

ЗОЛОТОЕ КОЛЬЦО

Руководство по использованию
фирменного стиля

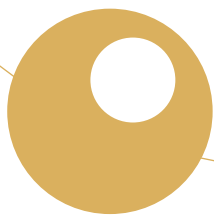
1 ФИРМЕННЫЙ ЗНАК

- 1.1 Идейная и графическая концепция
- 1.2 Логоблок. Принцип построения
- 1.3 Охранное поле
- 1.4 Дополнительные версии логотипа
- 1.5 Кобрендинг
- 1.6 Система подписи. Принцип построения
- 1.7 Система подписи. Дополнительные варианты
- 1.8 Недопустимые варианты использования логотипа



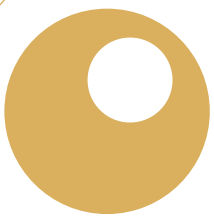
ЗОЛОТОЕ
КОЛЬЦО

1.1 Идейная и графическая концепция



ЗОЛОТОЕ
КОЛЬЦО

Основная версия



ЗОЛОТОЕ
КОЛЬЦО

ОСН. В 1967

Юбилейная версия

Логотип построен на сочетании графического знака и текстового блока. Вместе они формируют торжественный, сдержанный и современный образ, связанный с культурным кодом России.

Графический знак основан на замкнутой золотой форме, отсылающей к Золотому кольцу как культурному и туристскому маршруту. Круг символизирует преемственность, устойчивость и связь городов, истории и времени.

Образ знака может считываться как солнце, медаль или орден, что усиливает ощущение статуса, ценности и официальности. Дополнительно он перекликается с мотивом наливного яблочка на золотом блюдецке — метафорой путешествия, открытия новых мест и живой истории.

Текстовая часть сочетает культурную глубину антиквы и ясность современного гротеска, формируя сбалансированный и профессиональный образ.

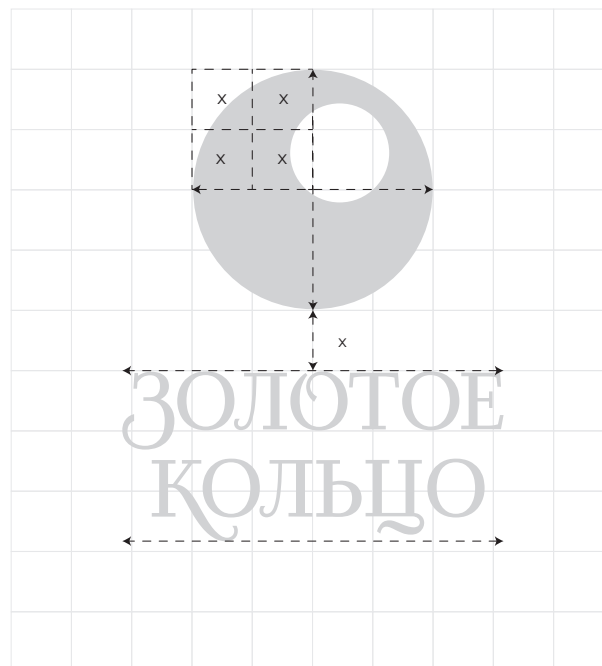
Было разработано две версии логотипа: юбилейная и основная.

В нижней части юбилейной версии используется пометка с датой основания идеи туристического маршрута. Пометка подчёркивает историческую значимость маршрута и его преемственность. Юбилейную версию логотипа можно использовать до 2028 года. Далее разрешено использовать только основную версию без приписки даты.

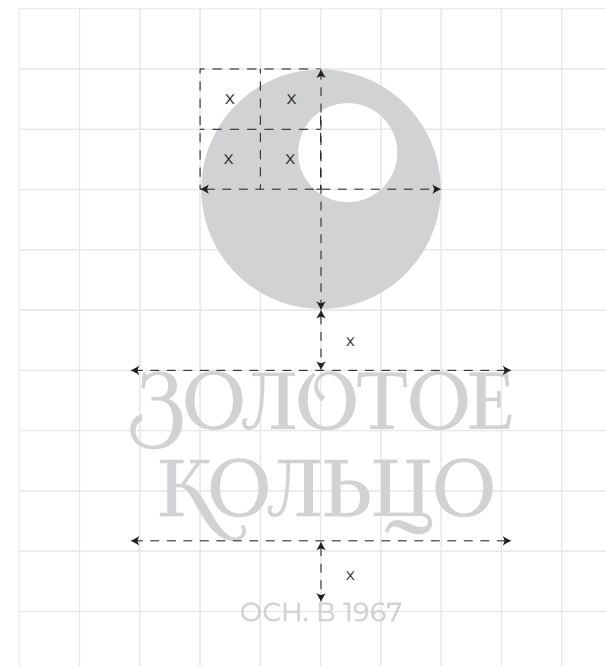
1.2 Логоблок. Принцип построения

Логотип состоит из знака и фирменного начертания названия бренда. Соотношение элементов и пропорции фиксированы и не подлежат изменению.

