БРЕНДБУК
МАРТ 2023

РУКОВОДСТВО ПО ФИРМЕННОМУ СТИЛЮ

КОНЕЧНО
КОГАЛЫМ

СОДЕРЖАНИЕ

Описание концепции бренда 3
Механизмы бренд-коммуникации 6

01. ЦВЕТА 8
01.1. Карта цветов бренда 9
01.2. Пересечение цветов 10

02. БАЗОВЫЙ ЛОГОТИП 11
02.1. Вертикальный трехцветный 12
02.2. Вертикальный одноцветный 13
02.3. Горизонтальный 14
02.4. Инверсное начертание 15
02.5. Сокращенная версия логотипа 16
02.6. Критерии выбора логотипа в зависимости от его размера 17
02.7. Использование логотипа на цветных фонах 18
02.8. Критерии выбора логотипа в зависимости от цвета фона 19
✖ 02.9. Неправильное использование трехцветного логотипа 20
✖ 02.10. Неправильное использование одноцветного логотипа 21

03. ТИПОГРАФИКА 22
03.1. Основной шрифт 23
03.2. Бренд-фразы 24
03.3. Верстка бренд-фраз 25

04. СТИЛЕОБРАЗУЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ 26
04.1. Паттерн 1 27
04.2. Паттерн 2 28
04.3. Паттерн 3 29
04.4. Пиктограммы 30
04.5. Композиция пиктограмм 31

05. ПРИМЕРЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СТИЛЯ 32

Ссылка на дизайн-макеты 41

ОПИСАНИЕ КОНЦЕПЦИИ БРЕНДА

Какой город является культурной столицей Югры? **Конечно Когалым!**
Какой город идеально подходит для спокойной семейной жизни? **Конечно Когалым!**
Где лучше получать нефтяную специальность: в Москве, Перми или Уфе? **Конечно Когалым!**
Посоветуйте нестандартное направление для путешествий по России. **Конечно Когалым!**
Какой город – моя малая родина? **Конечно Когалым!**

1. Уверенный ответ на вопрос:
   «Какой город выбрать?»
2. Эмоциональное проявление идентичности.
3. Знак качества для маркировки проектов.

