90 5

HEX 9BC30F
RGB 155 195 15

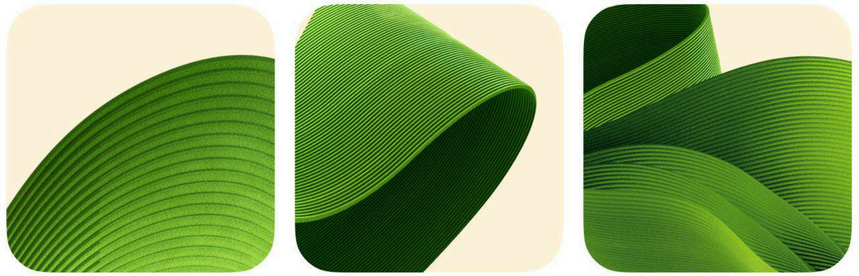
Цвета фирменной графики – основные цвета ESG-палитры



Характер графики

В зависимости от задачи графика может иметь разный масштаб и характер.

Мелкий масштаб — Крупный масштаб



Один слой — Несколько слоёв

Статичная форма — Динамичная форма

Дальний план — Крупный план

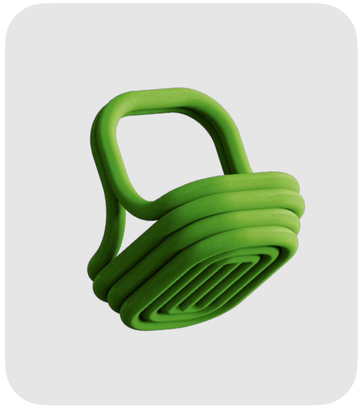
Не применяйте к графике размытие, так её характер не считывается.

Все материалы

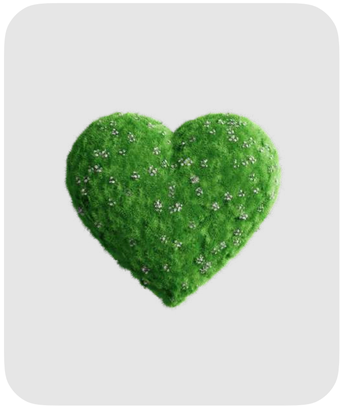
При выборе материала, стоит разделять материалы на цифровые и натуральные.

Лента

Растения

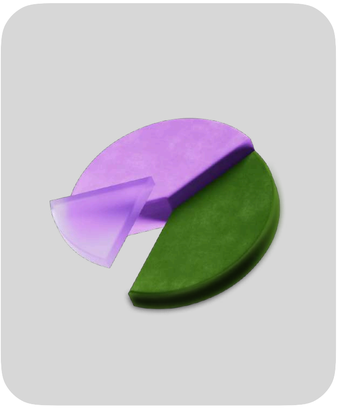


Обьекты

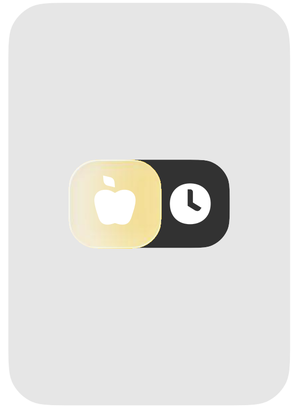


Филлеры

Продукты

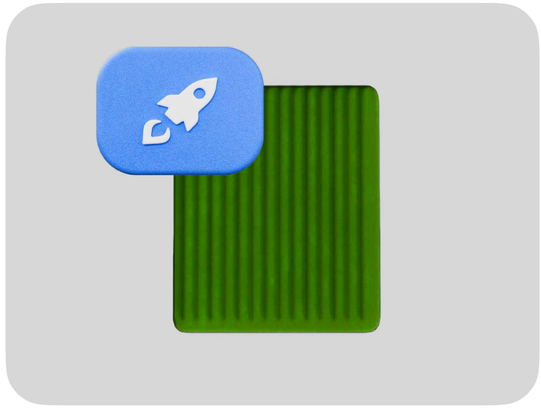


Инфографика



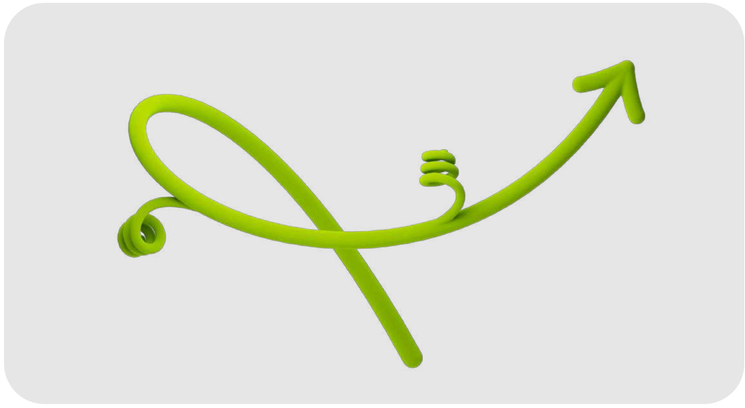
UI-элементы

Девайсы



3D-плашки

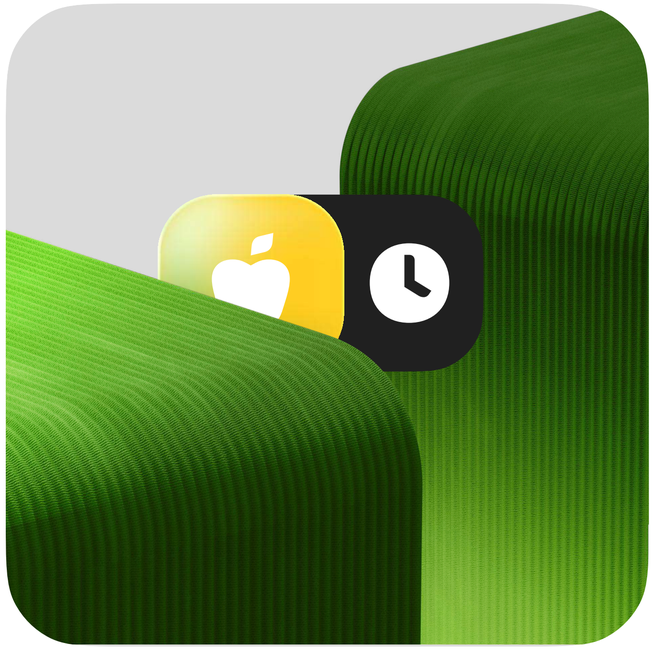
3D-текст



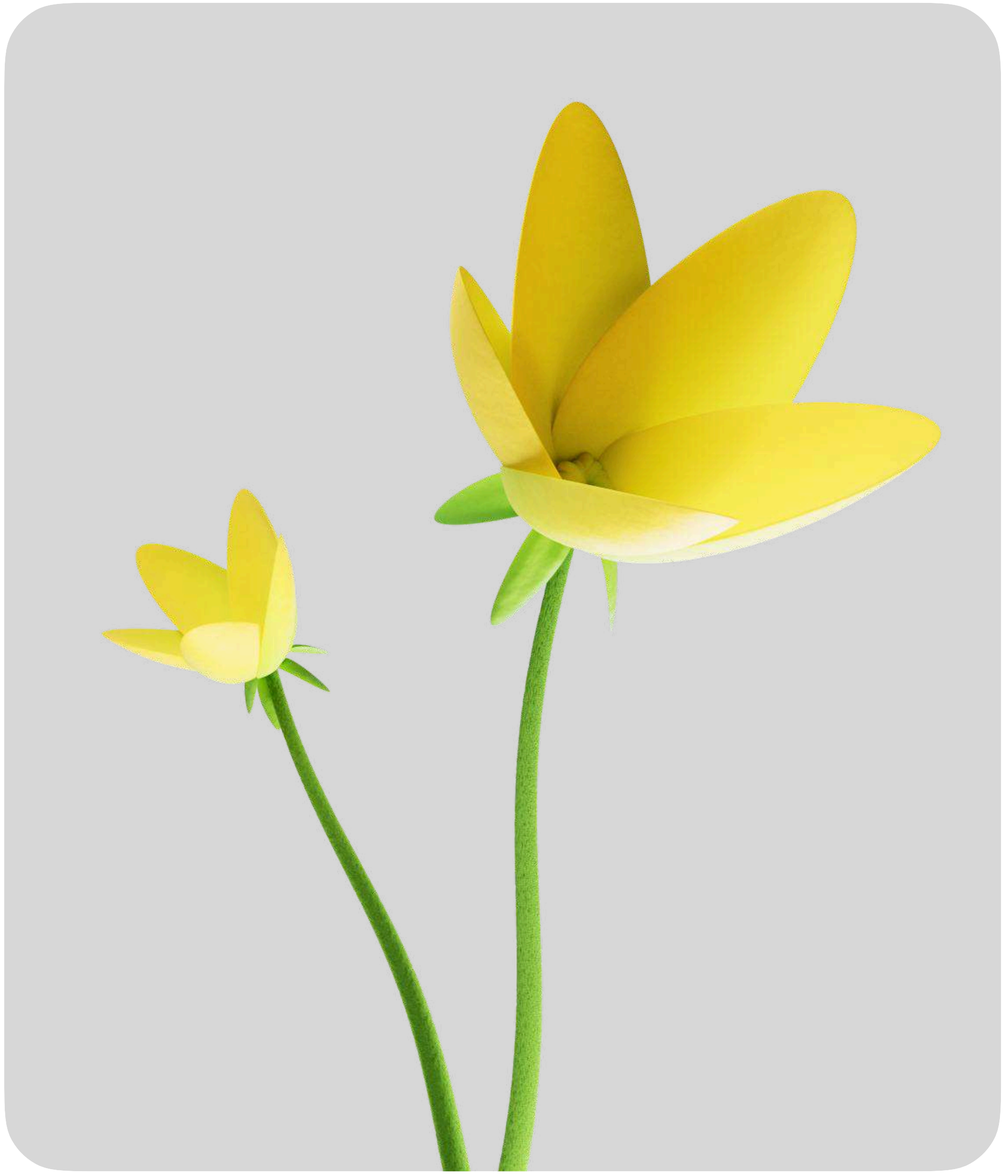
Ростки

Дополнительная графика

Дополнительная графика сочетается и смешивается с основной, добавляя новые смыслы в коммуникации.

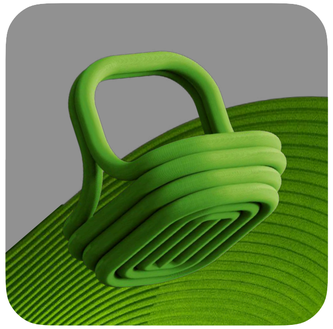


Стилизованные 3d-растения добавляют коммуникациям тепла и акцента на экологичность.



Слишком реалистичные формы растения создают ощущение «зловещей долины»: это и не фотография, и не иллюстрация.

3d-объекты — стилизованные и упрощённые предметы реального мира. Используйте яркие образы, эмоциональные и выразительные. Лаконичные материалы без избыточного реализма. Зелёный цвет и полосатая текстура отсылают к основному графическому приёму.



Не ставьте объект с полосатой текстурой на фирменную графику: они сливаются

3d-иконки – более простые образы,
с меньшей детализацией.

Не стоит размещать абстрактные
сюжеты, они не транслируют
смыслы для зрителя

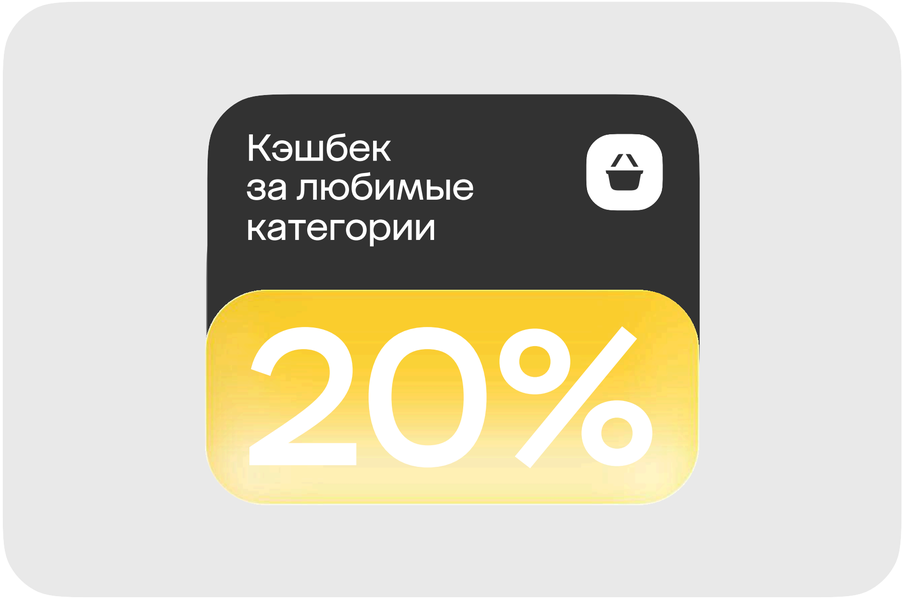
Фотографии продуктов — важный элемент b2c-коммуникаций. Цвета сочные, продукты аппетитные, выглядят естественно.