Фирменный шрифт «Золотое кольцо» используется **исключительно** в логоблоке и не может использоваться для написания заголовков или в каком-либо другом текстовом оформлении.



Основная версия



Юбилейная версия

1.3 Охранное поле

Необходимо соблюдать охранное поле логотипа и не располагать объекты ближе, чем это показано на схеме.



Основная версия



Юбилейная версия

1.4 Дополнительные версии логотипа

В условиях, когда использование логотипа планируется на носителях с ограниченной высотой, существует дополнительная версия фирменного блока. Она рекомендована для вытянутых горизонтальных решений дизайна, при которых, как правило, не используется юбилейная версия, чтобы избежать некорректного отображения мелких деталей при печати. Однако использование юбилейной версии также предусмотрено.



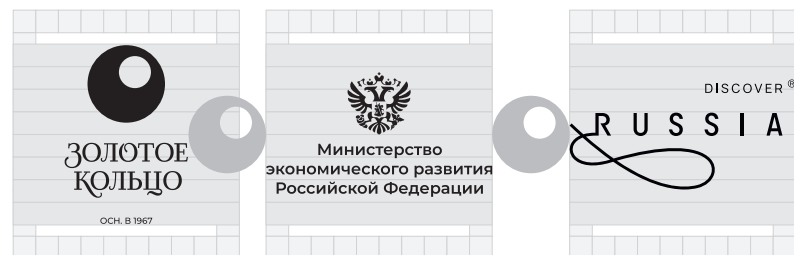
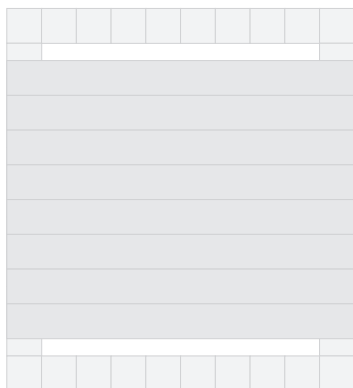
ОСН. В 1967

1.5 Кобрендинг

Схема использования логотипа в кобрендинге с другими фирменными знаками.

Графическая масса логотипа должна занимать 8 модулей по высоте из 10.

Модуль для вычисления соотношения логотипов



1.6 Система подписи. Принцип построения

- Для обозначения городов маршрута используется система подписи под логотипом.
- Подпись всегда центрируется относительно полной или сокращенной версии логотипа.
- У обеих версий сохраняется преемственность построения и визуальный баланс.

Название города пишется шрифтом **Montserrat Bold**. Высота начертания определяется схемой. Название города центруется относительно логотипа.

Основная версия логотипа с подписью города.

Название города замещает фразу «Осн. в 1967» и пишется тем же кеглем и шрифтом. Подходит для крупных форматов в носителях городов-участников.



Юбилейная версия логотипа с подписью города.

Название города пишется в 2 раза крупнее фразы «Осн. в 1967», тем же шрифтом и ниже на отступ 4a. Подходит для мелких и средних форматов в носителях городов-участников.



Данная версии с подписью региона являются приоритетными для использования

1.7 Система подписи. Дополнительные варианты

Данные версии с подписью региона применяются в условиях, когда использование логотипа планируется на носителях с ограниченной высотой. Рекомендовано для вытянутых горизонтальных решений дизайна, при которых не используется юбилейная версия.