МЕХАНИЗМЫ БРЕНД-КОММУНИ-КАЦИИ

ТЕКСТ

Формулировка вопроса

+

ответ в виде слогана

РЕЧЬ

Слоган как фразеологизм для самых разных ситуаций

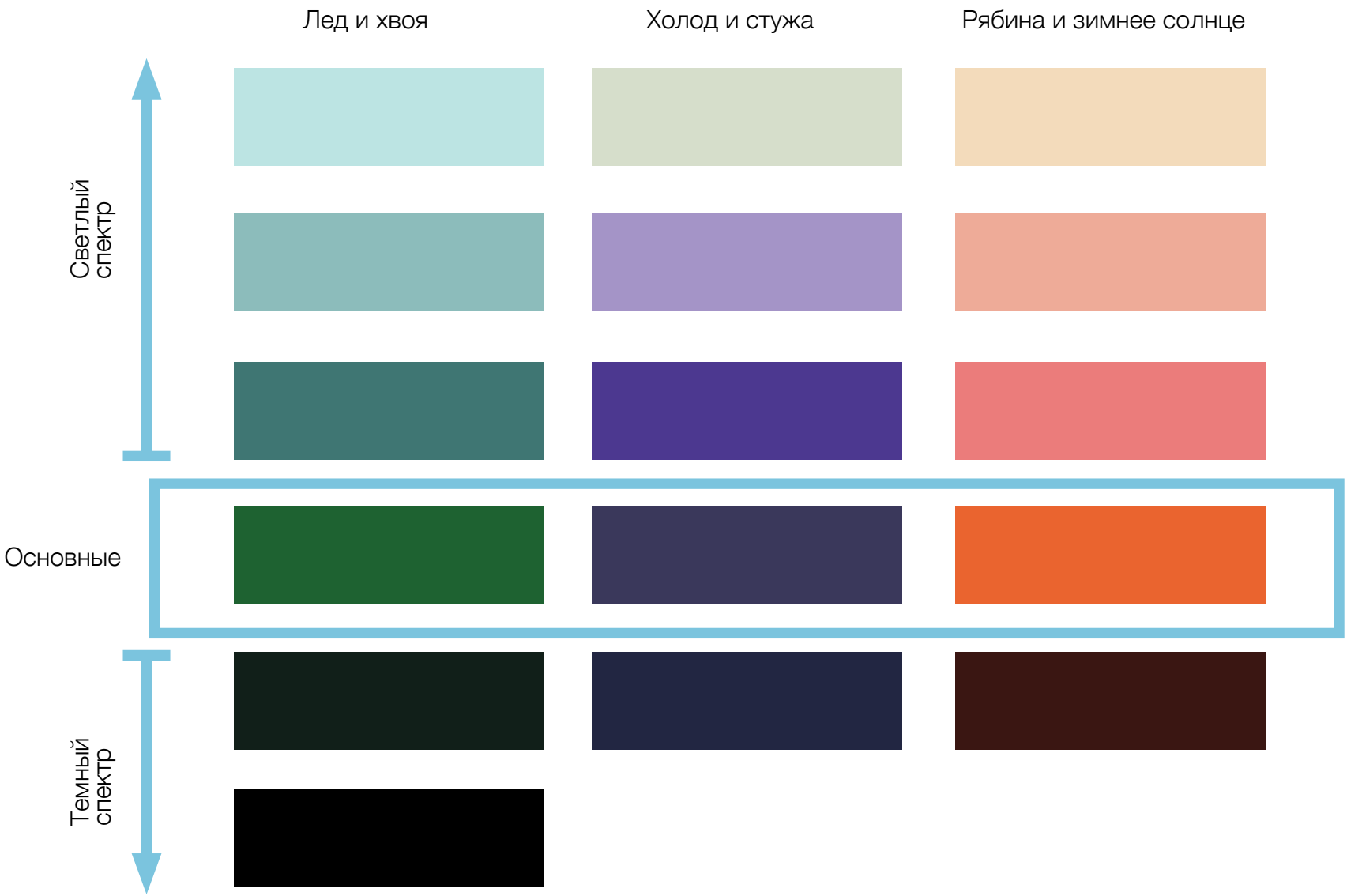
ДИЗАЙН

Всестороннее использование визуального стиля

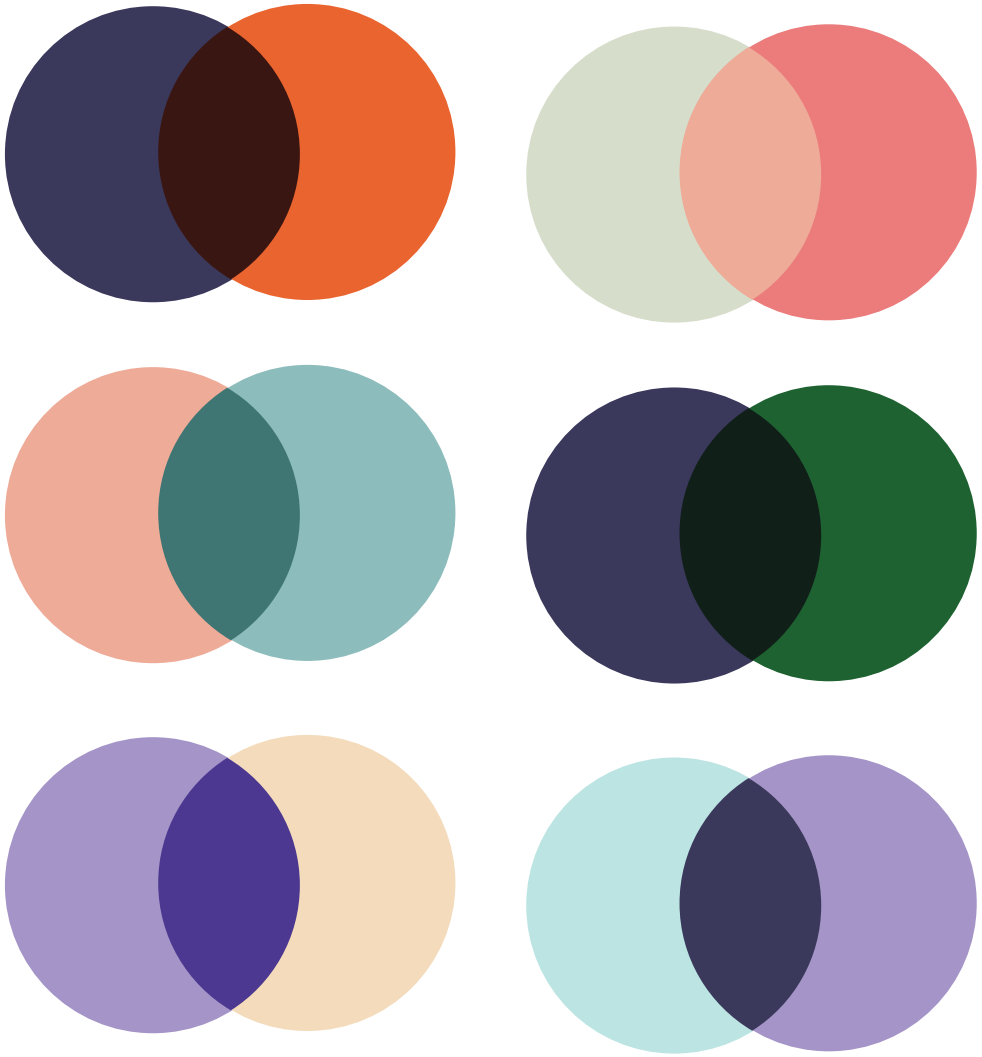
БРЕНД-ПРОЕКТЫ

Издания, пространства, сувениры, новые традиции

01 ЦВЕТА



Экранная версия или распечатка не являются образцами цвета

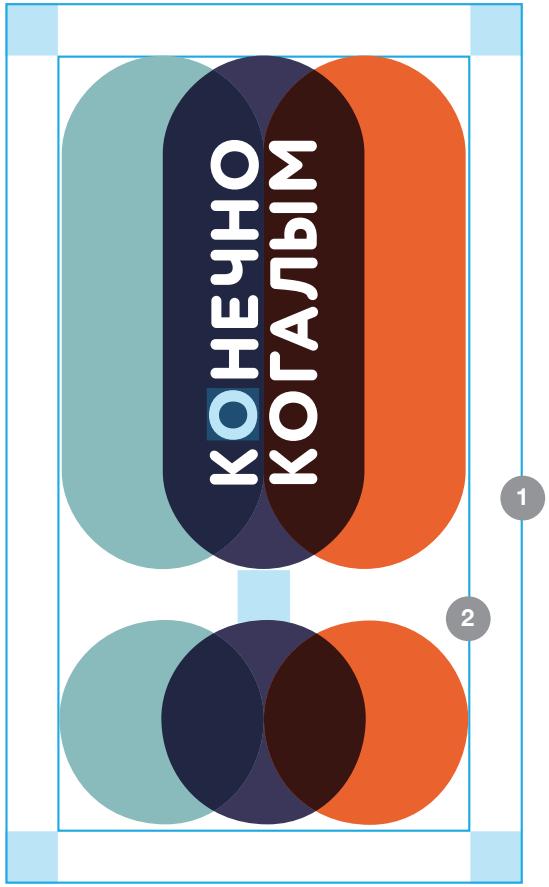


Стиль бренда во многом построен на пересечении фирменных цветов с образованием нового «перекрестного» цвета. Это обуславливает богатую цветовую палитру и разнообразие оттенков.

02

БАЗОВЫЙ ЛОГОТИП

Kogalim_logo_color_vertical.eps

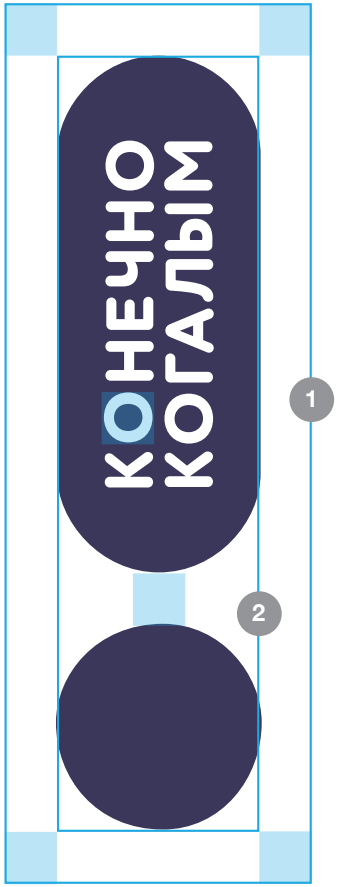


Базовая версия логотипа представляет собой единое целое – соотношение его частей не может быть изменено. Самостоятельное построение логотипа запрещено. Кроме того, не допускается изменение пропорций логотипа или его отдельных элементов.

Во всех случаях необходимо использовать исключительно варианты начертаний и цветов логотипа, представленные в этом Руководстве.

1. Внешнее охранное поле логотипа.
2. Внешний периметр логотипа.

Kogalim_logo_blue_vertical.eps
Kogalim_logo_black_vertical.eps



Одноцветный вертикальный логотип используется в коммуникации бренда в том случае, когда трехцветный сложно или невозможно воспроизвести.