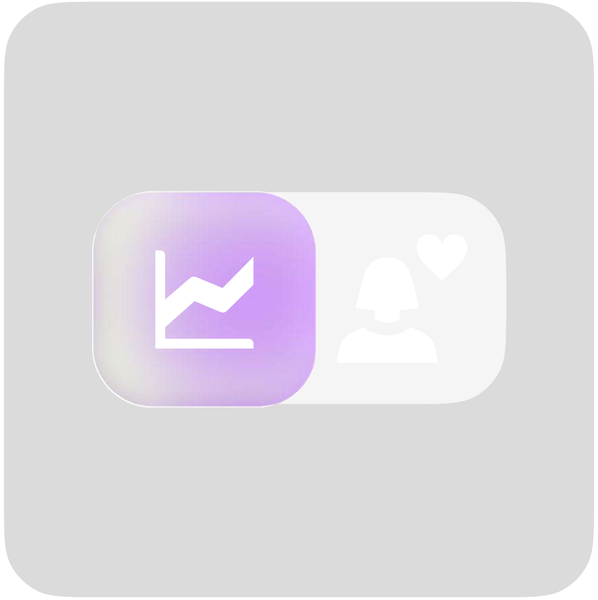
Жухлый цвет не придаёт аппетитности.

3d-инфографика реалистичная, современная и всегда состоит из нескольких сложных фактур.

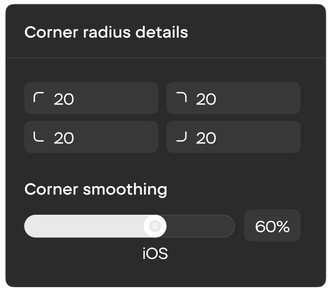
«Пластиковая» однородная фактура, выглядит по-детски.

Дополнительная графика





UI-элементы подчёркивают технологичность бренда и добавляют новый информационный слой.



Важная деталь – характер скругления. Используйте мягкие iOS-скругления – автоматические скругления оставляют заметные заломы на кривой.

HEX FFD232
RGB 255 210 50

HEX EB6EC8
RGB 235 110 200

HEX CD9BF5
RGB 205 155 245

Элементы интерфейса красятся в дополнительные цвета направлений X5.

Графика

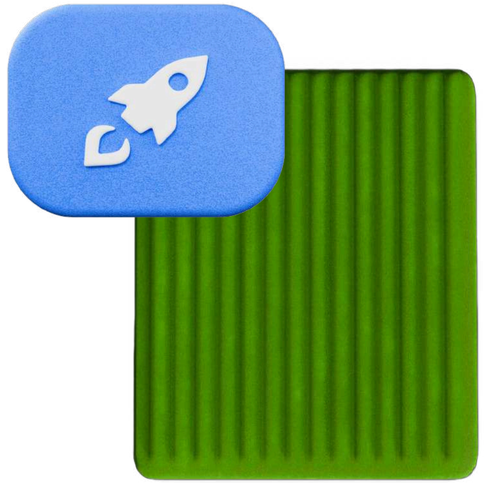
Дополнительная графика

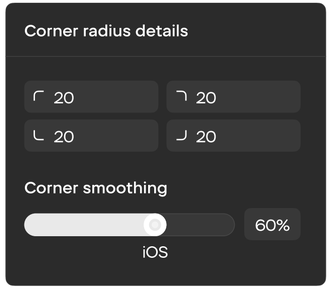
Девайсы подчёркивают технологичность бренда. Образы узнаваемые и современные. Стиль — упрощённая 3d-графика, без лишних деталей.

Избыточная детализация на грани с фотографией. Выглядит слишком «шумно», на макете будет спорить с фирменной графикой.

Дополнительная графика

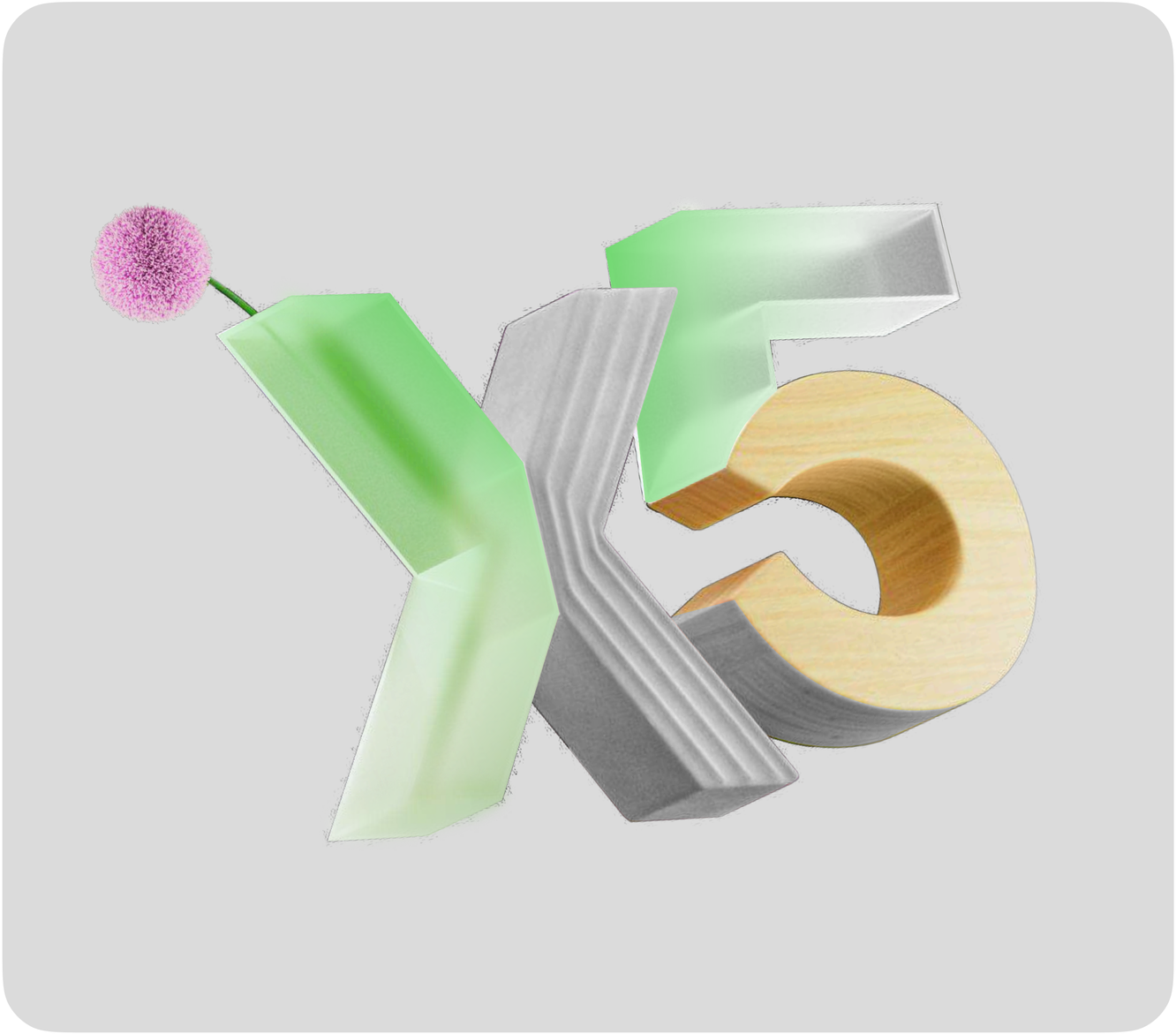
3d-плашки добавляют объём и новые смыслы визуалу. Могут быть простыми объектами с текстурой, а могут становиться фоном для текста или пиктограмм.





Важная деталь – характер скругления. Используйте мягкие iOS-скругления – автоматические скругления оставляют заметные заломы на кривой.

3d-текст



3D-текст может становиться главным элементом макета. Символы всегда составные из нескольких фактур, одна из частей обязательно должна быть с фирменной рельефной текстурой.

Важно: объёмный текст не может заменять собой логотип X5, это элемент дизайна.

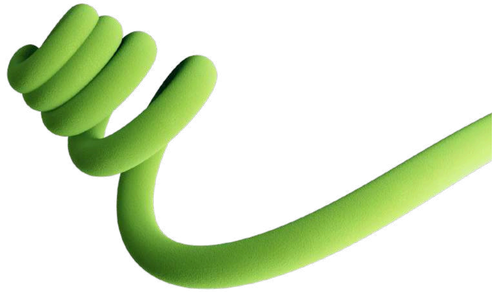
«Пластиковая» однородная фактура, выглядит по-детски.

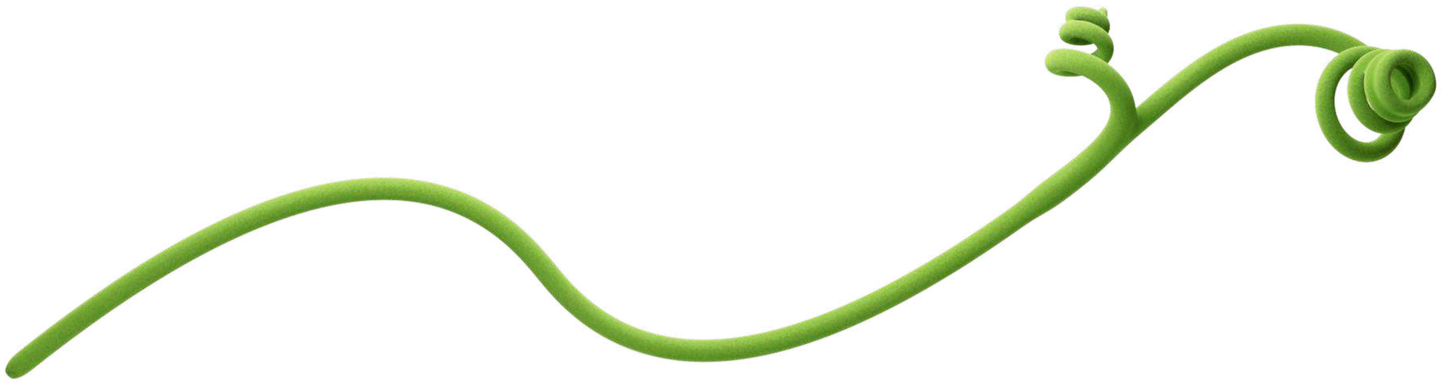
В цифрах используются разные фактуры от бетона до вельвета.

Чрезмерная толщина и более яркий цвет делают цифру игрушечной или похожей на губку для мытья посуды.

Дополнительная графика

Ростки добавляют макетам живости и тепла.





✕

Слишком «пластиковый», безжизненный росток, плюс недостаточно контрастный по отношению к ленте.

Шрифт
Начертания
Размер текста

Типографика

Шрифт

Во всех коммуникациях используется шрифт X5 Sans.

X5 Sans

Regular
Medium
Bold

ALPHABET

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОП
РСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрсту
фхцчшщъыьэюя

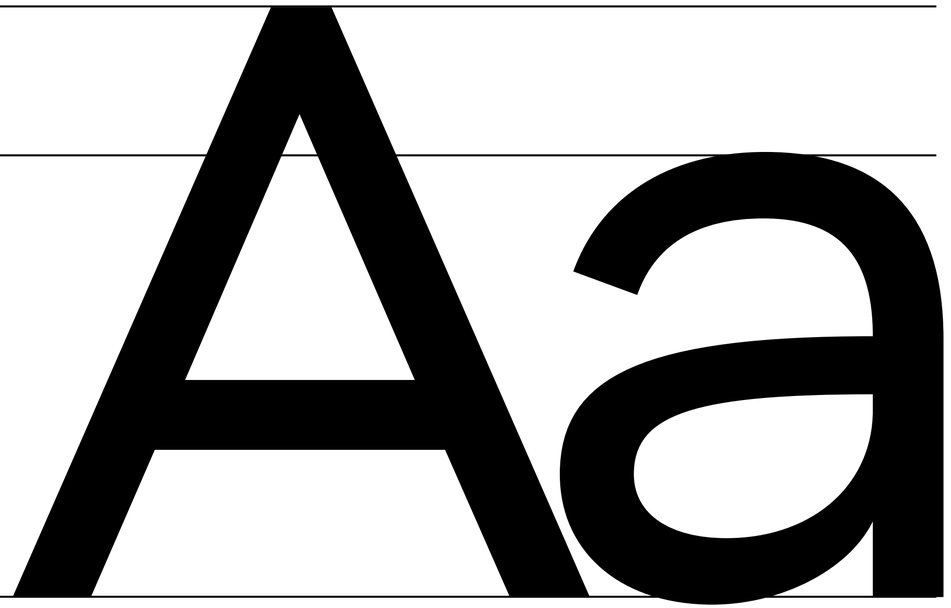
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnop
qrstuvwxyz

1234567890

/.(){}[]!@#$%^&*

CAP HEIGHT

X-HEIGHT



BASELINE

Используйте X5 Sans UI только для сайта и интерфейсов. Не применяйте его в коммуникациях – недостаточно акцентный.

