



# Evolet

INTELLIGENT LIQUID

РУКОВОДСТВО ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ  
ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

# ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>1 Логотип</b>		<b>4 Фирменная графика</b>		6.4 Правила оформления ярлыка-книжки	30
1.1 Основная версия логотипа	3	4.1 Графические элементы	17	6.5 Шаблон ярлыка-книжки	31
1.2 Дополнительные версии логотипа	4	4.2 Фирменный паттерн	18	6.6 Шаблон евробуклета	32
1.3 Охранное поле логотипа	5	4.3 Фирменные иконки	19	6.7 Шаблон каталога	33
1.4 Разрешенные варианты использования	6	<b>5 Деловая документация</b>		6.8 Ролл-ап	34
1.5 Запрещенные варианты использования	7	5.1 Визитки (корпоративная и персональная)	20	6.9 Наклейка на автомобиль	35
1.6 Сокращенная версия логотипа	8	5.2 Фирменный бланк	21	<b>7 Цифровые носители</b>	
<b>2 Цветовая палитра</b>		5.3 Фирменные конверты	22	7.1 Общие правила оформления цифровых носителей	36
2.1 Основные цвета	9	5.4 Фирменная папка	23	7.2 Шаблоны постов в соцсетях квадратные	37
2.2 Цвета шрифтового оформления	10	5.5 Ручка	24	7.3 Шаблоны постов в соцсетях горизонтальные	38
2.3 Фоновые изображения	11	5.6 Блокнот	25	7.4 Шаблоны постов в соцсетях вертикальные	39
2.4 Общий стиль изображений	12	5.7 Магнит на холодильник	26	7.5 Шаблон шапки группы Facebook	40
<b>3 Типографика</b>		<b>6 Печатные носители</b>		7.6 Шаблоны обложек в Instagram	41
3.1 Основной шрифт и сферы его применения	14	6.1 Общие правила составления печатных информационных и рекламных носителей	27	7.7 Шаблоны сториз в Instagram	42
3.2 Дополнительный шрифт	15	6.2 Правила оформления листовки А4/А5/А6	28	7.8 Шаблон оформления презентации	43
3.3 Рекомендации по использованию шрифта	16	6.3 Шаблон листовки	29	7.9 Референсы оформления главной страницы сайта	44

# ЛОГОТИП

## 1.1 ОСНОВНАЯ ВЕРСИЯ

Основная версия логотипа представляет собой уникальное шрифтовое написание “Evolet”, над которым находится графический элемент в виде стилизованного лабиринта, внутри которого спрятана капля воды. Под шрифтовым блоком располагается дескриптор.

Основная версия логотипа применяется на большинстве видов носителей и является преимущественной в использовании.

Цветовое решение обусловлено тональностью фона и сферой применения. Имеется две равнозначных версии:

- исполнение в песочном цвете СМΥК 20.30.40.20, Pantone 7530 C для светлых фонов;
- белое исполнение на тёмных фонах.



# ЛОГОТИП

## 1.2 ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ВЕРСИИ

В определённых случаях возможны три версии использования логотипа:

1 – основная версия компоновки без дескриптора;

2 – типографическое начертание без графической части;

3 – типографическое начертание без графической части и без дескриптора.



Evolet

INTELLIGENT LIQUID

Вариант 1

Evolet

INTELLIGENT LIQUID

Вариант 2

Evolet

Вариант 3

# ЛОГОТИП

## 1.3 ОХРАННОЕ ПОЛЕ

Охранное поле логотипа представляет собой область вокруг границ логотипа, в пределы которой не должны попадать никакие графические элементы, в том числе текст. Минимальное охранное поле выстраивается на равном расстоянии от границ логотипа на высоту и ширину графемы O из начертания.

Рекомендуется использовать минимальное охранное поле только в том случае, когда нет возможности оставить логотипу больше пространства.



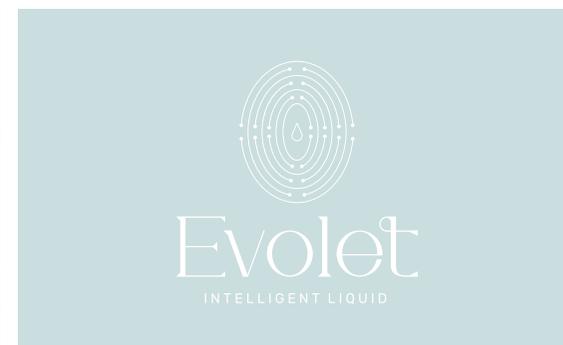
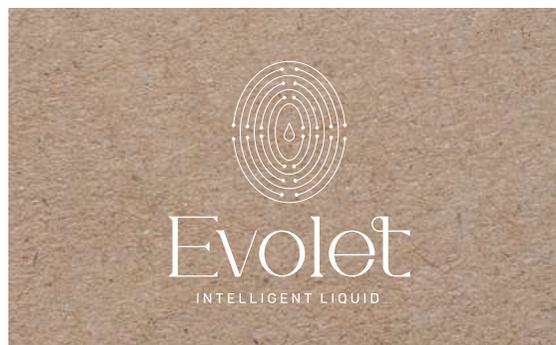
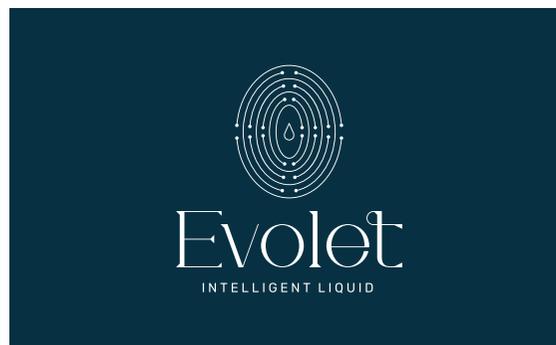
# ЛОГОТИП

## 1.4 РАЗРЕШЕННЫЕ ВАРИАНТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

– на белом и светлых фонах используется основная версия в песочном цвете Pantone 7530 C.

– вторая версия логотипа выполнена в белом цвете и используется на контрастных тёмных фонах, фирменном изображении и фирменных цветах (голубой и песочный).

При размещении любых версий логотипа необходимо учитывать его охрannое поле и достаточную контрастность с фоном. Логотип должен быть заметен в общей композиции элементов макета.