Цвет вертикального одноцветного логотипа может быть фирменным синим или стандартным черным.

1. Внешнее охранное поле логотипа.
2. Внешний периметр логотипа.

Kogalim_logo_blue_horizontal.eps
Kogalim_logo_black_horizontal.eps

В горизонтальной версии логотипа возможно использование только монохромного (одноцветного) начертания.

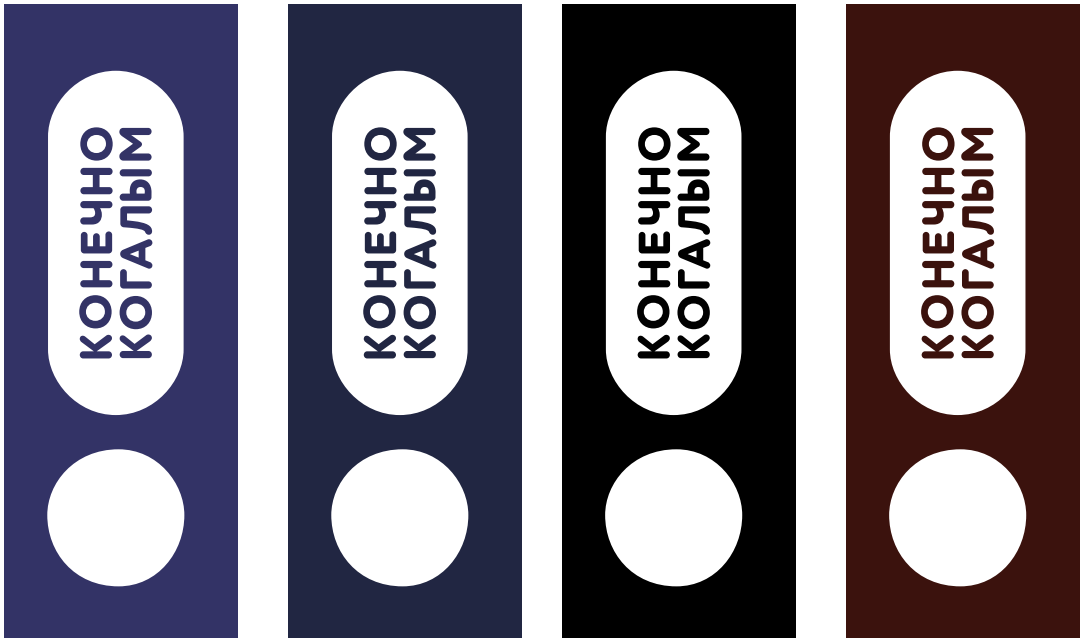
Цвет горизонтального одноцветного логотипа может быть фирменным синим или стандартным черным.

Горизонтальная версия логотипа более консервативная и строгая, чем вертикальная. Ее предпочтительней использовать для официальных носителей.

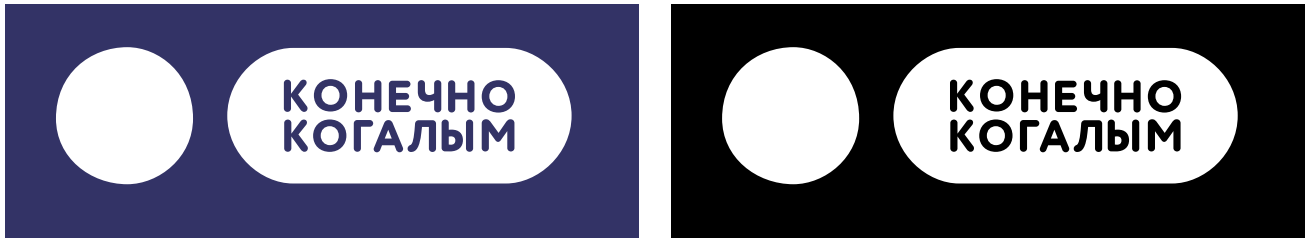
1 Внешнее охранное поле логотипа.

2 Внешний периметр логотипа.

1



2



Инверсное начертание логотипа (то есть использование его на темном или черном фоне) возможно только для одноцветной версии логотипа.

1 Инверсное начертание для вертикального логотипа

2 Инверсное начертание для горизонтального логотипа.

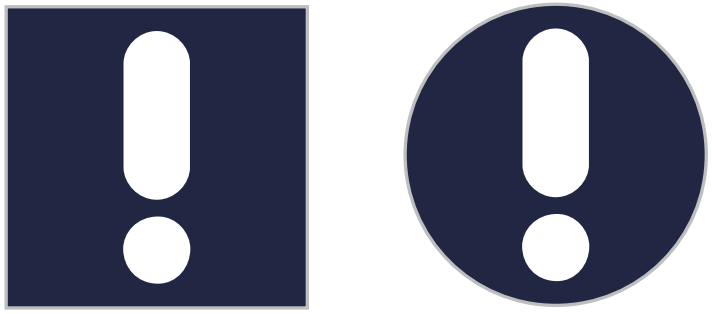
! Цвет букв внутри логотипа может соответствовать цвету внешнего фона подложки только в том случае, если сам фон является фирменным.