X5 Sans UI

Regular
Medium
Bold

ALPHABET

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОПРС
ТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмнопрстуф
хцчшщъыьэюя

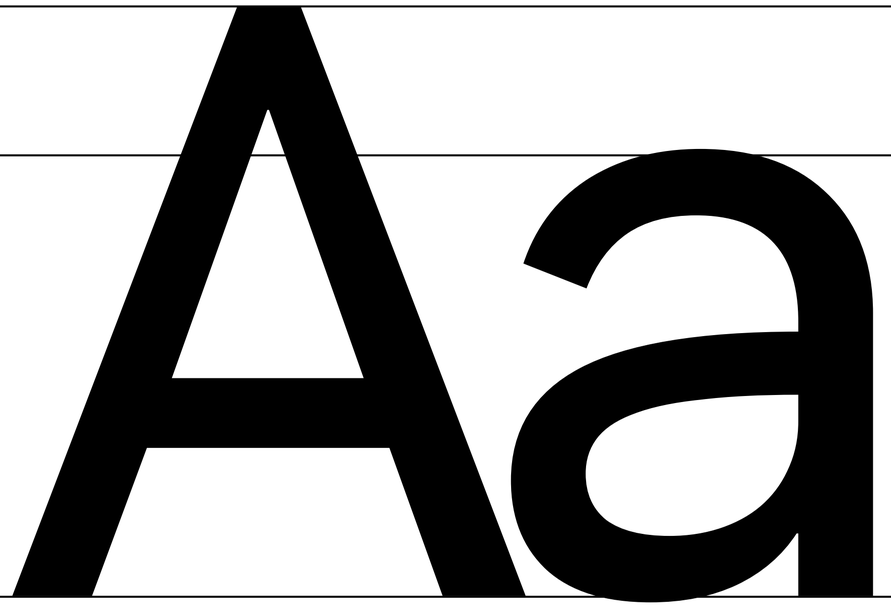
ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrs
tuvwxyz

1234567890

/.(){}[]!@#$%^&*

CAP HEIGHT

X-HEIGHT



BASELINE

Главные в еде

Заголовок – X5 Sans Medium,
интерлиньяж 83-87%,
Трекинг: -2%

Высокое качество готовых блюд

Подзаголовок – X5 Sans Medium,
интерлиньяж 110-120%.
Подзаголовок меньше заголовка
минимум в два раза.

Размер текста

Заголовок на макете соразмерен логотипу и привязан к базовой сетке макета. Подзаголовок меньше заголовка минимум в два раза. Юридический текст может не вписываться в базовую сетку документа, его размер зависит от требований закона.

Одна строка равна 1/8 высоты логотипа X5.

У нас есть технологии для всех

Высокое качество готовых блюд

ООО «Х5» УПРАВЛЯЕТ ТОРГОВЫМИ СЕТЯМИ «ПЕРЕКРЁСТОК», «ПЯТЁРОЧКА» И «КАРУСЕЛЬ», ЦИФРОВЫМИ БИЗНЕСАМИ: ОНЛАЙН-СУПЕРМАРКЕТ «ВПРОК», ФУДТЕХ-СЕРВИС «ОКОЛО» И СЕРВИС ДОСТАВКИ «5POST». РЕКЛАМА. НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ПУБЛИЧНОЙ ОФЕРТОЙ.

X5.ru

Заглавная буква заголовка – 9 базовых строк, подзаголовок – 4,5 строки.

У нас есть технологии для всех

Высокое качество готовых блюд

ООО «Х5» УПРАВЛЯЕТ ТОРГОВЫМИ СЕТЯМИ «ПЕРЕКРЁСТОК», «ПЯТЁРОЧКА» И «КАРУСЕЛЬ», ЦИФРОВЫМИ БИЗНЕСАМИ: ОНЛАЙН-СУПЕРМАРКЕТ «ВПРОК», ФУДТЕХ-СЕРВИС «ОКОЛО» И СЕРВИС ДОСТАВКИ «5POST». РЕКЛАМА. НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ПУБЛИЧНОЙ ОФЕРТОЙ.

X5.ru

Заглавная буква заголовка – 8 базовых строк, подзаголовок – 4 строки.

У нас есть технологии для всех

Высокое качество готовых блюд

ООО «Х5» УПРАВЛЯЕТ ТОРГОВЫМИ СЕТЯМИ «ПЕРЕКРЁСТОК», «ПЯТЁРОЧКА» И «КАРУСЕЛЬ», ЦИФРОВЫМИ БИЗНЕСАМИ: ОНЛАЙН-СУПЕРМАРКЕТ «ВПРОК», ФУДТЕХ-СЕРВИС «ОКОЛО» И СЕРВИС ДОСТАВКИ «5POST». РЕКЛАМА. НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ПУБЛИЧНОЙ ОФЕРТОЙ.

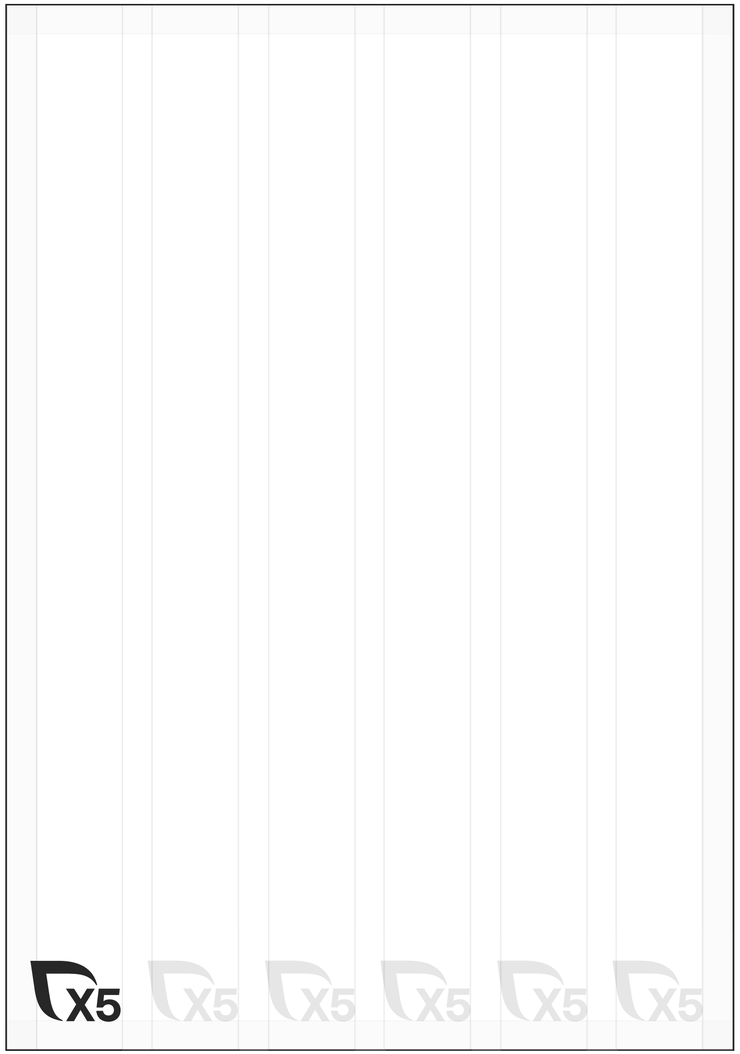
X5.ru

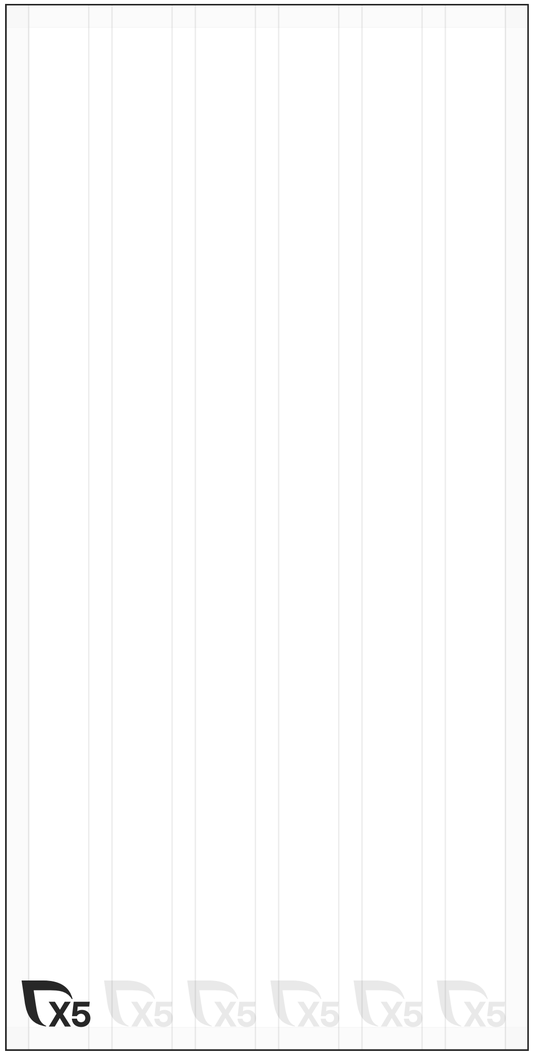
Заглавная буква заголовка – 7 базовых строк, подзаголовок – 3 строки.

Макеты

Построение.
Шаг 1. Вертикальная сетка

Колоночная сетка макета привязана к логотипу и его охранному полю.