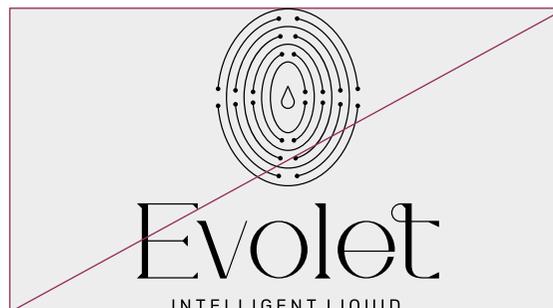
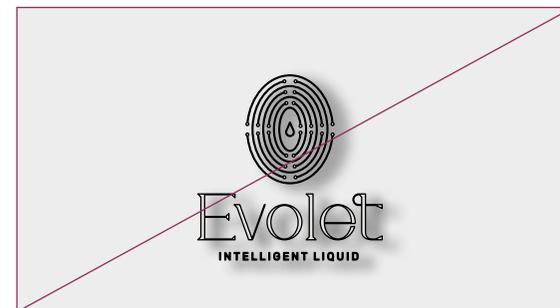
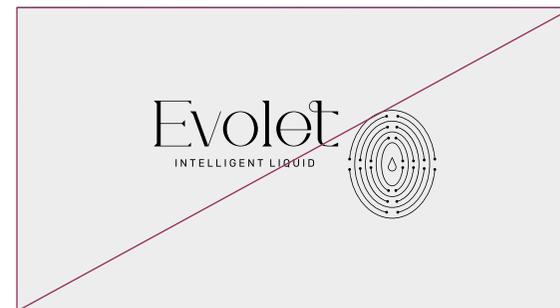


# ЛОГОТИП

## 1.5 ЗАПРЕЩЁННЫЕ ВАРИАНТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

Категорически запрещено:

- использовать логотип в цветах, не предусмотренных брендбуком;
- менять заданное расположение элементов логотипа;
- деформировать логотип и искажать пропорции, менять шрифт начертания;
- применять обводку, заметные тени и эффекты;
- нарушать охранное поле логотипа.



# ЛОГОТИП

## 1.6 СОКРАЩЁННАЯ ВЕРСИЯ

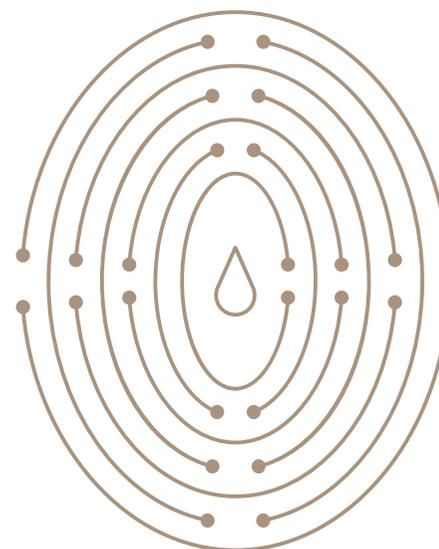
В качестве сокращённой версии логотипа возможно использование отдельно только начертания или только графического знака.

Цвет знака определён фоном носителя: на светлом фоне используется песочная версия, на тёмном – версия в белом цвете.

Применение краткой версии обусловлено невозможностью разместить полную версию на носителе либо осуществляется на имиджевых носителях в качестве дополнения к основному логотипу.

Evolet

Вариант 1



Вариант 2

# ЦВЕТОВАЯ ПАЛИТРА

## 2.1 ОСНОВНЫЕ ЦВЕТА

Оформление носителей выполняется в двух вариантах тональности, основанных на фирменных цветах:

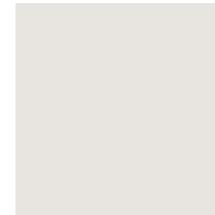
– CMYK 20.5.10.0 Pantone 7541 C используется для заполнения фона, оформления инфографики и как ориентир для тонирования изображений;

– CMYK 8.7.9.0 Pantone 7527 C используется для заполнения фона, оформления инфографики и как ориентир для тонирования изображений;

– линейная акцентирующая графика выполняется в песочном цвете CMYK 8.7.9.0 Pantone 7527 C.



CMYK 20.5.10.0  
Pantone 7541 C



CMYK 8.7.9.0  
Pantone 7527 C

# ЦВЕТОВАЯ ПАЛИТРА

## 2.2 ЦВЕТА ШРИФТОВОГО ОФОРМЛЕНИЯ

Текст в носителях выполнен в двух цветах:

- CMYK 95.70.50.50 Pantone 547 C используется для выделения крупных заголовков и выделения акцентов внутри текстового блока;
- основной массив текста выполняется серым цветом CMYK 0.0.0.70 Pantone Cool Gray 9 C.



CMYK 95.70.50.50  
Pantone 547 C



CMYK 0.0.0.70  
Pantone Cool Gray 9 C

# ЦВЕТОВАЯ ПАЛИТРА

## 2.3 ФОНОВЫЕ ИЗОБРАЖЕНИЯ

В качестве фоновых подложек используется два варианта фирменных светлых изображений:

- Вариант 1 преимущественно используется на имиджевых носителях небольшого формата и заполняет фон полностью (визитка, ярлык).
- Вариант 2 используется для фона более крупных носителей (буклет, ролл ап).
- Вариант 3 и 4: дополнительно возможно использование природных изображений с тонированием в один из фирменных цветов (пример тонирования).



Вариант 1



Вариант 2



Вариант 3



Вариант 4

# ЦВЕТОВАЯ ПАЛИТРА

## 2.4 ОБЩИЙ СТИЛЬ ИЗОБРАЖЕНИЙ

Фирменная палитра для выбора фотографий, подложек и других изображений в рамках продвижения основывается на гамме фирменных цветов и поддерживает позиционирование о натуральности и естественности. Природные сюжеты вдохновлены уральской природой и чистотой воды. Общая стилистика изображений – минималистичная, воздушная.

Для демонстрации продукта необходимо выбирать современные светлые интерьеры, цвета которых перекликаются с оттенками фирменных цветов. Сдержанная и гармоничная композиция интерьера подчёркивает статус премиальной воды Evolet. Фотографии выполнены в естественном дневном освещении.

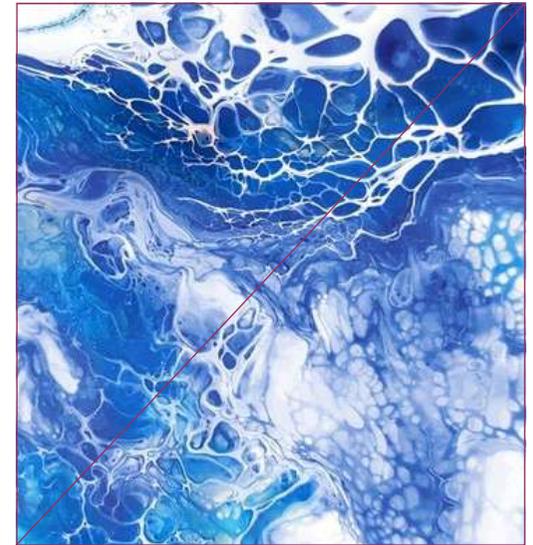
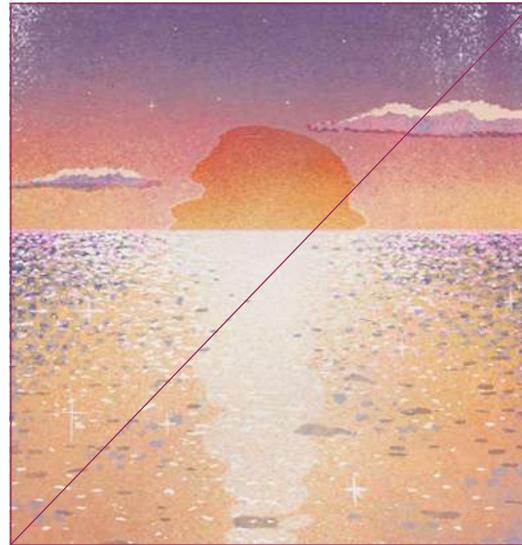