Kogalim_logo_color_short
Kogalim_logo_inverse_short

1

2

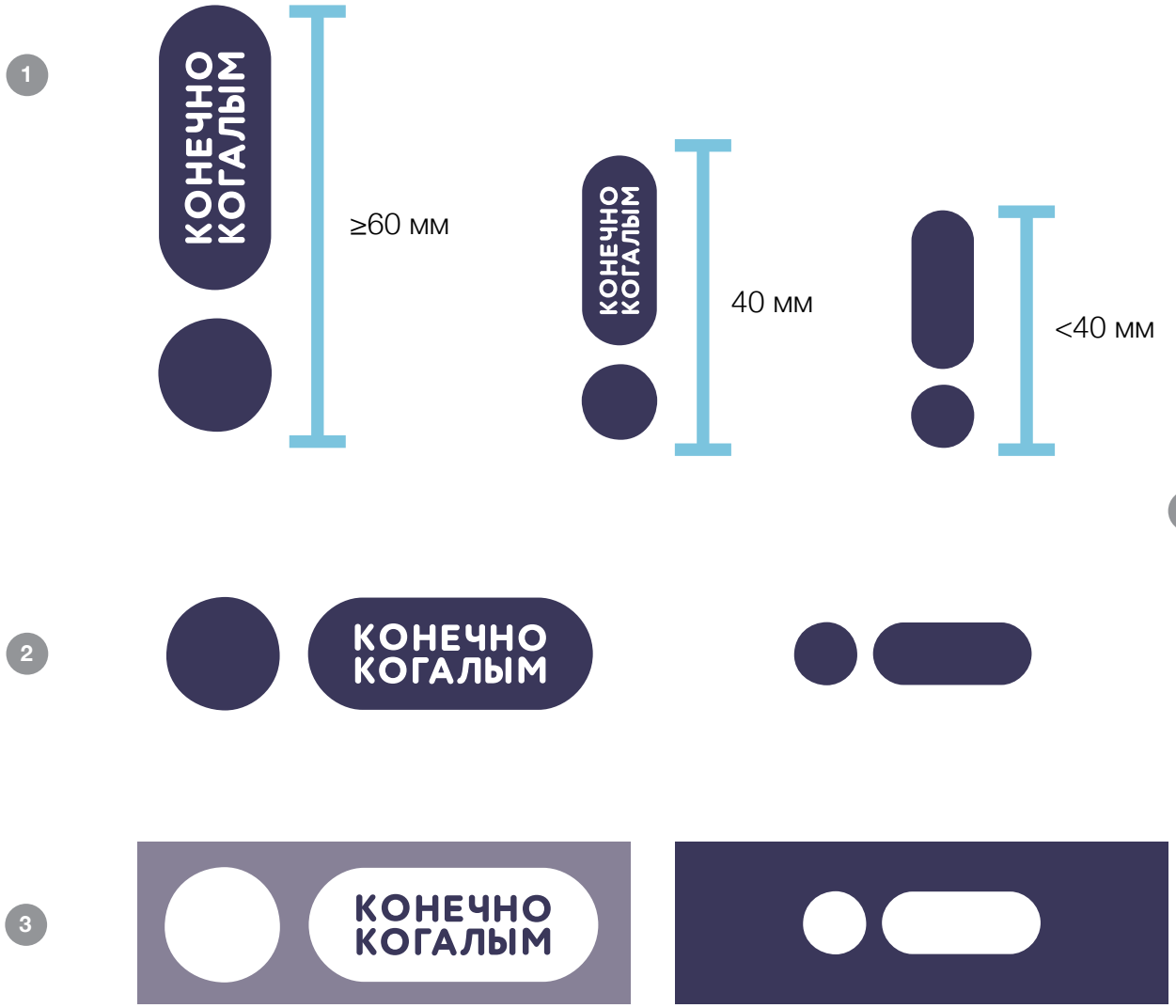
3



Сокращенная версия логотипа используется для брендирования небольших форматов сувенирной продукции, а также в качестве аватаров или юзерпиков в социальных сетях, чатах и форумах.

1. Использование на белом фоне
2. Инверсное начертание на темном фоне.
3. Более строгое исполнение сокращенной версии логотипа с использованием одноцветного инверсного начертания логотипа.

Экранная версия или распечатка не являются образцами цвета



1 Оптимальный размер логотипа для использования в печатной раздаточной продукции – более 60 мм, тогда текст внутри с легкостью прочитывается.

Минимальный размер использования логотипа с текстом – 40 мм.

При более мелких размерах следует использовать логотип без текстовой части.

2 3 Эти правила также справедливы для горизонтального и инверсного начертаний.

! При печати больших форматов, например баннеров или уличных растяжек, логотип должен занимать разумную площадь и быть виден издалека.

1

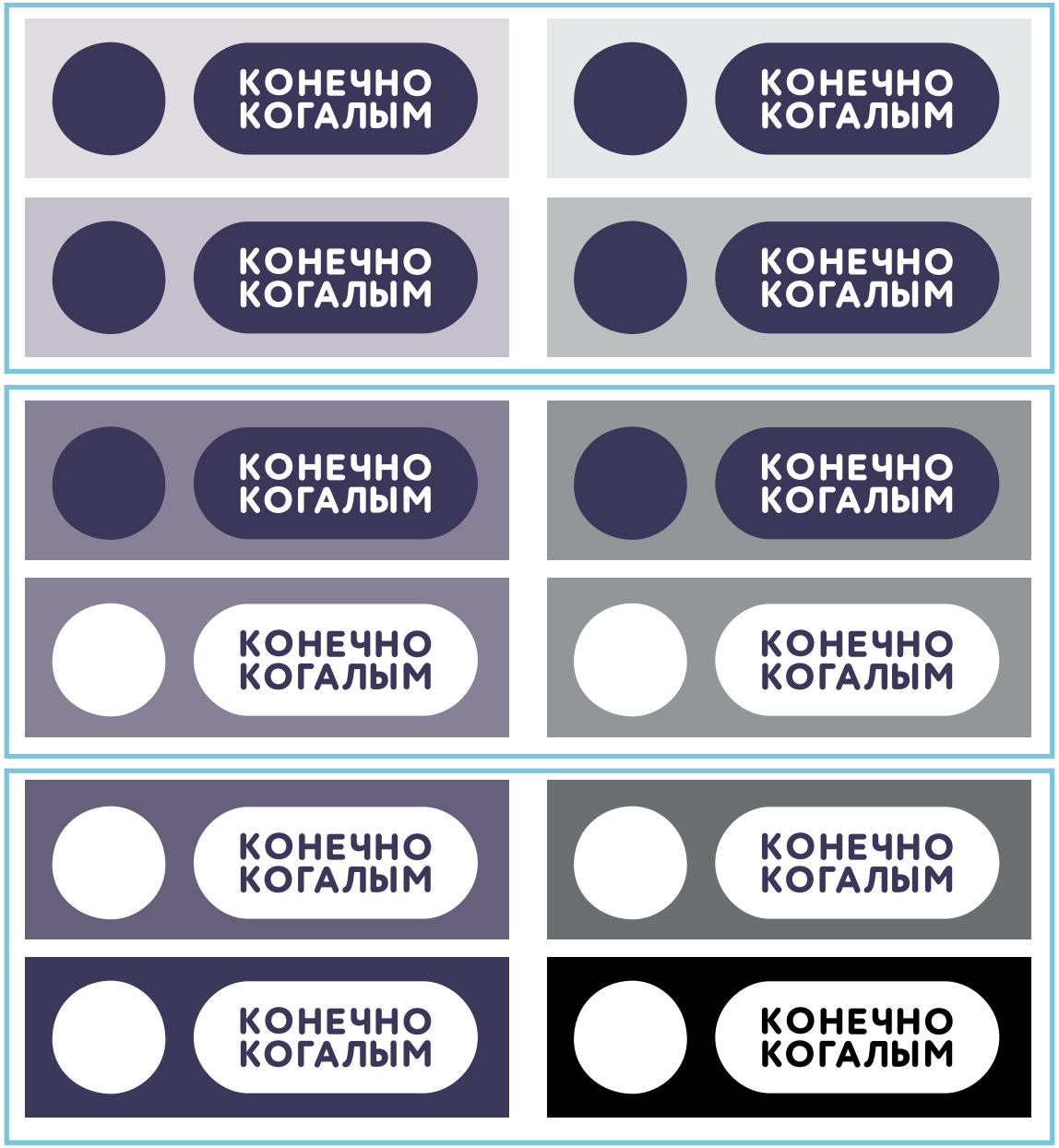
2

При нанесении логотипа на цветной яркий фон, пестрый фон, однотонный фон с мелким рисунком или фотоизображение, предпочтение в выборе логотипа отдается контрастности финального макета.