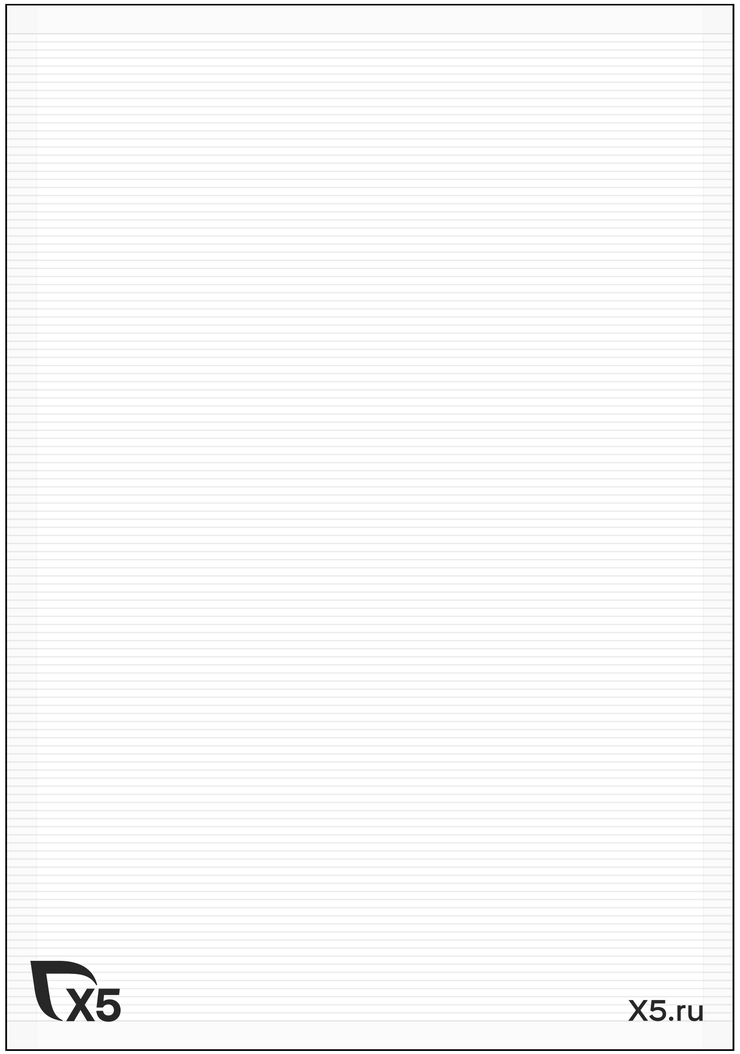


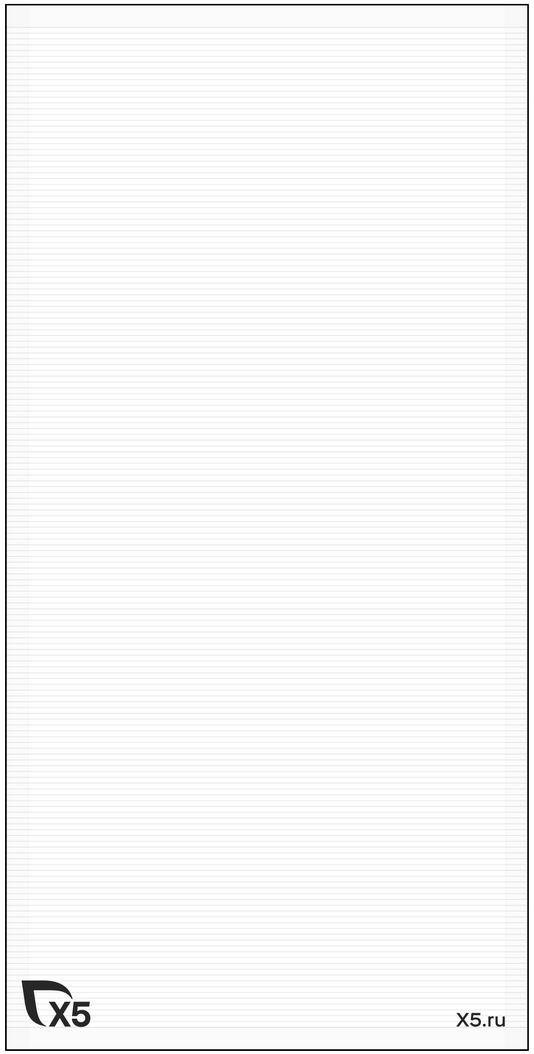


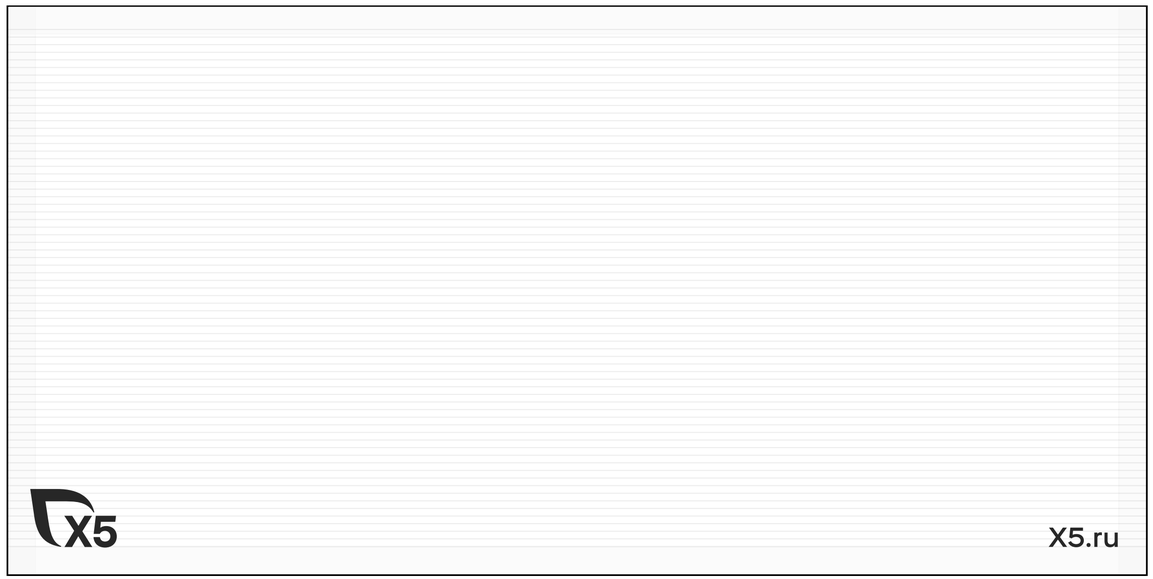
Ширина колонки равна логотипу (с учётом оптической компенсации), а ширина межколонника – охранному полю.

Построение.
Шаг 2. Горизонтальная сетка

Базовая сетка также строится от логотипа.







Одна строка равна 1/8 высоты логотипа X5. Сетка выравнивается по верхнему или нижнему полю макета, в зависимости от того, где будет размещаться текст. При этом сетка может не совпадать с границей противоположного поля — это нормально.

Текст размещается на базовой сетке
и выравнивается по полям макета.

Нижняя часть макета – это брендинговая зона.
На неё не может заходить текст, за исключением
юридического текста.

Построение.
Шаг 3. Графика

Для удобства выравнивания графических элементов макета по высоте можно построить дополнительную сетку.

Честное партнёрство

Фотография

Стимулируем развитие российского производства

X5

X5.ru

Отличные дни,
чтобы помочь коллегам

Весенняя X5-ница

Qr-код

Кнопка

X5

X5.ru

Есть технологии

Для вашего комфорта
каждый день

UI-элемент

X5

ООО «Х5» УПРАВЛЯЕТ ТОРГОВЫМИ СЕТЯМИ «ПЕРЕКРЁСТОК», «ПЯТЁРОЧКА» И «КАРУСЕЛЬ», ЦИФРОВЫМИ БИЗНЕСАМИ: ОНЛАЙН-СУПЕРМАРКЕТ «ВПРОК», ФУДТЕХ-СЕРВИС «ОКОЛО» И СЕРВИС ДОСТАВКИ «5POST». РЕКЛАМА. НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ПУБЛИЧНОЙ ОФЕРТОЙ. ПОДРОБНОСТИ НА САЙТЕ: WWW.X5.RU.

X5.ru

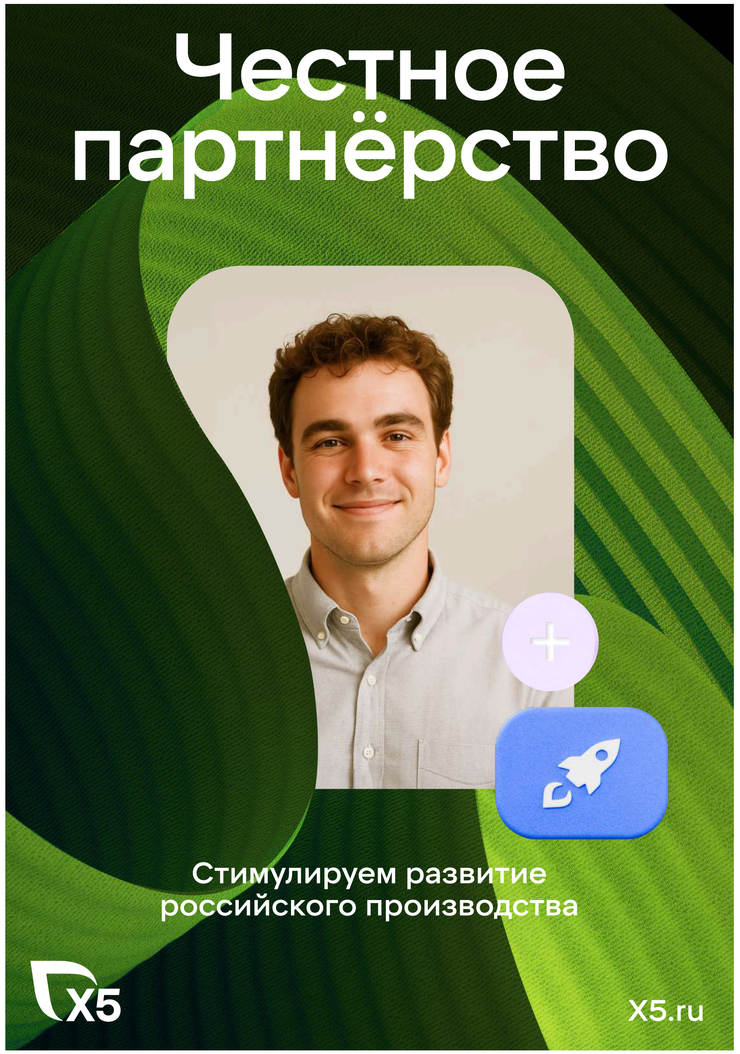
Главные в еде

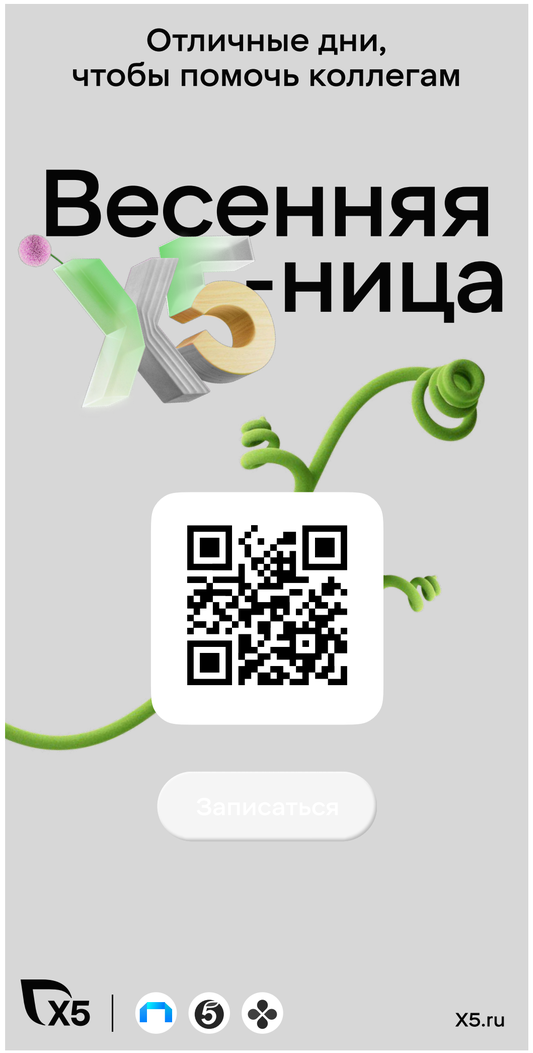
Тег

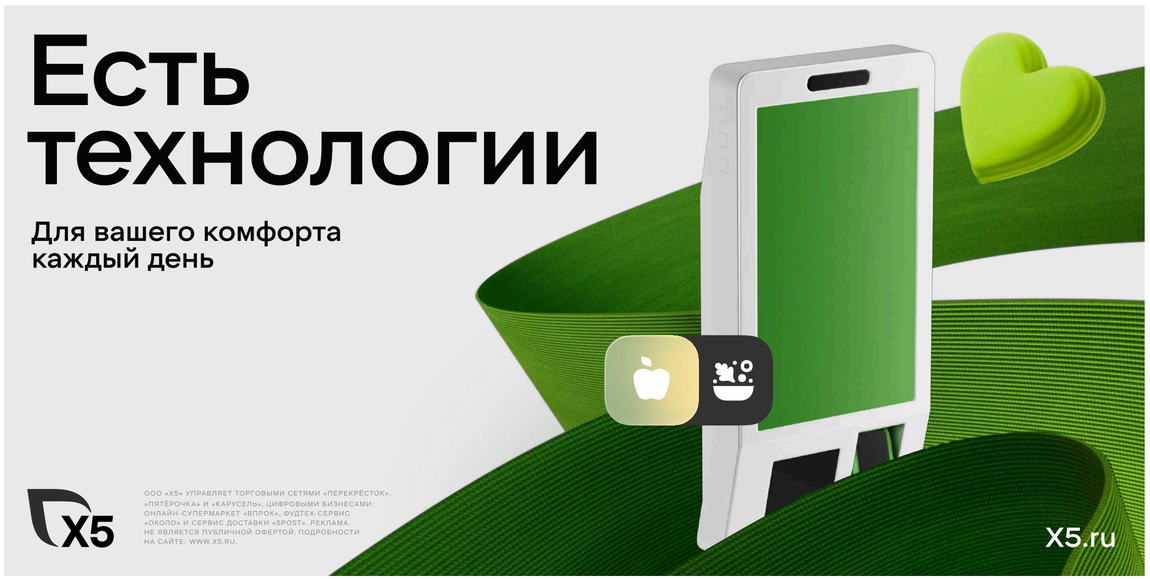
X5

X5.ru

Один шаг сетки равен 1/2 высоты логотипа X5.
Сетка служит лишь ориентиром для размещения графики, строгая привязка к ней не обязательна.