# ЦВЕТОВАЯ ПАЛИТРА

## 2.4 НЕКОРРЕКТНЫЕ ИЗОБРАЖЕНИЯ

При выборе сопровождающей графики и фотоизображений запрещается:

- менять эмоциональный посыл общей стилистики;
- использовать слишком контрастные текстуры с большим количеством детализации;
- менять фирменную тональность изображений;
- добавлять яркие, кислотные цвета;
- менять стилистику графики на другие техники.



# ТИПОГРАФИКА

## 3.1 ОСНОВНОЙ ШРИФТ И СФЕРЫ ЕГО ПРИМЕНЕНИЯ

Фирменные шрифты по возможности применяются на всех имиджевых печатных и цифровых носителях:

– Для заголовков и кратких рекламных сообщений используется шрифт **Sofia Sans Light**, набранный заглавными буквами.

– Общий массив информационного текста и дополнительные сообщения или пояснения инфографики выполняются в шрифте **Rubik Light**. Общий размер типографики при этом значительно меньше размера заголовка.

Часть информационных блоков (например, авторское обращение) можно оформлять текстом в начертании **Rubik Light Italic**.



Sofia Sans Light

ШРИФТ ДЛЯ ЗАГОЛОВКОВ



Rubik Light

Шрифт для основного массива текста

# ТИПОГРАФИКА

## 3.2 ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ШРИФТ

В случаях, когда невозможно использовать дизайнерские шрифты Sofia Sans и Rubik допустимо использовать системный шрифт **Calibri Light**.

Например, шрифт Calibri используется в деловой документации и презентациях Power Point (пакет Microsoft Office) для корректного отображения вёрстки на всех устройствах.

Aa

Calibri Light

Шрифт для деловой  
документации

# ТИПОГРАФИКА

## 3.3 РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ШРИФТА

– Для заголовков используется шрифт **Sofia Sans Light**, набранный заглавными буквами в цвете СМУК 95.70.50.50. Размер заголовка значительно больше размера кегля основного текста.

Для акцентирования информации внутри блока используется шрифт **Sofia Sans Light**, набранный заглавными буквами и выполненные тем же кеглем, что и основной текст абзаца.

– Общий массив информационного текста и дополнительные сообщения или пояснения инфографики выполняются в шрифте **Rubik Light** в цвете СМУК 0.0.0.70. Общий размер типографики при этом значительно меньше размера заголовка.

– На тёмных фонах возможно исполнение шрифта в белом цвете.

– В деловой документации допустимо исполнение текста в стандартном чёрном тексте.

### СОЗДАНА ПРИРОДОЙ

Вода Evolet добывается в древнем подземном озере, расположенном в недрах Уральских гор. Миллионы лет его воды напитывались энергией и живительной силой драгоценных горных пород, приобретая свой уникальный минеральный состав.

Минерализация воды Evolet идеальна для ежедневного потребления. Такую воду легко и приятно пить, а вкусы любимых напитков раскрываются по-новому.



Общая минерализация:  
170-210 мг/л

### ЗАБОТА О ЗДОРОВЬЕ КАЖДЫЙ ДЕНЬ

В нашем безумном и полном стресса мире сложно найти время на заботу о здоровье. Мы задумались, как сделать здоровые привычки проще? Как помочь себе пить больше чистой воды? Нужно просто сделать этот процесс приятным. Создать воду, которую захочется пить. Мы начали с исследования того, что делает воду вкусной. И выяснили, что это:

СЛАБАЯ МИНЕРАЛИЗАЦИЯ, СЛАБОЩЕЛОЧНОЙ PH  
И НИЗКОЕ СОДЕРЖАНИЕ ТЯЖЕЛОГО ВОДОРОДА.

# ФИРМЕННАЯ ГРАФИКА

## 4.1 ГРАФИЧЕСКИЕ ЭЛЕМЕНТЫ

Общая подача информации на носителях минималистична и предполагает наличие большого количества свободного пространства. В качестве акцентирующих и зонировующих графических элементов возможно применение:

Вариант 1 – направляющие, выполненные тонкой линией или частью круга в цвете СМУК 8.7.9.0;

Вариант 2 – фреймирование изображений или текстового блока в цвете СМУК 8.7.9.0 или белом;

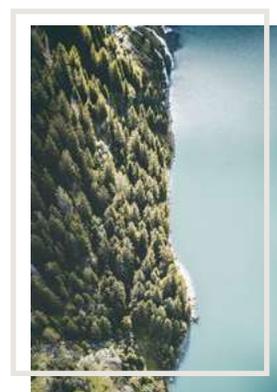
Вариант 3 – короткие данные можно оформлять в форму капли голубого цвета СМУК 20.5.10.0;

Вариант 4 – дескриптор из логотипа может использоваться в качестве самостоятельного графического элемента в не акцентном исполнении.

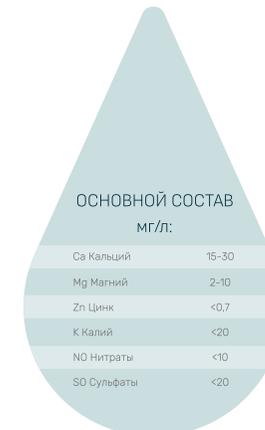
В дополнение к графическим элементам организация информации на носителе происходит при помощи плашек, выполненных в одном из фирменных цветов (голубой или песочный).

В качестве подложки под текст на цветных плашках и изображениях возможны белые полупрозрачные прямоугольники с заданной прозрачностью (зависит от насыщенности фонового изображения, пример в варианте 3).

Вариант 1



Вариант 2



Вариант 3

INTELLIGENT LIQUID

Вариант 4

# ФИРМЕННАЯ ГРАФИКА

## 4.2 ФИРМЕННЫЙ ПАТТЕРН

В качестве паттерна возможно полное или частичное использование фирменной композиции из точек, расположенных по динамичной сетке. Формат расположения (горизонтальный или вертикальный) может меняться в зависимости от носителя.

Паттерн используется нюансно в нанесении белым цветом на голубой фон либо крафтовый материал носителя.



# ФИРМЕННАЯ ГРАФИКА

## 4.3 ФИРМЕННЫЕ ИКОНКИ

Фирменные иконки предполагают контурную графику и минималистичное исполнение.