1 Прямое начертание логотипа на разных фонах.

2 Инверсное начертание логотипа на разных фонах.

Также справедливо для вертикальной одноцветной версии логотипа.



При разной насыщенности цвета фона для брендирования необходимого пространства могут быть использованы разные варианты базового логотипа: одноцветный или его инверсное начертание.

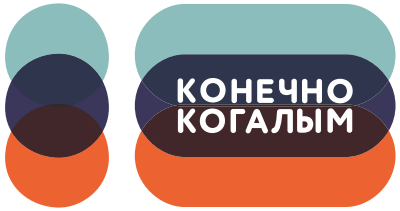
1 При насыщенности фона менее 50% используется цветная версия логотипа.

2 При насыщенности фона около 50% можно использовать любую версию логотипа, опираясь в выборе на контекст брендируемого макета.

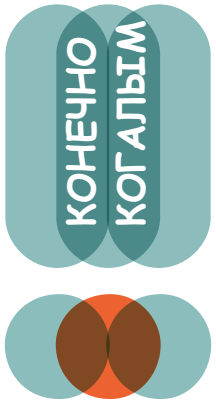
3 При насыщенности цвета фона более 50% предпочтение отдается инверсному варианту начертания логотипа.

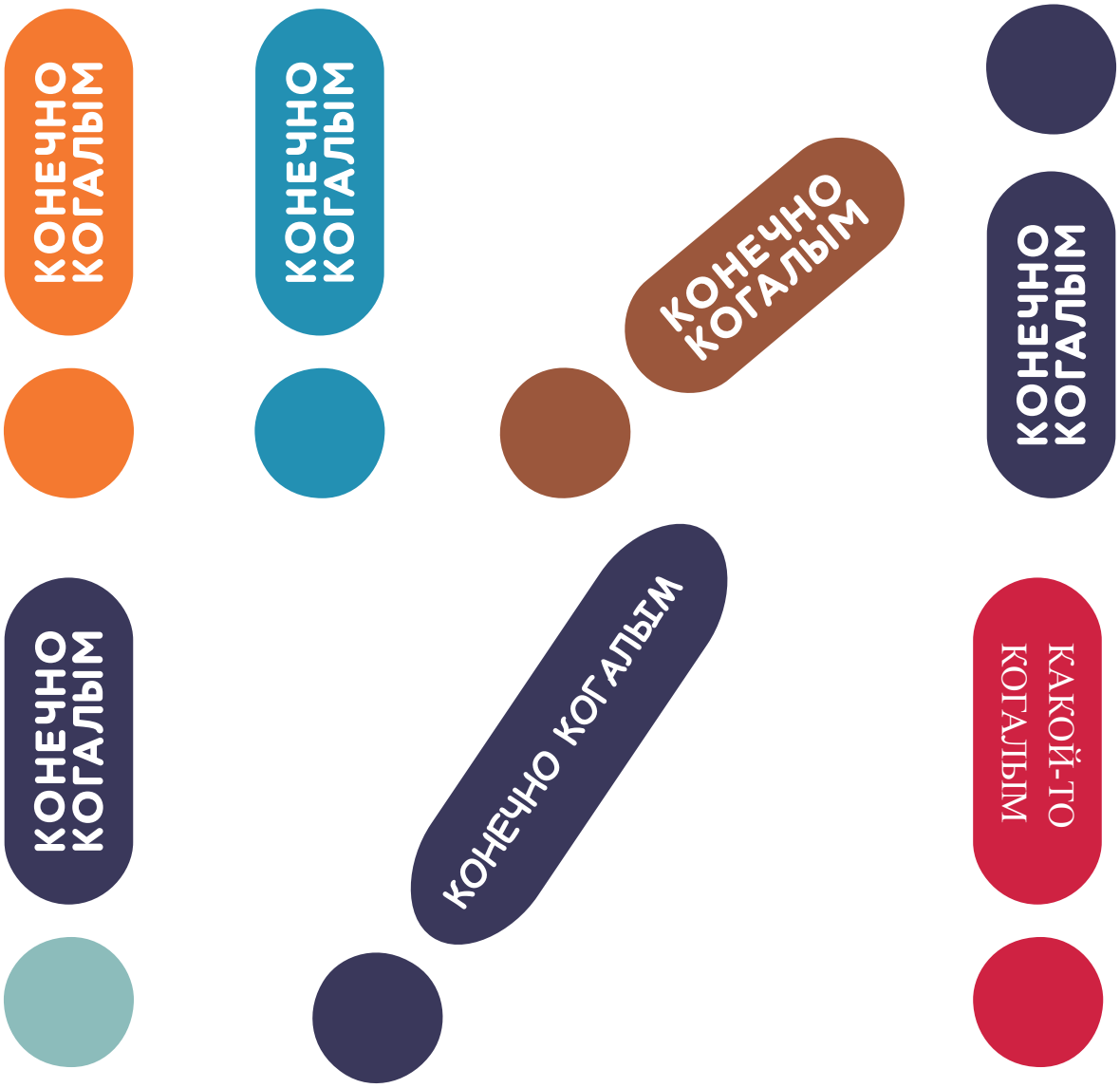
! Цвет букв внутри логотипа может соответствовать цвету внешнего фона подложки только в том случае, если сам фон является фирменным.

Также справедливо для вертикальной одноцветной версии логотипа.



Основной трехцветный логотип не может менять наклон и пропорции, также недопустимо менять порядок цветов, перекрашивать отдельные элементы, менять шрифт надписей или их содержание.





Основной одноцветный логотип не может менять цвет, даже на другой фирменный, не может менять наклон и пропорции, также недопустимо изменение порядока цветов, перекрашивание отдельных элементов, замена шрифта в надписеях или их содержание.

03 ТИПОГРАФИКА

Circe Roundered

Circe Roundered Regular

АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
%!@#$^&*();:?

Circe Roundered Bold

АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
%!@#$^&*();:?

Circe Roundered Extra Bold

АБВГДЕЁЖЗИКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзиклмнопрстуфхцчшщъыьэюя
%!@#$^&*();:?

Шрифт Circe Rounded имеет несколько начертаний разной жирности, что удобно для коммуникационных надписей в предложенной стилистике бренда.

Также существует полный набор знаков препинания и цифровых символов, которые также участвуют в визуальной коммуникации бренда.

Circe Roundered – платный лицензионный шрифт компании ParaType.

ParaType

Океанариум на Крайнем Севере?