Честное партнёрство
Стимулируем развитие российского производства
X5
X5.ru


Отличные дни, чтобы помочь коллегам
Весенняя -ница
Записаться
X5
X5.ru


Есть технологии
Для вашего комфорта каждый день
ООО «X5» УПРАВЛЯЕТ ТОРГОВЫМИ СЕТЯМИ «ПЕРЕКРЁСТОК», «ПЯТЁРОЧКА» И «КАРУСЕЛЬ», ЦИФРОВЫМИ БИЗНЕСАМИ: ОНЛАЙН-СУПЕРМАРКЕТ «ВПРОК», ФУДТЕХ-СЕРВИС «ОКОЛО» И СЕРВИС ДОСТАВКИ «5POST». РЕКЛАМА. НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ПУБЛИЧНОЙ ОФЕРТОЙ. ПОДРОБНОСТИ НА САЙТЕ: WWW.X5.RU.
X5
X5.ru

Главные в еде
X5
IT
X5.ru

06

Направления

06.1

B2C

Дисклеймер
Палитра направления
Пропорции цветов
Знак качества
Наружная реклама
Логотип на макете
Графика
Фотостиль
Сайт
Овервью макетов

B2C

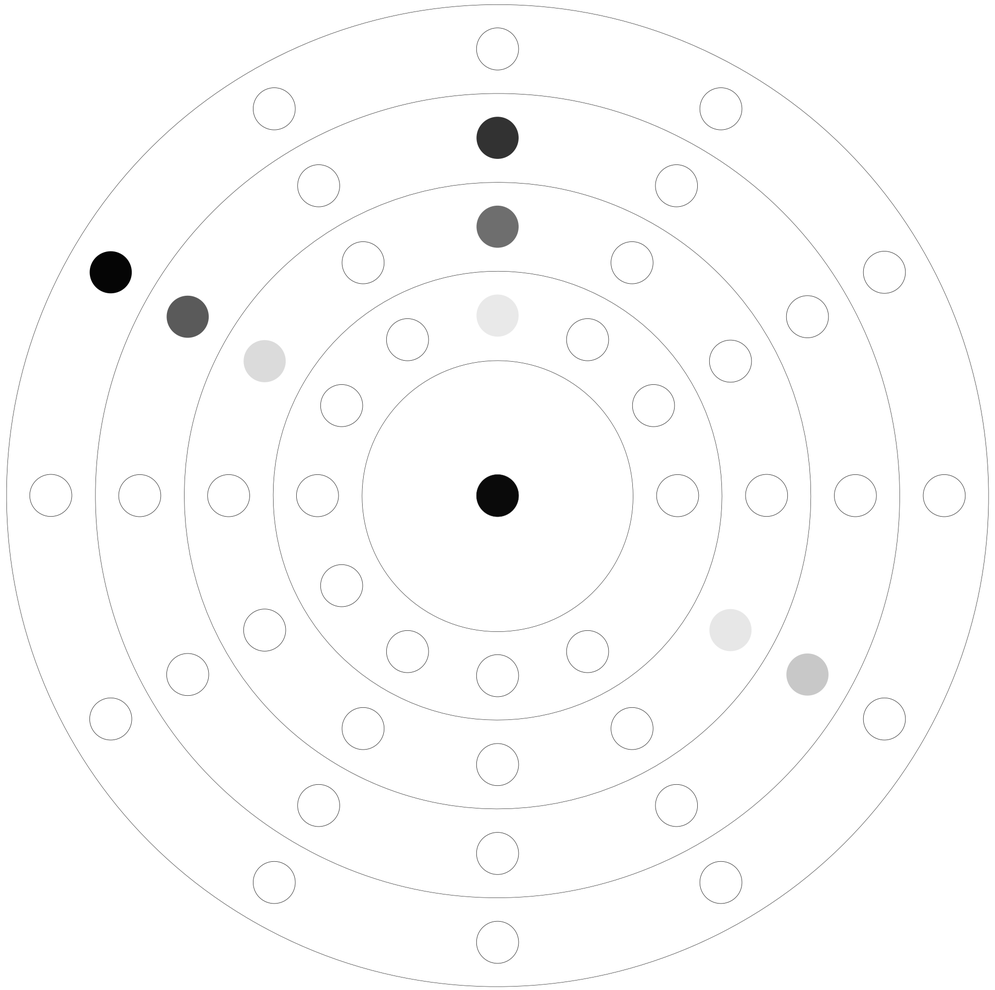
X5 проникает в любимые магазины россиян через свои технологичные продукты и сервисы, чтобы сделать потребительский опыт проще, удобнее, а готовую еду качественнее и безопаснее.

#заботливый #технологичный #ответственный

#выгодная и надёжная акция

Палитра направления

B2C-сегмент — самое эмоциональное направление бренда с тёплой и заботливой коммуникацией в розово-жёлтых оттенках.



Бежевый — это про свет, оптимизм и интеллект. Он пробуждает чувство уверенности и чистоты.

Розовый ассоциируется с эмоциональностью, заботой и вдохновением. Розовые акценты добавляют тепла, помогая установить доверительные отношения с клиентами.

Палитра направления.
Основные цвета

HEX	FFF6EA
RGB	255 246 234
PANTONE	9225 C
CMYK	0 4 10 0

Основной цвет текста
на макетах

HEX	0F5A05
RGB	15 90 5
PANTONE	364 C
CMYK	90 0 95 25

HEX	EFFFDB
RGB	235 255 215
PANTONE	7485 C
CMYK	10 0 20 0

Фоновый цвет
для наружней рекламы

HEX	05310A
RGB	5 49 10
PANTONE	357 C
CMYK	85 0 90 75

Палитра направления.
Акцентные цвета

HEX	EB6EC8
RGB	235 110 200
PANTONE	224 C
CMYK	10 55 0 0

HEX	F5BEE6
RGB	245 190 230
PANTONE	2562 C
CMYK	15 35 0 0

HEX	FFE1FF
RGB	255 225 255
PANTONE	236 C
CMYK	10 20 0 0

HEX	FFD232
RGB	255 210 50
PANTONE	115 C
CMYK	0 5 90 0

HEX	FFE16E
RGB	255 225 210
PANTONE	120 C
CMYK	0 5 70 0

HEX	9BC30F
RGB	155 195 15
PANTONE	376 C
CMYK	55 0 85 0

HEX	C3EB91
RGB	195 235 145
PANTONE	358 C
CMYK	35 0 50 0

Основная цветовая схема – фирменная зелёная типографика на светлом фоне.

У нас есть технологии для всех

Высокое качество готовых блюд

HEX EBFFD7
RGB 235 255 215

Фон может быть бежевым или светло-зелёным.

✕

У нас есть технологии для всех

Тёмно-зелёный цвет не применяется к типографике: он выглядит слишком мрачно

Пропорции цветов

Чёткого правила, какая палитра изображения в каком случае нужна, не существует. Но есть градация по яркости макета. Наружная реклама может быть более контрастной и заметной, чем диджитал-коммуникации.

30% 35% 35%

40% 40% 10% 10%

40% 40% 10% 10%

Диджитал-коммуникации

Наружная реклама

Знаком качества маркируется вся готовая еда СТМ «Пятёрочка кафе» и «Перекрёсток Select» в магазинах по всех стране. 3d-версия знака качества используется в макетах, в которых рассказывается о готовой еде напрямую или косвенно.

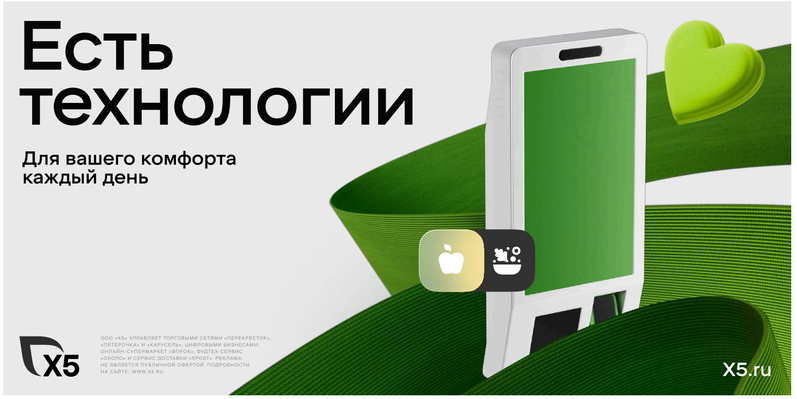
Готовые 3d-знаки для макетов можно скачать по ссылке.

3d-версия знака качества

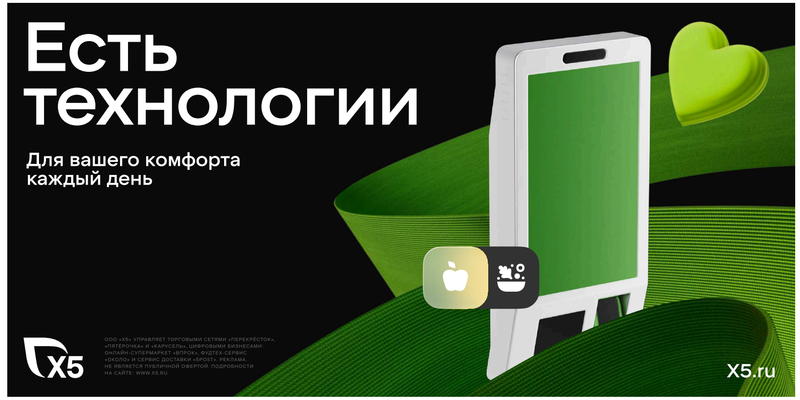
Можно показывать производство, можно семейное застолье, главное – сохранить ощущение чистоты и свежести за счёт теплых оттенков.

Наружная реклама может быть более контрастной и заметной.

Основной графический приём – тёмно-зелёный фон и белая типографика.

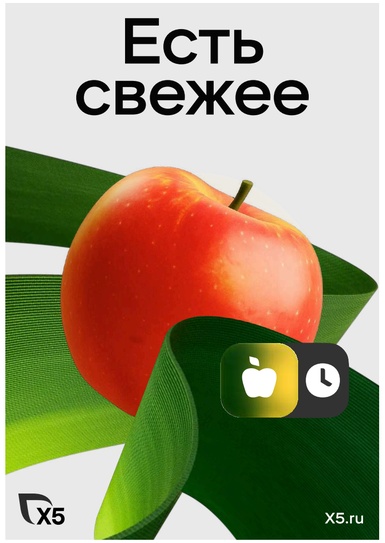


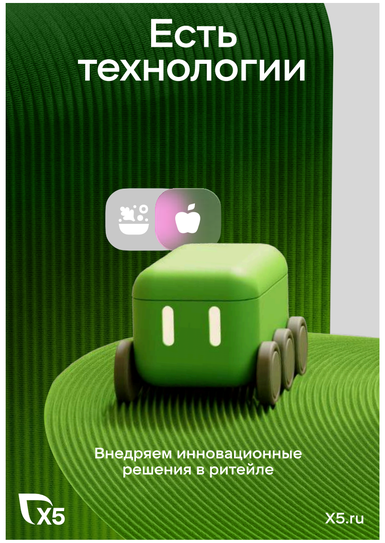
Дополнительный акцент – крупные объекты в акцентных цветах. Такие макеты выглядят наиболее ярко и заметно, не злоупотребляйте этим приёмом.



Логотип на макете

На макетах с большим количеством фирменного зелёного цвета и/или фирменной графики логотип красится в тёмно-зелёный. Бежевые макеты сложнее ассоциировать с X5, на них логотип двухцветный.