Иконки преимущественно располагаются на белом или светлом тонах и их рекомендуется выполнять в следующих цветах:

- фирменный голубой СМΥК 20.5.10.0;
- песочный оттенок СМΥК 8.7.9.00;
- возможен также белый цвет для цветных подложек.



# ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

## 5.1 Визитки

Корпорпоративная



Персональная



# ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

## 5.2 Фирменный бланк

**Evolet**

ООО «Импульс»  
620100, г. Екатеринбург,  
ул. Таченов, стр. 75, офис 528  
ИНН 6605188111 КПП 660501001  
ОГРН 1216600035512  
Evolet.com

№ \_\_\_\_\_  
На № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_

Заместителю директора  
по экономике и финансам  
ООО «Импульс»

О предоставлении  
технико-коммерческого предложения

И.И. Иванову

Уважаемый Иван Иванович!

Sed ut perspiciatis, unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam eaque ipsa, quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt, explicabo. Nemo enim ipsam voluptatem, quia voluptas sit, aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos, qui ratione voluptatem sequi nesciunt, neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum, quia dolor sit, amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt, ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptatem.

Ut enim ad minima veniam, quis nostrum exercitationem ullam corporis suscipit laboriosam, nisi ut aliquid ex ea commodi consequatur? Quis autem vel eum iure reprehenderit, qui in ea voluptate velit esse, quam nihil molestiae consequatur, vel illum, qui dolorem eum fugiat, quo voluptas nulla pariatur? At vero eos et accusamus et iusto odio dignissimos ducimus, qui blanditiis praesentium voluptatum deleniti atque corrupti, quos dolores et quas molestias excepturi sint, obcaecati cupiditate non provident, similique sunt in culpa, qui officia deserunt mollitia animi, id est laborum et dolorum fuga. Et harum quidem rerum facilis est et expedita distinctio.

Nam libero tempore, cum soluta nobis est eligendi optio, cumque nihil impedit, quo minus id, quod maxime placeat, facere possimus, omnis voluptas assumenda est, omnis dolor repellendus. Temporibus autem quibusdam et aut officiis debitis aut rerum necessitatibus saepe eveniet, ut et voluptates repudiandae sint et molestiae non recusandae. Itaque earum rerum hic tenetur a sapiente delectus, ut aut reiciendis voluptatibus maiores alias consequatur aut perferendis doloribus asperiores repellat.

Генеральный директор

Н.Б. Игнатьев

INTELLIGENT LIQUID

# ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

## 5.3 Фирменные конверты

Выполняются на плотной дизайнерской бумаге с приятными тактильными ощущениями (например, Touch Cover) или крафте.

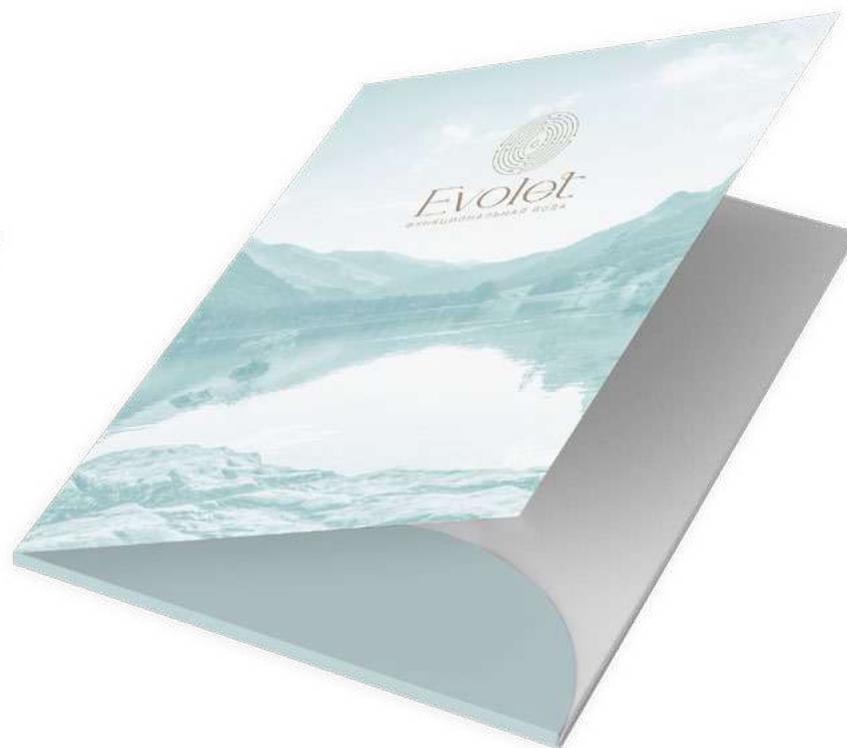


# ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

## 5.4 Фирменная папка



Вариант 1



Вариант 2

# ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

## 5.5 Ручка



# ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

## 5.6 Блокнот



# ДЕЛОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

## 5.7 Магнит на холодильник

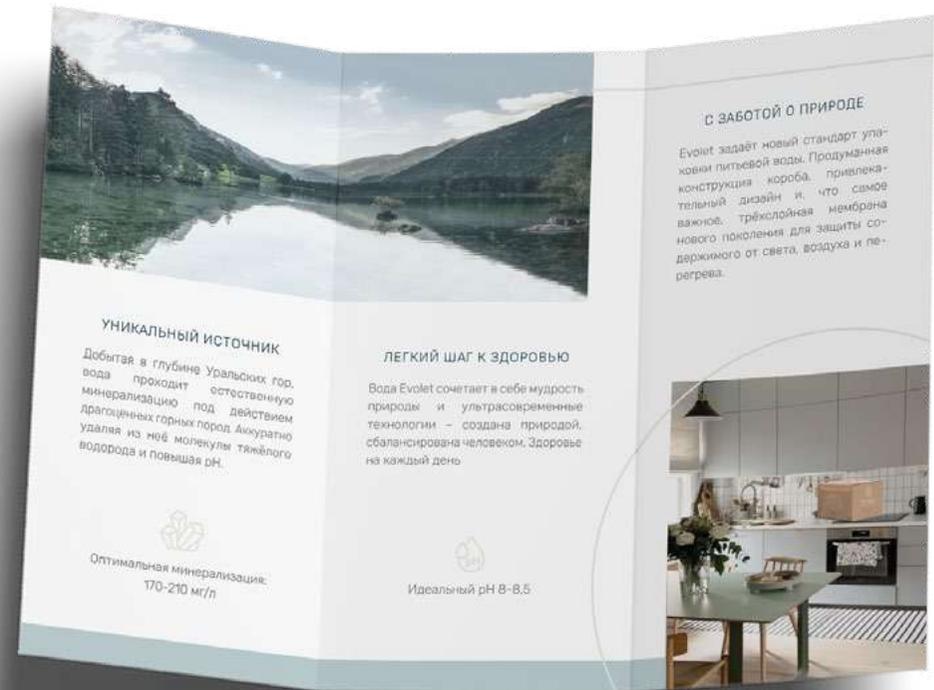


# ПЕЧАТНЫЕ НОСИТЕЛИ

## 6.1 Общие правила составления макетов

Имиджевые и информационные носители должны быть выполнены в единой стилистике, утверждённой в брендбуке и шаблонах носителей:

- Характер носителей поддерживает позиционирование о натуральности и естественности, поэтому изображения подбираются исходя из рекомендованных либо используются фирменные фоновые изображения.
- Общая компоновка информационных блоков соотносима с сегментом премиум – много воздуха и белого пространства, центральное выравнивание коротких заголовков, небольшое количество текста (некрупный шрифт).
- Помимо изображений, инфографики и текста макеты могут включать фирменные графические элементы в песочном цвете СМУК 8.7.9.00 и зонированные заливки в фирменных голубом или песочном цвете.