Международные соревнования по теннису?

Могут ли жить дружно представители 32 национальностей?

Бренд-фразами считаются слова и предложения в вопросительной форме, ответ на которые звучит как позиционирование бренда – «Конечно Когалым!» **в положительном ключе.**

1

2

3

Так как основной логотип бренда – вертикальный, то бренд-фраза при использовании на различных носителях также разворачивается вертикально, что дает возможность компактно размещать даже длинные вопросительные фразы.

1. Бренд-фразы набираются с выключкой влево, таким образом, важно обратить внимание, чтобы самая длинная строчка не превышала высоту рядом стоящего логотипа.
2. Также возможно выравнивание текста вопроса относительно самой надписи внутри логотипа.
3. Размер шрифта, его жирность и цвет подбираются согласно ситуации использования.

04

СТИЛЕ-ОБРАЗУЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ

1

2

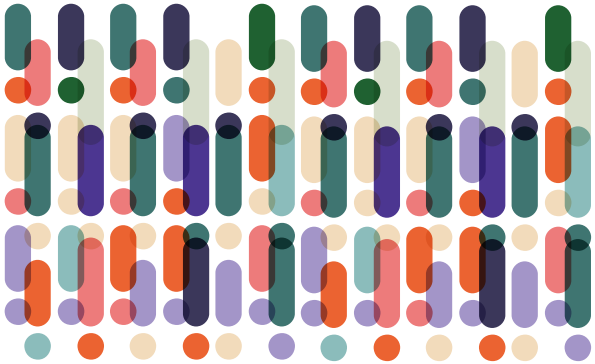
Паттерн 1 состоит из восклицательных знаков, форма которых полностью повторяет восклицательный знак в логотипе, пропорционально уменьшены и развернуты в хаотичном порядке.

1 Цвета восклицательных знаков взяты из светлого спектра цветов бренда (см. стр. 9).

2 Один сегмент паттерна может многократно повторяться в строчку или использоваться отдельно.

1

2



Паттерн 2 состоит из разновеликих вертикальных элементов восклицательного знака, а также равных по размеру точек. Разные элементы могут иметь разные цвета. Элементы наслаиваются друг на друга, но не меняют наклон.

1 Цвета элементов паттерна используют всю цветовую палитру бренда (см. стр. 9).

2 Один сегмент паттерна может многократно повторяться в строчку и столбик или использоваться отдельно.

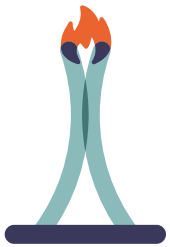
1

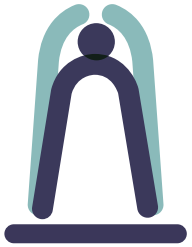
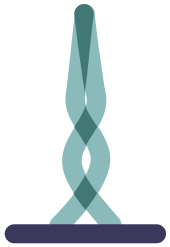
2

Паттерн 3 состоит из восклицательных знаков, форма которых полностью повторяет восклицательный знак в логотипе. Они пропорционально уменьшены и плотно наслоены друг на друга без изменения наклона.

1 Цвета элементов паттерна используют всю цветовую палитру бренда (см. стр. 9).

2 Один сегмент паттерна может многократно повторяться в строчку и столбик или использоваться отдельно.



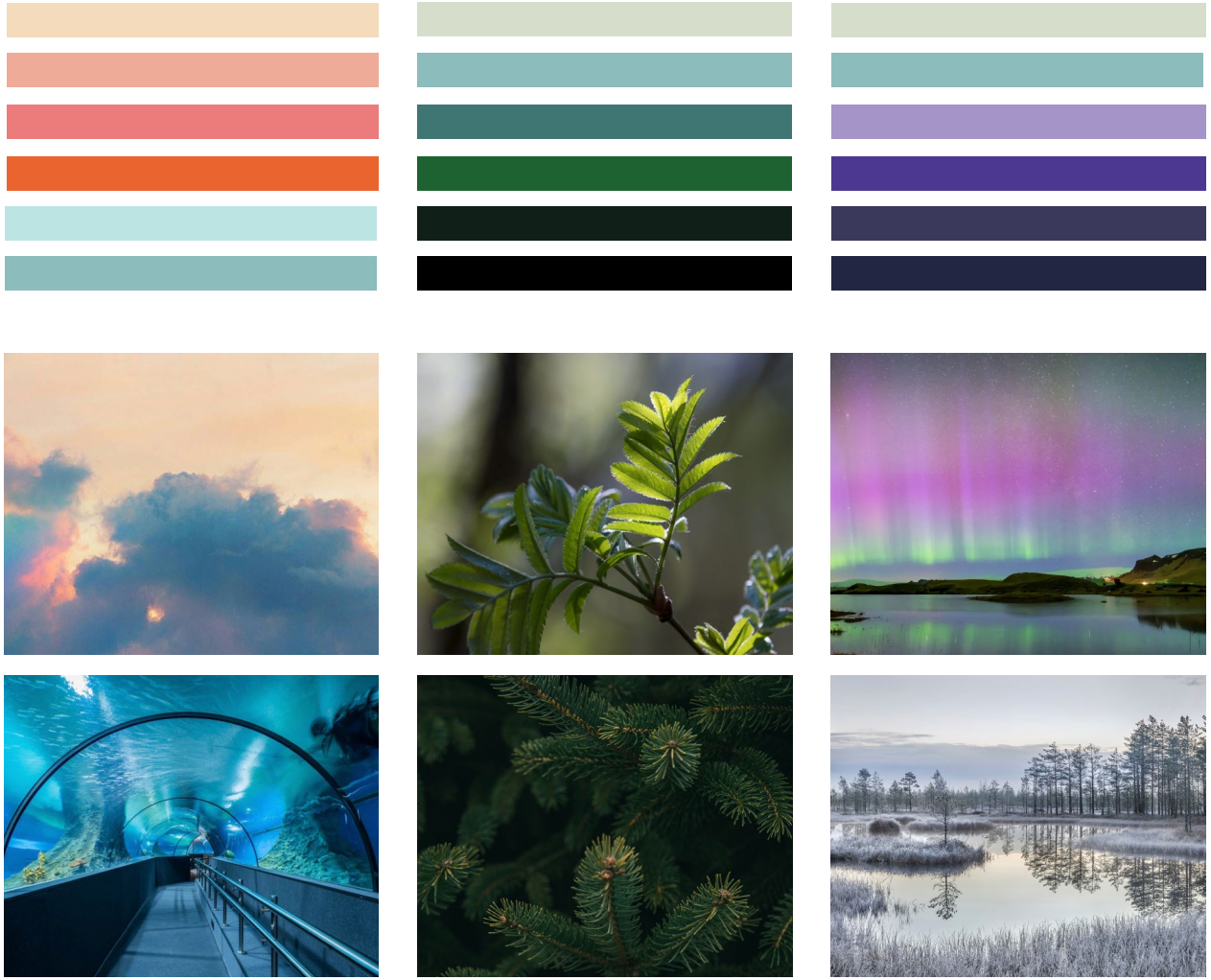
Пиктограммы символизируют существующие и будущие достопримечательности Когалыма.