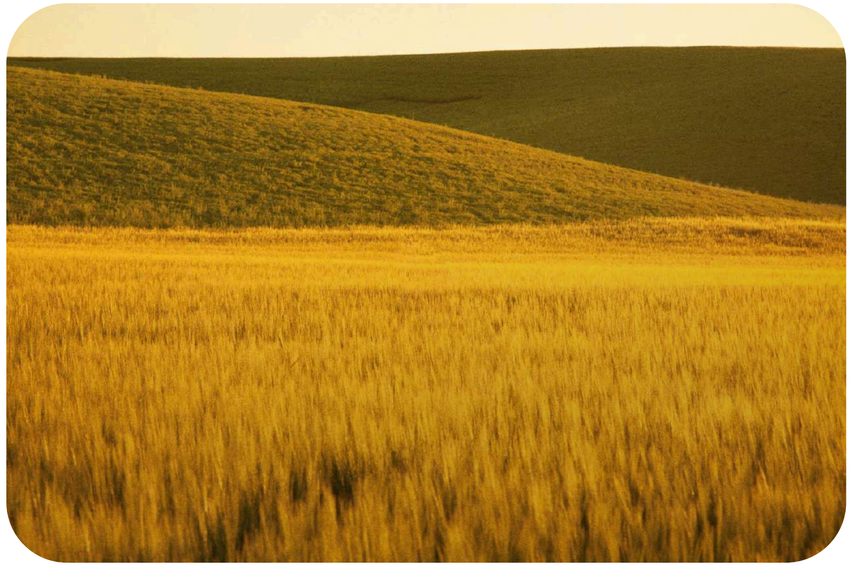
Меньше фирменного зелёного

Больше зелёного и фирменной графики

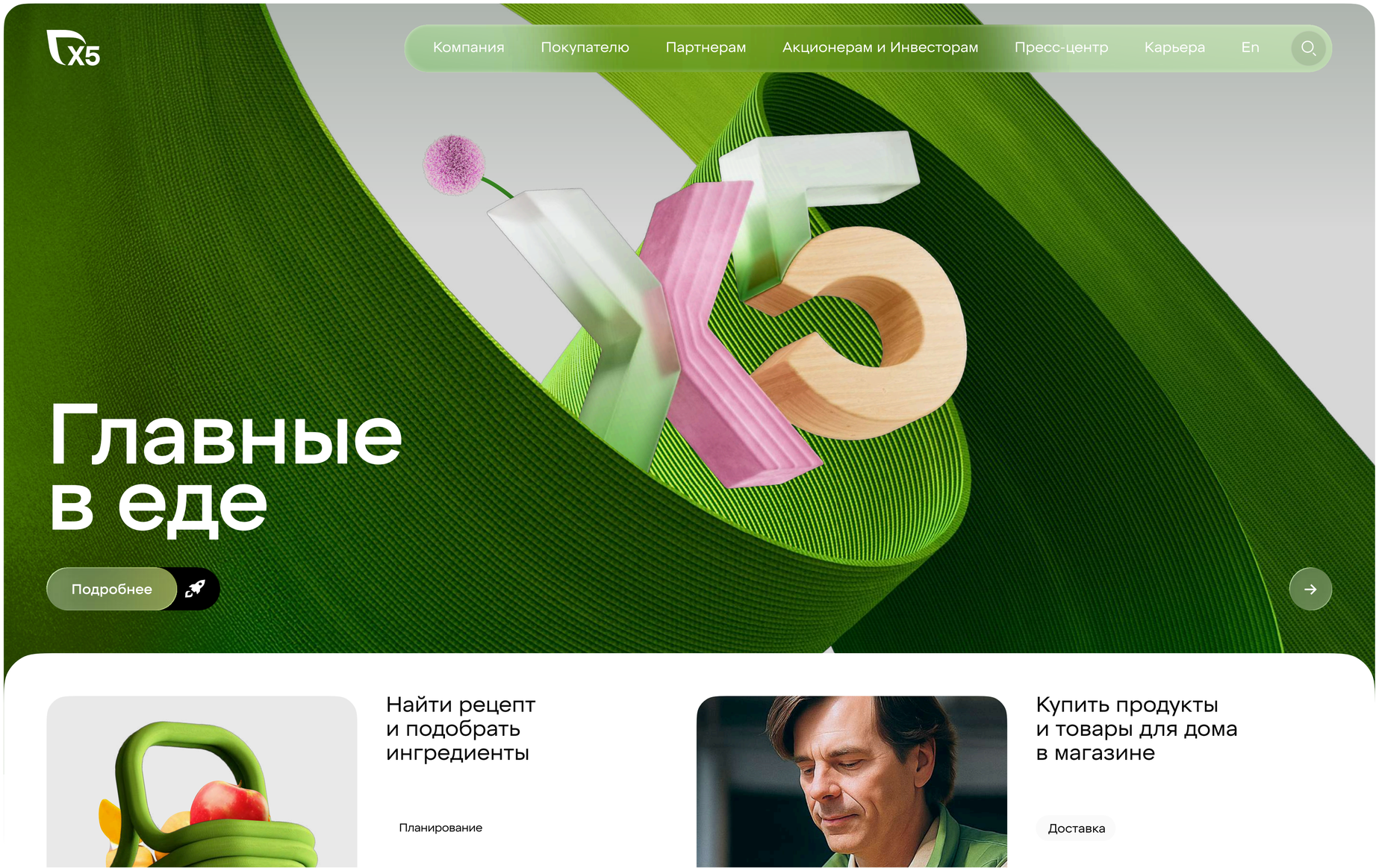
10
5

Фотостиль

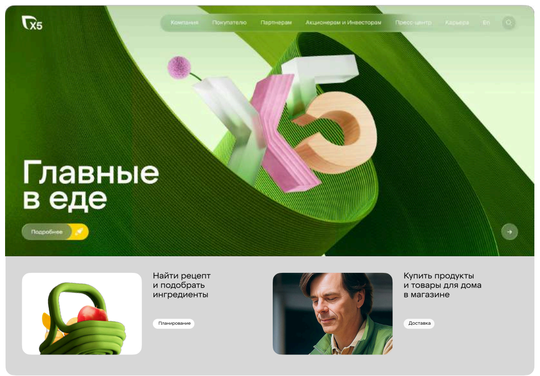
Основа фотостиля – это то, что X5 даёт обычным людям, – уверенность в том, что каждый может купить свежую еду.



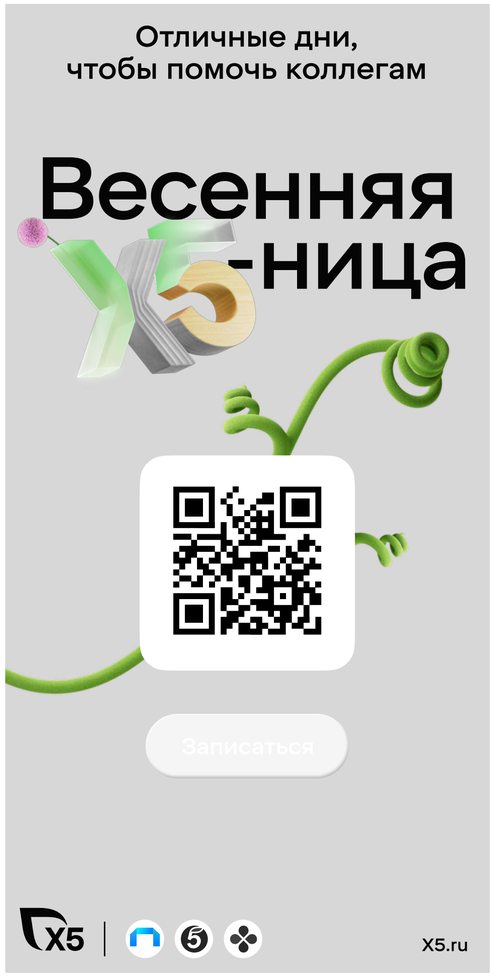
Первый экран сайта выполнен в фирменных цветах, основной фон страницы – белый.



Цветной фон на сайте выглядит избыточно.



Система качества
X5
система качества
Еда, которой можно доверять
X5
X5.ru


Отличные дни,
чтобы помочь коллегам
Весенняя
-ница
Записаться
X5
X5.ru

Продукты и готовая еда
Обеспечиваем безопасность и высокое качество продуктов и готовых блюд
Пятёрочка Кафе
Паста с ветчиной и грибами
в сливочном соусе
Пищевая ценность в 100 г
5,6 г белки
8,1 г жиры
14,9 г углеводы
155 ккал
Масса нетто
250 г
X5
ООО «X5» УПРАВЛЯЕТ ТОРГОВЫМИ СЕТЯМИ «ПЕРЕКРЁСТОК», «ПЯТЁРОЧКА» И «КАРУСЕЛЬ», ЦИФРОВЫМИ БИЗНЕСАМИ: ОНЛАЙН-СУПЕРМАРКЕТ «ВПРОК», ФУДТЕХ-СЕРВИС «ОКОЛО» И СЕРВИС ДОСТАВКИ «SPOST». РЕКЛАМА. НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ПУБЛИЧНОЙ ОФЕРТОЙ. ПОДРОБНОСТИ НА САЙТЕ: WWW.X5.RU.
X5.ru

Главные в еде
X5
X5.ru

06.2

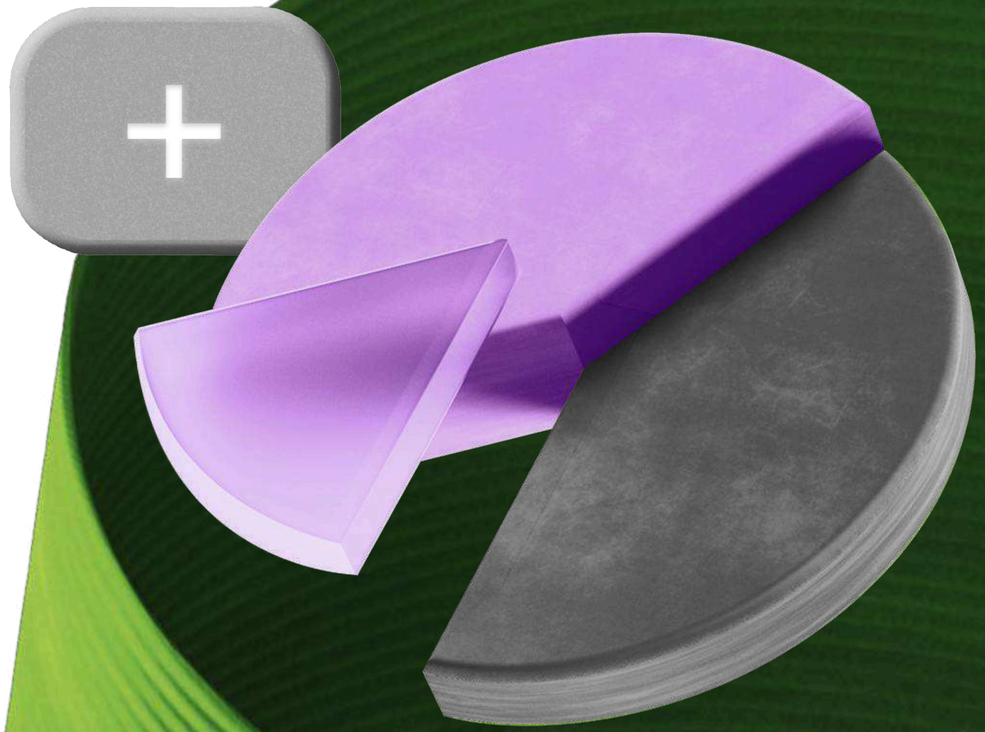
B2B

Дисклеймер
Палитра направления
Пропорции цветов
Наружная реклама
Логотип на макете
Графика
Дополнительная графика
Фотостиль
Сайт
Овервью макетов

B2B

X5 — технологический лидер и трендсеттер, развивающий категорию, создающий продвинутые решения для отрасли. Это лидер по эффективности и надежный партнёр.

В то же время X5 — надёжный работодатель, который даёт уверенность, возможность быть причастным к значимым продуктам и инициативам и возможность раскрыть свой потенциал.