# ПЕЧАТНЫЕ НОСИТЕЛИ

## 6.2 Правила оформления листовки А4/А5/А6

Листовки Evolet выполняются только в горизонтальном формате.

Обложка включает в себя фирменное фоновое изображение и одну из версий логотипа. На оборотной стороне в зависимости от величины листовки может быть расположено информационное сообщение с QR-кодом.

Текстовый блок выполнен фирменными шрифтами и отцентрован относительно макета. Важно оставлять достаточное количество чистого пространства вокруг текста.



# ПЕЧАТНЫЕ НОСИТЕЛИ

## 6.3 Шаблон листовки



**БАЛАНС ПРИРОДЫ И ТЕХНОЛОГИЙ**

Вода Evolet сочетает в себе мудрость природы и ультрасовременные технологии. Добытая в глубине Уральских гор, вода проходит естественную минерализацию под действием драгоценных горных пород. Удаляя из неё молекулы тяжёлого водорода и повышая pH, мы превращаем и без того превосходную воду в настоящий эликсир жизни.

INTELLIGENT LIQUID

# ПЕЧАТНЫЕ НОСИТЕЛИ

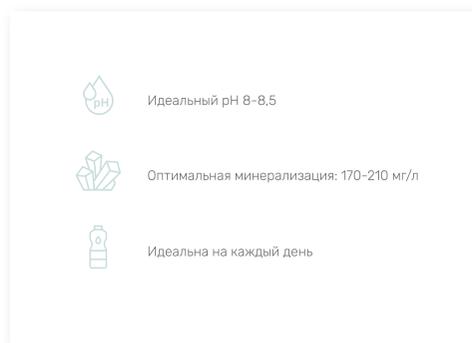
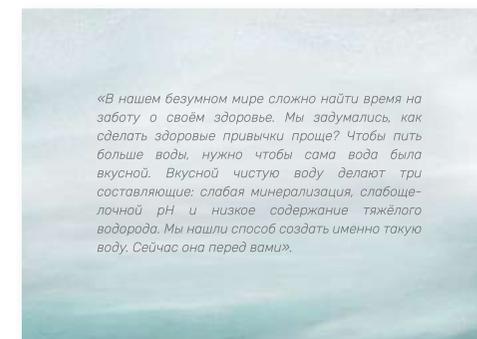
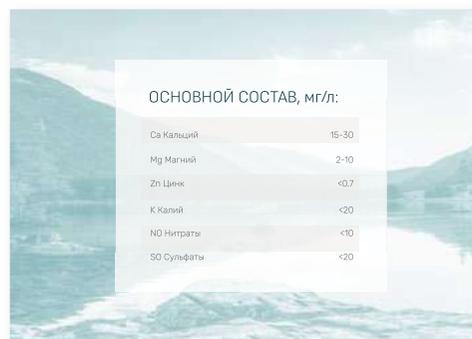
## 6.4 Правила оформления ярлыка-книжки

Обложка ярлыка включает в себя фирменное изображение и логотип. На задней обложке обязательно расположить QR-код. Общее наполнение фона может быть выполнено в одной из фирменных тональностей.

Внутренняя часть включает в себя прямую речь основателя, выполненную курсивом. Техническая информация располагается на фоновом тонированном изображении. Инфографику предпочтительно располагать на белом фоне.

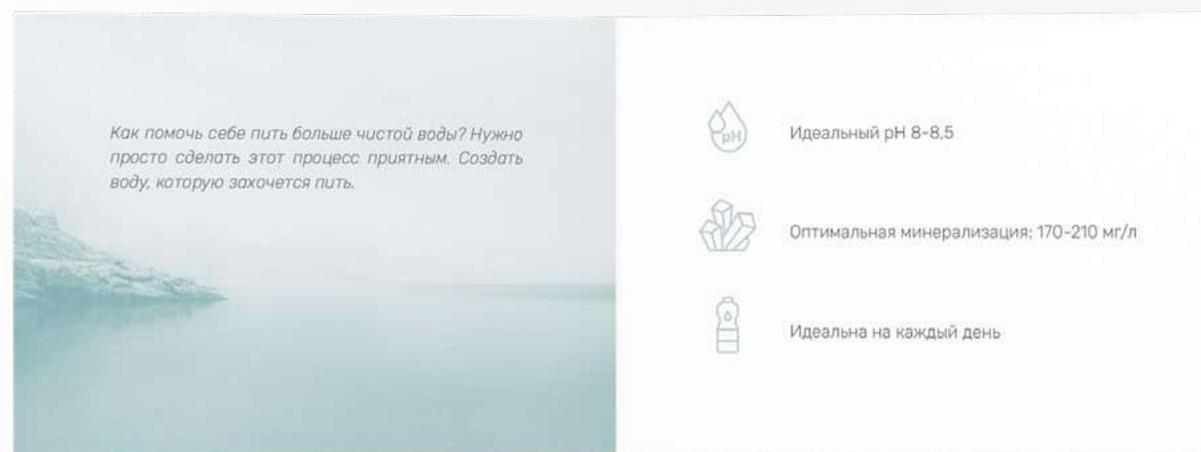
Правила расположения текста такие же, как на листовке и буклете:

- количество информации минимально, макет не перегружен деталями;
- текстовые блоки отцентрованы и дополнены достаточным количеством воздуха и свободного пространства вокруг;
- размер шрифта не крупный.