Цвета пикторамм могут использовать весь спектр фирменных цветов, но предпочтение отдается холодным оттенкам.

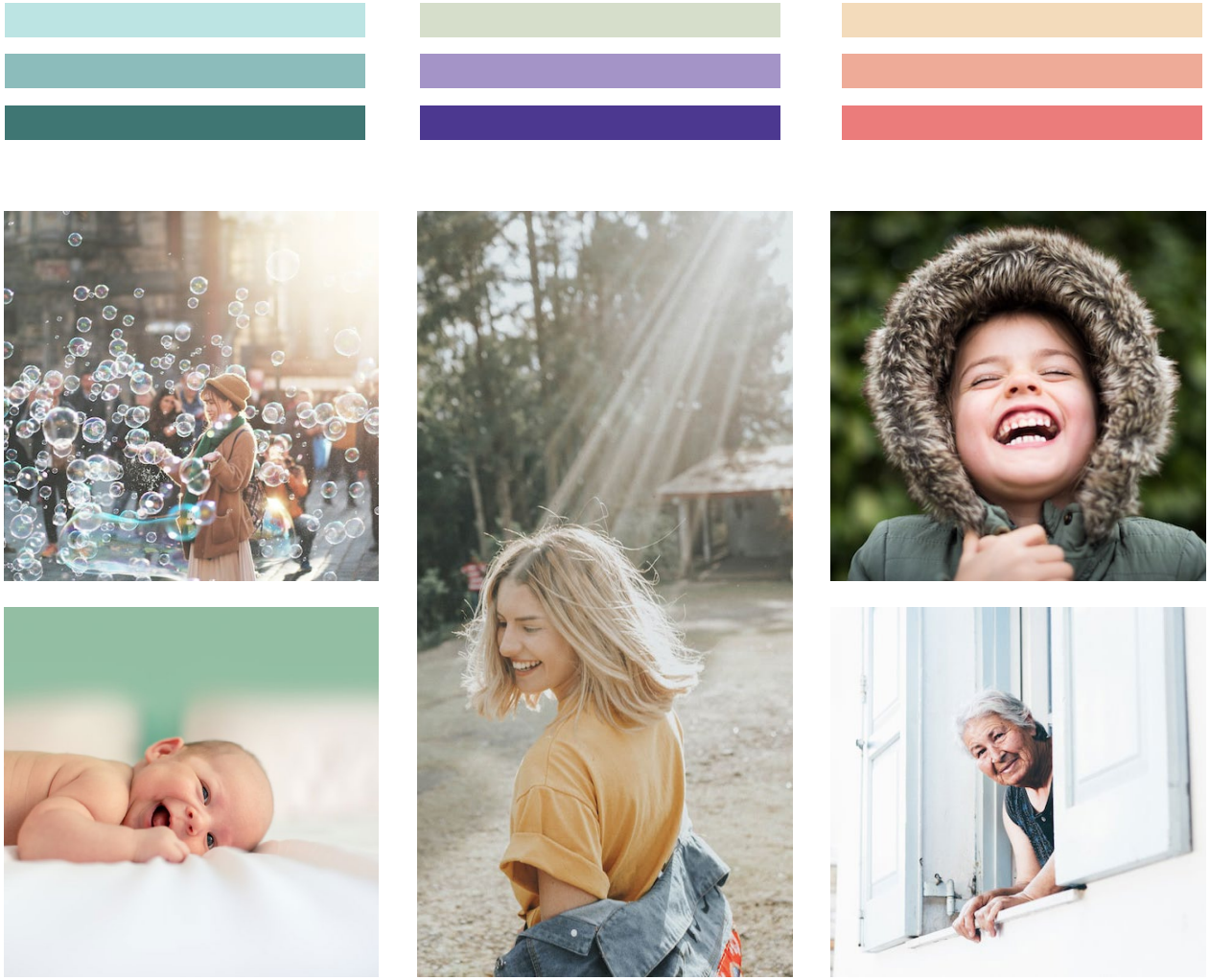
Так как пиктограммы представлют собой достопримечательности, то их комбинация или дополнительные элементы схематично воспроизводят конкретные места в городе.

05

ИСПОЛЬЗО-ВАНИЕ ФОТО-ИЗОБРАЖЕНИЙ



Фотографии, используемые для коммуникации бренда, должны быть выполнены в фирменных цветах или быть нейтральными с дополнительными вкраплениями фирменных цветов.



Фотографии, используемые для коммуникации бренда, должны быть выполнены в фирменных цветах или быть нейтральными с дополнительными вкраплениями фирменных цветов.

Для фотоизображений с людьми предпочтение отдается светлому спектру цветов.