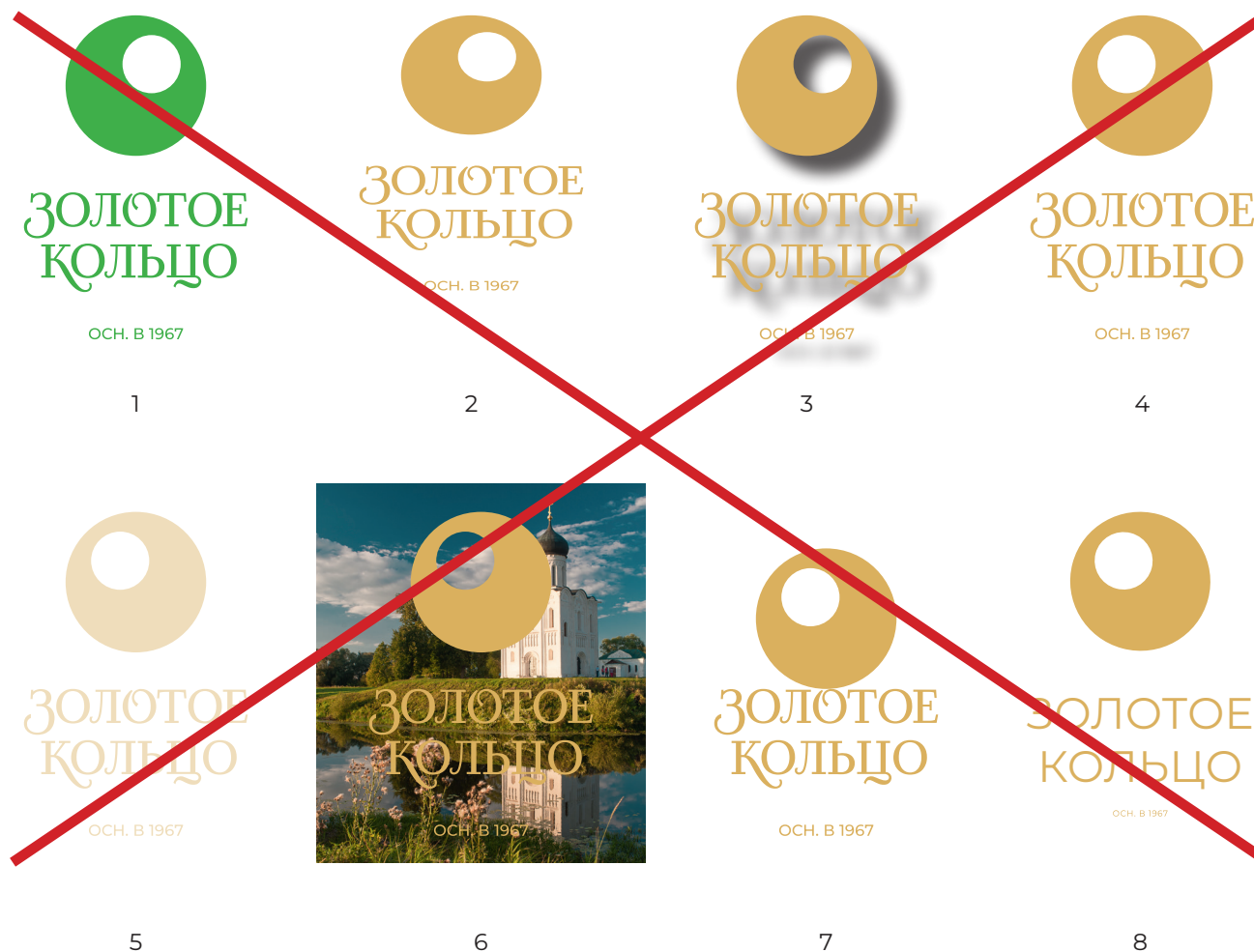
В данной версии подпись региона центруется относительно всего логотипа



В данной версии подпись региона центруется относительно текстовой части логотипа

1.8 Недопустимые варианты использования логотипа

- 1) Нельзя перекрашивать логотип в другие цвета, не входящие в фирменный стиль бренда
- 2) Нельзя деформировать знак или типографику логотипа
- 3) Нельзя применять к логотипу или отдельным его частям каких-либо специальных эффектов и теней
- 4) Нельзя поворачивать фирменный знак логотипа
- 5) Нельзя изменять прозрачность логотипа
- 6) Нельзя использовать на фонах отличных от указанных в данном руководстве
- 7) Нельзя перемещать фирменный знак логотипа
- 8) Нельзя изменять фирменную типографику логоблока



2 БАЗОВЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

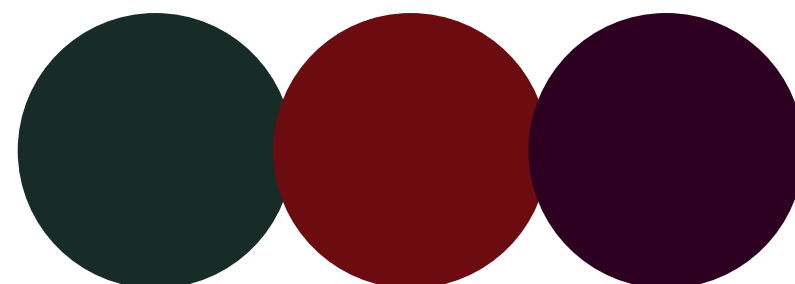
- 2.1 Цветовая палитра
- 2.2 Цветовая палитра. Основные цветовые сочетания
- 2.3 Цветовая палитра. Основные цветовые сочетания
- 2.4 Дополнительная цветовая палитра
- 2.5 Монохромная версия логоблока
- 2.6 Типографика проекта
- 2.7 Фирменный паттерн с юбилейным логотипом
- 2.8 Фирменный паттерн с основным логотипом
- 2.9 Фотостиль