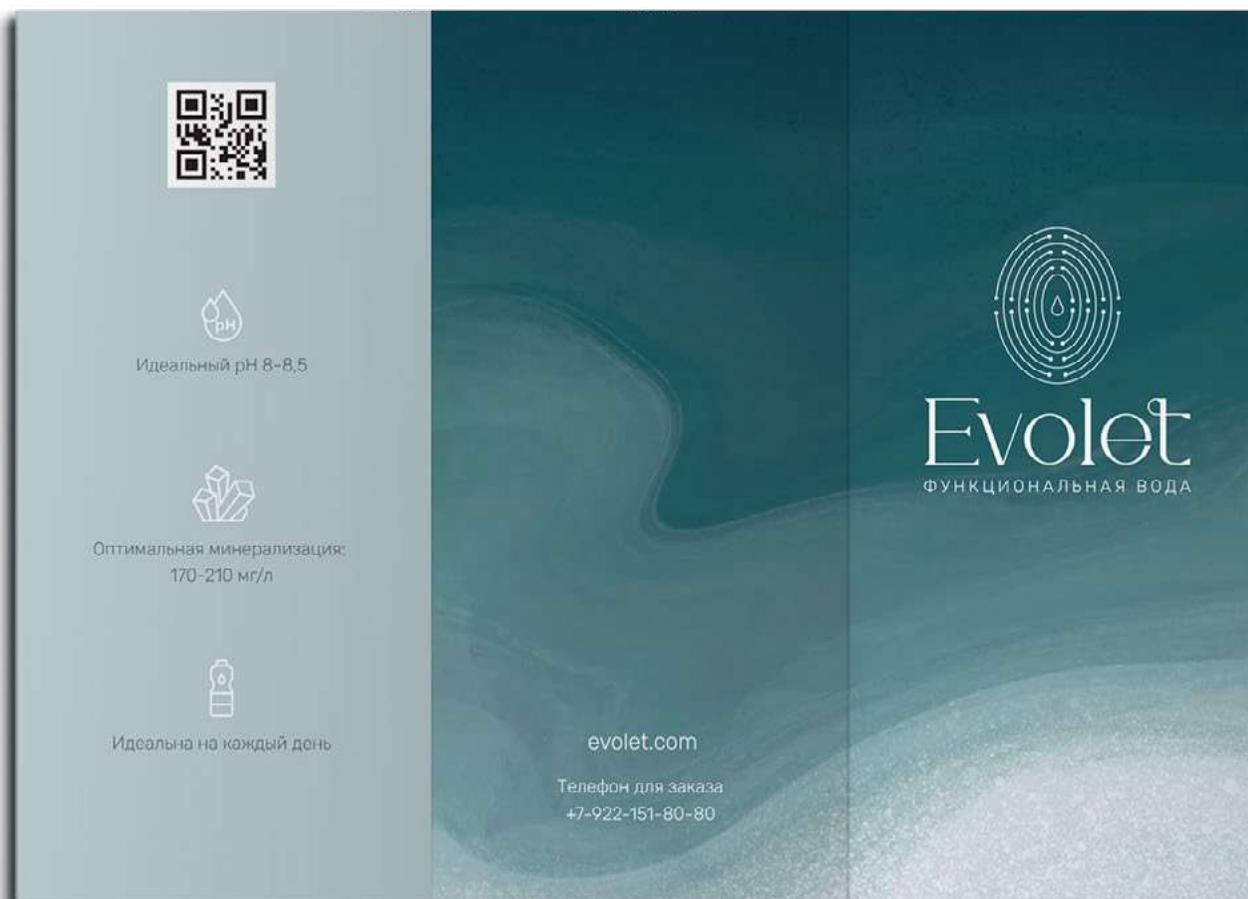
# ПЕЧАТНЫЕ НОСИТЕЛИ

## 6.5 Шаблон ярлыка-книжки



# ПЕЧАТНЫЕ НОСИТЕЛИ

## 6.6 Шаблон евробуклета



# ПЕЧАТНЫЕ НОСИТЕЛИ

## 6.7 Шаблон каталога



# ПЕЧАТНЫЕ НОСИТЕЛИ

## 6.8 Ролл-ап



# ПЕЧАТНЫЕ НОСИТЕЛИ

## 6.9 Наклейка на автомобиль

Брендинг автомобиля осуществляется при помощи элементов логотипа в контрастном цвету светлой машины - графика, версия логотипа и дескриптор. На одну сторону автомобиля наносится один фирменный элемент. Возможно брендование крыши автомобиля.



# ЦИФРОВЫЕ НОСИТЕЛИ

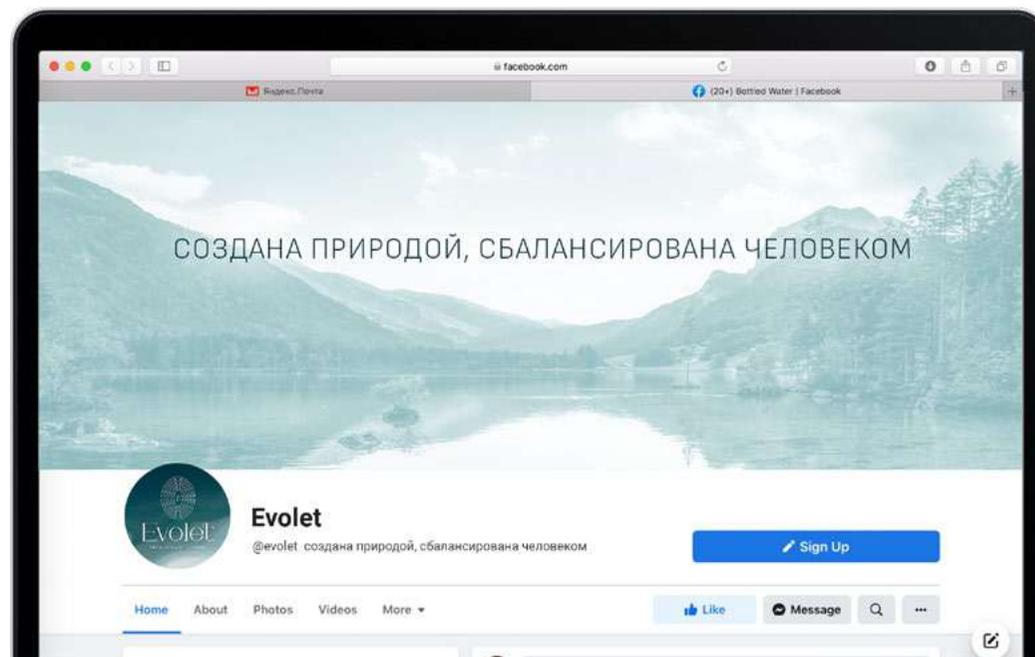
## 7.1 Общие правила оформления цифровых носителей

Цифровые носители поддерживают фирменную стилистику бренда и должны подчёркивать позиционирование компании: натуральность и естественность, забота о здоровье, качество и сервис, забота об экологии.

Ориентир на шаблоны обеспечивает единообразие оформления аккаунтов и соблюдение корпоративного стиля. При этом у шаблонов свободный принцип построения, что позволяет разнообразить контент при сохранении общей стилистики.