#эффективный лидер

#технологичный

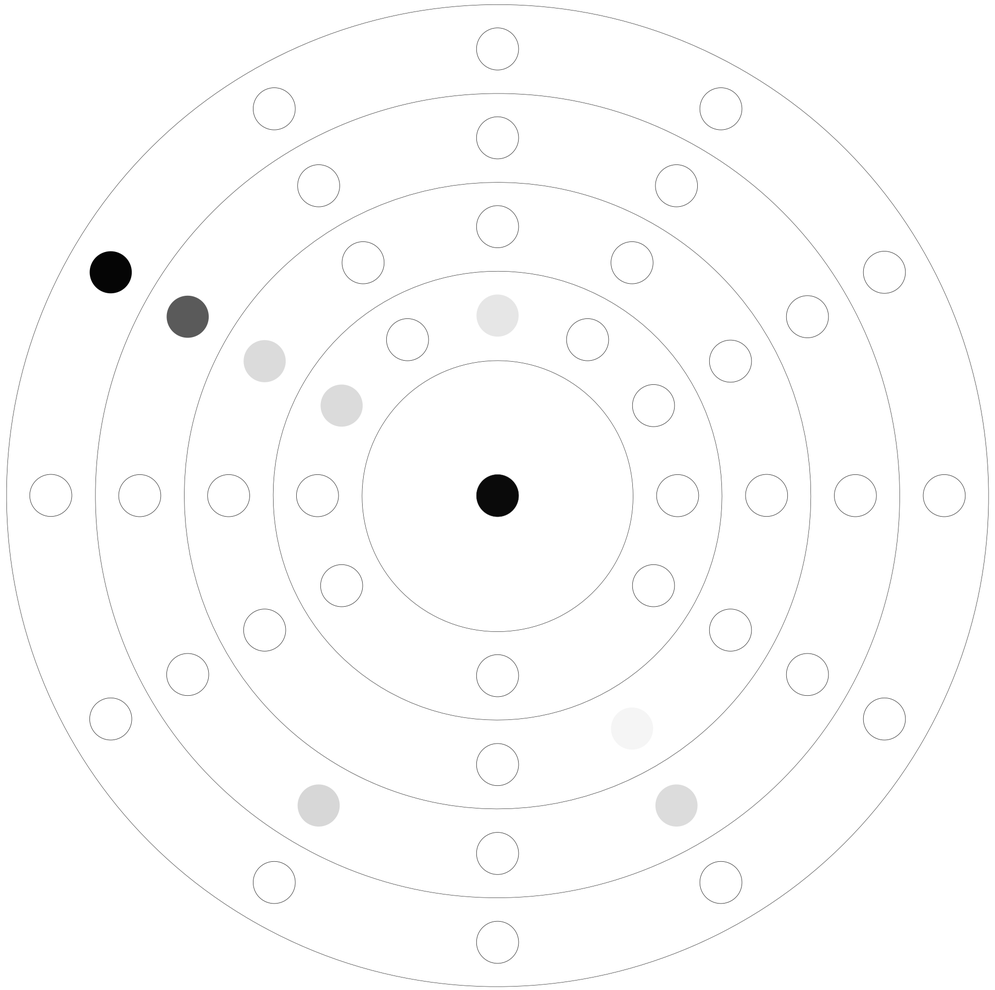
#надежный партнёр

Оформление B2B-коммуникаций также используется в макетах других направлений:

- B2E (HR) Соискатели и сотрудники
- IR Инвесторы
- GR Государственные органы и общественные организации

Палитра направления

Холодные оттенки дополняют фирменный зелёный и подчёркивают технологичность направления.



Палитра направления

Цвета направления сохраняют баланс между функциональностью и эмоциональностью.

Голубой — цвет стабильности и технологичности. В коммуникациях он подчеркивает надежность, прозрачность процессов и профессионализм.

Сиреневый, в свою очередь, ассоциируется с заботой, доверием и эмоциональным комфортом. Этот цвет помогает выстраивать гармоничные отношения внутри коллектива, способствуя поддержке и уважению.

Палитра направления.
Основные цвета

HEX	EEFFDA
RGB	235 255 215
PANTONE	7485 C
CMYK	10 0 20 0

HEX	E6F0FF
RGB	230 240 255
PANTONE	7457 C
CMYK	15 0 5 0

HEX	F8DBFF
RGB	245 220 255
PANTONE	263 C
CMYK	10 20 0 0

Основной цвет текста
на макетах

HEX	05310A
RGB	5 49 10
PANTONE	364 C
CMYK	90 0 95 25

Фоновый цвет
для наружней рекламы

HEX	0F5A05
RGB	15 90 5
PANTONE	357 C
CMYK	85 0 90 75

Палитра направления.
Акцентные цвета

HEX	A064DC
RGB	160 100 220
PANTONE	2665 C
CMYK	65 70 0 0

HEX	5A8CD7
RGB	90 140 215
PANTONE	285 C
CMYK	90 55 0 0

HEX	9BC30F
RGB	155 195 15
PANTONE	376 C
CMYK	55 0 85 0

HEX	C3EB91
RGB	195 235 145
PANTONE	358 C
CMYK	35 0 50 0

HEX	CD9BF5
RGB	205 155 245
PANTONE	264 C
CMYK	30 40 0 0

HEX	AACDFF
RGB	170 205 255
PANTONE	283 C
CMYK	40 10 0 0

HEX	FFF6EA
RGB	255 246 234
PANTONE	9225 C
CMYK	0 4 10 0

Основная цветовая схема – фирменная зелёная типографика на светлом фоне.

У нас есть технологии для всех

Стимулируем развитие российского производства

HEX F8DBFF
RGB 245 220 255

HEX EBFFD7
RGB 235 255 215

HEX E6F0FF
RGB 230 240 255

Фон может быть голубым, лиловым или светло-зелёным.

✕

У нас есть технологии для всех

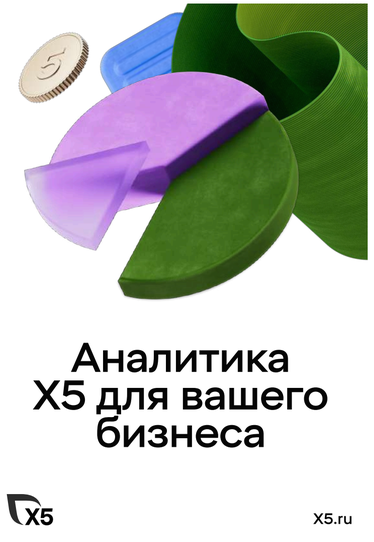
Тёмно-зелёный цвет не применяется к типографике: он выглядит слишком мрачно.

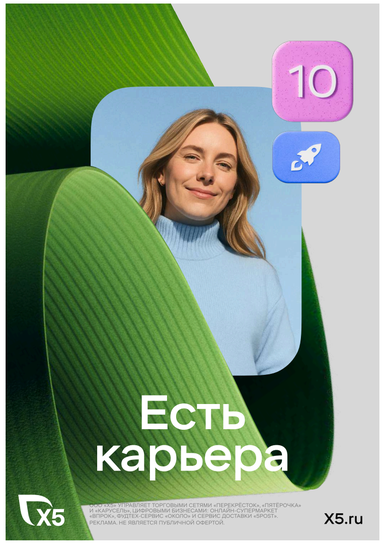
Пропорции цветов

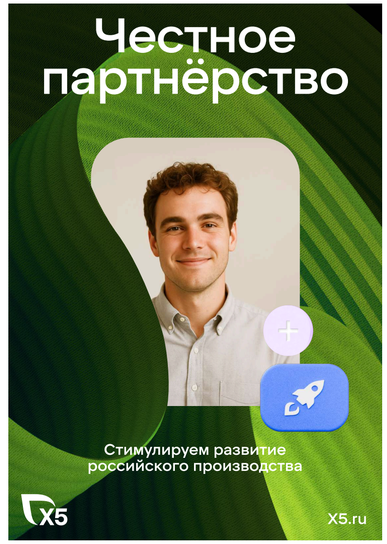
Для основной коммуникации X5 используются ленты. В большинстве случаев они занимают 50–90% макета, допустимо чтобы лента занимала 10% формата, но это скорее для внутренней коммуникации.

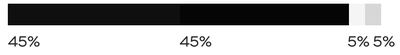
Во внутренних коммуникациях допускается использовать ростки вместо ленты в порядке исключения.

На макеты с тёмно-зелёным фоном обязательно добавляйте сиреневые или голубые акценты, иначе они будут выглядеть слишком мрачно.







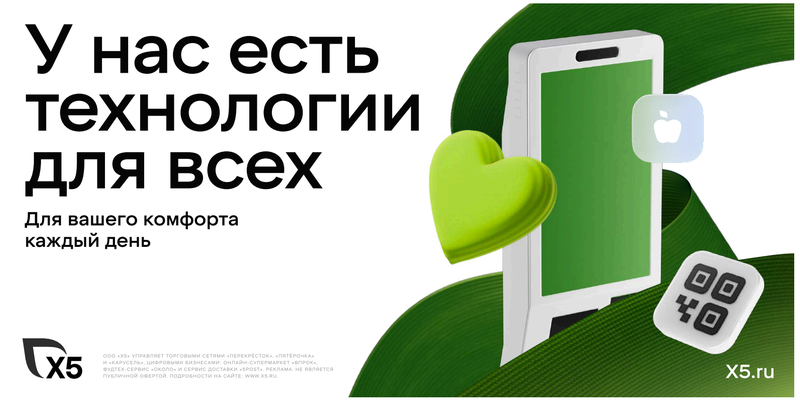


Диджитал-коммуникации

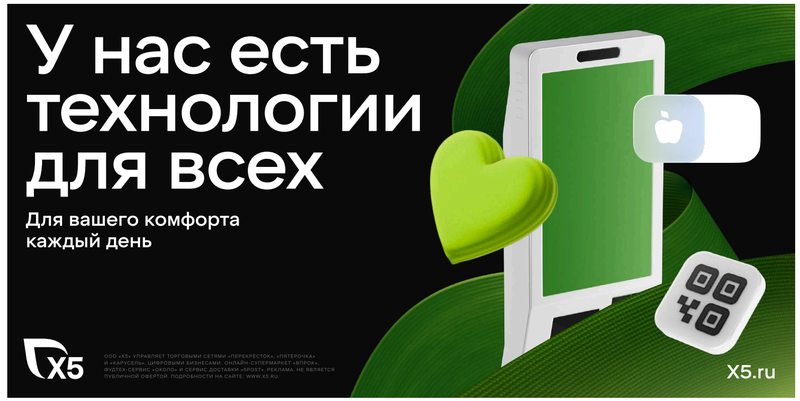
Наружная реклама

Наружная реклама может быть более контрастной и заметной.

Основной графический приём – тёмно-зелёный фон и белая типографика.

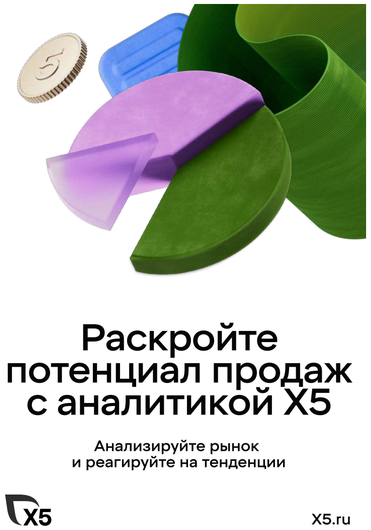


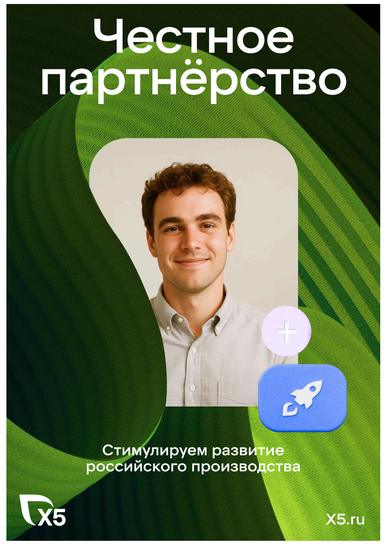
Дополнительный акцент – крупные объекты в акцентных цветах. Такие макеты выглядят наиболее ярко и заметно, не злоупотребляйте этим приёмом.



Логотип на макете

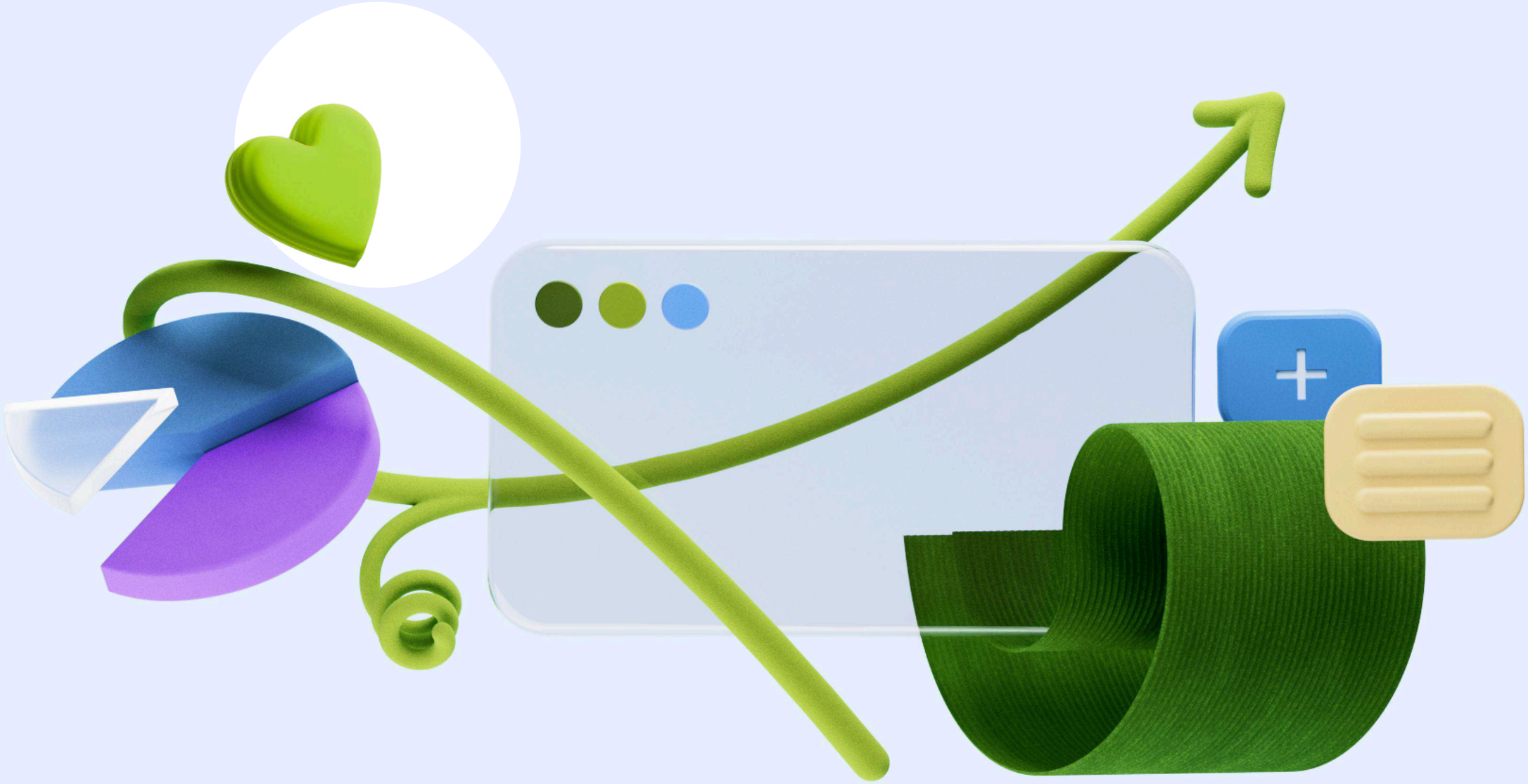
На макетах с большим количеством фирменного зелёного цвета и/или фирменной графики логотип монохромный. Лиловые и голубые макеты сложнее ассоциировать с X5, на них логотип двухцветный.