ЗОЛОТОЕ
КОЛЬЦО

2.1 Цветовая палитра

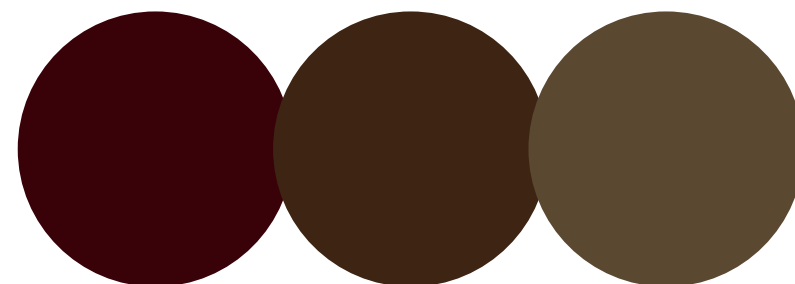
Основная цветовая палитра



RGB 35 48 41
CMYK 78 54 66 69
WEB #202E28

RGB 114 14 12
CMYK 32 100 97 47
WEB #710F06

RGB 58 1 34
CMYK 61 97 42 74
WEB #330120



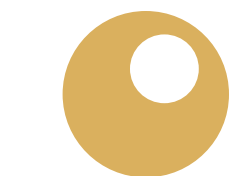
RGB 68 3 1
CMYK 48 96 77 73
WEB #3E0709

RGB 71 44 25
CMYK 46 68 79 70
WEB #452915

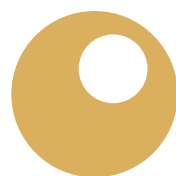
RGB 102 79 51
CMYK 43 53 73 50
WEB #664D31

2.2 Цветовая палитра. Основные цветовые сочетания логотипа

Логотип должен использоваться
только в представленных ниже цве-
товых сочетаниях.

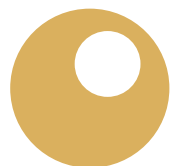


ЗОЛОТОЕ
КОЛЬЦО



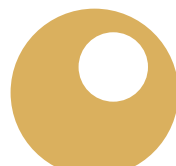
ЗОЛОТОЕ
КОЛЬЦО

ОСН. В 1967



ЗОЛОТОЕ
КОЛЬЦО

НИЖНИЙ НОВГОРОД



ЗОЛОТОЕ
КОЛЬЦО

ОСН. В 1967

НИЖНИЙ НОВГОРОД



ЗОЛОТОЕ
КОЛЬЦО



ЗОЛОТОЕ
КОЛЬЦО

ОСН. В 1967



ЗОЛОТОЕ
КОЛЬЦО

НИЖНИЙ НОВГОРОД



ЗОЛОТОЕ
КОЛЬЦО

ОСН. В 1967

НИЖНИЙ НОВГОРОД

2.3 Цветовая палитра.

Основные цветовые сочетания логотипа

Логотип должен использоваться только в представленных ниже цветовых сочетаниях.