Основные правила оформления макетов:

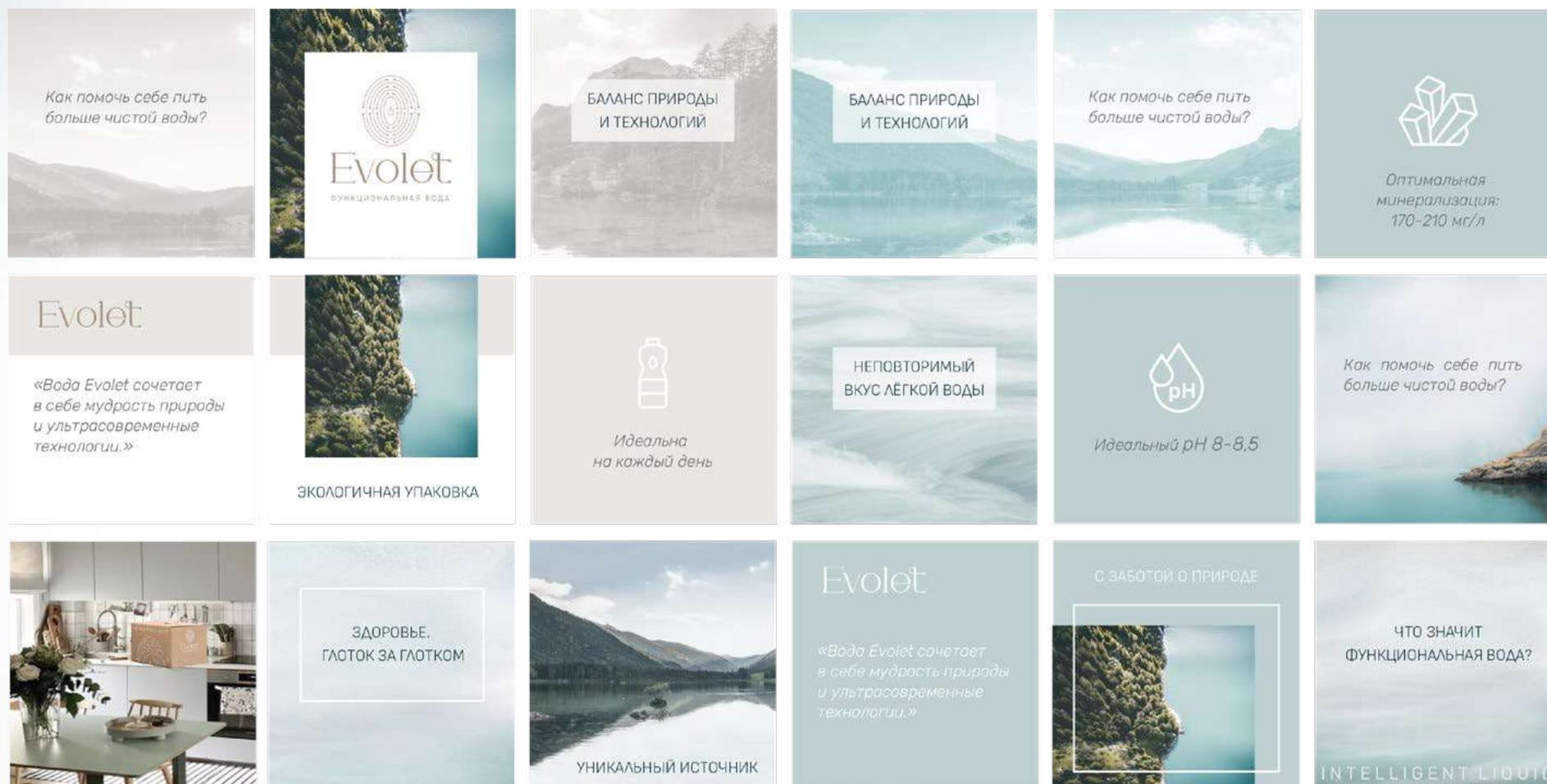
1. Общее наполнение носителей – лаконичное, воздушное, с большим количеством свободного пространства.
2. Тональность макетов соотносится с общей тональностью рекомендованных изображений – природные цвета с голубым тонированием либо уклоном в светлые песочные оттенки.
3. Короткое информационное сообщение. На некоторые изображения текст возможно нанести поверх белой плашки, однако преимущество отдаётся макетам с воздушным нанесением без подложки.



# ЦИФРОВЫЕ НОСИТЕЛИ

## 7.2 Шаблон постов в соцсетях квадратные

Шаблоны постов соотносятся с общей стилистикой вёрстки. Построение достаточно вариативно, в зависимости от необходимых акцентов можно уходить в одну из фирменных тональностей.



# ЦИФРОВЫЕ НОСИТЕЛИ

## 7.3 Шаблон постов в соцсетях горизонтальные

В зависимости от цели поста изображение может включать в себя вовлекающий вопрос или более подробный блок информации (например, состав, инфографику или основные преимущества).

Вёрстка постов происходит по тем же принципам, что и общая стилистика, заданная в шаблонах брендбука.



# ЦИФРОВЫЕ НОСИТЕЛИ

## 7.4 Шаблоны в соцсетях вертикальные



НОВЫЙ СТАНДАРТ УПАКОВКИ

Evolet

### ЧТО ЗНАЧИТ ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ ВОДА?

ОСНОВНОЙ СОСТАВ, мг/л:

Ca Кальций	15-30
Mg Магний	2-10
Zn Цинк	<0,7
K Калий	<20
NO Нитраты	<10
SO Сульфаты	<20