06

ПРИМЕРЫ ИСПОЛЬЗО-ВАНИЯ СТИЛЯ

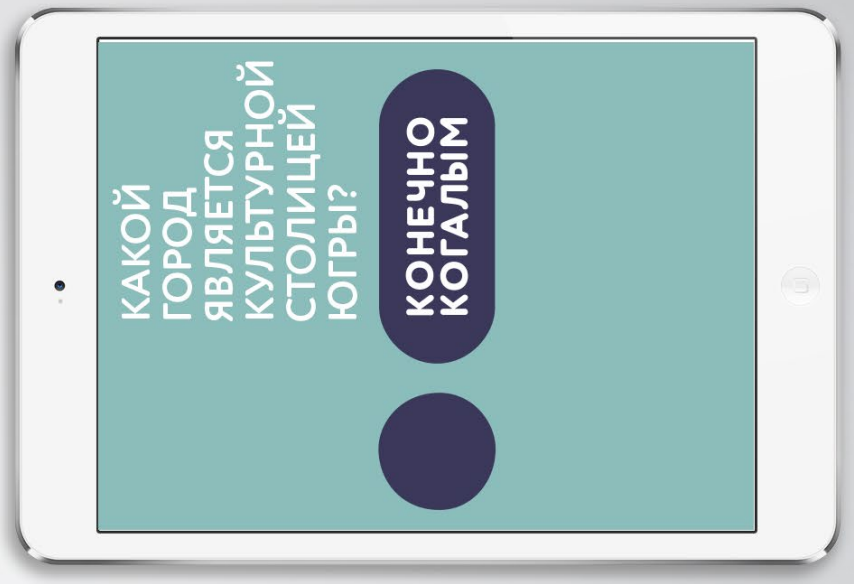
КОНЕЧНО
КОГАЛЫМ

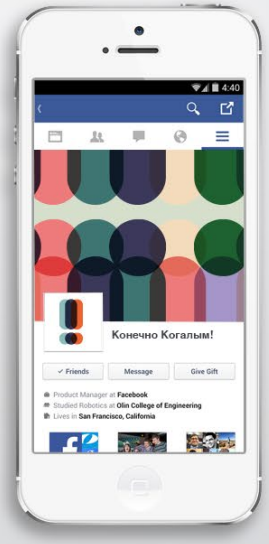
КОНЕЧНО
КОГАЛЫМ

КОНЕЧНО КОГАЛЫМ

ПРЕСС-РЕЛИЗ

Какой город является культурной столицей Югры? Конечно Когалым! Какой город идеально подходит для спокойной семейной жизни? Конечно Когалым! Где лучше получать нефтяную специальность: в Москве, Перми или Уфе? Конечно Когалым! Посоветуйте нестандартное направление для путешествий по России. Конечно Когалым! Какой город является культурной столицей Югры? Конечно Когалым! Какой город идеально подходит для спокойной семейной жизни? Конечно Когалым! Где лучше получать нефтяную специальность: в Москве, Перми или Уфе? Конечно Когалым! Посоветуйте нестандартное направление для путешествий по России. Конечно Когалым!





КОНЕЧНО
КОГАЛЫМ
КОНЕЧНО
КОГАЛЫМ

КОНЕЧНО
КОГАЛЫМ

Что за чудный
город?
КОНЕЧНО
КОГАЛЫМ

Океанариум
на Крайнем
Севере?
КОНЕЧНО
КОГАЛЫМ

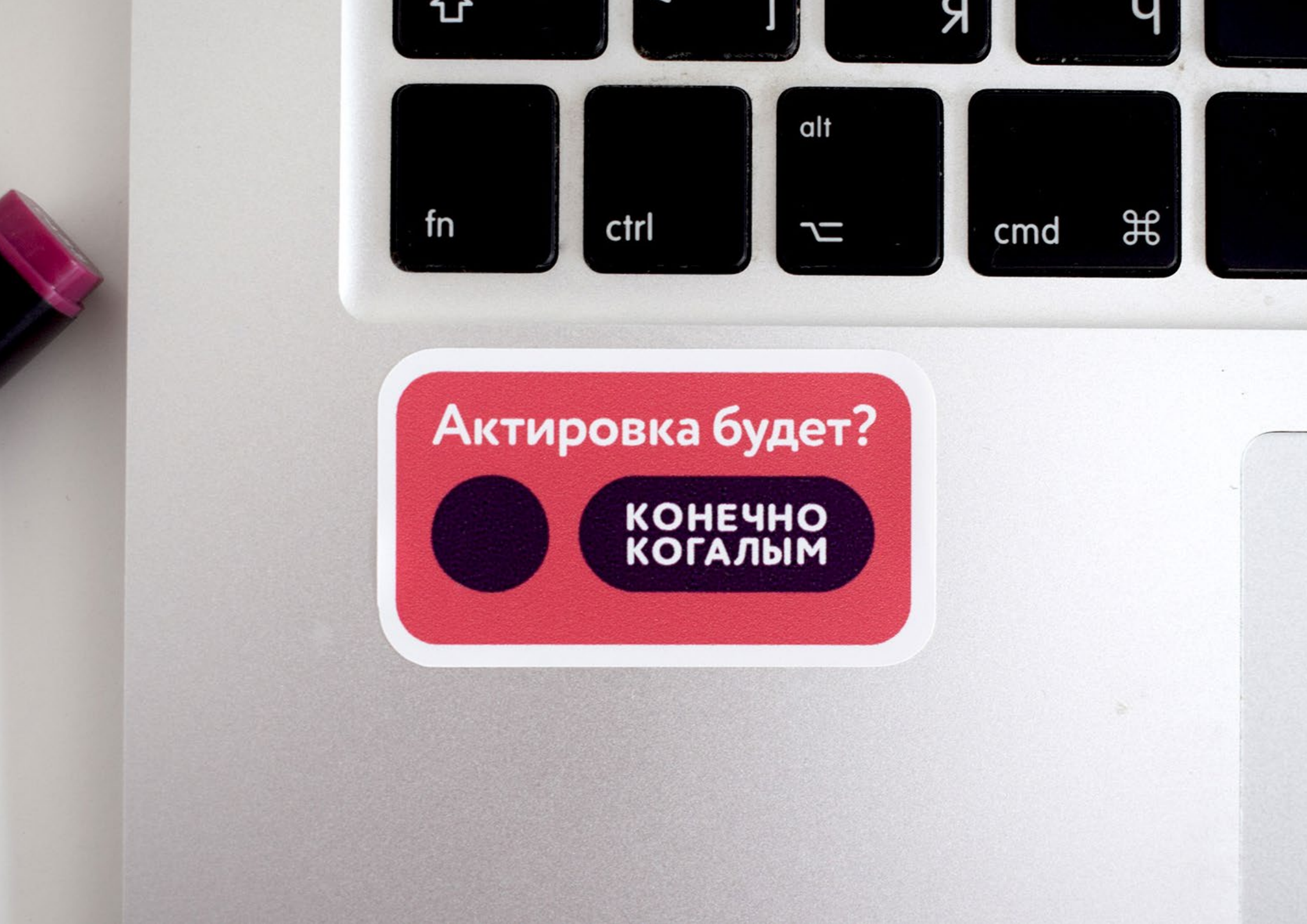
ЧТО ЭТО
ЗА ЧИСТЫЙ
ГОРОД?
КОНЕЧНО
КОГАЛЫМ

Оксанариум на Крайнем Севере?
КОНЕЧНО КОГАЛЫМ

Отдел потребительского рынка
и развития предпринимательства
Администрации города Когалыма
ПИЛИПЦОВА
Диана Викторовна
Начальник отдела
КОНЕЧНО КОГАЛЫМ
+7 (34667) 93-687
+7 (34667) 93-727
ХМАО-Югра, г. Когалым,
ул. Дружбы Народов, д. 7,

КОНЕЧНО КОГАЛЫМ
КОНЕЧНО КОГАЛЫМ
ПИЛИПЦО
Диана Викто
Начальник отдела
проектного управл
Администрации

КОНЕЧНО КОГАЛЫМ
КОНЕЧНО КОГАЛЫМ
Что за чудный город?
КОНЕЧНО КОГАЛЫМ
К
Ы


fn
ctrl
alt
cmd
Актировка будет?
КОНЕЧНО
КОГАЛЫМ

ДИЗАЙН-МАКЕТЫ

ссылка

У КАКОГО ГОРОДА НОВЫЙ БРЕНД?

КОНЕЧНО КОГАЛЫМ