ЗОЛОТОЕ
КОЛЬЦО



ЗОЛОТОЕ
КОЛЬЦО

ОСН. В 1967



ЗОЛОТОЕ
КОЛЬЦО

НИЖНИЙ НОВГОРОД



ЗОЛОТОЕ
КОЛЬЦО

ОСН. В 1967

НИЖНИЙ НОВГОРОД



ЗОЛОТОЕ
КОЛЬЦО



ЗОЛОТОЕ
КОЛЬЦО

ОСН. В 1967



ЗОЛОТОЕ
КОЛЬЦО

НИЖНИЙ НОВГОРОД



ЗОЛОТОЕ
КОЛЬЦО

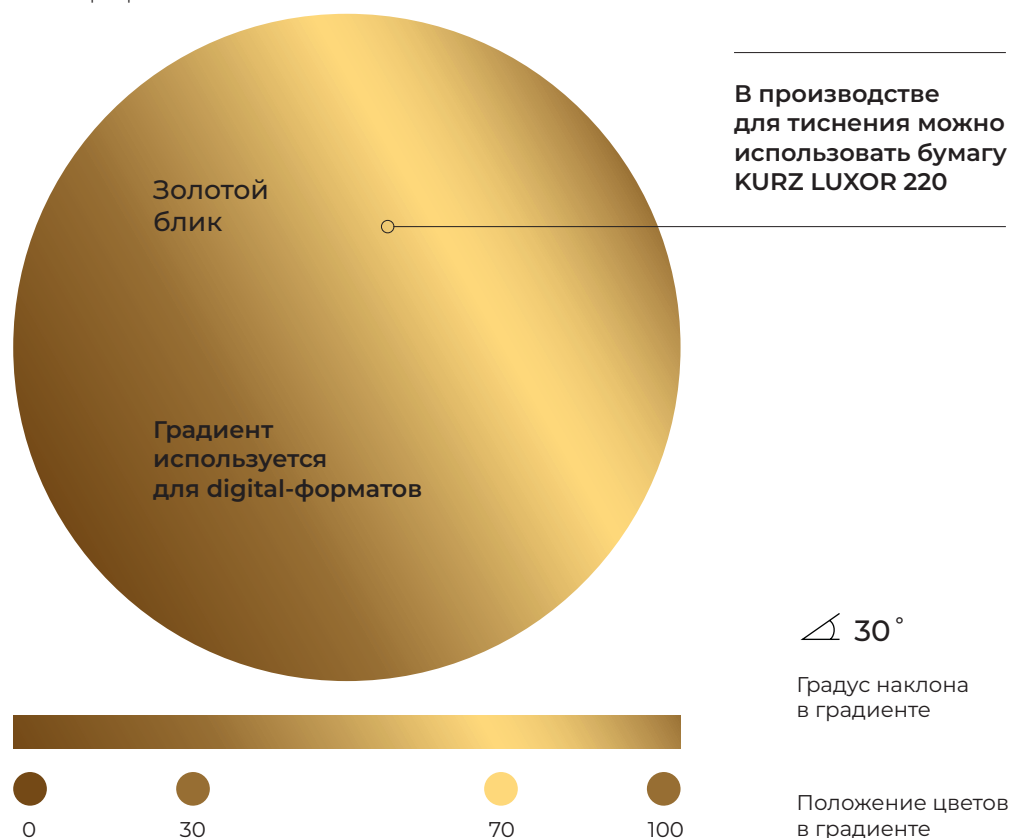
ОСН. В 1967

НИЖНИЙ НОВГОРОД

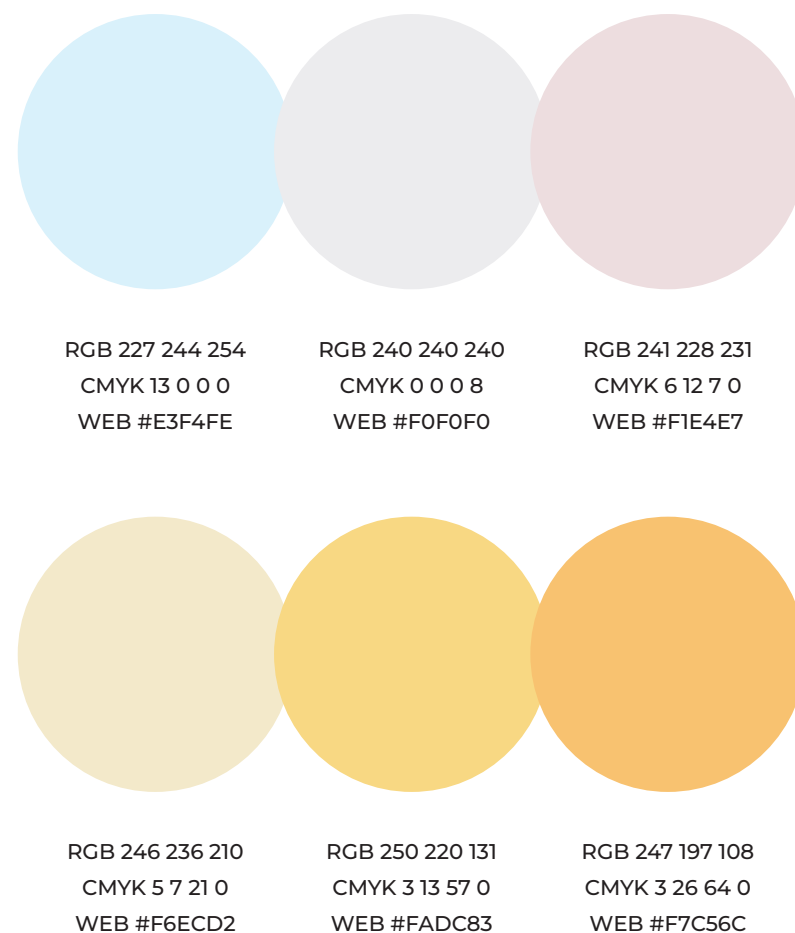
2.4 Дополнительная цветовая палитра

Золотой цвет – один из самых выразительных, но при этом самых сложных и дорогих в производстве. В печати он требует особого подхода, дополнительных технологий и точной цветопередачи, поэтому используется точно – в первую очередь для VIP-сувенирной продукции и премиальных носителей, где важно подчеркнуть статус, ценность и торжественность бренда.

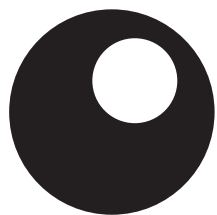
Золотой используется в digital-форматах, в таком случае сохраняется визуальная выразительность бренда без ограничений, характерных для полиграфии.



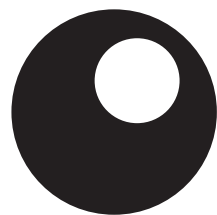
Руководство по использованию фирменного стиля



2.5 Монохромная версия логоблока

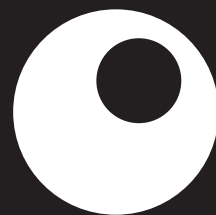


ЗОЛОТОЕ
КОЛЬЦО

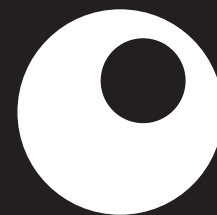


ЗОЛОТОЕ
КОЛЬЦО

ОСН. В 1967



ЗОЛОТОЕ
КОЛЬЦО



ЗОЛОТОЕ
КОЛЬЦО

ОСН. В 1967

2.6 Типографика проекта

Основной фирменный
шрифт

Montserrat

В качестве основного используется
шрифт Montserrat

Дополнительный
шрифт

Arial

Дополнительным шрифтом
выступает системный шрифт Arial

2.7 Фирменный паттерн с юбилейным логотипом

Принцип построения паттерна:

Наклон повторяющегося логоблока - 10°

Пропорции расстояния между логоблоками:

По горизонтали - 30 мм

По вертикали - 30 мм



2.8 Фирменный паттерн с основным логотипом

Принцип построения паттерна:

Наклон повторяющегося
логоблока - 10°

Пропорции расстояния между
логоблоками:

По горизонтали - 30 мм
По вертикали - 30 мм

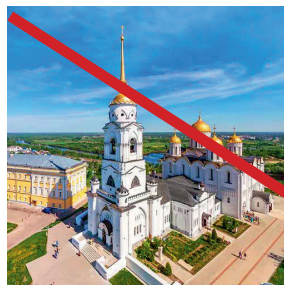


2.9 Фотостиль

Общее ощущение от фотостилья должно быть лёгким, живым, фотографии должны передавать чувство пойманного момента. Они не должны перегружать зрителя деталями или красками. Нужно выбирать эстетичные вдохновляющие кадры.

Любая фотография должна быть с естественным светом, без заметной глазу ретуши и без сильных перегибов контрастов.

В работе с фотостилем стоит проверять кадры по следующим пунктам:



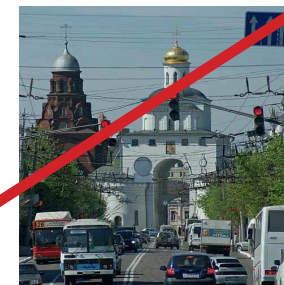
Излишне отредактированные и клишированные изображения. Перенасыщенные цвета



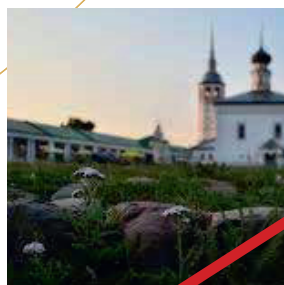
Пережженое небо. Перенасыщенные цвета



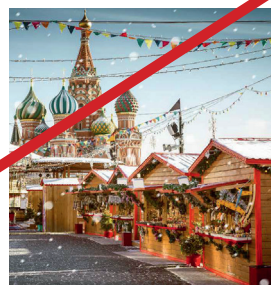
Объекты находятся в сложной тени и высоком контрасте.



Шумный перегруженный деталями кадр. Нет точки фокуса



Проваленный темный цвет и неразличимы нюансы темных объектов. Сомнительная точка фокуса



Заметное применение фильтров



Кадрирование, при котором непонятно, что происходит



Кадры случайного ракурса без досвета и фоторетуши.

3

НОСИТЕЛИ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ ДЛЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

3.1 Основные элементы для изготовления
региональной сувенирной продукции

3.2 Баннер 3x6

3.3 Баннер 3x6. Принцип построения

3.4 Сити-формат

3.5 Сити-формат. Принцип построения

3.6 Блокнот и карандаш

3.7 Блокнот и карандаш. Возможная визуализация

3.8 Худи, футболка, шоппер

3.9 Массовая сувенирка

3.10 Носители для оформления ассортимента
сувенирной продукции регионов

3.12 Навигационная наклейка на двери

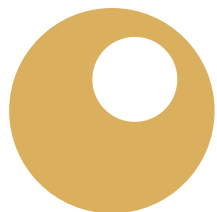
3.13 Баннер для сайта

3.14 Баннеры для социальных сетей



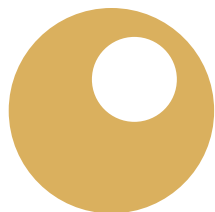
ЗОЛОТОЕ
КОЛЬЦО

3.1 Основные элементы для изготовления региональной сувенирной продукции



ЗОЛОТОЕ
КОЛЬЦО

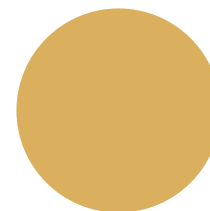
Основная версия



ЗОЛОТОЕ
КОЛЬЦО

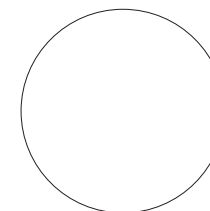
ОСН. В 1967

Юбилейная версия



Идеальный
золотой

RGB 232 180 76
CMYK 5 29 76 5
WEB #E9B54C



Чистый
белый

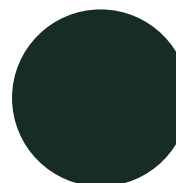


ЗОЛОТОЕ
КОЛЬЦО

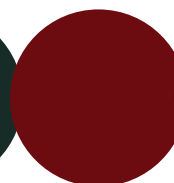


ЗОЛОТОЕ КОЛЬЦО

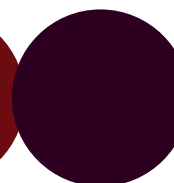
Дополнительные версии



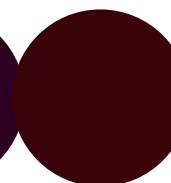
RGB 35 48 41
CMYK 78 54 66 69
WEB #202E28



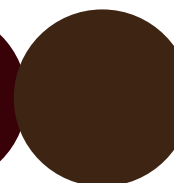
RGB 114 14 12
CMYK 32 100 97 47
WEB #710F06