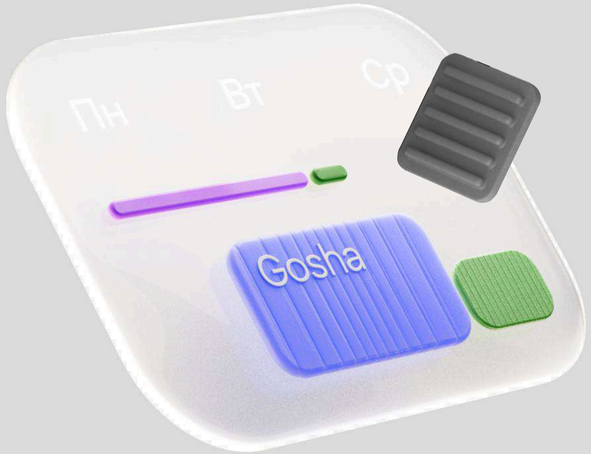
Меньше фирменного зелёного

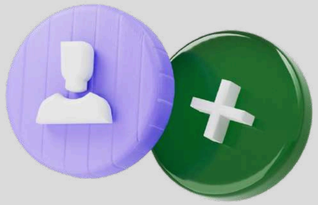
Больше зелёного и фирменной графики



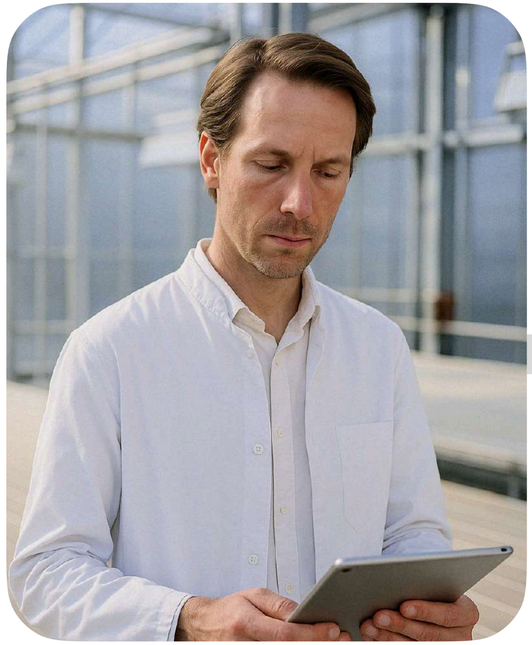
Дополнительная графика

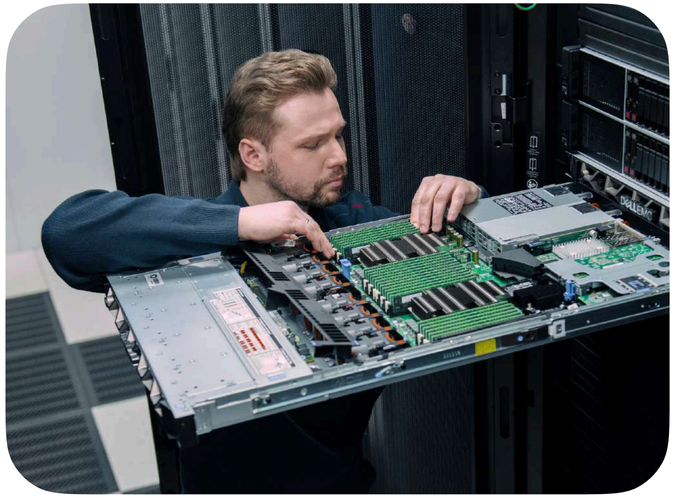
В макеты о найме к обычным 3d-объектам добавляются стилизованные UI-элементы рабочих программ.





Фотостиль b2b-подразделения рассказывает о людях и современных технологиях.

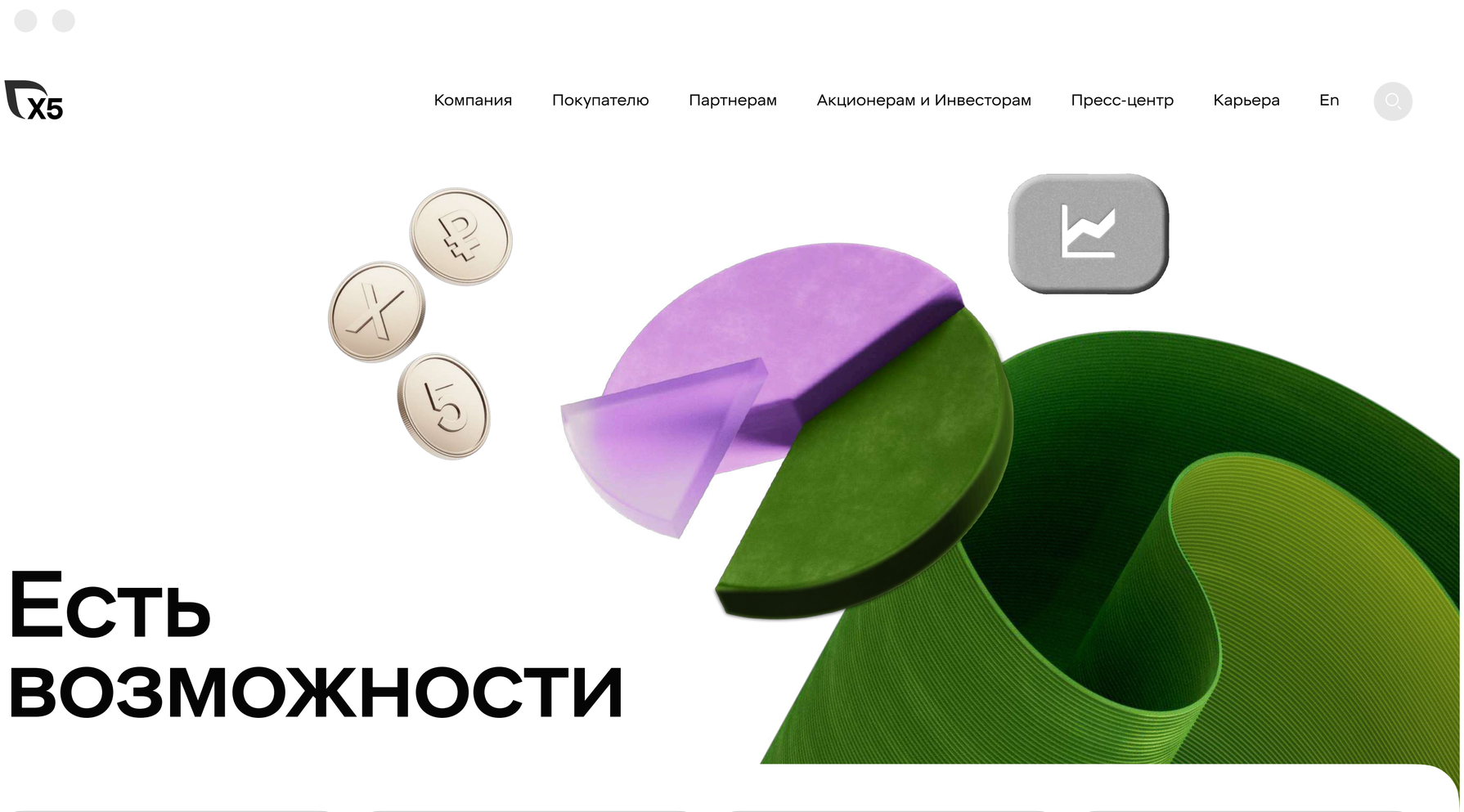




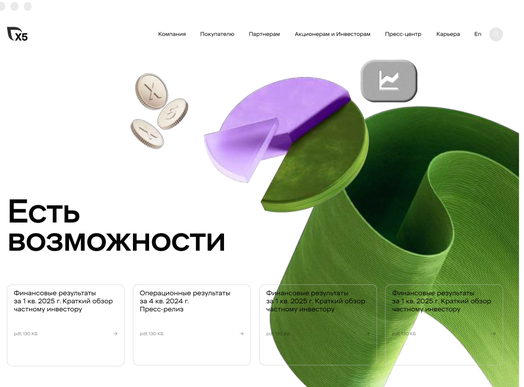
Герои на фотографиях — люди разного пола и возраста, предпочтительно не модели, а обычные сотрудники X5. Они заняты делом или смотрят в кадр. Эмоции естественные, позы в меру расслабленные.

Данные картинки сгенерированы ИИ. Они приводятся в качестве примеров для реальной фотосъёмки. Использовать их для реальных макетов не стоит.

Первый экран сайта выполнен в фирменных цветах, основной фон страницы – белый.



Цветной фон на сайте выглядит избыточно.



10
Есть карьера
ООО «Х5» УПРАВЛЯЕТ ТОРГОВЫМИ СЕТЯМИ «ПЕРЕКРЁСТОК», «ПЯТЁРОЧКА» И «КАРУСЕЛЬ», ЦИФРОВЫМИ БИЗНЕСАМИ: ОНЛАЙН-СУПЕРМАРКЕТ «ВПРОК», ФУДТЕХ-СЕРВИС «ОКОЛО» И СЕРВИС ДОСТАВКИ «5POST». РЕКЛАМА. НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ПУБЛИЧНОЙ ОФЕРТОЙ.
X5.ru

Отличные дни,
чтобы помочь коллегам
Весенняя
-ница
X5.ru

Есть работа
20 тысяч перспективных вакансий
ООО «Х5» УПРАВЛЯЕТ ТОРГОВЫМИ СЕТЯМИ «ПЕРЕКРЁСТОК», «ПЯТЁРОЧКА» И «КАРУСЕЛЬ», ЦИФРОВЫМИ БИЗНЕСАМИ: ОНЛАЙН-СУПЕРМАРКЕТ «ВПРОК», ФУДТЕХ-СЕРВИС «ОКОЛО» И СЕРВИС ДОСТАВКИ «5POST». РЕКЛАМА. НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ПУБЛИЧНОЙ ОФЕРТОЙ. ПОДРОБНОСТИ НА САЙТЕ: WWW.X5.RU.
X5.ru

Главные в еде

IT
X5.ru

07

Мерч

Зелёный — основной цвет мерча. Материалы качественные и современные. Основная идея мерча — забота об одариваемом человеке и его комфорт. Выбирайте такой мерч, который будет полезен и которым хочется пользоваться.

Технологичные и современные материалы, сдержанные «припылённые» дополнительные цвета, фирменная текстура.

Отдавайте предпочтение функциональным предметам, которые точно пригодятся в работе или в быту.

В мерче можно обыгрывать идею ленты, удлинять хлястики кепки, например.

Поскольку главной идеей стиля X5 стал плодородный ландшафт, то ребристости могут проникать не только в 3d-стиль, но и в реальные объекты.