INTELLIGENT LIQUID



Идеальна  
на каждый день



Оптимальная  
минерализация:  
170-210 мг/л



Идеальный  
pH 8-8,5



evolet.com

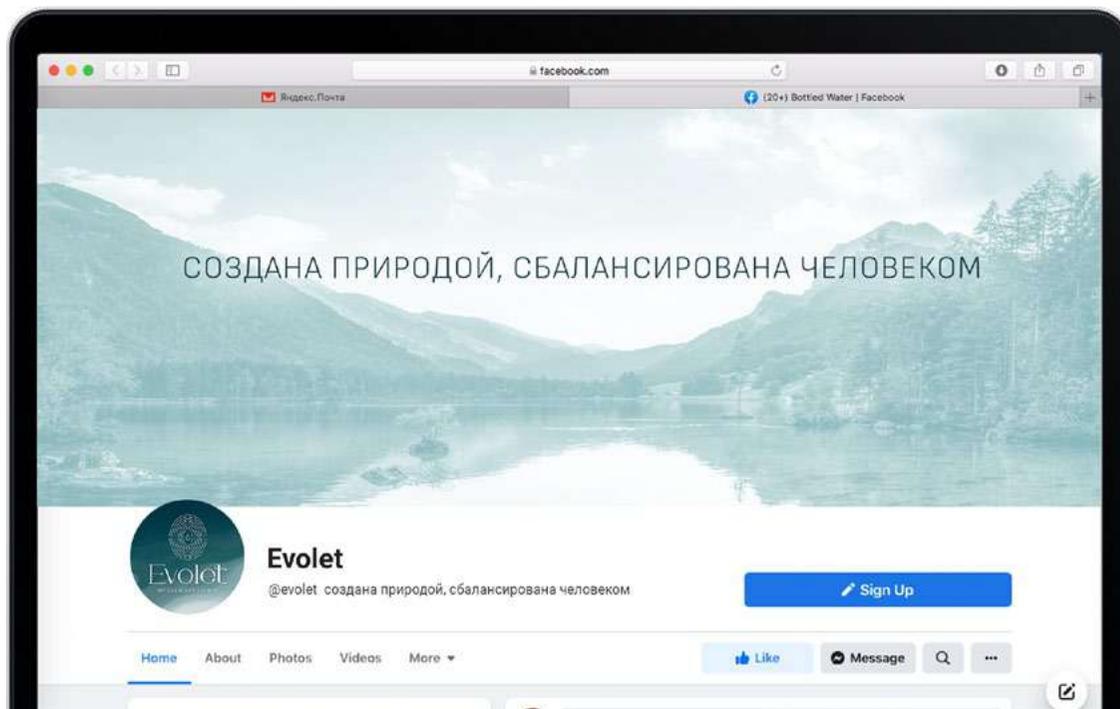
# ЦИФРОВЫЕ НОСИТЕЛИ

## 7.5 Шаблон шапки группы Facebook

Для целостности восприятия бренда аватарка Facebook совпадает с аватарками на всех других платформах: логотип выполнен белым цветом на фирменном тёмном фоне изображения.

В качестве обложки можно использовать одно из фирменных тонированных изображений с фирменным слоганом. Изображение, как и фразухайлайт, рекомендуется периодически менять, чтобы сохранить динамичность страницы. Примеры цветового тонирования отображены в исходниках фирменных изображений. Общая композиция – лаконичная, много пространства, минимум информации.

Преимущество отдаётся светлым изображениям с воздушным характером, но время от времени можно использовать более тёмные изображения, чтобы придать страничке новизны.



# ЦИФРОВЫЕ НОСИТЕЛИ

## 7.6 Шаблон обложек в Instargam

Обложки поддерживают фирменную стилистику оформления макетов. Основные положения:

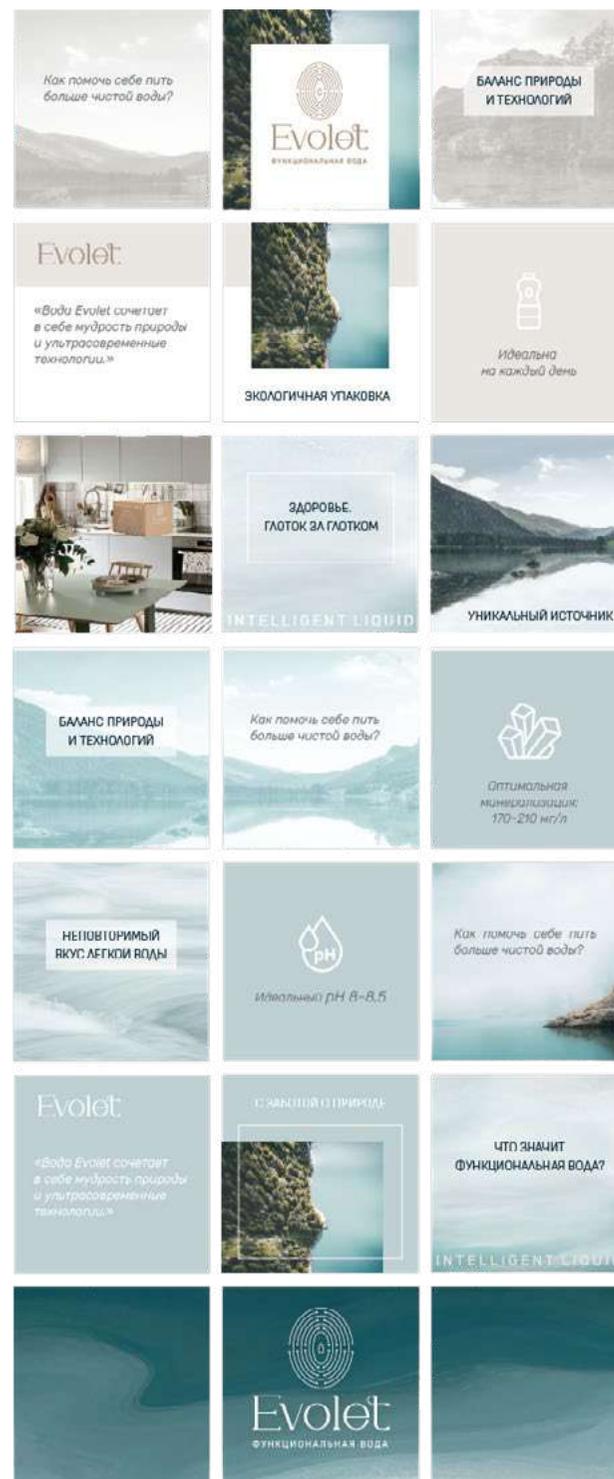
– Тональность ленты выдержана в фирменных цветах. В дополнение могут быть использованы родственные оттенки с сохранением общего эко-направления.

–Общий характер ленты стремится к светлому наполнению, но чтобы она не выглядела слишком плоско, рекомендуется интегрировать более насыщенные изображения и чередовать тональности от песочного к голубому.

–Стилистика изображений основывается на рекомендациях брендбука: воздушные, неслишком детализированные композиции, возможно с туманом или размытием изображения.

– Для информационных обложек используется несколько видов унифицированных подложек. Для акцентирования теоретических/технических постов возможно применение инфографики.

– При необходимости на изображение возможно нанести небольшое сообщение на белой полупрозрачной подложке.



# ЦИФРОВЫЕ НОСИТЕЛИ

## 7.7 Шаблон сториз в Instargam



# ЦИФРОВЫЕ НОСИТЕЛИ

## 7.8 Шаблон оформления презентации

Общая направленность оформления продолжает стилистику, заданную в дизайне каталога. Фотографии, порядок слайдов и расположение графических элементов могут меняться в зависимости от задачи презентации (с сохранением общестилистического направления).

Презентации в Power Point выполнены системным шрифтом Calibri Light, так как возможности Power Point по интеграции дизайнерских шрифтов ограничены.

В оформлении таблиц возможно использование заливок белого цвета и использование одного из фирменных цветов в качестве заполняющего фон. При формировании таблиц важно сохранять лаконичную подачу и наличие достаточного свободного пространства вокруг текстовой информации.



# ЦИФРОВЫЕ НОСИТЕЛИ

## 7.9 Референсы оформления главной страницы сайта

При разработке дизайна сайта рекомендуется следовать принципам минимализма и наличия свободного пространства.

Информационные блоки возможно разделять тонированием в фирменные голубой или песочный. Как дополнительный элемент акцентирования можно использовать фирменные линейные элементы и белые полупрозрачные подложки.

Подача продукта должна быть ясная, лаконичная. Текстовые блоки хорошо читаемы и не слишком длинные. Характер изображений придерживается правил, описанных в брендбуке.