RGB 58 134
CMYK 61 97 42 74
WEB #330120



RGB 68 31
CMYK 48 96 77 73
WEB #3E0709



RGB 71 44 25
CMYK 46 68 79 70
WEB #452915



RGB 102 79 51
CMYK 43 53 73 50
WEB #664D31

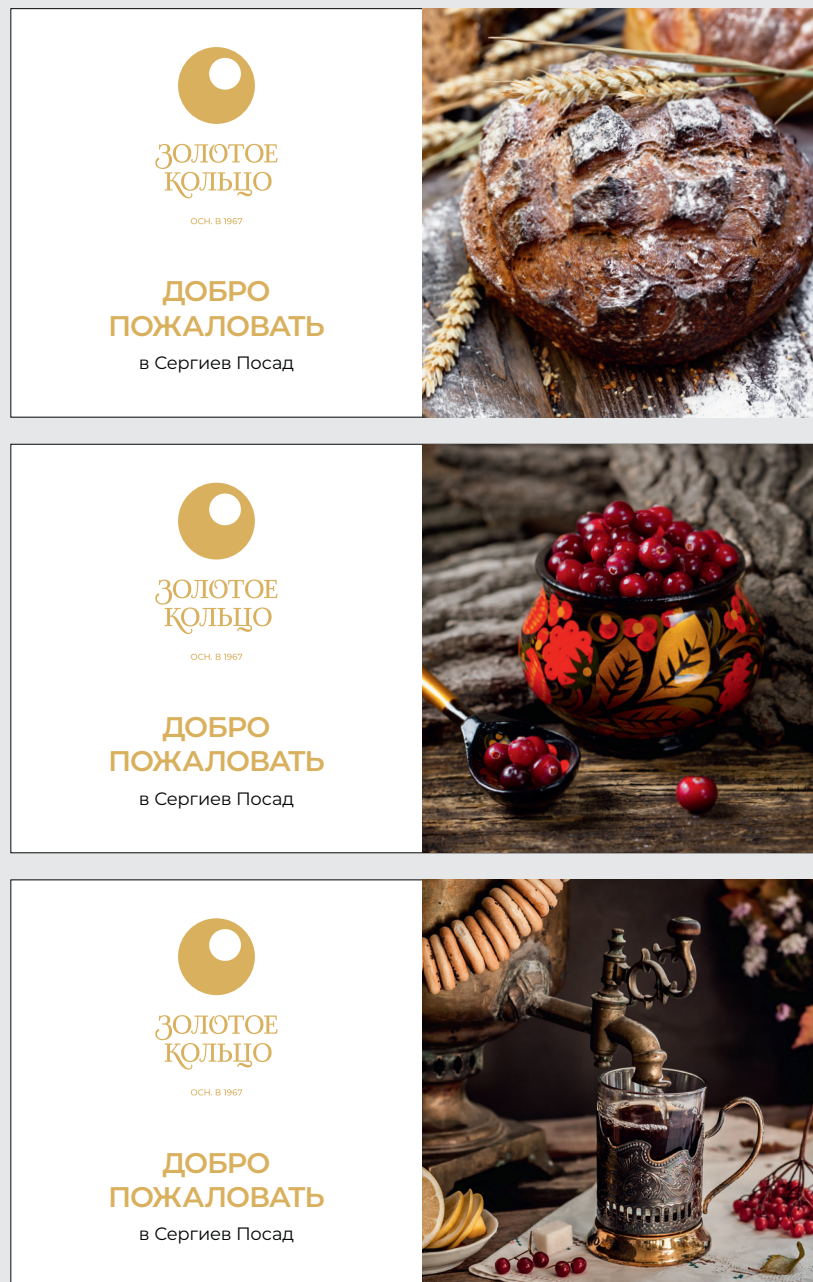
3.2 Баннер 3x6

Фотографии в макетах
представлены не для печати



3.2 Баннер 3x6

Фотографии в макетах
представлены не для печати



3.2 Баннер 3x6.
Пример визуализации



3.3 Баннер 3х6. Принцип построения



3.4 Сити-формат



Для подобных вариантов размещения логотипа на визуалах фотографии тонируются

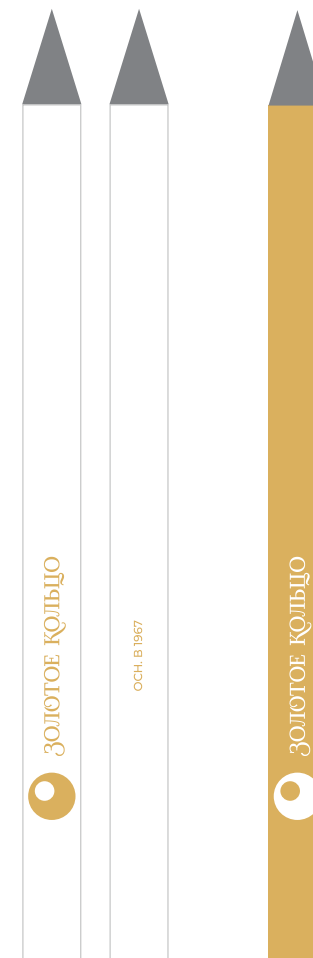
3.5 Сити-формат. Принцип построения



3.6 Блокнот и карандаш



Полноцветная
печать СМУК 4+0



Размер нанесения логотипа
не должен быть менее
5 мм в высоту

3.7 Блокнот и карандаш. Возможная визуализация



3.8 Худи, футболка, шоппер

Размер нанесения логотипа
не должен быть менее
6 см в высоту



Размер нанесения логотипа
не должен быть менее
6 см в высоту



3.9 Массовая сувенирка

Значок, магнит,
брелок



3.10 Носители для оформления ассортимента сувенирной продукции регионов:

Оберточная бумага, наклейка, крафтовый пакет



3.11 Носители для оформления ассортимента сувенирной продукции регионов:

Коробка, лента,
целлофановый пакет



3.11 Носители для оформления ассортимента сувенирной продукции регионов:



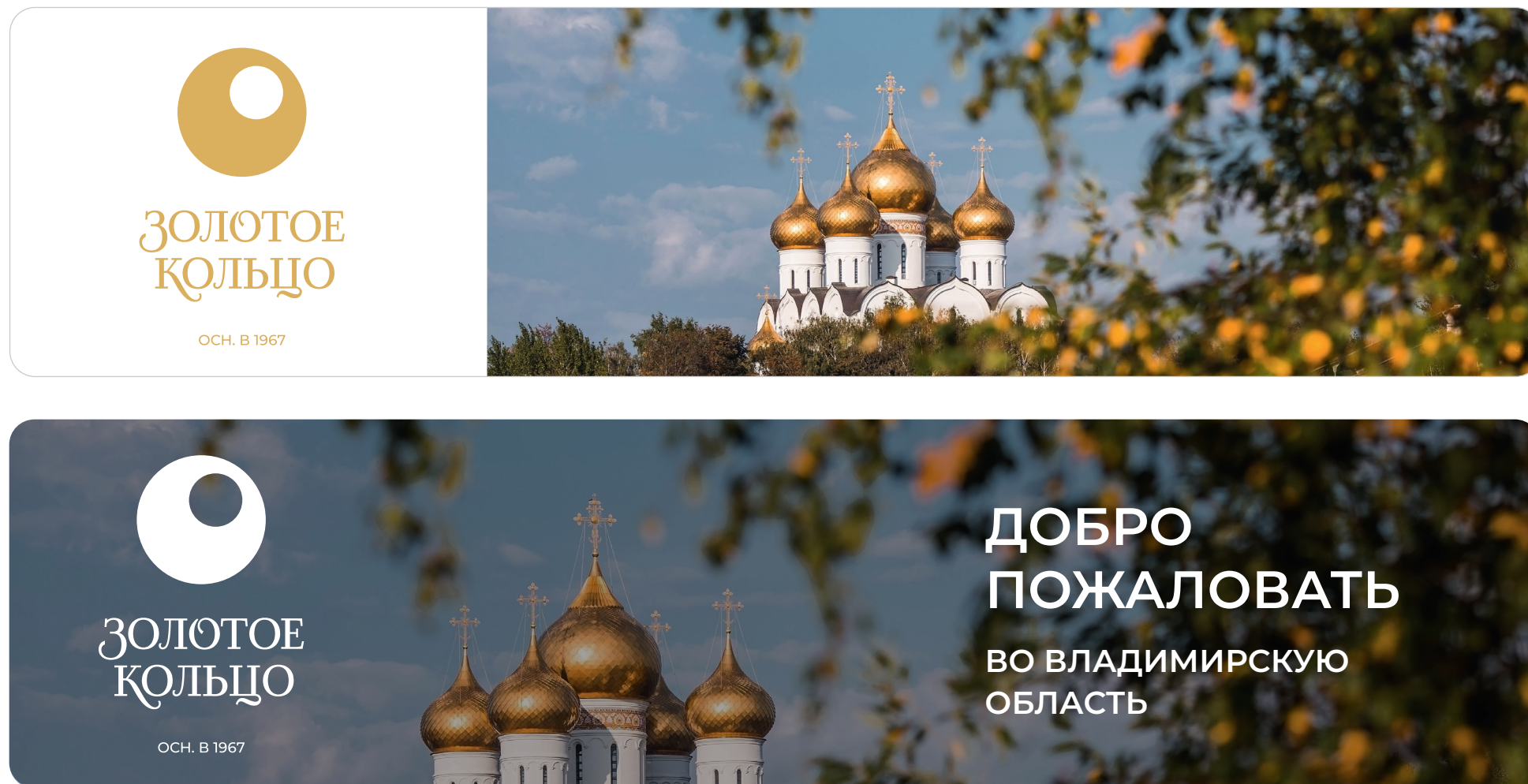
3.12 Навигационная наклейка на двери



Диаметр навигационной наклейки должен быть не менее 15 см



3.13 Баннер для сайта



3.14 Баннеры для социальных сетей

